

بررسی تأثیر استراتژی تجاری صادرات با رویکرد زیست محیطی بر مزیت رقابتی و عملکرد شرکت‌ها (مورد مطالعه: شرکت‌های تولیدی در استان گیلان)

سید محمدرضا فیاضی *، علی یوسفی،

97-6-18

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 در دسترس نمونه‌ای به حجم 232 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 24 تحلیل شد. نتایج این پژوهش نشان داد استراتژی صادرات با رویکرد زیست محیطی تأثیر معناداری بر مزیت رقابتی در تمایز محصولات صادراتی (ضریب بتا: 421/0) و مزیت رقابتی در رهبری هزینه‌ها (ضریب بتا: 345/0) دارد. همچنین مزیت رقابتی در تمایز محصولات صادراتی تأثیر معناداری بر عملکرد صادراتی (ضریب بتا: 279/0) و عملکرد مالی (ضریب بتا: 497/0) دارد. در آخر مزیت رقابتی در رهبری هزینه‌ها تأثیر معناداری بر عملکرد صادراتی (ضریب بتا: 440/0) و عملکرد مالی (ضریب بتا: 235/0) دارد. همچنین استراتژی صادرات با رویکرد زیست محیطی با تاثیرگذاری مستقیم بر مزیت رقابتی در تمایز محصولات صادراتی (ضریب بتا: 421/0) و مزیت رقابتی در رهبری هزینه‌ها (ضریب بتا: 345/0) به صورت غیرمستقیم بر عملکرد صادراتی (ضریب بتا: 269/0) و عملکرد مالی (ضریب بتا: 290/0) 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

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

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

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