

# تأثیر گرایش به بازار صادرات بر عملکرد صادراتی با تأکید بر نقش میانجی اثربخشی بازار و قابلیت های بازار (مورد مطالعه شرکتهای صادراتی استان گیلان)

مینا گوینده حق \*، 232،

1396-6-30

چکیده صادرات یکی از مهم ترین فعالیت هایی بوده که موجب توسعه و رونق در بخش های مختلف صنعت می گردد. با توجه به شاخص های توسعه یافتگی، استان گیلان در رتبه دهم کشوری قرار دارد و ارتقا فعالیت های صادراتی شرکت ها می تواند این رتبه را ارتقا دهد. از این رو پژوهش حاضر به بررسی تأثیر قابلیت های بازار، اثربخشی بازار و گرایش به بازار صادرات بر عملکرد صادراتی شرکت های بازرگانی استان گیلان پرداخته است. این تحقیق براساس نوع هدف کاربردی است. جامعه آماری تحقیق حاضر 85 شرکت صادراتی در استان گیلان بوده و 56 شرکت به عنوان نمونه از طریق فرمول کوکران برای جامعه محدود به عنوان حداقل نمونه بدست آمد. روش نمونه برداری در تحقیق حاضر، نمونه برداری تصادفی ساده بوده است. روش گردآوری داده ها میدانی بوده است. به منظور گردآوری داده ها از ابزار پرسشنامه استفاده شده است. برای بررسی پایایی پرسشنامه از آلفای کرونباخ بهره برداری شد که برای تمامی متغیرها بالاتر از 7/0 بدست آمد. جهت تجزیه و تحلیل داده ها از روش معادلات ساختاری و از نرم افزارهای SPSS و LISREL استفاده شد. نتایج نشان می دهند از 6 فرضیه ارائه شده در تحقیق 5 فرضیه مورد تأیید قرار گرفتند که عبارتند از تأثیر قابلیت های بازار بر عملکرد صادراتی، تأثیر اثربخشی بازار بر عملکرد صادراتی، تأثیر قابلیت های بازار بر اثربخشی بازار، تأثیر گرایش به بازار صادرات بر قابلیت های بازار، تأثیر گرایش به بازار بر اثربخشی بازار. ولی تأثیر گرایش به بازار صادرات بر عملکرد صادراتی مورد تأیید قرار نگرفت. واژگان کلیدی: اثربخشی بازاریابی صادرات، قابلیت های بازار، گرایش بازار صادراتی، عملکرد صادراتی

کلمات کلیدی : واژگان کلیدی: اثربخشی بازاریابی صادرات، قابلیت های بازار، گرایش بازار صادراتی، عملکرد صادراتی

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

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