

بررسی تأثیر مشتری مداری بر عملکرد صادراتی از طریق ارتباطات و تعهد رفتاری شرکت‌های صادرکننده استان گیلان

سلمان عطائی*، 169،

1396-06-26

امروزه با توجه به گرایش شرکت‌ها به جهانی شدن، صادرات به عنوان معمول‌ترین راه پیش روی بنگاه‌ها، خصوصاً بنگاه‌های کوچک و متوسط، برای ورود به بازارهای خارجی شناخته شده است. یکی از مهمترین دلایل این امر این است که صادرات به منابع کمتری نیاز داشته و ریسک کمتری دارد، در این پژوهش از مدل الترن و تیودران، (2015) استفاده شده است. براین اساس، مهم‌ترین مؤلفه‌های تأثیرگذار بر عملکرد صادرات، مشتری مداری از طریق تعهد رفتاری و ارتباطات است. روش تحقیق از نظر نوع، توصیفی - همبستگی است. جامعه آماری پژوهش شرکت‌های صادرکننده استان گیلان می‌باشند. جامعه آماری این تحقیق، شرکت‌های صادرکننده استان گیلان به تعداد 74 شرکت می‌باشند. سطح تحلیل سازمانی است طبق جدول مورگان حجم نمونه 64 شرکت می‌باشد، روش نمونه‌گیری غیراحتمالی در دسترس است. ابزار جمع‌آوری داده‌ها در تحقیق حاضر پرسشنامه‌ای با طیف 5 گزینه‌ای است. روایی پرسشنامه تأیید شد. تمامی عوامل -ها ضریب پایایی ترکیبی و آلفای کرونباخ بالای 7/0 می‌باشد؛ جهت تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌ها از آزمون آماری مدلسازی معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزارهای اس پی اس ای و پی ال اس استفاده شده است. نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های تحقیق نشان می‌دهد که: مشتری مداری با تعهد رفتاری در شرکت‌های صادرکننده استان گیلان رابطه دارد. مشتری مداری با ارتباطات در شرکت‌های صادرکننده استان گیلان رابطه دارد. ارتباطات با تعهد رفتاری در شرکت‌های صادرکننده استان گیلان رابطه دارد. مشتری مداری از طریق ارتباطات و تعهد بر عملکرد صادراتی تأثیر دارد.

کلمات کلیدی: مشتری مداری، ارتباطات، تعهد، عملکرد صادراتی، شرکت‌های صادراتی استان گیلان.

[Islamic Azad University, Rasht Branch - Thesis Database](#)

[دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت - سامانه بانک اطلاعات پایان‌نامه‌ها](#)