

**International Conference on Management**  
**توسعه استراتژی در شرکت های کوچک و متوسط به منظور ایجاد پایداری**  
**و افزایش ارزش**

سمیرا یوسفی<sup>1</sup>، علی بنیادی نائینی<sup>2</sup>، محسن علی احمدی جشفقانی<sup>3</sup>  
<sup>1</sup> دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت تکنولوژی دانشگاه علم و صنعت ایران  
samira.yousefi@gmail.com  
<sup>2</sup> استادیار و عضو هیئت علمی دانشگاه علم و صنعت ایران  
bonyadi@iust.ac.ir  
<sup>3</sup> دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت تکنولوژی دانشگاه علم و صنعت ایران  
aliahmadi@ioec.com

### چکیده

استراتژی های پایداری می توانند در بسیاری از شرکت های کوچک و متوسط (SME) که به طور مشترک کار می کنند، اثرات هم افزایی بسیاری ایجاد کرده است این مطالعه، پس از بیان استدلال های اقتصادی در SME های پایدار و در نظر گرفتن مزایای پایداری آنها در برابر شرکت های چندملیتی (MNEs)، به بحث درباره محرک های متفاوت برای بهینه سازی پایداری در SME ها می پردازد: (1) تبدیل شدن به اهداف سرمایه گذاری پایدار ارزشمند برای شرکت های بزرگتر؛ (2) ایجاد شبکه های بسیار رقابتی از SME های پایدار در فضاهایی از بازار که شرکت های بزرگ در آنجا موفقیت کمتری دارند؛ (3) تبدیل شدن به تامین کنندگان بسیار کارآمد در زنجیره های تامین جهانی از طریق شیوه های عملی پایدار. در حالیکه مدل های موفق بسیاری از شرکت های کوچک و متوسط پایدار در حال تکامل هستند، ممکن است شبکه های این شرکت ها، برای از بین بردن مشکلات سیستمیک حیاتی شوند. شرکت های کوچک و متوسط نماینده اکثر شرکت ها هستند و تحول سریع فناوری های ارتباطی موجب ارائه مسیرهای مختلف تشکیل شبکه می شود.

**کلید واژگان:** توسعه پایدار، شرکت های کوچک و متوسط، مدیریت پایدار زنجیره تامین، انعطاف پذیری، محیط زیست صنعتی