

طراحی مدل بهینه مهارت های کارآفرینانه سازمانی، مبتنی بر حاکمیت شرکتی

هومن فروزانفر^۱

مرتضی موسی خانی^{۲*}

سید مهدی الوانی^۳

ابوالفضل کاظمی^۴

چکیده

اثر حاکمیت شرکتی بر نوآوری های کسب و کار و عملکرد، موضوع بحث در کشورهای توسعه یافته بوده است. اما در کشورهای در حال توسعه، کاراندکی در این زمینه انجام شده است. بر این اساس پژوهش حاضر با هدف طراحی مدل بهینه کارآفرینی سازمانی مبتنی بر حاکمیت شرکتی انجام شده است. این پژوهش با روش آمیخته و چند روشی (کیفی- کمی- کمی) انجام شده است. در بخش کیفی از روش تحلیل محتوا استفاده شده است. جامعه آماری در بخش کیفی خبرگان و مدیران بانک صنعت و معدن می باشد که با استفاده از روش هدفمند و گلوله برفی انتخاب شده اند. ابزار گردآوری داده ها، مصاحبه نیمه ساختار یافته بوده است که انجام مصاحبه، تا رسیدن به حد اشباع نظری ادامه یافته است و این مهم در مصاحبه دوازدهم حاصل شده است. تحلیل داده ها به واسطه سه مرحله کدگذاری؛ با نرم افزار MAXQDA2020 انجام شده است. در بخش دوم و در قسمت کمی پژوهش از روش معادلات ساختاری با نرم افزار های SPSS, SMART PLS استفاده شده است. جامعه آماری در بخش کمی کارکنان، معاونین و مدیران بانک صنعت و معدن بوده اند که با فرمول کوکران تعداد نمونه آماری ۲۲۶ نفر مشخص شد. در بخش دوم (کمی) جامعه آماری را خبرگان و مدیران بانک صنعت و معدن ایران تشکیل داده اند که بر اساس روش نمونه گیری قضاوتی یا هدفمند انجام شد. در بخش دوم کمی روش آماری تحلیل داده ها، کنترل فازی با استفاده از نرم افزار MATLAB بود که در این بخش مدل بهینه، استحصال گردید. یافته های پژوهش نشان داد و وضعیت مطلوب برای داشتن یک سازمان کارآفرین مبتنی بر حاکمیت شرکتی در سازمان های دولتی ایران از ترکیب ابعاد عملکرد، پاسخگویی، شفافیت، ساختار هیئت مدیره، رعایت حقوق ذی نفعان و اخلاق حرفه ای حاصل می شود که در این فرایند نقش مهارت آموزی و یادگیری سازمانی بسیار مهم است.

واژگان کلیدی: کارآفرینی سازمانی، حاکمیت شرکتی، مهارت آموزی، سیستم استنتاج فازی، پژوهش چند روشی.

^۱. دانشجوی دکتری مدیریت کارآفرینی شاخه کسب و کار، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد قزوین، ایران

^۲. استاد گروه مدیریت دولتی واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. pres@qiau.ac.ir

^۳. استاد گروه مدیریت دولتی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

^۴. دانشیار، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد قزوین، دانشکده مهندسی صنایع و مکانیک، قزوین، ایران

Designing an Optimized Model of Organizational Entrepreneurial Skills Based on Corporate Governance

Hooman Forouzanfar^۱
Morteza Mosa Khani^{*۲}
Seyed Mehdi Alvani^۳
Abolfazl Kazemi^۴

Abstract:

The effect of corporate governance on business innovations and performance has been a topic of discussion in developed countries. However, in developing countries, little work has been done in this area. Accordingly, the present study was conducted with the aim of designing an optimized model of organizational entrepreneurship based on corporate governance. This research was carried out using a mixed-methods approach (qualitative-quantitative-quantitative). In the qualitative part, the content analysis method was used. The statistical population in the qualitative section consisted of experts and managers from the Industry and Mine Bank, who were selected using purposeful and snowball sampling methods. The data collection tool was a semi-structured interview, which continued until theoretical saturation was reached, achieved in the twelfth interview. Data analysis was conducted through three stages of coding using MAXQDA2020 software. In the second section, the quantitative part of the research utilized structural equation modeling with SPSS and SMART PLS software. The statistical population in the quantitative section included employees, deputies, and managers of the Industry and Mine Bank, and the sample size was determined to be 226 people using Cochran's formula. In the second quantitative section, the statistical population consisted of experts and managers from the Industry and Mine Bank of Iran, and the sampling was done using judgmental or purposive sampling methods. In the second quantitative section, the statistical method for data analysis was fuzzy control, performed using MATLAB software, where the optimized model was derived. The research findings showed that the ideal situation for having an entrepreneurial organization based on corporate governance in Iran's public organizations results from the combination of dimensions such as performance, accountability, transparency, board structure, respect for stakeholder rights, and professional ethics, in which the role of skill development and organizational learning is highly important.

Keywords: Organizational Entrepreneurship, Corporate Governance, Skill Development, Fuzzy Inference System, Mixed-Methods Research.

^۱. PhD Candidate in Business Entrepreneurship Management, Islamic Azad University, Qazvin Branch, Qazvin, Iran.

^۲. Professor, Department of Public Administration, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. pres@qiau.ac.ir

^۳. Professor, Department of Public Administration, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran.

^۴ Associate Professor, Islamic Azad University, Qazvin Branch, Faculty of Industrial and Mechanical Engineering, Qazvin, Iran.

مقدمه

در دنیای امروز، سازمان‌ها برای بقا و رشد نیاز به مدیریت کارآمد دارند. یکی از عناصر اساسی برای دستیابی به این اهداف، **حاکمیت شرکتی** است که نقش مؤثری در کاهش عدم تقارن اطلاعاتی و بهبود عملکرد سازمان‌ها دارد (بادولاتو و همکاران، ۲۰۱۴). این مفهوم به خصوص در شرکت‌های بزرگ که با چالش‌های پیچیده‌ای مواجه هستند، اهمیت بیشتری پیدا می‌کند (دیویدسون، ۲۰۰۵).

از سوی دیگر، **نوآوری سازمانی** نیز به عنوان یکی از عوامل کلیدی در موفقیت بلندمدت سازمان‌ها شناخته می‌شود (کاسون، ۲۰۰۵). نوآوری می‌تواند سازمان‌ها را قادر سازد تا در محیط‌های رقابتی بقا داشته باشند و فرصت‌های جدید را شناسایی کنند (جونز و باتلر، ۱۹۹۲). همچنین، ارتباط میان حاکمیت شرکتی و نوآوری سازمانی مورد توجه قرار گرفته است؛ پژوهش‌ها نشان داده‌اند که حاکمیت مؤثر می‌تواند نوآوری را در سازمان‌ها تسهیل کند (کوراکتو و آدرچ، ۲۰۱۳).

کارآفرینی سازمانی به عنوان یکی از مهم‌ترین رویکردهای نوین مدیریتی معرفی شده است که می‌تواند منجر به خلق فرصت‌های کارآفرینانه در داخل سازمان‌ها شود (دس و لامپکین، ۲۰۰۵). این مفهوم در سازمان‌های بزرگ و پیچیده‌ای که به دنبال ایجاد ارزش افزوده هستند، اهمیت بیشتری پیدا می‌کند (جونز و باتلر، ۱۹۹۲).

از دیدگاه **حاکمیت شرکتی**، مدیران مستقل می‌توانند به عنوان نقش‌آفرینان کلیدی در کاهش عدم تقارن اطلاعاتی و بهبود نظارت بر سازمان‌ها عمل کنند (کلین، ۲۰۰۲). به علاوه، حاکمیت شرکتی بر **ریسک‌پذیری** و **مدیریت ریسک** در سازمان‌ها تأثیرگذار است و می‌تواند به بهبود **تأمین مالی** و رشد پایدار کمک کند (گوتو و یاناس، ۲۰۲۳).

پژوهش‌ها نشان داده‌اند که مدیریت کارآفرینی و حاکمیت شرکتی نقش مهمی در توسعه فرصت‌های جدید و بهره‌برداری از آنها دارند (مارتین-روخاس و همکاران، ۲۰۱۱). این عناصر همچنین می‌توانند به کاهش ریسک و افزایش شفافیت در تصمیم‌گیری‌های استراتژیک سازمان کمک کنند (نگوین و همکاران، ۲۰۲۴).

شواهد نشان می‌دهد که سازمان‌هایی که به خوبی مدیریت می‌شوند، از حاکمیت شرکتی برای تغییر مدیریت ریسک و تأمین مالی مهارت‌آموزی، یادگیری سازمانی، تحقیق و توسعه، و افزایش ارزش سهامداران استفاده می‌کنند (گوتو و یاناس، ۲۰۲۳). در این راستا، حاکمیت شرکتی می‌تواند به ایجاد بستری برای نوآوری و کارآفرینی درون سازمانی کمک کند، به‌ویژه در صنعت بانکداری

که نیازمند ساختارهای قوی و کارآمد برای رقابت در بازارهای جهانی است (کوراکتو و آدرچ، ۲۰۱۳؛ مارتین-روخاس و همکاران، ۲۰۱۱).

علاوه بر این، مفهوم **روحیه کارآفرینی** به عنوان یکی از مکانیزم‌های مهم احیای سازمان‌های بزرگ و توسعه نوآوری معرفی شده است (دس و لامپکین، ۲۰۰۵). تحقیقات نشان می‌دهند که **کارآفرینی سازمانی** نقش کلیدی در دستیابی به **مزیت رقابتی** و نتایج مالی بهتر دارد، چرا که شرکت‌ها از طریق آن می‌توانند فرصت‌ها را کشف و خلاقانه عمل کنند (جونز و باتلر، ۱۹۹۲). این نوآوری‌ها در صورتی که به نیازهای بازار پاسخ دهند و همراه با کارآفرینی باشند، می‌توانند منجر به **موفقیت تجاری پایدار** شوند (کاسون، ۲۰۰۵).

تحقیق حاضر با هدف طراحی و بومی‌سازی یک مدل مهارت‌های کارآفرینانه سازمانی مبتنی بر حاکمیت شرکتی در بانک صنعت و معدن ایران انجام شده است. این مدل تلاش دارد تا نقش‌ها و ارتباطات بین مصرف‌کنندگان، مشتریان، ذی‌نفعان و عرضه‌کنندگان بانک صنعت و معدن را با توجه به تأثیر مهارت‌آموزی و یادگیری سازمانی تبیین کند. همچنین با ارائه راهکارهایی برای سیاست‌گذاران و مدیران اجرایی، این مدل به توسعه کارآفرینی سازمانی و ارتقاء عملکرد بانک کمک خواهد کرد.

براین اساس پژوهش حاضر از سه منظر اهمیت دارد:

۱. **تئوریکال**: این تحقیق از لحاظ نظری نوآورانه است و هیچ مدل مشابهی در مطالعات داخلی و خارجی ارائه نشده است.

۲. **کاربردی**: این تحقیق به طور خاص برای بانک صنعت و معدن ایران طراحی شده است و می‌تواند به بهبود عملکرد و کارآفرینی سازمانی در این بانک کمک کند.

۳. **روش‌شناختی**: این تحقیق از رویکرد چندروش‌شی استفاده کرده و با بهره‌گیری از نرم‌افزارهای جدید تحلیل داده، کیفیت و اعتبار پژوهش را افزایش داده است.

سوال اصلی تحقیق عبارت است از: **مدل بهینه مهارت‌های کارآفرینانه سازمانی مبتنی بر حاکمیت شرکتی در بانک صنعت و معدن ایران کدام است؟**

پیشینه پژوهش

کارآفرینی سازمانی طی سال‌های گذشته با رشد چشمگیری همراه بوده و به یک استراتژی جهت تسهیل اقدامات شرکت‌ها برای نوآوری و روبه‌رو شدن با واقعیت‌های رقابتی بازار جهان امروز، تبدیل شده است (ترابی و همکاران، ۱۴۰۱). در این راستا حاکمیت شرکتی با ایجاد تعادل بین

اهداف اقتصادی و اجتماعی یک شرکت در جنبه های استفاده موثر از منابع، پاسخگویی در استفاده از قدرت و رفتار شرکت در محیط اجتماعی پرداخته است (رضایی و سبحانی، ۱۳۹۵). در این راستا لی و همکاران (۲۰۱۹) بیان می کنند: مدیریت کارآفرین سازمانی در فرآیند نوآوری منافع بزرگتری را برای سازمان به همراه دارد که منجر به مدل جدیدی از کارآفرینی سازمانی و نوآوری می شود. نوآوری در لبه جلویی استراتژی سازمان واقع است. نتایج تحقیقات، ارتباط بین کارآفرینی سازمانی و نوآوری را بیان می کند و نشان می دهد دو مولفه با یکدیگر پیوند دارند (لی و همکاران، ۲۰۱۹). به گفته شین، ۲۰۱۲ تاکید بیشتر بر اقدام کارآفرینانه و نیاز به بررسی ایده های سرمایه گذاری جدید در سازمان است. به همین دلایل، نظریه سازی پیوند کارآفرین و فرصت جدید، بر مبنای ایده های سرمایه گذاری جدید پتانسیل بالقوه ای دارد. اختلاف قابل ملاحظه ای در مورد اینکه چگونه کارآفرینان سازمانی فرصت ها را شناسایی می کنند، وجود دارد. کارآفرینان سازمانی به جای اینکه با هدف به دنبال فرصت ها باشند، فرصت ها را در زمانی که روی می دهد، کشف یا شناسایی می کنند (شین، ۲۰۱۲). همین طور بنابر نظر جونز و همکاران (۲۰۱۹) کارآفرینی شرکتی، نحوه شکل گیری محیط شرکت از طریق عرضه محصولات و فرآیندهای جدید، جستجوی فرصت های جدید خارج از فعالیت های کنونی شرکت و تعیین جایگاه رقابتی در مقابل رقبا را تلفیق می کند. زهرا و همکاران (۲۰۰۰) در مورد ریسک پذیری و پیشتازی در بازار کسب و کار سازمان اذعان دارد: سازمان ها به این دلیل مشتاق کارآفرینی شرکتی هستند، چون ظرفیت مشارکت در مزیت رقابتی شرکت را دارد و در مقابل می تواند رشد ارزش کسب و کار شرکت را تضمین دهد. با این وجود، کارآفرینی شرکتی خطرات و عدم قطعیت هایی تحمیل می کند که می تواند باعث تضعیف موفقیت و ارزش شرکت شود. در ادامه به تعاریف و مفاهیم اصلی پژوهش پرداخته شده است:

• کارآفرینی سازمانی

کارآفرینی سازمانی مفهومی در حوزه مدیریت و کسب و کار است که، به ایجاد و توسعه فرصت های جدید و نوآورانه در محیط سازمانی می پردازد. این فرصت های جدید ممکن است به شکل تجاری، فنی، سازمانی یا بازار محور باشند و با بهره برداری از این فرصتها، تحول و بهبود عملکرد در سازمان ایجاد شوند. در واقع کارآفرینی سازمانی شامل فعالیت هایی است که به تشویق خلاقیت و نوآوری در سازمان ها منجر می شود. این فرآیند شامل شناسایی چالشها و فرصت های جدید، طراحی و توسعه راهکارهای نوآورانه، تخصیص منابع و مدیریت پروژه ها برای پیاده سازی ایده ها و تبدیل آن ها به محصولات یا خدمات قابل ارائه به بازار است. بعلاوه، کارآفرینی سازمانی

نیازمند تغییر فرهنگ سازمانی، تعهد رهبران، و مشارکت اعضای تیم در فرآیند نوآوری و ارتقاء عملکرد است. (لئوناردو و همکاران، ۲۰۲۳)

• حاکمیت شرکتی

حاکمیت شرکتی به معنای سیستمی از اصول، مقررات، رویه‌ها، و ساختارها است که یک سازمان را مدیریت و نظارت می‌کند تا به بهترین نحو ممکن برای تأمین منافع و حقوق تمامی ذینفعان آن عمل کند. این ذینفعان شامل سهامداران، مدیران ارشد، کارکنان، مشتریان، اعتباردهندگان، و جامعه به طور کلی می‌شوند. حاکمیت شرکتی هدف اصلی خود را در حفظ شفافیت، عدالت، اختیارات و کارآمدی مدیریت و کنترل مناسب بر رفتار و عملکرد سازمان تعیین می‌کند. عواملی چون «تقسیم مسئولیت، شفافیت و اطلاع رسانی، عدالت و عدم تبعیض، تعیین مسئولیت‌ها، حسابرسی و نظارت، و حقوق سهامداران» در حاکمیت شرکتی مهم است. حاکمیت شرکتی یک مفهوم اساسی در مدیریت شرکت‌ها است که به افزایش کارایی، شفافیت، اعتماد، و مسئولیت‌پذیری در سازمان‌ها کمک می‌کند و به منظور حفظ منافع تمامی ذینفعان تأکید دارد. (سینگ و شارما، ۲۰۲۳)

در ادامه نتایج برخی پژوهش‌های انجام شده در سازمان‌های دولتی ایران و جهان بررسی شده است که با ویژگی‌های سازمان کارآفرین مبتنی بر حاکمیت شرکتی که به آنها اشاره شد، مرتبط است.

در پژوهش طراحی و ارائه مدل کارآفرینی استراتژیک مورد مطالعه، وزارت نیرو (موسی‌خانی، مرتضی؛ الوانی، سید مهدی؛ داوری، علی؛ تابع جماعت، ماشاءالله، ۱۳۹۵)، سه دسته از عوامل علی مورد شناسایی قرار گرفت. ۱. قابلیت‌های کارآفرینانه سازمانی ۲. قابلیت‌های کارآفرینانه منابع انسانی ۳. شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه.

هدف اصلی در پژوهش مدل تجاری‌سازی ایده‌های کارآفرینانه در مراکز رشد دانشگاه‌های کارآفرین (موسی‌خانی، مرتضی؛ الوانی، سید مهدی؛ آذر، عادل؛ ظریفی، سید فواد، ۱۳۹۵) تدوین مدلی برای موفقیت در فروش محصول تجاری‌سازی شده در مراکز رشد و آزمون مدل انجام شده است. در پژوهش حاکمیت اکوسیستم‌های کارآفرینانه (لهمان، داگینیو، ۲۰۱۸) مسئله ساختار حاکمیت و مرز اکوسیستم‌های کارآفرینانه بررسی شد. این شماره ویژه از «اقتصاد کسب و کارهای کوچک» قصد دارد درک ما از پیشرفت‌های نظری و مفهومی که مستقیماً با مدل‌های حاکمیت

اکوسیستم های کارآفرینانه و مسیرهای تکاملی آنها در ارتباط هستند به طور قابل توجهی افزایش و بسط دهد، به خصوص زمانی که شرکتی کوچک، بزرگتر شده و تثبیت می شود. عنوان «حاکمیت اکوسیستم های کارآفرینانه» قصد دارد بر اهمیت دو مضمون کاملاً بهم مرتبط: ارتباط تحولات در اکوسیستم های کارآفرینانه با گفتمان موجود درباره حاکمیت؛ و توسعه چهارچوب های جدید و مدل هایی از فرایندها، سازوکارها، روابط و رویه های حاکمیت اکوسیستم های کارآفرینانه تاکید کند.

در تحقیق حاکمیت شرکتی، ابتکارات پایداری و عملکرد شرکت: ابعاد نظری و مفهومی (رحمان و همکاران، ۲۰۱۹)، نتایج نشان دادند مسائل مرتبط با حاکمیت شرکتی می تواند ادراک فعالان این عرصه از جنبه های مختلف تلاش های انسانی را نشان دهد که نوآوری های پایدار هم جزء آنها است. اما، راندمان و کارایی این نوآوری ها با معرفی سرمایه فکری (انسانی، ارتباطی، ساختاری و معنوی) قابل بهبود است که به توجه بیشتر روی منابع و سرمایه شرکت برای به دست آوردن مزیت رقابتی کمک می کند.

در تحقیق مشروعیت حاکمیت شرکتی در سازمان های بانکداری چین (زویو، ۲۰۱۹) با توجه به موقعیت خاص نهادی در چین، این فصل کتاب انتشارات اشپرینگر، گفتمان های مشروعیت حاکمیت شرکتی در سازمان های بانکداری این کشور را بررسی می کند. و به این نتیجه می رسد که بانک های چینی با ادغام درون اقتصاد ملی، ارتباط نزدیک با صنایع اصلی و رابطه درهم تنیده با کسب و کارهایی که در مالکیت دولت قرار دارند و یک نوع سبک سرمایه داری مشروعیت پیدا می کنند. از لحاظ قانون گذاری مالی، یک گفتمان موازی از کنترل دقیق و رفع نظارت دیده می شود که به شدت بر حاکمیت بانک ها از بسیاری جهات اثرگذار است. با اینکه دادگاه چین ظاهراً نقش محدودی در شکل گیری گفتمان ساختار حاکمیت بانک های چینی دارد، اما نقش مداخله کننده آن در فعالیت کسب و کار بانک با اقدامات قضایی مختلف کاملاً فعالانه است و اینکه با مشارکت روزافزون در جهانی شدن امور مالی، چه بوسیله توسعه بین المللی بانک های چین یا افزایش حضور بانک های خارجی در چین، تاثیر بین المللی قدرت زیادی در تغییر شکل ساختار حاکمیت سازمان های بانکی چین نشان می دهد.

در پژوهش نقش فرصت (اهداف خاص کارآفرینی) در کارآفرینی پایدار دانشگاه لاپین رانتا، کلکته، هند که بر روی اهداف کارآفرینی خاص در کارآفرینی پایدار با استفاده از رویکرد چند گانه تمرکز

دارد، با توجه به پیشرفت‌های اخیر در زمینه توسعه پایدار و پایداری در کارآفرینی، اشکال کارآفرینی مبتنی بر هدف، ظهور کرده است. در نتیجه، تمرکز تحقیق به نگرش گردانندگان کارآفرینی در زمینه کارآفرینی پایدار پرداخته است.

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش با روش آمیخته و چند روشی (کیفی-کمی-کمی) انجام شده است. در بخش کیفی از روش تحلیل محتوا استفاده شده است. جامعه آماری در بخش کیفی خبرگان و مدیران بانک صنعت و معدن می‌باشند که با استفاده از روش هدفمند و گلوله برفی انتخاب شده اند لازم به ذکر است خبرگانی که بدین منظور انتخاب شده اند حداقل دارای پنج سال سابقه و تجربه مدیریتی بوده اند و یا تحصیلات تکمیلی مرتبط داشته اند. ابزار گردآوری داده‌ها، مصاحبه نیمه ساختار یافته بوده است که انجام مصاحبه، تا رسیدن به حد اشباع نظری ادامه یافته است و این مهم در مصاحبه دوازدهم حاصل شده است. تحلیل داده‌ها به واسطه سه مرحله کدگذاری؛ با نرم افزار MAXQDA2020 انجام شده است. در بخش دوم و در قسمت کمی پژوهش از روش معادلات ساختاری با نرم افزارهای SPSS, SMART PLS استفاده شده است. جامعه آماری در بخش کمی کارکنان، معاونان و مدیران بانک صنعت و معدن بوده اند که با فرمول کوکران تعداد نمونه آماری ۲۲۶ نفر مشخص شد افرادی که به عنوان جامعه آماری انتخاب شدند حداقل سه سال سابقه کاری در سیستم بانکداری را در پست‌های مدیریتی، معاونت و کارکنان ارشد داشته اند. جهت روایی پژوهش در بخش کیفی از «بازبینی توسط همکاران و تأیید صاحب‌نظران» استفاده شده است. برای بررسی پایایی تحقیق در بخش کیفی، از روش پایایی «توافق بین دو کدگذار» استفاده شده است. در بخش کمی و آزمون مدل، برای بررسی اعتبار هریک از گویه‌ها از آلفای کرونباخ استفاده شده است. در بخش دوم (کمی) جامعه آماری را خبرگان دانشگاهی، کارکنان و مدیران بانک صنعت و معدن ایران تشکیل داده اند که بر اساس روش نمونه‌گیری قضاوتی یا هدفمند انجام شد. جامعه آماری در این بخش حداقل دارای پنج سال سابقه کاری و حداقل تحصیلات کارشناسی ارشد بوده اند. ابزار پژوهش، پرسشنامه محقق ساخته بود، روایی پرسشنامه توسط اساتید و صاحب‌نظران تأیید شد. پایایی پرسشنامه نشان داد دارای ثبات، یعنی حصول نتیجه به طور مکرر است. در بخش دوم کمی روش آماری تحلیل داده‌ها، کنترل فازی با استفاده از نرم افزار MATLAB بود.

یافته های پژوهش

الف) تجزیه و تحلیل کیفی

در این بخش گام های طی شده جهت انجام تحلیل داده های کیفی و کدگذاری بر اساس سه مرحله (کدگذاری باز، محوری و گزینشی) ارائه شده است.

در این پژوهش شناسایی مؤلفه های «مدل مهارت های کارآفرینانه سازمانی مبتنی بر حاکمیت شرکتی» ماهیت مصاحبه را به وجود آورده است، بر این اساس به جداول کدگذاری در ادامه پرداخته شده است:

جدول شماره ۱. کدگذاری مربوط به حاکمیت شرکتی

کد گزینشی	کد محوری	کد باز
پاسخگویی	پاسخگویی	مؤلفه ی "پاسخگویی" یکی از مهمترین و اساسی ترین عناصر حاکمیت شرکتی است.
		پاسخگویی به اصول حاکمیت شرکتی به معنای ارتباط شفاف و مستمر شرکت با اعضای مختلف آن، از جمله سهامداران، مدیران، کارکنان، و مشتریان، و توجیه تصمیمات و عملکرد شرکت است.
		این مؤلفه در ایجاد اعتماد و شفافیت در سازمان ها نقش کلیدی دارد و اهمیت زیادی در محیط کسب و کار دارد.
حاکمیت شرکتی	ذینفعان	ذینفعان در حاکمیت شرکتی افراد، گروه ها، یا ارکانی هستند که به نحوی به شرکت و عملکرد آن مرتبط هستند و به نوعی نقاط قوت یا ضعف شرکت محسوب می شوند. در حاکمیت شرکتی، مدیران سعی می کنند توجه به نیازها و انتظارات این ذینفعان را در تصمیم گیری های خود در نظر بگیرند تا به بهبود عملکرد و ارزش شرکت کمک کنند.
		تأمین نیازها و انتظارات مختلف این ذینفعان و تعادل بین این نیازها از طریق حاکمیت شرکتی بهبود عملکرد شرکت و ایجاد اعتماد در بازار و جامعه را تضمین می کند.
		مفهوم ذینفعان معمولاً به مفاهیمی مانند شرکا، سهامداران، کارکنان، مشتریان، جامعه، و دیگر افراد و مؤسساتی که تأثیری بر عملکرد و تصمیمات یک شرکت دارند، ارتباط دارند.

شفافیت	شفافیت به معنای فراهم کردن اطلاعات و داده‌های مرتبط با عملکرد شرکت به طور منظم و بدون تأخیر به اعضای مختلف شرکت است.
	شفافیت شامل اطلاعات مالی، عملکرد عملیاتی، استراتژی‌ها، و تصمیمات مهم مدیریتی می‌شود
	شرکت‌ها باید گزارشات مالی و عملکرد خود را به صورت منظم و قابل فهم برای سهامداران و دیگر اعضای شرکت منتشر کنند.
	این گزارش‌دهی ممکن است شامل گزارشات سالانه، فصلی، و گزارشات ویژه باشد.
ساختار هیات مدیره	ساختار هیات مدیره در حاکمیت شرکتی نقش بسیار مهمی ایفا می‌کند.
	هیات مدیره به عنوان یک سازمان نظارتی و تصمیم‌گیری کلیدی در یک شرکت عمل می‌کند و مسئولیت اجرایی و نظارت بر عملکرد مدیریت اجرایی را دارد.
	عضویت در هیات مدیره باید از نظر مالی و سیاسی مستقل باشد تا به ارتقا حاکمیت شرکتی کمک کند.
	اعضای هیات مدیره باید دارای دانش و تجربه مرتبط با صنعت و عملکرد شرکت باشند
عملکرد	هیات مدیره مسئول نظارت بر مدیریت اجرایی شرکت، تصویب سیاست‌ها و استراتژی‌ها، و اجرای برنامه‌های کلان است.
	مولفه عملکرد در حاکمیت شرکتی به تأکید بر مسئولیت مدیریت اجرایی در اجرای استراتژی‌ها، تعهد به اهداف و ارزیابی کیفیت عملکرد اشاره دارد
	شرکت باید سیستم‌هایی را برای اندازه‌گیری و ارزیابی عملکرد خود ایجاد کند. این شامل اندازه‌گیری اقتصادی، مالی، عملیاتی، و اجتماعی می‌شود.

شرکت باید به صورت دوره ای گزارش های عملکرد خود را به سهامداران ارائه دهد تا آنها اطلاعات کافی برای ارزیابی عملکرد داشته باشند.		
اخلاق در حاکمیت شرکتی به تأکید بر رفتارها، انتظارات اخلاقی، و اصول عدالت و شفافیت در مدیریت و عملکرد شرکت اشاره دارد.	اخلاق	
مولفه اخلاق در حاکمیت شرکتی تأکید دارد که شرکت باید به انسانیت و عدالت در تصمیمات و اعمال خود احترام بگذارد.		

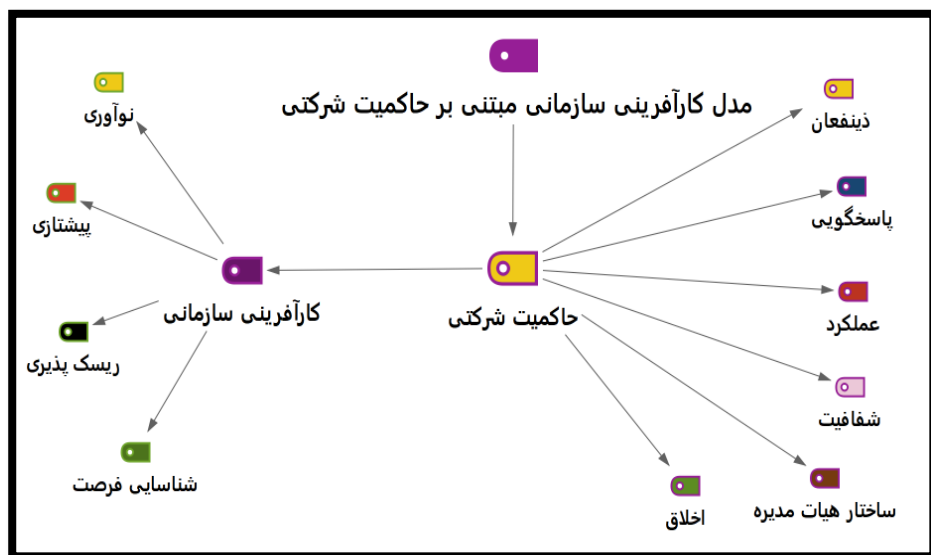
جدول شماره ۲. کد گذاری مربوط به تاثیر حاکمیت شرکتی بر کارآفرینی سازمانی

کد باز	کد محوری	کد گزینشی
ریسک پذیری به میزان آمادگی سازمان برای تحمل و مدیریت ریسک ها و فرصت های نوظهور اشاره دارد.	مهارت ریسک پذیری	
ساختار حاکمیت شرکتی تعیین کننده نحوه تصمیم گیری در سازمان است. سازمان هایی با ساختار حاکمیتی مرکزی و مدیریتی سستی ممکن است به سختی تصمیم های ریسک پذیری بپذیرند.		
در مقابل، سازمان هایی با حاکمیت شرکتی انعطاف پذیرتر می توانند بهتر به ریسک ها و فرصت های نوظهور واکنش نشان دهند.		
با ایجاد تعادل مناسب میان حفظ منافع ذینفعان و ایجاد فرصت های کسب و کار جدید، سازمان می تواند به نوآوری و رشد پایدار دست یابد.	مهارت نوآوری	مهارت های کارآفرینی سازمانی
کارآفرینی سازمانی به معنای ایجاد و توسعه فرصت های کسب و کار جدید و نوآوری در داخل سازمان است.		
تحلیل میزان تأثیر مثبت یا منفی حاکمیت شرکتی بر فرصت های کارآفرینی و نوآوری سازمان است.		
تأثیر حاکمیت شرکتی بر بعد پیشتازی در کارآفرینی سازمانی می تواند بسیار مهم باشد.	مهارت پیشتازی	
پشتتازی در کارآفرینی به معنای ایجاد و بهره برداری از فرصت های نوظهور و نوآوری های جدید در سازمان است.		

در سازمان‌هایی با ساختار تصمیم‌گیری مرکزی و مدیریت متمرکز، امکان پیشتازی در کارآفرینی ممکن است محدود شود. در عوض، سازمان‌هایی با ساختار تصمیم‌گیری انعطاف‌پذیرتر می‌توانند بهتر به فرصت‌های نوظهور و نوآوری‌های کارآفرینانه واکنش نشان دهند. این کنترل‌ها می‌توانند به سازمان در پیگیری اجرای تصمیمات کارآفرینانه و نظارت بر پیشرفت پروژه‌ها کمک کنند.		
حاکمیت شرکتی می‌تواند تدوین سیاست‌ها و راهکارهای مدیریت فرصت در سازمان را ترویج کند. این سیاست‌ها می‌توانند به کارکنان داخلی اطمینان دهند که فرصت‌ها به درستی شناسایی و بهره‌برداری می‌شوند. سازمان‌هایی با ساختار حاکمیتی پایدار ممکن است تمرکز خود را بر روی پیشتازی در کارآفرینی داشته باشند و برای مدت زمان بیشتری بر فرصت‌های نوآورانه کار کنند.	مهارت شناسایی فرصت	



شکل ۱ خروجی نرم افزار MAXQDA2020 مربوط به «Code Variable Statistics»



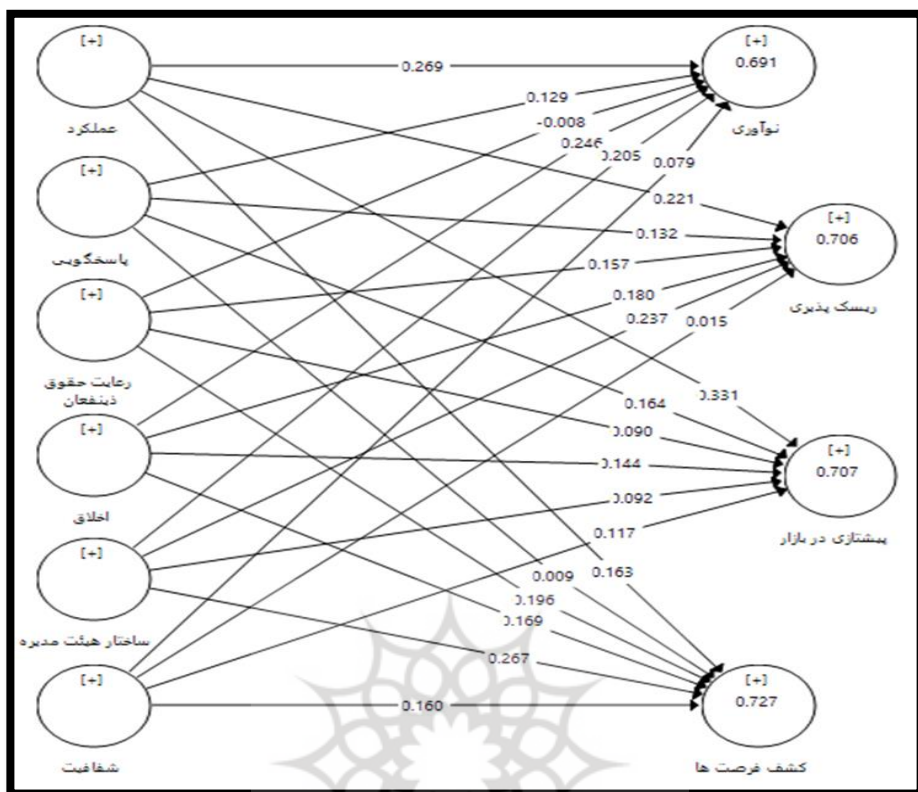
شکل ۲. الگوی مفهومی مستخرج از بخش کیفی. خروجی MAXQDA2020

(ب) تجزیه و تحلیل داده ها در بخش کمی

نتایج آمار توصیفی نشان می دهد اکثریت افراد نمونه مرد هستند (۸۱/۹ درصد). سن ۴۴/۷ نفر از افراد بین ۳۰ تا ۴۰ سال است (۱۰۱ نفر). اکثریت افراد نمونه دارای تحصیلات کارشناسی ارشد (۴۴/۷ درصد) بودند. سابقه کاری ۱۴۶ نفر از افراد نمونه آماری بین ۱۰ تا ۱۵ سال و ۳۹ نفر از آن ها بیشتر از ۱۵ سال بود.

آزمون فرضیه های تحقیق

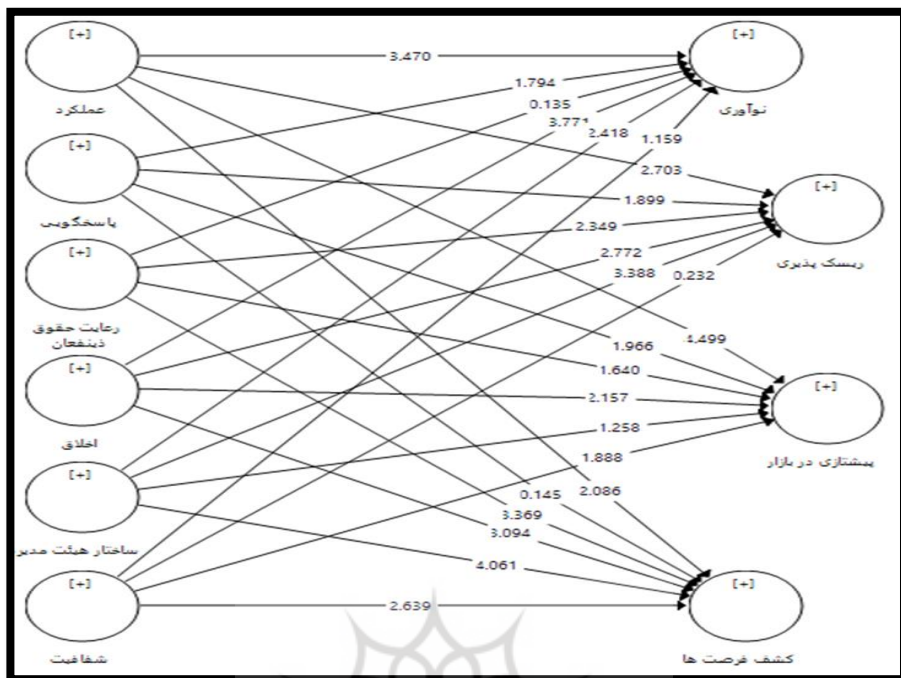
شکل (۱) مدل ضرایب استاندارد را نشان می دهد. پرتال جامع علوم انسانی



شکل ۳ مدل ضرایب استاندارد

شکل (۴) ضرایب تی مدل پژوهش را نشان می‌دهد.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی



شکل ۴- ضرایب تی مدل پژوهش

جدول (۳) ضرایب مسیر و معنی داری را نشان می دهد.

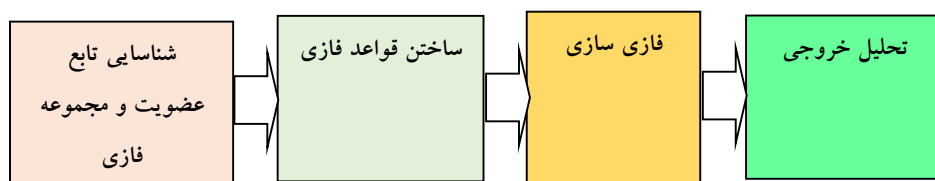
جدول (۳) ضرایب مسیر و معنی داری

مسیر	ضریب	انحراف معیار	آماره تی	سطح معنی داری
اخلاق -> ریسک پذیری	۰,۱۸	۰,۰۶۵	۲,۷۷۲	۰,۰۰۳
اخلاق -> نوآوری	۰,۲۴۶	۰,۰۶۵	۳,۷۷۱	۰,۰۰۰
اخلاق -> پیشتازی در بازار	۰,۱۴۴	۰,۰۶۷	۲,۱۵۷	۰,۰۱۶
اخلاق -> کشف فرصت ها	۰,۱۶۹	۰,۰۵۵	۳,۰۹۴	۰,۰۰۱
رعایت حقوق ذینفعان -> ریسک پذیری	۰,۱۵۷	۰,۰۶۷	۲,۳۴۹	۰,۰۱۰
رعایت حقوق ذینفعان -> نوآوری	-	۰,۰۵۷	۰,۱۳۵	۰,۴۴۶
رعایت حقوق ذینفعان -> پیشتازی در بازار	۰,۰۹	۰,۰۵۵	۱,۶۴	۰,۰۵۱

۰,۰۰۰	۳,۳۶۹	۰,۰۵۸	۰,۱۹۶	رعایت حقوق ذینفعان -> کشف فرصت ها
۰,۰۰۰	۳,۳۸۸	۰,۰۷	۰,۲۳۷	ساختار هیئت مدیره -> ریسک پذیری
۰,۰۰۸	۲,۴۱۸	۰,۰۸۵	۰,۲۰۵	ساختار هیئت مدیره -> نوآوری
۰,۱۰۵	۱,۲۵۸	۰,۰۷۳	۰,۰۹۲	ساختار هیئت مدیره -> پیشتازی در بازار
۰,۰۰۰	۴,۰۶۱	۰,۰۶۶	۰,۲۶۷	ساختار هیئت مدیره -> کشف فرصت ها
۰,۴۰۹	۰,۲۳۲	۰,۰۶۵	۰,۰۱۵	شفافیت -> ریسک پذیری
۰,۱۲۴	۱,۱۵۹	۰,۰۶۹	۰,۰۷۹	شفافیت -> نوآوری
۰,۰۳۰	۱,۸۸۸	۰,۰۶۲	۰,۱۱۷	شفافیت -> پیشتازی در بازار
۰,۰۰۴	۲,۶۳۹	۰,۰۶۱	۰,۱۶	شفافیت -> کشف فرصت ها
۰,۰۰۴	۲,۷۰۳	۰,۰۸۲	۰,۲۲۱	عملکرد -> ریسک پذیری
۰,۰۰۰	۳,۴۷	۰,۰۷۸	۰,۲۶۹	عملکرد -> نوآوری
۰,۰۰۰	۴,۴۹۹	۰,۰۷۴	۰,۳۳۱	عملکرد -> پیشتازی در بازار
۰,۰۱۹	۲,۰۸۶	۰,۰۷۸	۰,۱۶۳	عملکرد -> کشف فرصت ها
۰,۰۲۹	۱,۸۹۹	۰,۰۷	۰,۱۳۲	پاسخگویی -> ریسک پذیری
۰,۰۳۷	۱,۷۹۴	۰,۰۷۲	۰,۱۲۹	پاسخگویی -> نوآوری
۰,۰۲۵	۱,۹۶۶	۰,۰۸۳	۰,۱۶۴	پاسخگویی -> پیشتازی در بازار
۰,۴۴۲	۰,۱۴۵	۰,۰۶۳	۰,۰۰۹	پاسخگویی -> کشف فرصت ها

همانطور که در جدول ۲ و ۳ نشان داده شده است فرضیه های تحقیق مورد تایید قرار گرفته و تنها فرضیه ای که رد شده است تاثیر رعایت حقوق ذینفعان بر نوآوری است. در ادامه و بعد از آزمون مدل و تایید ارتباط بین سازه های مدل، در بخش سوم تحلیل داده ها با سیستم استنتاج فازی جهت شناسایی اجزای مدل ی کارآفرینی سازمانی مبتنی بر حاکمیت شرکتی در سازمان های دولتی ایران و شناسایی روابط اترا بیجزای مدل ی فوق با هم بطور کلی به صورت گام های شکل ۵ مورد استفاده قرار گرفت.

شکل ۵ گام های مورد استفاده در سیستم استنتاج فازی



به منظور طراحی مدل کارآفرینی سازمانی مبتنی بر حاکمیت شرکتی در بانک صنعت و معدن ایران، برای پیش بینی اجزای مدل بهینه مهارت های کارآفرینانه سازمانی مبتنی بر حاکمیت شرکتی و چگونگی روابط اجزای مدل از سیستم استنتاج فازی استفاده می شود. سیستم استنتاج فازی یک محاسبات مفید مبتنی بر مفاهیم قواعد (اگر- آنگاه) و ساختار سیستم استنتاج فازی است که در بردارنده پنج مرحله کاربردی ذیل است.

۱. پایگاه داده که توابع عضویت از مجموعه های فازی را تشریح می کند.
۲. پایگاه قواعد که شامل تعدادی از قواعد (اگر- آنگاه) است.
۳. روابط کاربری فازی سازی که به تبدیل ورودی های قطعی به (درجه تطابق پذیری) با ارزش زبانی به وسیله یک نوع تابع عضویت است.
۴. واحد تصمیم گیری که به استفاده از قواعد می پردازد.
۵. روابط کاربری فازی زدایی که به تبدیل خروجی های فازی به خروجی های قطعی می پردازد (دانش، ۲۰۱۵).

ساخت قواعد فازی

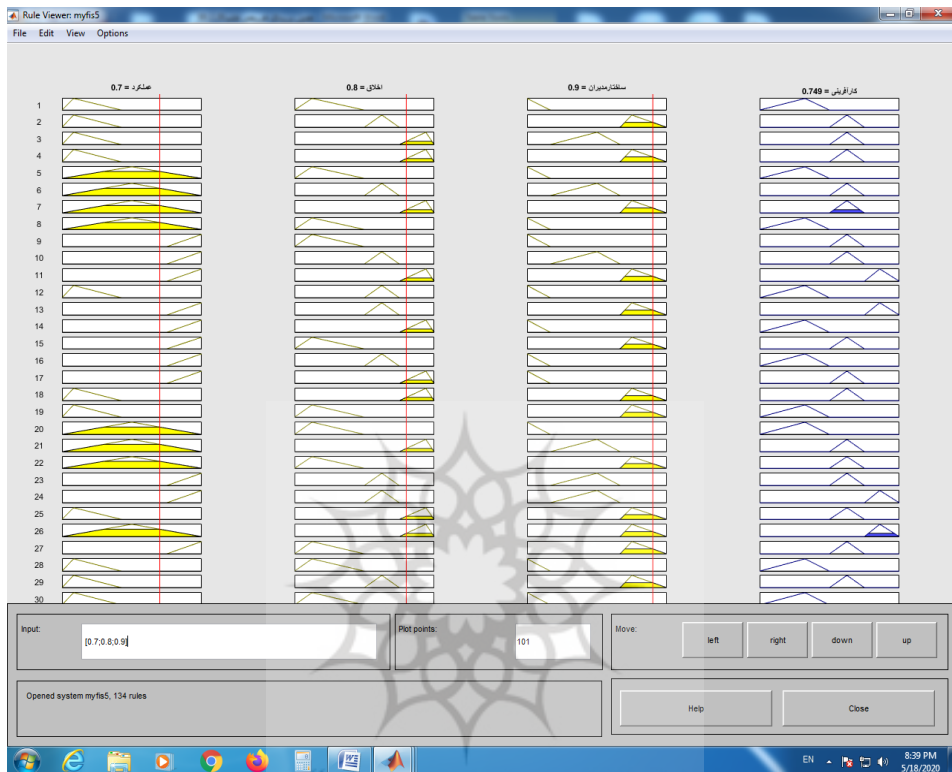
یکی از مهم ترین مراحل در طراحی سیستم استنتاج فازی تعریف قواعد فازی می باشد. به همین منظور از پرسشنامه خبرگان استفاده شد و نمونه مورد بررسی به صورت نمونه گیری هدفمند یا قضاوتی انتخاب شد. بنابر نظر خبرگان دانشگاه ساختار هیئت مدیره و رعایت حقوق ذی نفعان باهم یک مولفه و شفافیت و اخلاق باهم یک مولفه و پاسخگویی و عملکرد باهم یک مولفه را تشکیل و در پرسشنامه خبرگان استفاده شدند.

روش دیفازی سازی:

در این قسمت خروجی فازی بدست آمده در قسمت قبل به یک عدد غیر فازی تبدیل می شود. روش های مختلفی مانند مرکز ثقل، نیمساز، نصف ماکزیمم (میانگین مقدار ماکزیمم مجموعه فازی)، بزرگترین ماکزیمم و کوچکترین ماکزیمم برای دیفازی کردن وجود دارد، اما روش مرکز ثقل رایج ترین روش است. فرمول زیر، رابطه دیفازی کردن بر اساس مرکز ثقل است.

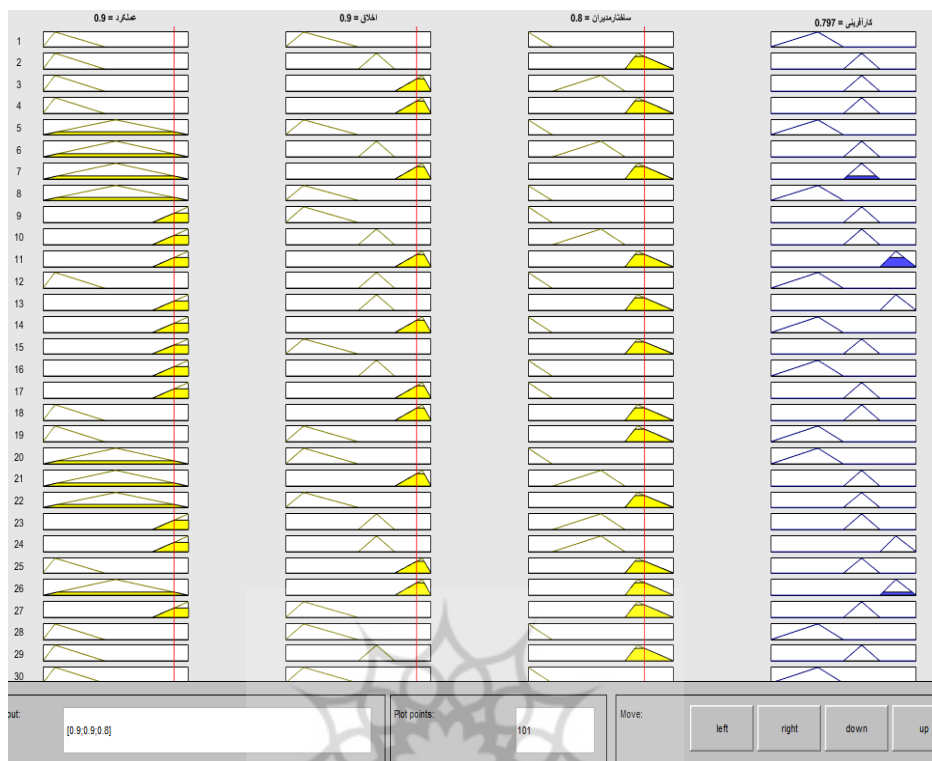
$$COG = \frac{\int_a^b \mu_A(x) \cdot x \, dx}{\int_a^b \mu_A(x) \, dx}$$

که توسط نرم افزار متلب در شکل (۱۳-۴) به صورت زیر محاسبه شد.



شکل ۴-۲۳ دیفازی سازی خروجی

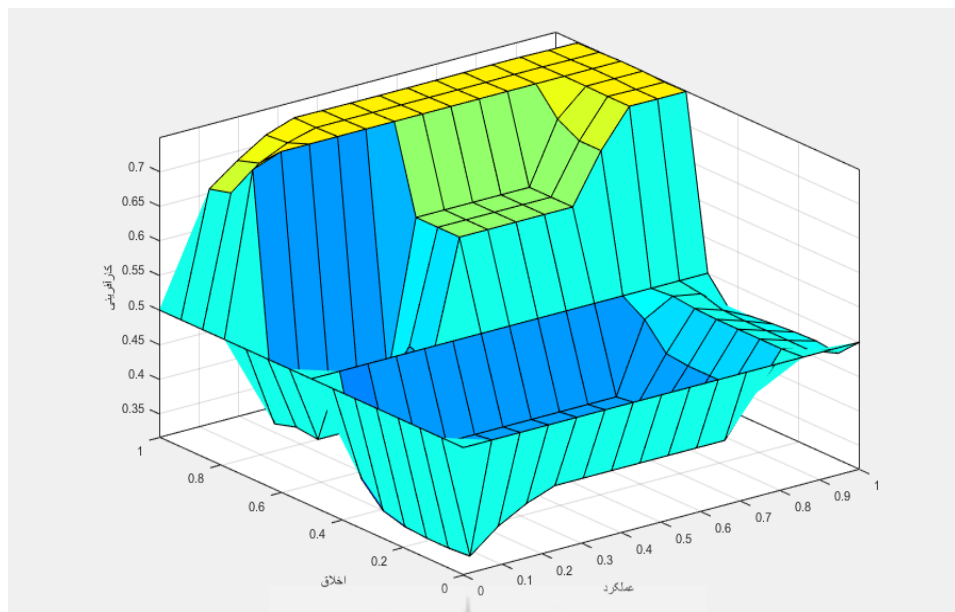
شکل (۱۴-۴) اجرای سیستم در حالت سازمان کارآفرین بهینه را نشان می دهد.



شکل ۴-۲۴ اجرای سیستم در حالت سازمان کارآفرین بهینه

در ادامه لازم است پس از ورود اطلاعات به نرم افزار متلب با اعداد فازي ورودی و خروجی و همچنین مقیاس تعیین شده برای آنها، با تعیین یک مقدار در شرایط غیرفازی برای هریک از ورودی ها یک مقدار غیرفازی برای خروجی تعیین گردد. در ادامه با توجه به مدل اجرا شده در حالت عملکرد و اخلاق به عنوان دو ورودی، سطح خروجی کارآفرینی سازمانی مورد بررسی قرار می گیرد.

همان گونه که در شکل (۱۵-۴) ملاحظه می شود افزایش دو متغیر ورودی عملکرد و اخلاق منجر به افزایش متغیر خروجی کارآفرینی سازمانی می گردد.



شکل ۴-۲۵ نتیجه تاثیر افزایش دو متغیر عملکرد و اخلاق بر روی افزایش کارآفرینی سازمانی

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

حاکمیت شرکتی با گذشت زمان و در پاسخ به بحران‌ها و شکست‌های تجاری توسعه یافته است. شکست شرکت‌های بزرگ در دهه‌های اخیر توجهات را به این موضوع در کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه جلب کرده است (دیاس و همکاران، ۲۰۲۳). حاکمیت شرکتی و عملکرد شرکت پیوند ناگسستنی با هم دارند. بر این اساس در تحقیق حاضر ارائه مدل مهارت‌های کارآفرینانه سازمانی مبتنی بر حاکمیت شرکتی مورد مطالعه قرار گرفت. بر این اساس مهارت‌های تاثیرگذار بر کارآفرینی سازمانی که شامل نوآوری، ریسک‌پذیری، پیشتازی در بازار، کشف فرصت‌ها بوده است؛ بر اساس بررسی‌های آماری در مدل معرفی شده برای کارآفرینی سازمانی دارای اعتبار لازم می‌باشند. نتایج حاصل از تحقیق حاضر، موارد اشاره شده در تحقیقات قبلی را تأیید می‌کند. بر این اساس مطابق با تحقیق (لی و همکاران، ۲۰۱۹)؛ مدیریت کارآفرین سازمانی در پروسه نوآوری منافع بزرگتری را برای سازمان به همراه دارد که منجر به مدل جدیدی از کارآفرینی سازمانی و نوآوری می‌شود. نوآوری در لبه جلویی استراتژی سازمان واقع است. نتایج تحقیقات، ارتباط بین کارآفرینی سازمانی و نوآوری را بیان می‌کند. و نشان می‌دهد دو مولفه با یکدیگر پیوندی قوی دارند. در بخش دیگر یافته‌ها بر بحث سرمایه‌گذاری جدید در سازمان تمرکز شده است. در این

راستا شین (۲۰۱۲) تاکید بیشتر بر اقدام کارآفرینانه و نیاز به بررسی ایده های سرمایه گذاری جدید در سازمان را مورد مطالعه و بررسی قرار داده است. و بر این اساس، نظریه سازی پیوند فرد کارآفرین و فرصت جدید، را بر مبنای ایده های سرمایه گذاری جدید مورد تایید قرار داده است که با نتایج تحقیق حاضر همسو می باشد. در بخش دیگر از یافته ها به فرصت های کارآفرینی و شناسایی فرصت ها توسط کارآفرینان سازمانی پرداخته شده است البته نتایج تحقیقات پیشین حاکی از آن است که اختلاف قابل ملاحظه ای در مورد اینکه چگونه کارآفرینان سازمانی فرصت ها را شناسایی می کنند، وجود دارد اما در کلیت و لزوم پرداختن به شناسایی فرصت های کارآفرینی در سازمان توافق نظر وجود دارد و مهارت آموزی و یادگیری سازمانی این فرایند را تسریع می کند. تحقیق شین (۲۰۱۲) مویده صحت این ارتباط است بر اساس این تحقیق، کارآفرینان سازمانی به جای اینکه با هدف به دنبال فرصت ها باشند، فرصت ها را در زمانی که روی می دهد، کشف یا شناسایی می کنند (شین، ۲۰۱۲). همین طور بنابر نظر (جونز و همکاران، ۲۰۱۹) کارآفرینی شرکتی، نحوه شکل گیری محیط شرکت از طریق عرضه محصولات و فرآیندهای جدید، جستجوی فرصت های جدید خارج از فعالیت های کنونی شرکت و تعیین جایگاه رقابتی در مقابل رقبا را تلفیق می کند. (زهره و همکاران، ۲۰۰۰) در مورد ریسک پذیری و پویایی در بازار کسب و کار سازمان می گویند: سازمان ها به این دلیل مشتاق کارآفرینی شرکتی هستند، چون ظرفیت مشارکت در مزیت رقابتی شرکت را دارد و در مقابل می تواند رشد ارزش کسب و کار شرکت را تضمین دهد. با این وجود، کارآفرینی شرکتی خطرات و عدم قطعیت هایی تحمیل می کند که می تواند باعث تضعیف موفقیت و ارزش شرکت شود (زهره و همکاران، ۲۰۰۰). متغیر "نوآوری" در شاخص حاکمیت شرکتی یکی از متغیرهایی است که در تحقیق حاضر حائز اهمیت می باشد. لازمه ی تحقق نوآوری در سازمان ها؛ وجود افراد خلاق است.

افراد خلاق برای داشتن انرژی خلاقانه و کنجکاوی به یک محیط مناسب نیاز دارند. بیشتر سازمانهای رسمی نتوانسته اند فضای مطلوبی را برای افراد با ایده، خارج از جریان رسمی سازمان فراهم نمایند (حسینی نیا و همکاران، ۱۴۰۱). بر این اساس پیشنهاد می شود در صدر سازمان و لایه های مدیریتی از افرادی استفاده شود که دانش و بینش مناسب کارآفرینانه داشته باشند تا بتوانند این

بینش را به سطوح مختلف سازمان تزریق کنند تا نهایتاً محیط مناسب برای ایده پردازی و خلاقیت و نوآوری ایجاد گردد.

از طرفی تصمیم‌گیری‌های مربوط به نوآوری مهم است، اما اغلب باید در شرایط عدم اطمینان فنی و بازار اتخاذ شود و لازم است آنها بر اساس تجزیه و تحلیل دقیق باشد تا عدم قطعیت را به حداقل برساند (حسینی نیا و همکاران، ۱۴۰۱). بر این اساس آموزش و مهارت‌آموزی در بین کارکنان می‌تواند فرایند کارآفرینی سازمانی را تسریع کند و از طرفی حاکمیت شرکتی می‌تواند با ایجاد محیطی مناسب کارآفرینی سازمانی را بهبود بخشد. بر اساس نتایج تحقیق پیشنهاد‌های کاربردی ارائه می‌شود:

پیشنهاد‌های کاربردی

- ✚ برای پیشتازی در بازار، سازمان باید به مهارت‌های کارآفرینانهٔ سازمانی مبتنی بر حاکمیت شرکتی توجه داشته باشد.
- ✚ مدیریت و ساختار هیئت مدیره باید استراتژی یادگیری کارآفرینی را با شفافیت و اشتیاق ارائه دهند.
- ✚ رهبران سازمان باید دیدگاه کشف فرصت‌ها را جستجو کنند و مهارت‌های کارآفرینی را به کارکنان انتقال دهند.
- ✚ توجه به شکست‌ها و تهدیدات به عنوان فرصت‌های جدید برای موفقیت سازمان.
- ✚ بهره‌گیری از تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات به عنوان ابزاری برای بهبود کارآفرینی و حاکمیت شرکتی.
- ✚ تمرکز بر محیط داخلی و خارجی بازار برای کسب مزیت رقابتی پایدار.
- ✚ تغییر از فرهنگ بوروکراتیک به فرهنگ یادگیرنده به منظور افزایش یادگیری سازمانی و بهبود مهارت‌های کارآفرینی.
- ✚ برگزاری کارگاه‌های آموزشی به منظور آشنایی کارکنان با نیازها و خواسته‌های ذینفعان و تقویت ارتباط با آنها مهم است.

محدودیت پژوهش

- محدودیت دسترسی به اطلاعات: این محدودیت به علت محرمانگی و حساسیت اطلاعات مالی و سازمانی بانک صنعت و معدن ایران وجود داشت.
- محدودیت های زمانی: تحقیقات در موسسات بزرگ و پیچیده مانند بانک صنعت و معدن زمان بر بود و وجود بوروکراسی نیز مزید بر علت بود .
- محدودیت قانونی: بر انجام این پژوهش لازم بود تا مجوز هایی دریافت شود و این عامل بر هزینه ،زمان و دستاوردها موثر بود .
- محدودیت های مالی: انجام پژوهش نیازمند منابع مالی قابل توجهی بوده است. برای جمع آوری داده ها، انجام تحلیل ها، و انتشار نتایج، نیاز به بودجه ای قوی و متناسب با پژوهش بود که توسط محقق مرتفع شد .
- محدودیت های حقوقی و اخلاقی: تحقیقات در حوزه حاکمیت شرکتی و داده های مالی باید با رعایت مقررات حقوقی و اخلاقی انجام شود. این شامل رعایت حقوق حریفان، حفظ محرمانگی اطلاعات حساس، و اجتناب از تقلب و تبلیغات کاذب است.

فهرست منابع:

۱. ترابی، محمد حسن. سخدری، کمال. عزیزی، محمد. موسی خانی، مرتضی. (۱۴۰۱). ارائه مدل کارآفرینی سازمانی درکسب و کارهای درون سازمانی مبتنی بر حاکمیت شرکتی در ایران. فصلنامه مدیریت توسعه و تحول، (۴۹)، ۱۱.
۲. حسینی نیا، غلامحسین، بختیاری، مرضیه و خاورزاده، نسیم (۱۴۰۱) کارآفرینی فناورانه: نوآوری فناور محور در برابر نوآوری بازار محور، انتشارات دانشگاه فنی و حرفه ای.
۳. موسی خانی، مرتضی؛ الوانی، سیدمهدی؛ آذر، عادل؛ ظریفی، سیدفواد (۱۳۹۵). مدل تجاری سازی ایده‌های کارآفرینانه در مراکز رشد دانشگاه‌های کارآفرین. پایان‌نامه دکتری. دانشگاه آزاد قزوین.
۴. Baron, R. Shane, S. (2008), "[BOOK] Growing Your Business: Making Human Resources Work for You. books.google.com
۵. Casson, M. (2005), "Entrepreneurship and the theory of the firm", Journal of Economic Behavior & Organization, Vol. 58 No. 2, pp. 327-348.
۶. Casson, M. and Wadeson, N. (2007), "The discovery of opportunities: extending the economic theory of the entrepreneur", Small Business Economics, Vol. 28 No. 4, pp. 285-300.
۷. Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1991). A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior. Entrepreneurship: Theory and Practice, 16, 7-25.
۸. Dai, L., Maksimov, V., Gilbert, B.A. and Fernhaber, S.A. (2014), "Entrepreneurial orientation and international scope: the differential roles of innovativeness, proactiveness, and risk-taking", Journal of Business Venturing, Vol. 29 No. 4, pp. 511-524.
۹. Danesh, Sedigheh, Farnoosh, Rahman, Tahereh Razzaghnia (2015), Fuzzy nonparametric regression based on adaptive neuro fuzzy inference system, Journal of Neurocomputing, pp 1450-1460 DOI10.1007/s11187-017-9952-9.
۱۰. Dias, Á., Pereira, L. & Lopes da Costa, R. (2023). Organizational capabilities as antecedents of entrepreneurship: A basis for business practice and policy making. Journal of African Business. 24(1), 1-19
۱۱. De Jong, J.P. (2013), "The decision to exploit opportunities for innovation: a study of high-tech small-business owners", Entrepreneurship Theory and Practice, Vol. 37 No. 2, pp. 281-301.
۱۲. Dees, Gregory G. & Lumpkin, G.T. (2005). "The role of Entrepreneurial Orientation in stimulation effective.
۱۳. Donate, M.J., Peña, I. and Sánchez de Pablo, J.D. (2016), "HRM practices for human and social capital development: effects on innovation capabilities", The International Journal of Human Resource Management, Vol. 27 No. 9, pp. 928-953.
۱۴. Goto, S., & Yanase, N. (2023). Corporate governance and shareholder-employee risk-shifting: Evidence from corporate pension plan sponsors. Finance Research Letters, ۵۸, ۱۰۴۲۷۹.

۱۵. Hayton, J.C., George, G. and Zahra, S.A. (2002), "National culture and entrepreneurship: a review of behavioral research", *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 26 No. 4, p. 52.
۱۶. Jarrar, N.S. and Smith, M. (2014), "Innovation in entrepreneurial organisations: a platform for contemporary management change and a value creator", *The British Accounting Review*, Vol. 46 No. 1, pp. 60-76.
۱۷. Jones, Carla D., Jolly, Phillip M., Martin, Geoffrey P., Gomez-Mejia., Luis R(2019). Behavioral agency and corporate entrepreneurship: CEO equity incentives and competitive behavior. Springer Science+Business Media, LLC, part of Springer Nature 2019 journals.sagepub.com/home/fbr
۱۸. Jones, G. R., & Butler, J. E. (1992). Managing Internal Corporate Entrepreneurship: An Agency Theory Perspective. *Journal of Management*, 18(4): 733-749. <http://dx.doi.org/10.1177/014920639201800408>
۱۹. Kuratko, D. F., & Audretsch, D. B. (2013). Clarifying the domains of corporate entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 9(3), 323-335.
۲۰. Lechner, C. and Gudmundsson, S.V. (2014), "Entrepreneurial orientation, firm strategy and small firm performance", *International Small Business Journal*, Vol. 32 No. 1, pp. 36-60.
۲۱. Lee , K., Makri, M., and Scandura, T.(2019).The Effect of Psychological Ownership on Corporate Entrepreneurship: Comparisons Between Family and Nonfamily Top Management Team Members. *Family Business Review* 2019, Vol. 32(1) 10-30 sagepub.com/journalsPermissions.nav. DOI: 10.1177/0894486518785847
۲۲. Lehmann, E. E., Colombo, M. G., Dagnino, G.B., and Salmador, M.(2018). The Governance of Entrepreneurial Ecosystems. forthcoming (2018): *Small Business Economics: An Entrepreneurial Journal*, managerial capabilities? An empirical exploration among Norwegian firms. Springer Science+Business Media, LLC, part of Springer Nature 2019. *Journal of Management and Governance* .<https://doi.org/10.1007/s10997-019-09460-6>
۲۳. Martin-Rojas, R., Garcia-Morales, V. J., & Garcia-Sanchez, E. (2011). The influence on corporate entrepreneurship of technological variables. *Industrial Management & Data Systems*, 11(7), 984-1005.
۲۴. McFadzean, E., O'Loughlin, A. and Shaw, E. (2005), "Corporate entrepreneurship and innovation part 1:the missing link", *European Journal of Innovation Management*, Vol. 8 No. 3, pp. 350-372.
۲۵. Nguyen, Q., Kim, M. H., & Ali, S. (2024). Corporate governance and earnings management: Evidence from Vietnamese listed firms. *International Review of Economics & Finance*, 89, 775-801.
۲۶. Pérez-Luño, A., Wiklund, J. and Cabrera, R.V. (2011), "The dual nature of innovative activity: how entrepreneurial orientation influences innovation generation and adoption", *Journal of Business Venturing*, Vol. 26 No. 5, pp. 555-571.

۲۷. Rahman , M. M., Adedeji, B. S., Ong , T. S., Odukoya, O. O., Alam , M. K. (2019). Corporate Governance, Sustainability Initiatives Firm Performance: Theoretical and Conceptual Perspectives. *International Journal of Asian Social Science* . ISSN(e): 2224-4441 .ISSN(p): 2226-5139. DOI: 10.18488/journal.1.2019.91.35.47 . Vol. 9, No. 1, 35-47 . 2019 AESS Publications. All Rights Reserved. URL: www.aessweb.com
۲۸. Reihlen, M. and Ringberg, T. (2013), "Uncertainty, pluralism, and the knowledge-based theory of the firm: From J.-C. Spender's contribution to a socio-cognitive approach", *European Management Journal*, Vol. 31 No. 6, pp. 706-716.
۲۹. Singh, R. K., & Sharma, S. K. (2023). A non-parametric synthesis measure for corporate governance: empirical evidence from Indian banks. *International Review of Economics & Finance*, 88, 258-279
۳۰. Schollhammer, H. (1982). Internal corporate entrepreneurship. In C. A. Kent, D. L. Sexton, & K. H. Vesper (Eds.), *Encyclopedia of entrepreneurship* (pp. 209–223). Prentice Hall: Englewood Cliffs.
۳۱. Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217–226.
۳۲. Urban, B. (2016), "Empirical evidence on the influence of the institutional environment on venture innovation performance in South Africa", *Journal of Developmental Entrepreneurship*, Vol. 21 No. 2, pp. 1-14
۳۳. Urban, B. and Wood, E. (2015), "The importance of opportunity recognition behaviour and motivators of employees when engaged in corporate entrepreneurship", *Journal of Business Economics and Management*, Vol. 16 No. 5, pp. 980-994.
۳۴. Zahra, s., Neubaum, D. O., and Huse, M. (2000). Entrepreneurship in Medium-Size Companies: Exploring the Effects of Ownership and Governance Systems. *Journal of Management*. 2000, Vol. 26, No. 5, 947–976. Copyright 2000 by Elsevier Science Inc. 0149-2063.
۳۵. Zou, W. (2019). Legitimacy of Corporate Governance in Chinese Banking Organizations. Chapter 4. Springer Nature Singapore Pte Ltd. 2019, Corporate Governance in the Banking Sector in China, CSR, Sustainability, Ethics and Governance, https://doi.org/10.1007/978-981-13-3510-5_4