

# بررسی تاثیر کارآفرینی گرایي و قابليت هاي بازاریابی بر عملکرد سرمایه گذاری های جدید شرکت های صادراتی استان گیلان

سید مهدي قاسم زاده \*، 187،

1396-5-30

چکیده هدف اصلی این پژوهش بررسی تاثیر کارآفرینی گرایي و قابليت هاي 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 85 شرکت بوده که از بین آن ها 63 تا شرکت فعال می باشند. مطابق جدول مورگان حجم نمونه برابر 55 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، 2015 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 گرایي و قابليت هاي بازاریابی بر عملکرد سرمایه گذاری های جدید شرکت های صادراتی استان گیلان تاثیر دارد. واژگان کلیدی: صادرات، بازاریابی، کارآفرینی، عملکرد مالی

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

[Islamic Azad University, Rasht Branch - Thesis Database](#)

[دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت - سامانه بانک اطلاعات پایان نامه ها](#)