



حاکمیت شرکتی و نقش آن بر

کیفیت محصولات

(رویکرد مسئولیت اجتماعی)

رشته:	اکبری، حمیدرضا، ۱۳۶۷ -
عنوان و نام پدیدآور:	حاکمیت شرکتی و نقش آن بر کیفیت محصول (رویکرد مسئولیت اجتماعی) / حمیدرضا اکبری.
مشخصات نشر:	رشت: راهبرد شمال، انتشارات، ۱۳۹۷.
مشخصات راهری:	۱۰۱ ص: جدول و نمودار.
شابک:	۹۷۸-۶۰۰-۹۴۸۹۲-۶-۸
وضعیت فهرست نویسی:	۲۰۰۰ ریال ل: ۸-۶-۹۷۸-۶۰۰-۹۴۸۹۲
یادداشت:	یادداشت
موضوع:	حاکمیت شرکتی - جنبه‌های اجتماعی
موضوع:	Corporate governance - Social aspects
موضوع:	مسئولیت اجتماعی - سبب کار.
موضوع:	Social responsibility of business
رده بندی کنگره:	۱۳۹۷ ۲۰۰۰ الف ۱۳۹۷
رده بندی دیویی:	۶۵۸/۲۲۲
شماره کتابشناسی ملی:	۵۳۸۸۴۹۶



نام کتاب:	حاکمیت شرکتی و نقش آن بر کیفیت محصول (رویکرد مسئولیت اجتماعی)
تالیف:	حمیدرضا اکبری
چاپ:	۱۳۹۷
لیتوگرافی:	سورن
قیمت:	۴۰۰۰۰۰ ریال
شمارگان:	۱۰۰۰
شابک:	ISBN 978-600-94892-6-8 ۹۷۸-۶۰۰-۹۴۸۹۲-۶-۸

حق چاپ برای ناشر محفوظ است.

مرکز نشر و پخش: رشت، کمربندی شهید بهشتی، خیابان شهید نظری، کوچه دهم، پلاک ۱/۳۰۵
تلفکس: ۳۳۴۲۲۶۱ همراه: ۰۹۱۱۷۶۰۵۶۲۷

E-mail: Ketab@majournal.ir

- ۳۵..... ۲-۷-۳ مشکلات مربوط به ارتباط هزینه ها و منافع اجتماعی
- ۳۶..... ۲-۸ استفاده کنندگان از اطلاعات حسابداری اجتماعی
- ۳۹..... ۲-۸-۱ هدف استفاده کنندگان از اطلاعات حسابداری اجتماعی
- ۴۰..... ۲-۹ رویکردهای مسئولیتهای اجتماعی شرکتها
- ۴۵..... ۲-۱۰ سود و مسئولیتهای اجتماعی در شرکتها
- ۵۰..... ۲-۱۱ حاکمیت شرکتی
- ۵۲..... ۲-۱۲ حاکمیت شرکتی در ایران
- ۵۳..... ۲-۱۳ کنترل ای داخلی حاکمیت شرکتی
- ۵۳..... ۲-۱۳-۱ نظارت از طریق هیأت مدیره
- ۵۴..... ۲-۱۳-۲ روشهای کنترل داخلی و حسابرسی داخلی
- ۵۴..... ۲-۱۳-۳ تعادل مدیریت
- ۵۵..... ۲-۱۳-۴ پاداش
- ۵۵..... ۲-۱۳-۵ نظارت سهامداران بزرگ و یا نظارت بر بانکها و سایر طلبکاران بزرگ
- ۵۵..... ۲-۱۴ اصول حاکمیت شرکتی
- ۵۵..... ۲-۱۴-۱ حقوق و رفتار عادلانه ی سهامداران
- ۵۶..... ۲-۱۴-۲ منافع سایر ذینفعان
- ۵۶..... ۲-۱۴-۳ نقشها و مسئولیتهای هیئت مدیره
- ۵۶..... ۲-۱۴-۴ صداقت و رفتار اخلاقی
- ۵۶..... ۲-۱۴-۵ افشاء و انتشار رفتار اخلاقی
- ۵۷..... ۲-۱۵ چارچوب نظری حاکمیت شرکتی
- ۵۷..... ۲-۱۶ گروهها و حاکمیت شرکتی
- ۵۸..... ۲-۱۷ مشکلات سیستماتیک حاکمیت شرکتی
- ۵۹..... ۲-۱۸ رابطه ی حاکمیت شرکتی و محیط زیست
- ۶۴..... ۲-۱۸-۱ نظریه ی نمایندگی
- ۶۵..... ۲-۱۸-۲ نظریه ی مشروعیت قانونی
- ۶۶..... ۲-۱۸-۳ نظریه ی اقتصاد سیاسی

۶۸.....	۲-۱۸-۴ تئوری ذینفعان.....
۶۹.....	۲-۱۹ رابطه بین مسئولیت اجتماعی و حاکمیت شرکتی.....
۷۲.....	۲-۲۰ سوابق تحقیق.....
۷۲.....	۲-۲۰-۱ چکیده تحقیقات انجام شده در ایران.....
۷۹.....	۲-۲۰-۲ چکیده تحقیقات انجام شده در خارج از ایران.....
۸۵.....	فصل ۳: جمع بندی و پیشنهادها.....
۸۷.....	۳-۱ یافته های کتب.....
۸۸.....	۳-۲ پیشنهادت.....
۹۰.....	منابع و مآخذ.....

پیشگفتار

حسابداری اجتماعی شاخه‌ای از حسابداری است که به بررسی تاثیر عملیات یک کسب و کار بر جامعه، می‌پردازد. این مساله مستلزم آن است که شرکت‌ها با دقت به جامعه و همه مسائل اطراف خود نگاه کنند و در نظر بگیرند که عملیات آنها چه تاثیری بر افراد، محیط و مکان‌های اطرافشان دارد. حسابداری اجتماعی به انواع دارایی‌هایی که در حسابداری مالی مطرح است، نمی‌پردازد بلکه تمرکز آن بر رفتارهای کسب و کار است. حسابداری اجتماعی به بررسی تاثیر رفتار بر محیط اطراف می‌پردازد. هر کسب و کاری صرف‌نظر از اندازه آن کسب و کار، می‌تواند این ارزیابی را انجام دهد. آن‌ها فرآیند، یک پدیده حسابداری در اواخر قرن بیستم است. رشد این نوع حسابداری به‌عنوان یک رشته حسابداری ناشی از فشارهای جنبش زیست محیطی در شرکت‌های بزرگ است. همچنین، این موضوع با نقاظی دولتی‌ها و مردم نیز نشأت می‌گیرد که فعالیت‌های کسب و کار و آثار آن بر فعالیت‌های محیطی، بی‌افشای گردد. حسابداری اجتماعی تلاش می‌کند تا حسابی را برای بهای تمام شده و مزایای فعالیت‌ها را در ارتباط با اجتماع و محیط ایجاد نماید. یک کسب و کار ممکن است به اندازه‌گیری، تأثیر شرکت اجتماعی و کمک‌های خیریه در مناطق تحت فعالیت خود بپردازد. همچنین یک شرکت می‌تواند اثربخشی برنامه‌های استخدامی خود را در یک محیط اندازه‌گیری کند و همچنین بررسی کند که آیا این برنامه بر نرخ بیکاری محیط تاثیر داشته است یا خیر. حسابداری اجتماعی به خودی خود، برآینده رفتار کسب و کاری است که رفاه را برای مردم فراهم می‌کند. در نتیجه حسابداری اجتماعی اغلب با نام حسابداری اجتماعی محیطی، گزارشگری اجتماعی شرکتی یا گزارشگری مسوولیت اجتماعی و شرکتی شناخته می‌شود. به علت تمرکز حسابداری اجتماعی بدون در نظر گرفتن جنبه‌های گزارشگری مالی کسب و کار، حسابداری اجتماعی تحت عنوان گزارشگری غیرمالی یا حسابداری بقا (پایداری) تعریف می‌شود. یک کسب و کار می‌تواند به بررسی تجزیه و تحلیل پایداری واحد اقتصادی از جنبه‌های اجتماعی، فرهنگی و مالی بپردازد. همچنین می‌تواند توانایی خود را به منظور آغاز کار و سپس حفظ تعهد خود برای انجام فعالیت‌ها در مسیری که به نفع جامعه است، تجزیه و تحلیل کند. حسابداری اجتماعی فرآیندی است که هر نوع واحد اقتصادی می‌تواند انجام دهد و فقط به کسب و کارهایی که بر سودآوری تمرکز دارند، اختصاص ندارد. این نوع حسابداری، دولت، کسب و کارهای غیرانتفاعی و سازمان‌های خیریه را نیز در بر می‌گیرد. در واقع حسابداری اجتماعی بر مسوولیت

دلالت دارد که این مساله اقتضا می‌کند که فعالیت‌های سازمان‌ها در راستای حفظ و بقای بشریت صورت گیرد. تعاملات اجتماعی می‌تواند تحت تاثیر حاکمیت شرکتی نیز باشد. نویسنده در این کتاب با در نظر گرفتن اهداف ذیل:

۱. تبیین رابطه بین مکانیزم‌های موثر کیفیت محصول و تعاملات اجتماعی
۲. تبیین اثر کیفیت حاکمیت شرکتی در تعدیل رابطه مثبت بین کیفیت محصول و مسئولیت

پاسخگویی اجتماعی

بدنبال یافتن پاسخی برای این سوالات است:

۱. بین کیفیت محصول و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها (CSR) رابطه معنی‌داری وجود دارد؟

۲. حاکمیت شرکتی چه تاثیری بر رابطه بین کیفیت محصول و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها

می‌گذارد؟

در مجموع این کتاب صرف نقد و بررسی رابطه بین حاکمیت شرکتی و کیفیت محصول با تعاملات اجتماعی شرکت‌ها، پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران انجام گرفته و سعی شده با جمع‌آوری داده‌های مربوط به سوابق اجتماعی بر کیفیت محصول از دیدگاه سرمایه‌گذاران و اعتباردهندگان بازار سهام تحلیل آماری شود.

حمیدرضا اکبری

تابستان ۱۳۹۷