

چکیده

رسیدن به عملکردی با سطح بالا در یک زمینه ی صادراتی، به دلیل فواصل فیزیکی و تفاوت های فرهنگی شرکای تجاری مستقل و موقعیت های رقابتی گوناگون، چالشی بسیار اساسی و مهم می باشد. مطالعه حاضر به بررسی تاثیر مشتری مداری بر بهبود عملکرد صادراتی شرکت های تولیدی استان گیلان پرداخته است. روش تحقیق مورد استفاده توصیفی- پیمایشی و مبتنی بر مدل سازی معادلات ساختاری است. در این راستا محقق با استفاده از پرسشنامه استاندارد به بررسی نظرات نمونه انتخابی از جامعه آماری پرداخته است. همچنین با توجه به پیشینه و فرضیه های تحقیق، مدلی برای نشان دادن تاثیر مشتری مداری بر عملکرد صادراتی شناسایی شده که برآزش آن طبق خروجی پی ال اس در حد مناسب نشان داده شد و با استفاده از این نرم افزار آزمون شد. نتایج نشان داد که مشتری مداری بر تعهد رفتاری و ارتباط با مشتری تاثیرگذار است. همچنین ارتباط با مشتری بر عملکرد صادراتی شرکت ها؛ ارتباط با مشتری بر تعهد رفتاری مشتری تاثیرگذار است. و در پایان نشان داده شد که مشتری مداری از طریق متغیر ارتباط با مشتری بر عملکرد صادراتی شرکت ها تاثیرگذار می باشد.

واژگان کلیدی: مشتری مداری، عملکرد صادراتی، معادلات ساختاری، تعهد رفتاری