

عوامل موثر بر صادرات نوآورانه و تاثیر آن بر عملکرد صادراتی

سید عبدالله حیدریه^۱، کریم لایق آهنی^۲

۱- استادیار گروه مدیریت صنعتی، واحد سمنان، دانشگاه آزاد اسلامی، سمنان، ایران

۲- دانشجوی دکتری مدیریت بازاریابی، واحد سمنان، دانشگاه آزاد اسلامی، سمنان، ایران

چکیده

این مقاله به منظور بررسی تاثیر عوامل موثر بر صادرات نوآورانه و تاثیر آن بر عملکرد صادراتی صورت پذیرفته است. جامعه آماری این تحقیق، شرکت های دانش بنیان کشور می باشند. داده های تحقیق از طریق پرسشنامه در میان ۴۵۰ شرکت فعال که در حوزه بین الملل نیز فعالیت دارند از طریق کانالهای ارتباطی ایمیل و پیام رسانیهای مورد استفاده جامعه یعنی تلگرام و واتس اپ توزیع گردید و حدود ۸۲ درصد از شرکت ها یعنی ۳۷۳ پرسشنامه، به گویه های پرسشنامه پاسخ دادند. سپس داده های این پرسشنامه ها استخراج و با استفاده از روش معادلات ساختاری (SEM) و حداقل مربعات جزئی (PLS) تجزیه و تحلیل شدند. بررسی نتایج این تحقیق نشان داد که عوامل تمرکز زدایی و بازارگرایی صادراتی به ترتیب از دسته عوامل سازمانی و عوامل استراتژیک بر صادرات نوآورانه تاثیر مثبت و معنی دار دارد. علاوه بر این، صادرات نوآورانه بر عملکرد صادراتی تاثیر مثبت و معنی دار دارد.

واژه های کلیدی: عوامل سازمانی، عوامل استراتژیک، صادرات نوآورانه، عملکرد صادراتی