

تحلیل، بررسی و آنالیز طرح تعدیلگری سرمایه گذاری زیربنایی و تاثیر آن بر عملکرد نوآورانه و فناورانه کارکنان با استفاده از مدل EFQM2020

سپیده مقیمی^{۱,*}

۱- دانشکده فنی و مهندسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مهدیشهر، مهدیشهر، سمنان، ایران s.moghim1986@gmail.com

این مقاله که با هدف بررسی رابطه ابعاد نوآوری کارکنان بر عملکرد کارکنان واحد صادرات با در نظر گرفتن نقش تعدیلگری سرمایه گذاری زیر ساختی انجام گرفته است. از نظر روش، توصیفی- پیمایشی از نوع همبستگی با ماهیت کاربردی و از لحاظ زمانی مقطعی می باشد. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه مدیران و کارشناسان (کارکنان) بازرگانی است که با استفاده از فرمول کوکران و تعداد ۱۲۷ نفر به روش در دسترس به عنوان نمونه آماری انتخاب شده است. ابزار اندازه گیری تحقیق، پرسشنامه ای استاندارد برای متغیرهای نوآوری کارکنان، عملکرد کارکنان و سرمایه گذاری زیرساختی براساس مدل EFQM2020 می باشد که برای اندازه گیری روایی پرسشنامه ها از روش صوری و محتوایی و برای تعیین پایایی آن آلفای کرونباخ محاسبه گردید که مقدار آن برابر ۰.۹۵۰ برآورد گردیده است. تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از نرم افزارهای Spss26 و Smart Pls4 انجام شد. برای بررسی نرمال بودن داده ها از آزمون کولموگروف اسمیرنوف و برای آزمون فرضیات از روش معادلات ساختاری استفاده شد. نتایج پژوهش نشان داد از بین فرضیات پژوهش سرمایه گذاری زیرساختی رابطه بین نوآوری و فناوری کارکنان و عملکرد کارکنان واحد صادرات را تقویت نمود. همچنین از بین ابعاد نوآوری کارکنان، تحقق ایده بر عملکرد کارکنان تاثیر معنی دار داشت ولی تولید و ارتقای ایده بر عملکرد کارکنان واحد صادرات تاثیرگذار نبود.

کلمات کلیدی: نوآوری کارکنان، عملکرد کارکنان، سرمایه گذاری زیرساختی، کولموگروف اسمیرنوف.

۱. مقدمه

در جهان امروز، پایانی برای فکرای جدید و نو نیست، اما باید به این نکته کلیدی توجه داشت که این فکرای خلاقانه و ایده های جدید، زمانی ارزشمند خواهند بود که بتوانند ارزش افزوده ای ایجاد نمایند. اینجا است که نوآوری پا به میدان می گذارد. در واقع، وقتی ایده های نو منجر به خلق ارزش شوند، تبدیل به نوآوری می شوند (رضایی و همکاران، ۱۳۹۶). ایده ها و فکرای نو، تا زمانی که به اجرا درنیایند، هیچ ارزشی به همراه نخواهند داشت. دنیا در حال گذار از عصر صنعتی به عصر دانش است و در این شرایط به شدت ناپایدار، برتری استراتژیک، در رهبری تغییرات است و نه در دنباله روی از تغییرات. نکته اینجاست که رهبری تغییرات در فضای کسب و کار نیز، از طریق نوآوری به وقوع می پیوندد (رجبی و همکاران، ۱۳۹۵). نوآوری یکی از واژه هایی است که امروزه به صورت مکرر در فضای کسب و کار، سازمان ها، دانشگاه ها و حتی محیط های اجتماعی مختلف شنیده می شود. مدیریت کارآمد فرایند نوآوری، در گرو درک صحیح و عمیق مفهوم نوآوری است. فرایند نوآوری کارکنان، شامل چند مرحله کلیدی است که هر یک از آن ها، با چالش های مخصوص به خود همراه است (شفایی و پناهیان، ۱۴۰۰). بدیهی است، موفقیت احتمالی در نوآوری کارکنان، مترادف با مدیریت بهینه می باشد. یکی از عوامل رشد نیروی انسانی، تشویق آنها برای نوآوری کارکنان و کارآفرینی است. بهترین مدیران، کسانی هستند که از خطر استقبال می کنند و کارمندان خود را مدام به فکر وامی دارند تا نوآوری داشته باشند و تجارت را افزایش

دهند(محمودی و همکاران، ۱۳۹۵). بیشتر محیط‌های صنفی مایلند عقاید خلاقانه را پیش از آنکه حتی فرصتی برای ارزیابی آنها داشته باشند، رد کنند. رفتار نوآورانه کارکنان در محیط کار، رفتار پیچیده‌ای است که شامل سه بعد تولید ایده، ارتقا ایده و تحقق ایده است(کریمی و همکاران، ۱۳۹۲). تولید و معرفی ایده، به ایده‌پردازی و ارائه ایده‌های نو می‌پردازد و نشان‌دهنده میزانی است که یک فرد ایده‌های جدید را تولید می‌کند. ارتقا ایده به تلاش افراد برای جلب پشتیبانی و تعهد دیگران در پیاده‌سازی ایده‌های جدید اشاره دارد(عزیزی و همکاران، ۱۴۰۰). تحقق ایده به تلاش‌های عملی تر برای تبدیل ایده‌های نو به راه کارهای عملی و پیاده‌سازی آنها در فعالیت کاری سازمانی اش اشاره دارد. تولید ایده می‌تواند مرتبط با محصولات جدید، خدمات یا فرآیندهای جدید و ورود به بازارهای جدید و بهبود در رویه های کاری جاری باشد و یا بطور کلی راه حل‌هایی برای مشکلات شناسایی شده می‌باشد(شفایی و پناهیان، ۱۴۰۰). بنظر می‌رسد کلید تولید ایده ترکیب و سازماندهی مجدد اطلاعات و مفاهیم موجود برای حل مشکلات و یا به منظور بهبود عملکرد باشد. تولیدکنندگان ایده های خوب به مسائل یا شکاف‌های عملکردی از زاویه متفاوتی نزدیک می‌شوند. ارتقا ایده به زمانی مربوط می‌شود که ایده‌ها تولید شده باشند. اغلب ایده ها نیاز دارند که ارتقا داده شوند، چرا که آنها اغلب با آنچه قبلاً در گروه کاری یا سازمان استفاده می‌شود هماهنگ نیستند(قره قانی نژاد و ثابت، ۱۳۹۹). در نهایت، نیاز است که ایده ها تحقق یابند. تلاش قابل توجه و ملاحظه و یک نگرش نتیجه محور نیاز است که ایده ها را به واقعیت تبدیل کند. تحقق ایده همچنین شامل تبدیل نوآوری به قسمتی از کار معمولی و روزمره می‌باشد و رفتارهایی شبیه توسعه محصولات جدید و رویه های کاری و تست و اصلاح آنها می‌باشد(قلی زاده، ۱۳۹۳).

صادرات از جمله مهم ترین فعالیت هایی است که به رشد و توسعه شرکت ها می انجامد. از این رو شناخت عوامل موثر بر رشد و رونق صادرات و بهبود عملکرد صادراتی ضروری است. در شرایط کنونی بازارهای جهانی با رقابت شدید، ارزیابی عملکرد شرکت به عنصری مهم در توسعه استراتژی های رقابتی تبدیل شده است(رفیعی و همکاران، ۱۳۹۶). صادرات یکی از مهم ترین گام های اولیه سازمان ها برای توسعه و سرمایه گذاری جهت ورود به بازارهای جهانی و گسترش فعالیت های بین المللی آن هاست. تاکید دولت ها و شرکت های بین المللی بر موضوع صادرات از جمله امور اثبات شده اقتصاد کنونی است و به تبع آن توانایی شرکت ها در ورود به بازارهای خارجی و توسعه زیرساخت های صادراتی، از جمله ویژگی های خاص هر اقتصاد موفق است(محمدیان و همکاران، ۱۳۹۲).

عملکرد کارکنان یعنی مجموعه اقداماتی است که برای بررسی جوانب مختلف منابع انسانی یک سازمان انجام می‌شود. هدف از ارتقای عملکرد کارمندان نیز دستیابی سریع تر و ساده تر به اهداف سازمانی است(الماسی و همکاران، ۱۳۹۰). به عبارت دیگر تعریف علمی سیستم ارزیابی عملکرد کارکنان عبارت است از: سیستمی که در آن عملکرد کارکنان در جوانب مختلف مانند انجام وظایف، میزان پتانسیل نیروها و انگیزه و توانایی آنها به صورت منظم مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. این سیستم برای رشد و بهبود عملکرد نیروها و در نتیجه ارتقای سازمان کار می‌کند. عملکرد کارکنان معیاری است، برای تعیین عملکرد موفق یا ناموفق کارکنان که شاخص‌ها و یا استانداردهای آن، مشخص و از قبل تعیین شده است(حسینی و همکاران، ۱۳۹۷). واحد صادرات سازمان ها با هدف بازاریابی و فروش محصولات در سایر کشورها فعالیت می‌نماید. این واحد در واقع حلقه ارتباطی فروش شرکت با محیط خارج از مرزهای ایران جهت عرضه و معرفی محصولات می‌باشد. عملکرد کارکنان واحد صادرات، وظیفه‌ای ضروری و انکارناپذیر در زمینه سنجش پیشرفت سازمان در مسیر نیل به اهداف و مأموریت‌های صادراتی سازمانی است. در این واحد کارکنان قادر هستند که در زمینه صادرات فعالیت داشته باشند(رضایی و حاج علی اکبری، ۱۳۹۶).

زیرساخت عبارت است از امکانات، سامانه‌ها و بناهایی که به یک شهر یا کشور خدمت‌رسانی می‌کنند، مانند راه‌ها، مدارس و زیرساخت‌های آموزشی. زیرساخت جهت اشاره به فناوری اطلاعات، کانال‌های غیررسمی و رسمی ارتباطات، ابزارهای گسترش نرم‌افزاری، شبکه‌های سیاسی و اجتماعی، یا اعتقادات مشترکی که اعضای گروه‌های خاص حفظ کرده‌اند؛

به کار رود (اکبریان و قائدی، ۱۳۹۰). زیرساخت، تشکیلات ساختاری را فراهم آورده و شرکت یا سازمان خادم را حمایت می‌کند. سرمایه گذاری زیرساختی به طور کلی با افزایش بهره وری عوامل تولید، گسترش محدوده بازار، تعادل عرضه و تقاضا، ایجاد اثرات جانبی، ایجاد شرایط رقابتی بهتر و همچنین افزایش سطح رفاه باعث افزایش تولید و رشد اقتصادی می‌شوند. با افزایش سرمایه گذاری در زیرساخت ها، به دلیل اینکه عوامل و منابع بیشتری جهت ساخت زیرساخت ها به کار گرفته می‌شوند، نرخ بهره و قیمت عوامل و منابع تولیدی افزایش می یابد و در نتیجه سرمایه گذاری خصوصی کاهش می یابد و این باعث کاهش رشد اقتصادی می‌گردد. سرمایه گذاری زیر ساختی از طریق افزایش در کارایی، صرفه جویی در زمان و کاهش در هزینه ها می‌توانند بر روی رشد اقتصادی تاثیر مثبت بگذارند (حسینی نیا و همکاران، ۱۳۹۸).

برای دستیابی به رشد و توسعه اقتصادی و جلوگیری از عدم توازن ها در عرضه و تقاضا، سرمایه‌گذاری زیرساختی از عوامل مهم و کلیدی محسوب می‌شود. تقریباً همه اقتصاددانان، بدون توجه به مکتب فکری خود، به انباشت و تشکیل سرمایه زیرساختی، به‌مثابه مهم‌ترین عامل تعیین‌کننده رشد و توسعه اقتصادی تأکید داشته‌اند (قربانی و همکاران، ۱۳۹۳). بر این اساس سرمایه‌گذاری به‌مثابه سیستم گردش خون در بدن انسان است. سرمایه گذاری زیرساختی تغییرات مدیریتی و سازمانی را ترغیب می‌کند. سرمایه گذاری زیرساختی به روند برنامه های توسعه ای کمک می‌کند و شبکه وسیعی برای افراد جامعه به وجود می‌آورد تا بتوانند به راحتی هزینه ها را کاهش دهند. از عواملی که باعث می‌شود زیرساخت های سرمایه گذاری روی رشد اقتصادی اثر کم یا حتی منفی داشته باشد، نحوه مدیریت زیرساخت ها است. به طوری که اگر سرمایه گذاری زیرساختی به صورت کارا استفاده نشود، شکل گیری سرمایه گذاری جدید می‌تواند فقط اثر اندکی بر رشد اقتصادی بگذارد. سرمایه گذاری زیرساختی می‌تواند به رشد پایدار کمک نماید و تحت تاثیر عوامل زیر می‌باشد (اکبریان و قائدی، ۱۳۹۰).

۲. روش‌شناسی پژوهش

کارکنان، به عنوان یک رفتار شخصی تعریف می‌شود که هدفش رسیدن به راه اندازی و تولید ایده‌ها، فرآیندها، محصولات یا رویه‌های جدید و مفید در یک نقش کاری، گروه یا سازمان می‌باشد. نوآوری کارکنان از خلاقیت کارمندان، تولید ایده های جدید و مفید مرتبط با محصولات، خدمات، فرآیندها و رویه ها، متفاوت است زیرا همچنین شامل ارتقا ایده ها و تحقق ایده ها نیز می‌باشد (خواجویی، ۱۳۹۷). نوآوری کارکنان در سازمان های مختلف می تواند نقش به سزایی در خدمات و تولیدات آن سازمان داشته باشد بدین صورت که ایده ها، محصولات و خدمات با شیوه متفاوت می تواند به رضایت بیشتر مراجعه کننده یا مصرف کننده منجر شود. همچنین در محیط کسب و کار های جدید که به دلیل تغییرات مداوم و مستمری که وجود دارد نوآوری در خدمات و محصولات اجتناب ناپذیر شده است که در این بین نقش نوآوری کارکنان در جهت دهی و حمایت از کارکنان سازمان اهمیت بسیار بالایی دارد. نوآوری کارکنان بی شک سهم چشمگیری در توفیق و تعالی سازمان ها دارد (تبیانیان و همکاران، ۱۳۹۹).

سازمان‌ها برای حفظ بقای خود و پیشرفت در دنیای رقابتی، به بهبود مستمر عملکرد کارکنان خود نیاز دارند. در سال‌های اخیر، سازمان‌ها توجه بیشتری به کارکنان خود داشته و جستجوی روش‌های بهسازی محیط کار و تشویق کارکنان را در دستور کار خود قرار داده‌اند. در این راستا نیز شرکت ها برای بقا و موفقیت در فعالیت های صادراتی به شناسایی عوامل موثر بر عملکرد کارکنان واحد صادراتی خود نیازمندند. عملکرد کارکنان واحد صادرات بر اساس اهداف ذیل شکل می‌گیرد: واکنش‌پذیری نسبت به تغییرات در بازارهای بین‌المللی، دستیابی به یک برنامه مالی صادراتی و تأمین سرمایه و بودجه، تبیین نقاط قوت و ضعف شرکت در زمینه صادرات، سنجش مستمر نتایج عملکرد. شرکت عظیم

پتروشیمی مسجدسلیمان در زمینی به مساحت ۴۰۰ هکتار و در منطقه زیلایی شهرستان مسجدسلیمان قرار دارد. شرکت جهت نیل به اهداف خود با تأکید بر یادگیری و بهبود مستمر، در راستای پایبندی به سرمایه‌های انسانی و عملکرد کارکنان خود، متعهدانه کوشش می‌نماید. عملکرد کارکنان واحد صادرات شرکت پتروشیمی مسجد سلیمان در راستای توسعه متوازن اقتصادی- اجتماعی در شرکت، رفتار مسئولانه در قبال محیط‌زیست و رویکرد برد- برد در ایجاد و حفظ روابط بلندمدت با شرکاء می‌باشد.

مدیریت عملکرد، فرآیند ارتباط و بازخورد مداوم بین مدیران و کارکنان آن‌ها به منظور حصول اطمینان از دستیابی به اهداف استراتژیک سازمان است. تعریف مدیریت عملکرد از زمان مطرح شدن این مفهوم، دچار تحول شده است. فرآیندی که در گذشته به صورت سالانه انجام می‌گرفت، اکنون به مدیریت مستمر عملکرد تکامل یافته است. هدف این فرآیند اطمینان از کارآمدی عملکرد کارکنان در طول سال و رسیدگی به مشکلاتی است که ممکن است در طی مسیر بر عملکرد فرد تأثیر بگذارند. کتی اندرس (نایب رئیس و مسئول تحقیقات نیروی کار) و متیو شنون (تحلیل‌گر ارشد تحقیقات) در جلسه‌ای اختصاصی با متخصصان فناوری در حوزه‌ی منابع انسانی گفتند: «بیشتر کارکنان، شیوه‌ی مدیریت عملکرد سازمان خود را گیج‌کننده، سلیقه‌ای و نامنظم می‌دانند». نوآوری امری ضروری است که به سه هدف صورت می‌گیرد افزایش کارایی کسب و کار، پایداری کسب و کار و ایجاد موتورهای رشد جدید کسب و کار انجام می‌شود. در نوآوری ارزشی به یک ایده خلاقانه داده می‌شود تا به مرحله اجرا و عمل برسد. ایده جدید اشاره به درک نیاز مشتری و یا روش جدید تولید دارد و از طریق جمع‌آوری اطلاعات با کارآفرینی اجرایی می‌شود. نمودار نوآوری نشان می‌دهد، که خلاقیت یکی از مراحل ایجاد محصول جدید است. در واقع تصور به ایده منجر میشود و آن ایده خلاقیت است و نوآوری موجب شکوفایی و انتشار محصول ایده خلاقانه می‌شود.

۳. پیشینه تحقیق

مولایی و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهشی با عنوان «تاثیر نوآوری سازمانی بر عملکرد صادراتی با نقش میانجی نوآوری فناورانه رادیکالی و گسترده» به بررسی تاثیر نوآوری سازمانی بر عملکرد صادراتی با در نظر گرفتن نقش میانجی گری نوآوری فناورانه رادیکالی و گسترده پرداختند. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش گردآوری داده‌ها، پیمایشی (میدانی) بود. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه بود. جامعه آماری این پژوهش شامل تمامی کارکنان و مدیران شرکت مواد غذایی صنایع شیر ایران واقع در شهر تهران بود و حجم نمونه این تحقیق ۲۱۳ نفر می‌باشد. به منظور تجزیه و تحلیل و آزمون فرضیه‌های تحقیق از مدل معادلات ساختاری به کمک نرم افزار LISREL و نرم افزار SPSS استفاده شده است. نتایج این پژوهش نشان داد که نوآوری سازمانی بر عملکرد صادراتی تاثیر دارد، همچنین نوآوری سازمانی بر نوآوری فناورانه (رادیکالی) و نوآوری فناورانه (گسترده) تاثیر دارد. در نهایت هر دو متغیر نوآوری فناورانه (رادیکالی) و نوآوری فناورانه (گسترده) بر عملکرد صادراتی تاثیر دارد.

سیف الهی و قاسمی (۱۴۰۱) در پژوهشی با عنوان «تاثیر پشتیبانی نهادی بر عملکرد صادراتی: تحلیل نقش تلاطم بازار و جهت گیری نوآوری» به بررسی تاثیر پشتیبانی نهادی بر عملکرد صادراتی با در نظر گرفتن متغیر تلاطم بازار و جهت گیری نوآوری پرداختند. این پژوهش با رویکرد کمی و با استفاده از تکنیک پیمایش انجام شد. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه بود. جامعه آماری شامل ۱۶۹ نفر از مدیران شرکت های کوچک و متوسط صادرکننده فعال استان مازندران بود که با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. نتایج این پژوهش نشان داد که تعدیلگری تلاطم بازار در ارتباط بین جهت گیری نوآوری و عملکرد صادراتی، باعث افزایش میزان تاثیر جهت گیری نوآوری بر عملکرد صادراتی شده

است. همچنین پشتیبانی بازاریابی بر عملکرد صادراتی با در نظر گرفتن متغیر واسطه ای جهت گیری نوآوری تأثیر دارد ولی تأثیر غیر مستقیم پشتیبانی مالی بر عملکرد صادراتی از طریق متغیر واسطه ای جهت گیری نوآوری معنادار نمی باشد.

بافروزاده و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی با عنوان «بررسی تأثیر استراتژی های نوآوری و تجربه بین المللی بر عملکرد صادرات شرکت های کوچک و متوسط مشهد» به بررسی تأثیر استراتژی های نوآوری و تجربه بین المللی بر عملکرد صادرات شرکت های کوچک و متوسط شهر مشهد پرداختند. این پژوهش با روش توصیفی- پیمایشی انجام شد. جامعه آماری این پژوهش شامل کارمندان شرکت های کوچک و متوسط شهر مشهد (صنایع غذایی) بود که تعداد آنها ۵۵۸ نفر می باشد. در این پژوهش نمونه ای به حجم ۲۲۸ نفر بر اساس جدول مورگان و با روش نمونه گیری تصادفی ساده، انتخاب شدند. نتایج این پژوهش نشان داد که بین عملکرد و رفتار نوآوری رابطه مثبت و معناداری وجود دارد؛ و متغیر رفتار نوآوری تقریباً ۳۱٪ درصد تغییرات ایجاد شده در عملکرد شرکتها را پیش بینی می کند. همچنین یافته ها نشان داد که بین عملکرد و تجربه بین المللی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

کشاوری (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان «تأثیر قابلیت های بازاریابی و قابلیت نوآوری بر عملکرد صادرات (مورد مطالعه شرکت: هلدینگ برتر)» به بررسی تأثیر قابلیت های بازاریابی و قابلیت نوآوری بر عملکرد صادرات شرکت هلدینگ برتر پرداختند. روش تحقیق این پژوهش بصورت پیمایشی - توصیفی بود و داده ها از طریق پرسشنامه استاندارد به دست آمد که پایایی آن بصورت صوری و محتوایی مورد تایید قرار گرفت. برای تعیین پایایی پرسشنامه از آلفای کرونباخ استفاده شد. نتایج این پژوهش نشان داد که قابلیت های بازاریابی و قابلیت نوآوری بر عملکرد صادرات شرکت تأثیر مثبت و معناداری می گذارد.

حسینی نیا و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان «فرصت های سرمایه گذاری زیرساختی به منظور توسعه ی کسب و کارهای کشاورزی بر مبنای رهیافت مشارکت عمومی- خصوصی» به بررسی شناسایی و اولویت بندی فرصت های سرمایه گذاری زیرساختی بر مبنای رهیافت مشارکت عمومی خصوصی، به منظور توسعه کسب و کارهای کشاورزی پرداختند. این پژوهش از نوع کیفی بود که با بکارگیری روش نمونه گیری هدفمند، ۱۶ نفر از خبرگان و کارآفرینان حوزه کشاورزی انتخاب شدند. پس از شناسایی زیرساخت های بخشها و زیربخش های مختلف کشاورزی، آنها بر پایه تکنیک تحلیل سلسله مراتبی با استفاده از نرم افزار Expert Choice 11 مورد اولویت بندی قرار گرفت. نتایج این پژوهش نشان داد که فرصت های سرمایه گذاری زیرساختی و اولویت های آنها در کسب و کارهای کشاورزی به دو دسته زیرساخت عمومی شامل حمل و نقل، گاز، شهرک های کشاورزی و گلخانه ای و زیرساخت تخصصی کشاورزی شامل خاک/زمین، آب و خدمات تقسیم بندی میشوند. آسیب شناسی و توجه به حمل و نقل روستایی، اطلاع رسانی و آشناسازی کشاورزان با طرح کاداستر و طرحهای به نژادی و اصلاح نژاد دام از پیشنهاد های این تحقیق بودند.

صفر زاده و قیوم زاده (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان «بررسی تأثیر نوآوری بر روی عملکرد صادرات در شرکت های تولید کننده مواد غذایی در تهران» به بررسی تأثیر نوآوری بر روی عملکرد صادرات در شرکت های تولید کننده مواد غذایی در تهران پرداختند. جامعه آماری این پژوهش شامل مدیران بازاریابی و اجرایی تولید کنندگان مواد غذایی در تهران بود. حجم نمونه این پژوهش با توجه به فرمول کوکران برای جامعه ی محدود، ۱۰۸ نفر بصورت تصادفی در نظر گرفته شد. به منظور گردآوری داده های مورد نیاز پرسشنامه ای طراحی گردید و پس از بررسی روایی و پایایی آن، بین افراد نمونه توزیع و جمع آوری گردید. نتایج این پژوهش نشان داد که نوآوری بر روی عملکرد صادرات در شرکت های تولید کننده مواد غذایی در تهران تأثیر دارد.

نورالله زاده و خاکسار (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان «بررسی ارتباط بین نوآوری و عملکرد استراتژیک صادرات» به بررسی ارتباط بین نوآوری و عملکرد استراتژیک صادرات شرکت های تولیدی مصالح ساختمانی شهر سمنان پرداختند. روش این پژوهش توصیفی همبستگی بود. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه مدیران عامل، مدیران تولید، مدیران

فروش و بازاریابی شرکت‌های مصالح ساختمانی شهرستان سنندج بود که با مراجعه و حضور محقق به شرکت شهرک‌های استان کردستان اطلاعات این شرکت‌ها به دست آمد. بر اساس اطلاعات حاصل شده از شرکت‌های معرفی شده جامعه آماری این پژوهش ۳۸ شرکت بود. نتایج این پژوهش نشان داد که بین نوآوری و عملکرد استراتژیک صادرات رابطه معناداری وجود داشت.

نامورفرد و رزمی (۱۳۹۴) در پژوهشی با عنوان «بررسی تاثیر مولفه‌های مدیریت دانش بر نوآوری و عملکرد کارکنان در برق منطقه ای آذربایجان» به بررسی ارزیابی تاثیر مولفه‌های مدیریت دانش (خلق دانش، ذخیره دانش، توزیع دانش و بکارگیری دانش) بر نوآوری و عملکرد سازمانی پرداختند. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه بود که روایی و پایایی آن مورد تایید قرار گرفت. جامعه آماری این پژوهش شامل ۱۸۰ نفر از کارشناسان و مدیران سازمان بود. نتایج این پژوهش نشان داد که بین مولفه‌های مدیریت دانش و نوآوری و عملکرد سازمان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

۴. روش پژوهش و مطالعه موردی

این پژوهش از نوع پژوهش‌های همبستگی است؛ زیرا به بررسی روابط بین متغیرهای مستقل و وابسته می‌پردازد. به بیان ساده، تحقیقات همبستگی در پی ترسیم نوع رابطه میان متغیرها هستند. در برخی از مطالعات و کتاب‌ها از این روش به عنوان زیرمجموعه‌ای از تحقیقات توصیفی یاد شده است. در مطالعات همبستگی، پژوهشگر هیچ یک از متغیرهای مستقل را دستکاری نمی‌کند.

این پژوهش را بر اساس هدف می‌توان یک پژوهش کاربردی دانست؛ زیرا نتایج حاصل از آن می‌تواند توسط گروه‌ها و اشخاص مختلفی مورد استفاده قرار می‌گیرد. هم‌چنین این پژوهش را می‌توان بر اساس روش گردآوری داده‌ها جزو پژوهش‌های توصیفی و از دسته پیمایشی دانست زیرا در حین گردآوری داده‌ها، نظرات و دیدگاه‌های افراد نمونه‌ی آماری مورد سنجش قرار می‌گیرد. تحقیق پیمایشی روشی است برای بدست آوردن اطلاعاتی در باره دیدگاه‌ها، باورها، نظرات، رفتارها، انگیزه‌ها یا مشخصات گروهی از اعضای یک جامعه. هم‌چنین پیمایش را می‌توان روشی علمی در تحقیقات اجتماعی قلمداد کرد که شامل، روش‌های منظم و استاندارد برای جمع‌آوری اطلاعات درباره افراد، خانواده‌ها یا مجموعه‌های بزرگتری از گروه‌های مختلف جامعه است. در حقیقت پیمایش را می‌توان هم به ابزار استفاده برای جمع‌آوری داده‌ها و هم به فرایندهای بکار گرفته شده هنگام بهره‌گیری از آن ابزار تلقی کرد. علاوه بر این، این پژوهش را می‌توان در زمره پژوهش‌های مقطعی دانست پژوهش مقطعی بر گردآوری داده‌ها درباره یک یا چند صفت در یک مقطع زمانی خاص دلالت دارد.

روش نمونه‌گیری مورد استفاده در این پژوهش، بصورت روش در دسترس از بین کلیه مدیران و کارشناسان بازرگانی (کارکنان) شرکت پتروشیمی مسجد سلیمان بوده است. برای سهولت در گردآوری اطلاعات، پرسشنامه از طریق سایت پرس لاین به صورت الکترونیک طراحی گردید و از طریق ایمیل و رسانه اجتماعی واتساپ و تلگرام برای کلیه مدیران و کارشناسان بازرگانی شرکت پتروشیمی مسجد سلیمان ارسال گردید و ۱۲۷ پرسشنامه دریافت و لینک مربوطه غیرفعال شد. متغیرهای اصلی این تحقیق، نوآوری کارکنان و عملکرد کارکنان و سرمایه‌گذاری زیرساختی است که متغیر نوآوری کارکنان متغیر مستقل و متغیر عملکرد کارکنان متغیر وابسته و سرمایه‌گذاری زیر ساختی و تعدیلگر می‌باشد که در جدول شماره ۱ نشان داده شده است.

جدول ۱- پارامترهای محاسبه شده در دو مقطع

عنوان متغیر	نقش متغیر	نوع متغیر
-------------	-----------	-----------

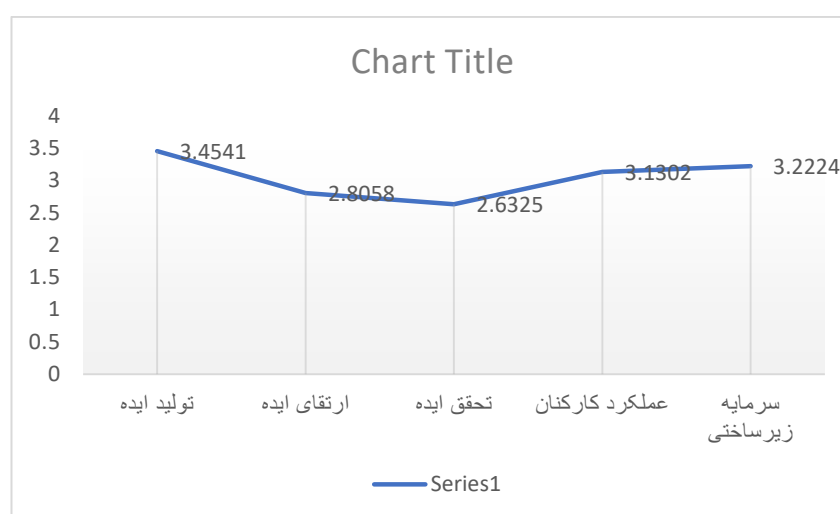
نواوری کارکنان	مستقل	کمی
عملکرد کارکنان	وابسته	کمی
سرمایه گذاری زیر ساختی	تعدیلگر	کمی

۵. نتیجه گیری و بحث

در این بخش، تحلیل توصیفی متغیرهای تحقیق ارائه می شود که به شرح جدول زیر است. در این جدول، متغیرهای تحقیق و آمار توصیفی مربوط به هر یک از متغیر مانند میانگین، واریانس و انحراف معیار آمده است. همانگونه که ملاحظه می شود تولید ایده دارای بیشترین میزان میانگین و تحقق ایده کمترین مقدار میانگین را دارا می باشد.

جدول ۲- آمار توصیفی متغیرهای مورد مطالعه.

متغیرهای مورد مطالعه	میانگین	انحراف معیار	واریانس
تولید ایده	۳.۴۵۴۱	۰.۷۸۷۵۵	۰.۶۲۰
ارتقای ایده	۲.۸۰۵۸	۱.۰۳۷۶۰	۱.۰۷۷
تحقق ایده	۲.۶۳۲۵	۰.۸۰۸۷۲	۰.۶۵۴
عملکرد کارکنان	۳.۱۳۰۲	۰.۷۴۸۲۸	۰.۵۶۰
سرمایه زیرساختی	۳.۲۲۲۴	۰.۷۰۲۵۲	۰.۴۹۴



شکل شماره ۱: نمودار خطی برای میانگین متغیرها.

بسیاری از آزمون های آماری بر مبنای نرمال بودن توزیع داده ها بنا شده اند و با این پیش فرض بکار می روند که توزیع داده ها در یک جامعه یا در سطح نمونه های انتخاب شده از جامعه مذکور از توزیع نرمال پیروی نماید. بنابراین تحلیل گر لازم است تا قبل از پرداختن به تحلیل های آماری بررسی متغیرها نوع توزیع آن متغیرها را مشخص نماید. از این رو می توان با آزمون کولموگروف - اسمیرنوف به این مهم دست یافت.

جدول ۳: آماره های آزمون کولموگروف اسمیرنوف.

متغیرهای مورد مطالعه	میانگین	انحراف معیار	آماره ks	مقدار p
تولید ایده	۳.۴۵۴۱	۰.۷۸۷۵۵	۰.۱۴۰	۰.۰۰۰
ارتقای ایده	۲.۸۰۵۸	۱.۰۳۷۶۰	۰.۱۲۵	۰.۰۰۰
تحقق ایده	۲.۶۳۲۵	۰.۸۰۸۷۲	۰.۱۲۵	۰.۰۰۰
عملکرد کارکنان	۳.۱۳۰۲	۰.۷۴۸۲۸	۰.۱۲۸	۰.۰۰۰
سرمایه زیرساختی	۳.۲۲۲۴	۰.۷۰۲۵۲	۰.۱۱۴	۰.۰۰۰

فرضیه صفر در آزمون کولموگروف- اسمیرنوف عبارت از پیروی داده ها از توزیع نرمال است و فرضیه مقابل آن عبارت است از عدم پیروی داده ها از توزیع نرمال. با توجه به نتایج تحلیل فوق و با توجه به مقدار P که در همه ی متغیرها کوچکتر از ۰/۰۵ است در نتیجه فرض صفر رد می شود یعنی داده ها از توزیع نرمال پیروی نمی کنند. بنابراین برای آمار استنباطی باید از روشهای ناپارامتریک و برای استفاده از روش های معادلات ساختاری باید از نرم افزار Smart PLS استفاده شود. از آنجائیکه معیار آلفای کرونباخ یک معیار سنتی برای تعیین پایایی سازه ها می باشد، روش PLS معیار مدرن تری نسبت به آلفا، به نام پایایی ترکیبی بکار می برد. این معیار توسط ورتس و همکاران (۱۹۷۴) معرفی شد و برتری آن نسبت به آلفای کرونباخ در این است که پایایی سازه ها نه بصورت مطلق، بلکه با توجه به همبستگی سازه هایشان با یکدیگر محاسبه می گردد. در نتیجه برای سنجش بهتر پایایی در روش PLS، هردوی این معیارها بکار برده می شوند. برخی محققین معیار ترکیبی ((CR را با Rho معرفی می کنند. (داوری، رضازاده، ۱۳۹۲: ۸۰). در صورتی که مقدار CR برای هر سازه بالای ۰.۷ (نونالی، ۱۹۷۸) شود نشان از پایداری درونی مناسب برای مدل های اندازه گیری دارد و مقدار کمتر از ۰.۶ عدم وجود پایایی را نشان می دهد (نونالی و برنستین، ۱۹۹۴).

CR

$$= \frac{\left[(\text{ضریب بارعاملی شاخص } 1)^2 + \dots + (\text{ضریب بارعاملی شاخص } n)^2 \right]}{\left[(\text{ضریب بارعاملی شاخص } 1)^2 + \dots + (\text{ضریب بارعاملی شاخص } n)^2 \right] + \left[1 - (\text{ضریب بارعاملی شاخص } 1)^2 + \dots + (1 - (\text{ضریب بارعاملی شاخص } n)^2) \right]}$$

(۱)

پس از محاسبه مقادیر CR مربوط به متغیرهای پژوهش، جدول مقادیر مربوط به پایایی ترکیبی، بصورت جدول شماره ۳ تکمیل می شود.

جدول ۴: مقادیر مربوط به پایایی شاخص.

پایایی ترکیبی	Rho_A	آلفای کرونباخ	
0.925	0.878	0.878	ارتقاء ایده
0.856	0.789	0.747	تحقق ایده
0.899	0.848	0.832	تولید ایده
0.922	0.909	0.903	سرمایه گذاری زیرساختی
0.937	0.931	0.926	عملکرد کارکنان
0.911	0.897	0.888	نوآوری کارکنان

با توجه اینکه سرمایه گذاری زیرساختی رابطه بین نوآوری کارکنان و عملکرد کارکنان را تعدیل می کند، پژوهشگر باید گزارش دهد که این میزان تعدیل به چه اندازه ای است. هنسler و فاسوت* (۲۰۱۰) با استفاده از فرمول اندازه تاثیر کوهن شدت اثر تعدیلی را اندازه گرفته اند: براساس نظریه کوهن (۱۹۸۸) مقادیر ۰.۰۲، ۰.۱۵ و ۰.۳۵ برای f_2 به ترتیب نشان از شدت تاثیر تعدیلی ضعیف، متوسط و قوی است.

جدول ۵: شدت اثر تعدیلگر با استفاده از مقادیر f_2 .

عملکرد کارکنان	تولید ایده	تحقق ایده	ارتقاء ایده	
۰.۷۴۶				سرمایه گذاری زیرساختی
۰.۱۲۰	۲.۵۸۶	۱.۶۳۱	۴.۹۱۴	نوآوری کارکنان
۰.۰۴۷				سرمایه گذاری زیرساختی x نوآوری کارکنان

همان گونه که مشاهده می شود مقدار f_2 برای متغیر تعدیلگر سرمایه گذاری زیرساختی x نوآوری کارکنان برابر ۰.۷۴۶ می باشد که نشاندهنده قوی بودن شدت اثر تعدیلگر است.

نتایج حاصله از پژوهش نشان می دهند از مجموع ۱۲۷ نفر نمونه از نظر جنسیت بیشترین فراوانی مربوط به مردان با ۵۹.۱ درصد و کمترین فراوانی مربوط به زنان با ۴۰.۹ درصد می باشد. نتایج آزمون من ویتنی نشان داد میانگین نظرات مردان و زنان تفاوت معناداری در متغیرهای تولید ایده، ارتقای ایده، تحقق ایده، عملکرد کارکنان و سرمایه زیرساختی

* - Hensler & Fasott

ندارند. اینگونه تبیین می شود که بیشتر کارکنان واحد صادراتی شرکت مرد می باشند که با توجه به صنعتی بودن محیط پتروشیمی چینی نتیجه ای قابل پیش بینی بود.

از نظر شرایط سنی ۴۵.۷ درصد یعنی بالاترین فراوانی مربوط به سنین ۳۰ تا ۴۰ سال است و ۶.۳ درصد یعنی کمترین فراوانی مربوط به سن بالای ۵۰ سال می باشند. نتایج آزمون کروسکال والیس نشان داد میانگین نظرات گروه های سنی مختلف تفاوت معناداری در متغیرهای تولید ایده، ارتقای ایده، تحقق ایده، عملکرد کارکنان و سرمایه زیرساختی ندارند. این گونه تبیین می شود که بیشتر کارکنان واحد صادراتی متولدین دهه ۶۰ می باشند که در سالهای آتی به سن بازنشستگی می رسد و اگر شرکت برنامه ریزی لازم را در این زمینه نداشته باشد ممکن است با مشکل مواجه شود. نتایج حاصله از پژوهش همچنین نشان می دهند از نظر سمت، بیشترین افراد نمونه یعنی ۴۴.۹ درصد دارای کارشناس و کمترین افراد ۶.۳ درصد مدیر هستند. نتایج آزمون کروسکال والیس نشان داد میانگین نظرات گروه های تحصیلی مختلف تفاوت معناداری در متغیرهای تولید ایده، ارتقای ایده، تحقق ایده، عملکرد کارکنان و سرمایه زیرساختی ندارند. در تبیین این نتایج اینگونه بیان می شود که مسلماً تعداد افرادی که در کارشناس مشغول به کار هستند بیشتر است و تنها چندین مدیر بر کار آنها نظارت دارند که نتایج دور از انتظار نیست. از نظر سوابق کاری بیشترین فراوانی مربوط به سابقه کار ۶ تا ۱۰ سال با ۳۷ درصد و کمترین فراوانی مربوط به سابقه کار بالای ۱۵ سال با ۱۲.۶ درصد می باشد. نتایج آزمون کروسکال والیس نشان داد میانگین نظرات گروه های با سابقه مختلف تفاوت معناداری در متغیرهای تولید ایده، ارتقای ایده، تحقق ایده، عملکرد کارکنان و سرمایه زیرساختی ندارند. تبیین نتایج این گونه است که بیشتر کارکنان پتروشیمی جوان و تازه کار هستند و درصد کمی از آنها سابقه بالای کاری دارند و نیروی جوان چرخهای شرکت پتروشیمی مسجد سلیمان را می چرخاند.

در تبیین نتایج این گونه بیان می شود که عملکرد مناسب و اثربخش کارکنان یکی از کلیدهای موفقیت سازمانهاست. عملکرد خوب به معنی بهره وری، کیفیت، سودآوری و مشتریمداری است. به همین دلیل است که سازمانهای موفق جهان تلاش زیادی می کنند تا عوامل مؤثر بر عملکرد و رفتار کارکنان را شناسایی و مدیریت کنند و به این توفیق دست پیدا نمایند که با فراهم کردن این عوامل، بر عملکرد کارکنانشان (هم از نظر میزان و هم از نظر کیفیت) بیفزایند. بدیهی است با چنین نگرشی، مدیریت عملکرد به عنوان ابزاری برای بهبود عملکرد و ارتقاء رفتار کارکنان، از اهمیت بسیاری در فرآیند نوآوری سازمانها برخوردار می گردد. امروزه عناوینی چون سازمان موفق، ماندگار، آرمانی، رهسپار تعالی و... از عبارت های رایج حوزه مطالعاتی سازمان و مدیریت اند. سازمان با عملکرد برتر، سازمانی است که در یک دوره زمانی بلند مدت از راه توانائی انطباق مناسب با تغییرات و واکنش سریع به این تغییرات، ایجاد ساختار مدیریت منسجم و هدفمند، بهبود مستمر قابلیت های کلیدی و رفتار مناسب با کارکنان به عنوان اصلی ترین دارایی، به نتایجی بهتر از سازمانهای همتراز، برای تعالی شدن و رسیدن به سازمانی با عملکرد بالا، نیازمند طرح ریزی و عملیاتی کردن برنامه هایی ساختار دست می یابد.

۶. نتیجه گیری

در این قسمت ابتدا باید گفت که اگرچه این تحقیق با توجه به فرایندهای عملکرد سازمانی و نوآوری تا حدودی محدود است، اما به ویژه در فرآیندهای نوآوری و ارزیابی ویژگی های مهم رقابتی فاقد شاخص استاندارد است. تحقیقات آینده باید بر عواملی تأثیرگذار باشد که بر نوآوری و فرآیندهای حیاتی ارزیابی ویژگی های رقابتی تأثیر می گذارند و اینکه مدیران و رهبران چگونه می توانند این روند را به بهترین شکل تسهیل کنند. یک نکته مهم و اساسی این است که عملکرد کارکنان و نوآوری را بتوان از طریق داده های گزارش شده خود از مدیران تجزیه و تحلیل نمود، هرچند ممکن است منوط به واریانس روش متداول باشد. اگرچه در این مطالعه برای جلوگیری از تأثیرات آن از روش های آماری معادلات ساختاری

استفاده شده است ولی هنوز ممکن است واریانس روش معمول وجود داشته باشد و به عنوان محدودیت بالقوه این مطالعه ذکر شده است.

۷. مراجع

۱. اعرابی، سیدمحمد، مورعی، محمدهادی، (۱۳۹۶)، توسعه مدل یکپارچه تدوین استراتژی منابع انسانی (مطالعه موردی: شرکت مپنا)، مقاله ارائه شده در اولین کنفرانس توسعه منابع انسانی.
۲. اکبریان، رضا، قاضی، علی. (۱۳۹۰). سرمایه گذاری در زیرساخت های اقتصادی و بررسی تاثیر آن بر رشد اقتصادی، فصلنامه علمی پژوهشی، پژوهش های رشد و توسعه اقتصادی، سال اول، شماره: سوم.
۳. بادینار، فرامرز، (۱۴۰۱)، بررسی رابطه مدیریت مشارکتی با عملکرد شغلی کارکنان شهرداری منطقه ۱۷ شهر تهران، ششمین کنفرانس بین المللی مطالعات اجتماعی، حقوق و فرهنگ عامه، تهران.
۴. باقرزاده، محمدامین، باباجانی محمدی، سعیده، شهرباف، احمد. (۱۴۰۰). بررسی تاثیر استراتژی های نوآوری و تجربه بین المللی بر عملکرد صادرات شرکت های کوچک و متوسط مشهد، سومین همایش ملی مدیریت دانش و کسب و کارهای الکترونیکی با رویکرد اقتصاد مقاومتی، مشهد.
۵. بالازاده، (۱۳۹۶). بررسی و تحلیل کارآمدی تواناسازی حمایتی از صادرات شرکت های کوچک و متوسط، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده ادبیات و علوم انسانی.
۶. برومند، مجتبی، رنجیری، مریم، (۱۳۹۵)، اقدامات راهبردی مدیریت منابع انسانی و عملکرد نوآوری با تاکید بر نقش مدیریت دانش، توسعه انسانی پلیس، دوره ۳، شماره ۹، صص ۱۰۲-۵۲.
۷. پاک نیت، م، انصاری، ر و شاهین، آ، (۱۳۹۵). تحلیل تأثیر توانمندی های نوآوری فناورانه بر تجاری سازی فناوری و عملکرد شرکت های دانش بنیان استان اصفهان، نشریه مدیریت نوآوری، شماره ۳، صص. ۵۹-۸۴.
۸. پاک نیت، م، انصاری، ر و شاهین، آ، (۱۳۹۵). تحلیل تأثیر توانمندی های نوآوری فناورانه بر تجاری سازی فناوری و عملکرد شرکت های دانش بنیان استان اصفهان، نشریه مدیریت نوآوری، شماره ۳، صص. ۵۹-۸۴.
۹. تیبانیان، حسن، جلالی، تکتیم، امیرحسینی، اعظم. (۱۳۹۹). تاثیر خلاقیت نیروی انسانی سازمان ها بر ظرفیت نوآوری کارکنان، ششمین کنفرانس بین المللی پژوهشهای نوین حسابداری، مدیریت و علوم انسانی در هزاره سوم، تهران.
۱۰. حسین زاده شهری، م و شاهینی، ص، (۱۳۹۷). تأثیر قابلیت پویا و قابلیت نوآوری بر مزیت رقابتی، نشریه کاوش های مدیریت بازرگانی، شماره ۱۹، صص. ۱۲۳-۱۴۱.
۱۱. حسینی نیا، غلام حسین و مقدس فریمانی، شهرام و صفدری، هدا، (۱۳۹۸)، فرصت های سرمایه گذاری زیرساختی به منظور توسعه ی کسب و کارهای کشاورزی بر مبنای رهیافت مشارکت عمومی - خصوصی، دوره ۳، صص ۵-۲۳.
۱۲. حسینی نیا، غلام حسین، مقدس فریمانی، شهرام، صفدری، هدا. (۱۳۹۸). فرصت های سرمایه گذاری زیرساختی به منظور توسعه ی کسب و کارهای کشاورزی بر مبنای رهیافت مشارکت عمومی - خصوصی، دوفصلنامه راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی، دوره: ۶، شماره: ۱۲.

۱۳. حسینی نیا، غلام حسین، مقدس فریمانی، شهرام، صفدری، هدا. (۱۳۹۸). فرصت های سرمایه گذاری زیرساختی به منظور توسعه ی کسب و کارهای کشاورزی بر مبنای رهیافت مشارکت عمومی - خصوصی، دوفصلنامه راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی، دوره: ۶، شماره: ۱۲.
۱۴. حسینی، سید یعقوب، آرمان، مانی، محمدی زاده، زهرا. (۱۳۹۷). شایستگی و ارتباط آن با عملکرد کارکنان، مطالعات مدیریت بهبود و تحول، دوره: ۲۷، شماره: ۸۸، صص: ۲۵-۵۰.
۱۵. خواجهی نسب کرانی، محمدرضا. (۱۳۹۷). بررسی اهمیت نقش مدیران کارآفرین در ایجاد خلاقیت و نوآوری در کارکنان سازمان ها، چهارمین کنفرانس بین المللی مدیریت، کارآفرینی و توسعه اقتصادی، تاجکستان.
۱۶. خورابه، کاوه و حیدری، احمد علی، (۱۳۹۹)، گذر به ایده آلیسم عینی و تحقق شناخت و آگاهی در بستر پدیدارشناسی هگل، شماره ۴، صص: ۵۳-۶۸.
۱۷. رجبی، مریم، حسینی، محمد، مهاجران، بهناز. (۱۳۹۵). بررسی نقش فعالیت های توسعه منابع انسانی بر نوآوری کارکنان با آزمون نقش میانجی مدیریت دانش و یادگیری سازمانی، ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، دوره: ۶، شماره: ۳، صص: ۱۵۱-۱۷۸.
۱۸. رضایی، منوچهر، حاج علی اکبری، فیروزه. (۱۳۹۶). بررسی عوامل موثر در اثربخشی استراتژی بخش بندی بازار صادراتی و میزان اثر آن بر عملکرد صادراتی (شرکت های صادراتی استان کرمانشاه)، سومین کنفرانس بین المللی مدیریت، حسابداری و اقتصاد دانش بنیان با تاکید بر اقتصاد مقاومتی، تهران.
۱۹. رضایی، نادر، پیوسته، اکبر، فرضعلی زاده، اکبر. (۱۳۹۶). بررسی نقش مدیریت دانش در ارتقاء خلاقیت و نوآوری کارکنان در سازمانهای نظامی (مطالعه موردی در یگان های نظامی نزاجا مستقر در شهر مراغه)، ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، دوره: ۷، شماره: ۱، صص: ۱۷-۴۸.
۲۰. رفیعی، محمود، فخرایی، ابراهیم، حسینی، لیلا. (۱۳۹۶). صادرات و عملکرد صادراتی: مروری بر مفاهیم، مدل ها و موانع پیش روی شرکت های صادراتی، دومین کنفرانس بین المللی مدیریت و حسابداری، تهران.
۲۱. سیف اللهی انار، ناصر، قاسمی همدانی، ایمان. (۱۴۰۱). تاثیر پشتیبانی نهادی بر عملکرد صادراتی: تحلیل نقش تلاطم بازار و جهت گیری نوآوری، فصلنامه مدیریت کسب و کارهای بین المللی، دوره: ۵، شماره: ۱.
۲۲. شفایی، محسن، پناهیان، مریم. (۱۴۰۰). نقش مدیریت در نوآوری کارکنان، چهارمین همایش بین المللی دانش و فناوری هزاره سوم اقتصاد، مدیریت و حسابداری ایران، تهران.
۲۳. صادقی، زینب، محتشمی، رضا. (۱۳۹۴)، ارتباط عملیات استراتژیک منابع انسانی و نوآوری سازمانی در یکی از مراکز نظامی، طب نظامی، دوره ۱۳، شماره ۲، صص ۹۷-۱۰۲.
۲۴. صفرزاده، حسین، قیوم زاده، سارا. (۱۳۹۵). بررسی تاثیر نوآوری بر روی عملکرد صادرات در شرکت های تولید کننده مواد غذایی در تهران، اولین کنفرانس بین المللی مدیریت، حسابداری، علوم تربیتی و اقتصاد مقاومتی، اقدام و عمل، ساری.
۲۵. عزیزی، آرمان، سلیمانی، میلاد، نظری، زهره. (۱۴۰۰). بررسی رابطه بین مدیریت استعداد و ابعاد آن بر نوآوری کارکنان، چهارمین کنفرانس بین المللی سالانه تحولات نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری، تهران.
۲۶. عموها، الهام، یزدانی، ناصر. (۱۴۰۰). تاثیر قابلیت های بازاریابی بر عملکرد شرکت های صادراتی از طریق راهبرد رقابتی و مزیت موقعیتی با نقش تعدیل گر نوآوری دوجانبه، فصلنامه مطالعات مدیریت راهبردی، دوره: ۱۲، شماره: ۴۵.