



Examining the Challenges of Identifying Social Responsibility in the Regulations of Iran's Joint Stock Companies

Batoul Gorgin^{1*}, Fatemeh Azizzadeh²

1. Assistant Professor, Department of Fiqh and Fundamentals of Islamic Law, Payam Noor University, Tehran, Iran.

2. Assistant Professor, Department of Law, Payam Noor University, Tehran, Iran.

ARTICLE INFORMATION

Article Type: Original Research

Pages: 129-144

Article history:

Received: 25 Sep 2023

Edition: 21 Nov 2023

Accepted: 11 Jan 2024

Published online: 14 Apr 2024

Keywords:

social responsibility, joint stock company, stakeholder theory, beneficiaries, performance guara.

Corresponding Author:

Batoul Gorgin

Address:

Iran, Tehran, Payam Noor University,
Department of Fiqh and
Fundamentals of Islamic Law.

Orchid Code:

0000-0001-7207-3514

Tel:

09024733282

Email:

b.gorgin@pnu.ac.ir

ABSTRACT

Background and Aims: social responsibility of commercial companies plays a significant role in the sustainability and social and economic development of companies. Social responsibility expresses the opposite relationship between the company and society, that's why many countries in the world have tried to achieve the above goal by accepting this type of responsibility and predicting the guarantee of its implementation.

Ethical Considerations: In present study, the principles of text originality, honesty and trustworthiness have been observed.

Method and Material: In this article, firstly, the concept of responsibility and the theories surrounding it will be investigated in a descriptive way; then, in an analytical way, the challenges of identifying social responsibility in the regulations of joint-stock companies will be analyzed.

Findings: The acceptance of corporate social responsibility will be realized when commercial companies, in addition to shareholders as the main owners of the company, commit themselves to fulfilling the expectations and demands of stakeholders such as creditors and employees of the company (as the primary or key stakeholders of the company) or local communities and the environment (as secondary beneficiaries) should also be held responsible.

Conclusion: In Iran's legal system, this category of responsibility has not yet been included in the regulations of commercial companies. In order to approve social responsibility in Iranian law, it is necessary to solve the challenges of its identification. Among these challenges are not identifying the beneficiaries, not classifying them accurately, and not determining the implementation guarantee against the violation of this type of responsibility.

Cite this article as:

Gorgin B, Azizzadeh F. Examining the Challenges of Identifying Social Responsibility in the Regulations of Iran's Joint Stock Companies.. *Economic Jurisprudence Studies*. 2024.



بررسی چالش‌های شناسایی مسئولیت اجتماعی در مقررات شرکت‌های سهامی ایران

بتول گرگین*، فاطمه عزیززاده^۲

۱. استادیار گروه فقه و مبانی حقوق اسلامی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

۲. استادیار گروه حقوق، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

چکیده

زمینه و هدف: مسئولیت اجتماعی شرکت‌های تجاری در پایداری و توسعه اجتماعی و اقتصادی شرکت‌ها نقش چشمگیری دارد. مسئولیت اجتماعی، بیانگر رابطه‌ی مقابل بین شرکت و جامعه است. به همین دلیل بسیاری از کشورهای دنیا با پذیرش این نوع مسئولیت و پیش‌بینی ضمانت اجرا برای آن، سعی کرده‌اند به هدف فوق نائل آیند.

مواد و روش‌ها: مقاله حاضر توصیفی-تحلیلی است و روش گردآوری اطلاعات به-صورت کتاب‌خانه‌ای و اینترنتی بوده است و نیز از منابع خارجی ترجمه‌شده نیز استفاده شده است.

ملاحظات اخلاقی: در نگارش مقاله اصالت متون، صداقت و امانت‌داری رعایت شده است.

یافته‌ها: مسئولیت اجتماعی مقوله‌ی جدیدی از مسئولیت است که نیازمند وضع مقررات و قواعد صریحی در قانون است. اگر چه شرکت‌های سهامی رابطه‌ی بسیار گسترده‌ای با جامعه دارند؛ ولی در ایران در مقررات شرکت‌های مذکور، این نوع مسئولیت مسکوت مانده است. شناسایی مسئولیت اجتماعی مستلزم تعریف دقیق از ذی‌نفعان، شناسایی و دسته‌بندی گروه‌های ذی‌نفع و تعیین ضمانت اجراست؛ ولی این موارد نیز در مقررات شرکت‌های مذکور مبهم و ناقص است.

نتیجه: ارائه تعریف درست از ذی‌نفعان بر مبنای نظریه‌ی ذی‌نفع‌گرایی، دسته‌بندی از ذی‌نفعان و نیز تعیین ضمانت اجرا پیش‌نیاز شناسایی مسئولیت اجتماعی در مقررات شرکت‌های سهامی است. بنابراین لازم است در لایحه‌ی جدید قانون تجارت به موارد فوق توجه شود تا زمینه مناسب برای ورود مسئولیت اجتماعی در مقررات مذکور فراهم شود.

اطلاعات مقاله

نوع مقاله: پژوهشی

صفحات: ۱۲۹-۱۴۴

سابقه مقاله:

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۷/۰۳

تاریخ اصلاح: ۱۴۰۲/۰۸/۳۰

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۰/۲۱

تاریخ انتشار: ۱۴۰۳/۰۱/۲۶

واژگان کلیدی:

مسئولیت اجتماعی، شرکت سهامی، تئوری ذی‌نفعان، ذی-نفعان، ضمانت اجرا.

نویسنده مسئول:

بتول گرگین

آدرس پستی:

ایران، تهران، دانشگاه پیام نور، گروه فقه و مبانی حقوق اسلامی.

کد ارکید:

0000-0001-7207-3514

تلفن:

۰۹۰۲۴۷۳۳۲۲۸

پست الکترونیک:

b.gorgin@pnu.ac.ir

۱. مقدمه

نوآوری پژوهش حاضر در این نکته است که در این پژوهش چالش‌ها و موانع عدم شناسایی مسئولیت اجتماعی در مقررات شرکت‌های سهامی مدنظر قرار گرفته است.

۲. ملاحظات اخلاقی

در تمام مراحل نگارش پژوهش حاضر، ضمن رعایت اصالت متون، صداقت و امانت‌داری رعایت شده است.

۳. مواد و روش‌ها

این تحقیق از نوع نظری روش تحقیق به صورت توصیفی تحلیلی است. روش جمع‌آوری اطلاعات بصورت کتابخانه‌ای است و با مراجعه به اسناد، کتب و مقالات صورت گرفته است.

۴. یافته‌های تحقیق

مهم‌ترین یافته این تحقیق این است که علیرغم این که مسئولیت اجتماعی در ایران سابقه دارد ولی تاکنون به صراحت وارد مقررات شرکت‌های سهامی نشده است. ورود این مقوله از مسئولیت در مقررات شرکت‌های سهامی مستلزم شناسایی گروه‌های ذی‌نفع، دسته‌بندی دقیق از ذی‌نفعان و قید ضمانت اجرا برای سرپیچی شرکت‌ها از مسئولیت اجتماعی است که تاکنون موارد ذکر شده در مقررات شرکت‌های سهامی مسکوت مانده است.

۵. بحث

۵-۱. مفهوم مسئولیت اجتماعی

مسئولیت اجتماعی یک مفهوم جهانی و محصول دوره پس از جنگ جهانی دوم است (کارول، ۱۹۹۹،

مسئولیت اجتماعی مقوله جدیدی از مسئولیت در سال‌های اخیر در عرصه‌های مختلف از جمله موضوعات تجاری است. این نوع از مسئولیت به دنبال گسترش رابطه سازمان‌ها و شرکت‌های تجاری با جامعه ایجاد شده و آن‌چنان مهم است که هر گونه بی‌توجهی بدان موجب مشکلاتی برای شرکت‌های تجاری خواهد شد. از آنجایی که شرکت‌ها از امکانات موجود در یک جامعه بهره‌برداری می‌نمایند؛ آن‌ها نمی‌توانند در برابر اجتماع بی‌تفاوت باشند. مسئولیت اجتماعی، اگرچه محصول غرب است ولی در ایران نیز بدون سابقه نیست.

در این پژوهش سعی شده است به دو پرسش پاسخ داده شود: اول اینکه چرا با وجود فواید و مزایایی که مسئولیت اجتماعی برای شرکت‌ها دارد تاکنون این قسم از مسئولیت در مقررات شرکت‌های سهامی شناسایی نشده است؟ دوم اینکه چه چالش و موانعی بر سر راه شناسایی مسئولیت اجتماعی در مقررات شرکت‌های سهامی وجود دارد؟

در خصوص مسئولیت اجتماعی تحقیقات زیادی در قالب کتاب و مقاله به نگارش در آمده است. از جمله آن‌ها می‌توان به مقاله نوری یوشانلویی و جوهر (۱۳۹۳) اشاره کرد. در این مقاله، نویسندگان به بررسی مفهوم‌شناسی مسئولیت اجتماعی شرکت‌های تجاری در حقوق آلمان، فرانسه، انگلستان و ایران با رویکرد تطبیقی پرداخته‌اند. حساس یگانه و برزگر (۱۳۹۳) نیز مبانی نظری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و پارادایم تحقیقاتی آن در حرفه حسابداری را مورد بررسی قرار داده‌اند.

حمایت محیطی، رشد اقتصادی و عدالت اجتماعی دارد.

۵-۲. نظریه‌های مسئولیت اجتماعی

نظریه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها که به چند گروه دسته‌بندی می‌شوند، از این جهت که می‌توانند روشن‌کننده اهداف شرکت‌ها باشند بررسی می‌شوند.

۵-۲-۱. نظریه ابزاری

در این نظریه فرض بر این است که شرکت، ابزاری برای ایجاد رفاه اقتصادی است و این تنها مسئولیت اجتماعی شرکت است و صرفاً جنبه اقتصادی تعامل بین واحد تجاری و جامعه در نظر گرفته می‌شود. این گروه از نظریه‌ها، نظریه ابزاری نامیده می‌شوند، زیرا آن‌ها مسئولیت‌های ابزاری اجتماعی شرکت‌ها را بعنوان یک ابزار صرف برای سود و ثروت تلقی می‌کنند. این نظریه مبتنی بر نظریه فریدمن هست که اعتقاد دارد مهم‌ترین وظیفه هر شرکت به حداکثر رساندن سود و ثروت سهامداران است (حساس یگانه و همکاران، ۱۳۹۳، ۱۲۱).

۵-۲-۲. نظریه سیاسی

این نظریه، بر تعاملات و ارتباطات بین واحد تجاری و جامعه و همچنین بر ارتباط میان قدرت‌های سیاسی و موقعیت واحد تجاری و نیز مسئولیت ذاتی شرکت متمرکز می‌شوند. این دسته از نظریه‌ها، ملاحظات سیاسی و تحلیل‌های سیاسی را درباره مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها بحث و بررسی می‌کنند (اشرافی و همکاران، ۱۳۹۸، ۵). یکی از شاخه‌های مهم این نظریه، نظریه شهروند شرکتی

(۸۷). طراح مفهوم مسئولیت اجتماعی هاوارد بوون (Howard R. Bowen) آمریکایی است که آن را تحت عنوان اخلاقیات تجاری و موضوعات مربوط به مسئولیت اجتماعی بررسی نمود (زین، ۲۰۲۰، ۱). تعریف وی از مسئولیت اجتماعی این است: «تعهد تجار در راستای احترام به قواعد و هنجارهای موجود در جامعه، ارزش‌ها و سنت‌های مردم، اطاعت از سیاست‌های عمومی در تصمیم‌گیری و فعالیت آنان» (نوری یوشانلوئی و همکاران، ۱۳۹۳، ۶۰۸). در تعریف دیگری آمده است: «مفهوم مسئولیت اجتماعی بیانگر ظهور یک جنبش است که در پی وارد نمودن عوامل اجتماعی، اقتصادی و محیطی در تصمیم‌گیری‌های تجاری شرکت‌ها، استراتژی تجاری و حسابداری با هدف افزایش عملکرد محیطی و اجتماعی در کنار عملکرد اقتصادی است به این نحو که برای شرکت، جامعه و محیط اثربخش و سودمند باشد» (مک کینلی، ۲۰۰۸، ۱). در بین نویسندگان داخلی نیز مسئولیت اجتماعی چنین تعریف شده است: «مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها مجموعه وظایف و تعهداتی است که سازمان‌ها بایستی در جهت حفظ و مراقبت و کمک به جامعه‌ای که در آن فعالیت می‌کنند انجام دهد و نیز سازمان‌ها مسئولند که از آلوده کردن محیط زیست، اعمال تبعیض، تولید کردن محصولات زیان‌آور و نظایر آن که به سلامت جامعه لطمه می‌زند بپرهیزند» (حاجی علیزاده و همکاران، ۱۳۹۲، ۴).

از این تعاریف فهمیده می‌شود مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به‌طور کامل نزدیک به مفهوم توسعه پاینده است که بستگی به سه عنصر اساسی

همکاران، ۱۳۹۷، ۱۰۵؛ حساس یگانه و همکاران، ۱۳۹۳، ۱۲۲).

در مجموع نظریه‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها بر اساس این نظریه‌ها چهار هدف تولید سود و ثروت، بهره‌گیری از قدرت مسئولانه واحدهای کسب‌وکار، یکپارچه کردن تقاضاهای اجتماعی و رعایت ارزش‌های اخلاقی را دنبال می‌کنند.

۵-۳. بررسی مسئولیت اجتماعی در مقررات شرکت‌های سهامی ایران

همان‌گونه که بیان شد مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی نقش برجسته‌ای در استمرار و تداوم فعالیت شرکت‌ها در جامعه دارد. چون همه شرکت‌ها ارتباطاتی با جامعه دارند و جامعه امکان بقای آن‌ها را در درازمدت میسر می‌سازد (اسماعیل‌پور و همکاران، ۱۳۹۸، ۳۲۰). شاید در نگاه اول، هزینه کردن برای مسئولیت اجتماعی امری غیر مفید به نظر آید چنان‌که در کشور انگلستان، برخی محققان بر این عقیده بودند. آنان بر این باور بودند که شرکت تنها باید به دنبال حقوق و منافع مادی گروهی باشد که مالکان حقیقی شرکت هستند و مسئولیت مدیران شرکت نیز تنها به همان گروه محدود گردد؛ حتی این گروه اظهار می‌کردند اگر شرکتی، مسئولیت اجتماعی را هم بپذیرد باز هم این به آن معنا نیست که می‌خواهد در عمل به آن پایبند باشد. برای مستند کردن گفته‌هایشان به رسوایی‌های مالی شرکت انرون و ولد کام اشاره می‌کنند و می‌گویند برخلاف رشد جنبش مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها، این رسوایی‌ها نشان می‌دهد که به‌کاربردن مسئولیت اجتماعی از طرف چنین شرکت‌هایی شعاری بیش

است. در حقیقت شهروند شرکتی بر این موضوع تأکید دارد که شرکت هم‌چون شهروندان یک شهر، دارای یک سری تکالیف و نیز حقوق شهروندی است. هدف اصلی شهروند شرکتی این است که نشان دهد شرکت‌های تجاری، دارای قدرت عمومی هستند که در برابر شهروندان مسئول هستند. طبق این تفکر، انجام بعضی از وظایف که قبلاً با دخالت و نظارت قانونی انجام می‌شد، به خودی خود به شرکت‌ها انتقال یافته و شرکت‌ها را ملزم به رعایت حقوق شهروندان می‌نماید (حجازی و همکاران، ۱۳۹۳، ۱۷۰).

۵-۲-۳. نظریه یکپارچه

در این تئوری‌ها فرض بر این است که وجود شرکت وابسته به جامعه است و باید تقاضاهای جامعه را در عملیاتی همراه با ارزش‌های اجتماعی یکپارچه کند. لذا در این تئوری‌ها، شرکت‌ها باید همیشه به دنبال پاسخ‌گویی به تقاضاهای اجتماعی و دست‌یابی به مشروعیت اجتماعی به‌عنوان پرستیژ در عملیات خود باشند (حساس یگانه و همکاران، ۱۳۹۳، ۱۲۲).

۵-۲-۴. نظریه اخلاقی

در این نظریه رابطه بین واحدهای تجاری و جامعه از بعد اخلاقی مدنظر قرار گرفته است. این نظریه بیانگر این است که سازمان‌ها و شرکت‌ها برای انجام وظایف با بیشترین کارایی و اثربخشی و در ثانی تحقق اهداف و مأموریت‌ها، علاوه بر رعایت استانداردها و قواعد سازمانی و قانونی، نیاز به مجموعه‌ای از رهنمودهای اخلاقی دارند که آن‌ها را یاری نموده، با ایجاد هماهنگی و ثبات رویه، حرکت آن‌ها را به سمت وضعیت مطلوب تسهیل سازد (حاجی محمدلو و

مصوب ۱۳۶۸ و پیشرفت بخش خصوصی، تدوین و گسترش اصول مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به یک موضوع مهم و ضروری تبدیل شد و انتظار می‌رفت که قانون‌گذار در لایحه جدید قانون تجارت به این امر مهم موادی را اختصاص دهد.

شاید گفته شود برخوردار بودن شرکت‌های سهامی از شخصیت حقوقی و یا به کاربردن اصطلاحاتی همچون ذی نفع یا اشخاص ثالث در متن مقررات شرکت‌های مذکور بیانگر مسئولیت‌پذیری اجتماعی این شرکت‌ها در حقوق ایران است؛ بر فرض پذیرش این موضوع آیا در مقررات مذکور مشخص شده که شرکت‌های سهامی در برابر چه گروه یا گروه‌هایی مسئولیت اجتماعی دارند؟ آیا روشن است که ضمانت اجرای تخلف مدیران از تعهدات و مسئولیت اجتماعی چیست؟

برای رسیدن به پاسخ در یک بخش مستقل موارد مذکور تحت عنوان چالش‌های مسئولیت اجتماعی در نظام حقوقی ایران بررسی می‌شود.

۴-۵. چالش‌های شناسایی مسئولیت اجتماعی در مقررات شرکت‌های سهامی ایران

در این قسمت چالش‌های شناسایی مسئولیت اجتماعی در مقررات شرکت سهامی مورد بررسی قرار می‌گیرد.

۴-۵-۱. چالش اول: شرکت سهامی در برابر چه گروه یا گروه‌هایی مسئولیت اجتماعی دارد؟

برای رسیدن به جواب این پرسش در ابتدا لازم است که هدف حقوق شرکت‌های سهامی ایران معلوم گردد. یعنی معلوم شود که هدف حقوق شرکت‌های

نیست و در عمل، پایبندی به آن وجود ندارد. این گروه مخالف، معتقدند در انگیزه شرکت‌ها برای به‌کارگیری مسئولیت اجتماعی شک و تردید وجود دارد؛ زیرا به نظر می‌رسد بسیاری از شرکت‌ها، انگیزه واقعی خود را در پشت مسئولیت اجتماعی مخفی می‌کنند. انگیزه واقعی آنان سیاسی است؛ به این معنا که از این راه می‌خواهند با مقام‌های محلی و سیاسی تباری کنند تا امتیازهای اقتصادی به دست آورند (حساس یگانه و همکاران، ۱۳۹۱، ۲۳) ولی رفته رفته این تفکر حاکم تغییر نمود و شرکت‌های انگلیسی خود را ملزم به رعایت این نوع مسئولیت دانستند. در عمل بسیاری از شرکت‌های انگلیسی مانند تسکو، بی‌جی، ساینس بری کمیته‌ها یا گروه‌های مسئولیت اجتماعی را به‌وجود آورده‌اند و حتی برخی دیگر شرکت‌ها مانند گریت پورینو و سال استورز، اقدام‌های اجتماعی و زیست‌محیطی خود را برای اطلاع عموم منتشر می‌سازند (نوری یوشانلویی و جوهر، ۱۳۹۳، ۶۱۶). در دیگر کشورها پذیرش مسئولیت اجتماعی در قوانین پیش بینی شده است. برای مثال؛ در ماده ۸۶ قانون مدنی چین آمده است: «شخص حقوقی انتفاعی باید در انجام فعالیت‌های شغلی اخلاق تجاری را رعایت کند، از معاملات پاسداری نماید، نظارت دولت و جامعه بر خود را بپذیرد و مسئولیت‌های اجتماعی را بر عهده بگیرد (شیرودی، ۱۴۰۰، ۴۳). در ایران با نگاهی به لایحه اصلاحی قسمتی از مقررات شرکت‌های سهامی ۱۳۴۷ و حتی در لایحه جدید (این لایحه از سال ۱۳۸۴ تاکنون در دست بررسی است و هنوز لباس قانون به تن نکرده است)، به مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها تصریح نشده است. درحالی‌که با تصویب قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی

معنی، از رفاه اجتماعی به نام رفاه جمعی یاد می‌گردد. در این برداشت از رفاه اجتماعی، هدف اصلی این هست که برخلاف نگرش تک‌بعدی سهامدار محورانه به شرکت که آن را تنها مجموعه اموال متعلق به سهامداران تفسیر می‌نماید، با نگرش چندبعدی به شرکت، حقوق شرکت‌ها را به ابزاری تبدیل نماید که کاربرد آن سازمان‌دهی عوامل تولید به منظور حصول بیشترین رفاه ممکن برای مجموع گروه‌هایی که به‌نوعی در شرکت دخالت دارند، باشد. این برداشت از رفاه اجتماعی که از آن به‌عنوان رفاه جمعی تعبیر می‌گردد موجب ظهور و پیدایش رویکرد جدیدی در حقوق شرکت‌ها تحت عنوان «تئوری ذی‌نفعان» گردید (نوروزی، ۱۳۹۵، ۷۰).

بعد از اینکه مشخص گردید منظور از هدف حقوق شرکت‌ها چیست باید بررسی شود که شرکت‌های سهامی ایران کدام هدف را دنبال می‌کنند. عده‌ای معتقد به سهامدار محوریت شرکت سهامی هستند با این استدلال که در ایران، تا قبل از تصویب قانون تجارت در سال ۱۳۱۱، رابطه امانی بر رابطه مدیران و شرکای شرکت تجاری حکومت می‌کرد؛ لذا برقراری رابطه امانی را دال بر حکمرانی نظریه سهامداری در شرکت‌های تجاری می‌دانند (طوسی، ۱۳۹۳، ۲۳). ولی بعد می‌نویسند با تصویب قانون ۱۳۱۱ و پیش‌بینی مقررات خاص در مقوله شرکت‌ها و به‌ویژه پیش‌بینی شخصیت حقوقی برای شرکت‌ها در ماده ۵۸۳، فعالیت‌های اقتصادی شرکت‌ها وارد مقوله جدیدی گردید که البته با ایجاد تغییرها و اصلاحاتی در مقررات راجع به شرکت‌های سهامی در سال ۱۳۴۷، این موضوع کامل‌تر شد در حقیقت، در لایحه اصلاح قسمتی از قانون تجارت ۱۳۴۷، با به

سهامی، سهامدار محوری است یا ذی‌نفع محوری؟ به‌طور کلی نظریه سنتی حقوق شرکت‌های تجاری بر پایه سهامدار محوریت استوار است. در واقع در دیدگاه نئوکلاسیک‌ها، بنگاه‌های اقتصادی ابزاری جهت تبدیل کردن اشیاء به اشیای باارزش تر که تولید نامیده می‌شود، تعریف شده است. ایده اصلی در نظریه سهامدار محوری، تنظیم سیاست‌ها و برنامه‌ها شرکت برای نائل شدن به یک هدف است: تحصیل حداکثر سود و ثروت برای سهامداران شرکت (بادینی و همکاران، ۱۳۹۹، ۲۶۴). با توجه به این مطالب باید گفت در نظریه فوق مدیران شرکت دغدغه‌ای به جز تولید سود برای سهامداران که مالکان شرکت هستند، ندارند.

لیکن در اواخر قرن بیستم در پی تحولات اجتماعی، انتظارات جامعه در خصوص شرکت‌ها تغییر کرد. به این ترتیب که از شرکت‌ها انتظار می‌رفت که به جای حداکثرسازی ثروت سهامداران، به دنبال تحقق منافع اجتماع در شرکت هم باشند. مهم‌ترین توجیه چنین توقع و انتظاری، بر پایه نظریه رفاه اجتماعی استوار بود که در دو معنای اعم و اخص به کار می‌رفت. در معنای اعم، هدف از شکل‌گیری و فعالیت شرکت، خدمت به منافع اجتماع به‌عنوان یک کل بود. از این جهت، حقوق شرکت‌ها نیز به‌عنوان بخشی از پیکره کلی نظام حقوقی در تلاش بود با ارائه مناسب‌ترین قواعد و نهادهای ممکن، موجبات تخصیص بهینه منابع اقتصادی را که در نهایت امر موجب تأمین منافع کلیت جامعه می‌شود، فراهم سازد. در معیار اخص، رفاه اجتماعی، تنها به معنای رفاه گروه‌های یاری‌کننده شرکت از قبیل سهامداران، کارکنان، مدیران و تأمین‌کنندگان مالی است. در این

می‌شود که وجود آن‌ها برای بقای شرکت حیاتی است» (فونتین و سامانتا، ۲۰۰۶، ۸).

کارول (Caroll) در تعریف ذی‌نفعان معتقد است: «ذی‌نفع، فرد یا گروهی است که بر اقدام‌ها، سیاست‌ها و برنامه‌های یک سازمان، تأثیر می‌گذارد یا از آن تأثیر می‌پذیرد». کلارکسون (Clarkson)، «ذی‌نفع را شخصی می‌داند که چیزی را در نتیجه فعالیت به دست می‌آورد یا از دست می‌دهد. (تانگامانی رامایا، ۲۰۱۸، ۳۳۵). ملاحظه می‌شود مفهوم ذی‌نفع در نظریه مذکور با مفهوم ذی‌نفع از لحاظ حقوقی متفاوت است. اندیشمندان، مفهوم ذی‌نفع در نظریه ذی‌نفع‌گرایی را عبارتست از اثرگذاری و اثرپذیری می‌دانند که شرکت‌ها بر روی ذی‌نفعان و ذی‌نفعان بر روی شرکت دارند. پس، در اینجا ذی‌نفع بودن به معنای این نیست که ذی‌نفع در سود و منفعتی شریک باشد، بلکه به این معناست که وضعیت شرکت و ذی‌نفعان به هم گره خورده است. برای درک مفهوم مثالی آورده می‌شود: شرکت‌های تجاری از امکانات جامعه بهره‌برداری می‌کنند در سیاست‌ها و تصمیمات خود باید به نحوی عمل کنند که به محیط زیست کمترین آسیب را وارد نمایند و گرنه با واکنش‌های محیط زیستی مواجه خواهند شد. یا کارکنان ذی‌نفعان اصلی هر شرکتی هستند. آن‌ها انتظار دارند به‌طور عادلانه دستمزد دریافت نمایند و در شرایط امن کار کنند. اگر شرکت این انتظارات اساسی را برآورده نکند و با کارکنان خود به جای اعضای ارزشمند تیم مانند چرخ دنده رفتار کند، می‌تواند در درازمدت به کسب‌وکار آسیب برساند. ریزش دائمی کارمندان وجود خواهد داشت و شرکت در بین نیروی کار شهرت منفی به دست خواهد آورد

کاربردن واژه ذی‌نفع در پاره‌ای از مواد استقبال مقنن از تئوری ذی‌نفعان آشکار گردید و لذا ضروری بود که شرکت‌های تجاری در اقدامات و تصمیمات خود به گروه‌های ذی‌نفع توجه داشته باشند (عیسایی تفرشی و همکاران، ۱۳۹۲، ۱۵۸).

پرسشی که مطرح می‌شود این است که آیا صرف به کاربردن کلمه ذی‌نفع یا ذی‌نفعان در مقررات شرکت‌های سهامی می‌تواند دلیل بر پذیرش تئوری ذی‌نفع محوری باشد؟ در این قسمت بهتر است مفهوم ذی‌نفع بررسی کنیم شود و بعد به پرسش پاسخ داده می‌شود.

۵-۴-۱. مفهوم ذی‌نفع

نفع در لغت به معنای سود، فایده، منفعت، حاصل و آنچه مقابل ضرر و زیان است تعریف شده است. معنای ذی در کلمه ذی‌نفع، به معنای صاحب و مالک است. پس ذی‌نفع یعنی سود برده شده و یا کسی که از کاری یا چیزی نفع و فایده ببرد (صادقی و همکاران، ۱۳۹۱، ۱۲۰). از لحاظ حقوقی منظور از ذی‌نفع این است که خواهان به طریقی از نتیجه دعوا در صورت محکومیت خوانده به‌طور شخصی و مستقیم و قانونی منتفع و بهره‌مند گردد (رضایی قوام آبادی و همکاران، ۱۳۹۵، ۹۸۳). برای درک مفهوم ذی‌نفع در نظریه ذی‌نفع‌گرایی به تعاریف اندیشمندان این حوزه رجوع خواهد شد. فریمن (Freeman) دو تعریف از ذی‌نفعان ارائه نموده است. یکی از این تعاریف، در سال ۱۹۸۴ انجام شده است. به باور وی: «ذی‌نفع عبارت است از هر گروه یا شخص که بتواند بر تحقق اهداف شرکت تأثیر گذارد یا از آن تأثیر بگیرد». فریمن در سال ۲۰۰۴، تعریف دیگری از ذی‌نفعان ارائه می‌دهد: «ذی‌نفعان به گروهی گفته

فاصله دارد. به عبارتی مفهوم ذی‌نفع در مقررات شرکت به همان معنایی است که در قانون آیین دادرسی آمده است. به این سان که ذی‌نفعان متضرر از انتخاب یک مدیر ناشایست، عدم تأمین حداقل سرمایه و غیره به دادگاه شکایت حقوقی کنند و در نتیجه این شکایت به یک منفعتی برسند خواه مادی مثل پرداخت سود و مطالبات باقی مانده یا معنوی باشد مثلاً از عملکرد ناشایست مدیری ضرر معنوی دیده باشند و با عزل وی از آن سمت بهره معنوی را به دست آورند.

در ثانی اگر پذیرفته شود که به کار بردن واژه ذی‌نفع دلیل ذی‌نفع‌گرایی شرکت سهامی است پرسش دیگری مطرح می‌شود که این ذی‌نفعان شامل چه کسانی می‌شوند؟ این موضوع در یک بند جداگانه بررسی می‌شود.

۵-۴-۱-۲. دسته‌بندی ذی‌نفعان

اندیشمندان و صاحب‌نظران نظریه ذی‌نفع‌گرایی بعد از تعریف ذی‌نفع، به دسته‌بندی انواع ذی‌نفعان پرداخته‌اند. فریمن ذی‌نفعان را به دو گروه محدود و نامحدود تقسیم می‌کند. از نظر وی، ذی‌نفعان نامحدود هر شخص یا گروهی است که بدون آنکه در شرکت دارای سهم باشد؛ می‌تواند بر موفقیت شرکت تجاری در رسیدن به اهدافش تأثیر بگذارد یا از آن تأثیر پذیرد. این تفسیر گسترده از گروه‌های ذی‌نفع، آن‌ها را شامل کارکنان، طلبکاران، تأمین‌کنندگان، مصرف‌کنندگان، جوامع محلی، عموم مردم، دولت و حتی گونه‌های گیاهی و جانوری می‌سازد. ذی‌نفعان محدود، به گروهی گفته می‌شود که در شرکت یا بنگاه دارای سهم باشند (فونتین و سامانتا، ۲۰۰۶، ۱).

و این در نهایت شرکت و پتانسیل آن برای کسب درآمدهای بالاتر را تضعیف می‌کند. یا اگر شرکت در تولید کالا، از ابزار و مواد مناسب استفاده نکند و نتواند مصرف‌کننده را راضی نگه دارد، ممکن است در بدترین حالت حتی با تحریم مصرف‌کننده به عنوان یکی از ذی‌نفعان شرکت، مواجه گردد.

حال بررسی می‌شود آیا مفهوم ذی‌نفع در مقررات شرکت‌های سهامی نیز به همین معنای تأثیر و تأثر است؟ به نظر می‌رسد جواب منفی باشد. برای اثبات ادعا به برخی مواد که در آن کلمه ذی‌نفع آمده است، مراجعه خواهد شد:

الف- درخواست انحلال در صورت کاهش حداقل سرمایه بعد از تأسیس شرکت: در این ماده در صورت عدم افزایش سرمایه ظرف یکسال یا عدم تبدیل شرکت سهامی به نوع دیگر مقرر شده هر ذی‌نفع حق درخواست انحلال شرکت را دارد (ماده ۵ لایحه اصلاحی ۱۳۴۷).

ب- درخواست عزل مدیران: اگر مدیران شرکت شرایط مقرر در قانون را نداشته باشد هر ذی‌نفع می‌تواند درخواست عزل آن‌ها را از دادگاه بخواهد (تبصره ماده ۱۱۱ لایحه اصلاحی ۱۳۴۷).

پ- ورشکستگی شرکت و مسئولیت مدیران: اگر شرکت ورشکسته شود و دلیل ورشکستگی عدم کفایت دارایی شرکت به‌خاطر تخلفات مدیران باشد هر ذی‌نفع می‌تواند علیه مدیران متخلف شکایت کند (ماده ۱۴۳ لایحه اصلاحی ۱۳۴۷).

با توجه به نمونه‌ای از مواد آورده شده به‌راحتی می‌توان دریافت که مفهوم ذی‌نفع در مقررات شرکت سهامی ایران با مفهوم ذی‌نفع در نظریه ذی‌نفعان

یکسال متوقف شده باشد. هر ذی‌نفع می‌تواند تقاضای انحلال شرکت را بنماید و بر اساس ماده ۸۹ این قانون مجمع عمومی عادی باید سالی یک بار و موقعی که اساس‌نامه پیش‌بینی شده است تشکیل شود. ماده متضمن تکلیف برای تشکیل مجمع عمومی عادی سالیانه است و عدم تشکیل به قید ایجاد سبب انحلال شرکت است که در بند ۱ ماده ۲۰۱ بدان اشاره شده است. زیان ناشی از عدم برگزاری مجمع عمومی عادی سالیانه محدود به سهامداران شرکت نبوده؛ بلکه منافع طلبکاران شرکت را نیز با خطراتی مواجه می‌سازد (عیسایی تفرشی و همکاران، ۱۳۹۲، ۱۶۳).

نکته قابل ذکر در مقررات شرکت سهامی ایران این است که مقنن در بسیاری از مواد مربوط به مقررات فوق‌واژه اشخاص ثالث را به کار برده است. آیا می‌توان بیان کرد مراد از اشخاص ثالث نیز همان ذی‌نفعان شرکت هستند؟

اشخاص ثالث به همه اشخاصی اطلاق می‌شود که خارج از ارکان و ساختار شرکت بوده و به طور مستقیم یا غیر مستقیم، طرف مراد با شرکت قرار می‌گیرد. به همین دلیل ماده ۲۷۰ لایحه اصلاحی قسمتی از قانون تجارت ۱۳۴۷ از مؤسسان و مدیران و بازرسان و صاحبان سهام در برابر اشخاص ثالث نام برده است و به این اشخاص اجازه توسل به بطلان شرکت یا عملیات یا تصمیمات را به علت نقض قواعد سازمانی شرکت نداده است (اسکینی و همکاران، ۱۳۹۵، ۱۹). با توجه به این مفهوم باید گفت که اشخاص ثالث نمی‌تواند شامل همه افراد ذی‌نفع باشد. مدیران، کارکنان و سهامداران شرکت از جمله کسانی هستند که به هر مناسبتی در ساختار شرکت دخالت

برخی نویسندگان ذی‌نفعان را به دو دسته درونی و بیرونی تقسیم کرده‌اند. ذی‌نفعان درونی، گروهی هستند که دایره ارتباطی نزدیکی با شرکت دارند و شامل گروه‌های متعددی هم‌چون کارکنان، تأمین‌کنندگان و طلبکاران می‌شوند. ذی‌نفعان بیرونی نیز، به گروهی گفته می‌شود که منافع مشترکی با کسب‌وکار شرکت دارند؛ اما چون جزئی از ارکان بنگاه اقتصادی، در تحقق عنوان سازمانی شرکت به‌شمار نمی‌آیند، آن‌ها را ذی‌نفعان بیرونی شرکتی می‌نامند. در این تقسیم‌بندی طیف وسیعی از گروه‌ها از قبیل مصرف‌کنندگان و محیط‌زیست، جامعه محلی و رقبا قرار می‌گیرند (طباطبایی حصار و همکاران، ۱۴۰۰، ۲۳).

اگر به مقررات شرکت‌های سهامی دقت شود فهمیده می‌شود منظور از ذی‌نفعان، تنها سهامداران و طلبکاران شرکت هستند و نامی از دیگر ذی‌نفعان برده نشده است. برای مثال، کلمه ذی‌نفع به کار برده شده در ماده ۱۴۳ لایحه اصلاحی ۱۳۴۷، صرفاً طلبکاران شرکت هستند (دمرچیلی و همکاران، ۱۳۸۱، ۲۱۲). یا در ماده ۲۰۱ لایحه اصلاحی قسمتی از قانون تجارت ۱۳۴۷ که ناظر بر موارد انحلال اختیاری شرکت سهامی است مقرر داشته است که در موارد زیر هر ذی‌نفع می‌تواند انحلال شرکت را از دادگاه بخواهد به نظر می‌رسد که واژه ذی‌نفع در این ماده صرفاً سهامداران را شامل نمی‌شود و طیف بیشتری را در بر دارد به‌عنوان مثال در بند یک این ماده آمده است که در صورتی که تا یکسال پس از به ثبت رسیدن شرکت هیچ اقدامی جهت انجام موضوع شرکت صورت نگرفته باشد و نیز در صورتی که فعالیت‌های شرکت در مدت بیش از

با مفهوم ذی‌نفع در نظریه ذی‌نفع‌گرایی منطبق نیست و نیز دسته‌بندی دقیقی از ذی‌نفعان در قانون ایران وجود ندارد. مفهوم ذی‌نفع در مقررات سهامی ایران، منطبق معنای ذی‌نفع در آیین دادرسی مدنی است که بر اساس آن افرادی که حششان ضایع شده علیه خواننده یا خوانندگان اقامه دعوا نمایند و در توضیحات نیز نمونه‌های آن ذکر شد. این در حالی است که همان‌گونه بیان شد یکی از نظریه‌های مسئولیت اجتماعی تئوری ذی‌نفعان است و اصلاً مسئولیت اجتماعی باید در برابر این گروه‌های ذی‌نفع باشد چراکه شرکت از جامعه، محیط زیست و دیگر ذی‌نفعان منتفع می‌شود و بالعکس. لذا اگر مقنن بنا دارد از نظریه ذی‌نفع‌گرایی استقبال نماید شرط اول این است که مفهومی از ذی‌نفع که منطبق با مفهوم آن در نظریه ذی‌نفعان باشد ارائه نماید و در ثانی به همه گروه‌های ذی‌نفع توجه داشته باشد.

۵-۴-۲. چالش دوم: ضمانت اجرای نقض مسئولیت اجتماعی در مقررات شرکت‌های سهامی چیست؟

پذیرش مسئولیت اجتماعی در قانون هر کشوری نیازمند همراه شدن آن با ضمانت اجراست. چون مسئولیت اجتماعی بدون تعیین ضمانت اجرا در عمل مشکل‌آفرین می‌شود.

در چین، اصولی توسط مکتب کنفوسیوس برای تئوری ذی‌نفعان مطرح گردید یکی از این اصول «اصل اخلاقی رن» نام دارد. این اصل به عنوان عشق به هم نوع تعبیر می‌شود. کنفوسیوس معتقد است که به‌منظور دستیابی به این اصل، باید خودپسندی و خودخواهی را رها نموده و به حقوق دیگران احترام گذاشت. این مکتب سعی می‌کند توسط اصل اخلاقی

دارند. به نظر می‌رسد مراد از اشخاص ثالث در این مواد ذی‌نفعانی باشد که در ساختار شرکت مداخله‌ای ندارند. دولت، محیط زیست، جوامع محلی اگرچه ارتباط دورتری با شرکت دارند، لیکن از آنجایی که تحت تأثیر قدرت اجتماعی شرکت هستند، شرکت در برابر آن‌ها مسئولیت اجتماعی داشته و موظف است (نوروزی، ۱۳۹۵، ۲).

به هر حال اگر هدف حقوق شرکت سهامی ایران توجه به گروه ذی‌نفعان است باید همه گروه‌های ذی‌نفع مدنظر باشد. چنانچه در ماده ۱۷۲ قانون شرکت‌های ۲۰۰۶ مقرر شده است که مدیر شرکت، باید با حسن‌نیت، شرکت را اداره کند و ارتقای موفقیت آن را برای منافع اعضای خود (به‌طور کلی) مدنظر قرار دهد و مؤلفه‌های زیر را در نظر داشته باشند:

- ۱- آثار احتمالی هر تصمیم درازمدت، ۲- منافع کارمند شرکت، ۳- لزوم تقویت روابط تجاری شرکت با تولیدکنندگان، مشتریان و دیگر اشخاص؛ ۴- اثر عملیات شرکت بر اجتماع و محیط؛ ۵- شرایط مطلوب شرکت برای حفظ اعتبارش با رعایت استانداردهای بالای رفتار تجاری؛ ۶- عمل از روی انصاف میان اعضای شرکت. در این ماده آشکار است که مدیران شرکت برای ارتقای موفقیت آمیز شرکت نه تنها حقوق سهامداران، بلکه منافع ذی‌نفعان از جمله کارمندان، تولیدکنندگان، مشتریان، اجتماع و محیط زیست نیز باید مدنظر قرار دهند (عیسایی تفرشی و همکاران، ۱۳۹۴، ۱۳۲).

آنچه از این مطالب به‌دست آمد این است که مقررات شرکت‌های سهامی ذی‌نفع محور نیست چون اولاً حجم زیادی از مقررات این شرکت‌ها به سهامداران اختصاص دارد. ثانیاً، مفهوم ذی‌نفع در مقررات مذکور

ضمانت اجرای کیفی نیستند شاید بر اساس قواعد عمومی مسئولیت مدنی جبران خسارت را در پی داشته باشد. بنابراین تبیین این مفاهیم و تفکیک قلمرو آن‌ها از یکدیگر اهمیت دارد که به‌طور خلاصه می‌توان گفت: ۱- برخی از انواع مسئولیت اجتماعی ضمانت اجرای کیفی دارند که در این موارد هر دو نوع مسئولیت بر یکدیگر منطبق می‌شوند. ۲- برخی از انواع مسئولیت اجتماعی، مسئولیت کیفی ندارد اما مسئولیت مدنی در پی دارد. در واقع قانون این-گونه موارد را جرم‌انگاری نکرده است؛ اما به‌لحاظ ضرر ناشی از عملکردها، مسئولیت مدنی برای آن پدید می‌آید. ۳- در پاره‌ای از موارد، مسئولیت اجتماعی ضمانت اجرای کیفی و مدنی ندارد. در حقیقت مسئولیت اجتماعی نوعی مسئولیت فرا قانونی را شامل می‌شود. بنابراین می‌توان گفت که رابطه منطقی مسئولیت اجتماعی و کیفی از نظر قلمرو به صورت عموم و خصوص من وجه استخرچگی و همکاران، ۱۳۹۹، ۱۴۰.

۶. نتیجه

ذی‌نفع‌گرایی و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها یکی از موضوعات حساس و مهم سال‌های اخیر بوده است. در واقع مسئولیت اجتماعی، شرط بقا و پایداری شرکت‌های تجاری است. بنابراین بین مسئولیت-پذیری اجتماعی و عملکرد شرکت‌ها و ذی‌نفع‌گرایی ارتباط مثبتی وجود دارد هرچند مسئولیت فوق-الذکر در غرب ظهور نموده است، لیکن در نظام حقوقی ایران نیز مقوله ناشناخته نیست. علیرغم وجود منابع قانونی مانند قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی مصوب ۱۳۶۸، که تأکید بر ورود این مسئولیت در اساس‌نامه بخش‌های

فوق، یک پیوند بنیادین میان شرکت و جامعه ایجاد کند. به‌هرحال، ایجاد اقتصاد بازاری با ظهور شرکت-های قدرتمند گاهی منجر به تهدیداتی در زمینه هماهنگی اجتماعی می‌شود که کنفوسیوس آن را مجسم کرده است. از جمله این تهدیدات آسیب به محیط زیست است. شرکت باید در کنار تفکر ثروت‌اندوزی خود به محیط‌زیست توجه کند؛ وگرنه متهم به رفتار غیر اخلاقی می‌شود. اصل مهم دیگر اصل اخلاقی «شو» است. طبق این اصل، شرکت‌های تجاری چون در برابر ذی‌نفعان از قدرت مالی و اقتصادی و اطلاعات نامتقارن برخوردار هستند باید قاعده طلایی آنچه برای خود نمی‌پسندی برای دیگران نیز نپسند را رعایت نمایند. این قاعده به-منظور جلوگیری از گمراهی، فریب و آسیب شرکت-های تجاری به ذی‌نفعان طراحی شده است (عزیززاده و همکاران، ۱۴۰۱، ۳۷۰). در چین برای نقض این اصول مربوط به ذی‌نفعان، مسئولیت اجتماعی مانند الزام به پاک‌سازی محیط‌زیست و یا الزام به مشورت با وکلای تخصصی در زمینه اجرایی کردن طرح‌های زیست‌محیطی، ارائه گزارش مالی پیش‌بینی شده است. در انگلیس نیز ضمانت اجرا تخلف از مسئولیت اجتماعی توسط شرکت، تشهیر و رسوایی است آن شرکت است. لیکن، در مقررات شرکت‌های سهامی ایران تنها از مسئولیت مدنی و کیفی مدیران صحبت شده است. درحالی‌که ماهیت مسئولیت اجتماعی با این دو مسئولیت فرق دارد. در مقایسه مسئولیت کیفی و مسئولیت اجتماعی از حیث قلمرو می‌توان چنین گفت که برخی از مصادیق مسئولیت اجتماعی در شمول مسئولیت کیفی قرار دارد؛ اما برخی دیگر مشمول مسئولیت کیفی نیستند. از سوی دیگر، پاره‌ای از موارد که مشمول

همه نویسندگان به صورت برابر در تهیه و تدوین پژوهش حاضر مشارکت داشته‌اند.

۸. تضاد منافع

در این پژوهش هیچ‌گونه تضاد منافی وجود ندارد.

خصوصی (مانند شرکت‌های تجاری) داشتند، هنوز این جنس از مسئولیت در مقررات شرکت‌های سهامی ایران وارد نشده است. با توجه به اینکه لایحه قانون تجارت جدید هنوز نهایی نشده است انتظار می‌رود که مقنن به مسئولیت اجتماعی شرکت‌های تجاری توجه ویژه داشته است و نیز موارد ذیل برای محقق شدن این موضوع پیشنهاد می‌شود:

۱- بررسی نظریه‌های مسئولیت اجتماعی بیانگر این است که این مسئولیت در برابر انتظارات و توقعات گروه‌های ذی‌نفع است. در مقررات شرکت‌های سهامی ۱۳۴۷ علیرغم به کارگیری واژه ذی‌نفع، آشکار گردید مفهوم ذی‌نفع در مقررات مذکور با مفهوم ذی‌نفع در تئوری ذی‌نفع‌گرایی فاصله دارد و نیازمند اصلاح است.

۲- در مقررات شرکت‌های سهامی دسته‌بندی دقیقی از گروه‌های ذی‌نفع وجود ندارد، و مقررات مذکور نشان می‌دهد اغلب مراد از ذی‌نفعان در این مقررات سهامداران و گاهی طلبکاران شرکت هستند و این در حالی است که کارکنان، مدیران و تأمین‌کنندگان مالی هم می‌توانند از ذی‌نفعان شرکت باشند.

۳- نقض مسئولیت اجتماعی نیازمند ضمانت اجرا است. جنس این ضمانت اجرا نباید جزای نقدی و یا پرداخت خسارت در قالب پول باشد. چون ماهیت مسئولیت اجتماعی از مسئولیت کیفری و مدنی جدا است؛ بلکه الزام به پاک‌سازی محیط‌زیست، الزام به ارائه گزارش مالی و یا تشویق و رسوایی شرکت را می‌توان به‌عنوان ضمانت اجرای مسئولیت اجتماعی پیشنهاد داد.

۷. سهم نویسندگان

منابع

- اسکینی، ربیعا و حیدری، محمد، «ایرادات سازمانی شرکت‌های تجاری در برابر اشخاص ثالث»، نشریه حقوق تطبیقی، دوره ۱۰۵، شماره ۱، ۱۳۹۵.
- اسماعیل‌پور، رضا؛ رضایی پیتته‌نوئی، یاسر؛ غلامرضا پور، محمد، «مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و ضعف کنترل داخلی: آزمون تجربی نظریه ذی‌نفعان و علامت‌دهی»، دو فصلنامه حسابداری ارزشی و رفتاری، دوره ۴، ۸(۴)، شماره ۸، ۱۳۹۸.
- اشرافی، جواد؛ رهنمای رودپشتی، فریدون؛ بنی‌مهد، بهمن، «نظریه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها»، فصلنامه علمی پژوهشی دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، دوره ۳۱۸، شماره ۳۱۸، ۱۳۹۸.
- بادینی، حسن؛ کوشکی، مصطفی، «قواعد حاکم بر ورشکستگی شرکت‌های تجاری از منظر حمایت از نیروی کار»، فصلنامه تحقیقات حقوقی، شماره ۹۰، ۱۳۹۹.
- حاجی‌علیزاده، سحر؛ خواجه‌حسینی، میترا؛ امیری، علی، «بررسی رابطه بین تئوری ذی‌نفعان، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و عملکرد مالی»، فصلنامه رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری، دوره ۴، شماره ۵۰، ۱۳۹۲.
- حجازی، رضوان؛ نصیری، سپیده سادات، «مفاهیم شهروند شرکتی و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها»، پژوهش حسابداری، شماره ۱۵، ۱۳۹۳.
- حساس یگانه، یحیی؛ برزگر، یدالله، «مبانی نظری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و پارادایم تحقیقاتی آن
- در حرفه حسابداری»، فصلنامه علمی پژوهشی حسابداری مدیریت، دوره ۷، شماره ۲۲، ۱۳۹۳.
- حاجیه‌ها، زهره؛ حاجی‌محمدلو، بهاره، «ارتباط بین جو اخلاقی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی و مدیریت سود»، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال پانزدهم، شماره ۲، ۱۳۹۷.
- حمیدیان، حمید؛ رضایی، علی، «نقد و بررسی جایگاه مسؤلیت اجتماعی در چارچوب معاهدات سرمایه‌گذاری: با مطالعه تطبیقی حقوق ایران، کانادا، برزیل و اتحادیه اروپا»، فصلنامه پژوهش‌های حقوق تطبیقی، دوره ۲۴، شماره ۴، ۱۳۹۹.
- چرخچی، ایرج؛ مریوانی، ناصر؛ ضیائی، محمدعلی، «اندیشه اجتماعی ضمان و مسئولیت اجتماعی در فقه امامیه و اهل سنت»، مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران، دوره ۱۲، شماره ۲، ۱۳۹۹.
- دمرچیلی، محمد؛ حاتمی، محمد قرائی، محسن، قانون تجارت در نظم کنونی، چاپ دوم، تهران، خلیج فارس، ۱۳۸۱.
- رضانی قوام‌آبادی؛ محمدحسین، جوادمنش، جواد، «مطالعه تطبیقی مفهوم ذی‌نفع در اقامه دعاوی زیست محیطی در حقوق ایران و اتحادیه اروپا»، فصلنامه مطالعات حقوق عمومی، دوره ۴۶، شماره ۴، ۱۳۹۵.
- صادقی، محمود؛ جوهری، مهدی، «ذی‌نفع در دعاوی ناشی از اختراع از نگاه قانون و رویه قضایی»، فصلنامه دیدگاه‌های حقوق قضایی، دوره ۱۷، شماره ۵۹، ۱۳۹۱.

- نوروزی، محمد، «تأملی بر رابطه شرکت‌های تجاری و ذی‌نفعان آن‌ها»، فصلنامه تحقیقات حقوقی، دوره ۲۱، شماره ۸۲، ۱۳۹۵.

لاتین

- Carrol, Archie B. "Corporate social responsibility: The centerpiece of competing and complementary frameworks", *Organizational Dynamics*, Vol.44, 2015.

- Forcadell, Francisco Javier, Fernando Ubeda. "Elisa Aracil, Effects of environmental corporate social responsibility on innovativeness of spanish industrial SMEs", *Technological Forecasting & Social Change*, Vol:162, 2021.

- Fontaine, Charles & Miles Samantha. "Stakeholder :Theory And Practice", Oxford University Press, 2006.

- Muchlinski, Peter T. The Rise and fall of the Multilateral Agreement on Investment: Where Now?" *The International Lawyer, Foreign Law Year in Review*, Vol. 34, No. 3, 2000.

- Tanggamani, V., Amran, A., Ramayah, T. "The Corporate Social Responsibility and Corporate Financial Performance Virtuous Loop: A Theoretical Framework", *Global Business and Management Research: An International Journal*, Vol, Issue 1, 2018.

- شیروودی، عبدالحسین، قانون مدنی چین، تهران، شهردانش، ۱۴۰۰.

- طباطبایی حصار، نسرین؛ صفی‌زاده، سروش، نظام ثبت شرکت‌های تجاری در آینه حق دسترسی به اطلاعات، چاپ اول، تهران، مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران، ۱۴۰۰.

- طوسی، عباس، تحلیل اقتصادی حقوق شرکت‌ها، چاپ اول، انتشارات شهردانش، ۱۳۹۳.

- عیسیایی تفرشی، محمد؛ یحیی‌پور، جمشید «تئوری ذی‌نفعان با رویکرد مقررات شرکت‌های سهامی»، بورس اوراق بهادار، دوره ۶، شماره ۲۱، ۱۳۹۲.

- عیسیایی تفرشی، محمد؛ رضانی آکردی، حبیب؛ عباسی‌منش، حمیدرضا، «ارتقای موفقیت شرکت: وظیفه‌ای برای مدیران (مطالعه در حقوق انگلیس و ایران)»، پژوهش‌های حقوق تطبیقی، دوره ۱۹، شماره ۴، ۱۳۹۴.

- عزیززاده، فاطمه؛ رضایی، علی، «بررسی سیاست تقنینی و حمایتی ایران در حمایت از محیط زیست در مقایسه با فقه و جمهوری خلق چین»، مطالعات فقه اقتصادی، دوره ۴، شماره ۵، ۱۴۰۱.

- قانون تجارت ۱۳۱۱.

- لایحه اصلاحی قسمتی از قانون تجارت ۱۳۴۷.

- نوری یوشانلوئی، جعفر؛ جوهر، سعید، «مفهوم‌شناسی مسئولیت اجتماعی شرکت‌های تجاری در حقوق آلمان، فرانسه، انگلستان و ایران با رویکرد تطبیقی»، مجله حقوق تطبیقی، دوره ۵، شماره ۲، ۱۳۹۳.

- Zein, Tala, Zein, Sarah. "A legal perspective on Corporate Social Responsibility (CSR)", BAU Journal - Creative Sustainable Development, Vol.1, Issue.2, 2020.