

## عنوان مقاله:

تاثیر اینترنت بر جهت دهی کانال های صادراتی در شرکت های کوچک و متوسط (مطالعه موردی: صنایع کوچک و متوسط استان آ.غ.)

## محل انتشار:

هشتمین کنگره ملی تازه یافته در مدیریت و مهندسی صنایع با تاکید بر توانمندی و هوش رقابت (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

## نویسندگان:

سعید رحیم زاده آوانسر - موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی آذرآبادگان ارومیه

ابراهیم علی محمدی - موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی آذرآبادگان ارومیه

نساء پورولی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه ارومیه

ابراهیم اصغریور - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه ارومیه

صیاد پورولی - دانشجوی دکتری حسابداری دانشگاه آزاد اسلامی واحد ارومیه

## خلاصه مقاله:

خلاصه هدف اصلی این پژوهش بررسی تاثیر اینترنت بر جهت دهی کانال های صادراتی در شرکت های کوچک و متوسط (مطالعه موردی: صنایع کوچک و متوسط استان آ.غ.) می باشد. پژوهش حاضر یک مطالعه توصیفی بوده و از نظر زمان یک تحقیق کاربردی و مقطعی است، به طوری که گردآوری داده ها با استفاده از پرسشنامه محقق ساخته انجام گرفت. جامعه آماری این تحقیق کلیه مدیران صنایع کوچک و متوسط استان آ.غ. میباشد. بر اساس اطلاعات دریافتی از روابط عمومی سازمان صنعت، معدن و تجارت تعداد ۳۲۰۱ واحد صنعتی متوسط و کوچک در سطح استان مشغول به فعالیت می باشد. مطابق جدول مورگان حجم نمونه برابر ۳۴۷ نفر محاسبه شده است. برای بررسی اعتبار (پایایی) پرسشنامه، از ضریب آلفای کرونباخ استفاده گردید که بر اساس نتایج به دست آمده اعتبار کلی پرسشنامه برابر ۸۴٪ است. همچنین جهت آزمون فرضیات از روش معادلات ساختاری و نرم افزار آموس استفاده شده است. بر اساس نتایج به دست آمده اینترنت بر جهت دهی کانال های غیر مستقیم صادراتی در شرکت های کوچک و متوسط استان آ.غ. تاثیر دارد. همچنین نتایج دیگر تحقیق نشان داد که اینترنت بر جهت دهی کانال های مستقیم صادراتی در شرکت های کوچک و متوسط استان آ.غ. تاثیر دارد.

## کلمات کلیدی:

کلمات کلیدی: اینترنت - جهت دهی کانال های صادراتی - شرکت های کوچک و متوسط

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1413881>

