



بررسی نقش میانجی گری استراتژی تمایز و استراتژی رهبری هزینه در تاثیر استاندارسازی بر عملکرد صادرات

(مطالعه موردی : شرکت های صادراتی خشکبار در شهر مشهد)

محسن فلاح

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی ، دانشکده علوم انسانی موسسه آموزش عالی تابران، ایران، مشهد

وحیده طبسی لطف آبادی

عضو هیات علمی گروه مدیریت بازرگانی، موسسه آموزش عالی تابران، واحد مشهد، ایران، مشهد

علی الماسی طوسی مقدم

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی ، دانشکده علوم انسانی موسسه آموزش عالی تابران، ایران، مشهد

چکیده

هدف پژوهش حاضر بررسی تاثیر استراتژی های رقابتی تمایز و رهبری هزینه بر عملکرد صادرات (مطالعه موردی : شرکت های صادراتی خشکبار در شهر مشهد) است. این تحقیق کاربردی به روش توصیفی - پیمایشی از شاخه مطالعات میدانی انجام شده است. با توجه به این که شرکت های صادراتی در اقتصاد کشور نقش بسزایی دارند و می توانند تاثیر شگرفی در پیشبرد اهداف اقتصادی کشور داشته باشند، لذا در تحقیق حاضر کلیه مدیران شرکت های صادراتی خشکبار در شهر مشهد، جامعه تحقیق حاضر قرار گرفتند. تعداد جامعه ۱۱۲ شرکت می باشد که با استفاده از فرمول کوکران حجم نمونه ۸۶ شرکت برآورد گردید که با استفاده از روش تصادفی ساده به توزیع و تکمیل پرسشنامه در بین مدیران این شرکت ها می پردازیم. با توجه به جدید بودن متغیرهای پژوهش ابزار جمع آوری داده ها محقق ساخته است که روایی و پایایی آن تست شده است. آزمون فرضیه ها و تجزیه و تحلیل اطلاعات از روش رگرسیون چند متغیره و از نرم افزارهای SPSS و PLS استفاده شده است. روش پژوهش از نوع الگوی ساختاری؛ تحلیل مسیر می باشد. نتیجه تحلیل مسیر بیانگر این است که استاندارد سازی بر استراتژی رهبری هزینه و استراتژی تمایز شرکت های صادراتی خشکبار شهر مشهد تاثیر مثبت و معنادار دارد. استاندارد سازی بر عملکرد صادرات شرکت های صادراتی خشکبار شهر مشهد تاثیر مثبت و معنادار دارد. استراتژی رهبری هزینه و استراتژی تمایز بر عملکرد صادرات شرکت های صادراتی خشکبار شهر مشهد تاثیر مثبت و معنادار دارد. استراتژی رهبری هزینه و استراتژی تمایز بین عملکرد صادرات و استانداردسازی شرکت های صادراتی خشکبار شهر مشهد را میانجی گری می کند.

واژه های کلیدی: استراتژی رهبری هزینه، استراتژی تمایز، عملکرد صادرات، استانداردسازی