

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

ابوالفضل شاهآبادی^{۱*}، مهدی جعفری^۲، فاطمه امامی^۳

*a.shahabadi@alzahra.ac.ir

۱-دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی دانشگاه الزهراء، تهران، ایران

۲-موسسه آموزش عالی طلوع مهر قم، قم، ایران

۳-دانشگاه آزاد اسلامی واحد بوئین زهرا، بوئین زهرا، ایران

تاریخ پذیرش: بهمن ۱۳۹۷

تاریخ دریافت: آذر ۱۳۹۷

چکیده

این پژوهش به منظور بررسی عملکرد صادرات خاويار 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 خاويار 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 خاويار در سطح کشور می‌باشد. آلفای کرونباخ ۰/۹ بدست آمد 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 خاويار 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 معنی دار دارند.

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

*نویسنده مسئول

مقدمه

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 خاويار است. زیرا این پژوهش از محدود 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 Souto-Pérez و Villena-Manzanares (۲۰۱۶) مشخص شد پایداری و جهت‌گیری نوآرانه 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 متعددتر به بازارهای خارجی، تمایل بیشتری به استفاده از عناصر برنامه بازاریابی دارند. محمدان 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

الصادرات یکی از مهم‌ترین گام‌های اولیه سازمان‌ها برای توسعه و مسیری برای ورود به بازارهای جهانی و گسترش فعالیتهای بین‌المللی آنهاست (Sohail and Alashban, 2009)؛ به همین دلیل شرکت‌ها تمایل دارند با استفاده از صادرات، موقعیت تولیداتشان را در تجارت بین‌الملل مستجد (Pérez, 2016). امروزه عملکرد صادراتی، به دلیل گرایش به جهانی سازی بازارها، مورد توجه ویژه در پژوهش‌های بازاریابی صادراتی و رشتۀ‌های بازاریابی بین‌الملل قرار گرفته و محققان به درک محرك‌های 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 خاوياری 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 خاوياری در جهان بیش از ۸۰ درصد خاويار جهان را تأمین می‌کند (لاریجانی و همکاران، ۱۳۹۵). این در حالی است که صادرات خاويار ایران بسیار پایین‌تر از سهمیه CITES که همواره سقف مجاز تجارت گونه‌های در حال انقراض برای کشورهای عضو را سهمیه‌بندی می‌کند، می‌باشد. 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 خاوياری ایران رو به کاهش است، بطوریکه از حدود ۲۱۰ 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 خاوياری، افزایش قاچاق، تقلب در محصول و ورود خاويارهای پرورشی اروپا به بازارهای جهانی از جمله عواملی هستند که موجب کاهش صادرات خاويار طی دهه اخیر شده‌اند. لذا، شناخت عوامل مؤثر بر عملکرد صادرات

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 خواهد 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 مؤلفه‌های محیط صادرات، تعديل 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 داده‌های است که با استفاده از آزمون کلموگروف – اسمیرنوف^۲ 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 ۰۰۵ بدست آمده‌اند و در نتیجه، فرض نرمال بودن تمامی مشاهدات در سطح خطای نوع اول ۰۰۵ پذیرفته می‌شود.

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 نظری 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 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. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه است که بین مدیران شرکت‌های صادرکننده خاوبار توزیع شده است. پایه اصلی پرسشنامه این پژوهش، Vencato پرسشنامه‌های Cadogan و همکاران (۲۰۱۲)، و همکاران 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 استادی دانشگاه‌ها مورد تأیید قرار گرفت. برای تعیین پایایی پرسشنامه‌ها نیز از روش ضریب آلفای کرونباخ^۱ استفاده شده است. نتیجه محاسبات نشان می‌دهد آلفای کرونباخ تمامی ابعاد

² Kolmogorov–Smirnov test

¹ Cronbach's alpha

جدول ۱: جدول مؤلفه‌ها و گویه‌های پرسشنامه

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

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

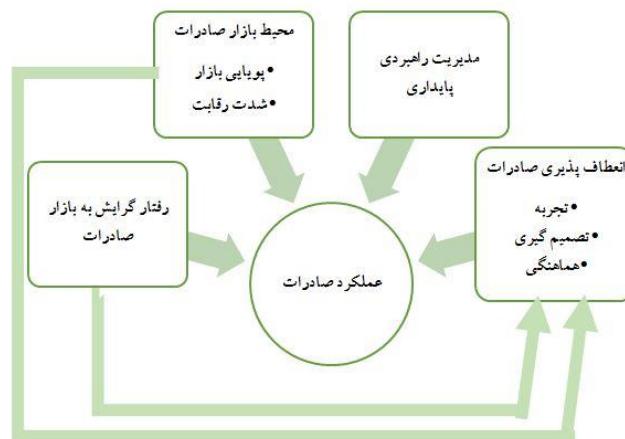
منبع: یافته‌های پژوهش

جدول ۲: میزان پایایی پرسشنامه‌های پژوهش

Table 2: Reliability of research questionnaires.

متغیر	تعداد سؤال	میزان آلفای کرونباخ
رفتار گرایش به بازار صادرات	۱۲	.۰۹۹۱
ایجاد هوشمندی صادراتی	۴	.۰۹۷۳
انتشار	۵	.۰۹۷۷
پاسخ‌گویی	۳	.۰۹۶۶
انعطاف‌پذیری صادرات	۱۵	.۰۹۹۶
تجربه صادراتی	۳	.۰۹۹۶
تصمیم‌گیری صادراتی	۶	.۰۹۸۶
هماهنگی صادراتی	۶	.۰۹۹۳
محیط صادرات	۱۱	* -
پویایی محیط	۵	.۰۹۸۵
شدت رقابت	۶	.۰۹۸۹
مدیریت پایداری	۱۵	.۰۹۹۶
چالش‌های خارجی	۶	.۰۹۹۰
چالش‌های داخلی	۴	.۰۹۸۵
آینده‌نگری	۵	.۰۹۸۸
عملکرد	۶	.۰۹۸۸
اندازه	۱ (با ۴ زیر سؤال)	.۰۹۰۷

* 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.



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش

Figure 1: Conceptual model of research.

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

جدول ۳: نتایج آزمون نرمال بودن مشاهدات

Table 3: The results of the normal observation test.

نتیجه	آماره کلموگروف	سطح معناداری	ابعاد
نرمال	۰/۶۸۲	۰/۷۴	رفتار گرایش به بازار صادرات
نرمال	۰/۹۸۱	۰/۴۰۶	انعطاف‌پذیری صادرات
نرمال	۰/۹۵۶	۰/۳۲	مدیریت پایداری
نرمال	۰/۷۴۸	۰/۶۳۳	پویایی محیط
نرمال	۰/۶۱۶	۰/۸۴۳	شدت رقابت
نرمال	۰/۵۴۸	۰/۹۱۹	عملکرد

مأخذ: یافته‌های پژوهش

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 مشاهده شده 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 خاويار تأثیر خیلی زیادی بر

تحلیل مسیر

تحلیل مسیر^۱ فنی برای بررسی ارتباط ووابستگی میان متغیرهای است. در تحلیل مسیر از انواع تکنیک‌های رگرسیون چندگانه، تحلیل عاملی، همبستگی چندمتغیره و تحلیل‌های واریانس و کوواریانس چندگانه مانند^۲ ANOVA،^۳ MANOVA^۴ و 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

¹ Path Analysis² Analysis of Covariance³ Analysis of Variance⁴ Multivariate Analysis of Variance

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.

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 در بردارنده چالش‌های داخلی، خارجی و آینده‌نگری است) بر عملکرد صادرات قابل توجه است و بررسی موشکافانه‌تر و بکار بستن

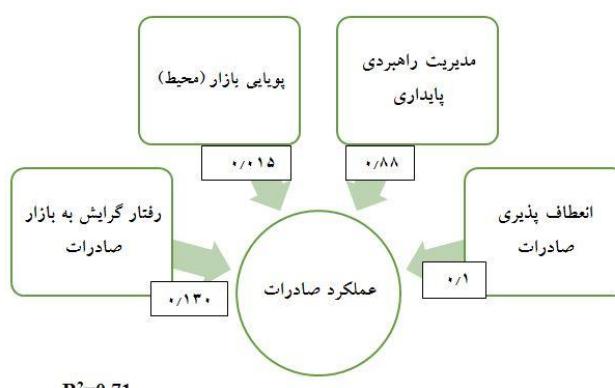
جدول ۴: تجزیه اثرات متغیرها بر عملکرد صادرات خاویار

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

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

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

الصادرات، تأثیر مستقیم بر عملکرد صادرات دارند. در فرضیه سوم، اثر میانجی گری رفتار گرایش به بازار صادرات بر رابطه بین انعطاف‌پذیری صادرات و عملکرد صادراتی بررسی شد که مورد تایید قرار نگرفت. در فرضیه چهارم

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

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 تأثیر 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 تأثیر 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 صادرات خاويار پیشنهادهای ذیل ارائه می‌گردد:

- دولت می‌تواند نقش کلیدی را در ترغیب فعالیت‌های تجارت خارجی (الصادرات) بنگاههای صادرکننده خاويار 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 خاويار نهادینه کند تا شرکت‌های صادرکننده خاويار با سطح بالایی از رفتار گرایش به بازار صادرات و بهبود انعطاف‌پذیری صادراتی، حضور پررنگ و موثری در بازارهای بین‌المللی داشته باشند.

- شرکت‌های صادرکننده خاويار باید به پویایی بازار توجه بیشتری مبذول دارند.

- شرکت‌های صادرکننده خاويار 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.

نیز اثر میانجی گری پویایی 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 خاويار 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 خاويار را تبیین کنند. به عبارت دیگر، ۷۱ درصد از تغییرات صادرات خاويار، 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 خاويار (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۳)، شاهد آن هستید که در سال‌های اخیر، استخراج خاويار و در نتیجه صادرات آن، به میزان قابل توجهی کاهش یافته است. حال آنکه ایران جزء صادرکنندگان بزرگ خاويار 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)، Akehurst و Akyol (۲۰۰۳)، Cadogan (۲۰۰۲)، Chung (۲۰۱۴) و Lin (۲۰۱۲) همخوانی و انتباط 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 Brouthers (۱۹۹۸) و Buckley (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.

- 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., Puimalainen, K. and Salminen, R.T., 2012.** Strategic flexibilities and export performance. *European Journal of Marketing*, 46(10), 1418-1452. DOI:10.1108/03090561211248107
- 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 فيض آبادی، ی.، رمضانی، م. و غلام نژاد، م. ۱۳۸۸ بررسی عوامل موثر بر صادرات خاويار 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، ۷۵-۱۰۶
- عادلی، ا. ۱۳۹۷. ارزیابی مدیریت بهره برداری ماهیان خاوياری در سواحل ایرانی دریای خزر (۱۳۰۶-۱۳۹۳). *مجله علمی شیلات ایران*, ۲۷(۱): ۱۷۱-۱۷۹
- 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 خاوياری در سالهای CPUE ترکیب گونه ای و ۹۰ و ۹۱ در سواحل جنوبی دریای خزر محدوده: استان گلستان. *مجله علمی شیلات ایران*, ۲۶(۱): ۲۰۶-۲۰۳
- محمدیان، م.، اله وردی، م. و سلیمانی، ا. ۱۳۹۲. بررسی تأثیر بازارگرایی صادرات و مزیت رقابتی بر عملکرد صادرات (مورد مطالعه: صادرکنندگان نمونه ایران در سال ۱۳۹۰). *فصلنامه علمی-پژوهشی مدیریت بازارگانی*, ۴(۵): ۶۱-۷۸
- مرکز آمار ایران. ۱۳۹۳. میزان استحصال خاويار و گوشت از انواع ماهیان خاوياری 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

performance. *International Marketing Review*, 29(4), 403–423. DOI: [abs/10.1108/02651331211242638](https://doi.org/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](https://doi.org/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](https://doi.org/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 Di'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](https://doi.org/10.1016/j.jwb.2009.04.004)

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

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](https://doi.org/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](https://doi.org/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](https://doi.org/10.3926/jiem.1532)

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