

چکیده:

امروزه با توجه به گرایش شرکت‌ها به جهانی شدن، صادرات به عنوان معمول‌ترین راه پیش روی بنگاه‌ها، خصوصاً بنگاه‌های کوچک و متوسط، برای ورود به بازارهای خارجی شناخته شده است. یکی از مهمترین دلایل این امر این است که صادرات به منابع کمتری نیاز داشته و ریسک کمتری دارد، در این پژوهش از مدل آلترن و تیودران، (۲۰۱۵) استفاده شده است. براین اساس، مهم‌ترین مؤلفه‌های تاثیرگذار بر عملکرد صادرات، مشتری‌مداری از طریق تعهد رفتاری و ارتباطات است. روش تحقیق از نظر نوع، توصیفی - همبستگی است. جامعه آماری پژوهش شرکت‌های صادرکننده استان گیلان می‌باشند. جامعه آماری این تحقیق، شرکت‌های صادرکننده استان گیلان به تعداد ۷۴ شرکت می‌باشند. سطح تحلیل سازمانی است طبق جدول مورگان حجم نمونه ۶۴ شرکت می‌باشد، روش نمونه‌گیری غیراحتمالی در دسترس است. ابزار جمع‌آوری داده‌ها در تحقیق حاضر پرسشنامه‌ای با طیف ۵ گزینه‌ای است. روائی پرسشنامه تأیید شد. تمامی عامل‌ها ضریب پایایی ترکیبی و آلفای کرونباخ بالای ۰/۷ می‌باشد؛ جهت تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌ها از آزمون آماری مدلسازی معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزارهای اس‌پی‌اس‌ای و پی‌ال‌اس استفاده شده است. نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های تحقیق نشان می‌دهد که: مشتری‌مداری با تعهد رفتاری در شرکت‌های صادرکننده استان گیلان رابطه دارد. مشتری‌مداری با ارتباطات در شرکت‌های صادرکننده استان گیلان رابطه دارد. ارتباطات با تعهد رفتاری در شرکت‌های صادرکننده استان گیلان رابطه دارد. مشتری‌مداری از طریق ارتباطات و تعهد بر عملکرد صادراتی تاثیر دارد.

کلمات کلیدی: مشتری‌مداری، ارتباطات، تعهد، عملکرد صادراتی، شرکت‌های صادراتی استان گیلان.