

بررسی تأثیر ظرفیت نوآوری بر عملکرد صادرات از طریق نقش میانجی تجربه بین المللی در شرکت فولاد مبارکه

علیرضا اینانلو^{۱*}

هادی صابری^۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۲/۱۱ تاریخ چاپ: ۱۴۰۰/۰۲/۲۱

چکیده

پژوهش حاضر به بررسی تأثیر ظرفیت نوآوری بر عملکرد صادرات از طریق نقش میانجی تجربه بین المللی در شرکت فولاد مبارکه پرداخته است. تحقیق حاضر شامل کلیه مدیران و کارکنان در شرکت فولاد مبارکه می باشد. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۲۱۷ نفر تعیین گردید و روش نمونه گیری پژوهش حاضر نمونه گیری تصادفی ساده می باشد. داده های تحقیق با روش کتابخانه ای و میدانی گردآوری شده و ابزار مورد استفاده پرسشنامه بوده است. پایایی پرسشنامه ها با استفاده از روش آلفای کرونباخ ۰/۸۶۹ و روایی ابزار با روش محتوایی و سازه مورد تأیید قرار گرفته اند. اطلاعات تحقیق به کمک نرم افزار اسپس پی اس و لیزرل و با استفاده از آزمونهای آماری، توصیفی و استنباطی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج این تحقیق حاکی از آن است که در سطح اطمینان ۹۵٪ تأثیر متغیرهای نوآوری در تحقیق و توسعه، نوآوری در بازاریابی، نوآوری در تولید، نوآوری در یادگیری، نوآوری سازمانی نوآوری در استفاده از منابع و نوآوری استراتژیک بر عملکرد صادراتی معنادار شده است. با توجه به این که مقدار آماره تی خارج بازه بحرانی است، با احتمال ۰/۹۵ تأیید شده است. همچنین نتیجه فرضیه میانجی نشان می دهد تجربه بین المللی از طریق تجربه بین المللی بر عملکرد صادراتی تأثیرگذار است. با این حال مدیران فولاد مبارکه می بایست در جهت توسعه نوآوری در منابع صادراتی به صورت منظم نقاط قوت و ضعف رقبای خود را شناسایی کنند. به بررسی منظم متغیرهای بازاریابی (قیمت، محصول و جزآن) رقبای خود بپردازند.

واژگان کلیدی

ظرفیت نوآوری، تجربه بین المللی، عملکرد صادراتی

^۱ کارشناسی ارشد، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بوئین زهرا، ایران. (inanlou.gs@ic@gmail.com)

^۲ دکتری، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بوئین زهرا، ایران. (sm1.saberi@gmail.com)