

کیفیت حاکمیت شرکتی برای سازمان های توسعه‌ای

دکتر بهزاد جعفری قوشچی

دکتر مهر داد مظفری

پاییز ۱۴۰۱

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

بخش اول: حاکمیت شرکتی

۱۲.....	تعاریف حاکمیت شرکتی
۱۵.....	اهمیت حاکمیت شرکتی
۱۶.....	دلایل ایجاد حاکمیت شرکتی مناسب
۱۷.....	مبانی حاکمیت شرکتی
۱۸.....	۱- تئوری نمایندگی
۲۰.....	۲- تئوری ذینفعان
۲۱.....	۳- تئوری هزینه معاملات
۲۲.....	۴- تئوری هزینه معاملات در برابر تئوری نمایندگی
۲۲.....	۵- تئوری نمایندگی در برابر تئوری ذینفعان
۲۳.....	طبقه‌بندی سیستم‌های حاکمیت شرکتی
۲۴.....	۱- حاکمیت شرکتی درون‌سازمانی (رابطه‌های)
۲۵.....	۲- حاکمیت شرکتی برون‌سازمانی (محیطی)
۲۷.....	مکانیزم‌های حاکمیت شرکتی
۲۷.....	۱- مکانیزم‌های برون‌سازمانی (محیطی)
۲۷.....	۲- مکانیزم‌های درون‌سازمانی (محاطی)

بخش دوم: الگوهای حاکمیت شرکتی

۳۱.....	۱- الگوی مبتنی بر بازار
۳۲.....	۲- الگوی حاکمیت شرکتی مبتنی بر روابط
۳۳.....	۳- الگوی حاکمیت شرکتی در حال‌گذار
۳۳.....	۴- الگوی نوظهور
۳۴.....	۵- مدل حاکمیت شرکتی انگلیسی - آمریکایی
۳۵.....	۱- ۵- ذینفعان کلیدی در مدل Anglo-US
۳۶.....	۲- ۵- الگوی مالکیت سهام در مدل انگلیسی-آمریکا
۳۶.....	۳- ۵- ترکیب هیئت مدیره در مدل Anglo-US

- ۴-۵ چارچوب نظارتی در مدل انگلیس و آمریکا..... ۳۸
- ۵-۵ الزامات شفافیت در مدل انگلیس-آمریکا..... ۳۹
- ۵-۶ مدل حاکمیت شرکتی ژاپنی..... ۴۱
- ۵-۶-۱ ذینفعان کلیدی در مدل ژاپنی..... ۴۲
- ۵-۶-۲ الگو مالکیت اشتراکی در مدل ژاپنی..... ۴۴
- ۵-۶-۳ ترکیب هیئت مدیره در مدل ژاپنی..... ۴۴
- ۵-۶-۴ چارچوب نظارتی در مدل ژاپنی..... ۴۵
- ۵-۶-۵ الزامات افشا در مدل ژاپنی..... ۴۶
- ۵-۶-۶ تعامل بین ذینفعان در مدل ژاپنی..... ۴۷
- ۵-۷ مدل حاکمیت شرکتی آلمانی..... ۴۸
- ۵-۷-۲ الگو مالکیت اشتراکی در مدل آلمانی..... ۵۰
- ۵-۷-۳ ترکیب هیئت مدیره در مدل آلمانی..... ۵۰
- ۵-۷-۴ چارچوب نظارتی در مدل آلمانی..... ۵۱
- ۵-۷-۵ الزامات شفافیت در مدل حاکمیت شرکتی آلمانی..... ۵۱
- ۵-۷-۶ تعامل بین ذینفعان در مدل آلمانی..... ۵۴

بخش سوم: ویژگی‌های حاکمیت شرکتی

- ویژگیهای کمیته حسابرسی..... ۵۶
- استقلال کمیته حسابرسی..... ۵۶
- اندازه کمیته حسابرسی..... ۶۰
- دوره تصدی کمیته حسابرسی..... ۶۱
- ویژگیهای هیات مدیره..... ۶۱
- ۱ اندازه هیات مدیره..... ۶۲
- ۲- استقلال هیات مدیره..... ۶۳
- ۳- جلسات هیات مدیره..... ۶۷
- ۴- دانش مالی هیات مدیره..... ۶۹
- ۵- جدایی نقش رئیس هیات مدیره و مدیر عامل..... ۶۹
- ۶- دوره تصدی مدیر عامل..... ۷۰

بخش چهارم: کیفیت حاکمیت شرکتی

۷۵.....	روش‌های رتبه‌بندی شرکت‌ها بر مبنای کیفیت حاکمیت شرکتی
۷۸.....	مقایسه روش‌های رتبه‌بندی شرکت‌ها بر مبنای کیفیت حاکمیت شرکتی
۷۹.....	کیفیت حاکمیت شرکتی به عنوان ابزاری برای کاهش عدم تقارن اطلاعاتی
۸۱.....	شاخص‌های در نظر گرفته شده برای کیفیت حاکمیت شرکتی
۸۲.....	نقش هیئت مدیره در کیفیت حاکمیت شرکتی
۸۳.....	تفکیک وظایف رئیس هیئت مدیره و مدیر عامل
۸۶.....	کمیته‌های فرعی هیئت مدیره
۸۶.....	کمیته انتصاب
۸۶.....	کمیته پاداش

بخش پنجم: سازمان‌های توسعه‌ای

۹۲.....	دلیل شکل‌گیری سازمان‌های توسعه‌ای
۹۳.....	مقایسه سازمان‌های توسعه‌ای در ایران و جهان

بخش ششم: الگوی کیفیت حاکمیت شرکتی در سازمان‌های توسعه‌ای

۱۱۳.....	الگوی مستخرج
۱۱۸.....	فهرست منابع

پیشگفتار

طی دو دهه اخیر، تلاش‌هایی برای رتبه‌بندی شرکت‌ها از دیدگاه نظام حاکمیت شرکتی صورت گرفته است و شاخص‌هایی برای سنجش کیفیت این نظام طراحی و ایجاد شده است. رتبه‌بندی شرکت‌ها از دیدگاه کیفیت نظام راهبری با استفاده از معیارهای مستخرج از اصول و ساختارهای نظام حاکمیت شرکتی باعث ارائه اطلاعات شفاف درباره شرکت‌ها می‌شود و اطلاعات لازم را برای مقایسه به‌وسیله استفاده‌کنندگان فراهم می‌کند. ارائه نتیجه کیفیت حاکمیت شرکت‌ها علاوه بر افزایش سطح دانش عمومی استفاده‌کنندگان نسبت به چارچوب‌ها و کارکردهای نظام حاکمیت شرکتی، موجب شکل‌گیری انتظارات مؤثر و تقاضای عمومی برای ارتقای کیفیت حاکمیت شرکتی در شرکت‌ها می‌شود. این امر در نهایت، به افزایش شفافیت و رعایت بیشتر حقوق سهامداران منجر خواهد شد.

در حال حاضر می‌توان بخش اعظم مشکلات ساختاری شرکت‌های سهامی ایرانی را در مواردی از قبیل ناکارآمدی عملکرد شرکت‌ها، عدم رعایت حقوق ذینفعان، عدم پاسخگویی هیأت مدیره، فقدان نظارت دائمی و مستمر سهامداران بر عملکرد شرکت، عدم شناسایی و اجرای دقیق حقوق سهامداران اقلیت و عدم حمایت مؤثر از سرمایه‌گذاران جستجو نمود که تمام این معضلات با رعایت اصول حاکمیت شرکتی در ساختار شرکت‌های کشور رفع شدنی است. از آنجا که "شفاف‌سازی و پاسخگویی" هدف اصلی قانون حاکمیت شرکتی است، چنانچه در کشور به این موضوعات توجهی نشود و یا اساساً موضوع حکمرانی خوب مطرح نباشد، آیین‌نامه حاکمیتی شرکتی کارساز نخواهد بود.

در مقام پیشگفتار این کتاب می‌توان گفت که ساختار مالکیت شرکت‌ها و تفکیک ناچیز مالکیت از مدیریت و همچنین غلبه بخش دولتی بر بخش خصوصی در اقتصاد ایران، باعث شده تا پاسخگویی و رعایت اصول حاکمیت شرکتی نزد بسیاری از مدیران واحدهای اقتصادی ضرورتی نداشته و از اولویت لازم برخوردار نباشد. لذا مادامی که فرهنگ پاسخگویی و شفافیت در ساختار شرکت‌ها نهادینه نشود و حاکمیت شرکتی توسط دولت به عنوان ذینفع اصلی از این موضوع مهم، به طور کامل پذیرفته و اجرا نگردد، عملاً در شرکت‌های خصوصی نیز توجه به این اصل کم‌رنگ خواهد بود. به عنوان نمونه در حال حاضر در بانکها، بیمه‌ها، صنایع نفتی و پتروشیمی که بیشتر مالکیت آنها در اختیار دولت است، به اصل شفافیت توجه لازم نمی‌شود. لذا در ساختار کنونی به دلیل فقدان شفافیت در گزارشگری و فرمایشی بودن نظارتها و کنترلها، همواره وضعیت مالی شرکت‌ها توسط مخاطرات مختلف تهدید می‌شود.

بخش اول

حاکمیت شرکتی

حاکمیت شرکتی مجموعه مکانیسم‌های هدایت و کنترل شرکت‌ها است. نظام حاکمیت شرکتی توزیع حقوق و مسئولیت‌های ذینفعان مختلف شرکت‌ها اعم از مدیران، کارکنان، سهامداران، اعتباردهندگان و سایر شخصیت‌های حقیقی و حقوقی را که از فعالیت‌های شرکت تأثیر پذیرفته و بر آن اثر می‌گذارند، مشخص می‌کند. این نظام که قوانین و رویه‌هایی جهت تعیین فرآیندهای تصمیم‌گیری در شرکت اعم از هدف‌گذاری، تعیین ابزارهای رسیدن به اهداف و طراحی سیستم کنترلی را معین می‌کند، با راه‌هایی که تأمین‌کنندگان منابع مالی جهت اطمینان از بازگشت سرمایه‌شان به کار می‌بندند، ارتباط تنگاتنگی دارد. این نظام در جهت حمایت و صیانت از حقوق و منافع تمامی سرمایه‌گذاران و سهامداران در بانک و کاهش تضاد منافع بین مدیران و سهامداران حرکت می‌نماید. حاکمیت شرکتی ضمن ارائه چارچوب قانونی و مقرراتی برای تعیین روابط و مسئولیت‌های میان سهامداران، اعضای هیأت‌مدیره، مدیرعامل و ذینفعان دیگر، تضمین عملکرد رقابتی لازم برای صحت و سلامت فعالیت‌ها و حصول اطمینان نسبت به رعایت حقوق ذینفعان و ارائه معیارها و سازوکارهای نظارت و کنترل بر فعالیت‌های مدیران و الزام پاسخگویی آن‌ها راجع به فعالیت‌های خود را فراهم می‌آورد. در مجموع می‌توان بیان کرد نظام حاکمیت شرکتی مجموعه دستورالعمل‌ها، ساختارها، فرآیندها و هنجارهای فرهنگی است که شرکت‌ها با رعایت آن‌ها به اهداف شفافیت در فرآیندهای کاری، پاسخگویی در مقابل ذینفعان و رعایت حقوق ایشان دست خواهند یافت. سازوکارهای حاکمیت شرکتی باعث کم شدن مشکلات نمایندگی در شرکت‌ها می‌شود. بی‌شک یکی از مهم‌ترین تحولات جهان در قرن هجدهم میلادی، انقلاب صنعتی، ظهور شرکت‌های سهامی و تفکیک مالکیت از مدیریت بود. تا قبل از آن فعالیت‌های تجاری و اقتصادی در قالب مالکیت‌های فردی انجام می‌شد و جدایی مالکیت و مدیریت مطرح نبود. در نتیجه این تحولات، شرکت‌های سهامی محل تجمع منافع ذینفعان بسیاری در شرکت‌ها شامل سهامداران، مدیران، اعتباردهندگان، کارکنان و سایر ذینفعان شد و در پی آن بازار مالی سازمان‌یافته‌ای در اکثر کشورها به وجود آمد. از آنجا که امکان حضور همه سهامداران و ذینفعان در شرکت‌ها وجود ندارد لذا مدیران به نمایندگی از طرف آن‌ها اداره امور شرکت‌ها را به دست گرفتند و مسئول پاسخگویی به ذینفعان در مقابل منابع در دسترس‌شان شدند. سهامداران و ذینفعان خواهان حداکثر شدن منافع شرکت و لزوماً با منافع مدیران که کسب حداکثر پاداش است هم‌سو

و هم جهت نمی‌باشد، اینجاست که تضاد منافع پدید می‌آید (اسماعیل زاده مقری و همکاران، ۱۳۸۹، ۵۶). در سال‌های اخیر، در راستای حمایت از حقوق سرمایه‌گذاران، حاکمیت شرکتی توجه زیادی را به خود جلب نموده و به عنوان یکی از سازوکارهای مهم برای اداره و کنترل شرکت‌ها در بازار سرمایه تبدیل شده است. در حال حاضر، بسیاری از کشورها حداقل الزامات حاکمیت شرکتی را دارند، اگرچه شاخص-های حاکمیت شرکتی به‌طور اساسی بین کشورها متفاوت است. آن‌ها شرکت‌های پذیرفته شده در بورس را ملزم به رعایت الزامات مزبور می‌نمایند، هرچند شرکت‌های کوچک نیز به رعایت آن الزامات، تشویق می‌شوند. برای نظام حاکمیت شرکتی تعریفی که بر روی آن اجماع وجود داشته باشد، وجود ندارد، اما هدف نهایی آن دستیابی به پاسخگویی، شفافیت، عدالت، انصاف و رعایت حقوق همه ذینفعان است. دستیابی به اهداف مذکور با ایجاد سازوکارهای درون و برون سازمانی حاصل می‌شود (حساس یگانه، ۱۳۸۵، ۶۳). حاکمیت شرکتی در جهت تشویق مدیران برای استفاده موثر از منابع شرکت و نیز پاسخگویی آن‌ها به سهامدارانی که منابع خود را در اختیار مدیران گذاشته‌اند، طراحی شده است. وجود سیستم راهبری شرکتی مناسب می‌تواند شرکت‌ها را در جلب اعتماد سرمایه‌گذاران و تشویق آن‌ها به سرمایه‌گذاری کمک کند. از مهم‌ترین ویژگی شرکت‌های سهامی تفکیک مالکیت از مدیریت آن‌هاست. بر این اساس برای مدیران امکان دسترسی انحصاری به بخشی از اطلاعات و نیز تهیه و ارائه اطلاعاتی همچون اطلاعات مالی به‌وجود آمده است. این ویژگی و نیز ویژگی حسابداری تعهدی به‌خاطر وجود معوقات (مابه‌التفاوت سود نقدی و سود تعهدی) و انگیزه‌هایی همچون انگیزه پاداش، هموارسازی سود و مقررات گریزی، این امکان و انگیزه را برای مدیران به‌وجود می‌آورد تا در جهت منافع خود و در تضاد با منافع سایر گروه‌ها اطلاعات را دستکاری کنند و یا به عبارت کامل‌تر دست به اعمال مدیریت سود بزنند. نکته اصلی این است که روش‌های متعددی برای مدیریت سود وجود دارد و مدیر برای مدیریت سود خالص گزارش شده در چارچوب استانداردهای حسابداری آزادی عمل وسیعی دارد. به هر حال شناسایی سازوکارهایی که بتواند در کاهش مدیریت سود و تضاد منافع موجود بین ذی‌نفعان اثر بخش باشد بسیار حائز اهمیت است. این امر منجر به ایجاد بحث‌های متعددی شده است که موضوع حاکمیت شرکتی از اصلی‌ترین آن‌هاست.

افشای کمک‌های نامشروع و پنهانی هفده شرکت بزرگ آمریکایی به حزب جمهوری‌خواه در سال ۱۹۷۳ که به ماجرای واترگیت^۱ شهرت یافت، موضوع کنترل‌های داخلی شرکت‌ها و افشا اطلاعات مالی را از

^۱. Watergate

منظر جدیدی در کانون توجه مجامع حرفه‌ای و نهادهای نظارتی قرار داد. انجمن حسابداران رسمی آمریکا^۱، استانداردهای ویژه‌ای را در مورد کنترل‌های داخلی برای حساب‌رسان مستقل وضع نمود. همچنین کمیسیون ملی مبارزه با تقلب در سال ۱۹۸۷ در گزارشی با عنوان «ترودوی»^۲ نتیجه بررسی‌های خود را در این ارتباط اعلام نمود. به دنبال آن کنگره آمریکا در سال ۱۹۹۱ قانونی را به تصویب رساند که به موجب آن شرکت‌های سهامی عام ملزم به ارائه گزارش در ارتباط با کیفیت و موثر بودن کنترل‌های داخلی گردیدند. اما موضوع حاکمیت شرکتی به گونه‌ای که امروز مطرح است، حاصل مطالعات و بررسی‌هایی است که در کشورهای مختلف دنیا انجام گردید و سابقه مشخص آن به دهه ۱۹۹۰ میلادی بر می‌گردد. گزارش «کادبری»^۳ در انگلستان، مقررات هیات‌مدیره در جنرال موتورز آمریکا، گزارش «دی»^۴ در کانادا و گزارش «ویانو»^۵ در فرانسه از آن جمله است. رسوایی‌های مالی در شرکت‌های انرون، ورلدکام، آجیپ، سیکو، زیراکس و چند شرکت دیگر، کنگره آمریکا را بر آن داشت تا کمیته خاصی را مأمور بررسی راهکارهایی برای مقابله با فساد و تقلب نماید. مسئولیت این کمیته برعهده سناتور آمریکایی پل ساربنز و نماینده کنگره میشل اکسلی گذاشته شد. آنها با همکاری سازمان حسابرسی دولتی، انجمن حسابداران رسمی آمریکا و کمیسیون بورس اوراق بهادار لایحه‌ای را تدوین نمودند که به قانون «ساربنز-اکسلی»^۶ شهرت یافت. این قانون موجب پیدایش مرجع نظارتی نسبتاً مقتدری به نام هیات حسابداری شرکت‌های سهامی عام گردید. در سال‌های اخیر نهادها و سازمان‌هایی نظیر، شبکه جهانی حاکمیت شرکتی^۷، اتاق بازرگانی بین‌الملل^۸، بانک جهانی، سازمان همکاری و توسعه اقتصادی^۹ و فدراسیون بین‌المللی حسابداران^{۱۰} در ترویج و وضع استانداردهایی در رابطه با حاکمیت شرکتی فعالیت داشته‌اند. اگرچه برخی از دستورالعمل‌ها و استانداردهای مورد اشاره جنبه اجباری یافته است (مثل الزامات قانون ساربنز-اکسلی) اما اجرای بخش عمده‌ای از آنها کماکان جنبه اختیاری و داوطلبانه دارد. موضوع در کشورهای در حال توسعه تا حدی متفاوت است و دستورالعمل‌های حاکمیت شرکتی در این کشورها غالباً به پرکردن خلاءهای قانونی پرداخته است که در

1. American Institute of Certified Public Accountants

2. Trudeau

3. Cadbury

4. Dey

5. Vieno

6. Sarbanes-Oxley Act (SOA)

7. International Corporate Governance Network (ICGN)

8. International Chamber of Commerce (ICC)

9. Organization for economic co-operation and development (OECD)

10. International Federation of Accountants (IFAC)

کشورهای پیشرفته از طریق قوانین و مقررات ساختاریافته تامین می‌شود، نظیر برخورد یکسان با سهامداران، افشا مناسب و به موقع و نحوه برگزاری مجامع عمومی، در عین حال هم در کشورهای پیشرفته و هم در کشورهای در حال توسعه، تلاش‌ها در جهت ارائه راهکارهایی برای ملزم نمودن مدیران به پاسخگویی و تنظیم روابط منصفانه با ذینفعان ادامه دارد (شهریاری، ۱۳۸۶، ۱۱۲).

حاکمیت شرکتی در ابتدای قرن بیست و یکم به عنوان یکی از مهم‌ترین مباحث کسب و کار مطرح شد (میدری و حجاریان، ۱۳۸۳، ۱۵۲). تاکید مبانی اولیه حاکمیت شرکتی بیشتر بر موضوع راهبرد شرکت‌ها و حقوق سهامداران قرار داشت و بعدها با طرح دیدگاه‌های جدیدتر، به سمت توجه جدی به حقوق کلیه ذینفعان و اجتماع گرایش یافت (حساس‌یگانه، ۱۳۸۳، ۱۱۳). در سال‌های اخیر پیشرفت‌های زیادی در خصوص موضوع حاکمیت شرکتی در سطح جهان صورت گرفته است و کشورهای پیشرو در این زمینه، همچنان به تقویت نظام‌های حاکمیت شرکتی خود ادامه می‌دهند. در این راستا، به مشارکت‌کنندگان در حاکمیت شرکتی و موضوع‌هایی از قبیل سهامداران و روابط آنها، مسئولیت پاسخگویی، بهبود عملکرد هیات‌مدیره، کمیته‌های هیات‌مدیره، حساب‌برسان و نظام‌های حسابداری و کنترل داخلی توجه ویژه‌ای را مبذول می‌دارند. از سوی دیگر، حسابداران، حساب‌برسان، سرمایه‌گذاران و سایر بازیگران صحنه پول و سرمایه نیز از فلسفه وجودی و ضرورت اصلاح و بهبود مستمر حاکمیت شرکتی آگاه می‌باشند (دوانی، ۱۳۸۷، ۵۲).

تعاریف حاکمیت شرکتی

«حاکمیت شرکتی، شیوه‌های به کار گرفته شده توسط مدیران شرکت با هدف تعیین استراتژی‌هایی است که موجب دستیابی شرکت به اهداف تعیین شده، کنترل ریسک و مصرف بهینه منابع می‌شود» (فدراسیون بین‌المللی حسابداران، ۲۰۰۴، ۲۳۶).

«حاکمیت شرکتی سیستمی است که شرکت‌ها را هدایت و کنترل می‌کند. تمرکز اصلی بر ایفای وظیفه مدیران ارشد سازمانی در رعایت اصول شفافیت، درستکاری و پاسخگویی است» (گزارش کادبری، ۱۹۹۲). «حاکمیت شرکتی، فرآیند نظارت و کنترل عملکرد مدیران شرکت است، به گونه‌ای که متضمن منافع سهامداران باشد» (پارکینسون^۱، ۱۹۹۴، ۱۱۴).

^۱. Parkinson

«حاکمیت شرکتی به دنبال ارتقاء انصاف، شفافیت و پاسخگویی در شرکت های عام است» (گرین اسپن^۱، ۲۰۰۲، ۳۶).

«هدف بنیادی در حاکمیت شرکتی افزایش ثروت سهامداران در بلندمدت است، به گونه ای که منافع سایر ذینفعان نیز رعایت گردد» (بورس اوراق بهادار هندوستان، ۲۰۰۰، ۴۰).

«حاکمیت شرکتی برای برقراری تعادل بین اهداف اقتصادی و اجتماعی و نیز اهداف فردی و عمومی است. حاکمیت شرکتی موجبات استفاده موثر از منابع و الزام به پاسخگویی را فراهم می سازد. هدف اصلی آن است که منافع شرکت، افراد (ذینفع) و جامعه تا حد ممکن به هم نزدیک شوند» (بانک جهانی، ۲۰۰۱، ۲۹).

«حاکمیت شرکتی شامل مجموعه روابط بین مدیران اجرایی، اعضای هیات مدیره، سهامداران و سایر ذینفعان شرکت است. همچنین ساختاری برای تدوین اهداف شرکت و راههای دستیابی به اهداف و نیز چگونگی ارزیابی و نظارت بر عملکرد را شامل می شود» (سازمان همکاری و توسعه اقتصادی، ۲۰۰۴، ۴۸).

«حاکمیت شرکتی، رابطه بین سهامداران و شرکت است و سیستمی است که سهامداران به کمک آن، مدیران را به بهترین عملکرد تشویق می کنند» (کتابچه حاکمیت شرکتی بریتانیا، ۱۹۹۶، ۴۱۵).

«حاکمیت شرکتی در تعریف محدود، رابطه شرکت با سهامدارانش و در تعریف گسترده رابطه شرکت با اجتماع است» (فاینانشال تایمز^۲، ۲۰۱۰، ۱۰۶).

«حاکمیت شرکتی شامل ترتیبات حقوقی، فرهنگی و نهادی می شود که سمت و سوی حرکت و عملکرد شرکت ها را تعیین می کند» (حساس یگانه، ۱۳۸۴، ۴۸). «حاکمیت شرکتی ساختاری را فراهم می آورد که از طریق آن اهداف شرکت تدوین و ابزارهای دستیابی به این اهداف و همچنین نحوه نظارت بر عملکرد مدیران مشخص می گردد» (نیکومرام و محمدزاده سالطه، ۱۳۸۹، ۵۲).

«لفظ حاکمیت معمولاً به فعالیت های نظارتی هیات مدیره روی هدفها، برنامه و سیاست های کلی سازمان اطلاق می شود که وضع برنامه ها و سیاست ها، نظارت روی عملکرد مدیران اجرایی ارشد، تامین منابع کافی برای سازمان، اطمینان از به اجرا در آوردن قوانین و مقررات، نمایندگی از طرف سازمان در برابر ذینفعان خارج از سازمان و... را در بر می گیرد (قدس، ۱۳۸۷، ۱۱۴).

1. Greenspan

2. Financial tims

سالمون و سالمون^۱ در سال ۲۰۰۴ یک پژوهش گسترده را انجام دادند. در این پژوهش که از سرمایه‌گذاران بزرگ نهادی انگلستان انجام شد، میزان اجماع پاسخ‌دهندگان در مورد برداشت آنها از حاکمیت شرکتی مورد بررسی قرار گرفت. جدول زیر نتایج این پیمایش را نشان می‌دهد.

جدول ۱: تعریف حاکمیت شرکتی

ردیف	تعریف حاکمیت شرکتی	سطح اجماع
۱	فرآیند نظارت و کنترل به منظور حصول اطمینان از این که مدیریت شرکت در راستای منافع سهامداران فعالیت می‌کند (پارکینسون، ۱۹۹۴).	کاملاً موافق
۲	نقش حاکمیتی منحصر به فعالیت‌های تجاری شرکت نیست، بلکه با هدایت کل واحد تجاری، نظارت و کنترل اقدامات اجرایی مدیران و پاسخگویی آنها به تمام ذینفعان سر و کار دارد (تریگر ^۲ ، ۱۹۹۴).	خیلی موافق
۳	حاکمیت یک واحد تجاری عبارت است از؛ مجموع فعالیت‌هایی که موجب می‌شود تا مقررات داخلی واحد تجاری منطبق باشد با تعهدات شرکت از جمله؛ امانتداری و مدیریت بهینه دارایی‌ها (کانون ^۳ ، ۱۹۹۴).	موافق
۴	رابطه بین سهامداران و شرکت‌شان و روشی که سهامداران به کمک آن مدیران را به بهترین عملکرد تشویق می‌کنند (کتابچه حاکمیت شرکتی بریتانیا، ۱۹۹۶).	تا حدودی موافق
۵	ساختارها، فرآیندها، فرهنگ‌ها و سیستم‌هایی که موجب توفیق عملیات شرکت می‌شود (کیزی و رایت ^۴ ، ۱۹۹۳).	تا حدودی موافق
۶	سیستمی که شرکت‌ها بر حسب آن کنترل و هدایت می‌شود (گزارش کادبری، ۹۹۲).	کمی موافق

همان‌گونه که ملاحظه می‌شود، علی‌رغم این که تعریف محدود پارکینسون دارای بیشترین سطح اجماع است، در عین حال تعریف کاملاً گسترده تریگر نیز از مقبولیت بالایی برخوردار است. به لحاظ نظری می‌توان گفت که الزاماً مغایرتی بین مسئولیت در قبال سهامداران و مسئولیت در قبال ذینفعان وجود ندارد، زیرا در بلندمدت منافع سهامداران در گرو رعایت منافع سایر ذینفعان است. بنابراین گستردگی تعاریف

1. Solomon & Solomon

2. Treger

3. Canon

4. Kinzy & Rithe

حاکمیت شرکتی از این بعد مسئله قابل ملاحظه‌ای را ایجاد نمی‌کند. همچنین ممکن است گفته شود رعایت منافع ذینفعان امری اخلاقی تلقی می‌شود و وارد کردن اخلاقیات در دنیای کسب و کار یک بحث چالش برانگیز است. اما از زاویه‌ای دیگر می‌توان گفت زمانی که رفتار اخلاقی آثار مالی مثبتی را در پی داشته باشد، بازار کسب و کار به طور طبیعی به آن توجه و عمل می‌کند. به منظور ارائه تصویری مشترک، به نظر می‌رسد عبارات زیر از یک توافق عمومی برخوردار باشد؛

۱. در دنیای کسب و کار (فعالیت‌های انتفاعی) سهامداران به عنوان مهم‌ترین ذینفعان مطرح هستند؛
۲. ضروری است حداقل نیازها و منافع سایر ذینفعان نیز رعایت شود؛
۳. رعایت منافع تمامی ذینفعان، استراتژی‌های رقابتی شرکت را بهبود می‌بخشد؛
۴. بهبود موقعیت رقابتی شرکت در فضای کسب و کار موجب افزایش بازده شرکت می‌شود (بدری، ۱۳۸۷، ۶۸).

اهمیت حاکمیت شرکتی

امروزه حفظ منافع عمومی، رعایت حقوق سهامداران، ارتقای شفافیت اطلاعات و الزام شرکت‌ها به ایفای مسئولیت‌های اجتماعی از مهم‌ترین آرمان‌هایی است که بیش از گذشته، توسط مراجع مختلف نظارتی و اجرایی مورد توجه قرار گرفته است. تحقق این آرمان‌ها مستلزم وجود ضوابط استوار و سازوکارهای اجرایی مناسب است که مهم‌ترین آنها نظام حاکمیت شرکتی می‌باشد. نظام حاکمیت شرکتی بیش از هر چیز، حیات شرکت را در درازمدت هدف قرار داده است و در این راستا سعی دارد تا از منافع سهامداران در مقابل مدیران شرکت‌ها پشتیبانی و از انتقال ناخواسته ثروت میان گروه‌های مختلف و تضييع حقوق عموم و سهامداران جزء جلوگیری کند. وجود یک نظام راهبردی مناسب می‌تواند به تحقق استقلال حسابرسان مستقل به معنای واقعی آن کمک کند و منجر به ایجاد فضای شفاف اطلاعاتی شود تا در سایه آن بازیگران عرصه اقتصادی تصمیمات آگاهانه‌تری را اتخاذ کنند. مسائل و مشکلات حاکمیت شرکتی، از انگیزه‌های ناروا و اطلاعات نامتقارن میان مدیران و سهامداران ناشی می‌شود. تضاد منافع، همراه با عدم امکان انعقاد یک قرارداد صریح و شفاف میان مدیران و سهامداران درباره پیامدهای احتمالی آتی، منجر به مسائل لاینحل در باب نمایندگی می‌شود، که بر ارزش شرکت تاثیرگذار است. نظام حاکمیت شرکتی به منظور کاهش هزینه‌های نمایندگی از طریق نظارت بر عملکرد مدیران و محدود کردن رفتار فرصت‌طلبانه (سودجویانه) مدیران طراحی می‌شود (بولو، ۱۳۹۵، ۳۲).

دلایل ایجاد حاکمیت شرکتی مناسب

۱) در ابتدا می‌توان گفت که فرآیند خصوصی‌سازی و سرمایه‌گذاری مبتنی بر بازار یکی از مهم‌ترین مباحث اقتصادی روز است. خصوصی‌سازی میزان حاکمیت شرکتی را در بخش‌هایی که قبلاً در اختیار دولت بوده است افزایش داده است و شرکت‌ها ناچارند که برای تامین سرمایه به بازار متوسل شوند، بنابراین تلاش کرده‌اند تا در بورس پذیرفته شوند؛

۲) به دلیل پیشرفت‌های تکنولوژیکی، آزادسازی بازارهای مالی، آزادسازی معاملات و سایر اصلاحات ساختاری به ویژه در زمینه مقررات‌زدایی بخش قیمت‌گذاری و حذف محدودیت‌های مربوط به مالکیت، نحوه تخصیص سرمایه در میان شرکت‌های ملی و فراملی پیچیدگی‌های خاص خود برخوردار گردیده است؛

۳) حرکت سرمایه از مالکیت شخصی به سمت مالکیت شرکتی افزایش یافته و نقش واسطه‌های مالی بیشتر شده است. به عبارت دیگر، نقش سرمایه‌گذاران نهادی در بسیاری از کشورها پررنگ‌تر شده است؛

۴) برنامه‌های اصلاحی در زمینه مسائل مالی موجب شکل‌گیری مجدد این بخش از اقتصاد داخلی و خارجی کشورها شده است. گرچه قوانین فعلی حاکمیت شرکتی جایگزین قوانین پیشین شده است، اما از سازگاری‌های لازم برخوردار نبوده و تعارضاتی را ایجاد نموده است؛

۵) افزایش انسجام مالی در سطح بین‌المللی و گردش سرمایه‌گذاری و معاملات سبب بروز مسائلی در سطح بین‌المللی شده است. با توجه به موارد بالا، نقش حاکمیت شرکتی در توسعه اقتصادی را می‌توان در سایر بخش‌ها جست‌وجو نمود. برای نمونه میزان اهمیت تامین مالی، عناصر سیستم مالی، حق مالکیت و رقابت، از مواردی هستند که براساس آنها می‌توان نقش حاکمیت شرکتی را در توسعه اقتصادی مشاهده کرد. با توجه به این موارد مسیرهایی که حاکمیت شرکتی می‌تواند از طریق آن بر رشد و توسعه اقتصادی اثرگذار باشد عبارتند از؛

الف) میزان دسترسی شرکت‌ها به تامین مالی از طریق خارج از شرکت افزایش یافته است؛

ب) حاکمیت شرکتی موجب کاهش هزینه‌های سرمایه‌ای شده در نتیجه ارزش شرکت را افزایش می‌دهد. که این موضوع، به جذب سرمایه‌گذاری منجر و اشتغال بیشتری را موجب شده است؛

ج) حاکمیت شرکتی، عملکرد عملیاتی شرکت را بهبود بخشیده و علاوه بر مدیریت مناسب، باعث تخصیص بهینه منابع نیز می‌شود که در نهایت به افزایش ثروت می‌انجامد؛

د) وجود حاکمیت شرکتی با کاهش ریسک ناشی از بحران مالی همراه است. این مسئله زمانی اهمیت ویژه می‌یابد که چنین ریسکی منجر به ایجاد هزینه‌های بالایی شود؛
و) برخورداری از حاکمیت شرکتی مناسب به معنای ارتباط بهتر با ذینفعان در روابط کاری و اجتماعی شرکت است؛

حاکمیت شرکتی پیش از هر چیز حیات سالم بنگاه اقتصادی را در درازمدت هدف قرار می‌دهد، و به این خاطر درصدد است تا از منافع سهامداران در مقابل مدیریت سازمان‌ها حفاظت به عمل آورد. واقعیت ورشکستگی شرکت‌های عظیم و معتبر در مدت زمان کوتاه از دو پدیده متوالی ناشی شده است؛ انعکاس اخبار غلط و ارائه گزارش‌های مالی غیرشفاف در بازارهای سهام کشورهای صنعتی که به بحران بی‌سابقه بدل گشته و درجه اعتماد سرمایه‌گذاران به شرکت‌ها را به شدت کاهش داده است (بنویدی، ۱۳۹۵، ۸۷).

مبانی حاکمیت شرکتی

اصطلاح "Governance" از ریشه واژه لاتین "Gubernare" برگرفته شده است که به معنای هدایت کردن است و قبل از آن برای هدایت کردن کشتی به کار می‌رفته است. برگردان واژه "Corporate Governance" به فارسی معادل‌هایی نظیر راهبری شرکتی، حاکمیت سهامی، اداره سازمانی و حاکمیت شرکتی داشته است. در این پژوهش از واژه اخیر یعنی «حاکمیت شرکتی» استفاده می‌شود. تعاریف ارائه شده برای حاکمیت شرکتی متنوع است. عمده‌ترین عامل متمایزکننده این تعاریف را می‌توان پهنه یا گستره شمول حاکمیت شرکتی دانست. از یک منظر می‌توان این نظام را رابطه مدیران با سهامداران دانست که مبنای نظری آن «تئوری نمایندگی»^۱ در شکل محدود خود است. در آن سوی این طیف و در نگرشی وسیع، حاکمیت شرکتی رابطه شرکت با تمام ذینفعان خود را در بر می‌گیرد که پشتوانه نظری آن را می‌توان «تئوری ذینفع»^۲ دانست، دیدگاهی که علاوه بر سهامداران طیف وسیعی از ذینفعان از جمله هیات‌مدیره، مدیران ارشد اجرایی، کارکنان، فروشندگان، مشتریان، حساب‌برسان، حسابداران تحلیلگران مالی، کارگزاران بورس^۳، بانکداران^۴ و اعتباردهندگان^۵، نهادهای اجتماعی، وکلای حقوقی، قضات و جامعه را در بر می‌گیرد (بدری، ۱۳۸۷، ۹۱). سایر تعاریف و نگرش‌ها به حاکمیت شرکتی داخل طیفی که نگاه حداقلی و حداکثری

1. Agency Theory

2. Stakeholder Theory

3. Stock Brokers

4. Bankers

5. Creditor

آن تبیین شد قرار می‌گیرد. تعاریفی که ذیلاً ارائه می‌شود گزیده‌ای از نگرش‌های مختلف به حاکمیت شرکتی را نشان می‌دهد.

در دیدگاه‌های محدود، که براساس نظریه نمایندگی می‌باشد حاکمیت شرکتی به رابطه شرکت و سهامداران محدود می‌شود و متمرکز بر قابلیت‌های سیستم قانونی یک کشور برای حفظ حقوق سهامداران اقلیت می‌باشد. مثلاً پارکینسون (۱۹۹۴)؛ تعاریف محدود اساساً برای مقایسه بین کشوری مناسب هستند و قوانین هر کشور نقش تعیین‌کننده‌ای در سیستم حاکمیت شرکتی دارد (حساس‌یگانه، ۱۳۸۵، ۴۶).

در دیدگاه‌های گسترده که در قالب نظریه ذینفعان مطرح می‌شود، حاکمیت شرکتی بر سطح پاسخگویی وسیع‌تری نسبت به سهامداران و دیگر ذینفعان تاکید دارند. تعریف تریگر (۱۹۸۴)، مگینسون^۱ (۱۹۹۴) و رابرت مانکز و مینو^۲ (۱۹۹۵) که به گروه بیشتری از ذینفعان تاکید دارند، از مقبولیت بیشتری نزد صاحب‌نظران برخوردارند. تعریف‌های گسترده‌تر نشان می‌دهند که شرکت‌ها در برابر کل جامعه، نسل‌های آینده و منابع طبیعی (محیط‌زیست) مسئولیت دارند. در این دیدگاه، سیستم حاکمیت شرکتی در حقیقت موانع و اهرم‌های تعادل درون‌سازمانی و برون‌سازمانی برای شرکت‌ها است که تضمین می‌کند آنها مسئولیت خود را نسبت به تمام ذینفعان انجام می‌دهند و در تمام زمینه‌های فعالیت تجاری، به صورت مسئولانه عمل می‌کنند؛ همچنین، استدلال منطقی در این دیدگاه آن است که منافع سهامداران را فقط می‌توان با در نظر گرفتن منافع ذینفعان برآورده کرد (حساس‌یگانه، ۱۳۸۵، ۹۷). چون شرکت‌هایی که در برابر تمام ذینفعان مسئول می‌باشند در درازمدت موفق و با رونق‌تر هستند. شرکت‌ها می‌توانند ارزش‌آفرینی خود را در درازمدت افزایش دهند و این کار را با انجام مسئولیت خود در برابر تمام ذینفعان و با بهینه‌سازی سیستم حاکمیت خود می‌کنند. این دیدگاه مورد تاکید اکثر متون علمی است. پژوهش‌های تجربی سالمون و سالمون (۲۰۰۴) موید این دیدگاه است که عملکرد مالی شرکت‌ها با اعمال حق حاکمیت شرکتی آنها رابطه مثبتی دارد و مدیران بهتر، موجب حاکمیت شرکتی بهتری می‌شوند و به ذینفعان خود توجه می‌کنند. همچنین مدیران بهتر شرکت‌ها را موثرتر کنترل می‌کنند و بازده مالی بیشتری را تولید می‌کنند (حساس‌یگانه، ۱۳۸۴، ۵۵).

۱- تئوری نمایندگی

1. Mginson

2. Rabert Mankz & Mino

در این تئوری که ناشی از زمینه‌های اقتصادی و مالی است، مدیران شرکت به عنوان کارگزار و سهامداران به عنوان کارگمار تعریف می‌شوند که در واقع طی قراردادی اداره امور شرکت به مدیران تفویض می‌شود. یکی از فرضیات اصلی تئوری نمایندگی این است که منافع مدیران لزوماً با منافع سهامداران همسو نیست و کارگزار و کارگمار با هم تضاد منافع دارند. در تئوری‌های مالی یک فرض اساسی این است که هدف اولیه شرکت‌ها افزایش ثروت سهامداران است، لکن در عمل همواره این گونه 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 در طرح‌هایی می‌شود که منافع کوتاه‌مدت دارد (به ویژه در مواردی که حقوق، مزایا و پاداش مدیران با سود مرتبط است) و توجهی به منافع بلندمدت سهامداران (افزایش ثروت سهامداران) ندارند. این مشکل نمایندگی ضرورت کنترل مدیریت را توسط سهامداران نشان می‌دهد. در این تئوری نظام حاکمیت شرکتی مکانیزمی تلقی می‌شود که تضمین‌کننده منافع سهامداران است به خصوص در مواقعی که حقوق قانونی مالک بر کنترل اقدامات مدیریت از اثربخشی کافی برخوردار نمی‌باشد (حساس‌یگانه، ۱۳۸۷، ۱۱۴).

یک سوال مهم این است، سهامداران چگونه می‌توانند مدیریت شرکت را کنترل کنند؟ یک فرض اساسی دیگر تئوری نمایندگی این است که تایید کارهای کارگزاران برای کارگماران بسیار مشکل و پرهزینه است که روش‌هایی مانند حسابرسی مستقل می‌تواند این مشکل را تا حد زیادی حل کند (حساس‌یگانه، ۱۳۸۷، ۱۱۵).

کویم و جونز^۱ (۱۹۹۵) می‌گویند، مدیران شرکت قوانین خاصی ندارند که به آنها اجازه دهد تا تعهدات اخلاقی خود را به عنوان انسان نادیده بگیرند. آنها بحث‌های تحلیلی مستدلی ارائه دادند که تئوری نمایندگی در صورتی موثر و قابل قبول می‌شود که از چهار اصل اخلاقی پیروی گردد؛

(۱) اجتناب از لطمه زدن به دیگران

(۲) احترام به آرای دیگران

(۳) اجتناب از دروغ‌گویی

(۴) پذیرش توافق‌ها

^۱. Quim & Jones

در واقع آنها مدعی شدند که مدل کارگزار و کارگزار در صورتی صدق می‌کند که در ساختار این چهار اصل اخلاقی گنجانده شود. چرا تعهد اخلاقی مدیر برای عمل به قول افزایش ثروت سهامدار، مانند لطمه زدن به دیگران، باید مهم‌تر از اصول پایه انسانی باشد یا فراتر از آنها رود؟ این بحث پایه و اساس شرح اخلاق کارگزار را تشکیل می‌داد. کارگزار باید ابتدا به عنوان انسان به وظایف اخلاقی خود عمل کرده و بعد از انجام این تعهدات اخلاقی می‌تواند به تعهد خود برای افزایش ثروت سهامدار عمل کند. اما مادامی که ارزشیابی عملکرد مدیران شرکت‌ها بر مبنای سود و زیان است، دنبال کردن تجارت اخلاقی تقریباً غیرممکن است، مگر این که ثابت شود نه تنها به دلیل نگرش مدیران و سهامداران بلکه به دلیل سیستم قانونی و ساختارهای حاکمیت شرکتی این کار ضروری است (حساس‌یگانه، ۱۳۹۱، ۴۸).

۲- تئوری ذینفعان

تئوری ذینفعان به تدریج از دهه ۱۹۷۰ توسعه یافت. یکی از اولین توضیحات در مورد این تئوری در رشته مدیریت، توسط فریمن^۱ (۱۹۸۴) ارائه گردید. وی تئوری عمومی شرکت را مطرح و پاسخگویی شرکتی را به گروه گسترده‌ای از ذینفعان پیشنهاد کرد. در واقع تئوری ذینفعان بیشتر یک سنت پژوهشی گسترده است که فلسفه، اخلاق، تئوری سیاسی، اقتصاد، حقوق، علوم سازمانی و اجتماعی را در هم می‌آمیزد. اساس تئوری ذینفعان این است که شرکت‌ها بسیار بزرگ شده‌اند و تاثیر آنها بر جامعه آن چنان عمیق است که باید به جز سهامداران، به بخش‌های بسیار بیشتری از جامعه توجه کرده و پاسخگو باشند. نه تنها ذینفعان تحت تاثیر شرکت‌ها هستند بلکه آنها نیز بر شرکت‌ها تاثیر می‌گذارند. ذینفعان شامل سهامداران، کارکنان، فروشندگان، مشتریان، بستانکاران، شرکت‌های مجاور و عموم مردم می‌باشند. افراطی‌ترین حامیان تئوری ذینفعان بر این باورند که محیط‌زیست، گونه‌های جانوری و نسل‌های آینده نیز باید در زمره ذینفعان گنجانده شوند (حساس‌یگانه، ۱۳۸۷، ۸۴).

بر اساس چارچوب تحلیلی، می‌توان عموم را ذینفع شرکتی در نظر گرفت، زیرا که عموم با پرداخت مالیات، زیر ساخت ملی را برای انجام عملیات شرکت‌ها فراهم کرده‌اند. در سال ۱۹۷۵ طبق گزارش شرکتی بریتانیا، شرکت‌ها به افشای داوطلبانه تعدادی از گزارش‌های مورد نظر برای استفاده ذینفعان، به علاوه صورت‌های سنتی سود و زیان و ترازنامه ترغیب شدند. صورت‌های اضافی شامل صورت ارزش افزوده، گزارش استخدام و اشتغال، صورت مبادلات پولی با دولت، صورت معاملات ارزی، صورت

^۱. Freeman

مشتریان احتمالی آینده و صورت اهداف آتی می‌گردید (حساس‌یگانه، ۱۳۸۷، ۸۶). Stakeholders به معنای ذینفعان است که باید دقت شود با عبارت Stockholders به معنای سهامداران اشتباه نشود.

۳- تئوری هزینه معاملات

تئوری هزینه معاملات، ترکیبی میان رشته‌ای بین اقتصاد، حقوق و سازمان می‌باشد. این تئوری که اولین بار توسط سیرت و مارچ^۱ (۱۹۶۳) به نام تئوری رفتاری شرکت مطرح شده، یکی از مبانی اقتصاد صنعتی و تئوری مالی گردیده است. در این تئوری شرکت نه تنها به عنوان یک واحد اقتصادی عمومی (سهامی عام)، بلکه به عنوان یک سازمان متشکل از افراد با دیدگاه‌ها و اهداف مختلف است. تئوری هزینه معاملات براساس این واقعیت است که شرکت‌ها آن قدر بزرگ شده‌اند که در تخصیص منابع جانشین بازار می‌شوند. در واقع شرکت‌ها آن قدر بزرگ و پیچیده شده‌اند که با توجه به نوسانات قیمت در بازار، تولید را هدایت کرده و بازار معاملات را متعادل می‌کنند. در درون شرکت‌ها، برخی از معاملات حذف می‌شوند و مدیران شرکت، تولید را هماهنگ می‌کند. به نظر می‌رسد، سازماندهی شرکت (مثلاً میزان ادغام عمودی) محدودیت‌هایی را تعیین می‌کنند که فراسوی آنها شرکت می‌تواند قیمت و تولید را برای معاملات داخلی معین کند. 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. این کار به شرکت اجازه می‌دهد ریسک‌های معامله با عرضه‌کنندگان را تا حدودی از بین ببرند. روش‌هایی که برای حذف این عدم‌تقارن‌های اطلاعاتی اتخاذ می‌شود برای مدیر شرکت سودمند است و منجر به کاهش ریسک تجاری شرکت می‌شود. در انجام معاملات در بازار، هزینه‌های غیرجزیی و بازدارنده‌ای وجود دارند، بنابراین، برای شرکت‌ها مقرون به صرفه‌تر است که از طریق ادغام عمودی، آن را برای خودشان انجام دهند (حساس‌یگانه، ۱۳۸۴، ۶۳).

تئوری‌های سنتی اقتصادی، تمام کارگزاران شرایط اقتصادی را منطقی و افزایش سود را هدف اولیه تجارت می‌دانند. بر عکس، تئوری اقتصادی هزینه معاملات، رفتار انسان را به نحوه واقع‌بینانه‌تری در نظر می‌گیرد. در این الگو، مدیران و دیگر کارگزاران اقتصادی منطقی محدود را به کار می‌برند. سیمون^۲ (۱۹۵۷) منطقی محدود را به صورت رفتاری تعریف می‌کند که منطقی است، اما مدیران به طور محدود این رفتار را انجام

1. Cyert & March

2. Simon

می دهند. اقتصاد هزینه معاملات، همچنین فرض اساسی فرصت طلبی را می سازد. این تئوری فرض می کند که مدیران همچون افراد دیگر در برخی از مواقع فرصت طلب هستند. فرصت طلبی، به صورت تمایل کارگزاران در به کارگیری تمام روش های موجود برای افزایش منفعت شخصی تعریف شده است. با فرض مشکلات منطق محدود و فرصت طلبی، مدیران معاملات را برای حداکثر کردن منفعت شخصی خود سازماندهی می کنند. چنین رفتار فرصت طلبانه ای می تواند نتایج نامطلوبی برای شرکت و سهامداران به بار آورد، در نتیجه این عملکرد نیاز به کنترل دارد (حساس یگانه، ۱۳۸۴، ۶۲).

۴- تئوری هزینه معاملات در برابر تئوری نمایندگی

ویلیامسون^۱ (۱۹۹۶) با مقایسه این دو تئوری به این نتیجه می رسد که یکی از تفاوت های اصلی بین آنها استفاده از یک آرایه بندی متفاوت برای یک موضوع است (یعنی استفاده از واژگان متفاوت برای توصیف مسائل و مشکلات یکسان). برای مثال؛

۱. تئوری هزینه معاملات فرض می کند که افراد اغلب فرصت طلب هستند، در صورتی که در تئوری نمایندگی خطر اخلاقی و هزینه های نمایندگی را مورد بحث قرار می دهد.
 ۲. تئوری نمایندگی فرض می کند مدیران به دنبال عایدی های متفرقه هستند، در صورتی که در تئوری هزینه معاملات، مدیران معاملات خود را به صورت فرصت طلبانه ای ترتیب می دهند.
 ۳. در تئوری نمایندگی واحد بررسی و تحلیل کارگزار فردی است، در حالی که در تئوری هزینه معاملات واحد بررسی و تحلیل معامله است.
- با این همه هر دو تئوری به یک مشکل می پردازند؛ چگونه مدیر را متقاعد کنیم تا منافع سهامداران و افزایش سود شرکت سهامدار را به جای منافع شخصی خود دنبال کند؟ در حقیقت این دو تئوری دیدگاه های متفاوتی هستند که می توان از طریق آنها مشکلات یکسان را مشاهده، بررسی و تحلیل کرد (حساس یگانه، ۱۳۹۱، ۲۱).

۵- تئوری نمایندگی در برابر تئوری ذینفعان

آیا ممکن است شرکت ها بتوانند ثروت سهامدار را در یک چارچوب تئوری نمایندگی افزایش دهند و در همان زمان، منافع تعداد کثیری از ذینفعان را برآورده سازند؟ به عبارت دیگر، آیا بین تئوری ذینفعان و

^۱. Williamson

تئوری نمایندگی توافقی وجود دارد؟ با بررسی دقیق می‌توان به شباهت‌های بین این دو تئوری پی برد. به عنوان نمونه، مدیران به عنوان گروهی از ذینفعان در موضع کنترل نهایی قرار دارند. چون آنها دارای قدرت تصمیم‌گیری هستند که به آنها اجازه می‌دهد تا منابع شرکت را به صورتی موافق با ادعاهای دیگر گروه‌های ذینفع تخصیص دهند (هیل و جونز^۱، ۱۹۹۲، ۱۰۰). این بدان معنا است که مدیر شرکت در نهایت مسئول رفع نیازها و انتظارات ذینفعان می‌باشد.

«بین گروه کلی روابط ذینفع- کارگزار و روابط کارگمار- کارگزار تعادلی وجود دارد که در نظریه نمایندگی بیان می‌شود. روابط ذینفع- کارگزار و روابط کارگمار- کارگزار هر دو مستلزم یک قرارداد صریح یا ضمنی می‌باشند که هدف آن سازگاری بین منافع مختلف است. به علاوه هر دو رابطه با ساختار حاکمیت شرکتی کنترل می‌شوند» (حساس‌یگانه، ۱۳۹۱، ۴۵).

فروپاشی‌های اخیر شرکت‌ها ناشی از ضعف حاکمیت شرکتی و رفتار غیراخلاقی مدیران شرکت‌هایی مثل انرون در آمریکا، نیاز به تلفیق این دو تئوری را نشان می‌دهد. همان‌طوری که پیش‌تر گفته شد، پذیرش دیدگاه تئوری نمایندگی منجر به تبیین نظریه براساس منفعت شخصی می‌شود، در حالی که پذیرش دیدگاه تئوری هزینه معاملات، منجر به تبیین نظریه براساس مسئولیت اجتماعی می‌گردد. گسترش بازار سرمایه، خصوصی‌سازی و پیشگیری از فروپاشی شرکت‌ها ممکن نیست مگر آن که تصمیم‌گیران و بازیگران بازار سرمایه و پول به هر دو دیدگاه توجه نموده و به نحوی این دو تئوری را با هم ادغام نمایند، در غیر این صورت، نمی‌توان به حاکمیت شرکتی مناسب دست یافت (حساس‌یگانه، ۱۳۸۷).

طبقه‌بندی سیستم‌های حاکمیت شرکتی

بررسی‌های انجام شده نشان می‌دهد که هر کشوری سیستم حاکمیت شرکتی منحصر به فرد 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 شرکت‌ها، وضعیت اقتصادی، سیستم قانونی، سیاست‌های دولتی و فرهنگ، معین می‌شود. ساختار مالکیت و چارچوب‌های قانونی از اصلی‌ترین و تعیین‌کننده‌ترین 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 سرمایه‌گذاری نهادی فرامرزی، بر سیستم حاکمیت شرکتی موجود در یک کشور تاثیر گذارند (بنویدی، ۱۳۸۵، ۹۳).

^۱. Hil & Jones

تلاش‌هایی برای طبقه‌بندی سیستم‌های حاکمیت شرکتی صورت گرفته که با مشکلاتی همراه بوده است. با این حال، یکی از بهترین تلاش‌ها که از پذیرش بیشتری نزد صاحب‌نظران برخوردار است، طبقه‌بندی معروف به سیستم‌های درون‌سازمانی و برون‌سازمانی^۱ است. عبارت درون‌سازمانی و برون‌سازمانی، تلاش‌هایی را برای توصیف دو نوع سیستم حاکمیت شرکتی نشان می‌دهند. در واقع بیشتر سیستم‌های حاکمیت شرکتی، بین این دو گروه قرار می‌گیرند و در بعضی از ویژگی‌ها آنها مشترک هستند. این دوگانگی حاکمیت شرکتی، ناشی از تفاوت‌هایی است که بین فرهنگ‌ها و سیستم‌های 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 (کاشانی‌پور و رسائیان، ۱۳۸۸، ۳۶).

۱- حاکمیت شرکتی درون‌سازمانی (رابطه‌ای)

حاکمیت شرکتی درون‌سازمانی، سیستمی است که در آن شرکت‌های فهرست‌بندی شده یک کشور تحت مالکیت و کنترل تعداد کمی از سهامداران اصلی هستند. این سهامداران ممکن است اعضای خانواده موسس (بنیانگذار) یا گروه کوچکی از سهامداران مانند بانک‌های اعتباردهنده، شرکت‌های دیگر یا دولت باشند. به سیستم‌های درون‌سازمانی به دلیل روابط نزدیک رایج میان شرکت‌ها و سهامداران عمده آنها، سیستم‌های رابطه‌ای^۲ نیز می‌گویند (بنویدی، ۱۳۸۵، ۳۹).

در مدل حاکمیت شرکتی درون‌سازمانی به واسطه روابط نزدیک میان مالکان و مدیران، مشکل نمایندگی کمتری وجود دارد، ولی مشکلات جدی دیگری پیش می‌آید. به واسطه سطح تفکیک ناچیز مالکیت و کنترل (مدیریت) در بسیاری از کشورها (مثلاً به دلیل مالکیت خانواده‌های موسس) از قدرت سوءاستفاده می‌شود. سهامداران اقلیت نمی‌توانند از عملیات شرکت آگاه شوند. شفافیت کمی وجود دارد و وقوع سوءاستفاده محتمل به نظر می‌رسد. معاملات مالی، مبهم و غیرشفاف است و افزایش سوءاستفاده از منابع مالی، نمونه‌هایی از سوءجریان‌ها در این سیستم‌ها شمرده می‌شوند (کاشانی‌پور و رسائیان، ۱۳۸۸، ۴۱).

در میان کشورهای دارای سیستم حاکمیت شرکتی درون‌سازمانی می‌توان دو ساختار نسبتاً متفاوت را مشاهده کرد؛ اولین سیستم در کشورهای اروپایی است که سیستم «آلمانی» نامیده می‌شود. در این سیستم، نظارت یک سویه است. به عنوان مثال بانک، خانواده، دولت یا شرکت «الف» سهام ناظر شرکت «ب» را

1. Insider/Outsider

2. Relationship-Based

در اختیار دارد و در هیات نظارت آن نمایندگی دارد. از سوی دیگر شرکت «ب» سهام ناظر شرکت «ج» را داراست که آن نیز به نوبه خود سهام ناظر شرکت «د» را در اختیار دارد. دومین ساختار، سیستم «ژاپنی» است که چندین شرکت از طریق مدیریت به هم پیوسته و با مالکیت متقابل (سهام هر شرکت توسط دیگری) با یک دیگر مرتبطاند. در این گروه همواره یک بانک اصلی حضور دارد که سهام شرکت های گروه را در اختیار داشته و بنابراین نمایندگانی در هیات نظارت شرکت ها دارد (برندل و نول^۱، ۲۰۰۵، ۱۴۵).

در بسیاری از کشورهای آسیای شرقی، ساختارهای تمرکز افراطی مالکیت و نقاط ضعف مربوط به حاکمیت شرکتی به خاطر شدت بحران آسیایی در سال ۱۹۹۷ مورد انتقاد قرار گرفته‌اند. در زمان بحران آسیایی، سیستم‌های حاکمیت شرکتی در کشورهای آسیای شرقی به جای مدل برون‌سازمانی بیشتر در گروه درون‌سازمانی قرار داشتند. حمایت قانونی ضعیف‌تر از سهامداران اقلیت در بسیاری از کشورهای آسیای شرقی به سهامداران اکثریت امکان داد تا هنگام بحران به اختلاس و سوءاستفاده از ثروت سهامداران اقلیت پردازند. بررسی‌های بعدی نشان می‌دهد که چگونه چند کشور از آسیای شرقی، تلاش کرده‌اند تا سیستم‌های حاکمیت شرکتی خود را از طریق تغییر در قانون شرکت ها از زمان بحران آسیایی اصلاح کنند (کاشانی‌پور و رسائیان، ۱۳۸۸، ۵۲).

۲- حاکمیت شرکتی برون‌سازمانی (محیطی)

عبارت برون‌سازمانی به نظام‌های تامین مالی و حاکمیت شرکتی اشاره دارد. در این نظام‌ها، شرکت های بزرگ توسط مدیران کنترل می‌شوند و تحت مالکیت سهامداران برون‌سازمانی یا سهامداران خصوصی قرار دارند. این وضعیت منجر به جدایی مالکیت از کنترل (مدیریت) می‌شود که توسط برل و مینز^۲ (۱۹۳۲) مطرح شد. همان‌طور که بعدها جنسن و مک‌لینگ^۳ (۱۹۷۶) در نظریه نمایندگی مطرح کردند، مشکل نمایندگی مرتبط با هزینه‌های سنگینی است که به سهامدار و مدیر تحمیل می‌شود. اگرچه در سیستم‌های برون‌سازمانی، شرکت ها مستقیماً توسط مدیران کنترل می‌شوند، اما به طور غیرمستقیم نیز تحت کنترل اعضای برون‌سازمانی قرار دارند. اعضای مذکور، نهادهای مالی و همچنین سهامداران خصوصی هستند. در آمریکا و بریتانیا، سرمایه‌گذاران نهادی بزرگ که مشخصه نظام برون‌سازمانی هستند، تاثیر چشم‌گیری

1. Breandle & Noll

2. Berle & Means

3. Jensen & Meckling

بر مدیران شرکت ها دارند. در واقع گفته می شود که سرمایه گذاران نهادی، اکثریت را دارا بوده و به این وسیله بر مدیریت شرکت تاثیر خواهند گذاشت و همواره اهداف شرکت به سمت تامین منافع سهامداران اکثریت میل خواهد کرد (بنویدی، ۱۳۹۵، ۴۳). مسئله نمایندگی در این سیستم ها به خوبی مشهود است. جدول زیر ویژگی های این دو سیستم را به طور خلاصه نشان می دهد (سالمون و سالمون، ۲۰۰۴، ۹۱).

جدول ۲: ویژگی های سیستم های درون سازمانی و برون سازمانی

برون سازمانی	درون سازمانی
شرکت های بزرگ تحت کنترل مدیران بوده اما مالکیت سهام آن با سهامداران برون سازمانی است.	مدیریت شرکت عمدتاً در اختیار سهامداران درون سازمانی بوده و آنها کنترل مدیریت را برعهده دارند.
مرز مالکیت و مدیریت روشن است و مسئله نمایندگی اهمیت می یابد.	مرز روشنی بین مالکیت و کنترل مشاهده نمی شود و مسئله نمایندگی قابل ملاحظه ای وجود ندارد.
تملک های اجباری به عنوان مکانیزم موثر بر مدیریت شرکت وجود دارد.	تملک اجباری ^۱ ندرتاً وجود دارد.
مالکیت گسترده است.	تمرکز مالکیت در گروه های کوچک سهامداران (خانواده های موسس، دولت و شرکت هایی که ساختار هرمی دارند).
کنترل سهامداران محدود است.	کنترل زیاد از جانب گروه کوچکی از سهامداران درون سازمانی اعمال می شود.
انتقال ثروت از سهامداران اقلیت به سهامداران اکثریت واقع نمی شود.	انتقال ثروت از سهامداران اقلیت به سهامداران اکثریت واقع می شود.
در قانون شرکت ها (تجارت) حمایت زیادی از سرمایه گذاران می شود.	در قانون شرکت ها (تجارت) حمایت کمی از سرمایه گذاران می شود.
دموکراسی سهامداران حاکم است.	احتمال سوءاستفاده از قدرت توسط اکثریت وجود دارد.
از طریق سهامداری نمی توان اعمال نفوذ در شرکت های سرمایه پذیر کرد.	سهامداران عمده می خواهند نفوذ بیشتری در شرکت های سرمایه پذیر داشته باشند.

^۱. Hostile

ذکر این نکته حائز اهمیت است که امروزه با توجه به موضوع جهانی شدن، اغلب خرده نظام‌ها به سمت نوعی همگرایی در حرکت‌اند و سازمان‌ها و نهادهای مختلف برای محقق ساختن این موضوع در تلاش‌اند. این واقعیت می‌تواند موجب یکسان‌سازی نسبی در مبانی و نگرش‌های حاکمیت شرکتی در آینده شود (بدری، ۱۳۹۷، ۱۹).

مکانیزم‌های حاکمیت شرکتی

مکانیزم‌های حاکمیت شرکتی به شرح ذیل بیان شده‌اند؛

۱- مکانیزم‌های برون‌سازمانی (محیطی)

۱. نظارت قانونی: تدوین، تصویب و استقرار قوانین نظارتی مناسب؛
۲. نظام حقوقی: برقراری نظام حقوقی مناسب؛
۳. کارایی بازار سرمایه: گسترش بازار سرمایه و تقویت کارایی آن؛
۴. نظارت سهامداران عمده: ایجاد انگیزه در سهامداران به فعالیت‌هایی از قبیل خرید سهام کنترلی؛
۵. نقش سرمایه‌گذاران نهادی: تشویق و گسترش سرمایه‌گذاری نهادی؛
۶. نظارت سهامداران اقلیت: احترام به حقوق سهامداران اقلیت و مجاز بودن نظارت اقلیت بر فعالیت شرکت؛
۷. الزامی کردن حسابرسی مستقل: با توجه به نقش برجسته نظارتی آن؛
۸. فعالیت موسسات رتبه‌بندی: ایجاد تسهیلات برای فعالیت موسسات رتبه‌بندی (حساس‌یگانه، ۱۳۸۵، ۶۶).

۲- مکانیزم‌های درون‌سازمانی (محاطی)

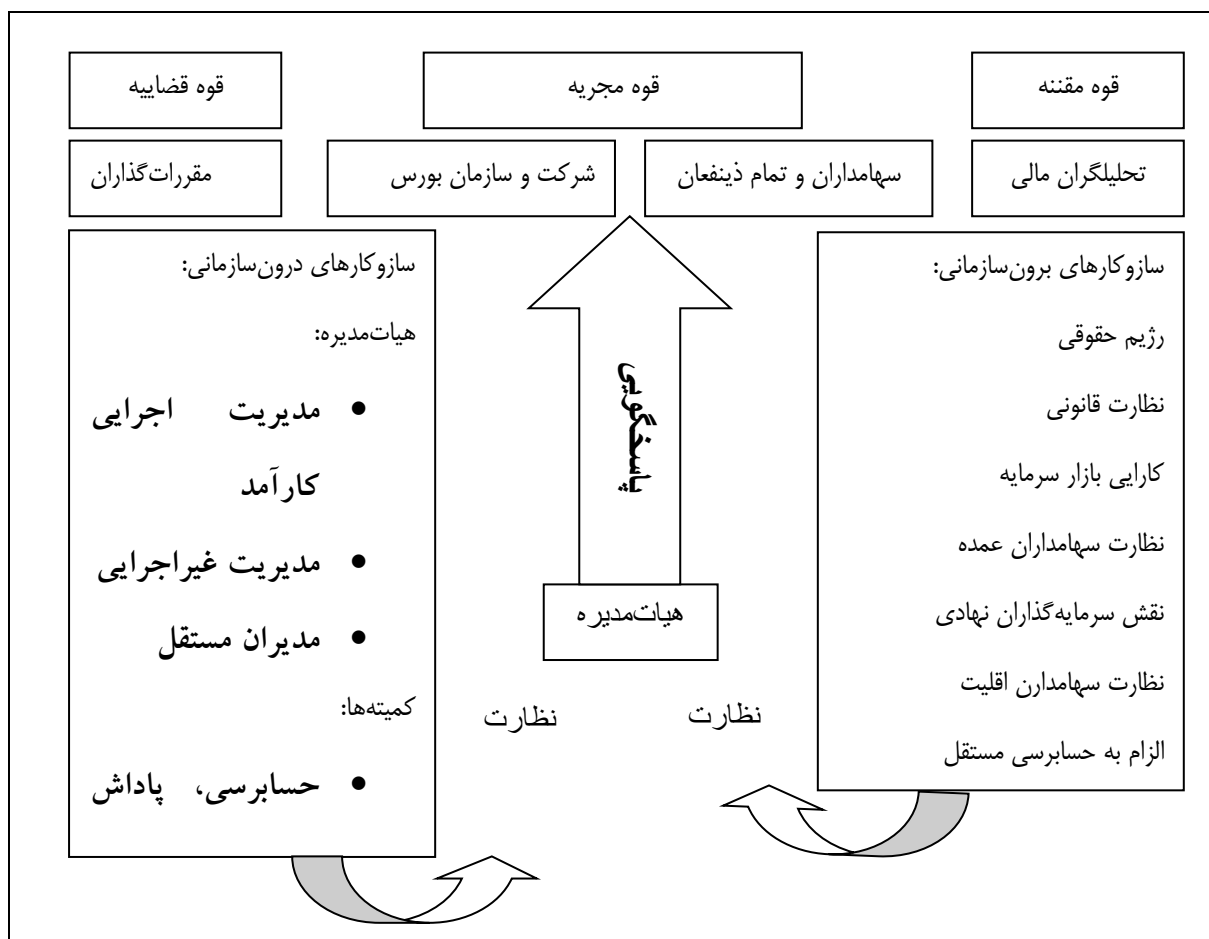
۱. هیات‌مدیره: انتخاب و استقرار هیات‌مدیره توانمند، خوشنام و بی‌طرف؛
۲. مدیریت اجرایی: تقسیم مسئولیت‌ها بین مدیریت اجرایی و استقرار نرم‌افزارهای مناسب؛
۳. مدیریت غیراجرایی: ایجاد کمیته‌های هیات‌مدیره از مدیران مستقل و غیراجرایی (شامل کمیته حسابرسی، حقوق و ...)

۴. کنترل‌های داخلی: طراحی، تدوین و استقرار کنترل‌های داخلی مناسب (مالی، حقوقی، مدیریت ریسک، حسابرسی داخلی و...);

۵. اخلاق سازمانی: تدوین و گسترش آیین رفتار حرفه‌ای و اخلاق سازمانی؛

هر یک از مکانیزم‌های درون‌سازمانی و برون‌سازمانی، بر فرآیندها و فعالیت‌های شرکت‌ها نظارت دارند و موجب ارتقای پاسخگویی و دستیابی به سایر هدف‌های حاکمیت شرکتی می‌شوند. برخی از مکانیزم‌های برون‌سازمانی (محیطی) حاکمیت شرکتی که در ایران تا حدودی برقرار است عبارت است از؛ نظارت سهامداران عمده و ایجاد انگیزه در سهامداران به فعالیت‌هایی از قبیل خرید سهام کنترل و نقش نظارتی سرمایه‌گذاران نهادی، حسابرسی مستقل الزامی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس در ایران وجود دارد، اما نظارت سهامداران اقلیت و فعالیت موسسات رتبه‌بندی وجود ندارد. درباره نظارت مرتبط با مکانیزم‌های درون‌سازمانی (محاطی) به نظر می‌رسد، صرف‌نظر از مقوله هیات‌مدیره و موارد مرتبط به مدیریت اجرایی شامل تقسیم مسئولیت‌ها بین مدیریت اجرایی و استقرار نرم‌افزارهای مناسب، نقش نظارتی مدیریت غیراجرایی شامل ایجاد کمیته‌های هیات‌مدیره از مدیران مستقل (شامل کمیته حسابرسی، حقوق و...)، کنترل‌های داخلی شامل طراحی، تدوین و استقرار کنترل‌های داخلی مناسب (مالی، حقوقی، مدیریت ریسک، حسابرسی داخلی و...) بسیار ناچیز و ضعیف است و به نقش نظارتی اخلاق سازمانی نیز توجه بایسته نمی‌شود. برای روشن‌تر شدن موضوع، ساختار حاکمیت شرکتی در نمودار تحلیلی زیر ارائه شده است (رهبری خرازی، ۱۳۸۳، ۴۶):

نمودار ۱: ساختار حاکمیت شرکتی



به مدد توضیحات ارائه شده و بر مبنای نمودار تحلیلی شماره (۱-۲) حاکمیت شرکتی و پاسخگویی در ساختار حاکمیت شرکتی قابل بررسی است. این نمودار نشان می‌دهد که چگونه پاسخگویی و سایر اهداف حاکمیت شرکتی از سازوکارهای برون سازمانی و درون سازمانی تأثیر می‌پذیرد و نبود و یا ضعف هر یک از آنها می‌تواند دستیابی به اهداف حاکمیت شرکتی و گسترش بازار سرمایه را مختل و یا غیرممکن کند (حساس یگانه، ۱۳۸۷، ۴۴).

بخش دوم
الگوهای حاکمیت شرکتی

در اقتصاد نئوکلاسیک، شرکت‌ها و موسسات صرفاً بنگاه‌های عرضه‌کننده کالاها و خدمات تعریف می‌شوند که هدف آنان به حداکثر رساندن سود ناشی از فعالیت‌ها می‌باشد. اما امروزه با توجه به طرح تئوری‌های رفاه در مباحث اقتصادی و تامین منافع تمامی ذینفعان در فرآیند فعالیت‌های اقتصادی، شرکت‌ها و موسسات با دامنه وسیعی از اهداف فراتر از حداکثر نمودن سود بنگاه روبرو می‌باشند. تامین سلامت مالی فعالیت‌های ناشی از ریسک سرمایه‌گذاری برای سهامداران و ایجاد زمینه‌های لازم برای مشارکت بخش خصوصی در اقتصاد، زمینه‌های معرفی الگوهای متنوع حاکمیت شرکتی را مطرح نموده است. که بر این اساس در این پژوهش سعی می‌گردد چهار نوع الگوی حاکمیت شرکتی متناسب با این ویژگی‌ها معرفی گردد (حسن‌زاده و محمدعلیزاده، ۱۳۹۰، ۵۶).

۱- الگوی مبتنی بر بازار

ویژگی این الگو آن است که حقوق مالکیت، بین سهامداران مقطعی تقسیم گردیده است. بازارهای سرمایه قوی شده و نقدینگی در بازار سرمایه زیاد است. نظام حمایت از سرمایه‌گذاران (سهامداران) باعث شده تا سهامداران پرتفوی خود را متنوع سازند و هیچ کدام از آنها در موقعیتی قرار نگیرند که خود شرکت را اداره نمایند. پس مدیران حرفه‌ای به نمایندگی از سهامداران جهت اداره شرکت به استخدام در می‌آیند. کشورهای آمریکا، بریتانیا و کانادا مدعی به کارگیری این الگوی حاکمیت شرکتی است. مزیت اصلی این الگو، سهولت جمع‌آوری سرمایه و توزیع ریسک سرمایه‌گذاران است. این الگوی حاکمیت شرکتی به رغم مشکلات زیاد، توسط بسیاری از محققین موفق شمرده می‌شود. رسوایی‌های به وجود آمده در شرکت‌های بزرگی همچون انرون، ورلدکام، جنرال الکتریک و...، مشکلات این الگو را نمایان می‌سازد. از یک سو، این الگو دارای مزیت بازار سرمایه قوی برای کنترل شرکت است و از سوی دیگر، مشکلاتی نظیر معاملات درونی و پاداش‌های کلان مدیریت، نیاز به مقررات‌گذاری در این زمینه‌ها را ضروری می‌سازد (صفرزاده، ۱۳۹۲، ۵۱).

مشکلات حاکمیت شرکتی زمانی رخ می‌دهد که مدیران باعث ایجاد عدم تقارن اطلاعاتی و در نتیجه از دست دادن ارزش توسط سهامداران می‌شوند. از آنجا که، سهامدار جزء به علت میزان کم مالکیت از مدیریت فاصله گرفته است، مدیرانی که به طور روزمره عملیات شرکت را ملاحظه می‌کنند، در موقعیتی قرار می‌گیرند که عدم تقارن اطلاعاتی را ایجاد نمایند. آنها اطلاعاتی را که برای آنها دارای منفعت می‌باشد، به طور محرمانه نگهداری می‌کنند و اطلاعات بی‌اهمیت را برای سهامداران و سایرین منتشر می‌کنند. لذا

برای همسو کردن منافع مدیران و سهامداران هزینه نمایندگی رخ می‌دهد. جنسن و مک‌لینگ (۱۹۶۴) بیان کردند که هزینه نمایندگی سه جز دارد؛ هزینه نظارت، هزینه قرارداد و زیان باقیمانده. هزینه نظارت هزینه‌های کنترلی هستند که مالک جهت کنترل رفتارهای خلاف مدیریت می‌پردازد. هزینه قرارداد، هزینه‌های هستند که رخ می‌دهند تا این اطمینان به وجود آید که مدیران در جهت منافع سهامداران تصمیم‌گیری می‌نمایند. زیان باقیمانده زمانی رخ می‌دهد که هزینه‌های فوق قادر به کنترل رفتار ناسالم مدیریت نباشند، مدیران برای حداکثر کردن منافع خود، دارای افق دید کوتاه‌مدت می‌باشند. از آنجا که، آنها براساس عملکرد کوتاه‌مدت پاداش می‌گیرند، لذا کوتاه‌مدت‌نگر می‌شوند. این کوتاه‌مدت‌نگری تا حدودی ناشی از عملکرد بازار سرمایه است، زیرا بازار سرمایه براساس عملکرد مناسب کوتاه‌مدت به آنان پاداش می‌دهد. لذا مدیران منافع بلندمدت را فدای منافع کوتاه‌مدت می‌نمایند و در نتیجه اقداماتی در جهت خلاف ایجاد ارزش برای سهامداران مرتکب می‌شوند (حساس‌یگانه و هاشمی، ۱۳۸۷، ۵۲).

۲- الگوی حاکمیت شرکتی مبتنی بر روابط

این الگو، مبتنی بر تمرکز مالکیت و بازار سیال سرمایه می‌باشد. در اینجا، سهامداران شرکت‌ها به طور طولانی مدت دارای سهام بوده و در موقعیتی قرار می‌گیرند که می‌توانند رفتار مدیریت را نظارت نمایند، لذا هزینه‌های نمایندگی رخ نمی‌دهد. در این الگو، بانک‌ها با نگهداری بخش عمده‌ای از سهام شرکت‌ها بر مالکیت آنها مسلط می‌شوند و به طور مستقیم در عملیات شرکت شامل نظارت و تصمیم‌گیری، مشارکت می‌کنند. حاکمیت شرکتی در این الگو مبتنی بر روابط می‌باشد. همچنین، سرمایه‌گذاری‌های درون‌گروهی از ویژگی‌های الگوی مذکور به شمار می‌آید. ژاپن، فرانسه و آلمان از این الگوی حاکمیت شرکتی استفاده می‌کنند. ابتدا به نظر می‌رسد که این الگو کارآترین الگوی حاکمیت شرکتی است، ولی این الگو نیز با مشکلاتی مواجه می‌باشد. تسلط بانک‌ها بر فرآیند تصمیم‌گیری شرکت‌ها باعث می‌شود که مدیریت متخصص تربیت نشود. مداخله بیش از حد دولت از طریق قوانین در امور شرکت‌ها، به عنوان مانعی برای پیشرفت شرکت‌ها محسوب می‌شود. دولت به طور مستقیم در خیلی از فعالیت‌های تجاری سرمایه‌گذاری می‌نماید و به طور غیرمستقیم از طریق کنترل بانک‌ها و موسسات مالی که به بخش خصوصی وام می‌دهند و انتصاب مدیران بازنشسته دولتی در بخش خصوصی، به کنترل شرکت‌ها می‌پردازد (حسن‌زاده و محمدعلیزاده، ۱۳۹۰، ۵۴).

۳- الگوی حاکمیت شرکتی در حال گذار

کشورهای اروپای شرقی و مرکزی و کشورهای تازه استقلال یافته شوروی سابق، دارای اقتصادهایی از این نوع حاکمیت شرکتی هستند. اگر چه در این کشورها علاقه زیادی برای فعال کردن بازار سرمایه وجود دارد، ولی چنین الگویی از حاکمیت شرکتی را بر اقتصاد خود تحمیل کرده‌اند. در این الگو، بازارهای سرمایه ضعیف و غیرفعال می‌باشند و شرکت‌ها به تدریج از شکل دولتی به شرکت‌های دارای سهامداران جزء تبدیل می‌شوند. در این کشورها، نظام‌های حقوقی در حال حرکت به سوی نظام‌های رقابتی است، تشکیلات مقابله با مشکلات حاکمیت شرکتی ضعیف می‌باشد، سازوکارهای حمایت از سرمایه‌گذاری چندان قوی نیست، عدم انضباط مالی باعث شده تا دولت شرکت‌های زیان‌ده را پشتیبانی کند، در ضمن سرمایه‌گذاری نهادی قوی در این گونه کشورها وجود ندارد. اقتصادهای در حال گذار، مشکلات زیادی را طی دوران تبدیل شرکت‌های دولتی به خصوصی پشت سر گذاشته‌اند. شرکت‌های خصوصی شده، کماکان مشکلات دیوان سالاری قبل از واگذاری را دارند زیرا خصوصی‌سازی به معنای واقعی انجام نگرفته زیرا که کارکنان این شرکت‌ها تغییر نکرده‌اند و فقط مالکیت تغییر کرده است. در بسیاری از موارد، کنترل همچنان در دست دولت باقی مانده است. در کشورهایی چون چک، مجارستان و روسیه خصوصی‌سازی همراه با هزینه‌های زیادی بوده است. به نظر می‌رسد این نوع الگو با ساختار کشور ایران همخوانی بیشتری دارد (صفرزاده، ۱۳۹۲، ۷۳).

۴- الگوی نوظهور

در ادبیات حاکمیت شرکتی، تاکنون به این الگو کمتر پرداخته شده است. برخلاف الگوی سوم که تجربه‌ای از مشکلات الگوهای اول و دوم است، الگوی چهارم سعی دارد سازوکار حاکمیت شرکتی را از اقتصادهای موفق اقتباس کند. بازار سرمایه فعال، تبدیل موفق شرکت‌های دولتی به شرکت‌های خصوصی، وجود الگوهای مبتنی بر روابط و همچنین الگوهای مبتنی بر بازار، وجود بازارهای نوظهور مدیریت، نظام‌های حقوقی رسمی و کارکردی و وجود شرکت‌های خانوادگی و شرکت‌های عمومی از خصوصیات این الگو محسوب می‌شود. الگوی چهارم الگوی منحصر به فردی است که بین الگوهای اول و دوم قرار می‌گیرد. در این الگوی اقتصادی، گروه‌های تجاری حاکم هستند و خانواده‌هایی وجود دارند که میزان زیادی از کنترل و مالکیت را در اختیار دارند. همچنین، سرمایه‌گذاری‌ها در بین صنایع مختلف تقسیم شده است. خانواده‌هایی که به طور اجدادی دارای مالکیت بوده‌اند، اکنون خود را به صورت پیش‌تازان اقتصاد ملی

مشاهده می‌نمایند. خانواده‌هایی که در یک نوع تجارت سرمایه‌گذاری کرده‌اند، با افزایش سود به سمت تنوع‌بخشی سرمایه‌گذاری خود رفته و بخش عمده‌ای از سهام را در اختیار گرفته‌اند. این گروه‌های تجاری، الگوی کنترل مدیریتی خود را از الگوی روابط اقتباس کرده‌اند، همچنین از طریق مشارکت در بازارهای سرمایه، الگوی مبتنی بر بازار را نیز تا حدودی مدنظر قرار داده‌اند (حسن‌زاده و محمدعلیزاده، ۱۳۹۰، ۲۴).

۵- مدل حاکمیت شرکتی انگلیسی - آمریکایی

مدل Anglo-US با ویژگیهای زیر مشخص می‌گردد:

- مالکیت سهام فردی
- مالکیت سهام حقوقی (که البته با تمرکز بیشتر نسبت به مالکیت فردی دنبال می‌شود).
- سرمایه‌گذاران غیر وابسته به شرکت (شناخته شده به عنوان سهامدار خارجی یا "بیگانه")
- یک چارچوب قانونی توسعه یافته که حقوق و مسئولیت‌های سه ذینفع کلیدی یعنی هیات مدیره، مدیران اجرایی و سهامداران را تعریف می‌کند.
- روشی برای تعامل بین سهامداران و شرکت‌ها و همچنین در میان سهامداران در داخل یا خارج از

AGM

یک روش معمول برای جمع‌آوری سرمایه برای شرکت‌های بزرگ در انگلستان و ایالات متحده روش تأمین مالی سهام می‌باشد. بنابراین، تعجب آور نیست که ایالات متحده بزرگترین بازار سرمایه در جهان است و بورس اوراق بهادار لندن پس از بورس اوراق بهادار نیویورک و توکیو، سومین بورس اوراق بهادار جهانی در جهان می‌باشد (چانگ و همکاران، ۲۰۱۰، ۱۱۷).

بین اهمیت تأمین مالی سهام، اندازه بازار سرمایه و ایجاد یک نظام حاکمیت شرکتی رابطه علیت وجود دارد. به همین دلیل است که ایالات متحده در عین حال که بزرگ‌ترین بازار سرمایه در جهان را داراست، دارای توسعه یافته‌ترین سیستم رای‌گیری از طریق نمایندگی و فعالیت سهامداران از طریق سرمایه‌گذاران حقوقی در جهان است. در همین حال، سرمایه‌گذاران حقوقی نقش بسیار مهمی در بازار سرمایه و حاکمیت شرکتی انگلستان ایفا می‌نمایند.

تعریف: جلسه مجمع عمومی سالانه (AGM¹)

جلسه‌ای است، که باید سالی یک بار، در مواقعی که در اساسنامه پیش‌بینی شده است، برای رسیدگی به ترازنامه و صورت سود و زیان سال مالی قبل و صورت‌داری و مطالبات شرکت و صورتحساب دوره

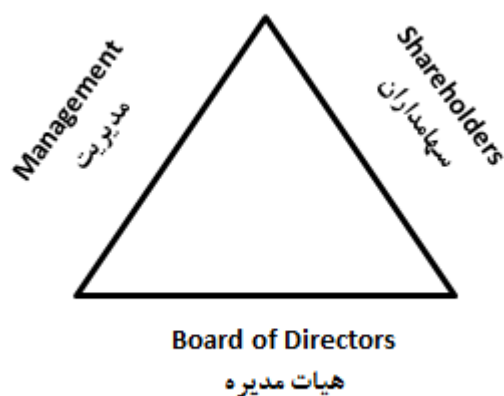
¹ Annual General Meeting

عملکرد سالیانه شرکت و رسیدگی به گزارش مدیران، اعضای هیئت مدیره بازرسان و سایر امور مربوط به حساب‌های سال مالی تشکیل شود(لی و همکاران، ۲۰۱۳، ۴۸).

۱-۵ ذینفعان کلیدی در مدل Anglo-US

ذینفعان کلیدی در مدل Anglo-US شامل ارکان اصلی زیر می باشد:

- مدیریت^۱ شامل مدیران ارشد و میانی اجرایی
 - هیات مدیره^۲
 - سهامداران (به ویژه سرمایه گذاران حقوقی)
 - سازمان های دولتی
 - بورس اوراق بهادار
 - سازمان های خودگردان
 - شرکت های مشاوره ای است که به شرکت ها، سهامداران، شرکت های دولتی و وکلای(نمایندگان) سهامداران مشاوره می دهند.
- از ذینفعان فوق، هیات مدیره، مدیران و سهامداران ذینفعان اصلی را محسوب میشوند. معمولاً آنها را به شکل یک "مثلث" نمایش داده که منافع و تعامل آنها به شرح ذیل نمایش داده میشوند:



مدل Anglo-US که در قالب اقتصاد بازار آزاد توسعه یافته است بر مبنای جدایی مالکیت از مدیریت در اکثر شرکت های عمومی بنا گردیده است. این مبحث مهم (جدایی مفهوم مالکیت از مدیریت) به اهداف ارزشمند کسب و کار اجتماعی منجر گردیده است، به طوری که سرمایه گذاران فقط سرمایه گذاری نموده و مالکیت خود را در شرکت حفظ می کنند و در همین حال به طور کلی از مسئولیت قانونی برای مدیریت شرکت اجتناب کرده، اما در همان حال به مدیریت ارشد شرکت ها برای اجرای امور در شرکت

¹ Management

² Board Of Directores

- به عنوان نماینده آنها- پول پرداخت میکنند. به هزینه هایی که مالکان به مدیران به منظور مدیریت شرکت پرداخت می نمایند: "هزینه های نمایندگی - agency costs" اطلاق میگردد(چانگ و همکاران، ۲۰۱۰، ۱۹).

ممکن است منافع مالکان(سهامداران) و مدیران شرکت ها همواره با هم در یک جهت نباشد و حتی در برخی موارد تضاد منافع بوجود آید. اما قوانین حاکم بر شرکت ها - در کشورهایی که از مدل انگلیس- آمریکا استفاده میکنند- تلاش مینمایند تا این عدم همسویی را با روش های مختلف سازگار کنند. عامل مهم در همسویی منافع مالکین(سهامداران) و مدیران شرکت ها، انتخاب یک هیئت مدیره توسط سهامداران است و نیازمند آن است که هیئت مدیره با نظارت بر مدیریت به نفع سهامداران، به عنوان نماینده منافع سهامداران عمل کند.

۲-۵ الگوی مالکیت سهام در مدل انگلیسی-آمریکا

در انگلستان و ایالات متحده، در دوره پس از جنگ، تغییر مالکیت سهام از سهامداران حقیقی به سهامداران حقوقی صورت گرفت. در سال ۱۹۹۰، سرمایه گذاران حقوقی تقریباً ۶۱ درصد از سهام شرکت های انگلیس را تشکیل می دادند و افراد حقیقی حدود ۲۱ درصد را تشکیل می دادند در حالیکه در سال ۱۹۸۱، اشخاص حقیقی ۳۸ درصد را تشکیل می دادند. همچنین در سال ۱۹۹۰ اشخاص حقوقی ۵۳.۳ درصد سهام شرکت های آمریکایی را تشکیل می دادند. افزایش مالکیت توسط موسسات حقوقی موجب افزایش نفوذ آنها شده است. در عوض، این باعث تغییرات قانونی برای تسهیل منافع و تعامل آنها در فرآیند اداره شرکت شده است(لی و همکاران، ۲۰۱۳).

۳-۵ ترکیب هیئت مدیره در مدل Anglo-US

اکثر شرکت هایی که از مدل انگلیس-آمریکا استفاده می کنند، از ترکیب هیئت مدیره "داخلی" و "خارجی(مستقل)" استفاده می نمایند.

- "شخص داخلی" به عنوان شخصی است که در همان شرکت مشغول به کار است (مدیر اجرایی، مدیر یا کارمند) و یا دارای روابط شخصی یا تجاری قابل توجهی با شرکت می باشد.
- "شخص بیرونی(مستقل)" یک فرد یا مؤسسه است که ارتباط مستقیمی با شرکت یا مدیریت آن ندارد.
- عبارت های دیگری که برای هیئت مدیره داخلی استفاده میشود "هیئت مدیره موظف" و برای هیئت مدیره خارجی، "هیئت مدیره غیر موظف (مستقل)" می باشد.

به صورت سنتی، همواره یک فرد - هم زمان - به عنوان رئیس هیئت مدیره و مدیر اجرایی شرکت (مدیر عامل شرکت) فعالیت میکرد است، اما در بسیاری از موارد، استفاده از ترکیب هیئت مدیره داخلی

که تنها با افراد داخلی تشکیل شده است و یا فعالیت مدیرعامل به عنوان رییس هیئت مدیره منجر به سوء استفاده در شرکت ها شده است،

علت اصلی سوء استفاده، تمرکز قدرت در دست یک نفر (به عنوان رییس هیئت مدیره و مدیر عامل شرکت به طور هم زمان) و یا تمرکز قدرت در گروه کوچکی از افراد (به عنوان مثال، هیئت مدیره ایی که تنها از افراد "داخلی" تشکیل شده است) می باشد، در این وضعیت مدیریت و یا هیئت مدیره بدون توجه به منافع دیگر ذینفعان، منافع سهامداران خارجی را نادیده گرفته و برای حفظ قدرت خود در طولانی مدت تلاش خواهند نمود.

در سال ۱۹۹۰، در بیش از ۷۵ درصد از ۵۰۰ شرکت بزرگ در ایالات متحده یک فرد به عنوان مدیرعامل و رئیس هیئت مدیره به طور هم زمان فعالیت داشته است. در مقابل، در انگلستان، بیشتر شرکت ها یک مدیر عامل (مستقل - غیر موظف) دارند. با این حال، اکثریت اعضای هیئت مدیره شرکت های انگلیسی را مدیران موظف تشکیل می دهند. در سال ۱۹۹۲ تنها ۴۲ درصد از اعضای هیئت مدیره مستقل بودند و ۹ درصد از بزرگترین شرکت های بریتانیایی هیچ عضو هیئت مدیره مستقلی نداشتند (عمر و سان، ۲۰۱۶).

در حال حاضر، رویه های مشخص تری در استفاده بیشتر از "افراد مستقل" در ترکیب هیئت مدیره شرکت های آمریکایی و انگلیس مشاهده می گردد.

از اواسط دهه ۱۹۸۰، عوامل متعددی باعث افزایش علاقه به موضوع حاکمیت شرکتی در انگلستان و ایالات متحده شده است. برخی از این عوامل عبارتند از:

- افزایش سرمایه گذاری حقوقی در هر دو کشور
- مقررات دولتی بیشتر در ایالات متحده، از جمله مقرراتی که برخی از سرمایه گذاران حقوقی را برای رای گیری در AGM ملزم می کند.
- مقوله تعهد کردن^۱ از اواسط تا اواخر دهه ۱۹۸۰، غرامت گرفتن بیش از حد در شرکت های آمریکایی و کاهش روحیه رقابت پذیری نسبت به رقبای آلمانی و ژاپنی
- در پاسخ به مسائل فوق، سرمایه گذاران حقیقی و حقوقی شروع به کسب اطلاعات در مورد فرآیندها نموده و به انجام تحقیقات و سازماندهی خود پرداختند تا منافع آنها را به عنوان سهامداران حفظ شود.
- در خصوص مباحث حاکمیت شرکتی تحقیقاتی در آمریکا به انجام رسیده است که برخی از نتایج آن به شرح ذیل میباشد:
- در بسیاری از موارد بین عدم نظارت موثر توسط هیئت مدیره و عملکرد ضعیف مالی شرکت رابطه مستقیم وجود دارد.

¹ takeover

• هیئت مدیره "مستقل (غیر موظف)" در اغلب موارد نسبت به میزان دریافت اطلاعات توسط هیئت مدیره "داخلی" معترض بوده و اظهار میداشتند که اطلاعات کمتری به آنها ارائه گردیده است، بنابراین امکان نظارت بر عملکرد شرکت محدود بوده است (عمر و سان، ۲۰۱۶، ۴۸).

عوامل متعددی بر روند افزایش درصد تعداد اعضای «مستقل» در هیئت مدیره شرکت های انگلیسی و آمریکایی موثر میباشند که برخی از آنها به شرح ذیل می باشند:

- تغییر الگوی مالکیت سهام، افزایش سرمایه گذاری حقوقی در شرکت ها
- اهمیت فزاینده سرمایه گذاران حقوقی و رفتار رأی گیری آنها در AGM
- توصیه هایی از سازمان های نظارتی^۱ نظیر کمیته امور مالی حاکمیت شرکتی در انگلستان و سازمان های سهامی خاص در ایالات متحده

ترکیب هیئت مدیره همچنان از نگرانیهای مهم سهامداران در انگلیس و ایالات متحده است. شاید به این دلیل که دیگر مسائل مربوط به حاکمیت شرکتی، مانند شفافیت و ساز و کارهای ارتباطی بین شرکت ها و سهامداران تا حد زیادی حل شده است.

هیئت مدیره ها در بریتانیا و ایالات متحده به طور کلی کوچک تر از هیئت مدیره ها در ژاپن و آلمان هستند. در سال ۱۹۹۳، یک نظرسنجی از هیئت های ۱۰۰ شرکت بزرگ ایالات متحده که توسط شرکت اسپنسر استوارت انجام شد، نشان داد که تعداد اعضای هیئت مدیره ها به رو به کاهش گذاشته است. متوسط تعداد اعضای هیات مدیره در سال ۱۹۸۸، ۱۵ نفر بوده است اما این عدد در سال ۱۹۹۳ به ۱۳ نفر کاهش پیدا کرده است (یو تامپسون و همکاران، ۲۰۱۶، ۲۵).

۴-۵ چارچوب نظارتی در مدل انگلیس و آمریکا

در بریتانیا و ایالات متحده، طیف وسیعی از قوانین و کدهای قانونی روابط میان هیات مدیره، مدیران و سهامداران را مشخص میکنند.

در ایالات متحده، یک آژانس فدرال (کمیسیون بورس و اوراق بهادار (SEC)) اوراق بهادار را تنظیم کرده و الزامات افشا برای شرکت ها را مشخص نموده و ارتباط بین شرکت ها و سهامداران و همچنین بین سهامداران را تعیین می نماید.

قوانین تنظیم صندوق های بازنشستگی نیز تأثیر مهمی بر حاکمیت شرکتی دارند. در سال ۱۹۸۸، آژانسی از وزارت کار که مسئول نظارت بر صندوقهای بازنشستگی خصوصی است تصویب کرد که این صندوقها دارای "مسئولیت محرمانه" برای اجرای حقوق مالکیت سهام خود هستند. این حاکمیت تأثیر زیادی بر رفتار صندوق های مستمری بازنشستگی خصوصی و دیگر سرمایه گذاران حقوقی گذاشت. از آن زمان

¹ self regulatory

سرمایه گذاران حقوقی علاقه مند به همه ی جنبه های حاکمیت شرکتی ، حقوق سهامداران و رأی دادن در AGM شده اند.

خوانندگان باید توجه داشته باشند با توجه به نظام فدرالی در آمریکا ، شرکت های آمریکایی در یک ایالت خاص ثبت شده اند، قانون ایالت مربوطه، چارچوب اساسی برای حقوق و مسئولیت های آن شرکت آمریکایی محسوب میگردد.

همانگونه که پیشتر گفته شد، در مقایسه با سایر بازارهای سرمایه، با توجه به میزان و نیز اهمیت بازار اوراق در آمریکا، ایالات متحده دارای جامع ترین الزامات افشا و یک سیستم پیچیده ارتباطات سهامداران می باشد(برین و همکاران، ۲۰۰۲، ۳۹).

چارچوب نظارتی حاکمیت شرکتی در انگلستان در اثر فعالیتهای پارلمانی بوجود آمده است و توسط سازمان های نظارتی نظیر صندوق اوراق بهادار و سرمایه گذاری که مسئول نظارت بر بازار اوراق بهادار است تصویب شده است. توجه داشته باشید که این سازمان دولتی نیست همانند SEC در آمریکا، اگر چه چارچوب افشا و تبادل افکار و ارتباطات سهامداران به خوبی توسعه یافته است، اما برخی از ناظران ادعا میکنند که نظارت در انگلستان ناکافی بوده و پیشنهاد می کنند که یک سازمان دولتی شبیه به SEC ایالات متحده می تواند مشکل نظارت در انگلستان را حل کند.

ذکر این نکته ضروری است که سازمان بورس اوراق بهادار با ایجاد فهرست افشا و سایر الزامات نقش مهمی در مدل انگلیس-آمریکا ایفا می کند(برین و همکاران، ۲۰۰۲، ۲۶).

۵-۵ الزامات شفافیت در مدل انگلیس-آمریکا

همانطور که ذکر شد، ایالات متحده دارای جامع ترین الزامات شفافیت در حوزه قضایی است. در حالی که الزامات شفافیت در سایر کشورهایی که از مدل Anglo-US استفاده می نمایند زیاد بوده اما هیچ کدام از آنها به اندازه ایالات متحده سخت گیرانه نیستند.

شرکت های آمریکایی ملزم به ارائه طیف گسترده ای از اطلاعات هستند. آنها موظف هستند اطلاعات زیر را در گزارش سالانه و یا در دستور جلسه مجمع عمومی سالیانه - که به عنوان "بیانیه نمایندگی - proxy statement" شناخته می شود- ارائه نمایند :

- اطلاعات مالی شرکت ها (این گزارش در ایالات متحده باید به صورت سه ماهه ارائه شود)
- شکست ساختار سرمایه شرکت
- اطلاعات کاملی در خصوص هر یک از نامزدهای عضو در هیئت مدیره (شامل نام، شغل، ارتباط با شرکت و مالکیت سهام در شرکت)
- جبران خسارت کلی به تمامی مدیران اجرایی (مدیران ارشد)
- داده های مربوط به جبران خسارات فردی برای هر یک از پنج مقام ارشد اجرایی با بالاترین پرداخت

- داده های مربوط به تمام سهامدارانی که بیش از پنج درصد سهام کل سهام شرکت را دارند.
- اطلاعات مربوط به ادغام و بازسازی پیشنهاد شده
- اصلاحات پیشنهاد شده به مقررات انجمن
- اسامی افراد و یا شرکت هایی که به عنوان حسابرسان پیشنهاد شده اند.
- الزامات افشا در انگلستان و دیگر کشورهایی که از مدل انگلیس - آمریکا استفاده میکنند با تفاوت های جزئی شبیه همین است. برخی از این تفاوتها عبارتند از:
 - گزارشات مالی به صورت شش ماهه ارائه میگردد
 - اطلاعات کمتری از آمار مالی ارائه میگردد
- اطلاعات کمتری در مورد نامزدهای عضو در هیات مدیره ارائه می گردد (نبوی چاشمی، ۱۳۸۹، ۵۳).
- اقدامات شرکتی که نیاز به تصویب سهامداران در مدل انگلیس - آمریکا دارد.
- اقدامات معمول شرکتی که نیازمند تصویب سهامداران تحت الگوی Anglo-US هستند عبارتند از:
 - انتخاب مدیران
 - انتصاب حسابرسان
- اقدامات غیر معمول شرکتی که نیاز به تایید سهامداران دارند عبارتند از:
 - ایجاد یا اصلاح طرح های سهام (زیرا این برنامه ها بر جبران خسارت اجرایی و هیئت مدیره اثر میگذارد)
 - ادغام و جذب
 - بازسازی و اصلاح مقررات انجمن
- یک تمایز مهم بین ایالات متحده و انگلیس وجود دارد،
 - در ایالات متحده، سهامداران حق رای دادن بر سود سهام پیشنهاد شده توسط هیئت مدیره را ندارند.
 - در انگلستان، سهامداران در مورد پیشنهاد سود سهام حق رای دارند.
- مدل Anglo-US نیز به سهامداران اجازه می دهد تا پیشنهاداتی را در دستور کار AGM قرار دهند. البته این پیشنهادات که به عنوان پیشنهادات سهامدار شناخته می شود، باید مربوط به فعالیت تجاری شرکت باشد.
- سهامدارانی که حداقل ۱۰ درصد از کل سرمایه شرکت را تشکیل می دهند، می توانند یک مجمع عمومی فوق العاده^۱ را تشکیل دهند.

¹ Extraordinary General Meeting, :EGM

در ایالات متحده، SEC طیف گسترده ای از مقررات مربوط به قالب، ماده، زمان بندی و انتشار پیشنهادات سهامدار را صادر کرده است. علاوه بر آن، SEC ارتباطات بین سهامداران را تنظیم می کند.

نحوه تعامل بین ذینفعان در مدل انگلیس-آمریکا

همانطور که ذکر شد، مدل Anglo-US یک سیستم پیچیده و منظم برای ارتباط و تعامل بین سهامداران و شرکت ایجاد می کند. طیف گسترده ای از سازمان های نظارتی و مستقل نقش مهمی در حاکمیت شرکتی دارند. سهامداران ممکن است از حق رای خود بدون حضور در جلسه عمومی سالیانه استفاده کنند. همه سهامداران ثبت شده باید این موارد را از طریق پست دریافت نمایند:

- دستور کار جلسه شامل اطلاعات
 - دلایل توجیحی همه پیشنهادات (بیانیه نمایندگی - proxy statement)
 - گزارش سالانه شرکت
 - کارت رای گیری
- سهامداران ممکن است به وسیله نماینده خود رای دهند، یعنی آنها کارت رای گیری را تکمیل نموده و از طریق پست به شرکت ارسال می نمایند. - با فرستادن کارت به شرکت - سهامدار به رئیس هیئت مدیره مجوز می دهد تا به عنوان نماینده او عمل کرده و رای او را همانطور که در کارت رای گیری وارد نموده است به فرآیند رای گیری منتقل نماید.
- در مدل Anglo-US طیف وسیعی از سرمایه گذاران حقوقی و متخصصان مالی، عملکرد و حاکمیت شرکت ها را کنترل می کنند. این سازمان های کنترلی عبارتند از:
- انواع صندوق های سرمایه گذاری تخصصی (به عنوان مثال، صندوق های شاخص یا صندوق هایی که صنایع خاص را پوشش می دهند)
 - صندوق های سرمایه گذاری پر خطر یا صندوق های سرمایه گذاری که در شرکت های جدید یا "استارت آپ" سرمایه گذاری می کنند.
 - آژانس ها و شرکت های رتبه بندی
 - حسابرسیان
 - دیگر سازمان هایی که به شرکت های ورشکسته یا دارای مشکل، اعتبار مالی می دهند (بنویدی، ۱۳۸۵، ۴۱).

۵-۶ مدل حاکمیت شرکتی ژاپنی

مدل ژاپنی تا حد زیادی با تعاریف و خصوصیات ذیل شناخته می شود:

- عمده مالکیت یک شرکت از ترکیب سهام بانک های وابسته و شرکت های دیگر تشکیل شده است

- یک سیستم بانکی که از طریق پیوندهای قوی و بلند مدت بین بانک ها و شرکت به وجود آمده است
- کایرتسو^۱، به گروهی از شرکت ها گفته می شود که فعالیتهای تجاری مرتبط و سهامداران مشترک دارند.
- کایرتسو مفهومی غالب در اقتصاد قرن بیستم ژاپن بود. اعضای این شرکت ها با مرکزیت یک بانک هر یکی سهمی کوچک از شرکت دیگر را در مالکیت خود دارند. این سیستم، مدیریت شرکت ها را از نوسانات قیمت سهام محافظت کرده و همچنین مانع برتری یافتن مالکیت هر یک بر دیگری می شود.
- هیئت مدیره تقریباً فقط از افراد داخلی تشکیل شده است
- کم ترین میزان از سهام به سهامداران خارجی تعلق داشته و حتی در برخی از شرکت ها هیچ سهمی به افراد غیر واگذار نشده است
- مکانیزم های پیچیده برای رای گیری از سهامداران وجود دارد.
- تأمین مالی سهام برای شرکت های ژاپنی بسیار مهم بوده اما با این حال، افراد داخلی و یا افراد وابسته به آنها عمده سهام اغلب شرکت های ژاپنی را در اختیار دارند. لذا این افراد در شرکت ها و نتیجتاً در کل سیستم نقش مهمی ایفا می نمایند.
- رویکرد استفاده حداکثری از سهامداران داخلی باعث شده است تا منافع سهامداران خارجی در حاشیه قرار گرفته و لذا سهم مالکیت خارجی در بازار سهام ژاپن بخش کوچکی از اقتصاد این کشور را تشکیل دهد، البته روند جهانی شدن ممکن است به یک عامل مهم در ایجاد مدلی که سهامداران خارجی نقش بیشتری در حاکمیت شرکتی داشته باشند منجر شود (کاشانی پور و رسائیان، ۱۳۸۸، ۱۶).

۱-۶-۵ ذینفعان کلیدی در مدل ژاپنی

سیستم حاکمیت شرکتی ژاپنی چند وجهی است، که بر یک بانک اصلی و یک شبکه مالی / صنعتی یا کایرتسو تمرکز دارد.

سیستم بانک اصلی و keiretsu دو جزء متفاوت اما اصلی از مدل حاکمیت ژاپنی محسوب میشوند که به صورت مکمل و پوشش دهنده یکدیگر عمل مینمایند، تقریباً تمام شرکت های ژاپنی ارتباط تنگاتنگی با یک بانک اصلی داشته و این بانک برای آنها وام، خدمات مربوط به مسائل مربوط به اوراق قرضه، مسائل مربوط به سهام، خدمات حسابداری و خدمات مشاوره مالی و اعتباری فراهم میکند. بانک های اصلی در واقع یک سهامدار بزرگ در شرکت های ژاپنی محسوب می شوند (برندل و نول^۲، ۲۰۰۵، ۱۴۱).

در ایالات متحده، قوانین ضد انحصار، بانک ها را از ارائه خدمات فوق منع نموده است. و به جای آن، خدمات مذکور معمولاً توسط موسسات مختلف مالی دیگر به انجام میرسد، به عنوان مثال:

^۱ keiretsu

^۲. Breandle & Noll

- بانک های تجاری، خدمات وام ارائه میکنند.
- بانک های سرمایه گذاری، خدمات مربوط به سهام را ارائه میدهند
- شرکت های مشاوره تخصصی، رای دهی توسط نماینده و سایر خدمات را ارائه میکنند

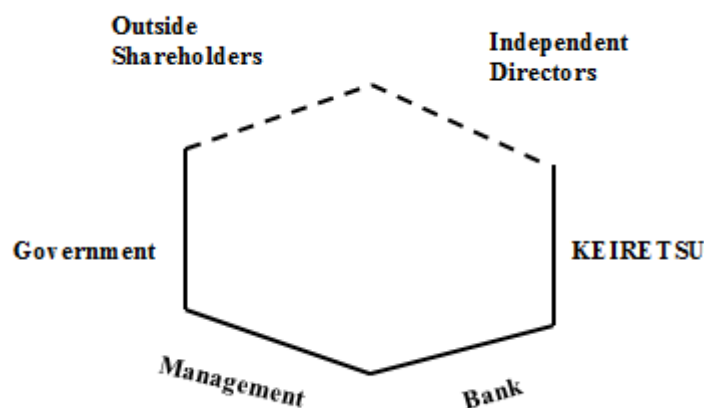
علاوه بر ارتباط با بانک اصلی، بسیاری از شرکت های ژاپنی روابط مالی قوی با شبکه ای از شرکت های وابسته دارند. این شبکه معمولاً مباحث تقسیم بدهی و حقوق صاحبان سهام¹، تجارت کالا و خدمات و ارتباطات تجاری غیر رسمی را پشتیبانی نموده و در ژاپن به عنوان keiretsu شناخته می شود.

سیاست های مبتنی بر صنعت نیز نقش مهمی در حکومت ژاپن ایفا نموده، به طوری که از دهه ۱۹۳۰، دولت ژاپن یک سیاست صنعتی فعال را برای کمک به شرکت های ژاپنی طراحی و پیاده سازی نموده است. این سیاست شامل نمایندگی رسمی و غیر رسمی در هیئت مدیره شرکت ها در مواقعی است که شرکت ها با مشکلات مالی مواجه میگردند.

در مدل ژاپنی، چهار ذینفع کلیدی وجود دارند که عبارتند از:

- بانک اصلی (سهامدار اصلی در نقش سهامدار داخلی)
 - شرکت وابسته یا keiretsu (سهامدار اصلی در نقش سهامدار داخلی)
 - مدیریت شرکت
 - دولت ژاپن
- باید توجه نمود که همانند مدل انگلیسی-آمریکایی که تعامل میان این ذینفعان به منظور ایجاد ارتباط است و نه تعادل قدرت، در مقایسه با مدل Anglo-US، سهامداران خارجی دارای نفوذ کمی در حاکمیت شرکت های ژاپنی بوده و در نتیجه، تعداد کمی از مدیران واقعا مستقل (مدیرانی که نمایندگان سهامداران خارجی باشند) در شرکت های ژاپنی حضور دارند.
- مدل ژاپنی را می توان به عنوان یک شش ضلعی باز به شکل زیر در نظر گرفت:

¹ crossholding of debt and equity



اضلاع پایینی، با چهار خط ارتباطی، منافع مربوط به چهار ذینفع اصلی را نشان می دهد: دولت، مدیریت، بانک و کایرتسو. خطوط باز در بالای صفحه، منافع سهامداران غیر وابسته و مدیران خارجی را نشان می دهند، دو ذینفع آخر نقش ناچیزی در حاکمیت شرکت های ژاپنی ایفا می نمایند (سالمون و سالمون، ۲۰۰۴، ۱۸).

۲-۶-۵ الگو مالکیت اشتراکی در مدل ژاپنی

مانند همان روندی که انگلستان و ایالات متحده، در دوره پس از جنگ و به منظور گذار از مالکیت افراد حقیقی به مالکیت افراد حقوقی طی شده است در ژاپن نیز موسسات مالی و شرکت ها به طور جدی مالکیت بازار سهام را در دست دارند. در سال ۱۹۹۰، موسسات مالی (شرکت های بیمه و بانک ها) حدود ۴۳ درصد از بازار سهام ژاپن را تشکیل داده بودند و شرکت ها (به استثنای موسسات مالی) ۲۵ درصد سهام را داشتند. خارجیان در این آمار شرکت های غیر وابسته حدود سه درصد از کل بازار سهام ژاپن را در دست داشتند.

در هر دو مدل ژاپنی و آلمانی، بانک ها سهامداران اصلی بوده و به دلیل خدماتی متعددی که ارائه می کنند روابط قوی با شرکت ها دارند، لذا این موضوع مدل **Anglo-US** را از مدل های ژاپنی و آلمانی متمایز می کند زیرا در مدل انگلیسی-آمریکایی چنین روابطی به علت وجود قانون^۱ ممنوع شده است. به جای تکیه بر یک بانک، شرکت های ایالات متحده و انگلیس، خدمات مالی و سایر خدمات را از طیف وسیعی از منابع، از جمله بازار اوراق بهادار به دست می آورند (بدری، ۱۳۸۷، ۱۶).

۳-۶-۵ ترکیب هیئت مدیره در مدل ژاپنی

- هیئت مدیره شرکت های ژاپنی تقریباً به طور کامل از افراد داخلی (مدیران اجرایی، روسای بخش های اصلی شرکت ها و اداره مرکزی) تشکیل شده است.

¹ anti-trust legislation

- اگر سود شرکت برای یک دوره زمانی طولانی رو به سقوط بگذارد، بانک اصلی و اعضای کاپیتسو ممکن است اعضای هیات مدیره را تغییر داده و نامزدهای خود را در ترکیب هیئت مدیره به کار گمارند.
- یکی دیگر از فعالیتهایی که در اقتصاد ژاپن به کرات دیده شده است، انتصاب افراد بازنشسته دولتی در ترکیب هیئت مدیره شرکت های بزرگ است. به عنوان مثال، وزارت دارایی ممکن است یکی از مقامات بازنشسته خود را به هیئت مدیره یک بانک بگمارد.
- ترکیب هیئت مدیره در شرکت های ژاپنی تا حد زیادی مشروط به عملکرد مالی شرکت میباشد.
- با توجه به رابطه بین ساختار مالکیت سهام و ترکیب هیئت مدیره های ژاپنی. بر خلاف مدل انگلیس و آمریکا، نمایندگان سهامداران غیر وابسته (مستقل) به ندرت در هیئت مدیره شرکت های ژاپنی قرار میگیرند.
- تعداد اعضای هیئت مدیره شرکت های ژاپنی معمولاً از هیئت مدیره های انگلیسی، ایالات متحده و آلمان بزرگ تر هستند.
- تعداد اعضای هیئت مدیره شرکت های ژاپنی به طور متوسط شامل ۵۰ عضو می باشند (رهبری خرازی، ۱۳۸۳، ۲۷).

۴-۶-۵ چارچوب نظارتی در مدل ژاپنی

- در ژاپن، وزارتخانه های دولتی به طور سنتی در توسعه سیاست های صنعتی بسیار تاثیر گذار بوده اند. این وزارتخانه ها هم چنین دارای مکانیزم های فراوانی برای کنترل هستند. با این حال، در سال های اخیر، عوامل متعددی، توسعه و پیاده سازی یک سیاست جامع صنعتی را دچار ضعف کرده است که برخی از آنها عبارتند از:
- با توجه به نقش رو به رشد شرکت های ژاپنی در داخل و خارج از کشور، شکل گیری سیاست ها به دلیل دخالت وزارتخانه های متعدد، و مهم تر از همه، وزارت دارایی و وزارت صنعت و تجارت شکننده شده است.
 - با افزایش بین المللی شدن شرکت های ژاپنی، وابستگی کمتری به بازار داخلی و در نتیجه تا حدودی کمتر وابسته به سیاست های صنعتی دولت نموده است.
 - رشد بازار سهام ژاپن منجر به آزاد سازی بخشی از آن و ورود، هر چند کوچک، استانداردهای جهانی به آن شده است.
- در حالی که این عوامل و دیگر عوامل انسجام تدوین سیاست صنعتی ژاپن را در سال های اخیر مورد تهدید قرار داده اند، اما هنوز هم دولت عامل مهمی برای تنظیم سیاست جامع صنعتی است که نقش پررنگی در اقتصاد ژاپن ایفا می نماید.

در مقابل، سازمان های دولتی، سازمان هایی مانند بورس و اوراق بهادار ژاپن نقش کمی در صنعت ایفا نموده اند که این امر تا حدی تعجب آور است، زیرا چارچوب نظارتی در ژاپن پس از جنگ جهانی دوم توسط نیروهای اشغالگر آمریکایی و بر اساس سیستم ایالات متحده شکل داده شده است.

با وجود اصلاحات متعدد، قوانین اوراق بهادار ژاپن با قوانین ایالات متحده بسیار مشابه می باشد. در سال ۱۹۷۱ و در واکنش به اولین موج سرمایه گذاری خارجی در ژاپن، قوانین جدید برای بهبود الزامات افشا در عملکرد شرکت ها اعمال شد. نهاد های اصلی نظارتی عبارتند بودند از دفتر اوراق بهادار وزارت دارایی و کمیته نظارت بر بورس اوراق بهادار، که تحت نظارت دفتر اوراق بهادار در سال ۱۹۹۲ تاسیس شد. مورد آخر مسئول نظارت بر شرکت ها و بررسی تخلفات است. با وجود قدرت قانونی آنها، این سازمان ها تاکنون نفوذ مستقل نظارتی خود را اعمال نکرده اند (حسن زاده و محمدعلیزاده، ۱۳۹۰، ۱۹).

۵-۶-۵ الزامات افشا در مدل ژاپنی

الزامات قانونی افشا در شرکت ها در کشور ژاپن نسبتاً شدید بوده اما به اندازه ایالات متحده سختگیرانه نیست. شرکت ها ملزم به ارائه طیف گسترده ای از اطلاعات در گزارشات سالانه و یا در دستور کار AGM هستند که بخش عمده آنها عبارتند از:

- اطلاعات مالی در شرکت (نیمه سالانه)
 - داده ها در مورد ساختار سرمایه شرکت
 - اطلاعات پیش زمینه برای هر نامزد هیئت مدیره (شامل نام، شغل، رابطه با شرکت و مالکیت سهام در شرکت)
 - جبران خسارت کلی
 - حداکثر جبران خسارت قابل پرداخت به همه مدیران اجرایی و هیئت مدیره
 - اطلاعات مربوط به ادغام و بازسازی پیشنهاد شده
 - اصلاحات پیشنهاد شده به مقررات انجمن
 - اسامی افراد و یا شرکت هایی که به عنوان حسابرسان پیشنهاد شده اند
- ساز و کار افشا در ژاپن از جهات گوناگون با رژیم آمریکا، که در جهان دقیق ترین است، متفاوت می باشد. این موارد تفاوت عبارتند از:
- ارائه گزارشات و اطلاعات مالی به صورت نیم سالیانه، در مقایسه با گزارشات مالی سه ماهه در ایالات متحده
 - ارائه گزارش جبران خسارت کلی مدیران اجرایی و هیئت مدیره در مقایسه با اطلاعات فردی در مورد جبران خسارت مدیران اجرایی در ایالات متحده

- معرفی ده سهامدار بزرگ شرکت در مقایسه با ایالات متحده که اصرار به معرفی همه سهامدارانی دارد که بیش از پنج درصد کل سهام شرکت را دارا می باشند
- تفاوت های قابل توجهی بین استانداردهای حسابداری ژاپن و روش های حسابداری پذیرفته شده در ایالات متحده (GAAP آمریکا) (صفرزاده، ۱۳۹۲، ۱۸).

اقدامات شرکتی که نیازمند تصویب سهامداران در مدل ژاپنی است

در ژاپن، اقدامات شرکتی روزمره که نیاز به تایید سهامداران دارند عبارتند از:

- پرداخت سود سهام و تخصیص ذخایر
- انتخاب مدیران
- انتخاب و یا انتصاب حسابرسان
- مجوز سرمایه
- اصلاحیه های مقررات انجمن و یا منشور (به عنوان مثال تغییر در اندازه و یا ترکیب هیئت مدیره)
- تغییر در حوزه های فعالیت های تجاری تایید شده
- پرداخت پاداش بازنشستگی به مدیران و حسابرسان
- افزایش مبلغ جبران خسارت برای مدیران و حسابرسان

اقدامات غیر معمول شرکتی که نیاز به تایید سهامداران دارند عبارتند از :

- ادغام
- جذب و بازسازی

ارائه پیشنهادات سهامداران در ژاپن یک پدیده نسبتاً جدید است. پیش از سال ۱۹۸۱، قانون ژاپن به سهامداران اجازه نمی داد در دستور کار جلسه مجمع عمومی سالیانه دخالت کنند. اصلاحیه قانون تجاری سال ۱۹۸۱ بیان می کند که سهامدار ثبت شده که حداقل ۱۰ درصد از سهام شرکت را تشکیل می دهد ممکن است موضوعی را برای اضافه شدن به دستور کار AGM یا EGM پیشنهاد نماید (کرمی، ۱۳۹۱، ۱۲).

۶-۶-۵ تعامل بین ذینفعان در مدل ژاپنی

تعامل در میان ذینفعان کلیدی در مدل ژاپنی عموماً ارتباطات را تقویت می کند. این یکی از ویژگی های اساسی مدل ژاپنی است. شرکت های ژاپنی ترجیح میدهند که اکثریت سهامداران بلند مدت و وابسته باشند. در مقابل، سهامداران غیر وابسته یک حوزه کوچک را تشکیل می دهند و عمدتاً از فرآیند حذف می شوند. برخی از مشخصات تعاملی بین ذینفعان به شرح ذیل است:

- گزارش سالانه و مواد مربوط به AGM در دسترس همه سهامداران است

- سهامداران ممکن است در مجمع عمومی سالیانه شرکت کنند
- سهامداران ممکن است رای خود را به وسیله نماینده یا از طریق پست اعلام کنند
- فرآیند رای گیری برای سهامداران غیر ژاپنی پیچیده است
- جلسات عمومی سالانه تقریباً همیشه حرفه ای است
- شرکت ها به طور جدی در برابر مخالفت سهامداران خرد مقاومت میکنند.
- مشارکت سهامداران توسط یک جنبه غیر رسمی اما مهم از سیستم ژاپنی محدود شده است: اکثریت شرکت های ژاپنی هر ساله جلسات سالانه خود را در یک روز مشخص برگزار می کنند، و این موضوع هماهنگ کردن رای گیری برای سرمایه گذاران حقیقی را سخت میکند زیرا حضور شخصی در بیش از یک جلسه را برای آنها غیر ممکن می کند (رئیس، ۱۳۸۷، ۴۲)

۷-۵ مدل حاکمیت شرکتی آلمانی

مدل حاکمیت شرکت آلمانی، به طور قابل توجهی با مدل های آمریکایی و ژاپنی تفاوت دارد، اگرچه در برخی موارد شباهت هایی با مدل ژاپنی دارد.

بانک ها دارای سهام بلند مدت در شرکت های آلمانی بوده و همانند مدل ژاپنی، نمایندگان بانک ها به عنوان اعضاء هیات مدیره شرکت های آلمانی انتخاب میشوند. با این حال، حضور بانک های آلمانی برخلاف بانک های ژاپنی - که فقط در زمان مشکلات مالی در هیات مدیره ها هستند - ثابت و همیشگی است. سه بانک بزرگ جهانی آلمان (بانک هایی که خدمات گوناگونی را ارائه می دهند)، نقش عمده ای در سهامداری در شرکت ها ایفا می کنند، البته در برخی از نقاط کشور، بانک های بخش عمومی نیز سهامداران کلیدی هستند.

سه عامل منحصر به فرد در مدل حاکمیت شرکتی آلمانی وجود دارد که آن را از سایر مدل های مندرج در این گزارش متمایز می سازد. در ادامه به شرح این عوامل پرداخته می شود:

- عامل اول، مربوط به ترکیب هیئت مدیره ها در مدل آلمانی می باشد، که دو هیئت مدیره با اعضای جداگانه را تجویز می کند. شرکت های آلمانی دارای ساختار هیئت مدیره دو بخشی هستند.

- بخش اول شامل هیئت مدیره اجرایی است (فقط شامل اعضا داخلی، یعنی مدیران اجرایی شرکت)

- بخش دوم شامل هیئت مدیره نظارتی است (شامل نمایندگان کارمندان و نمایندگان سهامداران)

دو هیئت مدیره کاملاً متمایز هستند، هیچ کس نمیتواند به طور هم زمان در هیئت مدیره مدیریتی و هیئت مدیره نظارتی عضویت داشته باشد.

- عامل دوم، مربوط به حقوق سهامداران می باشد، تعداد اعضای هیئت مدیره نظارتی بر اساس قانون تعیین شده و توسط سهامداران قابل تغییر نیست.

• عامل سوم، در آلمان و کشورهای دیگری که این مدل را دنبال می کنند، محدودیت های حق رای دادن قانونی هستند. این موارد سهامدار را - صرف نظر از موقعیت مالکیت سهم - به رأی دادن در درصد معینی از کل سرمایه شرکت محدود می کند.

اکثر شرکت های آلمانی به طور سنتی تامین مالی از طریق بانک را به سرمایه گذاری از طریق سهام ترجیح می دهند لذا سرمایه گذاری در بازار سهام آلمان نسبت به اندازه اقتصاد آلمان کوچک است. علاوه بر این، سطح مالکیت سهام فردی در آلمان کم بوده که منعکس کننده استراتژی سرمایه گذاری محافظه کارانه آلمانی ها است. به این ترتیب، تعجب آور نیست که ساختار حاکمیت شرکتی بر حفظ روابط بین ذینفعان کلیدی (به ویژه بانک ها و شرکت ها) متمرکز باشد.

این سیستم تا حدودی در مورد سهامداران خرد متضاد عمل مینماید، به طوری که با اجازه ارائه پیشنهاد از سوی سهامداران، امکان برقراری تعامل را به آنها میدهد و در عین حال به شرکت ها اجازه می دهد محدودیت حق رای را نیز اعمال کنند.

تا سال ۱۹۹۰- درصد مالکیت سهام خارجی آلمان- معادل ۱۹ درصد بوده است. این موضوع باعث شده تا مدل حاکمیت شرکتی آلمانی به آرامی شروع به تغییر نماید. زیرا سرمایه گذاران خارجی از داخل و خارج اتحادیه اروپا شروع به حمایت از منافع خود کردند. جهانی شدن بازار سرمایه نیز باعث میشود شرکت های آلمانی استراتژی خود را تغییر دهند (نیکومرام و محمدزاده سالطه، ۱۳۸۹، ۶۱).

هنگامی که Daimler-Benz AG تصمیم گرفت سهام خود را در NYSE در سال ۱۹۹۳ فهرست کند، مجبور شد از استاندارد مالی GAAP آمریکا استفاده کند. این استاندارد حسابداری، شفافیت مالی بیشتری را نسبت به استانداردهای حسابداری آلمان دارد. به طور خاص، Daimler-Benz AG مجبور شد که عواقب زیادی را که ممکن است تحت قوانین حسابداری آلمان پنهان شود، در نظر بگیرد.

۵-۷-۱ ذینفعان کلیدی در مدل آلمانی

همانند مدل ژاپنی که قبلاً گفته شد، بانک های آلمانی و سهامداران حقوقی (البته با سهم کمتری) نقش کلیدی در سیستم حاکمیت شرکتی آلمانی دارند. بانک ها معمولاً نقش چند جانبه ای را به عنوان سهامدار، وام دهنده، صادر کننده سهام و بدهی، سپرده (بانک سپرده) و نماینده رأی در AGM بازی میکنند.

در سال ۱۹۹۰ سه بانک بزرگ آلمانی (Deutsche Bank AG, Dresdner Bank AG, Commerzbank AG) در هیئت مدیره های نظارتی ۸۵ شرکت از ۱۰۰ شرکت بزرگ آلمانی حضور داشته اند.

در آلمان، اشخاص حقوقی (شرکت ها) نیز سهامدار بوده و گاهی اوقات سهام بلند مدت در شرکت های دیگر دارند، حتی ممکن است هیچ وابستگی صنعتی یا تجاری بین دو شرکت که سهامدار یکدیگر هستند،

وجود نداشته باشد. این موضوع تا حدودی شبیه مدل ژاپنی است، اما با مدل انگلیسی - آمریکایی که در آن نه بانکها و نه شرکت ها سرمایه گذاران اصلی حقوقی نیستند، بسیار تفاوت دارد. تفاوت دیگر مدل آلمانی با مدل ژاپنی و آمریکایی مربوط به ورود اجباری نمایندگان کارمندان در هیئت مدیره های نظارتی شرکت ها می باشد (مهربانی و دادگر، ۱۳۹۲، ۱۵).

۲-۷-۵ الگو مالکیت اشتراکی در مدل آلمانی

بانکها و شرکت های آلمانی سهامداران غالب اقتصاد آلمان می باشند. در سال ۱۹۹۰، ترکیب مالکیت سهام در آلمان به صورت زیر بوده است:

- شرکت ها ۴۱ درصد از بازار
- ۲۷ درصد نیز متعلق به نهادها (عمدتا بانک ها)
- ۳ درصد متعلق به دیگر سازمان ها مانند صندوق های بازنشستگی
- ۴ درصد متعلق به اشخاص حقیقی
- ۱۹ درصد نیز متعلق به سرمایه گذاران خارجی بوده است که تاثیر آنها بر سیستم حاکمیت شرکتی آلمان در حال افزایش است.

۳-۷-۵ ترکیب هیئت مدیره در مدل آلمانی

ساختار هیئت مدیره در مدل آلمانی از یک ساختار دو لایه منحصر به فرد تشکیل شده است. شرکت های آلمانی توسط این دو ساختار هیئت مدیره ها اداره می شوند. در ادامه مشخصات هر یک از این هیات مدیره ها به شرح ذیل آورده شده است:

- لایه اول - هیئت مدیره اجرایی
 - هیئت مدیره اجرایی مسئول مدیریت روزانه شرکت است
 - هیئت مدیره اجرایی تنها از "افراد داخلی شرکت" و یا مدیران اجرایی تشکیل شده است
- لایه دوم - هیئت مدیره نظارتی
 - تصمیمات هیئت مدیره اجرایی را تصویب و یا رد می کند
 - تصویب اکثر تصمیمات مدیریتی و توصیه به هیئت مدیره اجرایی
 - جلسات هیئت مدیره نظارتی معمولاً یک بار در ماه تشکیل میگردد
 - در بخش مقررات مالی، فعالیت های را که نیاز به تایید شورای نظارت دارد را تعیین می کند.
 - هیئت مدیره نظارتی شامل هیچ "فرد داخلی" نیست و از نمایندگان کارگران / کارکنان و نمایندگان سهامداران تشکیل می گردد.

○ قانون دموکراسی صنعتی و قانون همبستگی کارکنان، اندازه و ترکیب هیات مدیره نظارتی را تنظیم می کنند،

○ آنها تعداد اعضای انتخاب شده توسط کارمندان و تعداد انتخاب شده توسط سهامداران را تعیین می کنند

○ تعداد اعضای هیئت مدیره نظارت بر اساس قانون تعیین شده است. در شرکت های کوچک (با کمتر از ۵۰۰ کارمند) سهامداران کل هیئت نظارت را انتخاب می کنند. کارمندان شرکت های متوسط (که توسط دارایی ها و تعداد کارکنان تعریف شده اند) یک سوم از ۹ نفر هیئت نظارت را انتخاب می کنند. در شرکت های بزرگ تر، کارکنان نیمی از ۲۰ نفر موجود در هیئت مدیره نظارتی را انتخاب می کنند

○ در حالی که هیئت مدیره نظارتی شامل هیچ "فرد داخلی" نیست، لزوماً فقط افراد مستقل را شامل نمی شود. اعضای هیئت نظارت معمولاً نمایندگان بانک ها و شرکت هایی که سهامدار اصلی هستند می باشند.

دو تفاوت اصلی بین مدل آلمانی و دو مدل معرفی شده در این گزارش وجود دارد. که عبارتند از :

- اول، اندازه هیئت مدیره نظارتی بر اساس قانون تعیین شده و قابل تغییر نمی باشد.
- دوم، هیئت مدیره نظارتی شامل افرادی از نمایندگان کارگری / کارمندان می باشد (جعفری سرشت، ۱۳۸۹، ۴۲).

۴-۷-۵ چارچوب نظارتی در مدل آلمانی

با توجه به اینکه آلمان دارای یک سنت فدرالیسم قوی می باشد، لذا هر دو قانون فدرال و ایالتی بر حاکمیت شرکت تاثیر گذار می باشند.

قوانین فدرال عبارتند از:

• قوانین شرکت سهامی

• قوانین بورس اوراق بهادار

• قوانین تجاری

قوانین تشکیل هیئت مدیره نظارتی، همگی جزو قوانین فدرال می باشند.

قوانین ایالتی عبارتند از:

• قوانین مبادلات سهام آلمان

یک سازمان نظارتی فدرال برای صنعت اوراق بهادار در سال ۱۹۹۵ تأسیس گردید که خلا پیشین فضای نظارتی آلمان را پر کرده است.

۵-۷-۵ الزامات شفافیت در مدل حاکمیت شرکتی آلمانی

قوانین مربوط به شفافیت در آلمان نسبتاً سختگیرانه است اما این الزمات از قوانین ایالات متحده سختگیرانه تر نمی باشد. شرکت های آلمانی موظف به ارائه طیف گسترده ای از اطلاعات در گزارش سالانه و یا دستور کار AGM می باشند که عبارتند از:

- اطلاعات مالی شرکت (نیمه سالانه)
- داده ها در مورد ساختار سرمایه
- اطلاعات محدود در مورد نامزدهای عضویت در هیئت مدیره نظارت (از جمله نام، محل تولد و شغل / وابستگی)
- داده های جمع آوری شده برای جبران خسارت هیئت مدیره و هیئت نظارت
- اطلاعات در خصوص سهامدارانی که دارای بیش از ۵ درصد سهام کل شرکت میباشند.
- اطلاعات مربوط به ادغام و بازسازی پیشنهاد شده
- اصلاحات پیشنهاد شده به مقررات انجمن
- اسامی افراد و یا شرکت هایی به عنوان حسابرس انتخاب میشوند.
- رژیم افشای اطلاعات در آلمان از چند جهت متفاوت از مدل آمریکایی می باشد، برخی از این موارد عبارتند از:

- انتشار گزارشات مالی در بازهای ۶ ماهه ، در مقایسه با دوره زمانی سه ماهه در ایالات متحده
 - افشای کلی جبران خسارات مدیران اجرایی و جبران خسارت هیئت نظارت، در مقایسه با اطلاعات فردی در مورد جبران خسارت مدیران اجرایی و هیئت مدیره در ایالات متحده
 - عدم انتشار اطلاعات مربوط به مالکیت سهام اعضای هیئت نظارت در مقایسه با الزام افشای اطلاعات مالکیت سهام مدیران اجرایی و مدیران در ایالات متحده
 - تفاوت های قابل توجهی بین استانداردهای حسابداری آلمان و GAAP آمریکا وجود دارد
- یک تفاوت مهم حسابداری در آلمان این است که شرکت ها مجاز به جمع آوری ذخایر مالی قابل توجه می باشند. این ذخایر شرکت های آلمانی را قادر می سازد تا ارزش خود را کم تر نشان دهند. این عمل تحت استاندارد حسابداری در آمریکا GAAP مجاز نمی باشد.

البته تا سال ۱۹۹۵، شرکت های آلمانی فقط لیست سهامدارانی را که دارای بیش از ۲۵ درصد کل سهام بودند منتشر میکردند اما در سال ۱۹۹۵ این آستانه به ۵ درصد کاهش یافت و همین موضوع، نظام حاکمیتی شرکتی آلمان را با استانداردهای بین المللی کمی هم سوتر نموده است (رزمیان فیض آبادی و هشی، ۱۳۹۲، ۱۵).

اقدامات شرکتی که مستلزم تایید سهامداران میباشد.

اقدامات شرکتی روزمره که نیاز به تایید سهامداران در مدل آلمانی را دارد عبارتند از:

- تخصیص درآمد خالص (پرداخت سود و تخصیص به ذخایر)
 - تصویب فعالیتهای هیئت مدیره اجرایی برای سال مالی قبلی
 - تصویب فعالیتهای هیئت مدیره نظارتی برای سال مالی قبلی
 - انتخاب اعضای هیئت مدیره نظارتی
 - انتصاب حسابرسان
- تصویب فعالیتهای هیئت مدیره اجرایی و هیئت مدیره نظارتی اساساً "مهر تایید" یا "رای اعتماد" است. اگر سهامداران مایل به اقدام قانونی علیه هر یک از اعضاء هیئت مدیره (یا کل اعضای هیئت مدیره) به طور کلی باشند، آنها از تصویب اعمال هیئت مدیره برای سال قبل خودداری میکنند.
- در مقایسه با مدل‌های انگلیسی-آمریکایی و ژاپنی، سهامداران آلمانی مجوز تغییر اندازه یا ترکیب شورای نظارت را نداشته و این موضوع توسط قانون تعیین شد است. دیگر اقدامات مشترک شرکت که نیازمند تصویب سهامداران باشند عبارتند از:
- مجوزهای سرمایه (که به طور خودکار حقوق پیشگیرانه را تشخیص می‌دهد، مگر آنکه توسط موافقت سهامدار لغو شود)
 - موافقت نامه‌های وابسته با شرکت‌های تابعه
 - اصلاحیه‌های مقررات و یا اساسنامه شرکت (به عنوان مثال، تغییر فعالیت‌های تایید شده تجاری)
 - افزایش سقف جبران خسارت کلی برای هیئت مدیره نظارت
- اقدامات غیر معمول شرکتی که نیاز به تصویب سهامداران دارد نیز شامل ادغام، جذب و بازسازی است. ارائه پیشنهاد از سوی سهامداران در آلمان رایج است. پس از اعلام دستور جلسه، سهامداران می‌توانند دو نوع پیشنهاد را بطور کتبی ارسال کنند.
- پیشنهاد سهامدار از نوع مخالف: مخالفت با پیشنهاد هیئت مدیره اجرایی و یا هیئت مدیره نظارتی در یک آئین نامه اجرایی موجود و ارائه یک جایگزین. نمونه‌هایی از پیشنهادات سهامداران عبارتند از:
- نامزدهای جایگزین به هیئت مدیره نظارتی
 - مجوز یک تحقیق خاص یا ممیزی
 - پیشنهادات برای لغو محدودیت‌های حق رای و توصیه‌هایی برای تغییر در ساختار سرمایه
 - سهامدار سود سهام بالاتر (یا پایین‌تر) از پیشنهاد هیئت مدیره را پیشنهاد میدهد.
 - اضافه کردن یک مسئله که در دستورالعمل اصلی نیست.
- با توجه به این که این پیشنهادات مطابق با الزامات قانونی است، شرکت مجبور است که این پیشنهاد سهامداران را در یک دستورالعمل اصلاح شده منتشر نموده و آنها را قبل از جلسه به تمامی سهامداران اعلام کند (حاجیها و اخلاقی، ۱۳۹۲، ۴۵).

۶-۷-۵ تعامل بین ذینفعان در مدل آلمانی

چارچوب قانونی و سیاست عمومی آلمان طوری طراحی شده است که شامل منافع شرکت ها، بانک ها و سهامداران در نظام حاکمیت شرکتی باشد. نقش چندوجهی بانکها در بالا شرح داده شده است. اما چارچوبها همگی به منظور حفاظت از منافع ذینفعان کلیدی متمرکز گردیده است. هم چنین موانع متعددی برای مشارکت سهامداران وجود دارد، به ویژه از لحاظ قدرت بانک ها به عنوان سپرده گذاران و رأی دهندگان.

در آلمان، سهام را، معمولاً، از طریق یک بانک خریداری کرده بنابراین بانک ها مجاز به رای دادن در جلسات مجمع شرکت هایی هستند که سهامشان از طریق همان بانک خریداری شده اند. این روش به شرح زیر می باشد:

- برخی از سهامداران حقیقی یک وکالت عمومی به بانک داده و بر همین اساس، بانک ها مجاز به رای دادن برای یک دوره حداکثر ۱۵ ماهه از طرف آنها می باشند.
- شخص حقیقی (سهامدار) دستور کار جلسه و گزارش سالانه را به بانک سپرده گذار خود ارسال می نماید.

- سپس این بانک توصیه های خود را برای سهامدار آلمانی ارسال می نماید.
- اگر سهامدار بانک دستورالعمل خاصی خود به بانک ارائه نکند، بانک ممکن است در خصوص نحوه برخورد با وضعیت سهام و ... تفسیر رأی نموده و خودش تصمیم گیری نماید.

مسئله فوق قدرت بانکها را افزایش میدهد زیرا برخی از سهامداران ممکن است دستورالعمل های خاصی نداشته باشند، در نتیجه بانک میتواند تفسیر خود را ارائه و اجرا نماید. از آنجا که سطح مالکیت سهام فردی در آلمان بسیار پایین است، این یک موضوع مشکل چندان بزرگی نیست. با این وجود، این موضوع نشان دهنده گرایش خاص سیستم به طرفداری بانک ها و بر ضد دیگر ذینفعان محسوب میگردد.

مانع دیگر در مشارکت سهامداران شامل قانونی بودن محدودیت حق رای و نیز عدم امکان رای دادن سهامداران از طریق پست میباشد. همانطور که در بالا ذکر شد، سهامداران باید یا به صورت شخصی در جلسه حضور داشته باشند و یا به صورت نمایندگی توسط بانک سپرده گذار خود حضور داشته باشند. با وجود این موانع، سهامداران اقلیت آلمان غیر فعال نبوده و اغلب با پیشنهادات مدیریت مخالفت کرده و طیف گسترده ای از تقابل ها و پیشنهادهای مخالف، هر ساله در AGM ها و EGM های بسیاری از شرکت های آلمانی ارائه می گردد.

در اتریش، سهامداران اقلیت فعالیت کمتری دارند و شاید دلیل آن است که دولت اتریش به طور مستقیم یا غیر مستقیم سهامدار بزرگ در بسیاری از شرکت ها محسوب می گردد (عالی ور، ۱۳۸۱، ۱۳).

بخش سوم

ویژگی‌های حاکمیت شرکتی

ویژگی‌های کمیته حسابرسی

ترکیب و ویژگی‌های اعضای کمیته حسابرسی به شرح زیر است:

۱- کمیته حسابرسی از سه تا پنج عضو که اکثریت آنها مستقل و دارای تخصص مالی هستند، با انتخاب و انتصاب هیئت مدیره تشکیل می‌گردد.

۲- رئیس کمیته حسابرسی باید عضو مستقل هیئت مدیره یا عضو غیرموظف مالی هیئتمدیره باشد. تبصره: مدیران اجرایی شرکت، مجاز به عضویت در کمیته حسابرسی نمی‌باشند (منشور کمیته حسابرسی ایران).

استقلال کمیته حسابرسی

کمیته حسابرسی مستقل اثربخشی بیشتر را در نظارت بر کنترل‌های داخلی و گزارشگری مالی شرکت ترویج می‌دهد (باروا و همکاران، ۲۰۱۰، ۱۰۲). دلی و گیلان (۲۰۰۰) ادعا کرده‌اند که کمیته حسابرسی به عنوان یک عامل تقویت کننده استقلال حسابرسان داخلی و همچنین خارجی است، انتظار می‌رود کمیته‌های حسابرسی زمانی که آنها مستقل هستند، نظارت موثرتری بر گزارشگری مالی داشته باشند. برادبوری (۲۰۰۴) به این امر اشاره کرد که استقلال کمیته‌ی حسابرسی، کیفیت حسابداری شرکت را افزایش خواهد داد. لین، لی و یانگ (۲۰۰۶) استدلال کردند که کمیته حسابرسی با اکثریتی از اعضای مستقل می‌تواند بطور موثری بر مدیریت نظارت کند و فرصت گزارشگری متقابلانه را کاهش دهد زیرا دخالت کمتری از سوی مدیریت وجود دارد.

یکی از مهمترین ویژگی‌های کمیته حسابرسی که بسیار مورد تاکید قرار می‌گیرد استقلال کمیته حسابرسی است. در تحقیقات قبلی استقلال کمیته حسابرسی به عنوان یکی از ویژگی‌های اصلی مرتبط با اثربخشی کمیته حسابرسی مورد مطالعه و بررسی قرار گرفته است. وینکر، هیگمن و کارنس (۱۳۹۳) مطالعه‌ای توصیفی درباره استقلال کمیته حسابرسی انجام دادند. نتایج آنها حاکی از این بود که تقریباً یک سوم از اعضای کمیته حسابرسی در نمونه استخراج شده از شرکت‌های بورس اوراق بهادار نیویورک به عنوان مدیران دارای وضعیت مبهم طبقه‌بندی شدند. این مدیران عبارت از خویشاوندان مدیریت، مشاوران شرکت، مدیران وابسته و هیئت اجرایی بازنشسته بودند. آنها ادعا کردند که وجود چنین مدیرانی سؤال برانگیز است. عوامل تعیین کننده استقلال کمیته حسابرسی را مورد مطالعه قرارداد. این مطالعه نشان داد که استقلال کمیته حسابرسی با افزایش اندازه هیئت مدیره و استقلال هیئت مدیره افزایش و با فرصت‌های رشد شرکت و گزارشگری متوالی زیان‌های شرکت کاهش می‌یابد. همچنین بر نتایج مهم مربوط به متغیرهای هیئت

مدیره بر روی کمیته حسابرسی تاکید می‌کند. کارسلو و نیل (۲۰۰۳) نشان دادند که استقلال کمیته حسابرسی با افشای وضعیت مالی شرکت‌هایی که با بحران مالی روبرو شده‌اند ارتباط دارد. به ویژه این دو افشاهای انجام‌شده در یادداشت‌های همراه صورتهای مالی و تحلیل و بحث مدیریت را مورد تحلیل قرار دادند تا مشخص کنند که آیا افشاها در مورد ادامه حیات شرکت در آینده خوش‌بینانه بودند یا بدبینانه. نتایج حاکی از این بود که شرکت‌های دارای تجربه بحران مالی، رابطه معنی‌دار مثبتی بین درصد مدیران وابسته کمیته حسابرسی و خوش‌بینی افشای تداوم فعالیت داشتند (کارسلو و نیل، ۲۰۰۳، ۱۸). استقلال کمیته حسابرسی اغلب به عنوان ویژگی ضروری تاثیرگذار بر اثر بخشی کمیته حسابرسی در فرآیند نظارت بر گزارشگری مالی در نظر گرفته می‌شود زیرا اعضای کمیته مدیران خارجی و مستقل از مدیریت هستند. اهمیت استقلال کمیته حسابرسی در اکثریت توصیه‌ها و قوانین برای تشکیل اجباری کمیته حسابرسی منعکس می‌شود، که توصیه یا الزام می‌کنند که اکثریت اعضای کمیته حسابرسی باید از مدیران غیرموظف باشند. به طور کلی در ادبیات تحقیق پیشین مربوط به استقلال کمیته حسابرسی دریافته است که متغیرهایی از قبیل اندازه هیئت مدیره و استقلال هیئت مدیره با استقلال کمیته حسابرسی ارتباط دارند (دیویدسان و دیگران، ۲۰۰۴، ۲۹).

در ایران، بر اساس شرایط و بندهای زیر مطابق با منشور کمیته حسابرسی، کمیته حسابرس مستقل می‌گردد. اهم مسئولیت‌های کمیته حسابرسی نسبت به حسابرسی مستقل، به شرح زیر است:

۱- بررسی صلاحیت، تجربه و منابع حسابرس مستقل و بازرس قانونی و کسب اطمینان معقول از تداوم صلاحیت آنان،

۲- کسب اطمینان معقول از استقلال حسابرس مستقل و عدم تضاد منافع بالقوه آن با توجه به آیین رفتار حرفه‌ای حاکم بر حسابرس مستقل،

۳- بررسی کلیه شرایط قرارداد حسابرسی و تناسب حقالزحمه دریافتی حسابرس مستقل،

۴- ارائه پیشنهاد درباره انتخاب، چرخش یا تغییر حسابرس مستقل و بازرس قانونی به مجامع عمومی یا هیئت مدیره متناسب با بررسی‌ها و الزامات،

۵- نظارت بر اثربخشی عملکرد حسابرس مستقل و بازرس قانونی شرکت و نتایج کار آنها،

۶- مذاکره با حسابرس مستقل و بازرس قانونی درباره برنامه‌ریزی کلی و راهبرد حسابرسی،

- ۷- حسب مورد، کسب اطمینان معقول از هماهنگی حسابرسی شرکت های اصلی و فرعی در مواردی که بیش از یک مؤسسه حسابرسی درگیر کار حسابرسی است،
- ۸- هماهنگ سازی امور حسابرسی مستقل با حسابرسی داخلی،
- ۹- بررسی پیشنویس گزارش حسابرس مستقل و بازرس قانونی و مساعدت جهت رفع اختلاف نظر بین مدیریت و آنان،
- ۱۰- بررسی نتایج یافته های حسابرس مستقل و بازرس قانونی با حضور مدیریت اجرایی. این بررسی شامل بررسی هرگونه محدودیت در دامنه رسیدگی حسابرس مستقل، هرگونه عدم توافق حسابرس مستقل با مدیریت، قضاوت های کلیدی حسابداری و حسابرسی، اشتباهات و اصلاحات گزارشهای مالی و حسب مورد پاسخ خواهی از مدیریت اجرایی نیز است،
- ۱۱- بررسی نامه مدیریت حسابرس مستقل و پیگیری اقدامات مدیریت در پاسخ به آن،
- ۱۲- بررسی و پیگیری اقدامات انجام شده برای رفع بندهای مندرج در گزارش حسابرسی و بازرس قانونی و تکالیف تعیین شده توسط مجامع عمومی،
- ۱۳- اعلام موافقت قبلی با انجام خدمات غیر حسابرسی مجاز با توجه به آیین رفتار حرفه ای توسط حسابرس مستقل و همچنین مهارت و تجربه حسابرس برای ارائه این خدمات، و
- ۱۴- برقراری امکان ارتباب آزاد و کامل حسابرس مستقل با کمیته حسابرسی (منشور کمیته حسابرسی ایران).

تخصص کمیته حسابرسی

تخصص و مهارت اعضای کمیته حسابرسی، ویژگی دیگری از ویژگی های کمیته حسابرسی است که با اثربخشی کمیته حسابرسی ارتباط نزدیکی داشته است و در ادبیات تحقیقات پیشین به نحو چشمگیری مورد توجه قرار گرفته است. پیچیدگی مسائل حسابداری و حسابرسی پیش روی، شرکت ها را ملزم به داشتن کمیته حسابرسی با اعضا دارای تخصص مالی یا حسابداری کرده است (ابوت و همکاران، ۲۰۰۴، ۲۸). نیاز به مدیران متخصص در کمیته حسابرسی به عنوان یک نتیجه از بحران مالی قبلی و رسوایی های شرکت های پیشین مورد تاکید است (گونر و همکاران، ۲۰۰۸، ۳۱). دیفوند و همکاران (۲۰۰۵) بیان کردند که کمیته حسابرسی ممکن است مکمل قوی حاکمیتی برای افزایش ثروت سهامداران باشد. کمیته های

حسابرسی دارای تخصص مالی می تواند ارزش قابل توجهی را به سهامداران ارائه کند چرا که دانش مالی شان در شناسایی هر گونه دست کاری سودمند است (ال مامون و همکاران، ۲۰۱۴، ۱۶).

دی زورت و سالتریو (۲۰۰۱) نمونه‌ای از اعضای کمیته حسابرسی شرکت های کانادایی را مورد بررسی قرار دادند تا واکنش آنها را نسبت به مذاکرات میان حسابرس مستقل و مدیریت شرکت مشخص کنند. آنها دریافتند که حمایت بیشتر از حسابرس مستقل به وسیله کمیته حسابرسی با تجربه بیشتر مدیر مستقل و دانش بالاتر گزارشگری حسابرسی مدیران ارتباط دارد. با وجود این، رابطه معنی داری بین قضاوت اعضای کمیته حسابرسی و دانش گزارشگری مالی آنها پیدا نکردند. برای بررسی اختلاف قضاوت درباره کیفیت گزارشگری مالی میان کارشناسان مالی و تحصیل کرده‌های مالی آزمایشی انجام دادند. نتایج حاصل از مطالعه شمول کارشناسان مالی را در کمیته حسابرسی در بر داشت که احتمال می رود یکنواختی ارزیابی های کلی کیفیت گزارشگری را بهبود بخشد (دیویدسان و همکاران، ۲۰۰۴، ۱۷).

داویدسون و همکاران (۲۰۰۴) گزارش کردند که ارزش بازار یک شرکت بطور مثبتی با انتصاب یک مدیر با تخصص مالی در کمیته حسابرسی مرتبط است. همینطور، عملکرد شرکت ها بطور مثبتی با حضور مدیران مستقل متخصص در کمیته حسابرسی مرتبط است. به گفته جوزف و همکاران (۲۰۱۱) تخصص حسابداری کمیته حسابرسی برای سرمایه گذاران ارزشمند تلقی می شود. استفاده از یک نمونه از شرکت های دولتی در مالزی نشان دادند که تاثیر مثبت و معناداری بر عملکرد وجود دارد زمانی که کمیته حسابرسی مدیرانی با پس زمینه (رزومه) مالی و حسابداری دارند. آنان دریافتند که سرمایه گذاران وجود کمیته حسابرسی را سنجیده و انتصاب مدیر متخصص در کمیته حسابرسی را مثبت تلقی می کنند (ابوت و همکاران، ۲۰۰۴، ۲۹).

در تحقیقی بازده سهام را پیرامون زمان انتصاب اعضای کمیته حسابرسی مورد بررسی قرار دادند. نتایج آنها نشان داد مادامی که اعضای جدید کمیته حسابرسی دارای تخصص مالی باشند، شاهد تاثیرگذاری قابل ملاحظه‌ای روی قیمت سهام هستیم. مطالعات قبلی نشان داده‌اند مهارت‌ها و تجارب حرفه‌ای اعضای کمیته در زمینه گزارشگری مالی یک عامل کاملاً آشکار مرتبط با اثربخشی کمیته حسابرسی است (کانسولو و دفیوئنتس، ۲۰۰۷، ۳۱). گروه دیگری از مطالعات رابطه میان تخصص کمیته حسابرسی، مدیریت سود و کیفیت سود را مورد بررسی و تحلیل قرار داده‌اند. چندین نتیجه کلی می توان از مطالعات پیشین در زمینه تخصص و تجربه کمیته حسابرسی استخراج کرد. نوشتارهای نظری و تجربی اهمیت انواع مختلف تخصص

و تجربه را پیرامون فعالیت‌های عملیاتی متنوع شناسایی کرده‌اند. علاوه بر استقلال، تخصص کمیته حسابرسی نیز اغلب به عنوان ویژگی مهمی برای عملکرد مؤثر آن در نظر گرفته می‌شود. استدلال شده است که نظارت مؤثر کمیته حسابرسی ایجاب می‌کند که اعضای آن برای ارزیابی مستقل موضوعاتی که به آنها ارائه می‌شود، تخصص کافی در حسابداری و حسابرسی داشته باشند (ابوت و همکاران، ۲۰۰۴). بدون درجه مشخصی از تخصص، برای اعضای کمیته حسابرسی دشوار خواهد بود تا اطلاعات مالی را که ملزم به ارزیابی آن هستند به اندازه کافی درک کنند. علاوه بر این، مدیران دارای مدارک حرفه‌ای قانونی تمایل به داشتن آگاهی بیشتر از وظایفشان و الزامات قانونی پیرامون گزارشگری مالی دارند. همچنین نهادهای تدوین‌کننده مقررات در ایالات متحده آمریکا اهمیت قابل ملاحظه‌ای در زمینه تخصص کمیته حسابرسی تشخیص داده‌اند. به دنبال توصیه‌های کمیته بلوریون (۱۹۹۹) بورس‌های اوراق بهادار نیویورک و انجمن ملی معامله‌گران اوراق بهادار، برای اینکه اعضای کمیته حسابرسی را ملزم به داشتن سطح مشخصی از سواد مالی و حسابداری یا تخصص مدیریت مالی مربوطه نمایند، مقرراتشان را اصلاح کردند (کرینشان و لی، ۲۰۰۹، ۳۶).

حضور متخصص مالی یا حسابداری در کمیته حسابرسی کیفیت گزارشگری مالی و نظارت بر کنترل داخلی را بالا می‌برد علاوه بر این حضور کارشناس حسابداری یا مالی در کمیته حسابرسی شرکت در جلوگیری از بروز تحریف حسابداری، کاهش احتمال طرح دعاوی بر علیه شرکت و کاهش توجه قانون‌گذاران به شرکت کمک خواهد کرد. اثر بخشی اعضای کمیته حسابرسی در انجام وظایف شان به سطح تخصص شان در حسابداری و مالی وابسته است (رابر، ۲۰۰۳) وجود مدیران متخصص در کمیته حسابرسی، اثر بخشی کمیته حسابرسی در انجام وظایف نظارتی اش را افزایش می‌دهد (چن و زهو، ۲۰۰۷، ۳۴).

اندازه کمیته حسابرسی

اندازه کمیته حسابرسی می‌تواند تاثیر سازنده‌ای روی کمیته داشته باشد. کمیته حسابرسی بزرگتر می‌تواند مؤثرتر باشد به طوری که کمیته‌ها تمایل دارند که شامل اعضای با تخصص‌های گوناگون برای انجام کنترل جدی‌تر رویه‌های گزارشگری مالی باشند (چن و پارک، ۲۰۰۴، ۴۸). کمیته بلوریون (۱۹۹۹) توصیه می‌کند که کمیته حسابرسی حداقل باید سه عضو داشته باشد.

به هر حال کمیته‌های حسابرسی کمتر تمایل دارند که بر اساس رابطه‌ای خطی باشند؛ به این معنی که با افزایش اندازه کمیته حسابرسی مؤثر و با کاهش اندازه کمیته غیرمؤثر باشند. در این زمینه (کارامانو و

وافیس، ۲۰۰۵، ۳۳) می‌گویند که کمیته‌های حسابرسی بزرگتر، دانش وسیعتری دارند که بر مبنای آن استدلال و استنتاج می‌کنند.

ادبیات مالی موجود شواهدی در زمینه رابطه‌ای منفی میان اندازه هیئت مدیره و اثربخشی نقش کنترلی مدیران فراهم می‌کند. از طرف دیگر هرچه کمیته‌ی حسابرسی بزرگتر باشد، برای مدیران اجرایی سختتر خواهد بود که اکثریت اعضا را برای انجام اصلاحات پیشنهادی ارائه شده از سوی حسابرسان مستقل تحت فشار قرار دهند. این موضوع در عوض، احتمال اشتباه با اهمیت در صورتهای مالی و عدم رعایت اصول پذیرفته شده حسابداری را کاهش خواهد داد که منجر به گزارش حسابرسی مقبول خواهد شد و احتمال افشای شرایط ابهام یا محدودیت در رسیدگی افزایش خواهد یافت. بنابراین تعداد اعضای کمیته حسابرسی ممکن است نگرش مدیریت را نسبت به پذیرش یا عدم پذیرش پیشنهادهای تعدیلاتی حسابرس مستقل تحت تاثیر قرار دهد. در هر صورت کمیته‌های حسابرسی تمایل ندارند که با افزایش اندازه کمیته حسابرسی مؤثر و با کاهش اندازه کمیته غیر مؤثر باشند. در ایران اندازه کمیته حسابرسی از تعداد کل اعضای کمیته حسابرسی به دست می‌آید. مطابق با منشور کمیته حسابرسی تعداد افراد در کمیته‌های حسابرسی در شرکت ها، اندازه کمیته حسابرسی به دست خواهد آمد (منشور کمیته حسابرسی).

دوره تصدی کمیته حسابرسی

دوره زمانی که یک کمیته حسابرسی برای آن تشکیل شده است انتظار می‌رود تا به اثربخشی آن در انجام مسئولیت‌هایش کمک کند. هرچه دوره زمانی تشکیل کمیته طولانی تر باشد، تجربه اعضای کمیته حسابرسی در انجام وظایف خود بیشتر خواهد شد. بنابراین انتظار می‌رود مادامی که اعضای کمیته حسابرسی آگاهی و دانش دقیق‌تری در مورد رویه‌های گزارشگری مالی شرکت داشته باشند، شاهد اثرات مهمی بر روی کیفیت گزارشگری باشیم (فخاری و دیگران، ۱۳۹۴، ۴۱)

ویژگی‌های هیات مدیره

رمز موفقیت یک شرکت، در گروی هدایت مطلوب آن است؛ به گونه‌ای که می‌توان ادعا کرد که راز جاودانگی شرکت‌های معروف و خوش نام، برخورداری آنها در هیات مدیره مؤثر و کارا نهفته است. هیات مدیره شرکت، قلب آن محسوب می‌شود؛ پس باید همواره سالم و شاداب باشد و خوب تغذیه شود.

هیئت مدیره مسئول راهبری شرکت می باشد. مسئولیت هیئت مدیره شامل تعیین اهداف راهبردی شرکت، هدایت و رهبری شرکت در جهت تحقق اهداف مذکور، نظارت بر مدیریت اجرایی شرکت و ارائه گزارش به سهامداران و سایر ذی نفعان در چارچوب مقررات می باشد. هیئت مدیره باید نسبت به ایجاد، استمرار و تقویت سازوکارهای اثربخش جهت کسب اطمینان معقول از محقق شدن اصول راهبری شرکتی اقدام نماید. وجود جریان نامحدود و صحیح اطلاعات در هیات مدیره، به همان اندازه برای درستی و صحت عملیات بدنه شرکت لازم است که جریان آزاد و دائم خون، برای تندرستی و سلامت بدن انسان مورد نیاز می باشد. در گزارش کدبری توصیه شده که بین اعضای هیات مدیره، توازن قوا وجود داشته باشد تا هیچکس قادر به کنترل "بی قید و شرط" فرآیند تصمیم گیری در شرکت نباشد. علاوه بر این، تقسیم مسئولیت ها در سطح عالی شرکت، باید به روشنی مشخص شده باشد تا از توازن قوا و حدود اختیارات اعضای هیات مدیره، اطمینان کافی حاصل شود. در گزارش مزبور قید شده است که اگر سمت های ریاست هیات مدیره و مدیریت عامل بر عهده دو شخص مجزا نباشد؛ آنگاه یکی از اعضای ارشد هیات مدیره باید اعلام کند که شخص مستقل کیست. به طور کلی، در آئین نامه های مختلف حاکمیت شرکتی، به ویژگی های یک هیات مدیره کارآمد اشاره شده است. در مجموع، در مطالعات مختلف که به بررسی ساختار و ویژگی های هیات مدیره پرداخته اند، ویژگی های زیر مورد توجه قرار گرفته است (اسماعیل زاده مقری و همکاران، ۱۳۸۹، ۶۵).

۱ اندازه هیات مدیره

اندازه هیات مدیره به عنوان عنصری با اهمیت در ویژگی های هیات مدیره مطرح است. تعداد بهینه اعضای هیات مدیره باید بگونه ای تعیین شود که نسبت به این موضوع که اعضای کافی برای پاسخگویی به وظایف هیات مدیره و انجام وظایف مختلف هیات مدیره وجود دارد، اطمینان خاطر حاصل شود. در حالی که پیشنهادهایی برای یافتن رابطه بین اندازه هیات مدیره و عملکرد شرکت ارائه شده است در رابطه با سمت و سوی این رابطه، توافق نظر وجود ندارد. طرفداران دیدگاه سهامداران اعتقاد دارند هیات مدیره بزرگتر، تعادل بیشتر، سرعت بخشیدن به تصمیم گیری موثرتر و افزایش هماهنگی بین سهامداران شرکت را به دنبال دارد. همچنین هیات مدیره بزرگتر با افزایش امکان پردازش بیشتر اطلاعات، کیفیت اطلاعات ارائه شده توسط مدیر را افزایش می دهد (احمدپور و همکاران، ۱۳۹۱، ۳۷).

در مقابل طرفداران نظریه نمایندگی، طرفدار هیات مدیره کوچکتر هستند و استدلال می کنند که افزایش اندازه هیات مدیره باعث مختل شدن کارکردهای کنترل و نظارت می شود. استدلال این گروه این است که هیات مدیره بزرگتر فرصت دستکاری سود و گزارشات مالی را توسط مدیریت افزایش می دهد، همچنین هیات مدیره بزرگتر به مشارکت و همبستگی کمتر میان اعضای هیات مدیره منجر می شود و توان رسیدن به اتفاق نظر درباره تصمیمات کنترلی کاهش می یابد. (همان منبع).

شواهد تجربی حاکی از آن است که هیچ گونه اتفاق نظری در خصوص اندازه بهینه هیات مدیره وجود ندارد. گرین (۲۰۰۵) معتقد است که تعداد اعضای هیات مدیره باید محدود باشد تا امکان بحث و تبادل نظر در خصوص مسائل و مشکلات شرکت مهیا گردد. هیات مدیره های بزرگتر، از قدرت کمتری برخوردارند. در این گونه هیات مدیره ها، توافق و اجماع در خصوص یک موضوع خاص بسیار دشوار است. همچنین گودستین و همکاران (۱۹۹۴)، دریافته اند که هیات مدیره های کوچکتر بین ۴ الی ۶ عضو می توانند مؤثرتر باشند. زیرا بواسطه کوچک بودن، قادرند تصمیمات راهبردی به موقع تری اتخاذ نمایند. از سوی دیگر، عده ای دیگر همچون زنگ (۲۰۱۰) معتقدند که اندازه هیات مدیره باید به میزان کافی بزرگ باشد تا دربردارنده طیفی از مهارت ها و تجارب افراد گوناگون باشد. همچنین پژوهش زهرا و پیرس (۱۹۸۹) نیز حاکی از آن است که تعداد بیشتر اعضای هیات مدیره (هیات مدیره بزرگتر) موجب افزایش قابلیت نظارت بر فعالیتهای مدیران ارشد می شود. اما آنچه که مشخص است این است که هیات مدیره باید اندازه ای معقول داشته باشد (مرادی و همکاران، ۱۳۹۲، ۲۶).

طبق ماده آیین نامه اصول حاکمیت شرکتی "سازمان بورس اوراق بهادار تهران"، تعداد اعضای هیات مدیره باید به گونه ای باشد که تحلیل و بررسی وجوه مختلف موضوع شرکت را برای تصمیم گیری منطقی امکان پذیر سازد. بر اساس ادبیات حاکمیت شرکتی، هیات مدیره هایی که تعداد مدیران آنها زیاد است، ممکن است برای شرکت مفید نباشد و هزینه های زیادی به همراه داشته باشد. برنامه ریزی، هماهنگی در کارها، تصمیم گیری و برگزاری مرتب جلسات مواردی هستند که با تعداد زیاد اعضای هیات مدیره با مشکل روبه رو خواهد شد (حساس یگانه و خیرالهی، ۱۳۸۷، ۴۱). بر اساس ماده ۱۰۷ قانون تجارت، حداقل تعداد اعضای هیات مدیره شرکتهای سهامی عام ۵ نفر می باشد.

۲- استقلال^۱ هیات مدیره

^۱ Independence

هیات مدیره یکی از سازوکارهای مهم حاکمیت شرکتی تلقی می شود و نقش مهمی در بهبود کیفیت گزارشگری مالی و افزایش پاسخگویی ایفا می کند. مدیران مستقل می توانند با درک درست نقش نظارتی و راهبری خود، سلامت مالی بنگاه را به ارمغان آورده و مانع تضاد منافع بین نظام حاکمیت شرکتی شوند. بر همین اساس در بیشتر تحقیقات انجام شده در حوزه حاکمیت شرکتی بر اهمیت نقش مدیران غیر اجرایی در بهبود فرایند گزارشگری تأکید شده و جایگاه هیات مدیره شرکت بعنوان نهاد هدایت کننده ای که نقش مراقبت و نظارت بر کار مدیران را بر عهده دارد، بیش از پیش اهمیت می یابد. از دیدگاه نظریه نمایندگی می توان چنین فرض کرد که مدیران غیر موظف (غیر اجرایی) وظیفه نظارت بر سایر اعضای هیات مدیره را بر عهده دارند. برخی پژوهش های علمی نشان داده است که وظیفه نظارت بر مدیران غیر موظف (غیر اجرایی) بر مدیریت به نحو مؤثر اعمال شده است (اسماعیل زاده مقری و همکاران، ۱۳۸۹، ۸۷). در دستورالعمل راهبری شرکتی ناشران پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران و فرابورس ایران، موارد زیر به عنوان شرط استقلال مورد اشاره قرار گرفته است:

فقدان هرگونه رابطه یا منافع مستقیم یا غیرمستقیم که بر تصمیم گیری مستقل و بی طرفانه شخص اثرگذار باشد به گونه ای که موجب سوگیری وی به سمت منافع فرد یا گروه خاصی از سهامداران شرکت یا سایرین شود، و سبب عدم رعایت منافع یکسان سهامداران یا صرفه و صلاح شرکت گردد. موارد ذیل برخی از مصادیقی است که می تواند منجر به عدم تحقق شرایط استقلال برای شخص شود:

الف) مالک بیش از پنج درصد سهام شرکت اصلی، شرکت های فرعی، مشارکت خاص و سهامداران عمده آن باشد،

ب) طی سه سال اخیر (قبل از انتخاب)، طرف قرارداد یا دارای معاملات تجاری یا روابط تجاری با اهمیت مستقیم یا غیرمستقیم با شرکت اصلی، شرکت های فرعی، مشارکت خاص و سهامداران عمده آن باشد،

ج) طی مدت دو سال اخیر (قبل از انتخاب)، دارای هرگونه مسئولیت اجرایی و رابطه استخدامی در شرکت اصلی، شرکت های فرعی، مشارکت خاص و سهامداران عمده آن باشد،

د) دارای رابطه سببی یا نسبی (درجه اول از طبقات اول و دوم) با سایر اعضای هیئت مدیره، مدیرعامل، مشاوران یا کارکنان ارشد فعلی شرکت باشد،

ه) در کسب و کاری که ماهیتاً مشابه شرکت اصلی، شرکت های فرعی، مشارکت خاص و سهامداران عمده آن است، فعالیت داشته باشد،

و) جزء مدیران ارشد موسسه حسابرسی یا تیم حسابرسی مستقل شرکت اصلی، شرکت های فرعی، مشارکت خاص و سهامداران عمده آن باشد،

ز) منافع یا رابطه مشترک با اهمیتی با مدیرعامل یا اعضای هیئت مدیره شرکت، در سایر شرکت ها داشته باشد، و

ح) نماینده سهامدار عمده (شخص حقیقی منتخب وی، یا "شرکت های فرعی، مشارکت خاص یا سهامداران عمده وی") باشد.

حضور مدیران غیرموظف در هیات مدیره شرکت سنگ بنای حاکمیت شرکتی مدرن است و به بازار این علامت را می دهد که شرکت و مدیران اجرایی و موظف به طور مؤثر کنترل و نظارت می شوند که این امر مسأله نمایندگی را حل می کند (حاجیها و اخلاقی، ۱۳۹۲، ۵۴).

اعضای غیر موظف هیات مدیره از طریق نظارت بر مدیران موظف، بر روی تصمیمات آنان نظارت دارند. در نتیجه ترکیب هیات مدیره می تواند بر عملکرد مالی شرکتها اثر گذار باشد. در صورتی که اکثریت اعضای هیات مدیره را مدیران مستقل غیر موظف تشکیل دهد، هیات مدیره از کارایی بیشتری برخوردار خواهد بود. تئوری نمایندگی برای افزایش استقلال هیات مدیره از مدیریت، از این ایده پشتیبانی می کند که هیات مدیره می بایست تحت اختیار مدیران بیرونی (غیر اجرایی) باشد، زیرا رفتارهای فرصت طلبانه باید توسط مدیران غیر اجرایی شرکت تحت کنترل و نظارت باشد. وجود چنین مدیرانی می تواند کیفیت تصمیمات مدیریت را تحت تأثیر قرار داده و راهکارهای مناسب که باید توسط مدیریت انجام شود تا عملکرد شرکت بهبود یابد را در اختیار وی قرار می دهد (حساس یگانه و همکاران، ۱۳۸۷، ۱۶).

اثر بخشی تفکیک تصمیم گیری توسط مدیریت و کنترل توسط هیات مدیره از آنجا نشأت می گیرد که مدیران غیر موظف به دلیل منافعشان حاضر به تبانی با مدیران اجرایی نمی باشند. از آنجا که مدیران غیر موظف اکثراً در سایر شرکت ها، دارای سمت های اجرایی مدیریت با تصمیم گیری هستند انگیزه ی بالایی برای کسب شهرت بعنوان تخصص امر تصمیم گیری و برخورداری از فرصت های شغلی بهتر در آینده را دارند. عدم همسویی انگیزه مدیران برای استفاده از ثروت مالکان برای منافع شخصی خویش با انگیزه مدیران غیر موظف برای کسب شهرت باعث بهبود نظارت بر مدیریت شرکت شده و کاهش هزینه های نمایندگی را در پی خواهد داشت (فاما و جنسن، ۲۰۲۰، ۴۱).

پژوهش های بسیاری بر روی اثر ترکیب هیات مدیره از لحاظ موظف و غیر موظف بودن اعضای آن، بر روی عملکرد مالی شرکتها انجام شده است. بهاگات و بلک (۲۰۰۲) ارتباط بین ترکیب هیات مدیره و چهار معیار عملکرد مالی شرکتها، شامل Q توبین، بازده دارایی ها، گردش دارایی ها و بازده اوراق بهادار بلند مدت را در ۸۲۸۰ شرکت آمریکایی مورد ارزیابی قرار دادند. نتایج پژوهش آنها نشان می دهد که وجود اعضای غیر موظف در ترکیب هیات مدیره موجب بهبود عملکرد مالی شرکتها نمی گردد. همچنین آنها چنین ابراز داشتند که بین ترکیب هیات مدیره و معیارهای عملکرد مالی در بلند مدت نیز رابطه معناداری وجود ندارد (مرادی و همکاران، ۱۳۹۲، ۱۳).

یکی از مهم ترین عوامل تاثیرگذار بر سلامت فرآیند حسابداری و گزارشگری مالی، ترکیب اعضای هیات مدیره است (رزمیان فیض آبادی و هشی، ۱۳۹۲، ۴۵). مسئولیت اصلی هیات مدیره ایجاد راهبری کارآمد بر امور شرکت در راستای منافع سهامداران و تعادل در منافع ذینفعان می باشد. در کلیه اقداماتی که هیات مدیره به عمل می آورد از مدیران انتظار می رود تصمیمات تجاری خود را به گونه ای اتخاذ کنند که منطقی معتقدند منافع شرکت را حداکثر می سازد (یعقوبی و اقبال، ۱۳۹۲، ۳۹). از دیدگاه تئوری نمایندگی حضور مدیران غیرموظف (غیراجرایی) در هیات مدیره شرکت ها و عملکرد نظارتی آنان به عنوان افرادی مستقل به کاهش تضاد منافع موجود میان سهامداران و مدیران شرکت کمک شایان توجهی می کند. البته باید توجه داشت که مدیران اجرایی شرکت، نقش مهمی را در ایجاد ترکیب مناسبی از مدیران موظف و غیرموظف (غیراجرایی) در میان اعضای هیات مدیره ایفا می کنند. وجود چنین ترکیبی، از عناصر اصلی یک هیات مدیره کارا و موثر محسوب می شود. زیرا در حالی که مدیران موظف اطلاعات ارزشمندی درباره فعالیت شرکت ارائه می کنند، مدیران غیرموظف (غیراجرایی) با دیدگاهی حرفه ای و بی طرفانه در مورد تصمیمات مدیران مذکور به قضاوت می نشینند (بایرد و هیکمن^۱، ۱۹۹۲، ۲۱). حضور مدیران غیرموظف در هیات مدیره شرکت به بازار این علامت را می دهد که شرکت و مدیران اجرایی و موظف به طور موثر کنترل و نظارت می شوند (فاما و فرنچ^۲، ۱۹۹۳، ۱۴). که این امر مسئله نمایندگی را حل می کند. پیففر و سالانسیک^۳ (۱۹۷۸) بیان می کنند که مدیران غیرموظف (غیراجرایی) هیات مدیره نقش محوری در ارتقای

1. Byrd & Hickman

2. Fama & French

3. Pfeffer & Salancik

ظرفیت و توانایی شرکت به دلیل رویکرد برون‌سازمانی خود، ایفا می‌کنند و این باعث کاهش ابهام درباره شرکت و افزایش توان شرکت برای بالا بردن وجوهش می‌گردد (حاجیها و اخلاقی، ۱۳۹۲، ۲۴).

در نتیجه اثربخشی تفکیک تصمیم‌گیری توسط مدیریت و کنترل توسط هیات‌مدیره از آنجا نشأت می‌گیرد که مدیران غیرموظف به دلیل منافعشان حاضر به تبانی با مدیران اجرایی نمی‌باشند و بر عملکرد مالی شرکت تمرکز می‌کنند که جز اصلی و مرکزی نظارت می‌باشد و بیشتر از مدیران موظف، مدیر عامل را بخاطر عملکرد ضعیف منفصل می‌کنند. از آنجا که مدیران غیرموظف اکثراً در سایر شرکت‌ها دارای سمت‌های اجرایی مدیریت یا تصمیم‌گیری می‌باشند، انگیزه بالایی برای کسب شهرت به عنوان تخصص امر تصمیم‌گیری و برخورداری از فرصت‌های شغلی بهتر در آینده دارند. عدم همسویی انگیزه مدیران برای استفاده از ثروت مالکان برای منافع شخصی خویش با انگیزه مدیران غیرموظف برای کسب شهرت باعث بهبود نظارت بر مدیریت شرکت می‌شود و بدین ترتیب، هیات‌مدیره شرکت با دارا بودن تخصص، استقلال و قدرت قانونی لازم یک سازوکار بالقوه توانمند حاکمیت شرکتی به حساب می‌آید (فاما و جنسن^۱، ۱۹۸۳، ۲۸).

۳- جلسات هیات مدیره

جلسات هیات مدیره، مکانی است که در آن مدیران اجرایی و اعضای هیات مدیره اطلاعات خود را در مورد عملکرد شرکت، سیاستها و طرح‌های آن مطرح می‌کنند و به اشتراک می‌گذارند. جلسات متعدد به برقراری ارتباط بهتر میان مدیران و اعضای هیات مدیره کمک می‌کند. اما برگزاری جلسات بیش از حد هیات مدیره، علاوه بر هزینه‌هایی که دارد (از قبیل مدیریت، هزینه مسافرت و حق الزحمه حضور در جلسات هیات مدیره)، باعث انحراف مدیران شرکت از مسئولیت‌های عملیاتی و روزمره‌ی خود می‌گردد. از این رو هیات مدیره می‌بایست تعادلی میان هزینه - منفعت تعداد جلسات برقرار کند. در صورتی که هیات مدیره بتواند در برقراری جلسات هیات مدیره خود مؤثر عمل کند، بسته به محیط شرکت، می‌تواند منافع اقتصادی را با توجه به تئوری نمایندگی کسب نماید. وایس در تحقیق خود در سال ۱۹۹۹ به این نتیجه دست یافت که افزایش تعداد جلسات هیات مدیره پس از عملکرد ضعیف شرکت، باعث می‌گردد برگشت از عملکرد بد سریع‌تر اتفاق افتد (اریکسون و همکاران، ۲۰۰۵، ۴۱). جلسات هیات مدیره اشکال متفاوتی را می‌تواند به خود بگیرد بگونه‌ای که جلسات هیات مدیره را می‌توان از منظر رسمیت

^۱. Fama & Jensen

گرایی به دو شکل داخلی و خارجی و از منظر استقلال عملکردی تحت عنوان جلسات اجرایی و غیر اجرایی هیات مدیره تفکیک کرد. انواع مختلفی از جلسات هیات مدیره وجود دارد. جلسات داخلی هیات مدیره مرسوم‌ترین جلسات هیات مدیره است که مشارکت حداکثری اعضا در آن ضروری است. این گونه جلسات به دلیل ماهیت رسمی خود و تجربیات گذشته هیات مدیره در تدوین صورت جلسات آن، اغلب شرح موضوعات مشخص و غیر قابل تغییری دارد. به طور عمده در شرح کار این گونه جلسات، ایراد سخنرانی‌ها، ارائه گزارش‌های عملکردی شش ماهه و سالیانه سازمان و... جایگاه خاصی دارد. این گونه جلسه‌ها امروزه به دلیل پیچیدگی‌های کاری بیشتر شرکتها، هم از لحاظ تعداد و هم از لحاظ بازه زمانی تحت اختیار اعضای حاضر در جلسات، پاسخگوی نیازهای اطلاعاتی و تصمیم‌های هیات مدیره نیست و ضرورت وجود سایر جلسه‌های هیات مدیره را بیش از پیش روشن می‌سازد. بسیاری از شرکت‌ها دریافته‌اند که برگزاری جلسات منظم داخلی و فشرده، نمی‌تواند جوابگوی مذاکرات تحلیلی و دقیق اعضا در فهم کامل سیاست‌ها و اصلاحات مورد نیاز آن گردد. از این رو، اهمیت جلسات خارجی شرکت در تخصیص زمان کافی به مسائلی همچون استراتژی و مشکلات به وجود آمده بیشتر شده است و هیات مدیره خیلی از شرکت‌ها از این طریق سمت و سوی درستی را برای تدوین استراتژی‌های کارآمد سازمانی و حل مشکلات را تدوین کنند. ذکر این نکته الزامی است که هیات مدیره می‌باید باسیت زمان کافی صرف جمع‌آوری اطلاعات، تجزیه و تحلیل عملکرد و توسعه و بهسازی بینش سازمانی کند تا بتواند با تمرکز هر دو جلسه داخلی و خارجی خود، بر مسائل استراتژیک و ارزیابی‌های آن، بر عملکرد کلی خود بیفزاید (دالزیل و همکاران، ۲۰۱۱، ۳۸).

بسیاری از هیات مدیره‌ها اغلب پس از برگزاری جلسات عمومی هیات مدیره بدون حضور اعضای تیم اجرایی، اقدام به برگزاری جلساتی تحت عنوان جلسات اجرایی می‌کنند. البته این گونه جلسات می‌تواند بنا به ضرورت، پیش از جلسات رسمی هیات مدیره نیز برگزار گردد (تروننگ، ۲۰۰۶، ۲۷). این گونه جلسات اغلب به ریاست رئیس غیر اجرایی یا رهبری اعضای مستقل برگزار شده و به هدف اطلاع‌رسانی به اعضای مستقل و ارائه این فرصت به آنان که طی آن بتوانند طرحها و پیشنهادهای فنی تیم اجرای را بصورتی مستقل مورد ارزیابی قرار دهند، برگزار می‌گردد. نفع برگزاری این جلسات در آن است که به اعضای هیات مدیره اجازه داده می‌شود به صورتی آزادانه پیشنهادهای اعضای تیم اجرایی سازمان را به مورد نقد قرار دهند و به صورتی مستقل مولفه‌ها و اثرات طرح‌های آنان را تحلیل کنند. این گونه جلسات

به طور عمده در قالب جلسات سیاست گذاری های کلان سازمانی و با مشارکت مدیر عامل شرکت برگزار می شود. معمولاً این گونه جلسات در پایان سال مالی شرکت و طی دوره های پیش بینی شده برای بازبینی بیانیه چشم انداز و استراتژی های شرکت برگزار می شود. بر مبنای این موضوع، تعداد این گونه جلسات در هیات مدیره در مقایسه با سایر جلسات کمتر است (اریکسون و همکاران، ۲۰۰۵، ۳۹).

۴- دانش مالی هیات مدیره

هیات مدیره برای نظارت بر مدیریت و مشارکت در تصمیم گیری، نیازمند مهارت های متنوع از قبیل حسابداری، بانکداری و قانون است تا بتواند بر افزایش ارزش شرکت مؤثر باشد (هیلمن و پاتزول، ۲۰۰۰، ۷۸)، فرض زیر بنای این موضوع آن است که اعضای بدون تجربه در دانش حسابداری یا مالی، توانایی کمتری در کشف مشکلات موجود در گزارشگری مالی دارند و همچنین وجود یک عنصر مالی با تجربه می تواند باعث شود دیگر اعضاء حساس و هوشیار باشند (نیکبخت و همکاران، ۱۳۸۹). اریکسون و همکاران (۲۰۰۵) به مطالعه رابطه تخصص هیات مدیره با ارزش شرکت پرداختند. یافته های تحقیق حاکی از آن است که هیات مدیره دارای دانش مالی و حسابداری، بر مدیریت شرکت نظارت اثربخش تری دارد و همین موضوع منجر به افزایش ارزش شرکت (بر اساس شاخص Q توبین) خواهد شد. کانگ و همکاران (۲۰۰۷) دریافته اند که شرکت هایی که در ترکیب هیات مدیره خود، از مدیران مالی استفاده می کنند، دارای عملکرد و سوددهی ضعیفی هستند.

۵- جدایی نقش رئیس هیات مدیره و مدیر عامل

در بسیاری از کشورها، مدیرعامل می تواند به طور همزمان در جایگاه رئیس هیات مدیره هم فعالیت کند. بعنوان نمونه، در بسیاری از شرکت های ایالات متحده آمریکا، یک شخص، نقش مدیر عامل و رئیس هیات مدیره را ایفاء می کنند (پیتر و همکاران، ۲۰۱۲، ۳۶). با این حال، آئین نامه های حاکمیت شرکتی در بسیاری از شرکت های اروپایی، این دو نقش را از هم جدا کرده اند و تنها در ده درصد از شرکت های بریتانیا، مدیر عامل همزمان رئیس هیات مدیره است. در آسیا وضعیت مابین آمریکا و اروپاست (نیکبخت و همکاران، ۱۳۸۹، ۵۱). از دیدگاه نظری، هنگامی که مدیر عامل در جایگاه رئیس هیات مدیره قرار می گیرد، تضاد منافع به وجود می آید (پتیتر و همکاران، ۲۰۱۲، ۴۵). همچنین در چنین حالتی، عملکرد نظارتی هیات مدیره کاهش می یابد. ترکیب نقش ریاست هیات مدیره و مدیر عامل، مبین عدم جدایی کنترل و نظارت از مدیریت است. (فاما و جنسن، ۱۹۸۳، ۳۲). از این رو، ادبیات تئوریک حاکی از آن است

که جدایی نقش هیات مدیره و مدیر عامل به عملکرد بهتر منجر می‌گردد، لیکن یافته‌های پژوهش‌های تجربی حاکی از نتایج متفاوت است (گارگ، ۲۰۰۷، ۱۱۷).

۶- دوره تصدی مدیر عامل

در دنیای رقابتی امروز فشار زیادی برای دستیابی سریع به نتایج مطلوب و به تبع آن تصمیم‌گیری‌های سریع وجود دارد که مدیران در اجرای این مهم نقش حیاتی دارند و گاه در اثر نرسیدن به نتایج مطلوب در زودترین زمان ممکن تغییرات مدیریتی در سازمان صورت می‌گیرد. به همین دلیل، از بین چهار عامل کلیدی موفقیت در سازمان‌ها شامل نیروی کار، سرمایه، مواد اولیه و مدیریت، امروزه نقش مدیریت بیش از هر زمان دیگری اهمیت یافته است. مدیران پس از اینکه به این سمت منصوب می‌شوند، به این دلیل که دوره تصدی بلندمدتی را برای خود پیش‌بینی نمی‌کنند صرفاً در جهت منافع سهامداران حرکت نمی‌کنند بلکه از مدت کوتاهی که در این سمت قرار دارند در راستای رسیدن به منافع خود استفاده می‌کنند. به همین دلیل ممکن است مدیران از سرمایه‌گذاری در پروژه‌های بلندمدت، به دلیل این که در دوره تصدی آن‌ها به بازدهی نمی‌رسد خودداری کنند. به عبارت دیگر تصمیماتی که می‌تواند برای منافع شخصی مدیریت مفید باشد، ممکن است از نظر شرکت تصمیمات بهینه‌ای نباشد (موسوی و همکاران، ۱۳۹۴، ۶۳).

دوره تصدی مدیریت شرکت یکی از معیارهای اندازه‌گیری کیفیت مدیریتی است که به تعداد سال‌های متوالی که یک شخص مدیریت یک شرکت را بر عهده دارد اطلاق می‌شود انجام عملیات مدیریتی شرکت توسط یک شخص طی سنوات متمادی، به دلیل آشنایی تیم مدیریتی با عملیات مدیریتی شرکت، می‌تواند موثرتر صورت گیرد چنانچه مدیریت شرکت تجربه انجام مدیریتی شرکت را برای چندین سال داشته باشد شناخت بیشتری نسبت به کار و نوع فعالیت شرکت خواهد داشت که موجب تسریع در انجام عملیات مدیریت و کاهش هزینه‌های مدیریت و افزایش کیفیت مدیریت می‌گردد. یافته‌های مطالعات خارجی حاکی از آن است که افزایش دوره تصدی مدیریت، موجب افزایش شناخت و تخصص مدیریت در صنعت صاحبکار مربوطه شده و همچنین موجب بالا رفتن سطح کیفیت مدیریت خواهد شد (اسماعیل زاده مقری و همکاران، ۱۳۸۹، ۱۲).

مدیران در ابتدای انتصاب به هر مسئولیت، دوره غیر موثر را می‌گذرانند و پس از آن دوره تاثیر مثبت فعالیت‌های آنها شروع می‌شود. حال اگر مدیران قبل از رسیدن به این دوره از سمت خود برکنار شوند هزینه‌های زیادی برای شرکت ایجاد خواهد شد. یکی از تضادهای بین مدیر و ذینفعان شرکت این است که افق تصمیم

گیری مدیران برای شرکت کوتاه تر از افق سرمایه‌گذاری سهامداران است. ادعای مدیران نسبت به شرکت تنها محدود به دوره تصدی آن‌ها می‌باشد. و همین مساله ممکن است باعث کاهش منافع سهامداران و ارزش شرکت شود. مطالعات نظری نشان می‌دهند که فرصت‌طلبی مدیریت یک شاخص کلیدی برای اقتصاد "کوتاه مدت" می‌باشد (موسوی و همکاران، ۱۳۹۴، ۱۵).

مدیرعامل شرکت‌ها به شهرت و اعتبار خود علاقه مند هستند. عموماً، در ابتدای دوره تصدی یک مدیر، حتی در شرایط بد بازار، عملکرد نامناسب شرکت به حساب ضعف مدیرعامل گذاشته می‌شود. بنابراین در ابتدای دوره تصدی مدیرعاملان سعی می‌کنند عملکرد مناسبی از خود نشان دهند تا از اینکه به عنوان مدیرعاملی با عملکرد ضعیف شناخته شوند اجتناب کنند (موسوی و همکاران، ۱۳۹۴، ۱۸).

با گسترش و تخصصی شدن فعالیت واحدهای تجاری، مالکان وظیفه مدیریت و اداره امور واحدهای تحت مالکیت خود را به افراد متخصصی به نام مدیر و اگزار نمودند. مدیر به عنوان نماینده و مباشر مالک وظیفه دارد تا فعالیت‌های واحد تجاری را در راستای منافع مالک هدایت و اداره نماید. همچنین وظیفه دیگر مدیر آن است تا منافع ذینفعان و سایر گروه‌های طرف قرارداد با واحد تجاری نظیر اعتبار دهند، دولت، مشتریان، کارکنان، جامعه و امثال هم را حفظ و تأمین نماید. اما، شواهد نشان می‌دهد مدیر در راستای منافع شخصی خود عمل می‌کند و منافع خود را بر منافع دیگران مقدم می‌شناسد. دلیل وقوع چنین رفتاری از سوی مدیر، قدرت و اختیار تصمیم‌گیری است از سوی مالک به وی تفویض شده است. از آنجایی که مالکان نمی‌توانند بر هر تصمیم مدیر نظارت داشته باشند و مدیر در پیگیری منافع خود آزادی عمل دارد. از این رو، مدیر در مدت تصدی خود ممکن است استراتژی‌هایی را انتخاب نماید که بیشترین منافع را برای خود تأمین نماید. این موضوع مشکلی به نام مشکل کارگزاری به وجود می‌آورد. مشکل دیگری که در نظریه کارگزاری میان مدیر و سهامداران وجود دارد، مشکل افق است. این مشکل بر این موضوع اشاره دارد که مدیران تمایل دارند تا در پروژه‌هایی سرمایه‌گذاری کنند که بازدهی پروژه به قبل از پایان دوره تصدی آن‌ها بر می‌گردد. زیرا افق تصمیم‌گیری مدیران در مقایسه با افق سرمایه‌گذاری سهامداران کمتر است. مدیران اعتقاد دارند که دوره تصدی آن‌ها محدود است در حالی که عمر شرکت نامحدود از این رو، سعی می‌کنند در دوره تصدی خود به منافع مورد نظر دست یابند. این فرضیه تأکید دارد که مدیران در سال‌های پایانی مدت تصدی خود، زیان‌گریز بوده و سود را بیشتر از بقیه سال‌ها بیش‌نمایی می‌نمایند. براساس فرضیه مشکل افق، بازار سرمایه توانایی مدیر در اداره شرکت را طی دوره

تصدی او به خوبی ارزیابی می‌کند. مدیر نیز این انگیزه را دارد تا شهرت مناسبی برای خود فراهم نماید و برای این منظور سود را بیش‌نمایی می‌کند. همچنین این فرضیه تاکید دارد که مدیرانی که شهرت خوبی در بازار در گذشته از خود به جای گذاشته‌اند، برای کسب شهرت، کمتر مایل به بیش‌نمایی سود هستند. بنابراین مدت تصدی مدی عامل رابطه معناداری با کیفیت سود دارد (جیانگ، ۲۰۰۴، ۱۶).

در مورد دوره تصدی مدیرعامل، جنسن (۱۹۹۳) و جیانگ (۲۰۰۴) استدلال می‌کنند که مدیرعامل در جایگاهی است که ترکیب هیئت مدیره را کنترل می‌کند و بنابراین توانایی نظارت توسط هیئت مدیره را کاهش می‌دهد. یکی از راه‌های شناسایی این موضوع از طریق طول مدت خدمت او به عنوان مدیرعامل است. از آنجایی که در صورت افزایش دوره تصدی مدیرعامل، جایگاه مدیرعامل ممکن است ثبات و قدرت بیشتری پیدا کند. لذا احتمال کمتری دارد که منافع سهامداران را به دنبال داشته باشد، طول مدت تصدی مدیرعامل ممکن است اثربخشی نقش نظارت منسوب به هیئت مدیره را تحت تأثیر قرار دهد. بنابراین انتظار می‌رود با کاهش دوره تصدی مدیریت، سودی با کیفیت بالا و به مراتب پایدارتر ارائه گردد (فرانسیس و همکاران، ۲۰۱۸، ۴۵).

بخش چهارم:

کیفیت حاکمیت شرکتی

شرکت‌ها در معرض رتبه بندی هستند تا بهترین‌ها از بدترین‌ها قابل تشخیص باشد. سیستم‌های رتبه بندی گوناگونی وجود دارد که بر دامنه معیارهایی از اندازه شرکت‌ها، شهرت و نرخ‌های رشد استناد کند. اخیراً، شرکت‌ها با سیستم رتبه بندی دیگری به نام سیستم‌های حاکمیت شرکتی رتبه بندی می‌شوند. رتبه بندی بر اساس حاکمیت شرکتی به دو دلیل قابل اهمیت است: الف) بخش معینی از سرمایه‌گذاران از رتبه بندی استفاده می‌کنند از قبیل سرمایه‌گذاران نهادی که نقش با اهمیتی را در بازار سرمایه بازی کنند ب) قرار داشتن در رتبه بندی در حد پایین هشدار می‌دهد برای مدیریت شرکت‌های مذکور که توجه بیشتری به مسائل حاکمیت شرکتی داشته باشد. موجی از فشارهای گروه‌های ذینفع سازمان‌ها و نمایندگی‌های، موسسات رتبه بندی را به انجام رتبه بندی عملکرد بر مبنای حاکمیت شرکتی واداشت. رتبه بندی بر مبنای حاکمیت شرکتی دیدگاه‌های سازمان را منعکس می‌کند و آهنگ این رتبه بندی به اصطلاح ریسک‌های غیر مالی نامیده می‌شود. این رتبه بندی‌ها برای برآورد ارزش سهم مورد استفاده قرار می‌گیرد و کمک به سرمایه‌گذاران می‌کند تا تصمیمات سرمایه‌گذاری آنها بر اساس اطلاعات ضروری در سطح حاکمیت شرکتی در شرکت‌های رتبه بندی شده باشد. نمایندگی‌هایی که رتبه بندی شرکت‌ها را انجام دهند، اعتقاد دارند که منافع حاصل از سهام شرکت‌ها برای سرمایه‌گذاران وابسته به عملکرد حاکمیت شرکتی آنها می‌باشد. رتبه بندی حاکمیت شرکتی یک فرصت برای مقایسه شرکت‌ها بین خودشان را می‌دهد، اولاً، برای اخذ یک تصمیم سرمایه‌گذاری و ثانیاً، شرکت‌هایی را که در معرض ریسک بالاتری هستند، نشان دهد.

استاندارد و پورز، مودیز، رتبه بندی فیچ، داو جونز، خدمات سرمایه‌گذاران نهادی و دیگر خدمات سرمایه‌گذاری، اطلاعات منتشر شده از شرکت‌ها را جمع‌آوری و تحلیل می‌کنند و نتایج‌شان را در رتبه بندی خلاصه می‌کنند. تعدادی از این شرکت‌های خدماتی، رتبه بندی اعتباری را برای سال‌های زیادی منتشر کردند. سرمایه‌گذاران اوراق قرضه از این رتبه بندی به طور جهانی استفاده کرده‌اند. در سال‌های اخیر، طیفی از رتبه بندی که شفافیت و افشاء را مورد توجه قرار می‌داد، گسترده شده است و به تازگی به رتبه بندی بر مبنای حاکمیت شرکتی توجه می‌شود. رسوایی‌های اخیر شرکت‌ها اثبات کرده است که عملکرد مالی شرکت‌ها بستگی به شایستگی نوع حاکمیت شرکتی دارد (گرنٹ و سیلوا در سال ۲۰۰۴). اگرچه به دست آوردن اطلاعات شرکت و صنعت، اطلاعات حسابداری و شرایط مندرج در اساسنامه شرکت‌ها و غیره با استنباط برای حاکمیت شرکتی و تحلیل و ترکیب این اطلاعات، زمان بر است، بنابراین، آن می‌تواند مبنایی برای ارزیابی کارایی ساختار مالکیت و مدیریت شرکت تشکیل دهد. حق الزحمه ارائه این خدمات می‌تواند مستقیماً به این شرکت‌ها پرداخت شود یا به عنوان هزینه سرمایه پذیرفته شود و بنابراین، ظاهراً این خدمات مجانی به سرمایه‌گذاران ارائه می‌شود (میشکی در سال ۱۹۹۹).

ارائه کنندگان رتبه بندی سعی می کنند توازن موشکافانه ای بین صراحت با توجه به ساختار ضوابط و کمک هزینه ای که آنها در ایجاد رتبه بندی به کار می برند از یک سو و محرمانگی از سوی دیگر، برقرار کنند. سرمایه گذاران باید ضوابطی را که ارائه کنندگان رتبه بندی برای تصمیم گیری درباره رتبه بندی حاکمیت شرکتی پذیرای آن هستند، بشناسند. اگرچه روش های مورد استفاده در جمع آوری و تحلیل اطلاعات، بخش اصلی سرمایه معنوی ارائه کنندگان رتبه بندی را ارائه می کند و نباید برای رقبای بالقوه افشاء شود.

روش های رتبه بندی شرکت ها بر مبنای کیفیت حاکمیت شرکتی

تعداد نمایندگی های رتبه بندی که پارامترهایی را برای ارزیابی ساختار و عملکرد حاکمیت شرکت ها ارائه می کنند و خدماتشان را به مدیران سرمایه گذاری می فروشند، در حال افزایش است. در ادامه تعدادی از روش های رتبه بندی که به وسیله شرکت های رتبه بندی به کار برده شده است، مطرح می شود. استاندارد و پورز، رتبه بندی حاکمیت شرکتی را با استفاده از دو رویکرد متفاوت ارائه می کند. استاندارد و پورز ۹۸ قلم افشاء را در مطالعات شفافیت و افشاء " به کار برده است، در حالیکه امتیازات حاکمیت شرکتی در S&P در سال ۲۰۰۴ بر مبنای ۱۰۰-۸۰ عامل است.

توضیح می دهد که روش مورد استفاده در مطالعات T&D، که رتبه بندی بر مبنای خلاصه سازی نهایی ویژگی های مضاعف می باشد، به هیچ وجه قابل مقایسه با رتبه بندی کیفیت حاکمیت شرکتی نمی باشد. در مطالعات تحلیلگران T&D، گزارش های سالانه را به دقت نگاه می کنند و یک لیست شامل ۹۸ قلم اطلاعات و ویژگی ها را مورد استفاده قرار می دهند. این مطالعات به سه دسته گروه بندی می شوند: (۱) ساختار مالکیت و روابط سرمایه گذاری، (۲) شفافیت مالی و افشاء اطلاعات، (۳) ساختار و فرایند هیئت مدیره و مدیریت.

محصول اصلی کیفیت حاکمیت شرکتی، S&P می باشد. کیفیت حاکمیت شرکتی نتیجه یک محاسبه بر مبنای تحلیل جزئیات گزارش های سالانه و دیگر مستندات شرکت شامل مصاحبه با اشخاص کلیدی شرکت می باشد.

در سراسر کیفیت حاکمیت شرکتی، امتیازاتی برای چهار جزه زیر نشان می دهد:

- (۱) اختیار مالکیت و تأثیرات بیرونی، (۲) حقوق سهامداران و روابط ذینفعان، (۳) شفافیت، افشاء و حسابرسی، (۴) ساختار و کارایی هیئت مدیره.

یک امتیاز هم بر مبنای محرمانگی اطلاعات که تنها در دسترس شرکت است و هم بر مبنای اجازه شرکت برای نشان دادن اطلاعات برای استفاده بیرونی به منظور یک حسابرسی گسترده، ایجاد می شود. خدمات سرمایه گذاران نهادی برای چندین سال خدمات تحقیقی و مشورتی برای سرمایه گذاران نهادی ارائه کرده است. نمایندگی ها یک ابزار برای نظارت و مقایسه ساختارهای حاکمیت شرکتی ایجاد کرده است.

موضوعات اصلی در این رتبه بندی عبارتند از: (۱) ساختار و ترکیب هیئت مدیره، (۲) مسائل حسابرسی، (۳) شرایط در اساسنامه و آیین نامه، (۴) قوانین کشور برای ثبت شرکت، (۵) پاداش مدیران، (۶) عوامل کیفی، (۷) مالکیت سهام مدیران و کارمندان، (۸) تحصیلات مدیران

امتیازدهی برای هر موضوع اصلی، یک مجموعه از متغیرهای کلیدی حاکمیتی را منعکس می کند. این رتبه بندی برای شرکت های هم تراز (از نظر شاخص و صنعت) محاسبه شده است ISS. اطلاعات را از مستندات قابل دسترس و متنوع جمع آوری می کند ISS. قبل از اینکه رتبه بندی ها را منتشر کند، رضایت شرکت ها را بدست می آورد و در صورتی که اطلاعات شرکت ها تغییر کرده باشد، آنها را به روزآوری و رتبه بندی را مجدد انجام می دهد. همچنین شرکت ها فرصت دارند رتبه خودشان را با رتبه دیگر شرکت های هم تراز مقایسه کنند ISS. به طور عادی رتبه بندی را برای بیشتر از ۷۵۰۰ شرکت در سطح دنیا انجام می دهد و تحلیل شرکت ها را به مشتریان نهادیشان تحویل می دهند. هدف اصلی ISS اینست که سرمایه گذاران نهادی در زمان تصمیم گیری برای سرمایه گذاری، ساختار حاکمیتی شرکت ها را مورد توجه قرار می دهند.

در سپتامبر ۲۰۰۵، ISS روش رتبه بندی اش را به روز آوری کرد. بر مبنای آزمون های آماری صورت گرفته روی اطلاعات حاکمیتی ISS از سال ۲۰۰۲ تا سال ۲۰۰۴ در برابر ۱۶ معیار عملکرد، وزن های به کار رفته در ایجاد رتبه بندی حاکمیت شرکتی تغییر کرده است. ویژگی های حاکمیت شرکتی با یک همبستگی بالا با معیارهای عملکرد ویژه وزن بالاتری را تا اندازه ای به خود اختصاص می دهد. چندین ویژگی حاکمیت شرکتی اضافه، تغییر یا اصلاح شده است، به دلیل اینکه رابطه شان در ایالات متحده بعد از قانون ساربینز آکسلی تغییر کرده است. بعد از تغییرات در سال ۲۰۰۵، ISS، شصت و سه ویژگی را به کار برد.

ISS یک رتبه بندی ترکیبی را با FTSE آغاز کرده است. اطلاعات مورد استفاده در این رتبه بندی عبارتند از: (۱) سیستم پاداش دهی، (۲) مالکیت سهام، (۳) ساختار حقوق صاحبان سهام، (۴) ساختار هیئت مدیره، (۵) استقلال و یکپارچگی فرایند حسابرسی در رتبه بندی شرکت ها و خلق شاخص ها: ماتریس بین المللی حاکمیت شرکتی، رتبه بندی بر مبنای مسئولیت پاسخگویی را برای مشتریانی که شامل سرمایه گذاران نهادی، شرکت های حسابداری، نمایندگان بیمه و قانون گذاران می باشند، ارائه کرده اند GMI. شرکت ها را بر اساس اینکه در یک شاخص بازار شناخته شده، گنجانده شده باشند، رتبه بندی می کنند. شرکت هایی که سهام آنها در شاخص های سهام منتشر شده بوسیله مورگان استنلی و گنجانده شده است، توسط GMI دنبال می شوند. گزارشات رتبه بندی شامل خلاصه ای از جزئیات اطلاعات حاکمیتی شرکت برای هر یک از شش گروه به کار رفته توسط GMI می باشد: (۱) مسئولیت پاسخگویی هیئت مدیره، (۲)

افشاء مالی و کنترل های داخلی، ۳) حقوق سهامداران، ۴) پاداش مدیران اجرایی، ۵) بازار به عنوان پایگاهی برای کنترل و مالکیت، ۶) رفتار شرکت و مسئولیت پاسخگویی شرکت به اجتماع.

شرکت ها هم برای رتبه بندی GMI به صورت کلی و هم برای هر یک از گروه های ذکر شده توسط GMI، مورد توجه قرار می گیرند. هر یک از گروه ها به چند زیر مجموعه تقسیم می شوند. برای مثال، برای گروه هیئت مدیره، این موارد مطرح می شود: میانگین سنی، دوران تصدی و تعداد مدیران موظف. به منظور محدود کردن میزان ذهنیت، ساختار GMI به گونه ای است که پاسخ های داده شده برای هر پارامترش، تنها می توانند به صورت: بله، خیر یا مبهم، داده شود. GMI، اطلاعات را از پرونده های قانونی، سایت های شرکت ها، اخبارها و دیگر سایت های ویژه، جمع آوری می کنند و گزارش های ثبت شده بوسیله GMI برای هر یک از شرکت ها فرستاده می شود تا قبل از انتشار آنها تأییدیه شرکت ها گرفته شود. امتیاز شرکت ها بین یک تا ده می باشد و شرکت ها به طور کلی به چهارده گونه رتبه بندی می شوند. تمام شرکت ها هر شش ماه یکبار بر اساس اطلاعات به روز شده مجدداً رتبه بندی می شوند. : کامپوس در سال ۲۰۰۲، رتبه بندی بر مبنای حاکمیت شرکتی را به عنوان یک معیار کیفیت حاکمیتی خاص شرکت با استفاده از به کارگیری اصول حاکمیت شرکتی OECD (۱۹۹۹)، ارائه کرد. این امتیازدهی حاکمیت شرکتی، ترکیبی از ۱۵ عامل شامل سه عامل حاکمیت شرکتی می باشد: مالکیت و حمایت از سهامداران (پراکندگی و شفافیت مالکیت، یک سهم و یک حق رأی، شرایط ضد کنترلی و ابلاغیه جلسات)، هیئت مدیران (اندازه هیئت، غیر موظف بودن و استقلال هیئت، کمیته های هیئت)، افشاء و شفافیت (افشاء، استانداردهای حسابداری، حسایرسان مستقل و افشاء کلی و به موقع).

گامپرز در سال ۲۰۰۳، یک شاخص حاکمیت شرکتی را برای ۱۵۰۰ شرکت آمریکایی شامل ۲۴ مورد از شرایط ضد کنترلی و حقوق سهامداران که از مرکز تحقیقات پاسخگویی به سرمایه گذار تبعیت می کند و می تواند به صورت عینی مورد ارزیابی قرار گیرد، محاسبه کرد. گامپرز برای هر شرکت یک دیدگاه برای هر شرط افزود که حقوق سهامداران را محدود و توانایی مدیران را افزایش می دهد. به طور خلاصه، شاخص حاکمیت، مجموع این دیدگاه ها برای وجود با عدم وجود هر شرط می باشد. گامپرز همچنین یک زیر شاخص برای هر شرط محاسبه کند. درحالیکه این شاخص به طور صحیح، تأثیرات نسبی شرایط متنوع را منعکس نمی کند، اما مزیت شفاف بودن و تکثیر پذیر بودن را دارد. شاخص حاکمیت درباره کارایی یا تأثیر هر یک از این شرایط، قضاوتی را ملزم نمی کند. گامپرز تنها تأثیر روی توارن قدرت این شرایط را محاسبه می مطالعه گامپرز در سال ۲۰۰۳، توجه بسیاری از سرمایه گذاران و محققان را به خود جلب کرد و شاخص حاکمیت را در تحقیقات جدیدشان استفاده کردند. برای مثال، کریمرز و نیز در سال ۲۰۰۵ تحقیقی روی اینکه چگونه واکنش بین شاخص حاکمیت و مالکیت نهادی بر بازدهی سهام تأثیر گذارند، انجام دادند. کلاک در سال ۲۰۰۵ و چاوا در سال ۲۰۰۴ تحقیق کردند چگونه شاخص

حاکمیت بر هزینه بدهی یک شرکت تأثیر گذارد. فالنبراج در سال ۲۰۰۳ مطالعه کردند چگونه شاخص حاکمیت بر پاداش مدیر عامل تأثیر گذارد. کند.

مقایسه روش‌های رتبه بندی شرکت‌ها بر مبنای کیفیت حاکمیت شرکتی

ارائه کنندگان رتبه بندی به نظر آید با این مسئله موافقت: کیفیت نظم موضوعات حاکمیت شرکتی یک شرکت. بنیان نظری در ارتباط با ویژگی های شرکت در یک ارزیابی کیفیت حاکمیت شرکتی مهم است، اگرچه نسبتاً ضعیف به نظر می آید. در انتخاب ویژگی ها و روش محاسبه، تنوع وجود دارد. اگرچه ارائه کنندگان رتبه بندی نمی توانند انتظار داشته باشند که در ساختار رتبه بندی حاکمیت شرکتی به توافق برسند اما شباهت هایی وجود دارد. آنها از الزامات افشاء در قوانین حسابداری، قوانین بازار سهام و اصول حاکمیت شرکتی الهام می گیرند. نمایندگی ها به نظر آید مشترکاً بر این عقیده باشند که رتبه بندی باید بر مبنای ساختار مالکیت، حقوق سهامداران، ساختار و ترکیب هیئت مدیره، شفافیت و افشاء باشند. اگرچه رویکردشان در جمع آوری، امتیازدهی و وزن دهی اطلاعات متفاوت باشد. (۳-۸-۲) قوانین، روش ها و معیار سنجش برای رتبه بندی شرکت ها بر مبنای کیفیت حاکمیت شرکتی دولتمردان همانند مدیران بازرگانی و سرمایه گذاران به اهمیت حاکمیت شرکتی برای سال های زیادی پی برده اند. منافع مجلس، دولت و جامعه تجاری در قوانین و مقررات منعکس شده است که یک چارچوب قانونی مرتبط با حاکمیت شرکتی برای اعضاء بازار ارائه . کند. نمایندگان رتبه بندی، خدمات سرمایه گذاری را به وجود آورده اند، به دلیل اینکه آنها متوجه شدند که توسعه روش ها به منظور برطرف کردن شکاف اطلاعاتی بین شرکت ها و مدیران سرمایه گذاری، سودآور است. دانشگاهیان علاقه مند به حاکمیت شرکتی و وظایف بازارهای مالی، سعی در شفاف سازی مسائل مرتبط با معیار سنجش کیفیت حاکمیت شرکتی و امکان رتبه بندی به منظور کاهش عدم تقارن اطلاعاتی، کردند. وزرای OECD، اصول حاکمیت شرکتی OECD را در سال ۱۹۹۹، امضاء کردند. در سال های اخیر این اصول به عنوان یک معیار بین المللی برای مجالس، بورس اوراق بهادار، دستگاه های نظارت، سرمایه گذاران، شرکت ها و دیگر سهامداران در سطح جهان، بوده است. در سال ۲۰۰۴ اصلاحاتی بر روی این اصول صورت گرفت و چاپ جدید آن منتشر شد. چاپ جدید آن به شش سرفصل سازمان دهی شده است:

۱) انتشار مبنایی برای یک چارچوب حاکمیت شرکتی موثر (۲) حقوق سهامداران و وظایف اصلی مالکان

۳) رفتار منصفانه سهامداران

۴) نقش ذینفعان در حاکمیت شرکتی

۵) افشاء و شفافیت

۶) مسئولیت پاسخگویی هیئت مدیره

چندین شرکت رتبه بندی در بازاریابی شان بیان می کنند که رتبه بندی شان با توجه به ویژگی های ذکر شده در اصول OECD انجام شده است. در این تحقیق با توجه به به تأکید بر کاهش بالقوه در عدم تقارن اطلاعاتی، بیشتر مرتبط با بخش ۵ (افشاء و شفافیت) می باشد. مطابق با بخش ۵ اصول OECD، یک نظام افشاء قوی که شفافیت واقعی را تشویق می کند، یک ویژگی محوری برای نظارت بازار بر شرکت ها می باشد و یک ویژگی اصلی برای سهامداران تا بر اساس آگاهی از اطلاعات، از حقوق مالکیت شان بتوانند دفاع کنند. این بخش تأکید کند اینکه سرمایه گذاران باید به بر اطلاعات قابل مقایسه، قابل اتکاء و واقعی دسترسی داشته باشند تا بتوانند به ارزیابی مباشرت مدیریت بپردازند. افشاء باید شامل اطلاعات با اهمیت برای نتایج مالی و عملیاتی شرکت، اهداف شرکت، حقوق رأی دهندگان و مالکان اکثریت سهام، سیاست پاداش دهی به مدیران و هیئت مدیره، معاملات با اشخاص وابسته، ساختار و سیاست های حاکمیت شرکت، عوامل ریسک های قابل پیش بینی و مسائل قابل توجه کارمندان و دیگر ذینفعان، باشد؛ البته محدود به این موارد نمی شود. اطلاعات باید منطبق با استانداردهای بالای کیفیت حسابداری، افشاء مالی و غیر مالی باشد. این اطلاعات از نظر دسترسی باید برای همه یکسان، به موقع و با هزینه پایین باشد.

کیفیت حاکمیت شرکتی به عنوان ابزاری برای کاهش عدم تقارن اطلاعاتی

جریان اطلاعات از شرکت های منتشرکننده اطلاعات به سرمایه گذاران گسترده است. اغلب برای سرمایه گذاران خصوصی غیر ممکن است که اطلاعات خود درباره این شرکت ها را به روز نگهدارند. اختلاف بین اندازه و پیچیدگی جریان اطلاعات و قابلیت سرمایه گذاران در دستیابی این اطلاعات موجب پدید آمدن بازار بزرگی برای ارائه خدمات به سرمایه گذاران شد. مورتن بالینگ، کلاس هولم و توماس پولس در اکتبر ۲۰۰۵ تحقیقی ارائه کردند برای اینکه مفید بودن رتبه بندی حاکمیت شرکتی برای سرمایه گذاران را تحلیل کردند. آنها فرض کردند که عدم تقارن اطلاعاتی بوسیله محکم کردن الزامات افشاء در ارتباط با ساختار حاکمیت به طور کامل اصلاح نمی شود. در نتیجه به نظر آید که ارزش اطلاعاتی خدمات ارائه شده بوسیله شرکت های رتبه بندی برای سرمایه گذاران با این فرض توجیه شود. بنابراین، شایستگی اطلاعات افشاء شده درباره کیفیت حاکمیت شده باید ارزیابی شود با این سؤال: آیا رتبه بندی حاکمیت شرکتی مشکلات عدم تقارن اطلاعاتی را بین شرکت ها و سرمایه گذاران کاهش می دهد؟ برای پاسخ به این سؤال، این محقق به بررسی شالوده اطلاعات برای ارائه چنین رتبه بندی از طریق مرور ویژگی های حاکمیت شرکتی که در قوانین، استانداردها و کدهای حسابداری مورد نیاز است یا پیشنهاد شده است، پرداخت. او اطلاعات در دسترس عموم را به دقت نگاه کرد و سازمان دهی کرد به منظور شناختن روش های مورد استفاده بوسیله تأمین کنندگان حاکمیت شرکتی. اگرچه جزئیات مهم این روش ها محرمانه تلقی می شود، بنابراین، این محقق ارزیابی رتبه بندی حاکمیت

شرکتی را به عنوان ابزاری برای کاهش عدم تقارن اطلاعاتی در یک روش کلی تر مطرح می کند. او تصمیم گرفت فرایند رتبه بندی را به صورت دو فعالیت کلی مطرح کند :

(۱) کاهش اطلاعات (۲) وزن دهی، جمع آوری و طبقه بندی اطلاعات. در این تحقیق، رابطه اطلاعات از نقطه نظر یک سرمایه گذار که یک عضو محرم در شرکت نیست و کسی خواهد یک دیدگاه درباره کیفیت حاکمیت شرکتی یک شرکت بدست آورد، ارزیابی می شود. در ادبیات مالی، چنین روابطی اغلب به عنوان مجموعه هایی از اطلاعات در میان گذاشته و تأثیر فعالیت تحلیلگران روی عدم تقارن اطلاعاتی مورد بحث قرار می گیرد (فرانکل و لی در سال ۲۰۰۴). ارائه کنندگان رتبه بندی باید توانایی سرمایه گذاران را برای تمایز قائل شدن بین شرکت ها مطابق با کیفیت حاکمیت شرکتیشان بهبود بخشند. در ابتدا ویژگی های حاکمیت شرکتی انتخاب و اطلاعات درباره این ویژگی ها جمع آوری شده است. فعالیت یک، اطلاعاتی را که مبنای رتبه بندی حاکمیت شرکتی است، تهیه می کند و ویژگی هایی را که طبق بررسی های به عمل آمده توسط ارائه کنندگان رتبه بندی بی اهمیت شناخته شوند یا با دیگر ویژگی ها همبستگی خیلی نزدیکی داشته باشد، رد می شوند. در فعالیت دو، ویژگی های حاکمیت شرکتی باقیمانده در مرحله اول، وزن دهی، جمع آوری و طبقه بندی می شوند. فرضیه های پیشنهادی حاصل از این دو فعالیت عبارتند از:

(۱) فعالیت شماره یک - کاهش اطلاعات حاکمیت شرکتی - از دست دادن اطلاعات منجر به کاهش توانایی ارائه کنندگان رتبه بندی برای تمایز قائل شدن بین شرکت ها با حاکمیت شرکتی قوی با شرکت ها با حاکمیت شرکتی ضعیف، نمی شود.

(۲) فعالیت شماره دو و وزن دهی، جمع آوری و طبقه بندی اطلاعات حاکمیت شرکتی - توانایی ارائه کنندگان رتبه بندی را برای تمایز قائل شدن بین شرکت ها مطابق با کیفیت حاکمیت شرکتی را بهبود می بخشد.

در فعالیت اول (کاهش اطلاعات حاکمیت شرکتی) بحث می شود که نمایندگی های رتبه بندی از طریق کاهش در تعداد بشمار ویژگی های حاکمیت شرکتی، ارزش اطلاعاتی ایجاد می کنند، زمانی که تعداد محدودی از ویژگی ها در تصمیم گیری مورد توجه قرار می گیرند. ارائه کنندگان رتبه بندی وانمود کرده اند که آن دسته از ویژگی های حاکمیت شرکتی را انتخاب می کنند که توانایی برای تشخیص کیفیت حاکمیت شرکتی را بهبود می بخشد. یک روش مناسب برای بررسی گستره اطلاعات رد شده اینست که یک تحلیل اصولی بر روی یک مجموعه اطلاعات قابل مقایسه انجام شود. دو دیدگاه از چنین تحلیلی می تواند استخراج شود. اولاً، این تحلیل می تواند به همبستگی بین ویژگی های حاکمیت شرکتی توجه داشته باشد. اگر همبستگی بالا وجود داشته باشد، بعضی از این ویژگی ها احتمالاً برای سنجش همان ویژگی های رد شده می باشند. ثانیاً، به طور ضمنی، یک معیار اندازه گیری از میزان

اطلاعاتی که در فرایند کاهش اطلاعات رد می شود، ارائه فعالیت دوم (وزن دهی، جمع آوری و طبقه بندی) می تواند فرض شود که به منظور بهبود بخشیدن توانایی ارائه کنندگان رتبه بندی برای تمایز قائل شدن بین شرکت ها مطابق با کیفیت حاکمیت شرکتی، باشد. یافته های تحقیق آنها نشان می دهد که عملاً، هیچ تفاوتی بین طبقه بندی شرکت ها بر مبنای وزن دهی و طبقه بندی بر مبنای وجود یا عدم وجود ویژگی ها وجود ندارد. در نتیجه فعالیت دو رد می شود اما نتیجه تحقیقات از فعالیت یک حمایت می کاربرد این یافته ها در اینست که عدم تقارن اطلاعاتی می تواند توسط یک استفاده زیرکانه از رتبه بندی حاکمیت شرکتی کاهش داده شود.

شاخص های در نظر گرفته شده برای کیفیت حاکمیت شرکتی

در تحقیقات اخیر حاکمیت شرکتی اشاره به مجموعه ای از مکانیزم ها کند که بر تصمیمات اخذ شده توسط مدیران در جایی که مالکیت از کنترل مجزا باشد، تأثیر می گذارد. بعضی از این مکانیزم های نظارتی عبارتند از: هیئت مدیره، سهامداران نهادی و عملکرد بازار برای کنترل شرکت ها. با رشد قابل ملاحظه در تحقیقات صورت گرفته روی حاکمیت شرکتی در کلیه زمینه های حسابداری، اقتصادی، مالی، مدیریت و استراتژی شرکت ها، به اهمیت موضوع حاکمیت شرکتی می توان پی برد. تحقیقات اخیر، این مسئله را مورد بررسی قرار دهد که آیا تفاوت می ساختار حاکمیت شرکتی، رفتارهای اجرایی را متأثر یا محدود می کند و یا یک تأثیر روی عملکرد سازمانی دارد.

نمونه ای از این تحقیقات عبارتند از: مورک ک، شلیفر و ویشنی (۱۹۸۸)، بیرد و هیکن (۱۹۹۲)، بریکلی، کولز و تری (۱۹۹۴)، پرمک (۱۹۹۶)، کور، هلتنسن و لارگر (۱۹۹۹)، کلین (۲۰۰۲)، گامپرز، ایشی و متریک (۲۰۰۳). تحقیقات صورت گرفته، دیدگاه هایی را درباره نقش حاکمیت شرکتی ارائه کرده است که نتایج حاصل از این تحقیقات نسبتاً ضد و نقیض هستند ولی در نهایت یک مجموعه یکپارچه از نتایج تحقیقات درباره اهمیت حاکمیت شرکتی برای درک رفتار مدیران و عملکرد سازمانی به وجود آمده است. لارکر و ریچاردسون در سال ۲۰۰۴، در تحقیق خود، مسائلی را که سبب بروز نتایج ضد و نقیض در تحقیقات صورت گرفته روی حاکمیت شرکتی شده است، مطرح کردند. بعضی از این مسائل عبارت بودند از: الف) شاخص های مورد استفاده در اکثر تحقیقات کم بوده ب) در تحقیقات از متغیرهای حاکمیتی متفاوت استفاده شده است،

ج) اندازه نمونه و ویژگی های خاص شرکت ها در نمونه متفاوت بوده اند د) مطالعات بیشتر بر مفاهیم آماری متکی بودند.

لارکر و ریچاردسون تحقیقی را با معیارهای جدید برای حاکمیت شرکتی از یک مجموعه جامع و کامل از شاخص ها ارائه کردند و این معیارهای جدید را برای نمونه بزرگی از شرکت ها و گستره ای

از متغیرهای مستقل به کار بردند. در این تحقیق، شاخص های حاکمیت شرکتی در ۷ طبقه کلی جمع آوری می شوند:

- (۱) ویژگی های هیئت مدیره (تعداد جلسات، تعداد اعضای هیئت، تعداد اعضای موظف و غیر موظف)
- (۲) میزان مالکیت سهام به وسیله اعضای هیئت مدیره و مدیر عامل
- (۳) میزان مالکیت سهام به وسیله سرمایه گذاران نهادی
- (۴) میزان مالکیت سهام به وسیله دارندگان سهام فعال
- (۵) میزان بدهی و تعداد دارندگان سهام ممتاز (۶) طرح های ضد کنترلی (آیا تعدادی از افراد هر سال به صورت فرمایشی در شرکت به عنوان اعضای هیئت مدیره منصوب می شوند) (۷) متشکل سازی در اتحادیه (وجود یک قرارداد گروهی).

نقش هیئت مدیره در کیفیت حاکمیت شرکتی

بر اساس یک تعریف عمومی، حاکمیت شرکتی را می توان نظامی نامید که شرکت ها با آن، هدایت کنترل می شوند (حساس یگانه، ۱۳۸۳ الف). پس در این میان، جایگاه هیئت مدیره شرکت به عنوان نهاد هدایت کننده ای که نقش مراقبت و نظارت بر کار مدیران اجرایی را به منظور حفظ منافع مالکیتی سهامداران بر عهده دارد، بیش از پیش اهمیت یابد.

بدین ترتیب، چنین بر می آید که رمز موفقیت یک شرکت، در گروی هدایت مطلوب آن است. به گونه ای توان ادعا کرد که راز جاودانگی شرکت های معروف و خوش نام در برخورداری آنها از یک هیئت مدیره موثر و کارا نهفته است. توصیه هایی که برای هیئت مدیره مطلوب در آیین نامه های حرفه ای گوناگون ارائه گردیده به شرح ذیل باشد :

جلسات هیئت مدیره باید به صورت منظم برگزار شود، در هیئت مدیره باید توازن قوای مطلوبی برقرار باشد، نباید اجازه داده شود که یک شخص خاص، بر جلسات هیئت مدیره و فرایند تصمیم گیری در آن مسلط شود، اعضای هیئت مدیره باید با بلند نظری به پیشنهادهای اعضای دیگر توجه کنند، اطمینان متقابل در بین اعضای هیئت مدیره باید در سطح بالایی قرار داشته باشد، اعضای هیئت مدیره باید دارای صفات عالی اخلاقی و درجه والایی از درستکاری، راستی و امانت داری باشند، بین اعضای هیئت مدیره، باید روابط قوی و ارتباط های مؤثری وجود داشته باشد، هیئت مدیره باید مسئولیت صورت های مالی را بر عهده گیرد، اعضای غیر موظف هیئت مدیره باید دارای دیدگاه مستقلی باشند، هیئت مدیره باید آمادگی پذیرش افکار و راهبردهای جدید را داشته باشد، اعضای هیئت مدیره نباید در مقابل تغییر و تحولات سازنده مقاومت کنند، هیئت مدیره باید از ماهیت پویایی برخوردار باشد، هیئت مدیره باید دارای درک عمیقی از کسب و کار شرکت باشد، هیئت مدیره باید ریسک های ذاتی مربوط به فعالیت های تجاری شرکت را بشناسند، هیئت مدیره باید آمادگی تحمل ریسک های حساب شده را داشته باشد، هیئت مدیره

باید مراقب مسائل مطرح شده از سوی ذینفعان شرکت باشد و برای برخورد فعال با آنها آمادگی لازم را کسب کند، از آنجا که اهمیت موضوع آموزش، پیوسته در حال افزایش است، اعضای هیئت مدیره باید در دوره های آموزشی لازم شرکت کنند. گری در سال ۱۹۶۶ با اتکاء بر تجارب شخصی حضور در هیئت مدیره شرکت های گوناگون و سوابق علمی خود، مسائل و مشکلات موجود در هیئت مدیره شرکت ها را مطرح کرده است. یکی از انتقادهای او این است که هیئت مدیره زمان زیادی را صرف "مدیریت" و زمان بسیار کمی را صرف "هدایت" امور می کند. در این راستا، گرت "هدایت" را به عنوان راهنمایی و رهبری تعریف می کند. در ادامه به معرفی محرک هایی می پردازیم که به منظور حصول اطمینان از اثر بخشی هیئت مدیره توصیه می شود.

تفکیک وظایف رئیس هیئت مدیره و مدیر عامل

در گزارش کدبری توصیه شده که بین اعضای هیئت مدیره باید توازن قوا وجود داشته باشد تا هیچ قادر به کنترل "بی قید و شرط" فرایند تصمیم گیری در شرکت نباشد. علاوه بر این، تقسیم مسئولیت ها در سطح عالی شرکت، باید به روشنی مشخص شده باشد تا از توازن قوا و حدود اختیارات اعضای هیئت مدیره اطمینان کافی حاصل شود. پس از گزارش کدبری، گزارش هیگز (۲۰۰۳) دوباره بر اهمیت تفکیک وظایف رئیس هیئت مدیره و مدیر عامل در شرکت های انگلیسی تأکید شده است. هیگز اعلام کرده بود که با توجه به توصیه های گزارش کدبری و تا زمان گزارش وی، حدود ۹۰ درصد از شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار، وظایف رئیس هیئت مدیره و مدیر عامل را از یکدیگر تفکیک کرده بودند. این امر تأثیر ماندگار گزارش کدبری را بر شرکت های انگلیسی نشان می بر اساس پژوهش های علمی انجام شده، تفکیک وظایف رئیس هیئت مدیره و مدیر عامل، از جمله محرک هایی به شمار آید که به دلیل اعطای استقلال بیشتر در تصمیم گیری، موجب کاهش مشکلات نمایندگی و دهد.

بهبود عملکرد شرکت شود (دونالدسون و دیویس، ۱۹۹۴). برخی از تحقیقات نیز نشان می دهد که تفکیک وظایف، واقعاً موجب بهبود قابل ملاحظه در عملکرد مالی شرکت شده است (پیل و اودانل، ۱۹۹۵). البته نتایج مذکور تا آن اندازه متقاعد کننده به شمار نمی آید که در عمل، شاهد تفکیک وظایف رؤسای هیئت مدیره و مدیران عامل شرکت ها باشیم (دیلی و دالتون، ۱۹۹۷).

یکی از موضوع هایی که مطالعات علمی زیادی در زمینه آن صورت گرفته، بررسی رابطه میان جا به جایی در مدیریت عالی شرکت، عملکرد مالی آن و استفاده از محرک های حاکمیت شرکتی مانند تفکیک وظایف در شرکت ها می باشد. در این پژوهش ها، از متغیر جا به جایی در مدیریت عالی به عنوان نشانه ای از کیفیت اعمال حاکمیت شرکتی استفاده شده است. زیرا چنین فرض می شود که در صورت وجود نظام مطلوب حاکمیت شرکتی، مدیران ناکارا و غیر مؤثر قبل از اینکه موجب ضرر و زیان شرکت گردند، از کار برکنار می شوند. در شرکت دارای ساز و کارهای مطلوب "حاکمیت شرکتی از قبیل تفکیک

وظایف و یا ترکیب بهینه ای از مدیران موظف و غیر موظف، به احتمال زیاد نظارت موثرتری بر مدیریت صورت می گیرد. البته باید در نظر داشت که وجود جابه جایی های گسترده در مدیریت عالی شرکت، همواره به معنای جایگزینی مدیران ضعیف تر توسط مدیران قوی تر نیست. بلکه ممکن است در پشت پرده این تغییرات، انگیزه های پنهان دیگری نیز در کار باشد و موجب راه نیافتن افراد شایسته تر به هیئت مدیره شود. با این حال، با فرض جایگزینی مدیران "بد" توسط مدیران "خوب" می توان ادعا کرد که در شرکت هایی که نرخ جابه جایی مدیریت عالی آنها بالاست، ساز و کارهای بهتر حاکمیت شرکتی و اثربخشی بیشتر اعضای هیئت مدیره، زمینه ساز دستیابی به عملکرد مالی مطلوب تری خواهند شد. نقش مدیران غیر موظف در حاکمیت شرکتی از دیدگاه تئوری نمایندگی، حضور مدیران غیرموظف مستقل در هیئت مدیره شرکت ها و عملکرد نظارتی آنان به عنوان افرادی مستقل، به کاهش تضاد منافع موجود میان سهامداران و مدیران شرکت در جلسات هیئت مدیره کمک شایان توجهی می کند. البته باید توجه داشت که مدیران اجرایی شرکت، نقش مهمی را در ایجاد ترکیب مناسبی از مدیران موظف و غیر موظف در میان اعضای هیئت مدیره، ایفا می کنند. وجود چنین ترکیبی، از عناصر اصلی یک هیئت مدیره کارا و موثر محسوب می شود. زیرا در حالی که مدیران موظف، اطلاعات ارزشمندی در باره فعالیت های شرکت ارائه می کنند. مدیران غیر موظف با دیدگاهی حرفه ای و بی طرفانه، در مورد تصمیم گیری های مدیران مذکور به قضاوت می نشینند. بدین ترتیب، هیئت مدیره شرکت با دارا بودن تخصص، استقلال و قدرت قانونی لازم، یک ساز و کار بالقوه توانمند حاکمیت شرکتی به حساب می آید (بیرد و هیکن، ۱۹۹۲، ص ۱۹۶).

گزارش کدبری توصیه کرده است که هیئت مدیره باید حداقل دارای سه عضو غیر موظف باشد تا اعضای مزبور، توان تأثیرگذاری بر تصمیم های هیئت مدیره را داشته باشند. در این گزارش، همچنین، قید شده است که اکثریت مدیران غیر موظف باید مستقل از شرکت باشند و نباید هیچگونه رابطه ای داشته باشند که استقلال آنان را با مخاطره روبرو سازد. در گزارش کدبری تأکید شده است که انتخاب مدیران غیر موظف، تصمیم گیری مهمی به شمار می آید و باید از طریق یک فرایند رسمی گزینش صورت پذیرد تا بیش از پیش موجب تقویت استقلال هیئت مدیره شود.

در گزارش همپل در سال ۱۹۹۸، وظیفه و نقش مدیران غیر موظف مورد بازنگری قرار گرفته است ولی پیشنهادی در مورد افزایش تعداد مطلوب آنان در هیئت مدیره، ارائه نشده است. از سود دیگر، ترکیب مطلوب پیشنهادی اعضای موظف و غیر موظف هیئت مدیره در قانون جامع سال ۱۹۹۸ نسبت به تعداد توصیه شده در قانون کدبری تغییری نداشته است. در هر دو قانون تأکید شده که تعداد مدیران غیر موظف نباید کمتر از یک سوم تعداد اعضای هیئت مدیره باشد. در حقیقت به نظر می رسد که پیشنهادهای مطرح شده در گزارش همپل مبنی بر تأکید بیش از حد بر نقش نظارتی مدیران غیر موظف، گمراه کننده بوده

است. - گزارش هیگز در مورد نقش و وظایف مدیران مستقل در آوریل ۲۰۰۲، پاتریشیا هیوویت و گوردون براون، وزیرای کشور و خزانه داری انگلستان، به درک هیگز مأموریت دادند تا پس از انجام بررسی های لازم، گزارشی را در مورد نقش و وظایف مدیران مستقل، تهیه کند. گزارش مذکور در واقع معادل انگلیسی قانون ساربینز - آکسلی در سال ۲۰۰۲ به شمار می آید که در ایالات متحده و در واکنش به مسائل و مشکلات در رابطه با ماجرای فروپاشی انرون به تصویب رسیده بود. متن پیشنهادی در ژوئن ۲۰۰۲ انتشار یافت و از اشخاص ذی علاقه خواسته شد تا نظر خود را راجع به آن اعلام دارند. مأموریت کمیته هیگز در متن پیشنهادی بیان می کرد که هدف از بررسی های انجام شده، پی جوی مختصر و مستقلی درباره نقش، وظایف و اثر بخشی مدیران غیر موظف در انگلستان است. اهداف تعیین شده برای کمیته مشخص می کرد که بررسی های هیگز باید شامل موارد زیر باشد:

- فراهم ساختن اطلاعاتی درباره تعداد، مشخصات و نحوه انتخاب مدیران غیر موظف و چگونگی استخدام تعداد بیشتری از افراد لایق و شایسته به منظور سپردن مسئولیت مذکور به آنان
- تعیین محدوده ای که مدیران غیر موظف در عمل "استقلال" خود را در چارچوب آن حفظ می کنند
- مشخص کردن میزان اثربخشی مدیران غیر موظف شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار انگلستان
- ارزیابی مسئولیت پاسخگویی مدیران غیر موظف
- مطالعه مباحث و مسائل متعدد مطرح شده در زمینه حقوق و مزایای مدیران غیر موظف
- ارائه توصیه هایی برای بهبود سطح کیفی، استقلال و اثربخشی مدیران غیر موظف. گزارش نهایی هیگز در ۲۰ ژانویه ۲۰۰۳ منتشر شد. پژوهش هیگز از سه بخش تشکیل شده است: - داده هایی در مورد اندازه، ترکیب و اعضای هیئت مدیره و کمیته های مرتبط، برای ۲۲۰۰ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار انگلستان، به علاوه اطلاعاتی در مورد سن و جنسیت مدیران آنها - تحقیقی درباره ۶۰۵ تن از مدیران موظف، مدیران غیر موظف و رؤسای هیئت مدیره شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار انگلستان که توسط سازمان ملی نظر سنجی و در آگوست ۲۰۰۲ انجام شده بود. مصاحبه با ۴۰ تن از مدیران شرکت های برتر پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار که توسط پژوهشگران دانشگاهی و به صورت میدانی اجرا شده بود.

اولین و مهمترین توصیه مطرح شده در گزارش هیگز این بود که باید نیمی از اعضای هیئت مدیره شرکت متشکل از مدیران مستقل غیر موظف باشند. این پیشنهاد، پیشرفت قابل توجهی نسبت به موارد مطرح شده در قوانین قبلی به شمار می آید و همچنین، با اظهار نظر گزارش همپل مبنی بر تأکید بیش از حد بر نقش نظارتی مدیران غیر موظف در تضاد بود. او اعتقاد داشت که برای کسب اطمینان از کارایی عملکرد مدیران غیر موظف در اجرای نقشی که بر عهده دارند، باید پشتیبانی کاملی از آنان به عمل آید و دوره های

آموزشی بیشتری برای آنها ترتیب داده شود. از سوی دیگر مدیران غیر موظف معمولاً تمایل چندانی به شرکت در دوره های آموزشی از خود نشان نمی دهند.

توصیه دیگری که در گزارش هیگز مطرح می شود اینست که برقراری یک ارتباط مهم، ارزشمند و اجتناب ناپذیر با سهامداران، از وظایف مدیر غیر موظف به شمار می آید. این مطلب به احتمال زیاد موجب انجام پیشرفته ترین و سازنده ترین توصیه های ممکن شده، زیرا هیگز در این بخش، به ترغیب برقراری ارتباط میان دو ساز و کار اساسی نظام حاکمیت شرکتی، یعنی نقش مدیران غیر موظف و نقش سرمایه گذاران نهادی پرداخته است. چنین رابطه ای منجر به هم افزایی می شود. این گزارش پیشنهاد می کند که مدیران غیر موظف باید مسئولیت مستقیم مسائل مربوط به سهامداران را بر عهده گیرند و به شکلی موثر، از حقوق آنها در سطح هیئت مدیره دفاع کنند. توصیه دیگر گزارش هیگز برای مدیران ارشد غیر موظف اینست که این مدیران باید جلسات منظمی را با سهامداران شرکت داشته باشند و از نزدیک با مسائل و مشکلاتی که همواره میان شرکت و سهامداران نهادی بزرگ وجود دارد، آشنا شوند. این پیشنهاد، شیوه دیگری برای تقویت نقش نظارتی مدیران غیر موظف و سهامداران نهادی می باشد.

کمیته های فرعی هیئت مدیره

به منظور نظارت دقیق عملیات شرکت، هیئت مدیره باید کمیته های مختلفی را جهت بهبود کارایی و اثربخش عملیات خود ایجاد کند. هر یک از اعضای هیئت مدیره متناسب با تخصص خود می تواند رئیس یا عضو این کمیته ها باشد. بدین منظور حداقل سه کمیته راهبری شامل کمیته های انتصاب، پاداش و حسابرسی به عنوان ستاد هیئت مدیره تشکیل گردند.

کمیته انتصاب

این کمیته، اشخاص ذی صلاح را برای مدیریت ارشد شرکت یافته، همچنین صلاحیت نامزدهای هیئت مدیره را بررسی می کند (بنویدی، مجید). در سیستم قدیمی حاکمیت، مدیر عامل، اشخاصی را که خود صلاح دانست برای عضویت در هیئت مدیره در جلسه مجمع عمومی نامزد کرده، به سهامداران معرفی می نمود. به طور معمول آنها نیز رأی آورده و پس از آن تابع مدیر عامل بودند. مدیر عامل نیز بدون ترس از افراد حاضر در هیئت به دلخواه عمل می نمود. معمولاً، اکثریت اعضای این کمیته، افراد غیر موظف هستند و صلاحیت نامزدها را بررسی و به سهامداران اعلام می نمایند.

کمیته پاداش

این کمیته وظیفه دارد تا دستمزدها و پاداش های اعضای هیئت مدیره و مدیریت ارشد را با توجه به منافع سهامداران تعیین نماید. زمانی که، سیستم آنگولا آمریکا بیان داشت که باید برای همسویی منافع مدیران و مالکان، پاداش هایی برای آنها در نظر گرفته شود، ابتدا پاداش ها بر اساس عملکرد (سود)

شرکت در نظر گرفته شد. این موضوع حتی اگر باعث دستکاری سود توسط مدیریت نشود باعث دید کوتاه مدت مدیران می شود و در بلند مدت، سهامداران متضرر خواهند شد. پس از آن برنامه های بلند مدت پاداش مطرح گردید. این برنامه ها اگرچه باعث دید بلند مدت مدیران می شود ولی پیچیدگی آن باعث می شود تا روابط بین این گونه پاداش ها عملکرد مدیران نامشخص بماند کما اینکه در بسیاری از شرکت هایی که دچار بحران شدند، مدیران از اختیار خرید سهام زیادی برخوردار بودند و زمانی که از شرکت خارج می شدند، پاداش های زیادی را به خود اختصاص می دادند که به "حداحافظی طلایی" معروف شده بود. در زمان سقوط انرون، میزان اختیار خریدهای مدیران در حدود ۹۶ میلیون سهم (۱۳٪ سهام عادی) بود. دو نکته مهم قابل اشاره است: اول، اختیار خریدها اکثراً به ضرر شرکت نیست و کم هزینه ترین راه پاداش مدیران است تا اینکه کاهنده حقوق صاحبان سهام باشد. دوم، در قضیه انرون مشخص شد که زیاد بودن تعداد اختیار خریدها باعث افزایش انگیزه در دستکاری سود شده بود. مشخص شده است که مدیران ارشد انگیزه زیادی در بالا بردن قیمت سهام برای استفاده از اختیار خریدها دارند (کیسی و همکاران ۲۰۰۵).

در مرحله بعد با بهبود حاکمیت شرکت ها، کمیته ای ایجاد گردید که مهمترین وظیفه آن تعیین سیاست ها و روش های پاداش مدیران و در نهایت تعیین میزان پاداش مدیران بر اساس عملکرد آنها می باشد. مسئله مهم زیاد بودن پاداش مدیران نمی باشد بلکه پیدا کردن رابطه بین عملکرد مدیران و میزان پاداش می باشد.

بخش پنجم:

سازمان‌های توسعه‌ای

سازمان‌های توسعه‌ای به سازمان‌هایی گفته می‌شود که به ارائه خدمات توسعه‌ای و نوسازی صنایع مختلف می‌پردازند. هر چند این سازمان‌ها در قالب ساختارها و شخصیت‌های حقوقی مختلفی اعم از عمومی و خصوصی ایجاد می‌شوند؛ ولی شایع‌ترین نوع شکل‌گیری این سازمان‌ها در کشور، سازمان‌هایی هستند که در بدنه حاکمیت و در قالب شرکت‌های دولتی ایجاد شده و فعالیت می‌کنند.

شایان ذکر است مطابق قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی و مقررات اجرایی مربوط به آن، تاکنون سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران، سازمان توسعه و نوسازی معادن و صنایع معدنی ایران، سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران، شرکت ملی صنایع پتروشیمی، بانک توسعه صادرات ایران، بانک صنعت و معدن، بانک کشاورزی، بانک مسکن و بانک توسعه تعاون به عنوان سازمان‌های توسعه‌ای موضوع تبصره (۳) بند (الف) ماده (۳) قانون مورد بحث تعیین شده‌اند. ضمن آنکه در حوزه کشاورزی، شرکت مادر تخصصی مدیریت منابع آب ایران و شرکت شهرک‌های کشاورزی که با اصلاح اساسنامه یکی از شرکتهای مادر تخصصی موجود ایجاد می‌شود، بر اساس حکم قانون برنامه پنجم توسعه به این موارد اضافه شده‌اند.

در این گزارش قصد داریم به مجموعه مقررات حاکم بر این سازمان‌ها اعم از قوانین بالادستی و دیگر مقررات مصوب اشاره‌ای گذرا داشته باشیم.

سازمان‌های توسعه‌ای می‌توانند برای حوزه یا صنایع خاص یا برای مجموعه صنعت با پوشش جغرافیای محدود، منطقه‌ای و یا وسیع تعریف شوند. واضح است با توجه به نقشی که دولت‌ها برای این سازمان‌ها در اقتصاد ملی در نظر می‌گیرند، عملیات آن‌ها وابسته به بودجه عمومی دولت بوده که این موضوع نشان می‌دهد حمایت مالی دولت از این سازمان‌ها شرط بقا و دوام فعالیت مناسب و موثر این سازمان‌هاست. با این توضیح به احصای مقررات مربوطه می‌پردازیم:

۱ - ماده ۱۵۲ قانون برنامه پنجم توسعه در خصوص این سازمان‌ها مقرر می‌دارد: به دولت اجازه داده می‌شود در جهت تقویت سازمان‌های توسعه‌ای از طریق اعمال اصلاحات لازم در اساسنامه و مقررات ناظر بر آن‌ها و حذف موانع سرمایه‌گذاری صنعتی و معدنی با رویکرد تحرک، کارایی، خوداتکائی و خطرپذیری (ریسک) براساس مصوبات هیأت وزیران و با رعایت قانون نحوه اجرای سیاست‌های کلی اصل چهارم (۴۴) قانون اساسی اقدام قانونی به عمل آورد.

این ماده با هدف اصلاح ساختار سازمان‌های توسعه‌ای برای فعالیت پویا در بخش‌های صنعت و معدن نظر داشته و بر همین مبنا به چند اقدام و فرآیند ذیل اشاره نموده است.

۱ - اصلاح اساسنامه سازمانهای مزبور

۲ - رفع موانع سرمایه‌گذاری صنعتی و معدنی

۳ - ایجاد رویکرد تحرک و کارایی و خوداتکایی و خطرپذیری

پیش‌نیاز اساسی و ضروری برای عملیاتی شدن این حکم برنامه توسعه، شناسایی اصلیت‌ترین موانع سرمایه‌گذاری‌ها اعم از قوانین و مقررات و یا رویه‌های دستگاه‌های مجری می‌باشد. سازما نه‌ای توسعه‌ای با در نظر گرفتن فضای عمومی حاکم بر اقتصاد کشور، می‌تواند کارکردهای متفاوتی داشته باشند؛ ولی هدف عمومی از شکل‌گیری این نهادها، تقویت نظام پشتیبانی از کسب و کارها در زمینه‌های مختلف اقتصادی اعم از یک مرجع برای تامین منابع تا یک مشاور و متخصص برای حل مشکلات واحدهای مختلف اقتصادی است که انتخاب هر کدام از این کارکردها نیز بسته به آن است که دولت‌ها با توجه به وضعیت اقتصادی خود به چه رویکردی متمایل هستند.

۲ - همچنین در باب دیگری در بند «ل» ماده ۱۹۴ قانون برنامه پنجم با هدف توسعه روستایی، بر ایجاد شرکت شهرک‌های کشاورزی به منظور هدایت، راهبری و احداث توسعه زیرساخت مجتمع‌های کشاورزی، دامی و شیلاتی با اصلاح اساسنامه یکی از شرکتهای مادر تخصصی موجود در چارچوب سیاستهای کلی اصل (۴۴) تاکید شده است. ضمن آنکه سرمایه‌گذاری مشترک با بخشهای غیردولتی تا سقف ۴۹ درصد در چارچوب سیاستهای کلی اصل (۴۴) و از طریق شرکت مادر تخصصی «حمایت از توسعه سرمایه‌گذاری در بخش کشاورزی» و شرکت مادر تخصصی «مدیریت منابع آب ایران»، در زمینه توسعه کشاورزی با فناوری نوین، اقتصادی و بهره‌ور و طرحهای زیربنایی و نوپدید در بخشهای کشاورزی و منابع آب و توسعه مناطق روستایی و جوانسازی بافت جمعیتی مناطق روستایی و عشایری تجویز شده است. البته در این زمینه‌ها، دولت مکلف است سهام دولتی در بنگاه جدید را حداکثر ده سال پس از بهره برداری به بخشهای غیردولتی واگذار نماید. ۳ - شایان ذکر است نظر قانونگذار به سازما نه‌ای توسعه‌ای به این موارد محدود نمی‌شود و در یکی از احکام قانون حداکثر استفاده از توان تولیدی و خدماتی در تامین نیازهای کشور و تقویت آنها در امر صادرات و اصلاح ماده (۱۰۴) قانون مالیاتهای مستقیم مصوب ۱۳۹۱ / ۰۵ / ۰۱ مجلس شورای اسلامی، دولت موظف شده به منظور حمایت از سازما نه‌ای توسعه‌ای ضمن پیش‌بینی منابع مالی لازم در بودجه سنواتی آنها، سود شرکتهای تابعه را مطابق آنچه در بودجه سالانه مشخص می‌شود، پس از کسر سهم دولت به همراه منابع حاصله از فروش اموال و دارایی‌های آنها با رعایت قانون اجرای سیاستهای کلی اصل (۴۴) در اختیار سازما نه‌ای مذکور قرار دهد. ۴ - همچنین در قانون اصلاح قانون معادن مصوب مورخ ۲۲ / ۸ / ۱۳۹۰ مجلس شورای اسلامی، به وزارت صنعت، معدن و تجارت اجازه داده شده از طریق سازمانهای توسعه‌ای با رعایت قوانین و مقررات مربوط، در صورت عدم وجود متقاضی از بخش غیردولتی، نسبت به اکتشاف و شناسایی ذخایر معدنی در مناطق کمتر توسعه یافته اقدام نماید.

مجموع موارد فوق نشان می‌دهد قانونگذار در قبال سازمانهای توسعه‌ای رویکرد نوینی را انتخاب نموده و از طریق اجرای این قبیل سیاست‌ها، در وهله نخست بر توسعه مناطق کمتر توسعه یافته و سپس گسترش حوزه‌های نوین با فناوری پیشرفته و طرحهای زیربنایی و نوپدید در بخش‌های مختلف اقتصادی تاکید دارد.

۵- در همین راستا ماده ۱۰ لایحه حمایت از تولید در راستای اجرای سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی در خصوص سازمانهای توسعه‌ای مقرر می‌دارد: «سازمان‌های توسعه‌ای شامل «سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران»، «سازمان توسعه و نوسازی معادن و صنایع معدنی ایران»، «سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران» و «شرکت ملی صنایع پتروشیمی» صرفاً بر اساس قوانین اساسنامه‌های مربوطه اداره گردیده و مشمول قوانین و مقررات مغایر آنها نمی‌گردند، حتی اگر در سایر قوانین ذکر نام شده باشد».

۶- در قانون اجرای سیاستهای کلی اصل چهل و چهارم (۴۴) قانون اساسی، تبصره (۳) بند (الف) ماده (۳) آن به شرح زیر اصلاح و دو تبصره به عنوان تبصره‌های (۴) و (۵) به آن الحاق می‌گردد: تبصره ۳ سازمانهای توسعه‌ای مصوب دولت پس از فراخوان عمومی از سوی وزارتخانه یا شرکت مادر تخصصی ذی‌ربط و احراز عدم تمایل بخشهای غیردولتی برای سرمایه‌گذاری بدون مشارکت دولت در طرحهای اقتصادی موضوع فعالیتهای گروه یک ماده (۲) این قانون در مناطق کمتر توسعه‌یافته می‌توانند به هر میزان اقدام به سرمایه‌گذاری مشترک با بخشهای غیردولتی نمایند. سهام یا قدرالسهم دولتی ناشی از این نوع مشارکت باید ظرف حداکثر سه سال پس از بهره‌برداری با رعایت مقررات این قانون واگذار شود. نوع طرحهای اقتصادی، نحوه فراخوان و حد مجاز سرمایه‌گذاری دولت در هر مورد باید توسط وزارتخانه ذی‌ربط، وزارت امور اقتصادی و دارایی و معاونت برنامه‌ریزی و نظارت راهبردی ریاست جمهوری به طور مشترک تهیه شود و به تصویب هیأت وزیران برسد. دولت موظف است فهرست و مشخصات این طرح‌ها و سرمایه‌گذاری‌ها را همه‌ساله به صورت جداگانه و پیوست لوایح بودجه سنواتی به مجلس شورای اسلامی اعلام نماید. حکم این تبصره تا پایان قانون برنامه پنجساله پنجم توسعه جمهوری اسلامی ایران اعتبار دارد. تبصره ۴ سازمانهای توسعه‌ای مجازند منابع داخلی خود را با اولویت به صورت وجوه اداره شده نزد بانکهای توسعه‌ای دولتی برای اعطاء تسهیلات یا کمک به طرحهای مصوب در حوزه‌های نوین با فناوری پیشرفته به بخشهای غیردولتی اختصاص دهند. همچنین این سازمان‌ها می‌توانند تا سقف چهل و نه درصد (۴۹٪) با بخشهای غیردولتی به صورت مشترک در حوزه‌های نوین با فناوری پیشرفته سرمایه‌گذاری نمایند و در این صورت موظفند حداکثر ظرف سه سال پس از بهره‌برداری، سهام یا قدرالسهم خود را مطابق مقررات این قانون واگذار نمایند. نام سازمانهای توسعه‌ای ذی‌ربط و سرمایه‌گذاریهای موضوع این بند در هر مورد قبل از اجراء باید به تصویب هیأت وزیران برسد و فهرست آنها همه ساله به صورت جداگانه و پیوست

لوايح بودجه سالانه به مجلس شورای اسلامی اعلام شود. تبصره ۵ سازمان صنايع کوچک و شهرکهای صنعتی ایران به عنوان سازمان توسعه‌ای تعیین می‌شود و کلیه شرکت‌های استانی تابعه آن مطابق مقررات این قانون مشمول واگذاری می‌باشند. به منظور فراهم نمودن امکانات واگذاری شرکت‌های یادشده، هرگونه فعالیت حاکمیتی غیرقابل واگذاری آن‌ها با تشخیص کارگروه مشترک معاونت توسعه مدیریت و سرمایه انسانی ریاست جمهوری، وزارتخانه‌های اموراتصادی و دارایی و صنايع و معادن و تصویب هیأت وزیران، به سازمان‌های صنايع و معادن استان‌ها و یا سایر دستگاه‌های اجرائی مربوط، نظیر استانداری‌ها منتقل می‌شود. پس از آن نیز تبصره ۵ فوق توسط مصوبه دیگری به شرح ذیل در مجلس اصلاح گردید.

۷- در خصوص سازمان‌های توسعه‌ای می‌توان به مصوبه مجلس شورای اسلامی در ۲۸ مهرماه ۱۳۹۲، در جریان بررسی طرح اصلاح تبصره ۵ بند الف ماده ۳ قانون اصلاح قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی با تعیین سازمان صنايع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران و شهرهای تابعه استان آن، به عنوان سازمان توسعه‌ای اشاره نمود. در ماده واحده تبصره ۵ بند الف ماده ۳ قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی آمده است که این ماده واحده مصوب ۳/۲۵ / ۱۳۸۷ است و اصلاحات بعدی آن به شرح ذیل است: تبصره ۵ سازمان صنايع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران و واحدهای تابعه استانی آن، به عنوان سازمان توسعه‌ای تعیین می‌شود و امور حاکمیتی آن‌ها مشمول واگذاری نمی‌باشد. واگذاری شهرک‌ها و نواحی صنعتی به مالکان واحدهای مستقر در آن‌ها کماکان و طبق قانون نحوه واگذاری مالکیت و اداره امور شهرک‌های صنعتی مصوب ۲/۳۱ / ۱۳۸۷ انجام می‌پذیرد و وزارت صنعت، معدن و تجارت مکلف است تا پایان برنامه پنجساله پنجم توسعه جمهوری اسلامی ایران نسبت به اجرای کامل قانون و انتقال مدیریت به شرکت‌های خدماتی مذکور در قانون فوق اقدام کنند.

دلیل شکل‌گیری سازمان‌های توسعه‌ای

اما نکته اساسی در این خصوص علت حضور دولت در بحث‌های توسعه اقتصادی است. نظریه اقتصادی دولت این است که طیف خدمات صنعتی برای جبران کاستی‌های بازار در ارائه خدمات پشتیبان مورد نیاز شرکت‌ها و تکمیل بالندگی فضای کسب و کار صنعتی در کوتاه‌مدت ضرورت دارد. اما تاکید شده است که ایجاد نظام طبیعی جایگزینی که در بلندمدت به شکل پویایی خدمات مورد نیاز را ایجاد کند، خود بخش مهمی از خدمات مورد نیاز صنعتی است. دولت می‌گوید ضرورت سازمان‌های توسعه‌ی و کارکردهای ویژه مبتنی بر نیازهای صنعت و شرایط خاص هر کشور می‌تواند فرآیند توسعه مفهوم، سازمان‌های توسعه‌ی را به شکل زیر تبیین کرد: ابتدا با بیان نقش دولت‌های کارآمد در توسعه صنعتی، نگاه الزامی به حضور هوشمندانه دولت برای مشارکت در توسعه صنعتی تشریح می‌شود؛ به عبارتی نقشه حضور مداخله دولت در صنعت از سوی نماینده آنها- سازمان‌های توسعه- معرفی می‌شود.

اما در مقابل دیدگاه دیگری مبنی بر نیاز به عدم حضور دولت در این بحث وجود دارد. آسیب‌پذیر شدن صنایعی که توسط سازمان‌های توسعه شکل می‌گیرد، نظریه‌ی است که از سوی اقتصاددانان نولیبرال مطرح می‌شود. این نگره استوار بر این است که اصولاً بازارها کارا و دولت‌ها ناکارآمد هستند. تخصیص منابع در واکنش به بازار آزاد به‌خوبی انجام می‌گیرد و بهترین سیاست صنعتی‌شدن، حذف تمام دخالت در بازارهاست. علت گرایش به این نگرش تا اندازه‌ی بی‌ناتوانی شدید و عدم کارایی استراتژی سنتی جایگزینی واردات که بسیاری از کشورهای در حال توسعه، فرآیند صنعتی‌کردن خود را با آن آغاز کرده بودند بر می‌گردد. موفقیت کشورهای آسیای جنوب شرقی در استراتژی صادرات‌گرا باعث نامطلوب جلوه‌کردن همه اشکال دخالت دولت شد. جهت‌گیری صادراتی به عنوان رویکرد بی‌طرفی و خنثایی در تجارت شناخته شد که مفهوم آن معادل بود با آزادی تجارت، آزادبودن تمام اشکال ارتباطات بین‌المللی اعم از FDI یا ورود تکنولوژی‌ها، عدم دخالت در تخصیص منابع داخلی و بالاخره دولت آزادی‌خواهی که تولیدکننده کالاهای عمومی اساسی، تعیین‌کننده چارچوب حقوقی و قواعد بازی و کنترل‌کننده خوب اقتصاد کلان است.

تشکل‌ها به جای سازمان‌های توسعه‌ای

واقعیت این است که امروز اکثر مسوولان دولتی از نیاز به بازگشت سازمان‌های توسعه‌ی بی‌اهداف اصلی صحبت می‌کنند اما سوال این است که اصولاً این اهداف با نیازهای امروز ایران سازگار است؟ سازمان‌های توسعه‌ی بی‌اهداف در شرایطی شکل گرفتند که نهادی برای پذیرش مسوولیت توسعه صنایع وجود نداشت. تجربه صنایع در ایران محدود بود و این سازمان بیش از آنکه به فکر ایجاد صنعت باشد به فکر تشویق فعالان تجاری به حضور در بحث‌های صنعتی شد. اما امروز تجربه طولانی در بخش خصوصی شکل گرفته است. صنایع زیادی توسط بخش خصوصی اداره شدند و تجربه بحران‌های مختلف در اقتصاد در بین فعالان اقتصادی وجود دارد. در حقیقت شرایط به گونه‌ی است که بحث‌های توسعه‌ی بی‌اهداف را که دولت تصمیم دارد در اختیار یک ارگان دولتی به عنوان سازمان توسعه قرار دهد می‌تواند در اختیار یک نهاد بخش خصوصی باشد. تشکل‌های بخش خصوصی در دهه‌های گذشته به شدت رشد کرده‌اند و امروز در بحث‌های سیاست‌گذاری حضوری فعال دارند. در حقیقت می‌توان بسیاری از وظایف سازمان‌های توسعه‌ی بی‌اهداف را به عنوان وظایف تشکل‌های مادر مطرح کرد و دولت صرفاً بر عملکرد این تشکل‌های مادر در این خصوص نظارت کند.

مقایسه سازمان‌های توسعه‌ای در ایران و جهان

در زنجیره توسعه اقتصادی و صنعتی، سازمان‌های توسعه‌ای نقش حلقه جایگزین، برای حلقه‌های خالی و مفقوده را بازی می‌کنند. به عبارت دیگر، این سازمان‌ها، تسهیل و تسریع‌کننده ارتباطات و عملیات در

صنعت و اقتصاد هستند. تسهیل فعالیت‌های صنعتی از طریق توسعه تکنولوژی در کشور، شبکه گسترش و به هم رسانی کسب‌وکارها، توسعه مدیریت و منابع انسانی، توسعه صادرات، گسترش سرمایه‌گذاری و جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی از سوی سازمان‌های توسعه‌ای صورت می‌گیرد. در ایران نیز سازمان گسترش و نوسازی صنایع یکی از قدیمی‌ترین سازمان‌های توسعه‌ای کشور است که بعد از اجرای سیاست‌های اصل ۴۴ قانون اساسی با چالش‌هایی روبه‌رو شده است. بر اساس گزارشی که معاونت پژوهش‌های زیربنایی و امور تولیدی مرکز پژوهش‌های مجلس در مورد کارکردهای سازمان‌های توسعه‌ای در ایران و جهان منتشر کرده سازمان‌های توسعه‌ای، نهادهایی هستند که با توجه به شرایط و ویژگی‌های اقتصاد و صنعت، نیازمندی‌های آنها و جهت‌گیری راهبردی اقتصاد و صنعت کشور و در نبود سازمان‌های مشابه و فعالان اقتصادی و صنعتی خصوصی، به طراحی خدمات به‌طور عام و در جهت توسعه اقتصاد و به‌طور خاص در راستای توسعه صنعتی می‌پردازند. سازمان‌های توسعه‌ای ابزار موثر دولت برای ایجاد فعالیت‌های جدید و ضروری برای کشور و همچنین بسترسازی و ظرفیت‌سازی برای توانمند کردن نهادهای اقتصادی هستند که بخش خصوصی به‌دلیل عدم توان تامین مالی، ریسک بالا، دیربازده بودن و... قادر یا مایل به انجام آن نیست. بر اساس این گزارش، اگر سه رکن اساسی اقتصاد را دولت، صنعت (طرف عرضه) و بازار (طرف تقاضا) تعریف کنیم، در این صورت سازمان‌های توسعه‌ای، حلقه رابط بین این سه رکن به‌منظور تسهیل ارتباطات و تسریع در عملیات به شمار می‌آیند. حتی پیشرفته‌ترین کشورها با عنایت به ویژگی‌ها و نیازمندی‌های اقتصادی، خود دارای نهادهای توسعه‌ای هستند. «بنگاه توسعه اقتصادی در آمریکا»، «مرکز توسعه صنایع در چین»، «آژانس گسترش صنایع و ارتقای سرمایه‌گذاری در ایتالیا»، «سازمان توسعه صنعتی در مالزی» و «سازمان توسعه تکنولوژی صنعتی و انرژی جدید در ژاپن»، مصادیق بارز این سازمان‌های توسعه‌ای است. چنان‌که شواهد نشان می‌دهد این سازمان‌ها نقش موثری در توسعه صنعتی آسیا، آمریکای لاتین و همچنین سایر مناطق داشته‌اند. بر مبنای پژوهش‌های صورت گرفته، خدمات گسترش و نوسازی صنعتی را که نهادهای توسعه‌ای مختلف در دنیا ارائه می‌کنند، می‌توان در ۶ گروه طبقه بندی کرد که شامل: توسعه تکنولوژی؛ خوشه‌سازی، شبکه گسترش و به‌هم‌رسانی کسب و کارها؛ توسعه مدیریت و منابع انسانی؛ توسعه صادرات؛ گسترش سرمایه‌گذاری و جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی است.

وضعیت سازمان‌های توسعه‌ای در جهان

از ۶۴ سازمان توسعه‌ای مورد بررسی در جهان، ۳۳ سازمان در آسیا، ۲۰ سازمان در آمریکا و کانادا، ۶ سازمان در اروپا، ۳ سازمان در استرالیا و ۲ سازمان در آفریقا قرار دارند. طبق این بررسی، بیشترین تعداد سازمان‌های توسعه‌ای در آسیا (ژاپن ۱۰، کره ۸ و مالزی ۷) و کمترین سازمان‌های توسعه‌ای در آفریقا بوده‌اند. نحوه فعالیت سازمان‌ها و نهادهای توسعه‌ای صنعتی مورد بررسی در جدول آمده است. نتایج فعالیت‌های سازمان‌های توسعه‌ای مویید این نکته است که بیشترین فعالیت‌های سازمان‌های توسعه‌ای بر ارائه کمک‌های غیرمالی، کمک به توسعه تکنولوژی و کمک به توسعه سرمایه‌گذاری متمرکز شده و در مجموع بیش از ۷۰ درصد فعالیت سازمان‌های توسعه‌ای در جهان را به خود اختصاص داده است. تمرکز فعالیت‌ها در سازمان‌های توسعه‌ای موجود در آمریکا و کانادا به‌طور عمده به استقرار سیستم‌های اطلاعاتی و اطلاع‌رسانی، ارائه خدمات مشاوره علمی، مدیریتی، فنی، آموزش آکادمیک و حرفه‌ای، تسهیلگری، هماهنگی و ایجاد همکاری و گسترش مطالعات و تحقیقات قرار دارد.

در سازمان‌های توسعه‌ای آفریقایی، فعالیت‌ها بیشتر بر انتقال دانش، تکنولوژی، حمایت از تحقیقات و توسعه رقابت متمرکز است.

تمرکز فعالیت‌های سازمان‌های توسعه‌ای کشورهای آسیایی، حول محورهای گسترش مطالعات و تحقیقات، کمک به قانون‌گذاری، سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی، استقرار سیستم‌های اطلاعاتی و اطلاع‌رسانی، ارائه خدمات مشاوره علمی، مدیریتی و فنی قرار گرفته است. بررسی‌ها نشان می‌دهد بیشتر سازمان‌ها و نهادهای توسعه‌ای در آمریکا و کانادا دارای مالکیت خصوصی هستند، ولی اغلب سازمان‌ها و نهادهای توسعه‌ای کشورهای آسیایی (کره، ژاپن و مالزی) و اروپایی به شکل دولتی و نیمه دولتی اداره می‌شوند. خدمات و تسهیلاتی که سازمان‌های توسعه‌ای دولتی ارائه می‌کنند مشابه سازمان‌های توسعه‌ای خصوصی بوده و تفاوت در مالکیت و منبع تامین مالی آنها است. سازمان‌های توسعه‌ای خصوصی عمدتاً تحت تاثیر و نفوذ اعضا قرار می‌گیرند. در سازمان‌های توسعه‌ای دولتی، نقش دولت بسیار اهمیت دارد و این سازمان‌ها می‌توانند در قوانین و مقررات و سیاست‌ها و رویه‌های دولتی شامل صدور مجوز تولید، ارائه مشوق‌هایی برای بخش‌های تولیدی، مشارکت دولت در سرمایه‌گذاری‌های مشترک صنعتی و مشوق‌ها یا معافیت‌های مالیاتی مرتبط با توسعه صنعت، تاثیرگذار و تسهیل کننده باشند. نتایج مطالعات نشان می‌دهد بالغ بر ۸۴ درصد نهادهای توسعه‌ای بررسی شده در آسیا، دولتی و نیمه دولتی هستند. این موضوع نشان می‌دهد که حتی در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه آسیایی، کارکرد و اهداف سازمان‌های توسعه‌ای، با مدیریت و مالکیت دولتی و نیمه دولتی اداره می‌شود. البته با توجه به تجربیات مطرح شده، بنگاهداری،

خرید و فروش سهام، برگزاری نمایشگاه، تسهیلات برای ایجاد تعاونی ها، ایجاد پارک‌های صنعتی و تسهیلات برای نوسازی از جمله فعالیت‌هایی هستند که سازمان‌های توسعه‌ای در جهان، کمتر به انجام آن رغبت نشان می‌دهند.

در ایران نیز سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران یکی از باسابقه‌ترین سازمان‌های توسعه‌ای کشور است که طی ۴۶ سال در ایجاد صنایع بزرگ و تحرک صنایع وابسته به آنها فعالیت‌های مهمی انجام داده است. این فعالیت‌ها شامل صنایعی مانند خودرو، ماشین‌آلات کشاورزی، دریایی، تجهیزات نفت، گاز و پتروشیمی و... است. پس از ابلاغ و اجرای قانون سیاست‌های اصل ۴۴ و محول کردن وظیفه توسعه مناطق محروم به این سازمان (به عنوان سازمان توسعه‌ای در کشور) چالش‌ها و مشکلاتی برای این سازمان به وجود آمد. اصل ۴۴ و مشکلات پیش رو بر اساس گزارشی که مرکز پژوهش‌های مجلس منتشر کرده در حال حاضر این سازمان به‌خصوص پس از اجرای قانون سیاست‌های اصل ۴۴ در پنج محور دچار مشکل است. زمانبر بودن فرآیند تصویب طرح‌های توسعه‌ای، تخصیص ناکافی منابع حاصل از واگذاری، مشکلات مدیریت شرکت‌ها در دوره واگذاری، مشکلات ناشی از تعهدات شرکت‌ها بعد از واگذاری و واگذاری بخشی از سهام شرکت‌ها در قالب رد دیون از جمله این چالش‌ها است. با توجه به این چالش‌ها، مرکز پژوهش‌های مجلس پیشنهاد کرده است: ۱- با توجه به ادبیات اقتصادی موجود و کارکرد سازمان‌های توسعه‌ای در جهان و نیز وظایفی که در وضعیت کنونی بر عهده سازمان گسترش گذارده شده، لازم است اساس‌نامه این سازمان بنا به شرایط موجود و رویکردهای قانون اجرای اصل ۴۴ و قانون برنامه پنجم توسعه اصلاح شود. ۲- بخشی از منابع حاصل از واگذاری شرکت‌های زیرمجموعه سازمان به‌طور مستقیم به خود سازمان جهت مصرف در تکالیف توسعه‌ای پرداخت شود. ۳- در واگذاری شرکت‌ها اولویت‌بندی صورت گیرد و صرفاً شرکت‌هایی در فهرست واگذاری قرار گیرند که احتمال فروش و واگذاری آنها بالا است. ۴- در رابطه با کاهش یا پوشش ریسک ناشی از تعهدات و تضامین شرکت‌های زیرمجموعه نیز پیشنهاد می‌شود هنگام انعقاد قرارداد واگذاری، تمام دیون و تسهیلات و تضامین شرکت مشمول واگذاری به خریدار منتقل شود.

بخش ششم

الگوی کیفیت حاکمیت شرکتی در سازمانهای توسعه‌ای

با توجه به اینکه ارائه الگوی کیفیت شرکتی در سازمان‌های توسعه‌ای کاری دشوار می‌باشد لذا نویسنده این کتاب با الهام از نتایج پژوهش‌های گذشته و همچنین مطالعات میدانی انجام شده در این خصوص به ارائه الگویی در این زمینه پرداخته است لذا لازم است در این قسمت اشاره‌ای به پژوهش‌های پیشین داشته باشیم و سپس الگوی استخراجی نیز ارائه شود.

حساس‌یگانه و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهشی تحت عنوان رابطه بین کیفیت حاکمیت شرکتی و عملکرد شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران به این نتیجه رسیدند که هیچگونه رابطه معناداری بین کیفیت حاکمیت شرکتی و عملکرد شرکت وجود ندارد.

تقی نتاج و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی تحت عنوان تأثیر کیفیت حاکمیت شرکتی بر عملکرد مالی بانک‌ها با تأکید بر نقش تعدیل‌کنندگی کیفیت افشاء به این نتیجه رسیدند که کیفیت حاکمیت شرکتی بر عملکرد مالی تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد، ولی کیفیت افشاء تأثیر معنی‌داری بر تعامل بین کیفیت حاکمیت شرکتی و عملکرد مالی بانک‌ها ندارد.

سید عبدالمجید جلائی و همکاران (۱۳۹۶) تأثیر شاخص کیفیت حاکمیت شرکتی بر محدود کردن مدیریت سود با استفاده از معاملات غیر معمول با اشخاص وابسته در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران را مطالعه کردند. نتایج حاصل از تحلیل داده‌ها نشان داد حاکمیت شرکتی بر معاملات غیر معمول با اشخاص وابسته تأثیر معناداری دارد. این نتیجه نشان دهنده اهمیت توجه به حاکمیت شرکتی و تلاش در جهت بهبود آن و کمک به بهبود مدیریت سود می‌باشد.

دیدار و بیگی (۱۳۹۶) پژوهشی تحت عنوان بررسی تأثیر کیفیت حاکمیت شرکتی بر رابطه بین ساختار سرمایه و مازاد بازده در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران انجام دادند این ارزیابی از طریق اندازه‌گیری کیفیت حاکمیت شرکتی بر اساس ۶۹ عامل انجام گرفته است. برای آزمون، از اطلاعات

مربوط به ۱۰۳ شرکت طی دوره زمانی ۱۱ سال (از ۱۳۸۳ تا ۱۳۹۳) استفاده شده است. در پژوهش حاضر، آزمون فرضیه‌ها با استفاده از روش رگرسیونی چندمتغیره بر اساس داده‌های تلفیقی انجام گرفته است. نتایج پژوهش بیان‌کننده این است که ساختار سرمایه با مازاد بازده رابطه مثبت و معنادار دارد، همچنین کیفیت حاکمیت شرکتی بر رابطه بین ساختار سرمایه و مازاد بازده، اثر تعدیل کننده ندارد.

صفری گرایلی (۱۳۹۵) در پژوهشی تحت عنوان کیفیت حاکمیت شرکتی: مفاهیم؛ مدل و مولفه های آن به این نتیجه رسید که راهبری شرکتی بیش از هر چیز، حیات بنگاه اقتصادی را در بلندمدت هدف قرار داده و درصدد است تا از منافع سهامداران در مقابل مدیریت سازمان‌ها حفاظت کند.

سینایی و همکاران (۱۳۹۵) ارتباط میان سازوکارهای راهبری شرکتی و معیارهای عملکرد مالی ارزش محور را بررسی کردند. نمونه مورد مطالعه آنان شامل ۱۰۳ شرکت در دوره‌ی ۱۳۸۵ الی ۱۳۹۳ است. نتایج نشان می‌دهد که میان معیارهای تمرکز مالکیت، مالکیت نهادی، دوگانگی وظیفه مدیرعامل و نوع حسابرس با ارزش افزوده بازار ارتباط منفی معناداری وجود دارد، اما میان اندازه هیئت مدیره با ارزش افزوده بازار ارتباطی مثبت وجود دارد. نتایج مدل ارزش افزوده اقتصادی حاکی از وجود ارتباط منفی میان تمرکز مالکیت و دوگانگی وظیفه مدیرعامل با ارزش افزوده اقتصادی است. در این مدل میان معیارهای مالکیت نهادی، اندازه هیئت مدیره و نوع حسابرس با ارزش افزوده اقتصادی رابطه‌ای وجود ندارد. تخمین مدل ارزش افزوده نقدی نشان می‌دهد که معیارهای تمرکز مالکیت و اندازه هیئت مدیره با ارزش افزوده نقدی ارتباط مثبت معناداری دارد و میان نوع حسابرس با ارزش افزوده نقدی ارتباط منفی معناداری وجود دارد، درحالی که میان معیار دوگانگی وظیفه مدیرعامل و مالکیت نهادی با ارزش افزوده نقدی رابطه‌ای وجود ندارد.

دیلمی و صفری گرایلی (۱۳۹۵) بررسی رابطه کیفیت حاکمیت شرکتی و نوسان بازده سهام انجام دادند نمونه آماری مورد استفاده در این پژوهش، شامل ۹۶ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در فاصله زمانی سال‌های ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۳ می‌باشد. با بهره‌گیری از الگوی رگرسیون چند متغیره مبتنی بر تکنیک داده‌های تابلویی، یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که نوسان بازده سهام شرکت‌ها با شاخص هیئت مدیره و شاخص شفافیت اطلاعاتی رابطه منفی معناداری دارد. اما بین نوسان بازده سهام شرکت‌ها و شاخص حقوق سهامداران رابطه معناداری یافت نشد. یافته‌های تحقیق ضمن پرکردن خلاء تحقیقاتی صورت گرفته در این حوزه، می‌تواند برای مدیران، سرمایه‌گذاران، سیاست‌گذاران بورس و سایر ذینفعان در امر تصمیم‌گیری راهگشا باشد.

صفری گرایلی و بالارستاقی (۱۳۹۴) در پژوهشی تحت عنوان بررسی عوامل مؤثر بر کیفیت حاکمیت شرکتی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران به این نتیجه رسیدند که اندازه شرکت، اهرم مالی و سودآوری شرکت بر کیفیت حاکمیت شرکتی تاثیر مثبت معناداری دارد. اما فرصتهای سرمایه گذاری شرکت و کیفیت حسابرسی بر کیفیت حاکمیت شرکتی تاثیر معناداری ندارد.

مهربانی و دادگر (۱۳۹۲) پژوهشی تحت عنوان محاسبه شاخص کیفیت حاکمیت شرکتی در شرکت های پذیرفته شده در بازار بورس اوراق بهادار تهران انجام دادند این تحقیق بر اساس روش تحلیلی با استفاده از تکنیکهای اقتصادسنجی و اطلاعات آماری سازمان بورس اوراق بهادار تهران می باشد. یافته های تجربی بیانگر آن می باشد که شاخص کیفیت حاکمیت شرکتی در اکثر شرکت های مورد بررسی بسیار پایین می باشد. از سوی دیگر با توجه به اینکه شاخص کیفیت حاکمیت شرکتی حاوی اطلاعات بسیار مفیدی در مورد تغییرات حاکمیت شرکتی در بخش شرکتی می باشد توجه به این شاخص و بهبود آن می تواند تأثیرات بسیار ژرفی بر فعالیت های کلان اقتصادی داشته باشد.

محمد دستگیر و همکاران (۱۳۹۱) تاثیر برخی ابزارهای حاکمیت شرکتی را بر عدم تقارن اطلاعاتی پیرامون اعلام سود فصلی با استفاده از روش خودبازگشت برداری بررسی کردند. به همین منظور نمونه ای مشتمل بر ۳۲۶ اعلامیه سود مربوط به ۱۵۸ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی دوره زمانی سال های ۱۳۸۳ الی ۱۳۸۸ انتخاب گردید. جهت آزمون فرضیه ها از روش خودبازگشت برداری (VAR) استفاده شده است. معیارهای مورد استفاده جهت ابزارهای حاکمیت شرکتی، درصد سهامداران نهادی و درصد اعضای غیرموظف هیئت مدیره بر اختلاف قیمت پیشنهادی خرید و فروش سهام پیرامون اعلامیه های سود پیش بینی شده فصلی بوده و بیانگر این مطلب می باشد که ابزارهای انتخابی حاکمیت شرکتی بر عدم تقارن اطلاعاتی پیرامون اعلامیه های سود فصلی تاثیرگذار نیست.

دت همرونک و همکاران (۲۰۱۹) رابطه ی بین حاکمیت شرکتی و عملکرد شرکت را در یک نمونه با ۴۹۳ شرکت در طی سال های ۲۰۰۱ الی ۲۰۱۴ بررسی کردند. آنان یافتند که در کل نمونه حاکمیت شرکتی با اهرم مالی و عملکرد شرکت هم بستگی ندارد. اهرم اثری مثبت بر عملکرد شرکت دارد. اما وقتی شرکت ها به شرکت های کوچکتر تقسیم می شوند، تاثیری از حاکمیت شرکتی مشاهده می شود. اثر منفی اندازه کمیته حسابرسی بر عملکرد شرکت، در شرکت های بزرگ دیده می شود در حالی که تاثیر شهرت حسابرس بر عملکرد شرکت فقط در شرکت های کوچک دیده می شود. علاوه بر این اهرم مالی اثر اندازه کمیته ی حسابرسی بر عملکرد شرکت را در شرکت های بزرگ تعدیل می کند.

سیواتاسان و همکاران (۲۰۱۸) اثر نقدشوندگی سهام و حاکمیت شرکتی را بر اهرم مالی در استرالیا از سال ۲۰۰۱ الی ۲۰۱۳ بررسی کردند. آنان یافتند که نقدشوندگی سهام و حاکمیت شرکتی، اهرم مالی را کاهش می‌دهد. شرکت‌ها با نقدشوندگی بالا در استرالیا تاثیر زیادی بر رابطه‌ی بین حاکمیت شرکتی و اهرم دارند زیرا حاکمیت شرکتی در شرکت‌ها با نقدشوندگی بالا قوی است. هم‌چنین یافته‌های آنان نتایج تحقیقات پیشین را تایید کرد که شرکت‌ها با نقدشوندگی سهام بیشتر، اهرم کمتری دارند و حاکمیت شرکتی با اهرم رابطه‌ی عکس دارد.

کیم و همکاران (۲۰۱۸) در پژوهشی تاثیر کفایت حاکمیت شرکتی بر عملکرد شرکت‌ها را بررسی نمودند. نمونه آنها شامل ۳۹۸ شرکت در سه سال متوالی از سال ۲۰۰۵ تا ۲۰۰۷ بوده است. عملکرد شرکت‌ها با استفاده از شاخص Q توین اندازه‌گیری نمودند. حقوق سهامداران، اندازه هیات‌مدیره، کیفیت افشا، موسسات حسابرسی و توزیع سود سهام از معیارهای کفایت حاکمیت شرکتی در این پژوهش بوده است. که از این میان اندازه هیات‌مدیره، کیفیت افشا و توزیع سود سهام با عملکرد شرکت رابطه مثبت و معنی‌داری دارد و بین حقوق سهامداران و موسسات حسابرسی با عملکرد شرکت رابطه‌ای وجود ندارد. در مدل کلی پژوهش بین درجه بهبود ساختار حاکمیت شرکتی با عملکرد شرکت رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. بین یوتامپسون (۲۰۱۷) نقدشوندگی سهام و حاکمیت شرکتی را در شرکت‌های خانوادگی بررسی کرد. وی ۵۰۰ شرکت را در سال ۲۰۱۳ بررسی کرد. شرکت‌هایی مانند وال مارت و فورد و ... در شرکت‌های خانوادگی تمرکز بر افزایش ارزش شرکت است و آنها نسبت به شرکت‌های غیرخانوادگی محافظه‌کارتر هستند بنابراین بیشتر به دنبال سرمایه‌گذاری‌های بلندمدت هستند. هم‌چنین عدم تقارن اطلاعاتی در این شرکت‌ها کمتر است در این شرکت‌ها تمایل بر این است که بر مدیران نظارت داشته باشند در نتیجه هزینه نمایندگی کمتر است. بنابراین نقدشوندگی سهام و حاکمیت شرکتی در شرکت‌های خانوادگی نسبت به شرکت‌های غیرخانوادگی بیشتر است.

اشباق و همکاران (۲۰۱۷) در مطالعه‌ای به منظور بررسی تاثیر حاکمیت شرکتی، بر هزینه سرمایه شرکت، نتیجه گرفتند که وجود اقلام تعهدی غیرعادی بزرگ، سبب کاهش شفافیت سود و در نتیجه، افزایش هزینه سرمایه شرکت می‌گردد. هم‌چنین شرکت‌هایی که ساختار مالکیتی دارند، مثل سرمایه‌گذاران نهادی، هزینه سرمایه پایین‌تر و شرکت‌هایی که بلوک سهامداران زیادی دارند، هزینه سرمایه بالاتری خواهند داشت. علاوه بر این، یافته‌های آنها نشان داد که یک رابطه معکوس بین هزینه سرمایه و استقلال هیات‌مدیره و درصدی از هیات‌مدیره که سهام‌دار هستند و نیز استقلال کمیته حسابرسی، وجود دارد. در نهایت، محققان

بیان کردند که شرکت هایی با حاکمیت شرکتی قوی تر، ریسک نمایندگی پایین تری برای سهامداران خود دارند که به کاهش هزینه سرمایه شرکت منجر می شود.

رملی (۲۰۱۶) به بررسی تأثیر کیفیت حاکمیت شرکتی، بر هزینه سرمایه شرکت های لیست شده در بورس اوراق بهادار مالزی پرداخت. نتایج نشان داد که حاکمیت شرکتی باعث کاهش هزینه سرمایه شرکت های مورد مطالعه می شود.

رگالی و سوانا (۲۰۱۵)، به بررسی رابطه بین کیفیت حاکمیت شرکتی و هزینه سرمایه در شرکت های مالی آمریکا پرداختند. نتایج نشان داد که بین شاخص حاکمیت شرکتی و هزینه سرمایه رابطه منفی و معنی داری وجود دارد؛ اما سرمایه گذاران نهادی و هزینه سرمایه با هم رابطه مثبت و معنی داری داشتند.

پیوت و میسونیر (۲۰۱۵)، تأثیر دو متغیر حاکمیت شرکتی و کیفیت حسابرسی را بر روی هزینه های بدهی شرکت های لیست شده در بورس اوراق بهادار فرانسه، مورد آزمون قرار دادند. در این پژوهش، درصد مدیران غیرموظف هیأت مدیره، سرمایه گذاران نهادی و کمیته پاداش متشکل از مدیران غیراجرایی، مکانیزم های حاکمیت شرکتی را تشکیل می دهند. یافته ها نشان داد که کیفیت ساز و کارهای حاکمیت شرکتی، اثر کاهشی قابل توجهی بر هزینه های بدهی شرکت های مورد مطالعه داشته است، اما هیچ رابطه معنی داری بین کیفیت حسابرسی و هزینه های مربوط به تأمین مالی شرکت ها، مشاهده نشد.

در این پژوهش در بخش کیفی جهت تجزیه و تحلیل داده های حاصل از مصاحبه از روش تحلیل تم استفاده شده است بنابراین ابتدا هر مصاحبه بررسی شده و با توجه به جملات و نکات کلیدی در مصاحبه کدگذاری صورت گرفت. پس از کدگذاری اولیه محقق کدها را با هم ترکیب نموده و کدهای مشابه را در طبقه ای با عنوان دسته مفهومی قرار داده و در نهایت با قراردادن مقولات مشابه تمهای اصلی و دسته های مفهومی استخراج شد که در ادامه به تشریح آنها می پردازیم لازم به ذکر است که که پس از استخراج تم های مصاحبه، تم های بدست آمده از مطالعات پیشین نیز جهت آزمون در طراحی مدل مورد استفاده قرار گرفتند بدین صورت که تنها تم هایی که متفاوت از تم های استخراجی مصاحبه بودند مورد استفاده قرار گرفتند.

با معرفی مراحل کدگذاری، به کدگذاری اولیه در این پژوهش پرداخته می شود. در این مرحله به تمامی نکات کلیدی مصاحبه ها، عنوانی داده می شود.

جدول ۱: کدگذاری اولیه

کدگذاری اولیه

۱. روشن بودن اهداف و وظایف در سازمان
۲. تعیین پست‌های سازمانی مشخص در ارتباط با حاکمیت شرکتی
۳. تعیین استراتژی و خط‌مشی سازمان در حیطه حاکمیت شرکتی
۴. ایجاد سیستم ارزشی یا فرهنگ به‌منظور ارتقای حاکمیت شرکتی
۵. بررسی توانایی‌های سازمانی و پتانسیل دانشی سازمان
۶. ارتباط دوستانه و صمیمی با مدیران ارشد سازمان
۷. ایجاد حس خلاقیت و نوآوری در سازمان
۸. ایجاد سیستم پاداش مالی و غیرمالی برای افراد با مهارت
۹. سیستم‌گزینش و استخدامی مناسب و مشخص
۱۰. تدوین شاخص‌های ارزیابی عمومی و تخصصی
۱۱. تعیین میزان ارتباط و تأثیرگذاری حاکمیت شرکتی بر عملکرد سازمان
۱۲. فراهم نمودن فضای مناسب در آموزش افراد در سازمان
۱۳. تدوین زیرساخت‌ها و ابزارهای حاکمیت شرکتی
۱۴. تعیین نقاط فرصت‌ها و چالش‌های موجود
۱۵. تخصیص بودجه به رویه‌های حاکمیت شرکتی در سازمان
۱۶. ارزیابی کردن میزان بهره‌وری افراد در سازمان
۱۷. آموزش‌های کارگاهی و تئوریک
۱۸. سیستم انگیزشی پاداش مادی و معنوی
۱۹. استفاده از ابزارهای حاکمیت شرکتی
۲۰. ایجاد انگیزش در افراد جهت مشارکت در فرآیندهای حاکمیت شرکتی
۲۱. آموزش‌های تخصصی بعد از جذب افراد در سازمان
۲۲. انتقال فرهنگ و ارزش‌های سازمانی به افراد سازمان
۲۳. خط‌مشی و استراتژی‌های حاکمیت شرکتی
۲۴. ایجاد فرهنگ حاکمیت شرکتی در سازمان
۲۵. یادگیری و آموزش حین کار در سازمان
۲۶. سیاست کلی سازمان در حاکمیت شرکتی
۲۷. ایجاد فرهنگ همدلی در بین کارمندان
۲۸. سیستم انگیزشی مناسب برای مشارکت افراد در تیم‌ها و کارگروه‌ها

۲۹. ارتباط گرفتن کارشناسان با هم
۳۰. جلسات انتقال تجربه
۳۱. ایجاد کمیته‌های تخصصی
۳۲. ارزیابی دانش در مراحل مختلف از کارشناسان
۳۳. برگزاری دوره‌های عملی و تئوری مختلف
۳۴. تشکیل جلسات همفکری و مشورت بین افراد سازمان
۳۵. تشویق به همکاری افراد سازمان
۳۶. رویه‌ها و دستورالعمل‌ها شفاف و بدون ابهام تدوین گردند
۳۷. برون‌سپاری خدمات جهت تمرکز بر فعالیت‌های اصلی
۳۸. دوره‌های آموزشی عملی و تئوری در سازمان
۳۹. سازمان استعداد درآمدهایی دارای‌های دانشی خود را تدوین کند
۴۰. تعیین مسیر مشخص در فعالیت‌های حاکمیت شرکتی سازمان
۴۱. تفکیک وظایف برای افراد درگیر در سطوح مختلف سازمان
۴۲. تفکیک حیطه‌های مهارتی افراد و متخصصین دانشی
۴۳. افزایش توانایی فردی و گروهی در سازمان
۴۴. ایجاد ارتباط بین افراد و مدیران در سطوح مختلف
۴۵. توانایی پشتیبانی در زمینه کسب و انتقال دانش
۴۶. ایجاد ساختارهای مبتنی بر شبکه و اینترنت برای کسب آموخته‌ها
۴۷. استفاده از فناوری جهت پیوند همه اعضای سازمان
۴۸. استفاده از سیستم‌های اطلاعاتی یکپارچه
۴۹. طبقه‌بندی آموخته‌ها و مهارت‌ها و تعیین سطح آن‌ها
۵۰. گزینش نیروی انسانی مجرب در پست‌های دانشی سازمان
۵۱. توجه به نیاز سازمان در بخش‌های مختلف سازمانی
۵۲. تعیین کمیته جذب سرمایه‌های فکری از بخش‌های مختلف سازمان
۵۳. استفاده از سیستم‌های پاداش مناسب برای تسهیم و نشر دانش سازمانی
۵۴. تدوین مجموعه‌ای از سنجش‌های حاکمیت شرکتی
۵۵. فراهم نمودن شرایطی که افراد سازمان به دنبال آموزش و یادگیری از هم باشند
۵۶. ثبت نیازهای ارباب‌رجوع در حافظه سازمانی

۵۷. اولویت‌بندی نیازهای ارباب‌رجوع‌ها
۵۸. سیستم پاداش‌دهی بر اساس عملکرد تیمی و نه فردی
۵۹. پرسش و پاسخ از فردی که نقش رهبری تیم را دارد
۶۰. توجه به خدمت‌نمایی سازمان و بحث با متخصصان در مورد آن
۶۱. ارتباط با سایت‌ها و ارباب‌رجوع‌ها مختلف و ثبت آموخته‌ها
۶۲. تعیین ساختار مناسب برای آموخته‌های سازمانی
۶۳. کاهش زمان حل مشکلات از طریق حاکمیت شرکتی
۶۴. ایجاد سیستم انگیزش مناسب برای سرمایه‌های فکری
۶۵. فرآیند آموزش و یادگیری برای کارکنان تازه‌کار
۶۶. برگزاری آزمون برای سنجش یادگیری کارکنان
۶۷. معیارهای مشخصی برای عملکرد کارکنان سازمان
۶۸. فراهم نمودن فضای قابل‌اعتماد برای سرمایه‌های فکری سازمان جهت اشتراک آموخته‌ها
۶۹. ایجاد رویه‌های مدون برای خلق و اشتراک دانش
۷۰. استفاده از سامانه‌های تحت شبکه جهت استفاده کلیه افراد سازمان
۷۱. مستندسازی مشکلات و راه‌حل‌های بهینه برای حل مشکلات
۷۲. به‌کارگیری سیستم‌های خبره و تصمیم‌یار جهت استفاده سرمایه‌های فکری
۷۳. به‌کارگیری افراد خلاق و نوآور در پست‌های کلیدی سازمان
۷۴. مسئولیت‌پذیری کارکنان در قبال وظایف محوله
۷۵. استفاده از سیستم‌های نوین آموزش یادگیری در سازمان
۷۶. استفاده از ساختار مناسب سازمانی
۷۷. ایجاد فضایی که بتوان به راحتی با متخصصان و خبرگان سازمان ارتباط برقرار نمود
۷۸. تمرکز بیشتر بر آموزش‌های تخصصی
۷۹. تدوین مدل ارزش‌گذاری آموخته‌های هر فرد برای سازمان
۸۰. تحلیل نیازهای سازمان به خلق دانش نوین
۸۱. ایجاد موقعیت مناسب برای بیان ایده‌ها در جمع متخصصان سازمان
۸۲. کارکنان را به ادامه تحصیل ترغیب نمایند
۸۳. ارزیابی توانایی‌های سازمان و مقایسه با سازمان‌های رقیب
۸۴. گزینش سرمایه فکری متناسب با شغل سازمانی

۸۵. توجه به فرهنگ یادگیری و آموزش دهی به سرمایه‌های سازمان
۸۶. استانداردسازی فرآیندهای درون سازمان
۸۷. استفاده از الگوبرداری در ارائه و توسعه خدمات
۸۸. ایجاد فضای رقابتی در آموزش و یادگیری در سازمان
۸۹. بهبود مشارکت کارکنان در فرآیندهای تأثیرگذار سازمان
۹۰. افزایش انعطاف‌پذیری در خلاقیت و نوآوری خدمات
۹۱. بهبود حفظ و نگهداری کارکنان
۹۲. تفویض اختیار و تمرکز زدائی در سازمان
۹۳. تدوین سیستم‌ها و رویه‌های تسهیل‌کننده فرآیندهای سازمان
۹۴. ایجاد ساختار برای آموخته‌های کارکنان سازمان
۹۵. آمادگی و قابلیت انعطاف کارکنان در شرایط بحرانی
۹۶. تعیین اهمیت نقاط ضعف و چالش‌های سازمان
۹۷. استفاده از بهترین عملکرد در شرایط مشابه آینده
۹۸. تاکید بر یادگیری در زمینه‌های مختلف
۹۹. ایجاد فضای آموزشی برای همه افراد
۱۰۰. جلوگیری از دلسردی افراد قوی به لحاظ تخصص
۱۰۱. عدم تمرکز بر مدارک دانشگاهی
۱۰۲. تدوین و ایجاد نقشه دانش در سازمان
۱۰۳. ایجاد مسیر مشخص کسب دانش در سازمان
۱۰۴. حمایت مدیران سازمان از ایجاد رویه‌های آموزش و یادگیری
۱۰۵. ایجاد فرهنگ یکپارچه در بخش‌های مختلف سازمان
۱۰۶. ایجاد جو صراحت بیان و اعتماد در سازمان
۱۰۷. فراهم نمودن محیط رقابتی برای کسب دانش
۱۰۸. استفاده از ابزار مستندسازی متناسب با رویه‌های سازمانی
۱۰۹. تمرکز روی قدرت بیان کارکنان در انتقال تجربیات و تخصص‌ها
۱۱۰. نظارت مدیران ارشد سازمان بر فرآیند کسب و انتقال دانش ضمنی

محقق در این بخش به بیان ارتباط بین مفاهیم استخراج شده از مصاحبه‌ها (کدگذاری‌های اولیه) و پایه‌های اساسی تحقیق (کیفیت حاکمیت شرکتی) می‌پردازد و سعی دارد ارتباط جامع، کامل و یکپارچه‌ای بین مقولات مذکور ایجاد نماید تا بر اساس این مقولات و طبقات اصلی شکل گرفته به تدوین کدگذاری محوری پرداخته و در نهایت مدل مدنظر خویش را در حوزه کیفیت حاکمیت شرکتی ارائه نماید.

جدول ۲: کدگذاری ثانویه

مقولات (طبقه فرعی)	کدهای مفهومی	کدهای ثانویه
فرهنگ و ساختار سازمانی مناسب	گسترش فرهنگ سازمانی مناسب	ایجاد فرهنگ حاکمیت شرکتی
	مرتبط با حاکمیت شرکتی	ایجاد حس اعتماد در به اشتراک گذاری دانش حاکمیت شرکتی
	ارزیابی ساختار سازمانی	ارزیابی ساختار سازمانی جهت انطباق با فعالیت‌های زنجیره حذف موانع ارتباطی کارکنان جهت مشارکت فعال در سازمان
ارزیابی توانمندی کارکنان دانشی در روند کار	لزوم ارزشیابی دوره‌ای	ارزیابی دانش درونی کارکنان در مراحل مختلف کار
	بررسی توانایی‌های کارکنان در روند تحقق اهداف	آزمون مهارت و تجربه کارکنان دانشی
		ارزیابی کارکنان پس از آموزش‌های مدون
		ارزیابی خدمات و فرآیندهای مرتبط با خدمات ارائه شده
تدوین وظایف و مسئولیت‌های کارکنان	تقسیم‌بندی وظایف	تقسیم وظایف در سازمان
	تشریح وظایف کارکنان	تقسیم کار در روند پیشبرد ارائه خدمات سازمان
		شفاف سازی شرح وظایف و مسئولیت‌های کارکنان سازمان
		تفکیک وظایف برای کارکنان سازمان
خط‌مشی سازمان در حاکمیت شرکتی	تدوین استراتژی و خط‌مشی	تدوین استراتژی دانشی سازمان
	گزینش نیروی انسانی با تجربه و دارای مهارت	تعیین زمان‌بندی برای بخش‌های مختلف در حوزه حاکمیت شرکتی
		بررسی فرصت‌ها و چالش‌ها در حاکمیت شرکتی
		تدوین لیستی از نقاط قوت و ضعف استراتژی‌های حاکمیت شرکتی
گزینش مناسب سرمایه فکری	و دارای مهارت	پیاده‌سازی سیستم گزینش مناسب سرمایه فکری
		ارزیابی کارکنان دانشی سازمان در حاکمیت شرکتی
		بهره‌گیری از افراد مستعد و خلاق در سازمان
	منابع انسانی مهم‌ترین سرمایه سازمان در نظر گرفته شود	
شفاف‌سازی برنامه آموزشی	برنامه‌ریزی آموزشی سرمایه فکری	تدوین برنامه‌های آموزشی جامع در راستای حیطة سازمان
	توجه به اهمیت برنامه‌ریزی دوره‌های آموزشی	توجه به آموزش‌های موردنیاز کارکنان و گروه‌های کاری
		تدوین استراتژی منسجم آموزشی برای کارکنان
		ایجاد کمیته‌های تخصصی آموزشی برای کارکنان
		آموزش رسمی برای رویه‌های حاکمیت شرکتی

برگزاری دوره‌های عملی و تئوریک		
ایجاد ماندگاری کارکنان دانشی سازمان	حفظ نیروی دانشی	نگهداری سرمایه فکری سازمان
انتخاب افراد کلیدی در نقاط حساس خدمات		
جلوگیری از خروج دانش سازمانی بصورت سرمایه فکری	حفظ کارکنان با تجربه سازمان	
جلوگیری از خروج دانش ضمنی کارکنان از سازمان		
تبیین فرآیندهای دسترسی به تجارب و تخصص کارکنان	راه‌های دسترسی به دانش ضمنی و صریح کارکنان دانشی سازمان	تدوین راه‌کارهای دسترسی به دانش حاکمیت شرکتی
شناسایی و معرفی راه‌های سریع برای دسترسی به دانش فردی		
شناسایی و معرفی راه‌های سریع برای دسترسی به دانش سازمانی		
توسعه دستورالعمل و ضوابط یادگیری کارکنان در سطوح مختلف	تبیین ساختار و ضوابط آموزش و یادگیری کارکنان	تدوین مقررات و ضوابط آموزش و یادگیری
تدوین دستورالعمل و آیین‌نامه‌های آموزشی در طول زنجیره		
شفاف‌سازی دستورالعمل‌ها و قوانین مرتبط با آموزش و یادگیری		
ارتباطات آزاد با متخصصان حوزه تأمین خدمات	ارتباطات با متخصصان تأمین خدمات	سهولت در تعامل کارکنان با یکدیگر
ایجاد راه‌های ارتباطی مناسب جهت سهولت در برقراری ارتباط		
ملاقات با تصمیم‌گیرندگان جهت انتقال بازخوردها	تعامل با تصمیم‌گیرندگان سازمان	
ارائه راه‌کارهای نوین در جهت توسعه خدمات به مدیران سازمان		
ایجاد سیستم حقوق و پاداش جهت انگیزش کارکنان	حقوق و پاداش متناسب برای کارکنان	استفاده از عوامل انگیزشی
استفاده از طرح‌های انگیزشی جهت مشارکت کارکنان		
بهره‌مندی از مجموعه خبرگان سازمان برای نظرسنجی	ایجاد انجمن‌های تخصصی	بهره‌مندی از نظرات مجموعه خبرگان سازمان
ایجاد تعامل بین خبرگان و کارکنان		
ایجاد کارگاه‌های آموزشی تخصصی برای کارکنان	دوره‌های آموزشی تخصصی	کارگاه‌های آموزشی تخصصی
برگزاری سمینار و همایش		
انتقال مطالب صریح و مهارت‌های بصورت مداوم	آموزش‌های مستمر در حین کار	
تأکید بر آموزش ضمن خدمت به عنوان طرح بلند مدت در سازمان		
زمان کافی جهت بررسی یافته‌های جدید در حوزه خدمات	ارائه زمان کافی به کارکنان	ارائه زمان و اختیارات مناسب به کارکنان
ایجاد فرصت مناسب برای کارکنان سازمان		
تمرکززدائی و ارائه اختیارات مناسب به سطوح مختلف سازمانی	تفویض اختیار به کارکنان	
تبیین شاخص زمانی مناسب برای کارکنان جهت مشارکت در فرآیندهای حاکمیت شرکتی		

پس از تعیین مقولات، مرحله ساخت طبقات کلی نظریه است که در جدول صفحه بعد ارائه شده است.

جدول ۳: شکل‌دهی طبقات کلی از مقولات

طبقات اصلی (مقوله)	مقولات (طبقات فرعی) (زیر مقوله)
--------------------	---------------------------------

<ul style="list-style-type: none"> ○ ارزیابی دانش سازمانی کارکنان ○ ایجاد رویه یکپارچه حاکمیت شرکتی براساس نیاز سازمان ○ تدوین زیرساخت‌ها و ابزارهای حاکمیت شرکتی 	<p>تدوین استراتژی و خط‌مشی حاکمیت شرکتی</p>
<ul style="list-style-type: none"> ○ استفاده از نظرات همه کارکنان و خبرگان سازمان ○ توجه و اهمیت ویژه به سرپرست بخش‌های مختلف سازمان ○ توجه بر اهمیت دستاوردهای خدمات ارائه شده برای کارگروه مربوطه ○ توجه به روابط گروهی و تسهیم‌گرایی در سازمان 	<p>تأکید ویژه بر کارگروهی کارکنان</p>
<ul style="list-style-type: none"> ○ آموزش عملی در کارگاه‌های تخصصی ○ یادگیری ضمن خدمت در نقاط مختلف سازمان ○ نهادینه کردن آموخته‌ها به کمک تمرین مستمر ○ کارکنان به ادامه تحصیل ترغیب شوند ○ تشکیل انجمن‌های تخصصی و عمومی در طول زنجیره تأمین 	<p>تأکید بر آموزش ضمن خدمت</p>
<ul style="list-style-type: none"> ○ نقش مدیران در حاکمیت شرکتی ○ در اختیار قراردادن زمان مناسب به کارکنان توسط مدیران ○ حمایت مدیران از ارائه فضای باز و صمیمی در سازمان ○ توجه ویژه مدیران به کارکنان مشارکت‌کننده در رویه‌های حاکمیت شرکتی ○ نظارت مستقیم مدیران بر فعالیت‌های سازمان 	<p>پشتیبانی و حمایت مدیران</p>
<ul style="list-style-type: none"> ○ توزیع عادلانه منافع مادی و غیرمادی ○ ایجاد سیستم پاداش مالی و غیرمالی برای کارکنان با مهارت ○ سیستم انگیزشی پاداش معنوی با کارکنان 	<p>سیستم انگیزش و پاداش در سازمان</p>
<ul style="list-style-type: none"> ○ مسئولیت‌پذیری و کنترل توسط کارکنان در سطوح مختلف ○ پایش فرآیندهای سازمان توسط مدیران و کارکنان ○ ترویج و اشاعه دانش و تمایل به آموختن ○ ترغیب و تشویق به مشارکت در برنامه‌های حاکمیت شرکتی ○ ایجاد شبکه‌های دانشی در زنجیره توسط کارکنان 	<p>میزان علاقه‌مندی کارکنان به مشارکت در برنامه‌های حاکمیت شرکتی</p>

<ul style="list-style-type: none"> ○ تبیین فرهنگ آموزش و یادگیری متناسب با برنامه حاکمیت شرکتی ○ توجه ویژه به کارکنان دارای مهارت و تجربه ○ توجه خاص به کارکنان ارائه‌دهنده تجربه ○ ارزش‌گذاری دانش منتشر شونده در سازمان ○ ایجاد انگیزه در کارکنان جهت خلق و نشر دانش 	<p>تبیین و اشاعه فرهنگ‌سازمانی متناسب با ساختار سازمان و برنامه‌های حاکمیت شرکتی</p>
<ul style="list-style-type: none"> ○ نگهداری سرمایه فکری ○ نگهداری کارکنان دارای مهارت‌های کاربردی در سازمان ○ گزینش مناسب نیروی فکری 	<p>استراتژی و برنامه‌ریزی جذب و نگهداری سرمایه‌های فکری سازمان</p>

تا این قسمت به بررسی و کدگذاری مصاحبه‌های صورت گرفته پرداخته شد و ۸ تم اصلی بدست آمد. با توجه به اینکه در ادبیات پژوهش نیز چندین تم بدست آمده است و در فصل دوم نیز به صورت کامل شرح داده شده است لازم است که در این قسمت تمامی تم‌ها را با هم ترکیب کرده و در قسمت کمی به تجزیه و تحلیل بپردازیم. تم‌های بدست آمده در فصل دوم به شرح زیر می‌باشند.

جدول ۴: تم‌های بدست آمده در فصل دوم

مقوله	زیر مقوله
دسترسی به اطلاعات	<ul style="list-style-type: none"> ۱. اطلاعات درباره عملکرد سازمان ۲. پاداش مبتنی بر عملکرد سازمان ۳. قدرت در تصمیم‌گیریهای مبتنی بر جهت سازمان ۴. قدرت در تصمیم‌گیری‌های مبتنی بر عملکرد سازمان
تفویض اختیار	<ul style="list-style-type: none"> ۵. ارزش‌های شرکت ۶. ساختار سیاسی اطلاعاتی ۷. تسهیل رهبری ۸. ارتباطات باز ۹. روابط مبتنی بر عملکرد ۱۰. کارکنان آگاه، شایسته و با مهارت بالا ۱۱. کنترل مبتنی بر بازخورد ۱۲. نظام پرداخت و پاداش

<p>۱۳. بیان چشم اندازها</p> <p>۱۴. تغییرات سازمانی</p> <p>۱۵. برقراری ارتباطات باز</p> <p>۱۶. خلق محیطی خلاق</p>	ابعاد تعهد
<p>۱۷. یادگیری چگونگی عملکرد تیم</p> <p>۱۸. یادگیری توسعه روابط کاری</p> <p>۱۹. یادگیری نحوه ترغیب ارتباطات</p> <p>۲۰. یادگیری توانایی تجزیه و تحلیل</p>	ابعاد آموزش
<p>۲۱. میزان مسئولیت</p> <p>۲۲. آزادی عمل</p> <p>۲۳. استقلال افراد</p>	خلاقیت فردی
<p>۲۴. مشارکت در منابع</p> <p>۲۵. مشارکت در اطلاعات</p> <p>۲۶. تفویض اختیار</p> <p>۲۷. انتقال قدرت</p> <p>۲۸. پذیرش ساختار جدید شغل</p>	محرک غریزی
<p>۲۹. روشن بودن اهداف و نقش های سازمان</p> <p>۳۰. درگیرکردن در کار</p> <p>۳۱. کمک به منظور تسلط بر کار</p> <p>۳۲. قدردانی از موفقیت های کوچک</p> <p>۳۳. کمک به منظور تبحر بر کار</p> <p>۳۴. ارائه بازخور</p> <p>۳۵. تشویق</p> <p>۳۶. ایجاد الگوهای رفتار نمونه</p> <p>۳۷. حمایت مدیریتی</p>	خوداثربخشی
<p>۳۸. حمایت از عقاید و ایده های جدید</p> <p>۳۹. به دست آوردن منابع لازم جهت انجام وظایف</p> <p>۴۰. فرصت لازم برای تعامل مستقیم با ارباب رجوع</p>	خودمختاری

<p>۴۱. مدیریت انجام دادن کل یک کار</p> <p>۴۲. اطمینان به صداقت</p> <p>۴۳. صلاحیت (شایستگی)</p>	
<p>۴۵. وابستگی پرداختها به چگونگی انجام دادن کار (وظیفه)</p> <p>۴۶. پاداش متناسب با پیشرفت کار</p> <p>۴۷. بکارگیری اندیشه‌ها و ایده‌های جدید در واحد کاری</p> <p>۴۸. ایجاد محیطی برای یادگیری و رشد</p>	<p>اثرگذاری شخصی</p>
<p>۴۹. حمایت از منافع و علائق واحد کاری</p> <p>۵۰. برجسته نمودن تأثیر کار یک فرد</p> <p>۵۱. ایجاد سازگاری بین ارزشهای مهم شخصی و هدفهای سازمانی</p> <p>۵۲. در اختیار بودن اطلاعات مربوط به بینه</p> <p>۵۳. اهداف و استراتژیها و عملکرد اداره</p> <p>۵۴. آگاهی از نتایج تصمیمات اتخاذ شده</p>	<p>معنی داری بودن</p>
<p>۵۵. کمک به بهبود مهارت</p> <p>۵۶. ایجاد فرصتهای لازم برای رشد و یادگیری</p> <p>۵۷. فرصت در بیان عقاید و علائق در زمینه کاری لازم</p> <p>۵۸. تشویق به مشارکت در تصمیم گیری</p> <p>۵۹. تعیین اهداف و روشهای انجام کار با استفاده از تجارب</p>	<p>سرمایه اجتماعی</p>
<p>۶۵. مسیر شغلی</p> <p>۶۶. توسعه فردی</p> <p>۶۷. چشم انداز- مأموریت</p> <p>۶۸. شرکا و ذینفعان</p> <p>۶۹. مهندسی شغل</p>	<p>برنامه ریزی استراتژیک</p>
<p>۷۰. توانش</p> <p>۷۱. اثرگذاری</p> <p>۷۲. معناداری</p> <p>۷۳. تغییرات فرهنگی</p>	<p>پیشبرد اهداف سازمانی</p>

الگوی مستخرج

شرایط علی:

توسعه و ارتقاء سازمان

مقوله اصلی:

کیفیت حاکمیت
شرکتی

▪ **مقوله اصلی:** تأکید محقق در این بخش به استفاده کارا از مفهوم کیفیت حاکمیت شرکتی در سازمان های توسعه‌ای می‌باشد و عقیده دارد بدون به‌کارگیری حاکمیت شرکتی در سازمان های توسعه‌ای تحقق بهره‌وری با چالش روبرو می‌گردد، از طرف دیگر محقق معتقد است؛ کاربرد کیفیت حاکمیت شرکتی، پیشبرد رویه‌های مذکور را تسریع می‌بخشد.

▪ **شرایط علی:** محقق توسعه و ارتقاء سازمان های توسعه‌ای و صرفه‌جوئی در منابع و هزینه‌ها را مهم‌ترین دلایل توسعه این چارچوب معرفی می‌نماید، و در ادامه بیان می‌دارد صرفه‌جوئی در زمان، تسریع در ارائه خدمات که باعث گسترش آسایش اجتماعی می‌گردد، نیز از علل و تأثیرات ارائه چارچوب مذکور معرفی می‌نماید.

▪ **شرایط مداخله‌گر:** محقق در روند توسعه چارچوب، مکانیزم‌هایی را در قالب شرایط مداخله‌گر معرفی نموده و معتقد است بدون این مکانیزم‌ها پیاده‌سازی چارچوب با چالش‌هایی روبرو خواهد شد. از جمله مکانیزم‌های ارائه شده توسط محقق طراحی مکانیزم اصلاح ساختار سازمانی و طراحی مکانیزم اصلاح ساختار زنجیره تأمین خدمات می‌باشد. این دو مکانیزم، مهم‌ترین مکانیزم‌های به‌دست آمده از پژوهش جاری می‌باشد. از سویی؛ اضافه می‌نماید در این راستا مکانیزم‌های متفاوت دیگری نیز وجود دارد که از بیان آن‌ها در قالب چارچوب، صرفه نظر گردیده است. هم چنین تأکید می‌نماید بدون پیاده‌سازی دو مکانیزم بیان شده امکان توسعه چارچوب، میسر نخواهد بود.

▪ **بستر حاکم:** در این بخش از چارچوب، محقق الگوهایی را بیان می‌دارد که فرآیند استراتژی کیفیت حاکمیت شرکتی در سازمان های توسعه‌ای را تسهیل می‌نماید. الگوها و مکانیزم‌های کشف و خلق دانش و تبیین الگوهای کاربرد کیفیت حاکمیت شرکتی در راستای استفاده دقیق و صحیح از دانش موجود در

حافظه سازمانی به منظور افزایش بهره‌وری در سازمان‌های توسعه‌ای بسیارحائز اهمیت است. در این بخش علاوه بر موارد مذکور طراحی مکانیزم‌های تکنولوژیکی، مالی و قانونی نیز مطرح گردیدند و لازمه تحقق اهداف، برقراری ارتباط مؤثر فی‌مابین مؤلفه‌های مذکور بیان شده است.

▪ **کنش‌ها و تعاملات:** هدف این بخش اصلاح فرآیندهای دانشی متناسب با سازمان‌های توسعه‌ای مورد بحث می‌باشد. محقق بر این عقیده استوار است که بدون اصلاح کیفیت حاکمیت شرکتی و هم‌چنین طراحی چرخه حاکمیتی متناسب با فرهنگ و ساختار سازمان، چارچوب تدوین شده بهره‌وری لازم را نخواهد داشت.

▪ **پیامدها:** در نتیجه اجرای صحیح مراحل قبل نتایج قابل‌توجه چارچوب ارائه شده عبارت است از: (۱) بهبود بهره‌وری سازمانی، (۲) بهبود بهره‌وری ارائه خدمات که در ادامه به طور کامل مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرد.

به اعتقاد محقق و براساس پژوهش‌های صورت پذیرفته، تحقق اهداف سازمان‌های توسعه‌ای، بدون حاکمیت شرکتی قوی در کل زنجیره تأمین خدمات میسر و دست‌یافتنی نخواهد بود، به عبارت دیگر محقق معتقد است در صورتی جامعه و دولت به این مهم دست پیدا خواهند نمود، که حکمرانی در سرتاسر زنجیره تأمین از تأمین‌کننده و ارائه‌دهنده خدمات تا مصرف‌کنندگان نهایی و شهروندان مدیریت شود. در ادامه به تشریح کامل ۶ گام مدل معرفی شده توسط محقق خواهیم پرداخت.

▪ **فرهنگ‌سازی در سازمان:** محقق در مدل ارائه شده فرهنگ‌سازی را پایه و اساس کیفیت حاکمیت شرکتی معرفی می‌نماید و آن را از خط‌مشی و مقررات و بستر فناوری مهم‌تر و ضروری‌تر معرفی می‌نماید و معتقد است تا فرهنگ‌سازی مناسب در طول زنجیره تأمین از سازمان‌ها و ارگان‌های دولتی گرفته تا مصرف‌کنندگان و شهروندان صورت نپذیرد، امکان ادامه مسیر به هیچ عنوان میسر نخواهد بود. محقق در جهت تحقق این مهم برگزاری دوره‌های آموزشی در سطوح مختلف جامعه و هم‌چنین ایجاد یک سیستم ارزشی فرهنگی را پیشنهاد می‌دهد.

▪ **تدوین استانداردها، مقررات و نگارش آیین‌نامه‌ها:** در این گام محقق تدوین یک چارچوب منسجم از استانداردها، مقررات و آیین‌نامه‌های کاربردی را پیشنهاد می‌دهد، که پس از فرهنگ‌سازی مناسب، ایجاد چارچوب هدایت‌کننده در دست‌یابی به هدف، بسیار حائز اهمیت خواهد بود. محقق در مدل خود تدوین ساختار و رویه‌های سازمانی مرتبط با کیفیت حاکمیت شرکتی، تدوین شاخص‌های ارزیابی فعالیت‌های

زنجیره، تدوین اولیه استراتژی‌های حاکمیت شرکتی و در پایان استانداردسازی فرآیندهای حاکمیت شرکتی را جهت تسریع در پیشبرد اهداف معرفی می‌نماید.

▪ **تدوین سند راهبردی و خط‌مشی حاکمیت شرکتی:** در بخش جاری، تأکید به طور خاص بر فرآیندهای حاکمیت شرکتی می‌باشد، لذا در مدل تدوین شده باید برای هر یک از گام‌های کیفیت حاکمیت شرکتی و مکانیزم‌های کاربردی، سند راهبردی و خط‌مشی، تدوین و تنظیم گردد تا بتوان در شرایط و موقعیت‌های متفاوت در طول زنجیره تأمین سازمان از آن‌ها بهره برد، به همین منظور تدوین استراتژی در چهار بخش خلق دانش، ثبت دانش، نشر دانش و کاربرد دانش را پیشنهاد می‌نماید. محقق از این چهار بخش در راستای تدوین چرخه کیفیت حاکمیت شرکتی خود بهره برده است، که در گام ششم به آن پرداخته شده است.

▪ **طراحی مکانیزم‌های مالی و غیرمالی تشویقی:** محقق در گام چهارم مدل خود، استراتژی‌ها و مکانیزم‌های انگیزشی را به طور مجزا بیان می‌نماید و معتقد است این گام آن‌چنان در میزان مشارکت بخش‌های مختلف زنجیره در فعالیتهای حاکمیت شرکتی با اهمیت است که باید به صورت گامی مجزا به آن پرداخته شود. راه‌کارهای محقق در این بخش، تشویق جهت تسهیم و انتقال دانش، تشویق جهت خلق ایده و نوآوری دانشی و تشویق جهت کاربرد و استفاده از دانش می‌باشد.

▪ **طراحی بستر و زیرساخت فناوری و پیاده‌سازی و کاربرد فناوری:** محقق بر اساس نتایج حاصل از پژوهش جاری اهم فعالیت این بخش را در قالب (۱) تأمین تجهیزات سخت‌افزاری، (۲) راه‌اندازی حافظه سازمانی جهت ثبت و نگهداشت دانش در سازمان، (۳) پیاده‌سازی مدیریت محتوا جهت پایش و کنترل محتواهای تولیدشده در سرتاسر زنجیره تأمین، (۴) طبقه‌بندی دانش موجود در حافظه سازمانی جهت استفاده بهینه و کارا و هم‌چنین سهولت در دسترسی به دانش مورد نیاز در کمترین زمان ممکن توسط کارکنان، (۵) ایجاد و بهره‌مندی از پرتال‌های سازمانی، (۶) بهره‌مندی از آموزش و یادگیری الکترونیکی جهت افزایش دانش را معرفی می‌نماید.

▪ **طراحی بهینه فرآیندهای حاکمیت شرکتی:** محقق در این بخش، چرخه کیفیت حاکمیت شرکتی تدوین شده در مدل خویش را مناسب جهت پیاده‌سازی در زنجیره تأمین سازمان‌های توسعه‌ای معرفی می‌نماید، که با توجه به گستردگی مشارکت افراد در حوزه سازمان‌های توسعه‌ای و هم‌چنین متفاوت بودن سطوح دانشی افراد مشارکت‌کننده، مراحل چرخه حاکمیت شرکتی باید شفاف و بدون ابهام تبیین و توسعه یابد، به همین منظور چرخه حاکمیت شرکتی، در ۱۱ مرحله ارائه شده است. (۱) هدف‌گذاری سازمان، به اعتقاد

محقق اولین گام برای کیفیت حاکمیت شرکتی در زنجیره تأمین، تعیین هدف سازمان مذکور می‌باشد. این هدف باید به صورت واضح و قابل درک برای کلیه افراد زنجیره بیان گردد. (۲) کاوش و شناسایی سازمان دومین گام در چرخه می‌باشد، در این گام لازم است، متناسب با هدف‌گذاری صورت گرفته، شناسایی سازمان انجام پذیرد. (۳) خلق و مهار نمودن دانش. پس از کاوش و شناسایی دانش بر اساس هدف، نوبت به مهار نمودن دانش خواهد رسید، به اعتقاد محقق و بر اساس پژوهش‌های صورت پذیرفته تا زمانی که دانش شناسایی شده، مهار و در اختیار قرار نگیرد، امکان پردازش و بهره‌برداری از آن وجود نخواهد داشت. (۴) سازمان‌دهی، گام چهارم از چرخه کیفیت حاکمیت شرکتی ۱۱ مرحله‌ای محقق می‌باشد، محقق بیان می‌دارد دانش مهار شده جهت استفاده کارا و بهینه باید سازمان‌دهی گردد تا در صورت نیاز دسترسی به آن به سهولت انجام پذیرد. (۵) ترکیب و توسعه سازمان، مرحله پنجم از چرخه کیفیت حاکمیت شرکتی پیشنهادی می‌باشد. (۶) ثبت و ضبط دانش یکی از مهم‌ترین مرحله‌های چرخه جاری کیفیت حاکمیت شرکتی می‌باشد، این مرحله جهت گسترش و تقویت حافظه سازمانی بسیار با اهمیت جلوه می‌نماید. (۷) تسهیم و نشر دانش، براساس پژوهش‌های انجام پذیرفته در تحقیقات "Grounded Theory" (نظریه داده بنیاد) که در جداول فصل چهارم نیز بازتاب آن‌ها قابل مشاهده است، تأثیرگذارترین مرحله از مرحله‌های کیفیت حاکمیت شرکتی، نقل و انتقال دانش در طول زنجیره می‌باشد. این مرحله تا حدی مهم و ضروری است که بروز هر چالشی در آن، چرخه را با مشکل اساسی روبرو خواهد نمود، دلیل آن هم کاملاً واضح است، و آن، این‌که بدون نشر دانش در طول زنجیره امکان بهبود بهره‌وری و توسعه میسر نخواهد بود. (۸) درک سازمان توسط کلیه حلقه‌های زنجیره، در صورتی که سازمان توسط افراد به دستی درک نشود مرحله بعدی چرخه یعنی کاربرد سازمان دچار مشکل خواهد شد، دانش نشر داده شده نمی‌تواند حداکثر بهره‌وری خود را در زنجیره اعمال نماید. (۹) کاربرد سازمان مرحله نهم از چرخه مذکور می‌باشد، جهت افزایش بهره‌وری سازمان و زنجیره تأمین خدمات آن، "کاربرد سازمان"، نقش مهمی را ایفا می‌نماید. کلیه افراد زنجیره تأمین می‌توانند از طریق کاربرد سازمان در فعالیت‌های خویش بهره‌وری خدمات ارائه شده در سازمان‌های توسعه‌ای را تا حد قابل توجهی افزایش دهند. (۱۰) مرحله دهم ارزیابی عملکرد در سازمان و زنجیره تأمین می‌باشد، عملکرد باید به وسیله شاخص‌های ارزیابی تدوین شده در گام دوم مدل و هم چنین براساس هدف‌گذاری صورت پذیرفته در مرحله اول چرخه، مورد ارزیابی قرار گیرد. (۱۱) نگهداشت دانش مرحله آخر از مراحل یازده‌گانه چرخه کیفیت حاکمیت شرکتی ارائه شده توسط محقق

می‌باشد. در این مرحله، اگر دانش ارزیابی شده در مرحله قبل مفید توصیف گردد، به مجموعه دانش پایدار در حافظه سازمانی اضافه خواهد شد، و در صورتی که دانش غیرمفید ارزیابی شده باشد، از حافظه سازمانی و پایگاه دانش زنجیره حذف خواهد شد. محقق جهت دسته‌بندی دانش ارزیابی شده به دانش مفید و کاربردی و دانش غیرمفید، رویکرد مجموعه عبارات متوالی دانش یا همان MKTPKS را پیشنهاد می‌نماید. این رویکرد سرعت دسته‌بندی دانش را به مفید و غیرمفید تسریع بخشیده و از صرف هزینه جهت کاربرد نیروی انسانی متخصص در این بخش جلوگیری می‌نماید.

فهرست منابع

منابع فارسی

۱. انواری رستمی علی اصغر، ختن لو محسن (بهار ۱۳۸۵) بررسی مقایسه ای رتبه بندی شرکت های برتر براساس نسبتهای سودآوری و شاخصهای بورس اوراق بهادار تهران. فصلنامه بررسی های حسابداری و حسابرسی، شماره ۴۳، ص ۲۵
۲. اسماعیل زاده مقری، علی. جلیلی، محمد. زند عباس آبادی، عباس. (۱۳۸۹). بررسی تاثیر حاکمیت شرکتی بر کیفیت سود در بورس اوراق بهادار تهران. *مجله حسابداری مدیریت*، دوره ۳، شماره ۷، ۷۹-۹۱.
۳. احمدوند، میثم. (۱۳۸۸). «بررسی رابطه عوامل حاکمیت شرکتی با ارزش، عملکرد و بازده سهام شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران». پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشکده مدیریت و حسابداری. دانشگاه شهید بهشتی. تهران.
۴. ایزدی‌نیا، ناصر و رسائیان، امیر. (۱۳۸۹). «رابطه برخی از ابزارهای نظارتی راهبری شرکت و معیارهای اقتصادی و مالی ارزیابی». فصلنامه دانش حسابداری. سال اول. شماره ۱. صص ۷۲-۵۳.
۵. بدری، احمد. (۱۳۸۷). «مبانی و ضرورت حاکمیت شرکتی». مجموعه مقالات حاکمیت شرکتی. تهران. بورس اوراق بهادار تهران (مدیریت آموزش).
۶. بادآورنهدی، یونس. زینالی، مهدی. نیکویان، الهه. (۱۳۹۵). تاثیر سازوکارهای حاکمیت شرکتی بر کارایی اطلاعاتی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. *دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت*، دوره ۵، شماره ۱۹، ۳۱-۵.

۷. برادران حسن زاده، رسول. بادآورنهدی، یونس. قادر حسن، بابایی. (۱۳۹۱). بررسی رابطه بین برخی مکانیزم‌های حاکمیت شرکتی با ارزش ایجاد شده برای صاحبان سهام و ارزش افزوده اقتصادی. فصلنامه بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، دوره ۱۹، شماره ۶۸، ۱-۱۶.
۸. برادران حسن زاده، رسول، بادآور نهدی، یونس و حسین بابایی، قادر. (۱۳۹۱). «رابطه بین برخی مکانیزم‌های حاکمیت شرکتی با ارزش ایجاد شده برای صاحبان سهام و ارزش افزوده اقتصادی». مجله بررسی‌های حسابداری و حسابرسی. دوره ۱۹. شماره ۲. صص ۱-۱۶.
۹. بنویدی، مجید. (۱۳۸۵). «حاکمیت شرکتی». مجله تازه‌های جهان بیمه. شماره ۹۶.
۱۰. بنی مهد، بهمن، مرادزاده فر، مهدی و شجاعی باغینی، زهرا. (۱۳۹۳). «محافظه‌کاری حسابداری و تضاد منافع میان سهامداران و اعتباردهندگان در تقسیم سود». فصلنامه علمی پژوهشی حسابداری مالی. سال ششم. شماره ۲۱.
۱۱. بولو، قاسم. (۱۳۸۵). «نظام راهبری شرکت و تاثیر آن بر کیفیت سود». مجله بورس. شماره ۵۲.
۱۲. پارسائیان، علی. (۱۳۸۱). «تئوری‌های حسابداری». تهران. دفتر پژوهش‌های فرهنگی. چاپ اول.
۱۳. پورحیدری، امید، محمدی، امیر و رحیمی، علیرضا. (۱۳۸۸). «بررسی پایداری خط‌مشی تقسیم سود در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران». مجله تحقیقات حسابداری. شماره اول.
۱۴. پورابراهیمی، محمدرضا، سیدخسروشاهی، سیدعلی. (۱۳۹۱). بررسی رابطه‌ی درصد سود تقسیمی و حجم معاملات در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. فصلنامه علمی-پژوهشی تحقیقات مالی، ۱۴(۲)، ۱۵-۳۰.
۱۵. توکلی، فاطمه. (۱۳۸۸). «ویژگی‌های شرکت و کیفیت حاکمیت شرکتی». پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه علامه طباطبایی. تهران.
۱۶. جلایی، سید عبدالمجید. رحیمی پور، اکبر. میر، هدیه. جمالزاده، محمود. (۱۳۹۶). تاثیر شاخص کیفیت حاکمیت شرکتی بر محدود کردن مدیریت سود با استفاده از معاملات غیرمعمول با اشخاص وابسته در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. فصلنامه راهبرد مدیریت مالی. دوره ۵، شماره ۱، ۱-۲۷.
۱۷. حساس یگانه یحیی، باغومیان رافیک (۱۳۸۵) نقش هیئت مدیره در حاکمیت شرکتی. نشریه حسابداری؛ ۱۷۳: ۳۰-۳۳.

۱۸. حساس یگانه، یحیی و هاشمی سیدهادی. (۱۳۸۷). مرورمبانی ومدلهای مختلف حاکمیت شرکتی. ماهنامه حسابدار، شماره ۲۰۱، صفحات ۳۴-۳۹.
۱۹. جلالی، فاطمه. (۱۳۸۷). «حاکمیت شرکتی و حرفه حسابداری». مجله حسابدار. شماره ۱۹۶.
۲۰. حاجیها، زهره و اخلاقی، حسنعلی. (۱۳۹۲). «بررسی تاثیر ویژگی های هیات مدیره بر ساختار سررسید بدهی شرکت». فصلنامه علمی پژوهشی حسابداری مدیریت. سال ششم. شماره ۱۷.
۲۱. حساس یگانه، یحیی و آذین فر، کاوه. (۱۳۸۹). «رابطه بین کیفیت حسابرسی و اندازه موسسه حسابرسی». مجله بررسی های حسابداری و حسابرسی. شماره ۶۱. صص ۸۵-۹۸.
۲۲. حساس یگانه، یحیی و داداشی، ایمان. (۱۳۸۹). «بررسی اثر حاکمیت شرکتی بر اظهارنظر حسابرسان مستقل». مجله حسابداری مدیریت. سال سوم. شماره ۵.
۲۳. حساس یگانه، یحیی و غلامزاده لداری، مسعود. (۱۳۹۱). «ارزیابی جامع کیفیت حسابرسی در ایران: فرصت های تحقیقاتی». دهمین همایش ملی حسابداری ایران.
۲۴. حساس یگانه، یحیی و معیری، مرتضی. (۱۳۸۷). «حاکمیت شرکتی، حسابرسی و کمیته حسابرسی». مجله حسابدار. شماره ۲۰۰. صص ۵۷-۶۶.
۲۵. حساس یگانه، یحیی و هاشمی، سیدهادی. (۱۳۸۷). «مرورمبانی ومدلهای مختلف حاکمیت شرکتی». سلسله مقالات حاکمیت شرکتی. مجله حسابدار. شماره ۲۰۱. صص ۳۴-۳۹.
۲۶. حساس یگانه، یحیی. (۱۳۸۳). «مفهوم حاکمیت شرکتی و نقش آن در گزارشگری». مقاله ارائه شده در سمینار گزارشگری مالی و تحولات پیش روی. ۸ و ۹ دی ماه. تهران.
۲۷. حساس یگانه، یحیی. (۱۳۸۴). «مبانی نظری حاکمیت شرکتی». مجله حسابدار. شماره ۱۶۸.
۲۸. حساس یگانه، یحیی. (۱۳۸۴). «مفاهیم حاکمیت شرکتی». مجله حسابدار. شماره ۱۶۷.
۲۹. حساس یگانه، یحیی. (۱۳۸۵). «حاکمیت شرکتی در ایران». مجله حسابرس. سال هشتم. شماره ۳۲. صص ۳۲-۳۹.
۳۰. حساس یگانه، یحیی. (۱۳۸۵). حاکمیت شرکتی در ایران. فصلنامه حسابرس، شماره ۳۲، ۱-۳۵.
۳۱. حسینی، سید علی. حقیقت، سرور. (۱۳۹۵). رابطه ی بین حاکمیت شرکتی و عهد به ایفای مسئولیت- های اجتماعی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. پژوهش حسابداری. شماره ۲۳، ۱۰۶-۱۳۱.
۳۲. خدای پور، احمد. اسماعیلی، آزاده. (۱۳۹۰). رابطه ی ارزشی تغییرات اهرم مالی در تبیین عملکرد عملیاتی، دانش حسابداری، سال ۲، شماره ۶، ۱۲-۳۱.

۳۳. خلیفه سلطانی، سید احمد. بهرامی، ماندانا. (۱۳۹۰). رابطه تغییرات ساختار سرمایه و تغییرات نقدشوندگی سهام. پژوهش‌های تجربی و حسابداری، دوره ۱، شماره ۴، ۳۵-۵۳.
۳۴. خورشیدی، عباس. قریشی، حمیدرضا. (۱۳۸۶). راهنمای تدوین رساله و پایان نامه تحصیلی (از نظریه تا عمل). نشر یسپرون
۳۵. حساس یگانه، یحیی. (۱۳۸۷). «حاکمیت (راهبری) شرکتی و پاسخگویی». مجموعه مقالات حاکمیت شرکتی. تهران. بورس اوراق بهادار تهران (مدیریت آموزش).
۳۶. حساس یگانه، یحیی. (۱۳۹۱). «فلسفه حسابرسی». تهران. علمی و فرهنگی. چاپ ششم.
۳۷. حسن زاده، علی و محمدعلیزاده، آرش. (۱۳۹۰). «حاکمیت شرکتی در بانک‌ها». فصلنامه تازه‌های اقتصاد. سال نهم. شماره ۱۳۳.
۳۸. خدادادی، ولی و تاگر، رضا. (۱۳۹۱). «تاثیر ساختار حاکمیت شرکتی بر عملکرد مالی و ارزش شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران». فصلنامه تحقیقات حسابداری و حسابرسی. سال چهارم. شماره ۱۵.
۳۹. رجبی، روح‌الله و خدابخشی، علی. (۱۳۸۸). «بررسی رابطه بین نظام راهبری و ارزش بازار شرکت ها در ایران». مجله بررسی‌های حسابداری و حسابرسی. دوره ۱۶. شماره ۵۸.
۴۰. رحیمیان، نظام‌الدین، صالح‌نژاد، سیدحسن و سالکی، علی. (۱۳۸۸). «رابطه میان برخی سازوکارهای حاکمیت شرکتی و عدم تقارن اطلاعاتی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران». مجله بررسی‌های حسابداری و حسابرسی. دوره ۱۶. شماره ۵۸.
۴۱. رئیس، زهره. (۱۳۸۷). «بررسی رابطه بین کیفیت حاکمیت شرکتی و عملکرد شرکت». پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه علامه طباطبایی. تهران.
۴۲. سفیدگر، محمد. (۱۳۹۰). «بررسی تاثیر ساختار حاکمیت شرکتی بر عملکرد شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران». پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج.
۴۳. رحمانی، علی. حسینی، سیدعلی و رضاپور نرگس (۱۳۸۹). رابطه مالکیت نهادی و نقد شوندگی سهام در ایران، نشریه بررسی‌های حسابداری و حسابرسی شماره ۶۱. ص ۳۹ تا ۵۴.
۴۴. روحی، علی، ساریخانی، مهدی، ابراهیمی، فهیمه، منفرد مهار لویی، محمد. (۱۳۹۰). تاثیر ساز و کارهای نظام راهبری شرکتی بر سیاست تقسیم سود. پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی، ۳(۱۲)، ۱-۲۴.

۴۵. رهنمای رودپشتی، فریدون. اصلانی، عظیم. (۱۳۸۷). بررسی ارتباط بین حاکمیت شرکتی و روش‌های تامین مالی و سودآوری در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. *مجله مدیریت*، شماره ۷۸، ۴۵-۵۳.

۴۶. دلاور، علی. (۱۳۸۶). روش تحقیق در روانشناسی و علوم تربیتی، تهران: نشر ویرایش.

۴۷. دیدار، حمزه. منصورفر، غلامرضا. کفعمی، مهدی. (۱۳۹۳). بررسی تاثیر سازوکارهای حاکمیت شرکتی بر شکاف مالیاتی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. *فصلنامه علمی پژوهشی بررسی‌های حسابداری و حسابرسی*، دوره ۲۱، شماره ۴، ۴۰۹-۴۳۰.

۴۸. شریفی گلریز فائزه، رستمی، محمدرضا، قالیباف اصل، حسن (۱۳۹۲) بررسی رابطه بین استقلال اعضای هیئت مدیره و گرایش به پرداخت سود تقسیمی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه الزهرا (س)، دانشکده اقتصاد و حسابداری.

۴۹. شریفی حسینی، عقیل؛ بتول زارعی و تقی ترابی (۱۳۹۴) تاثیر حاکمیت شرکتی، سیاست تقسیم سود، ساختار سرمایه و ساختار مالکیت بر ارزش شرکت در بورس اوراق بهادار تهران، دومین کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری، کوالالمپور-مالزی، موسسه سرآمد کارین.

۵۰. ستایش، محمد حسین. کاظم نژاد، مصطفی. ذوالفقاری، مهدی. (۱۳۹۰). بررسی تاثیر کیفیت افشا بر نقدشوندگی سهام و هزینه سرمایه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. *پژوهش‌های حسابداری مالی*، دوره ۳، شماره ۳، ۷۴-۵۵.

۵۱. سرمد، زهره. (۱۳۹۰). *روش‌های تحقیق در علوم رفتاری*، تهران: انتشارات آگاه.

۵۲. شعری، صابر. مرفوع، محمد. (۱۳۸۵). رابطه‌ی درصد اعضای غیرموظف در ترکیب هیئت مدیره و سرمایه‌گذاران نهادی با پیش‌بینی سود شرکت‌ها. *مطالعات تجربی حسابداری مالی*، دوره ۵، شماره ۱۷، ۶۳-۱۰۴.

۵۳. صفرزاده، محمد حسین، طاوسی، ساجده. (۱۳۹۶). رابطه بین حاکمیت شرکتی و معامله

با اشخاص وابسته. *مطالعات تجربی حسابداری مالی*، ۱۴(۵۳)، ۱۴۳-۱۷۲

۵۴. فخاری، ح. و یوسفعلی تبار، ن. (۱۳۸۹). بررسی رابطه بین سیاست تقسیم سود و حاکمیت شرکتی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. *بررسی‌های حسابداری و حسابرسی*، (62):

84-69.

۵۵. قالیباف، حسن و رنجبر فائزه، (۱۳۸۴) بررسی اثر نوع مالکیت بر عملکرد شرکت ها (تجربه خصوصی سازی)، تحقیقات مالی، شماره ی ۱۹.
۵۶. قائمی، محمد حسین. شهریاری، مهدی. (۱۳۸۸). حاکمیت شرکتی و عملکرد مالی شرکت ها. مجله پیشرفت های حسابداری دانشگاه شیراز، دوره ۱، شماره ۱، ۳-۵۷.
۵۷. قدرتی، حسن. فیضی، سعید. (۱۳۹۴). تاثیر حاکمیت شرکتی بر میزان مدیریت سود در بازار بورس اوراق بهادار تهران. دانش حسابرسی، شماره ۵۸، ۲۰۵-۲۳۲.
۵۸. قنبری، فرحناز. (۱۳۸۶). «بررسی تاثیر مکانیزم های حاکمیت شرکتی بر عملکرد شرکت های سهامی پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران». پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه الزهراء (س). تهران.
۵۹. کاشانی پور، محمد و رسائیان، امیر. (۱۳۸۸). «حاکمیت شرکتی و کنترل». مجله اقتصادی. ماهنامه بررسی مسائل و سیاست های اقتصادی. شماره های ۸۹ و ۹۰. صص ۹۱-۷۵.
۶۰. کرمی، مجتبی. (۱۳۹۱). «بررسی ارتباط بین حاکمیت شرکتی با ارزش شرکت و سیاست تقسیم سود در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران». پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه آزاد اسلامی واحد اراک.
۶۱. مهدوی، ابولقاسم، (۱۳۸۴) ساختار مالکیت و کارایی شرکت های فعال در بازار اوراق بهادار تهران، تحقیقات اقتصادی، شماره ی ۷۱، صص ۱۰۳-۱۳۲.
۶۲. مرفوع، محمد (۱۳۸۵). رابطه اعضای غیرموظف هیأت مدیره و سرمایه گذاران نهادی با پیش بینی سود شرکت، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی
۶۳. مشایخی، بیتا. علی پناه، صبری. (۱۳۹۴). تاثیر راهبری شرکتی بر رابطه ی بین اجتناب از مالیات و ارزش شرکت. پژوهش های حسابداری مالی و حسابرسی، دوره ۷، شماره ۲۵، ۴۹-۶۴.
۶۴. مهربانی، فاطمه و دادگر، یدالله. (۱۳۹۲). «محاسبه شاخص کیفیت حاکمیت شرکتی در شرکت های پذیرفته شده در بازار بورس اوراق بهادار تهران». مجله علمی پژوهشی نامه مفید. سال نوزدهم. شماره ۹۶. صص ۴۷-۶۸.
۶۵. محمدی، حسین (۱۳۹۶)، بررسی اثر حاکمیت شرکتی بر رابطه بین سرمایه فکری و ارزش بازار شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علوم و فنون مازندران
۶۶. میدری، احمد و حجاریان، سعید. (۱۳۸۳). «راهکارهای پیاده سازی اصول حاکمیت شرکتی در ایران». مقاله ارائه شده در سمینار بازار سرمایه، موتور محرک توسعه اقتصادی ایران. ۷ و ۸ آذرماه. تهران.

۶۷. نبوی چاشمی، سیدعلی. (۱۳۸۹). «ارائه الگوی سنجش تاثیر مکانیزم‌های حاکمیت شرکتی بر مدیریت سود در بورس اوراق بهادار تهران». رساله دکترا. دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران.
۶۸. نیکومرام، هاشم و محمدزاده سالطه، حیدر. (۱۳۸۹). «ارائه الگویی برای تبیین ارتباط بین حاکمیت شرکتی و کیفیت سود». مجله حسابداری مدیریت. سال سوم. شماره ۴.
۶۹. وکیلی فرد، حمیدرضا و باوندپور، لیدا. (۱۳۸۹). «تاثیر حاکمیت شرکتی بر عملکرد شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران». مجله مطالعات مالی. شماره هشتم.
۷۰. یعقوبی، مهدی و اقبال، مریم. (۱۳۹۲). «بررسی رابطه بین حاکمیت شرکتی و عملکرد شرکت: آزمون مجدد تئوری نمایندگی در شرکت های فعال در بازار بورس اوراق بهادار تهران». یازدهمین همایش ملی حسابداری. دانشگاه فردوسی مشهد.
۷۱. هامپتون، جان و همکاران. (۱۳۸۸). *تصمیم‌گیری در مسائل مالی (مدیریت مالی ۲)*، ترجمه حمیدرضا وکیلی فرد، تهران: انتشارات جنگل و علمی فوج

منابع انگلیسی

1. Ali, S., Liu, B., & Su, J. J. (2015). Corporate governance and stock liquidity: Panel evidence from 2001 to 2013.
2. Amihud, Y. (2002). Illiquidity and stock returns: cross-section and time-series effects. *Journal of financial markets*, 5(1), 31-56.
3. Amihud, Y., & Mendelson, H. (1986). Asset pricing and the bid-ask spread. *Journal of financial Economics*, 17(2), 223-249.
4. Attig, N., Fong, W. M., Gadhoun, Y., & Lang, L. H. (2006). Effects of large shareholding on information asymmetry and stock liquidity. *Journal of Banking & Finance*, 30(10), 2875-2892.
5. Belkaoui, R.A. (2000); *Accounting Theory*, 1st Edition. Thomson Learning.
6. Berle, A., & Means, G. (1932). *Private property and the modern corporation*. New York: Mac-millan.
7. Al-Matari, Yahya Ali, Al-Swidi, Abdullah Kaid, Fadzil, Faudziah Hanim Bt Fadzil Hanim and Al-Matari, Ebrahim Mohammed. (2012). "Board of Directors, Audit Committee Characteristics and Performance of Saudi Arabia Listed Companies". *International Review of Management and Marketing*. Vol. 2. No. 4. pp.241-251.
8. Andreou, Panayiotis C., Louca, Christodoulos and Panayides, Photis M. (2014). "Corporate governance, financial management decisions and firm performance: Evidence from the maritime industry". *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*. Volume 63. Pages 59–78.

9. Blau, Benjamin and Fuller, Kathleen. (2008). "Flexibility and dividends". *Journal of Corporate Finance*. 14. 133-152.
10. Breandle, C. and Noll, J. (2005). "On the Convergence of National Corporate Governance System". From www.ssrn.com
11. Byrd, J.W. and Hickman, K.A. (1992). "Do outside directors monitor managers? Evidence from tender offer bids". *Journal of Financial Economics* 32. 195-221.
12. Cadbury, Adrian. (1992). "The Financial Aspects of Corporate Governance". Burgess Science Press.
13. Breen, W. J., Hodrick, L. S., & Korajczyk, R. A. (2002). Predicting equity liquidity. *Management Science*, 48(4), 470-483.
14. Chang, M., D'Anna, G., Watson, I., & Wee, M. (2008). Does disclosure quality via investor relations affect information asymmetry? *Australian Journal of management*, 33(2), 375-390.
15. Cheung, W. M., Chung, R., & Fung, S. (2015). The effects of stock liquidity on firm value and corporate governance: Endogeneity and the REIT experiment. *Journal of Corporate Finance*, 35, 211-231.
16. Chordia, T., Roll, R., & Subrahmanyam, A. (2008). Liquidity and market efficiency. *Journal of Financial Economics*, 87(2), 249-268.
17. Chung, K. H., Elder, J., & Kim, J. C. (2010). Corporate governance and liquidity. *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 45(2), 265-291.
18. Cannon, Tom. (1994). "Corporate Responsibility: A Textbook on Business Ethics, Governance, Environment: Roles and Responsibilities". Pitman.
19. Carcello, Joseph V. and Neal, Terry L. (2000). "Audit Committee Composition and Auditor Reporting". *The Accounting Review*. Vol. 75. No. 4. pp. 453-467.
20. Chiang, Hsiang-tsai. (2005). "An Empirical Study of Corporate Governance and Corporate Performance". *Journal of American Academy of Business*. Cambridge. Mar. 6. 1. ABI/INFORM Global pg. 95.
21. Chidambaran, N.K., Palia, Darius and Zheng, Yudan. (2007). "Does Better Corporate Governance "Cause" Better Firm Performance?"
22. Cohen, Jeffrey R., Krishnamoorthy, Ganesh and Wright, Arnold. (2004). "The Corporate Governance Mosaic and Financial Reporting Quality". *Journal of Accounting Literature*, pp.87-152.
23. Colman, F. and Baikepi, N. (2001). "Composition of the Board of Directors and Firm Performance Dichotomy". *Journal of Financial Economics*.107.
24. Dehaene, Alexander, De Vuyst, Veerle and Ooghe, Hubert. (2001). "Corporate Performance and Board Structure in Belgian Companies". *Long Range Planning*. 34. 3. 383-398.

25. El Kalak, I., Azevedo, A., Hudson, R., & Karim, M. A. (2017). Stock liquidity and SMEs' likelihood of bankruptcy: Evidence from the US market. *Research in International Business and Finance*, 42, 1383-1393.
26. Fama, E. F., & Jensen, M. C. (1983). Separation of ownership and control. *The journal of law and Economics*, 26(2), 301-325.
27. Fang, V. W., Noe, T. H., & Tice, S. (2009). Stock market liquidity and firm value. *Journal of financial Economics*, 94(1), 150-169.
28. Glosten, L. R., & Milgrom, P. R. (1985). Bid, ask and transaction prices in a specialist market with heterogeneously informed traders. *Journal of financial economics*, 14(1), 71-100.
29. Gopalan, R., Kadan, O., & Pevzner, M. (2009). Investment decisions, asset liquidity, and stock liquidity. In *Working Paper*.
30. Gopalan, R., Kadan, O., & Pevzner, M. (2009). Managerial Decisions, Asset Liquidity, and Stock Liquidity.
31. Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of financial economics*, 3(4), 305-360.
32. Lipson, M. L., & Mortal, S. (2009). Liquidity and capital structure. *Journal of financial markets*, 12(4), 611-644.
33. Li, W. X., Chen, C. C. S., & French, J. J. (2012). The relationship between liquidity, corporate governance, and firm valuation: Evidence from Russia. *Emerging Markets Review*, 13(4), 465-477.
34. Lei, Q., Lin, B., & Wei, M. (2013). Types of agency cost, corporate governance and liquidity. *Journal of Accounting and Public Policy*, 32(3), 147-172.
35. Li. Sun., A. Martynov (2015). The Effect of Ownership S tructure on Corporate Social Responsibility: Empirical Evidence from korea. *journal of Business Ethics*, Vol. 104, pp. 29-283.
36. Lobo, G. J., & Zhou, J. (2001). Disclosure quality and earnings management. *Asia-Pacific Journal of Accounting & Economics*, 8(1), 1-20.
37. Modigliani, F., & Miller, M. H. (1958). The cost of capital, corporation finance and the theory of investment. *The American economic review*, 48(3), 261-297.
38. Myers, S. C., & Majluf, N. S. (1984). Corporate financing and investment decisions when firms have information that investors do not have. *Journal of financial economics*, 13(2), 187-221.

39. Prommin, P., Jumreornvong, S., Jiraporn, P., & Tong, S. (2016). Liquidity, ownership concentration, corporate governance, and firm value: Evidence from Thailand. *Global Finance Journal*, 31, 73-87.
40. Sivathaasan, N., Ali, S., Liu, B., & Huang, A. (2016). *Stock liquidity, corporate governance, and leverage: New panel evidence*. Griffith University, Department of Accounting, Finance and Economics.
41. Ummar, M., & Sun, G. (2016). Bank leverage and stock liquidity: evidence from BRICS countries. *Journal of financial economic policy*, 8(3), 298-315.
42. Welker, M. (1995). Disclosure policy, information asymmetry, and liquidity in equity markets. *Contemporary accounting research*, 11(2), 801-827.
43. Yu-Thompson, Y., Lu-Andrews, R., & Fu, L. (2016). Liquidity and corporate governance: evidence from family firms. *Review of Accounting and Finance*, 15(2), 144-173.