

# بررسی تاثیر کارآفرینی‌گرایی و بازارگرایی صادرات بر عملکرد صادرات شرکت‌های صادراتی استان گیلان

سارا نظامی\*، رحمت علی صابری،

1397-06-22

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، شرکت‌های صادر کننده محصول در استان گیلان که شامل منتخبی از 38 شرکت بوده است را تشکیل می دهد. با عنایت به محدودیت‌های موجود در دستیابی به اطلاعات شرکت‌های فعال در حوزه صادرات استان، که شامل 63 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 38 شرکت می باشد، بوده است. بر این اساس مورد مطالعه شده بخشی از کل جامعه هدف را تشکیل می‌دهد. به عنوان ابزار اندازه گیری متغیرهای تحقیق از پرسشنامه مرجع برگرفته از تحقیق کادوگان [1] (2016) استفاده شده است. نرم افزار مورد استفاده در این تحقیق SPSS بوده است. از طریق این ابزار داده‌های جمع‌آوری شده در بخش آمار توصیفی، از لحاظ پراکندگی یا توزیع پذیری، نرمال بودن، انحراف معیار، واریانس، میانگین و چولگی مورد پیش‌پردازش 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 بررسی‌ها بیانگر این موضوع است که عملکرد صادرات در شرکت های صادر کننده محصول یا خدمات قابل ارائه در استان گیلان متأثر از کارآفرینی‌گرایی 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 شرکت‌های این استان ارائه شده است. کلمات کلیدی: کارآفرینی‌گرایی، بازارگرایی، عملکرد صادرات، شرکت های صادرکننده

کلمات کلیدی : کلمات کلیدی: کارآفرینی‌گرایی، بازارگرایی، عملکرد صادرات، شرکت های صادرکننده

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

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