

شناسایی عوامل مؤثر بر پایداریسازی کسب و کارهای کوچک و بزرگ در کمیتۀ امداد امام خمینی (ره)

بهمن زمانی دستگردی^۱

میثم بابایی فارسانی^۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۴/۰۱ تاریخ چاپ: ۱۴۰۳/۰۶/۳۰

چکیده

هدف از پژوهش حاضر شناسایی عوامل مؤثر بر پایداریسازی کسب و کارهای کوچک و بزرگ در کمیتۀ امداد امام خمینی (ره) بوده است. این پژوهش از منظر هدف کاربردی و از نظر نحوی گردآوری داده ها میدانی، از جهت ابزار پرسشنامه ای و از نظر روش یک پژوهش کیفی بوده است. جامعه آماری جمعی از خبرگان شاغل در کمیتۀ امداد امام خمینی و جمعی از اساتید دانشگاهی به تعداد ۱۵ نفر بوده است و از روش نمونه گیری قضاوتی استفاده شده و نمونه آماری برابر با تمام اعضای خبره بوده لذا تمامی حجم جامعه آماری ۱۵ نفر به عنوان نمونه در نظر گرفته شده و پرسشنامه بین آنها توزیع شده است و از اطلاعات به دست آمده از پرسشنامه ها جهت تجزیه و تحلیل استفاده شده است. ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه محقق ساخته براساس مبانی نظری بوده است که در بخش دلفی در اختیار خبرگان قرار گرفته است. روایی پرسشنامه ها به تأیید اساتید و خبرگان رسید و نرخ ناسازگاری نیز محاسبه شده است و مناسب بوده است. سؤالات پژوهش نیز با استفاده از تکنیک دلفی شناسایی شد، نتایج پژوهش نشان داد از میان ۶ معیار اصلی و ۳۵ زیر معیار شناسایی شده در پیشینه پژوهش از نظر خبرگان ۶ معیار اصلی و ۲۴ زیرمعیار به اجماع نظر رسیدند و ۱۱ زیرمعیار توسط خبرگان حذف شد.

واژگان کلیدی

شناسایی، اولویت بندی، پایداریسازی، کسب و کارهای کوچک و بزرگ، کمیتۀ امداد امام خمینی (ره)

۱. کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی گرایش تولید و عملیات، موسسه آموزش عالی نور هدایت شهرکرد، شهرکرد، ایران.

۲. دکترای مدیریت صنعتی، مدرس موسسه آموزش عالی نور هدایت شهرکرد، شهرکرد، ایران.

مقدمه

امروزه پایداری به عنوان بخشی از مدل کسب و کار در سراسر جهان تبدیل شده است. شرکت‌ها با محیط فیزیکی، بیولوژیکی و اجتماعی خود ارتباط برقرار می‌کنند و بر آن تأثیر می‌گذارند و از آن تأثیر می‌پذیرند. متخصصان حوزه کسب و کار تأکید ویژه‌ای بر شناخت عناصر تأثیرگذار بر پایداری کسب و کار دارند و معمولاً در قالب مدل‌های مفهومی و توصیفی به شرایط پایداری کسب و کار اشاره دارند. مدل پایداری کسب و کار با ایجاد درک مشترک از منطق کسب و کار امکان تجزیه و تحلیل و بهبود مدیریت کسب و کار را فراهم می‌کند ایجاد چشم انداز روشن موجب می‌شود که شرکت‌ها با طرح‌ها و ایده‌های خود زمینه ورود به بازار را فراهم آورده و در نتیجه امکان حفظ و ارتقا موقعیت شرکتشان در بازارهای داخلی و جهانی را فراهم نمایند (رحمان و همکاران^۱، ۲۰۲۲). بنابراین کاملاً بدیهی است که مدل‌های کسب و کار در توسعه اقتصادی و پایداری اقتصاد و گذر از شرایط تحریم نقش مهمی ایفا میکنند. رویکرد جدید نسبت به مسئله پایداری می‌تواند توسط سازمان‌های خصوصی و دولتی به عنوان یک راه حلی جهت تصمیم‌گیری بهتر برای بهبود کسب و کار با توجه به افزایش انعطاف‌پذیری و سازگاری مورد استفاده قرار گیرد، به همین دلیل توجه به مدل کسب و کار پایدار با توجه به افزایش ضریب شکست استارت‌آپ‌ها بسیار حائز اهمیت است. استفاده از اصول توسعه پایدار در حاکمیت شرکتی مدل کسب و کار باعث می‌شود که شرکت‌ها به برخی از اهداف در زمینه‌ی حفاظت از محیط زیست حقوق اجتماعی و رونق اقتصادی دست یابند و نتایج این اهداف در گزارش توسعه پایدار منعکس می‌شود که برای تصمیم‌گیری‌های مرتبط با ذی‌نفعان مفید است (کریمیان و همکاران، ۱۳۹۹).

پایداری کسب و کار به حل یا کاهش چالش‌های زیست‌محیطی، اجتماعی و اقتصادی از طریق مدیریت استراتژیک منابع شرکت کمک می‌کند. به دنبال بهبود اثرات یک شرکت بر دنیای بیرونی است. در مقابل، کسب و کار باعث ایجاد حسن نیت با مشتریان، کارکنان، اعضای جامعه، سرمایه‌گذاران و سایر ذینفعان می‌شود. علاوه بر این، یک برنامه پایداری کسب و کار می‌تواند هزینه‌ها را کاهش داده و سلامت مالی بلندمدت سازمان را ارتقا دهد. اگر شرکتی برای برق، آب و سایر منابع کمتر هزینه کند، می‌تواند سود را افزایش دهد. به طور مشابه، ابتکارات پایداری یک شرکت ممکن است با ارتقاء جایگاه آن در جامعه و در میان کارکنان، به بهبود نتایج تجاری کمک کند. شرکت باید به طور منظم اهداف پایداری را منتشر کرده و پیشرفت خود را در رسیدن به آنها گزارش دهند. این شفافیت به کارمندان و افراد خارجی کمک می‌کند تا درک کنند که چگونه کسب و کار به یک اقتصاد جهانی پایدار کمک می‌کند. علاوه بر این، این گزارش‌های پیشرفت به حفظ اعتماد با ذینفعان کمک می‌کند (ژانگ و همکاران^۲، ۲۰۱۴).

علاوه بر این، اهداف و اهداف پایداری کسب و کار به سازمان‌ها کمک می‌کند تا به تعهدات خود نسبت به منافع اصلی تجاری مانند کارایی عملیاتی و ارزش سهامداران وفادار بمانند. پایداری کسب و کار در سایر جنبش‌های تجاری مانند

¹ Rahman et al.

² Zhang et al.

کایزن، فلسفه بهبود مستمر که هدف آن کاهش ضایعات در تولید و فرآیندهای تجاری از طریق تمرکز بر افزایش کنترل کیفیت و بهره‌وری است، گنجانده شده است. تلاش‌های پایداری همچنین به ایجاد زنجیره‌های تأمین انعطاف‌پذیرتر با افزایش کارایی و مدیریت بهتر هزینه‌ها کمک می‌کند.

با پیروزی انقلاب شکوهمند اسلامی توجه به رفع مشکلات فراوان اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی طبقات محروم جامعه و پیش‌بینی برنامه‌های مورد نیاز برای توانمندسازی و رفع نیازهای اقشار محروم مورد توجه ویژه دولتمردان قرار گرفت به گونه‌ای که لزوم حمایت و دستگیری از نیازمندان و محرومان جامعه در صدر برنامه‌های نظام تازه تأسیس جمهوری اسلامی ایران قرار گرفت و ۲۲ روز پس از پیروزی انقلاب اسلامی، کمیته امداد با صدور حکمی از سوی امام خمینی برای مدت نامحدود و به منظور حمایت و رسیدگی به محرومان و مستضعفان و خودکفا نمودن آنان تأسیس شد و یکی از اهدافش کمک به رشد و توسعه کسب و کارهای خرد و نوپا است و در این راستا وام‌های را برای مددجویان به منظور راه اندازی کسب و کارهای خرد اعطا می‌کند به همین رو در راستای مدیریت سرمایه و جهت جلوگیری از اتلاف و هدررفت منابع لازم است تا اقدامات پایداری در این مراکز صورت پذیرد و مسأله پایداری سازی کسب و کارهای کوچک و بزرگ یکی از معضلات این سازمان محسوب می‌شود چرا که منابع مالی محدود بوده و هدایت درست این منابع از اولویت‌های کمیته امداد محسوب می‌شود به همین رو سؤال اصلی این پژوهش عبارت است از اینکه عوامل مؤثر بر پایداری سازی کسب و کارهای کوچک و بزرگ در کمیته امداد امام خمینی (ره) چه عواملی هستند و چگونه رتبه‌بندی می‌شوند؟

پیشینه پژوهش

در زمینه‌های تجاری، پایداری به چیزی بیش از محیط زیست گرایشی اشاره دارد. مدرسه بازرگانی هاروارد دو روش را برای اندازه‌گیری شیوه‌های کسب و کار پایداری فهرست می‌کند: تأثیر یک کسب و کار بر محیط زیست، و تأثیر یک کسب و کار بر جامعه، با هدف عملکرد پایداری تأثیر مثبت حداقل بر یکی از آن حوزه‌ها. این دیدگاه از مسئولیت، کسب و کارها را تشویق می‌کند تا منافع بلندمدت را با بازده فوری، و هدف دنبال کردن اهداف فراگیر و سازگار با محیط زیست متعادل کنند. این مجموعه گسترده‌ای از اقدامات ممکن را پوشش می‌دهد. کاهش انتشار گازهای گلخانه‌ای، کاهش مصرف انرژی، تأمین محصولات از سازمان‌های تجارت منصفانه، و اطمینان از دفع صحیح زباله‌های فیزیکی آن‌ها و با ردپای کربن کمتر، به عنوان حرکت به سمت پایداری واجد شرایط است (سائونیل و همکاران^۳، ۲۰۱۹).

محققان دانشگاه آکسفورد ۱۹۰ مطالعه علمی در مورد پایداری شرکتی را بررسی کردند و دریافتند که عوامل اقتصادی، اجتماعی و حاکمیت شرکتی منجر به نتایج عملیاتی بهتر، هزینه سرمایه پایینتر و بهبود عملکرد قیمت سهام می‌شود. مدل-های کسب و کار پایداری به ارزش‌های شرکت، زنجیره ارزش و مدل‌های اقتصادی توجه می‌کند تا بتواند براساس وعده‌هایی که به مشتریان و جامعه داده است عمل کند. ارزیابی پایداری ضروری است و گزاره ارزش می‌تواند ارزش

³ Saunila et al.

اجتماعی، زیست محیطی و اقتصادی را قابل اندازه گیری کند. شرکت ها به دنبال نوآوری برای ایجاد ارزش محیطی هستن اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی هستند. همچنین بهبود بهره وری اقتصادی و اکولوژیکی شرکت ها به معنای ارزش بالاتر و رقابت پذیری بیشتر است. نوآوری برای انتقال شرکت ها از مدل های سنتی به مدل های کسب و کار پایدار ضروری است. ژانگ و همکاران^۴ (۲۰۱۴) بیان میکنند که مزایای اقتصادی و همچنین مزایای زیست محیطی میتواند از طریق رویکردهای پایدار به دست آید. همچنین پیشرفت مدیریت پایدار و عملکرد پایدار یک شرکت یک فرصت برای توسعه و رشد کسب و کار است (ناسیتی^۵، ۲۰۱۹).

بنابراین طراحی مؤلفه های پایداری مدل کسب و کار برای سازمان ها بسیار مفید خواهد بود. رنینگ^۶ (۲۰۰۰) بیان می کند که از طریق نوآوری های تکنولوژیکی، اجتماعی و محیطی می توان به پایداری دست یافت. سیاست های دولتی باید در راستای نوآوری های اقتصادی باشد تا بتوان از طریق آن به مزیت های رقابتی پایدار دست یافت. همکاری بین شرکت ها، دولت و سایر موسسات برای تبدیل شدن به یک جامعه پایدار بسیار حائز اهمیت است و این همکاری منجر به ایجاد فنآوری های پایدار و بهبود عملکرد محیطی و اجتماعی شرکت شود (کامالاکان و همکاران^۷، ۲۰۲۰).

ارتباطات میان دولت ها و بخش های صنعتی و شرکت ها باعث تسریع یکپارچه شدن شرکت ها و بهبود عملکرد آنها در زمینه پایداری می شود. لوزانو و همکاران^۸ (۲۰۱۶) این نکته را بررسی کردند که اگرچه انتشار گزارش های پایداری و ایجاد تغییرات پایدار به شرکت ها تحمیل می شود اما برای اجرای آن شرکت ها باید انگیزه درونی خود را نسبت به پایداری پیدا کنند. زمانیکه شرکت ها در راستای پایداری رشد می کنند، باید تلاش های درون و برون شرکتی زیادی جهت دستیابی به این هدف صورت گیرد. پیواتو و همکاران^۹ (۲۰۰۸) مطالعه کرده اند که مسئولیت اجتماعی شرکت ها اعتماد مصرف کننده را تحت تأثیر قرار می دهد و باعث می شود که مصرف کنندگان وفادارتر داشته باشیم که به نوعی خلق ارزش مشترک برای ذینفعان ایجاد می شود. دارایی های نامشهود ارتباط بین عملکرد اجتماعی شرکت ها و عملکرد مالی شرکت ها را متمایز می کنند. اگرچه برنامه هایی برای دستیابی به رویکردهای پایدارتر در سازمان ها وجود دارد اما برای دستیابی به تغییرات دائمی، انگیزه عاملی ضروری است. با این وجود، اگر انگیزه های سازمانی کم باشد، حتی اگر سیاست های حمایتی دولت باشد یافتن مسیری به سوی کار مدل های کسب و کار می تواند بسیار سخت باشد (کریفو و همکاران^{۱۰}، ۲۰۱۸).

⁴ Zhang et al.

⁵ Naciti

⁶ Renning

⁷ Kamalakkannan et al.

⁸ Lozano et al.

⁹ Pivato et al.

¹⁰ Crifo et al.

عوامل مؤثر بر پایداری

عوامل متعددی بر پایداری شرکتی مؤثر هستند که در ادامه به بررسی تعدادی از آنها پرداخته شده است.

سازوکارهای حاکمیت شرکتی: از منظر تئوری مشروعیت، ویژگی‌های شرکت و راهبری شرکتی بر سطح افشای اطلاعات تأثیر می‌گذارند (قادرزاده و همکاران، ۱۳۹۶). با وجود حاکمیت شرکتی قوی، مدیران اطلاعات بیشتری در رابطه با پایداری شرکتی برای استفاده کنندگان فراهم می‌کنند. پژوهش کریفو و همکاران^{۱۱} (۲۰۱۸) نیز نقش حاکمیت شرکتی به عنوان محرک کلیدی پایداری شرکتی را تأیید می‌کند.

هزینه‌های پایداری شرکتی: این هزینه‌ها که صرف پایداری می‌شوند اطلاعاتی را درباره دورنمای آتی شرکت مخابره می‌کنند و به عنوان عامل مستقیمی که سطح توسعه پایداری شرکت را تعیین میکنند معرفی شده‌اند. شرکتی که هزینه بیشتری برای، پایداری صرف می‌کند، به احتمال زیاد پایداری شرکتی باکیفیت‌تری دارد.

نوع صنعت: تأثیرات زیست محیطی و اجتماعی از صنعتی به صنعت دیگر بسیار متفاوت است. شرکت‌های حساس به محیط زیست شرکت‌هایی هستند که مواد اولیه آن‌ها به طور مستقیم از منابع طبیعی استخراج می‌شود. صنایعی که بیشتر در میدان دید مصرف‌کننده قرار دارند از خطر بیشتری برخوردارند و مجبورند به منظور پاسخگویی نسبت به افشای فعالیت‌های زیست محیطی و اجتماعیشان اقدام کنند (آمانکوا و همکاران^{۱۲}، ۲۰۱۸).

نوآوری: حرکت به سمت پایداری شرکتی به نوآوری مداوم نیاز دارد. ظرفیت نوآوری یکی از دارایی‌های اصلی یک شرکت است که پایداری شرکتی می‌تواند براساس آن ایجاد شود (تومسیس و همکاران^{۱۳}، ۲۰۱۵). هرچه شرکت‌ها به پایداری شرکتی بیشتر اهمیت می‌دهند و از منظر پایداری پیشرفته‌تر می‌شوند براساس آن ایجاد شود به تدریج آگاهی از روابط متقابل بین نوآوری و پایداری را توسعه می‌دهند. سزن و کنکایا^{۱۴} (۲۰۱۳) در پژوهشی در ترکیه نشان دادند که نوآوری در فرآیند حفاظت از محیط زیست تأثیر مثبت بر پایداری شرکتی دارد. پژوهش انجام شده توسط لای و همکاران^{۱۵} (۲۰۱۵) بین شرکت‌های تایوانی نشان داد که نوآوری در شرکت‌ها می‌تواند بر پایداری شرکتی تأثیر بگذارد.

قدرت ذینفعان: از منظر تئوری ذینفعان، افشای اطلاعات تحت تأثیر قدرت ذینفعان داخلی و خارجی شرکت می‌باشد (رحمانی و بشیریمنش، ۱۳۹۶). چنانچه شرکت‌ها از نیازهای اطلاعاتی ذینفعان خود در رابطه با مسئولیت‌های اجتماعی، زیست محیطی و شهروندی آگاه شوند، انگیزه بیشتری در رابطه با افشای چنین اطلاعاتی دارند

¹¹ Crifo et al.

¹² Amankwah et al.

¹³ Tomsic et al.

¹⁴ Sezen and Cankaya

¹⁵ Lai et al.

فرصت‌های شغلی برابر: فرصت‌های شغلی برابر به این معنی است که هر فرد باید بدون در نظر گرفتن ویژگی‌های خاص (مانند سن، رنگ، جنسیت، نژاد و غیره) استخدام شوند. پژوهش ندیم و همکاران^{۱۶} (۲۰۱۵) اثر فرصت‌های شغلی برابر بر پایداری شرکتی را تأیید می‌کند (سائونیل و همکاران^{۱۷}، ۲۰۱۹).

سیاست سازمانی: قبل‌تر از هر اقدام عملی برای حفظ پایداری در مجموعه خود، باید سیاست‌گذاری و رویکردهای استراتژیک سازمان، دارای چنین دغدغه و نگرشی باشند. واضح است که در چرخه نگاه در تصمیم‌گیری‌های کلان و برنامه‌ریزی‌های بلندمدت، مسیر اجرایی و پتانسیل اقدامات موردنیاز برای پایداری کسب و کارها را ترسیم خواهد کرد. گاه در بعضی سازمان‌ها به قدری سهم توسعه و برنامه‌ریزی‌های معطوف به آن افزایش می‌یابد که تمرکزی برای اقدامات حول پایداری باقی نمی‌ماند. رشد و توسعه سازمان امری مهم و ضروری است اما بستر این رشد، حفظ شرایط مطلوب یا فعلی خواهد بود.

مشتری وفادار: همان‌طور که در مورد قبلی اشاره شد که سازمان نباید تمام ذهنیت خود را معطوف به توسعه کند، در این مقوله نیز توجه صرف به جذب مشتری جدید هم، می‌تواند آسیب‌های خاص خود را به دنبال داشته باشد. این که تمام امتیازات، تسهیل شرایط و بسترسازی‌ها برای مشتری جدید و جذب او تدارک دیده شود و سازمان برنامه‌ای برای حفظ و ایجاد وفاداری در مشتریان قبلی و ثابت خود نداشته باشد، یک خطای محاسباتی پر هزینه است! اگر یک مشتری در تماسی از شیوه ارسال شکایت کند، پیگیری و حل این موضوع و مهم‌تر از آن پیشگیری از ایجاد این مشکل برای سایر مشتریان روتین، باید اولویت بالاتری برای شما داشته باشد تا جذب یک مشتری دیگر و پاسخ به تماس او! چرا که این مشتری علاوه بر تکرار خریدهای آتی، پتانسیل و امکان تبلیغ شما برای دیگران را هم خواهد داشت. به طبع از دست رفتن این گزینه ریسک بسیار بالاتری دارد تا عدم تبدیل یک لید به مشتری (ناسیتی^{۱۸}، ۲۰۱۹).

برخی از راه‌های افزایش وفاداری مشتریان:

- به نظرات و نیازهای مشتریان توجه کنید
- از مشتریان خود قدردانی کنید
- در دسترس و پاسخ‌گو باشید
- ارتباط با مشتریان را قطع نکنید
- در دریافت بازخورد آن‌ها مشتاق باشید
- تفاوت خود و رقبا را به آن‌ها نشان دهید

¹⁶ Nadeem et al.

¹⁷ Saunila et al.

¹⁸ Naciti

فرآیندهای سازمانی: از نقطه صفر تا رسیدن خدمات به دست مشتری مراحل طی می‌شود که علاوه بر اهمیت و پیوستگی آن‌ها، بهبود و تسهیل این فرآیندها باید همیشه مورد رصد مسئولین آن سازمان باشد. اگر فقط پروسه پس از سفارش و درخواست‌های مشتریان را مد نظر قرار داد، بعد از ثبت سفارش حجم انبوهی از عملیات پدیدار خواهند شد. تأمین، بسته‌بندی، زمان‌بندی، نحوه ارسال بسته و خدمات جانبی آن، مراحل زنجیرواری هستند که اخلاص در هر بخش، کل فرآیند را زیر سوال می‌برد. از لحظه درخواست مشتری و چه بسا تأمین مواد اولیه، سازمان درگیر امور لجستیکی می‌شود و شیوه مدیریت این حوزه به‌طور مستقیم روی مشتریان سازمان تأثیرگذار است. این که بسته شما با چه دقتی، به‌موقع و حتی با چه ادبیات و پوششی تحویل مشتری شود، خواه ناخواه تصویری از شما در ذهن تداعی خواهد کرد! بنابراین مدیریت و چیدمان فرآیندها به خصوص در بخش لجستیکی که یکی از گذرگاه‌های ارتباطی شما با مشتریان تلقی می‌شود، بسیار حائز اهمیت است. اینجاست که دوراهی بین انجام فرآیند ارسال کالا درون سازمان و برون‌سپاری آن ایجاد می‌شود (موسی و اوتمن^{۱۹}، ۲۰۲۰).

نیروی کار یا شریک تجاری: نیروی انسانی شما کسانی هستند که ارزش‌ها، اهداف و رسالت شما را دنبال، اجرا و نمایان می‌کنند. نیروی انسانی که این‌روزها از آن به عنوان سرمایه انسانی یاد می‌شود، مزیت رقابتی کمیاب و اثرگذار سازمان‌ها هستند. عایدی و ارزش افزوده‌ای که نیروی کار استخدامی و یا شخص ثالث برای شما ایجاد می‌کند، با هیچ منبع دیگری قابل قیاس نیست. این آورده‌ها قطعاً به پایداری سیستم می‌انجامد. نبوغ و نوآوری که در سازمان سر می‌زند، ریشه آن در نیروی همان سازمان است! بنابراین انتخاب نیروی کار که همان مجریان سیاست‌های شما لقب می‌گیرند، چه کسانی که به استخدام شما درمی‌آیند و چه طرف سومی که بخشی از امور محوله را مطابق خواست شما اجرا می‌کند، نقش بسزایی در پایداری کسب و کار شما دارد (خاشعلی و همکاران^{۲۰}، ۲۰۲۲).

جریان نقدی / سودآوری: هرچه از نیروی انسانی با کیفیت، مشتری وفادار و فرآیندهای بهینه سازمانی صحبت در میان باشد، باز هم از عوامل اثرگذاری در پایداری کسب و کارها هم‌چون جریان نقدی و سودآوری نمی‌توان گذر کرد. حسب تعاریف علمی جریان نقدی و سودآوری، می‌توان این‌گونه بیان کرد که جریان نقدی تفاوت بین جریان نقدی ورودی به سازمان با جریان نقدی خروجی است اما سودآوری اختلاف بین میزان درآمد و هزینه‌های سازمان است. به تعبیری سود آن چیزی است که روی کاغذ و در فرآیند فروش حاصل شده اما جریان نقدی میزان وصول مطالبات حاصل از فروش است. به‌طوری که یک سازمان می‌تواند سودده باشد، اما موعد تسویه حساب آن با مشتری خود ممکن است در آینده چند روزه و چند ماهه باشد (ایمران و همکاران^{۲۱}، ۲۰۲۱).

¹⁹ Mousa and Othman

²⁰ Khaskhely et al.

²¹ Imran et al.

انواع مدل‌های پایداری

مدل‌های پایداری اشاره به چارچوبی عملیاتی از عوامل و شاخص‌های مبتنی بر توسعه پایدار دارند که توسط کسب و کارها و مدیران قابل بکارگیری هستند. پایداری و توسعه پایدار به پارادایم مسلط هزاره سوم مبدل شده است و نسل پنجم جامعه بر محور آن استوار است. راه‌های متعددی برای نشان دادن مفهوم پایداری در قالب یک مدل وجود دارد که این مطلب نشان می‌دهد. پایداری، مفهومی بسیار پیچیده است و برای درک ابعاد آن نیاز به شیوه‌ای جدید از تفکر می‌باشد. اصلی‌ترین مدل‌های مطرح شده در زمینه پایداری به شرح ذیل می‌باشند:

- مدل سه‌ستونی
- مدل سه‌دایره
- مدل منشوری
- مدل دایره‌های تودرتو
- مدل تخم‌مرغی (هی و همکاران^{۲۲}، ۲۰۲۱).

چارچوب نظری پژوهش

در این پژوهش قصد بر آن است تا عوامل مؤثر بر پایداریسازی کسب و کارهای کوچک و بزرگ در کمیته امداد امام خمینی (ره) شناسایی و رتبه‌بندی شود لذا با مطالعه مبانی نظری و پیشینه پژوهش عوامل مؤثر همانند جدول زیر استخراج شده است.

جدول ۱: عوامل مؤثر بر پایداریسازی کسب و کارهای کوچک و بزرگ

رديف	معیار اصلی	زیرمعیارها	منبع
۱	عوامل حمایتی و نظارتی	۱. حمایت مسئولین دولتی از شرکت‌های کوچک و بزرگ کمیته امداد	پژوهان و همکاران (۱۳۹۵)
		۲. حمایت بانک‌ها برای پرداخت وام به شرکت‌های کوچک و بزرگ کمیته امداد	
		۳. پایین آوردن سود تسهیلات بانکی و پرداخت تسهیلات کم بهره به شرکت‌های کوچک و بزرگ کمیته امداد	اخترشناس و همکاران (۱۳۹۹)
		۴. وجود سرمایه و منابع مالی مناسب شرکت‌های کوچک و بزرگ کمیته امداد	پژوهان و حبیبی (۱۳۹۱)
		۵. تشویق تولیدکنندگان برتر و اطمینان از سوددهی	

ردیف	معیار اصلی	زیرمعیارها	منبع
		تولید ۶. کاهش میزان ضرر و زیان وارده به روند تولید در شرکت های کوچک و بزرگ کمیته امداد ۷. حمایت کمیته امداد از فعالیت های مددجویان ۸. میزان حمایت سازمان ها و نهادها	
۲	عوامل فردی و مدیریتی	۱. علاقه و مهارت مددجویان به پایداری ۲. تسهیلات مورد استفاده مددجویان ۳. نگرش مذهبی مدیران ۴. نگرش هیئت مدیره و مدیرعامل به پایداری ۵. فرایند تصمیم گیری مدیران ۶. پایبندی به اخلاق پایداری ۷. حمایت از ارزش های فرهنگی و مذهبی	گومس و همکاران (۲۰۱۵) اخترشناس و همکاران (۱۳۹۹) صابری فر و موسوی (۱۴۰۰)
۳	عوامل اجتماعی	۱. استفاده از کسب و کارهای تولیدی با برند معتبر و با کیفیت ۲. کاهش کپی برداری محصولات تولیدی ۳. وجود تشکل های تعاونی و مردمی و موسسات مردم نهاد ۴. کاهش هزینه تأمین انرژی و سوخت برای واحدهای تولیدی	مک کلان و همکاران (۲۰۱۵) اخترشناس و همکاران (۱۳۹۹) کریمیان بستانی و همکاران (۱۳۹۹) پژوهان و همکاران (۱۳۹۲) سعادت و همکاران (۲۰۱۶)
۴	عامل استراتژی	۱. مشارکت در بازدهی های آموزشی از شرکت های دولتی یا خصوصی ۲. مشارکت در بازاریابی و فروش محصولات شرکت ۳. مشارکت در مجامع عمومی و محلی	شارمات و همکاران (۲۰۱۰) کولاینس و

ردیف	معیار اصلی	زیرمعیارها	منبع
		۴. تبلیغات و پیشبرد مناسب ۵. ارائه محصول و خدمت برای بازار هدف	همکاران (۲۰۰۷)
۵	عوامل نوآوری و خلاقیت	۱. طراحی ساختار منعطف ۲. ایجاد راهکارهای نوین مالی و توانایی تحقیق و توسعه ۳. ارائه محصول و خدمت ۴. ساده سازی فرایندهای استفاده از محصولات و خدمات ۵. نوآوری و توجه به بخش تحقیق و توسعه ۶. یافتن بازارهای جدید و ارائه محصول به آنها	کلابی (۲۰۲۱) یاری و اسلامبولچی (۱۴۰۱)
۶	حاکمیت شرکتی	۱. ترویج فرهنگ توجه به مسئولیت اجتماعی ۲. تعاملات سازنده با قانون گذاران و ذینفعان ۳. شفافیت و در دسترس بودن اطلاعات ۴. حمایت کارکنان و مدیران شرکت ۵. داشتن انگیزه و روحیه همکاری	ولوا و همکاران (۲۰۱۵) کلابی (۲۰۲۱)

روش شناسی پژوهش

این پژوهش از منظر هدف کاربردی و از نظر نحوه گردآوری داده ها میدانی، از جهت ابزار پرسشنامه ای و از نظر روش یک پژوهش کیفی بوده است. جامعه آماری جمعی از خبرگان شاغل در کمیته امداد امام خمینی و جمعی از اساتید دانشگاهی به تعداد ۱۵ نفر بوده است و از روش نمونه گیری قضاوتی استفاده شده و نمونه آماری برابر با تمام اعضای خبره بوده لذا تمامی حجم جامعه آماری ۱۵ نفر به عنوان نمونه در نظر گرفته شده و پرسشنامه بین آنها توزیع شده است و از اطلاعات به دست آمده از پرسشنامه ها جهت تجزیه و تحلیل استفاده شده است. ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه محقق ساخته براساس مبانی نظری بوده است که در بخش دلفی در اختیار خبرگان قرار گرفته است. روایی پرسشنامه ها به تأیید اساتید و خبرگان رسید و نرخ ناسازگاری نیز محاسبه شده است و مناسب بوده است. سؤالات پژوهش نیز با استفاده از تکنیک دلفی شناسایی شد.

معیارها	عوامل فردی و مدیریتی			
	تسهیلات مورد استفاده مددجویان	علاقه و مهارت مددجویان به پایداری	میزان حمایت سازمان ها و نهادها	حمایت کمیته امداد از فعالیت های مددجویان
زیرمعیارها	وجود سرمایه و منابع مالی مناسب شرکت های کوچک و بزرگ کمیته امداد			
۱ کارشناس	۸	۴	۸	۷
۲ کارشناس	۴	۷	۸	۷
۳ کارشناس	۴	۷	۸	۷
۴ کارشناس	۸	۴	۴	۴
۵ کارشناس	۴	۸	۷	۸
۶ کارشناس	۷	۸	۴	۸
۷ کارشناس	۴	۷	۷	۸
۸ کارشناس	۷	۴	۷	۸
۹ کارشناس	۷	۸	۸	۴
۱۰ کارشناس	۷	۸	۸	۸
۱۱ کارشناس	۷	۴	۷	۴
۱۲ کارشناس	۷	۷	۷	۷
۱۳ کارشناس	۴	۷	۴	۷
۱۴ کارشناس	۷	۴	۴	۸
۱۵ کارشناس	۷	۴	۸	۴
میانگین	۷,۴ ۰	۷,۸ ۷	۷,۵ ۳	۷,۴ ۳

معیارها		عوامل اجتماعی			
زیر معیارها	نگرش هیئت مدیره و مدیرعامل به پایداری	پایبندی به اخلاق پایداری	برداری محصولات	وجود تشکل های تعاونی و مردمی و موسسات مردم نهاد	کاهش هزینه تأمین انرژی و سوخت برای واحدهای تولیدی
کارشناس ۱	۸	۸	۸	۹	۸
کارشناس ۲	۷	۶	۸	۸	۸
کارشناس ۳	۸	۸	۸	۶	۸
کارشناس ۴	۷	۶	۸	۷	۶
کارشناس ۵	۶	۷	۸	۶	۸
کارشناس ۶	۶	۸	۷	۶	۷
کارشناس ۷	۸	۷	۸	۷	۸
کارشناس ۸	۸	۸	۷	۷	۸
کارشناس ۹	۶	۷	۸	۸	۶
کارشناس ۱۰	۶	۸	۸	۸	۸
کارشناس ۱۱	۶	۶	۷	۷	۷
کارشناس ۱۲	۸	۷	۷	۸	۷
کارشناس ۱۳	۷	۸	۶	۷	۷
کارشناس ۱۴	۷	۸	۷	۷	۷
کارشناس ۱۵	۶	۶	۹	۸	۶
میانگین	۷٫۶۳	۸٫۰۰	۷٫۶۰	۷٫۶۷	۷٫۶۷

معیارها	عوامل استراتژی				عوامل
زیرمعیارها	مشارکت در بازیدهای آموزشی از شرکت های دولتی یا خصوصی	مشارکت در بازاریابی و فروش محصول شرکت	تبلیغات و پیشبرد مناسب	ارائه محصول و خدمت برای بازار هدف	ایجاد راهکارهای نوین مالی و توانایی تحقیق و توسعه
۱ کارشناس	۸	۴	۸	۷	۶
۲ کارشناس	۸	۸	۷	۸	۷
۳ کارشناس	۸	۷	۸	۷	۷
۴ کارشناس	۸	۷	۹	۸	۷
۵ کارشناس	۸	۸	۷	۸	۸
۶ کارشناس	۵	۷	۸	۶	۷
۷ کارشناس	۸	۷	۸	۷	۶
۸ کارشناس	۷	۷	۸	۷	۷
۹ کارشناس	۷	۷	۹	۸	۸
۱۰ کارشناس	۷	۸	۸	۸	۷
۱۱ کارشناس	۷	۹	۷	۹	۸
۱۲ کارشناس	۹	۸	۸	۷	۷
۱۳ کارشناس	۷	۷	۷	۹	۸
۱۴ کارشناس	۸	۸	۹	۸	۷
۱۵ کارشناس	۹	۸	۹	۹	۸
میانگین	۷,۶ ۷	۷,۶ ۷	۸,۰ ۰	۷,۷ ۳	۷,۴ ۷

معیارها	حاکمیت شرکتی					
زیرمعیارها	نوآوری و توجه به بخش تحقیق و توسعه	یافتن بازارهای جدید و ارائه محصول به آنها	ترویج فرهنگ توجه به مسئولیت اجتماعی	تعاملات سازنده با قانون گذاران و ذینفعان	شفافیت و در دسترس بودن اطلاعات	حمایت کارکنان و مدیران شرکت
۱ کارشناس	۸	۵	۴	۸	۴	۸
۲ کارشناس	۸	۷	۸	۸	۸	۸
۳ کارشناس	۸	۷	۷	۷	۸	۸
۴ کارشناس	۴	۸	۷	۷	۴	۷
۵ کارشناس	۸	۸	۸	۷	۸	۸
۶ کارشناس	۴	۹	۸	۸	۸	۸
۷ کارشناس	۷	۸	۸	۸	۸	۸
۸ کارشناس	۴	۷	۴	۴	۸	۸
۹ کارشناس	۷	۸	۴	۷	۷	۷
۱۰ کارشناس	۴	۷	۷	۸	۷	۷
۱۱ کارشناس	۷	۷	۷	۸	۸	۷
۱۲ کارشناس	۴	۴	۴	۷	۸	۴
۱۳ کارشناس	۷	۸	۷	۷	۷	۸
۱۴ کارشناس	۴	۷	۷	۸	۷	۷
۱۵ کارشناس	۴	۷	۷	۸	۷	۸
میانگین	۷,۴۰	۷,۳۴	۷,۰۷	۷,۴۰	۷,۵۴	۷,۲۷

معیارها	زیرمعیارها	کارشناس ۱	کارشناس ۲	کارشناس ۳	کارشناس ۴	کارشناس ۵	کارشناس ۶	کارشناس ۷	کارشناس ۸	کارشناس ۹	کارشناس ۱۰	کارشناس ۱۱	کارشناس ۱۲	کارشناس ۱۳	کارشناس ۱۴	کارشناس ۱۵	میانگین
	داشتن انگیزه و روحیه همکاری	۷	۸	۷	۹	۸	۸	۷	۸	۷	۶	۸	۷	۷	۸	۷	۷,۴ ۷

ضریب هماهنگی کندال

ضریب هماهنگی کندال یک آزمون ناپارامتریک است و برای تعیین میزان هماهنگی میان نظرات استفاده می‌شود. این ضریب با نماد W نشان داده می‌شود و مقداری بین ۰ و ۱ است. اگر ضریب کندال صفر باشد یعنی عدم توافق کامل و اگر یک باشد یعنی توافق کامل وجود دارد

جدول ۳ نتایج ضریب کندال

تعداد تکرار	تعداد ارزیابان	تعداد گویه‌ها	ضریب کندال	نتیجه
راند اول دلفی	۱۵	۳۵	۰,۶۳۲	عدم اتفاق نظر
راند دوم دلفی	۱۵	۲۸	۰,۷۱۰	عدم اتفاق نظر
راند سوم دلفی	۱۵	۲۴	۰,۹۲۴	اتفاق نظر

دلایل توقف تکنیک دلفی

پس از سه راند از انجام تکنیک دلفی این عمل در راند سوم به پایان رسیده است و از دلایل خاتمه یافتن این روند می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:

- در راند سوم اکثر پاسخ دهندگان امتیاز بالاتر از حدنصاب را به معیارها و زیرمعیارهای شناسایی شده داده‌اند و میانگین بالاتر از ۰,۷ کسب نمودند.
- میزان ضریب هماهنگی کندال در راند سوم نیز بیشتر از حد متوسط و مقدار ۰,۹۲۴ به دست آمده است که نزدیک به عدد ۱ بوده و نشان از اجماع نظر دارد و بایستی فرایند خاتمه یابد.

نتایج

هدف از پژوهش حاضر شناسایی و اولویت بندی عوامل مؤثر بر پایدارسازی کسب و کارهای کوچک و بزرگ در کمیته امداد امام خمینی (ره) بوده است. با توجه به داده‌های بدست آمده از پژوهش فوق معیارهای اصلی مؤثر بر پایدارسازی کسب و کارهای کوچک و بزرگ تحت تأثیر ۶ معیار اصلی با مطالعه در مبانی نظری شناسایی شده است. که در قالب پرسشنامه در اختیار خبرگان قرار گرفت و با استفاده از تکنیک دلفی این عوامل در سه مرحله غربالگری

شدند تا عواملی که از اهمیت کمتری برخوردار بوده حذف شوند در نهایت خبرگان در گام سوم به اتفاق نظر رسیدند و تعداد ۵ معیار اصلی به تأیید خبرگان رسیده است این عوامل عبارتند از:

عوامل حمایتی و نظارتی

- حمایت مسئولین دولتی از شرکت های کوچک و بزرگ کمیته امداد
- پایین آوردن سود تسهیلات بانکی و پرداخت تسهیلات کم بهره به شرکتهای کوچک و بزرگ کمیته امداد

- وجود سرمایه و منابع مالی مناسب شرکت های کوچک و بزرگ کمیته امداد
- حمایت کمیته امداد از فعالیت های مددجویان
- میزان حمایت سازمان ها و نهادها

عوامل فردی و مدیریتی

- علاقه و مهارت مددجویان به پایداری
- تسهیلات مورد استفاده مددجویان
- نگرش هیئت مدیره و مدیرعامل به پایداری
- پایبندی به اخلاق پایداری

عوامل اجتماعی

- کاهش کپی برداری محصولات تولیدی
- وجود تشکل های تعاونی و مردمی و موسسات مردم نهاد
- کاهش هزینه تأمین انرژی و سوخت برای واحدهای تولیدی

عامل استراتژی

- مشارکت در بازدهیهای آموزشی از شرکت های دولتی یا خصوصی
- مشارکت در بازاریابی و فروش محصول شرکت
- تبلیغات و پیشبرد مناسب
- ارائه محصول و خدمت برای بازار هدف

عوامل نوآوری و خلاقیت

- ایجاد راهکارهای نوین مالی و توانایی تحقیق و توسعه
- نوآوری و توجه به بخش تحقیق و توسعه
- یافتن بازارهای جدید و ارائه محصول به آنها

حاکمیت شرکتی

- ترویج فرهنگ توجه به مسئولیت اجتماعی
- تعاملات سازنده با قانون گذاران و ذینفعان
- شفافیت و دردسترس بودن اطلاعات
- حمایت کارکنان و مدیران شرکت
- داشتن انگیزه و روحیه همکاری

منابع و مآخذ

- اخترشناس، داریوش؛ خدای پور، احمد؛ پورحیدری، امید. (۱۳۹۹). تدوین مدل عوامل مؤثر بر پایداری شرکتی در ایران. **مطالعات تجربی حسابداری مالی**، ۱۷(۵۶)، ۲۰۱-۱۷۵.
- بودلانی، محمدصادق، (۱۴۰۲)، **نقش روابط عمومی در پایداری سازمان**، دومین کنفرانس بین المللی علوم، مهندسی و نقش تکنولوژی در کسب و کارهای نوین، ۱-۱۰.
- پژوهان، علی؛ عمانی، احمدرضا؛ حبیبی قهفرخی، نوید، (۱۳۹۵)، بررسی عوامل مؤثر بر پایداری شرکت های تولیدکننده بذر استان خوزستان با استفاده از تکنیک تحلیل عاملی، **فصلنامه راهبردهای توسعه روستایی**، ۳(۴)، ۱-۱۳.
- پژوهان، علی و عمانی، احمد رضا و حبیبی قهفرخی، نوید، (۱۳۹۲)، **عوامل مؤثر بر پایداری شرکت های تولید کننده بذر استان خوزستان با استفاده از تکنیک تحلیل عاملی**، اولین کنفرانس بین المللی حماسه سیاسی (با رویکردی بر تحولات خاورمیانه) و حماسه اقتصادی (با رویکردی بر مدیریت و حسابداری)، رودهن، ۱-۸.
- پژوهان، علی؛ حبیبی، نوید، (۱۳۹۱)، **تحلیل عوامل مؤثر بر پایداری شرکت های آب**، بین حوضه ای (چالش ها و فرصت ها)، شهرکرد، ۷-۱.
- رحمانی، علی و بشیریمنش، نازنین. (۱۳۹۶). محرک های افشای اختیاری در بازار سرمایه ایران. **مطالعات تجربی حسابداری مالی**، ۱۴(۵۶)، ۳۲-۱.
- جعفری ندوشن، محمد مهدی و شاکرمی، علی، (۱۴۰۲)، **مروری بر نقش کسب و کارهای کوچک و متوسط در توسعه اقتصاد**، کنفرانس ملی چالش ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه، اردبیل، ۱-۱۰.
- خوزین، علی و طالب نیا، قدرت اله و بنی مهد، بهمن. (۱۳۹۷). بررسی اثر ساختار مالکیت بر توسعه سطح گزارشگری پایداری. **حسابداری مدیریت**، ۱۱(۳۶)، ۱-۱۳.
- صابری فر، علی؛ موسوی، سیدمحمد، (۱۴۰۰)، **بررسی مشکلات تخریب و روش های پایداری در بافت های شهری به روش تحلیل سلسله مراتبی**، چهارمین کنفرانس بین المللی و پنجمین کنفرانس ملی عمران، معماری، هنر و طراحی شهری، تبریز، ۱-۱۲.
- قادرزاده، سید کریم و کردستانی، غلامرضا و حقیقت، حمید. (۱۳۹۶). شناسایی و رتبه بندی عوامل مؤثر بر سطح افشای مسئولیت اجتماعی شرکت ها با رویکرد داده کاوی. **پژوهش های کاربردی در گزارشگری مالی**، ۶(۱۱)، ۷-۴۶.

معصومی، سیدرسول و صالح نژاد، سیدحسن و ذبیحی زرین کلایی، علی. (۱۳۹۷)، شناسایی متغیرهای مؤثر بر میزان گزارشگری پایداری شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. **دانش حسابرسی**، ۱۸ (۷۰)، ۱۹۵-۲۲۱.

ملکیان، اسفندیار و فخاری، حسین و جفائی رهنی، منیر. (۱۳۹۸). بررسی تأثیر ویژگیهای هیئت مدیره شرکت بر میزان گزارشگری زیست محیطی، اجتماعی و راهبری شرکتی. **دانش حسابداری**، ۱۰، ۲ (۳۷)، ۱۱۲-۷۷.

یلویی خمسلویی، مالک و ایزدینیا، ناصر و عربصالحی، مهدی. (۱۳۹۷). بررسی رابطه متقابل بین میزان افشای شاخص‌های گزارشگری پایداری شرکتی و کیفیت سود. **حسابداری سلامت**، ۷، ۲ (۲۰)، ۱۲۶-۱۰۴.

Almeida, C.M.V.B., Agostinho, F., Giannetti, B.F., Huisingh, D. (2015). Integrating cleaner production into sustainability strategies: an introduction to this special volume. *Journal of Cleaner Production*. 96(1), 1-9

Amankwah-Amoah, J., Adomako, S., & Danso, A. (2018). Entrepreneurial orientation, environmental sustainability and new venture performance: Does stakeholder integration matter? *Business Strategy and the Environment*. <https://doi.org/10.1002/bse.2191>.

Amit, R., & Zott, C. (2001). Value creation in E-business. *Strategic Management Journal*, 22(6-7), 493-520.

Adams, C. A. (2002). Internal organizational factors influencing corporate social and ethical reporting beyond current theorizing. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 15(2), 223-250.

Chams, N., and García-Blandón, J. (2019). On the importance of sustainable human resource management for the adoption of sustainable development goals. *Resources, Conservation and Recycling*, 141(November 2017), 109-122.

Camilleri MA (2022) Strategic attributions of corporate social responsibility and environmental management: the business case for doing well by doing good! *Sustainable Development* 30(3), 409-422.

Crifo, P., Escrig - Olmedo, E., and Mottis, N. (2018). Corporate Governance as a Key Driver of Corporate Sustainability in France: The Role of Board Members and Investor Relations. *Journal of Business Ethics*.

De Reuver, M., Bouwman, H., & MacInnes, I. (2009). Business model dynamics: a case survey. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 4(1), 1-11.

Hsu, C.-H., Chang, A.-Y., & Luo, W. (2017). Identifying key performance factors for sustainability development of SMEs – integrating QFD and fuzzy MADM methods. *Journal of Cleaner Production*, 161(1), 629-645.

Hernández-Perlines, F., & Cisneros, M. A. I. (2018). The role of environment in sustainable entrepreneurial orientation. The case of family firms. *Sustainability*, 10(6), 1-16.

He J, AM Morrison and H Zhang (2021) Being sustainable: the three-way interactive effects of CSR, green human resource management, and responsible leadership on employee green behavior and task performance. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* 28(3), 1043-1054.

Imran R, MN Alraja and B Khashab (2021) Sustainable performance and green innovation: green human resources management and big data as antecedents. *IEEE Transactions on Engineering Management* 70, 1-16.

Jerónimo, H. M., Henriques, P. L., Lacerda, T. C. de, da Silva, F. P., and Vieira, P. R. (2020). Going green and sustainable: The influence of green HR practices on the organisational rationale for sustainability. *Journal of Business Research*, 112(June), 413-421.

Jablonski, A., & Jablonski, M. (2016). Research on business models in their life cycle. *Sustainability*, 8(5), 1-37.

- Kamalakkannan S, Kulatunga, AK, Kassel NC. (2020), Environmental and social sustainability of the tea industry in the wake of global market challenges: A case study in Sri Lanka. *International Journal of Sustainable Manufacturing*; 4(2-4): 379-395.
- Kanan, M., Taha, B., Saleh, Y., Alsayed, M., Assaf, R., Ben Hassen, M., & Tunsu, W. (2023). Green Innovation as a Mediator between Green Human Resource Management Practices and Sustainable Performance in Palestinian Manufacturing Industries. *Sustainability*, 15(2), 1077.
- Khaskhely MK, SW Qazi, NR Khan, T Hashmi and AAR Chang (2022) Understanding the impact of green human resource management practices and dynamic sustainable capabilities on corporate sustainable performance: evidence from the manufacturing sector. *Frontiers in Psychology* 13, 844488.
- Khan, Yasser, (2022), "Application of Internet of Things (IoT) in Sustainable Supply Chain Management." *Sustainability* 15.1 : 694. <https://doi.org/10.3390/su15010694>
- Le SV, Lesueur D, Herrmann L, Hudek L, Quyen NL, Lambert B. (2021), Sustainable tea production through agroecological management practices in Vietnam: A review. *Environmental Sustainability*; 4:589-604.
- Lozano, R., Nummert, B., Ceulemans, K., (2016). Elucidating the relationship between sustainability reporting and organisational change management for sustainability. *Journal of Cleaner Production*. 125(1), 168-188.
- Lai, W. H., Lin, C. C., and Wang, T.C. (2015). Exploring the interoperability of innovation capability and corporate sustainability. *J. Bus. Res*, 68, 867-871.
- Li, N., Toppinen, A., Tuppurä, A., Puumalainen, K., and Hujala, M. (2011). Determinants of Sustainability Disclosure in the Global Forest Industry. *Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies*, 16(1), 33-40.
- Mousa SK and M Othman (2020) The impact of green human resource management practices on sustainable performance in healthcare organisations: a conceptual framework. *Journal of Cleaner Production* 243, 118595.
- Morioka, S. N., Evans, S., & Carvalho, M. M. de. (2016). Sustainable Business Model Innovation: Exploring Evidences in Sustainability Reporting. *Procedia CIRP*, 40, 659–667.
- Naciti, V. (2019). Corporate governance and board of directors: the effect of a board composition on firm sustainability performance. *Journal of Cleaner Production*, 237, 1-18.
- Naseer S, H Song, G Adu-Gyamfi, K Abbass and S Naseer (2023) Impact of green supply chain management and green human resource management practices on the sustainable performance of manufacturing firms in Pakistan. *Environmental Science and Pollution Research* 30, 48021– 48035.
- Napathorn, C. (2022). The implementation of green human resource management bundles across firms in pursuit of environmental sustainability goals. *Sustainable Development*, 30(5), 787-803.
- Nadeem, M., Zaman, R., and Saleem, I. (2017). Boardroom gender diversity and corporate sustainability practices: Evidence from Australian Securities Exchange listed firms. *Journal of Cleaner Production*, 149, 874-885.
- Olawumi, T. O., and Chan, D. W. M. (2018). A scientometric review of global research on sustainability and sustainable development. *Journal of Cleaner Production*, 183, 231–250.
- Pobegaylov, O. & Sizen, N. & Dedlovskii, V.. (2023). Diagnostics of factors affecting the stability of a construction organization work. *The Russian Automobile and Highway Industry Journal*. 20. 514-526. 10.26518/2071-7296-2023-20-4-514-526.
- Pivato, S., Misani, N., & Tencati, A. (2008). The impact of corporate social responsibility on consumer trust: the case of organic food. *Business ethics: A European review*, 17(1), 3-12
- Rahman, Mostafizur & Abd Wahab, Sazali & Abdul Latiff, Ahmad. (2022). Organizational sustainability: Issues, challenges and the future of Bangladesh pharmaceutical industry. *Journal of Future Sustainability*. 2. 10.5267/j.jfs.2022.11.100 .

- Renning, K. (2000). Redefining innovation eco-innovation research and the contribution from ecological economics. *Ecological Economics*, 32(2), 319–332.
- Rezaei, Z., & Mir Yazdi, S. (2021). Business sustainability in Iran (performance, reporting and assurance). Tehran: Bursa Organization Publications. (In Persian).
- Sezen, B., and Cankaya, S. Y. (2013). Effects of green manufacturing and eco-innovation on sustainability performance. *Procedia e Soc. Behav. Sci*, 99, 154-163
- Stacchezzini, R., Melloni, G., and Lai, A. (2016). Sustainability management and reporting: The role of integrated reporting for communicating corporate sustainability management, *Journal of Cleaner Production*, 136(1), 102-110.
- Schallmo, D. R., & Brecht, L. (2010). Business model innovation in business-to-business markets—Procedure and examples. The International Society for Professional Innovation Management (ISPIM), Quebec City, Canada.
- Saunila, M., Nasiri, M., Ukko, J., and Rantala, T. (2019). Smart technologies and corporate sustainability: The mediation effect of corporate sustainability strategy. *Computers in Industry*, 108, 178- 185
- Saunila, M., Nasiri, M., Ukko, J., and Rantala, T. (2019). Smart technologies and corporate sustainability: The mediation effect of corporate sustainability strategy. *Computers in Industry*, 108, 178- 185.
- Sumi, Razia. (2023). A Qualitative Study on Sustainability of Tea Industry: Exploring the Challenges and Opportunities Using PESTEL Review. *South Asian Journal of Social Studies and Economics*. 20. 18-28.
- Teixeira P, A Coelho, P Fontoura, JC Sa, FJ Silva, G Santos and LP Ferreira (2022) Combining lean and green practices to achieve a superior performance: The contribution for a sustainable development and competitiveness—An empirical study on the Portuguese context. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* 29(4), 887–90
- Teece, D. J. (2010). Business Models, Business Strategy and Innovation. *Long Range Planning*, 43(2-3), 172–194.
- Thietart, R. A., & Vivas, R. (1984). An Empirical Investigation of Success Strategies for Businesses Along the Product Life Cycle. *Management Science*, 30(12), 1405–1423.
- Tomsic, N., Bojnec, S., and Simcic, B. (2015). Corporate sustainability and economic performance in small and medium sized enterprises. *Journal of Cleaner Production*, 108, 603-612.
- Zhang, J. (2017). Users' perceptions of the drivers for corporate sustainability disclosures made by Chinese listed companies. Theses: Doctorates and Masters, Edith Cowan University.
- Zhang, X., Jia, X., Zhang, G., Hu, J., Sheng, W., Ma, Z., Liu, Z. (2014). Efficient removal and highly selective adsorption of Hg by polydopamine nanospheres with total recycle capacity. *Applied Surface Science*, 314, 166–173.
- Zakari, M., & Zia, B. (2021). Strategies for business sustainability,. The Fifth International Conference on Global Studies In Humanities, Management and Entrepreneurship, Tehran.