

ارائه‌ی مدل کارآفرینی سازمانی مبتنی بر حاکمیت شرکتی در صنعت بانکداری

هومن فروزانفر^۱، مرتضی موسی‌خانی^{۲*}، سیدمهدی الوانی^۳، ابوالفضل کاظمی^۴

^۱ دانشجوی دکتری، گروه مدیریت، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران

^۲ استاد، گروه مدیریت دولتی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (عهده‌دار مکاتبات)

^۳ استاد، گروه مدیریت دولتی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

^۴ دانشیار، گروه صنایع، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران

تاریخ دریافت: دی ۱۴۰۱، اصلاحیه: اسفند ۱۴۰۱، پذیرش: فروردین ۱۴۰۲

چکیده

هدف از این مقاله، فرآیندهای جدید نوآوری، از جمله درک تقاضای اجتماعی، تصرف صنعتی شدن آن، و نوآورانه پیکربندی مجدد دانش یکپارچه به منظور ایجاد توسعه پایدار در بستر کسب و کار جامعه می باشد. با پیدایش رویکردهای نوین در شبکه های اجتماعی، تعاریف و مدل های رفتاری کسب و کارها دچار دگرگونی ساختاری گردیده است. و با نوسازی در برخی از ابعاد خود به باز تعریف مفاهیم در حوزه کسب و کار منجر شده است. به همین منظور مدلی برای کارآفرینی سازمانی مبتنی بر حاکمیت شرکتی به عنوان یک راهکار اقتصادی استفاده شده است. از آن جاییکه بانک ها و شرکت های تابعه آن ها پتانسیل های لازم برای فعالیت در این حوزه ها را دارند و به دلیل رویکردهای نوین در کسب و کار به نحوی دخیل هستند. لذا از این رو بانک ها بایستی به فکر تلفیق ساختار کارآفرینی سازمانی با حاکمیت شرکتی برای استفاده از این رویکرد در اکوسیستم کسب و کار خود باشند. لذا تحقیق در بستر یکی از بانک های توسعه یافته ایران از این منظر صورت پذیرفت. به منظور آزمون یافته های این تحقیق توصیفی، از روش جمع آوری داده ها از طریق پرسشنامه استفاده گردید. و داده های خام با استفاده از فنون آماری مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. به منظور اعتبار یابی مدل، روش معادلات ساختاری مورد استفاده قرار گرفته است. بر اساس نتایج بررسی های آماری همه عوامل دارای اعتبار لازم بودند

واژه‌های اصلی: حاکمیت شرکتی، مدیریت، استراتژی کسب و کار، کارآفرینی سازمانی

۱- مقدمه

ساختار بانکها است اما همچنان هیچ علامت و نشانه‌ای که نشان دهد نمودار عملکرد این بانک ها رو به بهبود است مشاهده نمی‌شود [۲۰]. در آمریکای لاتین نیز دسترسی به اطلاعات یا شفافیت در شیوه‌های حاکمیت شرکتی هنوز یک موضوع چالش برانگیز برای بانک‌های فعال است زیرا این منطقه با بازارهای مبهم با سطوح بالای عدم تقارن اطلاعاتی، محیط‌های قانونی ضعیف و فساد سیستماتیک مشخص می‌شود [۱۹]. در نتیجه، ارائه اطلاعات مرتبط و معتبر در مورد اتخاذ شیوه های حکمرانی خوب، برای تثبیت مشروعیت آنها به عنوان عوامل اقتصادی ارزشمند برای توسعه اقتصاد ملی و جذب سرمایه گذاران ملی و بین المللی ضروری است [۱۶]. به گفته بتیس ۲۰۱۳ حاکمیت شرکتی عامل مهمی بر عملکرد شرکتها بدون در نظر گرفتن اندازه آنها است [۴].

از همین منظر ویلکین و همکاران ۲۰۱۶ دریافتند که سازمانها؛ چه کوچک و چه بزرگ، مزایای مشابهی در هنگام اعمال حاکمیت شرکتی از

کارآفرینی سازمانی طی سال های گذشته با رشد چشمگیری همراه بوده و به یک استراتژی جهت تسهیل اقدامات شرکت ها برای نوآوری و روبه رو شدن با واقعیت های رقابیتی بازار جهان امروز، تبدیل شده است [۱] در این راستا حاکمیت شرکتی با ایجاد تعادل بین اهداف اقتصادی و اجتماعی یک شرکت در جنبه های استفاده موثر از منابع، پاسخگویی در استفاده از قدرت و رفتار شرکت در محیط اجتماعی می پردازد [۲] بر اساس تازه ترین اطلاعات مالی ارائه شده به بورس، زیان بانک های تجارت، صادرات، سرمایه، دی و ایران زمین ۱۳ هزار و ۸۵۷ میلیارد تومان رشد کرده است. اطلاعات آماری نشان می‌دهد در یک رویداد بی‌سابقه در اقتصاد ایران زیان انباشته ۵ بانک بزرگ در بورس به مرز ۲۰ هزار میلیارد تومان رسیده است. به گزارش همشهری، صنعت بانکداری به پاشنه آشیل اقتصاد ایران تبدیل شده است و حال و روز چندان خوشی ندارد. در این میان چندین بانک مطرح و بزرگ که سالها فعالیت می‌کنند اوضاع به مراتب بدتری نسبت به سایر بانک ها دارند. مدتها صحبت بر سر اصلاح

یک نهادناوان از رشد به یک شرکت با رشد پایدار و عملکرد بهتر دارند [۴۵]. نفوذ شرکت های دولتی و کسب و کارهای کوچک و متوسط و محیط کسب و کار خاورمیانه و شمال آفریقا از جهان صنعتی که به طور تاریخی استانداردهای حاکمیت شرکتی را تعیین کرده است، متمایز است. در چند سال گذشته، حاکمیت شرکتی در حال گسترش بوده است و چندین ابتکار توسط احزاب مختلف برای رسیدگی به این موضوع انجام شده است [۴۰]. موارد مربوط به افشای حکمرانی خوب کمیاب است [۶] و [۲۸].

در ادبیات تحقیقاتی و مطبوعات رایج، کارآفرینی به عنوان راه حلی برای چالش های بزرگ زمان ما به تصویر کشیده می شود [۷]. تعجب آور نیست که دولت ها و سازمان های خصوصی در سراسر جهان منابع قابل توجهی را برای ترویج کارآفرینی هزینه می کنند. به طرز متناقضی، این منجر به انفجار در فعالیت های کارآفرینی شده است اما با انفجار در نتایج کارآفرینی مطابقت ندارد. در سطح جامعه، تعداد شرکت های نوآور جدید هم در اروپا و هم در آمریکای شمالی به طور پیوسته در حال کاهش بوده است [۱۴] و [۲۶]. و نوآوری در کل اقتصاد راکد است [۸]. در سطح سازمانی، اکثر شرکت های جدید حتی در بخش های دانش بنیان راه اندازی شده اند، اما نتایج اقتصادی محدودی ایجاد می کنند [۳۹]. هدف این مقاله کمک به نیاز به مطالعات در مورد کارآفرینی سازمانی مبتنی بر حاکمیت شرکتی در بخش بانکداری، به ویژه در اقتصادهای نوظهور است. بر این اساس، جنبه های مختلفی که هنوز در ادبیات مورد بررسی قرار نگرفته اند، شناسایی شده اند. این مقاله واژه شناسی و کارکرد خاص نظام حاکمیت را در شرکت های کارآفرینی با رشد سریع بررسی می کند. حاکمیت شرکتی به صورت نظام پیچیده ای متشکل از ساز و کارها و بازیگران مختلف مفهوم سازی می شود که فراتر از هیئت مدیره شرکت و اعضای آن است. به همین منظور رابطه بین کارآفرینی سازمانی و حاکمیت شرکتی و سپس مدل کارآفرینی سازمانی بومی سازی شده مبتنی بر حاکمیت شرکتی طراحی شد. افزایش روزافزون استفاده از کارآفرینی سازمانی باعث تغییر و نوآوری در روشهای کسب و کار و صرفه جویی مستقیم و غیر مستقیم در صنعت بانکداری می شود. توجه و درک عمیق نسبت به مدل های کارآفرینی سازمانی مبتنی بر حاکمیت شرکتی در ایران و بخصوص در کشورهای در حال توسعه صورت نگرفته است. با این اوصاف گسترش استفاده از فناوری های نوین و تاسیس و راه اندازی بانکهای نوظهور در کشور، ضرورت توجه به مدل های مبتنی بر نوآوری و کارآفرینی متمایز نزد بانکها را دو چندان کرده است [۲۳].

به لحاظ نوآوری، می توان از دو منظر به این مقوله که در این تحقیق به آن پرداخته شده است نظر افکند: از منظر تئوری و از منظر کاربرد. ارائه مدل مفهومی کارآفرینی سازمانی مبتنی بر حاکمیت شرکتی که در این تحقیق به آن پرداخته است، ماهیت نوآورانه دارد. چرا که تحقیقات پیشین هر کدام جداگانه به مفهوم کارآفرینی سازمانی و یا حاکمیت شرکتی پرداخته اند. بنابراین انجام تحقیق به صورت جامع در خصوص طراحی مدل کارآفرینی سازمانی مبتنی بر حاکمیت شرکتی تا کنون از سوی محقق در

گذشته یافته نشده است. به لحاظ استفاده از مدل مفهومی ارائه شده در این نوشتار در صنعت بانکداری بر اساس بررسی های صورت گرفته، تحقیقات علمی چندانی توسط محقق مشاهده نشد و بیشتر استفاده از مدل کارآفرینی در شرکت های خصوصی در کشور و به صورت محدود بوده است. در سطح بین المللی نیز با توجه به ساختار فرهنگی و اقتصادی کشورهای مختلف؛ بیشتر استفاده از کارآفرینی و حاکمیت شرکتی، معطوف به سازمان ها و نهادهای خصوصی در صنایع مختلف و بصورت مجزا بوده است. هدف از انجام این پژوهش دستیابی به الگویی به منظور تجزیه و تحلیل نوآوری و پیشسازی در بازار کسب و کار و کشف فرصت ها و تجزیه و تحلیل ریسک در کسب و کار مبتنی بر حاکمیت شرکتی در موسسه های مالی در ایران می باشد. استفاده از نتایج این پژوهش مدیران صنعت بانکداری را در اتخاذ استراتژی های جدید کسب و کار یاری می دهد. هدف اصلی این تحقیق حاضر عبارت است از: ارائه مدلی برای کارآفرینی سازمانی مبتنی بر حاکمیت شرکتی برای بنگاه های مالی.

۲- مبانی نظری و پیشینه پژوهش

۲-۱ کارآفرینی سازمانی

مفهوم کارآفرینی شرکتی ریشه در تحقیقات اولیه مینتزبرگ (۱۹۷۳) [۳۸] و خاندولا (۱۹۷۷) [۳۲] دارد. وضعیت کارآفرینانه تدوین استراتژی که مینتزبرگ پیشنهاد داد عبارت از جستجوی فعال برای فرصت های جدید و اقدامات چشمگیر در شرایط عدم قطعیت بود. در همین راستا، خاندولا درباره سبک مدیریت کارآفرینانه به بحث پرداخت که ویژگی آن تصمیم گیری شجاعانه، ریسک پذیر و تهاجمی است. تحقیقات بیشتر توجه خود را معطوف مدیر اجرایی ارشد به عنوان تصمیم گیرنده اصلی کرده اند که باعث تشویق یا تضعیف کارآفرینی شرکتی در بالاترین سطح شرکت می شود.

نتایج تحقیقات جونز و همکاران (۲۰۱۹) [۲۹] بیان می کند: کارآفرینی شرکتی سازوکاری بالقوه است که به واسطه آن شرکت های تثبیت شده احیا می شوند. کارآفرینی در تصمیمات مدیریت ارشد در خصوص سرمایه گذاری های استراتژیک، نوآوری محصول، تمایل به رهبری فن آوری و اقدامات رقابتی در مقابل رقبا منعکس می شود. مولفه های کارآفرینی سازمانی عبارتند از نوآوری، ریسک پذیری، پیشسازی در بازار، کشف فرصتها [۲۹].

۲-۲ ابعاد مختلف کارآفرینی سازمانی

۲-۲-۱ نوآوری

یکی از پذیرفته شده ترین اجماعها این است که نوآوری، ابزاری اساسی برای موفقیت سازمانها یا شرکتها است. بنا به گفته دیس^۱ (۱۹۹۸) [۱۳] و آلورد براون و لتس^۲ (۲۰۰۴) [۳]، نوآوری برای دستیابی به راهحلهایی مرتبط با سوددهی شرکت ضروری است، که از طریق آن منابع و ظرفیت های مورد استفاده بسیج می شوند، و توانمندسازی ارتقا می یابد و

کیفیت زندگی مردم بهبود می یابد [۳۵].

۲-۲-۲ ریسک پذیری

میلر و فریزن^۳ (۱۹۸۲) [۳۶] بیان می کنند: شرکت ها باید بر اساس یک حرفه ای سازی مناسب، استراتژی خود را به سمت راه اندازی پیشنهادات جدید در بازار هدایت کنند. در نتایج آزمایشات محصولات، خدمات یا بازارهای جدید ریسک کنند و نسبت به رقبا فعال تر باشند. در این مرحله، ریسک پذیری به عنوان ویژگی بارز شرکت ظاهر می شود. به گفته مارتینز-کونسا و همکاران^۴ (۲۰۱۷) با در نظر گرفتن استراتژی های فرصت های مرتبط با کسب و کار در موقعیت های نامشخص و با عدم قطعیت، ریسک هایی را بپذیرند. نوآوری تکنولوژی یک استراتژی برای تبدیل ایده ها و دانش به محصولات و فرایندهای جدید است [۳۴].

۲-۲-۳ پیشتازی در بازار

دامان پور و همکاران^۵ بیان می کنند پیشتازی در بازار اغلب نتیجه مستقیمی از داشتن یک شبه انحصار در داخل جایگاه محصول است. عملکرد در یک محیط جهانی بسیار رقابتی که مشخصه آن است، فناوریهایی که به سرعت در حال تغییر و بهبود هستند، افزایش عدم قطعیت، پیچیدگی و رقابت پذیری، کمبود منابع و نیاز به تغییر مستمر و پویایی در هر دو سازمان غیرانتفاعی و انتفاعی، کارآفرینی را ساخته است که دارایی حیاتی برای بقاء، رشد و بهره وری سازمانی است [۱۲]. کارآفرینی سازمانی به عنوان یک پدیده در سطح سازمان شناخته شده است [۴۶]. بنا بر نظر بارون^۶ کاروانا و همکاران^۷ کارآفرینی می تواند به عنوان تمایل دائمی سازمان برای شروع و اجرای نوآوری افزایشی و هم چنین رادیکال در محیط های داخلی و خارجی سازمان بررسی شود. در این قلمرو نقش مدیران و رهبران به عنوان عوامل تغییرگرا و به عنوان کارآفرینان برای پیشتازی در بازار کسب و کار مورد تاکید قرار گرفته است. پیشتازی در بازار کسب و کار و کارآفرینی با هم در ادبیات تحقیق مورد بحث قرار می گیرند [۵] و [۹].

۲-۲-۴ کشف فرصت ها

کارآفرینی به عنوان پیوندی از افراد نوآور و فرصت های ارزشمند به تصویر کشیده می شود [۴۴] و [۱۵]. کرزنر^۸، کشف فرصت های کارآفرینی را مانند شکلی از آربیتراژ به تصویر می کشد، و آنها را به عنوان شرایطی تعریف می کند که در آن کالاها، خدمات، مواد خام و روش های سازماندهی جدید می توانند با قیمتی بیشتر از هزینه تولیدشان معرفی و فروخته شوند [۳۰]. فرصت ها توسط بازیگرانی طبقه بندی می شوند که آغازگر تغییر هستند. انواع مختلف نهادها، تغییراتی را آغاز می کنند که منجر به فرصت های کارآفرینی می شود. و نوع آغازگر احتمالاً بر روند کشف و هم چنین ارزش و مدت ماندگاری فرصت ها تاثیر می گذارد. در میان انواع مختلف بازیگرانی که محققان شناسایی کرده اند، نهادهای غیر تجاری مانند دولت ها یا

دانشگاه ها هستند. محققین نشان داده اند که دو مجموعه از بازیگران برای ایجاد فرصت های فناوری بسیار مهم هستند: آژانس های دانش آفرین تخصصی، مانند دانشگاه ها یا مراکز تحقیقات و آزمایشگاه هایی که خارج از زنجیره صنعتی قرار دارند، و شرکت هایی در زنجیره صنعتی، از جمله تامین کنندگان و مشتریان [۳۱].

۲-۲-۴ حاکمیت شرکتی

حاکمیت شرکتی در ابتدای قرن ۲۱، دوباره به عنوان یکی از مهم ترین مباحث کسب و کار مطرح شده است [۳۷]. تاکید مبانی اولیه حاکمیت شرکتی، بیشتر بر موضوع راهبرد شرکت ها و حقوق سهامداران قرار داشت که بعدها با طرح دیدگاههای جدیدتر، به سمت توجه جدی به حقوق کلیه ذی نفعان و جامعه گرایش یافته است [۲۷]. رازاک و نیازی^۹ (۲۰۱۸) در تحقیقات خود در مورد حاکمیت شرکتی بیان داشتند: حاکمیت شرکتی به یکی از رایج ترین عبارات در واژگان تجارت جهانی تبدیل شده است. فروپاشی شرکت های بزرگ در سال های اخیر توجه همگان را به نقش مهم حاکمیت شرکتی در مورد پیشگیری از این فروپاشی ها جلب نموده است. وجود تعاریف متعدد، حکایت از آن دارد که به تعداد تمام کشورها، سیستم حاکمیت شرکتی وجود دارد. با این همه، تلاش فراوانی از طرف نهادها و سازمان های بین المللی برای همگرایی جهانی صورت می گیرد. چارچوب نظری حاکمیت شرکتی شامل تئوری نمایندگی، تئوری هزینه معاملات و تئوری ذی نفعان است. نظریه عاملیت، دو طرفی که منافع متضاد در یک دارایی مشترک دارند در نظر می گیرد؛ مالک یک کسب و کار، مدیر (عامل) را استخدام کرده و کار را به مدیر واگذار می کند تا مسئولیت برخی تصمیمات و اجرای آن را برای حفظ منافع مالک برعهده بگیرد. اما همانطور که آدام اسمیت تایید کرده، مالک و مدیر منافع مختلفی دارند و مدیر ممکن است لزوماً برای تضمین منافع مالک کار نکند، در این مرحله، حاکمیت شرکتی وارد بازی می شود [۳۳].

⁷.Caruana

⁹.Razak and Niazi

³.Miller, D, Friesen

⁴. Conesa

⁵. Damanpour

⁶.Baron

جدول (۱): برخی از تحقیقات^{۱۱} در حوزه نقش حاکمیت شرکتی در عملکرد و رشد شرکت های کارآفرین

نویسندگان	محتوا	بررسی نتایج
Nwude and Amaka Nwude (2021)	ساختار هیئت مدیره، اقتصاد در حال توسعه، صنعت بانکداری	اقدامات مدیریتی در جهت حفظ و حقوق منافع ذی نفعان عنوان شد. با اتخاذ سیاست هایی از حضور زنان در هیئت مدیره حمایت شد. استقلال هیئت مدیره با اتخاذ اندازه بزرگ هیئت مدیره، با میانگین تعداد مدیران خارجی ۹ و مدیران داخلی ۵ عنوان شد.
Nohade & Khoury (2021)	پیش بینی کننده خوبی برای عملکرد مالی شرکت های کوچک و متوسط (بانکداری لبنان)	بیش از ۵۰ درصد کارمندان چنین شرکت هایی، تمایل دارند به تدریج سیاست های حاکمیت شرکتی را اتخاذ و اجرا نمایند. حاکمیت شرکتی، در برابر شوک های اقتصادی و مالی و محدودیت ها از شرکتهای کوچک و متوسط حمایت می کند. شیوه های حکمرانی خوب، سهولت دسترسی به بازارهای مالی بهتر و اقتصاد ملی و بین المللی را ایجاد می کند.
Zahra & Hayton (2005)	مقایسه شرکت های بالغ و شرکتهای نوپا	حاکمیت شرکتی با کمک به فراگیری عملکردهای تجاری و اداری، رشد پایدار را ایجاد می کند. افزایش معنادار در شایستگی از طریق تنوع کارکردی تیم مدیریت ارشد و اعضای هیئت مدیره صورت می پذیرد.
Hambrick & Crozier(1985)	۳۰ شرکت با رشد سریع و حداقل نرخ رشد ۲۰٪	بهره برداری از تخصص/تجربه شرکت های بزرگ و اعضای هیئت مدیره
Daily & Dalton (1992)	۱۰۰ شرکت کوچک دولتی آمریکایی دارای سریع ترین رشد	مدیران خارجی به اعضای هیئت مدیره کمک استراتژیک می کنند.
Grundeil & Talaulicar (2002)	۶۲ شرکت در صنایعی با عملکرد و رشد سریع؛ سن متوسط: تقریباً ۲ سال	هیئت نظارت وظیفه پایش را انجام می دهد؛ شبکه های ارزشمند در ۱۸ مورد شکل می گیرد؛ نقش توانمند ساز غالب بوده و اختیارات مدیریتی تقویت می شود.
Rosenstein et al. (1993)	۱۹۲ شرکت های- تک ^{۱۱} با پشتیبانی سرمایه گذاران مخاطره پذیر تامین مالی می شوند.	مدیران خارجی به عنوان مشاور برای آزمایش و توسعه ایده ها عمل می کنند. نقش انضباطی اخلاق، شفافیت و پاسخگویی ذکر شده است.
Deakins et al. (2000)	کسب و کارهای اسکاتلندی با رشد بالا (۴۶ مصاحبه چهره به چهره)؛ افزایش درصد میانگین گردش کار: ۶۸٪	چشم انداز استراتژیک و مهمترین نقش های اعضای هیئت مدیره خارجی بیان شده است؛ نقش انضباطی رعایت حقوق ذی نفعان و اخلاق طبق گزارشات ضعیف است؛ سرمایه گذاران مخاطره پذیر به طور معناداری در تقویت قابلیت مدیریتی نقش دارند.
Sapienza et al.	۵۹ کسب و کار	حاکمیت شرکتی نقش مشاور را ایفا می کند.

Some research on the role of corporate governance in the performance and growth of entrepreneurial companies^{۱۱}

	مخاطره‌پذیر در مرحله اولیه؛ ۱۶۱ کسب و کار مخاطره‌پذیر در مرحله نهایی.	(1996)
وقتی شایستگی‌های لازم برای عملکرد و رشد حداکثری وجود نداشته باشد، می‌توان موسس را جایگزین مدیرعامل کرد.	شرکت‌های نوپای اینترنتی؛ توجه به رویدادهای مقطعی مثل تکمیل توسعه محصول	Wasserman (2001)
نقش مشورتی/حمایتی سرمایه‌گذاران مخاطره‌پذیر در مرحله اولیه اهمیت خاصی دارد؛ مشاوره زیاد و اختلاف کم در تعامل با کارآفرینان با تجربه.	کسب و کارهای مخاطره‌پذیر در مرحله اولیه (کشت ایده، شرکت نوپا، گسترش) و مرحله بعدی تملک اهرمی یا خرید استقرایی ^{۱۲}	Cumming & Johan (2007)
نمره ضعیف در مداخله ناخواسته؛ نمره بالا در پشتیبانی.	بیو تکنولوژیهای آلمان و بریتانیا در مرحله بلوغ (سن میانگین: ۶,۹۳)	Haagen (2008)

پسندیده یا حالت نفسانی خوب اطلاق می‌شود [۱۸].

شفافیت: به معنای افشای منصفانه، صحیح، قابل اتکا و قابل فهم برای ذی‌نفعان است [۴۲].

عملکرد: به گفته حساس یگانه، عملکرد بنا به تعریف تصمیم‌گیری‌های راهبردی، درک ریسک‌پذیری و محرک‌های اصلی عملکرد آن و شناسایی نقاط بحرانی است [۲۴].

پاسخگویی: همتی و همکاران معتقدند پاسخ دادن به موقع و مناسب شرکت به نگرانی‌ها، درخواست‌ها یا خواسته‌های سرمایه‌گذاران، مشتریان، کارکنان و حسابرسان، تأمین‌کنندگان و اقدامات حاکمیت شرکتی و سایر ذینفعان، نشان دهنده توجه شرکت و اهمیت دادن به آنها است [۲۱]. با توجه به موضوع تحقیق، سوال تحقیق بدین صورت مطرح می‌شود: مدل کارآفرینی سازمانی مبتنی بر حاکمیت شرکتی برای بنگاه‌های مالی چگونه است؟

۲-۵ مدل استخراج شده برای کارآفرینی سازمانی مبتنی بر حاکمیت شرکتی در شکل شماره ۱ معیارهای شناسایی شده تأثیرگذار در مقوله کارآفرینی سازمانی مبتنی بر حاکمیت شرکتی در قالب یک مدل ارائه می‌شود.

۲-۴/ابعاد مختلف حاکمیت شرکتی

- **ساختار هیئت مدیره:** گراوند^{۱۳} (۲۰۱۵) معتقد است که هیئت مدیره به عنوان یکی از مکانیزم‌های حاکمیت شرکتی به مدیریت جهت اتخاذ تصمیمات مناسب کمک می‌کند. هم‌چنین باید تداوم بلند مدت سازمان را از طریق به حداکثر رساندن منافع سهامداران و هماهنگی منافع شرکت با منافع سایر گروه‌ها را تضمین نماید [۱۷].
- **رعایت حقوق ذی‌نفعان:** بنا بر نظر حساس یگانه (۲۰۱۷) نقش حسابرس مستقل، مکانیزم کنترل برای تضمین پاسخگویی و حسابرسی داخلی برای تضمین اثربخش بودن کنترل‌ها است [۲۴].
- **اخلاق:** یکی از ضعف‌های اساسی در سیستم حاکمیت شرکتی، مشکلات اخلاقی و فرهنگی است [۲۴]. کلمه «اخلاق» جمع خُلق و به معنای نیرو و سرشت باطنی انسان است که تنها با دیده بصیرت و غیر ظاهر قابل درک است. اصطلاح «اخلاق» در متون اخلاقی به سه معنا به کار می‌رود: ۱. غرایز و ملکات و صفات روحی و باطنی که در انسان است، اخلاق نامیده می‌شود. ۲. اعمال و رفتاری که از این خلیقیات ناشی گردد نیز اخلاق و یا رفتار اخلاقی گفته می‌شود. ۳. در برخی موارد اخلاق به رفتار

واریانس، بیانگر پایایی بالای متغیرها می باشد.

۴- تجزیه و تحلیل داده ها

روشی که در این پژوهش برای تجزیه و تحلیل داده ها از آن استفاده شده است روش میتنی بر واریانس است و تحت عنوان حداقل مربعات جزئی (PLS) شناخته می شود. یک مدل حداقل مربعات جزئی شامل یک جزء ساختاری است که رابط میان متغیرهای پنهان و یک جزء اندازه گیری را که بیانگر چگونگی ارتباط متغیرهای پنهان و مولفه های آن است منعکس می سازد. روش مذکور جزء سومی نیز دارد که عبارت است از روابط وزنی که برای برآورد بارهای عاملی متغیرهای پنهان به کار می روند. روش PLS برای ارزیابی مدل های اندازه گیری مدل های معادلات ساختاری، سه قسمت را تحت پوشش قرار می دهد. جدول ۲ معیارهای ارزیابی برازش مدل را نشان می دهد.

جدول (۲): معیارهای ارزیابی برازش مدل

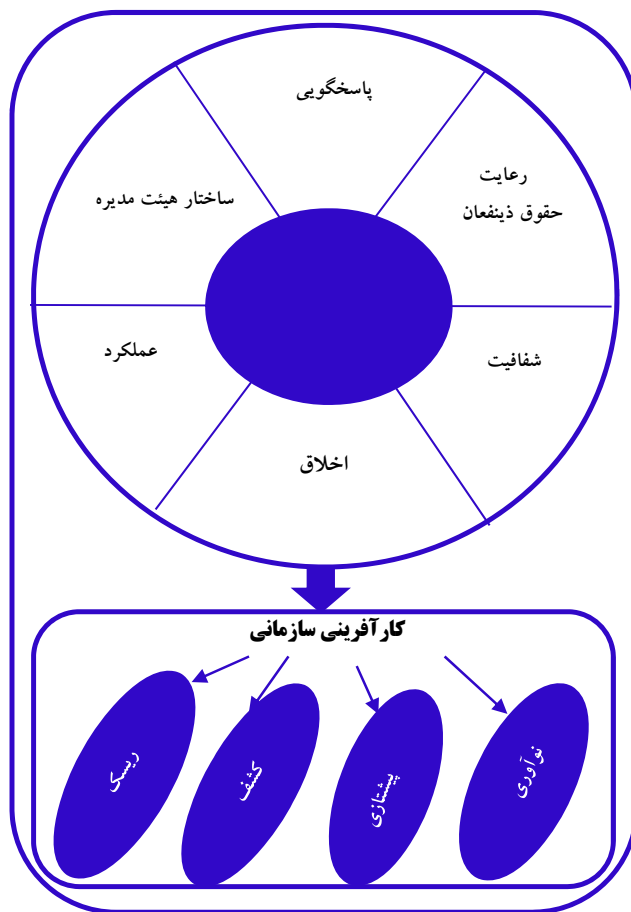
معیار	معیارهای ارزیابی برازش مدل
پایایی	برازش های مدل های اندازه گیری
روایی	
بار عاملی	
مقادیر T-VALUE	برازش مدل ساختاری
معیار R ²	
معیار Q ²	
معیار نیکویی برازش GOF	برازش مدل کلی

۱-۴ یافته های توصیفی

به منظور شناخت بهتر جامعه مورد پژوهش و آشنایی بیشتر با متغیرهای پژوهش، قبل از تجزیه و تحلیل داده های آماری، لازم است این داده ها توصیف شوند. بنابراین پیش از آزمون فرضیه های تحقیق، آمار توصیفی متغیرهای مورد استفاده در تحقیق مورد بررسی قرار گرفت. میانگین به عنوان یکی از پارامترهای مرکزی، نشان دهنده ی مرکز ثقل جامعه بوده و به عبارتی مبین این امر است که اگر به جای تمامی مشاهدات جامعه میانگین آن قرار داده شود هیچ تغییری در جمع کل داده های جامعه ایجاد نمی گردد. همچنین بیشینه، بیشترین عدد متغیر در جامعه آماری و کمینه کمترین عدد متغیر در جامعه ی آماری را نشان میدهد. نتایج آمار توصیفی در جدول زیر ارائه شده است.

جدول(۳): میانگین و انحراف معیار متغیرهای مدل

عامل	میانگین	انحراف معیار	کمترین	بیشترین
عملکرد	2.94	1.46	1.00	5.00
پاسخگویی	3.08	1.53	1.00	5.00
رعایت حقوق ذینفعان	3.10	1.50	1.00	5.00



۳- روش پژوهش

این تحقیق در دو مرحله صورت پذیرفت. در مرحله اول با استفاده از مرور متون و ادبیات تحقیق و مصاحبه با خبرگان، مولفه ها و شاخص های تحقیق مرتبط با کارآفرینی سازمانی و هم حاکمیت شرکتی تواما شناسایی و دوم مدل مفهومی تحقیق به دست آمد. در مرحله دوم مدل به دست آمده با استفاده از روش حداقل مربعات جزئی و نرم افزار Smart PLS مورد بررسی نهایی قرار گرفت. این پژوهش از حیث هدف توصیفی - پیمایشی و از حیث جهت گیری کاربردی می باشد. حجم جامعه ۵۵۰ نفر و جامعه آماری این تحقیق، تعداد آن ها برابر ۲۲۶ نفر از مدیران و کارشناسان بانک صنعت و معدن ایران - تهران می باشند. برای تعیین حجم نمونه، از فرمول کوکران استفاده شده است. روش نمونه گیری احتمالی بر اساس روش نمونه گیری قضاوتی یا هدفمند انجام شد. ضمناً این محاسبه با سطح خطای ۵ درصد صورت پذیرفت. برای اندازه گیری پایایی از ۳ ضریب میانگین واریانس (AVE، پایایی کل CR) و آلفای کرونباخ استفاده شده است که مقادیر بالاتر از ۰/۷ برای آلفای کرونباخ، ۰/۶ برای پایایی کل و ۰/۵ برای میانگین

۳-۴ برآزش مدل پژوهش

جهت بررسی برآزش مدل پژوهش از سه معیار پایایی، روایی همگرا و روایی واگرا استفاده شده است.

۴-۴ پایایی پژوهش

پایایی تحقیق حاضر از طریق سه معیار ضرایب بارهای عاملی، ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی بررسی شده است.

۵-۴ ضرایب بارهای عاملی پژوهش

بارهای عاملی از طریق محاسبه مقدار همبستگی شاخص‌های یکسازه با آن سازه محاسبه می‌شوند که اگر این مقدار برابر و یا بیشتر از مقدار ۰/۷ شود؛ مؤید این مطلب است که واریانس بین سازه و شاخص‌های آن از واریانس خطای اندازه‌گیری آن سازه بیشتر بوده و پایایی در مورد آن مدل اندازه‌گیری قابل قبول است. همانطور که در جدول زیر ملاحظه می‌شود بارهای عاملی متغیرها همگی بالا ۰/۴ می‌باشد.

همچنین شاخص‌های ارزیابی پایایی (آلفای کرونباخ و ضریب پایایی ترکیبی) همگی در بازه مورد قبول می‌باشند. شاخص میانگین واریانس استخراجی نیز که برای ارزیابی روایی همگرا استفاده می‌شود برای تمامی شاخص‌ها بیشتر از ۰/۵ می‌باشد.

جدول (۵): سنجش بارهای عاملی پژوهش

شاخص	سوال	بار عاملی	مقدار بحرانی	نتیجه
عملکرد	۱	۰/۹۳۰	۰/۴	تایید
	۲	۰/۹۰۴	۰/۴	تایید
پاسخگویی	۳	۰/۸۹۱	۰/۴	تایید
	۴	۰/۹۰۴	۰/۴	تایید
رعایت حقوق ذینفعان	۵	۰/۹۰۲	۰/۴	تایید
	۶	۰/۹۰۸	۰/۴	تایید
اخلاق	۷	۰/۹۲۸	۰/۴	تایید
	۸	۰/۹۱۷	۰/۴	تایید
ساختار هیئت مدیره	۹	۰/۸۶۷	۰/۴	تایید
	۱۰	۰/۸۸۸	۰/۴	تایید
شفافیت	۱۱	۰/۸۸۷	۰/۴	تایید
	۱۲	۰/۸۷۹	۰/۴	تایید
نوآوری	۱۳	۰/۹۰۷	۰/۴	تایید
	۱۴	۰/۹۰۲	۰/۴	تایید
ریسک پذیری	۱۵	۰/۸۵۳	۰/۴	تایید
	۱۶	0.822	0.4	تایید

اخلاق	3.17	1.56	1.00	5.00
ساختار هیئت مدیره	3.14	1.45	1.00	5.00
شفافیت	3.14	1.46	1.00	5.00
نوآوری	3.13	1.53	1.00	5.00
ریسک پذیری	3.04	1.37	1.00	5.00
پیشنازی	2.98	1.54	1.00	5.00
کشف فرصت ها	3.07	1.53	1.00	5.00
حاکمیت شرکتی	3.09	1.32	1.08	4.92
کارآفرینی	3.06	1.33	1.13	5.00

با توجه به جدول فوق ملاحظه می‌شود میانگین پاسخ افراد به شاخص عملکرد برابر ۲/۹۴، برای شاخص پاسخگویی برابر ۳/۰۸، برای شاخص رعایت حقوق ذینفعان برابر ۳/۱۰، برای شاخص اخلاق برابر ۳/۱۷، برای شاخص ساختار هیئت مدیره برابر ۳/۱۴، برای شاخص شفافیت برابر ۳/۱۴، برای شاخص نوآوری برابر ۳/۱۳، برای شاخص ریسک‌پذیری برابر ۳/۰۴، برای شاخص پیشنازی برابر ۲/۹۸، برای شاخص کشف فرصت‌ها برابر ۳/۰۷، برای شاخص حاکمیت شرکتی ۳/۰۹ و برای شاخص کارآفرینی برابر ۳/۰۶ می‌باشد.

۲-۴ ضریب همبستگی ارتباط بین متغیرها، (ماتریس ۶ در ۴)

جدول (۴): ضریب همبستگی بین متغیرهای پژوهش

متغیر	نوآوری	ریسک پذیری	پیشنازی	کشف فرصت ها
عملکرد	.704	.714	.742	.714
پاسخگویی	.691	.692	.701	.659
رعایت حقوق ذینفعان	.585	.667	.647	.686
اخلاق	.697	.673	.675	.680
ساختار هیئت مدیره	.697	.716	.690	.739
شفافیت	.658	.644	.673	.692

در جدول فوق ضریب همبستگی بین متغیرهای حاکمیت شرکتی و کارآفرینی سازمانی مشاهده می‌شود. برای مثال ضریب همبستگی بین عملکرد و نوآوری سازمانی برابر ۰/۷۰۴ می‌باشد. عدد ضریب همبستگی بین مثبت یک و منفی یک متغیر است. زمانی که نزدیک به صفر باشد ارتباط خیلی ضعیف، زمانی که به مثبت یک نزدیک باشد ارتباط مستقیم و قوی و زمانی که به منفی یک نزدیک باشد ارتباط غیر مستقیم و قوی خواهد بود.

نتایج خروجی نرم افزار برای هر دوی آلفای کرومباخ و پایایی ترکیبی تحقیق بالاتر از ۰/۷ هستند که بیانگر تأیید شدن معیار آلفای کرومباخ و پایایی ترکیبی پژوهش می باشد. بنابراین برازش مناسب مدل اندازه گیری پژوهش تأیید می گردد.

۷-۴ روایی همگرایی پژوهش

جدول (۷): آزمون میانگین واریانس استخراج شده

شاخص	میانگین واریانس استخراجی	ناحیه بحرانی	نتیجه
اخلاق	۰.۸۵	۰/۵	تایید
رعایت حقوق ذینفعان	۰.۸۱۹	۰/۵	تایید
ریسک پذیری	۰.۶۶۴	۰/۵	تایید
ساختار هیئت مدیره	۰.۷۷	۰/۵	تایید
شفافیت	۰.۷۷۹	۰/۵	تایید
عملکرد	۰.۸۴۱	۰/۵	تایید
نوآوری	۰.۸۱۸	۰/۵	تایید
پاسخگویی	۰.۸۰۶	۰/۵	تایید
پیشتازی در بازار	۰.۸۲۸	۰/۵	تایید
کشف فرصت ها	۰.۸۰۷	۰/۵	تایید

۸-۴ روایی واگرایی پژوهش

روایی واگرا سومین معیار سنجش برازش مدل های اندازه گیری در روش حداقل مربعات جزئی می باشد. روایی واگرایی قابل قبول یک مدل، بیانگر آن است که یک سازه در مدل، تعامل بیشتری با شاخص های خود دارد تا با سازه های دیگر. روایی واگرا وقتی در سطح قابل قبول است که میزان میانگین واریانس اشتراکی برای هر سازه بیشتر از واریانس اشتراکی بین آن سازه و سازه های دیگر در مدل باشد.

تایید	۰.4	0.767	۱۷	
تایید	0.4	0.912	۱۸	پیشتازی در بازار
تایید	0.4	0.907	۱۹	
تایید	0.4	0.896	۲۰	کشف فرصت ها
تایید	0.4	0.901	۲۱	

۶-۴ آلفای کرومباخ و پایایی ترکیبی

برای سنجش بهتر پایایی در روش حداقل مربعات جزئی، هر دو روش آلفای کرومباخ و ضریب پایایی ترکیبی استفاده می شود. در صورتیکه مقدار پایایی ترکیبی و آلفای کرومباخ برای هر سازه بالای ۰/۷ شود، نشان از پایایی درونی مناسب برای مدل های اندازه گیری تحقیق دارد و مقدار کمتر از ۰/۷ عدم وجود پایایی را نشان می دهد.

جدول (۶): نتایج آزمون آلفای کرومباخ و پایایی ترکیبی

شاخص	آلفای کرومباخ	ضریب پایایی ترکیبی	ناحیه بحرانی	نتیجه
اخلاق	۰.۸۲۴	۰.۹۱۹	۰/۷	تایید
رعایت حقوق ذینفعان	۰.۷۷۹	۰.۹	۰/۷	تایید
ریسک پذیری	۰.۷۴۷	۰.۸۵۶	۰/۷	تایید
ساختار هیئت مدیره	۰.۷۰۲	۰.۸۷	۰/۷	تایید
شفافیت	۰.۷۱۷	۰.۸۷۶	۰/۷	تایید
عملکرد	۰.۸۱۲	۰.۹۱۳	۰/۷	تایید
نوآوری	۰.۷۷۸	۰.۹	۰/۷	تایید
پاسخگویی	۰.۷۵۹	۰.۸۹۲	۰/۷	تایید
پیشتازی در بازار	۰.۷۹۲	۰.۹۰۶	۰/۷	تایید
کشف فرصت ها	۰.۷۶۱	۰.۸۹۳	۰/۷	تایید

جدول (۸): ماتریس سنجش روایی و اگرآ به روش فورنل و لارکر

اخلاق	رعایت حقوق ذینفعان	ریسک پذیری	ساختار هیئت مدیره	شفافیت	عملکرد	نوآوری	پاسخگویی	پیشنمزی در بازار	کشف فرصت ها
۰,۹۲۲									
۰,۶۶۷	۰,۹۰۵								
۰,۷۳۲	۰,۷۱۳	۰,۸۱۵							
۰,۷۱۸	۰,۶۹۱	۰,۷۶۴	۰,۸۷۷						
۰,۷۰۹	۰,۶۸	۰,۶۸۷	۰,۷۴	۰,۸۸۳					
۰,۷۷۲	۰,۷۶۷	۰,۷۸۳	۰,۷۸۹	۰,۷۵۵	۰,۹۱۷				
۰,۷۴۶	۰,۶۴۹	۰,۷۴	۰,۷۴۹	۰,۶۹۷	۰,۷۷۷	۰,۹۰۵			
۰,۷۲۴	۰,۶۹۷	۰,۷۴۲	۰,۷۸۳	۰,۷۱۹	۰,۷۸۶	۰,۷۳۲	۰,۸۹۸		
۰,۷۲۸	۰,۶۹۸	۰,۷۱۵	۰,۷۳۴	۰,۷۱۷	۰,۸۰۲	۰,۷۲۶	۰,۷۴۸	۰,۹۱	
۰,۷۳۷	۰,۷۳۲	۰,۷۴	۰,۷۷۷	۰,۷۳۹	۰,۷۸۲	۰,۷۴۳	۰,۷۲	۰,۷۲۵	۰,۸۹۸

جدول (۹): نتایج معیار ضریب تعیین برای متغیرهای درونزا

نتیجه	میزان برازش	ضریب تعیین	متغیرهای درونزا
تایید	قوی	۰/۶۹۱	نوآوری
تایید	قوی	۰/۷۰۶	ریسک پذیری
تایید	قوی	۰/۷۰۷	پیشنمزی در بازار
تایید	قوی	۰/۷۲۷	کشف فرصت‌ها

بر اساس نتایج جدول فوق، میزان ضریب تعیین برای سازه‌های درونزا در حد قوی می‌باشد. با توجه به نتایج تحقیق مناسب بودن برازش مدل ساختاری تحقیق تأیید می‌شود.

۴-۱۱ معیار استون گیسر Q^2

این معیار قدرت پیش‌بینی مدل را مشخص می‌کند. هنسلر و همکاران (۲۰۰۹) هر یک از سه عدد ۰/۰۲ و ۰/۱۵ و ۰/۳۵ برای Q^2 را به ترتیب بیانگر قدرت پیش‌بینی ضعیف، متوسط و قوی در مورد سازه مربوطه معرفی کرده‌اند [۲۵] و [۱۱]. جدول زیر نتایج مربوط به این معیار را نشان می‌دهد.

همانطور که در ماتریس فوق مشاهده می‌گردد، مقدار جذر میانگین مقادیر اشتراکی تمام سازه‌های مرتبه اول از مقدار همبستگی میان آن‌ها بیشتر است، که بیانگر روایی و اگرآی مناسب و برازش خوب مدل‌های اندازه‌گیری تحقیق را نشان می‌دهد. همچنین، نتایج حاکی از آن است که هر سازه در مدل تحقیق نسبت به سازه‌های دیگر با شاخص‌های خود تعامل بیشتری دارد. در نهایت، بر اساس نتایج بدست آمده پایایی، روایی همگرا و روایی و اگرآی تحقیق تأیید می‌شود و مشخص می‌شود که برازش مدل اندازه‌گیری تحقیق مناسب است.

۴-۹ ارزیابی دقت برازش مدل ساختاری پژوهش

بخش مدل ساختاری بر خلاف مدل‌های اندازه‌گیری تحقیق، به سؤالات (متغیرهای آشکار) کاری ندارد و تنها متغیرهای پنهان تحقیق همراه با روابط میان آن‌ها بررسی می‌گردد.

۴-۱۰ معیار ضریب تعیین R^2

برای بررسی برازش مدل ساختاری در یک پژوهش از ضریب تعیین مربوط به متغیرهای پنهان درون زای (وابسته) مدل استفاده می‌شود. هر چه مقدار ضریب تعیین مربوط به سازه‌های درون‌زای مدل بیشتر باشد، نشان از برازش بهتر مدل است. چن (۱۹۹۸) سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ را به عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی ضریب تعیین معرفی می‌کند [۳۹] و [۴۰].

جدول (۱۱): مقادیر اشتراکی و ضریب تعیین

شاخص	ضریب تعیین	مقادیر اشتراکی
اخلاق	-	۰٫۸۵
رعایت حقوق ذینفعان	-	۰٫۸۱۹
ریسک پذیری	۰٫۷۰۶	۰٫۶۶۴
ساختار هیئت مدیره	-	۰٫۷۷
شفافیت	-	۰٫۷۷۹
عملکرد	-	۰٫۸۴۱
نوآوری	۰٫۶۹۱	۰٫۸۱۸
پاسخگویی	-	۰٫۸۰۶
پیشنازی در بازار	۰٫۷۰۷	۰٫۸۲۸
کشف فرصت‌ها	۰٫۷۲۷	۰٫۸۰۷

جدول (۱۰): نتایج معیار Q^2

متغیرها	مقدار Q^2	قدرت پیش بینی
نوآوری	۰/۵۳۱	قوی
ریسک پذیری	۰/۴۳۵	قوی
پیشنازی در بازار	۰/۵۵۱	قوی
کشف فرصت‌ها	۰/۵۵۲	قوی

با توجه به این که مقدار Q^2 برای تمامی سازه‌های مدل تحقیق از ۰/۱۵ بیشتر شده است، حاکی از آن دارد که قدرت پیش‌بینی مدل قوی است و برازش مناسب مدل ساختاری تحقیق را تایید می‌نماید.

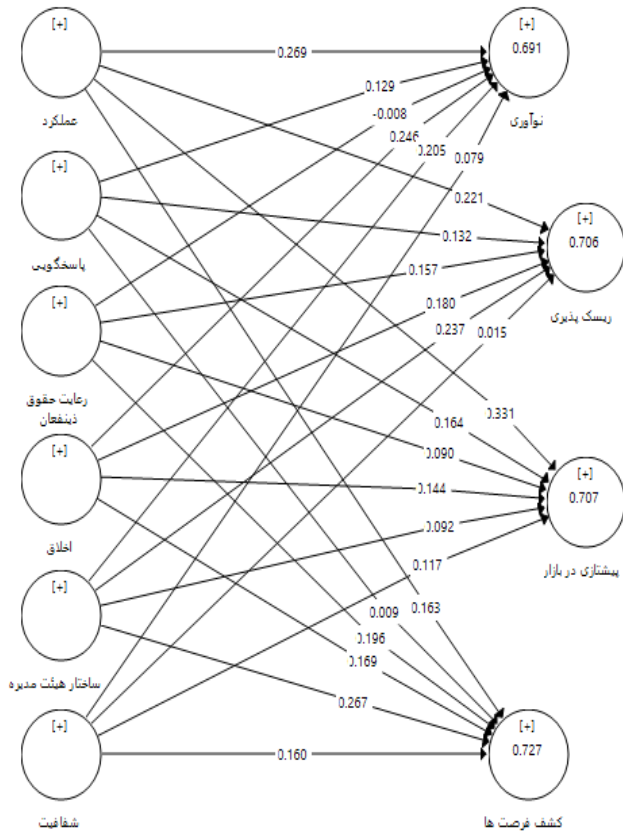
۱۲-۴ برازش مدل کلی

مدل کلی شامل هر دو بخش مدل اندازه‌گیری و ساختاری می‌شود و با تأیید برازش آن، بررسی برازش در یک مدل کامل می‌شود. معیار GOF مربوط به بخش کلی مدل های معادلات ساختاری است. بدین معنی که توسط این معیار محقق می‌تواند پس از بررسی برازش بخش اندازه‌گیری و بخش ساختاری مدل کلی پژوهش خود، برازش بخش کلی را نیز کنترل نماید. مقدار فرمول GOF به صورت زیر محاسبه می‌شود:

$$Gof = \sqrt{R^2 * communality}$$

مقادیر اشتراکی از میانگین مجذور بارهای عاملی هر متغیر به دست می‌آید. GOF با محاسبه میانگین هندسی میانگین اشتراک و میانگین ضریب تعیین تعدیلی (R^2) به دست می‌آید. و مقداری بین صفر تا یک دارد و هرچه که به یک نزدیک تر باشد برازش مدل مناسب تر است. همچنین برخی از محققین بیان کرده‌اند که مدل با برازش خوب مقداری بالاتر از ۰/۳۶ و مدل با برازش متوسط مقداری بین ۰/۱۹ تا ۰/۳۶ دارد. با استفاده از فرمول و مقادیر جدول مقدار نیکویی برازش ۰/۵۵۰ به دست آمد. با توجه به این مقدار، برازش مناسب مدل تحقیق تایید شد.

۴-۱۳ آزمون فرضیه‌های تحقیق



شکل (۲): مدل ضرایب استاندارد

می کنند [۴۳]. همین طور بنا بر نظر (جونز و همکاران، ۲۰۱۹) کارآفرینی شرکتی، نحوه شکل گیری محیط شرکت از طریق عرضه محصولات و فرآیندهای جدید، جستجوی فرصت‌های جدید خارج از فعالیت‌های کنونی شرکت و تعیین جایگاه رقابتی در مقابل رقبا را تلفیق می‌کند [۲۹]. (زهرا و همکاران، ۲۰۰۰) در مورد ریسک پذیری و پیشسازی در بازار کسب و کار سازمان می‌گویند: سازمان‌ها به این دلیل مشتاق کارآفرینی شرکتی هستند، چون ظرفیت مشارکت در مزیت رقابتی شرکت را دارد و در مقابل می‌تواند رشد ارزش کسب و کار شرکت را تضمین دهد. با این وجود، کارآفرینی شرکتی خطرات و عدم قطعیت‌هایی تحمیل می‌کند که می‌تواند باعث تضعیف موفقیت و ارزش شرکت شود [۴۷].

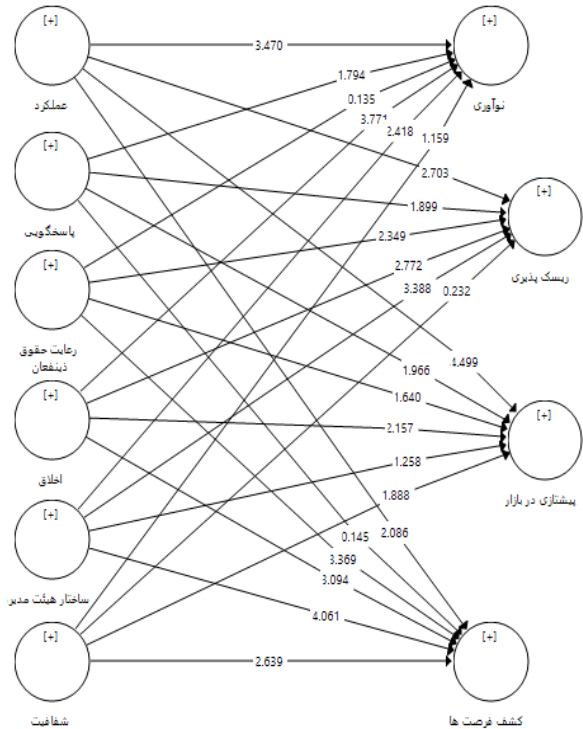
درخصوص پیشنهاد برای بهره‌وری بالقوه این تحقیق که بانک صنعت و معدن ایران می‌باشد، می‌توان به موارد ذیل اشاره کرد:

- براساس نتایج حاصل از متغیر " عملکرد" که در شاخص حاکمیت شرکتی مورد بررسی قرار گرفته است، مشارکت و توسعه کارکنان در انجام بهینه فعالیتها، استفاده از فناوری و تکنولوژی برای افزایش همکاری در بانکها توسعه می‌شود. نظام ارزشیابی و پاداش سازمان باید در راستای برنامه‌های بهره‌وری سازمان قرار گیرد. در این خصوص پیشنهاد می‌شود که انجام بهینه کارهای محوله و تشکیل تیم‌های کاری موفق با اهداف سازمان براساس کارآفرینی سازمانی مبتنی بر حاکمیت شرکتی منطبق باشند.

- مطابق با آنچه متغیر " اخلاق" که در شاخص حاکمیت شرکتی مورد بررسی قرار گرفته است. در بانک صنعت و معدن ایران، الگویی از رفتار اخلاق مدار و پسندیده توسط مدیران و کارکنان ارائه نماید. ارائه خط مشی یا منشور اخلاقی مناسب برای سازمان، منصوب نمودن یک کمیته رسمی امور اخلاقی، آموزش اخلاقیات در برنامه‌های تحول اداری سازمان بانک صنعت و معدن ایران پیشنهاد می‌شود. امکان ارائه بازخوردهای اصلاح گر در سازمان فراهم شود. باید‌ها در سازمان را تشویق کنند و نباید‌ها در سازمان را ناشایست جلوه دهند.

- با توجه به متغیر " ساختار هیئت مدیره" که در شاخص حاکمیت شرکتی به آن پرداخته شده است، هیئت مدیره باید بتواند وظایف محوله را مطابق با قوانین و مصوبات به گونه‌ای انجام دهد که برای سازمان بانک صنعت و معدن ایران ارزش افزوده ایجاد کند، اعضای هیات مدیره باید اولاً درک درستی از وضعیت سازمان در عرضه اقتصادی و بانکداری داشته باشند، از دانش و تجربه کافی برای ایفای وظایف برخوردار باشند، و بتوانند راهکار مناسبی برای مشکلات جاری و آتی مرتبط با عملیات سازمان بیابند. ثانیاً بتوانند به گونه‌ای اثربخش عملکرد مدیریت و چالش‌های پیش روی را ارزیابی و قضاوت مستقلی در این زمینه داشته باشند. لذا پیشنهاد می‌شود انعطاف پذیر بودن اعضای هیئت مدیره و تصمیم‌گیری سریع و ریسک‌پذیری و بررسی عوامل محیطی داخلی و بیرونی سازمان، آمادگی برای روبرو شدن با تغییرات و پویایی بازار کسب و کار در پژوهش‌های آتی در این حوزه بایستی در محدوده‌های مشخص و صنعت معین صورت پذیرد.

- مطابق با آنچه متغیر " رعایت حقوق ذی‌نفعان" که در شاخص حاکمیت شرکتی مورد بررسی قرار گرفته است. برای انجام یک فعالیت



شکل (۳): ضرایب تی مدل پژوهش

۵- نتیجه‌گیری

پیش از بررسی نتایج، تطبیق پذیری و سازگاری نتایج با تحقیق‌های پیشین در این حوزه را مورد کاوش قرار می‌دهیم. با توجه به سوال تحقیق در خصوص عوامل تشکیل دهنده حاکمیت شرکتی در مدل کارآفرینی سازمانی و عواملی که در ادبیات موضوع گردآوری و توسط خبرگان تائید گردیده بود. نتایج مورد بررسی قرار گرفت و آنچه که عنوان شده بود تائید گردید. لذا عوامل تاثیرگذار بر کارآفرینی سازمانی که شامل نوآوری، ریسک‌پذیری، پیشسازی در بازار، کشف فرصت‌ها می‌باشند بر اساس بررسی‌های آماری در مدل معرفی شده برای کارآفرینی سازمانی دارای اعتبار لازم می‌باشند. نتایج حاصل از تحقیق حاضر، موارد اشاره شده در تحقیقات قبلی را تائید می‌کند. (لی و همکاران، ۲۰۱۹) بیان می‌کنند: مدیریت کارآفرین سازمانی در پروسه نوآوری منافع بزرگتری را برای سازمان به همراه دارد که منجر به مدل جدیدی از کارآفرینی سازمانی و نوآوری می‌شود. نوآوری در لبه جلویی استراتژی سازمان واقع است. نتایج تحقیقات، ارتباط بین کارآفرینی سازمانی و نوآوری را بیان می‌کند. و نشان می‌دهد دو مولفه با یکدیگر پیوند دارند [۳۳]. به گفته شین، ۲۰۱۲ تاکید بیشتر بر اقدام کارآفرینانه و نیاز به بررسی ایده‌های سرمایه‌گذاری جدید در سازمان است. به همین دلایل، نظریه سازی پیوند کارآفرین و فرصت جدید، بر مبنای ایده‌های سرمایه‌گذاری جدید پتانسیل بالقوه‌ای دارد. اختلاف قابل ملاحظه‌ای در مورد اینکه چگونه کارآفرینان سازمانی فرصت‌ها را شناسایی می‌کنند، وجود دارد. کارآفرینان سازمانی به جای اینکه با هدف به دنبال فرصت‌ها باشند، فرصت‌ها را در زمانی که روی می‌دهد، کشف یا شناسایی

سوی اهداف تعیین شده را بهتر ببینیم. قوانین مدون در بانک صنعت و معدن ایران، حکم پایه‌ای مستحکم را دارد که دو جزء دیگر یعنی شفافیت و نظارت، روی آن بنا می‌شوند. برای این مقوله، پژوهش در خصوص ارائه مدل بهینه و مطابق با صنعت مالی در خصوص پروژه های مرتبط و شاخص های موفقیت در شفافیت سازمانی برای بهبود حاکمیت شرکتی در بانکها پیشنهاد می‌شود.

- متغیر " پاسخگویی" در شاخص حاکمیت شرکتی یکی از متغیرهایی که در تحقیق حاضر حائز اهمیت می باشد، مطرح است. لذا بهبود و ارتقای پاسخگویی در سازمان بانک صنعت و معدن ایران بیشتر از گذشته پرداخته شود. بانک صنعت و معدن ایران می‌بایست شیوه ها، رویه های اجرایی و حقوقی خاص خود را مشخص نماید که به طور کافی پاسخگویی هرگونه ابهام ناخواسته ای برای ذی نفعان باشد که ممکن است منجر به موقعیت مشکوک اخلاقی گردد. با توجه با اینکه پاسخگویی یک رابطه دو سویه، فعال و همراه با تعامل و دیالوگ سازنده بین پاسخ خواه و پاسخگو است. پاسخگویی در بانک صنعت و معدن ایران می باید به افشا و شفافیتی منصفانه و صحیح همراه باشد. یکی از راهکارهای بهبود عملکرد در بانک صنعت و معدن ایران، مرتبط با ارتقای انصاف، شفافیت و پاسخگویی به موقع و مناسب به مشتریان بانک است. در مورد اخیر یکی از پژوهش هایی که در حوزه حاکمیت شرکتی مطرح می باشد، در قالب یک مدل حاکمیت شرکتی و شاخص های مرتبط می تواند مد نظر قرار گیرد.

Structural Equation Modeling. Modern methods for business research, 295(2), 295-33.

- [11] Davari, R., Rezaeadeh, A. (2013). **Modeling Structural Equations with PLS Software**. Tehran: University Jihad Publications.
- [12] Damanpour, F., Howell, H. (1991). **Organizational Innovation: A Meta-Analysis of Effects of Determinants and Moderators**. Academy of Management Journal, 34, 555-590.
- [13] Dees, J. G. (1998). **The Meaning of Social Entrepreneurship**. Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership.
- [14] Decker, R. A., Haltiwanger, J., Jarmin, R. S., Miranda, J. (2016). **Declining Business Dynamism: What We Know and the Way Forward**. American Economic Review, 106(5), 203-207.
- [15] Eckhardt, J.T., Shane, S.A. (2003). **Opportunities and Entrepreneurship**. Journal of Management 29(3): 333-349.
- [16] Engel, E., Rubio, D.F., Kaufmann, D., Yaffar, A.L., Saldarriaga, J.L., Noveck, B.S. (2021). **Report of the Expert Advisory Group on Anti-Corruption, Transparency, and Integrity in Latin America and the Caribbean, Inter-American Development Bank**. Retrieved at <https://publications.iadb.org/publications/english/document/Report-of-the-Expert-Advisory-Group-on-Anti-Corruption-Transparency-and-Integrity-in-Latin-America-and-the-Caribbean.pdf> [Google Scholar].
- [17] Ground, M., Ground, A. (2015). **Corporate Governance and the Role of the Board in Corporate Social Responsibility**. The Second National Conference on Corporate Governance, 28 and 29 Bahman, Al-Zahra University, Tehran.
- [18] Gharvi Isfahani, M.H. (2014). **The End of the Course in Sharh al-Kifaya**. vol. 1 and 2, Sayyid al-Shuhada Publications, Qom.
- [19] González, M., Guzmán, A., Téllez, D. F., Trujillo, M. A. (2021). **What You Say and How You Say it: Information Disclosure in Latin American Firms**. Journal of Business Research, 2021; 127, 427-443.
- [20] Hamsahri. (1397). **What is the Accumulated Loss of Five Major Iranian Banks?**. Entekhab.ir.
- [21] Hemmati, H., Ground, A., Ground, M. (2019). **Corporate Governance**. First Edition, Tehran, Negah Danesh Publications.
- [22] Hasas Yeganeh, Y. (2004). **The Concept of Corporate Governance and Its Role in Reporting**. presented in the seminar on financial

اقتصادی موفق، در نظر گرفتن منافع ذی نفعان و بهبود کارآیی بلند مدت سازمان بانک صنعت و معدن ایران از طریق ایجاد عدالت و رعایت حقوق ذی نفعان توصیه می‌شود. مدیریت عامل و اعضای هیئت مدیره سازمان با تشویق گروه‌های مختلف مدیران، کارکنان، ذینفعان سازمانی و اربابان رجوع به بحث آزاد و سهیم کردن آنان در اطلاعات، رسیدگی به شکایات و انتقادات، شناساندن اهداف و واضح سازی انتظارات، شناسایی و رفع عوامل فیزیکی و روانی مخل ارتباطات، شبکه ارتباطی و اطلاعاتی مؤثری را ایجاد و جهت ایجاد انسجام گروهی و تغییر نگرش بین آن‌ها، جوئی صمیمی، عاطفی و سازنده را فراهم نمایند. لذا پیشنهاد می‌گردد که پژوهش های لازم بر روی مدل های انگیزشی برای مولفه رعایت حقوق ذی نفعان برای حاکمیت شرکتی با لحاظ کردن شاخص های نظام جامع خدمات، رضایت مندی ذی نفعان سازمانی و اربابان رجوع، شایسته سالاری و عوامل تنش زای موجود در سازمان ها، غنی سازی نگرش های اجتماعی مد نظر قرار گیرند.

- یکی از متغیرها در شاخص حاکمیت شرکتی " مشخصه شفافیت" می باشد. شفافیت در عملکرد، قوانین و مقررات مشخص و اختیارات لازم نظارتی، شروط لازم برای استقرار حاکمیت شرکتی در سازمان بانک صنعت و معدن ایران است. بر مبنای حاکمیت شرکتی، سازمان بانک صنعت و معدن ایران باید سعی نماید رابطه مناسب، متعادل و شفافی را میان بانک صنعت و معدن ایران و افراد حقیقی و حقوقی ذی‌نفع در آن سازمان ایجاد کند تا به این ترتیب سازمان بتواند مسیر حرکت به

منابع و مأخذ

- [۱] ترابی، محمد حسن. سخدری، کمال. عزیزی، محمد. موسی خانی، مرتضی. (۱۴۰۱). ارائه مدل کارآفرینی سازمانی درکسب و کارهای درون سازمانی مبتنی بر حاکمیت شرکتی در ایران. فصلنامه مدیریت توسعه و تحول، ۱۱ (۴۹)، ۱۱
- [۲] رضایی، فرزین. سبحانی، مجتبی. (۱۳۹۴). **بهینه سازی عملکرد شرکت ها با استفاده از سازوکارهای حاکمیت شرکتی و بکارگیری الگوریتم های فرا ابتکاری**. فصلنامه مدیریت توسعه و تحول، (۲۲)، ۱۹-۲۸.
- [3] Alvord, S., Brown, D., Letts, C. (2004). **Social Entrepreneurship and Societal Transformation, an Exploratory Study**. The Journal of Applied Behavioral Science, v. 40, n. 3, p. 260-282, DOI: 10.1177/0021886304266847.
- [4] Bates, C. (2013). **Governance in SMEs: Moving beyond Red Tape**. <http://www.entrepreneur.co.za>
- [5] Baron, R.A. (2002). **OB and Entrepreneurship: The Reciprocal Benefits of Closer Conceptual Links**. Research in Organizational Behavior, 24, 225-269.
- [6] Bidari, G., Djajadikerta, H.G. (2020). **Factors Influencing Corporate Social Responsibility Disclosures in Nepalese Banks**. Asian Journal of Accounting Research, 2020;5(2): 209-224.
- [7] Brattström, A., Wennberg, K., (2021). **The Entrepreneurial Story and Its Implications for Research**. Entrepreneurship theory and practice., in press.
- [8] Bloom, N., Jones, C. I., Van Reenen, J., Webb, M. (2020). **Are Ideas Getting Harder to Find?** American Economic Review, 110(4), 1104-1144.
- [9] Caruana, A., Ewing, M.T., Ramaseshan, B. (2002). **Effects of Some Environmental Challenges and Centralization on the Entrepreneurial Orientation and Performance of Public Sector Entities**. The Service Industries Journal, 22(2), 43-58.
- [10] Chin, W.W. (1998). **The Partial Least Squares Approach to**

- Press: Greenwich, CT, Vol. 3, pp: 119-138.
- [45] Wilkin, C.L., Paul, K., Couchman, A.S., Ambika, Z. (2016). **Exploring Differences between Smaller and Large Organizations' Corporate Governance of Information Technology.** 2015 Research Symposium on Information Integrity & Information Systems Assurance 22 (September): 6-25. doi:10.1016/j.accinf.2016.07.002 .
- [46] Zahra, S.A., Karutko, D.F., Jennings, D.F. (1999). **Guest Editorial: Entrepreneurship and the Acquisition of Dynamic Organizational Capability.** *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23(3), 5-10.
- [47] Zahra, S., Neubaum, D. O., Huse, M. (2000). **Entrepreneurship in Medium-Size Companies: Exploring the Effects of Ownership and Governance Systems.** *Journal of Management*. Vol. 26, No. 5, 947-976. Copyright 2000 by Elsevier Science Inc. 0149-2063.
- reporting and developments, January 28 and 29, Tehran.
- [23] Hasas Yeganeh, Y. (2017). **Collection of Articles on Corporate Governance.** second edition, Tehran, scientific and cultural publications.
- [24] Hasas Yeganeh, Y. (2017). **Collection of Corporate Governance Articles.** second edition, Tehran, scientific and cultural publications.
- [25] Hensler, J., Ringle, C., Sinkovics, R. (2009). **The Use of Partial Least Squares Path Modeling in International Marketing.** Volume 20, 277-319.
- [26] Heyman, F., Norbäck, P.J., Persson, L., Andersson, F. (2019). **Has the Swedish Business Sector Become More Entrepreneurial than the US Business Sector?.** *Research Policy*, 48(7), 1809-1822.
- [27] Hasas Yeganeh, Y. (2004). **The Concept of Corporate Governance and Its Role in Reporting.** presented in the seminar on financial reporting and developments, January 28 and 29, Tehran.
- [28] Isukul, A., Chizea, J. (2020). **An Evaluation of Corporate Governance Disclosure in Ghanaian and Nigerian Banks.** *International Journal of Innovation and Economic Development*.
- [29] Jones, C.D., Jolly, P.M., Martin, G.P., Gomez-Mejia, L.R. (2019). **Behavioral Agency and Corporate Entrepreneurship: CEO Equity Incentives and Competitive Behavior.** *International Entrepreneurship and Management Journal*, 15, issue 3, p. 1017-10392017a;3(1):50-71.
- [30] Kirzner, I.M. (2000) **The Driving Force of the Market: Essays in Austrian Economics,** Routledge: London. IM Kirzner - 2000 - taylorfrancis.com
- [31] Klevorick, A., Levin, R., Nelson, R., Winter, S. (1995). **On the Sources of Significance of Interindustry Differences in Technological Opportunities.** *Research Policy*, 24: 185-205. Khandwalla, P. N. (1977).
- [32] **Some top management styles.** (2020). their context and performance. *Organization & Administrative Sciences*, 7(4), 21-51.
- [33] Lee, K., Makri, M., Scandura, T. (2019). **The Effect of Psychological Ownership on Corporate Entrepreneurship: Comparisons Between Family and Nonfamily Top Management.** *Team Members*. Vol.32(1) 10-30. DOI: 10.1177/0894486518785847.
- [34] Martinez-Conesa, I., Soto-Acosta, P., Palacios-Manzano, M. (2017) **Corporate Social Responsibility and Its Effect on Innovation and Firm Performance.** An empirical research in SMEs. *J Clean Prod.* 142:2374-83.
- [35] Mair, J., Marti, I. (2006). **Social Entrepreneurship Research: a Source of Explanation, Prediction, and Delight.** *Journal of World Business*, v. 41, n. 1, p. 36-44.
- [36] Miller, D, Friesen, P.H. (1982) **Innovation in Conservative and Entrepreneurial Firms: Two Models of Strategic Momentum.** *Strateg Manag J* [Internet]. 3(1):1-25. Available from: <http://doi.wiley.com/10.1002/smj.4250030102>
- [37] .Midri, A., Hajjarian, S. (2004). **Strategies for Implementing the Principles of Corporate Governance in Iran.** Presented at the Capital Market Seminar, The Motivational Engine of Iran's Economic Development, December 28 and 29, Tehran.
- [38] Mintzberg, H. (1973). **Strategy-Making in Three Modes.** *California Management Review*, 16(2), 44-53.
- [39] Nightingale, P., & Coad, A. (2014). **Muppets and gazelles: Political and methodological biases in entrepreneurship research.** *Industrial and Corporate Change*, 23(1), 113-143.
- [40] OECD. (2019). **Corporate Governance in MENA: Building a Framework for Competitiveness and Growth.** Paris: OECD Publishing. doi:10.1787/2a6992c2-en.
- [41] Razzaq, A., Niazi, G.S.K. (2018). **Value Boosters or Dampers? Insights of Corporate Governance Practices From Pakistan.** *Global Social Sciences Review (GSSR)*. Page: 207 - 236. DOI: 10.31703/gssr.2018.
- [42] Rezaei, F., Qalibaf Asl, H. (2007). **Investigating the Effect of Board Composition on the Performance of Companies Listed on the Tehran Stock Exchange.** *Financial Research Quarterly*, 9 (2), 33-48.
- [43] Shane, S., (2012). **Delivering on the Promise of Entrepreneurship as a Field of Research.** *Acad, Management, Rev.* 37 (1), 10-20.
- [44] Venkataraman, S. (1997). **The Distinctive Domain of Entrepreneurship Research.** in J. Katz and R. Brockhaus (eds.) *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*, JAI