

## عنوان مقاله:

تأثیر برنامه های ارتقا صادرات بر عملکرد صادرات (مورد مطالعه: شرکت های کوچک و متوسط استان قزوین)

## محل انتشار:

پنجمین کنفرانس بین المللی مدیریت، حسابداری و توسعه اقتصادی (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

## نویسندگان:

علی رحمانی - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، گروه مدیریت، دانشکده علوم انسانی، موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی تاکستان، ایران

محمود صمدی - استادیار، دکترای تخصصی مدیریت بازرگانی، مدیریت بازاریابی، دانشکده علوم انسانی، موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی تاکستان، ایران

سید جلال الدین حسینی غنچه - دکترای تخصصی مدیریت بازرگانی، مدیریت بازاریابی، دانشکده علوم انسانی، موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی تاکستان، ایران

## خلاصه مقاله:

این پژوهش با هدف تعیین و تأثیر برنامه های ارتقا صادرات بر عملکرد صادرات انجام شده است. جهت جمع آوری داده ها، از پرسش نامه پنج گزینه ای کوای و همکاران (2017) استفاده شده است. برای سنجش اعتبار محتوا، از نسبت اعتبار محتوا استفاده گردید و تمامی نسبت های بدست آمده بالای 0/49 بود و برای سنجش پایایی از ضریب آلفا یک کروناخ با کمک نرم افزار SPSS استفاده گردید و ضرایب بدست آمده بالاتر از 0/7 بود مقادیر بدست آمده، حاکی از آن هستند که ابزارهای اندازه گیری از روایی و پایایی خوبی برخوردار هستند. سپس داده ها از طریق تحلیل عاملی، تحلیل مسیر و رگرسیون سلسله مراتب با استفاده از نرم افزار AMOS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. نتایج نشان داد که نمایشگاه تجاری، دفاتر خارجی، مشوق های خارجی بر عملکرد صادرات تأثیر دارد.

## کلمات کلیدی:

عملکرد صادرات، نمایشگاه تجاری، دفاتر خارجی، مشوق های خارجی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1124744>

