

## چکیده

هدف اصلی این پژوهش بررسی تاثیر کارآفرینی گرایی و قابلیت های بازاریابی بر عملکرد سرمایه گذاری های جدید شرکت های صادراتی استان گیلان می باشد. این تحقیق به لحاظ هدف کاربردی و به لحاظ روش انجام تحقیق از نوع تحقیقات توصیفی همبستگی می باشد. زیرا علاوه بر توصیف وضع موجود به آزمون فرضیه ها بر حسب روابط مبتنی بر پیش بینی می پردازد و از آنجا که نتایج آن مورد استفاده شرکت های صادراتی استان گیلان قرار می گیرد کاربردی می باشد. جامعه آماری این تحقیق شامل همه شرکت های صادراتی استان گیلان باشد. از آنجا که حجم جامعه آماری محدود و مشخص می باشد برای تعیین حجم نمونه از جدول مورگان استفاده شده است. تعداد کل شرکت های صادراتی استان گیلان ۸۵ شرکت بوده که از بین آن ها ۶۳ تا شرکت فعال می باشند. مطابق جدول مورگان حجم نمونه برابر ۵۵ شرکت برآورد شده است. روش نمونه گیری مورد استفاده در این تحقیق روش نمونه گیری خوشه ای می باشد. برای گردآوری اطلاعات در این تحقیق از پرسشنامه استاندارد مارتین و همکاران، ۲۰۱۵ استفاده شده و برای تجزیه و تحلیل داده های این تحقیق از نرم افزار **spss** در بخش آمار توصیفی با استفاده از میانگین، انحراف معیار، بیشترین و کمترین مقدار و در بخش آمار استنباطی با استفاده از نرم افزار **lisrel** جهت آزمون فرضیات و تجزیه و تحلیل داده ها بهره گرفته شده است. نتایج بدست آمده از آزمون فرضیات بیانگر این است که کارآفرینی گرایی و قابلیت های بازاریابی بر عملکرد سرمایه گذاری های جدید شرکت های صادراتی استان گیلان تاثیر دارد.

**واژگان کلیدی:** صادرات، بازاریابی، کارآفرینی، عملکرد مالی