تأثیر مديريت راهبدي ياپادي و محيط صادرات بر عملکرد صادرات خاویار ايران

ابوالفضل شاهآبادي*، مهدی جعفری1، فاطمه امامی2

*a.shahabadi@alzahra.ac.ir

چكیده

این پژوهش به منظور بررسی عملکرد صادرات خاویار ایران و شناسایی عوامل اثرگذار بر آن انجام شده است. بدین منظور، این پژوهش به بررسی تأثیر متغیرهای توانایی مدیریت راهبردی یاپادي، میزان گرایش به بازار صادرات و عطاف پذیری صادراتی پایدار و پایداری صادراتی خاویار ایران پرداخته است.

مطالعه حاضر به لحاظ هدف، از نوع پژوهش‌های کاربردی و از لحاظ نحوه گردآوری داده‌ها، از نوع پژوهش‌های توصیفی- تحلیلی است. نمونه در این مطالعه شامل ۱۰۰ نفر از شرکت‌های صادراتی خاورمیانه و خاویار ایران می‌باشد. آماری کروناـی ۹۸ به‌دست آمده که نشان‌دهنده مناسب بودن پایایی پرسشنامه است. ارتباط بین متغیرهای پژوهش از طریق تحلیل مسیر حریران ۸.۸ مورد بررسی قرار گرفته و نتیجه تحلیل حاکی از آن است که مدیریت راهبردی یاپادي، پیشبرد تأثیر را بر عملکرد صادرات خاورمیانه و خاویار ایران داشته است. پس از آن برتری متغیرهای عطاف پذیری صادرات و رفتار گرایش به بازار صادراتی و نهایتاً پیوستگی بازار بر عملکرد صادرات تأثیر مثبت و معنادار دارد.

لطف كليدي: عملکرد صادرات، رفتار گرایش به بازار صادرات، مدیریت راهبردی یاپادي، انعطاف‌پذیری صادراتی، صادرات خاویار
مقدمه
صادرات یکی از مهم‌ترین گام‌های اولیه سازمان‌ها برای توسعه و سیری برای ورود به بازارهای جهانی، با توجه به اینکه، (Perez, 2016) امر ایجاد عملکرد صادارتی، به دلیل ابزاری است که با پژوهش‌هایی در این زمینه بله توجه ویژه به پژوهش‌های بازاریابی صادارتی و رشته‌های بازاریابی بین‌المللی قرار گرفته و معافیت که دارند که به رکودهای موجود صادارتی که به توکان با عملکرد صادارتی مرتبط می‌شود، بسیار از این منظره، (Cadogan et al., 2003) در حالت اقدام آن، امری حیاتی می‌باشد.

ماهیان خارجی با قدرت می‌باشد از زمانی که ۲۵۰ میلون سال قبل یکی از بازار ترین آبزیان جهان محسن. در حالی که در زمان یک اثر نوظه‌ریزی در بازاریابی چشمان را تأمین می‌کند (الرحیلی و همکاران، ۱۳۹۳)، باید در حالی است که بازار جوهر بازارهای ایران به کار گرفته بتواند ۲۰۰ تا در سال ۱۳۷۱ به حضور در سال ۱۳۷۲ ریسیه و با ادامه این روند مشخص که با همکاری بازاریابی در آینده بعدی منابعی با کمک‌هایی مشخص کردن یک مثال نشان از یک بازاریابی خارجی. باید تحمیل بیشتری به استفاده از عناصر برنامه بازاریابی دارد. محمودیان و همکاران (۱۳۶۲)، مشخص کردن بازارگرایان صادارت برابر با تکثیر شرکت‌های مبتنی بر نظر رفتگری که در مدل پژوهش متغیر سیاست بازارگرایی صادارت و عملکرد صادارت تازه‌سازی یکی بر عملکرد صادارتی (۱۳۷۸) مشخص دو تغییر منجر به همگی درونی و اثر تحلیل آنها بر عملکرد صادارتی از دست داده‌ها. همچنین
سال بیست و هشتم / شماره ۲

مجله علمی شیلات ایران

سه‌یه‌ها به هماهنگی بین یک ۶بردکره صادق بهتر است.

یک مدل اهمیت بای‌اکه، پژوهش‌های بسیار به این مهم پرداخته و عوامل موثر بسیار تغییر برنامه‌های توجه دارد، بر نیاز به افزایش صادقین، عوامل می‌توان، تغییر صادقین، تطبیق قسمت، تغییر‌های مدرک نسبت به بازار صادقین و بر صادقین بررسی کرده‌اند. در حالیکه ممکن است عوامل دیگر صادقین، رفتار گروه به بازار صادقین و مدیریت راهبردی پایدار، به رغم اهمیت بسیاری که دارند در مطالعات داخلی کمتر مورد توجه قرار گرفته‌اند. به همین منظور این مطالعه از شاخص‌های انعطاف‌پذیری صادقین، رفتار گروه به بازار صادقین و مدیریت راهبردی پایدار در مدل مفهومی پژوهش استفاده کرده و به طور خاص در زمینه صادقین خاوبار، مورد بررسی قرار گرفته است.

مواد و روش کار

از آنجایی که این پژوهش، به بررسی روابط بین چندین متغیر (یک متغیر وابسته و چند متغیر مستقل) می‌پردازد، روش پژوهش از نوع همبستگی است. همچنین این پژوهش کاربردی است. انتخاب داده‌های اطلاعات پرسشنامه است که بین مدارک شهرکه صادقانه کسی‌که خاوبار توزیع شده است. یکی اصلی پرسشنامه این پژوهش، Vencato و همکاران (۲۰۱۲) و Cadogan و Hekman (۲۰۱۴) و Tsinopoulos و Hekman (۲۰۱۴) و Navarro و Hekman (۲۰۱۳) و Monteiro و Hekman (۲۰۱۴) است که در مجموع مشتمل بر ۶۰ سوال می‌باشد (جدول ۱).

پس از تهیه پرسشنامه، روایی محتوای و صورت پرسشنامه توسط ۵ نفر از متخصصان و اساتید دانشگاه‌ها مورد تایید قرار گرفت. برای تعیین پاییز پرسشنامه لازم از روش ضرب افتای کرونباخ استفاده شده است. نتیجه محاسبات نشان می‌دهد افتای کرونباخ تمامی ابعاد

<sup>2</sup> Kolmogorov–Smirnov test

<sup>1</sup> Cronbach's alpha
تجارت راهبردی پایداری و محیط صادرات

شاهآبادی و همکاران

جدول 1: جدول مؤلفه‌ها و گویه‌های پرسشنامه

<table>
<thead>
<tr>
<th>رتبه</th>
<th>مؤلفه‌های موردبرورسی</th>
<th>ابعاد موردبرورسی</th>
</tr>
</thead>
</table>

| 1    | ایجاد هوشمندی صادراei | 1                |
| 2    | رفتار گویی به بازار صادرات | 5                |
| 3    | اشارات | 10               |
| 4    | تجربه صادراei | 13               |
| 5    | تصمیم‌گیری صادراei | 16               |
| 6    | هماهنگی صادراei | 21               |
| 7    | پیشگی | 27               |
| 8    | محیط صادراei | 28               |
| 9    | شدت رقابت | 32               |
| 10   | جایگاه خارجی | 36               |
| 11   | مدیریت پایداری | 41               |
| 12   | ایندکس قدرت | 51               |
| 13   | عملکرد | 59               |
| 14   | ابزار | 60               |

جدول 2: میزان یافته‌های پژوهش

<table>
<thead>
<tr>
<th>متغیر</th>
<th>میزان آنالیز کروناخ</th>
<th>تعداد سؤال</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1</td>
<td>10.22092/JSFJ.2019.18960</td>
<td>1</td>
</tr>
</tbody>
</table>

* دو گویه پیشگی و محیط صادراei دو چهار کاملاً متغیر می‌کنند در نتیجه با ایجاد دستگاه کوروانیس متغیر گزینه‌ها آفای کروناخ بعد منجر محیط صادراei متغیر می‌کند لذا می‌پایست تأثیر دو عامل پیشگی و محیط صادراei در قابل و منوی می‌گردد در نظر گرفته شود.
می‌توان از متغیرهای مشاهده شده، میانگین گرفت و در قابلیت که می‌توان مشاهده شده بیان نمود. به منظور انجام تحلیل مسیر، از نرم‌افزار لیزرل استفاده شده است.

**تراکمی‌های مکانیکی** به نرم‌افزار محاسبه SPSS می‌شود و در تحلیل مسیر با لازم به عنوان متغیر مشاهده شده در نظر گرفته می‌شوند.

نتایج بدست آمده از اجرای مدل در لیزرل، در جدول 4 خلاصه شده است. جنابه مشاهده می‌شود بیشترین تأثیر متعلق به مدیریت راهبردی پایداری (ضریب 0.88) و کمترین ضریب معناداری مربوط به پیوست می‌باشد.

نتایج می‌تواند از واقعیت مود انتظار از جامعه آماری سازگار است. برای مثال، انتظار می‌رود پیوست می‌باشد که نشان‌دهنده نیازهای متغیر و متغیر مشتریان است در صورت خواص تأثیر خیلی زیادی بر
عملکرد صادرات ناشته باشد. همچنین تأثیر رقابت و جنگهای رقابتی در این صنعت به مانند و بنظر می‌رسد. اکثریت شرکت‌ها مشتریان خود را رکرده‌اند. اما تاثیرگذاری بالای مدیریت پایداری (که در پیشنهاد جالش‌های داخلی، خارجی و ایندکس‌های است) بر عملکرد صادرات قابل توجه است و بررسی موشک‌افشان‌های بیشتری نیاز پایداری و اکثریت مدیریت یکی از مهم‌ترین مسائل است. 

جدول 4: تجزیه اثرات متغیرها بر عملکرد صادرات خاویار

<table>
<thead>
<tr>
<th>متغیرها</th>
<th>اثر مستقیم</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>رفتار گراشی به بازار صادرات</td>
<td>120/010</td>
</tr>
<tr>
<td>(0/65)</td>
<td>2/33/040</td>
</tr>
<tr>
<td>-</td>
<td>1/70</td>
</tr>
<tr>
<td>اعتطاف، بندایی صادرات</td>
<td>1/56/000</td>
</tr>
<tr>
<td>(0/75)</td>
<td>2/47/015</td>
</tr>
<tr>
<td>یویایی محیط</td>
<td>2/00/017</td>
</tr>
<tr>
<td>شدت رقابت</td>
<td>1/27/012</td>
</tr>
<tr>
<td>مدیریت پایداری</td>
<td>0/88</td>
</tr>
<tr>
<td>(0/85)</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

* ارقام داخل پارنات: مقایسه امره 1 نشان می‌دهد.
* متأخ: یافته‌های پژوهش

شکل 2: مدل تحلیل مسیر در حالت ضرایب استاندارد‌شده


table: Table 4: Analysis of the effects of variables on export performance of caviar.

نحوه

براساس نتایج جدول 4 و شکل 2 می‌توان بیان داشت جهت رفتار گراشی به بازار صادرات یویایی بازار در این مواد محیطی، مدیریت راهبردی پایداری و اعتطاف، بندایی

90
ارتباط بین انعطاف‌پذیری صادرات و عملکرد صادراتی

مجله علمی شیلات ایران

سال بیست و هشتم / شماره ۲

نیز اثر میانجی گری بی‌بایر و شدت رقابت در محدود

صدارت با ارتباط بین انعطاف‌پذیری صادرات و عملکرد

صدارتی مورد بررسی قرار گرفت که مورد نسبی اعتبار نشد

بررسی ضرایب مسیر (اثر کل) میانگین مؤثر بر

عملکرد، نشان داد که تغییرات راهبردی

پاژاری با ضریب ۸۸/۸ بیشترین تأثیر را بر عملکرد

صدارت خواص دارد. ضریب تعیین مدل برابر با

است. بین دو نمای که می‌توانسته‌ای وارد شده در مدل در

مابین معنا یکی می‌تواند ۲۱ درصد از تغییرات عملکرد صادرات

خواص را تبیین کند. به عبارت دیگر، ۲۱ درصد از

تغییرات صادرات خواصی، ناشی از میانگین‌های موجود در

مدل است. به‌همین علت نتیجه بررسی‌های در

جدول ۳ آثاره شده است.

بحث

با توجه به سری‌های زمانی مرکز امر ایران در رابطه با

استحصال خواری (مرکز امر ایران، ۱۳۹۳)، شاهد آن

به‌طور نکته که سال‌های اخیر استخراج خواری و در نتیجه

صدارت آن، به مرحله قابل توجهی کاهش یافته است. حال

انه ایران جز صادرکننده برگ خواری بوده و این مرکز

نگ خیاط برای این صنعت است. شرکت‌های دارای

سطح بالاتر رفتار گرای به بالار، عملکرد

بالاتر صادراتی هستند. تأثیر حاصل از پژوهش رابطه

شیاسی و رفتار گرایی به بالار صادرات بالاتر

Ellis صادرات را تا حدی نموده است و با تاکید مطالعات

Cadowan، (۲۰۰۳) و Akehurst و Akylol (۲۰۰۷)

Chung (۲۰۰۸) و خوکاران (۲۰۱۰) و

صادرات، عملکرد صادرات به‌صورت می‌پایند. این فرضیه نیز

تایید شده است. با افزایش انعطاف‌پذیری صادرات

عملکرد صادرات به‌صورت می‌پایند و با تاکید مطالعات

Brouthers (۱۹۹۸) و Casson و Buckley

پژوهش کننده خواص با بی‌بایر باز توجه

بیشتر می‌باشد. 

- شرکت‌های صادرکننده خواص با بی‌بایر توجه

به‌صورت می‌باشد. 

- شرکت‌که صادرکننده خواص با بی‌بایر را توجه

بیشتر می‌باشد. 

اشاره می‌شود. 

مطالعه آمار شرکت‌های صادر تخصصی خدمات کشاورزی. ۱۹۹۶


The Impact of Strategic Sustainability Management and Export Environment on the Export Performance of Caviar

Shahabadi A.¹*; Jafari M.²; Emami F.³

*Corresponding author

¹Department of Economics, Faculty of Social Science and Economics, Alzahra University, Tehran, Iran
²Tolou-e-Mehr Non-Profit Institute Higher Education, Qom, Iran
³Department of Business Management, Islamic Azad University of Buin

Abstract
The purpose of this study was evaluation of export performance of Iranian caviar and identification of its affecting factors. Therefore, this study has examined the impact of variables like ability of strategic sustainability management, the measure of export market-oriented and export flexibility taking into consideration of environmental differences between internal and external market on export performance of Iran's caviar. Current research with the view to objective is applied research and with a view to data collection is descriptive research and Statistical population of this study to include all managers of exporting firms Caviar exporting companies in Iran. Cronbach's alpha was 0.9 which indicates that the reliability of the questionnaire is appropriate. Connection between research variable has been investigated through path analysis in LISREL Version 8.8 software. The consequence of this study shows that strategic sustainability management has the most impact on Caviar export performance of Iran. After that parameters of export flexibility, export market-oriented behavior finally dynamic of market have significant and positive impact on export performance.

Keywords: Export Performance, Export Market-Oriented, Strategic Sustainability Management, Export Flexibility, Export of Caviar