

چکیده

هدف پژوهش بررسی تأثیر استراتژی تجاری صادرات با رویکرد زیست محیطی بر مزیت رقابتی و عملکرد شرکت‌ها بود. روش این پژوهش توصیفی-همبستگی بود. جامعه آماری پژوهش کلیه شرکت‌های تولیدی استان گیلان بودند. بر این اساس با استفاده از روش نمونه‌گیری دردسترس نمونه‌ای به حجم ۲۳۲ شرکت تولیدی فعال در استان گیلان که سابقه صادرات محصولات خود را داشتند انتخاب شدند. پرسشنامه‌های پژوهش عبارت بودند از عملکرد صادراتی، عملکرد تجاری، مزیت رقابتی در تولید محصولات صادراتی، مزیت رقابتی در مدیریت هزینه‌ها و استراتژی صادرات با رویکرد زیست محیطی. داده‌های پژوهش با استفاده از مدل معادلات ساختاری در نرم افزار AMOS نسخه ۲۴ تحلیل شد. نتایج این پژوهش نشان داد استراتژی صادرات با رویکرد زیست محیطی تأثیر معناداری بر مزیت رقابتی در تمایز محصولات صادراتی (ضریب بتا: ۰/۴۲۱) و مزیت رقابتی در رهبری هزینه‌ها (ضریب بتا: ۰/۳۴۵) دارد. همچنین مزیت رقابتی در تمایز محصولات صادراتی تأثیر معناداری بر عملکرد صادراتی (ضریب بتا: ۰/۲۷۹) و عملکرد مالی (ضریب بتا: ۰/۴۹۷) دارد. در آخر مزیت رقابتی در رهبری هزینه‌ها تأثیر معناداری بر عملکرد صادراتی (ضریب بتا: ۰/۴۴۰) و عملکرد مالی (ضریب بتا: ۰/۲۳۵) دارد. همچنین استراتژی صادرات با رویکرد زیست محیطی با تاثیرگذاری مستقیم بر مزیت رقابتی در تمایز محصولات صادراتی (ضریب بتا: ۰/۴۲۱) و مزیت رقابتی در رهبری هزینه‌ها (ضریب بتا: ۰/۳۴۵) به صورت غیرمستقیم بر عملکرد صادراتی (ضریب بتا: ۰/۲۶۹) و عملکرد مالی (ضریب بتا: ۰/۲۹۰) تأثیر گذار است.

کلمات کلیدی: عملکرد صادراتی، عملکرد تجاری، مزیت رقابتی در تولید محصولات صادراتی، مزیت رقابتی در مدیریت هزینه‌ها، استراتژی صادرات با رویکرد زیست محیطی