

عنوان مقاله:

تاثیر روابط مشتری و وابستگی متقابل در فرایند بین المللی شدن شرکت (مورد مطالعه: بیمه ایران استان گلستان)

محل انتشار:

پنجمین کنفرانس بین المللی پژوهش در مدیریت، اقتصاد و توسعه (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 21

نویسندگان:

محمدحسین احسان فر - استاد موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی راه دانش بابل

ابوالقاسم اثنی عشری امیری - استاد موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی راه دانش بابل

حسن طاهری راد - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی بین الملل، موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی راه دانش بابل

خلاصه مقاله:

هدف از انجام این پژوهش تاثیر روابط مشتری و وابستگی متقابل در فرایند بین المللی شدن شرکت (مورد مطالعه: بیمه ایران استان گلستان) است. این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی و از نظر روش توصیفی- پیمایشی است جامعه آماری پژوهش شامل کلیه ی مشتریان شرکت بیمه ایران استان گلستان که تعداد نامشخص می باشد. بر اساس فرمول کوکران، حداقل حجم نمونه آماری 384 نفر با روش غیراحتمالی در دسترس انتخاب شدند. در پژوهش حاضر برای گردآوری داده های اولیه از روش میدانی استفاده شد و ابزار جمع آوری داده های اولیه پرسشنامه پنج گزینه ای لیکرت بوده و برای گردآوری داده های ثانویه از روش کتابخانه ای استفاده شده است. اعتبار پرسشنامه از روش اعتبار محتوا و اعتبار صوری استفاده شده است و پایایی آن با استفاده از آلفای کرونباخ محاسبه گردیده است که پایایی کل آن برابر با 0/89 می باشد. برای آزمون فرضیات تحقیق از روش مدل سازی معادلات ساختاری و نرم افزار لیزرل استفاده شد. نتایج تحقیق نشان داد که روابط مشتری بر وابستگی متقابل تاثیر مثبت و معنی داری دارد، وابستگی متقابل بر فرایند بین المللی تاثیر مثبت و معنی داری دارد، روابط مشتری بر فرایند بین المللی تاثیر مثبت و معنی داری دارد و وابستگی متقابل در تاثیر روابط مشتری بر وابستگی متقابل نقش میانجی دارد.

کلمات کلیدی:

روابط مشتری، وابستگی متقابل، بین المللی شدن شرکت

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/975725>

