

## چکیده

صادرات به عنوان یک عنصر موثر و کلیدی در توسعه اقتصادی همواره مطرح بوده است. امروزه رشد صادرات برای دولت‌ها به منزله کلیدی برای بازآفرینی اقتصاد است. هدف از این تحقیق تبیین رابطه بین گرایش به بازار صادرات و عملکرد صادرات است. حجم جامعه آماری شرکت‌های تولیدی استان گیلان بوده که محصولات و خدمات خود را صادر می‌کنند که ۴۲ شرکت است. لذا سطح تحلیل سازمانی است. پژوهش حاضر بر اساس هدف از نوع کاربردی و از نظر شیوه گردآوری اطلاعات، تحقیقی توصیفی و از نوع همبستگی است. روش گردآوری اطلاعات میدانی، ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه استاندارد بر گرفته از لین و همکاران (۲۰۱۴) و روش تجزیه و تحلیل داده‌ها، رگرسیون ساده و رگرسیون سلسله مراتبی با نرم افزار SPSS است. روایی تحقیق با استفاده از روایی محتوا از طریق اساتید محترم و خبرگان مورد سنجش قرار گرفت. پایایی تحقیق نیز با استفاده از روش آلفای کرونباخ سنجیده و تایید می‌گردد که میزان آلفای بالاتر از ۰/۷۰ قابل قبول تلقی می‌شود. نتایج تحقیق نشان داد که روابط بین سازمانی بر گرایش به بازار صادرات تاثیر مثبت می‌گذارد. گرایش به بازار صادرات بر عملکرد صادرات تاثیر مثبت می‌گذارد. گرایش به بازار صادرات با توجه به نقش تعدیل کنندگی درجه بین المللی شرکت بر عملکرد صادرات تاثیر مثبت می‌گذارد.

**کلمات کلیدی:** روابط بین سازمانی، گرایش به بازار صادرات، عملکرد صادرات