

## عنوان مقاله:

بررسی نقش ابعاد استراتژی های نوآوری در توسعه صادرات شرکتهای کوچک و متوسط استان زنجان

## محل انتشار:

نهمین کنفرانس بین المللی چشم اندازهای نوین در مدیریت، حسابداری و کارآفرینی (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 19

## نویسندگان:

فیروزه حاجی علی اکبری - گروه مدیریت بازرگانی، واحد زنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، زنجان، ایران

سالار مهریاری - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی (بین الملل) واحد زنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، زنجان، ایران

## خلاصه مقاله:

امروزه، رقابت موجود در شرایط کنونی بازار صادرات، سازمان ها را ناگزیر به اتخاذ استراتژی های جهت رویارویی با این رقابت کردهاست تا بتوانند به عملکرد صادراتی بالاتر دست یابند. اما دستیابی به عملکرد بالاتر هدفی است که برخی سازمانها آن را درگرو توجهیه استراتژی های نوآوری برمی شمارند. دلیل اصلی رکود شرکتهای و اینکه عملکرد بسیاری پایینی دارند عدم استفاده از استراتژی های نوآوری است. بدین ترتیب شرکتهایی که از یک فضای تجاری ضعیف برخوردار هستند از طریق بکارگیری استراتژی های نوآوری شامل، تکنولوژیکی، بازاریابی، شرکای خارجی و سرمایه گذاری مشترک، تمایل به ورود به بازارهای خارجی دارند تا امکان افزایش فرصتهای یادگیری و تامین منابع فناوری را فراهم کنند بر این اساس، انتظار می رود شرکتهای کوچک و متوسط نوآور رشد سریعتر و کارایی بیشتری نسبت به افراد غیر مبتکر در بازارهای صادراتی داشته باشند. هدف اصلی این پژوهش بررسی تاثیر استراتژی های نوآوری (تکنولوژیکی، بازاریابی، شرکای خارجی و سرمایه گذاری مشترک)، بر توسعه صادرات شرکتهای کوچک و متوسط صادراتی استان زنجان می باشد. این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی و از لحاظ روش توصیفی-تحلیلی، پیمایشی با رویکرد همبستگی است. ابزار گردآوری پرسشنامه استاندارد و محقق ساخته می باشد، جامعه آماری پژوهش کلیه کارمندان و مدیران شرکت های کوچک و متوسط صادراتی در استان زنجان، می باشد که با استفاده از فرمول کوکران ۱۷۵ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. در تحلیل داده ها از روشهای آمار توصیفی و استنباطی استفاده شد که فرضیه های پژوهش به کمک روشهای آمار توصیفی و استنباطی، مثل ضریبهمبستگی پیرسون و تحلیل رگرسیون چند متغیره با استفاده از نرم افزار spss نسخه ۲۱ مورد آزمون قرار گرفته اند. نتایج به دست آمده حاکی از آنست که تمامی فرضیه ها مورد تایید قرار گرفتند و در نهایت پیشنهادات آتی و محدودیت های پژوهش ارائه شد.

## کلمات کلیدی:

استراتژی های نوآوری، توسعه صادرات، شرکتهای کوچک و متوسط

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1753210>

