

بررسی ارتباط بین رابطه درون شرکتی و عملکرد صادراتی با توجه به نقش واسطه ای صادرات بازارمحور در شرکت های صادراتی استان گیلان

علیرضا همتی*، 173،

1396-6-31

چکیده هدف کلی این تحقیق بررسی ارتباط بین رابطه درون شرکتی و عملکرد صادراتی با توجه به نقش واسطه ای صادرات بازارمحور است. روش تحقیق از نوع توصیفی و هدف آن کاربردی است و روش گردآوری داده ها میدانی و ابزار آن پرسشنامه است. جامعه آماری تحقیق حاضر شرکتهای صادراتی استان گیلان با تعداد 47 شرکت است. که تمامی شرکتها به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند و پرسشنامه بین مدیران شرکت ها توزیع گردید. در نهایت پرسشنامه ها جمع آوری و داده ها با استفاده از نرم افزار SPSS 22 و pls smart 2 مورد تجزیه و تحلیل قرار می گیرند. با تجزیه و تحلیل داده ها مشخص گردید تعهد درون سازمان، اعتماد درون، تعامل اجتماعی درون سازمان و قدرت نسبی شرکت با صادرات بازارمحور رابطه وجود دارد. همچنین صادرات بازارمحور با عملکرد صادراتی ارتباط معنی داری دارد و نهایتا اینکه صادرات بازارمحور رابطه بین ارتباطات درون سازمانی و عملکرد صادراتی را تعدیل می کند. کلمات کلیدی: تعهد درون سازمان، اعتماد درون، تعامل اجتماعی درون سازمان، قدرت نسبی شرکت، ارتباطات درون سازمانی و صادرات بازارمحور

کلمات کلیدی : کلمات کلیدی: تعهد درون سازمان، اعتماد درون، تعامل اجتماعی درون سازمان، قدرت نسبی شرکت، ارتباطات درون سازمانی و صادرات بازارمحور

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

[دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت - سامانه بانک اطلاعات پایان نامه ها](#)