

ORIGINAL ARTICLE

Formulating an Ideal Model to Improve Small and Medium-Sized Businesses in the Country with a Sustainable Development Approach Using Grounded Data

Taghi Rezaei¹ , *Safiyeh Mehrinezhad² 

1. Ph.D. Candidate, Department of Public Administration, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

2. Assistant Professor, Department of Financial Management, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Correspondence:

Safiyeh Mehrinezhad

Email: Saf.Mehrinejad@iauctb.ac.ir

Received: 24.May.2024

Received in revised form: 11.Oct.2024

Accepted: 26.Oct.2024

How to cite:

Rezaei, T., & Mehrinezhad, S. (2025). Formulating an Ideal Model to Improve Small and Medium-Sized Businesses in the Country with a Sustainable Development Approach Using Grounded Data. *Journal of Environmental Education and Sustainable Development*, 13(3), 139-155. (DOI: [10.30473/EE.2024.71704.2751](https://doi.org/10.30473/EE.2024.71704.2751))

ABSTRACT

In today's world, small and medium-sized businesses play a key role in economic growth, job creation, and innovation. Due to their flexibility and proximity to local markets, these businesses can provide quick and effective responses to the changing needs of customers. On the other hand, in light of environmental crises and climate change, attention to sustainable development has become one of the main priorities in the business sector. The main goal of this research is to formulate an ideal model for improving small and medium-sized businesses with a sustainable development approach. This study is exploratory in terms of its objective and applied in terms of its practical use, and it is based on a mixed exploratory research strategy. The statistical population includes senior managers, and the quantitative phase includes managers and experts working in small and medium-sized businesses. The data collection tool consisted of in-depth interviews, with data gathered through several stages of coding: open coding, axial coding, and selective coding. These were coded and analyzed, and the resulting model was extracted from the interviews. The findings showed that both internal and external factors are important causal factors in improving small and medium-sized businesses. Among contextual factors, infrastructure and appropriate technology, culture and social values, and cooperation and partnership networks were identified. Additionally, government policy and regulations, market and demand, and social participation and stakeholders were identified as intervening factors. Accordingly, market and marketing strategies, sustainable supply chain strategies, educational and empowerment strategies, innovation and research and development strategies, and sustainable environmental strategies function as effective approaches influencing environmental, social, economic, and brand-related outcomes and credibility.

KEYWORDS

Improvement, Business Improvement, Small and Medium-Sized Businesses, Sustainable Development.



آموزش محیط‌زیست و توسعه پایدار

سال سیزدهم، شماره سوم، ۱۴۰۴ (۱۳۹-۱۵۵)

DOI: [10.30473/EE.2024.71704.2751](https://doi.org/10.30473/EE.2024.71704.2751)

«مقاله پژوهشی»

تدوین الگوی مطلوب جهت بهبود کسب و کارهای کوچک و متوسط کشور با رویکرد توسعه پایدار با استفاده از داده بنیاد

تقی رضایی^۱، صفیه مهری نژاد^۲

۱. دانشجوی دکتری، گروه مدیریت دولتی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
۲. استادیار، گروه مدیریت مالی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

نویسنده مسئول:

صفیه مهری نژاد

رایانامه: Saf.Mehrinejad@iauctb.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۴/۱۴

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۰۷/۲۰

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۸/۰۵

استناد به این مقاله:

رضایی، تقی. و مهری نژاد، صفیه. (۱۴۰۴). تدوین الگوی مطلوب جهت بهبود کسب و کارهای کوچک و متوسط کشور با رویکرد توسعه پایدار با استفاده از داده بنیاد، فصلنامه علمی آموزش محیط‌زیست و توسعه پایدار، ۱۳(۳)، ۱۵۵-۱۳۹. (DOI: [10.30473/EE.2024.71704.2751](https://doi.org/10.30473/EE.2024.71704.2751))

چکیده

در دنیای امروز، کسب و کارهای کوچک و متوسط نقش کلیدی در رشد اقتصادی، ایجاد اشتغال و تقویت نوآوری دارند. این کسب و کارها به دلیل انعطاف‌پذیری و نزدیکی به بازارهای محلی، قادرند پاسخ‌های سریع و مؤثری به نیازهای متغیر مشتریان ارائه دهند. از طرفی، با توجه به بحران‌های زیست‌محیطی و تغییرات اقلیمی، توجه به توسعه پایدار به یکی از اولویت‌های اصلی در عرصه کسب و کار تبدیل شده است. هدف اصلی این تحقیق تدوین الگوی مطلوب بهبود کسب و کارهای کوچک و متوسط با رویکرد توسعه پایدار است. این پژوهش از نظر هدف، اکتشافی و از نظر نوع استفاده، کاربردی و مبتنی بر استراتژی پژوهش آمیخته اکتشافی است. جامعه آماری پژوهش شامل مدیران ارشد و در بخش کمی شامل مدیران و کارشناسان شاغل در کسب و کارهای کوچک و متوسط است. ابزار گردآوری اطلاعات پژوهش شامل مصاحبه‌های عمیقی بود که داده‌های بدست آمده از آن طی چند مرحله کدگذاری شامل مراحل کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی؛ کدگذاری و تحلیل شدند و مدل حاصل از مصاحبه‌ها استخراج شد. یافته‌ها نشان داد که عوامل داخلی و خارجی بعنوان عوامل علی اثرگذار در بهبود کسب و کارهای کوچک و متوسط اهمیت دارند. در بین عوامل زمینه‌ای نیز بعد زیرساخت‌ها و فناوری مناسب، فرهنگ و ارزش اجتماعی و شبکه‌های همکاری و مشارکت شناسایی شدند. عواملی نظیر سیاست و قوانین دولتی، بازار و تقاضا و مشارکت اجتماعی و ذینفعان نیز بعنوان عوامل مداخله‌گر شناسایی شد. براین اساس استراتژی‌های بازار و بازاریابی، استراتژی‌های زنجیره تامین پایدار، استراتژی‌های آموزشی و توانمندسازی، استراتژی‌های نوآوری و تحقیق و توسعه و استراتژی‌های زیست محیطی پایدار بعنوان استراتژی‌های مؤثر بر پیامدهای زیست محیطی، پیامدهای اجتماعی، پیامدهای اقتصادی و پیامدهای برند و اعتبار عمل می‌کنند.

واژه‌های کلیدی

بهبود، بهبود کسب و کار، کسب و کارهای کوچک و متوسط، توسعه پایدار.



مقدمه

در دنیای امروز، کسب و کارهای کوچک و متوسط (SMEs) نقش کلیدی در رشد اقتصادی، ایجاد اشتغال و تقویت نوآوری دارند. این کسب و کارها به دلیل انعطاف پذیری و نزدیکی به بازارهای محلی، قادرند پاسخهای سریع و مؤثری به نیازهای متغیر مشتریان ارائه دهند. اما در عین حال، چالشهای متعددی نیز در مسیر رشد و موفقیت آنها وجود دارد، از جمله محدودیت منابع مالی، رقابت شدید و فشارهای اقتصادی (Iqbal et al., 2025).

با توجه به بحرانهای زیست محیطی و تغییرات اقلیمی، توجه به توسعه پایدار به یکی از اولویتهای اصلی در عرصه کسب و کار تبدیل شده است (Martins et al., 2022). توسعه پایدار به معنای برآورده کردن نیازهای حال بدون به خطر انداختن توانایی نسلهای آینده برای برآوردن نیازهای خود است. این مفهوم، شامل سه جنبه اصلی است: اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی. از منظر اقتصادی کسب و کارهای کوچک و متوسط می توانند از طریق بهینه سازی فرآیندها و استفاده بهینه از منابع، هزینه های خود را کاهش دهند و در عین حال بهره وری خود را افزایش دهند (Atmoko et al., 2025). استفاده از فناوری های نوین و مدیریت مؤثر منابع مالی به کسب و کارها کمک می کند تا به رشد پایدار دست یابند. از منظر اجتماعی نیز توجه به مسئولیت اجتماعی کسب و کارها، به ویژه در ایجاد شرایط کار مناسب و احترام به حقوق کارگران، از اهمیت ویژه ای برخوردار است (Ayandibu & Houghton, 2017). ایجاد محیطی امن و انگیزشی برای کارکنان و ارتقاء شرایط زندگی جوامع محلی، نه تنها به بهبود تصویر عمومی کسب و کار کمک می کند، بلکه باعث افزایش رضایت و وفاداری کارکنان می شود. از منظر زیست محیطی نیز با اتخاذ شیوه های تولید و مصرف پایدار، کسب و کارها می توانند به کاهش اثرات زیست محیطی خود کمک کنند. استفاده از منابع تجدید پذیر، کاهش مصرف انرژی و مدیریت مؤثر پسماندها، بخشی از اقدامات مهم در این زمینه هستند. این اقدامات نه تنها به حفظ محیط زیست کمک می کند، بلکه می تواند منجر به کاهش هزینه ها و بهبود اعتبار کسب و کار شود (Man et al., 2022).

توسعه پایدار به معنای ایجاد تعادل میان رشد اقتصادی، حفظ محیط زیست و رفاه اجتماعی است. برای کسب و کارهای کوچک و متوسط، این رویکرد به معنای مدیریت منابع به صورت مؤثر، کاهش تأثیرات منفی زیست محیطی و ارتقاء

مسئولیت اجتماعی است (Aliakbari & Akbari, 2016).

تحقیق جدید از سازمان جهانی تجارت نشان می دهد که کسب و کارهایی که به اصول توسعه پایدار پایبند هستند، می توانند مزایای رقابتی بیشتری کسب کنند. یکی از اقدامات کلیدی در راستای توسعه پایدار، بهینه سازی مصرف انرژی و منابع است. کسب و کارهای کوچک می توانند با به کارگیری فناوری های سبز و بهینه سازی فرآیندهای تولید، هزینه های خود را کاهش دهند و تأثیرات زیست محیطی را کم کنند. مطالعات نشان می دهد که به کارگیری روش های بهینه سازی انرژی می تواند منجر به کاهش ۲۰ تا ۳۰ درصدی در مصرف انرژی و هزینه ها شود. درواقع سرمایه گذاری در منابع تجدید پذیر مانند انرژی خورشیدی یا بادی می تواند به کاهش وابستگی به سوخت های فسیلی و کاهش هزینه های بلندمدت کمک کند. کسب و کارهای کوچک می توانند با نصب پنل های خورشیدی یا استفاده از انرژی های سبز، هزینه های انرژی خود را کاهش دهند و در عین حال به کاهش گازهای گلخانه ای کمک کنند. از طرفی، انتخاب تأمین کنندگان با معیارهای زیست محیطی و اجتماعی مناسب، به کسب و کارها کمک می کند تا زنجیره تأمین خود را پایدارتر کنند. پژوهش ها نشان می دهد که کسب و کارهایی که به دنبال تأمین کنندگان پایدار هستند، می توانند با کاهش ریسک های زنجیره تأمین و بهبود روابط با ذینفعان، عملکرد بهتری داشته باشند (Yang, 2023).

طراحی محصولات و خدمات نیز با توجه به اصول پایدار، نه تنها می تواند به جذب مشتریان جدید کمک کند، بلکه به بهبود تصویر برند نیز منجر می شود. مطالعات اخیر نشان می دهند که مصرف کنندگان به شدت به محصولات سبز و پایدار تمایل دارند و این موضوع می تواند منجر به افزایش فروش و وفاداری مشتریان شود. کسب و کارها باید به طور منظم اقدام به گزارش گری در زمینه عملکرد زیست محیطی و اجتماعی خود کنند. این گزارشات می توانند شامل اطلاعاتی درباره کاهش مصرف انرژی، مدیریت پسماند و مسئولیت اجتماعی باشند. بررسی های اخیر نشان می دهد که شفافیت در گزارش گری می تواند به تقویت اعتماد مشتریان و سرمایه گذاران کمک کند (Mashayekhi et al., 2021).

از طرفی طی سال های گذشته با وضع قانون بهبود مستمر کسب و کار و راه اندازی دفتر پایش و بهبود کسب و کار تلاش هایی برای بهبود شرایط کسب و کار در کشور صورت گرفته است، اما عدم اجرا شدن قوانین و عدم انجام اقدامی چشم گیر در راستای اصلاح شرایط کسب و کار موجب بهبود نیافتن

شرایط کسب و کار طی این سال ها در کشور شده است. از اینرو بررسی ها نشان می دهد که مهم ترین عامل بهبود شرایط کسب و کار در کشور در وضعیت فعلی از بین بردن گلوگاه های بهبودی که در سازمان ها برای اخذ مجوزها ایجاد شده است (Parto Afkanan et al., 2021).

از اینرو با توجه به شرایطی که بر شرایط حاکم بر فعالیت کسب و کارهای کوچک و متوسط در کشور حاکم است و نیز با توجه به قابلیت ها و منابع لازم برای توسعه پایدار هرچه بیشتر این کسب و کارها بمنظور بهبود قدرت رقابتی آنها و دستیابی به جایگاهی شایسته در بازارهای فعال، نیاز است تا از طریق ایجاد بستر مناسب برای بهبود این کسب و کارها در داخل کشور در جهت بهبود و توسعه پایدار این کسب و کارها در کشور کوشید. از اینرو این پژوهش به دنبال پاسخ دادن به این سوال است که طراحی و تبیین الگوی مطلوب بهبود کسب و کارهای کوچک و متوسط با رویکرد توسعه پایدار در کشور به چه صورتی است؟

در ادامه، ادبیات و پیشینه پژوهش مورد بررسی قرار گرفته است:

توسعه پایدار: توسعه پایدار به معنای برآورده کردن نیازهای کنونی بشر بدون به خطر انداختن توانایی نسل های آینده برای برآورده کردن نیازهای خود است. این مفهوم به گونه ای طراحی شده است که به تعادل میان رشد اقتصادی، حفظ محیط زیست، و بهبود کیفیت زندگی توجه داشته باشد. توسعه پایدار به دنبال دستیابی به پیشرفت اقتصادی و اجتماعی است در حالی که به حفظ و بهبود منابع طبیعی و اکوسیستم ها نیز توجه می شود (De Villiers & Sharma, 2020).

یکی از اصول اساسی توسعه پایدار این است که رشد اقتصادی باید به گونه ای انجام شود که منابع طبیعی به طور معقول و بهینه استفاده شوند. این به معنای جلوگیری از بهره برداری بیش از حد از منابع و کاهش آلودگی ها و آلودگی ها است. به علاوه، توجه به حفظ تنوع زیستی و سازگاری با تغییرات آب و هوایی از دیگر جنبه های مهم توسعه پایدار هستند (Orazalin & Mahmood, 2018).

از بعد اجتماعی، توسعه پایدار به عدالت اجتماعی و کاهش نابرابری ها نیز توجه دارد. این به معنای ارتقاء فرصت های برابر برای تمامی افراد، دسترسی به آموزش و بهداشت، و ترویج زندگی شایسته برای همه است. در واقع، توسعه پایدار به دنبال ایجاد جامعه ای است که در آن همه افراد از امکانات و فرصت های یکسان بهره مند شوند (Lozano, 2015).

در نهایت، تحقق توسعه پایدار نیازمند همکاری و هماهنگی بین المللی است. کشورها باید در سیاست گذاری های زیست محیطی و اقتصادی همکاری کنند و راه حل هایی جهانی برای مشکلات محیط زیستی ارائه دهند. به این ترتیب، توسعه پایدار نه تنها به سطح ملی بلکه به سطح جهانی نیز توجه دارد و نیازمند تلاش های جمعی و هماهنگ است (Jiang & Fu, 2019).

کسب و کارهای کوچک و متوسط: به کسب و کارهایی که نیازی به سرمایه گذاری های کلان و همچنین تعداد زیادی نیروی کار برای راه اندازی نداشته باشند، کسب و کار کوچک یا متوسط می گویند. بعبارتی کسب و کارهای کوچک و متوسط به شرکت هایی اطلاق می شود که از یک تعداد محدودی کارمند و منابع مالی نسبتاً کم برای فعالیت های خود استفاده می کنند (Hosseini et al., 2016). این اندازه کسب و کارها ممکن است از صنایع مختلفی باشد، از جمله خدمات، تولید، فناوری، و فروش. معمولاً این کسب و کارها با چالش های خاصی همچون دسترسی به منابع مالی، بازاریابی، و مدیریت منابع انسانی روبرو هستند. این شرکت ها معمولاً برای نوآوری و ارتقاء محصولات و خدمات خود تلاش می کنند و نقش مهمی در ایجاد اشتغال، توسعه اقتصادی، و تنوع صنعتی دارند (Yang, 2023).

این دسته از کسب و کارها اغلب توسط افراد حقیقی و در حوزه ی کسب و کارهای خصوصی هستند و دولت دخالتی در ایجاد آنها ندارد؛ البته ناگفته نماند که برخی از آنها نیز توسط دولت و یا به کمک دولت ایجاد و راه اندازی می شوند. بیشتر کسب و کارهایی که افراد در طول روز آنها را می بینند یا به آنها مراجعه می کنند، جزو کسب و کارهای کوچک یا متوسط می باشند (Mabhungu & Van Der Poll, 2017).

بهبود کسب و کار کوچک و متوسط: بهبود کسب و کار مشتمل بر فرآیندهایی است که در حوزه تجزیه و تحلیل، آماده سازی و بهره گیری از فرصت های رشد و همچنین پایش و نظارت بر چگونگی بهره گیری از این فرصت ها، صورت می گیرد. به بیان دیگر، توسعه کسب و کار فرآیند ایجاد ارزش های بلندمدت برای سازمان در سه حوزه محصول، بازار و شبکه ی روابط از طریق ایجاد تمرکز بر روی فرصت های رشد است (Azari & Hamidi, 2019). هنگامی که کسب و کارها برای ترسیم آینده خود و براساس فعالیت های موجود و در برنامه ریزی های استراتژیک با هدف رشد و توسعه، میزان فروش و سودآوری را پیش بینی می کنند؛ اگر بین فروش مورد انتظار در

کمک کند. همچنین، این مطالعه به بررسی چالش‌های مرتبط با پذیرش این فناوری‌ها و راهکارهای پیشنهادی برای کسب‌وکارهای کوچک و متوسط پرداخته است.

محمدکاظمی^۲ و همکاران (۲۰۲۱) در پژوهشی به بررسی طراحی مدل توانمندسازی کسب و کارهای کوچک و متوسط دانش بنیان با رویکرد دیتمل پرداختند. این پژوهش با درک نقش و اهمیت توانمندسازی کسب و کارهای کوچک و متوسط و با توجه به ضعف مطالعات پیشین در خصوص معرفی یک مدل جامع توانمندسازی در این کسب و کارها اجرا گردید. برای به دست آوردن مدل از چارچوب آمیخته ترکیبی در گردآوری داده‌ها استفاده شد. جامعه مورد مطالعه در بخش کیفی و کمی شامل خبرگان دانشگاهی و صنعت مرتبط با موضوع پژوهش است. ابزار گردآوری داده‌ها در بخش کیفی مصاحبه‌های عمیق و نیمه ساختار یافته و در بخش کمی پرسشنامه مقیاس‌ت زوچی بوده است. نتایج نشان داد مدل توانمندسازی کسب و کارهای کوچک و متوسط دانش بنیان متشکل از پنج بعد توانمندی فردی، توانمندی مالی، توانمندی کارآفرینانه، توانمندی بازاریابی و توانمندی فناوری است. یافته‌های بخش کمی نیز نشان داد عوامل مؤثر بر توانمندسازی کسب و کارهای کوچک و متوسط، توانمندی فردی و توانمندی مالی بوده و عوامل تأثیرپذیر نیز شامل توانمندی کارآفرینانه، توانمندی بازاریابی و توانمندی فناوری هستند. در تحقیقات خارجی نیز یانگ (۲۰۲۳) در پژوهشی به بررسی عوامل مؤثر بر عملکرد رشد شرکت‌های کوچک و متوسط در چین پرداخته است. این مقاله مفهومی عوامل تعیین‌کننده رشد شرکت‌های کوچک و متوسط در چین را با بررسی تأثیر سیاست‌ها و حمایت‌های دولتی، دسترسی به منابع مالی، فرصت‌های بازار، نوآوری و پذیرش فناوری، ادغام زنجیره تامین، سرمایه انسانی و استعداد، محیط نظارتی، بین‌المللی‌سازی و صادرات، بررسی می‌کند. خدمات پشتیبانی شبکه و کسب و کار و توسعه زیرساخت. با تکیه بر ادبیات مرتبط، این مقاله مروری جامع از این عوامل و پیامدهای آنها برای رشد شرکت‌های کوچک و متوسط ارائه می‌کند. این یافته‌ها نیاز به مداخلات سیاستی هدفمند، دسترسی بهبود یافته به منابع مالی، استراتژی‌های مؤثر بازار، رویکردهای نوآورانه، بهینه‌سازی زنجیره تامین، توسعه استعدادها، اصلاحات نظارتی، تسهیل تجارت بین‌المللی، فعالیت‌های شبکه، و بهبود

آینده و فروش پیش‌بینی شده فاصله‌ای موجود باشد، گزینه‌های مختلفی برای پرکردن این فاصله توصیه شده که مشخصاً سه استراتژی مشخص پیش‌روی بنگاه قرار می‌دهد شامل رشد متمرکز، رشد ائتلافی و رشد از طریق متنوع‌سازی. بهبود و رشد کسب و کار دارای ابعاد مختلفی است که در این بین، چهار بعد توانمندسازی که تأثیر زیادی در کسب‌وکار دارند عبارتند از: معناسازی، شایستگی، خودتعیین‌گری و تأثیرگذاری (Turner & Maschi, 2015). همه این چهار نوع توانمندسازی از افراد برای دستیابی به اهداف کاری خود در کسب‌وکاری که ایجاد کرده یا قصد توسعه آن را دارند حمایت می‌کنند. برخی محققان سه عامل توانمندسازی را شامل خودآراکی، دانش منابع و مشارکت با دیگران بیان کرده‌اند. آموزش‌های رسمی یکی از رایج‌ترین سازوکارهای توسعه توانمندسازی می‌باشد که باعث افزایش اعتمادبه‌نفس و قابلیت‌های فردی می‌گردد (Raudeliuniene et al., 2014).

کسب و کارها در دهه‌های مختلف با چالش‌های بسیاری مواجه می‌شوند در این بین کسب و کارهایی که به درستی این چالش‌ها را شناسایی کرده و تغییرات مناسب را در خودشان اعمال می‌کنند می‌توانند با موفقیت به بقا، رشد و سودآوری خود ادامه دهند. بهترین رویکرد برای استفاده از فرصت‌های بوجود آمده در اثر تغییرات چشمگیر در قوانین کسب و کار، بهبود کسب و کار است. بهبود است که نتیجه دلخواه صاحبان کسب و کار را در راستای ایجاد ارزش و دستیابی به نتایج کسب و کار ایجاد خواهد کرد. در بهبود کسب و کار می‌بایست به دنبال انجام کارها، بهتر از قبل بود و از این طریق نوآوری را در کسب و کار به خدمت گرفت. بنابراین در دنیای پرچالش و پر تحول امروزی کسب و کارها به منظور بقا و پیشرفت ناگزیرند بهبودهایی را در وضعیت داخلی و وضع موجود کسب و کار خود اعمال کنند و با ایجاد فرایندهای مناسب، بستر کسب سودآوری بیشتر را فراهم نمایند (Man et al., 2022).

در ادامه، پیشینه پژوهش بررسی می‌شود: ملاشاهی و ظریفیان^۱ (۲۰۱۶) در تحقیق خود به بررسی تأثیر فناوری‌های سبز بر بهبود پایداری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط پرداخته است. این تحقیق نشان می‌دهد که پیاده‌سازی فناوری‌های سبز، مانند سیستم‌های مدیریت انرژی و کاهش مصرف مواد، می‌تواند به افزایش بهره‌وری و کاهش هزینه‌های عملیاتی

زیرساخت‌ها را برای تقویت رشد شرکت‌های کوچک و متوسط در چین برجسته می‌کند. این مطالعه با ترکیب عوامل کلیدی و ارائه بینش برای تحقیقات آینده و مفاهیم عملی به مجموعه دانش موجود کمک می‌کند. پارک، مک‌کواید، ماوسون^۱ (۲۰۱۹) نیز در پژوهشی به بررسی عوامل اصلی مؤثر بر رشد پایدار شرکت‌های کوچک و متوسط پیشرفته در کره جنوبی پرداختند. نتایج این مطالعه نشان داد که رویکردهای فعال، مانند سازمان انعطاف‌پذیر، مدیریت ریسک، تصمیم‌گیری سریع و ورود به بازار بین‌المللی، به عنوان عوامل مهم در رشد پایدار تلقی می‌شوند. این یافته‌ها به درک بهتر نظری و تجربی از رشد پایدار با تکنولوژی بالا، در کشوری با یک بخش فناوری اطلاعات قوی کارآفرینی و رقابتی بین‌المللی کمک می‌کند. همچنین، همکاری در سراسر کسب و کار به عنوان مشارکت مهمی در توسعه و رشد کارکنان، مطابق با تئوری مباشرت تلقی می‌شد.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر طرح تحقیق در زمره طرح‌های اکتشافی است. طرح اکتشافی، تاکید بیشتری بر رویکرد کیفی دارد. این طرح با جمع‌آوری و تحلیل داده‌های کیفی شروع شده و به ارائه مدل یا نتیجه مبتنی بر رویکرد کیفی ختم می‌شود. در مواقعی که محقق نیاز به تعمیم^۲ نتایج حاصل از رویکرد کیفی دارد، استفاده از این طرح توصیه می‌شود.

1. Park & McQuaid & Mawson
2. Generalization

جامعه آماری این تحقیق شامل مدیران و کارشناسان ارشد در کسب و کارهای کوچک و متوسط بود که از طریق مصاحبه جهت‌دار مورد بررسی قرار گرفتند. معیار انتخاب این افراد برای انجام مصاحبه شامل موارد زیر بود؛ آشنایی نسبت به حوزه کسب و کار و توسعه پایدار، شاغل بودن در واحدهایی که با مدیریت و برنامه‌ریزی فعالیت‌های بازرگانی سرکار داشتند، مشارکت داشتن در برنامه‌ریزی‌های مربوط به امور صادرات و سابقه کاری بالا در کسب و کار مربوطه. در این بخش از تحقیق، از روش نمونه‌گیری غیرتصادفی و به صورت هدفمند و قضاوتی استفاده شد. بر این اساس با تعداد ۱۲ از مدیران و کارشناسان ارشد شاغل در کسب و کارهای کوچک و متوسط مصاحبه شد و داده‌های حاصل از طریق کدگذاری تحلیل شدند. در این پژوهش برای بررسی اعتبار پژوهش به شیوه کیفی از دو شیوه بازخورد مشارکت‌کننده و دریافت نظرات همکاران استفاده شد. بدین گونه که برای دریافت بازخورد مشارکت‌کنندگان از ۴ نفر از مصاحبه‌شوندگان درخواست شد تا نظرات خود را درباره مفاهیم پژوهش بیان نمایند. همچنین برای دریافت نظرات همکاران از ۵ افراد متخصص در زمینه کدگذاری استفاده شد. برای افزایش پایایی تحقیق نیز تحلیل سیستماتیک و روش‌مند داده‌ها و استخراج منطقی مقولات و مفاهیم انتزاعی کلان‌تر بر مبنای روش کدگذاری استفاده شد. بهره‌مندی از یک متخصص دیگر که در کسب و کارهای کوچک و متوسط فعالیت می‌کند و با بحث بهبود کسب و کار و توسعه پایدار آشنایی دارد و بعد از دو هفته از زمان مصاحبه پژوهشگر، مصاحبه‌ای صورت داده و یافته‌های هردو محقق مورد بررسی قرار گرفت.

جدول ۱. میزان درصد پایایی از طریق روش کدگذاری مجدد

Table 1. Reliability Percentage Using the Recoding Method

پایایی بازآزمون (درصد) Retest reliability (percentage)	تعداد عدم توافقات Number of disagreements	تعداد توافقات Number of agreements	تعداد کل کدها Total number of codes	مصاحبه شونده Interviewee	ردیف Row
0.81	5	22	27	P1	1
0.75	5	15	20	P4	2
0.82	4	18	22	P9	3
0.80	14	55	69		

انتخابی تشکیل شده است.

یافته‌های پژوهش

براساس الگو استراوس و کوربین، فرآیند تحلیل داده‌ها از سه مرحله اصلی کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری

کدگذاری باز و شناخت مفاهیم

کدگذاری باز جزئی از تحلیل است که با بررسی دقیق داده‌ها،

سه گام اساسی صورت خواهد گرفت: مرحله اول، ارائه داده‌های کیفی، مرحله دوم استخراج مفاهیم از داده‌های کیفی و مرحله سوم استخراج مقوله‌ها از مفاهیم مرتبط. برای استخراج داده‌ها از متن مصاحبه‌ها، دو روش وجود دارد: تحلیل خرد و تحلیل نکات کلیدی. در این پژوهش از روش کدگذاری نکات کلیدی استفاده شده است.

نام‌گذاری و طبقه‌بندی کردن آن‌ها انجام می‌شود. برای طبقه‌بندی دقیق مفاهیم در مقوله‌ها، باید هر مفهوم، بعد از تفکیک برچسب بخورد و داده‌های خام به وسیله بررسی دقیق متن مصاحبه‌ها و یادداشت‌های زمینه‌ای، مفهوم‌سازی گردد. بدون کدگذاری باز تحلیل اساسی اولیه، بقیه تجزیه و تحلیل و ارتباطاتی که به دنبال آن می‌آید، شکل نمی‌گیرد. در این مرحله

جدول ۲. نمونه کدگذاری باز (مصاحبه اول)

Table 2. Open Coding Sample (First Interview)

ردیف Row	کدگذاری اولیه Initial coding	کدگذاری ثانویه Secondary coding	مفاهیم Concepts
PA1	بکارگیری فناوری‌های به روز و مناسب در تولید محصول سبز Applying up-to-date and appropriate technologies in the production of green products	نوآوری و فناوری سبز Innovation and green technology	عوامل داخلی Internal factors
PA2	وجود جریان درآمدی ثابت و روبه افزایش در کسب و کار Having a steady and increasing income stream in the business	جنبه اقتصادی کسب و کار Economic aspect of business	توازن میان جنبه‌های اجتماعی، اقتصادی و محیطی Balance between social, economic and environmental aspects
PA3	وجود استراتژی بازاریابی مناسب برای عرضه محصول سبز به بازار Having a suitable marketing strategy to supply the green product to the market	بازاریابی سبز Green marketing	استراتژی بازار و بازاریابی Market and marketing strategy
PA4	در نظر داشتن معیارهای مناسب برای انتخاب تامین‌کنندگان سبز Considering appropriate criteria for selecting green suppliers	انتخاب تامین‌کننده پایدار Choosing a sustainable supplier	استراتژی‌های زنجیره تامین پایدار Sustainable supply chain strategies
PA5	سرمایه‌گذاری در حوزه‌های مرتبط با آموزش کارکنان Investing in areas related to employee training	آموزش کارکنان Staff training	استراتژی‌های آموزشی و توانمندسازی Educational strategies and empowerment
PA6	سیاست‌های مناسب از جانب مدیران برای سرمایه‌گذاری در جذب نیروهای متخصص Appropriate policies on the part of managers to invest in attracting specialized personnel	منابع انسانی Human resources	عوامل داخلی Internal factors
PA7	دنبال کردن فعالیت‌های رقبا و توسعه فعالیت‌های مشارکتی با آن‌ها Following competitors' activities and developing cooperative activities with them	شراکت‌های استراتژیک Strategic partnerships	شبکه‌های همکاری و مشارکت Cooperation and partnership networks
PA8	رشد و توسعه فعالیت‌های خیرخواهانه شرکت Growth and development of charitable activities of the company	تقویت مسئولیت اجتماعی Strengthening social responsibility	پیامدهای اجتماعی Social consequences

ردیف Row	کدگذاری اولیه Initial coding	کدگذاری ثانویه Secondary coding	مفاهیم Concepts
PA9	وجود سازوکارهای حمایتی در سطح کلان نسبت به توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط The existence of support mechanisms at the macro level for the development of small and medium businesses	تشویقها و تسهیلات دولتی Government incentives and facilities	سیاست و قوانین دولتی Government policy and laws
PA10	وجود جو رقابتی شدید در حوزه فعالیت Existence of intense competitive atmosphere in the field of activity	رقابت و فشار بازار Competition and market pressure	بازار و تقاضا Market and demand
PA11	شناسایی و جذب فناوریهای جدید در حوزه کسب و کار Identifying and attracting new technologies in the field of business	جذب فناوری Absorption of technology	زیرساختها و فناوری مناسب Adequate infrastructure and technology
PA12	وجود سوبسید و سیاستهای حمایتی از جانب دولت Existence of subsidy and support policies from the government	سیاست و مقررات دولتی Government policy and regulations	عوامل خارجی External factors
PA13	توانایی اصلاح فرایندهای تولیدی جهت کاهش تولید ضایعات و آلودگی محیط The ability to modify production processes to reduce waste production and environmental pollution	حفظ منابع طبیعی Conservation of natural resources	پیامدهای زیست محیطی Environmental consequences
PA14	تحلیل بازار کسب و کار جهت شناسایی نیازهای مشتریان Business market analysis to identify customer needs	نیازسنجی مشتری Customer needs assessment	ارزش ارائه شده Value provided
PA15	کمک به رشد و توسعه کسب و کار کشور Helping to grow and develop the business of the country	بهبود سودآوری Improve profitability	پیامدهای اقتصادی Economic consequences
PA16	وجود تیمهای تحقیقات و توسعه برای رصد فعالیت های بازار The presence of research and development teams to monitor market activities	پژوهش و تحلیل روندهای بازار Research and analysis of market trends	استراتژیهای نوآوری و تحقیق و توسعه Innovation strategies and research and development
PA17	تغییرات مداوم خواستهها و نیازهای مشتریان در کسب و کار شرکت Continuous changes in the demands and needs of customers in the company's business	تغییر در تقاضای مصرف کننده Changes in consumer demand	بازار و تقاضا Market and demand
PA18	وجود محیط رقابتی شدید و تعدد رقبای قوی در بازار Existence of strong competitive environment and many strong competitors in the market	محیط کسب و کار Business environment	عوامل خارجی External factors

ردیف Row	کدگذاری اولیه Initial coding	کدگذاری ثانویه Secondary coding	مفاهیم Concepts
PA19	تلاش جهت همسو کردن فعالیت های کسب و کار با هنجارهای مورد قبول جامعه Trying to align business activities with accepted norms of society وجود فرایندها و خروجی های لازم برای عموم	آگاهی از فرهنگ جامعه Awareness of the culture of society	فرهنگ و ارزش اجتماعی Culture and social value
PA20	جامعه نسبت به فعالیت های شرکت The existence of necessary processes and outputs for the general public regarding the company's activities شکل گیری نگرش مثبت نسبت به برند در محیط کسب و کار و جامعه	پاسخگویی و شفافیت Accountability and transparency	مشارکت اجتماعی و ذینفعان Social participation and stakeholders
PA21	The formation of a positive attitude towards the brand in the business environment and society	تقویت تصویر برند Strengthen the brand image	پیامدهای برند و اعتبار Brand and credibility implications

کشف مقوله ها

در این مرحله مفاهیم بدست آمده براساس ارتباط آن ها با موضوعات مشابه طبقه بندی می شوند که به این کار مقوله پردازی می گویند. عناوینی که به این مقوله ها تخصیص داده می شود انتزاعی تر از مفاهیمی است که مجموعه آن را تشکیل می دهد. مقوله ها دارای قدرت مفهومی بالایی بوده زیرا قادر هستند مفاهیم را بر محور خود گردآوری کنند.

جدول ۳. مفاهیم و کدهای زیرمجموعه هر مفهوم

Table 3. Concepts and Sub-Codes of Each Concept

ردیف Row	مفاهیم Concepts	کدهای باز Open source
1	عوامل داخلی Internal factors	PA1, PA6, PB4, PB10, PB11, PB14, PC17, PC21, PD9, PD14, PD16, PE1, PE6, PE9, PE14, PF1, PF8, PG6, PG14, PG23, PH2, PH3, PH6, PH8, PH16, PI6, PI8, PI9, PJ4, PJ10, PJ11, PJ14, PK9, PK15, PK16, PL2, PL3, PL6, PL8, PL14, PL16
2	عوامل خارجی External factors	PA12, PA18, PB22, PB23, PC6, PD1, PD6, PD21, PE8, PE11, PE19, PF14, PF19, PG1, PG11, PH1, PH9, PH15, PI1, PI19, PJ22, PJ23, PK1, PK21, PL9, PL15
3	ارزش ارائه شده Value provided	PA14, PB1, PB7, PD8, PE12, PF2, PF5, PI21, PJ1, PJ7, PK6, PK11
4	مشتریان Customers	PB17, PC9, PE16, PF9, PF10, PF16, PI16, PJ17, PK8
5	توازن میان جنبه های اجتماعی، اقتصادی و محیطی Balance between social, economic and environmental aspects	PA2, PB19, PC14, PD17, PE13, PG2, PG8, PG9, PH5, PI13, PJ19, PL5
6	استراتژی مبتنی بر پایداری Sustainability-based strategy	PB24, PC1, PD2, PE20, PG18, PH10, PH13, PI12, PJ24, PL10, PL13

ردیف Row	مفاهیم Concepts	کدهای باز Open source
7	زیرساخت‌ها و فناوری مناسب Infrastructure and appropriate technology	PA11,PB16,PC3,PD10,PE21,PF3,PF6,PF18,PG4,PG15,PG19,PI2,PJ16,PK19
8	فرهنگ و ارزش اجتماعی Culture and social value	PA19,PB6,PC5,PD7,PE22,PG20,PG22,PG25,PH4,PI7,PJ6,PK7,PK22,PL4
9	شبکه‌های همکاری و مشارکت Cooperation and partnership networks	PA7,PB13,PC12,PD22,PE5,PG26,PH14,PH17,PI14,PJ13,PK14,PL1,PL17
10	سیاست و قوانین دولتی Government policy and laws	PA9,PB2,PC2,PD3,PE3,PF11,PF13,PI15,PJ2,PK23
11	بازار و تقاضا Market and demand	PA10,PA17,PB9,PC10,PD11,PE4,PF15,PG7,PG17,PJ9,PK4
12	مشارکت اجتماعی و ذینفعان Social participation and stakeholders	PA20,PB21,PC13,PD4,PE18,PG27,PH11,PH18,PI11,PJ21,PK12,PL11,PL18
13	استراتژی بازار و بازاریابی Market and marketing strategy	PA3,PB8,PC4,PD12,PF17,PG3,PG12,PI18,PJ8,PK2
14	استراتژی‌های زنجیره تامین پایدار Sustainable supply chain strategies	PA4,PB18,PC8,PE2,PG16,PG21,PI5,PJ18
15	استراتژی‌های آموزشی و توانمندسازی Educational strategies and empowerment	PA5,PC20,PD19,PG24,PG28,PI3,PK3
16	استراتژی‌های نوآوری و تحقیق و توسعه Innovation strategies and research and development	PA16,PC18,PD15,PG29,PH19,PL19
17	استراتژی‌های زیست‌محیطی پایدار Sustainable environmental strategies	PB20,PC15,PD13,PF20,PG30,PH20,PI4,PJ20,PK10,PL20
18	پیامدهای زیست‌محیطی Environmental consequences	PA13,PB5,PC19,PD5,PE7,PE15,PF4,PG5,PI17,PJ5,PK17,PL7
19	پیامدهای اقتصادی Economic consequences	PA15,PB15,PC16,PE10,PG10,PG13,PI10,PJ3,PK13,PK18
20	پیامدهای اجتماعی Social consequences	PA8,PC7,PD20,PK5,PI22,PH12,PJ12,PC11,PL12,PA21
21	پیامدهای برند و اعتبار Brand and credibility outcomes	PK20,PA21,PE17,PJ15,PI20,PB12,PB3,PD18,PF7,PH7,PF12

کدگذاری محوری

تأکید این مرحله بیشتر بر کدها و مفاهیم باز بوده و نه داده‌ها. در عین حال ممکن است کدها و مفاهیم جدیدی نیز در این

مرحله شکل گیرد ولی هدف اصلی، مرور و بررسی کدهای اولیه است و در این مرحله محقق به سوی سازماندهی موضوعات، مفاهیم، دسته‌بندی‌ها و تعریف محوری مفاهیم اصلی در تحلیل پیش می‌رود.

در این مرحله، به جهت پاسخ دادن به نخستین پرسش (یعنی دسته‌بندی مفاهیم)، محقق گزاره‌های مربوطه را به صورت زیر دسته‌بندی کرده است و در نهایت گزاره‌های نهایی و شکل‌دهنده مدل ایجاد شده‌اند.

جدول ۴. خروجی نتایج تحلیل کیفی

Table 4. Results of Qualitative Analysis

کدگذاری باز Open coding	کدگذاری محوری Axial coding	کدگذاری انتخابی Selective encoding
بازاریابی و ارتباطات Marketing and communication		
مدیریت منابع Resource management		
نوآوری و فناوری سبز Innovation and green technology	عوامل داخلی Internal factors	
توسعه محصولات پایدار Development of sustainable products		شرایط علی Causal conditions
مدیریت مالی و سرمایه‌گذاری Financial management and investment		
عوامل فرهنگی و اجتماعی Cultural and social factors		
محیط کسب و کار Business environment	عوامل خارجی External factors	
سازگاری با مقررات Compliance with regulations		
نحوه ارائه محصول یا خدمت How to provide a product or service	ارزش ارائه شده Value provided	
نیازهایی که برطرف می‌شود Needs that are met		
نیازسنجی مشتری مبتنی بر سبز بودن Customer needs assessment based on being green	مشتریان کسب و کار پایدار Sustainable business customers	
دسترسی به مشتری Customer access		
روابط با مشتری Customer relations		مقوله اصلی (بهبود کسب و کار) Main category (business improvement)
جنبه اقتصادی کسب و کار Economic aspect of business	توازن میان جنبه‌های اجتماعی، اقتصادی و محیطی Balance between social, economic and environmental aspects	
جنبه اجتماعی کسب و کار Social aspect of business		
جنبه محیطی کسب و کار Environmental aspect of business		
نوع استراتژی مبتنی بر پایداری Type of sustainability-based strategy	استراتژی مبتنی بر پایداری Sustainability-based strategy	
نحوه ورود به بازار How to enter the market		
اثربخشی Effectiveness		

کدگذاری انتخابی Selective encoding	کدگذاری محوری Axial coding	کدگذاری باز Open coding
عوامل زمینه‌ای Background factors	زیرساخت‌ها و فناوری مناسب Adequate infrastructure and technology	جذب و انتقال فناوری Absorption and transfer of technology زیرساخت حمل و نقل و ارتباطات Transportation and communication infrastructure بکارگیری مناسب فناوری Appropriate use of technology
	فرهنگ و ارزش اجتماعی Culture and social value	آگاهی و فرهنگ جامعه Community awareness and culture پذیرش و حمایت اجتماعی Social acceptance and support
	شبکه‌های همکاری و مشارکت Cooperation and partnership networks	شبکه‌های تامین و توزیع Supply and distribution networks شرکت‌های استراتژیک Strategic partnerships
	سیاست و قوانین دولتی Government policy and laws	قوانین زیست‌محیطی Environmental laws تشویق‌ها و تسهیلات دولتی Government incentives and facilities
عوامل مداخله‌گر Interfering factors	بازار و تقاضا Market and demand	تغییر در تقاضای مصرف کننده Changes in consumer demand رقابت و فشار بازار Competition and market pressure
	مشارکت اجتماعی و ذینفعان Social participation and stakeholders	مشارکت ذینفعان Stakeholder participation پاسخگویی و شفافیت Accountability and transparency
استراتژی‌ها (استراتژی‌ها) Strategies	استراتژی بازار و بازاریابی Market and marketing strategy	بازاریابی سبز Green marketing ارتباط شفاف و موثر Clear and effective communication
	استراتژی‌های زنجیره تامین پایدار Sustainable supply chain strategies	انتخاب تامین کننده پایدار Choosing a sustainable supplier مدیریت زنجیره تامین Supply chain management
	استراتژی‌های آموزشی و توانمندسازی Educational strategies and empowerment	آموزش و توانمندسازی کارکنان Training and empowering employees توسعه توانمندی‌های مدیریتی Development of managerial capabilities
	استراتژی‌های نوآوری و تحقیق و توسعه Innovation	نوآوری در محصولات و خدمات Innovation in products and services پژوهش و تحلیل روندهای بازار

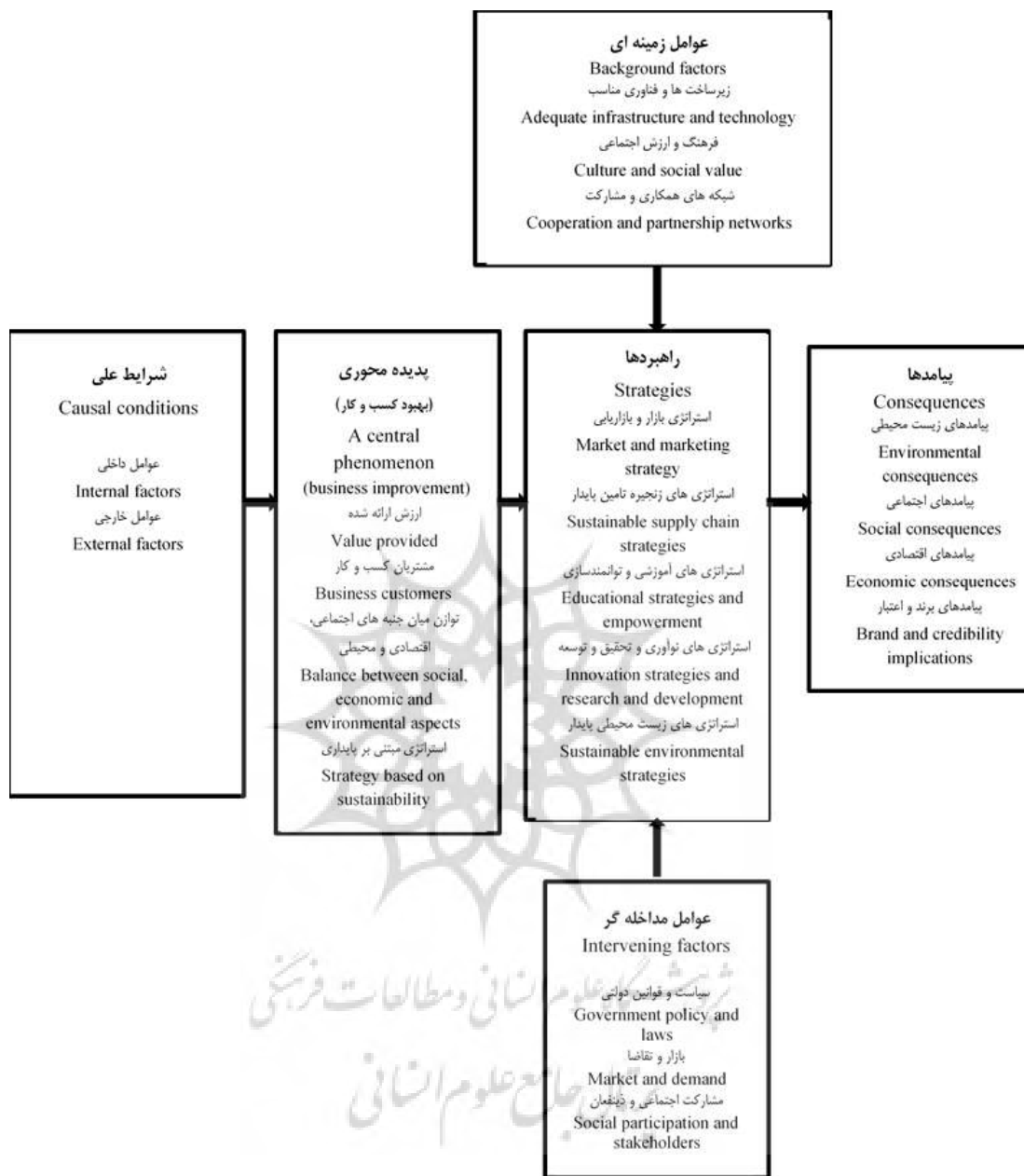
کدگذاری باز Open coding	کدگذاری محوری Axial coding	کدگذاری انتخابی Selective encoding
Research and analysis of market trends	strategies and research and development	
کاهش مصرف منابع و پسماندها Reducing the consumption of resources and waste	استراتژی‌های زیست‌محیطی پایدار Sustainable environmental strategies	
فناوری‌های سبز Green technologies		
گواهینامه‌های زیست‌محیطی Environmental certificates		
کاهش تأثیرات زیست‌محیطی Reducing environmental impacts	پیامدهای زیست‌محیطی Environmental consequences	
حفظ منابع طبیعی Conservation of natural resources		
کاهش آلودگی و بهبود کیفیت آب و هوا Reducing pollution and improving air quality		
بهبود شرایط کاری و رفاه کارکنان Improving working conditions and welfare of employees	پیامدهای اجتماعی Social consequences	
تقویت مسئولیت اجتماعی Strengthening social responsibility		
توسعه مهارت‌ها و آموزش Skills development and training		پیامدها Consequences
افزایش بهره‌وری و کاهش هزینه‌ها Increasing productivity and reducing costs		
بهبود سودآوری Improving profitability	پیامدهای اقتصادی Economic consequences	
دسترسی به بازارهای جدید Access to new markets		
دسترسی به سرمایه‌گذاری‌های مالی Access to financial investments		
تقویت تصویر برند Strengthening the brand image	پیامدهای برند و اعتبار Brand and credibility implications	
جذب مشتریان Attract customers		

بحث و نتیجه‌گیری

پس از بررسی جامع ادبیات تحقیق در مورد عوامل موثر در بهبود کسب و کارهای کوچک و متوسط با رویکرد توسعه پایدار و با در نظر گرفتن مدل‌ها و رویکردهای ارائه شده در ادبیات موضوع و تحقیقات پیشین و همچنین مصاحبه از خبرگان دانشگاهی و سازمانی، عوامل علی موثر در بهبود کسب و کارهای کوچک و متوسط در کشور با رویکرد توسعه پایدار شامل ۲ بعد عوامل داخلی و عوامل خارجی می‌باشد.

کدگذاری انتخابی

سومین مرحله کدگذاری در روش نظریه داده بنیاد، کدگذاری انتخابی است. این روش عبارتست از فراگرد انتخاب دسته‌بندی اصلی، مرتبط کردن سیستماتیک آن با دیگر دسته‌ها، تایید اعتبار این روابط و تکمیل دسته‌بندی‌هایی که نیاز به اصلاح و توسعه بیشتری دارند. پس از ارائه شش دسته مقوله علی، محوری، زمینه‌ای، مداخله‌گر، استراتژی‌ها و پیامدها، مدل نهایی الگوی بهبود کسب و کارهای کوچک و متوسط در شکل ۱ آورده شده است.



شکل ۱. مدل نهایی پژوهش

Figure 1. Final Research Model

به منظور بهبود کسب و کارهای کوچک و متوسط، چهار مولفه اصلی در نظر گرفته شد که عبارتند از: ارزش ارائه شده، مشتریان کسب و کار، توازن میان جنبه های اجتماعی، اقتصادی و محیطی و استراتژی مبتنی بر پایداری. ارزش ارائه شده دربردارنده اجزایی نظیر نحوه ارائه محصول یا خدمت و نیز نحوه ارائه محصولات و خدمات است؛ عامل مشتریان کسب و

جزء اول نشان دهنده عوامل داخلی می باشد که دربردارنده اجزایی نظیر فعالیت های بازاریابی و ارتباطات شرکت، مدیریت منابع، نوآوری و فناوری سبز، توسعه محصولات پایدار، مدیریت مالی و سرمایه گذاری می باشد. جزء دوم نشان دهنده عوامل خارجی می باشد که شامل اجزایی نظیر عوامل فرهنگی و اجتماعی، محیط کسب و کار و سازگاری با مقررات می باشد.

تأمین شناسایی شده‌اند. در ارتباط با استراتژی آموزشی و توانمندسازی؛ استراتژیهای آموزش و توانمندسازی کارکنان و توسعه قابلیت‌های مدیریتی شناسایی شد. در ارتباط با استراتژی نوآوری و تحقیق و توسعه نیز نوآوری در محصولات و خدمات و پژوهش و تحلیل روندهای بازار بعنوان استراتژی‌های مناسب شناسایی شد. در نهایت و در ارتباط با استراتژی زیست محیطی پایدار نیز استراتژی‌هایی نظیر کاهش مصرف منابع و پسماندها، فناوری‌های سبز و گواهینامه‌های زیست محیطی شناسایی شدند. در نهایت؛ شناسایی مهمترین پیامدهای بهبود کسب و کارهای کوچک و متوسط با رویکرد توسعه پایدار نشان از این داشت که چهار خروجی مهم برای بهبود کسب و کارهای کوچک و متوسط مبتنی بر رویکرد توسعه پایدار عبارتند از: پیامدهای زیست محیطی، پیامدهای اجتماعی، پیامدهای اقتصادی و پیامدهای برند و اعتبار. پیامدهای زیست محیطی در قالب اجزایی نظیر کاهش تأثیرات محیطی، حفظ منابع طبیعی و کاهش آلودگی و بهبود کیفیت آب و هوا نشان داده شد. پیامدهای اقتصادی شامل افزایش بهره‌وری و کاهش هزینه‌ها، افزایش سودآوری، دسترسی به بازارهای جدید و دسترسی به سرمایه‌گذاری‌های مالی می‌باشد. همچنین پیامدهای اجتماعی نیز دربردارنده اجزایی نظیر بهبود شرایط کاری و رفاه کارکنان، تقویت مسئولیت اجتماعی و توسعه مهارت‌ها و آموزش می‌باشد. در نهایت اجزایی نظیر تقویت تصویر برند و نیز جذب مشتریان بعنوان مهمترین پیامدهای مرتبط با برند و اعتبار شرکت استخراج شدند.

در ادامه بر اساس نتایج پژوهش، پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود: کسب و کارهای کوچک و متوسط در کشور بعنوان موتور محرک رشد اقتصادی کشور و نیز عاملی اثرگذار در اقتصاد و توسعه پایدار کشور به‌شمار می‌رود. مدل بهبود کسب و کارهای کوچک و متوسط با رویکرد توسعه پایدار و اجزایی که برای آن استخراج شده است نیز با سایر کسب و کارها متفاوت است، همچنین ماهیت استراتژی و ارزشی بودن این کسب و کارها وجه تمایز خود را نسبت به سایر کسب و کارهای کشور را بیش از پیش افزایش داده است. مرور ادبیات و پیشینه پژوهش نشان می‌دهد که در مورد بهبود کسب و کارهای کوچک و متوسط با رویکرد توسعه پایدار در صنایع مختلف در سایر کشورهای دیگر کارهای خوبی انجام شده است اما در داخل کشور علی‌رغم اهمیت آن، چندان توجهی به آن نشده است. از این‌رو به بیان پیشنهاداتی به‌منظور توسعه این حوزه در دو بخش پیشنهادات کاربردی و پیشنهاداتی برای

کار نیز شامل نیازسنجی مشتری مبتنی بر سبز بودن، دسترسی به مشتری و روابط با مشتری است؛ توازن میان جنبه‌های اجتماعی، اقتصادی و محیطی دربردارنده اجزایی نظیر جنبه محیطی، جنبه اجتماعی و جنبه اقتصادی کسب و کار است؛ در نهایت عامل استراتژی مبتنی بر پایداری شرکت شامل اجزایی نظیر نوع استراتژی مبتنی بر پایداری شرکت، نحوه ورود به بازار و اثربخشی استراتژی‌های سبز شرکت است. براساس نتایج بدست آمده از تحلیل داده‌ها، سه عامل سیاست و قوانین دولتی، بازار و تقاضا و مشارکت اجتماعی و ذینفعان بعنوان عوامل مداخله‌گر در الگوی بهبود کسب و کارهای کوچک و متوسط با رویکرد توسعه پایدار شناسایی شد. سیاست و قوانین دولتی در این پژوهش در بردارنده اجزایی نظیر قوانین زیست محیطی و تشویق‌ها و تسهیلات دولتی است. همچنین عامل بزار و تقاضا نیز در قالب ابعادی نظیر تغییر در تقاضای مصرف‌کننده و رقابت و فشار بازار، آورده شده‌است. برای سنجش عامل مشارکت اجتماعی و ذینفعان نیز از شاخص‌هایی نظیر مشارکت ذینفعان و پاسخگویی و شفافیت استفاده شده است.

عوامل زمینه‌ای در بهبود کسب و کارهای کوچک و متوسط با رویکرد توسعه پایدار در قالب سه بعد زیرساخت‌ها و فناوری مناسب، فرهنگ و ارزش اجتماعی و شبکه‌های همکاری و مشارکت استخراج شد. بعد زیرساخت‌ها و فناوری مناسب دربردارنده اجزایی نظیر جذب و انتقال فناوری، زیرساخت حمل و نقل و ارتباطات و بکارگیری فناوری است که می‌بایست به دقت توسط شرکت‌ها مورد بررسی قرار گیرند. فرهنگ و ارزش اجتماعی نیز بعنوان دیگر عامل شناسایی شده در بخش عوامل زمینه‌ای در قالب ابعادی نظیر آگاهی و فرهنگ جامعه و پذیرش و حمایت اجتماعی شناسایی شده است. جزء سوم شناسایی شده در بخش عوامل زمینه در مدل بهبود کسب و کارهای کوچک و متوسط، عامل همکاری و مشارکت می‌باشند که شامل اجزایی نظیر شبکه‌های تأمین و توزیع و شراکت‌های استراتژیک می‌باشد. برای شناسایی استراتژی‌های بهبود کسب و کارهای کوچک و متوسط با رویکرد توسعه پایدار نتایج نشان‌دهنده ۵ استراتژی استراتژی‌های بازار و بازاریابی، استراتژی‌های زنجیره تأمین پایدار، استراتژی‌های آموزشی و توانمندسازی، استراتژی‌های نوآوری و تحقیق و توسعه و استراتژی‌های زیست محیطی پایدار می‌باشد. در استراتژی بازار و بازاریابی اجزایی نظیر بازاریابی سبز و ارتباط شفاف و موثر شناسایی شده‌اند. در استراتژی زنجیره تأمین پایدار نیز استراتژی‌های انتخاب تأمین‌کننده پایدار و مدیریت زنجیره

- محققان آتی پرداخته شده است.
- برنامه‌ریزی و ایجاد استراتژی‌هایی که اهداف اقتصادی، زیست‌محیطی و اجتماعی را به‌طور همزمان دنبال کنند. این شامل تعیین اهداف واضح، ایجاد برنامه‌های عمل و نظارت بر پیشرفت است.
 - استفاده از فناوری‌های کم‌مصرف و بهینه‌سازی مصرف انرژی و منابع طبیعی. این شامل نصب تجهیزات کارآمد، بهبود فرآیندهای تولید و کاهش ضایعات است
 - استفاده از فناوری‌های جدید و نوآورانه که به کاهش اثرات زیست‌محیطی و بهبود بهره‌وری کمک می‌کند.
 - فراهم کردن برنامه‌های آموزشی در زمینه پایداری و توسعه مهارت‌های مرتبط با مدیریت پایدار برای کارکنان.
 - معرفی و تبلیغ محصولات و خدمات پایدار به مشتریان و استفاده از برندینگ سبز برای جذب مشتریان آگاه به محیط زیست.
- جستجو برای منابع مالی و مشوق‌های دولتی برای پروژه‌های پایدار و سرمایه‌گذاری در فناوری‌های سبز.
 - برقراری همکاری با دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی برای پیشبرد پروژه‌های تحقیقاتی و نوآوری‌های پایدار.
 - بسیاری از اجزای شناسایی شده در مدل بهبود کسب و کارهای کوچک و متوسط با رویکرد توسعه پایدار دارای ادبیات غنی نیستند و در برخی موارد نیز از ادبیات برگرفته از حوزه‌های دیگر از جمله منابع انسانی و بازاریابی برای بهبود کسب و کارهای کوچک و متوسط استفاده شده است (از جمله توسعه نیروی انسانی، توسعه تحقیقات بازار)، از این‌رو پیشنهاد می‌شود پژوهش‌هایی مجزا نسبت به شناسایی اجزای کامل هرکدام از عوامل اثرگذار در بهبود کسب و کارهای کوچک و متوسط صورت گیرد.

References

- Ali Akbari, I., & Akbari, M. (2016). "Interpretive structural modeling of factors affecting the livability of Tehran metropolis". *Lecturer of humanities (planning and arrangement of space)*, 21(1), 1-31. [In Persian] <https://hsmmp.modares.ac.ir/article-21-3785-fa.html>
- Atmoko, D., Susilawati, C., Devi, B., Wilkinson, S., Puspitarini, I., Lukito, J. A., & Goonetilleke, A. (2025). "Challenges and Opportunities for Promoting Sustainability in Public Buildings" *Sustainability*, 17(2), 403. <https://doi.org/10.3390/su17020403>
- Ayandibu, A. O., & Houghton, J. (2017). "The role of Small and Medium Scale Enterprise in local economic development (LED)". *Journal of Business and Retail Management Research*, 11(2), 133-139. <https://doi.org/10.24052/JBRMR/262>
- Azari, A. & Hamidi, H. A. (2019). "Presenting an evaluation model for the sustainable development of smart e-busines"s, The 10th national congress of new technologies in the field of sustainable development of
- IRAN. [In Persian] <https://civilica.com/doc/1179767>
- De Villiers, C. & Sharma, U. P. (2020). "A Critical Reflection on the Future of Financial, Intellectual Capital, Sustainability and Integrated Reporting", *Critical Perspectives on Accounting, Forthcoming*, The University of Auckland Business School Research Paper, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3750445>
- Hosseini, S. M., Taherpour kalantari, H. Al., & Moradi Siahkoli, J. (2016). "Measuring the success rate of small and medium businesses in Qom province". Comprehensive conference of management and accounting sciences, Tehran. [In Persian] <https://civilica.com/doc/605876>
- Iqbal, U. P., Nooney, L. K., Al Ghafri, F. S. S., & Daniel, T. M. (2025). "Sustainable business practices in SMEs: a retrospective insight on catalysts and hurdles". *Cogent Business & Management*, 12(1), 2456114. <https://doi.org/10.1080/23311975.2025.2456114>
- Jiang, C., & Fu, Q. (2019). "A Win-Win

- Outcome between Corporate Environmental Performance and Corporate Value: From the Perspective of Stakeholders". *Sustainability*, 11(3), 921. <https://doi.org/10.3390/su11030921>.
- Lozano, R.(2015). "A holistic perspective on corporate sustainability drivers". *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* , 22, 32-44. <https://doi.org/10.1002/csr.1325>.
- Mabhungu, I., & Van Der Poll, B. (2017). "A review of critical success factors which drives the performance of micro, small and medium enterprises". *International Journal of Business and Management*. 12(6), 151-157 <https://doi.org/10.5539/ijbm.v12n6p151>
- Man, T. W., Lau, T., & Chan, K. F. (2022). "The competitiveness of small and medium enterprises: A conceptualization with focus on entrepreneurial competencies". *Journal of business venturing*, 17(2), 123-142. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(00\)00058-6](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(00)00058-6).
- Martins, A., Branco, M. C., Melo, P. N., & Machado, C. (2022). "Sustainability in Small and Medium-Sized Enterprises: A Systematic Literature Review and Future Research Agenda". *Sustainability*, 14(11), 6493. <https://doi.org/10.3390/su14116493>.
- Mashayekhi, B., Haghi, A., & Zare, Sh. (2021). "Corporate Sustainability Reporting in the Petrochemical Industry: A Case Study of Morvarid Petrochemical", *Quarterly scientific-research journal of management accounting and auditing*, 10(39), 115-135. [In Persian] https://www.jmaak.ir/article_17996.html.
- Mohammadkazemi, R. , Talebi, K. , Davari, A. & Dehghan, A. (2021). "Designing a Model of Empowerment for Small and Medium-Sized Businesses Knowledge-Based with a DEMATEL Approach". *Iranian journal of management sciences*, 6(61), 1-16. [In Persian] [doi: 10.22059/jed.2021.315134.653534](https://doi.org/10.22059/jed.2021.315134.653534).
- Molashahi, Gh. A., & Zarifian, Sh. (2019). "Factors affecting success of Small and Medium Enterprises of Agricultural and horticultural of Zabol city". *Iranian Journal of Agricultural Economics and Development Research*, 46(4),737-748.[In Persian] <https://doi.org/10.22059/ijaedr.2016.58029>
- Orazalin, N., & Mahmood, M. (2018), "Economic, environmental, and social performance indicators of sustainability reporting: evidence from the Russian oil and gas industry", *Energy Policy*, Vol. 121, 70-79. <http://dx.doi.org/10.1016/j.enpol.2018.06.015>.
- Park, C., McQuaid, R., Lee, J., Kim, S., & Lee, I. (2019), "The Impact of Job Retention on Continuous Growth of Engineering and Informational Technology SMEs in South Korea", *Sustainability*, 11(18), 5005-5023. <https://doi.org/10.3390/su11185005> .
- Parto Afkanan, M. , Gelard, P. & Naami, A. (2021). "Design a pattern for restarting small and medium-sized failed entrepreneur's businesses using interpretive structural modeling and multi-criteria decision making methods". *Journal of Decisions and Operations Research*, 5(4), 486-491.[In Persian] [doi: 10.22105/dmor.2020.252731.1236](https://doi.org/10.22105/dmor.2020.252731.1236).
- Raudeliuniene, J., Dzemyda, I., & Kimpah, J. (2014). "Factors for assessment of women empowerment: Theoretical approach". 8th International Scientific Conference on Business and Management. At: Vilnius Gediminas Technical University, 15-16 <http://dx.doi.org/10.3846/bm.2014.044>
- Turner, S.G. & Maschi, T.M. (2015). "Feminist and empowerment theory and social work practice", *Journal of Social Work Practice*, 29(2), 151- 162. <http://dx.doi.org/10.1080/02650533.2014.941282>
- Yang, S. (2023). "Factors Influencing SME Growth Performance in China: A Conceptual Analysis". *Journal of Digitainability, Realism & Mastery (DREAM)*, 2(3), 50-59 <https://doi.org/10.56982/dream.v2i03.93>