

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر عملکرد سایت های اینترنتی بر عملکرد صادرات، با توجه به نقش میانجی مزیت رقابتی و برند شرکت (مورد مطالعه: شرکت های زیر مجموعه اتاق بازرگانی استان اصفهان در کشور ایران)

محل انتشار:

پنجمین کنفرانس بین المللی چشم اندازهای نوین در مدیریت، حسابداری و کارآفرینی (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

مریم سیدان
علی رشیدی

خلاصه مقاله:

امروزه صادرات به عنوان معمول ترین راه پیش روی بنگاه ها، خصوصا بنگاه های کوچک و متوسط، برای ورود به بازارهای خارجی شناخته شده است. توجه به عملکرد سایت های اینترنتی برای امر بازرگرایی صادرات و مزیت رقابتی، برای افزایش عملکرد صادرات اهمیت دارد. ایت پژوهش که از نظر هدف، کاربردی و از نظر ماهیت، توصیفی-همبستگی و از نظر زمانی مقطعی می باشد، با هدف بررسی تاثیر عملکرد سایت های اینترنتی بر عملکرد صادرات با توجه به نقش میانجی مزیت رقابتی و برند شرکت در شرکت های زیر مجموعه اتاق بازرگانی اصفهان- ایران انجام گرفته است. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه مدیران و کارشناسان شرکت های زیر مجموعه اتاق بازرگانی می باشد؛ که سایت اینترنتی و صادرات دارند، که تعداد ۱۱۰ شرکت به عنوان نمونه آماری با روش تصادفی در دسترس انتخاب شد. ابزار اندازه گیری تحقیق، پرسشنامه ای شامل متغیرهای عملکرد سایت های اینترنتی، عملکرد صادرات، مزیت رقابتی و برند شرکت می باشد که مورد استفاده قرار گرفت. برای اندازه گیری روایی پرسشنامه از روش محتوایی و برای تعیین پایایی آن آلفای کرونباخ محاسبه گردید که مقدار آن برابر ۰.۸۴۱ برآورد گردید. برای بررسی فرضیات از روش معادلات ساختاری در نرم افزار Smart PLS۳ استفاده شد. نتایج تحقیق نشان داد عملکرد سایت بر عملکرد صادرات، عملکرد سایت بر مزیت رقابتی، سایت بر برند شرکت، مزیت رقابتی بر عملکرد صادرات و برند شرکت بر عملکرد صادرات در شرکت های زیر مجموعه اتاق بازرگانی اصفهان تاثیر دارد.

کلمات کلیدی:

عملکرد سایت های اینترنتی، عملکرد صادرات، مزیت رقابتی، شرکت های زیر مجموعه اتاق بازرگانی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1259079>

