



## مسئولیت شرکتی با محوریت حاکمیت شرکتی و شهروند شرکتی و نقش آن در ایجاد کسب و کارهای پایدار

سید احمد حسینی

دانشیار دانشگاه شاهد

حسن خلیلی\*

دانشجوی دکترای مدیریت سیستم، دانشگاه جامع امام حسین (ع)

### چکیده

**زمینه:** حاکمیت شرکتی اولین نقش هئیت مدیره است و اشاره به تنظیم اهداف و مسیر استراتژیک شرکت و همچنین هدایت کسب و کارها جهت رسیدن به اهداف شرکتی است. حاکمیت شرکتی، مسئولیت اجتماعی شرکتی، پایداری، و شهروند شرکتی در برگیرنده مسئولیت شرکت در قبال ذینفعان شرکت است. شهروند شرکتی تعهد به رفتار اخلاقی در استراتژی، عملیات و فرهنگ کسب و کار است که در حدود حاکمیت شرکتی و رهبری هئیت مدیره است. شهروند شرکتی به رعایت اصول و ارزشهای شرکت اشاره دارد. در کسب و کارهای پایدار این اصول و ارزشها با محیط نیز ارتباط پیدا می کند. حاکمیت شرکتی با پرورش مدیران ارزش آفرین باعث امر کارآفرینی شرکتی می شود و اگر کارآفرینی شرکتی با توجه به عوامل کسب و کارهای پایدار انجام گردد، کارآفرینی پایداری را منجر خواهد شد. کارآفرینی پایدار فرآیندی پایدار در راستای تحقق اهداف توسعه پایدار از طریق کشف، ارزیابی و بهره برداری از فرصت های موجود و ارزش آفرینی در مولفه های اقتصادی، همبستگی اجتماعی و حفاظت از محیط زیست می باشد.

**روش کار:** بدون شک یکی از مراحل بنیادین در هر تحقیق انتخاب روش مناسب برای جمع آوری داده ها، و اطلاعات صحیح می باشد، و با توجه به اینکه در طرح های تحقیقاتی مختلف هدف پژوهشگران متفاوت می باشد لذا پژوهشگر از ابزارهای مختلفی برای جمع آوری اطلاعات استفاده می نماید. در این تحقیق روش های به کار گرفته شده در جهت جمع آوری داده ها شامل روش های کتابخانه ای بوده است.

**یافته ها:** هدف بسیاری از سازوکارهای حاکمیت شرکتی دستیابی به شرکت های مسئولیت پذیر، پاسخگو، مدیران ارزش آفرین و در نهایت کنترل شرکت هاست. رهبران هئیت مدیره نیازمند مدیرانی برای رسیدن به تعادل بین کارآفرینی و حاکمیت شرکتی هستند از این رو، سبک مناسب برای رهبری هئیت مدیره ها ترکیب کارآفرینی با پاسخگویی و کنترل است.

**نتیجه گیری:** در مقاله حاضر با بررسی حوزه های مسئولیت شرکتی این نتیجه حاصل شد که حاکمیت شرکتی باعث افزایش شهروند شرکتی و کارآفرینی پایدار در شرکت می شود.

**کلید واژه ها:** حاکمیت شرکتی، شهروند شرکتی، کسب و کارهای پایدار، کارآفرینی پایدار



## مقدمه

با افزایش رقابت محلی و جهانی، کارآفرینی شرکتی برای عملکرد موفقیت آمیز شرکت ضروری به نظر می رسد (Fujita,1997; Nakahara,1997). کارآفرینی شرکتی به مجموعه ای از فعالیت های نوآوری و اقدامات مخاطره آمیز اشاره دارد (Guth & Stopford & Baden-). که به شرکت کمک می کند تا قابلیت های جدیدی را به دست آورده (Ginsberg,1990). عملکرد خود را بهبود داده (Fuller,1994), و وارد کسب و کارهای جدید شود (Miller,1983; Zahra,1993) و همچنین جریان های جدید درآمد را در بازارهای داخلی و خارجی توسعه دهد (Block & MacMillan,1993). سیستم حکمرانی شرکتی می تواند نقش تسهیل گر در امر کارآفرینی شرکتی و ایجاد کسب و کارهای جدید بازی کند. از طرفی سیستم های حکمرانی می تواند منبعی برای مزیت رقابتی باشد (Kim & Hoskisson,1997; Porter,1992; Roe,1994). در حکمرانی شرکتی، هیئت مدیره ها مسئول هدایت و اداره کسب و کارهای شرکت هستند (Hoskisson et al,2004:297). البته تأکید مبانی اولیه حاکمیت شرکتی، بیشتر بر موضوع راهبرد شرکت ها و حقوق سهامداران قرار داشت و بعدها با طرح دیدگاه های جدیدتر، به سمت توجه جدی به حقوق ذینفعان و اجتماع گرایش یافت (حساس یگانه،۱۳۸۳)، به طوری که حاکمیت شرکتی با اخلاقیات، ارزش ها، و اصول اخلاقی شرکتی و مدیران مرتبط شده است (Boamah,2003:2). کانون توجه حاکمیت ایجاد ارزش افزوده برای تعداد زیادی از ذینفعان سازمانی است. این توجه منعکس کننده حرکتی است که به موجب آن شرکت ها دارای مسئولیت اجتماعی بیشتری می شوند و بر مفهوم "شهروند شرکتی" تمرکز می کنند (حساس یگانه و مولودی،۱۳۹۰:۲۳۷). هدف شهروند شرکتی برجسته ساختن این است که شرکت ها بازیگران قدرتمند عمومی هستند که برای احترام گذاشتن و در نظر گرفتن حقوق شهروندان واقعی در جامعه مسئولیت دارند (Matten et al,2003:115). بنابراین، هدف بسیاری از سازوکارهای حاکمیت شرکتی دستیابی به شرکت های مسئولیت پذیر، پاسخگو، مدیران ارزش آفرین و در نهایت کنترل شرکت هاست (ملکیان و دریایی،۱۳۹۰:۱۲۲). با توجه به این موضوع در تحقیق حاضر به بررسی حاکمیت شرکتی و نقش آن در پاسخگویی و مسئولیت اجتماعی و همچنین نقش هیئت مدیره ها در ارزش آفرینی برای شرکت و ایجاد کسب و کارهای جدید با توجه به مسأله مسئولیت اجتماعی شرکت پرداخته خواهد شد. در سالیان اخیر، پیشرفت های زیادی در زمینه موضوع حاکمیت شرکتی در سطح جهان صورت گرفته است و کشورهای پیشرو در این زمینه، همچنان به تقویت نظام های حاکمیت شرکتی خود ادامه می دهند و در این راستا، به مشارکت کنندگان در حاکمیت شرکتی و موضوع هایی از قبیل سهامداران و روابط آنها، مسئولیت پاسخگویی، بهبود عملکرد هیئت مدیره، کمیته های هیئت مدیره، حسابرسان و نظام های حسابداری و کنترل داخلی توجه ویژه ای مبذول می دارند (حساس یگانه،۱۳۸۳)، ولیکن نقش هیئت مدیره ها در ارزش آفرینی برای شرکت ها و ایجاد کسب و کارهای جدید (کارآفرینی شرکتی) حلقه گمشده حاکمیت شرکتی محسوب می شود. از آنجایی که یکی از ابعاد محوری حاکمیت شرکتی، تنظیم اهداف و مسیر استراتژیک شرکت و هدایت کسب و کارها جهت رسیدن به اهداف شرکتی است (Zaman,2006:1)، هیئت مدیره دارای نقش اصلی در هدایت استراتژی شرکت و ایجاد ثروت برای سهامداران را بازی می کند (UNGC/IFC,2009:6). در تحقیق حاضر با بررسی نقش هیئت مدیره ها در ایجاد کسب و کارهای جدید، مسائل مربوط به مسئولیت اجتماعی شرکت را تشریح کرده و کارآفرینی پایداری را به عنوان حلقه اتصال حاکمیت شرکتی و مسئولیت اجتماعی شرکت تبیین می کنیم. کارآفرینی پایداری عبارت است از ایجاد کسب و کارهای جدید با توجه به بعد اقتصادی، اجتماعی و اکولوژیکی. الزامات اقتصادی به معنی فراهم آوردن استاندارد زندگی مطلوب برای همه است؛ الزامات اجتماعی به معنی فراهم کردن



سیستم‌های حکمرانی با توجه به ارزش‌های مورد توجه مردم می‌باشد و الزامات اکولوژیکی به معنی لحاظ کردن ظرفیت‌های زیستی و محیطی می‌باشد (Abrahamsson, 2007:44). این اصول و ارزش‌ها زیر بنای کسب و کارهای پایدار می‌باشد. در تحقیق حاضر با بررسی حوزه‌های مسئولیت شرکتی به این سئوالات پاسخ داده خواهد شد که آیا حاکمیت شرکتی با شهروند شرکتی ارتباط دارد؟ آیا حاکمیت شرکتی باعث افزایش اقدامات کارآفرینی در شرکت می‌شود؟ آیا شهروند شرکتی در کسب و کارهای پایدار وجود دارد؟

### حاکمیت شرکتی و کارآفرینی

اصطلاح حاکمیت<sup>۱</sup> از ریشه لاتین Gubernare برگرفته شده است که به معنای هدایت کردن است. تعاریف ارائه شده برای حاکمیت شرکتی متنوع است. عمده‌ترین عامل متمایز کننده این تعاریف را می‌توان گستره شمول حاکمیت شرکتی دانست. از یک منظر می‌توان این نظام را رابطه "مدیران" با "سهامداران" دانست که مبنای نظری آن "تئوری نمایندگی" در شکل محدود خود است. در آن سوی این طیف و در نگرشی وسیع، حاکمیت شرکتی رابطه شرکت با تمام ذینفعان خود را بر می‌گیرد که پشتوانه نظری آن را می‌توان "تئوری ذینفع" دانست. سایر تعاریف و نگرش‌ها به حاکمیت شرکتی داخل طیفی که دارای نگاه حداقلی و حداکثری هستند، قرار می‌گیرد (بدری، ۱۳۸۵: ۹). سازمان همکاری و توسعه اقتصادی<sup>۲</sup> حاکمیت شرکتی را این گونه تعریف می‌کند: "مجموعه روابطی است که بین مدیریت، هیئت مدیره، سهامداران و دیگر اشخاص ذینفع یک شرکت وجود دارد. حاکمیت شرکتی، تعیین کننده ساختاری است که توسط آن، اهداف شرکت تدوین و ابزار دستیابی به این اهداف و نظارت بر عملکرد مشخص می‌شود. حاکمیت شرکتی خوب، می‌بایست مشوق‌های مناسبی را برای هیئت مدیره و مدیریت فراهم آورد تا آنها به پیگیری اهدافی بپردازند که در راستای منافع شرکت و سهامداران بوده و نظارت موثری را ممکن می‌سازد. از این رهگذر شرکت‌ها می‌توانند از منابع به شیوه‌های کارا تر استفاده کنند (OECD, 2004). حاکمیت شرکتی عبارت است از سیستمی که به وسیله آن شرکت‌ها هدایت و کنترل می‌شوند. هیأت مدیره در قبال حاکمیت بر شرکت مسئول هستند. نقش سهامداران در حاکمیت، تعیین و منصوب نمودن مدیران و بازرسان در شرکت در جهت اطمینان خاطر دادن به آنها در مورد برقرار بودن ساختار حاکمیتی مطلوب در شرکت است. مسئولیت‌های هیأت مدیره شامل تعیین اهداف استراتژیک شرکت، فراهم کردن رهبری جهت دستیابی اثربخش به این اهداف، نظارت بر مدیران و ارائه گزارشات به سهامداران است. اقدامات هیأت مدیره مبتنی بر قوانین، مقررات و خواسته‌های سهامداران در مجمع عمومی می‌باشد (Cudbery, 1992:14). حاکمیت شرکتی اولین نقش هیئت مدیره است (Zaman, 2006:1). هیأت مدیره به گروهی از افراد که قانونی در حاکمیت سازمان مسئول هستند، گفته می‌شود (سیناقدس، ۱۳۸۷: ۵۲). هیئت مدیره شرکت‌ها مسئولیت‌های زیر را دارند (UNGC/IFC, 2009:3):

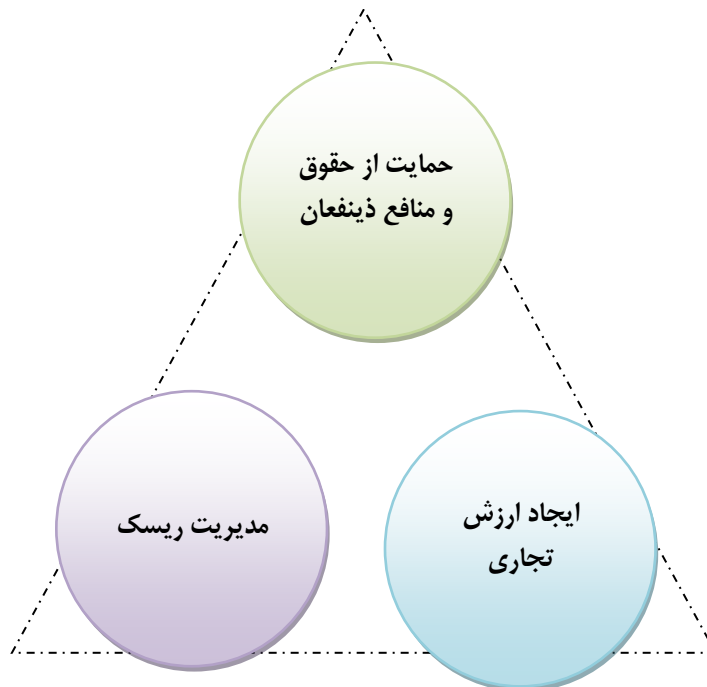
- حمایت از حقوق و منافع ذینفعان

1- Governance

2. OECD



- مدیریت ریسک
- ایجاد ارزش تجاری بلندمدت



نمودار شماره ۱: مسئولیت‌های هیئت مدیره‌ها (UNGC/IFC, 2009:3)

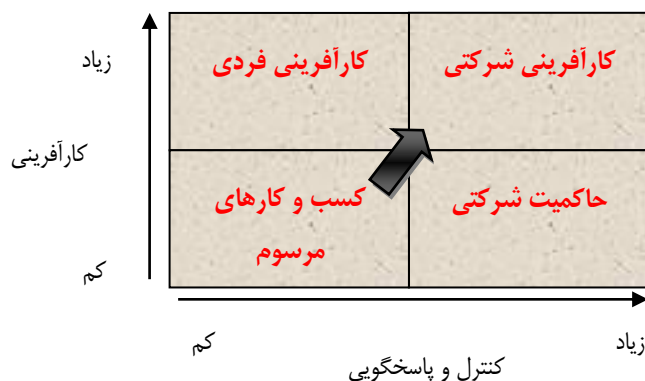
**حمایت از حقوق و منافع ذینفعان:** اصول OECD همه کسب و کارها را به شناسایی و حفاظت از حقوق ذینفعان چون مشروعیت منافع و نیاز به اطلاعات فرا می‌خواند. این اصول همچنین همه هیئت مدیره‌ها را به پاسخگویی دقیق به مالکان سهام و قبول مسئولیت جهت پیروی از استاندارد رفتاری و اخلاقیات شرکت فرا می‌خواند. حاکمیت شرکتی موثر نیازمند تلاش جهت یکپارچه کردن پشتیبانی و تعهد از شبکه ذینفعان کسب و کار مانند مالکان سهام، کارکنان، مشتریان و اجتماعات می‌باشد (UNGC/IFC, 2009:3).

**مدیریت ریسک:** هیئت مدیره‌ها مسئولیت قانونی و امانتی جهت اداره کردن ریسک‌های محیطی، اجتماعی و حاکمیتی دارند. هیئت مدیره‌ها نیازمند آگاهی و آمادگی بر اداره کردن این نگرانی‌های بلندمدت در کنار رهبر شرکت می‌باشند. با اداره و توجه به این ریسک‌ها، هیئت مدیره‌ها از جایگاه کسب و کار خود از نظر مالی به خوبی مطلع خواهند شد (UNGC/IFC, 2009:5).

**ایجاد ارزش تجاری:** نقش اصلی هر هیئت مدیره‌ای هدایت استراتژی شرکت و ایجاد ثروت برای سهامداران است. بسیاری از فرصت‌های کسب و کار جدید با توجه به اولویت‌های شهروند شرکتی به وجود می‌آید. واحدهای تجاری که رو به جلو فکر می‌کنند در موقعیت مناسبی برای سوددهی هستند. این سودهای بی‌واسطه منجر به بهبود شهرت شرکت، افزایش نرخ‌های نگهداشت کارکنان، بهره‌وری بیشتر، و منافع هزینه از طریق بهبود عملیات و نوآوری‌های محصول و خدمات می‌شود (UNGC/IFC, 2009:6).



امروزه حاکمیت شرکتی و کارآفرینی موضوع خیلی بحث برانگیزی است. در شرکت‌هایی چون انرون و وردکام<sup>۱</sup>، مصوبان قانون و سیاستمداران ایالات متحده قانع شده‌اند که روسا، مدیران عامل و هیئت مدیره‌ها خیلی کارآفرین هستند و توجه خیلی کمی به حاکمیت شرکتی دارند. بر عکس، در بریتانیا هیئت مدیره‌ها به جای هدایت کسب و کارها به جلو بر بحث‌های حاکمیت شرکتی متمرکز هستند (Taylor, 2003:3). رهبران هیئت مدیره نیازمند مدیرانی برای رسیدن به تعادل بین کارآفرینی (چون توجه به نوسازی استراتژی شرکت و نوآوری) و حاکمیت شرکتی هستند که تمایل به تأکید بر پاسخگویی مدیریت هولدینگ به سهامداران و داشتن کنترل‌های مالی شدید است. سبک مناسب برای رهبری هیئت مدیره‌ها ترکیب کارآفرینی با پاسخگویی و کنترل است (کارآفرینی شرکتی).



نمودار شماره ۲: سبک‌های رهبری هیئت مدیره (Taylor, 2003:4)

بر مبنای نمودار شماره ۲ کسب و کارها عادی و مرسوم هستند و اشاره به تعداد قابل توجه هیئت مدیره‌هایی دارد که وقت خود را با کنترل عملکرد جاری شرکت سپری می‌کنند و زمان اندکی برای نوسازی شرکت، توسعه آینده شرکت یا حاکمیت شرکتی، پاسخگویی مدیریت هولدینگ به سهامداران و سایر ذینفعان می‌گذارند. شرکت‌های چندملیتی چون نوکیا، اینتل و کامپک<sup>۲</sup> دیدگاه کارآفرینانه خود را به عنوان یک سبک مدیریت شرکتی توسعه داده‌اند (Taylor, 2003:4). کارآفرینی شرکتی به عنوان راه‌اندازی کسب و کار جدید در سازمان از طریق ایجاد اشتغال، نوآوری داخلی، سرمایه‌گذاری‌های مشترک، نوسازی استراتژیک محصول و فرایند نوآوری شناخته شده است. کارآفرینی به عنوان فعالیت ارادی محسوب می‌شود که منجر به نوآوری در تأسیس سازمان‌های بزرگ می‌شود که تأثیر آن بر سازمان، رشد و بقا و افزایش عملکرد سازمان است (Katsikis & Kyrgidou, 2009:215). تغییرات بازار و فناوری سریع‌تر از آنچه انتظار می‌رود، روی می‌دهد و همان‌طور که پیتر دراگر گفته است تنها چیز ثابت در کسب و کار تغییر است. محیط‌های به سرعت در حال تغییر، ساختارهای کسب و کار در حال تغییر، و قواعد رقابت به عنوان بخشی از زندگی معمولی اغلب شرکت‌ها می‌باشد که برای بقا در عرصه کسب و کار شروط لازم هستند. چالش اصلی برای یک شرکت به منظور

<sup>1</sup>. Enron & WorldCom

<sup>2</sup>. Nokia, Intel & Compaq



بقاء، دستیابی به یک مزیت رقابتی است. تنها راه رسیدن به چنین موقعیتی، تمایز و نوآوری مستمر می باشد که به شکل تولید کالاها و خدمات، خط تولید، فرایندهای سازمانی یا مدل های کسب و کار جدید انجام می پذیرد. موریس و کوراتکو<sup>۱</sup> (۲۰۰۲) معتقدند که برای پاسخ به محیط های فوق العاده رقابتی امروزی، شرکت ها باید از انطباق پذیری، انعطاف پذیری، سرعت، تکاپو، و نوآوری استفاده کنند که این امر موجب ورود شرکت ها به دنیای کارآفرینی می شود (Christensen, 2004: 302).

### شهروند شرکتی و کسب و کارهای پایدار

بررسی تعاریف و مفاهیم حاکمیت شرکتی و مرور دیدگاه های صاحب نظران، حکایت از آن دارد که حاکمیت شرکتی یک مفهوم چند رشته ای است، و هدف نهایی حاکمیت شرکتی دستیابی به چهار مورد زیر در شرکت هاست (حساس یگانه، ۱۳۸۵: ۳۲):

- پاسخگویی،
- شفافیت،
- عدالت (انصاف)،
- رعایت حقوق ذینفعان.

به نظر آدرین کادبری<sup>۲</sup> حاکمیت شرکتی بین اهداف اقتصادی و اجتماعی و همچنین بین اهداف فردی و عمومی تعادل ایجاد می کند (UNGC/IFC, 2009: 2). هدف حاکمیت شرکتی دستیابی به شرکت های مسئولیت پذیر و پاسخگو است (ملکیان و دریایی، ۱۳۹۰: ۱۲۲). مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت در طول دهه ۱۹۶۰ به دلیل نیاز سازمان ها به پاسخگویی به تغییرهای محیط اجتماعی توسعه یافت. از این تغییر به عنوان تغییر میثاق بین سازمان و جامعه یاد می شود و منعکس کننده تغییر انتظارات در ارتباط با عملکرد اجتماعی سازمان است. مسئولیت اجتماعی شرکت ها عبارت است از پاسخگویی و ارضای توقع های ذینفعان خارجی اعم از مشتریان، تأمین کنندگان، توزیع کنندگان، حافظان محیط زیست و ساکنان محل فعالیت تولیدی یا خدماتی با حفظ منافع گروه های ذینفع داخلی اعم از مالکان یا سهامداران و کارکنان واحد (تقی زاده و سلطانی، ۱۳۸۹: ۹۷). با توجه به پویایی های تغییرات اقتصادی، شرکت های امروزی جهت موفق شدن باید نیازهای ذینفعان را برآورده سازند (McIntosh et al, 2003; Crowther & Rayman-Bacchus, 2004). مسئولیت پذیری و برآورده ساختن این نیازها به عنوان مسئولیت شرکت<sup>۳</sup> مطرح است. تلاش های متعددی صورت گرفته است تا حوزه مسئولیت شرکتی به طور واضح تعریف گردد؛ ولیکن این تلاش ها باعث سردرگمی بیشتر شده است (Margolis & Walsh, 2003). مسئولیت اجتماعی شرکتی<sup>۴</sup>، پایداری، مسئولیت شرکتی، حاکمیت شرکتی، حاکمیت اجتماعی محیطی<sup>۵</sup>، و شهروند شرکتی<sup>۶</sup> در برگیرنده مسئولیت شرکت در قبال ذینفعان شرکت است (Bassen et al, 2006: 6). (نمودار شماره ۴).

1. Morris & Kuratko

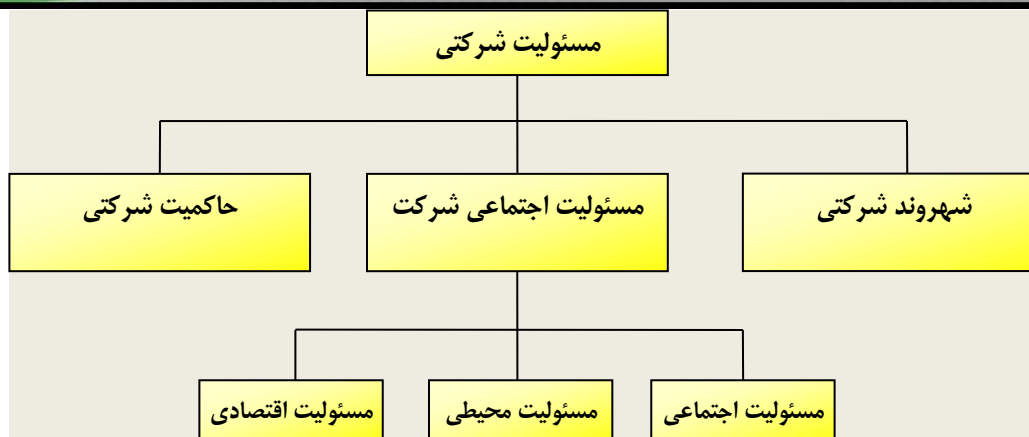
2. Adrian Cadbury

3. corporate responsibility

4. Corporate social responsibility

5. environmental social governance

6. corporate citizenship



نمودار شماره ۴: ابعاد مسئولیت شرکتی (Bassen et al,2006:7, Volkmann,2008)

مسئولیت شرکتی در برگزیده رفتار اخلاقی و مسئولانه شرکت (Hopkins,2001) در قبال توسعه اقتصادی پایدار، توجه به کارکنان و محافل اجتماعی و بهبود کیفیت زندگی کاری می‌باشد (WBCSD,2006). امروزه شهروند شرکتی با کارکردهای اساسی هئیت مدیره‌ها و وظایف مدیران ارتباط مستقیمی دارد (UNGC/IFC,2009:3). شهروند شرکتی تعهد به رفتار اخلاقی در استراتژی، عملیات و فرهنگ کسب و کار است که در حدود حاکمیت شرکتی و رهبری هئیت مدیره است که اصولاً با شهرت شرکت مرتبط می‌باشد. بنابراین، در جهان به هم پیوسته و جهانی‌سازی شده امروزی، سرمایه‌گذاران، بستانکاران و سایر سهامداران مسئولیت‌های حاکمیتی، محیطی و اجتماعی شرکت را که با عملکرد و پایداری بلندمدت شرکت تلیف شده است، را خواهند شناخت. امروزه، این نگرانی‌ها برای تعیین منافع شرکت کمک خواهد کرد. در شرکت‌هایی با عملیات موفقیت‌آمیز و رشد پایدار، هئیت مدیره‌ها باید این ابعاد جدید را در فرایندهای تصمیم‌گیری اصلی یکی کنند (UNGC/IFC,2009:1). به زعم بعضی از نویسندگان شهروند شرکتی از سال ۱۹۹۰ با رقابت شروع شده و جایگزین سایر مفاهیم تئوری و عمل مدیریت شده است (Matten et al,2003). همچنین برخی نیز بر این تأکید دارند که شهروند شرکتی باید به عنوان درک و فهم تأثیرات گسترده شرکت بر جامعه برای منافع شرکت و جامعه به عنوان یک کل تعریف شود (Valor,2005:196). شهروند شرکتی برای ارتباط فعالیت کسب و کار با پاسخگویی گسترده اجتماعی و خدمت‌رسانی برای منافع دو طرفه مورد استفاده قرار گرفته است و اشاره به تقویت دیدگاهی دارد که در آن شرکت به عنوان نهادی معادل با جایگاه شخص در نظر گرفته می‌شود (Waddell,2000). شهروند شرکتی بر این ایده تأکید دارد که شرکت‌ها حقوق و وظایفی دارند. به زعم بعضی از محققان به خاطر اینکه این حقوق با شهروند واقعی برابر نیستند مفهوم شهروند شرکتی مفهوم ساختگی است (Windsor,2001:46). شهروند شرکتی باعث می‌شود که شرکت‌ها از حقوق سیاسی و مدنی پشتیبانی کنند (Matten et al,2003:118). دیدگاه جدیدی در مورد کسب و کارها در حال ظهور است، دیدگاهی که بر مجموعه‌ای از ارزش‌های محوری چون حقوق انسانی، شاخص‌های سلامت اداری و حمایت از محیط، راهنمایی برای پیش‌بینی هئیت مدیره‌ها، رابطه با مدیریت و پاسخگویی در قبال مالکان سهام تأکید دارد. مدیران و هئیت مدیره‌ها نقش اساسی در انجام این مقاصد دارند (UNGC/IFC,2009:2). در مورد کسب و کارهای پایدار دو بعد وجود دارد: رهبری سازمانی اخلاقی و توسعه ارزش‌ها. مدیران، رهبری مناسب و شایسته‌ای در تشکیل اخلاقیات سازمانی و ایجاد فرصت جهت تقویت جوی که روابط و شهرت به موفقیت سازمان بستگی دارد. آنها جوی را پرورش می‌دهند که رفتار نمونه در آن تشویق می‌شود، از رویکردی استفاده می‌کنند که در آن بر مسئولیت‌های مدیریتی برای رفتار اخلاقی و تعریف ارزش‌های شرکت تأکید می‌شود. رهبری اخلاقی از طریق



از طریق رهبری فعال که بر هدف گذاری و اقدامات اخلاقی ایجاد می شود و از طریق توجه و پرداختن به رفتار مسئولیت پذیر در قبال ذینفعان داخلی و خارجی به وجود می آید. ارزش های اخلاقی در رهبری سازمان و فرهنگ سازمان منعکس شده است و اشاره به مجموعه ای از ارزش ها و اصول راهنما است که به طور عمیق در کل سازمان ریشه دوانیده است (D'Amato et al,2009:63).

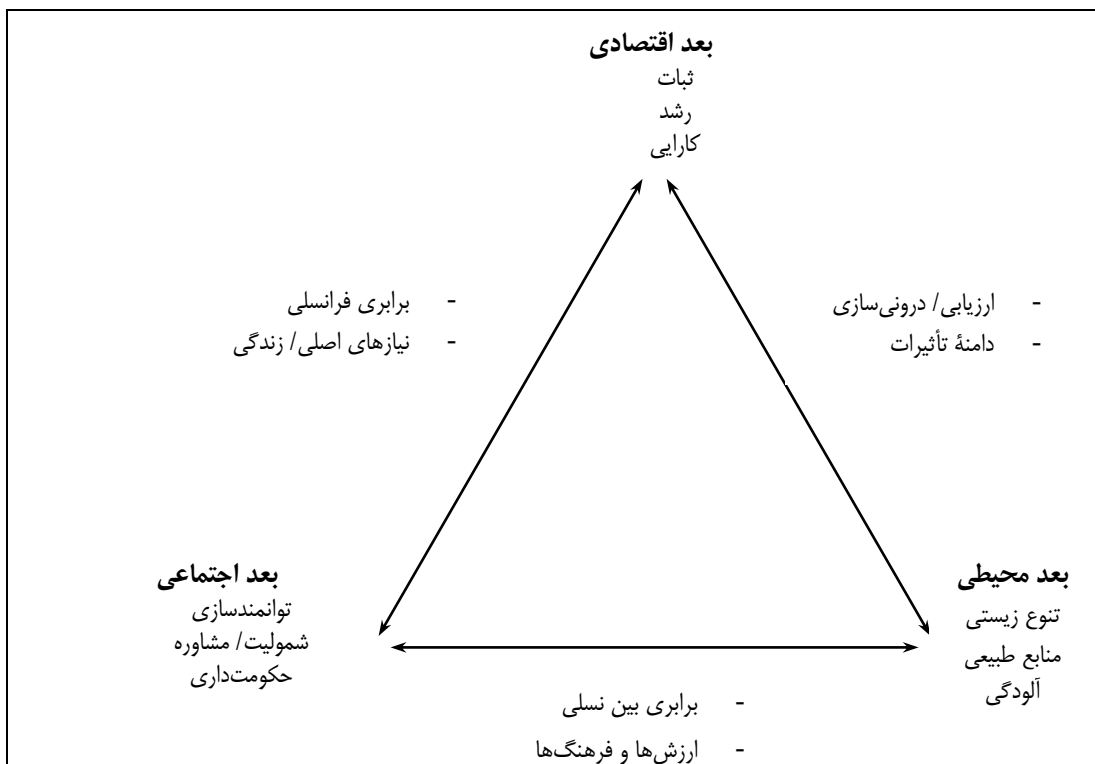
### کارآفرینی پایداری وجه اشتراک مسئولیت اجتماعی شرکت و کارآفرینی شرکتی

کارآفرینی در کسب و کارهای پایدار یا به عبارت بهتر کارآفرینی پایداری اشاره به توجه محیط دارد. کارآفرینی پایدار علمی بین رشته ای است که از تلاقی دو حوزه کارآفرینی و توسعه پایدار بوجود آمده است. تحقیقات کارآفرینی بر فعالیت های کارآفرینان فردی و یا تیم های کوچک کارآفرینی و اثر آنها بر بر سیستم های اقتصادی و اجتماعی و تحقیقات توسعه پایدار بر توسعه و پایداری جوامع و اکوسیستم ها تمرکز دارد. تحقیقات کارآفرینی پایدار تحقیق کارآفرینی در سطح خرد را با تحقیقات توسعه پایدار در سطح کلان به هم ارتباط می دهد. سازمان ها در بینابین دو مفهوم کارآفرینی و پایداری عمل می کنند. زیرا از یک سو بایستی به ابزارهای لازم برای کارآفرینی دسترسی داشته باشند و از سوی دیگر چشم انداز اجتماعی را در نظر داشته باشند (Parrish,2008:26). پایداری در سه موضوع محوری اقتصادی، اجتماعی و اکولوژیکی مورد توجه نظریه پردازان است (Azar et al,1996; Vouvaki,2005) در تعریف شاخص های پایداری نیز نوعاً از این سه محور استفاده می شود.

پایداری مستلزم فرصت های بهبود سیستم های اقتصادی، اجتماعی و اکولوژیکی، و افزایش ظرفیت سازگاری سیستم ها است. توجه به اثر پایداری بر سیستم های اجتماعی، چارچوب استاندارد برای نظارت بر توسعه پایدار بوجود آورده و نقش بسزایی در کارکرد عملی آن خواهد داشت. در بحث از ماهیت پایداری اغلب از عبارت اصول پایداری کمک می گیرند. اصولی نظیر برابری بین نسلی<sup>۱</sup>، پیشگیری، انسجام اکولوژیکی، خط مشی اقتصادی و اجتماعی؛ یا از موضوعات فرعی نظیر تنوع زیست محیطی، تغییرات جوی و توسعه انسانی استفاده می کنند (Dovers,2003). مثلث پایداری دارای سه محور پایداری اقتصادی، اجتماعی و اکولوژیکی است. نمودار شماره ۳ این سه محور را همراه با شاخص های آن نشان می دهد.

<sup>1</sup>. Inter-generation equity





نمودار شماره ۳: عناصر پایداری و شاخص‌های آن (Martens, 2006:51)

بنابراین کارآفرینی پایدار عبارت است از ترکیب ابعاد پایداری (اقتصادی، اجتماعی و اکولوژیکی) با رفتار کارآفرینی. ترکیب همه ابعاد با رفتار کارآفرینی مستلزم توجه به الزامات سه بعد پایداری است که عبارتند از:

- الزامات اقتصادی: به معنی فراهم آوردن استاندارد زندگی مطلوب برای همه.
- الزامات اجتماعی: به معنی فراهم کردن سیستم‌های حکمرانی که ارزش‌های مورد توجه مردم در زندگی خود را منعکس می‌کند.
- الزامات اکولوژیکی: به معنی لحاظ کردن ظرفیت‌های زیستی و محیطی.

جرلاک<sup>۱</sup> (۲۰۰۳) کارآفرینی پایدار را حل مسایل اجتماعی و اکولوژیکی با نوآوری‌های پایداری و کارآفرینانه تعریف می‌کند. هوکرتز<sup>۲</sup> با بهره‌گیری از رویکرد تئوری داده بنیاد<sup>۳</sup> با بررسی گام به گام واژه‌های مختلف و با کار روی تعاریف مفاهیم "شرکت پایدار" و "نوآوری پایدار" به "کارآفرینی پایدار" دست یافته است. با تعریف این مفاهیم، ایده اصلی در یک عبارت ترکیب می‌شود که عبارت است از: "Sustainepreneurship". در نتیجه کارآفرینی پایدار را به شرح زیر می‌توان تعریف کرد: "کارآفرینی پایدار شامل شناسایی نوآوری پایدار و عملی کردن آن از طریق راه‌اندازی و شروع جدید یا بازجهت دهی بنیادی الگوی تجاری سازمانی،

<sup>1</sup>. Gerlack

<sup>2</sup>. Hockerts

<sup>3</sup>. Grounded theory approach



برای دستیابی به اهداف اجتماعی و اکولوژیکی. "کارآفرینی پایدار با لحاظ کردن "Sustainepreneurship" در فرهنگ لغت انگلیسی (۲۰۰۸) دارای معانی زیر می باشد:

- گسترش نوآوری پایدار: کارآفرینی و نوآوری برای پایداری.
- در سطح پایین تر به کارآفرینی درون سازمانی پایداری<sup>۱</sup> اشاره دارد.
- تمرکز بر بیش از یک (جهانی/ اجتماعی/ پایداری مرتبط با) مسئله، یافتن/ شناسایی و یا کشف راه حل برای مسایل و انتقال نوآوری به بازار با ایجاد تجارت پایداری و افزون بر آن لحاظ کردن ارزشها و دستاوردهای اکولوژیکی/ اقتصادی/ اجتماعی و همچنین دستیابی به اهداف ملموس از طریق روشهای غیر مادی و اجتماعی. افزایش ارزش افزوده و همزمان با آن افزایش ذخایر سرمایه‌های اصلی به منظور تامین نیازهای نسل کنونی و نسل آینده.

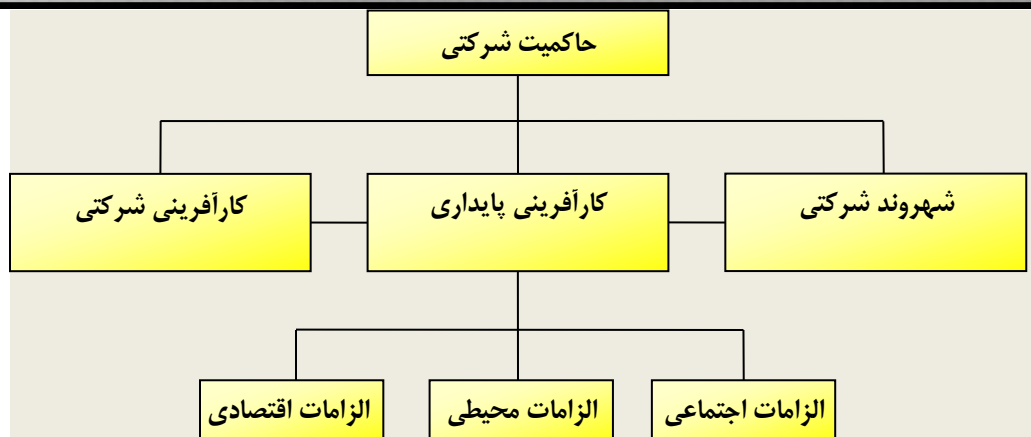
با توجه به تعاریف فوق فرآیند کارآفرینی پایدار عبارتند از:

- ۱- جستجو، یافتن و یا ایجاد نوآوری‌هایی برای حل مسایل مرتبط با پایداری
- ۲- ارائه و انتقال راه حل‌ها به بازار از طریق سازماندهی خلاق
- ۳- افزایش ارزشهای پایداری با توجه به سیستم‌های حمایت از زندگی (Abrahamsson, 2007:44). هر سه این مراحل در تعامل با یکدیگر مفهوم کارآفرینی پایدار را جامعیت می‌بخشند.

### بحث و نتیجه گیری

در مقاله حاضر با بررسی حوزه‌های مسئولیت شرکتی به این نتیجه رسیدیم که حاکمیت شرکتی باعث افزایش شهروند شرکتی و کارآفرینی پایدار در شرکت می‌شود. به وسیله سیستم حاکمیت شرکتی شرکت‌ها هدایت و کنترل می‌شوند. هئیت مدیره در قبال حاکمیت بر شرکت مسئول هستند. مسئولیت‌های هئیت مدیره شامل تعیین اهداف استراتژیک شرکت، فراهم کردن رهبری جهت دستیابی اثربخش به این اهداف، نظارت بر مدیران و ارائه گزارشات به سهامداران است. هدف بسیاری از سازوکارهای حاکمیت شرکتی دستیابی به شرکت‌های مسئولیت‌پذیر، پاسخگو، مدیران ارزش‌آفرین و در نهایت کنترل شرکت‌هاست. حاکمیت شرکتی، مسئولیت اجتماعی شرکتی، پایداری، و شهروند شرکتی در برگیرنده مسئولیت شرکت در قبال ذینفعان شرکت است. شهروند شرکتی تعهد به رفتار اخلاقی در استراتژی، عملیات و فرهنگ کسب و کار است که در حدود حاکمیت شرکتی و رهبری هئیت مدیره است. شهروند شرکتی به رعایت اصول و ارزش‌های شرکت اشاره دارد. در کسب و کارهای پایدار این اصول و ارزش‌ها با محیط نیز ارتباط پیدا می‌کند. بدین شکل که شرکت در بحث پاسخگویی باید ابعاد محیطی، اجتماعی و اقتصادی را نیز در نظر بگیرد. این ابعاد در حوزه پایداری و توسعه پایداری است. حاکمیت شرکتی با پرورش مدیران ارزش‌آفرین باعث امر کارآفرینی شرکتی می‌شود و اگر کارآفرینی شرکتی با توجه به عوامل کسب و کارهای پایدار انجام گردد، کارآفرینی پایداری را منجر خواهد شد. کارآفرینی پایدار فرآیندی پایدار در راستای تحقق اهداف توسعه پایدار از طریق کشف، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌های موجود و ارزش آفرینی در مولفه‌های اقتصادی، همبستگی اجتماعی و حفاظت از محیط زیست می‌باشد. با توجه به مباحث گفته شده مدل زیر به عنوان مدل نهایی تحقیق ارائه می‌گردد.

<sup>1</sup>. Sustainability Intra- /Entrepreneurship



نمودار شماره ۴: مدل مفهومی تحقیق

## منابع

۱. بدری، احمد (۱۳۸۵)؛ مبانی و ضرورت راهبری شرکتی، مجموعه مقالات همایش راهبری شرکتی، شرکت بورس اوراق بهادار تهران، صص. ۱۷-۵.
۲. تقی زاده، هوشنگ و سلطانی فسقندیس، غلامرضا (۱۳۸۹)؛ تأثیر اخلاق کسب و کار بر مسئولیت اجتماعی بنگاه، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال پنجم، شماره های ۳ و ۴، صص ۱۰۴-۹۴.
۳. حساس یگانه، یحیی (۱۳۸۳)؛ حاکمیت شرکتی و نقش آن در توسعه بازار، سمینار بازار سرمایه، موتور محرک توسعه اقتصادی ایران، ۷ و ۸ آذر تهران.
۴. حساس یگانه، یحیی (۱۳۸۵)؛ حاکمیت شرکتی در ایران. حسابر، شماره ۳۲، صص ۳۹-۳۲.
۵. حساس یگانه، یحیی و مولودی، عبدالله (۱۳۹۰)؛ رابطه حاکمیت شرکتی و ارزش ایجاد شده برای سهامداران، فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات مدیریت صنعتی سال نهم، شماره ۲۳، صص ۲۶۱-۲۳۳.
۶. سیناقدس، علی (۱۳۸۷)؛ حاکمیت شرکتی و اصلاح ساختار هیأت مدیره، ماهنامه تدبیر، شماره ۱۹۵، صص ۵۲-۴۹.



۷. ملکیان، اسفندیار و دریایی، عباسعلی (۱۳۹۰)؛ تبیین رابطه بین ویژگی‌های مالکیتی و شرکتی با ساختار حاکمیت شرکتی (شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران)، مجله پیشرفت‌های حسابداری دانشگاه شیراز، دوره سوم، شماره اول، صص ۱۴۳-۱۲۱.

8. Abrahamsson, A.(2007), "Sustainopreneurship-Business with a Cause: Conceptualizing Entrepreneurship for Sustainability", Master Thesis in Business Administration, Växjö University, School of Management and Economics, Class FED 321.
9. Azar, C., Holmberg, J., & Lindgren, K.(1996), "Methodological and Ideological Options Socio-ecological indicators for sustainability", Ecological Economics, 18: 89-112.
10. Bassen, A et al.(2006), The Influence of Corporate Responsibility on the Cost of Capital: an Empirical Analysis 2006", Hamburg: Schlange & Co, Universität Hamburg, Deutsche Bank.
11. Block, Z., & MacMillan, I.(1993), "Corporate Venturing", Cambridge, MA: Harvard Business Press.
12. Boamah, K.(2003), "Good corporate governance-Enhancing increased accountability and entrepreneurship in Namibia", Entrepreneurship Conference, Windhoek.
13. Christensen K.S.(2004), "A classification of the corporate entrepreneurship umbrella: labels and perspectives", Int. J. Management Enterprise Development, 1(4): 301-315.
14. Crowther, D. & Rayman-Bacchus, L.(2004), "Introduction: Perspectives on Corporate Social Responsibility, in: Crowther, D. & Rayman-Bacchus, L. (ed.): Perspectives on Corporate Social Responsibility.
15. Cudbery, A.(1992), "The financial aspect of corporate governance London: Burgess Science Press.
16. D'Amato, A., Henderson, S., & Florence, S.(2009), "Corporate Social responsibility and Sustainable business: a Guide to leadership tasks and functions", Center for Creative Leadership, Published by CCL Press.
17. Dovers, S.(2003), "Scaling governance and institutions for sustainability", Centre for Resource and Environmental Studies, The Australian National University, Western Australia.
18. Fujita, S.(1997), "A Strategy for Corporate Innovation", Tokyo: Asian Productivity Organization.
19. Guth, W.D., & Ginsberg, A.(1990), "Guest editors' introduction: Corporate entrepreneurship", Strategic Management Journal, 11: 5-15.
20. Hopkins, M.(2001), "Is there a Role for Large-Scale Corporations in Alleviating Poverty in Developing Countries?", available at: <http://www.devstud.org.uk/publications/papers/conf01/conf01hopkins.doc>.
21. Hoskisson, R.E., Yiu, D., & Kim, H.(2004), "Corporate governance systems: Effects of capital and labor market congruency on corporate innovation and global competitiveness", Journal of High Technology Management Research, 15: 293-315.
22. Katsikis I.N & Kyrgidou L.P.(2009), "Entrepreneurship in teleology: the variety of the forms", International Journal of Entrepreneurial Behaviour Research, 15(2): 209-231.



23. Kim, H., & Hoskisson, R.E.(1997), "Market (United States) versus managed (Japanese) governance", In K. Keasey, S.Thompson, & M. Wright (Eds.), Corporate governance: Economic, management, and financial issue (pp. 174–199). New York: Oxford University Press.
24. Lumpkin, G.T., & Dess, G.G.(1996), "Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance", *Academy of Management Review*, 21(1): 135–172.
25. Margolis, J. & Walsh, J.(2003), "Social Enterprise Series No. 19 - Misery Loves Companies: Whither social Initiatives by Business?", Harvard Business School, Working Paper Series, 1-58.
26. Martens, P.(2006), "Sustainability: Science or Fiction?", *Sustainability: Science, policy & Practice*, 2(1).
27. Matten, D., Crane, A. and Chapple, W.(2003), "Behind the Mask: Revealing the True Face of Corporate Citizenship", *Journal of Business Ethics*, 45, 1/2: 109–120.
28. McIntosh, M., Thomas, R., Leipziger, D. & Coleman, G.(2003), "Living Corporate Citizenship. Strategic routes to socially responsible business. Edinburgh: Pearson.
29. Miller, D.(1983), "Entrepreneurship correlates in three types of firms", *Management Science*, 29: 770 –791.
30. Nakahara, T.(1997), "Innovation in a borderless world economy", *Research-Technology Management*, 40(3): 7–9.
31. OECD.(2004), *Principal of corporate governance*.
32. Parrish, B.D.(2008), "Sustainability Entrepreneurship: Design Principles", Practices, and Paradigms. Leeds, UK: University of Leeds.
33. Porter, M.E.(1992), "Capital disadvantages: America's failing capital investment system", *Harvard Business Review*, 62(3): 65–82.
34. Roe, M.(1994), "Strong managers weak owners: The political roots of American corporate finance", Princeton, NJ: Princeton University Press.
35. Stopford, J., & Baden-Fuller, C.(1994), "Creating corporate entrepreneurship", *Strategic Management Journal*, 15: 521–536.
36. Taylor, B.(2003), "Board leadership: balancing entrepreneurship and strategy with accountability and control", *Corporate governance*, 3(2): 3-5.
37. UNGC/IFC, United Nations Global Compact/e International Finance Corporation World Bank Group.(2009), *Corporate Governance The Foundation For Corporate Citizenship and sustainable businesses*, available at: [http://www.unglobalcompact.org/AboutTheGC/tools\\_resources/additional\\_areas.html](http://www.unglobalcompact.org/AboutTheGC/tools_resources/additional_areas.html).
38. Valor, C.(2005), "Corporate Social Responsibility and Corporate Citizenship: Towards Corporate Accountability", *Business and Society Review*, 110:2, 191–212.
39. Volkmann, C.(2008), "Corporate Governance and Responsible Entrepreneurship in Germany", Workshop Social Responsible Entrepreneurship for SMEs, UNESCO Chairholder, UNESCO Chair For Entrepreneurship and Intercultural Management.
40. Vouvaki, D.(2005), "Criteria for Assessing Sustainable Development: Theoretical Issues and Empirical Evidence for the Case of Greece", Dimitra Vouvaki and Anastasios Xepapadeas, Department of Economics, University of Crete, [www.feem.it](http://www.feem.it).



41. Waddell, S.(2000), “New Institutions for the Practice of Corporate Citizenship: Historical, Intersectoral, and Developmental Perspectives”, *Business and Society Review*, 105, 1: 107–217.
42. WBCSD.(2006), “World Business Council For Sustainable Development, Corporate Social Responsibility”, available at: <http://www.wbcsd.org/templates/TemplateWBCSD1/layout.asp?type=p&MenuId=MzI3&doOpen=1&ClickMenu=LeftMenu>.
43. Windsor, D.(2001), “Corporate Citizenship. Evolution and Interpretation”, in Andrioff and McIntosh, *Perspectives on Corporate Citizenship*, pp. 39–52.
44. Zahra, S.(1993), “Environment, corporate entrepreneurship and financial performance: A taxonomic approach”, *Journal of Business Venturing*, 8(4): 319 –340.
45. Zaman, P.A.(2006), “Corporate Governance: Innovation & Entrepreneurship thrive or die!”, available at: [www.w3studio.net/qualvin/pdf/innovation.pdf](http://www.w3studio.net/qualvin/pdf/innovation.pdf).