

تحلیل شرکت از دیدگاه اقتصادی

سید علی سیداحمدی سجادی*

عضو هیأت علمی دانشکده حقوق، پردیس قم دانشگاه تهران

(تاریخ دریافت: ۸۷/۸/۲۲؛ تاریخ تصویب: ۸۷/۱۱/۱۳)

چکیده

یکی از نهادها و بسترهای حقوقی که همراه با نظام سرمایه‌داری مبتنی بر انقلاب صنعتی به مفهوم جدید به وجود آمد. «شرکت» است. در طول تاریخ، شرکت فراز و فرودهایی را پشت سر گذاشته است؛ تحول اشکال اولیه آن به شکل مدرنِ امروزی همراه با تحولات اجتماعی و اقتصادی توأم بوده است. نظام سرمایه‌داری با ایجاد نهاد شرکت، وارد مرحله جدیدی از سازماندهی اجتماعی شده است. از بُعد اقتصادی، شرکت تنها یک شخصیت حقوقی به شمار نمی‌آید، بلکه ابزاری جهت هدایت و سازماندهی فعالیت‌های اقتصادی است. امروزه، تعامل بین دولت و اقتصاد به تعامل بین دولت و شرکت‌های بزرگ تغییر یافته است. در رویکرد اقتصادی، شرکت از مفهوم سنتی خود که تنها توافقی بین دو یا چند مؤسس برای انجام عملیات تجاری است، جدا گردیده و به عنوان یک سازمان حقوقی و اقتصادی نگریسته می‌شود. در ایران، توجهی به زمینه‌های اجتماعی و اقتصادی شرکت نشده است و حقوق‌دانان نیز تنها از منظر قوانین به شرکت نگاه نموده‌اند، برای تشخیص مبانی حقوقی شرکت بایستی به مفهوم اقتصادی آن نیز توجه نمود، تا زمانی که ماهیت و طبیعت اقتصادی شرکت بررسی نشود، نمی‌توان راه کارهای مؤثر حقوقی در جهت اصلاح ساختارهای درونی شرکت ارایه کرد. در این نوشتار سعی شده است از بعد اقتصادی به مفهوم شرکت پرداخته شود؛ در این مفهوم به دنبال تعریف جامع از مفهوم شرکت نیستیم، بلکه می‌خواهیم بدانیم به چه دلیل پدیده «شرکت» در جامعه بشری به وجود آمده است؟ چرا مردم گرایش به تأسیس شرکت دارند؟ برای پاسخ دادن به این سؤال‌ها لازم است، به طور خلاصه تصویری از تئوری‌های مهم اقتصادی مربوط به شرکت را بررسی نماییم.

واژگان کلیدی:

تئوری‌های اقتصادی، شرکت، تئوری نمایندگی، هزینه معاملات، حقوق مالکیت.

مقدمه

هیچ برنامه و نظام اقتصادی جدای از زیرساخت‌های حقوقی آن قابل تصور نیست و هم‌چنین سیاست‌های اقتصادی در شکل‌گیری و تحول قواعد حقوقی بسیار مؤثرند. حقوق اقتصادی و تحلیل اقتصادی حقوق به عنوان دو جلوه بارز تعامل حقوق و اقتصاد در سال‌های اخیر مورد توجه محافل علمی و حرفه‌ای قرار گرفته است. بسیاری از رشته‌های حقوق اقتصادی مانند حقوق رقابت و حقوق عمومی بازارهای مالی از نظر محتوا دربرگیرنده تئوری‌های اقتصادی بوده و درک صحیح از ماهیت و حدود آنها مشروط به نوعی دانش اقتصادی است. نگرش اقتصادی به حقوق در اکثر رشته‌ها و موضوعات حقوقی از جمله حقوق شرکت‌ها مورد استفاده قرار گرفته است. در نگرش اقتصادی به شرکت، بیش‌تر به این مسأله توجه می‌شود که شرکت‌های تجاری در اقتصاد از چه جایگاهی برخوردارند و تا چه اندازه در اقتصاد کارایی دارند. همانطور که حقوق با تدوین ضمانت اجراهای مختلف و متنوع بر رفتار انسان تأثیر می‌گذارد، شرکت‌های تجاری نیز تأثیرگذار بر عملکرد و رفتار انسان می‌باشند و این تأثیر بیش‌تر از ماهیت اقتصادی برخوردار است، زیرا اشخاص با تأسیس شرکت یک فرض عقلایی (به حداکثر رساندن مطلوبیت) را انتخاب و در حدود مطلوبیت و کارایی اقتصادی و نفع بیش‌تر هستند. مطالعه‌ی حقوق شرکت‌ها را، نباید با قانون شرکت اشتباه گرفت، قانون، تنها بخشی از حقوق عام مربوط به شرکت‌ها می‌باشد. حقوق شرکت‌ها حاصل فرایندی طولانی و متضمن عناصر حقوقی و اقتصادی است که بدون توجه به این عناصر فهم حقوق شرکت‌ها ممکن نخواهد بود. اعطای شخصیت حقوقی از سوی دولت به شرکت و نیز خصوصیت مسئولیت محدود سهام‌داران و اصل قابلیت نقل و انتقال سهام تحول بنیادی و ساختاری در ایجاد تحرک اقتصادی و تنظیم روابط اجتماعی داشته است (هاسمن، ۲۰۰۴، ص ۴۴۱). در این رویکرد، شرکت از مفهوم سنتی خود که تنها توافقی بین دو یا چند مؤسس برای انجام عملیات تجاری جهت کسب سود و منافع بوده، جدا گردیده و به عنوان یک سازمان حقوقی و اقتصادی که مرکز ثقل فعالیت‌های اقتصادی است، نگریسته شده است.

شرایط اجتماعی و اقتصادی در قرن ۱۹ به گونه‌ای بود که زمینه را برای پیدایش شرکت‌های سهامی بزرگ فراهم کرد، زیرا در این دوره، طبقه متوسطی از جامعه پدیدار شد که دارای ثروت

هنگامی گردیدند. از طرفی، دولت‌ها نیز خود عامل دیگری بودند که زمینه تأسیس و تشکیل این شرکت‌ها را فراهم نمودند. دولت‌ها جهت توسعه اقتصادی، بسیاری از پروژه‌های عظیم از جمله حمل و نقل، مخابرات، راه‌اندازی کارخانه‌های صنعتی و دیگر زیرساخت‌های اقتصادی را در قالب شرکت‌های سهامی به وجود آوردند (دیگنام، ۲۰۰۴، ص ۳۵۰). ظهور و رشد بی‌رویه این گونه شرکت‌ها به حدی بود که شرکت‌ها به بازیگران اصلی عرصه اقتصاد تبدیل شدند، به طوری که اکنون با نوعی از اقتصاد مواجه هستیم که می‌توان آن را اقتصاد مبتنی بر شرکت‌ها نامید. رشد بی‌رویه شرکت‌های سهامی باعث شد، بازیگران عرصه بازار نیز تحت تأثیر شرکت‌ها قرار گیرند، به نحوی که شرکت جایگزین بازار گردید. توضیح اینکه در اقتصاد از دو روش برای تنظیم روابط افراد و عوامل تولید استفاده می‌شود، یکی بازار و دیگری شرکت است. حال سؤال این است که چرا بسیاری از فعالیت‌های اقتصادی توسط شرکت انجام می‌شود؟ اگر به مفهوم قرارداد از بعد اقتصادی فارغ از ابعاد حقوقی آن نگاه کنیم، می‌توان گفت: قرارداد شاخص‌ترین تمهید حقوقی جهت تسهیل مبادلات اقتصادی و توزیع ثروت در اقتصاد مبتنی بر بازار است (کوز، ۱۹۶۰، صص ۲ و ۱۵). انعقاد هر قرارداد مستلزم هزینه است، شامل هزینه‌های یافتن طرف قرارداد، مذاکرات اولیه، هزینه از دست دادن زمان و هزینه‌های مربوط به الزام متعهد؛ از بعد اقتصادی این هزینه معامله است که محدودیت‌هایی در ساختار اقتصاد ایجاد کرده است. در مفهوم شرکت از بعد اقتصادی در توجیه اقبال مردم به تأسیس شرکت تکیه بر صرفه‌جویی اقتصادی شده است. دلیل توسل به شرکت، وجود نواقصی در نظام بازار و نظام قراردادهاست که باعث می‌شود، تشکیل شرکت‌ها در نظام اقتصادی اولویت پیدا کند. در رویکرد جدید شرکت از بعد اقتصادی، که از منظر حقوق‌دانان مورد غفلت واقع شده، شرکت، ابزاری جهت هدایت و سازماندهی فعالیت‌های بخش خصوصی است. وجود شرکت به خودی خود نشان‌دهنده غلبه فعالیت‌های اجتماعی - اقتصادی در جامعه است که بیانگر حس همکاری و همبستگی است. امروز تعامل بین دولت و اقتصاد به تعامل بین دولت و شرکت‌های بزرگ تغییر یافته است، دولت‌ها در یک اقتصاد رقابتی، ساختار خاصی از شرکت را مدنظر قرار داده‌اند که در آن شرکت‌ها به عنوان عاملی برای رشد اقتصادی به شمار می‌آیند. نظام سرمایه‌داری با ایجاد نهاد مشارکت وارد مرحله‌ای جدید از سازماندهی اجتماعی شده است، در علم اقتصاد،

شرکت‌ها، نظام داخلی آنها، نحوه انتخاب مدیران، نحوه کنترل و نظارت بر آنان مورد ارزیابی و توجه قرار گرفته است؛ زیرا با پیدایش شرکت‌های سهامی بزرگ، جدایی مالکیت از کنترل^۱ شکل گرفته است و این موجود حقوقی بایستی از بعد اقتصادی کنترل شود و بر فعالیت‌های آن نظارت کرد. در ایران توجهی به زمینه‌های اجتماعی و اقتصادی شرکت نشده است. حقوق‌دانان نیز تنها از منظر قوانین به شرکت نگریسته‌اند و اکثر مباحث مربوط به حقوق شرکت‌ها حول تفسیر و تعاریف قانون شرکت‌ها قرار گرفته و از مبانی تئوریک و یا تحلیل‌های اقتصادی و اجتماعی آن غافل مانده‌اند. برای تشخیص مبانی حقوق شرکت‌ها بایستی به مبانی اقتصادی آن نیز توجه شود، تا زمانی که ماهیت و طبیعت اقتصادی شرکت بررسی نشود، نمی‌توان راه‌کارهای مؤثر حقوقی در جهت اصلاح ساختارهای حقوقی شرکت ارائه داد.

بررسی تئوری‌های اقتصادی شرکت

اقتصاددانان از چند جهت به مسأله شرکت از بعد اقتصادی نگریسته‌اند. گروهی با نگرش به مفهوم شخصیت حقوقی به شرکت نگاه نموده‌اند و سعی دارند منشأ پیدایش این شخصیت را بیان نمایند. آنها شرکت را به عنوان نمود و تبلور اراده دولت‌ها می‌نگرند و معتقدند آنچه باعث شکل‌گیری و اعتبار شرکت در عالم اعتبار می‌شود، خواست و اراده دولت است. بر اساس این دیدگاه دولت به راحتی می‌تواند بر فعالیت شرکت‌ها دخالت و نظارت نماید. گروهی دیگر شرکت را محصول اجتماع اشخاصی می‌دانند که با اراده خویش در صدد تأسیس شرکت برآمده‌اند. اینان دخالت دولت را امری ثانوی دانسته و تأکید بر نقش کلیدی سهام‌داران در تصمیم‌سازی و ساماندهی شرکت می‌دارند، نظریه‌های مذکور هیچ‌کدام منجر به تحلیل اقتصادی از شرکت نگردید. آنچه در این گفتار به آن پرداخته می‌شود، ضرورت تشکیل شرکت از بعد اقتصادی است که در قالب تئوری‌های اقتصادی جدید بیان می‌شود که عبارتند از:

نظریه نئوکلاسیک^۲

نخستین نظریه رایج درباره شرکت که مورد توجه اقتصاددانان قرار گرفت، نظریه نئوکلاسیک‌ها بود (دیگنام، ۲۰۰۴، ص ۳۵۴). مجموع فعالیت‌های اقتصادی یا از طریق بازار^۳

1. Separation of ownership and control.
2. Neo-classic Theory
3. Market

صورت می‌گیرد و یا از طریق شرکت^۱. بازارها تعاملات اقتصادی بین مردمی هستند که به عنوان افرادی بیگانه با یکدیگر معامله می‌کنند و در جست و جوی سود خویش هستند. تعارض منافع بین افراد منفعت‌طلب و سودجو، منجر به پیدایش مکانیزم قیمت‌ها می‌شود (ایستر بروک، ۱۹۹۱، ص ۸). از دیدگاه نئوکلاسیک‌ها، شرکت یک سازمان اقتصادی است که منابع را جهت تولید کالا و خدمات موردنظر هدایت می‌نماید، شرکت جایگزینی است، برای هدایت و تنظیم فعالیت‌های اقتصادی در چرخه تولید (هنری، ۱۹۸۹، ص ۱۰۴). به عبارتی شرکت، عبارت است از مجموعه یا دسته‌ای از طرح‌های تولیدی قابل اجرا که توسط یک مدیر رهبری و هدایت می‌شود، مدیر مواد مورد نیاز را خریداری و تولیدات شرکت را در بازار به فروش^۲ می‌رساند. هم‌چنین مدیر، طرح‌ها و برنامه‌هایی را تهیه می‌کند که منجر به رفاه مالکان شرکت می‌گردد. مقصود از رفاه در اینجا «سود» است، در صورتی که شرایط و اوضاع و احوال نامطمئن باشد یا حداکثرسازی سود به خوبی قابل تعیین نباشد، رفاه در قالب سود مورد انتظار با توجه به ارزش بازار تعریف می‌شود. نئوکلاسیک‌ها مفهوم سنتی شرکت را قبول ندارند و به شرکت به عنوان یک واحد تولیدی که مستعد کار برای تولید است، نگاه می‌کنند، اینکه ساختار درونی شرکت و روابط داخلی آن از قبیل رابطه شرکت با سهام‌داران، رابطه شرکت با مدیران و سایر اشخاص ثالث بر چه محوری می‌باشد، کاری ندارند؛ بلکه محور اصلی این تئوری، بر بازار و مکانیسم‌های متعادل‌کننده آن استوار می‌باشد. در خصوص مفهوم بازار نیز نئوکلاسیک‌ها فرضیه‌هایی را نیز به عنوان مبانی نظریه خود ارائه نموده‌اند که عبارتند از:

فرض نخستین: قیمت در بازار از طریق عرضه و تقاضا مشخص می‌شود. یعنی اگر قیمت یک کالا در یک بازار از بازار دیگر بالاتر باشد، فروشنده به بازار دیگری که قیمت بالاتری دارد می‌رود تا این تفاوت از بین برود. به این ترتیب، اصل آن است که بازار قیمت را معین می‌کند، لذا دخالت دولت نامطلوب و موجب ناکارآمدی می‌شود و اقتصادهای نئوکلاسیک سعی در محدود کردن نقش دولت در تنظیم بازار دارند.

فرض دوم: بازار به خودی خود، به طور کامل رقابتی است. یعنی شمار وسیعی از کارخانه‌ها و شرکت‌های تولیدکننده، کالاهای همگن، با قیمت یکسان و بدون مانع برای ورود به بازار آماده دارند. بازار به عنوان یک مکانیزم کنترل‌کننده، عملکرد مدیران شرکت را نیز تحت نظر

1. Firm

2. spot market.

دارد، مدیرانی که با قواعد رقابت در بازار آشنایی نداشته باشند، نمی‌توانند شرکت را از چالش‌هایی که بازار برای آنان تدارک می‌بیند، نجات دهند؛ برای مثال، بازار سهام بهترین محک برای عملکرد مدیریت شرکت است (فران، ۱۹۹۹، ص ۱۱۹).

فرض سوم: شرکت تنها یک هدف دارد و آن حداکثر کردن سود است. به علاوه شرکت، این هدف را بدون اشاره به واکنش سایر شرکت‌ها دنبال می‌کند.

فرض چهارم: شرکت اطلاعات بازار را در مورد وقایع حاضر و آینده که بر فعالیت‌هایش تأثیرگذار است. به طور کامل به دست آورده و لذا فعالیت‌هایش را با قطعیت تکمیل کرده و انتخاب‌هایش عقلانی و مستلزم حداکثر سود است (ژوزف، ۱۹۹۴، ص ۲۵۴).

مفروضات فوق که پایه طراحی تئوری نئوکلاسیک‌ها بود، با ایراداتی مواجه گردید. این تئوری قادر به توضیح این مطلب نیست که اگر برای مثال، دو شرکت با یکدیگر ادغام شوند و یا یک شرکت بزرگ به شرکت‌های وابسته تبدیل شود، چه اتفاقی خواهد افتاد. به دیگر سخن، این تئوری قادر به تبیین ساختار درونی شرکت نیست، زیرا آنها شرکت را به عنوان فرد مستعدی برای کار در بازار تلقی می‌کنند و بصیرت لازم را برای جدایی مالکیت از مدیریت و تبیین ساختارهای شرکت ندارد. نگاه صرف به بازار عقلایی نیست، زیرا گاه حجم تولیدات یک شرکت بزرگ در حدی است که به جای اینکه بازار قیمت کالا را تعیین کند، شرکت جایگزین بازار در تعیین قیمت‌ها می‌گردد. هم چنین، این تئوری در خصوص مدیریت شرکت، مسأله جدایی مالکیت از کنترل و اینکه چه تفاوتی میان شرکتی که مالکان بر آن مسلط‌اند با شرکتی که قدرت و اختیار آن در دست مدیران آن می‌باشند، قایل نیستند (دیگنام، ۲۰۰۴، ص ۳۵۸). این ایرادات باعث گردید که تئوری‌های جدیدی پا به عرصه اقتصاد گذارند.

تئوری نمایندگی^۱

انتقادات وارد بر نظریه نئوکلاسیک منجر به پیدایش و گسترش تئوری دیگری شد که به نظریه اصیل - نماینده معروف است. در تئوری نمایندگی، شرکت به عنوان شبکه‌ای از قراردادهای در میان عوامل تولید قرار می‌گیرد، علم اقتصاد کلاسیک، شرکت یا بنگاه را به مثابه یک نهاد با الزام به افزایش بهره و سود توصیف می‌کند و عملکرد شرکت را در مقایسه با عملکرد بازار مورد توجه قرار می‌دهد (راس، ۱۹۷۳، ص ۳۸). از نظر اقتصادی، رابطه نمایندگی به عنوان یک

1. Agency Theory

قرارداد توصیف می‌شود که به موجب آن یک یا چند نفر کارگزار (سهامدار) فرد دیگری را به عنوان کارگزار (نماینده- مدیران شرکت) برای انجام برخی خدمات به کار می‌گیرند که چنین قراردادی منجر به تفویض اختیار به کارگزار می‌شود. نتیجه این رابطه منتهی به این می‌گردد که هر یک از طرفین به منافع خود بیاندیشند که این انگیزه موجب ایجاد تضاد منافع می‌گردد (جنسن، ۱۹۷۶، صص ۳۰۵-۳۶۰). علم اقتصاد با واقعیات سروکار دارد، به عبارتی واقع‌نگر می‌باشد، این علم سرمایه شرکت را متعلق به سهام‌داران می‌داند، نه شرکت به عنوان یک شخص حقوقی فرضی. بر همین اساس است که در نظریه نمایندگی رابطه قراردادی بین سهام‌داران به عنوان مالکان واقعی شرکت و مدیران مورد بحث قرار می‌گیرد، این تئوری تعارضات میان بازیگران اقتصادی را از رهگذر طرح عدم تقارن اطلاعات یا مشکلات و مسایل راجع به قابلیت نظارت، توضیح می‌دهد و بر رابطه بین اصیل و نماینده تأکید می‌کند. در این تئوری همچنان، شرکت یک مجموعه‌ی تولیدی تلقی می‌شود، اما تصمیم‌های مربوط به تولید، توسط مدیران حرفه‌ای اتخاذ می‌شود. مدیرانی که فعالیت‌ها را انتخاب می‌کنند و در عین حال از سوی مالکان شرکت قابل نظارت نیستند. مدیران، اطلاعاتی درباره‌ی سوددهی شرکت در اختیار دارند که مالکان شرکت فاقد آن هستند. همچنین مدیر، علاوه بر رفاه مالکان، اهداف دیگری را هم در ذهن دارد، برای مثال، مزایای شغلی، زندگی آسان و ساختمان‌های تجمعاتی از این قبیل اهداف می‌باشند.

در چنین شرایط و وضعیتی، حداکثرسازی سود «از سوی مالکان شرکت (سهام‌داران) به طور مستقیم، امکان‌پذیر نیست و از سوی دیگر، مالکان مزبور نمی‌توانند اطمینان داشته باشند که طرح تهیه شده از جانب مدیران به حداکثرسازی سود منجر شود. در نهایت، مالکان سعی می‌کنند تا اهداف مدیران را با اهداف خویش هماهنگ سازند و این کار را از طریق برنامه ایجاد انگیزه در مدیران محقق می‌کنند. برل و مینز^۱ نشان دادند که چگونه تفکیک مالکیت از کنترل منجر به واگرایی منافع می‌شود، به طوری که سهام‌داران سعی در تعقیب منافع خود کرده و مدیران نیز ضمن تلاش در جهت ابقای خود در سمت مدیریت به دنبال منافع شخصی خودشان هستند. این تضاد منافع بین مدیر و سهام‌دار موجب گردید که هدف اولیه شرکت‌ها که افزایش ثروت سهام‌داران می‌باشد، مورد سؤال قرار گیرد. زیرا مدیران در شرکت‌های سهامی بزرگ

1. Berleand means

آورده شده‌اند و سرمایه‌ای در شرکت نداشته، بلکه سرمایه اصلی متعلق به صاحبان سهام است (کلارک، ۲۰۰۴، ص ۵)، حتی در یک طرح بهینه، مدیران برای تحقق پاره‌ای از اهداف خود به هزینه‌ی مالکان شرکت تأکید دارند و تعارض منافع همچنان باقی خواهد ماند. لذا ما هنوز در نقطه‌ی آغازین تئوری مدیریتی شرکت قرار داریم (کالو، ۱۹۹۸، ص ۵۲). فرایند جدایی مالکیت از کنترل چنین توصیف می‌شود که با بزرگ‌تر شدن شرکت پراکندگی مالکیت سهم به وجود می‌آید که نتیجه آن به کاهش قدرت سهام‌داران و افزایش تدریجی اختیارات مدیران می‌انجامد. جدایی مالکیت از کنترل مشکل پاسخگو بودن مدیر را به عنوان نماینده مالکان (سهام‌داران) پدید آورد و باعث گردید که سهام‌داران بر رکن مدیریتی شرکت تسلط و نفوذی نداشته باشند، همین عامل زمینه ایجاد نظریه نمایندگی را ایجاد کرد. در دهه ۱۹۶۰ و اوایل دهه ۱۹۷۰ اقتصاددانانی چون ویلسن^۱ و آرو^۲ ۱۹۷۱ به خطرات ناشی از سرمایه‌گذاری در شرکت‌های سهامی عام پی بردند. آدام اسمیت^۳ نیز بحران نمایندگی را از بعد اقتصادی در شرکت‌های سهامی به دست‌اندرکاران حوزه اقتصاد و حقوق گوشزد نمود و بیان نمود، جدایی مالکیت از مدیریت باعث می‌شود که مدیران در امور شرکت دچار افراط و تفریط شوند و مشکلاتی را به عنوان نماینده برای سهام‌داران ایجاد نمایند. تفکیک مالکیت از مدیریت دست مدیران را در راستای دستیابی به هدفهای مغایر با منافع سهام‌داران باز می‌گذارد و باعث می‌گردد، مدیران انگیزه‌ای در جهت بهره‌وری شرکت نداشته باشند و در جهت منافع شخصی خود اقدام نمایند (کاتلین، ۱۹۸۹، ص ۸۰). مدیران برای تحقق اهداف خود به هزینه مالکان شرکت عمل می‌کنند و همین عامل باعث تضاد منافع می‌شود (کالو، ۱۹۹۸، ص ۱۵۲). از بعد اقتصادی این نظریه با دو چالش مهم مواجه است، یکی اینکه خواسته‌ها، اهداف و نگرش طرفین این رابطه (اصیل / نماینده) به جای اینکه در کنار و همسوی یکدیگر باشند، در مقابل هم قرار می‌گیرند، به طوری که هر یک از طرفین این رابطه، ریسک ناشی از عملکرد خود را به دیگری تحمیل تا منافع بیشتری را عاید خود نماید، چرا که در تسهیم ریسک^۴ مدیران شرکت نگرش متفاوتی نسبت به ریسک دارند و همین عامل باعث بروز تضاد منافع در روابط قراردادی بین اصیل و نماینده، شده است. عامل دیگر، چگونگی کنترل مدیران توسط سهام‌داران می‌باشد،

1. Welsen
2. Arrow
3. Adam Smite
4. Resk sharing

زیرا این کنترل مستلزم هزینه‌هایی است که از آن تعبیر به هزینه‌های نمایندگی شده است (الچیان، ۱۹۷۲، صص ۹۵-۲۰۵)، که خود مشکلاتی را در رابطه بین مدیران و سهام‌داران ایجاد کرده است، زیرا برای اصیل مشکل است که صحت عملکرد نماینده را واریسی و کنترل نماید. نکته دیگری که در این تئوری مورد تأکید قرار می‌گیرد، این است که هدف اصلی مدیران رشد بلندمدت است، نه حداکثرسازی سود. همان‌طور که چارلز^۱ می‌گوید در تصمیم‌سازی‌های اداری، مدیران حرفه‌ای، سیاست‌هایی را ترجیح می‌دهند که ضامن ثبات و رشد بلندمدت شرکت‌ها باشد، پیگیری سیاست‌های رشد شرکت برای سهام‌داران این اشکال را دارد که در دوره رشد شرکت، صاحبان سهام به سرمایه‌های خود دسترسی نخواهند داشت (دیگنام، ۲۰۰۴، صص ۳۵۹)، بنابراین ممکن است سهام خود را بفروشند، این امر قیمت سهام را با رکود مواجهه و شرکت را برای انتقال آسیب‌پذیر می‌سازد.

تئوری «اصیل-نماینده» را به این دلیل که چون از جایگاه مدیران و عوامل مؤثر در تصمیم‌گیری‌ها بحث می‌کند، تئوری مدیریتی نیز نامیده‌اند. این تئوری خالی از ایراد نیز نبوده است و نتوانسته است، تمامی جوانب شرکت را در نظر بگیرد و قادر به پاسخ به این سؤال نمی‌باشد که شرکت چیست و چه چیزی مرزهای آن را مشخص می‌کند. هم‌چنین، در خصوص تملک و ادغام شرکت‌ها ساکت است. این تئوری تنها به رابطه مدیران با سهام‌داران می‌پردازد و در جهت انگیزیش مدیران برای مدیریت بهتر سخن می‌گوید، اما درباره ساختار و شکل شرکت، هم‌چنین طبیعت و اندازه شرکت سخنی به میان نمی‌آورد (کوز، ۱۹۷۳، صص ۱-۱۴). شایان ذکر است، در علم حقوق، رابطه حقوقی مدیران، با شرکت (شخص حقوقی)، در قالب نظریه نمایندگی مورد بحث قرار گرفته است. بر اساس این نظریه، مدیران نماینده شخص حقوقی هستند، رابطه بین مدیر و شخص حقوقی، رابطه اصیل و نماینده است که در قالب نمایندگی قراردادی قابل تبیین می‌باشد. اراده سهام‌داران در قالب مجامع عمومی صاحبان سهام به حکم قانون، اراده شرکت تلقی می‌شود تا مدیران را به عنوان نماینده شرکت انتخاب و حدود اختیارات آنان را تعیین نمایند، در حالی که، علم اقتصاد از منظر دیگری به رابطه اصیل - نماینده پرداخته است.

1. Charles

نظریه هزینه‌های معاملات^۱

این تئوری با مقاله مشهور رونالد کوز تحت عنوان «ماهیت شرکت» که در سال ۱۹۳۷ به رشته تحریر در آمد، مطرح شد. کوز در مقاله خود شرکت را به وضوح تعریف نمی‌کند، بلکه به صورت تلویحی شرکت را متشکل از فعالیت‌هایی می‌داند که تحت هدایت کارفرما صورت می‌گیرد. وی می‌گوید که یکی از علل مهم تشکیل شرکت‌ها این بود که اساساً مفهوم شرکت در رابطه با هزینه‌های معاملاتی^۲ که در بازار رایج می‌باشد، به وجود آمد، هزینه‌هایی که در تئوری نئوکلاسیک مورد غفلت واقع شده بود. براساس نظر کوز، هزینه‌های اصلی معامله در نظام بازار عبارتند از آموزش، چانه‌زنی درباره شروط قراردادی، هزینه فرصت زمان، هزینه کسب اطلاعات، هزینه مذاکرات پیش قراردادی، هزینه اجرای قرارداد و الزامات حقوقی. حال اگر افراد شرکتی را ایجاد نمایند، این شرکت جایگزینی برای بازار است که مؤسسان، منابع اقتصادی خود را با استفاده از سلسله مراتب اداری در چرخه تولید قرار می‌دهند. شرکت مهم‌ترین عامل جهت کاهش هزینه‌های معاملاتی است. در شرکت چون سیستم سلسله مراتبی حاکم است، لذا آموزش و تبعیت از مقام مافوق اداری (هیأت مدیره و مدیرعامل) جایگزین چانه‌زنی برای قیمت‌گذاری در بازار می‌شود. به عبارتی، در داخل شرکت مکانیسم قیمت‌گذاری آن طور که در بازار وجود دارد، از بین می‌رود و معاملات به عنوان نتیجه آموزش‌ها یا فرمان‌های صادره از سوی مدیر یا رئیس انجام می‌پذیرد (بریان، ۱۹۹۷، ص ۲۵). البته تشکیل شرکت به معنای این نیست که هم هزینه‌ها از بین برود، بلکه با تأسیس شرکت هزینه‌های خاص دیگری بروز پیدا

1. Transaction costs Theory

۲. نظام حقوقی، هزینه‌های معاملاتی از مباحث مهم حقوق اقتصادی است. هزینه‌های معاملاتی در کنار هزینه‌های حسابداری است. اینگونه هزینه‌ها مستند نیستند، اما جنبه واقعی دارد. مهم‌ترین هزینه معاملاتی، هزینه فرصت زمان است که ممکن است معامله طوری باشد که یکی از طرفین یا هر دو طرف معامله زمان زیادی را از دست بدهد، زمان ارزش اقتصادی فوق العاده‌ای دارد، از جمله هزینه‌های معاملاتی دیگر که اغلب به آن بی‌توجهی شده است. «نارضایتی و عدم مطلوبیت در روابط اداری یا نظام بروکراتیک است». برای مثال، سرمایه‌گذاری، جهت راه‌اندازی یک شرکت تولیدی بایستی دنبال انواع مجوزها برود، در این راستا به شما توهین می‌شود، یا کار با وقفه‌های طولانی انجام می‌شود، این هزینه‌ها خود عامل بازدارنده برای سرمایه‌گذاری است. هم‌چنین، هزینه «تضمین اجرای قراردادها» یعنی وقتی قراردادی بسته می‌شود، یکی از طرفین قرارداد عهدشکنی کرده و به مفاد تعهداتش عمل نمی‌نماید، برای اینکه متخلف را وادار به انجام تعهداتش نمود، ناگزیر از مراجعه به دادگستری، هزینه اخذ وکیل، هزینه دادرسی و غیره هستیم (غنی‌نژاد، ۱۳۸۶، ص ۳۰).

می‌کند، زیرا تمرکز قدرت دست مدیران^۱ ممکن است، منجر به افزایش هزینه‌های ناشی از اشتباه در مدیریت شود که این خود متضمن ایجاد هزینه‌هایی برای سهام‌داران است. وی معتقد است، اگر هزینه‌های ناشی از خطای مدیریتی با هزینه‌های معاملاتی بازار مساوی گردد، دیگر تشکیل شرکت از نظر اقتصادی قابل توجیه نمی‌باشد (کوز، ۱۹۳۷، صص ۱-۱۴)، به عبارتی، براساس نظر کوز شرکت تا زمانی رشد پیدا می‌کند که هزینه‌های همکاری در درون شرکت با هزینه‌های همکاری در بازار برابر نشود. مبادلات در بازار پروسه‌ای غیرقابل پیش‌بینی است، طبیعت بازار حکم می‌کند که اولاً قیمت‌ها دایم در هر حال تغییر باشد، ثانیاً مطلوبیت طرفین معامله نیز ثابت نمی‌باشد. عدم قطعیت، ذاتی فرآیند انعقاد قرارداد در بازار است، زیرا برخلاف تصور نئوکلاسیک‌ها، اشخاص در مورد عقلایی بودن عملکرد خود، به دلیل محدودیت‌های اطلاعاتی، آگاهی کامل ندارند، اطلاعات مورد نیاز در بازار، بین بازیگران به طور نابرابر توزیع می‌شود، لذا گفته شده است که بازار دارای کاستی است. بنابراین، وقتی اطلاعات نابرابر بین بازیگران بازار (طرفین قرارداد) توزیع شود، این احتمال وجود دارد که فرد با پنهان کردن اطلاعات به نفع خود و به زیان طرف مقابل سود خود را حداکثر سازد. وجود چنین احتمالی و عدم وجود نهادهایی که این احتمال را کاهش دهد، باعث افزایش هزینه کسب اطلاعات و همچنین هزینه حمایت از حقوق طرف‌های قرارداد می‌گردد. بنابراین کاستی‌های بازار علاوه بر انواع مختلف انحصار^۲ عدم تناسب شدید اطلاعات است (کوتر، ۲۰۰۰، ص ۴۱؛ جنسن، ۱۹۷۶، ص ۳۱۵).

فرض بر این است که فروشنده‌ای که کالایی را برای فروش عرضه کرده است، به مراتب اطلاعاتش نسبت به خریدار بیش‌تر است. ولی در شرکت چون سطوح همکاری بین مؤسسان، مدیران، سهام‌داران افزایش می‌یابد و همگی در نفع و زیان شرکت سهیم هستند، افراد دور هم جمع شده و تبادل اطلاعات می‌نمایند. لذا چنین هزینه‌هایی به مراتب کم‌تر است و مجموع عوامل فوق‌انگیزه لازم را برای تشکیل شرکت به وجود می‌آورد.

نظریه حقوق مالکیت^۳

حق مالکیت پیش از آنکه مفهوم حقوقی و قانونی باشد، مقوله‌ای اقتصادی است. بدون حق مالکیت، تولید، توزیع، مبادله و مصرف کالاها و روابط اقتصادی شکل نمی‌گیرد. از دیدگاه

1. Managers
2. Monopoly
3. Property right Theory

اقتصادی حق مالکیت رابطه انسان و اشیا نیست، مجاز شمردن ارتباطات رفتاری میان انسانهاست که از هستی اشیا برخاسته و با مصرف این اشیا عجین شده است. حق مالکیت بر رفتارها و هنجارهای روابط انسان با توجه به اشیا تأکید دارد و هرکس باید آن را در روابط خود با دیگران رعایت کند. حق مالکیت سیمای روابط اجتماعی و اقتصادی را تعیین می‌کند. موقعیت هر شخص را با توجه به استفاده از منابع محدود مشخص می‌کند (قندهاری، ۱۳۷۸، ص ۷۹).

از دیدگاه علم اقتصاد منابع تولید و اشیا اقتصادی به طور کلی محدود و در مقابل، نیازها و خواسته‌های انسان نامحدود است. حق مالکیت، نحوه و میزان استفاده انسان از منابع محدود اقتصادی را تعیین می‌کند و موجب استفاده بهینه از منابع طبیعی می‌شود. در شرکت، سهام‌داران و شرکا مجموعه‌ی آورده‌ها و حقوق مالکیت خود را به منظور سودجویی و کسب درآمد جمع نموده و به یک هدف مشترک اختصاص می‌دهند، این تئوری تا حد زیادی تحت تأثیر ادبیات هزینه‌های معاملاتی کوز و ویلیامسون قرار دارد و بر دارایی‌های فیزیکی و غیرانسانی در روابط قراردادی تأکید می‌نماید. از دیدگاه این تئوری، مالکیت عبارت است از، حق تصرف کردن، استفاده کردن، مدیریت کردن و حق استفاده و بهره‌برداری از منافع (پاتریک، ۲۰۰۵، ص ۳۱). کسی که مالک دارایی‌های شرکت می‌باشد، سیاست‌گذاری، هدایت، کنترل و نظارت بر عملکرد شرکت در دست قدرت او است و هر زمان می‌تواند شرایط را به نفع خود تغییر دهد.

دارایی‌های شرکت شامل ماشین‌آلات، اختراعات، ساختمان‌ها، وجوه نقدی که شرکت در اختیار دارد، هم‌چنین، مشتریان، حقوق معنوی^۱، کپی‌رایت و نیز حقوق و تعهدات تبلور یافته در خارج از قرارداد و هر مالی که قابلیت نقل و انتقال داشته باشد، می‌باشد. نیروی انسانی، کارگران، مدیران جزء دارایی‌های شرکت محسوب نمی‌شود.

این تئوری بر ادغام^۲ و تملک‌هایی که از سوی شرکت‌ها صورت می‌گیرد، تأثیر می‌گذارد. از

1. Patent

۲. در حقوق آمریکا و انگلیس الفاظ و اصطلاحات زیادی در مورد ادغام استعمال شده است، اما اصطلاح Merger بیش‌تر متداول است. در حقوق انگلیس گاهی از واژه Reconstruction نیز استفاده شده است. در تعریف ادغام گفته شده است «ادغام قراردادی است بین دو یا چند شرکت که موجب محو شخصیت حقوقی یک یا چند یا همه شرکت‌های تجاری طرف قرارداد می‌گردد و کلیه حقوق و تعهدات یا شرکت‌های تجاری محو شده، هم‌زمان با انعقاد قرارداد به یکی از آنها و یا به شرکت جدید منتقل می‌شود و سهام‌داران و یا دارندگان سهم‌الشرکه شرکت یا شرکت‌های تجاری محو شده، مالک عوض تعیین شده در قرارداد می‌گردند» (بیگی، ۱۳۸۳، ص ۲۳۱).

دیدگاه این تئوری، قراردادهایی که اشخاص در بازار منعقد می‌نمایند، معمولاً ناقص می‌باشد؛ زیرا ممکن است طرفین نتوانند همه جوانب قرارداد را در روابط خود با توجه به اتفاقاتی که در بازار پدید می‌آید، پیش‌بینی نمایند. به ناچار در قرارداد خلأهای احتمالی به وجود می‌آید که امضاکنندگان ناگزیرند به شروط قراردادی تن داده و تسلیم شوند، لذا، شیوه‌ها و وضعیت استفاده از اموال و دارایی در قرارداد مشخص نمی‌شود (گراسمن، ۱۹۸۸، صص ۶۹۱-۷۱۹). برای مثال، اگر شرکت جنرال موتورز با شرکت فیشر بادی قراردادی جهت تولید بدنه اتومبیل منعقد نمایند. شرکت فیشر متعهد است، در چارچوب مفاد قرارداد به میزان مشخصی که در قرارداد آمده است، برای جنرال موتورز بدنه اتومبیل تولید نماید، حال، اگر بعد از انعقاد قرارداد، شرایط بازار به نفع تولیدکنندگان اتومبیل تغییر وضعیت دهد، در اینجا است که شرکت جنرال موتورز نمی‌تواند شرکت فیشر را به بیش از آنچه که در قرارداد ذکر شده است، مجبور به تولید نماید. حال اگر جنرال موتورز تصمیم بگیرد، شرکت فیشر را در نتیجه ادغام، تملک نماید، از بعد حقوق مالکیت می‌تواند هر نوع تصرف و مدیریتی در شرکت فیشر به عمل آورد، در این حالت شرکت به عنوان مجموعه‌ای از حقوق مالکیت، تعیین‌کننده سیاست‌گذاری‌ها در موارد خلا^{۱۶۲} یا نقص قرارداد در نظام بازار خواهد بود و می‌تواند با قدرت مالکیت خود، با شرایط بازار پیش رود و از شرایط موجود در بازار به نفع خود بهره‌برداری نماید. بنابراین، تا قبل از ادغام، این شرکت فیشر بود که از بعد حقوق مالکیت می‌توانست بر افزایش یا کاهش خط تولید خود نظارت و سلطه داشته باشد، در حالی که بعد از ادغام این وضعیت در نتیجه تملک به نفع شرکت جنرال موتورز تغییر می‌کند و اگر شرکت فیشر از افزایش تولید امتناع نماید، شرکت جنرال می‌تواند مدیریت آن را برکنار کند و مدیران دیگری را جایگزین نماید (الیور، ۱۹۹۵، ص ۱۶۲).

رویکرد حق مالکیت، مبتنی بر حداکثرسازی رفتار بوده، و هزینه‌های قراردادی را نیز مدنظر قرار می‌دهد، اما مهم‌ترین ضعف آن این است که این تئوری راجع به مبانی فلسفی تأسیس شرکت توضیحی نمی‌دهد. پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

اما تأثیر این تئوری بیش‌تر بر ساختار مالکیت شرکت متجلی می‌شود، مالکیت سهام مهم‌ترین عامل تعیین‌کننده در نحوه اداره کردن و کنترل شرکت‌ها به شمار می‌آید، درجه تمرکز مالکیت در یک شرکت نحوه توزیع قدرت بین سهام‌داران و مدیران یک شرکت را مشخص می‌سازد، در شرکت‌هایی که مالکیت آنان در دست سهام‌داران عمده یا سهام‌داران کنترل‌کننده

قرار دارد، از بعد حقوق مالکیت این گروه از سهام‌داران، کنترل شرکت را در دست خود گرفته و می‌توانند هر نوع تغییری را بدون در نظر گرفتن حقوق سهام‌داران اعمال نمایند، آنان می‌توانند با استفاده از حق رأی عمده^۱ دست به تغییر و تحولات عمده از جمله، تغییر اساسنامه، عزل مدیران، افزایش و کاهش سرمایه و حتی انحلال شرکت زده و از این طریق ساختار درونی شرکت را به نفع خود تغییر دهند.

برعکس اگر ساختار مالکیت شرکت رو به پراکنندگی و توزیع باشد، نتیجه آن منجر به جدایی مالکیت از مدیریت می‌شود، زیرا در مالکیت فراگیر سهام‌داران به دنبال اعمال حقوق مالکیت خود نمی‌باشند و انگیزه‌ای جهت نظارت بر مدیریت شرکت و عملکرد مدیران ندارند، لذا این نظریه بویژه آنجا که ساختار مالکیت شرکت رو به تمرکز است، اهمیت به سزایی پیدا می‌کند.

نتیجه:

هر یک از تئوری‌های مذکور، به تنهایی قادر به تبیین همه جوانب شرکت از بعد اقتصادی نیستند، بلکه هر کدام بخشی از واقعیت‌های موجود در فلسفه تأسیس شرکت‌های تجاری را به تصویر کشیده‌اند. نئوکلاسیک‌ها به شرکت به عنوان یک واحد تولیدی که قادر است، منابع را جهت تولید کالا و خدمات مورد نظر هدایت کند و بازار را تحت تأثیر قرار دهد، نگریسته است. تئوری نمایندگی محور اصلی را مبتنی بر رابطه قراردادی میان اصیل و نماینده قرار می‌دهد و در جهت بهره‌وری شرکت سعی در کاهش تضاد منافع بین اصیل و نماینده دارد و بیش‌تر نگاهش به ساختار درونی شرکت می‌باشد. تئوری هزینه معاملات، فلسفه تشکیل شرکت‌ها را براساس هزینه‌های زیاد و غیرقابل پیش‌بینی که اشخاص خارج از چارچوب شرکت در بازار با آنها مواجه هستند، قرار می‌دهد و از این جهت معتقد است، برای کاهش این گونه هزینه‌ها شرکت‌ها می‌توانند جایگزین مناسبی برای بازار باشند و تئوری حقوق مالکیت نیز، در بحث ساختار مالکیت شرکت‌ها قابل استناد می‌باشد.

1. Culmative-Voting

منابع و مأخذ:

۱. بیگی حبیب آبادی، احمد (۱۳۸۳)، "حقوق سهام‌داران اقلیت در ادغام شرکت‌های تجاری"، مجله پژوهش‌های حقوقی شهر دانش - شماره ۵.
۲. حسین‌خان قندهاری، علیرضا (۱۳۷۸)، "تحلیل ارتباط حقوق مالکیت و عملکرد اقتصاد در چارچوب اقتصاد نهادگرایی جدید"، پایان‌نامه دکتری دانشگاه تهران، دانشکده اقتصاد، ۱۳۷۸، ص. ۲۳۱.
۳. غنی‌نژاد، موسی (۱۳۸۶)، "روزنامه دنیای اقتصاد"، شماره ۱۲۴۳، سال پنجم.
4. Dignam, Alan and lowry, john (2004), "company law" 4th oxford.
5. Alchian. and Demsetz, H (1972), "production information costs and economic organization" American Economic Review TXII.5.P.777-95.
6. Cheffins, Brian R. (1997), "Company law", Theory, structure and operation, oxford.
7. Coase, R.H, (1960), "The problem of social cost" journal of law and Economic, No.3
8. coase R.H (1937), "the Nature of the firm" www.cema.ensmp. Fr/Enseignement /cours ecolndus/supportsde cours/coase.pdf.P.14-1.
9. scott, Colin (1994), "Corporate control and Accountability", Clarendon Press , first published.U.S.A.
10. Calvo and wellise, S. (1998), " Loss of control and the optimal size of firm " journal of political Economy 86:P.943-52.
11. Cooter, Robert and ulen, Thomas, (2000), "law and Economics" 3th, Addison Wesley Longman.
12. Easterbook, Frank and Fishel Daniel, R, (1991), "The Economic structure of corporate law" Boston Harvard university perss.
13. Eills, ferran (1999), "company law and corporate finance", Oxford
14. Grossmon, s.and Hart, (1988), "the cost and benefits of ownership":a theory of vertical and latezal integration. Journal of political economy 94:P.719-691.
15. Henry, N.Butler, (1989), "The contractual theory of the corporation ", George Masou university law Review.P.104-12.
16. Hanry, Hassman and Reiniery Kraakman (2004), "The End of History for corporate law" Edited comparative law and Econemic volume3 Edvard Elger.
17. Mccahery, Joseph (1994), "Risk, Trust, and the market for corporate control" Edited by Joseph and Colin scot. Corporate control and Accountability, Clarendon Press, first published. U.S.A.
18. Jensen, m and Mecling, (1976), "Theory of firm is managerial Behavior , Agency costs and ownership struture" journal of financial Economic No3,305-360.
19. Kathleen M.Eisenhardt (1989), "Agency theory An Assessment and Academy of management" Reviv.p.43-1
20. Nicolai.j.Hendo, sthomsen "TheTheory of The firm" encyclo.find law.com/56 lobook pdf p.12-1

21. Oliver, Hart, A (1995), "Economist's perspective on the theory of the firm, in organization", Edited by Williamson, oxford.

22. Easterbook, Frank and Fishel, Daniel, R, (1991) "*The Economic structure of corporate law*" Boston Harvard university perss.

23. Ross, S.A (1973), "*The economic Theory of agency*" The principal problem American Economie Review, LXII P.134-39.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی