

## چکیده:

هدف این پژوهش بررسی رابطه همگرایی ارزش با عملکرد کانال های توزیع با میانجیگری تسهیم اطلاعات و حل مشترک مسائل هست. جامعه آماری این تحقیق صنایع استان گیلان بوده که با توجه به آمار اداره کل صنایع، تعداد آن ۵۰۶ شرکت است. بنابراین سطح تحلیل سازمانی بوده و نمونه آماری با توجه به جدول مورگان ۲۱۸ شرکت می باشد. پژوهش حاضر نوع کاربردی، تحقیقی توصیفی و از نوع همبستگی هست. روش گردآوری اطلاعات میدانی، ابزار تحقیق پرسشنامه و روش تجزیه و تحلیل داده ها، از تحلیل معادلات ساختاری با نرم افزار AMOS18 استفاده میشود. نتایج تحقیق نشان داد که همگرایی ارزش بین تولید کننده و توزیع کنندگان بر عملکرد کانال های توزیع و تسهیم اطلاعات تولیدکننده و توزیع تاثیر دارد. تسهیم اطلاعات تولیدکننده و توزیع کنندگان بر عملکرد کانال های توزیع تاثیر دارد. همگرایی ارزش بین تولید کننده و توزیع کنندگان بر حل مشترک مسائل تاثیر دارد. حل مشترک مسائل بین تولید کننده و توزیع کنندگان بر عملکرد کانال های توزیع برای تولیدکننده تاثیر دارد.

**کلمات کلیدی:** همگرایی ارزش بین تولید کننده و توزیع کنندگان، تسهیم اطلاعات، حل مشترک مسائل