

حاکمیت شرکتی در بانکها



سعید بارونی

سرشناسه: بارونی، سعید، ۱۳۶۱.

عنوان و نام پدیدآور: حاکمیت شرکتی در بانکها/ سعید بارونی.

مشخصات نشر: تهران: پارسینه، ۱۳۹۴.

مشخصات ظاهری: ۵۴ ص.

شابک: ۴۱-۸-۷۳۶۹-۶۰۰-۹۷۸-۲۶۰۰۰ ریال.

وضعیت فهرست نویسی: فیا

یادداشت: کتابنامه: ص. ۵۲ - ۵۴.

موضوع: حاکمیت شرکتی

موضوع: بانک و بانکداری

رده بندی کنگره: ۱۳۹۴: ۲ج ۲ب/ ۲۷۴۱/ HD

رده بندی دیویی: ۶۵۸/۴۲۲

شماره کتابشناسی ملی: ۲۸۸۶۲۶۷



نام کتاب: حاکمیت شرکتی در بانکها

مؤلف: سعید بارونی

ناشر: پارسینه

مدیر اجرایی: فریبا خادمی

چاپ و صحافی: مجتمع چاپ اول

شابک: ۴۱-۸-۷۳۶۹-۶۰۰-۹۷۸

نوبت چاپ: اول - تابستان ۱۳۹۴

شمارگان: ۱۰۰ نسخه

قیمت: ۲۶۰۰۰ ریال

دفتر مرکزی: تهران، خیابان ۱۲ فروردین، کوچه بهشت آیین، پلاک ۳۴، نشر پارسینه

تلفن تماس: ۶۶۹۶۸۸۵

فهرست مطالب

۷.....	مقدمه.....
۸.....	طبقه‌بندی سیستم‌های حاکمیت شرکتی.....
۱۰.....	عوامل مؤثر بر سیستم‌های حاکمیت شرکتی.....
۱۵.....	انواع الگوهای حاکمیت شرکتی.....
۱۸.....	مدل‌های حاکمیت شرکتی.....
۲۶.....	پارادایم‌های اصلی حاکمیت شرکتی.....
۲۸.....	باورهای حاکمیت شرکتی.....
۳۳.....	اهمیت و نقش حاکمیت شرکتی از نظر غرب و اسلام.....
۳۵.....	حاکمیت شرکتی یا رویکرد اسلامی.....
۳۷.....	نقش حاکمیت شرکتی مؤثر در اقتصاد کشور.....
۳۸.....	حاکمیت شرکتی در مؤسسات مالی و بانک‌ها.....
۴۴.....	مسئله کارگزاری (عامل - اصیل).....
۴۵.....	قرارداد جامع.....
۴۶.....	انضباط بازار.....
۴۸.....	بعد اخلاقی.....
۴۹.....	بازرسی‌های قانونی و نهادی.....
۵۲.....	منابع و مآخذ.....

مقدمه

حاکمیت شرکتی به عنوان یکی از موضوعات مهم نظام بانکداری از دهه ۱۹۹۰ در انگلستان، آمریکا و کانادا در پاسخ به مشکلات ناشی از عدم اثربخشی هیأت مدیره در عملکرد شرکت‌های بزرگ مطرح شد و به سرعت به سایر بخش‌ها و سیستم بانکی تسری یافت. حاکمیت شرکتی را مجموعه روابط میان هیأت مدیره، مدیر، سهامداران و کلیه ذینفعان (از جمله کارکنان) تعریف کرده‌اند که تأمین‌کننده منافع کلیه اشخاص ذینفع باشد. حاکمیت شرکتی تعیین‌کننده ساختاری است که توسط آن اهداف سازمان تدوین شده و ابزار دستیابی به این اهداف و نظارت بر عملکرد مشخص می‌شوند.

بررسی ادبیات موجود نشان می‌دهد که هیچ تعریف مورد توافقی در مورد حاکمیت شرکتی وجود ندارد. تعاریف موجود از حاکمیت شرکتی در یک طیف وسیع قرار می‌گیرند. در یک تعریف محدود، حاکمیت شرکتی به رابطه بین شرکت و سهامداران محدود می‌شود.

این الگویی قدیمی است که در قالب نظریه نمایندگی^۱ ارائه می‌شود. در تعریفی دیگر، حاکمیت شرکتی را می‌توان به صورت شبکه‌ای از روابط در نظر گرفت که نه تنها میان شرکت‌ها و مالکان آنها (سهامداران) بلکه میان شرکت و تعداد زیادی از ذینفعان از جمله کارکنان، مشتریان، فروشندگان و دارندگان اوراق قرضه وجود دارد. چنین دیدگاهی در قالب نظریه ذینفعان^۲ دیده می‌شود (یحیی حساس یگانه، ۱۳۸۵).

1 Agency Theory

2 Stakeholder Theory