



University of Tehran Press

A Comparative Study of Business Directors' Obligation in Contrast with Corporate Opportunities and Situations in the Legal Systems of the United States, England, and Iran

Reza Gholiniya¹ | Esmail Shahsavandi² | Amir Abbas Bozorgmehr³

Alireza Mashhadizadeh⁴

1. Department of Private Law, North Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.
Email: rqlawyer@gmail.com
2. Corresponding Author; Department of International Trade Law, North Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. Email: Es.shahsavandi@ymail.com
3. Department of Private Law, North Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.
Email: drabozorgmehr@gmail.com
4. Department of Private Law, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.
Email: al.mashhadizadeh@iau.ac.ir

Article Info	Abstract
<p>Article Type: Research Article</p> <hr/> <p>Received: 2023/08/12</p> <p>Received in revised form: 2023/11/17</p> <p>Accepted: 2024/01/08</p> <p>Published online: 2024/06/21</p> <hr/> <p>Keywords: <i>Disclosure, conflict of interest, disgorgement of profit, corporate opportunity, loyalty.</i></p>	<p>The company's relationships with its directors are always susceptible to abuse, especially in the exploitation of assets, information or opportunities due to the power of delegation. Recognizing the obligations of interested director in dealing with business opportunities is one of the important concerns of corporate governance. In the meantime, the English and American legal systems have analyzed this issue for years. The authors of this article state with a descriptive-analytical method and with a comparative view that whenever a director is faced with a business opportunity, their main duty is to disclose it officially and in detail; In a way that it is possible for the company to properly investigate it. Courts in the American legal system have tried to identify the real owner of the business opportunity while applying variant tests and the English legal system recognizes the existence of a broader duty to disclose opportunities, according to which all business opportunities must be made available to the company. The sanctions and legal solutions considered to deal with the delinquent directors , including of cancellation of the transaction, creating responsibility in the field of compensation and even the return of the earned profits. In Iran's legal system, despite the lack of explicit reference to the issue of corporate opportunities, this concept and its main axis can be proved.</p>
<p>How To Cite</p>	<p>Gholiniya, Reza; Shahsavandi, Esmail; Bozorgmeh, Amir Abbas; Mashhadizadeh, Alireza (2024). A Comparative Study of Business Directors' Obligation in Contrast with Corporate Opportunities and Situations in the Legal Systems of the United States, England, and Iran. <i>Comparative Law Review</i>, 15 (1), 155-184. DOI: https://doi.com/10.22059/jcl.2024.363133.634534</p>
<p>DOI</p>	<p>10.22059/jcl.2024.363133.634534</p>
<p>Publisher</p>	<p>The University of Tehran Press</p>





مطالعه تطبیقی تعهد مدیران تجاری در تقابل با فرصت‌ها و موقعیت‌های

شرکتی در نظام‌های حقوقی ایالات متحده، انگلستان و ایران

رضا قلی‌نیا^۱ | اسماعیل شاهسوندی^۲ | امیرعباس بزرگمهر^۳ | علیرضا مشهدی‌زاده^۴

۱. گروه حقوق خصوصی، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. رایانامه: rqlawyer@gmail.com

۲. نویسنده مسئول؛ گروه حقوق تجارت بین‌الملل، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

رایانامه: Es.shahsavandi@ymail.com

۳. گروه حقوق خصوصی، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. رایانامه: drabozorgmehr@gmail.com

۴. گروه حقوق خصوصی، واحد تهران مرکز، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. رایانامه: al.mashhadizadeh@iau.ac.ir

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: پژوهشی تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۵/۲۱ تاریخ بازنگری: ۱۴۰۲/۰۸/۲۶ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۰/۱۸ تاریخ انتشار برخط: ۱۴۰۳/۰۴/۰۱ کلیدواژه‌ها: <i>افشا، تضاد منافع، رد سود، فرصت شرکتی، وفاداری.</i>	روابط شرکت با مدیران خود به دلیل قدرت تفویضی به آنها همواره مستعد سوءاستفاده به‌ویژه در مورد بهره‌برداری از دارایی‌ها، اطلاعات یا فرصت‌ها است. شناخت تعهدات مدیران ذی‌نفع در برخورد با فرصت‌های تجاری یکی از دغدغه‌های مهم حاکمیت شرکتی است. در این میان نظام حقوقی انگلستان و آمریکا سال‌هاست به تحلیل این موضوع پرداخته‌اند. نگارندگان این مقاله با روش توصیفی-تحلیلی و با نگاه تطبیقی اعلام می‌دارند هر زمان که مدیران با فرصت تجاری مواجه گردند، وظیفه اصلی آنها اقتضا می‌کند آن را به صورت رسمی و با جزئیات افشا نمایند؛ به نحوی که امکان بررسی مناسب در خصوص آن برای شرکت وجود داشته باشد. دادگاه‌ها در نظام حقوقی آمریکا ضمن به‌کارگیری آزمون‌های مختلف سعی در شناسایی مالک حقیقی فرصت تجاری داشته‌اند و نظام حقوقی انگلستان قائل به وجود وظیفه گسترده‌تری برای افشای فرصت‌ها است که بر اساس آن، همه فرصت‌های تجاری باید در اختیار شرکت قرار گیرد. ابطال معامله صورت‌گرفته، ایجاد مسئولیت در زمینه جبران خسارت و حتی بازگشت سودهای کسب‌شده، از جمله ضمانت اجراها و راهکارهای حقوقی در نظر گرفته‌شده برای مقابله با مدیران متخلف است. در نظام حقوقی ایران با وجود عدم اشاره صریح به موضوع فرصت‌های شرکتی، این مفهوم و محور اصلی آن قابل اثبات است.
استناد	قلی‌نیا، رضا؛ شاهسوندی، اسماعیل؛ بزرگمهر، امیرعباس؛ مشهدی‌زاده، علیرضا (۱۴۰۳). مطالعه تطبیقی تعهد مدیران تجاری در تقابل با فرصت‌ها و موقعیت‌های شرکتی در نظام‌های حقوقی ایالات متحده، انگلستان و ایران. <i>مطالعات حقوق تطبیقی</i> ، ۱۵ (۱)، ۱۵-۱۸۴. DOI: https://doi.com/10.22059/jcl.2024.363133.634534
DOI	10.22059/jcl.2024.363133.634534
ناشر	مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران.



۱. مقدمه

قانون‌گذاران همواره در تلاش بوده‌اند تا فعالیت مدیران در شرکت‌های تجاری را از طریق ایجاد اصول و قواعدی قانونمند کرده، تحت نظارت خود قرار دهند. در این بین به‌طور سنتی این تکالیف امانی از جمله وظیفه وفاداری، استانداردهای رفتاری هستند که معمولاً انتظارات بالایی را که از مدیران در انجام وظایف خواسته می‌شود تضمین کرده، به‌ذی‌نفعان ابزاری برای پیگیری اجرای صحیح آنها ارائه می‌دهند و هم‌زمان در فرض کوتاهی مدیران در انجام تعهدات خود، راه‌حلی را پیشنهاد می‌کنند تا از این طریق در روابط بین طرفین عدالت حاکم گردد که بی‌تردید این امر نتایج مثبت متعددی از جمله کاهش هزینه‌های مدیریتی را در پی خواهد داشت (Darlan, 2008: 932). با این حال، تغییرات مداوم دنیای تجارت، تداخل منافع را در صورت نوبنی اجتناب‌ناپذیر ساخته است. از جمله در عصری که در آن زندگی می‌کنیم، شرکت‌ها همواره با فرصت‌های تجاری انبوهی روبه‌رو می‌شوند که مدیران شاغل را وسوسه کرده تا آنها را در راستای منافع شخصی تصاحب نمایند. دلیل عمده آن هم می‌تواند این حقیقت باشد که مدیران به دلیل موقعیت شغلی به راحتی می‌توانند اطلاعات لازم را در مورد ماهیت و ویژگی‌های فرصت‌های تجاری دریافت نمایند؛ درحالی که فرضاً سهام‌داران به دلیل عدم دسترسی به این قبیل اطلاعات از چنین توانایی بهره‌مند نیستند (Kraakman, et al. 2009: 21). از سوی دیگر، امروزه شناسایی فرصت‌های تجاری نقش جدیدی است که برای مدیران ترسیم شده (Dion, 2016: 574) که طبیعتاً این امور می‌تواند آنها را به رقبای بالقوه شرکت تبدیل و نگرانی‌های جدی را در میان ذی‌نفعان ایجاد نماید. جهت ارائه شمای بهتر از موضوع، تصور کنید شرکتی که برای تولید محصولات کارخانه خود به مواد اولیه خاصی نیاز دارد از طریق مدیرعامل خود درمی‌یابد که یکی از شرکای تجاری این مواد را در اختیار دارد و به دلیل وجود مشکلات اقتصادی در صدد است آن را به قیمت ارزان‌تر بفروشد. هم‌زمان مدیر مربوطه که دارای شرکت شخصی است با فروشنده وارد مذاکره می‌شود و درنهایت آن مواد را به نام و برای شرکت خود خریداری کرده، این فرصت استثنایی را تصاحب می‌نماید یا چه بسا قصدش این باشد که آن را بعد از خرید با قیمت بالاتر به شرکت تحت مدیریت خود واگذار نماید. در ادامه، شرکت از حقیقت ماجرا مطلع شده، از بابت سلب شدن فرصت خرید مواد اولیه، تلاش می‌کند تا از طریق اقدام حقوقی مدیرعامل را مورد پیگرد قانونی قرار دهد. هم‌زمان از آنجا که این واقعیتی غیرقابل انکار است که معمولاً مدیران تمام انرژی، زمان و استعدادهای خود را به شرکت اختصاص نمی‌دهند و شرکت‌ها نیز به‌طور واقع‌بینانه چنین انتظاری از آنها ندارند؛ لذا مدیرعامل می‌تواند مدعی باشد که اقدام او در تصاحب فرصت کاملاً صحیح بوده است (Chew, 1989: 446-448). در این کشمکش، قانون‌گذاران همواره سعی بر آن داشته‌اند تا در مقام داور بین شرکت و مدیران، حمایت تقریباً کاملی از حقوق شرکت داشته

باشند؛ تا آنجا که با ایجاد دکترین و اصول حقوقی متنوع، مدیران را از هرگونه اقدامی که موجبات ایراد ضرر به منافع شرکت و سهام‌داران را سبب گردد، بازدارند. یکی از این تلاش‌ها به رسمیت شناختن «دکترین فرصت‌های شرکتی»^۱ است که امروزه به ابزار قانونی مناسب برای رسیدگی به دعاوی فرصت‌های شرکتی مبدل شده، بخش جدایی‌ناپذیر و اساسی از وظیفه وفاداری مدیران تلقی می‌شود و درصدد توسعه این تکلیف در مواجهه با فرصت‌های تجاری است.

در کشور ما علی‌رغم وجود برخی مواد قانونی که بر مدیران تحمیل شده، از آنها می‌خواهد تا مطابق با منافع شرکت عمل نمایند، لیکن مقررات خاص و صریحی که به مفهوم فرصت‌های شرکتی اشاره نماید، ظاهراً وجود ندارد و شاید به همین دلیل است که در عمل مدیران در بسیاری از موقعیت‌ها از این خلأ سوءاستفاده کرده، سودهای بسیاری برای خود، وابستگان و شرکت‌های متعلقه کسب می‌نمایند. بنابراین در نظام حقوقی ما، اینکه مدیران هنگام روبه‌رو شدن با فرصت تجاری چگونه می‌بایست رفتار کنند، موضوعی است کاملاً مجهول و مبهم که هیچ شفافیتی در خصوص آن وجود ندارد. در این بین نظام‌های حقوقی امریکا و انگلستان که به این جستار می‌پردازند، با این پیش‌فرض که ارزش بازار شرکت را از یک طرف بهای جریان‌های نقدی ایجادشده از سوی دارایی‌های موجود آن و از سوی دیگر ارزش فعلی فرصت‌های سرمایه‌گذاری آتی تعیین می‌نمایند (Turnbull, 1988: 187)، مدیران را نه تنها برای حفاظت از دارایی‌های تجاری مسئول می‌شناسند، بلکه ایشان را از تصاحب فرصت‌ها تا پیش از افشای آنها منع می‌کنند.

در هر صورت، از آنجا که وظیفه مدیران برای افشای فرصت‌های تجاری، تعهدی است که محققان ایرانی برخلاف هم‌تایان امریکایی و انگلیسی خود نتوانسته‌اند درباره آن به‌طور عمقی بحث کنند، این مقاله می‌کوشد تا به این سؤال اصلی پاسخ دهد که برای اینکه بتوانیم اعلام نماییم به تکلیف افشا در مواجهه با یک فرصت تجاری به‌درستی عمل شده است، چه معیارهایی باید رعایت گردد. از سوی دیگر، اگر مدیر مربوطه بدون رعایت تشریفات فرصت شرکتی را به نفع خود تصاحب کرده باشد، در این صورت ضمانت اجرای عدم انجام این تکلیف چیست و شرکت در این شرایط از چه اهرم‌های حقوقی می‌تواند استفاده کند تا منافی را که می‌بایست به او تعلق داشته باشد مجدداً به حساب خود بازگرداند. در این پژوهش، نگارندگان ابتدا به چرایی ایجاد و تعریف فرصت شرکتی و در ادامه، به تبیین تعهد اصلی مدیران و ضمانت اجرای موجود برای مقابله با این وضع می‌پردازند. از نگاه تطبیقی در نظام حقوقی ایالات متحده، در کنار مقررات مؤسسه حقوقی این کشور، تأکید و تمرکز بر ایالت دلاور^۲ است؛ چراکه افزون بر اینکه قانون شرکت‌های عمومی^۳ قوانین این ایالت را به‌عنوان یکی از پیشرفته‌ترین و انعطاف‌پذیرترین

1. The Corporate Opportunity Doctrine.

2. Delaware

3. Delaware General Corporation Law (Retrieved 21 December 2018).

قوانین تجاری پذیرفته، هم‌زمان از رویه قضایی غنی برخوردار است و به دلیل تسهیلات ویژه موجود، بیش از نیمی از شرکت‌هایی را که فهرست فورچون ۵۰۰ را تشکیل می‌دهند^۱ در خود جای داده است (Black, 2007: 1). در نظام حقوقی انگلستان، رویکرد قانون شرکت‌های ۲۰۰۶ نسبت به این موضوع به همراه رویه قضایی موجود بررسی و تحلیل شده است.

۲. چرایی ایجاد دکترین

بی‌شک اشخاص در زندگی و فعالیت‌های اقتصادی به یکدیگر متکی هستند و بقای یک جامعه مستلزم آن است که چنین روابطی به‌دقت تحت نظارت قرار گیرد تا از وقوع سوءاستفاده‌های احتمالی جلوگیری شود. روابط اصیل و نماینده از جمله وابستگی‌های متقابل است که عدم همسویی بین انگیزه‌های این دو مانند همه بازیگران اقتصادی، سبب خواهد شد نماینده منافع خود را به بهای افزایش هزینه‌های اصیل به حداکثر برساند. در این بین و به‌طور خاص، تقریباً در هر رابطه اقتصادی که شرکت با آن مواجه است هزینه‌های نمایندگی^۲ در چارچوب روابط اصیل و نماینده بروز می‌کند که این امر به ایجاد مشکلات عدیده از جمله فرصت‌طلبی مدیریتی^۳ و رفتارهای رانت‌خوارانه منجر خواهد شد. اصولاً تضاد نمایندگی در شرکت‌های سهامی و بین سهام‌داران و مدیران به دلیل جدایی مالکیت از کنترل^۴، بیشتر است که می‌توان منشأ آن را در محورهای متعددی جستجو نمود (Gormley & Matsa, 2016: 432). به

۱. فورچون ۵۰۰ فهرستی سالانه است که از سوی مجله فورچون تهیه و منتشر می‌شود و هر ساله پانصد شرکت از بزرگ‌ترین شرکت‌های ایالات متحده را بر اساس کل درآمد برای سال‌های مالی مربوطه رتبه‌بندی می‌کند.

<https://fortune.com>

2. Agency costs.

هزینه‌های نمایندگی نوع خاصی از هزینه‌هاست که از اقدامات نماینده‌ای که از جانب اصیل عمل می‌نماید، ناشی می‌شود. دو نفر از برندگان جایزه نوبل اقتصاد در نظریه شرکت خود هزینه‌های نمایندگی را شامل تمام هزینه‌هایی دانسته‌اند که اغلب به‌عنوان هزینه‌های قرارداد، معاملات، مخاطرات اخلاقی و هزینه‌های اطلاعاتی نامیده می‌شوند (Michael & Meckling, 1976: 305).

۳. اپورتونیزم مدیریتی به‌عنوان فرصت‌نمایندگی در سازمان‌های شرکتی توصیف شده است که از پول دیگران و با استفاده از موقعیت خود به کسب منافع خصوصی می‌پردازد (Licht, 1998: 52).

۴. تفکیک مالکیت از کنترل به این معنی است که اکثر سهام‌داران به‌عنوان سرمایه‌گذاران منفعل برای پیشبرد منافع خود به مدیران وابسته هستند. مبحث جدایی مالکیت و کنترل زمانی که کتاب «شرکت مدرن و مالکیت خصوصی» در آمریکا منتشر گردید، مورد توجه قرار گرفت. نویسندگان در این کتاب استدلال می‌کنند که شرکت‌های بزرگ متعلق به سهام‌داران زیادی هستند و هیچ سهام‌دار واحدی دارای بلوک قابل توجهی از سهام نیست؛ در نتیجه هیچ‌یک از آنها قادر به کنترل مؤثر مدیران شرکت نیستند. مدیران به‌دنبال قدرت، اعتبار و پول هستند، درحالی که سهام‌داران فقط به افزایش سود شرکت علاقه دارند. از همین رو، در چنین شرایطی، منافع مدیران و سهام‌داران دیگر موازی نیستند (Berle & Means, 1991: 2, 6).

عبارت دیگر، اگرچه جامعه انتظار دارد که در همه سطوح، وظایف بی طرفانه و بدون جانب‌داری به‌انجام برسد و منافع شخصی یا نزدیکان بر این تصمیمات اثر نگذارد (وکیلان و درخشان، ۱۳۹۹: ۲۷۳)؛ با این همه، از آنجایی که شرکت‌های تجاری یک نهاد ساختگی و فاقد اراده هستند، ناگزیر اداره امور آنها به وسیله افراد صورت می‌گیرد (پاسبان و نیک‌نژاد، ۱۳۹۰: ۱۰) که روابط بین آنها همیشه هماهنگ نیست و داعیه اولویت دادن به منافع شخصی ممکن است مدیری را تهییج نماید تا منافع خود را بر منافع شرکت و سهام‌داران مقدم بدارد. بنابراین، چون شرکت در این خصوص موقعیت آسیب‌پذیرتری را خواهد داشت، لذا تحمیل تعهدات خاصی بر مدیران حیاتی است. مثال رایج این حالت، زمانی است که مدیر شرکت اطلاعاتی از وجود یک چشم‌انداز کسب و کار پربازده یا فرصت انعقاد قرارداد پرسود به‌دست می‌آورد و تلاش می‌کند از آنها در راستای منافع شخصی بهره‌برداری نماید. مدیر می‌خواهد فرصت را به خود اختصاص دهد، درحالی که هم‌زمان سهام‌داران از او انتظار دارند که آن را به سمت شرکت سوق دهد تا با توجه به سودآوری موجود، نهایتاً به افزایش بازدهی سهام آنها بینجامد. در این بین و از آنجا که اصل نمی‌تواند به‌طور رضایت‌بخشی از منافع خود محافظت نماید، قانون‌گذاران در نظام‌های حقوقی مختلف با اذعان به سست بودن طبیعت انسان و در راستای مقابله و کاهش نگرانی خطر انحراف فرصت‌های تجاری و تضمین این امر که مدیران در خدمت منافع شرکت و سهام‌دار آن باقی خواهند ماند، در کنار استفاده دقیق از اصول امانت‌داری سنتی، سالیان متمادی است به شناسایی تکالیف و مکانیزم‌های قانونی متعدد پرداخته‌اند. البته با عنایت به تفاوت‌های موجود در اخلاق تجاری و فرهنگ شرکتی در حوزه‌های قضایی در سراسر دنیا جای تعجب نیست که گوناگونی زیادی در این قوانین و رویه‌ها وجود داشته باشد. با این حال، آنچه در این بین مشترک است بنا نهادن پایه‌های دکترینی به نام دکترین فرصت‌ها و موقعیت‌های شرکتی است که به‌طور معمول به حقوق امریکایی نسبت داده شده است: Prentice, 1974: (464) و با خطر انحراف فرصت‌های تجاری به‌ویژه از سوی مدیران به‌عنوان مخاطبان اصلی مقابله می‌نماید. به‌راستی این دکترین تلاشی است در راستای تنظیم نمودن شرایطی که مدیر شرکت را از تصاحب بدون تشریفات فرصت‌ها و چشم‌اندازهای تجاری بازدارد؛ چراکه در غیر این صورت، او مرتکب نقض وظیفه امانی شده، شرکت را متحمل ضرر قابل توجهی در درآمد ناشی از عملکرد خودخواهانه خود نموده که بی‌شک تبعات و پیامدهای سختی برای وی به‌همراه خواهد داشت.

۳. بازساخت فرصت شرکتی

موقعیت‌هایی که تحت عنوان فرصت‌های شرکتی مورد بحث قرار می‌گیرند بسیار متنوع‌اند؛ از جمله اسرار تجاری، مانند فرمول مخفی یک کالا؛ خرید امتیاز یا مجوز؛ تصاحب قطعه زمین خاص با ارزش ویژه؛ تجهیزات فنی؛ خرید یک تجارت؛ خرید سهام شرکت به ارزش مناسب (Kershaw, 2005: 608). در نتیجه یکی از

مناقشات موجود در بین محققان و دادگاه‌ها پاسخ به این سؤال است که دقیقاً ماهیت «فرصت شرکتی» چیست که در این میان برخی صاحب‌نظران آن را به‌عنوان فرصت تجاری شامل هر گزینه یا موقعیتی برای سرمایه‌گذاری یا استفاده سودآور از اطلاعات یا دارایی شرکت دانسته‌اند: Gelter & Helleringer, 2017: (95). هم‌زمان در ایالات متحده آزمون‌های متفاوتی در طول قرن گذشته ایجاد شده‌اند تا از طریق آنها دادگاه‌ها بتوانند تشخیص دهند که آیا فرصت تجاری به‌عنوان یک فرصت شرکتی در نظر گرفته می‌شود یا خیر. در این بین سه آزمون سنتی اصلی شامل منافع یا انتظار^۱، خط تجارت^۲ و انصاف^۳ است.

بر اساس آزمون منافع یا انتظار که نخست در پرونده *Lagarde v Anniston Lime & Stone* Co. به سال ۱۹۰۰ مطرح شد، به‌منظور اعلام چشم‌انداز تجاری در جایگاه یک فرصت شرکتی باید از قبل بین شرکت و فرصت ایجادشده رابطه‌ای وجود داشته باشد تا بر اساس آن بتوان گفت شرکت دارای منافع تجاری یا انتظاری بالقوه بوده است^۴. مؤلفه «منافع» در این آزمون معمولاً به فرصتی اشاره دارد که شرکت‌ها می‌توانند در خصوص آن ادعای داشتن حق قراردادی مطرح نمایند؛ درحالی که مؤلفه «انتظار» شامل فرصتی خواهد بود که اگرچه قبلاً از طریق یک قرارداد صریحاً تضمین نشده، اما با توجه به شرایط فعلی، اینکه در آینده به حق قراردادی تبدیل شود بسیار محتمل است (Clark, 1986: 225).

به‌موجب آزمون خط تجارت که در پرونده *Guth v. Loft* در سال ۱۹۳۹ مطرح شد، آن زمان که به مدیر، فرصت تجاری در حوزه تجارت شرکت ارائه می‌شود و ویژگی‌های آن به نحوی است که ارتباط نزدیکی با فعالیت‌های موجود یا بالقوه آن شرکت دارد، در این صورت فرض می‌شود شرکت نامبرده از قبل یک ادعای مالکیت مفروض نسبت به آن فرصت داشته است که تصاحب آن از سوی مدیر را ممنوع می‌سازد^۵.

برخلاف دو آزمون قبلی، در آزمون انصاف مطروحه در پرونده *Durfee v. Durfee & Canning, Inc.* به سال ۱۹۴۸ امور عینی کنار گذاشته می‌شوند و دادگاه‌ها با نگاه کردن به رفتار مدیر و تنها بر اساس ارزیابی واقعیت‌ها و شرایط موجود در برخورد با یک فرصت تجاری، تصمیم‌گیری می‌نمایند. به‌موجب این آزمون، تعیین وجود فرصت شرکتی مستلزم به‌کارگیری استاندارد اخلاقی انصاف در حقایق پرونده و شرایط زمانی است که مدیر فرصت را به نفع خود تصاحب نموده است.

لازم به ذکر است، دادگاه‌ها در دو پرونده *Miller v. Miller* در سال ۱۹۷۴ و *Broz v. Cellular*

1. The "Interest or Expectancy Test".

2. The "Line of Business Test".

3. The "Fairness Test".

۴. برای مثال، قراردادهای بین شرکت و شرکای تجاری که در آنها تمهیدهای دوره‌ای به‌صراحت پیش‌بینی نشده‌اند، اما می‌توان به‌طور منطقی انعقاد آنها را مفروض دانست.

۵. امروزه آزمون غالب که از سوی دادگاه‌ها در اکثر این قبیل دعاوی به‌کار گرفته می‌شود همانا آزمون «خط تجارت» است.

Info. Sys Inc. به سال ۱۹۹۶ این آزمون‌ها را ترکیب کرده‌اند و حقوق‌دانان این کشور هم آزمون‌های دیگری پیشنهاد داده‌اند (Brudney & Clark, 1981: 1000). از مطالعهٔ مجموع این آزمون‌ها و آرای صادره آشکار می‌گردد که محاکم سعی داشته‌اند به سمتی گام بردارند که درنهایت تعریف نسبتاً گسترده و قابل انعطافی را از آنچه فرصت شرکتهای محسوب می‌گردد، ارائه نمایند.

در نظام حقوقی انگلستان، دادگاه‌ها در گذشته دو آزمون برای تعیین اینکه آیا مالکیت فرصت به شرکت تعلق دارد یا خیر به کار می‌بردند: یک آزمون با فرمول قضایی شبیه آزمون خط تجارت امریکایی به رسمیت شناخته شد که بهره‌برداری از هر فرصت مرتبط در حیطهٔ تجارت شرکت را ممنوع می‌نمود؛^۱ درحالی که طبق آزمون «فرصت تجاری در حال رشد»^۲، فرصت شرکتهای به‌عنوان فرصتی تلقی می‌شد که پیگیری آن به‌طور فعال از سوی شرکت با شخص ثالث مورد مذاکره قرار گرفته باشد.^۳ امروزه در قانون شرکت‌های ۲۰۰۶، واژه «هر» که قبل از کلمات «دارایی، اطلاعات یا فرصت» در بخش فرعی (۲) مادهٔ ۱۷۵^۴ تصریح شده است، نشان می‌دهد دامنهٔ فرصت‌هایی که مدیران از تصاحب آن ممنوع شده‌اند دیگر به هیچ امری محدود نیست؛ از همین رو، برخی معتقدند که همهٔ فرصت‌ها به‌طور بالقوه فرصت‌های متعلق به شرکت هستند که ناگزیر مدیران در هر موقعیتی باید قبل از تصاحب آنها مجوز لازم را از شرکت کسب نمایند (Watts, 2015: 161).

در نظام حقوقی ایران با توجه به عدم تصریح وجود حق شرکت برای بهره‌برداری از فرصت‌های تجاری از سوی قانون‌گذار، بی‌تردید تعریف فرصت تجاری معین به‌عنوان «شرکتی» و تعیین آزمونی که برای شناسایی آن باید مورد استفاده قرار گیرد، دشوار است، زیرا اصطلاح فرصت شرکتهای هنوز به‌طور واضح در قوانین ما تعریف نشده است و ما از میان قوانین مختلف با دشواری می‌توانیم نشانه‌های به رسمیت شناختن آن را مشاهده نماییم. برای مثال، پیش از این گفته شد، یکی از اقسام فرصت شرکتهای تصاحب اسرار تجاری است که مادهٔ ۶۴ قانون تجارت الکترونیکی مصوب ۱۳۸۲ به‌منظور حمایت از رقابت‌های مشروع و عادلانه در بستر مبادلات الکترونیکی، تحصیل غیرقانونی اسرار تجاری و اقتصادی بنگاه‌ها و مؤسسات برای خود ... در محیط الکترونیکی را جرم محسوب نموده است که بی‌شک مفاد آن شامل مدیران هم می‌شود. به‌نظر می‌رسد این مبحث مطمئناً در حقوق قضایی و دکترین حقوقی ایران جایگاه خود را به‌دست خواهد آورد. با این همه تا آن زمان که قانون‌گذار ما به‌صراحت این موضوع را مد نظر قرار دهد، در نظام حقوقی ما فرصت شرکتهای هر موقعیتی دانسته می‌شود که در خط تجارت فعلی

1. Industrial Development Consultants Ltd v Cooley [1972] 1 WLR 443.

2. The "Maturing Opportunity Test"

3. Balston Ltd v. Headline Filters Ltd [1990] FSR 385.

4. Companies Act 2006 § 175(2).

شرکت قرار گیرد. از سوی دیگر، به دلیل این واقعیت، موضوعات مجاز شرکت در اساسنامه اغلب به‌طور گسترده تهیه می‌شوند تا انعطاف‌پذیرتر بوده، به تغییرات آتی بازارها پاسخ دهند؛ در نتیجه، تنها اکتفا کردن به خط تجارت شرکت به‌عنوان عامل منحصربه‌فرد در مسیر ارزیابی وجود یا نبود یک فرصت شرکتی که ممکن است لزوماً بازتابی از تجارت واقعی (جاری) شرکت نباشد و شامل محدودیت غیرموجه فعالیت‌های مدیران باشد، صحیح نیست. نگارندگان این مقاله پیشنهاد می‌کنند که دو عامل برای ارزیابی اینکه آیا فرصت تجاری باید فرصت شرکتی تلقی شود یا خیر، اجرایی گردد:

عامل نخست، اینکه میزان منطبق بودن فرصت با نوع تجارت شرکت در نظر گرفته شود؛ به نحوی که اگر فرصت با خط تجاری شرکت سازگار بود، آن را به‌عنوان یک فرصت شرکتی تشخیص دهیم. به عبارت دیگر، اگر یک فرصت با مدل تجارت شرکت همخوانی داشت، احتمال بیشتری دارد که مدیران و سهام‌داران شرکت آن را به‌عنوان فرصت متعلق به شرکت تشخیص دهند. از سوی دیگر، اگر این فرصت با مدل تجارت فعلی شرکت سازگار نبود، راحت‌تر می‌توان آن را به‌عنوان فرصت تجاری صرف تشخیص داد که در این صورت، مدیران می‌توانند آن را پیگیری و تصاحب نمایند. در نتیجه، عادلانه آن است که مدیران بتوانند فعالیت تجاری کارآفرینانه‌ای انجام دهند که خارج از تجارت فعلی آن باشد. البته نکته‌ای که باید به آن اشاره کرد این است که اگر فرصت شرکتی با مدل تجارت فعلی شرکت سازگار نبود، منتها شواهدی موجود باشد که نشان دهد مدیر از قصد شرکت برای ورود به خط تجاری جدید آگاه بوده است، در این فرض نیز باید فرصت را متعلق به شرکت دانست. به‌رسمیت شناختن عامل خط تجارت شرکت به‌عنوان سنگ محک در شناسایی مرزهای مسئولیت مدیران در شرایط فعلی با مفاد ماده ۱۳۳ لایحه قانونی اصلاح قسمتی از قانون تجارت و ماده ۲۳۱ لایحه یادشده که ضمن به‌رسمیت شناختن قاعده منع رقابت، مدیران را از انجام هرگونه معاملاتی که متضمن رقابت با «عملیات شرکت» باشد، برحذر می‌دارد نیز هماهنگ است. البته قانون‌گذار ما اصطلاح عملیات شرکت را تبیین نکرده است و پژوهشگرانی که به این موضوع پرداخته‌اند ظاهراً این اصطلاح را با موضوع شرکت یکسان دانسته‌اند (مقدم، ۱۴۰۰: ۳۵۸)؛ هرچند به‌نظر می‌رسد باید بین این دو تفاوت قائل شد.

عامل دوم، بررسی این موضوع است که آیا فرصت منحصربه‌فرد بوده یا ارزش ویژه‌ای برای شرکت داشته است. در واقع، در لحظات یا شرایط خاصی اگر فرصتی ایجاد شود که در صورت استفاده صحیح از آن بتوان در وضعیت شرکت تأثیر مثبتی باقی گذارد، مانند فرصت خرید زمین مجاور کارخانه شرکت، می‌توان آن را منحصربه‌فرد نامید. در نتیجه، اگر فرصتی در راستای خط تجارت شرکت نباشد، اما از این ویژگی برخوردار باشد، ما باید آن را یک فرصت شرکتی در نظر بگیریم.

۴. تعریف و تحلیل ضرورت افشا

تعهد افشا در سیستم حاکمیت شرکتی را می‌توان یک وظیفه حرفه‌ای برای در دسترس قرار دادن اطلاعات، آن هم به روشی قابل درک به اشخاص ذی‌نفع، اعم از هیئت مدیره، سهام‌داران و غیره در مورد حقایقی که بر تصمیمات آنها تأثیرگذار خواهد بود، تعریف نمود. گفته شده است از منظر اقتصادی، افشا حداقل با دو هدف متفاوت، اما مرتبط شامل اولاً مهار هزینه‌های نمایندگی و ثانیاً تسهیل چانه‌زنی بر سر نحوه پیگیری و تصاحب فرصت‌های شرکتی، عمل می‌کند (Sitkoff, 2011: 1045). در واقع، تعامل با اشخاص ذی‌نفع، افزایش شفافیت، ایجاد و تقویت حس اعتماد بین ارکان شرکت، و وظیفه افشاگری، مدیران را ملزم می‌سازد که در صورت رویارویی با فرصت تجاری، اطلاعات بااهمیتی را که برای تصمیم‌گیری آگاهانه در خصوص آن ضروری است، آشکار سازند و به این طریق خود را از اتهام نقض وظیفه وفاداری مصون نمایند. تأثیر این تأکید فزاینده بر اهمیت افشا در موضوع فرصت‌های شرکتی در پرونده‌های متعددی مشهود است. برای مثال، در پرونده Demoulas v Demoulas Super Markets, Inc به سال ۱۹۹۷ در امریکا، قاضی به صراحت اعلام نمود: «برای اطمینان از رعایت انصاف باید فرصت‌ها را بدون توجه به موانع احتمالی به شرکت ارائه نمود و حقایق بااهمیت هم به‌طور کامل افشا شود تا شرکت بررسی نماید که چگونه به این موانع رسیدگی کند... بدون رعایت چنین قاعده‌ای، منفعت شخصی مدیر ممکن است قضاوت او را مخدوش یا او را وسوسه نماید که وظایفش را نادیده بگیرد». البته انتقاد وارده به این رأی آن است که تنها به حقوق شرکت توجه نموده و منافع مدیران را نادیده گرفته است.

در نظام حقوقی امریکا، در برخی قوانین از جمله قانون یکنواخت شرکت با مسئولیت محدود^۱ در ماده ۴۰۹ آمده است مدیران یا اعضای هیئت مدیره شرکت باید هرگونه دارایی، سود یا منفعت حاصل از تخصیص یک فرصت را به شرکت اختصاص دهند و نباید از فرصت‌های تجاری شخصاً استفاده نمایند. همچنین در کدهای حاکمیت شرکتی ایالات متحده^۲ که مجموعه قوانینی هستند که بر نحوه ساختار و عملکرد شرکت‌های سهامی عام نظارت می‌کنند، به لزوم افشای عمومی فرصت‌های مرتبط با کسب و کار شرکت به صراحت اشاره و تصریح شده است، وظیفه اجتناب از موقعیت‌های تضاد منافع، مدیران را ملزم می‌سازد که از موارد مختلفی از جمله استفاده از فرصت‌های تجاری دوری نمایند^۳. در سال ۱۹۹۴ مؤسسه حقوقی امریکا^۴ در یک سند با عنوان «اصول حاکمیت شرکتی: تجزیه و تحلیل و توصیه‌ها»

1. Uniform Limited Liability Company Act. § 409(b)(1)(C), (g)(1).

2. The United States Corporate Governance Code. http://s23.q4cdn.com/702696462/files/doc_governance/2021/Corporate-Governance-Code-2021.pdf

3. USCGC. 2.10.1. (d).

4. American Law Institute.

مؤسسه حقوقی امریکا در سال ۱۹۲۳ تأسیس شد. امروزه این سازمان پیش‌نویس، بحث، بازنگری و انتشار مجدد قانون، کدهای

فرصت شرکتهای را به‌طور گسترده تعریف نموده، توصیه می‌کند که باید قائل به افشای اجباری فرصت‌ها از سوی مدیران بود. درحقیقت این مؤسسه فرصت‌هایی را که می‌بایست از سوی مدیران افشا شود مشخص نموده است^۱ که بی‌شک در این حالت‌ها مدیران نمی‌توانند از فرصت‌های مصرح استفاده کنند و می‌بایست در مورد تضاد منافع و نیز فرصت ایجادشده افشاگری لازم را به‌عمل آورند^۲.

در نظام حقوقی انگلستان هم از مدیران خواسته می‌شود که به‌طور پیشگیرانه از هرگونه تضاد منافع احتمالی دوری کنند (Conaglen, 2005: 468). درواقع بخش ۱۷۵ قانون شرکت‌های ۲۰۰۶ مقرر می‌دارد که مدیر باید از تضاد میان منافع خود و شرکت - به‌ویژه در مورد بهره‌برداری از هرگونه دارایی، اطلاعات یا فرصت - اجتناب نماید. نکته‌ی حائز اهمیت این است که حجم معامله در این میان بی‌اهمیت است و در مقابل، وظیفه‌ی افشا مهم بوده، نباید به هیچ طریقی نقض شود.

در نظام حقوقی ایران هرچند گفته شده است رابطه‌ی امانی مدیران با شرکت، این افراد را متعهد می‌نماید که در امور شرکت همواره منافع سهام‌داران را بر منافع خود مقدم بدانند (جنیدی و نوروزی، ۱۳۸۹: ۵۹) و برخی نویسندگان راهکارها را برای حل مشکل تعارض منافع احتمالی بین این دو مورد بررسی قرار داده‌اند (صادقیان و باقری، ۱۳۹۵: ۱۴۸) و اگرچه در بند ۵ ماده‌ی ۲ دستورالعمل حاکمیت شرکتی ناشران ثبت‌شده نزد سازمان بورس و اوراق بهادار مصوب ۱۸ مهر ۱۴۰۱، «افشا و شفافیت» از اصول حاکمیت شرکتی برشمرده شده و دستورالعمل الزامات افشای اطلاعات و تصویب معاملات اشخاص وابسته به ناشران بورس و فرابورسی مصوب ۳ دی ۱۳۹۰ هیئت مدیره‌ی سازمان بورس و اوراق بهادار، به لزوم «افشای اطلاعات اشخاص وابسته» پرداخته است و دستورالعمل اجرایی افشای اطلاعات شرکت‌های ثبت‌شده نزد سازمان بورس و اوراق بهادار در بند ۴ ماده‌ی ۱، افشا را انتشار عمومی و به‌موقع اطلاعات تعریف کرده است (تعریفی که در بند ۱۲ ماده‌ی ۱ دستورالعمل حاکمیت شرکتی پیش‌گفته هم تکرار شده است)، منتها هیچ ماده‌ی صریحی در قانون تجارت ما وجود ندارد که اولاً به وظیفه‌ی افشای تعارض منافع پرداخته باشد و ثانیاً به صورت خاص در هیچ کجای قوانین ما به وظیفه‌ی مدیران در مطلع نمودن شرکت از وجود فرصت شرکتی و افشای نفع خود در پیگیری آن، اشاره نشده و درواقع پیشنهاد نشده است که فرصت‌های تجاری از قبل به شرکت اختصاص داده شوند. بنابراین، مدیر مربوطه که با فرصت تجاری روبه‌رو می‌شود ممکن است تصور نماید که قانون او را از بهره‌برداری شخصی فرصت به‌طور کامل منع نمی‌کند و لذا چه‌بسا بهتر باشد این موضوع را از چشم

نمونه و اصول حقوقی را که در دادگاه‌ها و مجالس مقننه و همچنین در مطالعات حقوقی و آموزش بسیار تأثیرگذار هستند برای شفاف‌سازی، نوسازی و بهبود قوانین تهیه می‌کند. https://law.upenn.libguides.com/biddle_archives/ali

1. ALI, § 5.05(b).
2. ALI, § 5.05(a)(1)-(2)
3. Companies Act 2006 § 175.

شرکت مخفی نماید و با تکیه بر این خلأ در قوانین، خود را از مسئولیت مصون نگه دارد. جالب آنکه لایحه تجارت مصوب ۶ دی ۱۳۹۰ کمیسیون قضایی و حقوقی مجلس شورای اسلامی هم مستقیماً به این موضوع اشاره‌ای نکرده و تنها در ماده ۲۲۵ خود طرف معامله یا سهام‌شده شدن در معامله با شرکت یا به حساب شرکت را منوط به اجازه هیئت مدیره دانسته است. با وجود این، همان‌گونه که به‌زودی اعلام خواهد شد در کشور ما نیز این ضرورت قابل اثبات است و علی‌رغم این سکوت ظاهری موضوع از پشتوانه قانونی هم برخوردار است.

۵. تحلیل فراگرد افشا

اگر پروسه افشا در مصاف با یک فرصت شرکتی به‌وضوح تبیین شود، بی‌شک شرکت‌ها، مدیران و دادگاه‌ها می‌توانند قضاوت درستی از موضوع ارائه دهند؛ درحالی که هم‌زمان یک فرایند افشای نامشخص، تعهدات یک‌جانبه‌ای بر مدیران تحمیل خواهد نمود که مسلماً انتظارات معقول طرفین را برآورده نخواهد ساخت و چه‌بسا موجبات نقض حقوق طرفین را فراهم نماید. با این مقدمه به تحلیل موضوع به صورت تطبیقی می‌پردازیم:

۵.۱. ایالات متحده آمریکا

در این کشور، تصاحب هر فرصت شرکتی از سوی مدیران در راستای منافع شخصی تنها پس از افشای مناسب و تحقق سایر شرایط میسر است. اگرچه ظاهراً تردیدی در ضرورت رعایت این تکلیف دیده نمی‌شود، ولی این وظیفه به‌ظاهر اثبات‌شده، مخالفان جدی هم دارد که می‌توان آنها را در دو دیدگاه متضاد مطالعه نمود:

۵.۱.۱. مخالفان لزوم افشا

پیروان دیدگاه اول معتقدند تعهد افشا در برخی شرایط ممکن است برای مدیران بسیار پرهزینه باشد. برای مثال، اگر فرصتی برای مدیر در نوع خاصی از کسب و کار پیش بیاید که با تخصص او در ارتباط بوده، به نحوی که در مقایسه با شرکت از صلاحیت بیشتری برای تصاحب و بهره‌برداری از آن برخوردار باشد، در این شرایط اصرار بر ضرورت افشا احتمالاً سبب خواهد شد که مدیر با چانه‌زنی فرصت‌طلبانه از طرف شرکت روبه‌رو شود؛ چراکه در این شرایط، فرصت بدون کسب رضایت شرکت، دیگر از سوی مدیر مربوطه قابل پیگیری نیست که این امر می‌تواند سود موردنظر از تصاحب، توسعه و ارزش آن را به‌خطر بیندازد (Kershaw, 2005: 617-618). از سوی دیگر اگر فرصتی سودآور و در عین حال زودگذر به مدیر ارائه شود، فرایند کسب رضایت قبلی از یک نهاد تصمیم‌گیرنده در شرکت به دلیل بوروکراسی موجود می‌تواند به

نتایج ناکارآمدی همچون ازدست رفتن آن منجر شود. اشخاصی که معتقدند مدیران هرگز نباید شخصاً از فرصت‌ها استفاده نمایند یا اینکه باید قبل از پیگیری، آن را برای شرکت خود فاش کنند، بی‌تردید دیدگاه سخت‌گیرانه‌ای دارند که خواسته یا ناخواسته مانع کارایی و نوآوری می‌شود (Salzwedel, 2002: 85).

۵.۱.۲. موافقان لزوم افشا

در مقابل، برخی بر این باورند که اگر مدیران بتوانند موضوع کشف فرصت‌های تجاری را از یکدیگر پنهان کنند، بی‌شک هریک انگیزه کافی برای بیرون راندن دیگری به منظور استفاده کامل و شخصی از آنها را خواهند داشت (Dooley, 1980: 64-66). مضاف به اینکه چون شرکت و سایر مدیران نمی‌توانند از سهام‌داران در برابر اقداماتی که از وجود آنها بی‌اطلاع هستند محافظت نمایند، لاجرم مدیران باید ملزم باشند که وجود هرگونه فرصت را برای پذیرش یا رد آن به شرکت افشا کنند. بنابراین، عاقلانه به نظر می‌رسد که بگوییم مدیر در صورتی که کوچک‌ترین استنتاجی از وجود یک فرصت شرکتی احساس نمود، قبل از اینکه شخصاً آن را دنبال کند، باید آن را برای شرکت افشا نماید (Slaughter, 1964: 104).

با وجود این اختلافات، اهمیت لزوم افشا حتی بر کسانی که مخالف الزامی بودن آن هستند، پوشیده نیست. بنابراین در این کشور این امکان که مدیر بتواند بدون افشای فرصت شرکتی آن را تصاحب نماید، برخلاف هنجارهای قانونی و وظایف کلی امانی از جمله وفاداری دانسته شده است. به همین علت اگرچه دادگاه عالی دلاور در پرونده *Broz v. Cellular Info. Sys Inc.* قائل به عدم ضرورت لزوم افشا به صورت کلی بود، منتها به مزیت افشا اشاره کرده و اعلام داشته است: «...البته ارائه این فرصت به هیئت مدیره شرکت نوعی اطمینان برای مدیر ایجاد می‌نماید که شیخ تصمیم قضایی مبنی بر اینکه او به‌طور نادرست فرصت شرکتی را غصب کرده، از بین برود. بنابراین، افشا از این احتمال جلوگیری می‌نماید که اشتباه در ارزیابی مدیر از وضعیت، مسئولیت آتی را برای نقض وظیفه امانی ایجاد نماید».

به هر طریق و با فرض پذیرش ضرورت افشا، اینکه چه کسانی صلاحیت صدور مجوز پیگیری و تصاحب فرصت از سوی مدیران را دارند، در این نظام چندان روشن نیست. برخی معتقدند چون طبق تعریف، فرصت شرکتی موضوعی است که به هیئت مدیره مربوط می‌شود، تصمیم در مورد عدم پیگیری و رد فرصت به مدیر ذی‌نفع در صلاحیت هیئت مدیره است و در واقع این رکن شرکت است که می‌تواند در مورد صدور مجوز تصمیم بگیرد (Davies & Prentice, 1997: 621). همان‌گونه که در پرونده *Telxon Corp. v. Meyerson* به سال ۲۰۰۱ اشاره شد، اگر فرصت تجاری فقط برای مدت بسیار کوتاهی وجود داشته باشد به نحوی که اتخاذ تصمیم سریع در مورد آن ضروری باشد، مسلماً هیئت مدیره در مقایسه با سهام‌داران به‌ویژه در شرکت‌های بزرگ، بهتر می‌تواند در این خصوص به‌فوریت نظر دهد. در ایالت دلاور، در قانون شرکت‌های عمومی در خصوص نحوه تصویب یا رد فرصت شرکتی، شاهد

مقرره خاصی نیستیم؛ منتها اولاً با وحدت ملاک از مقررات نحوه فرایند تصویب معاملات و توافقات بین شرکت و مدیران ذی‌نفع یا بین شرکت و سایر شرکت‌هایی که در آنها مدیران دارای سمت یا منافی بوده‌اند،^۱ ثانیاً مستند به بند ۱۷ ماده ۱۲۲ قانون یادشده که صرف‌نظر کردن از هرگونه علاقه یا انتظار شرکت در فرصت‌های تجاری مشخص به نفع یک یا چند نفر از مدیران از طریق هیئت مدیره پیش‌بینی شده است^۲ و ثالثاً مفاد بند «الف» ماده ۱۴۱ قانون یادشده که اعلام می‌دارد تجارت و امور هر شرکتی از سوی هیئت مدیره اداره می‌شود^۳، شکی نیست که مدیر موظف به افشای فرصت به هیئت مدیره است و اگر هیئت مدیره بعد از بررسی تصمیم بگیرد که شرکت این فرصت را پیگیری نماید، بر اساس این نظر عمل می‌شود. اما اگر این فرصت را رد کند، آنگاه مدیری که این فرصت را ارائه کرده است، می‌تواند آن را به نفع خود دنبال نماید. البته شکی نیست که اگر اکثریت مدیران در تصاحب فرصت ذی‌نفع باشند، هیئت مدیره نمی‌تواند به‌درستی در خصوص سرنوشت آن تصمیم‌گیری کند. در چنین حالتی، چاره‌ای جز این نیست که این فرصت برای سهام‌داران افشا شود. اگر سهام‌داران به پیگیری این فرصت از سوی شرکت نظر داشته باشند، هیئت مدیره باید مطابق این رأی عمل نماید، اما اگر این فرصت را رد کند، مدیر ذی‌نفع می‌تواند آن را به نفع خود دنبال نماید.

موضوع آخر این بخش در خصوص اطلاعات موردنیاز جهت افشا است. شکی نیست مدیران باید افشای کاملی را به شرکت ارائه دهند، چراکه بدون افشای کامل، پذیرش یا رد آگاهانه فرصت شرکتی امکان‌پذیر نخواهد بود. در واقع، طبق این نظر، صرف افشای معامله بدون بیان شرایط پیرامونی کافی نیست و عدم افشای کامل به‌منزله تقلب بوده، در نتیجه موجب مسئولیت قانونی می‌شود. ضرورت این مسئله به این تکلیف کلی‌تر برمی‌گردد که در ایالت دلاور اصولاً مدیران موظف‌اند به افشای کامل و منصفانه تمام اطلاعات بااهمیت تحت کنترل خود، به‌ویژه در زمانی که اقدام آنها در حقوق سهام‌داران تأثیرگذار خواهد بود. در رویه قضایی هم ضرورت افشای کامل بیان می‌شود و دادگاه‌ها تلاش می‌کنند تا مطمئن شوند که آیا مدیر این فرصت را به‌طور کامل برای شرکت فاش کرده است یا خیر. برای مثال در پرونده *Kerrigan v. Unity Savs. Ass'n* به سال ۱۹۷۴ ضرورت این امر این‌گونه توصیف شده است: «اگر قرار است دکتربین فرصت تجاری مفید باشد، باید به شرکت این فرصت اعطا شود تا پس از افشای کامل حقایق، تصمیم بگیرد که آیا می‌خواهد وارد کسب و کاری شود که به‌طور منطقی با عملیات فعلی یا آینده‌اش در ارتباط است یا خیر. اگر مدیران نتوانند چنین افشاگری را ارائه نمایند، هدف پیشگیرانه قاعده تحمیل تعهد امانی ایجاب می‌کند که مدیران از بهره‌برداری از این فرصت محروم شوند».

1. DEL. CODE ANN. tit. 8, § 144(a)(1)(2) (3).

2. Del. C. § 122(17).

3. Del. C. § 144(a).

۵.۲. انگلستان

مدیران شرکت‌های انگلیسی در خصوص نحوه مدیریت خود مشمول مقررات بسیار سخت‌گیرانه‌ای هستند که قانون شرکت‌های ۲۰۰۶ در فصل ۲ بخش ۱۰ با عنوان وظایف و مسئولیت‌های عمومی برای آنها برشمرده است؛^۱ با این حال، در این نظام هم وقتی صحبت از تعهد مدیران به منظور افشای اطلاعات در مورد فرصت‌های تجاری می‌شود، موضوعات مربوط به ضرورت افشای فرصت، طرف و میزان اطلاعات موردنیاز جهت افشا قابل طرح است.

در خصوص ضرورت افشا، می‌توان در انگلیس یک سیر تاریخی را در مواردی که به تعارض منافع منجر می‌شود، مشاهده نمود. در گذشته در برابر وجود چنین وظیفه‌ای برای مدیران ایستادگی می‌شد؛ همان‌گونه که در پرونده *Bell v. Lever Ltd* به سال ۱۹۳۲ ما شاهد این رویکرد بودیم. اما با گذشت زمان امروزه دیگر در ضرورت به رسمیت شناختن چنین تکلیفی کمتر تردید وجود دارد. منتها آنچه همچنان اختلاف در مورد آن باقی مانده، این است که آیا افشا یک وظیفه مستقل محسوب می‌شود یا خیر. یک دیدگاه این وظیفه را تعهدی جداگانه و مستقل می‌داند که در پرونده *IDC v. Cooley* به سال ۱۹۷۲ قابل مشاهده است و نگرش دیگر که به سال ۲۰۰۴ در پرونده *Item Software (UK) Ltd v. Fassihi* دنبال شده، با رد این استدلال، افشا را ذاتی وظیفه وفاداری دانسته است که از آن نشئت می‌گیرد.

در هر صورت، در زمان تدوین قانون شرکت‌های ۲۰۰۶ که تمایل تهیه‌کنندگان آن به نگارش بیانیه قانونی جامع از وظایف مدیران بود، مقاومت بسیاری در برابر وسوسه تکثیر تعهدات مستقل جدید صورت گرفت (Mortimore, 2017: 316)؛ از همین رو در نهایت، وظیفه افشای فرصت همچون وظیفه وفاداری مورد اشاره صریح قانون‌گذار قرار نگرفت؛ هرچند از سایر مواد قانونی می‌توان این لزوم را احراز نمود. برای مثال، در ماده ۱۷۲^۲ وظیفه ارتقای موفقیت شرکت یکی از تکالیفی است که برای مدیران به رسمیت شناخته شده است که تعهد افشا به راحتی و بر اساس تفسیر گسترده‌ای از آن قابل برداشت است (Hirt, 2005: 678). به عبارت دیگر، اگرچه در این کشور ظاهراً عدم افشای فرصت از سوی

1. C. A 2006, § 170-77.

۲. در سال ۱۹۹۷، دولت وقت بریتانیا گسترده‌ترین بررسی قانون شرکت‌ها را از زمان تصویب قانون شرکت‌های سهامی گلاستون مصوب ۱۸۴۴ و قانون مسئولیت محدود مصوب ۱۸۵۵ آغاز نمود. مارگارت بکت، وزیر وقت تجارت و صنعت این کشور، خاطرنشان ساخت که رژیم حقوقی شرکت‌های بریتانیا در آن زمان یک ملغمه نظارتی پیچیده بود که بر اساس قوانین اواسط قرن نوزدهم بنا شده و طی یک قرن و نیم با اضافات متعدد (از جمله دستورالعمل‌ها) دیگر راهبرد دولت برای رقابت ملی را تسهیل نمی‌کرد؛ از همین رو، هدف اصلی بر این نهاد شد که قانونی جهت شرکت‌های به‌روز، رقابتی و برای قرن جدید طراحی شود که فعالیت‌های شرکت را تسهیل و شفافیت و معامله عادلانه را ترویج نماید.

Company Law for a Competitive Economy, March 1998 (DTI/Pub 3162/6.3k/3/98/NP

3. C. A 2006 § 172.

مدیران به منزله نقض وظیفه قانونی محسوب نمی‌شود، منتها چون داشتن منافع متضاد به راحتی می‌تواند به عنوان یک عامل مختل کننده بالقوه در توانایی آنان در مسیر تمرکز کامل بر موفقیت شرکت دیده شود، می‌توان وظیفه مثبت افشاگری را از یک رسالت قانونی دیگر که بر اساس مفاد آن مدیران می‌بایست با حسن نیت و به روشی که باور دارند به احتمال زیاد موفقیت شرکت را به نفع اعضای آن ارتقا می‌دهد، استنباط نمود. در واقع اگر بخواهیم به مدیران اجازه دهیم تا به بهره‌برداری خصوصی از فرصت‌ها بپردازند، این وظیفه شخصی آنهاست که تضاد منافع واقعی یا بالقوه را شناسایی و اقدامات فوری برای افشای آن انجام دهند. بنابراین، مدیران باید به محض اطلاع و آن گونه که بند ۴ ماده ۱۷۷ قانون شرکت‌های ۲۰۰۶ اعلام نموده است: «...قبل از اینکه شرکت وارد معامله یا توافقات شود»^۱ این تعارض‌ها را به شرکت اطلاع‌رسانی کنند.^۲

هم‌زمان رویکرد دادگاه‌های این کشور هم در این مسیر سخت‌گیرانه است، زیرا با گسترش قلمرو وظایف امانی حتی فرضاً به موقعیتی که مدیر در آن فرصتی را کشف می‌نماید که با جایگاه او در شرکت ارتباطی نداشته یا اگر شرایط شرکت فرضاً از لحاظ مالی به گونه‌ای نباشد که بتواند از فرصت تجاری پیش‌آمده استفاده نماید، باز خواستار این هستند که مدیران این تکلیف را برای خود الزامی بدانند که به منظور امکان کسب رضایت آگاهانه از شرکت نسبت به افشای فرصت اقدام نمایند. برای مثال در پرونده O'Donnell v Shanahan به سال ۲۰۰۸ قاضی اعلام نمود: «تعیین این موضوع که آیا شرکت می‌توانست از فرصت استفاده نماید یا خیر، مسئولیت مدیر نیست، بلکه هنگامی که فرصتی برای وی پیش می‌آید، در هر صورت او موظف است فرصت را برای شرکت افشا نماید». بنابراین و بر اساس آنچه گفته شد همه فرصت‌هایی که مدیران با آن مواجه می‌شوند باید در اختیار شرکت قرار گیرد و در این رهگذر مهم نیست که شرکت در موقعیتی نباشد که بتواند از آنها استفاده نماید و یا اینکه مدیران با حسن نیت عمل کرده‌اند یا خیر (Hannigan, 2021: 281).

موضوع دیگر بررسی رکنی است که این افشا باید نسبت به آن صورت گیرد. از یک سو، از آنجا که در این کشور طبق بخش ۱۷۵ قسمت ۵ قانون شرکت‌ها ۲۰۰۶، در شرایط خاص امکان صدور مجوز جهت پیگیری فرصت از سوی مدیر مربوطه و سایر مدیران غیرذی‌نفع به رسمیت شناخته شده، گفته شده است این افشا باید به هیئت مدیره صورت گیرد تا با برگزاری جلسه، مدیران مستقل غیرذی‌نفع بتوانند در خصوص آن اتخاذ تصمیم نمایند (Davies & Worthington, 2021: 642). اگر بعد از بررسی‌های

1. C.A. 2006 §177 (4).

۲. اگرچه قانون وظیفه اعلام تضاد منافع را به روش‌های خاصی محدود نکرده، با این حال، در بند ۲ ماده ۱۷۷ و بند ۲ ماده ۱۸۴ به منظور رفع هرگونه ابهام و ارائه راهنمایی روشن به مدیران در نحوه انجام این وظیفه روش‌هایی را اعلام نموده است.

لازم مشخص شد شرکت قصد تصاحب آن فرصت را ندارد، سایر اعضای هیئت مدیره می‌توانند رضایت دهند که این فرصت به صورت شخصی از سوی مدیر مربوطه پیگیری شود. مضاف به اینکه این امکان برای سهام‌داران هم وجود دارد که با تصویب یک راه‌حل معمولی، بتوانند این مجوز را صادر نمایند. در واقع در صورتی که هیئت مدیره قدرت مجوز دادن به پیگیری فرصت را نداشته باشد، می‌تواند موضوع را برای تأیید به سهام‌داران ارجاع دهد؛ هرچند به معایب متعددی در زمینه اعطای اختیار به این نهاد برای صدور تأییدیه اشاره شده است، از جمله اتلاف وقت و هزینه‌های قابل توجه دعوت مجمع عمومی به‌ویژه در شرکت‌های بزرگ با سهام‌داران پراکنده (Lowry & Edmunds, 2000: 10)، در کنار عدم توافق شخص ثالث به منظور صبرکردن تا تشکیل مجمع که این دلایل ممکن است به ضرر خود معامله و کاهش سرعت تصمیم‌گیری در خصوص موضوع مربوطه منجر شود (Dobbie, 2008: 21).

با این همه، در این نظام، تصمیم‌گیری در این خصوص نیاز به رضایت آگاهانه بر اساس افشای همه حقایق بااهمیت دارد. لذا از آنجا که بند یک ماده ۱۷۷ قانون شرکت‌ها^۱ در مورد معامله‌ای که به شرکت پیشنهاد شده و یکی از مدیران در آن ذی‌نفع است به صراحت اعلام نموده است: «باید ماهیت و میزان آن منافع به سایر مدیران اعلام گردد»، با وحدت ملاک در موضوع فرصت‌های شرکتی هم می‌توان از همین حکم استفاده کرد و بر این اعتقاد بود که اعلام مدیران باید شامل کلیه موارد مرتبط با هرگونه منافی باشد که ممکن است به تغییر تصمیم در پیگیری فرصت تجاری مربوطه منجر شود. در یک پرونده^۲ Hely-Hutchinson v Brayhead Ltd مورد رسیدگی در سال ۱۹۶۸ تصریح گردیده که این افشا باید به شکلی باشد که در قراردادهای موسوم به «یوپری مفیدی» ضروری است^۳ و همان‌گونه که به سال ۲۰۰۳ در پرونده Gwembe Valley Development Co. Ltd v Thomas Koshy اشاره شد، در این مسیر برای مدیران صرف اعلان وجود نفع در پیگیری فرصت و انعقاد احتمالی معامله کافی نیست، بلکه باید میزان منافع خود را دقیقاً تعیین نمایند.

۵.۳. ایران

با توجه به عدم شفافیت موجود در قوانین ما- به شرحی که گذشت- این سؤال مطرح می‌شود که آیا تکلیف و تعهد مدیران در مواجهه با فرصت‌های شرکتی، ضرورت و لزوم افشا است یا خیر؟ از یک طرف در توجیه عدم لزوم وجوب این تکلیف، ممکن است استدلال شود افشای فرصتی که می‌تواند به مدیران

1. C.A. 2006 § 177(1).

۲. Ubberrimae Fidei اصطلاحی است که در زبان لاتین به معنای «ایمان بی‌نهایت» بوده و امروزه یک قرارداد حقوقی مشترک در صنعت بیمه است که به بالاترین استاندارد حسن نیت در هنگام افشای تمام حقایق مادی که می‌تواند بر تصمیم طرف مقابل تأثیر بگذارد، نیاز دارد.

تعلق داشته باشد، حقوق آنها را به خطر می‌اندازد و یا حداقل قابل درک است که در مراحل اولیه توسعه فرصت، افشای آنچه مدیران قصد انجام آن را دارند، خطرهای تجاری جدی برای منافع خصوصی آنها ایجاد می‌نماید. افزون بر این، محرمانه بودن تجارت و وجود اطلاعات اختصاصی مربوط به حریم خصوصی دلایل دیگری است که عدم ضرورت افشا ممکن است مستند به آنها شود و چه بسا از همین روست که ماده ۱۵ دستورالعمل اجرایی افشای اطلاعات شرکت‌های ثبت‌شده نزد سازمان بورس و اوراق بهادار مصوب ۱۳۸۶ هم ضمن برشمردن فروضی امکان به تأخیر انداختن فرایند افشا را به رسمیت شناخته است؛ با این حال و از سوی دیگر در توجیه لزوم افشا باید گفت:

نخست، با قیاس محتوای مواد مربوط به معامله مدیران با شرکت موضوع ماده ۱۲۹ لایحه اصلاحی قسمتی از قانون تجارت، از آنجا که وجه تشابه وضعیتی که قانون ما به آن اشاره نموده و حالت بهره‌برداری از فرصت شرکتی این است که همه این موقعیت‌ها به تعارض منافع مربوط می‌شوند؛ در نتیجه مدیران باید برای سایر جایگاه‌های تضاد منافع، از جمله بهره‌برداری از فرصت تجاری، اجازه شرکت را أخذ نمایند. بدیهی است پیش شرط این فرایند، افشای موضوع است.

دوم، تلاش برای تنظیم مقررات تضاد منافع با توجه به ریشه‌های آن در منابع اسلامی (آیات، روایات، اقوال فقها و ابواب فقهی) در سال‌های اخیر بیشتر شده است (محقق داماد و درویش‌زاده، ۱۴۰۰؛ ۱۳۴-۱۴۰؛ از جمله تبصره ۲ ماده ۷ دستورالعمل حاکمیت شرکتی ناشران ثبت‌شده نزد سازمان بورس و اوراق بهادار مصوب ۱۴۰۱ به صراحت اعلام می‌دارد: هریک از مدیران اصلی باید داشتن منافع با اهمیت به شکل مستقیم یا غیرمستقیم یا به نمایندگی از طرف شخص ثالث را در یک معامله یا موضوع تأثیرگذار بر شرکت افشا نماید. این وظیفه طبق بند ۶ ماده ۱۳ همان دستورالعمل غیرقابل تفویض است و باید راساً از سوی مدیران انجام شود.

سوم، با به رسمیت شناختن تکلیف پیشگیرانه افشا، از آنجایی که عوامل حاضر در شرکت اطلاعات زیادی تولید می‌کنند که گاهی اوقات دشوار است که تشخیص دهیم آیا اطلاعات متعلق به شرکت است یا خیر، مشکل تخصیص حقوق مالکیت اطلاعات تولیدشده از سوی نمایندگان شرکت تا حدودی حل می‌شود و این امر انگیزه مدیران را برای منحرف کردن فرصت‌های بالقوه به سمت استفاده شخصی از بین می‌برد.

چهارم، هر وقت مدیران به افشای فرصت‌های شرکتی اقدام می‌نمایند، این احتمال که در ادامه به‌ویژه زمانی که پیگیری فرصت به نفع هردو طرف باشد- شرکت موافقت نماید که مدیر از این فرصت استفاده کند، بیشتر خواهد بود. لذا در حقوق ما هم باید قائل بر این بود که با وجود سکوت قوانین، این حق شرکت است که انتظار داشته باشد برای امکان بهره‌برداری از فرصت شرکتی از سوی مدیران، تأییدیه خود را صادر نماید.

البته نگارندگان این مقاله بر این باورند که اگرچه از منظر اعتقادی، وظیفه افشای کامل یکی از مهم‌ترین الزامات عمل به وظیفه وفاداری است که با توجه به عملکرد پیشگیرانه وظایف امانی می‌تواند

نقش اساسی در اجتناب از وقوع تضاد منافع ایفا کند، منتها این تکلیف باید به نحوی عملیاتی شود که تعادل عادلانه‌ای را میان حق مشروع شرکت برای اطلاع از فرصت‌ها و حق مدیران برای محرمانگی ایجاد نماید. اما فرض اولیه باید این باشد که هر مدیری که با فرصت‌شرکتی سروکار دارد، باید این موضوع را به‌طور کامل برای شرکت افشا کند تا مقامات مسئول در آن شرکت تصمیم بگیرند که این فرصت را رد نمایند یا خیر و تنها در صورت رد شدن، به مدیر مربوطه مجوز برای پیگیری این فرصت داده شود.

همچنین در نظام حقوقی ما، در مقام قضاوت بین اینکه آیا هیئت‌مدیره صلاحیت اتخاذ تصمیم در خصوص قبول یا رد فرصت تجاری را دارد یا سهام‌داران، ممکن است نکات زیر قابل تأمل باشد:

اولاً مدیری که می‌خواهد فرصت را تصاحب نماید، به‌عنوان بخشی از هیئت‌مدیره بی‌شک در فرایند تصمیم‌گیری نقش خواهد داشت و ثانیاً رابطه‌ی اعضای هیئت‌مدیره با یکدیگر اصولاً دوستانه است و این امر می‌تواند بر تصمیمات آنها تأثیر بگذارد، تاجایی که این فرض قانون‌گذار را که مدیران در تصمیم‌گیری‌های خود مستقل محسوب می‌شوند چندان قابل اتکا نباشد؛ به این ترتیب، می‌توان نتیجه گرفت که هیئت‌مدیره نهاد شرکتی مستقلی محسوب نمی‌شود و اعضای هیئت‌مدیره نمی‌توانند به‌طور صحیح در خصوص پذیرش یا رد فرصت تصمیم‌گیری نمایند؛ لذا تصویب موضوع از سوی سهام‌داران شرکت نیز باید به‌عنوان قاعده کلی پذیرفته شود. از طرف دیگر می‌توان گفت افشا باید به هیئت‌مدیره صورت گیرد. در واقع از آنجا که وفق ماده ۳ دستورالعمل حاکمیت شرکتی ناشران ثبت‌شده نزد سازمان بورس و اوراق بهادار مصوب ۱۴۰۱، هیئت‌مدیره باید نسبت به ایجاد، استمرار و تقویت سازوکارهای اثربخش جهت کسب اطمینان معقول از اصول حاکمیت شرکتی اقدام نماید و تبصره ۴ ماده فوق‌الذکر می‌دارد: اعضای هیئت‌مدیره می‌بایست در خصوص موضوعاتی که دارای آثار مالی بااهمیتی بر شرکت بوده تصمیم‌گیری نمایند و ماده ۸ دستورالعمل پیش‌گفته هم انجام اقدامات لازم جهت استقرار سازوکارهای کنترل داخلی اثربخش به‌منظور حفاظت از دارایی‌ها و منافع شرکت در برابر اتلاف، تقلب و سوءاستفاده را از وظایف هیئت‌مدیره دانسته، در ماده ۱۱۸ لایحه اصلاحی قسمتی از قانون تجارت، مدیران شرکت دارای کلیه اختیارات لازم برای اداره امور شرکت هستند و نهایتاً با مقایسه معاملات مشمول ماده ۱۲۹ لایحه پیش‌گفته، باید معتقد بود که مدیر مربوطه که با فرصت روبه‌رو می‌شود باید در اولین گام موضوع را به هیئت‌مدیره شرکت خود ارائه نماید.

در مقام داورى به‌نظر می‌رسد بهتر است یک راه‌میان انتخاب شود. برای این منظور باید به زمان اتخاذ تصمیم توجه نماییم؛ به این صورت که در جایی که مدیر پیش از استفاده از فرصت به‌دنبال أخذ تأیید شرکت است، باید مستند به مفاد ماده ۱۱۸ ل.ا.ق.ت آن را از هیئت‌مدیره طلب نماید و در مواردی که تصاحب قبلاً اتفاق افتاده و مدیر به‌دنبال تأیید اقدامات خود است، باید تأییدیۀ اکثریت سهام‌داران را هم دریافت نماید.

در خصوص اطلاعاتی که باید افشا گردد به نظر می‌رسد قانون‌گذار ما هم قائل به تبیین کامل جزئیات فرصت تجاری بوده و این امر را برای تصویب خردمندان به‌عنوان یک الزام ضروری دانسته است. در واقع باید گفت به‌منظور کسب اطمینان از دسترسی به اطلاعات حاصل‌شده برای مدیران مربوطه، بی‌شک اطلاعات می‌بایست معنی‌دار، صحیح، بموقع و در قالبی که به‌راحتی قابل درک و متناسب با گروه ذی‌نفعان هدف باشد ارائه شود؛ به نحوی که نهایتاً اطلاعات با کیفیت پیش‌گفته به افراد امکان قضاوت آگاهانه در مورد فرصت را اعطا نماید. همان‌گونه که در ماده ۱۲۹ لایحه اصلاحی قسمتی از قانون تجارت، قانون‌گذار ارائه اطلاعات کامل به‌منظور اتخاذ تصمیم صحیح را ضروری دانسته، لذا بازرس را مکلف نموده است در گزارش خود در خصوص معامله مدیر با شرکت جزئیات آن را به مجمع اعلام نماید. بنابراین در حقوق ما هم مدیر موظف است در مورد وضعیتی که به تضاد منافع منجر می‌شود، افشای کاملی ارائه دهد. ماده ۲ مکرر دستورالعمل اجرایی افشای اطلاعات شرکت‌های ثبت‌شده نزد سازمان بورس اوراق بهادار مصوب ۱۳۸۶ بیان می‌دارد اطلاعات افشاشده نباید نادرست، خلاف واقع، گمراه‌کننده، بی‌اساس، اغراق‌آمیز و ناقص بوده، تصویر اشتباهی در ذهن ایجاد نماید. ماده ۵ این دستورالعمل هم که وظیفه افشای اطلاعات را برعهده مدیران (هیئت مدیره و مدیرعامل) قرار داده است، اعلام می‌دارد اطلاعات مهم باید صریح، دقیق، قابل فهم و کافی باشد و تا حد امکان به صورت کمی ارائه شود.

۶. نگرشی به ضمانت‌اجراهای موجود

در هر نظام حقوقی، قانون‌گذار با وضع قوانین و با تحمیل راه‌حل‌های متفاوت بر مدیران متخلف سعی در ایجاد بازدارندگی بیشتر از جانب آنها دارد. در این راستا و از آنجا که مدیران شرکت‌ها معمولاً قبل از نقض یک تکلیف، در مورد عواقب احتمالی آن بادقت فکر می‌کنند گفته شده، بازدارندگی موفق عموماً مستلزم آن است که مجازات مورد انتظار برابر یا فراتر از سود ناشی از تخلف باشد (Cooter & Freedman, 1991: 1052). در نتیجه قانون‌گذاران تمایل دارند ضمانت‌اجراهایی را اعمال نمایند که تبعات آنها به‌مراتب از منافع مورد انتظار ناشی از تخلف بیشتر باشد. به‌طور خاص، از آنجایی که در بسیاری از موارد مدیران داوطلبانه فرصت‌های شرکتی را داوطلبانه افشا نمی‌کنند، وجود ضمانت‌اجراهایی برای مقابله با این وضع از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

۶.۱. ایالات متحده آمریکا

در این کشور در مواردی که فرصت شرکتی از سوی یکی از مدیران تصاحب شده باشد، راه‌حل‌های حقوقی مختلفی وجود دارد که شرکت و سهام‌داران بتوانند آنها را به‌کار گیرند و از این طریق منافع خود را مجدداً احیا نمایند. در واقع راه‌حل‌های موجود در این نظام حقوقی بر این اساس استوار شده است که

شرکت می‌تواند اجازه داشته باشد تا فرصت مربوطه یا سود حاصل از آن را از سوی شخصی که از آن استفاده کرده، پس بگیرد. مضاف بر اینکه مدیر مربوطه می‌تواند مسئول خسارات وارده به شرکت هم معرفی گردد (Orlinsky, 1999: 485). با این همه، راه‌حل‌های یادشده از ابطال قرارداد تا اخذ خسارت یا ردّ سود و ... می‌تواند متفاوت باشد که انتخاب نوع برخورد با تخلف در اختیار شرکت بوده، هرچند در حوزه حاکمیت شرکتی، راه‌حل‌های موجود معمولاً جنبه جبرانی داشته، مدیر را به ترمیم خسارت شرکت ملزم می‌نمایند. با این حال در ادامه به مهم‌ترین آنها می‌پردازیم:

۱.۱.۶. مسئولیت در قبال ردّ سود

ضمانت اجرایی که می‌تواند اتخاذ شود این است که شرکت به اعتبار معامله صورت‌گرفته خدشه‌ای وارد ننماید؛ در عوض، چون ماهیت تمام قوانین فرصت‌های شرکتی را می‌توان به‌عنوان توانایی شرکت برای جلوگیری از تصاحب بخشی یا تمام سود حاصل از فرصت تجاری از سوی یک خودی توصیف کرد، مدیر مربوطه را ملزم می‌نماید که سود حاصل از فرصت را به شرکت مسترد دارد. مضاف بر اینکه در این حوزه قضایی اگر مدیر وظیفه خود مبنی بر وفاداری به شرکت را زیر پا بگذارد، فرصت و هرگونه اموال یا سودی که از سوی او به‌دست می‌آید، به نفع شرکت ضبط می‌گردد. این تصاحب، جوهره یک راه‌حل قضایی سنتی به نام «اعتماد سازنده»^۱ است که به‌موجب آن، دادگاه تمام مزایایی را که از این فرصت حاصل می‌شود، درنهایت به نفع شرکت - و نه مدیر - قابل تصاحب می‌داند؛ حتی اگر مدیر مربوطه سهم قابل توجهی از زمان، استعداد و سرمایه شخصی خود را برای توسعه این فرصت به‌کار گرفته باشد.

۲.۱.۶. مسئولیت در قبال جبران خسارات

در صورتی که ردّ سود امکان‌پذیر یا عملی نباشد، در این کشور مدیر را می‌توان مسئول جبران خسارات دانست. در چنین موقعیتی شرکت ممکن است دو نوع خسارت را مطالبه نماید:

الف) خسارات واقعی

شرکت می‌تواند از مدیری که فرصت شرکتی را بدون افشا تصاحب نموده است، خسارت واقعی^۲ دریافت

1. Constructive Trust.

اعتماد سازنده، یک ضمانت اجرا در برابر سوءاستفاده از فرصت‌های شرکتی است؛ هرچند راه‌حل جداگانه‌ای نیست و از نظر عملکردی با حساب سود متفاوت است؛ با این حال، روشی مبتنی بر سود است و بسته به نحوه فرمول‌بندی آن، می‌تواند آثار حقوقی متفاوت ایجاد نماید.

2. Actual Damages.

نماید؛ همچون موارد عادی نقض وظایف امانی، این خسارت به نحوی اندازه‌گیری می‌شود که بتواند تمام ضررهای ناشی از تصاحب فرصت شرکتی از سوی مدیر متخلف را جبران کند.

(ب) خسارات تنبیهی

در موارد حادثی که تخصیص فرصت با سوء نیت همراه است، دادگاه مدیری که فرصت شرکتی را تصاحب نموده ممکن است مکلف به پرداخت خسارت تنبیهی^۱ نماید. خسارات تنبیهی خساراتی است که مدیر مربوطه باید علاوه بر خسارت واقعی بپردازد و نوعی مجازات و تلاشی برای جلوگیری از رفتار مشابه در آینده است. در واقع، ضمانت اجرایی که جایگزین حبس و سایر مجازات‌های کیفری شده و بدون تحمل هزینه‌های اداری حبس، در جامعه همان کارکرد اقتصادی را دارد، خسارات تنبیهی نام‌گذاری شده است (Meurkens, 2014: 185). برای مثال در پرونده *Personal Touch Holding Corp. v. Glaubach*، به سال ۲۰۱۹، دادگاه سلطنتی دلاور دریافت که پیگیری شخصی و بستن قرارداد خرید یک ملک از سوی مدیر درحالی که شرکت نیز به خرید آن علاقه داشت، تحت دکتترین فرصت‌های شرکتی دلاور، زیر پا گذاشتن وظیفه امانی و وفاداری بوده است. از نظر خسارات، دادگاه خاطرنشان نمود که معمولاً سودهای از دست‌رفته به‌عنوان معیاری برای خسارات ناشی از ضبط غیرمجاز فرصت‌های بازرگانی جاری تعیین می‌شود. مطالعه دقیق این پرونده نشان می‌دهد که چگونه یک تخلف به‌ظاهر جزئی می‌تواند مدیر متخلف را در معرض ادعای خسارت قابل توجهی قرار دهد.

۲.۶. انگلستان

در این نظام هم اگر مدیر از هریک از وظایفی که طبق قانون برای آنها به رسمیت شناخته شده تخطی کند، این تخلف از وظایف عواقب قابل توجهی برای او در پی خواهد داشت تا جایی که وی را شخصاً در برابر هرگونه سود یا منفعتی که از این رهگذر به دست آورده یا هر ضرری که به شرکت وارد شده باشد، مسئول خواهد شناخت.^۲ ماده ۱۷۸ قانون شرکت‌ها ۲۰۰۶ ذیل عنوان «پیامدهای مدنی تخلف از وظایف عمومی» ضمانت اجراهای نقض وظایف پیش‌بینی شده را به دو دسته کلی تقسیم نموده است: دسته اول، ضمانت اجراها برای نقض وظیفه اعمال مراقبت معقول، مهارت و کوشش موضوع ماده

1. Punitive Damages.

۲. در این کشور در سال ۲۰۱۵ قانونی با عنوان «مقررات شرکت، مشارکت با مسئولیت محدود و تجارت (اسامی و افشای معاملات)» از سوی قانون‌گذار به تصویب رسید که بر اساس آن، مدیران ممکن است در صورت عدم رعایت الزامات مربوط به افشای معاملات جریمه شوند.

The Company, Limited Liability Partnership and Business (Names and Trading Disclosures) Regulations 2015.

۱۷۴ و دسته دوم، ضمانت اجراها برای نقض وظایف مبتنی بر حقوق صاحبان سهام موضوع مواد ۱۷۱ تا ۱۷۳ و ۱۷۵ تا ۱۷۷ است. زمانی که مدیری وظیفه موضوع دسته اول را نقض می‌کند، ضمانت اجرای متعارفی که در اختیار شرکت قرار می‌گیرد، همانا مطالبه خسارت خواهد بود که بر اساس اصول TORT تعیین خواهد شد. لذا شرکت باید بتواند در کنار اثبات تقصیر مدیر، ثابت نماید یک ارتباط علی بین نقض و ضرر وارده وجود دارد. وقتی مدیری وظایف موضوع دسته دوم را نقض می‌نماید، چهار ضمانت اجرای بالقوه متعارفی که در اختیار شرکت قرار می‌گیرد و عبارت‌اند از: بازگشت اموال کسب‌شده، بازگشت سودهایی که مدیر در نتیجه نقض وظیفه به‌دست آورده است، فسخ قراردادهای منعقدۀ ۱ و جبران عادلانه که در ادامه مقاله به دو مورد مهم آن اشاره می‌شود:

۶.۲.۱. رد سود

قانون شرکت‌های انگلیس به‌طور سنتی سوءاستفاده از فرصت‌های شرکتی را با حساب سود ۲ جریمه می‌کند (Davies & Worthington, 2021: 642). ریشه این ضمانت اجرا به یک دیدگاه سنتی برمی‌گردد که بر اساس آن، مدیران باید به‌طور کامل از مزایایی که در نتیجه تخلف از وظایف خود به‌دست آورده‌اند، محروم گردند (Conaglen, 2011: 548). نگرشی که با قاعده انصاف که بر اساس آن مدیر مجاز به حفظ هیچ‌گونه مزایای ناشی از سوءاستفاده از سمت خود نیست، مرتبط است (Hicks, 2010: 313). در واقع، به‌موجب این مقررات هنگامی که مدیر از طریق استفاده از یک فرصت یا اطلاعات شرکتی به نفع خود سودی کسب می‌نماید، شرکت حق دارد هرگونه سود حاصل از معامله را مطالبه نماید. گفته شده است قاعده انصاف اصرار دارد کسانی که با استفاده از موقعیت امانت‌داری منفعتی برای خود کسب می‌کنند، مسئول استرداد آن سود باشند؛ بدون آنکه این امر مستلزم اثبات ضرر و یا رابطه سببیت، وجود تقلب یا سوء نیت بوده باشد و اساساً به تأیید یا عدم تأیید معامله مورد اعتراض - که از الزامات دعوی خسارت عادلانه است - بستگی ندارد (Devonshire, 2010: 394). لذا ممکن است مدیر مربوطه مورد بازخواست قرار گیرد، حتی اگر شرکت متحمل ضرری نشده و چه‌بسا شرایط به‌گونه‌ای باشد که در صورت عدم انعقاد قرارداد از سوی مدیر، باز شرکت نمی‌توانست به سود موردنظر دست یابد.

۱. گفته شده است در این کشور اصولاً شرکت در معاملاتی که بین مدیر خاکی و شخص ثالث منعقد می‌شود حتی اگر قرارداد مستلزم تصاحب غیرقانونی فرصت باشد، حق فسخ معامله را از دست می‌دهد، زیرا شرکت طرف آن قرارداد نبوده است (McLaughlin, 2013: 305). تنها استثنا زمانی است که معامله با شخص ثالث به نقض وظایف مدیریتی آلوده شده باشد که در این صورت، فسخ قابل اعمال است. به عبارت دیگر، فسخ قرارداد بستگی به میزان آگاهی شخص ثالث از تخلف مدیر از وظیفه خود دارد.

2. n Account of Profits.

تعداد قابل توجهی از تصمیم‌های قضایی فرصت‌های شرکتی از گذشته تا به امروز ضمانت اجرای حساب سود را اعمال می‌نمایند و در سال ۲۰۱۴ دادگاه عالی در پرونده FHR v Mankarious، رویکرد عملگرایانه‌ای را در این خصوص اتخاذ نمود. در این پرونده، دادگاه موقعیت امانی مدیر شرکت را تأیید نمود و شرکت را به‌عنوان اصیل مستحق دریافت تمام منفعت اعمال نماینده در جریان سمت خود شمرد. بر این اساس، وظیفه نماینده آن است که منفعت به‌دست‌آورده را به موکل خود تسلیم نماید.

۲.۲.۶. غرامت عادلانه

اگرچه همان‌طور که پیش‌تر اشاره شد، راه‌حلی که معمولاً از سوی دادگاه‌های انگلستان برای سوءاستفاده از فرصت‌های شرکتی اعمال می‌شود، حساب سود است؛ با وجود این، ممکن است این احتمال منتفی نباشد که شرکت به‌دنبال دریافت غرامت عادلانه هم باشد. غرامت عادلانه یک ضمانت اجرای شخصی-پولی است که هدف آن جبران خسارت به مدعی است (Burrows, 2013: 133) و با خسارات ناشی از نقض قرارداد تفاوت دارد و همان‌گونه که در پرونده Target Holdings Limited v Redferns در سال ۱۹۹۶ اشاره شد، به‌منظور دریافت آن، اثبات یک ارتباط سببی بین نقض و ضرر لازم است. به‌موجب ماده ۱۹۵(۳) قانون شرکت‌های ۲۰۰۶، در صورت اثبات خسارت، دادگاه حق دارد هم متخلف را مورد بازخواست قرار دهد و هم غرامت عادلانه را تعیین نماید.

۳.۶. ایران

در نظام حقوقی ایران موضوعی که باید به آن پرداخته شود این است که با وجود عدم تصریح قانون‌گذار به ضمانت اجراهای تصاحب غیرقانونی فرصت‌های شرکتی، آیا می‌توان به مقررات موجود به‌ویژه قواعد عمومی مقرر در قانون مدنی و سایر قوانین مربوط برای ارائه حمایت از شرکت در برابر سوءاستفاده مدیران از اختیاراتشان استناد نمود؛ به نحوی که با توسل به این قوانین بتوان مدیر خاطی را از مزایایی کسب‌شده در نتیجه تصاحب یک فرصت شرکتی محروم کرد و به این وسیله او و دیگران را از امکان سوءاستفاده از وظیفه باز داشت؟

در خصوص سرنوشت معامله باید گفت نظر غالب در قوانین ما همواره بر باطل اعلام کردن معاملاتی است که ردّ پای از تعارض منافع در آنها وجود دارد؛ با این حال، اگر فرصت تجاری ایجادشده را جزء دارایی‌های شرکت بدانیم^۱ که مدیر نسبت به تصاحب آن اقدام نموده است، در این صورت، نخست، حکم

۱. در حقوق ایران، اینکه آیا شرکت بر فرصت‌های تجاری دارای مالکیت است یا خیر، محل بحث خواهد بود. هرچند به‌نظر می‌رسد چون این قبیل فرصت‌ها از اطلاعاتی حاصل می‌شوند که ضابطه مالیت داشتن یعنی برخورداری از منفعت

بر غیرنافذ بودن قرارداد احتمالی در مقایسه با ابطال بهتر می‌تواند منافع شرکت را تأمین نماید، چون در این حالت سرنوشت قرارداد در دست شرکت خواهد بود و دوم اینکه قانون‌گذار در بخش یازدهم از لایحه اصلاحی قسمتی از قانون تجارت، ضمن وضع مقررات جزایی در قبال مدیریت نادرست به‌دنبال آن بوده است که هریک از اعضای هیئت مدیره و مدیرعامل را نسبت به انجام صحیح وظایف خود در قبال شخص حقوقی مسئول بداند؛ تاجایی که به‌نظر می‌رسد - همان‌گونه که اشاره شد - صریح‌ترین مقرره‌ای که حاوی ممنوعیت اعضای هیئت مدیره و مدیرعامل از مناسب‌سازی فرصت‌های شرکتی به صورت شخصی است، در همین بخش و در ماده ۲۵۸ به آن تصریح شده است. در واقع، در نظام حقوقی ایران ضمانت اجرای ممنوعیت سوءاستفاده از اموال یا اعتبارات شرکت برخلاف منافع اصیل به‌منظور مقاصد شخصی شناسایی شده است (جنیدی و اکبریان، ۱۳۹۷: ۷۵). شایان ذکر است در بند ۳ ماده ۶۵۸ لایحه قانون تجارت، مدیر یا مدیران یا مدیرعامل شرکت را که مرتکب استفاده از اختیارات خود یا اموال یا اعتبارات شرکت برخلاف منافع شرکت شده باشد، مستحق مجازات حبس یا جزای نقدی و محرومیت از تأسیس و مدیریت شرکت تجاری دانسته است و از آنجا که فرصت شرکتی جزء دارایی شرکت به حساب می‌آید، این ماده در صورت تصویب این لایحه می‌تواند مورد استناد قرار گیرد. درنهایت از آنجا که در فرض تصاحب فرصت تجاری، مدیر به نحوی به رقابت با شرکت می‌پردازد و موجبات تفویت منفعت شرکت را فراهم می‌آورد، لذا به وحدت ملاک ضمانت اجرای موضوع ماده ۱۳۳ لایحه قانونی اصلاح قسمتی از قانون تجارت هم می‌توان استناد نمود و مدیر خاطی را مسئول جبران ضررهای شرکت دانست. بنابراین هر مدیر سود و نفعی را که به لحاظ موقعیت امانی خویش و با توجه به فرصت‌ها و اطلاعات مربوط و متعلق به شرکت به‌دست می‌آورد، باید به حساب شرکت بگذارد (حیدرپور، ۱۳۸۲: ۱۶). البته به‌نظر می‌رسد قانون‌گذار ما می‌بایست به‌دنبال تحمیل یک راه‌حل انحصاری با هدف بازگرداندن وضعیت موجود به سود طرف زیان‌دیده (شرکت) باشد. منتها تا آن زمان، علاوه بر مواد یادشده، می‌توان این‌گونه استدلال کرد: از آنجا که مدیران در سمت امین مشغول فعالیت هستند، لذا این موقعیت آنها را ملزم به اعاده اموال به شرکت می‌نماید. اگر مدیر از اعاده مال امتناع یا آن را به دیگری منتقل کند، در

عقلایی، رفع نیاز مادی یا معنوی، قابلیت اختصاص یافتن به شخص و مشروع بودن را دارا می‌باشند و از آنجا که در دنیای تجارت امروزه این اطلاعات است که حرف اول را می‌زند و یکی از منابع اصلی تولید ثروت است، می‌بایست قائل به شناسایی فرصت شرکتی به‌عنوان مال یا حداقل یک حق مالی بود. در واقع، چون می‌توان امروزه اموال را به معنای وسیع معرفی نمود که هم‌زمان از ویژگی‌های موردنظر علم حقوق هم برخوردار باشند، فرصت شرکتی را می‌توان در این دایره قرار داد. بنابراین فرصت شرکتی باید در فهرست انواع جدید دارایی باارزش قرار گیرد و چون به‌عنوان یک امر انتزاعی و قابل تبدیل به منفعت است و هم‌زمان شرکت و مدیران آن انتظاراتی نسبت به منافع آن دارند، به‌عنوان حق دارای ارزش تلقی می‌شود؛ هرچند از نظر ویژگی‌های مال، فرصت شرکتی به‌وضوح دارایی نامشهود محسوب خواهد شد.

مقام غاصب قرار می‌گیرد. به عبارت گویاتر، مدیر، مسئول خسارت وارده به اموال شرکت شناخته می‌شود و در نتیجه شرکت حق ردیابی اموال خود و بازگرداندن آنها را خواهد داشت. لذا به نظر می‌رسد دادگاه بسته به شرایط و بنابه درخواست طرف زیان دیده، می‌تواند دستور اعاده وضع موجود یا حکم به انجام امری معین یا استرداد چیزی مشابه را به‌عنوان غرامت بدهد.

۷. نتیجه‌گیری

دکترین فرصت‌های شرکتی و هسته اصلی آن، یعنی افشاکاری، سال‌هاست در نظام حقوقی ایالات متحده و انگلستان موضوع تحقیقات متعددی قرار گرفته است. با مطالعه این سوابق می‌توان قائل به لزوم تکلیف به افشای فرصت‌های شرکتی از سوی مدیران و لزوم کسب رضایت و موافقت شرکت به‌منظور پیگیری آنها به دلیل مزایای متعدد بود؛ چراکه اگر مدیران بتوانند آزادانه هر فرصت شرکتی را به نفع خود تصاحب نمایند، انگیزه‌ای قوی خواهند داشت که منفعت شخصی خود را به زیان شرکت حتی به قیمت ایجاد اختلال در فرایند کارها دنبال نمایند. از این رو، اگر مدیر به‌واسطه نقش خود، از وجود فرصتی مطلع گردید، باید آن را به شرکت افشا نماید. چنانچه شرکت رضایت کاملاً آگاهانه‌ای ارائه دهد، مدیر ممکن است فرصت را به نفع خود دنبال کرده، از هرگونه مسئولیتی در مورد آنچه که نقض وظیفه امانی است مبرا شود. در شرایط کنونی راه‌حل‌های ارائه‌شده اصولاً با هدف حذف هرگونه وسوسه و جاذبه‌ای برای کسب منفعتی که ممکن است از تصاحب فرصت برای مدیر ایجاد شود، طراحی شده‌اند تا نهایتاً او را از ورود به این قبیل معامله‌ها بازدارد. با این حال، از آنجا که افشای هر فرصتی که مدیران به‌درستی از آن برخوردار شوند ممکن است حقوق آنها را به‌خطر اندازد، الزامات افشا باید تعادل عادلانه‌ای بین حق مشروع شرکت برای اطلاع از فرصت‌ها و مدیران برای محرمانگی ایجاد نماید. در نظام حقوقی ایران، شکی نیست یکی از خلأهای موجود، عدم تنظیم صریح وظایف مدیران برای حفاظت از فرصت‌های تجاری است که بی‌شک باعث می‌شود شرکت نتواند مدیر خود را به دلیل بهره‌برداری از فرصت‌ها پاسخگو نماید؛ از همین رو، ضرورت قانون‌گذاری در این خصوص به‌شدت احساس می‌شود. پیشنهاد می‌گردد قانون‌گذار ما ضمن توجه به این موضوع، به تبیین دقیق وظایف مدیران در مواجهه با فرصت‌های تجاری اقدام نماید.

منابع

الف) فارسی

۱. پاسبان، محمدرضا و نیک‌نژاد، جواد (۱۳۹۰). جایگاه حقوقی مدیران در شرکت‌های سهامی. فصلنامه تحقیقات حقوقی بین‌المللی، ۴ (۱۴)، ۹-۴۰.

۲. جنیدی، لیا و اکبریان طبری، معصومه (۱۳۹۷). رابطه امانی مدیران در شرکتهای سهامی: بررسی تطبیقی در حقوق ایران و انگلستان. *مجله مطالعات حقوق تطبیقی*، ۱۴ (۲)، ۶۹-۹۶.
۳. جنیدی، لیا و نوروزی، محمد (۱۳۸۹). شناخت دارندگان اطلاعات نهانی شرکتهای سهامی عام. *فصلنامه مطالعات حقوق خصوصی*، ۴۰ (۱۰۱)، ۵۱-۶۹.
۴. حیدرپور، البرز (۱۳۸۲). *محدودیت‌های مدیران شرکتهای در انجام معاملات: بررسی تطبیقی در حقوق ایران و انگلستان*. چاپ اول، اهواز: انتشارات مهزیار.
۵. صادقیان ندوشن، مهرداد و باقری، محمود (۱۳۹۵). تعارض منافع ذی‌نفعان شرکت‌ها و راهکارهای حل آن. *پژوهش‌های حقوق تطبیقی*، ۲۰ (۳)، ۱۳۶-۱۶۳.
۶. محقق داماد، سید مصطفی و درویش‌زاده، محمد (۱۴۰۰). حقوق را جدی بگیریم (جای خالی قانون «مدیریت تعارض منافع» در انتخابات ریاست جمهوری سیزدهم). *فصلنامه علمی دانشنامه‌های حقوقی*، ۴ (۱۰)، ۱۳۰-۱۵۸.
۷. مقدم، عیسی (۱۴۰۰). مطالعه تطبیقی رقابت مدیر شرکت تجاری با شرکت از طریق انجام معاملاتی مشابه معاملات شرکت در حقوق انگلیس و ایالات متحده آمریکا و ایران، *مطالعات حقوق تطبیقی*، ۱۲ (۱)، ۳۵۱-۳۶۸.
۸. وکیلان، حسن و درخشان، داور (۱۳۹۹). راهکارهای پیشگیری و مدیریت تعارض منافع در نظام قضایی با رویکرد تطبیقی. *مجله حقوقی دادگستری*، ۸۴ (۱۰۹)، ۲۷۱-۲۹۱.

ب) خارجی

A) Books

1. Berle, Adolf & Means, Gardiner (1991). *The Modern Corporation and Private Property*. New York: Routledge.
2. Burrows, Andrew (2013). *English Private Law*. United Kingdom: Oxford University Press.
3. Clark, Robert (1986). *Corporate Law*. Boston: Little, Brown and Company.
4. Davies, Paul Lyndon & Prentice, Daniel David (1997). *Gower's principles of modern company law*. London: Sweet & Maxwell.
5. Haiderpur, Alborz (2003). *Limitations of company managers in conducting transactions: a comparative study in Iranian and English law*. First Edition. Ahvaz: Mahziar Publications. (In Persian)
6. Hannigan, Brenda (2021). *Company Law*. United Kingdom: Oxford University Press.
7. Kraakman, Reinier & Armour, John & Davies, Paul & Enriques, Luca & Hansmann, Henry & Hertig, Gerard & Hopt, Klaus & Kanda, Hideki & Rock, Edward (2009). *The Anatomy of Corporate Law*. USA: Oxford University Press.
8. McLaughlin, Susan (2013). *Unlocking Company Law*. London, Hodder education.
9. Watts, Peter (2015). *Directors Powers and Duties*. Wellington: LexisNexis NZ Limited.

B) Articles

10. Bainbridge, Stephen Mark (2008). Rethinking Delaware's Corporate Opportunity Doctrine. *UCLA School of Law, Law-Econ Research Paper* (08-17), 1-16.
11. Black, Lewis (2007). Why Corporations Choose Delaware. *Delaware Department of State Division of Corporations*, 1-14

12. Brudney, Victor & Clark, Robert (1981). A New Look at Corporate Opportunities. *94 Harvard Law Review*, 94 (5), 997- 1062.
13. Chew, Pat (1989). Competing Interests in the Corporate Opportunity Doctrine. *North Carolina law Review*, 67 (2), 435-502.
14. Cockburn, Tina (1996). Fiduciary Disclosure Obligations in T Cockburn and L Wiseman (eds). *Disclosure Obligations in Business Relationships*, Federation Press & Centre for C&P Law, Sydney, 38-63.
15. Conaglen, Matthew (2005). The Nature and Function of Fiduciary Loyalty. *Law Quarterly Review*, (121), 452-480.
16. Conaglen, Matthew (2011). The Extent of Fiduciary Accounting and the Importance of Authorization Mechanisms. *The Cambridge Law Journal*, 70 (3), 548-578
17. Cooter, Robert & Freedman, Bradley. (1991). The Fiduciary Relationship: Its Economic Character and Legal Consequences. *New York University Law Review*, 66, 1045-1075.
18. Darian, Ibrahim (2008). Individual or Collective Liability for Corporate Directors? *Iowa law Review*, (93), 929- 971.
19. Devonshire, Peter (2010). Account of Profits for Breach of Fiduciary Duty. *The Sydney Law Review*, 32, 389-410.
20. Dion, Michel (2016). Agency theory and financial crime: the paradox of the opportunistic executive. *Journal of Financial Crime*, 23 (3), 574 – 587.
21. Dobbie, Fraser (2008). Codification of Directors' Duties: An Act to Follow? *Trinity College Law Review*, 11, 13 - 29.
22. Dooley, Michael. (1980). Enforcement of Insider Trading Restrictions. *Virginia law review*, 66, 1-83.
23. Gelter, Martin & Helleringer, Geneviève (2017). Corporate Opportunities in the US and in the UK. *ECGI Working Paper Series in Law – Working Paper No. 346*, 1-26.
24. Gormley, Todd & Matsa, David (2016). Playing it safe? Managerial preferences, risk, and agency conflicts. *Journal of Financial Economics*, 122 (3), 431-455.
25. Hicks, Andrew (2010). The Remedial Principles of Keeck v Sndford Reconsidered. *The Cambridge Law Journal* 69 (2), 287-320.
26. Hirt, Hans (2005). The law on corporate opportunities in the Court of Appeal: Re Bhullar Bros Ltd. *Journal of Business Law*, (6), 669-689
27. Jensen, Michael & Meckling, William (1976). A Theory of the Firm: Governance, Residual Claims and Organizational Forms. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305-360.
28. Joneidi, La'ya & Akbarian Tabari, Masoumeh (2017). Fiduciary relationship of managers in joint-stock companies: a comparative study British & Iranian Law, *Journal of Comparative Law*, 14 (2), 69-96. doi: 10.22096/law.2019.34499. (In Persian)
29. Joneidi, La'ya & Nowrozi, Mohammad (2010). Identification of insiders in public companies. *Private Law Studies Quarterly*, 40 (101), 51-69. doi:20.1001.1.25885618.1389.40.101.4.5. (In Persian)
30. Kershaw, David. (2005). Lost in Translation: Corporate Opportunities in Comparative Perspective. *Oxford Journal of Legal Studies*, 25(4), 603-627
31. Licht, Amir (1998). Genie in a Bottle? Assessing Managerial Opportunism in International Securities Transactions. *Columbia Business Law Review*, 51 (1), 51-109.
32. Lowry, John & Edmunds, Rod (2000). Reflection on the English and Scottish Law Commissions 'Proposals for Directorial Disclosure. *Deakin Law Review*, 5 (1), 1-30.

33. Mohagheghdamad, Mostafa & Darvishzadeh, Mohammad (2021). Let's take rights seriously (Vacancy of the legal of "conflict of interest's management" in the 13th Iranian presidential election). *Quarterly of Legal Encyclopedias*, 4 (10), 130-158. doi: 10.22034/law.2021.532467.1085. (In Persian)
34. Mortimore, Saimon (2017). *Company Directors: Duties, Liabilities and Remedies*. USA: Oxford University Press.
35. Orlinsky, Eric (1999). Corporate Opportunity Doctrine and Interested Director Transactions: A Framework for Analysis in an Attempt to Restore Predictability. *Delaware journal corporate law*, (24), 451-526.
36. Pasban, Mohammad Reza & Niknejad, Javad (2011). The legal status of managers in joint-stock companies. *International Legal Research Quarterly*, 4 (14), 9-40. (In Persian)
37. Prentice, Dan (1974). The Corporate Opportunity Doctrine. *The Modern Law Review*, 37 (4), 464-468.
38. Sadeghian Nadushan, Mehrdad & Bagheri, Mahmoud (2015). The conflict of interests of companies' stakeholders and its Strategies, *Comparative Law Research Quarterly*, 20 (3), doi:136-163.20.1001.1.22516751.1395.20.3.5.9. (In Persian)
39. Salzwedel, Matthew (2002). A Contractual Theory of Corporate Opportunity and a Proposed Statute. *Pace Law Review*, 23 (1), 83 -145.
40. Sitkoff, Robert (2011). The Economic Structure of Fiduciary Law. *Boston University Law Review*, 91, 1039-1049.
41. Slaughter, James (1964). Comment, The Corporate Opportunity Doctrine. *SMU Law Review*, 18 (1), 96 -116.
42. Turnbull, Stuart (1988). The Doctrine of Corporate Opportunity: An Economic Analysis. *Canada-United States Law Journal*, 13 (12), 188-195.
43. Vakilian, Hassan & Derakhshan, Davar (2019). Strategies to prevent and manage conflicts of interest in the judicial system with a comparative approach, *Legal Journal of Justice*. 84 (109), 291-271. doi:10.22106/jlj.2020.105671. (In Persian)

C) Cases

44. Balston Ltd v. Headline Filters Ltd [1990] FSR 385.
45. Bell v. Lever Ltd, [1932] AC 161.
46. Broz v. Cellular Info. Sys., Inc., 673 A.2d 148, 157 (DeL 1996).
47. Demoulas v Demoulas Super Markets, Inc 677 NE2d 159 (Mass 1997).
48. Durfee v. Durfee & Canning, Inc., 80 N.E.2d 522, 529 (Mass. 1948).
49. FHR v Mankarious [2014] UKSC 45.
50. Guth v. Loft 5 A.2d 503, 505-507 (Del. 1939).
51. Gwembe Valley Development Co. Ltd v Thomas Koshy [2003] Civ 1048.
52. Hedger v Adams [2015] EWHC 2540 (Ch); [2016] 1 BCLC 257.
53. Hely-Hutchinson v Brayhead Ltd [1968] 1 QB 549, 585 (CA).
54. IDC v. Cooley, [1972] 1 WLR 443, at 451.
55. Industrial Development Consultants Ltd v Cooley [1972] 1 WLR 443.
56. Item Software (UK) Ltd v. Fassihi, [2004] EWCA (Civ) 1244.
57. Kerrigan v. Unity Savs. Ass'n, 317 N.E.2d 39, 43 -44 (Ill. 1974).
58. Lagarde v Anniston Lime & Stone Co., 126 Ala. 496, 28 So. 199 (1900).

-
59. Miller v. Miller, 222 N.W.2d 71, 81 (Minn. 1974).
 60. O'Donnell v Shanahan ([2008] EWHC 1973 (Ch).
 61. Personal Touch Holding Corp. v. Glaubach, C.A.No. 11199-CB (Del. 2019).
 62. Target Holdings Limited v Redfems [1996] 1 AC 421 (HL).
 63. Telxon Corp. v. Meyerson, 802 A.2d 257, 263 (Del. 2001).

D) Websites

64. <https://www.investopedia.com>
65. http://s23.q4cdn.com/702696462/files/doc_governance/2021/Corporate-Governance-Code-2021.pdf USCGC. 2.10.1. (d)
66. https://law.upenn.libguides.com/biddle_archives/ali.
67. <https://fortune.com>

E) Thesis

68. Meurkens, Renée Charlotte. (2014). Punitive damages: the civil remedy in American law, lessons and caveats for continental Europe. [Doctoral Thesis, Maastricht University]. Wolters Kluwer Business. <https://doi.org/10.26481/dis.20141219rm>

F) Acts

69. ALI Principle of Corporate Governance 2022. (USA)
70. Companies Act 2006. (United Kingdom)
71. Delaware General Corporation Law Retrieved 2018. (USA)
72. The Company, Limited Liability Partnership and Business (Names and Trading Disclosures) Regulations 2015. (United Kingdom)
73. The United States Corporate Governance Code 2021. (USA)
74. Uniform Limited Liability Company Act 2006. (USA)