

چکیده

هدف کلی این تحقیق بررسی بررسی ارتباط بین رابطه درون شرکتی و عملکرد صادراتی با توجه به نقش واسطه ای صادرات بازارمحور است. روش تحقیق از نوع توصیفی و هدف آن کاربردی است و روش گردآوری داده‌ها میدانی و ابزار آن پرسشنامه است. جامعه آماری تحقیق حاضر شرکتهای صادراتی استان گیلان با تعداد ۴۷ شرکت است. که تمامی شرکتهای به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند و پرسشنامه بین مدیران شرکت‌ها توزیع گردید. در نهایت پرسشنامه‌ها جمع‌آوری و داده‌ها با استفاده از نرم افزار SPSS 22 و smart pls 2 مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرد. با تجزیه و تحلیل داده‌ها مشخص گردید تعهد درون سازمان، اعتماد درون، تعامل اجتماعی درون سازمان و قدرت نسبی شرکت با صادرات بازارمحور رابطه وجود دارد. همچنین صادرات بازارمحور با عملکرد صادراتی ارتباط معنی داری دارد و نهایتاً اینکه صادرات بازارمحور رابطه بین ارتباطات درون سازمانی و عملکرد صادراتی را تعدیل می‌کند.

کلمات کلیدی: تعهد درون سازمان، اعتماد درون، تعامل اجتماعی درون سازمان، قدرت نسبی شرکت، ارتباطات

درون سازمانی و صادرات بازارمحور