

## نقش تئوری مشروعیت و تئوری ذینفعان در مسئولیت اجتماعی شرکتها

مجید مرادی<sup>۱</sup>

<sup>۱</sup> دانشجوی دکتری حسابداری دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران  
عضو هیات علمی موسسه آموزش عالی ناصر خسرو، ساوه، ایران

### چکیده

«تئوری مشروعیت و تئوری گروه های ذی نفع» درصدد برآمده اند در این باره توضیح بدهند که چرا سازمان ها در گزارش های سالانه براساس برخی از مسئولیت های اجتماعی اقدام به انتشار اطلاعات می کنند. منشأ تئوری مشروعیت و تئوری گروه های ذی نفع یک تئوری بزرگ تر است که آن تئوری اقتصاد سیاسی است. مشروعیت پویا است و آن بدین معنی است که گروه های ذی نفع به صورت مستمر محصولات، روش ها و هدف های سازمان را مورد ارزیابی قرار می دهند. اساس تئوری ذینفع این است که شرکت ها بسیار بزرگ شده اند و تاثیر آنها بر جامعه آنچنان عمیق است که باید برای ایفای مسئولیت خود به غیر از سهامداران به بخش های بسیار بیشتری از جامعه توجه کرده و پاسخگو باشند. اگر سازمان در فعالیت های خود تجدید نظر نکند، فاصله بین انتظارات تغییر یافته جامعه و محصولات سازمان بیشتر خواهد شد و مشروعیت آن دستخوش تهدید قرار خواهد گرفت. مسئله های مطرح در زمینه مسئولیت های اجتماعی و به یک مسئله مالی تبدیل شده است. مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتی و افشاگرهای مرتبط با آن عامل ضروری است که به تداوم شرکت ها منجر می شود. زیرا همه شرکت ها ارتباط هایی با جامعه دارند. لذا جامعه امکان بقای شرکت ها را در دراز مدت فراهم می آورد. در این مقاله ابتدا تئوری اقتصاد سیاسی را شرح و سپس تئوری مشروعیت و تئوری ذینفعان را توضیح داده و در نهایت نقش آن در مسئولیت اجتماعی شرکتها را توضیح می دهیم.

**واژه های کلیدی:** تئوری اقتصاد سیاسی، تئوری مشروعیت، تئوری ذینفعان، مسئولیت اجتماعی شرکتها.

## مقدمه

تئوری چیزی جز حالت انتزاعی یا تجربیدی یک واقعیت نیست و نباید انتظار داشت که تئوری بتواند شرح کاملی از یک رفتار خاص را ارائه کند. از نگرش سیستمی به سازمان و جامعه، یک واحد تجاری و جامعه ای که در آن فعالیت می کند بر یکدیگر اثر متقابل می گذراند. در این سال ها، پژوهشگران و صاحب نظران با استفاده از «تئوری مشروعیت و تئوری گروه های ذی نفع» درصدد برآمده اند در این باره توضیح بدهند که چرا سازمان ها در گزارش های سالانه براساس برخی از مسئولیت های اجتماعی اقدام به انتشار اطلاعات می کنند. منشأ تئوری مشروعیت و تئوری گروه های ذی نفع یک تئوری بزرگ تر است که آن تئوری اقتصاد سیاسی است، که عبارتند از: «چارچوب اجتماعی، سیاسی و اقتصادی» است که افراد انسانی در آن به سر می برند (زندگی در آن شکل می گیرد). تئوری اقتصاد سیاسی بیان می کند که جامعه، سیاست و اقتصاد از یکدیگر غیر قابل تفکیک هستند. بدون توجه کردن، به چارچوب سیاسی، اجتماعی و نهادی (که فعالیت های اقتصادی در آن انجام می شود) نمی توان به روشی معقول درباره مسئله های اقتصادی تحقیق کرد.

## تئوری اقتصادی سیاسی

تئوری حسابداری اقتصاد سیاسی در دهه ۱۹۹۰ از نوشته های پارکر استخراج شد، در مقابل مفهوم قرارداد اجتماعی پیشنهاد می کند وجود یک سازمان بر حمایت کلی جامعه تکیه می کند. اگر مشاهده شود یک سازمان درگیر فعالیت های اجتماعی نامطلوب شده است، جامعه از تایید آن سازمان صرفنظر می کند و این منجر به نابودی آن می شود. تئوری اقتصاد سیاسی بحث می کند که حسابداری می تواند یک نقش محوری در شیوه ساختار سازمانی و محیط پیرامونش، به طور اقتصادی، سیاسی و اجتماعی بازی کند. (علی خانی، ۱۳۹۳)

پارکر معتقد است، از دیدگاه اقتصادی سیاسی اطلاعات حسابداری را نوع سند اجتماعی، سیاسی و اقتصادی می دانند. این اطلاعات به عنوان ابزارهایی مورد استفاده قرار می گیرند تا درون مایه یا مضامین ایدئولوژیک، نهادی و نظام های سیاسی و اقتصادی ارائه، طرح ریزی و دوام و بقای آنها تضمین شود، یعنی ابزارها یا عواملی که باعث می شوند سازمان به منافع مورد نظر خود دست یابد. شرکت با ارائه و انتشار اطلاعات می کوشد مجموعه های بزرگی از مخاطبان (دریافت کنندگان گزارش ها) را از مسائل اجتماعی، سیاسی و اقتصادی آگاه سازد. نمی توان گزارش های مالی را سندهای بی طرفانه، بدون سونگری دانست، یعنی اطلاعات بدان گونه که مورد ادعای نهادهای تدوین کننده مقررات حسابداری است، نیستند؛ بلکه آنها چیزی جز مبادله یا داد و سندهای (متقابل) بین شرکت و عوامل محیط خود نمی باشند و شرکت ها می کوشند بدین گونه انواع هدف مورد نظر خود را تامین نمایند. (پارکر ۱، ۲۰۰۵)

در تئوری اقتصاد سیاسی دو جنبه وجود دارد. به عبارت دیگر تئوری اقتصاد سیاسی را می توان از جنبه کلاسیک و یا از جنبه طبقه متوسط (غیر کلاسیک) مدنظر قرار داد. اقتصاد سیاسی کلاسیک، تضاد منافع، نابرابری و نقش دولت را در کانون تجزیه و تحلیل خود قرار می دهد. برعکس، اقتصاد سیاسی طبقه متوسط تمایل دارد این موارد را به همان صورتی که هستند در نظر بگیرد و لذا این موارد را از تجزیه و تحلیل، مستثنی و خارج می کند. اقتصاد سیاسی کلاسیک مدعی است مادامی که افشای اطلاعات مربوط به اثرات اجتماعی فعالیت واحدهای تجاری به صورت اختیاری انجام می شود، تنها بخشی از مشروعیت را تامین می کند. لذا این دیدگاه تمایل روشنی به وضع قوانین افشای اجباری دارد. در این دیدگاه دولت به منظور اعمال محدودیت بر سازمان ها برگزیده شده است و لذا دولت مسئول حفظ منافع گروه های فاقد قدرت، به منظور حفظ مشروعیت سیستم به عنوان یک کل می باشد. (فروغی، ۱۳۸۷)

در تئوری اقتصاد کلاسیک، گزارشهای حسابداری همانند ابزاری است جهت حمایت از کسانی که از منابع کمیاب استفاده و آن را کنترل می کنند و تضعیف کسانی که از این منابع استفاده نمی کنند. این تئوری تضاد طبقاتی و بی عدالتی ساختاری را

<sup>1</sup>. Parker

مورد توجه قرار داده است. از طرف دیگر، اقتصاد غیر کلاسیک، از اهمیت تضاد و تعارضهای ساختاری کاسته و چندین دیدگاه جهانی را پذیرفته و به دخالت و فشار گروه های مختلف جامعه بر واحد های تجاری اشاره دارد. این دو رویکرد بسیار متفاوت هستند، اگر چه در یک مفهوم کلی توافق دارند که افشاهای حسابداری، ابزارهای اقتصادی، اجتماعی و سیاسی هستند که به منظور ساختار بندی و تقویت کردن ایدئولوژی و مقررات سازمان جهت افشاء منابع خصوصی آن به کار می رود. تئوری غیر کلاسیک اقتصاد سیاسی به دو شاخه تئوری مشروعیت و تئوری دینفعان تقسیم می شود. (علی خانی، ۱۳۹۳)

### تئوری مشروعیت

تئوری مشروعیت بیان می کند که سازمان ها تا زمانی می توانند به حیات خود ادامه دهند که جامعه آنها را مشروع بداند و به آنها مشروعیت ببخشد. به عبارتی دیگر، قرارداد اجتماعی ما بین شرکت ها و تک تک اعضای جامعه وجود دارد. جامعه به عنوان مجموعه ای از افراد، به سازمان ها رسمیت و اختیار استفاده از منابع طبیعی و نیروی کار را ارائه می کند. سازمان ها از این منابع استفاده می کنند و ضمن ارائه کالا و خدمات به جامعه، بر روی محیط اثرات منفی نیز می گذارند. مشروعیت منبعی است که حیات سازمان به آن وابسته است. اما سازمان می تواند بر این منبع اثر گذاشته و یا آن را دستکاری نماید. به عبارتی، مدیران برای ادامه حیات سازمان به هر شکلی سعی می کنند تا مشروعیت آن را افزایش دهند و لذا از راهبردهایی در این زمینه استفاده می کنند. برخی از این راهبردها شامل همراه شدن با انتظارات جامعه، افزایش منابع اجتماعی سازمان نسبت به مخارج اجتماعی آن، قرار دادن سیستم ارزشی سازمان در راستای سیستم ارزشی جامعه، توزیع منافع سیاسی و یا اجتماعی و اقتصادی میان گروه های مختلف از مجرای قدرت سازمانی خود، تغییر رفتار سازمان با تغییر انتظارات جامعه، متقاعد ساختن آحاد جامعه در مورد مسئولیت پذیر بودن سازمان، تغییر درک و یا انتظارات و یا ارزشهای اجتماعی، کاهش تضاد منافع گروه های مختلف ذینفع در سازمان و تغییر درک عموم جامعه با دور ساختن توجه آنها را از موضوعی که باعث نگرانی افراد می گردد و جلب توجه آنها به سایر موضوعات است. اما هر گونه راهبردی که توسط مدیر انجام پذیرد در صورتی می تواند بر جامعه اثر گذار باشد که افشا گردد و در اختیار عموم قرار گیرد. (فروغی، ۱۳۸۷)

لیندبولم تعریف مفهومی مشروعیت را به شرح زیر بیان کرد: وضعیت یا حالتی است که وقتی سیستم ارزشی سازمان با سیستم ارزشی جامعه، سیستمی که سازمان بخشی از آن است، تطابق دارد. به عبارتی یک سازمان با سیستم ارزشی جامعه، سیستمی که سازمان بخشی از آن است، تطابق دارد. به عبارتی یک سازمان زمانی مشروع است که سیستم ارزشی آن مطابق سیستم ارزشی جامعه ای باشد که در آن به عنوان بخشی از جامعه شکل گرفته و جایی که عدم تطابق وجود دارد، مشروعیت سازمان تهدید می شود. استراتژیهای شرکت که این تطابق را تامین و حفظ می کند یا بهبود می بخشد می تواند شامل تعلیم، آگاهی و آموزش دادن دینفعانشان، تلاش برای تغییر تصوراتشان، منحرف کردن توجهشان به سایر مسائل یا تلاش برای تغییر انتظاراتشان باشد. لیندبولم چهار استراتژی مشروعیت را شناسایی کرد که شرکت ها ممکن است برای حفظ مشروعیت سازمانی به کار گیرند شامل آگاه ساختن دینفعان درباره قصد بهبود عملکرد، جستجو درباره تغییر درک سهامداران از یک رویداد، اجتناب از توجه بیش از حد به یک مسئله، تغییر دادن توقعات خارجی درباره عملکرد آن. این استراتژی های مشروعیت شامل کسب، نگهداری یا اصلاح مشروعیت است. (چو<sup>۲</sup>، ۲۰۰۷)

تئوری مشروعیت بیان می کند که میان شرکت ها و جامعه ای که شرکت ها در آن فعالیت می کنند قراردادی اجتماعی وجود دارد. لذا انتظار می رود ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت ها با مکانیزم های حاکمیت شرکتی که مجموعه ای از قواعد ناظر بر هدایت، کنترل و نظارت شکت ها می باشند، بهبود یابد. (بهار مقدم، ۱۳۹۲)

طبق تئوری قرار داد اجتماعی، شرکت ها با جامعه قرارداد اجتماعی دارند تا وظایف مشخصی را در محدوده عدالت انجام دهند. تئوری مشروعیت که توسعه یافته تئوری قرارداد اجتماعی است، شرکت ها را به پاسخ به تقاضای گروه های مختلف ذینفع، از

<sup>2</sup>cho

طریق مشروعیت بخشیدن به فعالیت هایشان وادار می کند. تئوری مشروعیت در حالت کلی پیشنهاد می کند که افشاء اجتماعی وظیفه شرکت ناشی از فشارهای سیاسی یا اجتماعی است که شرکتها با آن مواجه هستند. به عنوان مثال، شرکتها تحت فشار بیشتر، مقادیر بیشتری افشاء اجتماعی خواهند داشت. سازمان ممکن است یک یا چند رویکرد زیر را داشته باشد تا حداقل مشروع باشد :

- محصول، اهداف و روشهای عملیات سازمان می تواند با تعریف مرسوم مشروعیت تطابق داشته باشد.
- سازمان می تواند از طریق ارتباط، برای تغییر یا اصلاح تعریف مشروعیت اجتماعی تلاش کند تا جایی که با کارکردهای فعلی سازمان، محصولات و ارزشهای آن مطابقت داشته باشد.
- سازمان می تواند از طریق ارتباط با سمبل ها، ارزش ها و سازمان هایی که وجهه مشروعیت اجتماعی قوی دارند دارای هویت شود. (علی خانی، ۱۳۹۳)

فرض (دیدگاه پذیرفته شده) این است : جامعه به سازمانی اجازه فعالیت می دهد که انتظارات آن را برآورد. در «تئوری مشروعیت» بر این نکته تاکید می شود که سازمان باید به حقوق اکثر افراد جامعه احترام بگذارد (و نه فقط در صدد تامین منافع یا انتظارات سرمایه گذاران باشد). ناتوان ماندن در برآوردن انتظارات جامعه (یعنی رعایت نکردن شرایط مندرج در «قرارداد اجتماعی») احتمالا باعث شود که جامعه شرکت را تحریم کند و این اقدام می تواند به صورت اعمال محدودیت های قانونی بر عملیات سازمانی باشد، مانند محدود کردن منابع (برای مثال، سرمایه مالی و نیروی کار) یا کاهش تقاضا برای محصولات شرکت (که گاهی بصورت تحریم مصرف محصولات شرکت نشان داده می شود).

از دیدگاه «تئوری مشروعیت» اگر یک سازمان نتواند ادامه فعالیت خود را توجیه کند، در آن صورت، امکان دارد جامعه قرارداد خود را با سازمان لغو کند و مانع از ادامه فعالیت آن شود. امکان دارد این کار از مجرای کاهش دادن تقاضا برای محصولات شرکت یا حتی تحریم آنها انجام شود؛ جامعه نیروی کار (برای آن سازمان) عرضه نکند و از سرمایه گذاری در آن خودداری نماید و یا با رأی زنی متخصصان از مجرای نهادهای دولتی مالیات ها را بالا ببرد و یا قوانینی را وضع و اعمال نماید که مانع از آن دسته از فعالیت های شرکت بشود که انتظارات جامعه را بر نمی آورد. «داولینگ و ففر» (۱۹۷۵) در بحث از هزینه های بالقوه که از خارج از «قراردادهای اجتماعی» به سازمان تحمیل خواهد شد، می گویند که سازمان ها دست به اقدامات گوناگون می زنند تا به اعضای جامعه بدهند که نوع فعالیت آنها مشروع است. یعنی، آنها می کوشند ارزش های اجتماعی مربوط به فعالیت های خود را با هنجارها و رفتارهای پذیرفته شده در سیستم اجتماعی بزرگتر (که خود بخشی از آن هستند) همسو نمایند. (دیگان<sup>۳</sup>، ۲۰۱۱)

### مشروعیت و تغییر انتظارات جامعه

با تغییر یافتن انتظارات جامعه، سازمان هم باید خود را با شرایط جدید وفق دهد. یعنی، اگر انتظارات جامعه نسبت به عملکرد سازمان تغییر کند، سازمان هم باید ثابت کند که هر آنچه انجام می دهد در حال تغییر است. «لیندبلوم» چنین می گوید : **مشروعیت پویا است** [در حال تغییر است]، و آن بدین معنی است که گروه های ذی نفع به صورت مستمر محصولات، روش ها و هدف های سازمان را مورد ارزیابی قرار می دهند [با توجه به انتظارات در حال تغییر]. اگر سازمان در فعالیت های خود تجدید نظر نکند، فاصله بین انتظارات تغییر یافته جامعه و محصولات سازمان بیشتر خواهد شد و مشروعیت آن دستخوش تهدید قرار خواهد گرفت. در واقع، با تغییر یافتن انتظارات گروه های ذی نفوذ، سازمان باید خود را با خواست ها و شرایط جدید وفق دهد یا در انتظار افزایش تضاد و تعارض (بین خود و جامعه) باشد. همگونی یا همسو ساختن انتظارات جامعه و نوع پنداشت آن دوباره شیوه ای که سازمان فعالیت خود را انجام می دهد به نتیجه ای می رسد که آن را «مشروعیت سازمان» می نامند .

<sup>3</sup> Deegan

### مشروعیت، مدیریت و خطری که متوجه آبروی شرکت است

در این سال ها مدیران به دیدگاهی توجه کرده اند که آن را «ریسک به خطر افتادن آبروی شرکت» می نامند و مقصود اعلام این موضوع است که شرکت ها می کوشیدند از این دیدگاه مورد توجه قرار گیرند که همواره درصدد برآوردن انتظارات افراد جامعه هستند آنها می خواهند چنین تصویری از خود ارائه کنند. تقویت چنین دیدگاهی باعث می شود که مسئله های مطرح در زمینه مسئولیت های اجتماعی و حفظ محیط زیست به یک «مسئله مالی» تبدیل (و حیثیت یا آبروی شرکت حائز اهمیت) شود، در حالی که معمولا نمی توان آن را به کمیت درآورد؛ شرکت با توجه به چنین ارزشی درصدد کسب سودهای آینده برمی آید و هر نوع صدمه ای که به این شهرت برسد بر سود آینده آن اثر نامطلوب خواهد داشت. شرکتی که این نوع مدیریت [در واقع گونه ای از «مدیریت ریسک»] را به اجرا در می آورد و در گزارشات سالانه خود، به صورت داوطلبانه، اطلاعات مربوط به اقدامات به عمل آمده برای حفظ محیط زیست را ارائه می کند، اساس فرض خود را بر این پایه می گذارد که اگر مشروعیت شرکت دستخوش تهدید قرار گیرد به ارزشی را که برای شهرت (آبرو یا حیثیت) خود قائل است صدمه خواهد خورد و شرکت باید به نوعی مدیریت فعال هر نوع ریسکی را که متوجه آبروی آن خواهد شد، کاهش دهد. (دیگان<sup>۴</sup> ۲۰۱۱)

### تئوری ذی نفعان

تئوری ذینفع به تدریج از دهه ۱۹۷۰ توسعه یافت. در اواسط ۱۹۸۰ رویکرد ذینفع در استراتژی پدیدار شد. یک نکته اساسی در این جنبش، انتشار اثر ریچارد ادوارد فریمن بوده است. عنوان اثر او مدیریت استراتژی بود که رویکرد ذینفع به عنوان موضوع فرعی در آن مطرح شد در سال ۱۹۸۴ پا به عرصه گذاشت وی اشاره می کرد که نگاه وی به مفهوم ذینفع برخاسته از بعد و منظر شرکت است. (فونتین<sup>۵</sup> و همکاران، ۲۰۰۶)

فریمن تئوری عمومی شرکت را مطرح و پاسخگویی شرکتی را به گروه گسترده ای از ذینفعان پیشنهاد کرد، از آن زمان، مطالعات و پژوهش های زیادی مبتنی بر تئوری گروه ذینفع شکل گرفته اند. به مرور زمان نقش شرکت ها در جامعه توجه افراد زیادی را به خود جلب کرده و با تاثیر خود بر کارکنان، محیط زیست، جوامع محلی و همچنین سهامدارانشان مرکز اصلی مباحث بوده است. تئوری ذینفعان ترکیبی از تئوری های سازمانی و اجتماعی است و در واقع تئوری مذکور بیشتر یک تست پژوهش گسترده است یا یک نظریه رسمی واحد و چیزی کمتر از یک تئوری یکپارچه رسمی و بیشتر از یک تحقیق گسترده است که فلسفه، حقوق، اخلاق، تئوری سیاسی، اقتصادی، علم اجتماعی را در هم می آمیزد. (ویلر و همکاران<sup>۶</sup>، ۲۰۰۳) اساس تئوری ذینفع این است که شرکت ها بسیار بزرگ شده اند و تاثیر آنها بر جامعه آنچنان عمیق است که باید برای ایفای مسئولیت خود به غیر از سهامداران به بخش های بسیار بیشتری از جامعه توجه کرده و پاسخگو باشند. در نتیجه آن نه تنها ذینفعان تحت تاثیر شرکت ها هستند بلکه آنها نیز به روش خود بر شرکتها تاثیر می گذارند. به عبارت دیگر شرکت یک نهاد اجتماعی است که در مقابل مجموعه عواملی وسیع تر از مالکان خود مسئول و پاسخگو می باشد. (عیسای تفرشی، ۱۳۹۲)

ذینفعان در شرکت دارای سهام نیستند اما دارای نفع هستند. رابطه ذینفع به عنوان یک تعامل توصیف شده است در جایی که گروه های ذینفع با مشارکت خود کمک لازم را به شرکت ها رسانده و پیش بینی می شود که منافع آنان از طریق تشویق و ایجاد انگیزه تامین شود. با استفاده از این چارچوب تحلیلی عموم مردم را می توان به عنوان ذینفع شرکتی در نظر داشت زیرا

<sup>4</sup> Deegan

<sup>5</sup>Fontaine, et al

<sup>6</sup> Wheeler, et al.

آنها با پرداخت مالیات زیر ساخت هایی را برای انجام عملیات شرکت ها فراهم می کند. در این مبادله آنها از شرکت ها به عنوان یک شهروند انتظار دارند که کیفیت زندگی آنها را ارتقاء دهد. (دونالدسون<sup>۷</sup> و همکاران، ۱۹۹۵)

ذینفعان می توانند به داشتن ارتباطات درک شده، از طیف حداقل پاسخگویی تا حداکثر پاسخگویی باشد. ذینفع، هر فرد یا گروهی است که به سازمان علاقه دارد به دلیل اینکه می تواند بر فعالیت های سازمان تاثیر بگذارد یا از آن تاثیر پذیرد. اکثر گروه های ذینفع که تمایل دارند محرک مالی یا تجاری باشند در مطالعات تجربی شناسایی شدند. (علی خانی، ۱۳۹۳)

به طور کلی ذی نفعان سازمان گروه هایی هستند که از یک سو می توانند از شرکت تاثیر و از سوی دیگر بر آن تاثیر بگذارند. این گروه ها معمولا شامل سرمایه گذاران، عرضه کنندگان، کارکنان، مشتریان، رقبا، اتحادیه های محلی و نهاد های قانون گذاری هستند. ذی نفعان از آن جهت که به سازمان در دستیابی به اهداف کمک می کنند، با ارزش هستند. از این رو سازمان در تدوین و اجرای برنامه های مختلف، نمی تواند نسبت به آنها بی تفاوت باشد و در همین راستا، تئوری ذی نفعان سازمان ها را ناگزیر از آن می داند که در اتخاذ تصمیمات عملیاتی و استراتژیک به خواسته های آنان توجه داشته باشد. مبنای اولیه انجام این کار، برقراری ارتباط با آنها است که نوعی دیگر از ارتباطات بین سازمانی را شکل می دهد (فری من<sup>۸</sup>، ۱۹۹۵). نظریه ذینفعان اهمیت زیادی در بهبود استراتژی های شرکت دارد، رابطه شرکت با ذینفعان در بلند مدت بر عملکرد شرکت اثر زیادی می گذارد. به طوریکه روابط ضعیف با ذینفعان می تواند عواقب منفی بر عملکرد یک شرکت بگذارد و باعث ورشکستگی شرکتها گردد. (شارون<sup>۹</sup>، ۲۰۱۶)

در رابطه با تضاد میان ذینفعان داخلی سازمان که شامل؛ سهامداران، مدیران و کارکنان است، دو نگرش نمایندگی و ذینفعان مطرح میشود.

۱- نگرش تئوری نمایندگی (عاملیت): در این نگرش، تاکید بر تفاوت مالک و مدیر است. به همین دلیل راه حلی که ارایه میشود، تاکید بر مفهوم حداکثرسازی شرکت است تا کلیه ذینفعان بهره مند شوند و تضادها به حداقل برسد. نمونه های تعارض در این نگرش شامل: تنش بین مدیران و سهامداران، مدیران اطلاعاتی کامل درباره وضعیت شرکت نسبت به سهامداران دارند مشکل اطلاعات مخفی؛ مدیران اقدامات خود را از سهامداران مخفی می کنند مشکل عمل مخفی و مدیران جهت انطباق با محیط تغییراتی را در شرکت ایجاد می کنند سهامداران عمده و اقلیت در تصمیمات و تدوین استراتژیها است. (والدریچ<sup>۱۰</sup>، ۲۰۰۸)

۲- نگرش تئوری ذینفعان: در این نگرش تاکید بر توزیع همگن منابع بین ذینفعان دارد. اگر روابط ذینفعان مبتنی بر کسب منافع عادلانه باشد، ظرفیت ثروت شرکت افزایش مییابد. به عبارت دیگر تاکید بر مفهوم حداکثرسازی ثروت سهامداران منجر به تامین منافع کلیه ذینفعان در بلندمدت میشود. در واقع تئوری ذینفعان یک مدل اخلاقی بوده و پیاده سازی آن به عنوان یک اخلاق کسب و کار تحت عنوان قانون شرکت باید اجرا شود. مدیران نیز باید احترام، صداقت و تعهدات داده شده را در قبال کلیه ذینفعان رعایت کنند. (کرنی، گجلویک و شر<sup>۱۱</sup>، ۲۰۱۰)

دونالدسون و پرستون با هدف روشن ساختن برخی از تفاوت های مهم، مسائل و نتایج ضمنی مربوط به مفهوم ذینفعان و تبیین و توجیه اهمیت اصلی آن، تئوری ذینفعان را از سه جنبه بررسی میکنند

<sup>7</sup> Donaldson, et al.

<sup>8</sup> Freeman

<sup>9</sup> Sharon

<sup>10</sup> Waldkirch

<sup>11</sup> Carney, M. Gedajlovic, E. & Sur

الف: توصیفی / تجربی : این تئوری برای توصیف و گاهی برای توضیح مشخصات و رفتارهای خاص شرکت بکار میرود. به عنوان مثال: ماهیت شرکت چیست؟ روشی که مدیران برای مدیریت بکار میبرند؟ اینکه اعضاء هیات مدیره چه نظری درباره منافع موسسین دارند؟ شرکتهای چگونه اداره .) میشوند؟

ب: افزاری : این تئوری همراه با داده توصیفی / تجربی، برای تعیین وجود یا عدم رابطه میان مدیریت ذینفعان و دستیابی به هدفهای سنتی شرکت، یعنی سودآوری و رشد بکار میرود. نتایج مطالعات متعددی در این زمینه نشان میدهد که تقریباً تمام مدیران شرکتهای موفق، به افرادی که به نحوی در نفع و ضرر کسب و کار شرکت سهیم بودهاند، مانند؛ مشتریان، کارکنان، سهامداران، عرضه کنندگان مواد اولیه، توجهی خاص داشته اند .

ج: هنجاری : این تئوری برای تعبیر و تفسیر وظایف شرکت بکار میرود. این وظایف، تعیین رهنمودهای اخلاقی و فلسفی برای اعمال مدیریت شرکتهای را شامل میشود. دغدغه های هنجاری از ابتدا در عبارات مربوط به تئوری سنتی ذینفعان جای داشته و نشانه های ادامه ی پیروی از این سنت در جدیدترین نسخه های این تئوری به چشم میخورد. (کارل، کوپیک و الس<sup>۱۲</sup>، ۲۰۱۲) در ادبیات موضوع، تمامی صاحب نظران تئوری ذی نفعان، بر این باورند که سازمان ها ابزاری برای هماهنگ نمودن خواسته های ذی نفعان هستند. این دیدگاه مبتنی بر این امر قرار دارد که سازمان ها به طور طبیعی سیستم های همکاری هستند. در این زمینه جن سن و مک لینگ سازمان ها را رابط قرار دادهای بین خودشان و ذی نفعان می دانند که هم به صورت رسمی و هم بصورت توافقات غیر رسمی (مبتنی بر انتظارات) عمل می کنند. لذا سازمان ها تمایل به ایجاد ائتلاف هایی از ذی نفعان برای دستیابی به اهداف مشترک دارند. ائتلافها می توانند به عنوان ابزاری سودمند برای هم راستا نمودن خواسته های ذی نفعان و کمک به سازمان در کاهش عدم اطمینان محیطی، مورد استفاده قرار گیرند. در این زمینه، نقش مدیران عالی به عنوان نخستین نماینده شرکت در قراردادهای حائز اهمیت است. زیرا ذی نفعان بطور مستقیم یا غیر مستقیم با آنها تنظیم قرارداد یا توافق می کنند. (جنسن<sup>۱۳</sup>، ۱۹۷۶)

در این تئوری، مدیران کارگزارانی برای ذی نفعان هستند که هر دو آنها به دنبال حداکثر نمودن سود می باشند. یک تصور عمومی اشتباه در خصوص تئوری ذی نفعان آن است که اهمیت تمام ذی نفعان یکسان تلقی شود. در این زمینه هاریسون و جان شناسایی مهمترین ذی نفعان را یکی از پیش نیازهای اولیه مدیریت موثر ذی نفعان می دانند. در همین ارتباط رهنمودهایی در مورد حل مشکلات اخلاقی که ناشی از تضاد خواسته های ذی نفعان مختلف می باشد، در ادبیات موضوع ارائه شده است . ( هاریسون<sup>۱۴</sup>، ۱۹۹۶) زمانی که علایق یکی از دو طرف نسبت به دیگری متفاوت باشد، ایجاد ارتباطات بین سازمانی سودمند نخواهد بود . همچنین ایجاد مشارکت با یک شریک می تواند مانع از مشارکت با شریک دیگری گردد. این امر اغلب زمانی رخ می دهد که سازمان با عرضه کننده ای که اصرار بر انحصار در مشارکت دارد، مشارکت نماید. اگرچه با اعمال ساختار کنترل سخت گیرانه این مشکل قابل حل است، اما این امر محدودیت هایی را در ایجاد بهره وری در ارتباطات بین سازمانی با ذی نفعان بیرونی، بوجود می آورد. به علاوه شاید نتوان مفروض حداکثر نمودن مطلوبیت را به تمام مدیران تعمیم داد. در نتیجه تئوری در تبیین رفتار مدیران کامل نیست. اگر چه پایه و مبنای تئوری ذی نفعان توجه زیادی را به خود جلب کرده و از لحاظ تئوریک نیز بسط داده شده، اما پژوهشگران محدودی به آزمون آن همت گماشته اند ( زارعی ، ۱۳۸۶)

کلارکسون میان گروه های ذینفع ابتدایی و گروه های ذینفع ثانوی قابل به تفکیکی شده است. گروه های ذینفع ابتدایی گروه هایی هستند که بدون مشارکت مستمر آنها شرکت نمی تواند به حیات خود ادامه دهد و این نشان دهنده آن است که روابط میان آن دو لازم و ملزوم یکدیگر است. گروه های ذینفع ثانوی گروه هایی هستند که در شرکت نفوذ یا تاثیر می گذارند و یا

<sup>12</sup>Karel, K. Ales, K

<sup>13</sup> Jensen

<sup>14</sup> Harrison

تحت تاثیر قرار می گیرند ارتباط آنها با شرکت اختیاری است، در نتیجه برای بقای حیات شرکت ضروری نیستند. از گروه های دوم مثل رسانه ها و طیف گسترده ای از گروه ها دارای منافع خاصی که به عنوان ذینفعان متوسط هستند. اما ذینفعان مبتدایی مثل سهامداران و سرمایه گذاران، کارکنان، مشتریان و تامین کنندگان و هر آنچه که به عنوان گروه ذینفع عام تعریف می شود. برخی دیگر تلاش کردند تا الگویی برای شرح منطقی این موضوع پیدا کنند که چرا مدیران باید طیف و طبقات معینی از شخصیت ها را تحت عنوان گروه های ذینفع مد نظر قرار دهند آنها به منظور سازماندهی سلسله مراتب گروه های ذینفع شرکت سه معیار را مطرح کرده اند ۱- قدرت نفوذ و تاثیرگذاری گروه های ذینفع ۲- مشروعیت رابطه گروه های ذینفع با بنگاه ۳- ضروری بودن مطالبات آنها از بنگاه. (کلارکسون<sup>۱۵</sup>، ۱۹۹۵)

بنابراین شرکت ها باید در انجام فعالیت های خود انواع گروه های ذینفع را در نظر داشته باشند. در خصوص کارکنان شرکت موضوعاتی مطرح می شود این که شرکت تا چه اندازه براساس قوانین از کارکنان حمایت و حقوق آنها را رعایت می کند دیگر مشارکت کارکنان در حاکمیت شرکت های سهامی، پاداش و افزایش عملکرد، جبران و پاداش تقویت کننده عملکرد شرکت باید در نظر گرفته شود بستانکاران نیز به عنوان یکی از گروه های ذینفع برجسته محسوب می شوند. در نظام های اقتصادی در حال گذر گاهی بستانکاران متحمل خسارت های قابل توجهی می شوند از قبیل برخی اقدامات چون پنهان کردن یا از میان بردن دارایی شرکت توسط مدیریت که این امر می تواند منجر به ناتوانی شرکت در پرداخت دیون خود شود که این خود در نهایت منجر به محدود شدن رشد اقتصادی شرکت می شود. (هامیلتون<sup>۱۶</sup>، ۲۰۰۷)

البته افراطی ترین طرفداران نظریه ذینفع، محیط زیست و گونه های جانوری نسل آینده را هم در زمره ذینفعان می شمارند. رابطه ذینفعان و شرکت به یک رابطه معاوضی توصیفی شده است که در آن گروه های غیر سهامدار شرکت ها کمک هایی ارائه می نمایند و در مقابل انتظار دارند منافع آنها تامین شود با استفاده از این چارچوب تحلیلی عموم مردم جزء ذینفعان شرکت قرار می گیرند چون با پرداخت مالیات، زیر بناهای ملی لازم جهت فعالیت های شرکت ها را فراهم می نمایند. در عوض این توقع و انتظار را دارند که شرکت ها به عنوان در شهروندان دارای شخصیت حقوقی، کیفیت زندگی آنها را ارتقاء دهد. (عیسایی تفرشی، ۱۳۹۲)

### شاخه اخلاقی

رویکرد اخلاقی بیان می کند ذینفعان نسبت به فعالیت سازمانها ذیحق هستند و مدیریت باید سازمان را در جهت حداکثر کردن منافع همه ذینفعان اداره کند. طبق این رویکرد، مدیریت باید منافع سهامداران و منافع سایر ذینفعان را به طور یکسان مورد توجه قرار دهد و زمانی که میان منافع آنها تضاد وجود دارد سعی کند این تضادها را کاهش داده و تعادلی مطلوب بین آنها برقرار نماید. محققان هنجاری معتقدند که تئوری ذینفعان به عنوان یک تئوری اخلاق سازمانی وقتی توسط تئوری مسئولیت اخلاقی تکمیل می شود سودمند است. مطابق این تئوری توجه به یک ذینفع (به عنوان مثال یک سهامدار) نمی تواند به منافع سایر ذینفعان مثل جامعه یا کارمندان فشار وارد کند.

### شاخه مدیریتی

در این شاخه از تئوری ذینفعان به گروه های خاصی از افراد ذینفع بیشتر توجه می شود. بنابراین سازمان به علایق همه ذینفعان به طور مساوی پاسخ نمی دهد بلکه بیشتر به ذینفعان با نفوذ پاسخگو است. سازمانی موفق است که تقاضای همه گروه های ذینفع قدرتمند و موثر را در نظر بگیرد. (دیگان و کوردن<sup>۱۷</sup>، ۱۹۹۶)

<sup>15</sup> Clarkson

<sup>16</sup> Hamilton

<sup>17</sup> Deegan & Gordon



## اشتراک بین شاخه مدیریتی تئوری ذینفعان و تئوری مشروعیت

اشتراک زیادی بین شاخه مدیریتی تئوری ذینفعان و تئوری مشروعیت وجود دارد. در ادبیات حسابداری زیست محیطی و اجتماعی تحقیقات نسبتاً زیادی پیشنهاد می کنند که عملکرد اجتماعی و افشاء به معنی مدیریت ارتباطات با ذینفعان هستند. تئوری ذینفعان از این موضوع حمایت می کند که افشاء انواع خاصی از اطلاعات برای کسب یا حفظ حمایت گروه های قدرتمند سهامدار استفاده می شود. تئوری ذینفعان پیشنهاد می کند که یک سازمان به موافقت با انتقادات ذینفعان قدرتمند به منظور حفظ مشروعیت نیاز دارد. در حالیکه تئوری مشروعیت بر اهمیت توافق با انتقادات جامعه تاکید می کند تئوری ذینفعان معتقد است که جامعه ترکیبی از گروه های ذینفع مختلف است که انتظارات مختلف و حتی متضاد دارند. (دیگان و بلوم کوئیست، ۱۸، ۲۰۰۶)

تئوری ذینفعان، انتظارات ذینفعان قدرتمند را توصیف می کند و ممکن است از سایر گروه های ذینفع در جامعه چشم پوشی کند، زیرا آنها به طو نسبی قدرت کمتری دارند در حالیکه تئوری مشروعیت دورنمای وسیعتری را بررسی می کند مه میانگین انتظارات همه گروه های ذینفع در یک جامعه است تا کارکردهای سازمانی را توضیح دهد. بنابراین دورنمای ارائه شده درون تئوری مشروعیت از تئوری ذینفعان وسیعتر است زیرا که تمایل دارد انتظارات جامعه را در کل بررسی کند. در مقایسه با تئوری ذینفعان، به نظر می رسد تئوری مشروعیت کمتر به فرض مجزا کردن، قابل شناسایی کردن و دسته بندی ذینفعان ارتباط دارد. (علی خانی، ۱۳۹۳)

## جدول ۱: اشتراک بین تئوریهای ذینفعان و مشروعیت

مشروعیت سازمانی	
عملی	اخلاقی
شاخه مدیریتی تئوری ذینفعان	وابسته به اصول عقاید و ارزشهای جامعه
- مبادله	- مفهومی
- تاثیر	- رویه ای
- تنظیم	- سازمانی

تفاوت دو تئوری، تا حد زیادی، مربوط به شیوه تصمیم گیری است؛ یعنی از دیدگاه «تئوری گروه های ذی نفع» به شیوه ای توجه می شود که سازمان با گروه های خاص رابطه دو طرفه برقرار می کند، در حالی که در «تئوری مشروعیت» به رابطه متقابل بین سازمان و «کل جامعه» توجه می شود. برعکس جنبه (شاخه) اصول اخلاقی از «تئوری گروه های ذی نفع» می توان تئوری های «سازمان محور» را از مجرای مشاهدات عینی آزمون کرد. همان گونه که پیش از این گفتیم، از دیدگاه «تئوری مشروعیت» مخاطب یا گروه مورد توجه نمی تواند چیزی جز «جامعه» باشد. در «تئوری گروه های ذی نفع» چون از دیدگاه شاخه توصیفی نگاه کنیم. از دیدگاه «تئوری گروه های ذی نفع» مسئله «اعمال مدیریت» بدین معنی نیست که مدیر دستور بدهد چه اطلاعاتی «باید» منتشر شود، بلکه در گزارش های سالانه اطلاعاتی ارائه می شوند (که اگر به صورتی ژرف مورد توجه قرار گیرند) می توانند ادامه فعالیت و بقای شرکت را تضمین کنند. بدیهی است که اگر ما این دیدگاه جهانی را

<sup>18</sup> Deegan & Blomquist

بپذیریم، باز هم یک مسئله مهم حل نشده باقی می ماند: چه گروه هایی مهم ترین (ذی نفوذترین) گروه هستند و آیا چه اطلاعاتی مورد درخواست آنهاست؟ (دیگان، ۲۰۱۱)

مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتی و افشاگرهای مرتبط با آن عامل ضروری است که به تداوم شرکت ها منجر می شود. زیرا همه شرکت ها ارتباط هایی با جامعه دارند. لذا جامعه امکان بقای شرکت ها را در دراز مدت فراهم می آورد. جامعه از فعالیت ها و رفتار شرکت ها بهره می گیرد. گسترش مسئولیت پذیری شرکت ها بر این موضوع دلالت دارد که مسئولیت های شرکت ها از آنچه در گذشته بوده، فراتر رفته است. شرکت ها علاوه بر مسئولیت اقتصادی، باید در برابر مسائل اجتماعی احساس مسئولیت کنند. (بهار مقدم، ۱۳۹۲)

معمولی ترین مفهوم افشاء مسئولیت اجتماعی توسط کارول (۱۹۹۱) بیان شد. کارول بین چهار نوع مسئولیت پذیری اقتصادی، قانونی، اخلاقی و بشر دوستانه فقر قائل شد. مسئولیت پذیری اقتصادی (شغل، دستمزد و خدمات) مسئولیت پذیری قانونی (رعایت قوانین و ایفای نقش در رعایت قوانین بازی) مسئولیت پذیری اخلاقی (اخلاقی بودن و انجام آنچه صحیح، درست و عادلانه است) مسئولیت پذیری انسان دوستانه (کمک های اختیاری بشر دوستانه). (حساس یگانه، ۱۳۹۱).

### مسئولیت اجتماعی

حرکت در مسیر مسئولیت های اجتماعی و زیست محیطی عاملی ضروری و حیاتی است که به تداوم فعالیت سازمان در بلند مدت منجر می گردد. مطالعات و تحقیقات گسترده در اواخر سال ۲۰۰۲ توسط موسسه پرایس واترهاوس در سطح بین الملل بیانگر این بود که قریب ۷۰ درصد مدیران ارشد بر این اعتقادند که نشان دادن مسئولیت های اجتماعی شرکت در سودآوری فعالیت های شرکت تاثیر به سزایی دارد.

منظور از مسئولیت های اجتماعی سازمان، پیوستگی و اتحاد میان فعالیت ها و ارزش های سازمان به گونه ای است که منافع کلیه ذینفعان شامل سهامداران، مشتریان، کارکنان، سرمایه گذاران و عموم جامعه، در سیاست ها و عملکرد سازمان منعکس گردد. به عبارت دیگر سازمان ها باید همواره خود را جزیی از اجتماع بدانند و نسبت به جامعه احساس مسئولیت داشته باشد و در جهت بهبود رفاه عمومی به گونه ای مستقل از منافع مستقیم شرکت، تلاش کند. ابزار آگاه سازی جامعه از انجام مسئولیت های اجتماعی سازمان، گزارشگری اجتماعی، فرآیند انتقال اطلاعات مرتبط با تاثیرات اجتماعی و زیست محیطی عملکرد اقتصادی سازمان به جامعه است. گسترش مسئولیت پذیری سازمان بر این موضوع دلالت دارد که مسئولیت های سازمان از آنچه در گذشته بوده، یعنی "فراهم کردن پول برای سهامداران" فراتر رفته است.

تئوری های مطرح در مورد مسئولیت های اجتماعی شرکت ها (تئوری مشروعیت، تئوری گروه های ذینفع، تئوری های اقتصاد سیاسی) همگی بیانگر این مطلب هستند که مدیران به دلایل مختلفی همچون کسب مشروعیت سازمانی و یا فشار گروه های ذینفع مایل به افشای اطلاعات اجتماعی سازمان هستند ولی در تئوری اقتصاد سیاسی اعتقاد بر لزوم تدوین قوانین و استانداردهایی در این زمینه توسط مراجع ذی صلاح روشن گردد.

تئوری گروه های ذینفع و تئوری مشروعیت همپوشانی زیادی با یکدیگر دارند. ارائه اطلاعات، اقدام اصلی است که می تواند توسط سازمان برای مدیریت و یا تغییر عقاید گروه های ذینفع و به منظور سود بردن از حمایت و پشتیبانی آنها و یا منصرف ساختن آنها از مخالفت کردن با سازمان انجام گیرد. این اطلاعات، عموماً به دلایل راهبردی افشا می گردند و نه بر مبنای مسئولیت سازمان. انگیزه مدیر از افشای این اطلاعات آن است که به گروه های ذینفع نشان دهد که سازمان مطابق با انتظارات آنها عمل می کند.

### نتیجه گیری

تفاوت دو تئوری، تا حد زیادی، مربوط به شیوه تصمیم گیری است؛ یعنی از دیدگاه «تئوری گروه های ذی نفع» به شیوه ای توجه می شود که سازمان با گروه های خاص رابطه دو طرفه برقرار می کند، در حالی که در «تئوری مشروعیت» به رابطه

متقابل بین سازمان و «کل جامعه» توجه می شود. برعکس جنبه (شاخه) اصول اخلاقی از «تئوری گروه های ذی نفع» می توان تئوری های «سازمان محور» را از مجرای مشاهدات عینی آزمون کرد. همان گونه که پیش از این گفتیم، از دیدگاه «تئوری مشروعیت» مخاطب یا گروه مورد توجه نمی تواند چیزی جز «جامعه» باشد. در «تئوری گروه های ذی نفع» چون از دیدگاه شاخه توصیفی نگاه کنیم. از دیدگاه «تئوری گروه های ذی نفع» مسئله «اعمال مدیریت» بدین معنی نیست که مدیر دستور بدهد چه اطلاعاتی «باید» منتشر شود، بلکه در گزارش های سالانه اطلاعاتی ارائه می شوند (که اگر به صورتی ژرف مورد توجه قرار گیرند) می توانند ادامه فعالیت و بقای شرکت را تضمین کنند. ارائه اطلاعات، اقدام اصلی است که می تواند توسط سازمان برای مدیریت و یا تغییر عقاید گروه های ذینفع و به منظور سود بردن از حمایت و پشتیبانی آنها و یا منصرف ساختن آنها از مخالفت کردن با سازمان انجام گیرد. تئوری های مربوط به مسئولیت های اجتماعی شرکت ها بر این مطلب تاکید دارند که در صورت اختیاری بودن افشای اطلاعات مربوط به اثرات اجتماعی ناشی از فعالیت سازمان، مدیران تنها مایل به ارائه اطلاعاتی هستند که جنبه های مثبت فعالیت سازمان را نشان می دهد تا از این طریق بتوانند تصویری مطلوب از شرکت، در اذهان عموم جامعه ترسیم نمایند. بنابراین لازم است افشای اطلاعات مربوط به اثرات اجتماعی ناشی از فعالیت سازمان ها توسط مراجع ذیصلاح، اجباری گردد.

## منابع

۱. بهار مقدم، مهدی، صادقی، زین العابدین، صفرزاده، ساره (۱۳۹۲)، بررسی رابطه ی مکانیزم های حاکمیت شرکتی بر افشای مسئولیت اجتماعی شرکت ها، فصلنامه علمی پژوهشی حسابداری مالی، شماره ۲۰، صص ۹۰-۱۰۷.
۲. حساس یگانه، یحیی، برزگر، قدرت اله (۱۳۹۱)، مسئولیت اجتماعی شرکت ها سیر تکامل مفاهیم و تعاریف، فصلنامه حسابدار رسمی، شماره ۱۷.
۳. دی گان، گری گ، آنرمن، جفری (۲۰۱۱)، تئوری حسابداری مالی، علی پارسائیان، چاپ دوم، انتشارات ترمه.
۴. زارعی، بهروز، زارعی، عظیم (۱۳۸۶)، پارادایم های تئوریک تبیین کننده شکل گیری ارتباطات بین سازمانی، دانش مدیریت، شماره ۷۸، صص ۴۵-۶۲.
۵. عیسایی تفرشی، محمد، یحیی پور جمشید (۱۳۹۲)، تئوری ذینفعان با رویکرد مقررات شرکت های سهامی ایران، فصلنامه بورس اوراق بهادار، شماره ۲۳، صص ۱۳۹-۱۶۷.
۶. علی خانی، راضیه، مران جوری، مهدی (۱۳۹۳)، کاربرد تئوریهای افشای اطلاعات زیست محیطی و اجتماعی، فصلنامه مطالعات حسابداری و حسابرسی، شماره ۹، صص ۳۶-۵۴.
۷. فروغی، داریوش، میر شمس شهشهانی، مرتضی، پور حسین، سمیه (۱۳۸۷)، نگرش مدیران درباره ی افشای اطلاعات حسابداری اجتماعی: شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، فصلنامه بررسیهای حسابداری و حسابرسی، شماره ۵۲، صص ۵۵ تا ۷۰.

8. Carney, M. Gedajlovic, E. & Sur, S. (2010), Corporate governance and stakeholder conflict, Springer Science, No.10.
9. Cho, CH., (2007), "Organizations Legitimacy and the Strategic use of accounting information Three Studies Related to social and environmental disclosure", Orlando, Florida, Spring Term
10. Clarkson Max B.E. (1995). "A Stakeholder Framework For Analyzing And Evaluating Corporate Social Performance". Academy Of Monogement Review Vol.20.No1.
11. Deegan, C. & Blomquist, C., (2006), "Stakeholder Influence on Corporate Reporting: An Exploration of the Interaction between WWF-Australia and the Australian Minerals Industry", Accounting, Organizations and Society, Vol. 31, PP. 343-72.

12. Deegan, C. & Gordon, B., (1996), "A Study of the environmental disclosure practices of Australian corporations", *Accounting and Business Research*, Vol. 26, No. 3, PP. 187-199.
13. Donaldson Thomas & Preston lee E. ( 1995). "The Stakeholder Theory Of The Corporation: Concepts Evidence & Implications ." *Acodemy Of Management Review* . Vol 20, No 1 .
14. Fontaine Charles & Haarman Antoine & Schmid Stefan. (2006). " The
15. Freeman, R. E. (1994). "Ethical theory and business, Prentice- Hall", Englewood Cliffs, New Jersey.
16. Hamiton & Booz & Allen. (2007). " Commercial Law And Microeconomic Reform, Apractical Guide To Program Implementation" Draft Disclamer.
17. Hanifa, R. M. & Cooke, T. E., (2005), "The impact of culture and governance on corporate social reporting", *Journal of Accounting and Public Policy*, Vol. 24, PP. 391-430.
18. Harrison, J. S. and St. John, C. H. (1996). "Mananging and partnering with external stakeholders", *Academy of Management Executive*, Vol. 10, No. 2, pp:46-59.
19. James, Sharon D.(2016). Strategic bankruptcy: A stakeholder management perspective . *Journal of Business Research* . Volume 69, Issue 2, pp 492-499
20. Jensen, M. and Meckling, W.(1976). "Theory of the firm: Managerial behavior, Vol. 3, pp: 305-360.
21. Karel, K. Ales, K. (2012), Role of Customers in Stakeholders' Approach in Company Corporate Governance, *World Academy of Science, Engineering and Technology*, pp. 127-131.
22. Parker, L. D., (2005), "Social and environmental accountability research: A view from the commentary box", *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 18, No. 6, PP. 842-860.
23. Reconciling Corporate Social Responsibility And Stakeholder Approach in a Network World " . *Journal Of General Managemen* . Vol.28.No3 .
24. Stakeholder Theory " .
25. Waldkirch, R. W. (2008), The Shareholder vs. Stakeholder Debate reconsidered, Herausgegeben vom Edited by Wittenberg-Zentrum für Globale Ethik. pp 1-20.

# The role of stakeholders in corporate social responsibility theory and the theory of legitimacy

Majid Moradi

*PhD Student of Accounting, University of Mazandaran  
Department of Accounting, Naser Khosrow Institute of Higher Education, Saveh, Iran*

---

## Abstract

"The legitimacy theory and the theory of interest groups" are considered in this regard, explaining organizations in the annual reports on some social responsibility to release the information. The source of legitimacy theory and the theory of interest groups larger one theory is that it is a theory of political economy. If the appeal fails in its activities, the gap between the expectations society has changed and organizations will further products and its legitimacy will be subject to threats. Problems in the area of social responsibility can be discussed as financial issue. Corporate Social Responsibility and its related factors are important issues. Further, as all companies have connections with the community. Therefore, the society provides long-term survival of companies.

**Keywords:** theory of political economy, the theory of legitimacy, stakeholder theory, corporate social responsibility

---