[Downloaded from isfj.ir on 2025-12-26]

[DOR: 20.1001.1.10261354.1398.28.2.14.7]

تأثیر مدیریت راهبردی پایداری و محیط صادرات بر عملکرد صادرات خاویار ایران

ابوالفضل شاه‌آبادی[1*]، مهدی جعفری[2]، فاطمه امامی[3]

*a.shahabadi@alzahra.ac.ir

۱-دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی دانشگاه الزهرا، تهران، ایران
۲-موسسه آموزش عالی طلوع مهر قم، قم، ایران
۳-دانشگاه آزاد اسلامی واحد بوئین زهرا، بوئین زهرا، ایران

تاریخ دریافت: آذر ۱۳۹۷ تاریخ پذیرش: بهمن ۱۳۹۷

چکیده

این پژوهش به منظور بررسی عملکرد صادرات خاویار ایران و شناسایی عوامل اثرگذار بر آن انجام شده است. بدین منظور، این پژوهش به بررسی تاثیر متغیرهای توانایی مدیریت راهبردی پایداری، میزان گرایش به بازار صادرات و انعطاف‌پذیری صادراتی با در نظر گرفتن تفاوت‌های محیطی بین بازار داخلی و بازار هدف خارجی بر عملکرد صادراتی خاویار ایران پرداخته است. مطالعه حاضر به لحاظ هدف، از نوع پژوهش‌های کاربردی و از لحاظ نحوه گردآوری داده‌ها، از نوع پژوهش‌های توصیفی - پیمایشی بوده و جامعه آماری مطالعه حاضر شامل کلیه مدیران شرکت‌های صادرکننده خاویار در سطح کشور می‌باشد. آلفای کرونباخ ۰/۹ بدست‌آمد که نشان‌دهنده مناسب بودن پایایی پرسشنامه است. ارتباط بین متغیرهای پژوهش از طریق تحلیل مسیر در نرم‌افزار لیزرل نسخه 8.8 مورد بررسی قرار گرفته و نتیجه تحلیل حاکی از آن است که مدیریت راهبردی پایداری، بیشترین تأثیر را بر عملکرد صادرات خاویار ایران داشته است. پس از آن بترتیب متغیرهای انعطاف‌پذیری صادرات و رفتار گرایش به بازار صادراتی و نهایتاً پویایی بازار بر عملکرد صادرات تأثیر مثبت و معنی‌دار دارند.

لغات کلیدی: عملکرد صادرات، رفتار گرایش به بازار صادرات، مدیریت راهبردی پایداری، انعطاف‌پذیری صادراتی، صادرات خاویار

*نویسنده مسئول

[DOI: 10.22092/ISFJ.2019.118960]

[Downloaded from isfj.ir on 2025-12-26]

[DOR: 20.1001.1.10261354.1398.28.2.14.7]

[DOI: 10.22092/ISFJ.2019.118960]

مقدمه

صادرات یکی از مهممترین گام‌های اولیه سازمان‌ها برای توسعه و مسیری برای ورود بـه بازارهای جهانی و گسترش فعالیـتهـای بـین‌المللـی آنهاسـت (Sohail and Alashban, 2009). به همین دلیل شرکت‌ها تمایل دارند با استفاده از صادرات، موقعیت تولیداتشان را در تجارت بین‌الملل بسنجند (Villena-Manzanares and Souto-Pérez, 2016). امروزه عملکرد صادراتی، به دلیل گرایش به جهانی‌سازی بازارها، مورد توجه ویژه در پژوهش‌های بازاریابی صادراتی و رشته‌های بازاریابی بین‌الملل قرار گرفته و محققان به درک محرک‌های موفقیت صادراتی که به نوعی با عملکرد صادراتی مرتبط می‌شود، بسیار علاقه‌مند شده‌اند، زیرا میزان موفقیت یک شرکت در امر صادرات را می‌توان با عملکرد صادراتی آن ارزیابی کرد (Cadogan *et al.*, 2003). لذا، درک اهمیت عوامل مؤثر بر عملکرد آن، امری حیاتی می‌باشد.

ماهیان خاویاری با قدمت بیش از عصر ژوراسیک یعنی ۲۵۰ میلیون سال قبل یکی از با ارزش‌ترین آبزیان جهان هستند. دریای خزر به عنوان بزرگ‌ترین منبع ماهیان خاویاری در جهان بیش از ۸۰ درصد خاویار جهان را تأمین می‌کند (لاریجانی و همکاران، ۱۳۹۵). این در حالی است که صادرات خاویار ایران بسیار پایین‌تر از سهمیه CITES که همواره سقف مجاز تجارت گونه‌های در حال انقراض برای کشورهای عضو را سهمیه‌بندی می‌کند، می باشد. ایران در سال‌های اخیر نتوانسته است حتی یک چهارم سقف مجاز خود را صید و صادر کند (عادلی، ۱۳۹۶). در حال حاضر، روند صید ماهیان خاویاری ایران رو به کاهش است، بطوریکه از حدود ۲۱۰۰ تن در سال ۱۳۷۱ به حدود ۲۰ تن در سال ۱۳۹۲ رسیده و با ادامه این روند میزان صید به کمترین حد یعنی ۱۴ تن در سال ۱۳۹۴ رسیده است (شرکت مادر تخصصی خدمات کشاورزی، ۱۳۹۶). از سوی دیگر، کاهش ذخایر ماهیان خاویاری، افزایش قاچاق، تقلب در محصول و ورود خاویارهای پرورشی اروپا به بازارهای جهانی ازجمله عواملی هستند که موجب کاهش صادرات خاویار طی دهه اخیر شده‌اند. لذا، شناخت عوامل مؤثر بر عملکرد صادرات این بخش می‌تواند به بهبود آن کمک کند (فیض‌آبادی و همکاران، ۱۳۸۸). بنابراین، هدف این پژوهش بررسی تاثیر توانایی مدیریت راهبردی پایداری توسعه، میزان گرایش به بازار صادرات و انعطاف‌پذیری صادراتی، با در نظر گرفتن تفاوت‌های محیطی بین بازار داخلی و بازار هدف خارجی بر عملکرد صادراتی شرکت‌های صادرکننده خاویار است. زیرا این پژوهش از معدود پژوهش‌هایی است که انعطاف‌پذیری صادرات و مدیریت پایداری را به طور مجزا به عنوان مزیت‌های رقابتی در ادبیات موضوع صادرات در نظر می‌گیرد و همچنین تأثیر بازارگرایی (به عنوان یک عامل داخلی) و تأثیر محیط (به عنوان عامل خارجی) را در شکل‌دهی به انعطاف‌پذیری و درنتیجه عملکرد صادراتی لحاظ می‌نماید.

Uyar و Oralhan (۲۰۱۷) مشخص کردند ظرفیت نوآوری منجر به بهبود عملکرد صادراتی می‌گردد. در تحقیق Villena-Manzanares و Souto-Pérez (۲۰۱۶) مشخص شد پایداری و جهت‌گیری نوآورانه تاثیر قابل توجهی بر عملکرد صادراتی دارند. Behyan و همکاران (۲۰۱۵) مشخص کردند گرایش‌های بین‌المللی خارجی مهمترین عامل عملکرد صادراتی بوده است. مهم‌ترین یافته پژوهش Vencato و همکاران (۲۰۱۴) این است که بیشتر شرکت‌ها به پایداری راهبردی به عنوان عامل اولیه بین‌المللی شدن و صادرات، اعتقاد ندارند. در حالیکه در نظر گرفتن آن و دخیل کردن ذی-نفعان و کارمندان در راهبردهای پایدار، امری ضروری است. Navarro و همکاران (۲۰۱۰) مشخص کردند شرکت‌های متعهدتر به بازارهای خارجی، تمایل بیشتری به استفاده از عناصر برنامه بازاریابی دارند. محمدیان و همکاران (۱۳۹۲)، مشخص کردند بازارگرایی صادرات بر عملکرد صادرات و مزیت رقابتی تأثیر دارد. همچنین، مزیت رقابتی که در مدل پژوهش متغیر میانجی بازارگرایی صادرات و عملکرد صادرات نیز هست، بر عملکرد صادراتی تأثیر مثبت دارد. در تحقیق قاسمی و همکاران (۱۳۸۸) مشخص شد دو متغیر هماهنگی بیرونی و هماهنگی درونی و اثر تعاملی آنها بر عملکرد صادراتی اثرگذارند. همچنین

[Downloaded from isfj.ir on 2025-12-26]

[DOR: 20.1001.1.10261354.1398.28.2.14.7]

[DOI: 10.22092/ISFJ.2019.118960]

اثر هماهنگی درونی نسبت به هماهنگی بیرونی بر عملکرد صادراتی بیشتر است.

به دلیل اهمیت بالای عملکرد صادراتی، پژوهش‌های بسیاری به این مهم پرداخته‌اند و عوامل موثر بسیاری نظیر برنامه‌های توسعه دولت، برنامه‌های تشویق صادرات، عوامل محیطی، تعهد صادراتی، تطبیق قیمت، نگرش‌های مدیران نسبت به بازار صادرات و... بر عملکرد صادراتی بررسی کرده‌اند. در حالیکه سه عامل انعطاف‌پذیری صادراتی، رفتار گرایش به بازار صادرات 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 صادراتی، رفتار گرایش به بازار صادرات و مدیریت راهبردی پایدار در مدل مفهومی پژوهش استفاده کرده و به طور خاص در زمینه صادرات خاویار، 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. ابزار گردآوری اطلاعات پرسش‌نامه است که بین مدیران شرکت‌های صادرکننده خاویار توزیع شده است. پایه اصلی پرسشنامه این پژوهش، پرسش‌نامه‌های Cadogan و همکاران (۲۰۱۲)، Vencato و همکاران (۲۰۱۴)، Tsinopoulos و همکاران (۲۰۱۴)، Monteiro و همکاران (۲۰۱۳) و Navarro و همکاران (۲۰۱۰) است که در مجموع مشتمل بر ۶۰ سؤال می‌باشد (جدول ۱).

پس از تنظیم پرسشنامه، روایی محتوایی و صوری پرسشنامه توسط ۵ تن از متخصصان و اساتید دانشگاه‌ها مورد تأیید قرار گرفت. برای تعیین پایایی پرسشنامه‌ها نیز از روش ضریب آلفای کرونباخ[1] استفاده شده است. نتیجه محاسبات نشان می‌دهد آلفای کرونباخ تمامی ابعاد پرسش‌نامه بالای ۰/۹ بوده و نشانگر مناسب بودن پایایی پرسشنامه است. همچنین نتایج بیانگر قابلیت اتکای بالای گویه‌های پرسشنامه است (جدول ۲). به منظور درک بهتر متغیرهای پژوهش و روابط حاکم بر آنها، در شکل ۱ مفهومی ارائه شده است. بر اساس مدل ارائه شده، فرضیات پژوهش به صورت ذیل خواهند بود

۱- شرکت‌های دارای سطوح بالاتر رفتار گرایش به بازار صادرات، دارای عملکرد بالاتر صادراتی هستند.

۲- با افزایش انعطاف‌پذیری صادرات، عملکرد صادرات بهبود می‌یابد.

۳- سطح بالاتر رفتار گرایش به بازار صادرات، موجب ارتباط قوی‌تر بین انعطاف‌پذیری صادرات و عملکرد صادراتی می‌شود.

۴-ارتباط بین انعطاف‌پذیری صادرات و عملکرد صادراتی بوسیله پویایی بازار و شدت رقابت به عنوان مولفه‌های محیط صادرات، تعدیل می‌شود.

۵- بهبود محیط صادرات، از مجرای پویایی محیط و شدت رقابت، بر عملکرد صادرات مؤثر است.

۶- بهبود مدیریت راهبردی پایداری، بر عملکرد صادرات مؤثر است.

آزمون نرمال‌بودن

در گام نخست، نرمال بودن توزیع داده‌هاست که با استفاده از آزمون کلموگروف – اسمیرنوف[2] بررسی شده که نتیجه این آزمون در جدول ۳ ارائه شده است. بر اساس سطوح معنادار بدست آمده از آزمون کلموگروف – اسمیرنوف، مشاهده می‌شود سطح معناداری برای تمامی مؤلفه‌ها بیشتر از خطای نوع اول ۰٫۰۵ بدست آمده‌اند و در نتیجه، فرض نرمال بودن تمامی مشاهدات در سطح خطای نوع اول ۰٫۰۵ پذیرفته می‌شود.

[1] Cronbach's alpha

[2] Kolmogorov–Smirnov test

[Downloaded from isfj.ir on 2025-12-26]
[DOR: 20.1001.1.10261354.1398.28.2.14.7]
[DOI: 10.22092/ISFJ.2019.118960]

جدول ۱: جدول مؤلفه‌ها و گویه‌های پرسشنامه

Table 1: Table of components and items of the questionnaire.

ردیف	ابعاد موردبررسی	مؤلفه‌های موردبررسی	گویه‌های مرتبط به هر مؤلفه
۱	رفتار گرایش به بازار صادرات	ایجاد هوشمندی صادراتی	۱ – ۴
		انتشار	۵ – ۹
		پاسخ‌گویی	۱۰ – ۱۲
۲	انعطاف‌پذیری صادرات	تجربه صادراتی	۱۳ – ۱۵
		تصمیم‌گیری صادراتی	۱۶ – ۲۱
		هماهنگی صادراتی	۲۲ – ۲۷
۳	محیط صادرات	پویایی محیط	۲۸ – ۳۲
		شدت رقابت	۳۳ – ۳۸
		چالش‌های خارجی	۳۹ – ۴۴
۴	مدیریت پایداری	چالش‌های داخلی	۴۵ – ۴۸
		آینده‌نگری	۴۹ – ۵۳
۵	عملکرد	-	۵۴ – ۵۹
۶	اندازه	-	۶۰

منبع: یافته‌های پژوهش

جدول ۲: میزان پایایی پرسشنامه‌های پژوهش

Table 2: Reliability of research questionnaires.

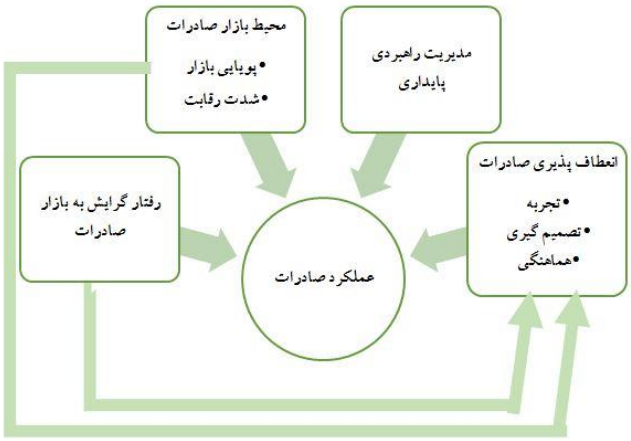
متغیر	تعداد سؤال	میزان آلفای کرونباخ
رفتار گرایش به بازار صادرات	**۱۲**	۰٫۹۹۱
ایجاد هوشمندی صادراتی	۴	۰٫۹۷۳
انتشار	۵	۰٫۹۷۷
پاسخ‌گویی	۳	۰٫۹۶۶
انعطاف‌پذیری صادرات	**۱۵**	۰٫۹۹۶
تجربه صادراتی	۳	۰٫۹۹۶
تصمیم‌گیری صادراتی	۶	۰٫۹۸۶
هماهنگی صادراتی	۶	۰٫۹۹۳
محیط صادرات	**۱۱**	-*
پویایی محیط	۵	۰٫۹۸۵
شدت رقابت	۶	۰٫۹۸۹
مدیریت پایداری	**۱۵**	۰٫۹۹۶
چالش‌های خارجی	۶	۰٫۹۹۰
چالش‌های داخلی	۴	۰٫۹۸۵
آینده‌نگری	۵	۰٫۹۸۸
عملکرد	**۶**	۰٫۹۸۸
اندازه	**۱ (با ۴ زیر سؤال)**	۰٫۹۰۷

* دو گزینه پویایی محیط و شدت رقابت، در دو جهت کاملاً متفاوت عمل می‌کنند و درنتیجه با ایجاد شدن کوواریانس منفی بین گزینه‌ها، آلفای کرونباخ بعد محیط صادرات را منفی می‌کنند. لذا می‌بایست تأثیر دو عامل پویایی محیط و شدت رقابت، در قالب دو متغیر جداگانه در نظر گرفته شود.

[Downloaded from isfj.ir on 2025-12-26]

[DOR: 20.1001.1.10261354.1398.28.2.14.7]

[DOI: 10.22092/ISFJ.2019.118960]



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش

Figure 1: Conceptual model of research.

منبع: Cadogan *et al.*, 2012 (۲۰۱۲) و Vencato *et al.*, (۲۰۱۴)

جدول ۳: نتایج آزمون نرمال بودن مشاهدات

Table 3: The results of the normal observation test.

ابعاد	سطح معناداری	آماره کلموگروف	نتیجه
رفتار گرایش به بازار صادرات	۰/۷۴	۰/۶۸۲	نرمال
انعطاف‌پذیری صادرات	۰/۴۰۶	۰/۹۸۱	نرمال
مدیریت پایداری	۰/۳۲	۰/۹۵۶	نرمال
پویایی محیط	۰/۶۳۳	۰/۷۴۸	نرمال
شدت رقابت	۰/۸۴۳	۰/۶۱۶6	نرمال
عملکرد	۰/۹۱۹	۰/۵۴۸	نرمال

مأخذ: یافته‌های پژوهش

تحلیل مسیر

تحلیل مسیر[1] فنی برای بررسی ارتباط و وابستگی میان متغیرهاست. در تحلیل مسیر از انواع تکنیک‌های رگرسیون چندگانه، تحلیل عاملی، همبستگی چندمتغیره و تحلیل‌های واریانس و کوواریانس چندگانه مانند ANOVA[2]، ANCOVA[3] و MANOVA[4] استفاده می‌شود.از آنجایی که در تحلیل مسیر از روش‌های مبتنی بر رگرسیون چندگانه استفاده می‌شود، می‌تواند به عنوان نوعی از مدل معادلات ساختاری محسوب شود تحلیل مسیر فقط بر متغیرهای مشاهده شده قابل انجام است. در صورت نیاز با فرض وجود متغیرهای مکنون می‌توان از متغیرهای مشاهده شده، میانگین گرفت و در قالب یک متغیر مشاهده شده بیان نمود. به منظور انجام تحلیل مسیر، از نرم‌افزار لیزرل استفاده شده است. متغیرهای مکنون، ابتدا در نرم‌افزار SPSS محاسبه می‌شود و در تحلیل مسیر با لیزرل، به عنوان متغیر مشاهده‌شده در نظر گرفته می‌شوند.

نتایج بدست آمده از اجرای مدل در لیزرل، در جدول ۴ خلاصه شده است. چنانچه مشاهده می‌شود بیشترین تأثیر متعلق به مدیریت راهبردی پایداری (ضریب ۰/۸۸) و کمترین ضریب معناداری مربوط به پویایی محیط (۰/۰۱۵) است. این موضوع با واقعیات مورد انتظار از جامعه آماری سازگار است. برای مثال، انتظار می‌رفت پویایی محیط (که نشان‌دهنده نیازهای متفاوت و متغیر مشتریان است) در صنعت خاویار تأثیر خیلی زیادی بر

[1] Path Analysis
[2] Analysis of Covariance
[3] Analysis of Variance
[4] Multivariate Analysis of Variance

[Downloaded from isfj.ir on 2025-12-26]

[DOR: 20.1001.1.10261354.1398.28.2.14.7]

[DOI: 10.22092/ISFJ.2019.118960]

عملکرد صادرات نداشته باشد. همچنین تأثیر رقابت و جنگ‌های رقابتی در این صنعت بی‌معناست و بنظر می‌رسد هر یک از شرکت‌ها، مشتریان خود را دارند. اما تأثیرگذاری بالای مدیریت پایداری (که دربردارنده چالش‌های داخلی، خارجی و آینده‌نگری است) بر عملکرد صادرات قابل‌توجه است و بررسی موشکافانه‌تر و بکار بستن آن توسط شرکت‌های صادرکننده خاویار را می‌طلبد. پس از اجرای مدل در نرم‌افزار لیزرل، مشاهده شد چهار مسیر با مقدار t-value کمتر از ۲ معنادار نبودند. بنابراین، از مدل نهایی حذف و مدل تجربی نهایی به صورت شکل ۲ ارائه گردید.

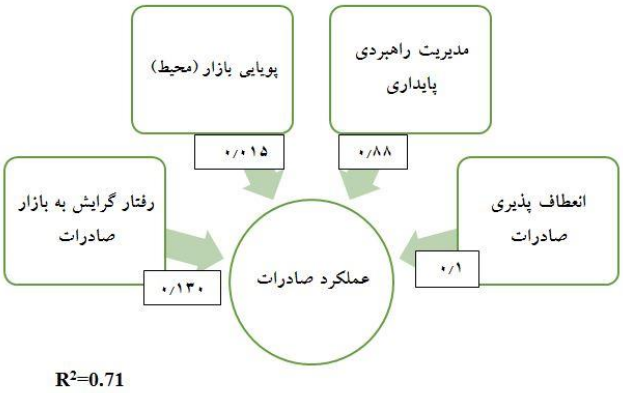
جدول ۴: تجزیه اثرات متغیرها بر عملکرد صادرات خاویار

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

متغیرها	اثر مستقیم	اثر میانجی
رفتار گرایش به بازار صادرات	۰/۱۳۰ (۲/۶۳)*	-۰/۰۰۲ (۰/۶۵)
انعطاف‌پذیری صادراتی	۰/۱۷۰ (۲/۹۵)	-
پویایی محیط	۰/۰۱۵ (۲/۵۲)	۰/۰۰۰ (۰/۷۵)
شدت رقابت	-۰/۲۵ (-۱/۷۷)	-۰/۰۰۱۷ (۱/۲۵)
مدیریت پایداری	۰/۸۸ (۸/۲۵)	-

* ارقام داخل پرانتز، مقادیر آماره t را نشان می‌دهند.

مأخذ: یافته‌های پژوهش



شکل ۲: مدل تحلیل مسیر، در حالت ضرایب استانداردشده

Figure 2: Route analysis model in the case of standardized coefficients

نتایج

براساس نتایج جدول ۴ و شکل ۲، می‌توان بیان داشت چهار رفتار گرایش به بازار صادرات، پویایی بازار (از عوامل محیطی)، مدیریت راهبردی پایداری و انعطاف‌پذیری صادرات، تأثیر مستقیم بر عملکرد صادرات دارند. در فرضیه سوم، اثر میانجی‌گری رفتار گرایش به بازار صادرات بر رابطه بین انعطاف‌پذیری صادرات و عملکرد صادراتی بررسی شد که مورد تایید قرار نگرفت. در فرضیه چهارم

[Downloaded from isfj.ir on 2025-12-26]

[DOR: 20.1001.1.10261354.1398.28.2.14.7]

[DOI: 10.22092/ISFJ.2019.118960]

نیز اثر میانجی‌گری پویای بازار و شدت رقابت در محیط صادرات بر ارتباط بین انعطاف‌پذیری صادرات و عملکرد صادراتی مورد بررسی قرار گرفت که مورد تایید واقع نشد. بررسی ضرایب مسیر کل (اثر کل) متغیرهای مؤثر بر عملکرد، نشان می‌دهد که متغیر مدیریت راهبردی پایداری با ضریب ۰/۸۸، بیشترین تأثیر را بر عملکرد صادرات خاویار دارد. ضریب تعیین مدل برابر با ۰/۷۱ است. بدین معنا که متغیرهای وارد شده در مدل در مجموع می‌توانند ۷۱ درصد از تغییرات عملکرد صادرات خاویار را تبیین کنند. به عبارت دیگر، ۷۱ درصد از تغییرات صادرات خاویار، ناشی از متغیرهای موجود در مدل است. بر همین اساس نتیجه بررسی فرضیات در جدول ۳ ارائه شده است.

بحث

با توجه به سری‌های زمانی مرکز آمار ایران در رابطه با استحصال خاویار (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۳)، شاهد آن هستید که در سال‌های اخیر، استخراج خاویار و در نتیجه صادرات آن، به میزان قابل‌توجهی کاهش یافته است. حال آنکه ایران جزء صادرکنندگان بزرگ خاویار بوده و این امر زنگ خطری برای این صنعت است. شرکت‌های دارای سطوح بالاتر رفتار گرایش به بازار صادرات، دارای عملکرد بالاتر صادراتی هستند. نتایج حاصل از پژوهش رابطه مثبت بین رفتار گرایش به بازار صادرات و عملکرد بالاتر صادرات را تایید نموده است و با نتایج مطالعات Ellis (۲۰۰۷)، Akyol و Akehurst (۲۰۰۳)، Cadogan و همکاران (۲۰۰۲)، Lin و همکاران (۲۰۱۴) و Chung (۲۰۱۲) همخوانی و انطباق دارد. با افزایش انعطاف‌پذیری صادرات، عملکرد صادرات بهبود می‌یابد. این فرضیه نیز تایید شد یعنی با افزایش افزایش انعطاف‌پذیری صادرات، عملکرد صادرات بهبود می‌یابد و با نتایج مطالعات Buckley و Casson (۱۹۹۸) و Brouthers و همکاران (۲۰۰۸) سازگار است. سطح بالاتر رفتار گرایش به بازار صادرات، موجب ارتباط قوی‌تر بین انعطاف‌پذیری صادرات و عملکرد صادراتی می‌شود. بر اساس نتایج پژوهش این فرضیه تایید نمی‌گردد و رفتار گرایش به بازار صادرات که در مدل پژوهش متغیر میانجی انعطاف‌پذیری صادرات و عملکرد صادرات هست، بر عملکرد صادراتی تأثیری ندارد. ارتباط بین انعطاف‌پذیری صادرات و عملکرد صادراتی بوسیله پویایی بازار و شدت رقابت در محیط صادرات تعدیل می‌شود. این فرضیه نیز بر اساس نتایج پژوهش تایید نمی‌گردد. به عبارت دیگر، پویایی بازار و شدت رقابت در محیط صادرات که در مدل پژوهش متغیر میانجی انعطاف‌پذیری صادرات و عملکرد صادرات هستند، بر عملکرد صادراتی تأثیری ندارند. محیط صادرات، از مجرای پویایی محیط و شدت رقابت، بر عملکرد صادرات مؤثر است. نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد محیط صادرات از طریق پویایی محیط بر عملکرد صادرات تاثیر می‌گذارد که با نتایج مطالعات Cadogan و همکاران (۲۰۱۲)، قاسمی و همکاران (۱۳۸۸) و میر جهان مرد (۱۳۸۹) سازگار است. ولی محیط صادرات از طریق شدت رقابت بر عملکرد صادرات تاثیر نمی‌گذارد و این فرضیه تایید نمی‌شود. بهبود مدیریت راهبردی پایداری، بر عملکرد صادرات مؤثر است. نتایج حاصل از پژوهش این فرضیه را تایید می‌کند و با نتایج مطالعات Vencato و همکاران (۲۰۱۴) همخوانی و سازگاری دارد.

بنابراین، برای بهبود عملکرد صادرکنندگان خاویار پیشنهادهای ذیل ارائه می‌گردد:

- دولت می‌تواند نقش کلیدی را در ترغیب فعالیت‌های تجارت خارجی(صادرات) بنگاه‌های صادرکننده خاویار از طریق برنامه‌های حمایت از صادرات ایفا نمایند و با ایجاد مشوق‌ها و جایزه‌های صادراتی، رفتار گرایش به بازار صادرات و بهبود انعطاف‌پذیری صادراتی برای بقا و افزایش سودآوری بنگاه‌های صادرکننده خاویار نهادینه کند تا شرکت‌های صادرکننده خاویار با سطح بالایی از رفتار گرایش به بازار صادرات و بهبود انعطاف‌پذیری صادراتی، حضور پررنگ و موثری در بازارهای بین‌المللی داشته باشند.
- شرکت‌های صادرکننده خاویار باید به پویایی بازار توجه بیشتری مبذول دارند.
- شرکت‌های صادرکننده خاویار می‌توانند با به کارگیری مدیریت راهبردی پایدار و برنامه‌ریزی مناسب در قیاس با رقبای جهانی به عملکرد صادراتی بهتری دست یابند.

منابع

آمار شرکت مادر تخصصی خدمات کشاورزی، ۱۳۹۶.

فیض‌آبادی، ی.، رمضانی، م. و غلام نژاد، م. ۱۳۸۸. بررسی عوامل موثر بر صادرات خاویار ایران. در ششمین کنفرانس اقتصاد کشاورزی ایران. انجمن اقتصاد کشاورزی ایران.

قاسمی، ح.، اعرابی، س. م. و دهقان، ن. ۱۳۸۶. مدل هماهنگی بین استراتژی بازاریابی بین الملل با ابعاد محیطی سازمان و زیر سیستمهای بازاریابی بین الملل و اثر آن بر عملکرد صادراتی (مورد :صنعت خدمات فنی و مهندسی). مطالعات مدیریت صنعتی، ۱۷، ۱۰۶-۷۵

عادلی، ا. ۱۳۹۷. ارزیابی مدیریت بهره برداری ماهیان خاویاری در سواحل ایرانی دریای خزر(۱۳۹۳-۱۳۰۶). مجله علمی شیلات ایران، (۱)۲۷: ۱۷۹-۱۷۱.

لاریجانی، م. امینی، ک.، بندانی، غ. ع.، بهروز خوشقلب، م. ر.، شریفی، س. و عقیلی نژاد، س.م.، ۱۳۹۵. بررسی و مقایسه درصد تغییرات ماهیان خاویاری در سالهای CPUE ترکیب گونه ای و ۹۰ و ۹۱ در سواحل جنوبی دریای خزر محدوده : استان گلستان. مجله علمی شیلات ایران، (۱)۲۶: ۲۰۳-۲۰۶.

محمدیان، م.، اله وردی، م. و سلیمی، ا. ۱۳۹۲. بررسی تأثیر بازارگرایی صادرات و مزیت رقابتی بر عملکرد صادرات (مورد مطالعه: صادرکنندگان نمونهٔ ایران در سال ۱۳۹۰). فصلنامه علمی-پژوهشی مدیریت بازرگانی، ۵(۴): ۷۸-۶۱

مرکز آمار ایران. ۱۳۹۳. میزان استحصال خاویار و گوشت از انواع ماهیان خاویاری کشور. ژانویه ۲۰۱۶

میرجهان مرد، س. ج. ۱۳۸۹. تاثیر محیط بر عملکرد صادراتی از طریق تطبیق قیمت (پایان نامه ارشد). وزارت علوم تحقیقات و فناوری. دانشگاه فردوسی مشهد.

Akyol, A. and Akehurst, G., 2003. An investigation of export performance variations related to corporate export market orientation. European Business Review, 15(1), 5–19. DOI: abs/10.1108/09555340310455155

Behyan, M., Osman, M. and Omar, A., 2015. Influence of internationalization orientation on export performance: in the perspective of Malaysian manufacturing firms. Journal of Business and Industrial Marketing, 30(1), 83-95. DOI: full/10.1108/JBIM-05-2012-0091.

Brouthers, K.D., Brouthers, L.E. and Werner, S., 2008. Real options, international entry mode choice and performance. *Journal of* Management Studies, 45(5), 936–960. DOI: abs/10.1111/j.1467-6486.2007.00753.x.

Buckley, P.J. and Casson, M., 2010. Models of the multinational enterprise. The Multinational Enterprise Revisited, 29(1), 147–176.

Cadogan, J.W., Diamantopoulos, A. and Siguaw, J., 2002. Export market-oriented activities: Their antecedents and performance consequences. Journal of International Business Studies, 33(3). DOI: 10.1057/palgrave.jibs.8491036

Cadogan, J.W., Sundqvist, S., Puumalainen, K. and Salminen, R.T., 2012. Strategic flexibilities and export performance. European Journal of Marketing, 46(10), 1418–1452. DOI:10.1108/03090561 211248107

Cadogan, J.W., Cui, C.C. and Li, E.K.Y., 2003. Export market-oriented behavior and export performance. International Marketing Review, 20(5): 493–513. DOI:10.1509/jimk.17.4.71

Chung, H.F.L., 2012. Export market orientation, managerial ties and

[Downloaded from isfj.ir on 2025-12-26]
[DOR: 20.1001.1.10261354.1398.28.2.14.7]
[DOI: 10.22092/ISFJ.2019.118960]

[Downloaded from isfj.ir on 2025-12-26]
[DOR: 20.1001.1.10261354.1398.28.2.14.7]
[DOI: 10.22092/ISFJ.2019.118960]

export performance: evidence from sme's in Saudi Arabia. International Journal of Entrepreneurship, 13, 49-65.

Tsinopoulos, C., Lages, L.F. and Sousa, C.M.P., 2014. Export experience counts: exploring its effect on product design change. R and D Management, 44(5), 450–465.

Uyar, K. and Oralhan, B., 2017. Innovation Capability and Export Performance of Turkish Export Firms. Chinese Business Review, 16(10), 481-495. DOI: 10.17265/1537-1506/2017.10.002

Vencato, C.H., DA. R., Gomes, C.M., Scherer, F.L., Kneipp, J.M. and Bichueti, R.S., 2014. Strategic sustainability management and export performance. Management of Environmental Quality: An International Journal, *25*(4), 431–445. DOI: 10.1108/MEQ-02-2013-0014

Villena-Manzanares, F. and Souto-Pérez, J.E., 2016. Sustainability, Innovative Orientation and Export Performance of Manufacturing SMEs: An Empirical Analysis of the Mediating Role of Corporate Image. Journal of Industrial Engineering and Management, 9(1), 35-58. DOI: 10.3926/jiem.1532

performance. International Marketing Review, 29(4), 403–423. DOI: abs/10.1108/02651331211242638

Ellis, P. D. 2007. Distance, Dependence and Diversity of Markets: Effects on Market Orientation. Journal of International Business Studies, 38(3), 374–386. DOI: 10.1057/palgrave.jibs.8400270

Lin, K., Huang, K.F. and Peng, Y.P., 2014. Impact of export market orientation on export performance. Baltic Journal of Management, 9(4), 403–425. DOI: 10.1108/BJM-03-2012-0012

Monteiro, T.M.C., Moreira, M.D.R.A. and Sousa, P.S.A., 2013. Relationship between firm size and export performance: Overtaking inconsistencies. Economic and Management Research Projects: An International Journal, 3(1), 9–23.

Navarro, A., Losada, F., Ruzo, E. and Dı´ez, J.A., 2010. Implications of perceived competitive advantages, adaptation of marketing tactics and export commitment on export performance. Journal of World Business, 45(1), 49–58. DOI:10.1016/j.jwb.2009.04.004

Sohail, M.S. and Alashban, A.A., 2009. An analysis of product market strategy and

[Downloaded from isfj.ir on 2025-12-26]

[DOR: 20.1001.1.10261354.1398.28.2.14.7]

[DOI: 10.22092/ISFJ.2019.118960]

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

Shahabadi A.[1*]; Jafari M.[2]; Emami F.[3]

*a.shahabadi@alzahra.ac.ir

1- Department of Economics, Faculty of Social Science and Economics, Alzahra University, Tehran, Iran

2- Tolou-e-Mehr Non-Profit Institute Higher Education, Qom, Iran

3- Department 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

*Corresponding author