

تأملی بر رابطه شرکت‌های تجاری و ذی‌نفعان آنها

محمد نوروزی*

تاریخ دریافت: ۹۶/۳/۸

تاریخ پذیرش: ۹۶/۱۲/۱۳

چکیده

امروزه، لازمه تداوم فعالیت شرکت‌های خصوصی ایجاد نوعی تعادل میان منافع کسانی است که ارتباط مؤثری با شرکت دارند و بستر لازم برای موفقیت آن را در درازمدت فراهم می‌کنند. برخی از این ذی‌نفعان، همانند سهام‌داران، کارکنان، تأمین‌کنندگان و مصرف‌کنندگان، کلیدی هستند و مستقیماً در امر تولید و سودآوری نقش دارند. برخی دیگر، همچون جامعه، محیط‌زیست و دولت، اگرچه ارتباطی دورتر با شرکت دارند، از آنجایی که تحت تأثیر قدرت اجتماعی شرکت هستند، شرکت در برابر آنها نیز مسئولیت اجتماعی دارد و موظف است که در اعمال و تصمیمات خود منافع حداقلی آنها را نیز رعایت کند. آنچه این مقاله به آن می‌پردازد، چگونگی این ارتباط مؤثر بین شرکت تجاری و ذی‌نفعان خود است. چه، توجه به مصالح ذی‌نفعان بقا شرکت و تداوم فعالیت آن را دربردارد و در درازمدت منجر به افزایش سود شرکت نیز خواهد شد؛ پس‌گریزی نیست جز آنکه در اصلاحات جدید قانون تجارت صراحتاً تمامی شرکت‌های تجاری ملزم به تدوین و اجرای یک دستورالعمل راهبردی شوند که در آن ذی‌نفعان شرکت به روشنی نام برده و راهکارهای حفظ حقوق و منافع آنان به نحوی واضح ذکر شود.

کلیدواژه‌گان:

تداوم، تعادل، مسئولیت اجتماعی، مشارکت، موفقیت شرکت.

* دانش‌آموخته دکتری حقوق خصوصی دانشگاه شهید بهشتی.

مقدمه

راهبری شرکت‌ها یکی از علوم میان‌رشته‌ای است که از اواخر قرن بیستم پا به عرصه ظهور گذاشت. موضوع این علم کنترل و هدایت شرکت‌های تجاری بوده^۱ و یکی از مباحث بنیادین آن هدف‌شناسی حقوق شرکت‌هاست. از این دیدگاه، این پرسش اساسی مطرح است که مقررات حقوق شرکت‌ها باید به دنبال چه هدفی باشد؟ آیا صرفاً حداکثرسازی ثروت سهام‌داران به عنوان وظیفه اصلی یک شرکت است یا اینکه باید حداکثرسازی ثروت سهام‌داران را در کنار توجه به منافع سایر ذی‌نفعان شرکت مورد توجه قرار داد؟

برای پاسخ به این پرسش، تئوری ذی‌نفعان به تدریج از دهه ۱۹۷۰ مطرح و در اواسط دهه ۱۹۸۰ رویکرد ذی‌نفع‌محوری در راهبری شرکت‌ها پدیدار شد. اساس نظریه ذی‌نفع این است که شرکت‌ها بسیار بزرگ شده‌اند و تأثیر آنها بر جامعه چنان عمیق است که باید به غیر از سهام‌داران به بخش‌های بیشتری از جامعه که در شرکت دارای سهام نیستند، اما در عین حال دارای نفع می‌باشند، توجه کنند و پاسخگو باشند.^۲ به عبارت بهتر، در این دیدگاه شرکت یک نهاد اجتماعی است که در مقابل مجموعه عواملی وسیع‌تر از مالکان خود مسئول و پاسخگو است.^۳

ذی‌نفعان مستقیم یا ذی‌نفع به مفهوم اخص کلمه را باید فقط شامل آن دسته از افراد دانست که به طور مستقیم در امر تولید کالا یا خدمات سهیم هستند. به عبارت دیگر، علاوه بر سهام‌داران، ذی‌نفعان به مفهوم اخص کلمه کسانی را دربرمی‌گیرد که در ابتدای فرایند تولید (تأمین‌کنندگان مواد اولیه و تأمین‌کنندگان مالی)، مرکزیت آن (مدیران و کارکنان) یا انتهای این فرایند (مشتریان و مصرف‌کنندگان) قرار دارند. به این افراد ذی‌نفعان کلیدی^۴ نیز گفته می‌شود.

۱. به بیان بهتر، این علم به دنبال طراحی سیستم تنظیم‌کننده روابط میان مدیریت اجرایی، هیئت‌مدیره، سهام‌داران و سایر ذی‌نفعان یک شرکت است و ساختاری را فراهم می‌کند که از طریق آن اهداف شرکت تعیین گردد، هیئت‌مدیره به پیگیری موضوعاتی که به نفع شرکت و سهام‌داران است، ترغیب و نظارت مؤثر بر این روند تسهیل شود.

(Clark, Thomas, Theories of Corporate Governance- The philosophical Foundations of Corporate Governance, Routledge, London, 2004, p 1.

2. Hill, Charles and Jones, Thomas, "Stakeholder-Agency Theory", *Journal of Management Studies*, Vol. 22, No. 2, 1992, pp.184-201, p198.

3. Donaldson Thomas and Preston, Lee, "The Stakeholder Theory of The Corporation: Concepts, Evidences and Implications", *Academy of Management Review*, 1995, vol. 20, no. 1, pp.42-67, p.48.

4. Key Stakeholders.

ذی‌نفعان به مفهوم اعم شامل کسانی می‌شود که در امر تولید نقشی ندارند، اما به طور مستقیم تحت تأثیر قدرت اجتماعی شرکت‌ها قرار دارند و تبعات ناشی از سوداگری شرکت‌ها چنین افرادی را به شرکت‌ها ربط می‌دهد. از این رو، تحولات جدید در نظریه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها این افراد را نیز از جمله ذی‌نفعان شرکت‌ها محسوب می‌کند؛ هرچند که به نظر می‌رسد واژه «ذی‌ربط» تعبیر مناسب‌تری برای این افراد باشد. گروه‌هایی چون جوامع محلی، دولت و حتی محیط‌زیست را نیز می‌توان از مصادیق ذی‌نفعان به مفهوم اعم کلمه در شرکت دانست. از این افراد تحت عنوان «ذی‌نفعان دور»^۱ نیز یاد می‌شود.

به بیان دیگر، اگر شرکت به عنوان مصداقی از یک بنگاه اقتصادی باشد، پس ذی‌نفعان واقعی آن باید عوامل تولید، یعنی گروه‌هایی باشند که مستقیماً در امر تولید نقش دارند. علاوه بر این، چون شرکت یک بنگاه اقتصادی است و آنها عوامل تولید، شرکت ذاتاً به ذی‌نفعان کلیدی تمایل دارد و می‌خواهد آنها را از طریق رعایت مصالحشان به خود جذب کند. اما در خصوص ذی‌نفعان دور چنین نیست و از آنجایی که این گروه‌ها در زمره عوامل تولید نیستند، اگر هم قادر باشند نفعی به شرکت برسانند، غیرمستقیم و دور است. پس فقط افکار عمومی است که می‌تواند شرکت‌ها را وادار به رعایت حال ذی‌نفعان دور کند؛ هرچند که بخشی از این افکار عمومی همان ذی‌نفعان کلیدی و نزدیک هستند. برای نمونه، مشتریان جزء ذی‌نفعان کلیدی و محیط‌زیست در زمره ذی‌نفعان دور یک شرکت هستند. اما مشتریان اعلام می‌کنند که محصولات آن شرکت را نمی‌خرند، مگر اینکه طرفدار محیط‌زیست باشد؛ یعنی تولید آن محصول تا حد توان کمترین میزان آلاینده‌گی را داشته باشد.^۲

فایده این تقسیم‌بندی در این است که اگرچه شرکت باید به حقوق همه ذی‌نفعان احترام بگذارد و در اعمال و تصمیمات خود مصالح تمامی آنها را در نظر داشته باشد، اما میزان التزام به رعایت منافع درباره تمامی ذی‌نفعان یکسان نیست؛ از آنجایی که دوام حیات شرکت منوط به ادامه روند تولید کالا یا خدمات توسط شرکت است، ذی‌نفعان اخص به دلیل تسهیل امر تولید، نقشی مهم‌تر و همبستگی بیشتری با شرکت دارد و باید آنها را به نوعی شرکای مجازی شرکت

1. Distant stakeholders.

۲. برای دیدن تفصیل بحث در خصوص ضابطه شناسایی و تقسیم‌بندی ذی‌نفعان، ر.ک: نوروزی، محمد، «راهبری شرکت‌ها»، رساله دکتری حقوق خصوصی، دانشگاه شهید بهشتی، پاییز ۱۳۹۵، به راهنمایی عبدالرسول قدک، صص ۲۱۳-۲۰۹.

دانست. به عبارت روشن‌تر، تئوری‌های اقتصادی بنگاه که به دنبال افزایش کارآمدی آن از طریق بیشتر کردن حق مشارکت ذی‌نفعان در فرایند تصمیم‌گیری و منافع حاصله از فعالیت شرکت هستند، نگاه اصلیشان به سمت ذی‌نفعان اخص است و در صورت تعارض، منافع آنان را بر ذی‌نفعان عام ترجیح می‌دهند. تحلیل موردی ذی‌نفعان نیز بر همین اساس صورت می‌پذیرد؛ بدین نحو که ابتدا ذی‌نفعان کلیدی یا مستقیم (خاص) و سپس ذی‌نفعان دور یا غیرمستقیم (عام) بررسی خواهد شد.

۱. ذی‌نفعان کلیدی

همان‌طور که گفته شد، ویژگی اصلی ذی‌نفعان کلیدی حضور مستقیم در فرایند تولید است. برای شروع این فرایند ابتدا باید سرمایه اولیه توسط سهام‌داران فراهم شود. سپس با فعالیت نیروی انسانی عملیات تولیدی رنگ واقعیت به خود بگیرد و در مرحله بعدی با سرمایه ثانویه بانک‌ها و پشتیبانی تأمین‌کنندگان مواد اولیه این فرایند شتاب می‌گیرد. در پایان نیز با استقبال مصرف‌کنندگان فرایند تولید ادامه خواهد یافت. چگونگی نقش‌آفرینی در فرایند تولید نشان‌دهنده میزان نزدیکی هر یک از ذی‌نفعان کلیدی به شرکت است و بررسی این دسته از ذی‌نفعان نیز بر اساس میزان نزدیکی آنها به شرکت صورت خواهد گرفت. چه اینکه، ذی‌نفعان کلیدی گاه درون‌سازمانی و بسیار نزدیک به شخصیت حقوقی شرکت و گاهی برون‌سازمانی‌اند و فقط از طریق حضور در چرخه تولید به شرکت مرتبط می‌شوند. بر اساس میزان نزدیکی ذی‌نفعان کلیدی به شرکت، این گروه‌ها به نحو زیر مورد بررسی قرار خواهند گرفت: سهام‌داران (بند اول)، کارکنان (بند دوم)، تأمین‌کنندگان (بند سوم) و دریافت‌کنندگان محصولات (بند چهارم).

۱.۱. سهام‌داران

در نگاه اول، سهام‌دار کسی است که نام او در دفتر ثبت سهام شرکت به عنوان مالک یک سهم ثبت شده باشد. اما باید توجه داشت که گاه مسئله به این سادگی نیست و ممکن است سهام‌دار واقعی یک شرکت کسی باشد که نام او در دفتر ثبت سهام ذکر نشده است. این حالت هنگامی رخ می‌دهد که فردی به جای اینکه سهام را مستقیماً به نام خود ثبت کند، آن را به نام شخص دیگری ثبت کرده، آنگاه به طور مخفیانه قراردادی با او امضا کند که در آن شخص

نماینده^۱ اقرار نماید که ثبت سهام به نام وی، در دفتر ثبت سهام شرکت صورتی بوده و در حقیقت سهام متعلق به مالک واقعی^۲ آن است و این مالک واقعی است که حق اعمال حقوق ناشی از این سهم را دارد.^۳ بدین‌سان ممکن است فردی در حقیقت امر سهام‌دار عمده شرکت باشد، لیکن به این دلیل که سهام خود را به نام افراد متعددی ثبت کرده است، هیچ‌کس از سهام‌دار عمده بودن وی مطلع نباشد.^۴

باور عمومی بر این است که سهام‌داران گروهی جدای از ذی‌نفعان هستند و حتی در مقابل آنها قرار می‌گیرند. ریشه این باور در رویکردهای دوگانه‌ای است که از ابتدا در نظریه‌های راهبری شرکت وجود داشته است؛ معمولاً در راهبری شرکت، رویکرد ذی‌نفع‌محورانه^۵ که رفاه جمعی همه ذی‌نفعان را به عنوان هدف اصلی خود دنبال می‌کند، به عنوان یک نظریه جانشین و رویکردی متقابل در برابر رویکرد سهام‌دارمحورانه^۶ که فقط نهایت سودآوری^۷ را به عنوان هدف نهایی خود تعقیب می‌کند، مطرح می‌شود.^۸

باوجوداین، نباید تصور کرد که تقابل دو رویکرد ذی‌نفع‌محورانه و سهام‌دارمحورانه در راهبری شرکت به معنی خروج سهام‌داران از صف ذی‌نفعان شرکت است. بلکه حتی می‌توان گفت که سهام‌داران ذی‌نفع‌ترین افراد در راهبری شرکت هستند. این عقیده بر دو استدلال استوار است:

۱. سهام‌داران تحمل‌کننده بیشترین ریسک تجاری درون ساختار یک شرکت می‌باشند؛ چراکه اولاً هیچ سودی از فعالیت شرکت به آنها پرداخت نخواهد شد، مگر اینکه دیگر همکاران

1. Legal Owner.

2. Beneficial Owner.

3. Davies, Paul L., *Gowers Principles of Modern Company Law*, Sixth edition, Oxford, Sweet and Maxwell, 1997, p 484.

4. Shleffer, A and Vishny, R., A Survey of Corporate Governance, 52 *Journal of Finance* 2, 1977, p 89.

برای مطالعه اجمالی راهکارهای شناخت سهام‌داران واقعی و به ویژه سهام‌داران عمده یک شرکت، رک: نوروزی، محمد، *راهکار بورس اوراق بهادار برای شناسایی دارندگان اطلاعات نهانی و کنترل معاملات آنها*، ضمیمه مجله تحقیقات حقوقی، پاییز و زمستان ۱۳۸۹، شماره ۵۲، صص ۵۳۰-۵۰۵ و ۵۱۰.

5. Stakeholder Oriented approach.

6. Shareholder Oriented approach.

7. Wealth Maximization.

8. Mallin, christine. A, *Corporate Governance*, Third Edition, Oxford University Press, 2010, p 65.

شرکت همچون کارکنان، تأمین‌کنندگان مالی و مواد اولیه،... بهره خود را از شرکت و رابطه با آن برده باشند. دوم اینکه در مرحله انحلال شرکت، بهره سهامداران از اموالی که در حقیقت متعلق به خودشان می‌باشد، معلق و مشروط به پرداخت مطالبات سایر ذی‌نفعان است و فقط آنچه که پس از تأمین منافع دیگر ذی‌نفعان باقی بماند، بین سهامداران قابل تقسیم است.

۲. علاوه بر بیشترین میزان تحمل ریسک، سهامداران با تأمین سرمایه مادی اولیه برای شرکت، شرط نخستین برای تشکیل و ادامه فعالیت آن را فراهم نموده و به دلیل اینکه گام نخستین را به منظور بهره‌مندی دیگر گروه‌ها از عواید شرکت برداشته‌اند، نسبت به آنها دارای جایگاه ارزشمندتری در شرکت می‌باشند.^۱

بنا به دلایل فوق، در اکثر نظام‌های حقوقی، قوانین فقط به تقدیس حقوق سهامداران پرداخته و گویی که برای آنها نسبت به سایر ذی‌نفعان احترام بیشتری قائل‌اند.^۲ به‌هرروی، بار اصلی فعالیت تجاری شرکت از نظر مالی بر دوش سهامداران است و از این‌رو به نظر می‌رسد که آنها نفعی مسلم^۳ در حصول اطمینان از استفاده منابع شرکت در کارآمدترین شکل ممکن^۴ دارند. البته حکایت سهامداران فقط به ذی‌نفع بودن آنها خاتمه نمی‌یابد، بلکه علاوه بر این، سهامداران از طریق اعمال اختیاراتی که قانون و اساسنامه شرکت به آنها اعطا کرده است، نقش مهمی در فعل و انفعالات شرکت دارند. به عنوان مثال، اعضای هیئت‌مدیره که مسئولیت اصلی راهبری شرکت را به عهده دارند، توسط سهامداران انتخاب می‌شوند و فقط در مقابل آنها پاسخگو می‌باشند.^۵

1. Charkham, Joe, *Keeping Better Company: Corporate Governance Ten Years On*, Oxford University Press, Oxford, 2005, p112.

2. Mallin, christine. A, Ibid.

این سخن بدین معنی نیست که قوانین از حقوق سایر ذی‌نفعان حمایت نکرده‌اند، بلکه منظور این است که در قانون شرکت‌ها حقوق سهامداران مقدس و برتر از حقوق دیگر ذی‌نفعان دانسته شده است.

3. Vested Interest.

4. Maximum Effect.

5. Report of HIH Royal Commission (Owen Report), 2003, <<http://www.hihrypalcom.gov.au/finalreport/index.com>>, section 6.1.1.

۱.۲. کارکنان

۱.۲.۱. تأثیر غیرمستقیم بر تصمیم‌ها

واژه کارکن، مستخدم^۱ یا به عبارت بهتر نیروی انسانی^۲، در اصطلاح به کلیه کسانی اطلاق می‌شود که در شرکت به کار اجرایی می‌پردازند، اعم از اینکه کارمندی ساده یا یک مدیر کل باشند. مهم‌ترین علت ذی‌نفع بودن کارکنان این است که شرکت، تأمین‌کننده نیازهای امروز و فردای آنان است. از همین‌رو، کارکنان همواره در طول خدمت خود نگران تأثیر برنامه‌ها و عملکرد شرکت بر دریافتی‌ها و دیگر شرایط کار خود بوده‌اند و به دلیل دغدغه مزایای بازنشستگی^۳ خویش به رشد، موفقیت و رفاه درازمدت شرکت اهمیت می‌دهند. این نگرانی‌ها هنگامی به اوج خود می‌رسد که کارکنان سهام‌دار شرکت نیز باشند و خود را عمیقاً جزئی از آن بدانند. به همین دلیل در شرکت‌های مدرن تلاش بر این است که بیشترین تعداد سهام ممکن را به کارکنان خود واگذار نمایند؛ نتیجه چنین امری به لحاظ مدیریتی القای این تفکر در ذهن کارکنان است که «هر قدر شرکت در اثر عملکرد کارکنان خود بازدهی بیشتری داشته باشد، به همان اندازه کارکنان نیز به دلیل افزایش قیمت سهام خود منتفع خواهند شد»^۴.

نقش اولیه عوامل اجرایی شرکت به جریان انداختن امور تجاری روزانه آن است، اما هنگامی در امر راهبری شرکت نیز دخیل می‌شوند که بتوانند با تأثیرگذاری بر فرایند تصمیم‌گیری در شرکت، در امر کنترل آن هم سهمی داشته باشند.^۵ به عبارت بهتر، نقش کارکنان در راهبری یک شرکت به طور مستقیم بستگی به میزان دخالت یا تأثیرگذاری آنها بر تصمیماتی که در شرکت گرفته می‌شود، دارد.

باوجوداین، باید توجه داشت که در درجه نخست کارکنان کارکردی اجرایی داشته و اگر بخواهند در تصمیم‌گیری‌ها نقشی داشته باشند، باید تأثیر خود را به‌طور غیرمستقیم و از طریق وابسته ساختن هر چه بیشتر شرکت به مهارت، کاردانی و تخصصی که در حرفه خود دارند، انجام

1. Employee.

2. Personnel or Staff.

3. Pension benefits.

4. "The better company does through employees effort, the more employees themselves will benefit as their share increase in price", Mallin, Christine A., Corporate Governance, p65.

5. Owen Report, Section 6.1.1.

دهند؛ به این صورت که اهمیت فراوان کارکنان در حیات کنونی و آینده شرکت باعث شود تا در تصمیمات شرکت همواره منافع آنها لحاظ شود و با سوق دادن نسبی جریان تصمیمات به سمت منافع خود، به‌طور غیرمستقیم و پشت پرده تا حدودی بر شرکت کنترل داشته باشند.

اگرچه میزان مشارکت کارکنان در راهبری و کنترل شرکت بستگی به فرهنگ اقتصادی و قوانین ملی هر کشور دارد و حتی درون یک کشور خاص نیز در هر شرکت می‌تواند متفاوت از شرکت‌های دیگر باشد، اما به عنوان یک قاعده کلی می‌توان گفت مشارکت جزئی کارکنان در تصمیم‌گیری‌های شرکت می‌تواند از طریق ایجاد انگیزه در بهبود عملکرد آنان به نفع شرکت تمام شود.

مشارکت کارکنان در تصمیم‌گیری‌ها، خواه مستقیم و از طریق داشتن نماینده در هیئت‌مدیره باشد،^۱ خواه غیرمستقیم و از طریق اعمال نقطه‌نظرات شورای کار^۲ توسط هیئت‌مدیره باشد،^۳ به دلیل لحاظ شدن منافع آنان در فعالیت‌های آتی شرکت، دارای آثار اقتصادی مثبتی بر عملکرد آن است که در ادامه به تحلیل نحوه این تأثیر در روند کار یک شرکت می‌پردازیم.

۱.۲.۲. پلی برای رفاه

هدف از تأسیس یک بنگاه اقتصادی، تحصیل سود در درازمدت است، و گرنه برای کسب منفعت به طور موردی یا در یک مدت کوتاه نیازی به تأسیس یک شرکت با آن همه تشریفات و حساسیت‌های قانونی خاص نیست و درآمدهای موردی را، هر قدر هم که کلان باشد، می‌توان

۱. نمونه بارز وجود نماینده کارکنان در کنار نماینده سهام‌داران در هیئت‌مدیره، در کشور آلمان و به موجب ماده ۱۱۱ قانون تصمیم‌گیری مشترک (Betriebsverfassungsgesetz 1976/Codetermination Act 1976) است.

2. Work councils.

شورای کار در ایران نیز دارای قانون خاص بوده و به موجب ماده ۱ قانون تشکیل شورای اسلامی کار مصوب ۶۳/۱۰/۳۰ مجلس شورای اسلامی، شورای اسلامی کار رابط میان کارکنان و مدیران است و به منظور همکاری در تنظیم برنامه‌های واحدهای تولیدی با حضور نمایندگان کارکنان و نماینده مدیریت تشکیل می‌شود. تعداد اعضای این شورا بستگی به تعداد کارکنان آن واحد تولیدی دارد که شرح آن در ماده ۱۷ قانون فوق‌الذکر آمده است.

۳. شورای کار تصمیمات خود را با در نظر داشتن نقطه‌نظرات هر دو گروه کارگر و کارفرما اخذ می‌کند.

Lynch, Irene, "Employees as corporate Stakeholders: Theory and Reality in a Transatlantic Context", 4 (1) *Journal of Corporate Law Studies*, 2004, p 155.

Gospel, Howard and Pendleton, Andrew, *Corporate Governance and Labour Management*, Oxford University Press, 2005, p 103.

گاه فقط به وسیله یک قرارداد ساده نیز به دست آورد.^۱ از همین رو، مسئله بقای شرکت و اینکه شرکت بتواند در طولانی مدت به فعالیت خود ادامه دهد، مهم‌ترین اولویت آن محسوب می‌شود. به ویژه آنکه گذر زمان و افزایش طول عمر یک بنگاه اقتصادی معمولاً به تنهایی می‌تواند افزایش سود را نیز به همراه داشته باشد.

وضعیت پایدار اقتصادی و مزایای مترتب بر آن هنگامی به وجود خواهد آمد که شرکت به جای اندیشیدن به منافع زودگذر^۲ که عمدتاً فقط عاید سهام‌داران می‌شود، به دنبال ایجاد رفاه جمعی^۳ برای همه کسانی باشد که به ایجاد ارزش برای آن می‌کوشند.^۴ نکته‌ای که شایان توجه است، تمایز بین دو مفهوم سود و رفاه در ادبیات اقتصادی شرکت‌هاست؛ سود در کوتاه‌مدت به دست می‌آید و در کوتاه مدت نیز خرج می‌شود و از بین می‌رود؛ همانند وجوه نقدی که در مواقعی خاص در اختیار شرکت قرار می‌گیرد. اما رفاه حالتی عکس دارد و تا طولانی‌مدت نیز باقی می‌ماند. به همین دلیل، هنگامی که یک شرکت تشکیل می‌شود، استراتژی اولیه آن رسیدن به مرحله سودآوری است. پس از رسیدن شرکت به این نقطه، در مرحله بعدی هدف شرکت حرکت از نقطه سودآوری محض به سمت نقطه رفاه و در نهایت ایجاد رفاه جمعی می‌باشد.

در دنیای کنونی صنعت، شرکت‌ها برای رسیدن به نقطه رفاه ناگزیر به عبور از پل نیروی انسانی هستند؛ زیرا تولید شرکت‌ها به یکی از دو شکل کالا یا خدمات است. اگر محصول شرکت فقط به صورت خدمات باشد، رفاه شرکت وابستگی کامل به دانش و مهارت پرسنل در انجام وظایف خود و توانایی شرکت در رسانیدن این دانش و مهارت به دست مشتریان دارد. در صورتی که محصول شرکت به صورت کالا باشد،^۵ نیز فقط دارایی‌های غیرملموس شرکت از

۱. در زبان انگلیسی، بنگاه مترادف با واژه «Firm» است که معانی جانبی چون محکم، استوار و ثابت دارد که خود این امر نیز تداعی‌کننده این مطلب است که در لغت نیز منظور از بنگاه تشکیلاتی است که به طور دائم به یک فعالیت اقتصادی ادامه خواهد داد.

2. Short term returns

3. Wealth Creation

۴. همان‌طور که در شماره ۵ نیز گفته شد، این گونه نیست که شرکت مجموعه‌ای از اموال متعلق به سهام‌داران باشد، بلکه سازمانی است که به هدف ایجاد رفاه برای تمامی ذی‌نفعانی که برای آن ارزش‌آفرینی می‌کنند، فعالیت و روابط بین آنها را تنظیم می‌کند.

5. Manufacturing Firm.

قبیل حق اختراع،^۱ شهرت نشان تجاری،^۲ کیفیت خدمات^۳ و توانایی ابداع و ارائه به‌موقع محصولات جدید به بازار است که پیوسته در حال اضافه ارزش می‌باشد، درحالی که دارایی‌های مادی شرکت همواره در حال فرسایش و کاهش ارزش است.^۴

این حقیقت که در شرکت‌های تولیدکننده کالا بخش اعظم دارایی‌های پایدار و در حال ارزش روزافزون فقط به وسیله عملکرد کارکنان حاصل می‌شود و در شرکت‌های تولیدکننده خدمات نیز درآمدها یکسره بستگی به مهارت پرسنل در انجام وظایفشان دارد، نشان‌دهنده این واقعیت است که در شرکت‌های مدرن این تخصص، دانش و مهارت کارکنان است که درآمدهای مداوم و در نتیجه رفاهی پایدار را برای همه نقش‌آفرینان شرکت به ارمغان می‌آورد. بی‌گمان، کارکنان به عنوان سرمایه انسانی^۵ شرکت، هنگامی نقش خود را به نحو مطلوب ایفا می‌کنند که احساس تعلق به شرکت داشته باشند و کار برای آن را به نوعی کار برای خود محسوب کنند.^۶

این احساس در صورتی درون کارکنان به وجود خواهد آمد که از طریق مشارکت در راهبری شرکت دیدگاه‌ها و منافع آنان در تصمیمات و اعمال شرکت لحاظ شود. چنین تفکری به مرور تبدیل به فلسفه توجیهی «مدیریت مشترک»^۷ شده است. برخی اداره مشترک یک بنگاه اقتصادی توسط مدیران و کارکنان را مهم‌ترین تحول سه دهه اخیر در زمینه روابط صنعتی می‌دانند. این اداره مشترک به دو طریق امکان‌پذیر است:

الف) مشارکت اجرایی^۸ که فقط شامل مشارکت کارکنان در امور روزمره مربوط به نحوه تولید و شرایط کار در سطح کارگاه^۹ (و نه بالاتر) می‌شود.

1. Patent Right.
2. Brand Reputation.
3. Service Capabilities.
4. Blair, Margaret, *Ownership and Control: Rethinking Corporate Governance for the 21st Century*, Washington DC, Brooking Institute, 1995, First Publishing, p 20..
5. Human Capital.
6. Du plessis and others, *Principles of Contemporary Corporate Governance*, Cambridge University Press, 2005, p22.
7. Participatory Management Philosophy.
8. Operational Participation.
9. Plant Level.

ب) مشارکت راهبردی^۱ که در آن نماینده کارکنان در تصمیم‌گیری‌های کلان^۲ که در محدوده راهبری شرکت به مفهوم اخص کلمه محسوب می‌شود، مشارکت می‌کند.^۳

۱.۲.۳. بسترهای فعالیت

پیش از این گفته شد که مسیر کنونی تجارت و صنعت به سمتی پیش می‌رود که اموال غیرملموس که فقط توسط نیروی انسانی شرکت حاصل می‌شود، بخش مهم‌تر و ماندگارتر دارایی شرکت‌ها را تشکیل می‌دهد و ایجاد رفاه توسط شرکت‌ها نیازمند چیره‌دستی و کیفیت بالایی خدماتی است که نیروی انسانی انجام می‌دهد. بدون شک، نیروی انسانی هنگامی می‌تواند از عهده وظیفه حساس خود در رسانیدن شرکت به نقطه رفاه برآید که بستر لازم برای این امر فراهم باشد.

از این‌رو، اگرچه قوانین و مقررات کار به طور سنتی در قلمرو حقوق عمومی قرار می‌گیرد، به مرور مورد توجه حقوق شرکت‌ها و تدوین‌گران اصول راهبری آن قرار گرفته است؛ چراکه این مقررات حمایتی حداقل بسترهای لازم را برای فعالیت مفید کارکنان یک بنگاه اقتصادی فراهم می‌کنند. به عبارت بهتر، برای اینکه کارکنان بتوانند دارای قدرت استراتژیک لازم برای ایفای قدرتمندانه نقش خود در شرکت باشند، باید توسط مقرراتی که تأمین‌کننده منافع آنان در تعاملات با کارفرما و کارگاه باشد، حمایت شوند. این مقررات شامل قواعد عدم تبعیض بین کارکنان،^۴ بهداشت، سلامت و امنیت در محیط کار، موازین تعیین دستمزد، نحوه مصالحه و داوری دعاوی ناشی از آنها و یا عنداللزوم جرم‌انگاری نقض بعضی از این حقوق است.^۵

1. Strategic Participation.

2. Major Policy Decision.

3. Bainbridge, Stephen M, "Corporate decision-making and the Moral Rights of Employees: Participatory Management and natural Law", 43 *Virginia law Review*, 1998, p741.

4. Equal Opportunity.

این اصطلاح به معنی عدم تبعیض بین کارکنان بر اساس نژاد، رنگ پوست، مذهب، جنسیت، سن یا توانایی‌های جسمی است. Black, Henry Campbell, *Black law Dictionary*, Seventh Edition, 2004, pp 565-566.

5. Mallin, Christine A., *Corporate Governance*, p65.

۱.۳. تأمین‌کنندگان

۱.۳.۱. تأمین‌کنندگان خارج از شرکت

هیچ بنگاه اقتصادی قادر نیست بدون استفاده از لوازم و ضروریاتی که فقط افراد خارج از بنگاه می‌توانند تهیه کنند، به امر تولید بپردازد. به این افراد از آنجایی که اغلب اوقات مطالبات پولی از شرکت دارند، بستانکاران^۱ شرکت نیز می‌گویند. از آنجا که یکی از شرایط موفقیت یک بنگاه اقتصادی همراه شدن توسط تأمین‌کنندگان باوفای منابع مالی و مواد اولیه است، باید در شرکت شرایطی فراهم شود که تأمین‌کنندگان همواره انگیزه اقتصادی کافی را برای تأمین احتیاجات شرکت تحت شرایط اقتصادی مطلوب یا فوق مطلوب داشته باشند. از این‌رو، در ادبیات راهبری شرکت‌ها این اجماع وجود دارد که یک شرکت باید با شناسایی طلبکاران به عنوان یکی از ذی‌نفعان کلیدی خود منافع آنان را نیز در نظر داشته باشد و تصمیم‌ها را طوری اتخاذ نماید که لاقبل بستانکاران آن متضرر نشوند. امروزه اهمیت این قضیه تا حدی است که بسیاری بر این باورند مدیران شرکت‌ها هم‌زمانی که مشغول به خدمت برای خود شرکت‌اند، وظیفه دارند منافع طلبکاران شرکت را نیز به بهترین وجه ممکن رعایت کنند.^۲

۱.۳.۲. نقش بستانکاران در راهبری شرکت

گفته شد که شرکت‌ها نیازمند منابع مالی و مواد اولیه لازم برای شروع فرایند تولیدی خود می‌باشند. هر قدر که شرکت بتواند به شکل کم‌هزینه‌تری این منابع را فراهم کند، در نهایت می‌تواند محصول خود را با قیمت پایین‌تری عرضه کند و در نهایت رقابت‌پذیری بیشتری داشته باشد. نوع، میزان و شرایط اعتبار اعطایی توسط اعتباردهندگان، اعم از وام‌دهندگان یا فروشندگان مواد اولیه،^۳ به طور مستقیم به حقوقی که شرکت برای آنها قائل است و ضمانت‌اجرای نقض این

1. Creditors.

2. McConville, James, "The duty of directors to Creditors: Imperfect Obligations and other Imperfections", *11 Insolvency Law Journal* 7, pp 72-93, p80.

۳. همان‌طور که در زیرنویس مطلب شماره ۶ نیز اشاره شد، در بحث ذی‌نفعان، منظور از مواد اولیه صرفاً یکسری اشیای مادی ملموس نیست. بلکه مقصود هر گونه کالا یا خدماتی است که توسط شرکت به کالا یا خدمات دیگر که دارای ارزش بیشتری است، تبدیل می‌شود. مواد اولیه گاه به شکل مواد خام، گاه به شکل قطعات و گاهی دیگر به صورت خدمات یا اموال غیرملموس دیگر است.

حقوق بستگی دارد. از آنجایی که برای اعتباردهندگان بازگشت سرمایه‌هایی که در شرکت سرمایه‌پذیر انجام می‌دهند، دارای اهمیت فراوانی است، اعتبارات کلان خود را که دارای سود کمتر و سررسید دیرتر است، فقط به شرکت‌هایی اختصاص می‌دهند که دارای سوابقی روشن در زمینه راهبری^۱ و به ویژه رعایت مصالح طلبکاران خود باشند. در جهت مقابل، هر قدر که یک شرکت دارای سوابق ضعیف‌تری در راهبری شرکت^۲ و از جمله توجه به منافع بستانکاران خود باشد، به همان اندازه اعتباراتی کمتر و با شرایط نامطلوب‌تر به آن اختصاص داده می‌شود.^۳

در یک جمع‌بندی کلی که از مطالعه نظام‌های حقوقی معتبر دنیا حاصل می‌شود، می‌توان این گونه نتیجه گرفت که بستانکاران دارای دو نقش تأثیرگذار در راهبری شرکت‌اند که یکی مربوط به دوران آرامش و دیگری مربوط به دوران بحران در شرکت است:^۴

-در دوران آرامش، در خصوص شرکت‌هایی که به دنبال کسب اعتبارات مالی بهتر در آینده هستند، بستانکاران یکی از محورهای اساسی عملکرد و تصمیم‌گیری مدیران محسوب می‌شوند. حتی برای آسودگی خاطر طلبکاران، ممکن است شرکت‌ها به طور داوطلبانه و در فواصل زمانی منظم آن دسته از اطلاعات شرکت را که مربوط به مشکلات مالی و قدرت پرداخت دیون است، برای بستانکاران خود افشا کنند.^۵ علاوه بر جلب رضایت بستانکاران، چنین اقدامی این پیامد مثبت را نیز دربرخواهد داشت که این افراد نیز معمولاً در راستای حمایت از بدهکار با حسن نیت به مذاکره با او می‌پردازد و در نهایت یک راه‌حل دوجانبه^۶ که پرداخت بدهی را برای شرکت آسان‌تر می‌کند، پیدا می‌شود.^۷

1. Good Corporate Governance records.

2. Poor Corporate Governance records.

۳. یکی دیگر از عواملی که باعث خواهد شد یک شرکت نتواند از فروشندگان کالا با مؤسسات مالی اعتبار بلندمدت کسب کند، عدم شفافیت شرکت است؛ چراکه عدم ارائه صحیح اطلاعات شرکت باعث می‌شود تا نتوان به وضعیت مالی آن و اینکه آیا توانایی مالی پرداخت بدهی را دارد، پی برد.

4. Coated by Du Plessis and others, Op.cit, p 23.

۵. بدیهی است که این اقدام کاملاً داوطلبانه است، وگرنه در صورت فقدان یک الزام قراردادی هیچ نوع تعهد قانونی در مورد افشای ویژه برای طلبکاران شرکت وجود ندارد.

6. Consensual Solution .

7. OECD Principles of Corporate Governance, part IV, n 6.

-در دوران بحران، یعنی هنگام وجود شرایطی که در صورت عدم تغییر در نهایت منجر به ورشکستگی شرکت خواهد شد، نیز بستانکاران نقشی برجسته^۱ در راهبری شرکتها دارند؛ چه اینکه در برخی از کشورها شمای کلی قوانین^۲، مدیران را موظف به رعایت منافع بستانکاران به بهترین نحو ممکن می‌کند.^۳

۱.۳.۳. عدم کفایت مقررات ورشکستگی

در مجموعه اصول راهبری شرکتها که توسط سازمان همکاری و توسعه اقتصادی تدوین شده است، جایگاه مهم بستانکاران در هدایت تصمیمات و اعمال شرکتها مورد تأکید واقع شده و راهکارهای قانونی مختلف تأمین منافع آنان نیز بررسی شده است.^۴ تأمل در این اصول بازگوکننده این حقیقت است که تدوین‌کنندگان آن قصد داشته‌اند تا عمدتاً با بهره‌گیری از قوانین و مقررات ورشکستگی به حفاظت از منافع بستانکاران شرکت بپردازند. اگرچه به طور سنتی در حقوق خصوصی بحث حمایت از طلبکاران یک تاجر در مقررات ورشکستگی مطرح شده است^۵،

1. Prominent Role.

2. Legislative Framework.

منظور از شمای کلی، در نظر گرفتن هم‌زمان تمامی قوانین یک نظام حقوقی است. به عنوان مثال، حمایت از بستانکاران شرکت در دوران بحران در مجموعه مقررات مربوط به بخش شرکتها نیامده است، بلکه در بخش مربوط به ورشکستگی که مقررات آن در مورد تجاری که شخصیت حقوقی هستند، نیز جاری است، به طور ضمنی به این امر نیز اشاره شده است. در ماده ۴۲۴ قانون تجارت آمده است: «هر گاه در نتیجه اقامه دعوی از طرف طلبکاری... ثابت شود تاجر قبل از تاریخ توقف خود... برای اضرار به طلبکارها معامله نموده که متضمن ضرری بیش از ربع قیمت حین معامله بوده است، آن معامله قابل فسخ است...».

3. OECD Principles of Corporate Governance, part IV, n 6.

۴. اصلی‌ترین گام را در راستای تدوین اصول استاندارد و فراملی راهبری شرکتها باید به سازمان همکاری و توسعه اقتصادی که یک سازمان بین‌المللی مستقر در پاریس است، نسبت داد. این سازمان ابتدا در نشست که در ۲۷ و ۲۸ آوریل ۱۹۹۸ برگزار شد، مجموعه‌ای از رهنمودهای حاکمیت شرکتی را با همکاری ۳۰ کشور عضو خود تدوین نمود. چند سال بعد، این نهاد بین‌المللی بار دیگر با اضافه کردن مؤسسات بین‌المللی همچون بانک جهانی، سازمان بین‌المللی کمیسیون‌های اوراق بهادار، بانک تصفیه بین‌المللی و صندوق بین‌المللی پول به همکاران حاضر در جلسات خود به بازنگری در این اصول پرداخت. انجام این میزگردها و جلسات متعدد نهایتاً منجر به تدوین اصول راهبری شرکتها در ۲۲ آوریل سال ۲۰۰۴ و اصلاح مجدد آن در ۲۰ نوامبر سال ۲۰۱۵ میلادی گردید.

۵. البته این ادعا نیز به طور کامل صحیح نیست، زیرا به غیر از مقررات ورشکستگی، مقررات مربوط به اسناد تجاری نیز به حمایت از طلب تجاری که صاحبان آن عمدتاً طلبکاران یک تاجر (از جمله یک شرکت تجاری) هستند، می‌پردازد.

رویکرد اتخاذ شده توسط اصول تدوینی سازمان همکاری و توسعه اقتصادی از دو منظر قابل انتقاد به نظر می‌رسد:

الف) حمایت از بستانکاران در دوران حیات عادی شرکت و الزام آن به تصویب مقررات و آیین‌نامه‌های راهبردی درون‌سازمانی^۱ بسیار اثربخش‌تر از مقررات ورشکستگی خواهد بود، زیرا در این زمان به دلیل اینکه شرکت‌ها معمولاً بدهی انباشته کمتری دارند، بستانکاران با سهولت بیشتری می‌توانند مطالبات خود را وصول کنند. درحالی‌که در فرض ورشکستگی، به هر صورت بخشی از مطالبات بستانکاران در آینده‌ای دور وصول می‌شود یا هرگز وصول نخواهد شد.

ب) اگرچه بیشتر مباحث حقوق ورشکستگی^۲ به تأمین حقوق بستانکاران مختلف، از دارندگان اوراق مشارکت تضمین‌شده^۳ گرفته تا بستانکاران بدون وثیقه^۴ و تنظیم روابط آنها بین یکدیگر می‌پردازد، اما نباید چنین پنداشت که مقررات ورشکستگی سمت و سوی یکطرفه به نفع طلبکاران دارد و همیشه از حقوق آنها حمایت می‌کند. مصلحت اقتصادی گاه اقتضای حمایت از بدهکار در یک رابطه تدابیری تجاری دارد. برای نمونه، در قوانینی که در سال‌های اخیر در زمینه ورشکستگی به تصویب رسیده‌اند، مقررات طوری تنظیم شده‌اند که جریان عادی امور به انعقاد قرارداد ارفاقی که در درجه نخست به سود بدهکاری می‌انجامد که کماکان اموال را در اختیار خود نگاه می‌دارد.^۵ حرکت قانون‌گذاران به سمتی است که نهاد مفیدی چون قرارداد ارفاقی را از امری استثنایی که فقط با تحقق شرایطی سخت امکان‌پذیر است، تبدیل به پیمانی می‌کند که در بیشتر موارد در خصوص تاجران ورشکسته منعقد می‌گردد.^۶

1. Internal governance arrangements.
2. Insolvency law.
3. Secured bond holders.
4. Unsecured creditors.
5. Debtor in possession.

۶. البته به این انتقاد این‌گونه می‌توان پاسخ داد که قرارداد ارفاقی تاجر ورشکسته را قادر خواهد ساخت تا در نهایت بتواند مطالبات بستانکاران را پرداخت کند و از این رو هدف نهایی نهادهایی از این قبیل در ورشکستگی حفظ حقوق بستانکاران بوده است و بدهکاران فقط برای رسیدن به این هدف طریقت دارند، نه موضوعیت.

۱.۳.۴. انواع بستانکاران

تاکنون هر چه گفته شد، در خصوص نیاز شرکت به همراهی تأمین‌کنندگان و پشتیبانان خود بوده است. اما باید دانست که ذی‌نفعان با شرکت، یک رابطه‌ی دوجانبه و تعاملی دارند و هرکدام از این دو به یکدیگر وابسته و نیازمندند. برای درک بهتر این مطلب لازم است تا ضمن تقسیم‌بندی بستانکاران یا همان اعتباردهندگان که در عین حال تأمین‌کننده و پشتیبان شرکت نیز هستند، به بررسی نحوه‌ی رابطه‌ی آنها با شرکت پرداخته شود.

۱.۳.۴.۱. تأمین‌کنندگان منابع مالی^۱

تأمین‌کنندگان منابع مالی که عمدتاً شامل بانک‌ها و مؤسسات مالی می‌شوند، در مداخلات خود در شرکت به دنبال حصول اطمینان از توانایی شرکت در بازپرداخت بدهی‌های خود هستند. این حصول اطمینان از طریق گزارش‌های مالی سالانه^۲ و گزارش‌ها و پیش‌بینی‌های مدیریت^۳ صورت می‌پذیرد. حتی در قرارداد اعطای تسهیلات نیز گاه شرط می‌شود که شرکت گیرنده‌ی وام، اطلاعات مالی ویژه‌ای را به طور منظم در اختیار وام‌دهنده قرار دهد. این اطمینان‌بخشی برای هر دو طرف سودمند است؛ برای وام‌دهنده این ثمره را دارد که از بازپرداخت طلب خویش و اینکه برای وصول آن نیاز به اقدامات قضایی و اجرایی ندارد، اطمینان حاصل می‌کند و برای شرکت نیز این فایده را دارد که از بابت دریافت وام در آینده با پایین‌ترین نرخ بهره‌ی ممکن آسوده خاطر می‌شود.^۴

۱.۳.۴.۲. تأمین‌کنندگان مواد اولیه^۵

این افراد در شرکتی که به تأمین مواد اولیه‌ی آن می‌پردازند، به دو دلیل ذی‌نفع محسوب می‌شوند:

الف) آنها می‌خواهند از دریافت به موقع بهای کالا یا خدماتی که عرضه کرده‌اند، آسوده باشند؛

1. Providers of credit.
2. Annual report.
3. Management accounts and forecasts.
4. Mallin, christine. A, op.cit, p 66.
5. Suppliers.

ب) ادامه حیات شرکتی که مشتری آنها محسوب می‌شود، موجب خواهد شد تا آنها یک بازار دائمی فروش^۱ برای محصولات خود داشته باشند.

گاه به دلیل اینکه تأمین‌کننده صرفاً تجهیزات یا خدمات ویژه‌ای را ارائه می‌کند که فقط شرکت‌های خاصی مشتری آن هستند، مشکلات مالی مشتری می‌تواند بر تأمین‌کننده نیز منعکس شود و تأثیرات منفی شدیدی بر جریان امور آن داشته باشد؛ زیرا در این گونه موارد اگر تأمین‌کننده مطالبات خود را به موقع دریافت نکند، گردش مالی^۲ آن مختل می‌شود و در پرداخت هزینه‌های خود، از جمله بدهی‌هایی که بابت دستمزد نیروی انسانی و مواد اولیه برای تأمین احتیاجات مشتری متحمل شده است، دچار مشکل خواهد شد. بنابراین، حالت آرمانی در روابط شرکت و تأمین‌کننده ایجاد درک متقابل^۳ است؛ به نحوی که ابتدا شرکت بتواند تأمین‌کننده خود را از وصول به موقع مطالبات خود آسوده سازد و در جهت مقابل تأمین‌کننده در زمان مناسب و با بهترین قیمت ممکن مایحتاج شرکت را تأمین کند. در غیر این صورت، تأمین‌کننده از ادامه همکاری با شرکت خودداری خواهد کرد تا در آینده به دلیل مشکلات مالی مجبور به انحلال نشود.^۴

۱.۴. دریافت‌کنندگان محصولات

۱.۴.۱. حفظ بازار

همان‌طور که گفته شد، منافع شرکت و ذی‌نفعانش دوجانبه و در هم تنیده است. رعایت مصالح دریافت‌کنندگان تولیدات و محصولات نهایی شرکت، اعم از اینکه به طور مستقیم طرف قرارداد با آن بوده و با مقاصد تجاری و هدف فروش مجدد در بازار محصولات شرکت را خریداری کرده و اصطلاحاً مشتری^۵ آن باشند و یا اینکه دریافت‌کننده با واسطه و مصرف‌کننده نهایی^۶ آن باشند، به‌وجودآورنده نفعی مشترک بین شرکت و دریافت‌کننده محصول است.^۱

-
1. Sustained outlet.
 2. Cash flow.
 3. Understanding.
 4. Mallin, christine. A, op. cit, p66.
 5. Customer.
 6. Consumer.

بارزترین نتیجه مثبت توجه به منافع و انتظارات دریافت‌کنندگان محصولات در عرصه بازاریابی آن نمود پیدا می‌کند؛ چه اینکه، شهرت یک شرکت به متعهد دانستن خود در برابر مشتریان و قائل شدن ارزش برای آنها باعث پیدایش بازار برای محصولات شرکت و از این رو یک دارایی ارزشمند برای شرکت محسوب می‌شود. ارزش این دارایی به ویژه هنگامی که قدرت خریداران در بازار بیشتر باشد، آشکارتر نیز خواهد شد. به تعبیر دیگر، هر اندازه که تولیدات شرکت در زمره محصولات گران، پیچیده و بادوام باشد، به نحوی که ارزش آنها به خدمات فنی پس از فروش وابسته بوده و یا اینکه صرفاً خریداران خاص و معدودی برای محصولات شرکت وجود داشته باشد، به همان میزان شهرت شرکت به برآورده ساختن انتظارات مشتریان و مصرف‌کنندگان آن نقش حیاتی‌تری در تولید ثروت و ایجاد رفاه در شرکت خواهد داشت.^۳ برای نمونه، می‌توان وجود چنین حالتی را در بازار فروش ماشین‌آلات تخصصی به روشنی مشاهده کرد.^۳

۱.۴.۲. بارزترین مصداق مسئولیت اجتماعی

خریداران و مصرف‌کنندگان نیز منفعتی قابل توجه در درجه اول در بقا و در درجه بعدی در رعایت مسئولیت اجتماعی توسط شرکتی که محصولات آن را دریافت می‌کنند، دارند؛ چه اینکه، هنگامی که آنها به مصرف محصولاتی با کیفیت عادت می‌کنند، تمایل دارند تا از ادامه تولید آن محصول در آینده با همان کیفیت و همان میزان وفاداری شرکت نسبت به مشتریان^۴ آسوده‌خاطر باشند. چنین امری علاوه بر جنبه روانی، گاه دارای فواید تجاری و اقتصادی نیز برای مشتری می‌باشد؛ زیرا در برخی موارد که خود مشتری نیز تولیدکننده است، محصول خریداری شده از شرکت مجدداً توسط مشتری برای تولید فرآورده‌ای جدید و به عنوان بخشی از یک فرآورده نو

۱. البته همان‌طور که در متن نیز به این نکته توجه شده است، باید بین مشتریان مستقیم شرکت و کسانی که پس از واسطه‌گری افراد مختلف سرانجام محصول شرکت را به عنوان مصرف‌کننده نهایی مصرف می‌کنند، قائل به تفکیک شد. اما از آنجایی که تمامی این افراد در نهایت در ازای دریافت محصولات شرکت پول پرداخت می‌کنند، در اکثر نوشته‌های حقوقی همه این افراد را مجازاً با عنوان واحد «مشتری» خطاب می‌کنند.

۲. به این ترتیب، شرکت با تأمین رفاه مصرف‌کنندگان محصولات خویش، به طور غیرمستقیم اما متقابل موجبات ایجاد ثروت و رفاه برای خود و دیگر وابستگانش را فراهم می‌کند.

3. Steen, Thomsen, *Corporate Value and Corporate Governance*, Emerald Group Publishing, Corporate Governance, v. 4, n. 4, 2004, pp 29-46, p35.

4. Customer loyalty.

به کار می‌رود. از این‌رو، برای مشتریانی که محصول شرکت را به منظور تولید محصولات باارزش افزوده بیشتر به کار برده و با مرور زمان و صرف هزینه در بازار توانسته‌اند تأمین‌کننده مطلوب خود را پیدا کنند، ادامه فعالیت شرکت و رعایت ضوابط مربوط به مسئولیت اجتماعی توسط آن اهمیت فراوانی دارد و دست‌کم آن دسته از هزینه‌های معامله را که مربوط به یافتن طرف معامله جدید و مذاکره با آن است، از بین می‌برد.^۱

بدین‌سان، مشتریان نسبت به میزان التزام شرکت نسبت به رعایت آن دسته از هنجارهای اخلاقی و اجتماعی که مربوط به آنها می‌شود، حساسیت نشان می‌دهند و ترجیح می‌دهند با تولیدکننده‌ای در ارتباط باشند که یکی از برنامه‌های اصلی آن ذی‌نفع‌مداری و به‌ویژه تقدیس منافع مشتریان خود باشد.^۲ در عرصه حقوق نیز نیاز به حمایت از مشتریان و مصرف‌کنندگان بی‌پاسخ‌نمانده و این حفظ منافع، چه به صورت عام و در لابه‌لای حفظ منافع سایر گروه‌های ذی‌نفع و چه به صورت خاص برای مشتریان، مورد توجه تدوین‌کنندگان مقررات حقوق راهبری شرکت قرار گرفته است؛ برای نمونه، در کشور استرالیا، حمایت خاص از منافع مصرف‌کنندگان توسط قانون اعمال تجاری^۳ و از طریق مقررات مربوط به عیب کالا^۴ و مرجوع کردن کالای معیوب^۵ و ممنوعیت اعمال متقلبانه^۶ و رفتار ضد رقابتی^۷ صورت می‌پذیرد.

حمایت عام که در ورای حفظ حقوق سایر ذی‌نفعان انجام می‌شود، هم از طریق اسناد داخلی شرکت و هم به وسیله مقررات اوراق بهادار رخ می‌دهد؛ به لحاظ درون‌شرکتی، دستورالعمل اصول راهبری شایسته و بهترین عملکرد شرکت‌های بورس اوراق بهادار استرالیا^۸ شرکت‌ها را به تدوین یک مجموعه قواعد رفتاری^۹ توصیه می‌کند که علاوه بر تعیین ارزش‌های اصلی شرکت،^۱

۱. البته به نظر می‌رسد مهم‌ترین امری که در آن صرفه‌جویی می‌شود، حذف هزینه‌های مربوط به یافتن مواد اولیه مطلوب با دلخواه‌ترین کیفیت و قیمت است.

2. Mallin, Christine A., Corporate Governance, p66.

3. Trade Practices Act 1974.

4. Defective goods.

5. Product recalls.

6. Deceptive Conduct.

7. Anti-competitive conduct .

8. Australian Stock Exchange Principles of Good Corporate Governance and Best Practice Recommendations.

9. Code of Conduct.

بیان‌کننده نحوه شناسایی ذی‌نفعان و تأمین منافع آنها به منظور رسانیدن شرکت به نقطه بهترین عملکرد خود باشد. در عرصه مقررات اوراق بهادار نیز قانون شرکت‌ها^۲ در این کشور شرکت عرضه‌کننده اوراق مشارکت را در بیانیه عرضه این اوراق ملزم به ارائه گزارشی مختصر در خصوص میزان اهمیت به استانداردهای شرایط کار^۳ و ملاحظات اخلاقی و اجتماعی در هنگام انتخاب و اجرای طرحی است که برای انجام آن اقدام به انتشار اوراق مشارکت نموده است.^۴

۲. ذی‌نفعان دور

۲.۱. جامعه

۲.۱.۱. مصداق واقعی جامعه^۵

شاید در دیدگاه نخست این‌چنین به نظر برسد که مقصود از جامعه‌ای که در زمره ذی‌نفعان شرکت محسوب می‌گردد، همان نظام اجتماعی یک کشور یا ملت باشد که معمولاً از آن تحت عنوان «جامعه به طور کل» یاد می‌شود. اما چنین تصویری را باید از ذهن زدود؛ چه اینکه، اثر اصلی شناسایی یک گروه در زمره ذی‌نفعان یک شرکت این است که مدیران تعهداتی روشن و قابل اجرا در برابر آنها داشته باشند و مقررات شرکت نیز به نحوی صریح، مواردی ملموس را به منظور حمایت از آنها وضع کرده باشد. لیکن انجام چنین امری در خصوص افراد یک ملت امکان‌پذیر نیست؛ چه اینکه، این مفهوم به قدری وسیع و مصادیق آن بر افراد عدیده صدق می‌کند که تعیین تعهدات شرکت برای حفظ منافع کل یک ملت سخت و گاه غیرممکن است و به دلیل وجود این مشکل حتی اگر شرکت به ظاهر موظف به انجام اموری برای حفظ منافع تک‌تک افراد ملت شود، در حقیقت شرکت به اموری مبهم و عملاً غیرقابل اجرا متعهد شده

1. Core value.
2. Corporations Act, Chapter7.
3. Labour standards.
4. Du Plessiss, Jean Jacques and others, Principles of Contemporary corporate Governance, p. 24.
5. Community.
6. Society as a whole.

است. شاید به تعبیری دیگر بتوان گفت که تکلیف شرکت به رعایت منافع کل یک نظام اجتماعی تکلیفی مالایطاق و عملاً غیرقابل اجرا و حکمی حرجی به مفهوم دقیق کلمه می‌باشد. ممکن است برای پاسخ به ایراد فوق گفته شود که اگرچه نمی‌توان یک ملت را به دلیل وسعت مفهوم و صدق بر افراد بسیار زیاد به طور غیرمستقیم ذی‌نفع یک شرکت محسوب کرد، برای حل این مشکل می‌توان رابطه شرکت و ملت ذی‌نفع را به طور غیرمستقیم و از طریق اعطای نمایندگی ملت به دولت برقرار کرد؛ بدین نحو که در مقررات داخلی شرکت، برای حفظ منافع کل اجتماع، دولت به عنوان یکی از ذی‌نفعان شرکت تعریف شود و راهکارهای حفظ این منافع و ضمانت اجرای عدم رعایت آنها پیش‌بینی شود.

این راه‌حل در ظاهر منطقی به نظر می‌رسد و اصولاً دولت‌ها به نمایندگی از ملت خود تشکیل و صاحب حق و تکلیف می‌شوند، اما چنین راهکاری با ساختار نظریه ذی‌نفع‌گرایی سازگار نیست؛ چراکه این استدلال در خصوص سایر ذی‌نفعان نیز صادق است و قوانین ملی کم و بیش دولت‌ها را قادر می‌سازد تا به نمایندگی قهری از کارکنان، سهام‌داران، هیئت طلبکاران و ... دست به انجام یک‌سری اعمال حقوقی بزند. درحالی‌که یکی از ویژگی‌های بارز نظریه ذی‌نفعان تفکیک آنها از یکدیگر و مستقل دانستن منافع هر گروه از منافع گروه دیگر است.^۱ دولت نیز دارای شخصیت و منافی است که با منافع ملت مرتبط اما از آن کاملاً مستقل و تفکیک شده است و همین امر باعث می‌شود تا همان‌گونه که در ادامه مطالب خواهد آمد، در نظریه ذی‌نفعان دولت به طور جداگانه و اصالتاً و نه به نمایندگی از ملت، به عنوان ذی‌نفعی مستقل شناخته شود. بنابراین، بهتر است برای یافتن پاسخ واقعی به این پرسش که مصداق واقعی مفهوم «جامعه» که به عنوان یکی از گروه‌های ذی‌نفع شرکت محسوب می‌شود، چه کسانی هستند، باید از پافشاری بر نظام اجتماعی یا ملت دست کشید و مصداقی را پیدا کرد که به شرکت نزدیک‌تر باشد و در عمل بتوان رابطه بین آن و شرکت را لمس کرد.

۱. اساس اصل تفکیک در نظریه ذی‌نفعان این است که زنجیره تولید دارای اجزای مختلفی است که نبود هر یک از آنها باعث توقف امر تولید می‌شود. پس باید منافع هر کدام نیز به تفکیک و به طور مستقل مورد شناسایی و حمایت قرار گیرد.

۲.۱.۲. جوامع محلی^۱

لزوم معقول بودن تفسیرهای حقوقی باعث می‌شود تا در برداشتی که از واژه «جامعه» به عنوان یکی از گروه‌های ذی‌نفع در شرکت می‌شود، این مفهوم در سطحی کوچک‌تر، اما قابل لمس‌تر تحت عنوان «جوامع محلی» در نظر گرفته شود. حقیقت این است که رابطه تنگاتنگ بین ذی‌نفع و شرکت که ذی‌نفع را به طور همه‌جانبه درگیر با فعالیت‌های تجاری شرکت می‌کند، فقط بین شرکت و جامعه محلی یا به تعبیر بهتر همان منطقه جغرافیایی که در آن مشغول به فعالیت است، وجود دارد. از آنجایی که این حد از رابطه بین شرکت و دیگر مناطق جامعه و کشور وجود ندارد و پس‌لرزه‌های فعالیت‌های تجاری شرکت در درجه نخست متوجه محیط فیزیکی اطراف خود می‌شود، چنین تعبیری از جامعه کارآمدتر و با واقعیت‌های موجود در اقتصاد شرکت‌ها سازگارتر است.

بدین سان، مشخص می‌شود که مقصود از جامعه‌ای که در اکثر نوشته‌های مربوط به اقتصاد شرکت‌ها از آن به عنوان یکی از گروه‌های ذی‌نفع یاد می‌شود، فقط بر جامعه محلی پیرامون شرکت که عملیات تولیدی در آن انجام می‌شود، صدق می‌کند.

۲.۱.۳. جامعه محل فعالیت یا محل اداره؟

همان‌طور که در متون قانونی نیز به طور ضمنی اشاره شده است،^۲ امکان دارد محل عملیات تولیدی یک شرکت با محل اداره آن متفاوت باشد. پرسشی که در این زمینه ممکن است به ذهن برسد، این است که ساکنین کدام یک از این جوامع را می‌توان ذی‌نفع حقیقی شرکت دانست: جامعه محل اداره یا محل عملیات؟

برای یافتن پاسخ بهتر است دلایل ذی‌نفعی افراد حاضر در جوامع محلی را بررسی کرد تا سپس بتوان مشاهده کرد که این دلایل در خصوص افراد کدام‌یک از این جوامع بیشتر صدق می‌کند. جوامع محلی به دو دلیل عمده در شرکت‌های فعال در عرصه جغرافیایی خود دارای نفع و دغدغه می‌باشند:

1. Local community.

۲. ماده ۵۹۰ قانون تجارت اعلام می‌دارد: «اقامتگاه شخص حقوقی محلی است که اداره شخص حقوقی در آنجا است». ماده ۱۰۰۲ قانون مدنی نیز مقرر می‌دارد: «... اقامتگاه اشخاص حقوقی مرکز عملیات آنها خواهد بود».

۱. شرکت‌ها معمولاً تعداد قابل توجهی از ساکنین جوامع محلی را به استخدام درمی‌آورند و به دلیل اشتغالی که ایجاد می‌کنند، جوامع محلی نفع زیادی در پیشرفت بنگاه‌های اقتصادی فعال در قلمرو خود دارند.

در جهت مقابل، اگر شرکت‌ها رو به افول روند و از تب و تاب بیفتند، به طور طبیعی در جوامع محلی تغذیه‌کننده آنها نیز پدیده بیکاری ظاهر خواهد شد و به تبع آن ساکنین این جوامع که قبلاً نیروی کار این شرکت‌ها بوده‌اند و به خاطر کار در آنها ساکن این شهرها شده بودند، شروع به مهاجرت از آن جوامع کردند تا در جایی دیگر بتوانند کار پیدا کنند. آسیب جمعیت به دنبال خود آسیب‌های دیگری را برای آن جامعه در پی دارد که در نهایت کل آن جامعه را از رونق می‌اندازد. به عنوان مثال، بازار مسکن در آن منطقه به دلیل فقدان تقاضا دچار رکود شدید می‌شود و در بُد اجتماعی نیز خالی شدن مدارس از دانش‌آموز^۱ یا کاهش مشتریان فروشگاه‌هایی که کارکنان شرکت‌ها مشتری آنها بوده‌اند و دیگر اختلالات از این دست، باعث صدمه به جامعه محل فعالیت شرکت خواهد شد.^۲

۲. غیر از مسئله اشتغال و جذب جمعیت، دومین دغدغه‌ای که جوامع محلی در خصوص شرکت‌های فعال در محدوده قلمرو خود داشتند و برای آنها در این شرکت‌ها ایجاد نفع و ارتباط می‌کند، آلودگی‌ای است که امکان دارد در نتیجه فعالیت‌های صنعتی این بنگاه‌ها در آب، خاک یا هوای آن منطقه به وجود آید.^۳ پس دومین نفع جوامع محلی در خصوص شرکت‌های فعال در عرصه خود حصول اطمینان از این مطلب است که این شرکت‌ها به شیوه‌ای دوستانه با محیط‌زیست^۴ و طبیعت به فعالیت تجاری و صنعتی خود می‌پردازند. به عبارت بهتر، نفع جوامع محلی در این است که شرکت‌های فعال در قلمرو آنها کماکان به

1. Pupils.

2. Du Plessiss and Others, Principles of Contemporary Corporate Governance, p 25.

۳. به همین دلیل است که امروزه بیشتر کشورهای جهان اول و به اصطلاح صنعتی تا حد ممکن از امر تولید کالا و فعالیت صنعتی در سرزمین خویش خودداری می‌کنند و آن را به کشورهای در حال توسعه واگذار کرده است تا محیط زیست خویش را سالم نگه دارند و به جای تولید کالا بیشتر به تولید فکر بپردازند.

4. Environmentally friendly way.

رونق گرفتن^۱ و پیشرفت خود ادامه دهند، لیکن این پیشرفت به نحوی باشد که همراه با تأمین منافع جامعه پیرامونی که شرکت در بستر آن به فعالیت خود ادامه می‌دهد، باشد.^۲ با در نظر گرفتن مطالب فوق و اینکه عواملی چون اشتغال، جذب جمعیت و محیط‌زیست است که جامعه پیرامونی شرکت را نسبت به آن حساس و نگران می‌سازد و بیشتر کارکنان شرکت در محل عملیات آن فعالیت دارند و در همین محل است که فعالیت شرکت ایجاد آلودگی و صدمه به محیط‌زیست می‌کند، لذا باید نتیجه گرفت که این جامعه محل فعالیت شرکت است که ذی‌نفع واقعی آن محسوب می‌شود و چنین رابطه‌ای علی‌الاصول بین شرکت و جامعه محل اداره آن وجود ندارد، مگر درباره شرکت‌هایی که حجم پرسنل محل اداره آن در مقایسه با حجم پرسنل محل عملیات آن قابل توجه باشد یا شرکت‌هایی که عملیات آنها از نوع آلاینده نباشد.

۲.۲. محیط‌زیست

۲.۲.۱. چرا محیط‌زیست را باید ذی‌نفع یک شرکت تجاری دانست؟

این واقعیت را نمی‌توان انکار کرد که رقابت بنگاه‌های اقتصادی در گردآوری ثروت باعث از بین رفتن توازن حیات در کره زمین شده است؛ تغییرات زیست محیطی چون گرم شدن کره زمین، آب شدن یخ‌های قطبی، تخریب جنگل‌ها، آلودگی آب رودخانه‌ها و دریاها، آلودگی هوا و... اموری هستند که منابع اساسی حیات^۳ را مورد تهدید قرار می‌دهند. از آنجایی که این امور عمدتاً از عواقب فعالیت بنگاه‌های بزرگ و کوچک اقتصادی ناشی می‌شوند، باید در شرکت‌ها بحران محیط‌زیست را بسیار جدی‌تر و مهم‌تر از بحران‌های دیگری چون بحران مدیریت محسوب کرد.^۴

این واقعیت غیرقابل انکار موجب شده است تا به مرور زمان محیط‌زیست نیز در زمره ذی‌نفعان شرکت‌ها گنجانده شود تا شرکت‌ها ملزم شوند در اعمال و تصمیمات خود مصالح محیط‌زیستی را رعایت کنند و تا حد امکان از تخریب آن بکاهند. حتی می‌توان پای را از این هم

1. Thrive.

2. Mallin, Christine A., *Corporate Governance*, p 67..

3. Essential life support system.

4. Clark, Thomas, *Theories of Corporate Governance- The philosophical Foundations of Corporate. Governance*, London, Routledge, 2004, p 25.

فرا تر نهاد و گروه‌های طرفدار محیط‌زیست را نیز اصالتاً یا به نمایندگی از محیط‌زیست، ذی‌نفع شرکت‌ها محسوب کرد. چه اینکه، این گروه‌ها، چه در سطح داخلی یک کشور و چه در سطح بین‌المللی، به منظور حصول اطمینان از رعایت استانداردهای محیط‌زیستی داوطلبانه^۱ یا قانونی^۲ توسط شرکت‌ها فعالیت می‌کنند.

۲.۲.۲. تأثیر محیط‌زیست بر نظام راهبری شرکت

در دنیای کنونی، جایگاه محیط‌زیست به عنوان یک ذی‌نفع کلیدی در یک شرکت تجاری عموماً به دو صورت نمود پیدا کرد: نخست با تقدیس محیط‌زیست در کدهای رفتاری و اخلاقی شرکت؛^۳ دوم از طریق سیاست‌های محیط‌زیستی اتخاذ شده توسط شرکت.

صورت نخست بیشتر جنبه نظری دارد و فقط نشان‌دهنده اعتقاد بنیادین به پایبندی به محیط‌زیست و محسوب شدن این امر به عنوان یک اصل اولیه اخلاقی توسط شرکت است. لیکن صورت دوم بیشتر جنبه عملی دارد و این سیاست‌ها به منظور حصول اطمینان از رعایت ضوابط محیط‌زیستی توسط شرکت‌ها و ملزم ساختن مدیران و سایر کارکنان آنها به حساسیت نسبت به سلامت محیط‌زیست در دوران تصدی خود وضع و طراحی شده‌اند.

به عبارت بهتر، ارتباط یک بنگاه اقتصادی با محیط‌زیست گاه به صورت مستقیم و گاهی دیگر به صورت غیرمستقیم است. در خصوص بنگاه‌هایی که به صورت مستقیم با برداشت منابع طبیعی به فعالیت اقتصادی می‌پردازند،^۴ لزوم توجه به محیط‌زیست به اندازه‌ای بدیهی است که نیاز به توضیح ندارد؛ چه اینکه اگر آن بنگاه خاص از طریق سیاست‌های محیط‌زیست‌محورانه به حفاظت از منابع طبیعی مورد استفاده خود نپردازد، این امر به معنی از دست رفتن محل درآمد و پایان حیات آن بنگاه است.

لیکن مطلب قابل توجه درباره شرکت‌هایی است که ارتباط غیرمستقیم با محیط‌زیست و منابع طبیعی دارند. در این گونه شرکت‌ها نیز با توجه به مفهوم تداوم و اهمیت یافتن این مطلب که

1. Self imposed.

2. E.g. Environment Protection Act 1970 in Victoria and Commonwealth Environment Protection and Biodiversity Conservation Act 1999.

3. Code of Conduct and ethics.

۴. همانند یک شرکتی که مجوز بهره‌برداری تجاری از یک چشمه آب معدنی را دارد یا مانند یک شرکت شیلات که درآمد آن از محل صید و فرآوری آبزیان یک حوزه آبی خاص می‌باشد.

فرایند تولید باید برای یک مدت طولانی ادامه داشته باشد، برخی سیاست‌ها در راهبری شرکت اتخاذ می‌شود که متضمن تأمین درازمدت مواد اولیه برای شرکت باشد. بدین ترتیب شرکت‌هایی که ارتباط غیرمستقیم با منابع طبیعی دارند، سیاست‌های محیط‌زیست‌محورانه تهیه مواد اولیه^۱ را اتخاذ می‌کنند؛ بدین نحو که به شرطی با تهیه‌کنندگان مواد اولیه روابط تجاری خود را ادامه می‌دهند که آنها برخی از مؤلفه‌های محیط‌زیستی خاص را رعایت کنند. معمولاً این سیاست محیط‌زیست‌محورانه در تهیه مواد شامل دو مرحله است: مرحله اول در خصوص انتخاب تهیه‌کننده و مرحله دوم شامل ادامه همکاری با تهیه‌کنندگان مواد اولیه یا به تعبیر بهتر مدیریت آنها می‌باشد.

- در مرحله انتخاب، هنگام مذاکرات پیش‌قراردادی، شرکت‌هایی که به دنبال اعمال سیاست‌های محیط‌زیست‌محورانه هستند، تمامی تهیه‌کنندگانی را که پیشنهاد فروش مواد اولیه به شرکت داده‌اند، ملزم به رعایت چک‌لیستی می‌کنند که از طریق آن می‌توان به سیاست‌ها و رویه‌های محیط‌زیستی تهیه‌کننده پی برد. پاسخ تهیه‌کنندگان به این چک‌لیست یکی از معیارهای تعیین تهیه‌کننده نهایی از بین آنها خواهد بود.

- در مرحله اجرا و همکاری، شرکت‌های محیط‌زیست‌گرا برخی مؤلفه‌های^۲ محیط‌زیستی را برای تهیه‌کننده مواد اولیه خود تعیین کرده، او را ملزم به گزارش‌دهی نوبه‌ای درباره آنها می‌کنند. این مؤلفه‌ها برای هر تهیه‌کننده با توجه به آنچه که تهیه می‌کند، متفاوت است و در طول دوره همکاری امکان دارد تغییر کند یا اصلاح شود. در حال، شرکت‌های محیط‌زیست‌گرا تهیه‌کنندگان مواد اولیه خود را با الزام به سه اصل اساسی زیر هنگام اجرای قرارداد مدیریت می‌کنند:

۱. پیروی از قوانین و مقررات محیط‌زیستی مربوطه؛

۲. در صورت نقص قوانین، اطلاع‌رسانی سریع از وقوع حادثه، ذکر راه‌حل جبران و راهکارهای لازم به منظور پیشگیری؛

1. Environmental procurement policies.

2. Indicators.

۳. هر کدام از موارد نقص امکان دارد موجب عدم ادامه همکاری با تهیه‌کننده و پایان قرارداد خرید مواد اولیه از وی شود.^۱

به طور خلاصه می‌توان گفت که تمامی این سه اصل حاکی از نقش محوری قوانین و مقررات محیط‌زیستی در تنظیم رابطه بین شرکت‌های محیط‌زیست‌گرا و تهیه‌کنندگان مواد اولیه خود است.

۲.۳. دولت

دولت به مفهوم اخص کلمه را که همان قوه مجریه یک کشور است، نیز باید در زمره ذی‌نفعان یک شرکت محسوب کرد. دلیل اصلی این ذی‌نفعی وظیفه‌ای است که دولت در سرپرستی شهروندان یک جامعه و نظارت بر اعمال و تصمیمات آنها و به طور کلی در تلاش برای اداره جامعه به بهترین نحو ممکن دارد. به‌ویژه جنبه‌های اقتصادی این وظیفه است که دولت‌ها را روزبه‌روز به شرکت‌های فعال در قلمرو خود نزدیک‌تر می‌کند و آنها را جزء یکی از اصلی‌ترین ذی‌نفعان این شرکت‌ها قرار می‌دهد. از میان این جنبه‌ها سه مورد است که موجب نفع برای دولت است و آن را به شرکت پیوند می‌دهد:

۱. دولت‌ها نیز مانند گروه‌های طرفدار محیط‌زیست و جوامع محلی دغدغه حصول اطمینان از پابندی شرکت‌ها به مسئولیت اجتماعی خویش و رعایت ضوابط و ملاحظات اخلاقی، اجتماعی و زیست‌محیطی توسط آنها را دارند.
۲. شرکت‌ها یکی از بازیگران اصلی مسائل مربوط به اقتصاد کلان هستند که این امر دولت را مجبور به بررسی و گاه کنترل مسیری که شرکت‌ها در پیش گرفته‌اند، می‌کند. از جمله مسائل کلان اقتصادی که شرکت‌ها در آن تأثیر بسزا دارند، می‌توان به تنظیم عرضه و تقاضا در بازار کالا و خدمات، سیاست‌های پولی و رفاه طبقه کارگر و کارمند اشاره کرد.
- ۳- در اقتصاد مبتنی بر بازار، شرکت‌ها پیش‌برندگان اصلی سیاست‌های مالی دولت هستند؛ به عنوان مثال، عمده مالیات‌ها از شرکت‌ها اخذ می‌شود. گاه نیز عملکرد شرکت‌ها است که دولت

۱. یکی از مصادیق بارز متعهدان به محیط‌زیست از طریق اجرای سیاست‌های محیط‌زیست‌محورانه تهیه مواد اولیه بانک ملی استرالیا است. این بانک جزء امضاکنندگان برنامه محیط‌زیستی سازمان ملل در خصوص توسعه پایدار مؤسسات مالی نیز بوده است و بسیاری از کارکنان آن سفیران محیط‌زیستی این بانک در استرالیا می‌باشند.
(www.National.Co.au/community/0,55036,00.html)>

را در تعیین سیاست‌های مالی خود تحت تأثیر قرار می‌دهد. برای نمونه، اگر شرکت‌ها باهم تباری و صرفاً در صنعتی خاص و منطقه جغرافیایی خاصی از کشور سرمایه‌گذاری کنند،^۱ دولت‌ها مجبور خواهند بود تا برای سرمایه‌گذاری در سایر بخش‌های صنعتی در سایر نقاط کشور تسهیلات ارائه دهند.^۲

1 . Capital allowances.

2 . Mallin, Christine A., *Corporate Governance*, p67.

نتیجه‌گیری

اداره موفق یک شرکت فقط با توسل محض به علم مدیریت امکان‌پذیر نیست، بلکه علاوه بر آن، بهره‌گیری از علوم دیگری چون فلسفه، اخلاق، سیاست و علوم اجتماعی نیز برای رسیدن شرکت به موفقیت لازم است. حقیقت این است که سهام‌داران فقط دارندگان اوراق سهام در یک شرکت‌اند و در عالم واقع این شخصیت حقوقی کارگزار و متعلق به جامعه‌ای است که در راستای سیاست‌های خویش به این موجود فرضی شخصیت حقوقی اعطا کرده است؛ لذا شرکت باید در راستای منافع جامعه (و نه فقط سهام‌داران) فعالیت کنند و مدیران آن موظف‌اند علاوه بر سهام‌داران در برابر گروه‌هایی که به نحوی مؤثر با شرکت در ارتباط‌اند، نیز پاسخگو باشند. به تعبیری روشن‌تر، شرکت هنگامی در چهارچوب منافع عمومی حرکت خواهد کرد که در اعمال و تصمیمات خود منافع برخی از گروه‌های خارج از شرکت را نیز مد نظر داشته باشد و سعی کند تا حد ممکن منافع این گروه‌ها را یک جا جمع کند. این گروه‌های غیر از سهام‌دار که اصطلاحاً به آنها ذی‌نفع گفته می‌شود، افرادی هستند که در شرکت دارای سهام نیستند، اما دارای نفع هستند. این ارتباط ذی‌نفعانه گاه آن‌چنان قوی و چندجانبه است که بدون کسب رضایت ذی‌نفعان چرخه تولید شرکت به نحو کارآمد نخواهد چرخید و گاهی دیگر ارتباطی یک‌طرفه و فقط ناشی از تأثیر بسزایی است که ذی‌نفع از قدرت اجتماعی شرکت می‌پذیرد.

آنچه که مسلم است، بین شرکت‌ها و موجودات زنده مخلوق خداوند یک شباهت وجود دارد و این شباهت همان گرایش اولیه آنها به حفظ بقا و تداوم حیات است. هنگامی پایه‌های یک شرکت استوار می‌شود که تداوم آن به مرور اسباب رفاه جمعی همه یا اکثر ذی‌نفعان را فراهم آورد و به جای توجه به سودهای زودگذر که عمر شرکت را کوتاه می‌کند، بقا و تداوم فعالیت را به عنوان هدف اصلی خود تعیین کند؛ چه اینکه، در درازمدت تداوم و بقا به طور خودبه‌خود سود را نیز در بر خواهد داشت و در ادوار بعدی منافع سهام‌داران را نیز تأمین می‌کند. در نتیجه، به قانون‌گذار توصیه می‌شود تا در اصلاحات جدید قانون تجارت در ماده‌ای صراحتاً تمامی شرکت‌های تجاری را ملزم به تدوین و اجرای یک دستورالعمل راهبری کند که در آن ذی‌نفعان شرکت به روشنی نام برده و راهکارهای حفظ حقوق و منافع آنان به نحوی واضح ذکر شود؛ الزامی که هم‌اکنون فقط درباره شرکت‌های پذیرفته شده در بورس، آن هم به طور ناقص وجود دارد.

فهرست منابع

الف) منابع فارسی

کتاب

۱. مشایخی، بیتا و مهین شاکری، *راهنمای شرکتی (مفاهیم و موردکاوی)*، انتشارات بورس، چاپ اول، زمستان ۱۳۹۲.

مقاله

۲. استین، تامسن، *ارزش شرکت و حاکمیت شرکتی*، مترجمان: یحیی حساس یگانه و علی عالی-زاده، مجله حسابدار، سال بیست و پنجم، شماره ۲۳۹.
۳. نوروزی، محمد، *راهکار بورس اوراق بهادار برای شناسایی دارندگان اطلاعات نهانی و کنترل معاملات آنها*، ضمیمه مجله تحقیقات حقوقی، پاییز و زمستان ۱۳۸۹، شماره ۵۲.

ب) منابع انگلیسی

Books

4. Black, Henry, Campbell, *Black Law Dictionary*, eighth edition, Thomason West, 2004.
5. Blair, Margaret, *Ownership and Control: Rethinking Corporate Governance for the 21st Century*, Washington DC, Brooking Institute, 1995, First Publishing.
6. Charkham, Joe, *Keeping Better Company: Corporate Governance Ten Years On*, Oxford University Press, Oxford, 2005.
7. Clark, Thomas, *Theories of Corporate Governance The philosophical Foundations of Corporate Governance*, London, Routledge, 2004.
8. Davies, Paul L., *Gowers Principles of Modern Company Law*, Sixth edition, Oxford, Sweet and Maxwell, 1997.
9. Du Plessis, Jean Jacques, Mc Convill, James and Bagaric, Mirko, *Principles of Contemporary Corporate Governance*, Cambridge University Press, 2005.
10. Gospel, Howard and Pendleton, Andrew, *Corporate Governance and Labour Management*, Oxford University Press, 2005.
11. Mallin, Christine A., *Corporate Governance*, Third Edition, Oxford University Press, 2010.
12. Post, James E, Preston, Lee E and Sach, Sybille, *Redefining the Corporation: Stakeholder management and Organizational wealth*, Stanford business books, Stanford, 2002.
13. Tricker, Brian, *Corporate Governance, Principles, Policies and Practices*, Oxford University Press, Oxford, 2001.

Articles

14. Bainbridge, Stephen M, "Corporate decision-making and the Moral Rights of Employees: Participatory Management and natural Law," *43 Virginia law Review*, 1998
15. Donaldson Thomas and Preston, Lee, "The Stakeholder Theory of The Corporation: Concepts, Evidences and Implications" *Academy of Management Review*, 1995, vol. 20, no.
16. Hess, David," A Reflexive Law Approach to Corporate Social Responsibility", *Journal of Corporation Law*, vol 25, 1999.
17. Hill, Charles and Jones, Thomas," Stakeholder-Agency Theory", *Journal of Management Studies*, Vol. 22, No. 2, 1992.
18. Keith M., Woodhouse," Politics of Ecology: Environmentalism and Liberalism", *Journal of Study of Radicalism*, V.2, Number 2, 2009.
19. Lynch, Irene, "Employees as corporate Stakeholders: Theory and Reality in a Transatlantic Context", *4 (1) Journal of Corporate Law Studies*, 2004.
20. McConvill, James," The duty of directors to Creditors: Imperfect Obligations and other Imperfections ", *11 Insolvency Law Journal* 7.
21. Report of HIH Royal Commission (Owen Report), 2003, <<http://www.hihryalcom.gov.au/finalreport/index.com>>, section 6.1.1.
22. Shlefier, A and vishny, R., " A Survey of Corporate Governance" , *52 Journal of Finance* 2, 1977.
23. Steen, Thomsen, "Corporate Value and Corporate Governance", *Emerald Group Publishing, Corporate Governance*, v. 4, n. 4, 2004.
24. Wheeler, D, Gilbert, B. Freeman, E. " Focusing on Value: Reconciling Corporate Social Responsibility and Stakeholder Approach in a Network World", *Journal of General Management*, Vol. 28, No3, 2003.
25. Winkler, Ball," Which Kind of Tranceparency? On the Need for Clarity in Monetary Policy-Making in Banks", *Working Paper No.26*, European Central Bank, available at: [http://www. Counter money laundering. Com](http://www.Counter money laundering. Com).

Site

26. www.National.Co.au/community/0,55036,00.html>. Date of visit:5/9/2014.