

عنوان مقاله:

تاثیر استراتژی های نوآوری (محصول، فرایند، مشارکت، بازاریابی و شرکای خارجی)، بر توسعه صادرات شرکت های کوچک و متوسط صادراتی زنجان

محل انتشار:

دومین همایش ملی مدیریت نوین و کسب و کارهای نوپا (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 22

نویسندگان:

امیر نجفی - گروه مهندسی صنایع، واحد زنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، زنجان، ایران

پیمان رازقی - گروه مدیریت بازرگانی بین الملل واحد زنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، زنجان، ایران

مهران آخوندی - گروه مدیریت بازرگانی بین الملل، واحد زنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، زنجان، ایران

خلاصه مقاله:

هدف از این پژوهش بررسی تاثیر استراتژی های نوآوری (محصول، فرایند، مشارکت، بازاریابی و شرکای خارجی)، بر توسعه صادرات شرکت های کوچک و متوسط صادراتی زنجان می باشد. این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی و از لحاظ روش توصیفی-تحلیلی، پیمایشی با رویکرد علی است. جامعه آماری پژوهش حاضر کلیه کارمندان و مدیران شرکت های کوچک و متوسط صادراتی در استان زنجان، می باشد و نمونه آماری ۱۵۰ نفر است که با استفاده از فرمول کوکران و به روش تصادفی ساده به شیوه نسبی انتخاب شده است. ابزار گردآوری داده های اولیه پرسشنامه استاندارد ایده ها و همکاران (۲۰۲۰)، می باشد و روایی به شکل صوری و روش تحلیل عاملی با شاخص KMO؛ (۰/۸۷۹) و همچنین پایایی آنها با گزارش ضریب آلفای کرونباخ کل (۰/۹۲۰) مورد تایید قرار گرفت. در تحلیل داده ها از روش های آمار توصیفی و استنباطی استفاده شد که فرضیه های پژوهش به کمک روش های آمار توصیفی و استنباطی، مثل ضریب همبستگی پیرسون و تحلیل رگرسیون خطی تک متغیره و چند متغیره با استفاده از نرم افزار spss نسخه ۲۱ مورد آزمون قرار گرفته اند. نتایج به دست آمده حاکی از آنست که استراتژی های نوآوری شامل: محصول، فرایند، مشارکت، بازاریابی و شرکای خارجی، بر توسعه صادرات شرکت های کوچک و متوسط تاثیر معناداری دارد.

کلمات کلیدی:

استراتژی های نوآوری، توسعه صادرات، شرکت های کوچک و متوسط

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1246229>

