

چکیده

شدت صادرات نشان دهنده سهم صادرات در کل فروش برای یک شرکت خاص است. این متغیر یک شاخصی است که به طور گسترده‌ای در مطالعات بازاریابی بین الملل مورد استفاده قرار گرفته است. هدف اصلی تحقیق حاضر، تبیین تاثیر گرایش به کارآفرینی بر شدت صادرات بنگاه‌های کوچک و متوسط استان گیلان و نیز بررسی نقش تعدیلگری نوآوری سازمانی، یادگیری سازمانی و عدم اطمینان بازار است. از اینرو ۱۹۳ بنگاه به عنوان نمونه آماری و به روش غیر احتمالی در دسترس انتخاب شد. فرضیه های تحقیق با تکنیک معادلات ساختاری مورد آزمون قرار گرفت. نتایج حاصل نشان داد که گرایش به کارآفرینی با لحاظ نقش نوآوری بیشترین تاثیر را بر گرایش به کارآفرینی داشته است. در حالیکه کمترین تاثیر مربوط به تاثیر مستقیم یادگیری سازمانی بر شدت صادراتی است. هم‌چنین مشخص گردید که عدم اطمینان بازار تاثیر منفی و معنی داری بر شدت صادراتی دارد.

کلمات کلیدی: گرایش به کارآفرینی، نوآوری سازمانی، یادگیری سازمانی، شدت صادراتی، عدم اطمینان بازار.