

عنوان مقاله: ارائه الگوی فشار ذی نفعان در بازار سرمایه ایران: رویکرد آمیخته

محمد رضا رادفر* (نویسنده مسئول)

استادیار گروه مدیریت مالی و حسابداری، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

Mohammad Reza Radfar*

*Department of Financial Management and accounting, ST.C., Islamic Azad University,
Tehran, Iran*

عنوان مقاله: ارائه الگوی فشار ذی‌نفعان در بازار سرمایه ایران: رویکرد آمیخته

چکیده:

بر اساس تئوری مشروعیت، سازمان‌ها تا زمانی می‌توانند به بقا ادامه دهند که جامعه آن‌ها را مشروع دانسته و به آن‌ها مشروعیت بخشد؛ لذا سازمان‌ها باید در راستای اهداف ذی‌نفعان حرکت کرده و از تضاد منافع جلوگیری نمایند. تئوری ذی‌نفعان تشریح می‌کند سازمان‌ها و شرکت‌ها به اندازه‌ای بزرگ شده‌اند و تأثیرشان بر محیط اطراف و جامعه آنقدر عمیق شده است که نه تنها سهامداران، بلکه گروه‌های دیگری را نیز تحت‌الشعاع قرار می‌دهند و باید به تمامی ذی‌نفعان پاسخگو باشند. این پژوهش با هدف ارائه الگوی فشار ذی‌نفعان در بازار سرمایه ایران صورت پذیرفته است. روش پژوهش حاضر آمیخته بوده و در این راستا با اتکا بر رویکرد کیفی تحلیل مضمون، به جمع‌آوری داده‌های کیفی از طریق مصاحبه با استادان دانشگاه و خبرگان بازار سرمایه پرداخته شد و تا رسیدن به سطح اشباع نظری ادامه یافت؛ سپس الگوی فشار ذی‌نفعان در بازار سرمایه ایران شامل ۴ مضمون اصلی ذی‌نفعان داخلی، ذی‌نفعان خارجی، ذی‌نفعان بازار و ذی‌نفعان نظارتی/ حکمرانی و ۱۸ مضمون فرعی ارائه گردید. در ادامه در بخش کمی جهت سنجش مدل ارائه شده بخش کیفی، پرسشنامه‌ای طراحی و پس از تأیید روایی و پایایی آن، توسط فعالان بازار سرمایه تکمیل شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌های پرسشنامه، از مدل‌سازی معادلات ساختاری و نرم افزار SmartPLS استفاده گردید. نتایج پژوهش بیانگر این است که تمامی مضامین اصلی و فرعی معرفی شده در این پژوهش تأیید شدند و مدل بخش کیفی از برازش قوی برخوردار است. در ادامه پیشنهادات کاربردی نیز ارائه شده است.

واژگان کلیدی: فشار ذی‌نفعان، ذی‌نفعان داخلی، ذی‌نفعان خارجی، ذی‌نفعان بازار و ذی‌نفعان نظارتی/ حکمرانی

۱- مقدمه

در تلاش برای تقویت اقتصاد و به حداکثر رساندن ثروت، انسان‌ها به فعالیت‌هایی که برای محیط-زیست مضر هستند ادامه می‌دهند. نگرانی در مورد مسائل مربوط به محیط‌زیست در سطح جهانی و اخیراً در بین شرکت‌ها و مؤسسات در حال افزایش است که منجر به توسعه ابزارهای مختلف برای ارزیابی آن می‌شود. در نتیجه، کشورها براساس رتبه‌بندی عملکرد زیست‌محیطی‌شان ارزیابی و طبقه‌بندی شده‌اند، جایی که به کشورهای پیشرو بر اساس اقدامات زیست‌محیطی اتخاذ شده، «جایزه قهرمان زمین» اعطا می‌شود (رحمان^۱، ۲۰۲۱). بسیاری از پژوهشگران، فشار ذی‌نفعان را پاسخ احتمالی یا قطعی شرکت‌ها و سازمان‌ها به ذی‌نفعان خود در قالب مسئولیت‌پذیری اجتماعی تعریف می‌کنند (روی و همکاران^۲، ۲۰۲۰). فشارهای ذی‌نفعان در طول سال‌های اخیر توجه زیادی را به خود جلب کرده و این فشارها انگیزه‌های بسیاری از شرکت‌ها را برای اتخاذ شیوه‌های مدیریت سبز و حفظ منافع عموم تقویت کرده است. فشارهای ذی‌نفعان به طور اساسی بر رفتار سازمانی از نظر پایدار بودن یا نبودن محیط زیست تأثیر می‌گذارد (باه و همکاران^۳، ۲۰۲۰). فشارهای رضایت‌بخش ذی‌نفعان برای حفظ محیط زیست حیاتی هستند، زیرا یک سازمان تنها با حفظ محیط طبیعی و ارتقای روابط سالم با ذی‌نفعان به طور همزمان می‌تواند عملکرد برتر و مزیت رقابتی را کسب نماید (باه و جین^۴، ۲۰۱۹). فشارهای ذی‌نفعان که به طور قابل توجهی شرکت‌ها را به اتخاذ و اجرای شیوه‌های فعالانه تولید سبز سوق می‌دهد، از مشتریان، تأمین‌کنندگان، کارمندان و سهامداران ناشی می‌شود و از آنجایی که شرکت‌ها به فشارهای ذی‌نفعان پاسخ مثبت می‌دهند، این تصور که شرکت تمام تلاش خود را برای رسیدگی به نگرانی‌های کلیدی زیست محیطی می‌کند، منجر به حسن نیت مثبت در ذهن عموم مردم می‌شود و بالعکس (تسینوپولوس و همکاران^۵، ۲۰۱۸)؛ با این حال نحوه پاسخگویی شرکت‌ها به فشارهای ذی‌نفعان با توجه به پایداری زیست محیطی یک موضوع بحث برانگیز می‌باشد (جاخار و همکاران^۶، ۲۰۲۰).

بر اساس تئوری مشروعیت، سازمان‌ها تا زمانی می‌توانند به بقا ادامه دهند که جامعه آن‌ها را مشروع دانسته و به آن‌ها مشروعیت بخشد؛ لذا سازمان‌ها باید در راستای اهداف ذی‌نفعان حرکت کرده و از تضاد منافع جلوگیری نمایند. تئوری ذی‌نفعان تشریح می‌کند سازمان‌ها و شرکت‌ها به اندازه‌ای بزرگ شده‌اند و تأثیرشان بر محیط اطراف و جامعه آنقدر عمیق شده است که نه تنها سهامداران، بلکه گروه‌های دیگری را نیز تحت‌الشعاع قرار می‌دهند و باید به تمامی ذی‌نفعان پاسخگو باشند. همچنین بر اساس تئوری ذی‌نفعان علاوه بر اینکه سازمان‌ها بر ذی‌نفعان اثر می‌گذارند، ذی‌نفعان نیز بر سازمان‌ها اثر متقابل داشته و لذا شرکت‌ها باید در راستای تأمین منافع ذی‌نفعان حرکت کنند. بر اساس این تئوری می‌توان ذی‌نفعان را شامل سهامداران، کارکنان، فروشندگان، مشتریان، رقبا، دولت و عموم مردم

در نظر گرفت. پژوهش‌های جهانی حاکی از آن است که شرکت‌هایی در بلندمدت موفق‌تر هستند که خود را ملزم به رعایت حقوق و منافع تمام ذی‌نفعان نمایند و در قبال ذی‌نفعان مسئول باشند. فشار ذی‌نفعان در عصر کنونی از موارد اساسی به شمار می‌رود که عدم توجه به آن می‌تواند شرکت‌ها را تا مرز فروپاشی سوق دهد. اقتصاد جهان در سال ۲۰۲۴ در حال فاصله گرفتن از بحران مالی ناشی از کووید-۱۹ است؛ در این میان شرکت‌های بزرگ و صاحب نام برای اینکه در این رقابت فزاینده پیش‌تاز باشند فعالیت‌های خود را بر پایه مدیریت سبز و توجه به زیست بوم بنا کرده‌اند تا بدین وسیله هم سهامداران خود را راضی نگه دارند و هم ارزش شرکت را ارتقا دهند. در گذشته هدف اصلی شرکت‌ها کسب سودآوری بود اما در جهان امروز با وجود اینکه شرکت‌ها روز به روز در حال بزرگ‌تر شدن هستند، باید در کنار سودآوری و نیل به عملکرد مالی برتر، به مسائل حیاتی نظیر محیط زیست، منافع عموم و مسئولیت‌پذیری اجتماعی نیز توجه نمایند. اولین گام در راستای تحقق این مهم، شناسایی دقیق تمامی ذی‌نفعانی است که اثر متقابل بر شرکت‌ها و سازمان‌ها دارند. تا زمانی که ذی‌نفعان شرکت به صورت کامل تعیین نشوند، مدیریت ذی‌نفعان و در نتیجه حداکثر کردن ارزش شرکت دست نیافتنی خواهد بود. بر خلاف کشورهای توسعه یافته، در کشور ما هنوز به بحث فشار ذی‌نفعان توجه جدی نشده و لزوم پژوهش در این حوزه بسیار محسوس است. اندک پژوهش‌های انجام گرفته در زمینه فشار سهامدار صرفاً به رابطه میان فشار سهامداران و تقسیم سود پرداخته‌اند و این خود ضرورت بررسی چنین موضوعی را بیش از پیش نمایان می‌سازد؛ لذا با عنایت به اینکه تا کنون در کشور ما الگوی فشار ذی‌نفعان ارائه نشده، هدف پژوهش حاضر ارائه الگوی فشار ذی‌نفعان در بازار سرمایه است؛ بنابراین سؤال اصلی پژوهش حاضر این است که الگوی فشار ذی‌نفعان در بازار سرمایه ایران چگونه است؟

۲- مبانی نظری و پیشینه پژوهش

۲-۱ مبانی نظری پژوهش

در دهه‌های اخیر نگرانی‌ها نسبت به محیط‌زیست افزایش یافته، سازمان‌ها و شرکت‌ها باید روش‌هایی به کار گیرند تا عملکرد خود را در حوزه محیطی نیز بهبود بخشند (روسکو و همکاران^۷، ۲۰۱۹). امروزه سازمان‌ها به منظور دستیابی به موفقیت در جامعه و تسهیل سودسازی خود باید در کنار عوامل اقتصادی بر عوامل اجتماعی و زیست محیطی متمرکز شوند. اجرای موفقیت آمیز استراتژی‌های پایدار در سازمان به یک فرآیند مشخص و به هم پیوسته نیاز دارد (بابایی و فانی، ۱۴۰۰). با افزایش تمرکز بر توسعه پایدار، شرکت‌ها با فشارهایی از سوی ذی‌نفعان مختلف مانند دولت، سهامداران و مشتریان در خصوص اجرای شیوه‌های مدیریت محیط زیست مواجه شده‌اند (لو و همکاران^۸، ۲۰۲۰). بر اساس تعریف فریم^۹ (۱۹۸۴)، ذی‌نفع عبارت است از «هر گروه یا فردی که بتواند بر دستیابی به اهداف

سازمان تأثیر بگذارد یا تحت تأثیر آن قرار گیرد» (بیهاتیا و کومار^{۱۰}، ۲۰۲۲). سازمان‌ها همواره می‌خواهند روابط خوب خود را با ذی‌نفعان حفظ کنند، زیرا چنین اقدامات و فعالیت‌هایی با هنجارها و رفتارهای اجتماعی مطابقت دارد (وانگ و همکاران^{۱۱}، ۲۰۱۸). هنگامی که شرکت‌ها به خواسته‌های ذی‌نفعان توجه کنند و با آن‌ها همکاری نمایند، این امر می‌تواند منجر به یک موقعیت برد-برد شود (کینگ^{۱۲}، ۲۰۰۷). فشار ذی‌نفعان به عنوان محرک رشد اقتصادی به تقویت پیشرفت اجتماعی ختم می‌شود (یانگ^{۱۳}، ۲۰۱۸). فشار ذی‌نفعان را می‌توان شامل هر اقدامی دانست که ذی‌نفعان به منظور جهت دهی شرکت یا سازمان مورد نظر برای حرکت در مسیر تحقق اهداف اجتماعی، رعایت مسائل زیست محیطی، حفظ منافع عموم و ... انجام می‌دهند. این فشار فقط از جانب سهامداران، مشتریان یا دولت اتفاق نمی‌افتد و در بسیاری موارد ذی‌نفعان دیگری نظیر NGOها، کارکنان، توزیع کنندگان محصولات و حتی بانک‌ها در این امر دخیل هستند؛ لذا تعیین ابعاد و مؤلفه‌های فشار ذی‌نفعان و شناسایی ذی‌نفعان امری حیاتی در دستیابی به عملکرد پایدار به شمار می‌رود. با مطالعه ادبیات پژوهش مشخص گردید تا کنون الگویی جهت معرفی فشار ذی‌نفعان در بازار سرمایه ایران ارائه نشده است؛ لذا در این پژوهش تلاش می‌شود الگوی فشار ذی‌نفعان در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران ارائه گردد.

۲-۲ پیشینه پژوهش

صحرائی (۱۴۰۱) در پژوهشی به تأثیر فشار رقابت و فشار ذی‌نفعان بر مدیریت عملکرد استراتژیک با توجه به نقش میانجی استراتژی پرداخت. جامعه آماری شامل پرسنل شرکا داده ورزی سداد به عنوان واحد تحلیل به تعداد ۲۴۸ نفر بوده و از ابزار پرسشنامه و مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد هر دو عامل رقابت و ذی‌نفعان از طریق استراتژی بر مدیریت عملکرد استراتژیک تأثیر معناداری دارند. رحیمی باغملک و کریمی (۱۴۰۰) در پژوهشی به بررسی اثر فشار ذی‌نفعان سازمانی و شیوه تدارکات سبز بر عملکرد مالی با نقش محیط زیست پرداختند. جامعه آماری شامل کارکنان شاغل در سطوح مختلف مدیریتی پالایشگاه گاز بهیان به حجم نمونه ۱۲۷ نفر بوده و از ابزار پرسشنامه استفاده شده است. نتایج نشان داد فشار ذی‌نفعان سازمانی بر اعتبار محیط زیست، شیوه تدارکات سبز بر اعتبار محیط زیست و اعتبار مالی با عملکرد مالی در پالایشگاه گاز بهیهان تأثیر مثبت و معنی داری دارد. اکبری راد و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهشی به بررسی رابطه بین فشار ذی‌نفعان و عملکرد پایداری شرکت پرداختند. جامعه آماری کلیه مدیران عالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران و حجم نمونه تعداد ۳۸۴ نفر بوده است. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل پرسشنامه‌ها نشان داد که بین فشار ذی‌نفعان، عملکرد پایداری و مدیریت پایداری ارتباط معناداری وجود دارد.

آبجه و همکاران^{۱۴} (۲۰۲۳) در پژوهشی فشار ذی‌نفعان را شامل دولت، کارکنان، مشتریان و عموم مردم در نظر گرفتند و تأثیر فشار ذی‌نفعان را بر تعهد سازمانی و ریسک بررسی کردند. برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه و برای سنجش فرضیه‌ها از مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شده و نتایج نشان از تأثیر فشار دولت، کارکنان و عموم مردم بر تعهد سازمانی و ریسک دارد. همچنین تأثیر فشار مشتری بر ریسک مورد پذیرش قرار نگرفت. دارماوان و ایداواتی^{۱۵} (۲۰۲۳) در پژوهشی فشار ذی‌نفعان را شامل صنایع زیست محیطی، کارکنان، مشتریان و سهامداران در نظر گرفتند و تأثیر فشار ذی‌نفعان را بر کیفیت گزارش پایداری بررسی کردند. برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه و برای سنجش فرضیه‌ها از مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شده و نتایج نشان از تأثیر فشار صنایع زیست محیطی، کارکنان، مشتریان و سهامداران بر کیفیت گزارش پایداری دارد. یینگ و همکاران^{۱۶} (۲۰۲۲) در پژوهشی فشار ذی‌نفعان را شامل کارکنان، مشتریان، عموم مردم، دولت و رسانه در نظر گرفتند و تأثیر فشار ذی‌نفعان را بر فرهنگ تجاری و مسئولیت اجتماعی بررسی کردند. برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه و برای سنجش فرضیه‌ها از مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شده و نتایج نشان از تأثیر فشار کارکنان، مشتریان، عموم مردم، دولت و رسانه بر فرهنگ تجاری و مسئولیت اجتماعی شرکت دارد.

۳- روش شناسی پژوهش

این پژوهش از نوع آمیخته و طرح پژوهش آمیخته اکتشافی است؛ لذا ابتدا به جمع‌آوری، تحلیل و تفسیر داده‌های کیفی و سپس به گردآوری داده‌های کمی پرداخته می‌شود. روش تحقیق بر مبنای هدف کاربردی و برای "ارائه الگوی فشار ذی‌نفعان در بازار سرمایه ایران" از رویکرد تحلیل مضمون (تحلیل تم) و ابزار مصاحبه استفاده می‌شود. در بخش کمی پژوهش، روش تحقیق از منظر اجرا، توصیفی پیمایشی است و از ابزار پرسشنامه استفاده شده است. جامعه آماری نیز به دو بخش کیفی و کمی تقسیم می‌شود. در قسمت کیفی پژوهش، جامعه آماری شامل استادان دانشگاه و خبرگان بازار سرمایه بودند و در بخش کمی پژوهش، جامعه آماری در برگیرنده فعالان بازار سرمایه می‌باشد. در خصوص حجم نمونه و روش نمونه‌گیری نیز با توجه به آمیخته بودن پژوهش، در دو سطح کیفی و کمی بررسی می‌شوند. اشباع نظری پر شدن فضای یک مفهوم و عدم ظهور داده‌های جدید است. وقتی هیچ داده جدیدی در حال ظهور نباشد، ما به اشباع رسیده ایم. در این پژوهش، در نمونه‌گیری کیفی با توجه به روش تحلیل مضمون، تعداد افراد مورد مصاحبه یا به عبارت دیگر حجم نمونه به اشباع نظری بستگی دارد؛ بنابراین در فاز اول این پژوهش از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده گردید و تا سطح اشباع نظری ادامه یافت. بر این اساس در بخش کیفی مطالعه با ۱۱ نفر از استادان دانشگاه و خبرگان بازار سرمایه مصاحبه شده است. پس از آنکه ۸ مصاحبه صورت پذیرفت، در ۳ مصاحبه باقی مانده

مبحث و ایده چالش برانگیز یا واجد ارزش افزوده ای از مصاحبه شوندگان دریافت نشد. بر این اساس، مصاحبه‌ها تا زمان رسیدن به اشباع (دست نیافتن به نظر جدید) ادامه پیدا کرد. در انتخاب این نمونه به مسائلی چون زمان، در دسترس بودن مصاحبه شوندگان و میزان همکاری توجه گردید. همچنین در بخش کمی پژوهش، با استفاده از فرمول کوکران ۳۸۴ نفر از فعالان بازار سرمایه به عنوان حجم نمونه با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی انتخاب شدند.

۴- یافته‌های پژوهش

۴-۱- یافته‌های بخش کیفی

یکی از روش‌های پژوهش کیفی که از اهمیت زیادی برخوردار است، تحلیل مضمون می‌باشد. این روش از طرفی به عنوان یک روش پژوهش مستقل مورد استفاده قرار می‌گیرد و از طرف دیگر، به عنوان پایه‌ای ورودی برای سایر روش‌ها به کار گرفته می‌شود (خنیفیر و مسلمی، ۱۳۹۵). چهار مرحله اصلی تحلیل بخش کیفی این پژوهش با رویکرد تحلیل مضمون عبارت اند از: کدگذاری، طبقه‌بندی، نام گذاری کدها و مضامین فرعی، توصیف مضامین اصلی و ترسیم شبکه مضامین و ارائه الگو.

۴-۱-۱- کدگذاری

پس از مطالعه، آشنایی و سازماندهی داده‌ها، کدهای اولیه از گزاره‌ها ایجاد گردید. این کدها یک ویژگی اساسی از داده‌ها را معرفی می‌کنند که از دیدگاه پژوهشگر قابل توجه است. برخی از گزاره‌ها و کدهای استخراج شده مصاحبه شوندگان در جدول ۱ آورده شده است:

جدول ۱- کدهای اولیه

مفاهیم اولیه	کدگذاری
به نظر من کارکنان شرکت می‌توانند بر راهبردهای شرکت در حوزه‌های مختلف اثرگذار باشند.	اهمیت کارکنان در راهبردهای شرکت
در اقتصاد امروز شرکت‌های بورسی باید در راستای منافع سهامداران حرکت کنند.	حرکت شرکت در راستای منافع سهامداران
امروزه انجمن‌های صنفی و اتحادیه‌ها نقشی حیاتی در حفظ جایگاه مشاغل دارند و باید به خوبی از اختیارات خود استفاده کنند.	نقش انجمن‌های صنفی و اتحادیه‌ها در حفظ مشاغل
در عصر ارتباطات نمی‌توان اثر رسانه‌ها را در زندگی سازمان‌ها و مردم نادیده گرفت.	اثر حیاتی رسانه در جهت دهی به سازمان‌ها

جهت دهی کارکنان بر تصمیمات شرکت	کارکنان شرکت به عنوان اولین عضو سازمان می‌توانند بر تصمیمات شرکت جهت دهند.
مدیریت ریسک زنجیره تأمین	ریسک زنجیره تأمین اگر مدیریت نشود، روند کلی شرکت دچار مشکل می‌شود.
نقش NGO در تحقق منافع عموم	به عقیده بنده NGOها باید بیش از همیشه در راستای تحقق منافع عموم فعالیت کنند.
اثرگذاری کارمندان بر عملیات شرکت	نمی‌توان اثر کارمندان یک شرکت را بر عملیات کلی شرکت نادیده گرفت.
ارزیابی عملکرد مدیران در تمام سطوح	به نظر من خیلی مهم است که ارزیابی عملکرد مدیران در تمام سطوح به صورت پیوسته صورت گیرد.
آگاهی بخشی ذی‌نفعان توسط رسانه‌های چاپی و آنلاین	رسانه‌ها چه چاپی چه رسانه‌های آنلاین در آگاهی بخشی ذی‌نفعان بسیار دخیل هستند.
الزام مدیران به رعایت مسائل زیست محیطی توسط سهامداران	سهامداران باید در مجامع، مدیران را ملزم به رعایت مسائل زیست محیطی کنند.
توجه به تأمین کنندگان	اختلال در زنجیره تأمین یکی از محدودیت‌هایی است که شرکت را دچار چالش می‌کند.
رعایت سیاست‌ها و قوانین نظارتی اصولی	اگر بخواهیم رضایت ذی‌نفعان حاصل شود، باید شرکت‌ها در مسیر سیاست‌ها و قوانین نظارتی اصولی حرکت کنند.
سوق دادن سازمان به اهداف والا توسط مدیران میانی و ارشد	به اعتقاد من مدیران ارشد و حتی مدیران میانی می‌توانند سازمان را به سمت نیل به اهداف والا سوق دهند.
توجه به نقش توزیع کنندگان	به نظر من در فرآیند تولید باید نقش پر رنگ توزیع کنندگان نیز در نظر گرفته شود.
توجه به خواسته مشتریان	به اعتقاد من شرکت باید نیاز و خواسته مشتری را سرلوحه خود قرار دهد زیرا حیات شرکت در گرو جلب رضایت مشتری پابرجاست.
رتبه بندی شرکت‌ها از منظر زیست محیطی توسط دولت و نهادهای دولتی	به اعتقاد من دولت و نهادهای وابسته به آن باید شرکت‌ها را به صورت پیوسته در زمینه توجه به محیط زیست رتبه بندی کنند و به شرکت‌هایی که الزامات زیست محیطی را رعایت کردند، امتیازات ویژه اختصاص دهند.
رصد فعالیت شرکت توسط نهادهای نظارتی	با توجه به آسیب‌های زیست محیطی، به عقیده من نهادهای نظارتی باید بیشتر از همیشه فعالیت شرکت‌ها را رصد کنند.

نقش هیات مدیره در اعتمادسازی	به اعتقاد من، هیات مدیره شرکت می‌تواند نقش مهمی در کسب اعتماد عموم داشته باشد.
اعطای اعتبارات بانک‌ها به شرکت‌های دغدغه‌مند	بانک‌ها و موسسات مالی اولویت خود جهت اعطای تسهیلات را شرکت‌هایی در نظر بگیرند که بیش از سایرین رضایت ذی‌نفعان خود را در نظر می‌گیرند.
نقش مشتریان در ارائه محصول سازگار با محیط	مشتریان باید شرکت را وادار به ارائه محصولات سازگار با محیط زیست نمایند.
رضایت شغلی کارکنان	عدم رضایت شغلی کارکنان می‌تواند شرکت را به سمت افول سوق دهد.
ایجاد تمایز با رقبای داخلی و رقبای بین‌المللی	انعطاف پذیری قیمت می‌تواند برای شرکت سبب ساز تمایز آن با رقبای داخلی و خارجی گردد.
کنترل شرکت‌ها توسط نهادهای نظارتی محیط زیست	به نظر من باید دامنه اختیارات نهادهای نظارتی محیط زیست را جهت کنترل شرکت‌ها برای حفاظت از محیط پیرامون افزایش داد.
حل تضاد منافع بین سهامداران و مدیران شرکت	مدیران شرکت باید در راستای منافع سهامداران حرکت کرده و تضاد منافع را مدیریت کنند.

منبع: یافته‌های پژوهش

۴-۱-۲- طبقه‌بندی، نام‌گذاری کدها و مضامین فرعی

در این مرحله طبقه‌بندی کدهای مختلف در قالب کدهای گزینشی، مرتب کردن خلاصه داده‌های کدگذاری شد، نام‌گذاری کدها و در نهایت شناسایی مضامین فرعی انجام می‌شود. در واقع، پژوهشگر تحلیل کدهای خود را شروع کرده و در نظر می‌گیرد که چگونه کدهای مختلف می‌توانند برای ایجاد یک مضمون کلی ترکیب شوند. در این بخش کدهای ناقص یا نامرتب و همچنین کدهای تکراری کنار گذاشته می‌شوند تا کدهای گزینشی حاصل شوند. در خلال این مرحله پژوهشگر با آزادی عمل بیشتری فعالیت کرده و مجموعه‌ای از مضامین را ایجاد و آن‌ها را مورد بازبینی قرار می‌دهد. در این مرحله ۱۸ مضمون فرعی حاصل شده است که در جدول ۲- نمایش داده شده‌اند.

جدول ۲- مضامین فرعی

مضامین فرعی	کدهای گزینشی
کارکنان شرکت	اهمیت کارکنان در راهبردهای شرکت
	جهت دهی کارکنان بر تصمیمات شرکت
	اثرگذاری کارمندان بر عملیات شرکت
	رضایت شغلی کارکنان

سهامداران شرکت	حرکت شرکت در راستای منافع سهامداران
	الزام مدیران به رعایت مسائل زیست محیطی توسط سهامداران
	حل تضاد منافع بین سهامداران و مدیران شرکت
	جلب رضایت سهامداران در مجامع سالانه
	احقاق حق سهامداران خرد و حمایت از آنان
مدیران ارشد و میانی	ارزیابی عملکرد مدیران در تمام سطوح
	سوق دادن سازمان به اهداف والا توسط مدیران میانی و ارشد
هیئت مدیره	نقش هیئت مدیره در اعتمادسازی
	شفاف سازی فرآیندها و امور
	تصمیم سازی اثربخش مالی در سرمایه گذاری و تأمین مالی
NGO	نقش NGO در تحقق منافع عموم
	ترغیب شرکت ها برای توسعه مسئولیت پذیری اجتماعی
	ترغیب شرکت ها جهت تخصیص بودجه جهت امور انسان دوستانه
انجمن های صنفی و اتحادیه ها	نقش انجمن های صنفی و اتحادیه ها در حفظ مشاغل
	تلاش در راستای استیفای خواسته های قانونی و مشروع صنف
	تلاش انجمن های صنفی و اتحادیه ها در تأمین نیازهای صنفی
رسانه (چاپی و الکترونیک)	اثر حیاتی رسانه در جهت دهی به سازمان ها
	آگاهی بخشی ذی نفعان توسط رسانه های چاپی و آنلاین
	جلوگیری از عدم تقارن اطلاعاتی
	فشار به نهادهای ذی ربط جهت انجام اصولی امور
	اطلاع رسانی به موقع و دقیق مسائل روز
نهادهای نظارتی محیط زیست و	کنترل شرکت ها توسط نهادهای نظارتی محیط زیست

انجمن‌های بوم شناسی	متقاعد سازی شرکت‌ها برای روی آوردن به مدیریت سبز و ارائه محصولات سبز
	جلوگیری از تخریب زیست بوم توسط شرکت‌ها
وکلا	دفاع از حقوق سهامداران در برابر تخلفات مدیران
	احقاق حقوق عامه
عموم مردم	نقش عموم مردم در تعیین خط مشی شرکت‌ها
	جهت دهی به شرکت در راستای منافع عموم مردم
مشتریان داخلی و بین المللی	توجه به خواسته مشتریان
	نقش مشتریان در ارائه محصول سازگار با محیط زیست
	حرکت در راستای جلب رضایت مشتری
	بهبود کیفیت محصولات و مدیریت ارتباط با مشتری
تأمین کنندگان داخلی و بین المللی	مدیریت ریسک زنجیره تأمین
	توجه به تأمین کنندگان
	مواد اولیه مرغوب
توزیع کنندگان	توجه به نقش توزیع کنندگان
	جلوگیری از اختلال در شبکه توزیع
رقبای داخلی و بین المللی	ایجاد تمایز با رقبای داخلی و رقبای بین‌المللی
	انعطاف پذیری قیمت برای حفظ بازار
	ایجاد نوآوری در محصولات جهت کسب مزیت رقابتی
دولت، نهادهای دولتی و تصمیم سازان بورس	رتبه بندی شرکت‌ها از منظر پایداری به مسائل زیست محیطی توسط دولت و نهادهای دولتی
	پرهیز از قیمت گذاری دستوری
	اتخاذ تصمیمات در راستای حمایت از بازار سرمایه
	ایجاد اعتماد بین سهامداران برای بهبود شرایط بازار سرمایه
	اتخاذ سیاست‌های پولی و مالی جهت رشد شرکت‌ها
سیاست گذاران و قانون گذاران داخلی و بین المللی	رعایت سیاست‌ها و قوانین نظارتی اصولی توسط شرکت
	توجه به دستورالعمل‌ها و قوانین بین‌المللی جهت دستیابی به معیارهای جهانی شدن

بانک ها، موسسات مالی و شرکت های بیمه	اعطای اعتبارات بانکها و موسسات مالی به شرکت- های دغدغه مند
	ارائه خدمات مالی و بیمه ای ویژه به شرکت های توجه کننده به مدیریت سبز
حاکمیت نظارتی	رصد فعالیت شرکت توسط نهادهای نظارتی
	نظارت و انجام اقدامات کنترلی

منبع: یافته های پژوهش

۴-۱-۳- توصیف مضامین اصلی

این گام زمانی شروع می شود که پژوهشگر به شبکه مضامین رضایت بخشی رسیده باشد؛ لذا می تواند مضامین پیشنهاد شده جهت تحلیل داده ها را تفسیر و مضامین اصلی را شناسایی نماید. در خلال این مرحله، در نهایت پس از رفت و برگشت در میان مضامین فرعی، ۴ مضمون اصلی حاصل شد که در جدول ۳ قابل مشاهده است. این مضامین عبارت اند از ذی نفعان داخلی، ذی نفعان خارجی، ذی نفعان بازار و ذی نفعان نظارتی/ حکمرانی.

جدول ۳- مضامین اصلی

مضامین اصلی	مضامین فرعی
ذی نفعان داخلی	سهامداران شرکت
	کارکنان شرکت
	مدیران ارشد و میانی
	هیئت مدیره
ذی نفعان خارجی	NGO
	انجمن های صنفی و اتحادیه ها
	رسانه (چاپی و الکترونیک)
	نهادهای نظارتی محیط زیست و انجمن های بوم شناسی
	وکلا
	عموم مردم
ذی نفعان بازاری	مشتریان داخلی و بین المللی
	تأمین کنندگان داخلی و بین المللی
	توزیع کنندگان
	رقبای داخلی و بین المللی

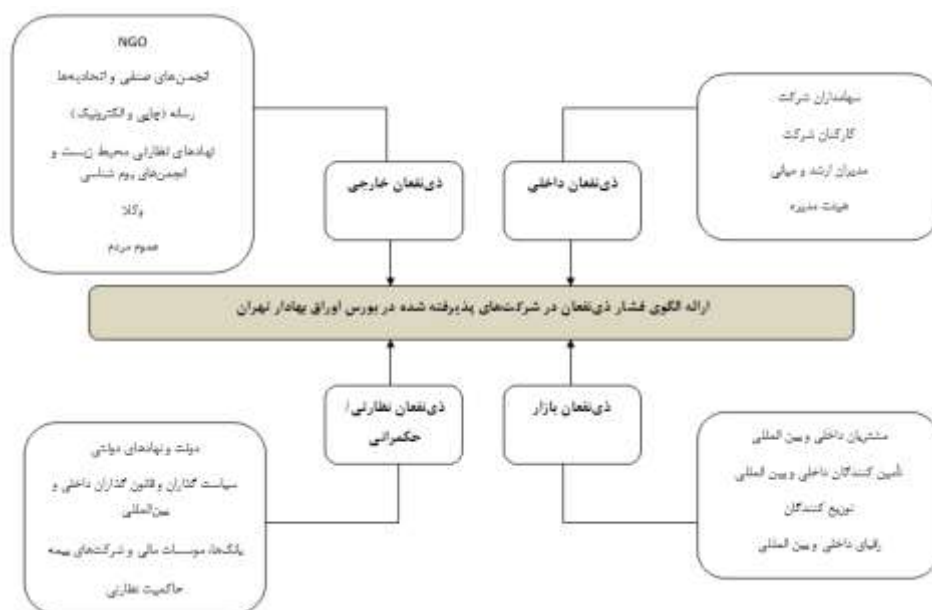
ذی نفعان نظارتی / حکمرانی	دولت و نهادهای دولتی
	سیاست گذاران و قانون گذاران داخلی و بین المللی
	بانکها، موسسات مالی و شرکت های بیمه
	حاکمیت نظارتی

منبع: یافته های پژوهش

۴-۱-۳- ترسیم شبکه مضامین و ارائه الگو

مرحله نهایی زمانی آغاز می شود که مجموعه کاملی از مضامین نهایی فراهم شده باشد و در این مرحله، تحلیل و تدوین گزارش نهایی پژوهش صورت می گیرد. بر اساس پاسخ مصاحبه شوندگان و طی کردن مراحل تکنیک تحلیل مضمون، الگوی پژوهش به صورت شکل ۱ به دست آمده است.

شکل ۱- ارائه الگوی فشار ذی نفعان در بازار سرمایه ایران



۴-۲- یافته های بخش کمی

همان طور که اشاره شد در بخش کمی برای سنجش مدل و اعتبارسنجی مدل ارائه شده در بخش کیفی از ابزار پرسشنامه استفاده شده است؛ روایی پرسشنامه توسط خبرگان مورد تأیید قرار گرفته و برای سنجش پایایی از آلفای کرونباخ و پایایی مرکب (CR) استفاده شده و با توجه به جدول ۴ چون

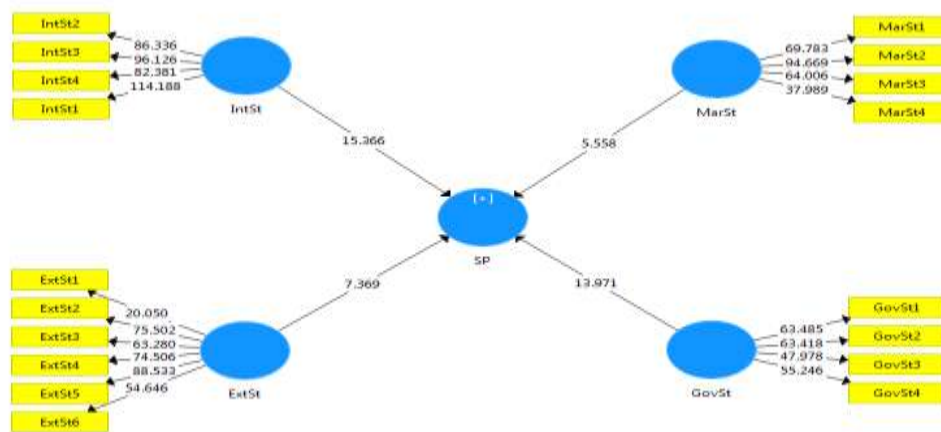
مقدار آلفای کرونباخ و پایایی مرکب برای تمامی متغیرها بیش از ۰/۷ است، پایایی پرسشنامه نیز مورد تأیید قرار می‌گیرد. همچنین روایی همگرا زمانی تأیید می‌شود که مقادیر روایی همگرا برای هر متغیر از ۰/۵ بزرگتر باشد؛ همانطور که مشاهده می‌شود روایی همگرا برای تمامی متغیرها از ۰/۵ بزرگتر بوده لذا مورد تأیید می‌باشد.

جدول ۴- نتایج آلفای کرونباخ، پایایی مرکب و روایی همگرا

متغیر	تعداد گویه	آلفای کرونباخ	پایایی مرکب	روایی همگرا
ذی‌نفعان داخلی (IntSt)	۴	۰/۹۲۹	۰/۹۴۹	۰/۸۲۴
ذی‌نفعان خارجی (ExtSt)	۶	۰/۹۲۰	۰/۹۳۹	۰/۷۲۰
ذی‌نفعان بازار (MarSt)	۴	۰/۸۹۰	۰/۹۲۳	۰/۷۵۱
ذی‌نفعان نظارتی / حکمرانی (GovSt)	۴	۰/۸۸۳	۰/۹۱۸	۰/۷۳۶

منبع: یافته‌های پژوهش

برای بررسی مضامین پژوهش از مدل‌سازی معادلات ساختاری با نرم‌افزار اسمارت PLS استفاده شده است. نمودار ۱ مدل اندازه‌گیری مضامین پژوهش را در حالت معناداری نشان می‌دهد.



نمودار ۱- مدل ساختاری پژوهش همراه با ضرایب معناداری

جدول ۵- نتایج فرضیه‌های پژوهش

نتیجه	آماره آزمون (T-Value)	فرضیه
پذیرش	۱۵/۳۶۶	ذی‌نفعان داخلی عاملی در فشار ذی‌نفعان در بازار سرمایه هستند.
پذیرش	۷/۳۶۹	ذی‌نفعان خارجی عاملی در فشار ذی‌نفعان در بازار سرمایه هستند.
پذیرش	۵/۵۵۸	ذی‌نفعان بازار عاملی در فشار ذی‌نفعان در بازار سرمایه هستند.
پذیرش	۱۳/۹۷۱	ذی‌نفعان نظارتی/ حکمرانی عاملی در فشار ذی‌نفعان در بازار سرمایه هستند.

منبع: یافته‌های پژوهش

با توجه به نمودار ۱ و از آنجایی که مقدار (T-Value) برابر ۱۵/۳۶۶ و ۷/۳۶۹ می باشد و از ۱/۹۶ بیشتر است، فرضیه‌های اول و دوم پژوهش مورد پذیرش قرار می‌گیرند؛ یعنی ذی‌نفعان داخلی و ذی-نفعان خارجی عاملی در فشار ذی‌نفعان در بازار سرمایه هستند. با عنایت به مقدار (T-Value) که برابر با ۵/۵۵۸ و ۱۳/۹۷۱ است و از ۱/۹۶ بیشتر است، فرضیه سوم و چهارم نیز مورد پذیرش قرار می‌گیرند؛ یعنی ذی‌نفعان بازار و ذی‌نفعان نظارتی/ حکمرانی عاملی در فشار ذی‌نفعان در بازار سرمایه هستند. همچنین مقدار (T-Value) برای تمامی مضامین فرعی طبق نمودار ۱ و جدول ۶ عددی بزرگتر از ۱/۹۶ شده، لذا تمام مضامین فرعی در مدل باقی می‌مانند.

جدول ۶- مقدار معناداری مضامین فرعی

مضامین فرعی	(T-Value)	مضامین فرعی	(T-Value)
سهامداران شرکت	۱۱۴/۱۸۸	عموم مردم	۵۴/۶۴۶
کارکنان شرکت	۸۶/۳۳۶	مشتریان داخلی و بین المللی	۶۹/۷۸۳
مدیران ارشد و میانی	۸۲/۳۸۱	تأمین کنندگان داخلی و بین المللی	۹۴/۶۶۹
هیئت مدیره	۹۶/۱۲۶	توزیع کنندگان	۶۴/۰۰۶
NGO	۲۰/۰۵۰	رقبای داخلی و بین المللی	۳۷/۹۸۹
انجمن های صنفی و اتحادیه ها	۷۵/۵۰۲	دولت و نهادهای دولتی	۶۳/۴۸۵

۶۳/۴۱۸	سیاست گذاران و قانون گذاران داخلی و بین المللی	۶۳/۲۸۰	رسانه (چاپی و الکترونیک)
۴۷/۹۷۸	بانک ها، موسسات مالی و شرکت های بیمه	۷۴/۵۰۶	نهادهای نظارتی محیط زیست و انجمن های بوم شناسی
۵۵/۲۴۶	حاکمیت نظارتی	۸۸/۵۳۳	وکلا

منبع: یافته های پژوهش

جهت ارزیابی مقدار برازندگی کل مدل از شاخص GOF استفاده می شود. این آزمون کیفیت کلی مدل های اندازه گیری و ساختاری را تعیین می کند. هر چه مقدار این شاخص بیشتر باشد نشان از قدرت برازندگی بالای مدل است و هر چه به صفر نزدیک شود، حکایت از برازش ضعیف مدل دارد. سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ برای GOF به ترتیب برازش ضعیف، متوسط و قوی را تبیین می کنند. فرمول مربوط به محاسبه شاخص GOF به شرح ذیل است:

$$GOF = \sqrt{\text{Communalities} \times R^2} = \sqrt{0.751 \times 0.940} = 0.840$$

همان طور که ملاحظه می شود مقدار محاسبه شده برای شاخص GOF عدد ۰/۸۴۰ است و نشان از برازش قوی مدل کلی پژوهش دارد؛ بنابراین می توان این گونه برداشت نمود که مدل ارائه شده دارای برازش مطلوبی بوده و داده های گردآوری شده به خوبی توانسته اند مدل طراحی شده را پوشش دهند و با قدرت بالایی مدل را تأیید نمایند؛ لذا با عنایت به نتایج نمودار ۱- و شاخص GOF می توان مدل بخش کیفی را بدون تغییر معادل مدل نهایی در نظر گرفت.

۵- بحث و نتیجه گیری

همان طور که پیش تر اشاره شد، ذی نفع هر شخص یا گروهی از افراد است که تحت تأثیر سازمان قرار می گیرند یا توانایی تأثیرگذاری بر ظرفیت سازمان برای دستیابی به اهداف را دارند. در دهه های اخیر فشار ذی نفعان نقش چشم گیری در برنامه های استراتژیک شرکت ها ایفا می کند و سازمان ها چشم انداز خود را با در نظر گرفتن خواسته های ذی نفعان پایه ریزی می کنند. فشار ذی نفعان اگر درست هدایت شود، می تواند به سوق دادن سازمان ها به سمت مدیریت سبز، حفظ محیط زیست، بهبود کیفیت محصولات، ارتقای جایگاه سرمایه اجتماعی، توسعه فعالیت های مربوط به مسئولیت پذیری اجتماعی، تحقق منافع عامه و دستاوردهای بسیار دیگر ختم شود.

پژوهش حاضر از نوع پژوهش های آمیخته است؛ در قسمت کیفی، از روش تحلیل مضمون استفاده شده و برای جمع آوری داده ها در این بخش از ابزار مصاحبه عمقی استفاده گردیده و تا سطح اشباع

نظری ادامه یافت؛ لذا با ۱۱ نفر از استادان دانشگاه و خبرگان بازار سرمایه مصاحبه به عمل آمده است. بر این اساس الگوی فشار ذی‌نفعان در بازار سرمایه ایران ارائه شد. این الگو دارای ۴ مضمون اصلی شامل ذی‌نفعان داخلی، ذی‌نفعان خارجی، ذی‌نفعان بازار و ذی‌نفعان نظارتی/ حکمرانی و ۱۸ مضمون فرعی می‌باشد. در بخش کمی، پرسشنامه‌ای طراحی شد و پس از سنجش روایی و پایایی، با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری و نرم افزار SmartPLS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. در نهایت پس از آزمون فرضیه‌های الگو، ۴ مضمون اصلی و ۱۸ مضمون فرعی بخش کیفی تأیید شدند و برآزش مدل نیز به صورت قوی مورد قبول قرار گرفت. نتایج پژوهش حاضر تا حدودی با پژوهش‌های پیشین همسو است. آبه و همکاران^{۱۴}، دارماوان و ایداواتی^{۱۵} (۲۰۲۳) و یینگ و همکاران^{۱۶} (۲۰۲۲) فشار ذی‌نفعان را شامل فشار کارکنان، مشتریان، دولت، رسانه‌ها، عموم مردم، منابع زیست محیطی و سهامداران در نظر گرفتند. در سایر پژوهش‌ها نیز عواملی نظیر تأمین کنندگان، انجمن‌های صنفی و اتحادیه‌ها، رقبا و NGOها به عنوان فشار ذی‌نفعان معرفی شده‌اند. با مقایسه نتایج پژوهش حاضر با نتایج پژوهش‌های پیشین می‌توان ادعان داشت که مضامینی نظیر مدیران ارشد و میانی، هیئت مدیره، توزیع کنندگان، نهادهای نظارتی محیط زیست و انجمن‌های بوم شناسی، وکلا، قانون‌گذاران و سیاست‌گذاران داخلی و بین‌المللی، بانک‌ها، موسسات مالی و شرکت‌های بیمه و حاکمیت نظارتی مضامین جدیدی هستند که در این پژوهش به الگو اضافه شده‌اند. همچنین فشار کارکنان، مشتریان، دولت، رسانه‌ها، عموم مردم، سهامداران تأمین کنندگان، انجمن‌های صنفی و اتحادیه‌ها، رقبا و NGOها مضامینی هستند که در پژوهش حاضر با پژوهش‌های مذکور مشابه بوده است. با عنایت به نتایج حاصل شده پیشنهاد می‌شود شرکت‌های فعال در بازار سرمایه ایران برای پیشینه کردن ارزش شرکت و همچنین بهبود جایگاه خود در نظر جامعه و ارتقای شهرت سازمانی، در اهداف، مأموریت و چشم انداز استراتژیک خود رضایت تمام ذی‌نفعان معرفی شده در این پژوهش را مد نظر قرار دهند و از تضاد منافع جلوگیری نمایند. همچنین با عنایت به اهمیت روز افزون حفاظت از محیط زیست، پیشنهاد می‌شود شرکت‌ها مدیریت سبز و سیانت از زیست بوم را از اولویتهای اساسی خود قرار دهند.

1) Rehman

2) Roy et al

3) Baah et al

4) Baah & Jin

5) Tsinopoulos et al

6) Jakhar et al

- 7) Roscoe et al
- 8) Luo et al
- 9) Freeman
- 10) Bhatia & Kumar
- 11) Wang et al
- 12) King
- 13) Yang
- 14) Abeje et al
- 15) Darmawan & Idawati
- 16) Ying et al

منابع

- ۱) اکبری راد، آسیه. خوزین، علی و ابوالفضل مومنی (۱۳۹۸). بررسی رابطه بین فشار ذی‌نفعان و عملکرد پایداری شرکت در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، پایان نامه کارشناسی ارشد.
- ۲) بابایی، یاور و فانی، مریم (۱۴۰۰). اثر مدیریت منابع انسانی سبز بر رفتار شهروندی زیست محیطی و رفتارهای حامی محیط زیست کارکنان هتل. مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۶ (۵۶)، صص ۲۴۹-۲۱۱.
- ۳) خنیفر، حسین و مسلمی، ناهید. (۱۳۹۵). اصول و مبانی روش‌های پژوهش کیفی. انتشارات نگاه دانش.
- ۴) رحیمی باغملک، جهانبخش و کریمی، مرضیه (۱۴۰۰). بررسی اثر فشار ذی‌نفعان سازمانی و شیوه تدارکات سبز بر عملکرد مالی با نقش محیط زیست (پالایشگاه گاز بهبهان)، دومین همایش ملی و اولین همایش بین‌المللی پایداری کسب و کار، اهواز.
- ۵) صحرایی، علی (۱۴۰۱). تأثیر فشار رقابت و فشار ذی‌نفعان بر مدیریت عملکرد استراتژیک با توجه به نقش میانجی استراتژی (مورد مطالعه: شرکت هلدینگ داده ورزی سداد)، دومین کنفرانس مهندسی صنایع، مدیریت، حسابداری و اقتصاد.

6) Abeje, M. Luo, F. Yosief Medin, Z (2023). Examining the Effect of Stakeholder Pressures on Safety Risk Adoption: Evidence from Chinese Manufacturing Enterprises. International Journal of Management Science and Business Administration, Volume 10, Issue 1, November 2023, Pages 42-59.

- 7) Baah, C. , Jin, Z (2019). Sustainable supply chain management and organizational performance: the intermediary role of competitive advantage. *J. Mgmt. Sustain.* 9, 119 .
- 8) Baah, C. , Opoku-Agyeman, D. , Acquah, I.S.K. , Issau, K. , Abdoulaye, F.A.M (2020). Understanding the influence of environmental production practices on firm performance: a proactive versus reactive approach. *J. Manuf. Technol. Manag.*
- 9) Bhatia, M.S. Kumar, S (2022). Linking stakeholder and competitive pressure to Industry 4.0 and performance: Mediating effect of environmental commitment and green process innovation. *Business Strategy and The Environment Journal*, 2022;1–14.
- 10) Darmawan, M.D. Idawati, W (2023). Pengaruh Stakeholder Pressure dan Shareholding Structure Terhadap Sustainability Report Quality. *Jurnal Manajemen* Vol. 20 No. 2 November 2023 Page 22-42.
- 11) Jakhar, S.K. Bhattacharya, A. Rathore, H. Mangla, S.K (2020). Stakeholder pressure for sustainability: Can ‘innovative capabilities’ explain the idiosyncratic response in the manufacturing firms? *Business Strategy and the Environment*, 2020;1–19.
- 12) King, A. (2007). Cooperation between corporations and environmental groups: A transaction cost perspective. *Academy of Management Review*, 32(3), 889–900. <https://doi.org/10.5465/amr.2007.25275680>
- 13) Luo, Y., Jie, X., & Li, X. (2020). The organic joint point of new kinetic energy and green development in Chinese manufacturing SMEs. *International Journal of Production Research*, 58, 1–23. <https://doi.org/10.1080/00207543.2020.1777341>
- 14) Rehman, Alam & Ullah, Irfan & Fakhr-e-Alam Afridi & Zain Ullah & Muhammad Zeeshan & Arif Hussain & Haseeb Ur Rahman, (2021). "Adoption of green banking practices and environmental performance in Pakistan: a demonstration of structural equation modelling," *Environment, Development and Sustainability: A Multidisciplinary Approach to the Theory and Practice of Sustainable Development*, Springer, vol. 23(9), pages 13200-13220
- 15) Roscoe, S., Subramanian, N., Jabbour, C. J., & Chong, T. (2019). Green human resource management and the enablers of green organisational culture: Enhancing a firm's environmental performance for sustainable development, *Business Strategy and the Environment*, 12(3):34-49.
- 16) Roy, V., Schoenherr, T., & Charan, P. (2020). Toward an organizational understanding of the transformation needed for sustainable supply chain management: The concepts of force-field and differential efforts. *Journal of Purchasing and Supply Management*, 100612. <https://doi.org/10.1016/j.pursup.2020.100612>

17) Tsinopoulos, C. , Sousa, C.M. , Yan, J (2018). Process innovation: open innovation and the moderating role of the motivation to achieve legitimacy. *J. Prod. Innov. Manag.* 35 (1), 27–48 .

18) Wang, S., Li, J., & Zhao, D. (2018). Institutional pressures and environmental management practices: The moderating effects of environmental commitment and resource availability. *Business Strategy and the Environment*, 27(1), 52–69. <https://doi.org/10.1002/bse.1983>

19) Yang, C. S. (2018). An analysis of institutional pressures, green supply chain management, and green performance in the container shipping context. *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, 61, 246-260. *CrossRef*

20) Ying, M. Shan, H. Awoke Tikuye, G (2022). How Do Stakeholder Pressures Affect Corporate Social Responsibility Adoption? Evidence from Chinese Manufacturing Enterprises in Ethiopia. *Sustainability* **2022**, 14, 443. <https://doi.org/10.3390/su14010443>

Providing a pattern of Stakeholder Pressure in Iran's capital market: mixed approach

Abstract

According to legitimacy theory, organizations can continue to survive as long as society considers them legitimate and gives them legitimacy; therefore, organizations must act in line with the goals of stakeholders and prevent conflicts of interest. Stakeholder theory explains that organizations and companies have become so large and their impact on the surrounding environment and society has become so profound that they overshadow not only shareholders but also other groups and must be accountable to all stakeholders. This research aims to present a model of stakeholder pressure in the Iranian capital market. The present research method is mixed and in this regard, relying on the qualitative approach of content analysis, qualitative data was collected through interviews with university professors and capital market experts and continued until reaching theoretical saturation level; Then, the stakeholder pressure model in the Iranian capital market was presented, including 4 main themes: internal stakeholders, external stakeholders, market stakeholders, and regulatory/governance stakeholders, and 14 sub-themes. Next, in the quantitative section, a questionnaire was designed to measure the presented model in the qualitative section, and after confirming its validity and reliability, it was completed by capital market activists. Structural equation modeling and SmartPLS software were used to analyze the questionnaire data. The results of the research indicate that all the main and sub-themes introduced in this study were confirmed and the qualitative section model has a strong fit. Practical suggestions are also provided below.

Keywords: Stakeholder pressure, Internal stakeholders, External stakeholders, Market stakeholders, Regulatory/governance stakeholders