

چکیده

در پژوهش حاضر، به بررسی رابطه میان سرمایه رابطه ای با عملکرد صادراتی شرکت بهنوش پرداخته شد. تحقیق حاضر، از نظر هدف، کاربردی و از لحاظ گردآوری داده ها توصیفی - پیمایشی محسوب می شود. ابزار گردآوری داده ها نیز پرسشنامه بوده که برای تدوین آن، از مطالعات کتابخانه ای و میدانی استفاده شد. برای سنجش سرمایه رابطه ای از ابعاد شدت بازار، قابلیت اساسی بازاریابی و وفاداری مشتریان استفاده شد. جامعه آماری تحقیق حاضر، ۱۵۲ نفر از کارشناسان و مدیران شرکت بهنوش بودند که با بهره گیری از فرمول حجم نمونه به ۱۱۰ نفر کاهش یافتند. نتایج حاصل از بکارگیری آزمون رتبه ای اسپیرمن بیانگر وجود رابطه مثبت و معنادار میان سرمایه رابطه ای با عملکرد صادراتی شرکت بهنوش بود. ضمن اینکه در میان ابعاد سرمایه رابطه ای، وفاداری مشتریان به عنوان مهمترین بعد انتخاب شد. همچنین با بکارگیری آزمون دو جمله ای نیز، وضعیت موجود متغیرها مورد بررسی قرار گرفتند که در نهایت، تنها متغیر وفاداری مشتریان در سطح نامطلوبی قرار گرفت.

واژگان کلیدی: سرمایه فکری، سرمایه رابطه ای، صادرات، عملکرد صادراتی