

## چکیده

در زمینه تحقیق اثر گذاری کارآفرینی و میل به نیاز بازار درباره عملیات شرکت های استان گیلان در حوزه صادرات محصول یا خدمات قابل ارائه، این پژوهش روش توصیفی-همبستگی را مورد استفاده قرار داده است و همچنین اهداف تحقیق را به صورت کاربردی دنبال کرده است. جامعه آماری مورد بررسی در این تحقیق، شرکت های صادر کننده محصول در استان گیلان که شامل منتخبی از ۳۸ شرکت بوده است را تشکیل می دهد. با عنایت به محدودیت های موجود در دستیابی به اطلاعات شرکت های فعال در حوزه صادرات استان، که شامل ۶۳ شرکت ثبت شده در اتاق بازرگانی استان گیلان بوده است، جامعه آماری انتخاب شده بر اساس اطلاعات مندرج در وبسایت سازمان توسعه تجارت ایران که شامل ۳۸ شرکت می باشد، بوده است. بر این اساس مورد مطالعه شده بخشی از کل جامعه هدف را تشکیل می دهد. به عنوان ابزار اندازه گیری متغیرهای تحقیق از پرسشنامه مرجع برگرفته از تحقیق کادوگان<sup>[1]</sup> (۲۰۱۶) استفاده شده است. نرم افزار مورد استفاده در این تحقیق SPSS بوده است. از طریق این ابزار داده های جمع آوری شده در بخش آمار توصیفی، از لحاظ پراکندگی یا توزیع پذیری، نرمال بودن، انحراف معیار، واریانس، میانگین و چولگی مورد پیش پردازش قرار گرفته است و در بخش آمار استنباطی از طریق الگوریتم رگرسیون خطی مورد تجزیه و تحلیل و بررسی قرار گرفته و همچنین صحت روابط نیز مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج بدست آمده از این بررسی ها بیانگر این موضوع است که عملکرد صادرات در شرکت های صادر کننده محصول یا خدمات قابل ارائه در استان گیلان متأثر از کارآفرینی گرای و بازارگرایی صادرات است. بر همین فرضیات موجود و خروجی مدل حاصل از انجام تحقیق پیشنهاداتی به عنوان راه حل در راستای بهبود عملکرد صادرات شرکت های این استان ارائه شده است.

کلمات کلیدی: کارآفرینی گرای، بازارگرایی، عملکرد صادرات، شرکت های صادرکننده

---

<sup>1[1]</sup> Cadogan