



Securities & Exchange Organization, Research, Development & Islamic Studies (RDIS)
Journal of Securities and Exchange, Summer 2022, V. 15, No.58, pp. 273-306

Developing a Corporate Integrity Model to Capital Market Prosperity: An Analysis Based on Panel and Focus Group Evaluation¹

Arezoo Ghafari², Meysam Arabzadeh³, Mehdi Safari Gerayli⁴,
Hosein Jabbari⁵

Received: 2022/01/07

Accepted: 2022/06/15

Research Paper

Abstract

Corporate Integrity concept is the basis of combining internal and external functions of the company in order to improve the level of organizational capabilities in the face of expectations that affect the performance nature of companies and can bring effective development capacity of the company. The purpose of this research is developing a corporate integrity model to capital market prosperity by An Analysis Based on Panel and Focus Group Evaluation. The methodology of this research is developmental based on the conceptual and analytical nature of the mentioned result, because it seeks to develop a model of corporate integration at the level of the capital market with the aim of linking internal criteria with external criteria of companies and in terms of data type, it is in the category of mix method research (qualitative/quantitative). In this study, three-time analysis and meta-synthesis of qualitative analysis Delphi in representation system based on interaction with focus groups were used in the quantitative section. The results in the qualitative section, by examining 32 researches in the period 2016 to 2020, indicate the existence of 12 approved researches, according to which there are two categories of Inside Corporate Integrity and Outside Corporate Integrity based on 3 main components of behavioral integration; Structural integrity and social and cultural integrity were identified with 38 propositional themes. Based on Delphi analysis, it was determined that a total of 19 propositional themes entered the analysis phase of the focus group based on systemic representation. Based on the results of the quantitative part is the system of representation model, it was found that in the category of Inside Corporate Integrity, strengthening the independence of the board based on specialization of corporate governance composition has consequences such as strengthening financial reporting structures in timely reflection of news and information. It was also found that in the category of Outside Corporate Integrity, promoting the values of corporate behavior for ethical accountability to stakeholders has consequences such as reducing the cultural component of the distance / gap of expectations between stakeholders and the company.

Key Words: Corporate Integrity, Inside Corporate Integrity, Outside Corporate Integrity

JEL Classification:

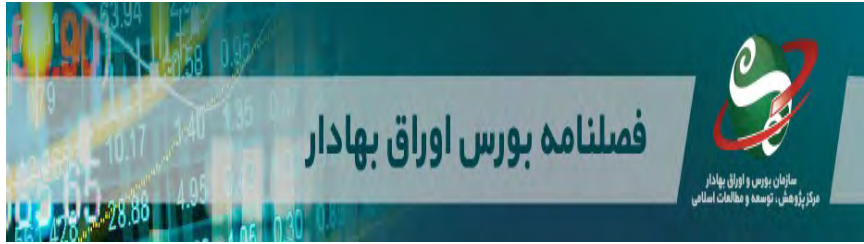
1. DOI: 10.22034/JSE.2021.11680.1772

۲. Department of Accounting, Kashan Branch, Islamic Azad University, Kashan, Iran. (A.ghafari1365@yahoo.com).

3. Department of Accounting, Kashan Branch, Islamic Azad University, Kashan, Iran. (Arabzadeh62@yahoo.com).

4. Associate Professor Department of Accounting, Bandargaz Branch, Islamic Azad University, Bandargaz, Iran. (Mehdi.safari83@yahoo.com).

5. Department of Accounting, Kashan Branch, Islamic Azad University, Kashan, Iran. (hsnjabbari@yahoo.com).



سازمان بورس و اوراق بهادار، مرکز پژوهش، توسعه و مطالعات اسلامی
فصلنامه بورس اوراق بهادار، سال پانزدهم، شماره ۵۸، تابستان ۱۴۰۱، صص ۳۰۶-۲۷۳

توسعه مدل یکپارچگی شرکتی جهت رونق بازار سرمایه: تحلیلی مبتنی بر ارزیابی پانل و گروه‌های کانونی^۱

آرزو غفاری^۲، میثم عرب زاده^۳، مهدی صفری گرایلی^۴، حسین جباری^۵

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۰/۱۷

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۳/۲۵

مقاله پژوهشی

چکیده

ترکیب سرمایه اجتماعی با سرمایه‌های دانشی و انسانی، به عنوان یکی از مهمترین راهبردهای شرکت‌ها در بازار رقابتی محسوب می‌شود که نظریه‌ای تحت عنوان یکپارچگی شرکتی را انسجام بخشیده است. این مفهوم منبانی از ترکیب کارکردهای درون و بیرون شرکت با هدف ارتقای سطح قابلیت‌های سازمانی در روبرویی با انتظاراتی است که بر ماهیت عملکردی شرکت‌ها تاثیر گذار است و ظرفیت‌های توسعه اثربخش شرکت را می‌تواند به ارمغان آورد. هدف این پژوهش توسعه مدل یکپارچگی شرکتی برای رونق بازار سرمایه براساس تحلیلی استوار بر ارزیابی پانل و گروه‌های کانونی است. روش‌شناسی این پژوهش براساس ماهیت مفهومی و تحلیلی یادشده، از نظر نتیجه، توسعه‌ای است، زیرا به دنبال توسعه مدل یکپارچگی شرکتی در سطح بازار سرمایه با هدف پیوند بین معیارهای درونی با معیارهای بیرونی شرکت‌ها است و از نظر نوع داده در دسته پژوهش‌های ترکیبی (کیفی/کمی) قرار می‌گیرد. در این پژوهش از سه تحلیل همزمان فراترکیب و دلفی در بخش کیفی و تحلیل بازنمایی سیستمی براساس تعامل با گروه‌های کانونی در بخش کمی استفاده شد. نتایج در بخش کیفی، با بررسی ۳۲ پژوهش در بازه زمانی ۲۰۱۶ تا ۲۰۲۰ و ۱۳۹۷ تا ۱۳۹۹، از وجود ۱۲ پژوهش تایید شده حکایت دارد که براساس آن دو مقوله یکپارچگی درون شرکتی و یکپارچگی فراشرکتی براساس ۳ مولفه اصلی یکپارچگی رفتاری؛ یکپارچگی ساختاری و یکپارچگی اجتماعی و فرهنگی با ۳۸ زمینه گزاره‌ای شناسایی شد. براساس تحلیل دلفی نیز مشخص شد در مجموع ۱۹ زمینه گزاره‌ای، وارد فاز تحلیل گروه کانونی براساس بازنمایی سیستمی شد. براساس نتایج بخش کمی یعنی الگوی بازنمایی سیستمی مشخص شد، در مقوله یکپارچگی درون شرکتی، تقویت استقلال هیئت مدیره براساس تخصصی کردن ترکیب حاکمیت شرکتی، پیامدی همچون تقویت ساختارهای گزارشگری مالی در انعکاس به موقع اخبار و اطلاعات دارد. در مقوله یکپارچگی فراشرکتی، پیشرفت ارزش‌های رفتار شرکتی به منظور مسئولیت‌پذیری اخلاقی در برابر ذینفعان پیامدی همچون کاهش مولفه فرهنگی فاصله/شکاف انتظارهای بین ذینفعان با شرکت را به همراه دارد.

واژه‌های کلیدی: یکپارچگی شرکتی، یکپارچگی درون شرکتی، یکپارچگی فراشرکتی.
طبقه بندی موضوعی: Z12, D63

DOI: 10.22034/JSE.2021.11680.1772

۱. دانشجوی دکتری، گروه حسابداری، واحد کاشان، دانشگاه آزاد اسلامی، کاشان، ایران. (A.ghafari1365@yahoo.com)
۲. استادیار، گروه حسابداری، واحد کاشان، دانشگاه آزاد اسلامی، کاشان، ایران. (نویسنده مسئول). (Arabzadeh62@yahoo.com)
۳. دانشیار، گروه حسابداری، واحد بندرگز، دانشگاه آزاد اسلامی، بندرگز، ایران. (Mehdi.safari83@yahoo.com)
۴. استادیار، گروه حسابداری، واحد کاشان، دانشگاه آزاد اسلامی، کاشان، ایران. (hsnjabbar@yahoo.com)

مقدمه

به وجود آمدن بازارهای رقابتی و نیاز بشر به رشد و توسعه در زمینه‌های مختلف همچون زمینه‌های اجتماعی، فرهنگی و حتی اقتصادی، امروزه موجب توجه خاص جوامع و نظریه‌های علوم انسانی به توسعه یکپارچگی شرکت‌ها شده است (ون و همکاران^۱، ۲۰۲۰). یکپارچگی شرکتی به عنوان یک فرآیند اثربخش رقابتی، مطابق با ارزش‌های اخلاقی، معیارها، هنجارها و قوانین پذیرفته شده توسط شرکت شمرده می‌شود که هدف آن، کاهش شکاف انتظارات بین شرکت با ذینفعان است (فام و تران، ۲۰۲۰). اگرچه این مفهوم نو و جدید نیست، اما به دلیل گستردگی مفهوم و کاربرد، دارای تعاریف متنوع و متعددی است که باعث شده این رویکرد نظری واحد زیادی دارای ابهام باشد. به عنوان مثال، بیرد^۲ (۱۹۹۲) یکپارچگی شرکتی را رویکردی کلان در توسعه ابعاد مختلفی همچون ابعاد رفتاری، راهبردی، فرهنگی و یا اجتماعی تعریف می‌کند و از آن به عنوان زنجیره‌ای اثربخش در فرآیندهای سازمانی یاد می‌کند. از طرف دیگر، کراتز و بلوک^۳ (۲۰۰۸) یکپارچگی شرکتی را مجموعه‌ای از فرآیندهای سازمانی تعریف می‌کنند که به دنبال استانداردسازی شرکت در فضای رقابتی است. با مرور این دست از تعاریف، نکته قابل مشاهده این است که یک تعریف هویدا از یکپارچگی شرکتی وجود ندارد، اما نقطه همسویی تمامی تعاریف گستردگی مفهوم یکپارچگی براساس ابعاد کلان و خرد عملکردی شرکت‌ها است (نیکبخت و احمدخان‌بیگی، ۱۳۹۷). در واقع همسو با نظریه اقتصاد بازار، یکپارچگی شرکتی را می‌توان به عنوان یک نهاد غیررسمی با ماهیت اهداف درون و بیرون از شرکت به شمار آورد که از جهت کارکردهای خرد و درونی شرکت به دنبال ایجاد هماهنگی در رویه‌های اخلاق فردی و سازمانی و از جهت کارکردهای کلان به دنبال ایجاد اثربخشی و بهبود عملکردها در برابر انتظارات اجتماعی است (گویسو و همکاران^۴، ۲۰۱۵). اما پرسش اینجاست که چرا یکپارچگی شرکتی امروزه به عنوان یک مبنای راهبردی دارای اهمیت است؟ در واقع این پژوهش با درک پوچی بین واقعیت‌های شرکت‌ها با نظریه‌های در پیوند با این حوزه، تلاش دارد تا اقدام به ایجاد یک مدل هماهنگ در حوزه یکپارچگی شرکتی کند. چراکه بدون وجود یک الگوی یکپارچه از کارکردهای شرکت‌ها در بازار رقابتی، ضمن افزایش هزینه‌های

1. Wan et al
2. Byrd
3. Kraatz & Block
4. Guiso et al

شرکت در برابر ذینفعان، محدودیت‌های احتمالی به دلیل گستردگی و پیچیدگی ساختاری، شرکت را فرا می‌گیرد و این موضوع باعث می‌شود تا سطح اثربخشی شرکت چه در حوزه رقابتی و چه در حوزه مسئولیت‌های اجتماعی دچار اختلال شد. از طرف دیگر با توجه به وجود ساختار نمایندگی در شرکت‌های بازار سرمایه بیشتر، تضاد منافع بین شرکت با ذینفعان سبب می‌شود تا یکپارچگی شرکت به عنوان یک شیوه اثربخش با تعارض جدی روبرو باشد (نمازی و جعفری، ۱۳۹۸)، زیرا از یک سو، نوع مالکیت‌های شرکت‌ها و انتصاب اختیار به اعضای هیئت مدیره، که به این موضوع کشیده می‌شود تا منافی در اولویت قرار گیرد و ناگزیر با منافع موردتاکید در رویکردهای یکپارچگی شرکتی همسو نباشد و از سوی دیگر ساختارهای نامتوازن و به شدت تملک‌گرایانه شرکت‌ها باعث خواهد شد تا فرهنگ و رویه‌های اجتماعی شرکت در برابر ذینفعان با چالش‌های جدی به عنوان یک بُعد مهم از یکپارچگی شرکتی روبرو باشد. بنابراین با استناد به دو رویکرد بالا می‌توان اهمیت کاربردی این مفهوم در توسعه پایداری شرکت‌ها را مهم به شمار آورد. از طرف دیگر، نبود پژوهش‌هایی با رویکرد توسعه یکپارچگی شرکتی به خصوص در سطح پژوهش‌های مالی و حسابداری باعث شده است، این مفهوم راهبردی، مغفول باقی بماند. در واقع بیشتر پژوهش‌های انجام شده در این حوزه، همچون چیزیما و پوکریانا^۱ (۲۰۱۹)، شو و همکاران^۲ (۲۰۱۸)، چناری بوکت و بنی‌مهد (۱۳۹۸) به بررسی یکپارچگی حاکمیتی شرکتی در قالب پژوهش‌های کمی پرداخته‌اند و کمتر پژوهشی اقدام به شناسایی مولفه‌ها و گزاره‌های توسعه یکپارچگی شرکتی در این حوزه کرده است. چونکه پژوهش همسو با ماده ۴۱ دستورالعمل‌های اجرایی سازمان بورس اوراق بهادار مصوب سال ۱۳۸۴ که در سرفصل ششم این دستورالعمل بر پاسخگویی و شفافیت تاکید کرده است و شرکت‌ها را مکلف به ایجاد یکپارچگی در زمینه‌های عملکردی همچون زمینه‌های اقتصادی، محیطی، مالی و رفتاری کرده است (لاری دشت‌بیاض و همکاران، ۱۳۹۶)، تلاش دارد تا در گام اول پژوهش، ابتدا چارچوب هماهنگی از معیارهای مدل یکپارچگی شرکتی ایجاد کند و سپس براساس تحلیل کیفی تعاملی^۳ (IQA) به عنوان پایه تحلیل گروه‌های کانونی، سطحی از محرک‌های یکپارچگی تا پیامدهای آن در سطح بازار رقابتی را مورد بررسی قرار دهد. بنابراین هدف این پژوهش توسعه مدل یکپارچگی شرکتی برای رونق بازار بازار سرمایه است.

1. Chizema & Pogrebna

2. Shu et al

3. Interactive Qualitative Analysis

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

مفهوم یکپارچگی شرکتی از دیدگاه جامعه‌شناسی در هر ساختاری همچون شرکت، برخی از اجزا کارشان مراقبت و جلوگیری از گرایش‌های کجروی و حفظ هماهنگی میان اجزاء و دوری کردن از اختلال‌های عمیق است (بشارتی مقدم و همکاران، ۱۳۹۹). پارسونز (۱۹۶۱) ضمن مهم بودن این مراقبت‌ها، کار این مجموعه را یکپارچگی و انسجام می‌نامد. واژه یکپارچگی در معنای لغوی اشاره به تمامیت و انسجام دارد که به عنوان بخشی از سرمایه اعتباری هر شرکتی شمرده می‌شود. تعاریف متنوع و متعددی از این مبانی نظری وجود دارد که در قالب جدول زیر به بیان برخی از این تعاریف پرداخته می‌شود:

جدول ۱: خلاصه‌ای از برخی تعاریف در خصوص یکپارچگی شرکتی

نام محقق	سال پژوهش	تعریف واژه
پین ^۱	۱۹۹۴	یکپارچگی شرکتی مبتنی بر مفهوم خودمدیریتی است که از اعتماد به ذینفعان حمایت می‌کند.
کارسینگ ^۲	۲۰۰۱	یکپارچگی شرکتی را مبنایی برای تحقق اهداف تعریف می‌کند و عاملی برای اثربخشی سطوح ساختاری تشریح می‌کند.
کمرون و همکاران ^۳	۲۰۰۴	معتقدند که عوامل اخلاقی در شرکت‌ها را می‌توان با یکپارچگی شرکتی به وسیله شاخص‌هایی مانند بخشش سازمانی، اعتماد سازمانی، خوش‌بینی سازمانی و شفقت سازمانی سنجید.
شوهان ^۴	۲۰۰۸	یکپارچگی شرکتی عاملی برای افزایش بهره‌وری محسوب می‌شود که موفقیت‌های آینده شرکت‌ها به آن بستگی دارد.
بروکس ^۵	۲۰۱۰	یکپارچگی از طریق ایجاد انسجام و احساس مسئولیت مشترک میان اعضای سازمان، ایجاد می‌شود.
جیانگ و همکاران ^۶	۲۰۱۵	یکپارچگی شرکتی را به عنوان یک رفتار سازمانی مطابق با تمرکز بر ارزش‌های اخلاقی درون سازمانی همچون توسعه مهارت‌های رفتاری و تخصصی، خود‌مدیریتی، انگیزه و ... تعریف می‌کند.

بر اساس تعاریف فوق می‌توان چارچوب خلاصه‌ای این تعاریف در بخش زیر ارائه کرد:

1. Paine
2. Karssing
3. Cameron et al
4. Shoham
5. Brooks
6. Jiang et al



شکل ۱: چارچوب اقتباسی از گزاره‌های تعاریف یکپارچگی شرکتی

همانطور که مشخص است، گستردگی تعاریف تا حد زیادی باعث سردرگمی در شناخت‌شناسی تخصصی این مفهوم در حوزه طراحی و نظریه‌های سازمانی شده است. اما در یک تعریف ساده یکپارچگی، بیانگر نوعی قابلیت و توانمندی در توسعه کارکردهای منابع انسانی، فناوری اطلاعات، حاکمیت، مسئولیت‌پذیری اجتماعی و محیط‌زیست محسوب می‌شود که می‌تواند درجه هماهنگی موفقیت شرکت‌ها را از جنبه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مورد ارزیابی قرار دهد (نائب‌زاده و همکاران، ۱۳۹۲). یکپارچگی شرکتی را باید مبنایی برای بهبود توانایی‌ها و قابلیت‌های حل مسئله در شرکت‌ها از یک سو و تعهد و مسئولیت‌پذیری اجتماعی از سوی دیگر تعریف کرد، چراکه با ایجاد یکپارچگی در حوزه منابع انسانی، امنیت روانی افراد باعث تعهد و پاسخگویی بیشتر مجموعه شرکت در برابر انتظارات اجتماعی و نظارت‌های نهادی خواهد شد (بیر و همکاران^۱، ۲۰۱۴). نکته چشمگیر این است که به دلیل ایجاد هماهنگی در بین سطوح مختلف ساختار شرکت در قالب یکپارچگی، شفافیت و بازخورد به ایجاد اثربخشی رقابت شرکت کمک می‌کند.

1. Baber

رویکردهای توسعه یکپارچگی شرکتی برای رونق بازار سرمایه

فرآیندهای کسب و کار می‌توانند منبع مهمی برای ایجاد برتری رقابتی محسوب شوند، اما بدون وجود یکپارچگی با چندبارگی و کاهش اثربخشی ساختاری به خصوص در یک محیط رقابتی روبرو هستند (بشارتی‌مقدم و همکاران، ۱۳۹۹). هدف یکپارچگی شرکتی، حداکثرسازی منافع به واسطه کاهش فساد و انسداد درونی اطلاعات شرکت با محیط بیرونی است تا براین اساس بتواند سطح معادلی از ارزش‌های اخلاقی را در ارتباطات درونی با منابع انسانی و ارتباط‌های بیرونی با ذینفعان و نهادها به نمایش بگذارد (مرادی و همکاران، ۱۳۹۴). لارمور و ولین^۱ (۲۰۰۱) معتقد هستند، در شرایط عدم وجود هویت در ساختار و محتوای تعریف شده یک شرکت، عملکردها و راهبردهای شرکت، متزلزل است و این موضوع باعث کاهش اثربخشی شرکت می‌شود. در واقع یکپارچگی شرکتی، هویتی هماهنگ از اخلاق‌گرایی شمرده می‌شود که شرکت را در برابر ذینفعان و محیط اجتماعی مسئولانه‌تر به تصویر می‌کشد و توجه و تمرکز بر تعاملات درونی سازمانی را عاملی برای این مهم، شمرده می‌شود. براساس این رویکرد، یکپارچگی شرکتی به عنوان یک مبنای راهبردی، دارای مفاهیم گسترده‌ای است که طیف فرد، سازمان و محیط را در بر می‌گیرد و اشاره به مکانیزمی برای افزایش سطح پویایی و انعطاف‌پذیری برای بهبود شرایط موجود به سمت شرایط ایده‌آل دارد (فلیک^۲، ۲۰۱۰). یکپارچگی شرکتی سرچشمه مدیریت منابعی محسوب می‌شود که به دلیل تنوع انتظارات و ارزش‌های اجتماعی، سبب تفاوت بین شرکت‌ها می‌شود (داودی و همکاران، ۱۳۹۸). به عبارت دیگر شرکت‌هایی که ظرفیت ایجاد یکپارچگی شرکتی را دارا هستند، نسبت به شرکت‌هایی که از چنین ظرفیت‌هایی برخوردار نیستند و از رقابت ویژه‌ای برخوردار نیستند. به بیان ساده‌تر یکپارچگی شرکتی، نوعی رویکرد راهبردی برای کسب برتری رقابتی در ایجاد پایداری محسوب می‌شوند. لِسْمَن و رائوچمایر^۳ (۲۰۱۳) با تمرکز بر متقابل بودن تاثیر یکپارچگی شرکتی با راهبردهای توسعه پایدار بیان کردند که حرکت از یکپارچگی شرکتی به سمت ایجاد راهبردهای توسعه پایدار، با تأکید بیشتر بر نقش منابع درونی و ظرفیت‌های پاسخگویی اجتماعی، می‌تواند به ایجاد شایستگی در منابع و افزایش ارزش روبرو شود. این پژوهشگران در قالب دو دلیل استدلال خود را گسترش داده‌اند. در استدلال اول بیان کردند با توجه به اینکه محیط صنعت نسبت به قبل ناپایدارتر شده است،

1. Larmour & Wolanin

2. Fleck

3. Lessmann & Rauschmayer

بنابراین به جای تمرکز صرف بر محیط بیرونی، می‌توان منابع و قابلیت‌های درونی شرکت به عنوان یک ساختار مکمل برای تقویت یکپارچگی بیشتر مورد توجه قرار داد. در استدلال دوم بیان کردند تنها راهبردهای توسعه در یک رویکرد تک‌بعدی، به دنبال کسب برتری‌هایی در ابعاد مختلف هستند، در حالیکه بکارگیری و متعادل کردن یکپارچگی شرکتی با راهبردهای توسعه پایدار، به افزایش ساختارهای کنترل منابع و ریسک‌های احتمالی کمک می‌کند و باعث می‌شود تا منابع در چارچوب زنجیره ارزش به ظرفیت‌های بالقوه و سپس به شایستگی محوری و سرانجام به برتری رقابتی تبدیل شود. انطباق یکپارچگی با راهبردی توسعه پایدار بنگاه‌ها را قادر می‌سازند تا به شیوه‌های متفاوت یا اصلاح شده نسبت به وضعیت فعلی‌اش برای پایداری بیشتر در آینده اقدام کنند. بر این اساس، اگر بنگاه‌ها مجموعه‌ای از منابع و شایستگی‌ها را در اختیار داشته باشند، اما این مجموعه به واسطه یکپارچگی شرکتی برای خلق، ترکیب و بازآرایی مورد پشتیبانی قرار نگیرد، بنگاه ممکن است در بازه زمانی کوتاه مدت عملکرد قابل قبولی داشته باشد اما در بلندمدت به مزیت رقابتی پایدار، دست نخواهد یافت (آئوگیر و تسیسی^۱، ۲۰۰۹). گولیو^۲ (۲۰۱۳) یکپارچگی شرکتی را فرآیندی در جهت تغییر در استفاده از منابع، هدایت سرمایه‌گذاری‌ها، جهت‌گیری‌های توسعه فناوری و تغییرات نهادی عنوان کرد و لازمه محقق ساختن آن را پُر کردن شکاف بین نیازهای حال و آینده براساس بازیابی تعامل شرکت با محیط اجتماعی عنوان می‌کردند. با توجه به مبانی نظری مطرح شده، پرسش‌های پژوهش به ترتیب زیر ارائه می‌شود:

- مهمترین مولفه‌های یکپارچگی شرکتی برای رونق بازار بازار سرمایه کدامند؟
- محرک‌ها و پیامدهای مضامین گزاره‌ای یکپارچگی شرکتی برای رونق بازار سرمایه در قالب یک الگوی یکپارچه کدامند؟

پیشینه پژوهش

در این بخش با استناد به پژوهش‌های روز دنیا در خصوص مفهوم یکپارچگی تلاش می‌شود تا پشتوانه هماهنگی از پژوهش‌های تجربی ارائه شود تا ضمن افزایش آگاهی نسبت به حیطه‌های پژوهشی انجام شده، در عین حال برای برابرسنجی نتایج در بخش آخر مورد استناد قرار گیرد.

1. Augier & Teece
2. Giulio

الف) پیشینه پژوهش در خارج

وان و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهشی که بازه زمانی ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۶ با تعداد مشاهده ۵۱۴۹ سال-شرکت صورت پذیرفت سطح فرهنگ یکپارچگی بر مسئولیت را بررسی کردند. نتایج نشان داد، فرهنگ یکپارچگی شرکتی بر مسئولیت اجتماعی تاثیر مثبت و معناداری دارد. هرچند تحت وجود دوگانگی وظیفه، سطح یکپارچگی شرکت کاهش می یابد و این موضوع می تواند به طور مستقیم مسئولیت اجتماعی را کاهش دهد. همچنین مشخص شد، ارزش های اجتماعی به عنوان پیامد منبعث از فرهنگ یکپارچگی شرکتی، محرکی برای تقویت سطح مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها محسوب می شود. فام و تران (۲۰۲۰) نیز در پژوهش خود نشان دادند با توجه به تاثیر مثبت مسئولیت پذیری بر عملکردهای شرکت ها، وجود یکپارچگی مدیرعامل که به عنوان مبنای فردی یکپارچگی شرکتی قلمداد می شود، سبب تشدید مثبت تاثیر مسئولیت پذیری اجتماعی بر عملکرد شرکت می شود. آل-آبرو و همکاران^۱ (۲۰۱۹) نیز بیان کردند، یکپارچگی سازمانی ضمن اینکه سبب بهبود رفتار رهبری می شود، در عین حال تاثیر مثبت و مستقیمی بر برتری سازمانی نیز دارد. همچنین مشخص شد، وجود هویت حرفه ای در کار می تواند به تقویت تاثیر مثبت یکپارچگی سازمانی بر رفتار رهبری و برتری سازمانی کمک کند.

ب) پیشینه پژوهش در داخل

اما در رابطه با پژوهش های داخلی باید بیان شود، بدلیل اینکه این مفهوم هنوز به عنوان یک مبنای راهبردی در نظریه های طراحی شرکتی مورد توجه قرار نگرفته است، تا حد زیادی مورد غفلت واقع شده است. بنابراین در این بخش تلاش می شود تا ریشه های مفهومی مشابه با یکپارچگی شرکتی ارائه شود.

اخترشناس و همکاران (۱۳۹۹) با توجه به کارکردهای یکپارچگی شرکت بیان کردند، ۴ بعد شامل: ویژگی های ساختاری شرکت، عوامل مدیریتی، عوامل تجاری و عوامل کلان، ۶

1. AL-Abrow et al

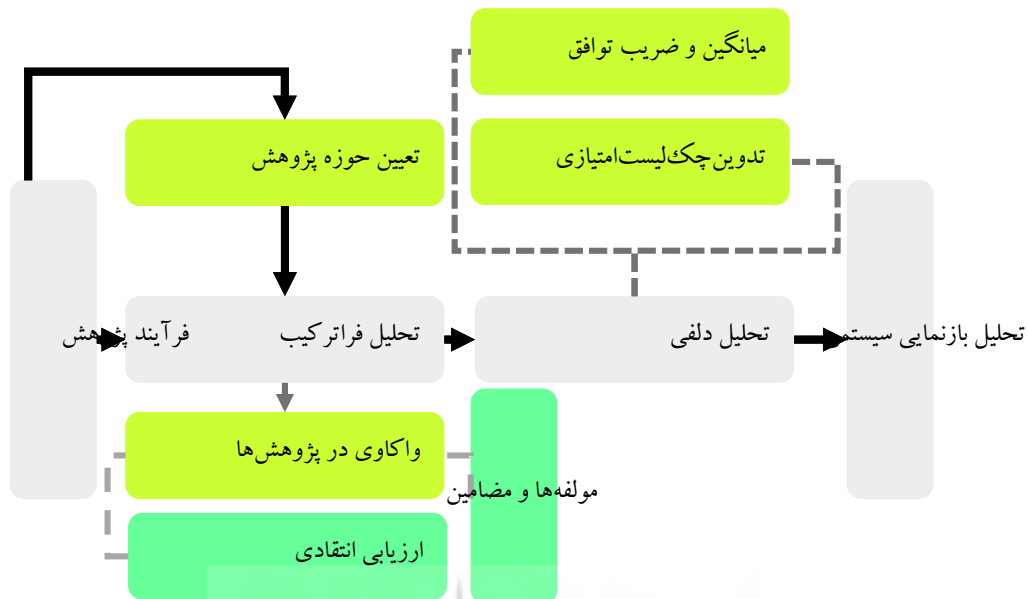
مؤلفه شامل: ویژگی‌های ساختاری شرکت، سطح فردی، سطح سازمانی، عوامل تجاری، عوامل اجتماعی و عوامل سیاسی و ۳۹ شاخص بر پایداری شرکتی مؤثر هستند.

حسین‌زاده و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهش خود اقدام به تحلیل عوامل موثر معماری (یکپارچگی) شرکتی کرد و نتایج حاصل نشان داد، در معیارهای اصلی به ترتیب یکپارچگی، پاسخگویی، انعطاف‌پذیری و در معیارهای فرعی به ترتیب کاهش زمان تحویل و به طور اشتراکی بر یکپارچگی درون سازمانی و افزایش/کاهش تولید، یکپارچگی برون سازمانی و برون‌سپاری و سپس کاهش هزینه‌ها، بیشترین تاثیر را دارند. در بین گزینه‌های معماری سازمانی به ترتیب: فرآیند کاری، فرآیند تصمیم‌گیری، ساختار سازمانی، و سپس تولید و توزیع اطلاعات، بیشترین تاثیر را دارند.

گریزی به پژوهش‌های تجربی صورت گرفته نشان می‌دهد، تاچه حد این پتانسیل برای گسترش نظریه یکپارچگی شرکتی وجود دارد، زیرا پژوهش‌های انجام شده، بیشتر به صورت کمی و با بررسی تاثیر این متغیر بر سایر متغیرها همچون مسئولیت‌پذیری اجتماعی، عملکرد شرکت‌ها و ... صورت پذیرفته است، درحالی‌که پژوهشی با استناد به شیوه‌های تحلیل کیفی صورت نگرفته است که مفهوم یکپارچگی شرکتی را آن هم در سطح بازار سرمایه با توجه به وجود نمایندگی و عدم تقارن اطلاعات و تنوع مالکیتی مورد بررسی قرار دهد و این موضوع می‌تواند مبنایی مهم و نوآورانه برای بررسی این مفهوم در این پژوهش باشد.

روش شناسی پژوهش

روش‌شناسی پژوهش حاضر، از نظر نتیجه توسعه‌ای است، زیرا به دنبال توسعه مدل یکپارچگی شرکتی در سطح بازار سرمایه، با هدف پیوند بین معیارهای درونی با معیارهای بیرونی شرکت‌ها است، تا براساس آن الگوی هماهنگی از محرک‌ها و پیامدهای یکپارچگی شرکتی، ایجاد شود. از نظر نوع داده نیز این پژوهش ترکیبی (کیفی/کمی) است. در این پژوهش همانطور که در فرآیند روش‌شناختی پژوهش مشخص است، از سه تحلیل همزمان فراترکیب و دلفی در بخش کیفی و تحلیل بازنمایی سیستمی براساس تعامل با گروه‌های کانونی در بخش کمی استفاده می‌شود.



شکل ۲: فرآیند اجرای پژوهش

براساس این تحلیل که پوشش ترکیبی از پژوهش کیفی و کمی است، ابتدا با غربالگری نظری اقدام به شناسایی مولفه‌های یکپارچگی شرکتی شده است، سپس در قالب یک سیاهه، ۱ تا ۷ زمینه شناسایی شده بین خبرگان توزیع شد تا مشخص شود، آیا زمینه‌های متناسب با موضوع پژوهش دارای شایستگی نظری هستند. در نهایت در قالب ماتریس تعاملی، اقدام به ارائه الگوی بازیابی سیستمی براساس محرک‌ها و پیامدها شد.

جامعه هدف در این پژوهش با توجه به ماهیت ترکیبی آن در دو بخش کیفی و کمی دسته‌بندی می‌شود. به طوریکه در بخش کیفی پژوهش، ۱۲ تن از خبرگان علمی در مدیریت مالی و حسابداری خواسته شد تا براساس ارزیابی‌هایی که در خصوص خبرگی آن‌ها انجام شد، نسبت به انتخاب مولفه‌ها و زمینه‌های مربوط به یکپارچگی شرکتی، شرکت‌های بازار سرمایه مشارکت کنند. بنیاد انتخاب این افراد، سطح دانش در پیوند با حوزه مورد بررسی و انجام پژوهش در رابطه با مفاهیم مشابه بود. اعضای جامعه هدف در این بخش در هر دو تحلیل فراترکیب و دلفی مشارکت داشتند. از طرف دیگر در بخش کمی با هدف بررسی دقیق موضوع، تعداد ۲۰ تن از مدیران شرکت‌های بازار سرمایه که چه به لحاظ دانشی و چه به لحاظ تجربی

دارای سابقه بودند، در این پژوهش مشارکت داشتند. باید توجه داشت، از آنجایی که تحلیل بالا، یک تحلیل استوار بر تجزیه و تحلیلی سیستمی در سطوحی از پیوندهای درونی مشخص از مشارکت کنندگان است و ضروری است براساس معیار مشخصی همچون تجربه یا دانش تخصصی، توسط مشارکت کنندگان صورت پذیرد، از نظر حجم نمونه محدود و پژوهش پلنت و همکاران^۱ (۲۰۱۷)، نرث کات و مک کوی^۲ (۲۰۰۴) تاییدی بر این ادعا است. نرث کات و مک کوی (۲۰۰۴) در تحلیل‌های تعاملی، جامعه آماری را به دلیل کارکردهای تحلیلی، کوچک معرفی می‌کنند و اندازه مطلوب را ۱۵ تا ۲۵ تن معرفی می‌کند که این پژوهش نیز حداکثر مطلوب را انتخاب کرد.

روایی و پایایی پژوهش

به منظور تایید روایی پرسشنامه‌های ساخته شده، از روش روایی محتوای (CVR) استفاده شد که بر این اساس از ۱۲ تن از اعضای پانل خواسته شد، تا براساس سه معیار «ضروری»، «مفید ولی ضرورتی ندارد» و «ضروری» گزاره‌ها را مورد ارزیابی قرار دهند. هریک از مشارکت کنندگان لازم است یکی از سه گزینه بالا را برای تایید روایی پژوهش انتخاب می‌کردند که در انتها مشخص شد تمامی گزاره بالاتر از معیار استاندارد تعیین شده (CVR) بودند و مورد تایید قرار گرفتند. بیان این نکته دارای اهمیت است که برپایه تعیین تناسب تعداد ارزیابان و حداقل مقدار نسبت روایی محتوایی، لاوشه (۱۹۹۰) جدولی با اعداد ثابت تعیین کرده است که براساس تعداد ارزیابان، حداقل نسبت روایی محتوایی باید بدست آید تا گزاره مورد تایید قرار گیرد. باتوجه به اینکه ۱۲ تن از مجموع مشارکت کنندگان در بخش کیفی برای سنجش روایی مشارکت داشتند، حداقل مقدار نسبت روایی محتوایی برابر با ۰/۵۶ تعیین شده است. بنابراین با اتکا به جدول بالا و با توجه به اینکه از ۱۲ تن از ۱۸ تن متخصص خواسته شد تا نسبت به تعیین تایید روایی گزاره‌های پژوهش مشارکت کنند که نتایج نشان داد، کلیه زمینه‌های گزاره‌ای پس از تایید دلفی، مورد تایید از نظر روایی هستند. پایایی پژوهش نیز به واسطه انجام تحلیل دلفی صورت پذیرفت، زیرا تعیین اجماع نظرهای خبرگی نشان‌دهنده تایید محتوا با ابزار تدوین شده پژوهش برای ورود به تحلیل کمی است.

1. Plant et al

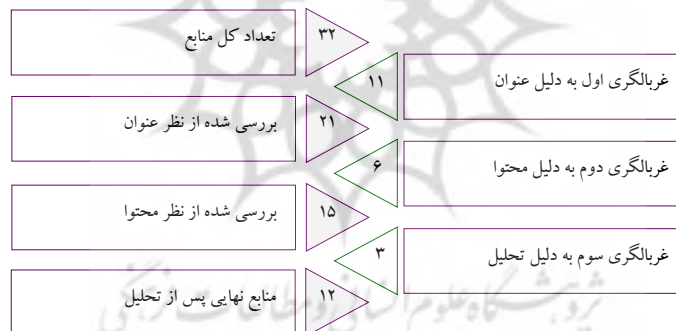
2. Northcutt & McCoy

یافته‌های پژوهش

همانطور که در روش شناسی پژوهش شرح داده شد، یافته‌های این پژوهش در دو بخش کیفی و کمی ارائه می‌شود.

الف) یافته‌های فراترکیب و دلفی

به منظور انجام فراتحلیل ابتدا از طریق بانک‌های اطلاعاتی و مرجع‌های پژوهشی استفاده شده است. بدین منظور و با تکیه بر فرآیند تحلیل فراترکیب و دلفی، این پژوهش در این بخش به دنبال واکاوای مولفه‌ها و زمینه‌های یکپارچگی شرکتی است. براین اساس ابتدا از طریق بانک‌های اطلاعات و مرجع‌های پژوهشی اقدام به استخراج پژوهش‌های مشابه در رابطه با موضوع پژوهش می‌شود. با توجه به هدف به کارگیری دانش روز حوزه‌های مختلف رفتاری در مدیریت مالی، این پژوهش تنها بر کارهای پژوهشی متمرکز می‌شود که در بازه زمانی ۲۰۱۶ تا ۲۰۲۰ در مجله‌های بین‌المللی و ۱۳۹۶ تا ۱۳۹۹ در مجله‌های علمی داخلی کار شده باشد. برتری استفاده از این مبناء توسعه یافته‌های جدید در حوزه پژوهش است. براین اساس به منظور یافتن پژوهش‌های مشابه از پایگاه‌ها و منابع پژوهشی معتبر، اقدام به شناسایی پژوهش‌های در پیوند با هدف پژوهش شد.



شکل ۳: فرآیند تحلیل غربالگری پژوهش‌های متناسب با هدف پژوهش برای شناسایی زمینه‌ها

با توجه به اینکه حوزه پژوهشی مفهوم یکپارچگی شرکتی محدود بود، بنابراین سطح غربالگری پژوهش با تعداد کمی از پژوهش‌های انجام شده در بازه زمانی یاد شده، روبرو بود. براساس غربالگری پژوهش‌ها از سه حیث عنوان، محتوا و تحلیل مشخص شد، تعداد ۱۲ پژوهش

می‌تواند به عنوان اساس ارزیابی برای تعیین زمینه‌های یکپارچگی شرکتی مورد استفاده قرار گیرد. پس از این مرحله، در گام بعدی اقدام به دسته‌بندی و جداسازی زمینه‌های یاد شده می‌شود. براساس این روش ابتدا ۱۲ پژوهش تایید شده از طریق ده معیار روش ارزیابی انتقادی شامل اهداف پژوهش، منطق روش پژوهش، طرح پژوهش، نمونه‌برداری، جمع‌آوری داده‌ها، انعکاس‌پذیری، دقت تجزیه و تحلیل، بیان نظریه و شفاف یافته‌ها و ارزش پژوهش به کمک ۱۲ تن از خبرگان پژوهش، برای رسیدن به درک هماهنگ‌تر از نظر ماهیت پژوهش مورد برآزش قرار می‌گیرند.

جدول ۲: فرآیند ارزیابی پژوهش‌های تایید شده برای تعیین مولفه‌های پژوهش

	پژوهش‌های خارجی						پژوهش‌های داخلی					
	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲
تایید <input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
حذف <input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>
هدف پژوهش	۳	۴	۳	۳	۲	۴	۳	۳	۳	۳	۴	۲
روش پژوهش	۴	۳	۳	۳	۲	۳	۵	۴	۳	۳	۳	۳
طرح پژوهش	۴	۴	۴	۴	۲	۴	۴	۴	۴	۳	۴	۲
نمونه‌گیری	۴	۴	۳	۳	۳	۴	۳	۴	۴	۴	۴	۱
جمع‌آوری	۴	۳	۴	۴	۲	۴	۴	۴	۳	۳	۳	۲
تعمیم یافته‌ها	۳	۴	۳	۳	۱	۴	۳	۲	۲	۴	۴	۱
اخلاقی	۴	۴	۳	۴	۳	۴	۴	۴	۴	۴	۴	۲
تحلیل آماری	۵	۳	۳	۵	۳	۴	۳	۵	۳	۳	۳	۲
قابلیت نظریه‌بک	۴	۴	۳	۴	۲	۳	۴	۴	۴	۴	۴	۲
ارزش پژوهش	۴	۴	۴	۴	۳	۴	۴	۴	۳	۴	۴	۲
جمع	۳۹	۳۷	۳۳	۳۹	۲۳	۳۷	۳۶	۳۹	۲۷	۳۴	۳۷	۱۹

1. Nangoli et al

2. Atan et al

3. Said et al

بر اساس نتایج این تحلیل مشخص شد، ۳ پژوهش که امتیاز لازم (بیشتر از ۳۰ امتیاز) را کسب نکردند، از دور بررسی خارج شدند. در ادامه به منظور تعیین زمینه‌های گزاره‌ای یکپارچگی شرکتی از روش امتیازی زیر استفاده می‌شود. بر پایه این روش کلیه معیارهای فرعی استخراج شده از متن مقاله‌های تایید شده، در ستون جدول نوشته می‌شود و سپس در ردیف هر جدول نام پژوهشگران پژوهش‌های تایید شده، آورده می‌شود. بر پایه استفاده از هر پژوهش‌گر از معیارهای فرعی نوشته شده در ستون جدول، علامت «» منظور می‌شود، سپس امتیازهایی هر در ستون معیارهای فرعی، باهم جمع می‌شود و امتیازهای بالاتر از میانگین پژوهش‌های انجام شده، به عنوان مولفه‌های پژوهش انتخاب می‌شوند.

جدول ۳: واکاوی مولفه‌های پژوهش

مکان پژوهش	محققان	ابعاد درون شرکتی						ابعاد برون شرکتی		
		بهبود ارتباطات	بهبود فناوری اطلاعات	بهبود رفاری	بهبود ساختاری	بهبود محیطی	بهبود اجتماعی	بهبود فرهنگی		
خارجی	وان و همکاران (۲۰۲۰)	-	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-			
	فان و تران (۲۰۲۰)	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	-	<input checked="" type="checkbox"/>			
	ناگولی و همکاران (۲۰۲۰)	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	-	<input checked="" type="checkbox"/>			
	آل-آبرو و همکاران (۲۰۱۹)	<input checked="" type="checkbox"/>	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-			
	شو و همکاران (۲۰۱۸)	-	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>			
	آتان و همکاران (۱۳۹۸)	<input checked="" type="checkbox"/>	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	<input checked="" type="checkbox"/>			
	سعید و همکاران (۲۰۱۶)	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	-	<input checked="" type="checkbox"/>			
داخلی	حسین زاده و همکاران (۱۳۹۹)	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	<input checked="" type="checkbox"/>	-	<input checked="" type="checkbox"/>			
	داودی و همکاران (۱۳۹۸)	-	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>			
جمع		۲	۳	۵	۵	۵	۴			
تعیین زمینه‌های تعیین شده		-	-	تایید	تایید	تایید	تایید			

باتوجه به تایید ۹ پژوهش در فرآیند ارزیابی انتقادی، مولفه‌های اصلی که بیش از نصف پژوهش‌های تایید شده را کسب کرده باشند، به عنوان مولفه اصلی در تعیین زمینه‌های پژوهش مورد تایید قرار می‌گیرند. در این بخش پس از واکاوی در مبانی نظری پژوهش‌های تایید شده و تایید سه مولفه اصلی، اقدام به تعیین زمینه‌های پژوهش برپایه زمینه (الف) در انتهای مقاله شده

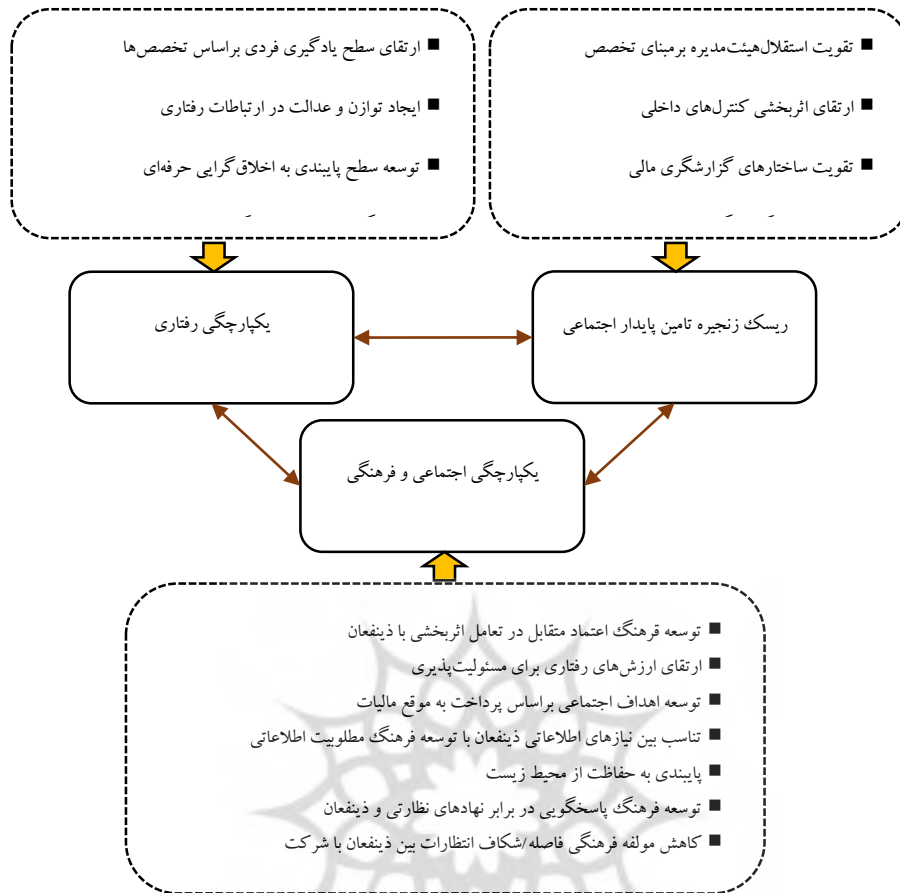
است. نکته شایان یادآوری این است، باتوجه به اینکه دو بُعد اجتماعی و فرهنگی به عنوان زمینه‌های مقوله ابعاد درون شرکتی امتیاز ۴ را گرفتند، باتوجه به بینش پژوهشگران و باتوجه به حد مفهومی در متغیر مورد نظر، باهم ادغام و به عنوان بُعد برون شرکتی، زمینه‌های مربوط به آن ارائه می‌شود. سپس به منظور اطمینان از مولفه‌ها و گزاره‌های شناسایی شده از تحلیل دلفی برای رسیدن به نقطه اشباع نظریه استفاده شد. بدین منظور این گزاره‌ها برای نظرسنجی در قالب یک سیاهه ۷ گزینه‌ای در اختیار متخصصان قرار گرفت که جدول ۴ نتایج تحلیل دلفی را نشان می‌دهد.

جدول ۴: فرآیند گام اول و دوم تحلیل دلفی

نتیجه	دور دوم دلفی		دور اول دلفی		گزاره‌ها	
	ضرب توافقی	میانگین	ادغام	ضرب توافقی		
تایید	۰/۷۵	۵/۵۰	ادغام	۰/۴۹	۴/۹۰	توسعه قابلیت‌های تخصصی و تعاملی منابع انسانی
				۰/۵۲	۵	ارتقای سطح آموزش‌های فردی
				۰/۵۰	۴/۹۸	ارتقای سطح یادگیری فردی برای ارتقای قابلیت‌های تصمیم‌گیری حل مسئله
تایید	۰/۸۵	۶/۲۰	-	۰/۸۰	۶	ایجاد توازن و عدالت در ارتباطات رفتار فردی
حذف	-	-	-	۰/۲۰	۳	افزایش درجه تحمل ابهام در افراد باهدف اثربخشی بهره‌وری فردی
حذف	-	-	-	۰/۳۵	۴	توسعه منابع کنترل درونی در منابع انسانی برای پیگیری اهداف مدون
حذف	-	-	-	۰/۳۰	۳/۵۰	ارتقای سطح آگاهی از استانداردها و آیین‌نامه‌ها
تایید	۰/۸۵	۶/۲۰	-	۰/۸۰	۶	توسعه سطح پایداری به اخلاق‌گرایی حرفه‌ای
تایید	۰/۷۵	۵/۵۰	-	۰/۶۵	۵/۳۰	ایجاد انگیزه برای اشتراک‌گذاری اطلاعات بین فردی
تایید	۰/۸۲	۶/۱۰	-	۰/۷۵	۵/۵۰	تخصیص پاداش برپایه عملکرد
حذف	-	-	-	۰/۳۵	۴	توسعه بازخورد جریان اطلاعات براساس اثربخشی فناوری اطلاعات
تایید	۰/۶۵	۵/۲۰	ادغام	۰/۴۹	۴/۹۰	تقویت استقلال هیئت مدیره برای توسعه اثربخشی نظارت‌ها
				۰/۵۲	۵	تخصصی نمودن ترکیب حاکمیت شرکتی
تایید	۰/۷۵	۵/۵۰	-	۰/۶۵	۵/۳۰	ارتقای اثربخشی کنترل‌های داخلی
حذف	-	-	-	۰/۳۰	۳/۵۰	تدوین آیین‌نامه و دستورالعمل‌هایی برای انتصاب دوره‌ای مدیرعامل
حذف	-	-	-	۰/۳۵	۴	توسعه انسجام و یکپارچگی بین راهبردهای شرکت با ظرفیت‌های بالقوه سرمایه‌گذاری
تایید	۰/۶۰	۵/۱۰	-	۰/۵۰	۵	تقویت ساختارهای گزارشگری مالی در انعکاس به موقع اخبار و اطلاعات
تایید	۰/۶۰	۵/۱۰	ادغام	۰/۵۰	۴/۸۹	شفاف‌سازی گزارشگری مالی از طریق نظارت بر عملکردهای مدیران
				۰/۵۱	۵/۰۲	برطرف نمودن نقص دوگانگی در ترکیب هیئت مدیره
تایید	۰/۷۵	۵/۵۰	-	۰/۶۵	۵/۳۰	ارزیابی عملکرد مدیران و افشاهای مربوط به پاداش آنان

نتیجه	دور دوم دلفی		دور اول دلفی		گزاره‌ها	
	ضریب توافق	میانگین	ادغام	ضریب توافق		میانگین
تایید	۰/۷۵	۵/۵۰	-	۰/۶۵	۵/۲۰	پویایی کمیته حسابرسی براساس کسب گواهینامه‌های استاندارد حرفه‌ای
تایید	۰/۵۵	۵/۱۰	ادغام	۰/۴۹	۴/۹۰	مسئولیت‌پذیری اخلاقی در برابر ذینفعان
				۰/۵۲	۵	ارتقای ارزش‌های تسهیم شده به ذینفعان
تایید	۰/۶۰	۵/۱۰	ادغام	۰/۵۰	۴/۸۹	پرداخت به موقع مالیات براساس پابندی به ارزش‌های اجتماعی و برابری مالیاتی
				۰/۵۱	۵/۰۲	توسعه اهداف جمعی اجتماعی
تایید	۰/۵۵	۵/۱۰	ادغام	۰/۵۰	۵	تناسب بین نیازهای اطلاعاتی ذینفعان با فرهنگ مطلوبیت اطلاعات شرکت
				۰/۴۸	۵	کاهش عدم تقارن اطلاعاتی
				۰/۴۹	۵	التزام به افشای اختیاری اطلاعات باهدف تقویت قدرت تصمیم‌گیری ذینفعان
تایید	۰/۵۵	۵/۱۰	ادغام	۰/۴۹	۴/۹۰	پابندی به حفاظت از محیط‌زیست
				۰/۵۲	۵	توسعه سرمایه‌گذاری در تکنولوژی‌های زیرساختی زیست محیطی برای مدیریت ضایعات
تایید	۰/۸۲	۶/۱۰	-	۰/۷۵	۵/۵۰	توسعه فرهنگ پاسخگویی در برابر نهادهای نظارتی و ذینفعان
	حذف		-	۰/۲۰	۳	پابندی به ارزش‌های جمع‌گرایانه
	حذف		-	۰/۳۵	۴	ایجاد همسویی راهبرد شرکت با نهادها و ان‌جی‌اوها (NGO)
	حذف		-	۰/۱۵	۲	توسعه و ترویج ارزش‌های فرهنگی تغییر شرکت همسو با تغییرات بیرونی
تایید	۰/۸۸	۶/۳۰	-	۰/۷۰	۵/۴۰	کاهش مولفه فرهنگی فاصله/شکاف انتظارات بین ذینفعان با شرکت
تایید	۰/۶۵	۵/۲۰	ادغام	۰/۴۹	۴/۹۰	پابندی به پیشرفت سطح دانش و توسعه آگاهی‌های سهامداران در سرمایه‌گذاری
				۰/۵۲	۵	توسعه سطح فرهنگ مدیریت دانش ذینفعان
تایید	۰/۷۵	۵/۵۰	-	۰/۶۵	۵/۳۰	توسعه فرهنگ اعتماد متقابل در اثربخشی تعامل با ذینفعان

براساس تحلیل دلفی در دو راند مشخص شد، ۹ مورد از زمینه‌های یکپارچگی شرکتی حذف شدند و ۱۸ زمینه نیز با هم یکپارچه شدند، چراکه با توجه به اینکه براساس مقیاس لیکرت ۷ گزینه‌ای میانگین زیر ۵ را کسب کردند و ضریب توافق آن‌ها زیر ۰/۵ بوده است، براین اساس حذف شد. براین پایه در مجموع ۱۹ مورد از زمینه‌های غربالگری نظری شده از دل پژوهش‌های هماهنگ مورد تایید قرار گرفتند که براساس گزاره‌های تعیین شده، چارچوب مفهومی زمینه‌های یکپارچگی شرکتی، شرکت‌های بازار سرمایه ابتدا به ترتیب زیر ارائه می‌شود و در گام بعد وارد فاز تحلیل بازنمایی سیستم برای شناسایی محرک‌ها و پیامدها می‌شوند.



شکل ۴: چارچوب نظری یکپارچگی شرکتی

ب) یافته‌های تحلیل بازنمایی سیستمی

در روند تحلیل بازنمایی سیستمی، اجزای معنایی زمینه‌های یکپارچگی شرکتی، پیوندهای درونی نامیده می‌شوند که همانند تک پاره‌های سیستمی و یا مولفه‌های رفتاری، ساختاری به عنوان معیارهای یکپارچگی درون شرکتی و یکپارچگی اجتماعی و فرهنگی به عنوان معیارهای فراشرکتی هستند که سیستم را ایجاد می‌کنند. پیوندهای درونی اجزایی هستند که در نقشه‌های ذهنی مورد استفاده قرار می‌گیرند که خود نمایش سیستم تصویری از ترکیب تجربه‌های زندگی است. تجربه‌هایی که در قالب زمینه‌های یکپارچگی شرکتی می‌تواند مورد بررسی قرار گیرد. می‌توان گفت که پیوندهای درونی در واقع دسته‌بندی معنایی هر سیستم و یا مجموعه سیستم‌ها

را نشان می‌دهد که خود تجربیات گروه‌ها (مدیران عامل) از یک پدیدار (همچون یکپارچگی شرکتی) است. در این پژوهش تجربه‌های اعضای جامعه پانل پس از ارائه یک چارچوب نظریه براساس بخش تحلیل کیفی با استفاده از تحلیل فراترکیب و دلفی، در قالب ارتباط بین پیوندهای درونی بازنمایی سیستمی برپایه جدول زیر ارائه می‌شوند. به عبارت دیگر، پس از مشخص کردن پیوندهای درونی، گام بعدی کدگذاری نظری روابط بین پیوندهای درونی است که پس از طرح در سیاهه‌های امتیازی می‌توان به ترسیم نمودار روابط درونی و توصیف دیداری روابط پیوندهای درونی است اقدام کرد. نرث کات و مک کوی (۲۰۰۴) به‌عنوان نظریه‌پرداز در این روش، در دو مرحله جداگانه روابط پیوندهای درونی و روابط دورنی سیستمی را برای تحلیل اعضای گروه کانونی و تحلیل پژوهشگران براساس جهت پیکان‌ها ارائه دادند. به عبارت دیگر روابط پیوندهای درونی براساس تعیین جهت تاثیرگذاری ابعاد بر یکدیگر براساس سیاهه ماتریسی انجام می‌پذیرد و در تحلیل روابط دورنی سیستمی پژوهشگر با استفاده از تفسیر برای رابطه از پیکان رو به بالا یا رو به چپ استفاده می‌کند. از دو علامت پیکان به سمت رو به بالا و رو به چپ به‌عنوان یک پایه تحلیلی و دارای بار معنایی استفاده می‌کنند. بر این اساس دو جهت یادشده، پیکان دارای معنا و مفهومی مشخص در این تحلیل است که تعریف آن در جدول ۵ ارائه شده است:

جدول ۵: تعریف جهت پیکان‌های در تحلیل روابط دورنی پیوندها

تشریح جهت	جهت پیکان
جهت پیکان در سمت رو به بالا نشان دهنده خروجی‌های سیستم و بیان‌کننده سطر عامل و دلالت‌کننده بر ستون است.	↑ جهت پیکان رو به بالا
جهت پیکان در سمت چپ نشان‌دهنده ورودی‌های سیستم و بیان می‌کند معیار ستون عامل و دلالت‌کننده بر سطر است.	← جهت پیکان رو به سمت چپ

باتوجه به این که گزارش تحلیلی و ترسیم نمودارهای شناسایی زمینه‌های پژوهش در چارچوب تحلیل کانونی عملاً در چهارچوب این مقاله ممکن نیست، در این مرحله به بیان مفاهیم برآمده از تعامل جمعی و چگونگی تحقق کفایت نظری در مفاهیم شناسایی شده بسنده می‌شود. پس از مشخص شدن پیوندهای درونی زمینه‌های یکپارچگی شرکتی، لازم است اقدام به تعیین روابط پیوندهای درونی کرد. بنابراین، در این مرحله از این طریق می‌توان به شناسایی پیوندهای درونی اقدام کرد و نیز جدول ۶ تأثیرگذاری‌های سیستمی را ترسیم کرد. کدگذاری

مفاهیم پیوندهای درونی نیز در همین مرحله انجام شد. تعاریف پیوندهای درونی بیشتر مفهومی اند که به واسطه مفهوم سازی در بخش تحلیل کیفی ایجاد شدند و براساس این مفاهیم گروه کانونی در قالب اعضای پانل اقدام به تحلیل ماتریسی این پیوندها می کنند. این فرآیند در هر سه مصاحبه گروه کانونی تا نیل به الگویی تحلیلی ادامه خواهد یافت. در هر مورد فراوانی موافقان با رابطه بین پیوندهای درونی شمارش شد که نشان دهنده میزان قدرت این رابطه ها در نظر شرکت کنندگان گروه کانونی است. در این مرحله مجموع نظرها براساس شاخص «مد» تعیین می شوند. نکته قابل توجه این است، باتوجه به دو پیوند درونی براساس دو مقوله یکپارچگی درون شرکتی و یکپارچگی فراشرکتی در بخش های جداگانه هر تحلیل جداگانه ارائه می شود.

پیوند درونی مولفه های یکپارچگی درون شرکتی

در این بخش براساس توضیح های داده شده و با استناد به گزاره های دو مولفه یکپارچگی فردی و یکپارچگی ساختاری، اقدام به انجام تحلیل روابط پیوندهای درونی برای مشخص کردن محرک ترین و پیامدترین گزاره در رابطه با مولفه یکپارچگی شرکتی می شود که در قالب جدول زیر قابل مشاهده است.

جدول ۶: روابط پیوندهای درونی بین زمینه های گزاره ای یکپارچگی درون شرکتی

رابطه بین پیوند بین زمینه های گزاره ای شناسایی شده					
■ سطح اول تحلیل پیوند ارتقای سطح یادگیری فردی					
فراوانی	شاخص سطر	سطر بر	ستون بر	بدون	شاخص ستون
		ستون	سطر	ارتباط	
		←	→	⊖	
۱۴	ارتقای سطح یادگیری فردی	-	→	-	ایجاد توازن و عدالت در ارتباطات رفتار فردی
۱۳	ارتقای سطح یادگیری فردی	-	→	-	توسعه سطح پابندی به اخلاق گرای حرفه ای
۱۶	ارتقای سطح یادگیری فردی	←	-	-	ایجاد نگره برای اشتراک گذاری اطلاعات بین فردی
۱۵	ارتقای سطح یادگیری فردی	-	→	-	تخصیص پاداش بر مبنای عملکرد دوی تقویت لگنها
۱۵	ارتقای سطح یادگیری فردی	-	→	-	تقویت استقلال هیئت مدیره
۱۸	ارتقای سطح یادگیری فردی	-	→	-	ارتقای اثربخشی کنترل های داخلی
۱۲	ارتقای سطح یادگیری فردی	←	-	-	تقویت ساختارهای گزارشگری مالی در انعکاس به موقع اخبار
۱۳	ارتقای سطح یادگیری فردی	-	-	⊖	شفاف سازی گزارشگری مالی براساس رفع دو گانگی وظیفه
۱۶	ارتقای سطح یادگیری فردی	-	-	⊖	ارزیابی عملکرد هیئت مدیران و افشاهای مربوط به پاداش آنان

رابطه بین پیوند زمین‌های گراهای شناسایی شده

۱۴	پویایی کمیته حسابرسی براساس کسب گواهی‌نامه‌های استاندارد	⊗	-	-	ارتقای سطح یادگیری فردی
■ سطح دوم/تحلیل پیوند ایجاد توازن و عدالت در ارتباطات رفتار فردی در شرکت					
۱۷	توسعه سطح پایداری به اخلاق‌گرایی حرفه‌ای	-	-	←	ایجاد توازن و عدالت در ارتباطات رفتار فردی
۱۴	ایجاد انگیزه جهت اشتراک‌گذاری اطلاعات بین فردی	-	→	-	ایجاد توازن و عدالت در ارتباطات رفتار فردی
۱۶	تخصیص پاداش بر مبنای عملکرد برای تقویت انگیزه‌ها	-	-	←	ایجاد توازن و عدالت در ارتباطات رفتار فردی
۱۷	تقویت استقلال هیئت مدیره	⊗	-	-	ایجاد توازن و عدالت در ارتباطات رفتار فردی
۱۴	ارتقای اثربخشی کنترل‌های داخلی	⊗	-	-	ایجاد توازن و عدالت در ارتباطات رفتار فردی
۱۶	تقویت ساختارهای گزارشگری مالی در انعکاس به موقع اخبار	-	-	←	ایجاد توازن و عدالت در ارتباطات رفتار فردی
۱۸	شفاف‌سازی گزارشگری مالی براساس رفع دوگانگی وظیفه	⊗	-	-	ایجاد توازن و عدالت در ارتباطات رفتار فردی
۱۸	ارزیابی عملکرد هیئت مدیران و افتخارهای مربوط به پاداش آنان	-	-	←	ایجاد توازن و عدالت در ارتباطات رفتار فردی
۱۵	پویایی کمیته حسابرسی براساس کسب گواهی‌نامه‌های استاندارد	⊗	-	-	ایجاد توازن و عدالت در ارتباطات رفتار فردی
■ سطح سوم/تحلیل پیوند توسعه سطح پایداری به اخلاق‌گرایی حرفه‌ای					
۱۸	ایجاد انگیزه برای اشتراک‌گذاری اطلاعات بین فردی	-	-	←	توسعه سطح پایداری به اخلاق‌گرایی حرفه‌ای
۱۶	تخصیص پاداش بر مبنای عملکرد برای تقویت انگیزه‌ها	-	-	←	توسعه سطح پایداری به اخلاق‌گرایی حرفه‌ای
۱۳	تقویت استقلال هیئت مدیره	-	→	-	توسعه سطح پایداری به اخلاق‌گرایی حرفه‌ای
۱۷	ارتقای اثربخشی کنترل‌های داخلی	-	-	←	توسعه سطح پایداری به اخلاق‌گرایی حرفه‌ای
۱۴	تقویت ساختارهای گزارشگری مالی در انعکاس به موقع اخبار	-	-	←	توسعه سطح پایداری به اخلاق‌گرایی حرفه‌ای
۱۳	شفاف‌سازی گزارشگری مالی براساس رفع دوگانگی وظیفه	-	→	-	توسعه سطح پایداری به اخلاق‌گرایی حرفه‌ای
۱۱	ارزیابی عملکرد هیئت مدیران و افتخارهای مربوط به پاداش آنان	-	→	-	توسعه سطح پایداری به اخلاق‌گرایی حرفه‌ای
۱۴	پویایی کمیته حسابرسی براساس کسب گواهی‌نامه‌های استاندارد	-	→	-	توسعه سطح پایداری به اخلاق‌گرایی حرفه‌ای
■ سطح چهارم/تحلیل پیوند ایجاد انگیزه برای اشتراک‌گذاری اطلاعات بین فردی					
۱۴	تخصیص پاداش بر مبنای عملکرد برای تقویت انگیزه‌ها	-	→	-	ایجاد انگیزه جهت اشتراک‌گذاری اطلاعات
۱۱	تقویت استقلال هیئت مدیره	-	→	-	ایجاد انگیزه برای اشتراک‌گذاری اطلاعات
۱۶	ارتقای اثربخشی کنترل‌های داخلی	-	→	-	ایجاد انگیزه برای اشتراک‌گذاری اطلاعات
۱۴	تقویت ساختارهای گزارشگری مالی در انعکاس به موقع اخبار	-	-	←	ایجاد انگیزه برای اشتراک‌گذاری اطلاعات
۱۳	شفاف‌سازی گزارشگری مالی براساس رفع دوگانگی وظیفه	⊗	-	-	ایجاد انگیزه برای اشتراک‌گذاری اطلاعات

رابطه بین پیوند بین زمینه‌های گراهای شناسایی شده

۱۷	ارزیابی عملکرد هیئت مدیران و افشاهای مربوط به پاداش آنان	⊗	-	-	ایجاد انگیزه برای اشتراک گذاری اطلاعات
۱۴	پویایی کمیته حسابرسی براساس کسب گواهینامه‌های استاندارد	⊗	-	-	ایجاد انگیزه برای اشتراک گذاری اطلاعات
■ سطح پنجم/تحلیل پیوند تخصیص پاداش بر مبنای عملکرد برای تقویت انگیزه‌ها					
۱۲	تقویت استقلال هیئت مدیره	-	→	-	تخصیص پاداش بر مبنای عملکرد
۱۵	ارتقای اثربخشی کنترل‌های داخلی	-	-	←	تخصیص پاداش بر مبنای عملکرد
۱۶	تقویت ساختارهای گزارشگری مالی در انعکاس به موقع اخبار	-	-	←	تخصیص پاداش بر مبنای عملکرد
۱۴	شفاف‌سازی گزارشگری مالی براساس رفع دوگانگی وظیفه	-	-	←	تخصیص پاداش بر مبنای عملکرد
۱۷	ارزیابی عملکرد هیئت مدیران و افشاهای مربوط به پاداش آنان	-	→	-	تخصیص پاداش بر مبنای عملکرد
۱۳	پویایی کمیته حسابرسی براساس کسب گواهینامه‌های استاندارد	-	-	←	تخصیص پاداش بر مبنای عملکرد
■ سطح ششم/تحلیل پیوند تقویت استقلال هیئت مدیره					
۱۶	ارتقای اثربخشی کنترل‌های داخلی	-	-	←	تقویت استقلال هیئت مدیره
۱۴	تقویت ساختارهای گزارشگری مالی در انعکاس به موقع اخبار	-	-	←	تقویت استقلال هیئت مدیره
۱۵	شفاف‌سازی گزارشگری مالی براساس رفع دوگانگی وظیفه	-	-	←	تقویت استقلال هیئت مدیره
۱۱	ارزیابی عملکرد هیئت مدیران و افشاهای مربوط به پاداش آنان	-	-	←	تقویت استقلال هیئت مدیره
۱۷	پویایی کمیته حسابرسی براساس کسب گواهینامه‌های استاندارد	-	-	←	تقویت استقلال هیئت مدیره
■ سطح هفتم/تحلیل پیوند ارتقای اثربخشی کنترل‌های داخلی					
۱۹	تقویت ساختارهای گزارشگری مالی در انعکاس به موقع اخبار	-	-	←	ارتقای اثربخشی کنترل‌های داخلی
۱۵	شفاف‌سازی گزارشگری مالی براساس رفع دوگانگی وظیفه	-	-	←	ارتقای اثربخشی کنترل‌های داخلی
۱۶	ارزیابی عملکرد هیئت مدیران و افشاهای مربوط به پاداش آنان	⊗	-	-	ارتقای اثربخشی کنترل‌های داخلی
۱۷	پویایی کمیته حسابرسی براساس کسب گواهینامه‌های استاندارد	-	→	-	ارتقای اثربخشی کنترل‌های داخلی
■ سطح هشتم/تحلیل پیوند تقویت ساختارهای گزارشگری مالی در انعکاس به موقع اخبار					
۱۳	شفاف‌سازی گزارشگری مالی براساس رفع دوگانگی وظیفه	-	-	←	تقویت ساختارهای گزارشگری مالی در انعکاس به موقع اخبار
۱۵	ارزیابی عملکرد هیئت مدیران و افشاهای مربوط به پاداش آنان	⊗	-	-	تقویت ساختارهای گزارشگری مالی در انعکاس به موقع اخبار

رابطه بین پیوند بین زمینه‌های گره‌های شناسایی شده				
۱۶	پویایی کمیته حسابرسی براساس کسب گواهینامه‌های استاندارد	-	→	تقویت ساختارهای گزارشگری مالی در انعکاس به موقع اخبار
■ سطح نهم تحلیل پیوند شفاف‌سازی گزارشگری مالی براساس رفع دوگانگی وظیفه				
۱۵	ارزیابی عملکرد هیئت مدیران و افتشاهای مربوط به پاداش آنان	○	-	شفاف‌سازی گزارشگری مالی براساس رفع دوگانگی وظیفه
۱۳	پویایی کمیته حسابرسی براساس کسب گواهینامه‌های استاندارد	○	-	شفاف‌سازی گزارشگری مالی براساس رفع دوگانگی وظیفه
■ سطح دهم تحلیل پیوند ارزیابی عملکرد هیئت مدیران و افتشاهای مربوط به پاداش آنان				
۱۴	پویایی کمیته حسابرسی براساس کسب گواهینامه‌های استاندارد	○	-	ارزیابی عملکرد هیئت مدیران

باتوجه به ارتباط درونی بین مضامین مربوط به یکپارچگی درون شرکتی، اقدام به ایجاد روابط پیوند درونی براساس اختصاص کدهایی از A1 تا A11 می‌شود تا براساس آن پیامدها و محرک‌ها مشخص شود.

جدول ۷: روابط پیوند درونی زمینه‌های یکپارچگی درون شرکتی

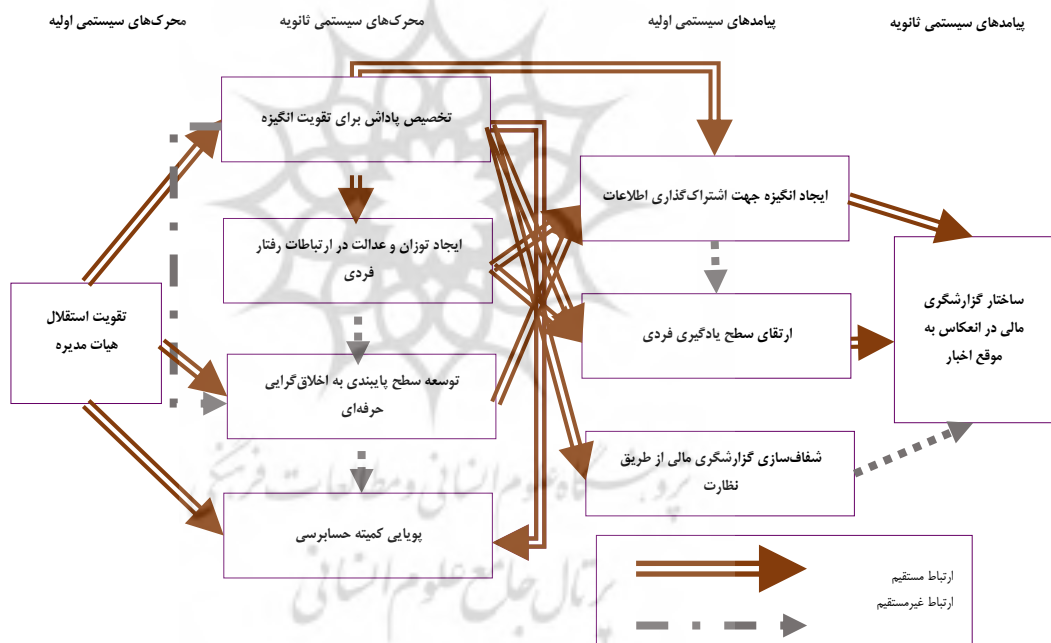
کد	نوع	پیوند	پیوند	پیوند											
				A11	A10	A9	A8	A7	A6	A5	A4	A3	A2	A1	
پیامد	-۳	۵	۲	-	-	-	↑	←	←	←	↑	←	←	○	A1
محرک	۲	۲	۴	-	↑	-	↑	-	-	←	↑	←	○	↑	A2
محرک	۲	۴	۶	←	←	←	↑	↑	←	↑	↑	○	↑	↑	A3
پیامد	-۵	۶	۱	-	-	-	↑	←	←	←	○	←	←	←	A4
محرک	۴	۳	۷	↑	←	↑	↑	↑	←	○	↑	←	↑	↑	A5
محرک	۹	۰	۹	↑	↑	↑	↑	↑	○	↑	↑	↑	-	↑	A6
خنثی	۰	۴	۴	←	-	↑	↑	○	←	←	↑	←	-	↑	A7
پیامد	-۷	۸	۱	←	-	↑	○	←	←	←	←	←	←	←	A8
پیامد	-۳	۴	۱	-	-	○	←	←	←	←	-	↑	-	-	A9
خنثی	۰	۲	۲	-	-	○	←	←	←	↑	-	↑	-	-	A10
محرک	۱	۲	۳	○	-	-	↑	↑	←	←	-	↑	-	-	A11

بازنمایی سیستم: ترسیم نمودار تاثیرگذاری‌های سیستمی

در آخرین مرحله تجزیه و تحلیل داده‌های تحلیل گروه کانونی در بخش یکپارچگی درون شرکتی، خلاصه نتایج اثرگذاری‌های سیستمی در نمودار ترسیم می‌شود. برای ترسیم این نمودار، نخست محرک‌های سیستم را در یک سمت و پیامدهای سیستم را در سمت دیگر در قالب جعبه‌های پیوندهای درونی قرار می‌دهیم. برای این منظور براساس تحلیل جهت پیکان‌ها عمل می‌کنیم. در نمودار بالا پیکان‌های

سمت ورودی‌های سیستم و پیکان‌های رو به بالا خروجی‌های سیستم خوانش می‌شوند. تفریق مجموع تعداد خروجی‌های سیستم از ورودی‌های سیستم دلتای سیستم را نشان می‌دهد که در صورتی که این عدد مثبت و خروجی‌ها بیش از ورودی‌ها باشد، آن عدد محرک سیستمی خوانش می‌شود و در صورتی که تعداد ورودی‌ها بیش از تعداد خروجی‌ها باشد و دلتای سیستم منفی شود، به این عدد پیامد سیستمی گفته می‌شود. در واقع این عدد میزان اثرگذاری زمینه‌ها را در فراگیری سیستم نشان می‌دهد و فهم آن در خوانش استوار بر واقعیات سیستمی، سهم به سزایی خواهد داشت. مرحله بعدی، پس از چینش مناسب این جعبه مؤلفه‌های پیوند درونی، نشان دادن ارتباط بین آن‌ها با خطوط نمایانگر ارتباط است که این خطوط می‌توانند به دو دسته نمایانگر ارتباط مستقیم و نمایانگر ارتباط غیرمستقیم تقسیم شوند.

شکل ۵: مدل بازنمایی سیستمی تاثیرگذاری یکپارچگی درون شرکتی



بر اساس الگوی بازنمایی سیستمی بالا مشخص شد، تقویت استقلال هیئت مدیره بر اساس تخصصی کردن ترکیب حاکمیت شرکتی بر اساس یکپارچگی ساختاری درون شرکتی پیامدی همچون تقویت ساختارهای گزارشگری مالی در انعکاس به موقع اخبار و اطلاعات دارد.

پیوند درونی مولفه‌های یکپارچگی فراشرکتی

در این بخش بر اساس توضیح‌های داده شده و با استناد به گزاره‌های مولفه یکپارچگی اجتماعی و فرهنگی، اقدام به انجام تحلیل روابط پیوندهای درونی برای مشخص کردن محرک‌ترین و پیامدترین گزاره در رابطه با مولفه یکپارچگی فراشرکتی می‌شود که در قالب جدول زیر قابل مشاهده است.

جدول ۱: روابط پیوندهای درونی بین زمینه‌های گزاره‌ای یکپارچگی فراشرکتی

رابطه بین پیوند بین زمینه‌های گزاره‌ای شناسایی شده

■ سطح اول/تحلیل پیوند ارتقای ارزش‌های رفتار شرکتی برای مسئولیت‌پذیری اخلاقی در برابر ذینفعان

فرآوانی	شاخص سطر	سطر بر ستون	بدون ارتباط	شاخص ستون
		←	→	
۱۳	ارزش‌های رفتار شرکتی جهت مسئولیت‌پذیری	←	-	توسعه اهداف اجتماعی پرداخت به موقع مالیات
۱۴	ارزش‌های رفتار شرکتی جهت مسئولیت‌پذیری	←	-	تناسب بین نیازهای اطلاعاتی ذینفعان
۱۲	ارزش‌های رفتار شرکتی جهت مسئولیت‌پذیری	←	-	پابندی به حفاظت از محیط‌زیست
۱۷	ارزش‌های رفتار شرکتی جهت مسئولیت‌پذیری	←	-	توسعه فرهنگ پاسخگویی در برابر نهادهای نظارتی
۱۳	ارزش‌های رفتار شرکتی جهت مسئولیت‌پذیری	←	-	کاهش مولفه فرهنگی فاصله/شکاف انتظارات
۱۴	ارزش‌های رفتار شرکتی جهت مسئولیت‌پذیری	←	-	توسعه سطح فرهنگ مدیریت دانش ذینفعان
۱۷	ارزش‌های رفتار شرکتی جهت مسئولیت‌پذیری	←	-	توسعه فرهنگ اعتماد متقابل در اثربخشی تعامل با ذینفعان
				■ سطح دوم/تحلیل پیوند توسعه اهداف اجتماعی بر اساس پرداخت به موقع مالیات
۱۳	توسعه اهداف اجتماعی پرداخت به موقع مالیات	-	→	تناسب بین نیازهای اطلاعاتی ذینفعان

رابطه بین پیوند بین زمینه‌های گزاره‌ای شناسایی شده

۱۵	پابندی به حفاظت از محیط‌زیست	⊖	-	-	توسعه اهداف اجتماعی پرداخت به موقع مالیات
۱۷	توسعه فرهنگ پاسخگویی در برابر نهادهای نظارتی	-	→	-	توسعه اهداف اجتماعی پرداخت به موقع مالیات
۱۸	کاهش مولفه فرهنگی فاصله/شکاف انتظارات	-	→	-	توسعه اهداف اجتماعی پرداخت به موقع مالیات
۱۲	توسعه سطح فرهنگ مدیریت دانش ذینفعان	⊖	-	-	توسعه اهداف اجتماعی پرداخت به موقع مالیات
۱۴	توسعه فرهنگ اعتماد متقابل در اثربخشی تعامل با ذینفعان	-	-	←	توسعه اهداف اجتماعی پرداخت به موقع مالیات
■ سطح سوم/تحلیل پیوند تناسب بین نیازهای اطلاعاتی ذینفعان با توسعه فرهنگ مطلوبیت اطلاعات شرکت					
۱۲	پابندی به حفاظت از محیط‌زیست	-	→	-	تناسب بین نیازهای اطلاعاتی ذینفعان
۱۳	توسعه فرهنگ پاسخگویی در برابر نهادهای نظارتی	-	→	-	تناسب بین نیازهای اطلاعاتی ذینفعان
۱۶	کاهش مولفه فرهنگی فاصله/شکاف انتظارات	-	-	←	تناسب بین نیازهای اطلاعاتی ذینفعان
۱۲	توسعه سطح فرهنگ مدیریت دانش ذینفعان	-	→	-	تناسب بین نیازهای اطلاعاتی ذینفعان
۱۷	توسعه فرهنگ اعتماد متقابل در اثربخشی تعامل با ذینفعان	-	-	←	تناسب بین نیازهای اطلاعاتی ذینفعان
■ سطح چهارم/تحلیل پیوند پابندی به حفاظت از محیط‌زیست از طریق توسعه سرمایه‌گذاری در تکنولوژی‌های زیرساختی زیست محیطی					
۱۳	توسعه فرهنگ پاسخگویی در برابر نهادهای نظارتی	-	-	←	پابندی به حفاظت از محیط‌زیست
۱۶	کاهش مولفه فرهنگی فاصله/شکاف انتظارات	-	-	←	پابندی به حفاظت از محیط‌زیست
۱۶	توسعه سطح فرهنگ مدیریت دانش ذینفعان	⊖	-	-	پابندی به حفاظت از محیط‌زیست
۱۵	توسعه فرهنگ اعتماد متقابل در اثربخشی تعامل با ذینفعان	-	→	-	پابندی به حفاظت از محیط‌زیست
■ سطح پنجم/تحلیل پیوند توسعه فرهنگ پاسخگویی در برابر نهادهای نظارتی و ذینفعان					
۱۶	کاهش مولفه فرهنگی فاصله/شکاف انتظارات	-	-	←	توسعه فرهنگ پاسخگویی در برابر نهادهای نظارتی

رابطه بین پیوند بین زمینه‌های گزاره‌ای شناسایی شده

۱۴	توسعه فرهنگ مدیریت دانش ذینفعان	⊖	-	-	توسعه فرهنگ پاسخگویی در برابر نهادهای نظارتی
۱۷	توسعه فرهنگ اعتماد متقابل در اثربخشی تعامل با ذینفعان	-	-	←	توسعه فرهنگ پاسخگویی در برابر نهادهای نظارتی
۱۷	توسعه فرهنگ مدیریت دانش ذینفعان	-	→	-	کاهش مولفه فرهنگی فاصله/شکاف انتظارات
۱۸	توسعه فرهنگ اعتماد متقابل در اثربخشی تعامل با ذینفعان	-	→	-	کاهش مولفه فرهنگی فاصله/شکاف انتظارات
■ سطح هشتم/تحلیل پیوند کاهش مولفه فرهنگی فاصله/شکاف انتظارات بین ذینفعان با شرکت					
■ سطح هفتم/تحلیل پیوند توسعه سطح فرهنگ مدیریت دانش ذینفعان براساس پایداری به ارتقای سطح دانش و توسعه آگاهی‌های سهامداران در سرمایه‌گذاری					
۱۸	توسعه فرهنگ اعتماد متقابل در اثربخشی تعامل با ذینفعان	-	-	←	توسعه سطح فرهنگ مدیریت دانش ذینفعان

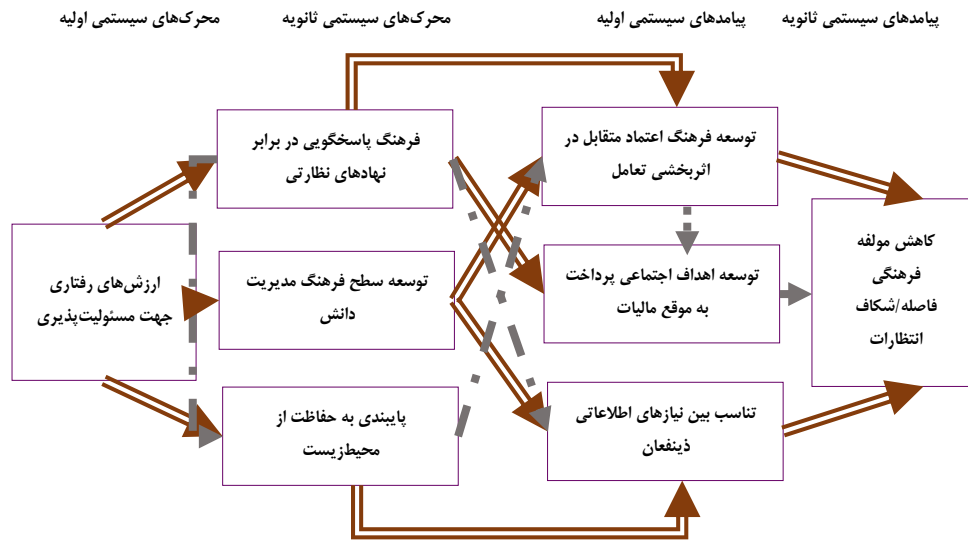
باتوجه به ارتباط درونی بین مضامین مربوط به یکپارچگی فراشرکتی، اقدام به ایجاد روابط پیوند درونی براساس اختصاص کدهایی از F1 تا F8 می‌شود می‌شود تا براساس آن پیامدها و محرک‌ها مشخص شد.

جدول ۹: روابط پیوند درونی زمینه‌ای یکپارچگی فراشرکتی

مبین	دلنا	ورودی	خروجی	F8	F7	F6	F5	F4	F3	F2	F1	
محرک	۷	۰	۷	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	۰	F1
پیامد	-۳	۴	۱	↑	-	←	←	-	←	۰	←	F2
پیامد	-۱	۴	۳	↑	←	↑	←	←	۰	↑	←	F3
محرک	۱	۲	۳	←	-	↑	↑	۰	↑	-	←	F4
محرک	۲	۴	۴	↑	-	↑	۰	←	↑	↑	←	F5
پیامد	-۵	۶	۱	←	←	۰	←	←	←	↑	←	F6
محرک	۲	۱	۳	↑	۰	↑	-	-	↑	-	←	F7
پیامد	-۳	۵	۲	۰	←	↑	←	↑	←	←	←	F8

بازنمایی سیستم: ترسیم نمودار تاثیرگذاری‌های سیستمی

در آخرین مرحله تجزیه و تحلیل داده‌های تحلیل گروه کانونی در بخش یکپارچگی فراشرکتی، خلاصه نتایج اثرگذاری‌های سیستمی در نمودار ترسیم می‌شود.



شکل ۶: مدل بازنمایی سیستمی تاثیرگذاری یکپارچگی فرا شرکتی

بر اساس الگوی بازنمایی سیستمی بالا مشخص شد، ارتقای ارزش‌های رفتار شرکتی برای مسئولیت‌پذیری اخلاقی در برابر ذینفعان پیامدی همچون کاهش مولفه فرهنگی فاصله/شکاف انتظارات بین ذینفعان با شرکت دارد.

نتیجه‌گیری

با رشد و توسعه محیط اجتماعی جوامع و تاثیرگذاری آن در عملکردهای شرکت‌ها، امروزه بیش از گذشته، توجه و تمرکز آن‌ها، نسبت به توسعه فرآیندهای اجتماعی چه در درون مرزهای شرکت نسبت به سرمایه‌های انسانی و چه در بیرون در برابر نیازهای ذینفعان (سرمایه‌های اجتماعی) گسترش یافته است (آل-آبرو و همکاران، ۲۰۱۹). چنین فضایی، نیازمند تقویت انسجام و یکپارچگی بیشتر بین شرکت با محیط اجتماعی برای توسعه تعامل گری شرکت با ذینفعان بیرونی و پاسخگویی به انتظارات اجتماعی است. براساس این رویکرد، توسعه مفهوم یکپارچگی شرکتی به عنوان یک ساختار اثربخش تعاملی بین شرکت با اجتماع، می‌تواند به افزایش اثربخشی کارکردهای شرکت در فضای رقابتی کمک کننده باشد (شو و همکاران، ۲۰۱۸). یکپارچگی شرکتی مبنایی برای اتصال پیوند بین راهبردهای شرکت در ابعاد فرآیندی

همچون راهبردها در حوزه‌های رفتاری و ساختاری با ابعاد محتوایی همچون مولفه‌های فرهنگی و اجتماعی است. براساس توضیح‌های داده شده، هدف این پژوهش توسعه مدل یکپارچگی شرکتی برای رونق بازار بازار سرمایه: تحلیلی مبتنی بر ارزیابی پانل و گروه‌های کانونی بود. در این پژوهش در راستای تحلیل استوار بر ارزیابی پانل، ابتدا تلاش شد با واکاوی در پژوهش‌های مشابه با استناد به شیوه تحلیل فراترکیب، ابتدا مولفه‌ها و سپس زمینه‌های گزاره‌ای مربوط به یکپارچگی شرکتی با مشارکت اعضای پانل تعیین شود. در تحلیل نتیجه این بدست آمده در خصوص محرک‌ها و پیامدهای یکپارچگی درون شرکتی باید بیان شد، مهمترین محرکی که سبب ایجاد توازن و انسجام در کارکردهای رقابتی شرکت در حوزه مکانیزم‌های درونی شرکت‌ها می‌شود، تقویت استقلال هیئت مدیره براساس تخصصی کردن ترکیب هیئت مدیره است. زیرا وجود نظارت‌های اثربخش به واسطه استقلال هیئت مدیره تقویت می‌شود و این موضوع می‌تواند باعث شده تا ضمن ایجاد تعادل و توازن در ارتباطات بین فردی، سطح پابندی به اخلاق‌گرایی حرفه‌ای تقویت شود و این موضوع زمینه‌ساز اشتراک‌گذاری اطلاعات بین افراد در جهت اثربخشی روابط و مشارکت برای تصمیم‌گیری در درون ساختاری شرکت‌ها شود. این نتیجه به این معناست که وجود نظارت‌های اثربخش‌تر باعث می‌شود تا مکانیزم‌های رفتار فردی براساس عدالت محوری شکل تازه‌تری از انگیزه‌های اثربخش را بخود بگیرد و افراد براساس احساس مسئولیت‌پذیری و تعهد بیشتر در جهت افزایش تعامل و همدلی بیشتر باهم مشارکت کنند و به عنوان یک محرک رفتاری، سبب گردد تا اخلاق‌گرایی حرفه‌ای در درون شرکت افزایش یابد. در واقع وجود تعامل‌های بین فردی که به دلیل عدالت ناشی از نظارت‌های اثربخش‌تر هیئت مدیره بر عملکردهای درون شرکتی، ایجاد شده است به ایجاد یادگیری فردی و سازمانی کمک می‌کند و باعث خواهد شد تا در برابر مسائل و مشکلات شرکت، قابلیت‌های مشارکتی و تصمیم‌گیری تقویت شود و هر فرد مسئولانه نسبت به نقاط ضعف در رویه‌های ساختاری شرکت، احساس تعهد کند. پیشرفت چنین تعهد رفتاری می‌تواند به افزایش شفاف‌سازی گزارش مالی کمک کند، زیرا از یک استقلال هیئت مدیره مانع از شکل‌گیری تضاد و دوگانگی وظیفه در پست مدیرعامل و رئیس هیئت مدیره می‌شود. وجود شفافیت‌های گزارشگری مالی به شرکت کمک می‌کند تا با بازسازی ساختار گزارشگری مالی خود، بتواند تعهدهای خود نسبت به ذینفعان همچون افشای به موقع اخبار و اطلاعات را انسجام بیشتری بخشد و به افزایش یکپارچگی درون شرکتی کمک کند. یکپارچگی که سبب افزایش سطح

رضایت ذینفعان از عملکردهای درونی شرکت در مقایسه با سایر شرکت‌ها خواهد شد. نتیجه کسب شده در این بخش با پژوهش‌های یوان و همکاران (۲۰۲۰)؛ فان و تران (۲۰۲۰)؛ ناگولی و همکاران (۲۰۲۰)؛ آل-آبرو و همکاران (۲۰۱۹)؛ آتان و همکاران (۱۳۹۸)؛ سعید و همکاران (۲۰۱۶) و حسین‌زاده و همکاران (۱۳۹۹) مطابقت دارد، زیرا پژوهش‌های یاد شده از نظر مفاهیم مورد بررسی و فرآیند تحلیل آن‌ها مبنی بر تاثیرگذاری بر یکپارچگی شرکتی و یا از نظر اولویت‌بندی دارای همانندی با نتایج کسب شده است.

در تحلیل نتیجه این بدست آمده در خصوص محرک‌ها و پیامدهای یکپارچگی فرا شرکتی باید بیان شود، ارتقای ارزش‌های رفتار شرکتی برای مسئولیت‌پذیری اخلاقی در برابر ذینفعان می‌تواند محرک محکمی در جهت کاهش مولفه فرهنگی فاصله/شکاف انتظارات بین ذینفعان با شرکت شود، چراکه بالارفتن ارزش‌های رفتار مسئولانه شرکت در برابر ذینفعان، سطح فرهنگ پاسخگویی را چه در برابر نهادهای نظارتی و چه در برابر ذینفعان بازار سرمایه ارتقا خواهد بخشید و باعث می‌شود تا شرکت بتواند با اکتساب دانش ذینفعان، سطح تصمیم‌گیری‌های اثربخش شرکت را در یک بازار رقابتی قوت بخشد. یکی از ذغدغه‌های اجتماعی، سطح مسئولیت‌پذیری شرکت، در برابر خسارت‌هایی است که شرکت‌ها به واسطه ماهیت تولیدی که دارند، افزایش می‌یابد و با افزایش سرمایه‌گذاری برای کاهش ضایعات و بازیافت دوباره آن، ضمن کاهش هزینه‌های مالی، هزینه‌های اجتماعی شرکت را کاهش دهد. عملکردهای مسئولانه و متعهدانه شرکت همچنین می‌تواند به ایجاد فرهنگ اعتماد متقابل ذینفعان به شرکت کمک کننده باشد و سبب شود با نهادینه شدن ارزش‌های رفتاری، شرکت به توسعه اهداف اجتماعی کلان در کشور نیز نقش موثرتری را ایفا کند و از این طریق به نیازهای اطلاعاتی ذینفعان همسو با فرهنگ مطلوبیت اطلاعات شرکت برای کاهش عدم تقارن اطلاعاتی همت گمارد. زیرا یک شرکت در بازار سرمایه نقش تعیین کننده‌ای در اقتصاد کشورها ایفا می‌کند و کاهش عدم تقارن‌های اطلاعاتی سبب خواهد گشت تا سطح جذابیت سرمایه‌گذاری در سهام شرکت‌های فعال در بازار سرمایه تاثیرگذار باشد که این موضوع به کاهش فاصله/شکاف انتظارات بین ذینفعان با شرکت به عنوان یک مولفه فرهنگی براساس ابعاد فرهنگی هافستد کمک شایان توجهی می‌کند. در واقع پیامد ایجاد شده یکپارچگی شرکتی در این حوزه سبب خواهد شد تا انتظارات بین شرکت با ذینفعان در جهت توسعه طرح‌ها و پروژه‌های سرمایه‌گذاری راهبردی هماهنگ‌تر شود، زیرا اعتماد ایجاد شده سبب خواهد شد، تا ذینفعان و

به طور کلی بازار نسبت به شرکت مطمئن تر شوند و این موضوع ضمن کاهش محدودیت‌های مالی شرکت باعث قابلیت‌های بیشتر شرکت در جذب نقدینگی شود. نتیجه کسب شده در این بخش با پژوهش‌های فان و تران (۲۰۲۰)؛ ناگولی و همکاران (۲۰۲۰)؛ شو و همکاران (۲۰۱۸)؛ آتان و همکاران (۱۳۹۸) و حسین‌زاده و همکاران (۱۳۹۹) همپوشانی دارد.

بر اساس نتایج کسب شده، بر اساس نتیجه پیوند درونی زمینه‌های یکپارچگی درون شرکتی پیشنهاد می‌شود، شرکت‌ها با بازنگری در ساختار و ترکیب هیئت مدیره، با تخصصی‌تر کردن اعضای خود، تلاش کنند تا فارغ از نوع مالکیت شرکت (خانوادگی و غیرخانوادگی) استقلال در نظارت‌ها را به منظور ارزیابی‌های دقیق‌تر تصمیم‌گیری مدیران غناء بخشند. لازمه این بخش دوری از تعصب و منفعت‌طلبی در ساختارهای شرکت است. چراکه لازمه ارتقای سطح شفافیت‌های بیشتر تقویت نظارت‌های اثربخش‌تر نسبت به عملکردهای شرکت است. ارتقای استقلال هیئت مدیره به واسطه تخصصی‌تر شدن قدرت تصمیم‌گیری‌های شرکت، باعث توسعه روابط بین فردی و در نهایت ایجاد ساختار منسجم‌تری از شیوه‌های گزارشگری مالی است. بازخورد جریان اطلاعات زمینه پیشرفت سطح یادگیری‌های فردی و سازمانی را محقق می‌سازد و این موضوع برای حل مسائل سازمانی می‌تواند یکپارچگی اشتراک اطلاعات در درون مرزهای یک شرکت را افزایش بخشد که پیامد آن انعکاس به موقع اخبار و اطلاعات خواهد شد. از طرف دیگر بر اساس نتیجه پیوند درونی زمینه‌های یکپارچگی فراشرکتی پیشنهاد می‌شود، شرکت‌ها با درک نیازهای بیرون از محیط شرکت و بر اساس وجود دغدغه‌های اجتماعی در حوزه‌های مختلفی مثل نظارت‌های سازمان‌ها و تغییرات زیست محیطی و ... تلاش کنند تا ابعاد فرهنگ شرکت را همسو با راهبردهای مالی و ساختاری خود هماهنگ کنند تا بر این اساس قادر به کاهش سطح انتظارات، اجتماع با فعالیت‌ها و مکانیزم‌های عملکردی خود باشد. در این زمینه لازم است سطح مشارکت و تعامل بین خود با ذینفعان بیرونی را به واسطه بازخورد جریان اطلاعات شفاف تقویت کند تا بر این اساس بتوانند با جلب اعتماد و اطمینان ذینفعان، فرآیندهای رقابتی شرکت را در جهت کسب برتری رقابتی اثربخش‌تر در بازار سرمایه مدون کنند.

منابع

- اخترشناس، داریوش؛ خدای پور، احمد؛ پورحیدری، امید. (۱۳۹۹)، طراحی الگوی عوامل غیرمالی مؤثر بر پایداری شرکتی: براساس روش تحلیل تم، *دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت*، ۹(۳۴)، صص ۱۸۵-۲۰۵.
- بشارتی مقدم، مریم؛ ملائی، مینا؛ رضائی نژاد، رحیم. (۱۳۹۹)، بررسی تأثیر ساختار سازمانی بر یکپارچگی و انسجام سازمان؛ مورد مطالعه وزارت ورزش و جوانان جمهوری اسلامی ایران، *فصلنامه علمی-پژوهشی مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش*، ۷(۲)، صص ۵۹-۸۱.
- چناری بوکت، حسن و بنی مهد، بهمن. (۱۳۹۸)، پایداری شرکتی: راهبردی نظریه و یکپارچه با رویکرد دستوری و عمل گرا، *حسابداری مدیریت*، ۱۲(۴۲)، صص ۱۰۳-۱۲۵.
- حسین زاده، احمدرضا؛ پورزندی، محمدابراهیم؛ افشار کاظمی، محمدعلی. (۱۳۹۹)، تحلیل عوامل مؤثر معماری (یکپارچگی) سازمانی در بهبود مدیریت زنجیره تامین با روش تحلیل سلسله مراتبی (مورد مطالعه: بهره برداری نفت و گاز)، *فصلنامه مدیریت صنعتی*، ۱۵(۵۳)، صص ۱۱۵-۱۳۴.
- داودی، سیدمحمدرضا؛ احمدی، محسن؛ غلامیان، الهام. (۱۳۹۸)، یکپارچه سازی سیستم های مدیریت مسئولیت اجتماعی شرکت ها (CSR) بر عملکرد اقتصادی (مطالعه موردی: پتروشیمی مارون ماهشهر)، *بررسی های بازرگانی*، ۱۷(۹۷)، صص ۶۰-۷۸.
- لاری دشت بیاض، محمود؛ نظری، هنگامه؛ قناد، مصطفی. (۱۳۹۶)، واکاوی سازوکارهای نظارتی و کنترلی نظام راهبری شرکتی، *پژوهش حسابداری و حسابرسی*، ۷(۴)، صص ۵۹-۸۲.
- مرادی، محمود؛ ابراهیم پور، مصطفی؛ ممینی، یعقوب. (۱۳۹۴)، بررسی تأثیر یکپارچگی رفتاری تیم مدیریت ارشد و دوسوتوانی سازمانی بر عملکرد، *مطالعات رفتار سازمانی*، ۴(۱۴)، صص ۹۶-۶۱.
- نایب زاده، شهناز؛ اشرف گنجوئی، اسماء؛ معین الدین، محمود. (۱۳۹۲)، بررسی روابط بین گرایش استراتژیک، قابلیت های سازمانی و عملکرد با توجه به نقش تغییرات سیستم های کنترل و حسابداری مدیریت، *دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت*، ۲(۸)، صص ۷۱-۸۲.
- نمازی، محمد و جعفری، زهرا. (۱۳۹۸)، بررسی تأثیر تعدیل کنندگی هزینه نمایندگی بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت و چسبندگی هزینه در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، *پژوهش های تجربی حسابداری*، ۹(۴)، صص ۱۶۹-۲۰۰.
- نیکبخت، محمدرضا و احمدخان بیگی، مصطفی. (۱۳۹۷)، تأثیر حاکمیت شرکتی بر کیفیت گزارشگری مالی: رویکرد یکپارچه، *بررسی های حسابداری و حسابرسی*، ۲۵(۳)، صص ۴۳۳-۴۵۵.

References

- AL-Abrow, H., H. Abdullah, and N. Atshan. 2019. Effect of organizational integrity and leadership behavior on organizational excellence: Mediator

- role of work engagement, *International Journal of Organizational Analysis*, 27(4): 972-985. <https://doi.org/10.1108/IJOA-08-2018-1518>.
- Astrologer, Darius; Khodamipour, Ahmed; Pourhydari, Omid. (2019), Designing a model of non-financial factors affecting corporate sustainability: based on the theme analysis method, *Accounting Knowledge and Management Audit*, 9(34), pp. 185-205. (In Persian).
- Atan, R., M. M. Alam, and J. Said, J. 2017. Practices of corporate integrity and accountability of non-profit organizations in Malaysia, *International Journal of Social Economics*, 44(12): 2271-2286. <https://doi.org/10.1108/IJSE-09-2016-0260>.
- Augier, M., and D. J. Teece. 2009. Dynamic capabilities and the role of managers in business strategy and economic performance, *Organization Science*, 20(2): 410-421.
- Baber, G. 2014. The role and responsibility of credit rating agencies in promoting soundness and integrity, *Journal of Money Laundering Control*, 17(1): 34-49. <https://doi.org/10.1108/JMLC-09-2013-0031>.
- Bisharati-Moghadam, Maryam; Malai, Mina; Ramzaninejad, Rahim. (2019), investigating the effect of organizational structure on the integrity and cohesion of the organization; The study of the Ministry of Sports and Youth of the Islamic Republic of Iran, *Scientific-Research Quarterly of Organizational Behavior Management Studies in Sports*, 7(2), pp. 59-81. (In Persian).
- Brooks, C, J. 2010. Classic sociological theory and the subprime mortgage industry: Marx, Weber and Durkheim in a contemporary context. American University.
- Byrd, R, E. 1992. Corporate integrity: Paradise lost and regained, *Business Horizon*, 35(2): 71-75. [https://doi.org/10.1016/S0007-6813\(05\)80200-9](https://doi.org/10.1016/S0007-6813(05)80200-9).
- Cameron, KS, D. Bright, and A. Caza. 2004. Exploring the relationships between organizational virtuousness and performance. *American Behavioral Scientist*, 47(6): 766-90.
- Chenaribouket, Hassan and Banimahd, Bahman. (2018), Corporate sustainability: a theoretical and integrated strategy with a prescriptive and pragmatic approach, *Management Accounting*, 12(42), pp. 103-125. (In Persian).
- Chizema, A., and G. Pogrebna. 2019. The impact of government integrity and culture on corporate leadership practices: Evidence from the field and the laboratory, *The Leadership Quarterly*, 30(5): 111-139. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2019.07.001>.
- Davodi, Seyyed Mohammadreza; Ahmari, Mohsen; Gholamian, Elham. (2018), Integration of Corporate Social Responsibility (CSR) Management Systems on Economic Performance (Case Study: Maroon Mahshahr Petrochemical), *Business Reviews*, 17(97), pp. 60-78. (In Persian).
- Fleck, D, L. 2010. Why we should dare to manage growth responsibly, *Management Decision*, 48(10): 1529-1538. <https://doi.org/10.1108/00251741011090315>.

- Giulio, S. 2013. Morality and Corporate Governance: Firm Integrity and Spheres of Justice, *Springer-Verlag Mailand*, <https://doi.org/10.1007/978-88-470-2784-8>.
- Guiso, L., P. Sapienza, and L. Zingales. 2015. The value of corporate culture. *Journal of Finance Econ.*
- Hosseinzadeh, Ahmadreza; Pourzarandi, Mohammad Ibrahim; Afshar Kazemi, Mohammad Ali. (2019), Analysis of the effective factors of organizational architecture (integration) in improving supply chain management with hierarchical analysis method (case study: oil and gas exploitation), *Industrial Management Quarterly*, 15(53), pp. 115-134. (In Persian).
- Jiang, F.X., B. Shi, and X. Li. 2015. Do integrity-oriented firms behave honestly? *Evidence from earnings management*. *Acc. Res.* 8, 24-31.
- Karssing, E. D. 2001. Morale competencies in organizations. Koninklijke van Gorcum.
- Kraatz M, S., and E. S. Block. 2008. Organizational implications of institutional pluralism. *The Sage handbook of organizational institutionalism*, 18(2): 243-75.
- Lari-Dasht-Biaz, Mahmoud; theoretical, time; Confectioner, Mustafa. (2016), Analyzing the Supervisory and Control Mechanisms of the Corporate Governance System, *Accounting and Auditing Research*, 7(4), pp. 59-82. (In Persian).
- Larmour P., and N. Wolanin. 2001. Introduction: Corruption and Anti-corruption. *Incorruption and Anti-corruption*, *Asia Pacific Press*.
- Lessmann, O., and F. Rauschmayer. 2013. Re-conceptualizing Sustainable Development on the Basis of the Capability Approach: A Model and Its Difficulties, *Journal of Human Development and Capabilities*, 14(1): 95-114. <https://doi.org/10.1080/19452829.2012.747487>.
- Moradi, Mahmoud; Ebrahimpour, Mustafa; Membini, Yaqoob. (2014), Investigating the effect of behavioral integrity of senior management team and organizational ambivalence on performance, *Organizational Behavior Studies*, 4(14), pp. 61-96. (In Persian).
- Naibzada, Shahnaz; Ashraf Ganjoi, Asma; Moinuddin, Mahmoud. (2012), investigating the relationships between strategic orientations, organizational capabilities and performance according to the role of changes in management accounting and control systems, *Management Accounting and Auditing Knowledge*, 2(8), pp. 71-82. (In Persian).
- Namazi, Mohammad and Jafari, Zahra. (2018), Investigating the moderating effect of agency fees on the relationship between corporate social responsibility and cost stickiness in companies listed on the Tehran Stock Exchange, *Experimental Accounting Research*, 9(4), pp. 169-200. (In Persian).
- Nangoli, S., B. Muhumuza, M. Tweyongyere, G. Nkurunziza, R. Namono, M. Ngoma, and G. Nalweyiso, 2020. Perceived leadership integrity and organizational commitment, *Journal of Management Development*, 39(6): 823-834. <https://doi.org/10.1108/JMD-02-2019-0047>.

- Nikbakht, Mohammadreza and Ahmadkhanbeigi, Mustafa. (2017), the effect of corporate governance on the quality of financial reporting: an integrated approach, *Accounting and Auditing Reviews*, 25(3), 433-455. (In Persian).
- Northcutt, N. and D. McCoy. 2004. *Interactive Qualitative Analysis: A Systems Method for Qualitative Research*, US: Sage..
- Paine, L, S. 1994. Managing for organizational integrity. *Harvard business review*. 72(2): 106-17..
- Pham, H, S, Th., and H. Tran. 2020. CSR disclosure and firm performance: The mediating role of corporate reputation and moderating role of CEO integrity, *Journal of Business Research*, 120(3): 127-136 <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.08.002>.
- Plant, K., K. Barac, and H. De Jager. 2017. Developing early career professional auditors at work: what are the Determinants of success?, *Meditari Accountancy Research*, <https://doi.org/10.1108/MEDAR-03-2017-0119>.
- Said, J., M. Alam, and M. A. Khalid. 2016. Relationship between good governance and integrity system: Empirical study on the public sector of Malaysia, *Humanomics*, 32(2): 151-171. <https://doi.org/10.1108/H-02-2016-0008>.
- Shoham MD. 2008. *The social ecology of influence: Communicating group boundaries*. University of California, Santa Barbara.
- Shu, W., Y. Chen, B, Lin, and Y. Chen. 2018. Does corporate integrity improve the quality of internal control?, *China Journal of Accounting Research*, 11(3): 407-427. <https://doi.org/10.1016/j.cjar.2018.09.002>.
- Wan, P., X, Chen, and Y. Ke. 2020. Does corporate integrity culture matter to corporate social responsibility? Evidence from China, *Journal of Cleaner Production*, 259(20): 1-32. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.120877>.

COPYRIGHTS



© © 2022 by the authors. Licensee Securities and Exchange Organization, Tehran, Iran. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY NC 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)