

مقاله پژوهشی (مطالعه تطبیقی)

چرخه تقنین نامناسب در تجارت خدمات حرفه‌ای

پذیرش: ۹۹/۹/۱۹

دریافت: ۹۹/۲/۲۸

عمران محمدی^۱

چکیده

شرکت و مؤسسه باعث شده که خدمات حرفه‌ای از عناصر ضروری خود تهی شد و سپس عدم هماهنگی بین قوانین مربوط به تجارت باعث تعمیق این شکاف شده است. در حال حاضر در لایحه تجارت (در دست تصویب) موادی وجود دارند که وضعیت خدمات حرفه‌ای را با چالش بیشتری روبه‌رو می‌کنند. در این مقاله با استفاده از مبانی نظری رفتارهای جمعی، تاریخچه تدوین شیوه‌ها و الگوهای تجاری و مراجعه به تجربه برخی از کشورهایی که سیستم حقوقی مشابهی با ایران دارند، ارکان کلیدی لازم برای تقویت تجارت خدمات حرفه‌ای در ایران معرفی شده‌اند.

مؤلفه‌های اقتصادی در هر کشوری، در انتخاب شیوه‌های تجارت و قواعد این شیوه‌ها اثرگذار هستند. تجارت شخصی، تجارت مشارکتی و تجارت شرکتی، سه شیوه اصلی تجارت در کشورهای جهان هستند که بنا به اقتضائات خاص هر کشوری، الگوهای گوناگونی به خود گرفته‌اند. موضوع تجارت خدمات حرفه‌ای از جمله این اقتضائات خاص است که نیازمند ایجاد الگوهای خاصی در شیوه دوم تجارت یعنی تجارت مشارکتی است. در حقوق ایران، شیوه و الگویی مناسب با اقتضائات تجارت خدمات حرفه‌ای معرفی نشده است. در ابتدا عدم توجه به تفاوت بین

طبقه‌بندی JEL : L22, L14, K12, K23, K22

تجارت خدمات / خدمات حرفه‌ای / مؤسسه / شرکت / رفتار جمعی

۱. مقدمه: طرح مسأله

در اولین مرحله از تقنین تجاری در ایران، در حالی که اقتصاد ایران دارای ساختاری خانوادگی و کشاورزی بود، الگویی از قوانین خارجی به کار گرفته شد که برای یک ساختار اقتصادی صنعتی مناسب بود. لایحه تجارت که در دست تصویب در مجلس است برای یک اقتصاد آزاد و کاملاً صنعتی تهیه شده است در حالی که ایران در مرحله تلاش برای گذار قرار دارد. در این مقاله در قسمت اول مفهوم و ویژگی‌های خدمات حرفه‌ای توضیح داده خواهد شد تا روش‌های مناسب برای تجارت در این خدمات روشن شوند. در قسمت دوم به موضع قانون تجارت پرداخته و در قسمت سوم وضعیت کنونی احکام قانون تجارت بررسی خواهند شد. در قسمت چهارم قالب مؤسسه به عنوان قالب اولیه تجارت خدمات حرفه‌ای تعریف و تشریح می‌شود. در قسمت پنجم در دو بند ارکان اصلی طراحی قالب مناسب برای تجارت خدمات حرفه‌ای جهت استفاده قانون‌گذار معرفی و تنویر می‌شوند.

۲. تعاریف مفاهیم

خدمات حرفه‌ای

خدمات حرفه‌ای را می‌توان با چند رویکرد تعریف کرد؛ یک - رویکرد کارکردی [۱] خدمات حرفه‌ای را مبتنی بر "روابط" تعریف می‌کند که این روابط شامل رابطه بین خدمات‌دهنده یا صاحب حرفه با خدمات‌گیرنده [۲] (مشابه با مفهوم نمایندگی) و رابطه بین صاحب حرفه با انجمن مربوط به آن حرفه است. دو - رویکرد قدرت مدار [۳] خدمات حرفه‌ای را مبتنی بر قدرتی که انجمن حرفه‌ای بر شاغلین این حوزه دارد تعریف می‌کند. این قدرت از طریق کنترل فرایندهای آموزشی و صدور گواهی‌نامه‌های رسمی اعمال می‌شود. دو رویکرد دیگر نیز وجود دارند که هر کدام، یک بخش از رویکرد قدرت‌مدار را از اهمیت بیشتری برخوردار می‌دانند شامل رویکرد سازمان اجتماعی [۴] که خدمات حرفه‌ای را با

توجه به کنترل تعریف می‌کند اما این کنترل ناشی از تسلط بر حوزه دانشی است که در اختیار صاحبان حرفه است و رویکرد مدیریت‌مدار [۵] که وجود انجمن حرفه‌ای برای کنترل شاغلین در حوزه خدمات حرفه‌ای را معیار شناسایی خدمات حرفه‌ای محسوب می‌کند. [۶]

با ترکیب تعاریف ارائه شده و با عطف توجه به مؤلفه‌های اقتصادی و اجتماعی و شخصی، مشخص است که خدمات حرفه‌ای شامل دو دسته ویژگی خاص هستند؛ سطح بین فردی و سطح سازمان اجتماعی. ویژگی‌های سطح بین فردی عبارتند از؛ یک - مستلزم فراگیری دانش حرفه‌ای هستند، دو - مبتنی بر عملیاتی‌سازی دانش در روابط بین فردی هستند، به بیان دیگر، خدمات‌دهنده دانشی انتزاعی تحصیل کرده و به خدمات‌گیرنده ارائه می‌دهد. سه - متضمن آثار اقتصادی و اجتماعی قابل پیش‌بینی و غیرقابل پیش‌بینی هستند، چهار - متضمن مسئولیت‌های حرفه‌ای بوده که این مسئولیت‌ها با اهرم تنبیهات مرتبط با حرفه [۷] تضمین می‌شوند [۸].

ویژگی‌های سطح سازمانی عبارتند از؛ یک - به واسطه تسلط بر حوزه دانش حرفه‌ای می‌توانند بنا به سطح آموزش‌ها و خدمات، به زیرشاخه‌های کوچک‌تر تقسیم شوند و می‌توانند از انجمن‌های حرفه‌ای برای سطح‌بندی و مقررات‌گذاری خدمات استفاده کنند، دو - به واسطه تسلط بر این مجرای دانش، از شان و وجهه اجتماعی و فرهنگی برخوردار هستند [۹].

موضوع این مقاله، بررسی شیوه ضابطه‌سازی برای سطح بین فردی خدمات حرفه‌ای است یعنی دقیقاً مرحله‌ای که خدمات‌دهنده، دانش خود را به یک موضوع تجاری تبدیل کرده و از آن کسب درآمد می‌کند. اگرچه سطح سازمانی خدمات حرفه‌ای شایسته توجه ویژه می‌باشد، اما از آنجا که سازمان‌های متصدی خدمات حرفه‌ای مانند اصناف و کانون‌ها اصولاً صلاحیت ورود به امر تجارت را ندارند و از آنجا که شیوه چینش این سازمان‌ها انعکاسی از روابط

صاحبان حرفه مربوطه با اجتماع است، لذا مقاله حاضر متمرکز بر سطح بین فردی روابط بین ارائه‌دهندگان خدمات حرفه‌ای و دریافت‌کنندگان این خدمات است.

زمانی که خدمات حرفه‌ای به یک موضوع تجاری تبدیل می‌شوند، خدمات‌دهنده مانند هر تاجر دیگری، می‌تواند به تنهایی اقدام به درآمدزایی از دانش خود نماید. البته در قانون و در عرف، ارائه‌دهنده خدمات حرفه‌ای به‌عنوان تاجر شناخته نمی‌شود بلکه با عنوان شغل مربوطه معرفی می‌شود مانند پزشک، وکیل، مهندس، معمار، حسابرس. همچنین، تاجر می‌تواند با مشارکت سایرین اقدام به تجارت نماید. برای حالتی که شخص، با مشارکت سایرین اقدام به کسب‌وکار می‌کند، قانون تجارت دو نوع شخص حقوقی پیش‌بینی کرده است؛ یک- شرکت تجاری و دو- مؤسسه غیرتجاری.

در این قانون، دو شیوه برای تجارت پیش‌بینی شده است؛ یک- شخصی و دو- شرکتی. فهرست اعمال تجاری مندرج در ماده دو ظاهراً تنها برای تاجر شخصی برقرار شده بود چرا که طبق ماده سوم این قانون شرکت تجاری به هر حال تاجر محسوب می‌شود اما در واقع فهرست ماده دو بر شرکت‌های تجاری هم حکومت دارد. طبق ماده سه، کلیه معاملات شرکت‌های تجاری به اعتبار تاجر بودن این شرکت‌ها است که تجاری محسوب می‌شوند. حکم این ماده به این شکل تفسیر شد که شرکت‌های تجاری به هر حال تاجر هستند و به این سبب است که کلیه معاملات آنها تجاری محسوب می‌شوند. در حالی که ماده سه به آن معنی نبود که شرکت‌های تجاری می‌توانند به موضوعاتی غیر از آنچه که در ماده دو بیان شده است اشتغال داشته باشند.

شرکت‌های تجاری، اشخاصی حقوقی هستند که برای امور تجاری تاسیس می‌شوند. عبارت «برای امور تجاری» در تعریف‌های جداگانه هر یک از شرکت‌های تجاری بیان شده است؛ یک- ماده ۲۱ درباره شرکت سهامی که در سال ۱۳۴۷ نسخ شد، دو- ماده ۹۴ درباره شرکت با مسئولیت محدود، سه- ماده ۱۱۶ درباره شرکت تضامنی، چهار- ماده ۱۴۱ درباره شرکت مختلط غیرسهامی، پنج- ماده ۱۸۳ درباره شرکت نسبی، شش- در خصوص شرکت تعاونی چنین عبارتی بیان نشده است. اما طبق مواد ۱۹۰ تا ۱۹۲، این شرکت تنها به اعمالی خواهد پرداخت که قبلاً در ماده دو به‌عنوان معامله تجاری معرفی شده‌اند.

شرکت مختلط سهامی تنها شرکتی است که در تعریف آن لزوم اشتغال به امور تجاری بیان نشده است. این قانون می‌توانست شرکت مختلط سهامی را به قالب سوم تجارت، یعنی قالبی که برای تجارت خدمات حرفه‌ای مناسب باشد تبدیل کند. البته یکی از صاحب‌نظران بر این عقیده است که «قانونگذار به خطا شرط تشکیل این شرکت را پرداختن به امور تجاری قرار نداده است» [۱۰] اما علاوه بر تعریف

۳. روش تحقیق

روش تحقیق در مقاله حاضر، تحلیلی و تحلیلی محتوایی می‌باشد که از طریق بررسی و تحلیل محتوای قوانین کشور ایران و قوانین کشورهای موضوع بررسی تطبیقی به انجام رسیده است.

۴. تجزیه و تحلیل

نظرسنجی قانون تجارت ۱۳۱۱

در قانون تجارت فعلی مصوب ۱۳۱۱، تفکیک بین مؤسسه غیرتجاری و شرکت تجاری نشان از این امر دارد که قانونگذار در واقع به تفاوت بین خدمات تجاری حرفه‌ای و غیرحرفه‌ای توجه داشته است. ماده دو این قانون بین فعالیت‌های تجاری و غیر تجاری و مواد ۲۰ و ۵۸۴ آن بین شرکت تجاری و مؤسسه غیرتجاری قائل به تفکیک شده‌اند. این تفکیک‌ها و احکام آن‌ها، متضمن نتایجی بود که در عمل نادیده گرفته شدند.

شرکت مختلط سهامی که در آن تصریح نشده است که این شرکت تنها برای امور تجاری است، مواد دیگری هم در این قانون وجود دارند که نشان می‌دهند که قانونگذار در زمان وضع قانون، از این امکان آگاهی داشته است [۱۱]. چنانکه در ادامه بیان خواهد شد، ساختار شرکت مختلط سهامی همواره یکی از بهترین ساختارهای قابل استفاده برای تجارت خدمات حرفه‌ای بوده است.

تا اینجا روشن است که شرکت تجاری برای امور تجاری تاسیس می‌شود. طبق ماده ۵۸۴ قانون تجارت، آن دسته از اشخاص حقوقی که برای مقاصد غیرتجاری تاسیس می‌شوند، «مؤسسات و تشکیلات غیرتجاری» نام دارند. درباره ساختار این مؤسسات، چگونگی تشکیل آنها، مسئولیت‌ها، چگونگی اداره و طرز عمل آنها و چگونگی انحلال آنها هیچ مقرره‌ای در این قانون بیان نشده است. آیین‌نامه ثبت تشکیلات و مؤسسات غیر تجاری مصوب ۱۳۳۷ تلاش کرده است که منظور از این مؤسسات را روشن کند، اما هیچ قاعده‌ای برای جزئیات عملیات این مؤسسات وضع نکرده است. بنابر ماده یک این آیین‌نامه، تشکیلات و مؤسسات غیر تجاری برای مقاصد غیر تجاری از قبیل امور علمی یا ادبی یا امور خیریه و امثال آن تشکیل می‌شوند که به انتفاعی و غیرانتفاعی تقسیم می‌شوند.

چنانکه در تعریف خدمات حرفه‌ای بیان شد، «امور علمی» در واقع یکی از نقاط انفکاک خدمات حرفه‌ای از خدمات غیرحرفه‌ای است که برای آنها قالب مؤسسه غیرتجاری در نظر گرفته شده بود. بهترین سیاستی که در تهیه قوانین حاکم بر مؤسسات غیرتجاری می‌توانست اتخاذ شود این بود که از قالب شرکت مختلط سهامی استفاده شود که اینک قانون تجارت تلویحا چنین سیاستی را مجاز دانسته بود.

مهم‌ترین نتیجه‌ای که با اتخاذ این رویکرد به دست می‌آمد، در بحث مسئولیت شرکای مؤسسه است اما ابهام موجود در ماده سه قانون تجارت، مبنایی شد برای نادیده گرفتن اعمال تجاری ذاتی مذکور در ماده دو. آیین‌نامه ثبت

تشکیلات و مؤسسات غیر تجاری، خالی از احکام ماهوی این مؤسسات است که نهادهای مجری قانون را راهنمایی نمی‌کرد. در نهایت قانون اصلاح قسمتی از قانون تجارت مصوب ۱۳۴۷، مجوز نادیده گرفتن این تفکیک‌ها را صادر کرد. طبق ماده دو این قانون؛ «شرکت سهامی شرکت بازرگانی محسوب می‌شود ولو این که موضوع عملیات آن امور بازرگانی نباشد».

این استنتاجات تنها می‌توانستند تا جایی تعمیم یابند که بتوان تاسیس شرکت تجاری با موضوع غیرتجاری را مجاز دانست. در عمل اما رویه دیگری هم مجاز تشخیص داده شد و آن ثبت مؤسسه غیرتجاری با موضوع تجاری بود.

سرنوشت مؤسسه غیرتجاری

رویه اداره ثبت شرکت‌ها در یکسان تلقی کردن شرکت تجاری و مؤسسه غیرتجاری اشتباه بود. قوانینی که می‌توانستند علت چنین تفکیکی را روشن کنند هیچ تلاشی برای تنویر موضوع نکردند و در عمل هم اداره ثبت شرکت‌ها، مؤسسه غیرتجاری را همانند شرکت سهامی خاص و با مسئولیت محدود محسوب می‌کند. در کنار این رویه نامناسب، قوانینی هم تصویب شدند که این رویه را تلویحا تأیید کرده و تفکیک بین مؤسسه و شرکت را فاقد ارزش حقوقی و عملی قلمداد می‌کنند.

بنا بر رویه‌ای که در پیش گرفته شد اداره ثبت شرکت‌ها، شرکت با مسئولیت محدود و سهامی خاص با موضوعات علمی و آموزشی، مشاوره‌های فنی و مهندسی و حقوقی و مدیریتی را به ثبت می‌رساند. از سوی دیگر تاسیس مؤسسه غیرتجاری با موضوع تجاری هم مجاز شناخته شد و به همین علت در عمل اداره ثبت شرکت‌ها حجم عظیمی از مؤسسات غیرتجاری با موضوعاتی از قبیل تولیدی، توزیعی، سرمایه‌گذاری، صادرات و واردات، ترخیص کالا و برگزاری نمایشگاه‌های عمومی را به ثبت رسانده است. بنابراین در عمل فهرست اعمال تجاری مذکور در ماده دو که تاجر را از غیرتاجر تفکیک می‌کند، شامل

شرکت تجاری و مؤسسه غیرتجاری نمی‌شود و فقط برای تجار حقیقی قابل اعمال مانده است.

این سیاست غلط، در منظومه‌ای گسترده‌تر یعنی از بین رفتن اثر حقوقی ماده دو قانون تجارت قرار دارد. منطقی باید تصور کرد که فهرست تعیین شده اعمال تجاری و تفکیک بین شرکت تجاری و مؤسسه غیرتجاری در مرحله‌ای از زندگی اشخاص حقوقی ذی اثر باشد. مهم‌ترین این مراحل عبارتند از: امور مالیاتی، دادرسی‌های ویژه، گواهی‌ها و مجوزها، و اعسار و ورشکستگی.

در خصوص امور مالیاتی در حال حاضر هیچ فایده‌ای بر تهیه چنین فهرستی مترتب نیست. در قانون مالیات‌های مستقیم، هیچ‌گاه به این فهرست اشاره یا استناد نشده است. حتی در خصوص نگهداری دفاتر قانونی نیز، قانون مالیات‌های مستقیم، نگهداری دفاتر را به تمامی مشاغلی که خود تعیین کرده است، تعمیم داده است. در راستای تاسیس شیوه‌های مناسب برای تجارت خدمات حرفه‌ای، لایحه جدید تجارت می‌توانست از قانون مالیات‌های مستقیم استفاده کند. اما این لایحه اساساً توجهی به تفاوت بین خدمات حرفه‌ای با فعالیت‌های تولیدی و خدمات غیرحرفه‌ای ندارد.

تهیه چنین فهرستی، اثری در اخذ گواهی‌های بازرگانی مانند کارت بازرگانی یا گواهی‌های صادرات و واردات ندارد. این گواهی‌ها تابع قانون اصناف و قانون اتاق بازرگانی و صنایع و معادن و قانون صادرات و واردات هستند. در این قوانین، هیچ اشاره، استناد و ارجاعی به فهرست اعمال تجاری مندرج در قانون تجارت نشده است. در واقع در هیچ‌یک از فرایندهای تجاری اعم از داخلی و بین‌المللی، فهرست اعمال تجاری مندرج در قانون تجارت ملاک عمل نیست.

از لحاظ دادرسی ویژه نیز، از اولین قانون آیین دادرسی مدنی تا قانون آیین دادرسی مدنی فعلی مصوب ۱۳۷۹ مقرر منحصراً به فردی در خصوص دادرسی دعاوی بازرگانی برقرار نشده است. مبحث ادله اثبات دعوا و دفاع را می‌توان تنها موردی دانست که فهرست اعمال تجاری مندرج در قانون تجارت می‌تواند قابل استفاده باشد.

در نهایت، در خصوص نقش فهرست اعمال تجاری قانون تجارت در اعسار و ورشکستگی، بنابر ماده ۵۱۲ قانون آیین دادرسی مدنی؛ «از تاجر، دادخواست اعسار {از هزینه دادرسی} پذیرفته نمی‌شود» و طبق ماده ۱۵ قانون نحوه اجرای محکومیت‌های مالی؛ «دادخواست اعسار از تجار و اشخاص حقوقی پذیرفته نمی‌شود» لذا مؤسسه غیرتجاری به جز در خصوص اعسار از پرداخت هزینه دادرسی، هیچ فرقی با تاجر حقیقی و شرکت تجاری ندارد.

تعریف مؤسسه

شیوه‌های اشتغال به تجارت (قالب‌های تجاری) در هر کشوری، محصول دهه‌های متمادی از تجربیات تجاری، سیاست‌گذاری‌های تجاری و کنش و واکنش‌های ملی و منطقه‌ای آن کشور است [۱۲]. قالب‌های تجاری در هر کشور منطقی باید مطابق با نیازها و اقتضائات بازار و رویکردهای اجتماعی آن کشور باشند، اما سیاست‌های تجاری در ایران به‌ندرت به این منطقی توجه داشته‌اند. امروزه استفاده از شرکت‌هایی که متضمن مسئولیت محدود اعضا هستند، رایج‌ترین و اولین انتخاب هر کشوری و در هر بازاری است. شرکت‌های تجاری قانون تجارت ایران هیچ‌کدام پدیده‌های جدیدی نیستند اما تغییراتی که در طی زمان و بنابر شرایط در آنها ایجاد شده است، کلید درک وضعیت کنونی حقوق تجارت ایران است. در ساده‌ترین توصیف، تفاوت‌هایی که بین شرکت تضامنی و شرکت با مسئولیت محدود وجود دارد، نقاط انفکاک شرکت‌های سنتی از شرکت‌های مدرن است. شرکت تضامنی، خلف قالب مشارکتی [۱۳] است که سابقه آن به حقوق روم باستان و تقریباً بیست و سه قرن قبل برمی‌گردد [۱۴]. شرکت با مسئولیت محدود، نماد قالب‌های شرکتی مدرن است. ویژگی‌های قالب مشارکتی عبارتند از: ۱- تفوق چهره قراردادی، ۲- اتکا به شخصیت اعضا و ۳- مسئولیت نامحدود اعضا. در مقابل، ویژگی‌های قالب شرکتی عبارتند از: ۱- تفوق چهره سازمانی، ۲- اتکا به سرمایه اعضا و ۳- مسئولیت محدود اعضا.

قالب شرکتی در ابتدا تنها برای مقاصد مذهبی و مدیریت شهری [۱۵] به کار گرفته می‌شد و تا قرن شانزدهم میلادی و حتی مدت‌ها پس از آن، اصلی‌ترین قالب رایج برای تجارت توسط بخش خصوصی، قالب مشارکتی بود. در کشورهایی که در ترویج قالب شرکتی به جای قالب مشارکتی پیشرو بودند، نیازها و اقتضائات بازار و رویکردهای اجتماعی از علل عمده این چرخش بودند که از جمله عبارتند از؛ یک- رشد طبقه متوسط که می‌توانستند پس‌انداز اندکی در اختیار داشته باشند اما نمی‌توانستند این پس‌انداز را در فعالیتهای تجاری استفاده کنند به این دلیل که ورود به قالب مشارکتی متضمن پذیرش مسئولیت نامحدود بود. قالب مشارکتی مبتنی بر نظریه قراردادی بود که مشارکت را اصولاً مجموعه‌ای از قراردادهای شخصی اعضای مشارکت تلقی می‌کرد. دو- عدم رغبت این طبقه برای استفاده از پس‌اندازهای خود در این فعالیتهای ریسک‌دار، منجر به آن شد که این منابع یا به فعالیتهای غیرمولد اختصاص یابند یا به‌طور کلی مورد استفاده قرار نگیرند که در هر دو حالت، آثار سوئی بر بازار داشتند. سه- رشد خدمات حرفه‌ای همانند خدمات مالی و حسابداری، خدمات حقوقی، مدیریتی و مشاوره‌ای مستلزم آن بود که فضای اشتغال برای این متخصصان تأمین گردد. به سبب قواعد حاکم قالب مشارکتی، استفاده از این قالب برای تجارت چندان رایج نبود که این امر، فرصتهای اشتغال برای صاحبان حرفه‌های تخصصی را کاهش می‌داد. با استفاده از قالب شرکتی زمینه‌های کاری برای این متخصصان افزایش پیدا می‌کرد مانند مشاوره در تشکیل شرکت، ادغام شرکت، مدیریت شرکت و انحلال و تصفیه شرکت و حسابداری و مدیریت مالی شرکت. صاحبان این حرفه‌ها، همان طبقه متوسط بودند [۱۶].

مشخص است که فشار اجتماعی صاحبان خدمات حرفه‌ای نقش عمده‌ای در رواج قالب شرکتی داشت، چرا که هم باعث فراهم شدن زمینه‌های اشتغال بیشتری برای

آنان می‌شد و هم محملی برای به‌کارگیری پس‌اندازهای آنها قرار می‌گرفت. اما کشوری مانند ایران که از چنین مسیری عبور نکرده است و صرفاً به ترجمه قانون اکتفا می‌کند از یک نکته اساسی غافل مانده است؛ چرخش به سمت قالب شرکتی به این معنی نبود که خدمات حرفه‌ای هم می‌توانند از قالب شرکتی برای فعالیتهای گروهی خود استفاده کنند. با آگاهی از اینکه خدمات‌دهندگان حرفه‌ای نقشی کلیدی در ایجاد این تحول داشتند، اولاً باید زمینه ایجاد تحولات مثبت بیشتری برای آنان فراهم می‌شد و ثانیاً باید مسئولیت ناشی از چنین نقشی بر عهده آنان باقی می‌ماند. این دو جنبه را می‌توان مبانی خصایص دوگانه مؤسسات خدمات حرفه‌ای دانست.

در خصوص اینکه چه قالبی برای تجمیع فعالیت جمعی صاحبان خدمات حرفه‌ای مناسب است، رویکردهای متفاوت منجر به ارائه نظرات متفاوتی شده است که همگی مبتنی بر مؤلفه‌های خاص اقتصادی و اجتماعی کشور مورد مطالعه هستند اما تفاوت نظرات تنها در جزئیات امر اثرگذار بوده‌اند. در تئوری‌ها [۱۷] و تحلیل‌های اقتصادی [۱۸] و تئوری‌ها و تحلیل‌های مدیریتی و اجتماعی [۱۹] برای تجارت خدمات حرفه‌ای همواره اولویت با قالبی است که ویژگی‌های قراردادی قالب مشارکتی را لحاظ کرده باشد. حتی صاحب‌نظرانی که معتقد هستند که در خدمات حرفه‌ای می‌توان قالب مشارکتی را با شیوه‌های دیگری جایگزین کرد، شیوه‌هایی را که پیشنهاد می‌دهند نیز متضمن رعایت خصایص قراردادی قالب مشارکتی هستند به‌گونه‌ای که متضمن اعتمادسازی و مدیریت بهینه مشارکت باشند [۲۰].

قالب مشارکتی با عناوین متفاوت و خصایص متفاوت در حقوق بسیاری از کشورهای جهان تداوم پیدا کرد. چنانکه در ادامه بیان خواهد شد، مؤسسه و مشارکت دو عنوان رایج برای چنین قالبی هستند و همان‌گونه که نظریه‌پردازان مطرح می‌کنند، استفاده از آنها هم برای اشتغال گروهی به تجارت خدمات حرفه‌ای، رایج و گاه اجباری است.

مبانی این قالب و ارائه یک ارزیابی نظری از آثار اعمال آنها در حقوق ایران بسنده می‌شود.

اصلی‌ترین و تعیین‌کننده‌ترین اصل در تجارت خدمات حرفه‌ای «اعتماد» است. اعتماد، در سطح گروه حرفه‌ای در دو دسته از روابط ایفای نقش می‌کند؛ یک- درون گروهی، دو- برون گروهی. اعتماد در سطح گروهی، با اعتماد عمومی پیوند مستقیم دارد؛ کارکرد خدمات حرفه‌ای خدمت به جامعه است که در تمام شقوق تعاملات اجتماعی اعم از تعاملات بین فردی، تعاملات بین گروهی و تعاملات بین اجتماع و دولت نقش‌آفرینی می‌کند [۲۳]. ایجاد اعتماد در مرحله کارکردی خدمات حرفه‌ای، اعتماد عمومی به سلامت قدرتی را که در اختیار صاحبان حرفه است افزایش می‌دهد. تا زمانی که عموم، به سلامت کارکرد مؤسسات خدمات حرفه‌ای اعتماد نداشته باشند، رشد بازار این خدمات با چالش مواجه است و تا زمانی که ابزاری برای گریز یا کاهش یا کم‌رنگ کردن مسئولیت حرفه‌ای وجود داشته باشد این اعتماد عمومی به دست نخواهد آمد.

در خصوص اهمیت اعتماد در خدمات حرفه‌ای نمی‌توان اغراق کرد. برخی از صاحب‌نظران، ظهور و رشد خدمات حرفه‌ای را مبنای همزیستی مسالمت‌آمیز بشر در قالب دولت مدرن می‌دانند و معتقدند که تمام قوانین مورد نیاز برای ایجاد یک بازار منظم در جلب اعتماد عمومی به خدمات حرفه‌ای از طریق تضمین سلامت این خدمات خلاصه می‌شود [۲۴]. انسان‌شناسی اقتصادی نشان می‌دهد که زمانی که جامعه بتواند به اعضای گروه‌های حرفه‌ای به صورت مستقل و انفرادی اعتماد داشته باشد، تشکیلات گروهی از این افراد مورد اعتماد اصولاً باید بتواند این اعتماد را به سطح گروهی تعمیم دهد [۲۵]. نکته آنجا است که قانونگذار ایرانی با برقراری مسئولیت حرفه‌ای شخصی، زمینه قابل قبولی از این اعتماد را فراهم کرده است اما زمانی که به تعیین ضوابطی برای ارائه این خدمات در قالب‌های جمعی می‌پردازد، به قالب شرکتی توسل جسته است و

مؤسسه یک عنوان عام است که هر کشوری بنا به اقتضائات خاص خود، قواعد خاصی برای آن برقرار کرده است. در تئوری‌های حقوق تجارت به تبعیت از تئوری‌های اقتصادی، مفهوم مؤسسه مترادف با مفهوم بنگاه دانسته می‌شود که فی‌نفسه فاقد بار حقوقی خاصی است [۲۱]. بر همین اساس، الگوبرداری از قوانین تجارت کشورهای دیگر لزوماً باید با توجه به محتوا و موضوع این نهادها باشد نه شکل و عنوان آنها. البته این موضوع نیز در لایحه جدید فاقد اهمیت تشخیص داده شده است.

با توجه به نکات فوق می‌توان گفت که مؤسسه یکی از انواع اشخاص حقوقی است که قواعد حاکم بر تشکیل و ساختار و عملیات آن حاصل تلفیق قواعد قالب مشارکتی و قالب شرکتی است. از آنجا که آشفتگی موضوع در حقوق ایران به حدی است که نمی‌توان بر مبنای قواعد موجود به تشریح مسئله حاضر پرداخت، لذا به منظور ترسیم الگوی مناسب برای تجارت خدمات حرفه‌ای، لزوماً باید مبانی موضوع را بازگشایی کنیم. در ادامه ابتدا به تفکیک خدمات حرفه‌ای از سایر فعالیت‌های تجاری می‌پردازیم.

طراحی قالب مؤسسه برای حقوق ایران

در حال حاضر در ایران، نهاد مؤسسه به یک مفهوم زاید تبدیل شده است که حذف آن هیچ اثر خاصی بر شیوه‌های رایج شده تجارت در بازار ندارد [۲۲]. تا امروز بعد از گذشت شصت سال از تصویب آیین‌نامه ثبت مؤسسات غیرتجاری هنوز نمی‌دانیم که مؤسسه غیرتجاری چه فرقی با شرکت تجاری دارد و هیچ قاعده خاصی درباره سهام و سرمایه آنها وجود ندارد. در واقع هنوز مشخص نیست که مؤسسه غیرتجاری سهم دارد یا سرمایه یا سهم شرکت.

تشریح تئوری‌ها و تحلیل‌های مربوطه در این مقاله میسر نیست. همچنین از آنجا که طراحی و تعریف قواعد جزئی این قالب باید با ارزیابی دقیق ساختار بازار و اهداف قانونگذار انجام شود، لذا در این قسمت تنها به معرفی

به طور کلی لزوم ایجاد اعتماد در سطح گروه را به فراموشی سپرده است.

آنچه که تأمین اصل اعتماد در خدمات حرفه‌ای را از اهمیت فوق‌العاده‌ای برخوردار می‌کند همان خصیصه بین فردی این خدمات است. اثر دیگری که بر این خصیصه بار می‌شود این است که صاحب حرفه به منظور ایجاد بازار برای خدمات خود و کسب اعتبار شخصی نیز به روابط بین فردی وابسته است. قدیمی‌ترین و کلیدی‌ترین عنصر برای کسب اعتبار شخصی در خدمات حرفه‌ای، «روابط» هستند، شامل رابطه با ارباب رجوع و رابطه با سایر افراد معتبر در حوزه خدمات مربوطه [۲۶]. این نکته حاوی الزاماتی برای طراحی الگوی مناسب مؤسسات خدمات حرفه‌ای است.

در حالتی که صاحب حرفه با استفاده از روابط شخصی و بین فردی است که اعتبار و وثاقت خدمات خود را به خدمات‌گیرنده می‌شناساند، ارتقای روابط بین فردی به رابطه گروهی منطقی باید متضمن آثار مثبتی برای صاحب حرفه تلقی شود. در طراحی الگوی مناسب برای مؤسسات خدمات حرفه‌ای، به موازات صیانت از اصل اعتماد، باید از آثار مثبت این اقدامات گروهی نیز صیانت شود. البته این موضوع هم برای قانونگذار ایرانی از اهمیت خاصی برخوردار نبوده است.

در ادامه با توجه به وضعیت حقوق ایران، به دو مورد کلیدی از راه‌کارهای تقنینی برای برقراری تعامل صحیح و سودمند بین الزامات حاکم بر مؤسسات خدمات حرفه‌ای پرداخته می‌شود. در صورت امکان به قوانین کشورهایی که می‌توانند مورد استفاده قانونگذار ایرانی قرار گیرند نیز اشاره می‌شود.

لزوم طراحی الگویی مناسب از ضمان جمعی

در نظریات رفتارهای گروهی مطرح شده است که منافع حاصل از تشکیل گروه، یا جمعیت منافع انفرادی اعضا و تقویت آن است یا ایجاد منافع جدید و این تقسیم‌بندی

است که مبنای چگونگی سازماندهی و ایجاد تحرک [۲۷] در گروه است [۲۸]. این نظریات معمولاً به نقش قانون در تحدید یا توسیع ابزارهای تحرک گروه توجه ندارند. البته قانونگذار ایرانی تمام ابزارهای ممکن برای تقویت گروه‌های خدمات حرفه‌ای را به یکباره از کار انداخته است.

در ادامه به حقوق تطبیقی نیز نگاهی خواهیم داشت. سنگاپور و آلمان به عنوان مبنای مطالعه تطبیقی انتخاب شده‌اند به این دلیل که اولاً آخرین تحولات تقنینی در زمینه قالب‌های تجاری مربوط به این دو کشور است و ثانیاً هر یک، نماینده یکی از سیستم‌های حقوقی بزرگ جهان می‌باشند؛ آلمان به عنوان نمونه‌ای از حقوق نوشته [۲۹] و سنگاپور به عنوان نمونه‌ای از کشورهای تابع حقوق رویه‌ای یا کامن لا. [۳۰] علاوه بر این دو نکته، انتخاب سنگاپور به عنوان مبنای مطالعه تطبیقی، علل دیگری نیز دارد که می‌تواند مورد توجه قانونگذار ایرانی قرار گیرد.

سنگاپور از ابتدای استقلال خود در سال ۱۹۶۵، مبنای رشد اقتصادی خود را بر صادرات منطقه‌ای قرار داد. به این منظور در اوایل سال‌های استقلال این کشور، جذب شرکت‌های چندملیتی به منظور تأمین زیرساخت‌های تولیدی و خدماتی یکی از مهم‌ترین حوزه‌های تمرکز سیاست‌گذاری‌های این کشور بود. این سیاست توانست با جبران ضعف صنعت داخلی سنگاپور و کاهش موانع رشد اقتصادی ناشی از بازار کوچک این کشور، تا اوایل دهه هشتاد رشد قابل توجهی برای این کشور به ارمغان آورد. این سیاست، همزمان باعث شد که صنعت و نیروی کار سنگاپور به سمت فعالیت‌های واسطه‌ای و پشتیبانی از شرکت‌های چندملیتی سوق یابند. در اواسط دهه هشتاد با افزایش هزینه‌های تجارت در سنگاپور و وجود رقاباتی که فضاهای صنعتی ارزان‌تر در اختیار شرکت‌های چندملیتی قرار می‌دادند، سیاست اقتصادی سنگاپور به سمت تقویت فعالیت‌های واسطه‌ای تغییر جهت داد. تقویت مؤسسات خدمات مالی اولین و اصلی‌ترین بخش هدف در این

سیاست جدید بود. از ۱۹۸۵ تا ۲۰۰۱، هشت برنامه حمایتی از خدمات حرفه‌ای با محوریت خدمات مالی اجرا شد که در هر دوره از این برنامه‌ها، سایر خدمات حرفه‌ای مانند خدمات مدیریتی، حسابداری، بیمه‌ای، تحقیق و توسعه، تکنولوژیک، حمل و نقل و گردشگری و هتلداری، مقصد غیرمستقیم حمایت‌ها بودند [۳۱].

تحول تقنینی سنگاپور نیز به موازات و همسو با تحول سیاست اقتصادی این کشور آغاز شد، در سال ۱۹۸۶ قانون بازار اوراق بهادار [۳۲] و قانون معاملات آتی [۳۳] به تصویب رسیدند. در سال ۱۹۸۷ نیز محور تقنین در سنگاپور بر خدمات حرفه‌ای بود. از بین قوانینی که در این سال به تصویب رسیدند می‌توان به قانون حسابداران، [۳۴] قانون معماران، [۳۵] قانون بانکداری، [۳۶] قانون دندانپزشکان، [۳۷] قانون بیمه [۳۸] و قانون حرفه‌های حقوقی [۳۹] اشاره کرد.

قانون توسعه مشوق‌های اقتصادی یا معافیت از مالیات [۴۰] در همین سال به تصویب رسید. تنها نگاهی به عناوین بخش‌های این قانون می‌تواند روشن کند که چرا قوانین سنگاپور می‌توانند نمونه‌های مناسبی برای مطالعات تطبیقی در خصوص تجارت خدمات حرفه‌ای باشند؛ بخش اول این قانون همانند همه قوانین سنگاپور در خصوص عنوان قانون و تعاریف و تفسیر آن است. بخش دوم این قانون با عنوان صنایع پیشرو در خصوص معیارها و روال شناسایی و اعلام صنایع پیشرو است. بخش سوم با عنوان شرکت‌های خدماتی پیشرو، چهار دسته از خدمات را به عنوان خدمات پیشرو و مشمول مشوق‌های اقتصادی اعلام کرده است؛ یک- هرگونه خدمات مهندسی و فنی اعم از آزمایشگاهی، مشاوره‌ای و تحقیق و توسعه. دو- خدمات داده‌های کامپیوتری و هر خدمتی که مرتبط با کامپیوتر باشد. سه- توسعه یا تولید هرگونه طرح صنعتی. چهار- هر قسم خدمات دیگری که طبق بخش دو به عنوان صنایع پیشرو معرفی شوند. از بخش سوم تا بخش پانزدهم و آخرین

بخش این قانون، به طرح و تخصیص انواع مشوق‌های مالی و مالیاتی و تسهیلاتی به شرکت‌های خدماتی می‌پردازد. بخش ششم از این قانون با عنوان صادرات خدمات، بیشترین گستره از مشوق‌ها و حمایت‌ها را برای شرکت‌هایی مقرر کرده است که به صادرات یکی از خدمات ذیل می‌پردازند؛ یک- خدمات فنی مانند ساخت و ساز، توزیع، طراحی و خدمات مهندسی. دو- خدمات مشاوره‌ای، مدیریتی، نظارتی در ارتباط با هر موضوع فنی یا تجاری. سه- ساخت و مونتاژ و تأمین ماشین‌آلات و تجهیزات یا قطعات. چهار- خدمات تحلیل داده، برنامه‌نویسی، توسعه نرم‌افزار کامپیوتری، ارتباطات از راه دور و سایر خدمات کامپیوتری. پنج- خدمات حرفه‌ای مانند حسابداری، حقوقی، پزشکی و معماری. شش- خدمات آموزشی و مربیگری. هفت- هرگونه خدمات دیگری که به این فهرست اضافه شود.

جنبه حقوقی روشی که در سنگاپور استفاده می‌شود از اهمیت بیشتری برخوردار است. طبق بخش اول قانون اساسی این کشور در خصوص عنوان قانون و تعاریف و تفسیر آن، در تعریف کلمه قانون آمده است که، «قانون عبارت است از هر قانون نوشته و مصوبات قوه مقننه کشور انگلیس و یا سایر مصوباتی که در حال حاضر در سنگاپور اجرا می‌شوند و همچنین حقوق رویه‌ای و کامن لا که در حال حاضر در سنگاپور اجرا می‌شوند و عرف و عادت مورد حمایت قانون» [۴۱].

با توجه به این موضوع، پشتوانه حقوق سنگاپور در واقع حقوق رویه‌ای و به‌طور خاص حقوق کشور انگلیس است. از زمانی که سیاست اقتصادی جدید در سنگاپور شکل گرفت تا سال ۱۹۹۳، سه قانون بر فعالیت‌های تجاری حاکم بودند؛ یک- قانون شرکت‌ها مصوب ۱۹۶۷، ۴۲ دو- قانون ثبت تجاری مصوب ۱۹۷۴، ۴۳ و سه- قانون مشارکت مصوب ۱۸۹۰، ۴۴ قانون اخیر از مصادیق قوانین مصوب قوه مقننه انگلیس است که در قانون اساسی سنگاپور به آن اشاره شده است. در قانون ثبت تجاری به تبعیت از قانون

مشارکت‌های انگلیس، مؤسسه یک نهاد قراردادی و فاقد شخصیت حقوقی بود.

در سال ۱۹۹۳، ابتدا تغییراتی در قانون مشارکت‌های انگلیس اعمال و به تصویب رسید. سنگاپور زمانی اقدام به اصلاح ساختار شرکت‌ها و مؤسسات فعال در تجارت خدمات حرفه‌ای نمود که با برنامه‌هایی که از دو دهه قبل به اجرا گذاشته شده بودند، تجارت خدمات و خدمات حرفه‌ای به مهم‌ترین محور اقتصاد کشور تبدیل شده بود. قانون مشارکت با مسئولیت محدود [۴۵] در سال ۲۰۰۵ به تصویب رسید و قانون مشارکت محدود [۴۶] در سال ۲۰۰۸. نکته نهایی که باعث می‌شود تا سنگاپور را بتوان نمونه قابل توجهی برای سنجش اثر قوانین در تجارت خدمات دانست، فقدان انجماد و سنت‌گرایی در حقوق تجارت این کشور است. همان‌طور که در متن قانون اساسی این کشور دیدیم، نظام حقوقی سنگاپور مبتنی بر حقوق انگلیس و سیستم کامن‌لا است اما چنانکه در ادامه خواهیم دید، قوانینی که از سال ۱۹۹۳ برای قالب‌های تجارت خدمات در این کشور وضع شده‌اند، تا حد زیادی همانند الگویی هستند که در آلمان به‌عنوان یکی از اصلی‌ترین کشورهای حقوق نوشته، استفاده می‌شود. در نهایت آنکه آخرین آمار نهایی شده توسط آنکتاد [۴۷] در خصوص صادرات تجارت خدمات که مربوط به سال ۲۰۱۸ می‌باشد، سنگاپور بعد از چین و هند، سومین کشور صادرکننده خدمات در بین کشورهای در حال توسعه است [۴۸].

در حقوق سنگاپور، مؤسسه به گروهی اطلاق می‌شود که جلوه‌ای از مسئولیت تضامنی را به همراه دارد؛ یک- «مشارکت» که طبق «قانون مشارکت» [۴۹] تاسیس می‌شود و مشابه با شرکت تضامنی در ایران است با این تفاوت که در آن، همه شرکا، نماینده مؤسسه هستند و اقدامات هر شریک، مؤسسه و سایر شرکا را متعهد می‌کند. در این قانون، مؤسسه به معنای گروهی است که فاقد شخصیت حقوقی است اما اقدامات هر عضو از گروه برای تمام اعضای آن مسئولیت‌آفرین است. دو- «مشارکت محدود» که طبق

«قانون مشارکت محدود» [۵۰] تاسیس می‌شود که مشابه با شرکت مختلط سهامی در ایران است.

در مثال سنگاپور، همه شرکا (در الگوی مشارکت) یا شرکایی که مدیریت مؤسسه را بر عهده دارند (در الگوی مشارکت محدود) مسئولیت تمام فعالیت‌های مؤسسه را بر عهده خواهند داشت. نکته‌ای که در الگوی مشارکت در سنگاپور دیده می‌شود آن است که برای ایجاد مؤسسه، اقدام رسمی و اداری مانند ثبت مؤسسه در مرجع ثبت ضروری نیست بلکه وجود این مؤسسه حتی ممکن است صرفاً از رفتار جمعی اعضای آن استنباط شود و برای اعضای که در قالب گروه عمل می‌کنند، مسئولیت‌ساز باشد.

در آلمان، تاسیس یک قالب جمعی برای ارائه خدمات حرفه‌ای تنها از طریق تاسیس «مشارکت حرفه‌ای» [۵۱] میسر است. حقوق آلمان در واقع یکی از بهترین الگوهای است که می‌تواند برای ایران مورد استفاده قرار گیرد، چرا که در این کشور نیز بین اعمال مدنی و تجاری تفاوت وجود دارد با این تفاوت که در جزییات موضوع، سازوکارهای بهتری وضع شده است از جمله اینکه اولاً برای اعمال مدنی، فقط می‌توان از طریق تاسیس «مشارکت مدنی» [۵۲] اقدام کرد و برای اعمال تجاری، می‌توان اقدام به تاسیس شرکت نموده و یا یک «مشارکت تجاری» [۵۳] ایجاد کرد. [۵۴] مشارکت تجاری در این کشور همانند شرکت با مسئولیت محدود در ایران است. ثانیاً به سبب مسئولیت نامحدود شرکا در یک مشارکت مدنی، این الگو برای اشتغال گروهی به خدمات حرفه‌ای مناسب نبود و از سوی دیگر خدمات حرفه‌ای در مفهوم خدمات تجاری قرار نمی‌گرفتند، لذا در سال ۱۹۹۴، «قانون مشارکت حرفه‌ای» [۵۵] در این کشور تصویب شد. خدماتی که تحت شمول این قانون قرار دارند به «مشاغل آزاد» [۵۶] تعبیر می‌شوند. [۵۷]

حسب بند دوم از بخش یک این قانون، مشاغل آزاد مشاغلی هستند که مستلزم برخورداری از صلاحیت حرفه‌ای یا احراز توانایی بوده که معمولاً متضمن ارائه

خدمات شخصی و حرفه‌ای مستقل و با کیفیت در راستای منافع ارباب رجوع یا عموم مردم می‌باشند که از جمله شامل خدمات مستقل پزشک، دندانپزشک، دامپزشک، روانشناس، خدمات حقوقی، حسابدار و حسابرس، مشاور مالی، مالیاتی و تجاری، مهندسی، معماری، روزنامه نگار و خبرنگار، مترجمی و مربیگری می‌شوند.

طبق بند چهار از بخش یک قانون مشارکت حرفه‌ای، این مشارکت‌ها در درجه اول تابع قواعد مشارکت مدنی هستند بنابراین مسئولیت شرکا اصولاً مبتنی بر شیوه مشارکت مدنی یعنی مسئولیت نامحدود شرکا است. در یک برداشت آزاد از بخش هشت این قانون، مسئولیت مشارکت و شرکای مشارکت حرفه‌ای به دو طریق قابل تحدید است؛ یک- اگر مسئولیت فردی یک شریک مسلم باشد یعنی فرایند پذیرش ارباب رجوع و ارائه خدمت و بروز تقصیر یا زیان، قابل انتساب به شخص شریک باشد نه مؤسسه، فقط شریک مذکور مسئول خواهد بود که این مسئولیت هم نامحدود است. دو- اگر برای برخی از خدمات حرفه‌ای، طبق قانون، مسئولیت حرفه‌ای صاحبان حرفه محدود به مبلغ معینی شده باشد، شرکای مشارکت یا خود مؤسسه می‌توانند با بیمه کردن مسئولیت‌ها تا سقف مقرر قانونی، از مسئولیت جمعی و نامحدود مبرا شوند.

وضعیت حقوق ایران در این زمینه بسیار نامطلوب است. فرهنگ سازی ناشی از انواع اشخاص حقوقی در ایران، یافتن راهی برای گریز از مسئولیت را به اولین دغدغه هر بازیگر اقتصادی تبدیل کرده است. در این بین، مفهوم مؤسسه می‌بایست مبین تضمینات بیشتری برای مصرف‌کنندگان باشد ولی هیچ اثر مثبتی ایجاد نکرده است.

وجود گونه‌ای از مسئولیت جمعی در مؤسسه منجر به تاسیس مؤسساتی خواهد شد که در آن اعضا به یکدیگر اعتماد کامل دارند. در حال حاضر، اینکه شرکای یک مؤسسه چه کسانی هستند هیچ اهمیتی ندارد. وضع حاضر به خصوص در خدمات حرفه‌ای ساماندهی نشده، با ایجاد

حاشیه امن خطا در لوای شخصیت حقوقی مؤسسه، خطر استفاده نامناسب از این قالب را افزایش داده است که اعتماد عمومی را خدشه دار می‌کند. در مؤسسات مالی شاهد این وضعیت بودیم. صرف این امر که برای فعالیت‌های بانکی که طبق بند ۷ ماده دو قانون تجارت، از اعمال تجاری ذاتی هستند، از قالب مؤسسه استفاده می‌شود، حاکی از ضرورت بازنگری عمیق در سیاست‌های تقنینی کشور در خصوص قالب‌های تجاری است.

گرچه متخصصین امر از تفاوت بین مؤسسه مالی و اعتباری با سایر مؤسسات خدمات حرفه‌ای مانند مؤسسه حقوقی یا حسابرسی آگاه هستند، اما اعتماد عمومی در سازوکارهای اقتصادی از طریق آگاهی‌هایی تعیین می‌شود که عامه مردم با ملاحظه روابط عمودی و افقی بین گروه‌های فعال در ساختار اقتصادی به دست می‌آورند [۵۸]. به بیان دیگر، دور از انتظار نیست که بدنامی یک مؤسسه، صدمه‌ای جدی بر اعتماد عمومی به تمامی مؤسسات حرفه‌ای به بار آورده باشد.

موضع لایحه جدید تجارت در قبال مؤسسه غیرتجاری اگر منجر به وخیم شدن وضعیت فعلی نشود، کمکی هم به تقویت خدمات حرفه‌ای نمی‌کند. در ماده ۱۲۷ این لایحه، نحوه تشکیل و شرایط ثبت مؤسسات غیرتجارتی به آیین‌نامه‌ای موکول شده است که توسط وزارت دادگستری و سازمان ثبت اسناد و املاک کشور می‌رسد. این آیین‌نامه قرار است صرفاً نحوه تشکیل و ثبت مؤسسات غیرتجاری را مشخص کند و خود این لایحه هم حکمی در موضوعات ماهوی مؤسسات غیرتجاری ندارد. عدم توجه به بازار خدمات حرفه‌ای در ماده ۶۳۶ این لایحه نمایان می‌شود. طبق این ماده؛ «مؤسسات غیرتجارتی که به اعمال مندرج در ماده یک این قانون اشتغال دارند در مورد دیون خود در مقابل طلبه‌کاران و اشخاص ثالث، حکم شرکت تضامنی را دارند...»

ماده یک این لایحه شکل گسترده‌تری از فهرست اعمال تجاری مندرج ماده دو قانون فعلی است. بنابر نظرگاه این

لایحه، مؤسسه غیرتجاری کماکان می‌تواند به فعالیت‌های تجاری بپردازد و در این صورت همانند یک شرکت تضامنی با آن برخورد می‌شود. طبق مفهوم مخالف این ماده، اگر مؤسسه غیرتجاری به فعالیت‌هایی غیر از موارد مندرج در ماده یک بپردازد، مسئولیت تضامنی بر آن بار نخواهد شد. رویکردی متعادل در این خصوص لازم است تا بتواند ضرورت‌های خدمات حرفه‌ای را در راستای تقویت بازار این خدمات به کار بندد اما لایحه تجارت در منتهی الیه هر دو رویکرد قرار گرفته است یعنی یا مسئولیت کاملاً تضامنی و یا مسئولیت کاملاً محدود. البته این تنها ایراد این لایحه نیست بلکه خطای فاحش آن در همان ماده یک نهفته است.

ماده یک، دوازده بند دارد و بند هشت آن که در مورد خدمات تجاری است، پانزده زیربند دارد. با شمارش عناوینی که صریحاً در این ماده بیان شده‌اند از جمله آنچه که در بند هشت این ماده صریحاً خدماتی محسوب می‌شوند، جمعاً ۵۶ فعالیت به‌عنوان فعالیت تجاری شناخته شده‌اند که بالغ بر ۴۰ مورد از آنها، خدماتی هستند. حال اولاً شش مورد از این ۵۶ مورد، بر طبق قوانین خاص لزوماً باید از طریق ثبت شرکت تجاری انجام شوند که این لایحه، هیچ‌یک از این قوانین خاص را نسخ نکرده است. ثانیاً در سه مورد از این ۵۶ مورد، قوانین خاصی که به تصویب رسیده‌اند به مؤسسه‌ای بودن این خدمات اشاره می‌کنند و این قوانین خاص هم طبق این لایحه نسخ نشده‌اند. فهرست قوانین منسوخه در ماده ۱۲۶۰ این لایحه درج شده است. نهایتاً آنکه در بخش مربوط به تبدیل شرکت‌ها، صحبتی از امکان تبدیل مؤسسه به شرکت نیست. یعنی خدماتی که طبق قوانین خاص مربوطه در قالب مؤسسه انجام می‌شوند، حسب ماده ۶۳۶ این لایحه، تضامنی محسوب خواهند شد و امکان تبدیل مؤسسه به شرکت را نیز ندارند. در برخی از موارد مذکور در ماده یک، مؤسسه به‌عنوان قالب رایج شناخته می‌شود مانند چاپ

و نشر و ترجمه، رفاهی و ورزشی. با توجه به اینکه حداقل برای نیم قرن، تفاوت مؤسسه و شرکت تنها در اسم آنها بوده است، ایجاد چنین وضعیتی یک اقدام ارزیابی شده به‌نظر نمی‌رسد علاوه بر اینکه خدمات مندرج در این ماده، ترکیبی از خدمات حرفه‌ای و غیرحرفه‌ای هستند که ظاهراً به‌صورت تصادفی انتخاب شده‌اند.

مسئله اصلی البته کماکان پابرجا است. برای خدمات حرفه‌ای به قالبی احتیاج است که هم وجهه حرفه‌ای خدمت را رعایت کند و هم ارباب رجوع را از پشتوانه‌ای قابل اعتماد برخوردار کند. با لایحه جدید تجارت هم رویه فعلی ادامه خواهد داشت، با این تفاوت که هزاران مؤسسه غیرتجاری باید منحل شده و سپس اقدام به تاسیس شرکت تجاری نمایند. حتی اگر برخی از این مؤسسات به واقع به جنبه حرفه‌ای خدمات خود واقف بوده و میزان قابل قبولی از مسئولیت تضامنی را برای مدیر یا مدیران مؤسسه برقرار کرده بوده باشند.

اصل عمل به ظاهر

بیان شد که خدمات حرفه‌ای چهره شخصی داشته و در روابط بین فردی به‌کار گرفته می‌شوند. منظور از اصل عمل به ظاهر در این خصوص آن است که اگر ارائه‌دهنده یک خدمت حرفه‌ای بنا بر توانایی یا تجربه یا سابقه یا نفوذ خود، از شهرت برخوردار شد هم بتواند از این دستاورد خود استفاده کند و هم نتواند از این موقعیت خود سوءاستفاده کند [۵۹]. اصل عمل به ظاهر باید با توجه به خصایص خدمات‌دهندگان و خدمات‌گیرندگان در هر کشوری به‌کار گرفته شود. در اینجا تنها با توجه به نقائص فعلی حقوق ایران، زمینه‌های ضروری اعمال این اصل را مورد بررسی قرار می‌دهیم.

در قانون مشارکت حرفه‌ای آلمان در بخش دوم به اختصار مقرر شده است که نام مشارکت باید حاوی نام یکی از شرکا باشد. گرچه ممکن است که این مقرر مختصر

برای بازار خدمات حرفه‌ای آلمان مناسب باشد اما این مسئله بنا به وضعیت بازار خدمات حرفه‌ای ایران ضرورت خاصی پیدا می‌کند.

لزوم وجود نام یک یا چند شریک در نام مؤسسه اصولاً برای تشخیص شخص یا اشخاص مسئول در مؤسسه است. جنبه دیگر این موضوع همان اهمیت اعتبار شخصی در خدمات حرفه‌ای است. در وضعیت کنونی حقوق ایران، استفاده از نام شریک در نام شخص حقوقی تنها برای شرکت‌هایی که شریک تضامنی دارند ممکن است و با توجه به اینکه مؤسسه، شریک تضامنی ندارد، لذا استفاده از نام شریک یا شرکا در نام مؤسسه ممکن نیست. ماده ۶۳۶ لایحه جدید تجارت هم که با مؤسسات شاغل به خدمات مندرج در ماده یک همانند شرکت تضامنی رفتار می‌کند، اجازه نداده است که این مؤسسات حتی در این حالت هم بتوانند از اسم برخی از شرکای خود در اسم مؤسسه استفاده کنند بلکه فقط «در مورد دیون خود در مقابل طلبه‌کاران و اشخاص ثالث، حکم شرکت تضامنی را دارند».

تنها تشابه این روش با روش صحیح این است که استفاده از نام یک یا چند شریک در نام مؤسسه حتماً باید به موازات مسئولیت تضامنی باشد تا به روشی برای سوء استفاده از اعتبار حرفه‌ای تبدیل نشود، اما نقائص حقوق ایران، زمینه‌های دیگری برای انحراف ایجاد کرده است که در دو بحث متفاوت و مرتبط نمایان می‌شوند؛ یک- قراردادهای دو-تبلیغات.

اصل عمل به ظاهر در این دو مرحله، به نفع خدمات‌گیرندگان وارد عمل می‌شود، که برای ایجاد زمینه‌های اجتماعی رشد بازار خدمات حرفه‌ای ضروری است. در بحث قراردادهای مؤسسه‌های خدمات حرفه‌ای، گستره اعمال اصل عمل به ظاهر را باید مطابق با نیازهای خدمات‌دهندگان و خدمات‌گیرندگان تعیین کرد. گستره‌ای از این اصل که برای ایران مناسب به نظر می‌رسد آن است که اگر از ظواهر امر چنین استنباط شود که مؤسسه خدمات

حرفه‌ای، اقدام شخص خدمات‌دهنده را به عنوان اقدام مؤسسه معرفی می‌کند، مؤسسه مزبور و اعضای آن در قبال اعمال این شخص مسئول تلقی شوند.

برای آن دسته از خدمات حرفه‌ای که هنوز ضابطه‌مند نشده‌اند، اصل عمل به ظاهر را می‌توان برای جلوگیری از فریب استفاده کرد برای مثال می‌توان مقرر کرد که اگر حتی یک گروه یا مشارکت در واقع در بین نباشد نیز کسی که با مراجعه‌کننده قراردادی برای ارائه خدمت حرفه‌ای منعقد می‌کند متعهد به اجرای قرارداد است. در چنین حالتی، استناد به اینکه اصولاً مشارکتی در بین نبوده است و قرارداد مذکور به اشتباه و فریب منعقد شده است، اثری در اعتبار قرارداد ندارد و طرف قرارداد ملزم است به هر طریقی این قرارداد را به اجرا برساند.

در حقوق آلمان در دو قسمت از قانون مشارکت حرفه‌ای، وجود چنین مسئولیتی مبتنی بر اصل عمل به ظاهر مقرر شده است؛ یک- بند چهار از بخش یک قانون مشارکت حرفه‌ای که به قواعد مشارکت مدنی در قانون مدنی ارجاع دارد؛ طبق مواد ۷۰۸ و ۷۱۴ قانون مدنی آلمان [۶۰] همه شرکای مشارکت در حدود قرارداد مؤسس مشارکت، اختیار ایجاد تعهد برای مؤسسه را دارند و در صورت وجود تردید در وجود این اختیار، اصل بر وجود آن است. دو- بندهای پنج‌گانه بخش هفتم از قانون مشارکت حرفه‌ای، پنج ماده از قانون تجارت آلمان [۶۱] را بر این مشارکت‌ها هم حاکم می‌داند از جمله مواد ۱۲۵ تا ۱۲۷. الگویی بومی شده از احکام این مواد را می‌توان در حقوق ایران مورد استفاده قرار داد. در یک برداشت آزاد از مواد مذکور، این الگو می‌تواند به این شکل باشد که همه شرکا اختیار دارند که برای مؤسسه تعهد ایجاد کنند مگر اینکه قرارداد اصلی مؤسسه، این اختیار را از برخی از شرکا سلب کرده باشد (بند یک ماده ۱۲۵ قانون تجارت آلمان). محدود کردن اختیار شرکای مؤسسه در ایجاد تعهد برای مؤسسه ممکن نیست (بند دو ماده ۱۲۶ قانون تجارت آلمان). به بیان دیگر، شریک مؤسسه، یا اختیار کامل دارد

یا هیچ اختیاری ندارد. اگر طبق قرارداد موسس، این اختیار از یک یا چند شریک سلب نشده باشد، شریک یا شرکای مزبور دارای اختیار کامل هستند حتی اگر قرارداد موسس، اختیار شریک را محدود کرده باشد.

در وضعیت فعلی مؤسسات خدماتی حرفه‌ای در ایران، اشخاص ذی اختیار باید طی سلسله مراتب مندرج در اساسنامه انتخاب شوند و سایر اعضای مؤسسه، اختیار اقدام از طرف مؤسسه را ندارند. به بیان ساده‌تر، اصل عمل به ظاهر در شکل پیشگفته آن اصولاً در حقوق ایران وجود ندارد. برقراری مسئولیت تضامنی برای شرکای مؤسسه باید به همراه الگویی از اصل عمل به ظاهر انجام شود. ایجاد مسئولیت تضامنی برای اعضای مؤسسه، آنها را به انتخاب شرکای مورد اعتماد ترغیب می‌کند، اما همزمان اعتبار اجتماعی مؤسسات را افزایش می‌دهد. به موازات این اعتبار، امکان سوء استفاده از شخصیت مؤسسه نیز افزایش می‌یابد و اصلی‌ترین طریق گریز از مسئولیت تضامنی، محدود کردن اختیارات شرکای مؤسسه در رابطه با مراجعین است. در خصوص موضوع دوم یعنی تبلیغات مؤسسات، وضعیت منحصربه‌فردی در بازار ایران دیده می‌شود که نتیجه جمیع نقائص فوق‌الذکر است. محمل رونمایی از این معضل، درک جایگاه «روابط» در کسب اعتبار خدمات‌دهندگان است.

زمانی که صاحبان حرفه نمی‌توانند نام خود را در نام مؤسسه استفاده کنند، تاسیس مؤسسه در واقع نقض غرض محسوب می‌شود. همزمان به دلیل عدم وجود اصل عمل به ظاهر، این مؤسسات از ترفندهای تبلیغاتی اغراق‌آمیز استفاده می‌کنند. محمل و محل این اغراق‌ها هم همان «روابط» هستند.

در حوزه خدمات مدیریتی، تبلیغاتی، حسابرسی و حسابداری، مشاوره‌های پزشکی، مشاوره‌های فنی، خدمات حقوقی و آموزشی، تقریباً همه مؤسسات و شرکت‌ها سعی می‌کنند که در تبلیغات خود همواره یک یا چند چهره

معتبر را به عنوان عضو و همکار خود معرفی کنند. به عنوان مثال در سایت اینترنتی یکی از مؤسسات حقوقی، بیست نفر از وکلای با سابقه و اساتید دانشگاه با ارائه رزومه و عکس و سوابق به عنوان اعضا معرفی شده‌اند. اما در آگهی تاسیس، این مؤسسه تنها دو عضو دارد و سرمایه آن هم یک میلیون تومان است. در واقع همه مراجعین می‌دانند که به این اسامی و تبلیغات هیچ اعتمادی نیست. اصل عمل به ظاهر، مدیران مؤسسه را در قبال این تبلیغات مسئول محسوب می‌کند. در حالتی که وجهه اعتبار شخصی از مؤسسات خدمات حرفه‌ای زده شده است، چنین روندی تداوم داشته و اعتماد عمومی لازم برای تقویت بازار خدمات حرفه‌ای به دست نخواهد آمد.

۵. نتیجه‌گیری و توصیه‌های سیاستی

جز در خصوص اعسار از پرداخت هزینه دادرسی، تمامی آثار قانونی تفکیک مؤسسه از شرکت بلااثر شده‌اند. لایحه جدید تجارت تلاش کرده است که آثاری برای این تفکیک ایجاد کند، اما این تلاش به وضوح بدون توجه به خصائص اقدامات جمعی در تجارت خدمات حرفه‌ای انجام شده است. اعتماد عمومی، ماهیت بین فردی و اتکا به اعتبار شخصی در خدمات حرفه‌ای، خصائصی هستند که در این مقاله بررسی شدند. این خصائص با یکدیگر رابطه متقابل دارند. با توجه به قدمت قوانین ایران در زمینه شرکت‌ها و مؤسسات، پیشنهاد می‌شود که قانونگذار در صدد اصلاح قالب‌های گروهی خدمات حرفه‌ای برآید. در تعبیه قالب مناسب برای ارائه خدمات حرفه‌ای به صورت گروهی، اعم از اینکه مؤسسه نام داشته باشد یا هر عنوان دیگری، باید اتکای صاحبان حرفه به اعتبار شخصی را لحاظ کرده و روابط بین فردی آنها با یکدیگر و با خدمات‌گیرندگان را نظم داد. برای حصول به این مهم پیشنهاد می‌شود که همانند الگوی مشارکتی که در سنگاپور دیده می‌شود، وجود یک گروه خدمات حرفه‌ای و همچنین تحمیل مسئولیت جمعی

پی‌نوشت

1. Functional approach.
2. Client.
3. Power approach.
4. Social organization.
5. Management-oriented approach.
6. Andreas B. Günther, 2019, pp. 10-13.
7. Profession-related punishments.
8. Robert Dingwall, 2008, pp. 11-12.
9. Magali Sarfatti Larson, 2005, pp. 539-543.
۱۰. ربیعا اسکینی، ۱۳۸۹، ص ۸۸.
۱۱. از جمله در مواد ۵۹۴ و ۵۹۷.
12. Klaus J. Hopt, 2006, p. 1165.
13. Partnership.
14. Ibid.
15. Municipal.
16. Rob McQueen, 2016, pp. 123-125.
17. Jonathan Levin, Steven Tadelis, 2002, pp. 1-29.
18. Stavros Ioannides, Ioanna Pepelasis Minoglou, 2005, pp. 163-189.
19. Robert A. Schwartz, John Aidan Byrne, 2013, pp. 95-102.
20. Laura Empson, Chris Chapman, 2006, pp. 139-170
21. Petri Mäntysaari, 2012, pp. 40-44.
۲۲. در واقع اگر فهرست اعمال تجاری را از قانون تجارت فعلی و از لایحه جدید تجارت حذف کنیم نه تنها اتفاق خاصی رخ نمی‌دهد بلکه امکان جایگزین‌های بهتری برای طبقه‌بندی اعمال تجاری و سامان دادن به خدمات حرفه‌ای فراهم می‌شود.
23. Stephen Ackroyd, 2016, pp. 15-30.
24. Robert Dingwall, 2008, pp. 99-111.
25. John Harriss, 2005, pp. 526-536.
26. Aino Halinen, 2001, pp. 3-7.
27. Mobilization.
28. Mancur Olson, 1971, pp. 1-8.
29. Civil Law.
30. Common Law.
31. Winston T.H. Koh, Francis Koh, 2002, pp. 243-267.
32. Securities Industry Act.
33. Futures Trading Act.

به گروه و اعضای گروه، متوقف بر ثبت رسمی آن نباشد. زمانی که تعدادی از صاحبان خدمات حرفه‌ای با همکاری و کمک یکدیگر فعالیت می‌کنند و در نظر مراجعین به عنوان یک تیم دیده می‌شوند، خودبه‌خود محل کسب اعتبار و جلب اعتماد برای اعضای این گروه است که باید مسئولیتی هم از این راه بر آنها بار شود.

همچنین این قالب باید یکسان باشد تا بتواند اعتماد عمومی به خدمات‌دهندگان و انجمن‌های حرفه‌ای آنان را تأمین کند. برای حصول به این هدف پیشنهاد می‌شود که انبوه نهادهایی که عنوان مؤسسه را یدک می‌کشند سازماندهی شوند. در وضعیت کنونی، مؤسسه غیرتجاری عینا همانند یک شرکت با مسئولیت محدود است. این موضوع باعث دو معضل اساسی شده است؛ یک- اگر هدف از تاسیس شرکت تجاری تجمیع سرمایه‌های اعضا و ایجاد سرمایه‌ای بزرگ‌تر است، هدف از تاسیس مؤسسه خدمات حرفه‌ای، تجمیع اعتبار حرفه‌ای اعضا و ایجاد اعتباری بزرگ‌تر است. اما عملاً تمام اهرم‌های دستیابی به این مهم از قواعد مربوط به مؤسسات حذف شده‌اند. دو- در شرکت تجاری، سرمایه اعضا است که تضمین فعالیت‌های شرکت است. چرا که شرکت تجاری قصد به‌کارگیری این سرمایه‌ها را دارد. متقابلاً، در یک مؤسسه خدمات حرفه‌ای، مؤسسه قصد به‌کارگیری سرمایه‌های اعضا را ندارد بلکه اعتبار اعضا را تجمیع می‌کند. این تفکیک کلاً از قوانین مربوط به شرکت‌ها و مؤسسات غیرتجاری ایران حذف شده است. اگر اساسنامه یک مؤسسه را مطالعه کنیم هیچ تفاوتی با اساسنامه یک شرکت سهامی خاص ندارد. اگر نمی‌توان پیچیدگی‌های ناشی از چند دهه تقنین نامناسب را با تصویب قوانین جدید از بین برد پیشنهاد می‌شود که قانونگذار از قالب‌های فعلی آغاز کند؛ اگر مؤسسات خدمات حرفه‌ای ملزم به استفاده از شرکت مختلط غیر سهامی باشند، حداقل ابزارهای مربوط به مسئولیت اعضا و اعتمادسازی عمومی را تأمین می‌کند.

منابع

اسکینی، ر. (۱۳۸۹). «حقوق تجارت»؛ شرکت‌های تجاری. (جلد اول). تهران: سمت.

Ackroyd, S. (2016), Sociological and organisational theories of professions and professionalism. In M. Dent, I. Lynn Bourgeault, J.-L. Denis, & E. Kuhlmann (Eds.), *The Routledge companion to the professions and professionalism* (pp. 15-31). NY: Routledge.

Bürgerliches Gesetzbuch (BGB), (1896). Amended Version (2002). Germany: Federal Ministry of Justice in corporation with Juris GmbH.

Cahn, A., & Donald, D. C. (2010), *Comparative Company Law: Text and Cases on the Laws Governing Corporations in Germany, the UK and the USA*. Cambridge University Press.

Dingwall, R. (2008), *Essays on Professions*. Ashgate.

Empson, L., & Chapman, C. (2006), Partnership versus Corporation: Implications of Alternative Forms of Governance in Professional Service Firms. In R. Greenwood, & R. Suddaby (Eds.), *Professional Service Firms* (pp. 139-170). Oxford: Elsevier.

Günther, A. B. (2019), *Entrepreneurial Strategies of Professional Service Firms: An Analysis of Commercial Law Firm Spin-offs in Germany*. Springer.

Halinen, A. (2001), *Relationship Marketing in Professional Services*. London: Routledge.

Handelsgesetzbuch (HGB). (1897), Amended Version (2015). Germany: Federal Ministry of Justice and Consumer Protection.

Harriss, J. (2005), South Asia. In J. G. Carrier (Ed.), *A Handbook of Economic Anthropology* (pp. 526-536). UK: Edward Elgar.

Hopt, K. J. (2006), *Comparative Company Law*. In M. Reimann, & R. Zimmermann (Eds.), *The Oxford Handbook of Comparative Law* (pp. 1161-1191). Oxford University Press.

Ioannides, S., & Pepelasis Minoglou, I. (2005), *Diaspora Entrepreneurship between History and Theory*. In Y. Cassis, & I. Pepelasis Minoglou (Eds.), *Entrepreneurship in Theory and History* (pp. 163-189). NY: PALGRAVE MACMILLAN.

Koh, W., & Koh, F., (2002), *Venture Capital and Economic Growth: An Industry Overview and Singapore's Experience*, Singapore Economic

34. Accountants Act.

35. Architects Act.

36. Banking Act.

37. Dentists Act.

38. Insurance Act.

39. Legal Profession Act.

40. Economic Expansion Incentives 'Relief from Income Tax' Act.

41. Law includes written law and any legislation of the United Kingdom or other enactment or instrument whatsoever which is in operation in Singapore and the common law in so far as it is in operation in Singapore and any custom or usage having the force of law in Singapore.

42. Companies Act.

43. Business Registration Act.

44. Partnership Act.

45. Limited Liability Partnerships Act.

46. Limited Partnerships Act.

47. UNCTAD.

48. <https://stats.unctad.org/handbook/Services/Total.html>.

49. Partnership Act.

50. Limited Partnerships Act.

51. Professional Partnership.

52. Civil law partnership.

53. Commercial partnership.

54. Bernd Tremml, Bernard Buecker, 2008, pp. 3-31.

55. Partnerschaftsgesellschaftsgesetz – PartGG.

56. Liberal Professions.

57. Andreas Cahn, David C. Donald, 2010, pp. 29-30.

58. Roderick M. Kramer, 2010, pp. 936-939.

۵۹. با توجه به این نکته، توسعه دامنه خدمات تجاری در ماده یک این لایحه در مواردی که خدمات حرفه‌ای محسوب می‌شوند، اثر منفی در گسترش فعالیت‌های خدمات حرفه‌ای خواهد داشت. این امر همچنین باعث می‌شود که تصویب قوانین آتی برای خدمات حرفه‌ای مذکور در این ماده با مشکل مواجه شود.

60. Bürgerliches Gesetzbuch (BGB).

61. Handelsgesetzbuch (HGB).

- McQueen, R. (2016), *A Social History of Company Law: Great Britain and the Australian Colonies 1854-1920*. Routledge.
- Olson, M. (1971), *The Logic of Collective Action: Public Goods and the Theory of Groups*. Harvard University Press.
- Partnerschaftsgesellschaftsgesetz-PartGG. (1994), Amended Version (2015), Germany: Federal Law Gazette I p. 2565.
- Partnership Act. (1994), Singapore: Prepared and Published by: The Law Revision Commission Under the Authority of the Revised Edition of the Laws Act (Chapter 275).
- Schwartz, R. A., & Byrne, J. A. (2013), *Rethinking Regulatory Structure*. London: Springer.
- Tremml, B., & Buecker, B. (2008), *Recognized Forms of Business Organizations*. In M. Wendler, B. Tremml, & B. Buecker (Eds.), *Key Aspects of German Business Law* (4th ed., pp. 3-31). Berlin: Springer-Verlag.
- Review (Vol. 47, No. 2, pp. 243-267).
- Kramer, R. M. (2010), *Trust*. In J. M. Levine, & M. A. Hogg (Eds.), *Encyclopedia of group processes and intergroup relations* (Vol. II, pp. 936-939). London: SAGE Publications.
- Larson, M. S. (2005), *Professions*. In J. Beckert, & M. Zafirovski (Eds.), *International Encyclopedia of Economic Sociology* (pp. 539-543). Routledge.
- Levin, J., & Tadelis, S. (2002), *A Theory of Partnerships*. Stanford Law School. Law and Economics Research Paper Series. Retrieved from <https://ssrn.com/abstract=311159>.
- Limited Partnerships Act. (2010), Singapore: Prepared and Published by: The Law Revision Commission Under the Authority of the Revised Edition of the Laws Act (Chapter 275).
- Mäntysaari, P. (2012), *Organising the Firm; Theories of Commercial Law, Corporate Governance and Corporate Law*. London: Springer-Verlag Berlin Heidelberg.

