

## بررسی تأثیر نوآوری بر عملکرد صادراتی با توجه به نقش توانایی‌های بازاریابی و مزیت رقابتی در شرکت داروسازی پارس حیان

مرتضی علیپور ارجستان<sup>۱</sup>، علی اصغر عیوضی حشمت<sup>۲</sup>

<sup>۱</sup> دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی بین‌الملل دانشگاه پیام نور تهران غرب، تهران، ایران

<sup>۲</sup> استادیار گروه مدیریت، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه پیام نور تهران غرب، تهران، ایران

---

### چکیده

پژوهش حاضر که با عنوان بررسی تأثیر نوآوری بر عملکرد صادراتی با توجه به نقش توانایی‌های بازاریابی و مزیت رقابتی در شرکت داروسازی پارس حیان انجام شده است، از نوع هدف کاربردی و از نوع روش توصیفی، پیمایشی می‌باشد، جامعه آماری این پژوهش مدیران و کارشناسان داروسازی پارس حیان شامل ۲۴۰ نفر می‌باشند و از طریق جدول مورگان ۱۴۴ نفر به صورت تصادفی ساده به‌عنوان نمونه آماری برای پاسخ‌گویی به سؤالات پرسشنامه به‌عنوان ابزار پژوهش انتخاب شدند، پرسشنامه در این پژوهش شامل ۲۲ سؤال بوده است که روایی و پایایی آن از طریق نرم‌افزار تأیید شده است، همچنین اطلاعات بدست آمده از طریق معادلات ساختاری و نرم‌افزار اسمارت پی ال اس مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته‌اند که طبق نتایج بدست آمده نوآوری بر عملکرد صادراتی، توانایی‌های صادراتی و مزیت رقابتی تأثیر مثبت و معنی‌دار دارد، همچنین مزیت رقابتی و توانایی‌های بازاریابی به‌صورت مستقیم و غیرمستقیم بر عملکرد صادراتی تأثیر مثبت دارند.

**واژه‌های کلیدی:** نوآوری، توانایی‌های بازاریابی، مزیت رقابتی، عملکرد صادراتی.

---

مطالعات مدیریت و کارآفرینی

دوره ۷، شماره ۱، بهار ۱۴۰۰، صفحات ۳۴۵-۳۵۸