

تئوری ذی نفعان در حقوق شرکت‌ها

محمود باقری*

مهرداد صادقیان ندوشن**

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۰۸/۱۶

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۰۴/۱۲

چکیده

حقوق شرکت‌های ایران صرفاً سهامدار را به رسمیت می‌شناسد؛ اما توجه به چگونگی پیدایش شخصیت حقوقی شرکت و ماهیت اجتماعی آن، نشان از آمیختگی این ماهیت با ثالث دارد. این ثالثان، در حقوق شرکت‌های نوین «ذی نفعان» نام گرفته‌اند که به اشخاص تأثیرگذار بر شرکت یا تأثیرپذیر از آن اطلاق می‌گردد. در یک شرکت اصولاً خود سهامداران، کارکنان، مشتریان و تأمین‌کنندگان مالی، به عنوان گروه‌های ثابت ذی نفعان به حساب می‌آیند و شمول برخی گروه‌ها نیز بستگی به موضوع فعالیت شرکت دارد. در حال حاضر، تمایل بسیاری نسبت به شناسایی گسترده ذی نفعان وجود دارد، هرچند برای نظام-های حقوقی همچون ایران (که به تازگی به شناخت ذی نفعان روی آورده است) این شناسایی به صورت محدود خواهد بود. شناسایی ذی نفعان و ضرورت آن بر کسی پوشیده نیست اما این که چرا باید از ذی نفع در شرکتی با سرمایه شخصی، حمایت کرد محل بررسی است. مبانی اقتصادی، اخلاقی و حقوقی، بنیان-های تئوری ذی نفعان را تشکیل می‌دهند. حل بحران نمایندگی، جلوگیری از تعارض منافع و حداکثرسازی ارزش اقتصادی نهایی، بنیادهای اقتصادی این تئوری می‌باشند. بنیان‌های حقوقی و اخلاقی آن نیز بیان می‌دارند که ذی نفعان دارای ارزش ذاتی هستند؛ لذا می‌بایست حقوق آنها رعایت شود و محدودیت‌های مالکیت برای مالکان و مدیران یک ماهیت اجتماعی یعنی شرکت، اعمال گردد.

واژگان کلیدی: ذی نفع، تئوری ذی نفعان، شرکت، حق مالکیت.

* دانشیار دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران.

Mahmood31@hotmail.com

** دانشجوی دکتری حقوق خصوصی دانشگاه قم (نویسنده مسؤول).

mehrdadsn68@gmail.com

مقدمه

بی‌تردید، میان حدود توسعه و پیشرفت هر نظام اقتصادی و اجتماعی و نهادهای اقتصادی که بستر فعالیت‌های اقتصادی را فراهم می‌کنند ارتباط مستقیمی وجود دارد. ظهور شرکت به عنوان بخشی از تحوّل زندگی اجتماعی، به معنای تغییر الگوی مالکیت از فرد به نهاد حقوقی و ایجاد اقتصاد مبتنی بر شرکت است. اشکال مختلف شرکت، حاصل مفروضات متفاوت حقوقی و سیاسی است و تأسیس آن تنها اشتراکی کردن فعالیت اقتصادی نیست، بلکه اجتماعی کردن آن نیز می‌باشد؛ لذا تشکیل شرکت، به مفهوم ایجاد یک ساختار اجتماعی است که اعتماد را به دنبال دارد.

فارغ از نظریه توضیح‌دهنده ماهیت شرکت، آن را به معنای ایجاد یک سازمان اقتصادی و اجتماعی نیز فرض کرده‌اند که مرکزیت و قدرت اقتصادی را به همراه دارد و تأثیرات آن علاوه بر سهامداران، بر کلّ اجتماع نیز قابل توجه خواهد بود؛ به همین دلیل، تأکید شده است که شرکت‌ها باید علاوه بر منافع سهامداران، منافع جمیع ذی‌نفعان شامل کارکنان شرکت و تأمین‌کنندگان مالی را نیز مدّ نظر قرار دهند.

در قوانین مربوط به شرکت‌ها در ایران (شامل قانون تجارت و لایحه قانونی ۱۳۴۷) تنها از سهامدار بحث شده و مفهوم ذی‌نفعان ناشناخته مانده است و حتّی جای خالی آن در نوشته‌های حقوقی نیز احساس می‌شود؛ در حالی که این مفهوم دارای اهمیت بسیاری است و امروزه، هم شرکت‌ها بر ذی‌نفعان تأثیر می‌گذارند و هم ذی‌نفعان تأثیر فراوانی بر عملکرد و سوددهی شرکت دارند.

مسأله مهم و چالش‌برانگیز در مورد شرکت‌ها، نحوه کنترل مدیران و لزوم نظارت بر عملکرد آنها است و بر این مبنا ضرورت دارد که علاوه بر سهامداران، دولت و سایر ذی‌نفعان نیز در اداره شرکت دخالت داشته باشند.

اصولاً، قوانین از عقبه نظری و توجیه‌کننده بسیار جامعی برخوردار می‌باشند و این پیشینه، که ناشی از تحولات اجتماعی و اقتصادی است موجب می‌گردد که قانون، دارای کارایی لازم و متناسب با روحیات و فرهنگ جامعه باشد. اما با بررسی قوانین موجود در زمینه‌های مختلف در حقوق ایران (برای مثال، قوانین شرکت‌ها و قوانین بانکی) درمی‌یابیم که این مبانی، در قوانین ما کمتر به چشم می‌خورند. از سوی دیگر، همواره از اصلاح قانون و ضرورت غیر قابل انکار آن سخن گفته می‌شود. اما واقعیت این است که اصلاح

قانون، در غیاب مبانی فکری مستحکم، تنها تغییر عبارات در راستای تفسیر بهتر و حل مشکلات قبلی است و هرگز نمی‌تواند برای تحقق رفاه اجتماعی و اقتصادی (که یکی از اهداف متعالی قانون است) تضمینی ارائه دهد؛ از این رو، شناسایی اصول و مبانی موجود، یکی از ضروریات لازم برای جامعه رو به پیشرفت و تعقل محور است.

هدف اصلی این نوشتار آن است که شرح نسبتاً جامعی از تئوری ذی‌نفعان در حقوق شرکت‌ها ارائه دهد و در جهت اثبات مبانی و مدعاهای خود به ذکر موارد نمونه و نتایج تحقیقات عملی پردازد؛ البته با توجه به عمر کوتاه این تئوری، نمونه‌های عملی آن بیشتر مربوط به دهه اخیر می‌باشد و نخستین مورد بررسی شده از لحاظ عملی، به سال ۲۰۰۷ و تحقیق یو و همکاران وی^۱ باز می‌گردد (See: Duesing, 2013, p.28).

تئوری مذکور، از موضوعات جدید علم حقوق به شمار می‌آید لذا ابتدا به تبیین مفهوم این تئوری در ابعاد مختلف پرداخته و پس از آن، تعریف و تقسیم‌بندی ذی‌نفعان و انواع آن بیان خواهد شد و در پایان، مبانی این تئوری مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

۱. مفهوم‌شناسی ذی‌نفعان

برای فهم بهتر مفهوم ذی‌نفعان ضرورت دارد که ابتدا پیشینه آن مورد بررسی قرار گیرد و سپس مفهوم این تئوری بیان گردد.

۱-۱. پیشینه ذی‌نفعان

در مورد پیشینه تاریخی مفهوم ذی‌نفعان، تحقیقات گسترده‌ای صورت گرفته است. فریمن^۲ پس از کاوش فراوان، پیشینه ذی‌نفعان را به سال ۱۹۶۳ دانسته که در اساسنامه داخلی مؤسسه تحقیقاتی / استنفورد^۳ به کار رفته است (Freeman, 1984, pp.31&49). در سال‌های بعد مفهوم ذی‌نفع وارد مباحث برنامه‌ریزی راهبردی گردید و سپس روش‌های تحلیل ذی‌نفعان، در مدیریت توسعه یافت و در ادامه، مدلی از سازمان و محیط آن، با وجود ذی‌نفعان تدوین شد که در فرآیند برنامه‌ریزی بنگاه مورد استفاده قرار گرفت.

1. Yau, Oliver H.M, Raymond P.M Chow, Leo Y.M Sin, Alan C.B Tse, C.L Luk, and Jenny S.Y Lee.
2. Freeman.
3. Stanford Research Institute (SRI).

همچنین رویکرد ذی‌نفعان در مسؤولیت‌های اجتماعی بنگاه نیز گسترش یافت (عضدی دیلمی و باقری مقدم، ۱۳۸۷، ص ۱).

به هر روی، کتاب «مدیریت استراتژیک - رویکرد ذی‌نفعی»، نوشته ادوارد فریمن را باید به عنوان مهمترین و کامل‌ترین اثر پیرامون پیشینه ذی‌نفعان دانست که به شرح و بسط تئوری ذی‌نفعان می‌پردازد و پس از آن تقریباً در تمامی آثار از این دست، مورد استناد قرار گرفته است. سپس دونالدسون و پریتون^۲ در سال ۱۹۹۵ به تکمیل مباحث پیشین در تئوری ذی‌نفعان بنگاه پرداختند. در حال حاضر نیز بحث پیرامون این تئوری همچنان ادامه دارد و اندیشمندان رشته‌های مختلف از جمله حقوق، اقتصاد، مدیریت و حسابداری، از منظر خود آن را به بحث گذاشته‌اند.

ذی‌نفع یا Stakeholder، در متون قدیمی به معنی شخصی است که پول یا مالی را در تصرف دارد ولی حق، منفعت یا عنوانی نسبت به آن مال نداشته و منتظر است تا نتیجه اختلاف، مسابقه یا قمار طرفین معلوم گردد و او این مال را به ایشان و یا به برنده تحویل دهد.^۳ ذی‌نفع در این معنا به عنوان نوعی واسطه محسوب می‌شود و از این منظر بیشتر معنای حقوقی ذی‌نفع مورد نظر است و اصولاً این مفهوم از متون حقوقی سنتی قابل برداشت می‌باشد. با این وجود، در متون حقوقی جدید و خصوصاً حقوق اقتصادی و حقوق شرکت‌ها و همچنین در رشته‌های مدیریت و اقتصاد،^۴ Stakeholder دارای مفهوم دیگری است و عبارت است از شخصی که نفعی در یک بنگاه دارد و این همان مفهوم مدنظر این نوشتار می‌باشد.

در متون فارسی نیز تنها فرهنگ‌های نیم قرن اخیر واژه ذی‌نفع را ضبط کرده‌اند. همچنین قوانین مختلف نیز به میزان قابل توجهی از این واژه استفاده نموده‌اند و معنای آن همان چیزی است که در ماده ۲ قانون آیین دادرسی مدنی مصوب سال ۱۳۱۸ به کار

1. Strategic Management: A Stakeholder Approach.
2. Donaldson & Preston.
3. Stakeholder: A person having in his/her possession (holding) money or property in which he/she has no interest, right or title, awaiting the outcome of a dispute between two or more claimants to the money or property (<http://dictionary.law.com>).
4. Jones, 1995, Vol. 20, No. 2, pp. 404-437; Freeman, 1984; Argandoña, 2011.

برده شده است. ذی‌نفعی خواهان بدین معنا است که در صورت صدور حکم علیه خواننده، باید نفعی نصیب خواهان گردد (شمس، ۱۳۸۹، ج ۱، صص ۲۸۵-۲۸۱).^۲ با این حال، مورد شایع و غالب استفاده از واژه ذی‌نفع، مفهوم دادرسی آن می‌باشد و تنها این مفهوم در حقوق ایران مورد شناسایی قرار گرفته است.

۲-۱. مفهوم تئوری ذی‌نفعان

تئوری ذی‌نفعان یک تئوری مدیریتی، اخلاقی، حقوقی، اقتصادی و اجتماعی درباره شرکت است و به این می‌پردازد که یک شرکت برای این که موفق باشد واقعاً چگونه باید عمل کند تا برای همگان ایجاد ارزش نماید. این تئوری، گروه‌هایی را که شرکت در مقابل آنها مسؤول است توسعه می‌دهد و بیان می‌دارد که شرکت می‌تواند به عنوان مجموعه‌ای از روابط میان گروه‌هایی که سهمی در فعالیت شرکت دارند تلقی شود و توجه ویژه به این گروه‌ها و روابط، در موفقیت و پیشرفت شرکت بسیار مهم است (Visser&Matten & Pohl&Tolhurst, 2010, pp. 372-373 & Duesing, 2013, p. 28).

تئوری ذی‌نفعان به عنوان یکی از تغییرات بسیار عمده و قابل توجه در قرن اخیر بوده و بحث‌های متعددی را در متون دانشگاهی و میان نویسندگان به وجود آورده است (Wu, 2010, p. 59) و وظیفه مدیران و کارفرمایان را انجام وظیفه در راستای منافع تمامی اشخاص و گروه‌ها مانند کارکنان، مشتریان، اتحادیه‌ها، سرمایه‌گذاران، سهامداران، بانک‌ها و عرضه‌کنندگان می‌داند، به گونه‌ای که منافع در مسیر یکسان قرار گرفته و میان آنها تعادل ایجاد شود و نهایتاً شرکت به سود همه اشخاص مذکور مدیریت شود. از این

۱. ماده ۲ قانون آیین دادرسی مدنی مصوب ۱۳۱۸: «هیچ دادگاهی نمی‌تواند به دعوایی رسیدگی کند مگر اینکه شخص یا اشخاص ذینفع رسیدگی به دعوی را مطابق مقررات قانون درخواست نموده باشند».

۲. این نفع باید دارای ویژگی‌هایی همچون حقوقی، مشروع، به وجود آمده و باقی باشد. به هر روی، ذی‌نفع بودن به این معنا است که شخص از حیث ضرری که تحمل کرده اقامه دعوی کند و موضوعی را تعقیب نکند که برای او نفعی دربر نداشته و وقت گران‌بهای دادرسان را صرف اموری ننماید که پیشرفت یا عدم پیشرفت آن برای او مساوی باشد (احمدی، ۱۳۷۶، ص ۲۳؛ مهاجری، ۱۳۹۱، ص ۱۴۱؛ متین‌دفتری، ۱۳۷۸، ج ۱، صص ۲۱۴-۲۱۱؛ واحدی، ۱۳۷۷، ج ۱، صص ۲۸۸-۲۸۶). هرگاه شخص (مثلاً طلبکار) به نام خود و مستقیماً علیه اشخاص مثلاً طرف قرارداد با خود طرح دعوا کند وی را ذی‌نفع مستقیم می‌نامند و هرگاه شخصی به نام و از طرف مدیون احتمالاً ورشکسته یا معسر خود علیه بدهکاران او طرح دعوا کند او را ذی‌نفع غیر مستقیم می‌گویند.

رو، مدیران باید تضمین کنند که حقوق هیچ ذی‌نفعی نقض نمی‌شود (Nam, 2012, p.12). در حوزه مدیریت، استفاده و کاربرد تئوری بیشتر از طریق ترکیب هیأت مدیره، افزایش مدیران غیر موظف، افزایش طول دوره‌های حساسی و ... می‌باشد؛ حال آن که در حیطه حقوق، تمرکز بیشتر بر مباحث و راهکارهای حقوق عمومی، حقوق شرکت‌ها و ابزارهای حقوق خصوصی همچون عقد و کالت است. حقوق شرکت‌ها از اصول خاصی پیروی می‌کند که از جمله آنها حمایت از حقوق ثالث است؛ چراکه شرکت، به عنوان کانون بسیاری از عملیات‌های تجاری و اقتصادی در بازار، لاجرم با اشخاص و گروه‌های متفاوتی در تعامل می‌باشد؛ بنابراین، شناسایی این گروه‌ها و حمایت از آنها موجب افزایش کارایی شرکت و در مجموع افزایش کارایی جامعه می‌گردد.

از طرفی، طی این سال‌ها نظریات اجتماعی با اقبال ویژه‌ای مواجه گشته‌اند و از اولویت بیشتری برخوردار شده‌اند به گونه‌ای که در موارد متعددی از لزوم بازنگری در حقوق اشخاص ثالث و توجه به آنها در قانون‌گذاری سخن گفته شده است؛ به خصوص در حوزه‌هایی همچون اشخاص حقوقی و حقوق جمعی، که در آنها حقوق اشخاص ثالث آسیب‌پذیرتر می‌باشد (قاسم‌زاده، ۱۳۹۳، صص ۱۳-۱۲)؛ لذا شرکت‌ها به عنوان یک شخصیت حقوقی که کار جمعی می‌کنند، اصلی‌ترین محل بروز و ظهور ذی‌نفعان می‌باشند.

۲. تعاریف و تقسیمات ذی‌نفعان

جهت یافتن یک تعریف مشترک در خصوص ذی‌نفعان به ذکر تعاریف متعددی خواهیم پرداخت و سپس دسته‌بندی ذی‌نفعان را با توجه به ارتباط پیوسته‌ای که با تعریف آن دارد بیان خواهیم نمود.

۲-۱. تعاریف مختلف ذی‌نفعان

تعریف فریمن از ذی‌نفعان چنین است: «هر شخص یا گروهی که تحت تأثیر و تأثر دستاوردهای شرکت قرار دارد» (Freeman, 1984, p.46) که به تعریف گسترده پیرامون ذی‌نفعان معروف است و در تعاریف مختلف از ذی‌نفعان مورد ارجاع قرار گرفته است.^۱

1. See: Berman, Shawn.L & Wicks, Andrew.C & Kotha, Suresh & Jones, Thomas.M, 1999, Vol.42, No.5, p.488; Freeman & Gilbert, 1987, p.397; Mitchell & Agle & Wood, 1997, Vol.22, No.4, pp.853-886; Svendsen, 1998; Tiras & Ruf & Brown,

جالب آن که میچل، آگل و وود پس از بررسی بیش از ۲۵ تعریف، باز هم همین تعریف را مورد پذیرش قرار داده‌اند (Mitchell & Agle & Wood, 1997, pp. 853-886). فریمن در سال ۲۰۰۱ چنین تعریفی از ذی‌نفعان بیان نموده است: «گروه‌هایی که برای بقا و موفقیت شرکت حیاتی هستند» (Freeman, 2001, p. 42). نکته مشهود در تعاریف ارائه شده این است که نویسندگان سعی دارند مطابق یک دلیل، میان اشخاص و گروه‌ها با شرکت ارتباط برقرار کنند؛ حال برخی این دلیل را در «اثر» دنبال می‌کنند و برخی در «نفع»، «قرارداد» و ... و از آن جهت که این تعاریف، با قسمت مبانی تئوری به هم پیوند می‌خورند لذا از این دلیل در آن قسمت بیشتر بحث خواهد شد.

۲-۲. تقسیمات ذی‌نفعان

به منظور شناخت و توصیف بهتر تئوری، آن را به گروه‌های مختلفی طبقه‌بندی نموده‌اند که از جمله آنها می‌توان به گروه‌های درونی و بیرونی، اولیه و ثانویه، محدود و گسترده، اجتماعی و غیر اجتماعی، اختیاری و غیر اختیاری، مقررگذار و غیر مقررگذار و دارندگان قدرت اقتصادی و اجتماعی و ... اشاره کرد (Dean, 2001, pp. 100-105). در اینجا به تبیین برخی از این گروه‌ها که از اهمیت بیشتری برخوردارند می‌پردازیم. نخستین طبقه‌بندی ذی‌نفعان که بیشتر مورد استفاده قرار گرفته، تقسیم آن به گروه‌های محدود و گسترده می‌باشد که فریمن در سال ۱۹۸۴ ارائه داد. تعریف «اشخاص تحت تأثیر و تأثر شرکت» بسیار گسترده است؛ چراکه مفهوم سهم و سهامداران را به قدری باز می‌گذارد که شامل هر کسی می‌شود و همچنین شامل روابط، معاملات و

1998(Available at SSRN 141342, Retrieved June 27, 2015); Werhane, P & Freeman, R.E, 1999.

۱. برخی دیگر از تعاریف ذی‌نفعان عبارتند از: «دارندگان قرارداد، دارندگان سهم و یا ادعا نسبت به شرکت، ارتباط-داران با سازمان، مشارکت کنندگان با ادعایی مشروع» (Hill & Jones, 1992, p. 133)؛ «دارندگان ادعا، نفع، حق و یا مالکیتی نسبت به شرکت» (Clarkson, 1995, p. 106) و «دارندگان رابطه مشروع و غیر جزئی با شرکت از قبیل معاملات و مسؤولیت‌های اخلاقی، گروه‌هایی که شرکت در مقابل آنها یا رفاه آنها مسؤول است و آنها نیز نفع اخلاقی و یا حقوقی نسبت به شرکت دارند» (Langtry, 1994, p. 433).

قراردادها نیز می‌گردد؛ لذا ایشان زمانی از تعریف خارج می‌شوند که نتوانند بر شرکت تأثیر بگذارند (به دلیل نداشتن قدرت) و یا تحت تأثیر شرکت قرار نگیرند (به جهت این که رابطه یا ادعایی نسبت به شرکت ندارند). بر پایه دیدگاه گسترده، شرکت‌ها می‌توانند در واقع تحت تأثیر و تأثر تقریباً هر کسی قرار بگیرند؛ اما اعمال این دیدگاه برای مدیران شرکت بسیار سخت و همراه با سردرگمی در شناخت اشخاص مورد نظر خواهد بود (Freeman, 1984, pp. 8-10).

بر اساس دیدگاه محدود، با وجود منابع، صبر و زمان محدود و موانع خارجی فراوان، مدیران نمی‌توانند به همه امور رسیدگی کنند و در این میان، پیروان این دیدگاه سعی می‌کنند تا گروه‌ها را در شرایط ارتباط مستقیم با منافع اقتصادی اصلی بنگاه تعریف کنند (Mitchell & Agle & Wood, 1997, pp. 856-857).

در تقسیم‌بندی ذی‌نفعان به اولیه و ثانویه، برخی تعریف آن را با توجه به رابطه ارائه داده‌اند و برخی نیز با دقت به تأثر متقابل شرکت و طرف دیگر. ذی‌نفعان اولیه بنیان شرکت شمرده شده (Dean, 2001, p. 103 & Clarkson, 1995, pp. 106-107) و رابطه معین قراردادی و مستقیمی با شرکت دارند. ذی‌نفعان اولیه شامل مدیران، کارکنان، مشتریان، سهامداران و عرضه‌کنندگان بوده و نیازمند توجه مستمر قانونی و مدیریتی هستند.

ذی‌نفعان ثانویه، در مرزهای شرکت قرار گرفته و ممکن است فعالیت‌های شرکت بر آنها اثر بگذارد بدون آن که رابطه قراردادی با شرکت داشته باشند. رسانه‌های محلی و ملی، اجتماع و محیط و هر آنچه که در مواقع بحرانی می‌تواند برای موفقیت ضروری باشد در این گروه جای گرفته‌اند.

دیدگاه محدود با دیدگاه اولیه یکسان نیست. از منظر کلارکسون، آنچه که برای دسته‌بندی اولیه و ثانویه اهمیت دارد بقا و حیات واقعی شرکت است؛ حال آن که در دیدگاه محدود و گسترده فریمن، اثرگذاری در موفقیت شرکت و رعایت هنجارها و اخلاق مطرح است؛ در واقع، تعریف فریمن با تعریف ذی‌نفعان ثانویه از کلارکسون بسیار مطابقت دارد. ذی‌نفعان ثانویه کسانی هستند که تحت تأثیر و تأثر شرکت می‌باشند (Pedersen, 2004, pp. 31-32). به هر صورت، همواره در هر شرکتی اشخاصی وجود دارند که مشخصاً در دسته اولیه یا ثانویه قرار می‌گیرند و تنها تعداد محدودی از آنها در مرز قرار دارند.

۳. انواع ذی‌نفعان در شرکت‌ها

هرچند که تعداد ذی‌نفعان محدود نیست و برای هر شرکتی می‌تواند متفاوت باشد، اما ذی‌نفعان اصلی در دو دسته کلی شامل ذی‌نفعان درونی و ذی‌نفعان بیرونی قرار دارند.

۳-۱. ذی‌نفعان درونی

برخی از ذی‌نفعان که در دایره ارتباطی نزدیک‌تری با شرکت قرار دارند و به طور مستقیم از آن اثر می‌پذیرند عبارتند از:

۳-۱-۱. سهامداران

سهامداران و به عبارتی مالکان، اشخاصی هستند که با آوردن سرمایه خود شرکت را تشکیل داده‌اند و یا پس از آن در فرآیندهای ممکن، سهام شرکت را به دست آورده‌اند. نگرانی اولیه سهامداران این است که سرمایه ایشان به آنها بازگردانده شود؛ البته آنها با هدف به دست آوردن سود بیشتر دست به چنین سرمایه‌گذاری زده‌اند. سهامداران می‌توانند یک شخص و یا گروه عظیمی از اشخاص باشند و می‌بایست منابع لازم شامل کارکنان، مواد خام، ماشین‌آلات و تجهیزات را برای شرکت فراهم سازند تا فعالیت کارآمدی داشته باشند؛ البته، طبعاً با توجه به این که در تئوری‌های اولیه و پایه، هدف اصلی و غایی مدیران را حداکثرسازی ثروت سهامداران می‌دانند و ایشان را ذی‌نفع اول و نهایی عنوان کرده‌اند و نقش آنها در قوانین ایران نیز مشخص است لذا سهامدار، مفهوم واضحی می‌باشد که همین اشاره پیرامون آن کافی است.

۳-۱-۲. کارکنان

در میان ذی‌نفعان، کارکنان نیازمند بیشترین حمایت می‌باشند و نمونه بازر آن، جنبش‌های کارگری هستند که در قرن‌های اخیر به وجود آمده‌اند و قوانین مختلفی درباره آنها به تصویب رسیده است. واژه Employee در متون حقوق شرکت‌ها، کارکنان ترجمه شده است که به نوعی جامع بین کارگر و کارمند می‌باشد (خادمان، ۱۳۹۱، ص ۵). در قوانین نیز کارگر کسی است که به هر عنوان تحت دستور کارفرما کار می‌کند.^۱

۱. ر.ک: ماده ۱ قانون کار مصوب ۱۳۳۷.

در قوانین مختلف، تعریفی که از کارکنان ارائه شده است به نوعی مختص همان قانون می‌باشد لکن کلیات مورد نظر برای درک مفهوم کارکنان، در تمامی تعاریف یکسان است؛ برای مثال، در جایی آمده است که کارکنان به افرادی اطلاق می‌شود که در امور اداری و اجرایی مؤسسات و دفاتر شاغل خواهند شد (آیین‌نامه اجرایی ماده ۱۲۲ قانون برنامه چهارم توسعه ... مصوب ۱۳۸۸).^۱

از ویژگی‌های اساسی رابطه کارکنان و شرکت، قدرت کارفرما (شرکت) می‌باشد که به موجب آن، اطاعت از راهبردهای شرکت لازم می‌آید. ویژگی دیگر رابطه کارکنان و شرکت این است که شرکت با بازار یکسان نیست، لذا مؤلفه‌ها و مشخصه‌های آن بر طبق نظامات اداری داخلی مشخص و معین است که در این ترتیبات و قراردادهای استخدام می‌توان به جای الزام و اجبار، موارد سودمندی را برای کارکنان مقرر نمود. نکته دیگر این است که کارکنان همواره در معرض خطر قرار دارند؛ برای مثال، آسیب‌های جسمی و خسارات ناشی از کار، پیوسته کارکنان را تهدید می‌کند؛ همچنان که ادغام و دیگر ترتیبات انتقال شرکت، چنین پیامدهایی را به دنبال دارد.

کارکنان مانند اعضای شرکت، از جمله کسانی هستند که سرمایه شرکت را فراهم کرده و به عنوان سرمایه انسانی، منبعی ضروری و ارزشمند با مزایای رقابتی برای شرکت محسوب می‌شوند (Okigbo, 2012, p.10). نکته آخر در توجه به نقش و جایگاه کارکنان این است که ایشان در شرکت‌های بزرگ، بیش از هر گروه دیگر امکان اتحاد و دست یافتن به مدیریت را دارند؛ حال آن که در تئوری‌های مدیریت، از کارکنان فردی حمایت کافی به عمل نمی‌آید.

با توجه به مباحث پیش‌گفته و لزوم شناخت اهمیت کارکنان، در جهت حمایت از آنها و نیز تأثیر بیشتر ایشان بر روند تصمیم‌گیری شرکت، راهکارهایی بیان شده است. یکی از راهکارها این است که آنان خود سهامدار شرکت باشند و بدین صورت کنترل مدیران را نیز در دست داشته باشند؛ البته بحث در اینجا فراتر از این است و همان‌طور که بیان شد، کارکنان به عنوان سرمایه انسانی تلقی می‌شوند؛ بنابراین، اگر شرکت می‌خواهد که ایشان منافع فراوانی در قلمروی وسیع‌تر برای شرکت به ارمغان بیاورند باید با آنان به مثابه

۱. برای تعریف کارمند نیز ر.ک: ماده ۷ قانون مدیریت خدمات کشوری مصوب ۱۳۸۶/۷/۸.

اشخاص آورنده سرمایه رفتار کند. در این صورت اشتیاق و تمرکز بیشتر کارکنان، شرکت را سودمندتر خواهند نمود. در مقابل، اگر کارکنان تمامی تلاش، انرژی و خلاقیتشان را برای شرکت به کار نگیرند شرکت در آینده شکست خواهد خورد (Cheffins, 1997, pp. 91-92).

راهکار دیگر، داشتن اتحادیه‌ها و نمایندگی‌های کارکنان در مدیریت شرکت می‌باشد که این موجب ایجاد حس الزام و تعهد به شرکت گشته و نه تنها بر رفاه اقتصادی و افزایش کارایی آنان اثر می‌گذارد بلکه با دادن این نقش به کارکنان، منافع سهامداران نیز افزایش می‌یابد؛ به عبارت دیگر، کارکنان به عنوان واسطه شرکت و مشتریان هستند و حمایت از آنها حمایت از مشتریان نیز خواهد بود. شرکت‌های آلمانی با تعداد کارکنان زیاد، از آن رو پیشرفت نموده‌اند که برای نمایندگی کارکنان در هیأت مدیره شرایط ویژه‌ای را فراهم کرده‌اند. اتحادیه اروپا نیز در آخرین تحقیق خود از شرکت‌های اروپایی با بررسی رشد مشارکت کارکنان طی سی سال، بیان کرده است که مشارکت کارکنان، اثر مثبتی بر روی بهره‌وری می‌گذارد (Lowitzsch & Hashi, 2014, p. 103).

لذا ایجاد این فرضیه که کارکنان حق مشروعی در بنگاه دارند این امکان را فراهم می‌کند تا دادگاه‌ها، خط مشی‌ها و بازارهای کاری به آنها توجه بیشتری معطوف دارند؛ اما روشن است که در شرکت‌های بسیار بزرگ و چند ملیتی، امکان ایجاد چنین اتحادیه‌ها و نمایندگی‌هایی دست کم به گونه‌ای آسان امکان پذیر نمی‌باشد و جدای از این، تحقیقات اخیر درباره مشارکت و نمایندگی کارکنان، تأیید کرده است که کارکنان از این مطلب آگاهی دارند که مدیران از اقدامات جمعی تحت نهادهایی همچون اتحادیه رضایت چندانی ندارند. در همین راستا، بررسی‌های هارت در سال ۲۰۰۵ این نکته را مشخص کرد که ۵۳ درصد از کارکنان عقیده دارند که کارفرمایان مخالف وجود اتحادیه‌ها می‌باشند و سعی دارند تا آنها را برای رأی ندادن اقناع کنند (Freeman & Barry & Rogers, 2006, p. 16).

این موارد باعث شد که در نگارش‌های جدید تئوری ذی‌نفعان، از راهکارهای مدیریتی به سمت راه حل‌های حقوقی تغییر مسیر صورت گیرد.

1. Worker Representation and Participation Survey (WRPS).
2. Hart.

۳-۱-۳. مشتریان

مشتریان، اشخاصی هستند که کالا، خدمات و تولیدات را خریداری می‌نمایند. این یک تعریف ابتدایی از مشتری می‌باشد و امروزه مشتری فراتر از این معنا است و به شخصی اطلاق می‌شود که از خدمات و تولیدات شرکت منتفع می‌گردد؛ به عبارت دیگر، می‌توان گفت که همچون تعریف گسترده از ذی‌نفعان، دامنه این تعریف نیز گسترده‌تر شده است و این موارد جملگی در راستای تئوری ذی‌نفعان حرکت می‌کنند. مشتری و مصرف‌کننده با یکدیگر تفاوت اندکی دارند؛ چنانکه مشتری می‌تواند خود مصرف‌کننده هم باشد یا نباشد؛ به عبارت دیگر، همه مشتری‌ها مصرف‌کننده نیستند و مشتری اعم از مصرف‌کننده می‌باشد (Akman, 2010, p.323).

به عنوان یکی از دلایل اهمیت توجه به مشتریان باید گفت از آنجا که امروزه انتخاب‌های فراوانی وجود دارد و استانداردهای متعددی برای کیفیت بیان گشته است و از طرف دیگر، مشتریان نیز خودشان نقش حیاتی در آفرینش کیفیت و افزایش بهره‌وری ایفا می‌نمایند لذا شرکت‌ها باید مشتریان را مانند کارکنان پاره وقت در نظر بگیرند؛ چراکه ایشان مانند کارکنان، در هر دو بُعد کمیت و کیفیت، در بهره‌وری و تولید شرکت اثر می‌گذارند؛ در نتیجه، این توجه امروزه به خصوص در شرکت‌هایی با مشتریان فراوان به گونه‌ای مؤکد مورد توجه نویسندگان رشته‌های مدیریت و حقوق قرار گرفته است. بی‌شک، تصویب قوانین حمایتی مصرف‌کننده و بحث‌های قابل توجهی که در این باب در حوزه حقوق اقتصادی و نیز پایان‌نامه‌ها و مقاله‌های اخیر این رشته‌ها پدید آمده، ناشی از همین رویکرد است.

۳-۱-۴. عرضه‌کنندگان

قانون به کلیه تولیدکنندگان، واردکنندگان، فروشندگان کالا و ارائه‌کنندگان خدمات و ... که به طور مستقیم یا غیر مستقیم و به صورت کلی یا جزئی، کالا یا خدمتی را به مصرف‌کنندگان ارائه می‌نمایند عرضه‌کننده اطلاق می‌شود.^۱ این اشخاص از یک سو به طور مستقیم یا غیرمستقیم با مشتری در ارتباط هستند و از سوی دیگر در هر کجای

۱. ر.ک: ماده ۱ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان مصوب ۱۳۸۸ و ماده ۱ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو مصوب ۱۳۸۲.

زنجیره اقتصادی قرار گیرند بی‌شک در ارتباط مستقیم با شرکت هستند و چنان تأثیری بر شرکت می‌گذارند که لاجرم مدیران شرکت باید جایگاه ویژه‌ای را در تصمیم‌گیری‌های خود برای آنها در نظر بگیرند.

عرضه‌کنندگان، بخش قابل توجهی از ذی‌نفعان شرکت را تشکیل می‌دهند و اصولاً رابط مصرف‌کننده با شرکت بوده و به نوعی انتقال‌دهنده تمایلات ایشان به شرکت هستند. توجه به ایشان و تعامل با آنها بی‌شک در ایجاد مزیت رقابتی و موفقیت شرکت نقش بسزایی دارد. از سوی دیگر در قوانین مختلف، مقنن مسؤولیت‌هایی را برای عرضه‌کنندگان در جهت حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان در نظر گرفته است که خود می‌طلبند تا شرکت در قبال این مسؤولیت‌ها که به جهت محصولات شرکت می‌باشد از ایشان حمایت کافی را به عمل آورد و حقوق ایشان را مدنظر داشته باشد تا این گروه همچنان متمایل به تعامل با شرکت باشند.

۳-۱-۵. تأمین‌کنندگان مالی

تأمین‌کنندگان مالی نظیر بانک‌ها و مؤسسات بیمه، اصولاً از سرمایه کلانی برخوردارند لذا می‌توانند در مقیاس بزرگی سرمایه‌گذاری کنند و به واسطه نقش حیاتی که در شکل‌دهی اقتصاد دارند آنها را جزء ذی‌نفعان اصلی محسوب نموده‌اند و بیان داشته‌اند که هیچ شرکتی نمی‌تواند به حیات خویش ادامه دهد مگر این که همواره حامیان مالی خود را در وضعیت بهتری قرار دهد (Clark & Wójcik, 2007, p.183). در برخی نظام‌های حقوقی، تأمین‌کنندگان مالی جزء تصمیم‌گیرندگان اصلی و تأثیرگذار شرکت تلقی گشته‌اند. با این وجود، توجه به این نکته ضروری است که این تأمین‌کنندگان نیز مانند برخی گروه‌های دیگر خود به خود ذی‌نفع نیستند بلکه زمانی ذی‌نفع تلقی می‌گردند که در چرخه قراردادهای شرکت قرار گیرند.

۳-۱-۶. طلبکاران

طلبکار، شخصی است که می‌بایست تعهدی در مقابل او اجرا شود و این رابطه، یک رابطه مستقیم مالکیت است (عبدی‌پور فرد و جعفری خسروآبادی، ۱۳۹۳، ص ۹۶).

بر اساس این رابطه، شرکت ملزم به ادای تکلیف و التزام خود می‌باشد. طلبکاران شامل اشخاص حقیقی و حقوقی مختلفی می‌شوند و برخی از مهمترین آنها - در ردیف

تأمین‌کنندگان مالی مثل بانک‌ها و عرضه‌کنندگان کالا و خدمات به شرکت - به عنوان ذی‌نفعان در قسمت‌های مستقل آورده شده‌اند. دارندگان برخی اوراق بهادار نیز گروهی از طلبکاران شرکت می‌باشند. حتی کارکنان (به جهت دریافت حقوق ماهیانه) و دولت (به دلیل اخذ مالیات) نیز می‌توانند به عنوان طلبکار شرکت محسوب شوند. در اینجا مراد از طلبکار، معنای عام آن است؛ یعنی شخصی که مال یا خدمتی باید به او داده و یا در مقابل وی انجام شود.

۳-۲. ذی‌نفعان بیرونی

ذی‌نفعان بیرونی، گروه‌هایی هستند که عملیات و فعالیت شرکت نهایتاً بر روی آنها تأثیر می‌گذارد، اما به جهت این که این تأثیر به صورت بلاواسطه نیست لذا کمتر در معرض توجه می‌باشند و ورای حقوقی که ایشان به طور ذاتی دارا هستند ممکن است که شرکت، در نتیجه عدم توجه به آنها کم با افت سوددهی مواجه گردد.

۳-۲-۱. جوامع

جامعه‌ای که شرکت در آن فعالیت می‌کند به عنوان یکی از ذی‌نفعان قلمداد می‌گردد و معمولاً از این جوامع با عنوان جوامع محلی یاد می‌کنند. جوامع را شامل همسایگان، سازمان‌های محیطی، سازمان‌های مردم‌نهاد و گروه‌های توسعه محلی دانسته‌اند و برخی اتحادیه‌ها را هم به این موارد افزوده‌اند (Renaut&Simon&Nadège, 2012, p.3)؛ اما محیط (سازمان‌های محیطی) و اتحادیه‌ها، به جهت ماهیت آنها و اهمیتی که دارند به طور مجزاً بیان می‌گردند.

جوامع، مجموعه‌ای از اشخاص‌اند که با محیط پیرامون خود ارتباط متقابل دارند و این ارتباط می‌تواند شامل تقسیم منابع و اطلاعات و همکاری‌های تجاری باشد. برقراری ارتباط خوب با جوامع در ابعاد متفاوت می‌تواند بر شرکت تأثیر به‌سزایی بگذارد؛ چراکه شرکت می‌تواند از دانش و اطلاعات محلی ارزشمند آنها در پروژه‌هایش استفاده کند و نوآوری‌های فراوانی به دست آورد. همچنین وقتی که آنها مورد توجه قرار می‌گیرند، در نتیجه احساس ارزشمند بودن، از میزان تعارضات و مجادلات پیرامون شرکت کاسته می‌شود و شرکت از بُعد رقابتی نیز برتری می‌یابد؛ لذا شرکت‌ها باید اثرات فعالیت‌های خود را بر روی جوامع متمرکز نموده و همواره اوضاع و شرایط آنها را در نظر داشته و ثبت

گردانند (Hilb,2012,p.183&King,2009,pp.11&13) و تصمیمات خود را بر اساس این اثرات اتخاذ نمایند.

۳-۲-۲. حکومت

حکومت دارای قدرت و مشروعیت است، تا جایی که حتی گاهی اوقات وارد روند تصمیم‌گیری مدیران شده و در این امر مشارکت می‌نماید (Shin,2013,p.32). همچنین، شرکت‌ها با سلامت اقتصادی ارتباط مستقیمی دارند؛ از این رو، همواره زیر نظر حکومت هستند و حکومت به دلیل عواید مالیاتی و مباحث استخدامی و اشتغال، در امور و تصمیمات شرکت، ذی‌نفع می‌باشد؛ ضمن این که چارچوب‌های قانونی و الزام‌آور نیز توسط حکومت معین می‌گردد و در نتیجه، این تأثیر و تأثر موجب قرار گرفتن حکومت در تعریف ذی‌نفعان می‌شود. این اثر، در برخی شرکت‌ها از جمله شرکت‌های سهامی عام، بسیار بیشتر می‌گردد و در بانک‌ها و مؤسسات بیمه به اوج خود می‌رسد، تا جایی که اگر حکومت را در گروه ذی‌نفعان درونی در این دو شرکت قرار دهیم نه تنها اشتباه نکرده‌ایم بلکه نهایت صحت و دقت را به کار بسته‌ایم؛ چراکه این صنایع، با اقتصاد کشور گره خورده‌اند و از این رو است که تئوری ذی‌نفعان در این شرکت‌ها چهره‌ای کامل‌تر به خود می‌گیرد و به گونه‌ی مشهودی اثر خود را نشان می‌دهد.

۳-۲-۳. محیط زیست

در حال حاضر، محیط طبیعی به عنوان چالش اصلی و جهانی شرکت‌ها و مردم مطرح گردیده است. قدرت محیط، از فشارهای عمومی و مقررات بر می‌آید و موجب می‌شود که محیط نسبت به شرکت‌ها حق مشروعی داشته باشد (صادقی، ۱۳۹۴، ص ۳۸)؛ در نتیجه، بر مدیریت تأثیر گذاشته و ایشان باید در جهت حفظ محیط برای خود و نسل‌های آینده اقدام کنند (Olusegun Monsuru,2012,pp.72-73). این گروه از ذی‌نفعان، علاوه بر تأثیر فراوان بر زندگی و رفاه انسان‌ها، بر ارزش بازاری شرکت هم تأثیر بسیاری می‌گذارد. در راستای محیط‌محور بودن شرکت، استانداردهای مختلفی تحت عنوان «ایزو» پیش‌بینی شده است. همچنین طرفداران محیط زیست نیز در زمینه مسائل محیط فعالیت می‌نمایند و نظرات آنها با سود و ارزش شرکت رابطه مستقیمی دارد.

۳-۲-۴. گروه‌های منافع ویژه (اجتماعی)

آنها گروهی از اشخاص هستند که یک منفعت عمومی ویژه را با هم دنبال نموده و از روندهای سیاسی برای بالا بردن موقعیت خود در مسائل ویژه‌ای استفاده می‌کنند. این گروه‌ها توانایی جلب توجه رسانه‌ها و در نتیجه، افزایش مزایا را برای شرکت دارند؛ لذا توانایی مدیران در پاسخگویی به ایشان، خصوصاً در موقعیت‌هایی که حضور این گروه‌ها ثمربخش است در موفقیت شرکت تأثیر حیاتی دارد (Freeman, 1984, pp. 21-22). مؤثرترین این گروه‌ها آنهایی هستند که با مأموران دولتی و قانون‌گذاران ارتباط دارند و در نهایت، این گروه‌ها بر مقررندگان تأثیر می‌گذارند.

از نمونه‌های بارز این گروه‌ها می‌توان به اتحادیه‌ها، صنوف و گروه‌هایی از این دست اشاره کرد. شاید بهترین تعریف از این گروه‌ها، همان تعریفی باشد که قانون کار ارائه داده است و انجمن‌های صنفی را عبارت از گروه‌هایی می‌داند که توسط کارگران و کارفرمایان به منظور حفظ حقوق و منافع مشروع و قانونی و بهبود وضع اقتصادی، که خود متضمن حفظ منافع جامعه باشد تشکیل می‌گردد.^۱ اتحادیه‌ها معمولاً دارای شخصیت حقوقی بوده و هدف اصلی و ذاتی از تشکیل آنها حمایت از منافع گروهی خاص می‌باشد.

۳-۲-۵. رسانه‌ها

چنانچه مطابق تعریف ذی‌نفعان، آنها را اشخاصی بدانیم که در تأثیر و تأثر با شرکت می‌باشند، تردیدی نیست که رسانه‌ها نیز جزئی از ذی‌نفعان شرکت محسوب خواهند شد؛ زیرا این تعریف، مجموعه ذی‌نفعان را به بخشی هم بسط می‌دهد که محیط شرکت را تشکیل می‌دهند اما در آن سهمی ندارند (Donaldson & Preston, 1995, p. 86).

فریمن نخستین کسی بود که رسانه را یکی از ذی‌نفعان معرفی کرد (Freeman, 1984, p. 22)؛ اگرچه در نوشته بعدی خود از رسانه به عنوان ذی‌نفع یاد نکرد (Evan & Freeman, 1988). در همین راستا، دونالدسون و پرستون نیز قائل به تفکیک بین ذی‌نفعان و اثرگذاران شده‌اند؛ به گونه‌ای که رسانه را اثرگذار می‌دانند اما برای آن سهمی در شرکت قائل نیستند (Donaldson & Preston, 1995, p. 86).

اما بیشتر نویسندگان این حوزه، رسانه را به عنوان ذی‌نفع می‌شناسند؛ زیرا به طور

۱. ر.ک: ماده ۱۳۱ قانون کار جمهوری اسلامی ایران مصوب ۱۳۶۹/۸/۲۹.

عمده بر شرکت اثر می‌گذارد و توانایی آسیب رساندن به آن را نیز دارد (Perrin, 2007, p.468). فراتر از این اثر عمیق رسانه، آنها در اعطای مشروعیت به شرکت‌ها نقش بسیار مهمی دارند (Perrin, 2007, p.467). عده‌ای نیز برای رسانه‌ها دسته‌بندی‌ها و انواعی را ذکر نموده و تأثیر هر یک از آنها را بر دسته‌های مختلف ذی‌نفع بررسی کرده‌اند (See: Omojola, 2012, pp.304-316 & Rapp & Beitelspacher & Grewal & Hughes, 2013, pp.547-548).

۳-۲-۶. رقبا

اهمیت رقابت و مباحث پیرامون آن بر کسی پوشیده نیست. آنچه که در اینجا مورد مذاقه قرار می‌گیرد ذی‌نفع بودن یا نبودن رقیبان می‌باشد. شاید از نظر برخی، ذی‌نفع محسوب نکردن رقبا موجه‌تر باشد و بیان داشته‌اند که رقبا همیشه به دنبال موفقیت شرکت نیستند (Donaldson & Preston, 1995, p.86).

با این وجود، دلایلی در جهت تأیید ذی‌نفع بودن رقبا وجود دارد: (۱) تغییر عنوان ذی‌نفعان، به این صورت که ذی‌نفعان امروز و دیروز می‌توانند رقبای فردا باشند و رقبای پیشین می‌توانند شرکای بعدی باشند. (۲) بسیاری از شرکت‌ها از طریق اتحادیه‌های تجاری و یا حتی لابی‌گری با رقابت کار می‌کنند. (۳) شرکت‌ها با رقبا همکاری دارند؛ برای مثال، این موضوع در میان شرکت‌های نفتی به وضوح قابل مشاهده است. (۴) حذف رقبا و یا مرزگذاری میان آنها واقعی و اخلاقی نمی‌باشد؛ زیرا روابط همیشه متقابل نیستند و ذی‌نفعان در میان خود با یکدیگر ارتباط‌هایی دارند (See: Archer, 2006).

۴. مبانی تئوری ذی‌نفعان

برای تئوری ذی‌نفعان مبانی مختلفی بیان شده است؛ لکن غالباً سه بنیان اقتصادی، حقوقی و اخلاقی را بر شمرده‌اند (Freeman, 2001, pp.39-47). در میان این مبانی، حقوق مالکیت از نظر برخی به عنوان بنیان اقتصادی تئوری ذی‌نفعان بوده (See: Carleton Asher & Mahoney, M & Mahoney, T, 2005, pp.5-32) و برخی نیز آن را جزء بنیان‌های اخلاقی می‌دانند که به جهت اهمیت بحث مالکیت و توجه ویژه به آن، خصوصاً در فقه و حقوق ایران، در بخش جداگانه‌ای رابطه حقوق مالکیت و تئوری ذی‌نفعان به بحث گذاشته خواهد شد.

۴-۱. استدلال‌ها و بنیان‌های حقوقی

اصل اولیه در حقوق، بازگشت تأثیر قوانین و نهادهای حقوقی بر شخص یا اشخاص درگیر در آنها است؛ لذا تصمیم هر شخص نسبت به خودش مؤثر می‌باشد. این اصل در حقوق قراردادها، اصل «نسبی بودن قراردادها» نام گرفته است که خود مبتنی بر اصل اولی و عقلی آزادی و استقلال فردی می‌باشد.

با توجه به اصل فوق شایسته است که حقوق اشخاص ثالث مورد حمایت قرار گرفته و حقوق ایشان هم از بُعد سلبی و هم از جنبه ثبوتی مورد توجه باشد. بُعد سلبی به معنای این است که به حقوق آنها تجاوز نشود و این یعنی همان چیزی که در اصل نسبی بودن قراردادها وجود داشت. جنبه ثبوتی نیز به این معنا است که گاهی ضرورت دارد حقوق ایشان مورد توجه قرار گیرد و ثالث نیز در نظر آید به همین منظور بیان شده است که بازنگری در حقوق اشخاص ثالث و توجه به حقوق ایشان در قانون‌گذاری، تصمیمات قضایی، روابط قراردادی و بین‌المللی اکیداً لازم است (قاسم‌زاده، ۱۳۹۳، صص ۱۴-۱۱). البته در قوانین مختلف، از جمله در قوانین حمایت از مصرف‌کننده و قوانین پیرامون محیط زیست و دریا و نیز در نظام‌های مالی - حقوقی، تلاش‌هایی در این راستا صورت گرفته است؛ برای نمونه، مسؤولیت تولیدکنندگان کالاهای معیوب، مطلق فرض شده است اما این مسؤولیت مطلق در نظام حقوقی ایران هنوز با پذیرش کامل مواجه نشده است.

به منظور تقویت پایه‌های حقوقی تئوری ذی‌نفعان، اصول حقوقی گوناگونی را می‌توان از حقوق قراردادها، مسؤولیت مدنی و مالکیت تفسیر نمود. در این خصوص پیرامون حقوق قراردادها و مسؤولیت مدنی، در مباحث پیشین توضیحاتی ارائه گردید لکن درباره اصول مأخوذ از حقوق مالکیت، به پیروی از نویسندگان این حوزه، در بخش بنیان‌های اقتصادی و اخلاقی بحث خواهد شد.

رویکرد دیگر این است که سازمان‌ها حمایت از ذی‌نفعان را به عنوان تنها راه اطاعت از قانون می‌بینند؛ هرچند این مطلب هنگامی درست است که چنین قانونی موجود باشد و یا لاقلاً از نظام حقوقی قابل استنباط باشد. البته تردیدی نیست که نتیجه مباحث مطروحه، بروز تغییرات در نظام‌های حقوقی و اعطای حقوق مختلف به گروه‌هایی است که ادعایی را پیرامون بنگاه دارند و حقوق نیز در این زمینه پیشرفت قابل توجهی داشته است.

۴-۲. بنیان‌های اقتصادی

شرکت، در راستای منافع ذی‌نفعان تصمیم‌گیری و حرکت می‌کند و نهایتاً این تصمیمات به نفع خود شرکت خواهند بود. برای این نکته می‌توان دلایل گوناگونی را ذکر کرد؛ اما به اختصار باید گفت که هر شرکتی به دنبال منافع خویش است، چه از طریق کاهش هزینه‌ها و چه به وسیله راه‌های دیگر دستیابی به مزایای رقابتی؛ البته در کوتاه مدت ممکن است که شرکت با نادیده گرفتن ذی‌نفعان، به وسیله تصمیمات آسیب‌رسان به آنها به منفعت دست یابد اما این شرکت در نهایت مجبور خواهد شد که برای حفظ ثبات و پیشبرد خود، ایشان را نیز مورد توجه قرار دهد. به علاوه، توجه به ذی‌نفعان موجب می‌شود که از هزینه‌های روندهای متعارض تصمیم‌گیری جلوگیری شود؛ در حالی که در تئوری ذی‌نفعان به واسطه نگرش جامع و همه‌جانبه، چنین تعارضاتی پیش نخواهد آمد.

بلر، با توسعه رویکرد تولید گروهی، توضیح می‌دهد که منابع شرکت می‌بایست در جهت اهداف شرکت به کار گرفته شود و هدف همه آنهايي که در شرکت سرمایه‌گذاری کرده‌اند و در معرض خطر قرار دارند باید مورد حمایت قرار گیرد (Blair, 1998, p.196). در تولید گروهی، کار گروهی نسبت به کار فردی دارای کارایی بیشتری است اما ممکن است اعضای تیم در انجام آن کوتاهی نمایند؛ لذا بلر بیان می‌دارد که ذی‌نفعان، در شرکت سرمایه‌گذاری کرده‌اند و هزینه‌های این کم‌کاری می‌تواند به وسیله حمایت از اهداف همه ذی‌نفعان به حداقل برسد (Blair, 1998, p.196). جونز علاوه بر اشاره به مسئله تولید تیمی، دو منبع هزینه‌های بالقوه، یعنی هزینه‌های نمایندگی و هزینه‌های معاملات را نیز بر آن اضافه می‌کند (Jones, 1995, p.409).

در تئوری نمایندگی دو چالش به وجود می‌آید؛ نخست، تعارض اهداف نماینده و اصیل و دیگر، تمایلات متفاوت طرفین برای پذیرش خطر. اما در این حالت، تئوری ذی‌نفعان راهی برای تطبیق نماینده و اصیل می‌باشد (Jones, 1995, p.409).

تئوری هزینه معاملات، پیرامون سازماندهی کردن قراردادها از لحاظ درونی (در روند سلسله مراتبی) و از لحاظ بیرونی (داخل بازار) بحث می‌کند. در اینجا نیز اتخاذ تئوری ذی‌نفعان می‌تواند به کاهش هزینه معاملات از طریق استفاده سلسله مراتبی (برای مثال، ادغام تولیدکننده و مصرف‌کننده) کمک کند؛ هرچند که سلسله مراتب هم خود هزینه‌هایی به دنبال دارد که نمی‌توان آنها را نادیده گرفت.

نهایتاً جوینر بیان می‌کند که به طور معمول، چگونه فرصت‌طلبی‌ها در مسائل تولید گروهی، هزینه معاملات و تئوری نمایندگی می‌توانند به خطری برای کارآیی تبدیل شوند؛ لذا باید تئوری ذی‌نفعان را برای کاهش این فرصت‌طلبی‌ها دنبال نمود (Jones, 1995, pp. 410-411).

۳-۴. بنیان‌های اخلاقی

ذی‌نفعان دارای ارزش ذاتی هستند و این تعهد اخلاقی را شرکت می‌پذیرد. در بنیان اخلاقی بر خلاف بنیان اقتصادی، نظر ذی‌نفعان به دلیل این که موجب پیشرفت اقتصادی شرکت و کسب منفعت برای مالکان می‌گردد دارای ارزش نیست، بلکه در اینجا خود ذی‌نفعان هستند که ذاتاً ارزشمند هستند؛ لذا می‌بایست مورد توجه قرار گیرند.

دونالدسون و پرستون، در خصوص تئوری ذی‌نفعان در سه قسمت هنجاری، توصیفی و ابزاری بحث می‌کنند. آنها تحلیل‌های هنجاری را در مرکز تحلیل قرار داده و آن را مهم‌تر از تحلیل‌های ابزاری و توصیفی می‌دانند (Donaldson & Preston, 1995, pp. 65-91). دلایل تحلیل‌های هنجاری مذکور می‌تواند به عنوان دلایلی برای بنیان‌های اخلاقی تئوری به کار گرفته شود.

فریمن و ایوان، با بهره‌گیری از رویکرد هزینه معاملات و ویلیامسون^۱ استدلال می‌کنند که این تئوری و تئوری ذی‌نفعان هم‌راستا بوده و آن را ذیل مبانی اخلاقی می‌آورند (Freeman & Evan, 1991, pp. 337-359)؛ حال آن که مطابق مطالب پیش‌گفته، جوینر آن را ذیل مبانی اقتصادی بحث می‌کند. تحلیل ایشان از بنگاه به منزله قرارداد، بیان می‌دارد که همه ذی‌نفعان حق شرکت در معامله را داشته و شایسته دارا بودن قراردادی شفاف می‌باشند. مدیران، قراردادهای میان کارکنان، مشتریان، اتحادیه‌ها، عرضه‌کنندگان و مالکان رهبری نموده و چون هر یک از این گروه‌ها می‌توانند در داد و ستدهای خاص سرمایه، شرکت کنند که بر گروه‌های دیگر اثرگذار است لذا باید شیوه‌های حل تعارض و حمایت از آنها اتخاذ و ایجاد گردد (Freeman & Evan, 1991, p. 352).

مبانی ذکر شده جزء پرکاربردترین مبانی می‌باشند، اگرچه محدود به این موارد نیز نیستند؛ برای مثال، تئوری قراردادهای اجتماعی مشترک، دکترین قراردادهای شفاف،

1. Williamson.

خطر^۱ و نیز کانت‌گرایی، از جمله دیگر مبانی قابل ذکر هستند.

۴-۴. رابطه حقوق مالکیت و تئوری ذی‌نفعان

مالکیت، رابطه‌ای اعتباری بین مال و شخص است و به بیان دیگر، یک اعتبار عقلایی است (طباطبایی یزدی، ۱۳۷۳ق، ج ۱، ص ۵۳ و خمینی، ۱۳۶۸، ص ۲۵) و مالکیت اشتراکی و تساوی افراد نسبت به منابع و اموال جامعه، مطابق اصل است و نیازی به توجیه ندارد. در فقه و حقوق ما هم جز در مواردی که راجحی در بین باشد اصل اولیه، تساوی و اشتراک است (پیلوار، ۱۳۹۰، ص ۶۴)؛ البته این مالکیت مشترک، با مالکیت مشاع که به معنی شراکت مالکین متعدد در شیء واحد می‌باشد متفاوت است. در مالکیت مشترک، به طور بالقوه برای تمام ابنای بشر مالکیت فرض شده است؛ یعنی در اشتراک، سخن از یک حق^۲ مشترک است و نه مالکیت حقوقی (پیلوار، ۱۳۹۰، ص ۷۶)؛ لذا مالکیت فردی نیاز به توجیه دارد و معتبرترین و شریف‌ترین مبانی ارائه شده برای مالکیت در طول تاریخ اندیشه بشر و ادیان الهی، نظریه کار است؛ یعنی انسان‌ها با کار و تلاش می‌توانند مالی را به مالکیت فردی خود درآورند (پیلوار، ۱۳۹۰، ص ۸۱).

حال که مبانی مالکیت فردی بیان گردید باید دید مالکینی که مالی را به ملکیت در آورده‌اند و با هدف کسب سود به اشاعه آن پرداخته و شخصیت حقوقی شرکت را شکل داده‌اند با چه توصیفی می‌بایست ذی‌نفعان شرکت را نیز مد نظر داشته باشند؟! تردیدی نیست که سهامداران در هنگام تشکیل شرکت و پیوستن به آن، به تحصیل حداکثر سود توجه داشته‌اند؛ اما بعید است از نظرشان گذشته باشد که ثروت آنها باید در جهت حمایت سایرین نیز به کار گرفته شود. این همان استدلالی است که نظریه پردازان پیشین با تمرکز بر آن، تسلط منافع سهامداران را توجیه می‌کردند؛ حال آن که در دیدگاه مؤخر نیز دقیقاً با تأکید بر همین مفهوم مالکیت، تئوری ذی‌نفعان نتیجه گرفته می‌شود.

استفاده از حقوق مالکیت به عنوان مبانی تئوری ذی‌نفعان، ابتدا در مقایسه دونالدسون و پرستون مطرح گردید و سپس در مقالات جداگانه مورد واکاوی قرار گرفت. نکته مسلم این است که مالکیت و حقوق ناشی از آن مطلق نیست (پیلوار، ۱۳۹۰، ص ۸۰)؛ چنانکه کوز نیز

۱. برخی تحلیل‌گران، هسته مرکزی بحث خویش را خطر قرار داده و با توجه به آن به توجیه تئوری پرداخته- اند (See: Phillips&Freeman&Wicks,2003,p.481).

بیان می‌دارد که ممکن است از شخصی که مالک زمین است صحبت کنیم؛ اما در حقیقت، آنچه وی مالک آن است حق اعمال تعداد مشخصی از اقدامات می‌باشد و حق او نامحدود نیست؛ برای مثال، او ممکن است در ساخت و ساز و کشت انواع خاصی از محصولات محدود باشد (Coase, 1960, p.44) و این مطلب در تمام نظام‌های حقوقی صادق است. فیشر می‌گوید که حق مالکیت، آزادی و اجازه لذت بردن از منافع ثروت (بر اساس ضمانت‌اجراها و حمایت‌های قانونی و عرفی) است و رویدادی فیزیکی نیست و فشرده‌ای از روابط اجتماعی می‌باشد (Fisher, 2007, p.27). پژوهش نیز با همین تأکید بیان می‌دارد که حق مالکیت، رابطه بین اشخاص می‌باشد و این که حقوق بشر را از حقوق مالکیت مجزا کنیم خطا است؛ لذا حقوق مالکیت، نامحدود نمی‌باشد (pejovich, 1990, p.27). این محدودیت‌ها، در حقوق ایران (اصل ۴۰ قانون اساسی و ماده ۱۳۲ قانون مدنی) و فقه اسلامی نیز به کرات و وضوح دیده می‌شود.

محدودیت‌های ذکر شده و برقراری ارتباط بین حقوق مالکیت و حقوق بشر، خود به خود منافع دیگران را وارد صحنه حقوق مالکیت می‌کند؛ البته همچنان این مسئله که افراد دیگر باید مورد توجه باشند نامشخص باقی می‌ماند و حتی آوردن اشخاص غیر مالک تحت مفهوم مالکیت، دلالت بر این نمی‌کند که اختصاص مسئولیت مدیریتی برای گروه‌های ویژه‌ای وجود دارد؛ اما نکته واضح این است که مفهوم موجود و مسبوق مالکیت خصوصی، حقوق نامحدود مالکان را تجویز نمی‌کند که بر اساس آن ادعا شود مسئولیت مدیران، تنها عمل نمودن به عنوان نمایندگان مالکان سهام است (Donaldson & Preston, 1995, p.83).

شاید در بحث اثبات تئوری رکن بودن مدیران، این مقایسه بسیار قابل توجه باشد که اگر گاهی مدیران، نماینده شخص حقوقی نامیده می‌شوند به همان اعتبار و معنا است که در حقوق عمومی گفته می‌شود اعضای مجلس به عنوان نمایندگان مردم هستند؛ در حالی که اراده آنان مظهر اراده عمومی است (کاتوزیان، ۱۳۶۶، ج ۲، ص ۵۷)؛ به عبارت دیگر، هر نماینده‌ای از حوزه انتخابیه خود وارد مجلس می‌شود ولی طرف مقابل او تمام مردم کشور هستند (حبیب‌نژاد، ۱۳۸۵، ص ۱۳۳).

۱. نمونه‌ای از این محدودیت‌ها در فقه اسلامی، قاعده لاضرر است (ر.ک: حسینی سیستانی، ۱۳۷۳).

حقوق مالکیت نیز خود دارای مبانی است که با توجه به ویژگی‌های کلیدی مورد نظر آن، با یکدیگر متفاوت می‌باشند؛ ولی این مبانی بر پایه اصول اساسی‌تر عدالت توزیعی^۱ قرار دارند و این که یک تئوری بتواند فارغ از مباحث عدالت توزیعی، به نحو جهانی قابل اعمال باشد رد شده است (Donaldson & Preston, 1995, p. 84). عدالت توزیعی نیز دارای معانی و اقسام گوناگون است؛ اما به طور خلاصه باید آن را تقسیم ثروت بر اساس شایستگی‌ها دانست (قدیری اصل، ۱۳۶۴، صص ۱۲۴-۱۲۳).

البته بسیار بعید به نظر می‌رسد که یک اصل بتواند بر تمام جنبه‌های مجموعه پیچیده‌ای از حقوق و تعهدات که مالکیت را تشکیل می‌دهند اعمال شود؛ لذا تمایل بیشتر به سمت تئوری‌های پلورالیستی^۲ است که اجازه می‌دهند بیش از یک اصل اعمال گردد. اگر تئوری پلورالیستی حقوق مالکیت پذیرفته شود ارتباط میان حقوق مالکیت و تئوری ذی‌نفعان آشکار می‌گردد؛ چراکه همه مشخصه‌های موجود در تئوری‌های عدالت توزیعی، در میان ذی‌نفعان شرکت نیز وجود دارد.

تفاوت میان تئوری‌های عدالت توزیعی در ویژگی‌هایی مانند توانایی، نیاز، تلاش و توافق می‌باشد. این موارد به عنوان مناسب‌ترین شاخص‌ها برای تعیین توزیع شفاف درآمد و ثروت می‌باشند؛ برای مثال، نفع کارکنان با سابقه که در راستای ایجاد و حفظ عملیات تجاری موفق تلاش کرده‌اند بر پایه تلاش است؛ یا نقش مردمی که در جوامع اطراف زندگی می‌کنند بر پایه نیاز آنها به هوای پاک می‌باشد. این ویژگی‌ها مشابه نکات ایجادکننده مفاهیم اساسی حقوق مالکیت می‌تواند به گروه‌های متفاوت، یک نفع اخلاقی برساند؛ لذا اصول هنجاری که ذیل تئوری پلورالیستی رایج حقوق مالکیت می‌آید پایه‌ها و بنیان‌هایی را نیز برای تئوری ذی‌نفعان فراهم می‌آورد (Donaldson & Preston, 1995, p. 84).

برخی بیان داشته‌اند که منافع مالکیت، به عنوان ارزش ذی‌نفعان قابل توصیف است و بدین صورت، ارج و قرب بیشتری را برای آنها قائل شدند (Hosseini & Brenner, 1992, pp. 99-119).

در پایان، استدلال این بخش را با تحلیلی از آغاز تشکیل شرکت خاتمه می‌دهیم.

1. Distributive Justice.
2. Pluralist.

همان‌طور که در ابتدای این بخش نیز گفته شد، مشارکت‌کنندگان در تشکیل شرکت اگر به دیگران فکر نکنند بی‌شک به خود و کسب حداکثر سود خود می‌اندیشند؛ لذا اگر هدف حداکثرسازی ارزش اقتصادی جمعی است و این ارزش به مشارکت‌کنندگان اختصاص داده می‌شود در نتیجه، به تئوری ذی‌نفعان در تمامی این زمینه‌ها نیاز است تا نقش هر یک از گروه‌های بازیگر در تولید و توزیع ارزش اقتصادی را شناسایی نماید.



نتیجه

بررسی پیشینه تئوری ذی‌نفعان نشان می‌دهد که مفهوم جدیدی در متون علمی به وجود آمده است و از جمله دستاوردهای این نوآوری، واژه‌شناسی ذی‌نفعان می‌باشد. نو بودن تئوری ذی‌نفعان، در نظام حقوقی و اقتصادی ایران نیز مشهود است و در حال حاضر، به جز برخی قرائن و نشانه‌ها، سخنی از این تئوری در قوانین نیست؛ اما با حرکت ارکان اصلی نظام مالی (شامل بورس، بانک و بیمه) به سمت مسائل حاکمیت شرکتی و به تبع آن تئوری ذی‌نفعان، طولی نخواهد کشید که اهمیت شناخت آنها، به قوانین نیز رسوخ خواهد کرد؛ لذا شناسایی ذی‌نفعان ممکن برای یک شرکت و نحوه اعمال حق برای آنها از ارزش بالایی برخوردار است.

ذی‌نفعان یک شرکت، از گروه‌های متفاوتی تشکیل گردیده‌اند که با توجه به موضوع فعالیت شرکت، برخی از آنها (ذی‌نفعان درونی، اولیه و محدود) از بعضی دیگر (ذی‌نفعان بیرونی، ثانویه و گسترده) شایسته توجه افزون‌تری خواهند بود. این ملاحظه، بیشتر به ذی‌نفعان درونی همچون سهامداران، طلبکاران، کارکنان، تأمین‌کنندگان مالی و مشتریان نسبت به ذی‌نفعان بیرونی، به خصوص برای نظام‌های حقوقی که هنوز به شناخت ذی‌نفعان روی نیاورده‌اند به وضوح قابل پیش‌بینی است.

در راستای لزوم توجه مدیریت و مقنن به اشخاص غیر سهامدار، مبانی مختلفی برای آنها آورده شده است تا به نوعی بیان شود که شرکت، یک دارایی خصوصی و مالکیت شخصی صرف نیست. مبانی اخلاقی تئوری ذی‌نفعان به دنبال بیان این نکته است که ذی‌نفعان ذاتاً دارای ارزش هستند؛ لذا این بنیان، به نحوی در جهت خلاف مبانی اقتصادی قرار دارد و چون ذی‌نفعان در نهایت موجب ایجاد منافع بیشتر برای شرکت می‌گردند پس به همین دلیل در بنیان اقتصادی دارای ارزش می‌باشند. مبانی اقتصادی ذی‌نفعان، محل اصلی بحث بحران نمایندگی و هزینه‌های آن است.

امروزه پیرامون توجه به حقوق ثالث چه از بُعد ایجابی و چه از جنبه سلبی، سخن بسیار رفته است؛ به خصوص این که در برخی قوانین برای شرکت‌ها مسؤلیت مطلق و یا مسؤلیت اجتماعی شناسایی شده است. این موارد، پایه‌های حقوقی تئوری ذی‌نفعان را تشکیل می‌دهند. اما درک درست چرایی توجه به ذی‌نفعان، در شناخت چگونگی ایجاد شرکت نهفته است؛ زیرا ایجاد شرکت صرفاً اشتراکی کردن فعالیت اقتصادی و جذب

سرمایه‌های خُرد نیست؛ با تأسیس شرکت، یک ماهیت اجتماعی تشکیل می‌گردد که حقوق سایر اشخاص جامعه نیز به مانند سهامداران به آن پیوند می‌خورد و اینجا است که دیگر نمی‌توان از یک ماهیت خصوصی سخن راند؛ لذا محدودیت‌های مالکیت، بر آن اعمال می‌گردد. شناسایی ذی‌نفعان این مزیت را به دنبال دارد که موجب پیشگیری از تعارض منافع می‌شود؛ در نتیجه، شایسته است که قانون‌گذار در راه شناسایی ذی‌نفعان با توجه به مبانی اقتصادی نظام اسلامی گام بر دارد.



فهرست منابع

الف. منابع فارسی

- ۱- احمدی، نعمت؛ آیین دادرسی مدنی، اطلس، چاپ اول، تهران، ۱۳۷۶.
- ۲- پیلوار، رحیم؛ نظریه کار به عنوان مبانی مالکیت در حقوق اسلام و فلسفه جان لاک، مطالعات فقه و حقوق اسلامی، سال سوم، شماره ۵، ۱۳۹۰، صص ۶۳-۸۵.
- ۳- حبیب‌نژاد، سید احمد؛ ماهیت نمایندگی با تکیه بر مفاهیم اسلامی- فقهی، مجله حقوق اسلامی (فقه و حقوق سابق)، شماره ۸، ۱۳۸۵، صص ۱۴۸-۱۲۵.
- ۴- حسینی سیستانی، علی؛ قاعدة لا ضرر ولا ضرار، مکتب آية الله العظمی السید السیستانی، قم، ۱۳۷۳.
- ۵- خادمان، محمود؛ تقریرات درس متون حقوقی شرکت‌ها، دانشگاه علوم قضایی، تهران، ۱۳۹۱.
- ۶- خمینی، روح الله؛ البیع، مؤسسه اسماعیلیان، قم، ۱۳۶۸.
- ۷- شمس، عبدالله؛ آیین دادرسی مدنی (دوره پیشرفته)، جلد ۱، چاپ بیست و دوم، انتشارات دراک، تهران، ۱۳۸۹.
- ۸- صادقی، موسی؛ بررسی رابطه مسئولیت اجتماعی شرکت نفت در قبال ذی-نفعان (مطالعه موردی شرکت پخش و پالایش استان کرمانشاه)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج، ۱۳۹۴.
- ۹- طباطبایی یزدی، سید محمد کاظم؛ حاشیة المکاسب، جلد ۱، مؤسسه اسماعیلیان، قم، ۱۳۷۳ ق.
- ۱۰- عبدی پور فرد، ابراهیم و جعفری خسروآبادی، نصرالله؛ خلط نظری ناشی از خطا در واژه‌شناسی (بازشناسی و تطبیق نسبت میان سه مفهوم دین، تعهد و حق شخصی)، حقوق خصوصی، دوره ۱۱، شماره ۱، ۱۳۹۳، صص ۱۰۸-۸۱.
- ۱۱- عضدی دیلمی، بهشاد و باقری مقدم، ناصر؛ تکنیک‌های شناخت و تحلیل ذی‌نفعان با رویکرد برنامه‌ریزی استراتژیک در سازمان‌های دولتی و غیرانتفاعی (مطالعه موردی در شرکت برق منطقه‌ای گیلان)، بیست و سومین کنفرانس بین‌المللی برق، تهران، ۱۳۸۷.
- ۱۲- قاسم‌زاده، سید مرتضی؛ لزوم بازنگری در حقوق اشخاص ثالث (اهمیت توجه به

حقوق اشخاص ثالث در قانون‌گذاری، تصمیمات قضایی، روابط قراردادی و بین-المللی، فصلنامه دیدگاه‌های حقوقی قضایی، سال نوزدهم، شماره ۶۵، ۱۳۹۳، صص ۱۱-۱۴.

۱۳- قدیری اصل، باقر؛ سیر اندیشه اقتصادی، انتشارات دانشگاه تهران، تهران، ۱۳۶۴.

۱۴- کاتوزیان، ناصر؛ قواعد عمومی قراردادها، جلد دوم، چاپ اول، انتشارات به نشر، تهران، ۱۳۶۶.

۱۵- متین دفتری، احمد؛ آیین دادرسی مدنی و بازرگانی، جلد ۱، مجد، چاپ اول، ۱۳۷۸.

۱۶- مهاجری، علی؛ قانون آیین دادرسی مدنی در نظم حقوقی کنونی، فکرسازان، چاپ دوم، تهران، ۱۳۹۱.

۱۷- واحدی، قدرت‌الله؛ آیین دادرسی مدنی با لحاظ قوانین جدید، جلد ۱، میزان، چاپ اول، تهران، بهار ۱۳۷۷.

ب. منابع خارجی

- 18- Akman, Pinar, 'Consumer' versus 'Customer': The Devil in the Detail, Journal of Law and Society, Vol.37, No.2, 2010, pp.315-344.
- 19- Archer, Geoffrey.R, Six Good Reasons to Include Competitors as Stakeholders, 2006(Available at: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1437117).
- 20- Argandona, Antonio, Stakeholder Theory and Value Creation, 1st Interdisciplinary Conference On Stakeholders, Resources and Value Creation Barcelona, 2011.
- 21- Berman, Shawn.L & Wicks, Andrew.C & Kotha, Suresh & Jones, Thomas.M, Does Stakeholder Orientation Matter? The Relationship between Stakeholder Management Models and Firm Financial Performance, Academy of Management Journal, Vol.42, No.5, 1999, pp.488-506.
- 22- Blair, Margaret.M, For Whom Should Corporations Be Run?: An Economic Rationale for Stakeholder Management, Long Range Planning, Vol.31, No.2, 1998, pp.195-200.
- 23- Carleton Asher, Cheryl & Mahoney, James.M & Mahoney, Joseph.T, Towards a Property Rights Foundation for a

- Stakeholder Theory of the Firm*, Journal of Management & Governance, Vol.9, No.1, 2005, pp.5-32.
- 24- Cheffins, Brian.R, *Company Law: Theory, Structure and Operation*, Oxford University Press, London, 1997.
- 25- Clark, Gordon.L & Wójcik, Dariusz, *The Geography of Finance: Corporate Governance in the Global Marketplace*, Oxford University Press, London, 2007.
- 26- Clarkson, Max.E, *A Stakeholder Framework for Analyzing and Evaluating Corporate Social Performance*, Academy of Management Review, Vol.20, No.1, 1995, pp.92-117.
- 27- Coase, Ronald Harry, *The Problem of Social Cost*, Journal of Law and Economics, Vol.3, No.1, 1960, pp.1-44.
- 28- Dean, Janice, *Directing Public Companies: Company Law and the Stakeholder Society*, Routledge, London, 2001.
- 29- Donaldson, Thomas & Preston, Lee.E, *The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence, and Implications*, Academy of Management Review, Vol.20, No.1, 1995, pp.65-91.
- 30- Duesing, Robert.J, *Integrating Market and Stakeholder Orientation Theory*, International Journal of Business, Humanities and Technology, Vol.3, No.6, 2013, pp.26-33.
- 31- Evan, William.M & Freeman, R.Edward, *A Stakeholder Theory of the Modern Corporation: Kantian Capitalism*, Vol.3, Ethical Theory and Business, Prentice Hall, Englewood Cliffs, 1988, pp.97-106.
- 32- Fisher, Irving, *Elementary Principles of Economics*, Cossimo Classics, New York, 2007.
- 33- Freeman, R.Edward, *A Stakeholder Theory of the Modern Corporation*, Perspectives in Business Ethics Sie, Vol.3, 2001, pp.38-48.
- 34- Freeman, R.Edward & Barry, Richard & Rogers, Joel, *What Workers Want*, Cornell University Press, Ithaca, 2006.
- 35- Freeman, R.Edward & Evan, William.M, *Corporate Governance: A Stakeholder Interpretation*, Journal of Behavioral Economics, Vol.19, No.4, 1991, pp.337-359.
- 36- Freeman, R.Edward & Gilbert, Daniel.R, *"Managing Stakeholder Relationships."* *Business and society: Dimensions of conflict and cooperation*, MA Lexington Books, 1987, pp.397-423.

- 37- Freeman, R.Edward, *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, MA Pitman, Boston, 1984.
- 38- Hilb, Martin, *New Corporate Governance: Successful Board Management Tools*, Springer Science & Business Media, Germany, 2012.
- 39- Hill, Charles.W.L, & Jones, Thomas.M, *Stakeholder-Agency Theory*, Journal of Management Studies, Vol.29, No.2, 1992, pp.131-154.
- 40- Hosseini, Jamshid.C & Brenner, Steven.N, *The Stakeholder Theory of the Firm: A Methodology to Generate Value Matrix Weights*, Business Ethics Quarterly, Vol.2, No.02, 1992, pp.99-119.
- 41- <http://dictionary.law.com/Default.aspx?searched=stakeholder&type=1>, 1992.
- 42- Jones, Thomas.M, *Instrumental Stakeholder Theory: A Synthesis of Ethics and Economics*, Academy of Management Review, Vol.20, No.2, 1995, pp.404-437.
- 43- King, M.E, *King Code of Governance for South Africa 2009*, Institute of Directors in Southern Africa, Parklands, 2009.
- 44- Langtry, Bruce, *Stakeholders and the Moral Responsibilities of Business*, Business Ethics Quarterly, Vol.4, No.04, 1994, pp.431-443.
- 45- Lowitzsch, Jens, & Hashi, Iraj, *The Promotion of Employee Ownership and Participation*, European Union, 2014.
- 46- Mitchell, Ronald.K & Agle, Bradley.R & Wood, Donna.J, *Toward a Theory of Stakeholder Identification and Salience: Defining the Principle of Who and What Really Counts*, Academy of Management Review, Vol.22, No.4, 1997, pp.853-886.
- 47- Nam, Joongkwon, *The Strategic Importance of the Stakeholder Approach in the Service Industry*, Massachusetts Institute of Technology, Cambridge, 2012.
- 48- Okigbo, Martha Sophie, *The Role of Employees as Stakeholders in Corporate Governance. Master dissertation (distinction) - LLM in International Corporate Governance*, Financial Regulation and Economic Law (ICGFREL), University of London, 2012.
- 49- Olusegun Monsuru, Vincent, *The Impact of Corporate Environmental Responsibility on Financial Performance: Perspective from the Multinational Extractive Sector*, PhD Theses,

- Brunel University, Brunel Business School, Uxbridge, 2012.
- 50- Omojola, Oladokun, *Media Stakeholders' Perspectives and Policy Integrity.* Journalism and Mass Communication, Vol.2, No.1, 2012, pp.304-316.
- 51- Pedersen, Thomas, *Stakeholder Theory: Lessons from Denmark*, MA thesis, Aarhus University, Aarhus, 2004.
- 52- Pejovich, Svetozar, *The Economics of Property Rights: Towards a Theory of Comparative Systems*, Vol.22, Springer Science & Business Media, Germany, 1990.
- 53- Perrin, Irène, *The Role of the Mass Media as Stakeholders in Conferring Corporate Legitimacy*, Paper presented at the Proceedings of the International Association for Business and Society, 2007.
- 54- Phillips, Robert & Freeman, R. Edward & Wicks, Andrew. C, "What Stakeholder Theory is Not", Business Ethics Quarterly, Vol.13, Issue.04, 2003, pp.479-502.
- 55- Rapp, Adam & Beitelspacher, Lauren Skinner & Grewal, Dhruv & Hughes, Douglas. E, *Understanding Social Media Effects Across Seller, Retailer, and Consumer Interactions*, Journal of the Academy of Marketing Science, Vol.41, No.5, 2013, pp.547-566.
- 56- Renaut, Jean-Philippe & Simon, Robert & Nadège, Tollari, *Engage Your Community Stakeholders*, 2012.
- 57- Shin, Kwang Yong, *The Executor of Integrated Marketing Communications Strategy: Marcom Manager's Working Model (The Object of Imc: Stakeholders)*, Springer, Germany, 2013, pp.25-41.
- 58- Svendsen, Ann, *The Stakeholder Strategy: Profiting from Collaborative Business Relationships*, Berrett-Koehler Publishers, 1998.
- 59- Tiras, Samuel. L & Ruf, Bernadette. M & Brown, Robert. M, *The Relation between Stakeholders' Implicit Claims and Firm Value*, 1998 (Available at SSRN 141342, Retrieved June 27, 2015).
- 60- Visser, Wayne & Matten, Dirk & Pohl, Manfred & Tolhurst, Nick, *The A to Z of Corporate Social Responsibility*, John Wiley & Sons, Hoboken, 2010.
- 61- Werhane, P & Freeman, R. E, *The Blackwell Encyclopedia of Management and Encyclopedic Dictionaries*, The Blackwell

- Encyclopedic Dictionary of Business Ethics, Wiley, 1999.
- 62- Wu, Minyu, *The Search for Sustainable Competitive Advantage: A Stakeholder Management Perspective*, PhD Dissertation, Massey University, Auckland, 2010.



Stakeholder Theory in Company Law

Mahmoud Bagheri*

Mehrdad Sadeghian Nodoushan**

Received: 02/07/2016

Accepted: 06/11/2016

Abstract:

The Iranian company law only recognizes shareholders but social nature and legal personality of company indicate the relation of this entity to third parties. These third parties have been called "stakeholders" in modern company law that are considered to affect or be affected by the company's actions. Shareholders, employees, customers and financiers are fixed groups of stakeholders in a company and inclusion of some groups also depends on the subject of company's activity. Currently, there is a tendency to recognize broad scope of stakeholders; however, for legal regimes like Iran, this recognition may be limited. This recognition of stakeholders and its necessity is obvious but this is questionable whether a stakeholder in a company with private capital should be protected. Economic, moral and legal foundations constitute the bases of the theory of stakeholders. Solving agency problem, avoiding conflicts of interest and maximizing economic value are the economic foundations. Legal and moral foundations argue that stakeholders have inherent value therefore their rights should be respected and ownership restrictions should be applied to owners and managers of a social entity namely company.

Key words: Stakeholder, Stakeholder Theory, Company, Property Rights.

*Associate Professor at Law and Political Science Faculty of Tehran University.

Mahmood31@hotmail.com

**PhD Student of Private Law at Qom University.

mehrdadsn68@gmail.com