

**حاکمیت شرکتی و نقش آن در بهبود کارآیی و اثر بخشی شرکت ها**مریم منصورپور اسفندآبادی<sup>۱</sup>

دانشجوی کارشناسی ارشد، مدیریت کسب و کار، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۱/۰۴ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۲/۰۸

**Corporate Governance And Its Role In Improving The Efficiency And Effectiveness Of Companies**Maryam Mansoorpour Esfanabadi<sup>1</sup><sup>1</sup> Master student, Business Management, Payame Noor University, Aleshtar, Lorestan, Iran

Received: (24/01/2021)

Accepted: (29/02/2021)

**Abstract**

Corporate governance is the rules, regulations, structures, processes, cultures and systems that achieve the goals of accountability, transparency, justice and respect for the rights of stakeholders. Corporate governance has become one of the main and dynamic aspects of the business world. It is increasing dramatically. In recent years, the height of corporate financial scandals has given special importance to the issue of corporate governance. One of the main factors in improving economic efficiency is the corporate governance system or corporate governance, which includes a set of relationships between the company's management, board of directors, shareholders and other stakeholders. The corporate governance system provides a structure through which the goals of the control firm and the means of achieving and monitoring the goals are determined. This system creates the necessary motivation to achieve the goals of the firm and the organization in management and also provides the ground for effective supervision. Therefore, companies use resources more effectively. Thus, by controlling the company by major shareholders can be Provided control tools to protect shareholders' interests, thereby monitoring the company's performance. Corporate governance, above all, aims at the long-term life of the enterprise and seeks to protect the interests of shareholders against the management of organizations.

**Keywords**

company, corporate governance, efficiency, effectiveness, board of directors, shareholder

**چکیده**

حاکمیت شرکتی، قوانین، مقررات، ساختارها، فرآیندها، فرهنگها و سیستم هایی است که موجب دستیابی به هدفهای پاسخگویی، شفافیت، عدالت و رعایت حقوق ذینفعان می شود. حاکمیت شرکتی به یکی از جنبه های اصلی و پویای دنیای تجارت تبدیل شده و توجه به آن به طور چشمگیری رو به افزایش است. در سال های اخیر اوج رسوایی های مالی شرکتها به موضوع حاکمیت شرکتی اهمیت ویژه ای بخشیده است. یکی از عوامل اصلی بهبود کارآیی اقتصادی، نظام راهبری بنگاه یا همان حاکمیت شرکتی می باشد که در برگزیده مجموعه های از روابط میان مدیریت شرکت، هیئت مدیره، سهامداران و سایر ذینفعان می باشد. نظام حاکمیت شرکتی ساختاری را فراهم می نماید که از طریق آن هدفهای بنگاه کنترل و ابزار دستیابی به هدف ها و نظارت بر آنها تعیین می شود. این نظام انگیزه لازم برای تحقق اهداف بنگاه و سازمان را در مدیریت ایجاد می نماید و زمینه نظارت موثر را نیز فراهم می کند. بنابراین شرکتها منابع را با اثربخشی بیشتر به کار می گیرند. بدین ترتیب که با کنترل شرکت توسط سهامداران عمده می توان ابزار کنترل حفظ منافع سهام داران را فراهم کرد و از این طریق نظارت بر عملکرد شرکت داشت. حاکمیت شرکتی پیش از هر چیز حیات بنگاه اقتصادی در درازمدت را هدف قرار داده و درصدد است تا از منافع سهامداران در مقابل مدیریت سازمان ها حفاظت نماید.

**واژه های کلیدی**

شرکت، حاکمیت شرکتی، کارآیی، اثربخشی، هیئت مدیره، سهامدار

## مقدمه

اصل اصطلاح حاکمیت شرکی کلمه ای یونانی به معنی راهنمایی کردن یا اداره کردن می باشد و از کلمه یونانی به کلمه لاتین و فرانسه قدیم تبدیل شده است. اما این کلمه به راههای مختلف توسط سازمانها یا کمیته ها مطابق علایق ایدئولوژیکی آنها تعریف شده است (ابو تپانجه، ۲۰۰۹).

حاکمیت شرکی را می توان به عنوان محیطی مملو از اعتماد، اصول اخلاقی، ارزشهای اخلاقی و اعتماد در نظر گرفت که از تلاش هماهنگ تمام بخشهای تشکیل دهنده آن محیط یعنی سهام دارانی مانند دولت، عموم مردم و افراد حرفه ای، ارائه دهندگان خدمات و بخش شرکی منشأ می گیرند. یکی از پیامدهای نگران کننده در مورد اقدامات سازمان و عواقب آن اقدامات، نگرانی مداوم در مورد حاکمیت شرکت بوده است. بدین ترتیب، حاکمیت شرکی، موضوع کلیدی و جاری در سراسر جهان است. برای سالیان متمادی در گذشته، اقتصاددانان فرض می کردند که تمامی گروههای مربوط به یک شرکت سهامی برای یک هدف مشترک فعالیت می کنند؛ اما در سی سال گذشته، اقتصاددانان موارد بسیاری از تضاد منافع بین گروه ها و چگونگی مواجهه شرکت ها با اینگونه تضادها را مطرح کرده اند (نمازی، ۱۳۸۷) به طور کلی این موارد، تحت عنوان حاکمیت شرکی در حسابداری بیان می شود.

## اهمیت موضوع:

سؤال اساسی این است که چرا حاکمیت شرکی طی دو دهه گذشته موضوع مهمی بوده، ولی پیش از آن اهمیت خاصی نداشته است؟ دلایل آن را می توان به این صورت مطرح کرد:

- موج جهانی خصوصی سازی در دو دهه گذشته.
  - تجدید سازمان صندوق های بازنشستگی و رشد پس اندازهای شخصی.
  - موج اعمال کنترل و فعالیت های تلفیقی شرکت ها از سال ۱۹۸۰.
  - خارج شدن شرکتهای از کنترل دولت ها و یک پارچه کردن بازارهای سرمایه.
  - بحران های سال ۱۹۹۸ آسیای شرقی که اهمیت حاکمیت شرکی در بازارهای نو ظهور را مشخص کرد.
  - رسوایی های مالی و ورشکستگیهای اخیر شرکت ها (هارفورد، ۲۰۰۵).
- اصولاً ماجرای حاکمیت شرکی با شرکت انرون بزرگترین شرکت فعال در بخش انرژی جهان آغاز شد. این شرکت در حالی که در سالهای ۱۹۹۹ و ۲۰۰۰ یکی از موفق ترین شرکتهای آمریکایی، با صورتهای مالی درخشان و پیش بینی سود کاملاً جذاب در رأس انتخابهای هر سرمایه گذار علاقه مند

به سهام شرکتهای قرار داشت، ناگهان در سال ۲۰۰۲ اعلام ورشکستگی کرد. چند ماه بعد فاجعه ورشکستگی ورلدکام، بزرگترین شرکت مخابراتی جهان، بهای سهام آن را ظرف مدت کوتاهی از صد دلار به یک سنت رساند. مدیران رده بالای شرکت آن چنان در چرخه شیطنی مدیریت سود هر سهم گرفتار شده بودند که برای پنهان کردن میزان بدهی خود متوسل به نیرنگ در حسابداری شدند. انرون با دستکاری در قواعد حسابداری برای حفظ سود، تقلبات عمده ای را از جمله ثبت پیش از موقع فروشها، سرمایه ای کردن هزینه ها، دستکاری در مفروضات حسابداری صندوق بازنشستگی و زمانبندی استهلاکات یا حتی تعیین ذخایر بیش از حد برای تجدید ساختار سازمان را صورت داد (زرین جوی، ۱۳۹۲).

## چارچوب نظری و نظریات حاکمیت شرکی:

چارچوب های نظری متفاوتی برای توضیح و تحلیل حاکمیت شرکی مطرح شده است. هر یک از آنها با استفاده از واژگان مختلف و به صورتی متفاوت به موضوع حاکمیت شرکی پرداخته اند که ناشی از زمینه علمی خاصی است که به موضوع حاکمیت شرکی می نگرند. به عنوان نمونه، نظریه نمایندگی ناشی از زمینه مالی و اقتصادی است، در صورتی که نظریه هزینه معاملات ناشی از نظریه های اقتصادی، حقوقی و سازمانی و نظریه ذینفعان ناشی از دیدگاه اجتماعی در مورد موضوع حاکمیت شرکی است. گر چه تفاوت های چشمگیری بین چارچوبهای نظری مختلف وجود دارد اما دارای وجوه مشترک مشخصی هستند. البته نظریه های دیگری مثل نظریه سازمان و مباشرت وجود دارد که نسبت به نظریه های پیش گفته، اهمیت کمتری دارند.

**نظریه نمایندگی:** آغاز حاکمیت شرکی از طریق مالکیت سهام تأثیر چشمگیری بر روش کنترل شرکتهای داشت و بدین ترتیب،

مالکان، اداره شرکت را به مدیران تفویض کردند. جدایی مالکیت از مدیریت (کنترل) منجر به یک مشکل سازمانی به نام مشکل نمایندگی شد. جنسن و مک لینگ (۱۹۷۶) از زوایای مختلف به این موضوع پرداخت و نهایتاً مبانی نظریه نمایندگی را مطرح کرد. وی مدیران شرکتها را به عنوان کارگزاران و سهامداران را به عنوان کارگمار تعریف نمود. به عبارت دیگر، تصمیم‌گیری روزمره شرکت به مدیران تفویض می‌شود که کارگزاران سهامداران هستند. مشکل در اینجا، آن است که کارگزاران لزوماً به نفع کارگمار تصمیم‌گیری نمی‌کنند. یکی از فرضیات اصلی نظریه نمایندگی این است که کارگمار و کارگزاران با هم تضاد منافع دارند. در نظریه‌های مالی، فرض اساسی این است که هدف اولیه شرکتها افزایش ثروت سهامداران است، لکن در عمل همواره اینگونه نیست. این احتمال وجود دارد که مدیران ترجیح دهند منافع خود، مثل کسب بیشترین پاداش ممکن را تعقیب کنند. مدیران احتمالاً به افزایش منفعت شخصی تمایل دارند. این امر منجر به تمرکز و سرمایه‌گذاری آنها بر طرح‌هایی می‌شود که منافع کوتاه مدت دارند (بویژه در مواردی که حقوق، مزایا و پاداش مدیران با سود مرتبط است) و توجهی به منافع بلندمدت سهامداران ندارند. در شرکت‌های بزرگ که مستقیماً توسط مدیران و به طور غیرمستقیم به کمک سرمایه‌گذاران نهادی کنترل میشوند، مدیران در مورد منافع کوتاه مدت تحت فشارند که ممکن است به نفع سایر سهامداران نباشد. در این شرایط، مدیران برای دستیابی به عایدیهای متفرقه تحریک میشوند که باز هم منجر به کاهش ارزش منافع و رفاه سهامداران میشود. در واژگان نظریه نمایندگی کاهش رفاه سهامداران "زیان باقیمانده" نامیده می‌شود. این مشکل نمایندگی، ضرورت کنترل مدیریت شرکتها توسط سهامداران را نشان می‌دهد. هزینه‌های نمایندگی ناشی از تلاشهای سهامداران برای کنترل مدیران است که اغلب دارای هزینه سنگینی است. طرحها و قراردادهای از روشهای کنترل است. این قراردادها (صریح و یا ضمنی) منافع دو گروه را هماهنگ می‌کند که بین مدیر و سهامداران منعقد میشود، افزون بر سهامداران، مدیران نیز مایلند ثابت کنند که آنها نسبت به سهامداران مسئول بوده و به دنبال افزایش ثروت سهامداران هستند.

**نظریه هزینه معاملات:** این نظریه که اول بار توسط لی (۱۹۶۳) به نام نظریه رفتاری مطرح شده، یکی از مبانی اقتصاد صنعتی و نظریه مالی شده است. نظریه هزینه معاملات بر اساس این واقعیت است که شرکتها آنقدر بزرگ شده‌اند که در تخصیص منابع جانشین بازار می‌شوند. در واقع شرکتها آنقدر بزرگ و پیچیده‌اند که با توجه به نوسانهای قیمت در بازار، تولید را هدایت کرده و بازار معاملات را متعادل می‌کنند. واضح است داخلی کردن معاملات به نفع مدیریت شرکتها می‌باشد. دلیل اصلی این امر، این است که داخلی کردن معاملات ریسک و عدم اطمینانها را در مورد قیمت و کیفیت آینده محصول حذف می‌کند. اقتصاد هزینه معاملات، همچنین فرض اساسی فرصت‌طلبی را می‌سازد. این نظریه فرض می‌کند که مدیران همچون افراد دیگر در برخی از مواقع فرصت طلب هستند. فرصت‌طلبی، به صورت تمایل کارگزاران در به کارگیری تمام روشهای موجود برای افزایش منفعت شخصی، تعریف شده است. در اینجا، شباهت‌هایی بین نظریه نمایندگی و نظریه هزینه معاملات مشاهده می‌شود، چون هر دو نظریه یک منطق را برای کنترل مدیران ارائه می‌دهند.

**نظریه ذینفعان:** نظریه ذینفعان به تدریج از دهه ۱۹۷۰ توسعه یافت. یکی از اولین توضیحات در مورد این نظریه در رشته مدیریت توسط فردیناند (۱۹۸۴) ارائه شد. وی نظریه عمومی شرکت را مطرح و پاسخگویی شرکتی را به گروه گسترده‌ای از ذینفعان پیشنهاد کرد. نظریه ذینفعان ترکیبی از نظریه‌های سازمانی و اجتماعی است. در واقع نظریه مذکور بیشتر یک سنت پژوهشی گسترده است که فلسفه، اخلاق، تئوریهای سیاسی، اقتصاد، حقوق، علوم سازمانی و اجتماعی را در هم می‌آمیزد. اساس نظریه ذینفعان این است که شرکتها بسیار بزرگ شده‌اند و تأثیر آنها بر جامعه آنچنان عمیق است که آنها باید به جز سهامداران به بخشهای بسیار بیشتری از جامعه توجه کرده و پاسخگو باشند. چند روش تعریف بر اساس رشته‌های مختلف برای نظریه ذینفعان وجود دارد. وجه تشابه تمام آنها، تأیید دخالت آنها در رابطه مبادله‌ای (تعامل) است. نه تنها ذینفعان تحت تأثیر شرکتها هستند بلکه آنها نیز بر شرکتها تأثیر می‌گذارند. آنها در شرکتها به جای سهام، دارای منافع هستند. ذینفعان شامل سهامداران، کارکنان، فروشندگان، مشتریان، بستانکاران، شرکتهای مجاور و عموم مردم می‌باشند. افراطی‌ترین حامیان نظریه ذینفعان بر این باورند که محیط زیست، گونه‌های جانوری و نسلهای آینده نیز باید در زمره ذینفعان گنجانده شوند. در بریتانیا یک طرح حسابداری مطرح گردید که نشان می‌داد شرکتها باید مسئول تأثیری باشند که بر گروه زیادی از ذینفعان می‌گذارند. نحوه دستیابی به این امر از طریق تشویق شرکتها به افشای داوطلبانه تعدادی از گزارشهای مورد نظر برای استفاده ذینفعان، افزون بر صورت سود و زیان سنتی و ترازنامه بود. صورتهای اضافی شامل صورت ارزش افزوده، گزارش استخدام و اشتغال، صورت

مریم منصورپور اسفندآبادی: حاکمیت شرکی و نقش آن در بهبود کارآیی و اثر بخشی شرکت ها

مبادلات پولی با دولت، صورت معاملات ارزی، صورت مشتریان احتمالی آینده و صورت اهداف آتی، می گردید.

### پیشینه حاکمیت شرکی:

مقوله راهبری شرکی امروزه به عنوان یک سازوکار جدی مطرح شده است و طبق تاییدیه مجامع حرفه ای و نهادهای قانونگذاری، مسئولیت ایجاد و حفظ محیط راهبری شرکی اثربخش، بر عهده هیئت مدیره سازمان است (رحمانی و کدخدایی، ۱۳۹۴). راهبری شرکی مجموعه ای از مسئولیتها و شیوه هایی است که توسط هیئت مدیره و مدیریت اجرایی (هیئت راهبری) با اهداف الف) ارائه مسیر استراتژیکی ب) اطمینان از دستیابی به اهداف ج) اطمینان دادن از مدیریت مناسب ریسکها و تأیید استفاده مسئولانه از منابع سازمان؛ اعمال میشود (دلوردس و سارکار، ۲۰۱۷) هیئت مدیره، مدیر اجرایی و دیگر مدیران ارشد را در تعیین اهداف استراتژیکی، ایجاد سطوح ریسک مناسب، سازماندهی سیستمهای کنترل موثر، ردیابی عملکرد و ارائه ارتباطات شفاف، کامل، روشن و به موقع به ذینفعان، هدایت و بر کار آنها نظارت میکند (رحمانی و کدخدایی، ۱۳۹۴). حاکمیت شرکی مجموعه مکانیسم های هدایت و کنترل شرکتهاست. حاکمیت شرکی در مفهوم کلی به ساختارها و فرایندهای تصمیم گیری، پاسخگویی و رفتار در سازمان (اعم از دولتی، حکومتی، خصوصی، انتفاعی، غیرانتفاعی و ...) می پردازد (نیکبخت و طاهری، ۱۳۹۳). نظام حاکمیت شرکی، توزیع حقوق و مسئولیتها ذینفعان مختلف شرکتهای اعم از مدیران، کارکنان، سهامداران و سایر شخصیت های حقیقی و حقوقی که از فعالیتهای شرکت تأثیر پذیرفته و بر آن اثر میگذارند، مشخص می کند. این نظام که قوانین و رویه هایی جهت تعیین فرایندهای تصمیم گیری در شرکت اعم از هدف گذاری، تعیین ابزارهای رسیدن به اهداف و طراحی های سیستمهای کنترلی را معین می کند، با راههایی که تأمین کنندگان منابع مالی جهت اطمینان از بازگشت سرمایه شان به کار می بندند، ارتباط تنگاتنگی دارد. نظام حاکمیت شرکی مجموعه دستورالعملها، ساختارها، فرایندها و هنجارهای فرهنگی است که شرکتهای با رعایت آنها به اهداف شفافیت در فرایندهای کاری، پاسخگویی در مقابل ذینفعان و رعایت حقوق ایشان دست خواهند یافت (نیوتون، ۲۰۱۵).

هر شرکی دارای فرهنگ تجاری، استراتژی و چشم انداز رقابتی خاص خود می باشد به همین دلیل، شرکت ها نه تنها بر ارائه تصویر عمومی مناسب از شرکت خود تأکید فراوان دارند بلکه به تلاش های چشمگیری برای حفظ شهرت خوب و خدمت به ذینفعان از طریق اصول حاکمیت شرکی می پردازند (رایفیلد و همکاران، ۲۰۰۶). در حال حاضر یکی از عوامل اصلی بهبود مدیریت منابع و کارآیی اقتصادی شرکت ها، سازوکارهای حاکمیت شرکی است، این سازوکارها ساختاری را فراهم می کنند که از طریق آن اهداف شرکت تنظیم می شود و وسایل دستیابی به این اهداف و نظارت بر عملکرد فراهم می آید. این نظام ضمن ایجاد انگیزه لازم در مدیریت، زمینه نظارت موثر را نیز فراهم می کند؛ به این ترتیب شرکت ها منابع را با اثربخشی بیشتری به کار می گیرند (حسن زاده، ۱۳۹۱). هدف از اعمال حاکمیت شرکی، اطمینان از برقراری چارچوبی است که توازن مناسبی بین آزادی عمل مدیریت، پاسخگویی و منافع انواع ذی نفعان فراهم آورد (نیکبخت و طاهری، ۱۳۹۳). راهبری موثر باید به عنوان یک فرایند منسجم و یکپارچه، مدل کسب و کار سازمان، محیط سازمان و چگونگی ایجاد ارزش پایدار و بهینه برای ذینفعان را درک کند و از پیشرفت مناسب اهداف و ارزش های اساسی سازمان، اطمینان حاصل نماید (رحمانی و کدخدایی، ۱۳۹۴). بنابراین، برای دستیابی به موفقیت بلندمدت در عملیات شرکی، شرکت ها باید به ایجاد تنظیماتی کارآمد از اصول حاکمیت شرکی برای نوآوری، سرمایه گذاری و تجدید ساختار سازمانی و فعالیتهای نوآورانه اقدام نمایند (مادانولو و کاراداگ، ۲۰۱۶).

مجموعه تحقیقات گذشته بیان می کنند که چندین سبک مختلف از مقررات حاکمیت شرکی وجود دارد که به معنای اتخاذ تصمیمات و مقررات خاص و دوری از اتخاذ بعضی تصمیمات تحت تأثیر حاکمیت شرکی است و در حقیقت می تواند منجر به عملکرد مالی برتر در شرکت شود؛ به عبارت دیگر برخی از تنظیمات مقررات می تواند عملکرد شرکت را افزایش دهد، درحالی که ترکیبات دیگر ممکن است منجر به عملکرد ضعیف شرکت شود (راج و همکاران، ۲۰۰۹). از این رو چارچوب های حاکمیت شرکی متفاوت، برای تمامی صنایع خدماتی و تولیدی می تواند موجب بهبود عملکرد و یا تضعیف آن گردد

هاپ و همکاران وی در سال ۱۹۹۸ پس از تحقیقی که در آکسفورد انجام دادند در تبیین حاکمیت شرکی می نویسند "حاکمیت شرکی به تشریح سازماندهی داخلی و ساختار قدرت شرکت، نحوه ایفای وظایف هیأت مدیره، ساختار مالکیت شرکت و روابط متقابل میان سهامداران و سایر ذینفعان، به خصوص نیروی کار شرکت و اعتباردهندگان به آن می پردازد.

رابرت مانگز و نل مینو، دو صاحب نظری که پژوهش های متعدد و گسترده ای در مورد حاکمیت شرکی انجام داده اند در سال ۱۹۹۵ حاکمیت شرکی را چنین تعریف کرده اند: "ابزاری که هراجماع به وسیله آن جهت حرکت شرکت را تعیین می کند و یا به عبارت دیگر، حاکمیت شرکی عبارت است از روابط میان

گروه‌های مختلف در تعیین جهت گیری و عملکرد شرکت. گروه‌های اصلی عبارتند از: سهامداران، مدیرعامل و هیأت مدیره. سایر گروه‌ها شامل کارکنان، مشتریان، فروشندگان، اعتباردهندگان و اجتماع.

حاکمیت شرکتی مناسب، روابط قابل اعتماد بین شرکت و ذینفعان آن را تضمین می‌کند. هدف حاکمیت شرکتی خوب، دستیابی به پایداری، مسئولیت پذیری، پاسخگویی، عدالت، شفافیت، رعایت حقوق تمام ذینفعان و اثربخشی در تمام قسمتهای یک شرکت و یا سازمان است. مهم ترین عنصر در ساختار شرکتهای بزرگ، هیئت مدیره است. مسائلی مانند ترکیب اعضای هیئت مدیره، مسائلی که هیئت مدیره بر آن تمرکز دارد، فرآیندهای تصمیم گیری و نیز آموزش چگونگی بهبود مستمر، بر کیفیت تصمیم گیری و مدیریت تأثیر می‌گذارد (عباسی، ۱۳۹۷).

تأکید مبانی اولیه حاکمیت شرکتی، بیشتر بر موضوع راهبرد شرکتهای و حقوق سهامداران قرار داشت و بعدها با طرح دیدگاههای جدیدتر، به سمت توجه جدی به حقوق کلیه ذینفعان و اجتماع گرایش یافت (کامو، مالین و زاتونی، ۲۰۱۶). فروپاشی شرکتهای بزرگی مانند انرون و ولدکام در آمریکا توجه همگان را به نقش برجسته حاکمیت شرکتی و توجه جدی به اصول نامبرده در مورد پیشگیری از وقوع چنین فروپاشیهایی جلب کرده است.

حاکمیت شرکتی پیش از هر چیز، حیات بنگاه اقتصادی در درازمدت را، هدف قرار داده و درصدد است تا از منافع سهامداران در مقابل مدیریت سازمانها حفاظت کند. دو هدف حاکمیت شرکتی عبارت است از:

- ۱) کاهش ریسک بنگاه اقتصادی از طریق بهبود و ارتقای شفافیت و پاسخگویی.
- ۲) بهبود کارایی درازمدت سازمان، از طریق جلوگیری از خودکامگی و عدم مسئولیت پذیری مدیریت اجرایی (حساس یگانه و همکاران، ۱۳۸۸).

حاکمیت شرکتی، موضوعی چندبعدی است. یکی از درونمایه‌های مهم در راهبری شرکتی با حسابداری و مدیریت مالی سروکار دارد و به گونه اصولی از به کارگیری سیاستها و مکانیسم‌هایی حمایت می‌کند که از رفتار درست اطمینان حاصل کرده، سهام داران را پشتیبانی کند. یک عنصر اصلی دیگر، دیدگاه کارآیی اقتصادی است که سیستم حاکمیت شرکتی از راه آن باید هدفهای اقتصادی را با در نظر گرفتن دقیق ثروت سهامداران، بهبود بخشد. دیدگاه‌های دیگری هم در زمینه حاکمیت شرکتی وجود دارد که از جمله آنها میتوان به دیدگاه ذینفعان اشاره کرد که حسابرسی و توجه بیشتری را به ذینفعان طلب می‌کند. حاکمیت شرکتی یک عنصر اساسی در افزایش اعتماد سرمایه گذار، ارتقای حس رقابتی و در نهایت بهبود رشد اقتصادی است. این عنصر در صدر فهرست توسعه بین المللی قرار دارد. جیمز ولفنسان رئیس سابق بانک جهانی، در این زمینه می‌گوید: «حاکمیت شرکتهای برای رشد اقتصاد جهانی از حاکمیت کشورها دارای اهمیت بیشتری است» (حساس یگانه، ۱۳۸۵).

صندوق بین المللی پول و سازمان توسعه و همکاری اقتصادی در سال ۲۰۰۱ حاکمیت شرکتی را چنین بیان کرده اند: «ساختار روابط و مسئولیتها در میان یک گروه اصلی شامل سهامداران، اعضای هیأت مدیره و مدیرعامل برای ترویج بهتر عملکرد رقابتی لازم جهت دستیابی به هدف‌های اولیه مشارکت». (حساس یگانه، ۱۳۸۵) در مقاله حاکمیت شرکتی در ایران با بررسی تعریف‌ها و مفاهیم حاکمیت شرکتی و مرور دیدگاه‌های صاحب نظران، چنین بیان می‌کند که حاکمیت شرکتی قوانین، مقررات، ساختارها، فرآیندها، فرهنگها و سیستم‌هایی است که موجب دستیابی به هدف‌های پاسخگویی، شفافیت، عدالت و رعایت حقوق ذینفعان می‌شود.

### طبقه بندی حاکمیت شرکتی:

بررسی‌ها نشان می‌دهند که هر کشور سیستم حاکمیت شرکتی منحصر به خود را دارد. به اندازه کشورهای دنیا، سیستم حاکمیت شرکتی وجود دارد. سیستم حاکمیت شرکتی موجود در یک کشور با تعدادی عوامل داخلی از جمله ساختار مالکیت شرکتهای، وضعیت اقتصادی، سیستم قانونی، سیاستهای دولتی و فرهنگ، معین میشود. ساختار مالکیت و چارچوب‌های قانونی از اصلی ترین و تعیین کننده ترین عوامل سیستم حاکمیت شرکتی هستند. همچنین عوامل خارجی از قبیل میزان جریان سرمایه از خارج به داخل، وضعیت اقتصاد جهانی، عرضه سهام در بازار سایر کشورها و سرمایه گذاری نهادی فرامرزی، به سیستم حاکمیت شرکتی موجود در یک کشور تأثیر دارند.

تلاشهایی برای طبقه بندی سیستم‌های حاکمیت شرکتی صورت گرفته که با مشکلاتی همراه بوده است. با این حال، یکی از

بهترین تلاش ها که از پذیرش بیشتری نزد صاحب نظران برخوردار است، طبقه بندی معروف به سیستم های درون سازمانی و برون سازمانی است. عبارت درون سازمانی و برون سازمانی تلاشهایی را برای توصیف دو نوع سیستم حاکمیت شرکتی نشان می دهند. در واقع، بیشتر سیستم های حاکمیت شرکتی، بین این دو گروه قرار می گیرند و در بعضی از ویژگی های آنها مشترکند. این دوگانگی حاکمیت شرکتی، ناشی از تفاوت هایی است که بین فرهنگها و سیستم های قانونی وجود دارند. با این همه، کشورها تلاش دارند تا این تفاوتها را کاهش دهند و امکان دارد که سیستمهای حاکمیت شرکتی در سطح جهانی به هم نزدیک شوند.

حاکمیت شرکتی درون سازمانی، سیستمی است که در آن شرکت های فهرست بندی شده یک کشور تحت مالکیت و کنترل تعداد کمی از سهامداران اصلی هستند. این سهام داران ممکن است اعضای خانواده مؤسس (بنیانگذار) یا گروه کوچکی از سهامداران مانند بانکهای اعتبار دهنده، شرکت های دیگر یا دولت باشند. به سیستم های درون سازمانی به دلیل روابط نزدیک رایج میان شرکتها و سهامداران عمده آنها، سیستم های رابطه ای نیز گفته می شود.

عبارت برون سازمانی به سیستمهای تأمین مالی و حاکمیت شرکتی اشاره دارد. در این سیستم ها، شرکت های بزرگ توسط مدیران کنترل می شوند و تحت مالکیت سهامداران برون سازمانی یا سهامداران خصوصی قرار دارند. این وضعیت منجر به جدایی مالکیت از کنترل (مدیریت) می شود که توسط برل و مینز (۱۹۳۲) طرح شد. همان طور که بعدها جنسن و مک لینگ (۱۹۷۶) در نظریه نمایندگی مطرح کردند، مشکل مرتبط با هزینه های سنگینی است که به سهامدار و مدیر تحمیل می شود. اگر چه در سیستمهای برون سازمانی، شرکت ها مستقیماً توسط مدیران کنترل می شوند، اما به طور غیرمستقیم نیز تحت کنترل اعضای برون سازمانی قرار دارند. اعضای مذکور، نهادهای مالی و همچنین سهامداران خصوصی هستند. در آمریکا و بریتانیا، سرمایه گذاران نهادی بزرگ که مشخصه سیستم برون سازمانی هستند، تأثیر چشم گیری بر مدیران شرکتها دارند (گنجی، ۱۳۸۸).

### بازیگران عرصه حاکمیت شرکتی

بازیگران شرکتی را می توان در سه دسته بازیگران داخلی، بازیگران خارجی و هیأت مدیره ها تقسیم بندی نمود. البته در برخی تقسیم بندی ها نیز می توان اعضای مستقل هیأت مدیره را از جمع بازیگران خارجی و اعضای اجرایی هیأت مدیره را، از جمله بازیگران داخلی شرکت برشمرد. در تقسیم بندی دیگر، این گونه بازیگران را می توان به سرمایه گذاران، تأمین کنندگان منابع انسانی مورد نیاز و اعضای تیم های مدیریت شرکتی تفکیک نمود (آناند، ۲۰۰۳).

بر اساس تقسیم بندی اول، بازیگران داخلی را می توان شامل کسانی دانست که تصمیمات شرکتی را اتخاذ نموده و به اجرا در می آورند، درحالی که بازیگران خارجی کسانی هستند (حقیقی یا حقوقی) که سعی در اعمال نفوذ و کنترل بر تصمیمات شرکت را دارند (مینتز برگ، ۱۹۸۳). کارکنان درون شرکت را می توان به عنوان بازیگران داخلی و سهامداران، تأمین کنندگان، مشتریان، نهادهای دولتی و قانونی را تحت عنوان بازیگران خارجی معرفی نمود. هیأت مدیره ها را نیز می توان به عنوان گروه سومی مدنظر قرارداد که بعضاً به جهت آن که می توانند هم در قالب بازیگران داخلی و تحت عنوان دسته بازیگران خارجی قرار گیرند مستقل از دسته دیگر تعریف نمود (زرین جوی، ۱۳۹۲).

– **هیأت مدیره ها:** هیأت مدیره ها یکی از ارکان حاکمیت در شرکت های امروزی به شمار می روند که اغلب از آنها به عنوان اهرم اجرایی اصول حاکمیتی شرکت و مسئول نظارت و سیاست گذاری در شرکتها یاد می شود (هارفورد، ۲۰۰۵). اعضای هیأت مدیره اغلب توسط مالکان سهام انتخاب می شوند، درحالی که در برخی سیستم های حاکمیتی نوین، مجموعه نظرات کارکنان، نهادهای دولتی، سرمایه گذاران و عرضه کنندگان نیز در انتخاب آنان تأثیرگذار است.

هیأت مدیره ها غالباً گروهی از افرادند که حق نظارت، کنترل، سیاست گذاری های کلان و حاکمیت یک شرکت خاص را در اختیار دارند (همان، ۲۰۰۵). این مجموعه از افراد (در قالب یک تیم کاری اثربخش) باید سلامت شرکتی را در حوزه های متنوعی همچون عملکرد مالی مناسب شرکت، قانونی بودن فعالیت ها، تناسب فرایندها و اقدامات صورت پذیرفته شرکت با اهداف راهبردی شرکت، تضمین نمایند.

**مدیرعامل و تیم اجرایی شرکت:** مقایسه تعاریف موجود از این گونه بازیگران در طی دهه های گذشته و سال های اخیر (همچون تیم هیأت مدیره) حاکی از بروز تغییرات گوناگونی در وظایف این گونه افراد است. در نتیجه این تحولات، نقش استراتژیک این گونه تیم ها تا حد زیادی کاسته شده و وظایف اجرایی بیشتری برای آنان منظور شده است. این گونه بازیگران

در قالب تیمی اجرایی مشتمل بر مدیر ارشد مالی، مدیر ارشد بازاریابی، مدیر ارشد حاکمیتی، مدیر ارشد یادگیری، مدیر ارشد اطلاعاتی، مدیر ارشد عملیاتی، مدیر ارشد منابع انسانی، مدیر ارشد فناوری و . . . تحت نظارت مدیر ارشد اجرایی یا به عبارتی بهتر مدیرعامل شرکت به فعالیت مشغولند. نکته مهم آن است که هرچه رابطه بین این تیم با تیم هیأت مدیره بهتر شود، عملکرد کلی شرکت (با فرض ثبات سایر شرایط) ارتقاء خواهد یافت.

**سهامداران:** تمامی کسانی که مالک سهام های توزیعی شرکت در بازارهای سهمی هستند، را می توان در شمار این گونه بازیگران حاکمیت شرکت دانست. این گونه بازیگران می توانند با اعمال حق رأی خود در انتخاب سیستم های حاکمیتی شرکت، کنترل تیم هیأت مدیره را در دست گرفته و به تدوین سیاست های جدیدی در حاکمیت شرکت، بپردازند.

**مشتریان داخلی و خارجی شرکت:** مشتریان، مدیران اصلی شرکتها و راز مانایی هر واحد کسب و کار محسوب میشوند. بی تردید انتظارات، نظرات و درصد رضایتمندی این گونه ذینفعان یعنی خریداران محصولات و خدمات شرکت (مشتریان خارجی شرکت) و از طرفی کلیه کارمندان شرکت (مشتریان درون شرکتی) از اهمیت قابل ملاحظه ای برخوردار است.

**قانون گذاران و سایر نهادهای مرتبط با کسب و کار شرکت:** نهادهای قانونی معتبر در نظام های حاکمیتی جهان همچون نزدک و بورس اوراق بهادار نیویورک در آمریکا، بورس اوراق بهادار لندن، استرالیا و قوانین الزامی آنان همچون قوانین سربانس آکسلی، استاندارد کدبری، استانداردهای هیگز و . . . را میتوان در این بخش جای داد. نهادهای اجتماعی، محیط زیست و سایر نهادهای مرتبط نیز در این بخش قابل بحث و بررسی اند (همان)

**نقش حرفه حسابداری در حاکمیت شرکتی:** حرفه حسابداری به علت ایجاد اطمینان از شفافیت در حسابداری و گزارشگری مالی، نقش حساسی در حاکمیت شرکتی بازی می کند. صورتهای مالی، یکی از مهم ترین ابزارهای انعکاس عملکرد اقتصادی واحدهای تجاری می باشد. وظیفه حسابداری اندازه گیری نتایج و تخصیص ارزش به داراییها و بدهیها در نقطه زمانی خاص می باشد. سرمایه گذاران و دیگران به منظور تصمیم گیری، به اطلاعات حسابداری اتکا میکنند. سهامداران اشخاص مستقلی از بیرون سازمان را به عنوان حسابرس استخدام می کنند که وظیفه آنها ایجاد اطمینان درخصوص ارائه درست و منصفانه اطلاعات ارائه شده در صورتهای مالی میباشد.

سهامداران به قضاوت حسابرسان به علت وجود دانش تخصصی و استقلال اتکا می کنند. حرفه حسابرسی در صورتی که قادر به اثبات استقلال و کارایی خود نباشد، به مرور زمان اعتبار و اعتماد عمومی آن کاهش خواهد یافت. این امر زمانی رخ خواهد داد که:

۱. نیازهای اجتماعی در حال تغییر نادیده گرفته شود.

۲. امکان ایجاد رویه های حسابرسی پیشرفته وجود نداشته باشد.

۳. شک و تردیدهایی نسبت به استقلال حسابرس وجود داشته باشد.

بنابراین تدوین استانداردهای حسابداری و حسابرسی مناسب به منظور بهبود حاکمیت شرکتی ضرورت دارد. با تدوین آنها انتظارات جامعه راجع به روشهای مناسب ثبت، حسابداری و گزارشگری معاملات و پیاده سازی عملیات تجاری انعکاس می یابد. به منظور اینکه چنین استانداردهایی انتظارات جامعه را به درستی منعکس کند، فرایندهای تدوین استاندارد باید به گونه ای انجام شود که بیان آزادانه و وسیع دیدگاه ها به وسیله ذینفعان و علاقه مندان را امکان پذیر

نماید. بهبود در حسابداری و گزارشگری مالی، شرط لازم برای بهبود در حاکمیت شرکتی است (نارایان کولی). تحقیقات پیرامون حاکمیت شرکتی، به نقش اطلاعات حسابداری به عنوان منبعی از متغیرهای اطلاعاتی موثق اشاره دارد که از وجود قراردادهای پاداش مدیران مطابق با عملکرد، نظارت بر مدیران توسط هیأت مدیره، سرمایه گذاران خارجی و قانون گذاران و همچنین از اعمال حقوق سرمایه گذاران حمایت می کنند که به وسیله قوانین اوراق بهادار اعطا شده است. شرکت باید نسبت به فعالیتهای خود در قبال اشخاص ذینفع پاسخگو باشد. استانداردهای حسابداری، افشای جامع پاسخگویی شرکت را تضمین می کند که به عنوان موضوع بنیادی و شرط لازم برای حاکمیت شرکتی مناسب است. در واقع در بازمینی استانداردهای حسابداری به منظور بهبود حسابداری و گزارشگری مالی، انعکاس انتظارات در حال تغییر جامعه درخصوص رفتارهای شرکت و ایجاد ابزاری به منظور نظارت سیاسی و اجتماعی و کنترل شرکت ضرورت دارد (ابوتپانچه، ۲۰۰۹).

حسابداری دارای ماهیتی اجتماعی است که با تفکیک مالکیت از مدیریت، رشد و توسعه یافته و بر حمایت از سرمایه گذاران بالفعل و بالقوه تأکید دارد. برای کنترل حسابداری ساختگی اکثر کشورها بر مفهوم افشا و شفافیت تأکید کرده اند. مبحث افشای اطلاعات مهم ترین بخش حاکمیت شرکی به شمار می آید. هرچه عملیات داخلی شرکت و جریان نقدینگی آن روشنتر باشد و دقیق تر گزارش شود زمینه های اختلاس و سوء مدیریت برای مدیران و سهامداران عمده محدودتر می شود. مهم ترین مبحث در زمینه افشای اطلاعات آن است که همه عوامل مؤثر بر بهای سهام باید در زمان مناسب و با دقت کافی گزارش شوند. این اطلاعات در مرحله نخست عبارت است از:

۱. ضرورت درآمدها
۲. خرید و فروش دارایی ها
۳. تغییرات هیأت مدیره
۴. درصد مالکیت مدیران اجرایی
۵. تغییر در مالکیت شرکت
۶. سایر اطلاعاتی که در مرحله بعدی قابل افشا هستند عبارتند از:
۷. مبلغ پاداش هیأت مدیره
۸. راهبرد شرکت

یکی از اجزای مهم در همه سیستم های حاکمیت شرکی، نظارت بر فعالیت مدیران به وسیله انواع عوامل سیستم می باشد. به عبارت دیگر این نظارت می تواند توسط هیأت مدیره، سهامداران، دارندگان اوراق قرضه، بانک و کارگران انجام شود. امر نظارت به وسیله افشای اطلاعات صحیح و با استفاده از قراردادهای یا اطلاعات عمومی سهامداران تسهیل گردد. اما یکی از عوامل ضروری سیستم حاکمیت شرکی، شفاف سازی می باشد. شفاف سازی مربوط به افشای حقایق به کلیه سهامداران می باشد. افشا، انتقادی به عملکرد فرضیه بازارکارا می باشد. افشای اطلاعات، شکل های متفاوتی از تولید اطلاعات به وسیله شرکت از قبیل گزارش سالانه شامل صورت جلسه مدیران، بررسی مالی و عملیاتی شرکت، صورت سود و زیان، ترازنامه، صورت جریان وجوه نقد و سایر اقلام می باشد. با اجرای دقیق حاکمیت شرکی، مخصوصاً با تأکید بر افشا و شفافیت می توان تا حد زیادی از بروز پدیده حسابداری ساختگی جلوگیری به عمل آورد (همان).

### حاکمیت شرکی در ایران:

طبق شواهد موجود سیستم حاکمیت شرکی در ایران، قانون مدنی مصوب ۱۸ اردیبهشت ۱۳۰۷ و اصلاحات بعدی، قانون تجارت مصوب ۱۳ اردیبهشت ماه ۱۳۱۱، قانون اصلاح قسمتی از قانون تجارت مصوب ۲۴ اسفندماه ۱۳۷۴ و قوانین و مقررات بورس اوراق بهادار می باشد. قانون تجارت که از قوانین فرانسه و بلژیک اقتباس شده قدیمی و منسوخ بوده و دارای نواقص فراوانی است. هرچند که در سال ۱۳۴۷ مفاد ۲۱ تا ۹۴ قانون مذکور اصلاح و ۳۰۰ ماده جدید در مورد شرکتهای جایگزین شد، به نظر می رسد اصلاحیه انجام شده نیز تغییر با اهمیتی در چارچوب اولیه قانون تجارت و ارتقای حاکمیت شرکی ایجاد نکرده است. از زمان تصویب قانون بورس اوراق بهادار در اردیبهشت ماه ۱۳۴۵ تاکنون ۵۵ سال می گذرد و به جز تلاشهای چند سال اخیر، تغییر با اهمیتی در جهت ارتقای حاکمیت شرکی در قوانین مربوطه رخ نداده است.

بررسی سیستم حاکمیت شرکی در کشورمان حاکی از آن است که قانون تجارت حاضر، همانند روابط تجاری گذشته منسوخ بوده و پاسخگوی کارکردها و روابط تجاری موجود نمی باشد. هرچند که تلاشهای فراوانی به ویژه در سالهای اخیر توسط مسئولان سازمان بورس اوراق بهادار در قالب دستورالعملها و بخشنامه ها انجام شده، لکن حاکمیت شرکی، ارتقای چندانی نیافته است. بنابراین براساس مبانی نظری و پیشینه عملی در سراسر دنیا، برای اطمینان از کارکرد مناسب شرکتهای و بازار سرمایه و افزایش اعتماد سرمایه گذاران داخلی و خارجی ارتقای حاکمیت شرکی در بازار سرمایه کشورمان ضرورت حیاتی دارد. افزون بر آن ارتقای حاکمیت شرکی موجب افزایش سرمایه گذاریهای بلندمدت و رشد اقتصادی خواهد شد و فقدان حاکمیت شرکی مناسب، سلب حقوق سهامداران به ویژه سهامداران جزء سوءاستفاده های احتمالی مدیران، فرار سرمایه و . . . را به همراه خواهد داشت. شواهد موجود نشان می دهد که یکی از اصلی ترین برنامه های دولت، خصوصی سازی است. بنابراین، برای ایجاد بازاری منصفانه برای



دادوستد اوراق بهادار، ارتقاء و اصلاح حاکمیت شرکتی ضروری است (اعرابی و همکاران، ۱۳۹۰). علاوه بر موارد فوق یک سلسله دستورالعمل، بخشنامه و توصیه نامه در بخش‌ها و نهادهای مختلف مانند سازمان بورس، بانک مرکزی و ... در خصوص حاکمیت شرکتی به صورت پراکنده صادر شده است. از این مسأله که قانون تجارت ایران مصوب ۱۳۱۱ هجری شمسی و لایحه اصلاحی آن مصوب ۱۳۴۷ امروزه ناقص و ناکارآمد است، سخن بسیار گفته شده و نیازی به تکرار آن نیست و در مورد حاکمیت شرکتی متأسفانه باید گفت که این نواقص بیشتر است. در قانون تجارت، اگر برای مثال جرایم مدیران شرکت‌ها به چند ماده محدود شده که اجرای آن گنگ و نامفهوم است، در مورد مسائل جدید این مشکلات دوچندان است: در باب شرکت‌های سهامی، جایی برای دبیر شرکت - که همان مدیر حقوقی است - به عنوان رکن کنترلی در نظر گرفته نشده است و به جای آن از حسابرس و بازرس سخن رفته است. در مورد دستمزد و پاداش مدیران، به طور صریح نیامده است و در مورد مسائل حقوق زیست محیطی نیز که جزء ذی نفعان خارجی به حساب می‌آید، پیش‌بینی خاصی صورت نگرفته است. در باب سوم ماده چهارم از قانون تجارت، در حقوق شرکت‌ها، ارکان زیر به عنوان ارکان تصمیم‌گیری، نظارتی و مدیریتی پیش‌بینی شده است:

مؤسسان اولیه و مجمع عمومی مؤسسان اولیه در مواد ۱۶۶، ۱۷ و ۷۴ لایحه اصلاحی قانون تجارت

۱. بازرسان در مواد ۱۴۸، ۱۴۹ و ۱۵۱ لایحه اصلاحی قانون تجارت.

۲. مجمع عمومی عادی یا سالانه در مواد ۷۲، ۸۶، ۸۸ و ۸۹ لایحه اصلاحی قانون تجارت.

۳. مجمع عمومی فوق‌العاده در مواد ۸۳ و ۸۵ لایحه اصلاحی قانون تجارت.

۴. هیأت مدیره شرکت در مواد ۱۰۷، ۱۰۸، ۱۰۹، ۱۱۴، ۱۱۸ و ۱۲۱ لایحه اصلاحی قانون تجارت.

۵. رئیس و نایب رئیس هیأت مدیره در مواد ۱۱۹ و ۱۲۰ لایحه اصلاحی قانون تجارت.

۶. مدیرعامل شرکت در مواد ۱۲۴ و ۱۲۵ لایحه اصلاحی قانون تجارت.

۷. اشخاص وابسته و معامله با آنها در مواد ۱۲۹، ۱۳۲ و ۱۳۳.

اصول حاکمیت شرکتی در قانون فعلی تجارت ایران در محورهای زیر آمده است:

۱. برخورد منصفانه و یکسان با سهامداران: منظور از برخورد منصفانه، عدم تبعیض میان سهام‌داران در ایفای حق نظارتی، تصمیم‌گیری و مدیریتی است. اگرچه قانون تجارت برای همه سهامداران، حقوق یکسانی در نظر گرفته است، اما حقوق سهامداران حداقلی یا خرد به طور کامل رعایت نشده است زیرا عملاً حق مدیریتی سهامداران کوچک برای انتخاب اعضای هیأت مدیره با چالش مواجه خواهد بود، اما تصمیم‌سازان این سهام‌اندک برای یک شرکت می‌تواند بسیار حیاتی باشد؛ بنابراین صاحبان سهام کلان باید در راستای همسو نمودن آنها با خود برآیند.

۲. توجه به حقوق سهامداران و کارکردهای حاکمیتی کنترلی: در این مورد مواد ۳۷ و ۳۸ لایحه اصلاحی قانون تجارت مقرر می‌دارد: «ماده ۳۷ - دارندگان سهام مذکور در ماده ۳۵ حق حضور و رأی در مجامع عمومی صاحبان سهام شرکت را نخواهند داشت و در احتساب حدنصاب تشکیل مجامع تعداد این گونه سهام از کل تعداد سهام شرکت کسر خواهد شد. به علاوه حق دریافت سود قابل تقسیم و حق رجحان در خرید سهام جدید شرکت و همچنین حق دریافت اندوخته قابل تقسیم نسبت به این گونه سهام معلق خواهد ماند.

۳. توجه به نقش و حقوق کلیه ذی‌نفعان خارجی: چنان که پیشتر گفتیم، قانون تجارت ایران، فقط به ذکر حقوق ذی‌نفعان داخلی پرداخته و در مورد ذی‌نفعان خارجی اعم از اشخاص، محیط، کارمندان شرکت و ... ساکت است.

۴. شفافیت و افشا: قانون تجارت ایران راجع به اصول شفافیت، به استانداردهای حداقلی اکتفا کرده و به دیگر موارد نپرداخته است. در این خصوص می‌توان به جرم افشای اطلاعات پنهانی اشاره نمود که البته در قوانین جداگانه دیگری جرم‌انگاری شده است، ولی در قانون تجارت از آن سخنی به میان نیامده است. جدای از شفافیت برای ذی‌نفعان خارجی، شفافیت برای ذی‌نفعان داخلی نیز در سطح قابل قبولی نیست و شفافیت کلیه اطلاعات مانند صورت جریان نقدی، نظیر دیگر کشورهای در قانون تجارت ایران پیش‌بینی نشده است.

۵. نقش و مسؤلیت هیأت مدیره شرکت: هر چند که وظایف هیأت مدیره در قانون مشخص شده است، پیشگیری از ریسک، از طریق کمیته‌های عالی مدیریت ریسک مختص بانک‌ها، کمیته‌های حسابرسی، نظارت و کنترل‌های داخلی پیش‌بینی نشده و فقط به ذکر اقدامات بازرسان بسنده شده است. در اینجا تکرار این نکته ضروری است که قانون تجارت ایران میان «بازرس» و «حسابرس مستقل»

قائل به تفاوت نیست. در حالی که می دانیم این دو اصطلاح متفاوت اند: حسابرس مستقل، صحت صورتهای مالی را به طور سالانه گزارش می کند و بازرس، کلیات و عملکرد شرکت را با رعایت اساسنامه آن در هر سال مالی اعلام می دارد.

۶- ایجاد جایگاهی مناسب برای اعمال حاکمیت شرکی که همان ساختار و عملکرد شرکت است: ایجاد جایگاهی مناسب در واقع آماده سازی بانک برای نظارت کارآمدتر و سالم تر است. از این لحاظ، باید از هر آنچه نظارت سالم را پیچیده می کند و اختیارات بی حدوحسابی را در اختیار افراد خاصی قرار می دهد، جلوگیری کرد. به عنوان مثال قانون تجارت به راحتی این امکان را میدهد که مدیرعامل، همزمان رئیس هیأت مدیره نیز باشد که این امر فساد آور است و می تواند بر تصمیمات شرکت تأثیر سوء بگذارد. در موردی دیگر، قانون پیش بینی نکرده که اگر تعداد مخالفان و موافقان در تصمیم گیری هیأت مدیره یکسان باشد، چه راهکاری باید ارائه شود. این دست بی توجهی ها در قانون تجارت ایران به دفعات یافت می شود که شایده از بارزترین آنها، عدم تفکیک صحیح ساز و کار کنترلی - نظارتی و مدیریتی است. گواه این مدعا، ماده ۱۰۷ این قانون لایحه اصلاحی قانون تجارت است که پیش بینی کرده، مدیران شرکت باید از سهامداران باشند؛ در حالیکه گفته شده است که این سهام به منظور جبران خسارت های وارده به بانک در نتیجه سوءمدیریت مدیران، به عنوان وثیقه تا پایان دوره مسؤولیت آنها، در صندوق نگه داری می شود.

### نتیجه گیری و پیشنهادات:

امروزه شرکتهای پایه فعالیتهای اقتصادی بوده و بیشترین میزان تولید ثروت و درآمد، ایجاد اشتغال و جذب سرمایه در آنها رخ می دهد و در نتیجه مهمترین عنصر در اقتصاد امروز محسوب می شوند. مالکیت شرکی از طریق مالکیت سهام، تأثیر چشمگیری بر روش کنترل شرکتهای داشت. بدین ترتیب، مالکان اداره

شرکتهای را به مدیران تفویض کردند و بازارهای بورس اوراق بهادار شکل گرفت. یکی از ابزارهای تخصیص بهینه منابع، بازارهای اوراق بهادار می باشد. لذا هر مشکلی که در بازار مذکور بوجود آید، تنها مساله اقتصادی نیست بلکه به مساله ای اجتماعی مبدل می شود که در آن منافع عمومی جامعه به خطر خواهد افتاد. برای حل و فصل مشکلات مذکور یکی از مفاهیم با اهمیت مطرح شده در دوهه اخیر، مفهوم حاکمیت شرکی است. حاکمیت شرکی به عنوان معیاری برای کنترل و هدایت شرکتهای است. بدین ترتیب که با کنترل شرکت توسط سهامداران عمده میتوان ابزار کنترل و حفظ منافع سهامداران را فراهم کرد و از این طریق نظارت بر عملکرد شرکت داشت. حاکمیت شرکی پیش از هر چیز حیات بنگاه اقتصادی در درازمدت را هدف قرار داده و درصدد است تا از منافع سهامداران در مقابل مدیریت سازمانها حفاظت نماید.

حاکمیت شرکی سیستمی است که با آن شرکت ها اداره و کنترل می شوند و ساختاری را شکل می دهد که از طریق آن می توان دستیابی به اهداف و عملکرد سازمان را نظارت کرد. عوامل متعددی در شکل گیری و پیاده سازی حاکمیت شرکی اثر دارند که یکی از این عوامل، کارآفرینی شرکی است. این پژوهش با هدف ارزیابی رابطه بین مولفه های حاکمیت شرکی و عملکرد شرکت با سنجش ابعاد کارآفرینی سازمانی می باشد. نتایج تحقیقاتی که مرور شد نشان می دهد که حاکمیت شرکی بر عملکرد شرکت به طور مثبت تأثیرگذار است. از میان ابعاد حاکمیت شرکی به ترتیب بیشترین و کمترین ارتباط را اثربخشی هیأت مدیره؛ اثرهای مالکیت؛ حقوق سهامداران و شفافیت با حاکمیت شرکی داشته اند که این ترتیب در تحقیقات مختلف، متفاوت می باشد. حاکمیت شرکی به ترتیب بیشترین و کمترین تأثیر را بر فعالیت های نوآورانه، ریسک پذیری و رقبا داشته است. از سوی دیگر تئوری نمایندگی بیان می کند که بین مدیران و مالکان تضاد منافع وجود دارد و در زمینه عملکرد و ریسک پذیری، مدیران ترجیحی متفاوت از مالکان دارند. هرچند ریسک پذیری می تواند عملکرد شرکت را بهبود دهد، در صورت عدم دریافت مستقیم این منافع توسط مدیران و هم چنین با توجه به جنبه های منفی ریسک پذیری بالا و تهدیدهای مربوط به آن، ممکن است مدیران تمایل زیادی به ریسک پذیری نداشته باشند. براین اساس بیان می شود که پایش مدیران از سوی مالکان با استفاده از سازوکارهای مختلف راهبری شرکی ضرورت دارد. راهبری شرکی برای اطمینان از این که سرمایه گذاران بازده منصفانه ای بر روی سرمایه گذاری خود کسب کنند، طراحی شده است. تقویت سیستم راهبری شرکی موجب تخصیص کارآیی منابع می شود که به نوبه خود امکان رشد اقتصادی و کسب بازده مناسب برای سرمایه گذاران را فراهم می کند. ازاین رو پیشنهاد می شود تا شرکت ها با تشکیل دوایر تحقیق و توسعه و پیش بینی های نسبتاً دقیق در ارتباط با صنعت، بازار و رقبا بتوانند به فعالیت های نوآورانه، زودتر از رقبا دست یابند و با ارزیابی سیاستها و رویه های ریسک تصویب شده توسط هیأت مدیره؛ بتوانند قابلیت ریسک پذیری شرکت را در مقابل رقبا افزایش دهند و ازاین جهت بتوانند به مزیت رقابتی دست یابند.

از طرفی کافی بودن حاکمیت شرکتی (اندازه هیئت مدیره) می‌تواند بر کنترل و کاهش هزینه‌های نمایندگی مؤثر واقع شود، لذا به سرمایه‌گذاران و تحلیلگران توصیه می‌شود جهت اخذ تصمیمات سرمایه‌گذاری، به جای توجه صرف به سازوکارهای توانایی حاکمیت شرکتی، در کنار سایر اطلاعات به اطلاعات مرتبط با اندازه هیئت مدیره نیز توجه نمایند. علاوه بر اندازه هیئت مدیره، دانش مالی هیئت مدیره نیز بر چرخه عمر شرکت تأثیر مستقیم و معنی‌دار دارد. بنابراین هیئت مدیره شرکتها بایستی جهت تأثیرگذاری بر کارایی شرکتها و همچنین چرخه عمر، دانش مالی خود را افزایش دهند که این مسئله باعث تأثیرگذاری مستقیم بر بسیاری از متغیرهای خرد و کلان شرکت خواهد داشت. همچنین هیئت مدیره به منظور کنترل چرخه عمر شرکت باید از دوگانگی وظیفه مدیرعامل جلوگیری نموده و همچنین مدیرانی متخصص استخدام نمایند تا زمینه افزایش بهره‌وری شرکتها فراهم گردد. ضمن اینکه با گسترش مطالعات و ادبیات نظری حاکمیت شرکتی فعالان بورس، اعضاء هیئت مدیره شرکتها، سهامداران، مؤسسات حسابرسی، پژوهشگران و... با مباحث حاکمیت شرکتی بیشتر آشنا شده تا بتوانند به نحو مناسبی به ایفای نقش در حاکمیت شرکتی و در نتیجه تأثیر بر افزایش چرخه عمر شرکتها بپردازند.

### فهرست منابع:

- اعرابی، محمد، رحیم زارع و مسعود مقدس، «جایگاه اصول حاکمیت شرکتی در قانون تجارت ایران» فصلنامه مجلس و پژوهش، ۶۵، حساس یگانه، ی، رئیسی، ز، حسینی، (۱۳۸۸) «رابطه بین کیفیت حاکمیت شرکتی و عملکرد شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران» علوم مدیریت ایران، ۷۵.
- حساس یگانه، (۱۳۸۵)، حاکمیت شرکتی در ایران، مجله حسابرسی، شماره ۳۲.
- رجبی، روح‌الله، گنجی، عزیزالله (۱۳۸۹) بررسی رابطه بین نظام راهبری شرکتی و عملکرد مالی شرکتها، پژوهشهای حسابداری مالی، سال دوم، شماره ۲.
- حسن زاده، رسول؛ بادآور نهندی، یونس و بابایی حسین، قادر (۱۳۹۱). بررسی رابطه بین برخی مکانیزهای حاکمیت شرکتی با ارزش ایجاد شده برای صاحبان سهام و ارزش افزوده اقتصادی. مجله بررسیهای حسابداری و حسابرسی، ۱۹(۲).
- رحمانی، ع، کدخدایی الیادانی، (۱۳۹۴) «ارزیابی راهبری شرکتی توسط حسابرسان داخلی در ایران»، دانش حسابرسی، ۶۷.
- زرین جوی، طاهره (۱۳۹۲). رابطه ویژگیهای حاکمیت شرکتی با ارزش افزوده اقتصادی و ارزش شرکت در شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی بروجرد.
- عباسی آقا ملکی، ح، عبدلی، ق، سوری، ع، ابراهیمی، م (۱۳۹۷)، تاثیر نوآوری بر نوسانات سهام شرکتهای داروسازی بورس اوراق بهادار تهران. اقتصاد مالی، ۱۲(۴۵).
- نمازی، م، کرمانی، ا، (۱۳۸۷)، «تأثیر ساختار مالکیت بر عملکرد شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران»، بررسیهای حسابداری و حسابرسی، ۱۵(۵۳).
- نیکبخت، م، طاهری، ز. (۱۳۹۳). «بررسی رابطه بین سازوکارهای راهبری شرکتی و ریسک سیستماتیک». فصلنامه بررسی های حسابداری و حسابرسی، ۲۱(۱).
- Abu-Tapanjeh, A. M. (2009). Corporate governance from the Islamic perspective: A comparative analysis with OECD principles. *Critical perspectives on Accounting*, 20(5).
- Anand S. Desai., Fatemi, Ali and Katz, Jeffrey P. (2003). "Wealth Creation and Managerial Pay: MVA and EVA as Determinates of Executive Compensation", *Global Finance Journal*.
- de Lurdes Calisto, S. (2017). "Organizations as biomes of entrepreneurial life: Towards a clarification of the corporate entrepreneurship process". *Journal of Business Research*, 70.
- Harford, J. and K. Li (2005). "Decoupling CEO Wealth and Firm Performance: Evidence from Acquisitions and Capital Expenditures", Working Paper, University Of Washington Business School.
- Madanoglu, M., & Karadag, E. (2016). "Corporate governance provisions and firm financial performance: the moderating effect of deviation from optimal franchising". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(8).
- Newton, N. Ashley (2015), Executive compensation, organizational performance, and governance quality in the absence of owners. *Journal of Corporate Finance*, Volume 30.

مریم منصورپور اسفندآبادی: حاکمیت شرکتهای و نقش آن در بهبود کارآیی و اثربخشی شرکتها

Rauch, A., Wiklund, J., Lumpkin, G. T., & Frese, M(2009). "Entrepreneurial orientation and business performance: An assessment of past research and suggestions for the future". *Entrepreneurship theory and practice*,33(3).

**Journal of New Business Attitudes**