

توسعه فردی و تحول سازمانی

تحلیل نقش حاکمیت شرکتی در ایجاد فرهنگ شفافیت و پاسخگویی سازمانی

زهرا نوری^۱، مهدی عباسی^{۲*}

شیوه استناددهی: نوری، زهرا، و عباسی، مهدی. (۱۴۰۳).

۱. گروه علوم تربیتی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران

تحلیل نقش حاکمیت شرکتی در ایجاد فرهنگ شفافیت و

۲. گروه مدیریت آموزشی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران

پاسخگویی سازمانی. توسعه فردی و تحول سازمانی، ۲(۳)،

۱۷-۲۴.

* ایمیل نویسنده مسئول: mahdi.abbasi90@yahoo.com

چکیده

تاریخ چاپ: ۲۵ مهر ۱۴۰۳

تاریخ پذیرش: ۶ مهر ۱۴۰۳

تاریخ بازنگری: ۱۹ شهریور ۱۴۰۳

تاریخ ارسال: ۲۹ تیر ۱۴۰۳

این پژوهش با هدف بررسی نقش حاکمیت شرکتی در ایجاد فرهنگ شفافیت و پاسخگویی سازمانی در سازمان‌های مستقر در تهران انجام شد. این پژوهش با استفاده از روش کیفی و رویکرد پدیدارشناسی انجام شد. داده‌ها از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با ۲۲ نفر از مدیران و کارشناسان سازمان‌های مستقر در تهران جمع‌آوری شد و تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت. داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار NVivo و روش تحلیل محتوای کیفی تحلیل شدند. نتایج نشان داد که شفافیت در تصمیم‌گیری، پاسخگویی سازمانی و فرهنگ سازمانی سه مقوله اصلی در این زمینه هستند. دسترسی به اطلاعات، مکانیزم‌های کنترل داخلی، و شفافیت در انتصابات به‌عنوان عوامل کلیدی در افزایش شفافیت سازمانی شناسایی شدند. همچنین، تعهد مدیران به پاسخگویی، نظام پاداش و تنبیه، و نظارت نهاد‌های بیرونی به‌عنوان مهم‌ترین مؤلفه‌های پاسخگویی سازمانی معرفی شدند. علاوه بر این، تقویت ارزش‌های اخلاقی، ایجاد بسترهای شفافیت‌محور، و پذیرش فرهنگ بازخورد نقش مهمی در استقرار حاکمیت شرکتی مؤثر بر شفافیت و پاسخگویی داشتند. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که اجرای مؤثر اصول حاکمیت شرکتی، بهبود سیاست‌های شفافیت‌محور و ایجاد مکانیزم‌های نظارتی داخلی و بیرونی، نقش مهمی در افزایش شفافیت و پاسخگویی سازمانی دارد. تقویت نظام پاسخگویی مدیران، آموزش اصول اخلاقی، و توسعه فناوری‌های نظارتی از جمله راهکارهایی است که می‌تواند به بهبود فرهنگ سازمانی و کاهش فساد کمک کند.

کلیدواژگان: حاکمیت شرکتی، شفافیت، پاسخگویی سازمانی، فرهنگ سازمانی، نظارت سازمانی

© ۱۴۰۳ تمامی حقوق انتشار



این مقاله متعلق به نویسنده است. انتشار این مقاله به صورت

دسترسی آزاد مطابق با گواهی (CC BY-NC 4.0)

صورت گرفته است.

Personal Development and Organizational Transformation

Analyzing the Role of Corporate Governance in Creating a Culture of Transparency and Organizational Accountability

Zahra Nouri¹, Mahdi Abbasi^{2*}

- 1. Department of Educational Sciences, University of Tabriz, Tabriz, Iran
- 2. Department of Educational Management, University of Tabriz, Tabriz, Iran

*Corresponding Author's Email: mahdi.abbasi90@yahoo.com

How to cite: Nouri, Z., & Abbasi, M. (2024). Analyzing the Role of Corporate Governance in Creating a Culture of Transparency and Organizational Accountability. *Personal Development and Organizational Transformation*, 2(3), 17-24.

Submit Date: 19 July 2024

Revise Date: 9 September 2024

Accept Date: 27 September 2024

Publish Date: 16 October 2024

Abstract

This study aimed to examine the role of corporate governance in fostering a culture of transparency and organizational accountability in organizations based in Tehran. This research employed a qualitative methodology with a phenomenological approach. Data were collected through semi-structured interviews with 22 managers and experts from organizations in Tehran and continued until theoretical saturation was reached. Data were analyzed using NVivo software and the qualitative content analysis method. The results identified three main categories: transparency in decision-making, organizational accountability, and organizational culture. Key factors enhancing transparency included access to information, internal control mechanisms, and transparency in appointments. Additionally, managerial commitment to accountability, the reward and punishment system, and external oversight emerged as significant components of organizational accountability. Furthermore, strengthening ethical values, establishing transparency-oriented structures, and embracing a feedback culture played crucial roles in the effective implementation of corporate governance fostering transparency and accountability. The findings indicate that effective implementation of corporate governance principles, improving transparency-oriented policies, and establishing both internal and external oversight mechanisms play a crucial role in enhancing organizational transparency and accountability. Strengthening managerial accountability systems, promoting ethical training, and advancing technological oversight mechanisms are among the key strategies to improve organizational culture and reduce corruption.

Keywords: *Corporate Governance, Transparency, Organizational Accountability, Organizational Culture, Organizational Oversight*



© 2024 the authors. This is an open access article under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0) License.

مقدمه

در دنیای معاصر، حاکمیت شرکتی به عنوان یکی از مهم ترین عوامل تعیین کننده عملکرد سازمانی، شفافیت و پاسخگویی شناخته می شود. مفهوم حاکمیت شرکتی مجموعه ای از سازوکارها، فرایندها و ساختارهایی را شامل می شود که مدیریت و هدایت سازمان ها را در جهت تأمین منافع ذی نفعان مختلف تضمین می کند (Aguilera & Crespi-Cladera, 2016). یکی از اصلی ترین اهداف حاکمیت شرکتی، ارتقای شفافیت و پاسخگویی در سازمان ها است که به نوبه خود موجب بهبود تصمیم گیری های مدیریتی، افزایش اعتماد عمومی و کاهش فساد در سازمان می شود (Claessens & Yurtoglu, 2013). در این راستا، پژوهش حاضر تلاش دارد نقش حاکمیت شرکتی در ایجاد فرهنگ شفافیت و پاسخگویی سازمانی را بررسی نماید.

شفافیت و پاسخگویی سازمانی به عنوان دو رکن اساسی در حاکمیت شرکتی، نقش کلیدی در کاهش تضاد منافع، بهبود عملکرد اقتصادی و افزایش کارایی سازمان ها دارند (Healy & Palepu, 2001). در واقع، شفافیت سازمانی به معنای ارائه اطلاعات قابل اعتماد، کامل و به موقع به ذی نفعان است که موجب افزایش اعتماد درون سازمانی و برون سازمانی می شود (Bushman & Smith, 2001). در مقابل، پاسخگویی به تعهد سازمان ها در قبال عملکردشان اشاره دارد و شامل الزام مدیران به ارائه توضیحات منطقی درباره تصمیمات و اقدامات خود می شود (Jensen & Meckling, 1976). در ایران، همانند بسیاری از کشورهای در حال توسعه، عدم شفافیت و ضعف در نظام پاسخگویی سازمانی یکی از چالش های اساسی در بخش های مختلف اقتصادی و مدیریتی محسوب می شود که می تواند موجب افزایش فساد، کاهش بهره وری و کاهش اعتماد عمومی به نهادهای مختلف گردد (Rashid, 2018).

پژوهش های مختلف نشان داده اند که اعمال اصول حاکمیت شرکتی می تواند منجر به افزایش شفافیت و بهبود نظام پاسخگویی در سازمان ها شود (García-Osma & Guillamón-Saorín, 2011). در این میان، سازمان هایی که از مکانیزم های حاکمیت شرکتی قوی تری برخوردار هستند، تمایل بیشتری به ارائه اطلاعات شفاف، پاسخگویی در برابر تصمیمات خود و رعایت اصول اخلاقی و قانونی دارند (Arora & Sharma, 2016). از این رو، بررسی چگونگی تأثیرگذاری حاکمیت شرکتی بر ایجاد فرهنگ شفافیت و پاسخگویی در سازمان های ایرانی می تواند به عنوان یک ضرورت پژوهشی مورد توجه قرار گیرد.

مطالعات مختلف نشان داده اند که اعمال اصول حاکمیت شرکتی بر اساس تئوری های مختلفی همچون تئوری نمایندگی (Agency Theory)، تئوری ذی نفعان (Stakeholder Theory) و تئوری مشروعیت (Legitimacy Theory) قابل تبیین است (Donaldson & Preston, 1995). طبق تئوری نمایندگی، تضاد منافع میان مدیران و سهامداران منجر به ایجاد مشکلاتی همچون عدم شفافیت، رفتارهای فرصت طلبانه و فساد سازمانی می شود (Jensen & Meckling, 1976). در این راستا، اعمال سازوکارهای نظارتی در چارچوب حاکمیت شرکتی می تواند به کاهش این تضادها و بهبود شفافیت و پاسخگویی سازمانی کمک کند (Fama & Jensen, 1983).

از سوی دیگر، تئوری ذی نفعان بر این اصل تأکید دارد که سازمان ها باید نه تنها در برابر سهامداران بلکه در برابر کلیه ذی نفعان از جمله کارکنان، مشتریان و جامعه پاسخگو باشند (Freeman, 1984). این نظریه به اهمیت شفافیت و پاسخگویی در قبال تصمیمات سازمانی اشاره دارد و بر ضرورت رعایت اصول اخلاقی در مدیریت سازمان ها تأکید می کند (Hillman & Keim, 2001). همچنین، تئوری مشروعیت بیان می کند که سازمان ها برای حفظ مقبولیت اجتماعی خود باید به شیوه ای شفاف و پاسخگو عمل کنند (Suchman, 1995). در این چارچوب،

سازمان‌هایی که در ارائه اطلاعات خود شفافیت کافی ندارند یا از مسئولیت‌پذیری سازمانی فاصله می‌گیرند، ممکن است مشروعیت خود را نزد ذی‌نفعان و جامعه از دست بدهند (Deegan, 2002).

مطالعات مختلفی در زمینه رابطه بین حاکمیت شرکتی، شفافیت و پاسخگویی انجام شده است. برای مثال، پژوهش Ball (۲۰۰۹) نشان می‌دهد که سازمان‌هایی که از مکانیزم‌های قوی حاکمیت شرکتی برخوردارند، تمایل بیشتری به انتشار اطلاعات شفاف و رعایت اصول پاسخگویی دارند. در پژوهشی دیگر، Brown و Caylor (۲۰۰۶) دریافتند که شرکت‌هایی که دارای ساختار حاکمیت شرکتی قوی‌تری هستند، عملکرد بهتری از نظر شفافیت اطلاعاتی و میزان پاسخگویی دارند.

در مطالعاتی که در ایران انجام شده است، فرجی و همکاران (۱۳۹۹) تأکید می‌کنند که اعمال اصول حاکمیت شرکتی در شرکت‌های ایرانی تأثیر قابل توجهی بر کاهش فساد مالی، افزایش شفافیت و بهبود نظام پاسخگویی دارد. همچنین، رضایی و همکاران (۱۴۰۰) نشان داده‌اند که شرکت‌هایی که دارای هیئت‌مدیره مستقل و کمیته‌های حسابرسی قوی‌تری هستند، شفافیت بیشتری در گزارش‌دهی مالی دارند و در برابر تصمیمات خود پاسخگوتر عمل می‌کنند.

با این حال، بسیاری از مطالعات انجام‌شده بیشتر بر بُعد مالی و گزارشگری شرکت‌ها تمرکز داشته‌اند و کمتر به بررسی ابعاد فرهنگی و ساختاری حاکمیت شرکتی در ایجاد فرهنگ شفافیت و پاسخگویی پرداخته‌اند. این پژوهش تلاش دارد تا با استفاده از روش کیفی و مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته، ابعاد مختلف این موضوع را از دیدگاه مدیران و متخصصان سازمانی بررسی کند. هدف اصلی این پژوهش، بررسی تأثیر حاکمیت شرکتی بر ایجاد فرهنگ شفافیت و پاسخگویی سازمانی در سازمان‌های ایرانی است.

روش‌شناسی

این پژوهش از نوع کیفی است و با رویکردی تفسیری به بررسی نقش حاکمیت شرکتی در ایجاد فرهنگ شفافیت و پاسخگویی سازمانی می‌پردازد. طراحی پژوهش بر اساس روش پژوهش کیفی با رویکرد پدیدارشناسی انجام شده است تا تجربیات و ادراکات مشارکت‌کنندگان درباره موضوع مورد مطالعه به‌طور عمیق مورد بررسی قرار گیرد. جامعه آماری این پژوهش شامل مدیران و کارشناسان ارشد سازمان‌های مستقر در تهران است که به‌صورت هدفمند و بر اساس معیارهای مرتبط با موضوع پژوهش انتخاب شده‌اند. تعداد مشارکت‌کنندگان تا رسیدن به اشباع نظری ۲۲ نفر تعیین شد.

برای جمع‌آوری داده‌ها از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته استفاده شد. پرسش‌های مصاحبه با هدف بررسی درک مشارکت‌کنندگان از تأثیر حاکمیت شرکتی بر ایجاد فرهنگ شفافیت و پاسخگویی طراحی شد. مصاحبه‌ها به‌صورت حضوری یا مجازی انجام شدند و تمامی مصاحبه‌ها با رضایت مشارکت‌کنندگان ضبط و پیاده‌سازی شدند. پس از انجام مصاحبه‌ها، متون استخراج‌شده برای تحلیل داده‌ها آماده‌سازی شدند. تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار NVivo و بر اساس روش تحلیل محتوای کیفی انجام شد. ابتدا داده‌های گردآوری‌شده در قالب کدهای اولیه سازماندهی شدند. سپس با بهره‌گیری از روش کدگذاری باز، محوری و انتخابی، مضامین و الگوهای کلیدی استخراج شدند. در ادامه، مقوله‌بندی داده‌ها با هدف شناسایی روابط میان مفاهیم انجام گرفت تا یک چارچوب مفهومی مناسب برای تبیین نقش حاکمیت شرکتی در شفافیت و پاسخگویی سازمانی ارائه شود.

یافته‌ها

مشارکت‌کنندگان این پژوهش شامل ۲۲ نفر از مدیران ارشد، کارشناسان مالی، و متخصصان منابع انسانی سازمان‌های مختلف در تهران بودند. از این تعداد، ۱۴ نفر مرد و ۸ نفر زن بودند. رده سنی مشارکت‌کنندگان بین ۳۵ تا ۵۵ سال متغیر بود که بیشترین فراوانی مربوط به گروه سنی ۴۰ تا ۴۵ سال با ۹ نفر بود. از نظر سطح تحصیلات، ۶ نفر دارای مدرک دکتری، ۱۲ نفر دارای مدرک کارشناسی ارشد و ۴ نفر دارای مدرک کارشناسی بودند. از نظر سابقه کاری، ۷ نفر بیش از ۲۰ سال سابقه کاری، ۱۰ نفر بین ۱۰ تا ۲۰ سال سابقه کاری، و ۵ نفر کمتر از ۱۰ سال سابقه کاری داشتند. همچنین، از نظر حوزه فعالیت، ۹ نفر در بخش مالی و حسابداری، ۸ نفر در حوزه منابع انسانی، و ۵ نفر در مدیریت اجرایی و استراتژیک فعالیت داشتند.

شفافیت در تصمیم‌گیری یکی از الزامات اساسی در ایجاد فرهنگ سازمانی مبتنی بر شفافیت و پاسخگویی است. یکی از ابعاد مهم این مقوله، دسترسی به اطلاعات است که به معنای فراهم کردن داده‌های موردنیاز برای کارکنان و ذی‌نفعان در تصمیم‌گیری‌های سازمانی است. مشارکت‌کنندگان بر اهمیت ارائه گزارش‌های شفاف، انتشار عمومی اطلاعات مالی، و کاهش عدم تقارن اطلاعاتی تأکید داشتند. یکی از مدیران ارشد بیان کرد: «وقتی اطلاعات مالی سازمان به‌صورت شفاف در دسترس همه باشد، دیگر کسی نمی‌تواند تصمیمات پشت پرده بگیرد و همه چیز برای همه روشن است.» علاوه بر این، مکانیزم‌های کنترل داخلی نیز نقشی اساسی در تحقق شفافیت دارند. ایجاد سیستم‌های نظارتی و ارزیابی مستمر عملکرد مدیران از جمله راهکارهایی است که مشارکت‌کنندگان بر آن تأکید داشتند. یکی از کارشناسان مالی اظهار داشت: «کنترل‌های داخلی، نقش مهمی در جلوگیری از فساد دارند. وقتی بدانیم نظارتی جدی وجود دارد، شفافیت هم افزایش می‌یابد.» در این راستا، شفافیت در انتصابات نیز از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. فرآیندهای روشن در استخدام و ارزیابی بر اساس شایستگی از جمله مواردی بود که در مصاحبه‌ها مطرح شد. یکی از مصاحبه‌شوندگان که تجربه استخدام در بخش منابع انسانی را داشت، اظهار کرد: «وقتی انتصاب‌ها بر اساس رابطه باشد و نه شایستگی، فرهنگ سازمانی مخدوش می‌شود و دیگر شفافیت مفهومی ندارد.» همچنین، گزارشگری سازمانی به‌عنوان یکی از ابزارهای شفافیت مطرح شد. ارائه گزارش‌های دوره‌ای و اطلاع‌رسانی دقیق به ذی‌نفعان از جمله مواردی بود که توسط مشارکت‌کنندگان مطرح شد.

پاسخگویی سازمانی به‌عنوان یکی از مقوله‌های کلیدی این پژوهش، به میزان تعهد مدیران به ارائه توضیحات و شفاف‌سازی در خصوص تصمیمات سازمانی اشاره دارد. در این راستا، تعهد مدیران به پاسخگویی نقش مهمی در تقویت اعتماد سازمانی دارد. مشارکت‌کنندگان بر پایبندی به اصول اخلاقی، گزارش‌دهی مسئولانه و پذیرش اشتباهات مدیریتی تأکید داشتند. یکی از مدیران اجرایی بیان کرد: «ما باید یاد بگیریم که اگر اشتباهی مرتکب شدیم، شفاف آن را اعلام کنیم. این، خود بخشی از پاسخگویی سازمانی است.» در کنار این، نظام پاداش و تنبیه نیز در ایجاد فرهنگ پاسخگویی سازمانی اثرگذار است. شفافیت در تخصیص پاداش و اجرای مجازات‌های مربوط به عدم رعایت مقررات از جمله مواردی بود که در مصاحبه‌ها مورد تأکید قرار گرفت. یک کارشناس منابع انسانی اظهار کرد: «وقتی پاداش‌ها و تنبیه‌ها به‌صورت شفاف تعریف نشوند، کارمندان انگیزه‌ای برای رعایت اصول پاسخگویی ندارند.» همچنین، نظارت نهادهای بیرونی به‌عنوان یکی از عوامل مهم در پاسخگویی سازمانی مطرح شد. مشارکت‌کنندگان بر نقش سهامداران، سازمان‌های نظارتی، و اجرای مقررات حاکمیتی در تقویت پاسخگویی تأکید داشتند. یکی از مدیران مالی عنوان کرد: «وقتی سهامداران و نهادهای ناظر به‌طور جدی عملکرد مدیران را ارزیابی کنند، میزان پاسخگویی سازمانی به‌طور محسوس افزایش می‌یابد.»

فرهنگ سازمانی و ارزش‌های حاکم به‌عنوان یکی از مقوله‌های کلیدی در ایجاد شفافیت و پاسخگویی سازمانی مورد توجه قرار گرفت. در این راستا، تقویت ارزش‌های اخلاقی یکی از ابعاد اساسی این مقوله بود. آموزش اصول اخلاقی، ترویج فرهنگ صداقت، و پایبندی به استانداردهای رفتاری از جمله مواردی بودند که توسط مشارکت‌کنندگان مطرح شدند. یکی از مدیران منابع انسانی بیان کرد: «وقتی اصول اخلاقی به‌عنوان بخشی از هویت سازمان تعریف شوند، دیگر نیازی به نظارت‌های شدید برای رعایت شفافیت و پاسخگویی نیست». علاوه بر این، ایجاد بسترهای شفافیت‌محور نیز به‌عنوان یکی از ابعاد مهم این مقوله شناخته شد. توسعه سیاست‌های باز، تدوین آیین‌نامه‌های داخلی، و استفاده از فناوری برای ارتقای شفافیت از جمله راهکارهایی بود که مشارکت‌کنندگان پیشنهاد کردند. یکی از کارکنان فناوری اطلاعات گفت: «استفاده از نرم‌افزارهای پیشرفته می‌تواند شفافیت را تا حد زیادی افزایش دهد و روندهای سازمانی را آشکارتر کند». همچنین، پذیرش فرهنگ بازخورد به‌عنوان یکی دیگر از ابعاد مهم فرهنگ سازمانی مطرح شد. ایجاد مکانیزم‌های دریافت بازخورد، تقویت مشارکت در تصمیم‌گیری، و تسهیل جریان اطلاعات از پایین به بالا از جمله مواردی بودند که مشارکت‌کنندگان بر آن تأکید داشتند. یکی از کارکنان اجرایی اظهار کرد: «وقتی مدیران به نظرات کارکنان گوش دهند و بازخوردها را جدی بگیرند، فرهنگ شفافیت در سازمان تقویت می‌شود». در نهایت، ترویج مسئولیت‌پذیری اجتماعی نیز به‌عنوان یکی از زیرمقوله‌های مهم فرهنگ سازمانی مطرح شد. مشارکت در برنامه‌های اجتماعی، رعایت الزامات قانونی، و ایجاد ارتباطات مثبت با جامعه از جمله مواردی بود که توسط مصاحبه‌شوندگان مطرح گردید. یک مدیر ارشد بیان کرد: «یک سازمان مسئولیت‌پذیر، نه تنها در برابر کارکنان خود بلکه در برابر جامعه‌ای که در آن فعالیت می‌کند، پاسخگو است».

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج این پژوهش نشان داد که حاکمیت شرکتی نقش تعیین‌کننده‌ای در ایجاد فرهنگ شفافیت و پاسخگویی سازمانی دارد. مشارکت‌کنندگان بر این باور بودند که سازمان‌هایی که دارای سیستم‌های قوی حاکمیت شرکتی هستند، شفافیت بیشتری در تصمیم‌گیری‌ها و فرآیندهای سازمانی دارند. همچنین، دسترسی به اطلاعات و مکانیزم‌های کنترل داخلی به‌عنوان مهم‌ترین عوامل مؤثر بر شفافیت سازمانی شناسایی شد. این یافته‌ها با مطالعات پیشین همسو است که نشان می‌دهند سازمان‌هایی که سیاست‌های شفافیت را در ساختار خود نهادینه کرده‌اند، عملکرد بهتری در مدیریت تعارضات و کاهش فساد سازمانی داشته‌اند (Aguilera & Crespi-Cladera, 2016; Claessens & Yurtoglu, 2013). از سوی دیگر، نتایج این مطالعه نشان داد که تعهد مدیران به پاسخگویی و نظام پاداش و تنبیه از عوامل کلیدی در بهبود فرهنگ پاسخگویی سازمانی هستند. مشارکت‌کنندگان بر این نکته تأکید داشتند که مدیرانی که در قبال تصمیمات خود پاسخگو هستند، اعتماد کارکنان و ذی‌نفعان را افزایش می‌دهند و مانع از گسترش فرهنگ سازمانی مبتنی بر فساد و پنهان‌کاری می‌شوند. این یافته‌ها با نتایج پژوهش‌های پیشین مطابقت دارد که نشان داده‌اند پاسخگویی مدیران ارتباط مستقیمی با کاهش تعارضات درون‌سازمانی و افزایش کارایی سازمان دارد (Healy & Palepu, 2001; Brown & Caylor, 2006). علاوه بر این، نظام پاداش و تنبیه به‌عنوان یک عامل تعیین‌کننده در ارتقای پاسخگویی سازمانی شناخته شد. مطالعات قبلی نیز نشان داده‌اند که وجود سازوکارهای تنبیهی و پاداش‌دهی شفاف، انگیزه مدیران را برای رعایت اصول پاسخگویی افزایش می‌دهد (Arora & Sharma, 2016; Fama & Jensen, 1983).

در کنار این موارد، یافته‌های این پژوهش نشان داد که فرهنگ سازمانی تأثیر زیادی بر میزان موفقیت حاکمیت شرکتی در ایجاد شفافیت و پاسخگویی دارد. در این راستا، مشارکت‌کنندگان بر نقش ارزش‌های اخلاقی و ترویج فرهنگ بازخورد در بهبود شفافیت سازمانی تأکید داشتند. سازمان‌هایی که به‌طور مستمر اصول اخلاقی را در میان کارکنان خود آموزش می‌دهند و سیاست‌های ارتباطی مبتنی بر شفافیت دارند، از نظر

مشارکت‌کنندگان عملکرد بهتری در ایجاد فرهنگ پاسخگویی دارند. این نتایج با یافته‌های پژوهش‌های قبلی که نشان داده‌اند ترویج فرهنگ شفافیت از طریق ایجاد سازوکارهای ارتباطی باز، تأثیر مستقیمی بر کاهش تخلفات و افزایش کارایی سازمان دارد، همخوانی دارد (Freeman, 1984؛ Hillman & Keim, 2001).

در کنار این نتایج، یافته‌های این پژوهش نشان داد که نظارت نهادهای بیرونی بر عملکرد سازمان‌ها تأثیر مهمی بر میزان پایبندی به اصول شفافیت و پاسخگویی دارد. مشارکت‌کنندگان بیان کردند که سازمان‌هایی که تحت نظارت شدید نهادهای نظارتی، سهامداران و سازمان‌های حسابرسی قرار دارند، بیشتر ملزم به رعایت اصول شفافیت و پاسخگویی هستند. این یافته‌ها با مطالعات قبلی همسو است که نشان داده‌اند نظارت قوی از سوی سهامداران و نهادهای نظارتی موجب افزایش شفافیت و کاهش رفتارهای غیرقانونی در سازمان‌ها می‌شود (Deegan, 2002؛ García-Osma & Guillamón-Saorín, 2011). به همین دلیل، ایجاد سیستم‌های نظارتی کارآمد یکی از راهکارهای کلیدی در بهبود عملکرد سازمان‌ها از نظر رعایت اصول حاکمیت شرکتی است.

از منظر نظری، یافته‌های این پژوهش با تئوری نمایندگی (Agency Theory) همخوانی دارد. بر اساس این نظریه، مدیران ممکن است به دلیل تضاد منافع شخصی، اطلاعات را پنهان کرده یا رفتارهای فرصت‌طلبانه داشته باشند (Jensen & Meckling, 1976). نتایج این پژوهش نشان داد که اعمال نظارت دقیق و اجرای سیاست‌های شفافیت‌محور می‌تواند این تضاد را کاهش دهد و موجب بهبود پاسخگویی مدیران شود. علاوه بر این، یافته‌های این پژوهش از تئوری ذی‌نفعان (Stakeholder Theory) نیز حمایت می‌کند، زیرا نتایج نشان داد که سازمان‌هایی که به حقوق و انتظارات ذی‌نفعان اهمیت بیشتری می‌دهند، بیشتر به سمت شفافیت و پاسخگویی حرکت می‌کنند (Donaldson & Preston, 1995). در نهایت، این نتایج با تئوری مشروعیت (Legitimacy Theory) نیز تطابق دارد که بیان می‌کند سازمان‌هایی که اطلاعات خود را شفاف ارائه می‌کنند و در قبال تصمیمات خود پاسخگو هستند، اعتبار و مقبولیت اجتماعی بیشتری کسب می‌کنند (Suchman, 1995).

یکی از محدودیت‌های این پژوهش، تمرکز بر سازمان‌های مستقر در تهران است که ممکن است یافته‌های آن قابلیت تعمیم به سایر مناطق را نداشته باشد. علاوه بر این، از آنجا که این پژوهش به روش کیفی انجام شده است، نتایج آن به شدت تحت تأثیر برداشت‌ها و تجربیات شخصی مشارکت‌کنندگان قرار دارد. محدودیت دیگر، عدم بررسی دقیق تأثیرات سایر متغیرهای سازمانی مانند فرهنگ ملی، اندازه سازمان و ساختار مالکیت بر شفافیت و پاسخگویی است. همچنین، استفاده از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته ممکن است باعث سوگیری پاسخ‌دهندگان شود، زیرا برخی از شرکت‌کنندگان ممکن است تمایل داشته باشند که پاسخ‌های خود را مطابق با هنجارهای اجتماعی تنظیم کنند.

با توجه به محدودیت‌های این پژوهش، پیشنهاد می‌شود مطالعات آینده دامنه جغرافیایی گسترده‌تری را شامل شوند تا تأثیر حاکمیت شرکتی بر شفافیت و پاسخگویی در سازمان‌های مستقر در سایر شهرها و مناطق بررسی شود. همچنین، پیشنهاد می‌شود که پژوهش‌های آتی از روش‌های ترکیبی (کیفی-کمی) استفاده کنند تا یافته‌ها از طریق داده‌های کمی نیز مورد ارزیابی قرار گیرد. علاوه بر این، بررسی تأثیر ویژگی‌های سازمانی مانند اندازه شرکت، ساختار مالکیت و فرهنگ سازمانی بر رابطه بین حاکمیت شرکتی، شفافیت و پاسخگویی می‌تواند به درک عمیق‌تر این موضوع کمک کند. در نهایت، مطالعات آتی می‌توانند نقش فناوری‌های دیجیتال و سیستم‌های اطلاعاتی در بهبود شفافیت و پاسخگویی سازمانی را مورد بررسی قرار دهند.

نتایج این پژوهش چندین توصیه عملی برای سازمان‌ها ارائه می‌دهد. نخست، سازمان‌ها باید سیاست‌های شفافیت‌محور را در فرآیندهای تصمیم‌گیری خود نهادینه کنند. این امر می‌تواند از طریق افزایش دسترسی به اطلاعات، استانداردسازی گزارش‌های سازمانی و استفاده از فناوری‌های پیشرفته برای بهبود نظارت داخلی محقق شود. دوم، مدیران باید در قبال تصمیمات خود مسئولیت‌پذیر باشند و به‌صورت شفاف به ذی‌نفعان پاسخ دهند. این امر از طریق برگزاری جلسات منظم گزارش‌دهی، ایجاد مکانیزم‌های نظارتی مستقل و اجرای نظام‌های پاداش و تنبیه کارآمد قابل اجرا است.

سوم، سازمان‌ها باید فرهنگ سازمانی مبتنی بر ارزش‌های اخلاقی را تقویت کنند. آموزش اصول اخلاقی، ایجاد کانال‌های بازخورد دوطرفه و مشارکت کارکنان در فرآیندهای تصمیم‌گیری می‌تواند به بهبود شفافیت و پاسخگویی کمک کند. چهارم، نظارت نهادهای بیرونی بر عملکرد سازمان‌ها باید تقویت شود. سازمان‌های ناظر، سهامداران و مراجع قانونی باید با استفاده از روش‌های دقیق‌تر، عملکرد سازمان‌ها را مورد ارزیابی قرار دهند و از رعایت اصول شفافیت و پاسخگویی اطمینان حاصل کنند. در نهایت، توسعه فناوری‌های نظارتی و تحلیل داده می‌تواند نقش مهمی در بهبود عملکرد سازمان‌ها در زمینه شفافیت و پاسخگویی ایفا کند.

تشکر و قدردانی

از تمامی کسانی که در انجام این پژوهش ما را همراهی کردند تشکر و قدردانی به عمل می‌آید.

مشارکت نویسندگان

در نگارش این مقاله تمامی نویسندگان نقش یکسانی ایفا کردند.

تعارض منافع

در انجام مطالعه حاضر، هیچ‌گونه تضاد منافی وجود ندارد.

موازین اخلاقی

در تمامی مراحل پژوهش حاضر اصول اخلاقی مرتبط با نشر و انجام پژوهش رعایت گردیده است.

References

- Aguilera, R. V., & Crespi-Cladera, R. (2016). Global corporate governance: On the relevance of firms' ownership structure. *Journal of World Business*, 51(1), 50-57.
- Arora, A., & Sharma, C. (2016). Corporate governance and firm performance in developing countries: Evidence from India. *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, 16(2), 420-436.
- Ball, R. (2009). Market and political/regulatory perspectives on the recent accounting scandals. *Journal of Accounting Research*, 47(2), 277-323.
- Brown, L. D., & Caylor, M. L. (2006). Corporate governance and firm performance. *Journal of Accounting and Public Policy*, 25(4), 409-434.
- Claessens, S., & Yurtoglu, B. B. (2013). Corporate governance in emerging markets: A survey. *Emerging Markets Review*, 15, 1-33.
- Deegan, C. (2002). Introduction: The legitimising effect of social and environmental disclosures – A theoretical foundation. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15(3), 282-311.
- Healy, P. M., & Palepu, K. G. (2001). Information asymmetry, corporate disclosure, and the capital markets: A review of the empirical disclosure literature. *Journal of Accounting and Economics*, 31(1-3), 405-440.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs, and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305-360.