

# بررسی نقش دیدگاه منبع محوری به منابع انسانی بر توسعه عملکرد صادراتی (اثر میانجی‌گر تعهد در صادرات)

فرشته فیاض<sup>۱</sup>، محمدصادق علیپور<sup>۲\*</sup>

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران جنوب، تهران، ایران

۲- استادیار، گروه اقتصاد، پژوهشکده آمار، تهران، ایران

پذیرش: ۱۳۹۶/۰۴/۰۴

دریافت: ۱۳۹۵/۱۱/۲۹

## چکیده

بررسی عوامل مؤثر در ارتقاء عملکرد صادراتی شرکت‌ها موضوع مورد بحث بسیاری از مدیران و صاحبان‌نظر حوزه مدیریت است. پژوهش حاضر به بررسی تأثیر دیدگاه منبع‌محوری به منابع انسانی در عملکرد صادراتی شرکت‌ها با در نظر گرفتن نقش میانجی‌گری تعهد به صادرات و بر مبنای مطالعه‌ای توصیفی-همبستگی پرداخته است. جامعه آماری پژوهش شامل کارکنان شاغل در واحد صادراتی برخی شرکت‌های فعال در حوزه صادرات است. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران در جامعه محدود به تعداد ۲۴۸ نفر محاسبه و روش نمونه‌گیری طبقه‌ای تصادفی متناسب با حجم جامعه بوده که روایی آن به دو روش محتوایی و سازه و پایایی پرسش‌نامه با استفاده از روش آلفای کرونباخ (۰/۹۰۵) تأیید شده است. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار آموس<sup>۱</sup> و به روش مدل‌سازی معادلات ساختاری انجام شده است. بررسی یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد رویکرد منبع‌محوری به کارکنان بر عملکرد صادراتی از طریق نقش میانجی‌گر تعهد صادراتی تأثیر غیرمستقیم معنادار و مثبتی دارد.

**کلیدواژگان:** عملکرد صادراتی، رویکرد منبع‌محوری به کارکنان، تعهد صادراتی، مدل‌سازی معادلات ساختاری

E-mail: msalipour@hotmail.com

\*نویسندهٔ مسؤول مقاله:



## ۱- مقدمه

شواهد موجود نشان می‌دهد که عملکرد موفق شرکت‌ها در خصوص صادرات کالا و خدمات در جنبه‌های گوناگون مزیت‌هایی را در پی خواهد داشت که پیامدهای مثبت آن نه تنها فضای رشد و توسعه برای شرکت‌ها را به همراه دارد، در نهایت به رشد و بالندگی اقتصاد کشورها نیز منجر خواهد شد. از این‌رو بررسی عوامل مؤثر در ارتقاء عملکرد صادراتی شرکت‌ها موضوع مورد بحث بسیاری از مدیران و صاحبان‌نظر حوزه مدیریت بوده است. در شرکت‌های بازرگانی که فلسفه وجودی آنان برگرفته از واردات و صادرات کالا و خدمات تولید شده در صنایع مختلف است، موفقیت در صادرات همواره از جایگاه قابل توجهی برخوردار است. روشن است که فقدان توجه لازم به عوامل مؤثر در توسعه عملکرد صادرات در شرکت‌های یادشده چالش‌های فراوانی را برای آنان به دنبال خواهد داشت که در نهایت سبب کاهش سطح صادرات، سودآوری و به خطر افتادن جایگاه شرکت شده، همچنین در اقتصاد کشور اثرات مخربی را به دنبال خواهد داشت. از این‌رو در پژوهش حاضر تلاش شده است تا به بررسی تأثیر دیدگاه منبع‌محوری به منابع انسانی در عملکرد صادراتی شرکت‌ها با در نظر گرفتن نقش میانجی‌گری تعهد به صادرات پرداخته شود. پرداختن به این مسأله خلاء تحقیقاتی موجود در صادرات در شرکت‌های بازرگانی ایران را پوشش خواهد داد. در این پژوهش برآن شدیم تا رابطه بین بررسی تأثیر دیدگاه منبع‌محوری به منابع انسانی در عملکرد صادراتی شرکت‌ها با در نظر گرفتن نقش میانجی‌گری تعهد به صادرات در شرکت‌های صادراتی فعال در کشور ایران را بررسی کنیم. از این‌رو با توجه به پرسش‌نامه محقق ساخته رویکرد منبع محور به منابع انسانی و تعهد صادرات و عملکرد صادراتی در شرکت‌های مورد مطالعه برای سنجش بررسی گردیدند.

## ۲- مبانی نظری

افزایش تولید کالاها، خدمات و به دنبال آن گسترش صادرات کمک شایانی به رشد تولید ناخالص ملی در هر جامعه خواهد کرد و منجر به افزایش درآمد ارزی نیز خواهد شد. از طرفی صدور کالا و خدمات مهم‌ترین منبع تأمین درآمد ارزی برای شرکت‌ها محسوب می‌شود که نبض اقتصاد زنده و فعال کشور را در دست دارند [۱]. شرکت‌ها همواره

تلاش‌های فراوانی را به دلیل تشویق اکثریت به اتفاق دولت‌ها و فشار رقابتی و علاقه‌مندی به رشد و توسعه جهت افزایش عملکرد صادرات انجام می‌دهند [۲]. از این‌رو موفقیت در صادرات محصولات و خدمات همواره دغدغه بسیاری از مدیران شرکت‌های بازرگانی و همچنین مورد توجه پژوهشگران در گذشته بوده است. بر این اساس محققان تلاش نموده‌اند در مطالعات خود به دسته‌بندی عوامل نقش‌آفرین در توسعه عملکرد در صادرات کالا و خدمات بپردازند که از آن جمله می‌توان به عوامل مدیریتی، سازمانی، محیطی و... اشاره کرد. درک مشترک از پژوهش‌های پیشین یادآور این نکته است که در تمامی این موارد توجه به منابع انسانی به عنوان مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار در بهبود عملکرد صادرات شرکت‌ها بیان شده است.

هنگامی که بازار پیوسته در حال تغییر است و رقابت در آن فزونی دارد اعتقاد بر این است که با اتخاذ رویکرد منبع‌محوری و با تمرکز بر داخل سازمان و تشخیص نقاط قوت آن به خصوص مجموعه بی‌بدیل منابع و توانمندی‌های نیروی انسانی، تصمیم‌گیرندگان می‌توانند گزینه‌های راهبردی مناسب‌تری را جهت تخصیص و توزیع منابع و توانمندی‌های خود انتخاب کنند [۳]. اهمیت منابع انسانی به اندازه‌ای است که می‌توان بیان داشت سازمانی که مجهز به افراد کافی و باصلاحیت است شرایط لازم برای موفقیت را داراست و منابع دیگر سازمان در کنار نیروی انسانی به عنوان یک عنصر مکمل قرار می‌گیرند [۴]. از دیدگاه منبع‌محوری آن جنبه‌های منابع انسانی که ارزشی تولید نمی‌کنند تنها می‌توانند منشاء نقطه ضعف سازمانی باشند و مدیران منابع انسانی باید از به‌کارگیری آنان صرف‌نظر کنند [۵].

درحقیقت بهره‌مندی از چنین رویکردی نسبت به منابع انسانی در سازمان منجر به تمرکز بر قابلیت‌های محوری آنان شده که این امر گامی بزرگ در جهت افزایش بازدهی و کارایی شغلی کارکنان خواهد شد، در نهایت موفقیت شرکت در ابعاد مختلف را به همراه خواهد داشت [۶]. تدوین استراتژی در هر سازمان و نهاد حکم چراغ راه موفقیت را دارد.

تدوین استراتژی مناسب نخستین گام در مدیریت استراتژیک است که بتواند اولویت‌ها و خواسته‌های ذی‌نفعان را در قالب برنامه زمانی منسجم تدوین نماید [۷، ص ۱۳۳]. فرآیند تدوین استراتژی متأثر از رویکردی است که مدیران و کارشناسان به استراتژی و مدیریت استراتژیک دارند [۸، ص ۱۲۱]. با توجه به پیشینه‌های پژوهشی صورت گرفته به نظر می‌رسد که تدوین و پیاده‌سازی استراتژی‌های مناسب در حوزه‌هایی از قبیل برنامه‌ریزی

نیروی انسانی، تأمین نیروی انسانی کارآمد، ارزیابی عملکرد مؤثر کارکنان، سیستم حقوق و پاداش و آموزش نیروی انسانی و غیره در سازمان‌ها می‌تواند نقش مهمی در بهره‌وری مؤثر و مطلوب نیروی انسانی داشته باشد. بررسی سایر پیشینه‌های موجود در حوزه عملکرد شرکت‌ها در صادرات کالا و خدمات این واقعیت را بازگو می‌کند که عوامل دیگری نیز در این مسأله تأثیرگذار خواهد بود که در این میان تعهد شرکت‌ها به صادرات از جایگاه قابل توجهی برخوردار خواهد بود. تعهد صادراتی شرکت بیانگر حدی از منابع سازمانی و مدیریتی است که شرکت به فعالیت‌های مرتبط با صادرات تخصیص می‌دهد [۹]. به نظر می‌آید که متعهد شدن مجموعه شرکت در به‌کارگیری توانمندی‌های درون‌سازمانی در اجرای فعالیت‌های مرتبط با صادرات کالا و خدمات نقش قابل ملاحظه‌ای در بهبود عملکرد شرکت‌ها به دنبال خواهد داشت [۳]. ناوارو<sup>۲</sup> و همکاران (۲۰۱۴) در پژوهش خود به نقش منابع انسانی در شکل‌گیری تعهد مورد نیاز برای موفقیت شرکت‌ها در صادرات کالا و خدمات اشاره کرده‌اند. داشتن دیدگاه منبع‌محوری به نیروی انسانی و توجه به آنان به عنوان منابع ارزشمند و کمیاب که غیرقابل تقلید است تعهد شرکت‌ها را در به‌کارگیری آنان در فعالیت‌های مرتبط با صادرات افزایش خواهد داد. این مهم می‌تواند در توسعه عملکرد صادرات کالا و خدمات تأثیرگذار باشد [۹]؛ بنابراین به نظر می‌رسد که داشتن دیدگاه منبع‌محوری به کارکنان در تعهد شرکت به صادرات و در نهایت عملکرد شرکت‌ها در صادرات کالا و خدمات تأثیر داشته باشد. در شرکت‌های بازرگانی که فلسفه وجودی آنان برگرفته از واردات و صادرات کالا و خدمات تولید شده در صنایع مختلف است، موفقیت در صادرات همواره از جایگاه قابل توجهی برخوردار است. فقدان توجه لازم به عوامل مؤثر در توسعه عملکرد صادرات در شرکت‌های یادشده چالش‌های فراوانی را برای آنان به دنبال خواهد داشت که در نهایت سبب کاهش سطح صادرات، سودآوری و به خطر افتادن جایگاه شرکت شده و در اقتصاد کشور نیز اثرات مخربی را در پی خواهد داشت. در پژوهش حاضر تلاش شده است تا به بررسی تأثیر دیدگاه منبع‌محوری به منابع انسانی در عملکرد صادراتی شرکت‌ها با در نظر گرفتن نقش میانجی‌گری تعهد به صادرات پرداخته شود. پرداختن به این مسأله خلاء تحقیقاتی موجود در امر صادرات که در شرکت‌های بازرگانی در ایران وجود دارد را پوشش خواهد داد. پژوهش با این پرسش آغاز می‌شود که آیا داشتن رویکرد منبع‌محوری به منابع انسانی

در عملکرد صادراتی شرکت‌های بازرگانی تأثیر خواهد داشت؟ و آیا تعهد صادرات در این رابطه نقش میانجی‌گری ایفا می‌نماید؟

### ۳- روش تحقیق و داده‌ها

پژوهش حاضر از حیث هدف کاربردی است. نتایج آن در اختیار مدیران سازمان مورد مطالعه در جهت بهره‌برداری مؤثر از نتایج حاصل شده قرار گرفته است و از نظر روش توصیفی از نوع همبستگی است؛ زیرا از یک طرف به توصیف وضعیت متغیرهای پژوهش در شرکت مورد مطالعه پرداخته و از سوی دیگر به بررسی رابطه بین متغیرهای پژوهش بیان شده در مدل مفهومی می‌پردازد. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه مدیران و سرپرست‌های بخش صادرات و کارکنان بخش‌های مربوطه است (تعداد ۷۰۰ نفر). ابزار گردآوری داده‌ها شامل پرسش‌نامه ۴۷ پرسشی محقق‌ساخته برای سنجش عملیاتی دیدگاه منبع محور از ۲۰ گویه پرسشی و برای سنجش تعهد صادرات از ۱۸ گویه پرسشی و برای سنجش عملکرد صادراتی از ۹ گویه پرسشی برگرفته از پرسش‌نامه محقق ساخته بهره گرفته شد در جدول ۱، گویه‌های پرسشی مربوط به هر متغیر و مؤلفه‌های آن مشخص شده است.

روایی پرسش‌نامه‌ها به دو روش روایی محتوایی با تأیید متخصصان و روش سازه با استفاده از تحلیل عامل تأییدی مورد سنجش واقع شد. به این منظور در مرحله اول پرسش‌نامه‌های تهیه شده برای سنجش متغیرهای پژوهش در اختیار تعدادی از استادان دانشگاه و مدیران شرکت‌های فعال در حوزه صادرات کشور ایران قرار داده شد و قابلیت سنجش هر یک از گویه‌های پرسشی از متغیر و مؤلفه مربوط به خود توسط خبرگان از لحاظ محتوایی تأیید گردید. در مرحله دوم به منظور سنجش روایی سازه‌ای هر یک از متغیرهای پژوهش از روش تحلیل عامل تأییدی بهره گرفته شد.

جدول ۱. جزییات پرسش‌های عملیاتی پرسش‌نامه‌ها

متغیر	مؤلفه‌ها یا ابعاد	شماره پرسش‌ها	تعداد پرسش‌ها
رویکرد منبع‌محور به کارکنان (۲۰ پرسش)	ارزشمندی منابع انسانی	پرسش ۱ تا ۵	۵
	کمیابی منابع انسانی	پرسش ۶ تا ۱۰	۵
	تقلیدپذیری منابع انسانی	پرسش ۱۱ تا ۱۴	۴
	حمایت و استفاده از منابع انسانی	پرسش ۱۵ تا ۲۰	۶
تعهد صادرات (۱۸ پرسش)	واحد مجزای صادراتی	پرسش ۲۱ تا ۲۳	۳
	ورود به بازارهای خارجی	پرسش ۲۴ تا ۲۸	۵
	بازدید از بازارهای صادراتی	پرسش ۲۹ تا ۳۱	۳
	استفاده از تحقیقات بازاریابی	پرسش ۳۲ تا ۳۵	۴
	برنامه‌ریزی و کنترل	پرسش ۳۶ تا ۳۸	۳
عملکرد صادرات (۹ پرسش)	اهداف استراتژیکی صادراتی	پرسش ۳۹ تا ۴۱	۳
	نسبت فروش صادراتی	پرسش ۴۲ تا ۴۳	۲
	فروش صادرات	پرسش ۴۴ تا ۴۵	۲
	رشد فروش صادرات	پرسش ۴۶ تا ۴۷	۲

در این راستا مدل اندازه‌گیری مربوط به هر متغیر در نرم‌افزار آموس طراحی شد و سطح برازش هر یک از مدل‌های اندازه‌گیری که بیانگر قابلیت سنجش متغیر توسط گویه‌های پرسشی مربوط به خود است، مورد آزمون واقع گردید. شاخص‌های کلی برازش الگوهای اندازه‌گیری (تحلیل عاملی تأییدی و روایی سازه) در جدول ۲ ارائه شده و بیانگر آن است که الگوهای اندازه‌گیری از برازش خوبی برخوردار است. به عبارت دیگر شاخص‌های کلی تأیید می‌کند که داده‌ها به خوبی از الگوها حمایت می‌کنند و الگوهای ارائه شده ابزار مناسبی برای سنجش متغیرهای پژوهش است و گویه‌های پرسشی به خوبی قابلیت سنجش مؤلفه‌ها و

متغیرهای پژوهش را دارند.

جدول ۲. شاخص‌های کلی برازش الگوهای اندازه‌گیری (تحلیل عامل تأییدی)

سازه/ شاخص	X2/df	P	RMSEA	CFI	CMIN	RMR	GFI
میزان قابل قبول	>۳	>۰/۰۵	>۰/۰۷	<۰/۹	---	>۰/۰۵	<۰/۹
دیدگاه منبع محور	۲/۲۶۴	۰/۰۰۰	۰/۰۴۸	۰/۹۲۷	۳۷۸/۰۲۳	۰/۰۲۷	۰/۹۳۶
تعهد صادرات	۲/۶۲۷	۰/۰۰۰	۰/۰۵۵	۰/۹۱۳	۳۴۱/۵۳۴	۰/۰۲۶	۰/۹۳۶
عملکرد صادرات	۲/۹۴۶	۰/۰۰۰	۰/۰۶۵	۰/۹۲۱	۲۰۶/۴۱	۰/۰۴۴	۰/۹۳۱

پایایی پرسش‌نامه‌ها به روش آلفای کرونباخ تعیین گردید. برای این منظور یک نمونه اولیه ۳۰ تایی از هر یک از پرسش‌نامه‌ها در بین مدیران و سرپرستان بخش‌های صادرات شرکت‌های مورد مطالعه توزیع شد. میزان پایایی برای هر یک از متغیرهای پژوهش بالای ۰/۷ شد که بیانگر پایایی قابل قبول ابزار گردآوری داده است. در جدول ۳ نتایج آزمون پایایی پرسش‌نامه به روش ضریب آلفای کرونباخ برای هر یک از مؤلفه‌های مربوط به هر متغیر مشخص شده است.

تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار اسپاس‌اس ۲۲ برای توصیف اطلاعات جمعیت‌شناسی نمونه مورد بررسی و نرم‌افزار آموس ۲۱ برای آزمون فرضیه‌های پژوهش به روش الگوسازی معادلات ساختاری انجام شد. به این منظور مدل ساختاری مربوط به هر یک از فرضیه‌های پژوهش در نرم‌افزار آموس ۲۱ طراحی گردید و بر مبنای ضریب همبستگی و معادلات رگرسیونی چند متغیره، روابط بین متغیرهای مورد آزمون سنجیده شد. در ادامه با توجه به یافته‌های پژوهشی مربوط به آزمون هر یک از فرضیه‌های پژوهش براساس مدل‌سازی معادلات ساختاری و خروجی آزمون شامل شاخص‌های برازش و ضرایب رگرسیونی مربوط به هر مدل ساختاری به تحلیل یافته‌های مربوط به آزمون نتایج فرضیه‌ها پرداخته شد.

جدول ۳. نتایج آزمون پایایی پرسشنامه‌ها به روش آلفای کرونباخ

حوزه آزمون	تعداد پرسش‌ها	ضریب آلفای کرونباخ
ارزشمندی منابع انسانی	۵	۰/۷۶۶
کمیابی منابع انسانی	۵	۰/۷۳۶
تقلیدپذیری منابع انسانی	۴	۰/۸۱۹
حمایت و استفاده از منابع انسانی	۶	۰/۷۷۹
واحد مجزای صادراتی	۳	۰/۸۲۷
ورود به بازارهای خارجی و انتخاب مشتری	۵	۰/۸۱۵
بازدیدهای منظم از بازارهای صادراتی	۳	۰/۷۹۹
استفاده از تحقیقات بازاریابی صادراتی	۴	۰/۷۸۹
برنامه‌ریزی و کنترل	۳	۰/۸۱۴
اهداف استراتژیکی صادراتی	۳	۰/۸۳۴
نسبت فروش صادراتی	۲	۰/۸۲۹
فروش صادرات	۲	۰/۸۴۴
رشد فروش صادرات	۲	۰/۸۱۱
پرسش‌نامه دیدگاه منبع محور	۲۰	۰/۸۹۹
پرسش‌نامه تعهد صادرات	۱۸	۰/۸۷۱
پرسش‌نامه عملکرد صادرات	۹	۰/۹۱۴
کل پرسش‌نامه	۴۷	۰/۹۰۵

۴- استخراج نتایج

۴-۱- یافته‌های جمعیت‌شناختی

در این پژوهش پرسش‌های جمعیت‌شناسی پرسش‌نامه مربوط به کارکنان شاغل در واحد صادراتی شرکت‌های فعال در حوزه صادرات شامل؛ جنسیت، سن، تحصیلات و نوع شغل بوده است. یافته‌های مربوط به آمار توصیفی پژوهش برای هر یک از پرسش‌های جمعیت‌شناسی در جدول ۴ آورده شده است.



جدول ۴. یافته‌های مربوط به آمار توصیفی پژوهش

پرسش‌ها	فراوانی	درصد
<b>جنسیت</b>		
مرد	۱۰۶	۴۵/۱۰
زن	۱۲۹	۵۴/۸۹
<b>سن</b>		
۲۰ تا ۳۰	۱۹	۸/۱
۳۱ تا ۴۰	۹۲	۳۹/۱
۴۱ تا ۵۰	۱۱۷	۴۹/۸
۵۱ و بالاتر	۷	۳/۰
<b>سابقه</b>		
تا ۵ سال	۱۹	۸/۱
۶ تا ۱۰ سال	۳۵	۱۴/۹
۱۱ تا ۱۵ سال	۲۶	۱۱/۱
۱۶ تا ۲۰ سال	۹۴	۴۰/۰
۲۱ به بالا	۶۱	۲۶/۰
<b>پست سازمانی</b>		
مدیر ارشد/ معاونی	۵	۲/۱
مدیر/ رئیس	۳۵	۱۴/۹
کارشناس ستادی	۶۸	۲۸/۹
کارشناس عملیاتی	۴۴	۱۸/۷
<b>سطح تحصیلات</b>		
کارشناسی	۱۴۹	۶۳/۴
کارشناسی ارشد	۸۳	۳۵/۳
دکتری	۳	۱/۳

نمونه آماری ۲۳۵ نفره پژوهش شامل حدود ۴۵/۱۰٪ کارکنان مرد (۱۰۶ نفر) و همچنین حدود ۵۴/۸۹٪ کارکنان خانم (۱۲۹ نفر) بوده‌اند. همچنین بیشتر کارکنان در رده سنی ۴۱ تا ۵۰ سال (۴۹/۸٪) قرار دارند و بیشتر کارکنان دارای سابقه ۱۶ تا ۲۰ سال (۴۰/۰٪) است. بیشتر کارکنان در سطح کارشناسی (۶۳/۴٪) قرار دارند. بیشترین تعداد شرکت‌کنندگان

کارکنان در شغل کارمند عادی (۳/۳۵٪) و کمترین آن‌ها مدیران ارشد (۱/۲٪) قرار دارند.

#### ۴-۲- آزمون نرمال بودن داده‌ها

نتایج آزمون کولموگوروف-اسمیرنوف جهت بررسی نرمال بودن توزیع داده‌ها در جدول ۵ آورده شده است.

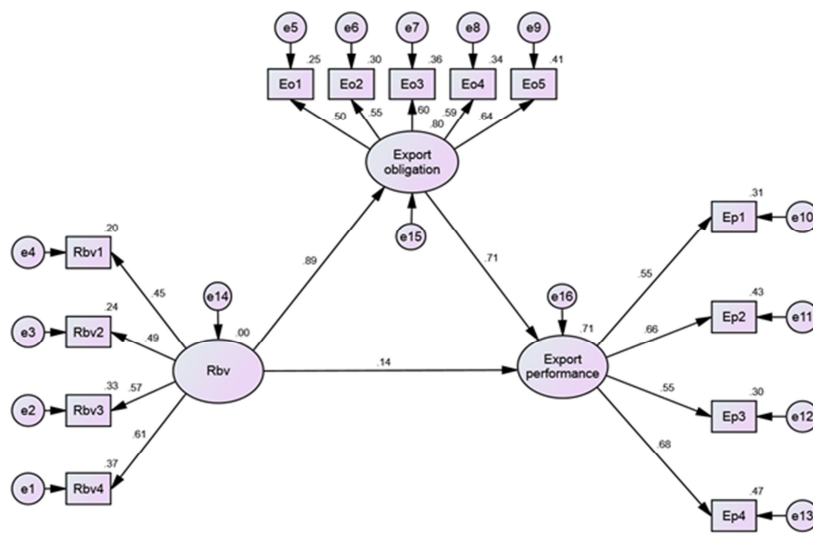
جدول ۵. نتایج آزمون کولموگوروف-اسمیرنوف

متغیر	تعداد داده‌ها	مقدار آماره Z	سطح معناداری (sig)	نتیجه آزمون
رویکرد منبع محوری	۲۳۵	۰/۸۶۷	۰/۱۷۹	نرمال
تعهد صادراتی	۲۳۵	۰/۶۵۴	۰/۱۹۴	نرمال
عملکرد صادراتی	۲۳۵	۱/۱۶۵	۰/۱۰۶	نرمال
کل پرسش‌نامه	۲۳۵	۰/۴۵۱	۰/۲۱۶	نرمال

بررسی نتایج آزمون نرمال بودن توزیع داده‌ها نشان می‌دهد که با توجه به این که سطح معناداری آزمون بالاتر از ۰/۰۵ و مقدار آمار آزمون کمتر از ۱/۹۶ است؛ بنابراین فرض صفر را رد نکرده و با اطمینان ۹۵٪ می‌توان اذعان داشت توزیع داده‌های متغیرهای پژوهش نرمال است. ادعای نرمال بودن توزیع داده‌ها پذیرفته شده است و می‌توان از آزمون‌های پارامتریک و از روش حداکثر درست‌نمایی در مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده کرد.

#### ۴-۳- آزمون فرضیه‌های پژوهش

جهت آزمون فرضیه‌های تحقیق از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شد. به این منظور پس از تدوین مدل ساختاری برای هر یک از فرضیه‌های پژوهش با استفاده از نرم‌افزار آموس ۲۱ مدل طراحی شده مورد آزمون قرار گرفت. مدل معادلات ساختاری مربوط به فرضیه اصلی پژوهش در شکل ۱ ارائه شده است.



شکل ۱. نمودار ضرایب حاصل از محاسبه معادلات ساختاری

براساس مدل مفهومی پژوهش به منظور سنجش شاخص‌های سنجش عملیاتی دیدگاه منبع محور به عنوان متغیر مستقل پژوهش در شرکت‌های مورد مطالعه از مدل راییت، مک ماهان و مک ویلیامز<sup>۳</sup> (۱۹۹۴) که در برگیرنده ابعاد، ارزشمندی، کمیابی، تقلیدپذیری ناقص و حمایت سازمان استخراج شد که در این راستا از ۲۰ گویه پرسشی برگرفته از پرسش‌نامه محقق ساخته بهره گرفته شد [۱۰]. همچنین برای سنجش تعهد صادرات به عنوان متغیر میانجی پژوهش در شرکت‌های یادشده از مدل ارائه شده توسط ناوارو و همکاران (۲۰۱۰) شامل پنج مؤلفه، واحد مجزای صادراتی، ورود به بازار خارجی و انتخاب مشتری، بازدیدهای منظم از بازارهای صادراتی، استفاده از تحقیقات بازاریابی صادراتی و برنامه‌ریزی و کنترل بهره استخراج شد که در این راستا از ۱۸ گویه پرسشی برگرفته از پرسش‌نامه محقق ساخته بهره گرفته شد [۳].

به منظور سنجش عملکرد صادرات به عنوان متغیر وابسته پژوهش در شرکت‌های تحت بررسی از مدل ارائه شده توسط گارسیا<sup>۴</sup> و همکاران (۲۰۱۴) شامل چهار مؤلفه اهداف

استراتژیک صادراتی، نسبت فروش صادراتی، فروش صادراتی و رشد فروش صادراتی استخراج شد که در این راستا از ۹ گویه پرسشی برگرفته از پرسشنامه محقق ساخته بهره گرفته شد [۹]. شاخص‌های برازش کلی حاصل از مدل معادلات ساختاری فرضیه‌های پژوهش در جدول ۶ آورده شده که همگی دارای برازش مناسب است. شاخص برازش جدول ۶ بیانگر آن است که مدل‌های ساختاری از برازش و اعتبار بالایی برای سنجش روابط بین متغیرها برخوردار بوده‌اند.

جدول ۶. شاخص‌های برازش مدل معادلات ساختاری

GFI	RMR	CMIN	CFI	RMSEA	p	X2/df	مدل ساختاری
<۰/۹	>۰/۰۵	---	<۰/۹	>۰/۰۷	>۰/۰۵	>۳	میزان قابل قبول
۰/۹۶۴	۰/۰۲۰	۱۳۶/۱۹	۰/۹۵۳	۰/۰۴۷	۰/۰۰۰	۲/۱۹۷	مدل ساختاری

در ادامه با توجه به این‌که مدل ساختاری هر یک از فرضیه‌های پژوهش مورد تأیید قرار گرفته است، به بررسی فرضیه‌ها با استفاده از ضرایب رگرسیونی، مقادیر بحرانی و سطح معناداری در جدول ۷ پرداخته می‌شود. نتایج فرضیه‌های پژوهش در جدول ۷ نشان می‌دهد در خصوص فرضیه فرعی ۱ در رابطه متغیرهای «رویکرد منبع‌محوری به کارکنان» و «عملکرد صادراتی» نشان می‌دهد با توجه به ضریب تأثیر مستقیم ۰/۱۴۲ در رابطه بین متغیرها و سطح معنی‌داری ۰/۵۱۷ که بیشتر از ۰/۰۵ بوده و همچنین مقدار بحرانی که به میزان ۰/۶۴۸ به دست آمده و کمتر از ۱/۹۶ است، فرض صفر در این رابطه تأیید شده و فرض یک با اطمینان ۹۵٪ رد می‌شود؛ بنابراین می‌توان بیان کرد رویکرد منبع‌محوری به کارکنان بر عملکرد صادراتی شرکت‌های تحت مطالعه تأثیر مستقیم معناداری ندارد.

در خصوص فرضیه فرعی ۲ در رابطه متغیرهای «رویکرد منبع‌محوری به کارکنان» و «تعهد صادراتی» نشان می‌دهد با توجه به ضریب تأثیر مستقیم ۰/۸۹۴ در رابطه بین متغیرها و سطح معنی‌داری ۰/۰۰۰ که کمتر از ۰/۰۵ بوده و همچنین مقدار بحرانی که به میزان ۸/۳۸۴ به دست آمده و بیشتر از ۱/۹۶ است؛ بنابراین فرض صفر در این رابطه رد شده و فرض یک با اطمینان ۹۵٪ پذیرفته می‌شود. می‌توان بیان کرد رویکرد منبع‌محوری به کارکنان بر تعهد صادراتی شرکت‌های تحت مطالعه تأثیر مستقیم معنادار و مثبتی دارد.

از سوی دیگر در خصوص فرضیه فرعی ۳ در رابطه متغیرهای «تعهد صادراتی» و «عملکرد صادراتی» نشان می‌دهد با توجه به ضریب تأثیر مستقیم ۰/۷۱۵ در رابطه بین متغیرها و سطح معنی داری ۰/۰۰۲ که کمتر از ۰/۰۵ بوده و همچنین مقدار بحرانی که به میزان ۳/۱۱۲ به دست آمده و بیش از ۱/۹۶ است. فرض صفر در این رابطه رد شده و فرض یک با اطمینان ۹۵٪ تأیید می‌شود. تعهد به صادرات بر عملکرد صادراتی در شرکت‌های تحت مطالعه تأثیر معنادار و مثبتی دارد.

نگاهی دقیق‌تر به یافته‌های به دست آمده در جدول ۷ نشان می‌دهد که اگرچه بین «رویکرد منبع‌محوری به کارکنان» و «عملکرد صادراتی» در شرکت‌های تحت مطالعه تأثیر مستقیم معناداری وجود نداشته است، اما یافته‌های کسب شده از جدول ۶ در خصوص فرضیه اصلی پژوهش در رابطه با نقش میانجی‌گری تعهد صادراتی در روابط بین متغیرهای «رویکرد منبع‌محوری به کارکنان» و «عملکرد صادراتی» نشان می‌دهد با توجه به ضریب تأثیر غیرمستقیم ۰/۶۳۹ در رابطه بین دو متغیر و سطح معنی داری ۰/۰۰۷ که کمتر از ۰/۰۵ بوده و همچنین مقدار بحرانی که به میزان ۲/۹۸۶ به دست آمده و بیش از ۱/۹۶ است. فرض صفر در این رابطه رد شده و فرض یک با اطمینان ۹۵٪ تأیید می‌شود. رویکرد منبع‌محوری به کارکنان بر عملکرد صادراتی از طریق نقش میانجی‌گر تعهد صادراتی تأثیر غیرمستقیم معنادار و مثبتی دارد.

جدول ۷. بررسی فرضیه‌های پژوهش

خطای استاندارد	مقدار بحرانی	سطح معناداری	ضریب رگرسیونی	فرضیه‌ها
۰/۲۱۲	۰/۶۴۸	-/۰۵۱۷	۰/۱۴۲	دیدگاه منبع‌محوری به کارکنان --- < عملکرد صادراتی (اثر مستقیم)
۰/۰۹۱	۸/۳۸۴	۰	۰/۸۹۴	دیدگاه منبع‌محوری کارکنان --- < تعهد صادراتی (اثر مستقیم)
۰/۲۵۹	۳/۱۱۲	۰/۰۰۲	۰/۷۱۵	تعهد صادراتی --- < عملکرد صادراتی (اثر مستقیم)
۰/۱۰۴	۲/۹۸۶	-/۰۰۷	۰/۶۳۹	دیدگاه منبع‌محوری --- < تعهد صادراتی --- < عملکرد صادرات (اثر غیرمستقیم)



## ۵- نتیجه‌گیری و پیشنهادات

بررسی یافته‌های تحقیق در خصوص فرضیه اصلی نشان می‌دهد که اگرچه بین «رویکرد منبع‌محوری به کارکنان» و «عملکرد صادراتی» در شرکت‌های تحت مطالعه تأثیر مستقیم معناداری وجود نداشته است، اما یافته‌های کسب شده از جدول ۷ در خصوص فرضیه اصلی پژوهش در رابطه با نقش میانجی‌گری تعهد صادراتی در روابط بین متغیرهای «رویکرد منبع‌محوری به کارکنان» و «عملکرد صادراتی» نشان می‌دهد با توجه به ضریب تأثیر غیرمستقیم ۰/۶۳۹ در رابطه بین دو متغیر و سطح معنی‌داری ۰/۰۰۷ که کمتر از ۰/۰۵ بوده و همچنین مقدار بحرانی که به میزان ۲/۹۸۶ به دست آمده و بیش از ۱/۹۶ است، فرض صفر در این رابطه رد شده و فرض یک با اطمینان ۹۵٪ تأیید می‌شود. رویکرد منبع‌محوری به کارکنان بر عملکرد صادراتی از طریق نقش میانجی‌گر تعهد صادراتی تأثیر غیرمستقیم معنادار و مثبتی دارد. یافته‌های این بخش با نتایج به دست آمده خادمی (۱۳۹۱) سازگاری دارد [۱۱]. به طور کلی نتایج این تحقیقات در حوزه بررسی تأثیر غیرمستقیم رویکرد منبع‌محوری به نیروی انسانی و عملکرد صادراتی کارکنان نشان می‌دهد که این متغیرها از طریق نقش میانجی‌گر تعهد و توسعه صادرات با هم رابطه داشته‌اند. براساس بررسی‌های صورت گرفته در تحقیقات گذشته و نتایج پژوهش حاضر به نظر می‌رسد که تحقق اهداف استراتژیکی صادراتی، دستیابی به نسبت فروش صادراتی، فروش صادرات و رشد فروش صادرات مورد نظر شرکت‌ها صرفاً از طریق داشتن کارکنانی ارزشمند، کم‌نظیر، با تخصص و ویژگی‌های منحصر به فرد که توسط سایر شرکت‌ها تقلیدناپذیرند و همین‌طور حمایت تمام‌قد از کارکنان حاصل نمی‌شود، بلکه برای دستیابی به عملکرد صادراتی مورد نظر باید با داشتن رویکردی منبع‌محور به نیروی انسانی در راستای شکل‌دهی واحد مجزای صادراتی، ورود به بازارهای خارجی و انتخاب مشتری، بازدیدهای منظم از بازارهای صادراتی، استفاده از تحقیقات بازاریابی صادراتی و برنامه‌ریزی و کنترل اقدام کرده تا از این طریق اهداف شرکت در حوزه صادرات کالا و خدمات حاصل شود. از این‌رو کارکنان با توانمندی‌های ارزش‌ساز، تقلیدناپذیر و کم‌نظیر که مورد حمایت مدیران سازمان است، در صورتی در ارتقاء سطح عملکرد صادراتی شرکت مؤثر واقع خواهند بود که شرکت تعهد لازم به صادرات کالا و محصولات خود را داشته و در این راستا اقدامات عملی لازم بیان شده را اجرا کرده باشد. به

عبارت دیگر هدف نهایی و غایی از تدوین و اجرای رویکرد منبع محور به منابع انسانی در شرکت‌های مورد مطالعه ارتقاء عملکرد صادراتی و در نهایت افزایش سود شرکت‌هاست، به شرط آن‌که مؤلفه‌های آن دقیق و منطقی شناسایی شده و سپس اجرا شوند. در واقع همان‌طوری که در تحقیقات کرمپور و دیگران (۱۳۹۱) نیز نشان داده شد در فرضیه اول رویکرد منبع‌محوری به کارکنان بر عملکرد صادراتی شرکت‌های تحت مطالعه تأثیر مستقیم معناداری ندارد، درک مشترک حاصل شده از این پژوهش‌ها بیانگر این نکته است که تکیه صرف بر نیروی انسانی با تخصص و ویژگی‌های منحصر به فرد و قابلیت‌ها و شایستگی‌های تقلیدناپذیر، بدون رویکرد آینده‌نگرانه و راهبردی سازمان‌ها و جهت‌گیری و هدف‌گذاری صحیح شرکت‌ها، چندان در توسعه عملکرد سازمانی در ابعاد مختلف بازاریابی، تولید، صادرات و ارائه خدمات تأثیر ندارد و زمانی این منابع انسانی اثربخش خواهد بود که از قابلیت‌های کم‌نظیر آنان در مسیر صحیح بهره گرفته شود [۵].

بررسی یافته‌های تحقیق در خصوص فرضیه سوم نشان می‌دهد که تعهد به صادرات بر عملکرد صادراتی در شرکت‌های تحت مطالعه تأثیر معنادار و مثبتی دارد. به طور کلی مجموعه نتایج کسب شده در این حوزه بر این نکته تأکید دارد که جدیت و تلاش شرکت‌ها در راستای شکل‌دهی واحدهای مجزای صادراتی، ورود به بازارهای خارجی و انتخاب مشتری، بازدیدهای منظم از بازارهای صادراتی، استفاده از تحقیقات بازاریابی صادراتی و برنامه‌ریزی و کنترل صحیح در رابطه با بازارهای صادراتی در سطح قابل توجهی بر تحقق اهداف استراتژیک صادرات، دستیابی به نسبت فروش صادراتی، فروش صادرات و رشد فروش صادرات مورد نظر شرکت‌ها تأثیرگذار خواهد بود. شرکت‌های مورد مطالعه به رویکرد منبع‌محوری به کارکنان مدنظر گرفته شده است، ولی قابلیت توجه بیشتر به آن وجود دارد.

تعهد به صادرات در شرکت‌های مورد بررسی تا حد قابل قبولی وجود دارد، ولی باید بیش از پیش به آن توجه شود، همچنین عملکرد صادراتی در شرکت‌های مورد بررسی تا حد متوسطی است، ولی باید بیش از پیش در راستای ارتقاء آن توجه گردد.

بررسی یافته‌های کسب شده در این بخش نشان می‌دهد که وضعیت تحقق اهداف استراتژیک صادرات دستیابی به نسبت فروش صادراتی، فروش صادرات و رشد فروش

صادرات در شرکت‌های تحت بررسی چندان بالا نیست؛ بنابراین پیشنهاد می‌شود به منظور افزایش عملکرد صادراتی در شرکت‌های مورد بررسی، نوع نگرش شرکت‌ها به نیروی انسانی از طریق آموزش به عنوان استراتژیک‌ترین منابع سازمانی توجه شود. تعهد و جدیتی که شرکت‌ها در امر صادرات کالا و خدمات خود دارند برگردد. ضرورت توجه به عواملی از قبیل داشتن رویکرد منبع‌محوری به کارکنان و تعهد صادرات که بر عملکرد صادراتی شرکتها تأثیرگذار است بیش از پیش نگاه شود.

#### ۶- پی‌نوشت‌ها

1. Amos
2. Navarro G.A., Arenas G.J., Rondán C.F.J.
3. Wright, P.M., McMahan, G., McWilliams, A.
4. Navarro G.A., Arenas G.J., Rondán C.F.J.

#### ۷- منابع و مأخذ

- [1] Boso N., Story V. M., Cadogan J. W., Micevski M., Kadic-Maglajlic, S. (2013). Firm innovativeness and export performance: Environmental, networking, and structural contingencies. *Journal of Marketing Research*, 21(4), 62–87.
- [2] Shabani H., Najafimajd S., Vajdi K. (1391) "Identify and measure the impact of barriers on the export performance of small and medium enterprises in Tehran" First National Conference on Entrepreneurship and Management of Knowledge Based Business, Mazandaran, Babolsar.
- [3] Navarro, A., Acedo, F. J., Robson, M. J., Ruzo, E., & Losada, F. (2010a). Antecedents and consequences of firms' export commitment: An empirical study. *Journal of International Marketing*, 18(3), 41–61.
- [4] Qureshi, S., & Mian, S. A. (2010). Antecedents and outcomes of entrepreneurial firms marketing capabilities: An empirical investigation of small technology based firms. *Journal of Strategic Innovation and Sustainability*, 6(4), 26–41.



- [5] Karampour A., Sharifi K., Safabakhsh S. (1391) "Designing a Model for Assessing the Effects of Resource-Based Approach on Export Performance Based on Cost Leadership Strategy in Non Metal Mineral Industry", *Journal of Business Management*, 12(4): 113-128.
- [6] Combe, I., Cadogan, J. W., Sundqvist, S., Puumalainen, K., & Salminen, R. T. (2012). Strategic flexibilities and export performance: The moderating roles of export market-oriented behavior and the export environment. *European Journal of Marketing*, 46(10), 1418–1452.
- [7] Khosravani F., Azar A., Khodadad Hosseini S.H. (1395) "Strategy Making Problem Structuring with JOURNEY Making and Drama Theory (Case Study: Green Gas Supply Chain)". *Modern Researches in Decision Making*. 1(1): 103-138.
- [8] Zargaran Khouzani Z., Ghazinoori S. S. (1395) "Framework for formulation of technology strategy on the basis of strategy map and key processes (Case Study: Khuzestan Steel Co)" *Management Researches in Iran*, 20(2): 119-176.
- [9] Navarro-García, A., Arenas-Gaitán, J., & Rondán-Cataluña, F. J. (2014). External environment and the moderating role of export market orientation. *Journal of Business Research*, 67(5)740-744 <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.11.037>.
- [10] Wright, P.M., McMahan, G., McWilliams, A. (1994), "Human Resource and Sustained Competitive Advantage, A Resource-Based Prospective ", *International Journal of Human Resource Management*, Vol 5. Issue 2: 301-326.
- [11] Khademi A.A. (1391) "Designing the Model of Export Function of the Firm: Investigating the Impact of Export Promotion Programs and Environmental Factors" Doctoral dissertation, Tarbiat Modares University - Faculty of Economic Affairs