



بررسی تأثیر استراتژی های نوآوری بر عملکرد صادرات (مورد مطالعه: شرکتهای کوچک و متوسط صادراتی)

حمید محمد خانلو^۱، سمیرا اسدی^۲، سعید محمد لو^۳

۱. کارشناسی ارشد مدیریت، دانشکده علوم انسانی، موسسه آموزش عالی غیر انتفاعی تاکستان، ایران

۲. دکتری مدیریت، دانشکده علوم انسانی، موسسه آموزش عالی غیر انتفاعی تاکستان، ایران

۳. دکتری مدیریت، دانشکده علوم انسانی، موسسه آموزش عالی غیر انتفاعی تاکستان، ایران

چکیده

این پژوهش با هدف تعیین بررسی تأثیر استراتژی های نوآوری بر عملکرد صادرات (مورد مطالعه: شرکتهای کوچک و متوسط صادراتی) انجام شده است. جهت جمع آوری داده ها، از پرسش نامه پنج گزینه ای استاندارد استفاده شده است. برای سنجش اعتبار محتوا، از نسبت اعتبار محتوا استفاده گردید و تمامی نسبت های به دست آمده بالای ۰/۴۹ بود و برای سنجش پایایی از ضریب آلفا یک کرونباخ با کمک نرم افزار SPSS استفاده گردید و ضرایب به دست آمده بالاتر از ۰/۷ بود مقادیر به دست آمده، حاکی از آن هستند که ابزارهای اندازه گیری از روایی و پایایی خوبی برخوردار هستند. به منظور جمع آوری داده ها ۱۲۵ پرسشنامه میان جامعه آماری که مدیران شرکت های کوچک و متوسط صادراتی قزوین می باشند بصورت سرشماری توزیع گردید. سپس داده ها از طریق تحلیل عاملی، تحلیل مسیر و رگرسیون سلسله مراتب با استفاده از نرم افزار اس پی اس مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. نتایج نشان داد که نوآوری تکنولوژی و غیر تکنولوژی بر عملکرد صادرات تأثیر دارد.

واژگان کلیدی: عملکرد صادرات، نوآوری تکنولوژی، نوآوری غیر تکنولوژی