



فنون طلایی مذاکرات و اصول قانونی کسب و کار

فنون طلایی مذاکرات و اصول قانونی کسب و کار



اتاق بازرگانی صنایع معادن و کشاورزی کرمانشاه



کرمانشاه، بلوار شهید بهشتی، شماره ۵۳۵، کدپستی: ۶۷۱۵۶۶۴۵۵۱
تلفن: ۵۱ - ۴۱ - ۳۸۲۲۸۱۳۱ / فاکس: ۳۸۲۲۸۱۶۱
No. 535 shahid Beheshti Blvd. Kermanshah 6715664551 Iran
Tel: 0098-83-38228131-41-51 Fax: 0098-83-38228161
www.krecim.ir / Email: info@krecima.ir / http://t.me/krecima

تهیه و تنظیم: روابط عمومی / گرافیک: اکلاویر قهرمانی

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

پیشگفتار	۶
فصل اول: درک اصول و فنون مذاکره	۹
۱ - ۱ - برانگیختن رفتار انسانی	۱۰
۱ - ۲ - زبان اشاره	۱۶
۱ - ۲ - ۱ - دفاع، رویارویی و سوءظن	۲۰
۱ - ۲ - ۲ - گشاده‌رویی و ارزیابی	۲۱
۱ - ۲ - ۳ - اطمینان و احساس برتری	۲۲
۱ - ۲ - ۴ - عصبی شدن و دستپاچگی	۲۲
۱ - ۲ - ۵ - پذیرش و موافقت	۲۴
۱ - ۳ - حفظ نوسانان روحی	۲۵
۱ - ۴ - به کارگیری نیروهای فردی در مذاکره	۳۲
۱ - ۵ - هدایت امواج موزون مذاکره	۳۸
فصل دوم: قوانین تجاری و بانکی	۴۳
۱ - ۲ - شرکت تجاری	۴۴
۲ - ۲ - الزامات تأسیس شرکت	۴۴
۲ - ۳ - انواع شرکت (در قانون تجارت ج.ا.ایران)	۴۵
۲ - ۳ - ۱ - شرکت سهامی	۴۵
۲ - ۳ - ۱ - ۱ - نکات شرکت‌های سهامی	۴۶
۲ - ۳ - ۲ - شرکت با مسئولیت محدود	۴۷
۲ - ۳ - ۲ - ۱ - نکات شرکت‌های با مسئولیت محدود	۴۸
۲ - ۳ - ۳ - شرکت تضامنی	۴۸
۲ - ۳ - ۳ - ۱ - نکات شرکت‌های تضامنی	۴۸
۲ - ۳ - ۴ - شرکت مختلط غیرسهامی	۴۹
۲ - ۳ - ۴ - ۱ - نکات شرکت‌های مختلط غیرسهامی	۴۹

فنون طلایی مذاکرات و اصول قانونی کسب و کار



اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کرمانشاه

۶۹	۲ - ۷ - پتنت
۶۹	۲ - ۷ - ۱ - اهمیت پتنت
۷۰	۲ - ۷ - ۲ - مالک پتنت
۷۰	۲ - ۷ - ۳ - چرا پتنت‌ها؟
۷۱	۲ - ۷ - ۴ - نقش پتنت‌ها
۷۲	۲ - ۷ - ۵ - کدام انواع از اختراعات می‌توانند محافظت شوند؟
۷۲	۲ - ۷ - ۶ - چه کسی پتنت را واگذار می‌کند؟
۷۳	۲ - ۸ - ثبت اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری
۷۳	۲ - ۸ - ۱ - بخش اول: کلیات
۷۳	۲ - ۸ - ۲ - بخش دوم: ثبت طرح‌های صنعتی
۸۵	۲ - ۸ - ۳ - بخش سوم: ثبت علائم
۹۸	۲ - ۹ - دفاتر تجاری (با استناد از قانون تجارت جمهوری اسلامی ایران)
۱۰۱	۲ - ۱۰ - اسناد تجاری
۱۰۱	۲ - ۱۰ - ۱ - نمونه‌هایی از اسناد تجاری
۱۰۳	۲ - ۱۰ - ۲ - عمده‌ترین اسناد تجاری
۱۰۴	۲ - ۱۰ - ۲ - ۱ - چک
۱۰۷	۲ - ۱۰ - ۲ - ۲ - برات
۱۰۸	۲ - ۱۰ - ۲ - ۳ - سفته
۱۱۲	۲ - ۱۱ - برخی اصطلاحات بانکی
۱۱۷	۲ - ۱۲ - قانون بیمه

۵۰	۲ - ۳ - ۵ - شرکت مختلط سهامی
۵۰	۲ - ۳ - ۵ - ۱ - نکات شرکت‌های مختلط سهامی
۵۰	۲ - ۳ - ۶ - شرکت نسبی
۵۱	۲ - ۳ - ۶ - ۱ - نکات شرکت‌های نسبی
۵۲	۲ - ۳ - ۷ - شرکت تعاونی
۵۲	۲ - ۳ - ۷ - ۱ - شرکت تعاونی تولید
۵۳	۲ - ۳ - ۷ - ۲ - شرکت تعاونی مصرف
۵۳	۲ - ۴ - مسائل حقوقی شرکت‌ها
۵۳	۲ - ۴ - ۱ - همکاری دو یا چند نفر
۵۴	۲ - ۴ - ۲ - آوردن حصه
۵۴	۲ - ۴ - ۲ - ۱ - آورده‌های نقدی
۵۵	۲ - ۴ - ۲ - ۲ - آورده‌های غیر نقدی
۵۸	۲ - ۴ - ۳ - نقش آورده‌ها در تشکیل سرمایه
۶۰	۲ - ۴ - ۴ - جستجوی سود و تقسیم آن میان شرکا
۶۱	۲ - ۴ - ۴ - ۱ - مفهوم سود
۶۱	۲ - ۴ - ۴ - ۲ - طرز تقسیم سود و زیان
۶۴	۲ - ۵ - علامت تجاری
۶۴	۲ - ۵ - ۱ - هدف از آرم تجاری
۶۵	۲ - ۵ - ۲ - علائم دارای قابلیت ثبت شدن
۶۶	۲ - ۵ - ۳ - نحوه‌ی ثبت آرم تجاری
۶۷	۲ - ۶ - طرح صنعتی
۶۷	۲ - ۶ - ۱ - دلایل محافظت طرح‌های صنعتی
۶۸	۲ - ۶ - ۲ - نحوه‌ی حمایت طرح‌های صنعتی
۶۹	۲ - ۶ - ۳ - دامنه‌ی حفاظت طرح صنعتی

مسئولیت‌ها و وظایف‌تان را به دیگران بسپارید، زیرا اداره تمام امور به کسب و کار توسعه یافته برای یک نفر مقدور نیست.

پس با توجه به اهمیت و ضرورت راه‌اندازی کسب و کار شخصی، شغل آینده خویش را با تاکید بر ایجاد کسب و کار شخصی برنامه‌ریزی کنید.

موفقیت در یک کسب و کار هیچ‌گاه بصورت خود به خودی و یا براساس شانس نیست. این موفقیت اصولاً به سازمان‌دهی دقیق و بصیرت فرد بستگی دارد. شروع یک کسب‌وکار همیشه ریسک‌پذیر است. با توجه به گزارش اداره کسب و کارهای کوچک در آمریکا "بیش از ۵۰٪ کسب‌وکارهای کوچک در سال‌های اول با شکست مواجه شده و ۹۰٪ آن‌ها در ۵ سال اول از بین می‌روند".

پس عوامل درج شده در ذیل را در ابتدای امر حتماً از خود دور کنید و با مطالعه دقیق و استراتژی مناسب وارد کسب‌وکار شوید.

- عدم وجود تجربه
- نداشتن سرمایه کافی
- نداشتن جایگاهی مناسب
- عدم وجود کنترل قوی
- سرمایه گذاری بیش از اندازه در دارائی های ثابت
- قراردادهای اعتباری ضعیف
- استفاده شخصی از سرمایه های تجاری
- رشد بدون انتظار

پیشگفتار

مهمترین مزیت راه‌اندازی کسب‌وکار شخصی آن است که برنامه مربوط به شغل و کسب و کارتان برعهده خودتان قرار می‌گیرد و خودتان تصمیم می‌گیرید که چه کار کنید با وجود این، مسائل و مشکلات زیر را در نظر داشته باشید:

• ممکن است برای سودآوری در کسب و کار تازه راه‌اندازی شده، به زمان زیادی نیاز داشته باشید و درآمدها در سال‌های اول کم باشد. همچنین ممکن است درآمدها در نوسان و متغیر باشد.

• اگر در راه‌اندازی کسب و کارتان اشتباهی مرتکب شوید، کس دیگری مسئولیت آن را بر عهده نمی‌گیرد و تمام مسئولیت‌ها متوجه صاحب کسب و کار است.

• به طور کلی صاحبان کسب و کارها (به خصوص کسب و کارهای جدید) در مقایسه با صاحبان دیگر مشاغل، باید زمان بیشتری را به کار خویش اختصاص دهند. اکثر کارآفرینان این مورد را عامل اصلی موفقیتشان خوانده‌اند.

• با رشد و توسعه کسب و کارتان، باید یاد بگیرید بخشی از

فصل اول
درک اصول و فنون مذاکره



هفت نمونه از این نیازها را بیان کرده است که اهمیت آنها از بالا به پایین افزایش می‌یابد و به «گروه نیازهای ماسلو» شهرت دارد. براساس گفته‌های ماسلو، ما باید در صدد برآورده ساختن نیازهای خود با رعایت ترتیب زیر باشیم:

۱- نیازهای فیزیولوژیکی،

۲- نیازهای ایمنی و مصونیت،

۳- نیاز دوست داشتن و وابستگی،

۴- نیاز به خودبینی،

۵- نیاز به تحقق واقعیت وجود خود،

۶- نیاز به دانش و ادراک،

۷- نیازهای مربوط به زیبایی.

برای اینکه مذاکرات تجاری در عمل مؤثر باشد، شما باید نیازهایی را که رقیبتان ممکن است در طول جلسات مذاکره به دنبال آوردن آنها باشد، بشناسید. اگر از این نیازها بی‌اطلاع باشید، راهکارهای مذاکره‌ای شما ممکن است نتیجه معکوسی به بار آورد؛ زیرا آنها به صورت غیرعمد نیازهایی را که رقیبتان مایل به برآوردن آنها است تهدید می‌کنند. به بیان دیگر اگر شما نیازهای رقیبتان را بشناسید، می‌توانید راهکارهای خود را به روشی بیان نمایید که نیازها را تقویت کرده و بدینوسیله تأثیر تلاش‌هایی را که برای مذاکره انجام می‌دهید دو چندان کند.

در سلسله مراتب ماسلو، نیازهای فیزیولوژیکی آن نیازهایی هستند که امیال مهم انسانی را مثل گرسنگی، خستگی، پناهگاه و مانند آن برآورده می‌سازند. نیازهای ایمنی و مصونیت شامل اهدافی مانند امنیت شغلی، احساس ایمنی و مصونیت در زندگی روزانه و رهایی از ترس و عدم اطمینان

فصل اول

درک اصول و فنون مذاکره

۱-۱- برانگیختن رفتار انسانی

برای موفق شدن در مذاکرات، باید درکی قوی از عواملی که رفتار انسانی را برمی‌انگیزد داشته باشید. این مطلب به خصوص زمانی مصداق پیدا می‌کند که با یک مذاکره کننده روبرو میشوید که در زمینه روش‌ها و راهبردهای مذاکره، آموزش‌هایی در سطح بالا دیده باشد. درک رفتار انگیزشی انسان به دو دلیل از اهمیت برخوردار است. آن که، می‌تواند شما را در شناخت و پرهیز از نقشه‌های بازیابی و راهکارهای دیگری که رقیب مذاکره کننده‌تان از آنها استفاده می‌کند، یاری رساند؛ دوم آن که، می‌تواند به شما در درک بهتری از اعمال و تفکراتان کمک کند.

اساساً، رفتار انسانی با گرایشی برای برآوردن بعضی نیازهای جسمی و روانی برانگیخته می‌شود. پروفیسور آبراهام ماسلو^۱

است. اگر چه بعضی از استادان مذاکره این دو گروه از نیازها را نادیده می‌گیرند، اما هر دو این نیاز انسانی را می‌توان در مذاکرات تجاری به کار گرفت. برای نمونه اگر مذاکره‌کننده‌ای احساس کند که روش امنیت شغلی یا موجودیت شغلی یا موجودیت شرکتش (و بنابراین توانایی‌اش برای برآورده ساختن نیازهای فیزیولوژیکی خود و خانواده‌اش) به خطر می‌افتد ممکن است واکنش شدیدی نشان دهد. همچنین در برهه‌هایی از زمان که اهمیت آن کمتر است، اگر مذاکره‌کننده احساس کند این مذاکرات، برنامه غذایی همیشگی او را به روش نادرستی بر هم می‌زند یا خستگی مفرطی ایجاد می‌کند - که احتمال دارد او را بیمار کند - ممکن است به طرز ناخوشایندی تحت تأثیر قرار بگیرد. درحقیقت مذاکرات طولانی حتی می‌تواند تأثیر ناخوشایندی بر خانواده و زندگی اجتماعی مذاکره‌کننده داشته باشد و بدین‌وسیله بر اولین، دومین و سومین نیازهای ذکر شده در فهرست ماسلو تأثیر بگذارد.

نیازهای دوست داشتن و وابستگی و نیاز به خودبینی اغلب به عنوان مهمترین عوامل انگیزشی در مذاکرات تجاری عادی مدنظر قرار می‌گیرند. نیازهای دوست داشتن و وابستگی نیازهایی هستند که باید درک شوند تا جزیی از گروهی باشیم یا دوستان و خانواده‌ای داشته باشیم. این نیاز به خودبینی است که بر کسب شهرت زیاد، مقام، استقلال، حاکمیت و آزادی تأثیر می‌گذارد.

در متن مذاکرات تجاری، نیاز به خودبینی به طور مستقیم با مفهوم حفظ آبرو ارتباط پیدا می‌کند. رفتار یک انسان زمانی که خود را در موقعیتی می‌یابد که ممکن است حیثیت او به

خطر بیفتد این چنین است. بیشتر انسان‌ها در آن موقع سخت گیر می‌شوند. ممکن است حق با ما باشد یا نباشد، ولی اگر در پایان، تلاش‌های مستمر رقیب، باعث شود که به خطای خود پی ببریم، این به معنای به خطر افتادن حیثیت ما نیست. بنابراین بیشتر اوقات باید از ریختن آبروی رقیبتان بپرهیزید حتی اگر این فرصت در کشاکش رویارویی به شما داده شود. به جای آن باید مسیر را تغییر داده برای رقیبتان جایی باقی بگذارید که از خود حضوری نشان دهد و در آخر با نقشه متفاوتی ظاهر شود که هدف‌های شما را هم در بر گیرد؛ در همین حال است که هنوز رقیب خود را قادر می‌سازید حیثیت خود را حفظ کند. این دیدگاه، شانس شما را برای دستیابی به اهداف تجاربتان در کوتاه‌ترین زمان ممکن افزایش می‌دهد. مهم‌تر اینکه، این دیدگاه شهرتتان را نیز به عنوان مذاکره‌کننده‌ای ماهر افزایش می‌دهد و احتمال اینکه رقیبتان بتواند در جلسات مذاکره آتی اقدامی کند که شما را غافلگیر سازد، کاهش یابد.

این مطلب به وضوح به روشی مطلوب یا نامطلوب در جلسات متعدد مذاکره اثبات گردیده است. برای نمونه یک مشتری، مدیر بازاریابی شرکت فروشنده را دائماً در گوشه‌ای گیر می‌انداخت و راجع به قیمت با او به بحث می‌پرداخت. در پایان مدیر بازاریابی از کوره در رفت و گفت: «هر وقت به شما چیزی پیشنهاد کردیم شما ما را به صورت ضمنی متهم به کلاهبرداری می‌کنید. بسیار خوب، ما قصد کلاهبرداری نداریم برای اینکه بگوییم حق با شماست قیمت‌های خود را کاهش می‌دهیم.» در جلسه‌ای دیگر آنها در طی مذاکرات به بن‌بستی

مذاکرات تجاری اغلب در گرایش مذاکره کننده در جهت داشتن محیطی مرتب و آرام برای مذاکره یافت می‌شود. نیازهای وابسته به زیبایی و تا حدودی تمام نیازهای برشمرده ماسلو نیز می‌توانند به عامل مهمی که در تمام مذاکرات تجاری، وجود دارد (پول) ارتباط داشته باشند. صرف نظر از فلسفه شخصی افراد، این حقیقت باقی می‌ماند که پول می‌تواند اغلب چیزهایی را بخرد ولی نه همه نیازهای ماسلو را در جامعه معاصر ما (به صورت کلی یا جزئی) برآورده می‌سازد. بنابراین زمانی که خریداری پرداخت حق نماینده فروش را مورد تهدید قرار می‌دهد، احتمال دارد که بازاریاب در تمام زمینه‌ها واکنش شدیدی نشان دهد. اگر چه ممکن است گاهی خریدار به خواسته بازاریاب مبنی بر افزایش درآمد ناشی از حق معامله تن در دهد، اما مذاکره کننده با تجربه به هنگام خرید تشخیص می‌دهد که اگر دو متغیر، مساوی در نظر گرفته شوند، آن متغیر می‌تواند تأثیر بیشتری داشته باشد که حقوق نماینده فروش را حفظ کند یا افزایش دهد.

با به کارگیری نیازهای ماسلو به عنوان نقطه آغاز، باید برای شناخت نیازهای انگیزشی مهم - هم نیازهای ترکیبی و هم فردی - رقیب مذاکره کننده‌تان تلاش کنید. همچنین می‌توانید از طریق ارائه پیشنهاداتی که به ظاهر نیازهای رقیبتان را برآورده می‌سازد، قدرت قابل توجهی برای مذاکره به دست آورید. شما می‌توانید این قدرت را با بکارگیری پیشنهادهای جدید (که ممکن است کمتر به نفع شما باشد) به طریقی اعمال کنید که به ظاهر با نیازهای انگیزشی رقیبتان باشد و بدین وسیله جذابیت نسبی پیشنهاد اصلیتان را برای مذاکره افزایش دهید.

مشابه بر سر قیمت رسیدند، این بار، طرف خریدار پیشنهاد کرد که کمی استراحت کنند. بنابراین جلسه را همراه با نماینده بازاریابی شرکت فروشنده ترک کردند. طرف خریدار دیدگاه، بسیار ساده‌ای را به نماینده بازاریابی در جلسات متعددی به روشی کنترل شده پیشنهاد نمود: «ببینید، قیمت شما مورد تأیید قرار نخواهد گرفت. آیا شما نمی‌توانید به فکر قیمت جدیدی برای این معامله باشید، به طوری که نیازهای ما بهتر برآورده شود؟»، بعد از مقداری بحث، فروشنده پیشنهاد کرد که بعضی از اجزا و روش تهیه لوازم را تغییر خواهد داد تا به خریدار، برنامه جالب‌تری ارائه کند. نماینده طرف فروشنده هرگز قیمت نهایی خود را با پیشنهاد اول تغییر نداد (بنابراین آبروی خود را حفظ نمود)، اما این پیشنهاد جدید بدون آن که باعث ریختن آبروی نماینده فروشنده شود، از به هدر رفتن پول مشتری نیز جلوگیری کرد.

نیاز انسان به اینکه واقعیت وجود خود را تحقق بخشد میلی است که وی را به آنچه توانایی آن را دارد تبدیل می‌کند. نیاز دانستن و درک کردن، گرایشی انسانی است که شخص کنجکاوی‌اش را بدان وسیله ارضا می‌کند، یاد می‌گیرد و زندگی و محیط اطرافش را درک می‌کند.

در متن مذاکره، ابتدا این نیازها بی‌ارتباط به نظر می‌رسند. به هر حال این دو نیاز می‌توانند به طور غیرمستقیم تأثیر بگذارند. برای نمونه اگر رقیب مذاکره کننده‌تان قادر به درک مطلب خاصی نباشد یا دائماً به لحن بدی با او صحبت شود یا مورد تحقیر قرار گیرد، این نیازها می‌توانند تحت تأثیر قرار گیرند. نیازهای وابسته به زیبایی و گرایش اساسی به نظم و توازن در

۱-۲- زبان اشاره

هنر خواندن زبان اشاره یا ارتباطات غیرزبانی می‌تواند وسیله مؤثری در شناخت نیازهای انگیزشی رقیب مذاکره کننده‌تان باشد. در سطحی وسیع‌تر، آموزش‌های اساسی در زمینه زبان اشاره پیش‌نیازی ضروری برای هر فردی است که علاقه‌مند به کسب مهارت‌های تخصصی است.

بنابراین شما باید در خود تعهد نخستین را برای پرورش استعدادهایی که برای شناخت و تفسیر ارتباطات غیرزبانی ضروری است، به وجود آورید. اگر چه بندهای بعدی خلاصه‌ای از این روش‌های مهم ارائه می‌دهند، اما در ابتدا باید به چند نکته مهم توجه نمایید:

اول اینکه، شما نمی‌توانید در ظرف یک شب مهارت‌های لازم برای خواندن زبان اشاره را کسب نمایید. اگر چه درک مفاهیم اصلی نسبتاً آسان است، اما رشد کسب مهارت‌های لازم برای بهره‌برداری کامل از این ابزار در مذاکره کندتر صورت می‌گیرد. از چند جهت، تسلط بر زبان اشاره به تمرین‌هایی نیاز دارد که بی‌شبهت به تمرین‌های لازم برای یک زبان خارجی نیست.

دوم اینکه، یک گروه از زبان اشاره معین ممکن است در برگیرنده حرکات مناسب و نامناسب باشد. درک ارتباط بین حرکات مناسب و نامناسب گوناگون در یک گروه - اگر وجود داشته باشد - ضروری است.

نکته سوم اینکه، گروه اشارت و حرکات باید با موضوع ارتباط زبانی مقایسه شوند. اگر چه تناسب نسبی بین حرکات و اشارات می‌تواند در مقایسه با ثبات نسبی در گروه اشارات و کلمات فرد از ارزش بیشتری برخوردار باشد، اما ارتباط زبانی و

غیرزبانی باید با هم مورد تجزیه و تحلیل قرار گیرند.

چهارم اینکه، زبان اشاره به دلایلی مصون از خطا نیست. تعدادی از افرادی که به یادگیری هنر خواندن این زبان صامت مبادرت می‌ورزند، به روشی شایسته برای ارزیابی صحیح آن آموزش نمی‌بینند. بعضی از متکلمان زبان اشاره از حرکاتی استفاده می‌کنند که غیرعادی است یعنی گروهی از حرکات و اشارات که به صورت ناهنجاری ترجمه می‌شوند و به موجب آن تفسیر نادرستی منتج می‌گردد (مطالعات نشان می‌دهد زمانی که گروه‌های متفاوتی از حرکات و اشارات در کار باشند، امکان خطر تفسیر نادرست بسیار است). دیگر اینکه متکلمان زبان اشاره خود دانشجویان این هنر هستند و بدین ترتیب از تعبیه و انتقال پیام‌های صامتی که برای فریب رقیب مذاکره کننده طرح‌ریزی می‌شوند لذت می‌برند. با وجود این حقیقت، بسیاری از کارشناسان این رشته اظهار می‌دارند که استفاده از زبان اشاره به حالت تهاجمی یا فریبنده غیرممکن یا حداقل نشانی از بی‌پروایی است.

این نکات در عرصه مذاکرات تجاری باید به دقت مورد توجه قرار گیرد. بسیاری از رقبای مذاکره کننده‌تان - به خصوص بازاریابان فروشنده - در زمینه زبان اشاره، هم در کلاس درس و هم در سر میز مذاکره به خوبی تجربه کسب نموده‌اند. این افراد به صورت کامل قادر به خواندن حرکات اشاره‌ای هستند که شما و همکارانتان از خود بروز می‌دهید. به علاوه، آنها می‌توانند برای گمراه کردن شما، به شیوه‌ای ساختگی ارتباطات غیر زبانی ایجاد کنند.

زمانی که مشغول مذاکره با رقیبی هستید که از مهارت‌های

برتر زبان اشاره برخوردار است، باید چند مسئله را مد نظر قرار دهید. نخست، شما یا همکارانتان ممکن است موقعیت خود را به وسیله اشارات غیر عمدی و حرکاتی که به درستی درک نشده‌اند نمایان سازید. دوم، ممکن است فرصت استفاده از زبان اشاره‌ای ساختگی را به عنوان ابزاری مثبت در مذاکره نداشته باشید. سوم، آنکه احتمال دارد که شما از فرصتی برای زبان اشاره رقیب مذاکره کننده‌تان چشم‌پوشی نمایید اما با وجود نکته آخر، به هر حال همیشه باید تصدیق کنید که رقیبتان ممکن است در بازی زبان اشاره از شما ماهرتر باشد. بنابراین خطر تعبیرهای غلط و نتایج نادرست همیشه برای مذاکره کننده که از مهارت‌های کمتری در تعبیر زبان اشاره برخوردار است وجود دارد.

یکی از روش‌های مؤثرتر یادگیری تعبیر زبان اشاره این است که هر روز چند دقیقه وقت خود را به مشاهده حرکات دیگران اختصاص دهید. فرودگاه و اتاق‌های انتظار، رستوران‌ها و ملاقات‌های تجاری می‌توانند زمینه‌های بسیار با ارزشی را برای آموزش فراهم کند. مطالعه کتاب‌های خوب در این زمینه شیوه مفید دیگری است. یکی از کتاب‌های مرتبط با این موضوع که خواندن آن با اینکه ساده است، ولی درک آن تا حدودی مشکل به نظر می‌رسد کتاب «چطور می‌توانیم شخصی را مانند یک کتاب بشناسیم» است. این کتاب را جرارد نیرن برگ و هنری اچ کارلو به رشته تحریر در آورده‌اند (نیویوک: شرکت هاوتورن بوکس، در سال ۱۹۷۸ دوباره تجدید چاپ گردید).

برای اینکه موضوع را کمی پیش ببریم، در بخش بعدی به مطالعه مبادی اولیه از حرکات اشاره افراد می‌پردازیم. همان

طور که در بالا اشاره شد، از این واژه‌نامه حرکات و اشارات فقط باید در ابتدا برای آموزش‌ها و تجارب عملی آینده استفاده نمود. به علاوه حرکات و اشارات افراد باید فقط در متن اشارات مورد ارزیابی قرار گیرند.

برای دستیابی به درک اولیه از مقدار صحت ارزیابی‌هایتان باید تفاسیر اشاره‌ای زیر را در زندگی واقعی مورد آزمایش قرار دهید. به علاوه شما و همکارانتان باید بعد از هر جلسه مذاکره، جلسات بحث داشته باشید. تا درباره به مشاهدات خود راجع به زبان اشاره‌ای که شما و رقیبتان استفاده می‌کنید به گفتگو بپردازید.

به نکته مهم دیگری باید توجه نمود. بسیاری از مدیران و متخصصان، مفهوم زبان اشاره را چیزی شبیه به طالع‌بینی و فال می‌دانند، در نتیجه این افراد از صرف وقت لازم برای تعیین اینکه هنر ارتباطات غیرزبانی می‌تواند وسیله با ارزشی برای مذاکره باشد یا نه، خودداری می‌کنند.

به نظر می‌رسد مشکل‌ترین قسمت یادگیری زبان اشاره، مقابله با مخالفت ما با این مسئله تا زمانی است که ایمان بیاوریم این روش دارای هرگونه ارزش احتمالی است.

به مجرد اینکه احساس کنید که مایل به انجام آن هستید، ارزش ذاتی کسب مهارت در ارتباطات غیرزبانی می‌تواند شما را متعجب سازد.

در حقیقت، شک‌های ابتدایی، اغلب در میان دانشجویان مشتاق به یادگیری زبان اشاره وجود دارد. زبان اشاره را دست کم نگیرید. این زبان یکی از مؤثرترین و ماهرانه‌ترین فنون در مذاکرات تجاری می‌باشد.

۱-۲-۱- دفاع، رویارویی و سوءظن

دست به سینه نشستن: این حرکت از مهم‌ترین و همگانی‌ترین علائم دفاع، ناسازگاری، سوءظن و بعضی اوقات در ارتباط با احساس نا امنی است. مشت‌های گره شده یا انگشتانی که بازوان را دربر گرفته‌اند حتی می‌تواند نشان دهنده برخورد منفی قوی‌تر باشد.

یک پا را روی پای دیگر انداختن: به طور کلی این حرکات، علائم ناسازگاری یا رقابت یا رویارویی فزاینده هستند، آنها همچنین می‌توانند فقط نشان دهنده احساس راحتی یا خستگی باشند.

خاراندن بینی، مالیدن چشم: اگر چه این حرکات نسبت به بعضی از حرکات مذکور مشخص‌تر است، اما این حرکات همچنین ممکن است به یک واکنش منفی اشاره داشته باشند؛ به خصوص زمانی که با حرکات دفاعی یا مقابله‌ای دیگری همراه شوند. همچنین تکان دادن صندلی، به طرف در حرکت نمودن و نگاه کردن به ساعت می‌توانند این حرکات را تقویت کنند - البته گاهی بعضی از حرکات مثل خاراندن بینی و مالیدن چشم - حاوی پیغامی نیستند.

فرو رفتن در صندلی یا به عقب تکیه دادن: حرکات فرورفتن در صندلی یا به عقب تکیه دادن یا صندلی را به روی یک پایه هدایت کردن، می‌توانند نشان دهنده مقابله، ناباوری و دفاع باشند؛ به خصوص زمانی که با دستانی که روی سینه یا دستانی که در جیب قرار می‌گیرند همراه شوند.

این حرکات اغلب نشان دهنده دیدگاه خودنمایی است که در شروع نمایش فروش از سوی کنندگان بازاریابی انجام می‌شود.

۱-۲-۲- گشاده‌رویی و ارزیابی

باز بودن دستان، دگمه کت را باز گذاشتن، نگرفتن دستان، پاها را روی هم نینداختن: هر کدام از این حرکات می‌تواند نشانه واضحی از گشاده‌رویی و تمایل به شنیدن و در حد امکان موافقت کردن، باشد. درآوردن کت همچنین می‌تواند دارای معنی باشد. تمام این حرکات اگر در حضور شنونده انجام گیرند و در بعضی از اوقات در مکالمه یا مذاکره دیده شوند به احتمال زیاد رساننده پیغامی هستند.

دست به کمر ایستادن: اگر این حرکت با حرکات دیگری همراه شود، می‌تواند نشان دهنده آمادگی و گشاده‌رویی باشد. اما این حرکت می‌تواند در بعضی مواقع احساس برتری باشد. سر را به حالتی کج یا راست گرفتن: این حرکت یکی از مهم‌ترین و همگانی‌ترین علائم علاقه و ارزیابی صادقانه است.

با چانه، ریش یا سبیل بازی کردن، دست زدن به چانه با دست یا انگشتان: این حرکات اغلب بیان کننده تفکر، ارزیابی و در نظر گرفتن موضوعات مطرح شده است.

خم شدن به سمت جلو روی میز یا در صندلی - روی لبه صندلی نشستن: به غیر از زمانی که این حالات نشان دهنده خستگی باشند، حرکت کردن یا متمایل نمودن سر یا بدن روی میز یا مایل شدن روی صندلی به طرف جلو می‌تواند نشان دهنده گشاده‌رویی و در نظر گرفتن مسائل به طور جدی باشد. حالات چهره، دست زدن به بینی و حرکاتی که دست در آنها دخیل است مصادیقی بر این تفسیر هستند. نشستن بر روی صندلی یا به جلو خم شدن اغلب علاقه شدید یا توافق بالقوه را نشان می‌دهد.

۱-۲-۳- اطمینان و احساس برتری

شیئی را برداشتن و با دقت روی میز گذاشتن: مطالعه دقیق و قرار دادن شیء در مکانی مطلوب به خصوص اگر مورد علاقه شخص باشد، می تواند نشان دهنده احساس برتری (در مفهوم مالکیت) و حس نظارت باشد (اگر فقط شیئی را لمس کنیم و آن را در جای قرار ندهیم می تواند فقط نشان دهنده ارزیابی یا حتی خستگی باشد).

در جایگاه رفیع قرار گرفتن: این ارزیابی به طور معمول دربرگیرنده پیغام احساس برتری و مقام است. ایستادن بالای سر شخصی که نشسته است، یا گشتن به دنبال صندلی که نسبت به دیگر صندلی ها بلندتر است و قدم زدن هنگام ایستادن می تواند نشان دهنده چنین دیدگاهی باشد. اگر چه امروزه از حرکت به مقدار قابل توجهی استفاده نمی شود، اما صدای پاشنه ها هنگام ایستادن می توانند رساننده تأثیر مشابهی باشد (توجه داشته باشید، زمانی که بلندی جایگاه انتخابی دائمی نیست، انتخاب جایی در نزدیک یا کنار میز همایش می تواند به پیغام مشابهی اشاره داشته باشد).

انداختن پا روی صندلی: همان طور که در بالا گفته شد، این حرکات می تواند بیان کننده احساس برتری، حاکمیت و همچنین دشمنی یا عدم همکاری باشد.

۱-۲-۴- عصبی شدن و دستپاچگی

صاف کردن سینه: صاف کردن مختصر سینه می تواند نشان دهنده ناراحتی، معذب بودن یا نگرانی باشد. به هر حال این حرکت نمی تواند نشان دهنده ترس باشد بیشتر کسانی که این

حرکت را انجام می دهند تقریباً از تفاوت مهم بین دو نوع سرفه مطلع هستند، همچنین تغییرات در صدا، لکنت داشتن، استفاده از «آ..»، «می دانید» یا «بسیار خوب» می توانند بیانگر عصبانیت باشند.

باز کردن بازوها در حالی که کف دست روی میز باشد یا گرفتن میز با دستان: این حالت می تواند به دستپاچگی زیاد و ناراحتی اشاره داشته باشد، به خصوص زمانی که با حرکات قبلی و ارتباطات زمانی همزمان تقویت شوند. زمانی که مذاکره کننده آخرین تلاش خود را برای متقاعد کردن رقیب می کند، حالت نگرانی و عصبی شدن را می توان مشاهده کرد.

فشردن دست ها، با چیزی بازی کردن، تکان خوردن هنگام نشستن: این گونه حرکات از علائم عصبی شدن یا دستپاچگی است که همه به آن واقف هستند. با توجه به حالات دیگر در یک گروه، این حرکات می توانند به احساس خستگی اشاره داشته باشند.

خاموش کردن یا نکشیدن سیگار روشن: نیرن برگ و کارلو همچنین اظهار می کنند که در مذاکرات تجاری روشن کردن سیگار نشانه تنش یا عصبی شدن نیست، بلکه آنها بر این باورند که مذاکره کننده ای که عصبانی شده یا دارای تنش است سیگار روشن را خاموش می کند یا آن را نمی کشد. این اظهارات جالب به آسانی در مذاکرات تجاری واقعی تأیید می شوند.

گذاشتن دستان یا انگشتان روی دهان هنگام صحبت کردن: واضح است صحبت نکردن یا صحبت کردن زمانی که دستی روی دهان باشد می تواند نشان دهنده نگرانی یا عصبی

نشستن روی لبه صندلی: همان‌طور که در بالا ذکر گردید، نشستن بر لبه صندلی یا به سمت جلو خم شدن به تمایل شدید اشاره دارد و اغلب میل به حرمت را نشان می‌دهد. با توجه به حرکات دیگری که در جریان هستند، این حرکت ممکن است بر توافق و سازش دلالت داشته باشد. به هر حال در مواقع دیگر، این حرکت می‌تواند احساس خستگی، اکراه یا میل به ترک جلسه را نشان دهد.

۱-۳- حفظ نوسانات روحی

در حقیقت، در تمام مذاکرات تجاری مؤثر، تغییرات شامل ترقی و تنزل طرفین در جریان مذاکره است. یکی از طرفین مذاکره می‌تواند در ابتدا مذاکره را رهبری کند. با این حال، شاید زمانی که اولین جلسه گفتگو درباره موضوعی دشوار تشکیل می‌شود، تغییرات شدید در مقطعی دیگر می‌تواند به طرز قابل توجهی تنزل داشته باشد.

این نوع نوسانات در تغییرات نسبی مذاکره، هم به مقیاس زیاد و هم به مقیاس کم وجود دارند. بنابراین، این تغییرات در کل فرایند تهیه لوازم یعنی از هر پیشنهاد قیمت قطعی و مرحله تقاضای پیشنهاد تا بستن قرارداد نوسان دارند. در مقیاس محدود، این تغییرات در جلسه‌ای مشخص از مذاکره یعنی از بیانات مربوط به افتتاحیه تا مرحله بن‌بست یا پایان موفقیت آمیز جلسه ادامه دارد. در مقیاسی گسترده‌تر، روش و تنظیم وقت شما می‌تواند تأثیر قابل ملاحظه‌ای بر نوسانات نسبی مذاکره بین شما و رقیبتان داشته باشد. این تأثیر را می‌توان با توجه به تغییرات در جریان مذاکره بین طرفین در سه مثال

شدن باشد. این موضوع همچنین عدم صداقت و وفاداری را می‌رساند (به هر حال این حرکت را نباید با حرف زدن با انگشتان که به شکل برج درآمده‌اند اشتباه گرفت که خود می‌تواند نشان دهنده احساس برتری، مهارت در کسب پیروزی در مذاکره بدون تخلف از مقررات آن یا احساس خودبینی باشد).

۱-۲-۵- پذیرش و موافقت

همان‌طور که پیش از این اشاره شد، خیلی از این حالات که با گشاده‌رویی همراه هستند می‌توانند نشان دهنده میل به موافقت باشند. در بعضی مواقع، این حالات می‌توانند قسمتی از گروه حالات پذیرش یا موافقت باشند.

برداشتن موانع، به هم نزدیک‌تر شدن: زمانی که فاصله‌ها کمتر می‌شود، رسیدن به توافق، زمان کمتری می‌گیرد. این حرکت فیزیکی ممکن است زمانی صورت بگیرد که دو مذاکره کننده، به طرف همدیگر متمایل شوند یا زمانی که یکی از مذاکره‌کنندگان از صندلی خود به پا خیزد، دوری بزند و با رقیب خود که در صندلی مهمان نشسته است به گفتگو بپردازد. تجدید قوا از طرف شنونده در این مقطع بیشتر می‌تواند نشانه توافق را تقویب کند (نباید راجع به نزدیک‌تر شدن برای مذاکرات محرمانه قضاوت نادرست کرد؛ چرا که این عمل همیشه نشان دهنده توافق است).

لمس نمودن: با توجه به افراد و مجموعه حرکات آنها، لمس کردن یا گرفتن بازو یا شانه شنونده می‌تواند نشان دهنده توافق یا تمایل واقعی یا ذاتی برای نزدیک شدن به توافق بر سر موضوع باشد.

متغیر نشان داد.

موقعیت اول را مجسم کنید که خریدار تجربه بسیار کمی در تهیه لوازم موردنظر دارد و به طور واضح احساس می کند که در هر مرحله از فرایند تهیه لوازم، افراد دیگر بر او برتری دارند. این موقعیت را می توان با موقعیتی مقایسه نمود که در آن شخص برای اولین بار تقاضای وام بانکی از مؤسسه بزرگ مالی دولتی می کند. در این حالت، متقاضی وام تشخیص می دهد که مسئول وام بانکی، موقعیت معامله ای برتر، اطلاعات بهتر، تجربه بیشتر و برخورد متکبرانه ای دارد. موقعیت بیشتر معاملات تجاری بزرگ بی شباهت به مثال ذکر شده نیست، حتی اگر خریدار از نقاط ضعف موقعیت قرارداد خود اطلاع کافی نداشته باشد. در بیشتر خریدها به خصوص آنهایی که شامل داده پردازی و لوازمی دیگر با فناوری بالا هستند، مذاکره کنندگان طرف خریدار - اغلب ناخودآگاه - چنین می پندارند: «اگر همه کارها را به معنای واقعی به درستی انجام دهم و سعی کنم کاری احمقانه انجام ندهم، به احتمال زیاد این فروشنده با تجربه با فروش سامانه جدید و مؤثری که عملیات شرکت را بهبود و کار آن را وسعت می بخشد، به نفع شرکت عمل می کند. من اطمینان دارم که کار اشتباهی انجام نمی دهم یا معامله را در موقعیت بدی قرار نمی دهم، مبادا این قرارداد امضا نشود» اغلب، به همین ترتیب شرکتی که مجبور است با داشتن موقعیت مالی یا تجاری نامناسب مذاکره کند از نوسانات روانی در طول مذاکرات برخوردار نیست.

شرکت هایی که امکان موفق شدنشان در مذاکرات کم است و یا برای اهداف تجاری دور از دسترس تلاش می کنند ممکن

است در تمام فرایند مذاکرات، به خاطر نوسانات ناشی از جریان مذاکره، احساس کنند دچار ضعفی دائمی شده اند. زمانی که این حالت روی می دهد، نوسانات نسبی به آن حد از وخامت نیست، اما با این حال در تمام مراحل فرایند مذاکره یکنواخت است.

حالت بعد وضعیتی را نشان می دهد که در آن شرکتی موقعیت نسبتاً خوبی در مذاکره دارد اما به دلایلی به طور واقعی یا نامحسوس نیاز فوری به تهیه لوازم را احساس می کند. در این مثال خریدار در شروع فرایند تهیه لوازم، دارای نوسانات شدیدی در جریان مذاکره می شود، برای اینکه رقبای فروشنده موقعیت را برای فروش سریع با سودی به نسبت بالا مناسب می بینند. این فروشندگان تشخیص می دهند زمانی که خریدار یک محصول، انتخاب فروشندگان را می پذیرد، آنها قرارداد را با مذاکرات جزئی درباره شرایط پرداخت یا قیمت آن، زود به پایان برده آن را به امضا می رسانند.

در این حالت، نوسانات خریدار در جریان مذاکره، در آغاز انعقاد قرارداد، به لحاظ تئوری از بیشترین حد در مرحله پیشنهاد قطعی قیمت یا تقاضای پیشنهاد قیمت پایین ترین حد (صفر) می یابد.

چنین نوسانات شدیدی زمانی رخ می دهد که خریدار پیشنهاد قطعی قیمت را می پذیرد، به عبارت دیگر در مواردی که خریدار، فروشنده خاصی را انتخاب می کند تا لوازم دفتر کاری را فراهم آورد. در این برهه، این فروشنده منتخب تشخیص می دهد که مشتری برای تکمیل معامله احساس فوریت می کند. با این وجود، در این مقطع، رقابتی از جانب فروشندگان دیگر

دیده نمی‌شود. در نتیجه خریدار، که فروشنده‌ای را انتخاب کرده است، اظهار می‌دارد: این لوازم باید به ما تحویل داده شود و در اسرع وقت نصب گردند. نتیجه به این صورت در می‌آید که فروشنده دارای نوسانات شدید و خریدار دارای نوسانات کمتری است.

حالت بعد موقعیتی را مجسم می‌کند که خریدار مراحل مذاکره را به خوبی دنبال می‌کند و فوریتی را احساس نمی‌کند، یا آن را آشنا نمی‌سازد.

در این موقعیت، خریدار دارای نوسانات شدید در مرحله پیشنهاد قطعی قیمت یا تقاضای پیشنهاد قیمت است؛ چرا که فروشندگان، بسیار فعالانه برای معامله با خریدار با هم به رقابت می‌پردازند. زمانی که فروشنده اصلی انتخاب می‌شود، نوسانات خریدار تا حدی تنزل می‌یابد ولی بر ارزش ویژه فروشنده افزوده می‌شود، زیرا خریدار تصمیم خود را گرفته است و طیف انتخاب خود را کاهش داده است. در هر صورت، برخلاف مثال پیشین، در این حالت خریدار در جریان مذاکره به خوبی عمل می‌کند، چرا که اگر مذاکرات خریدار با فروشنده اولی موفقیت آمیز نباشد فروشندگان مناسب دیگری را در نظر می‌گیرد که فرصت تهیه لوازم شرکت را داشته باشند. به علاوه زمانی که خریدار، فوریتی را احساس نمی‌کند، فروشنده اول تشخیص می‌دهد که خریدار کاردانی به خرج می‌دهد و می‌تواند از وقت قابل ملاحظه‌ای برای مذاکره بهره بگیرد. از آنجا که فروشنده تشخیص می‌دهد خریدار در مورد مذاکره‌ای جدی است، به این باور دست می‌یابد که باید برای خریدار امتیاز انحصاری قائل شود در غیر این صورت با خطر از دست دادن این معامله روبرو

می‌گردد.

در این حالت خریدار بیشتر تمایل پیدا می‌کند که بر سر موضوعات کم‌اهمیت توافق کند و قرارداد را به مرحله اجرا درآورد و به طور معمول دیدگاه این خریدار ناشی از ترکیب دو عامل است.

در مرحله نخست، خریدار بسیاری از اهداف مورد انتظارش را در مذاکره برآورده ساخته و برای مذاکره بیشتر در مورد مسائل حل نشده، اجباری احساس نمی‌کند.

در مرحله دوم، با وجود عدم احساس ضرورت از ناحیه خریدار، ماهیت وقت‌گیری مذاکرات به صورت تمایل خریدار برای ادامه مذاکرات نمایان می‌گردد - به طوری که زمینه برای تقاضاهای تجاری ضروری دیگر فراهم می‌شود - در نتیجه، نوسانات نسبی طرفین معامله، همگرا و قرارداد به مرحله اجرا گذاشته می‌شود. به طور کلی بعد از امضای قرارداد، نوسانات خریدار در جریان مذاکرات بار دیگر تا زمانی که تعیین زمان تحویل، نصب موفقیت‌آمیز و خدمات ضمانتی در اختیار فروشنده است، تنزل می‌یابد.

این مثال‌ها عوامل مختلفی را که در نوسانات نسبی مذاکره تأثیر دارند نشان می‌دهند. شما با به کارگیری این عوامل و طرح راهکارهای موجود در مذاکره می‌توانید در سر میز مذاکره نوسانات نهایی خود را گسترش دهید.

نخست، اطلاعات قابل اطمینان و الهامات قوی در کسب موفقیت در مذاکرات تجاری از اهمیت به سزایی برخوردار هستند و تجارب واقعی و وقوف به آنچه که انتظارش را داریم از عوامل مهم در خلق و انتقال حس قوی اعتماد به نفس می‌باشند.

میگیرند. با این وجود مقامات رده بالاتر در مراحل اولیه فرایند، در نبود نوسانات در جریان مذاکره تأثیر به سزایی دارند.

برای مثال موقعیتی را در نظر بگیرید که معمولاً در فرایند تهیه لوازم روی می‌دهد. به طور کلی خریدار در این فرایند از سه چیز تبعیت می‌کند. خریدار وقت قابل ملاحظه‌ای را برای ارزیابی و مراحل انتخاب این فرایند صرف می‌کند؛ فقط به این خاطر که متوجه شود بنا به دلایلی، نوسانات لازم را برای دستیابی به امتیازات منطقی در جریان مذاکره ندارد. در حقیقت این سه مرحله که در بالا ذکر گردید، اگر به صورت ارزیابی، انتخاب و درخواست توصیف شوند بسیار منطقی‌تر است. اگر فروشنده به طور کامل مطمئن باشد که خریدار، فروشنندگان دیگری را مدنظر ندارد و در هر صورت قرارداد را امضا می‌کند - زمانی که مذاکره‌کنندگان طرف خریدار سخنرانی‌شان را تمام کنند و تشخیص دهند که تلاش‌های‌شان بیهوده بوده است - خریدار نوسانات کمتری برای انجام مذاکرات سودمند دو جانبه خواهد داشت.

زمانی که نوسانات مؤثر در جریان مذاکره افت پیدا می‌کنند، مذاکره‌کنندگان طرف خریدار مجبور می‌شوند راهبردهایی را به کار گیرند تا از روی عمد معامله را به بن‌بست بکشانند و مذاکرات را بر هم زنند؛ فقط برای آن که نشان دهند خریدار ممکن است بخواهد با فروشنده دیگری معامله کند.

بی‌ثمر بودن تلاش‌های مذاکره‌کنندگان را که تا مرحله درخواست تهیه لوازم ادامه پیدا می‌کند می‌توان با ارائه گفتگویی فرضی نشان داد، اگر چه در مورد اظهاراتی که در زیر

دوم، مراحل مذاکره و تنظیم وقت می‌تواند تأثیر قابل ملاحظه‌ای بر نوسانات نسبی شما داشته باشد. اگر نقطه ضعف موقعیتتان را خیلی سریع در فرایند مذاکره آشکار سازید، باید بسیار تلاش کنید تا دوباره نوسانات واقعیتان را در طی مذاکره به دست آورید. با توجه به این عامل، باید تشخیص دهید که نقطه ضعف موقعیت شما در مذاکره هم به صورت واضح و هم به طور ضمنی می‌تواند نمایان گردد. نقطه ضعف در جریان مذاکره را به طور ضمنی (به عبارتی زمانی که خریدار برای معامله‌ای تدارکاتی، فروشنده‌ای را انتخاب یا قراردادی را منعقد نموده است) نشان می‌دهد، برای اینکه در این حالت خریدار بتواند از نوسانات منطقی در جریان مذاکره برخوردار گردد، فروشنده باید دچار شک و تردید شود. فروشنده یا فروشنندگان به طور مطلوب، باید احساس کنند که اگر برای خریدار در جریان مذاکره امتیازات انحصاری قائل نشوند خریدار تصمیم می‌گیرد که با منابع دیگر به تجارت بپردازد. این شک و تردید فروشنده، تمایل لازم را برای رسیدن به توافق در مورد قرارداد در سر میز مذاکره به وجود می‌آورد.

سوم، بسیاری از شرکت‌ها قبل از اینکه بر سر میز مذاکره حاضر شوند و قراردادی را منعقد کنند، نوسانات خود را در مذاکره از دست می‌دهند. در نتیجه، وکلای شرکت و دیگر مذاکره‌کنندگان مجبور می‌شوند به دنبال امتیازات انحصاری مالی و قراردادی مهمی باشند که ارزش چندانی برای آنها ندارد. این حالت موقعیت نامناسبی را برای تعداد بسیاری از مذاکرات تجاری به وجود می‌آورد. معمولاً وکلا و مذاکره‌کنندگان به طرزی باورنکردنی شکست در مذاکره مورد سرزنش قرار

آمده، کمی افراط شده است، اما آنها اثرات علمی کوشش‌های تدارکاتی بسیار زیادی را به طور مختصر بیان می‌کنند: «آقای فروشنده، شرکت ما شش ماه از وقت خود را به منظور تقاضای تهیه پیشنهاد قیمت صرف نموده است و همان‌طور که می‌دانید پنج‌ماه قبل پیشنهاد را به شما ارائه دادیم. ما ۱۲ پیشنهاد قیمت قطعی دریافت کردیم و چهار ماه دیگر برای ارزیابی تمام پیشنهادات صرف نمودیم. در آن زمان فعالیت خود را با چهار فروشنده محدود نمودیم و ارزیابی خود را با استفاده از آزمایش‌هایی محک زدیم. هفته گذشته به مدیریت ارشد و هیئت مدیره توصیه نمودیم که با شرکت شما معامله کنند و پیشنهاد قیمتتان را بپذیرند. امروز رئیس شرکت به ما اطلاع داد که توصیه‌های ما به طور کامل پذیرفته شده است و ما می‌توانیم در اسرع وقت پیشنهاداتتان را به کار بندیم. بنابراین زمانی را تعیین نمایید تا به تنظیم قرارداد مبادرت ورزیم».

با وجود طبیعت غیرواقعی این مثال، نکته اصلی باید روشن باشد: مذاکرات مؤثر باید دارای نوسان باشد. اگر شما چیزی را که رقیبتان خواستار آن است از دست بدهید برخورداری از نوسانات لازم در مراحل اولیه و مهم فرایند مذاکره بسیار مشکل یا غیرممکن خواهد بود.

۱-۴- به کارگیری نیروهای فردی در مذاکره

همان‌طوری که نوسانات روانی مذاکره با گذشت زمان تغییر می‌کنند، نیروهای فردی در مذاکره، سیری دورانی دارند، حتی در مورد بهترین مذاکره‌کنندگان، نیروهای فردی به خاطر دلایل شخصی و تخصصی در جریان مذاکره نوساناتی پیدا

می‌کند. مذاکره‌کنندگان اوقات بد و خوبی دارند، زمانی در موضع قدرت و زمانی در وضع ضعف قرار می‌گیرند. در بعضی مواقع، نقشه حمله مذاکره‌کنندگان بدون بروز اشکال پیش می‌رود، به طوری که با همان حالت هنرمندانه یک مجسمه‌ساز ماهر یا یک ورزشکار حرفه‌ای، معامله‌ای را از آن خود می‌سازند. در مواقع دیگر، تلاش‌های مذاکره‌کنندگان چندان امیدبخش نیست و طبق انتظار پیش نمی‌رود. شاید رقیب برتر است یا شاید در لحظاتی حساس، مذاکره‌کننده از روش‌هایی استفاده می‌کند که فاقد طبیعتی خلاق می‌باشد.

مذاکره‌کننده خلاق همیشه نیروهای فردی مؤثر در مذاکره رقیب خود را در سراسر جلسه معامله، مطالعه و ارزیابی می‌کند و به درک تأثیر نیروهای فردی جهت انتخاب راهکارهای موردنظر می‌پردازد (تصمیم‌گیری در برهه‌ای از زمان در مورد اینکه از چه راهکارهایی باید استفاده کرد از مشکل‌ترین مراحل فرایند مذاکره است و مطالعه نیروهای فردی در مذاکره و تلاش‌های دیگر تأثیری در ارائه پاسخی کامل ندارند). همانند مطالعه زبان اشاره، شما باید نیروهای فردی در مذاکره را در متن تمام ارتباطات و حرکات و اشاراتی که در زمانی معین از سوی رقیبتان نمایان می‌شود مورد ارزیابی قرار دهید. در ارزیابی هر دسته، حتماً باید مواظب هرگونه ناسازگاری باشید که می‌تواند در گروه کاملی از حرکات و اشارات وجود داشته باشد. قدرت فردی مذاکره ابزاری مؤثر است، زیرا همچنان که تجارب مذاکره‌کننده در منحنی مخصوص قدرت‌های فردی تغییر می‌کند، او به شدت به نیازهای ماسلو واکنش نشان می‌دهد. در عمل، رابطه‌ای مستقیم و منطقی بین قدرت‌های فردی مذاکره

کننده در مذاکره و حساسیت او به راهکارها و امتیازات موجود در مذاکره وجود دارد که (حداقل به طور ظاهری) نیازهای مختلف سطوحی را که در سلسله مراتب ماسلو وجود دارند، برآورده می‌سازند. برای مثال، اگر رقیبتان قدرت‌های فردی بالایی در مذاکره برخوردار باشد، به طور معمول اعتماد به نفس شدیدی از خود نشان می‌دهد. او با ساختار فکری که دارد به امکان شکست خود در مأموریت خویش نمی‌اندیشد، بلکه به احتمال زیاد جزئیات کم‌اهمیت و مسائل خصوصی‌ای را در نظر می‌گیرد که حس برتری و موفقیت را در او تقویت می‌کند. با توجه به سلسله مراتب نیازهای ماسلو، رقیبتان راجع به نیازهای اساسی روانی یا امنیت و مصونیت (مثل پناهگاه، غذا) که از مهمترین نیازهای فهرست ماسلو است نمی‌اندیشد، در مقابل رقیبتان احتمالاً نسبت به نیازهای ظریفتر و پیچیده‌تری مثل نیازهای هنری و نیازهای مربوط به زیبایی که در جدول فهرست ماسلو است نمی‌اندیشد، در مقابل رقیبتان احتمالاً نسبت به نیازهای ظریفتر و پیچیده‌تری مثل نیازهای هنری و نیازهای مربوط به زیبایی که در جدول ماسلو در پایین‌ترین سطح قرار دارند حساسیت نشان می‌دهد.

با تشخیص رابطه بین قدرت‌های فردی در مذاکره و نیازهای ماسلو می‌توانید قضاوت نمایید که چه راهکارهایی می‌تواند تأثیر کمتری در مقطع خاصی در جلسه مذاکره داشته باشد. برای مثال زمانی که قدرت‌های فردی رقیبتان در مذاکره زیاد است، بنابراین او به احتمال زیاد به اساسی‌ترین نیازهای ماسلو حساسیت نشان نمی‌دهد، از این رو شما نباید وقت خود را با به کارگیری راهکاری که فقط رقیبتان را از پا درآورد تلف نمایید

(مثلاً با به خطر انداختن کل معامله یا حق معامله رقیبتان). شاید به کارگیری چنین راهکاری اثرات جدی کمی در آن برهه داشته باشد. قدرت‌های فردی رقیب در تشخیص ماهیت چنین راهکارهایی باعث خنثی شدن آنها می‌گردند. این راهکار به این صورت است: تلاشی ضعیف و در وقتی نامناسب برای تغییر جریان جلسه مذاکره، عدم موفقیت شما در به کارگیری چنین راهکاری و موفقیت رقیبتان در تشخیص نقاط ضعف تلاش‌هایتان، فقط بر قدرت‌های فردی رقیبتان در مذاکره می‌افزاید.

زمانی که قدرت فردی رقیبتان در مذاکره زیاد است، به کارگیری راهکار پیچیده‌تری که به یکی از نیازهای کم‌اهمیت ماسلو نزدیک است کار عاقلانه‌ای می‌باشد. در چنین مواقعی ممکن است به غرور، به قضاوت منصفانه توسل جوید یا به بررسی دانش و مهارت رقیبتان بپردازید. این مذاکره کننده با قدرت فردی زیاد و اعتماد به نفس لازم می‌تواند نسبت به ادعاهایتان واکنش خوبی نشان دهد، با این توجیه که مفاد خاصی از قرارداد تناقض دارد و به روش صحیحی طرح‌ریزی نشده است.

از طرفی، زمانی که قدرت فردی رقیبتان در مذاکره به طور نسبی کم است، او به طور معمول به راهکارهایی حساس می‌شود که به نیازهای ماسلو نزدیک‌تر است. در چنین مواردی، تعجب زیاد از حد، به بن‌بست کشاندن مذاکرات و تهدید کردن به قطع مذاکرات، راهکارهای سودمندی هستند. به عبارت دیگر، رقیبتان احتمالاً به راهکارهایی که به نیازهای پیچیده در سلسله مراتب ماسلو مرتبط است علاقه یا واکنش مثبتی نشان

نمی‌دهد.

زمانی که رقیبتان به نقاط ضعف خود یا شکست بالقوه فکر می‌کند، نسبت به عوامل انگیزشی مهمی مثل امنیت شغلی و مالی بیشتر از مسائل خوب در زندگی حساسیت نشان می‌دهد (بدیهی است که درباره مثال‌های مذکور کمی افراط شده است. طرح این مسئله برای توضیح مفاهیم صورت گرفته و در واقع این تمایزات معمولاً تا حد زیادی محسوس نمی‌باشد).

رابطه قدرت‌های فردی و راهکارها در مذاکره به قدرت فردی رقیبتان محدود نمی‌گردد، بلکه در بسیاری از مواقع به توانایی شما در به کارگیری موفقیت‌آمیز راهکار؛ یعنی به قدرت فردی خودتان در مذاکره ارتباط دارد. همان‌طوری که انتظار می‌رود، هر راهکاری به مقدار معینی از قدرت فردی یا نوسانات روحی احتیاج دارد. مقدار قدرت فردی لازم در مذاکره برای به کارگیری موفقیت‌آمیز راهکار خاصی به عوامل مختلفی مثل سختی یا پیچیدگی راهکار موردنظر، اهمیت مسائل مالی و موضوعات دیگری که بر معامله تأثیر می‌گذارد و قدرت فردی رقیبتان در مذاکره بستگی دارد. آخرین عامل مذکور مسئله بسیار جالبی به نظر می‌رسد؛ زیرا مدام به این مطلب اشاره می‌کند که قدرت فردی طرفی از معامله در مذاکره با قدرت فردی مذاکره‌کننده دیگر بر سر نکته‌ای در زمان خاص نسبت معکوس دارد.

اگر این ارتباط کامل باشد قدرت فردی طرفین مذاکره را می‌توان با یک خط یا نمودار سینوسی نشان داد، به طوری که قسمت بالای منحنی قدرت فردی یکی از مذاکره‌کنندگان و قسمت پایین منحنی قدرت فردی رقیب دیگر را در مذاکره

نشان می‌دهد.

در واقع، ارتباط قدرت فردی در مذاکره، به هیچ وجه کامل نیست و هر تعریف دیگری از آن به منزله ساده نمودن زیاد از حد یک نظریه سودمند تلقی می‌گردد.

به هر حال، در مواقع بسیاری رابطه معکوس قدرت فردی رقبا در مذاکره، حداقل تا حدی محسوس است. زمانی که یکی از مذاکره‌کنندگان از قدرت فردی بالایی در مذاکره برخوردار است. طرف دیگر قدرت فردی کمتری خواهد داشت و برعکس. این ارتباطات تکمیلی ممکن است در جلسه خاصی به سرعت نمایان نگردد و دلیل آن به خاطر تأخیر زمانی است که اغلب هنگام افزایش قدرت فردی یک مذاکره‌کننده و افول قدرت فردی طرف دیگر در مذاکره روی می‌دهد. به هر حال، هر قدر محور زمانی گسترش یابد، این ارتباط به طور معمول بیشتر نمایان می‌گردد.

وجود یا عدم وجود این ارتباط معکوس همچنین این سؤال را با خود به همراه می‌آورد که چه راهکارهایی را باید در جریان مذاکرات انتخاب نمود. بیشتر راهکارهای قوی که در دسترس شما هستند (برای مثال به بن‌بست کشاندن عمدی مذاکرات یا درخواست‌های جدی و شگفت‌آور) به قدرت فردی بالایی نیاز دارند. بسیاری از همین راهکارها زمانی مؤثر واقع می‌شوند که سطح قدرت فردی رقیبتان در مذاکره نسبتاً پایین است. در نتیجه حساسیت او نسبت به نیازهای اساسی‌تر ماسلو به طور نسبی بالا می‌رود. اگر رابطه قدرت فردیتان در مذاکره نسبت معکوسی با قدرت فردی رقیبتان داشته باشد، شما از موقعیت بسیار خوبی برای به کارگیری راهکارهای مؤثر برخوردار

مذاکرات موفقیت‌آمیز می‌توانند بدون رسیدن به بن‌بستی بر سر مسئله معینی برگزار گردند اما مذاکرات تجاری بسیار مهم، حداقل اگر طرفین مذاکره جاه‌طلبی‌های شدید خود را دنبال کنند به یک بن‌بست یا بن‌بست‌های بیشتری می‌رسند.

زمانی که مذاکرات به بن‌بست می‌رسند، مسئله حفظ سطح جاه‌طلبی‌های زیاد شکل حادثی به خود می‌گیرد. اگر مذاکرات قرار است به نتیجه‌ای موفقیت‌آمیز برسد، بن‌بست باید از طریق سازش یا دادن امتیاز شکسته شود و اگر یکی از مذاکره‌کنندگان از سطح جاه‌طلبی‌های خود در برهه‌ای بحرانی بکاهد، طرف دیگر مذاکره می‌تواند موفقیت زیادی را به صورت امتیازی که بیشتر از آنچه برای شکستن بن‌بست لازم است به دست آورد و به ادامه مذاکرات پردازد.

به عبارت دیگر، هنگام رسیدن به بن‌بست، هر مذاکره‌کننده باید سازش‌ها و امتیازاتی ذاتی را که می‌تواند به نوعی بن‌بست منتهی گردد مدنظر قرار دهد. اگر مذاکره‌کننده از سطح جاه‌طلبی‌های زیادی در آن مقطع برخوردار نیست، می‌تواند از یک امتیاز انحصاری بهره بگیرد، به این صورت که امتیازی را که بیشتر از آنچه برای شکستن بن‌بست لازم است پیشنهاد کند و از وقفه در مذاکره جلوگیری کند (البته هنر دانستن اینکه فقط چه مقدار امتیاز باید قائل شد، تنها در برگیرنده سطح جاه‌طلبی زیاد نیست، در هر صورت این عامل از عناصر مهم این هنر محسوب می‌گردد).

این مفاهیم کلی را می‌توان از طریق ذکر یک مثال که شاید از اساسی‌ترین اهداف در مذاکره است، توضیح داد: «قیمت». به روش سنتی، بیشتر فروشندگان در مذاکراتشان بر سر قیمت،

خواهید بود. در حالی که قدرت فردی رقیبتان در مذاکره کم می‌شود. بدین وسیله تأثیر راهکارهای مورد نظرتان به حداکثر خواهد رسید. در مقابل، اگر رابطه بین قدرت فردی شما و رقیبتان در مذاکره یکسان نباشد و از نسبت معکوسی برخوردار باشد، بنابراین تواناییتان برای به کارگیری راهکاری مؤثر مخدوش می‌گردد. مثلاً، اگر شما و رقیبتان از قدرت فردی کمی در مذاکره برخوردار باشید، نشانه‌های ناشی از ارزیابی این دو سطح، نامتجانس می‌گردند. قدرت فردی کم رقیبتان به این نکته اشاره می‌کند که شما می‌توانید به طور موفقیت‌آمیزی راهکار مؤثری را به کار بندید. به هر حال، اگر به کارگیری راهکاری ایجاب کند که از قدرت فردی بالایی در مذاکره برخوردار باشید، ممکن است قادر نباشید (یا به احتمال زیاد) توانایی کمی داشته باشید که راهکاری را بطور موفقیت‌آمیز به کار بندید. در چنین مواقعی باید ارزش ذاتی به کارگیری راهکار را تشخیص دهید، اما این نکته را هم درک نمایید که ممکن است به کارگیری مطلوب راهکاری در آن مقطع از فرآیند مذاکره به خاطر ضعف قدرت فردیتان در مذاکره امکان‌پذیر نباشد.

۱-۵- هدایت امواج موزون مذاکره

مذاکرات تجاری مطلوب متضمن کاهش سطح جاه‌طلبی‌های هر دو رقیب تا سطحی است که برای طرفین قابل قبول باشد. به طور معمول بن‌بست‌ها در مذاکرات با زمان‌های متفاوت اتفاق می‌افتد، هنگامی که هر دو طرف جاه‌طلبی‌های زیادی داشته و بر اهداف خود به شدت پافشاری می‌کنند. اگر چه

دو سطح را مدنظر قرار دهند. اولین سطح، کمترین سطح قابل قبول است و از سود بسیار کمی که مدیر فروشنده مایل به قبول آن است ناشی می‌شود (این سطح را می‌توان هم در معامله‌ای خاص، در مشتری و در طیف کامل از موقعیت‌های تجاری فروشنده مشاهده نمود). دومین سطح، سطح جاه‌طلبی در مورد قیمت را می‌توان از طریق انگیزه‌های شخصی مذاکره کنندگان فروشنده متأثر ساخت. این جاه‌طلبی برای به حداکثر رساندن سود ناشی از فروشنده به منظور دستیابی به جبران‌های مالی بیشتر به صورت حق معامله فروش یا فروش‌هایی سودآور است.

موقعیت خریدار هنگام مذاکره اغلب به ماهیت سازمان تجاری خریدار یا دیدگاه آن در مورد معامله بستگی دارد. در بعضی مواقع، خریدار (مانند فروشنده) دو سطح را در دیدگاه خود نسبت به مذاکره درباره قیمت مدنظر قرار می‌دهد. درست مانند فروشنده، اولین سطح کمترین سطح قابل قبول ناشی از حداکثر قیمتی است که مدیریت شرکت مایل به پرداخت آن است. دومین سطح قیمت خریدار سطح جاه‌طلبانه‌ای است که ناشی از تمایل خریدار به دستیابی به آن کالا با حداکثر قیمت ممکن است. به هر حال، در موارد نادری، مذاکره‌کنندگان طرف خریدار به ندرت از انگیزه‌های شخصی برای به حداقل رساندن قیمت فروش به منظور جبران‌های مالی بیشتر از طریق پاداش برخوردار هستند. برخی نکات استثنا نیز در این مورد وجود دارد به خصوص در مورد افرادی با درآمد بالاتر که می‌توانند حق معامله‌هایی ناشی از برنامه‌های تشویقی برای سود بیشتر داشته باشند.

بسیاری از خریداران در مذاکراتشان بر سر قیمت، روی یک سطح تمرکز می‌کنند: «سطح پذیرش». با وجود جهت‌گیری بیشتر خریداران به سطح سودآوری مسئولان تدارکاتی یا مسئولان دیگر در جهت به حداکثر رساندن سود گام برنمی‌دارند. زمانی که این حالت روی می‌دهد، میان سطح جاه‌طلبی‌ها اختلافاتی وجود دارد زیرا دفتر تدارکاتی خریدار در گذشته موافقت مدیریت را جهت خرید وسیله‌ای مشخص با قیمتی معین (که اغلب قیمت تمام شده فروشنده یا احتمالاً قیمتی که کمتر فروشنده برای آن تخفیف قائل شده است) دریافت نموده است. در حقیقت، بسیاری از شرکت‌های خریدار تا زمانی که موافقت مدیریت را دریافت نکنند به طور جدی در سر میز مذاکره حاضر نمی‌شوند. در بعضی مواقع مخارج خریدار، جایگزینی برای هزینه‌ای است که با بودجه قبلی هماهنگی دارد و نیازی به ارائه توضیح بیشتر به مدیریت نیست. در هر دو موقعیت، مذاکره‌کنندگان طرف خریدار دلیلی نمی‌بینند که بر قیمتی کمتر پافشاری کنند. درحقیقت، بعضی از مذاکره‌کنندگان طرف خریدار صادقانه به این مسئله اعتقاد دارند که پافشاری برای دستیابی به قیمت کمتر می‌تواند امواجی تولید کند که رابطه فروشنده با خریدار را مخدوش می‌سازد یا مذاکرات را طولانی می‌کند و بدین وسیله تاریخ تحویل را به تعویق می‌اندازد.

خریدار ممکن است جاه‌طلبی نسبتاً کمی در مورد قیمت داشته باشد، زیرا طرف خریدار به ندرت از انگیزه‌ای شخصی و مالی جهت کاهش قیمت پرداختی به فروشنده برخوردار است. حتی شرکت‌های خریدار که پاداشی برای مدیران خود در نظر

فصل دوم

قوانین تجاری و بانکی

می‌گیرند به ندرت دارای سامانه‌های جبران مالی هستند که انگیزه دریافت حق معامله را که در بسیاری از بازاریابان فروشنده وجود دارد، برانگیزد. صرف‌نظر از کوشش‌های مذاکره کنندگان طرف خریدار، حقیقت موضوع این است که مذاکره کنندگان طرف فروشنده به خاطر به حداکثر رساندن قیمت فروش، که به افزایش درآمد آنان می‌انجامد توجه می‌کنند و از جاه‌طلبی قابل ملاحظه‌ای نسبت به کارمند حقوق‌بگیر خریدار برخوردار هستند. این تفاوت‌ها در انگیزه به خصوص زمانی که مذاکرات ساعت‌ها بعد از پایان ساعت کاری ادامه می‌یابد، می‌تواند برای خریدار مسئله‌آفرین باشد. در این مقطع، نماینده فروشنده هنوز از انرژی برخوردار است و برای افزایش حق معامله‌ی خویش تا حد امکان از خود آمادگی نشان می‌دهد. از طرفی کارمند حقوق‌بگیر خریدار، به خوبی احساس می‌کند، زمانی را که در مذاکره صرف می‌کند از بار سنگین کارش نمی‌کاهد و به جای بهبود وضعیتش فرصت‌های او را برای ترفیع مقام و دریافت پاداش، کمتر می‌کند.



نامه مشخص شود.

۲ - ۳ - انواع شرکت (در قانون تجارت جمهوری اسلامی ایران)

- شرکت سهامی
- شرکت با مسئولیت محدود
- شرکت تضامنی
- شرکت مختلط غیرسهامی
- شرکت مختلط سهامی
- شرکت نسبی
- شرکت تعاونی تولید و مصرف

۲ - ۳ - ۱ - شرکت سهامی

شرکت سهامی، شرکتی است که سرمایه‌ی آن به سهام تقسیم شده مسئولیت صاحبان محدود به مبلغ اسمی آن‌هاست. شرکت سهامی به ۲ نوع تقسیم می‌شود:

• **شرکت سهامی عام:** شرکت‌هایی است که مؤسسان آن‌ها قسمتی از سرمایه‌ی شرکت را از طریق فروش سهام به مردم تأمین می‌کنند. در این شرکت‌ها اولاً سهام‌داران باید لااقل پنج نفر باشند. ثانیاً مؤسسان می‌توانند برای تشکیل سرمایه‌ی شرکت، با انتشار اوراق پذیره‌نویسی، اشخاص ثالث را در تأمین سرمایه سهیم کنند.

• **شرکت سهامی خاص:** شرکت‌هایی که تمام سرمایه‌ی آن‌ها در موقع تأسیس، منحصرأ توسط مؤسسان تأمین شده است. این شرکت از حداقل سه شریک تشکیل می‌شود و ویژگی

فصل دوم

قوانین تجاری و بانکی

۲ - ۱ - شرکت تجاری

شرکت تجاری، قراردادی است که به موجب آن دو یا چند نفر توافق می‌کنند سرمایه‌ی مستقلی را که از جمع آورده‌های آن‌ها تشکیل می‌شود، ایجاد کنند و به مؤسسه‌ای که برای انجام مقصود خاصی تشکیل می‌گردد، اختصاص دهند و در منافع و زیان‌های احتمالی حاصل از به کارگیری سرمایه سهیم شوند. مالکان شرکت، شخصاً از کار به دور هستند و معمولاً سهامدار نامیده می‌شوند. شرکت تحت کنترل دولت است و مالیات بر درآمد به آن تعلق می‌گیرد.

۲ - ۲ - الزامات تأسیس شرکت

- در مورد سهم سرمایه‌ی افراد توافق کرد.
- اساس‌نامه‌ی کسب و کار به تأیید نهادهای مربوط دولتی برسد و شرکت ثبت شود.
- حیطه‌ی فعالیت‌ها و محدودیت‌های کسب و کار در اساس

- طرح اساس نامه باید با قید تاریخ به امضای مؤسسان برسد و مشتمل بر این مطالب باشد: نام شرکت، موضوع، مدت، مرکز اصلی و شعب، مبلغ نقدی و غیر نقدی و غیره.
- مجمع عمومی شرکت سهامی از اجتماع صاحبان سهام تشکیل می شود.
- شرکت سهامی را هیأت مدیره ای که از بین صاحبان سهام انتخاب شده است، اداره می کند و تعداد اعضای آن در شرکت سهامی عام نباید کمتر از ۵ نفر باشد.
- هیأت مدیره باید حداقل یک نفر را به مدیریت عامل شرکت برگزینده و حدود اختیارات و مدت تصدی و حق الزحمه ای او را تعیین کند.

۲ - ۳ - ۲ - شرکت با مسئولیت محدود

شرکتی است که بین دو یا چند نفر برای امور کسب و کار تشکیل شده و هر یک از شرکا بدون این که سرمایه به سهام تقسیم شده باشد، فقط تا میزان سرمایه خود در شرکت، مسئول قروض و تعهدات شرکت می باشند. این شرکت نیز از حداقل دو شریک تشکیل می شود. ولی در آن، برخلاف شرکتهای تضامنی و نسبی، مسئولیت شرکا در قبال طلب کاران شرکت محدود به آورده ای آنها در شرکت است. در مثال مذکور، اگر دارایی شرکت با مسئولیت محدود ۹۰۰ هزار ریال باشد و برای پرداخت طلب طلب کاران کافی نباشد، طلب کاران بابت باقی مانده ای طلب خود، یعنی ۳۰۰ هزار ریال دیگر، نسبت به دارایی شخصی شرکا حقی نخواهند داشت. وجوه مشترک این شرکت با شرکتهای تضامنی و نسبی این است که اولاً

بازرزش این است که صاحبان سرمایه، که به سهام دار تعبیر می شوند، دارای اوراق سهم هستند نه این که مانند شرکت های پیش گفته، سهم الشرکه داشته باشند. در این نوع شرکت، سرمایه به سهام مساوی تقسیم شده و هر شریک مالک تعدادی از این سهام است. فرض کنیم سرمایه ی شرکتی که از سه سهام دار تشکیل شده، بالغ بر ۹۰۰ هزار ریال باشد و هر یک از آنها یک سوم این مبلغ را به شرکت آورده باشند و سرمایه ی شرکت نیز به ۹۰۰ سهام ۱۰۰۰ ریالی تقسیم شده باشد. در چنین صورتی، هر یک از شرکا، مالک ۳۰۰ سهم است و می تواند تعدادی از آنها را به کسانی که می خواهد منتقل کند. علی الاصول، این انتقال آزاد است و این امر، از دیگر خصایص عمده ی شرکت سهامی خاص به شمار می رود. شرکت سهامی خاص دو ویژگی دیگر نیز دارد. اول این که در آن، مسئولیت سهام داران محدود به مقدار سهام آنهاست، چیزی که در مورد شرکت با مسئولیت محدود نیز صادق است. دوم این که مؤسسات شرکت، یعنی شرکای اولیه ی آن، نمی توانند با پذیره نویسی، یعنی با مراجعه به عموم مردم، سرمایه ی شرکت را تأمین کنند و آورندگان سرمایه فقط خود مؤسسات هستند.

۲ - ۳ - ۱ - نکات شرکت های سهامی

- شرکت سهامی، شرکت بازرگانی محسوب می شود، ولو آن که موضوع عملیات آن امور بازرگانی نباشد.
- در شرکت سهامی تعداد شرکا نباید کمتر از ۳ نفر باشد.
- در زمان تأسیس، نباید سرمایه ی شرکت سهامی عام از ۵ میلیون ریال و سهامی خاص از ۱ میلیون ریال کمتر باشد.

سرمایه‌ی شرکت به صورت سهام نیست، بلکه هر شریکی درصدی از سرمایه را مالک است که از آن به سهم‌الشرکه تعبیر می‌شود؛ ثانیاً سهم‌الشرکه را نمی‌توان بدون رضایت سایر شرکا به دیگران منتقل کرد.

۲ - ۳ - ۱ - نکات شرکت‌های با مسئولیت محدود

- در اسم شرکت باید عبارت «با مسئولیت محدود» قید شود.
- این شرکت وقتی تشکیل می‌شود که تمام سرمایه‌ی نقدی تأدیه و سهم‌الشرکه‌ی غیرنقدی نیز تسلیم شود و بعلاوه، در شرکت‌نامه باید صراحتاً قید شده باشد که سهم‌الشرکه‌ی غیرنقدی هر کدام از شرکا چقدر است.
- شرکا نسبت به قیمتی که در حین تشکیل برای سهم‌الشرکای غیرنقدی معین شده است، در مقابل اشخاص ثالث مسئولیت تضامنی دارند.
- هر یک از شرکا به نسبت سهمی که در شرکت دارد، دارای حق رأی خواهد بود.

۲ - ۳ - ۳ - شرکت تضامنی

شرکتی است که تحت اسم مخصوصی برای امور تجاری بین دو یا چند نفر با مسئولیت تضامنی تشکیل می‌شود. اگر دارایی شرکت برای ادای تمام قروض کافی نباشد، هر یک از شرکا مسئول پرداخت تمام قروض شرکت است.

۲ - ۳ - ۱ - نکات شرکت‌های تضامنی

- در اسم شرکت باید عبارتی «تضامنی» و حداقل اسم یک نفر

از شرکا و عبارت «شرکا» ذکر شود.

- شرکت تضامنی وقتی تشکیل می‌شود که تمام سرمایه‌ی نقدی تأدیه و سهم‌الشرکه‌ی غیرنقدی نیز تقویم و تسلیم شده باشد.
- هرگاه شرکت تضامنی منحل شود، مادام که قروض شرکت از دارایی آن تأدیه نشده است، هیچ یک از طلب‌کاران شخصی شرکا حقی در آن دارایی نخواهند داشت.

۲ - ۳ - ۴ - شرکت مختلط غیرسهامی

شرکتی است که برای امور تجاری، تحت اسم مخصوصی بین یک یا چند نفر شریک ضامن و یک یا چند نفر شریک با مسئولیت محدود بدون انتشار سهام تشکیل می‌شود. شریک ضامن، مسئول کلیه‌ی فروضی است که ممکن است علاوه بر دارایی شرکت پیدا شود. شریک با مسئولیت محدود، کسی است که مسئولیت او فقط تا میزان سرمایه‌ای است که در شرکت گذاشته یا باید بگذارد.

۲ - ۳ - ۴ - نکات شرکت‌های مختلط غیرسهامی

در اسم شرکت باید عبارت «شرکت مختلط» و حداقل اسم یکی از شرکای ضامن قید شود. شریک با مسئولیت محدود، نه حق اداره‌ی شرکت را دارد و نه اداره‌ی امور شرکت از وظایف اوست، بلکه اداره‌ی شرکت بر عهده‌ی شریک یا شرکای ضامن است و حدود اختیارات آنها همان است که در مورد شرکای شرکت تضامنی مقرر شده است.

۲- ۳- ۵- شرکت مختلط سهامی

شرکتی است که تحت عنوان مخصوصی بین یک عده شرکای سهامی و یک یا چند نفر شریک ضامن تشکیل می‌شود. شرکای سهامی کسانی هستند که سرمایه‌ی آن‌ها به صورت سهام یا قطعات سهام متساوی‌القیمت در آمده و مسئولیت آنها تا میزان همان سرمایه‌ای است که در شرکت دارند. شریک ضامن نیز کسی است که سرمایه‌ی او به صورت سهام در نیامده و مسئولیت کلیه‌ی قروضی است که ممکن است علاوه بر دارایی شرکت پیدا شود. تفاوت این نوع شرکت با شرکت مختلط غیرسهامی در این است که سرمایه‌ی شرکت به سهام تقسیم شده است و شرکای سهام‌دار حق مدیریت بر شرکت را ندارند.

۲- ۳- ۵- نکات شرکت‌های مختلط سهامی

در اسم شرکت باید عبارت «شرکت‌های مختلط» و حداقل اسم یک از شرکای ضامن قید شود. مدیریت شرکت نیز مخصوص شریک یا شرکای ضامن است.

۲- ۳- ۶- شرکت نسبی

شرکتی است که برای امور تجاری، تحت عنوان مخصوص بین دو یا چند نفر تشکیل و مسئولیت هر یک از شرکا به نسبت سرمایه‌ای که در شرکت گذاشته است، می‌باشد. شرکت نسبی از جنبه‌های مختلف نظیر شرکت تضامنی است. ولی برخلاف آن شرکت، مسئولیت شرکای شرکت به نسبت مالکیت آن‌ها در سرمایه‌ی شرکت تعیین می‌شود. برای مثال، هر گاه شرکت،

سه نفر شریک داشته باشد و هر یک از شرکا، مالک یک سوم سرمایه‌ی شرکت باشند، هر شریکی باید یک سوم از طلب طلبکاران شرکت را بپردازد. اگر طلبکاران به شرکت مراجعه کنند و شرکت قادر به پرداخت تمامی دیون خود به طلبکاران نباشد، طلبکاران می‌توانند بقیه‌ی طلب خود از شرکت را از شرکا بگیرند. اما چون مسئولیت شرکا تضامنی نیست، طلبکاران فقط یک سوم از مطالبات خود را از هر شریک می‌گیرند و برای دو سوم دیگر باید به دو شریک دیگر مراجعه کنند.

برای نمونه، اگر سرمایه‌ی شرکت ۹۰۰ هزار ریال و سهم الشرکه‌ی هر شریک ۳۰۰ هزار ریال باشد، هر گاه دارایی شرکت حین تقاضای طلبکاران فقط ۹۰۰ هزار ریال، اما طلب طلبکاران ۱۲۰۰۰۰۰ ریال باشد، طلبکاران بابت ۳۰۰ هزار ریال باقی‌مانده از طلب خود - که شرکت قادر به پرداخت آن نبوده است - می‌توانند به هر شریک فقط تا سقف ۱۰۰ هزار ریال مراجعه کنند که این مقدار را هر شریک باید از دارایی شخصی خود پرداخت کند.

۲- ۳- ۶- نکات شرکت‌های نسبی

در اسم شرکت باید عبارت «شرکت نسبی» یا حداقل اسم یکی از شرکا و عبارت «شرکا» قید شود. اگر دارایی شرکت برای تأدیه‌ی تمام قروض کافی نباشد، هر یک از شرکا به نسبت سرمایه‌ای که در شرکت دارد، مسئول تأدیه‌ای قروض است و مادامی که شرکت منحل نشده، مطالبه‌ی قروض آن باید از خود شرکت به عمل آید و فقط پس از انحلال، طلبکاران می‌توانند با رعایت مقرراتی به فرد فرد شرکا مراجعه کنند.

۲ - ۳ - ۷ - شرکت تعاونی

شرکت‌های تعاونی الزاماً شرکت تجاری نیستند، بلکه اگر موضوع آن تجاری نباشد، شرکت تجاری محسوب نمی‌شوند. این شرکت‌ها انحصاراً تابع قانون بخش تعاونی هستند و تنها تصفیه‌ی آن‌ها تابع مقررات تصفیه در قانون تجارت است. در واقع شرکت تعاونی را می‌توان شرکتی تلقی کرد که اشخاص به منظور رفع نیازمندی‌های مشترک و بهبود وضع اقتصادی و اجتماعی خود از طریق خود یاری و کمک متقابل تشکیل می‌دهند. در این شرکت‌ها فعالیت اشخاص عضو، عمده‌ی سرمایه‌ی شرکت را تشکیل می‌دهد. تنها اشخاصی می‌توانند عضو شرکت تعاونی شوند که از اشخاص حقیقی باشند. مع ذلک، به منظور تشویق اشخاصی که تخصص و حرفه‌ای دارند و سرمایه در اختیار ندارند، قانون تشویق اشخاصی که تخصص و حرفه‌ای دارند و سرمایه در اختیار ندارند، قانون تسهیلات بی شماری در نظر گرفته است که توسط دولت یا بانک‌ها ممکن است به شرکت‌های تعاونی اعطا شود. شرکت‌های تعاونی دو نوع می‌باشند:

- شرکت تعاونی تولید
- شرکت تعاونی مصرف

۲ - ۳ - ۷ - ۱ - شرکت تعاونی تولید

شرکتی است که بین عده‌ای از صاحبان حرف تشکیل می‌شود و شرکا، مشاغل خود را برای تولید و فروش اشیا یا اجناس به کار می‌برند و حداقل دو ثلث اعضای اداره‌کننده‌ی شرکت باید از شرکایی انتخاب شوند که حرفه‌ی آنان موضوع عملیات

شرکت است.

۲ - ۳ - ۷ - ۲ - شرکت تعاونی مصرف

شرکتی است که برای مقاصد فروش اجناس لازم برای مصارف زندگی، اعم از این که اجناس مزبور را شرکا ایجاد کرده یا خریده باشند و همچنین تقسیم نفع و ضرر بین شرکا به نسبت خرید هر یک از آن‌ها تشکیل می‌شود.

۲ - ۴ - مسائل حقوقی شرکت‌ها

شرکت، به عنوان یک عمل حقوقی، مستلزم همکاری دو یا چند شخص است. این همکاری صرفاً زاییده‌ی قراردادی نیست که طرفین آن را منعقد کرده‌اند، بلکه تابع مکانیسمی است که قانون‌گذار در اختیار شرکا قرار داده تا سرمایه‌های فردی خود را برای رسیدن به هدفی خاص که بردن سود است به سرمایه‌ی جمعی تبدیل کنند.

۲ - ۴ - ۱ - همکاری دو یا چند نفر

شرکت باید لااقل دارای دو عضو باشد و هر یک، چیزی به شرکت بیاورد که روی هم، سرمایه‌ی شرکت را تشکیل می‌دهد. در حقوق مدنی، شرکت جز با همکاری لااقل دو نفر به وجود نمی‌آید، اما در حقوق تجارت، شرکت سهامی لااقل با همکاری سه نفر تشکیل می‌شود، آن هم در صورتی که از نوع سهامی خاص باشد، در غیر این صورت در مورد شرکت‌های سهامی عام، شرکت تشکیل نمی‌شود مگر با همکاری لااقل پنج نفر سهام‌دار. در هیچ یک از انواع شرکت‌ها، تعداد حداکثر شرکا

محدود نیست و حتی تعداد شرکای بعضی از شرکت‌های سهامی ممکن است به هزاران نفر برسد.

۲ - ۴ - ۲ - آوردن حصه

هر یک از شرکا حصه‌ای به شرکت می‌آورند که به «آورده» تعبیر می‌شود و همان سرمایه‌ی فردی هر یک از شرکاست که جمع آن با آورده‌های دیگر شرکا، سرمایه‌ی شرکت را تشکیل خواهد داد. انواع آورده‌ها، نقش آورده‌ها در تشکیل سرمایه و تفاوت شرکت با مالکیت مشاع را در سه قسمت بررسی می‌کنیم. آورده‌های شرکا را می‌توان به دو دسته‌ی عمده تقسیم کرد:

- آورده‌های نقدی
- آورده‌های غیرنقدی

۲ - ۴ - ۱ - آورده‌های نقدی

شریکی که تعهد به آوردن وجه نقد به شرکت کرده است باید در موعد مقرر به تعهد خود عمل کند وگرنه مانند این است که دین خود را نپرداخته و بنابراین، به پرداخت اصل و فروع دین خود با توجه به قواعد عام محکوم خواهد شد. مطالبه‌ی طلب از طرف شرکت و شرایط مدیونیت شریک متعهد تابع قواعد عام راجع به مطالبات پولی است.

تعهد به پرداخت آورده‌ی نقدی در شرکت‌های مختلف صور متفاوت دارد. در شرکت‌های سهامی و مختلط سهامی، پرداخت کل آورده‌ی تعهد شده، حین تشکیل شرکت لازم نیست، اما در سایر شرکت‌ها، شرکت تشکیل نمی‌شود، مگر آن‌که کل سرمایه‌ی نقدی شرکت پرداخت شده باشد. در هر حال، هیچ

شرکت تجاری تشکیل نمی‌شود مگر آن‌که قسمتی طلب طلبکاران شرکت است و طلبکاران نمی‌توانند فقط به آورده‌های غیرنقدی شرکت امیدوار باشند. این است که قانون‌گذار مقرر کرده که در شرکت‌های سهامی عام، مؤسسان باید اقلاً ۲۰ درصد سرمایه‌ی شرکت را خود تعهد کنند و لااقل ۳۵ درصد مبلغ تعهد شده را نقداً بپردازند. در شرکت‌های سهامی خاص، مبلغ نقدی نباید کمتر از ۳۵ درصد کل سهام باشد.

۲ - ۴ - ۲ - آورده‌های غیر نقدی

آورده‌ی غیرنقدی ممکن است به صورت مال مادی، مال غیرمادی و یا صنعت (فعالیت، کار و هنر) باشد.

مال مادی

مالی است که می‌توان آن را لمس کرد. این چنین مالی ممکن است منقول باشد (مانند میز و صندلی) یا غیرمنقول (مانند زمین و خانه). آنچه به شرکت آورده می‌شود، ممکن است مالکیت مال (مثل این‌که شریکی خانه‌ی خود را به شرکت منتقل می‌کند) یا منفعت مال (مثل این‌که شریکی خانه‌ی خود را در اختیار شرکت می‌گذارد و اجرت‌المثل خانه را آورده‌ی خود به شرکت قرار می‌دهد). در صورت اول مال به مالکیت شرکت منتقل می‌شود و در نتیجه، هنگام انحلال شرکت، شریک حق خاصی نسبت به آن ندارد و نمی‌تواند مدعی باز پس گرفتن آن شود. همچنین اگر مال تلف شود، مال شرکت از میان رفته و زیان حاصل به کل شرکا وارد می‌شود، نه فقط به شریکی که مالک قبلی مال بوده است. در صورتی که شریکی فقط منفعت

مال غیرمادی

منظور از مال غیر مادی مالی است که در خارج وجود مادی ندارد، ولی جامعه وجود آن را اعتبار کرده و قانون هم آن را شناخته است. مانند حق اختراع، حق تألیف، حق تصنیف و به طور کلی هر نوع حق مالی، از جمله حق ارتفاق، حق انتفاع و طلب که دارای ارزش مبادله هستند. اموال غیر مادی نیز مانند مال مادی باید تقویم شوند. هر چند که تقویم این اموال قدری مشکل تر است، کارشناسان هر رشته می توانند برای آن ها ارزش پولی معین کنند. مانند مال مادی، شرایط حاکم بر آورده ای که مال غیرمادی است بر حسب نوع مال متفاوت است؛ اما در مورد این نوع اموال به یک نکته باید توجه کرد و آن این که این اموال با انتقال به شرکت به طور قطعی متعلق به حق شرکت قرار می گیرند و در نتیجه، هر گاه مال غیرمادی به نحوی از میان برود - حتی اگر تلف بدون تعدی و تفریط شرکت باشد - مال متعلق به شرکت از بین رفته است و بنابراین، شریکی که مال غیرمادی را آورده از شرکت خارج نمی شود. زیرا سهم شریک نسبت به سرمایهی شرکت از زمان انتقال مال غیرمادی را آورده از شرکت خارج نمی شود زیرا سهم شریک نسبت به سرمایهی شرکت است و در این زمان کلیه ی شرکا در آن سهم هستند، نه حق انتفاع، اگر حق مزبور به سبب از میان رفتن مال موضوع حق انتفاع از میان برود، شریکی که حق انتفاع را آورده از شرکت خارج نمی شود. البته اگر پس از انحلال شرکت، مال موضوع حق انتفاع باقی باشد، شریک به دلیل آن که عین مال متعلق به اوست، عین را در اختیار میگیرد و از آنجا که در حق انتفاع، منافع در ملک مالک عین

خانه ی خود را به عنوان آورده قرار داده باشد، پس از انحلال شرکت، مال خود را پس خواهد گرفت و در صورت تلف شدن مال، زیان حاصل از تلف فقط متوجه او خواهد بود. مال مادی باید حین ورود به شرکت تقویم شود.

این امر به دو دلیل عمده ضرورت دارد: اول این که معمولاً قیمتی که صاحب مال بر مال خود می گذارد، بیش از قیمت واقعی است و نفع شرکایی که وجه نقد به شرکت آورده اند در این است که مال آورده شده تقویم شود. دوم این که صاحب مال نیز، مانند دیگر شرکا، در نفع و ضرر شرکت سهیم است و این سهم با توجه به ارزش آورده ی او در شرکت تعیین می شود و تقویم مال، تعیین سهم چنین شریکی را در سود و زیان ممکن می سازد. البته تقویم اموال مادی در شرکت هایی که مسئولیت شرکا در آن ها محدود است، اهمیت بیشتری دارد. اما در شرکت های تضامنی چندان مهم نیست. چرا که مسئولیت کلیه ی شرکا در مقابل اشخاص ثالث تضامنی است. به همین دلیل، قانون گذار در مورد تقویم اموالی که به شرکتهای سهامی آورده می شود مقررات دقیق تری معین کرده است. سایر شرایط حاکم بر انتقال آورده ای که مال مادی است، تابع ماهیت مال است.

برای مثال، هر گاه مال غیر منقول باشد، انتقال مالکیت آن به شرکت باید به موجب سند رسمی باشد و گرنه در مقابل اشخاص ثالث قابل ترتیب اثر نیست. در مورد انتقال اموال منقول، قبض و اقباض مال کفایت می کند. اما در مورد کشتی، هواپیما و امثال آن تشریفات قانونی انتقال این اموال باید رعایت بشود.

حاصل می‌شود طبقاً حق مزبور دوباره به مالکیت صاحب مال موضوع حق انتفاع، یعنی شریکی که حق انتفاع را آورده است، وارد می‌گردد.

صنعت

شریک می‌تواند تعهد کند که به عنوان آورده، صنعت، یعنی دانش، فعالیت یا هنر خود را به شرکت بیاورد. این صنعت باید به عنوان آورده‌ی شریک آورده شود، نه به عنوان کاری که در ازای آن کارگر یا کارمند از شرکت مزد می‌گیرد. به همین دلیل، به فعالیت شریکی که فعالیت خود را آورده، مزد تعلق نمی‌گیرد و رابطه‌ی شرکت و کسی که فعالیت خود را به عنوان شریک به شرکت می‌آورد، رابطه‌ی آمر و مأموری نیست و بنابراین، تابع قوانین کار نخواهد بود. آنچه به شریکی که فعالیت خود را آورده قرار می‌دهد، تعلق می‌گیرد، سهمی از منافع شرکت است. البته صنعتی را می‌توان آورده قرار داد که مشروع باشد. بنابراین، قبول نفوذ سیاسی به عنوان آورده، موجب بطلان قرارداد شرکت است. از طرف دیگر، اعتبار کسی را نمی‌توان به عنوان آورده قبول کرد. همچنین است زحماتی که فردی در خلال تشکیل شرکت متحمل می‌شود بر عکس، هیچ اشکالی ندارد که کسی تجربه‌ی تجاری خود را به عنوان آورده وارد شرکت کند.

۲ - ۴ - ۳ - نقش آورده‌ها در تشکیل سرمایه

سرمایه‌ی شرکت، قبل از هر چیز، یک مفهوم حسابداری محسوب می‌شود و عبارت است از مبلغی که شرکا توافق

میکنند به شرکت انتقال دهند. سرمایه‌ی شرکت، مبلغی است که در ترازنامه‌ی شرکت، هم در زیر عنوان دارایی اولیه درج میشود و هم در زیر عنوان بدهی اولیه‌ی شرکت. برای مثال، هر گاه شرکتی با سرمایه‌ی اولیه ۱۲۰ هزار ریال تشکیل شود، در ترازنامه، این مبلغ هم در زیر عنوان دارایی شرکت ذکر می‌شود و هم در زیر عنوان بدهی شرکت. چرا که سرمایه‌ی شرکت در واقع متعلق به شرکاست و در صورت انحلال شرکت و موجود بودن آن، به آن‌ها مسترد می‌شود. یکی از تفاوت‌های انتقال مال از طریق عقد شرکت و انتقال مال از طریق عقد بیع نیز همین است. در واقع در بیع، مالکیت مالی که فروشنده به مشتری می‌دهد به طور قطعی به شخص اختیار منتقل می‌گردد. در حالی که در شرکت، آورنده، مالی به شرکت میدهد که به سرمایه تعبیر می‌شود و مشروط به اعاده است. به عبارت دیگر، هر گاه پس از انحلال شرکت، سرمایه باقی باشد، به شرکا اعاده خواهد شد، هر چند عین مالی که به عنوان حصه به شرکت آورده قابل اعاده نیست. چون سرمایه‌ی شرکت، تضمین طلب طلب‌کاران شرکت است و شرکا حق ندارند، جز در صورت بردن سود، سهمی از دارایی شرکت را میان خود تقسیم کنند، سرمایه‌ای که در ترازنامه‌ی شرکت ذکر می‌شود، تنها سرمایه‌ای که یا از پول تشکیل شده است و یا از مال (اعم از مادی یا غیرمادی) قابل تقویم به پول. به همین دلیل است که صنعت شرکا را نمی‌توان در تشکیل سرمایه‌ی شرکت دخیل دانست. زیرا صنعت شریک قابل توقیف و فروش از طریق مزایده نیست. به همین دلیل، در هیچ شرکت تجاری، جمع صرف صنعت‌های شرکا به تشکیل سرمایه نمی‌انجامد و

۲ - ۴ - ۴ - ۱ - مفهوم سود

سود چیزی است که «در نتیجه‌ی تقسیم آن در مواقع معینی که ممکن است سال به سال باشد یا در انقضای مدت شرکت، مبلغی به سرمایه‌ی شرکت اضافه گردد.» اگرچه در این تعریف به درستی بر مادی بودن سود تأکید شده، در آن فقط مفهوم مضیق سود در نظر گرفته شده است. اول این که سود، یعنی سود مادی، لازم نیست حتماً مبلغی پول باشد، بلکه می‌تواند هر چیزی باشد که تقسیم آن میان شرکا بر ثروت آن‌ها بیافزاید. دوم این که سود فقط چیزی نیست که بر ثروت شریک می‌افزاید، بلکه هر گونه صرفه‌جویی ناشی از تقلیل هزینه‌های شرکا نیز ممکن است سود به حساب آید. برای مثال، ممکن است چند تاجر به جای استفاده از خدمات یک شرکت حمل و نقل ثالث، شرکت حمل و نقلی تشکیل دهند تا با استفاده از خدماتش، در هزینه‌های خود صرفه‌جویی کنند. بدین ترتیب، شرکای شرکت حمل و نقل تأسیس شده فقط با پرداخت قیمت تمام شده‌ی خدمات به شرکت اخیر مبالغی را صرفه‌جویی کنند که باید سود تلقی شود. اما مسلم است که سود باید جنبه‌ی مادی داشته باشد و شرکت نمی‌تواند برای تحصیل معنوی تشکیل شود.

۲ - ۴ - ۴ - ۲ - طرز تقسیم سود و زیان

اصل شرکت شرکا در سود و زیان را قانون مدنی به این عبارت بیان کرده است: «هر یک از شرکا به نسبت سهم خود در نفع و ضرر سهیم می‌باشند...» پس هر شریکی با ورود در شرکت باید خطر ناشی از فعالیت آن را، لااقل در حد سهم خود تحمل

شرکت فقط با جمع این صنعت‌ها ایجاد نمی‌شود. شریکی که آورده‌اش کار اوست، کارش تقویم می‌شود. اما این تقویم و مبلغ حاصل از آن در ترازنامه، به عنوان سرمایه‌ی شرکت، گنجانده نمی‌شود، تقویم کار فقط برای تعیین و احتساب منفعت و زبانی است که بسته به مورد، متعلق به شریکی می‌شود که کار خود را به شرکت آورده است.

تقویم آورده‌ها، علی‌الاصول، مطابق اراده‌ی شرکا صورت می‌گیرد. اما قانون‌گذار برای جلوگیری از سوء استفاده‌ی شرکا، اقداماتی را پیش‌بینی کرده است تا تقویم خودسرانه‌ی سرمایه‌ی غیرنقدی بدون ضمانت اجرا نباشد. برای مثال، در مورد شرکت‌های با مسئولیت محدود، قانون تجارت چنین مقرر کرده است: شرکا نسبت به قیمتی که در حین تشکیل شرکت برای سهم الشرکه‌های غیرنقدی معین شده در مقابل اشخاص ثالث مسئولیت تضامنی دارند.

همچنین کسانی را که به وسایل متقلبانه، سهم‌الشرکه‌ی غیرنقدی را بیش از قیمت واقعی آن تقویم کرده باشند، کلاه بردار محسوب کرده است.

۲ - ۴ - ۴ - ۳ - جستجوی سود و تقسیم آن میان شرکا

از خصایص عمده‌ی شرکت این است که هدف از تشکیل آن جستجوی سود و تقسیم آن میان شرکاست. البته جستجوی سود، همیشه به سود نمی‌انجامد و شرکا ممکن است متضرر هم بشوند که در این صورت، باید در زیان وارده نیز سهیم باشند. در این جا لازم است بدانیم منظور از سود چیست و طریق تسهیم سود و زیان احتمالی کدام است.

تلقى می‌کنند. بعضی با وجود صراحت قانون مدنی، به این که قرار دادن نفع بیشتر یا زیان کمتر برای یکی از شرکا باید در قبال عملی صورت گیرد، هم شرط و هم عقد شرکت را صحیح می‌دانند. این گروه در توجیه نظر خود گفته‌اند که قانون مدنی برای شرط خلاف قسمت اخیر ماده‌ی مذکور ضمانت اجرای بطلان معین نکرده است تا بتوان شرط یا عقد شرکت را باطل اعلام کرد.

در نظام حقوق تجارت، اصل بر این است که شرکا به نسبت سهم خود در سود و زیان شریک هستند. این اصل گاه به صراحت در قانون تجارت بیان شده است و در مواردی نیز که قانون تجارت در این باره سکوت کرده، مسلم است که قانون مدنی قابل اجرا خواهد بود. مع ذلک، طرفین عقد شرکت می‌توانند خلاف ترتیب مذکور را در قرار خود پیش‌بینی کنند. شریکی که به این ترتیب ممتاز تلقی می‌شود، به ازای امتیاز اعطایی به خود مکلف به انجام دادن هیچ عملی نیست و به عبارت دیگر، حتی بدون این که یک یا چند شریک عملی انجام دهند می‌توان در قرارداد قید کرد که سهم بیشتری از سود را ببرند یا سهم کمتری از ضرر را تحمل کنند. این نکته را گاه قانون تجارت به صراحت بیان کرده است، که روابط بین شرکا را در شرکت با مسئولیت محدود، تابع اساس‌نامه دانسته و اضافه کرده است. اگر در اساس‌نامه راجع به تقسیم نفع و ضرر، مقررات خاصی نباشد، تقسیم مزبور به نسبت سرمایه‌ی شرکا به عمل خواهد آمد. مفهوم مخالف این ماده این است که شرکا می‌توانند بدون آن که انجام دادن عملی شرط می‌شود، به نفع یک یا چند شریک ترتیب دیگری در بردن سود یا تحمل زیان

کند. نسبت شرکت در سود و زیان را نیز قانون‌گذار معین کرده است. هر شریک به نسبت آنچه آورده در سود و زیان سهم است و اگر آورده‌های شرکا مساوی باشد، شرکا به نحو مساوی سود و زیان را میان خود تقسیم می‌کنند. البته این امر در صورتی است که شرکا در قرارداد شرکت شرط خلاف نکرده باشند. اما هر گاه شرکا در قرارداد نسبت مزبور را معین نکرده باشند چه باید کرد؟ این سؤال کلی را بهتر است به صورت دو سؤال جزئی مطرح کنیم: آیا شرکا می‌توانند شرط کنند که سود فقط به یک یا چند نفر از آن‌ها تعلق گیرد و نه به دیگران، یا شرط کنند که بعضی از شرکا از شرکت در زیان معاف باشند؟ جواب این سؤال منفی است. در واقع، در قانون مدنی، شرکت شرکا در نفع و ضرر بیان شده و در قسمت اخیر آن آمده است: مگر این که برای یک یا چند نفر از آن‌ها در مقابل عملی سهم زیادتری منظور شده باشد. به همین دلیل، شرکا را نمی‌توان به طور مطلق از بین بردن سود محروم یا از تحمل زیان معاف دانست، بلکه فقط می‌توان نسبت سود و زیان را کم و زیاد کرد. در واقع، حذف سود و زیان به طول کامل در مورد یک یا چند شریک، به این معناست که قرارداد شرکتی با آن‌ها در بین نیست و در واقع، چنین اشخاصی شریک نیستند.

آیا می‌توان یک یا چند نفر از شرکا را بلاعوض از منافع بیشتری برخوردار کرد یا شرط کرد که سهم کمتری در ضرر داشته باشند؟ محققان حقوق مدنی در این مورد اتفاق نظر ندارند. بعضی به بطلان شرط و عقد شرکت نظر داده‌اند و عده‌ای فقط شرط را باطل دانسته‌اند، مگر آن که شرط، علت عمده‌ی عقد شرکت باشد که در این صورت شرط و عقد شرکت را باطل

شناختن کالاها و خدمات یا اجازه دادن به دیگران مبنی بر استفاده از آن در صورت پرداخت مبلغ، صاحب اثر را محافظت می‌کند. مدت زمان این حفاظت متفاوت است ولی آرم تجاری قابلیت تمدید شدن نامحدود توسط پرداخت مبلغ مربوطه را دارد. محافظت آرم تجاری توسط مراجع قانونی که در اکثر نظام‌ها اجازه‌ی متوقف کردن تخلف در این زمینه را دارند، تأیید می‌شود. از دیدگاه وسیع‌تر، علائم تجاری با رسمیت بخشیدن و دادن سود اقتصادی به صاحبان آن‌ها، در سطح جهانی سرمایه‌گذاری می‌کنند و این ابتکار را ترویج می‌دهند. حفاظت علائم تجاری همچنین مانع تلاش‌های رقبای غیرمنصف، مثل متقلبان، برای استفاده از علائم مشخص به منظور فروش محصولات و ارائه‌ی خدمات نامرغوب یا متفاوت می‌شوند. این نظام، آگاهی و امکان سرمایه‌گذاری جهت تولید و فروش کالاها و خدمات را در منصفانه‌ترین شرایط ممکن به مردم می‌دهد و از این راه تجارت بین‌المللی را تسهیل می‌کند.

۲ - ۵ - ۲ - علائم دارای قابلیت ثبت شدن

امکانات این مورد تقریباً نامحدود است. علائم تجاری می‌توانند یک یا ترکیبی از چند کلمه، حرف یا عدد باشند. می‌توانند شامل نقاشی‌ها، سمبل‌ها، نقش‌های سه‌بعدی مثل شکل و بسته بندی کالاها، علائم سمعی مثل موسیقی یا اصوات، رایحه‌ها و یا رنگ‌هایی جهت معرفی ویژگی‌ها باشند. علاوه بر علائم تجاری که مشخص کننده‌ی منبع کالاها یا خدمات هستند، چند دسته علائم دیگر نیز موجود است. علائم اشتراکی متعلق به اتحادیه‌هایی که اعضای آن‌ها از آن علائم به منظور معرفی

مقرر کنند. هر شرکت سهامی می‌تواند به موجب اساس‌نامه و همچنین تا موقعی که شرکت منحل نشده است، طبق تصویب مجمع عمومی فوق‌العاده‌ی صاحبان سهام، سهام ممتاز ترتیب دهد. ماده‌ی اخیر هیچ قیدی در مورد این که سهام‌دار ممتاز باید در قبال تحصیل چنین سهامی، عملی انجام دهد، ندارد. در مواردی هم که که قانون تجارت در این باره صراحت ندارد - مانند مورد شرکت‌های مختلط سهامی - باید چنین استنباط کرد که شرکا می‌توانند چنین امتیازی را برای بعضی شرکا قائل شوند و اگر چنین کردند، نه شرط باطل است و نه شرکت. زیرا در قانون تجارت برای چنین شرطی ضمانت اجرای بطلان مقرر نشده است.

۲ - ۵ - علامت تجاری

علامت تجاری یک آرم مشخص است که اجناس و خدمات به خصوص که توسط شخص یا تشکیلات خاصی تولید و فراهم شده‌اند را ممتاز می‌کند. منشأ آن به زمان باستان برمی‌گردد؛ وقتی که صنعت‌گران امضاها یا علائم خود را روی آثار هنری و کاربردی خود چاپ می‌کردند. در طی سال‌ها این علامت‌ها جای خود را به سیستم امروزی ثبت و حفاظت آرم تجاری دادند. این نظام به مصرف کنندگان کمک می‌کند که از کالاها و خدماتی که ماهیت و کیفیت آن‌ها مورد نظرشان است و با آرم مخصوص مشخص شده‌اند، بهره بگیرند.

۲ - ۵ - ۱ - هدف از آرم تجاری

آرم تجاری از طریق حصول اطمینان از حقوق انحصاری برای

خود یا یک سطح کیفی (یا سایر ملزومات آن اتحادیه) استفاده می‌کنند.

مثلاً اتحادیه‌های معرفی کننده حساب‌داران، مهندسان یا معماران، علائم تصدیق‌نامه‌ها با استانداردهای معین، برای نشان دادن قبولی داده می‌شوند، ولی محدود به هر گونه عضویتی نیستند. آن‌ها را می‌توان به هر کس که تصدیق کند کالاهای مربوط مطابق استاندارد هستند، اعطا کرد.

۲ - ۵ - ۳ - نحوه‌ی ثبت آرم تجاری

ابتدا، درخواست ثبت آرم باید در دفتر ملی یا منطقه‌ای فهرست شود. این درخواست باید شامل بازسازی واضحی از آرم، با تمام رنگ‌ها، طرح‌ها و نقش‌های سه‌بعدی آن برای ثبت باشد. این درخواست همچنین باید شامل فهرستی از کالاها و خدمات در برگزیده‌ی آن علامت باشد. این علامت جهت حفاظت شدن تحت عنوان آرم تجاری یا هر گونه علامت دیگر باید واجد شرایط خاصی باشد. علامت تجاری، علاوه بر معرفی یک محصول مخصوص، باید متمایز از سایر علائم باشد که مصرف کننده بتواند آن محصول را از سایر محصولات تشخیص دهد. ضمن این‌که نباید مصرف‌کننده را فریب دهد یا به اشتباه بیاندازد یا این‌که به قوانین و اخلاقیات بی‌حرمتی کند. و بالاخره، حقوق داده شده نباید مساوی یا حتی مشابه حقوق اعطا شده به صاحب علامت دیگری باشد. با جستجو و آزمایش توسط دفتر ملی یا مخالفت ثالثی که ادعای حقوق مساوی یا مشابه دارد می‌توان از این بابت اطمینان حاصل کرد.

۲ - ۶ - طرح صنعتی

طرح صنعتی به جنبه‌ی تزئینی و زیبایی هر شیء گفته می‌شود. این طرح ممکن است شامل نقش‌های سه‌بعدی، مثل شکل یا سطح یک شیء یا نقش‌های دوبعدی مثل طرح‌ها، خطوط و رنگ‌ها باشد. طرح‌های صنعتی در گستره‌ی وسیعی از کالاهای صنعتی و دستی به کار گرفته می‌شوند. از ابزار فنی و طبی گرفته تا ساعت مچی، جواهرات و اشیای نفیس دیگر از لوازم منزل و دستگاه‌های برقی گرفته تا وسایل نقلیه و بناهای معماری از طرح‌های نساجی گرفته تا اسباب سرگرمی و تفریح. جهت حفظ شدن تحت نظر قوانین ملی، یک طرح صنعتی باید جدید، بکر و غیر کاربردی باشد. این بدین معنی است که یک طرح صنعتی عمدتاً ماهیت زیبایی دارد و هر گونه بخش فنی شیء‌ای که طرح روی آن کار شده باشد محافظت نمی‌شود.

۲ - ۶ - ۱ - دلایل محافظت طرح‌های صنعتی

این طرح‌های صنعتی هستند که موجب جذاب بودن و خوشایند بودن یک شیء می‌شوند. بنابراین به ارزش بازرگانی کالا می‌افزایند و فروش آن را بیشتر می‌کنند. وقتی یک طرح صنعتی حمایت می‌شود، صاحب آن - شخص یا نهادی - که طرح را به ثبت رسانده، در برابر تقلید یا کپی‌برداری بدون اجازه از آن اثر توسط اشخاص دیگر، بیمه می‌شود و این به بازگشت منصفانه در سرمایه‌گذاری اطمینان می‌بخشد. یک نظام حمایت‌کننده‌ی مؤثر ضمن تشویق ابتکار و ترویج دادن کالاهای زیبا و جذاب با توسعه دادن رقابت سالم و تمرین تجارت صادقانه، به مصرف‌کنندگان و عموم سود می‌رساند.

استفاده کند یا این که شرایط حمایت و حقوق و اصلاحات می‌توانند متفاوت باشند، در شرایط خاصی طرح صنعتی می‌تواند مورد حمایت قانون رقابت ناسالم نیز قرار گیرد.

۲ - ۶ - ۳ - دامنه‌ی حفاظت طرح صنعتی

به طور کلی، حمایت از طرح صنعتی، محدود به همان کشور اعطا کننده‌ی محافظت است. مطابق توافق‌نامه‌ی مربوط به ذخیره‌ی بین‌المللی طرح‌های صنعتی که یک قرارداد تحت ریاست WIPO است، فرآیند ثبت بین‌المللی ارائه می‌شود. درخواست کننده می‌تواند سپرده‌ی بین‌المللی را به WIPO یا به دفتر ملی کشور عضو اتحادیه بدهد. آن‌گاه آن طرح در هر چند کشور عضو اتحادیه که خود متقاضی بخواند، مورد حمایت قرار می‌گیرد.

۲ - ۷ - پتنت

پتنت یک حق اختصاصی است که به یک اختراع که عبارتست از یک محصول یا فرآیند که راه جدیدی را برای انجام کاری فراهم می‌کند و یا یک راه‌حل فنی جدید را برای مشکلی ارائه می‌دهد، ادامه می‌دهد. یک پتنت، محافظت برای اختراع مالک پتنت را فراهم می‌کند. محافظت برای مدت زمان محدودی است که عموماً ۲۰ سال می‌باشد.

۲ - ۷ - ۱ - اهمیت پتنت

محافظت پتنت بدین معناست که اختراع نمی‌تواند بدون رضایت مالک پتنت، به صورت تجاری ساخته شده، مورد

حمایت طرح‌های صنعتی با تشویق ابتکار در بخش‌های تولیدی و صنعتی و همچنین هنرهای سنتی و صنایع دستی، به رشد و توسعه‌ی اقتصاد و نیز به گسترش فعالیت‌های تبلیغاتی و صادرات کالاهای ملی کمک می‌کند. رشد و حمایت از طرح‌های صنعتی می‌تواند نسبتاً ساده و ارزان باشد. آن‌ها علاوه بر هنرمندان و صنعت‌گران مستقل در دسترس سرمایه‌گذاری‌های کوچک و متوسط، چه در کشورهای توسعه‌یافته و چه در کشورهای در حال توسعه می‌باشند.

۲ - ۶ - ۲ - نحوه‌ی حمایت طرح‌های صنعتی

در اکثر کشورها، یک طرح صنعتی جهت حمایت شدن تحت قانون طرح‌های صنعتی باید به ثبت برسد. طبق یک قانون کلی، طرح «جدید» و «بکر» باشد تا ثبت شود. کشورهای مختلف، علاوه بر داشتن تفاوت در فرآیند ثبت، مفاهیم متفاوتی از چنین اصطلاحاتی دارند. عموماً «جدید» یعنی این که طرح مساوی یا مشابهی تاکنون وجود نداشته است. به محض این که یک طرح ثبت شد، گواهی ثبت صادر می‌شود. در ادامه، محافظت به مدت ۵ سال صورت می‌گیرد که امکان تمدید آن در اکثر موارد تا دوره‌های ۱۵ ساله است. بسته به قانون ملی به خصوص و نوع طرح، یک ساله صنعتی همچنین می‌تواند تحت قانون کپی‌رایت به عنوان یک کار هنری کاربردی محافظت شود. در بعضی کشورها، طرح صنعتی و حمایت کپی‌رایت امکان وجود همزمان دارند. در سایر کشورها، به صورت دوجانبه، انحصاری هستند، به محض این که صاحب اثر، یک نوع محافظت را انتخاب کرد نمی‌تواند از نوع دیگر

۲ - ۷ - ۴ - نقش پتنت‌ها

حقیقتاً، اختراعات ثبت شده در تمام جوانب زندگی انسان نفوذ کرده‌اند. از روشنایی الکتریکی (پتنت متعلق به ادیسون و شوان) و پلاستیک (پتنت متعلق به باکلند) گرفته تا خودکارهای سرگرد (پتنت متعلق آن به پیزو) و ریزپردازنده‌ها (برای مثال متعلق به اینتل).

تمام مالکان پتنت در قبال محافظت پتنت، متعهد می‌شوند که تمام اطلاعات مربوط به اختراع خود را برای عموم فاش کنند. بدین منظور که مجموعه‌ای دانش فنی را در جهان نمی‌سازند. افزایش همیشگی دانش عمومی، خلاقیت و نوآوری را در افراد ترقی می‌دهد. در این روش پتنت‌ها نه تنها فقط حفاظت برای مالک را فراهم می‌کنند، بلکه اطلاعات ارزشمندی را برای محققان و مخترعان نسل‌های آینده مهیا می‌کنند.

چگونه یک پتنت واگذار می‌شود؟

اولین قدم در ایمن کردن یک پتنت، بایگانی کردن تقاضانامه‌ی پتنت است. به طور کلی، تقاضانامه‌ی پتنت شامل عنوان اختراع است، به همان خوبی که باید زمینه‌ی فنی را نشان دهد، باید شامل سابقه و توضیح اختراع به زبان ساده و دلایل کافی باشد که فردی با قدرت درک متوسط آن رشته بتواند از اختراع استفاده و آن را تکثیر کند. معمولاً این توضیحات به همراه لوازم دیدنی از قبیل طرح‌ها، نقشه‌ها یا نمودارها هستند که برای بهتر توضیح دادن اختراع، به کار می‌روند. همچنین تقاضانامه شامل «ادعا» است که آن اطلاعاتی است که وسعت حفاظت داده شده توسط پتنت را تعیین می‌کند.

استفاده، توزیع یا فروخته شود. این حقوق پتنت معمولاً در دادگاهی اجرا می‌شود که در بسیاری از دستگاه‌ها، قدرت متوقف کردن تجاوز به حقوق پتنت را دارا باشد. از طرف دیگر دادگاه می‌تواند به وسیله‌ی شخص ثالثی، بی‌اعتباری یک پتنت را اعلام کند.

۲ - ۷ - ۲ - مالک پتنت

مالک پتنت این اختیار را دارد که تصمیم بگیرد چه کسی می‌تواند یا نمی‌تواند از اختراع ثبت شده در مدت زمانی که اختراع تحت محافظت است، استفاده کند.

پتنت می‌تواند اجازه یا حق امتیاز استفاده از پتنت را به هر بخشی که می‌خواهد، تحت شرایط توافق دو جانبه، واگذار نماید. همچنین مالک پتنت می‌تواند حق اختراع را به فرد دیگری بفروشد که در این صورت او مالک جدید پتنت خواهد بود. هنگامی که مدت زمان یک پتنت به پایان می‌رسد، محافظت آن تمام می‌شود و اختراع وارد حوزه‌ی عمومی می‌شود، این جاست که مالک، دیگر حقوق اختصاصی پتنت را ندارد و منافع اقتصادی آن در دسترس دیگران قرار می‌گیرد.

۲ - ۷ - ۳ - چرا پتنت‌ها؟

پتنت‌ها به وسیله‌ی شناساندن خلاقیت افراد به آن‌ها و دادن پاداش مادی در ازای اختراعات تجاری آن‌ها، در افراد ایجاد انگیزه می‌کنند این عمل، انگیزه‌های نوآوری را تقویت و بالا رفتن کیفیت زندگی بشر را بیمه می‌کند.

در هر تعداد کشورهای صاحب امضا که مورد نیاز است درخواست حفاظت کند.

۲ - ۸ - ثبت اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری

۲ - ۸ - ۱ - بخش اول: کلیات

ماده ۱: اصطلاحات به کار برده شده در این آیین‌نامه دارای معانی زیر می‌باشند:

۱. قانون: منظور قانون ثبت اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری است که در تاریخ ۸۶/۸/۷ طبق اصل ۸۵ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران به تصویب کمیسیون قضایی و حقوقی مجلس شورای اسلامی رسیده و اجرای آزمایشی آن به مدت ۵ سال در تاریخ ۸۷/۱۱/۳ مورد موافقت مجلس قرار گرفته است.

۲. آیین‌نامه: منظور آیین‌نامه‌ی اجرایی حاضر موضوع ماده‌ی ۶۴ قانون می‌باشد.

۳. سازمان: منظور، سازمان ثبت اسناد و املاک کشور است.

۴. مرجع ثبت: منظور اداره‌ی کل مالکیت صنعتی سازمان ثبت اسناد املاک کشور است.

۲ - ۸ - ۲ - بخش دوم: ثبت طرح‌های صنعتی

فصل اول: تسلیم، اصلاح، استرداد، انتقال و ثبت اظهارنامه

ماده ۶۷: ثبت طرح صنعتی مستلزم تسلیم اظهارنامه به مرجع ثبت است.

ماده ۶۸: اظهارنامه‌ی ثبت طرح صنعتی باید در ۲ نسخه و در فرم مخصوص (ط - ۱) و به زبان فارسی تنظیم شده و پس از

۲ - ۷ - ۵ - کدام انواع از اختراعات می‌توانند محافظت شوند؟
به طور کلی یک اختراع باید این شرایط را برآورده کند تا به وسیله‌ی پتنت محافظت شود. باید کاربرد عملی داشته باشد، جزیی از نوآوری را نمایش دهد، یعنی بعضی از ویژگی‌های جدید که در مجموعه‌ی دانش موجود در یک رشته‌ی فنی شناخته شده نباشد. این دانش موجود، «علم پیشین» نامیده می‌شود. اختراع باید یک قدم خلاق بردارد که توسط فردی با دانش متوسط در یک زمینه‌ی فنی، نتواند استنباط شود. در نهایت، حقیقت موضوع باید به عنوان «قابل ثبت بودن» تحت عنوان پذیرفته شود. در بسیاری از کشورها، نظریات علمی، روش‌های ریاضی، گونه‌های گیاهان و حیوانات، اکتشافات مواد طبیعی، شیوه‌های تجاری یا روش‌های درمان برای پزشکی (برخلاف محصولات پزشکی)، معمولاً قابل ثبت نیستند.

۲ - ۷ - ۶ - چه کسی پتنت را واگذار می‌کند؟
پتنت به وسیله‌ی یک اداره‌ی ملی یا منطقه‌ای که برای بسیاری از کشورها کار می‌کند از قبیل اداره‌ی پتنت اروپا (EPO) و سازمان مالکیت فکری آفریقا (OAPI) واگذار می‌شود. متقاضی تحت بعضی از سیستم‌های منطقه‌ای برای محافظت از اختراع در یک یا چند کشور درخواست می‌کند و هر کشور برای محافظت پتنت درون مرزهایش، تصمیم‌گیری می‌کند. معاهده‌ی همکاری پتنت WIPO، بایگانی کردن یک تقاضای بین‌المللی را که تنها اثری مشابه با بایگانی کردن تقاضاهای ملی در کشورهای برگزیده است، مهیا می‌کند. کسی که متقاضی حفاظت است ممکن است یک درخواست‌نامه را بایگانی کند و

ذکر تاریخ، توسط متقاضی یا نماینده‌ی قانونی وی امضا شود.
تبصره: در صورتی که اسناد ضمیمه‌ی اظهارنامه و سایر اسناد مربوط، به زبان دیگری غیر از فارسی باشد، ارائه‌ی اصل مدارک مورد نیاز همراه با ترجمه‌ی عادی کامل آن‌ها الزامی است، مع ذلک اگر ترجمه‌ی کامل این مدارک برای متقاضی میسر نباشد می‌تواند خلاصه‌ی آن‌ها را به فارسی ضمیمه نماید. مرجع ثبت در صورت لزوم می‌تواند در جریان اسناد مذکور، معادل فارسی نداشته باشند، ذکر همان اصطلاحات کفایت می‌کند.

ماده ۶۹: متقاضی باید اظهارنامه‌ی ثبت طرح صنعتی را به صورت حضوری یا با پست سفارشی و یا در چارچوب ماده ۱۶۷ این آیین‌نامه به مرجع ثبت تسلیم نماید. تاریخ وصول اظهارنامه یا تاریخ داده‌ی پیام، تاریخ اظهارنامه تلقی می‌گردد.
ماده ۷۰: اظهارنامه‌ی طرح صنعتی باید حاوی نکات زیر باشد:
۱. اسم، نشانی، کد پستی، شماره ملی، تابعیت و سمت متقاضی یا نماینده‌ی قانونی وی و در صورتی که متقاضی شخص حقوقی است، ذکر نام، نوع فعالیت، اقامت‌گاه، محل و شماره‌ی ثبت، تابعیت، مرکز اصلی و عنداللزوم هر شناسه‌ی دیگر الزامی است؛

۲. اسم، اقامت‌گاه و کد پستی شخص یا اشخاصی که صلاحیت دریافت ابلاغ‌ها در ایران را دارند، در صورتی که متقاضی مقیم ایران نباشد؛

۳. اسم و اقامت‌گاه طراح در صورتی که متقاضی همان طراح نباشد.

۴. ذکر کالا و طبقه‌ای که متقاضی درخواست ثبت طرح برای آن را دارد؛

۵. تاریخ، محل و شماره‌ی اظهارنامه یا گواهی‌نامه‌ی طرح صنعتی در خارج، در صورت درخواست حق تقدم؛
۶. تعیین ضمایم.

تبصره ۱: در صورت تسلیم اظهارنامه و سایر اسناد مربوط توسط اشخاص حقوقی، امضای آن‌ها از طرف اشخاص مجاز، ضروری است.

تبصره ۲: اسم و نشانی متقاضی مقیم خارج از کشور علاوه بر فارسی باید به حروف لاتین باشد و با همان حروف نیز ثبت و آگهی شود.

ماده ۷۱: دو یا چند طرح صنعتی مربوط به یک طبقه از طبقه بندی بین‌المللی و یا به یک مجموعه یا ترکیبی از اجزا، ولو مربوط به طبقات مختلف چنانچه با هم استعمال گردند را میتوان در یک اظهارنامه قید و به مرجع ثبت تسلیم نمود.

ماده ۷۲: در صورتی که متقاضی، دو اظهارنامه‌ی دارای طرحهای صنعتی مشابه را در یک تاریخ تسلیم نماید، بنا به درخواست متقاضی، مرجع ثبت می‌تواند یکی از اظهارنامه‌ها را به عنوان طرح صنعتی اصلی و دیگری را به صورت طرح صنعتی متمم بپذیرد.

ماده ۷۳: مدارک زیر باید ضمیمه‌ی اظهارنامه شوند:

۱. مدارک مثبت هویت متضای و طراح؛
۲. مدارک نمایندگی، در صورتی که تقاضا توسط نماینده‌ی قانونی به عمل آید؛

۳. اگر طرح صنعتی دوبعدی باشد، پنج نمونه از شکل یا تصویر گرافیکی یا پنج نمونه از طرح ترسیم شده به عنوان نمونه؛

۴. اگر طرح صنعتی سه‌بعدی باشد، پنج نمونه از شکل یا

تصویر گرافیکی یا پنج نمونه از طرح ترسیم شده از تمامی جوانب طرح؛

۵. در طرح صنعتی سه بُعدی، مرجع ثبت می‌تواند ماکتی از آن را به همراه اظهارنامه درخواست نماید. اندازه‌ی ماکتی که متقاضی از مدل طرح خود ارائه می‌دهد، باید حداکثر $20 \times 20 \times 20$ سانتی‌متر و وزن آن حداکثر ۲ کیلوگرم و از ماده‌ای بادوام و غیر فاسد شدنی باشد. شکل‌های گرافیکی و ترسیم شده باید حداکثر در ابعاد 10×20 سانتی‌متر بوده و قابل نصب بر چهار صفحه‌ی مقوا در قطع A4 و با جوهر مشکی باشد؛

۶. و درخواست کتبی به تأخیر انداختن انتشار آگهی ثبت طرح صنعتی و تعیین مدت آن، در صورت تمایل؛

۷. درخواست کتبی مبنی بر عدم ذکر اسم طراح، چنانچه طراح نخواهد اسم وی ذکر شود؛

۸. رسید مربوط به پرداخت هزینه‌ی اظهارنامه و در صورتی که اظهارنامه شامل دو یا چند طرح صنعتی است، رسید مربوط به پرداخت هزینه‌های اضافی؛

۹. مدارک مربوط به حق تقدم که باید همزمان با تسلیم اظهارنامه یا حداکثر ظرف ۱۵ روز از آن تاریخ تسلیم شود.

تبصره‌ی ۱: طرح چاپ شده‌ی اشکال و تصاویر گرافیکی یا ترسیم شده، موضوع بندهای ۳ و ۴ فوق، باید حداکثر در ابعاد 20×20 سانتی‌متر باشد و در آن رنگی بودن یا نبودن اشکال و تصاویر تصریح گردد.

تبصره‌ی ۲: اسم و نشانی متقاضی مقیم خارج از کشور علاوه بر فارسی باید به حروف لاتین باشد و با همان حروف نیز ثبت و آگهی شود.

ماه ۷۱: دو یا چند طرح صنعتی مربوط به یک طبقه از طبقه بندی بین‌المللی و یا با یک مجموعه یا ترکیبی از اجزا، ولو مربوط به طبقات مختلف چنانچه با هم استعمال گردند را میتوان در یک اظهارنامه قید و به مرجع ثبت تسلیم نمود.

ماده ۷۲: در صورتی که متقاضی، دو اظهارنامه‌ی دارای طرح‌های صنعتی مشابه را در یک تاریخ تسلیم نماید، بنا به درخواست متقاضی، مرجع ثبت می‌تواند یکی از اظهارنامه‌ها را به عنوان طرح صنعتی اصلی و دیگری را به صورت طرح صنعتی متمم بپذیرد.

ماده ۷۳: مدارک زیر باید ضمیمه‌ی اظهارنامه شوند:

۱. مدارک مثبت هویت متقاضی و طراح؛
۲. مدارک نمایندگی، در صورتی که تقاضا توسط نماینده‌ی قانونی به عمل آید؛

۳. اگر طرح صنعتی دوبعدی باشد، پنج نمونه از شکل یا تصویر گرافیکی یا پنج نمونه از طرح ترسیم شده به عنوان نمونه،

۴. اگر طرح صنعتی سه بعدی باشد، پنج نمونه از شکل یا تصویر گرافیکی یا پنج نمونه از طرح ترسیم شده از تمامی جوانب طرح؛

۵. در طرح صنعتی سه بُعدی، مرجع ثبت می‌تواند ماکتی از آن را به همراه اظهارنامه درخواست نماید. اندازه‌ی ماکتی که متقاضی از مدل طرح خود ارائه می‌دهد، باید حداکثر $20 \times 20 \times 20$ سانتی‌متر و وزن آن حداکثر ۲ کیلوگرم و از ماده‌ای بادوام و غیر فاسد شدنی باشد. شکل‌های گرافیکی و ترسیم شده باید حداکثر در ابعاد 10×20 سانتی‌متر بوده و قابل نصب بر چهار صفحه‌ی مقوا در قطع A4 وزن آن حداکثر ۲۰ کیلوگرم و از ماده‌ای

مرجع ثبت تسلیم نماید. این درخواست باید مشتمل بر نکات زیر باشد:

۱. تاریخ و شماره‌ی اظهارنامه‌ی اصلی؛
 ۲. طبقه‌بندی بین‌المللی مرتبط با اظهارنامه‌ی اصلی؛
 ۳. کشور یا کشورهایی که اظهارنامه‌ی اصلی در آنجا تسلیم شده است و چنانچه اظهارنامه‌ی منطقه‌ای یا بین‌المللی مبنای حق تقدم باشد، ذکر مأخذ آن.
- ماده ۷۵: در صورتی که متقاضی مدعی دو یا چند اظهارنامه‌ی پیشین باشد، مدت حق تقدم از زمان مقدم‌ترین آن‌ها محاسبه می‌شود.
- ماده ۷۶: مدت زمان حق تقدم در ثبت طرح صنعتی، ۶ ماه از تاریخ تسلیم اظهارنامه‌ی اصلی خواهد بود. در این مورد روز تسلیم جزء مدت محسوب نخواهد شد و اگر آخرین روز مصادف با روز تعطیل باشد، این مدت تا آخرین ساعت اولین روز اداری بعد از روز تعطیل محاسبه خواهد شد.
- ماده ۷۷: استفاده از مهلت ارفاقی مقرر در بند هـ ماده‌ی ۴ قانون برای ثبت طرح صنعتی، با انجام تغییرات لازم، مشمول مقررات ماده‌ی ۲۶ این آیین‌نامه خواهد بود.
- ماده ۷۸: متقاضی می‌تواند تا قبل از ثبت طرح صنعتی، اظهارنامه‌ی خود را اصلاح کند، مشروط بر این‌که از حدود اظهارنامه‌ی نخست تجاوز ننماید. درخواست اصلاح با پرداخت هزینه‌ی مقرر در جدول هزینه‌ها انجام می‌پذیرد.
- ماده ۷۹: متقاضی یا نماینده‌ی قانونی او در هر زمان قبل از ثبت طرح صنعتی می‌تواند ضمن تسلیم درخواست کتبی به مرجع ثبت، اظهارنامه‌ی خود را مسترد دارد. در صورت استرداد

- بادوام و غیر فاسدشدنی باشد. شکل‌های گرافیکی و ترسیم شده باید حداکثر در ابعاد 10×20 سانتی‌متر بوده و قابل نصب بر چهار صفحه‌ای مقوا در قطع A4 و یا جوهر مشکی باشد؛
۶. درخواست کتبی با تأخیر انداختن انتشار آگهی ثبت طرح صنعتی و تعیین مدت آن، در صورت تمایل؛
۷. درخواست کتبی مبنی بر عدم ذکر اسم طراح، چنانچه طراح نخواهد اسم وی ذکر شود.
۸. رسید مربوط به پرداخت هزینه‌ی اظهارنامه و در صورتی که اظهارنامه شامل دو یا چند طرح صنعتی است رسید مربوط به پرداخت هزینه‌های اضافی؛
۹. مدارک مربوط به حق تقدم که باید همزمان با تسلیم اظهارنامه یا حداکثر ظرف ۱۵ روز از آن تاریخ تسلیم شود.
- تبصره‌ی ۱: از طرح چاپ شده‌ی اشکال و تصاویر گرافیکی یا ترسیم شده، موضوع بندهای ۳ و ۴ فوق، باید حداکثر در ابعاد 20×20 سانتی‌متر و در آن رنگی بودن یا نبودن اشکال و تصاویر تصریح گردد.
- تبصره‌ی ۲: در صورت ارائه‌ی ماکتی از مدل طرح، مرجع ثبت می‌تواند ماکت مزبور را ممهور به مهر و تاریخ نموده با متقاضی اعاده نماید.
- تبصره ۳: در فرضی که اظهارنامه حاوی طرح‌های صنعتی متعدد باشد، تصاویر یا اشکال یا مدل‌ها به صورت جداگانه ارائه شده و به وسیله‌ی شماره از یکدیگر متمایز می‌گردند.
- ماده ۷۴: در صورتی که متقاضی طبق ماده‌ی ۹ قانون، درخواست حق تقدیم کرده باشد، هنگام تقاضای ثبت طرح صنعتی باید درخواست خود را که حاکی از این حق باشد، به

اظهارنامه، هزینه‌های پرداختی مسترد نخواهد شد.

ماده ۸۰: انتقال حق مالکیت ناشی از تسلیم اظهارنامه یا اعطای هر گونه اجازه‌ی بهره‌برداری از آن باید به درخواست کتبی هر ذی‌نفع به مرجع ثبت اعلام و در پرونده‌ی مربوط درج گردد. اعمال این تغییر منوط به پرداخت هزینه‌ی مقرر در جدول هزینه‌ها خواهد بود.

ماده ۸۱: مرجع ثبت، مقدمتاً صحت تنظیم اظهارنامه را از لحاظ شناسایی هویت متقاضی و نمایش گرافیکی طرح صنعتی مورد رسیدگی قرار داده و پس از وارد نمودن اظهارنامه در دفتر ثبت، نسخه‌ی دوم آن را همراه با ضمائم که دارای همان مشخصات نسخه‌ی اصلی است بعد از امضا و مهر و قید تاریخ (ساعت، روز، ماه و سال) وصول آن با تمام حروف، به عنوان رسید به متقاضی مسترد خواهد کرد.

تبصره: در خصوص اظهارنامه‌هایی که با پست سفارشی ارسال می‌شوند، در صورت ثبت اظهارنامه‌ها، نسخه‌ی دوم آن‌ها همراه با ضمائم توسط و به هزینه‌ی مرجع ثبت یا پست سفارشی، به عنوان رسید به متقاضیان مسترد خواهد شد. در صورت عدم ثبت نیز مراتب به همین ترتیب به اطلاع متقاضیان خواهد رسید. پاسخ اظهارنامه‌های واصله در چارچوب ماده‌ی ۱۶۷ این آیین‌نامه به صورت الکترونیکی خواهد بود.

فصل دوم: بررسی اظهارنامه و ثبت طرح صنعتی

ماده ۸۲: مرجع ثبت ظرف ۶۰ روز از تاریخ وصول، اظهارنامه و ضمائم آن را از لحاظ رعایت جنبه‌های شکلی و سایر شرایط مقرر در قانون و این آیین‌نامه و همچنین تطبیق طبقه یا

طبقات اعلامی یا طبقه‌بندی بین‌المللی، مورد بررسی قرار می‌دهد.

ماده ۸۳: مرجع ثبت چنانچه پس از بررسی، ایرادات و نواقصی را در اظهارنامه و ضمائم آن مشاهده نماید، مراتب را به صورت مکتوب و با قید جزئیات به متقاضی ابلاغ تا ظرف مهلت مقرر در این آیین‌نامه اقدام به رفع نقص نماید. چنانچه متقاضی در مهلت مقرر قانونی به هر علتی نتواند نقایص اعلامی را رفع نماید، مرجع ثبت اظهارنامه را رد و مراتب را کتباً با ذکر علت یا علل رد به متقاضی ثبت ابلاغ خواهد کرد.

تبصره: مهلت رفع نقص برای متقاضیان ایرانی تا ۳۰ روز و برای متقاضیان مقیم خارج از کشور تا ۶۰ روز از تاریخ ابلاغ محاسبه می‌شود.

ماده ۸۴: طرح‌های صنعتی زیر قابل حمایت نیستند؛

۱. طرح‌هایی که جدید یا اصیل نباشند؛
۲. طرح‌هایی که تنها در نتیجه عملکرد فنی محصول ایجاد می‌شوند؛
۳. طرح‌های حاوی نمادها یا نشان‌های رسمی؛
۴. طرح‌های مخالف نظم عمومی یا اخلاق حسنه.

طرح صنعتی جدید با رعایت مفاد ماده‌ی ۲۱ قانون، طرحی است که قبل از تسلیم اظهارنامه و یا قبل از تاریخ ادعای حق تقدم، همانند آن به عموم عرضه نشده باشد.

طرح صنعتی در صورتی اصیل محسوب می‌شود که به طور مستقل توسط طراح پدید آمده و کپی و تقلید طرح‌های موجود نباشد، به نحوی که از دید یک کاربر آگاه، متفاوت از طرح‌هایی باشد که قبلاً در اختیار عموم قرار گرفته است.

منتشر نمی‌شود. در این صورت مرجع ثبت، یک آگهی حاوی تأخیر انتشار طرح صنعتی مذکور و اطلاعات مربوط به هویت مالک طرح ثبت شده و تاریخ تنظیم اظهارنامه و مدت تأخیر مورد درخواست و سایر امور ضروری را منتشر می‌کند. پس از انقضای مدت تأخیر درخواست شده، مرجع ثبت آگهی طرح صنعتی ثبت شده را صادر و برای انتشار تسلیم روزنامه‌ی رسمی خواهد کرد. هزینه‌ی انتشار آگهی‌های مذکور در این تبصره به عهده‌ی متقاضی ثبت طرح صنعتی خواهد بود.

ماده ۸۷: ثبت طرح صنعتی با قید مراتب زیر و طبق فرم (ط - ۲) در دفتر ثبت طرح صنعتی انجام می‌پذیرد:

۱. تاریخ کامل (ساعت، روز، ماه و سال) و شماره‌ی ثبت اظهارنامه؛

۲. تاریخ و شماره‌ی ثبت طرح صنعتی؛

۳. اسامی کالاها و طبقاتی که طرح صنعتی برای آن‌ها اختیار شده است؛

۴. ذکر مشخصات طرح یا طرح‌های صنعتی به طور اجمال با تعیین اجزایی که متقاضی می‌خواهد استعمال انحصاری آن را به خود اختصاص دهد؛

۵. در صورت ادعای حق تقدم و پذیرش آن، تاریخ، شماره و محل تسلیم اظهارنامه‌ی مقدم؛

۶. اسم، محل اقامت و تابعیت مالک طرح و نماینده‌ی او در صورتی که اظهارنامه توسط نماینده‌ی قانونی تسلیم شده باشد؛

۷. اسم و نشانی و تابعیت طراح، در صورتی که متقاضی شخص طراح نیست، مگر این که طراح کتباً تقاضا نموده باشد اسمش در گواهی‌نامه‌ی طرح صنعتی ذکر نشود؛

ماده ۸۵: هرگاه تقاضای ثبت طرح صنعتی مورد پذیرش مرجع ثبت قرار گیرد، مراتب کتباً به متقاضی اعلام شده و وی باید ظرف ۳۰ روز پس از تاریخ اعلام، جهت پرداخت هزینه‌های مربوط به ثبت طرح صنعتی و انتشار آگهی موضوع ماده‌ی ۸۶ این آیین‌نامه اقدام نماید. در صورت عدم پرداخت هزینه‌ها در مهلت مقرر فوق، اظهارنامه کان لم یکن تلقی می‌گردد. این مهلت برای متقاضیان مقیم خارج از کشور ۶۰ روز می‌باشد.

ماده ۸۶: مرجع ثبت پس از ثبت طرح صنعتی، مراتب را ظرف ۳۰ روز جهت اطلاع عموم در روزنامه‌ی رسمی آگهی می‌نماید. آگهی مزبور شامل موارد زیر می‌باشد:

۱. شماره و تاریخ اظهارنامه؛

۲. شماره و تاریخ ثبت طرح صنعتی؛

۳. اسم و نشانی طراح مگر آن که طراح کتباً درخواست کند که نامش ذکر نشود؛

۴. اسم و اقامت‌گاه متقاضی یا نماینده‌ی وی؛

۵. ذکر کالا و طبقه‌ای که طرح مورد تقاضا مربوط به آن می‌باشد؛

۶. تعیین تاریخ، محل و شماره‌ی حق تقدم، در صورت وجود؛

۷. تصویر یا تصاویری که طرح را معرفی کند و تصریح به رنگی یا غیررنگی بودن تصویر؛

۸. اشاره به ماکت طرح، در صورت ارائه؛

۹. مدت اعتبار ثبت.

تبصره: هر گاه درخواستی طبق ماده‌ی ۲۵ قانون ارائه شده باشد، پس از ثبت طرح صنعتی، نمونه‌ی طرح و مفاد اظهارنامه

۸. مدت اعتبار ثبت طرح صنعتی.

تبصره‌ی ۱: در دفتر ثبت طرح صنعتی برای هر طرح دو صفحه اختصاص می‌یابد و هر تغییر و اصلاح و همچنین نقل و انتقالاتی که نسبت به طرح صنعتی صورت می‌گیرد، در صفحات مزبور قید می‌گردد.

تبصره‌ی ۲: درج مراتب فوق پس از تکمیل باید به امضای مالک طرح صنعتی یا نماینده‌ی قانونی وی و همچنین رئیس اداره‌ی ثبت طرح‌های صنعتی برسد.

ماده ۸۸: پس از ثبت طرح صنعتی و انتشار آگهی مربوط به آن و تحویل نسخه‌ی منتشر شده یا منعکس در سایت روزنامه‌ی رسمی به مرجع ثبت، گواهی‌نامه‌ای طبق فرم (ط - ۳) که حاوی نکات زیر باشد با الصاق تصویر یک نمونه‌ی کامل از طرح و منگنه و مهر کردن به مالک طرح یا نماینده‌ی قانونی وی تسلیم می‌شود:

۱. تاریخ وصول اظهارنامه و شماره‌ی ثبت آن در دفتر ثبت اظهارنامه؛

۲. تاریخ و شماره‌ی ثبت طرح یا طرح‌ها؛

۳. اسم و اقامت‌گاه و تابعیت مالک طرح؛

۴. اسم، نشانی و تابعیت طراح، مگر این‌که کتباً از مرجع ثبت درخواست عدم ذکر اسم خود را نماید؛

۵. ذکر کالا یا کالاهایی که طرح ثبت شده مربوط به آن‌ها می‌باشد و طبقه و یا طبقاتی که مورد تأیید قرار گرفته است؛

۶. مدت اعتبار طرح و تاریخ انقضای آن؛

۷. ذکر تاریخ، شماره و محل تسلیم اظهارنامه‌ی مقدم، در صورت ادعای حق تقدم و پذیرش آن؛

۸. تصویر یا تصاویری که طرح را معرفی کند و تصریح به رنگی یا غیررنگی بودن آن.

این گواهی‌نامه با استفاده از فناوری روز تهیه و به امضای رئیس اداره‌ی ثبت طرح‌های صنعتی می‌رسد.

۲ - ۸ - ۳ - بخش سوم: ثبت علائم

فصل اول: تسلیم، استرداد، ثبت ورود اظهارنامه

ماده ۱۰۵: ثبت علامت مستلزم تسلیم اظهارنامه به مرجع ثبت است.

ماده ۱۰۶: اظهارنامه‌ی ثبت علامت باید در دو نسخه و در فرم مخصوص (ع - ۱) و به زبان فارسی تنظیم شده و پس از ذکر تاریخ، توسط متقاضی یا نماینده‌ی قانونی وی امضا شود.

تبصره: در صورتی که اسناد ضمیمه‌ای اظهارنامه و سایر اسناد مربوط به زبان دیگری غیر از زبان فارسی باشد، ارائه‌ی اصل مدارک مورد نیاز همراه با ترجمه‌ی عادی کامل آن الزامی است. مرجع ثبت در صورت لزوم می‌تواند در جریان بررسی اظهارنامه، ترجمه‌ی رسمی مدارک مذکور را مطالبه کند.

ماده ۱۰۷: متقاضی باید اظهارنامه‌ی ثبت علامت را به صورت حضوری یا با پست سفارشی و یا در چارچوب ماده‌ی ۱۶۷ این آیین‌نامه به مرجع ثبت تسلیم نماید.

ماده ۱۰۸: اظهارنامه‌ی ثبت علامت باید حاوی نکات زیر باشد:

۱. اسم، شماره‌ی ملی، نشانی، کدپستی و تابعیت متقاضی و در صورتی که متقاضی شخص حقوقی است، ذکر نام، نوع فعالیت، اقامت‌گاه، محل و شماره‌ی ثبت، تابعیت، مرکز اصلی و عنداللزوم هر شناسنامه‌ی دیگری آن الزامی است.

۲. اسم، شماره‌ی ملی، نشانی و کدپستی نماینده‌ی قانونی متقاضی، در صورت وجود؛

۳. اسم، نشانی و کد پستی شخص یا اشخاصی که صلاحیت دریافت ابلاغ‌ها در ایران را دارند، در صورتی که متقاضی مقیم ایران نباشد؛

۴. الصاق نمونه‌ای از علامت در کادر مربوط؛

۵. توصیف و تعیین اجزای علامت و تعیین حروف مشخص در صورتی که علامت مورد درخواست ثبت مشتمل بر حروف خاص باشد؛

۶. ذکر کالاها و خدماتی که علامت برای تشخیص آن‌ها به کار می‌رود، با تعیین طبقه یا طبقات درخواست شده طبق طبقه بندی بین‌المللی؛

۷. ذکر حق تقدم، در صورت درخواست؛

۸. رشته‌ی فعالیت مالک علامت؛

۹. ذکر علامت جمعی در صورتی که ثبت آن مرد درخواست باشد؛

۱۰. در صورتی که علامت مشتمل بر کلمه یا کلماتی غیر از فارسی باشد، درج آوارنویسی و ترجمه‌ی آن؛

۱۱. ذکر رنگ، در صورتی که رنگ به عنوان صفت مشخصه و یا ویژگی خاص علامت باشد؛

۱۲. ذکر سه‌بعدی بودن علامت در صورت درخواست ثبت آن؛

۱۳. تعیین ضمایم.

تبصره‌ی ۱: در صورت تسلیم اظهارنامه و سایر اسناد مربوط توسط اشخاص حقوقی، امضای آن‌ها از طرف اشخاص مجاز، ضروری است.

تبصره‌ی ۲: در صورت تعدد متقاضی ثبت، شخصی که به نمایندگی از سایرین حق مراجعه و مکاتبه با مرجع ثبت و انجام سایر تشریفات اداری لازم، جز دریافت گواهی‌نامه‌ی علامت را دارد، باید با ذکر اقامت‌گاه، تعیین شود.

تبصره ۳: اسم و نشانی متقاضی مقیم خارج از کشور علاوه بر فارسی باید به حروف لاتین نیز نوشته و با همان حروف نیز ثبت و آگهی شود.

تبصره‌ی ۴: در کلیه‌ی امور راجع به ثبت و انتشار علائم، مرجع ثبت طبقه‌بندی کالا و خدمات را براساس طبقه‌بندی بین المللی مورد بررسی قرار می‌دهد. در صورت وجود عناصر تصویری در علامت، رعایت طبقه‌بندی مربوط الزامی و به عهده‌ی مرجع ثبت است.

ماده‌ی ۱۰۹: برای ثبت هر علامت باید از اظهارنامه‌ی جداگانه استفاده شود. استفاده از یک اظهارنامه برای ثبت یک علامت جهت کالاها و خدمات مندرج در یک یا چند طبقه بلامانع است.

ماده ۱۱۰: شخصی که تقاضای ثبت چندین علامت را به طور همزمان می‌نماید باید برای هر یک از آن‌ها مطابق مقررات این آیین‌نامه، اظهارنامه‌ی جداگانه‌ای تسلیم کند. در این صورت، اگر تقاضاها توسط نماینده‌ی قانونی به عمل آمده باشد، مدرک اصلی نمایندگی به یکی از اظهارنامه‌ها و یک رونوشت مصدق آن به هر یک از اظهارنامه‌های دیگر باید ضمیمه شود.

ماده ۱۱۱: مدارک زیر باید ضمیمه‌ی اظهارنامه شوند:

۱. با لحاظ ماده‌ی ۱۱۰ این آیین‌نامه، نسخه‌ی اصلی نمایندگی، در صورتی که تقاضا توسط نماینده‌ی قانونی به

عمل آید؛

۲. ارائه‌ی ده نمونه از علامت به صورت گرافیکی که با علامت الصاق شده روی اظهارنامه یکسان بوده و ابعاد آن حداکثر ۱۰×۱۰ سانتی‌متر باشد. اگر ارائه‌ی علامت به صورت گرافیکی نباشد ده نمونه از کپی یا تصویر علامت حداکثر در همین ابعاد و به نحوی که مرجع ثبت مناسب تشخیص دهد، ارائه خواهد شد.

۳. چنانچه مرجع ثبت نمونه علامت ارائه شده را مناسب تشخیص ندهد، تسلیم نمونه‌ی مناسب را درخواست می‌نماید. در هر حال، علامت باید به همان نحو که درخواست و ثبت می‌شود استعمال گردد؛

۴. در صورت سه‌بعدی بودن علامت، ارائه‌ی علامت به صورت نمونه‌های گرافیکی یا تصویر دوبعدی روی برگه به نحوی که از شش زاویه‌ی متفاوت تهیه و در مجموع یک نمونه‌ی واحد که همان علامت سه‌بعدی را تشکیل دهند، الزامی است؛

۵. مدارک مربوط به حق تقدم که باید همزمان با تسلیم اظهارنامه یا حداکثر ظرف ۱۵ روز از آن تاریخ تسلیم شود؛

۶. ارائه‌ی مدارک دال بر فعالیت در حوزه‌ی ذی‌ربط بنا به تشخیص مرجع ثبت؛

۷. نسخه‌ای از ضوابط و شرایط استفاده از علامت جمعی و ارائه‌ی گواهی مقام صلاحیت‌دار، اتحادیه یا دستگاه مرتبط، در صورتی که ثبت علامت جمعی مورد درخواست باشد؛

۸. مدارک مثبت هویت متقاضی؛

۹. رسید مربوط به پرداخت هزینه‌های قانونی؛

۱۰. مدارک نمایندگی قانونی، در صورتی که تقاضا توسط

نماینده‌ی قانونی به عمل آید.

ماده ۱۱۲: در صورتی که متقاضی طبق ماده‌ی ۹ قانون در خواست حق تقدیم کرده باشد، هنگام تقاضای ثبت علامت باید درخواست خود را به همراه مدارکی که حاکی از این حق باشد، به مرجع ثبت تسلیم نماید. این درخواست باید مشتمل بر موارد زیر باشد:

۱. تاریخ و شماره‌ی اظهارنامه‌ی اصلی؛

۲. کشوری که اظهارنامه‌ی اصلی در آنجا تسلیم شده و یا در صورت منطقه‌ای یا بین‌المللی بودن اظهارنامه، اداره‌ای که اظهارنامه در آنجا تسلیم شده است؛

تبصره‌ی ۱: درخواست حق تقدم باید همزمان با تاریخ تسلیم اظهارنامه تسلیم شود.

تبصره‌ی ۲: هرگاه حق تقدم دو یا چند اظهارنامه‌ی اصلی ادعا شود می‌توان با رعایت تبصره‌ی (۱) فوق، اطلاعات آن‌ها را در یک درخواست قید و تسلیم نمود. در این صورت مبنای احتساب حق تقدم، تاریخ تسلیم نخستین اظهارنامه خواهد بود.

تبصره‌ی ۳: در صورتی که حق تقدم ادعایی شامل کلیه‌ی کالاها و خدمات مندرج در اظهارنامه‌ی قبلی نباشد، اشاره به کالاها یا خدماتی که مورد ادعا است، ضروری است.

ماده‌ی ۱۱۳: مدت زمان حق تقدم در ثبت علامت، ۶ ماه از تاریخ تسلیم اظهارنامه‌ی اصلی خواهد بود. در این مورد روز تسلیم جزء مدت محسوب نخواهد شد و اگر آخرین روز مصادف با روز تعطیل باشد، این مدت تا آخرین ساعت اولین روز اداری بعد از تعطیل محاسبه خواهد شد.

ماده ۱۱۴: تاریخ اظهارنامه همان تاریخ وصول اظهارنامه یا تاریخ داده‌ی پیام است، مشروط بر این‌که در زمان تسلیم حاوی اطلاعات زیر باشد:

۱. اسم متقاضی؛
۲. نشانی‌ای که ابلاغ‌ها باید در آن‌جا صورت گیرد؛
۳. نمونه‌ای از علامت؛
۴. کالاها و خدماتی که علامت برای تشخیص آن‌ها ثبت می‌شود؛
۵. پرداخت حق ثبت اظهارنامه.

ماده‌ی ۱۱۵: متقاضی می‌تواند تا قبل از انتشار آگهی موضوع ماده‌ی ۱۲۰ این آیین‌نامه ضمن درخواست کتبی از مرجع ثبت نسبت به اصلاح نشانی، تغییر نماینده‌ی قانونی و کاهش کالاها و خدمات موضوع علامت اقدام نماید. اعمال این اصلاح منوط به پرداخت هزینه‌ی مقرر در جدول هزینه‌ها خواهد بود.

ماده‌ی ۱۱۶: متقاضی یا نماینده‌ی قانونی وی در هر زمان قبل از ثبت علامت می‌تواند ضمن درخواست کتبی از مرجع ثبت، اظهارنامه‌ی خود را مسترد دارد. در صورت استرداد اظهارنامه، هزینه‌های پرداختی مسترد نخواهد شد.

ماده ۱۱۷: مرجع ثبت پس از دریافت اظهارنامه و ضمایم مربوط، و احراز شرایط مقرر در ماده‌ی ۱۱۴ این آیین‌نامه، آن را در دفتر ثبت وارد و بر روی هر یک از نسخ اظهارنامه، تاریخ دریافت اظهارنامه و شماره‌ی آن را قید نموده و نسخه‌ی دوم آن را که دارای همان مشخصات نسخه‌ی اصلی است، بعد از امضا و مهر و قید تاریخ (ساعت، روز، ماه، سال) وصول آن با تمام حروف، به عنوان رسید به متقاضی مسترد خواهد کرد.

تبصره: در خصوص اظهارنامه‌هایی که با پست سفارشی ارسال می‌شوند، در صورت ثبت اظهارنامه‌ها، نسخه‌ی دوم آن‌ها همراه با ضمایم توسط و به هزینه‌ی مرجع ثبت با پست سفارشی به عنوان رسید به متقاضیان مسترد خواهد شد. در صورت عدم ثبت نیز مراتب به همین ترتیب به اطلاع متقاضیان خواهد رسید. پاسخ اظهارنامه‌ها واصله در چارچوب ماده ۱۶۷ این آیین‌نامه به صورت الکترونیکی خواهد بود.

فصل دوم: بررسی و انتشار آگهی اظهارنامه

ماده ۱۱۸: مرجع ثبت ظرف ۳۰ روز از تاریخ وصول اظهارنامه و ضمایم، آن را از لحاظ رعایت جنبه‌های شکلی و شرایط مقرر در قانون و این آیین‌نامه و همچنین تطبیق طبقه یا طبقات اعلامی با طبقه‌بندی بین‌المللی مورد بررسی قرار می‌دهد.

ماده ۱۱۹: مرجع ثبت چنانچه پس از بررسی، ایرادات و نواقصی را در اظهارنامه و ضمایم آن مشاهده نماید، مراتب را به صورت مکتوب و با قید جزئیات به متقاضی ابلاغ می‌کند تا ظرف مهلت مقرر اقدام به رفع نقص نماید.

چنانچه متقاضی در مهلت مقرر قانونی به هر علتی نتواند نقایص اعلامی را رفع نماید، مرجع ثبت، اظهارنامه را رد و مراتب را کتباً با ذکر علت یا علل رد به متقاضی ثبت ابلاغ خواهد کرد.

تبصره: مهلت رفع نقص برای اشخاص مقیم در ایران، ۳۰ روز و برای اشخاص مقیم در خارج از کشور ۶۰ روز از زمان ابلاغ محاسبه می‌شود.

ماده ۱۲۰: مرجع ثبت پس از پذیرش اظهارنامه‌ی ثبت

ویژگی‌ها با علامت دیگری که قبلاً ثبت یا تقاضای ثبت شده به اندازه‌ای باشد که مصرف کنندگان عادی را به اشتباه بیندازد. متقاضی می‌تواند ظرف مهلت مقرر نسبت به رد اظهارنامه، اعتراض خود را در دو نسخه و با پرداخت هزینه‌ی رسیدگی به رد ثبت، از طریق مرجع ثبت به کمیسیون موضوع ماده‌ی ۱۷۰ این آیین‌نامه تسلیم نماید. پس از ثبت اعتراض‌نامه، نسخه‌ی دوم آن با قید تاریخ و شماره‌ی وصول به معترض مسترد می‌گردد.

مهلت اعتراض برای اشخاص مقیم ایران ۳۰ روز و برای اشخاص مقیم خارج از کشور ۶۰ روز از تاریخ ابلاغ خواهد بود. تبصره: در صورت رد اعتراض در کمیسیون، هزینه‌ی رسیدگی به رد ثبت قابل استرداد نخواهد بود.

فصل سوم: ثبت علامت و تمدید ثبت

ماده ۱۲۶: پس از انتشار آگهی ثبت علامت، موضوع ماده‌ی ۱۲۰ این آیین‌نامه و تحویل نسخه‌ی منتشر شده یا منعکس در سایت روزنامه‌ی رسمی توسط متقاضی به مرجع ثبت، ظرف ۳۰ روز از تاریخ انتشار، در صورتی که مرجع ثبت تشخیص دهد شرایط مندرج در قانون و این آیین‌نامه رعایت شده و نسبت به تقاضای ثبت علامت نیز اعتراض نشده و یا اعتراض رد شده است، علامت را پس از پرداخت هزینه‌های مربوط در دفتر ثبت علامت، ثبت می‌کند.

تبصره: در صورت عدم تحویل نسخه‌ی منتشر شده یا منعکس در سایت روزنامه‌ی رسمی به مرجع ثبت، ظرف مهلت مقرر در این ماده، اظهارنامه کان لم یکن تلقی خواهد شد.

علامت، مراتب را به متقاضی ابلاغ و آگهی مربوط را جهت اطلاع عموم منتشر می‌نماید. آگهی مزبور باید شامل موارد ذیل باشد:

۱. تاریخ و شماره‌ی اظهارنامه؛
 ۲. در صورت ادعای حق تقدم، تاریخ و شماره‌ی اظهارنامه و کشوری که درخواست ثبت اولیه در آن‌جا صورت گرفته است؛
 ۳. نمونه علامت؛
 ۴. اجرای علامت با ذکر رنگ، در صورتی که رنگ به عنوان صفت مشخصه و یا ویژگی علامت باشد؛
 ۵. فهرست کالاها و خدماتی که علامت برای تشخیص آن‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد؛ با اشاره به طبقه یا طبقات مربوط طبق طبقه‌بندی بین‌المللی؛
 ۶. نام و نشانی متقاضی؛
 ۷. نام و نشانی نماینده‌ی قانونی در صورتی که اظهارنامه توسط نماینده تسلیم شده باشد.
- تبصره: در صورتی که متقاضی ظرف ۳۰ روز پس از دریافت ابلاغ، هزینه‌ی انتشار آگهی فوق را پرداخت نکند، اظهارنامه کان لم یکن تلقی خواهد شد.
- ماده ۱۲۱: در صورت رد اظهارنامه‌ی ثبت علامت به استناد بندهای (الف) و (ب) ماده‌ی ۳۰ و ماده‌ی ۳۲ قانون، مرجع ثبت ملزم است دلایل رد را کتباً به متقاضی ابلاغ نماید.
- از لحاظ مواد اشاره شده، در مواردی علامت عین یا شبیه علامت دیگر تشخیص داده شده و رد می‌گردد که علامت مذکور قبلاً به اسم دیگری ثبت یا تقاضای ثبت شده باشد یا شباهت آن از لحاظ شکل ظاهر یا تلفظ یا کتابت و یا سایر

یا کلاً نسبت به علامت صورت می‌گیرد، در صفحات مزبور قید می‌گردد. در صورت نیاز به صفحات اضافی مرجع ثبت می‌تواند از دفتر متممی به این منظور استفاده نماید.

تبصره ۲: درج مراتب فوق پس از تکمیل باید به امضای مالک علامت یا نماینده‌ی قانونی وی و همچنین رییس اداره‌ی ثبت علایم تجاری برسد.

ماده ۱۲۹: مرجع ثبت مکلف است ظرف ۳۰ روز پس از ثبت علامت، آگهی حاوی کلیه‌ی مراتب مندرج در ماده‌ی ۱۲۸ این آیین‌نامه را جهت اطلاع عموم منتشر نماید.

ماده ۱۳۰: پس از ثبت علامت و انتشار آگهی آن و تحویل نسخه‌ی منتشر شده یا منعکس در سایت روزنامه‌ی رسمی، گواهی‌نامه‌ای طبق فرم (ع - ۳) که حاوی موارد مذکور در بندهای ۱، ۳، ۴، ۵، ۶ و ۷ ماده‌ی ۱۲۸ این آیین‌نامه و همچنین مدت اعتبار علامت ثبت شده و تاریخ انقضای آن باشد، پس از امضا و مهر رییس اداره‌ی ثبت علایم تجاری، به مالک علامت یا نماینده‌ی قانونی او تسلیم می‌شود.

تبصره: گواهی‌نامه‌ی علامت با استفاده از فناوری روز تهیه می‌شود.

ماده ۱۳۱: با توجه به بند (د) ماده‌ی ۴۰ قانون، مالک علامت می‌تواند با پرداخته هزینه‌های مقرر، درخواست تمدید اعتبار ثبت علامت را برای دوره‌های متوالی ده ساله بنماید. درخواست تمدید ثبت ظرف یک سال قبل از انقضای مدت اعتبار ثبت علامت در هر دوره، به عمل خواهد آمد.

تبصره: در صورت عدم درخواست تمدید ثبت ظرف مهلت یاد شده، امکان درخواست آن ظرف مهلت ۶ ماه پس از پایان

ماده ۱۲۷: متقاضی باید ظرف مدت ۳۰ روز پس از اعلام کتبی مرجع ثبت مبنی بر تأیید نهایی علامت، نسبت به پرداخت هزینه‌های ثبت علامت و انتشار آگهی موضوع ماده‌ی ۱۲۹ این آیین‌نامه اقدام نماید. در صورت عدم پرداخت هزینه‌ها در مهلت مقرر فوق، اظهارنامه کان لم یکن تلقی می‌گردد. این مهلت برای متقاضیان مقیم خارج از کشور ۶۰ روز می‌باشد.

ماده ۱۲۸: ثبت علامت در دفتر ثبت طبق فرم (ع - ۲) با قید مراتب ذیل به عمل خواهد آمد:

۱. اسم، نشانی و تابعیت مالک علامت؛
۲. اسم و نشانی نماینده‌ی قانونی او، در صورت وجود؛
۳. الصاق یک نمونه از علامت در محلی که به این امر اختصاص داده شده است؛
۴. تعیین اجزای علامت با ذکر رنگ، در صورتی که رنگ به عنوان صفت مشخصه و یا ویژگی علامت باشد؛
۵. تاریخ کامل (ساعت، روز، ماه و سال) و شماره‌ی ثبت اظهارنامه و تاریخ و شماره‌ی ثبت علامت؛
۶. فهرست کالاها و خدماتی که علامت برای تشخیص آن‌ها استفاده می‌شود، با اشاره به طبقه یا طبقات آن‌ها طبق طبقه بندی بین‌المللی؛
۷. در صورت ادعای حق تقدم و پذیرش آن، تاریخ، شماره و محل تسلیم اظهارنامه‌ی مقدم؛
۸. مدت اعتبار ثبت علامت

تبصره‌ی ۱: در دفتر ثبت برای هر علامت دو صفحه اختصاص می‌یابد و هر تغییر و اصلاح و همچنین نقل و انتقالاتی که جزئاً

اعتبار ثبت علامت، با پرداخت جریمه‌ی تأخیر به میزان نصف هزینه‌ی ثبت علامت وجود دارد، والا ثبت علامت از درجه‌ی اعتبار ساقط خواهد شد.

ماده ۱۳۲: درخواست تمدید ثبت علامت در دو نسخه توسط مالک علامت ثبت شده یا نماینده‌ی قانونی او تهیه و پس از امضا به مرجع ثبت تسلیم می‌شود.

مرجع یاد شده پس از دریافت درخواست تمدید ثبت و ضمایم، آن را در دفتر مربوطه وارد و بر روی هر یک از نسخ درخواست، تاریخ دریافت و شماره‌ی آن را قید و نسخه‌ی دوم آن را که دارای همان مشخصات نسخه‌ی اصلی است بعد از امضا و مهر به عنوان رسید به درخواست کننده مسترد خواهد کرد.

ماده ۱۳۳: درخواست تمدید ثبت باید حاوی موارد ذیل باشد:

۱. شماره و تاریخ ثبت اظهارنامه و علامتی که تمدید آن مورد درخواست است؛

۲. طبقه یا طبقات کالاها و خدماتی که علامت برای تشخیص آن‌ها ثبت شده است؛

۳. اسم و نشانی کامل مالک علامت ثبت شده یا نماینده‌ی قانونی وی، در صورتی که درخواست توسط نماینده به عمل آید.

تبصره ۱: درخواست تمدید ثبت وقتی پذیرفته می‌شود که هزینه‌ی تمدید پرداخت شده باشد.

تبصره ۲: در موقع تمدید ثبت، مرجع ثبت مکلف است طبقه‌ی کالاها و خدمات را مطابق با جدیدترین ویرایش طبقه بندی بین‌المللی علامت، در دفتر ثبت و گواهی‌نامه‌ی تمدید ثبت علامت را براساس آن تصحیح نماید. هزینه‌ی تغییر

علامت ناشی از اعمال ویرایش جدید طبقه‌بندی بین‌المللی به عهده‌ی مالک علامت خواهد بود.

تبصره ۳: مالک علامت می‌تواند ضمن درخواست تمدید، درخواست جداگانه‌ای را برای تقلیل طبقه یا کالاها و خدماتی که علامت برای آن به ثبت رسیده است، بدون پرداخت هزینه‌ی ثبت تغییر، تسلیم مرجع ثبت نماید.

تبصره ۴: در صورت تغییر طبقات یا کالاها، مندرجات این ماده با انجام تغییرات لازم، به هزینه‌ی مالک علامت، در روزنامه‌های رسمی آگهی می‌شود.

ماده ۱۳۴: مدارک زیر باید به درخواست تمدید ضمیمه گردد:

۱. مدارک مثبت هویت متقاضی؛

۲. حداقل شش نمونه از علامت با رعایت ماده‌ی ۱۰۸ این آیین نامه؛

۳. رسید مربوط به پرداخت هزینه‌ها؛

۴. مدارک نمایندگی قانونی، در صورتی که درخواست توسط نماینده به عمل آید.

ماده ۱۳۵: با رعایت تبصره‌های ۲ و ۳ ماده‌ی ۱۳۳ این آیین نامه، تمدید ثبت علامت نمی‌تواند هیچ تغییری در آخرین شکل ثبت آن به وجود آورد. در غیر این صورت مقررات تغییر علامت قابل اعمال خواهد بود.

ماده ۱۳۶: تمدید ثبت علامت دنباله‌ی ثبت اصلی در دفتر ثبت می‌شود و گواهی‌نامه‌ی تمدید ثبت طبق فرم (ع - ۴) صادر و تسلیم مالک علامت یا نماینده‌ی قانونی وی می‌گردد. گواهی‌نامه‌ی تمدید ثبت شامل مندرجات گواهی‌نامه‌ی اصلی با انجام تغییرات لازم و نیز مدت اعتبار و تاریخ انقضای آن

خواهد بود.

۲ - ۹ - دفاتر تجارتي (با استناد از قانون تجارت جمهوری اسلامی ایران)

در باب دوم قانون تجارت جمهوری اسلامی ایران در رابطه با دفاتر تجارتي و دفاتر ثبت تجارتي موارد زیر آمده است:

فصل اول: دفاتر تجارتي

ماده ۶: هر تاجري به استثنای کسبه‌ی جزء مکلف است دفاتر ذیل یا دفاتر دیگری را که وزارت عدلیه به موجب نظام‌نامه‌ی قائم‌مقام این دفاتر قرار می‌دهد داشته باشد:

۱. دفتر روزنامه

۲. دفتر کل

۳. دفتر دارایی

۴. دفتر کپیه

ماده ۷: دفتر روزنامه دفتری است که تاجر باید همه روزه مطالبات و دیون و داد و ستد تجارتي و معاملات راجع به اوراق تجارتي (از قبیل خرید و فروش و ظهرنویسی) و به طور کلی جمیع واردات و صادرات تجارتي خود را به هر اسم و رسمی که باشد و وجوهی را که برای مخارج شخصی خود برداشت می‌کند در آن دفتر ثبت نماید.

ماده ۸: دفتر کل دفتری است که تاجر باید کلیه‌ی معاملات را لااقل هفته‌ای یک مرتبه از دفتر روزنامه استخراج و انواع مختلفی آن را تشخیص و جدا کرده هر نوعی را در صفحه‌ی مخصوصی در آن دفتر به طور خلاصه ثبت کند.

ماده ۹: دفتر دارایی، دفتری است که تاجر باید هر سال صورت جامعی از کلیه‌ی دارایی‌های منقول و غیرمنقول و دیون و مطالبات سال گذشته‌ی خود را به ریز ترتیب داده در آن دفتر ثبت و امضا نماید و این کار باید تا پانزدهم فروردین سال بعد انجام پذیرد.

ماده ۱۰: دفتر کپیه دفتری است که تاجر باید کلیه‌ی مراسلات و مخابرات و صورت حساب‌های صادره‌ی خود را در آن به ترتیب ثبت نماید.

تبصره: تاجر باید کلیه‌ی مراسلات و مخابرات و صورت حساب‌های وارده را نیز به ترتیب تاریخ ورود مرتب نموده در لفاف مخصوصی ضبط کند.

ماده ۱۱: دفاتر مذکور در ماده‌ی ۶ به استثنای دفتر کپیه قبل از آن که در آن چیزی نوشته شود به توسط نماینده‌ی اداره‌ی ثبت (که مطابق نظام‌نامه‌ی وزارت عدلیه معین می‌شود) امضا خواهد شد. برای دفتر کپیه امضای مزبور لازم نیست. ولی باید اوراق آن دارای نمره‌ی ترتیبی باشد. در موقع تجدید سالیانه‌ی هر دفتر مقررات این ماده رعایت خواهد شد. حق امضا از قرار هر صد صفحه با کسور آن دو ریال و بعلاوه مشمول ماده‌ی ۱۳۵ قانون ثبت اسناد است.

ماده ۱۲: دفتری که برای امضا به متصدی امضا تسلیم می‌شود باید دارای نمره‌ی ترتیبی و قیطان کشیده باشد و متصدی امضا مکلف است صفحات دفتر را شمرده در صفحه‌ی اول و آخر هر دفتر مجموع صفحات آن را با تصریح به اسم و رسم صاحب دفتر نوشته با قید تاریخ امضا و دو طرف قیطان را با مهر سربی که وزارت عدلیه برای مقصود تهیه می‌نماید، منگنه کند. لازم

ماده ۱۷: مقررات مربوط به دفتر ثبت تجاری را وزارت عدلیه با تصریح به موضوعاتی که باید به ثبت برسد به موجب نظامنامه‌ی معین خواهد کرد.

ماده ۱۸: شش ماه پس از الزامی شدن ثبت تجاری هر تاجری که مکلف به ثبت است باید در کلیه‌ی اسناد و صورت حساب‌ها و نشریات خطی یا چاپی خود در ایران تصریح نماید که تحت چه نمره‌ای به ثبت رسیده و الا علاوه بر مجازات مقرر در فوق به جزای نقدی از دویست تا دو هزار ریال محکوم می‌شود.

ماده ۱۹: کسبه‌ی جزء مذکور در این فصل و فصل اول مطابق مقررات نظامنامه‌ی وزارت عدلیه تشخیص می‌شوند.

۲ - ۱۰ - اسناد تجاری

به طور کلی اسناد تجاری به اسنادی گفته می‌شود که به وسیله‌ی تجار و شرکت‌های تجاری در رابطه با امور و مسائل مختلفی از قبیل تجارتی صادر می‌شود و برای متعاملین و یا طرفین قرارداد و اشخاص ذی‌نفع ایجاد حق و حقوقی می‌نماید، مانند قراردادهای خرید و فروش کالا، حمل و نقل کالا، بیمه‌ی اموال و مال‌التجاره و امثال این‌ها و تعداد آن‌ها در معاملات و مطالبات و تعهدات و مبادله‌ی اوراق و نوشتجات منحصر به چند مورد معین و مشخص نیست.

۲ - ۱۰ - ۱ - نمونه‌هایی از اسناد تجاری

- برات
- سفته

است کلیه‌ی اعداد حتی تاریخ با تمام حروف نوشته شود.

ماده ۱۳: کلیه‌ی معاملات، صادرات و واردات در دفاتر مذکوره‌ی فوق باید به ترتیب تاریخ در صفحات مخصوصه نوشته شود - تراشیدن و حک کردن و همچنین جای سفدی گذاشتن بیش از آنچه که در دفترنویسی معمول است، در حاشیه و یا بین سطور نوشتن ممنوع است و باید تمام آن دفاتر را از ختم هر سال لااقل تا ۱۰ سال نگاه دارد.

ماده ۱۴: دفاتر مذکور در ماده‌ی ۶ و سایر دفاتری که تجار برای امور تجاری خود به کار می‌برند در صورتی که مطابق مقررات این قانون مرتب شده باشد بین تجار، در امور تجاری سندیت خواهد داشت و در غیر این صورت فقط بر علیه صاحب آن معتبر خواهد بود.

ماده ۱۵: تخلف از ماده‌ی ۶ و ماده‌ی ۱۱ مستلزم دویست تا ده هزار ریال جزای نقدی است، این مجازات را محکمه‌ی حقوق رأساً و بدون تقاضای مدعی‌العموم می‌تواند حکم بدهد و اجرای آن مانع اجرای مقررات راجع به تاجر ورشکسته که دفتر مرتب ندارد نخواهد بود.

فصل دوم: دفتر ثبت تجاری

ماده ۱۶: در نقاطی که وزارت عدلیه مقتضی دانسته و دفتر ثبت تجاری تأسیس کند کلیه‌ی اشخاصی که در آن نقاط به شغل تجارت اشتغال دارند اعم از ایرانی و خارجی به استثنای کسبه‌ی جزء باید در مدت مقرر اسم خود را در دفتر ثبت تجاری به ثبت برسانند والا به جزای نقدی از دویست تا دو هزار ریال محکوم خواهد شد.

• چک

- صورت حساب بانک در خصوص وخواست
- دفاتر بازرگانی و سندیت آن بر له و یا بر علیه تاجر
- اسناد خرید و فروش و فاکتورها، اسناد در وجه حامل، اوراق بورس

• نامه‌ها و تلگراف‌ها و مراسلات مربوط به امور تجاری

• دفاتر و صورت حساب دلال‌ها و حق‌المل کارها

• قراردادهای مربوط به خرید و فروش کالاهای مختلف

• سفارش برای ورود اجناس و اشیای مورد نظر

• نمایندگی تجاری برای انجام معاملات بازرگانی از طرف
تجار و شرکت‌های تجاری

• عاملیت برای ترخیص کالاهایی که از خارج به کشور وارد
می‌گردد و سایر موارد

• قراردادهایی که برای انجام حق‌العمل کاری - دلالی بسته
می‌شود.

• قراردادهای مربوط به بیمه‌ی کالاها از نقطه‌ای به نقطه‌ی
دیگر و یا از بندری به بندر دیگر و حمل و نقل و تحویل آن‌ها

• قبض انبار و سایر مدارک مربوط به معاملات بازرگانی که
گرچه همه‌ی اوراق مزبور به اعتبار این که حقی را برای فرد یا

افراد در امور بازرگانی در بر دارد سند محسوب می‌گردد، علی
الخصوص وقتی بین دو نفر تاجر یا حق‌العمل کار و یا متصدیان

حمل و نقل اختلافی حاصل گردد که منتهی به طرح شکایت
در مراجع قضایی بشود دلیل حقانیت یک طرف شناخته می‌شود

و براساس هر یک از آن‌ها به تشخیص قاضی حکم بر له یکی و
بر علیه دیگری صادر می‌گردد، ولی از لحاظ اهمیت آن‌ها در

قانون تجارت و مبادله‌ی آن‌ها بین بازرگانان و سایر افراد مانند
صرافی‌ها، بانک‌های سه نوع اول حائز اهمیت بیشتر می‌باشد
به طوری که باب چهارم قانون تجارت تحت عنوان برات،
فته طلب چک از مواد ۲۲۳ الی ۳۱۹ به اسناد مزبور اختصاص
دارد.

۲ - ۱۰ - ۲ - عمده‌ترین اسناد تجاری

برات، سفته (فته طلب) و چک سه نوع عمده از اسناد تجاری
هستند که به آن‌ها اسناد براتی نیز گفته می‌شود. اسناد تجاری
در معنای خاص به اسنادی اطلاق می‌شود که قابل نقل و
انتقال بوده و به جای پول وسیله‌ی پرداخت قرار می‌گیرد و
دارای امتیازات خاص قانونی هستند. صرف صدور سند،
پرداخت دین محسوب نمی‌شود. تسلیم سند تجاری به طلب
کار به خودی خود پرداخت دین نیست. از آن جایی که طلب
کار در پذیرش اسناد تجاری هیچ‌گونه الزام و اجباری ندارد اما
با توجه به شرایط خاص تجاری امروز و رواج این گونه اسناد از
جمله چک در جامعه چنان جایگاهی پیدا نموده که در دید
عرف تسلیم آن در حکم پرداخت دانسته می‌شود در حالی که
تا زمانی اسناد تجاری تبدیل به وجه نقد نشود، نمی‌توان گفت
که پرداخت واقعا صورت گرفته است.

از طرف هر یک از اسناد مذکور برای تبدیل به وجه نقد شدن
یک سری شرایط خاص باید داشته باشد تا برای دارنده قابل
پرداخت باشد.

لذا دانستن و عمل به موقع از طرف دارنده‌ی این اسناد باعث
حفظ حقوقی و قانونی می‌شود.

۲ - ۱۰ - ۲ - ۱ - چک

ماده ۳۱۰: قانون تجارت، چک را این گونه تعریف نموده است: چک نوشته‌ای است که به موجب آن صادر کننده وجوهی را که نزد محال علیه دارد کلاً یا بعضاً مسترد یا به دیگری واگذار می‌نماید.

صادر کننده‌ی چک چه شرایطی را باید رعایت کند؟

صادر کننده‌ی چک باید در زمان تسلیم چک حتماً نزد بانک محال علیه وجه اعتبار داشته باشد و جهت دریافت وجه به بانک محال علیه مراجعه نماید. این عمل نوعی اعطای وکالت در درج تاریخ در چک می‌باشد. برابر قانون تجارت از تاریخ صدور چک دارنده موظف است ۱۵ روز به بانک محال علیه مراجعه نموده و اقدام قانونی به جهت وصول یا صدور گواهی عدم امکان تأدیه را خواستار باشد. البته اگر چک در همان مکانی که صادر شده باید تأدیه شود، رعایت ۱۵ روز الزامی است و اگر از نقطه‌ی دیگر ایران صادر شده باشد باید ظرف مدت ۴۵ روز از تاریخ صدور، حکم مطالبه از طریق بانک انجام شود. رعایت ماده‌ی ۳۱۵ قانون تجارت برای حفظ حقوق دارنده است، چرا که در صورت عدم رعایت مدت ۱۵ و ۴۵ روز از تاریخ صدور دیگر دعوی بر علیه ظهرنویس قابل استماع نخواهد بود و مزیت دیگر در صورت رعایت مواعد مذکور صدور تأمین خواسته به جهت توقیف اموال بدهکار دیگر نیاز به پرداخت خسارت احتمالی به استناد ماده‌ی ۱۰۸ قانون آیین دادرسی مدنی نمی‌باشد. مراجعه‌کننده به بانک برای دریافت وجه چک بدو باید ظهر چک را امضا نماید. به عبارتی به زبان تجار پشت‌نویسی نماید که با هدف مشخص شدن دریافت

کننده‌ی وجه چک است.

ماده‌ی ۱۱: قانون چک بیان می‌دارد که منظور از دارنده‌ی چک شخصی است که برای اولین بار چک را به بانک ارائه داده است. حال اگر چک به هر دلیلی قابل وصول نباشد از ناحیه‌ی بانک گواهی عدم تأدیه به نام شخص مراجعه‌کننده به بانک صادر می‌نماید. پس از صدور این گواهی دیگر چک غیر قابل انتقال می‌شود و اگر انتقال انجام بگیرد با حدوث شرایط طرح دعوی کیفری انتقال گیرنده حق طرح شکایت کیفری را برای همیشه از دست می‌دهد. مگر این که انتقال به نحو قهری باشد. از آن جایی که تجار محترم و شرکت‌های بزرگ، وصول چک را از طریق افراد مورد وثوق خود انجام می‌دهند، لذا قانون این امر را هم در نظر گرفته است. از وظایف دیگر صادرکنندگان چک این است که چک را به درستی تنظیم نمایند. روی ورقه‌ی چک نباید خط خوردگی ایجاد شود و در صورت ایجاد خط‌خوردگی صادرکننده باید حتماً توضیحات کافی را بیان و در نهایت امضا کند. این توضیحات معمولاً در ظهر چک خواهد بود.

وفق ماده‌ی ۳۱۱: قانون تجارت پرداخت وجه نباید وعده داشته باشد. علت چنین شرطی این است که قانون‌گذار چک را وسیله‌ی پرداخت به روز و سریع می‌داند و هدف از ابداع سندی به نام چک سهولت در پرداخت و حمل بوده است. اما در عرف جامعه استفاده‌هایی چون تضمین کسب اعتبار و پرداخت درازمدت باعث شده تا فلسفه‌ی ابداع چک محجور بماند.

آنچه که دریافت کننده چک باید بداند؟

دریافت کننده باید مواردی را در اخذ چک توجه نماید. از جمله تاریخ صدور، محل صدور، محل پرداخت، تاریخ پرداخت و همچنین مهم ترین مسئله ای که باید مورد توجه قرار گیرد رقمی است که در چک درج می گردد. این رقم باید از جهت عدد و حروف یکی باشد و در صورت مغایرت، بانک رقم کمتر را مد نظر قرار می دهد. صدور چک ممکن است در وجه شخص معین یا در وجه حامل یا حواله کرده باشد و با صرف امضا در ظهر چک به دیگری منتقل می شود. توصیه ای حقوقی که به تجار محترم از جهت حقوق مالی می شود این است که در صورتی چک در وجه حامل را دریافت کنند که صادر کننده که شخص ثالث است منتقل کننده را ملزم به امضا در ظهر چک نماید. به این وسیله انتقال دهنده مشخص است و در صورتی که صاحب حساب پرداخت چک را در موعد انجام ندهد با مراجعه به منتقل کننده چک امکان پاسخ گویی و وصول طلب آن ها وجود دارد. در مواردی پیش می آید که چک بدون تاریخ وصول وجه صادر شود و این اختیار به دارنده چک داده می شود تا در موعد مورد توافق طرفیت تاریخ نوشته به استناد ماده ی ۲۴۷ قانون تجارت که ظهرنویس به وکالت در وصول را با ذکر اعطای وکالت برای دریافت چک را پذیرفته است و این نحوه از ظهرنویسی حاکی از نقل و انتقال ندارد. البته منوط به ذکر اعطای وکالت در ظهرنویس می باشد.

البته روش دیگر برای این که دارنده چک نتواند مستقیماً به بانک محال علیه مراجعه نماید این است که در شعبه ای که دارنده چک دارای حساب می باشد با اعطای وکالت به بانک

به جهت وصول وجه چک اقدام نماید تا در صورت عدم تأدیه ی وجه چک گواهی نامه ی عدم موجودی صادر شود.

۲ - ۱۰ - ۲ - ۲ - برات

طبق قانون تجارت برات نوشته ای است که به موجب آن شخصی که برات دهنده یا محیل (برات کش) خوانده می شود، معمولاً به یکی از بدهکاران خود برات گیر یا محال علیه دستور می دهد تا مبلغ معینی را در موعد یا سررسید معین در وجه شخص ثالثی که دارنده ی برات یا محال له نام گذاری شده، یا به حواله کرد او پرداخت نماید.

تفاوت برات با چک در این است که چک یک نوع تعهد شخصی از حساب موجود شخص نزد بانک است در صورتی که برات، تعهد بانک به ذی نفع است.

انواع برات

برات از لحاظ نقدشوندگی به دو نوع برات وعده دار و برات دیداری تقسیم می شود. برات وعده دار برای تاریخ سررسید مشخصی نزد بانک قابلیت نقدشوندگی دارد و برات دیداری به مفهوم امکان نقدشوندگی به محض رویت می باشد.

برات در گذشته وسیله ای جهت انتقال طلب بین بازرگانان بوده است. به این ترتیب که وقتی شخصی طلبی از دیگری داشته که هنوز موعد پرداخت آن فرا نرسیده، یا انتقال طلب خود به شخصی دیگر امکان یک معامله ی نسبی را برای خود فراهم می کرده و در یک نوبت جابجایی پول صرفه جویی می کرده است. یا شخص برای جلوگیری از خطرات حمل و نقل پول در سفرهای طولانی پول خود را به شخص دیگری پرداخته و همان مبلغ را از همکار یا دوست آن شخص در شهر مقصد

سفته را چطور تنظیم کنیم؟

سفته علاوه بر امضا یا مهر باید دارای تاریخ بوده و علاوه بر این، اطلاعات زیر هم روی آن ثبت شود: مبلغی که باید پرداخت شود، نام و نام خانوادگی گیرنده‌ی وجه، تاریخ پرداخت وجه، علاوه بر این‌ها نوشتن نام و نام خانوادگی صادر کننده، اقامتگاه وی و محل پرداخت سفته نیز ضروری است. در صورتی که سفته برای شخص معینی صادر شود، نام و نام خانوادگی او در سفته آورده می‌شود، در غیر این صورت به جای نام او نوشته می‌شود: در وجه حامل. در صورتی که نام خانوادگی یک شخص معین نوشته شود، این شخص طلب‌کار می‌شود و در غیر این صورت هر کسی که سفته را در اختیار داشته باشد طلب‌کار محسوب می‌شود و می‌تواند در سر رسید سفته، مبلغ آن را طلب کند. البته اگر سفته عندالمطالبه باشد، صادر کننده باید به محض مطالبه مبلغ آن را پرداخت کند.

سفته، بدون نام

در تنظیم سفته، این امکان وجود دارد که بدهکار، سفته‌ای را که صادر می‌کند، بدون ذکر نام طلب‌کار به وی بدهد که این طوری فرد می‌تواند یا خودش در سر رسید برای گرفتن پول اقدام کند یا این که آن را به دیگری حواله بدهد، عبارت «حواله کرد» در سفته به شخص دارنده این اختیار را می‌دهد که بتواند سفته را به دیگری منتقل کند، ولی اگر «حواله کرد» خط زده شود، دارنده‌ی سفته نمی‌تواند آن را به دیگری انتقال دهد و تنها خود وی باید برای وصول آن اقدام کند، علاوه بر آن می‌تواند با پشت‌نویسی آن را به شخص دیگری انتقال دهد.

دریافت می‌کرده است. اما امروز با تحول در روش‌های جابجایی پول اهداف صدور برات تغییر کرده و صدور برات لزوماً به معنای انتقال طلب نیست. برات و حوالی معمولاً به یک معنا به کار برده می‌شوند.

۲ - ۱۰ - ۲ - ۳ - سفته

سفته یا فته طلب سندی است که به موجب آن امضا کننده تعهد می‌کند مبلغی در موعد معین و یا هر وقت که حامل یا شخصی که سفته را در اختیار دارد، پولش را طلب کند بپردازد. اگر چه سفته حالا دیگر با ظهور چک، جایگاه اولیه‌ی خود را از دست داده است، اما هنوز دارای اعتبار و پشتوانه‌ی قانونی بالایی است و اگر مطابق قانون تنظیم شده باشد، دارنده‌ی آن از مزایای قانونی برخوردار است که اسناد عادی دارای چنان اعتباری نیستند. شاید تنها دلیل رواج بیشتر چک نسبت به سفته، سهولت در صدور و وصول چک است، چرا که خیلی راحت می‌شود با گرفتن یک دسته‌چک، هر مبلغی که دوست داشته باشید چک صادر کنید، اما درباره‌ی سفته این‌طور نیست و صادرکننده باید برابر با مبلغی که قرار است تعهد بدهد، اوراق سفته را از بانک یا مراکز فروش آن بخرد و روی آن‌ها به تعهد اقدام کند. هر برگ سفته سقف خاصی برای تعهد کردن دارد.

سقفی برای یک سفته

هر برگ سفته سقف خاصی برای تعهد کردن دارد، مثلاً اگر روی سفته‌ای نوشته شده باشد تا «یک میلیون ریال» یعنی آن سفته حداکثر برای تعهد ۱۰۰ هزار تومان دارای اعتبار است و با آن نمی‌توان به پرداخت مثلاً ۲۰۰ هزار تومان تعهد کرد.

پشت‌نویسی سفته

پشت‌نویسی سفته مانند چک برای انتقال سفته به دیگری یا وصول وجه آن است، اگر پشت‌نویسی برای انتقال باشد دارنده‌ی جدید سفته دارای تمام حقوق و مزایایی می‌شود که به آن سند تعلق دارد. انتقال سفته با امضای دارنده‌ی آن به عمل می‌آید، دارنده‌ی سفته می‌تواند برای وصول وجه آن به دیگری وکالت دهد که در این صورت باید وکالت برای وصول قید شود. در صورتی که سفته‌ای چند بار پشت‌نویسی شود یعنی افراد متعددی آن را گرفته و به فرد دیگری منتقل کرده باشند، دارنده‌ی آن می‌تواند به هر کدام از آن‌ها مراجعه کند. کسی که سفته را امضا کرده و پشت‌نویس‌ها همگی در مقابل دارنده‌ی آن مسئولیت تضامنی دارند، یعنی دارنده‌ی سفته در صورت عدم پرداخت، می‌تواند به هر کدام از آن‌ها که بخواهد (به صورت منفرد) یا به دو یا چند یا تمامی آن‌ها (به صورت دسته‌جمعی) مراجعه کند همین حق رجوع را هر یک از پشت‌نویس‌ها نسبت به صادرکننده‌ی سفته و پشت‌نویس‌های قبلی خود دارد. بنابراین صادرکننده به علاوه پشت‌نویس‌ها، همگی مسئول پرداخت وجه سفته خواهند بود. به این ترتیب انبوهی از مسئولیت‌ها برای پرداخت مبلغ مندرج در سفته ایجاد می‌شود. این مسئولیت در اصطلاح مسئولیت تضامنی نامیده می‌شود.

راه‌هایی برای وصول سفته

برای آن که دارنده‌ی سفته بتواند از مزایای قانونی آن برخوردار شود، باید نکات زیر را رعایت کند:

دارنده‌ی سفته باید در سررسید سفته را مطالبه کند. اگر وجه

سفته پرداخت شد که خب قضیه تمام است، ولی در صورت عدم پرداخت، دارنده‌ی سفته باید ظرف ۱۰ روز از تاریخ سررسید، سفته را واخواست کند. واخواست اعتراض رسمی است به سفته‌ای که در سررسید آن پرداخت نشده و علیه صادرکننده‌ی سفته به عمل می‌آید. از آن‌جا که این اعتراض باید رسماً به صادرکننده ابلاغ شود، واخواست در برگه‌های چاپی که از طرف وزارت دادگستری تهیه شده نوشته می‌شود، علاوه بر این بانک‌ها نیز واخواست‌نامه‌ی چاپی مخصوص دارند. در واخواست رونوشت کامل سفته نوشته می‌شود و دستور پرداخت وجه سفته که به وسیله‌ی دادگاه انجام می‌گیرد، آورده می‌شود.

سفته یا فته طلب سندی است که به موجب آن امضاکننده تعهد می‌کند مبلغی در موعد معین و یا هر وقت که حامل یا شخصی که سفته را در اختیار دارد، پولش را طلب کند بپردازد. واخواست‌نامه با استفاده از کاغذ کاربن در ۳ نسخه‌ی مشابه (یک نسخه‌ی اصل و ۲ نسخه‌ی رونوشت) تنظیم شده و به وسیله‌ی واخواست‌کننده امضا می‌شود. پس از چسباندن تمبر که مبلغ آن را دادگاه مشخص می‌کند به دستور دادگاه، سفته به وسیله‌ی مأمور اجرا (طبق مقررات مربوط به ابلاغ به صادرکننده‌ی سفته) ابلاغ می‌شود. البته باید توجه داشت که هیچ نوشته‌ای نمی‌تواند جایگزین واخواست‌نامه شود. نسخه‌ی اصلی واخواست‌نامه به واخواست‌کننده و نسخه‌ی سوم در دفتر واخواست دادگاه بایگانی می‌شود و مأمور ابلاغ نسخه‌ی دوم واخواست‌نامه را به ابلاغ شونده یا محل اقامت او می‌دهد. برای استفاده از مسئولیت تضامنی پشت‌نویس‌ها، دارنده‌ی سفته به

بانک‌های تخصصی

بانک‌هایی هستند که فقط به زمینه‌های خاصی از فعالیت اقتصادی می‌پردازند و اعتبارهای خود را در جهت خاصی هدایت می‌کنند. بانک‌های صنعت و معدن، مسکن، کشاورزی و توسعه‌ی صادرات، بانک تخصصی و بقیه‌ی بانک‌ها، تجاری به شمار می‌روند.

بانک‌های تجاری

بانک‌هایی هستند که فعالیت اعتباری آن‌ها به بخش اقتصادی خاصی محدود نمی‌شود.

پول

بخشی از نقدینگی است که از درجه‌ی نقدشوندگی بالایی برخوردار است و در ایران شامل سپرده‌های دیداری بخش غیردولتی نزد بانک‌ها و اسکناس و مسکوک در دست اشخاص است.

جعاله

عبارت است از التزام شخص (جاعل یا کارفرما)، به ادای مبلغ یا اجرت معلوم (جعل) در مقابل انجام عملی معین، طبق قرارداد، طرفی که عمل را انجام می‌دهد «عامل» یا پیمان‌کار نامیده می‌شود.

خرید دین

عبارت است از پرداخت وجه سندی وعده‌دار مانند سفته و برات پیش از سررسید آن سند، به مبلغی کمتر از ارزش اسمی آن.

اجاره به شرط تملیک

عقد اجاره‌ای است که در آن، شرط شود مستأجر در پایان مدت

این وظیفه قانونی عمل نکند، دعوی او علیه پشت‌نویس‌ها پذیرفته نمی‌شود. دارنده‌ی سفته‌ای که واخواست شده و در موعد مقرر اقامه‌ی دعوی کرده، می‌تواند از دادگاه بخواهد که اموال طرف دعوی را پیش از رسیدگی و صدور حکم به نفع او توقیف کند. در این حالت پس از صدور حکم، دارنده‌ی سفته در وصول طلبش از مال توقیف شده، به دیگران تقدم دارد. دادگاه نیز به محض تقاضای دارنده‌ی سفته، ممکن است معادل وجه آن از اموال طرف مقابل به عنوان تأمین را توقیف کند.

در صورت اقامه‌ی دعوی علیه صادر کننده و پشت‌نویس در برگه‌ی دادخواست در مقابل ستون مربوط به خوانده می‌توان نام صادرکننده و پشت‌نویس یا پشت‌نویسان را ذکر کرد و در توضیح دادخواست در قسمت شرح دعوی از دادگاه محکومیت خوانده‌ی ردیف اول به عنوان صادرکننده و خوانده‌ی ردیف دوم به عنوان پشت‌نویس را به صورت تضامنی درخواست کرد.

۲ - ۱۱ - برخی اصطلاحات بانکی

بانک

بانک نهادی اقتصادی است که وظیفه‌هایی چون تجهیز و توزیع اعتبارات، عملیات اعتباری، عملیات مالی، خرید و فروش ارز، نقل و انتقال وجوه، وصول مطالبات اسنادی و سود سهام مشتریان، پرداخت بدهی مشتریان، قبول امانات، نگهداری سهام و اوراق بهادار و اشیای قیمتی مشتریان، انجام وظیفه‌ی قیمومیت و وصایت برای مشتریان، انجام وکالت خرید یا فروش را بر عهده دارند.

اجاره، در صورت عمل به شرایط مندرج در قرارداد، عین مستأجر را مالک شود.

سرمایه‌گذاری مستقیم

عبارت است از تأمین سرمایه‌ی لازم برای اجرای طرح‌های تولیدی و طرح‌های عمرانی انتفاعی توسط بانک‌ها، بدون مشارکت اشخاص حقیقی یا حقوقی غیربانکی.

سپرده‌های بخش غیردولتی

سپرده‌هایی است که به وسیله‌ی اشخاص حقیقی و حقوقی خصوصی، طبق ضوابطی به بانک‌ها سپرده می‌شود.

سپرده‌ها و وجوه بخش دولتی

مجموع سپرده‌هایی است که وزارت‌خانه‌ها، مؤسسات و شرکت‌های دولتی، نزد سیستم بانکی نگه می‌دارند.

سپرده‌های قانونی

درصد معینی از سپرده‌های دیداری و غیردیداری مردم نزد بانک‌ها است که باید مطابق قانون، در بانک مرکز جمهوری اسلامی ایران نگهداری شود.

سپرده‌های دیداری

به سپرده‌هایی اطلاق می‌شود که بانک در برابر دارنده‌ی آن، متعهد است به محض رویت چک از طرف او، وجه سپرده را به میزانی که در چک قید شده است، بپردازد. به سپرده‌های دیداری، سپرده‌های قرض‌الحسنه‌ی جاری نیز گفته می‌شود.

سپرده‌های غیردیداری

بخشی از نقدینگی است که از درجه‌ی نقدشوندگی کمتری نسبت به پول برخوردار است و شامل مجموع وجوه در حساب‌های قرض‌الحسنه‌ی پس‌انداز و سرمایه‌گذاری

مدت‌دار می‌باشد.

سپرده‌های قرض‌الحسنه‌ی پس‌انداز

به سپرده‌هایی اطلاق می‌شود که سودی به آن‌ها تعلق نمی‌گیرد، ولی طبق قانون، بانک‌ها می‌توانند به منظور جذب و تجهیز این گونه سپرده‌ها، به قید قرعه جوایز ثابت نقدی و یا جنسی به سپرده‌گذاران اعطا کنند.

سپرده‌های سرمایه‌گذاری مدت‌دار

به سپرده‌هایی اطلاق می‌شود که بانک‌ها به صورت سپرده‌های سرمایه‌گذاری کوتاه‌مدت یا بلندمدت، از مردم قبول می‌کنند. بانک‌ها در مورد سپرده‌های سرمایه‌گذاری مدت‌دار، فقط به عنوان وکیل سپرده‌گذار عمل می‌کنند و منافع حاصل از این سپرده‌ها، طبق عقود اسلامی مورد استفاده قرار می‌گیرد. منافع بر اساس عقد قراردادی بین سپرده‌گذار و بانک، تقسیم می‌شود.

شبه‌پول

به آن قسمت از سپرده‌های بخش غیردولتی نزد بانک‌ها که از درجه‌ی نقدینگی کمتری، نسبت به سپرده‌های دیداری بخش غیردولتی برخوردار است، اطلاق می‌شود. در حال حاضر، شبه پول شامل سپرده‌های سرمایه‌گذاری مدت‌دار، سپرده‌های قرض‌الحسنه‌ی پس‌انداز و سپرده‌های متفرقه است.

عملیات بانکی

عبارت است از قبول سپرده، اعطای تسهیلات بانکی، معاملات برات و سفته، معاملات ارزی، عملیات مربوط به اوراق و اسناد بهادار، نقل و انتقال وجوه در داخل کشور و نظایر آن، طبق قانون.

فروش اقساطی

عبارت است از واگذاری «عین» به بهای معلوم به غیر، به ترتیبی که تمام یا قسمتی از بهای مزبور به اقساط مساوی و یا غیرمساوی، در سررسید یا سررسیدهای معین دریافت گردد.

مشارکت حقوقی

عبارت است از تأمین قسمتی از سرمایه‌ی شرکت‌های سهامی جدید و یا خرید قسمتی از سهام شرکت‌های سهامی موجود.

مشارکت مدنی

عبارت است از درآمیختن سهم‌الشرکه‌ی نقدی و یا غیرنقدی اشخاص حقیقی و یا حقوقی متعدد به نحو مشاع، به منظور انتفاع، طبق قرارداد.

مضاربه

قراردادی است که به موجب آن یکی از طرفین (مالک)، عهده دار تأمین سرمایه (نقدی) می‌شود، با قید این‌که طرف دیگر (عامل)، با سرمایه‌ی مزبور تجارت کند و در سود حاصله‌ی هر دو طرف شریک باشد.

معاملات سلف

منظور از معاملات سلف، پیش خرید نقدی محصولات تولیدی به قیمت معین است.

مانده در پایان سال

به حاصل جمع مابه‌التفاوت پرداختی‌ها و دریافتی‌ها در طول سال با موجودی اول سال اطلاق می‌شود.

منابع بانک

به کلیه‌ی اقلام بدهی و سرمایه‌ی بانک اطلاق می‌شود.

مصارف بانک

به کلیه‌ی اقلام دارایی بانک اطلاق می‌شود.

منابع مسدود

بخشی از منابع بانک‌ها است که در اثر اعمال سیاست پولی (تعیین نسبت سپرده‌ی قانونی، فروش اوراق قرضه به بانک‌ها و غیره)، نزد بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران مسدود شده است و بانک‌ها حق استفاده از آن را ندارند.

نقدینگی

شامل اسکناس و مسکوک در دست اشخاص، و سپرده‌های دیداری و غیردیداری بخش غیردولتی نزد بانک‌ها است.

واحد بانکی

عبارت است از شعبه، نمایندگی و باجه.

وجوه اداره شده

وجوهی است که طبق قرارداد یا قانون برای مصارف شخصی در اختیار بانک گذارده می‌شود. بانک به نیابت واگذار کننده و یا بدون نظارت وی، این وجوه را به مصارف تعیین شده می‌رساند.

۲ - ۱۲ - قانون بیمه

معاملات بیمه

ماده‌ی ۱: بیمه عقدی است که به موجب آن یک طرف تعهد می‌کند در ازای پرداخت وجه یا وجوهی از طرف دیگر در صورت وقوع یا بروز حادثه خسارت وارده بر او را جبران نموده یا وجه معینی بپردازد. متعهد را بیمه‌گرد، طرف تعهد را بیمه‌گذار، وجهی را که بیمه‌گذار به بیمه‌گر می‌پردازد حق بیمه و آنچه را که بیمه می‌شود موضوع بیمه نامند.

ماده‌ی ۲: عقد بیمه و شرایط آن باید به موجب سند کتبی باشد و سند مزبور موسوم به بیمه‌نامه خواهد بود.

ماده‌ی ۳: در بیمه‌نامه باید امور ذیل به طور صریح قید شود:

۱. تاریخ انعقاد قرارداد

۲. اسم بیمه‌گر و بیمه‌گذار

۳. موضوع بیمه

۴. حادثه یا خطری که عقد بیمه به مناسبت آن به عمل آمده است.

۵. ابتدا و انتهای بیمه

۶. حق بیمه

۷. میزان تعهد بیمه‌گر در صورت وقوع حادثه

ماده‌ی ۴: موضوع بیمه ممکن است مال باشد اعم از عین یا منفعت یا هر حق مالی یا هر نوع مسئولیت حقوقی مشروط بر این‌که بیمه‌گذار نسبت به بقای آنچه بیمه می‌دهد، ذی‌نفع باشد و همچنین ممکن است بیمه برای حادثه یا خطری باشد که از وقوع آن بیمه‌گذار متضرر می‌گردد.

ماده‌ی ۵: بیمه‌گذار ممکن است اصیل باشد یا به یکی از عناوین قانونی نمایندگی صاحب مال یا شخص ذی‌نفع را داشته یا مسئولیت حفظ آن را از طرف صاحب مال داشته باشد.

ماده‌ی ۶: هر کس بیمه می‌دهد، بیمه متعلق به خود اوست مگر آن‌که در بیمه‌نامه تصریح شده باشد که مربوط به دیگری است لیکن در بیمه‌ی حمل و نقل ممکن است بیمه‌نامه بدون ذکر اسم (به نام حامل) تنظیم شود.

ماده‌ی ۷: طلب‌کار می‌تواند مالی را که در نزد او وثیقه یا رهن

است بیمه دهد، در این صورت هر گاه حادثه‌ای نسبت به مال مزبور رخ دهد از خساراتی که بیمه‌گر باید بپردازد تا میزان آنچه را که بیمه‌گذار در تاریخ وقوع حادثه طلبکار است به شخص او و بقیه به صاحب مال تعلق خواهد گرفت.

ماده‌ی ۸: در صورتی که مالی بیمه شده باشد در مدتی که بیمه باقیست نمی‌توان همان مال را به نفع همان شخص و از همان خطر مجدداً بیمه نمود.

ماده‌ی ۹: در صورتی که مالی به کمتر از قیمت بیمه شده باشد نسبت به بقیه‌ی قیمت می‌توان آن را بیمه نمود در این صورت هر یک از بیمه‌گران به نسبت مبلغی از مال که بیمه کرده است مسئول خواهد بود.

ماده‌ی ۱۰: در صورتی که مالی به کمتر از قیمت واقعی بیمه شده باشد بیمه‌گر فقط به تناسب مبلغی که بیمه کرده است با قیمت واقعی مال مسئول خسارت خواهد بود.

فسخ و بطلان

ماده‌ی ۱۱: چنانچه بیمه‌گذار یا نماینده‌ی او با قصد تقلب، مالی را اضافه بر قیمت عادلانه در موقع عقد قرارداد بیمه داده باشد، عقد بیمه باطل و حق بیمه‌ی دریافتی قابل استرداد نیست.

ماده‌ی ۱۲: هر گاه بیمه‌گذار عمداً از اظهار مطالبی خودداری کند یا عمداً اظهارات کاذبه بنماید و مطالب اظهار نشده یا اظهارات کاذبه طوری باشد که موضوع خطر را تغییر داده یا از اهمیت آن در نظر بیمه‌گر بکاهد عقد بیمه باطل خواهد بود، حتی اگر مراتب مذکوره تأثیری در وقوع حادثه نداشته باشد. در این صورت نه فقط وجوهی که بیمه‌گذار پرداخته است قابل

واسطه‌ی حوادثی که خارج از اختیار او بوده است اطلاع به بیمه‌گر در مدت مقرر برای او مقدور نبوده است.

مخارجی که بیمه‌گذار برای جلوگیری از توسعه‌ی خسارت می‌نماید بر فرض که منتج به نتیجه نشود به عهده‌ی بیمه‌گر خواهد بود ولی هر گاه بین طرفین در موضوع لزوم مخارج مزبوره یا تناسب آن با موضوع بیمه اختلافی ایجاد شود حل اختلاف به حکم یا محکمه رجوع می‌شود.

ماده‌ی ۱۶: هر گاه بیمه‌گذار در نتیجه‌ی عمل خود خطری را که به مناسبت آن بیمه منعقد شده است تشدید کند یا یکی از کیفیات آن بیمه منعقد شده است تشدید کند یا یکی از کیفیات یا وضعیت موضوع بیمه را به طوری تغییر دهد که اگر وضعیت مزبور قبل از قرارداد موجود بود بیمه‌گر حاضر برای انعقاد قرارداد با شرایط مذکوره در قرارداد نمی‌گشت باید بیمه‌گر را بلافاصله از آن مستحضر کند - اگر تشدید خطر یا تغییر وضعیت موضوع بیمه در نتیجه‌ی عمل بیمه‌گذار نباشد مشارالیه باید مراتب را در ظرف ده روز از تاریخ اطلاع خود رسماً به بیمه‌گر اعلام کند.

در هر دو مورد مذکور در فوق بیمه‌گر حق دارد اضافه حق بیمه را معین نموده به بیمه‌گذار پیشنهاد کند و در صورتی که بیمه‌گذار، حاضر برای قبول و پرداخت آن نشود، قرارداد را فسخ کند و اگر تشدید خطر در نتیجه‌ی عمل خود بیمه‌گذار باشد خسارات وارده را نیز از مجرای محاکم عمومی از او مطالبه کند و در صورتی که بیمه‌گر پس از اطلاع تشدید خطر به نحوی از انحاء رضایت به بقای عقد قرارداد داده باشد مثل آن که اقساطی از وجه بیمه را پس از اطلاع از مراتب از بیم‌گذار قبول کرده یا

استرداد نیست بلکه بیمه‌گر حق دارد اقساط بیمه را که تا آن تاریخ عقب افتاده است نیز از بیمه‌گذار مطالبه کند.

ماده‌ی ۱۳: اگر خودداری از اظهار مطالبی یا اظهارات خلاف واقع از روی عمد نباشد عقد بیمه باطل نمی‌شود - در این صورت هر گاه مطالب اظهار نشده یا اظهار خلاف واقع قبل از وقوع حادثه معلوم شود بیمه‌گر حق دارد یا اضافه حق بیمه را از بیمه‌گذار در صورت رضایت او دریافت داشته قرارداد را ابقا کند و یا قرارداد بیمه را فسخ کند - در صورت فسخ بیمه‌گر باید مراتب را به موجب اظهارنامه یا نامه‌ی سفارشی دو قبضه به بیمه‌گذار اطلاع دهد. اثر فسخ ده روز پس از ابلاغ مراتب به بیمه‌گذار شروع می‌شود و بیمه‌گر باید اضافه حق بیمه‌ی دریافتی تا تاریخ فسخ را به بیمه‌گذار مسترد دارد در صورتی که مطالب اظهار نشده یا اظهار خلاف واقع بعد از وقوع حادثه معلوم شود خسارت به نسبت وجه بیمه‌ی پرداختی و وجهی که بایستی در صورت اظهار خطر به طور کامل و واقع پرداخته شده باشد تقلیل خواهد یافت.

ماده‌ی ۱۴: بیمه‌گر مسئول خسارات ناشیه‌ی از تقصیر بیمه‌گذار یا نمایندگان او نخواهد بود.

ماده‌ی ۱۵: بیمه‌گذار باید برای جلوگیری از خسارت مراقبتی را که عادتاً هر کس از مال خود می‌نماید نسبت به موضوع بیمه نیز بنماید و در صورت نزدیک شدن حادثه یا وقوع آن اقداماتی را که برای جلوگیری از سرایت و توسعه‌ی خسارت لازم است به عمل آورد. اولین زمان امکان و منتهی در ظرف پنج روز از تاریخ اطلاع خود از وقوع حادثه بیمه‌گر را مطلع سازد والا بیمه‌گر مسئول نخواهد بود مگر آن که بیمه‌گذار ثابت کند که به

مسئولیت بیمه‌گر

ماده‌ی ۱۹: مسئولیت بیمه‌گر عبارت است از تفاوت قیمت مال بیمه‌شده بلافاصله قبل از وقوع حادثه با قیمت باقی‌مانده‌ی آن بلافاصله بعد از حادثه‌ی خسارت حاصله به پول نقد پرداخته خواهد شد مگر این‌که حق تعمیر و یا عوض برای بیمه‌گر در سند بیمه پیش‌بینی شده باشد در این صورت بیمه‌گر ملزم است موضوع بیمه را در مدتی که عرفاً کمتر از آن نمی‌شود تعمیر کرده یا عوض را تهیه و تحویل نماید. در هر صورت حداکثر مسئولیت بیمه‌گر از مبلغ بیمه شده تجاوز نخواهد کرد.

ماده‌ی ۲۰: بیمه‌گر مسئول خساراتی که عیب ذاتی مال ایجاد می‌شود نیست مگر آن‌که در بیمه‌نامه شرط خلافی شده باشد.

ماده‌ی ۲۱: خسارات وارده از حریق که بیمه‌گر مسئول آن است عبارت است از:

۱. خسارت وارده به موضوع بیمه از حریق اگر چه حریق در نزدیکی آن واقع شده باشد.
 ۲. هر خسارت یا تنزل قیمت وارده به اموال از آب یا هر وسیله‌ی دیگری که برای خاموش کردن آتش به کار برده شده است.
 ۳. تلف شدن یا معیوب شدن مال در موقع تجات دادن آن از حریق.
 ۴. خسارت وارده به اموال بیمه‌شده در نتیجه‌ی خراب کردن کلی یا جزئی بنا برای جلوگیری از سرایت یا توسعه‌ی حریق.
- ماده‌ی ۲۲:** در بیمه‌های ذیل خسارت به این طریق حساب می‌شود:
۱. در بیمه‌ی حمل و نقل قیمت مال در مقصد.

خسارت بعد از وقوع حادثه به او پرداخته باشد، دیگر نمی‌تواند به مراتب مذکوره استناد کند. وصول اقساط حق بیمه بعد از اطلاع از تشدید خطر یا پرداخت خسارت پس از وقوع حادثه و نحو آن دلیل بر رضایت بیمه‌گر به بقای قرارداد می‌باشد.

ماده‌ی ۱۷: در صورت فوت بیمه‌گذار یا انتقال موضوع بیمه به دیگری اگر ورثه یا منتقل‌الیه کلیه‌ی تعهداتی را که موجب قرارداد به عهده‌ی بیمه‌گذار بوده است در مقابل بیمه‌گر اجرا کند عقد بیمه به نفع ورثه یا منتقل‌الیه به اعتبار خود باقی می‌ماند مع‌هذا هر یک از بیمه‌گر یا ورثه یا منتقل‌الیه حق فسخ آن را نیز خواهند داشت.

بیمه‌گر حق دارد در ظرف سه ماه از تاریخی که منتقل‌الیه قطعی موضوع بیمه تقاضای تبدیل بیمه‌نامه را به نام خود می‌نماید عقد بیمه را فسخ کند.

در صورت انتقال موضوع بیمه به دیگری ناقل مسئول کلیه‌ی اقساط عقب‌افتاده‌ی وجه بیمه در مقابل بیمه‌گر خواهد بود. لیکن از تاریخی که انتقال را به بیمه‌گر به موجب نامه‌ی سفارشی یا اظهارنامه اطلاع می‌دهد نسبت به اقساطی که از تاریخ اطلاع به بعد باید پرداخته شود مسئول نخواهد بود.

اگر ورثه یا منتقل‌الیه متعدد باشند هر یک از آن‌ها نسبت به تمام وجه بیمه در مقابل بیمه‌گر مسئول خواهد بود.

ماده‌ی ۱۸: هر گاه معلوم شود خطری که برای آن بیمه به عمل آمده قبل از عقد قرارداد واقع شده بوده است قرارداد بیمه باطل و بی‌اثر خواهد بود. در این صورت اگر بیمه‌گر وجهی از بیمه‌گذار گرفته باشد عشر از مبلغ مزبور را به عنوان مخارج کسر و بقیه را باید به بیمه‌گذار مسترد دارد.

۲. در بیمه منافع که متوقف بر امری است، منفعی که در صورت پیشرفت امر عاید بیمه‌گذار می‌شود.

۳. در بیمه‌ی محصول زراعتی، قیمت آن در سر خرمن و موقع برداشت محصول، برای تعیین میزان واقعی خسارت، مخارج و حق‌الزحمه که در صورت عدم وقوع حادثه به مال تعلق می‌گرفت از اصل قیمت کسر خواهد شد و در هر صورت میزان خسارت از قیمت معینه در بیمه‌نامه تجاوز نخواهد کرد.

ماده‌ی ۲۳: در بیمه‌ی عمر یا نقص یا شکستن عضوی از اعضای بدن، مبلغ پرداختی بعد از مرگ یا نقصان عضو باید به طور قطع در موقع عقد بیمه بین طرفین معین شود.

بیمه‌ی عمر یا بیمه‌ی نقصان یا شکستن عضو شخص دیگری در صورتی که آن شخص قبلاً رضایت خود را کتباً نداده باشد باطل است. هر گاه بیمه‌گذار اهلیت قانونی نداشته باشد. رضایت ولی یا قیم او شرط است.

اگر بیمه راجع به عمر یا نقص یا شکستن عضو بدن جماعتی به طور کلی باشد میزان خسارت عبارت از مبلغی خواهد بود که مطابق تعرفه قبلاً بین طرفین معین می‌شود.

ماده ۲۴: وجه بیمه‌ی عمر که باید بعد از فوت پرداخته شود به ورقه‌ی قانونی متوفی پرداخته می‌شود مگر این که در موقع عقد بیمه یا بعد از آن در سند بیمه قید دیگری شده باشد که در این صورت وجه بیمه متعلق به کسی خواهد بود که در سند بیمه اسم برده شده است.

ماده ۲۵: بیمه‌گذار حق دارد ذی‌نفع در سند بیمه‌ی عمر خود را تغییر دهد مگر آن که آن را به دیگری انتقال داده و بیمه‌نامه را هم به منتقل‌الیه تسلیم کرده باشد.

ماده‌ی ۲۶: در تمام مدت اعتبار قرارداد بیمه‌ی عمر بیمه‌گذار حق دارد وجه معینه در بیمه‌نامه را به دیگری منتقل نماید. انتقال مزبور باید به امضای انتقال دهنده و بیمه‌گر برسد.

ماده‌ی ۲۷: اثرات قانونی انتقال وجه بیمه‌ی عمر از تاریخ فوت بیمه‌شده شروع می‌شود ولی اگر بیمه‌گذار از بابت آن وجهی دریافت کرده یا نسبت به آن با بیمه‌گر معامله نموده باشد در کمال اعتبار خواهد بود.

ماده‌ی ۲۸: بیمه‌گر مسئول خسارات ناشیه از جنگ و شورش نخواهد بود مگر آن که خلاف آن در بیمه‌نامه شرط شده باشد. ماده‌ی ۲۹: در مورد بیمه‌ی مال منقول در صورت وقوع حادثه و پرداخت خسارت به بیمه‌گذار، بیمه‌گر از هر گونه مسئولیت در مقابل ثالث بری می‌شود.

ماده‌ی ۳۰: بیمه‌گر در حدودی که خسارات وارده را قبول یا پرداخت می‌کند در مقابل اشخاصی که مسئول وقوع حادثه یا خسارت هستند قائم‌مقام بیمه‌گذار خواهد بود و اگر بیمه‌گذار اقدامی کند که منافی یا عقد مزبور باشد در مقابل بیمه‌گر مسئول شناخته می‌شود.

ماده‌ی ۳۱: در صورت توقف یا افلاس بیمه‌گر، بیمه‌گذار حق فسخ قرارداد را خواهد داشت.

ماده‌ی ۳۲: در صورت ورشکستگی بیمه‌گر، بیمه‌گذاران نسبت به سایر طلب‌کاران حق تقدم دارند و بین معاملات مختلف بیمه در درجه‌ی اول حق تقدم با معاملات بیمه‌ی عمر است.

ماده‌ی ۳۳: بیمه‌گر نسبت به حق بیمه در مقابل هر گونه طلب کاری بر مال بیمه شده حق تقدم دارد حتی اگر طلب سایرین به موجب سند رسمی باشد.

ماده‌ی ۳۴: اگر در یک قرارداد بیمه موضوعات مختلفه بیمه شده باشد در صورت اثبات تقلب از طرف بیمه‌گذار نسبت به یکی از آن موضوعات بطلان نسبت به سایر موضوعات نیز سرائت کرده تمام قرارداد باطل خواهد بود. موضوعات مختلفه که در یک بیمه‌نامه ذکر می‌شود در حکم یک قرارداد محسوب است.

ماده‌ی ۳۵: طرفین می‌توانند در قراردادهای بیمه هر شرط دیگری بنمایند لیکن موعد مذکوره در ماده‌ی ۱۶ را نمی‌توانند تقلیل دهند ولی ممکن است موعد را به رضایت یکدیگر تمدید کنند. این قانون شامل قراردادهای گذشته‌ی بیمه نیز خواهد بود.

ماده‌ی ۳۶: مرور زمان دعاوی ناشی از بیمه دو سال است و ابتدای آن از تاریخ وقوع حادثه منشأ دعوی خواهد بود لکن دعاوی که قبل از اجرای این قانون در محاکم طرح شده باشد مشمول این ماده نخواهد بود.