



Presenting the Sustainable Development Model of the Saderat Bank of Iran Based on Professional Ethics

Freydoun Sabziani¹, AbdulKhalegh Gholami Chenarestan Olia^{2*}, Mohammad Tamimi³

1.Department of Public Administration, Shoushtar Branch, Islamic Azad University, Shoushtar, Iran

2.Department of Public Administration, Dana Higher Educational Institute of Yasuj, Yasuj, Iran

3.Department of Accounting, Dezful Branch, Islamic Azad University, Dezful, Iran

*Corresponding author, Email: gh.khalegh@yahoo.com

Keywords:

Professional Ethics, Corporate Sustainability, Sustainable Development, Sustainability Disclosure.

Abstract

This research has been done with the aim of providing a sustainable development model for the Saderat Bank of Iran based on professional ethics. The current research is of the type of mixed exploratory research projects; based on this, first, using the qualitative approach, the dimensions, components, and indicators of the factors involved in the model of sustainable development based on professional ethics in the field of human resources management have been identified, and the initial research model has been designed. Next, based on the information obtained from the previous step, the model was validated (quantitative approach). The participants in the qualitative section included experts, managers, and senior experts in the development of sustainability and professional ethics in the Iran Export Bank network. The analysis of the data obtained from each in-depth interview continued using cluster and stratified random sampling and continued until the level of theoretical saturation and data sufficiency. In this way, a sample of 17 experts was invited for an interview. The population studied in the quantitative research, that is, to measure and confirm the fit of the model, their managers and deputies, and their senior experts who have years of experience, knowledge, and skills in various matters in the field of banking services, from which a sample of 400 was selected, Data collection has been done in two qualitative and quantitative parts, respectively, using semi-structured interviews and questionnaires. Data analysis has been done in the qualitative part with thematic analysis methods and MAXQUDA software, and in the quantitative part with interpretive structural modeling methods, partial least squares, and Smart PLS software. Factors including economic factors, social factors, environmental factors, strategic factors, professional ethics factors, sustainability disclosure, green human resource management, supply chain management, sustainable value creation, and psychological factors as the main themes of the sustainability development model with a professional ethics approach in the bank Exports were identified. The findings of the quantitative section, while confirming the research hypotheses, showed that the proposed model has good validity.

Received:

02/Feb/2024

Accepted:

20/Mar /2024

How to cite this article:

Sabziani, F., Gholami, A., & Tamimi, M. (2024) Presenting the Sustainable Development Model of the Saderat Bank of Iran Based on Professional Ethics. *Green Development Management Studies*, 3(1), 199-222. <https://doi.org/10.22077/JGDMS.2024.7118.1091>





ارائه الگوی توسعه پایداری بانک صادرات ایران بر مبنای اخلاق حرفه‌ای

فریدون سبزیانی^۱، عبدالخالق غلامی چنارستان علیا^{۲*}، محمد تمیمی^۳

۱ گروه مدیریت دولتی، واحد شوشتر، دانشگاه آزاد اسلامی، شوشتر، ایران

۲ گروه مدیریت دولتی، مؤسسه آموزش عالی غیرانتفاعی دانا، یاسوج، ایران

۳ گروه حسابداری، واحد دزفول، دانشگاه آزاد اسلامی، دزفول، ایران

* ایمیل نویسنده مسئول: gh.khalegh@yahoo.com

واژگان کلیدی:

اخلاق حرفه‌ای، پایداری
شرکتی، توسعه پایداری، افشای
پایداری.

چکیده

این پژوهش با هدف ارائه الگوی توسعه پایداری بانک صادرات ایران بر مبنای اخلاق حرفه‌ای انجام شده است. تحقیق حاضر از نوع طرح‌های تحقیق آمیخته اکتشافی می‌باشد، بر این اساس ابتدا با استفاده از رویکرد کیفی ابعاد، مولفه‌ها و شاخص‌های عوامل دخیل در الگوی توسعه پایداری بر مبنای اخلاق حرفه‌ای در حوزه مدیریت منابع انسانی شناسایی و مدل اولیه تحقیق طراحی شده‌است، در گام بعدی، براساس اطلاعات به‌دست‌آمده از مرحله قبل، نسبت به اعتبارسنجی مدل اقدام شد (رویکرد کمی). مشارکت‌کنندگان در بخش کیفی شامل خبرگان و مدیران و کارشناسان ارشد توسعه پایداری و اخلاق حرفه‌ای در شبکه بانک صادرات ایران بودند. تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از هر مصاحبه عمیق با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای و طبقه‌ای ادامه یافت و تا سطح اشباع نظری و کفایت داده‌ها ادامه یافت. بدین ترتیب نمونه‌ای متشکل از ۱۷ نفر خبره برای مصاحبه دعوت شدند. جامعه مورد مطالعه در پژوهش کمی، یعنی برای سنجش و تایید برازش مدل، مدیران و معاونان و کارشناسان ارشد آن‌ها که سال‌ها در امور مختلف عرصه خدمات بانکداری صاحب تجربه و دانش و مهارت هستند که از این میان نمونه‌ای متشکل از ۴۰۰ نفر انتخاب شد. گردآوری داده‌ها در دو بخش کیفی و کمی به ترتیب با استفاده از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته و پرسشنامه انجام شده است. تحلیل داده‌ها در بخش کیفی با روش تحلیل مضمون و نرم‌افزار مکس کیودا و در بخش کمی با روش‌های مدل‌سازی ساختاری تفسیری و حداقل مربعات جزئی و نرم‌افزار اسمارت پی. ال. اس انجام شده است. عواملی شامل عوامل اقتصادی، عوامل اجتماعی، عوامل زیست‌محیطی، عوامل استراتژیک، عوامل اخلاق حرفه‌ای، افشای پایداری، مدیریت منابع انسانی سبز، مدیریت زنجیره تأمین، خلق ارزش پایدار، و عوامل روانی به‌عنوان مضامین اصلی الگوی توسعه پایداری با رویکرد اخلاق حرفه‌ای در بانک صادرات شناسایی شدند. یافته‌های بخش کمی ضمن تایید فرضیه‌های تحقیق نشان داد که مدل پیشنهادی از اعتبار مطلوبی برخوردار است.

تاریخ دریافت:

۱۳ بهمن ۱۴۰۲

تاریخ پذیرش:

۱ فروردین ۱۴۰۳



مقدمه

امروزه شرکت‌ها به جنبه‌های مختلفی از چالش‌های پایداری مشغول می‌باشند و درگیر استراتژی‌های تجاری فعال‌تری هستند. به‌عنوان مثال شرکت‌ها باید به‌طور ویژه‌ای یاد بگیرند که با شکل دادن استراتژی‌های جدید و مدل‌های تجاری مناسب برای آینده، خود را سازگار کرده و نوآوری ایجاد کنند. با این حال تنها تعداد معدودی از شرکت‌های فراملی به یک نیروی اصلی تبدیل شده‌اند که سیستم جهانی درهم تنیده مردم و سیاره‌ها را شکل می‌دهد. ما این را قطع ارتباط شرکت‌ها و محیط پیرامون می‌نامیم، تاکنون تغییرات مثبتی در عملکرد شرکت‌ها به وجود نیامده است و تحقیقات نشان می‌دهد که اکوسیستم‌های ما رو به زوال هستند و این امر نگران‌کننده است (کریستینا^۱ و همکاران، ۲۰۲۲). در پژوهش‌هایی که اخیراً در جهان انجام می‌شود، بحث تئوری توسعه پایداری و مدیریت توسعه پایداری به یکی از موضوعات داغ جهانی تبدیل شده‌است و در حال توسعه می‌باشد (آبفرکاچ و همکاران، ۲۰۲۱).

توسعه پایداری دارای شاخص‌های سه‌گانه اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی می‌باشد، که با بهره‌گیری از راهبرد پایداری زیست‌محیطی و انجام نوآوری‌ها شامل کاهش انتشار آلودگی، بازیافت منابع طبیعی و مراقبت از منابع انرژی، در امر محافظت از محیط‌زیست کمک نموده و به خلق ارزش زیست‌محیطی کمک می‌کنند. در بحث ایجاد ارزش اجتماعی، شرکت‌ها با اتخاذ تدابیر و راهبردهای پایداری اجتماعی و به اجرا گذاشتن پروژه‌هایی در جهت کاهش فقر، برقراری عدالت و برابری اجتماعی در توسعه و سلامت جامعه مشارکت می‌کنند. راهبردهای پیش‌گفته در کنار راهبردهای اقتصادی، زمینه تشکیل راهبرد توسعه پایداری و دستیابی به اهداف سه‌گانه توسعه پایداری را فراهم می‌آورند (رأی و چادوری، ۲۰۱۸).

امروزه پیچیده شدن روزافزون سازمان‌ها و افزایش میزان کارهای غیراخلاقی و غیرقانونی در محیط‌های کاری، توجه مدیران و رهبران را به ایجاد و حفظ اخلاق حرفه‌ای، مسئولیت و پاسخ‌گویی اجتماعی در همه سازمان‌ها ضروری کرده است. دغدغه و نگرانی بسیاری از مدیران و سازمان‌های امروزی، بروز مسائل و مشکلاتی است که به‌واسطه رعایت نکردن اصول اخلاقی توسط کارکنان رخ می‌دهد. براساس نتایج تحقیقات انجام گرفته و شواهد میدانی، دستیابی به نیروی انسانی کارآمد و اثربخش، مسئولیت‌پذیر و پاسخ‌گو به چالش‌های محیطی و درون‌سازمانی، با به‌کارگیری اصول اخلاقی از جانب مدیران و کارکنان سازمان‌ها میسر و عملی است. سازمان‌ها برای انجام امور سازمانی خود، علاوه بر معیارهای سازمانی و قانونی، به مجموعه‌ای از ارزش‌ها و رهنمودهای اخلاقی نیاز دارند که آنان را در انجام اعمال و رفتارها یاری داده و نوعی هماهنگی و وحدت رویه را در حرکت به سوی شیوه‌های مطلوب جمعی و عمومی میسر سازد (باغدار حسینی، ۱۳۹۷).

تئوری توسعه پایداری به‌عنوان سبک نوین مدیریت جهت هماهنگی و متوازن نمودن جنبه‌های اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی شناخته شده‌است که در آن به‌طور همزمان به وضعیت فعال بودن و آتی شرکت با نگاه متوازن توجه می‌شود (جمیل و راشد^۲، ۲۰۲۳). در سال‌های اخیر، مفهوم توسعه پایداری هم در تئوری سازمانی و هم در رویه سازمانی اهمیت زیادی پیدا کرده است. درحالی‌که هنوز ابهاماتی در خصوص اینکه چه چیز سازنده یک فرهنگ سازمانی پایدارگرا است و چگونه می‌توان به بهترین شکل به این پایداری دست پیدا کرد، وجود دارد. رویکرد نوین به تدوین الگوی پایداری شرکتی و توسعه آن می‌تواند از سوی شرکت‌ها و سازمان‌های دولتی و خصوصی به‌عنوان یک راه‌حل مشترک برای تصمیم‌گیرندگان حوزه کسب‌وکار در نظر گرفته شود و باعث هم‌افزایی و افزایش انعطاف‌پذیری آن‌ها شود (بوتانی و همکاران^۳، ۲۰۱۷). اخلاق حرفه‌ای به مسائل و پرسش‌های اخلاقی و نیز اصول و ارزش‌های اخلاقی یک نظام حرفه‌ای می‌پردازد و ناظر بر افعال ارادی حرفه‌ای‌ها در حیطه فعالیت‌های حرفه‌ای خودشان است.

¹ Christina

² Ray & chaudhuri

³ Jamil & Rasheed

⁴ Bottani et al



اصول اخلاق حرفه‌ای باید به‌مرور زمان در کارکنان یا اعضای حرفه‌ای، مسئولیت‌پذیری اخلاقی و اجتماعی را نهادینه کند تا موجب افزایش تعهد فرد به رفتار اخلاقی در حرفه‌اش شود (رئیس و کریمیان کالکی، ۱۴۰۰).

ضروری است که یکی از عمده‌ترین دغدغه‌های مدیران و حسابداران در سطوح مختلف، چگونگی ایجاد بسترهای مناسب برای عوامل انسانی شاغل در حرفه باشد تا افراد با حس مسئولیت و تعهد کامل به کار بپردازند و اصول اخلاقی را رعایت کنند. در عصر حاضر ضررها و آسیب‌هایی که به‌دلیل بی‌توجهی به تأثیر اخلاق حرفه‌ای بر اصول پایداری شرکتی و توسعه پایدار شرکت‌ها وارد آمده است، ایجاب می‌کند که اصول اخلاق حرفه‌ای به‌منظور پیشبرد مؤثر و اثربخش نظام پایداری شرکتی در حوزه بانکداری مورد توجه جدی قرار بگیرد. یکی از دلایل گسترش سازوکار پایداری شرکتی در نظام بانکداری، تدوین کدهای اخلاقی توسط مدیران و دست اندرکاران این حوزه می‌باشد. اما بررسی کدهای اخلاقی تجویز شده این نهادها در طی این سال‌ها بیانگر آن است که این کدهای اخلاقی کمتر مورد توجه مدیران نظام بانکداری قرار گرفته است. به‌منظور پیشبرد بهتر شاخص‌های توسعه پایداری در بانک‌ها، تدوین کدهای اخلاقی و در شکل جامع توجه به اصول اخلاق حرفه‌ای ضروری می‌نماید. اما حرکت نظام بانکداری به‌سمت اخلاق حرفه‌ای و بررسی تأثیر آن در بانک‌ها، گامی ناچیز بوده و کدهای اخلاقی به کار گرفته‌شده به‌منظور بهبود توسعه پایداری، سازه‌های گوناگون فردی و اجتماعی را در بر نمی‌گیرند و به‌صورت سیستمی ارائه نشده‌اند. علی‌رغم تأکیدات زیادی که از سوی مسئولین در رابطه با توسعه پایدار می‌شود، اما آنچه در عمل مشاهده می‌شود که کماکان فاصله زیادی با توسعه پایدار در کلیه سازمان‌های داخلی وجود دارد. در واقع اقدامات نمادین که بعضاً توسط سازمان‌های داخلی در رابطه با حفاظت از محیط‌زیست انجام می‌شود، به هیچ‌عنوان تطابق با اهداف توسعه پایدار ندارد. از این‌رو پرداختن به مسئله پایداری شرکتی از اهمیت زیادی برخوردار است. برای تحقق توسعه پایدار لازم است ابتدا الگوی جامعی در این رابطه تدوین شود. با این توضیحات پژوهش با هدف ارائه الگوی توسعه پایداری بر مبنای اخلاق حرفه‌ای انجام می‌شود. در واقع سؤال اصلی پژوهش این است که ابعاد و شاخص‌های ارائه الگوی توسعه پایداری بانک صادرات ایران بر مبنای اخلاق حرفه‌ای کدامند؟

مفهوم توسعه پایداری ریشه در مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت دارد. به‌عنوان یک مفهوم، مسئولیت‌پذیری اجتماعی بسیار طولانی‌تر از توسعه پایدار یا سایر مفاهیم مورد بحث بوده است. به گفته آرچی کارول^۱، یکی از پرکارترین محققان در مورد مسئولیت‌پذیری اجتماعی، دوران مدرن مسئولیت‌پذیری اجتماعی با انتشار کتاب مسئولیت‌های اجتماعی تاجر توسط هوارد بوون در سال ۱۹۵۳ آغاز شد. از آن زمان، نویسندگان بسیاری در مورد این موضوع نوشته‌اند. در سال ۱۹۸۰ به‌طور کلی توافق شد که مدیران شرکت‌ها این مسئولیت اخلاقی را بر عهده دارند، و تمرکز روی مسئولیت‌پذیری اجتماعی در عمل تغییر کرد (شالتگر^۲ و همکاران، ۲۰۲۲). پایداری شرکت اغلب با مسئولیت اجتماعی شرکت (CSR) اشتباه گرفته می‌شود، اگرچه این دو یکسان نیستند. مفهوم "زمان"، پایداری را از مسئولیت اجتماعی شرکت و سایر مفاهیم مشابه متمایز می‌کند. در حالی که اخلاق، معنویت و هنجارها مبانی اصلی مسئولیت اجتماعی شرکت را شکل می‌دهند، پایداری تنها کسب‌وکارها را ملزم می‌کند تا برای حفظ برابری بین نسلی، مبادلات بین زمانی انجام دهند. کوتاه مدت‌نگری^۳، آفت پایداری شرکت است. اصطلاح پایداری شرکتی به‌طور گسترده برای نشان دادن برنامه‌ها، ابتکارات و اقدامات با هدف حفظ یک منبع خاص استفاده می‌شود. با این حال، در واقع به چهار حوزه متمایز اشاره دارد: انسانی، اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی - که به‌عنوان چهار ستون پایداری شناخته می‌شوند (بن کریم و ایمبوی^۴، ۲۰۲۱).

¹ Archie Carroll

² Schaltegger

³ Short-termism

⁴ Benkarim & Imbeau



مفهوم سنتی مدل کسب‌وکار به‌طور کلی به‌عنوان ابزاری برای شرکت‌ها یا سازمان‌ها برای ایجاد و افزودن ارزش به محصولات و خدمات خود، قبل از ارائه آن‌ها به مشتریان توصیف می‌شود. مدل‌های کسب‌وکار با شناسایی بازار، شناسایی زنجیره ارزش، موقعیت‌یابی شرکت، با ترکیب دارایی‌ها برای تولید عرضه، و با تفصیل مکانیسم‌های درآمد و ساختار هزینه، گزاره‌های ارزشی را بیان می‌کنند. در تکامل تئوری مدیریت، مدل‌های کسب‌وکار به‌عنوان یک منبع استراتژیک از مزیت رقابتی در نظر گرفته شده است که یک شرکت را از سایرین متمایز می‌کند. با این حال، تولید سود، نقش محوری مدل‌های کسب‌وکار سنتی، با مسائل مرتبط با مشکلات اجتماعی و محیطی جامعه مرتبط است. ارزش ایجاد شده توسط شرکت‌ها برای ارائه به مشتریان خود فراتر از حوزه مالی است و به ارزش غیرمالی می‌رسد. تدوین یک مدل کسب‌وکار بر اساس یک مدل سیستمی از مفاهیم، برای جهت‌گیری کسب‌وکار به‌عنوان یک سیستم اجتماعی در درون سیستم‌های اقتصادی آن، با هدف جامعه و محیط است. خلق ارزش از دیدگاه مصرف‌کننده نهایی و یک ذینفع برای دستیابی به یک مدل کسب‌وکار که در کل به ذینفعان خدمت می‌کند، پیشی گرفته است (کریستینا و همکاران، ۲۰۲۲). این شامل هزینه‌ها و منافع برای همه ذینفعان، فراتر از مشتریان و سازمان، شامل مشتریان، سرمایه‌گذاران و سهام‌داران، کارکنان، تأمین‌کنندگان و شرکا، محیط‌زیست و جامعه است. این تغییرات در شیوه انجام کسب‌وکار، مشارکت کاربر در محصولات و خدمات را به فرآیند ایجاد ارزش، با تمرکز بر رویکرد تعامل با سهام‌داران در کسب‌وکار، می‌آورد. از منظر پایداری، این موضوع کلیدی برای گسترش مدل کسب‌وکار است. در حالی که مدل کسب‌وکار سنتی با ایجاد، جذب و ارائه ارزش به‌منظور جذب فرصت‌های جدید بازار و جریان‌های درآمد مشخص می‌شود، مدل کسب‌وکار توسعه پایدار ناشی از پیشنهاد برای دنبال کردن ارزش اقتصادی همراه با ارزش اکولوژیکی و اجتماعی از طریق پیشرفت شیوه‌های مستمر است (لو و لیاو، ۲۰۲۱).

از طریق بررسی ادبیات، امکان طبقه‌بندی مدل‌های کسب‌وکار پایدار اعمال شده در بخش‌های مختلف صنعت وجود دارد. این بحث بینش‌هایی را در مورد ویژگی‌ها و جنبه‌های مربوط به هر مدل ارائه می‌دهد. تمرکز زیادی بر مدل‌های کسب‌وکار خدمات‌محور و فراخوانی برای مشارکت کاربر در فرآیند خلق ارزش وجود دارد. در این دیدگاه، سه دسته کلی از حالت‌های سیستم محصول-خدمات وجود دارد: محصول محور، کاربر محور و نتیجه‌گرا. مهم‌تر از همه، آن‌ها به‌عنوان مدل‌هایی در نظر گرفته می‌شوند که اثرات زیست‌محیطی و مصرف را به حداقل می‌رساند. با این حال، دستیابی به این دو هدف به‌طور همزمان همیشه امکان‌پذیر نیست. بنابراین لازم است به این موضوع توجه بیشتری شود که آیا مدل‌های کسب‌وکار پایدار واقعاً در عمل قابل پیاده‌سازی هستند یا خیر (استال^۲ و همکاران، ۲۰۱۹).

تئوری توسعه پایداری به‌عنوان سبک نوین مدیریت جهت هماهنگی و متوازن نمودن جنبه‌های اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی شناخته شده است که در آن به‌طور همزمان به وضعیت فعال بودن و آتی شرکت با نگاه متوازن توجه می‌شود. در سال‌های اخیر، مفهوم توسعه پایداری هم در تئوری سازمانی و هم در رویه سازمانی اهمیت زیادی پیدا کرده است. در حالی که هنوز ابهاماتی در خصوص اینکه چه چیز سازنده یک فرهنگ سازمانی پایدارگرا است و چگونه می‌توان به بهترین شکل به این پایداری دست پیدا کرد، وجود دارد. رویکرد نوین به تدوین الگوی پایداری شرکتی و توسعه آن می‌تواند از سوی شرکت‌ها و سازمان‌های دولتی و خصوصی به‌عنوان یک راه‌حل مشترک برای تصمیم‌گیرندگان حوزه کسب‌وکار در نظر گرفته شود و باعث هم‌افزایی و افزایش انعطاف‌پذیری آن‌ها شود (بوتانی و همکاران^۳، ۲۰۱۷). اخلاق حرفه‌ای به مسائل و پرسش‌های اخلاقی و نیز اصول و ارزش‌های اخلاقی یک نظام حرفه‌ای می‌پردازد و ناظر بر افعال ارادی حرفه‌ای‌ها در حیطه فعالیت‌های حرفه‌ای خودشان است. اصول اخلاق حرفه‌ای باید به‌مرور زمان در کارکنان یا اعضای حرفه‌ای، مسئولیت‌پذیری اخلاقی و اجتماعی را نهادینه کند تا موجب افزایش تعهد

¹ Lo & Liao

² Stahl

³ Bottani et al



فرد به رفتار اخلاق در حرفه‌اش شود (جعفریانی و یازرلو، ۱۳۹۴). اخلاق حرفه‌ای به معنای رعایت اصول کار حرفه‌ای در مشاغل مختلف است. اخلاق حرفه‌ای متعهد شدن انرژی ذهنی، روانی و فیزیکی فرد یا گروه به ایده جمعی است در جهت اخذ قوا و استعداد درونی گروه و فرد برای توسعه به هر نحو. یکی از شعبه‌های دانش اخلاقی است که می‌کوشد به مسائل و ارزش‌های شغلی حرفه‌های گوناگون پاسخ داده و برای آن قواعد، ضوابط و اصول خاصی در محیط حرفه‌ای متصور می‌گردد به عبارت دیگر وجدان و فطرت خویش در انجام کار حرفه‌ای را رعایت کنند بدون آنکه الزام خارجی داشته‌باشند یا در صورت تخلف به مجازات‌های قانون دچار شوند (فاضلی و همکاران، ۱۳۹۱).

یانگ^۱ و همکاران (۲۰۲۴)، رتبه بندی ESG و نوآوری سبز: سفری به شکل AU به سمت توسعه پایدار، انجام دادند. افزون بر این، این مطالعه به بررسی نقش یارانه‌های دولتی و غرامت‌های اجرایی در تأثیرگذاری بر این رابطه می‌پردازد. نتایج نشان می‌دهد که یارانه‌های دولتی بسته به وضعیت عملیاتی شرکت و رتبه‌بندی ESG می‌توانند بر نوآوری سبز تأثیر مثبت و منفی بگذارند. نتایج، بینش‌های ارزشمندی را برای شرکت‌ها، سرمایه‌گذاران و سیاست‌گذاران در رابطه با نقش مهم امتیازات ESG در ارتقای نوآوری سبز ارائه می‌کند و استراتژی‌هایی را برای افزایش عملکرد پایداری شرکت پیشنهاد می‌کند. مارس- ناساره^۲ و همکاران (۲۰۲۳)، در پژوهشی با عنوان تحلیل آگاهی پایداری و اخلاق حرفه‌ای دانشجویان مقطع کارشناسی مهندسی عمران، انجام دادند. این نتایج به این امکان را می‌دهد که کشف شود که دانش آموزان نظر محکمی در رابطه با پایداری و اخلاق ندارند، به جز آن دسته از دانشجویانی که تجربه قبلی در بخش ساخت‌وساز دارند. ابعاد محیطی و اجتماعی پایداری و اخلاق به عنوان محورهای اصلی مورد تأکید در برنامه درسی مهندسی عمران شناسایی شدند. سینگ و همکاران (۲۰۲۲) مدلی در رابطه با پایداری شرکتی بر اساس فناوری اطلاعات سبز ارائه کردند. مدل مفهومی رابطه فرضی را بین چهار سازه ایجاد می‌کند: فناوری اطلاعات سبز، تصویر برند سبز، مزیت رقابتی و توسعه پایدار و شش فرضیه را توسعه می‌دهد. نتایج تجربی یک رابطه مثبت بین هر چهار سازه را با رابطه مثبت بین فناوری اطلاعات سبز و مزیت رقابتی نشان می‌دهد که تا حدی توسط تصویر برند سبز میانجی‌گری می‌شود. باری^۳ و همکاران (۲۰۲۲) مطالعه‌ای با عنوان تأثیر قابلیت‌های پویای شرکت بر پایداری شرکت انجام دادند. این مقاله نتایج یک بررسی جامع ادبیات سیستماتیک را مورد بحث قرار می‌دهد و از نظریه قابلیت‌های پویا استفاده می‌کند تا نشان دهد که روال‌ها و شایستگی‌های استراتژیک، زنجیره‌های ارزش یکپارچه، تحولات مبتنی بر پایداری، و تحولات سازمانی استراتژیک، محرک‌های پایداری شرکت هستند. شالتگر^۴ و همکاران (۲۰۲۲) مطالعه‌ای با عنوان "پایداری شرکتی از طریق حسابداری مدیریت: مرور نظام‌مند ادبیات" انجام دادند. این مقاله یک مرور ادبیات سیستماتیک از نحوه پرداختن به مبحث پایداری شرکتی با زمینه‌های سازمان و مشارکت در تحولات پایداری فراتر از مرزهای سازمانی را در حسابداری مدیریت پایداری ارائه می‌کند. به‌طور مشخص در این مقاله نشان داده شده‌است که افزایش توجه به حسابداری مدیریت نقش مؤثری در پایداری شرکت‌ها ایفا می‌کند. چاتزیتئودورو^۵ و همکاران (۲۰۲۱) مطالعه‌ای با عنوان یک روش کاربردی جدید برای بخش بانکی برای ارزیابی ریسک‌های پایداری شرکت انجام دادند. هدف این مقاله توسعه یک رویکرد جدید برای کمک به مؤسسات بانکی در ارزیابی ریسک‌های پایداری شرکت از طریق اطلاعات منتشر شده‌است. یافته‌های حاصل از تحلیل نشان می‌دهد که گزارش‌های مورد بررسی اطلاعات کافی در مورد ریسک‌های پایداری شرکت ارائه نمی‌دهند. خالد^۶ و همکاران (۲۰۲۱) مطالعه‌ای با عنوان اهداف توسعه پایدار و پایداری شرکت انجام دادند. این مطالعه با ترسیم مشابهت‌های بین اهداف توسعه پایدار و اهداف آن‌ها

¹ Yang

² Mares-Nasarre

³ Bari

⁴ Schaltegger

⁵ Chatzitheodorou

⁶ Khalel



با شیوه‌های پایداری یک شرکت، چارچوب جدیدی ایجاد می‌کند که بر اساس شاخص‌های زیست‌محیطی، اجتماعی و حکمرانی قابل توضیح است. زارع آبندانسری و همکاران (۱۴۰۲)، مطالعه‌ای با عنوان شناسایی راهکارهای توسعه پایدار و مدیریت سبز در طراحی ورزشگاه‌های فوتبال، انجام دادند. یافته‌های حاصل از اطلاعات مشارکت‌کنندگان در پژوهش، راهکارهای توسعه پایدار و مدیریت سبز در طراحی ورزشگاه‌های فوتبال شامل ۵۴ مضمون فرعی در قالب ۷ مضمون اصلی بهینه‌سازی مصرف انرژی، توسعه بازیافت، حمل و نقل، نظارت و ارزیابی، آموزش و فرهنگ‌سازی، توسعه زیرساخت و مصالح سبز شناسایی شد. در نهایت به‌تمامی مسئولان ذیربط در زمینه ساخت، توسعه و تجهیز اماکن ورزشی پیشنهاد می‌شود از مفاهیم بیان شده در این پژوهش به‌منظور رعایت اصول توسعه پایدار در اماکن ورزشی و به‌خصوص ورزشگاه‌های فوتبال استفاده نمایند. یعقوبی و صالحی (۱۴۰۲)، مطالعه‌ای با عنوان بررسی و تبیین اجرای سیاست‌گذاری مدیریت منابع تجدیدپذیر در راستای توسعه پایدار منطقه سیستان، انجام دادند. مقوله اصلی استخراج‌شده "ابزارهای سیاستی مدیریت منابع تجدیدپذیر در راستای توسعه پایدار منطقه سیستان" بوده است. همچنین پنج زیر مقوله اقتصادی، تنظیمی، سیاست‌ها و برنامه‌ریزی، تشویق مالی، اطلاعاتی و هنجاری نیز به‌دست‌آمده است. کدهای استخراج‌شده شامل توسعه زیرساخت‌ها، تشویق سرمایه‌گذاری، توسعه بازار، تحقیق و توسعه فناوری آموزش و آماده‌سازی نیروی کار، تعیین استانداردهای فنی، ایمنی مجوزهای تولید انرژی تجدیدپذیر، توجه به محدودیت‌های زمینی ساخت‌وساز، مقررات بازار برق، قیمت‌گذاری، حقوق مالکیت، قوانین و مقررات، تدابیر اقتصادی، تعیین هدف‌ها و سیاست‌ها، پشتیبانی مالی، حمایت از تحقیق و توسعه، تسهیلات مالی، تخفیف‌های مالیاتی، پاداش‌ها و امتیازات مالی، تشویق سرمایه‌گذاری خارجی و سرمایه‌گذاری دولتی، ترویج و تبلیغات، پژوهش و تحقیقات، انتقال دانش و اطلاعات، ایجاد استانداردها و نظام‌ها، ترویج آگاهی عمومی و تحقیقات و توسعه بوده است. شعوری بیدگلی و همکاران (۱۴۰۲)، پژوهشی با عنوان اخلاق حرفه‌ای اعضای هیئت علمی و رابطه آن با رضایت تحصیلی دانشجویان: یک مطالعه مروری نظام‌مند، انجام دادند. نتایج حاصل از مطالعات گذشته نشان می‌دهد اخلاق حرفه‌ای اعضای هیئت علمی در حد متوسط بود از بین مولفه‌های اخلاق حرفه‌ای اعضای هیئت علمی می‌توان به حفظ اسرار دانشجویان، توانمندی حرفه‌ای، ارزشیابی دانشجویان، مهارت ارتباطی اشاره کرد. از بین ابعاد اخلاق حرفه‌ای، رعایت عدالت بیشترین تأثیر را در رضایت تحصیلی دانشجویان دارد. از آنجایی که دانشجویان احساس تبعیض جنسیتی دارند استادان باید در اجرای رویه‌های خود دقت داشته‌باشند و به‌گونه‌ای عمل کنند تا احساس تبعیض جنسیتی در دانشجویان ایجاد نشود. نتایج حاصل از مطالعات حاکی از نقش و اهمیت اخلاق حرفه‌ای اعضای هیئت علمی بر رضایت تحصیلی دانشجویان دارد. اخترشناس و همکاران (۱۴۰۰) مطالعه‌ای با عنوان تدوین و ارزیابی مدل موانع اجراء افشا و استانداردگذاری پایداری شرکتی در ایران انجام دادند. از دیدگاه این پژوهش، اجباری نبودن گزارشگری پایداری، فقدان استاندارد گزارشگری پایداری و فقدان الگو و دشوار بودن اندازه‌گیری پایداری شرکتی، از مهم‌ترین موانع افشای پایداری شرکتی می‌باشند. جلالی و همکاران (۱۴۰۰) مطالعه‌ای با عنوان طراحی الگوی مدیریت منابع انسانی پایدار همسو با حکمرانی مطلوب پایدار در نظام اداری ایران انجام دادند. نتیجه تحلیل، شناسایی ۳۹ مضمون پایه، ۸ مضمون سازمان دهنده ۳ مضمون فراگیر بود که در قالب الگو ارائه شد. بابایی و همکاران (۱۴۰۰) مطالعه‌ای با عنوان رابطه بین عملکرد پایداری شرکتی و ارزش شرکت: با تأکید بر نقش امتیاز افشا و اندازه شرکت انجام دادند. یافته‌های پژوهش نشان داد که بین ابعاد مالی (بعد اقتصادی) و غیرمالی عملکرد پایداری شرکتی (ابعاد اجتماعی، حاکمیتی، زیست‌محیطی و اخلاقی) و ارزش شرکت رابطه مثبت و معناداری وجود دارد و شرکت‌هایی که عملکرد پایداری بالاتری دارند، تأثیر عملکرد پایداری بر ارزش شرکت در آن‌ها بیشتر است.



مواد و روش‌ها

مطالعه حاضر یک مطالعه کاربردی-توسعه‌ای است که با هدف ارائه الگوی توسعه پایداری بانک صادرات ایران بر مبنای اخلاق حرفه‌ای انجام شد. همچنین از منظر نوع داده‌ها، با روش آمیخته (کمی-کیفی) انجام گرفت و از منظر شیوه و بازه زمانی گردآوری داده‌ها از روش توصیفی-پیمایشی استفاده شد. از سوی دیگر با توجه به اینکه در این پژوهش از روش‌های مطالعه کتابخانه‌ای و نیز روش‌های میدانی نظیر پرسشنامه استفاده شده‌است، می‌توان بیان کرد که پژوهش حاضر بر اساس ماهیت و روش، یک پژوهش توصیفی-تفسیری است که با رویکرد آمیخته انجام می‌شود. در ادامه نسبت به غربال شاخص‌ها اقدام شده‌است. در گام بعدی، براساس اطلاعات به‌دست‌آمده از مرحله قبل، نسبت به اعتبارسنجی مدل اقدام شد (رویکرد کمی). همچنین با استفاده از مدل‌سازی ساختاری تفسیری (ISM) سطح بندی هر یک از مولفه‌ها صورت گرفت.

خلاصه مراحل اجرایی تحقیق به شرح زیر بوده است:

در نخستین گام پژوهش، به کدگذاری مصاحبه‌های تخصصی پژوهش با استفاده از تحلیل کیفی مضمون (تم) پرداخته شده‌است. در گام بعدی شاخص‌های مدل رفتار مصرف کننده در ایجاد دل بستگی به برند با تأکید بر مولفه بسته‌بندی با روش دلفی فازی غربالگری شده‌است.

در گام بعدی نتایج حاصل از تحلیل عاملی تاییدی ارائه گردیده‌است.

سپس مقوله‌های موجود با روش ساختاری-تفسیری سطح‌بندی شده و الگوی اولیه پژوهش طراحی شده‌است.

در نهایت برای اعتبارسنجی مدل از روش حداقل مربعات جزئی استفاده شده‌است.

تحلیل کیفی با نرم‌افزار MAXQDA نسخه ۲۰، روش دلفی فازی با نرم‌افزار MatLab تحلیل ساختاری-تفسیری با نرم‌افزار MicMac و روش حداقل مربعات جزئی با نرم‌افزار Smart PLS انجام شده‌است.

مشارکت‌کنندگان در بخش کیفی شامل خبرگان و مدیران و کارشناسان ارشد پایداری شرکتی و اخلاق حرفه‌ای آنان در شبکه بانک صادرات ایران بودند که در حوزه اخلاق حرفه‌ای و پایداری شرکتی آشنایی داشته‌باشند. تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از هر مصاحبه عمیق با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای و طبقه‌ای ادامه یافت و تا سطح اشباع نظری و کفایت داده‌ها ادامه یافت. بدین ترتیب نمونه‌ای متشکل از ۱۷ نفر خبره برای مصاحبه دعوت شدند. جامعه مورد مطالعه در پژوهش کمی، یعنی برای سنجش و تایید برازش مدل، مدیران و معاونان و کارشناسان ارشد آن‌ها که سال‌ها در امور مختلف عرصه خدمات بانکداری صاحب تجربه و دانش و مهارت هستند که از این میان نمونه‌ای متشکل از ۴۰۰ نفر در سال ۱۴۰۲ انتخاب شد. برای گردآوری داده‌های پژوهش از مصاحبه و پرسشنامه استفاده شده‌است. از آنجا که برای مطالعات کیفی که با هدف اکتشافی و طراحی الگو انجام می‌شوند مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته مناسب‌تر هستند، در این تحقیق نیز مصاحبه نیمه‌ساختارمند با خبرگان صورت گرفت. در بخش کمی نیز از پرسشنامه‌ای با طیف لیکرت پنج درجه استفاده شد.

برای سنجش روایی و پایایی مصاحبه‌های انجام‌شده، ضریب هولستی محاسبه شد. چنانچه در این روش درصد توافق مشاهده شده بالای ۰/۶ باشد اعتبار کدگذاری بخش کیفی تایید می‌شود. میزان همبستگی دیدگاه کدگذاران با محاسبه ضریب هولستی (PAO) یا «درصد توافق مشاهده‌شده»^۱ ۰/۸۱۱ به‌دست آمد که مقدار قابل قبولی است.

برای بررسی روایی پرسشنامه از روایی سازه (مدل بیرونی)، روایی همگرا (AVE) و روایی واگرا استفاده شد که نتایج آن در **Error! Reference source not found.** ارائه شده‌است. همچنین آلفای کرونباخ کلی پرسشنامه در یک مطالعه مقدماتی ۰/۱۹ به‌دست آمد. مقدار AVE برای تمامی متغیرهای باید بزرگ‌تر از ۰/۵ باشد. برای محاسبه پایایی نیز پایایی ترکیبی (CR) و

¹ Percentage of Agreement Observation, PAO



ضریب آلفای کرونباخ هر یک از عوامل محاسبه گردید. میزان پایایی ترکیبی و آلفای کرونباخ تمامی ابعاد باید بزرگتر از ۰/۷ باشد. نتایج حاصل از اعتبارسنجی پرسشنامه در بخش اعتبارسنجی مدل ارائه شده است.

در بخش کیفی از روش تحلیل تم (مضمون) استفاده شد و با این روش مقوله‌های اصلی و فرعی الگوی توسعه پایداری بر مبنای اخلاق حرفه‌ای در بانک صادرات ایران شناسایی شد. در بخش کیفی با استفاده از تحلیل کیفی مضمون با نرم‌افزار MAXQDA 20 و روش دلفی فازی با نرم‌افزار MatLab تحلیل ساختاری-تفسیری با نرم‌افزار MicMac در گام بعدی نتایج حاصل از تحلیل عاملی تاییدی با نرم‌افزار Smart PLS 3.0 انجام شد.

در ادامه این پژوهش، از تکنیک مدل‌سازی ساختاری تفسیری برای شناسایی و طراحی الگوی روابط شاخص‌ها استفاده شده است. مدل‌سازی ساختاری-تفسیری در تشخیص روابط درونی متغیرها کمک می‌کند و یک تکنیک مناسب برای تجزیه و ISM می‌تواند به اولویت‌بندی و تحلیل تأثیر یک متغیر بر متغیرهای دیگر می‌باشد. همچنین می‌تواند به اولویت‌بندی و تعیین سطح عناصر یک سیستم اقدام کند که کمک بسیار شایانی به مدیران برای اجرای بهتر مدل طراحی شده می‌کند. برای اجرای تکنیک ISM جهت به‌دست آوردن روابط درونی و اولویت‌های عناصر در یک سیستم فرایند زیر طی شده است.



شکل ۱- مراحل اجرای تکنیک ISM

یافته‌های تحقیق

در جدول زیر، مشخصات جمعیتی خبرگان شرکت‌کننده در مصاحبه و همچنین ویژگی‌های اعضا نمونه آماری ارائه شده است. ویژگی‌های جمعیتی خبرگان که در مجموع ۱۷ نفر بوده، نشان می‌دهد که از نظر جنسیت، جمعیت مورد بررسی شامل ۷۰٪ مردان (۱۲ نفر) و ۳۰٪ زنان (۵ نفر) است. در مورد سن، ۲۳٪ افراد کمتر از ۴۰ سال (۴ نفر)، ۵۳٪ بین ۴۰ تا ۵۰ سال (۹ نفر) و ۲۳٪ بالای ۵۰ سال (۴ نفر) هستند. از نظر تحصیلات، اکثریت (۸۲٪) دارای مدرک دکتری (۱۴ نفر) و تنها ۱۸٪ کارشناسی ارشد (۳ نفر) هستند. در زمینه سابقه کاری، ۳۶٪ بین ۵ تا ۱۰ سال (۶ نفر) و ۶۵٪ بالای ۱۰ سال (۱۱ نفر) سابقه کاری دارند (جدول ۱).

**جدول ۱- ویژگی‌های جمعیت‌شناختی خبرگان**

ویژگی‌های جمعیت‌شناختی	فراوانی	درصد
جنسیت	مرد	۱۲
	زن	۵
سن	کمتر از ۴۰ سال	۴
	۴۰ تا ۵۰ سال	۹
تحصیلات	۵۰ سال و بیشتر	۴
	کارشناسی‌ارشد	۳
سابقه‌کاری	دکتری	۱۴
	۵ تا ۱۰ سال	۶
کل	بالای ۱۰ سال	۱۱
	کل	۱۷

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲.

با توجه به اطلاعات جمعیت‌شناختی ارائه شده در جدول ۲، می‌توان چنین گفت از نظر ترکیب جنسیتی، ۶۵٪ را مردان (۲۵۸ نفر) و ۳۵٪ را زنان (۱۴۲ نفر) تشکیل می‌دهند. در زمینه توزیع سنی، جمعیت مورد بررسی دارای ساختار جوان و میانسال است، به طوری که ۳۰٪ افراد کمتر از ۴۵ سال (۱۲۱ نفر)، ۴۶٪ بین ۴۵ تا ۵۵ سال (۱۸۳ نفر) و ۲۴٪ بالای ۵۵ سال (۹۶ نفر) هستند. از لحاظ تحصیلات، این جمعیت دارای سطح تحصیلی بالایی است، به طوری که ۵۳٪ مدرک کارشناسی‌ارشد (۲۱۳ نفر)، ۳۰٪ دکتری (۱۲۱ نفر) و ۱۷٪ کارشناسی (۶۶ نفر) دارند. در زمینه سابقه کاری نیز، بخش قابل توجهی از جمعیت (۳۳٪) دارای ۱۰ تا ۱۵ سال سابقه کار (۱۳۲ نفر)، ۲۹٪ بین ۱۵ تا ۲۰ سال (۱۱۵ نفر) و ۱۶٪ بالای ۲۰ سال (۶۲ نفر) سابقه کاری هستند. در مجموع، این مجموعه جمعیتی متشکل از افرادی با ترکیب جنسیتی نسبتاً متعادل، ساختار سنی جوان و میانسال، و سطح تحصیلات و سابقه کار بالا است.

جدول ۲- ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخ‌دهندگان کمی

ویژگی‌های جمعیت‌شناختی	فراوانی	درصد
جنسیت	مرد	۲۵۸
	زن	۱۴۲
سن	کمتر از ۴۵ سال	۱۲۱
	۴۵ تا ۵۵ سال	۱۸۳
تحصیلات	بالای ۵۵ سال	۹۶
	کارشناسی	۶۶
سابقه‌کاری	کارشناسی‌ارشد	۲۱۳
	دکتری	۱۲۱
کل	کمتر از ۱۰ سال	۹۱
	۱۰ تا ۱۵ سال	۱۳۲
کل	۱۵ تا ۲۰ سال	۱۱۵
	بالای ۲۰ سال	۶۲
کل	کل	۴۰۰

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲.



برای ارائه الگوی پایداری شرکتی بر مبنای اخلاق حرفه‌ای در بانک صادرات ایران، مصاحبه‌های تخصصی نیمه‌ساختاریافته با خبرگان صورت گرفته است. در این مرحله پیش از شروع مصاحبه چند سؤال باز در نظر گرفته شده است و در طول فرایند مصاحبه این پیش‌بینی در نظر گرفته شده است که سؤالات جدیدی نیز مطرح شود. برای اینکه پژوهشگر با عمق و گستره محتوایی داده‌ها آشنا شود اقدام به بازخوانی مکرر داده‌ها و خواندن داده‌ها به صورت فعال (جستجوی معانی و الگوها) گردیده است. نتایج مصاحبه‌ها با روش تحلیل مضمون مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. برای این منظور متن مصاحبه‌ها چندین بار مطالعه و مرور شد. سپس داده‌ها به واحدهای معنایی در قالب جملات و پاراگراف‌های مرتبط با معنای اصلی شکسته شد. واحدهای معنایی نیز چندین بار مرور و سپس کدهای مناسب هر واحد معنایی نوشته و کدها براساس تشابه معنایی طبقه‌بندی شد. جریان تجزیه و تحلیل با اضافه شدن هر مصاحبه به همین ترتیب تکرار شد. مصاحبه‌ها تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت. ملاک دستیابی به اشباع نظری رسیدن به تکرار در کدهای استخراجی بوده است. تحلیل مضمون مبتنی بر روش پیشنهادی براون و کلارک^۱ (۲۰۰۶) صورت گرفت. متن مصاحبه‌ها که پیش از آن به صورت فایل متن وارد نرم‌افزار شود بارها مورد مطالعه قرار گرفت و نکات کلیدی آن‌ها به صورت کد وارد نرم‌افزار MaxQDA شد. در مرحله کدگذاری باز ۵۲۱ کد شناسایی گردید. با انجام مصاحبه از طریق نمونه‌گیری نظری پس از کدگذاری اولیه متن مصاحبه‌ها، استخراج مفاهیم و مقوله‌ها انجام شده است. متن مصاحبه‌ها، ۲۴۵۹۱ کلمه و ۲۲۹۸ کلمه با حداقل ۳ کاراکتر بوده است. با انجام کدگذاری اولیه در کدگذاری باز در مجموع ۶۷۹ کد شناسایی گردید که با غربالگری کدهای اولیه به ۶۹ مفهوم رسیدیم که در قالب ۱۰ مقوله اصلی در کدگذاری متمرکز طبقه‌بندی شدند. شاخص‌های ارائه الگوی پایداری شرکتی بر مبنای اخلاق حرفه‌ای در بانک صادرات ایران مستخرج از مصاحبه‌ها به روش تحلیل مضمون در **Error! Reference source not found.** ارائه شده است.

جدول ۳ - نتایج تحلیل مضمون

مضمون فراگیر	مضمون سازمان‌دهنده	مضامین پایه
الگوی توسعه پایداری	عوامل اقتصادی	هدف اقتصادی
		تخصیص منابع مالی
		منابع درون شرکتی
		عملکرد پایداری اقتصادی
		رویکرد اقتصادی
		اقتصاد مقاومتی
		بهره‌وری اقتصادی
		کاهش ریسک عملیاتی
		بازده سرمایه‌گذاری
		کاهش هزینه
عوامل اجتماعی		تولید پایدار
		هدف اجتماعی
		نیازهای ذینفعان
		رضایت مشتری
		رفاه در بلندمدت

¹ Braun & Clarke



مضمون فراگیر	مضمون سازمان دهنده	مضامین پایه
		مسئولیت پذیری اجتماعی
		تعهد زیست محیطی
		پایداری اجتماعی
		رشد جمعیت
		هدف زیست محیطی
		مدل تجاری سبز
		کسب و کار سبز
		برند سبز
		بازاریابی سبز
		نیازهای سازمان
		توسعه عملکرد
		سازگاری با شرایط
		راه حل مشترک برای تصمیم گیرندگان
		توسعه پایداری شرکت
		چالش های توسعه پایدار
		داشتن چشم انداز
		بیانیه شرکت
		استراتژی شرکت
		اهداف اخلاقی
		ایجاد اخلاق حرفه ای
		حفظ اخلاق حرفه ای
		جو اخلاقی
		مسئولیت پذیری اخلاقی
		اصول اخلاق حرفه ای در جهت پیشبرد نظام
		پایداری شرکتی
		کاهش تنش ها
		عملکرد اخلاق
		قوانین و مقررات
		گزارش پایداری
		هزینه داشتن افشای پایداری شرکتی
		کاهش منابع مالی در پی افشای پایداری
		کاهش سودآوری در پی افشای پایداری
		فقدان الزام قانونی برای افشا
		افزایش انگیزه
		آموزش کارکنان
		بهسازی و نگهداری منابع انسانی
		شناخت رفتار سازمانی در قبال محیط زیست
عوامل زیست محیطی		
عوامل استراتژیک		
عوامل اخلاق حرفه ای		
عوامل افشای پایداری		
مدیریت منابع انسانی سبز		



مضمون فراگیر	مضمون سازمان‌دهنده	مضامین پایه
		مسئولیت‌پذیری کارکنان نسبت به محیط‌زیست
		زنجیره تأمین پایدار
		پیگیری محصول تولیدی با تأکید بر ملاحظات محیط‌زیستی
	مدیریت زنجیره تأمین	استراتژی ارتباطات محیط‌زیستی در توسعه محصول
		خلق فرصت‌ها
		ارزش اخلاق
		ایجاد نوآوری
		مزیت رقابتی
	عوامل خلق ارزش پایدار	هم‌افزایی شرکت‌ها
		ارزش اقتصادی بلندمدت
		ارزش اجتماعی
		حرکت در مسیر خلق ارزش
		توانمندسازی روانشناختی کارکنان
	عوامل روانی	فرهنگ سازمانی
		روحیه کارکنان

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲.

جهت ارزیابی روایی و پایایی مصاحبه‌ها از دو روش توافق‌گذار و پایایی باز آزمونی استفاده شد. همان‌گونه که در جدول ۴ نشان داده شده است ضرایب به‌دست‌آمده در هر دو روش بالاتر از حد آستانه ۰/۶ بوده؛ لذا پایایی و روایی مصاحبه‌ها تایید می‌شود.

جدول ۴ - محاسبه روایی و پایایی مصاحبه‌ها

نتیجه	مقدار محاسبه‌شده	روش
تایید	۰/۶۱۲	توافق دو کدگذار
تایید	۰/۷۶۷	باز آزمون

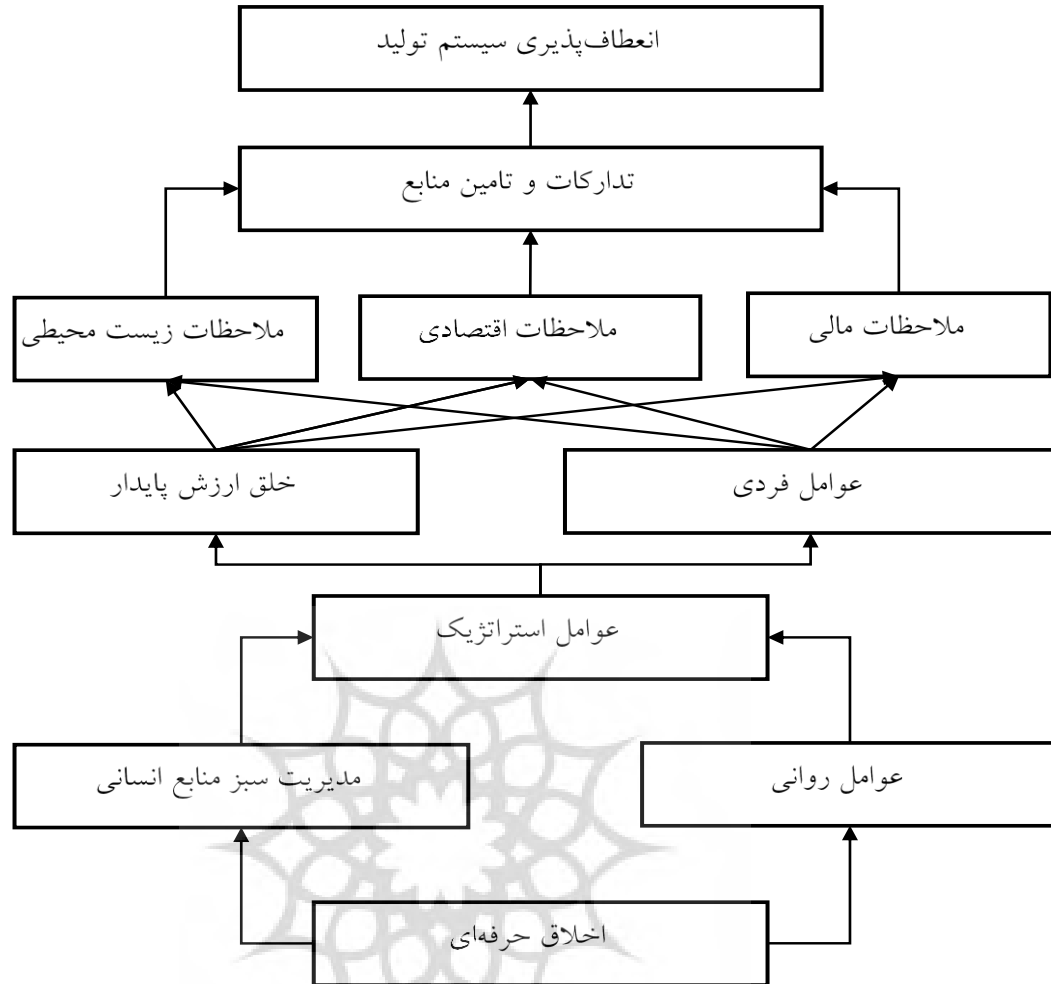
برای غربال و شناسایی شاخص‌های نهایی از روش دلفی استفاده شده است. تحلیل دلفی مبتنی بر دیدگاه ۱۷ نفر از خبرگان صورت گرفته است. در این مطالعه نیز برای فازی‌سازی دیدگاه خبرگان از اعداد فازی مثلثی استفاده شده است. دیدگاه خبرگان پیرامون اهمیت هر یک از شاخص‌ها با طیف فازی ۷ درجه گردآوری شده است. در این تحقیق از روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری برای سطح‌بندی متغیرها استفاده شده است که به‌علت طولانی‌بودن، از ذکر ماتریس‌های خود تعاملی، دریافتی و دسترسی نهایی اجتناب می‌شود. برای تعیین روابط و سطح‌بندی معیارها باید مجموعه خروجی‌ها و مجموعه ورودی‌ها برای هر معیار از ماتریس دریافتی استخراج شود.

مجموعه دستیابی (عناصر سطر، خروجی یا اثرگذاری‌ها): متغیرهایی که از طریق این متغیر می‌توان به آنها رسید. مجموعه پیش‌نیاز (عناصر ستون، ورودی یا اثرپذیری‌ها): متغیرهایی که از طریق آنها می‌توان به این متغیر رسید.

**جدول ۵- مجموعه ورودی‌ها و خروجی‌ها برای تعیین سطح**

اشتراک	ورودی: اثرپذیری	خروجی: اثرگذاری	متغیرها
C01	C01, C02, C03, C04, C05, C06, C07, C08, C10, C11	C01, C09	C01
C02, C03, C04	C02, C03, C04, C05, C06, C07, C08, C10, C11	C01, C02, C03, C04, C09	C02
C02, C03, C04	C02, C03, C04, C05, C06, C07, C08, C10, C11	C01, C02, C03, C04, C09	C03
C02, C03, C04	C02, C03, C04, C05, C06, C07, C08, C10, C11	C01, C02, C03, C04, C09	C04
C05, C10	C05, C10, C11	C01, C02, C03, C04, C05, C06, C07, C08, C09, C10	C05
C06, C07	C05, C06, C07, C08, C10, C11	C01, C02, C03, C04, C06, C07, C09	C06
C06, C07	C05, C06, C07, C08, C10, C11	C01, C02, C03, C04, C06, C07, C09	C07
C08	C05, C08, C10, C11	C01, C02, C03, C04, C06, C07, C08, C09	C08
C09	C01, C02, C03, C04, C05, C06, C07, C08, C09, C10, C11	C09	C09
C05, C10	C05, C10, C11	C01, C02, C03, C04, C05, C06, C07, C08, C09, C10	C10
C11	C11	C01, C02, C03, C04, C05, C06, C07, C08, C09, C10, C11	C11

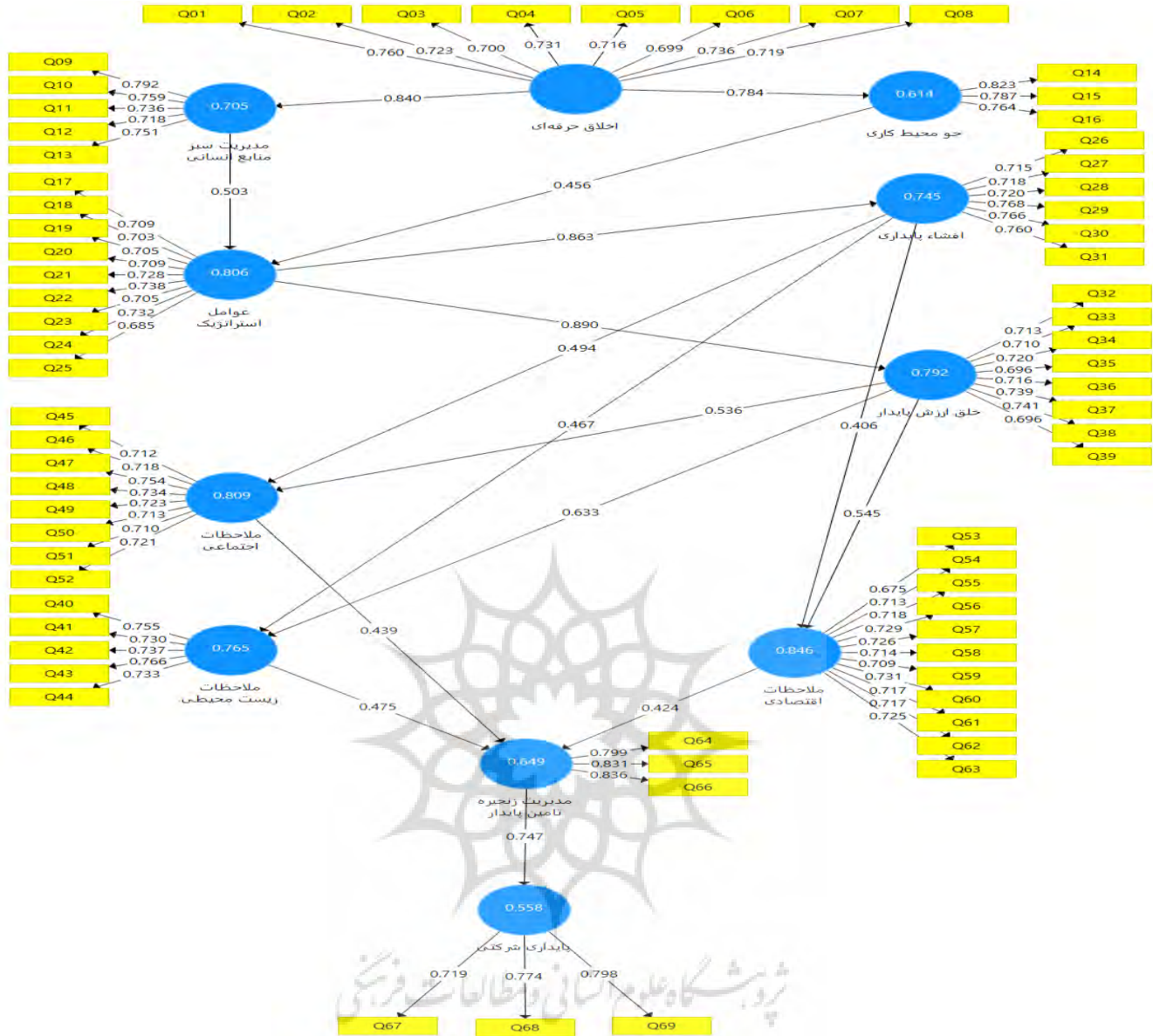
بنابراین توسعه پایداری (C09) به‌عنوان متغیر سطح اول محسوب می‌شود. متغیر مدیریت زنجیره تأمین (C01) در سطح دوم قرار دارد. متغیرهای ملاحظات اقتصادی (C02)، ملاحظات زیست‌محیطی (C03) و ملاحظات اجتماعی (C04) در سطح سوم قرار دارند. متغیرهای افشاء پایدار (C06) و خلق ارزش پایدار (C07) سطح چهارم هستند. متغیر عوامل استراتژیک (C08) در سطح پنجم قرار دارد. متغیرهای مدیریت سبز منابع انسانی (C05) و عوامل روانی (C10) نیز سطح ششم هستند. در نهایت متغیر اخلاق حرفه‌ای (C11) در سطح هفتم قرار دارد. الگوی نهایی سطوح متغیرهای شناسایی شده در شکل نمایش داده شده است. در این شکل فقط روابط معنادار عناصر هر سطح بر عناصر سطح زیرین و همچنین روابط درونی معنادار عناصر هر سطح در نظر گرفته شده است.



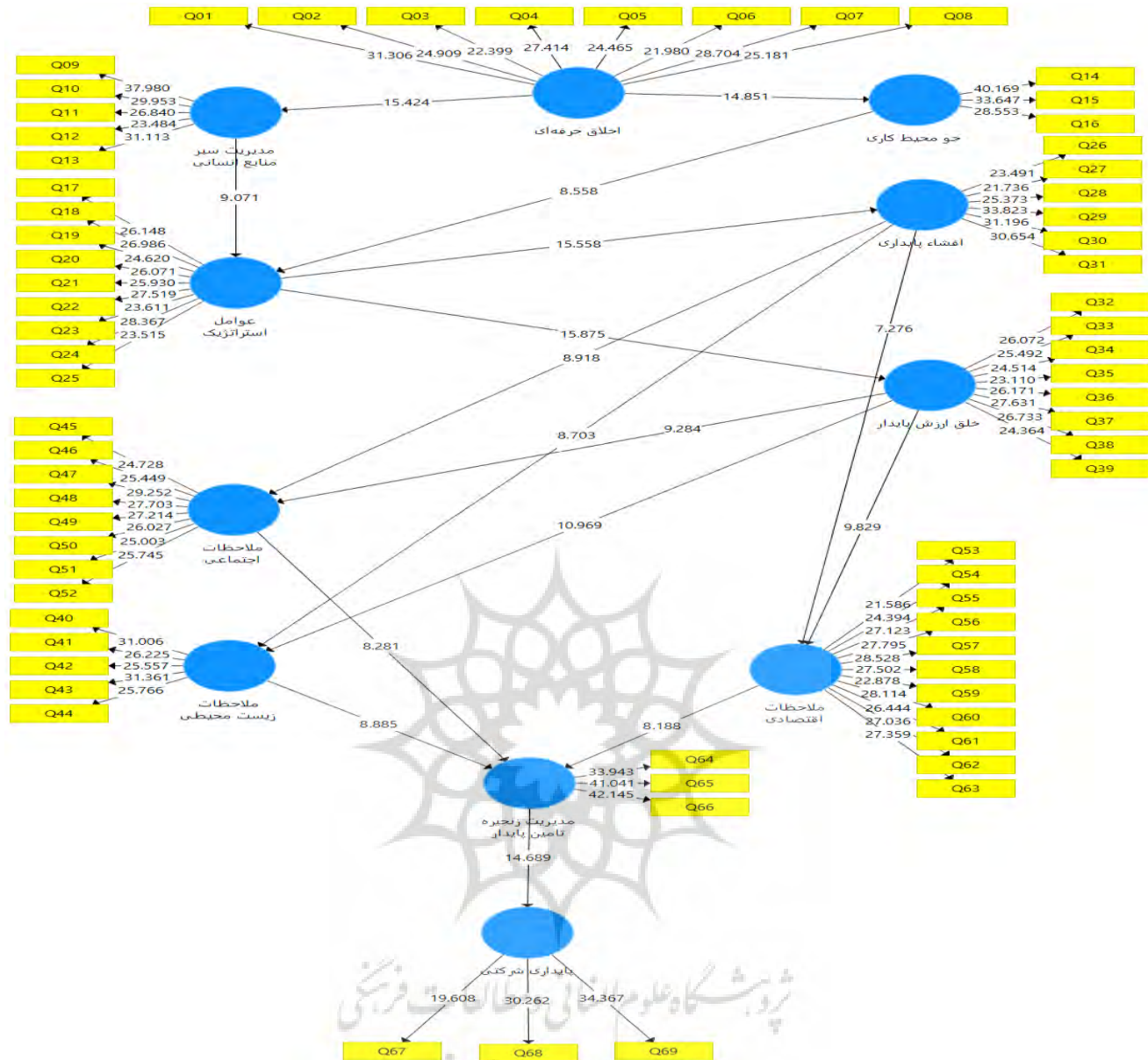
شکل ۱- الگوی اولیه عملیاتی پایداری شرکتی مبتنی بر اخلاق حرفه‌ای

برای اعتبارسنجی مدل از تکنیک حداقل مربعات جزئی استفاده شد. نتایج حاصل از اجرای مدل در حالت تخمین استاندارد، جهت و شدت رابطه میان متغیرها را نشان می‌دهد. خروجی نرم‌افزار Smart PLS برای تخمین استاندارد در شکل ۲ ارائه شده است. برای بررسی معناداری روابط متغیرهای مدل از روش خودگردان سازی (بوت استراپ)^۱ استفاده شد که آماره t را به دست می‌دهد. در سطح خطای ۵٪ اگر مقدار آماره بوت استراپینگ بزرگ‌تر از ۱/۹۶ باشد همبستگی‌های مشاهده شده معنادار است. آماره t و مقدار بوت استراپینگ برای سنجش معناداری روابط نیز در شکل ۳ آمده است.

¹ Bootstrap



شکل ۲- خروجی اعتبارسنجی مدل با روش حداقل مربعات جزئی



شکل ۳- معناداری روابط متغیرها با روش حداقل مربعات جزئی (بوت استرپینگ)

بخش بیرونی (مدل اندازه‌گیری) نشان می‌دهد گویه‌هایی که برای سنجش هر یک از عوامل اصلی در نظر گرفته شده، از اعتبار کافی برخوردار است. قدرت رابطه بین گویه‌ها با عوامل مربوط به وسیله بار عاملی و معناداری آن‌ها با آماره t مورد سنجش قرار می‌گیرد. مقادیر بارهای عاملی مشاهده شده بزرگ‌تر از $0/5$ به دست آمده است و آماره t نیز بزرگ‌تر از $1/96$ می‌باشد. بنابراین مدل بیرونی (اندازه‌گیری) مورد تایید می‌باشد.

میانگین واریانس استخراج شده (AVE) بزرگ‌تر از $0/5$ است بنابراین روایی همگرا وجود دارد. جذر AVE که برای هر سازه گزارش شده است (قطر اصلی) از همبستگی آن با سایر سازه‌های مدل بیشتر است که این موضوع بیانگر روایی واگرایی قابل قبول برای مدل‌های اندازه‌گیری است. پس از اطمینان از مدل‌های اندازه‌گیری از طریق آزمون پایایی، روایی همگرا و روایی واگرا، می‌توان



نتایج حاصل از مدل بیرونی را ارائه کرد. برای بررسی پایایی هر یک از سازه‌ها، ضریب رو، پایایی ترکیبی^۱ (CR) و آلفای کرونباخ محاسبه شده‌است. مقدار آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی باید بیش از ۰/۷ باشد.

جدول ۶- پایایی سازه‌های پژوهش

سازه‌های اصلی	AVE	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی (CR)	ضریب رو (Rho)
اخلاق حرفه‌ای	۰/۵۲۳	۰/۸۷۰	۰/۸۹۸	۰/۸۷۰
مدیریت سبز منابع انسانی	۰/۵۵۰	۰/۸۰۷	۰/۸۶۶	۰/۸۰۸
جو محیط کاری	۰/۶۲۷	۰/۷۱۲	۰/۸۳۴	۰/۷۱۲
عوامل استراتژیک	۰/۵۱۴	۰/۸۷۹	۰/۹۰۳	۰/۸۷۹
افشای پایداری	۰/۵۰۸	۰/۸۳۶	۰/۸۸۰	۰/۸۳۶
خلق ارزش پایدار	۰/۶۷۶	۰/۸۶۵	۰/۸۹۴	۰/۸۶۵
ملاحظات زیست‌محیطی	۰/۵۶۵	۰/۷۹۹	۰/۸۶۱	۰/۷۹۹
ملاحظات اجتماعی	۰/۵۲۳	۰/۸۷۰	۰/۸۹۸	۰/۸۷۰
ملاحظات اقتصادی	۰/۵۱۳	۰/۹۰۵	۰/۹۲۰	۰/۹۰۵
مدیریت زنجیره تأمین پایدار	۰/۵۵۴	۰/۷۶۰	۰/۸۶۲	۰/۷۶۰
توسعه پایداری	۰/۵۸۴	۰/۷۴۶	۰/۸۰۸	۰/۷۵۲

آلفای کرونباخ تمامی متغیرها بزرگ‌تر از ۰/۷ بوده بنابراین پایایی مورد تأیید است. مقدار ضریب رو، پایایی ترکیبی (CR) نیز در تمامی موارد از آستانه ۰/۷ بزرگ‌تر است. مقدار ضریب تعیین توسعه پایداری ۰/۸۰۸ گزارش شده‌است که مقدار قابل قبولی است. این نشان می‌دهد که متغیرهای مدل توانسته‌اند ۷۱٪ از تغییرات در توسعه پایداری را تبیین کنند. شاخص (Q^2) نیز در تمامی موارد مثبت به‌دست آمده است بنابراین مدل از قابلیت پیش‌بینی مناسبی برخوردار است. برای ارزیابی برازش مدل از شاخص GOF و RMS استفاده می‌شود. برای شاخص GOF سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ را به‌عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی معرفی شده‌است. برای شاخص RMS_theta مقادیر زیر ۰/۱۲ نشانه تناسب مدل است، در حالی که مقادیر بالاتر نشان دهنده عدم تناسب است. شاخص SRMR نیز بهتر است زیر ۰/۱ و خیلی سخت‌گیرانه کمتر از ۰/۰۸ باشد (حبیبی و جلال‌نیا، ۱۴۰۱). در این مطالعه شاخص GOF برابر ۰/۶۳۳ به‌دست آمد که از ۰/۳۶ بزرگ‌تر است. شاخص RMS_theta میزان ۰/۰۹۱ به‌دست آمد که از ۰/۱۲ کمتر است. شاخص SRMR نیز ۰/۰۴۸ محاسبه گردید که از ۰/۰۸ کمتر است بنابراین برازش مدل مطلوب است.

نتیجه‌گیری

بر پایه نتایج به‌دست آمده از تحلیل مضمون داده‌های کیفی، عواملی شامل عواملی شامل عوامل اقتصادی، عوامل اجتماعی، عوامل زیست‌محیطی، عوامل استراتژیک، عوامل اخلاق حرفه‌ای، افشای پایداری، مدیریت منابع انسانی سبز، مدیریت زنجیره تأمین، خلق ارزش پایدار، و عوامل روانی به‌عنوان مضامین اصلی الگوی توسعه پایداری بانک صادرات ایران با رویکرد اخلاق حرفه‌ای شناسایی شدند. در این بخش به بحث درباره هر یک از مضامین اصلی پژوهش پرداخته می‌شود.

¹ Composite Reliability (CR)



عوامل اقتصادی همواره به‌عنوان یکی از سه رکن توسعه پایدار مطرح بوده است. برای یک بنگاه اقتصادی کسب سود و ارزش افزوده‌ی حاصل از تولید و خدمات، اصلی‌ترین هدف محسوب می‌شود. بر این اساس، پاسخ‌گویی هرچه بهتر مسئولان و مدیران آن می‌تواند نقش به‌سزایی در ارتقا کیفیت سازمان، جلب مشارکت حداکثری درون‌سازمانی، ارتقا و حفظ اعتماد در سطح جامعه، افزایش بازدهی و نهایتاً^۱ رشد سود، داشته‌باشد. برای بنگاه‌های اقتصادی، کسب سود و ارزش افزوده حاصل از تولید و خدمات، نباید تنها هدف آن محسوب شود. بلکه، پاسخ‌گویی و شفافیت عملکردی هرچه بهتر مسئولان و مدیران می‌تواند نقش به‌سزایی در ارتقا کیفیت سازمان، جلب مشارکت حداکثری درون‌سازمانی، ارتقا و حفظ اعتماد در سطح جامعه، افزایش بازدهی و در نهایت، رشد سود اقتصادی را به‌همراه داشته‌باشد. در تایید یافته‌های به‌دست‌آمده در پژوهش حاضر، باری و همکاران (۲۰۲۲)؛ رئیسی و کریمیان کاکلکی (۱۴۰۰) و همچنین اخترشناس و همکاران (۱۴۰۰) نیز به اهمیت مقوله اقتصادی در پایداری شرکتی؛ یعقوبی و صالحی (۱۴۰۲)، به اهمیت توسعه پایدار اشاره کرده‌اند؛ هر چند که این محققان ملاحظات اخلاق حرفه‌ای را در مدل خود لحاظ نکرده‌اند.

ملاحظات زیست‌محیطی همواره یکی از مولفه‌های پایداری شرکتی و توسعه پایدار در نظر گرفته شده‌اند. ملاحظات زیست‌محیطی در پایداری شرکت عبارت است از مجموعه عملیات شرکت که همگام و سازگار با محیط‌زیست بوده و این عملکرد عمدتاً از طریق معیارها و مقیاس‌های تعیین شده توسط نهادها و آژانس‌های مربوطه، اعم از کشوری و بین‌المللی اندازه‌گیری می‌شود. شاخص عملکرد محیطی بر دو سیاست محوری زیست‌محیطی استوار است: بهداشت محیط، که تنش‌های محیطی را بر سلامت انسان اندازه‌گیری می‌کند و سرزندگی اکوسیستم، که سلامت اکوسیستم و مدیریت منابع طبیعی را اندازه‌گیری می‌کند. شاخص مذکور با بهره‌گیری از ۲۲ نشانگر که در چند مقوله سیاستی منعکس می‌شوند، برآورد می‌گردد. پیش از این سینگ و همکاران (۲۰۲۲)، شالتگر و همکاران (۲۰۲۲) و جلالی و همکاران (۱۴۰۰) نیز به اهمیت ملاحظات زیست‌محیطی اشاره کرده‌اند.

ملاحظات اجتماعی از دیگر مضامین شناسایی شده در پژوهش حاضر است. پایداری اجتماعی شرکت‌ها، به ارائه روش‌هایی می‌پردازد که سازمان‌ها در فضاهای کسب‌وکار خود به آن عمل می‌کنند و پاسخ‌گوی توقعات جامعه، انتظارات تجاری، قانونی و اخلاقی اجتماعی آنان هستند. سازمان‌ها مسئولیت‌های بزرگی در زمینه اجتماعی، اقتصادی و محیطی در قبال کارکنان، سهام‌داران، مشتریان، دولت، تأمین‌کنندگان و تمامی ذینفعان خود برعهده دارند. مشارکت داوطلبانه و بشردوستانه در طیف گسترده‌ای از فعالیت‌های عام‌المنفعه به‌منظور التیام گوشه‌ای از آلام جامعه و ایفای نقشی مؤثر در حل مشکلات و معضلات اجتماعی. جامعه عمل کردن کسب‌وکار را تنها بر پایه انگیزه سود مجاز نمی‌شمارد، بلکه همزمان از آن انتظار دارد که در انطباق با قوانین و مقررات وضع شده دولت‌های فدرال، ایالتی و محلی عمل کند. این انتظار وجود دارد که سازمان‌ها، در اجرای جزئی از «پیمان اجتماعی» موجود میان کسب‌وکار و جامعه، مأموریت‌های اقتصادی‌شان را در چارچوب قانون به انجام رسانند. پیش از این گیسدورفر^۱ و همکاران (۲۰۱۸) و همچنین بابایی و همکاران (۱۴۰۰) نیز بر اهمیت بعد اجتماعی در پایداری شرکت تأکید کرده‌اند.

عوامل استراتژیک از دیگر مضامین شناسایی شده در پژوهش حاضر است. عوامل استراتژیک در واقع کلیه ملاحظات مدیریت استراتژیک جهت دستیابی به توسعه پایداری را نشان می‌دهد. با توجه به اینکه حرکت در راستای پایداری شرکتی اساساً یک مقوله استراتژیک است، از این‌رو توجه به عوامل استراتژیک برای دستیابی به این هدف کاملاً ضروری می‌نماید. نیازهای سازمان، توسعه عملکرد، سازگاری با شرایط، راه‌حل مشترک برای تصمیم‌گیرندگان، توسعه پایداری شرکت، چالش‌های توسعه پایدار، داشتن چشم‌انداز، بیانیه شرکت و استراتژی شرکت شاخص‌هایی هستند که ذیل مضمون «عوامل استراتژیک» تعریف می‌شوند. در رابطه با هدف این پژوهش نیز باید عنوان کرد که بینش استراتژیک مدیران بانک صادرات به آن‌ها کمک می‌کند تا جایگاه فعلی بانک و همچنین هدف اصلی (رسیدن به پایداری) را به‌درستی ترسیم کرده و سپس لوازم مورد نیاز برای دستیابی به این هدف را فراهم کنند. در تحقیقات

¹ Geissdoerfer



پیشین نیز بعضاً به اهمیت بینش و اقدامات استراتژیک جهت دستیابی به پایداری شرکت اشاره شده است (چاتزیتودورو و همکاران، ۲۰۲۱؛ خالد و همکاران، ۲۰۲۱). اخلاق حرفه‌ای از دیگر مضامین شناسایی شده در پژوهش حاضر است. اخلاق حرفه‌ای یکی از مسائل اساسی همه جوامع بشری است. هر جامعه‌ای نیازمند آن است تا ویژگی‌های اخلاق حرفه‌ای مانند دل بستگی به کار، روحیه مشارکت و اعتماد، ایجاد تعامل با یکدیگر و غیره تعریف و برای تحقق آن فرهنگ‌سازی کنند. امروزه بسیاری از کشورها به این بلوغ فکری رسیده‌اند که بی‌اعتنایی به مسائل اخلاقی و فرار از مسئولیت‌ها و تعهدات اجتماعی به از بین رفتن مؤسسه و سازمان می‌انجامد به همین دلیل بسیاری از مؤسسات و سازمان‌های موفق، برای تدوین استراتژی اخلاقی احساس نیاز کرده و به این باور رسیده‌اند که باید در سازمان یک فرهنگ مبتنی بر اخلاق رسوخ کند، از این رو کوشیده‌اند به تحقیقات درباره اخلاق حرفه‌ای جایگاه ویژه‌ای بدهند. به‌طور مشخص در رابطه با پایداری شرکتی، اخلاق حرفه‌ای حاکی از آن است که کلیه کارکنان (و البته مدیران بانک) باید خود را ملزم و متعهد به توسعه پایدار بدانند و اقداماتی انجام دهند که حرکت سازمان (بانک صادرات) به سمت پایداری را تسهیل نماید. در برخی از پژوهش‌های پیشین مانند رضوی و همکاران (۱۳۹۵) و بانک^۱ و همکاران (۲۰۱۶) نیز به اهمیت اخلاق حرفه‌ای اشاره شده است.

افشای پایداری از دیگر مضامین شناسایی شده در پژوهش حاضر است. افشای پایداری شرکتی، ذینفعان را در اتخاذ تصمیمات مالی و سرمایه‌گذاری یاری می‌رساند و امکان درک عملکرد شرکت را در راستای اهداف اجتماعی، اقتصادی و محیطی، فراهم می‌آورد که ذینفعان با استفاده از آن قادر به درک رشد و سوددهی شرکت هستند. افشای پایداری از جمله مباحثی است که مورد توجه کلیه مجامع بین‌المللی حامی محیط‌زیست و توسعه پایدار قرار گرفته است. کمیته گزارشگری پایداری، براساس استانداردهای بین‌المللی پایداری و با تشکیل جلسات متعدد، پیش‌نویس استاندارد "الزامات کلی افشای اطلاعات مالی مرتبط با پایداری" را تدوین کرده است. انتشار استاندارد به‌صورت پیش‌نویس با هدف کسب نظرات و پیشنهادات افراد ذینفع و ذی‌علاقه در جامعه صورت می‌گیرد و از ضروریات افزایش کیفیت استانداردهای افشای پایداری است و نقش تعیین‌کننده‌ای بر جهت‌گیری و سیاست‌های اساسی تدوین استانداردهای گزارشگری پایداری دارد. نتیجه به‌دست‌آمده در این تحقیق با یافته‌های بوتانی و همکاران (۲۰۱۷)، آبرکاج و همکاران (۲۰۲۱)، ایسنایینی^۲ و همکاران (۲۰۲۱) مبنی بر اهمیت افشای پایداری مطابقت دارد.

مدیریت منابع انسانی سبز از دیگر مضامین شناسایی شده در پژوهش حاضر است. مدیریت منابع انسانی سبز یکی از مهم‌ترین ابعاد سیستم‌های منابع انسانی محیط‌زیست است. اکنون، زمانی است که کسب و کارهای گوناگون برای دستیابی به مزیت‌های رقابتی چشم‌گیر نیازمند به‌کارگیری راهبردهای محیط‌زیستی هستند. موفقیت این راهبردها ارتباط مستقیمی با اقدامات و تصمیم‌گیری صحیح دارد. در این فرایند، آنچه سازمان را به‌سوی موفقیت هرچه بیشتر سوق می‌دهد، میزان آگاهی کارکنان از محیط‌زیست، حفاظت از آن و البته مسئولیت‌پذیری نسبت به آن است. هدف مدیریت منابع انسانی سبز، آگاه‌کردن منابع انسانی سازمان نسبت به محیط‌زیست است. برای کاهش آلودگی‌های ناشی از تولید، اجرای اقداماتی در جهت حمایت و حفاظت از محیط‌زیست ضروری است. با اجرای اقدامات کاربردی مناسب محیط‌زیستی، فرهنگ این مفهوم نیز بهتر در سازمان نهادینه می‌شود. هدف از اجرای اقداماتی در این راستا، بهبود بهره‌وری، کاهش خطرات و کسب رضایت ذینفعان سازمانی است. پیش از این نیز محققان دیگری همچون لانگونی و همکاران (۲۰۱۸)، سید جوادین و همکاران (۱۳۹۵) و یانگ^۳ و همکاران (۲۰۱۹) نیز به اهمیت مدیریت سبز منابع انسانی اشاره کرده‌اند.

مدیریت زنجیره تأمین از دیگر مضامین شناسایی شده در پژوهش حاضر است. مدیریت زنجیره تأمین پایدار ریشه در پایداری داشته و شامل یک رویکرد گسترده به مدیریت زنجیره تأمین است. پایداری در زنجیره تأمین به معنای سوق دادن زنجیره تأمین

¹ Bavec

² Isnaini

³ Yong



به سمت توجه به جنبه‌های اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی و رفع مشکلات موجود این جنبه‌ها در زنجیره تأمین سنتی است. در مستندات علمی تعاریف متعددی برای زنجیره تأمین پایدار آمده است. مدیریت زنجیره تأمین پایدار به معنای استراتژی، ادغام شفاف و دستیابی به اهداف اجتماعی، زیست‌محیطی و اقتصادی یک سازمان در همکاری سیستماتیک فرآیندهای کلیدی کسب‌وکار درون‌سازمانی برای بهبود عملکرد اقتصادی طولانی‌مدت زنجیره تأمین شرکت و عملکرد فردی آن است. به عبارت دیگر، مدیریت مواد، اطلاعات و جریان سرمایه و همچنین همکاری میان شرکت‌های درگیر در زنجیره تأمین با توجه به اهداف تلفیق شده اقتصادی، زیست‌محیطی و اجتماعی و مشتق شده از مشتری و ذینفعان، مدیریت زنجیره تأمین پایدار تعریف شده است. عملکرد پایدار یک شرکت در خلأ صورت نمی‌گیرد، بلکه هر شرکتی چه خدماتی و چه تولیدی دارای شرکای زیادی در زنجیره تأمین است که لازم می‌کند تمامی دست‌اندرکاران زنجیره تأمین ملاحظات پایداری را در اقدامات تجاری خود لحاظ کنند. نتیجه به‌دست‌آمده با یافته‌های استال و همکاران (۲۰۱۹) و لو و لیائو (۲۰۲۱) مبنی بر اهمیت مدیریت زنجیره تأمین در پایداری شرکتی همخوانی دارد.

خلق ارزش پایدار از دیگر مضامین شناسایی شده در پژوهش حاضر است. امروزه نقش ارزش به‌عنوان یک عنصر بسیار مهم برای مصرف‌کنندگان و بازاریابان محسوب می‌شود و این بدان دلیل است که ارزش به‌عنوان یکی از قوی‌ترین نیروها در بازار محسوب می‌شود. اهمیت خلق ارزش در آثار متعددی در طول سال‌های اخیر مورد توجه قرار گرفته است. ارائه بهترین ارزش ممکن به مشتریان، بی‌شک امری مهم برای بنگاه‌های خدماتی موجود در بازار رقابتی کنونی می‌باشد. شرکت‌هایی که توانایی فراهم آوردن محصولات و خدمات ارزشمند از نظر مشتریان را دارا باشند به مزیت رقابتی مهمی دست خواهند یافت. متأسفانه علی‌رغم اهمیت موضوع، دیده می‌شود که ارزش‌های ادراک شده در مرکز ثقل تلاش‌های بازاریابی در درک رفتار مشتریان قرار نمی‌گیرد. بعضاً سازمان‌ها از این نکته که ارزش درک شده بخشی از رفتار مصرف‌کننده است، غافل می‌شوند. که علت آن را باید در مشکل بودن اندازه‌گیری و بررسی ابعاد مختلف ارزش درک شده مشتریان جستجو نمود. بنابراین هم مدیران و هم محققین باید در مورد نحوه ارزیابی و تأکید مشتریان بر یک خدمت ارائه شده اهمیت قائل شوند. خلق ارزش امری ضروری برای سازمان‌ها بوده و در سال‌های اخیر تبدیل به کانون توجه استراتژی‌های بازاریابی شده است. پیش از این سینگ و همکاران (۲۰۲۲) و شالتگر و همکاران (۲۰۲۲) نیز به اهمیت ملاحظات زیست‌محیطی اشاره کرده‌اند.

عوامل روانی از دیگر مضامین شناسایی شده در پژوهش حاضر است. عوامل روانی بر اساس یافته‌های این تحقیق شامل ترکیبی از توانمندسازی روانشناختی کارکنان، فرهنگ سازمانی و روحیه کارکنان است. توانمندسازی روانشناختی کارکنان به‌عنوان یک رویکرد نوین انگیزش درونی به معنی آزاد کردن نیروها و قدرت درونی افراد و همچنین، فراهم کردن بسترها و به وجود آوردن فرصت‌ها برای شکوفایی استعدادها، توانایی‌ها و شایستگی‌های کارکنان است و در واقع، شامل ادراکات افراد نسبت به نقش خویش در شغل و سازمان می‌شود. هسته اصلی فرهنگ سازمانی را ارزش‌هایی تشکیل می‌دهند که اعضای سازمان همگی با هم در آن مشترک هستند و بر اساس این ارزش‌ها رفتارهای درون‌سازمانی شکل می‌گیرند. فرهنگ سازمانی را می‌توان مجموعه‌ای از مفروضات بنیادی، ارزش‌ها و باورهای مشترک و علائم ظاهری یا مصنوعات دانست. فرهنگ سازمانی الگویی از مفروضات اساسی که به‌عنوان اندیشه‌ای معتبر مطرح شده و به اعضای سازمان به‌عنوان راه و روش ادراک و تفکر و احساس آموخته است. فرهنگ سازمانی زمینه‌ای فراگیر از نگرش‌ها، ادراک‌ها، ارزش‌ها و دستورات اخلاقی است که در سازمان نفوذ می‌کند و آن را در برمی‌گیرد و می‌تواند ارزش‌های مشترک و آرمان‌های اجتماعی اعضای سازمان را به هم پیوند دهند. در این راستا اگر ارزش‌ها و مفروضات سازمان بر پایه تعهد به توسعه پایدار باشد می‌توان انتظار حرکت تمامی کارکنان به سمت پایداری شرکت را داشت. نتیجه به‌دست‌آمده با یافته‌های هوان^۱ و همکاران (۲۰۲۱) (راجع به

¹ Huan



عوامل روحی و روانی کارکنان) و بیرو^۱ و همکاران (۲۰۲۱) (در رابطه با تأثیر فرهنگ بر پایداری)، و زارع آبدانسری و همکاران (۱۴۰۲) (در آ رابطه با توسعه پایدار) مطابقت دارد.

منابع

- اخترشناس، داریوش، خدای پور، احمد، و پورحیدری، امید (۱۴۰۰). تدوین و ارزیابی مدل موانع اجرا، افشا و استانداردگذاری پایداری شرکتی در ایران. *حسابداری ارزشی و رفتاری*. ۶ (۱۱)، ۲۱۷-۲۴۹. [Doi: 10.52547/aapc.6.11.217](https://doi.org/10.52547/aapc.6.11.217)
- بابایی، فاطمه، رحمانی، علی، همایون، سعید، و امین، وحید. (۱۴۰۰). رابطه بین عملکرد پایداری شرکتی و ارزش شرکت: با تأکید بر نقش امتیاز افشا و اندازه شرکت. *دانش حسابداری*، ۱۲ (۳)، ۲۷-۱. <https://www.sid.ir/paper/957672/fa>
- باغدار حسینی، سیدحمید. (۱۳۹۷). بررسی تأثیر رهبری اخلاقی بر رفتار حرفه‌ای کارکنان به واسطه عدالت سازمانی در کارکنان اداره کل بیمه سلامت خراسان رضوی. *پایان نامه کارشناسی ارشد، مؤسسه آموزش عالی فردوس*.
- جعفریانی، حسن، و یازرلو، علی. (۱۳۹۴). بررسی عوامل مؤثر بر اخلاق حرفه‌ای در مدیران صنعتی، *مطالعات رفتار سازمانی*، ۴ (۱)، ۵۰-۲۵. https://obs.sinaweb.net/article_14021.html
- جلالی فراهانی، علیرضا؛ موسی خانی، مرتضی؛ الوانی، سید مهدی؛ و کاظمی، ابوالفضل. (۱۴۰۰). طراحی الگوی مدیریت منابع انسانی پایدار همسو با حکمرانی مطلوب پایدار در نظام اداری ایران. *مدیریت منابع در نیروی انتظامی*، ۹ (۱)، ۹۱-۱۲۸. <https://www.sid.ir/paper/964283/fa>
- رضوی، سیدعباس؛ الهام پور، حسین؛ و برکه باد، احسان. (۱۳۹۵). بررسی وضعیت اخلاق حرفه‌ای مدیران گروه‌های آموزشی دانشگاه شهید چمران اهواز. *نامه آموزش عالی*، ۹ (۳۵)، ۲۷-۵۴. https://journal.sanjesh.org/article_24496.html
- رئیس، علیرضا؛ و کریمیان کاکلی، زهره (۱۴۰۰). بررسی ارتباط اخلاق حرفه‌ای و ارزش‌های شغلی با رفتارهای انحرافی سازمانی در کارکنان شبکه بهداشت و درمان شهرستان اردل. *مجله دانشگاه علوم پزشکی جیرفت*. ۸ (۳)، ۷۵۹-۷۶۶. <http://journal.jmu.ac.ir/article-1-514-fa.html>
- زارع آبدانسری، محمد؛ نقی‌زاده باقی، عباس؛ و نقی‌زاده باقی، مهدی (۱۴۰۲). شناسایی راهکارهای توسعه پایدار و مدیریت سبز در طراحی ورزشگاه‌های فوتبال. *مطالعات مدیریت توسعه سبز*، دوره ۲، شماره ۲ (۴)، پاییز و زمستان ۱۴۰۲. ۱۶-۲۴. doi: 10.22077/JGDMS.2024.7114.1060
- شعوری بیدگلی، علیرضا؛ پورمحمد، رضا؛ آسایش، حمید؛ رامیار، فرزانه. (۱۴۰۲). اخلاق حرفه‌ای اعضای هیئت علمی و رابطه آن با رضایت تحصیلی دانشجویان: یک مطالعه مروری نظام‌مند، *افق توسعه آموزش علوم پزشکی*، ۱۵ (۱)، ۸۶-۸۳. [Doi:10.22038/HMED.2023.75054.1295](https://doi.org/10.22038/HMED.2023.75054.1295)
- فاضلی، زینب، فاضلی باوند پور، فاطمه سادات، رضایی طاویرانی، مصطفی، مظفری، مصیب، و حیدری مقدم، رشید. (۱۳۹۱). اخلاق حرفه‌ای و نقش آن در حرفه پزشکی. *مجله دانشگاه علوم پزشکی ایلام*. ۲۰ (۵)، ۱۰-۱۷. <http://sjimu.medilam.ac.ir/article-1-921-fa.html>
- یعقوبی، نورمحمد؛ و صالحی، مطهره (۱۴۰۲). بررسی و تبیین اجرای سیاست گذاری مدیریت منابع تجدید پذیر در راستای توسعه پایدار منطقه سیستان، *مطالعات مدیریت توسعه سبز*، ۲ (۲)، ۱۲۴-۱۵۱. [doi: 10.22077/JGDMS.2024.7003.1050](https://doi.org/10.22077/JGDMS.2024.7003.1050)
- Bari, N., Chimhundu, R., & Chan, K. C. (2022). Dynamic Capabilities to Achieve Corporate Sustainability: A Roadmap to Sustained Competitive Advantage. *Sustainability*, 14(3), 1531.
- Bavec, C.(2016). Social Responsibility and Professional Ethics in Management: Some Empirical Evidences at Country Levels. *Managing Global Transitions*, 10 (4): 361-377.
- Benkarim, A., & Imbeau, D. (2021). Organizational Commitment and Lean Sustainability: Literature Review and Directions for Future Research. *Sustainability*, 13(6), 3357.

¹ Birou



- Birou, L. M., Green, K. W., & Inman, R. A. (2021). Sustainability knowledge and training: Outcomes and firm performance. *Journal of Manufacturing Technology Management*.
- Bottani, E., Gentilotti, M. C., & Rinaldi, M. (2017). A Fuzzy Logic-Based Tool for the Assessment of Corporate Sustainability: A Case Study in the Food Machinery Industry. *Sustainability*, 9(4), p. 583.
- Chatzitheodorou, K., Tsalis, T. A., Tsagarakis, K. P., Evangelos, G., & Ioannis, N. (2021). A new practical methodology for the banking sector to assess corporate sustainability risks with an application in the energy sector. *Sustainable Production and Consumption*, 27, 1473-1487.
- Christina, W., Winroth, M., Almstr, P., Kurdve, M., & Andersson, C. (2022). Sustainability with a Cost Perspective--Driving the Industry to Embrace Sustainable Thinking. *Journal of Environmental Accounting and Management*, 10(01), 49-72.
- Geissdoerfer, M., Vladimirova, D., & Evans, S. (2018). Sustainable business model innovation: A review. *Journal of cleaner production*, 198, 401-416.
- Huan, Y., Liang, T., Li, H., & Zhang, C. (2021). A systematic method for assessing progress of achieving sustainable development goals: A case study of 15 countries. *Science of the Total Environment*, 752, 141875.
- Isnaini, D. B. Y., Nurhaida, T., & Pratama, I. (2021). Moderating effect of supply chain dynamic capabilities on the relationship of sustainable supply chain management practices and organizational sustainable performance: a study on the restaurant industry in Indonesia. *Int. J Sup. Chain. Mgt Vol*, 9(1), 97-105.
- Jamil, M. N., & Rasheed, A. (2023). How does Corporate Social Environment contribute to firm sustainability: mediator role of Social Capital. *Journal on Innovation and Sustainability RISUS*, 14(1), 77-86.
- Khaled, R., Ali, H., & Mohamed, E. K. (2021). The Sustainable Development Goals and corporate sustainability performance: Mapping, extent and determinants. *Journal of Cleaner Production*, 311, 127599.
- Lo, F. Y., & Liao, P. C. (2021). Rethinking financial performance and corporate sustainability: Perspectives on resources and strategies. *Technological Forecasting and Social Change*, 162, 120346.
- Longoni, A., Luzzini, D., & Guerici, M. (2018). Deploying environmental management across functions: the relationship between green human resource management and green supply chain management. *Journal of Business Ethics*, 151(4), 1081-1095.
- Mares-Nasarre, P.; Martínez-Ibáñez, V.; Sanz-Benlloch, A. (2023). Analyzing Sustainability Awareness and Professional Ethics of Civil Engineering Bachelor's Degree Students. *Sustainability* 2023, 15, 6263. <https://doi.org/10.3390/su15076263>
- Opferkuch, K., Caeiro, S., Salomone, R., & Ramos, T. B. (2021). Circular economy in corporate sustainability reporting: A review of organisational approaches. *Business Strategy and the Environment*.
- Ray, S., Ray Chaudhuri, B. (2018). Business group affiliation and corporate sustainability strategies of firms: an investigation of firms in India. *Journal of Business Ethics*, 153(4), 955-976.
- Schaltegger, S., Christ, K. L., Wenzig, J., & Burritt, R. L. (2022). Corporate sustainability management accounting and multi-level links for sustainability—A systematic review. *International Journal of Management Reviews*.



- Singh, A., & Sharma, M. (2022). Development of a 'green IT brand image sustainability model for competitive advantage'. *Environment, Development and Sustainability*, 1-21.
- Stahl, B. C., Chatfield, K., Ten Holter, C., & Brem, A. (2019). Ethics in corporate research and development: can responsible research and innovation approaches aid sustainability? *Journal of Cleaner Production*, 239, 118044.
- Yang, C., Zhu, C., Albitar, KH., (2024). ESG ratings and green innovation: A U-shaped journey towards sustainable development. *Business Strategy and the Environment*. First published: 29 January 2024. <https://doi.org/10.1002/bse.3692>
- Yong, J. Y., Yusliza, M. Y., Ramayah, T., & Fawehinmi, O. (2019). Nexus between green intellectual capital and green human resource management. *Journal of Cleaner Production*, 215, 364-374.

