پژوهش‌های مدیریت عمومی
سال دهم، شماره سی و هفتم ، پاییز ۱۳۹۶
صفحه ۵۸-۲۹

تاریخ دریافت : ۹۵/۱۲/۲۳
تاریخ پذیرش: ۹۶/۰۶/۲۶

Designing Corporate Governance Strategic Control Model with using Classic Grounded Theory Strategy

***Hosein Rahmanseresht[1] , Ataolla Harandi[2]**

1-Professor of Business Management Department, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran. Email: Hrahmanseresht2007@gmail.com (Corresponding Author).
2- Ph.D. in Strategic management, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran
Received: 13/03/2017; Accepted: 17/09/2017

Abstract
In recent decades, corporate governance has attracted the attention of many researchers. Most corporate governance studies have focused on internal control mechanisms, while the research has ignored the role of external corporate governance controls in preventing managers' beneficial activities and maintaining stakeholder rights. This paper based on Philosophical foundations of symbolic and Qualitative approach seeks to design Corporate Governance Strategic Control Model in Iranian firms.

Introduction
Unfortunately, in Iran, corporate governance does not play the role of sovereignty correctly in the country. The presence of non-obligated on board members, The selection of board members by directors, the integration of the role of directors with the board of directors, the creation of unofficial relationships among board members with directors, increasing costs representing and promoting the rate of corruption in recent years and lack of transparency and accountability; all are examples of the lack of effective corporate governance in Iran. Seeing corporate governance in the country reveals that the system of corporate governance that aims to avoid the cost of managing directors and executive agencies and protect the rights of its shareholders was developed gone astray, causing costs in the representatives of Companies. The main question here is that if members of the board of directors and corporate governance systems created in order to avoid the cost of representation and the role of strategic leadership, they would

Archive of SID

www.SID.ir

create the cost of representing and eliminating the rights of stakeholders and shareholders, what should we do? And how should this cost of the agent be controlled? The lack of external control mechanism regulating corporate governance and lack of previous studies is the third missing ring in this area. In fact, in this case, instead of merely seeking to identify mechanisms of corporate governance introduced, discovering the clusters and create new concepts with existing context, The meanings of which are made consistent with the operation of its content and the items are discovered and reviewed and this look and approach, tailored to the current situation is complex and turbulent. If we want to understand complex problems and growing corporate governance, we may need new methods. This article will provide strategic control model of corporate governance as a key structure in the navigation system forms the new direction for research and studies in this field. In fact, this research aims to design innovative concepts and models based on qualitative data that have emerged from the views of the participants in the study, is trying to use this way to extend the boundaries of knowledge in this sphere. But success is from Him, all from Him and to Him we shall return.

research questions are as follows:

(A) What is strategic control theory corporate governance?

(B) What are the constituent elements of corporate governance model of strategic control?

(C) What is the statement of the legal and strategic hypotheses obtained?

Materials and Methods

This study is by purpose, are foundations and orientation exploratory qualitative study. The strategy used is a classic grounded theory. All interviews were semi-structured the ruling elites and experts of the company have been collected.

Table: Methodology

Philosophy	Design			Research Strategy	Data collection	Statistical Society	Sampling	Sample size
Symbolic interpretation	Target	result	Approach	Grounded Theory Classic	Semi-structured interview interested	Experts ruler of the firm of	No time to reach saturation point	12 people
	Applied basic	Exploration	QUALITY					

Discussion and Results

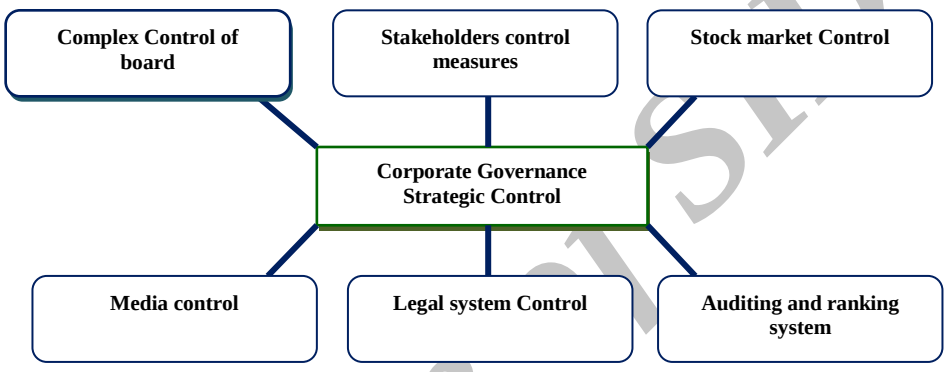
Theoretical coding explains how to communicate with each other. Usually in the time of the sorting and integrated code, graph theory, the initial encryption is formed. Open coding and key coding is done to categorize and classify the unencrypted data, but at this point and through

Archive of SID

www.SID.ir

coding theory, categories communicate with them and the trajectory of the story and explain the theoretical expression will be the final version of the control strategy to clarify corporate governance. The model in Figure (1) is provided.

Figure (1): Strategic control model of corporate governance



Conclusion

As we observed in this study, the concept of strategic control concept of corporate governance is complex and multifaceted. This study seeks to answer the original question, namely inefficiency and corruption in corporate governance in the companies of Iran. By examining the current situation reveals that one of the main problems in the field is translation without thinking and research regulations of corporate governance, as in this study to examine the need for the regulation of corporate governance for companies of Iran according to the context the company would be established. In this study, we try to make this a serious gap to be answered through semi-structured interviews with the philosophy of subjective interpretation of symbolic and active participation of researchers in the research process, concepts Strategic control corporate governance structure and main category and the sub main category. As was discussed in coding theory, corporate governance requires serious and systematic control of the media. Media in the country should feel the responsibility to guard and protect the rights of beneficiaries if stronger than ever. The legal system is another powerful tool in the strategic management of corporate governance. Deficient rules of the country have many original Commercial Code. National legislators and policymakers

Archive of SID

www.SID.ir

should seriously re-engineer the Commercial Code and the rules of the Stock Exchange of the country in their agenda.
In today's complex conditions and in the absence of uncertainty now that is high, no longer, the tools and techniques of the old control to manage the payment of corporate governance can be used. In such circumstances, it is necessary to use complex tools specific to the rulers of our company. In such circumstances, the use of techniques, sensitivity analysis, outlining the future for multiple tolerant, caring strategies is needed to prevent strategic deficiencies. While not everything is under our control, self-control and internal control can be a substitute for the exterior and the exterior. The meaning of discourse, the prospect of competition among agents, the founder of corporate governance and control environment useful tools in complex and turbulent conditions can be. While not everything is under our control, self-control and internal control can be a substitute for the problems. The meaning of discourse, the prospect of competition among agents, the founder of corporate governance and control environment are considered as useful tools in complex and turbulent conditions.
Paying attention to corporate governance and all stakeholders to mechanisms of innovative and use them to gain control is necessary. We need to campaign with the culture of questioning, critical thinking and problem-solving thinking all stakeholders in the company and strengthen them. As it was mentioned in the discussions, the control measures will avoid errors and acts of the self-interested agent. Increasing and improving the quality of ratings in the country can be used as a control agent on corporate governance to be effective. In this regard, it is suggested that the rating of the effectiveness of corporate governance designed and developed every year for all companies listed on the Stock Exchange by the system based on the realization of the objectives of corporate governance rankings and a public announcement. Naturally, the regulations and the rating system has a vital role in the stock and the stock market will trend rate pricing. In the end, it is suggested that regulation of corporate governance Stock Exchange recently approved revised and re-engineering seriously, and the new Strategic control of corporate governance that is in this article was discussed, along with the criteria for admission and environmental Iran to be added.

Key Words: Corporate Governance, Strategic control, External Corporate Governance, Agency Theory, Grounded Theory Strategy.

Archive of SID

www.SID.ir

مدلی برای کنترل راهبردی حاکمیت شرکتی با استفاده از استراتژی تئوری داده بنیاد کلاسیک

دکتر حسین رحمان سرشت* – دکتر عطاءاله هرندی**

چکیده

در چند دهه اخیر، حاکمیت شرکتی توجه بسیاری از پژوهشگران را به خود جلب کرده است. مطالعه پیش رو با استفاده از رویکرد کیفی و با اتکا بر فلسفه تفسیری نمادین به دنبال استخراج چیستی و چرایی مدل کنترل راهبردی حاکمیت شرکتی در کشور ایران است. در این راستا از استراتژی تئوری داده بنیاد کلاسیک از طریق کد گذاری باز، محوری و نظری به منظور تبیین استقرایی نظریه استفاده شده است. داده‌ها از طریق مصاحبه نیمه‌ساختمند با ۱۲ نفر از خبرگان حوزه حاکمیت شرکتی و از طریق نمونه‌گیری نظری تا رسیدن به نقطه اشباع نظری جمع آوری شده است. بعد از تحلیل و مصاحبه‌ها و در مرحله کد-گذاری باز تعداد ۱۳۲ کد استخراج شد و در مرحله کدگذاری محوری در هفتاد و هفت مفهوم، هجده مقوله فرعی و شش مقوله اصلی برساخت زده شده، طبقه بندی شدند. در مرحله کدگذاری نظری مقولات تبیین گشتند و خط سیر تحقیق تشریح شد. کنترل رسانه‌ای، کنترل پیچیده هیات مدیره، کنترل سیستم قانونی، اقدامات کنترلی ذینفعان، کنترل بازار سهام و ممیزی و نظام رتبه بندی مقوله‌های اصلی مدل کنترل راهبردی حاکمیت شرکتی را تشکیل می‌دهند.

واژه‌های کلیدی: حاکمیت شرکتی، کنترل راهبردی، تئوری نمایندگی، استراتژی تئوری داده بنیاد.

* نویسنده مسئول- استاد مدیریت بازرگانی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.
Hrahmanseresht2007@gmail.com
** دکتری مدیریت استراتژیک، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.
این مقاله از رساله دکتری استخراج شده است.

Archive of SID
www.SID.ir

مقدمه

در چند دهه اخیر، حاکمیت شرکتی توجه بسیاری از پژوهشگران را به خود جلب کرده است. عدم اداره اثربخش شرکت‌ها یکی از دلایل اصلی توجه محققین به این حوزه بوده است. رسوایی شرکت‌هایی مانند انرون و ورلدکام[1]، افزایش فعالیت سهامداران، بحران مالی جهانی در سال ۲۰۰۸ در دنیا از یک طرف و فساد های چندین هزار میلیاردی سال‌های اخیر و فیش‌های حقوقی نجومی در ایران از طرفی دیگر همگی نمونه‌هایی از نبود حاکمیت شرکتی موثر بوده است. حاکمیت شرکتی در یک کشور از منابع متعددی نشات می‌گیرد و به عنوان یک نظام راهبردی که تمام ذینفعان در آن شریک هستند، مفهومی وابسته به شرایط خاص هر کشور است. حاکمیت شرکتی موثر یکی از مشخصه‌های اصلی اقتصاد بازار کارآ می‌باشد. این امر باعث می‌شود تا سهامداران اطلاعات، حق و توانایی عمل برای تاثیرگذاری بر مدیریت از طریق فرآیند حاکمیت را داشته باشند و اطمینان یابند که دارائی‌های شرکت به صورت منصفانه در جهت منافع همه ذینفعان مورد استفاده قرار می‌گیرد. اثر بخشی حاکمیت شرکت‌ها، به خصوص ارتباط میان حاکمیت شرکتی و عملکرد سازمانی، منجر به تمرکز بسیاری از مطالعات شده است. با بررسی مطالعات و پژوهش‌های مرتبط با حاکمیت شرکتی و تحلیل نرخ روند آن‌ها، در می‌یابیم که عدم توجه به عوامل زمینه‌ای و بستر پژوهش، **اولین** حلقه مفقوده در این حوزه است. اکثر تحقیقات حاکمیت شرکتی بدون توجه به بستر و زمینه‌ای که شرکت در آن قرار دارد به انجام رسیده است. عوامل محیطی و سازمانی مانند رقابت در بازار، استراتژی کسب و کار و میزان تلاطم محیط می‌توانند توضیح دهند که چرا، حتی شرکت‌ها با حاکمیت ضعیف نیز می‌توانند عملکرد مناسبی داشته باشند و برعکس بسیاری از شرکت‌ها با حاکمیت قوی نمی توانند به اهداف خود برسند. با توجه به اینکه اثر بخشی حاکمیت شرکتی توسط عوامل محیطی و سازمانی تعیین می‌شود، در نظر گرفتن بستر و زمینه به منظور درک بهتری از میزان اثر گذاری آن مستلزم استفاده از مبانی کنترل و پایش راهبردی در پژوهش پیرامون این مفهوم است. به عنوان مثال با نگاهی اجمالی به تحقیقات حاکمیت شرکتی مشاهده می‌شود، اکثر این تحقیقات در کشورهای غربی که دارای زمینه‌های مختلف و مشکلات متفاوت از کشورهای در حال توسعه هستند به انجام رسیده است. محققین در مطالعات خود استدلال می‌کنند

1 -Enron & Worldcom

Archive of SID

www.SID.ir

که داده‌های تجربی تحقیقات حاکمیت شرکتی درکشورهای توسعه یافته مانند انگلیس و آمریکا در بسیاری از کشورهای در حال توسعه پشتیبانی نمی‌شوند (*Jiang, 2008., Peng, Wang, & Jiang, 2008*). با این وجود اکثر مطالعات حاکمیت شرکتی به صورت گسترده بر روی مکانیزم‌های کنترل درونی حاکمیت شرکتی متمرکز شده‌اند و نقش کنترل راهبردی بیرونی که می‌تواند در ارتقا اثربخشی حاکمیت شرکتی بسیار موثر باشد را نادیده گرفته‌اند که از آن می توان به عنوان **دومین** حلقه مفقوده در این حوزه یاد کرد (*Aguilera, Desender, Bednar, & Lee, 2015*). در ایران، حاکمیت شرکتی از سال ۱۳۸۳ بصورت رسمی مطرح شد و از آن زمان تا کنون پژوهش‌های متعددی در این حوزه به انجام رسیده و قوانینی نیز تصویب شده است. اما متاسفانه حاکمیت شرکتی، نقش حاکمیتی خود را بصورت صحیح در کشور ایفا نمی‌کند. وجود اعضای موظف به ظاهر غیر موظف در هیات مدیره‌ها، انتخاب اعضای هیات مدیره توسط مدیران عامل، ادغام نقش مدیران عامل با روسای هیات مدیره، ایجاد روابط غیر رسمی بسیار میان اعضای هیات مدیره با مدیران عامل، افزایش هزینه‌های نمایندگی و ارتقا نرخ فساد در سال‌های اخیر و عدم شفافیت و پاسخ گویی؛ همگی نمونه‌هایی از عدم کارآمدی حاکمیت شرکتی در ایران است. با بررسی حاکمیت شرکتی در کشور مشاهده می‌شود که در شرکت‌های ایرانی، حاکمیت شرکتی فاقد ایفای نقش کنترل راهبردی در سازمان است. حاکمیت شرکتی در اکثر شرکت‌های ایران تنها ناظر منفعل فعالیت عاملان و در نهایت تصویب کننده طرح‌ها و برنامه‌های آنان می‌باشد و نارسایی‌های فراوانی را دارا است. فقدان توجه به کنترل راهبردی حاکمیت شرکتی در مطالعات گذشته و فقدان تنظیم مکانیسم‌های کارآمد آن در کشور ایران حلقه **سوم** مفقود در این حوزه به شمار می آید. بنابر این با توجه به آنچه که بیان شد، مسائل اصلی که این پژوهش به دنبال پاسخی علمی و سیستماتیک برای آن‌ها می‌باشد، عبارتند از:

- ❖ عدم ایفای نقش فعال حاکمیت شرکتی در کشور ایران.
- ❖ فقدان سیستم کنترل راهبردی حاکمیت شرکتی در تعامل با ابعاد و بافت سازمانی.
- ❖ مبانی فلسفی اثبات گرایی در پژوهش‌های پیشین و عدم رویکرد تفسیری و ساخت گرایی اجتماعی در تحقیقات این حوزه.
- ❖ افزایش هزینه های نمایندگی و فساد در سازمان‌های کشور به دلیل عدم کارآمدی مفاهیم حاکمیت شرکتی.

Archive of SID

www.SID.ir

در حقیقت، در این‌جا به جای آن‌که صرفاً به دنبال شناسایی مکانیسم‌های حاکمیت شرکتی در طبقه‌های معرفی شده، باشیم؛ کشف طبقه‌ها، مفاهیم جدیدی که با بستر موجود خلق می‌شوند، معانی‌ای که در آن ساخته می‌شوند، هم‌خوانی محتوایی با کارکرد آن‌ها مورد کشف و بررسی قرار می‌گیرند و این نگاه و رویکرد، متناسب با شرایط پیچیده و متلاطم کنونی است. اگر بخواهیم مشکلات پیچیده و رو به رشد حاکمیت شرکتی را بفهمیم، ممکن است، روش‌های جدیدی نیاز داشته باشیم. این مقاله می‌خواهد با ارائه مدل کنترل راهبردی حاکمیت شرکتی به عنوان یک برساخت کلیدی در سیستم راهبری سازمان، جهت گیری نوینی را برای تحقیقات و مطالعات این حوزه شکل دهد. در واقع این پژوهش به دنبال، طراحی مفاهیم و مدلی نوآورانه و مبتنی بر داده‌های کیفی که از دیدگاه‌های شرکت‌کنندگان در تحقیق بیرون آمده باشند، است و سعی دارد تا از این طریق به گسترش مرزهای دانش موجود در این حوزه کمک کند.

هدف و پرسش های پژوهش

هدف غایی از انجام این پژوهش، خلق الگوی داده بنیاد کنترل راهبردی حاکمیت شرکتی می باشد. در این راستا پرسش‌های پژوهش به شرح زیر است:

الف: نظریه کنترل راهبردی حاکمیت شرکتی در بر گیرنده چه مفهومی است؟

ب: عناصر تشکیل دهنده مدل کنترل راهبردی حاکمیت شرکتی کدامند؟

ج: گزاره‌های حکمی و فرضیه‌های راهبردی مستخرج از مدل کدامند؟

مبانی نظری

از آنجائیکه حاکمیت شرکتی یک برساخته اجتماعی است که در طی زمان تکامل یافته است، تعریف آن به صورت گسترده، وابسته به دیدگاه محققان و نظریه پردازان می‌باشد. بررسی ادبیات موجود نشان می‌دهد، هیچ تعریف مورد توافق در مورد حاکمیت شرکتی وجود ندارد و تفاوت در میان تعاریف بسیار گسترده است *(Ocasio & Joseph, 2005)*. هر کدام از تعاریف بر پایه اهداف و ابعاد خاصی از حاکمیت شرکتی بنا نهاده شده‌اند. در ادامه به پنج دیدگاه مطرح در حوزه حاکمیت شرکتی می‌پردازیم. از دیدگاه پژوهشگران مالی، حاکمیت شرکتی مکانیزمی است که تامینن کنندگان مالی و سهامداران از بازگشت سرمایه خود مطمئن می‌شوند. محققان قانونی و حقوقی، حاکمیت شرکتی را به عنوان سازوکار فراهم کننده مجموعه‌ای پیچیده از قوانین می بینند، که معاملات و عملکرد شرکت

Archive of SID

www.SID.ir

در چارچوب آن شکل می گیرند. رویکرد مدیریتی به حاکمیت شرکتی را مجموعه ای از ساختارهای رسمی، غیررسمی و فرآیندهایی که وظیفه نظارت بر نقش‌ها و مسئولیت‌ها در شرکت را دارند، می‌داند (*Hambrick,Werder,& Zajac, 2008*). جامعه شناسان حاکمیت شرکتی را به عنوان یک سازو کار برای اختصاص دادن قدرت و کنترل منابع در میان شرکا تعریف می‌کنند. در نهایت از دیدگاه گسترده ذینفعان، حاکمیت شرکتی به عنوان ساختار حقوق و مسئولیت‌ها در میان ذینفعان، توصیف می‌شود (*Aoki, 2001*). این دیدگاه هدف حاکمیت شرکتی را تضمین کردن احترام دستگاه های اجرایی به حقوق و تمایلات ذینفعان شرکت می‌بیند و از سوی دیگر تضمین می‌کند ذینفعان مسئولیت‌هایشان را با توجه به تولید، حفاظت و توزیع ثروت سرمایه گذاری شده در شرکت، به انجام می-رسانند (*Alguria et al., 2015*). در جدول شماره(۱)، چند تعریف از حاکمیت شرکتی را آورده‌ایم. در آن از محدودترین و در عین حال توصیف‌کننده‌ترین، نقش اساسی حاکمیت شرکتی آغاز می‌شود. در ادامه به یک دیدگاه منحصراً مالی که به موضوع روابط سهامداران و مدیریت تأکید دارد، اشاره می‌شود و در انتها به تعریف گسترده‌تری خاتمه می‌یابد و پاسخ‌گویی شرکتی را در برابر ذینفعان و جامعه دربرمی‌گیرد.

جدول ۱ : تعاریف حاکمیت شرکتی

گزارش کادبری، حاکمیت شرکتی را سیستمی تعریف می‌کند که با آن شرکت‌ها هدایت و کنترل می‌شوند.
حاکمیت شرکتی عبارت است از... فرایند نظارت و کنترل برای تضمین این که مدیر شرکت مطابق با منافع سهامداران عمل می‌کند(*Danaeefard et al ,2007*).
رابطه بین سهامداران و شرکت‌های 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(*Ocasio & Joseph, 2005*).
ساختاری از روابط و مسئولیت های موجود میان گروهی از سهامداران، اعضای هیات مدیره و مدیر عامل، تا از آن طریق بتوان با ارائه عملکرد رقابتی، اهداف مشترک میان این گروه ها را محقق کرد(*Alguria et al., 2015*).
سیستم حاکمیت شرکتی را می‌توان مجموعه قوانین، مقررات، نهادها و روش‌هایی تعریف کرد که تعیین می‌کنند شرکت‌ها چگونه و به نفع چه کسانی اداره می‌شوند(*Bell, Filatotchev, & Aguilera, 2014*).
حاکمیت شرکتی مربوط به اداره عملیات شرکت نیست بلکه مربوط به هدایت بنگاه اقتصادی، نظارت و کنترل اعمال مدیران اجرایی و پاسخ‌گویی آن‌ها به تمام ذی‌نفعان شرکت می‌باشد، حاکمیت شرکتی یک فرهنگ صحیح اداره سازمان است و علاوه بر سهامداران بر خلق ارزش پایدار برای کلیه ذینفعان و ایجاد تعادل در میان انتظارات ایشان تاکید دارد(*Rahmanseresht, & Harandi, 2017*).

Archive of SID

www.SID.ir

روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر به لحاظ هدف، بنیادی و با جهت گیری اکتشافی، از نوع مطالعات کیفی می‌باشد. استراتژی مورد استفاده، نظریه پردازی داده بنیاد کلاسیک مبتنی بر دیدگاه گلیزر و استراوس است. اطلاعات با مصاحبه‌های نیمه ساختمند از خبرگان و متخصصان حوزه حاکمیت شرکتی، گردآوری شده است.

جدول ۲ : روش شناسی پژوهش

فلسفه	نوع پژوهش			استراتژی پژوهش	روش گردآوری داده ها	جامعه آماری	روش نمونه گیری	حجم نمونه
تفسیری نمادین	هدف: بنیادی کاربردی	نتیجه: اکتشافی	رویکرد: کیفی	نظریه داده بنیاد کلاسیک	مصاحبه نیمه ساختمند	خبرگان حوزه حاکمیت شرکتی	هدفمند قضاوتی تا رسیدن به نقطه اشباع	۱۲ نفر

نمونه، روش نمونه گیری و ابزار پژوهش

جامعه آماری این پژوهش در بر گیرنده کلیه خبرگان و متخصصان حوزه حاکمیت شرکتی می‌باشد. نمونه گیری بصورت نظری و بوسیله مصاحبه نیمه ساختار یافته از ۱۲ نفر در جامعه پژوهش صورت گرفته است. نمونه گیری نظری[1]، نوعی نمونه گیری هدفمند غیر تصادفی است که پژوهشگر را در خلق یا کشف نظریه یا مفاهیمی که ارتباط نظری آن‌ها با نظریه در حال تکوین اثبات شده است، یاری می رساند. در نمونه گیری نظری از رویدادها و پدیده‌ها نمونه‌گیری می شود نه لزوماً اسناد و مدارکی خاص و اگر به سراغ سند مشخصی می‌رویم با هدف کاوش رویدادها ست. رویدادهایی که نشانگر مقوله‌های گوناگون مرتبط با پدیده مورد بررسی پژوهش هستند. راهنمای نمونه‌گیری نظری، پرسش‌ها و مقایسه‌هایی هستند که در خلال تجزیه و تحلیل بروز می‌یابند و موجب می‌شوند مقوله‌های مناسب، خصوصیات و ابعاد آن‌ها کشف شوند. نمونه‌گیری تا زمانیکه مقوله ها به اشباع برسند ادامه می یابد. اشباع نظری یعنی مرحله‌ای که در آن داده ای به مقوله قبلی اضافه نگردد و روابط میان مقوله‌ها دستخوش تغییر نگردد*(Khashei & Harandi, 2015)*. برای این مطالعه و با استفاده از نمونه‌گیری هدفمند قضاوتی و تا رسیدن به اشباع نظری، با ۱۲ نفر از خبرگان

1 -Theoretical sampling

Archive of SID

www.SID.ir

حوزه حاکمیت شرکتی، مصاحبه باز و نیمه ساختار یافته صورت گرفت. به منظور شناسایی افراد نمونه ابتدا پنج ویژگی در نظر گرفته شد و افرادی که با آن‌ها مصاحبه شد حداقل سه ویژگی از پنج ویژگی را دارا می باشند. این خصوصیات عبارتند از:

- ❖ عضو هیات علمی دانشگاه با مرتبه دانشیاری و شاخص علمی در حوزه حاکمیت شرکتی.
- ❖ نگارش حداقل سه مقاله علمی پژوهشی در حوزه حاکمیت شرکتی.
- ❖ عضویت در هیات مدیره شرکت سهامی عام پذیرفته شده در بورس به مدت سه سال.
- ❖ نگارش حداقل یک عنوان جلد کتاب مرتبط با حاکمیت شرکتی.
- ❖ انجام حداقل سه پروژه مرتبط با حاکمیت شرکتی.

سپس با بررسی و تحلیل مصاحبه ها، با استفاده از استراتژی تئوری داده بنیاد کلاسیک، مدل کنترل راهبردی حاکمیت شرکتی تبیین گشت.

استراتژی پژوهش: تئوری داده بنیاد کلاسیک

استراتژی نظریه داده بنیاد[1]، شیوه‌ای از پژوهش کیفی است که در آن، با استفاده از دسته‌ای از داده‌ها، نظریه‌ای تکوین می‌یابد. ایده اصلی این راهبرد آن است که نظریه‌پردازی از داده‌های در دسترس ناشی نمی‌شود بلکه بر اساس داده‌های حاصل از تعامل مشارکت-کنندگان با پدیده مورد نظر که فرآیند پژوهش را تجربه کرده‌اند، ایجاد و مفهوم‌سازی می‌شود. بر پایه این رویکرد، نخستین کار کلیدی پژوهشگر کشف راه‌های جدید به منظور معنا دادن به دنیای اجتماعی است. دوم، هدف تحلیل در این گونه مطالعات ایجاد یک تئوری، یعنی فراهم کردن چارچوب رسمی برای درک پدیده مورد بررسی است. این تئوری باید به وسیله داده‌ها زمینه‌دار گردد نه آنکه بر آن تحمیل شود. به بیان دیگر، نظریه داده بنیاد بطور اساسی روشی برای تحلیل داده‌ها می‌باشد، نه تکنیکی برای گردآوری داده‌ها. به همین خاطر است که فرآیند جمع آوری و تحلیل داده ها بصورت همزمان و در غالب مسیری رفت و برگشت به انجام می رسد *(Danaeefard et al ,2007)*. در دهه گذشته، استفاده از روش نظریه داده بنیاد گسترش یافته است. اما تفاوت های موجود بین دو بنیانگذار این استراتژی، به شکل گیری دو شیوه متفاوت از آن منجر شده است: روش گلاسر که به دلیل وفاداری وی به روش آغازین از آن به نظریه داده بنیاد کلاسیک یاد

1 -Grounded theory Strategy

Archive of SID

www.SID.ir

می‌شود و روش استراوس که معمولا نظریه داده بنیاد استراوسی نامیده شده و در محافل آکادمیک کشور نیز بسیار رایج بوده است. انتقادهای بسیاری به روش استراوسی وارد شده است و حتی بسیاری بر این باورند که روش کلاسیک، روش نظریه داده بنیاد واقعی است. از مهمترین انتقادهای به جا، کدگذاری محوری و چارچوب بندی از پیش تعیین شده ذهن پژوهشگر است. در روش استراوسی، نظریه بر اساس یک کد نظری پیش پنداشته مرتب می‌شود. در حقیقت محقق به دنبال یافتن کد هایی برای مقوله های زمینه ای، مداخله گر، شرایط علی و... است و این موضوعی است که مغایر روش اصلی است، چرا که گلاسر توضیح می دهد که یکپارچه شدن نظریه زمانی مطلوب است که همانند مفاهیم، خودش ظاهر شود. تبیین نظریه هرگز نباید از کنار هم گذاردن و دسته بندی حاصل شود. در استراتژی نظریه داده بنیاد کلاسیک، همزمان با جمع آوری، داده ها تحلیل و تفسیر می شوند و تحلیل داده‌ها در فرآیند رفت و برگشت موضوعی به انجام رسیده و نظریه تبیین می گردد. داده های بدست آمده از اسناد و منابع در قالب کدگذاری باز، انتخابی و نظری دسته بندی می شوند تا در نهایت، پارادایمی منطقی[1] یا تصویر عینی از نظریه خلق شده ارائه شود.

برازش روایی و پایایی پژوهش

به منظور اطمینان از روایی و پایایی پژوهش یا به عبارتی دقیق بودن یافته ها از منظر پژوهشگر و خوانندگان گزارش اقدامات زیر انجام شد *(Creswell & Miller, 2000)*:

- تطبیق توسط اعضا[2]: فرآیند تحلیل داده ها، مدل نهایی، گزارش نهایی توسط مصاحبه شوندگان و مشارکت کنندگان در تحقیق مورد بررسی و بازبینی و تایید قرار گرفت.
- بررسی همکار[3]: سه تن از خبرگان در حوزه حاکمیت شرکتی و دو تن از دانشجوبان دکتری مدیریت و حسابداری به بررسی یافته ها ، کد ها، مفاهیم، مدل نهایی پرداخته و پس از اعمال اظهارات کارشناسانه ایشان، مدل نهایی مورد تایید قرار گرفت.
- مشارکتی بودن پژوهش: بطور همزمان از مصاحبه شوندگان و اساتید و کارشناسان حوزه حاکمیت شرکتی درخواست می شد که در فرآیند تحلیل و تفسیر داده ها، محققان را یاری رسانند و از کمک های ارزشمند ایشان بهره گرفته شد.

1 -Logical paradigm
2 -Member checking
3- Peer examination

Archive of SID

www.SID.ir

- پایایی پژوهش از طریق تهیه و به کارگیری چارچوبی مدون و با ثبات به منظور بررسی و تحلیل و نمونه گیری نظری در منابع، پس از تایید خبرگان، متخصصین و صاحب نظران مدیریت، حسابداری و حاکمیت شرکتی و روش تحقیق و اطمینان از کارآیی آن در پوشش اهداف پژوهش مد نظر قرار گرفت.

نحوه اجرای پژوهش

در این پژوهش ابتدا داده های خام از مصاحبه نیمه ساختمند با ۱۲ نفر از خبرگانی که مطابق معیارهای عنوان شده در نمونه‌گیری، جمع‌آوری شد. همزمان با تکمیل مصاحبه‌ها داده‌های جمع‌آوری شده مورد تحلیل و کدگذاری قرار گرفتند و در مرحله بعد از دل کدهای باز در فرآیند کدگذاری محوری مفاهیم و مقوله های مدل تبیین گشت. در گام بعد به منظور تایید و ارتقا روایی درونی، مدل کنترل راهبردی حاکمیت شرکتی به مصاحبه شوندگان و اساتید این حوزه ارائه و نظرات ایشان با طی مسیر رفت و برگشت در تبیین مدل نهایی اعمال شد. در نهایت در مرحله کدگذاری نظری خط داستان و روایت نظری مدل تبیین شد.

تحلیل داده ها

کد گذاری باز

در این پژوهش و از خلال مصاحبه‌ها تعداد ۱۳۲ عدد کد توسط محققین ثبت شد که در جدول شماره(۳) نمونه‌ای از کدهای اولیه ارائه شده است.

جدول ۳: نمونه ای از کد گذاری باز

A01	حاکمیت شرکت‌ها می‌توانند از طریق معنا سازی و ترویج آن در کلیه سطوح شرکت، به کنترل تماتیک سازمان در شرایط متلاطم بپردازند.
B07	سیستم قانونی می‌تواند سبب ارتقا شفافیت اطلاعات مالی و غیر مالی شود که مورد نیاز ذی نفعان بالقوه و بالفعل شرکت است.
B26	رسانه‌ها از طریق ارتقا فرهنگ عمومی پرسشگری و مطالبه‌گری می‌توانند اداره شرکت‌ها را کنترل کنند.
C49	روند کاهشی بازار سهام می‌تواند منجر به تغییر برنامه و اقدامات راهبردی سازمان و بروز تصمیمات و اقدامات بداهه شود.
A22	رسانه‌ها نقش واسط میان شرکت‌ها و ذینفعان ایفا می‌کنند و اطلاعات را به گروه گسترده‌ای از

Archive of SID

www.SID.ir

	ذینفعان ارائه می‌کنند.
A12	سیستم‌های قانونی علاوه بر کاهش هزینه‌های نمایندگی به دنبال حفظ حقوق کلیه ذی نفعان می‌باشند.
D07	کنترل از طریق بازار سهام و روند سهم در بازار می‌تواند سبب کاهش هزینه های نمایندگی مدیران شود. در این حالت مدیران تلاش خواهند کرد بهترین روند نرخ بازده را در کوتاه مدت و بلند مدت برای شرکت ثبت کنند و مانعی از بهره‌جویی‌ها و منفعت‌طلبی‌های فردی خواهد شد.
P06	بسیاری از انتخاب‌های استراتژیک شرکت‌ها وابسته به نقاط قوت و ضعف سیستم‌های قانونی است.
E09	رسانه‌ها انتقال دهنده نظرات و دیدگاه‌های اجتماعی در مورد موضوعات راهبردی به حاکمیت شرکت‌ها هستند.
F11	سیستم‌های قانونی می‌توانند بر روابط میان سهامداران و نحوه پیاده سازی قوانین و مقررات داخلی موثر باشند.
B04	سازمان‌هایی متخصص و خبره سالانه اقدام به رتبه‌بندی شرکت‌ها می‌کنند. این نظام رتبه بندی خاصیتی کنترلی بر حاکمیت و اداره شرکت‌ها خواهد داشت و به نوعی مشروعیت بخش قلمداد می‌شود.
G14	قانون تجارت، قوانین سازمان بورس، دستورالعمل‌های مرتبط همگی نمونه‌هایی از اعمال کنترل سیستم قانونی بر شرکت‌ها می‌باشند.
B09	رسانه‌ها می‌توانند با ترویج اصول و ارزش‌های حاکمیت خوب بر عملکرد شرکت‌ها موثر باشند.
H04	رسانه در حقیقت نگهبان حقوق کلیه ذینفعان شرکت‌ها است و می‌تواند تصمیمات و اقدامات فریبنده را شناسایی و با اطلاع رسانی به موقع پاسدار ذینفعان و حقوق آن‌ها باشد.
J14	حسابرسان مستقل و آزاد، باتکیه بر اصول استاندارد حسابداری و حسابرسی عاملی قوی به منظور کنترل حاکمیت شرکتی می‌باشند.
H08	موسسات تامین کننده منابع مالی با تحلیل و بررسی وضعیت شرکت‌ها به عنوان یک ذینفع کلیدی بر عملکرد کنترلی اداره سازمان‌ها موثرند.
I01	فعالیت‌ها، اقدامات و کنترل‌های ذینفعان خود سبب القا کدهای اخلاقی به حاکمان سازمانی می‌شود.

کد گذاری محوری

در ادامه و با تحلیل کدهای حاصل از مرحله قبل و همانگونه که عنوان شد با مشارکت محققین و خبرگان، در مرحله کدگذاری محوری، مفاهیم، مقوله‌های فرعی، مقوله‌های اصلی و مدل نهایی تبیین گشت. دراین مرحله تعداد هفتاد و هفت مفهوم برساخت سازی شد که این تعداد درهجده مقوله فرعی و شش مقوله اصلی دسته بندی شد. در جدول شماره(۴) کدگذاری محوری تحقیق ارائه شده است.

Archive of SID

www.SID.ir

جدول ۴: کد گذاری محوری

مقوله‌های اصلی	مقوله‌های فرعی	مفاهیم
کنترل رسانه ای	شبکه سازی رسانه‌ای	میانجی‌گری اطلاعات
		ارتباطات رسانه‌ای
		کنترل اجتماعی
		پویش رسانه‌های اجتماعی
		کنترل رسانه‌ای سهامداران جزء(صدای اقلیت)
		مدیریت اطلاعات و رویدادها
	گفتمان سازی رسانه‌ای	فرهنگی پرسشگری
		کنترل مطالبه‌گری
		کنترل انطباقی
		ترویج حکمرانی خوب
		مشروعیت بخشی
		کنترل اعتباری
		حاکمیت اثر بخش
	راهبری رسانه‌ای	کنترل رسانه‌ای موضوعات راهبردی
		کنترل رسانه‌ای تصمیمات راهبردی
		کنترل رسانه‌ای نمایندگی
		کنترل رسانه‌ای تعارضات میان ذینفعی
		کنترل رسانه‌ای تغییرات راهبردی
	پاسداری رسانه‌ای	دیده بانی سازمانی
		نگهبانی رسانه‌ای
		مشاوره رسانه‌ای
		دیده بانی مالی
کنترل قانونی	قوانین ملی	قانون تجارت
		قوانین بورس اوراق بهادار
		اقدامات ارگان‌های رسمی
		اثر گذاری قوانین ملی بر قوانین داخلی
		فرهنگ‌سازی و آموزش قانون گذاری
	حاکمیت مبتنی بر قانون	مسئولیت قانونی اعضای هیات مدیره
		منطق و مفروضات قانونی هیات مدیره
		تصمیمات کارآمد قانونی
		کنترل قضاوتی مبتنی بر قانون
		حفاظت از حقوق ذینفعان
		راهبری مبتنی بر قانون
	نمایندگی قانونی	انتخاب‌ها راهبردی قانونمند
		انطباق قانونی
		کنترل هزینه نمایندگی
	نهادهای قانونمند	روابط نهادی قانونمند
		قواعد شناختی قانونمند

Archive of SID

www.SID.ir

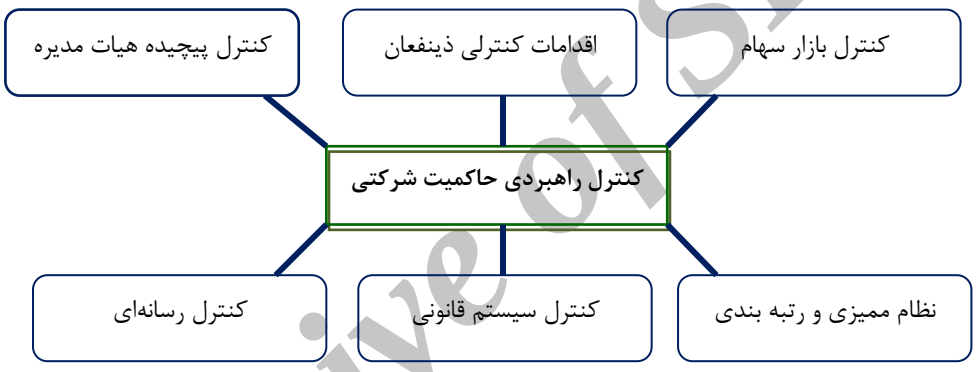
		اجتماعی سازی قانونمند
کنترل بازار سهام	کنترل ارزشی	کنترل گفتمانی
		کنترل اخلاقی
		کنترل پاسخ گو
	کنترل محدود کننده	کنترل ریسک عملیاتی
		کنترل هشدار دهنده
	کنترل مدیریتی	کنترل ساختاری
		کنترل تخصیص منابع
		کنترل کنشی
اقدامات و فعالیت های کنترلی ذینفعان	اقدامات کنترلی ذینعفان عملیاتی	کنترل تامین کنندگان مالی
		کنترل تامین کنندگان غیر مالی
		کنترل تاکتیکی ذینفعان
		کنترل القائی
		کنترل مشتریان
		کنترل دولتی
		کنترل کوتاه مدت
	اقدامات کنترلی ذینفعان اجتماعی	کنترل ذینفعان اجتماعی
		کنترل موضوعات اجتماعی
		کنترل اتحادیه های کارگری
		کنترل نهادمحور و مشروعیت بخش
ممیزی و رتبه بندی	حسابرسان بیرونی	کنترل خبره حسابرسان
		کنترل صورت‌های مالی
		کنترل اعتبار آفرین
	نظام‌های رتبه بندی	شفاف کننده معیارهای عملکرد
		اطمینان بخش
		ارائه دهنده مشاوره تخصصی
		رده بندی جشنواره‌ها
		کنترل عملکرد و فرآیند
کنترل پیچیده هیات مدیره	آینده پژوهی	سناریوپردازی
		مدلسازی پویا
		تحلیل حساسیت
		مراقبت راهبردی
	مدیریت موضوعات راهبردی	تجزیه و تحلیل راهبردی
		اولویت بندی راهبردی
		دیدبانی محیطی
	کنترل‌های متعالی پیچیده	معناسازی
		یادگیری حاکمیتی
		رقابت میان عاملی
		بازی‌های زبانی و گفتمان سازی حاکمیت

Archive of SID

www.SID.ir

کدگذاری نظری و تبیین مدل

کدگذاری نظری، چگونگی ارتباط مقوله‌ها با یکدیگر را تبیین می‌کند. معمولا در زمان مرتب سازی و یکپارچه کردن کدها، گراف اولیه کدگذاری نظری شکل می‌گیرد. کد گذاری باز و محوری به دسته بندی و طبقه بندی و در واقع تکه تکه کردن داده‌ها می پردازد، اما در این مرحله و از طریق کدگذاری نظری، مقوله‌ها را به یکدیگر ارتباط می‌دهیم و خط سیر داستان و تبیین‌های نظری بیان می‌شود تا مدل نهایی کنترل راهبردی حاکمیت شرکتی تبیین شود. این مدل در شکل شماره(۱) ارائه شده است.



شکل ۱: مدل کنترل راهبردی حاکمیت شرکتی

کنترل رسانه‌ای

رسانه‌ها یکی از ابزارهای مهم کنترل حاکمیت شرکتی می‌باشند. هنگامی که از رسانه سخن می‌گوییم منظورمان ترکیبی از کلیه کانال‌های رسانه‌ای از جمله روزنامه، تلویزیون، رادیو، سایت، شبکه‌های مجازی و خبرنگارانی که در این کانال‌ها به تولید محتوا می‌پردازند، می‌باشد. رسانه‌ها نقش واسط و میانجی را میان شرکت‌ها و ذینفعان ایفا می‌کنند و اطلاعات شرکت را در میان گروه متنوعی از ذینفعان توزیع می‌کنند. یکی از خبرگان مصاحبه شونده ما در این مورد بیان می‌کند:

...رسانه‌ها نقش مهمی را در ارتباطات شرکت‌ها با ذینفعانشان ایفا می‌کنند. رسانه‌ها انتقال دهنده کنترل‌های اجتماعی بر درون حاکمیت شرکت‌ها می‌باشند. آن‌ها

Archive of SID

www.SID.ir

می‌توانند از سازمان‌ها نگهبانی کنند و با کنترل‌های خود از حقوق ذینفعان دفاع کرده و بر حاکمیت شرکت‌ها موثر باشند....

هنگامیکه از رسانه به عنوان یک ابزار قوی کنترل حاکمیتی سخن می‌گوییم، می‌بایست این نکته را در نظر داشته باشیم که رسانه‌ها توانایی کنترل و اثر گذاری بر تصمیمات راهبردی مدیران و انطباق آن‌ها با قواعد، ارزش‌ها و اصول مورد قبول جامعه را دارند و از قدرت انطباق دهنده‌گی بالایی برخوردار می‌باشند. فردی دیگر از مصاحبه شوندگان این تحقیق بیان می‌کند:

...رسانه‌ها می‌توانند نقش آموزشی داشته باشند و ترویج دهنده اصول حکمرانی خوب شرکتی باشند. امروزه شبکه‌های مجازی و پویش‌های عمومی در شبکه‌های مجازی خود ابزاری قدرتمند به منظور انتقال اطلاعات از سطح جامعه به درون حاکمیت شرکت‌ها و بلعکس می‌باشند. رسانه‌های اجتماعی و قدرت انتقال دهان به دهان آن‌ها ابزار قوی برای دیده بانی بر فعالیت حاکمان شرکت‌ها می‌باشد و تصمیمات و اقدامات حاکمیت شرکت‌های در زیرذره بین این شبکه‌ها و ذینفعانشان قرار دارد...

همانگونه که در مطالعات آمده است، یکی از اصول کلیدی و مبنایی در حاکمیت شرکتی، هزینه نمایندگی مدیران ارشد و اقدامات منقعت طلبانه ایشان است. کنترل رسانه‌ای سبب می‌شود که مدیران خود را همواره تحت نظارت و بررسی ببینند و به منظور جلوگیری از فشار رسانه‌ها از اقدامات منفعت طلبانه که منجر به زیان سهامداران می‌شود جلوگیری کنند. در حقیقت کنترل رسانه‌ای منجر به کاهش هزینه‌های نمایندگی در شرکت‌ها خواهد شد(*Bednar et al., 2013*). مدیرانی که به دنبال منفعت طلبی هستند در برابر کنترل رسانه‌ها همواره از لطمه خوردن به اعتبار و آبروی مدیریتی خود هراس دارند و به دنبال آنند تا اخبار مرتبط با عملکرد ایشان و شرکت تحت مدیریتشان به صورت مثبت منتشر شده و سبب ترفیع عملکردیشان شود. همانگونه که در مصاحبه‌ها خبرگان به آن اشاره کردند، کنترل رسانه‌ها سبب ارتقا شفافیت عملکردی می‌شود و فعالیت‌های شرکت را در جام بلورین به نمایش خواهد گذاشت.

... رسانه‌های می‌توانند کلیه رویدادها و اقدامات شرکت‌ها را گزارش کنند و از آن‌ها خبر تهیه کنند و انتظارات ذینفعان را منتقل کنند. آن‌ها ابزاری بسیار قوی برای ترویج فرهنگ پرسشگری و مطالبه‌گری هستند و می‌توانند مطالبه گر حقوق ذینفعان سازمان باشند....

Archive of SID

www.SID.ir

رسانه و نقش کنترلی آن بر حاکمیت شرکت‌ها بسیار پررنگ است. آن‌ها می‌توانند مشروعیت بخش و مشروعیت زدا باشند و بر عملکرد، تصمیمات راهبردی، تغییرات ساختاری شرکت‌ها و حاکمیت آن‌ها موثر باشند.

کنترل پچیده هیات مدیره

کنترل راهبردی حاکمیت شرکتی در شرایط پیچیده مستلزم دو نوع تجزیه وتحلیل ویژه است که به طور نمونه به مجرد اینکه خطوط اصلی و میانی تغییرات ناپیوسته در حوزه تجزیه و تحلیل استراتژیک یا هر دو ترسیم شد، به ایفای نقش می پردازد. این تلاش‌های تحلیلی برای ایجاد درک سیستماتیک نقطه تلاقی عمیق میان استراتژی و محیط های خارجی و داخلی ضروری هستند. مدلسازی سیستم یکی از این دو تجزیه و تحلیل است. این مدلسازی وسیله‌ای است برای امکان پذیری انتخاب های راهبردی و تشخیص تغییر انتخاب‌های راهبردی.

....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 تغییرات مورد نیاز در انتخاب‌های راهبردی توسط حاکمیت شرکتی می‌پردازد و از این مسیر از استراتژی‌های غیر واقعی و ناکارآمد جلوگیری کرده و به سازمان در درک خطر پذیری و پویایی شناسی تغییرات یاری می‌رساند....

با توجه به شدت تغییرات و تعداد مسائل و موضوعاتی که سازمان‌های در دهه‌های اخیر با آن‌ها روبرو بوده‌اند از یک طرف و افزایش عدم اطمینان، پیچیدگی و تلاطمات محیطی از سوی دیگر، بتدریج مشخص شد که هیچ سازمانی نمی‌تواند به طور موفقیت آمیز بیش از یک یا دو مساله اصلی را در یک زمان مدیریت کند. این روش به برنامه‌ریزی تک مساله‌ای[1] شهرت یافت. در مدیریت موضوعات استراتژیک هر سازمان، یک یا چند مساله اصلی و کلیدی را که به نظر می رسد برای پیشرفت اهداف و عملکرد سازمان مهم هستند، توسط تیم حاکمیتی خود انتخاب و تمامی انرژی و توان خود را به جانب درک مساله، تاثیرات آن و غلبه بر تهدیدات یا بهره گیری از فرصت‌های ناشی از آن می‌کند. در ادامه مدیریت تک مساله ای به مدیریت مسائل استراتژیک و تجزیه و تحلیل مسائل استراتژیک

1 -Single-issue Planning

Archive of SID

www.SID.ir

گسترش یافت. بنابر این در این روش حاکمیت شرکتی با شناسایی موضوعات راهبردی برآمده از پیچیدگی و آشوب محیطی و تجزیه و تحلیل و تصمیم گیری به موقع، کنترل راهبردی در شرایط پیچیده اعمال می‌کند.

ایجاد فرآیندهای حساس، منعطف و عمل گرا به منظور شناسایی موضوعات راهبردی، تشکیل کمیته تیم‌های آینده و استفاده از روش‌های آینده پژوهی به منظور شناسایی موضوعات استراتژیک آینده سازمان و دیده‌بانی مستمر محیطی از جمله مکانیزم‌های کنترلی حاکمیت شرکت‌ها در شناسایی، تجزیه و تحلیل و تصمیم گیری پیرامون موضوعات راهبردی می باشد. مدیریت موضوعات استراتژیک سبب ایجاد سیستم های حساس، عمل گرا و منعطف شده که از این طریق موجب تقلیل احتمالات و کاهش غافلگیری راهبردی سازمان می‌شوند. ابزار دیگری که در شرایط عدم اطمینان محیطی در اختیار حاکمیت شرکت‌ها است، سناریو سازی آینده و در نظر گرفتن آینده‌های محتمل است. یکی از مصاحبه شوندگان در این باره می‌گویند:

....ممکن است استراتژی‌های تدوین شده بر اساس مطالعه وضعیت گذشته با آنچه که ما از آینده سناریو سازی می‌کنیم متفاوت باشند. این تفاوت‌ها باعث می‌شوند که سناریوهای محتمل به منظور تدوین انتخاب شوند. در سناریوسازی عوامل شهودی از اعداد و ارقام اولویت بالاتری دارند. اهمیت رویکرد توسعه سناریو برای حاکمیت شرکتی از منظر کنترل راهبردی در شرایط پیچیده این است که می‌توان متغیرها، روندها و فرضیات محیطی را بررسی کرد و با ایجاد حساسیت در برابر آن‌ها، ارتباط ادراکات مفهومی، پیش آمادگی در برابر تغییرات و داشتن برنامه برای شرایط متنوع و گوناگون به توسعه سازمان و استفاده حداکثری از فرصت‌ها و مقابله با تهدیدات، بدور از غافلگیری‌های راهبردی اقدام کرد. از مزیت‌های عمده آن، این است که در مراحل اولیه حساسیت بسیاری نسبت به فرصت‌های برخاسته از تغییرات محتمل محیطی ایجاد می‌کند. این شکل از کنترل استراتژیک تا حد بسیاری تابع اتفاقات و رویدادهایی است که در آینده به وقوع می‌پیوندد و نیازمند اطلاعات کیفی سطح بالا، مباحثات بسیار میان اعضای هیات مدیره، برنامه ریزان و مدیران بوده و کارکنان با تجربه و کیفی سطح بالایی را می‌طلبد.....

Archive of SID

www.SID.ir

یکی دیگر از ابزارهای حاکمیت شرکت‌ها برای کنترل در شرایط پیچیده، مراقبت راهبردی[1] است، مراقبت راهبردی حاکمیت شرکتی عبارت از برنامه ریزی به منظور تعیین و تشخیص محدوده وسیعی از حوادث داخلی یا خارجی که احتمالا استراتژی سازمان را مورد مخاطره و تهدید قرار می‌دهند، می‌باشد. ایده اساسی در این نوع کنترل، تشویق نوعی از نظارت عمومی با توجه به منابع اطلاعاتی مختلف است. هدف اصلی این است که اطلاعات مهم و پیش بینی نشده را بتوانیم به سرعت بدست آوریم.

سیستم های پیچیده انطباقی، سیستم هایی هستند که مبتنی بر عامل‌ها[2] می باشند. در واقع این عامل ها و ارتباطات میان آن‌هاست که استراتژی را تدوین، اجرا و کنترل می‌کند. عاملین هوشمند بوده و خودشان را توسعه و تکامل داده و رفتار عامل‌ها، رفتار سیستم را تغییر می‌دهد.

....در این سیستم ها انطباق پذیری از طریق یادگیری میان عامل ها صورت می‌پذیرد و از این تعاملات استراتژی به صورت همزمان، تدوین، اجرا و کنترل می شود. عملا در این سیستم ها رفتار سیستم بیشتر تحت تاثیر قرار می گیرد تا کنترل شود. در این سیستم‌ها کنترل راهبردی در اثر رقابت میان عامل‌ها با یکدیگر صورت می‌پذیرد. در این حالت کنترل‌ها به درون عامل‌ها منتقل می‌شود و خود کنترلی است که جای خود را به نظارت و کنترل بیرونی می‌دهد. در درون سازمان‌های امروزی که در حال نزدیک شدن به سیستم‌های انطباقی پیچیده هستند نیز حاکمیت شرکت‌ها و اعضای هیات مدیره می‌بایست تلاش کنند تا در اثر تعاملات میان عامل‌ها با یکدیگر به کنترل سیستم بپردازند و به جای تاکید بر کنترل عامل خارجی و بیرونی، خود کنترلی را و شرایطی که کارمندان به سوی خود کنترلی و رقابت گرایش خواهند داشت بپردازند...

گاهی اوقات مضامین و گفتمان هایی که در سازمان شکل می‌گیرند به حالت چتر گونه‌ای بر روی فعالیت و عملکرد سازمان تاثیر می‌گذارند. در حقیقیت این بازی‌های زبانی، معناسازی، چشم انداز سازی و گفتمان سازی است که استراتژی و سازمان را کنترل می‌کند. این ابزارهای نوین در اختیار حاکمیت شرکت‌ها قرار دارد تا بتوانند سازمان خود را در شرایط پیچیده از گذرگاه‌های دشوار عبور داده و کنترل کنند.

1 -Strategic Surveillance
2 -Agents

Archive of SID

www.SID.ir

کنترل سیستم قانونی

سیستم قانون تجارت کشور و قوانین و دستورالعمل‌های سازمان بورس اوراق بهادار بخش بسیار با اهمیتی از کنترل بر حاکمیت شرکت‌ها را بر عهده دارند. در حقیقت قوانین داخلی سازمان‌ها از قوانین ملی و کلان نشات گرفته و اثر می‌پذیرند. در این قوانین مسئولیت و حقوق اعضای هیات مدیره و مدیران اجرائی وضع شده و در حقیقت منطق و استدلال قوانین حقوقی شرکت‌ها از قوانین کلان ملی و به طریق اولی از قانون اساسی کشورها نشات می‌گیرد. ساختار و نحوه عملکرد حاکمیت شرکت‌ها توسط قوانین ملی وضع شده و سازمان‌ها را از گرفتن و اجرائی تصمیماتی خارج از اصول مدون باز می‌دارد.

...قوانین ملی و کلان کشور می‌تواند معیار مناسبی برای قضاوت و داوری فعالیت‌های حاکمان شرکت‌ها باشد و کژ رفتاری‌ها و اصول ناشایست را برجسته کند. این قوانین حامی و کنترل کننده 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 ارتقا ارزش سهامداران شود...

سیستم قانون ملی بر سایر مکانیزم‌های کنترل راهبردی حاکمیت شرکتی نیز موثر است و سبب ارتقا اثربخشی آنان می‌شود. از طرفی این سیستم‌ها علاوه بر سهامداران، حقوق سایر ذینفعان را تدوین کرده و بدین وسیله از آن‌ها محافظت می‌کند(Bell, Filatotchev, & Aguilera, 2014).

... اگر در ما در حوزه حاکمیت شرکتی مشکلات بسیاری داریم، عمده آن‌ها به دلیل فقدان یک قانون تجارت روزآمد و قوانین و دستورالعمل‌های کارآمد در سازمان بورس و اوراق بهادار است. حقیقتا قانون تجارت ما نیازمند بازنگری و اصلاحات اساسی و بنیادی است و از طرفی سازمان بورس نیز می بایست از ترجمه قوانین و دستورالعمل‌های سایر کشورها دست بردارد و به دنبال طراحی و تدوین قوانین و دستورالعمل‌های متناسب با بستر و زمینه کشور جمهوری اسلامی ایران باشد. بنابر این به نظر می‌رسد در گام نخست ما نیازمند آموزش قانون گذاری در حوزه تجارت و حاکمیت شرکتی در کشور هستم تا به وسیله آن بتوانیم افرادی قانون‌گذار و سیاست‌گذار تربیت کنیم تا با وضع قوانین کارآمد و بروز بتوانند بر حاکمیت شرکت‌ها کنترل کرده و از حقوق کلیه ذینفعان دفاع کنند....

Archive of SID

www.SID.ir

سیستم قانونی می‌بایست بر اساس نرم‌ها و هنجارهای ملی هر کشور تدوین شود و سبب بازتنظیم قواعد شناختی و فیلترهای ذهنی حاکمان شرکت‌ها گردد.

اقدامات کنترلی ذینفعان

فعالیت‌های گسترده ذینفعان می‌تواند بر سیاست‌ها و تصمیمات حاکمیت شرکت‌ها موثر بوده و آن‌ها را کنترل کند. دو انگیزه اصلی به منظور اقدامات کنترلی ذینفعان وجود دارد:۱- انگیزه‌های مالی(اقدامات کنترلی مالی) و ۲- انگیزه‌های اجتماعی و مطالبه‌گری اجتماعی.

...در حال حاضر موسسات وام دهنده و تامین کننده مالی از ذینفعان کلیدی شرکت‌ها محسوب می‌شوند. این موسسات به منظور اطمینان خاطر از بازگشت سرمایه خود قبل از تخصیص منابع مالی، اطلاعات و کنترل‌های بسیاری را بر شرکت‌ها، نحوه اداره آن‌ها و هیات مدیره‌ها اعمال می‌کنند و طبیعتا حاکمان شرکتی نیز چون به دنبال جذب منابع مالی می‌باشند با آغوش باز از این کنترل‌ها استقبال می‌کنند....

فعالیت‌های و اقدامات کنترلی ذینفعان را می‌توان بر اساس انگیزه اصلی آنان در دو دسته بندی کلی جای داد. اقدامات کنترلی ذینفعان عملیاتی و اقدامات کنترلی ذینفعان اجتماعی. ذینفعان عملیاتی کلیه موسسات، بنگاه‌ها و شخصیت‌های حقیقی می‌باشند که در عملیات شرکت و در طول زنجیره تامین ذینفع می‌باشند. از تامین کنندگان مالی و غیر مالی گرفته تا کارکنان سازمان و توزیع کنندگان و مشتریان. همه ذینفعان عملیاتی سازمان می‌توانند درگیر اقدامات کنترلی حاکمیت شرکتی شوند. مشتریان می‌توانند از طریق اتحادیه‌ها و نهادهای قانونی اعتراضات و نظرات خود را به سازمان منتقل کرده و پیگیر حقوق قانونی خود باشند.

...دولت به عنوان یک ذینفع کلیدی همواره به دنبال کنترل شرکت‌ها است. دولت از طریق نهادها و مراکز و موسسات بسیاری بر فعالیت حاکمان شرکتی کنترل کرده و مانع منفعت طلبی‌های شخصی و ضایع شدن حقوق ذینفعان می شود. از طرف دیگر اتحادیه‌های صنفی نیز قدرت خوبی در اثر گذاری و کنترل بر عملکرد حاکمان شرکتی را دارا می‌باشند. ذینفعان تاکتیک‌های متنوعی به منظور کنترل حاکمیت شرکتی دارند. آنان می‌توانند از طریق نگارش مقالات تخصصی، دعوایی حقوقی، مباحثه نمایندگانشان با حاکمان شرکتی، ارائه پیشنهادات رسمی در مجامع عمومی،

Archive of SID

www.SID.ir

راه انداز پویش‌های اجتماعی و پرسش در مجامع رسمی از حاکمان شرکتی بر فعالیت‌های ایشان اثر گذار باشند...

فعالیت و اقدامات ذینفعان اجتماعی نیز بر عملکرد و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها موثر است و سبب کنترل اقدامات ایشان می‌شود. امروزه مسئولیت اجتماعی و پاسخگویی اجتماعی یکی از وظایف اصلی شرکت‌ها است و نمی‌توان با بی‌توجهی و به آن و تخریب فضای اجتماعی به فعالیت و کسب و کار اقتصادی پرداخت.

فعالیت‌های کنترلی ذینفعان در کوتاه مدت بیشتر متمرکز بر سوددهی، افزایش ارزش سهام و اقدامات زودبازده معطوف است اما در شرایطی که نرخ روند میان مدت و بلند مدت شرکت‌ها نزولی باشد این اقدامات کنترلی از طریق تغییرات ساختاری و تغییرات در اعضای هیات مدیره و مدیران اجرائی، تغییرات آئین نامه‌ها و دستورالعمل‌ها می‌تواند شکل جدی‌تری به خود بگیرد.

کنترل بازار سهام

مکانیزم‌های بازار سهام می‌تواند حاکمیت شرکت‌ها، مدیران و اعضای هیات مدیره را کنترل کند. نمایان شدن کاهش ارزش سهام در بازار سرمایه می‌تواند از ضعف مدیران سازمان در اتخاذ تصمیمات راهبردی واقدامات مناسب نشات بگیرد. در مصاحبه با یکی از خبرگان بازار سرمایه ایشان بیان کردند که:

....بازار سهام و روندهایی که شرکت‌ها در این بازار ثبت می‌کنند می‌تواند از بهره‌جویی‌های شخصی مدیران جلوگیری کند و از طرفی سبب خواهد شد که حاکمان شرکت‌ها از زیر بار مسئولیت شانه خالی نکنند و پاسخگویی ارتقا پیدا کند. روندهای بازار سرمایه منجر جلوگیری و ممانعت از کارها و فعالیت‌ها و اقدامات غیر اخلاقی می‌شود که سبب کاهش ارزش سهام شرکت می‌شوند و از این طریق عاملی کنترلی بر نحوه اداره شرکت‌ها خواهد بود. شرکت‌های که قصد ورود به بازار سرمایه را دارند می‌بایست استانداردهای این بازار را داشته باشند و رسیدن به این استانداردها خود می‌تواند سبب بهبود شفافیت، پاسخ گویی و ارتقا عملکرد حاکمیت شرکتی شوند....

روند کاهشی قیمت سهام و کم شدن ارزش سرمایه شرکت و سهامداران سبب به صدا در آمدن زنگ خطر خواهد بود و سبب خواهد شد که شرکت تلاش و اهتمام بیشتری به

Archive of SID

www.SID.ir

منظور کنترل فعالیت‌ها و اقدامات خود به کار گیرد (*Gompers, Ishii, & Metrick, 2010*).

....روندها و مکانیزم بازار سرمایه منجر به بروز تصمیمات و اقدامات بداهه در اعضای هیات مدیره و مدیران اجرائی شرکت خواهد شد. در شرایط عدم اطمینان که پیش بینی همه چیز با کیفیت مطلوب امکان پذیر نیست، استراتژی و نحوه اتخاذ آن از سبک و روش‌های کلاسیک به سوی روش‌های پدیدارشونده و بداهه تمایل پیدا می-کند. در حقیقت حاکمیت شرکتی با کنترل بداهه از طریق اتخاذ تصمیمات بداهه و پدیدار شونده به تحرکات بازار سهام پاسخ می‌دهد. تحلیل‌های ناشی از بازار سرمایه بر روی تصمیمات و تحلیل‌های اعضای هیات مدیره موثر بوده و از منفعت طلبی‌های شخصی یا هزینه‌های نمایندگی ممانعت می‌کند....

کنترل از طریق بازار سهام می‌تواند به گفتمانی غالب در میان کادر راهبری سازمان مبدل شود که از طریق مقایسه عملکرد خود با آن نوعی خود کنترلی و کنترل درونی در میان اعضای مدیریتی و اداری سازمان شکل می‌گیرد و این نوع کنترل در شرایط عدم اطمینان و پیچپده محیطی بسیار کارساز و راهکشا خواهد بود.

نظام ممیزی و رتبه بندی

سالانه سازمان‌ها و موسسات معتبری اقدام به رتبه بندی شرکت‌ها بر اساس معیارها و شاخص‌های چندگانه و متعددی می‌کنند. تلاش شرکت‌ها به منظور اخذ رتبه و قرار گرفتن در این نظام ارزیابی، ماهیتی کنترلی را برای حاکمیت شرکتی فراهم می‌آورد. این رتبه-بندی‌ها می‌تواند گواهی مناسبی از سوی حاکمیت شرکتی برای سهامداران باشد و عدم تقارن اطلاعات میان سهامداران با مدیران را کاهش می‌دهد.

....سازمان مدیریت صنعتی ایران هر ساله صد شرکت موفق ایرانی را معرفی می‌کند. از طرفی دیگر جشنواره‌های متعددی در کشور برگزار می‌شود که اکثریت آن‌ها از سوی نهادهای دولتی، وزارت‌خانه‌ها یا انجمن‌های علمی و تخصصی است و در آن‌ها نیز به شرکت‌ها برتر و پیشرو در بخش‌های مختلف هدایایی اهدا و تقدیر می‌شود. این هدایا و نظام‌های رتبه بندی سبب مشروعیت بخشی به فعالیت‌ها و اقدامات شرکت‌ها می‌شود و گواهی است از سوی مدیران برای سهامدارانشان، بنابر این حاکمیت شرکت‌ها در تلاش است که سالانه در لیست برترین‌های این جشنواره‌ها و نظام‌های

Archive of SID

www.SID.ir

رتبه بندی قرار گیرد و از این طریق خاصیت کنترلی بر حاکمیت شرکتی از سوی این نظام‌های رتبه بندی اعمال می‌شود.....

از طرف دیگر این نظام‌های رتبه بندی معیارهای مشاوره‌ای برای ذینفعان شرکت‌ها و سرمایه‌گذاران بالقوه فراهم می‌آورند و بر اهمیت خاصیت کنترلی خود اضافه می‌کنند. این نظام‌ها بر خروجی‌ها و عملکرد شرکت‌ها اثر گذار بوده و آنرا کنترل می‌کنند.

ممیزی‌ها و حسابرسی‌هایی که توسط حسابرسان مستقل و خبره به انجام می‌رسد، مکانیزم دیگری برای کنترل فعالیت‌ها و اقدامات حاکمیت شرکتی محسوب می‌شود. حسابرسان مستقل و بیرونی به دلیل آشنایی با اصول و استانداردهای حسابداری و حسابرسی، ارزیابان مطمئنی برای پاسداری از شرکت‌ها به حساب می‌آیند. کنترل استانداردهای حسابداری، کنترل صورت‌های مالی، کنترل هزینه‌های نمایندگی، بازرسی منفعت طلبی‌ها شخصی و... سبب ارتقا اعتماد سهامداران و کسب اعتبار در صورت تایید نهایی برای حاکمیت شرکت‌ها می‌شود.

بحث و نتیجه گیری

همانگونه که در این تحقیق مشاهده کردیم، مفهوم کنترل راهبردی حاکمیت شرکتی مفهومی پیچیده و چندوجهی است. این تحقیق به دنبال پاسخ به سوال اصلی که همانا ناکارآمدی حاکمیت شرکتی در ایران و فساد گسترده در شرکت‌های ایرانی بود کار خود را آغاز کرد. در حال حاضر کشور ما از ضعف حاکمیت شرکتی رنج می‌برد و حاکمیت شرکتی در شرکت‌های ایرانی چیزی جز یک اسم نمی‌باشد. در ایران، حاکمیت شرکتی از سال ۱۳۸۳ بصورت رسمی مطرح شد و از آن زمان تا کنون پژوهش‌های متعددی در این حوزه به انجام رسیده و قوانینی نیز تصویب شده است. اما متاسفانه حاکمیت شرکتی، نقش حاکمیتی خود را بصورت صحیح در کشور ایفا نمی‌کند. وجود اعضای موظف به ظاهر غیر موظف در هیات مدیره‌ها، انتخاب اعضای هیات مدیره توسط مدیران عامل، ادغام نقش مدیران عامل با روسا هیات مدیره، ایجاد روابط غیر رسمی بسیار میان اعضای هیات مدیره با مدیران عامل، افزایش هزینه‌های نمایندگی و ارتقا نرخ فساد در سال های اخیر و عدم شفافیت و پاسخ گویی؛ همگی نمونه‌هایی از عدم کارآمدی حاکمیت شرکتی در ایران است. تاکید اولیه سازه حاکمیت شرکتی بر راهبری است که محتوایی کاملا راهبردی دارد و در دیدگاه های محدودتر بعدی، نظارت بر عاملان مطرح می‌شود. با بررسی حاکمیت شرکتی

Archive of SID

www.SID.ir

در کشور مشاهده می‌شود که در شرکت‌های ایرانی، حاکمیت شرکتی فاقد ایفای نقش کنترل راهبردی در سازمان است. حاکمیت شرکتی در اکثر شرکت‌های ایران تنها ناظر منفعل فعالیت عاملان و در نهایت تصویب کننده طرح‌ها و برنامه‌های پیشنهادی آنان می‌باشد و نارسایی های فراوانی را دارا است(*Rahmanseresh & Harandi, 2017*).

همانگونه که در این تحقیق به آن پرداخته شد، حاکمیت شرکتی در دیدگاه کلان و فعال خود، می‌بایست چشم انداز، ماموریت، اهداف و برنامه های سازمان را تدوین و طراحی کند و دارای نقشی آینده‌نگر، موضوع محور، معناساز، ایجاد کننده و تزریق کننده بینش و مفاهیم نوین و آینده پژوهانه در سازمان‌ها باشد. با بررسی شرایط موجود آشکار می‌شود که یکی از مشکلات اصلی ما در این زمینه ترجمه بدون تفکر و تحقیق آئین نامه‌های حاکمیت شرکتی است، در صورتیکه همانگونه که در این تحقیق به آن پرداخته شد، نیاز است که آئین نامه‌های حاکمیت شرکتی برای شرکت‌های ایرانی با توجه به بستر و زمینه فعالیت این شرکت‌ها تدوین شود. در این پژوهش تلاش شد تا این خلاء جدی پاسخ داده شود و از طریق مصاحبه‌های نیمه ساختمند با فلسفه ذهنی تفسیر نمادین و مشارکت فعال محققین در فرآیند تحقیق، مفاهیم نوین کنترل راهبردی حاکمیت شرکتی برساخت سازی و در زیر مقوله‌ها و مقوله‌های اصلی سازماندهی شدند. همانگونه که در بخش کد گذاری نظری به آن پرداخته شد، حاکمیت شرکتی نیازمند کنترل جدی و نظام مند رسانه‌ای است. رسانه‌های کشور می‌بایست احساس مسئولیت کرده و به صورتی قویتر از گذشته به نگهبانی و پاسداری از حقوق ذینفعان شرکت‌ها بپردازند. همچنین نظام قانونی ابزار قوی دیگری در کنترل راهبردی حاکمیت شرکتی به شمار می‌رود. قوانین پایه کشور دچار نقصان‌های بسیاری هستند که اصلی‌ترین آن‌ها قانون تجارت است. قانونگذاران و سیاستگذاران ملی می‌بایست به صورت جدی بازمهندسی قانون تجارت و قوانین سازمان بورس اوراق بهادار کشور را در دستور کار خود قرار دهند.

در شرایط پیچیده امروزی و در شرایطی که عدم قطعیت شرکت‌های ما بالا است، دیگر نمی‌توان با ابزارها و روش‌های کنترلی قدیمی به اداره حاکمیت شرکتی پرداخت. در چنین شرایطی نیاز است که حاکمان شرکتی ما از ابزارهای متناسب با شرایط پیچیده استفاده کنند. مشکل اصلی بسیاری از حاکمیت‌های شرکتی ما این است که از ابزارها و روش‌های کنترلی متناسب با شرایط ثبات در شرایط پیچیده و متلاطم استفاده می‌کنیم و این طبیعی است که آن‌ها در این شرایط کارآئی و بازدهی لازم را نداشته باشند. در چنین

Archive of SID

www.SID.ir

شرایطی استفاده از تکنیک‌های آینده پژوهانه، تحلیل حساسیت، ترسیم آینده‌های متحمل متعدد، مراقبت‌های راهبردی به منظور جلوگیری از غافل گیری راهبردی نیاز است. در شرایطی که همه چیز تحت کنترل ما نیست، خود کنترلی و کنترل درونی می‌تواند جایگزین عامل‌های خارجی و بیرونی شود. معنا سازی، گفتمان سازی، چشم انداز سازی، رقابت میان عاملی، دیده‌بانی محیطی ابزارهای مفید کنترلی حاکمیت شرکت‌ها در شرایط پیچیده و متلاطم می‌باشند.

لازم است تا توجه حاکمیت شرکتی و کلیه ذینفعان سازمان‌ها به مکانیزم‌های نوین کنترلی جلب شده و از آنان استفاده کنند. ما نیاز داریم تا با تبلیغات گسترده فرهنگ پرسشگری، تفکر نقاد و تفکر حل مساله را در کلیه ذینفعان شرکت‌ها تقویت کنیم. همانگونه که در مباحث مطرح شد، اقدامات کنترلی ذینفنعان از بسیار کج روی‌ها و خطاها و اقدامات منفعت طلبانه عاملان سازمان جلوگیری خواهد کرد. توجه روز افزون و ارتقا کیفیت نظام‌های رتبه بندی در کشور می‌تواند به عنوان عاملی کنترلی بر اداره شرکت‌ها موثر باشد. در همین راستا پیشنهاد می‌شود که نظام رتبه بندی اثر بخشی حاکمیت شرکتی طراحی و تدوین شده و هر ساله کلیه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار به وسیله این نظام و بر اساس میزان تحقق اهداف حاکمیت شرکتی رتبه بندی شده و اعلان عمومی شوند. طبیعتاً این آئین نامه و این نظام رتبه بندی نقش بسیار پررنگی در نرخ روند قیمت گذاری سهام و بازار سهام خواهد داشت. در پایان نیز پیشنهاد می‌شود که آئین نامه حاکمیت شرکتی بورس اوراق بهادر که اخیرا تصویب شده است مورد بازبینی و باز مهندسی جدی قرار گیرد و نقش‌های نوین کنترل راهبردی حاکمیت شرکتی که در این مقاله به آن پرداخته شد به همراه دیدن شرایط بستر و محیطی کشور ایران به آن اضافه شود.

Archive of SID

www.SID.ir

References

1-Aguilera, Ruth, V., Desender, Kurt., Bednar, Michael, K., & Lee, Jun Ho. (2015). Connecting the Dots: Bringing External Corporate Governance into the Corporate Governance Puzzle. Academy of Management Annals, 9 (1) 1, 483-573.
2-Aoki, M. (2001). A comparative institutional analysis Toward. Cambridge, MA: MIT Press.
3-Bednar, MK, Love, EG, & Kraatz, M. (2013). Paying the price? The impact of controversial governance practices on managerial reputation. Journal of Management Academy. Doi: 10.5465 / amj.2012.1091.
4-Bell, G., Filatotchev, I., & Aguilera, RV (2014). Corporate governance and investors perceptions of foreign IPO value: An institutional perspective. Journal of Management Academy, 57 (1), 301-320.
5-Creswell, JW, & Miller, DL (2000), "Determining Validity in Qualitative Inquiry", Theory into Practice, 39, 124-130.
6-Danaeefard, H, Emami, S.M. (2007). Qualitative research strategies: Reflection on grounded theory, Journal of Strategic Management Thought, the first year, the second issue: 69-97. (In Persian).
7-Garcia-Castro, R., & Aguilera, RV (2015). Incremental value creation and appropriation in a world with multiple stakeholders. Journal Management Strategic, 36 (1), 137-147.
8-Gompers, P., Ishii, J., & Metrick, A. (2010). Extreme governance: An analysis of dual-class firms in the United States. Journal Of Financial Studies Review, 23 (3), 1051-1088.
9-k, DC, Werder, A. v ., & Zajac, EJ (2008). New directions in corporate governance research. Science Organization, 19 (3), 381-385.
10-Jiang, W., Lee, P., & Anandarajan, A. (2008). The association between corporate governance and earnings quality: Further evidence using the GOV-Score. In Accounting Advances, 24 (2), 191-201.
11-Khashei, V., Harandi, A. (2015). Explaining the strategic control in the weighing industry: Discourse analysis using grounded theory strategy, Strategic Management Studies, No. 22, pp. 16-80.(In Persian).
12-Lan, LL, & Heracleous, L. (2010). Rethinking agency theory: The view from the law. Review of Management Academy, 35 (2), 294-314.
13-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.

Archive of SID

www.SID.ir

14-Rajan, RG, & Zingales, L. (2000). The Governance of the new enterprise (No. W7958) .cambridge, MA: National Bureau of Economic Research.
15-Rahmanseresht, H., Harandi, A. (2017). Examining the Impact of Corporate Governance Strategic Control on the Effectiveness Governance of Corporation in Stock Market. Journal of Business Management, 9(3), 485-506.(In Persian)

Archive of SID

www.SID.ir