

نقش اهداف توسعه پایدار، دانش مالی و استراتژی های سرمایه گذاری بر سودآوری سازمانی: تأثیر تعدیل کننده حمایت دولت (مطالعه موردی: شرکت رنگ گل پخش)

میثم محمودزاده

گروه حسابداری، واحد الیگودرز، دانشگاه آزاد اسلامی، الیگودرز، ایران.
meysammahmoudzadeh2864@gmail.com

شماره ۱۰۵ / تابستان ۱۴۰۴ (جلد سوم) صص ۱۶۳-۱۶۶
چشم انداز حسابداری و مدیریت (دوره هشتم)

چکیده

اخیراً اهداف توسعه پایدار و استراتژی های سرمایه گذاری به عنوان عوامل کلیدی در افزایش سودآوری سازمان ها و جلب توجه محققان و سیاست گذاران شناخته شده اند. بنابراین، هدف این مطالعه نقش اهداف توسعه پایدار، دانش مالی و استراتژی های سرمایه گذاری بر سودآوری سازمانی: تأثیر تعدیل کننده حمایت دولت (مطالعه موردی: شرکت رنگ گل پخش) است. همچنین، این تحقیق به بررسی نقش حمایت دولت در تعامل میان برنامه های سرمایه گذاری، درک مالی و سودآوری سازمان ها می پردازد. برای جمع آوری داده ها و تحلیل قابلیت اطمینان و همبستگی ها، از پرسشنامه های نظرسنجی و نرم افزار اسمارت استفاده شده است. نتایج نشان می دهد که توسعه پایدار، استراتژی های سرمایه گذاری و دانش مالی همگی تأثیر قابل توجهی بر سودآوری شرکت ها دارند. همچنین، یافته ها حاکی از آن است که حمایت دولت به طور معناداری در ارتباط میان استراتژی های سرمایه گذاری، دانش مالی و سودآوری سازمان ها مؤثر است. این مطالعه به تنظیم کنندگان کمک می کند تا در توسعه سیاست های مرتبط با توسعه پایدار و استراتژی های سرمایه گذاری در راستای افزایش سودآوری سازمان ها راهنمایی های لازم را ارائه دهند.

کلید واژه: توسعه پایدار، اهداف؛ استراتژی های سرمایه گذاری، دانستنی های مالی، حمایت دولت، سودآوری سازمانی.

مقدمه

سود یکی از مهم ترین شاخص ها برای اندازه گیری عملکرد، ارزیابی و انگیزه انجام تحقیقات در حوزه حسابداری به شمار می آید. مفهوم سود با توجه به دیدگاه های مختلف می تواند به شیوه های گوناگونی تفسیر شود. اندازه گیری سود نیز به نوع نگرش نسبت به حفظ سرمایه بستگی دارد و سنجش سود و حفظ سرمایه بر اساس مبنای ارزیابی دارای تعاریف خاصی است. امروزه تحلیلگران و سرمایه گذاران از سود به عنوان معیاری برای ارزیابی، پیش بینی سهام، ورشکستگی، واکنش قیمت سهام و... استفاده می کنند. (آنتوناکاکیس و همکاران، ۲۰۲۰؛ کیش و فایبرن، ۲۰۱۸).

همچنین در بازارهای تولید، کار و سیاست های اقتصادی مانند نرخ گذاری، مالیات گیری و پرداخت سود سهام، سود به عنوان راهنمای عمل تصمیم گیرندگان و ابزاری برای پیش بینی در نظر گرفته می شود. سود به معنای تفاوت بین بهای جاری اقلام هزینه و درآمد ناشی از فروش های جاری است و سودآوری به توانایی شرکت ها در کسب درآمد و سود اشاره دارد. درآمد یا سود خالص تنها معیاری برای اندازه گیری سودآوری به شمار می رود. سرمایه گذاران و اعتباردهندگان به

ارزیابی سودآوری جاری و آینده شرکت‌ها علاقه‌مند هستند و شرکت‌ها برای جذب سرمایه مورد نیاز خود ناچارند سود کافی برای تأمین بازده مناسب برای سرمایه‌گذاران و اعتباردهندگان کسب کنند. (صدیقی و متیو، ۲۰۲۰). هدف اصلی هر شرکتی دستیابی به حداکثر سود است. برای اطمینان از سودآوری مطلوب، سازمان‌ها تمام تلاش خود را به کار می‌گیرند و بیشترین منابع خود را سرمایه‌گذاری می‌کنند. عوامل متعددی بر سودآوری یک شرکت تأثیر می‌گذارند، از جمله ذینفعان (داخلی و خارجی)، سرمایه‌گذاری‌ها، تصمیم‌گیری‌های مدیریتی و موارد دیگر. همچنین، توسعه پایدار نیز بر سودآوری شرکت‌ها تأثیرگذار است. (بلاهوساکوا، ۲۰۲۲).

ذینفعان به عنوان عناصر اساسی هر کسب و کاری شناخته می‌شوند. آن‌ها منابع سرمایه‌گذاری را تشکیل می‌دهند. استراتژی هر سازمانی که به دنبال جذب سرمایه است، نقش حیاتی در سودآوری آن ایفا می‌کند. دانش مالی تحت تأثیر یک نظام پیچیده از روابط قدرت در ساختارهای اقتصادی و سیاسی و همچنین در بازارهای جهانی شکل می‌گیرد و کنترل می‌شود. این فعالیت‌ها به طور فزاینده‌ای بر تمرکز فنی و سازمانی در زمینه اندازه‌گیری و مدیریت روابط ریسک-بازدهای که بر ارزش سهام‌داران تأثیر می‌گذارد، تأکید دارند. (دانگ و همکاران، ۲۰۲۱).

شبکه‌های مالی معمولاً شرایطی را برای مشتریان فراهم می‌کنند تا بتوانند در زمینه مذاکره، بازاریابی و خرید و فروش محصولات و خدمات مالی فعالیت کنند. عملکرد مالی به ارزیابی کارایی و سودآوری سرمایه‌گذاری‌ها، اعتبارسنجی ادعاهای وام‌گیرندگان و همچنین بررسی این موضوع می‌پردازد که ابزارهای مشتقه مالی تا چه حد می‌توانند سرمایه‌گذاران را در برابر ریسک‌های بازار محافظت کنند. (روس لاهیتی، ۲۰۲۰).

استراتژی‌های متنوعی برای سرمایه‌گذاری وجود دارد، از جمله سرمایه‌گذاری‌های کوتاه‌مدت و بلندمدت. نوع کسب‌وکار و روند بازار تعیین‌کننده این است که آیا سرمایه‌گذاری باید به صورت کوتاه‌مدت یا بلندمدت انجام شود. ارتباط میان سرمایه‌گذاری و سودآوری در چندین مطالعه، از جمله تحقیقات گابلر و همکاران (۲۰۱۸)، کیش و فایبرن (۲۰۱۸)، و اورهنگازی (۲۰۱۹) مورد تأیید قرار گرفته است. (کرامر و همکارانش، ۲۰۱۹).

علاوه بر سرمایه‌گذاری، یکی دیگر از عوامل مؤثر بر سودآوری، دانش مدیریت در زمینه کسب و کار است. تحقیقات متعددی نشان می‌دهند که بین سود مالی و سودآوری ارتباطی وجود دارد. (مونیب و آتال، ۲۰۱۹). کمک‌های دولتی یکی از جنبه‌های مهمی است که در این تحقیق مورد بررسی قرار گرفته و بر تعاملات مختلف میان سازمان‌ها تأثیرگذار است. نمی‌توان نقش دولت را در سازمان‌های انتفاعی یا غیرانتفاعی نادیده گرفت. (پریشچنکو، ۲۰۲۱).

صرف‌نظر از اینکه سازمان سودآور باشد یا غیرانتفاعی، قوانین مربوط به مدیریت زمین، سازمان‌ها را هدایت می‌کند. شواهدی وجود دارد که نشان می‌دهد کمک‌های دولتی می‌تواند به عنوان یک عامل تعدیل‌کننده عمل کند. حمایت دولت از تمامی انواع کسب‌وکارها برای اجرای روان فعالیت‌ها و همچنین تحقق توسعه پایدار، امری حیاتی است. (بریس، ۲۰۲۱).

صنعت رنگ به وضوح به عنوان هسته تولید جهانی شناخته می‌شود. شرکت رنگ گلپخش، بزرگ‌ترین تولیدکننده رنگ و اسپری در این حوزه است و همچنین دومین اقتصاد دیجیتال جهان را در ایران و کانادا داراست. این شرکت با تجربه‌ای گسترده در ادغام فناوری دیجیتال و تولید، در چند دهه گذشته به سمت پایداری در بخش‌های تولید رنگ حرکت کرده است. با این حال، رنگ‌های تولیدی در سایر نقاط جهان به راحتی در دسترس هستند. تحلیل هر صنعت به سادگی می‌تواند سهم آن را در تولید ناخالص داخلی کشور تحت تأثیر قرار دهد. (پیتر ال مولوی، ۲۰۲۱).

کاهش سهم صنعت رنگ گلپخش در تولید ناخالص داخلی کشور گزارش شده است و این موضوع نیازمند بررسی دقیق‌تری است (دانگ و همکاران، ۲۰۲۱). شرکت‌هایی که در این حوزه پیشرو هستند، با استفاده از نبوغ و فناوری‌های

نوبین، توانسته‌اند روش‌هایی را پیدا کنند که به آن‌ها اجازه می‌دهد با صرف کمترین هزینه و زمان، به نیازهای متنوع پاسخ دهند. اما در شرکت صنعت رنگ گلپخش، این چالش همچنان پابرجاست. با توجه به شرایط توسعه پایدار و تأثیر آن بر محیط داخلی و خارجی سازمان، همچنین کاهش دانش مالی و استراتژی‌های سرمایه‌گذاری بر سودآوری سازمان، تصمیم گرفتیم در این پژوهش به این سؤال پاسخ دهیم: "نقش اهداف توسعه پایدار، دانش مالی و استراتژی‌های سرمایه‌گذاری بر سودآوری سازمانی: تأثیر تعدیل‌کننده حمایت دولت در شرکت رنگ گل پخش چه تاثیری دارد؟"

اهمیت و ضرورت

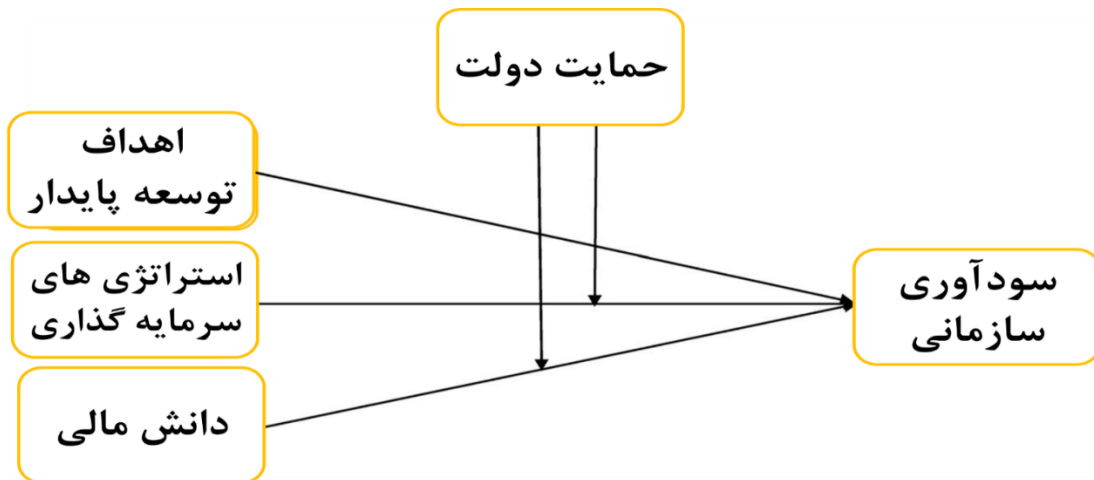
امروزه کشور ما و جامعه جهانی با ابهامات بزرگی از آینده خود، در مسائل اقتصادی و اجتماعی روبرو است، که مردم و فعالان اقتصادی را برای سرمایه‌گذاری سردرگم کرده و بعضاً می‌بینیم که مردم به خصوص در کشور خودمان برای تضمین آینده خود و کسب درآمد بدون هیچ استراتژی به سمت بازارهای سرمایه‌گذاری مختلف می‌روند. متأسفانه به دلیل ناآگاهی از متغیرهای اقتصادی و اجتماعی کشور و عدم آگاهی از آن بازارها و در نتیجه تشخیص نادرست از اینکه پول هوشمند به کدام بازار در حال ورود هست، ضررهای پی در پی میکنند و سرمایه خود را از دست میدهند. واحدهای اقتصادی انتفاعی با هدف کسب سود تأسیس می‌گردند و وظایفی برعهده می‌گیرند دوفعالیت‌های خود را تداوم می‌بخشند. سهامداران و سرمایه‌گذاران با هدف کسب سود، سهام یک واحد انتفاعی را خریداری می‌کنند و امکان فعالیت آن را موجب می‌شوند. بنابراین همبستگی و رابطه مستقیم بین کسب سود و تداوم فعالیت واحد انتفاعی وجود دارد. سود از دیدگاه‌های مختلف تعریف می‌شود و برهمن اساس مفاهیم خاص می‌یابد. این امر موجب گردید که مباحث حسابداری، رویکردهای مختلف برای شناسایی سود ارائه کند. (بدنیک، ۲۰۱۸).

دانش مالی ترکیبی از تجربه و انواع مختلف دانش است که به معنای انباشت ثروت و حرص نیست. این آگاهی شامل بهره‌برداری از دیگران و آسیب رساندن به آن‌ها به هر دلیلی نمی‌باشد. شرکت رنگ گل پخش باید بر اساس شاخص‌های شناسایی شده، دانش مالی و استراتژی‌های سرمایه‌گذاری، مورد ارزیابی قرار گیرد و با توجه به گستره وسیع عواملی که به تحقق اهداف توسعه پایدار کمک می‌کنند، مورد توجه قرار گیرد (دانگ و همکاران، ۲۰۲۱). در این پژوهش، تنها عواملی که به اهداف توسعه پایدار مرتبط هستند، مد نظر قرار می‌گیرند تا بتوان برنامه‌ریزی‌های لازم برای رفع نقاط ضعف را انجام داد. سودآوری سازمانی یکی از شاخص‌های ضروری است که بدون دانش مالی، دستیابی به آن ممکن نیست. بنابراین، بررسی اهداف توسعه پایدار، دانش مالی و استراتژی‌های سرمایه‌گذاری بر سودآوری سازمانی و تأثیر تعدیل‌کننده حمایت دولت در شرکت رنگ گل پخش، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

مدل مفهومی

مدل تحقیق به پژوهشگر کمک میکند تا روابط خاصی را در نظر بگیرد و بر مبنای مدل پژوهش فرضیه‌ها مشخص میشوند: مدل مفهومی از جین پینگ یانگ و شیائولین لیو ۲۰۲۲ با عنوان نقش اهداف توسعه پایدار، دانش مالی و استراتژی‌های سرمایه‌گذاری بر سودآوری سازمانی: تأثیر تعدیل‌کننده حمایت دولت می‌باشد.

شکل (۱): مدل مفهومی برگرفته از پژوهش جین پینگ یانگ و شیائولین لیو ۲۰۲۲



هدف اصلی

بررسی نقش اهداف توسعه پایدار، دانش مالی و استراتژی های سرمایه گذاری بر سودآوری سازمانی: تأثیر تعدیل کننده حمایت دولت در شرکت رنگ گل پخش

اهداف فرعی

بررسی اهداف توسعه پایدار بر سودآوری سازمانی در شرکت رنگ گل پخش
بررسی استراتژی های سرمایه گذاری بر سودآوری سازمانی در شرکت رنگ گل پخش
بررسی دانش مالی بر سودآوری سازمانی در شرکت رنگ گل پخش
بررسی استراتژی های سرمایه گذاری بر سودآوری سازمانی با نقش تعدیل کننده حمایت دولت در شرکت رنگ گل پخش
بررسی دانش مالی بر سودآوری سازمانی با نقش تعدیل کننده حمایت دولت در شرکت رنگ گل پخش

فرضیه های تحقیق

فرضیه اصلی

نقش اهداف توسعه پایدار، دانش مالی و استراتژی های سرمایه گذاری بر سودآوری سازمانی: تأثیر تعدیل کننده حمایت دولت در شرکت رنگ گل پخش تاثیر مثبت و معناداری دارد.

فرضیه های فرعی

اهداف توسعه پایدار بر سودآوری سازمانی در شرکت رنگ گل پخش تاثیر مثبت و معناداری دارد.
استراتژی های سرمایه گذاری بر سودآوری سازمانی در شرکت رنگ گل پخش تاثیر مثبت و معناداری دارد.
دانش مالی بر سودآوری سازمانی در شرکت رنگ گل پخش تاثیر مثبت و معناداری دارد.
استراتژی های سرمایه گذاری بر سودآوری سازمانی با نقش تعدیل کننده حمایت دولت در شرکت رنگ گل پخش تاثیر مثبت و معناداری دارد.
دانش مالی بر سودآوری سازمانی با نقش تعدیل کننده حمایت دولت در شرکت رنگ گل پخش تاثیر مثبت و معناداری دارد.

پیشینه تحقیق

تحقیقات داخلی

راشدی، الناز؛ صمدی، فاطمه (۱۴۰۲)، در پژوهش‌های چرخه‌های تجاری و استراتژی‌های سرمایه‌گذاری بر عدم تقارن بازده را به صورت تجربی مورد تحلیل قرار داده‌اند. جامعه آماری پژوهش شامل شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۸ است که تعداد ۱۱۸ شرکت به عنوان نمونه آماری پژوهش در نظر گرفته شدند. روش پژوهش از نوع علی-معلولی بوده و روش گردآوری اطلاعات در بخش ادبیات نظری مبتنی بر مطالعات کتابخانه‌ای و در بخش آزمون فرضیه‌های پژوهش مبتنی بر اسنادکاوی است. به طور کلی روش آماری مورد استفاده در این پژوهش روش رگرسیون داده‌های ترکیبی و آزمون‌های تحلیل واریانس است. نتایج حاصل از تحلیل داده‌ها نشان داد که دوره‌های رونق تجاری موجب چولگی مثبت در بازده سهام و دوره‌های رکود تجاری موجب چولگی منفی در بازده سهام می‌شوند. همچنین نتایج نشان داد که استراتژی‌های سرمایه‌گذاری مبتنی بر چولگی بازده تاثیر معناداری بر چولگی بازده پرتفوی نداشته است، اما عملکرد پرتفوی از نظر بازده و نسبت شارپ برای استراتژی‌های مبتنی بر چولگی بازده به طور معناداری بهتر از سایر استراتژی‌ها بدست آمد.

نیایقی امید، نجابت خواه مرتضی (۱۴۰۱)، به بررسی سازوکارهای نظارت مشارکتی بر عملکرد دولت در راستای دستیابی به اهداف توسعه پایدار پرداختند. نظارت مشارکتی بر عملکرد اشاره به شکلی از نظارت دارد که طی آن شهروندان، کاربران خدمات، یا سازمان‌های جامعه مدنی در فرآیند نظارت و ارزیابی ارائه خدمات و کارکردهای عمومی مشارکت می‌کنند. فرآیند نظارت مشارکتی بر عملکرد از طرق مختلفی اعمال می‌شود. که کارت گزارش دهی شهروندان، کارت امتیازدهی جامعه و حسابرسی اجتماعی متداول-ترین آن‌ها می‌باشند. یکی از اهداف اصلی نظارت مشارکتی نظارت بر عملکرد دولت‌ها در رابطه با پیشرفت به سوی دستیابی به اهداف توسعه پایدار و بسترسازی جهت مشارکت بیشتر مردم در افزایش کیفیت خدمات عمومی ارائه شده از سوی دولت‌هاست. پژوهش حاضر در مقام پاسخ به این پرسش است که شهروندان به چه شکل می‌توانند از طریق سازوکارهای مشارکتی، بر عملکرد دولت در راستای دستیابی به توسعه پایدار نظارت نمایند؟ این پژوهش با استفاده از روش توصیفی-تحلیلی نشان می‌دهد که این فرآیند با استفاده از داده‌های شهروند-محور صورت می‌گیرد. در حقیقت، این شکل از نظارت مبتنی بر تحلیل اطلاعاتی است که خود شهروندان از طرق مختلف جمع‌آوری نموده‌اند و دولت یا ارگان‌های آن در این امر مداخله‌ای نداشته‌اند و نتایج حاصل از آن در مقایسه با نظارت‌های عادی یا مبتنی بر داده‌های دولتی به مراتب صحیح‌تر و شفاف‌تر است.

فرشچی پروین، پوره‌اشمی سیدعباس، نادری شیماء، افشاری مریم، (۱۴۰۰)، به بررسی پیامدهای حقوقی بومی سازی اهداف توسعه پایدار در محیط زیست دریایی خلیج فارس پرداختند نتایج نشان داد حفاظت از محیط زیست دریایی خلیج فارس نیز با حمایت و هدایت اهداف توسعه پایدار سند ۲۰۳۰ و اجرای آن در منطقه میسر گردیده تا از اینرو دست یابی به توسعه بادوام در مناطق دریایی با از میان برداشتن موانع و پیامدهای منفی مسدود کننده راه توسعه پایدار فراهم شود.

خلجی علی، بلوچ محمود (۱۳۹۹)، به مروری بر دانش مالی رفتاری پرداختند نتایج نشان داد مالی رفتاری حوزه‌ای نسبتاً جدید و به سرعت در حال گسترش است که توسط دانشمندان مالی مطرح شده و از ترکیب روانشناسی و اقتصاد تشکیل شده است و تحقیقاتی را در بر می‌گیرد که فرضیات سنتی از حداکثر سود مورد انتظار سرمایه‌گذاران منطقی در بازارهای کارا را کاهش می‌دهد. هنگام تصمیم‌گیری و قضاوت در مورد مسائل اقتصادی و به ویژه تصمیم‌های سرمایه‌گذاری باید به ابعاد روانشناسی تصمیم نیز توجه کرد. در واقع امور مالی رفتاری به روان سرمایه‌گذاران و نقش آن در تصمیم‌گیری‌ها مربوط می‌شود و به دنبال توضیح تصمیمات اقتصادی افراد با ترکیب نظریه‌های روان‌شناختی و رفتاری با نظریه‌های اقتصادی و مالی است. در این مقاله معرفی مختصری در مورد مالی رفتاری، تاریخچه و دلیل نیاز به آن ارائه

شده است. سپس دو عنصر سازنده مالی رفتاری، روانشناسی و محدودیت های آربیتراژ بررسی شده است و در پایان مختصری بر انتقادات وارد بر مالی رفتاری اشاره شده و نتیجه گیری نهایی حاکی از این واقعیت است که نقش مالی رفتاری در تبیین رفتار بازار غیرقابل انکار است.

تحقیقات خارجی

جینگ ژائو-جینگ چانگ هوانگ فنگ لیو ۲۰۲۳ در پژوهشی به بررسی سیاست اعتبار سبز و استراتژی سرمایه گذاری به جریان نقدی: شواهدی از یک آزمایش شبه طبیعی پرداختند سیاست اعتبار سبز در کشور چین (GCP) با هدف به دست آوردن یک توسعه سبز از طریق کاهش تخصیص اعتبار به شرکت های با آلودگی زیاد برای محیط زیست می باشد. اجرای GCP به عنوان یک شوک در برابر تامین هزینه مالی خارج از سازمان استفاده می شود، زمانیکه یک رویکرد تفاوت در تفاوت ها ایجاد می کنیم انتظار داریم که اجرای GCP به طور قابل توجهی افزایش یابد. اثر این امر بیشتر در شرکت های با فرصت های سرمایه گذاری و نفوذ مالی بالا و در شرکت های بدون مالکیت در بانک های تجاری آشکار می شود. مقاله ما بینش جدیدی در قبال تاثیر GCP بر محدودیت های مالی و کمک به منظور بحث حساسیت نسبت به جریان سرمایه گذاری نقدی به وسیله استفاده از شوک های بیرونی بر محدودیت های مالی را آشکار می کند. نتایج نشان می دهند که استراتژی نسبت به جریان سرمایه گذاری نقدی ممکن است یک شاخص مناسب برای محدودیت های مالی در مورد کشور چین باشد.

جین پینگ یانگ و شیائولین لیو ۲۰۲۲ به بررسی با عنوان نقش اهداف توسعه پایدار، دانش مالی و استراتژی های سرمایه گذاری بر سودآوری سازمانی: تأثیر تعدیل کننده حمایت دولت پرداختند. اخیراً اهداف توسعه پایدار (توسعه پایدار) و استراتژی ها و دانش سرمایه گذاری به مهمترین عوامل سودآوری سازمانی بالا تبدیل شده و تمرکز مطالعات و سیاست گذاران اخیر را به خود جلب کرده است. بنابراین، مطالعه فعلی با هدف بررسی تأثیر توسعه پایدار، استراتژی های سرمایه گذاری و دانش مالی بر سودآوری سازمانی شرکت های تولیدی در چین است. علاوه بر این، این مطالعه نقش حمایت دولت را در تعامل بین برنامه های سرمایه گذاری، درک مالی و سودآوری سازمان ها بررسی می کند. پرسشنامه های نظرسنجی و smart-PLS برای جمع آوری داده ها و تجزیه و تحلیل قابلیت اطمینان و همبستگی ها استفاده شد. یافته ها نشان می دهد که توسعه پایدار ها، استراتژی های سرمایه گذاری و دانش مالی همه نقش مهمی در سودآوری یک شرکت دارند. نتایج همچنین نشان داد که حمایت دولت به طور قابل توجهی در میان استراتژی های سرمایه گذاری، دانش مالی و سودآوری سازمانی کاهش می یابد. این مطالعه تنظیم کننده ها را راهنمایی می کند در حالی که سیاست های مربوط به توسعه پایدار و استراتژی های سرمایه گذاری را در رابطه با سودآوری سازمانی توسعه می دهد.

یونشنگ یانگ، لین دونگ لیو و همکاران ۲۰۲۰ به تخصیص سود در سرمایه گذاری جمعی مبتنی بر سرمایه گذاری با سرمایه گذاران در زمان ورود پویا با حمایت دولت پرداختند و به نتیجه رسیدند ر نهایت، ما برخی از آزمایشات عددی را پیاده سازی می کنیم تا مطالعات خود را به شرایطی تعمیم دهیم که در آن (۱) بیش از دو دوره تعهد برای سرمایه گذاران وجود دارد، (۲) اثر رفتار جمعی سرمایه گذاران در نظر گرفته می شود و (۳) ارزش گذاری سرمایه گذاران به طور عادی توزیع می شود. نتایج اصلی ما تحت این شرایط عمومی انجام می شود.

روش تحقیق

این پژوهش یک مطالعه توصیفی و پیمایشی است، جامعه آماری شامل کارکنان شرکت رنگ گلپخش باشد. تعداد کارکنان شرکت رنگ گلپخش و حجم نمونه حدوداً ۳۰۲ نفر حجم نمونه و نمونه آماری به صورت تصادفی طبقه بندی انتخاب شده اند. روش گردآوری داده‌ها میدانی و ابزاراندازه‌گیری پرسشنامه میباشد. روایی آن با روش محتوایی، سازه و صوری در حد قابل قبول تأیید یار می شود و پایایی اندازه‌گیری، از طریق فرمول آلفای کرونباخ تأیید یا رد میشود. برای جمع آوری داده ها از پرسش نامه استاندارد شده استفاده شده است، برای تجزیه و تحلیل داده ها، ابتدا به بررسی قابل قبول بودن مدل نظری از طریق نرم افزار spss تحلیل داده ها انجام خواهد شد.

در مرحله اول، برای شناسایی متغیرهای موثر با استفاده از پرسشنامه (متخصصان شرکت مربوطه)، خبرگان، و کارشناسان فعال در این صنعت برای تشخیص و شناسایی تغییرات استفاده می شود. در مرحله دوم، از تحلیل داده ها مربوط به بررسی پرسشنامه و مطالعات انجام گرفته، به منظور شناسایی و انتخاب تغییرات استفاده خواهد شد. در مرحله سوم، به شناسایی عوامل مهم پرداخته می شود.

در مرحله چهارم با توجه به خروجی مرحله سوم، به بررسی نقش اهداف توسعه پایدار، دانش مالی و استراتژی های سرمایه گذاری بر سودآوری سازمانی: تأثیر تعدیل کننده حمایت دولت در شرکت رنگ گل پخش از طریق معادلات ساختاری می پردازیم.

ابزار کتابخانه ای: در این پژوهش ابتدا جهت گردآوری اطلاعات در زمینه مبانی نظری و ادبیات موضوع از منابع کتابخانه ای، مقالات لاتین، کتاب های مورد نظر، پایان نامه ها و شبکه ی جهانی اطلاعات استفاده می شود. برای بررسی ادبیات موضوع و پیشینه تحقیق با استفاده از ابزار کتابخانه ای از فیش برداری استفاده می شود. ابزار میدانی برای جمع آوری داده های مربوط به شناسایی اجزای کنونی پیشنهادی از پرسشنامه استفاده خواهد شد.

یافته های تحقیق

در مرحله نخست از تحلیل داده‌های گردآوری شده، از تکنیک‌های آمار توصیفی برای بررسی نحوه توزیع ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مانند جنسیت، سن، سطح تحصیلات و سابقه کار استفاده می‌شود. این کار از طریق ایجاد جداول فراوانی و ترسیم نمودارهای آماری انجام می‌گیرد. همچنین، میانگین و انحراف معیار هر یک از متغیرها در نمونه آماری مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. اولین سوال بخش داده‌های جمعیت‌شناختی پرسشنامه پژوهش به جنسیت پاسخ‌دهندگان اختصاص دارد که به طور طبیعی در دو دسته مرد یا زن قرار می‌گیرند.

جدول (۱): توزیع فراوانی پاسخ دهندگان را بر اساس جنسیت

جنسیت	فراوانی	درصد
مرد	۱۲۵	۴۱.۳۹
زن	۱۷۷	۵۸.۶۱
جمع	۳۰۲	۱۰۰

سوال دیگری در بخش اطلاعات جمعیتی پرسشنامه پژوهش به وضعیت سنی پاسخ‌دهندگان مربوط می‌شود، که به طور معمول در چهار دسته‌بندی از ۲۵ تا ۳۰ سال و تا بالای ۴۰ سال تقسیم می‌شوند.

جدول (۲): توزیع فراوانی پاسخ دهندگان را بر اساس سن

سن	فراوانی	درصد
۳۰-۲۵	۹۴	۳۱.۱۳
۳۵-۳۱	۱۰۲	۳۳.۷۷

۱۷.۸۸	۵۴	۴۰-۳۶
۱۷.۲۲	۵۲	۴۱ به بالا
۱۰۰	۳۰۲	جمع

یکی دیگر از سوالات بخش جمعیت‌شناختی پرسشنامه تحقیق به سطح تحصیلات پاسخ‌دهندگان مربوط می‌شود که به طور معمول در چهار دسته دیپلم، فوق‌دیپلم، لیسانس، و فوق‌لیسانس و بالاتر قرار می‌گیرند. جدول ۳ توزیع فراوانی پاسخ‌دهندگان را بر اساس سطح تحصیلات‌شان نشان می‌دهد.

جدول (۳): توزیع فراوانی پاسخ‌دهندگان را بر اساس سطح تحصیلات

سطح تحصیلات	فراوانی	درصد
دیپلم	۱۰	۳.۳۱
فوق دیپلم	۵۱	۱۶.۸۹
لیسانس	۱۴۵	۴۸.۰۱
فوق لیسانس و بالاتر	۹۶	۳۱.۷۹
جمع	۳۰۲	۱۰۰

مطابق با جدول ۳ از میان پاسخ‌دهندگان دارندگان مدرک دیپلم با فراوانی ۳.۳۱ درصد کمترین افراد را در میان نمونه آماری تشکیل می‌دهند و افراد با مدرک لیسانس با ۴۸.۰۱ درصد در رتبه ی اول قرار دارند. روایی به معنای دقت یک آزمون یا ابزار اندازه‌گیری است. روایی و پایایی پرسشنامه با استفاده از نرم‌افزار SPSS و آلفای کرونباخ ارزیابی شده‌اند. پایایی داخلی سوالات بر اساس نمونه‌ای مقدماتی بررسی گردید و ضریب همبستگی متغیرها در سطح معنادار مشاهده شد.

جدول (۴): روایی و پایایی پژوهش

متغیر	ضریب همبستگی	میانگین	Cvr	Ave	آلفای کرونباخ
توسعه پایدار	۰/۶۱	۰/۴۳	۰/۹۸	۰/۷۶	۰.۸۶۴
دانش مالی	۰/۷۹	۰/۴۹	۰/۸۶	۰/۷۲	۰.۸۲۰
سرمایه گذاری	۰.۱۰۷	۰.۹۷۲	۰.۹۰۱	۰.۹۷۴	۰.۸۶۵
سودآوری سازمانی	۰.۱۷۳	۰.۹۴۲	۰.۰۸۸	۰.۹۷۲	۰/۸۵۳
حمایت دولت	۰/۸۱	۰/۷۱	۰/۷۶	۰/۸۵	۰.۹۲۱

بر اساس جدول ۴، نتایج بررسی پایایی ابزار پژوهش حاکی از آن است که پایایی ابزار گردآوری داده‌ها تأیید شده است. آمار توصیفی شامل مجموعه‌ای از روش‌ها است که برای پردازش داده‌ها به کار می‌روند. آمار توصیفی برای متغیرهای پژوهش در جدول زیر ارائه شده است. این کمیت‌های آماری توصیفی شامل میانگین، انحراف معیار، و واریانس می‌باشد. این کمیت‌های آماری برای متغیرهای این پژوهش محاسبه شده‌اند.

جدول (۵): تجزیه و تحلیل توصیفی متغیرها

متغیر	میانگین	واریانس	انحراف معیار	میانه	ماکزیمم	مینیمم
توسعه پایدار	۳/۵۴	۱/۶۷۸	۳/۷۰۹	۰/۸۹	۰/۱۶	۰/۹۷
دانش مالی	۳/۸	۱/۵۶۷	۲/۶۸	۰/۷۸	۰/۳۲	۰/۷۸
سرمایه گذاری	۳/۹۵	۱/۹۵	۱.۷۵۰	۰.۴۱۶	۰.۳۸۹	۰.۰۴۱
سودآوری سازمانی	۲/۹۶	۱/۹۶	۱.۲۸۶	۰.۴۲۹	۰.۴۸۲	۰.۰۴۵
حمایت دولت	۳/۲	۱/۸۰۳	۲/۵۶	۰/۵۴	۰/۳۲	۰/۸۲

ابتدا چولگی و کشیدگی داده‌ها بررسی می‌شود. چولگی نشان‌دهنده میزان تقارن یا عدم تقارن تابع توزیع است. در توزیعی که کاملاً متقارن باشد، چولگی صفر است. اما اگر توزیع به سمت مقادیر بالاتر کشیده شود، چولگی مثبت و اگر به سمت مقادیر کوچکتر متمایل باشد، چولگی منفی است. همچنین، کشیدگی معیاری از بلندی منحنی در نقطه ماکزیمم است و برای توزیع نرمال، مقدار کشیدگی برابر ۳ است.

جدول (۶): میزان کشیدگی و چولگی عاملهای تحقیق

متغیرها	ضریب چولگی	خطای استاندارد	ضریب کشیدگی	خطای استاندارد
توسعه پایدار	۰/۳۷	۰/۲۱	-۰/۰۱	۰/۵
دانش مالی	۰/۴۸	۰/۶۱	-۰/۱۸۱	۰/۵۶
سرمایه گذاری	۰/۴۳۰	۰/۶۶۷	-۰/۴۹۹	۰/۰۴۶
سودآوری سازمانی	۰/۵۲۱	۰/۳۳۳	-۰/۷۰۳	۰/۰۵۵
حمایت دولت	۰/۶۸	۰/۳۱	-۰/۵	۰/۵۲
تفکر راهبردی	۰/۳۴۸	۰/۵۶۱	-۰/۲۶۱	۰/۴۹

طبق جدول ۶، مقدار چولگی برای تمام متغیرها در بازه (۲-، ۲) قرار دارد. این نشان می‌دهد که از نظر چولگی، تمامی متغیرها نرمال هستند و توزیع آنها متقارن است. مقدار کشیدگی نیز در همین بازه قرار دارد که بر نرمال بودن کشیدگی دلالت می‌کند. پس از بررسی چولگی و کشیدگی، به ارزیابی نرمال بودن داده‌ها با استفاده از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف می‌پردازیم. در این بررسی، فرض صفر را که بیانگر نرمال بودن توزیع داده‌ها است، با سطح خطای ۵٪ محک می‌زنیم. بنابراین، اگر آماره آزمون ۰/۰۵ یا بیشتر باشد، دلیل کافی برای رد فرض صفر و نرمال نبودن داده‌ها وجود نخواهد داشت؛ به عبارت دیگر، توزیع داده‌ها نرمال تلقی می‌شود.

فرض‌های آماری برای آزمون نرمالیت به شکل زیر تنظیم می‌شوند:

H₀: توزیع داده‌های مربوط به هر یک از متغیرها نرمال است.

H₁: توزیع داده‌های مربوط به هر یک از متغیرها نرمال نیست.

جدول (۷): نتایج آزمون کولموگروف-اسمیرنوف را برای همه متغیرها

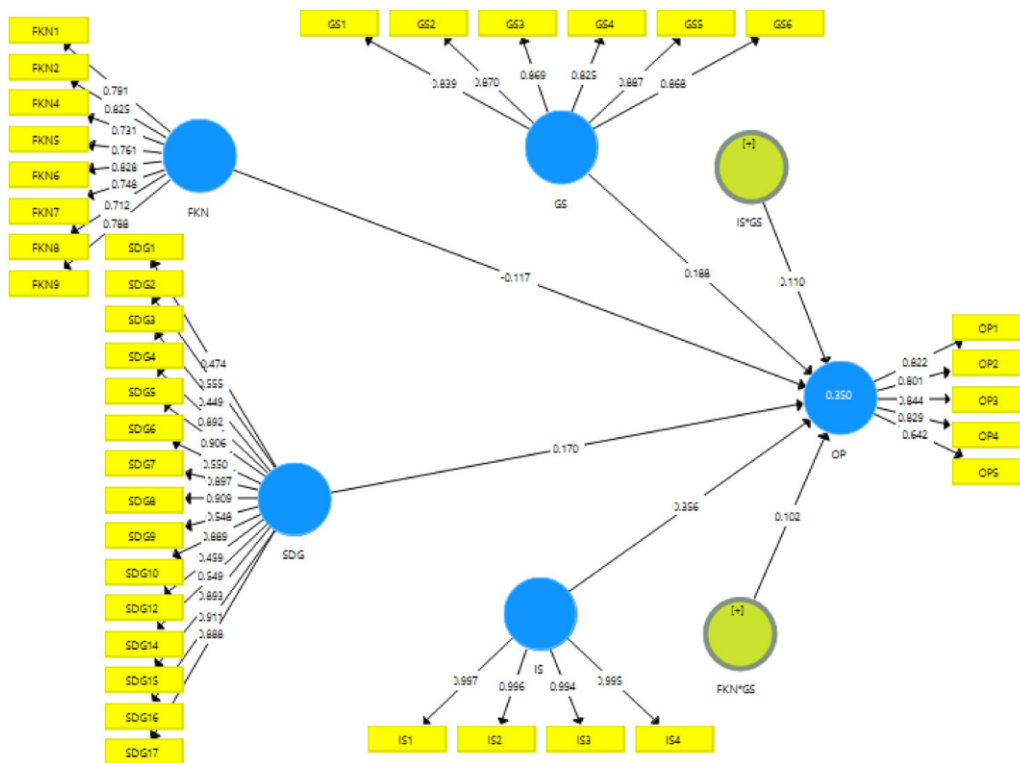
Sig .	کولموگروف-اسمیرنوف مقدار Z	statistic	most extreme			Std deviation	Mean	تعداد	متغیر
			absolute	negative	positive				
۰/۶۰۵	۰/۰۵	۰/۱۰۲	۰/۴۳	-۰/۱۲	۰/۶۰۳	۱/۰۱	۵/۲۶	۳۰۲	توسعه پایدار
۰/۲۰۵	۰/۰۱	۰/۵۶	۰/۹۰۱	-۰/۱۷	۰/۲۷۹۷	۱/۴۳	۵/۹۷	۳۰۲	دانش مالی
۰/۱۰۵	۰/۱۰۷	۰/۹۷۴	۰/۱۰۱	-۰/۹۹۱	۰/۰۵۶	۰/۹۸۵	۰/۰۸۳	۳۰۲	سرمایه گذاری
۰/۸	۰/۱۷۳	۰/۹۷۲	۰/۰۸۸	-۰/۹۸۴	۰/۰۷۷	۰/۹۷۶	۰/۰۷۷	۳۰۲	سودآوری سازمانی
۰/۰۰۵	۰/۶۷	۰/۳۲	۰/۳۴	-۰/۷۶	۰/۴۳۸۹	۰/۳۹	۵/۵۱	۳۰۲	حمایت دولت
۰/۰۰۱	۰/۵۱	۰/۴۹	۰/۲۳	-۰/۵۰۹	۰/۶۵۴۹	۰/۴۳	۵/۷۵	۳۰۲	تفکر راهبردی

مقادیر به دست آمده نشان‌دهنده نرمال نبودن داده‌ها هستند. و در صورت غیرنرمال بودن داده‌ها، از نرم‌افزار PLS Smart برای انجام محاسبات مربوط به متغیرها و ارزیابی برازندگی مدل استفاده کرده‌ایم. نتایج تحلیل عاملی تأییدی متغیرهای تحقیق در جدول ۸ ارائه شده است.

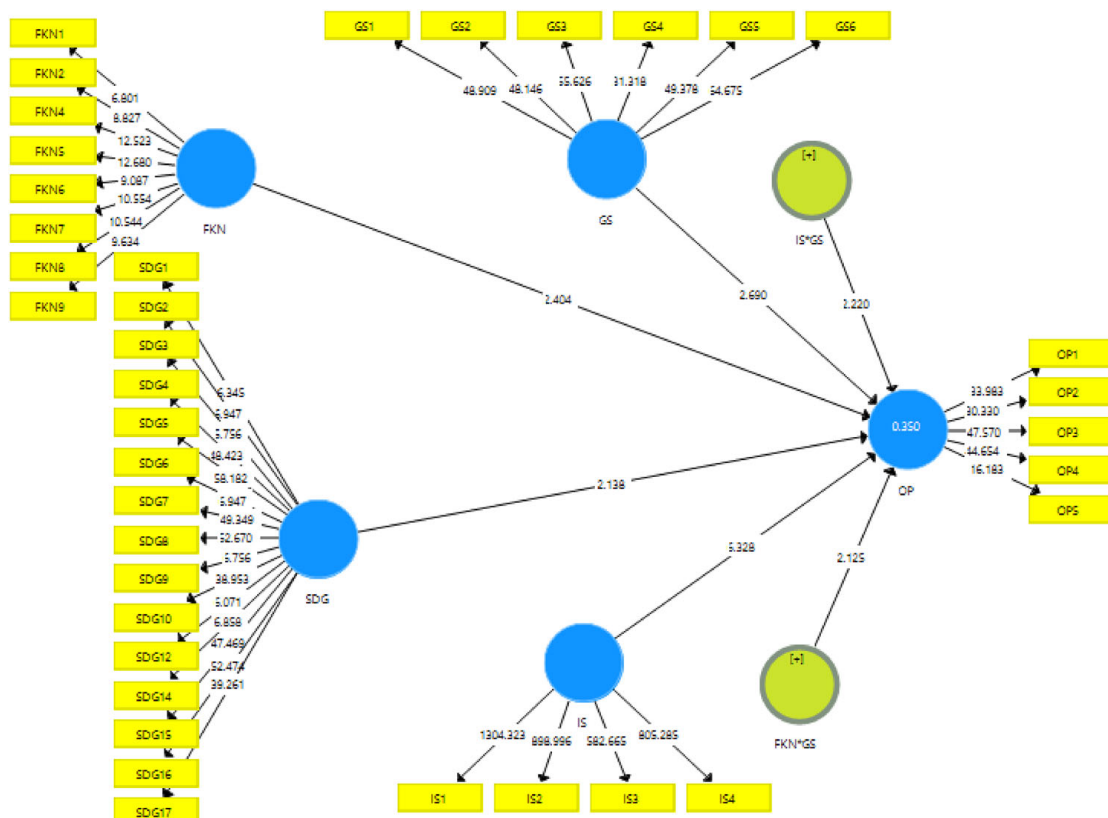
جدول (۸): سنجش بار عاملی

نتیجه	SIG	FACTOR LOADINGS	T_VALUE	Beta	بار عاملی	گویه	CR	AVE	R2	متغیر
تایید	P<0.05	۴/۸۰۹	۲/۳۲	۰/۷۸	۰/۶۶	۱	۰/۷۸۱	۰/۷۴۵	۰/۴۵۶	توسعه پایدار
تایید	P<0.05	۳/۶۷	۳/۵۱	۰/۵۴	۰/۶۸	۲				
تایید	P<0.05	۳/۱	۳/۶۸	۰/۶۰۷	۰/۱۶	۳				
تایید	P<0.05	۳/۷	۴/۱۴	۰/۴۰۱	۰/۱۲	۴				
تایید	P<0.05	۳/۶۷	۳/۳	۰/۱۳	۰/۴۲	۵				
تایید	P<0.05	۴/۲۱	۲/۱۲	۰/۴۵	۰/۷	۶	۰/۷۶	۰/۶۹۱	۰/۶۰۱	دانش مالی
تایید	P<0.05	۷/۱۶	۳/۷	۰/۵۴	۰/۶۳	۷				
تایید	P<0.05	۳/۹۸	۳/۴۲	۰/۶۰۷	۰/۱۰۹	۸				
تایید	P<0.05	۴/۱۲	۴/۳۷	۰/۳۴	۰/۱۲	۹				
تایید	P<0.05	۴/۳۲	۲/۵۴	۰/۸۹	۰/۱۰۹	۱۰	۰/۷۹	۰/۸۰۱	۰/۳۸۱	سرمایه گذاری
تایید	P<0.05	۳/۵۱	5/۸۰۹	0/۷۷	0/۱۷	۱۱				
تایید	P<0.05	۳/۶۸	۵/۶۷	۰/۸۶۳	۰/۲۳	۱۲				
تایید	P<0.05	۶/۱۴	۳۷/۱	۰/۲۹۵	۰/۳	۱۳				
تایید	P<0.05	۳/۳	۲/۷	۰/۱۶۷۸	۰/۴۵	۱۴				
تایید	P<0.05	۴/۱۲	۴/۶۷	۰/۶۳	۰/۵۱	۱۵	۰/۸۹۱	۰/۷۰۳	۰/۶۵	سود آوری سازمانی
تایید	P<0.05	۵/۷	۳/۲۱	۰/۸۹	۰/۶۲	۱۶				
تایید	P<0.05	۳/۴۲	۶/۷	۰/۸۹	۰/۷۶	۱۷				
تایید	P<0.05	۰/۳۷	۴/۱۶	۰/۷۷	۰/۳۳	۱۸				
تایید	P<0.05	۰/۵۴	۳/۸۶	۰/۸۶۳	۰/۱۳	۱۹				
تایید	P<0.05	۳/۸۰۹	۲/۱۲	۰/۲۹۵	۰/۲۴	۲۰	۰/۵۲	۰/۶۴۳	۰/۳۳۳	حمایت دولت
تایید	P<0.05	۳/۳۳۳	۳/۴۸۱	۰/۹۷۲	۰/۱۰۷	۲۱				
تایید	P<0.05	۳/۶۶۷	۳/۷۲۲	۰/۹۴۲	۰/۱۷۳	۲۲				
تایید	P<0.05	۳/۶۶۷	۳/۴۳۰	۰/۹۷۴	۰/۱۰۱	۲۳				
تایید	P<0.05	۳/۳۳۳	۳/۵۲۱	۰/۹۷۲	۰/۰۸۸	۲۴				
تایید	P<0.05	۳/۴۱۶	۳/۵۳۸	۰/۹۹۱	۰/۰۵۶	۲۵				

همانطور که در جدول ۸ مشاهده می‌شود، مقدار معناداری برای هر یک از شاخص‌های مدل بیش از ۱.۹۶ است و می‌توان نتیجه گرفت که این معیار برای تمامی شاخص‌های مدل تأیید خواهد شد.



نمودار (۱): مدل ارزیابی اندازه گیری.



نمودار (۲): مدل ارزیابی ساختاری.

در پژوهش ما، متغیر تعدیلگر حمایت دولت به عنوان متغیرهای درونزا مطرح هست

جدول (۹): آزمون سوئیل

Z_value	Model sobl مدل سوئیل	R رگرسیون	خطای استاندارد	تخمین خطای استاندارد	Std. Error of the estimate خطای برآورد	متغیر میانجی
۲/۱	۱	۰/۳۲۸	۰/۴۵۶	۰/۴۰۹	۰/۹۸۱	حمایت دولت

بر اساس نتایج این جدول، متغیرهای پیش‌بین توانسته‌اند ۴۵ درصد از تغییرات حمایت دولت را توضیح دهند. با در نظر گرفتن سطح خطای $\alpha=0.05$ ، اگر مقدار Z از ۱.۹۶ بیشتر باشد، اثر غیرمستقیم مشاهده‌شده و هر یک از فرضیه‌ها، و ضرایب استاندارد شده مسیرهای مربوط به هر فرضیه در جداول زیر ارائه شده است. معیار تأیید یا رد فرضیه‌ها ضرایب معنی‌داری است. اگر ضریب معنی‌داری بیشتر از ۱.۹۶ باشد، فرضیه تأیید می‌شود و در غیر این صورت، فرضیه رد می‌شود.

جدول (۱۰): بررسی فرضیه‌ها

نتیجه	ضریب t	تخمین	ضریب مسیر	فرضیه
تایید	۳/۶۹	۰/۴۸	۰ / ۷۸۹	نقش اهداف توسعه پایدار، دانش مالی و استراتژی‌های سرمایه‌گذاری بر سودآوری سازمانی: تأثیر تعدیل‌کننده حمایت دولت در شرکت رنگ گل پخش تأثیر مثبت و معناداری دارد
تایید	۳/۶۸	۰/۸۹	۰/۷۸	اهداف توسعه پایدار بر سودآوری سازمانی در شرکت رنگ گل پخش تأثیر مثبت و معناداری دارد.
تایید	۴/۱۴	۰/۷۷	۰/۹۱	استراتژی‌های سرمایه‌گذاری بر سودآوری سازمانی در شرکت رنگ گل پخش تأثیر مثبت و معناداری دارد.
تایید	۲/۳	۰/۸۶۳	۰/۹۷	دانش مالی بر سودآوری سازمانی در شرکت رنگ گل پخش تأثیر مثبت و معناداری دارد.
تایید	۲/۱۲	۰/۲۹۵	۰/۱۱	استراتژی‌های سرمایه‌گذاری بر سودآوری سازمانی با نقش تعدیل‌کننده حمایت دولت در شرکت رنگ گل پخش تأثیر مثبت و معناداری دارد.
تایید	۳/۷	۰/۶۷۸	۰/۹۸	دانش مالی بر سودآوری سازمانی با نقش تعدیل‌کننده حمایت دولت در شرکت رنگ گل پخش تأثیر مثبت و معناداری دارد.

نتیجه‌گیری

هدف تحقیق نقش اهداف توسعه پایدار، دانش مالی و استراتژی‌های سرمایه‌گذاری بر سودآوری سازمانی: تأثیر تعدیل‌کننده حمایت دولت (مطالعه موردی: شرکت رنگ گل پخش) می‌باشد، نتایج تحقیق بر اساس تأیید شدن فرضیات نشان می‌دهد، سودآوری می‌تواند به دست آید اگر شرکت‌ها فعالیت‌های خود را به گونه‌ای سازماندهی کنند که به تحقق اهداف توسعه پایدار کمک کند. این اهداف شامل کاهش آلودگی، حفاظت مناسب از منابع طبیعی، بهبود سلامت و رفاه موجودات زنده و حفظ محیط کار است. بر اساس تحقیقات وانگ، وانگ و بون-ای تی تی (۲۰۱۸)، شرکت‌هایی که در بازاریابی موفق‌تر هستند، معمولاً مشتریانی دارند که از کیفیت محصولات و خدمات آن‌ها راضی‌اند و به همین دلیل تمایل دارند بارها و بارها از همان برند خرید کنند. سودآوری بلندمدت می‌تواند از طریق ترویج محصولات و خدمات حاصل شود. این نتایج همچنین توسط مطالعه‌ای از کریست اوپال و همکاران (۲۰۱۸)، تأیید می‌شود که به نقش اهداف تجاری پایدار در دستیابی به بازاریابی موفق و سود اشاره دارد. این مطالعه نشان می‌دهد که وقتی سازمان‌ها به طور مؤثر

مدیریت زباله، سیستم بهداشتی و منابع انرژی را انجام دهند و محیط کار را بدون آلودگی و سالم نگه دارند، کارگران از سلامت خوبی برخوردار خواهند بود و می‌توانند به طور فعال وظایف خود را انجام دهند. این امر منجر به تولید محصولات با کیفیت بالا در مقادیر زیاد و افزایش سود برای سازمان‌ها می‌شود.

نتایج این مطالعه همچنین نشان می‌دهد که استراتژی‌های سرمایه‌گذاری با سودآوری سازمانی ارتباط دارند. این یافته‌ها با نتایج تحقیقات قبلی نگوین و نگوین (۲۰۲۰)، همخوانی دارد که بیان می‌کند استراتژی‌های سرمایه‌گذاری به منابع مالی شرکت‌ها وابسته‌اند و بر عملکرد و درآمد سازمان تأثیر می‌گذارند. سازمان‌هایی که نتوانند سود کافی را حفظ کنند، معمولاً ترجیح می‌دهند سرمایه خود را در اوراق بهادار سرمایه‌گذاری کنند تا از این طریق بدون ایجاد مزاحمت برای میزان سرمایه‌گذاری، سود کسب کنند. این نتایج همچنین توسط مطالعه گذشته موهانتی و مهروترا (۲۰۱۸)، تأیید می‌شود که به بررسی تأثیر استراتژی‌های سرمایه‌گذاری بر سودآوری سازمان‌ها پرداخته است. برخی از سازمان‌ها از استراتژی‌های نوآورانه سرمایه‌گذاری برای گسترش دامنه کسب و کار خود استفاده می‌کنند. سرمایه‌گذاری در خرید ساختمان‌های جدید، زمین، کارخانه، ماشین‌آلات یا محصولات، به گسترش دامنه کسب و کار، افزایش تولید و بهبود کیفیت محصولات و خدمات منجر می‌شود. بنابراین، یک استراتژی سرمایه‌گذاری مؤثر می‌تواند به افزایش سودآوری کسب و کار کمک کند.

نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که استراتژی‌های سرمایه‌گذاری در محصولات و خدمات می‌تواند به افزایش سودآوری کسب‌وکارها کمک کند. یافته‌ها همچنین حاکی از آن است که داشتن درک پایه‌ای از امور مالی تأثیر مثبتی دارد. این نتایج با مطالعات قبلی، از جمله تحقیق کوروتاج و مرناوس (۲۰۲۱)، که به بررسی سواد مالی و تأثیر آن بر عملکرد شرکت‌ها پرداخته، همخوانی دارد. سودآوری یک شرکت می‌تواند افزایش یابد اگر مدیران مالی آن بدانند چگونه صورتحساب‌ها را پرداخت کنند، در صورت نیاز وام بگیرند، پس‌انداز کنند و به‌طور مسئولانه سرمایه‌گذاری کنند و برای بازنشستگی آماده شوند. همچنین، تحقیق ری-آرس و همکاران (۲۰۲۱)، نیز از این نتایج حمایت می‌کند. برای بهبود سودآوری، این تحقیقات شرکت‌های مختلف را بر اساس تخصص مالی آن‌ها مقایسه می‌کند. آگاهی از مدیریت پول، مدیریت مالی، بودجه‌بندی و سرمایه‌گذاری به مدیران مالی کمک می‌کند تا تصمیمات صحیحی در زمان مناسب اتخاذ کنند و از خطرات جلوگیری کرده و از فرصت‌های کسب درآمد بیشتر با استفاده از منابع مالی موجود بهره‌برداری کنند. بنابراین، سواد مالی اهمیت زیادی دارد.

منابع

- ✓ ابن‌تراب، مریم، (۱۳۹۳)، جایگاه کنوانسیون رفع هر گونه تبعیض علیه زنان در حقوق اسلامی با رویکردی بر دیدگاه امام خمینی، پژوهشنامه متین، دوره ۱۶، شماره ۶۳، صص ۱-۱۹.
- ✓ احمدی، بهشت، یوسفی، بهرام، عیدی، حسین، (۱۳۹۷)، حکمرانی خوب در ورزش: نقش سرمایه اجتماعی در ارتقای آن، پژوهش در ورزش تربیتی، شماره ۱۴.
- ✓ استراس، آنسلم، کوربین، جولیت، (۱۳۹۷)، اصول دانش مالی: نظریه مبنایی؛ رویه‌ها و شیوه‌ها، ترجمه بیوک محمدی، انتشارات پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- ✓ اصلی‌پور، حسین، شریف‌زاده، فتاح، (۱۴۰۲)، راهبرد سیاست‌گذاری استراتژی مالی و حمایت دولت در بستر نظریات متعارف تصمیم‌گیری عمومی، مجلس و راهبرد، دوره ۲۲، شماره ۸۳، صص ۲۴۵-۲۷۱.
- ✓ Ming-Lang Wang, Kang-Wei Wang, (2023) THE INFLUENCE OF MARKETING STRATEGY ON BRAND IMAGE AND FUTURE OUTLOOK – AN EXAMPLE OF LA NEW INTERNATIONACORPORATION IJER – March - April

- ✓ Kang-Wei Chai, Wei-Ming Ou, Ching-Sheng Lin and Cheng-Lin Shih, (2019), "The Influence of Service Quality and Brand Image on Purchase Intention", *Management Information Computing*, Vol.6, (S), pp.122-131.
- ✓ Kevin Lane Keller, (2019), "Strategic Brand Management", 4th ed., Upper Saddle River, NJ: Pearson Education, p.30, <http://marketingarticles.ir/brand/947>
- ✓ Kotler, P. (2022), *Marketing Management : Analysis, Planning, Implementation and Control*, 9th ed. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall Inc
- ✓ Abdel-Khalik, A.R. (1975), "Advertising Effectiveness and Accounting policies", *The Accounting Review*, 50 (supplement), 657-670.
- ✓ Aertsens J., Huylenbroeck G., and Verbeke W. (2011). *Organic food as an emerging market: personal determinants of consumption, supply governance and retail strategies*, PhD dissertation, Ghent University. Faculty of Bioscience Engineering.
- ✓ Barry, C & Charleton, D. (2009) "In search of Search Engine Marketing Strategy Amongst SMEs in Ireland" *ICETE 2008, CCIS 48*, pp.113-124..
- ✓ Cannière, Marie Hélène de. Pelsmacker. Patrick De. Geuens, Maggie (2008) *Relationship Quality and the Theory of Planned Behavior Models of Behavioral Intentions and Purchase Behavior*, FACULTEITECONOMIE EN BEDRIJFSKUNDE TWEEKERKENSTRAAT ۲ B-9000 GENT WORKING PAPER. Ghent University.
- ✓ Chang, C., (2006). *Beating the new blues: mood repair through exposure to advertising*. *Journal of Communication* 56, 198-217.
- ✓ Chen, C.F. and Tsai, M. H. (2008), *Perceive value, satisfaction, and loyalty of TV travel product shopping: Involvement as a moderator*. *Tourism Management*, 29, 1166-1171.
- ✓ Corstjens, M., & Umblis, A. (2012). *The power of evil*. *Journal of Advertising Research*, 52., 433-449.
- ✓ D'Souza, Clare. Taghian, Mehdi. Lamb, Peter. Peretiatkos, Roman (2006) *Green products and corporate strategy: an empirical investigation*, *Society and Business Review*, Vol. 1 No. 2, 2006, pp.144-157.
- ✓ Dehghani, M., & Tumer, M. (2015). *A research on effectiveness of Facebook advertising on enhancing purchase intention of consumers*. *Computers in Human Behavior*, 49, 597-600.
- ✓ Erdem, T., & Swait, J. (1998), "Branding Equity as a Signaly Phenomenon", *Journal of Consumer Psychology*, Vol.6, No.7, pp.131-157.
- ✓ Erdem, T., Swait, J., & Valenzuela, A. (2006). *Brands as signals: a cross -country validation study*. *Journal of Marketing*, 70(1), 34-49.
- ✓ Hyun, Sunghyup Sean. Kim, Wansoo. Jae Lee, Myong (2011) *The impact of advertising on patrons' emotional responses, perceived value, and behavioral intentions in the chain restaurant industry: The moderating role of advertising-induced arousal*, *International Journal of Hospitality Management* 30(2011) 689-700.
- ✓ Jagpal, H.S. (1981), "Measuring Joint Advertising Effects in Multiproduct Firms: Use of a Hierarchy-of-Effects Advertising-Sales Model", *Journal of Advertising Research*, 21(1), 65-75.
- ✓ Kenneth, Traynor, and Susan C. Traynor. "Educational backgrounds of high-tech salespeople." *Industrial Marketing Management* 21.2 (2010): 77-83.
- ✓ Kim, Kyung-ran. (2007), "The effects of Advertising and Publicity on Corporate Reputation and Sales Revenue 2005-1985".
- ✓ Lai, Wen-Tai, Chen, Ching -Fu ,(2011), *Behavioral intentions of public transit passengers— The roles of service quality, perceived value, satisfaction and involvement*, *Transport Policy* 18, pp:318-325.

- ✓ Leonidou, Leonidas C. Leonidou, Constantinos N. Hadjimarcou, John S. Lytovchenko, Irina (2014) Assessing the greenness of environmental advertising claims made by multinational industrial firms, *Industrial Marketing Management* 43 (2014) 671-684.
- ✓ Leppäniemi, Matti, (2008), *MOBILE MARKETING COMMUNICATIONS IN CONSUMER MARKETS UNIVERSITY OF OULU*, FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS ADMINISTRATION, DEPARTMENT OF MARKETING, UNIVERSITY OF OULU.
- ✓ Sharma, S., & Sharma, J. (2009), "Sales and Advertisement Relationship for Selected Companies Operating in India: A Panel Data Analysis", *School of Doctoral Studies (European Union) Journal*, July No.1, 83-96.
- ✓ Sudarsan, P.K. (2007), "Evaluating Effectiveness of Advertising on Sales: A Study Using Firm Level Data", *ICFAI Journal of Managerial Economics*, Vol V (1), 54-62.
- ✓ Suki, N. M., Suki, N. M., & Azman, N. S. (2016). Impacts of corporate social responsibility on the links between green marketing awareness and consumer purchase intentions. *Procedia Economics and Finance*, 37, 262-268.
- ✓ Verdon, W.A., Campell, R. M., and Theodore, W.R. (1968), "Advertising Expenditures as an Economic Stabilizer: 1945-64", *Quarterly Review of Economics and Business*, Spring, 7-18.
- ✓ Vukmirovic, (2015) M., The effects of food advertising on food-related behaviours and perceptions in adults: A review, *Food Research International*.
- ✓ Wilson, G. & K. Wood. (2004). The influence of children on parental purchases during supermarket shopping. *International Journal of Consumer Studies*, 28, 329-336.