



Identifying the stakeholders of commercial companies and the theory of stakeholders with a look at the legal system of the Islamic Republic of Iran

Fateme Bazokar*¹, Reyhane Alsadat Tabatabai * Rasol Karami Moghadam²

1.* Corresponding Author, PhD Student, Department of Private Law, Faculty of Law and Political Science, University of Tehran, Tehran, Iran, Bazokar.f@gmail.com

2. Master's student, Department of Private Law, Faculty of Law and Political Science, University of Qom, Qom, Iran, Reihane75@gmail.com

3. Assistant Professor, Department of Law, Faculty of Literature and Humanities, Lorestan University, Khorram Abad, Lorestan, Iran, Email: Karami.r@lu.ac.ir

ARTICLE INFO

Article type:
Research Article

Article History:
Received
September 17, 2022
Accepted
December 31, 2022

Keywords:
*Beneficiary, rights of
beneficiaries, theory of
beneficiaries, commercial
companies.*

ABSTRACT

Stakeholders of commercial companies are individuals and groups in the company that affect the continued existence, plans and goals of commercial companies and in turn, the decisions and performance of the company affect them. For this reason, the theory under the title of stakeholder theory was proposed by thinkers so that through this theory, the stakeholders of commercial companies will be more supported and noticed by the companies. Now, the issue that needs to be investigated is who are the interested parties and groups in commercial companies? And what is the meaning of stakeholder theory? In the upcoming research, which has been compiled using a library and analytical method, we have identified the stakeholders of commercial companies, including shareholders, employees, environment, society, etc. take into consideration the interests of all interested parties and groups so that the interests of the company and interested groups are on the same path and balance between them and finally the company is run for the benefit of all.



شاپای الکترونیکی: ۸۹۴۴-۲۹۸۰

پژوهش های نوین در مطالعات علوم انسانی اسلامی

<http://www.api.lu.ac.ir>



مقاله پژوهشی

شناسایی ذینفعان شرکت های تجاری و تئوری ذینفعان با نگاهی به نظام حقوقی جمهوری اسلامی ایران

فاطمه بازوکار^۱، ریحانه سادات طباطبایی^۲، رسول کرمی مقدم^۳

^۱* دانشجویی دکتری، گروه حقوق خصوصی، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه تهران، تهران، ایران، Bazokar.f@gmail.com

^۲ دانش آموخته کارشناسی ارشد، گروه حقوق خصوصی، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه قم، قم، ایران، Reihane75@gmail.com

^۳ استادیار، گروه حقوق، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه لرستان، خرم آباد، لرستان، ایران، ایمیل: Karami.r@lu.ac.ir

اطلاعات مقاله

چکیده

دریافت مقاله:

۱۴۰۱/۰۶/۱۰

پذیرش نهایی:

۱۴۰۱/۱۰/۱۰

واژگان کلیدی:

ذینفع، حقوق ذینفعان، تئوری

ذینفعان، شرکتهای تجاری

ذینفعان شرکت های تجاری، اشخاص و گروههایی در شرکت هستند که ادامه حیات، برنامه ها و اهداف شرکتهای تجاری را تحت تاثیر قرار داده و در مقابل نیز تصمیمات و عملکرد شرکت بر آنان اثر گذار است. به همین جهت تئوری تحت عنوان تئوری ذینفعان توسط اندیشمندان مطرح گردید تا به واسطه ی این تئوری، ذینفعان شرکتهای تجاری بیش از پیش مورد حمایت و توجه شرکت ها قرار بگیرند. حال مسئله ای که نیازمند بررسی است آن است که اشخاص و گروه های ذینفع در شرکت های تجاری چه کسانی هستند؟ و مفهوم تئوری ذینفعان چیست؟ در پژوهش پیش رو که به روش کتابخانه ای و تحلیلی گردآوری شده است، ذینفعان شرکت های تجاری اعم از سهامداران، کارکنان، محیط زیست، جامعه و... را مورد شناسایی قرار داده و بیان می داریم که مدیران شرکتهای تجاری می بایست در اعمال و تصمیمات خویش منافع تمام اشخاص و گروه های ذینفع را مورد توجه قرار دهند تا منافع شرکت و گروه های ذینفع در مسیر یکسان و واحد قرار گرفته و میان آن ها تعادل به وجود آید و در نهایت شرکت به سود همه اداره شود.



۱- مقدمه

در چند دهه ی اخیر شرکت های تجاری به دلیل ویژگی های منحصر به فرد خود همچون برخورداری از دارایی و اموال، نام، حقوق و تکالیف و به طور کلی شخصیت حقوقی مستقل و برخورداری از مزایایی که فعالیت های فردی دربردارد، همچون تجمیع سرمایه ی بیشتر، مسئولیت محدود شرکا و... با اقبال گسترده ای مواجه شده به گونه ای که امروزه شرکت های تجاری به نهادی قدرتمند در عرصه ی فعالیت های تجاری و اقتصادی بدل شده و مدیران و صاحب منصبان این قبیل شرکت ها، از نظر تحلیل گران این حوزه، قابل مقایسه با دولت مردان دانسته شده اند و به همین دلیل لزوم تداوم فعالیت این گونه شرکت ها ایجاب می کند که علاوه بر منافع و حقوق سهامداران خویش، منافع و حقوق سایر ذینفعان خود را مورد توجه قرار دهند و تدابیری جهت حفظ حقوق و منافع آنان اندیشیده شود. (طوسی، ۱۳۹۳: ص ۱۹) به عبارت دیگر امروزه شرکت های تجاری به دلایل متعدد همچون، تداوم بقا و فعالیت خویش، دستیابی به سود بلند مدت، گسترش و توسعه فعالیت های خویش و... گزینه ای جز توجه به منافع و حقوق ذینفعان خویش ندارند. از همین روست که در چند دهه ی اخیر نظریه ای تحت عنوان "تئوری ذینفعان" در حوزه ی حقوق شرکت های تجاری مطرح و مورد اقبال اندیشمندان قرار گرفته است.

تئوری ذینفعان بیان کننده ی این مهم است که اداره کنندگان شرکت های تجاری، ملزم هستند در تصمیمات و اقدامات خویش منافع تمامی اشخاص و گروه های ذینفع را مورد توجه قرار داده، به گونه ای که منافع در مسیر یکسان قرار گرفته و میان آنها تعادل ایجاد شود و نهایتاً شرکت به سود همه اشخاص مذکور مدیریت شود. (باقری و صادقی ندوشن، ۱۳۹۵: ص ۳۱) که این امر نه تنها حقوق و منافع تمامی گروه های ذینفعان را تامین می کند، بلکه برای تداوم فعالیت های شرکت ضروری به نظر می رسد و در طول زمان سبب افزایش سود شرکت، توسعه و گسترش فعالیت های شرکت و... نیز خواهد شد.

از همین رو در سال های اخیر اندیشمندان به لزوم پیش بینی تئوری ذینفعان در قوانین و مقررات مربوط به حقوق شرکت ها تاکید داشته اند و مقررات و قواعدی در اکثر کشورهای دنیا تدوین شده که به حفظ حقوق تمام ذینفعان شرکت های تجاری توجه داشته که کشور ما نیز از این قاعده مستثنی نبوده است و در بند ۳ ماده ی ۳ دستورالعمل حاکمیت شرکتی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران و فرابورس ایران به ضرورت حفظ حقوق ذینفعان شرکت های تجاری اشاره شده و این گونه بیان شده است: "رعایت حقوق سایر ذینفعان؛ چارچوب حاکمیت شرکتی باید، حقوق سایر ذینفعان را طبق آنچه در قوانین یا بر مبنای قرارداد مشخص شد است در نظر بگیرد و همکاری فعالانه شرکت ها و سایر ذینفعان را در ایجاد ثروت، اشتغال و پایداری شرکت های دارای وضعیت مالی شفاف، تشویق کند."

همان طور که مشخص است دستورالعمل فوق به صورت صریح شرکت های تجاری را ملزم نموده است تا در چارچوب حاکمیت شرکتی حقوق کلیه ذینفعان را مطابق قوانین و قرارداد مورد توجه قرار داده و همکاری فعالانه ای با سایر ذینفعان خویش داشته باشند. با این وجود به نظر می رسد وجود صرفاً یک ماده آن هم بدون هیچ راهکار حقوقی جهت حفظ حقوق ذینفعان و بدون هیچ ضمانت اجرای الزام آوری چندان نمی تواند راهگشا بوده و حقوق تمامی ذینفعان شرکت های تجاری را تامین نماید و همچنان توجه قانون گذار به این حوزه و تدوین قوانینی که پیش از پیش حقوق ذینفعان را مورد توجه قرار دهد، ضروری به نظر می رسد.

حال ذینفعان متعددی را می توان برای شرکت های تجاری شناسایی نمود که هر کدام از آنان تاثیرات بسزایی در اعمال، تصمیمات و اهداف شرکت دارند و در مقابل نیز خود تحت تاثیر برنامه ها و اعمال شرکت قرار می گیرند. از همین رو مهم ترین چالش های پیش رو آن است که تئوری ذینفعان بیان کننده ی چیست؟ و ذینفعان شرکت های تجاری چه اشخاص و گروه هایی هستند؟ و چه معیار و دسته بندی برای شناسایی این اشخاص و گروه ها وجود دارد؟ به همین جهت در پژوهش پیش رو ابتدا معنای لغوی و اصطلاحی ذینفع را بیان نموده، سپس تئوری ذینفعان را مورد شناسایی قرار داده و بررسی می نمایم که تئوری ذینفعان به چه معناست؟ و به چه دلیل اندیشمندان این حوزه بر لزوم پیش بینی این تئوری در قوانین و مقررات مربوط به حقوق شرکتها تاکید می ورزند؟ و در ادامه تقسیم بندی های ارائه شده از ذینفعان را بیان می کنیم و هریک از ذینفعان شرکت های تجاری و تاثیراتی که بر شرکت می گذارند و از شرکت می پذیرند را بررسی می نمایم.

۲- تعریف ذینفع و تئوری ذینفعان



در ادبیات فارسی واژه ی ذینفع، به معنای نفع داشتن در کاری (معین، ۱۳۸۶:ص ۷۴۱) و خداوند نفع معنا شده است. (دهخدا، ۱۳۹۵:ص ۱۰۱۲) واژه ذینفع^۱ در ادبیات و متون قدیمی انگلیسی، به معنای شخصی به کار رفته است که وجه نقد یا مالی را در تصرف دارد اما حق یا منفعتی نسبت به آن مال ندارد و می‌بایست منتظر بماند تا نتیجه اختلاف، مسابقه یا شرط بندی طرفین مشخص شود و ذینفع این مال را به ایشان یا طرف برنده تسلیم نماید.^۲ ذینفع در این معنا می‌تواند یک شخص مرضی الطرفین، داور، دادگاه و... باشد. به طور مثال گاه در دعوی که موضوع اختلاف یک مال است، مال تا مشخص شدن نتیجه ی اختلاف در نزد دادگاه باقی می ماند، بنابراین ذینفع از نظر لغوی در ادبیات انگلیسی به معنای واسطه می‌باشد.

حال که معنای لغوی این واژه روشن گردید به بررسی معنای حقوقی آن خواهیم پرداخت.

واژه ی ذینفع در متون و فرهنگ های حقوقی فارسی، از دو جنبه ی مختلف قابل بررسی است:

۱- معنای ذینفع در حقوق مدنی و آیین دادرسی مدنی: در قوانین و متون حقوقی فارسی، واژه ی ذینفع بیشتر در این معنا رایج است و بدین صورت تعریف می‌گردد: «کسی که در دعوی یا در شهادت و اقرار و یا در عقدی از عقود یا در ایقاعات یا در وقایع خارجی (مانند ضمانات قهری) به معیار قانون، نفع داشته باشد.» (لنگرودی، ۱۳۸۱:ص ۲۰۱۲)

۲- معنای ذینفع در حقوق شرکت های تجاری: واژه ی ذینفع در حقوق شرکت ها، به معنای شخصی است که در یک شرکت یا بنگاه اقتصادی دارای نفع می‌باشد. واژه ی ذینفع در این معنا در قوانین و متون حقوقی مربوط شرکت های تجاری تا سال ۱۳۹۷ به چشم نمی خورد، نخستین بار این واژه در معنای مدنظر در بند ۳ ماده ی ۳ دستورالعمل حاکمیت شرکتی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران و فرابورس ایران مصوب هیئت مدیره سازمان بورس به کار رفته است که در این بند به ضرورت حفظ حقوق ذینفعان شرکت های تجاری اشاره شده است. در متون حقوقی انگلیسی زبان به ویژه حقوق اقتصادی و حقوق شرکت ها و هم چنین در سایر رشته ها همچون علم مدیریت، حسابداری و... ذینفع به معنای شخصی به کار می رود که نفعی در یک بنگاه دارد. بنابراین تعریف کاملی که می‌توان از واژه ی ذینفع در ادبیات حقوق شرکت ها انجام داد، عبارت است از: «گروه، سازمان و یا شخصی که تحت تاثیر اهداف و سیاست ها و اقدامات سازمان قرار می‌گیرد یا بر آن تاثیر می‌گذارد.» (صادقی ندوشن، ۱۳۹۰:ص ۵۳)

حال تئوری ذینفعان به این می‌پردازد که یک شرکت برای آن که موفق باشد، چگونه باید عمل کند تا برای همگان ارزش آفرینی نماید. تئوری ذینفعان بیان می‌دارد که شرکت دارای روابط گسترده ای با طیف وسیعی از اشخاص و گروه هایی است که سهمی در فعالیت شرکت دارند و توجه ویژه به این گروه ها و روابط، در موفقیت و پیشرفت شرکت بسیار مهم است. این نظریه فرض می‌کند که ذینفعان گروه های متمایز با نیازها و علایق متنوع هستند. (Greenwood, 2004: p4) به قول فرومن "اگر پتانسیل درگیری وجود نداشت - یعنی بنگاه اقتصادی و تمام ذینفعان آن تا حد زیادی در توافق باشند - خود مدیران و ذینفعان دیگر نیازی به نظریه ذینفعان نداشتند" (frooman, 1999: p192) بنابراین در توضیح آن در معنای محدود باید گفت، تئوری ذینفعان به معنای ایجاد تعادل میان منافع گروه های مختلفی از ذینفعان یک سازمان است.

حال با توجه به پیش فرض مطرحه، تئوری ذینفعان وظیفه مدیران و کارفرمایان را انجام وظیفه در راستای منافع تمام اشخاص و گروهها همانند کارکنان، مشتریان، سرمایه گذاران، سهامداران، تامین کنندگان و عرضه کنندگان می‌داند، به طوری که منافع در مسیر یکسان و واحد قرار گرفته و میان آن ها تعادل به وجود آید و در نهایت شرکت به سود همه اشخاص نام برده، اداره شود. از این رو مدیران باید تضمین کنند که حقوق هیچ ذینفعی نقض می‌شود.

در حیطه علم مدیریت، استفاده و کاربرد تئوری ذینفعان بیشتر از طریق ترکیب هیئت مدیره، افزایش مدیران غیر موظف، افزایش طول دوره های حسابرسی و... می‌باشد، حال آن که در حوزه حقوق، تمرکز بر مباحث و راه کارهای حقوق عمومی، حقوق شرکت های تجاری و ابزارهای حقوق خصوصی است. حقوق شرکت ها از اصول و قواعد خاصی پیروی می‌کند که از جمله آن ها حمایت از حقوق اشخاص ثالث است، به دلیل آنکه شرکت، به عنوان کانون بسیاری از عملیات های تجاری و اقتصادی در بازار، لاجرم با اشخاص و گروه های متفاوتی در ارتباط است،

¹ Stakeholder

² Stakeholder is third party who temporarily hold money or property while its owner is still being determined. https://en.m.wikipedia.org/w/index.php?title=Stakeholder_%28law%29&oldid=641086877 , Retrieved Jul 10, 2021



بنابراین شناسایی این گروه ها و حمایت از آنها موجب افزایش کارایی شرکت و در مجموع افزایش کارایی جامعه می گردد. لذا شرکت ها به عنوان یک شخصیت حقوقی که کار جمعی می کنند، اصلی ترین محل بروز و ظهور تئوری ذینفعان هستند. (باقری و صادقی ندوشن، ۱۳۹۵: ص ۳۰)

۱-۲- دسته بندی ذینفعان:

ذینفعان شرکت های تجاری به چند صورت قابل دسته بندی هستند، دسته بندی ذینفعان به شناخت و توصیف هرچه بهتر آنان کمک خواهد نمود. برخی از این دسته بندی ها عبارت اند از: گروه های درونی و بیرونی، اولیه و ثانویه، دور و نزدیک، محدود و گسترده، مقرر گذار و غیر مقرر گذار و... که در ادامه چند نمونه از مهم ترین دسته بندی ها را بررسی می نماییم.

اولین نوع دسته بندی ذینفعان، دسته بندی آنان به گروه های محدود و گسترده است که فریمن در سال ۱۹۸۴ این دسته بندی را ارائه نمود و بیشتر مورد اقبال قرار گرفت. تعریف فریمن از ذینفعان به صورت " اشخاص تحت تاثیر و تاثیر شرکت " بسیار گسترده و وسیع است، زیرا مفهوم نفع و داشتن نفع را به قدری باز می گذارد و دامنه ی آن را گسترش می دهد که شامل هر شخص یا گروهی می گردد. این مفهوم چنان وسیع است که حتی شامل کلیه روابط، معاملات و قرارداد های شرکت های تجاری نیز می گردد، لذا زمانی یک شخص یا یک گروه یا یک قرارداد از این تعریف و دسته بندی خارج می گردد که نتواند بر شرکت تاثیری داشته باشد (به علت نداشتن قدرت) و نه تحت تاثیر شرکت قرار بگیرد (به دلیل نداشتن رابطه یا ادعایی نسبت به شرکت). براساس دسته بندی گسترده ی ذینفعان، تقریباً هر شخصی می تواند تحت تاثیر شرکت قرار گیرد و یا بر شرکت تاثیر بگذارد، اما اعمال این دیدگاه نه تنها کار بسیار سخت و دشواری است بلکه مدیران شرکت های تجاری و قانون گذار را در شناخت ذینفعان دچار سردرگمی خواهد کرد.

براساس دسته بندی ذینفعان طبق دیدگاه محدود، با وجود منابع، صبر و زمان محدود و موانع خارجی فراوان، مدیران نمی توانند به همه ی امور رسیدگی کنند و در این میان پیروان این دیدگاه سعی می کنند تا گروه های ذینفع را در شرایط ارتباط مستقیم با منافع اقتصادی اصلی بنگاه تعریف کنند، و سایر اشخاص و گروه هایی را که ارتباط مستقیمی با منافع اقتصادی شرکت و بنگاه تجاری ندارند را از دایره ی ذینفعان خارج می نماید. دسته بندی ذینفعان براساس این دیدگاه نیز خالی از ایراد نیست و چنین دسته بندی بسیاری از اشخاص و گروه هایی را که تحت تاثیر شرکت هستند و فعالیت های شرکت بر آنان موثر است و گاه نقش اساسی در فرایند تولید کالا و یا ارائه خدمات ایفا می کنند را از دامنه شمول خارج می کند.

تقسیم بندی دیگری که از ذینفعان قابل ارائه است، تقسیم بندی آنان به ذینفعان اولیه و ثانویه یا دور و نزدیک میباشد. (Clarkson, 1995: p.106-107) ذینفعان اولیه یا نزدیک اشخاص و گروه هایی دانسته شده اند که بنیان شرکت را تشکیل می دهند و رابطه معین قراردادی مستقیمی با شرکت دارا می باشند و به طور مستقیم در امر تولید کالا یا ارائه خدمات سهیم اند. ذینفعان اولیه شامل سهامداران، کارکنان، مشتریان و... می شوند که نیازمند توجه مستمر قانونی و مدیریتی میباشند. به عبارت دیگر ذینفعان اولیه یا نزدیک، کسانی را در بر میگیرد که در ابتدای فرایند تولید (تامین کنندگان مواد اولیه و تامین کنندگان مالی) مرکزیت آن (مدیران و کارکنان) یا انتهای این فرایند (مشتریان و مصرف کنندگان) قرار دارند، که به گروه ذینفعان کلیدی نیز گفته می شود. (نوروزی، ۱۳۹۷: ص ۳۳۴)

ذینفعان ثانویه یا دور، ذینفعانی هستند که در اطراف و مرزهای شرکت های تجاری قرار گرفته اند و نقشی در امر تولید ندارند اما به طور مستقیم قدرت اجتماعی شرکت بر آنان تاثیر گذاشته و تبعات ناشی از سوداگری شرکت ها چنین افرادی را به شرکت ربط میدهد. دولت، جامعه، محیط زیست رسانه های ملی و محلی و... و هر گروه یا شخصی که ممکن است بر شرکت تاثیر بگذارد و در موفقیت شرکت نقشی داشته باشد یا شرکت با فعالیت های خود تاثیری بر آن بگذارد، در این گروه از ذینفعان قرار می گیرد.

شرکت های تجاری یک بنگاه اقتصادی هستند و اشخاص و گروه های سرمایه گذار و عوامل تولید که جزء ذینفعان اولیه به حساب می آیند، برای آنان از اهمیت بسیاری برخوردار است. به بیان بهتر شرکت های تجاری، ذاتاً به ذینفعان نزدیک و اولیه تمایل دارد و می خواهد آن ها را از طریق رعایت مصالح شان به خود جذب کند. اما در مورد ذینفعان دور بدین صورت نیست و از آن جایی که این گروه از ذینفعان در گروه عوامل تولید قرار ندارند، اگر هم قادر باشند نفعی به شرکت برسانند غیر مستقیم و دور است پس صرفاً افکار عمومی است که می تواند شرکت را ملزم به رعایت منافع و مصالح ذینفعان دور کند، گرچه بخشی از این افکار عمومی همان ذینفعان اولیه و نزدیک هستند. برای نمونه مشتریان جز ذینفعان اولیه یا نزدیک هستند و محیط زیست در زمره ی ذینفعان دور، حال اگر مشتریان اعلام کنند که محصولات شرکت را مصرف نمی کنند، مگر



اینکه طرفدار محیط زیست باشد، یعنی تولید آن محصول تا حد توان کمترین میزان آلاینده‌گی را داشته باشد، این امر سبب خواهد شد تا شرکت هرچه بیشتر به محیط زیست توجه نماید و سعی کند تا محصولات سازگار با محیط زیست تولید کند. فایده این تقسیم بندی در این است که اگرچه شرکت باید حقوق همه ذینفعان را رعایت کند و در اعمال و تصمیمات خود مصالح همه آن‌ها را در نظر بگیرد، اما میزان التزام به رعایت منافع درباره تمامی ذینفعان یکسان نیست، از آن جایی که دوام حیات شرکت منوط به ادامه روند تولید کالا یا ارائه خدمات توسط شرکت است، ذینفعان اولیه یا نزدیک به دلیل تسهیل امر تولید، نقشی مهم تر و همبستگی بیشتری با شرکت دارند و باید آنها را به نوعی شرکای مجازی شرکت دانست به عبارت دیگر، تئوری 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 اصلی شان به سمت ذینفعان اولیه یا نزدیک است و در صورت تعارض، منافع آنان را بر منافع ذینفعان ثانویه یا دور ترجیح می‌دهند. (نوروری، ۱۳۹۷: ص ۳۳۵)

۱-۱-۲- ذینفعان اولیه یا نزدیک شرکت های تجاری

الف- سهامداران

مطابق آنچه که در لایحه اصلاحی قانون تجارت سال ۱۳۴۷ بیان شده است، سهام دار شخصی است که در صورت بی نام بودن سهام، برگه ی سهام را در تصرف داشته باشد و اگر سهام شرکت با نام باشد، نام وی در دفتر ثبت سهام شرکت به عنوان مالک به ثبت رسیده باشد. اما در برخی موارد موضوع به این سادگی نیست و ممکن است فردی دارای سهام با نام شرکت باشد، بدون آنکه نام وی در دفتر ثبت سهام شرکت درج شده باشد. چنین حالتی زمانی پیش خواهد آمد که شخصی به جای ثبت سهام به نام خویش، آن را به نام شخص دیگری ثبت کرده و آن گاه به صورت پنهانی قراردادی با او منعقد نماید که در آن شخص نماینده (شخصی که نام وی در دفتر ثبت سهام، درج شده است) اقرار نماید که ثبت سهام به نام او در دفتر ثبت سهام شرکت غیرواقعی بوده و در حقیقت سهام به مالک اصلی آن تعلق دارد و این مالک اصلی است که حق اعمال حقوق حاصل از سهم را خواهد داشت. (Davies, 1997: p48)

باور عموم افراد آن است که سهام داران گروهی متمایز و جدا از ذینفعان می‌باشند و حتی در تقابل با آن‌ها قرار می‌گیرند. علت چنین باوری در رویکرد دوگانه ای است که در نظریه حاکمیت شرکتی وجود دارد، زیرا به صورت معمول در حاکمیت شرکتی، رویکرد ذینفع محورانه که رفاه جمعی را به عنوان هدف نهایی خود دنبال می‌کند، در برابر رویکرد سهام دار محورانه که سودآوری را به عنوان هدف غایی خود مطرح می‌نماید، قرار می‌گیرد. با این حال نباید چنین تصور نمود که تقابل دو رویکرد ذینفع محورانه و سهامدار محورانه در حاکمیت شرکتی به آن معناست که سهامداران گروه ذینفعان شرکت های تجاری خارج می‌باشند، بلکه شاید بتوان ادعا کرد که سهامداران ذینفع ترین اشخاص در شرکت های تجاری می‌باشند و برای چنین ادعایی می‌توان دو دلیل ذکر نمود:

۱- سهامداران تحمل کننده بالاترین ریسک تجاری درون ساختار شرکت های تجاری هستند، زیرا اولاً هیچ سود و عایدی از فعالیتهای شرکت به آنان تعلق نمی‌گیرد مگر آنکه دیگر ذینفعان شرکت همچون کارکنان، تامین کنندگان سرمایه و... حقوق، بهره خود را از شرکت و رابطه با آن دریافت کرده باشند. دوماً در مرحله انحلال شرکت های تجاری بهره سهامداران از اموال و دارایی هایی که در واقع متعلق به خود سهامداران می‌باشد، معلق به پرداخت مطالبات سایر ذینفعان است و صرفاً پس پرداخت کلیه ی مطالبات است که آنچه از اموال و دارایی ها باقی باشد، بین سهامداران قابل تقسیم است.

۲- سهامداران با تامین سرمایه مادی اولیه برای شرکت، نخستین شرط برای تشکیل و ادامه فعالیت آن را فراهم می‌کنند و به این دلیل که نخستین گام را در جهت بهره مندی دیگر گروه و اشخاص ذینفع از عواید و سود شرکت برداشته اند، نسبت به سایر ذینفعان دارای جایگاه والاتری در شرکت می‌باشند. (charkham, 2005: p112)

بنا به دلایل فوق است که در اکثر نظام های حقوقی جهان، قوانین راجع به حقوق شرکت ها به تقدیس حقوق سهامداران پرداخته به گونه ای که برای آنان نسبت به سایر اشخاص و گروه های ذینفع در شرکت، احترام بیشتری قائل شده است. به هر حال بار اصلی فعالیت های تجاری و اقتصادی شرکت از منظر مالی بر دوش سهامداران می‌باشد و به همین علت به نظر می‌رسد که آنان نقعی مسلم در حصول اطمینان از استفاده منابع شرکت در کارآمد ترین شکل ممکن دارند. البته حکایت سهامداران صرفاً به بحث ذینفع بودن آنان ختم می‌شود، بلکه سهامداران از طریق اعمال اختیارات و قدرتی که اساسنامه ی شرکت های تجاری و قانون به آنان اعطا کرده است، نقش قابل توجهی در اعمال شرکت ایفا می‌کنند.



به عنوان مثال اعضای هیئت مدیره شرکت های تجاری که مسئولیت اصلی اداره شرکت را برعهده دارند، توسط مجمع سهامداران انتخاب می شوند و تنها در مقابل آنان پاسخگو می باشند

ب- کارکنان

یکی از مهم ترین ذینفعان شرکت های تجاری که ذینفع اولیه و یا به اصطلاح نزدیک شرکت می باشند، کارکنان شرکت های تجاری هستند. کارکنان از نزدیک با شرکت ادغام شده اند و همین امر به آنان نقش ویژه ای را در میان سایر ذینفعان، می بخشد. کارکنان تشکیل دهنده ی نیروی انسانی و اجرایی شرکت می باشند و در بسیاری موارد مهم ترین عامل در شرکت به حساب می آیند. میشل و سایر همکاران بیان می دارند: «تعداد کمی از ذینفعان به اندازه ی کارکنان یک سازمان در یک تجارت حیاتی هستند.» (Mitchell and others, 1997:p856) همچنین برخی نویسندگان در توصیف اهمیت کارکنان شرکت های تجاری بیان می نمایند: «کارکنان ذینفعان حیاتی هستند که برای کمک به شرکت در انجام تعهدات خود در قبال سرمایه گذاران، شرکا، مشتریان و دولت بسیار حیاتی می باشند.» (ChevronTexaco, 2003) بنابراین کارکنان یک شرکت تجاری تاثیر قابل توجهی در شرکت و به همین ترتیب قدرت بالایی نسبت به سایر ذینفعان دارند.

دلیل اهمیت کارکنان در شرکت های تجاری آن است که این گروه از ذینفعان سرمایه های انسانی شرکت هستند و نیروی کار، دانش، تخصص و مهارت این گروه است که در شرکت های تولید کننده ی کالا، ارزش افزوده و سرمایه ی رو به فزون شرکت هستند و در شرکت هایی که محصولات آنان به صورت ارائه خدمات می باشد، درآمد های پیوسته ی شرکت کاملاً وابسته و در گروه دانش، تخصص و مهارت کارکنان است. (نوروزی، ۱۳۹۷:ص ۳۴۰)

توضیحات فوق کاملاً نشان دهنده ی اهمیت و نقش حیاتی کارکنان در شرکت های تجاری و تاثیراتی است که این دسته از ذینفعان بر شرکت های تجاری، می گذارند. حال همان طور که کارکنان نقش حیاتی در شرکت ایفا می کنند و تاثیرات غیرقابل انکاری بر شرکت دارند، از طرف دیگر نیز شرکت و فعالیت های آن نیز تاثیرات قابل توجهی بر کارکنان دارد. به عنوان نمونه، شاید بتوان گفت کارکنان نیز همانند سهامداران یکی از ذینفعانی هستند که از موفقیت و یا شکست شرکت بسیار تاثیر می پذیرند و شکست یا موفقیت شرکت ممکن است کلیه ی زندگی آنان را تحت شعاع قرار دهد. علت آنکه کارکنان از شکست یا موفقیت شرکت بیشترین تاثیر را می پذیرند آن است که شرکت تامین کننده ی معیشت امروز و فردای کارکنان و خانواده ی آنان است؛ اگر شرکت به هر دلیلی دچار مشکل گردد و نتواند به فعالیت خویش ادامه دهد، کارکنان جزء اولین گروه هایی هستند که دچار آسیب خواهند شد و معیشت و آینده ی شغلی آنان در معرض خطر قرار می گیرد.

ج- دریافت کننده محصولات (مشتریان)

ساده و ابتدایی ترین تعریفی که می توان از مشتریان ارائه نمود، عبارت اند از: مشتریان، اشخاصی هستند که کالا، خدمات و تولیدات شرکت را خریداری می کنند. اما امروزه مشتری معنایی فراتر از تعریف ارائه شده دارد و به شخصی اطلاق می شود که از تولیدات و خدمات ارائه شده توسط شرکت ها و بنگاه های تجاری منتفع گردد، حال چه به صورت مستقیم طرف قرارداد با شرکت باشد و به عبارتی مشتری شرکت باشد و چه خریدار با واسطه تولیدات و مصرف کننده ی نهایی باشد. مشتری و مصرف کننده دارای تفاوت اندکی هستند، چنانکه مشتری میتواند خود مصرف کننده باشد یا نباشد به عبارتی همه مشتری ها مصرف کننده نیستند و مشتری اعم از مصرف کننده میباشد. (Akman,2010:p323)

همان طور که پیش تر بیان گردید، شرکت های تجاری و ذینفعان آنان نه تنها بر یکدیگر تاثیر می گذارند بلکه تاثیراتی نیز از یکدیگر می پذیرند، بنابراین رابطه آنان درهم تنیده و دو سویه است. رعایت مصالح مشتریان و دریافت کنندگان خدمات، محصولات و تولیدات نهایی شرکت، اعم از اینکه به طور مستقیم طرف قرارداد با شرکتهای تجاری قرار گیرند و با مقاصد تجاری و هدف فروش مجدد در بازار، محصولات شرکت را خریداری نمایند و به معنای خاص مشتری آن باشند و یا آنکه دریافت کننده ی با واسطه ی محصولات و مصرف کننده ی نهایی آن باشند، ایجاد کننده ی منفی مشترک میان شرکت تجاری و دریافت کننده ی محصول یا همان مشتری است.

مهم ترین و بارزترین نتیجه ی مثبت توجه به منافع و انتظارات دریافت کنندگان محصولات در زمینه بازاریابی نمود و ظهور دارد. زیرا هنگامی که شرکت خود را در برابر مشتریان متعهد و مسئول بداند و برای انتظارات و منافع آنان ارزش قائل شود، این امر سبب شهرت و پیدایش بازار برای محصولات شرکت خواهد گردید که یک دارایی بسیار ارزشمند برای شرکت خواهد بود. ارزش این دارایی زمانی آشکارتر خواهد شد که قدرت دریافت کنندگان محصولات در بازار بیشتر باشد. به عبارت دیگر به هر میزان که محصولات و تولیدات یک شرکت جز محصولات گران قیمت، پیچیده و یا بادوام بالا باشد، به گونه ای که ارزش آنان به خدمات پس از فروشی باشد که شرکت ارائه می نماید و یا محصولات و تولیدات شرکت



مشتریان خاص و معدودی داشته باشد، به همان میزان شهرت شرکت و داشتن یک بازار فروش، به برآورده ساختن انتظارات و منافع مشتریان و مصرف کنندگان آن بستگی خواهد داشت و این امر نقش حیاتی در تولید ثروت و ایجاد رفاه در شرکت خواهد داشت. نمونه‌ی بارز این موضوع در بازار فروش ماشین آلات صنعتی و تخصصی قابل مشاهده می‌باشد. (نوروزی، ۱۳۹۷: ص ۳۵۰)

علاوه بر شهرت و بازار فروشی که مشتریان برای شرکت ایجاد می‌کنند، یکی دیگر از تأثیرات مثبت مشتریان بر شرکت‌های تجاری آن است که مشتریان نقشی حیاتی در آفرینش کیفیت و افزایش بهره‌وری دارند، لذا به همین دلیل بیان شده است که شرکت‌ها باید مشتریان را همانند کارکنان پاره‌وقت خویش ببینند، زیرا مشتریان همانند کارکنان هم در بعد کمیت و هم در بعد کیفیت در بهره‌وری و تولید شرکت اثر گذارند.

از طرف دیگر خریداران و مصرف کنندگان نیز نفعی بسیار در ورهله‌ی اول در بقا و در درجه دوم در رعایت مسئولیت اجتماعی توسط شرکتی که محصولات آن را خریداری می‌نمایند، دارند. زیرا زمانی که دریافت کنندگان محصولات به استفاده از محصولات و تولیدات با کیفیت عادت می‌کنند، تمایل دارند تا از ادامه تولید آن محصول و حفظ کیفیت آن در آینده توسط شرکت، آسوده خاطر باشند. چنین موضوعی علاوه بر اینکه دارای جنبه‌ی روانی برای مصرف کنندگان است، دارای فواید تجاری و اقتصادی برای مشتریان نیز می‌باشد. زیرا در مواردی که مشتری خود تولید کننده است و محصول خریداری شده توسط مشتری برای تولید محصولی جدید به کار گرفته می‌شود و چنین مشتریانی با مرور زمان و صرف هزینه در بازار توانسته‌اند تامین کننده‌ی مطلوب خود را پیدا کنند و بازاری برای فروش محصولات خویش داشته باشند، ادامه فعالیت شرکت و رعایت اصول مربوط به مسئولیت اجتماعی توسط آنان از اهمیت بالایی برخوردار است. (نوروزی، ۱۳۹۷: ص ۳۵۱) چراکه حداقل آن دست هزینه‌هایی که مربوط به یافتن طرف قرارداد جدید و مذاکره با آن است، وجود نخواهد داشت.

بنا بر دلایل فوق در عرصه‌ی حقوق نیز توجه به حقوق، منافع و مصالح مشتریان و مصرف کنندگان محصولات و تولیدات ضروری است. به همین دلیل است که در سال‌های اخیر استرالیا، از طریق وضع قوانین و مقررات مربوط به عیب کالا و مرجوع کردن کالای معیوب و ممنوعیت اعمال متقلبانه و رفتار ضد رقابتی، حمایت‌های ویژه‌ای را از مصرف کنندگان و خریداران محصولات شرکت‌های تجاری به عمل می‌آورد.

۱-۲- ذینفعان ثانویه یا دور شرکت‌های تجاری

الف- جامعه

جامعه یکی از ذینفعان ثانویه شرکت‌های تجاری است. برای تبیین جامعه به عنوان ذینفع ابتدا باید مشخص نماییم که منظور از جامعه چیست؟ شاید در ابتدا چنین به نظر برسد که منظور از جامعه به عنوان گروهی از ذینفعان، نظام اجتماعی یک کشور یا ملت است که غالباً از آن با عنوان «جامعه به طور کل» نام برده می‌شود. اما چنین تصویری چندان قابل دفاع نیست، زیرا اثر اصلی شناسایی یک شخص یا یک گروه به عنوان ذینفع شرکت تجاری آن است که مقررات شرکت‌های تجاری بتوانند به نحوی صریح و مستقیمی از آنان حمایت کنند و مدیران شرکت‌ها نیز تعهداتی مشخص و قابل اجرا در برابر آنان داشته باشند. لیکن انجام چنین امری در مورد افراد یک ملت امکان‌ناپذیر به نظر می‌رسد، زیرا این مفهوم از جامعه چنان وسیع است که نمیتوان مقررات صریح و دقیقی در حمایت از افراد یک ملت وضع نمود و حتی اگر در فرض محال چنین موضوعی امکان‌پذیر باشد، نمیتوان چنین مقرراتی را در باب تک تک افراد یک ملت به اجرا گذاشت. به عبارت دیگر حتی اگر شرکت به ظاهر موظف به رعایت مقرراتی در جهت حفظ منافع تک تک افراد ملت گردد، در حقیقت شرکت به انجام امری مبهم و عملاً غیرقابل اجرا متعهد گردیده است. شاید بتوان گفت مکلف نمودن شرکت به رعایت منافع کل یک ملت، تکلیفی مالایطاق است.

بنابراین بهتر است مصداقی را برای جامعه به عنوان ذینفعان یافت که به شرکت نزدیک تر بوده و در واقع بتوان رابطه‌ای ملموس بین آن و شرکت یافت. شاید در نظر گرفتن «جوامع محلی» به عنوان مفهومی برای جامعه در بحث تئوری ذینفعان تفسیری معقول تر به نظر برسد. در حقیقت رابطه‌ی تنگاتنگی که بین ذینفع و شرکت تجاری وجود دارد و باعث می‌گردد که ذینفع به طور همه جانبه با فعالیت‌های تجاری و اقتصادی شرکت درگیر شود، تنها بین شرکت و جامعه محلی یا به تعبیر دیگر منطقه جغرافیایی که شرکت در آن فعالیت دارد، وجود دارد. از آنجایی که تا این میزان رابطه بین شرکت و دیگر مناطق جامعه و کشور وجود ندارد و آثار فعالیت‌های تجاری شرکت در ابتدا متوجه محیط جغرافیایی می‌شود که در آن فعالیت دارد، چنین تعبیری از جامعه کارآمدتر و با واقعیت‌های موجود، هماهنگ خواهد بود. (نوروزی، ۱۳۹۷: ص ۳۵۳)

حال مسئله‌ای که در این جا می‌توان مطرح نمود آن است که در متون قانونی به صورت ضمنی بیان شده است که گاه محل عملیات اجرایی شرکت با محل اداره آن متفاوت می‌باشد، بنابراین مسئله‌ای که به ذهن خطور می‌کند آن است که ساکنین کدام یک از این جوامع را می‌توان ذینفع واقعی شرکت‌های تجاری دانست؟ جامعه محل اداره یا محل عملیات؟ برای پاسخ به چنین پرسشی ابتدا بهتر است دلایل ذینفع بودن افراد



جوامع محلی را بررسی نماییم تا مشخص گردد این دلایل در خصوص افراد کدام یک از این جوامع صدق می نماید. شاید بتوان دو دلیل عمده برای ذینفع بودن جوامع محلی نام برد:

۱- شرکت های تجاری غالباً تعداد بسیار زیادی از افراد حاضر در جوامع محلی را به کار میگیرند و به دلیل اشتغالی که ایجاد مینمایند، جوامع محلی نفع زیادی در ادامه فعالیت های شرکت و پیشرفت و توسعه آن دارند. در مقابل نیز اگر شرکت به هر دلیلی روبه افول رود، طبیعتاً جوامع محلی که تامین کننده ی نیروی انسانی این شرکت ها هستند، با پدیده ی بیکاری مواجه خواهند شد و به تبع آن نیروی کاری که به دلیل فعالیت در شرکت در این جوامع ساکن شده بودند، برای یافتن شغل دست به مهاجرت زده و جامعه محلی با آسیب کاهش جمعیت که خود به وجود آورنده ی آسیب های متعددی است، مواجه خواهد شد. و این امر ممکن است صدمات متعدد و جبران ناپذیری را به جامعه محلی وارد سازد. (Du Plessis and others, 2005:p25)

۲- دومین دغدغه ای که جوامع محلی در خصوص شرکت های فعال در حوزه ی جغرافیایی خویش دارند، بحث آلودگی است که ممکن است در اثر فعالیت های شرکت در آب، خاک یا هوای این مناطق به وجود آید. بنابراین دومین نفع جوامع محلی در خصوص شرکت هایی که در این مناطق جغرافیایی فعال هستند، آن است که شرکت ها در فعالیت های تجاری و اقتصادی خویش محیط زیست محل فعالیت خود را در نظر داشته و سعی نمایند فعالیتهای خویش را سازگار با محیط زیست محل فعالیت خویش نمایند. با توجه به این مطالب و اینکه عواملی چون اشتغال، آلودگی و... است که جامعه محلی را نسبت به فعالیت های شرکت نگران و حساس می نماید، بنابراین روشن است که منظور از جامعه محلی، محل فعالیت شرکت است که ذینفع حقیقی شرکت محسوب میگردد.

در مقابل نیز جوامع محلی ممکن است تأثیراتی بر شرکت ها داشته باشند. رابطه ی شرکت با جوامع در ابعاد متفاوت بر شرکت اثر گذار است، چرا که جوامع و ساکنین آن دانش و اطلاعات محلی ارزشمندی دارند که شرکت میتواند در پروژه ها خویش استفاده کرده و ابداعات و نوآوری پدید آورد. همچنین جوامع محلی وقتی احساس نمایند که از جانب شرکت مورد توجه قرار می گیرند، این حس ارزشمندی، تعارضات و مجادلات پیرامون شرکت را کاهش می دهد و شرکت را از بعد رقابتی نیز برتر می سازد.

ب- محیط زیست

امروزه بنگاه های اقتصادی و شرکت های تجاری برای حداکثر سازی سود خویش و رقابت با یکدیگر، موجبات برهم خوردن توازن در حیات کره ی زمین را فراهم کرده اند. تغییراتی چون گرم شدن کره ی زمین، بالا آمدن سطح دریاها، از بین رفتن مراتع و جنگلها، آلودگی آب رودخانه ها و آلودگی هوا و... همه و همه از آثار فعالیت های صنعتی شرکت ها در سطح کره ی زمین است. از همین رو شرکت ها و بنگاه های تجاری می بایست بیش از پیش بحران های محیط زیستی را جدی گرفته، زیرا بحران های محیط زیستی به مراتب مهم تر از بحران های مدیریتی خواهد بود. (clark, 2004:p35) بنابراین واقعیت غیر قابل انکار آن است که محیط زیست یکی از ذینفعان شرکت های تجاری است و شرکت ها باید ملزم شوند تا در اعمال و تصمیمات خویش، مصالح محیط زیستی را رعایت نمایند. "حتی می توان ازین فراتر رفت و گروه های طرفدار محیط زیست را نیز اصالتاً یا به نمایندگی از محیط زیست، ذینفع شرکت های تجاری دانست، زیرا این گروه ها چه در سطح داخلی چه بین الملل به منظور حصول اطمینان از رعایت استاندارد های محیط زیستی، داوطلبانه یا قانونی فعالیت می کنند." (نوروزی، ۱۳۹۷:ص ۳۵۸)

ارتباط شرکت با محیط زیست گاه به طور مستقیم و گاهی به صورت غیرمستقیم است، مراد از رابطه ی مستقیم شرکت با محیط زیست آن است که گاه شرکت به صورت مستقیم با برداشت منابع طبیعی به فعالیت های تجاری و اقتصادی می پردازند. همانند شرکتی که مجوز بهره برداری از یک چشمه آب معدنی را دارد) در این موارد لزوم توجه شرکت به محیط بسیار بدیهی است، زیرا اگر این شرکت ها از طریق سیاست های محیط زیست محورانه به حفاظت از منابع مورد استفاده خویش اهمیتی ندهند، دیری نخواهد پایید که محل درآمد و حیات آنان از دست خواهد رفت. اما نکته ی قابل اهمیت در باب شرکت هایی است که ارتباط غیر مستقیم با محیط زیست دارند، چنین شرکت هایی برای آنکه بتوانند تامین مواد اولیه خویش را برای دراز مدت تضمین کنند، می بایست سیاست های محیط زیست محورانه تهیه ی مواد اولیه را اتخاذ نمایند؛ بدین نحو که در صورتی با تهیه کننده ی مواد اولیه روابط تجاری خویش را ادامه می دهند که آنان مولفه های سیاست محورانه را رعایت نمایند. (نوروزی، ۱۳۹۷:ص ۳۵۸) اصولاً سیاست محیط زیست محورانه در فراهم آورد مواد اولیه برای تولید، دارای دو مرحله است: مرحله ی اول انتخاب تهیه کننده مواد اولیه و مرحله ی دوم ادامه همکاری با تهیه کننده ی مواد اولیه.



- ۱- در مرحله‌ی انتخاب تهیه‌کننده‌ی مواد اولیه، ابتدا تمامی تهیه‌کنندگان مواد اولیه که پیشنهاد فروش داد، می‌بایست از نظر رعایت مولفه‌های محیط زیست محوره بررسی شده و تهیه‌کننده‌ای انتخاب گردد که به نحو بهتر چنین مولفه‌هایی را رعایت می‌نماید.
 - ۲- در مرحله‌ی اجرا و همکاری نیز شرکت‌ها می‌بایست برای تهیه و تولیدکننده‌ی مواد اولیه خویش، اصولی جهت حمایت از محیط زیست تعیین کرده و از طریق گزارش دهی‌های نوبه‌ای بر رعایت اصول تعیینی، نظارت می‌کنند. اصول تعیین شده برای هر تهیه‌کننده با توجه به آنچه تولید و تهیه می‌کند، متفاوت است و ممکن است در طول دوره‌ی قرارداد نیز تغییر کند یا اصلاح شود.
 - به طور کلی شرکت‌های تجاری باید تهیه و تولیدکنندگان مواد اولیه خویش را با الزام به سه اصل اساسی، ملزم به رعایت مولفه‌های محیط زیستی نمایند، تا بتوانند از طریق سیاست‌های محیط زیست محوره تامین مواد اولیه خویش را در درازمدت تضمین نمایند:
 - ۱- پیروی از قوانین و مقررات محیط زیستی
 - ۲- در صورت عدم رعایت مقررات، اطلاع‌رسانی سریع از وقوع حادثه، ذکر راهکارهای جبران و راه حل‌های پیشگیری‌کننده
 - ۳- نقض هر یک از قوانین و مقررات محیط زیستی ممکن است موجب خاتمه قرارداد خرید مواد اولیه شود.
- به طور کلی می‌توان بیان نمود سه اصل مذکور حاکی از نقش محوری قوانین محیط زیستی در تنظیم رابطه بین شرکتهای محیط زیست‌گرا و تهیه و تولیدکنندگان مواد اولیه می‌باشد.

ج- حکومت

- دولت به معنای اخص خود یعنی قوه‌ی مجریه نیز در زمره‌ی ذینفعان دور شرکت‌های تجاری است. دلیل اصلی چنین ذینفعی آن است که دولت وظیفه‌ی سرپرستی شهروندان یک جامعه و نظارت بر اعمال و تصمیمات آنان را بر عهده دارد و باید تلاش نماید تا جامعه به بهترین شکل ممکن اداره شود. جنبه‌های اقتصادی چنین وظیفه‌ای دولت را بیش از پیش به شرکت‌های فعال در این حوزه نزدیک خواهد کرد تا جایی که گاه دولت‌ها در فرایند تصمیم‌گیری مدیران شرکت‌ها وارد شده و مشارکت می‌کنند.
- حال در این بحث مواردی که سبب می‌شود، دولت در زمره‌ی ذینفعان شرکت‌های تجاری قرار بگیرد، به اختصار بیان می‌نمایم.
- ۱- شرکت‌های تجاری از جمله بازیگران اصلی اقتصاد کلان می‌باشند که این موضوع گاه دولت را ملزم به بررسی و کنترل مسیری خواهد نمود که شرکت‌های تجاری در پیش گرفته‌اند. از جمله مسائل اقتصاد کلان که شرکت‌ها تأثیر بسزایی بر آن دارند، میتوان به تنظیم عرضه و تقاضا در بازار کالا و خدمات، رفاه طبقه کارکنان و... اشاره نمود.
 - ۲- یکی از مسائل مهم دولت‌ها همانند جوامع محلی و گروه‌های طرفدار محیط زیست، رعایت اصول و ضوابط اخلاقی، اجتماعی و محیط زیستی توسط شرکتهاست.
 - ۳- در سیستم‌های اقتصادی مبتنی بر بازار، شرکت‌های تجاری پیش‌برندگان سیاست‌های مالی دولت هستند و عملکرد شرکتهاست که دولت را در تعیین سیاست‌های مالی خود، تحت تأثیر قرار می‌دهد. به عنوان مثال، اگر شرکت‌ها با یکدیگر تبانی نمایند تا در صنعتی خاص یا در ناحیه جغرافیایی خاص سرمایه‌گذاری نمایند، دولت مجبور می‌گردد تا برای سرمایه در سایر صنایع یا مناطق جغرافیایی تسهیلات ارائه دهد. (Mallin, 2010: p67)
 - ۴- دولت‌ها نیز از طریق وضع قوانین و مقررات برای شرکتهای تجاری چارچوب تعیین می‌نمایند. اهمیت دولت به عنوان ذینفع با توجه به مطالب فوق، کاملاً واضح است.

۳- نتیجه‌گیری

ذینفعان شرکت‌های تجاری اشخاص و یا گروه‌هایی هستند که سیاست‌ها، اهداف و برنامه‌های شرکت را تحت تأثیر قرار می‌دهند و در مقابل نیز خود تحت تأثیر تصمیمات و اعمال شرکت هستند. مطابق تعریف ارائه شده میتوان ذینفعان متعددی را برای شرکت‌های تجاری شناسایی نمود که برخی از آنان همانند سهامداران، کارکنان، مشتریان، تهیه‌کنندگان مواد اولیه و یا سرمایه‌گذاران ذینفعان نزدیک و یا اولیه شرکت هستند و دسته‌ای از آنان نیز ذینفعان دور یا ثانویه شرکت می‌باشند. همانند جامعه، محیط زیست و... از آنجا که ذینفعان کلیه اهداف، سیاست‌ها و برنامه‌های شرکت را تحت تأثیر قرار می‌دهند، بنابراین شرکت‌های تجاری برای دستیابی به رشد، توسعه و رفاه پایدار، بهبود کمی و کیفی خدمات و یا تولیدات خویش، میبایست حقوق و منافع تمامی ذینفعان خود را مورد توجه قرار داده و در جهت حفظ آن تلاش نمایند. در همین راستا اندیشمندان حوزه‌ی حقوق شرکتهای تئوری تحت عنوان تئوری ذینفعان مطرح نمودند. تئوری ذینفعان



بیان کننده ی این مهم است که وظیفه مدیران شرکت های تجاری انجام وظیفه در راستای منافع تمام اشخاص و گروه های ذینفع همانند کارکنان، مشتریان، سرمایه گذاران، سهامداران، جامعه، محیط زیست و... می باشد به طوری که منافع تمامی ذینفعان در مسیر یکسان و واحد قرار گرفته و میان آن ها تعادل به وجود آید و در نهایت شرکت به سود همه اشخاص نام برده، اداره شود. از این رو مدیران باید تضمین کنند که حقوق هیچ ذی نفعی نقض می شود. بنابراین لازم است در ورهله ی اول قوانین و مقررات مربوط به حقوق شرکت های تجاری ذینفعان شرکت را مورد شناسایی قرار دهند و ضوابط و اصولی را در جهت حفظ منافع آنان پیش بینی نمایند و در گام دوم مدیران و صاحب منصبان شرکت های تجاری در اعمال و تصمیمات خویش حقوق و منافع تمامی ذینفعان شرکت را مدنظر قرار دهند، زیرا همان طور که پیش تر اشاره نمودیم، رشد، توسعه و رفاه پایدار و بهبود کمی و کیفی تولیدات در شرکت های تجاری حاصل نخواهد شد مگر از رهگذر ذینفعان.





منابع و مآخذ:

منابع فارسی:

- ۱- اسکینی، ربیعا (۱۳۹۴)، حقوق تجارت: شرکت‌های تجاری، تهران: انتشارات سمت
- ۲- باقری، محمود و صادقی ندوشن، مهرداد (۱۳۹۵) تئوری ذینفعان در حقوق شرکت‌ها: فصلنامه قضاوت، پاییز: ۸۷، ۲۷-۵۸.
- ۳- باقری، محمود و صادقی ندوشن، مهرداد (۱۳۹۵) تعارض منافع ذینفعان و راهکارهای حل آن: فصلنامه پژوهش‌های حقوق تطبیقی، ۲۰(۳)، ۱۳۶-۱۶۳
- ۴- پاسبان، محمدرضا (۱۳۹۸)، حقوق شرکت‌های تجاری، تهران: انتشارات سمت
- ۵- جعفری لنگرودی، محمد جعفر (۱۳۸۱)، مبسوط در ترمینولوژی حقوق، تهران: جلد سوم، انتشارات کتابخانه گنج دانش
- ۶- شمس، عبدالله (۱۳۹۸)، آیین دادرسی بنیادین، تهران: انتشارات دراک
- ۷- صادقی ندوشن، مهرداد (۱۳۹۰) اعمال تئوری ذینفعان بر ساختار شرکتی شرکت‌های بیمه و بانک (پایان نامه کارشناسی ارشد)، دانشگاه علوم قضایی و خدمات اداری
- ۸- طوسی، عباس (۱۳۹۳)، تحلیل اقتصادی حقوق شرکت‌ها، تهران: انتشارات گنج دانش
- ۹- عیسی تفرشی، محمد (۱۳۸۶)، مباحثی تحلیلی از حقوق شرکت‌های تجاری، تهران: انتشارات تربیت مدرس
- ۱۴- نوروزی، محمد (۱۳۹۷)، تاملی بر رابطه شرکت‌های تجاری و ذینفعان آنها، فصلنامه تحقیقات حقوقی، شماره ۸۲، ۳۳۳-۳۶۳

منابع انگلیسی:-

- 15-Akman, Pinar(2010), 'Consumer 'versus 'Customer': The Devil in the Detail. Journal of Law and Society, 37(2), 315-344 .
- 16-Bitner, Mary J. , Faranda , William T., Hubbert , Amy R. , and Zeithaml , Valarie A. (1997), Customer Contributions and Roles in Service Delivery , International journal of service industry management , 8(3) 193- 205.
- 17-Buchholz, Rogene A, and Sandra B Rosenthal (2004) , Stakeholder Theory and Public Policy: How Governments Matter , Journal of Business Ethics 51(2) 43-53.
- 18-Charkham , Joe (2005) , Keeping Better Company: Corporate Governance Ten Years On, UK , Oxford : Oxford University Press.
- 19-Sison , José G. Alejo (2008) , Corporate Governance and Ethics: An Aristotelian Perspective, Spain , Pamplona : University of Navarre press.
- 20-Clark, Thomas(2004) , Theories of Corporate Governance- The philosophical Foundations of Corporate Governance, UK , Oxford : Routledge : 1st edition .
- 21-Clarkson, Max E. (1995) , A Stakeholder Framework for Analyzing and Evaluating Corporate Social Performance , Academy of management , 20 (1) , 92-117.
- 22-Collin, Peter Hodgson (2003) , Dictionary of Economics , UK , London : A & C Black publisher.
- 23-Davies, Paul L.(1997) , Gowers Principles of Modern Company Law, UK , London : Sweet and Maxwell , Sixth edition.
- 24--Dean, Janice (2003) , Directing Public Companies: Company Law and the Stakeholder Society ,UK , London : Routledge-Cavendish , 1st Edition.
- 25-Donaldson, Thomas, and Lee E. Preston (1995) , The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence, and Implications, Academy of management , 20(1), 65-91 .
- 26-Du Plessis and Others (2005) , Principles of Contemporary Corporate Governance, USA , Cambridge : Cambridge University Press.
- 27-Freeman, R Edward (1984) , Strategic Management: A Stakeholder Approach , USA , Boston : Boston university Press.
- 28-Freeman R. Edward (1983) , Stockholders and Stakeholders: A New Perspective in Corporate Governance , California management review 25, no. 3 , P.P 88-106
- 29-Freeman R. Edward (2001) , A Stakeholder Theory of the Modern Corporation: Kantian Capitalism, general Issues in business Ethics, 38-48.



- 30-Frooman, J.(1999) , Stakeholder influence strategies. *Academy of Management Review*, 24(2) , 191-205.
- 31-Greenwood , Michelle(2008) , Classifying Employees as Stakeholder , Box 11e Monash University Victoria , Australia , 1-7.
- 32-Mallin , Christine A. (2010), *Corporate Governance* , UK, Oxford : Oxford University Press, Third Edition.
- 33-Mitchell, R. K., Agle, B. R., & Wood, D. J.(1997) , Towards a theory of stakeholder identification and salience: Defining the principle of who and what really counts , *Academy of Management Review*, 22(4) , 853-886.
- 34-Phillips . R (1997) , Stakeholder theory and a principle of fairness , *Business Ethics Quarterly*, 7(1), 51-66.
- 35-Phillips, R., Freeman, R. E, & Wicks, A. C(2003) , What stakeholder theory is not. *Business Ethics Quarterly* , 13(4), 479-502.
- 36-Steen, Thomsen(2004) , Corporate Value and Corporate Governance, *Journal of Business in society* , 4(4), p.p 29-46.

