

بخشی از ترجمه مقاله



عنوان فارسی مقاله :

اعتماد و تعهد موثر عاملی بر تقویت عملکرد صادرات

عنوان انگلیسی مقاله :

Trust and affective commitment

As energizing forces for export performance

توجه !



این فایل تنها قسمتی از ترجمه میباشد.

برای تهیه مقاله ترجمه شده کامل با فرمت ورد (قابل ویرایش) همراه با نسخه انگلیسی

مقاله، [اینجا](#) کلیک نمایید.

بخشی از ترجمه مقاله

2. The energizing forces model

2.1. The role of commitment

In Sousa et al.'s (2008) review of the export performance literature between 1998 and 2005, managerial commitment to exporting emerges as the most frequently cited management characteristic to influence export performance. Committed managers are believed to be more careful in planning the allocation of relevant resources, which reduces uncertainty and increases the effectiveness of the marketing strategy. Furthermore, commitment is essential in fostering a long-term orientation (Larson, 1992; Styles et al., 2008) and mutual cooperative behavior (Leonidou, Palihawadana, & Theodosiou, 2006; Morgan & Hunt, 1994).

According to Meyer et al. (2004), commitment can be defined as the binding of an individual to a course of action specified within the terms of that commitment. It is often also referred to as an attitude of attachment and an intention to continue a relationship (Anderson & Weitz, 1992; Dwyer, Schurr, & Oh, 1987; Gundlach, Achrol, & Mentzer, 1995; Morgan & Hunt, 1994). In the current study, the focus was not on specific relationships with specific customers, but rather on the intention to maintain relationships with foreign customers in general. This was due to our decision to take the firm as the unit of analysis (cf. Sousa et al., 2008, p. 365).

2. مدل نیروهای تقویت‌کننده

2.1 نقش تعهد:

در مروری که Sousa و همکارانش در سال 2008 در رابطه با عملکرد صادرات در بازه‌ی سال‌های 1998 تا 2005 انجام داده‌اند، تعهد مدیریتی در صادرات به عنوان ویژگی مدیریتی پدیدار شده است که غالباً در مورد آن صحبت می‌شود و در عملکرد صادرات تأثیر می‌گذارد. مدیران متعهد بر این باور هستند که در برنامه‌ریزی در رابطه با اختصاص منابع مربوطه دقت بیشتری داشته باشند، که در نتیجه عدم اطمینان را کاهش می‌دهد و سودمندی استراتژی تجارت را افزایش می‌دهد. علاوه بر این، تعهد در پرورش و رشد راهنمایی‌های درازمدت (Larson در سال 1992؛ Styles و همکارانش در سال 2008) و رفتار همکاری دو طرفه (Leonidou, Palihawadana & Theodosiou در سال 2006؛ Morgan & Hunt در سال 1994) ضروری می‌باشد.

براساس Meyer و همکارانش در سال 2004، تعهد می‌تواند به عنوان مفید کردن یک شخص نسبت به یک روش اقدام مشخص شده در اصطلاحات تعهد تعریف شود. غالباً به عنوان یک وضعیت تعلق و توجه به ادامه رابطه نسبت داده می‌شود (Anderson & Weitz در سال 1992، Dwyer, Schurr & Oh در سال 1987، Gundlach, Achrol & Mentzer در سال 1995، Morgan & Hunt در سال 1994). در این تحقیق، تمرکز بر روی روابط خاص با مشتریان خاص نبوده است، ولی نسبتاً بر روی توجه برای نگهداری روابط با مشتریان خارجی می‌باشد. این به دلیل تصمیم ما برای نگره داشتن شرکت به عنوان یک واحد تجزیه و تحلیل می‌باشد (کار انجام شده توسط Sousa و همکارانش در سال 2008، صفحه 365 را هم در نظر بگیرید).

توجه!

این فایل تنها قسمتی از ترجمه می‌باشد.

برای تهیه مقاله ترجمه شده کامل با فرمت ورد (قابل ویرایش) همراه با نسخه انگلیسی مقاله، [اینجا](#) کلیک نمایید.

همچنین برای مشاهده سایر مقالات این رشته [اینجا](#) کلیک نمایید.

