

تأثیر جهت‌گیری استراتژیک بر عملکرد مالی و محیط‌زیستی: بررسی نقش میانجی‌گری بازارگرایی و تعدیل‌گری انعطاف‌پذیری استراتژیک (مورد مطالعه: شرکت‌های کوچک و متوسط استان خراسان بزرگ)

امیرغفوریان شاگردی^۱، امید بهبودی^{۲*}، رضا جهان شیرینی^۳، فاطمه بهنام فیض آبادی^۴

۱. دانشیار، دانشکده علوم اداری، دانشگاه بین‌المللی امام رضا (ع)، مشهد، ایران
۲. استادیار، گروه مدیریت، موسسه آموزش عالی عطار، مشهد، ایران
۳. کارشناسی ارشد حسابرسی، دانشکده علوم اداری، دانشگاه بین‌المللی امام رضا (ع)، مشهد، ایران
۴. دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه مدیریت، دانشگاه بین‌المللی امام رضا (ع)، مشهد، ایران

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۶/۱۸ تاریخ تصویب: ۱۴۰۲/۰۴/۱۹

چکیده

تحقیق حاضر با هدف بررسی تأثیر جهت‌گیری استراتژیک بر عملکرد مالی و محیط‌زیستی از طریق بازارگرایی و تعدیل‌گری انعطاف‌پذیری استراتژیک در شرکت‌های کوچک و متوسط استان خراسان بزرگ انجام گرفته است. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر روش اجرا توصیفی-همبستگی است. جامعه آماری تحقیق مدیران شرکت‌ها می‌باشد. نمونه آماری با استفاده از جدول کرجسی و مورگان برای جوامع نامعلوم ۳۱۴ نفر محاسبه گردید و روش نمونه‌گیری غیرتصادفی در دسترس بوده است. ابزار مورد استفاده در این پژوهش پرسشنامه استاندارد (Habib et al, 2021; AlQershi et al., 2022; Daradkeh & Mansoor, 2023) با ۳۲ سوال می‌باشد. به منظور تعیین روایی پرسشنامه، از روایی محتوایی با تایید اساتید و افراد خبره و مطلع و روایی سازه، همگرا و واگرا استفاده شد و جهت پایایی پرسشنامه نیز از ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی استفاده که در نهایت روایی و پایایی تایید شد. در این پژوهش جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش‌های آمار توصیفی و استنباطی با استفاده از نرم افزار SPSS و SmartPLS استفاده گردیده است. نتایج پژوهش نشان داد که جهت‌گیری استراتژیک بر عملکرد مالی و عملکرد محیط‌زیستی در شرکت‌های کوچک و متوسط استان خراسان بزرگ تأثیر معناداری دارد. همچنین اثر میانجی بازارگرایی و تعدیل‌گری انعطاف‌پذیری استراتژیک، بین جهت‌گیری استراتژیک و عملکرد مالی و محیط‌زیستی در این شرکت‌ها تایید شده است.

کلید واژه‌ها: جهت‌گیری استراتژیک، عملکرد مالی، عملکرد محیط‌زیستی، بازارگرایی، انعطاف‌پذیری استراتژیک

سرآغاز

ارزیابی عملکرد سازمان‌ها با توجه به اهداف مختلف سازمان، تنوع زمینه‌های فعالیتی و ماهیت‌های متفاوت و غیرممکن آن‌ها، دارای پیچیدگی‌های خاصی است. این ارزیابی در مقوله‌های مالی، عملیاتی و فعالیت‌های اقتصادی سازمان اهمیت فوق‌العاده‌ای دارد. در حال حاضر ارزیابی عملکرد بسیاری از شرکت‌ها و سازمان‌ها براساس شاخص‌های مالی است، اما مدیران و متولیان آن‌ها باید به این امر توجه کنند که ممکن است شرکتی به علت داشتن وضعیت انحصاری یا ارتباطات استثنایی غیررسمی، یا میزان منابع و اعتبارات، سودآور باشد؛ اما از لحاظ سطوح مختلف بهره‌مندی، وضعیت مناسبی نداشته باشد، از این رو ضروری است که در کنار شاخص‌های مالی، شاخص‌هایی را مدنظر قرار دهند که از طریق آن امکان بررسی و نتیجه‌گیری ارزش و کارایی تولید کالا و خدمات از نظر بهره‌وری عوامل تولید، کیفیت و ارزش افزوده وجود داشته باشد (Dehdashti Shahrokh et al., 2017). از جمله این شاخص‌ها، می‌توان به شاخص‌های عملکرد محیط‌زیستی به دلیل اهمیت آن اشاره کرد. بحران در محیط زیست جهان، از جمله کاهش منابع، آلودگی و تخریب محیط‌زیست، بیش از پیش کشورها را به توسعه پایدار واداشته است (Cai & Li, 2018). قرن بیست و یکم شاهد افزایش شدید نگرانی‌های محیط‌زیستی صرف نظر از حوزه‌های مرتبط، خواه سیاسی، عمومی یا تجاری در سرتاسر جهان بوده است (Nasirzadeh et al., 2022). در حال حاضر از عرضه‌کنندگان خود انتظار دارند که مصرف انرژی طبیعی خود را در طول فرآیند تولید کاهش دهند تا از تأثیرات منفی تولید بر محیط زیست کاسته شود. به دلیل نگرانی‌های فزاینده محیط‌زیستی و فشار بر مشاغل، عملکرد محیط‌زیستی به موضوع مهم برای پژوهشگران و همچنین مدیران مشاغل تبدیل شده است. مردم تمایل دارند عملکرد مشاغل را از نظر محیط‌زیستی ارزیابی و مشاهده کنند. این بدان معناست که کسب و کارها برای موفقیت در دنیای رقابتی مدرن، باید به عملکرد محیط‌زیستی خود به طور جدی‌تری تمرکز کنند (Namazi & Khorramdel Masouleh, 2022). برنامه‌ها و استراتژی‌های محیط‌زیستی، در دستیابی سازمان‌ها به رشد پایدار نقش زیادی داشته‌اند. به همین دلیل نیز ذینفعان سازمانی، مدیران را ترغیب می‌کنند تا هرچه بیشتر به مسایل محیط‌زیستی

و ارزیابی عملکرد محیط‌زیستی بپردازند. اجرای استراتژی‌های محیط‌زیستی برای بسیاری از شرکت‌ها مزیت رقابتی عمده‌ای جهت دستیابی به مدیریت محیط‌زیستی بهتر محسوب می‌شود (بادنوروز، ۱۳۹۸). در این میان جهت‌گیری استراتژیک شرکت‌ها و بازارگرایی می‌تواند بر این عملکرد محیط‌زیستی اثر بگذارد (Habib et al., 2021). جهت‌گیری استراتژیک به یک نیاز ضروری برای سازمان‌هایی تبدیل شده است که در تلاش برای دستیابی به سطوح بالای عملکرد و پایداری هستند. جهت‌گیری استراتژیک در حال حاضر به عنوان کلید موفقیت سازمان‌ها دیده می‌شود که آن‌ها را به صورت متمایز می‌کند و همه عوامل موفقیت سازمانی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. بنابراین جهت‌گیری استراتژیک نشان‌دهنده یک رویکرد فکری است که با مدرنیته و رهبری، توانایی افزایش قابلیت‌های رقابتی سازمان و توسعه عملکرد و قدرت رقابتی آن مشخص می‌شود (Jiang et al., 2020; Tenhiälä & Laamanen, 2018; Sahi et al., 2020). از طرفی بازارگرایی به سازمان‌ها شرکت‌ها اجازه می‌دهد، برای هماهنگ کردن خود با محیط عملیاتی، به تغییرات استراتژیک پاسخ دهند و عملکرد آن‌ها را تحت تأثیر قرار دهند. طبق پژوهش‌های صورت گرفته انتظار می‌رود بازارگرایی باعث بهبود عملکرد شود؛ زیرا اولاً چشم‌انداز و قلمرو استراتژی سازمانی را روشن می‌سازد و ثانياً با ایجاد احساس مباحثات به سازمان، روحیه کارکنان را تقویت کرده و تعهد سازمانی را افزایش می‌دهد و همچنین با تضمین رضایت مشتری باعث تکرار خرید و جذب مشتریان جدید به سازمان می‌شود (Taghavifard et al., 2015). انعطاف‌پذیری قابلیت‌های رقابتی را برای شرکت فراهم می‌کند. شرکت‌هایی که به طور استراتژیک انعطاف‌پذیرند، اهداف عملیاتی انعطاف‌پذیری دارند. بنابراین انعطاف‌پذیری استراتژیک شرکت را برای پیگیری راه‌های عملی جایگزین و گزینه‌های استراتژیک مختلف توانمند می‌کند (Ebrahimpour et al., 2015). انعطاف‌پذیری استراتژیک در محیط‌های پیچیده، الزامات مورد نیاز برای انطباق با موقعیت‌های در حال تغییر را فراهم می‌آورد. از همه مهمتر این است که سازمان را قادر به تشخیص نشانه‌های تغییر می‌کند (Cingöz & Akdoğan, 2013). از منظر رشد و توسعه اقتصادی و صنعتی‌سازی در بسیاری از کشورها شرکت‌های کوچک و متوسط نقشی مهم و بسیار حیاتی ایفا می‌نمایند و به عنوان بیشترین شرکت‌های فعال در بخش

عملکرد محیط‌زیستی

شرکت‌هایی با مدیرانی که نگرش قوی نسبت به محیط طبیعی دارند، بیشتر بر مشکلات مرتبط با محیط طبیعی متمرکز خواهند شد. هرچه توجه مدیریت ارشد به مسایل محیط‌زیستی بیشتر باشد، عزم آنها برای پاسخگویی به این مشکلات بیشتر می‌شود (Ajibike et al., 2021). پایداری شرکتی به عنوان یک مفهوم مدیریتی، جایگزینی مناسب برای روش‌های سنتی حداکثرسازی سود تلقی می‌گردد. در حقیقت هیچ شرکتی پایدار نیست و نمی‌تواند پایدار باشد، چراکه پایداری به عنوان یک فرآیند بهبود مستمر در نظر گرفته می‌شود (Paech & Pfriem, 2004). عملکرد پایدار شرکت به طور عمده بر عملکرد محیط‌زیستی، اجتماعی و اقتصادی توسعه پایدار تمرکز دارد (ToKnowPress, 2013). عملکرد پایدار به عنوان توانایی شرکت برای پاسخ به نیازهای مالی خود در کوتاه مدت بدون به خطر انداختن توانایی خود یا دیگران برای رفع نیازهای آینده تعریف شده است. آنچه می‌توان از این تعریف استدلال کرد توجه کسب و کارها در بلندمدت به منافع خود و دیگران است و نباید منافع بلندمدت خود و دیگران فدای منافع کوتاه مدت نماید (Bansal, 2014). عملکرد پایدار اصطلاحی است که برای همه استراتژی‌ها و اقدامات و تاکتیک‌های یک شرکت که هدف آن بهبود روابط با محیط طبیعی و اجتماعی است به کار گرفته می‌شود (Wolf, 2014). پژوهش‌ها نشان داده است که عملکرد محیط‌زیستی می‌تواند باعث افزایش عملکرد مالی شرکت‌ها شود (Xie et al., 2022: Liu, 2020).

عملکرد مالی

در محیط رقابتی امروز ارزیابی مناسب عملکرد مالی شرکت‌ها نه تنها برای سرمایه‌گذاران و اعتباردهندگان بلکه برای شرکت‌های رقیب نیز بسیار مهم و قابل توجه است، چراکه این ارزیابی برای توسعه بخش‌های جدید و بهبود بهره‌وری بخش‌های موجود مناسب است (Aref Manesh et al., 2020). عملکرد مالی عبارت است از وضعیت مالی شرکت در طی یک دوره مشخص که شامل جمع‌آوری و استفاده از وجوه اندازه‌گیری شده توسط چند شاخص، مانند نسبت کفایت سرمایه، نقدینگی، پرداخت بدهی و سودآوری است. عملکرد مالی نشان‌دهنده توانایی شرکت در مدیریت و کنترل منابع آن است. صورت‌های مالی شامل سوابق مالی، جریان‌های نقدی، ترازنامه، سود و زیان و تغییرات

تولیدی و خدماتی مشارکت اثرگذاری در خلق نوآوری و دانش جدید دارند. شرکت‌های کوچک و متوسط در کشورهای درحال توسعه به اشتغال بیش از نیمی از نیروی انسانی منجر می‌شود. این شرکت‌ها در صنعت ایران سهمی بین ۸۰ الی ۹۶ درصد را به خود اختصاص می‌دهند (Hakaki et al., 2023). با توجه به مطالب بیان شده مساله اصلی تحقیق حاضر بررسی تأثیر جهت‌گیری استراتژیک بر عملکرد مالی و محیط‌زیستی از طریق بازاریابی و تعدیل‌گری انعطاف‌پذیری استراتژیک در شرکت‌های کوچک و متوسط استان خراسان بزرگ می‌باشد و به دنبال پاسخ به این سوالات است که آیا جهت‌گیری استراتژیک بر عملکرد مالی و محیط‌زیستی در شرکت‌های کوچک و متوسط خراسان بزرگ تأثیر دارد؟ آیا در این بین بازاریابی نقش میانجی‌گری و انعطاف‌پذیری استراتژیک نقش تعدیل‌گری دارد؟

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

جهت‌گیری استراتژیک

جهت‌گیری استراتژیک یک شرکت بدون محیط داخلی و خارجی که در آن فعالیت می‌کند قابل بحث نیست. رابطه مستقیمی بین استراتژی‌های کسب و کار، عدم اطمینان بازار، آشفتگی تکنولوژیکی و شدت رقابت وجود دارد (Tutar et al., 2015). جهت‌گیری‌های استراتژیک اصول راهنمایی هستند که بر فعالیت‌های بازاریابی و استراتژی‌سازی شرکت تأثیر می‌گذارند. آن‌ها منعکس‌کننده جهت‌گیری‌های استراتژیک اجرا شده توسط یک شرکت برای ایجاد رفتارهای مناسب است که منجر به عملکرد برتر می‌شود (Theodosiou et al., 2012).

جهت‌گیری استراتژیک به عنوان مسیری است که مدیریت ارشد را قادر می‌سازد تا تلاش‌های همه افراد سازمان را از طریق یک چشم‌انداز روشن و تبدیل پیام و اهداف استراتژیک سازمان به واقعیت عملی هماهنگ کند. این امر واکنش سازمان و سازگاری با محیط خود را هدایت می‌کند و سازمان را در مسیر درست برای دستیابی به اهداف استراتژیک خود قرار می‌دهد. از سوی دیگر جهت‌گیری استراتژیک به عنوان روشی تعریف شده است که از طریق آن اهداف استراتژیک استخراج و اجرا می‌شود و به دنبال به حداکثر رساندن عناصر مثبت کارایی عملیاتی سازمان و در عین حال کاهش عناصر منفی و ناامیدکننده است. جهت‌گیری استراتژیک باید اهداف استراتژیک را هدایت کند و مستقیماً در خدمت دستیابی به آن‌ها باشد (AlQershi et al., 2022).

استراتژیک ظرفیتی استوار برای مدیریت یکنواخت ریسک، برای تسهیل واکنش پیشگیرانه در برابر آشفتگی‌های خارجی، فرصت‌ها و تهدیدهاست (Han & Zhang, 2021). انعطاف‌پذیری استراتژیک یک شرکت نشان دهنده توانایی پویای شرکت برای انطباق با تغییرات محیط خارجی با تغییر شکل تصمیمات استراتژیک برای استفاده و تخصیص مجدد منابع است (Daradkeh & Mansoor, 2023).

- پیشینه تجربی

Daradkeh & Mansoor (2023) پژوهشی با عنوان تاثیر شبکه‌گرایی و گرایش کارآفرینی بر نوآوری و عملکرد استارت‌آپ در اقتصادهای نوظهور؛ نقش تعدیل‌کننده انعطاف‌پذیری استراتژیک انجام داده‌اند. نتایج نشان داد که نوآوری استثماری اثر میانجی بر گرایش کارآفرینی، گرایش شبکه و عملکرد دارد. در مرحله اولیه، نوآوری استثماری تاثیر بیشتری بر عملکرد استارت‌آپ دارد، در حالی که در مرحله رشد، نوآوری اکتشافی تاثیر بیشتری بر عملکرد استارت‌آپ دارد. انعطاف‌پذیری استراتژیک نقش تعدیل‌کننده مثبتی در رابطه بین گرایش کارآفرینی، نوآوری اکتشافی، نوآوری استثماری و عملکرد استارت‌آپ دارد. این یافته‌ها کمک قابل توجهی به درک رشد و عملکرد استارت‌آپ‌ها در اقتصادهای نوظهور از دیدگاه استراتژیک و نوآوری محور می‌کند.

Ismail et al (2023) پژوهشی با عنوان جهت‌گیری استراتژیک بازاریابی سبز و پایداری محیط‌زیستی در جنوب صحرای آفریقا؛ آیا ظرفیت جذب سبز تعدیل می‌شود؟ شواهدی از تانزانیا، انجام داده‌اند. یافته‌های اصلی این پژوهش نشان می‌دهد که جهت‌گیری استراتژیک بازاریابی سبز تاثیر مثبت و معناداری بر پایداری محیطی دارد و ظرفیت جذب سبز تاثیر مثبت جهت‌گیری بازاریابی سبز استراتژیک را بر پایداری محیطی تقویت می‌کند.

Hensellek et al (2023) پژوهشی با عنوان رهبری کارآفرینی، انعطاف‌پذیری استراتژیک و عملکرد سرمایه‌گذاری: آیا دامنه کنترل بنیان‌گذاران اهمیت دارد؟ انجام داده‌اند. نتایج نشان داد رهبری کارآفرینانه بر انعطاف‌پذیری استراتژیک اثر دارد. همچنین انعطاف‌پذیری استراتژیک بر عملکرد تاثیرگذار بوده است. در این بین محدوده کنترل نقش تعدیل‌گری در دو رابطه داشته است.

سرمایه است (Fatihudin & Mochklas, 2018). به بیانی دیگر عملکرد مالی به عمل انجام فعالیت مالی اشاره دارد. به معنای وسیع‌تر، عملکرد مالی به میزان اهداف مالی که در آن انجام شده یا به‌دست آمده انجام شده است (Gali et al., 2020). روش‌های مختلفی برای اندازه‌گیری عملکرد مالی وجود دارد. اما همه اقدامات باید در جمع‌بندی انجام شود. می‌توان از ارقام خطی مانند درآمد حاصل از عملیات، درآمد عملیاتی یا جریان نقدی از عملیات و همچنین کل فروش واحد استفاده کرد (Safari Malekabad et al., 2023).

- بازارگرایی

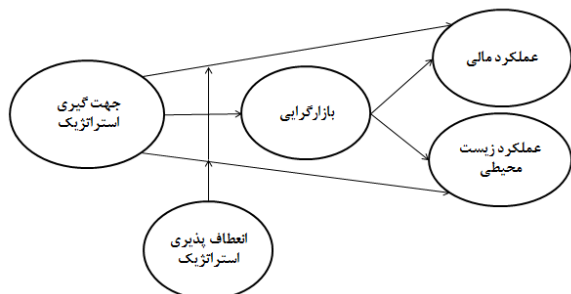
بازارگرایی به میزان ارزش شرکت‌ها، توانمندسازی و تشویق رفتاری مطابق با مفهوم بازاریابی اشاره دارد. مفهوم بازاریابی تصریح می‌کند که شرکت‌ها برای دستیابی به موفقیت پایدار، تنها راه کار شناسایی و ارضای نیازهای مشتری به طور موثرتر از رقبایشان است. علاوه بر این بازارگرایی متمرکز بر بیرون سازمان نیز هست، زیرا وسیله ای اصلی است که از طریق آن شرکت‌ها با محیط خود تعامل دارند (Schulze et al., 2022). مفهوم بازارگرایی به مجموعه ای از فرآیندها و روال‌هایی اشاره دارد که شرکت‌ها را به ایجاد، انتشار و پاسخگویی به اطلاعات در مورد مشتریان، رقبا و محیط خارجی تشویق می‌کند (Rua & Santos, 2022). بازارگرایی به عنوان میزان سطح وسیعی از اطلاعات بازار مربوط به نیازهای مشتری، انتشار این اطلاعات و پاسخگویی صحیح به این نیازها تعریف می‌شود (Narver & Slater, 1990; Kohli & Jaworski, 1990).

- انعطاف‌پذیری استراتژیک

انعطاف‌پذیری استراتژیک در تحقیقات استراتژی برای درک اینکه چگونه شرکت‌ها می‌توانند با توجه به خواسته‌های مشتریان جدید، اتخاذ فناوری‌های نوظهور یا توسعه بازارهای جدید، خود را با محیط‌های بازار نامطمئن و ناپایدار سازگار کنند، استفاده شده است. محققان استراتژی انعطاف‌پذیری استراتژیک را به عنوان توانایی استراتژیک یک شرکت برای تخصیص مجدد و پیکربندی مجدد منابع، فرآیندها و استراتژی‌های سازمانی خود برای پاسخ سریع به فرصت‌ها، تهدیدها و تغییرات در محیط بازار خارجی تعریف می‌کنند که به طور معناداری بر عملکرد شرکت تاثیر می‌گذارد (Hensellek et al., 2023). انعطاف‌پذیری

اطمینان محیطی درک شده بر استفاده از حسابداری مدیریت محیط‌زیستی تأثیر مثبت معناداری دارد. Haghghi Nasab et al (2016) پژوهشی با عنوان تأثیر حمایت مدیریت ارشد از اقدامات محیط‌زیستی بر استراتژی بازاریابی سبز و عملکرد محیط‌زیستی کسب و کارهای صنعتی در ایران انجام داده‌اند. یافته‌ها نشان می‌دهد که فرهنگ محیط‌زیستی در درون کسب و کارهای صنعتی بر اتخاذ استراتژی بازاریابی سبز تأثیر مثبت و معناداری دارد و حمایت مدیریت ارشد از اقدامات محیط‌زیستی موجب تقویت فرهنگ محیط‌زیستی در کسب و کارهای صنعتی در ایران می‌شود. اتخاذ استراتژی بازاریابی سبز در کسب و کارهای ایرانی، عملکرد اقتصادی را بهبود می‌بخشد اما با توجه به اینکه موضوع محیط زیست به عنوان یک موضوع استراتژیک در کشور ما در نظر گرفته نمی‌شود و کسب و کارها از استانداردهای به روز استفاده نمی‌کنند، عملکرد محیط‌زیستی وضعیت نامناسبی دارد.

- مدل و فرضیه‌های پژوهش



شکل (۱): مدل مفهومی تحقیق

با توجه به مدل مفهومی پژوهش، فرضیه‌های پژوهش به شرح زیر تدوین شده است:

۱. جهت‌گیری استراتژیک بر عملکرد مالی در شرکت‌های کوچک و متوسط استان خراسان بزرگ تأثیر معناداری دارد.
۲. جهت‌گیری استراتژیک بر عملکرد محیط‌زیستی در شرکت‌های کوچک و متوسط استان خراسان بزرگ تأثیر معناداری دارد.
۳. جهت‌گیری استراتژیک از طریق بازارگرایی بر عملکرد مالی در شرکت‌های کوچک و متوسط استان خراسان بزرگ تأثیر معناداری دارد.

AlQershshi et al (2022) پژوهشی با عنوان آیا جهت‌گیری استراتژیک همیشه سودمند است؟ فراتحلیل رابطه بین نوآوری و پایداری کسب و کار: چشم انداز قابلیت‌های پویا از شرکت‌های بیمه مالزی انجام داده است. نتایج نشان می‌دهد که نوآوری فرآیند و محصول تأثیر قابل‌توجهی بر پایداری کسب و کار دارد، اما نوآوری اداری تأثیر ندارد. جهت‌گیری استراتژیک رابطه بین فرآیند و نوآوری محصول و پایداری کسب و کار را تعدیل می‌کند، اما نوآوری اداری خیر. این یافته‌ها پیامدهای نظری مهمی هم برای مالزی و هم برای کشورهای با اقتصاد مشابه دارند. این مطالعه به‌عنوان یک نقطه مرجع برای چنین کشورهایی در تلاش برای درک عوامل مؤثر بر پایداری کسب و کار خواهد بود.

Habib et al (2021) پژوهشی تحت عنوان تأثیر جهت‌گیری‌های استراتژیک بر اجرای شیوه‌های مدیریت زنجیره تأمین سبز و عملکرد پایدار شرکت انجام داد نتایج نشان می‌دهد که کارآفرینی سبز و بازارگرایی تأثیر مثبتی بر روی عملکرد مدیریت زنجیره تأمین سبز دارند و بر عملکرد پایدار شرکت تأثیر می‌گذارند. با کمال تعجب، جهت‌گیری مدیریت دانش تأثیر مثبتی در شیوه‌های مدیریت زنجیره تأمین سبز نداشت. علاوه بر این، این مطالعه نشان می‌دهد که اقدامات مدیریت زنجیره تأمین سبز تا حدی واسطه رابطه بین گرایش کارآفرینی سبز و عملکرد شرکت پایدار است در حالی که بازارگرایی و جهت‌گیری مدیریت دانش تا حدی واسطه رابطه بین گرایش کارآفرینی سبز و مدیریت زنجیره تأمین سبز هستند. Soleimani & Majbourni yazdi (2019) پژوهشی با عنوان بررسی تأثیر استراتژی محیط‌زیستی شرکت، تعهد مدیریت ارشد و عدم اطمینان محیط‌زیستی با تأکید بر نقش حسابداری مدیریت محیط‌زیستی، بر عملکرد محیط‌زیستی شرکت انجام داده‌اند. نتایج این پژوهش نتایج نشان می‌دهد که استراتژی‌های محیط‌زیستی بر عملکرد محیط‌زیستی شرکت‌ها تأثیر مثبت معناداری دارند. استراتژی‌های محیط‌زیستی تأثیر مثبت غیر مستقیمی بر عملکرد محیط‌زیستی شرکت از طریق حسابداری مدیریت محیط‌زیستی دارند. تعهد مدیریت ارشد بر عملکرد محیط‌زیستی سازمانی تأثیر مثبت معناداری دارد. تعهد مدیریت ارشد بر عملکرد محیط‌زیستی شرکت از طریق حسابداری مدیریت محیط‌زیستی تأثیر غیرمستقیم مثبت معناداری دارد. عدم

کاملاً مخالفم = ۵ تا کاملاً موافقم (۱) اندازه‌گیری شدند. جهت روایی پرسشنامه از روایی محتوا و تایید اساتید و خبرگان استفاده شد و همچنین روایی سازه استفاده و در نهایت روایی تایید شد. برای پایایی از آلفای کرونباخ استفاده شد که در نهایت پایایی هم تایید شد (جدول ۱).

در مدل تحلیل‌عاملی برازش‌یافته، بار عاملی تمامی متغیرها در پیش‌بینی گویه‌های مربوطه در سطح اطمینان ۰/۹۵ دارای تفاوت معنادار با صفر بود و مقدار بار عاملی از ۰/۵ بیشتر می‌باشد و آماره آزمون آن‌ها از ۱/۹۶ بیشتر می‌باشد لذا در این مرحله هیچ یک از سوالات مذکور حذف نمی‌شوند.

به منظور تجزیه و تحلیل داده‌های تحقیق، از روش مدل‌یابی معادلات ساختاری به روش حداقل مربعات جزئی استفاده شده است. مرحله اول شامل تعیین مدل اندازه‌گیری از طریق پایایی و روایی است (که بیشتر تبیین شد) و مرحله دوم شامل تعیین مدل ساختاری از طریق تحلیل شاخص‌های برازندگی، ضرایب تعیین و تحلیل مسیر است. در مرحله اول از برآورد روایی و پایایی به منظور بررسی مدل اندازه‌گیری استفاده می‌شود که روش‌های تاییدی هماهنگی داده‌ها با یک ساختار عاملی معین را بررسی می‌نمایند. در واقع، تحلیل عاملی تاییدی شایستگی گویه‌هایی که برای معرفی متغیرها برگزیده شده‌اند را بررسی می‌کند. در مرحله دوم از تحلیل مسیر شاخص‌های برازش مدل و ضریب تعیین جهت بررسی مدل ساختاری استفاده می‌شود.

۴. جهت‌گیری استراتژیک از طریق بازارگرایی بر عملکرد محیط‌زیستی در شرکت‌های کوچک و متوسط استان خراسان بزرگ تاثیر معناداری دارد.

۵. انعطاف‌پذیری استراتژیک، اثر جهت‌گیری استراتژیک بر عملکرد مالی در شرکت‌های کوچک و متوسط استان خراسان بزرگ را تعدیل می‌کند.

۶. انعطاف‌پذیری استراتژیک، اثر جهت‌گیری استراتژیک بر عملکرد محیط‌زیستی در شرکت‌های کوچک و متوسط استان خراسان بزرگ را تعدیل می‌کند.

روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی می‌باشد، زیرا نتایج مورد انتظار آن می‌تواند مورد استفاده جامعه تحقیق و سازمان‌های مشابه قرار گیرد و بر اساس نحوه گردآوری داده‌ها، این نوع تحقیق از نوع توصیفی-همبستگی است. جامعه آماری در این پژوهش کلیه مدیران شرکت‌های کوچک و متوسط در استان خراسان بزرگ می‌باشد. روش نمونه‌گیری غیرتصادفی در دسترس استفاده شد و برای تعیین حجم نمونه طبق جدول مورگان تعداد نمونه ۳۸۴ نفر تعیین گردید. در این پژوهش ابزار اصلی گردآوری داده‌ها پرسشنامه استاندارد (Habib et al., 2021; AIQershi et al., 2022; Daradkeh & Mansoor, 2023) بوده که تمامی متغیرها را با ۳۲ سوال اندازه‌گیری کرده است. تمامی سوالات پرسشنامه با طیف لیکرت پنج گزینه‌ای (از

جدول (۱): روایی و پایایی

متغیر	گویه	بار عاملی	آماره	AVE	آلفای کرونباخ	نابا، مرکب
جهت‌گیری استراتژیک	P1	۰/۵۲۷	۱۲/۴۱۷	۰/۵۱۴	۰/۸۷۸	۰/۹۰۴
	P2	۰/۶۳۴	۱۱/۶۵۰			
	P3	۰/۶۵۷	۳/۵۷۷			
	P4	۰/۵۱۸	۱۰/۶۱۰			
	P5	۰/۷۳۴	۱۶/۲۳۴			
	P6	۰/۷۱۲	۱۸/۲۸۱			
	P7	۰/۸۲۹	۲۷/۸۳۶			
	P8	۰/۸۴۱	۳۲/۷۶۰			
	P9	۰/۷۶۲	۲۷/۹۸۷			
	P10	۰/۸۱۵	۲۷/۹۱۱			
	P11	۰/۷۷۴	۲۵/۷۵۷			
بازارگرایی	P12	۰/۸۳۵	۲۹/۴۱۶	۰/۷۲۹	۰/۹۰۷	۰/۹۳۱
	P13	۰/۹۰۶	۷۲/۵۳۵			
	P14	۰/۸۵۷	۳۵/۴۶۴			
	P15	۰/۸۳۱	۳۰/۳۶۹			
	P16	۰/۸۴۰	۳۱/۴۶۱			

جدول (۱): روایی و پایایی

متغیر	گویه	بار عاملی	آماره	AVE	آلفای کرونباخ	پایایی مرکب
انعطاف‌پذیری استراتژیک	P17	۰/۸۳۵	۲۶/۹۲۵	۰/۷۳۲	۰/۹۲۶	۰/۹۴۲
	P18	۰/۸۲۴	۲۶/۴۲۳			
	P19	۰/۷۸۳	۲۱/۲۴۲			
	P20	۰/۸۶۸	۳۶/۳۳۲			
	P21	۰/۹۱۰	۷۴/۸۰۷			
	P22	۰/۹۰۵	۷۰/۲۴۱			
عملکرد مالی	P23	۰/۹۰۷	۶۱/۵۷۹	۰/۸۴۴	۰/۹۷۹	۰/۹۸۲
	P24	۰/۹۱۲	۶۶/۹۴۶			
	P25	۰/۹۶۲	۱۶۰/۲۸۷			
	P26	۰/۹۵۴	۱۲۶/۸۸۱			
	P27	۰/۹۵۳	۱۲۴/۹۲۲			
عملکرد محیط‌زیستی	P28	۰/۹۱۵	۶۸/۹۶۹	۰/۸۳۰	۰/۹۶۵	۰/۹۷۸
	P29	۰/۹۲۹	۸۷/۹۳۹			
	P30	۰/۹۲۶	۸۲/۱۴۶			
	P31	۰/۹۲۳	۷۲/۴۰۷			
	P32	۰/۹۱۸	۶۸/۰۸۸			

شده است.

یافته‌های پژوهش

خلاصه نتایج متغیرهای جمعیت شناختی در جدول (۲) گزارش

جدول (۲): نتایج جمعیت شناختی پژوهش

نام متغیر جمعیت شناختی	سطح متغیر	فراوانی	درصد فراوانی
جنسیت	زن	۱۱۶	٪ ۳۰/۲
	مرد	۲۶۸	٪ ۶۹/۸
سن	کمتر از ۲۵	۶۰	٪ ۱۵/۶
	۲۵-۳۵ سال	۱۳۵	٪ ۳۵/۲
	۳۵-۴۵ سال	۱۱۰	٪ ۲۸/۶
	بیشتر از ۴۵ سال	۷۹	٪ ۲۰/۶
تحصیلات	دیپلم و کمتر	۵۸	٪ ۱۵/۱
	فوق دیپلم	۹۶	٪ ۲۵
	لیسانس	۸۰	٪ ۲۰/۸
	فوق لیسانس	۱۲۰	٪ ۳۱/۳
سابقه خدمت	دکتر و بالاتر	۳۰	٪ ۷/۸
	کمتر از ۵ سال	۱۴۷	٪ ۳۸/۳
	۵-۱۰ سال	۱۶۹	٪ ۴۴
	بیشتر از ۱۰ سال	۶۸	٪ ۱۷/۷

- آمار استنباطی

یک مدل را ایجاد می‌کند. محققین دلایل متعددی را برای استفاده از روش پی‌ال‌اس ذکر نموده‌اند. مهمترین دلیل، برتری این روش برای نمونه‌های کوچک ذکر شده است. دلیل بعدی

مدل سازی معادلات ساختاری یکی از انواع روش‌های پیشرفته آماری می‌باشد که امکان بررسی ارتباطات میان چندین متغیر در

جدول (۳): نتایج تحلیل ضریب تعیین

مؤلفه‌های تحقیق	ضریب تعیین
بازارگرایی	۰/۷۸۶
عملکرد مالی	۰/۸۶۵
عملکرد محیط‌زیستی	۰/۸۸۴

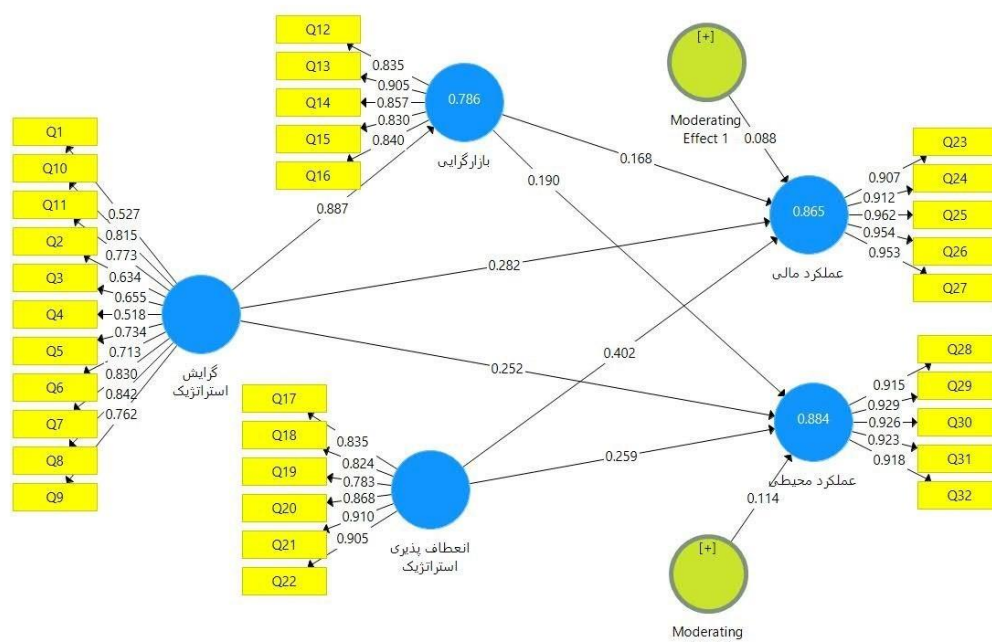
ضریب تعیین با سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۲ و ۰/۶۷ مقایسه می‌شود که به ترتیب ضعیف متوسط و قوی ارزیابی می‌شود (Chin, 1998). برای متغیر وابسته متغیرهای مستقل مجموعاً در حد نسبتاً قوی رفتار متغیر وابسته را پیش بینی نموده‌اند.

– آزمون فرضیه‌ها

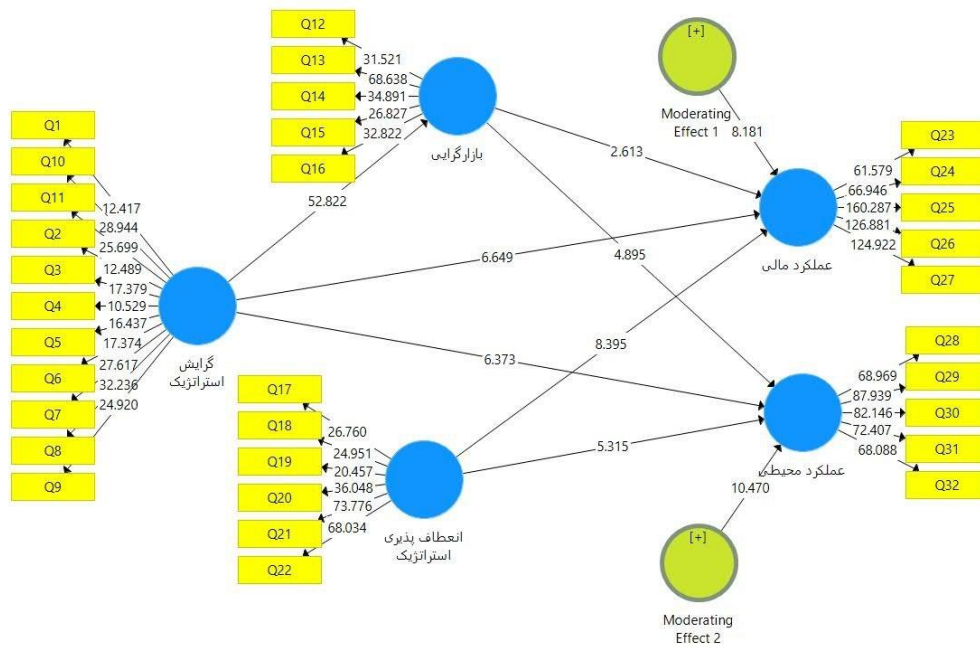
برای ارزیابی برازش مدل ساختاری پژوهش از چندین معیار استفاده می‌شود که اولین و اساسی‌ترین آن، ضرایب معناداری Z یا همان مقادیر t-values است که با اجرای فرمان بوت استرایپینگ مقادیر بر روی خطوط مسیرها نشان داده می‌شوند. در صورتی که مقادیر t از ۱/۹۶ بیش‌تر باشد، بیانگر صحت رابطه بین سازه‌ها و در نتیجه تأیید فرضیه‌های پژوهش در سطح اطمینان ۹۵ درصد است.

داده‌های غیر نرمال است که محققین و پژوهشگران در برخی پژوهش‌ها با آن سروکار دارند و در نهایت دلیل آخر استفاده از روش پی‌ال‌اس، روبه‌رو نشدن با مدل‌های اندازه‌گیری سازنده است. تحلیل به روش مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزیی دارای سه مرحله اصلی شامل برازش مدل اندازه‌گیری (روابط بین سوالات و متغیر مکنون)، برازش مدل ساختاری (روابط بین متغیرهای مکنون) و برازش مدل کلی است و پس از تایید مدل‌های مذکور پژوهشگر قادر خواهد بود تا به آزمون فرضیات بپردازد.

برای بررسی برازش مدل ساختاری، بررسی ضرایب تعیین مربوط به متغیرهای مکنون درون‌زای (وابسته) مدل است. این معیار برای متصل کردن بخش اندازه‌گیری و بخش ساختاری مدل‌سازی معادلات ساختاری به کار رفته و بیانگر تأثیر یک متغیر برون‌زا بر یک متغیر درون‌زا است. لازم به ذکر است مقادیر R^2 تنها برای سازه‌های درون‌زا (وابسته) مدل محاسبه می‌شود و در مورد سازه‌های برون‌زا مقدار این معیار صفر است. داوری و رضازاده به نقل از چین^(۱)، سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ را به‌عنوان ملاکی برای ضعیف، متوسط و قوی R^2 و زیاد بودن مقدار آن را نشان از برازش بهتر مدل معرفی می‌کنند. جدول (۵) نشان می‌دهد مقدار ضریب تعیین برای تمامی سازه‌های بیش از ۰/۵ است لذا نشان از برازش مناسب مدل است.



شکل (۲): ضرایب مسیر ساختاری به همراه بارهای عاملی



شکل (۳): آماره تی (ضرایب معناداری)

مسیر مستقیم و اثر آن از نظر آماری معنادار باشد (ژائو و همکاران، ۲۰۱۰). بنابراین باید یک بار مدل را بدون حضور میانجی و بار دیگر با حضور متغیر میانجی در نرم‌افزار اجرا نماییم. اگر مسیر غیرمستقیم معنادار شد به بررسی VAF می‌پردازیم اگر شاخص $VAF > 0.80$ باشد میانجی‌گری کامل است، اگر شاخص $0.20 \leq VAF \leq 0.80$ باشد میانجی‌گری جزئی است و اگر شاخص $VAF < 0.20$ باشد بدون اثر میانجی‌گری است. بر اساس مقادیری که در جدول (۴) گزارش شده است مقدار VAF به صورت زیر محاسبه می‌شود.

$$VAF = \frac{0.887 \times 0.13}{(0.887 \times 0.13) + 0.268} = 0.301$$

از آن جایی که مقدار VAF بین ۰/۲ و ۰/۸ قرار دارد لذا میانجی‌گری به صورت جزئی می‌باشد.

برای تعیین میزان اثرگذاری هر متغیر مستقل بر متغیر وابسته مربوطه از ضرایب مسیر استاندارد شده استفاده می‌شود. بر این اساس هر چه قدر مطلق مقدار ضریب مسیر بزرگتر باشد نشان‌دهنده اثر بیشتر آن خواهد بود، و علامت مقدار ضریب مسیر بازگوکننده نوع اثرگذاری (مستقیم یا معکوس) است. رویکرد بوت استرپینگ با استفاده از نمونه‌گیری خودکار یعنی بوت استرپینگ به دلیل این که نرم‌افزارهای مختلف مدل‌سازی معادلات ساختاری مثل ایموس و اسمارت پی‌ال‌اس از آن بهره می‌برند یکی از بهترین‌ها برای تحلیل میانجی محسوب می‌شود. البته رویکرد بوت استرپینگ پیش فرضی پیرامون شکل توزیع متغیرها و نرمال بودن آن‌ها ندارد و برای حجم نمونه‌های کوچک با اطمینان بیشتری می‌تواند به کار رود. اما باید بیان کرد که در زمانی که متغیر میانجی در مدل حضور ندارد باید

جدول (۴): نتیجه‌گیری از فرضیات پژوهش

نتیجه	آماره تی	p-value	ضریب مسیر	نام فرضیه
تایید	۶/۶۴۹	۰/۰۰۰	۰/۲۸۲	گرایش استراتژیک ← عملکرد مالی
تایید	۶/۳۷۳	۰/۰۰۰	۰/۲۵۲	گرایش استراتژیک ← عملکرد محیطی
تایید	۳/۶۱۱	۰/۰۰۰	۰/۱۴۸	گرایش استراتژیک ← بازارگرایی ← عملکرد مالی
تایید	۴/۸۱۴	۰/۰۰۰	۰/۱۶۸	گرایش استراتژیک ← بازارگرایی ← عملکرد محیطی
تایید	۸/۱۸۱	۰/۰۰۰	۰/۰۸۸	گرایش استراتژیک ← عملکرد مالی (انعطاف‌پذیری استراتژیک تعدیلگر)
تایید	۱۰/۴۷۰	۰/۰۰۰	۰/۱۱۴	گرایش استراتژیک ← عملکرد محیطی (انعطاف‌پذیری استراتژیک تعدیلگر)

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

این پژوهش با هدف بررسی تاثیر جهت‌گیری استراتژیک بر عملکرد مالی و محیط‌زیستی از طریق بازارگرایی و تعدیلگری انعطاف‌پذیری استراتژیک در شرکت‌های کوچک و متوسط استان خراسان بزرگ می‌باشد. در این راستا سعی شد با بررسی مبانی نظری و پیشینه‌ها ابعاد پژوهش مشخص و روابط بین آن‌ها بررسی شود. برای تحقق این هدف فرضیه‌سازی صورت گرفت و با استفاده از مدل‌یابی معادلات ساختاری فرضیه‌ها آزمون و نتایج آن در ادامه بحث می‌شود.

فرضیه اول: جهت‌گیری استراتژیک بر عملکرد مالی در شرکت‌های کوچک و متوسط استان خراسان بزرگ تاثیر معناداری دارد. با توجه به یافته‌های پژوهش این فرضیه تایید شده است. عملکرد مالی مهم‌ترین معیار سنجش موفقیت در شرکت‌های تجاری به حساب می‌آید و صورت سود و زیان، منبع اصلی اطلاعات درباره عملکرد مالی شرکت‌ها محسوب می‌شود. همچنین امروزه برای سنجش این متغیر از معیارهای ذهنی مدیران نیز استفاده می‌گردد. استراتژی در واقع این مسئله را بیان می‌کند که چگونه یک واحد تجاری می‌تواند برای خودش، از طریق تمایز با سایر رقبا، مزیت رقابتی ایجاد کند و چه رهبری هزینه وضعیت بهتری را در عملکرد جاری خواهد داشت. در واقع یکی از عواملی که بر عملکرد مالی شرکت می‌تواند اثرگذار باشد، جهت‌گیری استراتژیکی است که شرکت انتخاب می‌کند. نتایج این فرضیه هم‌راستا با پژوهش‌های Aref Manesh et al., 2020; Habib et al., 2021; Dehdashti Shahrokh et al., 2016 بوده است. لذا پیشنهاد می‌شود شرکت‌ها در ابتدا نوع استراتژی و جهت‌گیری خود را مشخص نمایند و بر مبنای آن رهیافت مالی خود را پیش‌بینی کنند. به عبارتی باید مشخص باشد با چه جهت‌گیری استراتژیکی به چه عملکرد مالی که می‌تواند بازده سهام، بازده دارایی و نرخ سود و ... دست یافت. لازمه این مهم هم استفاده از سیستم حسابداری ABC می‌باشد.

فرضیه دوم: جهت‌گیری استراتژیک بر عملکرد محیط‌زیستی در شرکت‌های کوچک و متوسط استان خراسان بزرگ تاثیر معناداری دارد. با توجه به یافته‌های پژوهش این فرضیه تایید شده است. جهت‌گیری استراتژیک به عنوان مسیری است که مدیریت ارشد را قادر می‌سازد تا تلاش‌های همه افراد سازمان را از طریق یک چشم‌انداز روشن و تبدیل پیام و اهداف استراتژیک

سازمان به واقعیت عملی هماهنگ کند. بنابراین با این اقدام عملکرد سازمان تحت تاثیر قرار می‌گیرد. حال یکی از این اقدامات توجه به نوآوری استراتژیک در بستر مسئولیت اجتماعی است که همانا توجه به محیط زیست و اقدامات سبز از جمله این موارد است. نتایج این فرضیه هم راستا با پژوهش‌های AIQershi et al., 2022; Habib et al., 2021; Ismail et al., 2023 بوده است. لذا پیشنهاد می‌شود شرکت‌های کوچک و متوسط به بعد مسئولیت اجتماعی خود و به خصوص توجه به محیط‌زیست توجه نمایند و مصادیق آن را به کار گرفته و اطلاع‌رسانی عمومی نمایند تا همگان نسبت به آن آگاهی یابند. تولید سبز، تبلیغات سبز، قیمت‌گذاری سبز و توزیع سبز از جمله پیشنهادات استراتژیک می‌باشد.

فرضیه سوم: جهت‌گیری استراتژیک از طریق بازارگرایی بر عملکرد مالی در شرکت‌های کوچک و متوسط استان خراسان بزرگ تاثیر معناداری دارد. با توجه به یافته‌های پژوهش این فرضیه تایید شده است. طبق پژوهش‌ها جهت‌گیری‌های استراتژیک سازمان می‌تواند باعث افزایش مزیت رقابتی پایدار و عملکرد برتر شرکت نیز گردد. در بین دارایی‌های نامحسوس متفاوت که شرکت‌ها مالک آن هستند جهت‌گیری استراتژیک از مهمترین منابع به شمار می‌آید، زیرا به طور عمیقی در فعالیت‌های روزانه و یکنواخت سازمان عجين شده است (Dehdashti Shahrokh et al., 2016). مفهوم بازارگرایی به مجموعه‌ای از فرآیندها و روال‌هایی اشاره دارد که شرکت‌ها را به ایجاد، انتشار و پاسخ‌گویی به اطلاعات در مورد مشتریان، رقبا و محیط خارجی تشویق می‌کند. حال یکی از این روال‌ها می‌تواند جهت‌گیری استراتژیک باشد. بنابراین این جهت‌گیری استراتژیک می‌تواند از طریق بازارگرایی بر عملکرد اثر بگذارد. نتایج این فرضیه هم راستا با پژوهش‌های Aref Manesh et al., 2020; Habib et al., 2021; Dehdashti Shahrokh et al., 2015; Taghavifard et al., 2016 بوده است. لذا پیشنهاد می‌شود شرکت‌های کوچک و متوسط بخشی از جهت‌گیری خود را بر بازارگرایی و توجه به مشتریان و رقبا و عناصر داخلی معطوف کنند تا در نهایت عملکرد مالی آنان تحت تاثیر قرار گرفته و بهبود یابد. همچنین پیشنهاد می‌شود مشتری‌گرا باشند و نظرات محیط‌زیستی مشتریان را مدنظر قرار دهند، رقیب‌گرا باشند، اقدامات محیط‌زیستی رقبا را ببینند و الگوبرداری کنند و

فرضیه پنجم: انعطاف‌پذیری استراتژیک، اثر جهت‌گیری استراتژیک بر عملکرد مالی در شرکت‌های کوچک و متوسط استان خراسان بزرگ را تعدیل می‌کند. با توجه به یافته‌های پژوهش این فرضیه تایید شده است. عملکرد مالی یک مقیاس ذهنی است که چگونه یک شرکت می‌تواند از حالت اولیه کسب و کار خود استفاده کند و تولید درآمد کند. تحقیقات پیشین نشان می‌دهد که استراتژی‌ها موجب بهبود عملکرد مالی یک شرکت می‌شوند (Aliarabi & Kazemi, 2020). از آنجایی که جهت‌گیری استراتژیک، به فرهنگ داخلی یک کسب و کار بستگی دارد و نشان‌دهنده میزان تمایل سازمان به کشف، ایجاد و حفظ مجموعه‌ای از پاسخ‌های سازگار با محیط است (Hakimi, 2018) و انعطاف‌پذیری استراتژیک هم میزان توانایی سازمان در شناسایی تغییرات مهم و آنی محیطی و سرعت تطبیق با تغییرات است، بنابراین انعطاف‌پذیری استراتژیک می‌تواند اثر جهت‌گیری استراتژیک بر عملکرد مالی را تعدیل نماید. نتایج این فرضیه هم راستا با پژوهش‌های (AlQershi et al., 2022; Habib et al., 2021) و (Daradkeh & Mansoor., 2023) بوده است. لذا پیشنهاد می‌شود شرکت‌های کوچک و متوسط به داشتن برنامه استراتژیک که به نوعی سازمان را از تغییرات محیطی و انطباق با آن مطلع می‌کند، اهتمام ورزند. همچنین شرکت‌ها با رصد پیوسته بازار پیش‌بینی درستی از اثرات تغییرات بر عملکرد خود داشته و با تحلیل آن از ورود شوک‌های بازار بر عملکرد مالی جلوگیری نمایند.

فرضیه پنجم: انعطاف‌پذیری استراتژیک، اثر جهت‌گیری استراتژیک بر عملکرد محیط‌زیستی در شرکت‌های کوچک و متوسط استان خراسان بزرگ را تعدیل می‌کند. با توجه به یافته‌های پژوهش این فرضیه تایید شده است. میزان انعطاف‌پذیری سازمان، اغلب به عنوان یک اولویت رقابتی، در کنار هزینه، کیفیت و نوآوری تفسیر می‌شود. همان‌طور که هزینه پایین و کیفیت بالا، از نیازهای ورود به یک بازار هستند، انعطاف‌پذیری را می‌توان کلید نهایی ایجاد قابلیت‌های رقابتی سازمان دانست. انعطاف‌پذیری استراتژیک نه تنها سازمان‌ها را قادر می‌سازد که منابع خود را برای تطبیق دادن با محیط‌های پرسرعت به صورت پویا مدیریت کند؛ بلکه همچنین به سازمان‌ها کمک می‌کند که به پتانسیل کامل منابع کلیدی خود دست یابند. در واقع آن دسته از سازمان‌ها که بهتر بتوانند از

در نهایت با ایجاد هماهنگی بین بخشی توجه به محیط‌زیست را در همه بخش‌های سازمان نهادینه کنند. شرکت‌ها نگرانی‌های محیط‌زیستی خود را نشان دهند، مثلاً در بسته‌بندی‌های خود از مواد تجدیدپذیر استفاده کنند، در تولید از سوخت‌های مناسب استفاده نمایند، و

فرضیه چهارم: جهت‌گیری استراتژیک از طریق بازارگرایی بر عملکرد محیط‌زیستی در شرکت‌های کوچک و متوسط استان خراسان بزرگ تأثیر معناداری دارد. با توجه به یافته‌های پژوهش این فرضیه تایید شده است. مدیریت عملکرد پایدار نیازمند یک چارچوب مدیریتی مستدل می‌باشد که مدیریت محیط‌زیستی و اجتماعی را با استراتژی و مدیریت رقابتی و تجاری مرتبط ساخته و اطلاعات محیط‌زیستی و اجتماعی را با اطلاعات تجاری و اقتصادی و همچنین گزارشگری پایداری، یکپارچه نماید. بازارگرایی نوعی فرهنگ سازمانی است که شامل مجموعه‌ای از باورها و ارزش‌های مشترک در مورد مشتری بین اعضای سازمان است و مشتری را عامل اصلی در برنامه‌ریزی کسب و کار می‌داند. بنابراین جهت‌گیری استراتژیک می‌تواند بر عملکرد محیط‌زیستی از طریق ایجاد فرهنگ بازارگرایی اثر بگذارد. عملکرد پایدار به عنوان توانایی شرکت برای پاسخ به نیازهای مالی خود در کوتاه مدت بدون به خطر انداختن توانایی خود یا دیگران برای رفع نیازهای آینده تعریف شده است. آنچه می‌توان از این تعریف استدلال کرد توجه کسب و کارها در بلندمدت به منافع خود و دیگران است و نباید منافع بلندمدت خود و دیگران فدای منافع کوتاه مدت نماید. این مهم اشاره به همان بازارگرایی دارد. به عبارتی اگر شرکت‌ها بازارگرا باشند یعنی افق دید بلندمدتی داشته و منافع جمعی را به منافع فردی ترجیح داده و این را در اهم کارهای خود می‌دانند و یکی از این منافع جمعی همانا توجه به محیط‌زیست و نگرانی‌های محیط‌زیستی است. نتایج این فرضیه هم راستا با پژوهش‌های (AlQershi et al., 2021; Habib et al., 2022) بوده است. لذا به شرکت‌ها توصیه می‌شود روحیه خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی را در شرکت خود ایجاد نمایند و همیشه فرصت طلبی را در صدر امور خود قرار دهند تا بتوانند بهترین بهره را از آنها ببرند. این از طریق آموزش‌های مستمر و مشارکت دادن همه کارکنان در برنامه‌ریزی‌ها امکان‌پذیر می‌شود. نیازسنجی از مشتریان و رصد مداوم بازار و پاسخگویی به تغییرات احتمالی، رضایت‌مندی مشتریان و وفادار سازی آنان از جمله پیشنهادات کاربردی است.

می‌شود شرکت‌های کوچک و متوسط نسبت به برخورداری از چابکی و انعطاف‌پذیری خود را مجهز نمایند. لازمه این مهم سبک بودن فرایند بوروکراسی و عدم تمرکز تصمیم‌گیری در شرکت‌هاست. همچنین استفاده از ساختارهای سازمانی منعطف و قابل تغییر نیز از جمله پیشنهادات است.

یادداشت‌ها

1. Chin

منابع خود در جهت کشف فرصت‌ها استفاده نمایند بهتر می‌توانند در محیط رقابتی عمل کنند. انعطاف‌پذیری استراتژیک به دنبال این است، که براساس داده‌ها اطلاعاتی که در زمان فعلی وجود دارد، بهتر بتواند سازمان را برای دستیابی به اهداف و چشم‌اندازهای خود هدایت کند (Almasi et al., 2019). اهداف حتما تحقق عملکردی پایدار است که از طریق استراتژی‌هایی پایدار محقق می‌شود. نتایج این فرضیه هم راستا با پژوهش‌های AlQershi et al., 2022; Habib et al., 2021) (Daradkeh & Mansoor, 2023) بوده است. لذا پیشنهاد

منابع

- Ajibike, W. A., Adeleke, A. Q., Mohamad, F., Bamgbade, J. A., Nawu, M. N. M., & Moshood, T. D. (2021). An evaluation of environmental sustainability performance via attitudes, social responsibility, and culture: A mediated analysis. *Environmental Challenges*, 4, 100161.
- Aliarabi, L., & Kazemi, S. A. (2020). The Interplay of Strategic and Green Marketing Orientation on Competitive Advantage. *Journal of Marketing Management*, 15(47), 87-102. (in Persian)
- Almasi, S., Eydi, H., Abbasi, H., & Zardoshtian, S. (2019). The effect of strategic flexibility on entrepreneurship through the mediating role of organizational learning (Case Study: Office of Youth and Sports West Country). *Organizational Behavior Management in Sport Studies*, 6(2), 101-116. doi: 10.30473/fmss.2019.44406.1898. (IN PERSIAN)
- AlQershi, N. A., Saufi, R. B. A., Mokhtar, S. S. M., Muhammad, N. M. N., & Yusoff, M. N. H. B. (2022). Is strategic orientation always beneficial? A meta-analysis of the relationship between innovation and business sustainability: A dynamic capabilities perspective from Malaysian insurance companies. *Sustainable Futures*, 4, 100075.
- Aref Manesh, Z., Ansari Samani, H., & Zarei Al-Wandi, S. (2020). Investigating the effect of market entry and strategic direction on firm's financial performance. *Journal of Business Administration Researches*, 12(23), 59-83. doi: 10.22034/bar.2020.11184.2920. (in Persian)
- Badnoruz, Z. (2019). The effect of environmental strategies and managers' commitment on environmental performance in the oil and gas industry. *Scientific monthly oil and gas exploration and production*, 168, 31-37. (IN PERSIAN)
- Bansal, P., & DesJardine, M. R. (2014). Business sustainability: It is about time. *Strategic Organization*, 12(1), 70-78.
- Bishop, J., Bouchlaghem, D., Glass, J. & Matsumoto, I. (2018). Critical success factors for implementing knowledge management in small and medium enterprises. *Journal of Knowledge Management*, 12(4), 16-29.
- Cai, W., & Li, G. (2018). The drivers of eco-innovation and its impact on performance: Evidence from China. *Journal of Cleaner Production*, 176, 110-118.
- Chin, W. W. (1998). The partial least squares approach to structural equation modeling. *Modern methods for business research*, 295(2), 295-336.
- Choi, Y.S. (2017). An Empirical Study of Factors Affecting Successful Implementation of Knowledge Management. University of Nebraska: Ph.D. Thesis.

- Cingöz, A., & Akdoğan, A. A. (2013). Strategic flexibility, environmental dynamism, and innovation performance: An empirical study. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 99, 582-589.
- Daradkeh, M., & Mansoor, W. (2023). The impact of network orientation and entrepreneurial orientation on startup innovation and performance in emerging economies: The moderating role of strategic flexibility. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 9(1), 100004.
- Dehdashti Shahrokh, Z., Mazloomi, N., taghavifard, M., & Biabani, H. (2016). Strategic Orientation Model and its Impact on Firm Performance: The Moderating Role of Environmental Turbulence (case study: food industry of Iran). *Strategic Management Researches*, 22(61), 55-76. (in Persian)
- Dehdashti Shahrokh, Z., Nategh, M., & Ehsani, R. (2017). Explaining the Relationship between Marketing Capabilities and Business Financial Performance. *Journal of Business Management*, 9(1), 103-128. doi: 10.22059/jibm.2017.62320. (in Persian)
- Ebrahimpour, M., Nopasand asil, S. M., & Ahmadi saravani, M. (2015). The impact of strategic flexibility on companies market performance: The Mediating Role of open innovation. *Quarterly journal of Industrial Technology Development*, 13(26), 5-16. (in Persian)
- Fatihudin, D., & Mochklas, M. (2018). How measuring financial performance. *International journal of civil engineering and technology*, 9(6). (in Persian)
- Gali, N., Niemand, T., Shaw, E., Hughes, M., Kraus, S., & Brem, A. (2020). Social entrepreneurship orientation and company success: the mediating role of social performance. *Technological forecasting & social change*, 160, 1-10.
- Habib, A.; Bao, Y. & Ilmudeen, A. (2020). The Impact of Green Entrepreneurial Orientation, Market Orientation and Green Supply Chain Management Practices on Sustainable Firm Performance. *Cogent Bus. Manag*, 7, 1743616.
- Habib, M. A., Bao, Y., Nabi, N., Dulal, M., Asha, A. A., & Islam, M. (2021). Impact of strategic orientations on the implementation of green supply chain management practices and sustainable firm performance. *Sustainability*, 13(1), 340.
- Haghighi Nasab, M., Yazdani, H. R., & davarpanah Kiasaraei, F. (2016). The Effect of Top Management Support on Green Marketing Strategy and Environmental Performance in the Industrial Sector of Iran. *New Marketing Research Journal*, 6(1), 23-38. doi: 10.22108/nmrj.2016.20652
- Hakaki, A., shafiei, M., Amiri, M., & Moghaddam, A. (2023). Necessary Actions Chain to Achieve Sustainable Open R&D in Manufacturing SMEs. *Journal of Executive Management*, 15(29), 133-165. doi: 10.22080/jem.2023.22724.3676. (in Persian)
- Hakimi, I. (2018). The Impact of Organizational Culture on Marketing Capabilities and Performance: Explaining the Mediating Role of Extroverted Strategic Orientations. *Journal of Business Management*, 9(4), 739-762. doi: 10.22059/jibm.2017.233233.2604. (in Persian)
- Han, C., & Zhang, S. (2021). Multiple strategic orientations and strategic flexibility in product innovation. *European Research on Management and Business Economics*, 27(1), 100136.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sinkovics, R. R. (2009). The use of partial least squares path modeling in international marketing. In *new challenges to international marketing* (Vol. 20, pp. 277-319). Emerald Group Publishing Limited.
- Hensellek, S., Kleine-Stegemann, L., & Kollmann, T. (2023). Entrepreneurial leadership, strategic flexibility, and venture performance: Does founders' span of control matter?. *Journal of Business Research*, 157, 113544.
- Hui, Y; Haung Wen, J., Tsai Tien, M. (2009). Entrepreneurial Orientation and Firm Performance: The Role of Knowledge Creation Process. *Journal of Industrial Marketing Management*, (38), 440- 449.

- Ismail, I. J., Amani, D., & Changanlima, I. A. Strategic Green Marketing Orientation and Environmental Sustainability in Sub-Saharan Africa: Does Green Absorptive Capacity Moderate? Evidence from Tanzania. Evidence from Tanzania.
- Jiang, W., Mavondo, F., & Zhao, W. (2020). The impact of business networks on dynamic capabilities and product innovation: The moderating role of strategic orientation. *Asia Pacific Journal of Management*, 37, 1239-1266.
- Kainuma, Y., & Tawara, N. (2016). A multiple attribute utility theory approach to lean and green supply chain management. *International Journal of Production Economics*, 101, 99-108.
- Kohli, A. K., & Jaworski, B. J. (1990). Market orientation: the construct, research propositions, and managerial implications. *Journal of marketing*, 54(2), 1-18.
- Kolin, J, S Seuring, & M Mesterharm. (2016). Incorporating sustainability into supply management in the automotive industry: The case of Volkswagen. *Journal of Cleaner Production*, 15, 1053-1062.
- Laari, S., Töyli, J., Solakivi, T., & Ojala, L. (2016). Firm performance and customer-driven green supply chain management. *Journal of cleaner production*, 112, 1960-1970.
- Liu, Z. (2020). Unraveling the complex relationship between environmental and financial performance——A multilevel longitudinal analysis. *International Journal of Production Economics*, 219, 328-340.
- Mahmoud, Mahmoud Abdulai(2015), Market orientation, learning orientation and business performance The mediating role of innovation, *International Journal of Bank Marketing* ,Vol. 34 No. 5, 623-648
- Namazi, M., & Khorramdel Masouleh, Z. (2022). The Effect of Green Innovation and Environmental Management Accounting on Financial, Environmental and Economic Performance of the Company. *Empirical Studies in Financial Accounting*, 19(74), 1-40. doi: 10.22054/qjma.2022.65916.2350 (in Persian)
- Narver, J. C., & Slater, S. F. (1990). The effect of a market orientation on business profitability. *Journal of marketing*, 54(4), 20-35.
- Nasirzadeh, M., Memarzadehtehran, G., Amirnejad, G., Makvandi, F., & Korahi Moghadam, S. (2022). The Impact of Green Management of Human Resources on Sustainable Development (Case Study: Headquarters of Iran Ministry of Oil). *Environment and Development*, 12(24), 95-110.
- Paech, N., & Pfriem, R. (2004). *Konzepte der Nachhaltigkeit von Unternehmen. Theoretische Anforderungen und empirische Trends [Concepts of sustainability for companies. Theoretical demands and empirical trends]*. Oldenburg, Germany: Oldenburg University.
- Pratono, A. H., Darmasetiawan, N. K., Yudianto, A., & Jeong, B. G. (2019). Achieving sustainable competitive advantage through green entrepreneurial orientation and market orientation. *The Bottom Line*, 32(1), 2-15.
- Rua, O. L., & Santos, C. (2022). Linking brand and competitive advantage: The mediating effect of positioning and market orientation. *European Research on Management and Business Economics*, 28(2), 100194.
- Safari Malekabad, J., Behboodi, O., & Safari Malekabad, A. (2023). The Effect of Integrated Marketing Communication on Market and Financial Performance, Investigating the Mediating Role of Customer Performance. *Journal of Management and Sustainable Development Studies*, 2(4), 115-136. doi: 10.30495/msds.2023.1980057.1119. (in Persian)
- Sahi, G. K., Gupta, M. C., & Cheng, T. C. E. (2020). The effects of strategic orientation on operational ambidexterity: A study of indian SMEs in the industry 4.0 era. *International Journal of Production Economics*, 220, 107395.

- Sarsah, S. A., Tian, H., Dogbe, C. S. K., Bamfo, B. A., & Pomegbe, W. W. K. (2020). Effect of entrepreneurial orientation on radical innovation performance among manufacturing SMEs: the mediating role of absorptive capacity. *Journal of Strategy and Management*, 13(4), 551-570.
- Schulze, A., Townsend, J. D., & Talay, M. B. (2022). Completing the market orientation matrix: The impact of proactive competitor orientation on innovation and firm performance. *Industrial Marketing Management*, 103, 198-214.
- Soleimani, G., & Majbouri Yazdi, H. (2019). The Impact of Environmental Strategy, Environmental Uncertainty and Leadership Commitment on Corporate Environmental Performance: The Role of Environmental Management Accounting. *Management Accounting*, 12(43), 87-104.
- Taghavifard, M. T., Ghafurian Shagerdi, A., & Behboodi, O. (2015). The Effect of Market Orientation on Business Performance. *Journal of Business Administration Researches*, 7(13), 205-227. (in Persian)
- Taylor, Paul. (2013). The effect of entrepreneurial orientation on the internationalization of SMEs in developing countries. *African Journal of Business Management*, 7 (19), 1927- 1937.
- Tenhiälä, A., & Laamanen, T. (2018). Right on the money? The contingent effects of strategic orientation and pay system design on firm performance. *Strategic Management Journal*, 39(13), 3408-3433.
- Theodosiou M., kehagias J., & Katsikea E. (2012). strategic orientations, Marketing capabilities and firm performance. *Journal of Industrial Marketing Management*, 1-13
- Theodosiou, M., Kehagias, J., & Katsikea, E. (2012). Strategic orientations, marketing capabilities and firm performance: An empirical investigation in the context of frontline managers in service organizations. *Industrial marketing management*, 41(7), 1058-1070.
- ToKnowPress. Goyal, P., Rahman, Z., & Kazmi, A. A. (2013). Corporate sustainability performance and firm performance research: literature review and future research Agenda. *Management Decision*, 51(2), 361-379
- Tseng, M., Chiang, J., & Lan, L. (2019). Selection of optimal supplier in chain management strategy with analytic network process and choquet integral. *computers and industrial engineering*, 57, 330-340
- Tutar, H., Nart, S., & Bingöl, D. (2015). The effects of strategic orientations on innovation capabilities and market performance: The case of ASEM. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 207, 709-719.
- Wallenberg, P. (2012). Barriers and Triggers to Green Entrepreneurship: An Exploratory Study, Thesis to obtain the degree of Master of Science in Economics and Business Economics, specialisation Entrepreneurship and Strategy Economics, Erasmus University Rotterdam Erasmus School of Economics.
- Wolf, J. (2014). The Relationship between Sustainable Supply Chain Management, Stakeholder Pressure and Corporate Sustainability Performance. *Business Ethics Journal*, 119, 317– 328.
- Xie, Y., Fang, Y., & Zhang, D. (2022). How Environmental Performance Affects Financial Performance in the Food Industry: A Global Outlook. *Sustainability*, 14(4), 2127.

The Effect of Strategic Orientation on Sustainable Environmental Performance: Investigating the Mediating Role of Market Orientation and Moderating Strategic Flexibility (Case of Small and Medium- Sized Companies in Great Khorasan Province)

Amir Ghafourian Shagerdi¹, Omid Behboodi², Reza Jahanshiri³, Fatemeh Behnam Feyzabadi⁴

1. Associate Professor, Faculty of Administrative Sciences, Imam Reza International University, Mashhad, Iran
2. Assistant Professor, Department of Management, Attar Institute of Higher Education, Mashhad, Iran
3. Master of Auditing, Faculty of Administrative Sciences, Imam Reza International University, Mashhad, Iran
4. Master's Student, Faculty of Administrative Sciences, Imam Reza International University, Mashhad, Iran

(Received: 2023/09/09

Accepted: 2023/07/10)

Abstract

The present research has been conducted to investigate the impact of strategic orientation on sustainable environmental performance through market orientation and moderation of strategic flexibility in small and medium enterprises of Great Khorasan province. This research is applied in terms of purpose and descriptive-correlation in terms of implementation method. The statistical population of the research is company managers. The statistical sample was calculated using the Kurtjesi and Morgan table for unknown communities of 314 people and anon-random sampling method is available. The tool used in this research is the standard questionnaire of Habib et al., 2021, AlQershi et al., 2022 and Daradkeh and Mansoor., 2023 with 32 questions. To determine the validity of the questionnaire, content validity was used with the approval of professors, experts and knowledgeable people, and construct validity, convergent and divergent, and Cronbach's alpha coefficient and composite reliability were used for the reliability of the questionnaire, which finally confirmed the validity and reliability. In this research, descriptive and inferential statistics methods were used for data analysis using SPSS and SmartPLS software. The results showed that strategic orientation has a significant impact on sustainable environmental performance in small and medium enterprises in Great Khorasan province. Also, the mediating effect of market orientation and moderating strategic flexibility between strategic orientation and sustainable environmental performance has been confirmed in these companies.

Keywords: Strategic orientation, Sustainable environmental performance, Market orientation, Strategic flexibility.