

تحلیل اقتصادی تعامل «دسترسی به اطلاعات» و «حفاظت از محرمانگی» در کارکرد اطلاع‌رسانی نهاد ثبت شرکت‌های تجاری

نسرین طباطبائی حصارى*

استادیار دانشکده حقوق و علوم سیاسی (مؤسسه حقوق تطبیقی) دانشگاه تهران

سروش صفی‌زاده

دانشجوی دکتری حقوق خصوصی دانشگاه تهران (پردیس فارابی)

(تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۷/۱۴ - تاریخ تصویب: ۱۳۹۹/۱/۲۴)

چکیده

کارکرد اطلاع‌رسانی از جمله کارکردهای حقوقی مورد انتظار از «سیستم‌های ثبت شرکت تجاری» در دنیا است. اما عدم شفاف‌سازی «مفهوم محرمانگی در اطلاعات شرکت‌های تجاری» سبب این ابهام شده که ثبت شرکت‌ها چگونه تعامل میان «دسترسی به اطلاعات» و «حفاظت از محرمانگی» را برقرار می‌سازد. این نوشتار مبتنی بر روشی توصیفی-تحلیلی و بر مبنای مطالعه تطبیقی مفهوم محرمانگی در حقوق آمریکا که خاستگاه طرح مفهوم حریم خصوصی برای اشخاص حقوقی است، به این نتیجه می‌رسد که اولاً دامنه محرمانگی در حوزه شرکت‌های تجاری بسته به نوع شرکت محدود به یکی از دو شاخه حریم خصوصی و اسرار تجاری است؛ ثانیاً نظام ثبت شرکت‌ها با سه مدل برای دسترسی به اطلاعات یعنی «مدل آزادی اطلاعات»، «مدل آزادی قراردادی» و «مدل طراحی حق دسترسی به اطلاعات ثبت‌شده» ممکن است مواجه شود که از این میان تأسیس «حق» دسترسی به اطلاعات می‌تواند راهکار تعادلی اتخاذشده توسط سیستم ثبت شرکت‌ها باشد که براساس عملکردی هوشمند و با تمرکز بر مفهوم «نوعی» اطلاعات قابل دسترسی مبتنی بر سنجش نیازمندی ذی‌نفعان اقدام به ارائه اطلاعات می‌کند و بر همین اساس به محافظت از قسمتی از اطلاعات شرکت‌ها تحت عنوان محرمانگی منجر می‌شود. امری که علاوه بر کاهش «هزینه معاملات»، «هزینه کنترل اطلاعات شرکت‌ها» را هم می‌کاهد.

واژگان کلیدی

حقوق ثبت، حریم خصوصی شخص حقوقی، حق دسترسی به اطلاعات ثبت‌شده، سر تجاری، کارکرد اطلاع‌رسانی.

۱. مقدمه

لزوم «دسترسی به اطلاعات» در کنار ضرورت حفاظت از «محرمانگی» دو اصل به ظاهر متعارضی‌اند که برقراری تعادل میان آن دو در حوزه اطلاعات شرکت‌های تجاری همواره مورد توجه بوده است (انصاری، ۱۳۹۳: ۱۸۱)؛ از یک سو حقوق خصوصی همواره به دنبال آن بوده است که میان «الزام به ارائه برخی اطلاعات» و «حق در حفاظت از سایر اطلاعات» تعادل برقرار کند (کوتر و یولن، ۱۳۹۲: ۲۶۸ و ۲۶۹)، لیکن در عمل به دلیل تأکید بر لزوم حفاظت از اطلاعات، بیشتر به نابرابری‌ها و عدم تقارن اطلاعاتی^۱ دامن زد و خروجی ای جز شکست بازار^۲ به دنبال نداشت (باقری، ۱۳۸۵: ۵۸). در سویی دیگر حقوق عمومی نیز با تأکید بر ارائه اطلاعات به‌طور «وسیع و حداکثری» بر مبنای اصل «لزوم دسترسی به اطلاعات» تعادل مدنظر را به نفع ذی‌نفعان و به ضرر شخصیت حقوقی شرکت تجاری از بین برد و در عمل نظام اقتصادی را با بحران کاهش تأسیس شرکت تجاری مواجه ساخت (McQueen, 2009: 49).

امروزه با ایجاد سیستم‌های ثبت شرکت‌های تجاری در نظام‌های حقوقی مختلف این اصل مورد پذیرش است که یکی از اهداف سیستم‌های مزبور ارائه اطلاعات ثبت شده به اشخاص ذی‌نفع در جهت ایجاد اعتماد و امنیت در تعاملات حقوقی با شرکت‌های تجاری است که از آن تحت عنوان «کارکرد اطلاع‌رسانی» سیستم ثبتی نام برده می‌شود (طباطبائی حصارى و زمانی، ۱۳۹۷: ۲۴۱)، لکن در تحلیل‌های ارائه‌شده اندیشمندان از این کارکرد سیستم ثبت شرکت‌ها، هیچ معیار مشخصی که بتواند دو اصل ظاهراً متعارض «آزادی دسترسی به اطلاعات» و «محرمانگی» را تجمیع کند، معرفی نشده است؛ به‌طوری‌که از یک سو برخی حقوقدانان با تأکید بر کارکرد اطلاع‌رسانی نهاد ثبت شرکت‌ها و مبتنی بر اصل شفافیت اطلاعات در حقوق عمومی، مبنای تأسیس نهاد مزبور را «ثبت اطلاعات شرکت‌ها و ارائه به اشخاص ثالث» در جهت فراهم ساختن زمینه تعاملات اقتصادی ایمن تحلیل کرده‌اند (وحیدی، ۱۳۹۵: ۵۱) و از سوی دیگر در برخی دیدگاه‌ها مبتنی بر راه‌حل‌های حقوق خصوصی، رسالت نظام ثبت حفاظت از اطلاعات محرمانه شرکت تجاری معرفی شده و به همین دلیل ارائه اطلاعات مستلزم اثبات «ذی‌نفعی متقاضی اطلاعات» دانسته شده است^۳ (ستوده تهرانی، ۱۳۹۲: ۴۱۴).

۱. Information Asymmetry - یکی از جنبه‌های ناتوانی بازار است که به موجب آن بخشی از عوامل بازار اطلاعاتی بیشتر از دیگری دارند و بازار در هماهنگی میان اطلاعات این دو گروه ناتوان است (باقری، ۱۳۸۵: ۵۸ و ۵۹).

۲. Market Failure - به زمینه‌هایی گفته می‌شود که بازار در تحقق شرایط رقابتی کامل ناموفق است (باقری، ۱۳۸۵: ۵۰).

۳. اگرچه این موضع مورد پذیرش حقوقدانان قرار ندارد، لیکن در رویه عملی سالیان متمادی ثبت شرکت‌ها اعتقاد به این اصل را به شدت محسوس می‌نماید (ستوده تهرانی، ۱۳۹۲: ۴۱۴؛ طباطبائی حصارى، ۱۳۹۶: ۵۶).

این نوشتار با رویکردی توصیفی تحلیلی و با توجه به مبانی و تحلیل‌های اقتصادی سعی در پاسخگویی به دو پرسش دارد: اولاً «محرمانگی» به‌عنوان تنها استثنای دسترسی به اطلاعات در حوزه شرکت‌های تجاری چه مفهوم و قلمرویی دارد؟ ثانیاً «نهاد ثبت شرکت‌ها» چگونه و با چه معیارهایی می‌تواند کارکرد بنیادین خود در اطلاع‌رسانی را با رعایت «دسترسی به اطلاعات» در کنار «محرمانگی» شرکت‌های تجاری ایفا کند؟ بر همین اساس با توجه به آنکه یکی از سؤالات مبانی در تعیین مفهوم و قلمرو کارکرد اطلاع‌رسانی سیستم ثبت شرکت‌های تجاری، تعیین مفهوم و قلمرو «محرمانگی» شرکت‌های تجاری است و با توجه به آنکه خاستگاه مفهوم محرمانگی در خصوص شرکت‌های تجاری و تئوری‌های مطروحه در آن، نظام حقوقی آمریکا است، پژوهش حاضر ابتدا بر مبنای مطالعه تطبیقی با نظام حقوقی آمریکا، به شناسایی مفهوم محرمانگی در نظام حقوق شرکت‌های تجاری ایران می‌پردازد و سپس با تشریح تعارض «دسترسی به اطلاعات» و «حفاظت از اطلاعات (محرمانگی)» و معرفی «مدل‌های حل تعارض» قابل تصور در چارچوب «کارکرد اطلاع‌رسانی سیستم ثبت شرکت‌ها»، مدلی را که دارای کارایی اقتصادی در حل این تعارض خواهد بود، معرفی می‌کند.

۲. محرمانگی

«محرمانگی» موقعیتی است که اشخاص به دلیل داشتن «اسرار» یا «حریم خصوصی» نمی‌توانند اطلاعاتی را در اختیار مخاطب قرار دهند. بنا به تعریف مذکور، محرمانگی در حقوق تجارت در دو قالب «حریم شخصی» و «اسرار تجاری» هویدا می‌شود؛ لیکن در حقوق شرکت‌های تجاری محرمانگی بنا به «نوع شرکت» می‌تواند تنها در یکی از این دو قالب مذکور نمایان شود. اصولاً شرکت‌های بزرگ با توسل به مفهوم «اسرار تجاری» و شرکت‌های کوچک‌تر نیز با توسل به مفهوم «حریم شخصی» دامنه دسترسی به اطلاعات خود توسط دیگران را محدود می‌کنند (Pollman, 2014: 2) در این بخش در دو قسمت به بررسی تفصیلی حریم شخصی و اسرار تجاری - به‌عنوان مصادیق محرمانگی - در نظام حقوق شرکت‌ها با نگاهی به حقوق ایالات متحده می‌پردازیم. مبنای اصلی برای تطبیق مقوله محرمانگی با حقوق شرکت‌های ایالات متحده، توجه به این امر است که از یک سو رویه قضایی و از سوی دیگر دکترین حقوقی در نظام حقوقی ایالات متحده خاستگاه نظریات متعدد در خصوص محرمانگی شرکت‌های تجاری و رژیم حقوقی حاکم بر آن است. این موضع در حالی رقم خورده است که در حقوق اروپا اساساً این مفهوم مورد توجه صاحب‌نظران قرار نگرفته و همچنان در زمره مباحث مبهم حقوقی باقی مانده است.

۲.۱. **حریم شخصی: مصداق محرمانگی در شرکت‌های مدل «نماینده خصوصی»**
 حریم شخصی را می‌توان قلمرویی از زندگی هر فرد دانست که انتظار دارد دیگران بدون رضایتش به آن وارد نشوند یا به اطلاعات آن دسترسی نداشته باشند (انصاری، ۱۳۹۳: ۵). با وجود عمق مباحث محققان در موضوعات دیگر در خصوص شرکت‌های تجاری همواره این سؤال نادیده گرفته شده است که آیا شرکت‌ها نیز دارای «حق قانونی حریم خصوصی» هستند؟ تفسیر لفظی ترکیب «حریم شخصی»، آن را ناظر بر اشخاص حقیقی قرار می‌دهد و اشخاص حقوقی را در بر نمی‌گیرد. در قانون اساسی و مقررات تجاری و ثبتی ایران و قانون انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات ایران نیز سخنی از شرکت‌ها و اشخاص حقوقی به‌عنوان یکی از دارندگان «حریم شخصی» به میان نیامده است. به این ترتیب به‌ناچار باید به دیگر منابع حقوق از جمله دکترین برای شناسایی اعمال این حق در حوزه اشخاص حقوقی - به‌طور خاص شرکت تجاری - مراجعه کرد. در ایالات متحده آمریکا، با توجه به آنکه قانون اساسی نه تنها به‌طور خاص سخنی از شرکت‌ها و اشخاص حقوقی به‌عنوان یکی از دارندگان «حریم شخصی» به میان نیاورده است، بلکه حتی فراتر از آن هیچ نص صریحی نسبت به شمول هیچ‌یک از حقوق اساسی نسبت به اشخاص حقوقی وجود ندارد (Pollman, 2014: 8) و قانون دسترسی آزاد به اطلاعات ایالات متحده نیز تنها به ذکر عبارت شخصی بدون تعیین مصداق واژه شخص بسنده کرده است. رویه قضایی درصدد پاسخگویی به این پرسش برآمد که آیا مجموعه حقوق «اشخاص اعتباری» همانند حقوق فردی «اشخاص حقیقی» است؟ و آیا شرکت‌ها می‌توانند به‌عنوان دارنده حریم شخصی از انتشار بخشی از اطلاعات به استناد استثنایی تحت عنوان حریم شخصی در قانون دسترسی آزاد به اطلاعات، برخوردار شوند؟ (Pollman, 2014: 8).

پاسخ به این پرسش را می‌توان در قالب سه دکترین مطرح کرد:

۲.۱.۱. دکترین شناسایی مطلق

در سال ۱۹۵۸ در پرونده NAACP v. Patterson در آمریکا، مسئولان ایالت آلاباما مدعی بودند که فعالیت‌های شرکت NAACP موجب آسیب‌های جبران‌ناپذیری به شهروندان این ایالت شده است. برای بررسی این موضوع دادگاه برای ارائه مدارک متعددی توسط شرکت NAACP از جمله فهرست اعضای گروه دستور داد. شرکت تمام داده‌های مورد نیاز به‌جز فهرست عضویت را ارائه داد؛ به‌واسطه عدم ارائه فهرست اعضای گروه، شرکت با جریمه صد هزار دلاری مواجه شد. لیکن این جریمه در دیوان عالی با این استدلال رد شد: (افشای اطلاعات مربوط به

فهرست اعضای گروه NAACP به محدود کردن اصل آزادی مشارکت منجر می‌شود، زیرا به عقیده دیوان رابطه‌های اساسی و مهم میان «آزادی مشارکت» و «حفظ حریم خصوصی شرکت» وجود دارد که شایان توجه است^۱. منطوق رأی دیوان که حریم شخصی را برای شرکت‌ها به‌طور مطلق شناسایی می‌کند، در ایران نیز طرفدارانی دارد. برخی حقوقدانان مبتنی بر دو استنباط از ماده ۵۸۸ قانون تجارت، نظریه مذکور را تأیید کردند. استنباط اول «اصل وحدت و تساوی شخصیت حقیقی و حقوقی در حقوق و تکالیف» است که مطابق آن شخص حقیقی و حقوقی از جهت حقوق و تکالیف جز در آنچه مقتضای ذات انسان باشد، همچون یکدیگرند. همچنین مبتنی بر اصل مزبور، موارد مشکوک نیز تابع اصل‌اند (صفا، ۱۳۹۰: ۳۶۵). براساس این تفسیر حقوق مختص انسان در موضع استثنایی قرار می‌گیرد و نیازمند تصریح قانون‌گذار است و چون چنین تصریحی در حوزه حریم شخصی وجود ندارد، دلیلی بر اختصاص به شخصیت حقیقی وجود نخواهد داشت، بنابراین حریم شخصی حقیقی مشترک میان اشخاص حقیقی و حقوقی است. استنباط دوم از این ماده، «قاعده استثنایی بودن عدم اهلیت اشخاص حقوقی در بهره‌مندی و اجرای حقوق» به دلیل ملازمه اهلیت با شخصیت است (صفا، ۱۳۹۰: ۳۶۶). بر این اساس حریم شخصی برای تمامی اشخاص حقوقی-اعم از شرکت‌های تجارتي و مؤسسات غیرتجاری- قابل شناسایی است و تفاوتی میان آنها در بهره‌مندی از این حق وجود ندارد.

۲.۱.۲. دکترین شناسایی نسبی

در دعوی United States v. Hubbard در سال ۱۹۷۸ دولت ایالات متحده آمریکا تقاضای افشای اسناد مهر و موم شده چندین عضو یک کلیسا را از دادگاه کرد. قاضی استنباط کرد کلیسا، حق حریم خصوصی برای جلوگیری از افشای اسناد محرمانه دارد، لیکن منشأ این حق را مشخص نکرد. در این رأی آمده است: «...درحالی‌که خصوصیات یک شخصیت حقوقی ممکن است آن را از داشتن حریم خصوصی بازدارد، لیکن یک قاعده کلی مبنی بر آنکه هر شخص حقوقی فاقد حریم شخصی است نمی‌توان وضع کرد. در عوض «ماهیت و اهداف نهاد شخصیت حقوقی و منافع مورد حمایت» می‌تواند به این پرسش پاسخ دهد که آیا یک شخص حقوقی دارای منفعت خصوصی محافظت‌شده در قالب حریم شخصی است یا خیر... کلیسا قطعاً بایستی منافع شخصی متمایزی از سایر انواع مؤسسات داشته باشد». آنچه وجه تمایز این رأی در جهت شناسایی دکترین جدید می‌گردد، تأکید رأی بر «عملکرد گزینشی در اعطای حق حریم خصوصی به اشخاص حقوقی»-اعم از شرکت‌های تجارتي و مؤسسات غیرتجاری- است.

1. <http://cdn.loc.gov/service/ll/usrep/usrep357/usrep357449/usrep357449.pdf>

2. <https://law.justia.com/cases/federal/appellate-courts/F2/650/293/429815/>

در ایران نیز در نظر برخی حقوقدانان در تفسیر ماده ۵۸۸ ق.ت. «دکترین شناسایی نسبی» حقوق و تکالیف اشخاص حقوقی بر مبنای معیار فایده‌گرایی رسوخ کرده، یعنی برای شناسایی حقوق و تکالیف اشخاص حقوقی، مفید بودن انتساب حقوق و تکالیف به آنها معیار است. اگرچه آنان در مقام بیان «تمایز میان اشخاص حقوقی» در برخورداری از حقوق و تکالیف نبودند؛ لیکن توجه به «فراوانی معاملات شرکت و لزوم حمایت از اشخاص ثالث» (کاوایی، ۱۳۹۵: ۱۲۳-۱۲۲). در کنار تأکید بر «مطالعه موردی» هریک از حقوق و تکالیف در شرایط و مسئله موردنظر، به جای ارائه «نظریه عمومی» بهره‌مندی شرکت تجاری از حقوق و تکالیف (کاوایی، ۱۳۹۵: ۱۲۷) این نکته را به ذهن متبادر می‌کند که تفسیر مضیق و شخصی از حق حریم خصوصی در جهت «شناسایی موردی» این حق مورد پذیرش است.

۳. ۱. ۲. دکترین عدم شناسایی

در سال ۲۰۱۱ در پرونده F.C.C v. AT&T شرکت AT&A درخواست ارائه اطلاعات مربوط به هزینه‌های یک قرارداد آموزشی توسط طرف دعوا را به استناد آنکه اطلاعات مزبور در حوزه حریم خصوصی قرار دارد، رد کرد. لکن دادگاه این استدلال را نپذیرفت و رأی داد: «... غالباً از کلمه «شخصی» در معنای متضاد ارتباط تجاری و حوزه کسب‌وکار استفاده می‌کنیم. برای مثال از ترکیب «هزینه‌های شخصی» در برابر «هزینه‌های کاری و تجاری»، از «زندگی شخصی» در برابر «زندگی کاری» صحبت می‌کنیم. از سوی دیگر واژه‌نامه‌ها نیز واژه شخصی را معمولاً به اشخاص مصنوعی مانند شرکت‌ها مربوط نمی‌دانند؛... و هیچ قانون و حکمی دادگاه به «حریم شخصی شرکت‌ها» اشاره نکرده است. اضافه بر این رساله‌های چاپ‌شده از زمانی که کنگره قصد اعتبار استثنائات را داشته است نیز نشان می‌دهد که حریم شخصی حداقل برای شرکت‌ها اعمال نمی‌شود». از استدلال دادگاه برمی‌آید حریم شخصی به‌عنوان یک حق مختص به انسان است، در ایران نیز اعتقاد به این دکترین را در نظریات اساتید حقوق بشر می‌توان یافت. بنا به تفسیر این حقوقدانان مبنای اصلی حریم شخصی را می‌توان در اعلامیه جهانی حقوق بشر و میثاق بین‌المللی حقوق مدنی و سیاسی یافت که قانون‌گذار «حمایت از حق حریم شخصی» و «عدم لطمه زدن به آبرو و حیثیت افراد» را در یک ماده واحد و ملازم با یکدیگر ذکر کرده است؛ این امر دلالت دارد نقض حریم خصوصی، آبرو و حیثیت افراد را به خطر می‌اندازد؛ از این رو وجود آن مانع از درهم شکستن آزادی انسان‌ها و استفاده ابزاری از آنها می‌شود (انصاری، ۱۳۹۳: ۶). با توجه به تأکید این استادان بر نیاز فطری انسان به حریم شخصی و مبانی این حق در حمایت از آزادی، استقلال، آبرو و حیثیت افراد (انصاری، ۱۳۹۳: ۶) شکی باقی نمی‌ماند که در نظر آنها اساساً تصور حریم شخصی برای غیر انسان محال است.

۴.۱.۲. دکتترین مورد پذیرش

نظام‌های حقوقی با الهام از سه تئوری مذکور، حقوق و تکالیف مفروض شخص حقوقی را به دو بخش «حقوق فردی»^۱ و «حقوق اشتقاقی»^۲ تقسیم می‌کنند. این دسته‌بندی اشاره دارد که آیا یک حق به صورت «اختصاصی برای انسان» وجود دارد یا به صورت «اشتراکی میان شخص حقیقی و حقوقی» هم می‌تواند موجود باشد (Pollman, 2014: 12,13). برای مثال حق رأی دادن تنها به ذات حقیقی انسان اعطا می‌شود و نمی‌تواند توسط شخص حقوقی مورد ادعا باشد. در مقابل حق مالکیت دارای طبیعت غیراختصاصی است و اشتقاقی محسوب می‌شود.

در دوران میان حقوق اصلی و اشتقاقی، ماده ۵۸۸ نمایانگر اصل اشتقاقی بودن حقوق است؛ لیکن همه اشخاص حقوقی از حقوق اشتقاقی یکسانی برخوردار نیستند. در ایالات متحده رویه قضایی اعطای حقوق اساسی و حمایت از شرکت‌ها را بر مبنای «اصل تساوی شخصیت حقیقی و حقوقی» انجام نمی‌دهد و در عوض دکتترین شخصیت حقوقی شرکت بر این اصل استوار است که شخصیت حقوقی هم «تنها برای اینکه حقوق مشارکت‌کنندگان در آن حفظ شود»، «می‌تواند» از این محافظت‌ها برخوردار شود (Pollman, 2014: 11). ماده ۵۸۸ ق.ت. ایران نیز همسو با این تفسیر است. کاربرد الفاظ «می‌تواند» و «شود» در ماده مذکور مبین آن است که اختصاص حقوق مشتق‌شده را باید براساس تمایز میان شرکت‌های مختلف جست، زیرا نمی‌توان تمام آنها را نماینده گروه خاصی از افراد دانست. براساس تفسیر مذکور برای آنکه شرکتی واجد حریم شخصی باشد، باید شخصیت حقوقی شرکت در خدمت شخصیت حقیقی سهامداران باشد؛ یعنی شرکت تجارتي به «نماینده سهامداران» تفسیر می‌شود. در نتیجه این گروه از شرکت‌ها به موجب «حقوق اساسی یا بنیادین بشر» اختصاص یافته به افراد و اشخاص حقیقی، مورد محافظت قرار می‌گیرند (Wolfe, 1993: 1675).

در مقابل، شرکت‌های بزرگ متشکل از افرادی هستند که هرگز همدیگر را ندیده‌اند و در مقام‌ها و پست‌های مختلفی مشغول فعالیت‌اند. این شرکت‌ها که به «بازیگران عمومی»^۳ -به دلیل شباهت ساختاری به دولت- مشهورند، نه فقط در برابر سهامداران، بلکه در برابر دیگر اعضای جامعه نیز مسئول‌اند. آنها دارای وظایف عمومی‌اند و هر گونه عملی که اشخاص ذی‌صلاح شرکت به نام شخصیت حقوقی انجام می‌دهند، مورد بازرسی و بازبینی عموم قرار خواهد گرفت و در صورت فقدان استانداردهای کافی نقض خواهد شد (Wolfe, 1993: 1675). در این شرکت‌ها این شخصیت حقیقی افراد است که در خدمت شخصیت حقوقی است؛ به طوری که اگر فردی به هر دلیلی نتواند به درستی عمل کند، فرد دیگری جای او را می‌گیرد. بر این اساس

1. Purely Personal or Individual Rights
2. Derivatively or Instrumental Rights
3. Public Actors

باید اذعان داشت که بیشتر شرکت‌های مدرن فاقد حق حریم خصوصی باشند؛ لیکن حریم خصوصی برای شرکت‌های تجاری به‌طور مطلق انکار نمی‌شود، زیرا برخی شرکت‌ها ممکن است توسط گروه‌های کوچکی از افراد و با هدف تأمین منافع همان افراد تشکیل شوند و به همین دلیل است که می‌توانند مدعی حریم خصوصی باشند (Pollman, 2014: 2).

۲.۲. اسرار تجاری: مصداق محرمانگی در شرکت‌های مدل «بازیگر عمومی»

قانون متحدالشکل اسرار تجاری ایالات متحده (یوتسا)^۱ اسرار تجاری را اطلاعاتی مثل فرمول‌ها، تکنیک‌ها و... می‌داند که: اولاً دارای ارزش اقتصادی واقعی یا بالقوه به‌دلیل عدم افشای عمومی و عدم قابلیت دسترسی توسط اشخاصی که می‌توانند با افشا و استفاده از آنها سود اقتصادی به‌دست آورند، است؛ ثانیاً تلاش‌های متعارفی برای حفظ محرمانگی‌اش شده باشد. مشابه این تعریف در ماده ۶۵ قانون تجارت الکترونیک ایران به‌عنوان تنها نص قانونی در خصوص اسرار تجاری در نظام حقوق تجارت نیز دیده می‌شود. «نظریه کارایی اقتصادی» ملازمه با لحاظ «حداقل شرایط» برای تحقق عنوان سر تجاری دارد، زیرا شرایط کمتر، هزینه کمتری در رسیدگی به دعاوی مربوط به سر تجاری را در پی خواهد داشت.

استفاده از اصطلاح «شامل» در قوانین مذکور نشان می‌دهد تقریباً هر نوع اطلاعاتی به‌صورت بالقوه، تحت این دو قانون محافظت می‌شود و این اطلاعات محدود به موارد تصریح شده نیست. همچنین در پرونده Economy Roofing & Insulating v. Zumaris در بخشی از رأی دیوان عالی آیووا آمده است: (...تقریباً هر مجموعه‌ای از اطلاعات تا زمانی که افشای عمومی نشود، می‌تواند مشمول عنوان اسرار تجاری قرار گیرد. اگر افشا نشود دو دارنده را از یک مزیت اقتصادی برخوردار کند، به‌عنوان اسرار تجاری تلقی گردد).^۲

در برخی قوانین ایالات متحده شرط «استفاده از اطلاعات» برای صدق عنوان اسرار تجاری مطرح است.^۳ در ایران نیز برخی حقوق‌دانان با تعریف موضوع قابل حمایت در نظام اسرار تجاری با عنوان «ایده افشانشده»^۴ که به‌طور ضمنی دلالت بر لزوم «قابلیت استفاده سر تجاری» دارد، این معیار را مورد پذیرش قرار داده‌اند (شیخی، ۱۳۹۴: ۱۷۷). لیکن از آنجا که یوتسا و ق.ت. الکترونیک ایران اسرار تجاری را اطلاعاتی می‌دانند که افشای عمومی نشده، باید قائل بود که

1. Uniform Trade Secrets Act(UTSA)

2. <https://law.justia.com/cases/iowa/supreme-court/1995/94-575-0.html>

3. Restatement of Torts section 757, Comment b.

۴. ایده‌ای است که در اثر مهارت و ذوق و خلاقیت پدیدآورنده از مرحله ایده عمومی خارج شده و یک کالای فکری محسوب می‌گردد (شیخی، ۱۳۹۴: ۲۶۱).

«استفاده واقعی از اطلاعات» توسط دارنده شرط اطلاق عنوان «سر تجاری» بر این اطلاعات نیست. به علاوه، شرط «قابلیت استفاده از اطلاعات» برای ورود آن اطلاعات در قلمرو اسرار تجاری، سبب خروج دسته مهمی از اطلاعات از این قلمرو خواهد شد که ارزشمندی آنها در عدم بهره‌برداری و استفاده است و به «دانش عدم استفاده» معروف‌اند (Quinto & Singer, 2009: 2,3). بنابراین، محرمانگی به عنوان مهم‌ترین رکن و تنها ویژگی اطلاعات موضوع نظام حقوقی اسرار تجاری مدنظر است و «مال انگاری» و «ارزش اقتصادی» اسرار تجاری صرفاً به دلیل همین وصف است. همین وصف محرمانگی اسرار تجاری را به تنها شاخه مالکیت صنعتی تبدیل کرده که نه تنها بدون آنکه ثبت شود دارای حمایت است، بلکه این حمایت تنها تا زمانی جاری است که ثبتی صورت نگیرد، زیرا دریافت سند قانونی باید با ذکر مشخصات و موضوع صنعت باشد که در خصوص اسرار تجاری همین حداقل نیز مستلزم افشاست، از این رو این مسئله حمایت بدون ثبت در این نظام را توجیه می‌کند (شیخی، ۱۳۹۴: ۴۷۳ و ۴۷۴). شایان توجه است که مبنای مال‌انگاری اسرار تجاری، گسترش قلمرو شرکت‌ها از مدل «نمایندگی خصوصی» سهامدارانشان به مدل «بازیگر عمومی» است (شیخی، ۱۳۹۴: ۱۵۳ و ۱۵۴)، از این رو مقوله سر تجاری به عنوان ابزاری برای حفاظت از محرمانگی تنها برای شرکت‌های بزرگ که بازیگر عمومی‌اند، قابل تصور است و حمایت از اطلاعات محرمانه شرکت‌های کوچک در قالب مفهوم حریم خصوصی کفایت می‌کند.

۳. تشریح تعارض «دسترسی به اطلاعات» و «حفاظت از محرمانگی» در جهت ارائه راهکار کارآمد

نظریه «حاکمیت شرکتی» نظریه‌ای است که برای بازتعریف روابط میان ارکان شرکت ارائه شده است. یکی از مشکلاتی که حاکمیت شرکتی همواره با آن مواجه است، تعارض منافع سهامداران و ذی‌نفعان است که الزاماً هماهنگ با یکدیگر نیست (یحیی‌پور، ۱۳۹۲: ۷۳-۶۳). تعارض مورد بحث نیز از این جنس است. در این قسمت ابتدا مبنای اقتصادی این دو حق متعارض بحث می‌شود و سپس با تحلیل دو راهکار کنترل اطلاعات به صورت «مورد به مورد توسط خود شرکت» و «کنترل توسط نهاد ثبت شرکت‌ها»، کارآمدی نهاد ثبت شرکت‌ها ثابت می‌شود.

۳.۱. مبنای اقتصادی لزوم «دسترسی به اطلاعات» در راستای منافع ذی‌نفعان

ذی‌نفع هر شخصی است که بدون داشتن سهم می‌تواند بر موفقیت شرکت تجاری در رسیدن به هدفش تأثیرگذار باشد یا از آن تأثیر پذیرد (Friedman & Miles, 2006: 1). دایره ذی‌نفعان در گذر زمان به تدریج گسترده شده و امروز به عقیده برخی حقوقدانان دربرگیرنده کل جامعه

(اعم از افراد داخل و خارج از شرکت) است، از این رو حاکمیت شرکتی در کنار حفظ اعتماد سهامداران باید به سلامت اقتصادی جامعه و همه ذی‌نفعان توجه کند (یحیی‌پور، ۱۳۹۲: ۲۳). این مفهوم از ذی‌نفع را می‌توان در چارچوب نظریه «شهروندی شرکت» توجیه کرد؛ انجمن جهانی اقتصاد مفهوم شهروندی شرکت را مفهومی برای ورود به جامعه تعریف کرده است. تأکید این نظریه بر شیوه‌ای است که شرکت در آن ارتباطات اقتصادی، اجتماعی و محیط زیستی خود را با افراد و گروه‌های مختلف بخصوص سهامداران، کارکنان، مشتریان، شرکای تجاری، دولت‌ها و جامعه تعیین می‌کند (Gardberg & Fombrun, 2006: 329). این مفهوم به مجموعه فعالیت‌های اجتماعی-اقتصادی اشاره دارد که شرکت‌ها اغلب به‌عنوان عضوی از اعضای جامعه انجام می‌دهند. هنگامی که رژیم حقوقی تجارت و کسب‌وکار امتیازاتی به شرکت تجاری اعطا می‌کند، مسئولیت‌هایی را صریح یا ضمنی نیز به آن تکلیف می‌کند (Gardberg & Fombrun, 2006: 330). وجود «محیطی شفاف» از سازمان شرکت‌های تجاری به‌گونه‌ای که بتواند حس اعتماد و امنیت را در اشخاص برانگیزد، از لوازم این ارتباط اقتصادی و اجتماعی است که در اولین نظام‌های حقوق شرکت‌ها نیز مدنظر بوده و مبتنی بر این باور است که تحقق این موضوع جز از طریق «دسترسی به اطلاعات» امکان‌پذیر نیست (McQueen, 2009: 44). از جمله مسئولیت‌هایی که به شرکت‌های تجاری در جهت تحقق مفهوم شهروندی شرکت تکلیف شده، ایجاد تصور شفاف از محیط سازمانی شرکت تجاری برای جامعه است، زیرا ارزیابی فعالیت شرکت تجاری و بهتر رقم خوردن ارتباطات را برای مردم ممکن می‌کند (Chan & Milne, 2013).

۳.۲. مبنای اقتصادی لزوم حفاظت از «محرمانگی» در راستای منافع سهامداران

اگرچه در نظریه‌های پس‌انئوکلاسیک دیدگاه مالک‌محوری سهامداران از بین رفته است و امروزه شرکت تجاری دیگر ملک سهامداران محسوب نمی‌شود، لیکن نمی‌توان این موضوع را کتمان کرد که حتی اگر سهامداران، مالکان شرکت هم محسوب نشوند، باید از دیگر ذی‌نفعان شرکت، متمایز و تفکیک شوند. مبنای این تفکیک را می‌توان در نظریه بنگاه به‌عنوان «مجموعه‌ای از روابط قراردادی» یافت. این نظریه بنگاه را صرفاً «فروض قانونی» می‌داند و واقعیت آن در عالم خارج را تعدادی قرارداد بین عوامل مختلف تولید-اعم از سهامداران یا دیگر ذی‌نفعان درون شرکتی - می‌پندارد (Jensen & Meckling, 1976: 5,6). با این حال جنس رابطه قراردادی سهامداران و ذی‌نفعان دو گونه متفاوت است؛ اولاً ذی‌نفعان مدعی مبلغ مشخص و ثابتی از بنگاه هستند، درحالی‌که سهامداران مدعی باقیمانده و مازادند؛ ثانیاً ذی‌نفعان نسبت به سهامداران اولویت دارند و این حق اولویت نسبت به پرداخت ادعای خود به‌طور

کامل است؛ لیکن سهامداران حق دریافت آنچه پس از پرداخت مبلغ مورد ادعای ذی‌نفعان صورت می‌گیرد، دارند (Fisch, 2006: 656).

این تحلیل نمایانگر آن است که همواره سهامداران شرکت وابستگی اقتصادی بیشتر و بالتبع خطرهای بیشتری نسبت به گروه‌های ذی‌نفع به‌خصوص در کشورهای دارای مدل حاکمیت شرکتی داخلی که مبتنی بر حالت متمرکز و سهامداران کنتزلی است، متحمل می‌شوند و بر این اساس باید منافع آنها در ارجحیت باشد و از حقوق بیشتری نسبت به سایر ذی‌نفعان برخوردار شوند که از جمله آن، لزوم «حفظ محرمانگی» برخی اطلاعات شرکت به نفع آنهاست.

۴. شناسایی راهکارهای رفع تعارض منافع اطلاعاتی سهامدار-ذی‌نفع و اتخاذ راهکار کارآمد

مباحث قبلی نشان داد که از یک سو تأمین منافع ذی‌نفعان لزوم دستیابی حداکثری به اطلاعات اشخاص حقوقی را و از سوی دیگر تأمین منافع سهامداران شرکت تجارتي، لزوم حفاظت از محرمانگی و عدم افشای اطلاعات شرکت تجارتي را در قالب کارکرد اطلاع‌رسانی نظام ثبت شرکت‌ها مطرح می‌سازد. برای حل این تعارض، سه راهکار قابل تصور است.

۴.۱. راهکارهای حل تعارض منافع

۴.۱.۱. مدل آزادی اطلاعات^۱

آزادی اطلاعات به معنای حق افراد جامعه نسبت به آگاهی از اطلاعات موجود در همه نهادهای عمومی و دولتی از جمله نهاد «ثبت شرکت‌های تجاری» است (انصاری، ۱۳۸۷: ۲۰۶). در این مفهوم، همواره رابطه یکسویه حق و تکلیف برقرار است؛ بدین معنا که عموم جامعه به‌عنوان ذی‌حق مطلق نسبت به اطلاعات موجود در مؤسسات عمومی و گاه غیرعمومی شناسایی می‌شوند و نهادهای مذکور صرفاً در این رابطه نقش تکلیفی بر عهده دارند که اطلاعات موجود را به اشخاص مذکور ارائه دهند (انصاری، ۱۳۸۷: ۲۰۶). پیش‌فرض حاکم بر دکتترین آزادی اطلاعات نظریه نمایندگی سنتی است؛ یکی از نویسندگان در تشریح این نظریه و نقش بنیادین آن در شکل‌گیری مفهوم آزادی اطلاعات معتقد است: «در یک جامعه مردم‌سالار کل حکومت و اطلاعات آن به مردم تعلق دارد و حاکمان و مدیران جامعه به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم نماینده و وکیل مردم هستند. بر این اساس همان‌طور که هر مالکی می‌تواند به دارایی خود دسترسی داشته باشد و از کم و کیف آن مطلع شود، اطلاعات موجود

در دستگاه‌های حکومتی نیز به مردم تعلق دارد و به‌عنوان موکل هر زمانی می‌توانند از وکیل خود بخواهند تا حساب دوره تصدی خود را پس دهد» (انصاری، ۱۳۸۶: ۱۴۲ و ۱۴۳). این مبنا دقیقاً همان موضوعی است که آزادی اطلاعات را به‌عنوان یکی از مدل‌های پیشنهادی در کنترل تعارض منافع سهامدار-ذی‌نفع مطرح می‌سازد. بر اساس این استدلال اقدامات کنترل‌کنندگان شرکت‌های تجاری به وکالت از قشر عظیمی از سهامداران و ذی‌نفعان صورت می‌پذیرد و آنها تنها به‌عنوان «وکیل و نماینده» سهامداران عمل نمی‌کنند، بلکه در سیاست‌گذاری‌های خود باید حقوق ذی‌نفعان را نیز ملحوظ دارند (یحیی‌پور، ۱۳۹۲: ۳۵). چارلز هیل^۱ و توماس جونز^۲ معتقدند برای آنکه ذی‌نفعان تشخیص دهند که آیا واقعاً مدیران در راستای منافع آنها اقدام کرده‌اند، باید به‌صورت مداوم و آزادانه به اطلاعات شرکت‌ها دسترسی یابند (Hill & Jones, 1992: 140). بنابراین اجرای «کارکرد اطلاع‌رسانی سیستم ثبت شرکت‌ها» بر مبنای این مدل مستلزم ارائه حداکثری اطلاعات به ذی‌نفعان و بدون اعمال هیچ محدودیتی است.

مدل آزادی اطلاعات که امروزه بر مبنای «شیوه‌نامه انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات بنگاه‌های اقتصادی عمومی» مصوب ۱۳۹۷ کمیسیون انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات در حوزه شرکت‌های عمومی پیاده‌سازی شده است، رژیم حقوقی حاکم بر اطلاعات شرکت‌های تجاری و در نتیجه «نهاد ثبت شرکت‌ها» را در مقام ارائه اطلاعات عملاً به نهادی منفعل تبدیل می‌کند که باید به صرف خواست متقاضیان ارائه اطلاعات نماید و گاه بدون آنکه درخواستی از جانب آنها صورت پذیرد، به ارائه هرچه بیشتر اطلاعات بپردازند^۳، مگر آنکه با تصریح قانون یا حکم دادگاه اطلاعات موردنظر در چارچوب استثنائات دسترسی به اطلاعات قرار گیرد.^۴



1. Charlews.L.Hill
2. Thomas M.Jones

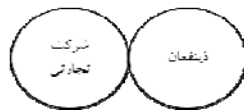
۳. شش ماده از این مصوبه هشت ماده‌ای دلالت بر اطلاعاتی دارد که باید توسط بنگاه‌های مذکور مورد افشا قرار گیرد (مواد ۱ تا ۶).

۴. براساس ماده ۷ مصوبه مذکور مدیر شرکت تنها در صورت تأیید کمیسیون انتشار می‌تواند اطلاعات بنگاه اقتصادی را در چارچوب استثنائات افشا به مدت محدودی مورد محافظت قرار دهد.

۲.۱.۴. مدل آزادی قراردادی^۱

بر اساس نگرش «ازدیاد سود» شرکت‌های تجاری، هدف «نهاد ثبت شرکت‌ها» به‌عنوان یکی از ابزارهای تنظیم رژیم حقوق شرکت‌ها آن است که به بهترین شکل رابطه میان دو گروه مدیران و سهامداران را تنظیم کند. تأکید دکتترین مذکور بر دو گروه مدیران و سهامداران سبب می‌شود تنظیم روابط با گروه‌های ذی‌نفع از حوزه حقوق شرکت‌ها و در نتیجه «نهاد ثبت شرکت‌ها» خارج شده و داخل شاخه دیگری به نام حقوق قراردادها شود (طوسی، ۱۳۹۳: ۲۹۹-۲۹۸). مبنای حقوقی نظام حقوق قراردادها «حمایت از شخص دارنده اطلاعات» است. بر این اساس منطق حقوق قراردادی اگرچه از ارائه اطلاعات حمایت می‌کند، لیکن این حمایت در چارچوب نظریه حقوقی «بگذار خریدار مواظب خود باشد»^۲ به‌گونه‌ای است که شخص جاهل تنها در اندک مواردی تحت حمایت قانونی قرار می‌گیرد. این موضوع سبب می‌شود انگیزه کافی برای شخص جاهل در کسب اطلاعات باقی بماند (انصاری، ۱۳۹۳: ۳۶۲). در نظام مذکور ارائه اطلاعات تا جایی الزامی است که به اشتباه مؤثر نسبت به موضوع قرارداد- به‌گونه‌ای که موضوع واقعی با معنای قراردادی آن مطابق نباشد- نینجامد و در سایر موارد اصولاً اشتباه ناشی از جهل هیچ‌گونه خللی به نفوذ عقد وارد نمی‌سازد^۳ (انصاری، ۱۳۹۳: ۳۶۱-۳۶۰)، زیرا این موضوع مردم را به کسب اطلاعات تشویق می‌کند و از این نظر کارایی مدنظر حقوق قراردادی در ایجاد انگیزه نسبت به کسب اطلاعات را بهبود می‌بخشد. بنابراین اگر یکی از اصول حاکم بر نظام حقوق قراردادها را «اصل عدم ارائه اطلاعات» یا «ارائه حداقل اطلاعات» بدانیم بیراه نگفته‌ایم.

در چارچوب این مدل «کارکرد اطلاع‌رسانی نهاد ثبت شرکت‌ها» نسبت به ذی‌نفعان را می‌توان ارائه اطلاعات کلی نسبت به وضعیت شرکت تجاری تا حدی که موجب آشنایی اجمالی نسبت به شرکت تجاری گردد، قلمداد کرد و نسبت به موارد جزئی‌تر-همچون عملکرد شرکت- آنها را معاف از تکلیف ارائه اطلاعات به ذی‌نفعان کرد. همچنین مطابق متدولوژی حقوق قراردادها، برای الزام به ارائه هر گونه اطلاعات بیشتر ذی‌نفعان باید با مراجعه به دادگاه و اثبات تعهد کنترل‌کنندگان اطلاعات به ارائه اطلاعات یا وجود قوانین مطرح خاص اطلاعات موردنظر خود را اخذ کرد (کوتر و یولن، ۱۳۹۲: ۲۹۸-۲۹۵).



1. Freedom of contract
2. Coveat emptor

۳. ماده ۲۰۰ قانون مدنی: اشتباه وقتی موجب عدم نفوذ معامله است، که مربوط به خود موضوع معامله باشد.

۳.۱.۴. مدل طراحی «حق» دسترسی به اطلاعات ثبت شده^۱

از جمله مدل‌هایی که در نظام‌های حقوقی مختلف برای آشتی دادن دو هدف متعارض «دستیابی به اطلاعات» و «محرمانگی اطلاعات» به منظور ایجاد اعتماد و امنیت در تعاملات میان شرکت تجاری و ذینفعان مورد پیشنهاد اندیشمندان قرار گرفته، تأسیس «حق دسترسی به اطلاعات ثبت شده» در سیستم «ثبت شرکت‌های تجاری» است (طباطبائی حساری و زمانی، ۱۳۹۷: ۲۲۸-۲۲۹). نهاد ثبت شرکت‌ها در این روش را می‌توان به‌عنوان «برقرارکننده تقارن اطلاعاتی» معرفی کرد که از یک سو با اطلاع‌رسانی نسبت به وضعیت حقوقی شرکت تجاری اسباب آگاهی ذینفعان را فراهم می‌آورد و سبب تقارن اطلاعات میان متعاملان در معاملاتی که یکی از طرفین آن شرکت تجاری است می‌شود و از سوی دیگر با گزینش اطلاعات بر مبنای نیاز ذینفعان و عدم ثبت اطلاعات محرمانه، منافع سهامداران را نیز مدنظر قرار می‌دهد؛ روشی که تحت عنوان مدل «حق دسترسی به اطلاعات» مطرح می‌شود. برای شناسایی «شیوه کنترل» باید توجه داشت که اطلاعات ثبت شده در نهاد ثبت شرکت‌ها به دو دسته «اطلاعات مرجع» و «اطلاعات مالی اقتصادی» قابل تقسیم هستند. بحث حفاظت از محرمانگی در کنار دسترسی به اطلاعات در حوزه هر دو دسته اطلاعات اخیرالذکر مطرح است؛ لیکن به واسطه آنکه نهاد ثبت شرکت‌ها بسته به نوع اطلاعات شیوه متفاوتی در ارائه دارد، تقسیم‌بندی مذکور ارائه می‌شود.

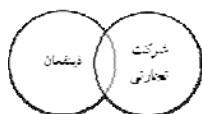
۱.۳.۱.۴. اطلاعات مرجع^۲

«داده‌ها یا اطلاعات مرجع» اطلاعات مربوط به شناسایی شخصیت و هویت حقوقی شرکت تجاری و صاحبان و دارندگان حق امضای آن است (The Trade Associations Global LEI Proposal, 2011:1)؛ از آنجا که داده‌ها و اطلاعات مرجع در شناسایی شرکت تجاری و اهلیت آن اهمیت زیادی دارد، ارائه اطلاعات هویتی که به شناسایی منحصر به فرد شرکت تجاری توسط ذینفعان منجر شود، ضروری می‌نماید. در این زمینه سیستم ثبت اطلاعات شرکت‌های تجاری، درصدد تعریف مجموعه اطلاعاتی است که در کنار حفاظت از محرمانگی، نیاز ذینفعان را در شناسایی شخص حقوقی برطرف سازد؛ این اطلاعات عبارت‌اند از: شماره شناسایی، نام حقوقی شرکت، وضعیت (فعال یا غیرفعال)، محل تشکیل (ثبت)، قالب شخصیت حقوقی شرکت تجاری، اطلاعات مربوط به کنترل‌کنندگان شرکت تجاری (سهامداران کنترلی بالای ۵۰ درصد و مدیران)، طبقه‌بندی صنعتی، تاریخ‌ها (شامل تاریخ مربوط به تشکیل و سازمان‌دهی مؤسسه، تاریخ انحلال و تاریخ ثبت) (Powell et al., 2011: 3).

1. Right to access registered information
2. Reference data

۲.۳.۱.۴. اطلاعات مالی و اقتصادی^۱

شرکت‌های تجارتي - چه کوچک چه بزرگ - آمارهای گسترده‌ای در مورد وضعیت اقتصادی خود تولید می‌کنند، لیکن ارائه تمامی این اطلاعات، محرمانگی شرکت تجارتي را به خطر می‌اندازد. با توجه به آنکه اصولاً اهمیت این اطلاعات برای ذی‌نفعان ارزیابی شرکت و تصمیم‌گیری در مورد سرمایه‌گذاری یا نظارت بر عملکرد قانونی شرکت تجارتي است (Kundu, 2019: 6) و جزئی‌نگری در این اطلاعات - به‌گونه‌ای که در اطلاعات مرجع صورت پذیرفت - برای آنها مطلوبیت ندارد، نظام ثبت شرکت‌ها برای آنکه از یک سو بتواند نیاز ذی‌نفعان را برطرف کند و از سوی دیگر از منافع شرکت‌ها محافظت کند، سیستم گزارش‌های دوره‌ای را پیش‌بینی کرده است (Keller, 2014: 64). این روش علاوه بر آنکه نیاز ذی‌نفعان را تأمین می‌کند، شرکت‌ها را نیز از ارائه اطلاعات جزئی مربوط به فعالیت‌های اقتصادی معاف می‌کند. این گزارش‌ها معمولاً به صورت سالیانه و پس از تشکیل مجامع عمومی و با تصویب اطلاعات توسط اکثریت به ثبت شرکت‌ها ارائه می‌شود (Kundu, 2019: 2).



۲.۴. شناسایی مدل کارآمد حل تعارض در سیستم ثبت شرکت‌ها

رینر کراکمن^۲ و همکارانش در کتاب «آنانومی حقوق شرکت‌ها» این پرسش را مطرح کرده‌اند که کارآمدی در ظرف حقوق شرکت‌ها اساساً چه مفهومی دارد و به تحلیل آن پرداخته‌اند. آنها معتقدند: «هدف کلی حقوق شرکت‌ها به‌عنوان یک چالش قانونی همانند هر حوزه حقوقی دیگری احتمالاً خدمت به منافع «جامعه به‌عنوان یک کل» است. اگر بخواهیم صریح‌تر بگوییم، مطلوب و غایت نظام حقوق شرکت‌های تجارتي، پیشبرد رفاه کلیه افراد از جمله سهامداران، کارمندان، تأمین‌کنندگان، مشتریان و همچنین اشخاص ثالثی مانند جوامع محلی و ذی‌نفعان است که از فعالیت شرکت متأثر می‌شوند. این موضوعی است که اقتصاددانان از آن به‌عنوان رفاه کلی و عمومی جامعه یاد می‌کنند» (Kraakman et al., 2017: 22). بنابراین می‌توان مفهوم کارایی در ظرف حقوق شرکت‌ها و در نتیجه در «نهاد ثبت شرکت‌ها» را که از ابزارهای تحقق حقوق شرکت‌هاست، رسیدن به «وضعیت تعادلی میان کلیه گروه‌های متأثر از فعالیت شرکت» تجارتي تلقی کرد که در چارچوب آن برآیند تمامی نیروها صفر است (طوسی، ۱۳۹۳: ۶۶). مقصود

1. Financial or Economic data
2. Reiner Kraakman

از برآیند صفر آن است که در مسئله تعارض منافع می‌تواند که ممکن است در دسترسی به اطلاعات در نهاد ثبت شرکت‌ها میان گروه‌های مختلف یعنی سهامداران، مدیران و ذی‌نفعان رخ دهد، اگر طرفین این مسئله را در دو کفه ترازو قرار دهیم، «نهاد ثبت» مکلف به نگرش داشتن این ترازو در وضعیت تعادلی است؛ به طوری که هیچ‌یک از دو کفه ترازو بر دیگری سنگینی نکند. بنابراین قواعد «کارکرد اطلاع‌رسانی نهاد ثبت» زمانی کارآمد تلقی می‌شود که با فراهم کردن نهادها و قواعد حقوقی مناسب منافع متعارض گروه‌های متعدد را به سمت یک وضعیت کنترل‌شده و متعادل سوق دهد (طوسی، ۱۳۹۳: ۶۶-۶۷). با توجه به تعریف ارائه‌شده راهکار کارآمد در زمینه حل تعارض منافع ذی‌نفع-سهامدار در حوزه اطلاعات شرکت‌های تجاری را می‌توان راهکار «حق دسترسی به اطلاعات ثبت‌شده» دانست؛ زیرا:

- نمودار ترسیم‌شده در حوزه پیاده‌سازی مدل آزادی اطلاعات به وضوح نشان می‌دهد که این مدل نمی‌تواند مدل متعادلی باشد. در این خصوص اعتقاد به اصل حداکثر افشا این فرض را ایجاد می‌کند که همه اطلاعات نگهداری شده باید مورد افشا قرار گیرند و تنها در اندک مواردی که افشای خسارت عظیمی بیش از منفعت عمومی بر جای می‌گذارد، اطلاعات در شمول استثنائات دسترسی قرار می‌گیرند. (۱+) این موارد باید توسط قانون به صراحت مورد تصریح قرار گیرد و این نهاد کنترل‌کننده اطلاعات است که باید اثبات کند اطلاعاتی که منتشر ناساخته است تحت شمول استثنائات قرار دارد (۱-) (انصاری، ۱۳۸۱: ۳۵).

- از طرف دیگر، حقوق قراردادهای نیز اگرچه با ارائه قواعد ماهرانه سعی در ایجاد تعادل بر مبنای الزام طرفین به ارائه برخی اطلاعات و حفظ اطلاعات دیگر کرده است (کوتر و یولن: ۲۶۸ و ۲۶۹)، لیکن به واسطه اعتقاد به اصل ارائه حداقل اطلاعات به سنگینی این ترازوی نامتعادل به سمت سهامداران منجر شده (۱+) و ترویج فرصت‌طلبی کنترل‌کنندگان شرکت تجاری و ضرر ذی‌نفعان (۱-) را در پی داشته است.

این مواضع در حالی رقم خورده است که در مدل حق دسترسی به اطلاعات ثبت‌شده در سیستم ثبت شرکت‌های تجاری به واسطه آنکه سهامداران و ذی‌نفعان هر دو به عنوان ذی‌حق-یکی ذی‌حق در حفاظت از اطلاعات (۰) و دیگری ذی‌حق در دسترسی به اطلاعات (۰)- شناخته می‌شوند، کفه ترازو در حالتی متعادل قرار داشته و به نفع هیچ‌یک از دو طرف سنگینی نمی‌کند، از این رو از کارآمدی برخوردار است.

مدل‌ها	آزادی اطلاعات	آزادی قراردادی	حق دسترسی به اطلاعات ثبت‌شده
فایده (سهامدار-ذی‌نفع)	۱- و ۱+	۱+ و ۱-	۰ و ۰

۵. نتیجه‌گیری

حیات شرکت‌های تجاری به تعامل اقتصادی و ایجاد ارتباط با اقشار مختلف وابسته است. مقدمه برقراری تعامل مذکور «ارائه اطلاعات به عموم جامعه» است که سبب تأسیس نهاد ثبت شرکت‌های تجاری با کارکرد اطلاع‌رسانی شده است؛ لیکن ارائه اطلاعات به ذی‌نفعان باید به‌گونه‌ای مدیریت شود که در کنار برطرف کردن نیاز ذی‌نفعان از «اطلاعات محرمانه» شرکت‌های تجاری» که بسته به «نوع شرکت» تنها می‌تواند در یکی از دو شاخه «حریم خصوصی» یا «اسرار تجاری» تصور شود، حفاظت کند.

در این خصوص با توجه به آنکه کارکرد اطلاع‌رسانی یکی از کارکردهای حقوقی هر نهاد ثبتی است، برای جمع میان این دو هدف متعارض در قالب «نهاد ثبت شرکت‌ها» می‌توان راهکار تأسیس «حق دسترسی به اطلاعات ثبت‌شده» را پیشنهاد داد. در این مدل پیشنهادی اطلاعات شرکت‌های تجاری به دو بخش اطلاعات مرجع (یا اطلاعات هویتی) و اطلاعات اقتصادی تقسیم می‌شود که در تعیین مصادیق این دو دسته اطلاعات و تعیین قلمرو دسترسی به آنها و استثنائات آن بر مبنای مفهوم محرمانگی، نیز نیاز نوعی ذی‌نفعان دسترسی به اطلاعات به‌جای «تفسیر موردی و شخصی» در خصوص هر یک از اطلاعات باید ملاک قرار گیرد. بنابراین مقنن در مقام وضع قانون باید به این نکته توجه داشته باشد که در قلمرو «اطلاعات مرجع»، معیار نوعی برای تعیین دسترسی به اطلاعات توسط ذی‌نفعان «شناسایی هویت و اهلیت شرکت تجاری» است و به همین دلیل اطلاعاتی همچون صاحبان امضا مجاز، اقامتگاه شرکت، تاریخ تشکیل، اطلاعات مربوط به مدیران و کنترل‌کنندگان و غیره در راستای هویت شناسی شرکت در قالب اطلاعات مرجع به مخاطب ارائه می‌شود؛ درحالی‌که اطلاعات سهامداران غیرکنترلی با توجه به معیار مذکور و بر مبنای مفهوم محرمانگی در دسترس ذی‌نفعان قرار نخواهد گرفت.

در سوی دیگر در گروه اطلاعات مالی و اقتصادی که نیاز ذی‌نفعان صرفاً شناسایی وضعیت اقتصادی (شرکت فعال یا غیرفعال، ورشکسته و...) شرکت تجاری است و تک‌تک اطلاعات مالی و اقتصادی به‌خودی‌خود موضوعیت ندارد، نهاد ثبت شرکت‌ها، شرکت‌های تجاری را ملزم به ارائه گزارش‌های سالانه شرکت‌های تجاری نسبت به موقعیت و وضعیت اقتصاد خود می‌کند و از این طریق در کنار کاهش هزینه معاملاتی، با عدم الزام به ارائه جزئیات اقتصادی معاملات و روابط حقوق شرکت‌ها، تضمین بیشتری نسبت به حفاظت از محرمانگی ارائه می‌دهد.

با توجه به منطق کارامدی در ظرف حقوق شرکت‌ها، به‌واسطه آنکه کارکرد اطلاع‌رسانی نهاد ثبت شرکت‌ها کارکردی دوجنبیتین در جهت حمایت از منافع سهامداران و ذی‌نفعان است،

ایجاد «حق دسترسی به اطلاعات ثبت شده» با مفهوم و چارچوب حقوقی مذکور را می توان به عنوان کارکردی کارآمد در حوزه دسترسی به اطلاعات شرکت های تجاری که با توجه به معیار نوعی ارائه شده برای آن امکان برقراری تعادل میان «دسترسی به اطلاعات» و «محرمانگی» را فراهم می کند، به مقنن پیشنهاد داد. بر این اساس پیشنهاد می شود، سیاست گذاران اقتصادی بازار تعاملات در راستای حمایت دوجانبه از سهامداران و ذی نفعان تا حد امکان از ظرفیت های مدل حق دسترسی به اطلاعات ثبت شده در راستای حل مشکل عدم تقارن اطلاعاتی استفاده کنند و مقرراتی همچون «شیوه نامه انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات بنگاه های اقتصادی عمومی» مصوب ۱۳۹۷ کمیسیون انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات، که بر مبنای مدل دسترسی آزاد به اطلاعات بوده (که ناکارآمدی اقتصادی آن در این پژوهش ثابت شد) و منافع سهامداران بنگاه های اقتصادی از جمله شرکت های تجاری را به خطر می اندازد، خودداری ورزند.

علاوه بر این پیشنهاد می شود برای تأمین حق دسترسی به اطلاعات توسط اشخاص ذی نفع در قلمرو اطلاعاتی که بر اساس معیار نوعی ارائه شده در فوق و با رعایت مفهوم محرمانگی باید در دسترس عموم قرار گیرند، دسترسی به اطلاعات ثبت شده آن گونه که مدنظر قانون گذار بوده است، اغلب معتبر شناخته شود و با وضع مقررۀ صریح قانونی، ثبت شرکت ها از تفسیر سالیان متمادی خود مبتنی بر لزوم اخذ مدرک ذی نفعی از اشخاص خواهان اطلاعات ثبت شده که مبتنی بر بی توجهی این نهاد به حق دسترسی به اطلاعات با مفهوم، چارچوب و معیار ارائه شده در فوق، است، منع شود.

منابع

الف) فارسی

۱. ابراهیمی، مریم (۱۳۹۵). *حقوق نقل و انتقال سهام در بورس*، تهران: مؤسسه مطالعات و پژوهش های حقوقی شهر دانش.
۲. انصاری، باقر (۱۳۸۱). «حق مردم بر دانستن»، *اطلاعرسانی حقوقی*، ش ۱، ص ۳۴-۳۹.
۳. _____ (۱۳۸۶). «مفهوم، مبانی و لوازم آزادی اطلاعات»، نامه مفید، دوره ۱۳، ش ۶۱، ص ۱۵۸-۱۳۷.
۴. _____ (۱۳۸۷). «بررسی و نقد لایحه آزادی اطلاعات»، *اطلاعرسانی حقوقی*، دوره ۶، ش ۱۳، ص ۲۲۴-۲۰۵.
۵. _____ (۱۳۹۳). *حقوق حریم خصوصی*، ج چهارم، تهران: سازمان مطالعات و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه ها (سمت).
۶. انصاری، مهدی (۱۳۹۳). *تحلیل اقتصادی حقوق قراردادهای*، ج دوم، تهران: جنگل (جاودانه).
۷. باقری، محمود (۱۳۸۵). «اقتصاد مبتنی بر بازار و کاستی های حقوق خصوصی»، *مجله پژوهش حقوق و سیاست*، دوره ۸، ش ۱۹، ص ۸۸-۴۱.
۸. رهبری، ابراهیم (۱۳۸۸). «نقش قراردادهای محدودکننده در حمایت از اسرار تجاری (مطالعه در حقوق آمریکا، انگلستان، فرانسه و ایران)»، *فصلنامه تحقیقات حقوقی*، دوره ۱۲، ش ۱۴۲، ص ۵۸۶-۵۳۱.
۹. ستوده تهرانی، حسن (۱۳۹۲). *حقوق تجارت*، ج ۲، بیست و چهارم، تهران: دادگستر.

۱۰. شیخی، مریم (۱۳۹۴). اصول حقوق مالکیت فکری، تهران: میزان.
۱۱. صفار، محمدجواد (۱۳۹۰). شخصیت حقوقی، تهران: بهنامی.
۱۲. طباطبائی حصارى، نسرین؛ زمانی، محمود (۱۳۹۷). «کارکرد «ثبت شرکت‌های تجاری» در ایجاد اعتماد و امنیت قراردادی»، فصلنامه تحقیقات حقوقی، دوره ۲۱، ش ۸۲، ص ۲۵۲-۲۲۷.
۱۳. طوسی، عباس (۱۳۹۳). تحلیل اقتصادی حقوق شرکت‌ها، تهران: مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های حقوقی شهر دانش.
۱۴. عیسائی تفرشی، محمد (۱۳۹۵). مباحث تحلیلی از حقوق شرکت‌های تجاری، ج ۱، چ دوم، تهران: انتشارات دانشگاه تربیت مدرس.
۱۵. کاویانی، کوروش (۱۳۹۵). حقوق شرکت‌های تجاری، چ پنجم، تهران: میزان.
۱۶. کوتر، رابرت؛ یولن، تامس (۱۳۹۲). حقوق و اقتصاد، چ هشتم، ترجمه یدالله دادگر و حامده اخوان هزاوه، تهران: انتشارات پژوهشکده اقتصاد دانشگاه تربیت مدرس و نور علم.
۱۷. وحیدی، فریده (۱۳۹۵). رژیم حقوقی حاکم بر ثبت شرکت‌های تجاری، تهران: میزان.
۱۸. یحیی‌پور، جمشید (۱۳۹۰). نظام حاکمیت (راهبری) شرکتی شرکت‌های سهامی در ایران (مطالعه تطبیقی با حقوق انگلستان و آمریکا)، پایان‌نامه دکتری رشته حقوق خصوصی، دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه مازندران.

ب) خارجی

19. Bottega, John A., Powell, Linda F.(2012).“Creating a linchpin for financial data: Toward a universal legal entity identifier”, *Journal of Economics and Business* ,Vol. 64, Issue 1,pp.105-115.
20. Chan, Ka Kei & Milne, Alistair (2013). “The Global Legal Entity Identifier System: Will It Deliver?”, *Economics Working Papers*,pp.1-56.
21. Fisch, Jill E. (2006),“Measuring Efficiency In Corporate Law: The Role Of Shareholder Primacy”,*The Journal Of Corporation Law*, Vol.31,pp.637-674.
22. Friedman, Andrew L., Miles,Samantha (2006), *Stakeholders:Theory and Practice*, Oxford University Press Inc. , First published
23. Gardberg, Naomi A., & Fombrun,Charles (2006).”Corporate citizenship: Creating intangible assets across institutional environments”, *Academy of Management Review*, Vol. 31, No. 2 ,pp.329-346
24. Jensen, Michael C., & Meckling, William H.(1976).”Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure”, *Journal of Financial Economics (JFE)*, Vol. 3, No. 4 ,pp.305-360
25. Keller, Gerald (2014). *Statistics for Management and Economics*, Cengage Learning, Tenth Edition.
26. Kraakman, Reinier, Armour, John, Davies, Paul, Enriques, Luca ,Hansmann, Henry, Hertig, Gerard, Hopt, Klaus, Kanda, Hideki, Pargendler, Mariana, Ringe, W.Georg, Rock, Edward (2017). *The anatomy of corporate law(A Comparative and Functional Approach)*, Oxford University Press,Third edition.
27. Kundu, Surinder S. (2019). *An introduction to Business Statistics*, Booklet of Business Statistics, Directorate of Distance Education Guru Jambheshwar University.
28. McQueen, Rob (2009). *A social history of company law Great Britain &the Australian Colonies1854-1920*,Ashgate publishing Company
29. Powell, Linda F.; Montoya, Mark; Shuvalov, Elena (2011).“Legal Entity Identifier: What Else Do You Need to Know?”, *Finance and Economics Discussion Series*, No. 2011-31,pp.1-18
30. Pollman, Elizabeth (2014),“A Corporate Right to Privacy”, *Minnesota Law Review*, Vol. 99, No. 1 ,pp.27-88
31. Quinto,DavidW.,& Singer, Stuart H. (2009). *Trade Secrets:Law and Practice*, Oxford University Press, Inc.
32. The trade associations global LEI proposal (2011). ”requirements for a global legal entity identifier (LEI) solution”, *The Global Financial Markets Association (GFMA)*.
33. Wolfe, Alan (1993),”The Modern Corporation: Private Agent Or Public Actor?”, *Washington and Lee Law Review*, Vol. 50, Issue. 4,pp.1673-1696.