

اثر گرایش به کارآفرینی بر صادرات بنگاه‌های کوچک و متوسط استان گیلان با نقش میانجی نوآوری ، یادگیری سازمانی و عدم اطمینان بازار

اباذر رجب نژاد*، رحمت علی صابری حقایق،

1395-11-30

شدت صادرات نشان دهنده سهم صادرات در کل فروش برای یک شرکت خاص است. این متغیر یک شاخصی است که به طور گسترده‌ای در مطالعات بازاریابی بین الملل مورد استفاده قرار گرفته است. هدف اصلی تحقیق حاضر، تبیین تاثیر گرایش به کارآفرینی بر شدت صادرات بنگاه‌های کوچک و متوسط استان گیلان و نیز بررسی نقش تعدیلگری نوآوری سازمانی، یادگیری سازمانی و عدم اطمینان بازار است. از اینرو 193 بنگاه به عنوان نمونه آماری و به روش غیر احتمالی در دسترس انتخاب شد. فرضیه های تحقیق با تکنیک معادلات ساختاری مورد آزمون قرار گرفت. نتایج حاصل نشان داد که گرایش به کارآفرینی با لحاظ نقش نوآوری بیشترین تاثیر را بر گرایش به کارآفرینی داشته است. در حالیکه کمترین تاثیر مربوط به تاثیر مستقیم یادگیری سازمانی بر شدت صادراتی است. هم چنین مشخص گردید که عدم اطمینان بازار تاثیر منفی و معنی داری بر شدت صادراتی دارد.

کلمات کلیدی : گرایش به کارآفرینی، نوآوری سازمانی، یادگیری سازمانی، شدت صادراتی، عدم اطمینان بازار.

[Islamic Azad University, Rasht Branch - Thesis Database](#)

[دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت - سامانه بانک اطلاعات پایان نامه ها](#)