



Investigating the Effectiveness of Characteristics of Exporting Companies, Characteristics of Export Transactions and Experience in Trade Claims through the Intermediary Variables of Trade Risk Management on Export Performance (Case Study: Pharmaceutical Exporting Companies in Iran)

Tara Asgharkhani

*Corresponding author, MSc, Department of Business Management, Science and Research Branch, Islamic Azad University Tehran, Iran. E-mail: tara.asgharkhani@srbiau.ac.ir

Rahim Mohtaram

Assistant Prof., Department of Business Management, Science and Research Branch, Islamic Azad University Tehran, Iran. E-mail: r.mohtaram@srbiau.ac.ir

Abstract

Objective

Export is considered as the driving force of economic growth for each country. Hence, identifying the effective factors of export performance is one of the most important measures for export success. Companies might encounter a variety of risks and uncertainties in international trade transactions much bigger than domestic trade which affect their performance during their international transactions. As a result, it generates additional transaction costs. Therefore, companies should take appropriate actions in order to face such risks. International trade is a form of international transaction that generates corporate profits through imports and exports. Because it is difficult to consider the environments of both exporting and importing companies, the researchers will just focus on exports and exporting companies in this research. The purpose of this study is to investigate the effect of characteristics of exporting companies, characteristics of export transactions and experience in trade claims through mediating role of trade risk management on export performance and to analyze the effects of characteristics of exporting companies, characteristics of export transaction and experience in trade claims on export performance in pharmaceutical exporting companies in Iran.

Methodology

The present survey study is applied in nature and descriptive in terms of purpose. The statistical population of the study consists of 48 pharmaceutical exporting companies in Iran. Joe and Pack's (2017) questionnaire was used to collect the data; the content validity of the questionnaire was confirmed by the experts and it was localized afterwards. Besides, the convergence validity of the questionnaire was also confirmed using statistical methods. In addition, Cronbach's alpha coefficient was calculated for the reliability of the questionnaire. The research hypotheses were tested using structural equation modeling in SPSS version 25 and SmartPls3 software.

Findings

The results showed that the characteristics of exporting companies, characteristics of export transactions and experience in trade claims have a direct and indirect significantly positive effect on export performance through the mediating variable of trade risk management. Moreover, the impact of trade risk management on export performance was positive and significant.

Conclusion

The characteristics of exporting companies have a significantly positive effect on export performance. Large companies can have high export performance due to the high division of labor in the organization and specialization. The characteristics of exporting companies have a significantly positive effect on trade risk management as well. Therefore, the second hypothesis of the research was confirmed. In fact, the larger the organization and the more experienced it is in exporting, the more likely it is to identify risks and react to them in a timely manner. Trade risk management has a significantly positive effect on export performance. Export performance can be expected to increase with the application of business risk management. The characteristics of exporting companies have a positive and significant effect on export performance through the mediating variable of trade risk management. In addition, characteristics of export transactions have a positive and significant effect on export performance. If the shipping methods are tailored to the type of goods as well as the distance and delivery time, the payment methods based on the factors such as economic and political conditions of the trading country, it is then expected to observe improvement in export performance. The characteristics of export transactions have a significantly positive effect on trade risk management. It is suggested that exporting companies choose appropriate transportation methods according to the type of export goods and time interval, and also consider the conditions to prevent failure or late receipt of transaction amounts in the international purchase and sale contract. Characteristics of export transactions have a positive and significant effect on export performance through the mediating role of trade risk management. To prevent failure in receipt of transaction funds, the use of export credit as a tool for trade risk management has a positive effect on export performance. Experience in trade claims has a significantly positive effect on export performance. If companies have experienced trade claims and disputes in international trade in the past, they can prevent such disputes from recurring with greater insight and awareness. Experience in trade claims has a significantly positive effect on trade risk management. In fact, the more business claims a company has, the higher their level of understanding of trade risks. It will, in turn, affect the trade risk management practices used by the company. Experience in trade claims has a positive and significant effect on export performance through the mediating variable of trade risk management. Therefore, if the company has experienced business disputes and lawsuits during its operation, it has the opportunity to timely identify potential and actual trade risks that could lead to disputes and take the necessary measures accordingly.

Keywords: Export performance, Trade risk management, Experience in trade claims, Characteristics of exporting companies, Characteristics of export transactions.

Citation: Asgharkhani, T., & Mohtaram, R. (2020). Investigating the Effectiveness of Characteristics of Exporting Companies, Characteristics of Export Transactions and Experience in Trade Claims through the Intermediary Variables of Trade Risk Management on Export Performance (Case Study: Pharmaceutical Exporting Companies in Iran). *Journal of Business Management*, 12(3), 774- 799. (in Persian)



بررسی تأثیر ویژگی‌های شرکت‌های صادرکننده، ویژگی‌های معاملات صادراتی و تجربه در دعاوی تجاری از طریق متغیر میانجی مدیریت ریسک تجاری بر عملکرد صادرات (مورد مطالعه: شرکت‌های صادرکننده دارو در ایران)

تارا اصغرخانی

* نویسنده مسئول، کارشناس ارشد، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. رایانامه: tara.asgharkhani@srbiau.ac.ir

رحیم محترم

استادیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. رایانامه: r.mohtaram@srbiau.ac.ir

چکیده

هدف: پژوهش حاضر با هدف بررسی تأثیر ویژگی‌های شرکت‌های صادرکننده، ویژگی‌های معاملات صادراتی و تجربه در دعاوی تجاری از طریق متغیر میانجی مدیریت ریسک تجاری بر عملکرد صادرات در شرکت‌های صادرکننده دارو در ایران، انجام شد.

روش: این پژوهش، پیمایشی، کاربردی و به‌لحاظ هدف توصیفی است. جامعه آماری پژوهش را ۴۸ شرکت صادرکننده دارو در ایران تشکیل می‌دهد. برای گردآوری داده‌های پژوهش از پرسش‌نامه مقاله جو و پک (۲۰۱۷) استفاده شده است که روایی محتوایی آن از دیدگاه صاحب‌نظران تأیید شد و در خصوص آن، بومی‌سازی انجام گرفت. روایی هم‌گرایی آن به کمک روش‌های آماری به تأیید رسید. برای پایایی پرسش‌نامه، ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شد و آزمون فرضیه‌های پژوهش با استفاده از مدل معادلات ساختاری نرم‌افزارهای SPSS25 و SmartPLS3 انجام شد.

یافته‌ها: نتایج پژوهش نشان می‌دهد که ویژگی‌های شرکت‌های صادرکننده، ویژگی‌های معاملات صادراتی و تجربه در دعاوی تجاری به‌طور مستقیم و غیرمستقیم از طریق متغیر میانجی مدیریت ریسک تجاری، بر عملکرد صادرات تأثیر مثبت و معنادار دارد. همچنین تأثیر مدیریت ریسک تجاری بر عملکرد صادرات مثبت و معنادار است.

نتیجه‌گیری: تمام ده فرضیه پژوهش که روابط بین متغیرهای ویژگی‌های شرکت‌های صادرکننده، ویژگی‌های معاملات صادراتی و تجربه در دعاوی تجاری، مدیریت ریسک تجاری و عملکرد صادرات را بررسی کرده‌اند، تأیید شده‌اند. شرکت‌های صادرکننده دارو می‌توانند از نتایج پژوهش برای بهبود عملکرد صادرات خود استفاده کنند.

کلیدواژه‌ها: عملکرد صادرات، مدیریت ریسک تجاری، تجربه در دعاوی تجاری، ویژگی‌های شرکت‌های صادرکننده، ویژگی‌های معاملات صادراتی.

استناد: اصغرخانی، تارا؛ محترم، رحیم (۱۳۹۹). بررسی تأثیر ویژگی‌های شرکت‌های صادرکننده، ویژگی‌های معاملات صادراتی و تجربه در دعاوی تجاری از طریق متغیر میانجی مدیریت ریسک تجاری بر عملکرد صادرات (مورد مطالعه: شرکت‌های صادرکننده دارو در ایران). *مدیریت بازرگانی*، ۱۲(۳)، ۷۷۴-۷۹۹.

مدیریت بازرگانی، ۱۳۹۹، دوره ۱۲، شماره ۳، صص. ۷۷۴-۷۹۹

DOI: 10.22059/jibm.2020.295657.3745

دریافت: ۱۳۹۸/۱۱/۱۴، پذیرش: ۱۳۹۹/۰۵/۱۲

© دانشکده مدیریت دانشگاه تهران

مقدمه

تجارت بین‌الملل به صورت معاملات تجاری که در آن کالاها به شکل فعالیت‌های اقتصادی سودآور بین کشورهای مختلف مبادله می‌شود، تعریف شده است. معاملات بین‌المللی شامل صادرات و واردات است (جو و پک^۱، ۲۰۱۷). صادرات به عنوان نوعی استراتژی بین‌المللی سازی در بازارهای جهانی پریسک امروزی، اهمیت بسیاری یافته است و دولت‌ها آن را وسیله‌ای برای تعادل در ذخایر ارزی خارجی، ایجاد مشاغل، بهبود تراز پرداخت‌ها و تقویت اقتصاد خود می‌دانند و به همین دلیل صادرات بیشتر را تشویق می‌کنند (پوتوراک و دیومن^۲، ۲۰۱۴؛ کاتسیکیاس، اسکارمیز و بلو^۳، ۲۰۰۹ و ارسال، چایکیتی سیلپا و تومرانگروچ^۴، ۲۰۰۷). عملکرد صادرات میزان موفقیت یک شرکت در صادرات را نشان می‌دهد و بیانگر دستیابی شرکت به اهداف صادراتی خود است (زهیر، کول و ییلدیز^۵، ۲۰۱۵).

شرکت‌های صادرکننده به دلایل مختلفی به صادرات می‌پردازند و برای رسیدن به اهداف صادراتی خود در محیط پیچیده و رقابتی بین‌المللی فعالیت می‌کنند. فعالیت در محیط بازارهای خارجی، همواره با ریسک‌هایی همراه بوده است و تمام سازمان‌ها و کسب‌وکارهایی که در این محیط فعالیت می‌کنند، به طور بالقوه و بالفعل در معرض انواع مختلفی از این ریسک‌ها قرار دارند که شرکت‌های صادرکننده نیز از این امر مستثنا نیستند. در جریان جهانی شدن اقتصاد، ریسک‌های تجاری بین‌المللی نیز به تدریج تقویت می‌شوند و شرکت‌های فعال در حوزه تجارت بین‌المللی طی عمر خود با ریسک‌های پیش‌بینی شده یا پیش‌بینی نشده گوناگونی، به ویژه ریسک‌های تجاری مربوط به فعالیت‌های بازرگانی مانند اجرا نشدن قرارداد، نوسانات نرخ ارز، ریسک‌های اعتباری و حمل و نقل، بروز اختلافات تجاری و غیره مواجه می‌شوند که فعالیت‌های شرکت را تحت تأثیر قرار می‌دهند. احتمال بروز اختلافات تجاری، به عنوان یکی از ریسک‌های موجود در فعالیت‌های تجاری بین‌المللی در مقایسه با معاملات تجاری داخلی بیشتر است، زیرا معاملات تجاری خارجی اصولاً بین طرف‌هایی صورت می‌گیرد که در روش‌های تجاری، زبان، فرهنگ و سیستم‌های حقوقی متفاوت‌اند (تن^۶، ۲۰۱۸ و جو و پک، ۲۰۱۷). پیامدهای ناشی از این ریسک‌ها می‌تواند به کاهش بازدهی، خسارت‌های شایان توجه و حتی نابودی کسب‌وکار منجر شده و برای آنها، هزینه‌های هنگفتی به همراه داشته باشد (احمدوند، ۱۳۸۷)، بنابراین مدیریت ریسک تجاری در فعالیت‌های بازرگانی بین‌المللی اهمیت ویژه‌ای می‌یابد. شرکت‌ها باید بر اساس توسعه کسب‌وکار خود و با توجه به ویژگی‌های شرکت و محصولات صادراتی خود به بررسی محیط بازارهای بین‌المللی بپردازند و به طور مستمر ریسک‌های تجاری بین‌المللی را تشخیص داده و آنها را مدیریت کنند (تن، ۲۰۱۸).

مدیریت ریسک با به حداقل رساندن اثرهای نامطلوب ریسک‌های موجود به بهبود عملکرد شرکت‌ها کمک می‌کند و با به کارگیری دقیق و به موقع آن در فعالیت‌های اقتصادی و تجاری موجب تداوم فعالیت و سودآوری می‌شود. در نتیجه، شرکت‌هایی که بتوانند مسائل مربوط به ریسک را به خوبی مدیریت کنند، می‌توانند بر عوامل محیطی تسلط داشته باشند و به این ترتیب به مزیت رقابتی دست یابند (قادری، قادری و قادری، ۱۳۹۶؛ احمدوند، ۱۳۸۷؛ پارکر و پارسائیان، ۱۳۸۷ و

1. Joo & Pak

3. Katsikeas, Skarmas & Bello

5. Zehir, Köle & Yıldız

2. Poturak & Duman

4. Racela, Chaikittisilpa & Thoumrungroje

6. Tan

گوردون، لوب و تسنگ^۱، ۲۰۰۹). در شرکت‌های صادرکننده، مدیریت ریسک برای کاهش ریسک ورشکستگی و همچنین برای افزایش عملکرد صادراتی و در نهایت افزایش ارزش سازمان ضروری است (تاری وردی و دامچی جلودار، ۱۳۹۱).

با توجه به شرایط خاص کشور و وجود تحریم‌های اقتصادی، شرکت‌های صادرکننده در معاملات و امور بازرگانی بین‌المللی، با مسائل و مشکلات عدیده‌ای روبه‌رو هستند که این موضوع به‌نوبه خود تشدیدکننده ریسک‌های تجاری است که می‌توانند فعالیت‌های اقتصادی و میزان سودآوری شرکت‌ها را تحت تأثیر قرار دهند. متأسفانه، هنوز در آگاهی از مدیریت ریسک شرکت‌های تجاری، شکاف بزرگی وجود دارد. گسترش کورکورانه بازار، به‌ویژه بازارهای خارجی موجب می‌شود که وجود ریسک‌ها به‌درستی تشخیص داده نشود و آگاهی نداشتن از مدیریت ریسک و ناقص بودن قوانین و مقررات مربوطه، شناسایی مؤثر و اجتناب از ریسک‌ها را برای شرکت‌ها دشوار کند. بنابراین، مدیران شرکت‌ها نباید از توجه به مقوله مهم مدیریت ریسک غافل شوند. آنها می‌توانند با شناسایی، تحلیل و ارزیابی ریسک‌ها و اتخاذ راهکارهای مناسب برای پیشگیری و مقابله با آنها حتی در شرایط سخت اقتصادی تا حد زیادی از بروز مسائل غیرمنتظره و ضرر و زیان و هزینه جبران آنها پیشگیری کرده و متضمن و حافظ سودآوری شرکت خود باشند.

با توجه به اینکه در خصوص مدیریت ریسک به‌ویژه مدیریت ریسک تجاری در حوزه بازرگانی، پژوهش‌های داخلی اندکی صورت گرفته و به اهمیت آن در به حداقل رساندن خسارت‌های واردشده بر دارایی‌های شرکت، اعتبار کسب‌وکار و هزینه‌های جبران آنها پرداخته نشده است، این پژوهش، در پی آن است تا با در نظر گرفتن این متغیر، تأثیر ویژگی‌های شرکت‌های صادرکننده، ویژگی‌های معاملات صادراتی و تجربه در دعاوی تجاری را بر عملکرد صادرات بررسی کند.

پیشینه نظری پژوهش

عملکرد صادراتی

عملکرد صادرات متغیری است که به‌طور کلی به فعالیت صادرات یا مرحله نخست بین‌المللی شدن مربوط بوده و دارای ابعاد گوناگونی است که یک شاخص یا عامل به‌تنهایی نمی‌تواند آن را توضیح دهد (یوهانسون و وهلن^۲، ۱۹۷۷ و مشبکی و خادمی، ۱۳۹۱) و عبارت است از میزان دستیابی شرکت به اهداف خود در زمان صادرات محصولات خود به بازارهای خارجی (ناوارو، لوسادا، روسو و دیتس^۳، ۲۰۱۰). در واقع عملکرد صادرات نشان‌دهنده موفقیت شرکت در صادرات است (زهیر و همکاران، ۲۰۱۵). بسیاری از پژوهشگران، به عوامل مؤثر بر عملکرد صادرات به‌علاوه جهانی شدن بازارها و رقابت روزافزون شرکت‌های خارجی، توجه کرده‌اند و در این زمینه پژوهش‌های بسیاری انجام شده است. مرور ادبیات تجربی عملکرد صادراتی شرکت‌ها، دامنه گسترده‌ای از عوامل مؤثر بر فعالیت و موفقیت در صادرات را شناسایی کرده است (دشتی شاهرخ، ۱۳۸۶). بر اساس یافته‌های سنتو و دمورا^۴ (۲۰۱۴)، اگر شرکت‌ها کاملاً متعهد باشند و از حمایت مدیران عالی خود برخوردار بوده و هنگام انجام فعالیت‌های صادراتی سطح بالایی از دانش بازرگانی بین‌الملل و درکی

1. Gordon, Loeb & Tseng

3. Navarro, Losada, Ruzo & Diez

2. Johanson & Vahlne

4. Santo & de Moura

کامل از ویژگی‌های بازارهای صادراتی و ویژگی‌های مصرف‌کننده داشته باشند، در سطح بین‌المللی عملکرد صادراتی بهتری خواهند داشت.

مدیریت ریسک تجاری

ریسک، طی عمر سازمان همواره حضور دارد و کاملاً آشکار است که نمی‌توان آن را از بین برد، بلکه می‌توان با آینده‌نگری آن را کاهش داد یا به‌درستی هدایت کرد (واس و همکاران^۱، ۲۰۱۴). خطر یا ریسک به‌عنوان احتمال محقق نشدن پیش‌بینی‌های آینده تعریف می‌شود (مهرآرا و مهران‌فر، ۱۳۹۴). در مدیریت شرکت، ریسک ممکن است به‌عنوان نبود قطعیتی که به خسارت‌های ناشی از نوسانات ارزش پول و بدهی‌ها منجر می‌شود، تعریف شود (جو و پک، ۲۰۱۷). ریسک‌های تجاری یا بازرگانی به اختلالاتی در عملیات بازرگانی گفته می‌شود که نتیجه آن خارج از انتظار بوده و به ضرر و زیان منجر شده و شامل ناتوانی یا کوتاهی در پرداخت خریداران، رد کالاها یا خاتمه قرارداد است (ایثاری، ۱۳۷۳ و کرباسی و حسنی، ۱۳۸۵). در جریان جهانی شدن اقتصاد، ریسک‌های تجاری بین‌المللی نیز به‌تدریج تقویت می‌شوند. شرکت‌ها باید به‌طور مستمر، ریسک‌های تجاری بین‌المللی را تشخیص داده و اقدام‌های مربوط به مدیریت ریسک‌ها را انجام دهند (تن، ۲۰۱۸). مدیریت ریسک به‌عنوان شناسایی، تحلیل و کنترل اقتصادی ریسک‌ها یا احتمال خطرهایی که می‌تواند دارایی‌ها و درآمدهای بنگاه اقتصادی را تهدید کند، تعریف می‌شود (فتحی و فتحی، ۱۳۸۳). به بیان دیگر، مدیریت ریسک اقدامی برای کاهش هر خطر و نااطمینانی است که می‌تواند به شرکت در راستای رسیدن به اهداف آسیب برساند و به آن کمک می‌کند تا به‌نحو بهتری ریسک‌های متداول در فعالیت‌های خود را اداره کند (پانتر، ۱۳۹۲). هدف اصلی مدیریت ریسک تجاری، جلوگیری و از بین بردن ریسک‌هایی است که مربوط به نااطمینانی در فعالیت‌های بازرگانی یک شرکت و کاهش هزینه‌های کل ناشی از خسارت‌ها است (جو و پک، ۲۰۱۷).

ویژگی‌های شرکت‌های صادرکننده

هدف شرکت‌های صادرکننده از عرضه کالاها و خدمات به بازارهای خارجی کسب سود، درآمد مستمر و افزایش رقابت‌پذیری طی زمان است (حقیقی، فیروزیان و مجد نجفی، ۱۳۸۷). از مشخصه‌ها و ویژگی‌های شرکت‌های صادرکننده می‌توان به اندازه شرکت و تجربه در صادرات اشاره کرد.

الف) اندازه شرکت

اندازه شرکت به روش‌های مختلفی از جمله کارکنان ثابت اندازه‌گیری می‌شود (رحیم‌نیا و صادقیان، ۱۳۹۰). صرفه‌جویی نسبت به مقیاس، برداشت از ریسک‌های موجود در فعالیت‌های بین‌المللی و منابع سازمانی، سه عامل اساسی هستند که باعث می‌شوند تا اندازه شرکت به‌طور مثبت با عملکرد صادراتی مرتبط باشد. این مزیت‌های مرتبط با اندازه، علاوه بر تسهیل درک ویژگی‌های بازارهای بین‌المللی، توانایی پاسخ‌گویی مؤثر به تقاضای مشتریان خارجی را نیز افزایش می‌دهند، در نتیجه به‌طور بالقوه به افزایش سطح عملکرد صادراتی منجر می‌شود (حقیقی و همکاران، ۱۳۸۷).

ب) تجربه در صادرات

تجربه در صادرات تعداد سال‌هایی که یک شرکت به فعالیت صادراتی مبادرت داشته و تعداد کشورهایی که به آنها صادرات انجام می‌دهد، است (حقیقی و همکاران، ۱۳۸۷). تجربه شرکت در صادرات می‌تواند به‌عنوان عاملی تعیین‌کننده در موفقیت صادرات به حساب آید (رحیم‌نیا و صادقیان، ۱۳۹۰). با افزایش تجربه در صادرات، اندازه شرکت‌ها افزایش می‌یابد. هزینه‌های تجارت و موانع صادراتی در شرکت‌هایی که تجربه کمتری در صادرات دارند، بیشتر است (نلر و پیرو، ۲۰۰۷). افزایش تجربه در صادرات، برای شرکت مزایایی مانند درک بهتر از سازوکار بازار خارجی، افزایش اطمینان از فعالیت‌های صادراتی و ایجاد شبکه ارتباطات وسیع با مشتریان را به‌دنبال خواهد داشت (حقیقی و همکاران، ۱۳۸۷).

ویژگی‌های معاملات صادراتی

روش‌های تسویه پرداخت، شرایط معامله، شرایط حمل‌ونقل و کشورهای طرف معامله، ویژگی‌های معاملات صادراتی را تشکیل می‌دهند. در خصوص تسویه پرداخت‌ها، دریافت نکردن مبالغ معامله به‌عنوان ریسک تجاری در معاملات بین‌المللی برای شرکت‌های صادرکننده مطرح است (پیک و راس، ۱۹۹۷). اگر دوره یا مدت زمان معامله و حمل‌ونقل زیاد باشد، شرکت ممکن است با موقعیت‌هایی مواجه شود که با زمان قرارداد متفاوت است (جو و پک، ۲۰۱۷).

تجربه در دعاوی تجاری

بروز اختلاف در روابط تجاری بین‌المللی امری غیرعادی نیست. فاصله جغرافیایی، تفاوت‌های فرهنگی و قراردادهای طولانی مدت که در مسیر خود با حوادث و وقایع غیرقابل پیش‌بینی روبه‌رو می‌شوند، از جمله عواملی هستند که تجارت بین‌المللی را تحت تأثیر قرار داده و آن را با مشکلاتی مواجه می‌کنند. این عوامل می‌توانند به اختلاف بین طرف‌های درگیر در رابطه تجاری منجر شوند (شیروی، ۱۳۹۶). شرکت‌های صادرکننده‌ای که دعاوی تجاری را تجربه می‌کنند، می‌توانند با استفاده از روش‌های مختلف مدیریت ریسک، از بروز دعاوی تجاری در سطح پیشرفته جلوگیری کنند (جو و پک، ۲۰۱۷).

ویژگی‌های شرکت‌های صادرکننده و عملکرد صادرات

هدف شرکت‌های صادرکننده از عرضه کالاها و خدمات به بازارهای خارجی کسب سود، درآمد مستمر و افزایش رقابت‌پذیری طی زمان است (حقیقی و همکاران، ۱۳۸۷). توجه به سودآوری شرکت نیازمند توجه به عملکرد آن است. عدم آگاهی از عملکرد یک کسب‌وکار به‌معنای ارتباط نداشتن با محیط درونی و بیرونی سازمان بوده و آن را از رسیدن به اهداف خود باز می‌دارد که در نهایت به نابودی آن منجر خواهد شد (وشکائی‌نژاد، ابراهیم‌پور و دوستار، ۱۳۹۸).

هر شرکت، با توجه به ماهیت و نوع فعالیت‌های خود، دارای مجموعه‌ای از ویژگی‌ها است. اندازه شرکت و تجربه در صادرات از مشخصه‌ها و ویژگی‌های شرکت‌های صادرکننده است. اندازه شرکت، از طریق ظرفیت تولید، منابع مالی و مدیریتی و صرفه‌جویی در مقیاس، با عملکرد صادرات ارتباط مثبتی دارد (هاشمی، باقی نصرآبادی، امیدزاده و صادقی،

(۱۳۹۵). تجربه در صادرات، به‌عنوان یکی دیگر از ویژگی‌های شرکت‌های صادرکننده، می‌تواند در موفقیت صادرات و تصمیم‌های مرتبط با آن عاملی تعیین‌کننده به حساب آید (رحیم‌نیا و صادقیان، ۱۳۹۰ و آوارز، فاروق و لویز، ۲۰۱۳). از یک طرف هرچه تجربه یک شرکت بیشتر باشد، می‌تواند از روش‌ها و تکنیک‌های بیشتری بهره‌گیرد و بر عملکرد تأثیر مثبتی گذارد (رحیم‌نیا و صادقیان، ۱۳۹۰). حقیقی و همکاران (۱۳۸۷) در پژوهشی با عنوان «شناسایی عوامل تعیین‌کننده عملکرد صادراتی در صنعت مواد غذایی» نشان دادند که اندازه شرکت و تجربه صادراتی با عملکرد صادرات رابطه‌ای مثبت و معنادار دارد.

در این پژوهش با در نظر گرفتن اندازه شرکت و تجربه در صادرات به‌عنوان ویژگی‌های شرکت‌های صادرکننده، فرضیه نخست به‌صورت زیر تبیین شده است.

فرضیه نخست: ویژگی‌های شرکت‌های صادرکننده بر عملکرد صادرات تأثیر دارد.

ویژگی‌های شرکت‌های صادرکننده و مدیریت ریسک تجاری و عملکرد صادرات

ریسک، به‌معنای امکان وقوع یک زیان و خسارت اعم از مالی یا غیرمالی است که در نتیجه انجام یک فعالیت است و طی عمر شرکت همواره وجود دارد (فلاح قاجاری و معماریان، ۱۳۹۴ و واس و همکاران، ۲۰۱۴). اگر ریسک‌ها به‌موقع شناسایی و مدیریت شوند، با کنترل وقایع آینده می‌توان از خطرهای احتمالی جلوگیری کرد. به این منظور، مدیریت ریسک با هدف مقابله با احتمال انحراف یا نبود قطعیت در سازمان‌ها و شرکت‌ها اجرا می‌شود (قادری و همکاران، ۱۳۹۶). شرکت‌ها از مدیریت ریسک برای کاهش اثرهای مربوط به شرایط نامساعدی که عملکرد و کارکرد آنها را تحت تأثیر قرار می‌دهند، استفاده می‌کنند (پورزمانی و کریمی، ۱۳۸۹).

تجربه در صادرات، یکی از ویژگی‌هایی است که شرکت‌های صادرکننده دارند. هرچقدر تجربه یک شرکت در امر صادرات بیشتر باشد، با احتمال بیشتری می‌تواند ریسک‌های تجاری موجود در محیط بازار بین‌المللی را شناسایی و مدیریت کند، بدین ترتیب با کاهش نااطمینانی و خطر در معاملات تجاری به شرکت در راستای رسیدن به اهداف صادراتی کمک کند و موجب بهبود عملکرد صادراتی شود. بدریه، سری و بصریه^۲ (۲۰۱۵) در پژوهش خود نشان دادند که ویژگی‌های شرکت بر وجود مدیریت ریسک تأثیر دارد. گوردون و همکاران (۲۰۰۹) نیز در پژوهش خود نشان دادند که بین مدیریت ریسک و عملکرد شرکت رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

فرضیه دوم: ویژگی‌های شرکت‌های صادرکننده بر مدیریت ریسک تجاری تأثیر دارد.

فرضیه سوم: مدیریت ریسک تجاری بر عملکرد صادرات تأثیر دارد.

فرضیه چهارم: ویژگی‌های شرکت‌های صادرکننده از طریق متغیر میانجی مدیریت ریسک تجاری بر عملکرد صادرات تأثیر دارد.

ویژگی‌های معاملات صادراتی و عملکرد صادرات

ثبات سیاسی، به‌عنوان یکی از معیارهای انتخاب کشور طرف معامله دارای اهمیت بوده و باید به آن توجه کافی داشت.

کرامر، استریچ و لاشینو^۱ (۲۰۱۸) بیان داشتند که بی‌ثباتی سیاسی بر فعالیت‌های تجاری کسب‌وکارها و اقتصاد، تأثیرات منفی زیادی دارد و به کاهش سرمایه‌گذاری و فعالیت‌های تجاری منجر می‌شود. آنها در پژوهش خود نشان دادند که بی‌ثباتی سیاسی بر عملکرد صادرات، تأثیرات زیادی دارد.

فرضیه پنجم: ویژگی‌های معاملات صادراتی بر عملکرد صادرات تأثیر دارد.

ویژگی‌های معاملات صادراتی و مدیریت ریسک تجاری و عملکرد صادرات

معاملات صادراتی، با توجه به ماهیت بین‌المللی و فرامرزی، با معاملات تجاری داخلی تفاوت‌هایی دارند. یکی از این تفاوت‌ها در شیوه پرداخت و تسویه مبالغ معامله است. انتخاب روش وصول مبالغ معامله با توجه به استفاده از اعتبار اسنادی، انتقال وجوه و روش‌های تسویه پرداخت‌ها متفاوت است. در تجارت بین‌المللی، هر معامله برای صادرکننده ریسک‌هایی دارد. به‌طور مثال، ممکن است طرف معامله نتواند در موعد مقرر به تعهدات خود در خصوص پرداخت مبالغ معامله عمل کند (جو و پک، ۲۰۱۷). در معادلات تجاری، ممکن است یک تاجر بخش بزرگی از سرمایه خود را معامله کند. آشنایی نداشتن با ریسک‌های موجود در معاملات صادراتی می‌تواند موجب از بین رفتن موضوع معامله و لطمه به تاجران شود (تلبا و ابراهیمی، ۱۳۹۵). پیک و راس (۱۹۹۷) در پژوهش خود بیان داشتند که مدیریت ریسک در خصوص وضعیت پرداخت مبالغ معامله می‌تواند تحت تأثیر محیط اقتصادی و سیاسی حاکم بر کشور واردکننده قرار گیرد. این موضوع می‌تواند درآمد و سودآوری یک شرکت و به‌دنبال آن عملکرد صادرات را تحت تأثیر قرار دهد و حتی به ورشکستگی شرکت نیز منجر شود. مدیریت ریسک برای کاهش خطر ورشکستگی شرکت و همچنین افزایش عملکرد و ارزش سازمان ضروری است (تاری وردی و دامچی جلودار، ۱۳۹۱).

فرضیه ششم: ویژگی‌های معاملات صادراتی بر مدیریت ریسک تجاری تأثیر دارد.

فرضیه هفتم: ویژگی‌های معاملات صادراتی از طریق متغیر میانجی مدیریت ریسک تجاری بر عملکرد صادرات تأثیر دارد.

تجربه در دعاوی تجاری و عملکرد صادرات

با افزایش حجم تجارت بین‌المللی و محیط پیچیده و رقابتی کسب‌وکار، بروز اختلافات تجاری امری اجتناب‌ناپذیر است. شرکت‌هایی که در گذشته مشکلات و اختلافات تجاری را تجربه کردند، با احتمال زیادی می‌توانند از بروز دعاوی تجاری جلوگیری کنند (جو و پک، ۲۰۱۷). طرح دعاوی یا حل‌وفصل اختلافات به صرف وقت و هزینه بسیاری نیاز دارد که می‌تواند عملکرد و فعالیت‌های صادراتی شرکت‌های صادرکننده را تحت تأثیر قرار دهد. ناظمی و خانی (۱۳۹۰) در پژوهش خود بیان کردند که دولت‌ها با دیپلماسی قضایی - تجاری مناسب می‌توانند از صادرکنندگانی که در کشورهای مقصد درگیر مسائل قضایی می‌شوند، حمایت کنند و با ارائه راهنمایی‌های لازم در خصوص تعامل با خریداران و شیوه‌های ورود به بازارهای بین‌المللی به صادرکنندگان از بروز اختلافات تجاری در آینده جلوگیری کنند. آنها همچنین در پژوهش خود نشان دادند که حل‌وفصل دعاوی، عاملی بازدارنده در فعالیت‌های صادراتی است.

فرضیه هشتم: تجربه در دعاوی تجاری بر عملکرد صادرات تأثیر دارد.

تجربه در دعاوی تجاری و مدیریت ریسک تجاری و عملکرد صادرات

در معاملات تجاری بین‌المللی، همواره احتمال بروز اختلاف بین طرف‌های معامله وجود دارد. با وجود اینکه بروز اختلافات در قراردادهای و معاملات تجاری امری طبیعی و اجتناب‌ناپذیر است، اما برای شرکت‌های طرف معامله مشکلات فراوانی را به همراه داشته و به اتلاف وقت، هزینه و در برخی مواقع افشای اسرار تجاری منجر می‌شود، به خصوص زمانی که شرکت با شیوه‌های حل و فصل این اختلافات آشنا نباشد. در معاملات تجاری بین‌المللی این موضوع نوعی ریسک به شمار می‌آید که می‌تواند عملکرد صادراتی شرکت‌ها را تحت تأثیر قرار دهد. بنابراین مدیریت چنین ریسک‌هایی اهمیت ویژه‌ای پیدا می‌کند. چوی^۱ (۲۰۰۱) در پژوهش خود بیان کرد، در صورتی که شرکت‌های صادرکننده، دعاوی تجاری را تجربه کنند، می‌توانند با استفاده از روش‌های مدیریت ریسک از بروز دعاوی تجاری در سطوح پیشرفته جلوگیری کنند. چوی و لی^۲ (۲۰۰۴) نیز در پژوهش خود وجود رابطه بین تجربه در دعاوی تجاری و مدیریت ریسک تجاری را تأیید کردند. فلوریو و لئونی^۳ (۲۰۱۷) در پژوهش خود نشان دادند که بین مدیریت ریسک و عملکرد شرکت رابطه مثبتی وجود دارد. به بیان دیگر، مدیریت ریسک با کاهش خطر به عملکرد بالای شرکت منجر می‌شود.

فرضیه نهم: تجربه در دعاوی تجاری بر مدیریت ریسک تجاری تأثیر دارد.

فرضیه دهم: تجربه در دعاوی تجاری از طریق متغیر میانجی مدیریت ریسک تجاری بر عملکرد صادرات تأثیر دارد.

پیشینه تجربی پژوهش

در این بخش به مرور برخی از پژوهش‌های صورت‌گرفته در ارتباط با متغیرهای پژوهش اشاره می‌شود. ولیات^۴ (۱۹۹۶) در پژوهشی با عنوان «ریسک تجاری و عملکرد» نشان داد که رابطه بین ریسک تجاری و عملکرد شرکت منفی است. ملبروک^۵ (۲۰۰۲) در پژوهش خود به بررسی تأثیر مدیریت ریسک بر عملکرد شرکت و ساختار سرمایه پرداخت. نتایج پژوهش وی نشان داد که مدیریت ریسک و کنترل مدیران ارشد موجب بهبود در عملکرد شرکت می‌شود. بر اساس پژوهش فلوریو و لئونی (۲۰۱۷)، شرکت‌هایی که از سطوح پیشرفته مدیریت ریسک شرکت استفاده می‌کنند، هم از نظر مالی و هم از نظر ارزیابی بازار، عملکرد بهتری دارند و سیستم مؤثر مدیریت ریسک شرکت با کاهش خطر به عملکرد بالاتری منجر می‌شود. تاری وردی و دامچی جلودار (۱۳۹۱) با هدف بررسی رابطه مدیریت ریسک و عملکرد شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران، پژوهشی انجام دادند. یافته‌ها نشان دادند که دو متغیر از عوامل مدیریت ریسک یعنی اندازه شرکت و رقابت صنعت با عملکرد شرکت رابطه مثبت دارند. در مقابل، دو متغیر دیگر از عوامل مدیریت ریسک یعنی، نظارت هیئت مدیره و نااطمینانی محیطی با عملکرد شرکت رابطه ندارند. به‌طور کلی، مدیریت ریسک با عملکرد شرکت رابطه ندارد.

یافته‌های پژوهش بدریه و همکاران (۲۰۱۵) نشان می‌دهد که حاکمیت شرکتی و ویژگی‌های شرکت بر وجود کمیته مدیریت ریسک تأثیر دارند و وجود کمیته ریسک بر عملکرد شرکت تأثیر می‌گذارد. نتایج تأیید کردند که کمیته

1. Choi

3. Florio & Leoni

5. Meulbroek

2. Choi & Lee

4. Veliyath

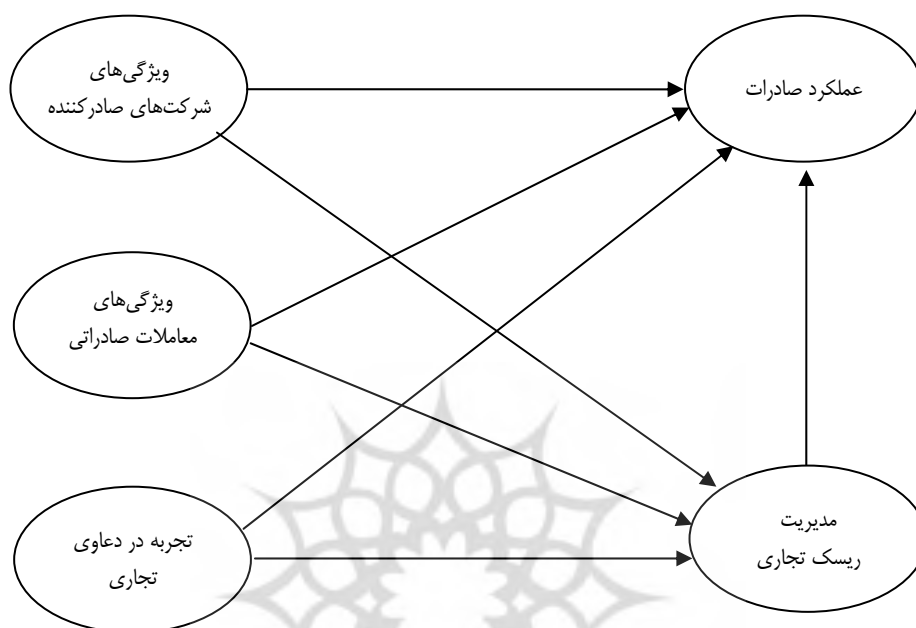
مدیریت ریسک همانند متغیری مداخله‌گر میان حاکمیت شرکتی و ویژگی‌های شرکتی بر عملکرد شرکت عمل می‌کند. نپاوندی، عزیزی یوسفوند و فرزندی (۱۳۹۶) پژوهشی با هدف یافتن نقش مدیریت ریسک بر کارایی شرکت‌های توزیع دارو انجام دادند. نتایج یافته‌ها نشان دادند که هرگاه واحدهای ناکارا به متغیر مدیریت ریسک توجه زیادی داشتند، بر کارایی آنها تأثیر مستقیمی داشته و بر تعداد واحدهای کارا افزوده است. بنابراین مدیریت ریسک، به‌عنوان عاملی مهم بر عملکرد شرکت و کارایی آن مؤثر است. گوردون و همکاران (۲۰۰۹) نشان دادند که رقابت صنعت، نااطمینانی محیطی، پیچیدگی شرکت، نظارت هیئت مدیره و اندازه شرکت، بر مدیریت ریسک تأثیر بسزایی دارند و بین متغیرهای یادشده و مدیریت ریسک رابطه مثبتی وجود دارد. بر اساس یافته‌های پژوهش مصلح، بحرینی زاده و کریمی (۱۳۹۵)، استراتژی تهاجمی بر عملکرد صادراتی تأثیر معناداری ندارد و استراتژی آینده‌گرایی، پیش‌گامی و ریسک‌پذیری بر عملکرد صادراتی تأثیر مثبت و معناداری دارند. همت‌فر و ثقفی (۱۳۹۶) در پژوهش خود نشان دادند که بین نسبت سودآوری، نوسانات مالیات بر درآمد و رشد سهام، با ریسک تجاری شرکت‌ها، رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد. همچنین بین ساختار سرمایه و رشد شرکت با ریسک تجاری شرکت‌ها رابطه معنادار و معکوسی وجود دارد. نتایج پژوهش دوستی ایرانی، پیک فلک و اژدر (۱۳۹۵) نشان داد که میان ابعاد مدیریت ریسک و مدیریت عملکرد استراتژیک ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد.

در زمینه صادرات، پژوهش‌های زیادی صورت گرفته است. حقیقی و همکاران (۱۳۸۷) نشان دادند که بین محرک‌های صادراتی، اندازه شرکت، تجربه صادراتی، مشکلات صادراتی، تعهد صادراتی، مزیت رقابتی، استراتژی انطباق محصول، کانال‌های صادرات مستقیم، استراتژی انطباق قیمت، هزینه‌های تبلیغات خارجی و عملکرد صادرات رابطه معناداری وجود دارد. شجاعی، محترم و آطاهریان (۱۳۹۳) با گردآوری داده‌ها از ۱۳۵ شرکت فعال در زمینه صادرات پسته، تأثیر عوامل داخلی شرکت بر عملکرد صادرات را بررسی کردند. نتایج پژوهش آنها نشان داد که عوامل داخلی شرکت بر عملکرد صادرات تأثیر مثبت و معناداری دارد. بر اساس پژوهش اولیویرا و همکاران^۱ (۲۰۱۸)، تنوع بیشتر در فعالیت‌های صادراتی برای عملکرد صادراتی مفید است و برای شرکت‌هایی که با سطوح بالاتری از موانع سازمانی مواجه بوده یا به محدوده جغرافیایی وسیعی صادرات خود را انجام می‌دهند، توصیه می‌شود. کرامر و همکاران (۲۰۱۸) در پژوهش خود نشان دادند که بی‌ثباتی سیاسی و رقابت غیررسمی بر عملکرد صادراتی شرکت‌های اقتصادی نوظهور (EEFs) تأثیرات زیادی دارد. بر اساس پژوهش حسب‌الله، گنج، بین محمد و احمد^۲ (۲۰۱۹)، متغیرهای ارتباطی (انطباق، همکاری و ارتباطات) بر عملکرد صادرات تأثیر مثبتی دارند. بر اساس یافته‌ها، تأثیر متغیرهای ارتباطی بر عملکرد صادرات پیچیده و غیرمستقیم است و شرکت‌ها باید با هدف ایجاد اعتماد و تعهد در روابط خود که عوامل اصلی تأثیرگذار بر عملکرد صادراتی هستند، سرمایه‌گذاری کنند.

مدل مفهومی و فرضیه‌های پژوهش

در این پژوهش، از مدل جو و پک (۲۰۱۷) استفاده شده است و به‌دنبال بررسی تأثیر مستقیم ویژگی‌های شرکت‌های صادرکننده، ویژگی‌های معاملات صادراتی و تجربه در دعاوی تجاری بر عملکرد صادرات هستیم و این رابطه را از طریق

متغیر میانجی مدیریت ریسک تجاری، به طور غیرمستقیم بررسی می‌کنیم. همچنین تأثیر مدیریت ریسک تجاری بر عملکرد صادرات را نیز بررسی می‌کنیم. متغیرهای مستقل این پژوهش شامل ویژگی‌های شرکت‌های صادرکننده، ویژگی‌های معاملات صادراتی و تجربه در دعاوی تجاری و متغیر وابسته عملکرد صادرات هستند.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

روش‌شناسی پژوهش

روش پژوهش حاضر، از دسته پژوهش‌های کاربردی محسوب می‌شود، به لحاظ ماهیت توصیفی و گردآوری داده‌ها پیمایشی بوده و قلمرو مکانی آن، شرکت‌های صادرکننده دارو در ایران است. جامعه آماری این پژوهش را شرکت‌های صادرکننده دارو در ایران تشکیل می‌دهند. تعداد شرکت‌های صادرکننده دارو در ایران بر اساس آمار سندیکای صاحبان صنایع داروهای انسانی ایران در سال ۱۳۹۷، ۴۸ شرکت است. به علت کم بودن اندازه جامعه تمام اعضای آن به صورت سرشماری انتخاب و پیمایش شد.

برای گردآوری اطلاعات در بعد نظری از روش کتابخانه‌ای و برای پاسخ به پرسش‌ها و آزمودن فرضیه‌ها از پرسش‌نامه استفاده شد و پرسش‌نامه بین شرکت‌های صادرکننده دارو توزیع گردید. پرسش‌نامه این پژوهش مربوط به مقاله جو و پک در سال ۲۰۱۷ بوده و شامل پرسش‌های مربوط به هر یک از متغیرهای پژوهش است. قبل از توزیع پرسش‌نامه، اساتید و برخی از صادرکنندگان روایی آن را تأیید کردند و در خصوص آن، بومی‌سازی انجام شد. برای پایایی پرسش‌نامه، از روش آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی (CR) و AVE استفاده شد (جدول ۱). با توجه به مقادیر به دست آمده برای ضرایب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی که بیشتر از ۰/۷ و AVE بیشتر از ۰/۵ است، پایایی پرسش‌نامه تأیید شد. با توجه به اینکه مقادیر پایایی ترکیبی بیشتر از AVE است، مدل پژوهش از روایی هم‌گرایی مناسبی نیز برخوردار است.

پرسش‌نامه شامل دو بخش اصلی است. بخش نخست، مربوط به پرسش‌های جمعیت‌شناختی که توصیف جامعه پژوهش است و بخش دوم، شامل ۳۲ پرسش مرتبط با متغیرهای پژوهش است. تجزیه و تحلیل داده‌های این پژوهش در دو سطح توصیفی و استنباطی صورت گرفت. در سطح توصیفی، به توصیف ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پرداخته شد تا وضعیت پاسخ‌گویان بهتر شناخته شود. اطلاعات مربوط به ویژگی‌های جمعیت‌شناختی در جدول ۲ ارائه شده است. نرم‌افزار استفاده‌شده در بخش توصیفی، SPSS۲۵ است. برای بررسی نرمال بودن توزیع داده‌ها از آزمون کولموگوروف - اسمیرنوف استفاده شد. در بخش استنباطی که مربوط به آزمون فرضیه‌هاست، از مدل معادلات ساختاری استفاده شد. نرم‌افزار استفاده‌شده با توجه به حجم کم جامعه آماری، Smart pls^۳ است. فرضیه‌های با متغیر میانجی نیز با آزمون سوبل آزمون شدند.

جدول ۱. نتایج ضریب آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و روایی هم‌گرا

متغیرهای پژوهش	آلفای کرونباخ (ALPHA)	پایایی ترکیبی (CR)	میانگین واریانس استخراج‌شده (AVE)
ویژگی‌های شرکت‌های صادرکننده	۰/۸۶۸	۰/۹۰۹	۰/۷۱۶
ویژگی‌های معاملات صادراتی	۰/۷۸۸	۰/۸۵۵	۰/۵۴۰
تجربه در دعاوی تجاری	۰/۸۹۵	۰/۹۱۵	۰/۵۷۳
مدیریت ریسک تجاری	۰/۸۵۵	۰/۸۸۸	۰/۵۰۲
عملکرد صادرات	۰/۸۸۰	۰/۹۰۹	۰/۵۹۲

یافته‌های پژوهش

تجزیه و تحلیل یافته‌های جمعیت‌شناختی، نشان‌دهنده آن است که حدود ۵۶/۲ درصد از پاسخ‌دهندگان زن و حدود ۴۳/۷ درصد مرد بودند. از لحاظ میزان تحصیلات، افراد دارای مدرک کارشناسی ارشد ۴۱/۶ درصد و کارشناسی با ۳۷/۵ درصد بیشترین فراوانی را به خود اختصاص دادند. به لحاظ زمینه فعالیت ۵۸/۳ درصد از شرکت‌ها تولیدی - تجاری و ۴۱/۶ درصد تجاری بودند. تعداد کارکنان در حدود ۴۳/۷ درصد از شرکت‌ها بین ۱ تا ۵۰ نفر، در ۳۳/۳ درصد از شرکت‌ها بین ۵۱ تا ۱۵۰ نفر و در ۲۲/۹ درصد از آنها بیشتر از ۱۵۱ نفر بودند. از نظر تجربه صادراتی ۲۰/۸ درصد از شرکت‌ها کمتر از ۵ سال، حدود ۳۷/۵ درصد بین ۶ تا ۱۵ سال و حدود ۴۱/۶ درصد، بیشتر از ۱۶ سال تجربه داشته‌اند. حدود ۳۹/۵ درصد از شرکت‌ها، دعاوی تجاری را تجربه کرده‌اند، در حالی که ۶۰/۴ درصد در خصوص دعاوی تجاری، تجربه‌ای نداشته‌اند. این پژوهش برای آزمودن فرضیه‌ها، از نرم‌افزار SMART PLS3 استفاده شد و فرضیه‌های دارای متغیر میانجی، با آزمون سوبل آزمون شدند. واضح است که نمی‌توان از داده‌های خام به‌تنهایی اطلاعات اساسی کسب کرد و باید تا حد توان، آنها را به‌وسیله شاخص‌ها خلاصه کرد. همان‌طور که در جدول ۳ مشاهده می‌شود، میانگین نمرات تمامی متغیرهای موجود کمتر از ۳ به دست آمده است. بنابراین این‌گونه استنباط می‌شود که اکثریت افراد در پاسخ به پرسش‌های پرسش‌نامه به سمت گزینه اول و دوم میل داشته‌اند.

جدول ۲. داده‌های توصیفی جامعه پژوهش

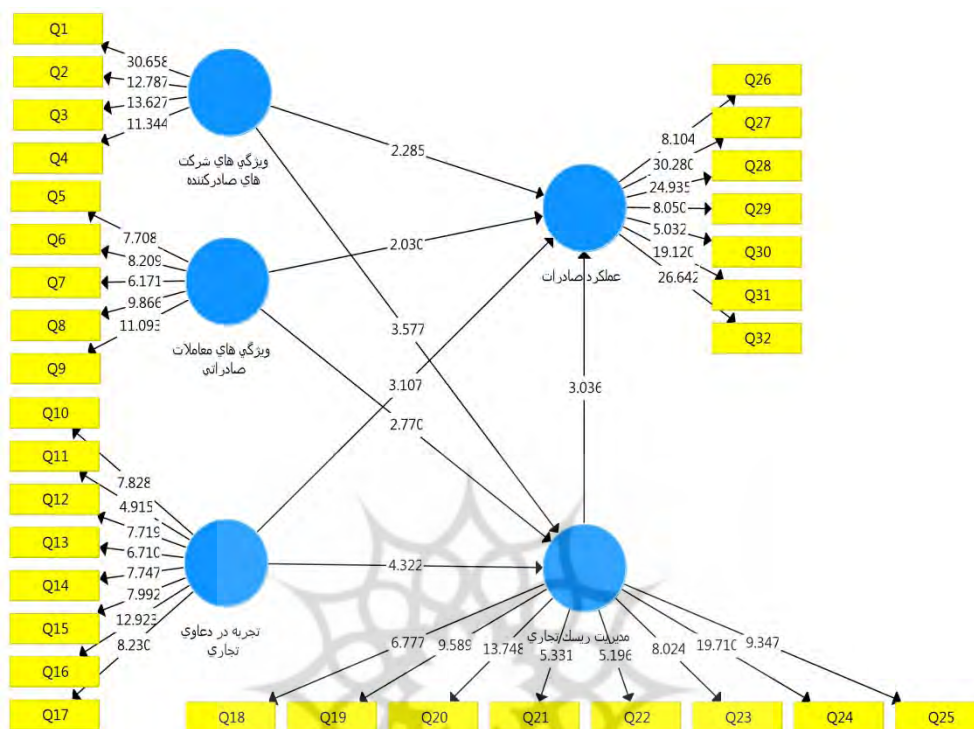
جنسیت		زن		مرد
		۵۶/۲		۴۳/۷
میزان تحصیلات		کارشناسی	کارشناسی ارشد	دکتری
		۳۷/۵	۴۱/۶	۲۰/۸
زمینه فعالیت شرکت		تولیدی - تجاری		
		۵۸/۳		
تعداد کارکنان		۱ تا ۵۰ نفر	۵۱ تا ۱۵۰ نفر	۱۵۱ نفر به بالا
		۴۳/۷	۳۳/۳	۲۲/۹
تجربه صادراتی		کمتر از ۵ سال	۶ تا ۱۵ سال	بیشتر از ۱۶ سال
		۲۰/۸	۳۷/۵	۴۱/۶
تجربه اختلاف‌های تجاری		بلی		
		۳۹/۵		
		خیر		
		۶۰/۴		

در برای اجرای روش‌های آماری و محاسبه آماره آزمون و استنتاج منطقی در خصوص فرضیه‌های پژوهش، انتخاب روش آماری مناسب اهمیت ویژه‌ای دارد. برای این منظور، آگاهی از توزیع داده‌ها از اولویت اساسی برخوردار است. برای بررسی توزیع نرمال بودن داده‌ها از آزمون کولموگروف - اسمیرنوف استفاده شد. سطح معناداری آزمون کولموگروف - اسمیرنوف به غیر از متغیرهای ویژگی‌های شرکت‌های صادرکننده و مدیریت ریسک تجاری برای سایر متغیرهای این پژوهش کوچک‌تر از ۰/۰۵ به دست آمد. در نتیجه، به غیر از متغیرهای ویژگی‌های شرکت‌های صادرکننده و مدیریت ریسک تجاری، سایر متغیرهای بررسی شده در پژوهش دارای توزیع نرمال نیستند (جدول ۳).

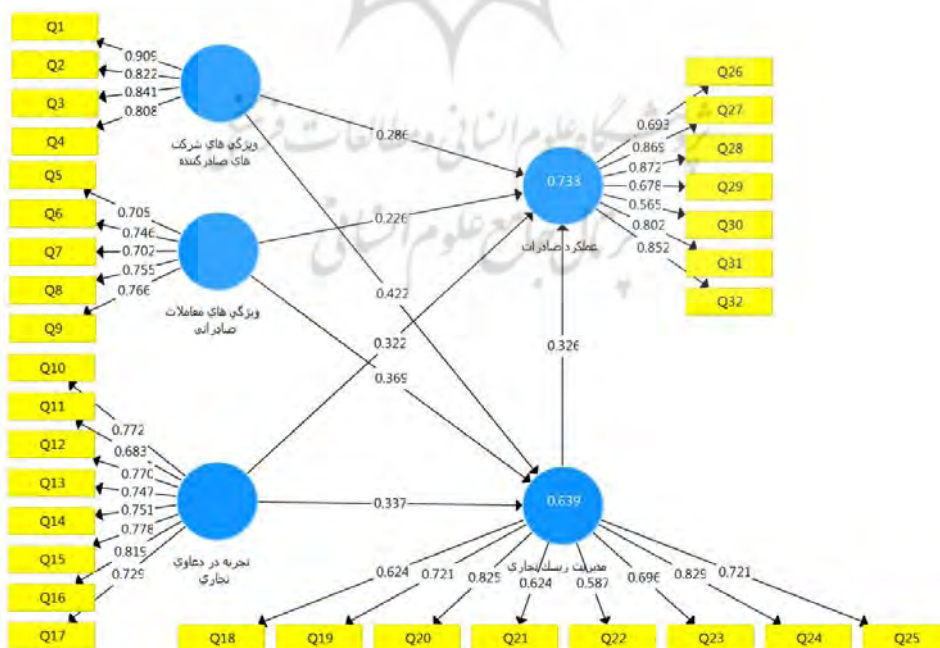
جدول ۳. شاخص‌های توصیفی و آزمون نرمالیتی متغیرهای مورد مطالعه

متغیرهای پژوهش	میانگین	انحراف معیار	کمترین مقدار متغیر	بیشترین مقدار متغیر	چولگی	کشیگی	آزمون کولموگروف اسمیرنوف	
							مقدار آماره	سطح معناداری
ویژگی‌های شرکت‌های صادرکننده	۲/۱۳۵	۰/۸۵	۱	۴/۵۰	۱/۱۹۴	۱/۲۰۹	۰/۱۸۸	۰/۰۰۰
ویژگی‌های معاملات صادراتی	۲/۷۷۰	۰/۶۷	۱/۴۰	۴	-۰/۱۳۷	-۰/۶۲۴	۰/۱۰۸	۰/۲۰۰
تجربه در دعاوی تجاری	۲/۴۱۱	۰/۷۶	۱	۴/۱۳	۰/۵۰۷	۰/۱۳۳	۰/۱۴۲	۰/۰۱۷
مدیریت ریسک تجاری	۲/۳۶۴	۰/۶۸	۱	۴/۱۳	۰/۴۷۸	۰/۱۹۴	۰/۱۱۹	۰/۰۸۷
عملکرد صادرات	۲/۶۲۲	۰/۸۷	۱/۱۴	۴	۰/۰۵۴	-۱/۳۵۰	۰/۱۳۷	۰/۰۲۴

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش معادلات ساختاری (SEM) با رویکرد حداقل مربعات جزئی و نرم‌افزار SMART PLS3 استفاده شده است. در پژوهش حاضر، با توجه به حجم کم نمونه از روش معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی (PLS) استفاده شده است.



شکل ۲. مدل پژوهش در حالت معناداری (T-value)



شکل ۳. مدل پژوهش در حالت استاندارد (تحلیل مسیر)

بررسی برازش مدل اندازه‌گیری، مدل ساختاری و مدل کلی پژوهش

با توجه به مقادیر پایایی و روایی هم‌گرا (جدول ۱) برازش مدل اندازه‌گیری تأیید شد. همان‌طور که در شکل ۲ مشاهده می‌شود، به دلیل اینکه مقدار آماره آزمون بین متغیرها بیشتر از ۱/۹۶ است، رابطه‌های موجود در مدل معنادار بوده، در نتیجه بیان‌کننده مناسبت مدل ساختاری است. همچنین مقادیر R^2 ، f^2 ، Q^2 و T-value (جدول ۴) برازش مدل ساختاری را نیز نشان می‌دهند. برای بررسی مدل کلی فقط یک معیار به نام GOF^۱ وجود دارد و سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ به‌عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای این معیار محسوب می‌شوند. با توجه به جدول ۴، مقدار معیار GOF برابر ۰/۵۲۳ به دست آمد که نشان‌دهنده برازش قوی مدل مفهومی پژوهش است.

جدول ۴. معیارهای برازش مدل ساختاری و کلی

متغیر مستقل ← متغیر وابسته	مسیر	β	T-value	سطح معناداری	R^2	Q^2	f^2
ویژگی‌های شرکت‌های صادرکننده ← عملکرد صادرات		۰/۲۸۶	۲/۲۸۵	۰/۰۱۹	۰/۶۳۹	۰/۳۸۴	۰/۱۵۷
ویژگی‌های شرکت‌های صادرکننده ← مدیریت ریسک تجاری		۰/۴۲۲	۳/۵۷۷	۰/۰۰۱	۰/۷۳۳	۰/۲۶۹	۰/۳۳۵
ویژگی‌های معاملات صادراتی ← عملکرد صادرات		۰/۲۲۶	۲/۰۳۰	۰/۰۴۴	۰/۶۳۹	۰/۳۸۴	۰/۱۰۳
ویژگی‌های معاملات صادراتی ← مدیریت ریسک تجاری		۰/۳۶۹	۲/۷۷۰	۰/۰۰۷	۰/۷۳۳	۰/۲۶۹	۰/۲۵۶
تجربه در دعاوی تجاری ← عملکرد صادرات		۰/۳۲۲	۳/۱۰۷	۰/۰۰۱	۰/۶۳۹	۰/۳۸۴	۰/۲۹۴
تجربه در دعاوی تجاری ← مدیریت ریسک تجاری		۰/۳۳۷	۴/۳۲۲	۰/۰۰۰	۰/۷۳۳	۰/۲۶۹	۰/۳۱۳
مدیریت ریسک تجاری ← عملکرد صادرات		۰/۳۲۶	۳/۰۳۶	۰/۰۰۲	۰/۶۳۹	۰/۳۸۴	۰/۱۴۴

$$GOF = \sqrt{\text{Communalities}} \times R^2 = ۰/۵۲۳$$

یافته‌های مربوط به آزمون فرضیه‌ها

جدول ۵ نتایج مربوط به آزمون فرضیه‌های مستقیم را نشان می‌دهد. در فرضیه‌های با تأثیر مستقیم، در صورتی که مقدار آماره آزمون بیشتر از ۱/۹۶+ یا کوچک‌تر از ۱/۹۶- باشد، وجود تأثیر تأیید می‌شود و در صورت مثبت بودن مقدار ضریب مسیر (β) این تأثیر مثبت خواهد بود. با توجه به جدول ۵ برای تمام فرضیه‌های مستقیم پژوهش مقدار آماره آزمون بیشتر از ۱/۹۶+ و مقدار ضریب مسیر (β) مقداری مثبت به دست آمده است. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که تمام فرضیه‌های مستقیم پژوهش دارای تأثیر مثبت و معنادار هستند. در نتیجه تمام فرضیه‌های مستقیم پژوهش تأیید می‌شوند.

جدول ۵. نتایج فرضیه‌های مستقیم پژوهش

شماره فرضیه	فرضیه	ضریب مسیر (β)	آماره آزمون (t-value)	سطح معناداری	نتیجه
۱	ویژگی‌های شرکت‌های صادرکننده بر عملکرد صادرات تأثیر دارد.	۰/۲۸۶	۲/۲۸۵	۰/۰۲۳	تأیید
۲	ویژگی‌های شرکت‌های صادرکننده بر مدیریت ریسک تجاری تأثیر دارد.	۰/۴۲۲	۳/۵۷۷	۰/۰۰۰	تأیید
۳	مدیریت ریسک تجاری بر عملکرد صادرات تأثیر دارد.	۰/۳۲۶	۳/۰۳۶	۰/۰۰۰۳	تأیید
۵	ویژگی‌های معاملات صادراتی بر عملکرد صادرات تأثیر دارد.	۰/۲۲۶	۲/۰۳۰	۰/۰۴۳	تأیید
۶	ویژگی‌های معاملات صادراتی بر مدیریت ریسک تجاری تأثیر دارد.	۰/۳۶۹	۲/۷۷۰	۰/۰۰۶	تأیید
۸	تجربه در دعوی تجاری بر عملکرد صادرات تأثیر دارد.	۰/۳۲۲	۳/۱۰۷	۰/۰۰۲	تأیید
۹	تجربه در دعوی تجاری بر مدیریت ریسک تجاری تأثیر دارد.	۰/۳۳۷	۴/۳۲۲	۰/۰۰۰	تأیید

برای آزمون فرضیه‌های پژوهش که دارای متغیر میانجی هستند، از آزمون سوبل استفاده شده است (جدول ۶). نحوه بررسی فرضیه‌های دارای متغیر میانجی بدین صورت است که اگر تأثیر متغیر مستقل بر میانجی و تأثیر میانجی بر وابسته هم‌زمان معنادار شود، نقش میانجی تأیید شده و تأثیر غیرمستقیم را تأیید خواهد کرد. با توجه به مدل‌های پژوهش در حالت معناداری (شکل ۲) و ضریب مسیر (شکل ۳) تأثیر متغیر ویژگی‌های شرکت‌های صادرکننده بر مدیریت ریسک تجاری با مقدار آماره آزمون ۳/۵۷۷ و ضریب مسیر ۰/۴۲۲ پذیرفته شد. همچنین تأثیر مدیریت ریسک تجاری بر عملکرد صادرات نیز با مقدار آماره آزمون ۳/۰۳۶ و ضریب مسیر ۰/۳۲۶ تأیید شد. با توجه به آزمون این دو مسیر در قالب یک مدل می‌توان استنباط کرد که متغیر مدیریت ریسک تجاری، نقش واسطه‌ای را در تأثیرگذاری ویژگی‌های شرکت‌های صادرکننده بر عملکرد صادرات ایفا می‌کند. به بیان دیگر، ویژگی‌های شرکت‌های صادرکننده به‌طور غیرمستقیم و از طریق مدیریت ریسک تجاری بر عملکرد صادرات به‌اندازه ۰/۱۳۷ تأثیر داشته است. از طرفی، مقدار آماره آزمون سوبل ۲/۳۱۴ بیشتر از ۱/۹۶+ است، بنابراین تأثیر متغیر میانجی مدیریت ریسک تجاری معنادار است. با توجه به اینکه ضریب تأثیر غیرمستقیم نیز مثبت است ($\beta = 0/137$)، ویژگی‌های شرکت‌های صادرکننده از طریق متغیر میانجی مدیریت ریسک تجاری بر عملکرد صادرات تأثیر مثبت دارد. بنابراین فرضیه چهارم پژوهش تأیید می‌شود.

در خصوص فرضیه هفتم با توجه به مدل‌های پژوهش در حالت معناداری (شکل ۲) و ضریب مسیر (شکل ۳) تأثیر متغیر ویژگی‌های معاملات صادراتی بر مدیریت ریسک تجاری با مقدار آماره آزمون ۲/۷۷۰ و ضریب مسیر ۰/۳۶۹ پذیرفته شد. همچنین تأثیر مدیریت ریسک تجاری بر عملکرد صادرات نیز با مقدار آماره آزمون ۳/۰۳۶ و ضریب مسیر ۰/۳۲۶ نیز تأیید شد. با توجه به آزمون این دو مسیر در قالب یک مدل می‌توان استنباط کرد که متغیر مدیریت ریسک

تجاری نقش واسطه‌ای را در تأثیرگذاری ویژگی‌های معاملات صادراتی بر عملکرد صادرات ایفا می‌کند. به بیان دیگر، ویژگی‌های معاملات صادراتی به‌طور غیرمستقیم و از طریق مدیریت ریسک تجاری بر عملکرد صادرات به‌اندازه ۰/۱۲۰ تأثیر داشته است. از طرفی، با توجه به اینکه مقدار آماره آزمون سوبل برابر با ۲/۰۴۶ و بیشتر از ۱/۹۶+ است، تأثیر متغیر میانجی مدیریت ریسک تجاری معنادار است. ضریب تأثیر غیرمستقیم نیز مثبت است ($\beta = 0/120$)، بنابراین ویژگی‌های معاملات صادراتی از طریق متغیر میانجی مدیریت ریسک تجاری بر عملکرد صادرات تأثیر مثبت دارد. در نتیجه فرضیه هفتم پژوهش تأیید می‌شود.

در خصوص فرضیه دهم با توجه به مدل‌های پژوهش در حالت معناداری (شکل ۲) و ضریب مسیر (شکل ۳) تأثیر متغیر تجربه در دعوی تجاری بر مدیریت ریسک تجاری با مقدار آماره آزمون ۴/۳۲۲ و ضریب مسیر ۰/۳۳۷ پذیرفته شد. همچنین تأثیر مدیریت ریسک تجاری بر عملکرد صادرات نیز با مقدار آماره آزمون ۳/۰۳۶ و ضریب مسیر ۰/۳۲۶ تأیید شد. با توجه به آزمون این دو مسیر در قالب یک مدل می‌توان استنباط کرد که متغیر مدیریت ریسک تجاری در تأثیرگذاری تجربه در دعوی تجاری بر عملکرد صادرات نقش واسطه‌ای را ایفا می‌کند. به بیان دیگر، تجربه در دعوی تجاری به‌طور غیرمستقیم و از طریق مدیریت ریسک تجاری بر عملکرد صادرات به‌اندازه ۰/۱۱۰ تأثیر داشته است. از طرفی، با توجه به اینکه مقدار آماره آزمون سوبل برابر با ۲/۴۸۴ و بیشتر از ۱/۹۶+ است، تأثیر متغیر میانجی مدیریت ریسک تجاری معنادار است. ضریب تأثیر غیرمستقیم نیز مثبت است ($\beta = 0/110$)، بنابراین ویژگی‌های معاملات صادراتی از طریق متغیر میانجی مدیریت ریسک تجاری بر عملکرد صادرات تأثیر مثبت دارد. در نتیجه فرضیه دهم پژوهش تأیید می‌شود.

جدول ۶. نتایج فرضیه‌های دارای متغیر میانجی

شماره فرضیه	فرضیه	β		آماره آزمون (سوبل)	سطح معناداری	نتیجه
		مستقیم	غیرمستقیم			
۴	ویژگی‌هایی که شرکت‌های صادرکننده دارند، از طریق متغیر میانجی مدیریت ریسک تجاری بر عملکرد صادرات تأثیر دارد.	۰/۲۸۶	۰/۱۳۷	۲/۳۱۴	۰/۰۲۰	تأیید
۷	ویژگی‌های معاملات صادراتی از طریق متغیر میانجی مدیریت ریسک تجاری بر عملکرد صادرات تأثیر دارد.	۰/۲۲۶	۰/۱۲۰	۲/۰۴۶	۰/۰۴۰	تأیید
۱۰	تجربه در دعوی تجاری از طریق متغیر میانجی مدیریت ریسک تجاری بر عملکرد صادرات تأثیر دارد.	۰/۳۲۲	۰/۱۱۰	۲/۴۸۴	۰/۰۱۲	تأیید

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

در پژوهش حاضر، با توجه به نتایج حاصل از داده‌ها، فرضیه‌های پژوهش بررسی شدند. نتایج به‌دست‌آمده در خصوص فرضیه نخست نشان داد که ویژگی‌های شرکت‌های صادرکننده با مقدار آماره آزمون ۲/۲۸۵ و شدت اثر ۰/۲۸۶ بر

عملکرد صادرات تأثیر مثبت و معنادار دارد. بنابراین فرضیه نخست پژوهش تأیید می‌شود. نتیجه حاصل از این فرضیه با پژوهش‌های شجاعی و همکاران (۱۳۹۳)، حقیقی و همکاران (۱۳۸۷) و تاری وردی و دامچی جلودار (۱۳۹۱) هم‌سو است. شرکت‌های بزرگ، با توجه به تقسیم کار بالا در سازمان و تخصص‌گرایی می‌توانند در صادرات عملکرد بالایی داشته باشند. با افزایش تجربه حضور در بازارهای بین‌المللی و به‌کارگیری مدیران و کارکنان با سابقه در امر صادرات نیز می‌توان انتظار داشت که عملکرد صادرات بهبود یابد. بنابراین به شرکت‌های صادرکننده افزایش همکاری با شرکت‌های معتبر و استخدام مدیران و کارکنان با تجربه بالا در حوزه صادرات پیشنهاد می‌شود.

نتایج تجزیه و تحلیل‌های پژوهش در خصوص فرضیه دوم نشان داد که ویژگی‌های شرکت‌های صادرکننده با مقدار آماره آزمون $3/577$ و شدت اثر $0/422$ بر مدیریت ریسک تجاری تأثیر مثبت و معنادار دارد. بنابراین فرضیه دوم پژوهش تأیید شد. پژوهش بدریه و همکاران (۲۰۱۵) و گوردون و همکاران (۲۰۰۹) با نتیجه به‌دست‌آمده برای این فرضیه، هم‌سو است. در واقع، هرچه سازمان بزرگ‌تر بوده و تجربه بیشتری در صادرات داشته باشد، با احتمال بیشتری می‌تواند ریسک‌ها را شناسایی کرده و واکنش به‌موقعی از خود نشان دهد. به بیان دیگر، با افزایش اندازه شرکت، سطح درک از ریسک‌های تجاری به‌طور کلی افزایش می‌یابد. تجربه در صادرات نیز به آموزه‌های خاصی در زمینه صادرات منجر می‌شود و در خصوص شناسایی ریسک‌ها، اطلاعات ارزشمندی فراهم می‌کند. در رابطه با مدیریت ریسک‌های تجاری به شرکت‌های صادرکننده پیشنهاد می‌شود تا ساختاری تخصصی برای مدیریت ریسک‌های تجاری و صادراتی با مشارکت مدیران بازرگانی و صادرات با تجربه ایجاد کنند.

نتایج تحلیل داده‌ها در خصوص فرضیه سوم نشان داد که مدیریت ریسک تجاری با مقدار آماره آزمون $3/036$ و ضریب مسیر $0/326$ بر عملکرد صادرات تأثیر مثبت و معنادار دارد. بنابراین فرضیه سوم تأیید شد. نتیجه حاصل از این فرضیه با یافته‌های پژوهش‌های ملبروگ (۲۰۰۲)، مصلح و همکاران (۱۳۹۵)، نهاوندی و همکاران (۱۳۹۶) و فلوریو و لئون (۲۰۱۷) هم‌سو است، اما با نتایج پژوهش‌های ولیات (۱۹۹۶) و تاری وردی و دامچی جلودار (۱۳۹۱) ناهم‌سو است که دلیل ناهم‌سویی نتایج این پژوهش‌ها با نتیجه حاصل از این فرضیه، می‌تواند در تفاوت جامعه آماری بررسی‌شده و انجام پژوهش در زمان و مکان‌های متفاوت باشد. همچنین افزایش آگاهی شرکت‌ها و مدیران و کارکنان آنان از روش‌های مدیریت ریسک تجاری و افزایش استفاده از آنها، یکی دیگر از دلایل احتمالی تأیید این فرضیه برخلاف یافته‌های ولیات (۱۹۹۶) و تاری وردی و دامچی جلودار (۱۳۹۱) است. با توجه به نتیجه حاصل از این فرضیه می‌توان انتظار داشت که با افزایش به‌کارگیری مدیریت ریسک تجاری عملکرد صادرات افزایش یابد. بر این اساس، به شرکت‌های صادرکننده کسب اطلاعات دقیق از بازارهای صادراتی برای کاهش ریسک و نااطمینانی در خصوص فعالیت‌های صادراتی، استفاده از بیمه‌نامه‌های صادراتی برای مواجهه با ریسک‌های تجاری، برگزاری دوره‌های آموزشی برای کارکنان و مدیران برای آشنایی هرچه بیشتر آنها با عوامل ایجادکننده و شناسایی ریسک‌های تجاری و مدیریت آنها در بازارهای صادراتی پیشنهاد می‌شود.

نتایج مربوط به آزمون فرضیه چهارم نشان داد که ویژگی‌های شرکت‌های صادرکننده از طریق متغیر میانجی مدیریت ریسک تجاری بر عملکرد صادرات تأثیر مثبت و معناداری دارد. بنابراین فرضیه چهارم پژوهش تأیید شد. نتیجه

حاصل از این فرضیه با یافته‌های پژوهش بدریه و همکاران (۲۰۱۵) و تاری وردی و دامچی جلودار (۱۳۹۱) هم‌سو است. در واقع، هدف هر شرکتی رسیدن به اهداف تعیین شده خود است. شرکت‌های صادرکننده نیز با توجه به ماهیت فعالیت‌های خود برای کسب سود و مزیت رقابتی در تلاش هستند. این شرکت‌ها با آگاهی و شناخت ویژگی‌های خود می‌توانند از بازارهای خارجی درک بهتری داشته باشند و این موضوع برداشت آنها را از ریسک‌های موجود در فعالیت‌های بین‌المللی تسهیل می‌کند. تجربه شرکت در صادرات نیز می‌تواند عامل مهمی در موفقیت آن به حساب آید. هرچه یک شرکت، در تجارت بین‌المللی تجربه بیشتری داشته باشد، توانایی آن در شناسایی ریسک‌های تجاری بالا بوده و می‌تواند ریسک‌های موجود را به‌خوبی مدیریت کند و این موضوع بر عملکرد صادرات تأثیر مثبتی خواهد داشت. بر اساس یافته‌های پژوهش در فرضیه چهارم، پیشنهاد می‌شود شرکت‌های صادرکننده به تشکیل تیم‌های تخصصی متشکل از مدیران و کارشناسان صادرات و بازرگانی با تجربه اقدام کنند، زیرا در صورت بالا بودن تجربه در امور صادراتی، دانش تخصصی کارکنان و مدیران در رابطه با ریسک‌های تجاری و مدیریت آنها به احتمال زیاد بالا بوده که می‌تواند در کاهش و جلوگیری از ضرر و زیان‌های ناشی از این ریسک‌ها مؤثر باشد و شرکت‌ها از این طریق بر عملکرد صادراتی مطلوب‌تری دست یابند.

نتایج تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش در خصوص فرضیه پنجم نشان داد که ویژگی‌های معاملات صادراتی با مقدار آماره آزمون $2/030$ و ضریب مسیر $0/226$ بر عملکرد صادرات تأثیر مثبت و معنادار دارد. بنابراین فرضیه پنجم پژوهش تأیید شد. نتایج حاصل از این فرضیه با یافته‌های پژوهش کرامر و همکاران (۲۰۱۸) هم‌سو است. اگر روش‌های حمل‌ونقل متناسب با نوع کالا و مسافت و زمان تحویل، روش‌های پرداخت مبالغ معامله با توجه به عواملی مانند شرایط اقتصادی و سیاسی کشور طرف معامله و غیره انتخاب شود، می‌توان انتظار داشت که عملکرد صادرات بهبود یابد. بنابراین به شرکت‌های صادرکننده پیشنهاد می‌شود تا شرایط سیاسی کشور مقصد را در خصوص انتخاب کشور طرف معامله لحاظ کنند و از شرایط اقتصادی کشور مقصد قبل از صادرات، ارزیابی دقیقی انجام دهند.

نتایج به‌دست‌آمده در خصوص فرضیه ششم بیانگر آن است که ویژگی‌های معاملات صادراتی با مقدار آماره آزمون $2/770$ و شدت اثر $0/369$ بر مدیریت ریسک تجاری تأثیر مثبت و معنادار دارد. بنابراین فرضیه ششم پژوهش تأیید شد. جو و پک (۲۰۱۷) در پژوهش خود نشان دادند که ویژگی‌های معاملات صادراتی بر مدیریت ریسک تجاری تأثیر ندارد و با نتیجه به‌دست‌آمده برای این فرضیه ناهم‌سو است که دلیل ناهم‌سویی آن با نتیجه حاصل از این فرضیه می‌تواند در تفاوت جامعه آماری بررسی شده و انجام پژوهش در زمان و مکان‌های متفاوت باشد. بر اساس یافته حاصل از فرضیه ششم، پیشنهاد می‌شود شرکت‌های صادرکننده با توجه به نوع کالای صادراتی و فاصله زمانی، روش‌های حمل‌ونقل مناسبی را انتخاب کرده و در قرارداد خرید و فروش بین‌المللی شرایطی را برای پیشگیری از دریافت نکردن یا دریافت با تأخیر مبالغ معامله لحاظ کنند. کسب شناخت کافی از خریداران و بررسی وضعیت اعتباری آنان می‌تواند از بروز چنین ریسک‌هایی جلوگیری کند. صندوق ضمانت صادرات در ایران با تهیه، جمع‌آوری و تحلیل اطلاعات اعتباری شرکت‌های خارجی و ارائه آنها به شرکت‌های صادرکننده داخلی، زمینه و شرایط شناخت بیشتر صادرکنندگان از خریداران خارجی را فراهم می‌آورد. بنابراین استفاده از خدمات صندوق ضمانت صادرات در این خصوص به شرکت‌های صادرکننده دارو پیشنهاد می‌شود.

نتایج به‌دست‌آمده در خصوص فرضیه هفتم پژوهش نشان داد که ویژگی‌های معاملات صادراتی از طریق متغیر میانجی مدیریت ریسک تجاری بر عملکرد صادرات تأثیر مثبت و معنادار دارد. بنابراین فرضیه هفتم پژوهش تأیید شد. همان‌طور که اشاره شد، تسویه پرداخت‌ها، دوره‌های معامله، شرایط حمل‌ونقل و کشور طرف معامله، ویژگی‌های معاملات صادراتی را تشکیل می‌دهند. پژوهش لی و کیم^۱ (۱۹۹۴) با نتیجه به‌دست‌آمده برای این فرضیه هم‌سو است. آنها نشان دادند که برای جلوگیری از وصول نشدن وجوه معامله، استفاده از اعتبارات صادرات به‌عنوان یکی از ابزارهای مدیریت ریسک تجاری بر عملکرد صادرات، تأثیر مثبتی دارد. با توجه به نتیجه حاصل از فرضیه هفتم، می‌توان پیشنهاد داد، بررسی اعتباری در خصوص شرکت‌های واردکننده که برای نخستین بار طرف معامله شرکت خواهند بود، به‌طور دقیق انجام گیرد تا از وصول نشدن مطالبات توسط شریک تجاری جلوگیری به عمل آید و از این طریق عملکرد صادرات شرکت را بهبود بخشند.

یافته‌های پژوهش در آزمون فرضیه هشتم بیانگر آن است که تجربه در دعاوی تجاری با مقدار آماره آزمون ۳/۱۰۷ و شدت اثر ۰/۳۲۲ بر عملکرد صادرات تأثیر مثبت و معنادار دارد. بنابراین فرضیه هشتم پژوهش تأیید شد. در خصوص این یافته پژوهش‌های مشابه داخلی و خارجی که تأثیر تجربه در دعاوی تجاری بر عملکرد صادرات را بررسی می‌کنند، یافت نشد و پژوهش حاضر که پژوهشی جدید در این زمینه است، این فرضیه را تأیید می‌کند. در صورتی که شرکت‌ها در گذشته، در امور تجارت بین‌المللی، دعاوی و اختلافات تجاری را تجربه کرده باشند، با دید و آگاهی بیشتری می‌توانند از بروز مجدد چنین اختلافاتی جلوگیری کنند، زیرا بروز چنین اختلافاتی می‌تواند منابع مالی و فعالیت‌های تجاری یک شرکت را تحت تأثیر قرار داده و به ضرر و زیان شرکت منجر شود. بنابراین پیشگیری از بروز چنین مسائلی می‌تواند بر عملکرد صادرات تأثیر مثبتی داشته باشد و شرکت‌هایی که در گذشته اختلافات تجاری را تجربه کرده‌اند، می‌توانند در این زمینه به‌خوبی عمل کنند. با توجه به نتیجه فرضیه هشتم، همکاری با شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات حقوقی به‌ویژه در حوزه بازرگانی و استخدام کارشناسان حقوقی با تجربه و حرفه‌ای به شرکت‌های صادرکننده دارو پیشنهاد می‌شود. همچنین برای جلوگیری از بروز اختلافات مربوط به حمل‌ونقل، همکاری با شرکت‌های حمل‌ونقل معتبر و حفظ روابط مستمر با آنها و استفاده از بیمه باربری به شرکت‌های صادرکننده، توصیه می‌شود.

با توجه به یافته‌های حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش در خصوص فرضیه نهم، مشخص شد که تجربه در دعاوی تجاری با مقدار آماره آزمون ۴/۳۲۲ و شدت اثر ۰/۳۳۷ بر مدیریت ریسک تجاری تأثیر مثبت و معنادار دارد. بنابراین فرضیه نهم پژوهش تأیید شد. در واقع، هرچه شرکت دعاوی تجاری بیشتری را تجربه کرده باشد، سطح درک آنها از ریسک‌های تجاری بالا خواهد بود و این موضوع بر روش‌های مدیریت ریسک تجاری استفاده‌شده شرکت، تأثیرگذار است. نتیجه حاصل از این فرضیه با پژوهش چویی و لی (۲۰۰۴) هم‌سو است. آنها در پژوهش‌های خود رابطه بین تجربه در دعاوی تجاری و استفاده از مدیریت ریسک تجاری را اثبات کردند، در صورتی که جو و پک (۲۰۱۷) در پژوهش خود این تأثیر را رد کردند. دلایل احتمالی ناهم‌سویی نتیجه پژوهش جو و پک (۲۰۱۷) با نتیجه حاصل از این فرضیه می‌تواند در تفاوت جامعه آماری بررسی‌شده و انجام پژوهش در زمان و مکان‌های متفاوت و تغییر در نگرش

مدیران شرکت‌ها در رابطه با وجود تأثیر تجربه در اختلافات و دعاوی تجاری بر استفاده از مدیریت ریسک تجاری باشد. با توجه به نتیجه فرضیه نهم، استفاده از بیمه باربری برای پوشش ریسک‌های احتمالی حمل‌ونقل به شرکت‌های صادرکننده پیشنهاد می‌شود، زیرا آسیب دیدن کالاها به‌طور تصادفی طی حمل‌ونقل می‌تواند باعث بروز اختلافات تجاری شود. همچنین تطبیق و بررسی‌های دقیق در خصوص مقدار و مدیریت کیفیت کالاها قبل از صادرات برای جلوگیری از وجود نواقص در کالاها، نارضایتی مشتریان، کاهش سفارش‌های آتی و بروز دعاوی مرتبط با کمیت و کیفیت کالاهای صادراتی، به این شرکت‌ها توصیه می‌شود. برای کنترل شرایط غیرقابل پیش‌بینی که ممکن است طی مدت معامله رخ دهند و به بروز اختلاف بین طرف‌های معامله منجر شود، به شرکت‌های صادرکننده پیشنهاد می‌شود تا قبل از مذاکره و عقد قرارداد با خریداران، در خصوص مفاد قانونی با متخصصی حرفه‌ای در زمینه قراردادهای خریدوفروش بین‌المللی مشورت کنند.

نتایج به‌دست آمده در خصوص فرضیه دهم نشان داد که تجربه در دعاوی تجاری از طریق متغیر میانجی مدیریت ریسک تجاری بر عملکرد صادرات تأثیر مثبت و معنادار دارد. بنابراین فرضیه دهم پژوهش تأیید شد. در صورتی که شرکت طی مدت فعالیت خود اختلافات و دعاوی تجاری را تجربه کرده باشد، این فرصت را می‌یابد تا ریسک‌های بالقوه و بالفعل تجاری که می‌توانند به بروز اختلاف منجر شوند را به‌موقع شناسایی کرده و در این خصوص اقدام‌های لازم را لحاظ کند. به بیان دیگر، بهره‌گیری از مدیریت ریسک تجاری می‌تواند از بروز اختلاف تجاری و به‌دنبال آن ضرر و زیان‌های مالی و غیرمالی جلوگیری کند و به این ترتیب بر عملکرد صادرات تأثیر مثبتی داشته باشد. در خصوص این یافته، پژوهش‌های مشابه داخلی و خارجی که تأثیر تجربه در دعاوی تجاری بر عملکرد صادرات با نقش میانجی مدیریت ریسک تجاری را بررسی می‌کند، یافت نشد و پژوهش حاضر که پژوهشی جدید در این زمینه است، این فرضیه را تأیید می‌کند. بر اساس نتیجه حاصل از فرضیه دهم، بهتر است شرکت‌های صادرکننده علل بروز اختلافات تجاری بین‌المللی در معاملات خارجی را به‌دقت شناسایی کرده و از طریق مدیریت ریسک تجاری از بروز اختلافات در سطح پیشرفته جلوگیری کنند. این موضوع می‌تواند بر عملکرد صادرات شرکت‌های صادرکننده تأثیر مطلوبی داشته باشد.

محدودیت‌های پژوهش

پژوهشگران در پژوهش‌های خود همواره با محدودیت‌هایی مواجه بوده‌اند که پژوهش حاضر نیز از این امر مستثنا نبوده است. یافته‌ها و نتایج این پژوهش ممکن است به‌واسطه محیطی که پژوهش در آن انجام گرفته است، محدود شود. نتایج این پژوهش به شرکت‌های صادرکننده دارو در ایران محدود شده است. روایی و پایایی معیارها و سنجه‌های استفاده‌شده تأیید شده، اما در انجام پژوهش‌های آتی، بررسی‌های عمیق‌تر ممکن است به پذیرش معیارهای تازه‌ای که مبین رویکردی تازه درباره متغیرهای پژوهش باشد، منجر شود. به‌لحاظ موضوعی نیز در پژوهش حاضر، سعی بر این بود تا بر چندین متغیر مهم تمرکز شود که باعث شد به برخی متغیرها از دید پژوهشگر توجه نشود، در حالی که سایر پژوهشگران می‌توانند بر اساس پژوهش و جامعیتی از متغیرهای مرتبط، به‌ویژه در زمینه ریسک‌های تجاری، نقش آن در بازاریابی بین‌المللی را بررسی کنند. پژوهش حاضر، به‌لحاظ زمانی نیز مقطعی یا عرضی بود که در بازه زمانی محدودی انجام شد. بنابراین پژوهشگران می‌توانند پژوهش حاضر را در چندین بازه زمانی انجام دهند.

پیشنهاد برای پژوهش‌های آتی

با توجه به اینکه پژوهش حاضر از لحاظ زمانی در بازه خاصی انجام شده است، سایر پژوهشگران می‌توانند از روش‌های طولی پژوهش استفاده کنند. این روش‌ها تغییرات متغیرهای پژوهش را طی زمان نشان می‌دهند، بنابراین نوعی مقایسه هم می‌تواند در بازه‌های زمانی مختلف انجام شود. این پژوهش می‌تواند با افزودن سایر متغیرهای کاربردی نظیر ظرفیت‌های بازاریابی، منابع تجارت الکترونیکی و متغیرهای تعدیل‌گر از جمله فرهنگ، تعهد و متغیرهای مشابه در سایر شرکت‌های صادراتی نیز انجام گیرد. برای گردآوری اطلاعات آماری این پژوهش از پرسش‌نامه استفاده شد که پژوهشگران می‌توانند در پژوهش‌های بعدی علاوه بر پرسش‌نامه از مصاحبه نیز استفاده کنند.

منابع

- احمدوند، محمد رحیم (۱۳۸۷). مروری اجمالی بر مبانی نظری و وظایف مدیریت ریسک در فعالیت‌های اقتصادی. *مجله اقتصادی (دوماهنامه بررسی مسائل و سیاست‌های اقتصادی)*، ۸ (۸۷ و ۸۸)، ۵-۳۵.
- ایشاری، بهزاد (۱۳۷۳). کاربرد بیمه و مدیریت ریسک در صادرات. *پژوهش‌نامه بیمه*، (۳۳)، ۸۳-۱۰۲.
- پارکر، جرج؛ پارسائیان، علی (۱۳۷۸). مدیریت ریسک، ابعاد مدیریت ریسک، تعریف و کاربرد آن در سازمان‌های مالی. *تحقیقات مالی*، (۱۴)۴، ۱۲۵-۱۴۴.
- پانتز، آلن (۲۰۰۷). *مدیریت ریسک و تأمین مالی*. ترجمه محمد حسن هادی اصل سرای (۱۳۹۲). تهران: انتشارات پژوهشکده بیمه.
- پورزمانی، زهرا؛ کریمی، علی (۱۳۸۹). تأثیر مدیریت ریسک و سرمایه‌های فکری بر سطح عملکرد شرکت‌ها. *مجله مطالعات مالی*، (۶)۳، ۱۸-۱.
- تاری وردی، یداله؛ دامچی جلودار، زهرا (۱۳۹۱). رابطه مدیریت ریسک و عملکرد شرکت. *پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی*، (۱۱)۴، ۴۳-۶۲.
- تلبا، مهدی؛ ابراهیمی، علیرضا (۱۳۹۵). تحلیل ریسک‌های صادرکننده و واردکننده در اعتبار اسنادی با نگاهی بر نقش اصول بنیادین اعتبار اسنادی بر ایجاد این ریسک‌ها. *سیاست‌های مالی و اقتصادی*، (۱۳)۴، ۱۶۳-۱۶۶.
- حقیقی، محمد؛ فیروزیان، محمود؛ مجد نجفی، صمد (۱۳۸۷). شناسایی عوامل تعیین‌کننده عملکرد صادراتی در صنعت مواد غذایی. *مدیریت بازرگانی*، (۱)۰، ۳-۲۰.
- دشتی شاهرخ، زهره (۱۳۸۶). عوامل مؤثر بر عملکرد صادراتی شرکت‌های کوچک و متوسط. *مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)*، (۵۳)۱۴، ۷۷-۵۱.
- دوستی ایرانی، مرضیه؛ پیک فلک، جمشید؛ اژدر، محسن (۱۳۹۵). بررسی تأثیر مدیریت ریسک بر عملکرد استراتژیک سازمانی در سازمان بورس و اوراق بهادار تهران. *ماهنامه مدیریت*، (۱۸۷)۴، ۷۰۷-۷۲۱.
- رحیم نیا، فریبرز؛ صادقیان، سیدحسن (۱۳۹۰). جهت‌گیری استراتژیک و موفقیت شرکت‌های صادراتی. *پژوهش‌های مدیریت منابع سازمانی*، (۱)۱، ۱۱۵-۱۳۶.
- شجاعی، محمدرضا؛ محترم، رحیم؛ آطاهریان، سمانه (۱۳۹۳). تأثیر عوامل داخلی شرکت بر عملکرد صادراتی (مطالعه موردی: شرکت‌های صادرکننده پسته در تهران). *مدیریت بازرگانی*، (۴)۶، ۷۹۱-۸۰۷.

- شیروی، عبدالحسین (۱۳۹۶). *داوری تجاری بین‌المللی*. تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت).
- فتحی، فتح‌الله؛ فتحی، بهروز (۱۳۸۳). مدیریت ریسک و بیمه در لجستیک و زنجیره عرضه. *اولین کنفرانس لجستیک و زنجیره تأمین*. تهران. انجمن لجستیک ایران.
- فلاح قاجاری، فاطمه؛ معاریان، عرفان (۱۳۹۴). بررسی و تحلیل عوامل مؤثر بر ریسک نقدینگی (مطالعه موردی: بانک‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران)، *همایش ملی نوآوری مالی و توسعه مالی*، بابل، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بابل.
- قادری، کاوه؛ قادری، صلاح‌الدین؛ قادری، سامان (۱۳۹۷). تأثیر عامل رفتاری اطمینان بیش از حد مدیران بر اثربخشی مدیریت ریسک. *پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی*، ۱۰ (۳۷)، ۲۴۳-۲۷۲.
- کرباسی، علیرضا؛ حسنی، بهزاد (۱۳۸۵). ارتباط بین صادرات، ریسک اعتبارات و ضمانت اعتبارات، *دومین کنفرانس ملی سرمایه‌گذاری مخاطره‌پذیر*. تهران. دانشکده مدیریت دانشگاه تهران.
- مشبکی، اصغر؛ خادمی، علی اکبر (۱۳۹۱). نقش برنامه‌های توسعه صادرات بر ارتقای عملکرد صادرات بنگاه‌ها. *بهبود مدیریت*، ۱۷ (۱)، ۹۸-۱۳۵.
- مصلح، عبدالمجید؛ بحرینی‌زاده، منیجه؛ کریمی قهفرخی، سمیرا (۱۳۹۵). تأثیر ابعاد جهت‌گیری استراتژیک بر عملکرد صادراتی شرکت‌های صادراتی استان بوشهر. *تحقیقات بازاریابی نوین*، ۶ (۴)، ۱۲۵-۱۴۰.
- مهرآرا، محسن؛ مهران فر، مهدی (۱۳۹۴). عملکرد بانکی و عوامل کلان اقتصادی در مدیریت ریسک. *فصلنامه علمی - پژوهشی مدل‌سازی اقتصادی*، ۷ (۲۱)، ۳۷-۲۱.
- ناظمی، شمس‌الدین؛ خانی، داوود (۱۳۹۰). شناسایی و تحلیل مهم‌ترین عوامل بازدارنده اداری - خدماتی صادرات کالاهای غیرنفتی در بنگاه‌های کوچک و متوسط (مطالعه موردی: استان‌های خراسان رضوی و شمالی). *اقتصاد و تجارت نوین*، ۶ (۲۱ و ۲۲)، ۲۰۳-۲۲۶.
- نهادی، نسیم؛ عزیزی یوسف‌وند، رقیه؛ فرزندی، غلامحسین (۱۳۹۶). بررسی اثر مدیریت ریسک زنجیره تأمین بر کارایی شرکت‌های توزیع دارو. *نشریه بین‌المللی مهندسی صنایع و مدیریت تولید*، ۲۸ (۱)، ۱۱۹-۱۳۷.
- وشکائی نژاد، سیده صدف؛ ابراهیم‌پور، مصطفی؛ دوستار، محمد (۱۳۹۸). بررسی نقش تعدیل‌کنندگی بسیج منابع دانش مشتری در رابطه بین قابلیت مشارکت مشتری و عملکرد واحدهای خدماتی. *مدیریت بازرگانی*، ۱۱ (۴)، ۹۱۹-۹۴۳.
- هاشمی، فرزانه سادات؛ باقی نصرآبادی، علی؛ امیدزاده، رضوان؛ صادقی، حمیدرضا (۱۳۹۵). تأثیر اندازه شرکت و درجه بین‌المللی شدن بر عملکرد صادرات (مطالعه موردی: شرکت مدیریت صادرات فناوری ایرانیان). *پنجمین کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های نوین در مدیریت اقتصاد و حسابداری*. روسیه. سن پترزبورگ.
- همت فر، محمود؛ ثقفی، مهدی (۱۳۹۶). بررسی عوامل مؤثر بر ریسک تجاری شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران. *بررسی‌های حسابداری*، ۵ (۱۷)، ۱۱۵-۱۳۸.

References

- Ahmadvand, M.R. (2008). An overview of the theoretical foundations and tasks of risk management in economic activities. *Economic Journal*, 8(87&88), 5-35. (in Persian)

- Alvarez, R., Faruq, H., & López, R. A. (2013). Is previous export experience important for new exports?. *The Journal of Development Studies*, 49(3), 426-441.
- Badriyah, N., Sari, R. N., & Basri, Y. M. (2015). The effect of corporate governance and firm characteristics on firm performance and risk management as an intervening variable. *Procedia Economics and Finance*, (31), 868-875
- Choi, J.H., & Lee, J.H. (2004). An Empirical Study on the Management of International Trade Claims in Korea. *Sogang Journal of Business*, 15(1), 203-231.
- Choi, Y. M. (2001). A Study on the Unpaid conflict Style and the Effective Protection Methods with Chinese Buyers. *Productivity Review*, 15(2), 169-195.
- Dashti, S. (2007). Factors influencing export performance of small and medium-sized enterprises. *Management studies in development and evolution*, 14(53), 51-77. (in Persian)
- Dosti irani, M., Peikfalak, J., & Azhdar, M. (2016). The effect of risk management on strategic orientational performance in in Tehran Stock Exchange. *Journal of management*, 4(187), 707-721. (in Persian)
- Fallah Qajari, F., & Memariyan, E. (2016). Investigation and Analysis of effective factors on liquidity risk (case study: Banks in Tehran stock exchange). *National conference on financial innovation and financial development*. Babol, Islamic Azad University of Babol. (in Persian)
- Fathi, F.A., & Fathi, B. (2004). Risk management and insurance in logistics and supply chain. *First logistics and supply chain conference*. Tehran. Iranian Logistics Society. (in Persian)
- Florio, C., & Leoni, G. (2017). Enterprise risk management and firm performance: The Italian case. *The British Accounting Review*, 49(1), 56-74.
- Ghaderi, K., Ghaderi, S.A. & Ghaderi, S. (2018). Investigation The Effect of Behavioral Factor of Managers' Overconfidence on Risk Management Effectiveness. *The Financial Accounting And Auditing Researches*, 10(37), 243-272. (in Persian)
- Gordon, L. A., Loeb, M. P., & Tseng, C. Y. (2009). Enterprise risk management and firm performance: A contingency perspective. *Journal of Accounting and Public Policy*, 28(4), 301-327.
- Haghighi, M., Firoziyan, M., & Najafi Majd, S. (2008). Identification of the Determining Factors of the Export Performance in the Food Industries. *Journal of Business Management*, 0(1),3-20. (in Persian)
- Hasaballah, A. H. A., Genc, O. F., Bin Mohamad, O., & Ahmed, Z. U. (2019). How do relational variables affect export performance? Evidence from Malaysian exporters. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 31(1), 128-156.
- Hashemi, F.S., Baghi Nasrabadi, A., Omidzadeh, R., & Sadeghi, H. (2016). The impact of companies size and the degree of internationality on the operation of export (case study: Iranian technology of managing export company) .*Fifth international conference on research's in management, economics, accounting*. Russia, St. Petersburg. (in Persian)

- Hematfar, M., & Saghafi, M. (2018). Factors Influencing Commercial Risk of Accepted Companies in Tehran Stock Exchange. *Journal of Iranian Accounting Review*, 5(17), 115- 138. (in Persian)
- Isari, B. (1994). Application of insurance and risk management in exports. *Insurance Research*, (33), 83-102. (in Persian)
- Johanson, J., & Vahlne, J. E. (1977). The internationalization process of the firm-a model of knowledge development and increasing foreign market commitments. *Journal of international business studies*, 8(1), 23-32.
- Joo, S. H., & Pak, M. S. (2017). Empirical analysis of how risk management by Korea's exporting companies affects export performance. *Journal of Korea Trade*, 21(4), 324-348.
- Karbasi, A., & Hassani, B. (2006). The relationship between export, credit risk and credit guarantee. *The second national conference on venture capital*. Tehran. Faculty of management, University of Tehran. (in Persian)
- Katsikeas, C. S., Skarmeas, D., & Bello, D. C. (2009). Developing successful trust-based international exchange relationships. *Journal of international business studies*, 40(1), 132-155.
- Kneller, R., & Pisu, M. (2007). Export Barriers: What are They and Who Do They Matter To? *University of Nottingham Working Paper*, 12(2007), 1-42.
- Krammer, S. M., Strange, R., & Lashitew, A. (2018). The export performance of emerging economy firms: The influence of firm capabilities and institutional environments. *International Business Review*, 27(1), 218-230.
- Lee, K.L., & Kim, Y.H. (1994). A Study on Relation between Export Credit Risk Management and Export Performance in Korea Firms. *The Journal of Risk Management*, 4, 1-27.
- Mehrara, M., & Mehranfar, M. (2015). Bank and Macroeconomic Variables Efficiency in Risk Management. *Economic Modeling*, 7(21), 21-37. (in Persian)
- Meulbroek, L. K. (2002). Integrated risk management for the firm: a senior manager's guide. *Journal of Applied Corporate Finance*, 4(14), 56-70.
- Moshabaki, A., & Khademi, A. (2012). The role of export promotion programs on improving the export performance of firms. *Journal of Management Improvement*, 6(17), 98-135. (in Persian)
- Mosleh, A.M., Bahreynizadeh, M., & Karimi Ghahfarokhi, S. (2017). The effect of strategic orientation on export performance in the exportin company Bushehr. *Journal of Marketing Research*, 6(4), 125-140. (in Persian)
- Nahavandi, N., Azizi Usefvand, R., & Farzandi, GH. (2017). The Role of Supply Chain Risk Management on the Efficiency of the Pharmaceutical Distribution Companies, *International Journal of Industrial Engineering & Production Management*, 28(1), 119-137. (in Persian)
- Navarro, A., Losada, F., Ruzo, E., & Diez, 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.

- Nazemi, S., & Khani, D. (2011). Identifying and evaluating major "office – Service" barriers affecting Non-oil exporting firm in the North Eastern part of Iran. *Quarterly Journal of New Economy and Trade*, 6(21&22), 203-226. (in Persian)
- Oliveira, J. S., Yazdani, N., Cadogan, J. W., Hodgkinson, I. R., Tsoukoku, E., Story, V. M., & Boso, N. (2018). The empirical link between export entry mode diversity and export performance: A contingency-and institutional-based examination. *Journal of Business Research*, 88, 505-512.
- Parker, G., & Parsaeian, A. (1999). Risk Management, Dimensions of Risk Management, Definition and Application in Financial Organizations. *Financial Research Journal*, 4(14), 125-144. (in Persian)
- Pike, R. H., & Ross, D. G. (1997). Trade credit information for export sales: the Canadian experience. *MIR: Management International Review*, 37(3), 243-257.
- Porzhamani, Z. & Karimi, A. (2010). The Effect of Risk Management and Intellectual Capital on Companies Performance. *Financial Knowledge of Securities Analysis*, 3(6), 1-18. (in Persian)
- Poturak, M., & Duman, T. (2014). The Role of Marketing Standardization/Adaptation Strategies on Managers' Satisfaction with Export Performance: Proposal of a Conceptual Framework. *European Journal of Economic Studies*, (4), 252-262.
- Punter, A.(2007). *Risk financing and management*. Translated by Mohamad Hassan Hadi Asl Saray. Tehran, Insurance research center. (in Persian)
- Racela, O. C., Chaikittisilpa, C., & Thoumrungroje, A. (2007). Market orientation, international business relationships and perceived export performance. *International Marketing Review*, 24(2), 144-163.
- Rahimnia, F., & Sadegiyan, S. (2011). Strategic Orientation and the Success of Exporting Companies, *Organizational Resources Management Researchs*, 1(1), 115-136. (in Persian)
- Santo, E., & de Moura, M. (2014). Export Performance. The case of the exports of cork stoppers from Portugal to emergent economies (Doctoral dissertation). Catholic University of Portugal. Lisbon.
- Shiravi, A. (2017). *International Commercial Arbitration*. Tehran: The organization for researching and composing university textbooks in the humanities (SAMT). (in Persian)
- Shojaie, M., Mohtaram, R., & Ataherian, S. (2014). The effect of enterprise interior items on export performance (Case study: Exporting pistachio companies in Tehran). *Journal of Business Management*, 6(4), 791-807. (in Persian)
- Talba, M., & Abrahimi, A. (2016). Analysis Risk of Exporter and Importer in Letter of Credit with Take on the Role of the Fundamental Principles of Letter of Credit in Creation of these Risks. *Journal of Fiscal and Economic Policies*, 4 (13), 143-166. (in Persian)
- Tan, L. (2018). Study on the Construction of international Trade Risk management. *3rd international Conference on Society Science and Enconomics Development*. China. Nanjing.

- Tariverdi, Y., & Damchi Jelodar, Z. (2012). Studying relation of enterprise risk management and firm performance. *The financial accounting and Auditing researches*, 4(15), 43-62. (in Persian)
- Veliyath, R. (1996). Business risk and performance: An examination of industry effects. *Journal of Applied Business Research*, 12(3), 37-47.
- Veshkaei Nejad, S., Ebrahimpour, M., Doustar, M. (2019). Investigating the Moderating Role of Customer Knowledge Mobilization Resources in the Relationship between Customer Participation Capability and Service Firms Performance. *Journal of Business Management*, 11(4), 919-943. (in Persian)
- Vos, A., Marinagi, C., Trivellas, P., Eberhagen, N., Skourlas, C., & Giannakopoulos, G. (2014). Risk reduction strategies in online shopping: E-trust perspective. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, (147), 418-423.
- Zehir, C., Köle, M., & Yıldız, H. (2015). The mediating role of innovation capability on market orientation and export performance: An implementation on SMEs in Turkey. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, (207), 700-708.

