

مرور مبانی و مدل‌های مختلف حاکمیت شرکتی

دکتر یحیی حساس یگانه

عضو هیئت علمی دانشگاه علامه طباطبائی

سیدهادی هاشمی

دانشجوی دکتری حسابداری

مقدمه

از آنجا که در مباحث حاکمیت شرکتی موارد فنی خاصی مطرح می‌شود، می‌توان آن را از اصطلاح عام حاکمیت ممتاز دانست. در علم مدیریت، حاکمیت شرکتی با مباحثی نظیر کارکردگرایی و تئوری‌های نوین و سنتی حاکمیتی در هم آمیخته است. از آنجا که هدف عمده حاکمیت شرکتی تعیین اصول حاکمیتی در شرکت‌های بزرگ می‌باشد، در این مقاله به مسائلی از قبیل اقتدار و مشروعیت در اداره این شرکت‌ها پرداخته می‌شود. همچنین، پس از تشریح مختصر انواع الگوهای حاکمیت شرکتی، توضیحاتی ارائه خواهد شد مبنی بر اینکه حاکمیت شرکتی به‌عنوان حلقه‌ای از مجموعه حاکمیت می‌باشد.

وابستگی درونی رویکردهای مختلف حاکمیت:

حاکمیت شرکتی به‌عنوان حلقه‌ای از مجموعه رویکردهای گوناگون حاکمیت

حاکمیت^۱ به مجموعه‌ای از رویه‌ها و قواعد در خصوص یک سازمان اعم از دولتی و یا خصوصی می‌پردازد. بدین ترتیب که همواره باید نوعی سازش و توازن بین این رویه‌ها و قواعد برقرار گردد. به‌جز قواعدی که به‌طور تاریخی در شرکت شکل گرفته و ماندگار گشته‌اند، سایر رویه‌ها و قواعدی که از یک دنیای نامطمئن شکل می‌گیرند، دائماً در معرض مصالحه (تغییرات) قرار دارند. این ویژگی در خصوص دولت^۲ مصداق ندارد، زیرا رویه‌ها در خصوص

دولت از ثبات نسبی برخوردارند. در انواع مختلف حاکمیت، ابتدا سازوکارهایی که حاکمیت بر مبنای آن بنا نهاده شده است، شرح داده می‌شود. شروع این کار با رقابت‌های شدید صاحبان قدرت همراه می‌گردد. در این راستا، مشروعیت به‌عنوان توانایی ایجاد قواعدی که قدرت و اقتدار را شکل می‌دهد، مطرح می‌گردد. این مشروعیت از تعامل‌های گروه‌های مختلف صاحب قدرت ناشی می‌شود. در زمینه حاکمیت شرکتی، تدوین‌کنندگان مقررات شامل سهامداران و ذی‌نفعان می‌باشند. این دو گروه، هم بر حاکمیت شرکتی تأثیر می‌گذارند و هم از آن تأثیر می‌پذیرند. سهامداران از طریق افزایش سرمایه‌گذاری و تعداد نمایندگان خود در موسسه، بر حاکمیت شرکتی اثر می‌گذارند. گروه دوم، یعنی ذی‌نفعان، بیشتر تحت تأثیر قرار دارند. البته، این بدان معنی نیست که به‌طور کلی تحت سیطره سهامداران می‌باشند، زیرا آنان نیز با تأثیرگذاری بر فرایند ایجاد ارزش در سازمان، به‌عنوان جانشین یا تکمیل‌کننده قدرت سهامداران مطرح گردیده‌اند. این مسائل در خصوص شرکت‌های بزرگ سهامی و یا به‌عبارتی در مورد اشیاء عمومی^۳، پررنگ‌تر می‌باشد. در خصوص به‌کارگیری اصطلاح اشیاء عمومی باید به یک نکته توجه نمود. از نظر تاریخی، اقتدار مربوط به اعمال قدرت دولت‌ها بوده است؛ اما در خصوص اشیاء عمومی، هدف سهامدار کسب سلطه مطلق نمی‌باشد. در قرون ۱۷ و ۱۸، اعمال قدرت بر اشیاء عمومی براساس مبانی ذیل بیان می‌گردید:

۱- قدرت فرمان دادن،

۲- نامحدود بودن قدرت فرمان دادن از نظر زمانی، و

۳- این قدرت نامحدود بوده و مقید به شرایط خاصی نبوده است.

البته، در حال حاضر چنین تصویری از اقتدار و حاکمیت وجود ندارد، بلکه اقتدار براساس تصویری ایده‌ال از قدرتی قانونی می‌باشد که سیستمی از حقوق سیاسی را ایجاد نموده و سازمان حاکم با گروه‌های داخلی و خارجی در حال مذاکره است.

در تاریخ لیبرال دموکراسی و اقتصاد سرمایه‌داری، رابطه بین اقتدار و مشروعیت از طریق موازنه بین دو بخش شکل گرفته است. یکی از این دو بخش وجود آزادی سیاسی در چارچوب دموکراسی (همچنین آزادی مالکیت) و طرف دیگر موازنه، آزادی اقتصادی و چرخش افراد و کالاها مطرح شده است. این دو موضوع مکمل، همواره در کنار یکدیگر وجود داشته‌اند و حتی برای یک لحظه، این موازنه به طور کامل از بین نرفته است. با ظهور حاکمیت شرکتی و خودنظمی‌هایی که حرفه‌ها ایجاد می‌نمایند، اقتدار دولت (قدرت فرمان دادن به شرکت‌ها) کاهش یافته است. به طور مثال، وجوه موجود در صندوق‌های بازنشستگی در کشور فرانسه، چندین برابر وجوه بانک مرکزی آن کشور و نشانگر میزان وابستگی دولت به این وجوه و در نتیجه کاهش اقتدار آن می‌باشد.

البته، هنوز برخی از اختیارها و امتیازهای دولت‌ها در اختیار آنها باقی مانده است: دولت‌ها مقررات مربوط به مالیات‌ها را وضع و اجرا می‌نمایند، عملیات مربوط به بورس اوراق بهادار را تنظیم می‌نمایند، قوانین مربوط به رقابت و حمایت از مالکیت را تدوین می‌نمایند و از طریق خرید بسیاری از کالاها و خدمات، بازار مناسبی را برای شرکت‌ها ایجاد می‌کنند. آنها همچنین در زمینه تحقیق و توسعه، هزینه‌های هنگفتی را متحمل می‌شوند.

روش‌های مختلف حاکمیت

برخی از شکل‌های حاکمیت، موفق‌تر از بقیه به نظر می‌رسند. به‌رغم هزینه‌های انجام شده توسط اتحادیه اروپا در خصوص مباحث حاکمیتی، این اتحادیه هنوز در اوایل راه می‌باشد. البته، مباحث حاکمیت شرکتی به‌طور

نسبی در این کشورها پیشرفت‌هایی داشته است. تئوری ذی‌نفعان تقریباً رشد یافته و این تعریف از ذی‌نفعان کاملاً شناخته شده است: فرد و یا گروهی از افراد که بر تحقق اهداف سازمان‌ها تاثیر می‌گذارند و یا از آن تاثیر می‌پذیرند.

سازوکارهای حاکمیت عمومی^۴

در پژوهش‌های اخیر، حاکمیت این‌طور تعریف شده است: عمل اداره کردن، بدون حضور دولت. البته، بدون حضور دولت بدین معنی نمی‌باشد که گروه‌های تصمیم‌گیرنده دولتی به‌طور کلی وجود ندارند، بلکه مشروعیت این نهادها در اعمال قدرت، براساس محدودیت‌ها، مصالحه‌ها و عوامل متغیر بسیاری تعریف شده است. این عوامل متغیر عبارتند از انتظارات جامعه، تغییرات سرمایه در سطح جهانی و تاثیر آن بر اقتصاد کشور و موقعیت خاص جغرافیایی.

انواع الگوهای حاکمیت شرکتی

در گذشته، رفتار شرکت‌ها براساس مبانی نئوکلاسیک الگوبرداری می‌شد. در این الگو، شرکت‌ها فقط واحدهای تولیدکننده فرض می‌شدند و تمام فعالیت شرکت در حداکثر کردن سود خلاصه می‌شد. ادبیات مدیریت مالی، به شرح تئوری‌های مختلف شرکت‌ها و رفتارهای مربوط به آنها می‌پردازد. اما با افزایش این باور که فقط مبانی اقتصادی و تولیدی قادر به توضیح انگیزه‌های حاکمیت نمی‌باشد، پژوهش‌ها بر بخش رفتاری عملکرد شرکت و در راستای توجیه منطق اقتصادی رفتارهای خاص مدیریت و نحوه کنترل آن متمرکز شد. این تحقیقات منجر به شناخت چهار نوع حاکمیت شرکتی به شرح ذیل گردید:

الگوی مبتنی بر بازار

ویژگی الگوی مبتنی بر بازار آن می‌باشد که حقوق مالکیت، بین سهامداران مقطعی پخش گردیده است. بازارهای سرمایه قوی شده‌اند و نقدینگی در بازار سرمایه زیاد است. نظام حمایت از سرمایه‌گذاران باعث شده تا سهامداران پرتفوی خود را متنوع سازند و هیچکدام از آنها در موقعیتی قرار نگیرند که خود شرکت را اداره نمایند. پس مدیران حرفه‌ای به نمایندگی از

مناسب کوتاه مدت به آنان پاداش می دهد. لذا مدیران منافع بلندمدت را فدای منافع کوتاه مدت می نمایند و در نتیجه منجر به اقداماتی در جهت خلاف ایجاد ارزش برای سهامداران انجام می دهند.

الگوی حاکمیت شرکت مبتنی بر روابط

الگوی دوم حاکمیت شرکتی، مبتنی بر تمرکز مالکیت و بازار سیال سرمایه می باشد. در این الگو، سهامداران شرکت ها به طور طولانی مدت دارای سهام بوده و در موقعیتی قرار می گیرند که می توانند رفتار مدیریت را نظارت نمایند، لذا هزینه های نمایندگی رخ نمی دهد. در این الگو، بانک ها با نگهداری بخش عمده ای از سهام شرکت ها بر مالکیت آنها مسلط می شوند و به طور مستقیم در عملیات شرکت شامل نظارت و تصمیم گیری، مشارکت می کنند. حاکمیت شرکتی در این الگو مبتنی بر روابط می باشد. همچنین، سرمایه گذاری های درون گروهی از ویژگی های الگوی مذکور به شمار می آید. ژاپن، کره، فرانسه و آلمان، مثال هایی از این نوع حاکمیت شرکتی می باشند.

ابتدا به نظر می رسد که این الگو کاراترین الگوی حاکمیت شرکتی است، ولی این الگو نیز با مشکلاتی مواجه می باشد. تسلط بانک ها بر فرایند تصمیم گیری شرکت ها باعث می شود که مدیریت متخصص تربیت نشود. مداخله بیش از حد دولت از طریق قوانین و افراد خود در امور شرکت ها، به عنوان مانعی برای پیشرفت شرکت ها محسوب می شود. به طور مثال، در فرانسه کنترل دولت بر شرکت ها به دو شکل مستقیم و غیرمستقیم صورت می گیرد. دولت به طور مستقیم در خیلی از فعالیت های تجاری سرمایه گذاری می نماید و به طور غیرمستقیم از طریق کنترل بانک ها و موسسات مالی که به بخش خصوصی وام می دهند و انتصاب مدیران بازنشسته دولتی در بخش خصوصی، به کنترل شرکت ها می پردازد.

الگوی حاکمیت شرکتی در حال گذار

کشورهای اروپای مرکزی و شرقی و کشورهای تازه استقلال یافته شوروی سابق، دارای اقتصادهایی از این نوع حاکمیت شرکتی می باشند. اگر چه علاقه شدیدی در این کشورها برای فعال کردن بازارهای سرمایه وجود دارد، ولی چنین الگویی از حاکمیت شرکتی را بر اقتصاد

سهامداران جهت اداره شرکت به استخدام در می آیند. مزیت اصلی این الگو، سهولت جمع آوری سرمایه و توزیع ریسک سرمایه گذاران است. این الگوی حاکمیت شرکتی به رغم مشکلات زیاد، توسط بسیاری از محققین موفق شمرده می شود. رسوایی های به وجود آمده در شرکت های بزرگی نظیر انرون، ورلدکام، جنرال الکتریک و ... مشکلات این الگو را نمایان می کند. از یک طرف، این الگو دارای مزیت بازار سرمایه قوی برای کنترل شرکت و بازارکار آماده مدیریت می باشد و از سوی دیگر، مشکلاتی نظیر معاملات درونی و پاداش های کلان مدیریت، نیاز به مقررات گذاری در این زمینه ها را ایجاد می کند.

مشکلات حاکمیت شرکتی زمانی رخ می دهد که مدیران باعث ایجاد عدم تقارن اطلاعاتی و در نتیجه از دست دادن ارزش توسط سهامداران می شوند. از آنجا که سهامدار جزء به علت میزان کم مالکیت از مدیریت فاصله گرفته است، مدیرانی که به طور روزمره عملیات شرکت را ملاحظه می کنند، در موقعیتی قرار می گیرند که عدم تقارن اطلاعاتی را ایجاد نمایند. آنها اطلاعاتی را که برای آنها دارای منفعت می باشد، به طور محرمانه نگهداری می کنند و اطلاعات بی اهمیت را برای سهامداران و سایرین منتشر می کنند. لذا برای همسو کردن منافع مدیران و سهامداران، هزینه های نمایندگی رخ می دهد. جنسن و مک لین (۱۹۶۴) بیان می کنند که هزینه های نمایندگی سه جزء دارد: هزینه های نظارت، هزینه های قراردادی و زیان باقی مانده. هزینه های نظارت، هزینه های کنترلی هستند که مالک جهت کنترل رفتارهای خلاف مدیریت می پردازد. هزینه های قراردادی، هزینه هایی هستند که رخ می دهند تا این اطمینان به وجود آید که مدیران در جهت منافع سهامداران تصمیم گیری می نمایند. زیان باقی مانده زمانی رخ می دهد که هزینه های فوق، قادر به کنترل رفتار ناسالم مدیریت نباشد.

مدیران برای حداکثر کردن منافع خود، دارای افق دید کوتاه مدت می باشند. از آنجا که آنها براساس عملکرد کوتاه مدت پاداش می گیرند، لذا کوتاه مدت نگر می شوند. این کوتاه مدت نگری تا حدودی ناشی از عملکرد بازار سرمایه است. زیرا بازار سرمایه براساس عملکرد

مشاهده می‌نمایند. خانواده‌هایی که در یک نوع تجارت سرمایه‌گذاری کرده‌اند، با افزایش سود به سمت تنوع بخشی سرمایه‌گذاری خود رفته و بخش عمده‌ای از سهام را در اختیار گرفته‌اند. این گروه‌های تجاری، الگوی کنترل مدیریتی خود را از الگوی روابط اقتباس کرده‌اند؛ اما برخلاف آن و از طریق مشارکت در بازارهای سرمایه، الگوی مبتنی بر بازار را نیز تا حدودی مدنظر قرار داده‌اند.

رویکرد کارکردگرایی در حاکمیت شرکتی حاکمیت شرکتی و تئوری‌های مرتبط با آن، با رویکردهای مدیریتی (حسابرسی، مدیریت مالی و مدیریت استراتژیک) و رویکردهای قانونی (قوانین شرکت‌ها) درهم آمیخته است. تخصص‌گرایی باعث بهبود کارایی در زمینه حاکمیت شرکتی می‌گردد. همچنین، در علوم مدیریتی شاخه‌های گوناگونی در مورد حاکمیت شرکتی ایجاد شده است. تئوری ذی‌نفعان یکی از مباحثی است که در آن حاکمیت شرکتی به شکل سنتی قادر به بررسی مسائل نبوده است.

کارکردگرایی چیست؟

در زمینه حاکمیت شرکتی، کارکردگرایی^۵ یعنی اینکه تجزیه و تحلیل عملیات به توصیف کارکردها محدود شود. این کارکردها دارای انواع مختلفی می‌باشند: کارکرد نمایندگان صاحب قدرت در هیئت مدیره، کارکرد قوانین و مقررات، و کارکرد اطلاعاتی، کارکرد کسانی که در حاکمیت شرکتی مداخله می‌کنند (در اینجا، بیشتر به سهامداران و ذی‌نفعان و انگیزه‌های آنان برای مشارکت پرداخته می‌شود).

محدودیت‌های کارکردگرایی سنتی هدف اصلی کارکردگرایی آن است که روابط بین منافع همگرا و یا متضاد گروه‌های مختلف (اعم از آنهایی که در شرکت دارای حق می‌باشند) و نمایندگان جامعه را تنظیم نماید و از این طریق، به بهبود حاکمیت شرکتی کمک کرده و همچنین، مشخص نماید که کدام گروه باید در اداره شرکت مشارکت داده شود و کدام گروه از مداخله منع گردد.

خود تحمیل کرده‌اند. در این الگو، بازارهای سرمایه ضعیف و غیرفعال می‌باشد و شرکت‌ها از شکل دولتی به تدریج به شرکت‌های دارای سهامداران جزء تبدیل می‌شوند. در این کشورها، نظام‌های حقوقی به سوی نظام‌های رقابتی در حال حرکت است، تشکیلات مقابله با مشکلات حاکمیت شرکتی ضعیف می‌باشد، سازوکارهای حمایت از سرمایه‌گذاری چندان قوی نیست، عدم انضباط مالی باعث شده تا دولت شرکت‌های زیانده را پشتیبانی کند و همچنین، سرمایه‌گذاران نهادی قوی وجود ندارند. اقتصادهای در حال گذار، مشکلات زیادی را در طی دوران تبدیل شرکت‌های دولتی به خصوصی، پشت سر گذاشته‌اند. شرکت‌های خصوصی سازی شده، همان مشکلات دیوان سالاری قبل از واگذاری را دارند، چرا که کارکنان این شرکت‌ها تغییر نکرده‌اند و فقط مالکیت تغییر کرده است؛ اگر چه در بسیاری از موارد، کنترل همچنان در دست دولت باقی مانده است. در کشورهایی نظیر جمهوری چک، روسیه و مجارستان، خصوصی سازی با هزینه‌های زیادی همراه بوده است.

الگوی نوظهور

در ادبیات حاکمیت شرکتی، تاکنون به این الگو کمتر پرداخته شده است. برخلاف الگوی سوم که تجربه‌ای از مشکلات الگوهای اول و دوم می‌باشد، الگوی چهارم بق که سعی دارد الگوی حاکمیت شرکتی را از اقتصادهای موفق اقتباس کند، به نسبت موفق بوده است و ویژگی‌های این الگو عبارتند از بازار سرمایه فعال، تبدیل موفق شرکت‌های دولتی به شرکت‌های خصوصی، وجود الگوهای مبتنی بر روابط و همچنین الگوهای مبتنی بر بازار، وجود بازارهای نوظهور مدیریت، نظام‌های حقوقی رسمی و کارکردی و وجود شرکت‌های خانوادگی و شرکت‌های عمومی. الگوی چهارم، الگوی منحصربه‌فردی است که بین الگوهای اول و دوم قرار می‌گیرد. در این الگوی اقتصادی، گروه‌های تجاری حاکم هستند و خانواده‌هایی وجود دارد که میزان زیادی از کنترل و مالکیت را در اختیار دارند. همچنین، سرمایه‌گذاری‌ها در بین صنایع مختلف تقسیم شده است. خانواده‌هایی که به‌طور اجدادی دارای مالکیت بوده‌اند، اکنون خود را به‌صورت پیشتازان اقتصاد ملی

اگر شرکت را از دید سهامداران مشاهده نماییم، هدف افزایش ارزش سهامداران و حقوق مربوط به مالکیت خواهد بود و از این دیدگاه، ذی‌نفعان به گروه سهامداران محدود خواهد شد. حال اگر شرکت را از منظر اجتماعی بنگریم، رویکرد مشارکتی و تا حدودی اخلاقی براساس تفکر گسترش مالکیت شرکت شکل می‌گیرد. در اینجا دورویکرد سنتی و مترقی کارکردگرایی را مطرح می‌نماییم.

رویکرد سنتی، محدود به تجزیه و تحلیل قوانین و مقررات در زمینه حاکمیت شرکتی می‌باشد. در این رویکرد به مسائلی از قبیل اینکه در شرکت چه کسانی باید اهداف را تعیین نمایند و میزان تفکیک مدیران و دارندگان قدرت (برای مثال، سهامداران) چه قدر می‌باشد، پرداخته می‌شود. این رویکرد در فرانسه منجر به تدوین مقرراتی در خصوص نحوه انتخاب مدیران، مأموریت‌های هیئت مدیره، دوران انتصاب مدیران و روابط اطلاعاتی گردیده است. این رویکرد، باعث ایجاد دو الگوی حاکمیت شرکتی گردیده است. نخست الگوی امریکایی که به الگوی مبتنی بر بازار و یا الگوی خارجی مشهور شده است. الگوی دیگر، الگوی آلمان، ژاپن و کشورهای آمریکای لاتین می‌باشد که نظام مبتنی بر بانک یا نظام شبکه‌ای و یا داخلی نامیده شده است.

رویکرد مترقی بیشتر به بسط گروه‌های متأثر از حاکمیت شرکتی و یا به عبارتی تئوری ذی‌نفعان می‌پردازد. از پیش فرض‌های تئوری ذی‌نفعان آن است که شرکت‌ها با گروه‌های مختلفی روبرو هستند که از آنها تاثیر می‌پذیرند و بر آنها تاثیر می‌گذارند. تئوری ذی‌نفعان به روابط متقابل شرکت‌ها و ذی‌نفعان می‌پردازد و این در حالی است که منافع هر یک از گروه‌های ذی‌نفع، دارای یک ارزش ذاتی می‌باشد و نباید اجازه داده شود تا منافع گروهی بر گروه دیگر حاکم گردد. بیشتر تئوری‌های مربوط به مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها که دارای ارتباط نزدیکی با تئوری ذی‌نفعان می‌باشد، در این رویکرد طبقه‌بندی می‌شوند.

محدودیت‌های رویکرد مترقی در خصوص ذی‌نفعان رویکرد مترقی با این خطر مواجه است که در آن فقط فهرستی از گروه‌های ذی‌نفعی که دارای منافع مستقیم و

یا غیرمستقیم هستند، تهیه شود. در واقع، علاوه بر کارکردها باید نقش‌ها، اهداف و منافع گروه‌های مختلف تعیین گردد. به‌طور کلی می‌توان گفت که سه گروه عمده وجود دارند که در سازمان دارای نقش می‌باشند: سهامداران، مدیران و ذی‌نفعان. رویکرد کارکردگرایی، رفتار این گروه‌ها و ترکیب منافع آنها را در چارچوب قوانین تعیین می‌نماید. قوانینی که آنها بر خود تحمیل می‌کنند و یا به‌طور روشن‌تر، قواعدی که توسط سهامداران بر مدیران اعمال می‌گردد، مقرراتی که توسط مدیران وضع می‌گردد و قواعدی که ذی‌نفعان به‌طور مستقیم مدعی آن می‌باشند. شاید قوی‌ترین رویکرد کارکردگرایی آن باشد که احتمال ترکیب سهامداران و ذی‌نفعان را بیان نماید. مدیر، یک سهامدار است. سهامدار یک مدیر است. سهامدار یک ذی‌نفع مستقیم است و به‌عنوان یک مصرف‌کننده کالاها و خدمات یک ذی‌نفع غیرمستقیم است. با توسعه این نوع تفکر، نه تنها باید به هماهنگ کردن منافع ذی‌نفعان توجه داشت، بلکه باید نسبت به هماهنگ ساختن منافع سهامداران و ذی‌نفعان نیز توجه کافی مبذول کرد. کاملاً واضح است که نمی‌توان این دو را بدون نزدیک نمودن منافع تمام گروه‌های ذی‌نفع تکمیل نمود. البته، با توجه به هنجارهایی که توسط موسسات عمومی مانند سازمان ملل و اتحادیه اروپا معرفی شده، امکان دستیابی به این هماهنگی دور از دسترس نمی‌باشد. اگر چه ذی‌نفعان به‌طور غیرمستقیم از ارزش سهام شرکت تاثیر می‌پذیرند، ولی می‌توان برای یک لحظه تصور نمود که آنها نقش مخالفی را در جهت این ارزش ایفا می‌نمایند. در واقع، ذی‌نفعان گروه‌های قدرتمند مخالفی هستند که به‌طور مستقیم و یا غیرمستقیم، در فرایند ارزشگذاری سهام شرکت تاثیرگذار می‌باشند. ذی‌نفع یک سازمان غیرانتفاعی، در شرایط خاصی ممکن است خواستار افزایش ارزش سهام خود باشد یا اینکه سهامدار یک شرکت تجاری، ممکن است عضو یک گروه حمایت از پرندگان باشد و یا اینکه مدیر یک شرکت خصوصی، همزمان رئیس یک سازمان غیرانتفاعی نیز باشد. این موارد نشان می‌دهد که باید به فکر هماهنگ کردن منافع کلیه گروه‌های مشارکت‌کننده و نه فقط به فکر یکسان‌سازی اهداف ذی‌نفعان باشیم.

البته از نظر عملی نباید ارزش فهرستی از گروه‌های ذی‌نفع را کم جلوه دهیم. چنین فهرستی ممکن است به ما در اندازه‌گیری آثار هر یک از این گروه‌ها بر حاکمیت شرکتی کمک کند. به هر حال، حاکمیت شرکتی در بلندمدت باعث ایجاد یک نوع حاکمیت سالم می‌گردد، چراکه پذیرش قواعد آن براساس معیارهایی غیر از سود خواهد بود و آنچه مسلم است، در سایه حاکمیت شرکتی قدرت در دست سهامداران باقی نخواهد ماند. البته، در میان مدت گروه‌های مشارکت‌کننده در حاکمیت شرکتی قادر نخواهند بود تا به آسانی قدرت را از سیطره سهامداران خارج سازند. باید مشروعیت حاکمیت از دست اداره‌کنندگان فعلی خارج گردد و یکی از گزینه‌ها در این خصوص، ورود ذی‌نفعان به گروه اداره‌کننده شرکت می‌باشد.

ریشه‌های مالکیت در حاکمیت شرکتی

قبل از پیدایش شرکت‌های بسیار بزرگ و در اواخر قرن هجدهم، مالکان، مدیر و مدیران مالک بودند؛ اگر چه این تفکر وجود داشت که شرکت‌ها، واحدهایی با اهداف اجتماعی می‌باشند. از سوی دیگر، در قوانین هیچ‌گونه اشاره‌ای مبنی بر اینکه شرکت‌ها باید منافع چه کسانی را در نظر بگیرند، وجود نداشت. براساس مکتب شیکاگو، شرکت مجموعه‌ای از قراردادها می‌باشد که گروه‌های مختلف جهت معامله گرد هم آمده‌اند، لذا دارایی‌های شرکت به‌عنوان مایملک سهامداران تلقی می‌شود و مدیران به‌عنوان نمایندگان سهامداران می‌باشند. اگر چه در این راستا مشکلات زیادی از قبیل مسائل نمایندگی مطرح می‌شود، هیچ‌تهدیدی به سایر ذی‌نفعان وجود ندارد و حقوق بستانکاران، مشتریان و غیره به حقوق قراردادی و عرفی محدود می‌گردد. این تفکرات در قوانین نیز حاکم بوده است. اما با جدایی مالکیت از مدیریت، پیدایش بازارهای اوراق بهادار و گروه‌های مدیران حرفه‌ای، رویکرد جدیدی تحت عنوان شرکت به‌عنوان پدیده‌ای اجتماعی مطرح گردید.

مباحث سرمایه‌داری و لیبرالیسم باز می‌گردد. لذا مباحث مربوط به مالکیت دارای اهمیت است. در رویکرد مترقی کارکردگرایی، به دنبال مبانی مالکیت در تئوری ذی‌نفعان هستیم. سه پایه اساسی برای آن مطرح گردیده است: حقی معنوی است، برای همگان قابل دسترسی است و همگان به‌طور مساوی می‌توانند از آن بهره‌مند شوند. مالکیت در مورد ذی‌نفعان، با این فرض مطرح می‌شود که ذی‌نفعان به‌طور بالقوه سهامدار می‌باشند. در حاکمیت شرکتی، سهامداران فقط کسانی هستند که دارای سهام می‌باشند. از آنجا که ذی‌نفعان دارای سهام نمی‌باشند، به‌طور مجازی سهامدار فرض می‌شوند؛ یعنی رفتار آنان به‌طور فرضی مورد بررسی قرار می‌گیرد. از آنجا که در دنیای فعلی نمی‌توان ذی‌نفعان را به‌عنوان مالکان واقعی فرض نمود، استفاده از رویکرد کارکردگرایی به دو دلیل توصیه می‌شود: اول اینکه چون همواره بین گروه‌های مختلف مشارکت‌کننده در شرکت تضاد وجود دارد، این مسئله وجود خواهد داشت که ثروت ایجاد شده چگونه باید تقسیم گردد. دوم اینکه چون پیش‌بینی تضادهای آتی امکان‌پذیر نمی‌باشد، نمی‌توان از قبل پیشنهادهایی برای حل آنها ارائه نمود.

با عنایت به توضیحات ارائه شده، می‌توان چنین نتیجه‌گیری نمود که هر یک از نظام‌های اقتصادی جهت بهبود حاکمیت شرکتی، باید از رویکرد کارکردگرایی متناسب با ویژگی‌های اقتصادی خاص خود بهره‌گیرند.

پی‌نوشت‌ها:

- 1- Governance
- 2- Government
- 3- Public Thing
- 4- Public Governance
- 5- Functionalism

منابع:

- 1- Maria Bonnafous-Boucher, Some Philosophical Issues in Corporate Governance: The Role of Property in Stakeholder Theory, 2005
- 2- Thomas Clarke, The Stakeholder Corporation: A Business Philosophy for the Information Age, 1998
- 3- Margaret M. Blair, Ownership and Control: Rethinking Corporate Governance for the Twentyfirst Century, 1995
- 4- Malla Praveen Bhasa, Understanding the Corporate Governance Quadrilateral, 2004

حاکمیت شرکتی، در مباحث مدیریتی به تنظیم روابط بین سهامداران و ذی‌نفعان می‌پردازد. اگر چه روابط بین مدیران و سهامداران مورد علاقه محققین علم مدیریت می‌باشد، ولی ریشه روابط سهامداران و ذی‌نفعان به