

مفهوم و دامنه توسعه خارجی شرکت‌های تجاری

مهدی حقیقت جو^۱

دانشجوی دکتری تخصصی حقوق خصوصی،
گروه حقوق خصوصی، دانشکده حقوق و علوم
سیاسی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد
اسلامی، تهران

ابراهیم رهبری^۲

استادیار دانشکده حقوق دانشگاه شهید بهشتی،
تهران

تاریخ پذیرش ۱۳۹۶/۲/۳

تاریخ دریافت ۱۳۹۵/۹/۱۳

چکیده

راهکارها و تدابیر ارتقاء دامنه اقتدار بازرگانی واحدهای تجاری، متعدد و متنوع هستند. در این بین، راهبرد توسعه خارجی شرکت‌های تجاری در زمره مهم‌ترین راهکارهای گسترش ظرفیت تولید و افزایش سهم بازاری واحدهای تجاری تلقی می‌گردد. با این حال، برخورداری از مفهومی مبهم و دامنه‌ای ناشناخته، تشخیص مصادیق آن را دشوار خواهد نمود. اهمیت این دشواری در خصوص نظارت بر فرایند تحقق آن در بازارهای تجاری نمایان خواهد شد. نظارتی که بدون شناسایی دقیق دامنه آن، فاقد مطلوبیت لازم خواهد بود. با این وجود، ماهیت ذاتی فرایند خارجی توسعه و جریان تحقق آن در بازارهای تجاری، حکایت از آن دارد که مصادیق خارجی توسعه را تنها باید به راهبردهای تجاری «تملک و ادغام» محدود نمود؛ بنابراین سایر راهبردهای بازرگانی افزایش ظرفیت شرکت‌های تجاری را نمی‌توان در زمره آن تلقی کرد. امروزه فرایند خارجی توسعه، راهکاری فراگیر و جریانی متداول دارد. در این میان، بازارهای تجاری کشورمان نیز از جریان تجاری این فرایند مستثنی نخواهد بود؛ به طوری که توسل به راهکارهای خارجی توسعه نه تنها از جانب واحدهای ایرانی و شرکت‌های بیگانه در قلمرو تجاری کشورمان امکان وقوع خواهد داشت؛ بلکه

۱- نویسنده مسئول: haghighatjoomehdi@yahoo.com

2- rahbarionlaw@gmail.com

DOI: 10.22067/Le.V 23i10.58391

جریان تحقق آن را در بازارهای ایران، باید مسیری بدون مانع قلمداد نمود. در نتیجه نمی توان با توسل به پاره‌ای از قواعد کلی (نظیر اصل ۸۱ قانون اساسی) مانع از تحقق آن شد.

کلیدواژه‌ها: توسعه خارجی، توسعه داخلی، تحصیل منابع داخلی رقبای تجاری، ادغام واحدهای تجاری، تملک شرکت‌های تجاری

طبقه بندی JEL: C32, G12, Q43

. مقدمه

توسعه و مبانی آن که مدت‌هاست مباحث متنوع و پر دامنه‌ای را در ابواب متعدد، به خصوص در اقتصاد، به دنبال داشته، در لسان حقوق دانان آنچنان مسیوق به سابقه حقوقی نیست. با این وجود، فقدان چنین سابقه‌ای را نباید بر مهجوریت مطلق آن حمل نمود. چنانکه با تجسسی اجمالی بر ادبیات موجود، می توان ریشه‌هایی از آن را در حقوق شرکت‌های تجاری یافت نمود. Mayer, (2002, p.58 & Keil, 2002, p.30)

علی رغم برخورداری از چنین ریشه‌هایی، فقدان آشنایی نویسندگان با مفهوم، مصادیق و دامنه خارجی توسعه؛ پراکندگی و عدم انسجام آن را سبب شده است. چنانکه بررسی آثار موجود حکایت از جریان اختلاطی ناروا را میان ابعاد داخلی و خارجی آن دارد. به طوری که برخی با اعمال تفسیری گسترده، ضمن به کارگیری چارچوبی وسیع برای مفهوم خارجی توسعه، تمامی راهبردهای افزایش ظرفیت بازرگانی واحدهای تجاری را در زمره مصادیق آن قلمداد می نمایند. در مقابل برخی دیگر، نگرشی متفاوت نسبت به آن دارند. نگرشی که از حیث شمول، دامنه‌ای محدود و چارچوبی جزئی را برای مصادیق خارجی توسعه اعمال می نماید.

ملاحظه می شود، عدم آشنایی نویسندگان با مفهوم و دامنه توسعه خارجی شرکت‌های تجاری، پراکندگی و عدم انسجام آن را در آثار موجود سبب شده است. وجود چنین ابهامی، آثار سوء متعددی را در لایه‌های مختلف تجاری به دنبال خواهد داشت. آثار مخربی که ابعاد منفی آن در فرایند نظارت بر بازارهای تجاری متظاهر می شود.

بر این اساس از یک سو، جریان خارجی توسعه شرکت‌های تجاری به گسترش دامنه اقتدار بازرگانی آنان در لایه‌های مختلف تجاری منجر خواهد شد. از جانب دیگر رسوخ در سطوح

مختلف تجاری، به طور بالقوه زوایای مختلفی از انحصار طلبی را در خود خواهد داشت. انحصاری که در صورت عدم نظارت دقیق، ابعادی نامتعارف خواهد یافت و جریان عادلانه رقابت تجاری را زایل خواهد نمود. از این رو حفظ تعادل موجود در بازارهای تجاری، اعمال نظارتی منسجم را بر فراز راهبردهای خارجی توسعه اجتناب ناپذیر می‌نماید. با این وجود برخورداری از مفهومی مبهم، دامنه‌ای ناشناخته و مصادیقی مجهول؛ جریان چنین نظارتی را دشوار (و تا حدودی غیر ممکن) خواهد نمود. نظارتی که اعمال آن در شرایط فعلی، صورتی ناشناخته و ماهیتی مبهم دارد.

بنابراین مبهم بودن این عنوان در آثار موجود، در کنار دامنه ناشناخته آن؛ دغدغه‌ای است که تحقیقات بیشتر را در این خصوص ضروری می‌نماید. در جهت نیل به این مقصود، ابتدا مطالبی را پیرامون مفهوم و اقسام توسعه اختصاص می‌دهیم. سپس به تحلیل پیرامون دامنه خارجی توسعه و تمایز آن از سایر نهادهای مشابه خواهیم پرداخت. در پایان نیز امکان تحقق آن را در بازارهای تجاری کشورمان تبیین خواهیم نمود. شیوه‌ای که ما را در این مقاله یاری خواهد نمود، روش توصیفی، تحلیلی و تطبیقی است.

مفهوم توسعه

توسعه مصدري است ثلاثی که در کشور انگلستان و سایر کشورهای انگلیسی زبان برای تبیین آن از عباراتی نظیر «Development»، «Expansion» و «Extension» استعمال می‌شود. (Ashby, 2005, p. 98) لفظی که مفهومی چند بعدی دارد و بنابر روایت برخی از پژوهش‌گران، استعمال علمی آن را برای نخستین بار باید در آثار اندیشمندان مشرق زمین جستجو نمود. با این وجود مفهومی است که شکوفایی خود را مرهون عصر روشن‌گری (رنسانس) در مغرب زمین است. (Fakoohy, 2004, p.45) سیری سعودی و رشدی چشمگیر که با گذر زمان، به ویژه در سال‌های بعد از جنگ جهانی دوم و متعاقب آن با خاموش شدن زبانه‌های جنگ؛ به دغدغه‌ای بنیادین مبدل گردید. (Gharebaghiyan, 1999, p.6) دغدغه‌ای که تکامل مفهوم توسعه را به دنبال داشت و آن را به غایی‌ترین نقطه ممکن از کمال رساند. در آن زمان بود که ابعاد مختلف فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی توسعه هویدا گردید. (Fakoohy, 2004, p.344) در این میان، بعد

اقتصادی توسعه به دلیل تأثیر گذاری در سایر سطوح و کارایی گسترده آن در سایر ابعاد، از جلوه‌ای متمایز برخوردار شد. جلوه‌ای که تأثیر گذاری و گسترش خود را وام دار بنگاه‌های اقتصادی، به ویژه شرکت‌های تجاری بود. (Adedayo, 1978, p.139)

شرکت‌هایی که همواره یکی از مهم‌ترین ارکان نظام‌های اقتصادی را تشکیل می‌دهند، کارایی و بهبود عملکرد آن‌ها؛ رونق تجاری را به دنبال دارد. نتیجه‌ای که عامل اصلی در جهت رفاه و بهبود اقتصادی است؛ بنابراین از یک سو باید پذیرفت که درک درست مفهوم توسعه شرکت‌های تجاری، فهم مبانی توسعه اقتصادی را دربر خواهد داشت. از جانب دیگر باید بر آن بود که تحلیل مفهوم توسعه اقتصادی بدون توجه به مفهوم توسعه شرکت‌های تجاری و تأثیر آن در این مفهوم، برداشتی دور از ذهن و ناکارآمد خواهد بود. از این رو باور آنکه بررسی علمی دامنه توسعه اقتصادی در بازارهای تجاری، مستلزم تعمق ابتدایی در مفهوم توسعه از منظر شرکت‌های تجاری است؛ اعتقادی دور از واقع نخواهد بود. در نتیجه پیش از هر چیز، ارائه تعریفی جامع و دقیق از توسعه شرکت‌های تجاری ضروری است. بر این اساس می‌توان آن را چنین تعریف نمود: «توسعه شرکت‌های تجاری عبارت است از ارتقاء دامنه اقتدار بازرگانی واحدهای تجاری که از طریق گسترش داخلی خطوط تولیدی آن‌ها (با تقویت زیر ساخت‌های داخلی) و یا به واسطه تصاحب و جذب منابع سایر شرکت‌ها، محقق خواهد شد.»

ملاحظه می‌شود، مطابق این تعریف توسعه در دو بعد داخلی و یا خارجی امکان تحقق خواهد داشت.

اقسام توسعه شرکت‌های تجاری

بر پایه نحوه تحصیل و تخصیص منابع در جهت گسترش دامنه نفوذ واحدهای تجاری، می‌توان توسعه را به دو نوع داخلی و خارجی تقسیم نمود.

در حالت نخست، گسترش واحد تجاری، صرفاً با تمرکز بر زیر ساخت‌های درونی آن شرکت محقق خواهد شد. از این رو این مصداق از توسعه، بعدی کاملاً درونی دارد. درحالی‌که در توسعه خارجی شرکت متقاضی توسعه، ضمن تصاحب منابع سایر شرکت‌ها، توسعه دامنه قدرت تجاری خود را با بعدی خارجی و بیرونی رقم خواهد زد.

شناسایی کامل این مفاهیم، آشنایی دقیق با زوایای پنهان آن دو را می‌طلبد. جهت آشنایی دقیق‌تر با این دو موضوع، نخست توسعه داخلی و سپس بعد خارجی آن را تحلیل می‌نماییم.

توسعه داخلی^۱

توسعه داخلی را باید راهبردی دانست که در آن، مدیران شرکت‌های تجاری با هدف افزایش سودآوری، ضمن تکیه بر منابع و زیر ساخت‌های داخلی، با اعمال تدابیر ویژه‌ای درصدد گسترش بازرگانی آن بنگاه در بازارهای تجاری هستند. (Adedayo, 1978, p.139) بر این اساس هدف اصلی مدیران شرکت متقاضی توسعه، از توسل به این راهبرد، کسب سودآوری در بازارهای تجاری است. توسل به این تدابیر نیز صرفاً طریق و روشی برای نیل به آن خواهد بود. (Kaynak et al, 2012, p.297) همچنین شاکله اصلی تحقق این مفهوم از توسعه را منابع داخلی آن واحد تشکیل می‌دهد. از این رو تاکید اصلی ارکان تصمیم‌گیرنده شرکت تجاری درصدد توسعه در تحقق این مفهوم، بر زیر ساخت‌های داخلی آن واحد خواهد بود. (Webb, 2016, p.8-10) شرکت‌های تجاری برای توسعه داخلی خود نیازمند اعمال تدابیر ویژه‌ای هستند. به طور کلی، این راهکارها با توجه به ماهیت آن، به دو طریق مستقیم^۲ و غیر مستقیم^۳ قابل تقسیم است. طرق مستقیم توسعه داخلی عبارت است از آنکه شرکت تجاری با توجه به توان داخلی، ضمن ارتقاء امکانات سخت افزاری، افزایش نیروی انسانی و توسعه خطوط داخلی تولید؛ به طور مستقیم دامنه فعالیت‌های اقتصادی خود را گسترش دهد. با این کار سهم محصولات خود را در بازارهای تجاری بیشتر می‌نماید و بدین طریق، خود را از داخل توسعه خواهد داد. (Kaynak et al, 2012, p.290)

با این وجود تحقق این مفهوم از توسعه، همواره به طور مستقیم میسر نخواهد شد. بلکه ممکن است حالتی غیر مستقیم داشته باشد. با این توضیح که مدیران شرکت تجاری می‌توانند با ثابت نگاه داشتن زیر ساخت‌ها و منابع تولید داخلی، قراردادهایی را با هدف سودآوری بیشتر منعقد نمایند.

۱- Internal Extension

۲- Directive Internal Extension

۳- Indirective Internal Extension

قراردادهایی که به دلیل ماهیت و ساختار خاص خود، موجبات تحقق مفهوم توسعه را فراهم خواهد نمود. (Scheneeman, 2013, p.521) در تحقق این مفهوم آنچه نمود بیرونی دارد، توسعه داخلی شرکت نبوده بلکه ماهیت اعتباری یک قرارداد تجاری است. با این حال، ماهیت و ساختار اعتباری چنین قراردادی به طور غیر مستقیم دامنه اقتدار بازرگانی آن واحد تجاری را از داخل گسترش می دهد. باید توجه نمود که اگرچه این مفهوم، ریشه در درون شرکت داشته و ظهور آن به منابع داخلی آن واحد تجاری وابسته خواهد بود، (Adedayo, 1978, p.139) اما از آنجایی که مدیران شرکت تجاری به طور مستقیم ظرفیت و خطوط داخلی تولید خود را گسترش نمی دهند؛ توسعه مفهومی غیر مستقیم دارد؛ زیرا به تبع انعقاد قراردادی خاص و در ابعادی غیر مستقیم محقق می شود. از این رو آن را طریق غیر مستقیمی در جهت توسعه می نامیم. قرارداد فرنجایز^۱ را می توان به عنوان مثالی برای این مفهوم ذکر نمود. (Oswald, 2012, p.172) بر این اساس، صاحب سیستم کسب و کار تجاری می تواند به توسعه غیر مستقیم سیستم کسب و کار خود از طریق انعقاد قرارداد فرنجایز اقدام نماید. با این توضیح که شخصی^۲ که درصدد سودآوری بیشتر از تجارت خود است، بدون آنکه مستقیماً به توسعه داخلی کسب و کار خود مبادرت نماید، با انعقاد قراردادی، اجازه بکارگیری تجارت و سیستم کسب و کار خود را در مقابل مبلغی^۳ به دیگری^۴ واگذار نموده و در عین حال بر اقدامات آنان نظارت و مدیریت خواهد نمود. (Oswald, 2012, p.172)

با این اقدام ضمن آنکه سودآوری مورد نظر را تحصیل می نماید، به طور غیر مستقیم نیز دایره اقتدار تجاری خود را گسترش خواهد داد. بدون آنکه ریسک پذیری و هزینه ناشی از آن را متقبل شود. در این قرارداد آنچه محقق می شود مصداقی از توسعه داخلی به روشی غیر مستقیم است؛ زیرا آنچه توسعه می یابد کسب و کاری است که از ساختار داخلی آن واحد تجاری نشأت می گیرد. از این رو جنبه ای درونی و داخلی دارد. همچنین غیر مستقیم بودن آن نیز از آن جهت است که به تبع قراردادی با عنوان فرنجایز محقق می شود. در نتیجه توسعه چهره ای غیر مستقیم

۱- *Franchise Contract*

۲- *Franchisor*

۳- *Fee*

۴- *Franchisee*

دارد.

توسعه خارجی^۱

صرف نظر از مفهوم داخلی توسعه، تحقق این ماهیت ممکن است ابعادی خارجی به خود بگیرد. بعد خارجی توسعه زمانی محقق می‌شود که شرکتی با هدف توسعه دامنه فعالیت‌های خود با توسل به تدابیری خاص، بر واحد تجاری دیگری سلطه یابد. این استیلاء ضمن آنکه امکان سودآوری را محقق می‌نماید، دسترسی به منابع آن واحد تجاری را نیز فراهم نموده و منجر به توسعه خارجی شرکت درصدد توسعه خواهد شد. ((Machiraju, 2012, p.206) سطرهای که برحسب درجه آن، ممکن است در نازل‌ترین سطح خود باقی بماند و در قالبی با نام تملک ظاهر شود. به طوری که شرکتی موسوم به شرکت تملک‌کننده با تملک قسمت عمده سهام شرکتی دیگر، آن واحد تجاری را تحت کنترل خود درآورد و سیاست‌های مدیریتی خود را بر آن اعمال نماید. همچنین ممکن است این استیلاء به نقطه اوج خود رسد و موجبات اتحادی منسجم، موسوم به ادغام شرکت‌های تجاری را فراهم آورد.

ملاحظه می‌شود، آنچه رکن نخست تدابیر خارجی توسعه شرکت‌های تجاری را تشکیل می‌دهد، گسترش قلمرو اقتدار بازرگانی شرکت تجاری درصدد توسعه است. مدیران شرکت‌های تجاری با توسل به راهبردهای خارجی توسعه در پی گسترش قلمرو تجاری، ارتقاء قدرت بازاری و گسترش دامنه نفوذ بازرگانی آن واحد تجاری هستند. گسترش اقتدار و ارتقاء قدرتی که در ساختار وجودی و محتوای ذاتی کلیه مصادیق آن ریشه دارد. (Dinsburg, 2012, p.240) از این رو آنچه در آن موضوعیت دارد، گسترش قلمرو اقتدار بازرگانی است. گسترشی که می‌تواند خود طریقی برای تحصیل منافع تجاری و سودآوری آن واحد تجاری باشد. علاوه بر آن، سرمنشاء خارجی و بیرونی آن را باید رکنی دیگر قلمداد نمود. براین اساس شرکت‌های تجاری درصدد توسعه با تحصیل منابع داخلی سایر واحدهای تجاری و جذب آن، گسترش قلمرو اقتدار بازرگانی خود را رقم خواهند زد. (Machiraju, 2012, p.206)

مبانی توسعه خارجی را بر مبنای ماهیت آن می‌توان در دو قالب تملک و ادغام شرکت‌های

تجاری بررسی نمود.

تملك واحدهای تجاری بدین معنا است که شرکت تجاری درصدد توسعه، سهام سایر واحدها را به نحوی تملك نماید که با ابتیاع آن، عملاً بر آن واحدها تسلط یافته و سیاست‌های خود را بر آنان تحمیل نماید. (Dinsburg, 2012, p.240) با چنین تسلطی، واحد کنترل شونده، به شرکتي تابع مبدل خواهد شد که اداره آن در اختیار شرکت تملك کننده قرار خواهد گرفت. (Depamphilis, 2013, p.22) این مقصود، محقق نخواهد شد، مگر آنکه شرکت تملك کننده سهام عمده (سهام طلایی) آن واحدها را تحصیل نماید. در این صورت است که تملك سهام منجر به توسعه خارجی شرکت تملك کننده می‌شود. (Machiraju, 2012, p.206)

همچنین توسعه خارجی در عالی‌ترین سطح خود، اتحاد را به دنبال دارد. اتحادی که با تحقق خود، نه تنها کل دارایی^۱ اشخاص موضوع قرارداد را، بلکه در دامنه‌ای وسیع‌تر، هویت اعتباری آن‌ها را یکپارچه خواهد نمود. این یکپارچگی در دارایی و هویت اعتباری است که توسعه خارجی را شکل می‌دهد. اتحادی که آن را تنها در ساختار اعتباری قرارداد ادغام شرکت‌های تجاری می‌توان یافت. بر این اساس ادغام شرکت‌های تجاری قراردادی است که اثر ذاتی آن را باید اتحاد در دارایی و هویت اعتباری اشخاص موضوع آن تلقی نمود. (Miller, 2015, p.811) با این وجود اثر ذاتی مذکور، بر حسب نحوه انعقاد آن متفاوت خواهد بود. با این توضیح که حسب آنکه قرارداد ادغام با ماهیتی یک جانبه منعقد گردد یا آنکه ساختاری دو یا چند جانبه داشته باشد، اتحادی سازمان یافته را حاصله، جلوه‌ای متفاوت دارد. تفاوت حاصل از نحوه انعقاد این ماهیت اعتباری در کیفیت نیل به توسعه خارجی اشخاص موضوع آن است. بر این اساس در جایکه فقط یکی از شرکت‌های موضوع ادغام درصدد وصول به چنین هدفی است، صرفاً شرکت مذکور از نقشی فعال برخوردار بوده و سایر اشخاص، نقشی منفعلانه ایفاء خواهند نمود. این قرارداد را ادغام یک جانبه می‌نامیم. قراردادی که با تحقق آن، شرکت درصدد توسعه، سایر شرکت‌های طرف

۱- مقصود از دارایی، کل غیر قابل تجزیه حقوق و تعهدات است. از جمله آثار اصلی قرارداد ادغام، انتقال دارایی شرکت یا شرکت‌های تجاری ادغام شونده (حسب مورد به شرکت بازمانده یا شرکت حاصل از ادغام) است. انتقالی که نه تنها در قسمت مثبت دارایی (حقوق و مطالبات) محقق می‌شود، بلکه در بعد منفی آن (تعهدات) نیز رخ خواهد داد.

قرارداد را در خود جذب خواهد نمود و متعاقب آن، شرکت‌های جذب شونده شخصیت حقوقی خود را از دست داده و دارایی آن‌ها به شرکت جذب کننده منتقل خواهد شد. (Gergoriou, Miller, 2007, p.15) امری که نتیجه آن توسعه خارجی شرکت بازمانده خواهد بود. (Miller, 2015, p.811) برخلاف حالت نخست، درجایی که کلیه شرکت‌های موضوع ادغام درصدد نیل به گسترش دامنه اقتدار تجاری خود هستند، تمامی آن‌ها نقشی فعال را ایفاء خواهند نمود. قراردادی که به ادغام دو یا چند جانبه موسوم است و با تحقق آن حیات اعتباری کلیه اشخاص موضوع آن خاتمه یافته و آنچه از این زوال حاصل خواهد شد، خلق شرکتی دیگر، با هویتی جدید است. شخصیتی جدید که دارایی کلیه شرکت‌های سابق را جذب خواهد نمود و با چنین تصاحبی، توسعه‌ای از جنس خارجی را رقم خواهد زد. (Dinsburg, 2012, p.302)

تشابه در مبنای ذاتی این دو قالب و خارجی بودن ماهیت توسعه در هر دو ساختار، موجبات خلط ناروای این دو مفهوم را با یکدیگر در پاره‌ای از متون حقوقی فراهم آورده است. Fred, (1990, pp.257-270)

در حقوق ایران نیز که با وضع ماده ۴۰ «قانون پنج ساله برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی» به سال ۱۳۸۳ قالب ادغام شرکت‌های تجاری به عنوان یکی از مصادیق توسعه خارجی رسمیت یافت^۱، با تصویب «قانون اصلاح موادی از برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و

۱- اگرچه امروزه با وجود قوانینی نظیر «قانون پنج ساله برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی»، «قانون اصلاح موادی از برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و اجراء سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی» و «قانون پنج ساله برنامه پنجم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی»؛ در صحت قرارداد ادغام بین شرکت‌های خصوصی شکی وجود ندارد، اما در گذشته امکان تحقق چنین ساختاری بین شرکت‌های خصوصی وجود نداشت؛ زیرا قرارداد ادغام واجد ماهیت خاص و آثار منحصر به فردی است که نه تنها با هیچ کدام از عقود معین موجود در قانون مطابقت ندارد، بلکه با مقررات آمره ای نظیر قواعد انحلال و تصفیه شرکت‌های تجاری مغایرت دارد. از این رو در گذشته به دلیل عدم تجویز چنین قراردادی از ناحیه قانون گذار انعقاد آن از ناحیه شرکت‌های غیر دولتی امکان پذیر نبود؛ اما امروزه با وجود قوانین فوق، در امکان انعقاد چنین قراردادی تردیدی وجود ندارد؛ زیرا قوانین مذکور به خصوص قانون اجراء سیاست‌های کلی اصل ۴۴ در راستای اصل ۴۴ قانون اساسی بدون گردیده است. به موجب اصل مذکور نظام اقتصادی ایران بر پایه سه رکن خصوصی، تعاونی و دولتی اداره می‌شود؛ بنابراین شرکت‌های خصوصی از جمله ارکان این قانون تلقی می‌شوند. در نتیجه با توجه به مفاد قوانین مذکور بخصوص قانون اجراء سیاست‌های کلی اصل ۴۴، باید امکان تحقق چنین قراردادی را در شرکت‌های خصوصی از جمله بدیهیات دانست.

فرهنگی و اجراء سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی» در سال ۱۳۸۶، این طرز تلقی نیز تکرار گردید.

با این وجود آنچه در خصوص تملک و ادغام شرکت‌های تجاری قابل توجه بوده، تفاوت این دو ساختار با یکدیگر از حیث ماهیت است. اگرچه در این نکته که هر دو از موجبات انحصاری توسعه خارجی شرکت‌های تجاری هستند، تردیدی وجود ندارد؛ اما با وجود چنین تشابهی نباید این دو مفهوم را با یکدیگر یکسان تلقی نمود. تملک شرکت‌های تجاری در هر شکلی که صورت پذیرد، هیچگاه انحلال هویت اعتباری شرکت تملک شونده و انتقال دارایی آن به شرکت تملک کننده را به دنبال نخواهد داشت؛ به عبارت دیگر شرکت تملک شونده دارایی و هویت اعتباری خود را حفظ می‌نماید و صرفاً سهام عمده خود را انتقال می‌دهد. انتقالی که آن واحد را به شرکتی تابع مبدل خواهد نمود و موجبات گسترش خارجی شرکت تملک کننده را فراهم می‌آورد. این درحالی است که انحلال هویت اعتباری و انتقال دارایی در زمره آثار ذاتی قرارداد ادغام تلقی می‌شود و از آن قابل سلب نخواهد بود.

تمایز توسعه خارجی شرکت‌های تجاری از بعد داخلی آن

وجود پاره‌ای از تشابهات فرعی میان مصادیق داخلی و خارجی توسعه، نباید خلط این دو مفهوم با یکدیگر را موجب گردد. در حقیقت مرز میان این دو مصداق را باید در ارکان اساسی آن‌ها جست و جو نمود. بر این اساس می‌توان وجوه تمایز میان این دو ساختار را به شرح ذیل خلاصه نمود:

تفاوت در مبنا

گسترش قلمرو اقتدار بازرگانی مبنایی است که وجود آن در ساختار تمامی راهبردهای خارجی توسعه شرکت‌های تجاری نهفته است. (Dinsburg, 2012, p.240) گسترش و اقتداری که ممکن است با جمع سایر شرایط، سودآوری آن واحد تجاری را به دنبال داشته باشد. منافی که وجود خود را مرهون گسترش قلمرو خارجی آن واحد خواهند بود. با این وجود منافع مذکور که در اثر توسل به راهبردهای خارجی توسعه پدیدار شده‌اند، مبنای ذاتی آن را تشکیل نخواهند داد. بلکه صرفاً اثری تبعی و فرعی محسوب می‌شوند؛ به عبارت دیگر آنچه در توسعه خارجی

موضوعیت دارد، گسترش قلمرو اقتدار بازرگانی آن واحد تجاری در صدد توسعه است که مبنای ذاتی آن محسوب می‌شود.

برعکس، در توسعه داخلی آنچه مبنای ذاتی آن را تشکیل می‌دهد، سودآوری و منفعت طلبی شرکت تجاری در صدد توسعه است. به طوریکه ارکان تصمیم گیرنده شرکت‌های تجاری با توسل به مفهوم داخلی توسعه، در صدد تحصیل منافع تجاری و کسب سود بازرگانی بیشتر هستند. منفعت طلبی‌ای که گسترش داخلی قلمرو تجاری صرفاً طریقی برای نیل به آن خواهد بود. در نتیجه در اعمال این راهبرد، آنچه که موضوعیت دارد، گسترش قلمرو اقتدار بازرگانی نبوده، بلکه نیل به مفهوم سودآوری از ناحیه شرکت تجاری است.

تفاوت در منشاء

ظهور بعد داخلی توسعه، مستلزم وجود منابعی غنی در درون شرکت تجاری است. (Miller, 2015, p.211) منابع مذکور در شکل مستقیم توسعه داخلی، در قالب زیر ساخت‌های درونی آن شرکت جلوه می‌نمایند. زیر ساخت‌هایی که وجود آن گویای پتانسیل آن واحد تجاری در جهت گسترش دامنه فعالیت‌های تجاری خود است. همچنین در حالت غیر مستقیم نیز وضعیت به همین منوال خواهد بود. در چنین حالتی منابع داخلی در قالب یک حق مالی قابل توسعه نظیر سیستم کسب و کار تجاری، متجلی می‌شوند؛ به عبارت دیگر در توسعه داخلی، آنچه پایه‌های اصلی مفهوم گسترش را تشکیل می‌دهد، منابع آن شرکت تجاری است. این منابع اعم از آنکه در قالب زیر ساخت‌های داخلی آن شرکت ظاهر شوند یا آنکه در شکل یک حق مالی قابل توسعه بروز نمایند، ریشه در داخل و درون آن شرکت دارند. (Adedayo, 1978, p.13)

این در حالی است که در توسعه خارجی، واحد بازرگانی در صدد توسعه، با جذب منابع تجاری سایر شرکت‌های فعال در بازار، توسعه خود را رقم می‌زند؛ بنابراین تحقق این شکل از توسعه صرفاً با تکیه بر منابع داخلی میسر نخواهد شد، بلکه در گرو تحصیل منابع سایر فعالان موجود در بازار خواهد بود. (Machiraju, 2012, p.200)

از این رو شرکت تجاری مذکور با تمسک به قالب‌های حقوقی ادغام و تملک، منابع سایر واحدها را تصاحب می‌نماید و با چنین تصاحبی مفهوم گسترش خارجی را شکل می‌دهد. در نتیجه در توسعه خارجی، منابع موجود در خارج از شرکت تجاری، پایه و ساختار مفهوم توسعه را رقم

خواهد زد. توسعه‌ای که بر پایه منابع آن، باید منشاء آن را بیرونی و خارجی دانست.

تفاوت در اسباب

تفاوت دیگر این دو مصداق از توسعه را باید در اسباب تحقق آن جستجو نمود. توسعه خارجی شرکت‌های تجاری سببی قراردادی دارد. قراردادی که مبنای ذاتی آن، گسترش قلمرو بازرگانی آن واحد یا واحدهای تجاری درصدد توسعه خواهد بود. گسترشی که ممکن است حالتی یک جانبه داشته باشد و یا در ابعاد دو یا چند جانبه صورت گیرد؛ اما در هر صورت سببی قراردادی خواهد داشت. قراردادهایی با محتوای جذب منابع تجاری سایر فعالان بازرگانی که می‌توانند در قالب تملک سهام عمده سایر واحدهای تجاری ظهور نمایند و یا ممکن است در کالبد ادغام آن‌ها محقق شوند.

برعکس، توسعه داخلی الزاماً سببی قراردادی ندارد. به طوریکه علی‌الاصول تحقق این مفهوم بدون نیاز به همراهی سایر شرکت‌ها صورت خواهد گرفت. چنانکه شرکت یا شرکت‌های تجاری درحال توسعه می‌توانند با تکیه بر منابع داخلی، گسترش تجاری خود را محقق نمایند.

ملاحظه می‌شود، توسعه شرکت‌های تجاری از حیث مصادیق داخلی و خارجی، دارای ابعاد مفصلی است. ابعادی که تشریح تمامی زوایای آن خارج از عنوان این مقاله و رسالت حقوقی آن خواهد بود. از این رو در ادامه صرفاً به تحلیل پیرامون مصداق خارجی توسعه خواهیم پرداخت؛ بنابراین از این پس استعمال لفظ توسعه به طور مطلق، انصراف به بعد خارجی آن خواهد داشت.

تمایز توسعه خارجی از سایر قالب‌های مشابه

شرکت‌های تجاری با بکارگیری تدابیر متعدد، درصدد نفوذ به سطوح مختلف بازارهای تجاری هستند. قالب‌هایی که به دلیل برخورداری از عملکردی بخصوص و نفوذ در لایه‌های مختلف اقتصادی، از ظاهری مشابه با راهبرد خارجی توسعه شرکت‌های تجاری برخوردار هستند. این تشابه ظاهری، تمایز میان آن‌ها را دشوار خواهد نمود. با این وجود تشابه مذکور مقوله‌ای سطحی و قابل مسامحه است. از این رو جهت وصول به درکی عمیق‌تر از موضوع، شناسایی این قالب‌ها و بررسی وجوه تمایز آن‌ها از نهاد توسعه خارجی ضروری خواهد بود.

قراردادهای مشارکت تجاری و توسعه خارجی

هدف اصلی شرکت‌های تجاری از نفوذ به لایه‌های مختلف بازار، افزایش سودآوری در پی ارتقاء کیفی محصولات است. نفوذی که برای فعالان تجاری به دلایل مختلفی نظیر فقدان نیروی متخصص، عدم کفایت تجهیزات سخت افزاری، فقدان امکانات نرم افزاری و نیز وجود مقررات محدود کننده پاره‌ای از کشورها نسبت به سرمایه گذاری مستقیم خارجی؛ با دشواری‌های متعدد همراه خواهد شد. با این حال دشواری مذکور با تمسک به پاره‌ای از تدابیر قراردادی قابل تعدیل است. تدابیری که اعمال آن، سهولت نفوذ در سطوح مختلف بازارهای تجاری را به همراه خواهد داشت. از جمله این تدابیر، قراردادهای مشارکت تجاری است. مشارکتی که ضمن تقسیم مخاطرات احتمالی، سرمایه موجود را منسجم نموده، امکانات ساختاری را بهبود بخشیده و نیروی تولیدی را ارتقاء خواهد داد. (Troost, 2013, pp.6-10)

امروزه طرق مشارکت در عرصه کسب و کار تجاری نه تنها از حیث تنوع متعدد هستند، بلکه از جهت درجه مشارکت نیز در مراتب مختلفی قرار دارند. طریقی نظیر جوینت ونچر، الاینس، کارتل، کنسرسیوم که هر کدام جلوه خاصی از مشارکت را با خود به همراه دارند.

در این میان، متداول‌ترین آن‌ها قالب قراردادی جوینت ونچر است. جوینت ونچر که برخی با تاکید بر وصف مشارکتی آن، آن را «سرمایه گذاری مشترک» (Rahbari, 2014, p.22) و برخی دیگر با دیدی کلی‌تر و با تکیه بر خصیصه توزیع ریسک و منافع، آن را «مشارکت انتفاعی» (Schmittoff, 2013, p.514) نامیده‌اند؛ قراردادی است الزام آور مبنی بر مشارکت تمامی اشخاص اطراف آن، جهت وصول به هدفی مشترک که از رهگذر تلفیق سرمایه و مخاطرات حاصل خواهد شد. اگرچه پیرامون مفهوم، شرایط و قلمرو آن تا کنون اتفافی میان صاحب نظران حاصل نشده است، با این حال می‌توان در این باب، به نوعی اجماع در مفهوم اشاره نمود. آنچه در خصوص این نهاد قابل تردید نیست، ساختار ویژه آن است. ساختاری که موید وجود تعاون و همکاری بین اشخاص درگیر در چنین قراردادی برای وصول به هدفی خاص است. هدفی اقتصادی که قرارداد مذکور بر پایه آن بنا خواهد شد. (Troost, 2013, p.671)

ترتیب دیگر قراردادی‌ای که به جهت ساختار مشارکتی آن، شباهت زیادی به قراردادهای جوینت ونچر دارد؛ قرارداد الاینس می‌باشد. (Harrigan, 2003, p.224) قراردادی که در حقوق کشورمان با عناوینی چون «اتحاد راهبردی» یا «اتحاد» متداول است. اتحادی که توافقی را در جهت تعاون، برای وصول به هدفی خاص، دربر خواهد داشت. (Russo et al, 2010, p.270)

ملاحظه می‌شود، ساختار مشارکتی هدف مند این قرارداد، شباهتی بی اندازه به قراردادهای جوینت ونچر دارد. (Glover, 2003, p.44) ساختاری که مبین مشارکتی الزام آور، جهت نیل به هدفی مشخص است. (Prescott et al, 2005, pp.88- 89)

علاوه بر تدابیر قراردادی مذکور دیگر طریق مشارکت در کسب و کار تجاری، ساختاری با عنوان کارتل است. کارتل‌ها توافقاتی هستند با محتوای مشارکت در فعالیت‌های اقتصادی که هدف اصلی آن تسلط بر بازارهای تجاری محسوب می‌شود. (Argarwala, 2007, p. 271) هدفی که متصف به وصف شکنندگی است. تزلزلی ناشی از سست بودن بنیان آن‌ها که عاملی در جهت شکننده بودن چنین پیمان‌هایی خواهد بود. به همین علت است که علاوه بر پاره‌ای از خصوصیات و اوصاف ذاتی، شکننده بودن ساختار ماهوی آن‌ها را باید عاملی در جهت تمایز آن‌ها با طرقی نظیر جوینت ونچر و الاینس دانست. (Prescott, 2005, pp.102-103)

طرق مشارکت تجاری که اهم مصادیق آن در فوق ذکر گردید، در عین تفاوت در پاره‌ای از اوصاف ماهوی، در وصفی اصلی که ریشه در ساختار ذاتی آن‌ها دارد، عملکردی یکسان خواهند داشت. آن وصف همان تعاون و مشارکت برای وصول به مقصودی خاص است. چنین تعاونی ممکن است به توسعه شرکت‌های اطراف آن منتهی شود. گسترش و نفوذی که جنبه احتمالی دارد ولی در صورت تحقق، با تاکید بر منابع سایر فعالان بازار بر پایه مشارکت در کسب و کار میسر خواهد شد. تاکیدی که ماهیت آن را تا حدودی شبیه به توسعه خارجی می‌نماید. به همین علت است که برخی از مؤلفین این قسم قراردادها را در زمره قراردادهای توسعه خارجی تلقی می‌کنند. (Hatami, 2015, p.394)

حال آیا توسعه تجارت به کیفیت مذکور، گسترشی از جنس توسعه خارجی را رقم خواهد

زد؟

پاسخ به این پرسش مستلزم دقت در ساختار ماهوی قراردادهای مشارکت است. ساختاری چند بعدی که روی نخست آن مشارکت و تعاون است؛ اما صرف نظر از رکن تعاون، بعد دیگر آن، مقصود و هدفی است که اشخاص اطراف قرارداد را ترغیب می‌نماید که برای تحقق آن با یکدیگر مشارکت نمایند. هدف و مقصودی که مبنا و مقتضای اصلی انعقاد چنین قراردادهایی است. چنانکه تعاون و مشارکت اشخاص اطراف آن، جهت تحقق چنین مقتضایی صورت می‌پذیرد. این مقصود که معمولاً انجام یک پروژه زیر بنایی و سنگین است، غایتی بوده که کسب سودآوری و

منفعت طلبی را در نهان خانه خود دارد. این چنین است که گفته می‌شود هدف اولیه اشخاص اطراف این قراردادها از مشارکت و تعاون، سودآوری و کسب منفعت است. غایت و مقصودی که ممکن است در شرایطی خاص به توسعه شرکت‌های اطراف آن منتهی شود. همچنین وجه سوم این قراردادها چند بعدی، ظاهر متزلزل آن است؛ به عبارت دیگر، آنچه که صورتی ویژه به این کالبد مشارکتی اعطاء می‌نماید، ساختار متزلزل و ناپایدار آن است. تزلزلی که در برخی از اقسام آن (نظیر کارتل) به نقطه اوج خود می‌رسد. تا جایی که اگر یکی از اعضا از اهداف آن تجاوز نماید، شیرازه پیمان متلاشی خواهد شد. این تزلزل حکایت از همان ساختار کم توان و سست عنصر کارتل‌ها دارد. با این حال تزلزل مذکور در تمامی اقسام قراردادهای مشارکت از چنین شدتی برخوردار نخواهد بود. چنانکه در قراردادهای جوینت ونچر و الاینس، ماهیت الزام آور آن، مانعی بر سر راه عهد شکنی اعضا خواهد بود. با این وجود در این قراردادها نیز تزلزل در شکل و کالبدی دیگر نمایان خواهد شد. این کالبد همان رکن دوم و مقتضای اصلی قراردادهای مشارکت است که تزلزل مذکور امکان حلول در آن را خواهد داشت. در این قراردادها، چنین تزلزلی زمانی ظاهر می‌شود و شیرازه توافق را از هم متلاشی می‌نماید که وصول به غایت و مقصود آن غیر ممکن گردد. چنانکه هدفی که مبنای اصلی و علت عمده تشکیل جوینت ونچر و یا الاینس را تشکیل می‌داد، ممتنع شود؛ در این صورت دیگر مشارکت و تعاون اشخاص اطراف آن، بیهوده و بی وجه خواهد بود. با وجود این بیهودگی، دیگر هیچ شخصی نمی‌تواند ادعای بقاء چنین قراردادهایی را داشته باشد.

خصایصی که در فوق آمد، همگی در زمره مهم ترین ارکان قراردادهای مشارکت تجاری

هستند.

حال آیا این اوصاف، با ماهیت و ساختار توسعه خارجی شرکت‌های تجاری همخوانی دارند؟ برای پاسخ به این پرسش، لازم است در ادامه، مجدداً ارکان و اوصاف توسعه خارجی شرکت‌های تجاری را از نقطه نظر تحلیلی، تشریح نماییم.

منشاء خارجی و بیرونی توسعه نخستین رکنی است که وجود آن برای تحقق مفهوم خارجی توسعه ضروری است؛ به عبارت دیگر توسعه باید با تاکید بر منابع خارج از شرکت تجاری درصدد توسعه شکل گیرد. با این وجود، نفوذ در لایه‌های مختلف تجاری هنگامی مفهومی از جنس توسعه خارجی به خود خواهد گرفت که سایر عناصر خارجی توسعه نیز در آن موجود باشد. از جمله آن

مبنای اصلی و بنیادین توسعه است. مبنایی که وجود آن موضوعیت داشته و هدف اولیه ارکان تصمیم گیرنده شرکت‌های تجاری را تشکیل می‌دهد. می‌دانیم که مبنای اصلی و بنیادین توسعه خارجی، گسترش دامنه فعالیت‌های آنان در لایه‌های مختلف تجاری است. گسترش و نفوذی که ممکن است به سودآوری بیشتر واحدهای اطراف آن منتهی شود. با این وجود، هیچ‌گاه سودآوری مذکور، مبنا و غایت اصلی این تدابیر را تشکیل نخواهد داد.

همچنین تدابیر خارجی توسعه شرکت‌های تجاری، قراردادهایی هستند که ثبات و دوام در آن، رکنی اصلی و عنصری حیاتی را ایفاء خواهد نمود. از این رو تزلزل در آن جایگاهی نخواهد داشت.

حال مجدداً به پرسش سابق بازمی‌گردیم. آیا قراردادهای مشارکتی را می‌توان از جمله مصادیق خارجی توسعه تلقی نمود؟ به عبارت دیگر، آیا صرفاً با تاکید بر سرمنشاء خارجی و بیرونی توسعه، می‌توان ماهیت توسعه محقق شده را از نوع خارجی و بیرونی دانست؟

با عنایت به توضیحات فوق، پاسخ منفی است؛ زیرا که در قراردادهای مشارکتی اولاً، مبنای بنیادین و غایت اصلی از تعاون میان شرکت‌های اطراف آن، کسب سودآوری و منفعت طلبی است؛ نه توسعه و گسترش دامنه اقتدار تجاری. ثانیاً، بنیان ناپایدار و متزلزل قراردادهای مشارکت با ثبات و دوام این قراردادها هم خوانی و انطباق ندارند.

ملاحظه می‌شود، اختلافات فوق، مانع از آن خواهد بود که قراردادهای مشارکتی را در زمره مصادیق خارجی توسعه شرکت‌های تجاری تلقی نماییم. در ادامه به بررسی سایر قالب‌های مشابه خواهیم پرداخت.

قراردادهای سرمایه‌گذاری خارجی و توسعه خارجی شرکت‌های تجاری

سرمایه‌گذاری خارجی عبارت است از «فعالیت ناشی از سرمایه‌گذاری با سرمایه‌ای خارجی و یا فعالیتی با اثر انتقال سرمایه از کشور دارای سرمایه (کشور سرمایه فرست یا دولت میزبان سرمایه) به کشور نیازمند سرمایه (کشور سرمایه پذیر)». انتقالی که هدف اصلی آن استعمال سرمایه در سطوح مختلف تجاری و اقتصادی کشور محتاج سرمایه است. (Sornarajah, 2012, p.8) انتقالی در مفهوم رفت و بازگشت سرمایه، متعاقب کسب مجوز سرمایه‌گذاری که معمولاً با هدفی پایدار در کشور محتاج سرمایه صورت خواهد گرفت. (Ndefru, 2011, p.14) مجوزی که ممکن است

بر مبنای قانون ملی راجع به سرمایه گذاری محقق شود و یا بر پایه معاهده‌ای بین المللی صورت گیرد. همچنانکه ممکن است مبنایی قراردادی داشته باشد. قراردادی که یک طرف آن دولت سرمایه پذیر و روی دیگر آن سرمایه گذاری با سرمایه‌ای خارجی خواهد بود. سرمایه گذاری که علی الاصول به دنبال کسب منافع پایدار است. به طوری که با اقدامی بلند مدت، ضمن انتقال سرمایه؛ سرمایه منتقل شده را مدیریت و کنترل خواهد نمود. (Sornarajah, 2012, p.24) سرمایه گذاری در قالب شرکت‌های چند ملیتی از این قبیل است. شرکت‌هایی که مجموعه‌ای هستند متشکل و منسجم. مجموعه‌ای که از حیث دامنه فعالیت، قدرتی فراتر از مرزهای ملی دارند و از طریق نمایندگان وابسته یا شعب فرعی خود در سایر کشورها، به سرمایه گذاری مبادرت می‌نمایند. شرکت‌هایی که می‌توان آنان را از حیث نحوه عملکرد به سه دسته غیر فراملی^۱، ملی^۲ و فراملی^۳ تقسیم نمود. (Cullen, 2009, pp.332-338)

صرف نظر از شرکت‌های غیر فراملی (که وجود شخصیت حقوقی مجزا از شعبه اصلی در آن مفهومی ندارد)، در شرکت‌های ملی و فراملی، تحقق شرکت فرعی یا از طریق ایجاد شعب وابسته

۱- International Multinational Company

بر این اساس شرکت‌های غیر فراملی، مجموعه‌ای متشکل از یک شعبه اصلی و نمایندگان در سایر کشورها هستند. این واحدها بدون آنکه در کشور سرمایه پذیر، شعبه جدیدی تأسیس کنند یا شرکت‌های موجود را در آن کشور تملک نمایند؛ صرفاً از طریق ایجاد نمایندگی تجاری در آن کشور به سرمایه گذاری مستقیم مبادرت خواهند نمود.

۲- National Multinational Company

شرکت‌های ملی نیز شرکت‌هایی هستند که از یک شعبه اصلی و تعدادی شعب تابع (شرکت‌های فرعی مستقر در سایر کشورها) تشکیل می‌شوند. اشخاصی که یا از طریق بنیان شخصیت اعتباری جدید در یکی از کشورهای سرمایه پذیر و یا از راه تملک سهام عمده یکی از شرکت‌های موجود در آن کشورها، شرکتی فرعی را ایجاد می‌کنند. از این رو، این شرکت‌ها با خلق موجودیتی تابع در کشور سرمایه پذیر به سرمایه گذاری مستقیم در آن مبادرت می‌نمایند.

۳- Transnational Company

شرکت‌هایی که از چند شعبه مادر (مستقر در کشورهای مختلف) و تعدادی شعب فرعی تشکیل می‌شوند. شرکت‌های مادر که از حیث تابعیت از ملیت‌های مختلفی برخوردارند، با مشارکت یکدیگر یا از طریق ایجاد شعب در کشورهای سرمایه پذیر و یا از راه تملک سهام عمده شرکت‌های موجود در آن کشورها، شعبی تابع را ایجاد می‌کنند و از طریق شعب تابع تحت کنترل خود، به سرمایه گذاری مستقیم در آن کشورها اقدام خواهند نمود.

تجلی می‌یابد و یا آنکه از طریق تملک سهام عمده شرکتی دیگر صورت خواهد گرفت. همچنانکه ممکن است از طریق ادغام یکی از شعب شرکت سرمایه گذار خارجی با شرکتی دیگر در کشور سرمایه پذیر صورت گیرد. به نحوی که حاصل آن، شعبه‌ای تابع و تحت کنترل شرکت خارجی سرمایه گذار باشد.

ساختار چند گانه و ماهیت منحصر به فرد شرکت‌های چند ملیتی (اعم از غیر فراملی، ملی و فراملی) برخی را بر آن داشته تا این قالب را در زمره مصادیق توسعه خارجی شرکت‌های تجاری تلقی نمایند. (Lajevardi, 2015, pp.82-122)

صرف نظر از سرمایه گذاری از طریق شرکت‌های چند ملیتی، ورود سرمایه گذاران و شرکت‌های سرمایه گذار خارجی در تمامی بخش‌های تجاری و اقتصادی کشور سرمایه پذیر، به دلیل وجود پاره‌ای از محدودیت‌های داخلی (نظیر وجود انحصارات دولتی)؛ همواره ممکن نخواهد بود. محدودیت‌هایی که عاملی در جهت ممنوعیت اقدام سرمایه گذاران خارجی در این بخش‌ها هستند. سرمایه گذاران در مواجهه با چنین وضعیتی ناگزیر به اعمال سایر اقسام دیگر قراردادهای سرمایه گذاری خواهند بود. قراردادهایی که به دلیل کارکرد به خصوص خود، نقش مهمی در گریز از این محدودیت‌ها دارند. قراردادهایی نظیر «بیع متقابل» و «ساخت، بهره برداری و واگذاری» که به دلیل ماهیتی ویژه و ساختاری منحصر به فرد، بیش از پیش مورد توجه سرمایه گذاران خارجی قرار گرفته‌اند. ماهیتی که امکان نفوذ سرمایه گذاران را در بخش‌های تحت انحصار دولت، فراهم می‌نمایند. (Shiravi, 2014, P.449)

در نتیجه سرمایه گذاران، متعاقب انعقاد قراردادهای مذکور با دولت سرمایه پذیر، ضمن کسب مجوز، قادر به توسعه و گسترش دامنه فعالیت‌های تجاری خود در این قسمت‌ها خواهند بود. قراردادهایی که در فوق به آن اشاره شد، به دلیل توسعه و گسترش سیطره نفوذ شرکت سرمایه گذار در کشور سرمایه پذیر، ماهیتی شبیه به توسعه خارجی دارند. تا جاییکه برخی از حقوق دانان این قراردادها را در زمره مصادیق آن قلمداد نموده‌اند. (Hatami, 2015, p.394)

ملاحظه می‌شود، سرمایه گذاری خارجی مفهومی است که از حیث ساختاری تشابهات فراوانی با راهبردهای خارجی توسعه شرکت‌های تجاری دارد.

با این وجود اگرچه قراردادهای سرمایه گذاری خارجی را می‌توان در پاره‌ای از شقوق با این قراردادها برابر دانست، اما طرق مذکور همواره معادل با آن نیستند.

چنانکه توسعه خارجی صرفاً با تحصیل و جذب منابع سایر فعالان موجود در بازارهای تجاری محقق خواهد شد؛ بنابراین باید سرمایه گذاری در مفهوم شرکت‌های چند ملیتی غیر فراملی را (که صرفاً با استفاده از نماینده به توسعه فعالیت‌های تجاری می‌پردازند) از مفهوم آن مجزا نمود؛ زیرا که گسترش حوزه اقتدار آن‌ها از طریق تأسیس نمایندگی در سایر کشورها محقق می‌شود. نمایندگان که از حیث سیاست‌های تجاری، فعالیت‌های بازرگانی و زیر ساخت‌های داخلی، تابع شرکت منوب‌عنه خود هستند؛ بنابراین چنین توسعه‌ای که از طریق نمایندگی صورت می‌پذیرد، مفهوم توسعه خارجی را ندارد؛ بلکه با ابعاد و معیارهای توسعه داخلی مطابقت خواهد داشت. همچنین است در مورد شرکت‌های چند ملیتی ملی و فراملی که از طریق ثبت ابتدایی شعب (از ناحیه شرکت‌های مادر در کشور سرمایه پذیر) موجودیت می‌یابند؛ زیرا که توسعه‌ای که شرکت یا شرکت‌های مادر به آن دست می‌یابند توسعه‌ای درونی است که با تکیه بر منابع و زیر ساخت‌های داخلی شرکت مادر محقق می‌شود.

این در حالی است که توسعه شرکت‌های چند ملیتی و فراملی از طریق تملک سهام عمده یکی از شرکت‌های موجود در کشور سرمایه پذیر و یا ادغام یکی از شعب فرعی آن‌ها با شرکتی دیگر (به نحوی که شرکت حاصل از ادغام در کنترل مدیریتی شرکت یا شرکت‌های مادر باشد)، مفهومی معادل توسعه خارجی شرکت‌های تجاری دارد؛ زیرا که شرکت یا شرکت‌های مادر از طریق چنین تدابیری، ضمن تحصیل و جذب منابع واحدهای تجاری تملک شده یا شرکت‌های طرف ادغام؛ موجبات توسعه خارجی خود را فراهم خواهند آورد. از این رو باید این نکته را پذیرفت که گسترش شرکت‌های ملی و فراملی از طریق تملک سهام و یا انعقاد قرارداد ادغام، قابلیت تطبیق با مفهوم توسعه خارجی شرکت‌های تجاری را خواهد داشت.

با روشن شدن ارتباط شرکت‌های چند ملیتی با تدابیر قراردادی توسعه خارجی، باید به بررسی سایر مصادیق سرمایه گذاری خارجی و ارتباط آن با این مفهوم بپردازیم. مصادیقی نظیر «بیع متقابل» و قراردادهای «ساخت، بهره برداری و انتقال» که به ظاهر قابلیت انطباق با مفهوم توسعه خارجی را دارند، اما در واقع از ساختار و ماهیتی متفاوت برخوردار هستند؛ زیرا که تشابهات میان آنان، صرفاً از جنبه‌ای سطحی و ظاهری برخوردار است؛ به عبارت دیگر این قسم از قراردادهای سرمایه گذاری، بیشتر با ابعاد و معیارهای توسعه داخلی مطابقت دارند. در حقیقت در تمامی این مصادیق، سرمایه گذاران با تکیه بر منابع داخلی خود، موجبات توسعه را در مرزهای کشور سرمایه

پذیر فراهم می‌نمایند؛ بنابراین توسعه مذکور، گسترشی است که با استفاده از منابع داخلی شرکت سرمایه گذار، از درون آن محقق خواهد شد.

در نتیجه ملاحظه می‌شود، قراردادهای سرمایه گذاری خارجی صرفاً در پاره‌ای از موارد در زمره مصادیق توسعه خارجی شرکت‌های تجاری قلمداد می‌شوند. آن نیز در جایی خواهد بود که سرمایه گذاری مذکور در چارچوب قراردادهای تملک و ادغام محقق شوند.

امکان توسعه خارجی شرکت‌های بیگانه در قلمرو ایران

می‌دانیم که کشورهای سرمایه پذیر متعاقب ورود سرمایه، همواره با طراحی تدابیر متعدد، درصد کنترل سرمایه گذاری خارجی در قلمرو جغرافیایی خود هستند. تدابیری که حسب سیاست حاکم در اقتصاد کشورهای مختلف از حیث نحوه و درجه، متفاوت خواهد بود. (Sornarajan, 2010: 8) اعمال پاره‌ای از تدابیر محدود کننده و ممنوع کننده در ورود سرمایه گذاران خارجی به بازارهای داخلی، از جمله آن است. در حقوق ایران نیز اصل ۸۱ قانون اساسی، چنین دغدغه‌ای را هدف قراردادده است. اصلی که عدم تفسیر صحیح آن، سد بزرگی بر راه سرمایه گذاری خارجی و مزایای آن خواهد بود. ارائه یک تفسیر منطقی از این اصل، مستلزم آگاهی دقیق از پیشینه تاریخی اصل مذکور، سیر تطور آن و وضعیت فعلی سرمایه گذاری در ایران است. به موجب این اصل، اعطاء امتیاز تشکیل شرکت‌ها و مؤسسات به بیگانگان، با ممنوعیتی مطلق مواجه خواهد بود.^۱ با چنین ممنوعیتی مطلق امکان سرمایه گذاری شرکت‌های ملی و فراملی در مرزهای ایران، با ابهامی اساسی مواجه است. ابهامی که با توجه به نحوه توسعه شرکت‌های مذکور در کشورهای سرمایه پذیر، به تردیدی جدی در وجود چنین امکانی در حقوق ایران مبدل خواهد شد. توسعه شرکت‌های مذکور که یا از طریق تملک سهام بوده و یا در قالب تشکیل شعب جدید (از طرقی نظیر ادغام شرکت‌های تجاری) محقق می‌شود؛ گسترشی است که در تقابل با اصل ۸۱ قانون

۱- اصل ۸۱ قانون اساسی چنین مقرر می‌دارد:

«دادن امتیاز تشکیل شرکت‌ها و مؤسسات در امور تجاری و صنعتی و کشاورزی و معادن و خدمات به خارجی‌ان مطلقاً ممنوع است.»

اساسی خواهد بود.

پرسشی که در مواجهه با منع قانونی اصل مذکور به ذهن متبادر می‌شود آن است که آیا امکان توسعه خارجی شرکت‌های بیگانه در پهنه جغرافیایی کشورمان وجود دارد؟ همچنین با عنایت به اصل مذکور، آیا سرمایه گذاران خارجی در ایران، مطلقاً از سرمایه گذاری در قالب تشکیل یک شرکت جدید ممنوع هستند؟ علاوه بر آن آیا ممنوعیت موجود در اصل ۸۱ قانون اساسی مانع از تملک سهام شرکت‌های ایرانی به وسیله بیگانگان خواهد بود؟

پرسش‌هایی که ارائه پاسخی مقتضی به آن‌ها مستلزم تعمقی جامع در اصل مذکور است.

در نخستین سال‌های تصویب قانون اساسی، ارائه تفاسیری ظاهری از اصل ۸۱، چهره‌ای مطلق، خشک و غیر قابل انعطاف را از این اصل ارائه نمود. چنین برداشتی که به صورت ظاهری آن تأکید می‌نمود، مانعی مطلق بر تشکیل شرکت‌های خارجی یا شعب آن در ایران بود. برداشتی که بدون توجه به پیشینه تاریخی تصویب اصل مذکور صورت پذیرفته بود و نه تنها قابلیت انطباق با اصول کلی سرمایه گذاری خارجی در تجارت بین الملل را نداشت، بلکه نیازهای داخلی را در خصوص سرمایه گذاری خارجی تأمین نمی‌نمود. جمود بی اندازه برداشت مذکور از یک سو، نیاز داخلی کشور به سرمایه گذاری خارجی از جانب دیگر؛ تعدیل این تفسیر را به دنبال داشت.

تعدیلی که سرانجام در سال ۱۳۸۰، با تصویب «قانون تشویق و حمایت از سرمایه گذاری خارجی» و متعاقب آن آیین نامه اجرایی آن، صورتی دیگر به خود گرفت. چنانکه مطابق ظاهر ماده ۴ آیین نامه این قانون، محدودیت‌های سابق مرتفع گردید.^۱ از این رو به نظر می‌رسید که دیگر سرمایه گذاران خارجی از حیث قانونی، محدودیتی در تملک سهام شرکت‌های ایرانی نداشته باشند. با این حال، علی رغم وجود چنین صراحتی، برخی از حقوق دانان با ارائه تفسیری مطلق از اصل ۸۱، نفوذ سرمایه گذاران خارجی را در قالب شرکت‌های تجاری، استثنایی بر اصل مذکور تلقی می‌نمودند. به عقیده اینان، اصل ۸۱ بر قاعده کلی ممنوعیت سرمایه گذاری خارجی از طریق شرکت‌های تجاری دلالت دارد و امکان سرمایه گذاری به این کیفیت، استثنایی بر این

۱- این ماده مقرر می‌دارد:

«... محدودیتی از نظر درصد مشارکت سرمایه گذاری خارجی وجود ندارد...»

قاعده کلی است. از این رو باید تا جای ممکن از گسترش دامنه استثناء خودداری نمود. در نتیجه اینان چنین استدلال می کنند که اولاً، مطابق بند ۱-۵ ماده ۱ قانون مذکور، اخذ مجوز سرمایه گذاری از جانب سرمایه گذاران خارجی اجتناب ناپذیر است. ثانیاً، بند ب ۲-۱ ماده ۴ آیین نامه این قانون، به دلیل استثنایی بودن، باید در معیت ماده مذکور و اصل ۸۱ قانون اساسی تفسیر گردد؛ بنابراین با عنایت به لزوم اخذ مجوز سرمایه گذاری و قاعده منع سرمایه گذاری بیگانگان از طریق شرکت های تجاری، محدودیت های سابق صرفاً نسبت به سرمایه گذارانی مرتفع خواهد شد که مبادرت به اخذ مجوز سرمایه گذاری نموده باشند. (Shiravi, 2014, pp.451-454)

حال آیا می توان این طرز تلقی را منطبق با واقعیات دانست؟

لزوم اخذ مجوز سرمایه گذاری برای موضوعاتی نظیر تملک شرکت های ایرانی، مانعی است که نتیجه آن، کاهش سرمایه گذاری در مرزهای کشورمان خواهد بود. مانعی که خود در عین حال، عاملی در جهت افزایش تعهدات دولت در رابطه با سرمایه گذارانی که موفق به اخذ مجوز شده اند، محسوب می شود. نتیجه ای ناگوار که در عین حال محدودیت توسعه خارجی شرکت های تجاری بیگانه را در ایران به دنبال خواهد داشت؛ زیرا صرفاً شرکت هایی را مجاز به تملک بیش از ۴۹ درصد سهام شرکت های ایرانی می نماید که مجوز مذکور را دریافت نموده اند.

آنچه اساس استدلال فوق را تشکیل می دهد، اصل ۸۱ قانون اساسی است. در نتیجه باید به

بررسی این واقعیت پرداخت که آیا این اصل دربردارنده چنین ممنوعیتی است؟

قبل از ارائه هر گونه تفسیری در این خصوص، باید پشتوانه تاریخی اصل مذکور را بررسی نمود. نکته ای که در پس پرده تصویب این اصل نهفته است، سلطه تاریخی بیگانگان بر منابع داخلی و کسب امتیازات متعدد انحصاری در خاک ایران است. انحصاراتی تاریخی که در پی اعطاء امتیازات متعدد به بیگانگان، خسارات فراوانی را در گذشته به کشور وارد ساخت و قانون گذار را به ارائه یک راه حل پیش گیرانه ترغیب نمود. اجتناب از این آسیب ها و صدمات جبران ناپذیر، منجر به واکنش قانون گذار در اصل ۸۱ قانون اساسی جهت ارائه یک راه حل پیش گیرانه گردید؛ بنابراین مطابق با واقعیات تاریخی، باید چنین نتیجه گیری نمود که تشکیل شرکت از ناحیه بیگانگان در صورتی که منجر به ایجاد نوعی انحصار و تمرکز بر سطحی از سطوح مختلف بازار گردد، مشمول ممنوعیت مطلق این اصل خواهد بود. وجود پیشینه تاریخی مذکور و نیز قید عبارت «اعطاء امتیاز» در ابتدای این اصل که خود دلالت بر امتیازات انحصاری گذشته داشته؛ مهر تاییدی

بر این تفسیر تلقی می‌شود. علاوه بر آن، نحوه قرارگیری این اصل در قانون اساسی، دلیلی دیگر بر این مدعی است. چنانکه اصل مذکور در ذیل مبحث دوم (اختیارات و صلاحیت‌های مجلس شورای اسلامی) قید گردیده است. علت آن هم ضرورت نظارت و سرکشی مجلس بر جلوگیری از ایجاد انحصار از جانب خارجیان خواهد بود؛ بنابراین مقصود از «منع اعطاء امتیاز»، همان ممنوعیت ایجاد انحصار به وسیله بیگانگان خواهد بود. از این رو نمی‌توان از این اصل قاعده ادعایی فوق را استنباط نمود.

در نتیجه باید بر این باور بود که توسعه خارجی شرکت‌های بیگانه در قلمرو جغرافیایی ایران، نه تنها منافاتی با اصل ۸۱ قانون اساسی ندارد؛ بلکه با جلوه‌ای کامل و جامع، امکان تحقق در حقوق کشورمان را خواهد داشت. ضمن آنکه امروزه نیز تصویب دستورالعمل ۳۴۶۲۴ (به تاریخ ۱۳۸۹/۸/۱) از ناحیه هیات وزیران که به امکان تملک شرکت‌های ایرانی و یا تأسیس آن‌ها از ناحیه سرمایه‌گذاران خارجی (حتی بدون اخذ مجوز) تصریح می‌نماید؛ دیگر مجال برای هرگونه شبهه و ابهامی در این خصوص باقی نخواهد گذاشت.^۱

نتایج و پیشنهادها

توسعه خارجی شرکت‌های تجاری دامنه‌ای محدود و مصادیقی منحصر دارد. مصادیقی که باید آن را منحصر به قالب‌های تملک و ادغام شرکت‌های تجاری دانست. در این میان اگرچه تملک و ادغام، ریشه‌ای واحد دارند و جملگی در زمره مصادیق خارجی توسعه محسوب می‌شوند؛ اما نباید برای آن دو ماهیتی واحد در نظر گرفت؛ زیرا که فرایند خارجی توسعه در هر یک از این دو قالب جریان مختلفی را طی می‌نمایند و بالطبع، آثار متفاوتی را در بازارهای تجاری

۱- بر این اساس چنین مقرر شد:

«... الف. حسب قوانین و مقررات موضوعه و جاری کشور، اشخاص خارجی می‌توانند بدون اخذ مجوز سازمان سرمایه‌گذاری خارجی، (مشابه زمانی که مجوز سرمایه‌گذاری خارجی اخذ شده است) شرکت ایرانی یا هر نسبت سهام تا ۱۰۰ درصد به نام خود ثبت کنند.»

ب. اداره کل اشتغال اتباع خارجه وزارت کار و امور اجتماعی، طبق روال گذشته، نسبت به صدور تمدید پروانه کار و فعالیت شرکت‌های ایرانی که توسط اتباع خارجی به ثبت رسیده‌اند، صرف نظر از میزان سهام، اقدام کند. ...»

ایجاد خواهد نمود. به طوری که شرکت تجاری متقاضی توسعه، جهت نفوذ در لایه‌های مختلف تجاری، حسب آنکه راهبرد تجاری تملک را انتخاب نماید و یا آنکه فرایند تجاری ادغام را به کارگیرد، دامنه متفاوتی را از جریان خارجی توسعه بر جای خواهد گذاشت. بر این اساس، تحصیل سهام عمده واحد تجاری تملک شونده از جانب شرکت تجاری متقاضی توسعه (بدون آنکه به انحلال واحد تجاری مذکور و انتقال دارایی آن منجر گردد) مصداقی جزئی از توسعه را نمایان خواهد نمود. در مقابل، ادغام واحدهای تجاری ادغام شونده، ضمن خاتمه موجودیت تجاری آن‌ها و انتقال دارایی واحدهای منحل شده (به شرکت حاصل از آن)، صورتی تمام عیار از توسعه را به دنبال خواهد داشت.

در پی تفاوت در مراتب مختلف توسعه میان راهبرد تجاری تملک و فرایند تجاری ادغام، درجات مختلفی از انحصار طلبی برای شرکت‌های متقاضی توسعه ایجاد خواهد شد. بر این اساس چنانکه شرکت تجاری متقاضی توسعه جهت نیل به مقصود خود، واحد یا واحدهایی دیگر را در خود ادغام نماید و دارایی آنان را به خود منتقل کند، جریان خارجی توسعه و انحصار حاصل از آن (در مقایسه با راهبرد تجاری تملک) صورتی ملموس‌تر و ابعادی گسترده‌تر خواهد یافت. در نتیجه جریان نظارت و کنترل حاکم بر آن نیز باید از ابعادی متفاوت برخوردار باشد. با این توضیح که تملک و ادغام شرکت‌های تجاری (به عنوان مصادیق جریان خارجی توسعه)، به صورت بالقوه همواره زوایایی از انحصار را در خود دارند. نفوذ در لایه‌های مختلف تجاری که وصفی مشترک در آن دو محسوب می‌شود، چنانکه جریانی بدون ضابطه یابد، رقابت عادلانه موجود در بازارهای تجاری را زایل نموده و انحصاری نامتعارف را محقق خواهد نمود. از این رو وجود نظارتی دقیق و اعمال تدابیری مناسب، جهت کنترل ابعاد نامتعارف آن ضروری خواهد بود. با این وجود جریان بالقوه انحصار در قالب‌های تملک و ادغام از درجات متفاوتی برخوردار هستند. از این رو اعمال این نظارت در صورتی آثار مطلوب خود را بر جای خواهد گذاشت که مراجع کنترل رقابت، نه تنها نسبت به مصادیق فرایند خارجی توسعه در کی دقیق داشته باشند، بلکه (به دلیل جریان متفاوت انحصار) بر قالب‌های تملک و ادغام، مراتب متفاوتی از نظارت و کنترل را اعمال نمایند.

در این میان مراتب نظارت مذکور در صورتی جریانی صحیح به خود خواهد گرفت که تفکیک میان مصادیق تملک و ادغام به نحوی دقیق صورت گیرد. تفکیکی که در ماده ۴۸ قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ به درستی صورت نگرفته است. ماده‌ای که به ادغام شرکت‌های

تجاری اختصاص دارد، اما به یک باره در بند ۴ آن از آثار فرایند تجاری تملک یاد می‌نماید!! بنابراین عدم دقت قانون‌گذار در تدوین بندهای ماده ۴۸ و خلط راهبرد ادغام با نهاد تملک، از جمله نقایصی است که نظارت بر بازارهای تجاری را با اختلالی جدی مواجه خواهد نمود. در نتیجه توصیه می‌شود با اصلاح ماده مذکور، ضمن تبیین دقیق دامنه توسعه شرکت‌های تجاری، وجوه تمایز میان راهبرد ادغام واحدهای تجاری با تملک آنان در نظر گرفته شود.

References:

- [1] Adedayo, David. (1978). *The Extension of Corporation in International law*. New York: Library of Congress.
- [2] Beigi HabibAbady, Ahmad. (2000). *Comparative Study merger of Corporations in United State of America and England and Iran*. Unpublished Ph.D, Tehran; Tarbiat Modares University. (In Persian)
- [3] Sornarajah, M.(2014). *The International Law on Foreign Investment*. Cambridge. Cambridge University Press.
- [4] Birds, John et al; (2010). *Annotate Companies*. London: Oxford University Press.
- [5] D. Chon, Stephe.(2007). *Multinational Corporation and Foreign direct Investment*, Washington D.C: School of International Service.
- [6] Depamphilis, Donald. (2012). *Merger Acquisition and Other Restructuring Activities*, London: Academic Press.
- [7] Dinsburg, Martin. (2012). *Merger Acquisitions*, New York: Kluwer.
- [8] Cullen, John. (2012). *International Business: Strategy and The multinational Company*, Washington D.C: Routledge.
- [9] Fred, John et al. (2010). *Merger Restructuring and Corporation Control*, Seoul: Business and Economic.
- [10] Gregoriou, Greg. (2007). *Corporate Governance and Regulatory Impact on Merger and Acquisitions*, Tokyo: Academic Press.
- [11] Glover, Stephen and Carig, Wassererman (2003). *Partnership Jointventure and Strategic Alliances*, New York: Law Journal Press.
- [12] Gharebaghiayan, Morteza. (1999). *Economy and Extension*. Tehran: nashreney. (In Persian)
- [13] Hatami, Ali and Karimiyan, Esmaeil. *Foreign Investment Law in Light of Investment Act and Contract*. (2015). Tehran: Teesa. (In Persian)
- [14] Jovanorich, Brace. (1984). *CounterTrade and Traiding Companies*, London: Law and Business.
- [15] Kaynak, Erdener and James, Baker. (2012). *International Business Expansion*, London: Taylor and Francis Group.
- [16] Keil, Thomas. (2002). *External Corporate Venturing*, Toronto: Business and Economics.
- [17] K.l.k, Rao and Raul, Urang. (1988). *Buy_Back Arrangements and Trade*

- Expansion*, New York: Astro.
- [18] Landell Mills, Joslin. (1985). *Foreign Private Investment in Developing Country*, Washington D.C: International monetary Found.
- [19] Lajevardi, Erfan. (2015). *Transnational Corporatins*. Tehran: Mizan. (In Persian)
- [20] Leroy Miller, Roger. (2015). *Business Law Today*. Texas: Cengage Learning.
- [21] Mayer, Michael and Richard, Whittington. (2002). *The European Corporation*, New York: Oxford University Press.
- [22] Rahbari, Ebrahim. (2014). *Technology Transfer Law*. Tehran: Samt. (In Persian)
- [23] Trost, Thilo. (2015). *Joint Ventures*, London: Grin Verlag.
- [24] Oswald, Lynda. (2012). *The Law of Marketing*. Mishigan: south Western.
- [25] Paz Estrella, Tolentino. (2000). *Multinational Corporation*, New York: Routledge.
- [26] Prescott, Darrell and Salli, Swartz. (2005). *Joint Ventures in The International Arena*, ABA Section of International Law.
- [27] Russo, Francesco et al. (2010). *European Commision Decision on Competition*, Cambridge: Cambridge University.
- [28] Rudie Harrigan, Kathryn. (2003). *Jointventure Alliances and corporate Strategy*, Washington D.C: Beard Book.
- [29] Rossini, Christine. (1998). *English as Legal Language*. Boston: Kluwer Law.
- [30] Rudie Harrigan, Kathryn. (1986). *Managing Jointventure*, New York: Lexington Book.
- [31] Schneeman, Angel. (2013). *The Law of Corporations and Other Business Organizations*. Delmar Learning.
- [32] Schmittoff, M. (2013). *The Law & Practice of International Trade*. (Translated by: Behrooz Akhlaghi). Tehran: Samt. (In Persian)
- [33] Shiravi, Abdolhossein. (2014). *International Trade Law*. Tehran: Samt. (In Persian)
- [34] Webb, Dan and Tarun, Robert. (2016). *Internal Investment of corporation*, New Yourk: Law Journal Press.