



## بخشی از ترجمه مقاله

عنوان فارسی مقاله :

جهت گیری مشتری و عملکرد شرکت: تعاملات میانه روی پیوسته و  
رهبری اخلاقی و شدت رقابت

عنوان انگلیسی مقاله :

Customer orientation and firm performance: The joint moderating  
effects of ethical leadership and competitive intensity



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

### 5.3. Research limitations

This study has several limitations which provide further research opportunities. First, although this study is conducted using a time-lagged sample measuring the independent and dependent variables in two waves, it may be more interesting to investigate the moderating effects of ethical leadership over a longer period. This exploration would enable us to evaluate whether temporal changes in humane leadership, justice leadership, moderation leadership, and CI will affect the CO-firm performance relationship.

Second, other contingency factors, such as senior team attributes, environmental dynamism and market uncertainty may also influence the relationship between CO and firm performance. Thus, future studies could investigate whether, and how, configurations of these con-tingency factors affect the CO-firm performance relationship to gen-erate additional insights. Future research also should investigate why and how other factors, such as product quality and customer satisfac-tion may serve as internal processes to intervene in the CO-firm per-formance relationship. More interesting findings can be obtained by extending the relationships under investigation.

### 5.3 محدودیت های تحقیق

این تحقیق دارای محدودیت هایی است که موقعیت تحقیقات آینده را فراهم می آورند. اول اینکه، اگرچه این تحقیق با استفاده از شاخص های زمانی برای اندازه گیری متغیرهای وابسته و مستقل در دو موج انجام شده است، اما بررسی تأثیرات میانه رو رابطه اخلاقی در بلندمدت جالب به نظر می رسد. این مطلب ما را قادر می سازد تا میزان تغییرات موقت را در رهبری انسانی - عدالتی و میانه رو و تأثیر CI بر رابطه عملکرد - CO ارزیابی کنیم.

ثانیا، سایر فاکتورهای مرتبط مثل ویژگی های تیم ارشد، دینامیک های محیطی و تردید در بازاریابی می توانند بر رابطه بین CO و عملکرد شرکت تأثیر گذار باشند. بنابراین، تحقیقات آینده می توانند چگونگی تأثیر این فاکتورها بر رابطه بین عملکرد و CO را بررسی کنند تا اطلاعات مازاد ارائه کنند. تحقیقات آینده نیز باید بررسی کنند که چرا و چگونه سایر فاکتورها مثل کیفیت و رضایت مشتری می تواند به عنوان فرایندهای داخلی برای بررسی رابطه بین عملکرد و CO تأثیر گذار باشند.

## 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.

برای جستجوی جدیدترین مقالات ترجمه شده، [اینجا](#) کلیک نمایید.

