

عنوان مقاله:

تاثیر مشتری مداری، تعهد رفتاری و ارتباطات بر عملکرد صادرات درشرکتهای منتخب صادراتی محصولات غذایی استان تهران

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی مدیریت و اقتصاد جهانی (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

علی مزرعتی - دانش آموخته مقطع کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی بین الملل، دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین، گروه مدیریت بازرگانی بین الملل، قزوین، ایران

مقتدالانام روانبخش - عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین

خلاصه مقاله:

دستیابی به سطح بالایی از عملکرد صادراتی، یک چالش عمده است زیرا فاصلههای فیزیکی و تفاوتهای فرهنگی بین شرکای تجاری و موقعیت های مختلف رقابتی وجود دارد. هدف این تحقیق، ارتقاء عملکرد صادراتی است که از طریق توجه به مشتری مداری، تعهد رفتاری و ارتباطات به دست میآید. جامعه آماری انتخاب شده شامل 1708 نفر از زنان و مردانی است که درشرکتهای منتخب محصولات غذایی صادراتی استان تهران مشغول به کار هستند. حجم نمونه آماری با توجه به جدول مورگان، 313 نفر مشخص شده است. داده های این تحقیق، به کمک پرسشنامه استاندارد و بصورت آنلاین گردآوری شد. برای بررسی پایایی پرسشنامه از روش آلفاکرونباخ استفاده گردید. دادههای جمع آوری شده به وسیله نرم افزارSpss و SMART PLS 21 مورد پردازش و تجزیه تحلیل قرار گرفت و در آمار استنباطی از آزمون همبستگی کولموگوروف-اسمیرنوف استفاده شد. نتایج این تحقیق نشان میدهد که بین تعهد رفتاری، مشتری مداری و ارتباطات با عملکرد صادرات، رابطه مستقیم وجود دارد. به عبارت دیگر با بهبود این متغیرها میتوان میزان صادرات را افزایش و به دنبال ایجاد مزیت رقابتی بود.

کلمات کلیدی:

مشتری مداری، تعهد رفتاری، ارتباطات، عملکرد صادرات

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/631546>

