

طراحی الگوی عوامل غیرمالی مؤثر بر پایداری شرکتی: براساس روش تحلیل تم

داریوش اخترشناس

دانشجوی دکتری حسابداری دانشگاه شهید باهنر کرمان، کرمان، ایران (نویسنده‌ی مسئول).
Akhtarshenas@aem.uk.ac.ir

احمد خدای پور

دانشیار گروه حسابداری دانشگاه شهید باهنر کرمان، کرمان، ایران.
Khodamipour@uk.ac.ir

امید پورحیدری

استاد گروه حسابداری دانشگاه شهید باهنر کرمان، کرمان، ایران.
Opourheidari@uk.ac.ir

تاریخ دریافت: ۹۸/۰۸/۰۵ تاریخ پذیرش: ۹۸/۰۹/۱۲

چکیده

تقویت پایداری شرکتی، به عنوان یک استراتژی مهم برای شرکت‌ها، امری تصادفی نیست، بلکه می‌تواند با شناسایی و توجه به عوامل مختلف بهبود یابد. بنابراین، شناسایی عوامل مؤثر بر پایداری شرکتی بسیار ضروری است. عوامل مؤثر بر پایداری شرکتی به دو دسته مالی و غیرمالی تقسیم می‌شود. هدف پژوهش حاضر، طراحی الگویی برای عوامل غیرمالی مؤثر بر پایداری شرکتی می‌باشد. رویکرد پژوهش کیفی و مبتنی بر تحلیل تم است. در این پژوهش، به کمک مصاحبه با خبرگان با روش نمونه‌گیری گلوله برفی و براساس تحلیل تم برآمده از مصاحبه‌ها، الگویی برای عوامل غیرمالی مؤثر بر پایداری شرکتی ارائه شده است. نتایج پژوهش نشان داد که ۴ بعد شامل؛ ویژگی‌های ساختاری شرکت، عوامل مدیریتی، عوامل تجاری و عوامل کلان، ۶ مؤلفه شامل؛ ویژگی‌های ساختاری شرکت، سطح فردی، سطح سازمانی، عوامل تجاری، عوامل اجتماعی و عوامل سیاسی و ۳۹ شاخص بر پایداری شرکتی مؤثر هستند. علاوه بر تأیید بسیاری از عوامل شناسایی شده در پژوهش‌های پیشین، عوامل نوینی همچون فرهنگ جامعه، تحریم، روابط سیاسی شرکت، الزامات قانونی، فرهنگ سازمانی، نگرش مذهبی مدیران، مصرف سبز، رضایت شغلی و تنوع‌پذیری محصولات به عنوان عوامل غیرمالی مؤثر بر پایداری شرکتی شناسایی شده‌اند. بر همین اساس پیشنهاد می‌شود، دولت و سازمان‌های ذی‌ربط با تقویت فرهنگ جامعه و تدوین الزامات قانونی و شرکت‌ها با ارتقای سطح سواد سازمانی و رضایت شغلی، زمینه و انگیزه‌های لازم را جهت رعایت و افشای پایداری شرکتی، فراهم نمایند.

واژه‌های کلیدی: پایداری شرکتی، تحلیل تم، عوامل غیرمالی، مصاحبه.

۱- مقدمه

پس از بحران‌های مالی طی سال‌های ۲۰۰۷ تا ۲۰۰۹ میلادی و افزایش تقاضای استفاده‌کنندگان اطلاعات در مورد شفافیت مالی و گزارشگری شرکت‌ها (ان جی و رضایی^۱، ۲۰۱۵)، اطلاعات مالی و غیرمالی شفاف، دقیق و قابل اعتماد، از طریق گزارشگری پایداری شرکتی به ذی‌نفعان ارائه شد (لانگ^۲ و همکاران، ۲۰۱۲). به‌منظور بقا و رشد در فضای عدم اطمینان، سازمان‌ها باید تفکر تک بعدی نسبت به آینده را کنار گذاشته و با تفکر چندبعدی وقایع محتمل در آینده را در برنامه‌ریزی خود در نظر بگیرند. تنها در این صورت است که سازمان‌ها به دیدگاه کاملی از فرصت‌ها و تهدیدهای پیشروی خود دست خواهند یافت (رادفر، ۱۳۹۱). افشای پایداری شرکتی به عنوان ابزاری برای مدیریت شرایط زیست محیطی و اجتماعی، پاسخی به فشارهای عمومی بیرونی که بر مدیریت شرکت وارد می‌شود، شناخته شده است. همچنین افشای پایداری شرکتی ابزاری برای شرکت‌هاست تا عملکرد اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی خود را به گروه‌های ذینفع گزارش داده و بدین وسیله عدم تقارن اطلاعاتی را کاهش دهند (ژانگ^۳، ۲۰۱۷). عملکرد پایدار شرکت‌ها نه تنها برای رفاه اجتماعی و زیست-محیطی مفید است، بلکه برای سلامت مالی شرکت نیز مفید است (سیانو^۴ و همکاران، ۲۰۱۸). جتمانیروج^۵ (۲۰۱۶) معتقد است که توجه شرکت‌ها به گزارشگری پایداری که شامل جنبه‌های مالی و غیرمالی می‌شود، می‌تواند به عملکرد پایدار شرکت‌ها منجر شده و باعث افزایش ارزش سهام آنها شود. همچنین این نوع گزارشگری عاملی مهم جهت تداوم فعالیت شرکت‌هاست. استابس و کاکلن^۶ (۲۰۰۸) بیان نموده‌اند که سازمان پایدار باید محیط‌زیست را به عنوان ذینفع حیاتی شناخته و نیازهایش به طور کامل مورد توجه قرار گیرد. مؤلفه اصلی در پایداری شرکتی موضوع تداوم فعالیت در شرایط محیطی خاص است. بنابراین شرکت‌ها برای بقا و حفظ مزایای رقابتی ناگزیرند پایداری شرکتی را رعایت نموده و آن را در گزارش‌های خود افشا نمایند.

مسئله توسعه پایدار و لزوم دستیابی به آن سبب شده است از سال ۱۹۹۰ شرکت‌های بزرگ هنگام تهیه و انتشار گزارش‌های سالانه از ابعاد اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی نیز به تشریح فعالیت‌های خود بپردازند و به سوی پایداری شرکتی حرکت نمایند. به دنبال افزایش تقاضا برای پاسخگویی در رابطه با فعالیت شرکت و اثرات آن بر جامعه، قوانین و مقرراتی برای نحوه گزارشگری شرکت‌ها تدوین می‌شود. در ایران نیز طبق قانون برنامه پنج ساله ششم توسعه (۱۳۹۶)، به ثبات و پایداری تجاری و ارتقاء شفافیت نظام مالی تأکید شده است. یکی از

معیارهای پایداری یک برنامه یا فعالیت، سازگاری با محیط زیست و ذیحق دانستن اجتماعی است، که در ماده ۲ قانون برنامه پنج ساله ششم توسعه، موضوعات خاص راهبردی در مورد مسائل پایداری مطرح شده است. دستیابی به اقتصاد پایدار، مستلزم فعالیت‌های پایدار نهادها و سازمان‌های موجود در آن است. از همین جهت گزارشگری پایداری که شامل افشای اطلاعات مالی و غیرمالی مبتنی بر جنبه‌های اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی است، تحت تأثیر عوامل زیادی به-ویژه عوامل غیرمالی است.

علی‌رغم تأکید بر افشای اطلاعات مالی و غیرمالی و مؤثر بودن این اطلاعات در تصمیم‌گیری ذینفعان، نتایج پژوهش‌های حساس‌یگانه و برزگر (۱۳۹۴)، فخاری و همکاران (۱۳۹۶) و حساس‌یگانه و همکاران (۱۳۹۷) نشان می‌دهد که شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران نسبت به افشای مناسب اطلاعات اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی غفلت نموده‌اند. همچنین بهبودی در افشای این اطلاعات در دوره پژوهش این پژوهشگران مشاهده نشده است.

عدم اجرا و عدم افشای پایداری شرکتی می‌تواند دلایل متعددی داشته باشد. در حال حاضر در ایران قانون و استاندارد مشخصی برای افشای پایداری شرکتی به صورت یکپارچه وجود ندارد و شرکت‌ها نیز به طور اختیاری اقدام به افشای این مقوله نمی‌کنند. لذا باید سازوکارهایی وجود داشته باشد و نظارت-هایی صورت گیرد تا شرکت‌ها این مقوله را اجرا و افشا نمایند و نسبت به انتظارات ذینفعان پاسخگو باشند. با توجه به اینکه، پژوهش‌های انجام شده در زمینه عوامل غیرمالی، اهمیت بالای این عوامل را نشان می‌دهد، یکی از راهکارهای مناسب در این زمینه، شناسایی عوامل غیرمالی مؤثر بر پایداری شرکتی می-باشد تا با به‌کارگیری و تقویت این عوامل، وضعیت اجرا و افشا بهبود یابد.

مطالعه عوامل غیرمالی مؤثر بر پایداری شرکتی به دو دلیل شایان توجه است. اول اینکه؛ توجه کم شرکت‌های ایرانی به پایداری شرکتی در مقایسه با اکثر کشورها و در نتیجه در معرض ابهام قرار گرفتن تداوم فعالیت این شرکت‌ها، بسیار مشهود است. دوم اینکه؛ مروری بر ادبیات داخلی از وجود نقاط ضعفی در آنها حکایت دارد. از جمله نقاط ضعف پژوهش‌های داخلی پیشین می‌توان به این موارد اشاره نمود: بیشتر مطالعات صورت گرفته در این حوزه، تنها یک بعد از پایداری شرکتی، به ویژه بُعد اجتماعی، را مورد بررسی قرار داده‌اند. اکثر پژوهشگران تنها بر ویژگی‌های شرکت و عوامل مالی به عنوان مؤلفه مؤثر بر پایداری شرکتی توجه نموده‌اند و به سایر ابعاد و مؤلفه‌های اثرگذار توجه ننموده‌اند. در پژوهش‌های پیشین

پژوهش ارائه شده است. در پایان نیز نتیجه‌گیری و پیشنهادات حاصل از پژوهش بیان شده است.

۲- مبانی نظری و مروری بر پیشینه پژوهش

همانگونه که انسان‌ها می‌توانند آگاهی و توانایی تصمیم‌گیری خود را توسعه دهند، شرکت‌ها نیز می‌توانند با آگاهی از مسئولیت اقدامات خود، به خودآگاهی برسند (ناسیتی، ۲۰۱۹). تغییر در انتظارات جامعه از بنگاه‌های اقتصادی، منجر به ایجاد تعاریف جدید و پیدایش پدیده‌هایی همچون توسعه پایدار و پایداری شرکتی شده است. توسعه پایدار مفهومی است که در سال‌های اخیر به عنوان یک مسأله جهانی مطرح شده است. از آنجایی که جهان با مشکلاتی از قبیل رشد جمعیت، افزایش قیمت حامل‌های انرژی و افزایش تقاضا برای مصرف آب و بحران‌های زیست‌محیطی مواجه است، جوامع مجبورند به سمت پایداری بروند. ابعاد اجتماعی، محیطی و اخلاقی کسب و کار در قرن بیست و یکم اهمیت پیدا کرده و توجه صرف به جنبه غالب سود کاهش یافته و نیاز به توجه از دیدگاه اجتماعی، فرهنگی و محیطی گسترش یافته است. اهداف جدیدی برای سال ۲۰۳۰، با توجه به منافع ذینفعان مختلف شامل دولت‌ها، مؤسسات، جامعه مدنی و سازمان‌های غیرانتفاعی در نظر گرفته شده است که می‌تواند باعث رونق دنیای تجارت شود. در دستیابی به اهداف توسعه پایدار، شرکت‌ها نقش اصلی و تعیین‌کننده‌ای دارند زیرا آنها محرک اصلی توسعه پایدار و اقتصادی هستند (ناسیتی، ۲۰۱۹).

۲-۱- مفهوم پایداری شرکتی

علی‌رغم وجود ادبیات نسبتاً قوی پایداری شرکتی، موضوع پایداری شرکتی مفهومی وسیع، پیچیده و در حال تکامل است که نگرش‌ها و ایده‌های متنوعی را دربر می‌گیرد و دامنه و مرزهای مفهومی آن در عمل، به دلیل فقدان تعریف قوی و جامع عملیاتی بسیار مورد بحث و مناقشه است و تاکنون تعریف پذیرفته شده عمومی واحد از آن ارائه نشده است. ناهمسانی تعریف مناسب پایداری شرکتی مانع از شناخت فراتر از مقدمه‌ها و پیامدهای این فعالیت شده است. اخیراً مفهوم پایداری شرکتی شفاف‌تر شده اما یک تعریف توافقی برای آن وجود ندارد (ژانگ، ۲۰۱۷). در ادامه به تعدادی از این تعاریف و دیدگاه‌ها اشاره شده است.

پایداری شرکتی به طور انحصاری در آغاز با دیدگاه‌های مالی شرکت‌ها ارتباط داشت اما هدف اصلی آن به حداکثر رساندن ارزش سهامداران بود که شرکت‌ها از طریق آن از پایدار

بررسی عوامل مؤثر بر پایداری شرکتی بدون در نظر گرفتن شرایط اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی شرکت‌های ایرانی بوده است. در حالی که پایداری شرکتی، شامل سه بعد اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی می‌باشد و عوامل غیرمالی متعددی بر آن اثرگذار است که بررسی آنها براساس الگویی جامع، می‌تواند نتایج کامل‌تر و و شفاف‌تری در اختیار استفاده‌کنندگان قرار دهد.

براساس مطالب عنوان شده، ضروری است که الگویی متناسب با شرایط اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی ایران، از طریق بررسی ادبیات نظری، استانداردها، قوانین و مقررات و مصاحبه با خبرگان حوزه پایداری شرکتی، که در محیط اقتصادی و بازار سرمایه ایران کاربرد داشته و رهنمودی جهت توسعه پایداری شرکتی باشد، ارائه شود. بنابراین، این پژوهش به دنبال ارائه الگویی مفهومی در سه سطح ابعاد، مؤلفه و شاخص‌های غیرمالی مؤثر بر پایداری شرکتی است. این پژوهش با به‌کارگیری ابعاد پایداری شرکتی به صورت یکپارچه و بررسی جامع عوامل غیرمالی مؤثر بر پایداری شرکتی، چشم‌انداز جدید و کاملی از پایداری شرکتی در اختیار استفاده‌کنندگان نتایج پژوهش قرار می‌دهد. همچنین یافته‌های این پژوهش می‌تواند رهنمودی به سازمان‌های حساس، سازمان بورس اوراق بهادار و سایر نهادهای مرتبط ارائه دهد تا اقدامات لازم را در رابطه با تدوین قوانین و مقررات و نظارت بیشتر انجام دهند.

بنابراین، هدف اصلی این پژوهش، ارائه الگوی مفهومی عوامل غیرمالی مؤثر بر پایداری شرکتی با روش کیفی تحلیل تم و مصاحبه با خبرگان است. در واقع این پژوهش در پی پاسخ علمی به این سؤالات است که چه عوامل غیرمالی بر پایداری شرکتی مؤثر هستند؟ الگوی مفهومی عوامل غیرمالی مؤثر بر پایداری شرکتی با توجه به شرایط اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی ایران چگونه است؟

از جنبه‌های تمایز و نوآوری این پژوهش نسبت به پژوهش‌های پیشین می‌توان به این موارد اشاره نمود: اول اینکه؛ نتایج این پژوهش می‌تواند موجب بسط ادبیات نظری در حوزه پایداری شرکتی در ایران شود. دوم اینکه؛ در این پژوهش از روش کیفی تحلیل تم و مصاحبه با خبرگان استفاده شده است. سوم اینکه؛ حوزه جدیدی برای پژوهشگران فراهم نموده تا با در نظر گرفتن الگوی تدوین شده، در پژوهش‌های آتی به بررسی و آزمون عوامل غیرمالی مؤثر بر پایداری شرکتی، در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران بپردازند. در ادامه مبانی نظری و پیشینه پژوهش، روش‌شناسی پژوهش، یافته‌ها شامل جدول تحلیل تم و الگوی مفهومی

عملکرد خود در کلیه ابعاد اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی ایجاد کنند.

۲-۲- اهمیت و اهداف پایداری شرکتی

وقوع انقلاب صنعتی در نیمه دوم قرن هجدهم میلادی باعث ایجاد تغییراتی بنیادی در شیوه زندگی انسان‌ها شد. به علت استفاده بی‌رویه از منابع طبیعی و نیز تولید و انتشار بیش از حد مواد آلاینده در محیط‌زیست، امروزه موضوع حفاظت از محیط‌زیست، توجه جدی دانشمندان و محققان را به خود جلب کرده است. مواردی چون آلودگی آب و هوا، تخریب جنگل‌ها و مراتع، انهدام زیستگاه‌های جانوری از جمله زبان‌های وارده به محیط زیست است که نتیجه مستقیم فعالیت کارخانه‌ها و مراکز صنعتی است. صنایع به عنوان شریک اصلی توسعه پایدار شناخته شده و تجربه جهانی ثابت کرده است که بهبود سطح زندگی در محیط زیست و عملکرد زیست محیطی، بدون همکاری بخش صنعت امکان پذیر نیست. لذا، شرکت‌ها و صنایع که فعالیت‌های آن‌ها دارای آثار گسترده محیطی، اجتماعی و اقتصادی است با چالش جدی در زمینه انتشار اطلاعات فعالیت‌های زیست محیطی خود روبه‌رو هستند (کونگ و فریدمن^{۱۶}، ۲۰۱۱). مشکلات و تنگناهای زیست‌محیطی تهدیدی برای زندگی انسان‌ها و کسب و کار آنهاست. اغلب مسائل، مشکلات و تنگناهای زیست‌محیطی، موضوعی ملی نیست و با توجه به وابستگی متقابل و غیرقابل تفکیک محیط زیست با مباحث کلان انسانی از جمله اقتصاد، فرهنگ، توسعه، سیاست و بویژه اخلاق، فلسفه و عرفان، هر گونه مشکلات زیست‌محیطی یک کشور مشکلی برای کل جهان محسوب می‌شود (برامر و پاولین^{۱۷}، ۲۰۰۶).

وضعیت فعلی میزان افشای گزارشگری پایداری شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، بیان‌کننده شکاف قابل توجه بین انتظارات جامعه از شرکت‌ها و عملکرد آنهاست (معصومی و همکاران، ۱۳۹۷). هدف پایداری شرکتی، تداوم فعالیت شرکت در بلندمدت، تأمین منافع تمام ذینفعان دوره فعلی و حفظ منافع نسل‌های آینده و رعایت انصاف و عدالت بین تمام ذینفعان است.

۲-۳- تئوری‌های پایداری شرکتی

بسیاری از پژوهشگران مباحث پایداری را به عنوان یک حوزه توسعه نیافته در نظر گرفته و معتقد هستند که تئوری عام پذیرفته شده برای این موضوع وجود ندارد. با این حال، برخی از تئوری‌های مرتبط با گزارشگری پایداری شرکتی که در پژوهش-

بودن در بلندمدت سود می‌برند. کارول^{۱۸} (۱۹۷۹) اعلام کرد پایداری شرکتی باید متشکل از تعهدات اقتصادی، قانونی، اخلاقی و بشردوستانه نسبت به محیط کار شرکت باشد. امروزه مدل کارول (۱۹۷۹) ادغام شده با نظریه گروه‌های ذینفع بسیار مورد توجه پژوهشگران قرار می‌گیرد. در دهه ۱۹۹۰ پایداری شرکتی به عنوان فرآیندی برای رسیدن به توسعه پایدار در جوامع تعریف شد. لو^{۱۹} (۲۰۰۲) ادعا کرد پایداری شرکتی وظیفه شرکت‌ها در برابر جامعه است و شرکت‌ها باید همزمان با پیشینه‌سازی ارزش سهامداران موجودیت خود را حفظ کنند و به سود اجتماعی برسند. هاپکینز^{۲۰} (۲۰۰۴) پایداری شرکتی را با برخورد اخلاقی به سبکی مسئولانه با طرفین ذینفع در شرکت یا سازمان برابر می‌داند و اخلاق‌مندی یا مسئولیت‌پذیری را به عنوان یک سبک کلیدی که بر طبق هنجارهای بین‌المللی قابل قبول پنداشته می‌شود، تعریف کرد. همچنین هاپکینز پایداری را شامل دیدگاه‌های اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی می‌داند. ژو^{۲۱} (۲۰۰۵) بیان می‌کند که پایداری شرکتی باید یک مفهوم ترکیبی شامل پذیرش مسئولیت‌های اقتصادی، قانونی و اخلاقی شرکت‌ها باشد. لیو^{۲۲} (۲۰۰۷) بیان داشته که به حداکثر رساندن ارزش سهامداران و سود نباید تنها هدف پایدار شدن شرکت‌ها باشد بلکه آن‌ها باید دیدگاه سایر گروه‌های ذینفع را نیز مد نظر قرار دهند.

پایداری متمرکز بر آینده است و مربوط است به کسب اطمینان از اینکه حق انتخاب بهره‌بردار از منابع در آینده به خاطر تصمیمات گرفته شده در حال حاضر، محدود نشده باشد (ارس و کرودر^{۲۳}، ۲۰۰۸). یکی از نخستین و شناخته‌شده‌ترین تعریف‌های پایداری شرکتی که توسط کمیته جهانی محیط زیست و توسعه^{۲۴} (WCED) ارائه شده، عبارت است از «رفع نیازهای حال حاضر بدون به خطر انداختن توانایی نسل‌های آینده برای رفع نیازهای خود» (سنیرسون^{۲۵}، ۲۰۰۹). پایداری شرکتی تا حدودی با ارزش‌های سهامدار، شرکت و همینطور قانون‌مندی و اخلاق‌مندی آن‌ها جهت اجرای قرارداد اجتماعی شرکت‌ها ارتباط مستقیم دارد. بنابراین توسعه پایدار رابطه تنگاتنگی با تمامیت محیط زیست، عدالت اجتماعی و همینطور رونق اقتصادی شرکت‌ها دارد (ژانگ، ۲۰۱۷). واژه حسابداری پایداری برای اشاره به فرآیند جمع‌آوری، تحلیل و تسهیم اطلاعات مرتبط با پایداری به کار گرفته می‌شود و شامل هر گونه اطلاعات مورد نیاز یا مرتبط با مدیریت پایداری شرکت است (شجاعی و همکاران، ۱۳۹۶). با توجه به مطالب بالا، واژه پایداری بیشتر به تعادل نزدیک است، تعادل بین نسل‌ها و بخش‌های مختلف، یعنی اینکه شرکت‌ها بتوانند تعادلی در

های مختلف به دنبال تبیین چرایی انتخاب شرکت‌ها برای درگیر شدن در فعالیت‌های پایداری هستند، شامل تئوری اقتصاد سیاسی^{۱۸}، تئوری مشروعیت^{۱۹}، تئوری ذینفعان^{۲۰} و تئوری سازمانی^{۲۱} است (جنکنز و یاکولوا^{۲۲}، ۲۰۰۶).

تئوری اقتصاد سیاسی مدعی است مادامی که افشای اطلاعات مربوط به اثرات اجتماعی فعالیت واحدهای تجاری به صورت اختیاری انجام می‌شود، تنها بخشی از مشروعیت را تأمین می‌کند. لذا این دیدگاه تمایل روشنی به وضع قوانین افشای اجباری دارد. در این دیدگاه دولت به منظور اعمال محدودیت بر سازمان‌ها برگزیده شده است و لذا دولت مسئول حفظ منافع گروه‌های فاقد قدرت، به منظور حفظ مشروعیت سیستم به عنوان یک کل می‌باشد (کوپر و شرر^{۲۳}، ۱۹۸۴). به منظور حفظ موقعیت در جامعه، مدیریت ممکن است اطلاعات مرتبط با فعالیت‌های پایداری سازمان را منتشر کند. تئوری اقتصاد سیاسی بیان می‌کند که اشخاص یا سازمان‌ها حق دارند اهداف شخصی و علایق خود را دنبال کنند، این حقوق به وسیله محیط زیست و اجتماعی که در آن وجود دارند تعدیل می‌شود (ویلیامز^{۲۴}، ۱۹۹۹). تئوری‌های سیاسی، بر قدرت شرکت‌ها در جامعه و استفاده مسئولانه از این قدرت در عرصه سیاسی تأکید دارند (اشرفی و همکاران، ۱۳۹۸).

تئوری مشروعیت از پارادایم اقتصاد سیاسی مشتق شده است و بر این فرض متمرکز است که یک سازمان باید نقش اجتماعی‌اش را به وسیله پاسخ به نیازهای جامعه و دادن آنچه جامعه می‌خواهد، حفظ کند. تئوری مشروعیت بیان می‌کند که سازمان‌ها تا زمانی می‌توانند به حیات خود ادامه دهند که جامعه آنها را مشروع بداند و به آنها مشروعیت بخشد. به عبارتی دیگر، قرارداد اجتماعی مابین شرکت‌ها و تک تک اعضای جامعه وجود دارد. جامعه به عنوان مجموعه‌ای از افراد، به سازمان‌ها رسمیت و اختیار استفاده از منابع طبیعی و نیروی کار را ارائه می‌کند. سازمان‌ها از این منابع استفاده می‌کنند و ضمن ارائه کالا و خدمات به جامعه، بر روی محیط اثرات منفی نیز می‌گذارند (متوس^{۲۵}، ۲۰۰۸). سازمان زمانی مشروعیت دارد که سیستم ارزشی آن مطابق سیستم ارزشی جامعه‌ای باشد که در آن به عنوان بخشی از جامعه شکل گرفته است و جایی که عدم تطابق وجود دارد، مشروعیت سازمان تهدید می‌شود. مطابق تئوری مشروعیت، بقاء یک سازمان به وسیله فشارهای بازار و توقعات جامعه، پایدار است و از این رو درک نگرانی‌های جامعه، توقعات جامعه را بیان می‌کند (فریمینگ و اوسو^{۲۶}، ۲۰۱۲).

طبق تئوری ذینفعان، ذینفعان از این حق برخوردار هستند که بدانند سازمان با مصرف منابع اجتماعی، چه کاری را انجام

می‌دهد. واژه ذینفع شامل همه افرادی است که از فعالیت‌های سازمان سود می‌برند حتی اگر آن سود، اقتصادی نباشد (فریمینگ و اوسو، ۲۰۱۲). اساس تئوری ذینفعان این است که شرکت‌ها بسیار بزرگ شده‌اند و تأثیر آن‌ها بر جامعه آن چنان عمیق است که باید برای ایفای مسئولیت خود به غیر از سهامداران به بخش‌های بسیار بیشتری توجه کرده و پاسخگو باشند (هیل و جونز^{۲۷}، ۱۹۹۲). تئوری ذینفعان بیان می‌کند که چطور ساختارها و فعالیت‌های سازمانی توسط فرهنگ، سیاست و فشارهای جامعه‌ای که آن را احاطه کرده است، شکل می‌گیرد (عزیزالاسلام^{۲۸}، ۲۰۰۹).

مطابق تئوری سازمانی، فعالیت‌های سازمان، توسط انواع فشارهای خارجی محدود می‌شود. مطابق مفروضات این تئوری، سازمان‌ها باید به تقاضاهای خارجی و توقعات جامعه به منظور حفظ مشروعیت‌شان پاسخگو باشند. سازمان‌ها جهت پایدار شدن باید با محیط اطرافشان تبادل داشته و با نهادهای گوناگون در آن محیط در ارتباط باشند. اثبات پایبندی و وفاداری به انتظارات، رفتارها و عقاید ارزشمند از طریق جامعه به طور گسترده ممکن است به سازمان در کسب حمایت جامعه و همچنین قانونی بودن و مشروعیت، کمک بسزایی داشته باشد. فعالیت‌ها از طریق محیط داخلی و خارجی بر سازمان تأثیرگذار هستند. محیط خارجی سازمان شامل پیامدهای اقتصادی، سیاسی و اجتماعی است که یک سازمان باید از آن‌ها آگاهی کامل داشته و در این صورت حمایت و مشروعیت را از جانب محیط دریافت کند. محیط داخلی سازمان شامل اهداف، ساختار و فرهنگ سازمان می‌باشد (عزیزالاسلام، ۲۰۰۹).

۲-۴- مزایای پایداری شرکتی

امروزه رسالت سازمان‌ها و شرکت‌ها چیزی فراتر از کسب سود و افزایش ثروت سهامداران است. امروزه شرکت‌ها نه تنها باید رضایت سهامداران خود را جلب کنند، بلکه باید به سایر ذینفعان از جمله گروه‌های اجتماعی و نهادهای حامی محیط زیست توجه خاص داشته باشند. افشای اطلاعات پایداری شرکت‌های خصوصی با هدف افزایش شفافیت، ارتقاء ارزش برند، حسن شهرت و مشروعیت، توانایی بهینه‌کاو در برابر رقبا، علامت‌دهی رقابت‌پذیری، انگیزش کارکنان و حمایت از فرایندهای کنترل و اطلاعات شرکت صورت می‌گیرد. جفرس^{۲۹} و همکاران (۲۰۱۴) معتقدند برخی مزایای توجه به مسائل پایداری شامل افزایش درآمد از طریق دسترسی به بازارها و مشتریان جدید، تنوع بیشتر در محصولات، فروش ابزارهای کنترل کننده آلودگی، درخواست قیمت بیشتر از مشتریان،

معروفیت بیشتر برند شرکت، حسن شهرت و کاهش هزینه‌ها است.

از جمله منافع دیگر پایداری شرکتی می‌توان به افزایش توانایی در استخدام کارکنان تازه وارد و نگهداشتن کارکنان باتجربه اشاره نمود. شرکت‌ها با پیشرفت در جهت مسئولیت اجتماعی و پایداری شرکتی این مسئله را درمی‌یابند که راحت‌تر می‌توانند نیروی تازه به کار گیرند و کارکنان باتجربه را برای یک دوره زمانی کافی که برای موفقیت واحد تجاری لازم هستند، حفظ کنند (تریان و گرینینگ^{۲۰}، ۱۹۹۶). حمایت دولت نیز از منافع دیگر پایداری شرکتی به شمار می‌رود، زیرا سازمان‌های تجاری که در برابر مسئولیت اجتماعی خودشان تعهد بیشتری دارند، دعاوی کمتری را از طرف قانون‌گذاران، که ممکن است دولت یا ممیزین مالیاتی باشند، دریافت می‌کنند (ساندهو و کاپور^{۳۱}، ۲۰۱۰).

۲-۵- عوامل غیرمالی مؤثر بر پایداری شرکتی

از منظر تئوری مشروعیت، ویژگی‌های شرکت و راهبری شرکتی بر سطح افشای اطلاعات تأثیر می‌گذارند (قادرزاده و همکاران، ۱۳۹۶). مؤسسات با ساختار حاکمیت شرکتی قوی، اطلاعات بیشتری برای بازار فراهم می‌کنند. علاوه بر این، ممکن است شرکت‌ها، در غیاب الزامات اجباری و مکانیزم حاکمیتی قوی، اطلاعات مهمی را در ارائه به سهامداران از قلم بیندازند. این مشکل عدم تقارن اطلاعاتی می‌تواند از طریق حاکمیت شرکتی قوی و به طور خاص از طریق هیئت مدیره کارآمد حل شود (دانلی و مولکاهی^{۳۲}، ۲۰۰۸). نگاهی گسترده‌تر به حاکمیت شرکتی نشان می‌دهد که حاکمیت شرکتی می‌تواند بر سهامداران و ذینفعان تمرکز کرده و به موجب آن مسئولیت پاسخگویی و مسئولیت‌پذیری شرکت‌ها را گسترش دهد. با وجود حاکمیت شرکتی قوی، مدیران تمام اطلاعات مربوط را برای استفاده‌کنندگان افشا می‌کنند (متوس، ۲۰۰۸).

فناوری‌های پیشرفته تولید از طریق افزایش بهره‌وری، بهبود کارایی و انعطاف‌پذیری بیشتر با ذینفعان اصلی همچون تأمین‌کنندگان و مشتریان، منبع مهمی از مزیت رقابتی برای شرکت‌ها محسوب می‌شود (اسوینک و نیر^{۳۳}، ۲۰۰۷). فناوری‌های پیشرفته باعث می‌شود تا شرکت‌ها بتوانند با تغییرات در تقاضا برای محصولات سازگار شوند. این فناوری‌ها باعث بهبود هماهنگی در استفاده از مواد، نیروی کار و تجهیزات شده و هزینه‌های مرتبط با کاهش سطح موجودی و ضایعات را کاهش می‌دهند، بنابراین فناوری‌های پیشرفته بر اجرای شیوه‌های پیشگیرانه اجتماعی و زیست محیطی تأثیرگذار است (آنونزیتا^{۳۴} و همکاران، ۲۰۱۸).

اندازه شرکت بر تصمیم مدیریت در خصوص ارائه اختیاری پایداری شرکتی به منظور کاهش یا حذف هزینه سیاسی تأثیرگذار است. براساس نظریه مشروعیت، شرکت‌های بزرگ‌تر از قرارداد اجتماعی پیروی و آن را افشا می‌کنند و انگیزه بیشتری برای ارائه توسعه پایداری شرکتی باکیفیت‌تر دارند (ژانگ، ۲۰۱۷). بنابراین طبق نظریه مشروعیت، شرکت‌های بزرگ‌تر به وسیله گروه‌های مختلف بررسی می‌شوند و سعی می‌کنند تا از طریق مشارکت در فعالیت‌های زیست‌محیطی و اجتماعی به کسب و کار خود مشروعیت بخشند و از طریق افشای آنها این موضوع را به سایرین نشان دهند. نتایج پژوهش جامعی و همکاران (۱۳۹۸) نیز بیانگر اثر مثبت و معنادار اندازه شرکت بر مسئولیت اجتماعی در تمام مراحل چرخه عمر شرکت می‌باشد.

نوع صنعت به وسیله پژوهشگران تجربی و نظری به عنوان یک عامل مؤثر بر سطح افشای اطلاعات پایداری شرکتی شناسایی شده است. در رابطه با نیازهای شرکت، نیازهای ذینفعان و نیازهای گزارشگری الزامی، تفاوت‌هایی بین صنایع مختلف وجود دارد. تأثیرات زیست محیطی و اجتماعی از صنعتی به صنعت دیگر متفاوت است. شرکت‌های حساس به محیط زیست شرکت‌هایی هستند که مواد اولیه آنها به طور مستقیم از منابع طبیعی استخراج می‌شود؛ مانند صنایع شیمیایی، پتروشیمی، فلزات، معادن، اکتشاف نفت، کاغذ و نفت خام. صنایعی که بیشتر در میدان دید مصرف‌کننده قرار دارند از خطر بیشتری برخوردارند و مجبورند به منظور پاسخگویی نسبت به افشای فعالیت‌های زیست محیطی و اجتماعی‌شان اقدام کنند (گاتری^{۳۵} و همکاران، ۲۰۰۸).

چنانچه شرکتی برای مدت طولانی‌تری فعالیت کند لازم است با اجتماع بیرون از شرکت ارتباط بیشتری برقرار کند. این ارتباط شبکه‌های اجتماعی گسترده‌ای را برای شرکت‌ها فراهم می‌کند. اگر شرکتی از وسعت فعالیت اجتماعی‌اش بکاهد در صنایع حساس فوراً به گوش رسانه‌ها و مردم خواهد رسید (یانگ^{۳۶}، ۲۰۰۹). گزارشگری پایداری شرکتی روشی است که با استفاده از آن مدیریت می‌تواند به شکلی فعال بر این فشار همگانی فائق آید. بنابراین شرکت‌های قدیمی‌تر برای حفظ شهرت و اعتبار خود به افشای اطلاعات بیشتری می‌پردازند (مالین^{۳۷} و همکاران، ۲۰۱۴).

روش و سیستم افشای شرکت‌ها به طور زیادی تحت تأثیر وظیفه آنها در ادای تعهدات مرتبط با اهداف سیاسی و مالی قرار می‌گیرد. براساس تئوری مشروعیت، شرکت‌ها موظف هستند از الزامات و انتظارات جامعه پیروی کنند تا پایدار باشند. وانگ^{۳۸} (۲۰۰۷) میزان تأثیرگذاری در مناطق مختلف

۲-۶- پیشینه پژوهش

تاکنون پژوهشی در رابطه با طراحی الگوی عوامل غیرمالی مؤثر بر پایداری شرکتی انجام نشده است. پژوهش‌های داخلی و خارجی اثر برخی عوامل، که اکثراً مالی می‌باشد، را بر پایداری شرکتی بررسی نموده‌اند، که در ادامه تعدادی از آنها ذکر شده است.

آدامز^{۴۸} (۲۰۰۲) مدلی جامع برای شناسایی عوامل مؤثر بر مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها ارائه داد. این مدل شامل ویژگی‌های شرکت، عوامل کلان و عوامل درونی است. لی^{۴۹} و همکاران (۲۰۱۱) عوامل تعیین کننده افشای پایداری در صنعت جهانی چوب را بررسی نمودند. نتایج پژوهش نشان داد که اندازه شرکت بر افشای پایداری مؤثر است. در حالیکه سودآوری و تفاوت‌های منطقه‌ای عوامل قاطعی در ضابطه‌مند کردن استراتژی‌های گزارشگری پایداری در صنعت چوب محسوب نمی‌شوند.

ژانگ (۲۰۱۷) به بررسی درک استفاده‌کنندگان از محرک‌های افشای پایداری شرکتی در چین پرداخت. نتایج پژوهش نشان داد، درک استفاده‌کنندگان از افشای زیست محیطی و سپس اجتماعی بیشتر است، اما استفاده‌کنندگان درک کمتری از افشای اقتصادی دارند. همچنین اثر محل استقرار و اندازه شرکت بر افشای تمام ابعاد پایداری شرکتی معنادار بوده و مالکیت خارجی و نوع صنعت بر بعد زیست محیطی اثر بیشتری دارد. کریفو^{۵۰} و همکاران (۲۰۱۸) به بررسی نقش حاکمیت شرکتی به عنوان محرک کلیدی پایداری شرکتی در فرانسه پرداختند. نتایج پژوهش بیانگر این بود که پایداری شرکتی با مکانیزم‌های داخلی حاکمیت شرکتی (مدیران داخلی) رابطه مثبت دارد. آنونزیتا و همکاران (۲۰۱۸) به بررسی نقش توانایی‌های سازمانی در دستیابی به اقدامات پایداری شرکتی و عملکرد اقتصادی صنعت نوشیدنی در ایتالیا پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد، شرکت‌هایی که به سمت پایداری متمایل هستند باید قابلیت‌های خاصی را که ریشه در سازمان دارد، شناسایی کرده و در جهت توسعه آنها بکوشند تا اقدامات با مزیت رقابتی بالا را اجرا کنند.

ناسیتی (۲۰۱۹) به بررسی اثر ترکیب هیئت مدیره بر عملکرد پایداری شرکتی در ۳۶۲ شرکت از ۴۶ کشور مختلف پرداخت. نتایج پژوهش نشان داد در شرکت‌هایی که تنوع بیشتری در هیئت مدیره دارند و بین نقش رئیس هیئت مدیره و مدیرعامل دوگانگی وجود دارد، عملکرد پایداری شرکتی بالاتر است. همچنین یافته‌ها نشان داد بین استقلال اعضای هیئت مدیره و عملکرد پایداری شرکتی رابطه منفی و معنادار وجود دارد. سونیل^{۵۱} و همکاران (۲۰۱۹) به بررسی ارتباط بین

چین را مورد بررسی قرار داد. وی خاطر نشان کرد که شرکت‌های واقع در مناطقی که از نظر اقتصادی توسعه یافته‌اند و گرایش بازاری بیشتری دارند، روش و سیستم گزارشگری کامل‌تر و بالغ‌تری هم دارند زیرا این شرکت‌ها مؤلفند اطلاعات شفاف‌تری را ارائه کنند که بتوانند به رقابت در بازار ادامه دهند. شرکت‌هایی که در بورس‌های بین‌المللی فعالیت می‌کنند عملکرد پایداری شرکتی بهتری نسبت به همتایان خود در همان کشور دارند (لورنسو و برانسو^{۴۹}، ۲۰۱۳). ناکامورا^{۴۰} و همکاران (۲۰۱۱) استدلال می‌کنند که مشتریان خارجی قادر به نظارت بر عملکردهای اجتماعی و زیست محیطی شرکت هستند، بنابراین سازمان‌های صادر کننده کالا باید تلاش کنند تا شیوه‌های اجتماعی و زیست محیطی را برای جلب رضایت مشتریان پیاده‌سازی کنند. هرچه سازمان‌ها، صادرات محورتر باشند، مزایایی که از اقدامات قابل مشاهده برای پیاده‌سازی و اجرای توسعه پایدار کسب می‌کنند، بیشتر است (آنونزیتا و همکاران، ۲۰۱۸).

حرکت به سمت پایداری شرکتی به نوآوری مداوم نیاز دارد. ظرفیت نوآوری یکی از دارایی‌های اصلی شرکت است که پایداری شرکتی می‌تواند بر اساس آن ایجاد شود (تومیسس^{۴۱} و همکاران، ۲۰۱۵). نظریه‌های مربوط به نوآوری (نظریه نوین یا سیستمی و نظریه یادگیری سازمانی یا سازمان یادگیرنده) بیان کننده آن هستند که نوآوری، به شرکت‌ها توانایی می‌دهد تا بهتر بتوانند به رقابت، تغییرات محیطی و تکنولوژیکی پاسخ داده و با کسب قابلیت‌های جدید، به عملکرد مالی بهتری دسترسی یابند (دیکولو و تریبولز^{۴۲}، ۲۰۱۷؛ پیتر^{۴۳}، ۲۰۱۷). براورز^{۴۴} (۲۰۱۰) در پژوهشی که در میان شرکت‌های پلاستیکی هلندی انجام داد نشان داد که نوآوری مداوم، فرصت‌هایی برای بهبود پایداری شرکتی فراهم می‌کند. لای^{۴۵} و همکاران (۲۰۱۵) در پژوهش انجام شده در میان شرکت‌های تایوانی، اثر مثبت نوآوری بر پایداری شرکتی را تأیید کردند.

اولتمن^{۴۶} (۱۹۸۵) قدرت ذینفعان را عامل مهم و اثرگذار بر سطح افشای اختیاری مسئولیت اجتماعی معرفی نمود. چنانچه شرکت‌ها از نیازهای اطلاعاتی ذینفعان خود در رابطه با مسئولیت‌های اجتماعی، زیست محیطی و شهروندی آگاه شوند، انگیزه بیشتری در رابطه با افشای چنین اطلاعاتی دارند.

فرصت‌های شغلی برابر به این معنی است که هر فرد باید بدون در نظر گرفتن ویژگی‌های خاص (مانند سن، رنگ، جنسیت، نژاد و غیره) استخدام شود. پژوهش ندیم^{۴۷} و همکاران (۲۰۱۷) اثر فرصت‌های شغلی برابر بر پایداری شرکتی را تأیید می‌کند.

فناوری‌های هوشمند و پایداری شرکتی با نقش میانجی استراتژی پایداری شرکتی پرداختند. نتایج این پژوهش نشان داد که فناوری‌های هوشمند اثر مستقیمی بر بعد اقتصادی پایداری شرکتی دارد، اما اثر مستقیمی بر بعد زیست‌محیطی و اجتماعی ندارد. همچنین استراتژی پایداری شرکتی به‌طور کامل نقش میانجی بین فناوری‌های هوشمند و بعد زیست‌محیطی و اجتماعی پایداری شرکتی را ایفا می‌نماید. شمیم-الاسلام^{۵۲} و همکاران (۲۰۱۹) با استفاده از ویژگی‌های فرهنگی، مدلی را جهت اندازه‌گیری عملکرد پایداری شرکتی، طراحی و ارزیابی کردند. پژوهشگران در چارچوب پیشنهادی برای بعد اقتصادی پایداری شرکتی، مؤلفه منافع اقتصادی، برای بعد اجتماعی، مؤلفه‌های منافع جامعه و توسعه بالقوه نیروی انسانی و برای بعد زیست‌محیطی، مؤلفه‌های تعهد مدیریت برتر و مشارکت کارکنان را در نظر گرفته بودند. نتایج پژوهش نشان داد که عملکرد پایداری شرکتی به‌طور کلی پایین است.

سجادی و همکاران (۱۳۸۸) به بررسی ارتباط بین ویژگی‌های غیرمالی با کیفیت گزارشگری مالی پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد اندازه شرکت، عمر شرکت و نوع صنعت رابطه مثبت و ساختار مالکیت رابطه منفی با کیفیت گزارشگری مالی دارد، اما رابطه نوع مؤسسه حسابرسی با کیفیت گزارشگری مالی از لحاظ آماری معنادار نبود. ناصریان و همکاران (۱۳۹۵) به بررسی رابطه بین بازده سهام و مسئولیت اجتماعی طی چرخه عمر در شرکت‌های پذیرفته شده بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. نتایج پژوهش حاکی از آن است که بین بازده سهام و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در مرحله بلوغ و افول رابطه معناداری وجود ندارد. معصومی و همکاران (۱۳۹۷) به بررسی اثر تعدادی از متغیرهای مالی و حسابداری بر میزان گزارشگری پایداری پرداختند. نتایج آزمون فرضیه‌ها بیانگر این بود که اندازه شرکت، نقدینگی، سهامداران نهادی و دوگانگی وظایف مدیرعامل بر میزان گزارشگری پایداری شرکت‌ها تأثیر معناداری دارند. همچنین متغیرهای عمر شرکت، دارایی‌های نامشهود و استقلال هیئت مدیره بر میزان گزارشگری پایداری شرکتی تأثیر معناداری ندارند. خوزین و همکاران (۱۳۹۷) به بررسی اثر ساختار مالکیت بر توسعه سطح گزارشگری پایداری پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد، درصد سهام بزرگترین سهامدار و درصد سهام دولتی اثری بر سطح گزارشگری پایداری ندارند. از سوی دیگر با افزایش درصد سهام شناور آزاد از سطح گزارشگری پایداری کاسته می‌شود. همچنین نتایج نشان داد که گزارشگری پایداری شرکت‌های ایرانی همانند شرکت‌های سایر کشورهای آسیایی در سطح پایینی بوده و نیاز به بهبود دارد.

کاشانی‌پور و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی به بررسی رابطه بین کیفیت گزارشگری مالی و افشای اطلاعات پایداری پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد، بین مدیریت سود، محافظه-کاری و کیفیت اقلام تعهدی با افشای اطلاعات پایداری رابطه مثبت و معناداری وجود دارد اما بین شاخص افشای الزامی و افشای اطلاعات پایداری رابطه معناداری مشاهده نشد. بیلویی خمسلویی و همکاران (۱۳۹۷) به بررسی تأثیر میزان شاخص-های پایداری افشا شده بر کیفیت سود پرداختند. یافته‌ها نشان داد، شاخص‌های پایداری افشا شده به صورت جامع تأثیر مثبت و معناداری بر کیفیت سود دارند؛ اما شاخص‌های مرتبط با ابعاد اجتماعی و اقتصادی، دارای تأثیر منفی و معنادار و شاخص‌های مرتبط با بعد زیست‌محیطی دارای تأثیر مثبت و معناداری بر کیفیت سود هستند. ملکیان و همکاران (۱۳۹۸) به بررسی اثر ویژگی‌های هیئت مدیره بر میزان گزارشگری زیست محیطی، اجتماعی و راهبری شرکتی پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد، نسبت اعضای غیرموظف هیئت مدیره، نسبت مالکیت هیئت مدیره، نسبت زنان هیئت مدیره و نسبت ثبات اعضای هیئت مدیره دارای اثر مثبت و معنادار، دوگانگی وظیفه مدیرعامل و نسبت تحصیلات هیئت مدیره دارای اثر منفی و معنادار و اندازه هیئت مدیره و تعداد جلسات هیئت مدیره بدون اثر بر میزان گزارشگری زیست‌محیطی، اجتماعی و راهبری شرکتی هستند. پس از مطالعه مبانی نظری و پیشینه، پژوهش حاضر در پی پاسخ دادن به این پرسش است: الگوی مفهومی عوامل غیرمالی مؤثر بر پایداری شرکتی در ایران چگونه است؟

۳- روش‌شناسی پژوهش

روش پژوهش به عنوان فرآیندی منظم برای یافتن پاسخ یک پرسش یا راه حل یک مسئله است. انتخاب روش پژوهش به هدف پژوهش، ماهیت مسئله مورد مطالعه و روش‌های بررسی آن، بستگی دارد. در ادامه روش پژوهش براساس پیاز فرآیند پژوهش توضیح داده شده است. پژوهش حاضر از لحاظ جهت‌گیری، ترکیبی از پژوهش بنیادی و کاربردی است. این پژوهش از طرفی به دنبال طراحی الگویی برای عوامل غیرمالی مؤثر بر پایداری شرکتی بوده، و از طرف دیگر الگوی طراحی شده، رهنمودی برای سازمان بورس اوراق بهادار و سایر نهادهای قانون‌گذار جهت تدوین قوانین و استانداردهای مربوطه می‌باشد. این پژوهش، از نظر منطق اجرا از نوع قیاسی- استقرایی، از نظر رویکرد یک پژوهش کیفی، از نظر محیط پژوهش از نوع کتابخانه‌ای و میدانی، از نظر روش پژوهش از نوع تحلیل تم^{۵۳} و از نظر هدف یک پژوهش

جدول ۱: نحوه کدگذاری داده‌ها در روش تحلیل تم

نوع داده	شماره متون علمی یا فرد مصاحبه شونده	شماره کد در یک واحد تحلیل
T	از ۱ تا n	از ۱ تا n
EI	از ۱ تا n	از ۱ تا n
MI	از ۱ تا n	از ۱ تا n

۳-۳- جامعه، نمونه آماری و روش نمونه‌گیری

جامعه‌ی آماری این پژوهش را اعضای هیئت علمی دانشگاه‌ها با حداقل رتبه‌ی استادیاری که در ارتباط با مسئله‌ی پژوهش و ادبیات نظری آن آگاهی عمیق و وسعت نظر دارند، تشکیل می‌دهند. برای انتخاب افراد متخصص و صاحب‌نظر جهت انجام مصاحبه‌ها از ترکیب روش‌های غیرتصادفی، قضاوتی و گلوله برفی^{۵۷} استفاده شده است. نمونه آماری در مرحله اول، ۳ خبره به تشخیص پژوهشگران (نمونه‌گیری قضاوتی) بود که در سال ۱۳۹۷ از آنها مصاحبه اکتشافی به عمل آمد. در مرحله بعد برای مصاحبه‌های اصلی، نمونه آماری با معرفی مصاحبه‌شوندگان قبلی به پژوهشگران (روش گلوله برفی) انتخاب شدند. در این مرحله نیز ۱۷ مصاحبه در سال‌های ۱۳۹۷ و ۱۳۹۸ انجام شد. در روش نمونه‌گیری گلوله برفی هر شرکت‌کننده افراد دیگری را معرفی می‌کند که می‌توانند داده‌های غنی‌تری در اختیار پژوهشگر قرار دهند. در این روش، شرکت‌کنندگانی انتخاب می‌شوند که به نحوی با یکدیگر پیوند دارند و پژوهشگر را به دیگر افراد همان جامعه راهنمایی می‌کنند و نمونه‌گیری تا جایی ادامه پیدا خواهد کرد که دیگر هیچ مفهوم جدیدی کشف نشود و پژوهش به اشباع نظری برسد. اشباع نظری یعنی اینکه داده جدیدی به دست نیاید و مناسبات میان مقوله‌ها به خوبی مشخص شده باشد (هومن، ۱۳۹۵).

۳-۴- روش و ابزار گردآوری داده‌ها

داده‌های این پژوهش از ۲ طریق گردآوری شده است: الف) بررسی متن‌ها: ابتدا ۱۳ متن با استفاده از روش کتابخانه‌ای برای مرور ادبیات نظری و تحلیل انتخاب شد و از T01 تا T13 شماره‌گذاری گردید. ب) مصاحبه: در این مرحله از ابزار مصاحبه نیمه-ساختاریافته استفاده شده و مصاحبه‌ها در دو مرحله انجام شد. در این پژوهش و براساس اشباع نظری، ۲۰ مصاحبه به عمل آمد. در مرحله اول، ۳ مصاحبه اکتشافی با خبرگان حوزه پایداری شرکتی صورت گرفت و از EI01 تا EI03 شماره‌گذاری گردید. در مرحله دوم نیز ۱۷ مصاحبه اصلی با خبرگان صورت گرفت و از MI01 تا MI17 شماره‌گذاری گردید. داده‌های

اکتشافی می‌باشد. همچنین در این پژوهش از ابزار مصاحبه برای گردآوری داده‌ها استفاده شده است.

۳-۱- تحلیل تم

استفاده از مطالعات کیفی بویژه روش تحلیل تم زمانی ضرورت پیدا می‌کند که اطلاعات اندکی در مورد پدیده مورد مطالعه وجود داشته باشد و یا اینکه در مطالعات و پژوهش‌های انجام شده، فقدان یک چارچوب نظری که به صورتی جامع به تبیین موضوع بپردازد، مشهود باشد (توماس^{۵۴}، ۲۰۰۳). داده‌های روش تحلیل تم می‌تواند متن‌ها یا مصاحبه باشد. به طور کلی هیچ رویکرد خاصی برای شروع مطالعه در تحلیل تم وجود ندارد، بلکه پژوهشگر ابتدا باید الگوهای معنی و موضوعات مدنظر خود را از درون داده‌ها انتخاب کند، سپس با کدگذاری در مرحله‌ی اولیه و تکرار چندین باره‌ی روند کار بین مجموعه‌ی داده‌ها و خلاصه‌های کدگذاری شده، الگوهای مدنظر را شناسایی و تحلیل کند. قرار گرفتن کدهای مشابه در کنار یکدیگر، به شکل‌گیری دسته‌های مفهومی منجر می‌شوند. دسته‌های مفهومی با یکدیگر تم‌های فرعی و تم‌های فرعی مشابه نیز تم‌های اصلی را می‌سازند. قضاوت پژوهشگر در انتخاب تم، جزء جدایی ناپذیر روش تحلیل تم است (براون و کلارک^{۵۵}، ۲۰۰۶).

۳-۲- ایجاد کدها

کدها^{۵۶} عبارت‌اند از ویژگی‌ای از داده‌ها (معنایی یا محتوایی) که برای تحلیل، جالب به نظر می‌رسند. کدها در کنار هم و در پیوند با هم، تم‌ها را تشکیل می‌دهند. در تعریف کدها سه عامل در نظر گرفته خواهد شد: عامل ۱) حرف انگلیسی، معرف نوع داده (متن یا مصاحبه) است که کد با آن شروع می‌شود. بر این اساس از علائم زیر استفاده شده است:

- متن‌های بررسی شده؛ علامت T اختصار کلمه Text
- مصاحبه‌های اکتشافی؛ علامت EI اختصار کلمه Exploratory Interview
- مصاحبه‌های اصلی؛ علامت MI اختصار کلمه Main Interview

عامل ۲) شماره‌ی متون علمی یا فرد مصاحبه شونده است که از ۰۱ به بعد شماره‌گذاری شده است.

عامل ۳) شماره‌ی کدهای مربوط به یک متن علمی خاص یا یک نقل قول است که از ۰۱ به بعد شماره‌گذاری شده است (براون و کلارک، ۲۰۰۶). در جدول ۱، نحوه کدگذاری داده‌ها در روش تحلیل تم مشخص شده است.

کمی دارند، از معیار اعتمادپذیری یا قابلیت اعتماد جهت ارجاع به ارزیابی کیفیت نتایج کیفی استفاده می‌کنند (توینینگ^{۵۸}، ۲۰۰۰). گوبا و لینکلن قابلیت اعتماد را شامل چهار معیار قابل قبول بودن، انتقال پذیری، قابلیت اطمینان و تأییدپذیری می‌دانند (سینکوویکس^{۵۹} و همکاران، ۲۰۰۸). در این پژوهش به پیروی از ترابی و همکاران (۱۳۹۴)، از استراتژی جدول ۲ برای اعتمادپذیری یافته‌های پژوهش استفاده شده است.

مربوط به مصاحبه‌ها با استفاده از یک دستگاه مناسب ضبط صوت، ضبط گردیده و در مدت زمان کوتاهی پس از انجام هر مصاحبه در نرم افزار Microsoft Word به صورت متنی مکتوب شد.

۳-۵- اعتمادپذیری یافته‌های پژوهش

اکثر روش‌شناسان کیفی به جای استفاده از واژگان روایی و پایایی که اساساً و از لحاظ مبانی فلسفی ریشه در پارادایم

جدول ۲: روش‌های اعتمادپذیری یافته‌های پژوهش

معیار	زیر معیارها	استراتژی تأمین	اقدام صورت گرفته
روایی ورودی‌های پژوهش	روایی داده‌های پژوهش	نمونه‌گیری گلوله برفی (نیومن ^{۶۰} ، ۲۰۰۰)	معرفی مصاحبه‌شوندگان بعدی توسط مصاحبه‌شوندگان قبلی
قابل قبول بودن	روایی تحلیل‌های انجام شده در پژوهش	نمونه‌گیری بر مبنای اعتبار (اسنو ^{۶۱} و همکاران، ۱۹۸۱)	انتخاب مصاحبه‌شوندگان براساس توصیه خبرگان حوزه پایداری شرکتی
	روایی تحلیل‌های انجام شده در پژوهش	بازخور مشارکت‌کننده	در میان گذاشتن گویه‌های کشف شده با مصاحبه‌شوندگان و دریافت نظرات پیشنهادی
	انتقال پذیری	استفاده از توصیف‌گرهای با حداقل مداخله	استفاده از عبارات توصیفی مانند نقل قول در تفسیرها
	قابلیت اطمینان	استفاده از روش نمونه‌گیری بر مبنای اعتبار	انتخاب مصاحبه‌شوندگان از میان اعضای هیئت علمی دانشگاه‌ها
	تأییدپذیری	وصف تفصیلی همه جزئیات	در اختیار گذاشتن روش اجرای پژوهش با جزئیات کامل ارائه الگوی مفهومی اولیه به ۱۱ نفر از خبرگان رشته‌های مختلف شامل؛ ۴ نفر رشته حسابداری، ۳ نفر رشته اقتصاد، ۱ نفر رشته مدیریت، ۲ نفر رشته روانشناسی و ۱ نفر رشته جامعه‌شناسی با هدف بازبینی و اعمال نظرات اصلاحی
		ارائه جزئیات روش‌ها و داده‌های پژوهش	ارائه الگوی مفهومی طراحی شده به خبرگان مرحله قبل جهت تأیید نهایی

۴- یافته‌های پژوهش

گذاری تم‌های درون داده‌ها پرداخته شد. جدول ۳ نتایج حاصل از تحلیل تم‌ها همراه با دسته‌های تم و ذکر کدهای هر یک را نشان می‌دهد.

برای یافتن تم‌ها، داده‌های کیفی حاصل از بررسی متن‌ها و مصاحبه‌ها، کدگذاری و دسته‌بندی شده، سپس به تعیین و نام-

جدول ۳: تحلیل تم همراه با کدهای هر تم

تم‌های اصلی	تم‌های فرعی	تم‌های جزئی	کدها
ویژگی‌های ساختاری شرکت	ویژگی‌های ساختاری شرکت	سازوکارهای حاکمیت شرکتی - سرمایه فکری - چرخه عمر - کاربر یا سرمایه‌بر بودن عملیات شرکت - ظرفیت پذیرش فناوری‌های پیشرفته - اندازه شرکت - درصد سهام شناور آزاد - نوع صنعت - سابقه شرکت - محل استقرار شرکت	T0101- T0102- T0104- T0109- T0201- T0202- T0401- T0402- T0403- T0404- T0405- T0501- T0502- T0503- T0603- T0701- T0801- T0802- T0901- T0902- T0903- T1001- T1002- T1003- T1004- T1101- T1102- T1103- T1201- T1301- T1302- EI0101- EI0102- EI0111- EI0113- EI0202- EI0203- EI0205- EI0208- EI0304- EI0305- EI0307- EI0311- MI0101- MI0102- MI0107- MI0201- MI0205- MI0303- MI0304- MI0305- MI0401- MI0402- MI0406- MI0409- MI0503- MI0504- MI0507- MI0601- MI0602-

کدها	تم‌های جزئی	تم‌های فرعی	تم‌های اصلی
MI0605- MI0702- MI0705- MI0805- MI0901- MI0903- MI0904- MI1005- MI1006- MI1101- MI1102- MI1106- MI1203- MI1204- MI1207- MI1301- MI1302- MI1405- MI1406- MI1501- MI1502- MI1503- MI1606- MI1607- MI1609- MI1704- MI1705			
T0103- T0108- T0110- EI0110- EI0210- EI0308- EI0312- MI0106- MI0306- MI0405- MI0501- MI0807- MI0808- MI1003- MI1004- MI1205- MI1407- MI1508- MI1601- MI1707- MI1708	پایبندی به اخلاق - نگرش هیئت مدیره و مدیرعامل - نگرش مذهبی مدیران - فرآیند تصمیم‌گیری - افق زمانی تصمیم‌گیری - رضایت شغلی	سطح فردی	عوامل مدیریتی
EI0103- EI0112- EI0204- EI0306- EI0309- MI0206- MI0403- MI0505- MI0703- MI1007- MI1201- MI1208- MI1305- MI1602- MI1603- MI1706	روابط سیاسی شرکت - شهرت اجتماعی شرکت - فرهنگ سازمانی - تعهدات سازمانی - سطح سواد سازمانی - نرخ تبادل کارکنان	سطح سازمانی	
T0203- T0301- T0602- T0604- EI0108- EI0109- EI0206- EI0207- EI0303- EI0313- MI0105- MI0202- MI0203- MI0404- MI0606- MI0704- MI0706- MI0806- MI0905- MI1103- MI1105- MI1401- MI1402- MI1505- MI1604- MI1710	تجربه بین المللی شرکت - مدل‌های کسب و کار - صادرات - رقابت بازار محصول - نوآوری - تنوع‌پذیری محصولات	عوامل تجاری	عوامل تجاری
T0106- T0107- T0504- T0601- EI0106- EI0107- EI0209- EI0211- EI0301- MI0104- MI0302- MI0408- MI0506- MI0604- MI0801- MI0802- MI0906- MI1001- MI1206- MI1303- MI1404- MI1506- MI1507- MI1608- MI1702- MI1709	فرهنگ جامعه - قدرت ذینفعان - فشار رسانه - ها - ویژگی‌های شخصیتی افراد - هویت اجتماعی - مصرف سبز - فرصت‌های شغلی برابر	عوامل اجتماعی	عوامل کلان
T0105- EI0104- EI0105- EI0201- EI0302- EI0310- MI0103- MI0204- MI0301- MI0307- MI0407- MI0502- MI0603- MI0701- MI0803- MI0804- MI0902- MI0907- MI1002- MI1104- MI1202- MI1304- MI1403- MI1408- MI1504- MI1605- MI1701- MI1703	جهانی شدن - سیاست حاکم بر کشور - تحریم - الزامات قانونی	عوامل سیاسی	

حاکمیت شرکتی هم بعد خارجی دارد هم بعد داخلی، در بخش بعد خارجی و فشارهای خارجی که بر مدیران وجود دارد به خاطر همان فرضیه تضاد منافع، در قسمت ابعاد خارجی حاکمیت شرکتی تأثیرش بیشتر است در گزارشگری پایداری شرکتی تا ابعاد داخلی (EI0102).

سازوکارهای حاکمیت شرکتی اگر واقعا به صورت محتوایی نه شکلی بتوانند به وظایف خودشان عمل کنند می‌توانند بسیار زیاد اثر گذار باشند، در ایران حاکمیت شرکتی یا نظام راهبری حالت شکلی دارد تا حالت محتوایی، یعنی واقعا حالت محتوایی آن نقششان را ایفا نمی‌کنند (MI1405).

اگر منابع انسانی را به دو قسمت منابع فیزیکی و منابع فکری تقسیم کنیم، چون یک بعد از منابع انسانی، فکری می‌باشد و منابع انسانی هم جزئی از گزارشگری پایداری است، بنابراین سرمایه فکری هم تأثیر دارد (EI0208).

سرمایه فکری تنها در مقوله اقتصاد نمی‌گنجد، سرمایه فکری در یک مجموعه، شاید یکی از دستاوردهایش همان پایداری شرکتی می‌تواند باشد و در بلندمدت می‌تواند اثرگذار باشد. سرمایه فکری در واقع چون برای یک موضوع می‌آید تمام جوانب را در نظر می‌گیرد طبیعتاً در شرکت‌هایی که سرمایه

تم اصلی اول؛ ویژگی‌های ساختاری شرکت: تم اصلی اول به بررسی ویژگی‌های ساختاری شرکت می‌پردازد.

الف) ویژگی‌های ساختاری شرکت: ویژگی‌های ساختاری شرکت‌ها عوامل بسیار زیادی را در بر می‌گیرد که عوامل غیرمالی آنها شامل سازوکارهای حاکمیت شرکتی، سرمایه فکری، چرخه عمر، کاربر یا سرمایه‌بر بودن، ظرفیت پذیرش فناوری‌های پیشرفته، اندازه شرکت، درصد سهام شناور آزاد، نوع صنعت، سابقه شرکت و محل استقرار شرکت می‌باشد. یکی از مواردی که از مصاحبه‌شوندگان پرسیده شد، این بود که از میان ویژگی‌های ساختاری شرکت چه عواملی بر پایداری شرکتی اثرگذارند؟ (اعداد داخل پرانتز کدهای مربوطه است). تعدادی از پاسخ‌های مصاحبه‌شوندگان به شرح زیر است. از چند بعد ما باید به این موضوع نگاه کنیم، یکی بعد ویژگی‌های ساختاری شرکتی می‌تواند باشد. مثل اندازه شرکت، سابقه شرکت، محل فعالیت شرکت و متغیرهای مالی دیگری که مربوط و خاص آن شرکت هستند یا مثلا خود صنعت که می‌تواند مدنظر باشد و از بعد دیگر که حالا عوامل داخلی می‌توانیم به آن بگوییم، بعد حاکمیت شرکتی که خیلی مهم است و بعد ساختار مالکیت شرکت‌ها که می‌تواند تاثیرگذار باشد (EI0202).

یکی از عوامل اثرگذار پیچیدگی ساختار سرمایه شرکت هست. اینکه چقدر سهم در دست سهامداران است؟ چقدر سهام شناور آزاد دارد؟ (MI0805)

یکی از بحث‌هایی که خیلی مهم است بحث نوع صنعت هست و حساسیت‌های اجتماعی و زیست محیطی که به شرکت وجود دارد (MI0602).

نوع صنعت و مدل کسب و کار بیشتر در بعد محیط زیست به نظر من تاثیر دارد، ولی به نظر من شرکت‌هایی که به طور مستقیم با منابع طبیعی در ارتباطند در آن شرکت‌ها بحث پایداری شرکتی بیشتر معنی پیدا می‌کند (MI0409).

تم اصلی دوم؛ عوامل مدیریتی: تم اصلی دوم به بررسی عوامل مدیریتی اثرگذار بر پایداری شرکتی می‌پردازد. این تم اصلی خود دارای دو تم فرعی در سطح فردی و سازمانی می‌باشد.

الف) سطح فردی: در این سطح عوامل و محرک‌های غیرمالی مانند پایبندی به اخلاق، نگرش هیئت مدیره و مدیرعامل، نگرش مذهبی مدیران، فرآیند تصمیم‌گیری، افق زمانی تصمیم‌گیری و رضایت شغلی بررسی می‌شوند. تعدادی از پاسخ‌های مصاحبه‌شوندگان که به این عوامل اشاره کرده‌اند در ادامه ارائه شده است.

در رابطه با عوامل مؤثر بر پایداری شرکتی، باور و اعتقادات مدیران و پایبندی آنها به اصول اخلاقی بسیار مهم است (MI0106).

به نظر می‌رسد اولین عامل مؤثر می‌تواند تغییر نگرش و دیدگاه تمامی افراد جامعه، بالاخص مدیران شرکت‌ها نسبت به سود باشد به گونه‌ای که هدف مدیریت تنها افزایش سود شرکت بدون توجه به اهداف پایداری شرکتی نباشد (MI1601).

مسیر و مراحل اتخاذ تصمیم در شرکت می‌تواند بسیار مؤثر باشد. اینکه تصمیمی برای اینکه به مرحله اجرا درآید چه مسیر و فرآیندی را باید طی کند. طبیعتاً ممکن است سهامداران در رابطه با هزینه کردن برای پایداری شرکتی مخالفت کنند و در برابر این تصمیمات مقاومت کنند (EI0308).

دید بلندمدت داشتن افرادی که در شرکت تصمیم‌گیرنده هستند و توجه آنها به نسل‌های آینده، از محرک‌های اصلی پایداری است (MI1407).

انگیزه کارکنان شرکت‌ها و میزان رضایت آنها از شرایط کاریشان و تأمین شدن آنها از نظر مالی و روحی می‌تواند بر اجرای پایداری شرکتی خیلی اثر بگذارد (EI0110).

فکری آنها غنی‌تر هست مطمئناً مسئله پایداری شرکتی بیشتر مورد توجه قرار می‌گیرد (MI1501).

اینکه شرکت در چه مرحله‌ای از رشد است، در مرحله بلوغه، در حال رشد است، شرکت نوپاست، شرکت قدیمی است، انتظارات از آینده این شرکت چیست؟ یکی از روش‌هایی که من فکر میکنم شرکت‌هایی که در حال رشد هستند می‌توانند مطرح کنند و روی آن مانور دهند، رعایت همین جنبه‌های پایداری شرکتی است (MI0205).

هر چه قدر شرکت سرمایه‌بر باشد قضیه یک جور می‌شود و کاربر باشد جور دیگر. شما وقتی کاربر باشید رابطه‌تان در منابع انسانی، اتحادیه‌های کارگری مربوط به آنها و روابط انسانی گسترده‌تر می‌شود و با انسان‌های بیشتری باید سروکار داشته باشید (EI0307).

فناوری‌ها و تجهیزات پیشرفته خیلی نقش دارد، البته در صنایعی که حساس هستند به مسائل اجتماعی و زیست محیطی این مسئله بیشتر نمود دارد (EI0113).

فناوری و تکنولوژی‌های پیشرفته در ابعاد زیست محیطی فوق‌العاده کمک می‌کنند، مثلاً شما صنایع سیمان را با هم مقایسه کنید، آنهایی که تکنولوژی‌شان صنعت سیمان سبز است مقدار آلاینده‌ها بسیار کم است و اصلاً قابل مقایسه با شرکت‌هایی که از این تکنولوژی استفاده نمی‌کنند، نیست (MI0605).

زیرساخت‌های لازم هم برای شرکت و هم برای پیاده‌سازی اندازه‌گیری‌هایی که در رابطه با پایداری انجام می‌شود، باید وجود داشته باشد که حالا این زیرساخت‌ها ممکن است شامل افراد متخصص باشد، زیرساخت‌های کامپیوتری و سیستم‌های اطلاعاتی و یا تکنولوژی‌های پیشرفته روز دنیا باشد (MI1005).

یکی از ابعاد پایداری شرکتی بعد زیست محیطی است، من فکر میکنم برای کاهش آلاینده‌ها و کاهش مصرف انرژی ما ناگزیریم از تکنولوژی‌های نو و روزآمد استفاده کنیم (EI0311).

اندازه شرکت خیلی در افشای پایداری شرکتی به نظر من مهم است، شرکت‌های بزرگی مثل فولاد به این دلیل که مرکز توجه‌اند، بیشتر شاخص‌های پایداری را افشا می‌کند (MI0304).

شرکت‌های بزرگ قطعاً به مسائل اجتماعی توجه دارند، به محیط زیست توجه دارند و به اقتصاد جامعه توجه دارند که جزء آیتم‌های پایداری شرکتی است، ولی شرکت‌های کوچک تقریباً ممکن است خیلی با این مسائل آشنا نباشند و خودشان را ملزم به انجام چنین امری ندانند (MI0702).

شوندگان که به اثرگذاری این عوامل بر پایداری شرکتی اشاره کرده‌اند به شرح زیر است.

مبادلات در سطح بین‌المللی، تهیه مواد اولیه با آلاینده‌گی کمتر از کشورهای توسعه یافته و پیشرو در مسیر پایداری، صادرات و ورود به بازارهای جهانی، شرکت‌ها را به سمت توجه به پایداری شرکتی سوق می‌دهد (MI0905).

شاید یکی از دلایلی که در ایران کمتر به دنبال پایداری شرکتی رفتند همین بحث رقابت هست و نداشتن جایگاه رقابتی شرکت‌های ایرانی در سطوح بین‌المللی. بیشتر شرکت‌های ایرانی در حال حاضر توانایی و تجربه حضور در بازارهای جهانی و بین‌المللی را ندارند (EI0109).

مسئله مدل کسب و کار شرکت‌ها بسیار مهم است، شرکتی که فعالیت تولیدی انجام می‌دهد، شرکتی که بیشتر با ماشین‌آلات و تجهیزات سروکار دارد و آلودگی محیط زیست دارد با یک شرکت بازرگانی یا خدماتی که بیشتر با نیروی انسانی سروکار دارد متفاوت هستند از نظر پایداری شرکتی (MI1103).

یکی از عوامل مؤثر بر افشای پایداری شرکتی می‌تواند رقابت باشد. هر چقدر رقابت گسترده‌تر باشد قطعاً شرکت‌ها به دنبال افشای بیشتر این مقوله هستند اما در شرایطی که انحصار وجود دارد مگر این که الزامات قانونی وجود داشته باشد، و گرنه خیلی شرکت‌ها شاید لطفی برایشان نداشته باشد که بیابند اطلاعاتی در مورد پایداری شرکتی افشا کنند (MI1401).

در گزارشگری پایداری، نوآوری و تنوع‌پذیری محصولات را می‌توان پرداختن به اولویت‌های مشتری، تأمین نیاز مشتری و احترام به مشتری در نظر گرفت. همین که ما فکر می‌کنیم نوآوری و ایجاد تنوع در محصول یک نوع رفاه برای مشتری به همراه می‌آورد، یک نوع رفاه اجتماعی ایجاد می‌کند، می‌تواند مؤثر باشد (EI0313).

تم اصلی چهارم؛ عوامل کلان: تم اصلی چهارم دارای دو تم فرعی عوامل اجتماعی و عوامل سیاسی است.

الف) عوامل اجتماعی: تم فرعی عوامل اجتماعی به هفت عامل غیرمالی شامل فرهنگ جامعه، قدرت ذینفعان، فشار رسانه‌ها، ویژگی‌های شخصیتی افراد، هویت اجتماعی، مصرف سبز و فرصت‌های شغلی برابر اشاره دارد.

حسابداری یک دانش اجتماعی است، فرهنگ خیلی بر پایداری تأثیر دارد مثل فرهنگ استفاده زیاد از ظروف پلاستیکی و یکبار مصرف (MI1506).

ب) سطح سازمانی: در این سطح به عوامل غیرمالی شامل ارتباطات سیاسی شرکت، شهرت اجتماعی شرکت، فرهنگ سازمانی، تعهدات سازمانی، سطح سواد سازمانی و نرخ تبادل کارکنان اشاره شده است.

شرکت‌های قدرتمندی که ارتباطات سیاسی دارند در مقابل موضوع پایداری شرکتی مقاومت می‌کنند و یا از دستور کار به نحوی خارج می‌کنند. شرکت‌هایی که قدرتمند هستند، شرکت‌هایی که ارتباطات سیاسی دارند برای پوشاندن هزینه‌هایی که برای جامعه ایجاد می‌کنند از ارتباطات سیاسی خودشان استفاده می‌کنند. احتمالاً افراد این شرکت‌ها موافقی برای شرکت‌های دیگر برای افشای پایداری شرکتی باشند و یا شرکت‌های افشاکننده‌ی پایداری شرکتی را دچار مشکلات و محدودیت‌های بکنند که شرکت‌های دیگر هم از این مسائل بگذرند (EI0306).

عامل دیگر در مورد افشای پایداری شرکتی، کسب اعتبار و شهرت برای شرکت است، مثلاً شرکت‌هایی که در واقع به دنبال کسب اعتبار هستند، سود آنها خیلی به چشم مردم نمی‌آید (MI1305).

به پیروی از تئوری‌های اخلاقی یکی از چیزهای خیلی مهم، فرهنگ سازمانی یا پایبندی به ارزش‌های اجتماعی و هنجارهایی که در درون سازمان وجود دارد، هست (EI0103).

تعهد سازمانی یکی از مسائلی هست که ریشه در بحث‌های اخلاقی و رفتاری دارد و بر پایداری اثر دارد (MI0505). اگر شرکت مثلاً نیروی انسانی و کارکنانی داشته باشند که تخصص داشته باشند و تحصیلات متناسب با حرفه خود داشته باشند، حالا در همه سطوح چه سطوح بالا و چه سطوح پایین، طبیعتاً بر پایداری تأثیرگذار است (MI1201).

ثبات مدیران و کارکنان خودش انگیزه‌ای برای برنامه‌ریزی بلندمدت و توجه به آینده است ولی شرکتی که کارکنانش تبادل و جابه‌جایی زیادی دارند فقط به اهداف کوتاه‌مدت مثل پاداش تمرکز می‌کنند تا مسائل زیست‌محیطی و اجتماعی (MI1007).

تم اصلی سوم؛ عوامل تجاری: تم اصلی سوم شامل عوامل بیرون سازمانی است که خارج از سازمان‌ها هستند اما بر فعالیت سازمان‌ها اثر مستقیم دارند.

الف) عوامل تجاری: عوامل تجاری شامل عوامل بسیار مهمی در دنیای تجاری امروز همچون تجربه بین‌المللی شرکت، مدل‌های کسب و کار، صادرات، رقابت بازار محصول، نوآوری و تنوع‌پذیری محصولات می‌باشد. پاسخ‌های تعدادی از مصاحبه-

ما محصولاتی را می‌خواهیم که فقط قیمت آن پایین‌تر باشد، یعنی ما نسبت به آینده کاری نداشته و بی تفاوت هستیم (MI1709).

در جامعه‌ای که همه افراد بتوانند فرصت‌های برابری برای به دست آوردن شغل داشته باشند یعنی ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای و صلاحیت آنها مدنظر قرار بگیرد، در شرکت‌هایی که در چنین جامعه‌ای هستند پایداری شرکتی بهتر اجرا می‌شود (MI0604).

ب) عوامل سیاسی: تم فرعی عوامل سیاسی، سیاست حاکم بر کشور، جهانی شدن، تحریم و همچنین الزامات قانونی را در بر می‌گیرد.

خواست عمومی سیاست‌گذاران را باید بگوییم که وجود داشته باشد، یعنی اینکه کسانی که مسئولیت سیاسی دارند و می‌توانند قانون‌گذاری کنند، در حقیقت آنها هم بخواهند که پایداری شرکتی انجام شود و شرکت‌ها مجبور به این کار شوند (EI0302).

آن چیزی که می‌تواند محرک اصلی پایداری باشد، فشارهای رقابتی و جهانی‌سازی است که در کشور غالب هست (EI0201).

شرایط سیاسی و اقتصادی حاکم بر کشور و بحث تحریم‌ها عواملی هستند که پایداری شرکتی را به شدت تحت تأثیر قرار می‌دهند (MI0907).

با توجه به اینکه بحث پایداری شرکتی الزام آور نیست در شرکت‌های ایرانی و واحدهای تجاری ما، و هنوز استانداردهایی که بخواهد الزام کند واحدهای تجاری را که بحث پایداری شرکتی را بیشتر مطرح کنند و فعالیت‌هایشان را در این زمینه افشا کنند، وجود ندارد، شرکت‌ها بیشتر جنبه‌های مثبت پایداری شرکتی را مطرح می‌کنند نه جنبه‌های منفی را (MI1104).

مهم‌ترین عامل در ایران جنبه الزامی بودنش هست، یعنی اینکه ما در این زمینه قانون داشته باشیم و سازمان بورس بیاید و این را الزام کند، این جنبه الزامی بودن از همه بیشتر می‌تواند بر پایداری مؤثر باشد (MI0701).

قطعاً باید برای پایداری شرکتی استاندارد تدوین شود. ما هر چه بیشتر جلو می‌رویم این را بیشتر احساس می‌کنیم. یک زمانی آب و هوا جزو کالاهای رایگان بود، اما هر چه جلوتر می‌رویم مشکلات در زمینه آب و هوا بیشتر می‌شود (MI1002).

از دیدگاه مصاحبه‌شوندگان عوامل غیرمالی زیادی بر اجرا و افشای پایداری شرکتی مؤثرند، اما عواملی همچون سیاست حاکم بر کشور، فرهنگ جامعه، الزامات قانونی، سازوکارهای حاکمیت شرکتی، نگرش هیئت مدیره و مدیرعامل، نوع صنعت

یکی از عوامل مؤثر، پاسخ‌خواهی جامعه است. در نظام پاسخگویی یک طرف پاسخ‌خواه هست و یک طرف پاسخگو، هر کدام اهمال کنند نتیجه‌اش به ضرر جامعه است. یعنی پاسخ-خواه باید حقتش را مطالبه کند، یعنی پاسخ‌خواهی مطالبه‌گری است و پاسخگویی تکلیف است و دل بخواهی نیست. جامعه سالم جامعه‌ای است که مدیران در اتاق شیشه‌ای کار می‌کنند، عین اکواریوم است، شهروندان شما را می‌بینند. بنابراین در یک همچین جامعه‌ای اختلاس وجود ندارد یا به حداقل ممکن می‌رسد، اتلاف منابع به حداقل ممکن می‌رسد، چرا؟ به دلیل اینکه همه چشم‌ها بر روی مسئولین است (MI1404).

اولین چیزی که وجود دارد این است که اولاً یک خواست عمومی در جامعه وجود داشته باشد که پایداری شرکتی را قبول داشته باشند و بخواهند شرکت‌ها به سمت پایداری پیش روند (EI0301).

بعضی از شرکت‌ها اصلاً احتیاجی نمی‌بینند که پاسخ دهند در جامعه، چون اصلاً مردم مطالبه‌ای ندارند و این به نظرم در شهرهای مختلف تفاوت دارد، مثلاً در برخی از شهرها ممکن است اصلاً برایشان مهم نباشد که یک شرکتی پایداری را رعایت کند. ولی مردم بعضی شهرها خیلی مطالبه‌گرند در همه زمینه-ها، از شهرداری مطالبه‌گرند، از دولت مطالبه‌گرند و از شرکت‌ها مطالبه‌گرند. به نظرم فرهنگ شهرهای مختلف خیلی عامل مهمی است در پایداری شرکتی (MI0906).

وقتی دیدگاه مجمع و سهامداران دیدگاه سود باشد، همان دیدگاه محدود سنتی باشد، هیئت مدیره اگر همچین گزارشی دهد نه تنها تشویق نمی‌شود، شاید تنبیه هم شود (MI0104). فشار رسانه‌ها خیلی تأثیر دارد، چون در مبحث پاسخگویی، وقتی داریم بحث پاسخگویی عمومی را مطرح می‌کنیم یکی از اهرم‌های پاسخگویی می‌شود فشار رسانه‌ها (EI0211).

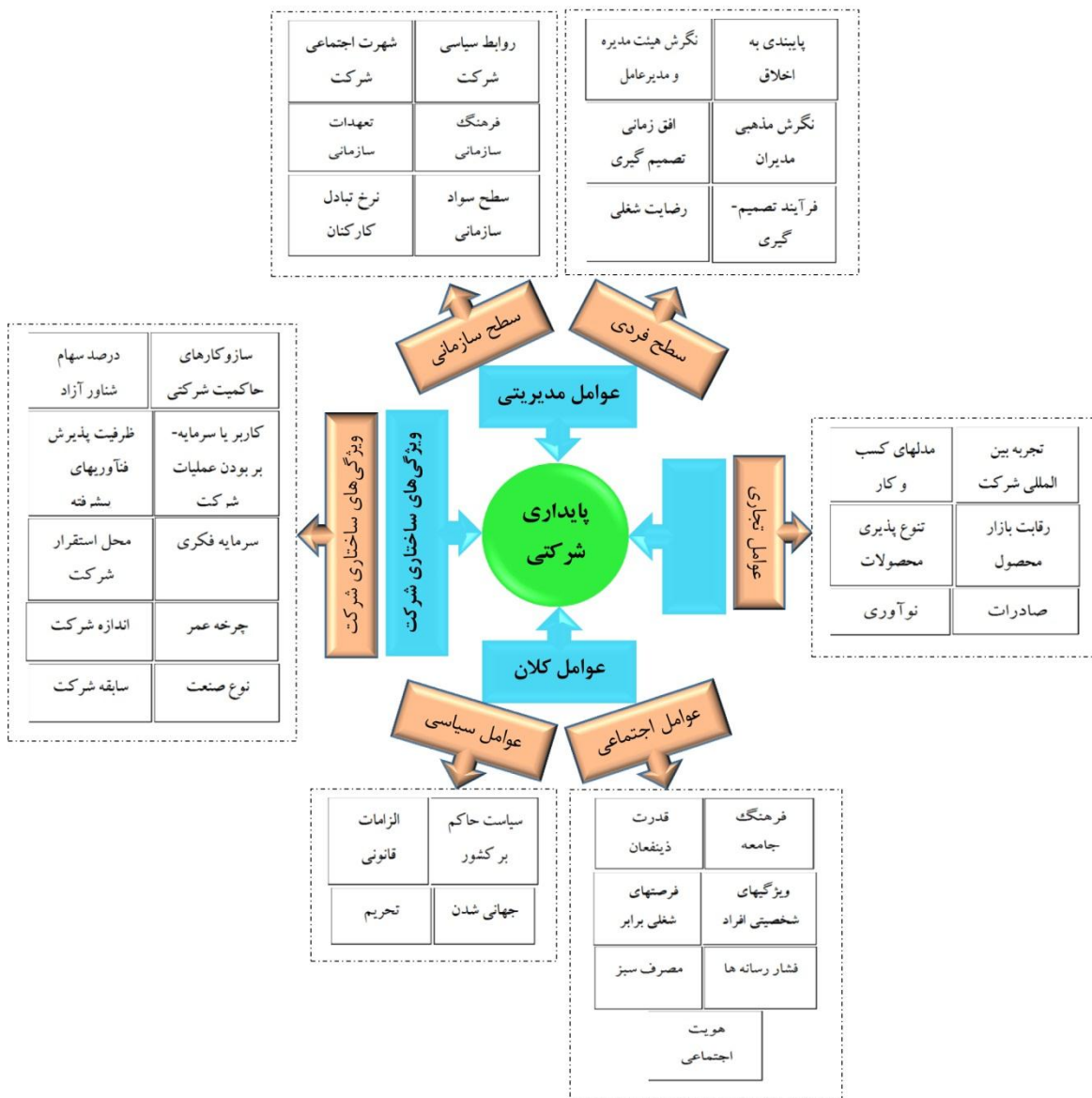
یکی از عوامل بحث ویژگی شخصیتی افراد هست، وقتی فردی خودش شرایط را می‌داند و در زمینه پایداری هزینه می‌کند یعنی به محیط زیست و اجتماع اهمیت می‌دهد (MI0408).

یکی از عواملی که بر پایداری شرکتی اثر دارد هویت اجتماعی است. هویت افراد با توجه به جامعه‌ای که در آن زندگی می‌کنند شکل می‌گیرد و تحت تأثیر اخلاقیات، باورها و اعتقادات و فرهنگ جامعه است و می‌تواند خیلی مؤثر باشد (EI0107).

هر چه افراد جامعه تقاضایشان برای محصولات پایدارتر، بیشتر باشد خب مسلماً پایداری شرکتی هم بهتر می‌تواند انجام شود. حالا نسبت به جامعه‌ای که فرهنگ عمومی این است که

و ظرفیت پذیرش فناوری‌های پیشرفته از اهمیت بیشتری برخوردارند. در رابطه با اینکه در ایران ابتدا باید الزامات قانونی

وضع شود یا فرهنگ جامعه ارتقا یابد، در بین خبرگان اختلاف نظر هست که در ادامه به تعدادی از آنها اشاره شده است.



شکل ۱: الگوی مفهومی عوامل غیرمالی مؤثر بر پایداری شرکتی در ایران

بقیه زمینه‌ها معمولاً قوانین چربش داشته نسبت به کارهای فرهنگی.

دیدگاه دوم: در جامعه ما مخصوصاً چون قوانین حامی اجتماع و محیط زیست بسیار کم است، اول لازم هست که یک شناخت اجتماعی از این موضوع حاصل شود. من احساس می‌کنم تا فرهنگ اولیه‌اش در جامعه شکل نگیرد، تدوین قوانین باعث می‌شود که قوانین صرفاً روی کاغذ اجرا شود و نه در عمل و گرنه اگر ما بیایم قانونی را تصویب کنیم و بعد شروع کنیم به

الگوی مفهومی پژوهش براساس نتایج حاصل از کدگذاری متن‌ها و مصاحبه‌ها با استفاده از روش تحلیل تم، طراحی و در شکل ۱ ارائه شده است.

دیدگاه اول: به نظر من ارتقای سطح فرهنگ جامعه به تنهایی نمی‌تواند بهبود یابد. ارتقای سطح فرهنگ هم زمانبر است، مضافاً اینکه طیف مختلفی از اقشار جامعه را در بر می‌گیرد و به راحتی فراگیر و همه‌گیر نمی‌شود ولی الزامات قانونی در مدت زمان کوتاه‌تری جواب می‌دهد. تجربه نشان داده که در

اجرا کردن، این می‌شود مثل کارهای خصوصی‌سازی که بدون فرهنگ اولیه کارهایی را انجام دادیم.

دیدگاه سوم: پایداری شرکتی نیازمند الزامات قانونی است در درجه اول. قوانین در صورت درست اجرا شدن کم کم به فرهنگ تبدیل می‌شوند، یعنی فرهنگ به خودی خود به وجود نمی‌آید. دولت‌ها می‌توانند بر روی فرهنگ مردم تاثیرگذار باشند. یعنی اگر شما بخواهید مفهومی در جامعه جا بیفتد خود دولتمردان باید پیشرو باشند، بنابراین به نظر من ابتدا باید یکسری قوانین و مقررات الزام آور در رابطه با پایداری شرکتی وضع شود و بعد به تدریج مردم عادت کنند به صورت فرهنگ دربیاید. یعنی الزام قانونی اول است و بعد فرهنگ، یعنی الزام قانونی به خودی خود بر فرهنگ‌سازی تاثیرگذار است.

دیدگاه چهارم: در همه جوامع و در همه زمینه‌ها، یکسری الزامات قانونی وجود دارد اما ضمانت اجرا ندارد آن هم به دلیلی برمی‌گردد به ضعف فرهنگی. فرهنگ از درون می‌جوشد و نیازی به کنترل و الزام ندارد و وقتی که اکثریت جامعه به این شکل فکر می‌کنند مطمئناً خارج از هر نوع الزام قانونی می‌آیند و آن چیزی را که به آن اعتقاد دارند و از درونشان شکل گرفته را انجام می‌دهند و به آن پایبندند. به اعتقاد من فرهنگ مقدم بر قانون است و لازم است در رابطه با پایداری شرکتی اول فرهنگ سازی شود و بعد الزامات قانونی وضع شود.

۵- نتیجه‌گیری و بحث

توسعه پایدار به استراتژی با اهمیتی برای شرکت‌ها تبدیل شده است. در پایداری شرکتی رشد اقتصادی، عدالت اجتماعی و حفاظت از محیط زیست به یک اندازه مورد توجه قرار می‌گیرد. ریشه مفهوم پایداری شرکتی به توسعه پایدار برمی‌گردد، در این نگرش شرکت‌ها به عنوان شهروند نسبت به ذینفعان در کلیه ابعاد اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی و رعایت حقوق بین نسلی در تمام فعالیت‌ها و تصمیمات، مسئول هستند. یکی از مهمترین اهداف پایداری شرکتی ایجاد تعادل بین نسل فعلی و نسل‌های آینده است، به عبارت دیگر در پایداری شرکتی بحث تخصیص بهینه منابع در بلندمدت مطرح است. از آنجایی که گزارشگری مالی به تنهایی نمی‌تواند تأمین‌کننده همه نیازهای اطلاعاتی ذینفعان باشد، شرکت‌ها برای پر کردن شکاف بین گزارشگری مالی و غیرمالی، به گزارشگری پایداری روی آوردند تا بخشی از این خلاء و عدم تقارن اطلاعاتی با گزارشگری پایداری مرتفع گردد و اعتماد و اطمینان سرمایه‌گذاران و سهامداران به شرکت و هیئت مدیره افزایش یابد. علاوه بر این کاهش آلودگی‌های زیست‌محیطی، ارتقای رفاه

اجتماعی، افزایش سلامت مالی شرکت‌ها و سودآوری بلندمدت از مهمترین مزایای اجرای پایداری شرکتی است.

عوامل مالی و غیرمالی زیادی بر پایداری شرکتی اثرگذارند. با توجه به اهمیت بالای عوامل غیرمالی و عدم توجه پژوهش‌های پیشین به این عوامل، در این پژوهش تلاش شد با استفاده از رویکرد کیفی و کدگذاری متن‌ها و مصاحبه‌های انجام شده براساس روش تحلیل تم، الگویی مفهومی متناسب با شرایط اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی ایران که در محیط اقتصادی و بازار سرمایه کاربرد داشته و رهنمودی جهت توسعه پایداری شرکتی باشد، ارائه شود. شناسایی ابعاد، مؤلفه و شاخص‌های مؤثر بر پایداری شرکتی، باعث می‌شود که قانون-گذاران، متولیان بازار سرمایه و شرکت‌ها تلاش نموده تا با به-کارگیری این عوامل، پایداری شرکتی را اجرا و افشا نمایند.

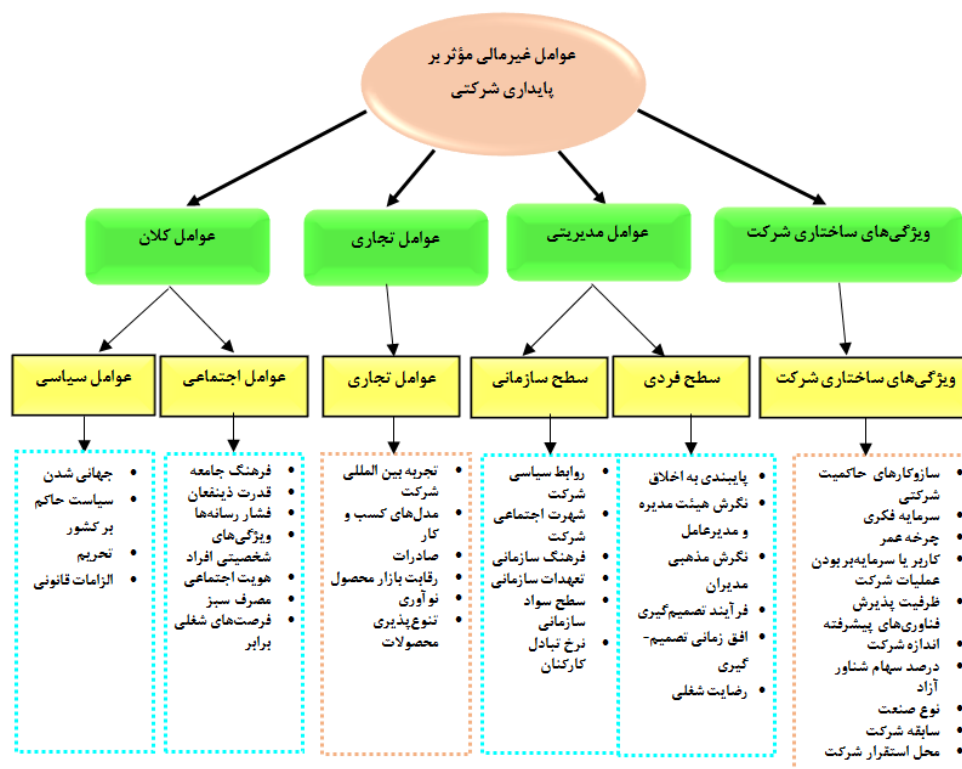
شکل ۲، الگوی نهایی عوامل غیرمالی مؤثر بر پایداری شرکتی، موضوع پرسش پژوهش را ارائه می‌دهد. براساس الگوی طراحی شده، ۴ بعد شامل؛ ویژگی‌های ساختاری شرکت، عوامل مدیریتی، عوامل تجاری و عوامل کلان بر پایداری شرکتی مؤثر هستند. ویژگی‌های ساختاری شرکت شامل ۱۰ شاخص سازوکارهای حاکمیت شرکتی، سرمایه فکری، چرخه عمر، کاربر یا سرمایه‌بر بودن عملیات شرکت، ظرفیت پذیرش فناوری‌های پیشرفته، اندازه شرکت، درصد سهام شناور آزاد، نوع صنعت، سابقه شرکت و محل استقرار شرکت می‌باشد. مطابق یافته‌های پژوهش توجه و اهتمام شرکت‌ها بر تقویت عواملی همچون سازوکارهای حاکمیت شرکتی و سرمایه فکری و همچنین فراهم آوردن بسترهای لازم جهت استفاده از فناوری‌های پیشرفته‌ی روز دنیا می‌تواند باعث بهبود عملکرد پایدار در شرکت‌ها شود.

عوامل مدیریتی شامل دو مؤلفه سطح فردی و سطح سازمانی می‌باشد. پایبندی به اخلاق، نگرش هیئت مدیره و مدیرعامل، نگرش مذهبی مدیران، فرآیند تصمیم‌گیری، افق زمانی تصمیم‌گیری و رضایت شغلی شاخص‌های سطح فردی و روابط سیاسی شرکت، شهرت اجتماعی شرکت، فرهنگ سازمانی، تعهدات سازمانی، سطح سواد سازمانی و نرخ تبادل کارکنان شاخص‌های سطح سازمانی می‌باشند. یافته‌ها نشان می‌دهد انتخاب مدیران و کارکنانی با نگرش مذهبی، پایبند به مسائل اخلاقی و دارای دیدگاه بلندمدت در تصمیم‌گیری و همچنین سرمایه‌گذاری در زمینه آموزش و افزایش تخصص و مهارت‌های کارکنان جهت ارتقای سطح سواد، تعهدات و فرهنگ سازمانی باعث بهبود پایداری شرکتی می‌شود.

عوامل تجاری شامل ۶ شاخص تجربه بین المللی شرکت، مدل‌های کسب و کار، صادرات، رقابت بازار محصول، نوآوری و

اجتماعی، مصرف سبز و فرصت‌های شغلی برابر، و عوامل سیاسی ۴ شاخص جهانی شدن، سیاست حاکم بر کشور، تحریم و الزامات قانونی را شامل می‌شود. با توجه به شاخص‌های شناسایی شده، ارتقای سطح فرهنگ جامعه، توجه به مسائل زیست‌محیطی و گرایش به مصرف سبز، ارتباط با بازارهای جهانی و حرکت در مسیر جهانی شدن، تدوین استانداردها و الزامات قانونی لازمه بهبود پایداری شرکتی است.

تنوع‌پذیری محصولات می‌باشد. می‌توان از یافته‌ها استنباط کرد که چنانچه دولت زمینه‌های لازم جهت حضور در بازارهای جهانی را برای شرکت‌ها فراهم کرده و شرکت‌ها نیز متناسب با نیازها و خواسته‌های جهان امروز محصولاتی متنوع و نوآورانه تولید کنند شرایط برای تقویت پایداری شرکتی فراهم می‌شود. عوامل کلان شامل مؤلفه‌های عوامل اجتماعی و عوامل سیاسی است. عوامل اجتماعی ۷ شاخص فرهنگ جامعه، قدرت دین‌فغان، فشار رسانه‌ها، ویژگی‌های شخصیتی افراد، هویت



شکل ۲- الگوی نهایی عوامل غیرمالی مؤثر بر پایداری شرکتی در ایران

اثر برخی عوامل را بر یکی از ابعاد اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی بررسی نموده‌اند. برخی از شاخص‌های شناسایی شده همچون؛ سازوکارهای حاکمیت شرکتی و اندازه شرکت با یافته‌های آدامز (۲۰۰۲)، لورینسو و برانسو (۲۰۱۳)، ندیم و همکاران (۲۰۱۷)، ژانگ (۲۰۱۷)، قادرزاده و همکاران (۱۳۹۷)، خوزین و همکاران (۱۳۹۷) و معصومی و همکاران (۱۳۹۷) سازگاری دارد. همچنین شاخص سابقه شرکت با یافته‌های آدامز (۲۰۰۲)، ژانگ (۲۰۱۷)، قادرزاده و همکاران (۱۳۹۷) و معصومی و همکاران (۱۳۹۷) سازگاری دارد.

همواره در هر پژوهشی، محدودیت‌هایی وجود دارد. از آنجایی که پژوهش‌های کیفی، پدیده مورد مطالعه را در بستری

در این پژوهش سرمایه فکری، کاربر یا سرمایه‌بر بودن عملیات شرکت، پایبندی به اخلاق، نگرش مذهبی مدیران، رضایت شغلی، روابط سیاسی شرکت، شهرت اجتماعی شرکت، فرهنگ سازمانی، تعهدات سازمانی، سطح سواد سازمانی، نرخ تبادل کارکنان، مدل‌های کسب و کار، رقابت بازار محصول، تنوع‌پذیری محصولات، فرهنگ جامعه، ویژگی‌های شخصیتی افراد، هویت اجتماعی، مصرف سبز، جهانی شدن، سیاست حاکم بر کشور، تحریم و الزامات قانونی، به عنوان عوامل غیرمالی مؤثر بر پایداری شرکتی شناسایی شده‌اند که در پژوهش‌های پیشین داخلی و خارجی مورد توجه قرار نگرفته‌اند. تاکنون الگویی جامع برای عوامل غیرمالی مؤثر بر پایداری شرکتی طراحی نشده است. اکثر پژوهش‌های داخلی و خارجی

فهرست منابع

- خاص بررسی می‌کنند، امکان تعمیم‌پذیری یافته‌های پژوهش محدود به بستر خاص بوده و لازم است با احتیاط صورت گیرد. با توجه به یافته‌های حاصل از پژوهش، پیشنهادهایی به شرح زیر عنوان می‌شود:
- ۱) با توجه به تأکید خبرگان مبنی بر الزامات قانونی جهت رعایت و افشای پایداری شرکتی، به کمیته تدوین استاندارد سازمان حسابرسی، سازمان بورس اوراق بهادار و سایر نهادهای قانون‌گذار پیشنهاد می‌شود، نسبت به تدوین قوانین و استانداردهای پایداری شرکتی، اقدامات لازم را به عمل آورند.
 - ۲) با توجه به اهمیت فرهنگ، به دولت و سازمان‌های ذی‌ربط پیشنهاد می‌شود با افزایش آگاهی‌های عمومی و تقویت فرهنگ جامعه، زمینه را برای رعایت و افشای پایداری شرکتی فراهم نمایند.
 - ۳) آگاه کردن جامعه و شرکت‌ها نسبت به خطرات زیست محیطی و ایجاد انگیزه در مردم نسبت به مصرف سبز توسط دولت.
 - ۴) مطالبه‌گری و پاسخ‌خواه بودن جامعه نسبت به فعالیت شرکت‌ها و تلاش رسانه‌ها در این راستا.
 - ۵) توجه ویژه به رضایت شغلی کارکنان، تعهدات و سطح سواد سازمانی توسط شرکت‌ها.
 - ۶) ورود شرکت‌ها به بازارهای بین‌المللی و رقابت در بازارهای جهانی.
 - ۷) اعمال مجازات قانونی برای شرکت‌های آلاینده محیط زیست توسط سازمان‌های ذی‌ربط.
- با توجه به اینکه نتایج این پژوهش می‌تواند موجب بسط ادبیات نظری در حوزه پایداری شرکتی در ایران شود، پیشنهادهایی به شرح زیر برای پژوهش‌های آتی عنوان می‌شود:
- ۱) بررسی و آزمون عوامل غیرمالی مؤثر بر پایداری شرکتی، در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران.
 - ۲) طراحی الگوی عوامل مالی مؤثر بر پایداری شرکتی در ایران
 - ۳) بررسی و آزمون عوامل مالی مؤثر بر پایداری شرکتی، در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران.
- * اشرفی، جواد و رهنمای رودپشتی، فریدون و بنی مهد، بهمن. (۱۳۹۸). نظریه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها. دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، سال هشتم، شماره ۳۱، صص ۱۴-۱.
- * ترابی، محسن و سیدنقوی، میرعلی و قربانی‌زاده، وجه‌الله. (۱۳۹۴). الگوی مدیریت منابع انسانی الکترونیک در سازمان‌های دولتی براساس مفروضات خدمات دولتی نوین. مدیریت سازمان‌های دولتی، دوره ۳، شماره ۴، صص ۵۹-۴۳.
- * جامعی، رضا و عزیزی، بنیامین و کرمی، رعنا. (۱۳۹۸). بررسی تأثیر چرخه عمر بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها با توجه بر نقش تعدیلگر منابع و قابلیت‌های مالی سازمانی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. حسابداری ارزشی و رفتاری، سال چهارم، شماره هفتم، صص ۲۴۹-۲۴۱.
- * حساس‌یگانه، یحیی و باباجانی، جعفر و تقوی فرد، محمدتقی و آرین پور، آرشد. (۱۳۹۷). تحلیل عملکرد پایداری زیست محیطی و تأثیر آن بر هزینه سرمایه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. حسابداری ارزشی و رفتاری، سال سوم، شماره پنجم، صص ۳۹-۱.
- * حساس‌یگانه، یحیی و برزگر، قدرت‌الله. (۱۳۹۴). مدلی برای افشاء مسئولیت اجتماعی و پایداری شرکت‌ها و وضعیت موجود آن در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار ایران. فصلنامه بورس اوراق بهادار، سال هشتم، شماره ۲۹، صص ۱۱۰-۹۱.
- * خوزین، علی و طالب نیا، قدرت اله و بنی مهد، بهمن. (۱۳۹۷). بررسی اثر ساختار مالکیت بر توسعه سطح گزارشگری پایداری. حسابداری مدیریت، سال یازدهم، شماره سی و ششم، صص ۱۳-۱.
- * رادفر، رضا. (۱۳۹۱). تدوین استراتژی پایداری با استفاده از برنامه‌ریزی سناریوها با رویکرد منطق فازی جهت ارزیابی بقاء سازمان‌ها. دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، سال اول، شماره چهارم، صص ۵۳-۴۳.
- * سجادی، سید حسین و زراء نژاد، منصور و جعفری، علیرضا. (۱۳۸۸). ویژگی‌های غیرمالی مؤثر بر کیفیت گزارشگری مالی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، دوره ۱۶، شماره ۵۷، صص ۶۸-۵۱.
- * شجاعی، پیام و صادق‌زاده مهارلوئی، محمد و رضانی، حمیدرضا. (۱۳۹۶). تغییر در حسابداری مدیریت و توسعه

- شده بر کیفیت سود. دانش حسابداری، دوره نهم، شماره ۱، پیاپی ۳۲، صص ۳۴-۷.
- * Adams, C. A. (2002). Internal organizational factors influencing corporate social and ethical reporting beyond current theorizing. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 15(2), 223-250.
- * Annunziata, E., Pucci, T., Frey, M., and Zanni, L. (2018). The role of organizational capabilities in attaining corporate sustainability practices and economic performance: Evidence from Italian wine industry. *Journal of Cleaner Production*, 171, 1300-1311.
- * Aras, G., and Crowther, D. (2008). Governance and Sustainability: An investigation into the relationship between corporate governance and corporate sustainability. *Journal of Management Decision*, 46(3), 433-448.
- * Azizul Islam, M. (2009). Social and Environmental Reporting Practices Organizations Operating in, or Sourcing Products from, A Developing Country: Evidence from Bangladesh. University of Dhaka.
- * Brammer, S., and Pavelin, S. (2006). Voluntary Environmental Disclosures by Large UK Companies. *Journal of Business Finance and Accounting*, 33(7), 1168-1188.
- * Braun, V., and Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in psychology*, 3(2), 77-101.
- * Brouwers, H. E. J. (2010). Corporate sustainability and innovation in SMEs: evidence of themes and activities in practice. *Bus. Strat. Env.*, 19, 417-435.
- * Carroll, A. B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of Management Review*, 4(4), 497-505.
- * Cong, Y., and Freedman, M. (2011). Corporate Governance and Environmental Performance and Disclosures, *Advances in Accounting, Incorporating Advances in International Accounting*, 27(1), 223-232.
- * Cooper, D. J., and Sherer, M. J. (1984). The Value of Corporate Accounting Reporting: Arguments for a Political Economy of Accounting. *Accounting, Organizations and Society*, 207-232.
- * Crifo, P., Escrig-Olmedo, E., and Mottis, N. (2018). Corporate Governance as a Key Driver of Corporate Sustainability in France: The Role of Board Members and Investor Relations. *Journal of Business Ethics*.
- * Dekoulou, P., and Trivellas, P. (2017). Organizational structure, innovation performance and customer relationship value in the Greek advertising and media industry. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 32(3), 385-397.
- * Donnelly, R., and Mulcahy, M. (2008). Board structure, ownership, and voluntary disclosure in Ireland. *Corporate Governance*, 16, 416-429.
- * Frimpong, S., and Owusu, Ch. (2012). Corporate social and environmental auditing: Perceived responsibility or regulatory requirement. *Research Journal of Finance and Accounting*, 3(4), 47-56.
- * Guthrie, J., Cuganesan, S., and Ward, L. (2008). Industry Specific Social and Environmental پایداری: یک چارچوب مفهومی با رویکرد نهادگرایی. دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، سال ششم، شماره ۲۳، صص ۴۷-۶۱.
- * فخاری، حسین و ملکیان، اسفندیار و جفائی رهنی، منیر. (۱۳۹۶). تبیین و رتبه‌بندی مؤلفه‌ها و شاخص‌های گزارشگری زیست محیطی، اجتماعی و راهبری شرکتی به روش تحلیل سلسله مراتبی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار. *حسابداری ارزشی و رفتاری*، سال دوم، شماره چهارم، صص ۱۸۷-۱۵۳.
- * قادرزاده، سید کریم و کردستانی، غلامرضا و حقیقت، حمید. (۱۳۹۶). شناسایی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر سطح افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها با رویکرد داده کاوی. پژوهش‌های کاربردی در گزارشگری مالی، سال ششم، شماره ۱۱، صص ۴۶-۷.
- * کاشانی پور، محمد و جندقی، غلامرضا و رحمانی، محمد. (۱۳۹۷). بررسی رابطه بین کیفیت گزارشگری مالی با افشا اطلاعات پایداری شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. پژوهش‌های تجربی حسابداری، سال ششم، شماره ۲۹، صص ۲۱-۱.
- * مجلس شورای اسلامی. (۱۳۹۶). قانون برنامه پنج‌ساله ششم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران. مصوب ۱۳۹۵/۱۲/۱۴.
- * معصومی، سیدرسول و صالح نژاد، سیدحسن و ذبیحی زرین کلایی، علی. (۱۳۹۷). شناسایی متغیرهای مؤثر بر میزان گزارشگری پایداری شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. دانش حسابرسی، سال هجدهم، شماره ۷۰، صص ۲۲۱-۱۹۵.
- * ملکیان، اسفندیار و فخاری، حسین و جفائی رهنی، منیر. (۱۳۹۸). بررسی تأثیر ویژگی‌های هیئت مدیره شرکت بر میزان گزارشگری زیست محیطی، اجتماعی و راهبری شرکتی. دانش حسابداری، دوره دهم، شماره ۲، پیاپی ۳۷، صص ۱۱۲-۷۷.
- * ناصریان، فهیمه و ایمانی، ذکوان و همایون، علی. (۱۳۹۵). بررسی رابطه بین بازده سهام و مسئولیت‌های اجتماعی طی چرخه عمر در شرکت‌های پذیرفته شده بورس اوراق بهادار تهران. پژوهش‌های جدید در مدیریت و حسابداری، سال سوم، شماره یازدهم، صص ۱۸۰-۱۶۷.
- * هومن، حیدرعلی. (۱۳۹۵). راهنمای عملی پژوهش کیفی. انتشارات سمت. چاپ هفتم.
- * ییلویی خمسلویی، مالک و ایزدی نیا، ناصر و عرب صالحی، مهدی. (۱۳۹۷). تأثیر میزان شاخص‌های پایداری افشاء

- * Nadeem, M., Zaman, R., and Saleem, I. (2017). Boardroom gender diversity and corporate sustainability practices: Evidence from Australian Securities Exchange listed firms. *Journal of Cleaner Production*, 194, 874-885.
- * Nakamura, M., Takahashi, T., Vertinsky, I. (2001). Why Japanese firms choose to certify: a study of managerial responses to environmental issues. *J. Env. Econ. Manag*, 42(1), 23-52.
- * Neuman, W. L. (2000). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches*. Boston: Allyn and Bacon.
- * Ng, A. C. and Rezaee, Z. (2015). Business sustainability performance and cost of equity capital. *Journal of Corporate Finance*, 34, 128-149.
- * Peter, T. (2017). Configurations of strategic R&D decisions and financial performance in small-sized and medium-sized firms. *Journal of Business Research*, 74(5), 55-65.
- * Sandhu, H. S., and Kapoor, S. (2010). Corporate social responsibility initiatives: An analysis of voluntary corporate disclosure. *South Asian Journal of Management*, 17(2), 47-80.
- * Saunila, M., Nasiri, M., Ukko, J., and Rantala, T. (2019). Smart technologies and corporate sustainability: The mediation effect of corporate sustainability strategy. *Computers in Industry*, 108, 178-185.
- * Shamimul Islam, M., Tseng, M., and Karia, N. (2019). Assessment of corporate culture in sustainability performance using a hierarchical framework and interdependence relations. *Journal of Cleaner Production*, 217, 676-690.
- * Sinkovics, R. R., Penz, E., and Ghauri, P. N. (2008). Enhancing the Trustworthiness of Qualitative Research in International Business. *MIR*, 48(6), 689-714.
- * Sneirson, J. F. (2009). Green is Good: Sustainability, Profitability, and a New Paradigm for Corporate Governance. *Iowa Law Review*, 94(3), 987-1022.
- * Snow, R. E., Hutcheson, J., and Prather, J. (1981). Using reputational sampling to identify residential clusters of minorities dispersed in a large urban region: Hispanics in Atlanta. in: *Proceedings of the Section on Survey Research Methods*. American Statistical Association, 101-106.
- * Stubbs, W., and Cocklin, C. (2008). Conceptualizing a sustainability business model. *Organization and Environment*, 21(2), 103-127.
- * Swink, M., and Nair, A. (2007). Capturing the competitive advantage of AMT: designmanufacturing integration as a complementary asset. *J. Oper. Manag*, 25(3), 736-754.
- * Thomas, D. (2003). A general inductive approach for qualitative data analysis. University of Auckland, New Zealand.
- * Tomsic, N., Bojnec, S., and Simcic, B. (2015). Corporate sustainability and economic performance in small and medium sized enterprises. *Journal of Cleaner Production*, 108, 603-612.
- * Turban, D. B., and Greening, D. W. (1996). Corporate social performance and organizational Reporting: The Australian Food and Beverage Industry. *Accounting Forum*, 32, 1-15.
- * Hill, C. W., and Jones, T. M. (1992). Stakeholder-agency theory. *Journal of Management Studies*, 29(2), 131-154.
- * Hopkins, M. (2004). Corporate social responsibility. an issue Paper, Working Paper, 27, International Labour Organisation, Geneva.
- * Jeffers, A. E., Beixin, L., Silvia R., and Laurence A. D. (2014). Is It Time for Companies to Capitalize on Sustainability? *The cpa journal*, 84(3), 6-17.
- * Jenkins, H. and Yakovleva, N. (2006). Corporate social responsibility in the mining industry: Exploring trends in social and environmental disclosure. *Journal of Cleaner Production*, 14, 271-284.
- * Jitmaneeroj, B. (2016). Reform priorities for corporate sustainability: environmental, social, governance or economic performance? *Management Decision*, 54(6), 74-89.
- * Jones, M. J. (2010). Accounting for the Environment: Towards a Theoretical Perspective for Environmental Accounting and Reporting. *Accounting Forum*, 34, 123-138.
- * Lai, W. H., Lin, C. C., and Wang, T. C. (2015). Exploring the interoperability of innovation capability and corporate sustainability. *J. Bus. Res*, 68, 867-871.
- * Lang, M., Lins, K. V., and Maffett, M. (2012). Transparency, liquidity, and valuation: International evidence on when transparency matters most. *Journal of Accounting Research*, 50(3), 729-774.
- * Li, N., Toppinen, A., Tuppara, A., Puumalainen, K., and Hujala, M. (2011). Determinants of Sustainability Disclosure in the Global Forest Industry. *Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies*, 16(1), 33-40.
- * Liu, X. (2007). Corporate social responsibility and sustainability in private sectors. *Economics and Management*, 8, 22-26.
- * Lourenco, I. C., Branco, M. C. (2013). Determinants of corporate sustainability performance in emerging markets: The Brazilian case. *Journal of Cleaner Production*, 57, 134-141.
- * Lu, D. (2002). Corporate social responsibility analysis-approaches from economics and legitimacy. Falv Press: Beijing.
- * Mallin, B. C., Farag, H., and Ow-Yonga, K. (2014). Corporate social responsibility and financial performance in Islamic banks. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 103(3), 21-38.
- * Mathews, R. (2008). Personal reflections on a tale of two books: social and environmental accounting research in the past, present and future. *Australian Accounting Business and Finance Journal*, 2, 1-13.
- * Maxwell, J. A. (1992). Understanding and validity in qualitative research. *Harvard Educational Review*, 62, 279-300.
- * Naciti, V. (2019). Corporate governance and board of directors: the effect of a board composition on firm sustainability performance. *Journal of Cleaner Production*, 237, 1-18.

27. Hill and Jones
 28. Azizul Islam
 29. Jeffers
 30. Turban and Greening
 31. Sandhu and Kapoor
 32. Donnelly and Mulcahy
 33. Swink and Nair
 34. Annunziata
 35. Guthrie
 36. Yang
 37. Mallin
 38. Wang
 39. Lourenco and Branco
 40. Nakamura
 41. Tomsic
 42. Dekoulou and Trivellas
 43. Peter
 44. Brouwers
 45. Lai
 46. Ultmann
 47. Nadeem
 48. Adams
 49. Li
 50. Crifo
 51. Saunila
 52. Shamimul Islam
 53. Thematic Analysis
 54. Thomas
 55. Braun and Clarke
 56. Codes
 57. Snowball
 58. Twining
 59. Sinkovics
 60. Neuman
 61. Snow
 62. Maxwell

- attractiveness to prospective employees. *Academy of Management Journal*, 40(3), 658-672.
- * Twining, J. (2000). *A Naturalistic Journey into the Collaboratory: In Search of Understanding for Prospective Participants*. Doctoral Dissertation, Denton: Texas Woman's University.
 - * Ultmann, A. (1985). Data in search of a theory: A critical examination of the relationship among Social Disclosure, and economic Performance of U.S. Firms. *Academy of management Review*, 10(3), 540-557.
 - * Wang, D. S. (2007). *Economics of money banking and financial markets*. Beijing: Perking University Press.
 - * Williams, S. M. (1999). Voluntary Environmental and Social Accounting Disclosure Practices in the Asia-Pacific Region: An International Empirical Test of Political Economy Theory. *the International Journal of Accounting*, 34(2), 209-238.
 - * Xiao, Ch., Wang, Q., Vaart, T., and Donk, D. (2018). When Does Corporate Sustainability Performance Pay off? The Impact of Country-Level Sustainability Performance. *Ecological Economics*, 146, 325-333.
 - * Yang, C. F. (2009). Empirical study on the influential factors of social responsibility of Chinese enterprise. *The Economists*, 1, 69-79.
 - * Zhang, J. (2017). Users' perceptions of the drivers for corporate sustainability disclosures made by Chinese listed companies. *Theses: Doctorates and Masters*, Edith Cowan University.
 - * Zhou, Z. (2005). The vision, format and the meaning of corporate social responsibility. *Theory and Academy*, 5, 9-15.

یادداشت‌ها

1. Ng and Rezaee
2. Lang
3. Zhang
4. Xiao
5. Jitmaneeroj
6. Stubbs and Cocklin
7. Naciti
8. Carroll
9. Lu
10. Hopkins
11. Zhou
12. Liu
13. Aras and Crowther
14. World Committee Environment and Development
15. Sneirson
16. Cong and Freedman
17. Brammer and Pavelin
18. Political economy theory
19. Legitimacy theory
20. Stakeholder theory
21. Institutional theory
22. Jenkins and Yakovleva
23. Cooper and Sherer
24. Williams
25. Mathews
26. Frimpong and Owusu