

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر قابلیت های یادگیری بازار کارآفرینی سازمانی بر عملکرد صادرات در شرکت های کوچک متوسط در حوزه بازاریابی مدیریت (مطالعه موردی شرکت های فعال در زمینه صنایع پوشاک)

محل انتشار:

دومین کنفرانس ملی حسابداری-مدیریت و اقتصاد با رویکرد اشتغال پایدار و نقش آن در رشد صنعت (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

عباس بابایی - گروه مدیریت، واحد ملایر، دانشگاه آزاد اسلامی، ملایر، ایران

مجتبی قیاسی - استادیار، گروه مدیریت، واحد ملایر، دانشگاه آزاد اسلامی، ملایر، ایران

محمدعظیم خدایاری - استادیار، گروه مدیریت، واحد ملایر، دانشگاه آزاد اسلامی، ملایر، ایران

خلاصه مقاله:

این پژوهش به روش توصیفی پیمایشی انجام پذیرفته است با استفاده از مدل پرسشنامه به کار رفته در مطالعه (اسکارمس همکاران، 2016) فهرستی از عوامل موثر عملکرد صادرات در شرکتهای کوچک متوسط استخراج گردیده است. روایی پایایی آن مورد سنجش قرار گرفته در اختیار جامعه آماری قرار داده شده است. جامعه آماری این پژوهش را مدیران کارشناسان شرکتهای متوسط کوچک تولیدی فعال در زمینه پوشاک در شهر تهران 600 نفر) تشکیل می دهند. البته از آنجا که انجام پژوهش دسترسی به کل جامعه برای این پژوهش دشوار بود لذا اقدام به نمونه گیری شد روش نمونه گیری اتخاذ شده نمونه گیری خوشه ای تصادفی می باشد حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران 235 نفر محاسبه گردید نتایج نشان می دهد که بر اساس فرضیه های اصلی فرعی هر یک از دو عامل (قابلیت های یادگیری بازار کارآفرینی سازمانی) تاثیر مثبتی بر عملکرد صادرات شرکتهای کوچک و متوسط در زمینه پوشاک داشته اند. همچنین عامل کارآفرینی بالاترین تاثیر را بر عملکرد صادراتی این شرکتها گذارده است.

کلمات کلیدی:

قابلیت های یادگیری بازار، کارآفرینی، عملکرد صادرات، شرکت های کوچک متوسط

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/844403>

