

تأثیر گرایش به کارآفرینی بر افزایش صادرات از طریق نوآوری در عملکرد و قابلیت یادگیری سازمانی(مورد مطالعه: شرکت های صادراتی در استان گیلان)

فاطمه یوسفی *، 173،

1396-6-11

صادرات به عنوان معمول ترین راه پیش روی بنگاه ها، خصوصاً بنگاه های کوچک و متوسط، برای ورود به بازارهای خارجی شناخته شده است. یکی از مهمترین دلایل این امر این است که صادرات، در قیاس با سایر روش های بین المللی شدن، به منابع کمتری نیاز دارد، در این پژوهش از مدل مسا و آلگری(2014) استفاده شده است. براین اساس، مهم ترین مؤلفه های تاثیرگذار بر شدت صادرات، عملکرد نوآورانه و یادگیری سازمانی می باشند. روش تحقیق از نظر نوع، توصیفی - همبستگی است. جامعه آماری پژوهش شرکت های صادر کننده استان گیلان می باشند. روش نمونه گیری غیراحتمالی در دسترس است. سطح تحلیل سازمانی است طبق جدول مورگان حجم نمونه 63 شرکت می باشد، ابزار جمع آوری داده ها در تحقیق حاضر پرسشنامه ای با طیف 5 گزینه ای است. روائی و پایایی پرسشنامه تأیید شد. جهت تحلیل داده ها و آزمون فرضیه ها از آزمون آماری مدلسازی معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار های اس پی اس و پی ال اس استفاده شده است. نتایج حاصل از آزمون فرضیه های تحقیق نشان می دهد که : گرایش به کارآفرینی از طریق نوآوری بر عملکرد و قابلیت یادگیری سازمانی بر افزایش صادرات تاثیر دارد و بیشترین شدت اثر مربوط به مسیر گرایش به کارآفرینی از طریق نوآوری عملکرد بر افزایش صادرات است.

کلمات کلیدی : کلمات کلیدی: گرایش به کارآفرینی، نوآوری بر عملکرد، قابلیت یادگیری سازمانی، افزایش صادرات.