

تأثیر گذاری هوش تجاری بر سرعت بین المللی شدن با نقش میانجی چابکی تنظیم عملیاتی و چابکی سرمایه بازار و تعدیل گری فاصله فرهنگی (مورد مطالعه: شرکت پارس خودرو)

فاطمه بهاری گلی^۱، مراد کردی^۲

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه پیام نور استان البرز مرکز کرج (نویسنده مسئول)
^۲ دانشیار مدیریت دولتی دانشگاه پیام نور استان البرز مرکز کرج

چکیده

هدف: بررسی چگونگی نقش چابکی تنظیم عملیاتی، چابکی سرمایه بازار و فاصله فرهنگی در تأثیر گذاری هوش تجاری بر سرعت بین المللی شدن بوده است. **روش:** پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر شیوه گردآوری اطلاعات، تحقیقی توصیفی - پیمایشی از نوع همبستگی است. سطوح مدیریت و کارشناسان ارشد شرکت پارس خودرو به تعداد ۲۳۴ که حجم نمونه ۱۴۶ نفر از بین آنها انتخاب و با پرسشنامه اقتباسی که روایی و پایایی آن تأیید شده موردسنجش قرار گرفته است. به منظور تجزیه و تحلیل داده ها جمعیت شناختی و استخراج شاخص های مرکزی از آمار توصیفی و نرم افزار SPSS و برای تجزیه و تحلیل آمار استنباطی از مدل معادلات ساختاری و از نرم افزار PLS2 Smart استفاده شده است. **یافته ها:** یافته های تحقیق حاکی از اثر مثبت و معنی دار متغیرهای چابکی تنظیم عملیاتی و چابکی سرمایه بازار با نقش میانجی و فاصله فرهنگی نقش تعدیلی در تأثیر هوش تجاری بر سرعت بین المللی شدن بوده است. **نتیجه گیری:** نتایج به دست آمده از این تحقیق بیانگر: (۱) هوش تجاری تأثیر بسزایی در سرعت بین المللی شدن دارد و چابکی سازمانی به طور مثبت واسطه چنین رابطه علی است. (۲) فاصله فرهنگی رابطه بین چابکی سازمانی و سرعت بین المللی سازی را تعدیل می کند.

واژه های کلیدی: هوش تجاری، سرعت بین المللی شدن، چابکی تنظیم عملیاتی، چابکی سرمایه بازار