

تحلیل اثر عملکرد اجتماعی پایدار و مدیریت پایدار بر عملکرد مالی پیمانکاران شهرداری با نقش میانجی شهرت پایدار

اشرف میرزایی افشرد

مسئول اعتبارات شهرداری منطقه هفت تبریز، شهرداری تبریز، ایران.
ashraf.mirzaei94@gmail.com

شماره ۱۱۴ / بهار ۱۴۰۵ (جلد سوم) / صص ۳۴-۴۸
چشم انداز حسابداری و مدیریت (دوره نهم)

چکیده

پیمانکاران به عنوان یکی از ارکان اصلی اجرای پروژه‌های شهری، نقش مهمی در تحقق اهداف توسعه شهری و بهبود عملکرد مالی سازمان‌های شهری ایفا می‌کنند. در سال‌های اخیر، توجه به پایداری در ابعاد مختلف اجتماعی و مدیریتی به عنوان یکی از عوامل مؤثر بر بهبود عملکرد سازمان‌ها و ایجاد مزیت رقابتی مورد توجه قرار گرفته است. در این میان، شهرت پایدار به عنوان یکی از دارایی‌های نامشهود سازمانی می‌تواند نقش مهمی در افزایش اعتماد ذی‌نفعان و بهبود نتایج مالی سازمان‌ها داشته باشد. بر این اساس، هدف اصلی این پژوهش تحلیل اثر عملکرد اجتماعی پایدار و مدیریت پایدار بر عملکرد مالی پیمانکاران شهرداری با در نظر گرفتن نقش میانجی شهرت پایدار است. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر روش اجرا توصیفی - پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش شامل مدیران، کارشناسان و کارکنان مرتبط با پروژه‌ها و پیمانکاران فعال در شهرداری تبریز می‌باشد که با استفاده از روش نمونه‌گیری مناسب انتخاب شده‌اند. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه استاندارد و محقق ساخته بر اساس ادبیات پژوهش است که روایی آن از طریق نظر خبرگان و پایایی آن با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ مورد تأیید قرار گرفته است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از مدل‌یابی معادلات ساختاری و نرم‌افزار LISREL استفاده شده است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که عملکرد پایدار اجتماعی و مدیریت پایدار تأثیر مثبت و معناداری بر شهرت پایدار دارند. همچنین شهرت پایدار تأثیر معناداری بر عملکرد مالی پیمانکاران دارد. علاوه بر این، عملکرد پایدار اجتماعی و مدیریت پایدار به طور مستقیم نیز بر عملکرد مالی پیمانکاران شهرداری تبریز اثرگذار هستند. همچنین نتایج بیانگر آن است که شهرت پایدار نقش میانجی معناداری در رابطه میان عملکرد پایدار اجتماعی و مدیریت پایدار با عملکرد مالی پیمانکاران ایفا می‌کند. بر اساس نتایج پژوهش، توجه به مسئولیت‌های اجتماعی، توسعه رویکردهای مدیریتی پایدار و تقویت شهرت سازمانی می‌تواند زمینه بهبود عملکرد مالی پیمانکاران فعال در پروژه‌های شهری را فراهم کند. بنابراین پیشنهاد می‌شود مدیران شهری و پیمانکاران با تقویت اقدامات اجتماعی، بهبود شیوه‌های مدیریت پایدار و ارتقای اعتبار و شهرت سازمانی، زمینه افزایش کارایی و موفقیت مالی در پروژه‌های شهری را فراهم سازند.

کلیدواژه‌ها: عملکرد پایدار اجتماعی، مدیریت پایدار، شهرت پایدار، عملکرد مالی، پیمانکاران شهرداری تبریز.

مقدمه

در دهه‌های اخیر، مفهوم توسعه پایدار به یکی از رویکردهای اساسی در مدیریت سازمان‌ها و نهادهای عمومی تبدیل شده است. سازمان‌ها دیگر تنها بر شاخص‌های اقتصادی و مالی تمرکز ندارند، بلکه توجه به ابعاد اجتماعی، محیطی و مدیریتی

پایداری نیز به عنوان عامل مهمی در موفقیت و تداوم فعالیت آن‌ها مطرح شده است. در این میان، سازمان‌های شهری و به ویژه شهرداری‌ها به دلیل گستردگی فعالیت‌ها و نقش مهمی که در توسعه شهری ایفا می‌کنند، بیش از سایر نهادها با موضوع پایداری درگیر هستند. بخش قابل توجهی از فعالیت‌های اجرایی شهرداری‌ها توسط پیمانکاران انجام می‌شود و عملکرد این پیمانکاران می‌تواند تأثیر مستقیمی بر کارایی اقتصادی و کیفیت خدمات شهری داشته باشد. بنابراین بررسی عواملی که می‌توانند بر عملکرد مالی پیمانکاران فعال در پروژه‌های شهری اثرگذار باشند، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است (احمدی و کریمی، ۱۴۰۱).

یکی از مفاهیمی که در سال‌های اخیر توجه بسیاری از پژوهشگران حوزه مدیریت را به خود جلب کرده است، مفهوم عملکرد پایدار اجتماعی است. عملکرد پایدار اجتماعی به مجموعه اقداماتی اشاره دارد که سازمان‌ها در راستای ارتقای رفاه اجتماعی، رعایت حقوق کارکنان، توجه به جامعه محلی و ایجاد ارزش اجتماعی انجام می‌دهند. سازمان‌هایی که در فعالیت‌های خود به مسئولیت‌های اجتماعی توجه دارند، علاوه بر افزایش مشروعیت اجتماعی، می‌توانند اعتماد ذی‌نفعان را نیز جلب کنند و از این طریق زمینه بهبود عملکرد اقتصادی و مالی خود را فراهم آورند (کارول و براون، ۲۰۲۲). در پروژه‌های شهری نیز پیمانکارانی که اصول مسئولیت اجتماعی را رعایت می‌کنند و نسبت به جامعه و محیط اطراف خود مسئولانه عمل می‌کنند، از اعتبار و اعتماد بیشتری برخوردار شده و این امر می‌تواند در بلندمدت بر موفقیت مالی آن‌ها تأثیرگذار باشد (لی و همکاران، ۲۰۲۳).

در کنار عملکرد پایدار اجتماعی، مدیریت پایدار نیز به عنوان یکی از عوامل مهم در بهبود عملکرد سازمان‌ها مطرح شده است. مدیریت پایدار به معنای اتخاذ رویکردهای مدیریتی است که ضمن توجه به اهداف اقتصادی سازمان، به پایداری منابع، حفظ محیط زیست، مسئولیت اجتماعی و ایجاد ارزش بلندمدت برای ذی‌نفعان نیز توجه دارد. سازمان‌هایی که رویکردهای مدیریتی پایدار را در فرآیندهای خود به کار می‌گیرند، معمولاً از کارایی بالاتر، ریسک کمتر و عملکرد مالی بهتری برخوردار هستند (ژانگ و وانگ، ۲۰۲۴). در پروژه‌های عمرانی و شهری نیز استفاده از رویکردهای مدیریتی پایدار می‌تواند منجر به استفاده بهینه از منابع، کاهش هزینه‌ها، افزایش بهره‌وری و در نهایت بهبود نتایج مالی پیمانکاران شود. با این حال، رابطه میان اقدامات پایدار و عملکرد مالی همواره به صورت مستقیم شکل نمی‌گیرد و در بسیاری از موارد متغیرهای واسطه‌ای می‌توانند در این رابطه نقش‌آفرینی کنند. یکی از مهم‌ترین این متغیرها شهرت پایدار سازمان است. شهرت پایدار به برداشت و ادراک مثبت ذی‌نفعان از تعهد سازمان نسبت به اصول پایداری اشاره دارد. زمانی که یک سازمان یا پیمانکار در فعالیت‌های خود به اصول پایداری توجه می‌کند، این اقدامات به مرور زمان موجب شکل‌گیری تصویر مثبت و شهرت مطلوب در میان ذی‌نفعان می‌شود. چنین شهرتی می‌تواند مزایای متعددی از جمله افزایش اعتماد مشتریان، بهبود روابط با نهادهای دولتی، جذب فرصت‌های جدید و در نهایت بهبود عملکرد مالی را به همراه داشته باشد (هارتمن و همکاران، ۲۰۲۱).

مطالعات مختلف نشان داده‌اند که سازمان‌هایی که دارای شهرت قوی در زمینه پایداری هستند، معمولاً از مزیت رقابتی بیشتری برخوردار بوده و در بازار عملکرد مالی بهتری از خود نشان می‌دهند. شهرت پایدار می‌تواند به عنوان یک دارایی نامشهود ارزشمند عمل کرده و نقش مهمی در ایجاد اعتماد و وفاداری در میان ذی‌نفعان ایفا کند (وانگ و لی، ۲۰۲۲). در حوزه پروژه‌های شهری نیز پیمانکارانی که به عنوان سازمان‌هایی مسئولیت‌پذیر و پایدار شناخته می‌شوند، احتمال بیشتری برای دریافت پروژه‌های جدید و همکاری‌های بلندمدت با سازمان‌های شهری دارند که این امر در نهایت می‌تواند به بهبود عملکرد مالی آن‌ها منجر شود.

در ایران نیز توجه به موضوع پایداری در پروژه‌های شهری به تدریج در حال افزایش است. شهرداری‌ها به عنوان متولیان مدیریت شهری تلاش می‌کنند تا در اجرای پروژه‌های عمرانی و خدماتی از پیمانکارانی استفاده کنند که علاوه بر

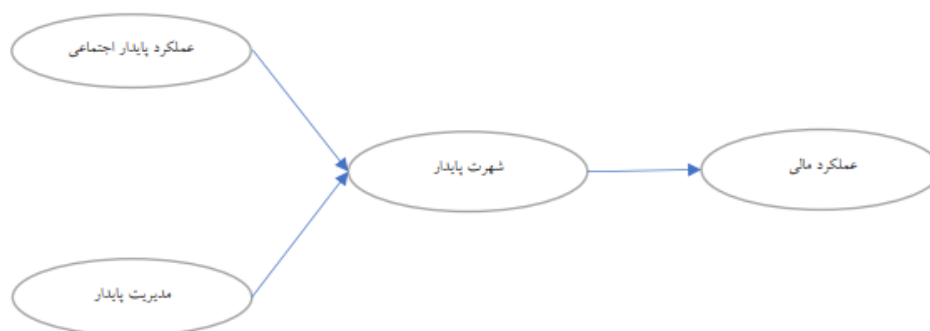
توانمندی فنی و مالی، به اصول پایداری و مسئولیت اجتماعی نیز پایبند باشند. در چنین شرایطی، پیمانکارانی که بتوانند عملکرد پایدار اجتماعی و مدیریتی مناسبی از خود نشان دهند، احتمالاً از شهرت بهتری برخوردار شده و فرصت‌های بیشتری برای فعالیت در پروژه‌های شهری خواهند داشت (حسینی و موسوی، ۱۴۰۲).

با وجود اهمیت موضوع، بررسی مطالعات پیشین نشان می‌دهد که بیشتر پژوهش‌ها به بررسی رابطه مستقیم میان پایداری و عملکرد مالی پرداخته‌اند و کمتر به نقش متغیرهای میانجی مانند شهرت پایدار توجه شده است. همچنین در حوزه مدیریت شهری ایران و به ویژه در ارتباط با پیمانکاران شهرداری‌ها، مطالعات محدودی در این زمینه انجام شده است. این در حالی است که شناخت عوامل مؤثر بر عملکرد مالی پیمانکاران می‌تواند به مدیران شهری در انتخاب پیمانکاران مناسب و ارتقای کارایی پروژه‌های شهری کمک کند (رضایی و همکاران، ۱۴۰۰).

از سوی دیگر، شهر تبریز به عنوان یکی از کلان‌شهرهای مهم کشور، پروژه‌های عمرانی و خدمات شهری گسترده‌ای را اجرا می‌کند که بخش قابل توجهی از آن‌ها توسط پیمانکاران مختلف انجام می‌شود. عملکرد این پیمانکاران نه تنها بر کیفیت اجرای پروژه‌ها بلکه بر کارایی مالی و مدیریتی شهرداری نیز تأثیرگذار است. بنابراین بررسی عواملی که می‌توانند به بهبود عملکرد مالی پیمانکاران فعال در پروژه‌های شهری تبریز کمک کنند، از اهمیت بالایی برخوردار است.

با توجه به مطالب بیان شده، این پژوهش در پی آن است که به این پرسش اساسی پاسخ دهد که آیا عملکرد پایدار اجتماعی و مدیریت پایدار می‌توانند از طریق ایجاد شهرت پایدار بر عملکرد مالی پیمانکاران شهرداری تبریز تأثیرگذار باشند؟ به عبارت دیگر، این پژوهش تلاش می‌کند نقش میانجی شهرت پایدار را در رابطه میان اقدامات پایدار و عملکرد مالی پیمانکاران مورد بررسی قرار دهد. نتایج این پژوهش می‌تواند دیدگاه روشن‌تری درباره اهمیت پایداری در فعالیت پیمانکاران شهری ارائه داده و به مدیران شهری و پیمانکاران کمک کند تا با اتخاذ رویکردهای پایدار، زمینه بهبود عملکرد مالی و افزایش کارایی پروژه‌های شهری را فراهم سازند.

مدل مفهومی تحقیق



فرضیه‌های تحقیق

فرضیات اصلی

✓ عملکرد پایدار اجتماعی با توجه نقش میانجی شهرت پایدار، بر عملکرد مالی پیمانکاران در شهرداری تبریز تأثیرگذار است.

✓ مدیریت پایدار با توجه نقش میانجی شهرت پایدار، بر عملکرد مالی پیمانکاران در شهرداری تبریز تأثیرگذار است.

فرضیات فرعی

✓ عملکرد پایدار اجتماعی بر شهرت پایدار در شهرداری تبریز تأثیرگذار است.

- ✓ مدیریت پایدار بر شهرت پایدار در شهرداری تبریز تاثیرگذار است.
- ✓ شهرت پایدار بر عملکرد مالی پیمانکاران در شهرداری تبریز تاثیرگذار است.
- ✓ عملکرد پایدار اجتماعی بر عملکرد مالی پیمانکاران در شهرداری تبریز تاثیرگذار است.
- ✓ مدیریت پایدار بر عملکرد مالی پیمانکاران در شهرداری تبریز تاثیرگذار است.

ادبیات نظری تحقیق

عملکرد پایدار اجتماعی

عملکرد پایدار اجتماعی در سال‌های اخیر به عنوان یکی از ابعاد مهم پایداری سازمانی مورد توجه پژوهشگران حوزه مدیریت و کسب‌وکار قرار گرفته است. این مفهوم به مجموعه اقداماتی اشاره دارد که سازمان‌ها در راستای بهبود شرایط اجتماعی ذی‌نفعان، ارتقای رفاه کارکنان، رعایت حقوق انسانی، مشارکت در توسعه جامعه و ایجاد روابط مسئولانه با محیط اجتماعی انجام می‌دهند. در واقع عملکرد پایدار اجتماعی بیانگر میزان تعهد سازمان نسبت به مسئولیت‌های اجتماعی و اخلاقی خود در برابر گروه‌های مختلف ذی‌نفع است. سازمان‌هایی که به این بعد از پایداری توجه می‌کنند، تلاش می‌کنند فعالیت‌های اقتصادی خود را به گونه‌ای مدیریت نمایند که علاوه بر سودآوری، پیامدهای مثبت اجتماعی نیز به همراه داشته باشد (صالحی و محمدی، ۱۴۰۰).

در چارچوب نظریه ذی‌نفعان، سازمان‌ها برای دستیابی به موفقیت پایدار باید منافع تمامی گروه‌های ذی‌نفع از جمله کارکنان، مشتریان، جامعه محلی، دولت و سرمایه‌گذاران را در نظر بگیرند. عملکرد پایدار اجتماعی یکی از ابزارهای مهم تحقق این هدف به شمار می‌رود؛ زیرا از طریق آن سازمان می‌تواند اعتماد و رضایت ذی‌نفعان را جلب کند و روابط بلندمدت و پایدار با آن‌ها برقرار سازد. در این دیدگاه، سازمان‌هایی که در قبال مسائل اجتماعی مسئولانه رفتار می‌کنند، از مشروعیت اجتماعی بیشتری برخوردار شده و حمایت بیشتری از سوی ذی‌نفعان دریافت می‌کنند (پورتر و کرامر، ۲۰۲۱). این حمایت می‌تواند در قالب افزایش اعتماد عمومی، همکاری‌های گسترده‌تر و کاهش تعارضات اجتماعی نمود پیدا کند. از سوی دیگر، عملکرد پایدار اجتماعی نقش مهمی در ایجاد سرمایه اجتماعی برای سازمان‌ها ایفا می‌کند. سرمایه اجتماعی به شبکه‌ای از روابط مبتنی بر اعتماد و همکاری اشاره دارد که می‌تواند به عنوان منبعی ارزشمند برای سازمان عمل کند. زمانی که سازمان در فعالیت‌های اجتماعی مشارکت فعال دارد و به رفاه جامعه توجه می‌کند، سطح اعتماد عمومی نسبت به آن افزایش می‌یابد و این امر می‌تواند به تقویت سرمایه اجتماعی سازمان منجر شود (میرزایی و همکاران، ۱۴۰۲). افزایش سرمایه اجتماعی نیز به نوبه خود می‌تواند زمینه‌ساز شکل‌گیری فرصت‌های جدید همکاری، بهبود تعامل با نهادهای دولتی و افزایش پذیرش اجتماعی فعالیت‌های سازمان باشد.

در بسیاری از صنایع، به ویژه در بخش پروژه‌های عمرانی و شهری، توجه به عملکرد پایدار اجتماعی اهمیت دوچندان دارد. پروژه‌های شهری معمولاً با جامعه محلی و محیط اجتماعی در ارتباط مستقیم هستند و اقدامات پیمانکاران می‌تواند پیامدهای گسترده‌ای برای ساکنان و ذی‌نفعان داشته باشد. به همین دلیل، پیمانکارانی که در اجرای پروژه‌ها به مسائل اجتماعی مانند ایمنی کارگران، سلامت محیط کار، مشارکت جامعه محلی و رعایت استانداردهای کاری توجه می‌کنند، از اعتبار و مقبولیت بیشتری برخوردار خواهند بود (چو و همکاران، ۲۰۲۳). این موضوع می‌تواند در بلندمدت بر فرصت‌های کسب پروژه‌های جدید و استمرار فعالیت سازمان نیز تأثیرگذار باشد.

پژوهشگران همچنین بر این باورند که عملکرد پایدار اجتماعی می‌تواند به عنوان یکی از عوامل مؤثر در بهبود عملکرد کلی سازمان عمل کند. سازمان‌هایی که در حوزه مسئولیت اجتماعی فعال هستند، معمولاً از فرهنگ سازمانی مثبت‌تر، رضایت شغلی بالاتر کارکنان و تعهد سازمانی بیشتر برخوردارند. این عوامل می‌توانند بهره‌وری نیروی انسانی را افزایش

داده و کارایی عملیاتی سازمان را بهبود بخشند (زارع و احمدی، ۱۴۰۱). علاوه بر این، توجه به مسائل اجتماعی می‌تواند ریسک‌های ناشی از تعارضات کارگری، شکایات اجتماعی و فشارهای نهادی را کاهش دهد و ثبات فعالیت‌های سازمان را افزایش دهد.

از منظر راهبردی، عملکرد پایدار اجتماعی می‌تواند به عنوان یکی از منابع ایجاد مزیت رقابتی برای سازمان‌ها در نظر گرفته شود. در محیط رقابتی امروز، بسیاری از سازمان‌ها تلاش می‌کنند از طریق ایجاد تصویر مثبت اجتماعی، جایگاه خود را در بازار تقویت کنند. سازمان‌هایی که به عنوان نهادهایی مسئول و متعهد به جامعه شناخته می‌شوند، معمولاً از اعتماد و حمایت بیشتری از سوی مشتریان و نهادهای دولتی برخوردار هستند (وانگ و همکاران، ۲۰۲۲). این امر می‌تواند به افزایش وفاداری مشتریان، بهبود روابط با نهادهای نظارتی و در نهایت بهبود نتایج اقتصادی منجر شود.

در مجموع می‌توان گفت عملکرد پایدار اجتماعی به عنوان یکی از ابعاد مهم پایداری سازمانی، نقش مهمی در ایجاد ارزش برای سازمان و جامعه ایفا می‌کند. این مفهوم فراتر از فعالیت‌های خیریه یا اقدامات مقطعی بوده و شامل مجموعه‌ای از سیاست‌ها و اقدامات ساختاری است که در فرآیندهای سازمانی نهادینه می‌شود. توجه به این بعد از پایداری می‌تواند موجب افزایش مشروعیت اجتماعی، تقویت روابط با ذی‌نفعان و ایجاد بستر مناسب برای دستیابی به اهداف بلندمدت سازمان شود. به همین دلیل، بسیاری از پژوهشگران تأکید می‌کنند که سازمان‌ها برای دستیابی به موفقیت پایدار باید عملکرد اجتماعی خود را به عنوان بخشی از راهبرد کلان مدیریتی مورد توجه قرار دهند.

مدیریت پایدار

مدیریت پایدار به عنوان رویکردی نوین در عرصه مدیریت سازمانی، بر یکپارچه‌سازی اهداف اقتصادی با ملاحظات اجتماعی و زیست‌محیطی تأکید دارد. این مفهوم ریشه در نظریه توسعه پایدار دارد که بر تأمین نیازهای نسل حاضر بدون به خطر انداختن توانایی نسل‌های آینده برای تأمین نیازهای خود تأکید می‌کند. در سطح سازمانی، مدیریت پایدار به معنای طراحی و اجرای سیاست‌ها و فرآیندهایی است که ضمن حفظ سودآوری، آثار منفی اجتماعی و زیست‌محیطی را کاهش داده و ارزش بلندمدت برای ذی‌نفعان ایجاد کند. در این چارچوب، مدیران تلاش می‌کنند تصمیمات راهبردی را با در نظر گرفتن پیامدهای بلندمدت آن‌ها اتخاذ نمایند (رحیمی و کریمی، ۱۴۰۱).

یکی از مبانی نظری مدیریت پایدار، نظریه منبع‌محور سازمان است که بیان می‌کند مزیت رقابتی پایدار زمانی شکل می‌گیرد که سازمان دارای منابع و قابلیت‌هایی ارزشمند، کمیاب، غیرقابل تقلید و غیرقابل جایگزین باشد. شیوه‌های مدیریتی پایدار، از جمله فرهنگ سازمانی مسئولانه، سیستم‌های کارآمد مدیریت منابع و سازوکارهای کنترل ریسک، می‌توانند به عنوان چنین قابلیت‌هایی عمل کنند. سازمان‌هایی که مدیریت پایدار را در ساختار خود نهادینه می‌کنند، معمولاً از انعطاف‌پذیری بیشتری در برابر تغییرات محیطی برخوردار هستند و بهتر می‌توانند با شرایط عدم اطمینان سازگار شوند (بارنی، ۲۰۲۰).

مدیریت پایدار همچنین با رویکرد سیستمی در مدیریت همسو است. بر اساس این دیدگاه، سازمان به عنوان یک سیستم باز در تعامل مستمر با محیط پیرامون خود عمل می‌کند و تصمیمات مدیریتی آن بر محیط اجتماعی و اقتصادی اثرگذار است. در چنین شرایطی، مدیران نمی‌توانند صرفاً بر شاخص‌های مالی کوتاه‌مدت تمرکز کنند، بلکه باید اثرات گسترده‌تر تصمیمات خود را نیز مدنظر قرار دهند. توجه به بهره‌وری منابع، کاهش اتلاف، بهبود کیفیت فرآیندها و ارتقای شفافیت سازمانی از جمله مؤلفه‌های اصلی مدیریت پایدار محسوب می‌شود (حسینی و همکاران، ۱۴۰۲).

در سازمان‌های پروژه‌محور، به ویژه در حوزه پروژه‌های شهری و عمرانی، مدیریت پایدار اهمیت ویژه‌ای دارد. این سازمان‌ها با محدودیت منابع، فشارهای زمانی و نظارت‌های نهادی مواجه هستند و کوچک‌ترین ناکارآمدی می‌تواند منجر به افزایش هزینه‌ها و کاهش کیفیت پروژه شود. مدیریت پایدار در این بستر شامل برنامه‌ریزی دقیق منابع، کنترل

هزینه‌ها، مدیریت چرخه عمر پروژه، ارزیابی ریسک‌های محیطی و اجتماعی و استفاده از فناوری‌های نوین برای بهبود کارایی است (لوپز و همکاران، ۲۰۲۳). چنین رویکردی می‌تواند موجب کاهش دوباره‌کاری، افزایش بهره‌وری و بهبود نتایج نهایی پروژه شود.

از منظر فرهنگی نیز مدیریت پایدار مستلزم ایجاد ارزش‌ها و هنجارهایی در سازمان است که مسئولیت‌پذیری، پاسخگویی و یادگیری مستمر را تقویت کند. سازمان‌هایی که فرهنگ پایداری را در میان کارکنان خود ترویج می‌کنند، معمولاً شاهد افزایش تعهد سازمانی و مشارکت فعال‌تر کارکنان در بهبود فرآیندها هستند. این امر می‌تواند به نوآوری بیشتر و ارتقای کیفیت خدمات منجر شود (نوروزی و احمدیان، ۱۴۰۰). در نتیجه، مدیریت پایدار تنها مجموعه‌ای از سیاست‌های رسمی نیست، بلکه نیازمند تغییر نگرش و رفتار در سطوح مختلف سازمان است.

پژوهش‌های تجربی نشان داده‌اند که مدیریت پایدار می‌تواند پیامدهای مثبتی برای عملکرد کلی سازمان به همراه داشته باشد. سازمان‌هایی که به صورت نظام‌مند اصول پایداری را در برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری لحاظ می‌کنند، در بلندمدت از ثبات مالی و عملیاتی بیشتری برخوردارند (اشمیت و راینر، ۲۰۲۲). این ثبات ناشی از کاهش ریسک‌های قانونی، بهبود روابط با ذی‌نفعان و افزایش کارایی عملیاتی است. افزون بر این، مدیریت پایدار می‌تواند تصویر مثبتی از سازمان در ذهن ذی‌نفعان ایجاد کند که این امر در جذب سرمایه و فرصت‌های همکاری جدید مؤثر خواهد بود.

در مجموع، مدیریت پایدار رویکردی جامع و راهبردی است که با تأکید بر تلفیق اهداف اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی، زمینه‌ساز ایجاد ارزش بلندمدت برای سازمان و جامعه می‌شود. این نوع مدیریت با ارتقای کارایی، کاهش ریسک و تقویت روابط با ذی‌نفعان، می‌تواند بستری مناسب برای بهبود عملکرد سایر ابعاد سازمان از جمله عملکرد اجتماعی و مالی فراهم آورد. به همین دلیل، بسیاری از پژوهشگران مدیریت پایدار را نه یک انتخاب اختیاری، بلکه ضرورتی راهبردی برای سازمان‌های امروزی می‌دانند.

شهرت پایدار

شهرت پایدار به عنوان یکی از دارایی‌های نامشهود سازمان‌ها در سال‌های اخیر مورد توجه گسترده پژوهشگران حوزه مدیریت و کسب‌وکار قرار گرفته است. این مفهوم به برداشت کلی ذی‌نفعان از میزان تعهد سازمان به اصول پایداری، مسئولیت‌پذیری اجتماعی و رفتارهای اخلاقی اشاره دارد. شهرت سازمانی در واقع تصویری است که در طول زمان و بر اساس تجربیات و ادراکات ذی‌نفعان از عملکرد سازمان شکل می‌گیرد. زمانی که این تصویر بر پایه رفتارهای پایدار و مسئولانه شکل گیرد، از آن به عنوان شهرت پایدار یاد می‌شود. چنین شهرتی می‌تواند سرمایه‌ای ارزشمند برای سازمان محسوب شود؛ زیرا موجب افزایش اعتماد عمومی و تقویت روابط با ذی‌نفعان می‌گردد (احمدی و قاسمی، ۱۴۰۱).

یکی از مبانی نظری مهم در تبیین مفهوم شهرت پایدار، نظریه سیگنال‌دهی است. بر اساس این نظریه، سازمان‌ها از طریق اقدامات و سیاست‌های خود پیام‌هایی را به ذی‌نفعان ارسال می‌کنند و این پیام‌ها مبنای قضاوت آن‌ها درباره سازمان قرار می‌گیرد. هنگامی که سازمان به صورت مستمر اقداماتی در راستای پایداری اجتماعی و مدیریتی انجام می‌دهد، این اقدامات به عنوان نشانه‌ای از تعهد، مسئولیت‌پذیری و قابلیت اعتماد سازمان تلقی می‌شود. در نتیجه، ذی‌نفعان برداشت مثبتی از سازمان پیدا می‌کنند و این برداشت مثبت به تدریج به شکل‌گیری شهرت پایدار منجر می‌شود (اسپنسر و همکاران، ۲۰۲۲). از این منظر، شهرت پایدار حاصل مجموعه‌ای از رفتارها و سیاست‌های سازمانی است که در طول زمان اعتماد و اعتبار سازمان را در میان ذی‌نفعان تقویت می‌کند.

شهرت پایدار نقش مهمی در ایجاد مزیت رقابتی برای سازمان‌ها دارد. در محیط‌های رقابتی امروز که اطلاعات به سرعت در میان ذی‌نفعان منتشر می‌شود، سازمان‌هایی که از شهرت مثبت برخوردار هستند، معمولاً از فرصت‌های بیشتری برای توسعه فعالیت‌های خود بهره‌مند می‌شوند. این سازمان‌ها می‌توانند مشتریان وفادارتر، سرمایه‌گذاران مطمئن‌تر و شرکای

تجاری بیشتری جذب کنند. در واقع شهرت پایدار می‌تواند به عنوان عاملی عمل کند که هزینه‌های مبادله را کاهش داده و روابط اقتصادی سازمان را تسهیل نماید (خادمی و همکاران، ۱۴۰۲). به همین دلیل بسیاری از مدیران تلاش می‌کنند از طریق اجرای برنامه‌های پایداری و مسئولیت اجتماعی، تصویر مثبتی از سازمان در ذهن ذی‌نفعان ایجاد کنند. در حوزه پروژه‌های شهری و پیمانکاری نیز شهرت سازمانی اهمیت ویژه‌ای دارد. پیمانکارانی که به عنوان سازمان‌هایی مسئول، قابل اعتماد و پایبند به اصول حرفه‌ای شناخته می‌شوند، معمولاً شانس بیشتری برای کسب پروژه‌های جدید دارند. نهادهای دولتی و شهرداری‌ها در فرآیند انتخاب پیمانکاران، علاوه بر شاخص‌های فنی و مالی، به اعتبار و سابقه عملکرد آن‌ها نیز توجه می‌کنند. در چنین شرایطی، شهرت پایدار می‌تواند به عنوان عاملی تعیین‌کننده در تصمیم‌گیری کارفرمایان عمل کند (چان و همکاران، ۲۰۲۳). پیمانکارانی که در اجرای پروژه‌ها به استانداردهای اجتماعی و مدیریتی پایبند هستند، نه تنها اعتماد کارفرما را جلب می‌کنند بلکه احتمال بروز تعارضات و مشکلات اجرایی نیز در پروژه‌های آن‌ها کاهش می‌یابد.

از سوی دیگر، شهرت پایدار می‌تواند بر روابط سازمان با سایر ذی‌نفعان نیز تأثیرگذار باشد. کارکنان تمایل بیشتری دارند در سازمان‌هایی فعالیت کنند که از اعتبار اجتماعی بالایی برخوردارند، زیرا این امر می‌تواند احساس افتخار و تعلق سازمانی را در آن‌ها تقویت کند. همچنین تأمین‌کنندگان و شرکای تجاری نیز ترجیح می‌دهند با سازمان‌هایی همکاری کنند که از ثبات و اعتبار مناسبی برخوردار هستند (موسوی و رضایی، ۱۴۰۰). این روابط مبتنی بر اعتماد می‌تواند موجب بهبود همکاری‌های سازمانی و افزایش کارایی در زنجیره تأمین شود.

پژوهش‌ها نشان داده‌اند که شهرت پایدار می‌تواند نقش میانجی مهمی در ارتباط میان اقدامات پایدار سازمان و نتایج اقتصادی آن ایفا کند. بسیاری از مزایای مالی ناشی از فعالیت‌های پایدار به طور مستقیم حاصل نمی‌شوند، بلکه از طریق تقویت تصویر و اعتبار سازمان در میان ذی‌نفعان تحقق می‌یابند. زمانی که سازمان از شهرت مثبت برخوردار باشد، مشتریان تمایل بیشتری به استفاده از خدمات آن دارند، سرمایه‌گذاران اعتماد بیشتری به آن نشان می‌دهند و نهادهای نظارتی نیز همکاری بیشتری با آن خواهند داشت (فلپس و همکاران، ۲۰۲۱). این عوامل در مجموع می‌توانند به بهبود عملکرد مالی و افزایش پایداری اقتصادی سازمان منجر شوند.

در مجموع، شهرت پایدار را می‌توان به عنوان یکی از مهم‌ترین سرمایه‌های نامشهود سازمان‌ها در نظر گرفت که حاصل تعامل مستمر سازمان با ذی‌نفعان و پایبندی آن به اصول پایداری است. این شهرت نه تنها اعتبار اجتماعی سازمان را افزایش می‌دهد، بلکه می‌تواند نقش مهمی در تقویت روابط اقتصادی، جذب منابع و بهبود عملکرد سازمان ایفا کند. به همین دلیل بسیاری از سازمان‌ها تلاش می‌کنند از طریق اجرای سیاست‌های مسئولانه و پایدار، شهرت مثبت و ماندگاری در میان ذی‌نفعان خود ایجاد کنند.

عملکرد مالی

عملکرد مالی یکی از مهم‌ترین شاخص‌های ارزیابی موفقیت سازمان‌ها به شمار می‌رود و نشان‌دهنده میزان کارایی سازمان در استفاده از منابع برای دستیابی به اهداف اقتصادی است. این مفهوم معمولاً از طریق شاخص‌هایی مانند سودآوری، بازده سرمایه، رشد درآمد، جریان نقدی و کنترل هزینه‌ها مورد سنجش قرار می‌گیرد. عملکرد مالی مناسب بیانگر آن است که سازمان توانسته است منابع در اختیار خود را به شکل کارآمد مدیریت کند و در نتیجه ارزش اقتصادی قابل قبولی برای مالکان و ذی‌نفعان ایجاد نماید. در محیط رقابتی امروز، سازمان‌هایی که از عملکرد مالی مطلوبی برخوردار هستند، توانایی بیشتری در توسعه فعالیت‌ها، سرمایه‌گذاری در پروژه‌های جدید و حفظ مزیت رقابتی خود خواهند داشت (عباسی و رحمانی، ۱۴۰۰).

در ادبیات مدیریت، عملکرد مالی به عنوان نتیجه نهایی بسیاری از فعالیت‌ها و تصمیمات مدیریتی در نظر گرفته می‌شود. به عبارت دیگر، عملکرد مالی بازتابی از میزان موفقیت سازمان در پیاده‌سازی راهبردها و سیاست‌های مدیریتی است. در این چارچوب، تصمیمات مربوط به تخصیص منابع، مدیریت هزینه‌ها، برنامه‌ریزی مالی و مدیریت ریسک می‌توانند تأثیر قابل توجهی بر نتایج مالی سازمان داشته باشند (نوروزی و کاظمی، ۱۴۰۱). از این رو مدیران همواره تلاش می‌کنند با بهبود فرآیندهای مدیریتی و استفاده بهینه از منابع، عملکرد مالی سازمان را ارتقا دهند.

یکی از نظریه‌های مهم در تحلیل عملکرد مالی سازمان‌ها، نظریه ارزش‌آفرینی برای ذی‌نفعان است. بر اساس این دیدگاه، سازمان‌ها زمانی می‌توانند به موفقیت مالی پایدار دست یابند که علاوه بر توجه به منافع سهامداران، نیازها و انتظارات سایر ذی‌نفعان را نیز در نظر بگیرند. توجه به کارکنان، مشتریان، تأمین‌کنندگان و جامعه می‌تواند به ایجاد روابط پایدار و افزایش اعتماد میان سازمان و ذی‌نفعان منجر شود. این اعتماد در نهایت می‌تواند به افزایش فروش، کاهش هزینه‌های مبادله و بهبود عملکرد مالی سازمان کمک کند (هریسون و همکاران، ۲۰۲۰).

در سازمان‌های پروژه‌محور مانند شرکت‌های پیمانکاری، عملکرد مالی علاوه بر شاخص‌های سنتی سودآوری، به توانایی مدیریت هزینه‌های پروژه، کنترل زمان اجرا و استفاده بهینه از منابع نیز وابسته است. پروژه‌های عمرانی معمولاً با ریسک‌های مختلفی از جمله نوسانات قیمت مواد، تأخیر در اجرا و تغییرات فنی مواجه هستند. در چنین شرایطی، مدیریت کارآمد منابع مالی و برنامه‌ریزی دقیق هزینه‌ها می‌تواند نقش مهمی در حفظ سودآوری و جلوگیری از زیان‌های احتمالی داشته باشد (ژانگ و همکاران، ۲۰۲۲). بنابراین عملکرد مالی در این نوع سازمان‌ها به شدت تحت تأثیر کیفیت مدیریت پروژه و کارایی عملیاتی قرار دارد.

از سوی دیگر، پژوهش‌های اخیر نشان می‌دهد که عوامل غیرمالی نیز می‌توانند نقش مهمی در شکل‌گیری عملکرد مالی سازمان‌ها داشته باشند. عواملی مانند فرهنگ سازمانی، سرمایه انسانی، شهرت سازمانی و رویکردهای مدیریتی پایدار می‌توانند به طور غیرمستقیم بر نتایج مالی سازمان اثر بگذارند. به عنوان مثال، سازمان‌هایی که از شهرت مثبت و اعتماد بالای ذی‌نفعان برخوردار هستند، معمولاً قادرند مشتریان بیشتری جذب کنند و فرصت‌های تجاری بیشتری به دست آورند (کیم و پارک، ۲۰۲۱). این موضوع نشان می‌دهد که عملکرد مالی صرفاً نتیجه عوامل اقتصادی نیست، بلکه تحت تأثیر مجموعه‌ای از عوامل مدیریتی، اجتماعی و سازمانی قرار دارد.

در سال‌های اخیر توجه به ارتباط میان پایداری سازمانی و عملکرد مالی افزایش یافته است. بسیاری از پژوهشگران معتقدند سازمان‌هایی که اصول پایداری را در فعالیت‌های خود رعایت می‌کنند، در بلندمدت از عملکرد مالی بهتری برخوردار خواهند بود. دلیل این امر آن است که اقدامات پایدار می‌تواند منجر به کاهش ریسک‌های عملیاتی، بهبود بهره‌وری منابع و افزایش اعتماد ذی‌نفعان شود (کلارک و همکاران، ۲۰۲۳). در نتیجه، سازمان‌هایی که به مسئولیت‌های اجتماعی و مدیریتی خود توجه می‌کنند، معمولاً از ثبات مالی بیشتری در بلندمدت برخوردار خواهند بود.

به طور کلی، عملکرد مالی را می‌توان شاخصی جامع برای ارزیابی موفقیت اقتصادی سازمان‌ها دانست که تحت تأثیر عوامل متعددی قرار دارد. مدیریت کارآمد منابع، برنامه‌ریزی مالی مناسب، بهره‌وری عملیاتی و روابط مثبت با ذی‌نفعان از جمله عواملی هستند که می‌توانند به بهبود نتایج مالی سازمان کمک کنند. در چارچوب پژوهش حاضر نیز عملکرد مالی به عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته می‌شود که می‌تواند تحت تأثیر متغیرهایی مانند عملکرد پایدار اجتماعی، مدیریت پایدار و شهرت پایدار قرار گیرد. بررسی این روابط می‌تواند درک بهتری از عوامل مؤثر بر موفقیت مالی پیمانکاران در پروژه‌های شهری فراهم سازد.

روش تحقیق

این فصل به تشریح دقیق روش‌شناسی به‌کارگرفته‌شده برای آزمون فرضیه‌های پژوهش حاضر اختصاص دارد. هدف اصلی این تحقیق، بررسی اثر عملکرد پایدار اجتماعی و مدیریت پایدار بر عملکرد مالی پیمانکاران شهرداری تبریز با در نظر گرفتن نقش میانجی شهرت پایدار است. در این راستا، پژوهش تلاش می‌کند ضمن تبیین روابط مستقیم میان متغیرهای مستقل و وابسته، نقش سازوکار میانجی شهرت پایدار را نیز در این ارتباط بررسی نماید. به منظور دستیابی به این هدف، رویکرد اتخاذشده در این پژوهش کمی بوده و از نوع توصیفی-همبستگی است که با استفاده از داده‌های پیمایشی و تحلیل‌های آماری پیشرفته، به بررسی میزان و جهت روابط میان متغیرها می‌پردازد.

این پژوهش از نظر هدف، در زمره تحقیقات توسعه‌ای-کاربردی قرار می‌گیرد. توسعه‌ای بودن آن از آن جهت است که به گسترش چارچوب‌های نظری مرتبط با پایداری سازمانی، شهرت سازمانی و عملکرد مالی در حوزه پیمانکاری شهری می‌پردازد و تلاش می‌کند مدلی مفهومی را در بستر مدیریت شهری ایران مورد آزمون قرار دهد. کاربردی بودن تحقیق نیز ناشی از آن است که نتایج حاصل می‌تواند مبنایی برای تصمیم‌گیری مدیران شهرداری تبریز در انتخاب، ارزیابی و رتبه‌بندی پیمانکاران و نیز طراحی سیاست‌های حمایتی و نظارتی مبتنی بر شاخص‌های پایداری فراهم آورد.

از نظر نحوه گردآوری داده‌ها، پژوهش حاضر پیمایشی است. در این رویکرد، داده‌های مورد نیاز از طریق ابزار پرسشنامه و با مراجعه مستقیم به جامعه آماری گردآوری می‌شود. استفاده از روش پیمایشی این امکان را فراهم می‌کند که دیدگاه‌ها و ادراکات پاسخ‌دهندگان درباره میزان تحقق عملکرد پایدار اجتماعی، کیفیت مدیریت پایدار، سطح شهرت پایدار و وضعیت عملکرد مالی سازمان متبوعشان به صورت کمی سنجیده شود. سپس داده‌های حاصل با بهره‌گیری از روش‌های آماری استنباطی مورد تحلیل قرار می‌گیرد.

از نظر ماهیت و روش، تحقیق حاضر توصیفی-همبستگی است. توصیفی بودن آن به این معناست که پژوهش به توصیف وضعیت موجود متغیرهای مورد بررسی در میان پیمانکاران شهرداری تبریز می‌پردازد و تصویری از سطح پایداری و عملکرد مالی آنان ارائه می‌دهد. همبستگی بودن تحقیق نیز به این دلیل است که هدف آن بررسی روابط میان متغیرها و تعیین شدت و جهت این روابط است، بدون آنکه پژوهشگر در متغیرها دستکاری یا مداخله‌ای انجام دهد. در واقع، این پژوهش در پی کشف الگوهای ارتباطی میان سازه‌های مورد نظر و آزمون مدل مفهومی ارائه‌شده است.

با توجه به ماهیت مدل پژوهش که شامل روابط مستقیم و غیرمستقیم (میانجی) میان متغیرهاست، برای تحلیل داده‌ها از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری و نرم‌افزار LISREL استفاده خواهد شد. این روش امکان آزمون همزمان روابط چندگانه میان متغیرهای پنهان و مشاهده‌پذیر را فراهم می‌کند و می‌تواند برازش کلی مدل نظری با داده‌های تجربی را ارزیابی نماید. بدین ترتیب، پژوهش حاضر با تکیه بر رویکرد کمی و تحلیل‌های پیشرفته آماری، به بررسی جامع سازوکار اثرگذاری ابعاد پایداری بر عملکرد مالی پیمانکاران شهرداری تبریز می‌پردازد.

جامعه و نمونه آماری

جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه مدیران، کارشناسان و کارکنان شرکت‌های پیمانکاری طرف قرارداد با شهرداری تبریز است که در اجرای پروژه‌های شهری فعالیت دارند. با توجه به موضوع تحقیق، تمرکز بر افرادی است که در فرآیندهای مدیریتی، اجتماعی و مالی پروژه‌ها نقش داشته و از عملکرد پایدار، شهرت سازمان و وضعیت مالی شرکت آگاهی دارند. با توجه به تنوع حوزه‌های فعالیت شرکت‌های پیمانکاری، در این پژوهش از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای استفاده می‌شود؛ بدین صورت که ابتدا جامعه بر اساس نوع فعالیت یا ساختار سازمانی طبقه‌بندی شده و سپس از هر طبقه به صورت تصادفی نمونه انتخاب می‌شود تا نمایندگی مناسب همه بخش‌ها تضمین گردد.

ابزار گردآوری داده ها

ابزار اصلی گردآوری داده‌ها در این پژوهش **پرسشنامه** است که بر اساس مبانی نظری و پیشینه پژوهش در زمینه عملکرد پایدار اجتماعی، مدیریت پایدار، شهرت پایدار و عملکرد مالی طراحی شده است. پرسشنامه شامل دو بخش است: بخش اول مربوط به اطلاعات جمعیت‌شناختی پاسخ‌دهندگان و بخش دوم شامل گویه‌هایی برای سنجش متغیرهای پژوهش که بر اساس طیف پنج‌درجه‌ای لیکرت (از کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم) تنظیم شده‌اند. برای بررسی روایی پرسشنامه از نظر خبرگان و تحلیل عاملی تأییدی و برای سنجش پایایی آن از ضریب آلفای کرونباخ استفاده خواهد شد.

روایی و پایایی پرسشنامه

روایی ابزار از دو طریق تأمین می‌شود: روایی محتوایی از طریق ارائه پرسشنامه به جمعی از اساتید متخصص و مدیران با تجربه شهرداری و اعمال اصلاحات لازم، و روایی سازه از طریق تحلیل عاملی تأییدی پس از جمع‌آوری داده‌ها برای اطمینان از درستی سنجش سازه‌ها. پایایی پرسشنامه نیز از طریق محاسبه ضریب آلفای کرونباخ برای هر یک از سازه‌های اصلی تأمین خواهد شد و پایایی مورد قبول ضریبی بالاتر از ۰.۷۰ خواهد بود.

جدول (۱): ضریب آلفای کرونباخ

تعداد پاسخ دهندگان	آلفای کرونباخ	
۳۰	۰.۸۰	مدیریت پایدار
۳۰	۰.۸۹	عملکرد پایدار اجتماعی
۳۰	۰.۸۲	شهرت پایدار
۳۰	۰.۹۱	عملکرد مالی

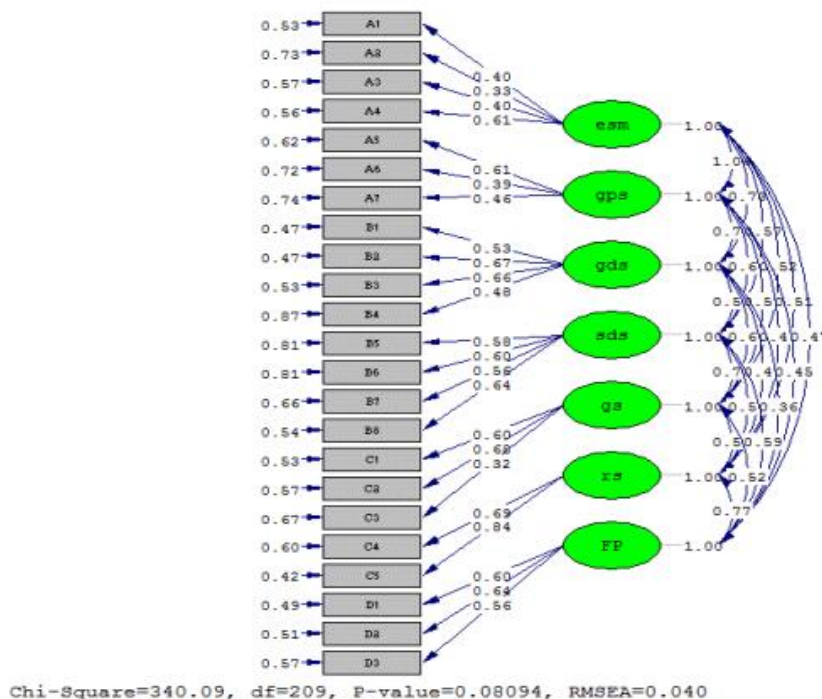
آزمون های برازندگی مدل کلی

برای ارزیابی برازندگی مدل کلی از شاخص‌های برازندگی در مدل‌یابی معادلات ساختاری استفاده شد. نتایج شاخص‌هایی مانند χ^2/df ، RMSEA، CFI و GFI نشان داد که مدل پژوهش از برازندگی مطلوبی برخوردار است و با داده‌های تجربی تناسب قابل قبولی دارد.

جدول (۲): نتایج برازش مدل

شاخص ها	مقدار مجاز	اعداد بدست آمده	نتیجه
نسبت کای دو به درجه آزادی	$\chi^2/df < 3$	۲.۴۸	برازش مناسب
RMSEA	$0.05 < 0.08$	۰.۰۶	برازش مناسب
GFI	بالاتر از ۰.۹	۰.۸۸	برازش مناسب
AGFI	بالاتر از ۰.۹	۰.۷۴	برازش مناسب
CFI	بالاتر از ۰.۹	۰.۹۹	برازش مناسب
NFI	بالاتر از ۰.۹	۰.۹۰	برازش مناسب
NNFI	بالاتر از ۰.۹	۰.۸۵	برازش مناسب

آزمون فرضیه پژوهش



نتایج تحلیل عاملی تاییدی نشان می دهد که تمامی بارهای عاملی مربوط به سازه ها معنادار می باشند و در اندازه گیری سازه مربوطه سهم معناداری را ایفا می کنند و سازه ها به جهت روایی دارای اعتبار لازم می باشند. با توجه به مدل در حالت ضرایب استاندارد می توان گفت که کدام متغیر در اندازه گیری هر سازه سهم بیشتری را ایفا می کند. بر مبنای مدل در حالت ضرایب استاندارد، متغیری در اندازه گیری سازه ی مورد نظر سهم بیشتری را ایفا می کند که دارای ضریب استاندارد شده بزرگتری باشد.

نتیجه گیری فرضیات تحقیق

فرضیه اصلی اول: این فرضیه بیان می کند که عملکرد پایدار اجتماعی شرکت های پیمانکاری می تواند از طریق ایجاد و تقویت شهرت پایدار، بر عملکرد مالی آن ها تأثیر بگذارد. زمانی که پیمانکاران در فعالیت های اجتماعی، مسئولیت پذیری نسبت به جامعه و رعایت حقوق ذی نفعان عملکرد مناسبی داشته باشند، تصویر مثبت و اعتماد بیشتری در میان شهرداری و سایر ذی نفعان ایجاد می شود. این شهرت مثبت می تواند به افزایش فرصت های کاری، قراردادهای جدید و همکاری های بلندمدت منجر شود. در نتیجه، شهرت پایدار به عنوان یک عامل میانجی، ارتباط میان مسئولیت های اجتماعی و بهبود نتایج مالی شرکت ها را تقویت می کند. بنابراین انتظار می رود عملکرد پایدار اجتماعی به طور غیرمستقیم از طریق شهرت سازمانی، عملکرد مالی پیمانکاران را بهبود دهد.

فرضیه اصلی دوم: این فرضیه به بررسی تأثیر مدیریت پایدار بر عملکرد مالی پیمانکاران با نقش میانجی شهرت پایدار می پردازد. مدیریت پایدار شامل رویکردهایی است که در آن سازمان ها علاوه بر اهداف اقتصادی، به ابعاد اجتماعی و زیست محیطی نیز توجه می کنند. اجرای چنین رویکردی می تواند موجب افزایش اعتماد و اعتبار شرکت در میان ذی نفعان و کارفرمایان از جمله شهرداری تبریز شود. شکل گیری این اعتماد و اعتبار، شهرت پایدار سازمان را تقویت کرده و در نهایت زمینه را برای بهبود عملکرد مالی فراهم می کند. به بیان دیگر، مدیریت پایدار از طریق ایجاد تصویر مثبت و قابل اعتماد از سازمان، می تواند به افزایش سودآوری و موفقیت مالی شرکت های پیمانکاری کمک کند.

فرضیه فرعی اول: این فرضیه بیان می‌کند که عملکرد پایدار اجتماعی می‌تواند نقش مهمی در شکل‌گیری شهرت پایدار شرکت‌های پیمانکاری داشته باشد. زمانی که شرکت‌ها به مسئولیت‌های اجتماعی خود پایبند باشند و در تعامل با جامعه، کارکنان و ذی‌نفعان رفتار مسئولانه‌ای داشته باشند، تصویر مثبتی از آن‌ها در ذهن افراد و سازمان‌ها ایجاد می‌شود. چنین رفتاری نشان‌دهنده تعهد سازمان به ارزش‌های اخلاقی و اجتماعی است. این امر باعث افزایش اعتماد و اعتبار شرکت در میان کارفرمایان و سایر ذی‌نفعان می‌شود. در نتیجه، عملکرد اجتماعی مناسب می‌تواند به عنوان یکی از عوامل مهم در تقویت شهرت پایدار سازمان‌ها محسوب شود.

فرضیه فرعی دوم: این فرضیه به رابطه میان مدیریت پایدار و شهرت پایدار در شرکت‌های پیمانکاری می‌پردازد. مدیریت پایدار با تأکید بر استفاده بهینه از منابع، برنامه‌ریزی بلندمدت و توجه به ملاحظات اجتماعی و زیست‌محیطی، نشان‌دهنده رویکرد مسئولانه سازمان در مدیریت فعالیت‌ها است. چنین رویکردی می‌تواند باعث افزایش اعتماد و احترام ذی‌نفعان نسبت به سازمان شود. هنگامی که سازمان‌ها اصول پایداری را در فرآیندهای مدیریتی خود رعایت می‌کنند، تصویر مثبت‌تری از آن‌ها در محیط کسب‌وکار شکل می‌گیرد. این امر در نهایت موجب تقویت شهرت پایدار شرکت در میان مشتریان، کارفرمایان و جامعه خواهد شد.

فرضیه فرعی سوم: این فرضیه بیان می‌کند که شهرت پایدار می‌تواند تأثیر قابل توجهی بر عملکرد مالی شرکت‌های پیمانکاری داشته باشد. سازمان‌هایی که از اعتبار و شهرت مثبت برخوردارند، معمولاً اعتماد بیشتری از سوی کارفرمایان و ذی‌نفعان دریافت می‌کنند. این اعتماد می‌تواند به افزایش فرصت‌های همکاری، دریافت پروژه‌های جدید و توسعه روابط تجاری منجر شود. همچنین شهرت مناسب باعث می‌شود سازمان در شرایط رقابتی از جایگاه بهتری برخوردار باشد. در نتیجه، تقویت شهرت پایدار می‌تواند زمینه‌ساز بهبود درآمد، سودآوری و عملکرد مالی شرکت‌های پیمانکاری شود.

فرضیه فرعی چهارم: این فرضیه به بررسی تأثیر مستقیم عملکرد پایدار اجتماعی بر عملکرد مالی پیمانکاران می‌پردازد. شرکت‌هایی که به مسئولیت‌های اجتماعی خود توجه دارند و در تعامل با کارکنان، جامعه و ذی‌نفعان رفتار مسئولانه‌ای دارند، معمولاً از حمایت و اعتماد بیشتری برخوردار می‌شوند. این موضوع می‌تواند باعث افزایش رضایت ذی‌نفعان و بهبود روابط کاری با کارفرمایان شود. در نتیجه، چنین شرکت‌هایی شانس بیشتری برای دریافت پروژه‌ها و قراردادهای جدید خواهند داشت. این روند در نهایت می‌تواند به بهبود وضعیت مالی و افزایش سودآوری شرکت‌های پیمانکاری منجر شود.

فرضیه فرعی پنجم: این فرضیه بیان می‌کند که مدیریت پایدار می‌تواند به طور مستقیم بر عملکرد مالی شرکت‌های پیمانکاری تأثیرگذار باشد. مدیریت پایدار با تأکید بر برنامه‌ریزی صحیح، استفاده کارآمد از منابع و توجه به پیامدهای بلندمدت تصمیمات مدیریتی، زمینه بهبود کارایی سازمان را فراهم می‌کند. این رویکرد می‌تواند موجب کاهش هزینه‌ها، افزایش بهره‌وری و بهبود کیفیت اجرای پروژه‌ها شود. همچنین مدیریت پایدار به ایجاد ثبات و پایداری در عملکرد سازمان کمک می‌کند. در نتیجه، به‌کارگیری اصول مدیریت پایدار می‌تواند به بهبود عملکرد مالی و افزایش موفقیت اقتصادی شرکت‌های پیمانکاری منجر شود.

پیشنهادهای کاربردی

✓ به شرکت‌های پیمانکاری پیشنهاد می‌شود برنامه‌های مسئولیت اجتماعی خود را به‌صورت نظام‌مند طراحی و اجرا کنند تا بتوانند اعتماد و رضایت جامعه محلی و شهرداری تبریز را جلب نمایند. ارائه گزارش‌های شفاف از فعالیت‌های اجتماعی و نتایج آن می‌تواند به تقویت شهرت پایدار کمک کند. همچنین لازم است شاخص‌های ارزیابی عملکرد

- اجتماعی در فرآیند انتخاب و ارزیابی پیمانکاران لحاظ شود. تقویت تعامل با ذی‌نفعان شهری می‌تواند تصویر مثبت‌تری از شرکت ایجاد کند. در نهایت، این شهرت مثبت زمینه بهبود عملکرد مالی را فراهم خواهد ساخت.
- ✓ استقرار نظام‌های مدیریت پایدار در شرکت‌های پیمانکاری می‌تواند از طریق بهبود اعتبار سازمانی، زمینه ارتقای عملکرد مالی را فراهم کند. پیشنهاد می‌شود مدیران پروژه‌ها آموزش‌های تخصصی در حوزه مدیریت پایدار و تصمیم‌گیری بلندمدت دریافت کنند. شفافیت در مدیریت منابع و توجه به ابعاد زیست‌محیطی و اجتماعی پروژه‌ها، اعتماد شهرداری را افزایش می‌دهد. همچنین مستندسازی اقدامات مدیریتی پایدار و انعکاس آن به کارفرما اهمیت دارد. این اقدامات در مجموع موجب تقویت شهرت پایدار و در نهایت بهبود نتایج مالی می‌شود.
- ✓ شرکت‌های پیمانکاری لازم است فعالیت‌های اجتماعی خود را به‌گونه‌ای طراحی کنند که پاسخگوی نیازهای جامعه محلی باشد. رعایت حقوق کارکنان، استانداردهای ایمنی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی نقش مهمی در شکل‌گیری تصویر مثبت سازمان دارد. اطلاع‌رسانی مناسب درباره این اقدامات می‌تواند آگاهی و اعتماد ذی‌نفعان را افزایش دهد. مشارکت در برنامه‌های شهری و محیط‌زیستی نیز به تقویت اعتبار سازمان کمک می‌کند. در نتیجه، عملکرد اجتماعی مناسب به ارتقای شهرت پایدار منجر خواهد شد.
- ✓ برای تقویت شهرت پایدار، پیشنهاد می‌شود شرکت‌ها رویکرد مدیریت پایدار را در تمامی سطوح سازمان نهادینه کنند. برنامه‌ریزی بلندمدت، استفاده بهینه از منابع و توجه به پیامدهای زیست‌محیطی پروژه‌ها از جمله اقدامات ضروری است. همچنین شفافیت در تصمیم‌گیری‌های مدیریتی می‌تواند اعتماد شهرداری تبریز را افزایش دهد. استقرار سیستم‌های کنترل داخلی مؤثر نیز به ارتقای اعتبار سازمان کمک می‌کند. این رویکردها در نهایت موجب تقویت شهرت پایدار شرکت خواهند شد.
- ✓ برای بهره‌گیری از اثر شهرت پایدار بر عملکرد مالی، شرکت‌ها باید به حفظ کیفیت اجرای پروژه‌ها توجه ویژه داشته باشند. ایجاد روابط بلندمدت و مبتنی بر اعتماد با شهرداری تبریز می‌تواند فرصت‌های کاری بیشتری فراهم کند. مدیریت حرفه‌ای ارتباط با ذی‌نفعان و پاسخگویی مناسب به انتقادات نیز اهمیت دارد. سرمایه‌گذاری در برندسازی سازمانی در حوزه پروژه‌های شهری توصیه می‌شود. این اقدامات می‌تواند به افزایش درآمد و بهبود سودآوری شرکت منجر شود.
- ✓ شرکت‌های پیمانکاری می‌توانند با پیوند دادن فعالیت‌های اجتماعی به اهداف اقتصادی پروژه‌ها، عملکرد مالی خود را بهبود بخشند. کاهش تعارضات اجتماعی و جلب حمایت جامعه محلی از تأخیرها و هزینه‌های اضافی جلوگیری می‌کند. همچنین افزایش رضایت کارکنان از طریق مسئولیت‌پذیری اجتماعی موجب ارتقای بهره‌وری می‌شود. توجه به پیامدهای اجتماعی تصمیمات اجرایی نیز اهمیت دارد. این رویکرد در نهایت به تقویت نتایج مالی سازمان کمک خواهد کرد.
- ✓ برای ارتقای عملکرد مالی از طریق مدیریت پایدار، پیشنهاد می‌شود شرکت‌ها بر بهینه‌سازی مصرف منابع و کاهش هزینه‌های غیرضروری تمرکز کنند. استفاده از فناوری‌های نوین در اجرای پروژه‌ها می‌تواند کارایی را افزایش دهد. همچنین اجرای مدیریت ریسک در پروژه‌های شهری از زیان‌های احتمالی جلوگیری می‌کند. تحلیل مستمر هزینه و فایده تصمیمات مدیریتی ضروری است. این اقدامات موجب ثبات مالی و افزایش سودآوری در بلندمدت خواهد شد.

منابع

- ✓ احمدی، رضا، قاسمی، مریم، (۱۴۰۱)، نقش شهرت سازمانی در موفقیت و رقابت‌پذیری شرکت‌ها، فصلنامه مدیریت استراتژیک، دوره ۱۳، شماره ۲، صص ۵۵-۷۴.

- ✓ احمدی، مهدی، کریمی، رضا، (۱۴۰۱)، بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها بر عملکرد مالی سازمان‌ها، فصلنامه مدیریت توسعه، دوره ۱۴، شماره ۲، صص ۷۲-۵۵.
- ✓ حسینی، علی، موسوی، حمید، (۱۴۰۲)، نقش پایداری سازمانی در بهبود عملکرد پروژه‌های شهری، فصلنامه مدیریت شهری، دوره ۲۴، شماره ۳، صص ۱۲۰-۱۰۱.
- ✓ حسینی، علی، مرادی، سجاد، توکلی، مریم، (۱۴۰۲)، مدیریت پایدار و نقش آن در بهبود عملکرد سازمانی، فصلنامه مدیریت توسعه، دوره ۱۵، شماره ۲، صص ۹۲-۷۳.
- ✓ خادمی، سعید، یوسفی، حمید، مرادی، علی، (۱۴۰۲)، سرمایه‌های نامشهود و تأثیر آن بر عملکرد سازمانی، فصلنامه مطالعات مدیریت کسب و کار، دوره ۱۶، شماره ۱، صص ۱۰۲-۸۳.
- ✓ رحیمی، فرهاد، کریمی، الهام، (۱۴۰۱)، رویکردهای نوین در مدیریت پایدار سازمان‌ها، فصلنامه پژوهش‌های مدیریت عمومی، دوره ۱۴، شماره ۱، صص ۴۴-۲۵.
- ✓ رضایی، محمد، قاسمی، فاطمه، شریفی، علی، (۱۴۰۰)، بررسی عوامل مؤثر بر عملکرد پیمانکاران در پروژه‌های عمرانی شهری، فصلنامه پژوهش‌های مدیریت شهری، دوره ۱۲، شماره ۴، صص ۹۶-۷۷.
- ✓ زارع، مهدی، احمدی، سعید، (۱۴۰۱)، بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی بر عملکرد سازمانی شرکت‌ها، فصلنامه پژوهش‌های مدیریت، دوره ۱۴، شماره ۲، صص ۸۰-۶۱.
- ✓ صالحی، نرگس، محمدی، علی، (۱۴۰۰)، نقش مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در توسعه پایدار سازمان‌ها، فصلنامه مدیریت کسب‌وکار، دوره ۱۲، شماره ۳، صص ۶۳-۴۵.
- ✓ عباسی، حمید، رحمانی، ناصر، (۱۴۰۰)، تحلیل شاخص‌های ارزیابی عملکرد مالی در سازمان‌ها، فصلنامه مدیریت مالی، دوره ۱۲، شماره ۳، صص ۸۶-۶۷.
- ✓ موسوی، الهام، رضایی، مجید، (۱۴۰۰)، بررسی تأثیر شهرت سازمانی بر تعهد کارکنان، فصلنامه رفتار سازمانی، دوره ۹، شماره ۲، صص ۶۰-۴۱.
- ✓ میرزایی، حسین، رستمی، ناهید، کریمی، مهدی، (۱۴۰۲)، سرمایه اجتماعی سازمانی و پیامدهای آن در سازمان‌ها، فصلنامه مطالعات مدیریت، دوره ۱۶، شماره ۱، صص ۹۶-۷۷.
- ✓ نوروزی، حمید، احمدیان، لیلا، (۱۴۰۰)، فرهنگ سازمانی و پیاده‌سازی مدیریت پایدار، فصلنامه مطالعات رفتار سازمانی، دوره ۹، شماره ۳، صص ۱۲۰-۱۰۱.
- ✓ Barney, J. (2020). Resource-based theory and sustainable competitive advantage. *Journal of Management*, 46(1), 23-45.
- ✓ Carroll, A., & Brown, J. (2022). Corporate social responsibility and sustainable organizational performance. *Journal of Business Ethics*, 179(2), 451-468.
- ✓ Chan, A., Darko, A., & Ameyaw, E. (2023). Reputation and contractor selection in public construction projects. *Journal of Construction Engineering and Management*, 149(3), 04023002.
- ✓ Cho, S., Kim, J., & Park, H. (2023). Social sustainability practices in construction projects and stakeholder outcomes. *Journal of Cleaner Production*, 392, 136255.
- ✓ Clark, G., Feiner, A., & Viehs, M. (2023). Corporate sustainability and financial performance: Evidence from global markets. *Journal of Sustainable Finance & Investment*, 13(2), 210-228.
- ✓ Harrison, J. S., Freeman, R. E., & Abreu, M. (2020). Stakeholder theory as an ethical approach to effective management. *Business Ethics Quarterly*, 30(3), 353-372.

- ✓ Hartmann, J., Inkpen, A., & Ramaswamy, K. (2021). Reputation management and sustainable competitive advantage. *Business Strategy and the Environment*, 30(5), 2212–2224.
- ✓ Kim, J., & Park, K. (2021). Corporate reputation and financial performance: Evidence from international firms. *Journal of Business Research*, 129, 191–203.
- ✓ Li, Y., Chen, X., & Zhao, H. (2023). Social sustainability practices and firm performance: The mediating role of corporate reputation. *Sustainability*, 15(4), 2987.
- ✓ Lopez, R., Garcia, M., & Torres, P. (2023). Sustainable project management and operational efficiency. *International Journal of Project Management*, 41(5), 389–402.
- ✓ Phelps, C., Heidl, R., & Wadhwa, A. (2021). Knowledge, networks, and organizational reputation. *Academy of Management Journal*, 64(2), 533–558.
- ✓ Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2021). Creating shared value and corporate social responsibility. *Harvard Business Review*, 99(1), 62–77.
- ✓ Schmidt, K., & Rainer, F. (2022). Sustainable management practices and long-term financial stability. *Business Strategy and the Environment*, 31(4), 1785–1799.
- ✓ Spencer, J., Adams, C., & Yapa, P. (2022). Sustainability reputation and stakeholder perception. *Business Strategy and the Environment*, 31(6), 2540–2553.
- ✓ Wang, L., & Li, Q. (2022). Sustainability reputation and financial performance: Evidence from emerging markets. *Journal of Cleaner Production*, 340, 130761.
- ✓ Wang, Y., Zhang, L., & Chen, X. (2022). Corporate social sustainability and firm competitiveness. *Sustainability*, 14(9), 5231.
- ✓ Zhang, L., Wu, X., & Skibniewski, M. (2022). Financial performance drivers in construction projects. *Engineering, Construction and Architectural Management*, 29(6), 2415–2432.
- ✓ Zhang, Y., & Wang, T. (2024). Sustainable management practices and organizational performance: Evidence from construction projects. *International Journal of Project Management*, 42(1), 15–27.