

بررسی تاثیر بازارگرایی و گرایش به کارآفرینی بر عملکرد صادرات

(مورد مطالعه: شرکت های کوچک و متوسط فعال در عرصه صادرات بین المللی)

شهرام هاشمی نیا^۱، نیلوفر میر سپاسی^۲، آيسان ملكي^۳

چکیده:

هدف اصلی از انجام این رساله بررسی تاثیر بازارگرایی و گرایش به کارآفرینی بر عملکرد صادرات (مورد مطالعه: شرکت های کوچک و متوسط فعال در عرصه صادرات بین می باشد. در این تحقیق با استفاده از منابع مکتوب و نظر خبرگان و همچنین بررسی پیشینه پژوهش ها و مقاله های مجلات معتبر، مدل مفهومی پژوهش استخراج و متغیر مستقل (گرایش به کارآفرینی و بازارگرایی) و متغیر وابسته (عملکرد صادرات) در مدل مفهومی تحقیق قرار گرفتند و سپس با راهنمایی استاد راهنما پرسشنامه های استاندارد آنها تهیه گردید، برای تعیین روایی از روایی صوری و سازه و برای سنجش پایایی پرسشنامه ها ضریب آلفای کرونباخ مورد محاسبه قرار گرفت. روش نمونه گیری در تحقیق حاضر روش تصادفی طبقه ای بوده لذا حجم نمونه تحقیق بین پنج تا پانزده برابر تعداد سوالات پرسشنامه تعیین گردید و بین ۱۳۸ نفر از مدیران ارشد و کارشناسان واحد بازرگانی و کارشناسان واحد تحقیق و توسعه ده شرکت کوچک و متوسط ایرانی فعال در عرصه صادرات توزیع گردید. پس از تکمیل و جمع آوری، داده های مورد نیاز تحقیق گردآوری و با استفاده از فنون آمار توصیفی و نرم افزار SPSS ۲۲ و فنون آمار استنباطی به کمک نرم افزارهای آماری AMOS با روش مدلیابی معادلات ساختاری استفاده گردید. یافته ها حاکی از آن است که تمامی فرضیه های تحقیق که در آنها تاثیر معناداری بین ابعاد متغیر مستقل و متغیر وابسته را مورد بررسی قرار می داد مورد سنجش قرار گرفته و تمامی فرضیه ها پژوهش تایید گردید.

واژه های کلیدی: گرایش به کارآفرینی، نوآوری، بازارگرایی، عملکرد صادرات

^۱ عضو هیئت علمی، گروه مدیریت، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد، قزوین، ایران -dr.hashemnia@yahoo.com
۰۹۱۲۳۴۳۵۷۸۳

^۲ عضو هیئت علمی، گروه مدیریت، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد، قزوین، ایران -nmirsepasi@yahoo.com
۰۹۱۲۷۳۲۶۴۱۳

^۳ دانش آموخته مدیریت بازرگانی گرایش کارآفرینی، دانشگاه آزاد واحد الکترونیک کارشناسی ارشد، گروه مدیریت بازرگانی، قزوین، ایران (عهده دار مکاتبات) Aysan.maleki۰۰۷@gmail - ۰۹۱۲۴۴۴۳۱۶