

ارتباط مسئولیت اجتماعی و حاکمیت شرکتی

در فضای کسب و کار ایران

سید محمود عبادی



CERTIFIED MANAGEMENT CONSULTANT

رئیس هیات مدیره مهندسین مشاور کاین سامانه

مسئول کمیته حاکمیت شرکتی

کمیسیون مسئولیت اجتماعی و حاکمیت شرکتی اتاق بازرگانی و صنایع و معادن و کشاورزی ایران



نخست

حاکمیت شرکتی



تعاریف حاکمیت شرکتی (Corporate Governance)

بر اساس نظر دانشگاه کمبریج تقریباً می توان ادعا کرد تعریف واحدی برای حاکمیت شرکتی وجود ندارد اما تعاریف رایج عبارتند از (۱):

• دانشگاه استنفورد (لارکر و تایان، ۲۰۱۵):

کنترل مکانیزم ها جهت جلوگیری از مدیران منفعت طلب در اجرای اقدامات آسیب زا برای سهامداران و ذینفعان شرکت

• اینستوپدیا (وبسایت معتبر بین المللی، ۲۰۲۰):

سیستمی حاوی قوانین، فرآیندها و فعالیت هایی که یک شرکت را اداره و همچنین کنترل می کند که این موضوع شامل توازن بین منافع ذینفعان آن شرکت می شود.

(1) <https://www.cambridge.org/core/books/principles-of-contemporary-corporate-governance/concept-corporate-governance-and-essential-corporate-governance-principles/0F68294DEA9BEFDBEF8BB288634E6404>



تعاریف حاکمیت شرکتی

• صندوق بین المللی پول و سازمان OECD (۲۰۰۱):

ساختار روابط و مسئولیت ها در میان یک گروه **ذی نفعان** از جمله سهامداران، اعضای هیات مدیره و مدیرعامل برای ترویج بهتر عملکرد رقابتی لازم جهت دستیابی به اهداف اولیه مشارکت.

• فدارسیون بین المللی حسابداران (۲۰۰۴):

مسئولیت ها و شیوه های بکار برده شده توسط هیات مدیره و مدیران موظف با هدف ترسیم مسیر راهبردی شرکت که تضمین کننده دستیابی به اهداف، کنترل ریسک ها و مصرف مسئولانه منابع در برابر **ذی نفعان** است.



حاکمیت شرکتی در ایران

تاریخچه موضوع (دکتر حساس یگانه، دانشگاه علامه طباطبائی):

- تقریباً ریشه این موضوع را می توان به زمان شروع بکارگیری مباشر برای اداره امور املاک کشاورزی و دام (در عصر کشاورزی) توسط صاحبان سرمایه دانست.
- طرح ادبیات موضوع در ایران (روح الله حسینی مقدم معاون سابق ناشران و اعضای شرکت بورس):**
- حاکمیت شرکتی در مجموعه بازار سرمایه ایران موضوع تازه و جدیدی نیست، سال ۱۳۴۶ شمسی برای اولین بار دستورالعمل پیشنهادی حاکمیت شرکتی توسط بورس اوراق بهادار تهران منتشر شد اما تا اوایل دهه ۸۰ تصویب و اجرایی نگردید.
- تقریباً می توان گفت موضوع حاکمیت شرکتی از سال ۱۳۸۳ یا ۱۳۸۴ طی برگزاری کنفرانسی در دانشگاه علامه رسماً وارد ادبیات اقتصادی ایران شد و در همان مقطع (سال ۸۳ یا ۸۴) بود که سازمان بورس و اوراق بهادار آیین نامه حاکمیت شرکتی را نشر داد.

دستورالعمل حاکمیت شرکتی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران – ۱۳۹۷



هدف حاکمیت شرکتی

هدف از اصول حاکمیت شرکتی، کمک به خطمشی‌گذاران در ارزیابی و بهبود چارچوب قانونی، مقرراتی و نهادی برای حاکمیت شرکتی با هدف حمایت از اثربخشی، کارایی، رشد پایدار و ثبات مالی شرکت است.



اصول حاکمیت شرکتی

اثر بخشی
چارچوب
حاکمیت
شرکتی

رعایت
حقوق
سایر
ذی نفعان

حفظ حقوق
سهامداران
و برخورد
یکسان با
ایشان

انگیزه
بخشی به
ذی نفعان

افشا و
شفافیت

مسئولیت
پذیری
هیات مدیره

رعایت
حقوق
سایر
ذی نفعان

انگیزه
بخشی به
ذی نفعان

مسئولیت
پذیری
هیات مدیره

ذی نفع موجودیتی است (حقیقی یا حقوقی) که بر سازمان تاثیر می گذارد
و/ یا تاثیر می پذیرد.

معمولا تحلیل جایگاه ذی نفع را بر اساس دو پارامتر زیر انجام می دهیم:
قدرت تاثیرگذاری
شدت تاثیر پذیری

جامعه همواره ذی نفعی تاثیرگذار و تاثیر پذیر است



برنامه
ریزی

مکانیزم مطلوب
ایفای تعهدات
نسبت به ذی نفعان

اجرا

ارزیابی

اصلاح

رعایت
حقوق
سایر
ذی نفعان

انگیزه
بخشی به
ذی نفعان

مسئولیت
پذیری
هیات مدیره



**مهمترین برنامه های
سازمان های با
حاکمیت شرکتی
مطلوب در قبال ذی
نفع کلیدی (جامعه)**

تلاش برای ارتقای مصادیق ارزش های انسانی

افزایش توانگری جامعه و ایجاد ثروت مشروع

حفظ و ارتقای اشتغال و مقابله با فقر

توجه به پایداری و توسعه عدالت

توانمندسازی و ارتقای آگاهی جامعه



دوم

مسئولیت اجتماعی شرکتی



مسئولیت اجتماعی شرکتی

Corporate Social Responsibility

- مسئولیت اجتماعی سازمانها در برگیرنده اقتصاد، قانون، اخلاقیات، و انتظارات بشردوستانه واحدهای تجاری است که به کلیه **ذینفعان** تعمیم می یابد. در اینجا ذینفعان به عنوان هر فرد یا گروهی که میتوانند بر فعالیتهای، تصمیمات، سیاستها، رویه ها و یا اهداف سازمان اثر گذارند، تعریف شده است. (دانکو ۲۰۰۸)
- مسئولیت اجتماعی شرکت ، فعالیتهایی هستند که به منظور پیشرفت بعضی از **اهداف اجتماعی که فراتر از اهداف مالی هستند** انجام می گردد. (هارجوتو ۲۰۱۱)
- مسئولیت اجتماعی شرکت ، وظیفه شرکت ها نسبت به **گروه های سازنده در جامعه غیر از سهامداران** و فراتر از آن چیزی که از طریق قانون و قرارداد تعیین کرده است، می باشد. (جانسون ۲۰۱۰)



ابعاد مسؤلية اجتماعي شركتي

مشتري

كاركنان

محيط زيست

جامعه

ابعاد مسؤلیت اجتماعی شرکتی

یک بعد از ابعاد مسؤلیت اجتماعی احساس مسؤلیت در مورد نهادهای موجود در جامعه است.

امروزه این موضوع پذیرفته شده که شرکتها با جوامع و همچنین نهادهای که با آن در تعامل هستند، در ارتباط و تداوم و بقای آنها به سلامتی، پایداری و موفقیت این نهادها، وابسته میباشد.

بنابراین یک شرکت برای رفاه و توسعه نهادهای پیرامون خود مسئول است.

از مسؤلیت های بنگاه های اقتصادی نسبت به اجتماع، پرداخت بخشی از سود خود در جهت تسهیلات آموزشی و فرهنگی، بهداشتی و سلامت است، زیرا آموزش، پایه و اساسی برای هر نوع توسعه اقتصادی و اجتماعی است و فرهنگ، جزء مهمی از اجتماع و هویت اجتماعی است. ارتقای آموزش و ارتقاء و حفاظت از فرهنگ، تاثیر مثبتی بر توسعه و همبستگی اجتماعی دارد (ایزو ۲۶۰۰۰)



سوم

ارتباط حاکمیت شرکتی و
مسئولیت اجتماعی شرکتی

ارتباط میان مسؤلیت اجتماعی شرکتی و حاکمیت شرکتی





برخی مطالعات در فضای کسب و کار جهان

- رازک (۲۰۱۴) در تحقیقی به بررسی رابطه بین حاکمیت شرکتی و مسئولیت اجتماعی در شرکتهای پذیرفته شده در بورس مصر پرداخت. نتایج نشان میدهد که وظایف حاکمیت شرکتی (کیفیت حسابرسی داخلی، کمیته حسابرسی، دوگانگی وظیفه مدیرعامل و ساختار مالکیت) بر مسئولیت اجتماعی تأثیرگذار است.
- لی سان وهمکاران (۲۰۱۵) در تحقیقی به بررسی حاکمیت شرکتی و مسئولیت اجتماعی پرداختند. تحلیلهای رگرسیونی یک رابطه مثبت و معنی دار میان حاکمیت شرکتی و مسئولیت اجتماعی را اثبات کرد.
- بهادری و سلارکا (۲۰۱۶) در تحقیقی به بررسی تأثیر حاکمیت شرکتی بر مسئولیت اجتماعی پرداختند. نتایج آنها نشان داد شرکتهای بزرگتر، با قدمت بیشتر و شرکتهایی که بین سهامداران سود تقسیم می کنند، تمایل بیشتری به سرمایه گذاری در پروژه های مسئولیت اجتماعی دارند.



برخی مطالعات در فضای کسب و کار جهان

جمع بندی مطالعات مختلف در سطح جهانی مبین این واقعیت است که:

نتایج نشان میدهد کسب و کارهایی که سازوکار حاکمیتی قوی دارند، عملکرد مسئولیت اجتماعی بهتری دارند.

همچنین حاکمیت خوب نیز به عملکرد مسئولیت اجتماعی خوب منتهی میگردد.