

Journal of Strategic Management Studies

Homepage: <https://www.smsjournal.ir/?lang=en>



Original Research Article

 [10.22034/smsj.2023.371408.1754](https://doi.org/10.22034/smsj.2023.371408.1754)



Analyzing the effect of financial resources on the green business environment with the mediation of the competitive business environment

Leana Alexan Shirabad, MA. student, Faculty of Economics, Urmia University, Urmia, Iran

Ramin Bashir Khodaparasti*, Associate Professor, Faculty of Economics, Urmia University, Urmia, Iran

ARTICLE INFO

Article History

Received: 26 November 2022

Revised: 3 January 2023

Accepted: 16 February 2023

Keywords

Financial resources,
Green business environment,
Competitive business environment,
Cost leadership strategy,
Differentiation strategy

Corresponding Author Email:

r.bashirkhodaparast@urmia.ac.ir

ABSTRACT

The purpose of the current study investigates the effect of financial resources on green business strategy with the mediation of competitive business strategy in active manufacturing companies in the city of Urmia. This research is practical in its purpose, it is descriptive inquiry in terms of information gathering and it falls under the category of co relational research. The statistical population of the research consists of all active manufacturing companies in the city of Urmia. According to Morgan's table, the sample size is equal to the number of 268 companies that were selected by simple random sampling. The data collection instrument is a standard questionnaire based on a 5-point Likert scale. The reliability of the questionnaire was calculated with Cronbach's alpha coefficient. Data analysis was done using Smart pls and Spss software, the results showed that the financial resources of companies do not have a significant effect on the green business strategy. The significant effect of financial resources on the competitive business strategy of companies and the significant effect of the competitive business strategy of companies on the green business strategy were confirmed. Also, the mediating role of competitive business strategy of companies in the relationship between financial resources and green business strategy was confirmed.

How to cite this article:

Alexan Shirabad, L., & Bashir Khodaparasti, R. (2024). Analyzing the effect of financial resources on the green business environment with the mediation of the competitive business environment. *Journal of Strategic Management Studies*, 61(16), 253-269. (In Persian with English abstract). <https://doi.org/10.22034/smsj.2023.371408.1754>



©2023 The author(s). This is an open access article distributed under Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC), which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source.



EXTENDED ABSTRACT

Introduction: The use of green and sustainable practices in business organizations around the world is increasing. Environmental sustainability requires actions and processes to reduce pollution, renew resources, avoid the use of harmful substances and eradicate all processes that affect the environment. All companies of any size are focused on environmental, social and economic strategies and tend to gain a competitive advantage over their competitors. Meanwhile, financial resources can motivate companies to do so. In addition, businesses have also realized the benefits of social and environmental activities. Commercial companies are now considering sustainability practices as mandatory (and not voluntary). Companies, although are considered the backbone of developing countries. But in terms of climate change and energy consumption, they have a significant impact on the environment. Organizations are under increasing pressure from the public to carry out activities that ultimately lead to creating a sustainable environment. Thus, the present study seeks to fill experimental gap and seek to answer the main question: "Do financial resources affect the green business environment in manufacturing companies in Urmia through the mediation of the competitive business environment?"

Methodology: The purpose of the current study investigates the effect of financial resources on green business strategy with the mediation of competitive business strategy in active manufacturing companies in the city of Urmia. This research is practical in its purpose, it is descriptive inquiry in terms of information gathering and it falls under the category of co relational research. It should be noted that this research was carried out in the field. The statistical population of the research consists of all active manufacturing companies in the city of Urmia. According to Morgan's table, the sample size is equal to the number of 268 companies that were selected by simple random sampling. The data collection instrument is a standard questionnaire based on a 5-point Likert scale. The reliability of the questionnaire was calculated with Cronbach's alpha coefficient. Data analysis was done using Smart pls and SPSS software, the results showed that the financial resources of companies do not have a significant effect on the green business strategy

Results and Discussion: Development in a competitive business environment requires a sustainable competitive advantage through coherent business and competitive strategies. The ability of companies to develop and acquire organizational resources, adopt strategic positions in the market and implement competitive strategies in order to identify opportunities and threats in the external environment leads to gaining a competitive advantage for them. Companies need to respond to the needs of stakeholders in order to increase their competitive position. More studies have also shown that companies should use their organizational resources effectively to gain competitive advantage and environmental performance. Environmentally conscious customers are putting pressure on companies in emerging markets to reduce the environmental impact of their activities by redesigning their processes and obtaining environmental management certificates. Considering the lack of financial resources and the role of this factor in the growth and performance of companies, it is necessary that these companies make maximum use of scarce financial resources in order to achieve a suitable green business strategy and with high productivity use these resources.

Conclusion: The significant effect of financial resources on the competitive business strategy of companies and the significant effect of the competitive business strategy of companies on the green business strategy confirmed. Also, the mediating role of competitive business strategy of companies in the relationship between financial resources and green business strategy confirmed. From the perspective of corporate governance effectiveness, including green initiatives in corporate social responsibility practices, both in improving companies' competitiveness in the market and in helping companies to accumulate competitive advantages, by reducing environmental costs by reducing waste, saving energy and increasing



revenue. This is important for increasing customer reputation and loyalty and improving the company's financial performance. Future researchers are advised to collect evidence from listed companies to generate valuable information. As a result, a comparative study between unlisted and listed manufacturing companies will contribute to the validity of the results. Second, the current research design was tested using cross-sectional data that present threats of common method bias, so future researchers should use longitudinal data as well as in-depth interviews to reduce the social desirability of the results. In addition, future researchers are advised to collect data from companies in other provinces to obtain richer results. Third, in this research, the effect of financial resources on green business environment was determined by the mediating role of competitive business environment, however, sustainability and environmental practices in companies may be affected by other factors. Therefore, the innovation of the current research compared to the research evidence is that, simultaneously and in a single study, they did not investigate the relationship between the competitive and green business environment with the effectiveness of the independent role of financial resources, and most of the studies conducted have investigated environmental performance, ecological human resources and environmental activities.

Keywords: Financial resources, Green business environment, Competitive business environment, Cost leadership strategy, Differentiation strategy



مطالعات مدیریت راهبردی

Homepage: <https://www.smsjournal.ir>



doi 10.22034/smsj.2023.371408.1754

مقاله پژوهشی

واکاوی تأثیر منابع مالی بر فضای کسب‌وکار سبز با فضای کسب‌وکار رقابتی

لیانا الکسان شیرآباد، کارشناسی ارشد، دانشگاه ارومیه، ارومیه، ایران

رامین بشیر خداپرستی*، دانشیار، دانشگاه ارومیه، ارومیه، ایران

چکیده	داده‌ها مقاله
<p>استفاده از شیوه‌های سبز و پایداری در سازمان‌های تجاری در سراسر جهان در حال افزایش است. همه شرکت‌ها در هر اندازه‌ای بر فضای‌های زیست‌محیطی، اجتماعی و اقتصادی تمرکز کرده‌اند و تمایل به کسب مزیت رقابتی نسبت به رقبای خود دارند. در این میان منابع مالی می‌تواند محرک شرکت‌ها برای انجام این اقدام باشد. در این خصوص مطالعه حاضر به بررسی تأثیر منابع مالی بر فضای کسب‌وکار سبز با میانجی‌گری فضای کسب‌وکار رقابتی در شرکت‌های تولیدی فعال در شهر ارومیه می‌پردازد. این پژوهش از نظر هدف کاربردی بوده، از لحاظ ماهیت و نحوه گردآوری داده‌ها، توصیفی-پیمایشی است که صورت میدانی انجام شد و در دسته تحقیقات همبستگی قرار می‌گیرد. جامعه آماری پژوهش را کلیه شرکت‌های تولیدی فعال در شهر ارومیه تشکیل می‌دهند. حجم نمونه مطابق با جدول مورگان برابر با تعداد ۲۶۸ شرکت است که به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه استاندارد بر اساس طیف ۵ گزینه‌ای است. پایایی پرسشنامه با ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها به کمک نرم‌افزارهای SMART PLS و SPSS انجام شد. نتایج نشان داد که منابع مالی شرکت بر فضای کسب‌وکار سبز اثر معناداری ندارد. اثر معنادار منابع مالی شرکت بر فضای کسب‌وکار رقابتی و اثر معنادار فضای کسب‌وکار رقابتی، بر فضای کسب‌وکار سبز تأیید شد. همچنین نقش میانجی فضای کسب‌وکار رقابتی، در رابطه بین منابع مالی شرکت و فضای کسب‌وکار سبز تأیید شد.</p>	<p>سابقه مقاله تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۹/۰۵ تاریخ بازنگری: ۱۴۰۱/۱۰/۱۳ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۱/۲۷</p> <p>واژه‌های کلیدی منابع مالی، فضای کسب‌وکار سبز، فضای کسب‌وکار رقابتی، راهبرد رهبری هزینه، راهبرد تمایز</p> <p>ایمیل نویسنده مسئول r.bashirkhodaparast@urmia.ac.ir</p>

استناد به این مقاله: الکسان شیرآباد، لیانا؛ بشیر خداپرستی، رامین (۱۴۰۴). واکاوی تأثیر منابع مالی بر فضای کسب‌وکار سبز با فضای کسب‌وکار رقابتی. مطالعات مدیریت راهبردی، ۱۶(۶۱)، ۲۵۳-۲۶۹.

۱. مقدمه

امروزه، از منظر جهانی، دست‌اندرکاران صنعتی، محققان، دانشگاهیان و سیاست‌گذاران محیط زیست بر این باورند که دلایل زیادی برای نابودی محیط‌زیست وجود دارد، مانند انتشار آلاینده‌های هوا، کاهش منابع، مواد خطرناک، افزایش آلودگی آب و هوا و مصرف انرژی. مشکلات زیست محیطی به سرعت در حال افزایش در سراسر جهان بوده و بشریت با این چالش بزرگ مواجه است [۵]. علاوه بر این، پایداری محیطی مستلزم اقدامات و فرآیندهایی برای کاهش آلودگی، تجدید منابع، اجتناب از استفاده از مواد مضر و ریشه‌کن کردن تمام فرآیندهایی است که بر محیط‌زیست تأثیر می‌گذارند. محققان تأیید کردند که وقتی سیاست‌های زیست‌محیطی به درستی طراحی شوند، رقابت‌پذیری کسب‌وکار بهبود می‌یابد [۱۳]. هدف حداکثرسازی سود و بهره‌گیری از شیوه‌های زیست‌محیطی و پایداری اکنون به فعالیت‌های حیاتی در سازمان‌های تجاری تبدیل شده‌اند. این حرکت به دلایل مختلفی از جمله فشار مشتریان، خواسته‌های جامعه، رسانه‌ها و مقررات دولتی ایجاد شده است [۴۰]. علاوه بر این، کسب و کارها نیز به مزایای برخورداری از فعالیت‌های اجتماعی و زیست‌محیطی پی برده‌اند. شرکت‌های تجاری هم در حال حاضر شیوه‌های پایداری را اجباری (و نه داوطلبانه) در نظر می‌گیرند. شرکت‌های کوچک و متوسط، اگر چه ستون فقرات کشورهای در حال توسعه در نظر گرفته می‌شوند. اما از نظر تغییرات آب و هوایی و مصرف انرژی، تأثیر قابل توجهی بر محیط‌زیست دارند [۱۶]. سازمان‌های کوچک و متوسط، متحمل فشار فزاینده‌ای از سوی عموم مردم برای انجام فعالیت‌هایی دارند که در نهایت منجر به ایجاد محیطی پایدار می‌شود [۲۷]. این در حالی است که در شرکت‌های کوچک و متوسط، منابع مالی، در نظر گرفتن استانداردها، تحقیق و توسعه، فرهنگ سازمانی و استفاده از فناوری‌های پیشرفته تولید در مقایسه با شرکت‌های چند ملیتی^۱ کمتر است [۳۱]. در نتیجه، بسیاری از مطالعات نیز نشان داده‌اند که شرکت‌های کوچک و متوسط به دلیل منابع کمیاب، جدید بودن و بدهی‌های خود نمی‌توانند شیوه‌های سبز را به طور موثر اتخاذ و اجرا کنند [۸۶]. فضای کسب و کار سبز به کسب و کارها انگیزه می‌دهد تا پایداری محصولات را، به سمت محیط‌زیست و خدمات اجتماعی و اقتصادی افزایش دهند [۴۲]. این در حالی است که شیوه‌های مدیریت سبز و سازگار با محیط‌زیست نیاز به بودجه کافی دارند و شرکت‌های دارای کمبود مالی قادر به اجرای فعالیت‌های مدیریت سبز نیستند [۳۹]. شرکت‌ها نیز هنگام اجرای شیوه‌های سبز و تولید مجدد، هزینه و سود را مقایسه می‌کنند. همچنین، استدلال می‌شود که اکثر شرکت‌های کوچک و متوسط تمایلی به پذیرش برای شرکت در فعالیت‌های مدیریت زنجیره تأمین سبز به دلیل منابع مالی ضعیف خود ندارند. با این حال مدیران شایسته و با مهارت در تلاش‌اند تا انواع مختلف هزینه‌های اجتماعی و زیست‌محیطی را کاهش دهند و این امر خود نشان‌دهنده اهمیت کفایت مالی در ابتکارات زیست‌محیطی است [۴۵].

با توجه به مطالب فوق، ضرورت توجه بیش از پیش به فعالیت‌های زیست‌محیطی در امور مرتبط با کسب‌وکار افزایش یافته است. با در نظر گرفتن این نکته که پرداختن به فعالیت‌های پایدار به ویژه در شرکت‌های تولیدی نیازمند صرف منابع مالی فراوان است و با توجه به بررسی‌های صورت گرفته در مورد شرکت‌های تولیدی، می‌توان این چنین برداشت کرد که اغلب این شرکت‌ها از فقدان منابع مالی برای پرداختن به فعالیت‌های زیست‌محیطی و پایدار رنج می‌برند [۴۴]. از طرف دیگر، هزینه تولید به طور فزاینده‌ای بالا است، فرآیند تولید انرژی ضعیف و ناکارآمد است، زیرساخت‌های توزیع عمدتاً ضعیف است و از همه مهمتر، استانداردهای نظارتی تقریباً وجود ندارند، و به اکثر شرکت‌ها این فرصت را می‌دهد تا وضعیت محیطی خود را راحت کنند. اطمینانی که این شرکت‌ها می‌خواهند داشته باشند این است که اگر واقعاً سبز شوند، باید هم از نظر مالی و هم از نظر زیست‌محیطی هزینه کنند. همچنین، فضای نوآوری سبز مزیت رقابتی را بهبود می‌بخشد و عدم اطمینان را مهار می‌کند. مهمترین مسئله دیگری که باید به آن توجه شود، استفاده نادرست شرکت‌ها از منابع مالی خود است که همین امر هم به تنهایی می‌تواند دلیل مهمی برای ناکامی شرکت‌ها در کسب مزیت رقابتی بوده باشد [۴۵]. با این اوصاف، پژوهش حاضر درصدد است تا این شکاف ایجاد شده را پر کرده و در پی پاسخ به این پرسش اصلی باشد که «آیا منابع مالی بر فضای کسب‌وکار سبز در شرکت‌های تولیدی شهر ارومیه با میانجی‌گری فضای کسب‌وکار رقابتی تأثیرگذار است یا خیر؟»

¹ Multinational Enterprises (MNEs)

۲. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

منابع مالی. منابع مالی^۱، توان مالی و توانایی مالی سازمان‌ها را نشان می‌دهد [۴۴]. بر طبق نظریه مبتنی بر منابع^۲، مهمترین منابعی که برای رشد و عملکرد شرکت ضروری است، منابع مالی هستند. این منابع، توانایی شرکت برای تولید وجوه داخلی و ظرفیت استقراض از منابع خارجی و هم چنین سایر سازوکارهای تأمین مالی است که شامل تعادل نقدی، اعتبار تأمین کننده، پیش‌دریافت‌ها، سرمایه‌گذاری خطرپذیر و ... است. شرکت‌ها عموماً از منابع داخلی و خارجی تأمین مالی می‌شوند [۳۴]. به منظور تقویت، رشد و توسعه اقتصادی، حصول اطمینان از سودآوری و رشد بخش شرکت‌ها ضروری است و دسترسی به منابع مالی پیش‌شرط و لازمه چنین رشدی است [۲]. بدون دسترسی کافی به منابع مالی، سلامت شرکت احتمالاً ضعیف شده و رشد بالقوه آن به خطر خواهد افتاد [۳]. منابع مالی سبز یک محرک کلیدی برای حفاظت از محیط زیست و توسعه پایدار محسوب می‌شوند. همچنین منابع مالی برای ابتکارات زیست‌محیطی و سبز هم بسیار حیاتی هستند و شرکت‌ها برای دستیابی به عملکرد بالا در فعالیتهای زیست‌محیطی و سبز نیاز به منابع مالی و قدرت کافی دارند [۹]. بنابراین با توجه به اهمیت دسترسی کافی به منابع مالی برای شرکت‌ها، رابطه بین دسترسی به منابع مالی و رشد شرکت می‌تواند مثبت تلقی شود [۳۸]. اکثریت قریب به اتفاق مطالعات قبلی نشان داده‌اند که منابع مالی (شامل منابع داخلی و منابع خارجی)، رشد (مالی و غیر مالی) و عملکرد شرکت‌ها به طور معنادار و مثبتی دارای همبستگی بوده‌اند [۴۶].

فضای کسب و کار رقابتی. فضای کسب و کار رقابتی را می‌توان رفتار یک شرکت در بازار، شامل سیاست‌ها، برنامه‌ها و رویه‌های آن توصیف کرد. بنابراین، فضای کسب و کار رقابتی امکان هماهنگ‌سازی سرمایه‌گذاری‌ها و فعالیتهای شرکت‌ها را فراهم می‌کند که برای توسعه نوآوری ضروری است. فضای کسب و کار یک شاخص مفید برای ارزیابی قدرت کنترل داخلی شرکت‌ها است که حوزه مهمی برای بهبود کیفیت حساسی در بین مشتریان جستجوگر است [۱۴]. مفهوم فضای کسب و کار رقابتی با مقاله «فضای رقابتی» نوشته پورتر در سال ۱۹۸۰ آغاز شد [۳۶]. در ابتدا پورتر چهار راهبرد را پیشنهاد کرد که شامل: راهبرد رهبری هزینه، راهبرد تمایز، راهبرد تمرکز هزینه و راهبرد تمرکز تمایز بودند. همه این راهبردها نتایج سودآوری را به همراه دارند. با این حال، دو راهبرد اول توجه محققان و دانشگاهیان را به خود جلب کرد، در حالی که دو راهبرد دوم جزئی در نظر گرفته شدند و به ندرت مورد استفاده قرار می‌گیرند. با مروری که بر تحقیقات انجام شده صورت گرفت، می‌توان این چنین برداشت کرد که، راهبردهای رهبری هزینه و تمایز، داستان کاملی از مدل پورتر ارائه می‌دهند [۲۶؛ ۷]. از این رو، در مدل مفهومی پژوهش حاضر نیز این دو راهبرد به کار گرفته شد. علاوه بر این، این دو راهبرد گاهی اوقات به عنوان «راهبرد تجاری»، «راهبرد رقابتی» و «مزیت رقابتی» نیز شناخته می‌شوند [۷]. یک سازمان در صورتی که دارای منابع منحصر به فرد، کمیاب و تغییر ناپذیر باشد، عملکرد برتر و موقعیت پایدار را در بازار رقابتی به دست می‌آورد [۱۱، ۲۱]. توسعه در محیط تجاری رقابتی مستلزم یک مزیت رقابتی پایدار از طریق کسب و کار منسجم و راهبردهای رقابتی است. توانایی شرکت‌ها در توسعه و به دست آوردن منابع سازمانی، اتخاذ موقعیتهای راهبردی در بازار و اجرای راهبردهای رقابتی به منظور شناسایی فرصت‌ها و تهدیدها در محیط خارجی، کسب مزیت رقابتی را برای آن‌ها به دنبال دارد [۴]. شرکت‌ها نیاز به پاسخگویی به نیازهای سهامداران به منظور افزایش جایگاه رقابتی خود دارند. مطالعات بیشتر نیز نشان داده است که شرکت‌ها باید از منابع سازمانی خود به گونه‌ای مؤثر برای به دست آوردن مزیت رقابتی و عملکرد محیطی استفاده کنند [۳۰]. علاوه بر این، فضای کسب و کار رقابتی تمایل بیشتری به تجربه یک استراتژی نوآوری دارد. از این نظر، شرکت‌های بازارمحور با ظرفیت نوآوری، بر توسعه و اجرای مهارت‌های بازاریابی و شناسایی بازار مناسب برای بهبود نوآوری خود تمرکز می‌کنند. فضای کسب و کار رقابتی، ابزار مدیریت در شرکت‌ها بوده، به آن‌ها اجازه می‌دهد تا قابلیت‌های نوآورانه خود را توسعه دهند [۱۴].

فضای کسب و کار سبز^۳. فضای کسب و کار سبز با فعالیتهای سبز، پایدار و زیست‌محیطی هماهنگ است [۲۸]. فضای کسب و کار سبز یک راه‌حل راهبردی برای موقعیت‌یابی و سپس هدایت کسب و کارها به سمت پایداری بر اساس رعایت مسائل زیست‌محیطی و اجتماعی معرفی شده است. همچنین، یک راهبرد مکمل از فضای‌های کسب و کار، عملیات و دارایی می‌باشد که با هدف کمک به کسب و کارها در

¹ Financial resources

² RBV (Resource-based view)

³ Green business strategy

فرآیند تصمیم‌گیری تعریف می‌شود به نحوی که بتوانند از محیط طبیعی بهره ببرند [۱؛ ۳۳]. تأثیرات زیان‌آور فزاینده بر محیط‌زیست فیزیکی باعث شده است که تعداد زیادی از شرکت‌ها موضع استراتژیک‌تری در جهت بهره‌برداری از فرصت‌های مرتبط با سبز اتخاذ کنند. یک شرکت می‌تواند با ایجاد سه استراتژی کلیدی مرتبط به هم، یعنی الف) پیشگیری از آلودگی، به دنبال مزیت رقابتی باشد. کاهش انتشار و ضایعات از طریق اتخاذ روش‌های بهبود با تمرکز بر اهداف محیطی کاملاً تعریف شده؛ ب) نظارت بر محصول، یعنی معرفی فرآیندهایی که اثرات زیست‌محیطی یک محصول را در طول و/یا پس از استفاده از آن به حداقل می‌رساند. ج) توسعه پایدار، یعنی توسعه فناوری‌های جدید کم‌تأثیر، با در نظر گرفتن تأثیر اجتماعی عملیات یک شرکت و ایجاد تعامل با سهامداران. فضای کسب‌وکار سبز تمایل به ادغام مسائل زیست‌محیطی در فضای کسب‌وکار، در میان کارکردهای فرعی مانند تولید، زنجیره تأمین، امور مالی، منابع انسانی و بازاریابی در بازارهای بین‌المللی اشاره دارد [۱۰]. فضای کسب‌وکار سبز شامل سه بعد پایداری اقتصادی، پایداری اجتماعی و پایداری زیست‌محیطی است [۴۲]. فعالیت‌های دوستدار محیط‌زیست شرکت باعث ۱) کاهش مقدار پسماند و حفظ پول از طریق کارایی هزینه در عرصه تولید است [۳۵]. ۲) پاسخگویی به نیازهای محیطی ذی‌نفعان مختلف (جامعه، سازمان‌های غیردولتی، دولت‌ها) [۱۷]. ۳) پیدا کردن برتری نسبت به رقبا و افزایش تعداد بازارهایی است که یک شرکت ممکن است به آن وارد شود. مشتریان آگاه به محیط‌زیست بر شرکت‌های بازارهای نوظهور فشار وارد می‌کنند تا از طریق طراحی مجدد فرایندهای خود و دریافت گواهی‌های مدیریت زیست‌محیطی، اثرات زیست‌محیطی فعالیت‌های خود را کاهش دهند [۲۰]. از منظر کارایی حاکمیت شرکتی، گنجانیدن ابتکارات سبز در شیوه‌های مسئولیت اجتماعی شرکت، هم در بهبود رقابت‌پذیری شرکت‌ها در بازار و هم برای کمک به شرکت‌ها در انباشت مزیت‌های رقابتی، کاهش هزینه‌های زیست‌محیطی از طریق کاهش ضایعات، صرفه‌جویی در انرژی و افزایش درآمد، افزایش شهرت و شکل دادن به وفاداری مشتری و بهبود عملکرد مالی شرکت بسیار مهم است [۱۵].

پیشینه پژوهش. حجاران و همکاران (۱۴۰۱)، به ارائه مدل بانکداری سبز مبتنی بر مؤلفه‌های مدیریت نوآوری برای فضای کسب‌وکار مزیت رقابتی پایدار» پرداختند که در نهایت نتایج نشان داده است که افزایش مدیریت نوآوری، افزایش بانکداری سبز و افزایش دغدغه‌های زیست‌محیطی مدیریت ارشد باعث افزایش میزان مزیت رقابتی پایدار می‌شود. همچنین افزایش قوانین و مقررات مربوط به بانکداری سبز از طریق افزایش متغیر بانکداری سبز، سبب افزایش مزیت رقابتی پایدار شده است و در نهایت افزایش توان مقدار متغیر مؤلفه بانکداری سبز و متغیر میانجی دغدغه‌های زیست‌محیطی مدیریت ارشد، مزیت رقابتی پایدار را به بیشترین مقدار خود رسانده است [۱۸]. نعیمی و رضانی (۱۴۰۰)، تحقیقی با عنوان «امکان ایجاد مزیت رقابتی با بهره‌گیری از عملکردهای زیست‌محیطی، اقتصادی و اجتماعی با حمایت مدیران میانی‌وعالی و اتخاذ فضای خرید» را انجام داده‌اند. نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که بهره‌گیری از عملکردهای زیست‌محیطی، اقتصادی و اجتماعی با حمایت مدیران میانی و عالی و اتخاذ فضای خرید با نقش میانجی‌گری فعالیت‌های زیست‌محیطی و اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری بر امکان ایجاد مزیت رقابتی دارد و بیشترین تأثیر نیز مربوط به حمایت مدیران میانی و عالی با میانجی‌گری فعالیت‌های زیست‌محیطی بر امکان ایجاد مزیت رقابتی است [۳۲]. صفری و همکاران (۱۴۰۰)، در شناخت «تأثیر فضاها رقابتی بر پایداری زنجیره تأمین در صنایع سیمان استان بوشهر» نشان دادند که همه فضاها زنجیره تأمین بر پایداری زنجیره رقابتی بر پایداری بوشهر تأثیر مثبت و معناداری دارد [۴۱]. لی (۲۰۲۲)، تحقیقی با موضوع «چگونه مسئولیت اجتماعی شرکت و نوآوری سبز، فضای سبز را به عملکرد پایدار شرکت تبدیل می‌کند؟» انجام داده است. یافته‌های این مطالعه نشان می‌دهد که مسئولیت اجتماعی شرکت تا حدی رابطه بین فضای سبز و عملکرد پایدار شرکت، را میانجی‌گری می‌کند. به همین ترتیب نوآوری سبز تا حدی رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد پایدار را میانجی‌گری می‌کند. نهایتاً مسئولیت اجتماعی شرکت و نوآوری سبز به طور همزمان در رابطه بین فضای سبز و عملکرد پایدار شرکت نقش میانجی‌گری دارد. [۲۴]. یولاه و همکاران (۲۰۲۲)، پژوهشی را با عنوان «منابع مالی و فضای کسب‌وکار سبز: نقش واسطه‌ای فضای کسب‌وکار رقابتی» انجام داده‌اند. نتایج نشان می‌دهد که منابع مالی مستقیماً بر فضای کسب‌وکار سبز تأثیر نمی‌گذارد. با این حال، رابطه بین منابع مالی و فضای کسب‌وکار سبز به طور قابل توجهی توسط فضای کسب‌وکار رقابتی واسطه می‌شود [۴۴]. لی و فراسو (۲۰۲۲)، تحقیقی را با عنوان «چگونه سرمایه‌گذاری سبز عملکرد تجاری سبز را برای شرکت‌های کوچک و متوسط تولید کننده مواد غذایی هدایت می‌کند؟ شواهدی از اقتصاد در حال ظهور» انجام داده‌اند. نتایج نشان داد که سرمایه‌گذاری سبز دارای رابطه معناداری با عملکرد تجاری پایدار

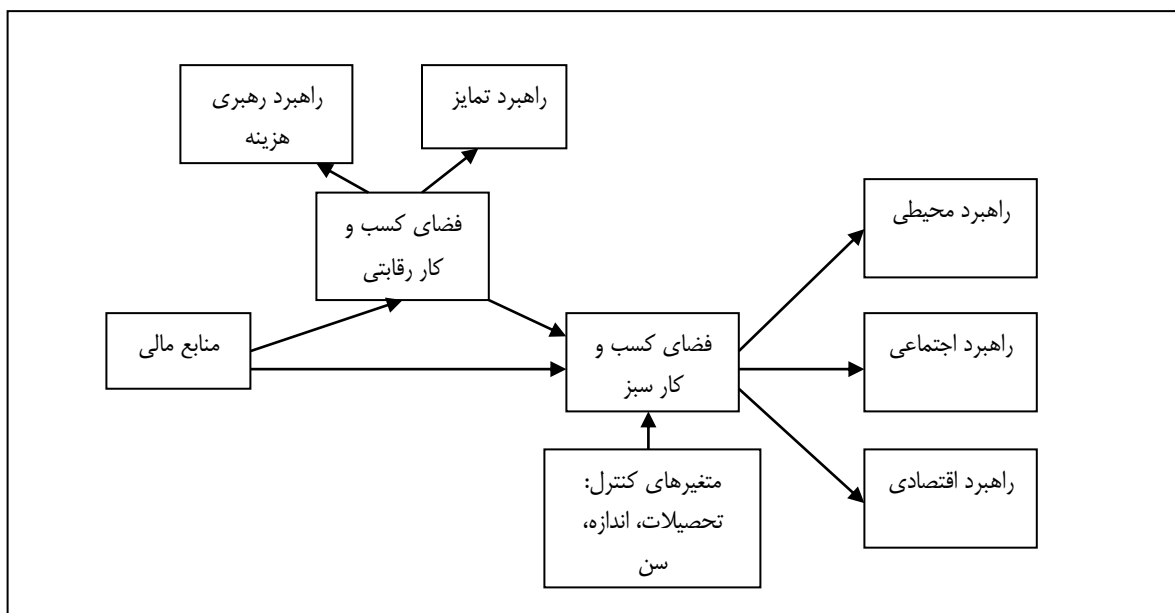
بوده است. همچنین به ترتیب سرمایه گذاری سبز با مسئولیت اجتماعی شرکت، مسئولیت اجتماعی شرکت با نوآوری سبز و مسئولیت اجتماعی شرکت با عملکرد تجاری پایدار دارای رابطه مثبت و معناداری بوده‌اند. سرمایه گذاری سبز با نوآوری سبز و نوآوری سبز نیز با عملکرد تجاری پایدار رابطه مثبتی داشته‌اند. نوآوری سبز در رابطه بین سرمایه گذاری سبز با عملکرد تجاری پایدار و در رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت با عملکرد تجاری پایدار نقش میانجی داشته است. در نهایت مسئولیت اجتماعی شرکت در رابطه بین سرمایه گذاری سبز و عملکرد تجاری پایدار و رابطه بین نوآوری پایدار و سرمایه گذاری سبز نقش میانجی داشته است [۲۵]. خان و همکاران (۲۰۲۱)، تحقیقی تحت عنوان «سرمایه فکری، منابع مالی و مدیریت زنجیره تأمین سبز به عنوان پیش‌بینی‌کننده منابع مالی و زیست‌محیطی» را به انجام رسانده‌اند و به بررسی تأثیر سرمایه فکری بر عملکرد مالی و زیست‌محیطی با نقش میانجی مدیریت زنجیره تأمین سبز و نقش تعدیل‌کننده منابع مالی پرداخته‌اند. نتایج نشان داد که سرمایه فکری به طور قابل توجهی مدیریت زنجیره تأمین سبز را تشویق کرده و همچنین به طور قابل توجهی به عملکرد مالی و زیست‌محیطی کمک می‌کند. مدیریت زنجیره تأمین سبز تا حدی واسطه رابطه بین سرمایه فکری و عملکرد هر دو بخش مالی و محیطی بوده است. منابع مالی به طور قابل توجهی رابطه بین سرمایه فکری و مدیریت زنجیره تأمین سبز را تقویت کرده‌اند [۲۲].

با توجه به مبانی نظری و مبانی تجربی، فرضیه‌های پژوهش به صورت زیر پیشنهاد می‌گردد:

۱. منابع مالی، بر فضای کسب و کار سبز اثر معناداری دارد.
۲. منابع مالی بر فضای کسب و کار رقابتی، اثر معناداری دارد.
۳. فضای کسب و کار رقابتی، بر فضای کسب و کار سبز اثر معناداری دارد.
۴. فضای کسب و کار رقابتی، رابطه بین منابع مالی و فضای کسب و کار سبز را میانجی‌گری می‌کند.

۳. روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر هدف کاربردی، از لحاظ نحوه گردآوری و ماهیت داده‌ها، توصیفی-پیمایشی است و در دسته تحقیقات همبستگی قرار دارد. با توجه به مبانی نظری و متغیرهای تحقیق، مدل مفهومی پژوهش حاضر در شکل ۱ نمایش داده می‌شود.



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق

برای انجام این پژوهش از رویکرد کمی و ابزار پرسشنامه استاندارد برای متغیر فضای کسب و کار رقابتی [۷]، متغیر فضای کسب و کار سبز [۴۲] و متغیر منابع مالی [۳۰] استفاده شد. جامعه آماری این پژوهش را شرکت‌های تولیدی فعال در شهر ارومیه تشکیل می‌دهند که با استعلام از روابط

عمومی سازمان صنایع، معادن و تجارت (صمت) شهر ارومیه ۸۸۱ شرکت اعلام شد. بر اساس جدول مورگان، تعداد ۲۶۸ شرکت به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شد. جهت اطمینان از پایایی متغیرهای پژوهش از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. همچنان که در جدول ۱ مشاهده می‌شود تمامی ضرایب بدست آمده برای متغیرها بزرگتر از ۰/۷ بوده، لذا پایایی پرسشنامه مناسب است. همچنین، جهت بررسی روایی صوری از نظر ۵ نفر از خبرگان (اساتید گروه مدیریت بازرگانی) بهره گرفته شد. تجزیه و تحلیل داده‌های این پژوهش در دو بخش آمار توصیفی و استنباطی صورت گرفت. از نرم‌افزار SPSS26 و SMART-PLS3 برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شد.

جدول ۱. جمعیت‌شناختی

متغیرها	فراوانی	درصد فراوانی
جنسیت	زن	۸۱/۷۲
	مرد	۱۸/۲۸
وضعیت تأهل	مجرد	۲۱/۳۵
	متاهل	۷۸/۶۵
مدارک تحصیلی	کارشناسی	۱۸۸
	ارشد	۲۳/۲۰
	دکتری	۸/۸۰

تحلیل جمعیت‌شناسی طبق جدول ۱ نشان می‌دهد که ۸۱/۷۲ درصد از پاسخ‌دهندگان را مردان و ۱۸/۲۸ درصد از پاسخ‌دهندگان را زنان تشکیل می‌دهند. مدارک تحصیلی پاسخ‌دهندگان شامل دکتری ۸/۸۰ درصد، کارشناسی ارشد ۲۳/۲۰ درصد، کارشناسی و پایین‌تر ۶۸ درصد می‌باشد. افزون بر این، ۲۱/۳۵ درصد از پاسخ‌گویان مجرد و ۷۸/۶۵ درصد نیز متاهل بودند. جهت بررسی مناسب بودن حجم نمونه برای تحلیل عاملی از معیار کفایت نمونه‌گیری کایزر، مایر و اولکین و آزمون بارتلت استفاده شد. بر اساس نتایج، میزان معناداری کمتر از ۰/۰۵ و شاخص KMO ۰/۸۱۲ به‌دست آمده است و این مقدار برای این شاخص نشان می‌دهد که حجم نمونه از کفایت لازم برای انجام تحلیل عاملی اکتشافی مناسب می‌باشد. جهت اندازه‌گیری تمام آیت‌های پرسشنامه مقیاس لیکرت ۵ درجه‌ای از ۱ کاملاً مخالفم تا ۵ کاملاً موافقم اتخاذ شد.

تحلیل یافته‌ها

جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری حداقل مربعات جزئی استفاده شد. مراحل اجرای مدل در مدل‌سازی معادلات ساختاری شامل دو گام است: بررسی برازش مدل اندازه‌گیری و ارزیابی مدل ساختاری. در گام اول مدل اندازه‌گیری از نظر روایی و پایایی و در گام دوم قابلیت‌های پیش‌بینی مدل و روابط بین سازه‌ها در مدل مورد بررسی قرار می‌گیرد. برای بررسی تایید روایی و پایایی مدل از معیار روایی همگرا و پایایی ترکیبی استفاده شد. همانطور که در جدول ۲ نشان داده شده است، پایایی ترکیبی تمام متغیرها بالاتر از ۰/۷ و مقادیر میانگین واریانس استخراج شده بالاتر از ۰/۵ می‌باشد، که نشان از پایایی و روایی همگرای مناسب است. در ادامه جهت بررسی همبستگی میان متغیرهای پنهان و مقادیر میانگین واریانس استخراج شده از روش فورنل لارکر استفاده شد. همان‌طور که در جدول ۳ نشان داده شده است مقادیر موجود بر روی قطر اصلی ماتریس از کلیه مقادیر موجود در ستون مربوط بزرگتر است. از این‌رو، می‌توان بیان نمود که در پژوهش حاضر، سازه‌ها (متغیرهای پنهان) در مدل، نسبت به سازه‌های دیگر، تعامل بیشتری با سازه‌های خود دارند. به بیان دیگر، روایی واگرایی مدل در حد مناسبی است.

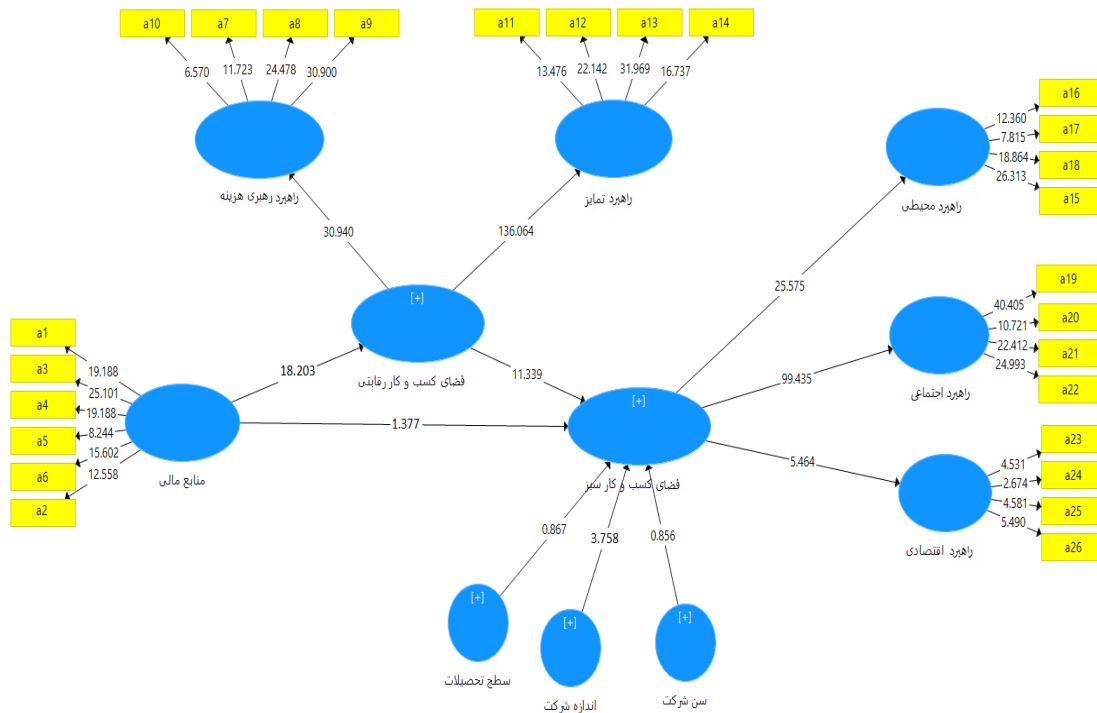
جدول ۲. ضریب آلفای کروناخ، پایایی ترکیبی و روایی همگرا

متغیر	ضریب پایایی (آلفای کروناخ)	ضریب پایایی ترکیبی	روایی همگرا
منابع مالی	۰/۷۴۸	۰/۸۲۱	۰/۸۰۱
راهبرد رهبری هزینه	۰/۹۰۱	۰/۹۰۵	۰/۸۱۱
راهبرد تمایز	۰/۸۱۱	۰/۸۴۴	۰/۷۹۳
راهبرد محیطی	۰/۷۲۵	۰/۷۹۸	۰/۷۶۶
راهبرد اجتماعی	۰/۷۹۳	۰/۸۰۳	۰/۷۴۱
راهبرد اقتصادی	۰/۷۳۹	۰/۷۷۸	۰/۸۲۱
رقابتی فضای کسب و کار	۰/۷۹۹	۰/۸۲۱	۰/۸۰۳
سبز فضای کسب و کار	۰/۸۰۶	۰/۸۵۱	۰/۸۰۵

جدول ۳. روایی واگرا (روش فورنل لارکر)

متغیر	منابع مالی	راهبرد رهبری هزینه	راهبرد تمایز	راهبرد محیطی	راهبرد اجتماعی	راهبرد اقتصادی	فضای کسب و کار رقابتی	فضای کسب و کار سبز
منابع مالی	۰/۸۹۴							
راهبرد رهبری هزینه	۰/۵۱۳	۰/۹۰۰						
راهبرد تمایز	۰/۵۰۵	۰/۶۲۳	۰/۸۹۰					
راهبرد محیطی	۰/۶۰۱	۰/۵۱۷	۰/۶۵۳	۰/۸۷۵				
راهبرد اجتماعی	۰/۶۴۳	۰/۶۶۳	۰/۵۰۲	۰/۵۱۱	۰/۸۶۰			
راهبرد اقتصادی	۰/۶۷۷	۰/۵۰۶	۰/۶۷۶	۰/۶۱۳	۰/۵۸۸	۰/۹۰۶		
فضای کسب و کار رقابتی	۰/۶۰۹	۰/۵۶۹	۰/۵۹۸	۰/۵۷۴	۰/۶۲۱	۰/۵۶۹	۰/۸۹۶	
فضای کسب و کار سبز	۰/۶۴۴	۰/۵۶۶	۰/۶۰۹	۰/۵۳۳	۰/۵۷۳	۰/۶۴۴	۰/۶۶۱	۰/۸۹۷

با توجه به این که پایایی و روایی مدل اندازه‌گیری در مرحله قبل مورد تأیید قرار گرفت. در این مرحله قابلیت پیش‌بینی مدل و روابط بین سازه‌ها در مدل مورد بررسی قرار می‌گیرد. لذا در این مرحله ضریب تعیین (R^2)، آزمون نیکویی برازش و آزمون فرضیه‌ها بررسی شد. مقادیر به‌دست آمده ضریب تعیین برای متغیرهای راهبرد رهبری هزینه، راهبرد تمایز، راهبرد محیطی، راهبرد اجتماعی، راهبرد اقتصادی، فضای کسب و کار رقابتی و فضای کسب و کار سبز به ترتیب ۰/۸۷۷، ۰/۸۹۳، ۰/۷۹۶، ۰/۸۶۳، ۰/۷۵۲، ۰/۵۹۱ و ۰/۶۸۹ می‌باشند. بنابراین تمامی مقادیر ضرایب تعیین در حد قوی برای برازش مدل ساختاری قرار گرفته است.



شکل ۳. آماره معناداری مدل پژوهش

در شکل ۳، اعداد مشخص شده بر روی فلش‌ها نشان‌دهنده مقادیر تی می‌باشد. جهت آزمون فرضیه‌های پژوهش (فرضیه اول تا چهارم) در سطح اطمینان ۹۵ درصد مقادیر بزرگ‌تر و مساوی قدر مطلق ۱/۹۶، به معنای وجود ارتباط مستقیم بین دو متغیر است. خلاصه نتایج آزمون فرضیه‌ها در جدول ۵ گزارش شده است.

جدول ۵. نتایج فرضیه‌های پژوهش

نتیجه	ضریب مسیر	آماره معناداری	مسیر سازه
رد	۰/۲۳۱	۱/۳۷۷	منابع مالی، بر فضای کسب و کار سبز اثر معناداری دارد.
تأیید ✓	۰/۷۸۸	۱۸/۲۰۳	منابع مالی، بر فضای کسب و کار رقابتی اثر معناداری دارد.
تأیید ✓	۰/۹۱۳	۱۱/۳۳۹	فضای کسب و کار رقابتی بر فضای کسب و کار سبز اثر معناداری دارد.
تأیید ✓	۰/۷۸۸	۱۸/۲۰۳	فضای کسب و کار رقابتی، رابطه بین منابع مالی و فضای کسب و کار سبز را به طور معناداری میانجی‌گری می‌کند.
	۰/۹۱۳	۱۱/۳۳۹	

۵. نتیجه‌گیری و پیشنهاد

هدف از پژوهش حاضر واکاوی تأثیر منابع مالی بر فضای کسب و کار سبز با فضای کسب و کار رقابتی است. بر اساس این مطالعه شرکت‌ها می‌توانند فضاهای کسب و کار خود را با استفاده بهتر و موثرتر از منابع مالی و مزیت‌های رقابتی بهبود بخشیده و عملکرد فعالیت‌هایشان را نسبت به رقبا ارتقاء دهند. تحلیل فرضیه اول نشان داد که منابع مالی بر فضای کسب و کار سبز اثر معناداری ندارد. با توجه به کمبود منابع مالی و نقش این عامل در رشد و عملکرد شرکت‌ها ضروری است که شرکت‌ها به منظور دستیابی به فضای مناسب کسب و کار سبز از منابع مالی کمیاب حداکثر استفاده را برده و با بهره‌وری بالا از این منابع بهره‌مند شوند. شرایط و نیازهای تأمین مالی کسب و کارها به موقعیت آن در چرخه عمر آن کسب و کار بستگی مستقیم دارد. طیفی از انواع منابع تأمین مالی گوناگون وجود دارند که هر یک مناسب نیازهای کسب و کارها با شرایط مختلف هستند. انتخاب منبع مالی مناسب و استفاده از آن به ویژه در فضاهای کسب و کار سبز در شرکت‌ها دارای منابع مالی کم

می‌تواند آن‌ها را در رسیدن به این هدف بسیار کمک کند. نتایج این فرضیه با مطالعه یولاه و همکاران [۴۴] همسویی دارد. تحلیل فرضیه دوم اثر معنادار منابع مالی بر فضای کسب‌وکار رقابتی را نشان می‌دهد. مزیت رقابتی در کسب‌وکارها به احتمال قوی از توسعه توانایی‌های منحصر به فردی ناشی می‌شود که از طریق فرایند مستمری از انباشت منبع به ویژه منابع مالی شکل می‌گیرند. تنظیم و پیاده‌سازی فضاهای رقابتی در شرکت‌ها، دارای منابع مالی کم از جمله مسائلی است که باید به آن توجه ویژه داشت. می‌توان استدلال کرد شرکت‌هایی که به طور کارآمد دارایی‌ها و بدهی‌های کوتاه مدت خود را مدیریت می‌کنند، رقابتی‌تر هستند. علاوه بر این، برای افزایش رقابت‌پذیری کسب‌وکار، شرکت‌ها باید مدیریت فضای را در جایی که اهداف پیشنهاد شده و اقدامات اجرا می‌شود، اتخاذ کنند. اگر از ابتدا هیچ هدفی وجود نداشته باشد، بدون توجه به اندازه شرکت، تدوین یک فضای رقابتی بسیار دشوار می‌شود. به همین ترتیب، شرکت‌ها باید تصمیمات مالی مؤثر بر توسعه سازمان را بدانند و تجزیه و تحلیل کند تا بین اهداف سازمانی و تصمیمات مالی همسویی به دست آورد و در نتیجه رشد شرکت را افزایش دهد. نتایج این فرضیه با مطالعه لورس و سیرگار و همکاران [۲۹] همسویی دارد. تحلیل فرضیه سوم اثر معنادار فضای کسب‌وکار رقابتی، بر فضای کسب وکار سبز را نشان می‌دهد. در شرایط چالش برانگیز، مدیران ارشد شرکت‌ها باید شیوه‌های سبز را در نظر بگیرند و باید بودجه خود را برای پایداری متعادل کنند. نتایج این فرضیه به مدیران کسب‌وکار توصیه می‌کند که از امور مالی خود به طور کارآمد استفاده کنند (برای مثال راهبرد رهبری هزینه) و محصول و خدمات خود را به گونه‌ای متمایز کنند تا حداکثر مزایای زیست‌محیطی را به دست آورند. از سوی دیگر، شرکت‌ها به طور مداوم درگیر کاهش هزینه‌ها و مخارج برای رقابت در بازار هستند. علاوه بر این، آن‌ها از راهبردها و سیاست‌های واقعی برای کاهش مشکلات اجتماعی و تسهیل جوامع استفاده می‌کنند. نتایج این فرضیه با مطالعات علی و انوار [۶] همخوانی دارد. تحلیل فرضیه چهارم نشان می‌دهد که فضای کسب‌وکار رقابتی، رابطه بین منابع مالی و فضای کسب‌وکار سبز را میانجی‌گری می‌کند. شرکت‌ها باید شیوه‌های عرضه سبز خود را با فضای رقابتی خود هماهنگ کنند. در مقایسه با بقیه شرکت‌ها، شرکت‌های تولیدی در شهر ارومیه از منابع کمیاب و پشتیبانی ضعیف برخوردار می‌باشند، این امر توانایی آن‌ها برای به دست آوردن مزیت رقابتی را کاهش می‌دهد. با این وجود، فضای کسب‌وکار رقابتی برای شرکت‌ها بسیار مهم است، زیرا آن‌ها را قادر می‌سازد تا از منابع به طور مؤثر برای افزایش شهرت خود استفاده کنند. همچنین استدلال می‌شود که شرکت‌ها سعی دارند از راهبردهای مختلفی برای کسب شهرت در جوامع استفاده کنند. رابطه بین فضاهای کسب‌وکار و فعالیت‌های زیست‌محیطی مختلط است، اما ارتباط مثبت تلقی می‌شود. با در نظر گرفتن این مفهوم، می‌توان نتیجه گرفت که ارتباط مثبت بین فضای رقابتی و فعالیت‌های کسب‌وکار سبز شرکت‌ها باید عملیات و رویه‌های خود را به گونه‌ای تغییر دهند تا به اهداف مدیریت زیست‌محیطی دست یابند و این امر از طریق شایستگی و توانمندی سازمانی امکان‌پذیر است. شرکت‌ها باید به نحو احسن از منابع مالی خود استفاده کنند که می‌تواند نوآوری اقتصادی و فعالیت‌های سبز بهتری را ارائه دهد. از این‌رو، ساخت یک محیط پایدار نیاز به تامین مالی سبز دارد. نتایج این فرضیه با مطالعات انوار [۷] همخوانی دارد.

در مقایسه با یافته‌های مطالعات، نتایج مطالعات نعیمی و رضانی (۱۴۰۰) نشان داد بهره‌گیری از عملکردهای زیست‌محیطی، اقتصادی و اجتماعی با حمایت مدیران میانی‌وعالی و اتخاذ راهبرد خرید با نقش میانجی‌گری فعالیت‌های زیست‌محیطی و اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری بر امکان ایجاد مزیت رقابتی دارد و بیشترین تأثیر نیز مربوط به حمایت مدیران میانی و عالی با میانجی‌گری فعالیت‌های زیست‌محیطی بر امکان ایجاد مزیت رقابتی است. رحیم‌نیا و همکاران (۱۳۹۸)، در مطالعه خود با بررسی تأثیر راهبرد منابع انسانی سبز بر عملکرد صادراتی به واسطه مزیت رقابتی نشان دادند که راهبرد منابع انسانی سبز بر مزیت رقابتی رهبری هزینه و تمایز تأثیر مثبت و معناداری دارد و نقش میانجی‌گری مزیت رقابتی تمایز و رهبری هزینه در رابطه بین استراتژی منابع انسانی سبز و عملکرد صادراتی سازمان‌ها هم مورد تأیید قرار گرفت. همچنین، یولاه و همکاران (۲۰۲۲)، پژوهشی با عنوان «منابع مالی و راهبرد کسب‌وکار سبز: نقش میانجی‌گری راهبرد کسب‌وکار رقابتی» را انجام داده‌اند. نتایج نشان می‌دهد که منابع مالی مستقیماً بر راهبرد کسب‌وکار سبز تأثیر نمی‌گذارد. با این حال، رابطه بین منابع مالی و راهبرد کسب‌وکار سبز به طور قابل توجهی توسط راهبرد کسب‌وکار رقابتی میانجی می‌شود. از این‌رو، نوآوری پژوهش حاضر نسبت به شواهد پژوهشی انجام شده این است که، به طور همزمان و در یک مطالعه به بررسی رابطه بین فضای کسب‌وکار رقابتی و سبز با

اثر بخشی نقش مستقل منابع مالی نپرداخته‌اند و اکثر مطالعات انجام شده به بررسی عملکرد زیست محیطی، منابع انسانی سبز و فعالیت‌های زیست محیطی پرداخته‌اند.

در رابطه با یافته‌های پژوهش پیشنهاد می‌شود که:

۱) مدیریت شرکت‌ها باید به طور مداوم کارکنان را در مورد شیوه‌ها و اخلاق محیطی آموزش دهد و همچنین محیطی دوستانه را فراهم کند که به نوبه خود عملکرد محیطی و شناخت شرکت را بهبود می‌بخشد.

۲) مدیران باید ابزارهای پیشرفته فناورانه سازگار با محیط زیست را که می‌توانند برای تولید محصولات با کیفیت مورد استفاده قرار گیرند، بشناسند.

۳) مدیران شرکت‌ها باید تحقیقات و روندها را در مورد محصولات پذیرفته شده با محیط زیست توسط مشتریان انجام دهند، بازخورد مشتریان را دریافت کنند و به دنبال راه‌هایی برای بهبود محصول برای برآورده کردن انتظارات محیطی و خدمت به ایمنی مشتریان باشند.

۴) دولت باید دستورالعمل‌های عملکردی را در دسترس قرار دهد که باید توسط شرکت‌ها کاملاً رعایت شود، و همچنین سیاست‌های عمومی را اتخاذ کند که از مشارکت شرکت‌ها در محیط‌زیست حمایت کند.

به پژوهشگران آتی توصیه می‌شود که شواهدی را از شرکت‌های تحقیق، جمع‌آوری کنند تا بینش‌های ارزشمندی ایجاد کنند. در نتیجه، یک مطالعه مقایسه‌ای بین شرکت‌ها تولیدی غیربورسی و شرکت‌های بورسی به اعتبار نتایج کمک خواهد کرد. دوم، مدل پژوهش حاضر با استفاده از داده‌های مقطعی که دارای تهدیدات سوگیری روش رایج هستند، آزمایش شده است، لذا پژوهشگران آتی باید از داده‌های طولی و همچنین مصاحبه‌های عمیق برای کاهش مطلوبیت اجتماعی در نتایج استفاده کنند. علاوه بر این، به پژوهشگران آتی توصیه می‌شود که داده‌ها را از شرکت‌های سایر استان‌ها جمع‌آوری کنند، که نتایج غنی‌تری را بدست آورند. سوم، در این پژوهش اثر منابع مالی بر فضای کسب و کار سبز از طریق نقش میانجی فضای کسب و کار رقابتی شده است، با این حال پایداری و شیوه‌های زیست محیطی در شرکت‌ها ممکن است تحت تأثیر عوامل دیگری قرار گیرد.

منابع

- [1]. Abbas, J., & Sagsan, M. (2019). Impact of knowledge management practices on green innovation and corporate sustainable development: a structural analysis. *J. Clean. Prod.* 229, 611–620. doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.05.024
- [2]. Abdulsaleh, A. M., & Worthington, A. C. (2013). Small and medium-sized enterprises financing: A review of literature. *International Journal of Business and Management*, 8(14), 36-54. DOI:10.5539/ijbm.
- [3]. Adomako, S., Danso, A., & Ofori Damoah, J. (2015). The moderating influence of financial literacy on the relationship between access to finance and firm growth in Ghana. *Venture Capital*, 18(1), 43-61. DOI: 10.1080/13691066.2015.1079952.
- [4]. Agyapong, A., & Boamah, R. B. (2013). Business strategies and competitive advantage of family hotel businesses in Ghana: The role of strategic leadership. *Journal of Applied Business Research (JABR)*, 29(2), 531-544. DOI :10.19030/jabr.v29i2.7654.
- [5]. Akram, K., Saeed, A., Bresciani, S., Rehman, S.-U., & Ferraris, A. (2022). Factors affecting environmental performance during the Covid-19 period in the leather industry: A moderated-mediation approach. *Journal of Competitiveness*, 14(1), 5–22. https://doi.org/10.7441/joc.2022.01.01.
- [6]. Ali, B. J., & Anwar, G. (2021). Business strategy: The influence of Strategic Competitiveness on competitive advantage. *International Journal of Electrical, Electronics and Computers*, 6(2). https://dx.doi.org/10.22161/eec.62.1.
- [7]. Anwar, M. (2018). Business Model Innovation and SMEs Performance – Does Competitive Advantage Mediate? *International Journal of Innovation Management* 22 (07): 1850057. DOI:10.1142/S1363919618500573.
- [8]. Anwar, M., & Li, S. (2021). Spurring Competitiveness, Financial and Environmental Performance of SMEs through Government Financial and Non-Financial Support. *Environment, Development and Sustainability*, 23 (5): 7860–7882. DOI: 10.1007/s10668-020-00951-3.
- [9]. Artiach, T., Lee, D., Nelson, D., & Walker, J. (2010). The determinants of corporate sustainability performance. *Accounting & Finance*, 50(1), 31-51. https://doi.org/10.1111/j.1467-629X.2009.00315.x.
- [10]. Banerjee, S. B. (2002). Corporate environmentalism: The construct and its measurement. *Journal of business research*, 55(3), 177-191. DOI:10.1016/S0148-2963(00)00135-1.
- [11]. Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17 (1): 99–120. DOI: 10.1177/014920639101700108.
- [12]. Bocquet, R., Le Bas, C., Mothe, C., & Poussing, N. (2019). Strategic CSR for Innovation in SMEs: Does Diversity Matter? *Long Range Planning*, 52 (6): 101913. DOI:10.1016/j.lrp.2019.101913.
- [13]. Bresciani, S., Puertas, R., Ferraris, A., & Santoro, G. (2021). Innovation, environmental sustainability and economic development: DEA-bootstrap and multilevel analysis to compare two regions. *Technological Forecasting and Social Change*, 172, 121040. https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121040.
- [14]. Chandler, A. D. (1962). *Strategy and structure: Chapters in the history of the industrial empire*. Cambridge Mass.
- [15]. De Roeck, K., & Delobbe, N. (2012). Do environmental CSR initiatives serve organizations' legitimacy in the oil industry? Exploring employees' reactions through organizational identification theory. *J. Bus. Ethics* 110, 397–412. DOI: 10.1007/s10551-012-1489-x.
- [16]. Fawcett, T., & Hampton, S. (2020). Why & how energy efficiency policy should address SMEs. *Energy Policy*, 140, 111337. https://doi.org/10.1016/j.enpol.2020.111337.
- [17]. Fraj-Andrés, E., Martínez-Salinas, E., & Matute-Vallejo, J. (2009). Factors affecting corporate environmental strategy in Spanish industrial firms. *Business Strategy and the Environment*, Vol. 18 No. 8, pp. 500-514. DOI: 10.1177/21582440211006054.
- [18]. Hajaran, F., Radfar, R., Divandari, A., & Fadaei, D. (2022). Providing a green banking model based on innovation management components to gain sustainable competitive advantage. *Financial Economics (Financial Economics and Development)*, 16(58), 257-280. (In Persian). https://sid.ir/paper/960592/fa.
- [19]. Hang, Y., Sarfraz, M., Khalid, R., Ozturk, I., & Tariq, J. (2022). Does corporate social responsibility and green product innovation boost organizational performance? a moderated mediation model of competitive advantage and green trust. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 1-21. DOI.org/10.1080/1331677x.2022.2026243.
- [20]. Hsu, C. C., Tan, K. C., Zailani, S. H. M., & Jayaraman, V. (2013). Supply chain drivers that foster the development of green initiatives in an emerging economy. *International Journal of Operations & Production Management*. DOI: 10.1108/IJOPM-10-2011-0401.
- [21]. Kashanipour, M., & Ghorbani, R. (2022). The effect of business strategy on the relationship between corporate social responsibility and corporate value in order to promote social capital. *Scientific Journal Social Capital Management*, 9(2), 155-186. (In Persian). DOI: 10.22059/JSCM.2021.324814.2226.

- [22]. Khan, N. U., Anwar, M., Li, S., & Khattak, M. S. (2021). Intellectual capital, financial resources, and green supply chain management as predictors of financial and environmental performance. *Environmental Science and Pollution Research*, 28 (16): 19755–19767. DOI: 10.1007/s11356-020-12243-4.
- [23]. Kharub, M., Mor, R. S., & R. Sharma. (2019). The Relationship between cost leadership competitive strategy and firm performance. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 30(6): 920–936. DOI:10.1108/JMTM-06-2017-0116.
- [24]. Le, T. T. (2022). How do corporate social responsibility and green innovation transform corporate green strategy into sustainable firm performance? *Journal of Cleaner Production*, 132228. DOI:10.1016/j.jclepro.2022.132228.
- [25]. Le, T. T., & Ferasso, M. (2022). How green investment drives sustainable business performance for food manufacturing small and medium sized enterprises? Evidence from an emerging economy. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. doi.org/10.1002/csr.2252.
- [26]. Lechner, C., & Gudmundsson, S.V. (2014). Entrepreneurial Orientation, Firm Strategy and Small Firm Performance. *International Small Business Journal*, 32 (1): 36–60. doi.org/10.1177/0266242612455034.
- [27]. Lefebvre, E., Lefebvre, L. A., & Talbot, S. (2003). Determinants and impacts of environmental performance in SMEs. *R&D Management*, 33(3), 263–283. https://doi.org/10.1111/1467-9310.00297.
- [28]. Leonidou, L. C., Christodoulides, P., Kyrgidou, L. P. & Palihawadana, D. (2017). Internal Drivers and Performance Consequences of Small Firm Green Business Strategy: The Moderating Role of External Forces. *Journal of Business Ethics*, 140 (3): 585–606. DOI: 10.1007/s10551-015-2670-9.
- [29]. Lores, L., & Siregar, R. (2022). The influence of financial resources, human capital, Competitive Strategy and Innovation on Business Performance of Business Actors in Binjai City, North Sumatra. In *Proceedings of the Third International Conference Administration Science, ICAS 2021, September 15 2021, Bandung, Indonesia*. DOI: 10.4108/eai.15-9-2021.2315204.
- [30]. Memon, A., Yong An, Z., & Memon, M. Q. (2020). Does Financial Availability Sustain Financial, Innovative, and Environmental Performance? Relation via Opportunity Recognition. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27 (2): 562–575. doi.org/10.1002/csr.1820.
- [31]. Mittal, S., Khan, M. A., Romero, D., & Wuest, T. (2018). A critical review of smart manufacturing & industry 4.0 maturity models: Implications for small and medium-sized enterprises (SMEs). *Journal of Manufacturing Systems*, 49, 194–214. https://doi.org/10.1016/j.jmsy.2018.10.005.
- [32]. Naimi, A., & Ramezani, A. (2021). The possibility of creating a competitive advantage by taking advantage of environmental-economic and social functions with the support of middle and high managers and adopting a strategy, *JBAR*, 7(1), 149-156. (In Persian).
- [33]. Olson, E.G. (2008). Creating an enterprise-level “green” strategy. *J. Bus. Strat.* 29, 22–30. doi:10.1108/02756660810858125.
- [34]. Osei-Assibey, E. (2013). Source of finance and small enterprise’s productivity growth in Ghana. *African Journal of Economic and Management Studies*, 4(3), 372-386. DOI: 10.1108/AJMS-03-2012-0017.
- [35]. Peng, Y. S., & Lin, S. S. (2008). Local responsiveness pressure, subsidiary resources, green management adoption and subsidiary’s performance: evidence from Taiwanese manufactures, *Journal of Business Ethics*, Vol. 79 No. 1, pp. 199-212. DOI: 10.1007/s10551-007-9382-8.
- [36]. Porter, M. E. (2018). Industry Structure and Competitive Strategy: Keys to Profitability. *Financial Analysts Journal*, 36 (4): 30–41. DOI.org/10.2469/faj.v36.n4.30.
- [37]. Rahimnia, F., Eslami, Q., & Qadri, F. (2018). Investigating the impact of green human resources strategy on export performance due to competitive advantage. *International Business Management*, 2(4), 73-96. (In Persian). DOI: 10.22034/JIBA.2019.9811.
- [38]. Rehman, S. U., Bresciani, S., Yahiaoui, D., & Giacosa, E. (2022). Environmental sustainability orientation and corporate social responsibility influence on environmental performance of small and medium enterprises: The mediating effect of green capability. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. doi.org/10.1002/csr.2293
- [39]. Ruggiero, P., & Cupertino, S. (2018). CSR Strategic Approach, Financial Resources and Corporate Social Performance: The Mediating Effect of Innovation. *Sustainability*, 10 (10): 3611. doi.org/10.3390/su10103611.
- [40]. Rui, Z., & Lu, Y. (2021). Stakeholder pressure, corporate environmental ethics and green innovation. *Asian Journal of Technology Innovation*, 29(1), 70-86. DOI: .org/10.1080/19761597.2020.1783563.
- [41]. Safari, M., Jamali, G., & Bavarsad, B. (2021). The effect of large competitive strategies on the sustainability of the supply chain in the cement industries of Bushehr province. *Productivity Management (Beyond Management)*, 15(2 (Serial 57)), 229-258. (In Persian). DOI: 10.30495/QJOPM.2021.1867208.2435.

- [42]. Sarkar, A., L. Qian, & A. K. Peau. (2020). Structural Equation Modeling for Three Aspects of Green Business Practices: A Case Study of Bangladeshi RMG's Industry. *Environmental Science and Pollution Research*, 27 (28): 35750–35768. DOI:10.1007/s11356-020-09873-z.
- [44]. Ullah, R., Ahmad, H., Rizwan, S., & Khattak, M. S. (2022). Financial resource and green business strategy: the mediating role of competitive business strategy. *Journal of Sustainable Finance & Investment*, 1-20. DOI.org/10.1080/20430795.2022.2031850.
- [45]. Venieris, G., Naoum, V.C., & Vlismas, O. (2015). Organization capital and sticky behavior of selling, general and administrative expenses. *Manag Account Res*, 26:54–8. doi.org/10.1016/j.mar.2014.10.003.
- [46]. Yazdanfar, D. (2012). The impact of financing pattern on firm growth: Evidence from Swedish micro firms. *International Business Research*, 5(9), 16. DOI:10.5539/ibr.v5n9p16