

Alzahra University- Faculty of Social Sciences and Economics
Accounting and Social Interests, VOL. 14, NO. 4, Winter 2025, Pages 117-154

Analysis the Factors Affecting the Sustainability Performance of Companies Using the Confirmatory Factor Analysis Technique¹

Mojgan Karami², Alireza Ghiyasvand³, Mahmoud Hematfar⁴

Received: 2024/07/04

Accepted: 2024/12/02

Research Paper

Abstract

Purpose: This study aims to identify the factors influencing the sustainability performance of companies in Iran using confirmatory factor analysis.

Purpose: This study aims to identify the factors influencing the sustainability performance of companies in Iran using confirmatory factor analysis.

Research Method: Initially, 12 potential constructs affecting companies' sustainability performance were identified through a review of theoretical foundations and prior research, categorized into internal and external factors. Data were collected via a questionnaire distributed among 400 management and accounting experts using a convenience sampling method. The questionnaire's validity was verified through expert opinions, and its reliability was confirmed using Cronbach's alpha. The collected data were analyzed statistically using Amos 24 software and confirmatory factor analysis.

Research Findings: The results indicate that internal organizational factors significantly and positively impact companies' sustainability performance at a 95% confidence level, with a path coefficient of 0.893. Specifically, constructs such as the company's life cycle, working capital management, investment efficiency, and research and development intensity, with factor loadings above 0.4, were confirmed as components of the latent variable of internal organizational factors, positively affecting sustainability performance. Similarly, external organizational factors were found to have a significant positive effect on sustainability performance at a 95% confidence level, with a path coefficient of 0.849. Constructs including risk management and business strategy, with factor loadings exceeding 0.4, were identified as components of the latent variable of external factors, significantly influencing sustainability performance.

Conclusion, Originality, and Contribution to Knowledge: Expert analysis suggests a growing emphasis on using quantitative and qualitative economic metrics to assess and report corporate sustainability performance, possibly due to reliance on traditional financial reporting practices or the absence of standardized sustainability reporting frameworks in the national context. This study adopts a mixed-methods approach to provide a comprehensive and integrated analysis of corporate sustainability dimensions. By exploring the key determinants of sustainability in Iranian firms, it offers a novel and holistic perspective on corporate sustainability, contributing valuable insights for academic researchers.

Keywords: Sustainable Development, Sustainability Reporting, Stakeholders, Competitive Advantage, Legitimacy Theory.

JEL Classification: M41, G32, G34.

1. doi: 10.22051/JAASCI.2024.46468.1834

2. Ph.D. Student, Department of Accounting, Borujerd Branch, Islamic Azad University, Borujerd, Iran. (mkarami9464@yahoo.com).

3. Assistant Professor, Department of Accounting, Borujerd Branch, Islamic Azad University, Borujerd, Iran (Corresponding author). (Ghiyasvand_alireza@yahoo.com).

4. Associate Professor, Department of Accounting, Borujerd Branch, Islamic Azad University, Borujerd, Iran. (dr.hematfar@yahoo.com).



واکاوی مولفه‌های موثر بر عملکرد پایداری شرکت‌ها با استفاده از تکنیک تحلیل عاملی تأییدی^۱

مژگان کرمی^۲، علی‌رضا غیاثوند^۳، محمود همت‌فر^۴

مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۴/۱۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۹/۱۲

چکیده

هدف: هدف این پژوهش شناسایی مولفه‌های موثر بر عملکرد پایداری شرکت‌ها در ایران با استفاده از تکنیک تحلیل عاملی تأییدی است. **روش پژوهش:** در این پژوهش ابتدا از طریق مطالعه مبانی نظری و پیشینه پژوهش، ۱۲ سازه احتمالی موثر بر عملکرد پایداری شرکت‌ها استخراج و در دو گروه عوامل درون و برون سازمانی طبقه‌بندی شده است. داده‌های لازم از طریق توزیع پرسشنامه بین ۴۰۰ نفر از خبرگان حوزه مدیریت و حسابداری به روش در دسترس، جمع‌آوری شده است. روایی پرسشنامه از طریق نظرات متخصصین بررسی و پایایی آن از طریق آلفای کرونباخ تأیید شد. داده‌های جمع‌آوری شده از طریق نرم افزار Amos 24 و روش تحلیل عاملی تأییدی مورد تحلیل آماری قرار گرفت.

یافته‌های پژوهش: نتایج حاصل از پژوهش نشان داد عوامل درون سازمانی بر عملکرد پایداری شرکت‌ها در سطح اطمینان ۹۵٪ با ضریب مسیر ۰/۸۹۳ تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد. به عبارتی سازه‌های چرخه عمر شرکت، مدیریت سرمایه در گردش، کارایی سرمایه‌گذاری و شدت تحقیق و توسعه که بارهای عاملی بزرگتر از ۰/۴ دارند به عنوان سازه‌های تشکیل دهنده متغیر پنهان عوامل درون‌سازمانی پذیرفته و بر عملکرد پایداری شرکت‌ها تأثیر مثبت و معنی‌داری دارند. همچنین بخش دیگری از نتایج پژوهش نشان داد عوامل برون‌سازمانی بر عملکرد پایداری شرکت‌ها در سطح اطمینان ۹۵٪ با ضریب مسیر ۰/۸۴۹ تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد. مدیریت ریسک و استراتژی تجاری که بارهای عاملی بزرگتر از ۰/۴ دارند به عنوان سازه‌های تشکیل دهنده متغیر پنهان عوامل برون سازمانی پذیرفته و بر عملکرد پایداری شرکت‌ها تأثیر مثبت و معنی‌داری دارند.

نتیجه‌گیری: با توجه به نظرات خبرگان به نظر می‌رسد وزن سنج‌های کمی و کیفی اقتصادی در اندازه‌گیری و گزارشگری عملکرد پایداری شرکتی بیشتر است که می‌تواند ناشی از دیدگاه سنتی گزارشگری مالی و یا عدم وجود رهنمودها و یا استانداردهای گزارشگری عملکرد پایداری در کشور باشد.

دانش افزایی: این پژوهش با به کارگیری رویکرد ترکیبی (کیفی-کمی) ابعاد پایداری شرکتی به صورت یکپارچه و بررسی جامع عوامل مؤثر بر پایداری در شرکت‌های ایرانی، چشم‌انداز جدید و کاملی از پایداری شرکتی در اختیار استفاده‌کنندگان نتایج پژوهش قرار می‌دهد.

واژه‌های کلیدی: توسعه پایدار، گزارش پایداری، ذینفعان، مزیت رقابتی، نظریه مشروعیت.

طبقه‌بندی موضوعی: M41, G32, G324

doi: 10.22051/JAASCI.2024.46468.1834

۱. دانشجوی دکتری، گروه حسابداری، واحد بروجرد، دانشگاه آزاد اسلامی، بروجرد، ایران. (mkarami9464@yahoo.com).

۲. استادیار، گروه حسابداری، واحد بروجرد، دانشگاه آزاد اسلامی، بروجرد، ایران (نویسنده مسئول). (Ghiyasvand_alireza@yahoo.com).

۳. دانشیار، گروه حسابداری، واحد بروجرد، دانشگاه آزاد اسلامی، بروجرد، ایران. (dr.hematfar@yahoo.com).

۴. دانشیار، گروه حسابداری، واحد بروجرد، دانشگاه آزاد اسلامی، بروجرد، ایران. (dr.hematfar@yahoo.com).

مقدمه

سازمان‌ها و شرکت‌ها، به عنوان اصلی‌ترین بازیگران عرصه اقتصادی، نقش مهمی در دستیابی به توسعه پایدار بر عهده دارند. به همین دلیل، انتظارات جامعه از آنان طی سال‌های گذشته، تغییرات محسوسی داشته است. تغییر در انتظارات جامعه از بنگاه‌های بزرگ در جهان، موجب ایجاد مقوله‌های نو همچون گزارشگری پایداری شرکتی و افزایش مسئولیت مدیران بنگاه‌ها گردیده است (معصومی و همکاران، ۱۳۹۷:۲۱۱). شرکت‌ها با فشار انطباق با پایداری^۱ از سوی ذینفعان داخلی و خارجی مواجه هستند و از این رو رویکردهای مربوطه را برای اجتناب از نارضایتی مشتریان و عمومی اتخاذ می‌کنند (جاها و رنگارجان^۲، ۲۰۲۰:۶). گزارش پایداری^۳، گزارشی است که توسط یک شرکت یا سازمان، در مورد تأثیرات اقتصادی، زیست محیطی و اجتماعی که فعالیت‌های روزانه‌اش ایجاد کرده اند، منتشر می‌شود. در محیطی که عناصر زیست محیطی، اجتماعی و مالی در تعامل با یکدیگر و شرکت قرار گرفته باشند، میزان موفقیت شرکت با گزارش پایداری اندازه‌گیری و گزارش می‌شود (جونز^۴، ۲۱:۱۹۹۶). گزارش پایداری همچنین، بیانگر ارزش‌ها و مدل حکمرانی سازمان بوده و ارتباط بین استراتژی‌های سازمان و تعهد آن به یک اقتصاد جهانی پایدار را نشان می‌دهد (قاسمی و شکر علی آبادی، ۴:۱۳۹۳).

در راستای تئوری ذینفعان^۵ مبنی بر اینکه یک شرکت در اصل "محل تلاقی مجموعه‌ای از روابط قراردادی" بین ذینفعان مختلف است، مدیران در شرکت‌هایی با عملکرد پایداری بالا، مسئولیت‌های امانتی و اخلاقی شرکت‌ها را در نظر می‌گیرند تا توجه خود را به نیازها و مشارکت‌ها ذینفعان متعدد افزایش دهند (السایق و همکاران، ۲۰۲۳:۲۵۱). پایداری یک رویکردی مبتنی بر اصول^۶ برای انجام تجارت است. سرمایه‌گذاران، خبرگان مالی و ناظران نسبت به ظرفیت تیم مدیریت سنتی برای ادغام پایداری در استراتژی شرکت ابراز نگرانی کرده‌اند. هیأت مدیره باید مسئول ایجاد توازن بین اهداف

-
1. Sustainability
 2. Jha
 3. Sustainability Reporting
 4. Jonse
 5. Stakeholder theory
 6. Principles-based approach

مالی و غیرمالی شرکت باشد و در راستای منافع سهامداران و ذینفعان عمل کند. از طرفی نیاز به گزارش‌های غیرمالی با توجه بیشتر به پایداری و به‌ویژه ابعاد اجتماعی، زیست محیطی و اقتصادی افزایش یافته است (گردالو^۱، ۲۰۲۲:۸). نظریه دیدگاه مبتنی بر منابع^۲ از گزارش پایداری شرکتی به عنوان عاملی برای ارتقاء عملکرد شرکت‌ها پشتیبانی می‌کند. شرکت‌ها می‌توانند به طور استراتژیک از منابع خود برای دستیابی به مزیت رقابتی (مانند داشتن قابلیت‌های منحصربه‌فرد زیست محیطی) استفاده کنند که منجر به افزایش عملکرد مالی آنها می‌شود. شرکت‌ها می‌توانند با اتخاذ اقدامات اجتماعی و زیست‌محیطی با کاهش ریسک‌های زیست‌محیطی و بهبود مشارکت خود با ذینفعان کلیدی، در هزینه‌های تولید مرتبط با مسائل اجتماعی و زیست‌محیطی، صرفه‌جویی کنند. بنابراین، پایداری شرکتی می‌تواند به شرکت‌ها کمک کند تا مزیت رقابتی به دست آورند و در نهایت عملکرد شرکت را در بلندمدت افزایش دهند (حفار و سرسی^۳، ۲۰۱۷:۵۰۱).

از آنجایی که سازمان‌ها و شرکت‌ها به عنوان یکی از مهم‌ترین ابزارها و الزامات توسعه و پیشرفت جوامع، ملزم به گزارش نتایج حاصل از فعالیت‌های خود می‌باشند، به همین دلیل، به کارگیری چارچوب گزارشگری مناسب، نقش بسزایی در شناخت نقاط ضعف و قوت، تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی برای دستیابی به اهداف توسعه پایدار خواهد داشت. به کارگیری چارچوب‌های گزارشگری پایداری مرسوم و دستیابی به اهداف توسعه پایدار از سوی کشورهای اسلامی، نظیر ایران به دلیل تفاوت‌های فرهنگی و سطح توسعه‌یافتگی نسبت به جوامع غربی، با موانع و مشکلاتی مواجه است (فرخی و همکاران، ۱۳۹۹:۱۷۸). در کشور ایران با وجود منابع طبیعی سرشار و محیط زیست متنوع و نیز علی‌رغم تأکید بر ارائه گزارش‌های اثرات مرتبط با محیط زیست و اجتماع، هنوز بسیاری از شرکت‌ها به مسئله پایداری شرکتی توجه نکرده و درک مناسبی از ابعاد آن نداشته و برای اجرا و افشای آن اقدامی انجام نداده‌اند. علی‌رغم تأکید بر افشای اطلاعات مالی و غیرمالی و مؤثر بودن این اطلاعات در تصمیم‌گیری ذینفعان، نتایج پژوهش‌های فخاری و همکاران (۱۳۹۶) و حساس‌یگانه و همکاران (۱۳۹۷) نشان می‌دهد که شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران نسبت به

1. Ghardallou

2. Resources based view theory

3. Haffar & Searcy

افشای مناسب اطلاعات اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی غفلت نموده‌اند. همچنین بهبودی در افشای این اطلاعات در دوره پژوهش این پژوهشگران مشاهده نشده است.

بر این اساس ضروری است مدلی جامع متناسب با شرایط اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی ایران، از طریق بررسی ادبیات نظری، استانداردها، قوانین و مقررات و انجام مصاحبه با متخصصین و صاحب‌نظران حوزه پایداری شرکتی، که در محیط اقتصادی و بازار سرمایه ایران کاربرد داشته و رهنمودی جهت توسعه پایداری شرکتی باشد، ارائه شود. لذا، هدف این پژوهش ارائه مدلی مفهومی در راستای واکاوی مولفه‌های مؤثر بر عملکرد پایداری شرکتی است. این پژوهش با به کارگیری ابعاد پایداری شرکتی به صورت یکپارچه و بررسی جامع عوامل مؤثر بر پایداری شرکتی، چشم‌انداز جدید و کاملی از پایداری شرکتی در اختیار استفاده‌کنندگان نتایج پژوهش قرار می‌دهد. در واقع این پژوهش در پی پاسخ علمی به این سؤالات است که؛ چه عواملی بر پایداری شرکتی مؤثر هستند؟ مدل مفهومی عوامل مؤثر بر پایداری شرکتی با توجه به شرایط اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی ایران چگونه است؟

واکاوی عوامل مؤثر بر عملکرد پایداری شرکتی در ایران به دو دلیل حائز اهمیت است. اول اینکه؛ کم توجهی پایداری شرکتی در شرکت‌های ایرانی نسبت به اکثر کشورهای جهان و در معرض ابهام قرار گرفتن تداوم فعالیت بلندمدت این شرکت‌ها، بسیار مشهود است. دوم اینکه؛ مروری بر مطالعات داخلی از وجود نقاط ضعفی در آنها حکایت دارد. در مطالعات صورت گرفته در این حوزه بررسی عوامل مؤثر بر پایداری شرکتی بدون در نظر گرفتن شرایط اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی شرکت‌های ایرانی بوده است. همچنین اکثر پژوهشگران تنها بر ویژگی‌های شرکت به عنوان مؤلفه مؤثر بر عملکرد پایداری شرکتی توجه نموده و به سایر ابعاد تاثیرگذار توجه نشده است. روش پژوهش در اکثر پژوهش‌های پیشین روش رگرسیون حداقل مربعات معمولی بوده است و تلاش کمتری برای تدوین مدل جامع عوامل مؤثر بر عملکرد پایداری شرکتی با استفاده از سایر روش‌های آماری صورت گرفته است. در حالی که ابعاد، مؤلفه و شاخص‌های متعددی بر پایداری شرکتی مؤثر هستند، که بررسی آنها براساس الگویی جامع، نتایج کامل‌تر و شفاف‌تری در اختیار استفاده‌کنندگان قرار می‌دهد.

از جنبه‌های نوآوری این پژوهش نسبت به پژوهش‌های پیشین می‌توان به این موارد اشاره نمود: اول اینکه؛ نتایج این پژوهش می‌تواند موجب بسط ادبیات نظری در حوزه پایداری شرکتی در ایران شود. دوم اینکه؛ در این پژوهش از شیوه ترکیبی (رویکرد کیفی-کمی) استفاده شده است. همچنین از تحلیل عاملی تأییدی برای تعیین بارعاملی شاخص‌های هر یک از مؤلفه‌ها استفاده شده است. سوم اینکه؛ یافته‌های پژوهش دیدگاه‌های مهمی برای ذینفعان مختلف مانند دولت، نهادهای قانونگذار، نهادهای نظارتی، شرکت‌ها و پژوهشگران دارد. چهارم اینکه؛ حوزه جدیدی برای پژوهشگران فراهم نموده تا با الگو گرفتن از مدل تدوین شده، در پژوهش‌های آتی به بررسی و آزمون عوامل مؤثر بر پایداری شرکتی، در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پردازند.

در ادامه، بخش دوم به مبانی نظری پایداری شرکتی، استخراج مولفه‌های مؤثر بر پایداری و مروری بر پیشینه پژوهش اختصاص دارد. بخش سوم، روش‌شناسی پژوهش شامل روش گردآوری و بررسی داده‌ها را توصیف می‌کند. بخش چهارم، یافته‌های پژوهش را گزارش نموده و در بخش پنجم، نتیجه‌گیری بیان شده است.

چهارچوب نظری و پیشینه

اهداف توسعه پایدار مبتنی بر یک چارچوب جهانی با رویکردی کلان است، همین امر باعث شده که توسعه پایدار به یک موضوع مهم در فرآیندهای تجاری و زندگی مصرف‌کنندگان تبدیل شود. این باور عمومی مبنی بر اینکه کسب و کارها اثرات منفی زیادی بر محیط زیست و جامعه می‌گذارند، کسب و کارها را به تمرکز بر مفهوم پایداری سوق داده است (لوزانو، ۲۰۱۵: ۶۳). در اوایل دهه ۱۹۹۰ میلادی، نگرانی‌های اجتماعی در مورد پایداری زیست محیطی و اجتماعی، که از تقاضای بازار ناشی می‌شد، جرقه‌ای برای تغییر پارادایم‌های کسب و کار در کشورهای توسعه‌یافته ایجاد کرد. مسائلی مانند انتشار گازهای گلخانه‌ای، مصرف انرژی، حقوق کارگران، تنوع نیروی کار و برابری جنسیتی به تدریج در مباحث دانشگاهی و گفتمان مدیریتی شتاب بیشتری گرفت. خط‌مشی‌های شرکتی که به این ابعاد می‌پردازد، اقدامات زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی^۱ نام‌گذاری شدند (کوتسانتونیس^۲

1. Environmental, Social and Governance (ESG)

2. Kotsantonis

و همکاران، ۲۰۱۶: ۱۲). پایداری شرکتی، که تا اواخر دهه ۱۹۸۰ میلادی عموماً به‌عنوان توانایی شرکت برای نشان دادن عملکرد مالی شرکتی پایدار مورد استفاده قرار می‌گرفت، اکنون به ساختار سه‌جانبه‌ای اشاره دارد که شامل جنبه‌های مالی، اجتماعی و زیست محیطی عملکرد شرکت می‌شود (آیدوگان و کارا^۱، ۲۰۲۳: ۲۰۳). بر اساس پژوهش عبدی و همکاران (۱۳۹۸) مهمترین شرایط علی که موجب اتخاذ گزارشگری پایداری می‌گردد، الزامات محیطی، مشوق‌های محیطی، فشارهای محیطی، ویژگی‌های فرهنگی و اجتماعی کشور، ویژگی‌های سیاسی کشور و ویژگی‌های محیط بین‌المللی است. برای دستیابی به گزارشگری پایداری باید راهبردهایی مانند مشخص کردن نهاد مسئول پایداری، تدوین اصول و استانداردهای پایداری، ایجاد کمیته پایداری و مسئولیت اجتماعی در شرکت‌ها، استقرار نظام کنترل داخلی و گزارشگری اثربخش و استفاده از فناوری‌های نوین اتخاذ شود. تمام تصمیمات و فعالیت‌های تجاری باید ساختار سه‌جانبه پایداری را که "ارکان سه‌گانه توسعه پایدار"^۲ نیز نامیده می‌شود، را متعادل کند (باربوسا^۳ و همکاران، ۲۰۲۰: ۱۲۹). رکن زیست محیطی پایداری به موضوعاتی مانند تغییرات آب و هوایی، تنوع زیستی، هوا و کیفیت آب اشاره دارد. بنابراین، تعهد قاطع به بهره‌وری انرژی، کاهش انتشار و استفاده موثر از منابع طبیعی را اندازه‌گیری می‌کند. رکن اجتماعی در عوض تعهد قاطع به حقوق اجتماعی، فرصت‌های برابر و برابری جنسیتی را با هدف شرایط کاری عادلانه و رفاه اجتماعی، با تمرکز بر جامعه‌ای که شرکت در آن فعالیت می‌کند، را پوشش می‌دهد. در نهایت، رکن حاکمیت به تعهد شرکت به شفافیت در حسابداری و حسابداری، توزیع متوازن مسئولیت‌ها بین سهامداران (از جمله سهامداران اقلیت) و اجتناب از اقدامات غیرقانونی مربوط می‌شود (سرسیلو و همکاران، ۲۰۲۳: ۱۱۴). گزارشگری پایداری شرکت‌ها، می‌تواند پیامدهایی از قبیل افزایش اعتماد اجتماعی، افزایش کیفیت زندگی انسان‌ها، حفظ محیط زیست برای نسل‌های آتی، رشد بازار سرمایه و افزایش کیفیت گزارشگری را در پی داشته باشد (عبدی و همکاران، ۱۳۹۹: ۷۸).

1. Aydoğan, & Kara,
2. Triple Bottom Line
3. Barbosa

بنابراین عملکرد پایداری شرکتی به یک استراتژی مهم به‌ویژه برای کسب و کارهایی تبدیل شده است که می‌خواهند در بازارهای رقابتی فزاینده بقاء داشته باشند، مطابق با مقررات دولتی باشند و به مسئولیت اجتماعی و خواسته‌های شفافیت از طرف ذینفعان پاسخ دهند (آیدوغان و کارا، ۲۰۲۳: ۲۰۷). تأثیر پایداری با جمع‌آوری انبوهی از اطلاعات و اندازه‌گیری اثرات اجتماعی و زیست‌محیطی که به سازمان‌ها کمک می‌کند تا کارایی عملیاتی و مدیریت منابع طبیعی خود را بهبود بخشند، افزایش می‌یابد که این اقدامات برای سهامداران، کارکنان و سایر ذینفعان مهم است (اونچیو^۱ و همکاران، ۲۰۲۰: ۴۷). افضل و لیم^۲ (۲۰۲۲) گزارش می‌کنند که استراتژی‌های کسب و کار، قابلیت‌های فن‌آوری و فرهنگ سازمانی تأثیر مثبت و معناداری بر عملکرد پایداری شرکت‌ها دارند. نکته اصلی این بحث این است که مشارکت در فعالیت‌های پایداری هویت شرکت را تقویت می‌کند و منجر به رضایت بیشتر سهامداران و بهبود عملکرد تجاری می‌شود (الملحم و الجوقیمان^۳، ۲۰۲۳: ۶). پایداری شرکت منبع مزیت رقابتی برای شرکت خواهد بود. این مزیت‌های رقابتی می‌تواند از کاهش هزینه یا تمایز و شهرت ناشی شود. در رابطه با مزیت هزینه‌ای، آلودگی هوا ناشی از فرآیندهای تولید ناکارآمد است، زیرا نشان‌دهنده ضایعات اقتصادی است. علاوه بر این، کاهش آلودگی راهی برای پیاده‌سازی صرفه‌جویی در هزینه در فرآیند تولید است، زیرا این فرآیند به ورودی‌های کمتری نیاز دارد که پس از آن کارآمدتر می‌شود. تمایز نیز مربوط به ویژگی‌های محصول است که نشان‌دهنده شیوه‌های پایدار بهتر است. مهمترین مزایای حاصل از تمایز، توانایی افزایش قیمت فروش و افزایش واحدهای فروش رفته محصول یا ارائه خدمت می‌باشد که در نتیجه شهرت بیشتر است. هر دو موضوع منجر به درآمد بیشتر با ثابت بودن سایر شرایط می‌شوند (مونتیرو^۴، ۲۰۲۲: ۱۳). در حالی که بسیاری از نظریه‌ها از انگیزه شرکت‌ها برای گزارش داده‌های پایدار حمایت می‌کنند، انگیزه‌های گزارشگری پایداری شرکتی کاملاً با نظریه‌های مشروعیت و ذینفعان مرتبط است (دیگان، ۲۰۱۴: ۳۱). نظریه مشروعیت^۵ پیشنهاد می‌کند که یک شرکت باید نه تنها حقوق

1. Oncioiu

2. Afzal, F. & Lim

3. Almulhim & Aljughaiman

4. Monteiro

5. Legitimacy theory

سهامداران خود، بلکه حقوق عمومی را نیز در نظر بگیرد. اگر شرکتی نتواند انتظارات اجتماعی را برآورده کند، جامعه ممکن است عملیات خود را محدود کرده و تقاضای محصول خود را محدود کند. از سوی دیگر، نظریه مشروعیت ممکن است استدلال کند که فعالیت‌های پایدار می‌تواند نشان دهد که یک شرکت می‌تواند نیازهای رقابتی ذینفعان خود را متعادل کند و سودآور باقی بماند. براساس نظریه ذینفعان^۱، یک شرکت در قبال ذینفعان خود از جمله مشتریان، تامین‌کنندگان، دولت، کارکنان و جامعه عمومی مسئولیت دارد. گزارشگری پایداری شرکتی به‌عنوان یک موضوع مهم توسط طیف گسترده‌ای از ذینفعان دیده می‌شود (دیگان، ۲۰۱۴: ۳۳). بنابراین، براساس این نظریه، انتظار می‌رود که شرکت‌ها گزارش‌های عملکرد پایدار را برای حفظ اعتماد عمومی ارائه و در دسترس عموم قرار دهند (عامری، ۱۳۹۸؛ اسمیلیکوویچ، ۲۰۲۳: ۱۹۰). از جمله عواملی که تعیین‌کننده گزارشگری پایداری شرکتی است، فشار سهامداران و ذینفعان، رعایت قوانین و مقررات، مزیت‌های رقابتی و تصویر عمومی می‌باشد. در فضایی که تحت سلطه بی‌اعتمادی دیگران است، اثبات عملکرد مالی، اجتماعی و زیست‌محیطی برای شرکت‌ها دشوار است و به همین دلیل، تلاش مناسب تمرکز بر روی شیوه‌های گزارشگری اجتماعی و زیست‌محیطی است. گزارشگری عملکرد مالی، دامنه نسبتاً محدودی را مورد توجه قرار می‌دهد و از نظر ماهیت محدود به اطلاعات مالی و اجباری است، در حالی که گزارشگری پایداری شرکتی به دلیل ماهیت متنوع جنبه‌های اقتصادی، زیست‌محیطی و اجتماعی برای تعداد فزاینده‌ای از استفاده‌کنندگان برون‌سازمانی، جذاب است و همچنان به صورت داوطلبانه است (اونچیو و همکاران، ۲۰۲۰: ۴۸).

با توجه به مبانی نظری فوق‌الذکر، پژوهش‌ها به شرح زیر مطرح می‌گردد:

چه عواملی بر پایداری شرکتی مؤثر هستند؟

مدل مفهومی عوامل مؤثر بر پایداری شرکتی با توجه به شرایط اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی ایران چگونه است؟

جهت پاسخگویی به سوالات پژوهش ابتدا سعی شده است با بررسی و مطالعه ادبیات و مبانی نظری پایداری شرکتی، عوامل مؤثر بر عملکرد پایداری شرکتی از لحاظ تئوریک شناسایی و در دو گروه

عوامل درون‌سازمانی و عوامل برون‌سازمانی طبقه‌بندی شود و سپس در مورد ارتباط آنها با عملکرد پایداری شرکتی از لحاظ نظری بحث شود. در ادامه از طریق پرسشنامه نظرات خبرگان در خصوص اثرگذاری این عوامل بر عملکرد پایداری شرکتی مورد تحلیل آماری قرار گیرد. عوامل درون-سازمانی شناسایی شده در ادبیات و مبانی نظری شامل مدیریت سرمایه در گردش، کارایی سرمایه-گذاری، شدت تحقیق و توسعه، چرخه عمر شرکت، سرمایه فکری و کیفیت راهبری شرکتی می-باشد. عوامل برون‌سازمانی شناسایی شده در ادبیات و مبانی نظری شامل متنوع سازی تجاری، استراتژی تجاری، مدیریت ارتباط با مشتری، نوآوری خدمات و محصولات، توسعه بازار محصول و مدیریت ریسک می‌باشد که در ادامه هر یک بحث می‌شود.

الف- عوامل درون سازمانی

مدیریت سرمایه در گردش: استراتژی‌های (مالی، سرمایه‌گذاری، تولید، بازاریابی و غیره) شرکت به‌طور بالقوه می‌توانند بر تلاش‌های عملکرد پایداری شرکتی تأثیر بگذارند. اگرچه شناسایی محرک-های مهم سرمایه در گردش و تعیین سطح بهینه سرمایه در گردش برای یک مدیر مالی چالش برانگیز است، اما این امر می‌تواند نقشی اساسی در به حداقل رساندن ریسک، بهبود عملکرد کلی و به حداکثر رساندن ارزش شرکت ایفا کند (معین^۱، ۲۰۲۳: ۲۱۱). مجموعه پژوهش‌های علمی نشان می‌دهد که برای اطمینان از پایداری عملیاتی و مالی یک شرکت، تدوین یک استراتژی سرمایه در گردش کارا ضروری است، زیرا سرمایه در گردش به‌طور قابل توجهی بر ایمنی امور مالی و عملیات شرکت تأثیر می‌گذارد (حبیب^۲، ۲۰۲۲: ۲۰).

کارایی سرمایه‌گذاری: مدیران در مورد اقدامات پایداری شرکت از نظر هدف، برنامه برنامه و فعالیت‌های مرتبط بیشتر از افراد برون‌سازمانی اطلاع دارند، از این رو اطلاعات مربوط به عملکرد پایداری شرکت می‌تواند به‌عنوان سیگنالی از چشم‌انداز آینده مورد انتظار شرکت بین شرکت و افراد برون‌سازمانی مورد استفاده قرار گیرد. اگر تأمین کنندگان سرمایه برون سازمانی اطلاعات بیشتری برای ارزیابی بازده فرصت‌های سرمایه‌گذاری داشته باشند، سرمایه کافی برای سرمایه‌گذاری در

1. Moin
2. Habib

پروژه‌هایی که ارزش سهامداران را افزایش می‌دهند، فراهم خواهند کرد. شفافیت شرکتی بهبودیافته از طریق یک محیط اطلاعاتی بهتر و سطوح بالاتر نظارت بر اقدامات مدیریتی، عدم تقارن بین افراد درون و برون‌سازمانی را کاهش می‌دهد و از منفعت‌طلبی مدیریتی جلوگیری می‌کند، که کارایی سرمایه‌گذاری را بهبود می‌بخشد. شفافیت شرکت با ذینفعان خود به عنوان یک ابزار کنترلی برای مدیریت عمل می‌کند تا مانع انتخاب‌های سرمایه‌گذاری کمتر از حد مطلوب توسط مدیریت شود (السایق و همکاران، ۲۰۲۳: ۲۵۳).

شدت تحقیق و توسعه: سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه سبز به مصرف کردن دارایی‌ها و منابع مالی در پروژه‌های تحقیق و توسعه سازگار با محیط زیست اشاره دارد که توسط شرکت‌ها برای دستیابی به اهداف خود برای توسعه پایدار انجام می‌شود. شامل کمک‌های مالی به پیشرفت سیستم‌های مدیریت زیست‌محیطی، تحقیقات انرژی‌های تجدیدپذیر و نوآوری‌های فناوری سبز است. هزینه‌های تحقیق و توسعه سبز با هدف افزایش شهرت یک شرکت برای مسئولیت اجتماعی و همچنین افزایش عملکرد زیست‌محیطی و مصرف منابع انجام می‌شود. شرکت‌ها ممکن است از فناوری دیجیتال برای افزایش بهره‌وری، بهبود کالاها و خدمات خود و ارائه شفافیت و قابلیت ردیابی بیشتر عملکرد پایداری شرکت استفاده کنند (آنکی و همکاران^۱، ۲۰۲۳: ۶۳۳).

چرخه عمر شرکت: تحقیقات اخیر در حسابداری و امور مالی نشان داده است که مفهوم چرخه عمر شرکت می‌تواند در ایجاد درک بهتری از تصمیمات شرکت و نتایج مربوطه مفید باشد. برای شرکت‌هایی که در مرحله معرفی چرخه عمر هستند، منابع کمیاب فضای کمی برای عملکرد پایداری شرکتی باقی می‌گذارد زیرا اولویت اصلی بقای صرف است. اما در مرحله رشد عملکرد پایداری شرکتی می‌تواند به عنوان ابزاری برای جذب منابع خارجی مورد استفاده قرار گیرد. در مراحل بعدی چرخه عمر، مانند مراحل بلوغ و افول، زمانی که فرصت‌های سرمایه‌گذاری کمیاب هستند اما منابع مالی در دسترس هستند، عملکرد پایداری شرکتی ممکن است ابزاری برای ایجاد شهرت و کسب مزیت‌های رقابتی باشد که به نوبه خود ممکن است منجر به برتری عملکرد مالی شود (دیبکر^۲ و همکاران، ۲۰۱۷: ۲۴۳).

1. Anqi et al,

2. Diebecker et al;

سرمایه فکری: سرمایه فکری^۱ مزیت‌های رقابتی شرکت را تقویت می‌کند که به نوبه خود می‌تواند عملکرد شرکت و رشد پایدار را افزایش دهد. سرمایه فکری تبدیل دانش به ارزش است. در سال میلادی ۱۹۶۹، کنت گالبریت^۲، محقق آمریکایی، برای اولین بار مفهوم سرمایه فکری را ابداع کرد. پس از آن، کارایی سرمایه فکری در مدل اسکاندیا^۳ توسط لیف ادوینسون^۴ در سال ۱۹۹۷ میلادی گسترش یافت. تحت این مدل، سرمایه فکری شامل چهار عنصر کلیدی است. سرمایه مشتری، سرمایه نوآوری، سرمایه انسانی و سرمایه فرآیند. سرمایه فکری سودآوری یک شرکت را با به کارگیری مناسب منابع مشهود برای افزایش مزیت‌های رقابتی شرکت برای مدت طولانی‌تر تثبیت می‌کند و سنگ بنای رشد بلندمدت و مزیت رقابتی را فراهم می‌کند (سهیل رانا و حسین^۵، ۲۰۲۳: ۳). در اقتصاد مدرن مبتنی بر دانش، سرمایه فکری نقش مهمی در زمینه‌های شرکت‌ها، نهادها و دانشگاه‌ها ایفا می‌کند و به گذار به سمت توسعه سازمانی نوآورانه، رقابتی و پایدار کمک می‌کند. سرمایه فکری افراد و قابلیت‌های آنها (سرمایه انسانی)، فرهنگ و فناوری سازمانی (سرمایه ساختاری) و روابط (سرمایه رابطه‌ای) را در بر می‌گیرد و به سازمان‌ها اجازه می‌دهد تا مزیت‌های رقابتی به دست آورند. سرمایه فکری ارتباط تنگاتنگی با مدیریت دانش دارد که می‌تواند پایداری سازمانی را در ابعاد مختلف (اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی) تقویت کند. در نتیجه، منجر به توسعه سیستم‌های تولیدی می‌شود که به تعادل طبیعی و اجتماعی اکوسیستم جهانی احترام می‌گذارند (واله^۶ و همکاران، ۲۰۲۲: ۴۶). در الگوی گزارشگری پایداری شرکتی فرخی و همکاران (۱۳۹۹)، سرینیواسان و سورش^۷ (۲۰۲۳)، و نونیس^۸ و همکاران (۲۰۲۰)، سرمایه فکری و مدیریت منابع انسانی جزء چهار الویت اول عوامل کلیدی پایداری شرکتی معرفی شده‌اند.

-
1. Intellectual Capital
 2. Kenneth Galbraith
 3. Skandia model
 4. Leif Edvinson
 5. Sohel Rana & Hossain
 6. Vale
 7. Sreenivasan & Suresh
 8. Nunhes

کیفیت راهبری شرکتی: در پی رسوایی‌های بزرگ حسابداری در دو دهه گذشته مانند انرون^۱، ورلد کام^۲، تیکو^۳ و...، مسئولیت اجتماعی شرکتی برای بازگرداندن اعتماد سرمایه‌گذاران به سیستم مالی از طریق ارائه شفاف صورت‌های مالی و به‌کارگیری شیوه‌های راهبری شرکتی ترویج یافت. بنابراین افزایش ثبات شرکت از طریق اتخاذ اصول راهبری شرکتی^۴ به یک هدف مهم برای ذینفعان تبدیل شده است (آخیم^۵ و همکاران، ۲۰۲۳: ۹۳۴). یک تعریف نسبتاً ساده از راهبری شرکتی این است که سیستمی است که توسط آن واحدهای تجاری نظارت، مدیریت و کنترل می‌شوند. در تعریف کامل‌تر راهبری شرکتی عبارت است از سیستم و ساختار قوانین، رویه‌ها و فرآیندهایی که به وسیله آنها یک شرکت هدایت و کنترل می‌شود، اهداف و مقاصد شرکت تعیین می‌شود و عملکرد شرکت ردیابی می‌شود (گوترمن، ۲۰۲۳: ۱۹). راهبری شرکتی با تصمیم‌گیری موثر در مورد شیوه‌های پایداری، نقش مهمی در این زمینه ایفا می‌کند. راهبری شرکتی خوب^۶ همچنین با نظارت بهتر بر عملکرد اجتماعی و زیست محیطی همراه است، به گونه‌ای که باید از اقدامات غیرقانونی و غیرقابل قبول اجتماعی برای حفظ تصویر بازار شرکت اجتناب شود (منیر و همکاران^۷، ۲۰۱۹: ۹۱۸). بنابراین راهبری شرکتی نقش مهمی در افزایش عملکرد پایداری شرکتی ایفا می‌کند. با اجرای راهبری شرکتی خوب، اعتماد ذینفعان به عملکرد پایداری شرکت افزایش می‌یابد. در پژوهشی که توسط وانگ اسنوپارات و چانیانگ^۸ (۲۰۲۱) انجام شد دو عامل کلیدی راهبری شرکتی و مدیریت در کنار عواملی هم‌چون کارکنان، فرهنگ و ساختار، به‌طور قابل توجهی بر پایداری شرکتی تأثیر می‌گذارند. یک راهبری شرکتی قوی دارای پنج اصل انصاف، پاسخگویی، مسئولیت، شفافیت و استقلال است. اجرای این اصول مبنای گزارش عملکرد پایداری را تشکیل می‌دهد. شرکت‌ها باید

-
1. Enron
 2. Worldcom
 3. Tyco
 4. Corporate Governance
 5. Achim
 6. Good Corporate Governance (GCG)
 7. Munir et al;
 8. Wongsnuopparat, S; & Chunyang

راهبری شرکتی خود را تقویت کنند تا مشکلات نمایندگی ناشی از تضاد منافع بین سهامداران (ذینفعان) و نمایندگان را کاهش دهند (تجهجادی^۱ و همکاران، ۲۰۲۱: ۵۵).

ب- عوامل برون سازمانی

متنوع سازی تجاری: جهان شرکت‌ها به استراتژی‌های متنوع‌سازی نگاه مثبتی دارد و معتقد است که این استراتژی‌ها ریسک را برای سرمایه‌گذاران کاهش می‌دهد و تخصیص بهتر سرمایه را ممکن می‌سازد. در نتیجه، بیش از ۷۰ درصد از شرکت‌های بزرگ جهان در بیش از دو صنعت فعالیت می‌کنند و تقریباً یک سوم درآمد ۵۰۰ شرکت برتر در بازار بورس سهام نیویورک و نزدک^۲ از عملیات خارجی ناشی می‌شود که نشان‌دهنده تنوع جغرافیایی قوی است. منطق اقدام به متنوع‌سازی تجاری، کاهش ریسک کل از طریق کاهش مواجهه با ریسک غیرسیستماتیک و بهره‌مندی از دستاوردهای هم‌افزایی و همچنین بهبود عملکرد عملیاتی از طریق ترکیب کارآمدتر منابع مشترک و متعاقب آن صرفه‌جویی در مقیاس است (باروس^۳ و همکاران، ۲۰۲۴: ۳۵۱). مزیت رقابتی یکی از منابع عملکرد پایداری شرکت است. یکی از استراتژی‌هایی که اغلب از رابطه خود با مزیت رقابتی استفاده می‌کند، استراتژی متنوع‌سازی است. استراتژی متنوع‌سازی بر دو مورد تمرکز دارد که عبارتند از شرکت و محصول، هر تغییری که به سمت نوآوری و ایجاد استراتژی برتر انجام شود، همیشه نیازمند متنوع‌سازی است. استراتژی انجام شده بر روی محصولات و خدمات از طریق متنوع‌سازی، یکی از استراتژی‌های جذاب برای مشتریان جدید و قدیمی است و همچنین برای بهبود مزیت رقابتی شرکت مفید است. پنج نیروی پورتر^۴ در مورد رقابت از جانب تازه واردان اغلب باعث می‌شود که مدیریت در حفظ موقعیت خود به‌عنوان رهبر بازار به‌وضوح فکر کند. تنها با توانایی شرکت در تولید محصول و خدمات واجد شرایط می‌توان به عملکرد پایدار شرکت دست یافت (سیهیت^۵، ۲۰۱۸: ۲۸۴).

1. Tjahjadi et al;
2. Standard and Poor's Index (S&P 500)
3. Barros
4. Porter
5. Sihite

استراتژی تجاری: مفهوم استراتژی از زمان پیدایش خود، در مواجهه با پدیده‌هایی که در محیط کسب و کار، به ویژه جهانی شدن رخ می‌دهند، دستخوش تحولی دائمی و پویا بوده است. شریواستاوا^۱ (۱۹۸۶) تأکید می‌کند که استراتژی جهت‌گیری برای تعریف اهداف بلندمدت است که در آن برنامه‌ها و یا طرح‌هایی حیاتی برای دستیابی به این اهداف، مطابق با تخصیص مناسب منابع انتخاب می‌شوند. در راستای حمایت از این خط فکری، نظریه مبتنی بر بازار^۲ و نظریه مبتنی بر منابع^۳، چارچوب نظری مناسبی را برای مطالعه پایداری و مدیریت استراتژیک ارائه می‌کنند (رودریگز و فرانکو^۴، ۲۰۱۹: ۴). دیدگاه مبتنی بر بازار استدلال می‌کند که عوامل صنعت و جهت‌گیری بازار خارجی، عوامل اصلی تعیین‌کننده عملکرد شرکت هستند. یکی از نظریه‌های معروف در دیدگاه مبتنی بر بازار مدل نیروهای پنج‌گانه پورتر^۵ (۱۹۸۰) است. منبع ارزش شرکت در موقعیت رقابتی که موقعیت استراتژیک محصول نهایی را مشخص می‌کند، تعبیه شده است. پنج نقطه قوت در نظر گرفته شده عبارتند از: رقابت در صنعت، موانع ورود، قدرت تأمین‌کننده، قدرت خریدار و محصولات جایگزین. در این منظر، منبع قدرت بازار یک شرکت عملکرد نسبی آن را توضیح می‌دهد (پورباساری^۶ و همکاران، ۲۰۲۰: ۳۸۴). براساس نظریه دیدگاه مبتنی بر منبع نیز، سازمان‌ها سعی می‌کنند تمام منابع خود را کنترل کنند تا استراتژی‌هایی را به کار گیرند که به کارایی برسند. برای اجرای این نظریه، صاحبان شرکت‌ها فرض می‌کنند که رقابت‌پذیری یک شرکت به عوامل خارجی مانند شرایط بازار و صنعت وابسته نیست، بلکه به اثربخشی مدیریت منابع شرکت وابسته است. اگر یک شرکت بتواند محصولات با کیفیت بالا تولید کند یا خدمات با کیفیت بالا را با هزینه‌های رقابتی ارائه دهد، شرکت قادر به ادامه حیات خواهد بود (بودیارتو^۷، ۲۰۲۲: ۴۵). یک سازمان زمانی از مزیت رقابتی برخوردار می‌شود که نسبت به رقبا فعلی و بالقوه خود موفقیت برتری داشته باشد، طبق تئوری مزیت رقابتی پورتر^۸ (۱۹۸۵) که مزیت رقابتی را می‌توان از طریق رهبری هزینه و/یا تمایز

-
1. Shrivastava
 2. Market-based theory
 3. Resource-Based theory
 4. Rodrigues & Franco
 5. Porter
 6. Purbasari et al;
 7. Budiarto
 8. Porter's (1985) Theory of Competitive Advantage

محصول به دست آورد. اولاً، استفاده از عملکرد پایداری شرکتی ممکن است منبعی برای افزایش سودمندی/کارایی منابع باشد و از این رو، فرصت خوبی برای کاهش هزینه‌ها فراهم کند. به‌عنوان مثال، محققان استدلال می‌کنند که عملکرد پایداری شرکتی می‌تواند یک سازمان را در موقعیت بهتری برای مدیریت سرمایه مالی کم هزینه، جذب منابع انسانی بهتر و به حداقل رساندن هزینه‌های مرتبط با عدم انطباق با قوانین و مقررات قرار دهد. دوماً، عملکرد پایداری شرکتی و ویژگی‌های آن می‌تواند منبعی محبوب برای تمایز محصول باشد، که سازمان‌ها را قادر می‌سازد تا برای ویژگی‌های خاص محصولات، قیمت بالاتری دریافت کنند (بوئیان و همکاران، ۲۰۲۳: ۴۲۱۹).

مدیریت ارتباط با مشتری: مدیریت ارتباط با مشتری^۱ تغییری در استراتژی سازمانی است که از استراتژی محصول‌محور به استراتژی مشتری‌محور حرکت می‌کند. پیش از این، استراتژی‌های کسب‌وکار بر روی محصول یا خدمات متمرکز بود و هدف بازاریابی متقاعد کردن مشتریان برای خرید آنها بود. این تغییر، همراه با توسعه فناوری‌های جدید اطلاعات و ارتباطات و اشکال جدید سازمان‌دهی کسب‌وکار، به آنچه که در حال حاضر به‌عنوان مدیریت ارتباط با مشتری شناخته می‌شود، همگرا شده است که روابط بین شرکت‌ها و مشتریان را تغییر می‌دهد (فر استوز و چالمتا، ۲۰۲۳: ۲۴۶). مدیریت ارتباط با مشتری به عنوان یک فناوری نوآورانه است که می‌تواند رضایت، وفاداری و سودآوری مشتری را با توسعه و حفظ روابط موثر با مشتری و تعاملات ذینفعان بهبود بخشد. مدیریت ارتباط با مشتری می‌تواند مشتریان بالقوه را شناسایی کند، ارتباط با مشتریان را بهبود بخشد، و همچنین از طریق بررسی مشتریان، پیشنهادات مناسب محصول به مشتریان را ارائه کند. اجرای خوب مدیریت ارتباط با مشتری می‌تواند بر بهبود عملکرد کارکنان، وفاداری مشتری و روابط اجتماعی بین شرکت‌ها و مشتریان تأثیر بگذارد (جائو، ۲۰۲۳: ۴). فعالیت‌های مرتبط با پایداری در شرکت‌ها را می‌توان در زمینه‌های تولید (مثل تدارکات، تصمیم‌های فنی)، محصول (مثل محصولات یا خدمات و تأثیر آن‌ها در طول چرخه عمرشان) و مدیریت دسته‌بندی کرد. مدیریت ارتباط با مشتری مبتنی بر پایداری، بر دو مورد "محصول" و "مدیریت" تمرکز دارد. ایده اصلی مدیریت

1. Customer Relationship Management (CRM)

2. Ferrer-Estévez, & Chalmeta,

ارتباط با مشتری مبتنی بر پایداری، ادغام مسائل پایداری اقتصادی، زیست محیطی و اجتماعی در حوزه‌های اصلی مدیریت ارتباط با مشتری، یعنی بازاریابی، فروش و خدمات است. از آنجایی که هر دو جریان مدیریت ارتباط با مشتری و پایداری در حال حاضر استراتژی‌های کسب‌وکار را شکل می‌دهند، عملیات‌ها را تغییر می‌دهند و رقابت را تقویت می‌کنند، توجه به آنها به شیوه‌ای یکپارچه معنادار است (مولر^۱، ۲۰۱۴: ۲۰۸).

نوآوری خدمات و محصولات: ظهور اقتصاد سبز^۲ به سازمان‌ها میدان بازی مشتری برای دستیابی به اهداف پایداری بدون در نظر گرفتن اندازه و سن سازمانی ارائه کرده است. دستیابی به درجه بالایی از پایداری مستلزم نوآوری مستمر از نظر توسعه فرآیند و محصول است. سازمان‌ها باید به‌طور مداوم منابع و شایستگی‌های سازمانی را برای غنی‌سازی فرآیندهای نوآوری سبز خود بررسی کرده و تعدیل کنند (عدو ییوح^۳ و همکاران، ۲۰۲۳: ۳۱). قابلیت‌های نوآوری سبز سازمانی با پیکربندی مجدد و همسو کردن منابع سازمانی مورد نیاز برای تبدیل شیوه‌های پایداری به عملکرد کلی شرکت، بر فرآیندهای عملیاتی تأثیر می‌گذارد و آنها را شکل می‌دهد. با پایده سازی گسترده فعالیت‌های پایداری اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی، سازمان‌ها قادر به ایجاد و پیکربندی مجدد قابلیت‌های خود برای غنی‌سازی فرآیند نوآوری و ظرفیت شرکت‌ها هستند. شرکت‌هایی با قابلیت‌های بالا در رابطه با دانش، سرمایه انسانی و زیرساخت‌های فناوری می‌توانند دانش و منابع سبز را به ابزار توسعه و استقرار محصولات و خدمات پایدار تبدیل کنند (فرامپونگ و همکاران^۴، ۲۰۲۱: ۶).

توسعه بازار محصول: ابتکارات بازاریابی سازمان‌ها بر روی برآوردن نیازهای اجتماعی-تکنیکی مخاطبان هدف خود، مانند کمک‌های بلاای طبیعی، حفاظت از محیط زیست، و ارتقای فرهنگی متمرکز است. بهبود درک برند، گسترش سود کسب‌وکار و موفقیت پایدار همگی به‌طور مثبت تحت تأثیر مزیت رقابتی پایداری هستند. در نتیجه، ابتکارات بازاریابی پایدار یک شرکت، درک مطلوب برند و نگرش مصرف‌کننده را تقویت می‌کند و شرکت مزیت‌های رقابتی براساس ارزش ویژه برند

1. Muller
2. Green economy
3. Adu-Yeboah et al;
4. Frempong et al;

کسب می‌کند (گونگ^۱ و همکاران، ۲۰۲۳: ۱۱). بازاریابی پایدار^۲ نقش کلیدی در توسعه محصول پایدار دارد. مفهوم بازاریابی پایدار بر این فرض است که تمامی فعالیت‌های بازاریابی نه تنها باید پاسخگوی نیازهای مشتریان باشد و برای سازمان سودآور باشد، بلکه باید از نظر اجتماعی و زیست-محیطی نیز موثر بوده و منجر به بهبود کیفیت زندگی کل جامعه شود (برزوستویچ^۳، ۲۰۲۳: ۳۱۲). اساس استراتژی خلق ارزش^۴، ارزش مشتری است. عملکرد پایداری جنبه‌های زیست‌محیطی، اجتماعی و اقتصادی چند وجهی را در برمی‌گیرد که پیامدهای گسترده‌ای در بازار جهانی شده دارد. پایداری متمرکز بر بازار^۵ می‌تواند منبعی استراتژیک باشد که منجر به مزیت‌های رقابتی و در نهایت عملکرد برتر یک سازمان می‌شود و در بافت فرهنگی آنجا می‌گیرد. کلید پایداری متمرکز بر بازار، مدیریت خوب و ایجاد رابطه با ذینفعان است. امروزه اکثر سازمان‌ها نیاز به ارائه مهارت‌های رهبری متنوع برای مدیریت مجموعه بزرگ‌تری از ذینفعان را به جای توجه به نیازهای مالکان به عنوان تنها مسئولیت خود می‌شناسند (اوبال و همکاران^۶، ۲۰۲۰: ۴۵).

مدیریت ریسک: مدیریت ریسک شامل اقداماتی است که شرکت‌ها برای اطمینان از اینکه ریسک‌هایی که در معرض آن هستند برای حفظ عملیات اصلی تجاری خود ضروری است، انجام می‌دهند. شرکت‌ها ریسک را شناسایی می‌کنند و سپس اقدامات اولیه یا بعدی را برای عدم مواجهه با خطرات ریسک واقعی از پیش تعیین شده انجام می‌دهند. مدیریت ریسک از دو دیدگاه مورد بررسی قرار می‌گیرد: رویکرد ریسک سنتی و جامع. رویکرد سنتی به سمت راه‌حل‌هایی گرایش دارد که اثرات مخاطره‌آمیز را کنترل می‌کنند، صرف‌نظر از این واقعیت که موقعیت‌های مخاطره‌آمیز نیز می‌توانند فرصت‌های مثبتی را برای شرکت‌ها فراهم کنند. در مقابل، رویکرد جامع، ریسک‌ها را به‌طور یکپارچه ارزیابی می‌کند و یک سلاح موثر برای به حداقل رساندن پراکندگی سود در مواجهه با چالش‌های بازار خارجی است. این دیدگاه امکان در نظر گرفتن ریسک‌ها و فرصت‌های احتمالی را فراهم می‌کند و در عین حال شرایط پویای بازار را

1. Gong et al;
2. Sustainable marketing
3. Brzustewicz
4. Value creating strategy
5. Market-focused sustainability
6. Obal et al;

نیز در نظر می‌گیرد. بنابراین، مدیریت ریسک موثر، نوسانات قیمت، حوادث، عدم اطمینان سیاسی، مسائل مربوط به تامین مواد خام، رشد اقتصادی، بحران‌های زیست‌محیطی و غیره را پوشش می‌دهد (فاندفر و همکاران^۱، ۲۰۲۲: ۴). تغییر دورنما در خصوص عمده ریسک‌های جهانی که توسط مجمع جهانی اقتصاد^۲ در ۱۵ سال گذشته در گزارش‌های ریسک جهانی^۳ شناسایی شده است، منعکس شده است. در سال ۲۰۰۷، تنها ۲۰ درصد از ریسک‌ها مربوط به محیط زیست یا اجتماعی بود، در سال ۲۰۱۲ این رقم ۳۰ درصد بود، تا سال ۲۰۱۷ به ۷۰ درصد و در سال ۲۰۲۰ به ۱۰۰ درصد رسید (مجمع جهانی اقتصاد، ۲۰۲۰). مبانی نظری پایداری حاکی از آن است که این ریسک‌ها و همچنین ریسک‌های جدید و نوظهور از یک آرایه غیرخطی از تعاملاتی ناشی می‌شوند که مبتنی بر روابط به هم پیوسته بین متغیرهای اجتماعی، اکولوژیکی و اقتصادی است که یک سازمان به طور مستقیم و غیرمستقیم به آن وابسته است. پایداری و مدیریت ریسک از نظر هدف و خروجی هر دو در راستای کاهش تأثیرات و مدیریت عدم قطعیت، مشابه هستند. با این حال، حتی اگر پایداری به طور فزاینده‌ای برای کسب و کار یکپارچه شده باشد، میزان مشارکت و ارتباط آن با مدیریت ریسک در بین سازمان‌ها به طور قابل توجهی متفاوت است. این نشان می‌دهد که پایداری و مدیریت ریسک دو چارچوب مجزا برای مدیریت عدم اطمینان در تجارت باقی می‌مانند (هیوود^۴، ۲۰۲۲: ۱۴۸۹). پایداری شرکتی تأثیرات آتی عملکرد فعلی سازمان را بر سیستم اقتصادی، جامعه و محیط طبیعی در نظر می‌گیرد، بنابراین ادغام آن در برنامه‌ریزی استراتژیک شرکت مهم است. از سوی دیگر، مدیریت ریسک سازمانی^۵ یک رویکرد سازمان یافته برای غلبه بر عدم تطابق بین استراتژی، رویه‌ها، کارگران، ماشین‌آلات و تخصص سازمان‌ها برای برآورد و کنترل ریسک‌های مرتبط با عملیات در یک سازمان خاص است. به طور عملی با توجه به تغییرات اخیر در قوانین جدید، مخاطرات جغرافیایی، وضع قوانین و افزایش تقاضای ذینفعان، شرکت‌ها متقاعد شده‌اند که یک رویکرد مدیریت ریسک کارا را اتخاذ کنند (لای و همکاران^۶، ۲۰۲۱: ۱۲۴).

1. Faedfar et al;
2. World Economic Forum
3. Global Risk Reports
4. Haywood
5. Enterprise Risk Management (ERM)
6. Lai et al;

علاوه بر مواردی که در بالا اشاره شد، محمودی و همکاران (۱۴۰۲) عوامل کلیدی پایداری شرکتی را سه طبقه علی (شامل ۵ مولفه الزامات محیطی، مشوق‌های محیطی، فشارهای محیطی، ویژگی‌های فرهنگی، اجتماعی و سیاسی کشور و ویژگی‌های محیط بین‌الملل) زمینه‌ای (شامل ۴ مؤلفه ویژگی‌های محیط شرکت، ویژگی‌های اقتصادی کشور، مشوق‌های مالی و محیط حسابداری و مالی کشور)، مداخله‌گر شامل ۶ مولفه ویژگی‌های ساختاری شرکت، ویژگی‌های حاکمیت شرکتی، رقابت در صنعت، ویژگی‌های رفتاری مدیران و ویژگی‌های عملکردی) راهبردی (شامل ۶ مؤلفه استقرار نظام کنترل داخلی، آموزش مقوله پایداری، مشخص کردن نهاد مسئول پایداری، تدوین اصول و استانداردهای پایداری، تقویت و استفاده از فناوری‌های نوین و تشکیل کمیته پایداری در شرکت‌ها را شناسایی کردند. اخترشناس و همکاران (۱۳۹۹) عوامل کلیدی پایداری شرکتی را در ۴ بعد اصلی ویژگی‌های شرکت، عوامل مدیریتی، عوامل بازار و عوامل کلان و ۹ مولفه ویژگی‌های ساختاری، ویژگی‌های عملکردی، سطح فردی، سطح سازمانی، بازار سرمایه، عوامل تجاری، عوامل اقتصادی، عوامل اجتماعی و عوامل سیاسی گزارش کردند.

روش‌شناسی پژوهش

با توجه به موضوع پژوهش حاضر که به شناسایی مولفه‌های موثر بر عملکرد پایداری شرکت‌ها می‌پردازد و نتایج آن می‌تواند جهت ارتقای عملکرد پایداری شرکت‌ها مورد استفاده مدیران و سایر ارکان راهبری شرکتی قرار گیرد، بنابراین پژوهش پیش رو از لحاظ هدف، کاربردی و به جهت نحوه گردآوری داده‌ها پیمایشی از نوع توصیفی - همبستگی است. برای تدوین مبانی نظری و پیشینه پژوهش از روش کتابخانه‌ای و برای جمع‌آوری داده‌های کمی مربوط به مولفه‌های موثر بر عملکرد پایداری از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده است. روایی^۱ پرسشنامه با توجه به هدف پژوهش از روش خبرگان به دست آمده است. جهت انتخاب خبرگان محدودیت‌های زیر در نظر گرفته شد؛
 خبره مورد نظر: (۱) متخصص در حوزه مدیریت، حسابداری و مالی باشد (۲) عضو هیئت علمی دانشگاه باشد (۳) سابقه تدریس، پژوهش و همچنین راهنمایی در پایان‌نامه‌های دانشگاهی بالای ۱۰ سال داشته باشد (۴) به موضوع پایداری شرکتی علاقه و تسلط داشته باشد. با در نظر گرفتن شرایط

1. Validity

فوق تعداد ۵ خبره انتخاب و پرسشنامه‌ی پژوهش بعد از طراحی در اختیار آنها قرار گرفت و مناسب بودن گویه‌ها به منظور اندازه‌گیری هدف مورد نظر، بررسی و مورد تأیید خبرگان قرار گرفت. برای ارزیابی پایایی^۱ (قابلیت اعتماد) پرسشنامه نیز از آزمون آلفای کرونباخ^۲ در نرم افزار SPSS25 و جهت تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده و شناسایی مولفه‌های موثر بر عملکرد پایداری شرکت‌ها از روش تحلیل عاملی تأییدی^۳ (CFA) و نرم‌افزار Amos24 استفاده شد. جامعه آماری پژوهش حاضر، اعضای هیأت علمی دانشگاه‌ها، افراد شاغل در حرفه حسابداری در بخش خصوصی، افراد شاغل در حرفه حسابداری بخش عمومی و فعالان بازار سرمایه هستند. در این پژوهش نمونه‌گیری با استفاده از رویکرد غیراحتمالی و به روش نمونه در دسترس^۴ انجام شده است. با توجه به اینکه تعداد اعضای هیأت علمی دانشگاه‌ها، افراد شاغل در حرفه حسابداری در بخش خصوصی، افراد شاغل در حرفه حسابداری بخش عمومی و فعالان بازار سرمایه نامحدود می‌باشند، طبق جدول کرجسی و مورگان^۵ (۱۹۷۰)، در سطح خطای ۰/۰۵ باید ۳۸۴ نمونه آماری انتخاب و پرسشنامه بین آنها توزیع شود. جهت اطمینان از پاسخگویی به تعداد کافی، ۵۰۰ پرسشنامه بین اعضای جامعه آماری از طریق ایمیل و حضوری ارسال و توزیع شد و سپس به ۴۳۶ پرسشنامه پاسخگویی شد. پس از بررسی و حذف پرسشنامه‌های ناقص تعداد ۴۰۰ پرسشنامه قابل قبول و قابل تحلیل تشخیص داده شد.

یافته‌های پژوهش

آمار توصیفی: با توجه به موضوع و هدف پژوهش حاضر که شناسایی مولفه‌های موثر بر عملکرد پایداری شرکت‌ها می‌باشد از روش تحلیل عاملی تأییدی (CFA) استفاده شده است. بنابراین ابتدا با مطالعه مبانی نظری و پیشینه پژوهش سازه‌های احتمالی موثر بر عملکرد پایداری شرکت‌ها در دو گروه عوامل درون-سازمانی (مدیریت سرمایه در گردش، کارایی سرمایه گذاری، شدت تحقیق و توسعه، چرخه عمر شرکت، سرمایه فکری و کیفیت راهبری شرکتی) و عوامل برون سازمانی (متنوع سازی تجاری، استراتژی تجاری، مدیریت ارتباط با مشتری، نوآوری خدمات و محصولات، توسعه بازار محصول و مدیریت ریسک)

1. Reliability
2. Cronbach's alpha
3. Confirmatory Factor Analysis
4. Convenience Sampling
5. Krejcie and Morgan

طبقه بندی شدند. سپس داده‌های میزان اثرگذاری سازه‌های هر عامل از طریق توزیع پرسشنامه شامل ۱۲ پرسش با طیف لیکرت^۱ پنج درجه‌ای بین اعضای نمونه آماری، جمع آوری شد. روایی پرسشنامه توسط ۵ نفر از اساتید پژوهشگر حوزه مدیریت و مالی بررسی و مورد تأیید قرار گرفته است. نتایج آزمون آلفای کرونباخ برای ارزیابی پایایی (قابلیت اعتماد) پرسشنامه پژوهش به شرح جدول ۱ می باشد.

جدول ۱. پایایی (قابلیت اعتماد) پرسشنامه پژوهش

تعداد سوالات	تعداد پاسخ دهندگان	آلفای کرونباخ
۱۲	۴۰۰	۰/۷۲۴

با توجه به جدول (۱) مقدار آلفای کرونباخ ۰/۷۲۴ بدست آمده است و با توجه به آنکه از ۰/۷ بزرگتر است می توان پایایی (قابلیت اعتماد) قابل قبول پرسشنامه شناسایی عوامل اثرگذار بر عملکرد پایداری شرکت‌ها را نتیجه گرفت.

قبل از انجام تحلیل عاملی تائیدی باید از کافی بودن حجم نمونه آماری انتخاب شده اطمینان حاصل کرد. آزمون KMO و بارتلت^۲ روش‌های علمی برای اطمینان از کافی بودن تعداد نمونه انتخاب شده در تحلیل عاملی هستند. شاخص کفایت نمونه بر اساس آزمون KMO و بارتلت به شرح جدول ۲ می باشد.

جدول ۲. آزمون KMO و بارتلت

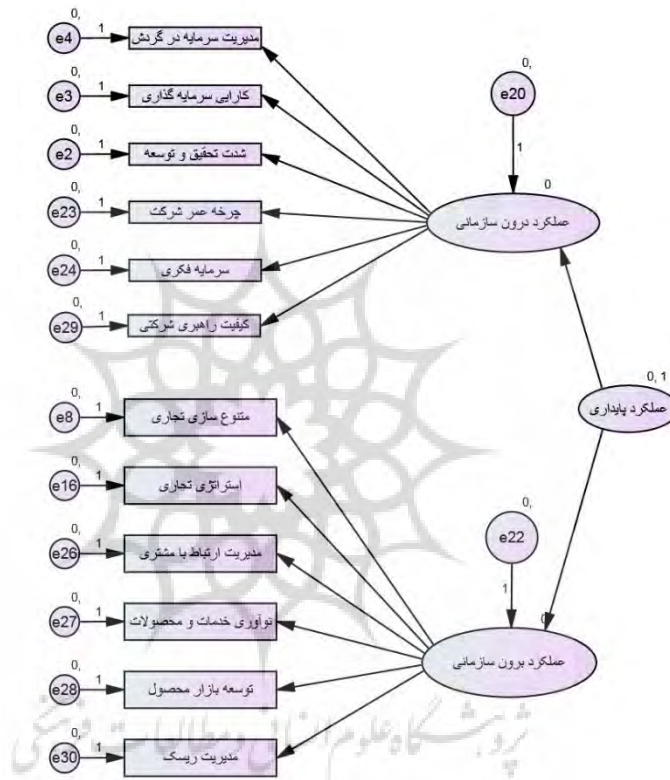
KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.780
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	988.816
	df	66
	Sig.	.000

با توجه به جدول (۲) مقدار شاخص کفایت نمونه (KMO) ۰/۷۸۰ و مقدار معناداری (Sig) آزمون بارتلت نیز ۰/۰۰۰ بدست آمده است و با توجه به آن که شاخص کفایت نمونه (KMO) از ۰/۷ بزرگتر است و سطح معنی داری آزمون بارتلت کوچک تر از ۰/۰۵ است، می توان نتیجه گیری کرد که حجم نمونه آماری برای تحلیل عاملی کافی است.

1. Likert scale

2. KMO and Bartlett's test of Sphericity

همان‌طور که بیان شد جهت تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده از طریق پرسشنامه و تحلیل عاملی تأییدی (CFA) عوامل اثرگذار بر عملکرد پایداری شرکت‌ها از نرم‌افزار Amos 24 استفاده شده است. بنابراین ابتدا مدل مفهومی پژوهش در محیط نرم‌افزار Amos 24 طراحی شد که در شکل ۱ ارائه شده است. در شکل ۱ دو گروه عوامل درون‌سازمانی و برون‌سازمانی به عنوان عوامل اصلی اثرگذار بر عملکرد پایداری شرکت‌ها در نظر گرفته شد و سپس برای آنها سازه‌هایی در نظر گرفته شد که در قالب ۱۲ پرسش در پرسشنامه آورده شد.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

جدول (۳) اطلاعات (فراوانی و درصد) جمعیت‌شناسی نمونه آماری پژوهش را ارائه می‌کند. بر اساس جدول ۳ جنسیت ۱۳٪ از پاسخ‌دهندگان زن و ۸۷٪ درصد نیز مرد بوده است. رده سنی اکثریت (۸۲٪) نمونه آماری بین ۳۰ تا ۴۰ سال می‌باشد. اکثریت (۷۱٪) نمونه آماری دارای تحصیلات کارشناسی ارشد می‌باشند و تقریباً ۶۰٪ از پاسخ‌دهندگان تحصیلات در رشته حسابداری دارند. همچنین ۴۵٪ از پاسخ‌دهندگان در دستگاه‌های اجرایی اشتغال دارند.

جدول ۳. فراوانی و درصد جمعیت‌شناسی

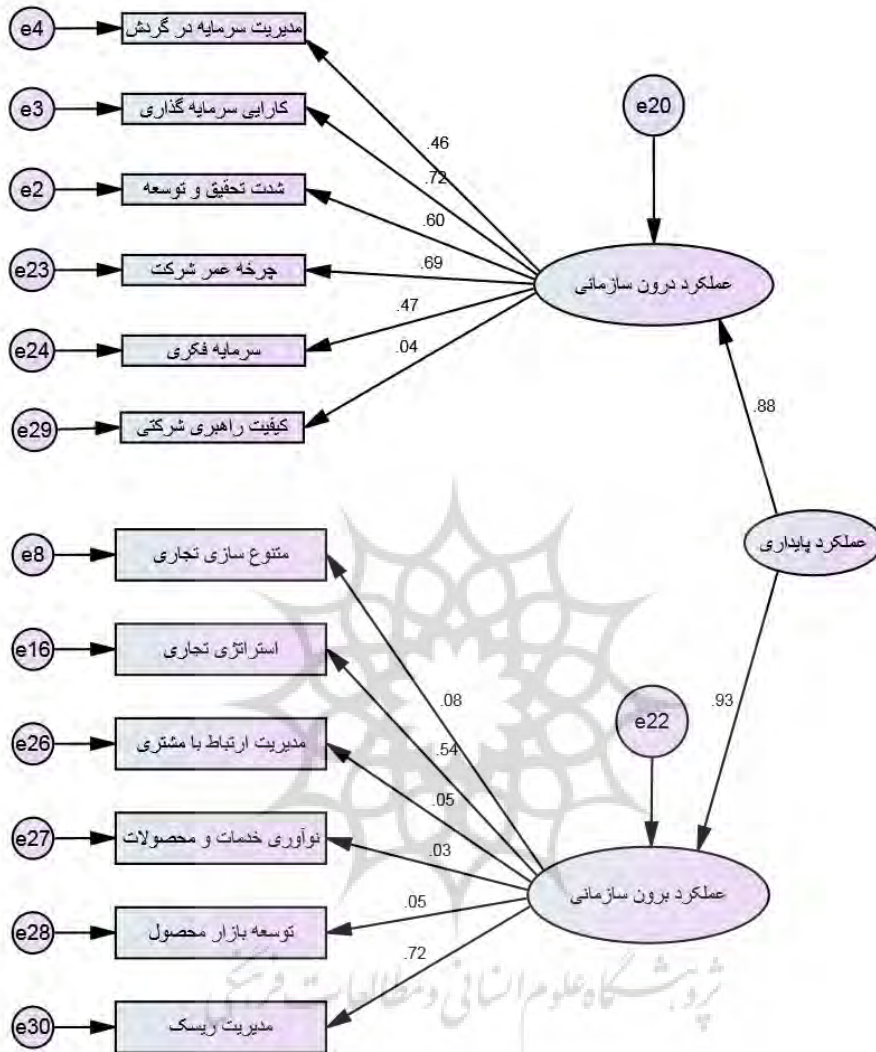
متغیرها	ابعاد	فراوانی	درصد
جنسیت	زن	۵۳	۳.۱۳
	مرد	۳۴۷	۸۶.۷
سن	۳۰-۴۰ سال	۳۲۶	۸۱.۵
	۴۰-۵۰ سال	۷۶	۱۸.۵
تحصیلات	کارشناسی ارشد	۲۸۳	۷۰.۷
	دکتری	۱۱۷	۲۹.۳
رشته تحصیلی	حسابداری	۲۴۱	۶۰.۳
	مالی	۷۲	۱۸.۰
	اقتصاد	۴۳	۱۰.۷
	مدیریت	۴۴	۱۱.۰
وضعیت اشتغال	عضو هیأت علمی	۱۰۰	۲۵.۰
	شاغل در حرفه	۱۰۱	۲۵.۳
	شاغل در دستگاه اجرایی	۱۸۰	۴۵.۰
	فعال بازار سرمایه	۱۹	۴.۸

جدول (۴) آمار توصیفی عوامل موثر بر عملکرد پایداری شرکت‌ها که از طریق پرسشنامه با طیف لیکرت پنج درجه ای جمع آوری شده است را نشان می‌دهد.

جدول ۴. آمار توصیفی عوامل موثر بر عملکرد پایداری شرکت‌ها

عامل	سازه‌ها	پرسش	میانگین	انحراف استاندارد	کجی	کشیدگی
عوامل درون سازمانی	مدیریت سرمایه در گردش	Q1	۴.۲	۰.۹۸۱	-۱.۲۱	۱.۱۲۵
	کارایی سرمایه گذاری	Q2	۳.۴۸	۱.۰۰۱	-۰.۴۵۸	۰.۱۰۸
	شدت تحقیق و توسعه	Q3	۳.۵۸	۰.۹۲	-۰.۰۲۸	۰.۰۱۷
	چرخه عمر شرکت	Q4	۳.۸۸	۰.۷۴۹	-۱.۵۹۱	۴.۳۹
	سرمایه فکری	Q5	۴.۲۵	۰.۶۶۲	-۰.۳۲۵	-۰.۷۷
	کیفیت راهبری شرکتی	Q6	۴.۷۵	۰.۴۳۴	-۱.۱۵۹	-۰.۶۶
عوامل برون سازمانی	متنوع سازی تجاری	Q7	۴.۱۶	۰.۹۹۴	-۱.۴۰۷	۱.۹۲۱
	استراتژی تجاری	Q8	۳.۹۴	۰.۹۲۵	-۰.۹۷۳	۱.۱۸۹
	مدیریت ارتباط با مشتری	Q9	۴.۵	۰.۷۰۸	-۱.۰۶۵	-۰.۲۳۸
	نوآوری خدمات و محصولات	Q10	۴.۶۸	۰.۵۱۸	-۱.۳۰۸	۰.۷۱۴
	توسعه بازار محصول	Q11	۴.۳۸	۰.۶۹۷	-۰.۶۶۳	-۰.۷۳۳
	مدیریت ریسک	Q12	۴.۰۲	۱.۰۲	-۰.۸۷۲	۰.۲۸۹

آمار استنباطی: پس از اطمینان از روایی و پایایی پرسشنامه پژوهش و قابلیت اعتماد سازه‌های استخراج شده از پرسشنامه پژوهش و همچنین کفایت نمونه آماری، مدل اولیه بر اساس مدل مفهومی پژوهش به روش تحلیل عاملی تأییدی (CFA) با استفاده از نرم‌افزار Amos24 برازش شد که نتایج آن به شرح شکل ۲ می‌باشد.



شکل ۲. ضرایب استاندارد مدل اولیه برازش شده

جدول (۵) ضرایب استاندارد، خطای انحراف استاندارد، آماره t و سطح معنی‌داری هر یک از سازه‌های عوامل موثر بر عملکرد پایداری شرکت‌ها را نشان می‌دهد. سازه‌هایی (پرسش‌هایی) که سطح معنی‌داری آنها بزرگ‌تر از $0/05$ باشد در ابعاد عوامل موثر بر عملکرد پایداری شرکت‌ها معنی‌دار نیستند و باید از مدل حذف شوند.

جدول ۵. آماره‌های تحلیل عاملی

عامل	سازه‌ها	پرسش	ضرایب استاندارد	خطای انحراف استاندارد	آماره t	سطح معنی‌داری
عوامل درون سازمانی	مدیریت سرمایه در گردش	Q1	.۴۶۱	.۰۴۴	۹۴.۸۸۹	.۰۰۰
	کارایی سرمایه گذاری	Q2	.۷۲۰	.۱۰۲	۱۰.۲۶۴	.۰۰۰
	شدت تحقیق و توسعه	Q3	.۶۰۰	.۰۸۸	۹.۱۴۸	.۰۰۰
	چرخه عمر شرکت	Q4	.۶۹۱	.۰۷۵	۱۰.۰۳۰	.۰۰۰
	سرمایه فکری	Q5	.۴۶۹	.۰۳۶	۱۱۷.۰۲۲	.۰۰۰
	کیفیت راهبری شرکتی	Q6	.۰۳۷	.۰۳۶	.۶۵۸	.۵۱۱
عوامل برون سازمانی	متنوع سازی تجاری	Q7	.۰۷۷	.۰۴۸	۸۵.۸۷۵	.۰۰۰
	استراتژی تجاری	Q8	.۵۴۴	.۷۱۱	۶.۵۴۹	.۰۰۰

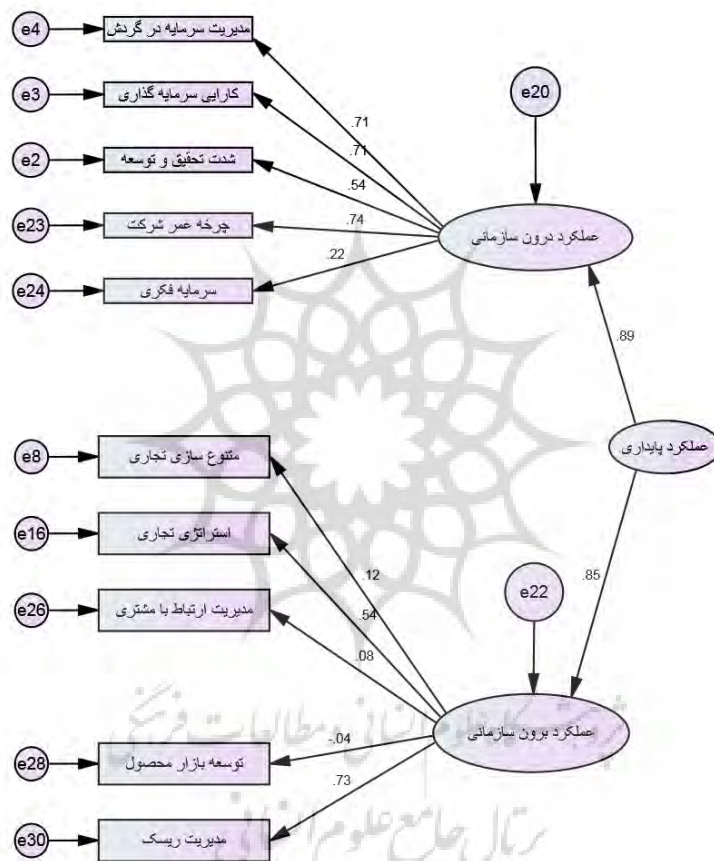
عامل	سازه‌ها	پرسش	ضرایب استاندارد	خطای انحراف استاندارد	آماره t	سطح معنی داری
	مدیریت ارتباط با مشتری	Q9	.۰۴۵	.۰۳۵	۱۲۷.۲۱۸	.۰۰۰
	نوآوری خدمات و محصولات	Q10	.۰۲۶	.۲۸۵	.۴۳۹	.۶۶۱
	توسعه بازار محصول	Q11	.۰۴۶	.۰۳۵	۱۲۵.۲۰۱	.۰۰۰
	مدیریت ریسک	Q12	.۷۲۵	۸۶۹	۷.۸۲۳	.۰۰۰

همانطور که در جدول (۵) مشاهده می‌شود، سطح معنی داری ضرایب استاندارد تمامی سازه‌های ابعاد عوامل موثر بر عملکرد پایداری شرکت‌ها بجز "کیفیت راهبری شرکتی" و "نوآوری خدمات و محصولات" کوچک‌تر از ۰/۰۵ می‌باشند، بنابراین تمامی ضرایب بجز ضرایب "کیفیت راهبری شرکتی" و "نوآوری خدمات و محصولات"، معنی دار هستند و پرسش‌های مذکور توانسته است ابعاد عوامل موثر بر عملکرد پایداری شرکت‌ها را اندازه‌گیری کند. بنابراین در ادامه سازه‌های "کیفیت راهبری شرکتی" و "نوآوری خدمات و محصولات" از مدل اولیه پژوهش حذف شده و مدل اصلاح شده مجدد برآورد می‌شود. ضرایب استاندارد مدل اصلاح شده برآورد شده و ضرایب تحلیل مسیر^۱ هر یک از عوامل بر عملکرد پایداری شرکت‌ها در شکل ۳ و جدول ۶ ارائه شده است.

جدول ۶. ضرایب تحلیل عاملی عوامل موثر بر عملکرد پایداری شرکت‌ها

عوامل	مسیر	متغیر وابسته	ضرایب استاندارد	خطای انحراف استاندارد	آماره t	سطح معنی داری
درون سازمانی	←	عملکرد پایداری شرکت‌ها	۸۹۳	.۰۴۶	۱۲.۷۰۳	.۰۰۰۰۰
برون سازمانی	←	عملکرد پایداری شرکت‌ها	۸۴۹	.۰۵۲	۱۱.۵۵۵	.۰۰۰۰۰

بر اساس جدول (۶) مشخص می‌شود که عوامل درون‌سازمانی و برون‌سازمانی مورد نظر در سطح اطمینان ۹۵٪ بر عملکرد پایداری شرکت‌ها تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد. همان‌طور که در جدول (۶) نشان داده شده است، عوامل درون‌سازمانی تأثیر بیشتری بر عملکرد پایداری شرکت‌ها دارند.



شکل ۳. ضرایب استاندارد مدل اصلاح شده برازش شده

همچنین جهت ارزیابی قابلیت اتکاء نتایج برازش مدل اولیه اصلاح شده پژوهش شاخص‌های مختلف برازش مدل به شرح جدول ۷ ارائه شده است. همان‌طور که مشاهده می‌شود شاخص برازش خی - دو به هنجار (CMIN/DF) در دامنه مربوط ۱-۵ قرار دارد و شاخص ریشه میانگین مربعات خطای تقریب (RMSEA) کوچک‌تر از ۰/۰۵ است که نشان از اقتصادی بودن مدل مورد آزمون دارد. همچنین شاخص تناسب مقایسه‌ای (CFI) بزرگ‌تر از ۰/۷ است که نشان از برازش مطلوب و مناسب مدل دارد.

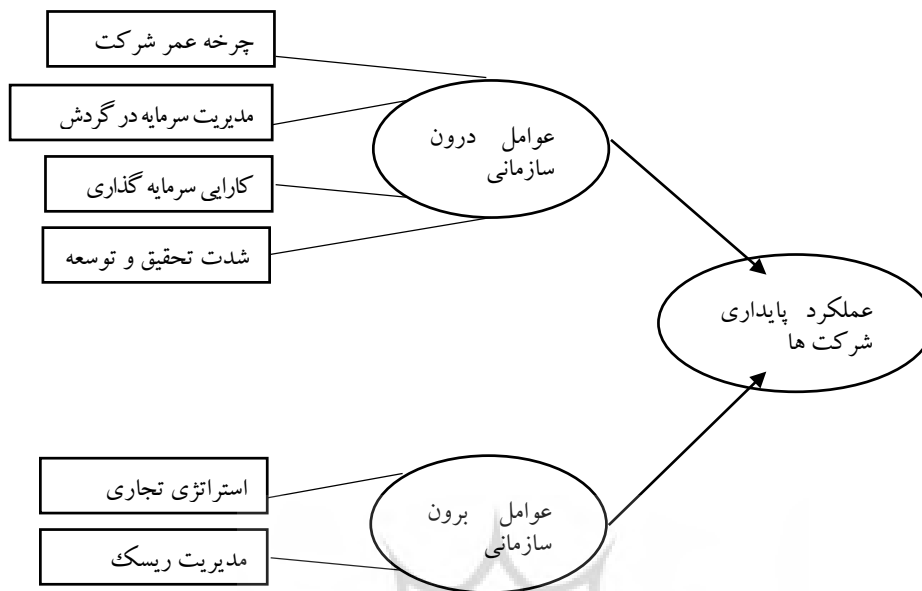
جدول ۷. بررسی اعتبار برازش مدل

نوع شاخص	عنوان شاخص	نماد	دامنه مجاز	مقدار شاخص مدل برازش شده	نتیجه
مقتصد	خی - دو به هنجار	CMIN/DF	۱-۵	۳.۷۸۶	قابل قبول
تطبیقی	تناسب مقایسه‌ای	CFI	< ۰.۷	.۷۸۰	قابل قبول
مقتصد	ریشه میانگین مربعات خطای تقریب	RMSEA	> ۰.۰۸	.۰۰۹	قابل قبول

همچنین با بررسی بارهای عاملی^۱ سازه‌های عوامل درون و برون‌سازمانی طبق شکل (۳) سازه‌هایی که بارهای عاملی کوچک‌تر از ۰/۴ دارند از مدل اولیه پژوهش و نهایتاً مدل نهایی پژوهش به شرح شکل (۴) ارائه می‌شود. بدین ترتیب سازه‌های چرخه عمر شرکت، مدیریت سرمایه در گردش، کارایی سرمایه‌گذاری و شدت تحقیق و توسعه مربوط به عوامل درون‌سازمانی و مدیریت ریسک و استراتژی تجاری مربوط به عوامل برون‌سازمانی که بارهای عاملی بزرگ‌تر از ۰/۴ دارند به عنوان سازه‌های تشکیل‌دهنده متغیر پنهان^۲ عوامل درون‌سازمانی و عوامل برون‌سازمانی پذیرفته و به ترتیب ذکر شده بر عملکرد پایداری شرکت‌ها تأثیر مثبت و معنی‌داری دارند.

1. Factor Loading

2. Latent variable



شکل ۴. شکل نهایی مدل ارائه شده

بحث و نتیجه گیری

هدف پژوهش حاضر شناسایی مولفه‌های موثر بر عملکرد پایداری شرکت‌های ایرانی از طریق مطالعه مبانی نظری و پیشینه پژوهش و تأیید اثرگذاری آنها از طریق توزیع پرسشنامه بین صاحب‌نظران حوزه مربوطه به روش تحلیل عاملی تأییدی بود. پس از بررسی مبانی نظری و پیشینه پژوهش ۱۲ سازه عملکردی تأثیرگذار شناسایی و در دو گروه عوامل درون و برون سازمانی طبقه‌بندی و در قالب پرسشنامه با ۱۲ سوال با طیف پنج گزینه‌ای لیکرت طراحی و بین اعضای هیأت علمی دانشگاه‌ها، افراد شاغل در حرفه حسابداری در بخش خصوصی، افراد شاغل در حرفه حسابداری بخش عمومی و فعالان بازار سرمایه توزیع شد. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل آماری به روش تحلیل عاملی تأییدی بیانگر تأیید آماری اثرگذاری عوامل درون سازمانی شامل چرخه عمر شرکت، مدیریت سرمایه در گردش، کارایی سرمایه‌گذاری و شدت تحقیق و توسعه و همچنین عوامل برون‌سازمانی از جمله

مدیریت ریسک و استراتژی تجاری بر عملکرد پایداری شرکت‌ها بود. با توجه به نتایج حاصله می‌توان نتیجه‌گیری کرد که ویژگی شرکت و تصمیمات درون‌سازمانی بیشترین تأثیر بر عملکرد پایداری شرکت‌ها را دارد. به عنوان نمونه چرخه عمر شرکت می‌تواند یک عامل موثر بر منابع و مصارف مالی، تصمیمات مالی، سرمایه‌گذاری و عملیاتی و نحوه جهت‌گیری سیاست‌های توسعه‌های شرکت‌ها باشد. مدیریت سرمایه در گردش نیز با مدیریت صحیح دارایی‌ها و بدهی‌ها سیال و جاری شرکت به سیاست‌های تصمیمات مالی، سرمایه‌گذاری و عملیاتی ثبات و پایداری می‌دهد. از طرفی کارایی سرمایه‌گذاری باعث استفاده از فرصت‌های رشد و کسب بازده مناسب از منابع سرمایه‌گذاری شده در پروژه‌ها می‌شود که به نوبه خود می‌تواند به توسعه سرمایه‌گذاری‌های بهینه در حوزه‌های زیست محیطی و اجتماعی در شرکت‌ها منجر شود. یکی از راهکارهای توسعه کمی و کیفی و حفظ توان رقابتی شرکت‌ها نیز انجام فعالیت‌های تحقیق و توسعه در راستای پاسخگویی به بازار و رضایت مشتریان است. بنابراین می‌توان نتیجه‌گیری کرد که از دیدگاه صاحب‌نظران مدیران طی چرخه عمر شرکت با مدیریت سرمایه در گردش و حفظ تداوم و ثبات عملیات جاری شرکت و همچنین برنامه‌ریزی مناسب جهت انجام فعالیت‌های تحقیق و توسعه و سرمایه‌گذاری‌های کارا می‌توانند منجر به افزایش عملکرد پایداری شرکت خود شوند. همچنین بخش دیگر نتایج حاصل از تحلیل عاملی تأییدی بیانگر تأیید آماری اثرگذاری عوامل برون‌سازمانی شامل مدیریت ریسک و استراتژی تجاری بر عملکرد پایداری شرکت‌ها بود. می‌توان نتیجه‌گیری کرد که از دیدگاه پاسخ‌دهندگان، مدیریت ریسک که به شناسایی مخاطرات درون و به ویژه برون‌سازمانی که یک شرکت را تهدید می‌کند، می‌پردازد، می‌تواند ریسک‌های اقتصادی، زیست‌محیطی و اجتماعی ناشی از فعالیت‌های جاری و آتی شرکت‌ها را شناسایی و هشدارهای مناسب به مدیران جهت انجام اقدامات پیشگیرانه را ارائه دهد. همچنین استراتژی‌های تجاری که در واقع جهت‌گیری عملیات تجاری یک شرکت در برابر رقبا در یک بازار رقابتی را تعیین می‌کند می‌تواند در کسب مزیت‌های رقابتی و پایداری شرکتی به مدیران کمک کند. بنابراین شرکت‌ها باید با تدوین یک استراتژی تجاری صریح، اقدام به شناسایی ریسک‌های درون و برون‌سازمانی در مسیر دستیابی به اهداف و مأموریت‌های تعریف شده در این استراتژی و مدیریت این ریسک‌ها اقدام نمایند. با توجه به نوظهور بودن بحث عملکرد پایداری

شرکت‌ها در جهان و به خصوص ایران، پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های بیشتر در راستای معرفی این حوزه دانشی به مدیران، ذینفعان، حسابداران و حسابرسان، ناظران بازارهای مالی، قانون‌گذاران و... شود. همچنین با مطرح شدن بحث تدوین استانداردهای گزارشگری پایداری شرکت‌ها توسط سازمان حسابرسی، ضرورت آشنایی هرچه بیشتر دانشجویان، افراد شاغل در حرفه حسابداری و حسابرسی و.. با این حوزه بیشتر احساس می‌شود. همچنین ضروری است که سرمایه‌گذاران، اعتباردهندگان و سایر فعالان بازار سرمایه الگوهای ارزشیابی عملکرد شرکت‌ها را که مبتنی بر شاخص‌های مالی و اقتصادی است تعدیل کنند.



منابع

- احمدزاده، یونس؛ مران‌جوری، مهدی؛ علیخانی کشکک، رضیه؛ تقی‌پوریان گیلانی، یوسف. (۱۴۰۱). ارائه چارچوب گزارشگری پایداری مبتنی بر ایجاد توازن بین انتظارات ذینفعان و ظرفیت‌های شرکت، پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی، ۱۴(۵۶):۱۶۱-۱۹۰.
- اخترشناس، داریوش؛ خدای‌پور، احمد؛ پورحیدری، امید. (۱۳۹۹). تدوین مدل عوامل مؤثر بر پایداری شرکتی در ایران، مطالعات تجربی حسابداری مالی، ۱۷(۶۵): ۱۷۵-۲۰۱.
- رکن‌الدینی، سیدعلیرضا؛ عندلیب‌اردکانی، داوود؛ زارع احمدآبادی، حبیب؛ حسینی‌بامکان، سیدمجتبی. (۱۴۰۲). مدل‌سازی توانمندسازهای صنعت ۴،۰ در پیاده‌سازی زنجیره تأمین پایدار با رویکرد دیمتل-فرآیند تحلیل شبکه‌ای فازی، چشم‌انداز مدیریت صنعتی، ۱۳(۱):۱۴۱-۱۷۲.
- عبدی، مصطفی؛ کردستانی، غلامرضا؛ رضازاده، جواد. (۱۳۹۸). طراحی الگوی منسجم گزارشگری پایداری شرکت‌ها، پژوهش‌های حسابداری مالی، ۱۱(۴)، ۲۳-۴۴.
- فرخی، مجتبی؛ غلامی جمکرانی، رضا؛ کاشانی‌پور، محمد؛ مهربان‌پور، محمدرضا؛ میثمی، حسین. (۱۳۹۹). ابعاد و مولفه‌های کلیدی گزارشگری پایداری شرکتی با رویکرد اسلامی، معرفت اقتصاد اسلامی، ۱۱(۲): ۱۷۳-۱۹۱.
- عامری، حسین. (۱۳۹۸). بررسی تأثیر ویژگی‌های هیات مدیره بر افشای گزارش پایداری شرکت‌ها. حسابداری و منافع اجتماعی، ۹(۳): ۲۰۲-۱۸۵.
- محمودی، رضا؛ طالب‌نیا، قدرت‌اله؛ و کیلی‌فرد، حمیدرضا؛ احمدی، فائق؛ مرادی‌شهدادی، خسرو. (۱۴۰۲). ارائه‌ی الگوی گزارشگری پایداری با رویکرد تئوری داده‌بنیاد در شرکت‌های پذیرفته شده بورس اوراق بهادار تهران، اقتصاد مالی، ۱۷(۶۴)، ۲۰۷-۲۲۲.
- یوسفی‌زاده، سحر؛ فخاری، حسین. (۱۴۰۲). تبیین ابعاد و مولفه‌های چارچوب گزارش پایداری با رویکرد دلفی فازی. حسابداری و منافع اجتماعی، ۱۳(۳): ۶۲-۳۷.

References

- Abdi, M; Kordestani, G; & Rezazadeh, J. (2020). Sustainability Reporting: Ratings of Drivers and Indicators. *Empirical Research in Accounting*, 10(2), 71-114. (In Persian).
- Achim, M.V; Vaidean, V.L; Sabau, A.I. & Safta, I.L. (2022). The impact of the quality of corporate governance on sustainable development: An analysis based on development level. *Econ. Res. -Ekon. Istraživanja* , 36(6),930-959.

- Adu-Yeboah, S.S; Jiang, Y; Frempong, M.F; Hossin, M.A; & Amoako, R. (2023). Corporate Sustainability and Service Innovation, Moderating role of absorptive capacity. *South African Journal of Business Management*, 54(1), 28-85. (Scopus).
- Afzal, F; Lim, B. (2022). Organizational Factors Influencing the Sustainability Performance of Construction Organizations. *Sustainability*, 14, 10449. <https://doi.org/10.3390/su141610449>. (Scopus).
- Ahmadzadeh, Y; Maranjuri, M; Alikhani Kashkak, R; Taghipurian Gilani, Y. (2022). Presenting a sustainability reporting framework based on creating a balance between stakeholders' expectations and the company's capacities, *Financial Accounting and Audit Research*, 14(56):161-190. (In Persian)
- Akhtarshenas, D; Khodamipour, A; & pourheidari, O. (2020). Developing of Effective Factors Model on Corporate Sustainability in Iran. *Empirical Studies in Financial Accounting*, 17(65), 175-201. (In Persian).
- Almulhim, A.A; Aljughaiman, A.A. (2023). Corporate Sustainability and Financial Performance: The Moderating Effect of CEO Characteristics. *Sustainability*, MDPI, 15(16), 1-21. Handle: RePEc:gam: jsusta:v:15:y:2023:i:16:p:12664-d:1221896. (Scopus).
- Ameri, H. (2019). Investigating the Impact of the Board of Directors on Disclosure of Corporate Sustainability Report. *Journal of Accounting and Social Interests*, 9(3): 185-202. (In Persian).
- Anqi, C; San, O. T; Said, R. M; & Weini, S. (2023). The Impact of Green R&D Investment on Corporate Performance and ESG Evaluation. *International Journal of Academic Research in Accounting Finance and Management Sciences*, 13(2), 631-649.
- Araujo, C.L; Picavet, M.E.B; Sartoretto, C.A.P.d.S; Dalla Riva, E. and Hollaender, P.S. (2022). Ecocentric management mindset: a framework for corporate sustainability, *Critical Perspectives on International Business*, Vol. 18 No. 4, pp. 518-545.
- Aydoğan, E; & Kara, E. (2023). The analysis of the dynamic relationship between corporate sustainability and financial performance. *Business and Economics Research Journal*, 14(2), 199-216.
- Barbosa, M; Castañeda-Ayarza, J. A; & Lombardo Ferreira, D. H. (2020). Sustainable strategic management (GES): Sustainability in small business. *Journal of Cleaner Production*, 258, 120880. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.120880>.
- Barros, Victor & Verga Matos, Pedro & Miranda Sarmento, Joaquim & Rino Vieira, Pedro, (2024). ESG performance and firms' business and geographical diversification: An empirical approach, *Journal of Business Research*, Elsevier, 172(12). DOI: 10.1016/j.jbusres.2023.114392
- Bhuiyan, F; Rana, T; Baird, K; & Munir, R. (2023). Strategic outcome of competitive advantage from corporate sustainability practices: Institutional theory perspective from an emerging economy. *Business Strategy and the Environment*, 32(7), 4217-4243. (Scopus).

- Brzustewicz, Paweł. (2023). Incorporating sustainable marketing in the new product development process: evidence from companies operating in Poland. *Qeios*. <https://doi.org/10.32388/51VOIO.2>.
- Budiarto, D. S; Prabowo, M. A.; Uyob, S; & Diansari, R. E. (2022). Diversification Strategy and its Impact on Sustainability: Research on Indonesian SMEs. *International Journal of Applied Economics, Finance and Accounting*, 13(1), 40–49.
- Cantele, S; & Cassia, F. (2020). Sustainability implementation in restaurants: A comprehensive model of drivers, barriers, and competitiveness-mediated effects on firm performance. *International Journal of Hospitality Management*, 87(9), 1-10. (Scopus).
- Diebecker, Jan and Rose, Christian and Sommer, Friedrich, *Corporate Sustainability Performance Over the Firm Life Cycle: Levels, Determinants, and the Impact on Accounting Performance* (December 8, 2017). Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3084601> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3084601>
- Faedfar, S; Özyeşil, M; Çıkrıkçı, M; Benhür Aktürk, E. (2022). Effective Risk Management and Sustainable Corporate Performance Integrating Innovation and Intellectual Capital: An Application on Istanbul Exchange Market. *Sustainability*. MDPI, 14(18),1-13. Handle: RePEc:gam: jsusta:v: 14:y:2022:i:18:p:11532-d:914768.
- Farrokhi, M; Gholami Jamkarani, R; Kashanipour, M; Mehrabanpour, M. R; Maithami, H. (2019). Dimensions and key components of corporate sustainability reporting with an Islamic approach, *Islamic Economics Knowledge*, 11 (2): 173-191. (In Persian)
- Ferrer-Estévez, M. and Chalmeta, R. (2023). Sustainable customer relationship management, *Marketing Intelligence & Planning*, 41(2).244-262.
- Frempong, M.F; Mu, Y; Adu-Yeboah, S.S; Hossin, M.A; & Adu-Gyamfi, M. (2021). Corporate Sustainability and Firm Performance: The Role of Green Innovation Capabilities and Sustainability Oriented Supplier–Buyer Relationship. *Sustainability*, MDPI, vol. 13(18), 1-20, Handle: RePEc:gam: jsusta:v:13:y:2021:i:18:p:10414-d:638471. (Scopus).
- Gardazi, S. S. N; Hassan, A. F. S; & Bello, M. S. (2023). A Bibliometric Analysis of Corporate Sustainability Performance: Current Status, Development and Future Trends. *International Journal of Professional Business Review*, 8(3),1-367.
- Ghardallou, Wafa. (2022). Corporate Sustainability and Firm Performance: The Moderating Role of CEO Education and Tenure, *Sustainability*, MDPI, 14(6),1-16. (Scopus).
- Gong Y, Xiao J, Tang X and Li J (2023). How sustainable marketing influences the customer engagement and sustainable purchase intention? The moderating role of corporate social responsibility. *Front. Psychol.* 14:1128686. doi: 10.3389/fpsyg.2023.1128686.

- Habib, A. M. (2022). Does the efficiency of working capital management and environmental, social, and governance performance affect a firm's value? Evidence from the United States? *Financial Markets, Institutions and Risks*, 6(3), 18-25.
- Haffar, M; Searcy, C. (2017). Classification of trade-offs encountered in the practice of corporate sustainability. *J. Bus. Ethics*, 140(12), 495–522. [CrossRef].
- Haywood, L.K. (2022), Putting risk management into the corporate sustainability context, *Social Responsibility Journal*, 18(8),1485-1504.
- Jha, Milind Kumar & K. Rangarajan. (2020). Analysis of corporate sustainability performance and corporate financial performance causal linkage in the Indian context, *Asian Journal of Sustainability and Social Responsibility*, Springer,5(1), 1-30.
- Kotsantonis, S; Pinney, C; & Serafeim, G. (2016). ESG integration in investment management: Myths and realities. *Journal of Applied Corporate Finance*, 28(2), 10–16.
- Lai, F.W; Shad, M.K; Shah, S.Q.A. (2021). Conceptualizing corporate sustainability reporting and risk management towards green growth in the Malaysian oil and gas industry. In *SHS Web of Conferences*, EDP Sciences: Les Ulis, France, 124, 04001. <https://doi.org/10.1051/shsconf/202112404001>
- Mahmoudi, R; Taleb-nia, Gh; Vakili Fard, H; Ahmadi, F; Moradi Shahdadi, Kh. (2023). Presenting the model of sustainability reporting with the approach of data-based theory in companies admitted to the Tehran Stock Exchange, *Financial Economy*, 17 (64), 207-222. (In Persian)
- Matuszewska-Pierzynka, A. (2021). Relationship between corporate sustainability performance and corporate financial performance: evidence from U.S. companies. *Equilibrium. Quarterly Journal of Economics and Economic Policy*, 16(4), 885–906.
- Moin, Muhammad Shehzad. (2023). *Corporate Sustainability and Working Capital: A panel data analysis of the relationship in Swedish-listed firms*. Umea University, Master's Thesis in Business Administration. 74. URN: urn:nbn:se:umu:diva-211067. OAI: oai:DiVA.org:umu-211067. DiVA, id: diva2:1776753.
- Monteiro, M. M. B. B. (2022). *Impact of environmentally sustainable practices on corporate financial performance: empirical findings from Portuguese SMEs*. Universidade Cattolica Portuguesa. Master's Thesis. <http://hdl.handle.net/10400.14/38677>.
- Morgan, A. K; Awafo, B. A; & Quartey, T. (2021). The effects of COVID-19 on global economic output and sustainability: Evidence from around the world and lessons for redress. *Sustainability: Science, Practice and Policy*, 17(1), 76–80. (Scopus).
- Müller, A. L. (2014). Sustainability and customer relationship management: Current state of research and future research opportunities. *Management Review Quarterly*, 64(4), 201–224.

- Munir, Asma, Khan, Farman Ullah, Usman, Muhammad, & Khuram, Sobia (2019). Relationship between corporate sustainability, corporate governance and financial performance, *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences (PJCSS)*, 13(4), 915-933.
- Nunhes, Thaís Vieira, Merce Bernardo and Otávio José de Oliveira, (2020). Rethinking the Way of Doing Business: A Reframe of Management Structures for Developing Corporate Sustainability, *Sustainability*, MDPI, 12(3), 1-32. (Scopus).
- Obal, M. Morgan, T; & Joseph, G. (2020). Integrating sustainability into new product development: The role of organizational leadership and culture. *Journal of Small Business Strategy*, 30(1), 43-57.
- Oncioiu, Ionica, Anca-Gabriela Petrescu, Florentina-Raluca Bîlcan, Marius Petrescu, Delia-Mioara Popescu, & Elena Anghel. (2020). Corporate Sustainability Reporting and Financial Performance Sustainability 12, (10), 42-97.
- Purbasari et al; (2020). R. Purbasari, D.S. Sari, Z. Muttaqin Mapping of digital industry competitive advantages: Market-based view approach *Review of Integrative Business and Economics Research*, 9 (4), 380-398
- Rodrigues, Margarida & Franco, Mário. (2019). The Corporate Sustainability Strategy in Organizations: A Systematic Review and Future Directions, *Sustainability*, MDPI, 11(22), 1-22. (Scopus).
- Rokneddini, S. A; Andalib Ardakani, D; Zare Ahmadabadi, H; & Hosseini Bamkan, S. M. (2023). Modeling the Enablers of Industry 4.0 in the Implementation of a Sustainable Supply Chain with Fuzzy DEMATEL-ANP. *Journal of Industrial Management Perspective*, 13(1), 141-172. (In Persian).
- Sihite, M. (2018). Competitive Advantage: Mediator of Diversification and Performance. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 288. DOI 10.1088/1757-899X/288/1/012102
- Smiljkovic, Kristina. (2023). Exploring the influence of company sustainability performance on financial performance within and across GICS sectors. University of Vienna. Master's Thesis.
- Sohel Rana, M; Hossain, S.Z. Intellectual Capital, Firm Performance, & Sustainable Growth. (2023). A Study on DSE-Listed Nonfinancial Companies in Bangladesh. *Sustainability*, MDPI, vol. 15(9), 1-23, Handle: RePEc:gam:jsusta:v:15:y:2023:i:9:p:7206-d:1133308.. (Scopus).
- Sreenivasan, Aswathy, and M. Suresh. (2023). Factors influencing sustainability in start-ups operations 4.0. *Sustainable Operations and Computers* 4: 105–18.
- Taha, Rana, Ahmed Al-Omush & Munther Al-Nimer. (2023). Corporate sustainability performance and profitability: The moderating role of liquidity and stock price volatility - evidence from Jordan, *Cogent Business & Management*, 10(1), 216-268.
- Tjahjadi B, Soewarno N, Mustikaningtiyas F. (2021) Good corporate governance and corporate sustainability performance in Indonesia: A triple bottom line approach. *13,7(3)*, 53-62.

- Vale, J; Miranda, R; Azevedo, G; Tavares, M.C. (2022). The Impact of Sustainable Intellectual Capital on Sustainable Performance: A Case Study. *Sustainability*, 14, 43-82. (Scopus).
- WEF (2020a), *Global Risks 2020 Fifteenth Edition*, World Economic Forum: Geneva.
- Werastuti, Desak Nyoman Sri, Anantawikrama Tungga Atmadja, I Made Pradana Adiputra. (2021). Value Relevance of Sustainability Report and Its Impact on Value of Companies. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 197(12), 257-267.
- Wongsnuopparat, S; & Chunyang, W. (2021). Corporate sustainability: Study of factors that affect corporate towards organizational sustainability in today fast-changing world. *Journal of Management and Sustainability*, 11(2), 56-67. (Scopus).
- yousefizadeh, S; & fakhari, H. (2023). Explaining the Dimension and Components of Sustainability Reporting, With a fuzzy Delphi approach. *Journal of Accounting and Social Interests*, 13(3), 37-62. (In Persian)

COPYRIGHTS



This is an open access article under the CC-BY 4.0 license.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی