



بررسی تأثیر استراتژی تجاری بر رابطه عوامل تنش آفرین محیطی، اجتماعی و راهبری شرکتی با تاب‌آوری شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران

ساناز دهقانی^۱
زهره حاجیه‌ها^{۲*}
مهدی صالحی^۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۳/۱۱ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۷/۲۳

چکیده

امروزه شناسایی عوامل مؤثر بر تاب‌آوری شرکت‌ها از نظر مقایسه یک بنگاه اقتصادی با بنگاه‌های اقتصادی دیگر و هم‌اکنون رقابت‌پذیری بنگاه اقتصادی، اهمیت ویژه‌ای دارد. این پژوهش با هدف بررسی تأثیر استراتژی تجاری بر رابطه عوامل تنش آفرین محیطی، اجتماعی و راهبری شرکتی با تاب‌آوری شرکت به اجرا درآمده است. جامعه آماری پژوهش حاضر کلیه شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران در بازه زمانی ۱۳۹۲ لغایت ۱۴۰۱ است. جهت آزمون فرضیه‌های پژوهش از الگوی داده‌های ترکیبی استفاده شد. نرم‌افزار مورد استفاده برای تجزیه و تحلیل داده‌ها نرم‌افزار استاتا نسخه ۱۴ می‌باشد. نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش نشان می‌دهد که عوامل تنش آفرین حول شرکت تأثیر منفی بر تاب‌آوری شرکتی دارد. علاوه بر آن نتایج پژوهش نشان می‌دهد استراتژی تجاری تأثیر مثبت بر رابطه عوامل تنش آفرین حول شرکت با تاب‌آوری شرکتی دارد.

واژه‌های کلیدی: استراتژی تجاری، عوامل تنش آفرین محیطی، عوامل تنش آفرین اجتماعی، عوامل تنش آفرین راهبری شرکتی، تاب‌آوری.

^۱ دانشجوی دکتری گروه حسابداری، واحد بین‌المللی کیش، دانشگاه آزاد اسلامی، جزیره کیش، ایران s.dehghani@iaukishint.ac.ir

^۲ استاد گروه حسابداری، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول) drzhajiha@gmail.com

^۳ استاد گروه حسابداری، دانشکده علوم اداری و اقتصادی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران mehdi.salehi@um.ac.ir

۱- مقدمه

سازمان‌ها با محیطی همیشگی در حال تغییر و متنوع روبرو هستند. هر شوکی آنها را با تهدیداتی مواجه می‌کند که اغلب محیطی پرآشوب را ایجاد می‌کند که می‌تواند از نظر شدت متفاوت باشد و به عوامل داخلی یا خارجی یک سیستم مرتبط باشد. برای مثال پیچیدگی روزافزون معاملات بین شرکای زنجیره تامین، رقابت شدید، قدرت چانه زنی مشتریان، وابستگی به تامین کنندگان، تقاضای مکرر برای نوآوری، تغییر شرایط نظارت، انتظارات جدید جامعه و مشتریان و تغییر در قوانین و مقررات، سازمان‌ها را وادار می‌کند (آرنس و فری، ۲۰۲۰). علاوه بر این عوامل، بلایای طبیعی، حملات تروریستی، رکود اقتصادی و تحریم‌های اقتصادی بین‌المللی تهدیدهایی هستند که می‌توانند بقای یک سازمان را تهدید کنند (وهر، ۲۰۱۹). از این رو، در چنین شرایطی که تغییر و عدم اطمینان از عوامل جدایی‌ناپذیر است، بقای یک سازمان در زمان وقفه مستلزم بهبودی سریع، بازگشت به حالت اولیه و یادگیری از تجربیات است. بنابراین، توانایی یک سازمان در کاهش سطح آسیب‌پذیری در مواجهه با تهدیدات غیرمنتظره، توانایی تغییر و انطباق خود با تغییرات محیطی اطراف و توانایی بازبایی در کوتاه‌ترین زمان ممکن در صورت وقوع یک فاجعه الزامات حیاتی هستند که در ادبیات به عنوان تاب‌آوری سازمانی از آنها یاد می‌شود. بر اساس تحلیل محتوایی تعاریف تاب‌آوری در رشته‌های مختلف، تفسیر مشترکی از رفتار سیستم‌های تاب‌آور ارائه شده است که می‌توان آن را با کلماتی مانند سازگاری، بازبایی، عملکرد، جذب، حفظ، مقابله، بازگشت، پاسخ و مقاومت توصیف کرد. علاوه بر آن هنگامی که یک شرکت درگیر اقدامات یا حوادثی می‌شود که می‌تواند بر ذی‌نفعان و محیط آن تأثیر منفی بگذارد، عوامل تنش آفرین حول شرکت ایجاد می‌شود. این‌گونه حوادث غالباً موجب تبلیغات منفی شده و شرکت را به شدت به خطر می‌اندازد. تبلیغات منفی اخیر در مورد فیس‌بوک در مورد انتشار اطلاعات خصوصی کاربران آن به شخص ثالث نمونه بارزی از عوامل تنش آفرین حول شرکت است

که منجر به از دست دادن اعتبار قابل توجه و همچنین افت شدید عملکرد شرکت می‌شود (دلوکا، ۲۰۲۱). همچنین پیچیدگی روزافزون فعالیت‌ها و تغییرات مستمر و آشفتگی محیط‌های دنیای امروز، مدیران را با مشکلاتی روبرو کرده است که هرگونه سهل‌انگاری مدیران در این‌گونه مسائل، عواقب زیانباری را به‌خصوص در حوزه مالی به همراه خواهد داشت. تحلیل‌های شرکت‌های نسبتاً موفق‌تری که به دلیل دنبال کردن استراتژی‌های ضعیف و بی‌توجهی به شرایط محیطی دیگر حضوری در بازار ندارند، مؤید این نکته است. عدم قطعیت و افزایش ابهام در محیط‌های سازمانی (اعم از خصوصی، دولتی یا غیرانتفاعی) برخلاف گذشته باعث شده است تا رفتاری استراتژیک داشته باشند. توسعه روزافزون دانش در خصوص استراتژی تجاری و پیدایش موضوعاتی مانند مجازی‌سازی، رقابت و بحران باعث شده است که شرکت‌ها بیش‌ازپیش با موقعیت‌های ناپایدار درگیر شوند (بل و همکاران، ۲۰۱۹). با این حال، در این مسیر، شرکت‌ها اغلب اشتباهات رایجی مرتکب می‌شوند که سرعت شکست در برابر تغییرات را تسریع می‌کند. پیچیدگی روزافزون معاملات بین شرکا در زنجیره تأمین، رقابت شدید، قدرت چانه‌زنی مشتریان، وابستگی به تأمین‌کنندگان، تقاضای مکرر برای نوآوری، تغییر شرایط نظارتی، انتظارات جدید جامعه و مشتریان، تغییر در قوانین و مقررات باعث خواهد شد. شرکت‌ها آسیب‌پذیرتر هستند. علاوه بر این عوامل، بلایای طبیعی، حملات تروریستی، بیماری‌های همه‌گیر (مانند کووید-۱۹)، رکود اقتصادی و تحریم‌های اقتصادی بین‌المللی از جمله تهدیداتی هستند که می‌توانند بقای یک شرکت را بیش‌ازپیش به خطر بیندازند. از این رو، در چنین شرایطی، تغییر و عدم قطعیت از اجزای جدایی‌ناپذیر است (جانسون و همکاران، ۲۰۱۸). در طول شیوع وقفه، تداوم زندگی شرکت‌ها مستلزم بهبودی سریع، بازگشت به وضعیت اولیه و یادگیری از تجربیات است. توانایی یک شرکت برای کاهش سطح آسیب‌پذیری در برابر تهدیدات شرکت ملل/مورد انتظار. توانایی ایجاد تغییر در خود، سازگاری با تغییرات محیط اطراف و بازبایی در

کوتاه‌ترین زمان ممکن در صورت وقوع یک رویداد و فاجعه به‌عنوان تاب‌آوری نامیده می‌شود.

علاوه بر آن استراتژی تجاری به عنوان یک نقشه عملی تعریف می‌شود که یک شرکت یا سازمان از آن برای رسیدن به اهداف و ارتقاء عملکرد خود در محیط تجاری استفاده می‌کند. استراتژی تجاری معمولاً به صورت طولانی‌مدت و بر اساس تجزیه و تحلیل دقیقی از محیط داخلی و خارجی شرکت تدوین می‌شود. این استراتژی می‌تواند به صورت کلان یا جزئی باشد و معمولاً شامل تعیین اهداف، تعیین مسیرهای رسیدن به اهداف، تعیین منابع مورد نیاز، و برنامه‌ریزی فعالیت‌ها و تصمیم‌گیری‌های استراتژیک مرتبط با شرکت یا سازمان است. از آنجایی که استراتژی تجاری یک شرکت از مهمترین عوامل اثرگذار بر عملکرد شرکت‌ها می‌باشد و در حقیقت این استراتژی تجاری شرکت‌ها می‌باشد که تاب‌آوری شرکت را در برابر عوامل تنش آفرین افزایش می‌دهد؛ بنابراین پژوهش حاضر به دنبال پاسخ به دو پرسش ذیل است:

آیا عوامل تنش آفرین حول شرکت بر تاب‌آوری شرکتی تأثیر منفی دارد؟ آیا استراتژی تجاری بر رابطه عوامل تنش آفرین حول شرکت و تاب‌آوری شرکتی تأثیر مثبت دارد؟

۲- مبانی نظری و تدوین فرضیه‌های پژوهش

ادبیات تاب‌آوری سازمانی از مطالعه سازمان‌هایی که رویدادهای غیرمنتظره‌ای مانند بلایای طبیعی یا حوادثی را تجربه می‌کنند که پیامدهای قابل توجهی از نظر قابلیت‌های بازایی دارند، پدیدار شد؛ بنابراین، تاب‌آوری به‌عنوان توانایی سازمان برای بازگشت به عقب در مواجهه با اختلال، توانایی پافشاری در مواجهه با عوامل تنش آفرین تعریف می‌شود؛ به‌عبارت‌دیگر، یک سازمان نباید صرفاً بقا را هدف قرار دهد، بلکه باید بتواند ساختار و عملکردهای خود را با حفظ همان مجموعه اهدافی که قبل از رویداد داشت، تغییر شکل دهد (باز و همکاران، ۲۰۲۰)؛ بنابراین، از نظر حاکمیت شرکتی، یک سازمان تاب‌آور استراتژی، عملیات، سیستم‌های مدیریتی، ساختار حاکمیتی و قابلیت‌های پشتیبانی

تصمیم‌گیری را به‌طور مؤثری همسو می‌کند تا بتواند ریسک‌های دائماً در حال تغییر را شناسایی و سازگار کند، اختلالاتی را در محرک‌های درآمد اولیه خود تحمل کند و مزیت‌هایی را نسبت به آن ایجاد کند. یک سازمان تاب‌آور، شفافیت را ایجاد می‌کند و کنترل‌هایی را برای مدیران عامل و هیئت‌مدیره‌ها برای رسیدگی به ریسک‌ها در سراسر شرکت توسعه یافته اعمال می‌کند که این امر می‌تواند در برابر رفتارهای نادرست یا متقلبانه کارکنان، خرابی‌های زیرساخت فناوری اطلاعات، شرایط نامطلوب اقتصادی در سراسر بازارها و بی‌شمار ناپیوستگی‌های دیگر شرکت‌ها مقاومت کند (بلهدادی و همکاران، ۲۰۲۱)؛ بنابراین، با توجه به شواهدی مبنی بر اینکه هر سازمان در طول عمر خود با موقعیت‌های پیش‌بینی نشده یا خطر شکست مواجه خواهد شد، تاب‌آوری یک ویژگی مطلوب و همچنین از نظر استراتژیک توصیه می‌شود. با این حال، می‌تواند پرهزینه نیز باشد. به‌عنوان مثال، شرکت‌ها می‌توانند با خرید مواد اولیه از چندین تأمین‌کننده، از خود در برابر عوامل تنش آفرین محافظت کنند، اما برعکس، این امر مستلزم هزینه‌های بالاتر است (بلسی و همکاران، ۲۰۲۲)؛ بنابراین، ایجاد تاب‌آوری در سازمان‌ها به فرآیندی برای متعادل کردن هزینه‌ها در برابر خطرات احتمالی تبدیل می‌شود. در سازمان‌های به‌اصطلاح با قابلیت اطمینان بالا هزینه‌ها به‌وضوح در جایگاه دوم برای دستیابی به تاب‌آوری قرار می‌گیرند. این سازمان‌ها، همان‌طور که برسیانی و همکاران (۲۰۲۱) اشاره می‌کنند، درگیر شکست هستند. برای سازمان‌های تجاری که با خطرات مشابهی مواجه نیستند، «دستیابی به تاب‌آوری به خاطر خود بدون در نظر گرفتن هزینه‌ها، به‌وضوح یک گزینه عملی نیست» (کومار و همکاران، ۲۰۲۱). در عوض، این سازمان‌ها بر تاب‌آوری ساختارها و فرآیندهای خود (که در حال حاضر وجود دارند) تکیه می‌کنند، اما در درجه اول برای انجام وظایف تولید محصولات و خدمت به مشتریان عمل می‌کنند. این تاب‌آوری در مقایسه با تاب‌آوری طراحی شده که سازمان‌ها به‌طور خاص برای مقابله با تهدیدهایی که به‌طور بالقوه

می‌توانند به حیات آن‌ها آسیب بزنند، توسعه می‌دهند، پنهان است. محققان همچنین ویژگی‌های خرد را بررسی کرده‌اند که به افزایش تاب‌آوری سازمانی کمک می‌کنند. برای مثال، دلوکا و همکاران (۲۰۲۱)، بر مشارکت کارکنان تأکید می‌کنند که شرکت‌ها را قادر می‌سازد تا با موفقیت خود را از رقبای خود در طول یک بحران متمایز کنند؛ بنابراین، بدنه رو به رشد تحقیقات در مورد تاب‌آوری سازمانی ابتدا بر بررسی عوامل داخلی سازمانی متمرکز شده است که مستقیماً به تاب‌آوری کمک می‌کند. سپس، توجه به رابطه بین تاب‌آوری و ذینفعان خارجی معطوف شده است (دبی و همکاران، ۲۰۲۱).

در محیط بی‌ثبات و غیرقابل پیش‌بینی امروزی، هر شرکتی در برابر عوامل تنش آفرین آسیب‌پذیر است. با توجه به اینکه عوامل تنش آفرین جریان محصولات یا خدمات را مختل می‌کند و پیامدهای منفی بیشتری بر عملکرد عملیاتی، مالی و بازار دارد. شرکت‌ها باید بتوانند به‌طور مؤثر با آن‌ها برخورد کنند (باز و همکاران، ۲۰۲۰). تاب‌آوری یک شرکت در برابر عوامل تنش آفرین به توانایی یک شرکت برای درک، انطباق با و واکنش سریع به تغییرات تحمیل شده اشاره دارد و به‌طور گسترده به‌عنوان مثال عامل مؤثر برای مدیریت ریسک و بازبایی در نظر گرفته می‌شود. از آنجایی که ایجاد تاب‌آوری، در شرکت‌هایی که از استراتژی تجاری مناسب برای نظارت و کنترل شرکت خود استفاده کنند، بهتر و آسان‌تر است (بلهدادی و همکاران، ۲۰۲۱). برخی از مطالعات استدلال می‌کنند که استراتژی تجاری به یک شرکت کمک می‌کند شفافیت، دیده شدن و پاسخگویی خود را بهبود بخشد و به تاب‌آوری شرکت در برابر عوامل تنش آفرین کمک می‌کنند. تاب‌آوری در برابر عوامل تنش آفرین با توجه به مزایا و معایب ذاتی خاص استراتژی تجاری مختلف می‌تواند تأثیرات مختلفی داشته باشد بنابراین، شرکت‌ها به‌ندرت از یک استراتژی تجاری واحد را در عملیات به کار می‌گیرند، بلکه ترکیبی از چندین استراتژی تجاری را به کار می‌برند. استقرار استراتژی تجاری به نحوه اتخاذ استراتژی‌های تجاری متنوع در سطوح بین

سازمانی و درون‌سازمانی اشاره دارد (فی، ۲۰۲۰). مطالعات همچنین نشان می‌دهد که برای ایجاد تاب‌آوری در برابر عوامل تنش آفرین، شرکت‌ها باید به‌طور مؤثر استراتژی‌های تجاری خود را مدیریت کنند. هماهنگی استراتژی‌های تجاری به مجموعه‌ای از فعالیت‌های تجاری که توسط شرکت در بازاریابی، فروش، تولید، تدارکات و تدارکات اشاره دارد؛ زیرا استفاده از استراتژی‌های تجاری می‌تواند به شرکت‌ها کمک کند تا در برابر محیط بی‌ثبات و غیرقابل پیش‌بینی امروزی از طریق اشتراک‌گذاری اطلاعات و تصمیم‌گیری مشترک تاب‌آوری داشته باشند که ممکن است سه مؤلفه اصلی تاب‌آوری، یعنی شفافیت، دید و سرعت را افزایش دهد. به‌طور کلی، تاب‌آوری ظرفیت یک شرکت را برای پاسخ دادن به وقایع مخرب و بازبایی پس‌از آن توصیف می‌کند (ایوانوف و همکاران، ۲۰۲۱). مطالعات گذشته استدلال می‌کنند که شفافیت، دیدگاه و سرعت سه مؤلفه اصلی تاب‌آوری در برابر عوامل تنش آفرین هستند. شفافیت به این مطلب اشاره دارد که اطلاعاتی را در مورد فرآیندها و انطباق محصولات خود برای ذینفعان خود افشا می‌کند. دید به توانایی یک شرکت برای دیدن عملیات بالادستی و پایین‌دستی عملیات خود اشاره دارد. سرعت به سرعتی اشاره دارد که با آن یک شرکت قادر است به تغییرات یا رویدادهای بازار پاسخ دهد. استقرار استراتژی‌های تجاری کارکردهای شبیه‌سازی، برنامه‌ریزی، هوشمندی، بهینه‌سازی، نظارت، ردیابی و پیش‌بینی را برای شرکت‌ها فراهم می‌کند. باید شفافیت، دید و سرعت استقرار استراتژی‌های تجاری را افزایش دهد و در نتیجه بر تاب‌آوری شرکت در برابر عوامل تنش آفرین تأثیر مثبت بگذارد. به‌طور خاص، استقرار گسترده استراتژی‌های تجاری به یک شرکت نیاز دارد تا استراتژی‌های متنوعی را در سراسر روابط شرکتی به اشتراک بگذارد (کومار و همکاران، ۲۰۲۱).

باتوجه به مطالب فوق فرضیه‌های پژوهش به صورت ذیل تبیین می‌گردد:

عوامل تنش آفرین حول شرکت بر تاب‌آوری شرکتی تأثیر منفی دارد.

استراتژی تجاری بر رابطه عوامل تنش آفرین حول شرکت و تاب‌آوری شرکتی تأثیر مثبت دارد.

۳- پیشینه پژوهش

تحقیقات متعددی تا به حال پیرامون تاب‌آوری شرکتی، عوامل تنش آفرین حول شرکت و استراتژی تجاری صورت گرفته است که در ادامه به تعدادی از این تحقیقات پرداخته شده است.

صالحی و همکاران (۲۰۲۱) در پژوهشی به شناسایی، طبقه بندی و رتبه بندی عوامل مؤثر در تاب‌آوری مالی است. نتایج مطالعه نشان می‌دهد که ثبات در تولید و فروش، دسترسی به زنجیره تامین قابل اعتماد، توانایی مدیریت برای سازگاری محیطی، بعد منطقه ای و حمایت اجتماعی از سوی دولت از جمله عوامل تعیین کننده در تاب‌آوری مالی در سطح بازار هستند. برخی از عناصر مانند انعطاف پذیری، شناسایی ریسک، درآمد، منافع ارزی، نوآوری در ارائه کالاها و خدمات، اندازه شرکت و پاسخگویی شرکا و ذینفعان در داخل و خارج شرکت از جمله عوامل مؤثر در سطح شرکت و شیوه مدیریت هستند. در نهایت، کارایی کارکنان در استفاده از منابع سازمان، کارکنان سهامداران و فرهنگ یادگیری در شرکت از جمله عوامل اصلی کمک کننده به تاب‌آوری مالی تحت تأثیر کارکنان است. صالحی و همکاران (۲۰۲۱) در پژوهشی به شناسایی و طبقه بندی شاخص‌های اندازه‌گیری تاب‌آوری مالی شرکت‌ها با استفاده از روش ترکیبی فازی-دلفی و تکنیک DEMATEL فازی بصری با مقادیر بازه‌ای است. نتایج مطالعه نشان دهنده سطح معنی داری بالاتری از افزونگی و رویت در انعطاف‌پذیری مالی است. پایولا و همکاران (۲۰۲۰) در تحقیقی با عنوان جنجال‌های شرکت‌ها و عملکرد مالی شرکت با بررسی نقش تعدیل کننده روش‌های عوامل محیطی، اجتماعی و راهبردی شرکتی با استفاده از یک پایگاه داده متشکل از ۳۵۶ شرکت اروپایی نشان دادند که یک رابطه منفی و معناداری بین جنجال‌های شرکت و عملکرد مالی را وجود دارد. اما اثر تعدیل کننده اقدامات مثبت عوامل محیطی، اجتماعی و راهبردی شرکتی بر رابطه بین جنجال‌های شرکتی و عملکرد

مالی وجود نداشت. باربرا و همکاران (۲۰۲۰) در تحقیقی با عنوان ایجاد خصوصیات برای تاب‌آوری سازمانی از طریق متعادل سازی ساختارهای سازمانی بیان می‌کنند که انعطاف پذیری سازمانی در اینجا به عنوان ایجاد صفات آگاهی از خطر، اولویت برای همکاری درک می‌شود و با استفاده از یک مطالعه طولی مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرد و نشان می‌دهد که توزیع نیرو و کنترل هنجاری می‌تواند آمادگی را برای وقایع غیر منتظره ایجاد کند و جهت گیری اقدام را هم زمان با حمایت از همسویی شرکت تقویت کند. رالستون و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهشی با عنوان تاب‌آوری سازمانی و عملکرد مالی، رابطه بین انعطاف پذیری سازمانی و عملکرد مالی شرکت‌های جهانگردی را بررسی کردند. نتایج نشان داد که تأثیر انعطاف پذیری برنامه ریزی شده بر عملکرد مالی از نظر آماری معنی دار نبود اما علی‌رغم تأثیر اندک، انعطاف پذیری سازگار مثبت و معنادار بود. نتایج نشان داد که انعطاف پذیری برنامه ریزی شده تأثیر قابل توجه و مثبتی بر انعطاف پذیری سازگار دارد.

۴- روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر بر اساس نتیجه، از نوع کاربردی است؛ زیرا افراد مختلف می‌توانند از نتایج آن استفاده کنند. بر اساس روش، از نوع توصیفی هم‌بستگی است. از بعد ماهیت داده‌ها، نوع پژوهش کمی است. افزون بر این از نظر بعد زمانی نیز پس رویدادی و از لحاظ روش‌ها و فنون جمع‌آوری اطلاعات، از نوع آرشیوی است. در پژوهش حاضر داده‌های مورد نیاز از نرم‌افزار ره‌آورد نوین، صورت‌های مالی شرکت‌ها استخراج شده است. برای آزمون فرضیه پژوهش از داده‌های ترکیبی و مدل رگرسیونی چند متغیره و برای تخمین مدل از نرم‌افزار *Stata* نسخه ۱۴ استفاده شده است.

در این پژوهش جهت تعیین نمونه از محدودیت‌های ۴ گانه استفاده شده است. با توجه به محدودیت‌های ساختاری پژوهش و همچنین محدودیت‌های اطلاعاتی حاکم بر بازار سرمایه ایران، از تمام شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در بازه زمانی ۱۳۹۲ لغایت ۱۴۰۱ تعداد ۱۹۶ شرکت به شرح جدول (۱) انتخاب شدند:

جدول ۱. غربالگری جامعه پژوهش

| تعداد شرکت‌ها | محدودیت |
|---------------|---|
| ۴۵۰ | جامعه آماری تا پایان سال ۱۴۰۱ |
| (۴۵) | شرکت طی دوره موردبررسی تغییر سال مالی نداده باشند. |
| (۷۳) | شرکت‌هایی که قبل از سال ۱۳۹۲ در بورس پذیرفته نشده باشند. |
| (۸۹) | شرکت‌های تحت بررسی جزء شرکت‌های سرمایه‌گذاری، هلدینگ، واسطه‌گری مالی و بیمه نباشند. |
| (۴۷) | اطلاعات و داده‌های آن‌ها در دسترس و قابل استفاده نباشد. |
| ۱۹۶ | نمونه نهایی |

تاب‌آوری شرکتی: شرکت‌ها با محیطی همیشه در حال تغییر و متنوع روبرو هستند. هر شوکی آن‌ها را با تهدیداتی مواجه می‌کند که اغلب محیطی پر آشوب را ایجاد می‌کند که می‌تواند از نظر شدت و فرکانس متفاوت باشد و به عوامل داخلی یا خارجی یک سیستم مرتبط باشد. به‌عنوان مثال پیچیدگی روزافزون معاملات بین شرکای زنجیره تأمین، رقابت شدید، قدرت چانه‌زنی مشتریان، وابستگی به تأمین‌کنندگان، تقاضای مکرر برای نوآوری، تغییر شرایط نظارتی، انتظارات جدید جامعه و مشتریان و تغییر قوانین و مقررات، شرکت‌ها را وادار می‌کند (آرنس و فری، ۲۰۲۰). علاوه بر این عوامل، بلایای طبیعی، حملات تروریستی، رکود اقتصادی و تحریم‌های اقتصادی بین‌المللی تهدیدهایی هستند که می‌توانند بقای یک شرکت را تهدید کنند. با توجه به پژوهش صالحی و همکاران (۲۰۲۱)، ۲۹ مورد از عوامل اثرگذار بر تاب‌آوری شرکتی انتخاب و با توجه به تحلیل فازی بررسی شدند که از آن میان ۱۲ مورد به صورت جدول ۲ اثرگذار بر تاب‌آوری شرکتی انتخاب شدند. که در پژوهش حاضر به تبعیت از پژوهش صالحی و همکاران (۲۰۲۱) از این ۱۲ شاخص استفاده می‌گردد.

۵- مدل‌های پژوهش و متغیرهای آن

فرضیه‌های پژوهش بر اساس پژوهش آزما و همکاران (۲۰۲۳) از روابط زیر آزمون می‌گردد:

$$CR_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 TCF_{i,t} + \sum \beta_k Control Variable_{i,t} + \sum \beta_n Year \& Industry_{i,t} + \varepsilon_{i,t} \quad \text{مدل ۱}$$

$$CR_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 TCF_{i,t} + \beta_2 ST_{i,t} + \beta_3 (TCF_{i,t} * ST_{i,t}) + \sum \beta_k Control Variable_{i,t} + \sum \beta_n Year \& Industry_{i,t} + \varepsilon_{i,t} \quad \text{مدل ۲}$$

که در آن:

CR : تاب‌آوری شرکتی، TCF : عوامل تنش آفرین حول شرکت، ST : استراتژی تجاری، $Control Variable$: متغیرهای کنترلی.

متغیرهای پژوهش حاضر شامل متغیرهای وابسته، مستقل و کنترلی هستند که نحوه محاسبه آن‌ها به شرح زیر است.

متغیر وابسته

جدول ۲: عوامل تاب‌آوری شرکتی

| عوامل تاب‌آوری شرکتی | تعریف |
|----------------------|---|
| رؤیت‌پذیری | توانایی مشاهده کل شرکت برای ارزیابی جامع محیط داخلی و خارجی |
| انعطاف‌پذیری | توانایی شرکت برای انطباق با تغییرات مورد نیاز با حداقل زمان و تلاش |
| سرعت | سرعت تنظیم که زمان لازم برای بازبایی ضربه را تعیین می‌کند |
| تحقیق و توسعه | بهره‌مندی از بخش تحقیق و توسعه قدرتمند برای سازگاری با تغییرات مالی |

| | |
|---|--------------------|
| آگاهی نیاز به آگاهی از خطرات مربوط به دارایی‌ها، فرآیندها، سازمان | ریسک |
| توانایی در تعدیل فناوری متناسب با نوآوری | قابلیت فن‌آوری |
| اطمینان حاصل شود که شرکت مدیریت ریسک را پذیرفته و آن را به‌عنوان یک فرهنگ تثبیت کرده است | فرهنگ مدیریت ریسک |
| ایجاد محیط کار سالم برای کارکنان جهت جلوگیری از حوادث و خسارات | ایمنی |
| انعطاف پذیری مالی در مورد توانایی تطبیقی و سازگاری سیستم برای مقابله با شوک‌های موقت | قابلیت تطبیق‌پذیری |
| به اشتراک‌گذاری ریسک‌ها بین اعضای مختلف یک سازمان | اعتماد |
| برخی اقدامات، مانند سرمایه‌گذاری در ظرفیت مازاد و ذخیره‌سازی استراتژیک برای مقابله با وقفه‌ها | افزونگی |
| کاهش اثرات وقفه در انتخاب مشتری | مدیریت تقاضا |

برگرفته از پژوهش صالحی و همکاران (۲۰۲۱)

۱۴ موضوع تنش آفرین محیطی، اجتماعی و راهبری شرکتی محاسبه می‌شود. در طول سال، اگر رسوایی اتفاق بیفتد، شرکت درگیر جریمه می‌شود و این روی نمره و درجه بندی کلی تنش آفرین تأثیر می‌گذارد.^۱ بر اساس مطالعات کلایپر و همکاران (۲۰۲۰)، اگر شرکت‌ها در زمینه عوامل تنش آفرین محیطی، اجتماعی و راهبری شرکتی حداقل یک بحث داشته باشند برابر با یک و در غیر اینصورت صفر خواهد بود. بنابراین می‌توان عوامل تنش آفرین محیطی، اجتماعی و راهبری شرکتی که منجر به تنش شرکت می‌شود را مطابق جدول زیر، بیان کرد.

متغیر مستقل

عوامل تنش آفرین حول شرکت: اطلاعات مربوط به عوامل تنش آفرین حول شرکت بر اساس امتیاز عوامل تنش آفرین در مطالعات فان (۲۰۲۰) و کالوبانگا و همکاران (۲۰۲۲) محاسبه می‌شود. این امتیاز با در نظر گرفتن تعداد بحث‌ها برای موضوعات زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیت شرکتی و همچنین سایر رویدادهای منفی که شرکت‌ها در طول سال با آن روبرو شده‌اند، اندازه‌گیری می‌شود. تامسون رویترز^۱ این نمره را چنین تعریف می‌کند: «امتیاز عوامل تنش آفرین محیطی، اجتماعی و راهبری شرکتی بر اساس

جدول ۳: عوامل تنش آفرین محیطی، اجتماعی و راهبری شرکتی

| عوامل تنش آفرین | شاخص‌های تنش آفرین |
|-----------------|--|
| زیست محیطی | ۱. تولید زباله‌های خطرناک ۲. مشکلات نظارتی (جریمه‌ها بدون توجه به حجم آلودگی باقی می‌مانند) ۳. تولید مواد شیمیایی تخریب‌کننده ازن ۴. انتشار قابل توجه آلودگی ۵. مواد شیمیایی کشاورزی ۶. تغییر اقلیم |
| اجتماعی | ۱. ایمنی محصول کم ۲. بازاریابی / پیمانکاری ضعیف ۳. رویکردهای انحصاری در شرکت |
| راهبری شرکتی | ۱. افزایش غرامت ۲. حاکمیت شرکتی ضعیف ۳. وجود مشکلات حسابداری ۴. گزارش ضعیف شفافیت حاکمیت شرکتی ۵. پاسخگویی سیاسی حاکمیت شرکتی |

برگرفته از پژوهش فان (۲۰۲۰) و کالوبانگا و همکاران (۲۰۲۲)

¹ Thomson Reuters

متغیر تعدیل‌گر

استراتژی تجاری: پنج معیار برای اندازه‌گیری مطرح شده است که عبارتند از: رشد فروش، نسبت هزینه‌های اداری و فروش، شدت سرمایه، تعداد کارکنان به فروش و انحراف معیار تعداد کارکنان. در مرحله نخست، میزان رشد فروش هر شرکت نمونه نسبت به سال قبل محاسبه می‌شود. سپس شرکت‌ها با توجه به نسبت محاسبه شده، از بزرگ به کوچک مرتب می‌شوند و با توجه به پنجک‌های آماری، به هر یک از شرکت‌ها نمره ۱ تا ۵ تعلق می‌گیرد. نمره ۵ را شرکتی دریافت می‌کند که بیشترین نسبت را داشته باشد. در مرحله دوم، نسبت هزینه‌های اداری و فروش به مبلغ فروش هر شرکت نمونه محاسبه می‌شود. ادامه روند این مرحله مانند مرحله نخست (مرتب کردن، اختصاص نمره ۱ تا و...) است. در مرحله سوم، شدت سرمایه از تقسیم دارایی‌های ثابت به کل دارایی‌های هر شرکت نمونه محاسبه می‌شود. ادامه روند و توضیحات این مرحله مانند دو مرحله پیش است. در مرحله چهارم، نسبت تعداد کارکنان به فروش هر شرکت نمونه محاسبه می‌شود. ادامه روند این مرحله نیز مشابه با مراحل پیشین است. در مرحله پنجم، انحراف معیار تعداد

کارکنان در هر شرکت نمونه محاسبه می‌شود و در ادامه، باز هم روندی مشابه با مراحل قبل انجام می‌شود. در مرحله پایانی، جمع امتیاز هر شرکت محاسبه می‌شود. بیشترین امتیاز ممکن عدد ۲۵ است. این عدد نشان دهنده استراتژی تجاری تهاجمی است. کمترین امتیاز ممکن هم عدد ۵ است که بیانگر استراتژی تجاری تدافعی است؛ به عبارت دیگر، افزایش امتیاز محاسبه شده به معنای آن است که استراتژی تجاری شرکت از حالت تدافعی به حالت تهاجمی تغییر کرده است (لی و همکاران، ۲۰۲۰).

متغیرهای کنترلی

در این مطالعه با بررسی مجموعه مطالعات انجام شده که نقش عوامل مختلف بر تاب‌آوری شرکتی را بررسی کرده است. در جدول ذیل، این عوامل و همچنین مطالعاتی که عوامل موردنظر در آن‌ها استفاده شده، آورده شده است. لازم به ذکر است که در برآورد الگوهای پژوهش با استفاده از رویکرد رگرسیون گام‌به‌گام، متغیرهای کنترلی که بیشترین تأثیر را بر تاب‌آوری شرکتی دارد و مدلی که از نظر آماری، مناسب‌ترین مدل است انتخاب می‌شود.

جدول ۳. متغیرهای کنترلی مؤثر بر عملکرد شرکت

| متغیر | روش اندازه‌گیری |
|-----------------------------|--|
| اندازه شرکت (<i>Size</i>) | عبارت است از لگاریتم طبیعی کل دارایی‌های شرکت. |
| نقدینگی (<i>Liq</i>) | از نسبت دارایی‌های جاری به کل دارایی‌ها محاسبه می‌شود. |
| اهرم مالی (<i>LEV</i>) | عبارت است از نسبت بدهی به کل دارایی‌ها. |
| فرصت رشد (<i>MB</i>) | برابر است با نسبت ارزش بازاری به ارزش دفتری حقوق صاحبان سهام. |
| رشد فروش (<i>SG</i>) | برابر است با اختلاف فروش امسال و سال قبل تقسیم بر فروش سال قبل |

۶- یافته‌های پژوهش

آماره‌های توصیفی

خلاصه آماری متغیرهای پژوهش در جدول ۵ ارائه شده است. در بین متغیرهای کمی پژوهش، میزان سرمایه‌گذاری در سخت‌افزار بیشترین و نقدینگی کمترین انحراف از میانگین را دارد؛ به بیان دیگر، میزان سرمایه‌گذاری در

سخت‌افزار متمرکزتر و از دقت بیشتری برخوردار است. مقدار میانگین، بیشینه و کمینه محاسبه شده برای تاب‌آوری شرکتی به ترتیب برابر با ۰,۳۵۲، ۰,۸۳۳ و ۰,۰۸۳ که بیانگر این مطلب است که تاب‌آوری در برابر شرایط و مسائل جدید توسط شرکت‌ها به صورت متوسط مطلوب بوده است. میانگین، بیشینه و کمینه محاسبه شده برای عوامل تنش آفرین حول شرکت برابر با ۰,۴۲۶، ۰,۸۳۳ و ۰,۰۰۰

مورد بررسی پژوهش حاضر عموماً استراتژی مطلوبی داشته‌اند. جدول آمار توصیفی نشان می‌دهد که شرکت‌ها حدود ۳۹,۴ درصد رشد فروش داشته‌اند و دارای اندازه ۱۴,۷۳۵ می‌باشد.

می‌باشد که بیانگر این مطلب است که شرکت‌ها عموماً با عوامل تنش آفرین مختلفی دست و پنجه نرم می‌کنند. میانگین، بیشینه و کمینه محاسبه شده برای استراتژی تجاری، بیانگر این مطلب می‌باشد که شرکت‌های

جدول ۴. آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

| متغیر | میانگین | میانه | بیشینه | کمینه | انحراف معیار |
|--------------------------|---------|--------|--------|--------|--------------|
| تاب‌آوری شرکتی | 0.352 | 0.250 | 0.833 | 0.083 | 0.277 |
| عوامل تنش آفرین حول شرکت | 0.426 | 0.500 | 0.833 | 0.000 | 0.347 |
| استراتژی تجاری | 14.976 | 15.000 | 19.000 | 11.000 | 2.656 |
| اندازه شرکت | 14.735 | 14.508 | 17.171 | 12.838 | 1.380 |
| نقدینگی | 0.657 | 0.674 | 0.895 | 0.371 | 0.177 |
| اهرم مالی | 0.536 | 0.542 | 0.812 | 0.237 | 0.185 |
| فرصت رشد | 3.744 | 2.699 | 9.599 | 1.028 | 2.740 |
| رشد فروش | 0.394 | 0.297 | 1.245 | -0.159 | 0.441 |

منبع: یافته‌های پژوهشگر

جدول ۵. نتایج مدل تأثیر عوامل تنش آفرین حول شرکت بر تاب‌آوری شرکتی

$$CR_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 TCF_{i,t} + \sum \beta_k Control Variable_{i,t} + \sum \beta_n Year\&Industry_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

| متغیر | ضریب | خطا | آماره t | احتمال آماره t | عامل تورم واریانس | تلرانس |
|--------------------------|--------|-------|-----------|------------------|-------------------|--------|
| عوامل تنش آفرین حول شرکت | -0.073 | 0.018 | -4.100 | 0.000 | 1.100 | 0.909 |
| اندازه شرکت | -0.011 | 0.007 | -1.470 | 0.142 | 2.750 | 0.363 |
| نقدینگی | -0.070 | 0.060 | -1.160 | 0.246 | 3.040 | 0.329 |
| اهرم مالی | 0.043 | 0.026 | 1.660 | 0.097 | 1.570 | 0.637 |
| فرصت رشد | -0.004 | 0.003 | -1.300 | 0.194 | 1.640 | 0.610 |
| رشد فروش | -0.039 | 0.017 | -2.260 | 0.024 | 1.540 | 0.648 |
| مقدار ثابت | 0.419 | 0.133 | 3.140 | 0.002 | 0.000 | 0.000 |
| ضریب تعیین | 0.0559 | | | | | |
| ضریب تعیین تعدیل شده | 0.0467 | | | | | |
| آماره F | | | 6.05 | | | |
| احتمال آماره F | | | | | | 0.000 |

منبع: یافته‌های پژوهشگر

آزمون فرضیه‌های پژوهش

فرضیه نخست: در فرضیه اول پژوهش بیان شده است که عوامل تنش آفرین حول شرکت بر تاب‌آوری شرکتی تأثیر منفی دارد.

از آنجاکه سطح VIF در این مدل کمتر از ۱۰ شد؛ بنابراین در این مدل مشکل هم خطی وجود ندارد. همان‌طور که مشاهده می‌شود، مقدار آماره F برابر با ۶,۰۵ می‌باشد و

احتمال آماره F برابر ۰,۰۰۰ بوده و این مقدار کمتر از ۰,۰۵ است پس فرض صفر در اطمینان ۹۵ درصد رد می‌شود، یعنی مدل به صورت کلی معنادار می‌باشد. این نتیجه نشان می‌دهد حداقل یکی از ضرایب متغیرهای توضیحی غیر صفر است و مدل رگرسیون در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار است. همچنین ضریب تعیین تعدیل شده برابر با ۰,۰۵۵۹ است؛ یعنی ۵,۵۹ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط

به عبارت دیگر می‌توان اظهار داشت؛ شرکت‌های درگیر با عوامل تنش آفرین در طول زمان با کاهش عملکرد مطلوب شرکت و نهایتاً تاب‌آوری شرکتی مواجه می‌شوند و نتایج پژوهش نیز این رابطه منفی را تأیید نمود.

فرضیه دوم: در فرضیه دوم پژوهش بیان شده است که استراتژی تجاری بر رابطه عوامل تنش آفرین حول شرکت و تاب‌آوری شرکتی تأثیر مثبت دارد.

متغیرهای مستقل و کنترلی قابل توضیح است. با توجه به نتایج مندرج در جدول فوق، ضریب برآورد شده برای عوامل تنش آفرین حول شرکت برابر با ۰,۰۷۳- است که نشان می‌دهد، عوامل تنش آفرین حول شرکت تأثیر منفی بر تاب‌آوری شرکتی دارد؛ و از آنجاکه سطح معناداری متناظر با آن (۰,۰۰۰) کمتر از ۰,۰۵ است، بنابراین می‌توان گفت که تأثیر عوامل تنش آفرین بر تاب‌آوری شرکتی، از نظر آماری معنادار است و فرضیه نخست پژوهش تأیید می‌شود.

جدول ۶. نتایج مدل تأثیر میزان استراتژی تجاری بر رابطه عوامل تنش آفرین حول شرکت و تاب‌آوری شرکتی

$$CR_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 TCF_{i,t} + \beta_2 ST_{i,t} + \beta_3 (TCF_{i,t} * ST_{i,t}) + \sum \beta_k Control Variable_{i,t} + \sum \beta_n Year \& Industry_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

| متغیر | ضریب | خطا | آماره <i>t</i> | احتمال آماره <i>t</i> | عامل تورم واریانس | تولرانس |
|----------------------------|--------|----------------------|----------------|-----------------------|-------------------|---------|
| عوامل تنش آفرین حول شرکت | -0.039 | 0.017 | -2.270 | 0.023 | 1.180 | 0.845 |
| عوامل تنش آفرین حول شرکت * | 0.009 | 0.003 | 2.910 | 0.004 | 1.640 | 0.609 |
| استراتژی تجاری | | | | | | |
| اندازه شرکت | -0.011 | 0.007 | -1.470 | 0.142 | 2.750 | 0.363 |
| نقدینگی | -0.070 | 0.060 | -1.160 | 0.246 | 3.040 | 0.329 |
| اهرم مالی | 0.043 | 0.026 | 1.660 | 0.097 | 1.570 | 0.637 |
| فرصت رشد | -0.004 | 0.003 | -1.300 | 0.194 | 1.640 | 0.610 |
| رشد فروش | -0.039 | 0.017 | -2.260 | 0.024 | 1.540 | 0.648 |
| مقدار ثابت | 0.419 | 0.133 | 3.140 | 0.002 | 0.000 | 0.000 |
| ضریب تعیین | ۰,۰۵۵۹ | ضریب تعیین تعدیل شده | آماره <i>F</i> | احتمال آماره <i>F</i> | | |
| | | ۰,۰۴۶۷ | ۶,۰۵ | 0.000 | | |

منبع: یافته‌های پژوهشگر

شده برای عوامل تنش آفرین حول شرکت * استراتژی تجاری برابر با ۰,۰۰۹ است که نشان می‌دهد، استراتژی تجاری تأثیر مثبت بر رابطه عوامل تنش آفرین حول شرکت با تاب‌آوری شرکتی دارد؛ و از آنجاکه سطح معناداری متناظر با آن (۰,۰۰۴) کمتر از ۰,۰۵ است، بنابراین می‌توان گفت که تأثیر مثبت استراتژی تجاری بر رابطه عوامل تنش آفرین حول شرکت با تاب‌آوری شرکتی، از نظر آماری معنادار است بنابراین فرضیه دوم پژوهش تأیید می‌شود.

۷- نتیجه‌گیری

هدف از پژوهش حاضر بررسی تأثیر استراتژی تجاری بر رابطه عوامل تنش آفرین محیطی، اجتماعی و راهبردی

از آنجاکه سطح *VIF* در این مدل کمتر از ۱۰ شد؛ بنابراین در این مدل مشکل هم خطی وجود ندارد. همان‌طور که مشاهده می‌شود، مقدار آماره *F* برابر با ۶,۰۵ می‌باشد و احتمال آماره *F* برابر ۰,۰۰۰ بوده و این مقدار کمتر از ۰,۰۵ است پس فرض صفر در اطمینان ۹۵ درصد رد می‌شود، یعنی مدل به صورت کلی معنادار می‌باشد. این نتیجه نشان می‌دهد حداقل یکی از ضرایب متغیرهای توضیحی غیر صفر است و مدل رگرسیون در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار است. همچنین ضریب تعیین تعدیل شده برابر با ۰,۰۵۵۹ است؛ یعنی ۵,۵۹ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل و کنترلی قابل توضیح است. با توجه به نتایج مندرج در جدول فوق، ضریب برآورد

شرکتی با تاب‌آوری شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران بوده است. نتایج آزمون فرضیه نخست نشان می‌دهد، عوامل تنش آفرین حول شرکت تأثیر منفی بر تاب‌آوری شرکتی دارد؛ بنابراین می‌توان گفت که تأثیر عوامل تنش آفرین حول شرکت بر تاب‌آوری شرکتی، از نظر آماری معنادار است و فرضیه اصلی نخست پژوهش تأیید شد. به عبارت دیگر می‌توان اظهار داشت؛ شرکت‌های درگیر با عوامل تنش آفرین در طول زمان با کاهش عملکرد مطلوب شرکت و نهایتاً تاب‌آوری شرکتی مواجه می‌شوند و نتایج پژوهش نیز این رابطه منفی را تأیید نمود این نتیجه به علت تأثیرپذیری منفی عملکرد شرکت از عوامل تنش آفرین در بلندمدت است که منجر به کاهش تاب‌آوری شرکتی در برابر وقایع داخلی و خارجی پیرامون شرکت اعم از زیست‌محیطی، اجتماعی و راهبردی شرکتی می‌گردد.

نتایج آزمون فرضیه دوم نشان می‌دهد، استراتژی تجاری بر رابطه عوامل تنش آفرین حول شرکت و تاب‌آوری شرکتی تأثیر مثبت دارد. که این رابطه از نظر آماری معنادار است؛ بنابراین فرضیه اصلی دوم پژوهش تأیید می‌شود. در بازارهای توسعه‌یافته، شرکت‌هایی که استراتژی تجاری مناسبی اتخاذ می‌کنند، این اقدام منجر به افزایش توانایی شرکت در مواجهه به عوامل متعدد حول شرکت می‌گردد که این اثر به صورت مستقیم می‌تواند تاب‌آوری شرکت را در مواجهه با عوامل تنش آفرین افزایش دهد. عمدتاً اتخاذ استراتژی تجاری می‌تواند منجر به بهبود و توانایی شرکت می‌شود که این امر منجر به افزایش تاب‌آوری شرکت می‌شود. در نتیجه شرکت‌هایی که استراتژی تجاری مناسبتری نسبت به سایر شرکت‌ها دارند به دلیل یافتن راه‌حل‌های مناسب در مواجهه با عوامل تنش آفرین حول شرکت منجر به کسب اعتماد سرمایه‌گذاران، اعتباردهندگان و سهامداران بازده سهام بالاتری دارند مطلوب‌تری نسبت به سایر شرکت‌ها دارند.

نتایج پژوهش حاضر می‌تواند زمینه‌ساز بستر مناسبی برای عوامل تنش آفرین حول شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران توسط سازمان بورس اوراق بهادار و همچنین شرکت‌های فعال در این حوزه به صورت وسیع گردد. بر اساس نتایج پژوهش به با توجه به نتایج تحقیق، توصیه می‌شود شرکت‌های بورسی برای شفافیت و پاسخگویی بهتر و بیشتر به ذینفعان برای انعکاس اثرات عوامل تنش آفرین فعالیت‌های خود به آن توجه کافی نشان دهند و در تدوین استراتژی‌های حقوقی و قضایی که منجر به عوامل تنش آفرین می‌شود، آن را مدنظر قرار دهند. پیشنهاد می‌شود شرکت‌ها اقدام به تشکیل واحد یا کمیته مستقل در خصوص مقابله با حوادث یا اتفاقاتی که منجر به عوامل تنش آفرین در ساختار سازمانی برای تدوین

شرکتی با تاب‌آوری شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران بوده است. نتایج آزمون فرضیه نخست نشان می‌دهد، عوامل تنش آفرین حول شرکت تأثیر منفی بر تاب‌آوری شرکتی دارد؛ بنابراین می‌توان گفت که تأثیر عوامل تنش آفرین حول شرکت بر تاب‌آوری شرکتی، از نظر آماری معنادار است و فرضیه اصلی نخست پژوهش تأیید شد. به عبارت دیگر می‌توان اظهار داشت؛ شرکت‌های درگیر با عوامل تنش آفرین در طول زمان با کاهش عملکرد مطلوب شرکت و نهایتاً تاب‌آوری شرکتی مواجه می‌شوند و نتایج پژوهش نیز این رابطه منفی را تأیید نمود این نتیجه به علت تأثیرپذیری منفی عملکرد شرکت از عوامل تنش آفرین در بلندمدت است که منجر به کاهش تاب‌آوری شرکتی در برابر وقایع داخلی و خارجی پیرامون شرکت اعم از زیست‌محیطی، اجتماعی و راهبردی شرکتی می‌گردد. به عبارت دیگر می‌توان اظهار داشت؛ شرکت‌های درگیر با عوامل تنش آفرین در طول زمان با کاهش عملکرد مطلوب شرکت مواجه می‌شوند و نتایج پژوهش نیز این رابطه منفی را تأیید نمود این نتیجه به علت تأثیرپذیری منفی تاب‌آوری شرکتی از عوامل تنش آفرین در بلندمدت است که منجر به کاهش توان شرکت و مدیریت در راهبری شرکت در طول بحران‌ها و جنجال‌های اطراف خود است. به عبارت دیگر می‌توان بیان داشت که عوامل تنش آفرین که ناشی از تولید زباله‌های خطرناک، تخریب‌کننده و آلوده‌کننده آب و خاک و هوا می‌گردد و منجر به ایجاد پرونده‌های حقوقی علیه شرکت می‌شود و همچنین کیفیت پایین محصولات و درگیری‌های متنوع شرکت با پیمانکاران و علاوه بر آن ضعف عمده در حاکمیت شرکتی و مصائب ناشی از آن همگی می‌تواند شرکت را از عملکرد مثبتی که باید داشته باشد دور سازد و منجر به کاهش تاب‌آوری شرکت‌ها گردد. به عبارت دیگر اطلاعات نسبتاً منفی در افشای عوامل تنش آفرین حول شرکت می‌تواند به اهداف از دست رفته اشاره کند از جمله کاهش انتشار دی‌اکسید کربن یا شرایط کاری ناامن. می‌توان تصور کرد که وقوع چنین مواردی می‌تواند باعث کاهش اعتماد و در نتیجه کاهش مقبولیت شرکت نزد

شرکت با تاب‌آوری شرکت می‌پردازد در حقیقت، در ادبیات حسابداری، موضوع عوامل تنش آفرین حول شرکت و تأثیر احتمالی آن‌ها بر تاب‌آوری شرکت نادیده گرفته شده است. این مطالعه دانش افزایی را در زمینه رفع ابهام مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها بهبود می‌بخشد، و تأثیر منفی عوامل تنش آفرین حول شرکت با تاب‌آوری شرکت را در مورد شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران بررسی نمود.

منابع

Ahrens, T. and Ferry, L. (2020), "Financial resilience of English local government in the aftermath of COVID-19", *Journal of Public Budgeting, Accounting and Financial Management*, Vol. 32 No. 5, pp. 813-823.

Barbera, C., Guarini, E. and Steccolini, I. (2020), "How do governments cope with austerity? The roles of accounting in shaping governmental financial resilience", *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 33 No. 3, pp. 529-558.

Baz, J. E., & Ruel, S. (2020). *Can supply chain risk management practices mitigate the disruption impacts on supply chains' resilience and robustness? Evidence from an empirical survey in a COVID-19 outbreak era. International Journal of Production Economics*, 233, Article 107972.

Behl, A., Dutta, P. and Chavan, M. (2019), "Study of e-governance and online donors for achieving financial resilience post natural disasters", *Proceedings of the 12th International Conference on Theory and Practice of Electronic Governance*, April, pp. 27-35.

استراتژی‌ها، اهداف و برنامه‌ها کنند و چگونگی پایش و افشاء آن‌ها را در ابعاد مختلف با رویکرد توسعه پاینده کنند. پیشنهاد می‌شود شرکت‌ها اقدام به تشکیل واحد یا کمیته مستقل شناسایی عوامل تنش آفرین و همچنین رصد، شناسایی و خنثی سازی این عوامل در ساختار سازمانی و چگونگی پایش و افشاء آن در ابعاد مختلف با رویکرد توسعه پاینده کنند.

در این تحقیق با توجه به ادبیات و پیشینه تحقیق، ۳ بعد به عنوان عوامل تنش آفرین حول شرکت انتخاب شده بود. پیشنهاد می‌شود که در تحقیقات آتی سایر مدل‌های اندازه گیری عوامل تنش آفرین حول شرکت مورد استفاده قرار گیرد. نتایج تحقیق نشان داد که معیارهای عوامل تنش آفرین حول شرکت مستقل از یکدیگر بوده و همبستگی کمی بین آنها وجود دارد، لذا پیشنهاد می‌شود که از روش‌های آماری دیگری در تحقیقات مشابه که مبتنی بر مستقل بودن معیارها هستند؛ استفاده گردد. پیشنهاد می‌شود که در تحقیقات بعدی تاثیر تجدید ارائه صورتهای مالی بر رابطه عوامل تنش آفرین حول شرکت با تاب‌آوری شرکت مورد ارزیابی قرار گیرد.

این تحقیق نقش متفاوتی نسبت به سایر تحقیقات در زمینه‌های تحقیقاتی مشابه در ادبیات تحقیقاتی و دانشگاهی مورد بحث دارد:

این تحقیق پلی بین بدنه تحقیقات استراتژی تجاری، تاب‌آوری شرکت و عوامل تنش آفرین حول شرکت، برای ارزیابی استفاده کنندگان از اطلاعات حسابداری ایجاد می‌کند. در کشور ما به ویژه در بورس اوراق بهادار تهران؛ تحقیقی جهت بررسی تأثیر استراتژی تجاری بر تاب‌آوری شرکت در مواجهه با عوامل تنش آفرین حول شرکت انجام نگرفته و این تحقیق از این لحاظ جنبه نوآوری دارد. این مطالعه با روشن کردن مفهوم عوامل تنش آفرین حول شرکت و لزوم افشاء آن در زمینه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به توسعه ادبیات مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و تئوری ذینفعان کمک می‌کند. همچنین به ارائه شواهد تجربی در مورد رابطه منفی بین عوامل تنش آفرین حول

Operations & Production Management, 40(7/8), 971–995.

Fay, R. (2020). *What can we learn from a year of intense digital dependence?* <https://www.cigionline.org/articles/what-can-we-learn-year-intense-digital-dependence>.

Ivanov, D. (2021). *Digital supply chain management and technology to enhance resilience by building and using end-to-end visibility during the COVID-19 pandemic*. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 1–11.

Jansson, C. (2018), “Financial resilience: the role of financial balance, profitability, and ownership”, in *The Resilience Framework*, Springer, Singapore, pp. 111–131.

Kalubanga, M., & Gudergan, S. (2022). *The impact of dynamic capabilities in disrupted supply chains. The role of turbulence and dependence*. *Industrial Marketing Management*, 103, 154–169.

Klapper, L. and Lusardi, A. (2020), “Financial literacy and financial resilience: evidence from around the world”, *Financial Management*, Vol. 49 No. 3, pp. 589–614.

Kumar, B., & Sharma, A. (2021). *Managing the supply chain during disruptions: Developing a framework for decision-making*. *Industrial Marketing Management*, 97, 159–172.

Li, Y., Dai, J., & Cui, L. (2020). *The impact of digital technologies on economic and environmental performance in the context of industry 4.0: A moderated mediation*

Belhadi, A., Kamble, S., Jabbour, C. J. C., Gunasekaran, A., Ndubisi, N. O., & Venkatesh, M. (2021). *Manufacturing and service supply chain resilience to the COVID-19 outbreak: Lessons learned from the automobile and airline industries*. *Technological Forecasting and Social Change*, 163, Article 120447.

Blessley, M., & Mudambi, S. M. (2022). *A trade war and a pandemic: Disruption and resilience in the food bank supply chain*. *Industrial Marketing Management*, 102, 58–73.

Bresciani, S., Ciampi, F., Meli, F., & Ferraris, A. (2021). *Using big data for co-innovation processes: Mapping the field of data-driven innovation, proposing theoretical developments and providing a research agenda*. *International Journal of Information Management*, 60, Article 102347.

De Luca, L. M., Herhausen, D., Troilo, G., & Rossi, A. (2021). *How and when do big data investments pay off? The role of marketing affordances and service innovation*. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 49(4), 790–810.

Dubey, R., Bryde, D. J., Blome, C., Roubaud, D., & Giannakis, M. (2021). *Facilitating artificial intelligence powered supply chain analytics through alliance management during the pandemic crises in the B2B context*. *Industrial Marketing Management*, 96, 135–146.

Fan, Y., Stevenson, M., & Li, F. (2020). *Supplier-initiating risk management behavior and supply-side resilience: The effects of interpersonal relationships and dependence asymmetry in buyer-supplier relationships*. *International Journal of*

details play an allocative role in predicting macroeconomic indicators? Evidence of Bayesian and classical econometrics in Iran”, International Journal of Organizational Analysis, Vol. 29No. 1.

Salehi, M., Daemi, A. and Akbari, F. (2021), “The effect of managerial ability on product market competition and corporate investment decisions: evidence from Iran”, Journal of Islamic Accounting and Business Research, Vol. 11 No. 1, pp. 49-69.

Webber, J. (2019), “Debt levels to test Australia’s financial resilience”, REIQ Journal, Vol. 34, pp. 36-37.

model. International Journal of Production Economics, 229, Article 107777.

Paiola, M., & Gebauer, H. (2020). Internet of things technologies, digital servitization and business model innovation in BtoB manufacturing firms. Industrial Marketing Management, 89, 245–264.

Ralston, P., & Blackhurst, J. (2020). Industry 4.0 and resilience in the supply chain: A driver of capability enhancement or capability loss? International Journal of Production Research, 58(16), 5006–5019.

Salehi, M., Daemi Gah, A., Akbari, F. and Naghshbandi, N. (2021), “Does accounting

Investigating the effect of business strategy on the relationship between environmental, social and corporate governance stressors with the resilience of companies listed on the Tehran Stock Exchange.

¹Sanaz Dehghani

² Zohreh Hajiha*

³ Mahdi Salehi

Abstract

Today, identifying the factors affecting the resilience of companies is particularly important in terms of comparing an economic enterprise with other economic enterprises and in terms of the competitiveness of an economic enterprise. This research has been carried out with the aim of investigating the effect of business strategy on the relationship between environmental, social and corporate governance stressors with the company's resilience. The statistical population of the current research is all the companies admitted to the Tehran Stock Exchange between 2012 and 2014. In order to test the hypotheses of the research, the combined data model was used. The software used for data analysis is Stata version 14. The results of the research hypotheses test show that the stress-causing factors around the company have a negative effect on corporate resilience. In addition, the research results show that business strategy has a positive effect on the relationship between the stress-causing factors around the company and corporate resilience.

Keywords: *business strategy, environmental stressors, social stressors, corporate governance stressors, resilience.*

¹ Ph. D Student, Department of Accounting, Kish International Branch, Islamic Azad University, Kish Island, Iran. s.dehghani@iaukishint.ac.ir

² Professor, Department of Accounting, South Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran (Corresponding Author). drzhajiha@gmail.com

³ Professor, Department of Accounting, Economics and Administrative sciences, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran. mehdi.salehi@um.ac.ir