مدیریت بازرگانی
دانشکدهٔ مدیریت دانشگاه تهران
دورهٔ ۹، شمارهٔ ۳
پاییز ۱۳۹۶
صص. ۵۰۶- ۴۸۵

Journal of Business Management
DOI: 10.22059/jibm.2017.230760.2558

بررسی اثر کنترل راهبردی حاکمیت شرکتی بر راهبری اثربخش شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار

حسین رحمان‌سرشت[۱]، عطاءاله هرندی[۲]

چکیده: حاکمیت شرکتی مؤثر یکی از ویژگی‌های اصلی اقتصاد بازار کارا است. به موجب این مفهوم، سهامداران می‌توانند اطلاعات، حق و توانایی عمل برای اثرگذاری بر مدیریت از طریق فرایند حاکمیت را داشته باشند. هدف اصلی این پژوهش، صورت‌بندی چارچوبی برای تعیین نقش نوین کنترل راهبردی حاکمیت شرکتی و تأثیر آن بر اثربخشی حاکمان در شرکت‌هاست و سعی دارد از این طریق به گسترش مرزهای دانش موجود در این حوزه کمک کند. جامعهٔ آماری این پژوهش کلیهٔ شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار است. با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ـ طبقه‌ای، ۱۳۰ شرکت برای نمونه انتخاب شد و پرسشنامهٔ محقق‌ساخته‌ای در اختیار مدیر هر یک از شرکت‌ها قرار گرفت و داده‌های لازم جمع‌آوری شد. داده‌های پژوهش با استفاده از مدل‌یابی معادلات ساختاری و نرم‌افزار اسمارت پی‌ال‌اس تحلیل شدند. نتایج نشان می‌دهد کنترل راهبردی حاکمیت شرکتی بر اثربخشی حاکمیت شرکتی مؤثر است. به‌علاوه، کنترل بیرونی و درونی حاکمیت شرکتی به‌عنوان دو بعد اصلی کنترل راهبردی حاکمیت شرکتی نیز، بر اثر بخشی حاکمیت شرکتی مؤثرند.

واژه‌های کلیدی: اثربخشی حاکمیت شرکتی، کنترل بیرونی حاکمیت شرکتی، کنترل راهبردی حاکمیت شرکتی، کنترل درونی حاکمیت شرکتی.

۱. استاد گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران
۲. دانشجوی دکتری مدیریت استراتژیک، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۰۱/۱۹
تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۳۹۶/۰۳/۲۹
نویسندهٔ مسئول مقاله: حسین رحمان‌سرشت
E-mail:hrahmanseresht2007@gmail.com

Archive of SID
www.SID.ir

مقدمه

در چند دهۀ اخیر، حاکمیت شرکتی توجه بسیاری از پژوهشگران را به خود جلب کرده است. عدم ادارۀ اثربخش شرکت‌ها، یکی از دلایل اصلی توجه محققان به این حوزه بوده است. رسوایی شرکت‌هایی مانند انرون و ورلدکام، افزایش فعالیت سهامداران و بحران مالی جهانی در سال ۲۰۰۸ از یک طرف و فسادهای چندین هزار میلیاردی سال‌های اخیر و فیش‌های حقوقی نجومی در ایران از طرفی دیگر، نمونه‌هایی از نداشتن سیستم کنترل راهبردی حاکمیت شرکتی است. حاکمیت شرکتی در هر کشور از منابع متعددی سرچشمه می‌گیرد و به‌عنوان یک نظام راهبردی که کلیۀ ذی‌نفعان در آن شریک‌اند، مفهومی وابسته به موقعیت خاص هر کشور دارد.

حاکمیت شرکتی اثربخش یکی از مشخصه‌های اصلی اقتصاد بازار کارا است. به موجب این مفهوم، سهامداران می‌توانند اطلاعاتی برای اثرگذاری بر مدیریت از طریق فرایند حاکمیت و حق و توانایی عمل داشته باشند و اطمینان یابند که دارایی‌های شرکت به‌صورت منصفانه در راستای منافع کلیۀ ذی‌نفعان استفاده می‌شود. با توجه به اینکه اثربخشی حاکمیت شرکتی توسط عوامل محیطی و سازمانی تعیین می‌شود، در نظر گرفتن بستر و زمینه‌ای به‌منظور درک بهتری از میزان اثرگذاری آن لازم است (جیانگ، لی و آنداندارجان، ۲۰۰۸).

در ایران، حاکمیت شرکتی از سال ۱۳۸۳ به‌صورت رسمی مطرح شد، از آن زمان تاکنون پژوهش‌های متعددی در این حوزه انجام گرفت و قوانینی نیز به تصویب رسید که متأسفانه نقش حاکمیتی خود را به‌صورت صحیح در کشور ایفا نمی‌کنند. وجود اعضای موظف به‌ظاهر غیرموظف در هیئت‌مدیره‌ها، انتخاب اعضای هیئت‌مدیره توسط مدیرعاملان، ادغام نقش مدیرعاملان با رؤسای هیئت‌مدیره، ایجاد روابط غیررسمی بسیار میان اعضای هیئت‌مدیره با مدیرعاملان، افزایش هزینه‌های نمایندگی و افزایش فساد در سال‌های اخیر و عدم شفافیت و پاسخگویی، نمونه‌هایی از ناکارامدی حاکمیت شرکتی در ایران است. با بررسی حاکمیت شرکتی در کشور مشاهده می‌شود که در شرکت‌های ایرانی، این حاکمیت به ایفای نقش کنترل راهبردی در سازمان نمی‌پردازد (خلیل‌نژاد، فلاطوری مقدم و حسن‌پور، ۱۳۹۴).

حاکمیت شرکتی در اغلب شرکت‌های ایران فقط ناظر منفعل فعالیت عوامل و در نهایت تصویب‌کنندۀ طرح‌ها و برنامه‌های آنها بوده و نارسایی‌های فراوانی دارد. بی‌توجهی به کنترل راهبردی حاکمیت شرکتی در مطالعات گذشته و نبود سازوکار کارامد آن در ایران، حلقۀ مفقود این حوزه به‌شمار می‌رود. شرکت‌های ایرانی توجه چندانی به نقش کنترل راهبردی حاکمیت شرکتی ندارند و فقط بر اساس تقلید و اعمال فشار نیروهای نهادی فعالیت می‌کنند. حاکمیت

Archive of SID

www.SID.ir

شرکتی در ایران بیشتر بر کنترل‌های عملیاتی، منبع‌یابی و سودهای کوتاه‌مدت متمرکز است که آن را به‌شدت منفعل‌کرده و از ایفای نقش‌های خدماتی و راهبردی بازداشته است. فعالیت حاکمیت شرکتی در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار نشان می‌دهد این فعالیت بر کنترل‌های گذشته‌نگر مالی متمرکز بوده و از سیستم و سازوکار کنترل راهبردی با رویکرد آینده‌پژوهانه و پایش محیطی برخوردار نیست.

از طرفی، تغییرها و دگرگونی‌های وسیع و همه‌جانبه و بحران‌های ناشی از این تغییرها در وضعیت کنونی کشور، سازمان‌ها را با چالش‌های فراوانی روبه‌رو کرده است. حاکمان شرکتی در چنین موقعیتی به‌منظور حفظ وضعیت سازمان درون محیط رقابتی و ادارهٔ فعالیت‌های چندبعدی و پیچیده، به سیستم‌های نوین پایش راهبردی نیاز دارند. سیستمی که امکان واکنش مناسب را برای آنها در برخورد با رویدادهای پیش‌بینی‌نشده و ناگهانی فراهم آورد. سیستم کنترل راهبردی در سطح حاکمیت شرکتی، یکی از مهم‌ترین نقش‌های حاکم سازمان است. تلاطم محیطی در سال‌های اخیر شرکت‌ها را به واکنش‌های متعدد و سریع مجبور کرده است. امروزه حاکم هر شرکتی باید همواره محیط را مد نظر داشته و تغییرهای آن را رصد و پیش‌بینی کند. اهمیت کنترل راهبردی حاکمیت شرکتی از واقعیت شرکت‌ها ناشی می‌شود. این سیستم در سطح حاکمیت شرکتی، به‌منظور آگاهی از تحول‌های محیط بیرونی و درونی سازمان، کشف تغییرهای بنیادی در مفروض‌های اساسی راهبردها و کشف آنها و انجام تعدیل‌های لازم در زمان مناسب، حیاتی و بااهمیت است (آگوئرا، دیزندر، بدنار و لی، ۲۰۱۵).

با توجه به مسئلهٔ اصلی پژوهش که اثربخش نبودن حاکمیت شرکتی در شرکت‌های ایرانی پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار، نقش منفعلانه و نمایشی حاکمیت شرکتی در این شرکت‌ها و پیامدهای ناگوار ناشی از آن در سال‌های اخیر است، هدف اصلی این پژوهش طراحی چارچوبی به‌منظور شناسایی نقش نوین کنترل راهبردی حاکمیت شرکتی است که بتواند سبب ارتقای اثربخشی و تحقق اهداف حاکمان شرکت‌ها شود و سعی دارد از این طریق به گسترش مرزهای دانش موجود در این حوزه کمک کند. در این مقاله به‌دنبال پاسخ به دو سؤال کلیدی زیر هستیم:

۱. نقش کنترل راهبردی برای حاکمیت شرکت‌ها از چه ابعاد و مسئولیت‌هایی تشکیل شده است؟

۲. اثرگذاری کنترل راهبردی حاکمیت شرکتی بر اثربخشی این حاکمیت و تحقق اهداف یک حاکمیت شرکتی فعال چگونه است؟

فرضیهٔ اصلی پژوهش زیر به شرح زیر مطرح شده است:

Archive of SID

www.SID.ir

- با طراحی نقش و مسئولیت‌های کنترل راهبردی در سطح حاکمیت شرکتی، می‌توان اثربخشی آن را ارتقا داد و تحقق‌پذیری اهداف اصلی حاکمیت شرکتی فعال را بهبود بخشید.

پیشینهٔ نظری پژوهش

حاکمیت شرکتی

با توجه به اینکه حاکمیت شرکتی نوعی برساختهٔ اجتماعی است که طی زمان تکامل یافته، تعریف آن به‌صورت گسترده، وابسته به دیدگاه محققان و نظریه‌پردازان است. مطالعهٔ پیشینه نشان می‌دهد تعریف توافق‌شده‌ای دربارهٔ حاکمیت شرکتی وجود ندارد و تفاوت میان تعاریف بسیار گسترده است (اوکازیو و جوزف، ۲۰۰۵). هر یک از تعریف‌ها بر پایهٔ اهداف و ابعاد خاصی از حاکمیت شرکتی بنا شده است. در ادامه به پنج دیدگاه مطرح در حوزهٔ حاکمیت شرکتی می‌پردازیم. از دیدگاه پژوهشگران مالی، حاکمیت شرکتی سازوکاری است که تأمین‌کنندگان مالی و سهامداران از بازگشت سرمایهٔ خود مطمئن می‌شوند. محققان قانونی و حقوقی، حاکمیت شرکتی را به‌مثابهٔ سازوکار فراهم‌کنندهٔ مجموعهٔ پیچیده‌ای از قوانین می‌بینند که معاملات و عملکرد شرکت در چارچوب آن شکل می‌گیرند. رویکرد مدیریتی به حاکمیت شرکتی را مجموعه‌ای از ساختارهای رسمی، غیررسمی و فرایندهایی می‌داند که وظیفهٔ نظارت بر نقش‌ها و مسئولیت‌ها را در شرکت دارند (همبریک، وردر و زاجاک، ۲۰۰۸). جامعه‌شناسان حاکمیت شرکتی را سازوکاری برای تخصیص قدرت و کنترل منابع میان شرکا تعریف می‌کنند. در نهایت از دیدگاه گستردهٔ ذی‌نفعان، حاکمیت شرکتی، ساختار حقوق و مسئولیت‌ها میان آنها توصیف می‌شود. این دیدگاه هدف حاکمیت شرکتی را تضمین کردن احترام دستگاه‌های اجرایی به حقوق و تمایلات ذی‌نفعان شرکت می‌بیند و از سوی دیگر تضمین می‌کند ذی‌نفعان مسئولیت‌های خود را با توجه به تولید، حفاظت و توزیع ثروت سرمایه‌گذاری‌شده در شرکت، انجام می‌دهند (کاسترو و الگوریا، ۲۰۱۵).

در جدول ۱، چند تعریف از حاکمیت شرکتی آورده‌ایم که از محدودترین و در عین حال توصیف‌کننده‌ترین نقش اساسی حاکمیت شرکتی آغاز می‌شود (گزارش کادبری[1]، ۱۹۹۲ و ۲۰۰۲). در ادامه به دیدگاهی منحصراً مالی که به موضوع روابط سهامداران و مدیریت تأکید دارد،

1. Cadbury Report

Archive of SID

www.SID.ir

اشاره می‌شود و در انتها به تعریف گسترده‌تری خاتمه می‌یابد و پاسخگویی شرکتی را برابر ذی‌نفعان و جامعه دربر می‌گیرد.

جدول ۱. تعاریف حاکمیت شرکتی

منبع	یافته‌ها
گزارش کادبری، ۱۹۹۲	سیستمی که با آن شرکت‌ها هدایت و کنترل می‌شوند.
پارکینسون، ۱۹۹۴	فرایند نظارت و کنترل برای تضمین اینکه مدیر شرکت مطابق با منافع سهامداران عمل می‌کند.
کتابچهٔ حاکمیت شرکتی بریتانیا، ۱۹۹۶	رابطهٔ بین سهامداران و شرکت های آنان و روشی که سهامداران به کمک آن مدیران را به بهترین عملکرد تشویق می‌کنند (مثلاً با رأی‌گیری در مجامع عمومی و جلسات منظم با مدیر ارشد شرکت‌ها).
صندوق بین‌المللی پول، ۲۰۰۱	ساختاری از روابط و مسئولیت‌های موجود میان گروهی از سهامداران، اعضای هیئت‌مدیره و مدیر عامل، تا از آن طریق بتوان با ارائهٔ عملکرد رقابتی، اهداف مشترک میان این گروه‌ها را محقق کرد.
میگینسون، ۲۰۰۰	سیستم حاکمیت شرکتی را می‌توان مجموعهٔ قوانین، مقررات، نهادها و روش‌هایی تعریف کرد که تعیین می‌کنند شرکت‌ها چگونه و به نفع چه کسانی اداره می‌شوند.
آگوئرا و همکاران، ۲۰۱۵	حاکمیت شرکتی مربوط به ادارهٔ عملیات شرکت نیست، بلکه مربوط به هدایت بنگاه اقتصادی، نظارت و کنترل اعمال مدیران اجرایی و پاسخگویی آنها به تمام ذی‌نفعان شرکت است.

کنترل راهبردی حاکمیت شرکتی

کنترل راهبردی در سطح حاکمیت شرکتی، نظامی است که از مجرای آن، سازمان به انطباق همیشگی با شرایط واقعی دست پیدا می‌کند. در واقع، حاکمان شرکتی با این رویکرد می‌توانند به انعطاف‌پذیری راهبردی دست پیدا کنند. در فرایند کنترل راهبردی، یادگیری نهادینه شده و کل سازمان به‌همراه مراجع ذی‌نفع بیرونی با استفاده از پایش مستمر، آزمون و خطای یادگیرنده و نیز شهود به آنچه در محیط درون و برون سازمان رخ می‌دهد، حساس می‌شوند (لورانژ، مورتون و گوشال، ۱۹۸۶). کنترل راهبردی آینده‌محور، یادگیرنده، پیش‌نگر و انطباقی است. حاکمیت شرکتی با کنترل راهبردی می‌تواند همواره دربارهٔ پیش‌فرض‌ها تردید داشته و با تحلیل حساسیت دربارهٔ آنها تصمیم‌گیری کند.

در ادامه به مرور چارچوب‌های نظری در حوزهٔ کنترل راهبردی و ابزارهایی که حاکمیت شرکتی و ذی‌نفعان شرکت بدین منظور در اختیار دارند، پرداخته می‌شود. با توجه به اینکه تشریح

Archive of SID

www.SID.ir

این چارچوب‌ها در این بحث نمی‌گنجد، منابع تکمیلی نیز ارائه شده است و به‌مرور مختصری از آن برای تبیین مدل پژوهش اکتفا می‌شود.

کنترل بیرونی

کنترل رسانه‌ای: رسانه‌ها یکی از ابزارهای مهم کنترل حاکمیت شرکتی هستند. منظور از رسانه، ترکیبی از کلیهٔ کانال‌های رسانه‌ای از جمله روزنامه، تلویزیون، رادیو، سایت، شبکه‌های مجازی و خبرنگارانی است که در این کانال‌ها به تولید محتوا می‌پردازند. رسانه‌ها میان شرکت‌ها و ذی‌نفعان نقش واسط و میانجی را ایفا کرده، اطلاعات شرکت را میان گروه متنوعی از ذی‌نفعان توزیع می‌کنند و در ارتباط‌های میان شرکت‌ها با ذی‌نفعان خود نقش مهمی ایفا می‌کنند. آنها انتقال‌دهندهٔ کنترل‌های اجتماعی درون حاکمیت شرکت‌ها هستند، می‌توانند از سازمان‌ها نگهبانی کنند، با کنترل‌های خود از حقوق ذی‌نفعان دفاع کرده و بر حاکمیت شرکت‌ها مؤثر باشند. هنگامی که از رسانه به‌عنوان ابزار قوی کنترل حاکمیتی سخن گفته می‌شود، باید به خاطر داشت که رسانه‌ها توانایی کنترل و اثرگذاری بر تصمیم‌های راهبردی مدیران و انطباق آنها با قواعد، ارزش‌ها و اصول مورد قبول جامعه را دارند و از قدرت انطباق‌دهندگی بالایی برخوردارند. آنها می‌توانند نقش آموزشی داشته و ترویج‌دهندهٔ اصول حکمرانی خوب شرکتی باشند (بدنار و همکاران، ۲۰۱۳). امروزه شبکه‌های مجازی و پویش‌های عمومی در این شبکه‌ها، ابزار قدرتمندی برای انتقال اطلاعات از سطح جامعه به درون حاکمیت شرکت‌ها و برعکس هستند. رسانه‌های اجتماعی و قدرت انتقال دهان به دهان آنها، ابزاری قوی برای دیدبانی بر فعالیت حاکمان شرکت‌ها هستند و تصمیم‌ها و اقدام‌های حاکمیت شرکت‌ها زیر ذره‌بین این شبکه‌ها و ذی‌نفعان آنها قرار دارد. اصحاب رسانه می‌توانند کلیهٔ رویدادها و اقدام‌های شرکت‌ها را گزارش دهند و از آنها خبر تهیه کرده و انتظارهای ذی‌نفعان را منتقل کنند. آنها ابزار بسیار قوی‌ای برای ترویج فرهنگ پرسشگری و مطالبه‌گری هستند و می‌توانند مطالبه‌گر حقوق ذی‌نفعان سازمان باشند.

کنترل محتوای راهبرد توسط هیئت‌مدیره: کنترل راهبردی حاکمیت شرکتی در وضعیت پیچیده، مستلزم دو نوع تجزیه و تحلیل ویژه است که به‌طور نمونه به محض اینکه خطوط اصلی و میانی تغییرهای ناپیوسته در حوزهٔ تجزیه و تحلیل استراتژیک یا هر دو ترسیم شد، به ایفای نقش می‌پردازد. این تلاش‌های تحلیلی برای ایجاد درک سیستماتیک نقطهٔ تلاقی عمیق میان استراتژی و محیط‌های خارجی و داخلی ضروری هستند. مدل‌سازی سیستم یکی از این دو تجزیه و تحلیل است. این مدل‌سازی وسیله‌ای برای امکان‌پذیری انتخاب‌های راهبردی و

Archive of SID

www.SID.ir

تشخیص تغییر انتخاب‌های راهبردی است. مدل‌سازی سیستم با ادراک پویایی‌های محیطی، ایجاد حساسیت و تحلیل حساسیت سیستم، پشتیبانی از متغیرها و روابط پیچیده و حلقوی علت و معلولی به بررسی امکان‌پذیری انتخاب‌های راهبردی و تشخیص تغییرهای مورد نیاز در انتخاب‌های راهبردی توسط حاکمیت شرکتی می‌پردازد و از این مسیر از استراتژی‌های غیرواقعی و ناکارامد جلوگیری کرده و به سازمان در درک خطرپذیری و پویایی‌شناسی تغییرات یاری می‌رساند. توجه به شدت تغییرها و تعداد مسائل و موضوع‌هایی که سازمان‌ها طی دهه‌های اخیر با آنها روبه‌رو بوده‌اند از یک طرف و افزایش عدم اطمینان، پیچیدگی و تلاطم‌های محیطی از سوی دیگر، به‌تدریج مشخص کرد که هیچ سازمانی نمی‌تواند به‌طور موفقیت‌آمیز در یک زمان بیش از یک یا دو مسئلهٔ اصلی را مدیریت کند. این روش به برنامه‌ریزی تک‌مقوله‌ای[1] شهرت یافت. در مدیریت موضوع‌های استراتژیک هر سازمان، یک یا چند مسئلهٔ اصلی و کلیدی که به نظر می‌رسد برای پیشرفت هدف‌ها و عملکرد سازمان مهم هستند، توسط تیم حاکمیتی انتخاب می‌شود و تمام انرژی و توان خود را به درک مسئله، تأثیرهای آن و غلبه بر تهدیدها یا بهره‌گیری از فرصت‌های ناشی از آن، معطوف می‌کند. در ادامه مدیریت تک‌مقوله‌ای به مدیریت و تجزیه و تحلیل مسائل استراتژیک گسترش یافت (استیسی، ۲۰۱۱). در این روش، حاکمیت شرکتی با شناسایی موضوع‌های راهبردی برآمده از پیچیدگی و آشوب محیطی و تجزیه و تحلیل و تصمیم‌گیری به‌موقع، در وضعیت پیچیدهٔ کنترل راهبردی اعمال می‌کند. ایجاد فرایندهای حساس، منعطف و عمل‌گرا به‌منظور شناسایی موضوع‌های راهبردی، تشکیل کمیتهٔ تیم‌های آینده و استفاده از روش‌های آینده‌پژوهی به‌منظور شناسایی موضوع‌های استراتژیک آیندهٔ سازمان و دیدبانی مستمر محیطی، از جمله سازوکارهای کنترلی حاکمیت شرکت‌ها در شناسایی، تجزیه و تحلیل و تصمیم‌گیری در زمینهٔ موضوع‌های راهبردی است. مدیریت موضوع‌های استراتژیک سبب ایجاد سیستم‌های حساس، عمل‌گرا و منعطف‌شده که از این طریق موجب تقلیل احتمال‌ها و کاهش غافلگیری راهبردی سازمان می‌شوند. ابزار دیگری که در شرایط عدم اطمینان محیطی در اختیار حاکمیت شرکت‌ها قرار دارد، سناریوسازی آینده و در نظر گرفتن آینده‌های محتمل است. ممکن است استراتژی‌های تدوین‌شده بر اساس مطالعهٔ وضعیت گذشته با آنچه ما از آینده سناریوسازی می‌کنیم، متفاوت باشند. این تفاوت‌ها باعث می‌شود سناریوهای محتمل به‌منظور تدوین انتخاب شوند. در سناریوسازی عوامل شهودی نسبت به اعداد و ارقام اولویت بالاتری دارند. اهمیت رویکرد توسعهٔ سناریو برای حاکمیت شرکتی از جنبهٔ کنترل راهبردی در شرایط پیچیده، این است که می‌توان متغیرها، روندها و فرضیه‌های محیطی را بررسی کرد و با ایجاد

1. Single-issue Planning

Archive of SID

www.SID.ir

حساسیت در برابر آنها، ارتباط ادراک مفهومی، پیش‌آمادگی در برابر تغییرها و داشتن برنامه برای شرایط متنوع و گوناگون، به توسعهٔ سازمان و استفادهٔ حداکثری از فرصت‌ها و مقابله با تهدیدها، به‌دور از غافلگیری‌های راهبردی اقدام کرد. از مزیت‌های عمدهٔ دیگر اینکه در مراحل اولیه، حساسیت بسیاری نسبت به فرصت‌های برخاسته از تغییرهای محتمل محیطی ایجاد می‌کند. این شکل از کنترل استراتژیک تا حد بسیاری تابع اتفاق‌ها و رویدادهایی است که در آینده به وقوع می‌پیوندد و به اطلاعات کیفی سطح بالا، مباحث بسیار میان اعضای هیئت‌مدیره، برنامه‌ریزان و مدیران نیاز داشته و کارکنان باتجربه و کیفی سطح بالایی را می‌طلبد. یکی دیگر از ابزارهای حاکمیت شرکت‌ها برای کنترل در شرایط پیچیده، مراقبت راهبردی[1] است، مراقبت راهبردی حاکمیت شرکتی عبارت است از برنامه‌ریزی به‌منظور تعیین و تشخیص محدودهٔ وسیعی از حوادث داخلی یا خارجی که احتمالاً استراتژی سازمان را تهدید کرده و به مخاطره می‌اندازد. فکر اساسی در این نوع کنترل، تشویق نوعی از نظارت عمومی با توجه به منابع اطلاعاتی مختلف است. هدف اصلی این است که بتوانیم به‌سرعت اطلاعات مهم و پیش‌بینی‌نشده را به‌دست آوریم. سیستم‌های پیچیدهٔ انطباقی، سیستم‌هایی مبتنی بر عوامل[2] هستند. در واقع این عوامل و ارتباط‌های میان آنها استراتژی را تدوین، اجرا و کنترل می‌کند. این عوامل هوشمند بوده و خود را توسعه و تکامل داده‌اند و رفتار آنها، رفتار سیستم را تغییر می‌دهد (توکلی و پرکس، ۲۰۰۱). در این سیستم‌ها انطباق‌پذیری از طریق یادگیری میان عوامل صورت پذیرفته و این تعامل‌های استراتژی به‌صورت همزمان، تدوین، اجرا و کنترل می‌شود و در عمل رفتار سیستم برای کنترل، بیشتر تحت تأثیر قرار می‌گیرد. در این سیستم‌ها کنترل راهبردی در اثر رقابت میان عوامل با یکدیگر صورت می‌پذیرد. در این حالت کنترل‌ها به درون عوامل منتقل می‌شود و خود کنترلی است که جای خود را به نظارت و کنترل بیرونی می‌دهد. در سازمان‌های امروزی که در حال نزدیک شدن به سیستم‌های انطباقی پیچیده هستند نیز، حاکمیت شرکت‌ها و اعضای هیئت مدیره باید تلاش کنند تا در اثر تعامل‌های میان عوامل به کنترل سیستم بپردازند و به‌جای تأکید بر کنترل عامل خارجی و بیرونی، به خودکنترلی و شرایطی بپردازند که کارمندان به‌سوی خودکنترلی و رقابت گرایش داشته باشند. گاهی اوقات مضمون‌ها و گفتمان‌هایی که در سازمان شکل می‌گیرد به حالت چترگونه‌ای بر فعالیت و عملکرد سازمان تأثیر می‌گذارند. در حقیقت بازی‌های زبانی، معناسازی، چشم‌اندازسازی، گفتمان‌سازی و کنترل فرهنگی، استراتژی و سازمان را کنترل می‌کنند. این ابزارهای نوین به این منظور در اختیار حاکمیت شرکت‌ها قرار دارد که

---

1. Strategic Surveillance
2. Agents

Archive of SID

www.SID.ir

بتوانند سازمان خود را در شرایط پیچیده از گذرگاه‌های دشوار عبور داده و کنترل کنند (خاشعی و هرندی، ۱۳۹۴).

کنترل سیستم قانونی: سیستم قانون تجارت کشور و قوانین و دستورالعمل‌های سازمان بورس اوراق بهادار بخش بسیار بااهمیتی از کنترل بر حاکمیت شرکت‌ها را بر عهده دارند. در حقیقت قوانین داخلی سازمان‌ها از قوانین ملی و کلان نشئت گرفته و اثر می‌پذیرند. در این قوانین، مسئولیت و حقوق اعضای هیئت‌مدیره و مدیران اجرایی وضع می‌شود و منطق و استدلال قوانین حقوقی شرکت‌ها از قوانین کلان ملی و به طریق اولی از قانون اساسی کشورها نشئت می‌گیرد. ساختار و نحوهٔ عملکرد حاکمیت شرکت‌ها توسط قوانین ملی وضع می‌شود و سازمان‌ها را از اجرا و اتخاذ تصمیمات خارج از اصول مدون باز می‌دارد. قوانین ملی و کلان کشور می‌تواند معیار مناسبی برای قضاوت و داوری فعالیت‌های حاکمان شرکت‌ها باشد و کج‌رفتاری‌ها و اصول ناشایست را برجسته کند. این قوانین، حامی و کنترل‌کنندهٔ حقوق ذی‌نفعان شرکت بوده و برای آنها نقش‌های مشخصی را تدوین می‌کند. سیستم قانونی ملی می‌تواند روابط میان سهامداران و حاکمان شرکت‌ها را ترسیم کرده و سبب ارتقای ارزش سهامداران شود (بل، فیلاتوچو و آگوئرا، ۲۰۱۴).

اقدامات کنترلی ذی‌نفعان: فعالیت‌های گستردهٔ ذی‌نفعان می‌تواند بر سیاست‌ها و تصمیم‌های حاکمیت شرکت‌ها مؤثر بوده و آنها را کنترل کند. در راستای اقدام‌های کنترلی ذی‌نفعان دو انگیزهٔ اصلی وجود دارد: انگیزه‌های مالی (اقدام‌های کنترلی مالی) و انگیزه‌های اجتماعی و مطالبه‌گری اجتماعی. در حال حاضر مؤسسه‌های وام‌دهنده و تأمین‌کنندهٔ مالی از ذی‌نفعان کلیدی شرکت‌ها محسوب می‌شوند. این مؤسسه‌ها به‌منظور اطمینان از بازگشت سرمایهٔ خود، قبل از تخصیص منابع مالی، اطلاعات و کنترل‌های بسیاری را بر شرکت‌ها، نحوهٔ ادارهٔ آنها و هیئت‌مدیره‌ها اعمال می‌کنند و به‌طبع چون حاکمان شرکتی نیز به‌دنبال جذب منابع مالی هستند، از این کنترل‌ها استقبال می‌کنند (دیباکر، دنهوند، کینگ و وبر، ۲۰۱۳). فعالیت‌ها و اقدام‌های کنترلی ذی‌نفعان را می‌توان بر اساس انگیزهٔ اصلی آنان در دو دسته‌بندی کلی جا داد: اقدام‌های کنترلی ذی‌نفعان عملیاتی و اقدام‌های کنترلی ذی‌نفعان اجتماعی. ذی‌نفعان عملیاتی کلیهٔ مؤسسه‌ها، دولت، بنگاه‌ها و شخصیت‌های حقیقی و حقوقی ذی‌نفع در عملیات شرکت در طول زنجیرهٔ تأمین هستند که شامل تأمین‌کنندگان مالی و غیرمالی، کارکنان سازمان، توزیع‌کنندگان و مشتریان می‌شوند. همهٔ ذی‌نفعان عملیاتی سازمان می‌توانند درگیر اقدام‌های کنترلی حاکمیت شرکتی شوند. مشتریان می‌توانند از طریق اتحادیه‌ها و نهادهای قانونی، اعتراض‌ها و نظرهای خود را به سازمان منتقل کرده و پیگیر حقوق قانونی خود باشند. دولت به‌عنوان ذی‌نفع کلیدی،

Archive of SID

www.SID.ir

همواره به‌دنبال کنترل شرکت‌هاست و از طریق نهادها، مراکز و مؤسسه‌های بسیاری، فعالیت حاکمان شرکتی را کنترل کرده و مانع منفعت‌طلبی‌های شخصی و ضایع‌شدن حقوق ذی‌نفعان می‌شود. از طرف دیگر، اتحادیه‌های صنفی نیز در اثرگذاری و کنترل بر عملکرد حاکمان شرکتی دارای قدرت هستند. ذی‌نفعان برای کنترل حاکمیت شرکتی تاکتیک‌های متنوعی دارند. آنها می‌توانند از طریق نگارش مقالات تخصصی، دعوایی حقوقی، مباحثهٔ نمایندگان خود با حاکمان شرکتی، ارائهٔ پیشنهادهای رسمی در مجامع عمومی، راه‌اندازی پویش‌های اجتماعی و پرسش در مجامع رسمی از حاکمان شرکتی بر فعالیت‌های آنها اثرگذار باشند. فعالیت و اقدام‌های ذی‌نفعان اجتماعی نیز بر عملکرد و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها مؤثر است و سبب کنترل اقدام‌های آنها می‌شود. امروزه مسئولیت اجتماعی و پاسخگویی اجتماعی یکی از وظایف اصلی شرکت‌هاست و نمی‌توان با بی‌توجهی به آن و تخریب فضای اجتماعی، به فعالیت و کسب‌وکار اقتصادی پرداخت.

کنترل بازار سهام: سازوکارهای بازار سهام می‌تواند حاکمیت شرکت‌ها، مدیران و اعضای هیئت‌مدیره را کنترل کند. نمایان شدن کاهش ارزش سهام در بازار سرمایه ممکن است ریشه در ضعف مدیران سازمان در اتخاذ تصمیم‌های راهبردی و اقدام‌های مناسب داشته باشد. بازار سهام و روندهایی که شرکت‌ها در این بازار ثبت می‌کنند، می‌تواند از بهره‌جویی‌های شخصی مدیران جلوگیری کند و از طرفی سبب مسئولیت‌پذیری و پاسخگویی بهتر حاکمان شرکت‌ها شوند. روندهای بازار سرمایه به جلوگیری و ممانعت از کارها و فعالیت‌ها و اقدام‌های غیراخلاقی منجر می‌شود که سبب کاهش ارزش سهام شرکت شده و از این طریق بر نحوهٔ اداره شرکت‌ها، عاملی کنترلی خواهد بود. شرکت‌هایی که قصد ورود به بازار سرمایه را دارند، باید استانداردهای این بازار را داشته باشند و رسیدن به این استانداردها می‌تواند سبب بهبود شفافیت، پاسخگویی و ارتقای عملکرد حاکمیت شرکتی شود. روند کاهشی قیمت سهام و کم شدن ارزش سرمایهٔ شرکت و سهامداران، زنگ خطر را به صدا درآورده و باعث خواهد شد که شرکت برای کنترل فعالیت‌ها و اقدام‌های خود تلاش بیشتری کند (گومپر، ایشی و متریک، ۲۰۱۰). روندها و سازوکار بازار سرمایه به بروز تصمیم‌ها و اقدام‌های بداهه در اعضای هیئت‌مدیره و مدیران اجرایی شرکت منجر خواهد شد. در شرایط عدم اطمینان که پیش‌بینی همه چیز با کیفیت مطلوب امکان‌پذیر نیست، استراتژی و نحوهٔ اتخاذ آن از سبک و روش‌های کلاسیک به‌سوی روش‌های پدیدارشونده و بداهه تمایل پیدا می‌کند. در واقع حاکمیت شرکتی با کنترل بداهه از طریق اتخاذ تصمیم‌های بداهه و پدیدارشونده، به تحرک‌های بازار سهام پاسخ می‌دهد. تحلیل‌های ناشی از بازار سرمایه بر تصمیم‌ها و تحلیل‌های اعضای هیئت‌مدیره مؤثر بوده و از منفعت‌طلبی‌های شخصی یا هزینه‌های نمایندگی ممانعت می‌کند.

Archive of SID

www.SID.ir

در جدول ۲ دسته‌بندی پژوهش‌های انجام‌شده در حوزهٔ کنترل راهبردی را که می‌توانند در قالب نقش‌های نوین حاکمیت شرکتی تعریف شوند، مشاهده می‌شود. با مرور ادبیات کنترل راهبردی می‌توان نظریات این حوزه را در دو دستهٔ کلی، کنترل محتوای راهبرد و کنترل اجرای راهبرد، طبقه‌بندی کرد. کنترل اجرای راهبرد از جنس کنترل‌های درونی سازمان محسوب می‌شود.

جدول ۲. دسته‌بندی نظریه‌های ارائه‌شده در حوزهٔ کنترل راهبردی

کنترل محتوای راهبرد	کنترل اجرای راهبرد
۱. مدیریت موضوع‌های استراتژیک (لورانژ ۱۹۸۶، انسف۱۹۸۵)	۱. نظارت استراتژیک (پیرس، ۱۹۹۷؛ شرویگ و استینمن، ۱۹۸۷)
۲. مدیریت مسائل استراتژیک (لورانژ، ۱۹۸۶؛ انسف، ۱۹۸۵)	۲. کنترل برنامه‌ریزی مسائل استراتژیک (لورانژ، ۱۹۸۶)
۳. کنترل آگاهی‌های ویژه (پیرس، ۱۹۹۷)	۳. نگرش غیرمستقیم (دفت و ویک، ۱۹۸۴)
۴. مدیریت علائم ضعیف (انسف، ۱۹۸۵)	۴. کنترل تفکیکی (استونر، ۱۹۸۳)
۵. نگرش قانونمندساز (دفت و ویک، ۱۹۸۴)	۵. نظام‌های کنترل تعیین حدود (سایمونز، ۱۹۹۵)
۶. کنترل سکانی (استونر، ۱۹۸۱)	۶. کنترل فرایندهای داخلی (کاپلان و نورتون، ۱۹۹۵)
۷. نظام‌های کنترل اعتقادی (سایمونز، ۱۹۹۵)	۷. کنترل اداری (هریسون، رابینز، ۱۹۹۸)
۸. کنترل یادگیری و رشد (کاپلان و نورتون، ۱۹۹۵)	۸. برنامه‌ریزی اقتضایی (انسف، ۱۹۸۵)
۹. کنترل فرهنگی (هریسون، رابینز، ۱۹۹۸)	۹. مدیریت از طریق نظارت (انسف، ۱۹۸۵)
۱۰. مدیریت بحران (انسف، شرویگ و استینمن، ۱۹۸۷)	۱۰. کنترل عامل قابلیت راهبردی (توکلی، ۲۰۰۱)
۱۱. کنترل مبتنی بر سناریو (لورانژ، ۱۹۸۶)	۱۱. کنترل مراکز مسئولیت مالی (لورانژ، ۱۹۸۶)
۱۲. کنترل مبتنی بر شبیه‌سازی (لورانژ، ۱۹۸۶)	۱۲. کنترل اجرا (پیرس، ۱۹۹۷؛ شرویگ و استینمن، ۱۹۸۷)
۱۳. کنترل عوامل کلیدی موفقیت (توکلی، ۲۰۰۱)	۱۳. کنترل بازخورد و مالی (هریسون، رابینز، ۱۹۹۸)
۱۴. کنترل مفروض‌های اساسی (لورانژ، ۱۹۸۶؛ پیرس، ۱۹۹۷؛ هریسون، دفت، رابینز، ۱۹۹۸؛ مورالیدهاران، ۱۹۹۷و توکلی، ۲۰۰۱)	۱۴. سیستم دستورالعمل نظارت مالی (انسف، ۱۹۸۵)
۱۵. کنترل عوامل کلیدی موفقیت (لورانژ، ۱۹۸۶، پیرس، ۱۹۹۷)	۱۵. کنترل مالی (کاپلان، ۱۹۹۵)
۱۶. مدیریت از طریق برخورد انعطاف‌پذیر و سریع (انسف، ۱۹۸۵)	۱۶. نظام‌های کنترل تشخیصی (سایمونز، ۱۹۹۵)
۱۷. کنترل مشتری (کاپلان و نورتون، ۱۹۹۵)	۱۷. کنترل بعد از عمل (استونر، ۱۹۸۳)
۱۸. نظام‌های کنترل تعاملی (سایمونز، ۱۹۹۵)	۱۸. کنترل اجرای استراتژی (مورالیدهاران، ۱۹۹۷)
۱۹. کنترل تعاملی (مورالیدهاران، ۱۹۹۷)	۱۹. بازنگری ادواری استراتژی (مورالیدهاران، ۱۹۹۷)
۲۰. نگرش اکتشافی (دفت و ویک، ۱۹۸۴)	۲۰. نگرش شرطی (دفت و ویک، ۱۹۸۴)
۲۱. کنترل پیش از عمل (استونر، ۱۹۸۳)	۲۱. کنترل حسابداری (آنتونی، ۱۹۹۰)
۲۲. کنترل عامل مزیت رقابتی (توکلی، ۲۰۰۱)	۲۲. کنترل وظیفه‌ای (آنتونی، ۱۹۹۰)
۲۳. کنترل استراتژی‌های عمومی (لورانژ، ۱۹۸۶)	۲۳. کنترل مدیریت (آنتونی، ۱۹۹۰)
	۲۴. کنترل آماج و اهداف راهبردی (توکلی، ۲۰۰۱)

منبع: خاشعی و هرندی (۱۳۹۵)

Archive of SID

www.SID.ir

اثربخشی حاکمیت شرکتی: آگوئرا و همکارانش (۲۰۱۵) در مقاله‌ای به‌منظور ارزیابی اثربخشی حاکمیت شرکتی، مدلی معرفی کرده‌اند. میزان حفاظت از حقوق ذی‌نفعان، مدیریت روابط با ذی‌نفعان، شفافیت، پاسخگویی، هدایت راهبردی و اخلاق، ابعاد کلیدی این مدل به‌منظور سنجش اثربخشی حاکمیت شرکتی در سازمان‌ها در نظر گرفته شده است. همان‌گونه که می‌دانیم، حاکمیت شرکتی اهدافی دارد که برای دستیابی به آنها مستقر می‌شود. حفاظت از حقوق ذی‌نفعان یکی از اصلی‌ترین اهداف حاکمیت شرکتی است که بر اثر تئوری هزینه‌های نمایندگی و رعایت حقوق ذی‌نفعان تدوین شده است. آگوئرا در این مدل پا را فراتر گذاشته و علاوه بر حفاظت از حقوق ذی‌نفعان، مدیریت روابط با آنها را نیز از اهداف حاکیمت شرکتی اثربخش برمی‌شمارد. شفافیت و پاسخگویی با هم ارتباطی دوسویه دارند. شفافیت سبب ارتقای پاسخگویی شده و پاسخگویی نیز شفافیت را ارتقا می‌دهد (آگوئرا و جکسون، ۲۰۱۰). از سویی مفهوم پاسخگویی شباهت زیادی به مسئولیت‌پذیری دارد، در واقع پاسخگویی جنبه‌ای از مسئولیت به‌شمار می‌رود و از سوی دیگر، مسئولیت فعال که فضیلت است و مسئولیت منفعل که پاسخگویی تلقی می‌شود، رابطهٔ پیچیده و نزدیکی با شفافیت دارد. شفافیت باعث پاسخگویی و نوعی نقش ایجادکننده می‌شود. بسیاری از نظریه‌پردازان از جمله شیرر و گری معتقدند زمانی پاسخگویی به وجود می‌آید که اطلاعات و حقوق سازمان‌ها شفاف شده و در اختیار ذی‌نفعان قرار گیرد. بنابراین، ارائهٔ اطلاعات و شفاف‌کردن کارها، ابزاری کلیدی برای پاسخگویی به شمار می‌آیند. مدیران عالی سازمان باید در سه حوزهٔ ویژه پاسخگو باشند؛ پاسخگویی به سهامداران، پاسخگویی در برابر عملیات و فعالیت‌های خود و پاسخگویی در برابر تصمیم‌های استراتژیک اتخاذشده.

یکی دیگر از اهداف اصلی حاکمیت شرکتی، راهبری استراتژیک و پیاده‌سازی اصول اخلاقی در سازمان است تا از این مسیر بتوان از حفظ حقوق سهامداران اطمینان یافته و بر عملکرد سازمان در بلندمدت مؤثر بود. در حقیقت یک حاکمیت شرکتی اثربخش فقط تصویب‌کنندهٔ دستور جلسهٔ مدیرعاملان سازمان نیست و با طرح‌ریزی و اخذ تصمیم‌های استراتژیک، نقش فعالانه‌ای در راهبری بلندمدت سازمان ایفا می‌کند (آگوئرا و همکاران، ۲۰۱۵).

پیشینهٔ تجربی

لیوز، ناندا و ویسوکی (۲۰۰۳) در مطالعه‌ای در زمینهٔ اهمیت حفاظت از سرمایهٔ سهامداران به این نتیجه رسیدند که سیستم‌های قانونی و کلان ملی در ارتقای امنیت حقوق سهامداران نقش بسزایی داشته و هزینه‌های نمایندگی را کاهش می‌دهد. مولر، چلینگمن و استالز (۲۰۰۵) در

Archive of SID

www.SID.ir

پژوهشی در زمینهٔ نقش بازارهای بورس در کنترل حقوق صاحبان سهام، به این جمع‌بندی رسیدند که بازار سهام و نقش قیمت سهم می‌تواند به‌عنوان عامل کنترلی عمل کرده، از هزینه-های نمایندگی مدیران جلوگیری کند و سبب شود که مدیران سازمان به‌صورت خودکنترلی به‌دنبال عملکرد مثبت به‌منظور ارتقای ارزش سهام خود در بازار باشند.

هوب، توماس و واس (۲۰۱۱) در مطالعهٔ خود در زمینهٔ نقش ممیزی بیرونی، عملکرد و کنترل سازمان، دریافتند شرکت‌هایی که به‌صورت سالانه ممیزی خارجی شده‌اند، می‌توانند اعتماد ذی‌نفعان به‌ویژه مؤسسان مالی تأمین‌کنندهٔ سرمایه را به‌خوبی جلب کرده و منابع مالی را راحت‌تر دریافت کنند، زیرا در عمل سلامت و شفافیت عملکرد خود را از این طریق آشکار می‌کنند که ابزاری به‌منظور کنترل بیرونی بر سازمان و جلب اعتماد ذی‌نفعان است.

ویرسما و زانگ (۲۰۱۱) ، در بررسی خود در زمینهٔ اثرهای رتبه‌بندی بیرونی بر کنترل سازمان، بیان می‌کنند که نظام‌های رتبه‌بندی معتبر بیرونی، می‌تواند عاملی برای کشف و شناسایی قابلیت‌های مدیریتی حاکمان سازمان بوده و سبب ارتقای کنترل عملکرد ایشان به‌منظور ارتقای رتبهٔ سالانهٔ سازمان باشد.

بچ، فرانک، می‌یر و روسی (۲۰۱۰) بر نقش فعالیت ذی‌نفعان در کنترل بیرونی حاکمیت شرکتی تأکید می‌کنند و آن را راهی قانونی برای پاسخگوی و ارتقای شفافیت سازمان می‌دانند.

بووشه، کور، گوآیز و هام (۲۰۱۰) و وستفال و دیفوس (۲۰۱۱) در مطالعات خود بر نقش رسانه‌ها بر کنترل حاکمیت شرکتی تأکید می‌کنند. آنها رسانه را یکی از عوامل ارتقای حفاظت از حقوق سهامداران دانسته و از عوامل کاهندهٔ هزینهٔ نمایندگی در سازمان‌ها بر می‌شمارند. یافته-های آنها نشان داد رسانه می‌تواند برای سازمان‌ها نقش نگهبان و پاسدار داشته باشد و رفتار مدیران را به‌دقت زیر نظر گرفته و در زمان مناسب اعلان خطر کند.

مدل مفهومی پژوهش

با توجه به بررسی پژوهش‌های پیشین در حوزهٔ کنترل راهبردی و بهره‌گیری از مفاهیم نوین حاکمیت شرکتی، مدل مفهومی این پژوهش در شکل ۱ ارائه شده است. همچنین فرضیه‌های اصلی و فرعی پژوهش به شرح زیر است:

فرضیهٔ اصلی:

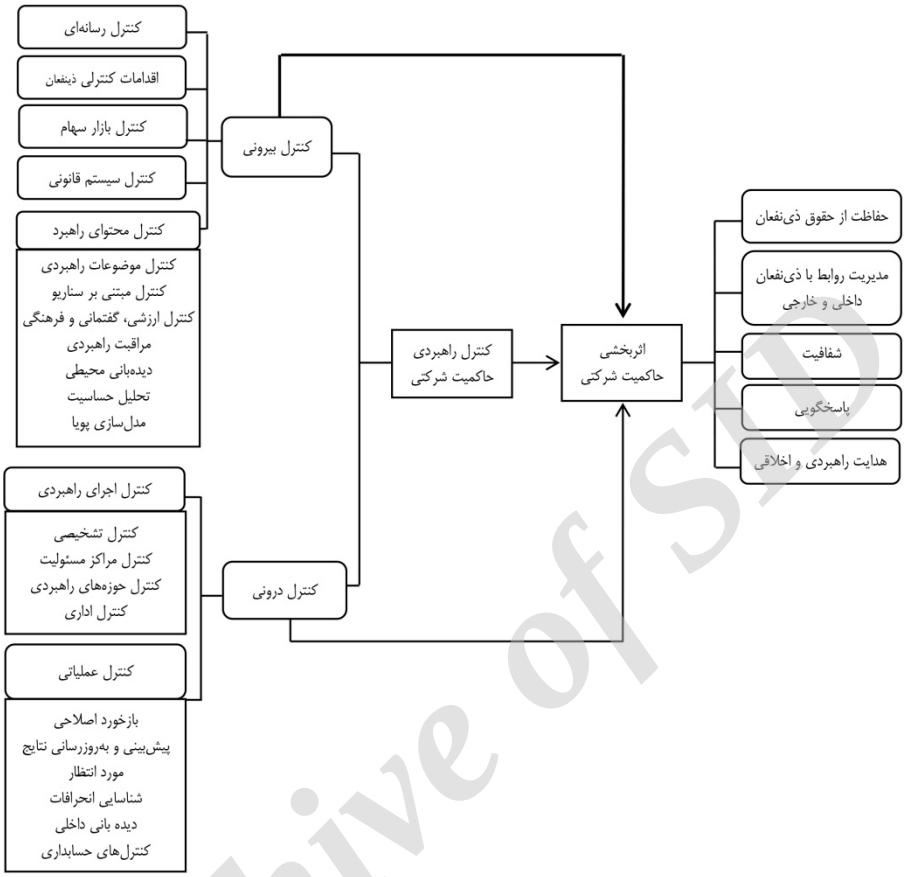
- کنترل راهبردی حاکمیت شرکتی بر اثربخشی حاکمیت شرکتی مؤثر است.

فرضیه‌های فرعی:

- کنترل بیرونی حاکمیت شرکتی بر اثربخشی حاکمیت شرکتی مؤثر است
- کنترل درونی حاکمیت شرکتی بر اثربخشی حاکمیت شرکتی مؤثر است.

Archive of SID

www.SID.ir



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهشی

روش‌شناسی پژوهش

خلاصهٔ روش‌شناسی پژوهش در جدول ۳ ارائه شده است. پژوهش حاضر به‌لحاظ هدف، توصیفی و با جهت‌گیری کاربردی ـ توسعه‌ای و ماهیت پیمایشی، از نوع مطالعات کمی با رویکرد قیاسی است.

جامعهٔ آماری این پژوهش کلیهٔ شرکت‌های سهامی عام پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار در ۲۰ صنعت متفاوت است. روش نمونه‌گیری با توجه به وجود صنایع متفاوت به‌صورت تصادفی ـ طبقه‌ای بود و با توجه به معلوم بودن حجم جامعه (۳۹۰ شرکت در ۲۰ صنعت)، حجم نمونه با استفاده از جدول مورگان محاسبه شد و تعداد نمونه ۱۳۰ شرکت به‌دست آمد که در هر شرکت دو مدیر رده بالا به سؤال‌های پرسشنامه پاسخ دادند. به‌منظور افزایش اعتماد به داده‌ها، قبل از

Archive of SID

www.SID.ir

تکمیل پرسشنامه، توضیحاتی کلی در مورد پژوهش و سؤال‌های پرسشنامه بـه تکمیـل‌کننـدگان ارائه شد.

جدول ۳. روش‌شناسی پژوهش

فلسفه	اثبات‌گرایی
نوع پژوهش	هدف: تسلسل اکتشافی، توصیفی و آزمون
	نتیجه: کاربردی و توسعه‌ای
	رویکرد: قیاسی ـ فرضیه‌ای
	نوع: کمی ـ میدانی
استراتژی پژوهش	پیمایشی
روش گردآوری داده‌ها	بررسی اسناد و مطالعات کتابخانه‌ای و پرسشنامه
جامعهٔ آماری	شرکت‌های سهامی عام پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار
روش نمونه‌گیری	تصادفی ـ طبقه‌ای
روش تعیین حجم نمونه	جدول مورگان
حجم نمونه	۱۳۰ شرکت و ۲۶۰ مدیری که به پرسشنامه پاسخ دادند

اطلاعات در گام نخست با مطالعات کتابخانه‌ای و بررسی اسناد و سپس به وسیلهٔ پرسشـنامهٔ محقق‌ساخته، جمع‌آوری شد. تعداد ۶۰ گویه به‌منظـور سـنجش متغیرهـای مـدل تـدوین شـدند (کنترل بیرونی ۳۰ گویه، کنترل درونی ۱۵ گویه و اثربخشی حاکمیت شرکتی ۱۵ گویه) و پس از طراحی پرسشنامه، دو نوع روایی محتوا و روایی همگرا در نظر گرفته شد. ابتدا چند تن از استادان و خبرگان حوزهٔ کنترل راهبردی و حاکمیت شرکتی، پرسشنامه را مطالعه کردند، سپس اصلاحات مد نظر آنها اعمال شده و روایی محتوایی و صوری پرسشنامه با بهره‌مندی از آنان به تأیید رسید. اعتبار همگرا به این اصل اشاره دارد که شاخص‌های هر سـازه بـا یکـدیگر همبسـتگی میانـه‌ای داشته باشند. بدین منظور باید میانگین واریانس‌های خروجی (AVE) از ۰/۵ بیشتر باشد. ضرایب AVE نشان می‌دهند که چه درصدی از واریانس متغیر مدل، به‌وسیلهٔ یک مؤلفهٔ مجـزا تشـریح شده است. نتایج خروجی از نرم‌افزار پی. ال. اس. نشان می‌دهد کـه تمـام متغیرهـا دارای AVE بیشتر از ۰/۵ هستند. در نتیجه، مؤلفه‌ها می‌توانند به‌اندازهٔ کافی واریانس متغیرهای مدل پژوهش را تشریح کنند. بنابراین ابزار اندازه‌گیری تحقیق حاضر از روایی مناسبی برخوردار است. به‌منظـور تأیید پایایی پرسشنامه از آلفای کرونباخ استفاده شد که نتایج حاصل در جدول ۴ ارائه شده اسـت و پایایی بالای پرسشنامه را نشان می‌دهد.

Archive of SID

www.SID.ir

در این پژوهش[1] برای آزمون فرضیات و برازندگی مدل، از مدل‌یابی معادلات ساختاری[2] و روش حداقل مربعات جزئی استفاده شده است. در تحقیق‌هایی که هدف، آزمون مدل خاصی از رابطهٔ بین متغیرهاست، از تحلیل مدل معادلات ساختاری استفاده می‌شود. مدل‌یابی معادلات ساختاری یک تکنیک بسیار کلی و نیرومند از خانواده رگرسیون چندمتغیری و به بیان دقیق‌تر، بسط مدل خطی عمومی[3] است که به محقق امکان می‌دهد مجموعه‌ای از معادلات رگرسیون را به‌طور همزمان آزمایش کند. این مدل رویکرد جامعی برای آزمون فرضیات دربارهٔ روابط متغیرهای مشاهده‌شده و مکنون است. در این تحقیق به‌منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار Smart PLS و از روش حداقل مربعات جزئی پیشنهادشدهٔ هالاند برای تحلیل داده‌ها استفاده شده است.

جدول ٤. نتایج پایایی و روایی پرسشنامه

متغیرهای پژوهش	آلفای کرونباخ	ضریب AVE
کنترل راهبردی حاکمیت شرکتی	۰/۸۵	۰/۶۳
اثربخشی حاکمیت شرکتی	۰/۸۲	۰/۷۵

یافته‌های پژوهش

شاخص‌های برازندگی مدل

با آن که انواع گوناگون آزمون‌ها که به‌گونهٔ کلی، شاخص‌های برازندگی[4] نامیده می‌شوند، پیوسته در حال مقایسه، توسعه و تکامل هستند، حتی در مورد یک آزمون بهینه، توافق همگانی وجود ندارد. برای روش حداقل مربعات جزئی، معیار کلی‌ای که GOF نام دارد، در نظر گرفته شد. شاخص‌های این معیار کرانی از صفر تا یک را دربردارند و به چهار شاخص مطلق، نسبی، مدل درونی و مدل بیرونی دسته‌بندی می‌شوند. شاخص‌های مطلق و نسبی، شاخص‌های توصیفی و کیفی هستند، بدین معنا که استنباطی مبتنی بر قضاوت در مورد معناداری آماری از ارزش‌های آنها وجود ندارد. مطالعات نشان می‌دهد ارزش شاخص نیکویی برازش بیشتر از آن که به مدل بیرونی بستگی داشته باشد، به مدل درونی وابسته است. همان‌طور که در جدول ۵ برازندگی مدل مشاهده می‌شود، مقادیر شاخص‌های مدل نشان‌دهندهٔ برازندگی خوب مدل بوده و مدل تحقیق حاضر به تأیید می‌رسد.

1. Partial Least Squares (PLS) path modeling
2. Structural Equation Model (SEM)
3. General Linear Model (GLM)
4. Fit Index

Archive of SID

www.SID.ir

جدول ۵. شاخص‌های برازندگی مدل

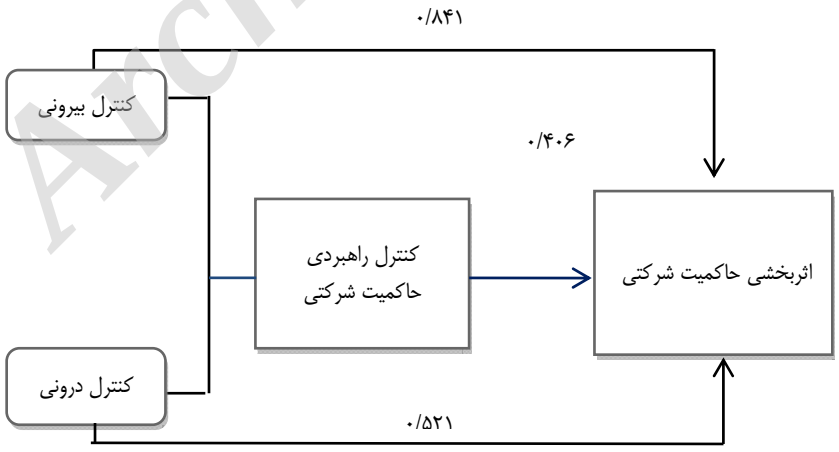
شاخص‌های برازندگی مدل	مقدار
مطلق	۰/۶۶۳
نسبی	۰/۷۸۰
مدل بیرونی	۰/۹۴۵
مدل درونی	۰/۸۱۲

تحلیل مسیر و بررسی فرضیه‌های پژوهش

در جدول ۶ نتایج بررسی فرضیه‌های پژوهش و در شکل ۲ تحلیل مسیر مدل ارائه شده است.

جدول ٦. بررسی فرضیه‌های پژوهش

متغیر مستقل	متغیر وابسته	ضریب مسیر	آمارهٔ آزمون	سطح خطای استاندارد	نتیجه
کنترل راهبردی حاکمیت شرکتی	اثربخشی حاکمیت شرکتی	۰/۴۰۶	۴/۳۶۴	۰/۰۰۰	تأیید فرضیه
کنترل بیرونی حاکمیت شرکتی	اثربخشی حاکمیت شرکتی	۰/۸۴۱	۵/۵۶۰	۰/۰۰۰	تأیید فرضیه
کنترل درونی حاکمیت شرکتی	اثربخشی حاکمیت شرکتی	۰/۵۲۱	۲/۱۴۳	۰/۰۰۰	تأیید فرضیه



شکل ۲. تحلیل مسیر

Archive of SID

www.SID.ir

در فرضیهٔ نخست ضریب مسیر ۰/۴۰۶ است و با توجه به سطح خطای استاندارد (۰/۰۰۰) که کمتر از ۰/۰۵ است، می‌توان گفت که با احتمال ۹۵ درصد، کنترل راهبردی حاکمیت شرکتی بر اثربخشی حاکمیت شرکتی مؤثر است و فرضیهٔ نخست تأیید می‌شود. همچنین مسیر مستقیم تأثیر کنترل بیرونی حاکمیت شرکتی و کنترل درونی حاکمیت شرکتی بر اثربخشی حاکمیت شرکتی به‌ترتیب با ضریب مسیرهای ۰/۸۴۱ و ۰/۵۲۱ در سطح خطای استاندارد معنادار بوده و با احتمال ۹۵ درصد می‌توان بیان کرد که کنترل بیرونی و درونی حاکمیت شرکتی بر اثربخشی حاکمیت شرکتی مؤثر است.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

همان‌طور که مشاهده می‌شود، مفهوم کنترل راهبردی حاکمیت شرکتی مفهومی پیچیده و چندوجهی است. این تحقیق به‌دنبال پاسخ به سؤال اصلی، که ناکارامدی و اثربخشی ضعیف حاکمیت شرکتی در ایران و فساد گسترده در شرکت‌های ایرانی بود، کار خود را آغاز کرد. در حال حاضر کشور ما در سازوکارهای نوین حاکمیت شرکتی ضعف دارد و از حاکمیت شرکتی در شرکت‌های ایرانی فقط یک اسم باقی مانده است. در ایران، حاکمیت شرکتی از سال ۱۳۸۳ به‌صورت رسمی مطرح شد و از آن زمان تاکنون پژوهش‌های متعددی در این حوزه انجام گرفت و قوانینی نیز به تصویب رسید، اما متأسفانه نقش حاکمیتی خود را به‌صورت صحیح در کشور ایفا نکرده است. وجود اعضای موظف به ظاهر غیرموظف در هیئت‌مدیره‌ها، انتخاب اعضای هیئت‌مدیره توسط مدیرعاملان، ادغام نقش مدیرعاملان با رؤسای هیئت‌مدیره، ایجاد روابط غیررسمی بسیار میان اعضای هیئت‌مدیره با مدیرعاملان، افزایش هزینه‌های نمایندگی و افزایش فساد در سال‌های اخیر و عدم شفافیت و پاسخگویی، نمونه‌هایی از اثربخش نبودن حاکمیت شرکتی در ایران است. تأکید اولیهٔ سازهٔ حاکمیت شرکتی بر راهبری است که محتوایی کاملاً راهبردی دارد و در دیدگاه‌های محدودتر بعدی، نظارت بر عوامل مطرح می‌شود. با بررسی حاکمیت شرکتی در کشور مشاهده می‌شود که در شرکت‌های ایرانی، این حاکمیت، نقش کنترل راهبردی در سازمان را ایفا نکرده و در اکثر شرکت‌های ایران فقط ناظر منفعل فعالیت عاملان و در نهایت تصویب‌کنندهٔ طرح‌ها و برنامه‌های پیشنهادی آنهاست و نارسایی‌های فراوانی دارد.

این مقاله، مدل توسعه‌یافته‌ای برای کنترل راهبردی حاکمیت شرکتی طراحی کرد و آن را به مرحلهٔ آزمون گذارد. یافته‌های تجربی به‌طور وسیع از مدل تئوریک پژوهش حاضر حمایت می‌کنند. همان‌گونه که در فرضیهٔ اصلی این پژوهش بررسی و تحلیل شد، مدل کنترل راهبردی حاکمیت شرکتی بر اثربخشی حاکمیت شرکتی در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار

Archive of SID

www.SID.ir

مؤثر است. نتیجهٔ این فرضیه با مطالعات آگولرا و همکاران (۲۰۱۵)، دالتون، دیلی، سرتو و ریونگ پی تای (۲۰۰۳)، ببچوک و فرید (۲۰۰۵)، والز و هوفمن (۲۰۱۳) همسو است. طراحی نقش و مسئولیت‌های حاکمیت شرکتی درون حکمرانی شرکت‌ها می‌تواند سبب ارتقای اثربخشی و تحقق اهداف حاکمیت شرکتی شود و حاکمان شرکتی را از نقشی منفعل به‌سوی ایفای نقش فعال و پویا حرکت دهد.

حاکمیت شرکتی در دیدگاه کلان و فعال خود، باید چشم‌انداز، مأموریت، اهداف و برنامه‌های سازمان را تدوین و طراحی کند و نقش آینده‌نگر، موضوع‌محور، معناساز، ایجادکننده و تزریق‌کنندهٔ بینش و مفاهیم نوین و آینده‌پژوهانه‌ای در سازمان‌ها داشته باشد. با بررسی شرایط موجود آشکار می‌شود که یکی از مشکل‌های اصلی ما در این زمینه نبود نظام کنترل راهبردی در سطح حاکمیت شرکتی است. در این پژوهش تلاش شد تا به این خلأ جدی پاسخ داده شود و از طریق بررسی اسناد و مطالعات کتابخانه‌ای، مفاهیم نوین کنترل راهبردی حاکمیت شرکتی که باید در نقش‌ها و مسئولیت‌های نوین حاکمان سازمان‌ها وجود داشته باشند، معرفی شوند.

حاکمیت شرکتی به کنترل جدی و نظام‌مند رسانه‌ای نیاز دارد. رسانه‌های کشور باید احساس مسئولیت کرده و به‌صورتی قوی‌تر از گذشته به نگهبانی و پاسداری از حقوق ذی‌نفعان شرکت‌ها بپردازند. نظام قانونی نیز ابزار قوی دیگری در کنترل راهبردی حاکمیت شرکتی به شمار می‌رود. قوانین پایهٔ کشور نواقص بسیاری دارد که اصلی‌ترین آنها قانون تجارت است. قانون‌گذاران و سیاست‌گذاران ملی باید به‌طور جدی بازمهندسی قانون تجارت و قوانین سازمان بورس اوراق بهادار کشور را در دستور کار خود قرار دهند.

در وضعیت پیچیدهٔ امروزی و در شرایطی که عدم قطعیت شرکت‌های ما بالا است، نمی‌توان با ابزارها و روش‌های کنترلی قدیمی به ادارهٔ حاکمیت شرکتی پرداخت. در این موقعیت نیاز است که حاکمان شرکتی ما از ابزارهای متناسب با شرایط پیچیده استفاده کنند. مشکل اصلی بسیاری از حاکمیت‌های شرکتی این است که از ابزارها و روش‌های کنترلی متناسب با شرایط ثبات در موقعیت‌های پیچیده و متلاطم استفاده می‌کنند و طبیعی است که در این وضعیت کارایی و بازدهی لازم را نداشته باشند. در این موقعیت، استفاده از تکنیک‌های آینده‌پژوهانه، تحلیل حساسیت، ترسیم آینده‌های متحمل متعدد، مراقبت‌های راهبردی به‌منظور جلوگیری از غافلگیری راهبردی نیاز است. در وضعیتی که همه چیز تحت کنترل ما نیست و خودکنترلی و کنترل درونی می‌تواند جایگزین عوامل خارجی و بیرونی شود؛ معناسازی، گفتمان‌سازی، چشم‌اندازسازی، رقابت میان‌عاملی و دیده‌بانی محیطی ابزارهای مفید کنترلی حاکمیت شرکت‌ها هستند.

لازم است توجه حاکمیت شرکتی و کلیهٔ ذی‌نفعان سازمان‌ها به سازوکارهای نوین کنترلی جلب شده و از آن استفاده کنند. ما نیاز داریم با تبلیغ‌های گسترده، فرهنگ پرسشگری، تفکر نقاد

Archive of SID

www.SID.ir

و تفکر حل مسئله را در کلیهٔ ذی‌نفعان شرکت‌ها تقویت کنیم. همان‌طور کـه در مباحـث مطـرح شد، اقدام‌های کنترلی ذی‌نفعان از کج‌روی‌ها و خطاها و اقدام‌های منفعت‌طلبانهٔ عوامـل سـازمان جلوگیری خواهد کرد. توجه روزافزون و ارتقای کیفیت نظام‌های رتبه‌بنـدی در کشـور مـی‌توانـد به‌عنوان عامل کنترلی مؤثر، برای ادارهٔ شرکت‌ها باشد.

بنابراین پیشنهاد می‌شود که نظام رتبه‌بندی اثربخشی حاکمیت شرکتی طراحی و تدوین شود و هر ساله کلیهٔ شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار بر مبنای این نظـام و بـر اسـاس میزان تحقق اهداف حاکمیت شرکتی رتبه‌بندی شده و به‌طور عمومی اعلام شوند. بـه‌طبـع ایـن آیین‌نامه و نظام رتبه‌بندی نقش بسیار پررنگی در روند قیمت‌گذاری سهام و بـازار سـهام خواهـد داشت. همچنین پیشنهاد می‌شود که آیین‌نامهٔ حاکمیت شـرکتی بـورس اوراق بهـادر کـه اخیـراً تصویب شده است، به‌طور جدی بازبینی و بازمهندسی شود و نقش‌های نـوین کنتـرل راهبـردی حاکمیت شرکتی که در این مقاله به آن پرداخته شده است، به‌همراه دیدن شرایط بستر و محیطی کشور ایران به آن اضافه شود. کنترل راهبردی حاکمیت شرکتی می‌تواند سبب ارتقای اثربخشـی و تحقق اهداف آن شود و به‌صورت جدی نیاز است که نقش‌ها و مسئولیت‌های مربوط بـه آن در آیین‌نامه‌های حاکمیت شرکتی دیده شوند.

محققان و پژوهشگران می‌توانند به بررسی تأثیرهای مدل کنترل راهبردی که در ایـن مقالـه ارائه شد بر عملکرد، قیمت سهام در بازار بورس و سایر اهرم‌های مالی بپردازند.

فهرست منابع

خاشعی، و.، هرندی، ع. (۱۳۹۴). تبیین مدل کنتـرل اسـتراتژیک در صـنعت تـوزین. *فصـلنامهٔ مطالعـات مـدیریت راهبردی*، (۲۲)، ۸۰-۶۱.

خاشعی، و.، هرندی، ع. (۱۳۹۵). *مدیریت سازمان‌ها در شرایط پیچیده*. تهران: انتشارات مبلغان.

خلیل‌نژاد، ش.، فلاطوری مقدم، ط.، حسن‌پور، الف. (۱۳۹۴). نقش هیئت‌مدیره در پایش راهبـردی: نقـش سـاختار. *فصلنامهٔ مطالعات مدیریت راهبردی*، (۲۲)، ۱۰۰-۸۱.

Aguilera, Ruth V., Desender, Kurt., Bednar, Michael, K. & Lee, Jun Ho. (2015). Connecting the Dots: Bringing External Corporate Governance into the Corporate Governance Puzzle. *The Academy of Management Annals,* 9(1), 483-573.

Aguilera, V. R., Jackson, G. (2010). Comparative and International Corporate Governance. *The Academy of Management Annals,* 4(1), 485-556.

Bebchuk, L. A., Cohen, A. & Ferrell, A. (2009). What matters in corporate governance? *Review of Financial Studies*, 22(2), 783–827.

Archive of SID

www.SID.ir

Bebchuk, L. A. & Fried, J. M. (2005). Pay without performance: Overview of the issues. *Journal of Applied Corporate Finance*, 17(4), 8–23.

Becht, M., Franks, J., Mayer, C. & Rossi, S. (2010). Returns to shareholder activism: Evidence from a clinical study of the Hermes UK focus fund. *Review of Financial Studies*, 23(3), 3093–3129.

Bednar, M.K., Love, E.G. & Kraatz, M. (2013). Paying the price? The impact of controversial governance practices on managerial reputation. *Journal of Management Academy*, 58(6), 1740-1760.

Bell, G., Filatotchev, I. & Aguilera, R. V. (2014). Corporate governance and investors' perceptions of foreign IPO value: An institutional perspective. *Academy of Management Journal*, 57(1), 301–320.

Bushee, B. J., Core, J. E., Guay, W. & Hamm, S. J. W. (2010). The role of the business press as an information intermediary. *Journal of Accounting Research*, 8(1), 1–19.

Cadbury, A. (1992). *Report of Committee on the Financial Aspects of Corporate Governance*. Gee & Co: London.

Dalton, D. R., Daily, C. M., Certo, S. T. & Roengpitya, R. (2003). Meta-analyses of financial performance and equity: Fusion or confusion? *Academy of Management Journal*, 46(1), 13–26.

de Bakker, F. G. A., den Hond, F., King, B. G. & Weber, K. (2013). Social movements, civil society and corporations: Taking stock and looking ahead. *Organization Studies*, 34(5–6), 573–593.

Ertimur, Y., Ferri, F. & Muslu, V. (2011). Shareholder activism and CEO pay*, Review of Financial Studies*, 24(2), 535–592.

Garcia-Castro, R. & Aguilera, R. V. (2015). Incremental value creation and appropriation in a world with multiple stakeholders. *Strategic Management Journal*, 36(1), 137–147.

Gompers, P., Ishii, J. & Metrick, A. (2010). Extreme governance: An analysis of dual-class firms in the United States. *Review of Financial Studies*, 23(3), 1051–1088.

Hambrick, D. C., Werder, A. V. & Zajac, E. J. (2008). New directions in corporate governance research. *Organization Science*, 19(3), 381–385.

Hope, O. K., Thomas, W. & Vyas, D. (2011). Financial credibility, ownership, and financing constraints in private firms. *Journal of International Business Studies*, 42(7), 935–957.

Jiang, W., Lee, P. & Anandarajan, A. (2008). The association between corporate governance and earnings quality: Further evidence using the GOV-Score. *Advances in Accounting,* 24(2), 191–201.

Kabbach de Castro, L. R., Aguilera, R.V. & Crespi-Cladera, R. (2015). Are Families Less Compliant? An Analysis of European Corporate Governance Codes. *Family Business Review*, 29(2), 174-188.

Archive of SID

www.SID.ir

Khalil Nezhad, Sh., Falatouri Moghaddam, T., Hasanpour, E. (2015). Involvement of the Board in Strategic Control: the Role of Structure, *Journal of Strategic Management Studies*, 6(22), 81-100. (*in Persian*)

Khashei, V. & Harandi, A. (2015). Explaining Strategic Control Model in Weight Industry: Discourse Exploration using Grounded Theory Strategy. *Journal of strategic management studies*, 6(22), 61-80. (*in Persian*)

Khashei, V. & Harandi, A. (2016). *Managing organization in complex environment*, Tehran: Moballeghan press. (*in Persian*)

Leuz, C., Nanda, D. & Wysocki, P. D. (2003). Earnings management and investor protection: An international comparison. *Journal of Financial Economics*, 69(3), 505–527.

Lorange, P., Morton, M. S. S. & Ghoshal, S. (1986). *Strategic control systems*. West Group.

Moeller, S. B., Schlingemann, F. P. & Stulz, R. M. (2005). Wealth destruction on a massive scale? A study of acquiring – firm returns in the recent merger wave. *The Journal of Finance*, 60(2), 757–782.

Ocasio, W. & Joseph, J. (2005). Cultural adaptation and institutional change: The evolution of vocabularies of corporate governance, 1972–2003. *Poetics*, 33(3–4), 163–178.

Simons, R. (2000). *Performance measurement and control systems for implementing strategies*. Upper Saddle River: Prentice Hall.

Stacey, R. (2011). *Strategic management and organizational dynamics: The challenge of complexity to ways of thinking about organizations*. Harlow. England: Pearson Education, Ltd.

Tavakoli, I. & Perks, K. J. H. (2001). The development of a strategic control system for the management of strategic change. *Strategic Change,* 10(2), 297-305.

Walls, J. L. & Hoffman, A. J. (2013). Exceptional boards: Environmental experience and positive deviance from institutional norms. *Journal of Organizational Behavior,* 34(2), 253–271.

Walls, J. L., Berrone, P. & Phan, P. H. (2012). Corporate governance and environmental performance: Is there really a link? *Strategic Management Journal*, 33(8), 885–913.

Westphal, J. D., & Deephouse, D. L. (2011). Avoiding bad press: Interpersonal influence in relations between CEOS and journalists and the consequences for press reporting about firms and their leadership. *Organization Science*, 22(4), 1061–1086.

Wiersema, M. F. & Zhang, Y. (2011). CEO dismissal: The role of investment analysts. *Strategic Management Journal*, 32(11), 1161–1182.

Archive of SID

www.SID.ir