**نظری اجمالی به تجارت بین الملل**

**خلاصه**

بخش تجارت بین الملل با مرحله چالش بر انگیز رشدِ پائین ، رقابت فزاینده و تکاپو برای نیل به کارآئی ها ی بیشتر از طریق فن آوری های دیجیتالی روبرو شده است.

در دوره 2011-2012 رشد تجارت صادرات کالائی به اوج خود رسید، ولی از آن زمان به بعد راکد و ثابت مانده و به روند رشد مداوم صادرات که برای نیم قرن ادامه داشت خاتمه داده است. این کسادی منحصر به صادرات نمی باشد و بازارهای تجارت بین المللی خدمات نیز به شدت رقابتی[[1]](#footnote-1) شده و بویژه از وسعت صنعت حمل و نقل جهانی کاسته شده است.

در حالیکه تجارت سنتی کند شده ، ولی تجارت الکترونیکی به صورت موتور- رشد اقتصادی در آمده و فن آوری های دیجیتالی باعث شده اند که زنجیره های تولید بین المللی با کار آئی بیشتری همراه باشند. هم چنین به موازات تسلیم الگوها یا پارادیم های قدیمی و سنتی صادرات مبتنی بر تجارت کالایی به چشم انداز جدید تجاری ، در صد فزاینده ای از کل تجارت جهانی ، از تجارت خدمات و تجارت دارایی های فکری تشکیل شده است.

هم چنین ، مصرف کنندگان در سراسر جهان بیشتر متوقع و خواستار اعمال استانداردهای زیست محیطی و استاندارد های کار شده اند و در نتیجه به صادر کنندگان و وارد کنندگان فشار وارد می آورند که فعالیت های خود را با نرم های تائید شده جهانی در این زمینه ها وفق داده و اجرای این نرم ها تضمین گردد.

در این جو و حال و هوای به نحو فزاینده پیچیده ، بهره مندی از دانش حرفه ای و تخصصی در اولویت اول قرار دارد و یک امتیاز تلقی میگردد.. صادر کنندگان و وارد کنندگان موفق و پر در آمد، میدانند و آگاهند که چگونه از این بازارهای جهانی در حال تغیر جهت ایجاد فرصتها استفاده نمایند. اینان هم چنین میدانندکه چگونه از رویه های تجاری حرفه ای، جهت به حداقل رساندن خطرات( ریسک های) تجارت و مدیریت آن ها استفاده نمایند.

این کتاب بر این فرض مبتنی است که یک پایه و اساس مستحکم در معاملات صادراتی ، بهترین بنیاد و اساس را جهت درک و اداره بخش های جدید و در حال ظهور بازارامروزی ارائه میدهد.

اولین اصل در صادرات عبارت است از مدیریت کار آ و موثر خطرات ( ریسک ها ) . معاملات بین المللی با خطرات ( ریسک ها ی) گمرکی ، حمل ونقل و تغییردر نظام های قانونی بیشتری از آن چه در معاملات داخلی مصداق دارد ، مواجه می باشند. صادر کنندگان و وارد کنندگان حرفه ای و متخصص، این خطرات ( ریسک ها ) را از طریق اتکا به رویه های شناخته شده و مورد تایید بین المللی و اسناد و قواعد استاندارد، مدیریت می نمایند. تمرکز اصلی این کتاب بر این است که یک پایه محکم و استوار در این روش های استاندارد جهانی و آئین کارها را ارائه دهد.

* 1. **سیما ی تجارت بین الملل در حال تغییر و تحول**
  2. **روندها و تحولات**

در سال های اخیر، بخش تجارت بین الملل بطور چشم گیری تغیر پیدا کرده و متحول شده است.:

**رشد تجارت کالائی ثابت مانده و راکد بوده است.**

برای اولین بار در دهه ها ، رشد تجارت بین الملل به یک وضع باثباتی رسید. از سال 1985 تا سال 2007 تجارت جهانی تقریبا دو برابر رشد تولید نا خالص داخلی جهانی رشد پیدا کرد . مع هذا از سال 2012 ، رشد تجارت نه تنها راکد شد ، بلکه تنزل پیدا کرد..[[2]](#footnote-2) تجارت خدمات به استثنای حمل ونقل دریائی که شدیدا در سال 2016کاهش یافت[[3]](#footnote-3) ، از خود اندک مقاومتی در مقابل سیر نزولی نشان داد. بازار جهانی تجارت ، یک سری تکانه های ( شوک های ) غیر منتظره رانیز تجربه کرده است که ازجمله آن ها میتوان به رکود جهانی دوره 2008- 2009 وکاهش 45 در صدی در قیمت انرژی در سال 2015[[4]](#footnote-4) اشاره نمود .

. **فن آوری های دیجیتالی در حال تحول هستند و دربازار صادرات سنتی اختلال ایجاد می نمایند.**

پس از سال ها ی دراز توسعه وتجربه اندوزی و تجربه آموزی، با لاخره اعتبار نامه ها و بار نامه های الکترونیکی از طریق نظام بولرو[[5]](#footnote-5)در دسترس قرار گرفت و بوسیله تعداد ی از قواعد و استاندارد های جدید نظیر قواعد اعتبار اسنادی الکترونیکی اطاق بازرگانی بین المللی برای پیام های الکترونیک در معاملات مبتنی بر اعتبار اسنادی یا eUCP تسهیل گردید.

علی بابا، یک موسسه از کشور چین ، از طریق سکوی وب بنیاد[[6]](#footnote-6) خودکه دسترسی به بزرگترین شبکه کارخانه ها در جهان( برای برون سپاری) را فراهم میساخت ، به عالی ترین درجه از شهرت دست یافت. موسسه دیگر چینی به نام لی اَتد فونگ[[7]](#footnote-7)توانست از طریق استفاده از سیستم وب بنیاد خود، به صورت مهمترین واسطه تامین منابع از خارج جهت خریداران ( برون سپاران )بزرگ در جهان که در پی بهینه سازی خرید از کارخانه های خارجی عرضه کننده بودند ، در آید.

**تجارت الکترونیکی به رشد خود ادامه میدهد.**

در سال 2016 فروش های خرده فروشی تجارت الکترونیکی به مبلغ 9/1 تریلیون دلار بالغ گردید که این مبلغ 9 در صد تمام خرده فروشی ها میباشد. در سال 2020 فروش تجارت الکترونیک جهان به مبلغ 4 تریلیون یا 15در صد کل فروش ها بالغ خواهد شد. منطقه آسیا - اقیانوس آرام به صورت بزرگترین بازار تجارت الکترونیکی در جهان باقی خواهد ماند . چین در این بازار به تنهائی تقریبا نیمی از تجارت الکترونیکی خرده فروشی جهانی را در سال 2016 به عهده داشته است.

هر چند آغاز رشد تجارت الکترونیکی فرامرزی( یا در بین کشورها) -بنابه دلایلی که ما در این کتاب بیشتر به آن خواهیم پرداخت - بسیار آهسته تر از آغاز رشد تجارت الکترونیکی داخلی بوده ، ولی اکنون آهنگ این رشد شتابان شده است. یک مطالعه و بررسی در 24 کشور نشان میدهد که در شش ماه گذشته، نصف بیشتر پاسخ دهندگان به یک نظر سنجی ، از یک سایت اینترنتی ماوراء بحار خرید کرده بودند.

**تمکین به استانداردهای مربوط به پایداری محیط زیستی ضروری شده است**

امضای موافقت نامه آب و هوائی پاریس در سال 2016 ، اهمیت دولت ها ومقامات علمی و تجاری جهان برای مساله تغییر آب و هوا را مورد تاکید قرار داد. یک مثال از پاسخ تجارت جهانی به اهمیت این مساله، عبارتست از پاسخ بر جسته ترین شرکت کشتی رانی به نام مائرسک[[8]](#footnote-8) که داوطلب اجرای طرح « بخار یا سرعت کم[[9]](#footnote-9) » گردید. به موجب این تصمیم کشتی های این شرکت کشتی رانی با سرعت کمتری حرکت خواهند کرد و این فرایند باعث خواهد شد که از سوخت کمتری استفاده شود و انتشار گازهای گل خانه ای نیز کاهش یابد.

تقاضا ی فزاینده مصرف کنندگان برای محصولات طبیعی ( ارگانیک ) و محصولاتی که فرایند تولید آنها سازگار با محیط زیست میباشد، به استقبال از گواهینامه های ارگانیک برای این محصولات ، برای مثال گواهی فیرترید[[10]](#footnote-10) ورین فارست آلاینس[[11]](#footnote-11)، منجر شده است. هم چنین مقررات دولتی و وارداتی، شرکت ها را مجبور ساخته اند که این اطمنان را حاصل نمایند که زنجیره تامین آن ها عاری از مواد معروف به " مواد منطقه درگیری ونزاع "[[12]](#footnote-12) یا "منابع مناطق در گیری "باشد. - منابع تولیدی در منطقه درگیر در جنگ های داخلی که از فروش آن ها برای پشتیبانی از طرف های اختلاف استفاده میگردد. یک مثال برجسته در این زمینه مواد معدنی در بخش های شرقی جمهوری دموکراتیک کنگو است. تعدادی از نظام ها یا سیستم های خصوصی صدور گواهی، نظیر سیستم بلوساین[[13]](#footnote-13) ، طریقه ای را برای ممیزی و پایش اثرات زیست محیطی زنجیره تامین شرکت ها در اخبار آنان میگذارد.

یک سری مصیبت های کارخانه ای تاسف آور د باعث شده است که توجه جدیدی به استاندارد های کار و ایمنی در کارخانه ها معطوف گردد. تاسف بار ترین این مصیبت ها فرو پاشی کارخانه ای در راناپلازا در بنگلادش در سال 2013 میباشد که به بیش از یکصد کشته منجر گردید. متعاقب حادثه فوق، مساعی بسیاری جهت ا تدوین و اعتلای استاندارد های حمایت از کارگران و ایمنی کار انجام شد. در این راستا علاوه بر بر نامه های ابتکاری خاص کشوری در بنگلدش ، می توان به برنامه سازمان ملل متحد به نام برنامه ملل متخد برای کار بهتر[[14]](#footnote-14) که هدف آن آموزش، حمایت و تحقیق میباشد ، به عنوان مثال بارزی در ارتباط با مساعی چند جانبه جهت اعتلای استاندارد های حمایت ار کارگران و ایمنی کار اشاره نمود.

1-3 **هدف و دامنه این کتاب**

این کتاب معرفی جامعی را درمورد مدیریت صادرات- واردات و کسب و کار بین المللی ارائه میدهد. تمرکز اولیه این کتاب بر معاملات بین المللی کالائی است . پس از این که خواننده یک درک و فهم مستحکم و متقنی را درباره ساختار یک معامله صادراتی تحصیل نماید، آنگاه او به راحتی خواهد توانست که به درک و فهم سایر معاملات مهم تجاری و کسب و کاری بین المللی نایل آید. در فصول بعدی این کتاب، ما شیوه ها ی اصلی توزیع بین المللی ، از جمله قرار داد های نمایندگی، توزیع و فرانشیز و سایر قرارداد های معمول و متداول تجاری و کسب و کاری بین المللی و هم چنین جنبه های بین المللی تجارت الکترونیک و تجارت کالا ها و خدمات با محتوای حقوق مالکیت فکری را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

اولین قسمت این کتاب به معرفی ساختار بنیانی و پایه ای معامله بین المللی با تمرکز بر رویه ها ی صادرات و واردات و اسناد مربوط به این فرایند می پردازد. در فصل های بعدی، ما به بررسی و کنکاش درباره جنبه های حقوقی مربوط به پرداخت ( پرداخت ثمن معامله) و حمل و نقل درتجارت بین الملل کالاها می پردازیم و بالاخره در قسمت نهائی ما دامنه و گستره مطالب کتاب را جهت شامل شدن آن بر بازاریابی بین المللی، تجارت الترونیکی، بازاریابی بین فرهنگی[[15]](#footnote-15) و بخش در حال ظهور تجارت منصفانه، گسترش میدهیم و این موضوعات را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

* 1. **فروش های تجاری بین المللی**

در این بخش تمرکز اولیه ما بر فروش تجاری بین المللی کالاها ی ملموس[[16]](#footnote-16) دربین بازرگانان است که برخی اوقات به آن معاملات « عمده فروشی » یا بی توبی[[17]](#footnote-17) اطلاق میگردد.

باید بین فروش های تجاری با فروش ها به مصرف کنندگان -که ما به هنگام بحث درباره تجارت الکترونیک به آن خواهیم پرداخت\_، تفاوت قائل شد. مصرف کنندگان تقریبا در تمام کشورها بوسیله قوانین خاص حاکم بر فروش به مصرف کنندگان ، حمایت می شوند.

بر عکس فروش های تجاری، مشمول نظام های خاص قانونی و قوانین دیگری هستند. هم چنین تعریف فروش های تجاری ،شامل فروش خدمات، اسناد مالی قابل معامله و انتقال ، املاک و مستغلات و مجوزهای استفاده از حقوق مالکیت فکری نمی باشد. معاملات بین المللی تجاری شبیه معاملات تجاری داخلی می باشند و در این معاملات نیز از فرم های استاندارد، نظیر پیش فاکتورها (پروفورما) و سفارش خرید، بارنامه و غیره استفاده می شود. زمانیکه یک معامله از هر جهت و به صورت خالص داخلی باشد، قانون تجارت داخلی بر آن حاکم خواهد بود. اما در مورد معاملات بین المللی ، معمول این است که کنوانسیون سازمان ملل متحد درباره قراردادهای فروش بین المللی کالا[[18]](#footnote-18) (CISG) بر آن حاکم باشد.

افراد دست اندرکار در تجارت و صاحبان کسب و کار که با معاملات تجاری داخلی آشنائی دارند، می توانند به راحتی مبانی صادرات- واردات را بیاموزند. با این حال باید توجه داشت که اختلافات مهمی در بین رویه ها و آئین کارها ونحوه عمل های تجارت داخلی و تجارت بین الملل وجود دارد. در معاملات بین الملل، فواصل بین کشورها ، ارز ها و سایر متغیر ها، بازرگانان را مجبور می سازند که از ضوابط و سازو کارهایی ( نظیر اینکوترمز ) اطاق بازرگانی بین المللی سال 2010ا[[19]](#footnote-19) و قواعد مربوط به اعتبار اسنادی که معمولا در تجارت داخلی کاربرد ندارند، استفاده نمایند.

**مثال موردی**

**"قوی سیاه" [[20]](#footnote-20)ر یسک ها در تجارت بین الملل : ورشکسته شدن کشتی رانی هَنجین در سال 2016**

**در تاریخ سی و یکم ماه اوت سال 2016 یکی از بزرگترین خطوط کشتی رانی کانتینری به نام کشتی رانی هَنجین کره جنوبی اعلام ورشکستگی نمود و با این اقدام خود بازارهای تجارت بین الملل را دستخوش سردرگمی و نامعلومی کرد.**

**بیش از 13 میلیارد دلار مال التجاره در دریا گیر افتاد .کشتی های ور شکسته هَنجین قادر نبودند که در لنگرگاه ها پهلو بگیرند و بار خود را در بنادر مقصد تخلیه نمایند. واردکنندگان وحشت زده ، از جمله شرکت اَپل به دنبال تدابیر شدید بر آمدند تا بتوانند کالاهای خود را دریافت نمایند. شرکت اَپل تا آنجا پیشرفت که کشتی هائی را اجاره نمود تا مال التجاره اش را از کشتی های مستاصل و در مانده شرکت هَنجین نجات دهد. وارد کنندگان کالاهای مخصوص فصل اگر نمی توانستند فورا کالاهای خود را نجات دهند، با نتایج فاجعه باری مواجه می شدند .**

**در این میان صادر کنندگان نیز سخت در تقلّای یافتن کشتی های جایگزین بر آمدند. هزینه حمل بار دریائی از چین به سواحل غربی آمریکا در عرض فقط چند روز صد در صد افزایش پیدا کرد.**

**هر چند که رخدادهای شبیه رخداد قوی سیاه به ندرت اتفاق میافتد، ولی دست اندرکاران در تجارت بین الملل، ساز و کارها و استراتژی هائی را تدارک دیده اند که بتوان ازبروز این احتمالات و نتایج آن جلوگیری و یا آن را مدیریت نمود. اما و متاسفانه مدیران صادرات و واردات بی تجربه و یا فاقد آموزش های کافی، ممکن است که در استفاده از این تدابیر حفاظتی غافل مانده وقصور نمایند.**

**اجازه بدهید که بررسی نمائیم که چگونه برخی از موضوعات مطرح در این کتاب مانند قواعد اینکوترمز، اعتبار اسنادی، داوری بین المللی و غیره ، این دانش را در اختیار صادر کنندگان قرار میدهد که بتوانند اثرات سوء حوادث احتمالی مثل حادثه ورشکستگی خط کشتی رانی هَنجین را پیش بینی و برای مقابله با آن برنامه ریزی نمایند.:**

1. **قواعد اینکوترمز: بسته به اینکه از کدام یک از قواعد اینکوترمز استفاده شود، یک طرف معامله در معرض خطر یا ریسک حمل و نقل بیشتری قرار میگیرد و ریسک یا خطر طرف دیگر مدیریت شده و از بین میرود.**

**قواعد اینکوترمز مجموعه قواعد استاندارد بین المللی حمل و نقل هستند که آن ها را اطاق بازرگانی بین المللی تدوین کرده است. برای مثال قواعد فوب[[21]](#footnote-21)، سیف[[22]](#footnote-22) یا دی دی پی[[23]](#footnote-23) . تقریبا در تمام قراردادهای فروش بین المللی از این قواعد برای مقابله با خطر یا ریسک ها استفاده می شود. یکی از درس های اصلی و اساسی که میتوان ازورشکستگی شرکت کشتی رانی هَنجین گرفت ، انتخاب عاقلانه وهوشمندانه قاعده اینکوترمز و اهمیت آن میباشد. . برای مثال در همین قضیه ورشکستگی شرکت کشتی رانی هَنجین، وارد کنندگانی که در قرارداد آن ها شرط یا قاعده اینکو ترمز فوب یا سیف گنجانده شده بود، علیرغم ورشکستگی خط کشتی رانی مزبورو عدم دسترسی به کالادر دریا ، مجبور بودند که بهای کالاهای مزبور را به صادر کننده پرداخت نمایند..**

**2- اهمیت قاعده انتخابی مربوط به پرداخت( پرداخت ثمن یا بهای معامله) : بسته به اینکه چه قاعده ای در مورد پرداخت انتخاب شود ، یکی از طرفین قرار داد در معرض خطر ( ریسک) بزرگتری قرار میگیرد. ورشکستگی خط کشتی رانی هَنجین به خوبی اهمیت انتخاب عاقلانه و هوشمندانه روش پرداخت در یک قرار داد فروش بین المللی را آشکار میسازد. صادر کنندگانی که در قرار داد فروش بر پرداخت بهای معامله بر طبق و در قالب اعتبار اسنادی غیر قابل برگشت اصرار ورزیده بودند ، در مقابل نتایج ورشکستگی محافظت می شدند. زیرا بر طبق اعتبار اسنادی باید ثمن معامله، پس از حمل کالا به صادر کننده پرداخت شود . بنا بر این اینکه آیا کالاها به موقع وارد خواهند شد و به دست وارد کننده خواهد رسید یا نه به صادر کننده ربطی ندرد و مشکل وارد کنند ه می باشد.**

**برعکس وارد کنندگانی که توانسته بودند بر پرداخت به صورت قاعده حساب باز[[24]](#footnote-24) ( یعنی پرداخت پس از تحویل کالا ) اصرار ورزند، مجبور به پرداخت برای کالاهایی که دیر تحویل داده شود و یا تحویل نشود نبودند و در مقابل این خطر یا ریسک محافظت می شدند**

**3- بندها یا شرط های فورس ماژور: آیا نقض قرارداد بر اثر ورشکستگی حمل کننده کالا رافع مسئولیت او میباشد؟**

**هر چند که در جریان ورشکستگی خط کشتسیرانی هَنجین، ورشکستگی یک حمل کننده مسلما قابل پیش بینی دقیق توسط بسیاری از فروشندگان و وارد کنندگان کالا نبود، اما سئوال اینجا است که آیا این حادثه آنقدرغیر قابل پیش بینی بود که بتوان آن را یک فورس ماژور یا " شرایط غیر عملی و اجرایی بودن تجارت" تلقی نمود تا در نتیجه هر دو طرف از اجرای قرارداد معاف گردند؟ در چنین مواردی طرفین قرارداد از یک بند یا شرط فورس ماژور دقیقا تهیه شده نظیر مدلی که اطاق بازرگانی بین الملل در این زمینه ارائه نموده استقبال خواهند نمود و آن را در قرار داد خواهند گنجاند.**

**4- حل و فصل اختلاف:**

**در پسا اختلالات بازاری، نظیر آنچه که ورشکستگی خط کشتی رانی هنجین ایجاد نمود، بروز اختلافات تجاری دور از انتظار نمی باشد وممکن است که صادر کنندگان ، وارد کنندگان و بیمه گرها، به منظور اجتناب از خسارت های عمده با یکدیگر درگیر شوند و موضع خصمانه ای بر علیه یکدیگر اتخاذ نمایند. دادخواهی های قضائی ( مراجعه به دادگاه ها) در اختلافات بین المللی دارای طرف های متعدد، می تواند بسیار گران و زمان بر باشد. به همین دلیل بسیاری از طرفین این نوع اختلافات ترجیح میدهند که در قراردادهای بین المللی خود شرط نمایند که حل وفصل اختلاف بر طبق قواعد دیوان داوری بین المللی اطاق بازرگانی بین الملل، یا استفاده از یکی دیگر از موسسات داوری ، صورت خواهد گرفت. زیرا رسیدگی در داوری تجاری بین المللی معمولا سریعتر و کم هزینه تر از رسیدگی قضائی و اقامه دعوا در دادگاه های ملی است.**

* 1. **خطرها ( ریسک ها ) در صادرات و واردات**

خطر ( ریسک ) عاملی است که در هر معامله تجاری وجود دارد، ولی تجارت بین الملل همراه با خطرات ( ریسک های ) بیشتری است. در تجارت بین الملل، کالاها به فواصل طولانی تر حمل می شوند. از موانع گمرکی عبور می نمایند و پرداخت ها( پرداخت ثمن یا بهای معامله) نیز اغلب بایستی به یک پول خارجی صورت پذیرد. در این نوع تجارت بایستی علیرغم وجود موانع زبانی و فرهنگی ، قرار داد هائی نیز مورد مذاکره و انعقاد قرار گیرند و این قراردادها اغلب بایستی در جو و حال و هوای قانونی نا آشنا و نامانوس اجرا گردند.

آن چه در این راستا مهم است این است که متخصصین و دست اندرکاران حرفه ای در تجارت بین الملل ، بایستی از راه حل های کلیدی موجود، جهت پیش بینی و مدیریت خطرات ( ریسک های ) تجاری و داد و ستد بین المللی اطلاع داشته باشند.

**1-5-1 خطرات ( ریسک های ) حمل و نقل**

در تجارت بین الملل ، کالا برای رسیدن به مقصد نهائی، مسافت بیشتری را طی می کند و دراین راستا اغلب دست به دست شده و یا مجبور به ماندن مدت زمان طولانی در انبار می شود و درنتیجه در این نوع تجارت ، خطر یا ریسک وارد آمدن خسارت یا از بین رفتن یا سرقت کالا بیشتر از تجارت داخلی است. بنا بر این صادرکنندگان و وارد کنندگان بایستی از حقوق خود در برابر حمل کننده اطلاع داشته باشد. اگر کالا بر اثر قصور یا اهمال حمل کننده خسارت دیده و معیوب شده یا از بین رفته و تلف شده باشد ، در این صورت مسئولیت حمل کننده بستگی به مقررات قرارداد و اطلاعات مندرج در بارنامه دارد - سندی متضمن شرایط قرارداد حمل که به تفضیل در فصل 16 این کتاب درباره آن بحث شده است - هم چنین وارد کننده نیز بایستی از میزان و گستره یا دایره شمول بیمه نامه اطلاع داشته باشد. زیرا اگر چنانچه کالاها در جریان حمل خسارت ببینند یا ازبین بروند، میتوان بر طبق مقررات و ضوابط آن ادعای خسارت نمود.

**راه حل ها:**

* تهیه بیمه نامه که در آن تمام ریسک ها یا خطرات احتمالی پوشش داده شده باشد و توجه به مقررات و شروط مقرر در بارنامه.
* بازبینی و اجرای مناسب و دقیق شرایط مندرج در قرار داد حمل، بسته بندی صحیح و دستورات حمل.

1-5-2 **خطرات ( ریسک های ) عدم پرداخت بها یا ثمن معامله**

از آنجائی که تحقیق درباره اعتبار و خوش حسابی خریداران خارجی می تواند برای صادر کننده مشکل باشد، بنابراین خطر یا ریسک فراینده عدم پرداخت و تاخیر در پرداخت و یا کلاهبرداری تمام عیار می تواند وجود داشته باشد. در نتیجه صادر کنندگان محتاط و زیرک اغلب بر صدور اعتبار اسنادی یا اعتبار نامه غیر قابل برگشت اصرار می ورزند. ( در این باره به تفضیل در فصل دوازدهم این کتاب بحث شده است ) و یا از طرح های تضمینی دیگر استفاده می نمایند. ر.ک فصل 14 این کتاب )

**راه حل ها:**

* استفاده از تضمین های مناسب جهت پرداخت ثمن معامله ، نظیر اعتبار نامه یا اعتبار اسنادی بر طبق مقررات اعتبار اسنادی اطاق بازرگانی بین المللی. (UCP600 )
* راه حل جایگزین: استفاده از شرایط حساب باز با پشتوانه اعتبار نامه تضمینی ( اتکائی )[[25]](#footnote-25) یا ضمانت عند المطالبه .[[26]](#footnote-26)

1-5-3 **خطر یا ریسک کیفیت کالا**

در تجارت بین الملل، امکان اینکه وارد کنندگان بتواند کیفیت کالاها را قبل از ارسال به صورت فیزیکی کنترل نماید مشکل است و به علاوه این امکان نیز وجود دارد که واردکنندگان نتوانند کالاها را با همان کیفیتی که انتظار آن را داشته اند دریافت نمایند. یک راه اجتناب از بروز این حالات این است که وارد کننده بر ارائه یک گواهی بازرسی قبل از حمل اصرار نماید. گواهینامه های باز رسی هم چنین می توانند بروز جرایم یا کلاهبرداری هادر تجارت بین الملل را کاهش دهد.

**راه حل:**

* بازرسی قبل از حمل در تجارت بین الملل بسیار مهم است و اغلب به صورت یک شرط در اعتبار اسنادی یا اعتبار نامه گنجانده می شود. این گواهینامه ها بوسیله شرکت های بسیار متخصص و مستقل بازرسی ارائه می گردند.

1-5-4 **نوسانات نرخ ارز**

اگر قیمت در یک قرارداد بین المللی بر حسب یک پول خاص تعیین شده باشد، نوسانات بعدی نرخ ارز، بدون شک به نفع یک طرف معامله و به ضرر طرف دیگر خواهد بود. ساده ترین راه حل برای طرف معامله ای که میخواهد از این نامعلومی و عدم قطعیت نرخ ارز اجتناب نماید، این است که قیمت قرارداد به پول کشور خودش تعیین شود. این روش برای بنگاه های کوچک مناسب است. زیرا پول پرداخت را استاندارد می کند و این فرایند می تواند حسابداری و پیش بینی های جریان نقدینگی را تسهیل نماید. مع هذا در بسیاری موارد به لحاظ تجاری ضروری است که معامله به انواع مختلف پول خارجی انجام گردد.

**راه حل:**

* صادر کنندگانی که در در معرض خطریا ریسک نرخ ارز، قرار میگیرند ، برای حفاظت در مقابل نوسانات نرخ ارز، از معاملات آتی ارز[[27]](#footnote-27) یا قراردادهای خرید یا فروش امتیاز یا اختیار معامله ارز[[28]](#footnote-28) در آینده که برخی اوقات به آن ها عنوان قراردادهای مصون سازی با پوشش ریسک[[29]](#footnote-29) اطلاق میگردد، استفاده می نمایند.

1-5-5 **خطرها یا ریسک های حقوقی یا قانونی**

برخی اوقات یک صادر کننده یا واردکننده مجبور می شود که با قراردادی موافقت نماید که مشمول قانون خارجی و قبول صلاحیت دادگاه های خارجی است. در چنین مواردی حل و فصل حقوقی یا قانونی اختلافات می تواند عملا نا ممکن و یا لااقل بسیار هزینه بر و گران باشد. به همین دلیل است که هم صادر کنندگان و هم وارد کنندگان بر حق انتخاب خودشان در مورد قانون و دادگاه صلاحتیدار ، اصرار می ورزند و پافشاری می نمایند که در صورت بروز اختلاف قانون و دادگاه کشور متبوع خودشان صلاحیت رسیدگی داشته اشد. یک راه برای خروج از احتمال بن بست مذاکرات در این زمینه این است که در قرارداد گنجانده شود که برای حل و فصل اختلاف از ارجاع به د اوری تجاری بین المللی، نظیر داوری تحت نظارت دیوان بین المللی داوری اطاق بازرگانی بین المللی استفاده خواهد شد.[[30]](#footnote-30) ر. ک فصل هشت این کتاب در مورد حل و فصل اختلاف بین المللی

**راه حل ها:**

* کنترل دقیق اعتبار طرف های معامله .
* پافشاری محکم در مذاکره برای اخذحمایت حداقل حقوقی و قانونی یا رد و صرفنظر کردن از معامله .
* استفاده از قرارداد ها و شرایط عمومی خوب تنظیم شده. از جمله در مورد شرایط مربوط به انتخاب قانون یا مرجع رسیدگی صلاحتیدار وداوری.
* تعیین قاعده اینکوترمز مناسب ویرایش سال .[[31]](#footnote-31)2010

**1-5-6 حوادث غیر قابل پیش بینی و غیر مترقبه**

اعتصاب، بلایای طبیعی یا جنگ می تواند تحویل کالا را در یک معامله فروش بین المللی غیر ممکن سازد. حوادث غیر منتظره هم چنین می تواند هزینه حمل را از طریق افزایش قیمت سوخت یا بسته شدن اغلب راه های حمل مقرون به صرفه، به شدت تغیر دهد.

**راه حل :**

* گنجاندن مقررات خوب و جامع تدوین شده مربوط به فورس ماژوردر قرارداد -مانند بند فورس ماژور مدل یا الگوی اطاق بازرگانی بین المللی [[32]](#footnote-32) - می تواند به حفاظت در مقابل بلایا و حوادث غیر مترقبه کمک نماید. این موضوعات به تفصیل در فصل معاملات فروش صادراتی این کتاب بررسی شده است.

**1-5-7- خطرات یا ریسک های سرمایه گذاری**

به علت لزوم سارمایه گذاری ها بیشتر در برنامه صادراتی، خطرات یا ریسک های عادی و معمولی تجاری مربوط به بازاریابی کالا ، در مورد صاذرات بزرگتر می شود . برخی اوقات به این حالت، عنوان خطر یا ریسک اقتصادی با کشوری[[33]](#footnote-33) اطلاق میگردد. برای مثال ممکن است که بازاری که سال های متمادی رشد مداوم داشته ، به ناگاه و قبل از اینکه صادرکننده بتواند سرمایه گذاری ها در توزیع محلی را مستهلک نماید، دچار اُفت شود. – مثلا به علت عدم ثبات نرخ ارز . شرکت ها بایستی کار خود را در ابتدا با بررسی جدی این مطلب که آیا وارد صادرات شوند یا نه آغاز نمایند. برخی از بنگاه ها و شرکت ها ، کاملا برای صادرات آماده نمی باشند و برخی دیگر ممکن است که هرگز قادر به رقابت بین المللی نباشند و بنابراین بایستی بر بازارهای داخلی مناسب تمرکز نمایند. مبادرت به یک سعی و کوشش صادراتی، مستلزم به کارگیری منابعی است که در صورت شکست این مساعی ، قابل برگشت نمی باشند. حتی شرکت های مهم و معتبر پس از سرمایه گذاری سنگین و بی نهایت خوشبینانه در عملیات صادراتی ،که متعاقبا به شکست انجامیده ، متحمل زیان های مالی شده اند.

**راه حل ها:**

* انجام تحقیقات بازاریابی و غربالگری بازار جهت یافتن بازار مناسب و شایسته.
* داشتن آمادگی لازم برای مواجه شدن با کسادی و ضرر احتمالی.

**1-5-8- خطرات یا ریسک های مربوط به اختلافات فرهنگی و زبانی**

در معاملات بین المللی، سوء تفاهمات ، می تواند حادث شود. چرا که اطراف معامله دارای فرهنگ های متفاوتی هستند و با زبان های مختلف منظور خود را ادا می نمایند.

**مثال موردی**

**سوء برداشت هایا درک اشتباه های ناشی از فرهنگ های مختلف یا بین فرهنگی**

**یک وارد کننده استرالیائی پوشاک، خرید پیراهن های راگبی[[34]](#footnote-34) را به یک عرضه کننده خارجی سفارش میدهد. این وارد کننده ارسال یک پیراهن نمونه را برای آزمون محتوای کتانی محصول تقاضا می نماید و زمانی که نمونه به دست وارد کننده میرسد او یکی از آستین های پیراهن را از آرنج قطع می نماید و چند رشته از الیاف را از آن به منظور انجام آزمون مورد نظر خارج می نماید. وارد کننده از آزمون راضی می شود و پیراهن را با درج جمله اُ کی "OK"بار را بر طبق توافق ارسال نمایید، برای صادر کننده ارسال میدارد.**

**چندین ماه بعد، وارد کننده یک مکالمه تلفنی خشمگین و ناراحت کننده ای را از یک توزیع کننده عمده و معتبر پوشاک که وارد کننده محموله پیراهن ها را مستقیما جهت توزیع برای او او ارسال کرده بود دریافت میدارد دایر بر اینکه تعداد پنج هزار پیراهن راگپی بدون یک آستین را دریافت کرده است.**

نه تنها رویه های فرهنگی و تجاری در میان کشورها و در ماوراء مرزها با یکدیگر متفاوت است، بلکه نظام های مالیاتی، قوانین و مقررات و روش های حسابداری، کنترل های پولی و نظام های گمرکی این کشورها نیز با هم فرق می کند. یک واژه حقوقی « Agent» می تواند در نظام های حقوقی مختلف تعریف متفاوتی داشته باشد. استانداردهای فنی و محصولی و هم چنین سلیقه های مصرف کننده می تواند از کشوری به کشور دیگر متفاوت باشد. ارائه خدمات پس از فروش به بازار های دور ممکن است بی نهایت گران باشد و انجام نشودو در نتیجه این امر میتواند سبب شهرت بد برای محصول خارجی گردد. هم چنین ترجمه بروشورهای بازاریابی و دستوراالعمل های فنی به زبان های خارجی، می تواند بویژه در زمانی که بایستی به صورت مداوم به هنگام شوند و در آن ها تجدید نظر شود، به نحو غیر قابل انتظاری زمان بر و هزینه بر باشد.

**راه حل ها:**

* لزوم تحقیق و درک ویژگی های فرهنگی طرف های معامله خارجی.
* اعمال دقت در مکاتبات و اطمینان حاصل کردن از اینکه طرفین درباره معنای واژه ها و اصطلاخات وشرایط با یکدیگر توافق دارند.
  1. **داده نمائی( اطلاع نگاشت) یااینفوگرافیک ا جمالی تجارت بین الملل امروز**

**1-6-1 تجارت جهانی در طی 75 سال گذشته**

**جا برای نمودار که بعدا اضافه خواهد شد**

**حقایق کلیدی که باید مدنظر باشد:**

* تجارت بین الملل از سال 1960 تا دوره 2008 – 2009 رشد مداوم داشته است.
* از سال 2008- 2009 ارزش کل تجارت کاهش داشته و دوباره افزایش یافته و سپس کاهش داشته است.

در حالی که سرعت تجارت بین الملل حدود دو برابر سرعت تولید ناخالص داخلی در سال های 1950 تا 2008 بوده ، ولی از آن به بعد، این سرعت رشد، مشابه سرعت رشد محصول ناخالص داخلی بوده است. این بدان معنا است که منافع اقتصادی حاصل از تجارت بین الملل ممکن است به اوج خود رسیده و بخش تجارت بین الملل به یک مرحله بلوغ رسیده است.

**1-6-2 جمعیت نگاری جهانی: ده کشور بزرگ بر حسب جمعیت**

جای خالی برای نمودار که باید بعدا اضافه شود

**حقایق کلیدی که بایستی مد نظر باشد**

* این جمعیت نگاشتی( اینفوگرافیک) برتری آسیا را به لحاظ جمعیت نشان میدهد. شش کشور از ده کشور پر جمعیت جهان ( چین، هند، اندونزی، پاکستان، بنگلادش و ژاپن ) در آسیای شرقی یا آسیای جنوبی قرار دارند و4/3 میلیارد از 4/7 میلیارد جهان را دارا می باشند.
* باید در نظر داشت که کشورهای پرجمعیت اندونزی با250 میلیون، پاکستان با 182 میلیون، نیجریه با174 میلیون و بنگلادش با 156 میلیون جمعیت دارای نرخ افزایش جمعیتی بیشتر از نرخ متوسط جهانی افزایش جمعیت ، یعنی 8/1 در صد در سال می باشند.

**1-6-3بزرگترین اقتصادهای جهانی**

**یه تریلیون دلار آمریکا**

جای خالی برای نمودار که باید بعدا آورده شود.

**حقایق کلیدی که باید مد نظر باشد.**

* به منظور یک مقایسه تطبیقی در باره تولید ناخالص داخلی، ارقام تولید ناخالص داخلی بر حسب « برابری قدرت خرید » یا ppp تعدیل شده اند.
* تولید ناخالص داخلی تعدیل و اصلاح شده بر طبق برابری قدرت خرید کشورها نشان میدهد که کشور چین بزرگترین اقتصاد جهان را دارا می باشد.
* مقام ششم برزیل و مقام هفتم اندونزی در بین ده کشور دارندگان بزرگترین اقتصاد جهانی حایز اهمیت است.

**1-6-4اقتصاد های جهانی دارای سریعترین ر شد**

رشد واقعی تولید ناخالص داخلی به صورت در صد

جای خالی برای نمودار

گرچه رشد تولید ناخالص داخلی در آمریکا و اتحادیه اروپا در دو دهه گذشته کاهش داشته، ولی تعداد زیادی از کشورها رشد سریع را تجربه نموده و نقش بزرگتری را در سال های آینده در تجارت جهانی ایفا خواهند نمود.

منبع: بانک جهانی

**حقایق کلیدی که باید در نظر گرفته شوند:**

کشورهای دارای جمعیت بیش از پنجاه میلیون و نرخ های بالای رشد:

* اتیوپی 94 میلیون و 7/8 در صد رشد
* میانمار 54 میلیون و 5/8 در صد شد
* کنگو 67 میلیون و 4/8 در صد رشد
* هند یک میلیارد و دویست و پنجاه میلیون و 8/7 در صد رشد
* چین یک میلیارد و چهار صد میلیون و 9/6 در صد رشد
* ویتنام نود میلیون و 5/6 در صد رشد
* بنگلادش 156 میلیون و 5/6 در صد رشد
* فیلیپین نود و هشت میلیون و 6 در صد رشد

**1-6-5برزگترین کشورهای صادراتی جهان**

به میلیون دلار آمریکا

جا برای نمودار

این موضوع مشخص و معلوم است که قدرت های صادراتی جهانی عبارتند از: چین، ایالات متحده آمریکا، آلمان و ژاپن ، و لی آنچه کمتر شناخته شده عبارت است از مقام بالای کشورهای کم جمعیت نظیر هلند و سنگاپور .

**حقایق کلیدی که باید در نظر گرفته شوند:**

برخی از کشورها مرکز و نیروگاه غیر معمولی صادرات هستند.:

* کشور آلمان علیرغم داشتن فقط 80 میلیون جمعیت در مقایسه با 320 میلیون جمعیت آمریکا نزدیک است که از آمریکا که دارای مقام دوم صادر کننده جهانی است، سبقت بگیرد و آن را پشت سر بگذارد.
* جمعیت کشور هلند، هفتمین بزرگترین کشور صادر کننده در جهان ، فقط 17 میلیون نفر است و این امر تا حدی معلول بنادر مهم و نقش این کشور در واردات و صادرات مجدد است.
* کشور سنگاپور نیز یک مورد مشابه هلند است و مقام چهاردهمین صادر کننده مهم جهان را با جمعیت فقط 4/5 میلیون نفردارا می باشد.

**1-6-6بزرگترین کشور های وارد کننده در جهان**

به میلیون دلار آمریکا

جا برای نمودار

گرچه ایالات متحده آمریکا بزرگترین وارد کننده در جهان است، ولی تنوع بخشی فزاینده چین و توسعه اقتصاد این کشور به این معنا است که ممکن است خیلی زود در این زمینه به مقام اول برسد. هم چنین باید به ظهور هند به عنوان یک وارد کننده مهم جهانی نیزتوجه شود.

**حقایق کلیدی که باید مد نظر گرفته شود:**

* ایالات متحده با یک حاشیه و اختلاف قابل ملاحظه کماکان به عنوان بزرگترین وارد کننده در جهان میباشد.
* از آنجائی که واردات چین به سرعت در حال افزایش است، بازار مصرف این کشور ممکن است که خیلی زود چین را به بزرگترین وارد کننده جهان تبدیل نماید.

**خود آزمائی فصل اول :چشم انداز تجارت بین الملل**

**صحیح /اشتباه**

1. **معاملات تجاری بین المللی معمولا مشمول کنوانسیون سازمان ملل متحد در مورد قرار داد های بیع بین المللی کالا (CISG) ، می باشند.**
2. **کشور چین دارای بیشترین تولید نا خالص داخلی (GDP) در جهان ، بر حسب برابری قدرت خرید ، می باشد.**
3. **رشد تجارت کالائی در دهه قبل به میزان قابل توجهی کاهش داشته است.**
4. **کشور آلمان دومین صادر کننده در جهان است.**
5. بازرسی قیل از حمل (PSI)، یک وسیله مهم برای تضمین کیفیت کالا های وارداتی است.

**پاسخ ها**

**ا-صحیح**

**2- صحیح**

**3- صجیح**

**4- اشتباه**

1. **صحیح**

**فصل دوم**

**مراحل معاملات صادراتی و وارداتی و اسناد کلیدی و مهم**

**خلاصه**

در معاملات تجاری صادراتی و وارداتی معمولا از اسناد و فرم ها ی استاندارد و به ویژه اسناد و فرم های زیر استفاده میگردد.:

سفارش خرید این سند بوسیله وارد کننده تهیه و ارائه می گردد.. سند مزبوراغلب یک سند قراردادی مهم به شمار میرود. در این سند شرایط تجاری کلیدی و مهم معامله درج و ثبت می گردد

صورت حساب پرو فورما یا پیش فاکتور تهیه شده بوسیله صادر کننده. در این سند نیز شرایط کلیدی و مهم معامله تجاری درج میگردد و می توان از آن به عنوان تائید سفارش خرید وارد کننده ، یا در مواردی به عنوان یک پیشنهاد الزام آور ، استفاده نمود.

فاکتور یا صورت حساب تجاری یا صورت حساب صادر کننده در مورد کالا های فروخته شده..

بارنامه، این سند بسیار مهم و دارای سه وظیفه به شرح زیر است:

* -رسید حمل کننده برای کالاهای حمل شده؛
* -قرارداد حمل بین ارسال کننده و حمل کننده کالا؛
* -سند قابل معامله و انتقال مالکیت که به دارنده آن اختیار میدهد که دریافت یا تحویل کالا را قبول یا اینکه مالکیت کالا را با ظهر نویسی انتقال دهد.

اعتبار اسنادی که به آن اعتبار نامه نیز گفته میشود. : سند اطمینان بخش به صادر کننده دائر به پرداخت بها یا ثمن معامله قبل از تحویل کالا به وارد کننده به شرط عمل کردن او به شرایط اسنادی.

گواهینامه بازرسی قبل از حمل-: گواهینامه ای که کیفیت کالاهای ارسالی را تصدیق می نماید.

گواهینامه مبدا: سندی که کشور مبدا کالا را تعیین می نماید این سند می تواند برای محاسبه حقوق و عوارض وارداتی ( به ویژه در مورد موافقت نامه های مبوط به ترجیحات تجاری) مهم باشد.

صورت تائید شده مقام کنسولی : سندی که جزئیات قرار داد صادرات را تائید می نماید. این سند به تقاضای صادر کننده ، بوسیله نمایندگی کنسولی کشور متبوع وارد کننده مستقر در کشور صادر کننده ارائه می شود.

فهرست بسته بندی: فهرست تفضیلی محتوای هر واحد ارسالی.

گواهینامه بیمه ( یا بیمه نامه) : سند پوشش بیمه ای.

بازر گانان و دست اندرکاران در تجارت بین الملل بایستی با استفاده صحیح و درست از این اسناد و مخاطرات و مشکلات بالقوه مترتب بر هریک ار اسناد مزبور آگاه باشند.

در این فصل به خلاصه ای از توالی و تسلسل رخداد ها و مراحل در یک معامله تجاری بین المللی اشاره و استفاده از هر یک از اسناد کلیدی و مهم فوق در آن توالی و تسلسل، نشان داده می شود.

**2-1 تسلسل رخدادها و مراحل اقدام در صادرات و اسناد مربوطه**

معاملات تجاری بین المللی معمولا بر تبادل فرم ها بین خریداران و فروشندگان مبتنی می باشد. در معاملات بین المللی، قرارداد فروش از طرفین معامله میخواهد که وارد در یک سری قراردادهای فرعی و جانبی با بانک ها، شرکت های حمل و نقل و شرکت های بیمه شوند.

الزامات اسنادی در معاملات بین المللی می تواند بویژه در مورد آنچه که اصطلاحا" فروش اسنادی"[[35]](#footnote-35) نامیده میشود بسیار مهم باشد و این در واقع همان معامله صادراتی کلاسیک است که از فروشنده میخواهد که برای دریافت ثمن یا بهای معامله ، اسناد حمل را در قالب سارو کار اعتبار اسنادی ، به یک بانک در قبال دریافت ثمن یا بهای معامله، تسلیم نماید.

در این فصل ما توالی و تسلسل رخدادها را در دو معامله تجارت بین الملل به شرح زیر مورد بررسی قرار میدهیم.

1. یک معامله ساده مبتنی بر پرداخت " حساب باز " ( دریافت بهای معامله پس از تحویل کالا و نه قبل ار آن)و شرط اینکو ترمز DDP ( شرط تحویل کالا در محل مقرر در مقصد با ترخیص و پرداخت حقوق و عوارض گمرکی با ذکر نام محل مقرر در مقصد )
2. یک معامله پیچیده مبتنیبر پرداخت بهای معامله از طریق سازو کار اعتبار اسنادی و حمل بر طبق شرط اینکوترمز سیف .( شرط قیمت کالا ، بیمه و کرایه تا بندر مقصدبا ذکر نام بندر مقصد.)

معامله سا ده مذکور در بند یک فوق ، یک چشم انداز ساده ای را از ساختار اصلی و پایه ای معامله فروش بین المللی ارائه میدهد.

حتی اگر کسی در نظر نداشته باشد که از معا مله پیچیده تر ، یعنی معامله مبتنی براعتبار اسنادی استفاده کند ، باز هم درک و فهم فرایند و ترتیبات این نوع معامله برای او بسیار مفید است. زیرا این نحوه معامله متضمن استفاده و کاربرد تمامی اسناد صادراتی و قراردادهای فرعی است. بنا بر این زمانیکه شخصی با فرایند معامله بر مبنای اعتبار اسنادی پی ببرد ، انجام معاملات ساده صادراتی برای او خیلی راحت خواهد بود.

**شکل شماره 1-2**

**جای خالی برای شکل**

**2-2 معامله ساده صادراتی: حساب باز باضافه قاعده اینکو ترمز DDP**

هم چنانکه قبلا در فصل یک اشاره کردیم، یکی از مهمترین عواملی که معامله صادراتی را پیچیده می سازد ، خطر یا ریسک است. زمانی که صادر کنندگان، خطر یا ریسک بالای عدم پرداخت بهای معامله راپیش بینی نمایند، آن ها بر استفاده از طرح ها و سازو کارهای تضمین و ایمنی پرداخت ثمن معامله ، نظیر اعتبار اسنادی اصرار می ورزند که خود در عین حال باعث پیچیده تر شدن معامله میگردد.

با این همه در بسیاری از موارد ، طرف های معامله صادراتی ، درجه بالائی از خطر یا ریسک عدم پرداخت را پیش بینی نمی نمایند. برای مثال در فروش به شرکت های بزرگ و معروف و جا افتاده و خوش سابقه و در یک صنعت با ثبات، خطر یا ریسک عدم پرداخت پائین و کم است. در چنین مواردی صادر کنندگان آماده می باشند که روش های پرداخت ساده تری را مثلا به صورت حساب باز قبول نمایند ( یعنی تحویل کالا بوسیله صادر کننده قبل از پرداخت بوسیله وارد کننده)

عامل دیگر پیچیدگی، فرایند انتخاب شرایط ارسال و حمل کالا بر طبق یکی از قواعد اینکوترمز است. د ر بسیاری ازاین قواعد از طرفین معامله خواسته میشود که وظایف حمل و ترخیص گمرکی مربوطه و هم چنین خطر یا ریسک خسارت را با یکدیگر تقسیم نمایند.

در این ارتباط دو قاعده اینکوترمز وجود دارد که ساده تر می باشند. بدین معنا که تمام وظایف حمل ( و خطرات و ریسک ها ) را کاملا به عهده یکی از طرفین معامله می گذارد. قاعده اینکوترمز تحویل کالا در محل کار صادر کننده یا در محل مقرر دیگر (Exworks EXW)، تمام مسئولیت حمل را به عهده وارد کننده می گذارد. قاعده اینکوترمز DPP( یا تحویل کالا در محل مقرر در مقصد با ترخیص و پرداخت حقوق و عوارض گمرکی )، انجام مسئولیت حمل را به عهده فروشنده می گذارد. این قاعده اینکوترمز شرایط را برای وارد کننده آسان می سازد. زیرا تمام مسئولیت های حمل و ترخیص گمرکی و نیز پرداخت حقوق و عوارض گمرکی به عهده صادرکننده محول است. استفاده از قاعده DDP اینکوترمزتوام با شرط پرداخت حساب باز، نشان از وجود یک به اصطلاح " بازار خریداران "[[36]](#footnote-36) دارد- یعنی وجودیک بازار شدیدا رقابتی که در آن فرو شندگان مجبور به ارائه پیشنهادات با شرایط مساعد به خریداران هستند.

شکل2-2

جا برای شکل

**معاملات تجاری: توالی و تسلسل رخدادها**

**صادر کننده**

1. اقدامات بازاریابی . صادرکنندگان محصولات خود را با توزیع کاتالوگ ها ، فهرست قیمت ها، و حضور در نمایشگاه به بازار عرضه مینمایند.

اقلام مورد معامله

1. وارد کننده:درخواست اطلاع از مظنه قیمت[[37]](#footnote-37) را ارائه میدهد .
2. پیشنهاد : صادر کننده پیشنهاد قیمت، را از طریق پیش فاکتوریا پروفورما ارائه میدهد.
3. مذاکرات شروع و یا پیشنهاد متقابل ارائه میگردد. طرفین معامله شرایط قرارداد را مورد مذاکره قرار میدهند و زمانی که خریدار آماده شود ، او برگ سفارش خرید را صادر می نماید.
4. قبول: هنگامیکه صادر کننده با سفارش خرید موافقت داشته باشد او می تواند آن را رسما قبول نماید( در برخی از موارد از صورتخساب پروفورما برای این هدف استفاده می شود.) و متعاقبا قرار داد فروش منعقد میگردد.

**2-2-1 بازاریابی**

معمولا صادر کننده فرایند بازاریابی برای کالای خود را از طریق شرکت در نمایشگاه های تجاری، انتشار بروشور و یا از طریق وب سایت انجام میدهد و سپس از یک وارد کننده استعلامی را دریافت مینماید. در این استعلام مظنه یا پیشنهاد قیمت برای مقدار مشخص کالا با کیفیت خاص پرسیده میشود. این استعلام وارد کننده می تواند به صورت سندی باشدکه به آن تقاضای مظنه قیمت ( RFQ ) [[38]](#footnote-38) یا تقاضای پیشنهاد ( RFP ) [[39]](#footnote-39) گفته میشود. در مورد تقاضای مظنه قیمت به شکل شماره 3-2مراجعه شود.

جای خالی شکل3-2 .

باید توجه داشت که این یک امربسیار عادی است که بازرگانان در کاتا کوک های قیمتی خود - خواه چاپی و مکتوب و یا بر روی خط( آن لاین ) -متذکر شوند که قیمت ها تا زمان تائید نهایی برای صادر کننده الزام آور نمی باشند. معمولا هر دو طرف معامله در اسناد اولیه درج مینمایند که در صورت عدم انجام معامله توسط یک طرف ، هیچ مسئولیت قبل از قرار دادی متوجه آنان نخواهد بود.

**2-2-2 شکل گیری یا تدوین قرار داد: ایجاب و قبول یا پیشنهاد و قبول**

پس ازانجام مقدمات فوق الذکر، طرفین معامله احتمالی با مبادله پیشنهاد و قبول قانونا الزام آور ، وارد مرحله تنظیم قرار داد میشوند. هر کدام از طرفین معامله می توانند ارائه دهنده پیشنهاد باشند و زمانی که پیشنهاد رسما مورد قبول طرف دیگر واقع شود، در آنصورت قرارداد شکل میگیرد.

سه طریق متداول برای شکل گیری و انعقاد قرار داد صادرات وجود دارد . این سه طریق به شرح زیر می باشند:

**دستور سفارش خرید ( سفارش خرید) به عنوان پیشنهاد**

در معاملاتی که خریداران تجاری بزرگ در آن شرکت داشته باشند، معمولا دستور خرید، گام اصلی درانعقاد قرارداد خرید است و اولین پیشنهاد قانونا الزام آور را تشکیل میدهد. در چنین مواردی تائید دستور خرید از طرف فروشنده به منزله قبول تلقی خواهد شد و میتواند به شکل سندی باشد که به آن، عنوان تائید اطلاق میگردد و یا به صورت پرو فورما و پیش فاکتور باشد. در مورد دستور خرید به شکل شماره 4-2 مراجعه شود.

**شکل شماره 4-2 :سفارش خرید**

جای خالی برای شکل

**پروفورماا ( پیش فاکتور ) به عنوان پیشنهاد**

این امکان وجود دارد که صادر کننده بخواهد یک پیشنهاد قراردادی کامل را همراه با مظنه قیمت ارائه دهد . در این ارتباط یک تکنیک یا روش این است که صادر کننده یک پیش فاکتور (بروفورها) را به عنوان اولین سند که در آن به طور رسمی شرایط کلیدی و مهم فروش از جمله قیمت ، شرایط تحویل و پرداخت مشخص شده را برای وارد کننده ارسال نماید. در این حالت بروفورما به عنوان اولین پیشنهاد قانونا الزام آور تلقی می شودو وارد کننده می تواند آن را به صورت رسمی از طریق دریافت یک دستور خرید یا طرق دیگر تائید توسط وارد کننده ، قبول نماید. برای بروفورما به شکل شماره 5-2 مراجعه شود.

**شکل شماره 5-2 پروفورما**

**جا برای شکل**

- **استفاده از قراردادهای استاندارد یا قرار داد های مدل یا الگو**

یک روش دیگر می تواند این باشد که صادر کننده یا وارد کننده پیشنهادی را از طریق تکمیل یک فرم قرار داد استاندارد، نظیر فُرم " شرایط اختصاصی یا شرایط خاصِ" قرارداد مدل فروش بین المللی اطاق بازرگانی بین المللی[[40]](#footnote-40) ارائه دهند. این فُرم خیلی به پرفورما و یا سفارش خرید شباهت دارد. چرا که حاوی تمام شرایط لازم تجاری در یک قرار داد فروش، مثل قیمت، توصیف کالا، شرایط تحویل و شرایط پرداخت و غیره می باشد ر.ک به شکل 6-2 : قرار داد فروش مدل اطاق بازرگانی بین المللی. این قرارداد مدل دارای دو قسمت است و اگر طرفین معامله از قسمت اول آن - شرایط اختصاصی یا شرایط خاص - استفاده نمایند ، چنین فرض می شود که آن ها علاقمند هستند که از مکمل - شرایط عمومی - [[41]](#footnote-41)نیز استفاده نمایند این شرایط مجموعه کاملی از شرایط حقوقی و قانونی را تشکیل میدهند ر. ک شکل شماره 7-2 : مدل شرایط عمومی فروش اطاق بازرگانی بین المللی. زمانی که هر دو طرف معامله شرایط اختصاصی یا خاص را امضاء نمایند، قرارداد بر قرار می شود.

**شکل شماره 6-2 مدل قرارداد فروش بین المللی اطاق بازرگانی بین المللی**

**جا برای شکل**

**شکل شماره 7-2 مدل شرایط عمومی فروش اطاق بازرگانی بین الملل.**

**جا برای شکل**

2-2-3 **شرایط حمل و حمل و نقل بین المللی**

در این مثال ما یک قرارداد با قاعده اینکوترمز DDP را فرض می کنیم. این نوع قرارداد، معامله را برای وارد کننده آسانتر می نماید. چرا که به موجب آن صادر کننده باید اقدامات و هزینه بیشتری را نسبت به وارد کننده تقبل نماید. به موجب این نوع قرارداد، صادر کننده مسئول حمل محموله در تمام طول راه تا محل تعیین شده بوسیله وارد کننده می باشد ( او هم چنین بایستی تمام تشریفات و پرداخت حقوق و عوارض گمرکی وارداتی را نیز انجام دهد.)

**شکل شماره 8-2 بارنامه**

**جا برای شکل**

شرکت صادر کننده معمولا مرسوله یامحموله خود را برای حمل با کمک یک ترتیب دهنده حمل و ترخیص بار ( کارگزار فرست[[42]](#footnote-42)یا فورواردر) که جا برای حمل بار را در وسیله حمل ذخیره می نماید و ترتیب حمل بار را میدهد و هم چنین می تواند در انجام تشریفات گمرکی کمک نماید، آماده می سازد و زمانیکه کالا یا مرسوله به حمل کننده برای ارسال تحویل داده می شود ، در مقابل یک سند حمل امضاء شده ( معمولا یک بارنامه یا راهنامه[[43]](#footnote-43) ) را دریافت میدارد. این سند مهم است ورسیدی است دائر بر اینکه کالاها در شکل ظاهر به صورت خوب و سالم و در مقدار صحیح دریافت شده اند و در آن هم چنین حقوق قرار دادی دارنده یا حامل بارنامه در مقابل حمل کننده نیز تصریح شده است. ر.ک شکل شماره 2-8: بارنامه. در این فروش ساده از یک راه نامه استفاده می شود. چرا که اداره آن آسان تر و راحت تر از بارنامه سنتی است( در ارتباط با راهنامه هیچ الزامی برای تسلیم سند اصلی وجود ندارد و کپی آن وافی به مقصود است. ).

**2-2-4 تحویل و پرداخت**

بر طبق قاعده اینکو ترمز فوق در مثال ما، صادر کننده جهت انجام تعهد تحویل می بایست ترتیباتی را اتخاذ نماید که کالا در شرایط خوب به محل کار وارد کننده ( یا مکان دیگر معین شده ) تحویل داده شود.

از آنجائی که ما یک معامله با پرداخت حساب باز( پرداخت ثمن معامله پس از تحویل ) را فرض کرده ایم، بنابراین صادر کننده برای وارد کننده صورت حساب ارسال میدارد، و تا زمان مشخص شده در آن جهت پرداخت ثمن معامله توسط وارد کننده وارد کننده ، صبر می کند. شرایط پرداخت مربوط به حساب باز، معمولا بوسیله شرایط قراردادی کوتاه نوشته شده نظیر "خالص 60" یا( Net 60) " مشخص میگردد. معنای Net 60 این است که پرداخت ظرف مدت 60 روز از تاریخ صورت حساب حال میگردد. پس از حال شدن بدهی، وارد کننده می تواند از طریق انتقال الکترونیکی پول، که برخی اوقات به حواله پول[[44]](#footnote-44) از طریق سویفت[[45]](#footnote-45) مشهور است پرداخت را انجام دهد. سویفت شبکه بانکداری جهانی است که ارتباطات بین بانکی ایمن و بی خطر را برای انتقال وجوه و مکاتبات و ارتباطات محرمانه فراهم می سازد.

2-3 **معامله پیچیده: معامله همراه بااعتبار اسنادی باضافه قاعده اینکو ترمز سیف( قیمت کالا ، بیمه و کرایه تا بندر مقصدبا ذکر نام بندر مقصد**

در مثال دوم، ما یک معامله پیچیده تر متضمن و همراه با یک اعتبار اسنادی را مورد بررسی قرار میدهیم. اعتبار های اسنادی یا اعتبار نامه ها زمانی مورد استفاده قرار میگیرند که صادر کننده، وارد کننده را نمی شناسد و یا اینکه صادر کننده احتیاج به تامین مالی( مثلا اخذ وام) از طریق تضمین ارائه شده در اعتبار اسنادی دارد. گرچه ما در فصل 12 این کتاب به تفصیل درباره اعتبار اسنادی بحث خواهیم کرد، ولی به منظور تحقق هدف خود در این قسمت ، اجازه بدهید که به طور خلاصه خاطرنشان نمائیم که یک اعتبار اسنادی تضمین پرداخت ثمن یا بهای معامله را قبل از تحویل کالا در اختیار صادر کننده قرار میدهد. اما این تضمین مشروط بر این است که صادر کننده اسناد مقرر در اعتبار اسنادی را دقیقا به بانک پرداخت کننده ارائه دهد.

در این مورد ، معامله پیچیده تر می شود، چرا که فرایند اعتبار اسنادی مستلزم اقدامات و بر داشتن گام های بیشتر و بزرگتری است که مستلزم استفاده دقیق از تعدادی اسناد صادراتی است.

**2-3-1 بازار یابی و شکل گرفتن و تدوین قرارداد**

ما اکنون فرض می کنیم که فرایند بازاریابی صادرات و شکل گرفتن و تدوین قرارداد مانند مثال فوق انجام میگردد.

**2-3-2- شرایط پرداخت( پرداخت به یا ثمن معامله): اعتبار اسنادی تائید شده**

هنگامیکه صادر کننده، وارد کننده را نمی شناسد و یا اینکه قادر به تحصیل اطلاعات کافی درباره اعتبار و خوش حسابی وارد کننده نمی باشد، او می تواندکه به استفاده از سازو کار اعتبار اسنادی (DC)[[46]](#footnote-46) ، برای پرداخت ثمن معامله توسط وارد کننده اصرار نماید. این سازو کار یا روش پرداخت ، تضمین ها و اطمینان های مهمی را در اختیار صادر کننده قرار میدهد. بدین معنا که صادر کننده مطمئن میشود که وجوه برای پرداخت در یک بانک مورد اعتماد در دسترس است و وارد کننده نمی تواند کالاها را دریافت نماید، مگر اینکه پرداخت محقق شود. اعتبارهای اسنادی هم چنین به نام اعتبار نامه ها (LCs) نیز[[47]](#footnote-47) معروف می باشند.

در موردی که طرفین معامله با پرداخت بهای معامله از طریق اعتبار اسنادی موافقت نمودند، آنگاه این وارد کننده است که موظف میشود که اولین گام ها را بردارد. یعنی اینکه اعتبار اسنادی را قبل از حمل کالا افتتاح نماید. ایده آل این است که در قرارداد فروش ، یک مهلت یا ضرب الاجلی برای افتتاح اعتبار اسنادی در اختیار وارد کننده قرار داده شود. در غیر اینصورت نیز یک مهلت منطقی و عقلانی برای انجام این کار مفروض خواهد بود. خریدار اعتبار اسنادی را بوسیله تکمیل فرم تقاضای اعتبار اسنادی افتتاح می نماید.

**2-3-3 شرایط حمل**

در مثال کلاسیک فروش با اعتباری اسنادی که ما در اینجا آورده ایم، صادر کننده قاعده اینکوترمز قیمت سیف را پیشنهاد میکند که معنای آن این است که قیمت کالا شامل هزینه بار تا مقصد باضافه بیمه می باشد.

قواعد اینکوترمز اطاق بازرگانی بین المللی، هزینه حمل و تعهدات مربوط به خطر یا ریسک طرفین معامله را مشخص می نماید که ما به تفضیل در فصل چهار این کتاب به آن خواهیم پرداخت. CIF مخفف cost ( قیمت کالا ) insurance ( بیمه ) freight ( کرایه بار ) است و در ارتباط با حمل دریائی کالا تدوین شده است.

2-3-4- **قاعده اینکوترمز سیف: حقوق و عوارض گمرکی و بیمه**

به موجب قاعده اینکوترمز سیف سال [[48]](#footnote-48)2010 صادر کننده مسئوول انجام تشریفات گمرکی صادراتی( در کشور صادر کننده) ، نظیر اخذ مجوز صادرات می باشد. بر عکس تشریفات واردات و حقوق و عوارض وارداتی در این قاعده به عهده وارد کننده است. یک صادر کننده با تجربه میداند که اغلب اختلافاتی درباره تخلیه یا پرداخت هزینه های تخلیه[[49]](#footnote-49) بر طبق قاعده اینکوترمز سیف بوجود میاید و بنابراین او می تواند که در قرارداد فروش قید نماید که تمام هزینه های تخلیه بر عهده وارد کننده می باشد. هنگامیکه کالا به حمل کننده تحویل داده می شود، صادرکننده به عنوان فرستنده یا ارسال کننده با رنامه ای را از حمل کننده دریافت میدارد.

در یک قرارداد سیف ، صادر کننده معمولا باید یک بارنامه " قابل انتقال و قابل معامله

[[50]](#footnote-50) " را به وارد کننده ارائه دهد - این حالت با صدور راهنامه waybill که قابل معامله نمی باشد متفاوت است. - یک بارنامه قابل انتقال و معامله بدین معنا است که میتوان کالا ها را در حین حمل به فروش رساند و یک سند مهم و کلیدی در فرایند اعتبار اسنادی به شمار می رود. . ر. ک شکل 8-2 بارنامه

**شکل 8-2 : بارنامه**

جای خالی شکل

بر طبق قاعده اینکوترمز سیف 2010، [[51]](#footnote-51) صادر کننده بایستی الزامات اینکوترمز در مورد لزوم اخذ پوشش بیمه ای 110 در صد ارزش کالا را محترم بشمارد. - ده در صد اضافی یا مازاد نشانگر پوشش بیمه ای حداقل سود قابل پیش بینی توسط وارد کننده است . این امکان نیز وجود دارد که وارد کننده تقاضای پوشش بیشتری را نیز مطرح نماید. - ر.ک شکل 9-2 گواهی بیمه یا بیمه نامه

**شکل 9-2: گواهی بیمه یا بیمه نامه[[52]](#footnote-52)**

**جای خالی شکل**

**2-3-5 بیمه اعتبار اسنادی یا اعتبار نامه**

در ترمینولوژی بانکداری ، [[53]](#footnote-53) در مورد اعتبار اسنادی، به وارد کننده عنوان متقاضی[[54]](#footnote-54) یا “ طرف حساب “[[55]](#footnote-55) و به صادر کننده عنوان ذینفع[[56]](#footnote-56) داده می شود. اعتبار اسنادی حاوی شرایط و ضوابطی است که بر طبق آن بانک پرداخت ثمن معامله را انجام خواهد داد. معمولا این شرایط و ضوابط عبارتند از الزام صادر کننده به ارائه مجموعه ای از اسناد. مانند صورت حساب بازرگانی، گواهی بازرسی قبل از حمل ، بارنامه و غیره.

**2-3-6- تائید اعتبار**

در این مثال اجازه بدهید که فرض نماییم که ذینفع یا صادر کننده قید کرده باشد که اعتبار بایستی تائید یا تضمین شود . به موجب این قید صادر کننده از وارد کننده می خواهد که از یک بانک دیگر غیر از بانک گشایش کننده اعتبار ( معمولا بانکی که درکشور صادر کننده واقع است ) تائیدیه اعتبار را اخذ نماید. این بدان معنا است که بانک تائید کننده[[57]](#footnote-57) نیز تعهد غیر قابل برگشت خود برای پرداخت ثمن یا بهای معامله بر طبق شرایط و ضوابط اعتبار را اضافه مینماید. این فرایند به نفع صادر کننده ای است که ترجیح میدهد با یک پرداخت کننده عمده و نزدیک خود و قابل اعتماد مثل بانک خودش کار کند. حال اجازه بدهید که فرض کنیم که بانک تائید کننده موافقت می نماید که اعتبار را تائید نماید.

یادداشت: باید به این نکته توجه داشت که در فرایند اعتبار اسنادی، در تمام موارد ، اعتبار تائید نمی شود. بلکه تائید اعتبار یک خدمت بانکی اضافی است که در مقابل دریافت کارمزد انجام می شود و زمانیکه صادر کننده نمی خواهد خطر یا ریسک عدم توان پرداخت احتمالی بانک اصلی صادرکننده یا افتتاح کننده اعتبار را تقبل نماید، تقاضا برای انجام ترتیبات مزبور معقول و منطقی به نظر میرسد. چرا که این ترتیبات به نفع صادر کننده است و او راحت تر است تا با یک بانک شناخته شده کار کند تا یک بانک ناشناس و همین امر میتواند یک دلیل کافی برای تقاضای تائید اعتبار توسط بانک دیگر باشد.

بانک تائید کننده به اطلاع صادر کننده میرساند که از طریق خدمات آن بانک ، تائید اعتبار آماده و در دسترس است. این اطلاعیه مقدار اعتبار و اسناد دقیق و لازم برای پرداخت را مشخص می نماید. صادر کننده بایستی پس از دریافت این اطلاعیه، آن را به دقت بررسی و اطمینان حاصل نماید که با شرایط اعتبار مطا بقت دارد و هم چنین مطمئن شود که که اعتبار تصویبی با تمام شروط مندرج در قرارداد فروش نیز مطابقت دارد. ر.ک شکل 10-2 اطلاعیه اعتبار اسنادی تایید شده

شکل10-2 اطلاعیه اعتبار اسنادی تایید شده

جای شکل

2-3-7-  **تحویل کالا برای حمل و ارائه اسناد توسط صادر کننده**

صادر کننده مرسوله را آماده می سازد و به ترتیب دهنده حمل باریا کارگزار فرست(فورواردر) دستور میدهد که اسناد حمل لازم را دریافت و به او تسلیم نماید.. پس از حمل کالا صادر کننده به بانک تائید کننده مراجعه و اسناد مختلف بر طبق اعتبار اسنادی را به آن بانک ارائه میدهد. در این فرایند ، علاوه بر بارنامه، احتمالا از صادر کننده درخواست خواهد شد که اسناد زیر را نیز بر طبق شرایط اعتبار اسنادی به بانک تسلیم نماید. بایستی توجه داشت که تعداد و نوع این اسناد بایستی مورد توافق طرفین معامله بوده و در قرارداد فروش ذکر شده باشد . شکل 11-2 صورت حساب یا فاکتور تجاری

شکل 12-2 گواهی مبدا

جا برای دو شکل

فاکتور با صورت حساب تجاری[[58]](#footnote-58) عبارت است از سند فروش از صادر کننده به وارد کننده . گرچه این سند بوسیله خود صادر کننده آماده می شود، ولی بسیار مهم است که زمانی که این سند یکی از اسناد لازم بر طبق اعتبار اسنادی باشد، صحت و درستی آن کامل و بدون اشتباه باشد. زیرا هر اشتباه کوچکی در این سند، به عنوان اختلاف تلقی ( و پرداخت ثمن معامله با مشکل مواجه ) خواهد شد. ر.ک شکل 11-2: فاکتوریا صورت حساب تجاری

گواهی مبدا [[59]](#footnote-59)سندی است که کشوری که کالا از آن نشات گرفته و یا در آن بخش اعظم تولید انجام شده و یا ارزش عمده به آن افزوده شده را تعیین و تایید می نماید. تمام کشورها ارائه این گواهینامه را الزامی نمی نمایند و در بسیاری موارد تائید خود صادر کننده بر روی سر برگ شرکت کافی است. ر. ک شکل 12-2 گواهینامه مبدا.

گواهینامه های بازرسی قبل از حمل[[60]](#footnote-60) . ارائه این گواهی نامه در تجارت بین الملل الزامی نمی باشد. اما ارائه آن در مورد حمل کالاهای دارای ارزش زیاد و خصوصا در بین طرف های نا آشنا بسیار متداول است. هم چنین ارائه گواهینامه های بازرسی قبل از حمل در اعتبار اسنادی معمولا لازم است و یک تامین و تضمین قوی ویک ساز و کار ضد بزهکاری و تقلب جهت خریدار محسوب میگردد. ر.ک شکل 13-2 گواهی بازرسی قبل از حمل

اسناد کنسولی یا فاکتور کنسولی . این اسناد حاوی توضیحات مفصل در مورد کالاهای حمل شده و تائید شده بوسیله کنسولگری کشور وارد کننده و دریافت کننده کالا مستقر در کشور صادر کننده می باشد. ر.ک شکل 14-2 اسناد فاکتور کنسولی

جا برای شکل

شکل 14-**2 اسناد ( فاکتور ) کنسولی[[61]](#footnote-61)**

یک فهرست یا لیست اقلام بسته بندی شده صادراتی، فهرست اقلام بسته بندی در هر محموله را نشان میدهد و نوع بسته بندی ارسالی نظیر جعبه، صندوق بشکه یا کارتن را مشخص می نماید. فرم های مربوط به بسته بندی را میتوان از فروشنده فرم ها و نمونه و مدل های اسناد حقوقی و تجاری و ترتیب دهندگان حمل یا کارگزار فرست ها ( فورواردرهاا) تهیه نمود ر.ک شکل 15-2

**شکل 15-2 لیست با فهرست بسته بندی**

**جای شکل**

2-3-8 **بررسی اسناد بوسیله بانک ها: موضوع اختلافات**

بانک تائید کننده اعتبار اسناد را تحویل میگیرد و آن ها را بررسی میکند و اگر آن ها را بر طبق شرایط اعتبار( اعتبار اسنادی) تشخیص دهد، مبلغ اعتبار را در اختیار صادر کننده قرار میدهد و یا قول میدهد که چنین خواهد کرد.. بسته به نوع اعتبار، راه های متفاوتی برای پرداخت ثمن معامله به صادر کننده وجود دارد . این پرداخت می تواند به صورت فوری یا اعتبار دیداری[[62]](#footnote-62) انجام شود و یا در تاریخ بعدی به صورت اعتبار پرداخت معوق[[63]](#footnote-63) محقق شود ویا به صورت برات قابل پرداخت در آینده، که میتوان آن را برای پرداخت فوری تنزیل نمود ،انجام شود. به موضوع اعتبار اسنادی به تفضیل در فصل 12 این کتاب پرداخته خواهد شد.

سپس بانک تائید کننده ، اسناد را به بانک صادر کننده اعتبار تسلیم می کند و اگر آن با نک اسناد را مطابق با شرایط اعتبار اسنادی تشخیص دهد به موقع پولی را که بانک تائید کننده بر طبق اعتبار به صادر کننده پرداخت نموده را به حساب آن بانک واریز می نماید و سپس اسناد را به وارد کننده میدهد و حساب او را به میزان آن مبلغ بدهکار می نماید. وارد کننده نیز از اسناد حمل برای تحویل گرفتن کالا از حمل کننده استفاده می نماید.

این فرایند بر این فرض مبتنی است که تمام کارها بر طبق برنامه پیش میرود. با این همه بررسی ها نشان میدهد که اسناد حمل زمانی که برای پرداخت به بانک ارائه می شوند اغلب دارای اشتباهاتی هستند. اصلاح و یا فرایند گذشت و نادیده گرفتن و اغماض احتمالی این « اختلافات و اشتباهات » ممکن است زمان بر باشد و در برخی موارد به تاخیر و یا حتی ممانعت از پرداخت منجر شود.

**2-3-9 ترخیص کالا جهت وارد کننده**

اگر بانک ها هیچ اشتباه و اختلافی را در اسناد با اعتبار اسنادی مشاهده ننمایند، بانک صادر کننده اعتبار اسنادی، حساب وارد کننده را بدهکار کرده و اسناد را در اختیار او برای ترخیص و تحویل کالا قرار میدهد. در این راستا بارنامه بویژه برای وارد کننده مهم است. چرا که به وارد کننده اجازه میدهد که کالا را تحویل بگیرد. زمانی که از یک بارنامه سنتی به عنوان بخشی از معامله مبتنی بر اعتبار اسنادی استفاده میگردد، وارد کننده به این نیاز دارد که به منظور دریافت کالاها، اصل بارنامه امضاء شده را به متصدی حمل بار ارائه دهد. اگر چنانچه متصدی حمل بار اشتباها کالاها را به شخص دیگری غیر از دارنده بارنامه تحویل نماید، او مسئوول این تحویل نادرست خواهد بود. بنابراین بارنامه قابل معامله و قابل انتقال این اطمینان را در اختیار صادر کننده قرار میدهدکه وارد کننده نمی تواند بدون پرداخت بر طبق شرایط اعتبار اسنادی، کالاها را دریافت نماید.

**خود آزمایی فصل دوم: مراحل یک معامله صادراتی**

**صحیح / اشتباه**

1. **هنگامی که صادر کننده کالا را صادر کرده و میخواهد ثمن یا بهای معامله را دریافت نماید ، او ( صادر کننده) باید یک صورت حساب پرو ور ما را به وارد کننده ارائه دهد**
2. **در فرایند اعتبارات اسنادی معمولا از صادر کننده خواسته می شود که یک راهنامه ، که یک سند حمل قابل معامله می باشد را ارائه دهد.**
3. **بر طبق قاعده اینکو ترمز DDP ویرایش سال 2010، تمام مسئولیت های حمل به عهده صادر کننده است.**
4. **هنگامی که طرفین معامله موافقت می نمایند که پرداخت ثمن یا بهای معامله بر اساس اعتباراسنادی صورت گیرد ، از وارد کننده خواسته می شود که او اولین گام را بر دارد .یعنی به گشایش یا صدور اعتبار اسنادی اقدام نماید.**
5. **در قرار داد های مبتنی بر قاعده سیف(CIF) ، صادر کننده باید یک سند بیمه با پوشش 110 در صد ارزش کالا را به نفع وارد کننده تحصیل نماید.**

**پاسخ ها**

1. **اشتباه**
2. **اشتباه**
3. **صحیح**
4. **صحیح**
5. **صحیح**

**اسخ**

**فصل سوم**

**سازمان های بین المللی و تجارت بین الملل**

**خلاصه**

سازمان های بین المللی معمولا به دو گروه با طبقه تقسیم می شوند:

سازمان های غیر دولتی[[64]](#footnote-64)) (NGO این سازمان ها میتواننداجتماعات یا فدراسیون های نماینده کسب و کار ها، بخش ها، حرفه ها ، مصرف کنندگان، طرفداران محیط زیست و غیره باشند.

مثال های قابل ملاحظه در این زمینه عبارتند از: اطاق بازرگانی بین المللی (ICC)[[65]](#footnote-65) ، کمیته بین المللی دریانوردی(CMI)[[66]](#footnote-66) ، فدراسیون بین المللی جوامع فورواردهای بار ( فیاتا)[[67]](#footnote-67)

سازمان های بین دولتی[[68]](#footnote-68) (IGOs). سازمان های متشکل از گروهی از کشورها با پرسنل یا کارکنان بین المللی.

مثال های قابل ملاحظه در این باره عبارتند از: سازمان ملل متحد ، سازمان جهانی گمرک ، سازمان جهانی تجارت (WTO)

به بسیاری از سازمان های بین المللی مهم ومشهور ترین و مهم ترین انتشارات و اسناد آن ها در همین فصل اشاره خواهد شد.

**3-1 سازمان های غیر دولتی ( NGOs)**

**3-1-1اطاق های بازرگانی محلی و منطقه ای**

اطاق های بازرگانی محلی، ملی و منطقه ای اغلب دارای دپارتمان های بین المللی برای کمک به صادر کنندگان و وارد کنندگان می باشند. بسیاری از این اطاق ها به برگزاری سمینار ها اقدام می نمایند و به ارائه اطلاعات درباره تجارت و رویه های تجاری می پردازند. معمولا اطاق های بازرگانی ملی بزرگ و به خوبی تامین مالی شده و دارای بودجه مکفی، هیات ها و ماموریت های تجاری را به منظور کمک به صادر کنندگان جهت یافتن مشتریان، نمایندگان و توزیع کنندگان در بازارهای خارجی، ترتیب داده و سازمان دهی می نمایند. اولین اطاق بازرگانی در سال 1599 در شهر مارسی تشکیل گردید. از این فکر استقبال به عمل آمد و تاسیس اطاق های بازرگانی در قرن 18 و 19 با افتتاح اطاق بازرگانی در سال 1768 در نیویورک و در کلکته در سال 1834 و پاریس در سال 1873 گسترش پیدا کرد و امروزه تقریبا هر کشور بزرگ در جهان دارای یک اطاق بازرگانی فعال می باشد.

**3-1-2اطاق بازرگانی بین المللی (ICC):** **استانداردهای جهانی برای تجارت بین الملل اطاق بازرگانی بین المللی (ICC)**

**سازمان جهانی کسب و کار**

اطاق بازرگانی بین المللی (ICC) ، یک سازمان جهانی کسب و کار است که در پاریس مستقر میباشد . اطاق مزبور دارای اهمیت اساسی و مهم درتجارت بین المللی است. گرچه فعالیت های اطاق بازرگانی بین المللی وسیع و متنوع می باشد،، ولی نقش این اطاق به عنوان تدوین کننده استانداردهای متحدالشکل بانکی، حقوقی وتجارت بین المللی از اهمیت والائی برای صادر کنند گان و وارد کنندگان برخوردار است.

آن چه به ویژه دارای اهمیت میباشد این است که اطاق بازرگانی بین المللی قواعد حاکم بر اعتبار اسنادی در سطح جهان ( اعتبار نامه )را در قالب مقررات متحدالشکل اعتبارات اسنادی( UCP600 [[69]](#footnote-69) ) تدوین کرده است . به علاوه و از جنبه حقوقی، دیوان بین المللی داوری اطاق بازرگانی بین المللی [[70]](#footnote-70)مهمترین مرجع حل و فصل اختلافات بازرگانی خصوصی و غیر دولتی در جهان است. قواعد اینکوترمز یا اصطلاحات بین المللی بازرگانی تدوین شده توسط این مرجع، نظیر قاعده فوب و سیف، محتوای حقوقی مظنه های قیمتی را درمعاملات تجاری بین المللی تعریف می کند.

اطاق بازرگانی بین المللی از طریق گسترش و تشویق تجارت و سرمایه گذاری و بازار های باز برای کالاها و خدمات و نیز جریان آزاد سرمایه در بین کشورها ، به کسب و کار و تجارت جهانی کمک می نماید. این اطاق از نظام بخش خصوصی آزاد [[71]](#footnote-71) حمایت می نماید و خود تنظیمی[[72]](#footnote-72) کسب و کارها را تشویق می کند. این مرجع که در سال 1919 تاسیس گردیده ، یک سازمان غیر دولتی است که شبکه آن از بیش از شش میلیون شرکت های عضو و جوامع کسب و کاری در بیش از یکصد کشور تشکیل شده است.

تقریبا 90 کمیته ملی اطاق بازرگانی بین المللی در سراسر جهان، دست اندرکار ارائه نظرات اطاق به دولت های خود هستند و مقر اطاق در پاریس را در جریان مسایل کسب و کاری و تجاری ملی قرار میدهند. بخشی از بودجه اطاق بازرگانی بین المللی از طریق در آمدهای دریافتی از محل وجوه پرداختی بوسیله شرکت ها و اجتماعات کسب و کاری عضو کمیته های ملی اطاق و بخش دیگر از محل در آمد های ناشی از دریافتی های دیوان بین المللی داوری اطاق بابت هزینه های اداری تامین میگردد. در آمدهای دیگر از محل فروش مجموعه قواعد اطاق و سایر کتاب ها ( انتشارات اطاق بازرگانی بین المللی ) و برگزاری سمینار ها تامین می شود.

اطاق بازرگانی بین المللی از سال 1946 از موقعیت و مقام مشورتی در نزد سازمان ملل متحد برخوردار میباشد و نظرات مقبول و متفق القولی را درباره کسب و کار جهانی و از جمله در کشورهای صنعتی و در حال توسعه در اختیار آن سازمان قرار میدهد. در تاریخ سیزدهم ماه دسامبر سال 2016، مجمع عمومی سازمان ملل متحد، مقام ناظر را به اطاق اعطا نمود و بدین ترتیب این اطاق تنها سازمان کسب و کار ی در جهان است که مجاز به شرکت در جلسات و فعالیت مجمع عمومی سازمان ملل متحد به صورت ناظر میباشد. این اطاق هم چنین دارای روابط کاری نزدیک و تنگاتنگی با سازمان جهانی تجارتWTO)), سازمان همکاری اقتصادی و توسعه ((OECD و کمیسیون اروپا و سایر سازمان های بین دولتی و غیر دولتی می باشد.

نماینده ناظر دایم اطاق بازرگانی بین الملل نزد سازمان ملل متحد در نیویورک ، تحولات موثر بر کسب و کار و تجارت بین المللی در سازمان ملل متحد و سازمان های تخصصی وابسته به آن را پایش می نماید. این اطاق این اطمینان را حاصل می نماید که علائق یا دغدغه های کسب و کاری و تجاری بین المللی ، از طریق انتشار بیانیه های سیاستی مقر آن در پاریس و از طریق کمیته های ملی اطاق، به سمع و نظر و آگاهی دولت ها در سراسر جهان رسانده شود.

**خود تنظیمی یا خویش تنظیمی کسب و کار**

اطاق بازرگانی بین المللی نظامنامه ها یا مجموعه قواعداخلاقی داوطلبانه یا اختیاری[[73]](#footnote-73) یا شیوه نامه اخلاقی را برای کسب و کار و تجارت بین الملل تدوین می نماید. منشور کسب و کاری و تجاری اطاق جهت توسعه پایدار، شامل هشت اصل است که نشانگر کمک های کسب و کار به اهداف توسعه پایدار سازمان ملل متحد[[74]](#footnote-74) می باشد. مجموعه مقررات بازاریابی و تبلیغات اطاق،[[75]](#footnote-75) شامل نظامنامه یا شیوه نامه اخلاقی در مورد بازاریابی مستقیم، تبلیغات، ترویج وگسترش فروش، پژوهش بازاریابی، تبلیغات زیست محیطی و حمایت مالی[[76]](#footnote-76) میباشد. اطاق بازرگانی بین الملل هم چنین قواعد ضد یا مبارزه با فسادو ارتشا و رویه های تجاری و کسب و کاری غیر اخلاقی در تجارت بین الملل را با تجدید نظر ها مربوطه در سال های 1999 و 2005 انتشار داده است.

**کمیسیون ها و کار گروه ها ی اطاق بازرگانی بین المللی( گروه های ویژه)**

کمیسیون های تخصصی اطاق بازرگانی بین المللی، جلسات منظمی را به منظور بررسی مسایل موثر بر تجارت و کسب و کار بین المللی تشکیل میدهند. در این کمیسیون ها ، طیف وسیعی از موضوعات ، از جمله مسایل بانکی، حقوقی ، رویه های تجاری، سیاست رقابتی، مسئولیت شرکت ها و موضوعات ضد فساد، تسهیل تجاری و گمرکی، اقتصاد دیجیتالی، محیط زیست و انرژی، مالکیت فکری ( معنوی)، بازاریابی و تبلیغات، مالیات و سیاست سرمایه گذاری و تجاری مورد بحث قرار میگیرد. این کمیسیون های سیاستی در واقع عبارتند از کمیته های بین المللی مرکب از کارشناسان ارشد تجاری و کسب و کاری از جمله بازرگانان، وکلا و حقوقدانان، متصدیان حمل و نقل و بانکداران و سایر متخصصین. هنگامیکه یک کمیسیون تصمیم به اجرای یک پروژه می گیرد، به ایجاد کمیته فرعی مبادرت می ورزد که به نام گروه ضربت یا گروه کاری ویژه برای انجام آن وظیفه معروف می باشد.

اغلب اسناد و قواعد کلیدی و مهم اطاق بازرگانی بین المللی، ثمره محصول همین کمیسیون ها و گروه ها ی ویژه یا ضزبت می باشند. برای مثال تجدید نظر در قواعد اینکوترمز یا مقررات متحد الشکل اعتبارات اسنادی یا UCP[[77]](#footnote-77) ، ابتدا به یک گروه کار ویژهِ متشکل از کارشناسان ، به عنوان گروه تهیه کننده پیش نویس این تجدید نظر، محول میگردد.پیش نویس تهیه شده این گروه که حاوی متن تجدید نظر شده می باشد ، از طریق کمیته های ملی اطاق در سطح بین المللی توزیع می گردد و سپس نظرات در مورد آن ها به همان گروه ویژه منعکس میگردد و زمانی که پیش نویس نهایی در گروه و متعاقبا در کمیسیون به تصویب برسد، این سند برای تصویب به هیات رئیسه اطاق تسلیم میشود.

**خدمات ضد جرم یا ضد تقلب تجاری اطاق بازرگانی بین المللی**

این سازمان یک سازمان اصلی یا مادر[[78]](#footnote-78) است که دارای سه واحد از اطاق بازرگانی بین المللی میباشد. این واحد هاجنبه های مختلف جرایم موثر بر تجارت و کسب و کار را مورد بررسی قرار میدهند. سه واحد مزبورعبارتند از:

1. دفتر دریانوردی بین المللی. این واحد به تمامی انواع جرایم دریائی از جمله کلاهبرداری، دزدی بار وسرقت به طور کلی می پردازد.؛
2. دفتر بررسی مالی. این دفتر، خدماتی را در طیف وسیع به منظور مبارزه با کلاهبرداری ، جرایم مالی و پول شوئی در اختیار بانکداران، بخش خدمات مالی و سرمایه گذاران قرار میدهد؛
3. دفتر اطلاعاتی[[79]](#footnote-79) مربوط به جلوگیری از تقلب و جعل . این دفتر به شرکت ها کمک می نماید که از جعل و ساخت غیر قانونی محصولات آن ها توسط دیگران جلوگیری به عمل آید.

**فدراسیون جهانی اطاق ها [[80]](#footnote-80)**

این فدراسیون بخشی از اطاق بازرگانی بین المللی است که به جامعه جهانی اطاق های بازرگانی خدمت مینماید. بیش از دوازده هزار اطاق های بازرگانی محلی، ملی، دو جانبه و فراملی از سراسر جهان با این فدراسیون بر روی طیف وسیعی از پروژه ها و به مناسبت ها ی مختلف کار می کنند.

کنگره اطاق های بازرگانی جهانی این فدراسیون، تنها مرجع ومجمع بین المللی است که در آن رهبران و مدیران اجرائی اطاق ها با یکدیگر ملاقات می کنند و به تبادل تجربیات کاری و ایجاد شبکه ها مبادرت می ورزند و درباره حوزه های جدید ابتکارات در زمینه مفید ماندن برای شرکت ها در مناطقشان، از یکدیگر می آموزند. این کنگره هر دو سال یکبار در مناطق مختلف جهان برگزار میگردد.

فدراسیون اطاق های بازرگانی جهان هم چنین نظام کارنه [[81]](#footnote-81)( جواز ورود موقت کالا) و زنجیره تضمین آن برای واردات موقت عاری از پرداخت حقوق و عوارض گمرکی را مدیریت می نماید. تقریبا 85 کشور جهان از کارنه ATA برای ورود موقت نمونه های بازرگانی، تجهیزات حرفه ای و کالاها برای استفاده درنمایشگاه های بین المللی و رخدادهای مشابه استفاده می نمایند. فدراسیون اطاق های بازرگانی جهانی ، هم چنین با هدف تقویت نقش مهم اطاق های بازرگانی در حمایت از تجارت بین المللی، فعالانه از اقدامات این اطاق ها در زمینه صدور گواهی مبدا ، و تدوین راهنماهای بین المللی و همکاری با آژانس هایی نظیر سازمان جهانی گمرک و سازمان های تجاری منطقه ای ، پشتیبانی می نماید.

**انتشارات اطاق بازرگانی بین المللی**

انتشارات اطاق بازرگانی بین المللی، بازوی انتشاراتی این اطاق است. خدمات انتشاراتی اطاق، منابع ذیقیمتی را برای کسب و کار و تجارت بین الملل فراهم می آورد. این نشریات برای بانکداران، حقوقدانان و وکلا، داوران و مقامات و افراد دست اندرکار در تجارت فرامرزی بسیار ارزشمند می باشدو محتوای آن ها از کار و مطالعات کمیسیون اطاق بازرگانی بین المللی وموسسات و کارشناسان بین المللی نشات میگیرد.

فهرست انتشارات اطاق شامل سه طبقه وسیع است که عبارتند از: قواعد و استانداردهای اطاق بازرگانی بین المللی ، دستور العمل های راهنمای کاربردی و آثار و کارهای مرجع. ترجمه این آثار به زبان های محلی نیز از طریق کمیته های ملی اطاق، در دسترس می باشند. برای اطلاع بیشتر لطفا به سایت زیر مراجعه فرمایید.

https//iccwbo.org/about-us/global-network/regional-offices/

دریافت انتشارات اطاق بازرگانی بین المللی را می توان مستقیما به آدرس زیر نیز سفارش داد.

[www.storeiccwbo.org](http://www.storeiccwbo.org)

این وب سایت یک چشم انداز کاملی از تمام انتشارات و کتاب های الکترونیکی موجود، را ارائه میدهد.

**3-1-3 سایر سازمان های غیر دولتی درتجارت بین الملل**

**انجمن بین المللی حمل و نقل هوائی ( یاتا )[[82]](#footnote-82)**

یاتا یا سازمان تجاری خطوط هوائی جهان، دارای نقش مهمی در ساده سازی و استاندارد سازی اسناد حمل و نقل هوائی نظیر راه نامه ها[[83]](#footnote-83) داشته است. اطلاعات بیشتر در باره یاتا را می توان از وب سایت زیر به دست آورد. www.iata .org

**فدراسیون بین المللی انجمن های ترتیب دهندگان حمل بار "فورواردهای بار"یا فیاتا**

این سازمان جهانی، استانداردها و کیفیت مربوط به وظیفه ترتیب دهندگان یا فورواردر های حمل بین المللی بار( کارگزار فرست ها)را تدوین می نماید. استفاده ازبرخی از اسناد این سازمان( فیاتا)، نظیر بارنامه فیاتا در تجارت بین الملل حتمی و ضروری شده اند. دستور العمل یا راهنمای ترخیص گمرکی این سازمان، یکی دیگر از ابزار حرفه ای منبع .مرجع درمحافل حمل ونقل است. اطلاعات بیشتر درباره این سازمان را می توان از وب سایت زیر به دست آورد.

www. fiata.com

**کمیته بین المللی دریانوردی( [[84]](#footnote-84)( CMI**

سازمانی است که در سال 1897 در بروکسل پایتخت بلژیک تاسیس گردید و هدف آن یکسان سازی و متحد الشکل کردن حقوق دریا نوردی و تجارت [[85]](#footnote-85) ، گمرک دریایی ، عرف هاو رویه ها می باشد. بین سال های 1910 و 1971 کار این سازمان به تدوین 18 کنوانسیون و پروتکل های بروکسل در مورد حقوق دریا نوردی و از جمله قسمت های مهم و کلیدی مقررات بین المللی درباره بارنامه که به آن ها قواعد لاهه و قواعد لاهه- ویزبی ( Hague- visby ) گفته میشود ، منجر شده است. اطلاعات بیشتر را می توان از وب سایت زیر به دست آورد. [www.comitemaritime](http://www.comitemaritime). Org

**اتحادیه حمل و نقل جاده ای (IRU )[[86]](#footnote-86)**

یک فدراسیون بین المللی مستقر در شهر ژنو متشکل از اپراتورهای ( راننده های) خود رو های جاده ای. از وظایف مهم این سازمان اداره نظام گمرکی تیر ( TIR) است که به موجب آن کامیون ها و بارکش های در حال ترانزیت می توانند از مرز کشورها بدون اجبار به انجام تشریفات کامل گمرکی عبور نمایند.

اطلاعات بیشتر در مورد این اتحادیه را را می توان از سایت زیر به دست آورد.

www.iru.org

3-2 **سازمان های بین دولتی در تجارت بین الملل**

**-3-2-1 - کمیسیون حقوق تجارت بین الملل سازمان ملل متحد ( UNCITRAL )** [[87]](#footnote-87)

ارگان حقوق بین الملل خصوصی سازمان ملل متحد که مرکز آن در شهر وین قرار دارد. این کمیسیون عمدتا بر روی اسنادی کار میکند که هدف آنها این است که به صورت بخشی از حقوق بین الملل یا حقوق ملی در آیند. نظیر معاهدات، کنوانسیون ها وقوانین مدل و متحد الشکل. این کمیسیون از جمله سایر اسناد، یک کنوانسیون بین المللی را برای تضمین های مستقل بانکی و یک قانون مدل را برای تبادل داده های الکترونیکی تصویب نموده است. شاید مهمترین خدمت این کمیسیون به تجارت بین الملل، تدوین کنوانسیون وین درباره قرار دادهای فروش یا بیع بین المللی کالا باشد که پیش نویس آن در سال 1981 با تمام رسید و در سال 1988 به مرحله اجرا در آمد.ه است. قواعد این کمیسیون جهت داوری بین المللی تجاری نیز جایگزینی برای سایر نظام های داوری و قضائی تلقی می گردد.

نشانی وب سایت این کمیسیون به شرح زیر است: www.uncitral.org

**3-2-2 موسسه بین المللی متحد الشکل سازی حقوق تجارت خصوصی ( UNIDROIT** ( [[88]](#footnote-88) این موسسه در جامعه ملل ، به عنوان یک سازمان بین المللی تاسیس گردید و مقر آن در شهر رم قرار دارد. ی موسسه ونیدوروا ، پس از تاسیس سازمان ملل متحد به وجود مستقل خود ادامه داد. موسسه مزبور در سال های اخیر در زمینه مطالعه در باب موضوعات حقوق بین الملل خصوصی تجاری مربوط به اجاره، نمایندگی، قراردادهای فرانشیز و بازرسی قبل از حمل، به منظور پیشنهاد کنوانسیون های بین المللی حقوقی لازم و ضروری فعال بوده است.

اطلاعات بیشتر درباره این موسسه را میتوان از وب سایت زیر به دست آورد:

www.unidroit.org

**3-2-3 اتحادیه جهانی گمرک ( WCO )**

این اتحادیه که مقر آن در شهر بروکسل واقع است و قبلا به نام شورای همکاری گمرکی نامیده می شد ، یک سازمان بین دولتی صلاحیتدار در امور گمرکی است. اعضای آن از ادارات گمرکی ملی تشکیل می شوند که با یکدیگر جهت اعتلای کارآئی فرایند گمرکی همکاری می نمایند، اطلاعات بیشتر درباره این اتحادیه را می توان از منبع زیر به دست آورد.

[www.wcoomd](http://www.wcoomd). org

**3-2-4- مرکز تجارت بین الملل (ITC ) انکتاد /سازمان جهانی تجارت**

این مرکز که مقر آن در شهر ژئو قرار دارد، محصول همکاری بین انکتاد و سازمان جهانی تجارت است. انکتاد، آژانس اصلی سیستم سازمان ملل متحد برای کمک صادراتی به کشورهای در حال توسعه میباشد و مرکز تجارت بین الملل (ITC) انکتاد ، ابزار مخصوص آموزشی و اطلاعاتی را در زمینه تجارت بین الملل در اختیار کشورهای در حال توسعه قرار میدهد. این مرکز هم چنین طیف وسیعی از برنامه های آموزشی را برای صادر کنندگان و وارد کنندگان و هم چنین مربیان اطاق های بازرگانی محلی، ارائه میدهد. علاوه بر این، مرکز مزبور راهنماهای صادراتی متعدد و کاملی را نیز با تمرکز بر حوزه های خاص تجارت مانند بسته بندی، بازار یابی یا توسعه صادرات منتشر می نماید.

نشانی وب سایت این مرکز به شرح زیر است: [www.intracan.org](http://www.intracan.org)

خود آزمایی فصل سوم : سازمان های بین المللی

**صحیح/ اشتباه**

**1-اطاق بازرگانی بین المللی(ICC) یک سازمان بین دولتی است.**

**2-اطاق های بازر گانی معمولا خصوصی یا سازمان های غیر دولتی هستند.**

1. **بارنامه های فیاتا (FIATA)، معمولا در تجارت بین الملل مورد استفاده قرار میگیرد.**
2. **یونیدروا (UNIDROIT)، یک سازمان بین دولتی است.**
3. **سازمان جهانی تجارت (WTO)، یک سازمان غیر دولتی است.**

**پاسخ ها:**

**1= اشتباه**

**2- صحیح**

**3-صحیح**

**4-صحیح**

**5-اشتباه**

**فصل چهارم**

**قواعد اینکوترمز سال 2010:**

**اصطلاحات استاندارد تجاری بین المللی**

**خلاصه**

قواعد اینکوترمز سال [[89]](#footnote-89)2010 اصطلاحات استاندارد تجاری بین المللی میباشند که صادر کنندگان را قادر می سازد که به ارائه مظنه یا پیشنهاد قیمت، شامل قیمت کالا ، طرز تقسیم خطرات( ریسک های )حمل ونقل بین المللی بین فروشنده و خریدار می پردازد . موضوع مسئولیت های بیمه ای “بر طبق قواعد سیف(CIF) و سیپ “(CIP) و مسئولیت پرداخت حقوق و عوارض گمرکی و تشریفات گمرکی نیز در قواعد اینکو ترمز پوشش داده شده است. قواعد اینکوترمز هر چند وقت یکبار بوسیله اطاق بازرگانی بین المللی مورد تجدید نظر واقع می شود. در آخرین ویرایش تا تاریخ چاپ این کتاب یازده قاعده اینکوترمز وجود دارد. [[90]](#footnote-90)

برخی از این قواعد برای استفاده در حمل و نقل دریائی یا آب های داخلی مناسب هستند . این قواعد عبارتند از:

FAS تحویل کالا در کنار کشتی

FOB تحویل کالا روی عرشه کشتی

CFR قیمت کالا و کرایه تا بندر مقصد

CIF قیمت کالا، بیمه و کرایه تا بندر مقصد

بقیه قواعد اینکوترمز جهت تمام شیوه های حمل مناسب میباشند. این قواعد عبارتند از:

EXW EXWORK تحویل کالا در محل کار صادر کننده یا محل دیگربا ذکرنام محل تحویل

FCA تحویل کالا در محل مقرر به حمل کننده با ذکرنام محل تحویل

CPT پرداخت کرایه حمل تا مقصد با ذکرنام محل مقصد

CIP پرداخت کرایه حمل و بیمه کالا تا مقصدبا ذکر نام محل مقصد

DAT تحویل کالا در پایانه تعین شده در مقصد[[91]](#footnote-91)

DAP تحویل کالا در محل مقرر در مقصد

DDP تحویل کالا در محل مقرر در مقصد با ترخیص و پرداخت حقوق و عوارض گمرکیبا ذکر نام محل مقصد

4-1- **مقدمه**

* 1. **4 تعریف**

اینکوترمز یا اصطلاحات بین المللی بازرگانی، عبارتند از اصطلاحات استاندارد تجارت بین الملل که توسط اطاق بازرگانی بین المللی تدوین شده و در حد وسیعی بوسیله سه حرف مخفف اصطلاح ، نظیر ا ف سی اِ (FCA ) و سیف (CIF ) شناخته شده اند. اصطلاحات تجاری عوامل لازم و ضروری در یک قرارداد فروش بین المللی خوب تنظیم یافته می باشند. زیرا به اطلاع خریدار می رسانند که قیمت فروش شامل کدام هزینه از نقطه نظر هزینه حمل، خطر یا ریسک از بین رفتن یا وارد آمدن خسارت به محموله و مسئولیت های بیمه ای و حقوق و عوارض گمرکی است.

هنگامیکه یک قاعده اینکو ترمز به درستی و با تلفیق با نام یک محل به کار رود، این قاعده به خریدار اطلاع میدهد که فروشنده در چه محلی کالاها را تحویل خواهد داد . -یا اینکه آن ها را به متصدی حمل تحویل میدهد. در نتیجه برخی اوقات بازرگانان به این قواعد " شرایط حمل[[92]](#footnote-92)" یا شرایط تحویل[[93]](#footnote-93) » میگویند. به نظر اطاق بازرگانی بین المللی ، شرایط تجاری یا بازرگانی [[94]](#footnote-94)، یک تعریف دقیقتری است زیرا اینکوترمز تنها به مسئولیت های حمل و نقل نمی پردازد.

در قرار داد های فروش از اینکوترمزجهت تعیین و تقسیم مسئولیت ها بین یک فروشنده و یک خریدار استفاده می شود. آنچه مهم است این است که نبایستی قواعد اینکوترمز را با شرایط مورد استفاده در قرارداد های حمل بین ارسال کننده و حمل کننده کالا - مثل قرار داد خطوط منظم کشتی رانی - که وظایف بین یک حمل کننده و یک ارسال کننده را تعیین می نماید، مخلوط کرد. قواعد اینکوترمز به ویژه عوامل کلیدی قرارداد بین فروشنده و خریدار را مشخص می نمایند که عبارتند از:

**هزینه های حمل**،

**مسولیت خطر از دست رفتن یا وارد آمدن خسارت به کالاهای در حال حمل،**

مسئولیت های مربوط به بیمه کردن( در مورد قاعده سیف ) (CIF) و و قاعده سیپ (CIP )،

مسولیت ترخیص گمرکی صادرات و واردات و پرداخت حقوق و عوارض گمرکی و

وظایف مربوط به کمک به دادن اطلاعات.

به این مثال توجه فرمایید: اگر یک فروشنده در برلین به یک خریدار در پکن اطلاع دهد که قیمت کالائی هزار یورو می باشد، خریدار هنوز نمیداند که این کالا در کجا تحویل داده خواهد شد؟ چه کسی هزینه حمل از برلین تا پکن را خواهد پرداخت؟ چه کسی مسئوول ترخیص کالا از گمرک ها و پرداخت هزینه بیمه یا حقوق و عوارض گمرکی خواهد بود. با اضافه کردن یک قاعده اینکوترمز و نام یک محل، مثل یکهزار یورو برای هر واحد و بر طبق قاعده اینکو ترمز DPP ، یا تحویل پکن، تمام این مسائل روشن و حل میگردد.

در آخرین تجدید نظر در قواعد اینکوترمز که در این اواخر به وقوع پیوست[[95]](#footnote-95) اکنون یازده قاعده اینکوترمز وجود دارد. یک راه برای تجسم وتصور فرایند عملکرد اینکوترمز این است که آن را به صورت یک نردبان که در هر پله آن به مسئولیت صادر کننده افزوده میگردد، در نظر بگیریم. نر دبانی که پله های آن از محل کار فروشنده یا صادر کننده شروع و به محل کار خریدار خاتمه می یابد. بنابراین حداقل مسئولیت برای فروشنده یا صادر کننده ، در اعمال قاعده EXW Exworks یاتحویل کالا در محل کار صادر کننده، وجود دارد و از این قاعده معمولا زمانی استفاده می شود که فرایندتحویل در کارخانه یا انبار فروشنده صورت می گیرد. خریدار دریک معامله تحت این قاعده، میداند که هیچ چیز اضافی به صورت هزینه حمل، ترخیص گمرکی یا بیمه، در قیمت فروش کالا گنجانده نشده است و خود او باید این هزینه ها را بپردازد . بنابراین به موجب این قاعده خریدار بایستی تمام اقدامات مربوط به حمل کالا و تشریفات گمرکی را خود یا نماینده اش انجام دهد. بر عکس در آخرین پله این نردبان قاعده DDP - تحویل کالا در محل مقرر در مقصد با ترخیص و پرداخت حقوق و عوارض گمرکی- قرار دارد. این قاعده مبین حداکثر مسئولیت برای فروشنده است . زیرا معمولا تحویل درمحل کار خریدار صورت می گیرد. خریداری که این قاعده را در قرار داد فروش قبول کند، میداند که قیمت پیشنهادی شامل تمام هزینه های حمل، خطر ها ( ریسک ها ) وحقوق و عوارض گمرکی و تشریفات و ترخیص گمرکی تا مقصد نهانی می باشد.

این نکته بایستی مد نظر باشد که قاعده اینکوترمز EXW و قاعده اینکوترمز DDP، مشکلات ویژه ای را برای طرفین قرار داد ایجاد می نمایند و بایستی از آن ها فقط با در نظر گرفتن هشدارهای مندرج در یادداشت های راهنمای همراه با قواعد اینکوترمز استفاده نمود.

در اینکو ترمز 2010 در بین دو قاعده اینکوترمز EXW - تحویل کالا در محل کارصادر کننده - و قاعده اینکوترمز DDP - تحویل کالا در محل مقرر در مقصد با ترخیص و پرداخت حقوق و عوارض گمرکی)- تعداد نه قاعده اینکوترمز دیگر وجود دارد که نشانگر طیفی از گزینه ها برای تقسیم مسئولیت های مربوط به هزینه و خطرات ( ریسک ها ) بین طرفین قرار داد می باشد.

قواعد اینکوترمز به دو گروه مشخص به شرح زیر تقسیم میگردند: قواعد اینکوترمز که از آنها منحصرا در حمل دریائی ( دریا یا آب های داخلی کشورها ) استفاده می شود، و قواعد اینکوترمز مورد استفاده در تمام شیوه های حمل :

قواعد اینکوترمز گروه اول یا قواعد مورد استفاده در حمل دریائی و آب های داخلی کشورها عبارتند از:

FAS یاتحویل کالا در کنار کشتی با ذکر نام بندرحمل ،

FOB یا تحویل کالا روی عرشه کشتی با ذکر نامبندر حمل ،

CFR ی قیمت کالا و کرایه تا بندر مقصد با ذکر نام بندر مقصد،

CIF یا قیمت کالا، بیمه و کرایه تا بندر مقصد با ذکر نام بندر مقصد ،

قواعد اینکوترمز گروه دوم یا قواعد اینکوترمز مربوط به تمام شیوه های حمل ونقل عبارتند از:

EXW یاتحویل کالا در محل کارصادر کننده با ذکر نام محل تحویل،

FCA یاتحویل یا تسلیم کالا درمحل مقرر به حمل کننده با ذکر نام محل تحویل،

CPT یا پرداخت کرایه حمل کالا تا مقصدبا ذکر نام محل مقصد ،

CIP یاپرداخت کرایه حمل و بیمه کالا تا مقصد با ذکر نام محل مقصد ،

DAT یا تحویل کالا درپایانه تعیین شده در مقصدبا ذکر نام پایانه دربندر یا محل مقرر در مقصد، [[96]](#footnote-96)

DAP یا تحویل کالا در محل مقرر در مقصد با ذکر نام محل مقصد ،

DDP یا تحویل کالا در محل مقرر در مقصد با ترخیص و پرداخت حقوق و عوارض گمرکی با ذکر محل مقصد .

4-1-2 **قواعد اینکوترمز مخصوص حمل دریائی**

از چهار قاعده ازیازده قاعده اینکو ترمز 2010 ، بایستی فقط در مورد حمل دریائی و آب های داخلی کشور ( حمل بندر به بندر ) استفاده نمود. این چهار قاعده اینکوترمز به شرح زیر می باشند:

1. قاعده اینکوترمز FAS یا تحویل کالا درکنار کشتیبا ذکر نام بندر حمل
2. قاعده اینکوترمز FOB ( قوب ) یا تحویل کالا روی عرشه کشتی با ذکر نام بندر حمل
3. قاعده اینکوترمز CFR یا قیمت کالا و کرایه تا بندر مقصد با ذکر نام بندر مقصد
4. قاعده اینکوترمز CIF ( سیف ) یا قیمت کالا باضافه هزینه بیمه و کرایه تا بندر مقصد.

برخی از دست اندرکاران در تجارت بین الملل و بازرگانان ، قواعد اینکوترمز مخصوص حمل دریائی و آب های داخلی مثل قاعده فوب و سیف را اشتباها برای غیر حمل دریایی و آب های داخلی نظیر حمل جاده ای کانتینری و یا حمل هوائی به کار می برند. از این رویه بایستی احتراز به عمل آید. زیرا قواعد اینکوترمز FAS، FOB، CFR و CIF اختصاصا برای حمل دریائی و حمل درآب های داخلی کشور تدوین شده اند که اغلب در مورد فروش کالاهای فله ای و فروش های متعدد کالاهای در حال ترانزیت[[97]](#footnote-97) با واسطه های متعدد بین فروشنده و خریدار کاربرد دارند، بنابراین یک فروشنده که قاعده اینکوترمز CFR یا CIF را پذیرفته، ملزم است -مگر در صورتیکه طرفین به طرز دیگری توافق شده باشد- ، یک سند حمل را تهیه نماید که " خریدار را قادر می سازد که بتواند کالاهای در حال حمل را از طریق انتقال آن سند و یا اعلام به حمل کننده به خریدار بعدی بفروشد." در نتیجه برای مثال، اگر فروشنده ای از قواعد اینکو ترمز مخصوص حمل دریائی استفاده نماید، ولی محموله را به طریق هوائی ارسال کند ، قرار داد را نقض کرده خواهد بود. البته ممکن است که خریداران همیشه به این نقض اسنادی اعتراض ننمایند، اما این نحوه عمل دارای تبعات خطرناک قانونی است. متقن ترین و شایسته ترین رویه این است که از تمایز قایل شده اطاق بازرگانی بین المللی بین قواعد قواعد اینکوترمز عمومی و مناسب برای هر نوع شیوه حمل و قواعد اینکوترمز که انحصارا جهت حمل دریائی، تدوین شده است پیروی گردد. به علاوه باید در همین ارتباط توجه داشت که در قواعد اینکوترمز 2010، به طرفین قرارداد توصیه می شود که در حمل دریائی کانتینری از قاعده اینکوترمز FCA و نه قاعده اینکوترمز FOB استفاده نمایند.

**شکل 2-4 : اینکو ترمز به نحو اجمال- قواعد مخصوص حمل دریایی**

جا برای شکل 2-4

**4-1-3 قواعد اینکوترمز مناسب برای تمام شیوه های حمل**

قواعد زیر می توانند صرفنظر از نوع شیوه حمل انتخابی مورد استفاده قرار گیرند. بایستی توجه داشت که از این قواعد هم چنین می توان در مواردی که از یک کشتی برای قسمتی از حمل استفاده شود، نیز استفاده کرد:

EXW EX WORKS تحویل کالا در محل کار یا محل انتخابی فروشنده ،

FCA تحویل کالا در محل مقر به حمل کننده با ذکر نام محل تحویل،

CPT پرداخت کرایه حمل کالا تا مقصدبا ذکر نام محل مقرر در مقصد،

CIP پرداخت کرایه حمل و بیمه کالا تا مقصدبا ذکر نام محل مقرر در مقصد،

DAT تحویل کالا در پایانه تعیین شده در مقصد[[98]](#footnote-98)با ذکر نام پایانه در بندر یا در محل مقرر در مقصد،

DAP تحویل کالا در محل مقرر در مقصدبا ذکر نام محل مقرر در مقصد،

DDP تحویل کالا در محل مقرر درمقصد با ترخیص و پرداخت حقوق و عوارض گمرکی

**4-1-4 گنجاندن قاعده مورد نظر اینکوترمز در قرار دادها**

قاعده اینکوترمز مورد نظر بایستی صراحتا در قرار دادهای فروش گنجانده شود. برای مثال یکهزار یورو برای یک واحد و اینکوترمز فوب 2010( FOB ) رو تر دام .یک راه برای انجام این کار ، عبارت است از اضافه کردن قاعده مورد نظر اینکوترمز به اعلام قیمت و / یا محل تحویل ( مانند مثال قبل ). راه دیگر این است که در تمام فرم ها ی نمونه اسناد، متن از قبل چاپ شده زیر آورده شود:

« تمام معاملات مو ضوع این سند، مشمول قاعده اینکوترمز 2010 می باشند." توصیه می شود که به منظور اجتناب از سردرگمی و پیچیدگی، نام مکان مقرر تا آنجا که امکان دارد به نحو صریح وروشن قید شود.

**4-1-5 آیا استفاده از قواعد اینکوترمز را قانون الزامی می کند؟**

قواعد اینکوترمز ساخته و پرداخته و محصول قرار داد و عرف تجاری است و قانونی نمی باشند. این قواعد بوسیله اطاق بازرگانی بین الملل که یک سازمان خصوصی غیر دولتیِ مشوق و تسهیل کننده تجارت بین الملل می باشد، تدوین شده است. بنابراین قانون به معنای دقیق کلمه، رعایت قواعد اینکوترمز را اجباری نمیداند و استفاده از آن ها اختیاری است. اگر دو طرف معامله بخواهندکه این قواعد را مستثنی نمایند و یا بخواهند که شرایط بسیار دقیق تر خودشان درباره تحویل و یا خطرات یا ریسک حمل و نقل را تدوین نموده و در قرار داد بگنجانند، آن ها می مختارند و این اقدام آن ها خلاف قانون نخواهد بود.

اگر طرفین قرار داد برای مثال از قاعده ای نظیر قاعده اینکوترمز FCA یا FOB استفاده نمایند، ولی از درج صریح نام قاعده در اسناد مربوطه قصور ورزند، وضع مبهم می شود . به همین دلیل است که اطاق بازرگانی بین المللی ارجاع دادن صریح به قاعده اینکوترمز را قویا توصیه می نماید.

با اینهمه دادگاه ها به طور فزاینده ای به قواعد اینکوترمز به عنوان بیانگر معتبر عرف تجاری در معالات تجاری، حتی در غیاب یک ارجاع صریح به آن ها، اشاره می نمایند. برای مثال دادگاه ها در ایالات متحده آمریکا و آلمان رای داده اند که قواعد اینکوترمز با معاملات تحت شمول مقررات کنوانسیون وین درباره قراردادهای فروش کالاها) (CISG[[99]](#footnote-99) عجین هستند . به علاوه اگر عرف تجاری یا صنعتی یا داد و ستدهای قراردادی سابق ، قواعد اینکوترمز را قبول داشته باشند، در آنصورت حتی در غیاب ارجاع خاص و صریح در قرار داد فروش، می توان این قواعد را اعمال نمود. در بسیاری از نظام های حقوقی وزن و اهمیت بزرگی به عرف تجاری داده می شود و در آن نظام ها این فرض و استنباط می تواند وجود داشته باشد که قواعد اینکوترمز یک عرف بین المللی تجاری را تشکیل میدهند. قضات و داوران می توانند حتی در صورت نبود ارجاع صریح به قواعد اینکوترمز ، از این قواعد به عنوان امر بدیهی قضایی در حل و فصل دعاوی استفاده نمایند. مع هذا شایسته است که ارجاع صریح به عمل آید. اما این امکان نیز وجود دارد که اگر طرفین قرار داد در گنجاندن قاعده اینکوترمز در قرار داد فروش قصور ورزئد، برای آن ها تجب آور باشد که ملاحظه نمایند که تفسیر حقوقی ملی، اعمال این قواعد را تجویز نموده است.

**تحول و تَطَوُر قواعد اینکوترمز درطی سالها**

**1-سال 1923**

در این سال اطاق بازرگانی بین المللی، برای اولین بار اصطلاحات تجاری بین المللی یا اینکو ترمز که موارد استفاده زیاد داشت را مورد مطالعه قرار داد و تفسیر های مختلف درباره این اصطلاحات را ارائه نمود.

2- **سال 1928**

در این سال، دومین مطالعه درباره قواعد اینکوترمز در جهت ایضاح این قواعد در بیش از 30 کشور گسترش پیدا کرد.

3-**سال 1936**

در این سال اطاق بازرگانی بین المللی اولین ویرایش قواعد اینکوترمز، حاوی شش قاعده مربوط به حمل دریائی را منتشر نمود.

1. **سال 1953**

در ا ویرایش این سال در پاسخ به افزایش حمل کالا بوسیله راه آهن بر اثر جنگ دوم جهانی، سه قاعده اینکو ترمز مخصوص حمل غیر دریایی تدوین گردید که عبارت بودند از قواعد اینکو ترمز FOR, FOBوDCP

**5-سال 1967**

در این سال اطاق بازرگانی بین المللی سومین ویرایش قواعد اینکوترمزT شامل دو قاعده جدید را انتشار داد که عبارتند از قاعده اینکوترمز DAF یا تحویل در مرز و قاعده اینکوترمز DDP ( تحویل در کشور مقصد )

1. **سال 1976**

در این سال چهارمین ویرایش قواعد اینکوترمز به معرفی قواعد جدید جهت پایان دادن به سردرگمی مربوط به تفسیر قاعده فوب در مورد حمل هوائی پرداخته است.

1. **سال 1980**

در این سال قاعده FRC ( قیمت کالا،و کرایه تا بندر مقصد ) و فرایندهای اسناد جدید به منظور پاسخگوئی به افزایش حمل کانتینری[[100]](#footnote-100) معرفی شد.

7- **سال 1990**

در این سال اطاق بازرگانی بین المللی از اینکوترمز 1990 پرده بر داشت .این ویرایش منعکس کننده رویه های تجاری معاصر در تجارت بین الملل و مورد استفاده در حمل و نقل بین المللی است. در ویرایش مزبور قاعده اینکوترمز FRC به قاعده FCA تبدیل میگردد. تغییرات دیگر عبارتست از مقررات مربوط به استفاده از پیام های الکترونیکی.

8- **سال 200** در این سال انتشار اینکوترمز 2000 صورت می گیرد که شامل تغییرات عمده در بخش تحویل است که قاعده FCA را واضح تر و استفاده از آن را آسانتر می نماید.

**9-سال 2010**

در این سال اطاق بازرگانی بین المللی اینکوترمز 2010 را منتشر می نماید. در این ویرایش تعداد قواعد اینکوترم از 13 قاعده به یازده قاعده شامل دو قاعده جدید ، صرفنظر از شیوه حمل و نقل مورد توافق ، کاهش پیدا کرد. قواعد اینکوترمز 2010 تغیرات دیگری را نیز در جهت منعکس ساختن چشم انداز تجاری معاصر شامل تدابیر مربوط به اعتلای همکاری بین طرفین قرارداد و جرح و تعدیل ها راجع به فروش کالا و معاملات داخلی را نیز در بر دارد.[[101]](#footnote-101)

**4-1-6 تدوین قواعد اینکوترمز**

در اوایل قرن بیستم در تجارت بین الملل یک مشکل نا راحت کننده ای بوجود آمده بود. این مشکل عبارت از این بود که کشورهای عمده تجاری ، تعاریف حقوقی مختلفی درباره اصطلاحات تجاری خیلی مصطلح و با کار برد زیاد مثل فوب و سیف داشتند. اطاق بازرگانی بین المللی با تاسیس یک کار گروه ، در صدد رفع این مشکل بر آمد و اصطلاحات بازرگانی یا قواعد اینکوترمز را از طریق انجام مطالعات درباره رویه های تجاری بین المللی جاری استنتاج نمود و در نتیجه اولین ویرایش قواعد اینکوترمز در سال 1936 انتشار یافت. البته قبلا هم کوشش های متعددی جهت هم آهنگسازی تعریف اصطلاحات بازرگانی صورت گرفته بود، ولی انتشار قواعد اینکوترمز سالِ 1936 اطاق بازرگانی بین المللی، اولین انتشاری بود که با قبولی و استقبال وسیع تجاری مواجه شد. ویرایش های بعدی به ترتیب در سال های 1952، 1967، 1976،،1980, 2000، 2010 انجام شده است. [[102]](#footnote-102)

**4-1-7 موضوع اعتبار یا عدم اعتبار ارجاع قواعد اینکوترمز قبلی در قراردادها**

برخی اوقات این سئوال به ذهن دست اندرکاران درتجارت بین الملل متبادرمی شودکه آیا استفاده یا ارجاع به ویرایش های قبلی قواعد اینکوترمز معتبر می باشد یا خیر. پاسخ این است که هر قراردادی مشمول آن ویرایش از قاعده اینکوترمز است که به آن در قرارداد اشاره شده است. بنابراین اگر در قرارداد فقط به قاعده و نه به سال معین اینکوترمز اشاره شود، در آنصورت اگر اختلافی رخ دهد، به احتمال خیلی زیاد قاعده اینکوترمز جاری در زمان انعقاد قرارداد اعمال خواهد شد. البته بهترین رویه عمل این است که به آخرین ویرایش اینکوترمز اشاره شود. این ویرایش تقریبا هر ده سال صورت میگیرد و ویرایش حاضر در سال ا 2010 صورت گرفته است.[[103]](#footnote-103)

در عمل اطاق بازرگانی بین المللی تقریبا هر ده سال یکبار ویرایش جدیدی از قواعد اینکوترمز را ارائه داده است . بنابراین بازرگانان مجبور نیستند که هر سال به دنبال ویرایش جدید بگردند - هر چند که عاقلانه می باشد که جهت آگاهی یافتن از اطلاعیه ها و بیانیه های اطاق بازرانی بین المللی که برخی اوقات بین ویرایش های قواعد اینکوترمز انتشار می یابد، انتشارات آن اطاق را پایش نمایند.

4-1-8 **انتقال کالا یا حق مالکیت بر کالا**

قواعد اینکوترمز به موضوع انتقال کالا یا انتقال حق مالکیت بر کالا نمی پردازد، هر چند که بازرگانان به اشتباه چنین استنباطی را دارند. این سوء تفاهم از این حقیقت ناشی میگردد که قواعد اینکوترمز مکان تحویل را مشخص می نماید. با اینهمه، تحویل بر طبق قواعد اینکوترمز لزوما مساوی با انتقال مالکیت نمی باشد. در واقع هیچ رویه استانداردو متحدالشکل قانونی بین المللی در ارتباط با (زمان ا نتقال مال) انتقال مال یا حق مالکیت در معاملات بین المللی وجود ندارد. به این مطلب در کنوانسیون وین درباره قراردادهای فروش بین المللی کالا ( CISG ) نیز اشاره نشده است. از آنجائی که قانون حاکم بر انتقال حق مالکیت از یک کشور به کشور دیگر متفاوت می باشد، لذا بهتر است که طرفین قرارداد فروش، به طور صریح به این موضوع در قرارداد بپردازند.

برای مثال ممکن است فروشنده علاقمند باشد که حق مالکیت و ملکیت کالا را تا زمان پرداخت کامل قیمت یا ثمن معامله درنزد خود نگاه دارد. درج بند مربوط به « ابقاء یا حفظ حق مالکیت » در قرارداد فروش ، می تواند یک شکل مهمی از مدیریت خطر[[104]](#footnote-104) یا ریسک برای صادر کنندگان باشد.اما شرط ابقا یا حفظ حق مالکیت به نحو فوق در هر نظام حقوقی وجود ندارد و بنابراین بازرگانان بایستی با مشاور محلی کنترل نمایند که چه چیزی مجاز است.

**4-1-9 قواعد اینکوترمز و بیمه**

قاعده اینکوترمز CIF وCIP از فروشنده میخواهد که جهت دریافت پوشش بیمه ای برای کالا، به نفع خریدار اقدام نماید. قواعد دیگر اینکوترمز از هیچیک از طرفین قرارداد فروش نمی خواهد که بیمه را به عنوان بخشی از تعهدات قراردادی در مقابل یکدیگر تهیه نمایند. اما این بدان معنا نیست که آن ها نمی توانند خودشان به میل خود بیمه نمایند. این قواعد اینکوترمز فقط تعهدات حقوقی یک طرف در مقابل طرف دیگر را مشخص می نماید. بنابراین طرفین قرارداد فروش بایستی همیشه خودشان درپی این باشند که به خاطر حزم و احتیاط تجاری، کالا به نحو مناسبی بیمه گردد. ولی تنها در قاعده اینکوترمز سیف(CIF) و سیپ ( CIP ) است که بیمه یک تعهد قراردادی می باشد.[[105]](#footnote-105)

این دو قاعده اینکوترمز از فروشنده می خواهند که محموله را در میزان حداقل پوشش تعیین شده در بند ج مقررات موسسه بیمه گران لندن ( بند ج بندهای بار موسسه[[106]](#footnote-106)) یا مشابه آن بیمه نمایند. پوشش بیمه ای بایستی در مقابل قیمت قرارداد، باضافه ده درصد آن و به پول مندرج در قرارداد باشد.

قبول قاعده اینکوترمزبا حداقل پوشش بیمه می تواند برای بازرگان بی تجربه مخاطره آمیز باشد. پوشش حداقل بیمه به شرح فوق شامل خسارات ناشی از دزدی، دله دزدی[[107]](#footnote-107) یا خسارات ناشی از جابجائی یا بارورزی [[108]](#footnote-108) نا مناسب کالا نمی باشد. در نتیجه ممکن است که پوشش حداقل بیمه، برای کالاهای تولیدی،[[109]](#footnote-109) بویژه اگر این محصولات دارای ارزش زیاد باشند، مناسب نباشد. خریدار میتواند خواستار پوشش بیمه ای برای جنگ، شورش ها و اعتصابات مانند بندهای معروف به SRCC[[110]](#footnote-110) ، یعنی پوشش بیمه ای برای اعتصابات، شورش ها و اغتشاشات داخلی، گردد. اما این پوشش ها بایستی به صورت صریح درج شوند و این موارد را نمی توان صرفا بوسیله استفاده از یک فورمول نظیر "حداکثر بیمه[[111]](#footnote-111) "بیمه نمود. اگر خریدار با قاعده اینکوترمز سیف CIF ) ) یا سیپ (CIP ) و" حداکثر بیمه " موافقت نماید، او در واقع تعیین و انتخاب پوشش بیمه ای ممکن و در دسترس را در اختیار فروشنده قرار میدهد که مبهم است ومیتواند به نا معلومی و ابهام منجر میگردد.

مدل **بند یا شرط در قرار داد**

با توجه به مطالب فوق الذکر، اطاق بازرگانی بین المللی توصیه می نماید که طرفین قرارداد فروش ، بویژه درباره دایره شمول دقیق پوشش بیمه ای با یکدیگر توافق نمایند. نمونه بند یا شرط پیشنهادی اطاق بازرگانی بین المللی که باید در قرارداد گنجانده شود به شرح زیر است:

پوشش بیمه ای بر مبنای شرایط ( به وضوح تعریف شده )

از ........... ( مکان آغاز بیمه )

به .......... ( مکان پایان بیمه )

پوشش های اضافی مورد توافق:

باضافه ....... روزهای انبار به انتخاب خریدار باضافه ....... جنگ ،شورش ها و اعتصابات و نا آرامی های داخلی (SRCC) و غیره.

باضافه در صدی از سود مورد انتظار،

باضافه ..... نام پول ( اگر پول همان پول در قرارداد نباشد ) باضافه ..... سایر خصوصیات

**4-1-10 موضوعات مهم که مشمول قواعد اینکوترمز نمی باشند.**

گرچه از قواعد اینکوترمز اغلب در اسناد پیشنهاد یا مظنه قیمت استفاده میگردد، ولی این قواعد هیچ مطلبی را در مورد میزان قیمتی که باید پرداخت شود و یا روش پرداخت آن بیان نمیدارند. هم چنین این قواعد انتقال مالکیت و یا نتایج مترتب بر نقض قرارداد را معین نمی نماید. به این موضوعات به نحو احسن در قرارداد فروش یا قانون حاکم بر قرارداد پراخته می شود. همیشه این امکان وجود دارد که قوانین محلی هر جنبه ای از قرار داد فروش از جمله قاعده اینکوترمز انتخابی را باطل اعلام کنند.

برای اینکه یک قرار داد باندازه کافی با دقت تنظیم شود ، باید هر قاعده اینکوترمز انتخابی صراحتا در قرار داد درج گردد. . بنابراین به طور کلی عقلانی این است که جزئیات دقیق مربوط به مکان و شیوه تحویل، هزینه های بارگیری و تخلیه ، گستره پوشش بیمه ای و شیوه حمل در قرارداد درج شود.

هیچ مطلبی در قواعد اینکوترمز دایر بر اینکه فروشنده باید چگونه کالا را به یک نقطه مورد توافق برای تحویل حمل نماید وجود ندارد. مثلا اگر فروش به صورت فوب بوئنوس آیرس[[112]](#footnote-112)

اینکوترمز 2000باشد، در آنصورت خریدار بر طبق قاعده اینکوترمز هیچ کنترلی براینکه فروشنده چگونه کالا را به بونتوس آیرس حمل میکند نخواهد داشت. اما ممکن است برای خریدار بسیار مهم باشد که کالا برای مثال درکانتینرهای یخچال دار حمل شود و بنابراین اگر خریدار چنین قصد و نیتی داشته باشد، او باید در قرارداد صراحتا مشخص نماید که کالاها بایستی چگونه و در چه حالتی به محل تحویل حمل شوند.

**4-1-11 معنا و مفهوم قراردادهای ارسال در مقابل ورود: [[113]](#footnote-113)**

**قراردادهای ارسال( حمل) - قواعد اینکوترمز EXW, FAS, FOB, FCA, CFR, CIF, CPT, CIP**

در قواعد اینکوترمز فوق ، فروشنده تعهد تحویل خود را در نقطه تحویل به حمل کننده برای ارسال کالا به انجام میرساند. که به آن ها قواعد اینکو ترمز یا" قراردادهای ارسال[[114]](#footnote-114) "گفته میشود.. هنگامیکه سفر دریایی با خطرات ( ریسک های ) خیلی بالا همراه بوده ، استفاده از قواعد اینکو ترمز فوق یا "قراردادهای ارسال " رسم معمول و متداول صادر کنندگان بوده است. بدین معنا که فروشندگان نمی خواستند که این قمار را پذیرا باشند که پرداخت بهای معامله توسط خریدار، به شرط رسیدن کالا به مقصد( که با خطرات زیاد همراه بود ) صورت گیرد ، بلکه فروشندگان ترجیح میدادند که زمانی که کالا را بر روی عرشه ) یک کشتی در بندر بارگیری تحویل میدهند، تمام خطرات را به خریدار منتقل کرده و خریدار بهای معامله را پرداخت نماید. اما چگونه؟ در این ارتباط ، نظام یا سازو کار اعتبار اسنادی توام با قراردادهای ارسال تدوین گردید و ترتیباتی فراهم آمد که فروشنده بتواند در مقابل ارائه اسناد مثبته دایر بر اینکه کالا حقیقتا ارسال شده ، به پرداخت فوری بها یا ثمن معامله از طرف خریدار نایل آید. مع هذا این تصور غلط در میان بازرگانان وجود دارد که بین قواعد اینکوترمز «F ها » و اینکوترمز « C ها » [[115]](#footnote-115)در ارتباط با انتقال خطر یا ریسک تفاوت وجود دارد. اما هر دو قاعده اینکوترمز فوب (FOB ) و سیف ( CIF ) قراردادهای ارسال را دیکته می نماید.

**قراردادهای معروف به قرار داد ورود. DAT, DAP, DDP**

به موجب قواعد اینکوترمز که با حرف « D » شروع می شوند، فروشنده مسئوول کالا تا ورود آن به کشور مقصد میباشد ( و بنابراین قراردادهای حاوی این قواعد به نام قراردادهای ورود نامیده می شوند ) در این قراردادها فروشنده، نه تنها هزینه حمل به مقصد نهائی را می پردازد، بلکه مسئولیت خطر یا ریسک وارد آمدن خسارت احتمالی به کالا در تمام مسیر تا مقصد را نیز به عهده میگیرد.

یک قرارداد CIF ( یا قرارداد ارسال ) را با قرارداد DDP ( یا قرارداد ورود ) در حالت یا شیوه حمل دریایی به یک بندر خارجی مقایسه نمایید. در این ارتباط در حمل در تحت قاعده سیف دو نقطه یا مکان مهم وجود دارد:

1. نقطه تقسیم خطرات یا ریسک ها. ( در روی عرشه کشتی در بندر بارگیری) و
2. نقطه یا مرحله پرداخت هزینه بار ، یا بندر مقصد. اما در مقابل در قاعده اینکوترمز DDP فروشنده تمام مسئوولیت های خطر تا ورود کالا به مقصد را به عهده می گیرد و هزینه حمل بار در تمام مسیر تا مقصد را نیز پرداخت می نماید. این تفاوت و تمایز اگر چنانچه کالاها در حین حمل از دست بروند و یا به آن ها خسارت واردشود ، مهم می شود . در قاعده اینکوترمز سیف ( CIF ) فروشنده راحت و فارغ از خطر است ، زیرا تعهد تحویل او با تحویل بر روی عرشه کشتی و بارگیری آن تحقق می یابد و خریدار بایستی بهای کالای مذکور در قرارداد ، حتی اگرآن کالا در حین حمل دچار خسارت شود و یا هرگز وارد نشود و از دست برود، را پرداخت نماید. در این حالت خریدار تنها می تواند برای جبران مبلغ پرداختی به بیمه متکی باشد و مسئولیت خسارتی که در بیمه پوشش داده نشده باشد را خودش تقبل نماید .

اما به موجب قاعده اینکوترمز DDP ، اگر در حین حمل به کالاها خسارت وارد شود، فروشنده تعهد تحویل به موجب قرارداد را انجام داده نخواهد بود. بنابراین او ناقض قرارداد تلقی می شود .به این معنا که باید خسارات وارده به کالا را بپردازد . یا کالاهای جانشین را فراهم آورد و یا نوع دیگری از جبران خسارت را انجام دهد. بنابراین از آنجائی که اِعمال قواعد اینکوترمز که املای آن ها با حرف « D » انگلیسی شروع می شود، برای فروشنده (صادرکننده) متضمن هزینه بیشتر وخطر یا ریسک بیشتری از قواعد اینکوترمز هائی هستند که املای آن ها با حرف C شروع می شود ، لذا این هزینه ها به قیمت کالا منتقل و اختلاف مزبور معمولا به قیمت های بالاتر کالا منجر میگردند.

**شکل 4-4 اختلاف بین قواعد اینکوترمز که املای انگلیسی آن ها با حرف (C) شروع می شود و قواعد اینکوترمز که املای انگلیسی آن ها با حرف D آغاز میگردد.**

**اگر به کالاها در حین حمل خسارت وارد شود و یا از دست بروند خطر یا ریسک متوجه کدام طرف معامله است? فروشنده یا خریدار؟**

تفاوت اساسی بین قواعد اینکوترمز « C » و اینکوترمزهای « D » زمانی مهم می شود که به کالاها در حین حمل خسارت وارد شود یا از دست بروند. در مورد قواعد اینکوترمز « C » فروشنده هیچ تعهدی ندارد و کالا را تحویل داده است . در حالیکه در مورد قواعد اینکوترمز « D » فروشنده به عنوان ناقص قرارداد تلقی میگردد.

در قاعده اینکوترمز (CIF) نقطه یا مرحله انتقال خطر یا ریسک، از فروشنده به خریدار ، نقطه آغاز حمل است ( این امر در مورد قاعده اینکوترمز فوب ( FOB ) نیز مصداق دارد.

در قاعده اینکوترمز « D » فروشنده تمام خطرات و ریسک ها را در سرتاسر مرحله حمل بین المللی تقبل می نماید.

**4-1-12 اقتصاد بهینه حمل و روند به سوی قاعده اینکوترمز هایی که املای انگلیسی آن ها با حرف D شروع می شود.**

حمل کنندگان کالا ، هزینه حمل بار کمتری را برای ارسال کنندگان کالا در مقادیر زیاد در نظر میگیرند. در نتیجه اگر کل هزینه حمل تماما بوسیله خریدار یا فروشنده پرداخت شود، این هزینه ارزان تر تمام خواهد شد تا حالتی که بین حریدار و فروشنده تقسیم گردد و این بستگی به این خواهد داشت که قاعده اینکوترمزEXW یا اینکوترمز های « D» انتخاب شود.

در واقع در دهه های گذشته استفاده از اینکو ترمز های D بیشتر در تجارت بین الملل مقبول واقع شده است. به علاوه به منظور بهینه سازی اقتصاد حمل ، قواعد اینکوترمز « D » کنترل بیشتری را در ارتباط با کیفیت حمل در اختیار فروشنده قرار میدهد. مثلا در مورد کالاهای تولیدی دارای ارزش بالا، ممکن است برای فروشنده خیلی مهم باشد که اطمینان حاصل نماید که کالاها به موقع و در شرایط خوب وارد مقصد شوند. در قواعد اینکوترمز « D » اعمال کنترل فروشنده بر تمام زنجیره حمل مقدور می شود. به علاوه در بازارهای بسیار رقابتی ، ( وجود کالا های رقیب فراوان در بازار ) خریداران بر گنجاندن قاعده اینکوترمز « D » در قرار داد اصرار می نمایند که این امر مقایسه پیشنهادها از کشورهای مختلف را تسهیل می نماید.

**4-1-13 حالتی که کشتی ها قبل از بارنامه وارد شوند**

در فرایند پرداخت ثمن یا بهای معامله از طریق ساز و کار اعتبار اسنادی، اغلب کشتی قبل از وصول بارنامه توسط خریدار که او را قادر میسازد کالاها را تحویل بگیرد، وارد بندر محل تخلیه میگردد. در چنین حالتی ، معمولا ممکن است که ناخدای کشتی ، علیرغم اینکه خریدار بارنامه را در دست ندارد ، کالا را در قبال دریافت یک ضمانت بانکی، اعتبار نامه اتکائی[[116]](#footnote-116)، ( برخی اوقات به این تضمین ضمانت نامه پرداخت استیمر[[117]](#footnote-117)گفته می شود ) یا ضمانت نامه پرداخت غرامت[[118]](#footnote-118)، تحویل دهد، اطاق بازرگانی بین المللی توصیه می نماید که از این روش احتراز به عمل آید . چرا که این روش به ایمنی معاملات در قالب سازو کار اعتبار اسنادی که بر این اصل محکم استوار است که تحت هیچ شرایطی نبایستی کالاها تحویل شوند مگر در قبال ارائه یک بارنامه، صدمه میزند و آن را تضعیف می نماید.

**4-1-14 تغیرات [[119]](#footnote-119) در قواعد اینکوترمز « بارگیری[[120]](#footnote-120) » و « تحویل[[121]](#footnote-121) و غیره**

بازرگانان، بایستی در نظر داشته باشند که قواعد اینکوترمز 2010، حاوی تعاریف استاندارد در باره اصطلاحات اضافی که برخی اوقات به قواعد اینکو ترمز علاوه می شوند، برای مثال در اصطلاح " سیف تحویل " [[122]](#footnote-122)نمی باشند. این قبیل اضافات می توانند خطرناک باشند و به ابهام و یا حتی به اصطلاح متناقض منجر شوند. بازرگانان بویژه بایستی آگاه باشند که با تغیر عامل هزینه در یک قاعده خاص اینکوترمز، آن ها در عین حال به تغییر در تخصیص خطر یا ریسک نیز اقدام می نمایند. بنابراین قویا توصیه می شود که معنای تغییرات را دقیقاً تعریف نمایند.

تنها راه حل برای بازرگانانی که می خواهند توزیع یا تخصیص مسئولیت ها یاخطرات در قواعد اینکوترمز را تغیر دهند، این است که دقیقاً به نتایج احتمالی و بالقوه اقدام خود فکر کنند و بویژه بررسی نمایند که آیا منظورآن ها تغییرهم در هزینه و هم در خطرات است؟ اگر چنانچه تغییر موثر بر ترخیص گمرکی یا عوارض و حقوق گمرکی است، بازرگانان بایستی به دقت به این فکر نمایند که آیا منظور از این تغییر انتقال مسئولیت درمورد: الف) حقوق و عوارض گمرکی است؟ ب) انجام تشریفات اداری ترخیص است؟ ج) خطر عدم ترخیص است؟ د) یا تمام این موارد.

**4-2 قواعد اینکوترمز 2010: 1-تغییرات و به روزرسانی ها**

**دو قاعده جدید اینکوترمز: این دو قاعده عبارتند از DAT ( با اضافه تحویل کالا در پایانه تعیین شده در مقصد و قاعده اینکوترمز DAP ( تحویل کالا در محل مقرر در مقصد ) [[123]](#footnote-123)**

قواعد اینکوترمز 2010 دو قاعده جدید را معرفی و چهار قاعده قدیمی را حذف نموده ه و بدین ترتیب کل قواعد اینکوترمز را از 13 قاعده به یازده قاعده تقلیل داد.ه است . این اقدام از طریق جایگزین سازی دو قاعده جدیدکه میتوان آن ها را صرف نظر از شیوه ی حمل مورد توافق به کار برد، صورت گرفته است. دو قاعده مزبور عبارتند از: قاعده DAP و DAT به جای قواعد DAF، DES،DEQ و DDU اینکوترمز 2000 .

به موجب هر دو قاعده جدید تحویل در یک مقصد معین و مقرر انجام میگرد:

* . **DAT** ( تحویل و در اختیار خریدار گذاشتن کالابه صورت تخلیه شده از وسیله نقلیه وروددی در پایانه تعیین شده در مقصد ( مانند قاعده قبلی DEQ)
* **DAP** ( تحویل و در اختیار خریدار گداردن کالا در محل مقرر در مقصد، اما آماده برای تخلیه ( مانند قواعد اینکوترمز قبلی DAF، DES و DDU )

**عرضه دو گانه: قواعد اینکوترمز ارائه شده در دو طبقه – تمام شیوه ها ی حمل و / حمل دریائی و آب های داخلی**

اولین طبقه، یعنی تمام شیوه ها ی حمل ، شامل هفت قاعده اینکوترمز 2010 می باشد. از این قواعد میتوان در مورد تمام شیوه های حمل و صرفنظر از اینکه یک یا بیش از یک شیوه حمل به کار گرفته شود ، استفاده نمود. قواعد اینکوترمز EWW-FCA – CPT- CIP- DAT-

DAP و DDP در این طبقه قرار دارند. مهم است که به خاطر داشته باشیم که ازاین قواعد هم چنین می توان در مواردی که از یک کشتی برای بخشی از حمل استفاده می شود، نیز استفاده نمود.

در طبقه دوم قواعد اینکوترمز 2010 ، نقظه تحویل و مکانی که کالاها به آنجا برای خریدار حمل می شود ، هر دو بندر هستند. بنابراین شامل قواعد اینکوترمز مربوط به حمل دریائی و آب های داخلی میگردند. قواعد اینکوترمز FAS- FOB- CFR و CIF در این طبقه قرار دارند.

**جرح و تعدیل به منظور حمل و نقل داخلی**

از قواعد اینکوترمز به صورت سنتی در فروش بین المللی کالا ،در شرایطی که کالاها از مرزها عبور می نمایند، استفاده شده است. اما از آن جایی که ترتیبات مربوط به مناطق آزاد تجاری در بسیاری از مناطق جهان، تشریفات مرزی بین کشورها را کاهش داده یا حذف کرده اند.،در نتیجه قواعد اینکوترمز 2010 به صورت رسمی و صریح به منظور استفاده هم در قراردادهای فروش بین المللی و هم فروش داخلی طراحی و تدوین شده اند و لذا در بسیاری موارد این قواعد به وضوح اعلام میدارند که تعهد رعایت تشریفات صادرات/ واردات فقط در صورتی وجود دارد که رعایت آن الزامی باشد.

**توضیحات راهنما**

هر قاعده اینکوترمز 2010 با یک توضیحات راهنما همراه است که در ابتدای شرح قاعده درج شده است. این توضیحات اصول و اُس و اساس هر قاعده را شرح میدهد. این توضیحات بخشی از خود قواعد اینکوترمز 2010 نمی باشند ، ولی هدف، از درج آن ها ارائه راهنمائی به استفاده کنندگان از این قواعد است.

**ارتباطات دیجیتالی**

ویرایش های قبلی قواعد اینکوترمز، قواعدی که می توان آن ها را با پیام های EDI (تبادل الکترونیکی داده ها[[124]](#footnote-124)) جایگزین نمود، مشخص کرده است. اکنون موادالف یک و ب یک قواعد اینکوترمز 2010 ، همان اعتبار ارتباطات مکتوب و کاغذی ر ا برای وسایل ارتباطی الکترونیکی قایل میباشد ( لبته به شرط توافق طرفین و یا در مواردی که عرف اقتضا نماید )

**ایمنی**

تشدید نگرانی ها و دغدغه های امنیتی ، به فرایند تحقیقات و بازرسی های بیشتر گمرکی منجر شده است. بنابراین قواعد اینکوترمز 2010 ، تعهداتی را در برای خریدار و فروشنده جهت اخذ و یا کمک به اخذ گواهی های ترخیص امنیتی مقرر کرده است که میتوان برای مثال به رنجیره اطلاعات ، در موادالف دو- ب دو- الف ده و ب ده در انواع مختلف قواعد اینکوترمز اشاره نمود.

**هزینه های جا بجایی ( بارورزی)[[125]](#footnote-125) در پایانه**

بر طبق قواعد اینکوترمز CPT- CIP- CFR- CIF- DAT- DDP -DAP، فروشنده باید ترتیبات حمل کالا تا مقصد مورد توافق را فراهم آورد. هر چند که هزینه بار دراین قواعد را فروشنده می پردازد، اما درنهایت این هزینه ها بوسیله خریدار جذب و پرداخت میگردد. زیرا هزینه حمل بوسیله فروشنده در قیمت فروش مندرج در قرار داد منظور میگردد، این هزینه های حمل برخی اوقات شامل هزینه های جابجائی یا بار ورزی و اداره کالاها درداخل یک بندر یا پایانه های کانتینری می باشد و حمل کننده یا اپراتور پایانه ممکن است، بخواهد که این هزینه ها در پایانه را از خریدار دریافت نماید. در چنین شرایط و اوضاع و احوالی خریدار ممکن است در صدد این بر آید که از پرداخت دوباره در قبال این خدمت احتراز نماید . یکبار پرداخت به فروشنده به صورت قسمتی از قیمت کلی کالا ( چون فروشنده این هزینه ها را در قیمت کالا منظور میدارد ) و یکبار به صورت مستقل به حمل کننده یا اپراتور در پایانه . قواعد، اینکوترمز 2010 با تخصیص صریح این هزینه ها بین فروشنده و خریدار در صدد احتراز از این پرداخت دوباره احتمالی است.

**فروش های زنجیره وار [[126]](#footnote-126)**

در تجارت مواد اولیه، اغلب کالا در حین حمل به دفعات متعدد در بخش های پایین دستی زنجیره فروخته می شود. هنگامی که این امر رخ میدهد ، فروشنده ی واسطه ، ارسال کننده کالا نمی باشد . چرا که قبلا و در حین حمل ،آن کالا بوسیله یک فروشنده قبلی ارسال یا حمل شده است. بنابراین فروشنده واسطه ای که در میانه زنجیره وارد می شود ، تعهدات خود در قبال خریدار را نه با حمل کالا بلکه با " تهیه "[[127]](#footnote-127)کالائی که قبلا حمل شده به انجام میرساند. به منظور روشن کردن این موضوع، قواعد اینکوترمز 2010 تعهد به تهیهکالاهای حمل شده "[[128]](#footnote-128) را به عنوان جایگزینی برای تعهد حمل کالاها، قلمداد کرده است.

4-3 **خلاصه قواعد اینکوترمز 2010**

یادداشت : این خلاصه فقط برای اهداف آموزشی تهیه شده است. بازرگانان بایستی متن نهائی اینکوترمز 2010 که شامل متن کامل و تفضیلی قواعد می باشد را تحصیل و به آن مراجعه نمایند. [[129]](#footnote-129)اینکوترمز 2010 در سایت [www.iccbooks](http://www.iccbooks). Com یا از طریق کمیته ملی اطاق بازرگانی بین المللی محلی یا اطاق بازرگانی در دسترس می باشد[[130]](#footnote-130).

**قواعد اینکوترمز مربوط به تمام شیوه های حمل**

**جای خالی برای عکس**

قاعده اینکوترمز EXW Ex works ( تحویل کالا در محل کار با ذکر نام ( . به موجب این قاعده فروشنده هنگامیکه کالا را در اختیار خریدار در محل کار فروشنده ، یا در محل دیگری با ذکر نام مانند محل کار ، کارخانه یا انبار و غیره قرار دهد، تحویل را انجام داده است. در این قاعده از فروشنده خواسته نمی شود که کالا ها را بارگیری یا برای صادرات ترخیص نماید. طرفین قرار داد باید نقطه معین در مکان مشخص برای تحویل را تغیین نمایند . زیرا تمام هزینه ها و خطرات تا آن نقطه به عهده فروشنده( صادر کننده) میباشد و از آن نقطه به بعد تمام هزینه ها و خطرات حمل به عهده خریدار ( وارد کننده )است.

این قاعده اینکوترمز مبین حداقل تعهدات برای فروشنده می باشد. فروشنده هیچ تعهدی برای بارگیری کالاها ندارد. حتی اگر عملا در و ضعیت بهتر و مناسب تری برای انجام این کارقرار داشته باشد. اگر فروشنده عمل بارگیری کالاها، را انجام دهد، باید این کار و هزینه و خطرات ناشی ازآن را به حساب خریدار انجام دهد. در مواردی که فروشنده عملا در وضعیت بهتر و مناسب تری برای بارگیری کالاها باشد، استفاده از قاعده FCA که فروشنده را مکلف می سازد این کار را به هزینه و مسئولیت خود انجام دهد، معمولا مناسب تر خواهد بود.

از فروشنده فقط خواسته می شود که به خریدار برای فراهم کردن ترتیبات ترخیص کالا برای صادرات کمک نماید ولی او مسئوول سازمان دهی یا انجام این ترتیبات نمی باشد. بنا بر این اگر خریداران نتوانند به راحتی ترخیص صادراتی را انجام دهند، نبایستی از قاعده EXW استفاده نمایند. در این فاعده اینکو ترمز، خریدار تعهدات محدودی را به برای ارائه هر گونه اطلاعات درباره صادرات به فروشنده دارد، هر چند که در برخی موارد فروشنده به این اطلاعات برای مثال برای مالیات یا سایر اهداف گزارشی دهی نیاز داشته باشد..

**قاعده اینکوترمز FCA تحویل کالا در محل مقرر به حمل کننده**

**جای خالی عکس**

بر طبق این قاعده فروشنده کالاها را به حمل کننده و یا شخص دیگر معین شده از طرف خریدار در محل کار فروشنده یا محل دیگری با ذکر نام آن محل تحویل میدهد. طرفین قرارداد بایستی به وضوح نقطه تحویل را در مکانی با ذکر نام، مشخص نمایند و در همین نقطه است که مسئولیت و خطرها به خریدار منتقل میگردد.

اگر طرفین قرارداد قصد داشته باشند که کالاها در محل کار فروشنده تحویل داده شود، آن ها باید نشانی آن محل را مشخص نمایند. اگر طرفین قرارداد قصد داشته باشند که کالاها در جای دیگری تحویل داده شوند ، آن ها باید آن را صراحتا مشخص نمایند. این قاعده از فروشنده میخواهد که تشریفات مربوط به صدور اگر انجام چنین تشریفاتی الزامی باشد، را او انجام دهد.

قا**عده CPT پرداخت کرایه حمل کالا تا مقصد با ذکر نام محل مقرر در مقصد**

**جای خالی برای شکل**

بر طبق این قاعده فروشنده کالاها را به حمل کننده تحویل میدهد( تسلیم می کند) و طی قراردادی هزینه حمل آن تا محل ذکر شده در مقصد را پرداخت می نماید.

هنگامیکه از قواعد CPT، CIP، CFR یا CIF استفاده می شود ، تعهد تحویل فروشنده زمانی انجام شده تلقی میگردد که کالاها به حمل کننده تسلیم شود و نه زمانی که کالاها به مکان مقرر در مقصد واصل شود. بنا براین مسئولیت ها و هزینه ها در مکان های مختلف منتقل می شوند. طرفین بایستی دقیقا مکان تحویل( یا تسلیم) به حمل کننده ( یعنی جائی که مسئولیت ها و خطرات به خریدار منتقل میگردد ) و مکان در مقصد که فروشنده قرار داد حمل و پرداخت هزینه حمل تا آنجا را منعقد می نماید ، را مشخص نمایند. اگر چنانچه از حمل کنندگان متعدد برای حمل کالا به مقصد معین استفاده شود و طرفین درمورد نقطه خاص تحویل یا تسلیم به حمل کننده توافق نکرده باشند، در اینصورت مسئولیت خطرها هنگامی منتقل میگردد که کالاها به نخستین حمل کننده در نقطه ای که آن را فروشنده انتخاب می نماید و خریدار هیچگونه کنترلی بر این انتخاب ندارد، تحویل داده می شود. اگر چنانچه طرفین بخواهند که مسئولیت خطر در مرحله دیرتری منتقل شود ( مثلا در یک بندر دریائی یا فرودگاه ) آن ها باید این مطلب را صریحا در قرارداد فروش خود درج نمایند.

طرفین بایستی دقیقا نقطه ای را درمکان مورد توافق در مقصد تعیین نمایند. زیرا هزینه ها تا آن نقطه به حساب و به عهده فروشنده می باشد. فروشنده بایستی قراردادهای حملی را تهیه نماید که دقیقا منطبق با این انتخاب باشد. اگر چنانچه فروشنده به موجب قرارداد حمل خود هزینه هایی را در ارتباط با تخلیه کالا در محل مقرر در مقصد متحمل شود، مجاز نمی باشد که پرداخت چنین هزینه هائی را از خریدار مطالبه نماید، مگر اینکه میان طرفین به نحو دیگری مقرر شده باشد.

قاعده CPT از فروشنده می خواهد که اگر انجام تشریفات مربوط به ترخیص صادرات ضروری باشد، او آن را انجام دهد. مع هذا، فروشنده هیچ تعهدی در قبال انجام تشریفات گمرکی برای ورود و پرداخت حقوق و عوارض گمرکی متعلق به ورود کالا را ندارد.

**قاعده اینکوترمز CIP ( پرداخت کرایه حمل و بیمه کالا، تا مقصد با ذکر نام محل مقرر در مقصد )**

**جای خالی برای شکل**

به موجب این قاعده فروشنده کالا را به حمل کننده تحویل میدهد و با او قرارداد حمل تا مکان معین در مقصد را منعقد می کند و هزینه حمل لازم برای بردن کالا تا یک مکان معین شده با ذکر نام در مقصد را پرداخت می نماید.

فروشنده هم چنین قرارداد بیمه جهت پوشش دادن به خطر از میان رفتن یا آسیب دیدن کالا در حین حمل را منعقد می نماید. خریدار بایستی در نظر داشته باشدکه طبق این قاعده ، فروشنده تنها متعهد به تهیه حداقل پوشش بیمه می باشد[[131]](#footnote-131) و اگر خریدار بخواهد از حمایت پوشش بیمه ای بیشتری برخوردار باشد، یا باید با فروشنده درباره آن حد، صراحتا به توافق برسد یا اینکه خود ش ترتیبات بیمه اضافی را فراهم نماید.

هنگامیکه از قاعده CPT - CIP - CFR یا CIF استفاده شود، تعهد تحویل کالا از طرف فروشنده زمانی انجام می شود که اوکالا را در اختیار حمل کننده قرار میدهد و نه زمانی که کالا به محل تعیین شده در مقصد وارد شود.

این قاعده دارای دو نقطه انتقال مهم است. زیرا مسئولیت خطرها و هزینه ها در مکان های مختلف و متفاوت منتقل میگردد. به طرفین توصیه میگردد که تا آنجا که امکان دارد، در قرار داد به دقت هم محل تحویل یا تسلیم کالا به حمل کننده، که در آنجا مسئولیت خطر به خریدار منتقل می شود، و هم نام محل مقرر در مقصد که فروشنده باید قرار داد حمل تا آن مکان رابا حمل کننده منعقد کند، را مشخص نمایند. اگر چنانچه از حمل کنندگان متعدد برای حمل کالا به مقصد مقرر استفاده شود وطرفین در مورد تحویل یا تسلیم کالا در نقطه خاص به حمل کننده توافق نکرده باشند، وضعیت ناشی از چنین قصوری این است که مسئولیت خطرهای متوجه کالا هنگامی منتقل می شود که کالا به نخستین حمل کننده در نقطه ای که آن را فروشنده انتخاب می نماید و خریدار هیچگونه کنترلی بر این انتخاب ندارد، تحویل داده شود.

اگر طرفین بخواهند که انتقال مسئولیت خطر درمرحله دیرتری ، مثلا در یک بندر دریائی یا فرودگاه صورت پذیرد، در آنصورت لازم است که این مطلب را در قرار داد فروش خود مشخص نمایند. هم چنین به طرفین توصیه می گردد که تا آنجا که امکان دارد، نقطه ای را دقیقا درمحل مقرر در مقصد تعیین نمایند. زیرا هزینه ها تا این نقطه به عهده و حساب فروشنده می باشد. فروشنده باید قرارداد های حملی را تهیه نماید که دقیقا با این انتخاب سازگار باشد. اگر فروشنده به موجب قرارداد حملی که منعقد میناید ، در ارتباط با تخلیه کالا در محل مقرر در مقصد هزینه هایی را انجام دهد، مجاز نمی باشد که پرداخت چنین هزینه هائی را از خریدار مطالبه نماید. مگر اینکه بین طرفین به نحو دیگری توافق شده باشد.

این قاعده اینکو ترمز از فروشنده می خواهد که در صورت ضرورت کالا را برای صادرات ترخیص نماید. اما فروشنده هیچ گونه تعهدی در قبال پرداخت حقوق و عوارض گمرکی مخصوص واردات را ندارد.

**قاعده اینکو ترمز DAT( تحویل کالا در پایانه تعیین شده در مقصدبا ذکر نام پایانه در بندر یا در محل مقرر در مقصد)[[132]](#footnote-132)**

**جای خالی برای تصویر**

بر طبق این قاعده ، فرو شنده هنگامی تحویل کالا را به انجام می رساند که آن را به صورت تخلیه شده از وسیله نقلیه آورنده، در پایانه تعیین شده یا مقرر در بندر یا محل مقرر در مقصد به خریدار تحویل دهد . " پایانه" شامل هر هر مخلی اعم از سر پوشیده یا باز و عیر سر پوشیده ، مانند اسکله ، انبار ، محوطه مخصوص کانتینر یا پایانه بار جاده ای ، ریلی یا هوایی می باشد. فرو شنده مسئو لیت کلیه خطر های متوجه کالا در جریان آوردن و تخلیه آن در پایانه را به عهده دارد.طرفین باید پایانه یا در صورت امکان نقطه معینی را در پایانه به وضوح تعیین نمایند، زیرا مسئولیت خطر های متوجه کالا تا این نقطه به حساب فرو شنده می باشد. فرو شنده باید قرار داد حملی را تهیه نماید که با این انتخاب دقیقا سازگار باشد.اگر طرفین قصد داشته باشند که فروشنده مسئولیت خطر ها و هزینه های حمل کالا از پایانه نا محل دیگری را تقبل نماید در این صورت باید ازقاعده AP D (حویل کالا در محل مقرر در مقصد) یا قاعده DDP( تحویل کالا در محل مقرر در مقصد با ترخیص و پرداخت حقوق و عوارض گمرکی) استفاده شود.

قاعده DATاز فروشنده میخواهد که عند الاقتضا کالا را جهت صدور ترخیص نماید. با این وجود فروشنده در خصوص ترخیص کالا برای ورود و پرداخت هر گونه حقوق و عوارض گمرکی مخصوص ورود کالا هیچ گونه تعهدی ندارد.

**قاعده اینکو ترمز DAP( تحویل کالا در محل مقرر در مقصد با ذکر نام محل مقرر در مقصد)**

جای خالی برای تصویر

به موجب این قاعده فروشنده هنگامی تحویل کالا را به انجام می رساند که آن را در محل مقرر در مقصد روی وسیله نقلیه آورنده و به صورت آماده برای تخلیه در اختیار وارد کننده قرار دهد. فروشنده مسئولیت کلیه خطر های مربوط به کالا در جریان آوردن آن به محل مقرر در مقصد را دارا میباشد.

طرفین باید دقیقا نقطه ای را در محل مورد توافق در مقصد ، تعیین نمایند، زیرا مسئولیت تمام خطر های مربوط به کالا تا این نقطه به حساب فروشنده می باشد. فروشنده باید قرار داد های حملی را تهیه نماید که با این انتخاب دقیقا ساز گار باشد. اگر فروشنده به موجب قرار داد حمل خود ، هزینه هایی را در ارتباط با تخلیه کالا انجام دهد ، حق مطالبه چنین هزینه هایی را از خریدار ندارد، مگر این که بین طرفین به نحو دیگری توافق شده باشد.

این قاعده از فروشده می خواهد که عند الاقتضا کالا را جهت صدور ترخیص نماید، اما او در مورد ترخیص کالا برای ورود ، پرداخت هر گونه حقوق و عوارض گمرکی مربوط به ورود یا انجام هر گونه تشریفات گمرکی ورود، هیچ تعهدی ندارد. چنانچه طرفین بخواهند که فروشنده کالا را برای ورود تر خیص کند، هرگونه حقوق و عوارض گمرکی ورودی را بپردازد و هرگونه تشریفات گمرکی ورودی را انجام دهد باید از قاعده اینکو ترمز DDP( تخویل کالا در محل مقرر در مقصد با ترخیص و پرداخت حقوق و عوارض گمرکی) استفاده شود.

**قاعده اینکو ترمزDDP( تحویل کالا در محل مقرر در مقصد با ترخیص و پرداخت حقوق و عوارض گمرکی)**

**جای خالی برای تصویر**

بر طبق این قاعده، فروشنده زمانی تحویل کالا را انجام میدهد که آن را پس از ترخیص برای ورود ، برروی وسیله نقلیه آورنده کالابه صورت آماده برای تخلیه در محل مقرر در مقصد،در اختیار خریدار قرار دهد.فروشنده مسئو لیت کلیه خطرها و هزینه های مربوط به کالا در جریان آوردن آن به محل مقرر در مقصد را بر عهده دارد و متعهد به ترخیص کالا نه تنها برای صدور ، بلکه برای ورود ، پرداخت هر گونه حقوق و عوارض گمرکی هم برای صدور و هم برای ورود و انجام کلیه تشزیفات گمرکی،می باشد.

این قاعده حد اکثر تعهد برای فروشنده را در بر دارد.به طرفین اکیدا توصیه می شود که حتی الامکان نقطه ای را در محل مقرر در مقصد به وضوح مشخص نمایند، زیرا مسئو لیت هزینه ها و خطر های مربوط به کالا تا این نقطه به حساب فروشنده می باشد. به فروشنده توصیه می گردد که قرار داد هایی را تهیه نماید که با این انتخاب او دقیقا سازگار باشد. اگر فروشنده به موجب قرار داد حمل خود ، هزینه هایی را در ارتباط با تخلیه کالا در مکان مقرر در مقصد انجام دهد ، حق مطالبه چنین هزینه هایی را از خریدار ندارد، مگر این که میان طرفین به نحو دیگری توافق شده باشد.

به طرفین اکیدا توصیه می شود که چنانچه فروشنده به طور مستقیم یا غیر مستقیم نتواند ترخیص کالا برای ورود را انجام دهد ، از این قاعده استفاده ننمایند. در صورتی که طرفین بخواهند که حریدار مسئولیت کلیه خطر ها و هزینه های ترخیص کالا برای ورود را عهده دار شود باید از قاغده DAPاستفاده شود. در قاعده اینکو ترمزDDPهر گونه مالیات بر ارزش افزوده یا سایر مالیات ها ی مربوط به ورود کالا به حساب فروشنده است، مگر اینکه صراحتا به نحو دیگریتوافق شده باشد.

قواعد اینکو ترمز حمل دریایی و آب های داخلی

**قاعده اینکو ترمز FAS ( تحویل کالا در کنار کشتی با ذکر نام بندر مقرر برای بارگیری )**

به موجب این قاعده اینکوترمز، تحویل کالا توسط فروشنده زمانی محقق می شود که کالادر بندر مقرر جهت بارگیری در کنار کشتی ، مثلا بر روی اسکله یا دوبه ، تعیین شده توسط خریدار در بندر حمل قرار گیرد. مسئولیت خطر از میان رفتن یا آسیب دیدن کالا، هنگامی از طرف فروشنده به خریدار منتقل می شود که کالا در کنار کشتی قرار گیرد و از این مرحله به بعد تمام خطرات بعدی به عهده خریدار است. طرفین بایستی به وضوح نقطه بارگیری در بندر مقرر برای حمل را مشخص نمایند. زیرا مسئولیت هزینه ها و خطرات تا این نقطه به عهده و حساب فروشنده می باشد و مبلغ این هزینه ها ممکن است بسته به رویه هر بندر متفاوت باشد.

به موجب این قاعده ، فروشنده باید کالاها را در کنار کشتی تحویل دهد. یا کالا هائی را تهیه کند که قبلا به همین نحو برای حمل تحویل داده شده باشند. در موردی که کالاها در کانتینر قرار دارند، معمول این است که فروشنده کالاها را در پایانه و نه در کنار کشتی به حمل کننده تحویل میدهد. در چنین وضعیتی قاعده اینکوترمز FAS مناسب نخواهد بود و باید از قاعده اینکوترمز FCA استفاده شود. قاعده اینکوترمز FAS از فروشنده می خواهد که در صورت لزوم تشریفات ترخیص برای صادرات را او انجام دهد. مع هذا فروشنده هیچ تعهدی برای انجام تشریفات ترخیص مربوط به واردات کالاها یا پرداخت هر گونه حقوق و عوارض گمرکی مربوط به ورود کالاها یا انجام هر گونه تشزیفات گمرکی ورودی را به عهده ندارد.

**قاعده اینکوترمز فوب( FOB تحویل کالا روی عرشه کشتی با ذکر نام بندر مقرر )**

به موجب این قاعده زمانی تحویل کالا بوسیله فروشنده محقق میشود که او کالا را روی عرشه کشتی تعیین شده بوسیله خریدار در بندر مقرر تحویل دهد. یا کالائی که قبلا به همین نحو تحویل داده شده باشد را تهیه نماید. مسئولیت خطر از دست رفتن یا خسارت دیدن کالا زمانی از فروشنده به خریدار منتقل میگردد که کالا روی عرشه کشتی قرار گیرد و از این لحظه به بعد تمام هزینه ها بر عهده خریدار قرار میگیرد.

در این قاعده از فروشنده خواسته می شود کالا را روی عرشه کشتی تحویل دهد یا کالائی را تهیه [[133]](#footnote-133)کند که قبلا به همین نحو برای حمل تحویل داده شه باشد. در اینجا منظور از اشاره به " تهیه " لحاظ کردن فرایند فروش های چندگانه دریک زنجیره ( فروش های زنجیره ای) است که بویژه در تجارت مواد اولیه متداول و مرسوم میباشد.این قاعده ممکن است در موردی که کالا ها قبل از قرار گرفتن بر روی عرشه کشتی در اختیار حمل کننده قرار می گیرند، برای مثال کالاها در کانتینر که معمولا در یک پایانه تحویل داده می شوند، مناسب نباشد. در چنین وضعیتی باید از قاعده اینکوترمز FCA استفاده کرد. قاعده اینکوترمز فوب از فروشنده می خواهد که در صورت لزوم کالا را جهت صدور ترخیص نماید. مع هذا فروشنده در مورد ترخیص کالا از گمرک ورودی و پرداخت هر گونه حقوق و عوارض گمرکی یا انجام هر گونه تشریفات گمرکی مربوط به ورود کالا، هیچ تعهدی ندارد.

**قاعده اینکوترمز CFR ( قیمت کالا و کرایه با تا بندر مقصد با ذکر نام بندر مقصد )**

**جای خالی برای تصویر**

به موجب این قاعده، زمانی تحویل کالا بوسیله فروشنده انجام شده تلقی میگردد که او کالا را بر روی عرشه کشتی تحویل می دهد. یا کالائی که قبلا به همین نحو تحویل تسلیم کشتی شده را تهیه مینماید. مسئولیت خطر از بین رفتن یا وارد آمدن خسارت و آسیب به کالا زمانی منتقل می شود که کالا روی عرشه کشتی قرار گیرد. فروشنده بایستی قرار داد حمل کالا تا بندر مقصد مقرر را منعقد و هزینه ها و کرایه حمل لازم برای آوردن آن تابندر معین در مقصدرا پرداخت نماید.

هنگامیکه از قواعد اینکوترمز CPT – CIP – CFRیا CIF استفاده شود، تحویل کالا بوسیله فروشنده زمانی محقق می شود که آن را در اختیار حمل کننده قرار دهد و نه زمانی که کالا به محل تعیین شده در مقصد وارد شود. بنابراین خطرات و هزینه ها در مکان های مختلف منتقل میگردند. در حالی که همیشه در قرار داد یک بندر مقصد مشخص میگردد ، ولی ممکن است که در آن قرار داد ، بندر ارسال کالا ( بندر بارگیری )که در آنجا مسئولیت خطرات کالا به خریدار منتقل می شود، تعیین نگردد. اگر چنانچه بندر ارسال ( بارگیری )کالا برای خریدار دارای اهمیت ویژه باشد، به طرفین توصیه میگردد که آن را حتی المقدور به صورت دقیق در قرار داد مشخص نمایند.

هم چنین توصیه می شود که طرفین تا آنجا که امکان داشته باشد ، دقیقا نقطه ای را در بندر مقصد مورد توافق تعیین نمایند. زیرا هزینه ها تا این نقطه به عهده و حساب فروشنده می باشد. به فروشنده توصیه می شود که قرار دادهای حملی را تهیه نماید که با این انتخاب دقیقا سازگار باشد. در این قرار داد ، اگر فروشنده به موجب قرار داد حمل خود، متحمل پرداخت هزینه هایی برای تخلیه کالا در نقطه تعیین شده در بندر مقصد شود، او مجاز نمی باشد که باز پرداخت آن را از خریدار مطالبه نماید مگر اینکه بین طرفین به نحو دیگری توافق شده باشد.

در قاعده مربور از فروشنده خواسته می شود که یا کالا را روی عرشه کشتی تحویل دهد یا کالا یی را تهیه نماید که قبلا به همین نحو برای حمل به مقصد، بر روی عرشه کشتی تحویل داده شده باشد. به علاوه از او خواسته می شود که یا قرار داد حمل را منعقد نماید و یا اینکه ( در صورت خرید کالای بر روی عرشه کشتی ،چنین قرار دادی را از فروشننده،) تهیه نماید. در اینجا اشاره به" تهیه" لحاظ کردن موارد فروش های چند گانه در یک زنجیره (فروش های زنجیره ای) است که بویژه در تجارت مواد اولیه معمول و متداول می باشد.

قاعده اینکوترمز CFR در مواردی که کالا قبل از قرار گرفتن بر روی عرشه کشتی در اختیار حمل کنند قرار داده می شود، برای مثال کالاها ی در کانتینر که معمولا در پایانه بار تحویل داده می شوند، نمی تواند مناسب باشد. در چنین اوضاع و احوالی بایستی از قاعده اینکوترمز CPT استفاده شود.

قاعده اینکوترمز CFR از فروشنده می خواهد که در صورتیکه ضروری باشد کالاها را برای صادرات ترخیص نماید. مع هذا فروشنده برای ترخیص کالا از گمرک به هنگام ورود و پرداخت حقوق و عوارض گمرکی جهت ورود کالا و انجام تشریفات گمرکی مربوط به ورود کالا هیچ تعهدی ندارد.

**قاعده اینکوترمز CIF ( قیمت کالا، بیمه و کرایه تا بندر مقصد با ذکر نام بندر مقصد )[[134]](#footnote-134)**

**جای خالی برای تصویر**

به موجب این قاعده تحویل کالا توسط فروشنده زمانی محقق می شود که فروشنده کالا را بر روی عرشه کشتی تحویل بدهد و یا اینکه کالاهایی که قبلا به همین نحو حمل شده را بر روی عرشه کشتی خریداری و در اختیار بگیرد. مسئولیت خطر از دست رفتن و یا وارد آمدن آسیب یا خسارت به کالا هنگامی به خریدار منتقل می شود که کالا بر روی عرشه کشتی قرار داده شده باشد. فروشنده باید قرار داد حمل کالا تا بندر مقصد مقرر را منعقد کرده و هزینه ها و کرایه لازم برای آوردن کالا تا بندرمعین در مقصد را پرداخت نماید.

فروشنده هم چنین باید قرار داد بیمه به منظور پوشش دادن مسئولیت خریدار از بابت خطر از دست رفتن یا وارد آمدن خسارت به کالا در حین حمل را منعقد نماید.. خریدار بایستی در نظر داشته باشد که بر طبق قاعده اینکوترمز CIF ، فروشنده تنها ملزم به تهیه قرار داد حداقل پوشش بیمه ای می باشد و اگر او بخواهد از حمایت پوشش بیمه ای بیشتری برخوردار باشد، یا باید درباره حد مورد نظرش صراحتا با فروشنده به توافق برسد یا اینکه خودش بیمه نامه اضافی را تهیه نماید.

هنگامی که از قواعد CPT – CIP – CFR یا CIF استفاده شود، تحویل کالا زمانی از طرف فروشنده محقق می شود که او آن را به ترتیب معین شده در قاعده اینکو ترمز انتخابی خود در اختیار حمل کننده قرار دهد و نه زمانی که کالا به محل مقرر در مقصد واصل گردد.

قاعده CIF دارای دو نقطه مهم است. زیرا مسئولیت خطرات و مسئولیت هزینه ها در محل های متفاوتی منتقل می شوند. در حالی که در قرار داد همواره بندر مقصد تعیین میگردد، اما ممکن است در قرار داد بندر ارسال( بارگیری) که در آنجا مسئولیت خطرها ی مربوط به کالا به خریدار منتقل می شود،مشخص نشده باشد. اگر چنانچه بندر ارسال برای خریدار دارای اهمیت خاصی باشد، به طرفین اکیدا توصیه می شود که حتی الامکان بندر مزبور را دقیقا در قرار داد مشخص نمایند. هم چنین به طرفین اکیدا توصیه می گردد که حتی المقدور نقطه ای را دقیقا در محل بندر مقصد مورد توافق تعیین نمایند. زیرا هزینه های کالا تا این نقطه بر عهده و حساب فروشنده می باشد. به فروشنده توصیه می گردد که قرار دادهای حملی را تهیه کند که با این انتخاب دقیقا سازگار باشد. اگر چنانچه فروشنده به موجب قرار داد حمل خود، هزینه هایی را جهت تخلیه کالا در نقطه تعیین شده در بندر مقصد پرداخت نماید، مجاز نمی باشد که برای باز پرداخت این هزینه ها آن را از خریدار مطالبه نماید ، مگر اینکه به نحو دیگری میان طرفین توافق شده باشد.

به موجب این قاعده از فروشنده خواسته می شود که یا کالا را روی عرشه کشتی تحویل دهد یا کالائی را خریداری یا تهیه نماید قبلا به همین نحو برای حمل به مقصد بر روی عرشه کشتی تحویل داده شده باشد. به علاوه از او خواسته می شود که با قرار داد حمل را منعقد نماید و یا ( در صورت خرید یا تهیه کالای در حین حمل ) چنین قرار دادی را تهیه نماید . در اینجا اشاره به" تهیه )" لحاظ کردن فروش های چندگانه در یک زنجیره ( فروش های زنجیره وار ) است که بویژه در تجارت مواد خام و اولیه معمول و متداول می باشد

قاعده CIF نمی تواند در مواردی که کالا قبل از قرار گرفتن بر روی عرشه کشتی در اختیار حمل کننده قرار داده می شود، برای مثال کالاهای در کانتینر که معمولا در پایانه بار تحویل داده می شوند، مناسب باشد، در چنین اوضاع و احوالی باید از قاعده CIP( پرداخت کرایه حمل و بیمه کالا تا مقصد) استفاده شود.

قاعده اینکوترمز CIF از فروشنده می خواهد که در صورت لزوم ، کالا را جهت صدور، ترخیص نماید. مع هذا فروشنده در مورد ترخیص کالا از گمرک ورودی و پرداخت هر گونه حقوق و عوارض گمرکی یا انجام هر گونه تشریفات گمرکی مربوط به ورود کالا، هیچ تعهدی ندارد.

**فهرست بازبینی جهت اطمینان یافتن ازاتخاذ بهترین روش استفاده از قواعد اینکوترمز**

1. به طور واضح و صریح قاعده مورد نظر اینکوترمز را در قرار داد فروش خودمشخص نمایید. مانند ذکر قاعده اینکوترمز 2010 FCA. همیشه عبارت اینکوترمز 2010 را پس از نام قاعده مورد نظر در قرار داد بیاورید.[[135]](#footnote-135)
2. به نسخه ای از شرایط کامل تعاریف اینکوترمز سال 2010، از انتشارات اطاق بازرگانی بین المللی دسترسی داشته باشید. این نشریه را می توان با مراجعه در نشانی زیر :

ICC Store at: http//store.iccwbo.org یا کمیته های ملی اطاق بازرگانی بین المللی یا کتابفروشی های کتاب های کسب و کار یا تجارت بین المللی یا اطاق بازرگانی محلی به دست آورد.[[136]](#footnote-136)

1. یازده قاعده اینکوترمز معتبر سال 2010 را بر اساس سه حرف مخفف قواعد مزبور مطالعه و بین قواعد اینکوترمز که باید از آن ها انحصارا در حمل دریائی سنتی - برای مثال کالاهای فله ای و مواد خام و اولیه تحویل بارگیری شده در کنار کشتی - استفاده شود و قواعد اینکوترمز عمومی تر مناسب برای تمام شیوه های حمل، بالاخص حمل کانتینری و حمل چند وجهی تمایز قایل شوید.
2. توجه داشته باشید که قواعد اینکوترمز شامل تخصیص مسئولیت خطرات ومسئولیت هزینه ها بین فروشنده و خریدار و هم چنین تقسیم برخی مسئولیت های بیمه ای و گمرکی بین خریدار و فروشنده می باشد. با این وصف شاید نیاز باشد که علاوه بر قاعده اینکوترمز بسیاری از شرایط مهم دیگر مربوط به یک قرار داد، نیز مشخص گردد.در این راستا اکیدا توصیه می شود که:

* میزان پوشش بیمه ای مورد نظر و گستره ی زمانی و جغرافیایی این پوشش مشخص گردد . یعنی در کجا و در چه زمانی پوشش بیمه ای آغاز و در کجا و در چه زمانی خاتمه می پذیرد.
* هر گونه محدودیت های لازم در مورد این که چه نوع حملی مناسب است مشخص گردد. مثلا حمل با کانتینر های یخچال دار. عدم حمل بر روی عرشه کشتی و در فضای بازو غیره
* اگر چنانچه به موجب قرارداد ، مسئول ترخیص گمرکی یا تحویل در خارج ودر یک نقطه مشخص در داخل کشور دیگری می باشید، اطمینان حاصل نمائید که در قرار داد بندهای مربوط به فورس ماژور، معافیت یا تمدید زمان و مدت گنجانده شده باشد.

1. به خاطر داشته باشید که هدف از قواعد اینکوترمز، استفاده از آن ها در قرارداد فروش بین خریدار و فروشنده است و نبایستی با قرار داد مربوط به حمل بین فرستنده و حمل کننده اشتباه شوند. بازرگانان بایستی دستورات و راهنمائی های دقیق را در اختیار حمل کنندگان کالا، در ارتباط با قاعده اینکوترمز اختیاری خود در یک قرار داد خاص فروش قرار دهند.؛ این امر این اطمینان را حاصل خواهد کرد که قرار داد حمل با قرار داد فروش سازگار است.
2. خریداران د راستفاده از قواعد اینکوترمز CIF- CFR- CIP و CPT بایستی به خاطر داشته باشند که به موجب این قواعد خریدار مسئول خطر از دست رفتن یا وارد آمدن خسارت به کالا در حین حمل می باشد. قواعد اینکوترمز معروف به قواعد C( قواعدی که املای انگلیسی آن ها با حروف C آغاز می شود ) با سایر قواعد اینکوترمز متفاوت هستند، چرا که در این قواعد مسئولیت هزینه و مسئولیت خطر در نقطه مشابه منتقل نمی گردند. در تمامی قواعد اینکوترمز C، مسئولیت خطر به هنگام ارسال کالا یا بارگیری به خریدار منتقل می شود، خواه بارگیری روی عرشه یا تحویل به یک حمل کننده یا به یک پایانه باشد. قواعد اینکوترمز C "قراردادهای ورود [[137]](#footnote-137)»" نمی باشند. آن ها "[[138]](#footnote-138)قرار دادهای ارسال کالا “ می باشند. خریداران گاهی به علت ذکر نام نقطه مقرر در مقصد در این قواعد گمراه می شوند. این نقطه عبارت از نقطه ای است که تا آنجا فروشنده هزینه های بار را می پردازد نه نقطه انتقال مسئولیت خطرات مربوط به کالا. هر یک از قواعد اینکوترمز « C » دارای دو نقطه مهم و بحرانی میباشند. نقطه انتقال خطر(ریسک) و نقطه انتقال مسئو لیت هزینه ها. این دو نقطه در صورت امکان باید دقیقا در قرار داد فروش مشخص شوند.

**نمونه دعاوی راجع به قواعد اینکوترمز در دادگاه.**

**دعوای شرکت بیمه سنت مال گاردین بر علیه سیستم های پزشکی نئورومد[[139]](#footnote-139)**

**No. ooCiv 344 (S.D.N.Y.2002)**

**یک فروشنده آلمانی بنام نئورومد ، یک سیستم ام آر آی را به یک خریدار آمریکائی بر طبق قاعده اینکوترمز سیف (CIF ) بندر نیویورک می فروشد. زمانیکه این کالا در حین حمل دچار آسیب و خسارت می شود، شرکت بیمه خریدار ( سنت پال گاردین ) به موجب قرار داد بیمه جانبی[[140]](#footnote-140) که با فروشنده منعقد کرده بود، بر علیه تولید کننده آن کالای خسارت دیده اقامه دعوا میکند. به موجب قاعده اینکوترمز سیف « CIF » مسئولیت خطر از دست رفتن کالا از نقطه ارسال یا حمل به بعد متوجه خریدار می شود و از آنجائی که دستگاه ام آی ای ارسالی به صورت ظاهرا سالم بارگیری شده بوده ، بنابراین مسئولیت خطر وارد آمدن آسیب به عهده خریدار منتقل شده بود ه است[[141]](#footnote-141)**

**با توجه به این مطلب ، شرکت بیمه خریدار، در صدد احتراز از اعمال قاعده اینکو ترمز بر می آید و در این زمینه استلال مینماید که قاعده اینکوترمز به صورت واضح در قرار داد درج نشده است. قاضی رای میدهد که قاعده اینکوترمز حتی در غیاب ذکر خاص نیز اعمال می شود. دادگاه استدلال کرد که قانون حاکم بر قرارداد، قانون آلمان و در نتیجه کنوانسیون سازمان ملل متحد درباره قراردادهای فروش بین المللی کالاها CTSG”"[[142]](#footnote-142) می باشد( چون آلمان به این کنوانسیون ملحق شده است.م) و این کنوانسیون قواعد اینکوترمز را از طریق بند 2 ماده 9 کنوانسیون اعمال می نماید.**

**دعوای بی پی اویل اینتر ناشنال لیمتید بر علیه امپرسا استاتال پترولوس د و اکواودر [[143]](#footnote-143) (2003. ( 5he Cir 333 F2d 332 )**

**امپرسا استاتال ( پترو اکوادر ) قرار داد خرید یکصد و چهل هزار بشکه بنزین بدون سرب را از شرکت نفت بین المللی بی پی خریداری میکند. این بنزین طبق قاعده اینکوترمز CFR فروخته و توافق میشود که در تکزاس بارگیری و از آنجا به اکوادر حمل گرددد. بر طبق شرایط قرار داد، محتوای سمغ[[144]](#footnote-144) بنزین می بایست کمتر از سه میلیگرم در هر یکصد میلی لیتر می بود. هنگامیکه بنزین بارگیری میشود، بوسیله یک بازرس مستقل مورد آزمون قبل از حمل قرار میگیرد و تائید می شود که بنزین باشرایط قرار داد مطابقت دارد. اما زمانی که بنزین به اکوادر وارد میگردد محتوای سمغ آن از حد مذکور در قرار داد بیشتر می شود و در نتیجه شرکت پترو اکوادر بر علیه شرکت بی پی اقامه دعوا میتماید. دادگاه رای میدهد که باید قاعده اینکوترمز اعمال شود. در این راستا دادگاه استدلال نمود که بر طبق قاعده اینکو ترمز ، قانون حاکم بر قرار داد، قانون اکوادر است و قانون اکوادر، اجرای کنوانسیون CISGرا الزامی ساخته است و باستناد بند 2 ماده 9 این کنوانسیون رای داد که بر طبق این ماده بایستی قاعده اینکوترمز در مورد قرار داد اعمال شود. بر طبق قاعده اینکوترمز CFR مسئولیت خطر از دست رفتن یا وارد آمدن خسارت به کالا در زمان بارگیری از فروشنده به خریدار منتقل شده است و از آنجائی که بازرسی کننده در زمان بارگیری بنزین را مطابق با شرایط قرارداد تشخیص داده بود، بنابراین دادگاه رای داد که شرکت بی پی وظیفه تحویل خودش را انجام داده و مسئولیتی ندارد.**

**خود آزمایی فصل جهارم: قواعد اینکو ترمز**

**صحیح/ اشتباه**

1. اگر طرفین معامله در قرار داد خود صراحتا به قاعده اینکو ترمز 2010 اشاره ننمایند، دادگاه ها تعاریف حقوقی و قانونی ملی را در باره قاعده مرتبط اغمال خواهند نمود .
2. در مورد قواعد اینکو ترمز فوب و سیف، انتقال مسئولیت خطر ( ریسک) از فروشنده به خریدار در یک نفطه مشابه صورت میگیرد . ( یعنی به هنگام بار گیری کالا بر روی عر شه کشتی معین در بندر بار گیری).
3. نوع متفاوت قواعد اینکو ترمز، مانند سیف تحویل(CIF Landed)، رسما به وسیله اطاق بازر گانی بین المللی تعریف شده اشت .
4. قرار دادها ی حاوی قواعد اینکو ترمز DAT,DAP,DDP را میتوان قرار داد های " ورود " طبقه بندی کرد.
5. قواعد اینکو نرمز سیف و سیپ تنها دو قاعده اینکو ترمز هستند که وظیفه تحصیل بیمه به وسیله فرو شنده را مقرر می دارد.

**پاسخ ها:**

1. اشباه
2. صحیح
3. اشتباه
4. صحیح
5. صحیح

**فصل پنجم**

**قراردادهای بین المللی**

**جو حقوقی کسب و کار و تجارت بین المللی**

**خلاصه**

هر معامله بین المللی کسب و کاری مبتنی بر یک قرار داد اساسی و بنیادی است. بنابراین فهم و درک بندهای کلیدی و مهم در قرار دادهای معمول بین المللی مانند قرار داد فروش صادراتی، قرار داد نمایندگی، قرار داد توزیع، قرارداد اعطای مجوز و قرار داد فرانشیز بسیار با اهمیت است.

از آنجائی که ممکن است دو یا چند نظام حقوقی ملی در مورد یک معامله بین المللی وجود داشته باشد، بنابراین اغلب یک نامعلومی یا عدم قطعیت بالقوه وجود دارد دائر بر این که در صورت بروز اختلاف کدام قانون بایستی اعمال شود. ( یا قانون قابل اعمال و صلاحیت دار چه قانونی است . ) هم چنین ممکن است درباره اینکه در کجا یک اختلاف بایستی به صورت رسمی مورد حل و فصل قضائی قرار بگیرد( صلاحیت دادگاه ) ، نا معلومی وجود داشته باشد . یعنی کشورهای متعددی وجود داشته باشند که دادگاه های آن ها تحت شرایطی صلاحیت حل و فصل اختلاف را داشته باشند.( تعارض دادگاه ها) بنابراین و به همین علت متخصصین و دست اندر کاران در تجارت بین الملل، بایستی درمورد قانون صلاحتیدارومرجع رسیدگی یا دادگاه صلاحتیدار و نیز بندهای مربوط به ارجاع به داوری، اطلاع داشته و با این مفاهیم آشنا باشند.

مسایل مربوط به اجرای بین المللی و اجرای آرای قضائی و تصمیمات داوری نیز دارای اهمیت می باشند. چرا که ممکن است در برخی موارد، اجرای یک حکم دادگاه در خارج از کشور صادر کننده حکم با چالش مواجه شود.

گرچه تمرکز ما در اینجا بر حقوق قرار داد های کسب و کار بین المللی است، اما مسایل مهم مسئولیت ها و الزامات خارج از قرار داد نیز وجود دارد که برای شرکت های بین المللی مهم میباشند، که از جمله این مسایل می توان به متابعت و تمکین از قوانین و مقررات ضد فساد اشاره نمود.

قوانین ملی، نظام های دادگاهی، رویه های موسسات حقوقی ووکلای دادگستری و استانداردهای قرار دادی ، از یک کشور به کشور دیگر متفاوت است. درک و فهم تفاوت ها ی موجود در بین نظام های معتیر حقوقی دنیا مانند، نظام کامان لا ( حقوق عرقی ) و نظام حقوقی مدون و شریعت( اسلامی) می تواند به تکمیل مدیریت خطر یا ریسک مربوط به قانون یک موسسه یا بنگاه کمک نماید.

از آنجائی که حل و فصل اختلاف بین المللی، بسیار گران می باشد، بنابراین بازرگانان باید با ساز و کارهای مربوط به پیش گیری یا احتراز از بوجود آمدن اختلافات . - برای مثال استفاده از گواهی نامه های بازرسی، استفاده از ضمانت نامه های حسن انجام کار و سایر ضمانت ها – آشنا باشند. بالاخره بازرگانان بایستی به هزینه ها و منافع مترتب بر طرق مختلف حل اختلاف و بویژه انتخاب بین، دادخواهی قضایی بین المللی، داوری تجاری بین المللی و/ یا میانجیگری اشراف داشته باشند.

**5-1جو قانونی و حقوقی کسب و کارهای بین المللی**

**1 -5-1 محدودیت مهم و کلیدی: هزینه بالای توسل به روش های حقوقی و قانونی و قضایی برای حل اختلاف**

یک جنبه کلیدی قرار دادهای بین المللی کسب و کاری این است که اجرای آن ها از طریق مراجع قضایی ، معمولا بسیار گران تر از اجرای قرار دادهای کسب و کار داخلی است.

اقامه دعوا در دادگاه های خارجی و جبران خسارت ها از طریق این دادگاه ها، مستلزم داشتنِ مشاور حقوقی محلی خارجی ، ترجمه اسناد و غیره می باشد. از آنجائی که داد خواهی قضایی بین المللی می تواند خیلی گران و هزینه بر باشد، لذا معمولا طرفین در صدد اتکاء به انواع مختلف سازوکارهای مختلف تامینی و حفاظتی بر میایند تا از آن راه ها احتیاج به توسل به طرح دعاوی را کاهش دهند. ( در صدد علاج واقعه قبل از وقوع بر می آیند)

برای مثال یک صادر کننده که کالا یی به ارزش 50 هزار دلار را به یک مشتری جدید می فروشد ، شاید نخواهد که متکی بر قول قرار دادی وارد کننده دایر به پرداخت بهای معامله ظرف سی روز پس از وصول کالا باشد. این مطلب صحیح است که اگر وارد کننده پرداخت را انجام ندهد قرار داد را نقض خواهد کرد، اما هزینه حقوقی تعقیب وارد کننده به خاطر نقض قرار داددر یک دادگاه خارجی ممکن است خیلی بیشتر از 50 هزار دلار برای آن صادر کننده تمام شود. بنابراین در بسیاری از موارد، صرف داشتن قرار داد ، حمایت کافی به شمار نمیرود.. به همین دلیل است که در تجارت بین الملل، بسیار معمول و متداول است که باید در پی ساز و کارهای حمایتی بیشتر ، نظیر استفاده از اعتبار اسنادی، ضمانت های بانکی، گواهی نامه های باز رسی و امثالهم بر آمد.

مثال: صادر کننده ای را در نظر بگیرید که با شرایط حساب باز[[145]](#footnote-145)و با پشتوانه اعتبار اسنادی اتکائی[[146]](#footnote-146) وارد معامله با یک وارد کننده شده باشد دارد . در این مثال اگر، وارد کننده ، مقررات قرار داد برای پرداخت بهای معامه را اجرا ننماید، در آنصورت صادر کننده نباید درباره هزینه های اقدام قانونی نگران باشد .چرا که او فقط کافی است به جای اقدام قانونی و دادخواهی بین المللی از اعتبار اسنادی اتکائی استفاده و طلب خود را وصول نماید..

**5-1-2 قرار دادهای مهم و اصلی برای معاملات تجاری وکسب و کاری بین امللی**

قرار دادهای خاص متعددی وجود دارند که از آن ها در حد گسترد ه ای درتجارت بین الملل استفاده میشود. متخصصین و دست اندر کاران در تجارت بین الملل بایستی با یکایک این قرار دادها آشنا باشند.

**قرار داد فروش صادراتی یا قرار داد خرید**

قرار داد مزبور یک قرار داد پایه ای برای تجارت بین الملل میباشد. انواع مختلف این قرار داد عبارتند از: قراردادها ی فروش کالاهای مصرفی و قرار دادهای فروش کالاها و مواد خام و اولیه به صورت فله ای.

**قرار دادهای تجارت خدمات**

قرار دادهای ارائه خدمات متعددی وجود دارند که به صورت بخش مهمی از فرایند صادرات در آمده اند. در این باره به ویژه می توان به قرار دادهای زیر اشاره نمود:

* **قرار داد حمل .** هر صادر کننده یا وارد کننده ای بایستی یک قرار داد حمل را - معمولا به شکل بارنامه- با یک ارائه کننده خدمات حمل منعقد نمایند و اگر در حین حمل به کالا آسیب و خسارت وارد شود و یا از دست برود، لازم خواهد بود که بر طبق شرایط بارنامه اقدام قانونی به عمل آید.
* **قرار داد بیمه**

کالاهای صادراتی معمولا بوسیله بیمه نامه های معروف به بیمه ای باز[[147]](#footnote-147) پوشش داده می شوند که صادر کننده یا وارد کننده آن راتهیه می نماید و در صورت از دست رفتن کالا یا وارد آمدن خسارت به کالا بایستی به بیمه گر برای جبران خسارت مراجعه نمود.

* **تامین مالی / ضامن**

بانک ها و شزکت های ضمانت گر، نقش مهمی را در معاملات صادراتی از جمله از طریق ارائه اعتبار نامه ( اعتبار اسنادی)، ضمانت نامه های بانکی یا اعتبار نامه تضمینی اتکایی[[148]](#footnote-148) ایفا

**قرار دادهای تعاونی**

در هر یک از ساختارهای قرار دادی زیر صادر کننده وارد یک ترتیبات تعاونی با یک طرف خارجی می شود تا بتواند به یک بازار خارجی وارد و از آن بهره مند شود:

* **قرار داد نمایندگی[[149]](#footnote-149):** در این قرار داد نماینده برای کالاهای صادر کننده ( یا موکل ) بازار فروش تهیه و در قبال فروش آن از صادر کننده ( موکل ) حق العمل یا کمیسیون دریافت می نماید.
* **قرار داد توزیع:[[150]](#footnote-150)** به موجب این قرار داد ( معمولا ) توزیع کننده یک مقدار تضمینی معینی از کالاهای صادر کننده را خریداری می نماید و از فروش آن ها سود می برد . توزیع کنندگان معمولا موجودی نگاه میدارند، و خدمات پس از فروش را ارائه میدهند.
* **اعطای مجو[[151]](#footnote-151)ز یا چواز**

در این قرار داد، صادرکننده یا اعطا کننده مجوز به یک طرف خارجی ( مجوز گیرنده یا گیرنده پروانه ) اجازه یا حق میدهد که از حق مالکیت فکری متعلق به اعطا کننده مجوز ، در قبال پرداخت حق الامتیاز، ،بهره برداری تجاری بنماید.

* **قرار داد فرانشیز یا فرانچایز[[152]](#footnote-152)**

این قرار داد شبیه به قرار داد اعطای مجوز است و اختلافی که با آن دارد این است که در قرار داد فرانشیز صادر کننده یا دارنده فرانشیز نه تنها حق استفاده و بهره برداری از حق مالکیت فکری خود را به طرف قرار داد منتقل می نماید، بلکه معمولا این انتقال حق مالکیت فکری با ارائه خدمات مشاوره ای مدیریتی نیز همراه میباشد.

* **قرار داد سرمایه گذاری مشترک[[153]](#footnote-153)**

به موجب این قرار داد، دو شرکت بزرگ مبادرت به ایجاد شرکت سومی در بازار هدف می نمایند. معمولا هدف از این اقدام این است که از دانش محلی بالای شرکای محلی و ارتباطات آنان بهره برداری شود. این نوع سرمایه گذاری ها درجات بالائی از تعارض و تضاد در هم آهنگ سازی دیدگاه های دو شرکت اولیه یا مادر راگزارش داده اند.

**5-1-3 مثال ها : مشکلات مربوط به قرارداد های بین المللی**

**از دست رفتن یا وارد آمدن خسارت و آسیب به کالاها در حین حمل**

درمعاملات تجاری بین المللی، امکان بروز خطراز دست رفتن یا آسیب دیدن کالا خیلی بیشتر از معاملات داخلی است. چرا که در تجارت بین الملل کالاها برای تحویل به خریدار، باید مسافت طولانی را طی و از مرزها عبور نمایند. کالا ها اغلب بایددر حین حمل تخلیه و دو باره در وسایل حمل مختلف بار گیری و منتقل گردند. "شیوه های حمل چند وجهی" و به علاوه باید حداقل از دو مانع گمرکی عبور نمایند.

سئوالی که مطرح میشود این است که اگر کالا در حین حمل دچار خسارت شود و یا ازدست برود چه کسی مسئول خواهد بود ؟ صادر کننده یا وارد کننده؟

برای هر قرار داد بیع یافروش خوب و درست تنظیم شده ، یک قاعده اینکوترمز یا شرایط حمل وجود داردکه مشخص مینماید که در کجا صادر کننده بایدکالا را به خریدار تحویل دهد. قاعده اینکوترمز انتخابی، نقطه فیزیکی را که در آنجا مسئولیت خطر از دست رفتن یا وارد آمدن خسارت به کالا از فروشنده به خریدار منتقل می شود را مشخص می نماید. موضوص دیگری که مستلزم تفکر و تحقیق می باشد ، این است که ببینیم آیا می توان معین کرد که در کجا و در چه زمانی کالا خسارت دیده یا از دست رفته است؟

مثال : قاعده اینکوترمز فوب را در نظر بگیرید. به موجب این قاعده، نقطه انتقال مسئولیت خطر از صادر کننده به وارد کننده روی عرشه یک کشتی معین در بندر ارسال یا بارگیری است. اگر کالا بین کارخانه فروشنده و کشتی در بندر از دست برود و یا بر آن صدمه وارد شود، در آنصورت فروشنده نتوانسته است که کالا را تا نقطه انتقال مسئولیت خطر بیاورد و بنابراین قرار داد را نقض کرده خواهد بود. بر عکس اگر کالا پس از بارگیری در کشتی از دست برود یا دچار خسارت شود ، در این حالت خریدار مسئول از دست رفتن یا خسارت وارده به کالا خواهد بود.

**مثال موردی : دعوای خسارت یا از دست رفتن کالا در حین حمل**

**دعوای شرکت بیمه سنت پال گاردین بر علیه سیستم های پزشکی نئورمد.**

یک فروشنده آلمانی به نام نئورمد یک دستگاه ام آر آی را به یک خریدار آمریکائی بر طبق شرط زیر می فروشد:

سیف (CIF ) بندر نیویورک

هنگامیکه کالا در حین حمل متحمل خسارت گردید، شرکت بیمه خریدار ( شرکت بیمه گاردین ) بر علیه تولید کننده دستگاه ام آر آی اقامه دعوا نمود. بر طبق قاعده اینکوترمز سیف CIF) ) ، مسئولیت خطر از دست رفتن و وارد آمدن خسارت به کالا، در هنگام ارسال یا بارگیری آن به خریدار منتقل میگردد و چون دستگاه ام آر آی در شرایط سالم بارگیری شده بود، بنابراین فروشنده آن را تا نقطه انتقال مسئولیت خطر آورده بود و از آن نقطه به بعد دیگر مسئولیتی نداشت و مسئولیت خطر به خریدار منتقل شده بود و بنابراین خریدار نمی توانست مسئولیت خطر خسارت را متوجه فروشنده ( صادر کننده ) بنماید.

**عدم رضایت خریدار از کالای تحویل داده شده**

دلایل متعددی وجود دارد که چرا یک وارد کننده (خریدار) از کیفیت کالا و یا عملکرد صادر کننده خشنود نباشد. برای مثال ممکن است که کیفیت کالا با آنچه که در قرار داد توصیف شده و یا با انتظارات خریدار منطبق نباشد. ممکن است که کالا به علت بسته بندی نا مناسب بوسیله فروشنده و یا اهمال حمل کننده ، دچار خسارت شده باشد یا این که کالا دیر تحویل داده شده باشد و غیره. در هر یک از این موارد، اولین اقدام مراجعه به قرار داد و اطمینان حاصل کردن از این است که آیا قرار داد برای حل اختلاف به اندازه کافی دقیق و جامع می باشد یا نه.

به عنوان یک قاعده کلی ، خریدار ان ترجیح میدهند که یک توصیف دقیق و جامعی از کالا در قرار داد فروش گنجانده شود، تا بتوانند فروشندگان را در قبال اجرای هر بخشی از آن توصیف دقیق و جامع ، مسئوول بدانند. بر عکس فروشندگان محتاط ، از درج جزئیات زیاد و شرایط خاص در توصیف کالا ناراحت هستند. چرا که حتی یک انحراف جزئی و غیر مهم از توصیف مندرج در قرار داد، می تواند این فرصت را در اختیار خریدار قرار دهد که کالا را قبول نکند و یا ادعای خسارت بنماید.

با توحه به لزوم و اهمیت بسیار زیاد تعهد پرداخت بهایا ثمن معامله در معاملات بین المللی ، ممکن است خریدارن بخواهند که قبل از پرداخت بر ارائه گواهینامه بازرسی مربوط به تائید کیفیت کالا از طرف فروشنده اصرار نمایند.

در اینجا بایستی به یک نکته عملی بسیار مهم درباره تعامل بین حقوق قرار دادی و روش پرداخت اشاره شود. هنگامیکه اختلافی بوجود آید، آن کسی که هنوزپول را در اختیار دارد و به فروشنده نپرداخته و تا حد کمتری آن کسیکه مال التجاره را در اختیار خود دارد و هنوز به خریدار تحویل نداده ، در یک موضع قویتری قرار خواهد داشت. اگر برای مثال یک خریدار بر شرایط پرداخت « حساب باز » اصرار کرده باشد ( یعنی اینکه ثمن معامله به فروشنده در یک موعد مقرر پس از تحویل کالا پرداخت شود ) و به هنگام تحویل گرفتن کالا متوجه وجود مشکلی در کالای فروشنده شود، او خیلی ساده می تواند از پرداخت بهای کالا به فروشنده امتناع نماید. بنا براین فروشنده ( صادر کننده )در موضع ضعف واقع ودر بسیاری از مواردآماده خواهد بود که به جای اقدام قانونی و اقامه دعوا در یک کشور خارجی، موضوع را با مصالحه حل و فصل نماید.

**اقدامات بر علیه ارائه کنندگان تجارت خدمات: مانند بانک ها، شرکت های بیمه، واسطه ها یا دلالان گمرکی و غیره**

در مثال بالا، ما ابتدا در پی آن بر آمدیم که مشخص نمائیم که بین فروشنده و خریدار، کدام یک مسئوول خطرات( ریسک های) وارد آمدن خسارت به کالا یا از دست رفتن آن می باشد. اغلب چنین اتفاق می افتد که عدم اجرای تعهدات قرار دادی ، بر اثر برخی قصورهای شخص ثالث، برای مثال حمل کننده کالا، حادث می شود . برای مثال موردی که حمل کننده وارد آمدن خسارت به کالا یا از دست رفتن آن را قبول می نماید. حالا اجازه دهید که فرض نماییم که در مورد یک قرار داد حمل با قاعده اینکوترمز فوب ( FOB ) ، راننده ی کامیونِ حامل کالا ، در مسیر کارخانه صادر کننده تا بندر محلی ، بر اثر اهمال باعث بروز تصادف گردد. در این مثال گرچه فروشنده می تواند بر علیه حمل کننده ادعای خسارت بنماید، ولی در مقابل خریدار ، به خاطر قصور در عدم اجرای قرار داد مسئوول می باشد . چرا که قاعده اینکوترمز فوب ( FOB ) از فروشنده می خواهد که که کالا را سالم بر روی عرشه یک کشتی معین و مشخص قرار دهد. به عبارت دیگر فروشنده بایستی صرفنظر از اینکه می تواند یا نمی تواند ( که در مثال ما می تواند ) بر علیه حمل کننده کالا اقامه دعوا بنماید ، باید به تهیه و تحویل کالای جانشین اقدام نماید و یا خسارات را به خریدار بپردازد. در این مثال از دیدگاه خریدار هیچ عذر و بهانه ای برای فروشنده وجود ندارد که بگوید چون اهمال و قصور توسط شخص ثالث یعنی ارائه کننده خدمات حمل صورت گرفته، لذا او در مقابل خریدار مسئوول نمی باشد. به عبارت دیگر این وضع ر افع مسئولیت فروشنده نمی باشد. به همین دلیل است که برخی اوقات گفته می شود که در معاملات مربوط به صادرات و واردات ، قرار داد فروش صادراتی « قرار داد مرشد یا سرور »[[154]](#footnote-154) ( یا فصل الخطاب) میباشد. این قرار داد فروش صادراتی است که معین می نماید که بین فروشنده و خریدار چه کسی دارای مسئولیت اصلی برای انعقاد قرار دادهای حمل، پرداخت و یا بیمه می باشد.

برای مثال در یک معامله فروش اسنادی کلاسیک ، جهت خرید کالاها و مواد اولیه به صورت فله ای، خریدار موظف است که معامله را با افتتاح یک اعتبار اسنادی در بانک آغاز نماید. در این ارتباط هر نوع اعتبار اسنادی کافی نمی باشد. بلکه این اعتبار اسنادی بایستی دقیقا سازگار و منطبق با شرایط قرار داد فروش در باره موضوع باشد. اگر چنانچه وارد کننده در افتتاح اعتبار اسنادی بر طبق شرایط قرار داد فروش عمل ننماید، او نافض قرار داد فروش محسوب خواهد شد. در اعتبار اسنادی ( اعتبار نامه) نیز معمولا در مقابل گشایش اعتبار ، از فروشنده خواسته می شود که نوع خاصی از بارنامه، بیمه نامه و گواهی نامه بازرسی قبل از حمل ( و سایر اسناد ) را ارائه دهد. بنابراین برطبق وبسته به قرار داد فروش صادراتی ، از صادر کننده ( یا وارد کننده ) خواسته می شود که با حمل کنندگان، بانک ها، شرکت های بیمه و / یا شرکت های متخصصن در بازرسی قبل از حمل قرار دادهای بسیار اختصاصی منعقد نمایند. هر یک از این قراردادهای اختصاصی فرعی نیز می توانند مشمول قواعد و شرایط و مقررات قانونی متفاوت و خاص خود باشند.

**موضوع تمایل صادر کننده به خاتمه دادن**   **به رابطه نمایندگی یا توزیع**

مثال های فوق مربوط هستند به قرار داد پایه ای صادرات / واردات جهت فروش بین المللی کالا یا مال التجاره که قرار داد مهم و اساسی در تجارت بین الملل می باشد. نوع دیگر قرار داد بین المللی خیلی معمول و متداول ، قرار دادهای نمایندگی و توزیع می باشند . این قرار دادها نیز نیز به یک سری مشکلات معمول و متفاوت دیگر منجر می شوند. اجازه بدهید که در اینجا به یکی از این مشکلات اشاره نمائیم.

صادر کنندگان با « نمایندگان » یا « با توزیع کنندگان » با این هدف که کالاهای صادراتی آن ها در بازارهای خارجی به فروش رفته و دارای سهم بهتری باشد، قرار داد منعقد می نمایند این دو قرار دااد با یکدیگر متفاوت هستند. در قرار داد نمایندگی ، نمایندگان برای کالاها بازاریابی مینمایند و در قبال فروش آن ها در بازار، از صادر کننده ،حق العمل یا کمیسیون دریافت میدارند. ولی در قرار داد توزیع ، توزیع کنندگان کالای صادراتی را خریداری مینمایند و مالکیت آن را به دست می آورند و سپس آن را در بازار ، در مقابل دریافت سود به فروش میرسانند. در هر دو قرار داد ، صادر کننده با یک طرف خارجی وارد یک قرار داد همکاری بالقوه بلند مدت می شود. مشکل معمول درباره این نوع قراردادها، زمانی حادث می شود که صادر کننده، تحت تاثیر رشد تجارت و فروش کالا در بازار هدف و به منظور بهره برداری مستقیم و بدون واسطه از این بازاروسوسه میشود که به قرار داد نمایندگی یا قرار داد توزیع خاتمه دهد و خودش به صورت مستقیم کالا را به آن بازار عرضه نماید. در چنین مواردی صادر کننده می تواند در پایان مدت قرارداد ، یا در صورت نقض قرار داد از طرف نماینده یا توزیع کننده ، آن را تمدید ننماید.

اغلب این امکان قطع رابطه قریب الوقوع تجاری، یک احساس نا خوشایندی را در نماینده و توزیع کننده بوجود می آورد . چرا که این افراد سال ها وقت و انرژی خود را صرف بازاریابی جهت محصول صادر کننده کرده اند و به علاوه ممکن است که به در آمدهای ناشی از فرایند نمایندگی و توزیع شدیدا متکی و وابسته باشند. بنا بر این در چنین حالتی ، قابل فهم است که نمایندگان و توزیع کننده گان ، پایان قرار داد را به چالش بکشند ویا آن را به تاخیر بیاندازند و یا از پایان آن ممانعت به عمل آورند. آن ها هم چنین ممکن است که به جای این اقدام، در صدد دریافت نوعی جبران برای از دست رفتن کسب و کار خود که به آن " غرامت خاتمه قرارداد "[[155]](#footnote-155) گفته میشود ، بر آیند. البته ، موفقیت نمایندگان یا توزیع کنندگان در دفاعیات حقوقی از خود، تا حد بسیار زیادی بسته به قانون صلاحتیدار حاکم بر قرار داد دارد – آن قوانین ملی یا محلی که نتوان شرط خلاف آن را مقرر نمود و آن را با شرایط قرار دادی غیر قابل اجرا کرد.. این قوانین هر گونه شرایط قرار دادی که با قانون متناقض باشد را باطل میدانند. - در برخی از کشورها قوانین خاص بر رابطه نمایندگی یا توزیع حاکم است و این قوانین حاکم بر قرار داد است و قرار داد نمی تواند خلاف آن قانون باشد. این بدان معنا است که در این حالت طرفین کاملا آزاد نمی باشند که ساختار شرایط پایان قرار داد مورد علاقه خود را در قرار داد بگنجانند. در نتیجه در بسیاری از کشورها ، برای مثال کشور های عضو اتحادیه اروپا ، از صادر کننده خواسته می شود که در باره پایان قرار داد ، از قبل یک زمان کافی به نماینده تجاری داده شود و به علاوه اگر قرار داد طویل مدت باشد ، صادر کننده مجبور خواهد بود که یک غرامت منطقی و منصفانه پایان قرار داد را نیز به نماینده پرداخت نماید. پرداخت منصفانه به معنای پرداخت جبرانی به نماینده به خاطر از دست دادن کسب و کار او می باشد.

5-1-4 **یافتن قانون و دادگاه مناسب: انتخاب قانون و دادگاه صلاحتیدار**

هنگامیکه یک شرکت مواجه با یک اختلاف حقوقی بین المللی می شود، در آغاز علاقمند است که بداند و تعیین نماید که کدام نظام حقوقی حاکم بر آن اختلاف خواهد بود. اگر آن شرکت تصمیم بگیرد که حقوق خود را تعقیب یا از آن دفاع نماید، باید تعیین نماید که در کجا یعنی در کدام کشور و / یا کدام مرجع احقاق حق ، طرح دعوا و داد خواهی نماید. برای پاسخ دادن به این سئوالات لازم است که او به مفاهیم انتخاب قانون، انتخاب مرجع رسیدگی و صلاحیت آن ها وقوف و اشراف داشته باشد.[[156]](#footnote-156)

**استراتژی های مذاکره/ تدوین بند مربوط به حل و فصل اختلاف در قرار داد**

در بسیاری از قراردادهای تجاری وکسب و کار بین المللی، طرفین قرار داد ، قانون قابل اعمال ملی و مرجع حل و فصل اختلاف را در بندهای قرار داد معین می نمایند که میتوان به این بندها عنوان بندهای " انتخاب قانون [[157]](#footnote-157)" یا " انتخاب مرجع دادخواهی یا رسیدگی به اختلاف[[158]](#footnote-158) " یا"بطور کلی بند مربوط به حل و فصل اختلاف[[159]](#footnote-159)" را اطلاق نمود.

از دیدگاه و منظر استراتژی، انتخاب مرجع دادخواهی ( دادگاه صلاحیت دار) میتواند بیش از انتخاب قانون برای یک طرف دعوا مهم باشد . با توجه به هزینه های وحشتناک و موانع موجود بر سر راه دادخواهی قضایی بین المللی، اگر یک طرف بتواند مرجع یا دادگاه مورد علاقه خودش را در قرار داد مشخص و تحمیل نماید، امکان دارد که ، در صورت بروز اختلاف، این اقدام ، طرف مفابل را از داد خواهی منصرف نماید. اگر چنانچه فردی بداند که تنها راه برای احقاق حق و رسیدگی قضایی، مستلزم مسافرت به یک شهر خارجی دور افتاده و تقبل آئین کارهای پر هزینه و زمان بر می باشد، ممکن است که حتی از تعقیب یک دعوای معتبر صرفنظر نماید. بنابراین، انتخاب مرجع یا دادگاه می تواند مهم و تعیین کننده باشد. زیرا می تواند یکی از طرفین را از تعقیب قانونی در بسیاری از دعاوی تضعیف و یا منصرف نماید.

اما ، انتخاب قانون، بستگی به مقایسه نتیجه اعمال قوانین مختلف قابل اعمال احتمالی، با یکدیگر دارد . مع هذا در این ارتباط باید در نظر داشت که در اغلب موارد، قوانین تجارت در اطراف دنیا به نحو چشم گیری با یکدیگر مشابهت دارند. بنابراین در این گونه موارد، مهم نخواهد بود که یک قانون خاص به جای قانون خاص دیگری در دعوا حاکم باشد. بر عکس انتخاب مرجع دادخواهی همیشه مهم است . زیرا این انتخاب بر هزینه های بالقوه حل و فصل اختلاف تاثیر می گذارد.

**انتخاب قانون**

هنگامی که از یک دادگاه تقاضا می شود که قانون صداحتیدار را مشخص نماید، به این فرایند برخی اوقات عنوان « انتخاب قانون »[[160]](#footnote-160) اطلاق میگردد. اصطلاح انتخاب قانون هم چنین به بندی از قرار داد اشاره دارد که به موجب آن ، طرفین موافقت می نمایند که هر اختلاف احتمالی را بر طبق یک قانون خاص مقرر شده در قرار داد، حل و فصل نمایند. طرفین تجارت معمولا آزاد هستند که قانون قابل اعمال را تعیین نمایند. هر چند که در برخی از کشورها، این آزادی کلی مشروط بر این است که موّجه و منطقی باشد. زیرا انتخاب نا موجه قانون می تواند مورد قبول دادگاه ها واقع نشود.

اغلب طرفی که در وضعیت مذاکراتی قوی تری قرار دارد، قانون ملی خودش را در بند مربوط به انتخاب قانون در قرار داد تحمیل می نماید. اگر چنانچه طرفین قرار داد هیچ اشاره ای به انتخاب قانون در قرار داد ننمایند، دادگاه یا مرجع داوری که از آن در خواست حل و فصل دعوا می شود ، از تجزیه و تحلیل « تعارض قوانین » جهت تعیین مناسب ترین قانون حاکم و صلاحتیدار، استفاده خواهد کرد. تمام نظام های حقوق ملی، حاوی اصول و قواعد قانونی مربوط به « تعارض قوانین » میباشند. این قواعد به دادگاه ها کمک می نمایند که برای حل و فصل یک اختلاف بین المللی ، مناسب ترین قانون را برای اجرای قرارداد، تعیین نمایند و به این قانون « قانون قابل اعمال یااجرا[[161]](#footnote-161) یا قانون صلاحتیدار »، « قانون مناسب[[162]](#footnote-162) » یا « قانون حاکم [[163]](#footnote-163)» گفته می شود.

**انتخاب مرجع حل و فصل اختلاف ( دادگاه یا دیوان داوری)**

طرفین یک اختلاف از درجه ای از آزادی برای انتخاب دادگاه با مرجع داوری که درباره اختلاف تصمیم گیری نمایند، بهره مند می باشند. یک "مرجع [[164]](#footnote-164)" محلی است که ممکن است در آنجا یک اختلاف به صورت قانونی حل و فصل گردد. مرجع مزبور میتواند دادگاه ملی یا دیوان داوری، یا شکل و نوع دیگری از نهاد حل و فصل اختلاف باشد.

یک استثنا مهم در مورد قاعده آزادی قراردادی در انتخاب مرجع رسیدگی به اختلاف را می توان ، در برخی از کشورها ، در مورد طبقات خاصی از اختلافات، مانند اختلاف کاری یا استخدامی که باید بر طبق قوانین ملی یا در محضر دادگاه های اختصاصی حل و فصل شوند، مشاهده کرد. این موضوعات ممکن است مشمول قانون ملی حاکم بوده و به علاوه « غیر قابل ارجاع به داوری » تلقی گردند. در این قبیل موارد هر شرط قراردادی مخالف را دادگاه ها رد و غیر قابل اجرا قلمداد خواهند نمود.

اگر طرفین، ارجاع اختلاف به حکمیت یا داوری را انتخاب نمایند، آن ها بایستی در قرار داد خود یک بند ارجاع به داوری موثر، نظیر بند استاندارد ارائه شده بوسیله اطاق بازرگانی بین المللی را درج نمایند در این باره در فصل هشتم این کتاب بیشتر بحث خواهد شد .

اگر طرفین بر اثر راهنمایی مشاور متخصص خود در داوری یا حکمیت، با ارجاع دعوا به حکمیت یا داوری موافقت نمایند، در اینصورت به صلاح می باشد که طرفین ، بند جامعی که در آن قانون قابل اجرا یا قانون صلاحتیدار برای داوری ، مقر داوری، زبان مورد استفاده در داوری و تعداد داوران ( یک نفر یا سه نفر ) تعیین شده باشد، را در قرار داد بگنجانند.

**نقش قواعد استاندارد و عرف های تجاری**

در قرار دادهای بین المللی، معمول این است که باید مجموعه قواعد خارجی « با ذکر نام » در قرار داد اضافه گردند. مثال کلاسیک در مورد این فورمول را می توان در قواعد اینکوترمز، اطاق بازرگانی بین المللی مشاهده نمود. مثلا زمانی که بازرگانان موافقت می نمایند که بر مبنای قاعده اینکوترمز فوب ( FOB ) ، 2010 قرار داد خود را منعقد نمایند، آن ها باید در قرار داد تعریف کامل قاعده ( FOB ) را بیاورند.

مثال های مهم دیگر درباره لزوم درج قواعد استاندارد با ذکر نام در قرار داد را می توان در قواعد متعدد اطاق بازرگانی بین المللی جهت اسناد مالی، نظیر اعتبارات اسنادی و ضمانت نامه های بانکی مشاهده کرد. برای مثال زمانی اعتبار اسنادی مشمول )UCP6OO مجموعه مقررات متحد الشکل اعتبارات اسنادی اطاق بازر گانی بین المللی ) می شود که در تقاضا برای صدور اعتبار اسنادی به اعمال UCP60O اشاره شود.( در این کتاب به موضوع اعتبار اسنادی به تفصیل پرداخته خواهد شد.)

نوع دیگری از قاعده استاندارد را می توان در بازارهای مختلف کالاها مشاهده نمود که درآن ها انجمن های صنعتی مجموعه قواعدی را برای درج ، هم در قراردادهای نقدی و هم در قرار دادهای، آتی پیشنهاد و توصیه می نمایند. برای مثال در قرار دادهای منعقده بر طبق قواعد انجمن شکر تصفیه شده (آر اس ا )[[165]](#footnote-165) ، طرفین قرار داد باید از قواعد خاص وبسیار تخصصی نظیر قواعد مربوط به نوع اعتبار اسنادی که باید صادر گردد ، متابعت و پیروی نمایند.

نه تنها قواعد استاندارد، بلکه قرار دادهای منعقده قبلی را نیز میتوان با ذکر نام در قرار داد جدید به کار برد وشرایط مندرج در آن ها را لازم الاتباع مقرر نمود. بنابراین برای مثال زمانی که یک اجاره کننده کشتی بارنامه ها را صادر می کند، این بار نامه ها می توانند بر طبق و بر اساس شرایط مندرج در قرار داد اجاره کشتی که ممکن است آن را خریدار خدمات حمل هرگز روئیت نکرده باشد ، منعقد گردد. هم چنین یک پیمانکار فرعی که خدمات یا کالا را به یک صادر کننده ارائه میدهد، ممکن است متوجه شود که در قرار داد خود با صادر کننده به قرار داد صادر کننده با خریدار وارد کننده اشاره و آن قرار داد در قرار داد او با صادر کننده ادغام گردیده است. به طور وضوح ترجیح این است که طرفین یا مشاوران حقوقی آن ها، هر گونه قواعد یا شرایط یا قرار داد هائی که با ذکر نام در قرار داد ادغام شده اند را بررسی نمایند. اما در عمل اغلب تا زمانی که بروز اختلاف حقوقی این بررسی را اجباری نسازد، طرفین به این بررسی اقدام نمی نمایند.

حتی این امکان وجود دارد که مجموعه قواعد غیر مکتوبی نیز بر یک قرار داد حاکم گردد. به شرط اینکه بتوان اثبات نمود که این قواعد یک « عرف تجاری » یا رسم تجاری » محسوب میگردند.

**توصیف کالاها در قرار داد فروش : دعوای سو ء تفاهم شرکت وارداتی با مسئولیت محدود فریگالیمنت در مورد معنای کلمه مرغ بر علیه شرکت فروش بین المللی بی. ان. اس انیترنشنال [[166]](#footnote-166)**

**یک آمریکائی صادر کننده مرغ ، با یک وارد کننده سوئیسی ، برای فروش حدود 125000 پاند مرغ با وزن های مختلف از یک و نیم پاند تا 3 پاند، را منعقد می نماید. هنگامیکه محموله وارد می شود، خریدار متوجه می شود که ماکیان یا مرغ های وارد شده بر خلاف انتظارش ، مرغ های جوان ( جوجه ) مناسب برای کباب کردن یا سرخ کردن نمی باشند. بلکه مرغ های بزرگتر یا پیر تری می باشندکه برای طبخ یا پختن مناسب هستند تا کباب کردن و سرخ کردن . وارد کننده در دادگاه فدرال امریکا اقامه دعوا می نماید. قاضی مات و مبهوت شده و خاطر نشان می سازد که مساله این است که باید دید تعریف مرغ چیست؟**

**قرار داد این مساله را حمل نمیکرد. چرا که در آن فقط به طور کلی به کلمه « مرغ » اشاره شده بود. قاضی دادگاه شهادت های متضادی را از کارشناسان مختلف مرغ ( افراد متخصص در تجارت ماکیان ) استماع نمود. شهادت شهود صادر کننده نیز کمکی ننمود. کلمه مرغ در مورد تمامی انواع ماکیان غیر از غاز و اردک و بوقلمون به کار میرود و در نهایت قاضی رای داد که بار اثبات دعوا بر عهده خواهان یا وارد کننده است. اگر وارد کننده مرغ های جوان یا جوجه را می خواسته ، او باید این مطلب را صراحتا در قرار داد مشخص می کرد . وارد کننده ادعا کردکه عادت و رسمی در تجارت وجود دارد که به موجب آن کلمه « مرغ » به معنای مرغ کبابی یا سرخ کردنی میباشد ، ولی کارشناسان او نتوانستند دادگاه را قانع سازند که این عرف و رسم تجاری واقعا وجود دارد.**

**صلاحیت قانونی ( صلاحیت دادگاه یا مرجع داوری)**

حوزه قضائی صالح یا صلاحیت عبارتست از اختیار یا صلاحیت قانونی یک دادگاه یا دیوان یا یک مرجع داوری برای استماع و تصمیم گیری درباره یک اختلاف . اگر طرفین اختلاف ، موضوع صلاحیت را در بین خود حل نکرده باشند - مثلا از طریق انتخاب موثر مرجع رسیدگی به اختلاف و درج آن در قرار داد - این امکان وجود دارد که دادگاه ها و دیوان ها ی متعدد در کشور های مختلف دارای صلاحیت معارض و متداخل برای رسیدگی به دعوا باشند. بنابراین و در نتیجه منافع بزرگ در این است که به منظور جلوگیری از این مشکل، صراحتا در قرار داد داداه صلاحیت دار مشخص گردد.

دادگاه ها معمولا در مورد اعمال صلاحیت خود برای رسیدگی به دعاوی خارجیان با احتیاط عمل می نمایند و دلیل آنهم بعضا این است که این رسیدگی، می تواند بسیار پر زحمت برای مدافع خارجی باشد. برای مثال در امریکا ، در صورت عدم انتخاب صریح و روشن مرجع رسیدگی به اختلاف در قرار داد، دادگاه ها فقط زمانی خود را برای رسیدگی به دعوای یک تبعه خارجی صالح میدانند، که بتوان اثبات نمود که آن خارجی دارای « حداقل ارتباط » با امریکا می باشد.

مثلا دارای دفتری در آمریکا باشد. یا با امریکا داد و ستد مرتب و منظم داشته باشد. یا اینکه قرار داد را در امریکا مورد مذاکره قرار داده یا آن را در این کشور امضاء کرده باشد. اگر چنانچه نتوان اثبات نمود که شخص خارجی دارای حداقل ارتباط با امریکا میباشد، در آنصورت دادگاه خود را برای رسیدگی به دعوای آن خارجی صالح ندانسته و رای عدم صلاحیت را صادر خواهد نمود.

**5-2مذاکره و تنظیم و تدوین قرار دادهای بین المللی**

**منافع درج مجموعه کامل شرایط قانونی در قرار داد ها**

در فروش های تجاری، بازرگانان می توانند قرار دادها را صزفا و به تنهایی بر اساس و مبنای سفارشات خرید منعقد نمایند. این امکان وجود دارد که چنین رویه ای، مشکلاتی را در داخل ، یعنی در جائی که مقررات قانونی و حقوقی تجارت داخلی برای طرفین معامله شناخته شده است، ایجاد ننماید. اما از بُعد بین المللی، همیشه ارجح این است که قرار دادها تجاری باا ضافه کردن مجموعه ای از شرایط قانونی که به شرایط و مقررات عمومی مشهور می باشند، تکمیل گردند.

در تجارت بین الملل نیز همانند تجارت داخلی، بازرگانان بایستی از قرار دادهای مبتنی بر « قول و دست دادن [[167]](#footnote-167)» و یا بر اساس یک یادداشت ساده پرهیز نمایند. با این همه در خیلی موارد فرایند تجارت بین الملل بر اساس قرار دادهای ناقص یا غیر جامع و نامتناسب انجام می شود. بازرگانان ممکن است که از قرار دادهای معاملات قبلی دوباره استفاده نمایند و یا اینکه فرم قرار داد بر روی خط(آنلاین) را مورد استفاده قرار دهند. این نحوه عمل ها، مخاطره آمیز می باشند.

هنگامیکه یک اختلاف کسب و کاری یا تجاری یا یک نامعلومی و عدم قطعیت به وجود می آید، اولین اقدام طرفین توسل و رجوع به محتوای قرار داد است. اگر چنانچه قرار داد درباره آن اختلاف ساکت و یا مبهم باشد، در آنصورت طرفین شاید مجبور شوند که به دادخواهی قضائی یا ارجاع به داوری متوسل گردند. بنا بر این بررسی و مطالعه کامل متن قرار داد، بخش اساسی و مهم مذاکرات برای انعقاد قرار داد است و نبایستی از آن چشم پوشی شود. مذاکرات برای انعقاد قرار داد ، نبایستی محدود و منحصر به بحث و چانه زنی بر سر قیمت یا کیفیت باشد. - هر چند که مسلما این مطالب به نوبه خود مهم می باشند - قرار دادها تنها سلاح هایی نیستند که باید از آن ها در زمان بوجود آمدن یک اختلاف استفاده شود. بلکه مذاکره درباره قرار داد زمانی بیشترین بازده را داردکه شرایط قرار داد یک سابقه مکتوبی را از تبادل اطلاعات درباره مسایل مهم و حساس ارائه دهد. بدین معنا که میتوان از طریق مذاکرات دقیق به هنگام انعقاد قرار داد ، از بروز بسیاری از اختلافات اجتناب نمود.

بازرگانان حتی اگر با یک طرف مذاکره قدرتمندی مواجه شوند، نبایستی با عجله چنین فرض نمایند که دارای قدرت مذاکراتی نمی باشند. زیرا هنوز هم ممکن است که امکان داشته باشد که بتوانند یک امتیاز قرار دادی مهمی را به دست آورند و یا اینکه به اصلاح مهمی در قرار داد به نفع خود نایل آیند. اگر یک بازرگان از یک مقرره یا شرطی در فرم های استاندارد طرف مقابل راضی نباشد، یک گزینه این است که خیلی راحت اعلام نماید که قرار داد را در صورتی قبول می نماید که آن بند یا مقرره در قرار داد حذف شود.

**آِیا قرار دادهای شفاهی در تجارت بین الملل از قابلیت اجرائی برخوردار می باشند؟**

گرچه قرار دادهای کاملا مکتوب بهترین ها هستند، ولی در برخی از اوضاع و احوال این امکان وجود دارد که یک معامله تجاری را به صورت شفاهی منعقد و یا جرح و تعدیل نمود . برای مثال در نظام های حقوقی مثل کنوانسیون سازمان ملل متحد درباره قرار داد های بین المللی بیع کالا . با این وصف در برخی از کشورها برای انجام معاملات تجاری انعقاد قرار دادهای مکتوب اجباری است.

**یک دعوای مربوط به قرار داد شفاهی**

**چه چیزی را من امضا کردم؟**

**دعوای ام. سی سی ماریل سرامیک بر علیه سرامیکا[[168]](#footnote-168)**

یک آمریکائی دلال کاشی های سرامیک، از یک نمایشگاه در ایطالیا دیدن می کندو در آنجا قرار دادی را برای خرید کاشی ها از یک تولید کننده ایطالیائی مورد مذاکره قرار میدهد. او درمورد قیمت، کیفیت، مقدار و پرداخت و تحویل به یک توافق شفاهی با فروشنده می رسد. سپس تولید کننده ایطالیائی فروشنده ، از آن دلال آمریکایی می خواهد که یک فرم استاندارد قرار داد ، شامل شرایط حقوقی و قانونی نوشته شده به زبان ایطالیائی را امضاء نماید. گرچه آن دلال آمریکائی نمی توانست به زبان ایطالیائی صحبت کند و یا چیزی بنویسد آن قرار داد را امضاء می نماید. ظاهرا و از قرار معلوم طرفین به صورت شفاهی موافقت مینمایند که شرایط مندرج در قرار داد به زبان ایطالیائی جز قرار داد نباشد.

بعدا تولید کننده یا فروشنده ایطالیائی در صدد بر می آید که شرایط مندرج در قرار داد فرم و استاندارد اجرا شود. او در ابتدا موفق میشود. رایی را از دادگاه های آمریکائی تحصیل نماید که بر طبق آن آمریکائی ها از ارائه شاهد و مدرک درباره موافقت نامه های شفاهی منع شده اند. اما این رای بعدا در مرحله استیناف رد شد. جالب این است که تولید کننده ایطالیائی در صدد اعمال قانون آمریکا به قرار داد بر آمد. زیرا قاعده آمریکائی معروف به" قاعده منع ارائه ادله و شواهد شفاهی "[[169]](#footnote-169)ارائه ادله مربوط به موافقت نامه های شفاهی را منع میکند، ولی خریدار آمریکائی در مرحله استیاف پیروز شد . چرا که دادگاه با توجه به الحاق آمریکا به کنوانسیون سازمان ملل متحد در مورد بیع بین المللی کالا ( CISG ) ، مقررات این کنوانسیون را به جای قانون آمریکا، در دعوا اعمال نمود.

**اظهار نظر**

خیلی مشتاق به انعقاد قرار دادی نباشید که قبل از انعقاد آن قرار داد، حداقل تشریفات قرار دادی را رعایت نکرده باشید. مانند اینکه خودتان با وکیل شما قبل از امضای قرار داد آن را نخوانده باشد. به عبارت دیگر قبل از امضای قرار داد آن را حتما بخوانید. قرار دادی را که به یک زبان خارجی نوشته شده را امضا نکنید . مگر اینکه قبلا ترجمه شرایط قرار داد را خوانده باشید.

**مسئولیت قبل از قرار داد- قصد نامه ها[[170]](#footnote-170) و تفاهم نامه**

بر طبق کنوانسیون سازمان ملل متحد درباره بیع بین المللی کالا ( CISG ) و اغلب نظام های حقوقی بازرگانی، زمانی یک قرار داد بین صادر کننده و وارد کننده منعقد شده تلقی میگردد که یکطرف قرار داد یک پیشنهاد دقیق را ارائه و طرف دیگر به آن پیشنهاد با یک قبولی بدون قید و شرط پاسخ داده باشد. مع ذلک اولین تماس ها و ارتباطات می تواند خیلی زودتر بین صادر کننده و وارد کننده بر قرار شده باشد. مثلا در زمانی که وارد کننده یک کاتالوگ یا آگهی تبلیغاتی ارائه شده بوسیله صادر کننده را ملاحظه و بررسی نموده و سپس پرسش خرید را با صادر کننده مطرح می نماید و از او جزئیات و خصوصیات محصول یا قیمت آن را استعلام می نماید. امکان دیگر این است که وارد کننده دعوتنامه ای را منتشر می نماید و در آن دعوتنامه خواستار دریافت پیشنهادات در مورد یک محصول خاص میگردد.

این مرحله مذاکرات قبل از انعقاد قرار داد ، از تماس های تلفنی گرفته تا ارائه پینشهادات بسیار تفصیلی و الزام آور متغیر است. تماسهای مقدماتی و ابتدائی[[171]](#footnote-171) ممکن است به یک مذاکرات طولانی در مورد قیمت ها یا توصیف خصوصیات محصول منجر شود و یا اینکه بلافاصله منجر به عقد یک قرار داد اصلی شود. اظهارات در جریان این قرار دادهای مقدماتی و ابتدائی و اظهارات قبل از قرارداد[[172]](#footnote-172). ممکن است ماهیت قانونا الزام آور بودن را داشته یا نداشته باشد .

در بسیاری از موارد، اظهارات در جریان مذاکرات مربوط انعقاد قرارداد، ماهیت الزام آور بودن قرار دادی را ندارند ، مگر اینکه مفاد این اظهارات بعدا در خود قرار داد آورده شوند. دادگاه ها معمولا طرفین را تا حدی، مجاز به مذاکره، بدون بیم و هراس از مسئولیت و عواقب اظهارات قبل از قرار داد می نمایند. مع ذالک استثنائاتات زیادی نیز بر این قاعده وجود دارد. اگر یک قرار داد از مذاکرات منتج شده باشد، و معلوم شود که اظهارات قبل قرار داد یکطرف سبب گمراهی طرف دیگر شده باشد، طرف متخلف می تواند در مورد نتایج اظهارات گمراه کننده خود مسئوول شناخته شود. هر چند که این امکان وجود ندارد که در این مورد بتوان یک قاعده واحد یا یک اصل حقوقی کلی که در هر نظام حقوقی قابل اعمال باشد را ارائه داد، ولی بازرگانان بایستی در مذاکرات قبل از قرار داد خود از مفاهیم عقل سلیم و حسن نیت استفاده نمایند و مراقب باشند ، اظهاراتی را به عمل نیاورند که طرف دیگر بتواند احتمالا روی ضرر و زیان آن اظهارات تکیه نماید.

در برخی از معاملات پیچیده، طرفین ممکن است که به یک توافق اولیه نایل شوند که برخی اوقات به این فرایند « توافق برای توافق[[173]](#footnote-173) » گفته می شود . این توافق می تواند بسته به اوضاع و احوال و مقررات قانون قابل اعما ل یا صلاحیت دار ، قابل اجرا باشد و یا نباشد. یک چنین توافقی می تواند شکل " قصد نامه " یا " تفاهم نامه " رئوس قرار داد[[174]](#footnote-174)، « قرار داد با شرایط باز[[175]](#footnote-175)» « تعهد نامه[[176]](#footnote-176) » یا « قرار داد موقتی[[177]](#footnote-177) » را به خود بگیرد. این موافقت نامه های ابتدائی و مقدماتی میتوانند ، زمانی که یک موضوع مهم نظیر اخذ تایید بانک برای گرفتن وام یا تحصیل مجوز از دولت مطرح باشد، مفید و ضروری باشند. این نوع موافقت نامه ها هم جنین می توانند برای جلب موافقت یک مامور بانک یا مقام دولتی دائر به موافقت با تقاضا یا اعطای مجوز مفید باشند. مورد دیگری که ممکن است طرفین از موافقت نامه مقدماتی استفاده نمایند این است که در حالیکه به مذاکرات خود درباره موضوعات پیچیده تر ادامه میدهند، از این قرار داد مقدماتی نیز برای حل برخی مسایل اساسی استفاده نمایند.

یک خطر این موافقت نامه های مقدماتی و ابتدائی این است که علیرغم اینکه یکی از طرفین هیچ قصد و نیتی دائر به الزام آور بودن آن را نداشته باشد، ولی دادگاه ها این موافقت نامه ها را قانونا لزام آور تشخیص دهند. یک راه جهت احتراز از بروز این مشکل این است که در این نوع موافقت نامه ها یک بند صریح و محکم گنجانده شود، دائر بر این که « منظور از این توافق اولیه و مقدماتی این نیست که یک قرار داد الزام آور باشد یا « منظور از این سند فقط نشان دادن آمادگی طرفین برای مذاکره است و نه بیشتر ». با این همه ، برخی از دادگاه ها چنین شرطی را قاطع تلقی نمی نمایند.

در برخی موارد، هر دو طرف قصد انعقاد قرار داد را دارند، ولی تعمداً توافق بر سر شرایط را موکول به مذاکرات بیشتر می نمایند. در این قبیل موارد مساله مهم برای دادگاه ها این خواهد بود که اگر مذاکرات بیشتر در باره آن مسائل به شکست بیانجامد، آیا یک سازوکار قطعی مناسب یا یک استاندارد وجود دارد که دادگاه را قادر سازد، به آن شرایط استناد نماید. بنابراین قصد نامه بایستی، با برخی اعمال سلیقه مورد استفاده قرار گیرد. مع هذا اگر سند بسیار مبهم باشد یا حاوی موارد سلب مسئولیت های متعددباشد، در این صورت ممکن است که بانک ها یا مقامات دولتی آن را قبول ننمایند.

اما اگر سند حاوی جزئیات تفصیلی باشد و در آن هیج سلب مسئو لیتی وجود نداشته باشد، ممکن است که دادگاه رای بدهد که سند برای طرفین به عنوان یک قرار داد معتبر لازم الاجرا است. به عنوان یک قاعده کلی باید گفت ک طرفین نبایستی اسناد مقدماتی را مگر در حالتی که واقعا آماده تبدیل به یک قرار داد الزام آور برای طرفین باشد ، امضا نمایند.

**5-3 نظام های حقوقی دنیا: نظام حقوقی مدون، نظام حقوقی کامان لا ( نظام حقوقی عرفی یا نظام حقوقی عرفی ) و نظام حقوقی مبتنی بر شریعت**

دانشمندان حقوق تطبیقی ، نظام های حقوقی ملی در اطراف و اکناف جهان را در تعداد معدودی طبقه "خاانواده "بزرگ طبقه بندی می نمایند که مهمترین و پر نفوذترین آن ها عبارتند از: نظام حقوق مدون، نظام حقوقی کامان لا، و نظام حقوقی مبتنی بر شریعت ( قانون اسلامی ).

**نظام حقوقی مبتنی بر قانون یا نظام حفوقی نوشته یا مدون[[178]](#footnote-178)**

نظام های حقوقی مدون یا نوشته در فرانسه، آلمان، ایطالیا و در سر تا سر قاره اروپا و هم چنین در ژاپن و قسمت اعظم آمریکای جنوبی حکمفرما است. ویژگی های نظام های حقوق مدون ، اتکاء آن به قانون یا مقررات نوشته یا مدون است. سابقه تاریخی این نظام حقوقی به حقوق روم و کدژستینین بر میگردد. نظام حقوقی مدون مدرن یا فعلی ، تا حد زیادی تحت تاثیر دو کد یا دو مجموعه قوانین قرار دارد که عبارتند از: قانون مدنی سال 1804 فرانسه و کد ناپلتون و قانون مدنی سال 1896 آلمان . از منظر تحولات تاریخی ، برخی اوقات به این نظام عنوان حقوق رومانوجرمانیک[[179]](#footnote-179) نیز اطلاق میگردد. در این نظام نقش عمده قضات و دادگاه ها اجرای قوانین و تفسیر آن است ، ولی آن ها نمی توانند قانونی را وضع کنند.

**نظام حقوقی کمان لا ( حقوق عرفی)**

این نظام حقوقی از اصول و رویه های حقوقی انگلستان نشات می گیرد. نظام حقوقی مزبور در کشورهائی که ارتباط تاریخی با انگلستان دارند معمول و حکمفرمااست. برای مثال ایالات متحده، انگلستان ، ایرلند، کانادا، استرالیا، نیوزلند و نیجریه. وجه تمایز این نظام حقوقی اتکاء به تصمیمات قبلی دادگاه ها است که به آن سوابق یا رویه قضائی گفته می شود.

در حالی که قضات در نظام حقوقی مدون ، درکنار قانون مدون به سوابق و رویه قضائی نیز توجه دارند،، ولی در نظام حقوقی کامان لا ، آراء گذشته دادگاه ها مبنای اصلی در تصمیم گیری است و بر طبق قاعده لاتین استردیسیس[[180]](#footnote-180) "دادگاه ملزم به رعایت سابقه قبلی است" آرای گذشته محاکم ، برای قضات اکیدا لازم الاتباع است .در نظام های حقوقی مدون یا مبتنی بر قانون نوشته، قوانین به صورت مجموعه قوانین می باشند و نقش قاضی عبارت است از اجرای قانون مربوطه در مورد یک دعوای خاص . در نظام های حقوقی کامان لا ، قاضی می تواند یک قانون را در مورد یک دعوا اعمال نماید ، ولی در تصمیم گیری ملزم به رعایت تصمیمات قبلی دادگاه ها نیز میبا شد. به علاوه قضات در نظام حقوقی کامان لا ، در صورت مواجه شدن با یک وضعیت جدید ، به ایجاد قانون جدید نیز مبادرت می نمایند.

وجه تمایز دیگر مربوط می شود به دامنه فعالیت قضات در این دو نظام. در نظام حقوقی کامان لا، فرض بر این است که قضات باید دادرسان بی طرف باشند و نقش آن ها محدود به ارزیابی دعوای اقامه شده توسط اطراف دعوا است. بر عکس در نظام های حقوقی مدون ، قاضی ممکن است که نقش بزرگتر تحقیق و بازجویی را نیز داشته باشد.

**نظام حقوقی مبتنی بر شریعت( حقوق اسلامی)**

نظام حقوقی مهم دیگر، حقوق اسلامی است که به شریعت نیز معروف می باشد. این نظام حقوقی در کشورهائی که اسلام دین اصلی است مانند عربستان سعودی، اردن، سوریه، ایران، عراق، افغانستان، مصر، اندونزی، پاکستان، الجزایر، تونس، مراکش، و بسیاری دیگر حکمفرما است. اصولا این نظام حقوقی، قوانین و مقررات را از قرآن ( کریم ) و تعالیم و آموزه های پیغمبر اسلام حضرت محمد (ص) و دانشمندان اوایل ظهور اسلام استخراج می نماید. بر عکس نظام های حقوقی مدون و کامان لا، نظام حقوقی اسلامی یا شریعت تاکید بیشتر را بر مذهب به عنوان اصول قانونی راهنما می گذارد. با توجه به احترام عظیمی که این نظام حقوقی برای عرف های کسب و کاری قایل است، نظام مزبور کاملا با حقوق بین الملل و عرف های تجاری و ارجاع دعاوی به رسیدگی های داوری سازگار می باشد.

تفاوت ها در بین نظام های حقوقی مختلف می توانند، به توجیه و تشریح تفاوت ها در بین رویه های کسب و کاری کمک نمایند. افراد دست اندرکار در کسب و کار در اطراف و اکناف جهان، بویژه درکشورهای دارای نظام حقوقی نوشته یا مدون- از طولانی بودن متن قرار دادهای تهیه و تدوین شده توسط وکلا و حقوقدانان آمریکائی تابع نظام حقوقی کامان لا دچار شوک یا تکانه می شوند. زیاد تفصیلی بودن قرار دادهای آمریکائی را می توان بعضاً به علت آزادی قرار دادها درنظام کامان لا و تا حدی به علت ماهیت اختلاف بر انگیز بازار در آمریکا توجیه کرد. به بازرگانان دست اندرکار در کسب و کار در کشورهای اسلامی توصیه می شودکه مفاهیم در شریعت، نظیر ربا - یک دکترین حقوقی که می توان آن را به منع گرفتن بهره از وام ها ی تجاری و کسب و کاری تفسیر نمود- که به ایجادنظام های جانشین تامین مالی اسلامی منجر شده( مانند مضاربه و جعاله و غیره. م) را درک نمایند. حتی در بین دو نظام حقوقی کامان لا، نظیر کامان لا در امریکا و کامان لادر انگلستان ، نیز اختلافات مهمی وجود دارد.

**خود آزمایی فصل پنجم: حقوق بین الملل فرار داد ها**

**صحیح یا اشتباه**

**1-در برخی از کشور ها درج مقرره ای در قرار داد دائر بر ارجاع اختلاف استخدامی یا نمایندگی به داوری ، میتواند بر طبق قانون ملی قابل اعمال ، غیر قابل اجرا باشد.**

**2-در معاملات فروش بین المللی ، قرار داد های شفاهی هرگز قابل اجرا نمی باشند.**

**3-برای این که شروط قانونی در یک قرار داد بین المللی اعمال گردند ، باید حقوق و تعهدات به صورت صزیح در قرار داد درج گردد- اگر چنانچه در قرار داد به حقوق و قواعد ، ص، رفا اشاره شده و به صورت کامل درج نشده باشد، قابل اجرا نمی باشند.**

**4-یک دلیل در باره ی این که داد خواهی قضایی به داوری تر جیح دارد این است که داد خواهی قضایی ارزان تر و سریع تر است.**

**5-شریعت یا حقوق اسلامی ساز گار با داوری تجاری نمی باشد.**

**6-کدام یک از این کشور ها دارای نظام حقوقی نوشته یا مدون نمی باشند: فرانسه، آلمان، انگلستان، استرالیا؟**

**7-بانکداری اسلامی به وسیله منع بهره که در مذهب ربا نامیده میشود، محدود می گردد.**

**پاسخ ها:**

1. **صحیح**
2. **اشباه**
3. **اشتباه**
4. **اشتباه**
5. **اشتباه**
6. **انگلستان و استرالیا**
7. **اشتباه**

**فصل ششم**

**قانون یا حقوق بیع بین المللی:[[181]](#footnote-181)**

**قرار داد صادرات و واردات و کنوانسیون سازمان ملل متحد درباره بیع بین المللی کالا ( CISG )**

**خلاصه**

یک معامله صادرات یا واردات، همیشه مبتنی بر یک قرار داد فروش مهم است که دارای اهمیت بسیار می باشد.. این قرار داد ممکن است که به صورت یک سند واحد باشد، ولی اغلب قرار داد مزبور با تبادل اسناد متحد الشکل ( فرم ) بین صادر کننده و وارد کننده منعقد میگردد.

اسناد معمولی و نوعی در این زمینه عبارتند از: صورت حساب پرفورما یا پیش فاکتور فروشنده و سفارش خرید وارد کننده یا خریدار. این اسناد" فرم" ها همیشه با یک سری شرایط حقوقی که به آن ها شرایط کلی فروش[[182]](#footnote-182) یا خرید گفته می شود. همراه می باشند.

بازرگانان فاقد تجربه، اغلب از درج شرایط مهم خود در این شرایط کلی مهم غفلت می نمایند، یا این که حتی از درج شرایط کلی نیز قصور می نمایند.

مشکل معمولی دیگر زمانی حادث می شود که شرایط کلی صادر کننده با شرایط کلی خریدار یا وارد کننده در تعارض قرار میگیرند. که به این حالت تعارض یا نبرد اسناد یا فرم ها[[183]](#footnote-183) گفته می شود .

یک روش که متضمن اعمال دقت زیاد در تنظیم قرار داد می باشد، این است که از مجموعه کامل شرایط حقوقی قرار داد فروش مدل یا الگوی اطاق بازرگانی بین المللی استفاده نمود. مدل قرار داد های اطاق بازرگانی بین المللی طوری طراحی شده اند که منصفانه و بیطرفانه باشند. به علاوه مدل قرار داد فروش یا بیع بین المللی اطاق بازرگانی بین المللی اختصاصاً به نحوی تدوین شده است که منطبق با شرایط مندرج در کنوانسیون سازمان ملل متحد در مورد بیع بین المللی کالا CISG )) باشد.

بازرگانان بایستی با هدف و مشکلات و خطر های بالقوه هر یک از بندهای کلیدی و مهم در قرار داد آشنائی داشته باشند.

از آنجائی که کنوانسیون سازمان ملل متحد درباره بیع بین المللی کالا ( CISG ) ، قانون قابل اجرا را در مورد تعداد زیادی از معاملات فروش یا بیع بین المللی تشکیل میدهد، بنابراین برای دست اندرکاران و متخصصان در امر تجارت بین المللی ، مهم است که با مقررات کلیدی و مهم این کنوانسیون به نحو دقیق آشنا باشند.

**6-1 قرار داد های صادرات / واردات و حقوق بیع بین المللی**

در این فصل یکی از مهمترین قرار دادها در کسب و کار بین المللی ، یعنی قرار داد بیع بین المللی کالا مورد بررسی قرار می گیرد. این قرار داد اساس و شالوده تمام انواع معاملات بین المللی فروش یابیع تجاری را تشکیل میدهند، ( فروش عمده فروشی بازرگان به بازرگان یا بی به بی[[184]](#footnote-184) )

اطاق بازرگانی بین المللی یک مدل قرار داد بیع بین المللی یا" مدل قرار داد فروش" را تدوین نموده است که مختص بیع یافروش بین المللی کالاهای ساخته شده می باشد. هم چنین این قرار داد مدل ، برای استفاده در معاملات مشمول کنوانسیون سازمان ملل متحد در مورد بیع بین المللی کالا (CISG ) نیز طراحی و تدوین شده است.

در بحثِ این فصل درباره قرار داد فروش صادرات یا خرید ، اشاره خاص به شرایط و مقررات حقوقی درقرار داد فروش مدل اطاق بازرگانی بین المللی خواهد شد. ما هم چنین علاوه بر تشریح مقررات حقوقی در قرارداد فروش مدل اطاق بازر گانی بین المللی ، بندهای استاندارد تجاری که معمولا و به طور کلی در قرار دادهای فروش یا بیع بین المللی به کار میروند را نیز مورد بررسی قرار خواهیم داد ، تا مطالب این کتاب برای بازر گانان اعم از اینکه از قرار داد مدل اطاق بازر گانی بین المللی استفاده بنمایند یا از مدل های دیگر، مفید باشد.

قرار داد فروش یا بیع مدل اطاق بازر گانی بین المللی، اختصاصاً بر زیر مجموعه مهم کالای تجاری بین المللی تاکید دارد: یعنی فروش کالاهای ساخته شده به قصد فروش دوباره. مثل وسایل الکترونیک، ابزار و محصولات فلزی و سخت افزار، منسوجات، لباس و کفش و پاپوش، مبل، و سایل و تجهیزات اداری و غیره. گرچه این دامنه شمول در این نوع قرار داد ها بسیار وسیع می باشد، ولی بایستی بین قرار دادهای تجاری کالائی بین المللی[[185]](#footnote-185) با سایر فروش های بین المللی مانند معاملات مربوط به مواد اولیه مثل غلات، سنگ های معدنی دارای فلز، مواد غذائی و مواد شیمیائی یا فروش مستقیم به مصرف کننده تمایل قایل گردید.

گرچه مدل قرار داد فروش بین المللی اطاق بازرگانی بین المللی به نام « قرار داد فروش » نامیده می شود، ولی هم برای صادرکنندگان " فروشندگان "و هم برای واردکنندگان " خریداران " مناسب است. از این مدل قرار داد ، هم چنین می توان در آنچه که به نام موافقت نامه " خرید " معروف است و یا به جای سفارش خرید و شرایط کلی خرید نیز استفاده نمود. توضیحات بیشتر در این باره در ذیل خواهد آمد.

**6-2 اقدام یا رویه تجاری[[186]](#footnote-186): استفاده از پروفورما ( پی او[[187]](#footnote-187) ) یا پیش فاکتور یا قرار داد استاندارد**

قرار دادهای نقدی تجاری[[188]](#footnote-188)، یا قرار دادهای فقط معتبر برای یک معامله تجاری[[189]](#footnote-189) یا قرار دادهای منعقده برای یک معامله در تجارت بین الملل ، معمولا از طریق مبادله فرم ها و یا از طریق قرار دادهای استاندارد صنعتی منعقد میگردند. درست همانند فروش های بازرگانی داخلی. دو سند از مهمترین اسناد در این نوع تجارت عبارتند از: پروفرما یا پیش فاکتور یا تائید سفارش خرید و سفارش خرید ارائه شده از طرف خریدار.

قاعده عام الشّمول و کلی حاکم بر تشکیل قرار داد این است که بایستی یک پیشنهاد یا ایجاب و یک قبول وجود داشته باشد. اما بسته به اینکه چه کسی ابتدا پیشنهاد قانونا الزام آور را مطرح کند، راه های متعددی برای رسیدن به قرار داد وجود دارد.

**سفارش خرید به عنوان پیشنهاد یا ایجاب**

در سناریوی معمولی، معاملات مبتنی بر سفارش خرید ارائه شده از طرف خریدار یا پی. او[[190]](#footnote-190) می باشد. قبل از صدور این دستور خرید ، معمولا بین فروشنده (صادر کننده) و خریدار (وارد کننده) درباره قیمت، کیفیت، و مقدارکالا تبادل اطلاعات صورت میگیرد. برای مثال فروشنده برای معرفی محصول خود از طریق انتشار و توزیع فهرست قیمت و یا شرکت در نمایشگاه های تجاری اقدام می نماید. سپس خریدار مظنه قیمت را از طریق نامه و یا یک فرم که به نام تقاضا برای دریافت مظنه قیمت (اف. آر. کیو[[191]](#footnote-191) ) معروف است، استعلام مینماید. هنگامیکه جزئیات مربوط به معامله روشن شد و بر روی آن توافق گردید، آنگاه فروشنده یک قیمت و صورت حساب پروفورمای تفضیلی را صادر می نماید. اگر چنانچه خریدار قیمت اعلامی فروشنده و سایر جزئیات قرار داد را قبول نماید، آنگاه خریدار دستور خرید یا سفارش خرید را صادر می نماید.

در این موارد دستور یا سفارش خرید از جانب خریدار ، معرّف اولین پیشنهاد یا ایجاب قانوناً الزام آور محسوب می شود و تائید و فبول سفارش توسط فروشنده ، از طریق تسلیم پرو فورما ،معرف قبولی آن پیشنهاد است. معمولا دستور یا سفارش خرید خریدار، حاوی مقرره ای می باشد که آن را مشمول شرایط و ضوابط کلی خریدار می نماید که در برخی موارد به صورت یک سند جداگانه یا بروشور راهنما میباشد که به نام "دستور العمل موافقت یا رضایتنامه[[192]](#footnote-192) فروشنده به شرایط پیشنهادی خریدار" نامیده می شود.

**طریق دیگر: پروفورما به عنوان پیشنهاد یا ایجاب**

یک روش دیگراستفاده از پروفورما به عنوان اولین پیشنهاد قانوناً الزام آور است. در این مورد خریدار مظنه، قیمت را از طریق یک نامه یا یک فرم تقاضای مظنه قیمت ( آر. اف . کیو ) از فروشنده استعلام می نماید .- زمانیکه فروش پیچیده باشد، به این سند معمولا " درخواست ارائه پیشنهاد "یا آر. اف. پی[[193]](#footnote-193) گفته می شود- سپس فروشنده با یک بروفورما پاسخ میدهد که در آن به خریدار اعلام میگردد که صورت نهائی صورت حساب تجاری به چه شکلی خواهد بود. در این فرایند تجاری، خریدار برای انعقاد یک قرار داد معتبر، فقط آن صورت حساب بروفورما را قبول مینماید. یک راه قبول پیشنهاد فروشنده از طرف خریدار این است که خریدار از طریق یک دستور یا سفارش خرید حاوی همان شرایط مندرج در بروفورما ، به فروشنده پاسخ دهد.

بنا به دلایل متعدد ، در تجارت بین الملل از پروفورما در حد وسیعی استفاده می شود. شباهت این سند، با صورت حساب نهائی معامله ، فهم و درک هزینه های نهائی خرید کالا را برای خریدار تسهیل می نماید. بانک ها نیز اغلب ترجیح میدهند که افتتاح اعتبار اسنادی، را بر مبنای پیشنهادات الزام آور مندرج در بروفروما انجام دهند ، تا بر اساس ارتباطات و مکاتبات کمتر رسمی تر . در برخی از کشورها مانند ایالات متحده آمریکا، مقامات گمرکی می توانند به هنگام ترخیص ورودی کالاها ، بروفورما را به عنوان جانشینی برای صورت حساب بازرگانی قبول نمایند.

**استفاده از شرایط و ضوابط کلی**

هنگامیکه اسناد به شکل اسناد فرم ( مثل پروفورما و دستور یا سفارش خرید) مبادله می شوند ، این اسناد معمولا حاوی جزئیات مربوط به معامله خاصی می باشند که درباره آن قبلا مذاکره شده است. مانند مذاکره درباره قیمت، توصیف و مقدار کالا، روش پرداخت و شرایط تحویل. شرایط کلی قانونی مانند شرایط مربوط به قانون صلاحتیدار یا قانون قابل اعمال، ضمانت ها، خسارت ها، مقررات مربوط به انقضا یا پایان دادن به قرار داد و روش های حل و فصل اختلاف، معمولا در مجموعه ای حاوی بندهای جداگانه که به آن ها عنوان شرایط کلی فروش یا خرید اطلاق میگردد، ارائه میگردند. این بندها معمولا در پشت یا در ظهر سند آورده می شوند و درابتدای سند به این موضوع اشاره می شود که این شرایط در ظهر سند آورده شده است.

**استفاده از قرار داد های استاندارد**

در بسیاری از صنایع و بازارها، استفاده از فرم های استاندارد قرار دارد، اهمیت والائی پیدا کرده است. برای مثال وارد کنندگان آمریکائی کاکائو معمولا از قرار داد استاندارد 1-A انجمن تجاری آمریکائی وارد کنندگان کاکائو[[194]](#footnote-194) استفاده مینمایند. تجارت جهانی، غلات، خوراک دام، برنج و دانه های روغنی در حد وسیعی مشمول 80 قرار داد استاندارد اتحادیه تجارت غلات و خوراک دام "

گافتا ِ[[195]](#footnote-195) " می باشد. در بخش های مهندسی برق و مکانیک، از فرم قرار داد و شرایط کلی (اف آی دی آی سی[[196]](#footnote-196) "ا فدراسیون بین المللی مهندسین مشاور" و اُرگالاین ( اتحادیه مهندسی صنایع اروپا [[197]](#footnote-197) ) زیاد استفاده می شود.

**استفاده از قرار دادهای مدل ( الگو )**

هدف قرار دادهای مدل یا الگو ، فراهم آوردن دسترسی به منابع الهام بخش در مورد بندهای خاصی است که باید به هنگام تدوین قرار دادها در آنها درج گردند. یک قرار داد مدل ، مانند مدل قرار داد فروش بین المللی اطاق بازرگانی بین المللی که در این فصل به آن خواهیم پرداخت ، می توانند دارای منافع زیر باشد:

* یک راه برای استفاده از قرار داد مدل این است که آن ها را به همین شکل که هست و بدون اضافه کردن یا کم کردن شرایط دیگر مورد استفاده قرار داد. در این راستا بازرگان خیلی ساده جاهای خالی در قرار داد مدل درباره خصوصیات و جزئیات قرار داد از جمله نام و مشخصات خریدار و فروشنده، توصیف و خصوصیات کالا، روش پرداخت، شرایط تحویل ونحوه حل و فصل اختلاف را تکمیل می نماید.
* گزینه دیگر این است که از قرار داد مدل به صورت منبع نظر دهی[[198]](#footnote-198) یا یک سند مرجع یا راهنما[[199]](#footnote-199) استفاده شود.
* گزینه دیگر هم این است که از قرار داد مدل به عنوان ابزار مذاکراتی استفاده شود. هنگامیکه یک طرف قرار داد، بند یا شرطی را مطرح کند که برای طرف دیگر مشکل و یا قابل ایراد باشد ، استفاده ازقرار داد مدل برای یافتن راه حل متوازن و مرضی الطرفینی، می تواند برای تغییر موضع طرف اول مفید باشد.

**6-3 قانون یا حقوق بیع بین المللی: [[200]](#footnote-200)CISG**

کنوانسیون سازمان ملل متحد درباره بیع بین المللی کالا که به کنوانسیون وین درباره قرار دادهای بیع کالا مشهور می باشد و معمولا به مخفف آن به صورت CISG اشاره می شود، یک قانون بین المللی است که به صورت خود به خود در مورد فروش بین المللی تجاری کالاهای ملموس اعمال میگردد. به شرط اینکه خریدار و فروشنده در کشورهای متعاهد این کنوانسیون باشند -کشورهایی که این معاهده را امضاء نموده اند - و یا یکی از طرفین معاهده در یک کشور متعاهد کنوانسیون باشد و قانون آن کشور هم بر قرار داد حاکم باشد.

از آنجائی که در حال حاضر کنوانسیون مزبور را 84 کشور از جمله عمده ترین کشورهای تجاری جهان امضاء نموده و عضو آن می باشند - علیرغم ا ستثنا ئات قابل ملاحظه مثل انگلستان، هند و برزیل -، لذا مقررات این کنوانسیون در مورد حجم قابل ملاحظه و فزاینده فروش های بین المللی اعمال میگردد. در حالیکه طرفین معامله در مستثنی ساختن این کنوانسیون آزاد و مختار می باشند، ولی اغلب طرفین معاملات بسیار کوچک و متوسط ، از این گزینه مستثنی سازی استفاده نمی نمایند. تعیین این که آیا عاقلانه می باشد که کنوانسیون را مستثنی نمود یا نه ، موضوع پیچیده ای است که بازرگانان باید درباره آن از نظرات یک کارشناس یا یک مشاور حقوقی متخصص در این زمینه استفاده نمایند. بویژه بازرگانان بایستی اطلاع داشته باشند که در بسیاری از نظام های قضائی دنیا، اعمال این کنوانسیون را تنها می توان به صورت صریح مستثنی نمود. منظور این است که در آن نظام های قضائی انتخاب صرف قانون ملی ، به خودی خود، برای مستثنی ساختن آن کنوانسیون کافی نمی باشد.

**6-3-1 مقررات اساسی و اصلی کنوانسیون وین درباره قرار دادهای بیع بین المللی کالا(CISG)**

این کنوانسیون از 101 ماده تشکیل شده است. تمام این معاهده را می توان در 20 صفحه از اینترنت دریافت نمود . صادر کنندگان و وارد کنندگان بایستی بویژه از نکاتی که ذیلا خواهد آمد آگاه باشند . این مطلب را باید به خاطر داشت که این امکان وجود داردکه در صورت موافقت هر دو طرف معامله ، میتوان به صورت صریح مقررات این کنوانسیون را تغییر یا آن را مستثنی نمود . نکات مزبور به این شرح است:

**ساختار قرار داد**

یک در خواست یا یک ایجاب عبارت است از هر پیشنهادی است که "به نحو کافی روشن و قطعی "باشد. بدین معنا که باید حداقل "کالا را تعریف و به صورت صریح یا به صورت ضمنی قیمت و مقدار و یا شرایط تعیین قیمت یا مقدار را تعیین نماید." قبول یک پیشنهاد یا ایجاب، زمانی برای تحقق معامله موثر واقع میگردد ، که آن قبولی به پیشنهاد دهنده برسد. پیشنهاد دهنده نمی تواند پیشنهادی را که قبولی آن واصل شده را رد یا تصحیح نماید**.**

**قرار دادهای شفاهی**

بر طبق این کنوانسیون ، قرار دادهای بیع بین المللی شفاهی مجاز و قابل اجرا میباشند و امضای مکتوب لازم نیست.

**نبرد فرم ها**

زمانیکه طرفین قرار داد فرم های چاپی قرار داد که دارای برخی شرایط متفاوت از یکدیگر می باشند را با یکدیگر مبادله می نمایند، این سئوال مطرح می شود که کدامیک از این فرم ها حاکم خواهد بود. فرم چاپی خریدار یا فرم چاپی فروشنده؟ قاعده کنوانسیون این است که اگر قبولی خریدار با پیشنهاد فروشنده تفاوت اساسی داشته باشد - مثلا در مورد یک نکته مهم و کلیدی مثل قیمت، مقدار، کیفیت یا تاریخ تحویل - این امر منجر به رد پیشنهاد و ارائه پیشنهاد متقابل از طرف خریدار میگردد که اگر فروشنده با آن موافق باشد باید آن را برای انعقاد قرار داد با صراحت قبول نماید. اگر چنانچه قبولی خریدار فقط با مواردی اختلاف داشته باشد که مهم نمی باشند. در آنصورت آن قبولی برای انعقاد قرار داد معتبر خواهد.بود، مگر اینکه فروشنده مخالفت نماید.

در نهایت، سهل ترین گزینه این است که سعی شود که همیشه طرف یا کسی بود که " آخرین تیر را شلیک میکند[[201]](#footnote-201)." بنابراین صادر کنندگان می توانند در جواب دستور یا سفارش خرید خریدار، یک فرم چایی تایید یه [[202]](#footnote-202)شامل قبول شرایط کلی فروش را ارائه دهند. مسلم است که اگر چنانچه هر طرف معامله اعتقاد داشته باشد که یک شرط مندرج در شرایط کلی طرف دیگر قابل قبول نمی باشد، دو طرف بایستی علنا برای تغییر آن شرط با یکدیگر به مذاکره بپردازند. به بحث مربوط به شرایط کلی که بعدا در این کتاب خواهد آمد مراجعه شود.

**مرحله قبل از معامله و رسوم و عرف تجاری**

کنوانسیون وین یا کنوانسیون ملل متحد درباره قرار دادهای بیع )بین المللی (CISG)مقرر میدارد که: "طرفین قرار داد ملزم به رعایت هر رسم و عرف و عادتی که بر روی آن توافق نموده اند و هر رویه و روشی که بین یکدیگر مستقر کرده اند، می باشند."توجه داشته باشید که دادگاه ها به صورت فزاینده ای حتی در مواردیکه قواعد اینکوترمز اطاق بازرگانی بین الملل به صورت صریح و واضح در قرار داد گنجانده نشده باشند، شروع به اعمال این قواعد به عنوان رسوم و عرف و عادت مورد استفاده در تجارت بین الملل کرده اند.

**تحویل و خطر(ریسک) از دست رفتن کالا**

موضوع تحویل و خطر از دست رفتن کالا به صورت کامل در قواعد اینکوترمز 2010 پوشش داده شده است.[[203]](#footnote-203) بنابراین بازرگانان بایستی به صورت واضح و صریح یک قاعده اینکوترمز مورد نظر را در قرار داد درج نمایند. ( به این موضوع در ادامه با تفصیل بیشتر پرداخته خواهد شد.) به علاوه اغلب در قرار داد هائی که متضمن اعتبار اسنادی می باشند، بانک ها معمولا از قواعد متحدالشکل اعتبارات اسنادی اطلق بازرگانی بین المللی " UP600 " که مقرر میدارد: بانک ها با اسناد سرو کار دارند و نه با کالاها »[[204]](#footnote-204) پیروی می نمایند. برای اجتناب از بروز سردرگمی بین کنوانسیون ملل متحد درباره قرار دادهای بیع بین المللی کالا(CISG) و UCP600، راه حل معقول و شایسته این است که در آن قسمت از قرار داد فروش که به وظایف اسنادی فروشنده اشاره می کند، صراحتا به استفاده از قواعد UCP600 اشاره شود..

**انتقال کالا/ مالکیت کالا**

نه کنوانسیون ملل متحد درباره قرار دادهای بیع بین المللی و نه قواعد اینکوترمز، هیچ کدام به موضوع انتقال مالکیت کالا که به آن برخی اوقات " انتقال حق مالکیت[[205]](#footnote-205) " نیز اطلاق میگردد، نمی پردازند. بنابراین موضوع مزبور مربوط به قانون داخلی قابل اعمال یا صلاحتیدار می شود. بازرگانان بایستی نقطه ای را که علاقمند هستند در آن نقطه مالکیت یا حق مالکیت کالا از صادر کننده به وارد کننده منتقل شود را صراحتا مشخص نمایند. البته قبل از این اقدام باید این اطمینان حاصل گردد که این موضوع با قانون داخلی مطابقت باشد.

**ضمانت ها**

کنوانسیون ملل متحد درباره قرار دادهای بیع بین المللی کالا(CISG) مقرر میدارد که : فروشنده باید کالاها که مقدار ، کیفیت ، و توصی آن ها در قرار داد تعیین شده را تحویل دهد..... کالاها با قرار داد مطابقت نخواهند داشت ، مگر اینکه .... آن ها برای اهدافی که کالاهای با همان توصیف معمولا مورد استفاده قرار میگیرند ، مناسب باشند[ یا] برای هر هدف خاصی که صراحتا یا ضمنا در زمان ... قرار داد فروش بر فروشنده معلوم شده ، مناسب باشد.

**بازرسی کالا**

خریدار بایستی کالاها را بازرسی نماید و در صورتیکه در زمان معقول پس از وقوف بر عدم انطباق کالا با قرار داد، یا پس از زمانی که او می بایست به این عدم انطباق اطلاع حاصل می نمود، این عدم تطابق را اعلام ننماید، حق استناد به عدم انطباق را نخواهد داشت. در این ارتباط صادر کننده می تواند صراحتا یک مدت زمان معین و محدودی را برای اعلام نقایص کالا از طرف خریدارمقرر نماید. به علاوه صادر کننده می تواند بر طبق اجازه ماده 27 کنوانسیون سازمان ملل در مورد قرار داد های بیع بین المللی (CISG) ، اعمال مفاد این ماده در مورد این که مسئوولیت تاخیر یا عدم دریافت اطلاعیه ها یا اخطارهای خریدار متوجه او میباشد را صراحتا لغو نماید .

6-3-2  **اجرا، نقض قرار داد و جبران ها در مورد نقض قرار داد**

بسیاری از قرار دادهای بین المللی به نحو رضایت بخش برای هر دو طرف اجرا می شوند. و عدم اجراها یا نقض جزئی قرار داد معمولا نادیده گرفته می شود و یا به طریق دوستانه حل و فصل میگردد. متاسفانه این امر می تواند سبب شود که بازرگانان دچار حس از خود راضی گری یا خود خوشنودی شوند.[[206]](#footnote-206) در این راستا بازرگانان ممکن است که به سوی این باور سوق داده شوند که تعهدات قانونی یا اسنادی صرفا یک سری اصطلاحات فنی می باشند. اماحتی در بازارهای با ثبات و با شرکای تجاری جا افتاده و سابقه دار، پیروی از یک روش دقیق برای تدوین قرار داد، عاقلانه ترین راه برای به حد اقل رساندن و احتراز خطرات( ریسک ها) غیر عادی است که در آن موارد طرف مقابل به نحو چشم گیر و قابل ملاحظه ای قرار داد را نقض می نماید.

برخی ازموارد نقض های قرار دادی ، قانونا "قابل اصلاح "می باشند. بدین معنا که می توان مشکل را حک واصلاح نمود. اگر فروشنده کالاهائی که با قرار داد تطبیق نمی کند را قبل از موعد مقرر تحویل دهد و از طرف فروشنده عدم مطابقت با قرار داد اعلام شود، فروشنده هنوز هم میتواند تحویل دوم و این بار منطبق با قرار داد را انجام دهد. موارد دیگری نیز وجود دارد که در آن ها، طرف شاکی ، خیلی راحت مورد نقض خاص قرار داد را نادیده می گیرد و آن را اغماض می نماید. اگر کالاها یک یا دو روز دیرتر از موعد ، تحویل داده شوند و تاریخ تحویل خیلی مهم نباشد، ممکن است که خریدار خیلی ساده این نقض قرار داد را نادیده بگیرد. مع هذا، با بخشش یا اغماض تکراری یک نقض خاص ، طرفین ممکن است که خطر یک « اعراض از حق » خود در آینده را پذیرا شوند. یک راه حل نیز این است که بندی در قرار داد درج شود ، دائر بر اینکه تمام تغییرات در حق طرفین مندرج در قرار داد، بایستی به صورت مکتوب بوده و هر دو طرف آن را امضا نمایند- هرچند که ممکن است که این ترتیب درتمام نظام های قضائی قابل اجرا نباشد- راه حل دیگر این است که طرف شاکی یا زیان دیده به صورت مکتوب به نقض های کوچک اعتراض نماید و بدین طریق سابقه کتبی را ایجاد نماید که هیچ قصدی برای اعراض از حق خود در آینده برای پافشاری در انجام صحیح قرار داد ندارد.

کنوانسیون ملل متحد در مورد قرار دادهای بیع بین المللی، (CISG)یک دامنه یا طیفی از جبران های قانونی کامل و تمام عیار را در مورد نقض قرار دادی مقرر میدارد که از جمله میتوان به تحویل کالاهای جانشین، کاستن از قیمت کالا و جبران خسارت وارده به کالا اشاره نمود. اما در این مقررات برای صادر کننده نیز این حق قائل شده است که بتواند به صورت صریح ، توسل به این جبران ها را مثلا با محدود کردن مسئولیت خود، یا مستثنی نمودن خسارات ناشی و منتج از نقض قرار داد[[207]](#footnote-207)، استثنا کردن کاستن از قیمت یا توسل به گزینه های خاص مربوط به حسن اجرای قرار داد ، محدود نمایند.

**نقض های قراردادی**

جبران های احتمالی بر طبق موارد زیر متفاوت است:

**شرایط مندرج در قرار داد**

این امکان وجود دارد که در خود قرار داد موارد جبران های خاصی مشخص شده باشد. مثلا خسارات در صورت وقوع یک قصور خاص یا نقض قرار داد مانند تاخیر در تحویل کالا.

**قانون قابل اجرا**

نظام های حقوقی ملی، روش های خاص خود را در مورد جبران های خاص دارند. برای مثال دادگاه ها در نظام کامان لا کمتر از دادگاه ها در نظام حقوق مدون پذیرای اعمال جبران خاص در مورد حسن اجرای قرار داد یا اجبار یک طرف به اجرای قرار داد خود، بوده اند

**ماهیت و درجه شدت نقض قرار داد**

علاوه بر عوامل فوق الذکر، جبران های قابل دسترس برای طرف زیان دیده یا شاکی ، به ویژگی های نقض قرار داد بستگی خواهد داشت. به طور کلی، اغلب نظام های قضائی و قانونی از مقرر کردن جبران های سخت و خشن برای نقض های جزیی قرار دادی بر حذر می باشند. مع هذا، برخی از نقض های قراردادی به قدری جدی یا آشکار و مهم می باشند که باید طرف زیان دیده یا شاکی به طیف وسیع جبران های ممکن، نظیر جبران های ناشی از نقض قرار داد دسترسی داشته باشد. دو مورد در این زمینه به شرح زیر است:

* **بخش عمده قرار داد اجرا شده باشد.**

اگر یک طرف قرار داد، مثلا صادر کننده ، قسمت بزرگی از تعهدات خود را انجام داده ، ولی از اجرای بخش کوچک و یا غیر مهم قرار داد غفلت نموده باشد، - مثلا تحویل ناقص در حد ناچیز تجاری - طرف زیان دیده تنها و فقط می تواند جبران را به صورت کاستن از قیمت تقاضا نماید.

* **نقض عمده و اساسی قرار داد**

اگر چنانچه نقض قرار داد خیلی جدی باشد، به نحوی که شخص زیان دیده را از بهره مندی از منافع قرار داد مورد نظر مانع شود ، در آنصورت طرف زیان دیده میتواند قرار داد را لغو نماید.

**جبران های در دسترس**

* **جبران خسارت پولی**

طرف زیان دیده می تواند پول را برای جبران نقض قرار داد دریافت نماید. این پول میتواند از جمله به صورت کاستن از قیمت و یا دریافت مبلغ مقطوع خسارت محاسبه شود.

* **خسارت ناشی از نقض قرار داد و نه صدمه به کالا[[208]](#footnote-208)**

اگر چنانچه نقض قرار داد باعث وارد آمدن خسارات دیگر شود ،نظیر از دست رفتن فروش به علت تعطیل عملیات تولید طرف زیان دیده، طرف زیان دیده می تواند خسارات ناشی از نقض قرار داد را برای جبران نتایج و اثرات نقض، دریافت نماید. در این ارتباط فروشندگان اغلب کوشش می نمایند که این نوع خسارت را در قرار داد مستثنی نمایند. اما اینکه آیا چنین استثنائی معتبر و قابل اجرا می باشد یا نه، بستگی به قانون محل دارد.

* **کاهش دادن خسارت ها**

طرف زیان دیده شاید مجبور باشد که از دامنه وقوع خسارات بکاهد. برای مثال سعی و کوشش منطقی را جهت کاهش دامنه خسارات انجام دهد، بنابراین خریداری که محموله ای از گوجه فرنگی را دریافت میدارد که به لحاظ کیفیت با قرار داد منطبق نمی باشد، ولی به هر حال قابل فروش می باشد، بایستی کوشش نماید که این گوجه فرنگی ها را به فروش برساند نه اینکه بگذارد تا آن ها هم فاسد شوند.

* **پایان دادن یا قطع**

اگر چنانچه نقض یک مورد خاص از قرار داد یک نقض بویژه جدی باشد ، این نقض می تواند طرف دیگر را مجاز نماید که قرار داد را توام با هر تعهد باقیمانده بر ذمه خود ،خاتمه داده یا آن را ملغی نماید.

* **اجرای خاص یا اجرای دقیق قرارداد**

طرفی که بر طبق تعهدات قراردادی خود عمل ننماید را می توان مجبور نمود که تعهدات را بر طبق قرار داد انجام دهد. دادگاه ممکن است دستوری را بسته به مورد صادر نماید، دایر بر اینکه این طرف معامله، قیمت قرار داد را بپردازد، یا کالای مورد قرار داد را تحویل دهد یا کالاهای جانشینی را ارائه دهد و تعهدات خود را انجام دهد . در نظام های حقوقی کامان لا ( عرفی ) این نحوه اجرا فقط هنگامی قابل اعمال است که جبران خسارت ها کافی برای جبران نباشد. در عمل در این نظام ها اجرای خاص به ندرت تقاضا میگردد.

6-4 **قرار داد صادرات : مقررات و بندهای مهم و کلیدی**

6-4-1 **ساختار**

**ساختار دو وجهی**

اغلب قرار دادهای فروش صادراتی، دارای ساختار دو وجهی می باشند و نمونه آن در قرار داد فروش مدل اطاق بازرگانی بین المللی نیز آمده است. این مدل قرار داد فروش اطاق بازرگانی بین المللی منعکس کننده تصویر آینه ای رویه تجاری استاندارد است که در آن شرایط فروش و سایر ضوابط خاص یک معامله تجاری ، در قالب یک فرم ، مانند صورت حساب پروفورما، دستور یا سفارش خرید، یا قبول و تایید دستور یا سفارش خرید ، ارائه شده و شرایط کلی حقوقی زمینه ای[[209]](#footnote-209) مربوطه نیز در یک سند جداگانه که معمولا به آن شرایط کلی یا ضوابط کلی فروش یا خرید[[210]](#footnote-210) می گویند آورده شده است..

**شرایط تجاری**

شرایط مهم و کلیدی ، مانند قیمت، توصیف کالا و روش پرداخت بها یا ثمن معامله، در یک فرم به نام *شرایط خاص[[211]](#footnote-211)* آورده می شود. این سند که به صورت فرم می باشد، به طرفین قرار داد کمک می کند که اطلاعات اساسی مربوط به معامله که معمولا در پیشنهادهای صادراتی، صورت حساب بروفورما و دستور با سفارش خرید وجود دارد را در آن وارد نمایند. شرایط خاص، شرایط تجاری خاص مختص یک معامله معین را تنظیم و ارائه میدهد.

**شرایط حقوقی**

معمولا شرایط حقوقی استاندارد که بازرگانان در مورد بسیاری از قرار دادهای خود اعمال می نمایند، در یک مجموعه جداگانه که به آن ها *شرایط و ضوابط کلی یا عمومی [[212]](#footnote-212)*گفته می شود و در مدل اطاق بازرگانی بین المللی به آن به عنوان *شرایط کلی یا عمومی*  اطلاق می گرددد ، آورده میشود

شرایط کلی یا عمومی ، انتخاب های طرفین معامله از میان شرایط خاص را تکمیل می نمایدو در صورتی که طرفین نتوانند بر روی شرایط متضاد توافق حاصل نمایند، شرایط کلی یا عمومی، تعدادی شرایط جانشین را ارائه میدهد.[[213]](#footnote-213)

بازرگانان فعال در تجارت بین الملل می توانند خیلی راحت از مدل شرایط خاص اطاق بازرگانی بین المللی به جای سایر فرم های معمولی تجارت بین الملل نظیر صورت حساب پروفورما یا دستور یا سفارش خرید استفاده نمایند. اطاق بازرگانی بین المللی فرم هایی را به صورت کاغذی و دیجیتالی ارائه میدهد که طرفین معامله میتوانند آن ها را پُر و تکمیل نموده و دقیقا شبیه تسلیم پروفورما یا سفارش خرید آن را تسلیم طرف مقابل نمایند. بنابراین خریداری که به شروع مذاکرات یا انعقاد قرار داد از طریق صدور دستور ( سفارش ) خرید عادت دارد، می تواند از شرایط خاص مدل اطاق بازرگانی بین المللی به جای دستور ( سفارش ) خرید استفاده نماید.

هم چنین به عنوان یک راه حل دیگر، طرفین می توانند در مورد شرایط خاص از فرم های فروش خودشان به جای مدل شرایط خاص اطاق بازرگانی بین المللی استفاده ولی در مورد شرایط کلی یا عمومی از مدل اطاق بازرگانی بین المللی از طریق الحاق آن ها به قرار داد و یا یک اشاره ساده به آن ها در قرار داد نظیر: این قرار داد مشمول شرایط کلی یا عمومی مدل اطاق بازرگانی بین المللی (ICC) می باشد ، استفاده نمایند.

6-4-2  **چه کسی باید از مدل قرار داد فروش بین المللی اطاق بازرگانی بین المللی استفاده نماید؟**

شرکت ها ی بزرگ همواره و به طور قطع و یقین شرایط کلی یا عمومی خرید یا فروش خودشان را دارند و به این متمایل می باشند که از فرم یا مدل قرار دادهای عمومی - مگر در مورد قرار دادهای استانداردخاص صنعتی - استفاده ننمایند.

هنگامیکه دادگاه ها برای اولین بار در اوایل دهه 1990 ، اقدام به اعمال کنوانسیون ملل متحد درباره قراردادهای بیع بین المللی کالا (CISG)نمودند، مشاوران حقوقی در شرکت های بزرگ معمولا به علت طرفداری از حقوق و قوانین تجاری که با آن بیشتر آشنا بودند، -نظیر قانون تجارت انگلیس یا مجموعه قوانین تجاری متخد الشکل ایالات متحده - اعمال این کنوانسیون را توصیه نمی کردند. اما پس از گذشت ایام و براساس منافع تجربی، اکنون مشاوران حقوقی به سمت یک استفاده بیشتر استراتژیک از این کنوانسیون از طریق اتخاذ آن در مواردی که شرایط حقوقی کنوانسیون مرجح بر شرایط حقوقی در قانون ملی باشد ، حرکت می نمایند. به هر حال قرار داد مدل اطاق بازرگانی بین المللی برای استفاده شرکت های بزرگ در مورد معاملات بزرگ طراحی نشده است. بلکه این قرارداد مدل اطاق بازرگانی بین المللی، خصوصا برای و مناسب شرکت های جدید و کوچک کم تجربه در معاملات بین المللی طراحی شده است. این شرکت ها به این نتیجه خواهند رسید که قرار داد مدل اطاق بازرگانی بین المللی، یک نظام کامل و آسان را برای ورود به معاملات فروش بین المللی ارائه میدهد. در بسیاری موارد نیز مرّجح این خواهد بود که از فرم های استاندارد که به منظور معاملات داخلی تدوین شده و ممکن است شرایط و ضوابط لازم برای معاملات بین المللی را فاقد باشد، استفاده شود. علاوه بر مفید بودن استفاده مستقیم ازقرار داد فروش مدل اطاق بازر گانی بین المللی جهت دست اندر کاران در صنایع کوچک و متوسط ، این افراد هم جنین میتوانند از آن به عنوان منبع نظر دهی جهت تدوین شرایط و قرار داد خودشان نیز مورد استفاده قرار دهند. مورد استفاده دیگر از این قرار داد مدل این است که در صورتی که در جریان مذاکرات ، شرایط قرار داد فروش مدل اطاق بازرگانی بین المللی نزدیکتر به ترجیحات یکطرف معامله نسبت به شرایط پیشنهادی طرف مقابل باشد، طرفی که تر جیحات او به شرایط قرار داد مدل اطاق نزدیکتر است از آن شرایط در مذاکرات استفاده نماید.

6-4-3 **بندها یا شرایط و ضوابط کلیدی در قرار دادهای فروش صادراتی**

بحث ما درباره شرایط مهم و کلیدی قرار دادهای فروش صادراتی که در پی خواهد آمد مبتنی بر مثال های خاص قرار داد مدل فروش اطاق بازرگانی بین المللی می باشد.

**طرفین قرار داد**

طرفین قرار داد و نام صحیح قانونی آن ها بایستی دقیقا در قرار داد مشخص گردد. طرف مقابل مشخص شده در قرار داد بایستی دقیقا همان کس یا شرکتی باشد که برای آن اعتبار و ارجاعات بانک کاملا چک شده باشد و یک شرکت مرتبط و یا وابسته یا یک شخص با نام مشابه نباشد. هم چنین فردی که ادعا می نماید که از طرف شرکت قرار داد را امضاء می نماید، بایستی به ترتیبی اقدام نماید که مشخص باشد چه طرفی ملزم به قرار داد خواهد بود، شرکت یا نماینده شرکت.

**شرط یا توصیف کالای مورد فروش**

این شرط یا بند که برخی اوقات به آن شرط یا توصیف کالا نیز گفته می شود، یکی از مهمترین و مرکزی ترین شرایط در هر قرار داد فروش است. کالاها بایستی به صورت مختصر ولی دقیق توصیف شوند، شایسته است که طرفین قرارداد به این شرط یا بند مهم و اساسی توجه خاصی را مبذول نمایند. حق خریدار دائر به اعتراض به نقایص موجود در کیفیت کالا ، می تواند شدیدا بر اثر این که کالاها در قرار داد دقیقا توصیف نشده باشد، محدود گردد. به عنوان یک قاعده کلی، خریدار نسبت به فروشنده وجود یک توصیف دقیقتر و تفضیلی تر کالا را ترجیح میدهد. اگر کالاها به اندازه کافی دقیقا توصیف نشده باشند، در صورتیکه فروشنده کالاهائی را تحویل دهد که به لحاظ تکنیکی و فنی منطبق با توصیف در قرار داد باشد، ولی برای هدف های تجاری خریدار رضایت بخش نباشد، در آنصورت خریدار هیچ چاره ای جز قبول ندارد و نمی تواند اعتراض نماید. در این راستا به این مثال توجه فرمایید: در یک قرار داد که خریدار آن را برای خرید مرغ های یخ زده درجه یک یو اس دی اِ[[214]](#footnote-214) منعقد نمود، زمانی که مرغ های کم ارزش خورشتی را به جای مرغ های مناسب برای کباب یا سرخ کردنی مورد انتظار خودش دریافت نمود، مشخص شد که نمیتواند اعتراض نماید . زیرا دادگاه شرط یا توصیف مرغ یخ زده درجه یک یو اس. دی.اِ را خیلی کلی ارزیابی نمود و در نتجه اعتراض خریدار به جایی نرسید. در مثال مشابه دیگر ، یک وارد کننده آلمانی جگر خوک برای تولید سوسیس جگر، زمانی که متوجه شود، توصیف کلی " جگر های خوک "، برای جگر خوک ماده که برای تولید سو سیس مفید، می باشد، کافی نبو ده است، مایوس گردید و اعتراضش به جایی نرسید و فروشنده جگرهای خوک نر غیر مناسب را تحویل داد.

توصیف یا شرح کالا بایستی کالا را به آن اندازه با دقت کافی شرح دهد و توصیف نماید که صادر کننده نتواند کالائ دیگری را تحویل دهد که « تقریبا » با آن شرایط تطبیق نمایند، در صورت بروز اختلاف، اصطلاحات و شرایط مبهم کمکی به حل اختلاف نمی نمایند و این اصطلاحات و شرایط بایستی با معیارهای خاص جایگزین گردند . برای مثال توصیف" پودر ماهی[[215]](#footnote-215) با کیفیت اعلا" نمی تواند در یک اختلاف در دادگاه به اندازه توصیف مندرج در « گواهی بازدید صادره شرکت بازدید XYZ دائر به پودر ماهی با حداقل 70 تا 75 در صد محتوای پروتئین » سودمند باشد. به همین دلیل برخی از قرار دادها حاوی یک بخش جداگانه در مورد تعریف اصطلاحات تکنیکی یا اصطلاحات دارای بار حقوقی می باشند.

از طرف دیگر صادر کنندگان زمانی که از تحویل دقیق کالا توسط خودشان مطمئن باشند، از توصیف و شرح دقیق کالا راضی و خشنود می شوند. در وضعیت های تجاری دیگر، عملی تر و مناسب تر این خواهد بود که انحراف ها و تفاوت ها ی جزیی با توصیف و شرح کالای مندرج در قرار داد پیش بینی و معاف و مجاز شناخته شود.آیا قرار داد شامل یک نوع محصول است یا شامل طیف وسیعی از محصولات یا انواع مختلف محصولات ؟ در جه موردی معمول این است که یک فهرست دقیق اقلام مختلف ضمیمه شود ؟ آیا کالاهای تبلیغ شده با رنگ و اندازه و مواد خاص در کاتالوگ ها ، دقیقا با کالاهایی که تحویل داده می شوند منطبق نمی باشند؟ در چنین مواردی ، برای صادر کننده عاقلانه این است که از توصیف و شرح بسیار تفضیلی خود داری نماید. در این ارتباط ، برای مثال اگر بیان رنگ ها و ابعاد جهت تعریف دقیق کالا لازم و ضروری نباشد، این توصیف ها نبایستی در شرح کالا در قرار داد آورده شوند.

به هر حال بند یک ماده 2 شرایط کلی یا عمومی مدل اطاق بازرگانی بین المللی مقرر میدارد که ابعاد یا رنگ های کالا که در تبلیغات یا وسایل بازاریابی درج می شود ، جزء قرار داد محسوب نمی شود ، مگر اینکه در قرار داد صراحتا به آن ها اشاره شده باشد.

در اعتبار اسنادی یک توصیف بسیار تفصیلی و جزئی گرا درباره کالا، می تواند مشکل زا باشد. عدم حذف برخی قسمت های یک توصیف طولانی که می توان آن را از اسناد مورد نیاز در صدور اعتبار اسنادی حذف نمود، می تواند به بروز اختلاف و رد اسناد توسط بانک منجر شود. حتی اگر فروشنده یا صادر کننده مال التجازه ای را تحویل دهد که " خیلی خوب "باشد - به این معنا که کالاها دارای کیفیت بهتری از آنچه در قرار داد آمده باشند- ولی باصورت حساب تجاری با توصیف کالا در اعتبار اسنادی متفاوت باشد، بانک اسناد را رد میکند و ثمن معامله را به صادر کننده پرداخت نمی نماید .در این حالت این وارد کننده است که باید تصمیم بگیرد که آیا از این اختلاف و تفاوت اغماض و آن را نادیده بگیرد یا نه؟

صادر کنندگان می توانند در قرار داد فروش و یا شرایط کلی فروش ، مشخص نمایند که انحرافات و اختلافات کم اهمیت در کیفیت یا مقدار کالا نبایستی موجبات لغو یا پایان دادن به قرار داد را فراهم سازد. در مورد نقایص جزئی درکالاها که خریدار را از استفاده کم و بیش منطبق با قصد ونیت او باز نمی دارد، ممکن است خریدار و فروشنده بر این توافق نمایند که منصفانه می باشد که خریدار یک قیمت کمتری را به خاطر این نقص بپردازد . یا این که بخشی از ثمن معامله به او مسترد گردد. چرا که کالاهائی که تحویل داده شده از کیفیت پایین تری نسبت به آنچه در قرار داد مشخص شده برخوردار است.

این روش، همان روشی است که در ماده 11 شرایط کلی مدل اطاق بازرگانی بین المللی اتخاذ شده است. این ماده مقرر میدارد که خریداران بایدکالاها با اختلافات جزئی و ناچیز معمول در تجارت یا در جریان معامله را قبول نمایند. شرایط کلی مدل اطاق بازرگانی بین المللی در پی بر قراری یک توازن ظریف منصفانه بین منافع طرفین قرار داد در حالتی است که صادر کننده با حسن نیت کوشش کرده ، یا هنوز هم آماده این کوشش باشد ،که کالاهای منطبق با قرار داد را در یک زمان منطقی تحویل دهد. روش اطاق بازرگانی بین المللی، خریدار را از رد و عدم قبول کالا به علت تفایص واقعا کم اهمیت و جزئی در کیفیت یا تحویل با تاخیر که به لحاظ تجاری کم اهمیت باشد، محدود می نماید.

بایستی توجه داشت که در صورتی که قسمت اعظم تعهدات فروشنده در قرار داد مربوط به خدمات یا کار باشد، کنوانسیون وین درباره قرار دادهای بیع بین المللی کالا(CISG) به صورت خودبخود ( اتو ماتیک )اعمال نمی گردد. اما طرفین قرار داد می توانند علیرغم ویژگی غیر کالایی قرار داد، صراحتا اعمال کنوانسیون را در قرار داد درج نمایند ، که دراینصورت کنوانسیون مزبور بر بخش کالایی معامله حاکم خواهد بود.

* **قیمت**

طرفین معامله بایستی نوع پول و قیمت کالا را به وضوح و با عدد و رقم و مکتوب مشخص نمایند. اگر طرفین معامله نتوانند درباره قیمت در قرار داد توافق نمایند، مدل شرایط کلی اطاق بازرگانی بین المللی روش جایگزین[[216]](#footnote-216)را ارائه میدهد.

**شرایط تحویل**

اطاق بازرگانی بین المللی توصیه می نماید که طرفین معامله از قواعد اینکوترمز 2010 به عنوان شرایط تحویل یا « شرایط حمل » استفاده نمایند. [[217]](#footnote-217)اگر چنانچه طرفین معامله نخواهند از قواعد اینکوترمز استفاده نمایند، می توانند انتخاب دیگر یا انتخاب جانشین خود را در جای خالی ارائه شده در فرم قرار داد مدل این اطاق درج نمایند. در غیر این صورت در مدل اطاق بازرگانی بین المللی ، در حالتی که طرفین یک قاعده اینکوترمز را انتخاب ننمایند، در آنصورت قرار داد مبتنی بر قاعده اینکوترمز EXW ( EX Works) ( تحویل کالا در محل کار با ذکر نام محل مقرر برای تحویل ) خواهد بود.

قواعد اینکوترمز 2010 به لحاظ تخصیص مسئولیت ها ی حمل بسیار مفید می باشند. اما در حالتی که طرفین محل دقیق و نقطه دقیق تحویل داخل در آن محل را مشخص ننمایند، این قواعد، در این ارتباط قواعد کلی و غیر دقیق می باشند..

ممکن است که مشخص کردن سایر ویژگی ها برای تعیین مقدار و گستره ی پوشش بیمه ای و نحوه حمل مناسب کالا ، مانند بارگیری کالا در زیر عرشه و نه بر روی عرشه کشتی و غیره ) نیز ضروری باشد.

**زمان یا تاریخ تحویل**

طرفین معامله در قالب مقررات شرایط خاص مجاز می باشند که یک تاریخ معین ، مانند نوزدهم ماه مارس 2017 ، یا یک دوره معین ، مثلا ماه سپتامبر 2018 را برای تحویل مشخص نمایند.

به منظور حفظ قرار داد در مواردی که به لحاظ تجاری منطقی باشد، شرایط کلی مدل اطاق بازرگانی بین المللی وجه التزام یا خسارت تاخیر تحویل معتدلی را پیشنهاد می نماید . برای در صد خسارت ناشی از قصور که به صورت هفتگی برای تاخیر تحویل محاسبه می شود، به آخرین ویرایش قرار داد مدل اطاق بازرگانی بین المللی مراجعه شود .

راه حل دیگر پایان دادن به مدت قرار داد در صورتی است که که خریدار نتواند به لحاظ تجاری تحویل های با تاخیر را قبول نماید.

**بازرسی کالا توسط خریدار**

در مدل شرایط کلی و عمومی اطاق بازرگانی بین المللی آمده است که طرفین می توانند، اعلام نمایند که آیا با بازرسی ( قبل از حمل یا [[218]](#footnote-218)PSI ) موافق هستند یا نه؟ طرفین می توانند مکان این بازرسی و هم چنین سایر جزئیات مربوطه ، مانند آژانس یا شرکت بازرسی، جزئیات بازرسی و غیره ، را مشخص نمایند. اگر چنانچه با این بازرسی موافقت شود، بر طبق شرایط کلی یا عمومی اطاق ، فروشنده یا صادر کننده باید به اطلاع خریدار برساند که کالاها برای بازدید آماده می باشند.

بازرسی قبل از حمل می تواند یک کنترل کیفیتی بسیار مهم و ضد تقلب و کلاهبرداری را برای خریداریا وارد کننده ارائه دهد. به هر حال اگر بازرسی ها به موجب قرار داد الزامی باشد، هم به خریدار و هم به فروشنده توصیه میگردد که بر انجام بازرسی بوسیله یک آژانس بازرسی مستقل و معتبر اصرار نمایند. چرا که از یک بازرس که نماینده یا مستخدم هر کدام از طرفین معامله باشد، نمی توان انتظار داشت که در صورت بروز اختلاف کاملا بی طرف باشد.

**حفظ مالکیت یا حق مالکیت[[219]](#footnote-219)**

شرط یا بند حفظ مالکیت )آر.اُ.تی (RoT[[220]](#footnote-220) در تجارت بین الملل یک شرط عادی و معمولی است. به موجب این شرط فروشنده مالکیت بر کالا را تا زمان پرداخت کامل بهای معامله برای خود حفظ می نماید. این شرط زمانی بسیار حیاتی و مهم میگردد که خریدار دچار اعسار میشود و طلبکاران بر سر به دست آوردن بقیه دارائی خریدار با یکدیگر به رقابت می پردازند. در این حالت است که اگر یک شرط حفظ مالکیت یا آر. اُ. تی معتبر وجود داشته باشد، فروشنده می تواند حتی در صورتیکه خریدار ور شکسته و معسر شود هم کالاها را برای خودش حفظ نماید به .موضوع **انتقال مالکیت یا حق مالکیت در معاملات بین المللی**  در هیچکدام از قواعد اینکوترمز 2010 و کنوانسیون سازمان ملل متحد درباره قرار داد بیع بین المللی (CISG) پر داخته نشده است و قانون ملی کشور بر آن حاکم می باشد. درنتیجه طرفین معامله می توانند آزادانه درباره چگونگی انتقال مالکیت بر طبق بند حفظ حق مالکیت تصمیم گیری نمایند، اما آن ها، بایستی مواظب باشند که روشی را که انتخاب می نمایند را قانون ملی قابل اعمال یا صلاحتیدار مجاز میداند.

انواع مختلف شرط یا بند حفط حق مالکیت ( آر. اُ. تی ) وجود دارد، ولی از میان آن ها دو نوع عمده قابل تمایز است: اول بند یا شرط آر ا تی ساده که بر طبق آن فروشنده حق مالکیت را تا زمان پرداخت بها یا ثمن معامله برای خود محفوظ میدارد ودوم شرط یا بند آر اُتی گسترده که برخی اوقات به نام « بند یا شرط تمام پول ها[[221]](#footnote-221) » نامیده می شود و بر طبق آن فروشنده سعی می کند که حق مالکیت خود به موارد زیر نیز گسترش یابد:

دریافتی ها یا عوایدهر فروش کالا.

هر کالای آمیخته شده با یا تولید شده از کالاهای موضوع قرار داد،

هر بدهی دیگر خریدار به فروشنده یا

هر تلفیقی از موارد فوق.

استفاده از بند یا شروط حفظ حق مالکیت گسترده بستگی به قانون ملی قابل اعمال یا صلاحیت دار خواهد داشت. بنابراین تدوین کنندگان قرار داد، باید بندیا شرط مزبور را با توجه به قوانین ملی در مورد انتقال حق مالکیت تدوین نمایند.

بر طبق مدل شرایط خاص اطاق بازرگانی بین المللی ، طرفین معامله می توانند انتخاب نمایند که آیا می خوهند قرار داد آن ها مشمول و حاوی شرط « حفظ حق مالکیت » باشد یا نه. قرار داد فروش مدل اطاق بازرگانی بین المللی ، شرط یا بند حفظ حق مالکیت ساده که معمولا باید در اغلب نظام های حقوقی کار برد داشته باشد را ارائه میدهد. اما همیشه - و بویژه در معاملات بزرگ - عاقلانه این است که با مشاور محلی در این باره مشورت شود. در برخی از کشورها، شاید لازم باشد که نفع فروشنده در کالاهای فروخته نشده ، که اغلب به آن « کامل کردن تضمین نفعع [[222]](#footnote-222) گفته» می شود ، درج گردد.

ارائه کنندگان بیمه، نظیر بیمه فرانس کوفاس[[223]](#footnote-223) و یا اکزیم بانک ایالات متحده[[224]](#footnote-224)، اغلب شرط یا بند حفظ حق مالکیت تا پرداخت تمام ثمن معامله را برای صدور بیمه اعتبار صادراتی اجباری میدانند. از آنجائی که بیمه کنندگان اعتبار، مسئولیت خطر عدم پرداخت بهای معامله به فروشنده را قبول و در واقع در این ارتباط جانشین فروشنده می شوند، لذا آن ها در صدد بر می آیند که جهت کاهش دادن ریسک ، صادر کنندگان را مجبور به انعقاد آن نوع از قرار دادهای صادراتی نمایند که در آن ها شرط یا بند حفظ حق مالکیت ، که برخی اوقات به آن « جایزه دلگرمی [[225]](#footnote-225)» به فروشندگان در صورت عدم پرداخت ثمن معامله گفته می شود، درج شده باشد. البته لحاظ کردن این شرط در قرار داد به اندازه دریافت ثمن معامله و در نتیجه عدم احتیاج به این بند یا شرط ،خوب و مفید نمی باشد و نمی تواند جای آن را بگیرد. ولی می تواند از هیچ چیز بهتر باشد.

**شرایط پرداخت**

در قرار داد فروش مدل اطاق بازرگانی بین المللی ، استفاده از تمام روش های بین المللی پرداخت از جمله، پرداخت به صورت حساب باز( دریافت بهای معامله بعد از تحویل کالا)، وصول اسنادی، اعتبار اسنادی، پرداخت از قبل ثمن معامله و تعهد پرداخت بانک ( بی پی اُ )[[226]](#footnote-226) مجاز شناخته شده است. در این قرار داد فروش مدل ،اگر طرفین معامله هیچیک از انواع پرداخت را مشخص ننمایند، از روش پرداخت حساب باز بوسیله انتقال الکترونیکی وجوه ظرف سی روز از تاریخ صورت حساب استفاده خواهد شد.

قرار داد فروش مدل اطاق بازرگانی بین المللی به طرفین معامله یاد آوری می نماید که درباره انتخاب گزینه خود جهت پرداخت، حداقل خصوصیات را به شرح زیر مشخص نمایند:

* در مورد پرداخت بهای معامله بر اساس ساز و کار حساب باز، به طرفین معامله توصیه می شود که در جای مخصوص تاریخ پرداخت در فرم قرار داد، تعداد روزها یی که پس از تاریخ صورت حساب ،باید ثمن معامله پرداخت شود را درج نمایند. هم چنین طرفین قرار داد ،در صورتیکه مایل باشند می توانند، اعلام نمایند که گزینه حساب باز باید با پشتوانه یک اعتبار نامه اتکائی یا تضمینی[[227]](#footnote-227) که یک تضمین پرداخت معمول می باشد، همراه باشد.
* در مورد پرداخت از قبل ثمن معامله بند 2 ماده 5 شرایط کلی در قرار داد فروش مدل اطاق بازر گانی بین ا لمللی ، دلالت بر این دارد که خریدار بایستی حد اقل سی روز قبل از تاریخ مورد موافقت برای تحویل، وجوه را در دسترس ودر اختیار فروشنده قرار دهد. طرفین معامله هم چنین می توانند در صورتیکه مایل باشند اعلام نمایند که گزینه پرداخت از قبل با پشتوانه ضمانت نامه پرداخت از قبل[[228]](#footnote-228) همراه باشد.
* در مورد پرداخت از طریق وصول اسنادی[[229]](#footnote-229) ، طرفین قرار داد می توانند گزینه های اساسی اسناد در مقابل پرداخت(D/P ) [[230]](#footnote-230)یا روش اسناد در مقابل قبول ( D/A ) [[231]](#footnote-231) را انتخاب نمایند اگر طرفین معامله این موافقت را اعلام نمایند که پرداخت بوسیله سازو کار وصول اسناد صورت خواهد گرفت، ولی توافق های صریح دیگر ی در مورد روش اسناد در مقابل پرداخت یا اسناد در مقابل قبول ننمایند، در این صورت در شرایط کلی یا عمومی مدل اطاق بازر گانی بین المللی انتخاب روش اسناد در مقابل پرداخت بر طبق قواعد متحد الشکل وصول های اطاق بازرگانی بین الملل[[232]](#footnote-232)، پیشنهاد شده است..
* در مورد پرداخت بوسیله سازو کار اعتبار اسنادی ، مدل شرایط خاص اطاق بازر گانی بین المللی ، طرفین را مجاز میداند که جزئیاتی، نظیر جزئیات مهم زیر را درج نمایند: تائید، محل تائید، پرداخت به رویت یا از طریق مذاکره، اگر طرفین معامله موفق به انتخاب نشوند، مقررات جایگزین در مدل شرایط کلی اطاق به شرح زیر است:

1-خریدار بایستی یک اعتبار را در یک بانک معتبر حداقل 30 روز قبل از نزدیکترین تاریخ قابل قبول برای تحویل باز نماید. 2- در اعتبار بایستی مشخص شود که پرداخت پس از روئیت انجام خواهد شد و انتقال از یک وسیله نقلیه به وسیله نقلیه دیگر اجازه داده شود، ولی حمل بخشی یا قسمتی کالا مجاز نباشد. 3- اعتبار بر طبق مقررات متحد الشکل اعتبارات اسنادی اطاق بازرگانی بین الملل( UCP )باشد. [[233]](#footnote-233)

* **اسناد**

قرار داد فروش مدل اطاق بازرگانی بین المللی، فهرستی از اسناد ضروری که اغلب از فروشنده در قرار دادهای فروش با خرید بین المللی خواسته می شود را در اختیار طرفین فرار میدهد. برای فروشندگان صادراتی بسیار مهم است که تعهدات سفت و سخت اسنادی در یک « فروش اسنادی » در تجارت بین الملل را درک کرده و با آن به خوبی آشنا باشند. وظیفه ارائه اسناد لازم و ضروری، به همان اندازه تعهد قرار دادی تحویل کالاهای منطبق با قرار داد مهم است. در فروش ها بر طبق قاعده اینکوترمز فوب، سی اِف آر، و سیف و/یا در معاملات پرداخت از طریق اعتبار اسنادی، تعهدات مهم اسنادی فروشنده، به همان اندازه تعهدات اوبرای تحویل فیزیکی کالا دارای اهمیت و حیاتی است. فروشنده باید بویژه ، نوع صحیح و درست اسناد حمل را ارائه دهد و در ارتباط با قاعده اینکوترمز سیف او باید نوع صحیح و درست سند بیمه را نیز ارائه دهد. بر طبق کنوانسیون سازمان ملل متحد درباره قرار دادهای بیع بین المللی(CISG) اگر در این باره قصور شود، این حالت می تواند به عنوان نقض اساسی تمام قرار داد تلقی گردد. به فروشندگان توصیه اکید می شود که در مدیریت اسناد صادراتی خود، بویژه در موردی که قرار داد، پرداخت ثمن معامله بوسیله اعتبار اسنادی را مقرر کرده باشد، بسیار دقیق باشند.

ویرایش دیجیتالی قرار داد فروش مدل جدید اطاق بازرگانی بین المللی به نحوی طراحی شده است که هر زمان که یک ترکیب و تلفیق کمتر مناسب از قاعده اینکوترمز 2010 و تکنیک پرداخت و یاالزامات اسنادی انتخاب گردد، هشدار ظاهر می شود.

**تاریخ لغو یا موقوف کردن قرار داد**

با درج این بند یا شرط در قرار داد، خریدار می تواند یک سر رسید یا ضرب الاجلی را مشخص نماید که در صورت قصور فروشنده در تحویل در آن تاریخ، او بتواند فورا قرار داد را لغو نماید. این گزینه، یک انتخاب جایگزینی است برای آنچه که در بند 3 ماده 10 شرایط کلی مدل اطاق بازر گانی بین المللی آمده است و با آن فرق دارد. این ماده در حالت مزبور ، خریدار را محق به دریافت وجه التزام یا خسارت نقض قرار داد - در واقع تخفیف - می نماید که بر اساس در صدی از ثمن معامله جهت هر هفته تاخیر محاسبه می گردد.

**مسئولیت تاخیر**

طرفین می توانند قاعده خود شان درباره تاخیر در تحویل با تغییر دادن و یا انجام تعدیل در خسارت ناشی از نقض قرار داد، را ایجاد نمایند- مانند بند یا شرطی که خریدار را محق به دریافت در صدی از ثمن معامله در هر هفته تاخیر بنماید - مع ذلک فروشندگان باید آگاه باشند که اگر آن ها میزان این خسارت را خیلی زیاد قرار دهند، ممکن است که دادگاه ها در برخی از نظام های حقوقی آن را تنبیهی قلمداد کرده و قابل اجرا ندانند.

**محدود سازی مسئولیت در مورد عدم انطباق کالا با توصیف مندرج در قرار داد**

فروشنده می تواند مسئولیت ناشی ازنقض قرار داد در مورد تحویل کالاهای غیر منطبق با توصیف مندرج در قرار داد را تا حد در صدی از ثمن با قیمت آن کالاها محدود نماید.

**محدود سازی مسئولیت در موردی که کالا ی غیر منطبق با توصیف در قرار داد را خریدار قبول نماید**

در صورت تحویل کالاهای غیر منطبق با توصیف مندرج در قرار داد بوسیله فروشنده ، خریدار میتواند کالاهای مزبور را در قبال باز پرداخت قسمتی از قیمت توسط قروشنده و یا گرقتن تخفیف از او نگاه دارد.

**محدودیت زمانی یا مرور زمان**

این اصطلاح به مدت زمانی اشاره دارد که بعد از آن خریدار نمی تواند پس از ورود کالاها ، تقاضای جبران قانونی را مطرح نماید - چهار سال به موجب قاعده تعین معیار -[[234]](#footnote-234) البته طرفین می توانند مدت طولانی تر یا کوتاه تر را نیز مقرر نمایند.

**قانون قابل اعمال یا قانون صلاحتیدار**

یکی از مفاهیم اساسی در قرار داد فروش مدل اطاق بازرگانی بین المللی این است که با کنوانسیون سازمان ملل متحد درباره بیع بین المللی کالا (CISG) سازگار و هم آهنگ می باشد. در نتیجه هیچ احتیاجی نیست که طرفین هر قانون ملی اضافی را انتخاب نمایند و خطر ایجاد تعارض قوانین حادث شود. مغ ذلک به موجب بند الف ماده 14 شرایط خاص قرار داد مدل اطاق بازرگانی بین المللی، طرفین می توانند قانون فروش متفاوتی را غیر از کنوانسیون مزبور ارائه دهند.

در موردی که به یک موضوع یا مساله ای در کنوانسیون مزبور پرداخته نشده باشد، شرایط کلی یا عمومی قرار داد مدل اطاق مقرر میدارد که رسیدگی به آن موضوع یا مساله در صلاحیت قانون محل کسب و کار فروشنده خواهد بود. اگر طرفین معامله علاقمند به قبول کنوانسیون مزبور باشند ولی قانون کشور فروشنده را به عنوان معیار جایگزین قبول نداشته باشند، بند ب ماده 14 شرایط خاص قرار داد فروش مدل اطاق بازرگانی بین المللی طرفین را مجاز میداند که یک قانون جایگزین دیگری مثلا قانون محل کسب و کار خریدار را انتخاب نمایند.

**حل و فصل اختلاف**

قرار داد فروش مدل اطاق بازرگانی بین المللی طرفین را مخیر می سازد که برای حل و فصل اختلاف ارجاع به داوری (حکمیت) ویا دادخواهی قضائی را انتخاب نمایند. در صورتی که طرفین موافق داوری با حکمیت اطاق بازرگانی بین المللی باشند، شرایط اختصاصی قرار داد مدل اطاق، طرفین را مخیر میدارد که مکان داوری و سایر جزئیات را مشخص نمایند. اگر طرفین معامله موافق و خواهان دادخواهی قضائی به عنوان روش حل و فصل اختلاف باشند ، شرایط اختصاصی مزبور طرفین را مخیر میسازد که دادگاه های کشوری یا ملی را برای اقامه دعوا تعیین نمایند.

**فرس ماژور یا قوه قاهره**

معمول است که در قرار دادهای تجارت بین الملل ، شرط فورس ماژور یا صعوبت[[235]](#footnote-235) یا عسرت گنجانده شود. این شرط طرفین را از اجرای قرار داد در صورتی که قصور ناشی از موانعی خارج از کنترل آن ها باشد، و یا نتوان منطقا آن را پیش بینی نمود، معاف میدارد. ماده 13 شرایط کلی مدل اطاق ، یک معیار اساسی را ارائه میدهد که به موجب آن هر کدام از طرفین قرار داد می توانند در صورتی که شرایط فرس ماژور یا قوه قهریه برای بیش از شش ماه ادامه داشته باشد، به قرار داد خاتمه دهد.

برخی از انواع فورس ماژور وجود دارد که حتی اگر در قرار داد ذکر نشده باشد نیز قابل اعمال می باشد. در بسیاری از نظام های حقوق تجارت، یک طرف معامله در صورت بروز یک حادثه کاملا غیر مترقبه و غیر قابل پیش بینی ، مانند شروع جنگ و یا "یک کار خدا"[[236]](#footnote-236) نظیر زلزله یا گرد باد و طوفان، نتواند به تعهدات خود عمل نماید، از اجرای این تعهدات معاف می شود. بر طبق مجموعه قوانین متحد الشکل آمریکا ( یو سی سی )[[237]](#footnote-237) استاندارد یا معیار مربوط به استفاده از این معافیت " نا ممکن بودن عملی تجارت "[[238]](#footnote-238) می باشدد. اما بر عکس در بسیاری از نظام های حقوقی مدون ، از اصطلاح خاص فروس ماژور در مورد این مساله استفاده می شود. بر طبق کنوانسیون ملل متحد در مورد قرار دادهای بیع بین المللی کالا (CISG )، استاندارد مربوطه ، مبتنی بر مفهوم غیر قابل پیش بینی بودن یا غیر قابل اجتناب بودن " موانع "برای اجرای قرار داد میباشد. به علت وجود اختلافات در میان این معیار ها یا استانداردها ، بهتر این است که طرفین ، شرط یا بند مورد علاقه خودشان را در قرار داد درج نمایند. بند یا شرط سال 2003 فورس ماژور اطاق بازرگانی بین المللی و بند با شرط صعویت یا عسرت سال 2003[[239]](#footnote-239) اطاق ( نشریه 65 اطاق بازرگانی بین المللی ) یک بند یا شرط مدل فورس ماژور جایگزین را ارائه میدهند که می شود در قرار داد به آن اشاره نمود. در صورتی که فروشنده بخواهد، بند یا شرط تاخیرهای قابل گذشت را تدوین نماید، او می تواند محتمل ترین موانع ، نظیر مشکلات مربوط به کسب مجوز از دولت، تغییرات در حقوق و عوارض گمرکی ومقررات گمرکی، نوسانات شدید در نیروی کار، مواد مورد استفاده، انرژی و حمل و نقل و غیره را در این شرط یا بند درج نماید.

**خود آزمایی فصل ششم: فروش های بین المللی**

صحیح/ اشتباه.

1 -تقریبا تعداد 125 کشور در حال حاضر امضا کنندگان کنوانسیون سازمان ملل متحد باره فروش یا بیع بین المللی کالا(CISG) می باشند.

2- کنوانسیون سازمان ملل متحد در باره فروش یا بیع بین المللی کالا(CISG) شامل موضوع انتقال مالکیت کالا از فروشنده به خریدار می باشد.

1. کنوانسیون سازمان ملل متحد در باره فروش یابیع بین المللی کالا (CISG)تمام انواع قرار داد های بین المللی صادرات کالایی یا خدمات را پوشش میدهد.
2. هدف از بند فورس ماژور یا قوه قاهره د رقرار داد، تعریف این است که در چه شرایطی طرفین معامله از اجرای قرار داد به علت حادث شدن شرایط و اوضاع و احوال غیر قابل پیش بینی معاف می باشند .
3. قرار داد فروش بین المللی مدل اطاق بازر گانی بین المللی ، حاوی یک روش پرداخت خسارت نقض قرار داد بر اثر تاخیر در تحویل کالا به وسیله فروشنده میباشد.
4. از بند یا شرط حفظ مالکیت در قرار داد فروش باید زمانی استفاده شود که وارد کننده قبول نماید که قبل از تخویل کالا ،ثمن یا بهای معامله را پرداخت می نماید.

**پاسخ ها:**

1. **اشتباه**
2. **اشتباه**
3. **اشتباه**
4. **صحیح**
5. **صحیح**
6. **اشتباه**

**فصل هفتم**

**فروش های بین المللی و نمایندگان بازاریابی ( فروش ):**

**نمایندگی و توزیع**

خلاصه

نمایندگی و توزیع دو مورد از مهمترین موارد معمول و متداولی است که صادر کنندگان از آن برای بازاریابی یا فروش بین المللی کالا استفاده می نمایند. بسیاری از بزرگترین تولید کنندگان جهانی، بازاریابی بین المللی خود را از طریق شبکه های نمایندگان و یا توزیع کنندگان شروع نمودند. گرچه ترتیبات نمایندگی و توزیع می توانند برای سال ها دارای منافع متقابل باشد، ولی در این رابطه همواره یک تنش ذاتی وجود دارد و آن این است که موکل ( تولید کننده یا صادر کننده ) یا کسی که نمایندگی یا مجوز توزیع را داده، میتواند به این ترتیبات به ضزز توزیع کننده یا نماینده خاتمه دهد. این نکته و سایر نکات حساس سبب می شوند که مذاکره درباره قرار دادهای نمایندگی و توزیع به صورت یک کار پیچیده ای در آید.

هم آهنگ سازی جهانی حقوق و رویه نمایندگی نسبت به حقوق فروش یا بیع کمتر موفق بوده است: هنوز هم اختلافات منطقه ای قوی در ارتباط با برخورد قانونی با قرار دادهای نمایندگی و توزیع وجود دارد. در حالی که کشورهای دارای نظام حقوقی عرفی یا کامان لا آزادی عمل وسیع را برای طرفین در مورد تعیین ساختار قرار داد های نمایندگی و توزیع قایل می باشد، ولی این حالت همیشه در مورد اتحادیه اروپا، خاورمیانه و آمریکای لاتین و کشورهای دارای نظام حقوقی نوشته یا مدون صدق نمی نماید.

یک مشکل نوعی و معمول در این باره این است که مجوز دهندگان نمایندگی و توزیع در کشورهای دارای نظام حقوقی کامان لا یا عرفی، از این متعجب و حیران هستند که می بینند در کشورهای دارای نظام حقوقی مدون، این امکان وجود دارد که شروط قرار دادی طرفین بوسیله قانون ملی مربوط به حمایت از نماینده، باطل اعلام شود. در نتیجه مجوز دهندگان بایستی این اطمینان را حاصل نمایند که قرار دادهای آن ها با نمایندگان و توزیع کنندگان در راستا و منطبق با قانون محلی تنظیم گردد و بالاخص آن ها بایستی به دقت مقررات مربوط به خاتمه قرار داد را بررسی و از آن متابعت نمایند. ممکن است که قوانین محلی، یا داخلی مقرر نمایند که بایستی شرط رعایت حداقل مدت لازم قبل از پایان قرار داد منظور شده باشد و در برخی موارد باید ، قبال از پایان دادن به قرار داد غرامت پرداخت گردد.

مشکل معمول دیگر این است که مقامات مالیاتی ملی ،برای اطمینان حاصل کردن از اینکه نمایندگان و توزیع کنندگان ، واقعا مستقل می باشند، به دقت روابطآن ها را زیر نظر دارند. اگر چنین تلقی شود که نماینده یا توزیع کننده مستقل نمی باشد( مثلا کارمند مجور دهنده یا شعبه آن باشد)، ممکن است مالیات محلی و مقررات مختلف کار بر او وضع شود.

با توجه به این که نمایندگی و توزیع در تجارت بین الملل، دارای اهمیت بسیار زیاد می باشد، لذا آشنائی با مقررات کلیدی و مهم در قرار دادهای نمایندگی و توزیع و بویژه مقررات مربوط به سرزمینی بودن ،[[240]](#footnote-240) انحصاری بودن،[[241]](#footnote-241) مدت قرار داد، خاتمه قرار داد، ساختار کمیسیون یا حق العمل و غیره از اهمیت بالائی برخوردار می باشد.

7-1 **نمایندگان و توزیع کنندگان در تجارت بین الملل**

7-1-1 **نقش مهم نمایندگان، و توزیع کنندگان**

به هنگامی که صادر کنندگان به توسعه کسب و کار بین المللی خود اقدام می نمایند، آن ها بایستی تصمیم گیری نمایند که به کدام بازارهای خارجی به صورت مستقیم - از طریق صادرات مستقیم و بلاواسطه، یا از طریق شعبه - و به کدام بازارهای خارجی با کمک واسطه و پشتیبانی نمایندگان محلی وارد شوند.

شرکت های کوچک و متوسط دارای منابع لازم جهت تاسیس شعب در تمام بازارهای بین المللی نمی باشند. نمایندگان و توزیع کنندگان این فاصله و فقدان مهم را جبران می نمایند. اگر به خاطر نمایندگان فروش و توزیع کنندگان نمی بود، اغلب صادر کنندگان، از توزیع در بازارهای جهانی دور می ماندند.

قرار داد های نمایندگی فروش و توزیع، منافع کسب و کاری مهمی را برای طرفین ایجاد می نماید. این منافع برای صادر کننده یا موکل یا مجوز دهنده این است که نماینده خارجی دانش عمیقی را در ارتباط با بازار خارج در اختیار او قرار میدهد. این نماینده مانند یک شریک با انگیزه بالا برای صادر کننده می باشد و حائلی است در برابر درگیری های قانونی محلی.

نفع و سود ترتیبات مزبور برای نماینده این است که، به موجب این ترتیبات ، صادر کننده این فرصت را در اختیار نماینده قرار میدهد که او بتواند نمایندگی فروش یک محصول خارجی جدید یا جذاب خارجی را به دست آورد. ترتیبات توزیع این فرصت را در اختیار کار آفرینان محلی میگذارد که یک کسب و کار بزرگ مستقلی را برای خود رشد و گسترش دهند؛ در نهایت توزیع کنندگان می توانند برندهای خودشان را به بازار عرضه و از محصولات صادر کنندگان متفاوت به عنوان منبع استفاده و با مجوز دهندگان توزیع سابق رقابت نماید.

یک جنبه انتقادی و حساس در مورد ترتیبات نمایندگی یا توزیع این است که دوام این ترتیبات نا مشخص و نا معلوم می باشد . در واقع موافقت نامه های نمایندگی و توزیع سرمایه گذاری های متوسطی را تشکیل میدهند که مشکل است که بتوان پیش بینی نمود که در چه زمانی به پایان میرسد. این حالت می تواند طرفین را در یک وضعیت نا متقارن یا خصمانه ای قرار دهد.

اگر ورود به بازار هدف به صورت موثر و کارائی توسط نماینده یا توزیع کننده ،جهت کالای صادراتی صادر کنندگان ، تامین وگسترش یافته باشد، این بازار ممکن است چنان جذاب و جالب شود که صادر کننده در صدد بر آید که خودش بلاواسطه از آن استفاده نماید و در نتیجه به قرار داد نمایندگی یا توزیع خاتمه دهد و یا خیلی راحت پس از خاتمه قرار داد آن را تجدید ننماید. این امر می تواند برای نماینده یا توزیع کننده که ممکن است سال ها جهت ایجاد بازار محلی برای فروش کالای صادر کننده ،سرمایه گذاری و صرف وقت کرده ، نا راحت کننده و مشکل زا باشد. در چنین حالتی ممکن است زمان زیادی لازم باشد تا نماینده یا توزیع کننده بتواند یک شریک کسب و کاری جانشین را پیدا کند. در نتیجه طرفین ممکن است که بر سر موضوع پایان یا تمدید قرار داد، با یکدیگر اختلاف پیدا نمایند.

7-1-2 **انواع مختلف نمایندگان و توزیع کنندگان**

واسطه های فروش خارجی را می توان به طور کلی « نماینده های فروش، » « کمیسسیونر»[[242]](#footnote-242)

یا توزیع کننده نامید. از این عناوین ، افراد دست اندر کار در کسب و کار به صورت غیر دقیق و به جای یکدیگر استفاده می نمایند. در نتیجه حتی اگر به یکی از طرفین قرار داد عنوان نماینده یا مخفف آن ر پ[[243]](#footnote-243) اطلاق گردد، لازم است که جهت تعیین این که طرف قرار داد نماینده، می باشد یا توزیع کننده، به واژه دقیق افاده کننده معنای نقش آن طرف و محتوای قرار داد توجه شود.

ما باید، ابتدا بین طرف های مستقل ( نظیر نمایندگان یا توزیع کنندگان ) و کارکنان یا مستخدمین صادر کننده تمایز قایل شویم. در مورد بازارهای فروش و در حال رشد، روش معمولی فروش این است که صادر کننده از یک مستخدم واحد یا تعداد کمی مستخدم برای گسترش فروش استفاده می نماید. در این ارتباط استفاده صادر کننده از مستخدمین یا کارکنان خود، در مقام مقایسه با ترتیبات نمایندگی یا توزیع، با عدم مزیت هائی مواجه می باشد. مستخدمین یا کارکنان ، مانند نمایندگان و توزیع کنندگان مستقل نمی باشند. یک نتیجه در مورد استفاده از مستخدمین یا کارکنان این است که ممکن است قانون مالیات و کار درکشور بازار هدف ، تحت عنوان کار اتباع خارجی ، مداخله کرده و صادر کننده را مشمول آن نماید. خطر دیگر این است که مستخدم ، به علت عدم آشنایی به محیط و عوامل دیگر، نمیتواند مانند نماینده یا توزیع کننده به گسترش بازار اقدام نماید که در اینصورت هزینه های افتتاح دفتر فروش و کارکنان آن باز یافت و مستهلک نخواهد شد. به علاوه در برخی موارد مشکل خواهد بود که بتوان یک مستخدم را متقاعد نمود که از اداره مرکزی صادر کننده به یک ماموریت خارج منتقل شود. هم چنین در حالت عدم وجود ترتیبات نمایندگی یا توزیع، استخدام و مدیریت افراد محلی می تواند برای صادر کننده مشکل زا باشد. حالا اجازه بدهید که ما تفاوت اساسی بین قرار دادهای نمایندگی و توزیع را مشخص و متمایز نمائیم:

در رابطه با نمایندگی تجاری،خود صادر کننده یا نمایندگی دهنده، به موجب قرار داد ، کالاها را با واسطه گری نماینده ، مستقیما به مصرف کننده با مشتری نهائی می فروشد. نماینده، فقط صادر کننده یا نمایندگی دهنده و مشتری را به هم معرفی می نماید و بازاریابی و فعالیت های مشتری یابی را در کشور خود به عنوان واسطه انجام میدهد و در قبال این فعالیت خود مبلغی را به عنوان حق العمل یا حق الزحمه از فروش کالا بر میدارد. در برخی موارد، حتی ممکن است که نماینده ، قرار دادها را از طرف صادر کننده منعقد نماید، اما نماینده کالا را از صادر کننده برای فروش به مشتری خریداری نمی نماید.طبقات یا انواع مختلفی از نمایندگان وجود دارند . برای مثال " نماینده خرید[[244]](#footnote-244) " یا " نماینده خدمت[[245]](#footnote-245) ". در برخی از کشورها قواعد خاصی بر قرار دادها با نماینده ها ، که دولت آن ها را در طبقه نماینده های " غیر مستقل یا وابسته " یا " مستخدمین" قرار میدهد حکمفرما است. در چنین مواردی قواعد خاص قابل اعمال در مورد نماینده های مستخدم اجرا خواهد شد. در این کتاب ما عمدتا بر نمایندگان فروش تجاری و نه بر نماینده های غیر مستقل تمرکز خواهیم نمود.

در ترتیبات توزیع ، شخص توزیع کننده بین صادر کننده و مشتریان نهائی قرار دارد. توزیع کننده کالاها را از صادر کننده خریداری می نماید و سپس آن ها را از طرف خودش به خریدار نهائی می فروشد. در این ترتیبات، توزیع کننده هم خریدار است و هم فروشنده. تفاوت عمده و مهم این ترتیبات با ترتیبات نمایندگی این است که در ترتیبات نمایندگی، نماینده ها کالاها را از صادر کننده خریداری نمی نمایند و مالکیت کالاها به آن ها منتقل نمی گردد.

گرچه استثنائات زیادی بر این قاعده وجود دارد، اما نمایندگی معمولا کوچکتر از توزیع است.. یک مسیر معمولی برای صادر کنندگان برای ورود به بازار خارجی این است که ابتدا از نماینده استفاده نمایند و سپس از توزیع کننده و در نهایت بازار را با یک شعبه که مالکیت آن تماما در اختیار خودشان باشد، تسخیر کنند. همین مسیر برای نماینده ها می تواند به این صورت باشد که کار خودشان را به عنوان نماینده شروع نمایند و سپس توزیع کننده و وارد کننده شوند و در نهایت برندها با منبع خارج را جهت خود ایجاد و توسعه دهند.

قاعده ساده وسرانگشتی زیر می تواند به بازرگانان کمک نماید که مشخص نمایند.برای یک پروژه خاص انتخاب ساختار نمایندگی مناسب است یا ساختار توزیع.

**ترجیح روش نمایندگی**

اگر خریداران نهائی بخواهند مستقیما با صادر کننده معامله نمایند - برای مثال در مورد کالاهای منحصر به فرد که بایستی بنابر سلیقه مشتری در آن ها تغیر ایجاد شود یا ماشین آلاتی که پیچیده و گران هستند و یا هزینه نگهداری آن بالا می باشد، -در آنصورت انتخاب روش نمایندگی مناسب تر می باشد.

**ترجیح روش توزیع**

اگر توزیع کننده به مقدار زیاد کالا در انبار برای فروش به تعداد زیاد مشتری نیاز داشته باشد، احتمالا روش و قرار داد توزیع مناسب تر خواهد بود.

7-2 **حقوق یا قواعد مربوط به قرار دادهای نمایندگی**

7-2-1 **مفاهیم اساسی: افشاء**

مفهوم نمایندگی در حقوق دارای کاربرد وسیعی می باشد. در مفهوم وسیع، یک نماینده کسی است که قانونا مجاز به داشتن نمایندگی از طرف شخص دیگری باشد. در اینجا ما مورد خاص نماینده های فروش بازرگانی دارای نمایندگی از صادر کنندگان کشورهای خارجی را مورد مطالعه قرار خواهیم داد.

**افشای صادر کننده ( موکل ) توسط وکیل : آیا صادر کننده یا موکل یانمایندگی دهنده می تواند بر علیه مشتری اقامه دعوا نماید؟**

یک نماینده می تواند این حقیقت را که از طرف یک صادر کننده ( وکیل ) خارجی نمایندگی دارد را افشا بنماید یا ننماید. در کشورهای دارای نظام حقوقی مدون، به عنوان قاعده کلی، صادر کننده خارجی ( موکل یا نمایندگی دهنده ) نمی تواندر صورتیکه نماینده، وجود صادر کننده یا نمایندگی دهنده را به مشتری افشا نکرده باشد، مستقیما بر علیه مشتری اقامه دعوا نماید. در چنین مواردی ، تنها نماینده می تواند بر علیه مشتری اقامه دعوا نماید. اگر صادر کننده ( موکل یا نمایندگی دهنده ) بخواهد مشمول این محدودیت نشود، بایستی بوسیله قرار داد از نماینده بخواهد که نمایندگی داشتن خود را در جریان هر فروش یا مکاتبات حرفه ای افشا نماید. راه حل دیگر این است که بندی در قرار داد نمایندگی آورده شود که به موجب آن ، نماینده هر گونه ادعا بر علیه مشتریان را به عهده نمایندگی دهنده یا صادر کننده بگذارد.

اصطلاح « اختیار واقعی »[[246]](#footnote-246) به اختیاری اشاره دارد که که نمایندگی دهنده یا صادر کننده صراحتا آن را به نماینده میدهد؛ "اختیار بر حسب ظاهر "[[247]](#footnote-247) یا « اختیار ظاهر »[[248]](#footnote-248) آن اختیاری است که به نظر میرسد نماینده دارا می باشد. در تحت اوضاع و احوال خاص، یک شخص ثالث ممکن است که با اتکاء به اختیار ظاهری،شخص نماینده یا شخص اختیار دهنده را متعهد نماید. بنابراین برای احتراز از چنین حالتی ، اختیار دهنده بایستی از به وجود آمدن این تصور و استنباط در اشخاص ثالث که نماینده دارای اختیار کامل برای متعهد ساختن او می باشد ، اجتناب نماید.

7-2-2**وظایف نماینده و نمایندگی دهنده**

رابطه نمایندگی تجاری، وظایف و تعهدات مهمی را هم به عهده نماینده و هم به عهده نمایندگی دهنده محول می نماید.

**وظایف نماینده**

**انجام سعی و کوشش: داشتن پشت کار منطقی**

نماینده بایستی وظایف خود را با احتیاط و با مهارت و پشتکار لازم منطقی و معمول و متداول انجام دهد و او در مقابل نمایندگی دهنده مسئوول هر ضرر و زیان ناشی از قصور در انجام این وظایف استاندارد می باشد. برای مثال یک نماینده نمی تواند به خریدار هیچگونه تضمینی بدهد، مگر این که نمایندگی دهنده ( صادر کننده ) به او چنین اختیاری را داده باشد.

**رعایت شفافیت: افشا تمام حقایق مهم**

نماینده باید تمام اطلاعاتی که می تواند برای نمایندگی دهنده در تصمیم گیری، جهت قبول یا رد سفارش مشتری ، مفید باشد را در اختیار او قرار دهد. نماینده ممکن است که احساس نماید که ارائه برخی اطلاعات به نمایندگی دهنده به رد پیشنهاد مشتری از طرف او منجر شود و همین انگیزه سبب شود که به این وظیفه توجه نشود و آن را نادیده بگیرد. یک چنین بی توجهی به وظیفه افشاء اطلاعات می تواند در صورت عزم و تصمیم نمایندگی دهنده به بطلان قرار داد منجر شود. بنابراین، برای مثال نماینده نمی تواند به طور هم زمان هم نماینده خریدار و هم نماینده فروشنده باشد و در نتیجه دو مبلغ حق العمل را دریافت نماید.

**وفاداری و حسن نیت: سود محرمانه ممنوع**

نماینده نمی تواند رشوه را قبول نماید و یا اینکه سود محرمانه برای خودش ایجاد نماید. استانداردهای مربوط به صداقت که نماینده باید داشته باشد بسیار بالا است.

**رعایت محرمانگی: عدم افشای اطلاعات محرمانه**

نماینده نباید اطلاعات ممتاز و محرمانه را درباره نمایندگی دهنده و جریان کسب و کار او افشا نماید.

**حساب ها/ ممیزی: پاسخگو بودن به نمایندگی دهنده**

نماینده بایستی سوابق کسب وکاری را به نحو مناسب نگاه دارد ، تا در نتیجه نمایندگی دهنده بتواند، اجرای شرایط و تعهدات بر طبق قرار داد را بررسی نماید. نماینده بایستی تمام پولی که از طرف نمایندگی دهنده از مشتری دریافت می نماید را به او پرداخت نماید و در قبال کاری که انجام داده حق العمل یا کمیسیون دریافت کند.

**وظایف نمایندگی دهنده**

**پرداخت حق الزحمه یا حق العمل: پرداخت کمیسیون**

نظام پرداخت کمیسیون یا حق العمل، این انگیزه را برای نماینده فراهم میاورد که فروش را به حداکثر برساند. نمایندگی دهنده ممکن است در قرار داد نمایندگی بگنجاند که کمیسیون زمانی پرداخت میشود که قیمت کالا به صورت نقدی به او واصل گردد. گزینه دیگر این است که قرار داد بر اساس شرط تضمین نماینده[[249]](#footnote-249) تنظیم گردد. بدین معنا که نماینده تعهد نماید که در صورت بوجود آمدن ضرر و زیان ناشی از فروش به مشتری که به علت بی پولی یا هر دلیل دیگر نتواند بهای معامله را بپردازد ، او ( نماینده ) به نمایندگی دهنده غرامت خواهد پرداخت..مسلم است که نحوه محاسبه کمیسیون نماینده ،مطلب اساسی در قرار داد است. بنا بر این بسیار مهم است که طرفین با نهایت دقت آن را مشخص نمایند.

**عدم پرداخت مخارج به نمایندگی دهنده: هزینه های نماینده و غرامت**

نماینده فروش خویش فرما، ( نماینده فروش مستقل و غیر کارمند نمایندگی دهنده) معمولا نمی تواند هزینه های خودش را از نمایندگی دهنده دریافت نماید، مگر اینکه در قرار داد نمایندگی بر روی این موضوع توافق شده باشد.

**سفارشات از طرف افراد دیگر ی غیر از نماینده: سفارشات کالا از قلمرو کشورنماینده از طرف اشخاص ثالث**

اصل اساسی این است که به نماینده در قبال سفارش های داده شده خود او که ناشی و منبعث از مساعی اش می باشد، پرداخت حق العمل صورت گیرد. با این همه اگر سفارشی مستقیما از طرف مشتری در کشور نماینده و بدون دخالت او ، به نمایندگی دهنده با صادر کننده کالا داده شود، این نماینده بسته به قانون حاکم بر قرار داد، و بندهای خاص قرار داد می تواند مستحق دریافت کمیسیون باشد یا نباشد.

**سفارشات تکراری: کمیسیون در مورد سفارشات تکراری**

در قرار داد بایستی مشخص گردد که آیا نماینده مستحق دریافت کمیسیون در مورد سفارشات تکراری در مدت اعتبار قرار داد نمایندگی و هم چنین پس از خاتمه قرار داد، می باشد یا خیر.

**موضوع اختیاریا عدم اختیار نمایندگی دهنده در قبول یا رد سفارش نماینده**

اگر به نماینده این اختیار داده نشده باشد که بیشتر از معرفی مشتری به نمایندگی دهنده کاری را انجام دهد،( فقط وظیفه معرفی مشتری و نه تعهد از طرف نمایندگی دهنده) در آن صورت نمایندگی دهنده می تواند سفارش مشتری را قبول یا رد نماید. در این حالت کمیسیون زمانی به نماینده پرداخت می شود که نمایندگی دهنده سفارش را قبول نماید.

7-2-3  **دستور العمل کمیسیون اروپا در باره نمایندگی ( 86/653 مورخ 18 دسامبر سال 1986 )**

دستور العمل کمیسیون اروپا درباره نمایندگان تجاری، یک مثال مقرراتی کلیدی و مهمی است که در جهت حمایت از نمایندگان تدوین شده است. بر طبق ماده 17 این دستور العمل ، نماینده مستحق دریافت غرامت در پایان قرار داد می باشد. به شرط این که او آن را به صورت مکتوب ودر عرض یکسال پس از خاتمه قرار داد نمایندگی تقاضا نماید. نماینده محق دریافت غرامتی خواهد بود که با مبلغ کسب و کاری که او برای نمایندگی دهنده فراهم آورده متناسب باشد.. این غرامت می تواند در صورتی که نماینده به خاطر رفتار مجرمانه خلافکار شناخته شود از بین برود و پرداخت نگردد. بالاخره این که نماینده می تواند در صورتی که نتوانسته باشد سرمایه گذاری خود را که بنا به خواسته نمایندگی دهنده انجام داده، مستهلک نماید، در صدد دریافت خسارت بر آید.

7-2-4 **استراتژی ها مذاکره: قرار دادهای نمایندگی و توزیع**

انعقاد قرار دادهای نمایندگی و توزیع مستلزم تدوین دقیق می باشد، زیرا این قرار دادها بر یک روابط طولانیبین دو طرف و سرمایه گذاری وسیع اعمال میگردند. در نتیجه این قرار دادها باید جامع وشامل و پاسخگوی طیف وسیعی از احتمالات در طی مدت قرار داد باشد. ممکن است که ، طرفین قرار داد و محصولات موضوع قرار داد ، در طی زمان متحول گردند. نماینده یا توزیع کننده ممکن است موفق شود یا سقوط نماید ، یا اینکه شخص ثالثی جانشین آن ها شود. باید در قرار داد مشخص شود که چگونه به این گونه تغییر و ضعیت ها پاسخ داده شود. هم چنین یک قرار داد خوب باید به آن اندازه دقیق باشد که بتواند راه حل های واضح را در مورد تغییرات خط تولید ارائه داده و برای پاسخ گوئی و لحاظ کردن احتمالات نیز دارای قابلیت انعطاف لازم باشد.

رابطه نمایندگی و توزیع تجاری مستلزم کار و زحمت، صبر و شکیبائی ، صرف وقت و هزینه توسط هر دو طرف قرار داد است. خاتمه دادن به قرار داد وجدانی طرفین از یکدیگر می تواند خصوصا برای نماینده و توزیع کننده ناراحت کننده باشد . مع هذا این برای موسسات صادر کننده امری عادی و معمولی است که ابتدا به رشد و بزرگتر شدن نمایندگان و توزیع کنندگان خود کمک می نمایند و سپس در زمانی که می خواهند بازار فروش را مستقیما و بدون واسطه در اختیار بگیرند، در صدد خاتمه دادن به این رابطه بر آیند. بنابراین به طرفین اکیدا توصیه می گردد که شروط مربوط به پایان قرار داد را دقیقا مورد مذاکره قرار داده و سپس آن ها را در قرار داد درج نمایند و در این راستا اطمینان حاصل نمایند که درج این شروط مخالف با قانون محل نباشد .

برخی از نظام های حقوقی، صادر کننده ای که بخواهد به یک قرار داد نمایندگی خاتمه دهد، را مجبور به پرداخت غرامت می نماید ، یعنی پرداخت جبرانی کافی و منصفانه به خاطر ضرر و زیان مادی که نماینده در نتیجه قطع رابطه نمایندگی متحمل می شود. اگر صادر کننده ای از نماینده نا راضی شود و بخواهد به قرار داد خاتمه دهد، شاید از اینکه باید، در قبال خاتمه دادن به قرار داد، به نماینده غرامت بپردازد متعجب شود.

نمایندگان یا توزیع کنندگان بایستی با نهایت دقت و پس از تجزیه و تحلیل کامل بازار خارجی و تمام نماینده های بالقوه در آن بازار، انتخاب شوند . نماینده ها و توزیع کننده ها ، مانند سفرا می باشند. اگر آن ها در ذهن مشتریان یک تاثیر و تصور بدی را درباره محصولات و خدمات صادر کننده ایجاد نمایند، در آنصورت فروش های صادر کننده می تواند برای سال ها دچار مشکل شود. از طرف دیگر یک نماینده ناراضی یا خلغ شده از نمایندگی ، ممکن است که با رقیب صادر کننده ،روابط بر قرار نماید.

**مثال موردی، چگونه می توان نماینده یا توزیع کننده را پیدا کرد؟**

جورج اس پارکر[[250]](#footnote-250)، موسس شرکت قلم پارکر در مورد انتصاب توزیع کنندگان خارجی نهایت دقت و مراقبت را به کار گرفت. پس از تعیین اولین توزیع کننده خارجی در سال 1902 این شرکت به طور پیوسته رشد پیدا کرد تا این که به صورت یکی از شناخته ترین برندهای دنیا در آمد. در اواخر دهه 1980 شرکت مزبور در یکصد و پنجاه و سه کشور توزیع کننده داشت و 80 در صد کسب و کار خود را در بیرون از مقر شرکت در آمریکا انجام میداد.

روش جورج پارکر به شرح زیر بود: او ابتدا بازار هدف بعدی خود را مشخص میکرد و سپس تحقیق مقدماتی دقیق را انجام میدادو از کشور بازار هدف باز دید به عمل می آورد و برنامه ریزی میکرد که سه هفته در آنجا بماند. در طی این سه هفته، او از تعدادی از فروشگاه هائی که در آن ها قلم فروخته می شد باز دید و دقیقا نحوه ارائه و بازاریابی و فروش آن ها را بررسی می نمود. سپس از صاحبات این فروشگاه ها سئوال میکرد که کدام یک از برندها بهترین فروش را دارد و چرا؟ او به تدریج به یک آشنایی دقیقی درباره بازار قلم در آن کشور نایل می آمد و پس از تهیه فهرستی از مهمترین عمده فروشان قلم، به سراغ بانک ها و سفارت آمریکا در آن کشورها میرفت تا درباره سابقه شرکای بالقوه تحقیق نماید. فقط پس از این تحقیق جامع بود که او یک فهرست کوتاهی از کاندیداها را تهیه می نمود. پس از طی این مراحل ، پارکر شخصا به یکایک آن ها تلفن میکرد و با هر یک از این شرکای بالقوه مصاحبه به عمل می آورد . پس از انجام این مصاحبه ها او به آمریکا برای انجام تحقیقات بعدی مراجعت میکرد و با سایر صادر کنندگانی که به آن بازار خاص کالا صادر کرده بودند تماس می گرفت و از آن ها تقاضا میکرد که کاندیداهای او را مورد ارزیابی قرار دهند و زمانی که از او پرسیده شد که چرا چنین تحقیق جامعی را انجام میدهد، او اظهار داشت که انتخاب و انتصاب یک توزیع کننده مانند وارد شدن در یک ازدواج می باشد- او میخواست که کاملا درباره یک متعهد طولانی مدت مطمئن باشد. موفقیت سیستم پارکر را می توان در ماهیت چشم گیر قابل دوام بودن روابطی مشاهده کرد که او آن را بر قرارمی نمود: اولین توزیع کننده که پارکر در سال 1902 او را منصوب نمود، هنوز هم با شرکت پارکر همکاری دارد.

7-3 **قراردادهای نمایندگی تجاری: بندها یا شروط و ضوابط مهم و کلیدی**

**7-3-1 ارجاع :** **قرارداد نمایندگی تجاری مدل اطاق بازرگانی بین المللی[[251]](#footnote-251)**

برای بازرگانان و مشاورین حقوقی ، این یک امر عادی است که تدوین قرار دادها را بر مبنای قرار دادهای مدل تنظیم نمایند. در این روش، آن ها بایستی مراقب باشند که گستره و دایره شمول وظایف و اختیارات نماینده، با آنچه در قرار داد درج میگردد مشابه و با آن منطبق است . دراین بخش ما به مثالی که مدل قرار داد نمایندگی بازرگانی اطاق بازرگانی بین المللی (ICC) ارائه داده اشاره خواهیم کرد. مدل آی. سی. سی یا همان مدل اطاق بازارگانی بین المللی اختصاصا برای استفاده نمایندگان بازرگانی (تجاری) مستقل یا خویش فرما برای فروش کالا طراحی و تدوین شده است. این قرار داد مدل، شامل قراردادهای نمایندگی خدمات یا قرار دادهای نمایندگی با نمایندگان غیر مستقل و غیر خویش فرما ، مثل نمایندگان بازرگانی حقوق بگیر و مستخدم نمایندگی دهنده ، نمی باشد ، هر چند که در این قبیل موارد نیز می توان از این قرار داد مدل به عنوان منبع نظر دهی استفاده نمود. هم چنین قرار داد مدل نمایندگی اطاق بازرگانی بین المللی شامل نمایندگان فروش کالا است و شامل نمایندگان خرید که کالاها را برای نمایندگی دهنده خریداری و تهیه می نمایند و مجموعه متفاوتی از ملاحظات را در پی دارند، نمی باشد.

7-3-2 **استقلال: نمایندگان متمایز از مستخدمین یا کارکنان می باشند**

در مورد نمایندگانی که در استخدام یک نمایندگی دهنده باشند، ممکن است که قانون کار کشور این نماینده، مقررات و شرایط قرار داد مدل اطاق بازرگانی بین المللی را قبول ننماید و آن را رد کند. اگر یک نماینده غیر مستقل ( در استخدام نمایندگی دهنده ) استانداردهای مقامات مالیاتی در مورد استقلال را رعایت ننماید، ممکن است که آن نماینده مشمول مالیات محلی نیز قرار گیرد. ساده ترین راه برای احتراز نمایندگی دهنده از این مشکلات این است که او تنها با نمایندگانی که دارای وضعیت قانونی یک شرکت هستند یابا شرکت های بزرگ یا سایر اشخاص حقوقی قرارداد منعقد نماید.

7-3-3 **بندها یا شروط کلیدی و مهم در قرار دادهای نمایندگی**

**قلمرو جغرافیایی و محصولات**

تعریف و توصیف دقیق محصول یا کالا بسیار ضروری می باشد. زیرا تعهدات مندرج در قرار داد، فقط شامل محصولاتی می شود که به صورت واضح در قرار داد ذکر شده باشند. معمولا نمایندگان علاقمند هستند که تا آنجا که امکان دارد هر چه بیشتر از محصولات حال و آینده نمایندگی دهنده را پخش نمایند. بر عکس نمایندگی دهنده ممکن است بخواهد که نماینده را فقط محدود به فروش محصولات خاصی بنماید. محصولات مشمول قرار داد می تواند به طور کلی و یا با ذکر جزئیات خاص ، توصیف و تعریف شوند. یک توصیف با جزئیات خاص در قرار داد می تواند لزوم به روز کردن مکرر آن جهت تطبیق با تغییرات گاه به گاه در خط تولید را در پی داشته باشد. یک توصیف خیلی کلی می تواند سبب شود که کالا هایی که نمایندگی دهنده می خواهد آن ها را از طریق سایر نمایندگان و یا خودش توزیع نماید ، مشمول آن قرار داد قرار گیرد و آزادی عمل او در این ارتباط از بین برود.

قرار داد مدل اطاق بازرگانی بین الملل یک راه حل مرضی الطرفینی را پیشنهاد می نماید: به موجب این قرار داد مدل ، نمایندگی دهنده، بایستی قصد و نیت خود برای به بازار عرضه کردن محصولات جدید را باطلاع نماینده برساند و امکان درج محصولات جدید در قرار داد را با نماینده مورد بحث قرار دهد. قلمرو جغرافیائی در قرار داد نیز بایستی دقیقا توصیف و تعریف گردد. به طور کلی این قلمرو عبارتست از منطقه ای که نماینده می تواند در آن به صورت واقعی و عملی فروش را توسعه دهد. در برخی موارد ممکن است که به عنوان مشوق و انگیزه ، با یک قلمرو جغرافیائی وسیعتری نیز موافقت شود. برای مثال ممکن است قلمرو و جغرافیائی اضافی ولی بر یک مبنای غیر انحصاری اجازه داده شود.

**وظایف نماینده**

این بند در قرار داد، وظیفه نماینده برای ترویج و گسترش فعالانه وکامل فروش کالاهای موضوع قرار داد و تبعیت از دستورات و راهنمائی های منطقی نمایندگی دهنده را مشخص می نماید. مدل قرار داد نمایندگی بازرگانی اطاق بازرگانی بین المللی، بر این فرض مبتنی است که نماینده یک شخص مستقل می باشد و در استخدام نمایندگی دهنده نمی باشد. این وجه تمایز می تواند مهم باشد، زیرا در بسیاری از کشورها، قرار داد نمایندگی با شخص غیر مستقل یا در استخدام نمایندگی دهنده را نمی توان به داوری ارجاع داد، و بنابراین در تعارض با یکی از پیش شرط ها و ارکان مهم قرار داد مدل اطاق بازرگانی بین المللی قرار دارد.

قرار داد مدل نمایندگی بازرگانی یا تجاری اطاق بازرگانی بین المللی ، هم چنین دارای مقرره ای است دائر بر اینکه نماینده دارای هیچ اختیاری جهت ملزم کردن نمایندگی دهنده در مقابل اشخاص ثالث نمی باشد و نماینده هم چنین هیچ اختیاری برای تغیر شرایط و ضوابط قرار داد فروش استاندارد نمایندگی دهنده " موکل" را ندارد. معذالک بایستی به این نکته توجه داشت که شخص نمایندگی دهنده ( موکل) نمی تواند این امکان را کاملا از بین ببرد که نماینده نتواند بااستناد به « اختیار به ظاهر » [[252]](#footnote-252)اقداماتی را به عمل آورد . در اینحالت تنها راه حل ،اعمال نظارت عملی و مراقبت است.

هم چنین بایستی در نظر داشت که مجاز ساختن نماینده برای انعقاد قرار داد هایی که نمایندگی دهنده را متعهد وملزم میسازد، می تواند بانتایج مالیاتی همراه باشد. مبادرت به چنین اقداماتی می تواند ،برای اهداف مالیاتی، به عنوان دلیل کافی دائر به " استقرار دایمی "[[253]](#footnote-253) نمایندگی دهنده دریک قلمرو یا حوزه قضائی باشد.

**قبول سفارشات بوسیله نمایندگی دهنده**

شخص نمایندگی دهنده ( موکل) بایستی سریعا و با حسن نیت باطلاع نماینده برساند که یک سفارش نماینده قبول یا رد شده است و نبایستی به صورت خود سرانه و بدون دلیل و توجیه منطقی سفارشات را رد نماید. نمایندگی دهنده ای ( موکلی ) که از نماینده ناراضی و ناخشنود باشد ، ولی توجیه واقع بینانه ای برای پایان دادن به قرار داد نداشته باشد، شاید وسوسه شود که از طریق رد خودسرانه سفارشات نماینده او را از آن کسب و کار دلسرد و اخراج نماید. بر طبق مدل قرار داد نمایندگی اطاق بازرگانی بین المللی یک چنین اخراجی نقض قرار داد تلقی می شود.

**رقابت ممنوع: وظیفه نماینده دائر به عدم رقابت**

نماینده نبایستی به فروش کالاهائی مبادرت نماید که رقیب کالاهای نمایندگی دهنده" موکل" باشد. ممکن است که همیشه آسان نباشد که دقیقا معین نمود که کالای رقیب چیست و چه مشخصاتی دارد. بنابراین به مصلحت می باشد که "محصولات رقیب "به دقت در قرار داد تعریف شود. در قرار داد مدل اطاق بازرگانی بین المللی، نماینده به طور کلی آزاد است که محصولات غیر رقیب را نیز ارائه دهد به شرط این که او از قبل شخص نمایندگی دهنده( موکل) را از این امر مطلع کرده باشد. مع ذلک در صورت تقاضای نمایندگی دهنده ( موکل)، نماینده نمی تواند حتی کالاهای غیر رقیب، اما متعلق به رقیب صادر کننده را به بازار عرضه نماید.

**سازمان فروش**

یک قرار داد نمایندگی خوب، قرار دادی است که در آن حقوق نمایندگی دهنده ( موکل) در مورد تعیین استانداردهای کیفی با آزادی نماینده برای طراحی سازمان داخلی فروش متوازن باشد.

* **ارائه خدمت/ انبارداری**

اگر این موارد از ویژگی های مهم رقابتی باشند، نمایندگی دهنده( موکل) بایستی به صورت قرار دادی ، استانداردهای حداقل خدمات یا ظرفیت نگه داری در انبار را مشخص نماید. طرفین بایستی تعیین نمایند که آیا مالک موجودی در انبار بایستی شخص نماینده باشد - که در اینصورت این حالت می تواند وضعیت قانونی و حقوقی نمایندگی را به وضعیت قانونی و حقوقی توزیع کننده تبدیل نماید، چرا که در تعریف نماینده گفتیم که نماینده مالک محصول نمی باشد -یا خود نمایندگی دهنده -که در این حالت این موجودی به نام موجودی یا ذخایر امانی نامیده می شود .[[254]](#footnote-254)

* **قرار دادها یا موافقت نا مه های امانی [[255]](#footnote-255)**

در این موافقت نامه ها بایستی دقیقا مشخص شودکه کدام یک از طرفین قرار داد مسئول پرداخت هزینه انبار داری و نگاهداری موجودی انبار است. بند های خاص در این باره که باید در موافقت نامه گنجانده شود ، می بایست شامل هزینه جابجائی( بارورزی) کالا، حفاظت از کالا، بیمه و روش ها ی نگاهداری موجودی باشد. در برخی از کشورها، قوانین خاصی در مورد کالاهای امانی وجود دارد. در این قوانین احراز مالکیت نمایندگی دهنده( موکل ) بر موجودی انبار مشروط بر این است که آن موجودی به نحو مناسبی قابل شناسائی و معلوم باشد و حتی به لحاظ فیزیکی به صورت جدای از دیگر کالاهای انبار شده باشد. اعمال این روش، به خصوص در حالتی که نماینده معسر یا ورشکسته شود و طلبکاران از نماینده ، موجودی انبار او را به تصرف درمی آورند، دارای اهمیت می شود. بنا بر این ، شخص نمایندگی دهنده به منظور این که بتواند کنترل خود را بر آن کالاها اعمال و حفظ نماید و این کالاها را طلبکاران از نماینده نتوانند تصر ف ننمایند ، باید دقیقا از شرایط حقوقی و قانونی مندرج در قرار داد خوب تنظیم یافته متابعت و پیروی نماید.

* **حالتی که مالکیت موجودی انبار به نماینده تعلق داشته باشد**

ممکن است که طرفین قرار داد بخواهند که نماینده موجودی انبار را به حساب خودش نگاه دارد، تا در نتیجه بتواند به سرعت تحویل را انجام دهد. چنین حالتی این مسایل را مطرح می نماید که آیا این رابطه بین او و شخص نمایندگی دهنده در واقع یک رابطه توزیع انحصاری می باشد یا خیر. در اتحادیه اروپا این حالت این سئوال را مطرح می نماید که آیا مقررات مربوط به رقابت و کارتل می تواند اعمال شود یا خیر. فرض رابطه توزیع هم چنین می تواند در صورتی محقق شود که به موجب قرار داد از نماینده خواسته شود که خدمات پس از فروش را به صورت رایگان انجام دهد و در قبال این خدمات هیچ جبران یا مبلغی را از نمایندگی دهنده تقاضا ننماید.

* **خدمات پس از فروش**

اگر خدمات پس از فروش بخشی از تضمین یا گارانتی شخص نمایندگی دهنده( موکل) در قرار داد باشد، معمولا انجام این خدمات ،هم برای نماینده و هم برای مشتری نهایی ، رایگان است و به طریقی بوسیله شخص نمایندگی دهنده به نماینده باز پرداخت می شود. هم چنین (در غیاب چنین قرار دادی) اگر ارائه خدمات پس از فروش "ضروری »"تشخیص داده شود، نماینده می تواند از شخص نمایندگی دهنده با زپرداخت هزینه مربوطه را مطالبه نماید.. در برخی موارد ارائه خدمات پس از فروش ممکن است متضمن هزینه یا بار مالی برای نماینده باشد، ولی در موارد دیگر می تواند یک منبع در آمدی مهم برای نماینده باشد. حالت اخیر برای مثال در کسب و کار مربوط به آسانسور قابل مشاهده است که در آن حالت نماینده حتی می تواند از قرار داد ارائه خدمت خیلی بیشتر از قرار داد فروش در آمد به دست آورد.

* **تبلیغات**

نماینده ها معمولا مسئوول آگهی و تبلیغات نمی باشند. نمایندگی دهنده می تواند تبلیغات را درموارد خاص اجازه دهد. دانش نماینده درباره بازار محلی می تواند او را قادر سازد که برخی تغییرات و جرح و تعیدل ها را در ابزار تبلیغاتی پیشنهاد نماید. برخی اوقات به عنوان تشویق نماینده برای سرمایه گذاری در بازاریابی محصول و تشویق او برای انجام دادن بهترین مساعی برای فروش کالا، در صدی از هزینه تبلیغات به او پرداخت می شود.

* **نمایشگاه های تجاری و بازارهای مکاره**

حضور و مشارکت در نمایشگاه های تجاری و بازارهای مکاره می تواند مهم باشد. اگر این حضور و مشارکت منظور نظر باشد، طرفین بایستی یک روش تیمی و با مسئولیت مشترک را تدارک نمایند.

**هدف حداقل تضمینی[[256]](#footnote-256)**

بر طبق فرار داد مدل اطاق بازرگانی بین المللی ، طرفین می توانند یک هدف فروش معمولی یا یک هدف تضمینی حداقل را معین نمایند. هدف معمولی یک هدف « نَرم » [[257]](#footnote-257)است و به میزان ومبالغ فروشی اشاره دارد که طرفین اعتقاد دارند رسیدن به آن امکان پذیر می باشد، ولی در این روش به نتیجه قصور در رسیدن به این هدف اشاره ای نمی شود. باید دتوجه داشت که بویژه در بازارهای جدید وبا عدم تجربه قبلی در مورد محصول نمایندگی دهنده، پیروی ازروش تعیین یک هدف حد اقل تضمینی، عقلائی نمیباشد. روش هدف حداقل تضمینی، یک حداقل "سخت[[258]](#footnote-258) " است. این حداقل می تواند بر حسب پول، مقدار فروش کالا یا در صدی از کل فروش های هدف محاسبه گردد. عدم موفقیت در رسیدن به این هدف، موجب نقض قرار داد می شود و به نمایندگی دهنده حق میدهد که بتواند به قرار داد خاتمه دهد. با این حال نمایندگی دهنده ممکن است که گام های ملایمتری از پایان دادن به قرار داد را بر دارد. مثلا نمایندگی انحصاری نماینده را لغو نماید. یا اینکه قلمرو جغرافیائی فعالیت نماینده را محدود نماید.

**نماینده های فرعی**

نمایندگی دهنده باید مقرر نماید که نماینده ملزم می باشد که قبل از به کارگیری نماینده فرعی مراتب را به او اطلاع دهد " گزینه الف در قرار داد مدل اطاق بازرگانی بین المللی " در غیر اینصورت به کارگیری نماینده های فرعی کاملا ممنوع می باشد "گزینه ب در قرار داد مدل اطاق بازرگانی بین المللی " . اغلب ،استخدام نمایندهای فرعی، به نماینده واگذار می شود. زیرا نماینده مستقل است و بایستی در سازمان دهی به فعالیت های خود آزاد باشد. مع ذلک در برخی موارد که نمایندگی دهنده، اختصاصا به خاطر شهرت شخصی یا استعدادهای خاص و منحصر به فرد یک نماینده ، وارد در قرار داد نمایندگی شده باشد ، ممکن است که اجازه ندهد که نماینده بتواند مسئولیت های خودش را به یک نماینده فرعی محول نماید و این اقدام او موجه خواهد بود.

**وظیفه اعلام به نمایندگی دهنده**

نماینده باید شرایط بازار را به نمایندگی دهنده اعلام و به هر درخواست منطقی از طرف او در مورد دریافت اطلاعات پاسخ دهد.

**مسئولیت مالی**

نماینده باید سطح معینی از مراقبت و احتیاط را درباره اطمینان حاصل کردن از ملائت یا توانائی پرداخت مشتریان بالقوه انجام دهد. گرچه در مدل اطاق بازرگانی بین المللی، از نماینده خواسته نشده است که یک بررسی جامع را درباره اعتبار مشتریان بالقوه انجام دهد، ولی اگر چنانچه هر شک و شبهه ای درباره ملائت یا توانائی پرداخت مشتری های بالقوه وجود داشته باشد، نماینده نبایستی سفارش خرید آن ها را برای نمایندگی دهنده ارسال نماید.[[259]](#footnote-259)

**علایم تجاری یا برندهای نمایندگی دهنده**

هم نمایندگی دهنده و هم نماینده علاقمند به حمایت از حقوق مالکیت فکری ( معنوی ) نمایندگی دهنده متبلور در محصولات موضوع قرار داد می باشند. بدین معنا که نقض این حقوق به ضرر هر دو طرف خواهد بود. بنابراین ، اغلب در قرار دادهای نمایندگی از صادر کننده خواسته می شود که اقدامات مربوط به حفظ حقوق مالکیت فکری ( معنوی ) در علایم یا برندهای تجاری، اسامی تجاری، و نمادهای شرکتی را انجام دهد. [[260]](#footnote-260)-هر چند که این موضوع روش اطاق بازرگانی بین المللی نمی باشد. هم چنین اغلب به موجب قرارداد از نماینده خواسته می شود که در تعهد به حفظ این حقوق به نام نمایندگی دهنده ، از طریق روش های قانونی مشارکت داشته باشد .- هر چند که قرار داد مدل اطاق بازرگانی بین المللی آن را الزامی نمیداند.

در صورتی که در قرار داد ، حفظ و دفاع نماینده از حقوق مالکیت فکری ( معنوی ) نمایندگی دهنده شرط نشده باشد ، یک نماینده فاقد اصول اخلاقی ممکن است بتواند اقدام به ثبت نام های تجاری یا نمادهای صادر کننده به نام خود بنماید و پس از خاتمه قرار داد آن ها را برای خودش حفظ کند. بنابراین در صورتی که صادر کننده به نماینده اجازه داده باشد که در نام شرکت خود از نام نمایندگی دهنده یا نماد های صادر کننده استفاده نماید، تبعات این امر می تواند بسیار جدی باشد و صادر کننده شاید نتواند که پس از خاتمه قرار داد نمایندگی، نماینده را از ادامه استفاده از نامی که می تواند به راحتی با نام صادر کننده تداخل و شبیه به آن باشد، باز دارد. بنابراین مدل اطاق بازرگانی بین المللی، صریحا نماینده را از ثبت نام تجارتی یا برند صادر کننده به نام خود منع می نماید. پس از خاتمه قرار داد، نماینده باید فورا و بوضوح به استفاده از علامت تجاری یا برندهای صادر کننده در شرکت خود خاتمه دهد. نماینده هم چنین باید صادر کننده یا نمایندگی دهنده را از هر تجاوز و نقض احتمالی علایم یا برندهای تجارتی متعلق به او مطلع نماید. مع ذلک با توجه به اینکه دفاع از این علایم و برندهای تجاری ممکن است خیلی هزینه بر و توام با عدم موفقیت باشد، لذا هیچ تعهدی برای هیچیک از طرفین برای چنین دفاعی در قرار داد مدل اطاق بازرگانی بین المللی در نظر گرفته شده است.

**شکایات مشتریان**

در مدل اطاق بازرگانی بین المللی، نماینده هیچ اختیاری برای متعهد کردن صادر کننده برای پس گرفتن کالاهای معیوب یا متعهد ساختن صادر کننده به پرداخت خسارت به خریدار در صورت هر گونه نقض قرار دادی، در نظر گرفته نشده است. مع ذلک در بسیاری از موارد، صادر کننده و نماینده درباره نیاز فوری به پاسخ گوئی به شکایات مشتریان، با یکدیگر به توافق میرسند. اگر پیش بینی شود که یک چنین پاسخ سریع لازم و ضروری است، در آنصورت صادر کننده باید به صورت مکتوب به نماینده اجازه مخصوص بدهد که به شکایات پاسخ دهد.

**اعطای نمایندگی انحصاری**

ممکن است که در قرار دادهای نمایندگی، به نماینده، نمایندگی انحصاری دریک قلمرو خاص جغرافیائی داده شود یا اینکه به هیچ وجه چنین نمایندگی انحصاری داده نشود. مدل اطاق بازرگانی بین المللی در صدد ایجاد یک توازن در این مورد است. در قرار داد مدل اطاق در صورتی به نماینده، نمایندگی انحصاری در قلمرو خاص جغرافیائی اعطا میگردد، که صادر کننده نیز خودش بتواند در آن قلمرو به فروش اقدام کند -البته به شرط اینکه مراتب به اطلاع نماینده برسد و به نماینده بابت این فروش ها کمیسیون پرداخت شود . اما اگر چنانچه صادر کننده از قبل دارای مشتریان زیاد یا مشتریان بالقوه زیاد در قلمرو جغرافیائی موضوع قرار داد باشد، دلیل زیادی برای صادر کننده وجود ندارد که در مورد فروش به این مشتریان، کمیسیون کامل را به نماینده پرداخت نماید. بنابراین مدل اطاق بازرگانی بین المللی یک ضمیمه ای را ارائه میدهد که در آن بتوان نام این مشتریان را درج نمود و صادرکننده را مجاز به پرداخت کمیسیون تخفیف یافته به نماینده در قبال فروش به این مشتری ها می نماید.

الزام مطلع و در جریان امور بودن نماینده

نماینده بایستی متداوما در جریان تحولات مربوط به محصولات، ویژگی های تکنیکی و وضعیت رقابتی آن ها از لحاظ قیمتی و هم چنین ویژگی های تکنیکی محصولات رقیب باشد و از آن مطلع گردد. هم چنین نماینده بایستی درباره عملیات صادر کننده کاملا آگاه باشد. زیرا مشتریان ممکن است درباره جزئیات سئوال نمایند. برای مثال نماینده باید از وضع مالی صادر کننده، پیش بینی های رشد محصول ، ویژگی های کارخانه، تعداد کارکنان، اندوخته های سرمایه، برنامه های تحقیقاتی و غیره آگاهی داشته باشد. ایده آل این است که نماینده دسترسی دایم محاوره ای و مذاکراتی با اداره صادر کننده در کشوراو را داشته باشد.

**کمیسیون یا حق العمل**

کمیسیون یا حق العمل یا کارمزد نماینده، معمولا به صورت در صدی از ارزش فروش های انجام شده در دوره قرار داد ، محاسبه می شود. این کمیسیون می تواند به صورت در صد ساده باشد یا اینکه بسته به میزان یک فروش خاص یا کل فروش ها متغیر باشد. در قرار داد مدل اطاق بازرگانی بین المللی، نماینده از حق دریافت کمیسیون در مورد تمام فروش ها به مشتریان واقع در قلمرو جغرافیائی مندرج در قرار داد ، حتی اگر او کار لازم جهت تماس با یک مشتری را انجام نداده باشد، برخوردار می باشد. این مقرره اخیر به خاطر لحاظ نمودن بند 2 ماده 7 دستور العمل اروپا در مورد قرار داد نمایندگی تدوین شده است.

حق نماینده برای دریافت یک کمیسیون یا حق العمل تخفیف یافته ، به شرح زیر می باشد:

* فروش ها بوسیله خود صادر کننده انجام شده باشد ؛
* در مورد سفارش های خریداز خارج از قلمرو جغرافیائی موضوع قرار داد، اما بر اثر کار و فعالیت نماینده یا سفارش های خرید از داخل قلمرو جغرا فیایی ولی نه به خاطر کار و سعی و کوشش نماینده؛
* فروش های با شرط تخفیف ؛

قواعد فوق از طریق تشویق نماینده ها برای سعی و کوشش جهت فروش ، از بروز مشکل ادعای دو نماینده از مناطق ملی متفاوت جهت دریافت کمیسیون ( حق العمل )برای فروش واحد، حتی اگر سفارش خارج از منطقه مندرج در قرار داد باشد، جلوگیری می نماید. نماینده ها اغلب تمایل دارند که فروش با تخفیف را حتی اگر به ضرر از دست دادن قسمتی از کمیسیون باشد، انجام دهند؛ در مدل اطاق بازرگانی بین المللی یک چنین روشی مجاز است . البته به شرط این که صراحتا طرفین با آن موافق باشند.

هزینه هایی که نماینده انجام میدهد ، مانند هزینه های تلفن و مسافرت به او باز پرداخت نمی گردد. انتظار این است که مبلغ کمیسیون ( حق العمل ) پرداختی ، نه تنها این قبیل هزینه ها را جبران می نماید ، بلکه و به علاوه منافعی را نیز( مثلا از طریق خدمات پس از فوش ) عاید نماینده مینماید . مع ذلک مدل اطاق بازرگانی بین المللی این حق را برای طرفین قایل است که می توانند به نحو دیگری به صورت مکتوب موافقت نمایند.

**روش محاسبه کمیسیون ( حق العمل ) و نحوه پرداخت**

مواردبروز اختلاف درمحاسبه کمیسیون یا حق العمل قابل پرداخت به نماینده، نه تنها کم نیست و به ندرت اتفاق نمی افتد ، بلکه بسیار زیاد است.و منبع اختالف بین دو طرف می گردد. مدل اطاق بازرگانی بین المللی در صدد این است که یک طرح واضح برای محاسبه کمیسیون بر مبنای قاعده اینکوترمز EXW و صرفنظر از این که کدام قاعده اینکوترمز در قرار داد فروش انتخاب شده باشد، را ارائه دهد.

**زمان پرداخت کمیسیون ( حق العمل )**

اگر به نماینده اجازه داده شده باشد که از طرف صادر کننده وکالت داشته و بتواند او را متعهد سازد، بنابراین منطقی خواهد بود که او بتواند به محض اینکه مشتری با سفارش دادن موافقت نماید، تقاضای کمیسیون بنماید . اگر نماینده اجازه متعهد ساختن صادر کننده را نداشته باشد ، گزینه های مختلفی می تواند وجود داشته باشند. در این راستا، موارد فرضی که کمیسیون می تواند قابل پرداخت باشد ، به این شرح است:

* سفارش داده شده باشد. این روش برای نماینده بسیار مناسب است. او حتی می تواند در مورد سفارش هائی که در نهایت بوسیله صادر کننده رد شده باشد ، نیز ادعای کمیسیون نماید؛
* سفارش را صادر کننده قبول کرده باشد. در این مورد حتی اگر سفارش در نهایت بوسیله مشتری انجام نشود و یا بهای معامله را پرداخت ننماید. باز هم پرداخت کمیسیون به قوت خود باقی خواهد ماند؛
* کالاها بوسیله صادر کننده تحویل داده شده باشد؛
* مشتری در قبال کالاها پرداخت را انجام داده باشد . این حالت بسیار مساعد برای صادر کننده می باشد.

مدل اطاق بازرگانی بین المللی، از میان امکانات فوق، مورد اخیر را انتخاب کرده است. یعنی کمیسیون زمانی قابل پرداخت است که صادر کننده ثمن معامله را از مشتری بابت دریافت کالا وصول کرده باشد. در این مورد نماینده فقط به تناسب مبلغ پرداختی مشتری یا خریدار، کمیسیون دریافت میدارد. کمیسیون نباید دیرتر از آخرین روزِ ماهِ فصلی که مبلغ آن حال می شود، پرداخت گردد. این قاعده در دستور العمل کشورهای اروپائی ملاک عمل است .

**مدت قرار داد**

در باره مدت قرار داد، مدل اطاق بازرگانی بین المللی حاوی دو گزینه زیر است:

* قرار داد برای مدت نا محدود که می تواند در هر زمان با اعلام قبلی مکفی ،بوسیله هر یک از طرفین ملغی شود یا
* . قرار داد با مدت معّین که بصورت خود کار ( اتوماتیک ) سال به سال تمدید می شود. این قرار داد را می توان در پایان هر دوره معین به شرط اینکه از قبل فرصت کافی جهت خاتمه قرار داد اعلام شده باشد، خاتمه یافته تلقی نمود.

در هر دو مورد، اگر چنانچه قرارداد برای مدت پنج سال تمدید شده باشد، برای اعلام از قبل قرار داد ، حداقل چهار ماه فرصت لازم است تا هر یک از طرفین قرار داد بتوانند به آن خاتمه دهند. و اگر قرار داد برای مدت بیش از پنج سال تمدید شده باشد، این فرصت حداقل اعلام از قبل به شش ماه افزایش می یابد.

بطور کلی و نوعا صادر کننده و نماینده درباره ی مدت قرار داد ، دارای چشم اندازها و انتظارات متفاوتی می باشند . یک نماینده که زمان و نیروی خود را برای بازاریابی محصولات صادر کننده صرف کرده علاقمند است که قرار داد دارای مدت طولانی باشد. اما صادر کننده از طرف دیگر علاقمند است که از آزادی عمل در مورد انتخاب نظام پخش دیگری مانند افتتاح شعبه شرکت خود برخوردار باشد و بنابراین قرار داد با مدت کوتاه را ترجیح میدهد. یک راه حل مرضی الطرفینی معمول این است که طرفین بر روی یک مدت نا محدود برای قرار داد موافقت نمایند ، ولی در عین حال شرایطی را اختصاصا در قرار داد درج نمایند دائر بر این که هر یک از طرفین می تواند، با رعایت آن شرایط، به قرار داد خاتمه دهد.

**کار ناتمام**

بر طبق قرار داد مدل اطاق بازرگانی بین المللی، اگر چنانچه مساعی نماینده برای گرفتن سفارش ها ، قبل از خاتمه قرار داد انجام شده ، ولی تحقق این سفارشات بعد از پایان قرار داد محقق شود، در این حالت نماینده از حق مطالبه کمیسیون یا حق العمل برخوردار می باشد.

**پایان زودرس یا قبل از موعد قرار داد**

علیرغم شرایط و ضوابط اساسی و پایه ای مربوط به پایان دادن به قرار داد در قرار داد، اگر چنانچه هر یک از طرفین قرار داد به نحو چشم گیر و فاحشی قرار داد را نقض نماید، در اینصورت پایان دادن زودرس( قبل از تاریخ خاتمه قرار داد) به قرار داد امکان پذیر می باشد. به علاوه طرفین می توانند شرایط خاص مربوط به نقض قابل ملاحظه و فاحش قرار داد را معین نمایند. برخی از اوضاع و احوال های خاص، به صورت خودبخود ( اتوماتیک ) باعث پایان دادن به قرار داد می شود. مانند تغییر کنترل و تغیر مالکیت یا مدیریت شرکت نماینده.

**پرداخت** **غرامت در صورت پایان دادن به قرار داد**

در بسیاری از کشورها برای نماینده این حق قانونی وجود دارد که بتواند در قبال مساعی که برای کسب و کار صادر کننده انجام داده، در صورت خاتمه داد ن او ( صادر کننده ) به قرار داد، سر قفلی کسب و کار را از صادر کننده مطالبه نماید. در این راستا در مدل اطاق بازرگانی بین المللی به دو گزینه به شرح زیر اشاره شده است:

* غرامت پایان دادن به قرار داد ، حداکثر تا میانگین یکسال حق الزحمه یا کمیسیون نماینده؛
* هیچ غرامتی؛

مع ذلک در بسیاری از نظام های قانونی این امکان وجود ندارد که بتوان گزینه دوم فوق الذکر را انتخاب نمود. مسلم است که نماینده ها ترجیح میدهند که موضوع دریافت غرامت را در قرار داد درج نمایند. در حالی که صادر کنندگان، در موافقت با این شرط اکراه دارند. به هر حال صادر کنندگان بایستی اطلاع داشته باشند که صرفنظر از محتوای قرار داد درباره پرداخت غرامت، قانون ملی در برخی از کشورها و بویژه در آمریکای لاتین و خاورمیانه، برخی محدودیت ها را بر صادر کنندگان وضع و از نماینده پشتیبانی می نمایند. اما حتی در موردی که پرداخت غرامت بوسیله قانون مقرر شده باشد، ولی صادر کننده در آمد قابل توجهی را از مشتریان معرفی شده بوسیله نماینده کسب ننماید، معمولا نماینده نمی تواند غرامت را مطالبه نماید.

**حل و فصل اختلاف**

در مدل اطاق بازرگانی بین المللی، حل و فصل اختلاف ، می تواند یا بوسیله داوری بر طبق قواعد داوری اطاق بازرگانی بین المللی یا از طریق دادخواهی و رسیدگی قضائی در دادگاه های یک کشور منتخب انجام پذیرد.

اگر داوران یا دادگاه ها نتوانند بر طبق شرایط بَیِّن و صریح مندرج در قرار داد، راه حلی را برای اختلاف ارائه دهند، در آنصورت دو گزینه به شرح زیر وجود خواهد داشت: به موجب گزینه اول ، داوران یا دادگاه به قواعد و عرف تجاری[[261]](#footnote-261)، که عبارتند از اصول حقوقی شناخته شده در تجارت بین الملل قابل اعمال در قرار دادهای نمایندگی مراجعه می نمایند. گزینه دوم این است که قرار داد به نحو مشخص ، مشمول یک قانون ملی خاص گردد. بایستی توجه داشت که گزینه نخست عمدتا یک گزینه واقع گرایانه در فرایند داوری می باشد و درموردی که یک دعوا و اختلاف در دادگاه مطرح شود ، معمولا گزینه دوم یا قانون ملی منتخب اعمال میگردد.

اگر چنانچه نماینده در کشوری مستقر باشد که در آن کشور قواعد قانونی ملی بر قرار دادهای نمایندگی حاکم باشد، صرفنظر از گزینه اول، یعنی قواعد و عرف تجاری شناخته شده تجارت بین الملل به عنوان پایه واساس قانونی جهت حل وفصل اختلاف، قواعد قانون ملی اعمال خواهد شد.

**موافقت نامه های قبلی؛ اصلاحات به صورت مکتوب**

درقرار داد مدل اطاق بازرگانی بین ا المللی فرض بر این است که این قرار داد جایگزین تمام موافقت نامه های قبلی بین طرفین می باشد و اصلاحات و الحاقات به قرار داد، بایستی به صورت مکتوب باشد.

**7-4 قرار دادهای توزیع**

**7-4-1 مشخصات عمومی و کلی**

قرار داد توزیع مدل اطاق بازرگانی بین المللی، بر فرض توزیع انحصاری توسط توزیع کننده مبتنی می باشد.

در عمل بعضی وقت ها، بین رابطه "توزیع کننده تنها " [[262]](#footnote-262) و رابطه « توزیع انحصاری[[263]](#footnote-263) » فرق میگذارند. [[264]](#footnote-264)در رابطه با توزیع کننده تنها ، خود صادر کننده یا عرضه کننده نیز میتواند فروش در منطقه مندرج در قرار داد را انجام دهد، در حالی که در رابطه « توزیع انحصاری » صادر کننده، یا عرضه کننده، حتی نمی تواند با توزیع کننده در منطقه مندرج در قرار داد رقابت نماید. با این همه این تفاوت و تمایز را همیشه قانون تائید نمی نماید.

در یک موافقت نامه مربوط به توزیع کننده تنها، عرضه کننده یا صادر کننده ، به یک طرف خارجی حق تجاری میدهد که به عنوان تنها توزیع کننده از طرف او ، در منطقه مندرج در قرار داد درباره محصولاتش فعالیت تجاری بنماید. . معمولا این موافقت نامه با یک شرط متقابل دائر بر اینکه خریدار یا توزیع کننده ، به صادر کننده یا عرضه کننده به عنوان تنها منبع عرضه متکی خواهد بود، تکمیل میگردد.

بایستی به خاطر داشت که موافقت نامه مزبور، فی نفسه و به خودی خود، یک قرار داد فروش نمی باشد. بلکه قالب و شالوده ا ی را برای قرار دادهای انفرادی فروش بین تولید کننده و توزیع کننده و فروش های بعدی به مشتریان نهائی را مشخص می نماید. درمواردی که قرار داد شامل شرایط خرید انحصاری یا توزیع انحصاری است و خریدار در اتحادیه اروپا یا در ایالات متحده آمریکا که در این کشورها قوانین رقابت سفت و سختی حاکم است، مقیم باشد، در آنصورت طرفین قرار داد بایستی مراقبت نمایند که آن قوانین را نقض ننمایند.

گرچه اغلب، با مسامحه، به توزیع کنندگان نیز عنوان نماینده اطلاق میگردد، اما بر عکس یک نماینده یک تنها توزیع کننده در معامله خود با مشتری نهائی، از طرف صادر کننده عمل نمی نماید. بلکه کالاها را از صادر کننده یا عرضه کننده خریداری می نماید و به نام خود می فروشد و سود او از ما به التفاوت بین قیمت خرید خود از عرضه کننده یا صادر کننده و قیمت فروش خود به مشتری حاصل میگردد و به طور اصولی ا یحاد این تفاوت یا سود بستگی به صلاحدید و فعالیت خود او( توزیع کننده ) دارد.

یک مزیت مهم موافقت نامه توزیع برای صادر کننده ، این است که در این موافقت نامه او لازم نیست که درباره خوش حسابی و داشتن اعتبار مشتریان نهائی نگران باشد. چرا که او فقط به توزیع کننده ای می فروشد، که قبل از امضای موافقت نامه توزیع، اعتبارش را کاملا مورد بررسی قرار داده و از آن مطمئن شده است.

**7-4-2- بندها و شرایط کلیدی و مهم**

بسیاری از مسایل حقوقی در موافقت نامه های توزیع ، کاملا شبیه به مسایل حقوقی در قرار دادهای نمایندگی مذکور در فوق، می باشند. در نتیجه بررسی ما درباره موافقت نامه های توزیع قدری مختصر تر خواهد بود.

**منطقه یا قلمرو جغرافیایی قرار داد**

گستره جغرافیائی منطقه، بایستی به دقت در قرار داد شرح داده شود. در برخی موارد شاید طرفین قرار داد ، علاقمند باشند که مقرر نمایند که زمانی که فروش به یک حد معینی برسد، توزیع کننده مستحق فعالیت در منطقه وسیعتری خواهد شد. اغلب از عرضه کننده یا صادر کننده خواسته می شود که سئوالات مستقیم مصرف کنندگان در منطقه را به توزیع کننده منتقل نماید و از توزیع کننده نیز ممکن است خواسته شود که سئوالات از خارج از منطقه را به عرضه کننده منتقل نماید. اغلب صادر کننده یا عرضه کننده از توزیع کننده می خواهد که فهرست مشتریان را به او اعلام نماید. در اتحادیه اروپا یک عرضه کننده یا صادر گننده نمی تواند یک توزیع کننده را از قبول سفارشات از یک منطقه انحصاری دیگر توزیع کننده منع نماید و تا آنجا که توزیع کننده فعالانه در صدد جلب چنین مشتریانی نباشد، هیچ محدودیتی قابل اعمال نمی باشد.

**قیمت**

قانون رقابت بسیاری از کشورها ، صادر کنندگان را از الزام توزیع کنندگان به رعایت و تبعیت از قیمت های ثابت منع می نماید. بنابراین توزیع کنندگان بایستی از این آزادی عمل برخوردار باشند که بتوانند خودشان قیمت فروش خود را تعیین نمایند. با این حال تولید کنندگان و صادر کنندگان می توانند، قیمت های پیشنهادی و طیف قیمت ها را به توزیع کننده ارائه دهند. اما در ارتباط با قیمت فروش کالا از طرف عرضه کننده به خود توزیع کننده، این مطلب به همان اندازه قرار دادهای طویل المدت عرضه ، سخت و دشوار است. زیرا مسلم است که قیمت اغلب کالاها بر حسب تحولات اقتصادی و استراتژیکی تغیر پیدا میکند. یک راه حل این است که قیمت مندرج در قرار داد را به یک قیمت بازار در یک تاریخ معین تثبیت یا شاخص بندی نمود. راه حل دیگر این است که به توزیع کننده ، قیمتی را ارائه داد که با بهترین قیمت عرضه کننده به مشتری که شعبه یا شرکت وابسته به عرضه کننده نباشد، برابر باشد. به منظور اجتناب از تداخل با قواعد و مقررات ضد تراست، صادر کننده یا عرضه کننده باید از سعی در تعیین دقیق قیمت های توزیع کننده یا کنترل این قیمت ها اجتناب نماید.

**حقوق خرید یا فروش انحصاری**

هر چند معمول و متداول است که عرضه کننده و توزیع کننده ، موافقت نامه های متقابل را جهت خرید یا فروش انحصاری در بین خود بر قرار و مبادله نمایند، اما این کار ضروری نمی باشد. عرضه کننده یا صادر کننده می تواند عاقلانه عمل کرده و به ویژه مقرر نماید که توزیع کننده ی کالاهای صادر کننده به بازار ، متعهد می باشد که مساعی پر انرژی و مثبتی را برای ارائه کالا به بازار انجام دهد. چرا که در غیاب چنین تعهدی توزیع کننده آزاد خواهد بود که پس از امضای قرار داد توزیع آن را نادیده بگیرد و از اقدام عرضه کننده یا صادر کننده برای فروش بوسیله هر واسطه دیگر در منطقه مندرج در قرار داد جلوگیری نماید. در همین راستا عرضه کننده یا صادر کننده هم چنین می تواند یک هدف حداقل را معین نماید، بدین معنا که این گزینه را برای خودش محفوظ نگاه دارد که بتواند در صورتی که ارزش سفارشات توزیع کننده برابر با یک میزان حداقل در یک دوره نباشد، به قرار داد پایان دهد.

**تبلیغات، بازاریابی و حفظ حقوق مالکیت فکری**

معمولا فروشنده از توزیع کننده می خواهد که برخی تعهدات حداقل در ارتباط با تبلیغات کالا و هم چنین ارائه اطلاعات اساسی تجاری و بازاریابی، را قبول نموده و به علاوه به حفاظت از حقوق مالکیت فکری ( معنوی ) صادر کننده در علامت تجاری، یا اختراع کمک نماید.

**خود آز مائی فصل هفتم: انتخاب بین قرار داد نمایندگی یا قرار داد توزیع**

**صحیح/ اشتباه**

1. **یک نماینده فروش خارجی تحت کنترل مستقیم صادر کننده عمل می کند، در حالی که توزیع کننده مستقل از صادر کننده میباشد.**
2. **اگر قانون ملی برای نمایندگان ،غرامت پایان یا قطع قرار داد نمایندگی را مقرر نماید، ولی طرفین قرار داد بر روی یک بند خاتمه یا قطع قرار داد بدون پرداخت غرامت موافقت نمایند، این قرار داد بر قانون ملی حاکم خواهد بود و هیچ غرامتی درر پایان قرار داد به نماینده پردا خت نخواهد شد.**
3. **نمایندگان تجاری فروش کالا های نمایندگی دهنده را ترویج می نمایند و به دنبال مذاکره و عقد قرار داد ها از طرف آنان می باشند. در حالی که تویع کنندگان ، ابتداکالا های صادر کننده را خریداری می نمایند و سپس در مورد فروش آن ها برای سود اقدام می نمایند.**
4. **بر طبق دستور العمل راهنمای نمایندگی اروپا، تمام موافقت نامه های نمایندگی در اتحادیه اروپا، مشمول مقرراتی هستند که میتوانند اصل پرداخت یک غرامت پایان قرار داد را صر فنظر از شروط قرار دادی مخالف آن ، مقرر نمایند.**
5. **در یک قرار داد نمایندگی با شرط تضمین نماینده “del credere”، نماینده موافقت می نماید که در صورت زیان صادر کننده به علت عدم پرداخت مشتری مبلغ معینی را به صادر کننده به پردازد.**

**پاسخ ها :**

1. **اشتباه**
2. **اشتباه**
3. **اشتباه**
4. **صحیح**
5. **صحیح**

**فصل هشتم**

**حل و فصل بین المللی اختلافات: رسیدگی قضایی بین المللی، داوری و راه های دیگریا جایگزین حل و فصل اختلافات ( ADR** [[265]](#footnote-265) )

**خلاصه**

اختلافات حقوقی بین المللی می تواند خیلی پر هزینه و پر درد سرتر از اختلافات داخلی باشد. دادخواهی و رسیدگی قضایی در کشورهای خارجی اغلب بسیار زمان بر و پر هزینه است و این عوامل می توانند برای شاکی عامل باز دارنده باشند. حتی انتخاب گزینه نسبتا کم هزینه تر ارجاع به داوری تجاری بین المللی نیز خیلی گران است. معمولا هم احقاق حق قضائی و هم داوری، یک شرکت را مجبور به مراجعه به مشاورین متخصص بین المللی و هم چنین مشاورین خارجی می نمایند.

به علاوه پیچیدگی قانون و مقررات حاکم بر تجارت بین الملل به نحوی است که در صورت از دست رفتن یا وارد آمدن خسارت به کالاها، برای طرفین قرار داد مشکل خواهد بود که بتوانند خودشان معین نمایند که مسئولیت متوجه کدام طرف قرار داد است و حد و حدود این مسئولیت چه میزان می باشد. تفاوت ها در زبان و عرف های تجاری طرفین معامله، می تواند مشکلاتی را برای بازرگانان در فرایند مذاکره مربوط به انعقاد یک قرار داد روشن و واضح ، بوجود آورد و به علاوه می تواند در صورت بروز اختلاف، رسیدن به یک راه حل مرضی الطرفینی را مشکل نماید.

بنا به همین دلایل است که موسسات و بنگاه های بین المللی باید یک استراتژی حل و فصل اختلاف را برای خود آماده نمایند که اختصاصا مربوط به معاملات بین المللی آن ها باشد. ایده آل این است که طرفین ، مقررات و ضوابط مناسب و خاص در مورد حل و فصل اختلاف را به دقت در یک بند از قرار داد بیاورند. طرفین می توانند، حتی پس از حادث شدن اختلاف نیز به ارجاع به داوری یا راه حل دیگر حل و فصل اختلاف متوسل شوند، ولی اگر طرفین علیه یکدیگر موضع خصمانه ای را اتخاذ کرده باشند، احتمال توافق برای توسل به این روش ها کمتر می شود.

داوری اطاق بازرگانی بین المللی عبارتست از داوری بر طبق و تحت نظارت دیوان بین المللی داوری اطاق بازرگانی بین المللی، یعنی مهمترین نهاد داوری در جهان .گرچه موسسات داوری زیاد دیگری نیز وجود دارند، ولی اطاق بازرگانی بین المللی ، اولین نهادی است که همّ و توجه خود را مصروف داوری بین المللی تجاری نموده است. اطاق بازرگانی بین المللی در طی دهه ها با کسب تجربه در زمینه روش ها و رویه های داوری، به یک جایگاه مهم و رهبری در این زمینه در جهان ، نایل آمده است.

اطاق بازرگانی بین المللی، علاوه بر ارائه داوری ، قواعد داوری اضطراری[[266]](#footnote-266) و قواعد تسریع در رویه[[267]](#footnote-267) و انتصاب داوران وارائه سایر خدمات به کمیسیون تجارت بین الملل سازمان ملل متحد( انسیترال ) یا در رسیدگی های موردی داوری، طیفی از خدمات مربوط به حل و فصل اختلاف جایگزین ، - حل و فصل اختلافات غیر از ارجاع به داوری،- از جمله از طریق وساطت، انتصاب کارشناسان، نظام دو سدکس[[268]](#footnote-268) برای اعتبار اسنادی و حل و فصل اختلافات مربوط به وصول و هیات های حل اختلاف و هیات های حل اختلاف در مورد قرار دادهای طویل مدت را نیز ارائه میدهد.

8-1 **چرا حل و فصل اختلاف در معاملات بین المللی تا به این حد مهم است؟**

تمام اختلافات کسب و کاری دردسر آفرین هستند، ولی اختلافات بین المللی بویژه پر هزینه می باشند. در واقع این امر برای بازرگانان غیر عادی نیست که در صورت بروز ضرر و زیان مادی، به جای توسل به احقاق حق در یک نظام حقوقی و قضایی خارجی و دور از کشور خود، از آن ضرر و زیان صرفنظر نمایند . ذیلا به برخی از هزینه های اضافی مترتب بر دادخواهی قضایی بین المللی اشاره می شود:

* **مراجعه به مشاور خارجی**. یک بنگاه شاید مجبور شودکه برای احقاق خود از نظرات کارشناس خارجی استفاده نماید.
* **مسافرت**. مقامات اجرائی شرکت شاید مجبور شوند که به مکان های دور و حتی متخاصم مسافرت نمایند.
* **ترجمه**. شاید به ترجمه مجموعه اسناد بسیار زیاد ی نیاز باشد. هم چنین شاید به این نیاز باشد که مترجم شفاهی و هم زمان نیزاستخدام شود.
* **دلیل و مدرک**. جمع آوری دلیل و مدرک از خارج از کشور می تواند گران و مشکل باشد.
* **خطر مترتب بر نتیجه داد خواهی قضایی**. مشکل است که بتوان نتیجه رسیدگی ها بر طبق قوانین یا مقررات خارجی و نا آشنا را پیش بینی نمود. با توجه به پیچیدگی های حقوق تجارت بین الملل، مشکل است که بتوان تعیین نمود که چه کسی مقصر است و میزان و اندازه این تقصیر چه حد است.
* **هزینه های اجرا**. حتی اگر یک موسسه یا بنگاه در دادخواهی قضائی یا داوری پیروز شود، باز هم اجرای تصمیم دادگاه یا داوری، برای رسیدن به پول می تواند، مشکل و زمان بر باشد.
* **از دست رفتن روابط.** شرکای کسب و کاری بین المللی سرمایه گذاری های زیاد ومهمی را انجام میدهند. بنابراین از دست دادن یک شریک تجاری به علت اقامه دعوای خصمانه و غیر دوستانه می تواند در یک بازار خاص فاجعه آمیز باشد و سال ها طول بکشد تا این روابط التیام پیدا کند.

بنا به تمامی این دلایل است که موسسات و بنگاه ها باید وقت و توجه خود را صرف مذاکرات بین المللی بنمایند تا بتوانند محتمل ترین منابع اختلاف را پیش بینی و آن را حذف نمایند.

8-2 **موضوع حل و فصل اختلافات بایستی در جریان مذاکرات مربوط به قرار داد و تدوین آن مورد بحث قرار گیرد.**

طرفین قرار داد بایستی به دقت بررسی و تحقیق نمایند که شرکای تجاری قرار دادی آن ها قابل اعتماد و از لحاظ مالی معتبر باشند و بتوانند به تعهدات مالی خود عمل نمایند. قرار داد بایستی به اندازه کافی دقیق باشد تا در نتیجه مشکلات مربوط به عدم متابعت از شرایط و ضوابط قرار داد پیش نیاید. این قرار داد در عین حال بایستی طوری تنظیم و تدوین شود که از قابلیت انعطاف لازم نیز برخوردار باشد و در نتیجه دامنه شمول آن احتمالات قابل پیش بینی را نیز شامل باشد. درج بندها یا شرط های مربوط به جرح و تعدیل متناسب با اوضاع احوال و شاخص بندی قیمت با تورم[[269]](#footnote-269)، می تواند راه های مفیدی جهت لحاظ کردن قابلیت انعطاف در قرار دادهای طویل مدت باشد. اگر طرفین علاقمند به ادامه رابطه تجاری خود باشند، آن ها می توانند در قرارداد خود مشخص نمایند که اختلافات خود را به جای مراجعه به دادگاه یا ساز و کار داوری، از طریق مذاکرات مجدد، میانجیگیری یا آشتی یا سایر انواع ساز و کارهای حل و فصل اختلاف، حل خواهند نمود . هم چنین یک قرار داد خوب و مناسب تنظیم شده ، قرار دادی است که در آن یک بند واضح و دقیقی درج شود که در آن بر روی تکنیک یا یک روش حل و فصل خاص اختلاف توافق شده باشد.

باید توجه داشت که در مقایسه با ترافع قضایی ، سازو کار داوری، معمولی ترین و متداولترین راه حل و فصل یک اختلاف تجاری و کسب و کاری است. رسیدگی به اختلاف از طریق داوری سریعتر، کم هزینه تر، بیطرفانه تر و کمتر تخاصمی تراست و به علاوه محرمانه تر از دادخواهی و احقاق حق در دادگاه ها است.

**وضعیت تخاصمی پس از بروز اختلاف**

اگر طرفین قرار داد ،یک ساز و کار حل و فصل اختلاف خاصی را در قرار داد خود درج نکرده باشند، آن ها می توانند پس از بوجود آمدن اختلاف با یکدیگر بر سر آن حل و فصل خاص اختلاف توافق نمایند. اما اگر طرفین حالت عناد ور زانه و تدافعی را اتخاذ نمایند، وضعیت و توافق مشکل می شود. در چنین حالتی توافق بر سر موضوعاتی چون، محل داوری، قانون صلاحیت دار در مورد ماهیت اختلاف و گزینش یک مرجع داوری می تواند محال و ممتنع شود. در این راستا اغلب اتفاق می افتد، که طرفی که به مسئولیت یا خطای خود واقف است ، برای به تاخیر انداختن بر قراری عدالت به انواع تاکتیک های به تعویق اندازی حل و فصل اختلاف روی می **آورد.**

**قابلیت انعطاف قرار دادی و درج بندهای انجام جرح و تعدیل متناسب با اوضاع و احوال در قرار داد**

درج بندهای جرح و تعدیل متناسب با اوضاع و احوال در قرار داد ، در مورد قرار دادهایی که انتظار میرود، برای چند سالی ادامه یابد و یا فرایند یک مشارکت تجاری و کسب و کاری ادامه دار را آغاز نماید ، مفید میباشد. به این بندها قبلا خصوصا در بخش مربوط به قرار داد فروش این کتاب اشاره شده است. بندهای مربوط به فورس ماژور و تاخیرهای قابل اغماض، بندهائی هستند که میتوان به آن ها عنوان بندهای اتوماتیک یا خودکار جرح و تعدیل متناسب با اوضاع و احوال در قرار داد را اطلاق نمود . به موجب این بند ها ، حدوث برخی رخدادهادر آینده فی نفسه یا به صورت خودکار ( اتوماتیک ) باعث کشیدن ماشه جهت تعلیق تعدادی از مسئولیت های قرار دادی میگردد . به شرط این که این رخ دادها کاملا معامله قرار دادی را باطل نکرده باشد. جنگ ها و بلایای طبیعی معمولا از نظر طرفین قرار داد و حقوق عرفی و رویه قضائی مصداق اوضاع و احوال فورس ماژور می باشند که باعث معافیت یک یا تمام افراد طرف قرار داد از اجرای آن میشود.. مدل بند یا شرط فورس ماژور اطاق بازرگانی بین المللی به تفضیل در بخش مربوط به قرار دادهای فروش بین المللی مورد بحث قرار گرفته است.

شرط های مربوط به تعیین قیمت در قرار داد های طویل مدت، اغلب به صورت بند شاخص بندی قیمت با تورم که در دسترس عموم می باشد ، در قرار داد درج میگردد. یک قیمت معین می تواند برای مثال برای شش ماه معتبر باشد و پس از آن به یک شاخص تورم تثبیت یا شاخص بندی شود. این امکان نیز وجود دارد که بر روی « بهترین قیمت » یا « قیمت کامله الوداد [[270]](#footnote-270)» برای خریدار توافق شود . بر طبق این روش خریدار مطمئن می شود که هرگز قیمتی بالاتر از هر مشتری دیگری را پرداخت نخواهد کرد. البته ، امکان درج یا اعتبار این بندها، بایستی با دقت و در ارتباط با قانون رقابت و ضوابط مالی مورد مطالعه قرار گیرد. درج بندها یا شرط های جرح و تعدیل متناسب با شرایط و اوضاع و احوال در قرار داد ، اغلب در قرار داد های مربوط به محصولات کارخانه ای، تحویل و قرار داد های فروش مصداق پیدا می کند. توصیف و مشخصات کالا ممکن است که مشمول بروز رسانی کاتالوگ ها و تغییرات قابل اثبات دربازار گردد. بندها یا شرط های مربوط به تغییر و جانشین سازی می تواند به یک طرف اجازه دهد که بتواند کالاهائی را تحویل دهد که به لحاظ کارکرد مانند کالاهای مندرج در قرار داد باشد، ولی در عین حال از لحاظ ترکیب با آن کالاها اندکی تفاوت داشته باشد. شرایط و ضوابط تحویل را می توان برای لحاظ کردن تاخیرهای قابل اغماض یا تمدید مهلت بویژه در صورت بروز حوادث غیر مترقبه قابل انعطاف تر نمود . هم چنین اغلب بندها یا شرایط خاصی تدوین می شوند ، دائر بر این که عدم اجراهای جزئی قرار داد نا دیده گرفته و اغماض شود. یا اینکه مسئولیت ناشی از عدم اجراهای مبتنی بر عدم تمکین از تعهدات قرار دادی که علت آن تغییرات اساسی و مهم در شالوده و قالب عملی یا قانونی، نظیر تغییرات اساسی و شدید در سیاست دولت، وضع قوانین و قواعد مالیاتی باشد ، محدود گردد

**8-3 حل و فصل اختلاف خارج از دادگاه : اغماض یاچشم پوشی و گذشت، مذاکرات مجدد، استفاده از کمک کارشناس و متخصص**

**گذشت یا اغماض**

یک عکس العمل درباره نقض های قرار دادی جزئی، نادیده گرفتن و اغماض است. این بسیار عادی و متداول است که نقض های جزئی، مثلا تاخیر درتحویل، تحویل مقدار متفاوت کالا و یا عدم تحقق هدف های فروش در قرار دادهای نمایندگی وتوزیع، بخشوده شود. البته از نقطه نظر حقوقی ، این اغماض و بخشش می تواند مشکل ساز باشد. زیرا ممکن است که به « اعراض » از حق یا ترک حق اعتراض شاکی در سایر موارد نیز منجر گردد.

یک راه برای محفوظ داشتن حقِ طرف و اجتناب از اعراض نانوشته این است که بندی را در قرار داد وارد نمود دایر بر اینکه تمام تغییرات قرار دادی بایستی مکتوب باشد.. گزینه دیگر درموردی که یک طرف بخواهد یک نقض خاص قرار دادی در یک مورد را نادیده بگیرد و نه به عنوان یک قاعده کلی، این است که در مورد هر نقض کتبا اعراض یا اغماض نماید.

**مذاکرات مجدد**

طرفین قرار داد همیشه می توانند با یکدیگر توافق نمایند که یک قرار داد را مورد جرح و تعدیل قرار دهند. در برخی موارد آن ها صراحتا در قرار داد بندی را درج می نمایند که طرفین را ملزم می نماید که در صورت بروز اختلاف با یکدیگر وارد مذاکرات مجدد رسمی شوند. در چنین بند یا شرطی، ، ممکن است که طرفین خود را متعهد نمایند که مساعی لازم را جهت احتراز از توسل به روش خصمانه تر حل و فصل اختلاف ، نظیر مراجعه به دادگاه به عمل خواهند آورد و کوشش خواهند نمود که اختلاف از طریق مذاکره مجدد حل و فصل شود.

**استفاده از کمک یک کارشناس**

اغلب یک کارشناس مستقل در موضوع اختلاف، می تواند در حل مناقشه کمک نماید. گزینه استفاده از نظر کارشناس، یک روش بسیار کمتر رسمی تر و کم تر تهاجمی تر از رسیدگی ها بوسیله دادگاه و یا حتی داوری است. برای مثال می توان از یک کارشناس تقاضا نمود که نظر خودش را درباره مسایل حقوقی، مالیاتی یا فنی ارائه نماید.

مواردی که معمولا در مورد آن ها نظر کارشناس اخذ می شوند به شرح زیر می باشد:

* ارزیابی فنی ماشین آلات یا فرایندها؛
* آزمون کیفیت یک محصول یا ساختار آن؛
* بررسی فرایند اجرا یا تمکین از شرایط اجرای طرح های صنعتی؛
* بررسی دلایل قصور در اجرای یک معامله؛
* بررسی دلایل و تبعات و نتایج تاخیر ات؛
* بر آورد ارزش سهام یک شرکت؛

نقش یک کارشناس در ارائه نظر مشورتی درباره موضوعات فوق می تواند در مدتی که طرح در حال احداث است شامل موارد زیر باشد:

اظهار نظر درباره تطابق مواد یا خدمات با ویژگی ها و مشخصات مندرج در قرار داد، که میتوان از آن بعدا به عنوان « سابقه وضع واقعی » [[271]](#footnote-271)استفاده نمود یا اینکه بعدا از آن به عنوان پایه و مبنای توصیه ها استفاده کردوکمک به وکلا برای طرح دعوا .

هدف از یافته ها، تصمیمات یا توصیه های کارشناس بستگی به تقاضای طرفین دارد و متفاوت است . اما آنچه در مورد تمام این ها مشترک می باشد، این است که نظر کارشناس الزام آور نمی باشد، مع هذا چنین یافته ها، تصمیمات یا توصیه های ارائه شده،- خواه به صورت گزارش باشد یا نه- می تواند برای قضات یا مراجع داوری بسیار مجاب کننده و متقاعد کننده باشد.

طرفین قرار داد که به یک کارشناس شناخته شده بین المللی در حوزه خاصی نیاز داشته باشند، می توانند در این باره با مرکز بین المللی سایر طرق حل و فصل اختلاف یا روش حل فصل ختلاف جایگزین ( اِ دی آر[[272]](#footnote-272)) اطاق بازرگانی بین المللی تماس حاصل فرمایند تا نام کارشناس مورد تقاضا در حوزه خاص مربوطه در اختیار آنان قرار داده شود. مرکز ارائه خدمات کارشناسی که از سال 1976 تاسیس شده در تحت قواعد کارشناسی اطاق بازرگانی بین المللی[[273]](#footnote-273) عمل می نماید و در نشانی زیر قابل دسترسی می باشد:

www.iccexpertise.org

. مرکز ادی آر اطاق بازرگانی بین المللی ، در زمینه های تکنیکی، مالی، حقوقی یا سایر مسایل مربوط به دانش تخصصی ، به ارائه خدمات کارشناسی اقدام می نماید .طرفین می توانند در قرار داد به مراجعه و استفاده از مرکز قواعد کارشناسی اطاق بازرگانی بین المللی اشاره یا بعد از انعقاد قرار داد به آن مراجعه نمایند.

هر طرف قرار داد و یا هر مرجع داوری می تواند ازمرکز ا دی آر اطاق بازرگانی بین المللی درخواست نماید که آن مرکز نام یک کارشناس را در اختیارش قرار دهد. طرف درخواست کننده یا مرجع داوری مزبور ، موظف به دریافت خدمت ازکارشناسی که نام اورا از مرکز ای دی آر اطاق دریافت نموده، نمی باشد. یک طرف ممکن است که به نظر مشورتی کارشناس در بسیاری از وضعیت ها خواه مربوط به ا ختلاف باشد و یا نباشد، احتیاج پیدا نماید. برای مثال یک طرف ممکن است که در صدد کسب نظر مشورتی درباره موضوعات فنی قبل از ورود به قرار داد بر آید که این مورد ارتباطی به اختلاف ندارد و خارج از آن است. یک مرجع داوری نیز ممکن است که برای حل یک اختلاف، در صد دکسب نظر مشورتی کارشناس درباره یک موضوع تکنیکی و یا یک مورد خاص حقوقی بر آید.

8-4 **دادخواهی قضایی بین المللی یا رسیدگی قضایی بین المللی**

8-4-1 **مفهوم دادخواهی قضایی تجاری یا کسب وکاری بین المللی**

حل و فصل اختلاف از طریق توسل به دادگاه های عمومی یا محاکم ( دادخواهی قضائی ) معمولا کند ترین، پر هزینه ترین و پر مخاصمه ترین گزینه از انواع گزینه های حل و فصل اختلاف است. بازرگانان با تجربه و مشاورین آن ها اغلب سعی می نمایند که برای این که احیانا کار اختلاف آنها به دادگاه نکشد، از طریق مذاکره با یکدیگر بندهائی را در قرار داد ، به شرح زیر درج نمایند: بند هایا شرایط مربوط به استفاده از فرایند ارجاع به داوری یا توسل به روش ها وطرق جایگزین حل و فصل اختلاف ( اِ دی آر )[[274]](#footnote-274) یا بندهای چند وجهی حل اختلاف[[275]](#footnote-275) .

علیرغم محدودیت های مترتب بردادخواهی از طریق مراجعه به دادگاه، ممکن است تعجب آور به نظر برسد که برخی از بازرگانان و وکلای دادگستری ، حتی درموارد جزئی به دادخواهی و احقاق حق از طریق رسیدگی قضائی و دادگاه ها، به عنوان وسیله اصلی حل و فصل اختلافات تجاری، متوسل می شوند. به نظر میرسد که برخی از شرکت ها و برخی از کشورها مراجعه به دادگاه برای حل و فصل اختلاف را بر سایر روش ها ترجیح میدهند. این امر می تواند بعضا معلول عدم آشنائی آن ها به روش هائی نظیر داوری تجاری بین المللی، روش های جایگزین حل و فصل اختلاف ( ا دی آر ) و منافع مترتب بر درج بندها یی در قرار داد راجع به مذاکره مجدد و جرح و تعدیل متناسب با اوضاع و احوال در قرار داد باشد.

با اینهمه دادخواهی و احقاق حق از طریق مراجعه به دادگاه می تواند متضمن یک مزیت استراتژیک برای طرفی باشد که درموضع مذاکراتی بسیار قوی قرار دارد. چنین طرفی می تواند یک الزام قرار دادی را در قرار داد ، درمورد توسل به دادگاه های کشور خود در صورت بروز اختلاف ، تحمیل نماید. هم چنین ملاحظات عملی یا اقتصادی، تهدیدات مربوط به هزینه های گزاف مربوط به رویه ها و آئین دادرسی های قضایی می تواند طرف ضعیف تر را از تعقیب یک ادعای قانونی و حتی یک ادعای معتبر بترساند. در برخی موارد کندی و بطی بودن رسیدگی های قضائی میتواند برای یکطرف اختلاف مفید باشد. طرفی که خطا کار است و انتظار دارد که در نهایت در یک دعوا محکوم خواهد شد ، ممکن است که ترجیح دهد که دعوا را در یک سیستم دادگاه ملی قفل نماید و صدور رای را تا آنجا که ممکن است به تاخیر بیاندازد.

دادخواهی قضایی بین المللی از طریق دادگاه ها ، اغلب به نظر بسیار کند و بطی، پیچیده غیر دوستانه و پر هزینه به نظر میرسد. این نوع دادخواهی ها به لحاظ تکنیکی مشکل می باشند و اغلب مستلزم کسب نظر مشورتی کارشناسان متخصص و حرفه ای است. به علاوه برخی از طرفین اختلاف از خطر بروز بی طرفی دادگاه در مواردی که تصمیم دادگاه باید در کشوری به مرحله اجرا در آید که در آن کشور خوانده دعوا اقامت دارد، بیمناک و نگران می باشند.

رسیدگی قضائی بین المللی بسیار زمان بر است و پس از طی و اتمام مراحل پژوهشی(و فرجامی) قطعی می شود و رای صادره در کشوری که رای در آن صادر شده قابل اجرا است. اما اغلب در یک زمینه و شرایط بین المللی، ارجاع به داوری از بُعد اجرای رای، موثر تر و کار آتر از رسیدگی قضائی است. زیرا آر ای داوری از پشتیبانی کنوانسیون نیویورک سازمان ملل متحد درباره شناسائی و اجرای آرای داوری خارجی" مشهور به کنوانسیون نیویورک"[[276]](#footnote-276) که بسیاری کشورها آن را تصویب نموده اند و سایر کنوانسیون های منطقه ای درمورد شناسائی و اجرای آرای داوری، برخوردار می باشد.

8-4-2 **در کجا باید اقامه دعوا نمود: انتخاب مرجع[[277]](#footnote-277) و تحقیق و انتخاب مناسب ترین دادگاه[[278]](#footnote-278)**

دعاوی بایستی در نزد دادگاه های یا دیوان های داوری مناسب اقامه شوند . یعنی انتخاب یک دادگاه یا دیوان داوری صلاحتیدار برای استماع و تصمیم گیری در مورد دعوا. اولین اقدامی را که طرف شاکی یا زیان دیده در یک اختلاف بین المللی باید انجام دهد ، این است که دادگاه یا یک مرجع داوری را انتخاب نماید که دارای صلاحیت رسیدگی به اختلاف باشد.

بر طبق یک اصل در نظام حقوق مدون یا نظام حقوقی نوشته ، دادگاه صلاحتیدار برای رسیدگی به دعوا دادگاه محل اقامت خوانده و دادگاه محل وقوع مال می باشد[[279]](#footnote-279) . به موازات گسترش تجارت بین الملل ، بازرگانان شاکی و زیان دیده به این مطلب علاقمند شدند که دعوای خود بر علیه خوانده خارجی را در آن نظام قضائی مطرح نمایند. که خوانده در آنجا دارای مال ودارائی می باشد. اما در قرن نوزدهم و اوایل قرن بیستم که مراکز بین المللی تجارت رشد پیدا کردند، دادگاه ها، تئوری ها یا نظریات حقوقی متفاوتی را درباره صلاحیت رسیدگی به خوانده های خارجی ارائه دادند.

به طور کلی امروزه اغلب دادگاه هائی که از آن ها خواسته می شود به یک دعوای ناشی از تجارت با کسب و کار بین المللی رسیدگی نمایند، ابتدا به قرار داد مراجعه می نمایند تا ببینند آیا در قرار داد، بندی درباره انتخاب مرجع رسیدگی وجود دارد یا نه . در این باره به مطالب زیر مراجعه شود و سپس با توجه به اوضاع و احوال و قانون ملی خود درباره صلاحیت یا عدم صلاحیت دادگاه تصمیم گیری می نمایند.

اگر قرار داد درمورد کشوری که دادگاه صلاحیتدار در آن واقع است ساکت باشد، طرفین درگیر در اختلاف ممکن است که بخواهند صلاحیت دادگاه های ملی را که فکر می کنند بالاترین احتمال پیروزی در آن را در آن دارند انتخاب نمایند و یا اینکه دادگاه هائی را انتخاب نمایند که برای آن ها راحت ترین و مناسب ترین باشد. این نحوه عمل که به نام « جستجو درباره مناسب ترین دادگاه[[280]](#footnote-280) » معروف است می تواند مشکل آفرین باشد.یک طرف اختلاف ممکن است سعی نماید که دعوا را در کشوری اقامه نماید که تنها ارتباط اندکی با قرار داد داشته باشد. یا اینکه پس از آغاز رسیدگی به دعوا در یک کشور، دعوای متقابلی را درباره همان موضوع، در کشور دیگر اقامه نماید.

به منظور اجتناب از بوجود آمدن این نامعلومی ها و احتمالات، طرفین یک قرار داد بین المللی، معمولا یک بند مربوط به حل و فصل اختلاف را در قرار داد درج می نمایند که شامل انتخاب دادگاه صلاحتیدار و هم چنین انتخاب قانون صلاحتیدار باشد . در این زمینه به فصل پنجم همین کتاب مراجعه شود . معمولا طرفی که از موضع مذاکراتی قوی تری برخوردار می باشد، بندی را برای درج در قرار داد پیشنهاد می نماید دایر بر اینکه دعاوی بایستی در دادگاه های داخلی محل اقامت طرف قویتر یا در نزد دادگاه هائی که او فکر میکند شانس پیروزی در آن بیشتر است اقامه شود.

درباره منطقی بودن یا نبودن بندهای مربوط به انتخاب دادگاه و قانون صلاحتیدار ، می توان بحث نمود و آن را در بوته آزمایش قرار داد. دادگاه منتخب بایستی یک ارتباط منطقی با موضوع قرار داد داشته باشد. بنابراین در یک دعوای ناشی از قرار داد توزیع بین یک تولید کننده بزرگ آلمانی و یک توزیع کننده کوچک اهل پورتوریکو، دادگاه چنین رای داد که بندی در قرار داد که دادگاه مکزیک را به عنوان دادگاه صلاحتیدار تعیین نموده بود منطقی نمی باشد. دادگاه اعلام نمود که اثر ضمنی این شرط این است که توزیع کننده پورتوریکیائی نتواند هیچ اقدام قانونی را به عمل آورد. با این حال ، حتی درموردی که انتخاب دادگاه و قانون منطقی هم باشد، درج بندها یا شرط های راجع به این موضوع در قرار داد ، می تواند در تمام کشورها و یا در تمام وضعیت ها مورد قبول نباشد. برای مثال دادگاه های برزیل به صورت قابل ملاحظه ای مصمم بوده اند که بند ها در قرار داد راجع به قبول صلاحیت دادگاه خارجی در مورد دعاوی که خوانده آن تبعه برزیل باشد را قبول ننمایند.

8-4-3 **اجرای آرای قضائی**

برخی اوقات پیروزی در یک دعوا، کافی و اقناع کننده برای طرف شاکی و ضرر دیده نمی باشد. زیرا طرف دیگر ممکن است که از متابعت از تصمیم دادگاه خارجی امتناع نماید.

بنابراین رای قضائی بایستی از طریق دادگاه های محلی طرف زیان دیده اجرا شود. اگر شاکی یا خواهان موفق به اخذ رایی از دادگاه شود که در آن از طرف دیگر یا محکوم علیه خواسته شده باشد که خسارت پولی را پرداخت نماید، طرف حاکم ممکن است مجبور باشد که برای اخذ دستور اجرای رای ، به دادگاه صلاحتیدار محل اقامت محکوم علیه مراجعه و محکوم علیه را مجبور به پرداخت آن وجوه نماید.( که مشکل ساز و هزینه بر است)

بنا بر این احتمال اینکه این شخص یا پیروز در دعوا بتواند یک رای را به مرحله اجرا در آورد، مطلبی است که باید قبل از آغاز اقامه دعوا مورد بررسی قرار گیرد. اخذ رای در مورد پرداخت خسارت پولی از طرفی که احتمالا در حال اعلام ور شکستگی است و یا امکان دارد که ناپدید شود، می تواند بی فایده باشد. بنابراین طرفی که میخواهد اقامه دعوا را شروع نماید، بایستی این اطمینان را برای خودش حاصل نماید که طرف دیگر دارای دارائی های کافی برای پرداخت رای احتمالی می باشد. هم چنین ممکن است لازم و ضروری باشد که او در مورد اخذ یک قرار یا دستور موقت حفظ وضع موجود[[281]](#footnote-281) و تامین خواسته اقدام نماید ( دستور دادگاه برای مسدود کردن دارائی های خوانده تا تصمیم گیری نهائی درباره دعوا ). اغلب، مشکلات زمانی بوجود می آید که یک رای بر علیه یک طرف خارجی صادر می شود که هیچ دارائی در کشور دادگاه صادر کننده رای ندارد. در این مورد طرف پیروز در دعوا در صدد این بر می آید که تحقیق نماید آیا محکوم علیه در کشورهای دیگر دارای دارائی در حد و اندازه رای صادره می باشد یا خیر. معمولا این دارائی ها را می توان در کشور محل اقامت محکوم علیه پیدا کرد. بنابراین اقداماتی که معمولا اجرا یا اجرای رای نامیده می شود ، بایستی در آن کشور صورت گیرد که آن هم مستلزم این است که از دادگاهی در آن کشور خواسته شود که رای صادره از دادگاه خارجی را تائید نماید، که این خود محل تامل است.

به علاوه آیا تائید حکم دادگاه خارجی به اجرای آن حکم منجر میگردد؟ در این باره اختلاف وسیعی در بین رویه کشورها وجود دارد. در اتحادیه اروپا کنوانسیون های بروکسل و لوگانو و قواعد و مقررات اروپائی، اجرای آرای صادره خارجی در کشورهای عضو اتحادیه اروپا را امری عادی ساخته است. در کشورهای دیگر ، دادگاه ها معمولا خواستار این می شوند که آیا بین دادگاه های دو کشور رفتار یاعمل متقابل وجود دارد یا نه. در اساس این بدان معنا است که « ما آرای شما را قبول و اجرا می کنیم به شرط اینکه شما هم آرای ما را قبول و اجرا نمایید.[[282]](#footnote-282) »

به عنوان یک قاعده کلی ، دادگاه ها آرای دادگاه های خارجی که نهانی و قطعی نشده و تحت رسیدگی های پژوهشی یا فرجامی در یک نظام حقوقی قرار دارند را اجرا نمی نمایند.[[283]](#footnote-283)

8-5 **داوری تجاری بین المللی**

8-5-1 **منافع داوری تجاری بین المللی**

در حد وسیعی داوری تجاری بین المللی مناسب ترین ساز و کار حل و فصل اختلافات در معاملات بین المللی تشخیص داده شده است. مزایا و منافع داوری بسیار زیاد است. ذیلا به برخی از آن ها اشاره می شود:

**ببطرفانه بودن**

با انتخاب گزینه ارجاع اختلاف به داوری ، طرفین اختلاف درباره یک موضوع سهل و ساده، یعنی این که در صورت بروز اختلاف، دعوا ی آن اختلاف باید در کجا اقامه شود، تصمیم گیری می نمایند. بسیاری از بازرگانان در قبول این خطر که در دادگاه های خارجی اقامه دعوا نمایند مردد می باشند. - یعنی در جائی که نه تنها با زبان ، رویه ها، قانون و عرف و عادت ها ی آن نا آشنا هستند، بلکه حتی درباره حفظ بیطرفی قضات با نظام قضائی آن جا نیز مطمئن نمی باشند. با انتخاب گزینه ارجاع اختلاف به داوری، طرفین ممکن است با یکدیگر توافق نمایند که اختلاف در یک کشور بی طرف مورد رسیدگی داوری قرار بگیرد .گرچه داوری می تواند در هر جا و از جمله در کشور متبوع یکی از طرفین اختلاف نیز صورت گیرد.

**محرمانه بودن**

داوری یک امر خصوصی است و معمولا باید محرمانه باشد و سوابق مربوط به تصمیمات داوری در دسترس عموم قرار داده نمی شود. شرکت ها ممکن است که نخواهند این خطر را تقبل نمایند که اتهامات بی اساس بر علیه آنان از طریق بحث و رسیدگی علنی در دادگاه ها مطرح شود.

**هزینه**

معمولا ارجاع به داوری سریعتر به نتیجه میرسد و به علاوه هزینه آن نیز کمتر از دادخواهی قضائی و رسیدگی بوسیله دادگاه است. وکلای دادگستری با تجربه برخی اوقات از روش های پیچیده دادگاه ها درمورد قفل کردن دعوا و به تاخیر انداختن رسیدگی ها استفاده می نمایند، در حالیکه آیین کارهای داوری کمتر مستعد و پذیرای اتخاذ تاکتیک های به تعویق اندازی می باشند. به علاوه در بسیاری از کشورها دعاوی اقامه شده در دادگاه ها به قدری زیاد است که حتی رسیدن به مراحل ابتدائی رسیدگی به یک دعوا، سال ها به طول می انجامد.

**قطعیت**

نهانی بودن تصمیمات داوری. تصمیمات داوری معمولا نهانی هستند، در حالی که آرا ی دادگاه ها معمولا قابل پژوهش و فرجام خواهی در دادگاه های بالاتر می باشند. قطعیت یا نهانی بودن تصمیمات داوری به این معنا است که فرایند حل و فصل اختلاف کمتر مُخِل کسب و کار است و معمولا کم هزینه تر از سایر راه های حل و فصل اختلاف می باشد. زیرا تصمیم داوری در مورد اختلاف که معمولا پس از یک سری تشکیل جلسات اعلام میگردد قطعی است و مشمول مراحل پژوهشی نمی باشد.

**زبان**

رسیدگی های داوری بین المللی می تواند به هر زبانی انجام شود. این امر علاوه بر ایجاد راحتی ،می تواند به کاهش هزینه های مربوط به ترجمه ها نیز کمک نماید.

**استفاده از کارشناس**

طرفین یک اختلاف می توانند داوری را انتخاب نمایند که کارشناس در حوزه تکنیکی مربوطه باشد، یا کسی باشد که حداقل در بخش کسب و کاری یا تجاری مربوطه دارای تجربه باشد. وکلای دادگستری با تجربه اغلب شکایت می نمایند که قضات واقعا با مسایل تکنیکی که باید درباره آن قضاوت نمایند، آشنا نمی باشند. کارشناس بودن شخص داور می تواند به اخذ تصمیم نهائی سریع کمک نماید. زیرا این داور مجبور نخواهد بود که به اندازه قاضی در مورد اختلاف ارجاعی تعلیم ببیند ( از خدمات کارشناسان دیگر استفاده نماید. )

**اجرا**

به علت وجود کنوانسیون های بین المللی و بویژه کنوانسیون نیویورک سال 1958 ، اجرای تصمیمات داوری بین المللی می تواند ساده تر و راحت تر از اجرای آرای صادره از دادگاه های خارجی باشد.

با این همه تصمیمات داوری معمولا بوسیله دادگاه ها اجرا می شوند، لذا این تصمیمات می تواند با اعتراض خوانده در آن دادگاه مواجه شود. هم چنین اگر چنانچه ادعاهای مربوط به تقلب ومجرم بودن یا عدم بیطرفی داوران اثبات شود، اجرای تصمیمات آن داوری میتواند انجام نشود.

8-5-2 **عدم مزایای بالقوه داوری**

علیرغم مزایای فوق الذکر، بعضی انتقادات و تحفظ ها (reservations) نیز برخی اوقات درباره داوری مطرح می شود که عبارتند از:

**هزینه ها و تاخیرهای غیر قابل اغماض**

گرچه گفته می شود که داوری نسبتا کم هزینه تر است و زودتر از رسیدگی قضائی توسط دادگاه به نتیجه می رسد ، ولی مثال های متعددی نیز وجود دارد که نشان میدهد ، داوری خیلی پر هزینه بوده و چندین سال طول کشیده است. البته این بدان معنا نیست که بگوئیم اگر این اختلافات در دادگاه مطرح می شدند ، این دادرسی ها حتی پر هزینه تر و زمان بر تر از داوری نمی بودند. هم چنین برعکس مورد داوری، در رسیدگی قضائی طرفین دعوا مجبور به پرداخت حقوق به قاضی یا اجاره محل دادگاه نمی باشند. با این همه هنوز هم بسیاری بر این اعتقاد هستند که داوری کم هزینه تر از رسیدگی قضائی بوسیله دادگاه است. زیرا آئین کارهای داوری از سرعت بیشتری برخوردار است و به اندازه آئین دادرسی در دادگاه ها زمان بر نمی باشد و در داوری پژوهش و فرجام خواهی نیز وجود ندارد. به علاوه در رسیدگی داوری ، قابلیت انعطاف بیشتری وجود دارد و طرفین می توانند کنترل بیشتری بر فرایند رسیدگی داشته باشند. با این همه و با توجه به مطالب و استثنائات فوق الذکر ، به طرفین اکیدا توصیه می شود که این مطلب را در نظر داشته باشند که این ادعا که داوری کم هزینه تر و سریعتر از رسیدگی قضائی است، لزوما به این معنا نمی باشد که همیشه این امر مصداق داشته باشد.

**برخی حفظت هاو منافع مربوط به آیین دادرسی در رسیدگی ها ی قضایی**

در حالی که انواع مختلف ساز و کارهای آیین دادرسی مجاز در دادخواهی قضایی، اغلب مراحل رسیدگی ها را نشان میدهند، مع ذالک دارای منافع بالقوه برای طرفین نیز می باشند. برخی از وکلای دادگستری متخصص در دعاوی مدنی ، از سادگی و غیر تشریفاتی بودن نسبی داوری که به نظر آن ها به فقدان « دقت » یا « نظم » منجر می شود ناراحت هستند. اما قابلیت انعطاف ذاتی در داوری به این معنا است که هر گاه طرفین توافق نمایند که به نفع آن ها می باشد، می توانندآیین دادرسی ها یا آیین کار داوری را طوری ترتیب دهند که تا در نتیجه از حفاظت ها یا تضمین های آئین دادرسی موثر بهره مند شوند. برای مثال رسیدگی های پیچیده داوری را می توان با سوابق مکتوب یا رو نوشت برداری انجام داد.

**فقدان یانبود رسیدگی های پژوهشی یا استیافی**

در دادخواهی قضائی یا دادخواهی از طریق مراجعه به دادگاه ها، طرف هایی که در دعوا پیروز نشده اند، می توانند تقاضای رسیدگی پژوهشی خود را به دادگاه های بالاتر تسلیم نمایند. اما در داوری ، اجرای یک تصمیم یا رای داوری فقط ممکن است با چالش محدودی در دادگاه اجرا کننده آن تصمیم مواجه شود. به طور کلی اعتراض به تصمیم یا رای داوری خیلی محدودتر و کم تراز اعتراض به رای بدوی در دادگاه ها است

-8-5-3 **موضوعات غیر قابل ارجاع به داوری**

این طور نیست که حتی اگر طرفین اختلاف با یکدیگر توافق بنمایند ، بتوان تمام اختلافات را به داوری ارجاع نمود. برای مثال در بسیاری از کشورهای اروپائی اختلا فات استخدامی بایستی در نزد دادگاه های اختصاصی مطرح شوند و این نوع اختلافات غیر قابل ارجاع به داوری محسوب می گردند.

8-6 **داوری اطاق بازرگانی بین المللی**

**8-6-1 نظر اجمالی و کلی**

دیوان بین المللی داوری اطاق بازرگانی بین المللی[[284]](#footnote-284)( داوری اطاق بازر گانی بین المللی)، مهم ترین و بر جسته ترین مرجع داوری در جهان است. یک بررسی درباره داوری بین المللی که در سال 2010 توسط دانشگاه، کوئین ماری در لندن انجام گرفته، حاکی از این است که داوری اطاق بازرگانی بین المللی مُرَّجَّح ترین و پر مراجعه ترین نوع نهاد داوری بین المللی است. این موضوع وروند را مطالعات مجدد و به روز رسانی بر رسی این دانشگاه که در سال 2015 انجام شده نیز تائید نموده است.

وجه تمایز مهم و کلیدی داوری اطاق بازرگانی بین المللی از سایر مراجع داوری به شرح زیر است:

**عام الشمول بودن**

بر عکس بسیاری از داوری ها یا موارد جایگزین حل و فصل اختلافات (آِدی آر) ، دایر ه شمول داوری اطاق بازرگانی بین المللی بسیار وسیع است و می تواند هر نوع اختلاف قابل تصوری را به آن ارجاع داد. طرف های اختلاف در هر صنعت و از هر گوشه جهان ، از جمله شرکت ها و نهادهای خصوصی و دولتی ، می توانند از رسیدگی های داوری اطاق بازرگانی بین المللی استفاده نمایند. گرچه دیوان بین المللی داوری اطاق بازر گانی بین المللی ، در پاریس مستقر می باشد، اما جلسات آن می تواند در سایر شهرها نیز تشکیل گردد. برای مثال این دیوان اخیرا در سنگاپور و نیویورک تشکیل جلسه داد. هم چنین رسیدگی های داوری اطاق می تواند در هر جای دیگر نیز انجام شود. در واقع اکثریت رسیدگی ها در خارج از مقر اطاق در پاریس انجام می گیرد. داوران اطاق و رسیدگی ها نیز جهانی می باشند- در سال 2016 داوران اطاق از بیش از 76 ملیت های مختلف بوده اند و داوری ها در بیش از 60 کشور مختلف انجام شده است.

**نظارت تخصصی بر پرونده ها**

در مقام مقایسه با داوری های موردی و خاص ، که در آن ها طرفین اختلاف باید خودشان آئین کار داوری را مشخص و بر آن نظارت نمایند، در داوری اطاق بازرگانی بین المللی، در این زمینه کمک و راهنمایی و هدایت ، توسط گروه کارکنان پشتیبانی متخصص ارائه میگردد..

به داوری اطاق بازرگانی بین المللی، به صورت تخصصی نظارت می شود. دیوان داوری اطاق حدود یکصد نفر عضو را انتخاب می نماید که بیش از نیمی از این افراد وکلا و حقوقدانان هستند. این افراد داوران را از نیاز به نظارت بر مسایل جانبی مدیریتی، نظیر نظارت بر پرداخت حق الزحمه و سایر هزینه ها معاف می نمایند. هم چنین دبیر خانه ا طاق بازرگانی بین المللی، قسمت اعظم اسناد مورد نیاز را فراهم و توزیع می نماید. دیوان پیش نویس آرای داوری[[285]](#footnote-285) را قبل از تصویب آن ها به دقت موشکافی و بررسی می نماید و این امر ویژگی منحصر به فرد و مهم فرایند داوری اطاق بازرگانی بین المللی است. بالاخره این دیوان [[286]](#footnote-286)است و نه داوران که به طرفین اختلاف تصمیم یا رای نهائی داوری را اعلام می نماید. دیوان در رسیدگی های خود متکی به پیشرفته ترین نظام مدیریت اختلافات رایانه محور[[287]](#footnote-287) برای ردیابی و پی گیری تمام اطلاعات داوری و اسناد می باشد.

**مقام یا قدر و منزلت**

پس از نه دهه خدمت به صورت ممتاز ترین نهاد داوری در جهان ، اطاق بازر گانی بین المللی ، اکنون به شهرت و موفقیت رعایت و حفظ بی طرفی و تمامیت نایل آمده است. حتی در مذاکرات سخت و مشکل، طرفین اختلاف نبایستی درباره رعایت بیطرفی در داوری اطاق بازرگانی بین المللی نگران باشند.

8-6-2 **درج بند یا شرط داوری اطاق بازرگانی بین المللی در قرار داد**

اطاق بازرگانی بین المللی توصیه می نماید که در قرار داد بند استاندارد زیر گنجانده شود:

تمام اختلافات ناشی از یا مرتبط به این قرار داد ، در نهایت بر طبق قواعد داوری اطاق بازرگانی بین المللی وبوسیله یک یا چند داور منصوب بر طبق آن قواعد حل و فصل خواهد شد.

همچنین این بند می تواند بوسیله مقرر نمودن شرایط زیر تکمیل شود:

الف- مکان داوری

ب- تعداد داور ( یک یا سه نفر )

ج- قانون قابل اعمال بوسیله داور

د- زبان مورد استفاده در داوری

بازرگانان زیرک و با تجربه دست اندرکار درمعاملات بین المللی که می خواهند یک حل و فصل کارای اختلاف را طرح ریزی نمایند، بایستی شرایط دقیق فوق را در بند استاندارد مربوط به ارجاع به داوری در قرار داد بگنجانند . اگر طرفین قرار داد بتوانند از قبل درباره قانون صلاحیت دار و مورد عمل در داوری به توافق برسند، این توافق در صورت بروز اختلاف، باعث صرفه جوئی در وقت و احتراز از چانه زدن بر سر این موضوع خواهد شد. یک روش عملی و معمولی در این باره این است که قانون یک کشور بیطرف به عنوان قانون صلاحیت دار و قابل اعمال برای داوری تعیین گردد. شرط تعیین تنها یک داور برای رسیدگی داوری آسان ترین راه برای اطمینان حاصل کردن از این است که هزینه داوری در حداقل خواهد بود.

لازم به ذکر است که اضافات یا ملحقات به بند ارجاع به داوری اطاق بازرگانی بین المللی ، فقط بایستی بوسیله وکلای متخصص در امر داوری تهیه و تدوین شود. طرفین قرار داد بایستی دقت و مراقبت نمایند که اضافات و ملحقات به این بند در قرار داد، باعث ایجاد ابهام نشود.. برای مثال دیده شده است که طرفین قرار داد پس از عبارت « اطاق بازرگانی بین المللی » کلمه پاریس را اضافه نموده اند. این امر می تواند این سردرگمی را بوجود آورد که منظور این است که مکان داوری هم باید در شهر پاریس باشد. گرچه این امکان برای طرفین وجود دارد که پس از بوجود آمدن اختلاف، با توافق با یکدیگر تصمیم بگیرند که آن اختلاف را به داوری اطاق ارجاع بدهند، ولی معمول و متداول این است که انتخاب ارجاع اختلاف احتمالی به داوری اطاق بازرگانی بین المللی، به صورت بندی در قرار داد و قبل از بروز اختلاف احتمالی درج شود. چرا که پس از این که اختلافی حادث شود، یکطرف قرار داد شاید بخواهد که فرایند رسیدگی به اختلاف را به تاخیر بیاندازد و بنابراین در چنین حالتی ، احتمال این که طرف مزبور روش رسیدگی سریع به اختلاف نظیر ارجاع به داوری را قبول نماید، بسیار کم است.بنابراین بهتر است که ارجاع به داوری قبل از بروز اختلاف در قرار داد پیش بینی شده باشد.

8-6-3 **دیوان داوری اطاق بازرگانی بین المللی و دبیر خانه آن**

دیوان تشکیل می شود از رئیس، چند نایب رئیس و بیش از 180 عضو از 110 کشور جهان . دیوان یک ارگان اداری وابسته به اطاق بازرگانی بین المللی ولی مستقل از آن است. وظیفه دیوان این نیست که درباره اختلاف ارجاع شده به داوری تصمیم گیری نماید، بلکه وظیفه آن بررسی اعمال صحیح و درست قواعد داوری اطاق بازرگانی بین المللی( قواعد) توسط داور یا داوران دیوان می باشد .

دیوان درباره اختلاف تصمیم گیری نمی نماید ( این وظیفه به عهده داور یا داوران محول است ) بلکه بر حسن اجرای قواعد ورسیدگی نظارت می نماید و این اطمینان را حاصل می نماید که رسیدگی ها با قواعد مطابقت داشته اند ( رسیدگی صوری. م[[288]](#footnote-288) ) وظایف عمده دیوان به شرح زیر است:

1. بررسی اینکه آیا بر حسب ظاهر، توافق برای داوری بر طبق قواعد می باشد یا نه . این وظیفه فقط درموردی مصداق دارد که که دبیر کل اختلاف را به دیوان ارجاع داده باشد، در بقیه موارد این وظیفه به عهده مرجع رسیدگی[[289]](#footnote-289) داوری میباشد؛
2. انتصاب داوران در مواردی که طرفین این کار را انجام نداده باشند. در مورد تنها داوران و روسا، دیوان ابتدا یک ملیت متفاوت از ملیت طرفین اختلاف را تعیین می نماید و سپس از کمیته ملی مربوطه اطاق بازرگانی بین المللی یا گروه اطاق بازرگانی بین المللی [[290]](#footnote-290)می خواهد که یک داور را از آن ملیت پیشنهاد نمایند. این پیشنهاد معمولا و نه ضرورتا مورد قبول واقع می شود. دیوان هم چنین به چالش های طرفین اختلاف در مورد داوران مبتنی بر فقدان استقلال یا موارد دیگر رسیدگی و تصمیم گیری می نماید؛
3. تعیین محل داوری، مگر این که طرفین بر روی این مطلب توافق کرده باشند؛
4. بررسی و در برخی شرایط و اوضاع و احوال تصویب دستور کار یا حیطه اختیارات داوران . به بقیه مطالب در این باره مراجع شود ؛
5. تعیین ودیعه مناسب و تعیین هزینه های داوری از جمله حق الزحمه داوران؛
6. تصمیم گیری درباره تمدید مهلت های لازم ؛
7. رسیدگی دقیق و تصویب پیش نویس آرا ی داوری.

دبیر خانه یا ارگان اداری اطاق بازرگانی بین المللی که بر داوری ها نظارت دارد ، تشکیل شده است از دبیر کل، معاون دبیر کل، مشاور حقوقی مدیریت، مشاور حقوقی کل و تعداد متعدد تیم های داوری که ریاست هر کدام از آن ها را مشاور حقوقی -یک حقوقدان متخصص در رویه های داوری - به عهده دارد. دیوان هم چنین یک مشاور حقوقی مخصوص و وکلا و حقوقدانان را برای خدمت در مراجع و اهداف زیر استخدام می نماید: مرکز اسناد، دفتر بولتن دیوان داوری بین المللی اطاق بازرگانی بین المللی و انتشارات دیوان، کمیسیون اطاق بازرگانی بین المللی در مورد داوری و مرکز طرق حل و فصل اختلافات جایگزین(آِدی آر) ، ارائه و گسترش خدمات حل و فصل اختلافات . هم چنین تیمی مسئوول مرکز بین المللی سایر طرق حل و فصل اختلاف جایگزین (اِدی آر) می باشد.

8-6-4 **داور یا داوران**

در داوری اطاق بازرگانی بین المللی ، طرفین اختلاف می توانند ، داور یا داوران را انتخاب نمایند . این انتخاب بایستی مورد تصویب دیوان داوری اطاق قرار گیرد . اگر طرفین داور یا داوران را انتخاب ننمایند، دیوان یک داور بیطرف را از یک کشور بیطرف انتخاب خواهد نمود. دیوان از تمام داوران می خواهد که کاملا مستقل از طرفین اختلاف باشند و داور یا داوران نیز بایستی این امر را قبل از آغاز داوری تائید وا اعلام نمایند. مستقل بدین معنا است که داور یا داوران باید آزاد و فارغ از هر جانبداری باشند و هیچ تضاد منافعی با طرفین دعوا نداشته باشند. داور یا داوران باید در تمام مراحل رسیدگی داوری نیزمستقل از طرفین اختلاف باشند. هر یک از طرفین اختلاف می تواند عدم استقلال و عدم بیطرفی داور را به چالش بکشد. در چنین حالتی، اگر دیوان به این نتیجه برسد که داور مستقل نمی باشد ، داور دیگری جانشین آن داور خواهد شد. به علاوه در موردی که یک داور وظایف خودش را درست انجام ندهد نیز این داور تعویض می گردد.

بیشترِ اختلافات، بوسیله یک یا سه داور رسیدگی می شود. اگر طرفین اختلاف تعداد داورها را مشخص ننمایند، دیوان فقط یک داور را منصوب خواهد کرد، مگر در موردی که دیوان به این نتیجه برسد که اختلاف به نحوی است که انتصاب 3 داور را اقتضا می نماید. درتصمیم گیری در باره تعداد داوران ، دیوان، عواملی چون پیچیدگی اختلاف و مبلغ پول در اختلاف را در نظر میگیرد. انتخاب سه داور در قرار داد خیلی معمول و متداول است و دلیل آن هم بعضا این است که در این روش هر طرف اختلاف می تواند یک داور را انتخاب نماید. با این وصف طرفین اختلاف باید این مطلب را در نظر داشته باشند که تعیین سه داور، هزینه کلی داوری را افزایش می دهد ومی تواند با تاخیر همراه باشد.

8-6-5 **آئین کار یا آیین دادرسی داوری اطاق بازرگانی بین المللی**

قابلیت انعطاف وسیعی در آئین کار داوری اطاق بازرگانی بین المللی وجود دارد. بر طبق قواعد داوری اطاق بازرگانی بین المللی ، توالی و تسلسل مراحل در داوری به طور کلی به شرح زیر است:

**تقاضای داوری**

مدعی ها یا خواهان ها[[291]](#footnote-291)، بایستی یک تقاضای کتبی برای داوری " تقاضا یا درخواست " را همراه با مبلغ 5000 دلار، برای دبیر خانه ارسال نمایند. این مبلغ غیر قابل بر گشت می باشد. برطبق قواعد، در درخواست باید تمام طرف های مربوطه مشخص شده و اختلاف تشریح گردد. دبیر خانه پس از دریافت این درخواست ، طرف یا طرف های دیگر اختلاف ( پاسخ دهنده یا پاسخ دهندگان [[292]](#footnote-292) ) را از این درخواست مطلع می نماید و تمام اسناد را برای آن ها ارسال می کند. پاسخ دهنده یا پاسخ دهندگان باید ظرف مدت 30 روز یک « پاسخ[[293]](#footnote-293) » به درخواست را ارائه و در آن ضمن دفاعیات خود هر ادعای متقابل یا هر نظر درباره رسیدگی داوری را اعلام نمایند. مدعی یا خواهان می تواند ظرف مدت 30 روز به هر ادعای متقابل پاسخ دهد. پس از جواب پاسخ دهنده به مطالبِ خواهان یا مدعی(ها) ، دبیر خانه اختلاف را به دیوان تسلیم می نماید و در صورتیکه طرفین شرایط خاصی را مقرر نکرده باشند، دیوان مکان داوری را اعلام و داور یا داوران را انتخاب می نماید.

**دستور کار یا حیطه اختیارات داور یا داوران**

یک ویژگی مهم وکلیدی در داوری اطاق بازرگانی بین المللی، استفاده از دستور کار یا حیطه اختیارات داوری است ،که عبارتست از یک سند مختصر که مرجع رسیدگی داوری آن را با مشورت با طرفین اختلاف تهیه می نماید. در این سند مختصر، اختلاف تشریح، مسایل تعریف و مکان داوری و قانون قابل اعمال معین می گردد.

این سند مختصر که حاوی دستور کار یا حیطه اختیارات داوری می باشد، برای اظهار نظر طرفین به آن ها تسلیم میشود. مرجع رسیدگی داوری در اعمال یا عدم اعمال نظرات طرفین اختلاف در آن سند آزاد است . سپس سند مزبور برای امضاء به طرفین تسلیم و در نهایت به دیوان ارائه میگردد. اگر هر یک از طرفین از امضای دستور کار یا سند مزبور خود داری نماید، دیوان تصمیم خواهد گرفت که آیا آن را قبول کند یا خیر. اما اگر تمام اطراف اختلاف آن را امضاء نمایند دیوان فقط آن را ملاحظه خواهد کرد. فرایند داوری می تواند بدون توجه به امتناع یکطرف از امضای سند مزبور آغاز و ادامه یابد.

استفاده از سند دستور کار یا حیطه اختیارات داوری در رسیدگی های داوری، مورد بحث های طولانی در مراجع داوری بین المللی بوده است. برخی از کارشناسان اعتقاد دارند که منافع ناشی از دستور کار مزبور آن قدر زیاد نیست که صرف وقت برای تهیه آن را ایجاب و توصیه نماید ، مع هذا اجماع بین المللی بر این قرار داشته است که نوعی از آئین کارهای مقدماتی مفید می باشد.

اطاق بازرگانی بین المللی بر این اعتقاد است که دستور کار یا حیطه اختیارات **داوری** ، قسمت اساسی و ضروری روش کار داوری اطاق است و این سند به صورت مهمی به پالایش مسایل در اختلاف کمک می نماید و در نتیجه کارائی رسیدگی بعدی را افزایش میدهد و در تعداد زیادی از موارد به طرفین نشان میدهد که مواضع حقوقی آن ها با یکدیگر تفاوت ندارد و در نتیجه شرایطی را برای یک راه حل براساس مذاکره فراهم می آورد. به علاوه سند حاوی دستور کار با حیطه اختیارات داوری را می توان در صورت همکاری طرفین خیلی سریع تهیه نمود.

**محدودیت زمانی**

سند حاوی دستور کار یا حوزه اختیارات داوری بایستی ظرف مدت یکماه پس از دریافت پرونده توسط مرجع رسیدگی داوری به دیوان تسلیم گردد و مرجع رسیدگی داوری باید تصمیم و رای خود را ظرف مدت 6 ماه پس از امضای سند دستورکار یا سند حاوی حیطه اختیارات داوری صادر نماید. مع ذلک دیوان می تواند در صورت طرح یک تقاضای منطقی و یا به صلاحدید خود، مهلت را تمدید نماید.

**رسیدگی ها**

قواعد طوری تنظیم شده اند که از قابلیت انعطاف بالائی برخوردار باشند و به طرفین اختلاف اجازه داده شود که اگر بخواهند بتوانند درباره قواعد آئین کاری یا آیین دادرسی در بین خودشان توافق نمایند. اگر طرفین اختلاف نتوانند در این باره توافق نمایند، آئین کار یا آیین داد رسی ، بوسیله مرجع رسیدگی داوری تعیین خواهد شد و این مرجع هم چنین درباره لزوم استماع نظرات، بررسی شهادت ها و یا انتصاب کارشناسان تصمیم گیری خواهد نمود. طرفین اختلاف نیز از این حق برخوردار می باشند که اگر تقاضا نمایند مطالب آن ها شنیده شود.

**قانون صلاحیتدار یا قابل اعمال**

اگر طرفین در مورد قانون قابل اعمال در داوری توافق ننمایند، مرجع رسیدگی داوری در این باره تصمیم خواهد گرفت. طرفین اختلاف و داوران از آزادی عمل وسیعی در انتخاب قانون قابل اعمال بر خوردار می باشند. این قانون می تواند یک قانون ملی و هم چنین مجموعه ای از اصول کلی حقوقی باشد. مانند اصول قرار دادهای تجاری بین المللی یونیدرو[[294]](#footnote-294) و قانون جدید مبتنی بر عرف و عادات تجاری[[295]](#footnote-295) که اغلب به آن با عنوان لاتین " لکس مر کاتوریا[[296]](#footnote-296) " اشاره می شود.

**تصمیم یا رای داوری**

تصمیم نهائی یا موقتی مرجع رسیدگی داوری به نام Award معروف می باشند. این تصمیمات یا آرا ، بایستی به صورت مکتوب باتفاق آرا یا بااکثریت آراباشد و اگر این دو مورد حاصل نشود با تصمیم رئیس. در مواردی که هیات یا مرجع رسیدگی داوری از سه داور تشکیل شده باشد، نظرات مخالف نیز می تواند ارائه شود. اگر طرفین اختلاف بتوانند خودشان به یک حل و فصل نایل شوند، می توانند آن را به صورت رای یا تصمیم داوری در آورند و به آن رسمیت ببخشند و درنتیجه اجرای آن را تسهیل نمایند. این نوع تصمیمات به نام آرای مبتنی بر رضایت و سازش معروف می باشند.[[297]](#footnote-297) در آرای داوری هم چنین تخصیص هزینه داوری و از جمله هزینه دادرسی نیز مشخص میگردد.

تصمیم یا رای داوری ابتدا به صورت پیش نویس به دیوان تسلیم میگردد که ممکن است دیوان جرح و تعدیل شکلی را در آن وارد و بدون دخالت در آزادی تصمیم گیری مرچع رسدگی داوری ، نکات ماهوی مورد نظر خود را به آن مرجع اعلام می نماید. بعد از طی این مراحل ، طرفین اختلاف پس از پرداخت کل هزینه داوری از رای یا تصمیم داوری مطلع میگردند.

اگر یکی از طرفین اختلاف از تمکین و اجرای رای داوری امتناع نماید، طرف دیگر می تواند اجرای رای را از دادگاه صلاحتیدار تقاضا نماید. یک چنین اقدامی را استناد به کنوانسیون نیویورک سال 1958 که تا کنون بیش از 169 کشور آن را امضا نموده اند، تسهیل می نماید.

**هزینه ها**

هزینه ها شامل حق الزحمه داوران و مخارج و هزینه های اداری اطاق بازرگانی بین المللی، حق الزحمه احتمالی کارشناس و وکلای دادگستری می باشد.

پس از دریافت در خواست یا تقاضای داوری، دبیر کل قبل از تدوین دستور کار یا سند حیطه اختیارات داوری، پیش پرداخت موقتی مناسب را در مورد حق الزحمه و هزینه های مرجع داوری و مخارج اداری اطاق بازرگانی بین المللی تعیین می نماید. آغاز مراحل مقدماتی رسیدگی داوری منوط به تادیه این پیش پرداخت موقتی است. هنگامیکه پرونده به دیوان تسلیم شود، دیوان مبلغ قطعی پیش پرداخت لازم برای هزینه ها را تعیین می نماید. هر طرف اختلاف - خواهان یا مدعی و پاسخ دهنده یا پاسخ دهندگان )- ملزم می باشند که 50 در صد پیش پرداخت هزینه ها را تادیه نمایند. هزینه اداری اطاق بازرگانی بین المللی و محدوده حق الزحمه احتمالی داوران با توجه و بسته به مبلغ اختلاف و بر طبق یک میزان یا معیار ثابت هزینه های اداری و حق الزحمه داوری مندرج در قواعد محاسبه میگردد.

در وب سایت اطاق بازرگانی بین المللی، یک حسابگر هزینه داوری برای بر آورد هزینه های رسیدگی داوری در آینده ارائه شده است . نشانی وب سایت مزبور به شرح زیر است:

www. Iccarbitration. org

اگر یکی از طرفین اختلاف در پرداخت سهم پیش پرداخت خود قصور نماید، به طرف دیگر این فرصت داده می شود که آن را تادیه نماید، یا اینکه یک ضمانت بانکی را ارائه دهد تا رسیدگی داوری انجام گردد.

**بند معروف به مسیر سریع اطاق بازرگانی بین المللی[[298]](#footnote-298) برای داوری سریع**

یک داوری سریع، آن نوع ازداوری است که در آن هر دو طرف اختلاف بر روی رسیدگی داوری سریع توافق کرده باشند. درتدوین این بند بایستی نهایت دقت به عمل آید و توصیه می شود که طرفین از مشاورین با تجربه برای تحقق این هدف استفاده نمایند. در برخی از این داوری سریع ها، برای هر مرحله از رسیدگی یک مهلتی تعیین میگردد. مثلا مهلت پاسخ دادن به درخواست داوری، تعین داور یا داوران، تسلیم چالش ها و ادعا ها، صدور تصمیم یا رای داوری، اعمال محدودیت های احتمالی بر تمدید مدت ها و غیره. در این ارتباط یک گزینه ساده جایگزین می تواند ، تعیین مهلت یا ضرب الاجل برای صدور رای داوری باشد.

اگر هر دو طرف اختلاف بسیار با تجربه و حرفه ای و خواهان سرعت بخشی به رسیدگی داوری باشند، اختلاف می تواند به سرعت حل و فصل گردد. اطاق بازرگانی بین المللی گزارش داده است که اختلافات پیچیده و بزرگ را بر طبق این روش سریع، در 60 یا 80 روز رسیدگی داوری کرده است.

8-6-6 **تجدید نظر در قواعد اطاق بازرگانی بین المللی**

در اول ماه ژانویه سال 2012 قواعد جدید داوری اطاق به مرحله اجرا در آمد. این قواعد جدید نتیجه و محصول یک فرایند سه ساله سعی و کوشش و مطالعاتی بود که در آن کارشناسان خبره و متخصص داوری از چهل کشور مشارکت داشتند.

این قواعد جدید ، قواعد سال 1998 را به منظور تحقق اهداف زیر مورد جرح و تعدیل و تجدید نظر قرار داده است:

منطبق ساختن آن با تقاضا های متنوع ودر حال تغییر داوری بین المللی؛

لحاظ کردن پیجیدگی های رشد یابنده اختلافات؛

لحظ کردن نیاز های فوری فزاینده به جبران های موقتی و

ایجاد بهبود در کار آیی و مقرون به صرفه بودن سازو کار داوری .

متعاقبا در اول ماه مارس سال 2017 نیز دیوان تعداد کمی اصلاحات را به این قواعد اضافه نمود.

**تغییرات اساسی و کلیدی در قواعد سال 2012**

**داور فوری یا اضطراری**

بر طبق ماده 29 و ضمیمه شماره 5 این قواعد جدید ، طرفین اختلاف می توانند تدابیر و اقدامات حفاظتی و تامینی فوری که نمی توان آن ها را تا تعیین مرجع رسیدگی داوری به تعویق انداخت را ، از یک داور اضطراری، حتی قبل از آغاز رسیدگی داوری ، در خواست نمایند.

پس از تسلیم درخواست یک طرف اختلاف، داور اضطراری در ظرف دور روز ، توسط اطاق بازرگانی بین المللی منصوب خواهد شد. این انتصاب می تواند در یک مدت زمان محدودی به چالش کشیده شود. از داور اضطراری خواسته می شود که ظرف مدت 15 روز یک دستور اضطراری را صادر نماید. این مدت در صورت ضرورت قابل تمدید خواهد بود. دستور اضطراری مزبور برای داوران در رسیدگی ماهوی الزام آور نمی باشد و به هنگام رسیدگی ماهوی اختلاف، داوران می توانند دستور اضظراری مزبور را اصلاح یا به آن خاتمه داده و یا هر دستور صادره داور اضطراری را باطل نمایند.

تقاضای انتصاب داور اضطراری برای انجام اقدامات تامینی باید صرفنظر از میزان و مبلغ اختلاف، همراه با مبلغ چهل هزار دلار آمریکا باشد و این هزینه ها می تواند بنابه تشخیص و صلاحدید رئیس دیوان افزایش یابد.

این قاعده مانع هیچکدام از طرفین اختلاف از درخواست انجام اقدامات فوری مقدماتی تامینی از مراجع و مقامات قضائی نمی باشد.

**طرف های متعدد در اختلاف**

در ابن قواعد، ضوابط متعدد و جدیدی، رویه مربوط به داوری های پیچیده و داوری در مورد اختلافات با بیش از دو طرف را روشن نموده و مدیریت این اختلافات را تسهیل می نماید. این ضوابط به شرح زیر می باشند:

* **الحاق طرف های دیگر به اختلاف ( ماده 7 )**

هر طرف اختلاف می تواند با تسلیم درخواست به دبیر خانه، شخص ثالثی را به فرایند داوری اضافه نماید.- مشروط بر این که ، این تقاضا قبل از انتصاب داور یا تائید آن صورت گرفته باشد و در صورتیکه داور منصوب یا تائیدشده باشد، الحاق شخص ثالث مستلزم موافقت تمام طرف ها می باشد.

* **ادعاهای طرف های متعدد ( ماده 8 )**

در داوری هایی که در آن بیش از دو طرف اختلاف وجود داشته باشد، هر طرف اختلاف می تواند، قبل از تصویب سند دستور کار یا حیطه اختیارات داوری، ادعا یا ادعای متقابل را بر علیه هر طرف دیگر مطرح نماید و پس از این تاریخ ادعا یا ادعای متقابل مستلزم اجازه می باشد.

* **قراردادهای متعدد ( ماده 9 )**

ادعاهای ناشی یادر ارتباط با بیش از یک قرار داد را می توان در یک رسیدگی داوری مطرح نمود.

* **تجمیع داوری ها ( ماده 10 )**

بر طبق شرایط و اوضاع و احوالی که قبلا مشخص شده باشد، دیوان می تواند داوری ها را متعاقب در خواست یک طرف ، با یکدیگر تجمیع ( ادغام ) نماید.

**تشکیل هیات رسیدگی داوری: بی طرفی داوران و انتصاب مستقیم داور**

بر طبق ماده 11، داوران باید بیطرف و مستقل از طرفین اختلاف در داوری باشند . در قواعد قبلی به صورت صریح به بی طرفی اشاره نشده بود. به علاوه داور یا داوران بایستی هر اوضاع و احوالی که استقلال و بی طرفی آن ها را زیر سئوال ببرد و با آن مغایر باشد رابه دبیر کل اعلام نمایند.

قواعد جدید به دیوان اجازه میدهد که در برخی اوضاع و احوال های خاص، مثلا در موردی که کمیته های ملی اطاق بازرگانی بین المللی نتواند داوران را در مهلت مقرر تعیین نماید، مستقیما به انتصاب داوران مبادرت نماید.

از آنجائیکه تعداد زیادی از داوری ها با دولت ها یا نهادهای دولتی مرتبط می باشند، لذا قواعد جدید مقرر میدارد که دیوان می تواند در موردی که یک یا بیشتر طرف های اختلاف دولت باشد و یا ادعا نمایند که یک نهاد دولتی هستند، هر شخصی که مناسب تشخیص دهد را مستقیما به عنوان داور انتصاب نماید. ( ماده 13 )

**چالش های مربوط به صلاحیت**

از آنجائی که قبلا چالش ها یی در ارتباط با موضوع تعیین صلاحیت دردیوان مطرح شده بود، لذا قواعد جدید ، فرایند تعیین صلاحیت را تسریع بخشیده است. زیرا هر مساله مربوط به صلاحیت معمولا بوسیله هیات رسیدگی داوری بر رسی می شود.

**محرمانه بودن**

داوران احتمالی باید قبل از انتصاب، بیانیه محرمانه بودن را امضاء نمایند. هیات رسیدگی داوری می تواند دستورات محرمانگی متناسب با الزامات خاص مورد داوری را صادر نمایند. این دستورات می تواند شامل رعایت محرمانه بودن بر گزاری فرایند داوری ویا مساعی مربوط به حفاظت از اسرار تجاری و اطلاعات محرمانه باشد. ( ماده 22 )

**مدیریت داوری**

بر طبق قواعد جدید، طرفین اختلاف و مرجع رسیدگی داوری، موظف می باشند که با توجه به پیچیدگی و ارزش اختلافات، تمام سعی و کوشش خود را برای انجام داوری سریع و کم هزینه و مقرون به صرفه انجام دهند. این وظیفه مستلزم اعمال تعداد زیادی تکنیک های مدیریتی است که در ضمیمه قواعد جدید آمده است. این تکنیک ها عبارتند از:

* انجام وظیفه مرجع رسیدگی داوری برای تشکیل یک کنفرانس مدیریت اختلاف و مشورت با طرفین اختلاف به هنگام تدوین دستور کار یا حیطه اختیارات داوران یا اندکی پس از آن؛
* اتخاذ تدابیر آئین کاری توسط مرجع رسیدگی داوری و طرفین اختلاف با هدف اطمینان حاصل کردن از مدیریت کار آو موثر حل اختلاف . در حال حاضر قواعد ، حاوی تعداد زیادی توصیه هائی است که در نشریه اطاق بازرگانی بین المللی تحت عنوان « تکنیک ها جهت کنترل زمان رسیدگی و هزینه داوری،» آورده شده است
* اعلام مرجع رسیدگی داوری به دبیرخانه و طرفین اختلاف درباره تاریخی که انتظار میرود پیش نویس رای داوری برای بررسی به دیوان ارائه خواهد شد. رای یا تصمیم داوری باید ظرف مدت شش ماه پس از تدوین دستور کار یا حیطه اختیارات داور یا داوران صادر گردد ، ولی این مهلت می تواند تمدید شود ( ماده 30 ) و
* مرجع رسیدگی داوری به هنگام بررسی و تصمیم گیری درباره مساله هزینه ها، باید درجه و میزان فعالیت و اقدامات هر طرف دعوا جهت سرعت بخشیدن و کم هزینه تر کردن فرایند داوری را در نظر بگیرد.
* فقط دیوان داوری اطاق بازرگانی بین المللی می تواند داوری ها را بر طبق قواعد اطاق مدیریت نماید. قواعد جدید مقرر میدارد که دیوان تنها نهاد مجاز به انجام داوری ها بر طبق قواعد است. طرفین اختلاف با موافقت به ارجاع داوری بر اساس این قواعد، قبول می نمایند که داوری بوسیله اطاق بازرگانی بین المللی انجام خواهد گرفت.

**تغییرات کلیدی و مهم سال 2017 در قواعد**

**قواعد تسریع در رسیدگی داوری[[299]](#footnote-299)**

مهمترین اصلاحات سال 2017 در قواعد عبارتست از تدوین قواعد آئین کاری رسیدگی سریع جهت ساده سازی داوری با حق الزحمه های کاهش یافته. این قواعد به صورت خود کار ( اتوماتیک ) در مواردی که مبلغ اختلاف از دو میلیون دلار آمریکا تجاوز ننماید اعمال میگردد .مگر اینکه طرفین اختلاف از اعمال آن صرفنظر نمایند. ترتیبات مزبور فقط در مورد قرار دادهای داوری منعقده پس از اول ماه مارس 2017 اعمال میگردد.

یکی از مهمترین ویژگی های قواعد آئین کاری سریع این است که دیوان می تواند یک داور تنها راحتی اگر قرار داد داوری طرز دیگری را مقرر داشته باشد، منصوب نماید.

در صورت توافق ، استفاده از این ترتیبات، در مورد اختلافات با مبلغ بالاتر نیز امکان پذیر می باشد و پاسخ جذاب و جالبی به دغدغه های هزینه ای و زمان بر بودن داوری خواهد بود. هم چنین د ر این ترتیبات هیچ دستور کار با حدود اختیارات داوران وجود ندارد.

**دستور کار یا حیطه اختیارات داوری**

به منظور اعتلای بیشتر کارآئی داوری ها، مهلت با ضرب الاجل تدوین دستور کار یا حیطه اختیارات داوران از دو ماه به یک ماه کاهش یافته است.

**دلایل تصمیمات دیوان داوری بین المللی اطاق**

داوری اطاق بازرگانی بین المللی، حتی بیشتر شفاف شده است. زیرا اکنون ، این دیوان در صورت تقاضای یک طرف اختلاف ، دلایل طیف وسیعی از تصمیمات مهم را ارائه میدهد. بند 4 ماده 11 به همین منظور اصلاح شده است.

**8-6-7 قواعد اطاق بازرگانی بین المللی در مورد حل و فصل کارشناسانه اختلافات دراسناد اعتبار اسنادی ( دوس دکس )[[300]](#footnote-300)**

مرکز اطاق بازرگانی بین المللی برای حل و فصل اختلافات جایگزین(اِدی آر[[301]](#footnote-301) )، قواعد اطاق بازرگانی بین المللی در مورد حل و فصل کارشناسانه اختلافات در اسناد اعتبارات اسنادی ( DOCDEX ) ( را به نشانی زیر ( www. iccdocdex. org ) مدیریت می نماید.

این قواعد در سال 1997 بوسیله کمیسیون اطاق بازرگانی بین المللی درباره تکنیک ها و رویه بانکی به منظور تسهیل حل و فصل سریع اختلافات ناشی از اعمال قواعد و مقررات متحد الشکل اعتبارات اسنادی ( یو.سی.پی )[[302]](#footnote-302) ، قواعد و مقررات متحدالشکل پرداخت بانک به بانک در اعتبارات اسنادی( یو آر آر)[[303]](#footnote-303) ، قواعد متحد الشکل وصولی ها[[304]](#footnote-304) ( یو آرسی ) و قواعد متحد الشکل ضمانت های عد المطالبه (یو آردی جی)[[305]](#footnote-305) استقرار یافت . قواعد متحد الشکل ضمانت های عند المطالبه بعدا به صورت الحاقیه قواعد دوسِدکس در آمد.

دو سدِکس یک ساز و کار حل و فصل سریع اختلاف مبتنی بر سند( بر اساس سند ) توسط سه کار شناس و بررسی دقیق مشاور فنی کمیسیون بانکداری اطاق بازرگانی بین المللی و صادره بوسیله مرکز بین المللی راه حل های جایگزین حل و فصل اختلافات (اِ دی آر) می باشد. تصمیمات بر اساس این سازو کار الزام آور نمی باشد. مگر اینکه طرفین بر خلاف آن توافق کرده باشند. در بسیاری از موارد، طرفین اختلاف می توانند انتظار داشته باشند که نظر نهائی شش تا دوازده هفته پس از دریافت تقاضا توسط اطاق بازرگانی بین المللی صادر گردد ، ولی در مورد اختلاف های پیچیده تر این مدت ممکن است افزایش یابد.

8-6-8 **قواعد حل و فصل اختلاف جایگزین ( اِدی آر) اطاق بازرگانی بین المللی[[306]](#footnote-306)**

میانجیگری و آشتی وسازش - که برخی اوقات به آن عنوان کلی روش های جایگزین یا دیگر روش های حل و فصل اختلافات “اِدی آر” اطلاق میگردد، روش های دوستانه حل و فصل اختلاف با کمک یک شخص ثالث بی طرف می باشد. این روش ها ، به لحاظ نظری (تئوریک ) یک شکل سریع و کم هزینه حل و فصل اختلاف هستند، ولی بر خلاف داوری الزام آور نمی باشند و طرفین اختلاف می توانند تصمیم میانجی را نا دیده بگیرند. طرفین اختلاف معمولا ملزم به شرکت در رسیدگی ها بر طبق این روش نمی باشند ، مگر اینکه در بین خود بر این فرایند توافق کرده باشند. بنابراین اگر آن ها از این روش راضی نباشند می توانند خیلی راحت فرایند میانجیگری یا مصالحه و سازش را ترک نمایند.

آیا ترتیبات حل و فصل جایگزین، می تواند موفق باشد یا نه، بستگی به عواملی نظیر تعهد دو طرف اختلاف برای قبول یک حل و فصل دوستانه، ماهیت اختلاف و مهارت های شخصی و پشتکار شخص میانجی یا بر گزار کننده مصالحه و سازش دارد. در بسیاری از نظام های حقوقی، موافقت دو طرف برای ارجاع اختلاف به میانجیگری یا مصالحه و سازش دارای طبیعت یا ماهیت یک قرار داد است و نه یک رای.

**قواعد اطاق بازرگانی بین المللی درباره روش های جایگزین برای حل و فصل اختلاف (اِدی آر)**

اطاق بازرگانی بین المللی از سال 1923 از رسیدگی های مبتنی بر ترتیبات میانجیگری و مصالحه و سازش بر طبق قواعد خاص روش های جایگزین برای حل و فصل اختلاف اطاق (www.iccadr.org ) استفاده کرده است. این قواعد یک شالوده و قالب قابل انعطافی را برای حل و فصل دوستانه اختلافات تجاری و کسب و کاری از طریق ارائه خدمات یک شخص ثالث بی طرف ارائه میدهد. دبیرخانه روش های جایگزین برای حل و فصل اختلاف اطاق بازرگانی بین المللی رسیدگی ها بر طبق قواعد مزبور را اداره می نماید.

**شروع رسیدگی ها بر طبق روش های جایگزین برای حل و فصل اختلافات اطاق بازرگانی بین المللی**

استفاده از این روش مستلزم موافقت طرفین به ارجاع اختلاف برای رسیدگی بر طبق قواعد اطاق بازرگانی بین المللی در مورد روش جایگزین برای حل و فصل اختلاف (اِدی آر)[[307]](#footnote-307) است. آسانترین طریق این است که بند مربوط به استفاده از این روش در قرار داد طرفین گنجانده شود. طرفین می توانند پس از بروز اختلاف نیز از این روش استفاده نمایند. رسیدگی ها بر طبق این روش با تسلیم یک تقاضای طرفینی یا بوسیله یک طرف اختلاف به دبیر خانه روش جایگزین برای حل اختلاف اطاق بازرگانی بین المللی آغاز می شود. در صورتیکه تقاضا بوسیله یک طرف اختلاف به این دبیر خانه ارسال شده باشد، این دبیر خانه درخواست را به اطلاع طرف دیگر ، یا طرف های دیگر ،می رساند. اگر طرف با طرف های دیگر ، حل اختلاف از طریق این روش را قبول نماید، رسیدگی ها آغاز می شود. اگر طرف با طرف های دیگر با این روش رسیدگی موافقت ننمایند، در آنصورت رسیدگی آغاز نخواهد شد.

اطاق بازرگانی بین المللی برای استفاده از این روش ، چهار نوع بندرابه طرفین پیشنهاد نموده است که می توانند در قرار داد وارد نمایند. این بندها، بندهای مدل یا الگو نمی باشند که طرفین نتوانند آن ها را بدون جرح و تعدیل در قرار داد درج نمایند. بلکه پیشنهاداتی هستند که می توان آن ها را بر حسب نیازهای طرفین مورد جرح و تعدیل قرار داد. این بندها به ترتیب و برحسب افزایش تعهدات طرفین برای استفاده از روش جایگزین برای حل و فصل اختلاف، از کاملا اختیاری بودن تا تعهد الزام آور برای تسلیم تقاضا جهت رسیدگی بر طبق قواعد این روش و تلفیق یا عدم تلفیق این قواعد با رسیدگی های داوری اطاق بازرگانی بین المللی ، تنظیم شده اند.

**آئین کارهای روش جایگزین برای حل و فصل اختلاف اطاق بازرگانی بین المللی**

قواعد روش های جایگزین برای حل و فصل اختلاف اطاق بازرگانی بین المللی، طرفین را مجاز میداند که تکنیک و روش حل و فصل مناسب با اوضاع و احوال را انتخاب نمایند. گزینه ها عبارتند از: الف) میانجی گری. به موجب این روش یک شخص بی طرف به عنوان تسهیل کننده حل اختلاف به طرفین کمک می نماید که به یک توافق در مورد حل اختلاف نایل گردند. ب) ارجاع به یک شخص بیطرف برای اظهار نظر درباره یک یا چند موضوع، ج) شبه محاکمه[[308]](#footnote-308). به موجب این روش هیاتی متشکل از یک شخص بی طرف و یک مقام اجرائی از طرف هر طرف اختلاف تشکیل و درباره آن اظهار نظر می نماید، و تلفیق این روش های متفاوت.

بر طبق قواعد فوق الذکر اگر چنانچه طرفین یکی از گزینه های فوق را انتخاب ننمایند، میانجیگری یا وساطت انتخاب پیش فرض به شمار میاید.

هر تکنیکی انتخاب شود، موفقیت آن تکنیک یا روش تا حد زیادی بستگی به بی طرفی حرفه ای ومهارت های فردی رسیدگی کننده خواهد داشت. طرفین اختلاف می توانند مشترکا شخص بیطرف را تعیین نمایند. آن ها هم چنین می توانند در مورد شایستگی ها یا ویژگی های شخص بی طرفی که بر طبق قواعد لازم شود از طرف اطاق بازرگانی بین المللی تعیین گردد ، با یکدیگر توافق نمایند. اطاق شخصی را انتخاب خواهد نمود که مستقل از طرفین اختلاف باشد.

طرفی که از انتصاب شخص بی طرف نا راضی باشد، می تواند اعتراض با دلیل و مدرک و منطقی خودرا درباره این انتصاب ظرف مدت 15 روز پس از اطلاع از انتصاب تسلیم نماید و اطاق بازرگانی بین المللی شخص بی طرف دیگری را منصوب خواهد نمود. زمانی که رسیدگی ها آغاز شود، یک بحث مقدماتی در بین طرفین اختلاف و شخص بی طرف به منظور تعیین روشی که باید تعقیب شود صورت خواهد گرفت.

**نتیجه رسیدگی های روش جایگزین برای حل و فصل اختلاف اطاق بازرگانی بین المللی**

هدف این رسیدگی ها حل و فصل نهائی یا رسیدن به یک مصالحه و سازش در بین طرفین اختلاف درباره تمام یا قسمت هائی از اختلاف است. اگر طرفین به حل و فصل اختلاف نایل نشوند، رسیدگی ها بر طبق روش جایگزین برای حل و فصل اختلاف ، به یک نتیجه الزام آوری منجر نخواهد شد. این مورد با مورد داوری که به یک تصمیم یا رای نهائی قابل اجرا بر علیه یک طرف اختلاف منتیج می شود ، کاملا مغایرت دارد.

با این حال ، روش جایگزین برای حل و فصل اختلاف ، می تواند به نحوی تنظیم شود که مکمل روش های الزام آور مثل داوری باشد. برای مثال ممکن است که در جریان رسیدگی داوری چنین به نظر برسد که اختلاف می تواند به طریق دوستانه حل و فصل گردد و در نتیجه طرفین اختلاف به روش جایگزین برای حل و فصل اختلاف متوسل شوند. هم چنین طرفین می توانند یک روش حل و فصل اختلافی را انتخاب نمایند که ابتدا مبتنی بر روش جایگزین برای حل و فصل اختلاف باشد و سپس در صورتیکه یک حل و فصل دوستانه با شکست مواجه شود به روش داوری متوسل گردند.

**قواعد هیات حل اختلاف اطاق بازرگانی بین المللی[[309]](#footnote-309)**

این امکان وجود دارد که در قرار دادهای طویل مدت ، به علت حادث شدن تغییرات در اوضاع و احوال طرفین ، اختلافاتی در بین آن ها به وجود آید. به منظور جلوگیری از قطع یا به وخامت گرانیدن روابط قرار دادی ، طرفین می توانند تشکیل یک هیات حل اختلاف ( دی. بی )[[310]](#footnote-310) را به عنوان جانشینی برای داوری یا رسیدگی قضائی مورد بر رسی قرار دهند . اطاق بازرگانی بین المللی یک سری اسناد را برای این نوع وضعیت ها تدوین کرده است که عبارتند از: قواعد هیات حل اختلاف اطاق بازر گانی بین المللی [[311]](#footnote-311)، سه بند استاندارد درباره هیات حل اختلاف و یک موافقت نامه عضو مدل هیات حل اختلاف [[312]](#footnote-312).

گرچه ترجیح این است که یک هیات اختلاف از همان آغاز قرار داد تشکیل شود، ولی طرفین برخی اوقات آن را پس از حادث شدن اختلاف تشکیل میدهند. این هیات ها ارگان های دائمی هستند و تشکیل می شوند از یک یا سه عضو مستقل وکاملا آگاه به قرار داد و اجرا و عملکرد آن . وظیفه و نقش اعضای این هیات ها بر حسب انواع مختلف هیات های حل اختلاف پیش بینی شده در قواعد هیات های اختلاف اطاق بازرگانی بین المللی متغیر است. (www.iccdisputeboards.org)

* **هیات های مرور اختلاف ( دی آر بی )[[313]](#footnote-313)**

**ا**ین هیات ها توصیه هائی را صادر می نمایند که اگر طرفین آن را قبول نمایند ( بویژه اگر آن ها عدم رضایت خود درباره آن را در ظرف یک مدت تعیین شده ابراز ننمایند ) الزام آور می شود. اگر چنانچه یکی از طرفین عدم رضایت خود را درباره توصیه ابراز نماید، این توصیه برای طرفین الزام آور نخواهد بود، ولی آن ها می توانند پس از نتیجه داوری یا رسیدگی های قضائی توسط دادگاه که معمولا پس از رسیدگی های ناموفق هیات های انجام می شود آن را قبول نمایند.

* **هیات های تصمیم گیرنده درباره اختلاف ( دی اِ بی )[[314]](#footnote-314)**

این هیات ها تصمیم گیرنده می باشند و بنابراین نسبت به ساز و کار هیات های مرور اختلاف یا ( دی آر بی ) کمتر مبتنی بر عامل اجماع یا رضایت طرفین می باشند. دراین مورد، طرفین خود را به صورت قرار داد متعهد می سازند که از تصمیم هیات، بلافاصله پس از دریافت آن ، متابعت نمایند. اگر یک طرف قرار داد در ظرف مدت معبنی عدم رضایت خود را از تصمیم اعلام نماید، باز هم ملزم به متابعت از تصمیم است. هر چند که طرف مزبور میتواند از این حق برخوردار باشد که اگر در قرار داد آمده باشد اختلاف را به داوری یا دادگاه های کشوری ارجاع دهد.

* سومین نوع هیات حل اختلاف را اطاق بازرگانی بین المللی با هدف لحاظ کردن قابلیت انعطاف در آئین کار هیات حل اختلاف ایجاد کرده است. هیات های حل اختلاف تلفیقی (سی دی بی )[[315]](#footnote-315) معمولا به صدور توصیه ها اقدام می نمایند، ولی می توانند یک تصمیم را در صورت تقاضای یکطرف و عدم اعتراض طرف با طرف های دیگر اتخاذ نماید. اما اگر یک طرف اعتراض نماید، این هیات تلفیقی می تواند تصمیم بگیرد که تصمیمی را توصیه نماید یا خیر.

اطاق بازرگانی بین المللی این رسیدگی ها را مدیریت نمی نماید، ولی یک نقش فرعی را ایفا می نماید که می تواند شامل انتصاب اعضای هیات ها وتصمیم گیری در مورد به چالش طلبید ه شدن اعضای هیات ها و بررسی شکلی تصمیمات هیات های حل اختلاف بنا به تقاضای طرفین باشد.

**انتصاب یک کارشناس**

طرفین اختلافی که به خدمات یک کارشناس نیاز داشته باشند، می توانند از مرکز بین المللی راه حل های جایگزین برای حل و فصل اختلافات یا "مرکز"در خواست نمایند که کارشناسی را در حوزه خاص مربوطه معرفی نماید.

طرفین می توانند به جای تقاضا برای دریافت پیشنهاد یک کارشناس، با یکدیگر توافق نمایند که از مرکز تقاضا نمایندکه کارشناسی را منصوب نماید که تجزیه و تحلیلی درباره موضوع که اغلب در یک گزارش مکتوب یا توصیه درج میگردد ، را ارائه دهد. طرفین ملزم به قبول این کارشناس تعیین شده توسط مرکز می باشند و ملزم می باشند که از این کارشناس خاص بخواهندکه در حل مسایل به نحو دوستانه کمک نماید و یا اینکه حقایق خاصی را معین نماید.

در میان خدماتی که مرکز ارائه میدهد ، میتوان به این مورد اشاره نمود که قواعد مرکز شامل آئین کارهای اساسی قابل اعمال از مرحله تقاضا تا مرحله انتصاب کارشناس و اعلام گزارش کامل کارشناس می باشد.. مثال ها در این زمینه عبارتند از: ارزیابی ظرفیت عملیاتی واحد تولیدی ، ارزیابی استهلاک و فرسایش مواد، حسابرسی و ممیزی مالی یک شرکت در طی فرایند تصاحب آن، ارزیابی مجدد ارزش یک قرار داد و کمک به هیات های تصمیم گیری.

خود آزمایی فصل هشتم: حل و فصل اختلاف بین المللی

**صحیح یا اشتباه**

1. **تصمیم یا رای داوری قطعی و نهایی هستند و قابل پزوهش نمی باشند.**
2. **اگر چنانچه در بند یا شرط ارجاع اختلاف به داوری در قرار داد، به اعمال قوعد داوری اطاق بازرگانی بین المللی، اشاره شده باشد ، هر مرجع داوری میتواند بر فرایند داوری نظارت داشته باشد.**
3. **بر طبق قواعد رسیدگی سریع اطاق بازر گانی بین المللی ،رسد گی های داوری ، به سرعت در عرض 60 تا 80 روز پس از تسلیم تقاضای داوری کامل شده اند.**
4. **هنگامی که یک دادگاه ملی یک تصمیمی را پس از ختم داد رسی اتخاذ می نماید، تصمیم مزبور به صورت خود بخود( اتوماتیک) به وسیله هر دادگاه خارجی صالح حاکم بر محکوم علیه ، اجرا میشود.**
5. **هنگامی که یک رای دادگاه هنوز در مرحله پژوهشی در کشور مقر دادگاه باشد و قطعی نشده باشد ، رای مزبور تا قبل از پایان مراحل استیناف و نهایی شدن رای قابل اجرا نمی باشد .**
6. **بر طبق قواعد اطاق بازر گانی بین المللی تصمیمات میانجیگری و آشتی برای طرفین اختلاف لازم الاتباع است.**
7. **متن تجدید نظر شده سال 2012 قواعد داوری اطاق بازر گانی بین المللی ، تسهیلات برای مدیریت اختلافات پیچیده و چند جانبه را افزایش داده است.**

**پاسخ ها:**

**فصل نهم**

**قرار دادهای بین المللی فرا نشیز و اعطای مجوز**

**خلاصه**

اعطای مجوزو قرار داد فرا نشیز ، به صاحبان کسب و کارهای موفق ، حتی اگر سرمایه و تجربه لازم را در اختیار نداشته باشند، سبب می شود که این کسب و کارها به سرعت و در سطح بین الملل گسترش یابند. یک مجوز دهنده و یک فرانشیز دهنده ، با این اقدام به گسترش استفاده از یک علامت تجاری یا مارک ( برند ) معتبر یا سایر مالکیت های فکری با ارزش کمک می نمایند و مجوز گیرنده و کسی که امتیاز فرانشیز را دریافت می نماید ، سرمایه و نیروی لازم را برای این توسعه و گسترش فراهم می سازد و به علاوه موافقت می نماید که به مجوز دهنده و فرانشیز دهنده حق استفاده از امتیاز را پرداخت نماید.

ساختار قرار داد فرانشیز و قرار داد اعطای مجوز با یکدیگر شباهت دارند. زیرا هر دو متضمن انتقال و اعطای حق استفاده از حقوق مالکیت فکری خاص ، مانند استفاده از علایم تجاری، اختراعات یا اسرار تجاری ، می باشند. مع ذلک، در عمل بین این دو قرار داد اختلافات مهمی نیز وجود دارد. نکته جالب توجه این است که استفاده گسترده از ترتیبات فرانشیز به عنوان موتور سرمایه گذاری، به تدوین مقررات سفت و سخت دولتی درباره آن منجر شده است.

در ترتیبات قرار دادی تعاونی، نظیر قرار دادهای فرانشیز و اعطای مجوز و قرار دادهای نمایندگی های تجاری و توزیع، یک تنش ذاتی درمورد تداوم داشتن رابطه قرار دادی های مزبور وجود دارد. بدین معنا که علیرغم اینکه در این نوع قرار دادها، هر دو طرف، مساعی قابل ملاحظه و یا سرمایه را صرف می نمایند ، ولی این امکان وجود دارد و حتی محتمل نیز می باشدکه ترتیبات مزبور یک ترتیبات موقتی باشد. درنتیجه بایستی در تدوین و نگارش بندهای مربوطه در قرار داد ، مانند، بند های مربوط به مدت قرار داد، پایان دادن به قرار داد، نقض و تجدید قرار داد نهایت دقت به عمل آید.

**9-1 مقایسه قرار داد فرانشیز و اعطای مجوز**

قرار داد های فرانشیز و اعطای مجوز بهره برداری ، موتورهای رشد اقتصاد جهانی می باشند. در سال 2016 ، فروش جهانی خرده فروشی کالاهای مشمول قرار داد اعطای مجوز به مبلغ 272 میلیارد دلار بالغ گردید. شرکت والت دیزنی با فروش محصولات خود از طریق قرار داد اعطای مجوز به مبلغ چهار میلیارد دلار ، بزرگترین شرکت اعطا کننده مجوز بوده است. در سال 2017 تخمین زده شد که تعداد 744000 کسب و کار مبتنی بر قرار دادهای فرانشیز در جهان وجود دارد که هفت میلیون و نهصد هزار نفر در آن اشتغال دارند و 710 میلیارد دلار فروش داشته اند.

از دیدگاه حقوقی ، قرار داد فرانشیز و قرار داد اعطای مجوز با یکدیگر شبیه می باشند، با این همه قرار دادهای مزبور در عمل در مورد نوع کسب و کار با یکدیگر متفاوت می باشند. از اعطای مجوز برای استفاده از علامت تجاری، معمولا در تولید و فروش کالاهای مصرفی با آن علامت تجاری استفاده می شود، در حالی که مجوز های استفاده از اختراع و دانش فنی و عملکردی[[316]](#footnote-316)، در بخش فن آوری بسیار با ارزش و مهم هستند. هم چنین در حالیکه از قرار داد فرانشیز در طیف وسیعی از بخش ها استفاده میگردد، ولی استفاده از این نوع قرار دادها در بخش های خدماتی رستوران ها، هتل ها و فروشگاه های خرده فروشی ، بسیار مهم است.

در عمل، قرار دادهای اعطای مجوز ، معمولا قرار دادهای منحصر به فردی هستند که اختصاصا برای منظور خاصی طراحی و تدوین می شوند ، در حالی که که قرار دادهای فرانشیز ، نوعا قرار دادهائی هستند که به موجب آن فرانشیز دهنده شرایط و ضوابط مشابه و مشترکی را به دریافت کنندگان بالقوه امتیاز فرانشیز پیشنهاد می نمایند.

فرانشیزهای به اصطلاح « واحد »[[317]](#footnote-317) - استفاده از امتیاز فرانشیز توسط فروشگاه های انفرادی در یک شبکه کسب و کار فرانشیزی ، برای مثال یک رستوران مک دونالد -به عنوان موتور سرمایه گذاری به عموم ارائه میگردد. در نتیجه، اکنون اغلب کشورها ، مداخله کرده وشکل و قالب یا فُرمت فرانشیزرا مانند سایر ابزار سرمایه گذاری نظیر بورس سهام، اوراق قرضه یا مشارکت ها ، تحت نظم و قاعده در میاورند. اما قرار داد اعطای مجوز که بین دو طرف با تجربه و مستقل منعقد میگردد، مشمول این فرایند تنظیماتی نمی باشند. به همین دلیل این امکان وجود دارد که صاحبان کسب و کار ها یی که به دنبال کسب فرانشیز هستند، می توانند به جای قرار داد فرانشیز از قرار داد اعطای مجوز که دارای ویژگی های قرار داد فرانشیز باشد، استفاده نمایند، ولی اتخاذ این روش در صوئی امکان پذیر است که منافاتی با قانون محلی نداشته باشد.

قرار دادهای فرانشیز و اعطای مجوز با یکدیگر شبیه هستند. زیرا هردو فرار داد حق بهره برداری از حق مالکیت فکری را مقرر میدارند. بسیاری از قرار دادهای فرانشیز و اعطای مجوز، حاوی مقرراتی درباره خدمات اضافی و یا کالاها نیز می باشند. برای مثال در یک قرار داد اعطای مجوز بهره برداری از یک علامت تجاری برای کالاهای لوکس، مجوز دهنده در عین حال به دریافت کننده مجوز ، حق استفاده موقت از برند یا علامت تجارتی در تولید و فروش برخی اقلام دیگر را نیز اجازه میدهد. یا به عبارت دیگر اعطای یک اجازه موقت دائر به استفاده از حق مالکیت فکری ( معنوی ) مجوز دهنده توسط مجوز گیرنده. در ازای این انتقال حق یا اعطای مجوز، مجوز دهنده یک حق الامتیاز را از فروش مجوز گیرنده دریافت می نماید. به علاوه مجوز دهنده ممکن است موافقت نماید که طرح خاص وخدمات مشورتی و بازاریابی را نیز ارائه دهد که اغلب هزینه این خدمات علاوه بر حق الامتیاز به او پرداخت میگردد. بنا بر این و به این مفهوم، محتوای این قرار دادها را می توان به صورت قرار دادهای بیشتر یا فراتر از انتقال حق مالکیت فکری ( معنوی ) خلاصه کرد[[318]](#footnote-318).یعنی مجوز دهنده یا فرانشیز دهنده علاوه بر موافقت با انتقال حق مالکیت فکری با ارائه خدمات اضافی و/یا کالا نیز موافقت می نماید.

برخی اوقات به قرار دادهای فرانشیز و اعطای مجوز عنوان" ابزار یا قرار دادهای زنده [[319]](#footnote-319) » اطلاق میگردد. این وجه تسمیه به این علت است که این قرار دادها باید بر چگونگی و کم وکیف ، همکاری های جاری افراد و شرکت ها ی شرکای کسب و کاری و متحد یکدیگر برای نیل به هدف مشترک و متقابل بهره برداری از یک حق مالکیت فکری ( معنوی ) ، در یک مدت زمان قابل توجه حاکم باشند. به همین دلیل و اینکه طرفین این قرار دادها ، در کسب و کار متقابلا سود آور برای مدت چند سال سرمایه گذاری می نمایند، بنابراین برای آن ها بسیار مهم است که در مذاکرات تدوین قرار دادهای مربوطه نهایت دقت را به عمل آورند.

**9-2 اعطای مجوز**

**9-2-1 منافع استراتژیک**

قرار داد اعطای مجوز ، قراردادی است که بر طبق آن مالک یک حق مالکیت فکری ( معنوی ) با ارزش ، به طرف دیگر قرار داد حق بهره برداری و استفاده از آن حق را مشروط به راهنمائی و نظارت و سایر محدودیت های خاص مجوز دهنده ، اعطا می نماید. مطلوب و ایده آل این است که این رابطه قرار دادی برای طرفین سود آورمیباشد . قرار داد اعطای مجوز به دارنده یک حق مالکیت فکری ( معنوی ) یا مجوز دهنده این فرصت را میدهد که بدون اجبار به سرمایه گذاری خود در زیر ساخت پر هزینه، وارد در بهره برداری و تجاری سازی آن حق شود.

قرار داد اعطای مجوز، گسترش محصولات جدید را تسهیل می نماید و نفوذ در بازارو سهم بازار را افزایش میدهد، کانال های توسعه را گسترش میدهد و آگاهی مصرف کنندگان درباره برندها را اعتلا می بخشد. برای مثال یک خط تولید پوشاک ممکن است که در صدد گسترش برندهای خود به عطر ها، لوازم آرایشی، جواهرات، کفش، کیف زنانه و مجموعه وسایل خانگی و غیره بر آید. یک خرده فروش و سایل ورزشی می تواند، کسب و کار خودش را به فروش و سایل ورزشی مارکدار، کفش های ورزشی و عینک های مارکدار و معروف گسترش دهد. این گسترش ها ی مکمل می تواند از طریق ایجاد و بر پا سازی مراکز جدید فروش در مکان های عالی و فروش در انواع مختلف فروشگاه ها، به آگاهی درباره برندها یا مارک ها کمک نماید.

گیرندگان مجوز نیز از مجوز ها سود می ببرند . زیرا قرار داد اعطای مجوز این فرصت را در اختیار افراد دارای زیر ساخت و مهارت در کشورهای دیگری غیر از کشور اعطا کننده مجوز قرار میدهد که بتوانند از برندهای شناخته شده بین المللی استفاده کرده و کالاهای دارای آن مارک و برند را در بازار داخلی بفروش برسانند و سود ببرند. برای مثال یک صاحب کارخانه شاید ظرفیت تولید سایر محصولات را داشته باشد،، ولی نتواند بدون استفاده از قدرت و اعتبار یک برند شناخته شده، آن محصولات را به بازار عرضه نماید. هم جننین معرفی به بازار یک برند معروف می تواند، دسترسی دارنده مجوز را به فروشگاه ها ی سایر محصولات مارک دار اعتلا ببخشد. هر چند که اغلب قرار دادهای اعطای مجوز ، دارنده مجوز را از به بازار عرضه کردن محصولاتی که رقیب کامل محصولات اعطا کننده مجوز باشد، منع می نماید .

بنابراین قرار داد اعطای مجوز هم برای اعطا کنندگان مجوز که در صدد یافتن بازارهای جدید بین المللی می باشند و هم برای دریافت کنندگان مجوز که در پی واردات برندهای خارجی می باشند مفید است. اعطا کنندگان مجوزنیز از دسترسی به توزیع کنندگان و فروشندگان خارجی که روابط بازرگانی رادر کشور خارجی مستقر کرده و از مهارت هاو تخصص های لازم برخوردار می باشند ، منتفع می گردند. هم چنین دریافت کنندگان مجوز اهل یک کشور نیز از معرفی برند و محصولات خارجی به بازارهای آن کشور سود می برند.

9-2-2 **یافتن فرصت های اعطای مجوز: نمایندگان یا واسطه های اعطای مجوز**

در زمینه اعطای مجوز ، واسطه های اعطای مجوز[[320]](#footnote-320)، می توانند درموارد زیر به اعطا کننده مجوز کمک نمایند:

* تدوین یک برنامه استراتژیک اعطای مجوز، شامل شناسائی کانال ها و مجاری خرده فروشی سود آور و شناسائی طرف های دریافت کننده مجوز احتمالی که قادر به کمک به اجرای اهداف مترتب بر اعطای مجوزاز دیدگاه مجوز دهنده باشند؛
* شناسائی و تعقیب فرصت های همکاری شرکای بالقوه که دارای مهارت و تخصص های مناسب و موقعیت یا بی جهت برند در بازار[[321]](#footnote-321) باشند؛
* ارائه رهنمودها درباره اهداف واقع گرایانه مالی .

این واسطه ها می توانند به شناسائی فرصت های نو آورانه و خلاقانه[[322]](#footnote-322) جهت برندهای مشهور و جا افتاده کمک نمایند. برای مثال به یک دارنده برند ساعت سوئیسی ممکن است توصیه نمایند که شرکت های لوکس خود رو سازی را جهت انعقاد قرار داد اعطای مجوز، برای استفاده از ساعت های مارک دار و تحت برند خود در داخل اتوموبیل آین شرکتها، مورد هدف قرار دهد.

بر عکس صاحب یک برند با پرستیژ و شهرت و اعتبار ، ممکن است ( در غیاب یک واسطه. م )علاقمند به بهره برداری از فرصت های بازار کالاهای ارزان قیمت درکانال های عرضه انبوه شود که این گزینه با مخاطرات بسیار زیادی همراه خواهد بود. زیرا کیان برنددر موضع خطر(ریسک) قرار میگیرد. یک حرکت اشتباه با یک شریک ضعیف ، می تواند پرستیژ و شهرت برند را در یک کشور خاص به مخاطره بیاندازد. یک کارگزار یا واسطه در فرایند اعطای مجوز، بایستی دارای معلومات کافی جهت یافتن بهترین مجوز دهنده و بهترین دریافت کننده مجوز و بر قراری ارتباط قرار داذی موفق بین آن ها از طریق مذاکره باشد.

9-3 **استراتژی ها برای مذاکره و تدوین قرار داد اعطای مجوز**

بهترین مجوز دهندگان ، از طریق انعقاد موافقت نامه های استراتژیک که به گسترش برند کمک کند و در عین حال خطرات و هزینه ها را به حداقل برساند، موفق می شوند.

9-3-1 **تحقیق و آماده سازی**

همانند قرار دادهای نمایندگی و توزیع، طرف های قرار داد اعطای مجوز بایستی زمانی را صرف آشنائی یکدیگر بنمایند. درغیر اینصورت پس از امضای قرار داد، طرفین ممکن است متوجه شوند که برای سال ها در یک رابطه یا عملکرد ضعیف گیر کرده اند.

**توصیه ها**

* باید این اطمینان حاصل شود که طرف و شریک در قرارداد اعطای مجوز، دارای سازمان و توانائی لازم برای اجرای قرارداد میباشد.
* درباره وضع مالی طرف قرار داد ( مجوز گیرنده ) تحقیق شود.
* درباره شهرت و صداقت و عدم سوء پیشینه طرف مقابل ( مجوز گیرنده ) تحقیق شود.

9-3-2 **مذاکرات مقدماتی**

از آنجائی که قرار داد اعطای مجوز مستلزم یک تعهد چند ساله است، بنابراین هر گونه روش خصومت ورزانه در مذاکرات اولیه در ارتباط با انعقاد این قرار داد، یک علامت هشدار دهنده به شمار میرود. اگر مذاکرات از همان آغاز مشکل باشد، شاید عاقلانه باشد که انتخاب طرف قرار داد مورد ارزیابی مجدد قرار بگیرد. صبر و شکیبائی بسیار مهم است. مذاکرات برای اعطای مجوز می تواند ماه ها طول بکشد و میتواند ثمره تماس های وسیع در طی سال های متمادی باشد. هردو طرف بایستی از قابلیت انعطاف لازم بر خوردار باشند، اما مجوز دهندگان معمولا ، حداقل برداشتن کنترل سفت و سخت بر کانال های توزیع و خلاق به منظور پشتیبانی از کیان برند اصرار می ورزند.

قرار دادهای اعطای مجوز ، مستلزم سرمایه گذاری های وسیع از هر دو طرف قرار داد می باشد. یک موافقت نامه اعطای مجوز ضعیف تنظیم شده یا یک طرف قرار داد بد و نامناسب ، می تواند به تصویر ذهنی در باره برند و فروش و روابط با مشتریان لطمه و صدمه وارد سازد.

**فهرست باز بینی موارد قبل از مذاکره**

* قبل از مذاکره ، یک فهرست حاوی نکات مربوط به همکاری یا شرایط نامه[[323]](#footnote-323) را تهیه نمایید که در آن از جمله سایر موارد، هدف های کلیدی و مهم و مسئولیت ها تعیین شده باشد.
* با مشاور خود درباره به خاطر سپردن شرایط و معانی اصطلاحات تجاری و کسب و کاری و فهم و درک معانی واژه های مهم و کلیدی و نیل به توافق نهائی برای اجرا کار کنید.

9-3-3 **مرحله انعقاد قرار داد**

**فهرست بازبینی موارد مربوط به قرار داد.**

* هنگام تدوین و استفاده از شرایط نامه [[324]](#footnote-324)، قصد نامه[[325]](#footnote-325)یا رئوس تفاهم نامه[[326]](#footnote-326) یا شکل های متفاوت اسناد قبل قراردادی مربوط به خلاصه شرایط قرار داد جهت راحت تر شدن مذاکرات ، الزام آور بودن این اسناد را به منظور اجتناب از مسئولیت های قبل قرار دادی ، محدود نمایید.
* . امکان تغییر در قرار داد به خاطر تغییر در شرایط و اوضاع و احوال را لحاظ نمایید .اگر قرار داد اعطای مجوز ، دارای مدت خیلی طولانی باشد، گزینه هائی را جهت لحاظ کردن تغیر ات بالقوه در بازار را در قرار داد منظور نمایید.
* . اگر یک معیار قیمت خرده فروشی ، محصول، یا جایگاه یابی بازاری[[327]](#footnote-327) آن را تعریف نماید، تورم قیمت احتمالی در آینده نیز بایستی پیش بینی گردد.
* اگر طرفین موافقت نامه بخواهند که روابط امانی[[328]](#footnote-328) - رابطه خاص با شفافیت کامل با سطح بالای اعتماد به طرف دیگر - یا یک رابطه خاص دیگر در بین آنان حکمفرما باشد، باید آن را صراحتا در قرار داد قید نمایند.
* طرفین باید شرایط مربوط به ضرر و زیان ناشی از نقض قرار داد ، که در آن نحوه اندازه گیری این ضرر و زیان مشخص شده باشد را تدوین نمایند. این شرایط را دادگاه ها در صورتیکه بصورت فاحشی بیش از ضرر و زیان های قابل پیش بینی نباشد، قبول می نمایند.
* مجوز گیرنده باید مذاکره در مورد مجوز های انحصاری در ارتباط با مارک های مشخص با مناطق خاص جغرافیائی رامورد بر رسی قرار دهد.
* نوعا موافقت نامه های اعطای مجوز حاوی شرایطی می باشند دائر بر این که قبول حق الامتیاز و سایر پرداخت ها توسط مجوز دهنده ، به معنای کافی بودن یا اینکه نقض های مهم قرار دادی وجود ندارد ، نمی باشد.
* شرط عدم انتقال به غیر، گیرنده مجوز را از انتقال حقوق موضوع قرار داد به دیگری منع می نماید. معمولا مجوز دهنده می خواهد که کنترل بر کسی که حق استفاده از مجوز را دارا می باشد و از آن استفاده می کند را برای خود حفظ نماید .
* ارزیابی بایسته و شایسته و تحقیق موشکافانه مستلزم تحقیق در باره سلامت مالی طرف مقابل است. حفاظت ها یا تضمین های قرار دادی، نیز بایستی مقرر شود دایر بر اینکه دز صورتی که مجوز گیرنده، مفلس شود و یا اینکه شرایط بالقوه ور شکستگی در مورد او صدق نماید، به قرار داد فورا خاتمه داده می شود.

9-4- **قرار داد اعطای مجوز: ضوابط و شرایط مهم و کلیدی**

شرایط مهمی و کلیدی و اصطلاحات در یک موافقت نامه اعطای مجوز به شرح زیر است:

**9-4-1 تعاریف**

در بخش تعاریف، معانی خاص واژه های مهم و کلیدی مورد استفاده در موافقت نامه اعطای مجوز مانند "محصولات" و " فروش های خالص " تبیین می گردد.

9-4-2 **اعطای مجوز/ حقوق محفوظ مانده برای اعطا کننده مجوز**

بخش مربوط به اعطای مجوز / حقوق محفوظ مانده برای اعطا کننده مجوز در قرار داد ، دقیقا مشخص می نماید که درباره کدام حق مالکیت فکری ( معنوی ) مجوز استفاده داده می شود. در قرار داد بایستی صراحتا این حقوق نظیر حق مربوط به علامت تجاری، اختراع، حق تالیف ( کپی رایت )، اسرار تجاری، تولید و دانش فنی، مشخص گردد.

برای مثال ، در ارتباط با مجوز کپی رایت، موردی را در نظر بگیرید که شخصی مالک مجموعه ای[[329]](#footnote-329) از حقوق مالکیت فکری خاص باشد. در چنین حالتی باید در مجوز صراحتا تعیین شود که کدام حق موضوع قرار داد اعطای مجوز است.

هم چنین در بخش مربوط به اعطای مجوزدر قرار داد، باید مشخصا ذکر شود که کدام یک از حقوق را اعطا کننده مجوز برای خود حفظ می کند و آن را به گیرنده مجوز اعطا نمی نماید. حقوق اعطائی به مجوز گیرنده بر طبق قرار داد، می تواند انحصاری یا غیر انحصاری باشد. بر طبق یک قرار داد اعطای مجوز انحصاری، مجوز گیرنده یا صاحب مجوز، تنها فرد و یا تنها نهاد مجاز به بهره برداری( بر طبق قرار داد) از حق یا حقوق مالکیت فکری موضوع قرار داد، در یک منطقه مشخص است. اعطا کنندگان مجوز بایستی مراقبت نمایند که این منطقه مشخص شده در قرار داد اعطای مجوز شامل یک منطقه خیلی وسیع نباشد. زیرا این امر سبب خواهد شد که محدوده جغرافیائی و اختیارات مجوز دهنده جهت اعطای مجوز سود آور به دیگران محدود گردد. موافقت نامه های اعطای مجوز، معمولا مجوز گیرنده را از تولید و فروش محصول رقیب اعطا کننده مجوز و تحت یک علامت تجاری رقیب، منع می نماید. بنابراین اعطای مجوز بهره برداری از برندهای مشهور ، مجوز گیرنده را از گرفتن مجوز استفاده از برند رقیب منع می نماید. او نمی تواند به صورت هم زمان از هر دو برند رقیب استفاده نماید.

9-4-3 **ملاحظات دیگر مربوط به اختراع و علامت تجاری**

قرار دادهای اعطای مجوز بهره برداری از علامت تجارتی و اختراع ، باید همراه ضمیمه ای باشد که در آن به اختراع ها و یا مارک های موضوع قرار داد و شماره ثبت آن ها اشاره شده باشد. در صورتی که اختراع یا علامت تجارتی جدیدی بوسیله اعطا کننده مجوز ( برای درج در مجوز ) اضافه شود، در اینصورت باید در مجوز یا پروانه موضوع مسئولیت اخذ تائیدیه و تسلیم تقاضا های ثبت جدید ، برای مثال ثبت در کشور مجوز گیرنده ، معلوم گردد و مشخص و تایید شودکه مالکیت مجوز دهنده منتقل نشده و حفظ خواهد شد. هم چنین باید در موافقت نامه یک شرط نیز گنجانده شود، دائر بر این که مجوز گیرنده بایستی در فرایند تقاضای ثبت جدید و حفظ و تمدید به موقع ثبت همکاری نماید. در قرار داد هم چنین بایستی مشخص شود که چه کسی حق یا حقوق مالکیت فکری با معنوی را در صورت نقض آن توسط اشخاص ثالث اجرا می نماید و چه کسی هزینه های مترتب بر اجرا در صورت نقص این حقوق توسط شخص ثالث راپرداخت خواهد نمود.

در برخی از کشورها مجوزهای بهره برداری از علامت تجارتی، بایستی به ثبت برسند و برای این منظور خود علامت تجارتی نیز ثبت شود. در این کشورها موافقت نامه های اعطای مجوز که به ثبت نرسیده باشند ممکن است قابل اجرا نباشند. بنابراین لازم و ضروری می باشد که در هر موردی که یک علامت تجاری جدید ، موضوع قرار داد اعطای مجوز قرار میگیرد، ثبت آن به روز و به هنگام شود.

9-4-4 **مدت قرار داد و پایان دادن به آن**

در موافقت نامه اعطای مجوز ، باید مدت ( زمان اعتبار مجوز ) و اینکه در صورت خاتمه دادن به موافقت نامه یا انقضای آن چه باید کرد مشخص گردد. معمولا مجوز دهندگان ابتدا یک مدت کوتاه را در قرار داد می گنجانند تا بدینوسیله یک مدت مقدماتی برای عملکرد ، در اختیار مجوز گیرنده قرار داده شود. بر عکس طرف قرار داد یا مجوز گیرندگان در صورتی که باید سرمایه گذاری قابل توجهی را در زیر ساحت یا استخدام افراد صرف نمایند، معمولا مایل هستند که مدت قرار داد طولانی باشند. مدت قرار داد می تواند پس از خاتمه به صورت خودبخود ( اتوماتیک ) و یا بنابه اطلاع کتبی تمدید گردد. ایده آل این است که تمدید قرار داد بایستی مستلزم توافق جدید و مکتوب باشد و نه خود بخود ( اتوماتیک ).

بعضی اوقات اتفاق می افتد که طرفین به هنگام عقد قرار داد،( و نه در خاتمه قرار داد) درباره شرایط « تمدیدخود به خود قرار داد[[330]](#footnote-330) » که به صورت خودکار ( اتوماتیک ) طول مدت قرار را افزایش میدهد به مذاکره می پردازند، اما اتخاذ این روش توصیه نمی شود. زیرا طرفین شاید بخواهند که در پایان مدت این موافقت نامه درباره شرایط جدید قرار داد دوباره مذاکره نمایند.

اعطا کننده مجوز باید این حق را برای خود در قرار داد حفظ نماید که بتواند در صورت نقض عمده و فاحش قرار داد، مثلا قصور در پرداخت حق الامتیاز، قصور در انجام تعهدات مربوط به کیفیت، قصور در تامین حداقل فروش و یا انجام فروش غیر مجاز محصولات ، به قرار داد خاتمه دهد.

9-4-5 **حق الامتیاز و جبران ها**

معمولا گیرنده مجوز یک حق الامتیاز را به اعطا کننده مجوز پرداخت می نماید، که ممکن است به صورت یک مبلغ ثابت یا مقطوع، در صدی از فروش خالص یا تلفیقی از این روش ها باشد. نرخ حق الامتیاز برای اعطای مجوز معمولا بین دو در صد و پانزده در صد در آمد متغییر است که می توان آن را به صورت « فروش عمده فروشی »، « فروش نا خالص » و یا معمول تر « فروش خالص » تعریف کرد. معمولا حق الامتیازهای مبتنی بر فروش عمده فروشی، حداکثر در آمد را برای اعطا کننده مجوز ایجاد می نماید. فروش خالص ، به صورت فروش ناخالص منهای تخفیفات خاص و مرجوعی ها محاسبه می گردد و مجوز گیرنده ها این روش را ترجیح میدهند. زیرا این فروش ها مبتنی بر در آمد های واقعی است که مجوز گیرنده ها ، آن را در واقع و در عمل تحصیل می نمایند. حق الامتیاز های بالاتر در مورد برندهای خیلی مشهور و در قرار دادهایی که در آن ها انجام تبلیغات جداگانه توسط اعطا کننده مجوز مقرر شده باشد مصداق دارد. در مورد ارائه تبلیغات جداگانه، اغلب مجوز گیرنده نیز موافقت می نماید که در صدی از فروش را برای تبلیغات محصولات موضوع قرار داد صرف نماید. برا ی مثال از 2 تا 5 در صد مبلغ فروش در قرار داد . هم چنین بایستی در موافقت نامه به مبالغی که نباید از مبلغ فروش مستثنی یا کسر گردد، نیز اشاره شود. برای مثال در برخی از کشورها مالیات های خارجی بر در آمدحق الامتیاز[[331]](#footnote-331) می تواند تا حد سی در صد باشد و آن را می توان از محاسبه فروش خالص کسر نمود.

در برخی از موافقت نامه ها ، به جای شرایط فوق الذکر، شرط پرداخت « حداقل تضمینی حق الامتیاز » در طی یک مدت معین بر مبنای حق الامتیاز های به دست آمده گنجانده می شود. در قرار دادهای اعطای مجوز خوب تنظیم شده ، در مورد بهره برداری از برندهای بسیار معتبر و مشهور، معمولا هر دو شرط حداقل تضمینی حق الامتیاز سالانه و حداقل فروش خالص سالانه، گنجانده می شود. استفاده از تعهدات مربوط به حداقل تضمینی سبب می شود که از در انبار ماندن محصول جلوگیری شده و گسترش فعالیت کسب و کاری موضوع قرار داد متناسب با حق الامتیازها گردد. مع هذا شرط پرداخت حق الامتیاز تضمینی به تنهائی نمی تواند به اعطا کننده مجوز این اطمینان را بدهد که او به اهداف خود درباره توسعه برندو شهرت و اعتبار آن نایل خواهد آمد. هم چنین درج الزامات مربوط به حداقل فروش، به مجوز دهنده این اختیار را میدهد که بتواند در صورت عدم تحقق این هدف به قرار داد خاتمه دهد. بنابراین مجوز دهنده قادر خواهد بود که اگر فروش در حد انتظار نباشد، طرف قرار داد یا مجوز گیرنده دیگری را انتخاب نماید.

9-4-6 **حسابرسی یا ممیزی**

بخش مربوط به حسابرسی یا ممیزی در قرارداد، روش پرداخت حق الامتیاز به مجوز دهنده را روشن کرده و به علاوه حقوق و اختیارات اوجهت بررسی دفاتر حسابداری مجوز گیرنده و سوابق مربوط به فروش را مشخص می نماید. معمولا در قرار دادهای اعطای مجوز، چنانچه مشخص شود که مجوز گیرنده مبلغ معینی -معمولا به صورت در صد - علاوه بر مبلغ خق الامتیاز را بدهکار می باشد، از او خواسته می شود که هزینه حسابررسی یا ممیزی مربوطه را پرداخت نماید.

9-4-7 **طراحی و تولید**

در بخش مربوط به طراحی در قرار داد، موضوع طراحی محصول، فرایند تصویب وتائید و تولید نمونه های اولیه و برنامه زمان بندی تولید و تحویل، تبلیغات وتحویل محصول به بازار، صراحتا مشخص میگردد. در این بخش باید مشخص شود که آیا فعالیت مقاطعه کاران شخص ثالث در اجرای قرار داد مجاز می باشد یا نه و در صورتیکه این فعالیت مجاز باشد حد و حدود آن در قرار داد به چه نحو است. هم چنین در این بخش باید تکلیف خسارت و غرامت ها و لزوم تبعیت از رهنمودهای اخلاقی درج گردد.

9-4-8 **کنترل کیفیت، حداقل های تبلیغات**

کنترل کیفی محصولات موضوع قرار داد مهم می باشد. زیرا فروش محصولات با کیفیت ضعیف به برند و شهرت و اعتبار آن صدمه و لطمه میزند. مجوز دهنده باید حق اعمال کنترل بر طراحی محصول موضوع قرار داد، از جمله مواد مورد استفاده، کیفیت کلی محصول و فرایندهای ساخت وتولید را برای خودش محفوظ نگاه دارد. کنترل های کیفی، بایستی شامل حق بازرسی از تاسیسات تولید و بررسی و اظهار نظر در مورد نمونه ها در تمام فرایند ساخت و تولید باشد.

اعطا کننده مجوز باید کانال های مناسب توزیع جهت فروش محصولات را مشخص نماید. اگر در قرار داد اعطای مجوز اجازه داده شده باشد که نام و مارک طراح معروف همراه با محصولات لوکس آورده شود، در اینصورت مجوز دهنده باید از طریق درج بند زیر در قرار داد از توزیع نا مناسب جلوگیری نماید:

« مجوز گیرنده نمی تواند اقلامی که دارای مارک های متعلق به مجوز دهنده باشد را به فروشگاه های ارزان قیمت، فروشگاه های تولید انبوه تخفیفی، و فروشگاه های بنکداری توزیع نماید. »

مجوز دهندگان باید کنترل خود بر تولید را از طریق ملزم ساختن مجوز گیرندگان به مشخص کردن نام و نشانی تولید کنندگان خود و مجفوظ نگاه داشتن حق بازرسی مجوز دهنده از کارخانه تولید کنندگان به منظور اطمینان حاصل کردن از رعایت حقوق بشر و کنترل کیفیت، حفظ نمایند. قرار داد اعطای مجوز باید این حق را برای مجوز دهنده قائل باشد که بتواند نسبت به بازرسی نمونه ها اقدام و از کارخانه و تجهیزات و امکانات مجوز گیرنده باز دید به عمل آورد.

9-4-9 **ضرب الاجل تحویل و جداول**

طرفین قرار داد باید بر روی دستور العمل های فروش ، برای مثال تعداد و نوع کارکنان فروش که مجوز گیرنده باید استخدام نماید، توافق نمایند. مثلا در موافقت نامه ذکر شود که مجوز گیرنده باید یک شخصیت اجرائی تمام وقت را مدیر اجرائی برند نماید.

تحویل طرح ها، نمونه های طرح و / یا نمونه های تولید می تواند در جدول و برنامه تولید معین شود. برای اطمینان حاصل کردن از کنترل مداوم کیفیت، می توان فرایند تحویل مداو و منظم نمونه ها را در قرار داد پیش بینی نمود. درج ضرب الاجل ها در قرار داد نیز می تواند ، تولید طبق برنامه را تنظیم و از تاخیرات جلوگیری نماید. یک قرار داد کامل هم چنین بایستی حاوی یک ساختار یا زمان بندی جهت توسعه تولید از جمله جدول تاریخ های آغاز مراجل مختلف تولید باشد.

9-4-10 **تضمین ها و کنترل های خطر ( ریسک )**

معمولا هر دو طرف قرار داد می توانند اطمینان هایی را به صورت تضمین ها مقرر نمایند. این اطمینان ها برای مثال عبارتند از: تضمین ها دائز بر این که مجوز دهنده در واقع مالک اصلی علامت تجاری مربوطه است و دارای حق بهره برداری از علامت مزبور و و اعطای حق استفاده از علامت تجارتی مزبور می باشد؛ اعطا کننده مجوز، درگیر در هیچ اختلافی با کسی درمورد این حقوق نمی باشد؛ اعطا کننده مجوز دارای این حق و اختیار می باشد که یک قرار داد اعطای مجوز را منعقد نماید ؛ اعطا کننده مجوز اعتبار قانونی علامت تجاری را حفظ خواهد گردد. (مثلا تمدید ثبت علامت. ) هم چنین مجوز دهندگان باید این اطمینان را حاصل نمایند که مجوز گیرنده دارای شرایط مالی مکفی و کارکنان لازم برای تولید و بازار یابی محصولات موضوع قرار داد می باشد و او بهترین سعی و کوشش خود را جهت گسترش و ترویج و فروش آن محصولات به عمل خواهد آورد و به فروش محصولات رقیب اقدام نخواهد کرد.

9-4-11 **موضوع غرامت/ بیمه**

بند مربوط به غرامت در قرار داد ، مسئولیت طرفین قرار داد در مورد ادعاهای قانونی یا دعاوی در ارتباط با قرار دادرا مشخص می نماید. قرار داد اعطای مجوز، بایستی شرایط پرداخت غرامت و خسارت توسط مجوز گیرنده به نفع مجوز دهنده – و وابستگان، شعبات، ماموران، مدیران، کارکنان و مشتریان او - در ارتباط با محصولات تولیدی موضوع قرار داد اعطای مجوز ،توسط مجوز گیرنده را مشخص نماید.

الزامات مربوط به تهیه پوشش بیمه ای ، تعهدات مربوط به جبران خسارت را قابل اجرا می نماید و این اطمینان را حاصل می نماید که طرفی که مسئول جبران خسارت طرف دیگر شناخته می شود ، دارای پوشش بیمه ای لازم می باشد. از آن جایی که مجوز گیرنده به عنوان تولید کننده محصول موضوع قرار داد اعطای مجوز، دارای بهترین موقعیت ، جهت آگاهی از خطرات ( ریسک ها ) ، مسایل ایمنی، و مخاطرات احتمالی در فرایند تولید می باشد، بنابراین قرار داد اعطای مجوز باید مجوز گیرنده را ملزم نماید که نام مجوز دهنده را نیز به عنوان بیمه شده اضافی در بیمه نامه معرفی نماید تا بدین ترتیب، بیمه گر متعهد گردد که پوشش بیمه ای را مستقیما به مجوز دهنده ارائه دهد.

9-4-12 **قرار داد اعطای مجوز فرعی یا تبعی ؛تغیر کنترل**

در قرار داد باید درج شود که آیا مجوز گیرنده می تواند قرار دادهای اعطای مجوز فرعی یا تبعی را منعقد نماید یا خیر. مجوز های فرعی یا تبعی می توانند برای تولید برخی محصولات یا دادن اجازه به وابستگان کاری امتیاز گیرنده دائر به استفاده از مارک ها یا فروش محصولات موضوع قرار داد اصلی لازم باشد. به هر حال به عنوان یک قاعده کلی، مجوز دهندگان باید حق انعقاد قرار دادهای فرعی یا تبعی بوسیله مجوز گیرنده را محدود نمایند و اعطای آن را منوط به تائید کتبی بنمایند.

9-4-13 **محدودیت ها در مورد مشتریان محصول موضوع قرار داد اعطای مجوز**

یک مجوز دهنده شاید بخواهد که نوع مشتریانی که مجوز گیرنده فروش به آن ها را انجام میدهد، محدود نماید. یک انگیزه برای چنین اقدامی می تواند، به حد اقل رساندن « واردات موازی » یا « بازار خاکستری » باشد. واردات موازی زمانی حادث می شود که کالاهای دارای علایم تجاری معتبر در خارج تولید می شوند وسپس بدون اجازه مجوز دهنده، به کشور خود او وارد می شود.

9-4-14 **حل اختلاف و موضوع انتخاب قانون صلاحتیدار**

اختلافات راجع به یک موافقت نامه اعطای مجوز می تواند از طریق توسل به نظام قضائی و مراجعه به دادگاه، روش میانجیگری یا ارجاع به داوری حل و فصل گردد. درمقوله اختلافات بازرگانی بین المللی، اغلب ارجاع اختلاف به داوری ترجیح داده می شود و در بند مخصوص ارجاع به داوری در قرار داد، بایستی مقر محل داوری تعیین گردد. در قرار داد هم چنین می توان شروط مربوط به جبران خسارت، حق الوکاله دعاوی و جبران منصفانه را مقرر نمود.

**9-5 فرانشیز**

9-5-1**معرفی طرزکار در فرانشیز**

قرار داد فرانشیز ، شکلی از سرمایه گذاری مشترک ،جهت گسترش و کپی برداری و تقلید وتکرار نظام های کسب وکارهای بین المللی[[332]](#footnote-332) موفق است. قرار داد فرانشیز بین المللی به فرانشیز دهندگان، این اختیار را میدهد که به سرعت در بازارهای خارجی بدون سرمایه گذاری های زیاد و عمده خود شان رشد پیدا کند. قرار دادهای فرانشیز می تواند پیچیده و در بسیاری از نظام های حقوقی مشمول قوانین داخلی جهت حمایت از فرانشیز گیرندگان باشند.

شالوده و قالب یا فرمت کسب و کار مبتنی بر قرار داد فرانشیز که موضوع بحث ما در این فصل می باشد، به سرمایه گذاران "فرانشیز گیرندگان" این فرصت را میدهد که دریک نظام موفق و تثبیت و خوب جا افتاده کسب و کاری ، که معمولا شامل استفاده از علامت تجارتی، دانش فنی و مهارت فنی و پشتیبانی خدماتی می باشد ، مشارکت نمایند. قرار دادهای فرانشیز مبتنی بر تکرار و تقلید وکپی برداری قانونی از یک کسب وکار موفق - که همین موفقیت فرایند رشد سریع جهانی آن را توجیه می نماید - می باشد. کسب و کارهای فرانشیز ی به صورت یکی از کانال های مهم توزیع محصولات و خدمات درکشورهای توسعه یافته که در آن ها وجهه و شهرت و اعتبار یک خدمت و محصول سهم بازاری آن را تعیین می نماید، در آمده است. این فرایند در انواع مختلف و متنوع فعالیت ها از جمله رستوران های دست اندرکار در ارائه غذای فوری( فَست فوود)، فروش رایانه ها، خدمات خرید و فروش املاک و مستغلات، اجاره اتوموبیل و تعمیر گاه هاو استراحتگاه های میان راهی و بسیاری موارد دیگرمصداق دارد.

مثال های مشهور در این زمینه عبارتند از: همبرگر مک دونالد ( ایالات متحده ) ، ایوس راچری فرانسه[[333]](#footnote-333)، هتل های اینترکنتیننتال ( انگلستان ) اچ اند آر بلاک[[334]](#footnote-334) ( کانادا ) کومون[[335]](#footnote-335) ( ژاپن ) و دیا ( اسپانیا[[336]](#footnote-336) )

شبکه های کسب و کاری برای رشد و توسعه سریع به سرمایه نیاز دارند. در قرار دادهای فرانشیز، این سرمایه بوسیله امتیاز گیرنده یا فرانشیز گیرنده تامین می شود و فرانشیز دهنده در قبال این سرمایه گذاری ،حق بهره برداری ازیک نظام کسب و کاری خود، از جمله حق بهره برداری از علامت تجاری، مارک ها، لوگوها، علامت های مشخصه ،حقوق مالکیت فکری ، دانش و مهارت های فنی متعلق به خود و فرایندهای مربوطه را به فرانشیز گیرنده اعطا می نماید. فرانشیز گیرنده نیز معمولا در قبال این واگذاری، یک پرداخت پولی را به صورت پیش پرداخت[[337]](#footnote-337) جهت ورود به شبکه فراشیز مربوطه انجام میدهد و به علاوه یک مبلغ حداقل را برای ایجاد و راه اندازی کسب و کار سرمایه گذاری می نماید و به فراشیز دهنده حق الامتیاز را می پردازد و از استانداردهای فرانشیز دهنده برای حفظ کیفیت خدمات -که برخی اوقات به آن استانداردهای کنترل کیفی(کیوسی) [[338]](#footnote-338) می گویند - متابعت می نماید. تلفیق شهرت و اعتبار جهانی فرانشیز دهنده و کاردانی و مهارت فرانشیز گیرنده در مورد سرمایه گذاری و دانش محلی می تواند به بازدهی جذاب و جالبی منتج شود.

در بسیاری از کشورها، قرار دادهای فرانشیز مانند قرار دادهای نمایندگی مشمول نظارت دولت ها شده است. دولت ها این دغدغه و نگرانی را داشته اند که دریافت کنندگان فرانشیز در کشور نیز ، مانند نماینده های صادر کنندگان خارجی، دارای قدرت چانه زنی قوی در مقابل صاحبان شبکه فرانشیز یا فرانشیز دهندگان بزرگ نمی باشند و بنابراین به پشتیبانی و حمایت قهری قانونی احتیاج دارند. در نتیجه، در بسیاری از کشورها مقررات سفت و سختی در مورد موضوعاتی چون میزان افشای اطلاعات که فرانشیز دهنده باید در زمان عقد قرارداد با دریافت کننده فراشیز، افشاء نماید وجود دارد. این اطلاعات معمولا در سندی که به نام کاتالوگ یا بوروشور[[339]](#footnote-339) فرانشیز معروف است، آورده می شود. هدف از این مقررات حمایت و پشتیبانی از فرانشیز گیرندگان است که بسیاری از آن ها مدعی هستند که در گذشته بر اثر اظهارات گمراه کننده و دور از حقیقت فرانشیز دهندگان در مورد سود آوری سرمایه گذاری ها اغوا شده بوده اند.

9-5-2 **انواع مختلف فرانشیزها**

فراشیز های بین المللی دارای ساختارهای زیر می باشند:

* قرار داد فرانشیز با اختیارات وسیع یا قرار داد فرانشیز مادر ،
* قرار دادفرانشیز های مستقیم یا واحد[[340]](#footnote-340)،
* شعبه فرانشیز دهنده یا فرانشیز فرعی یا تبعی ،
* قراردادهای توسعه منطقه یا قلمرو فعالیت فرانشیزی،
* قرار دادهای مربوط به سرمایه گذاری مشترک فرانشیزی.

قرار دادهای فرانشیز واحد، شامل حق بهره برداری و استفاده در یک واحد است در حالی که در قرار دادهای فرانشیز موسع یا قرار داد فرانشیز مادر [[341]](#footnote-341) و قرار دادهای توسعه منطقه، حق بهره برداری در یک منطقه وسیع یا منطقه خاص جغرافیائی و حق اعطای فرانشیز های تبعی یا فرعی نیز داده می شود. از لحاظ بین المللی قرار دادهای فرانشیز موسع یا مادر مناسب می باشند . زیرا به موجب این قرار داد ها نظارت محلی بر شبکه ها اجازه داده می شود. مع ذلک در موارد مربوط به کشورهای نسبتا نزدیک یکدیگر ، برای مثال فرانسه و بلژیک یا آمریکا و کانادا ، فرانشیز واحد نیز بسیار معمول و متداول می باشد.

در مورد قرار دادهای فرانشیز واحد، فرانشیز دهنده مستقیما با هر فرانشیز گیرنده قرار داد منعقد می نماید. در مورد فرانشیز ناحیه ای یا توسعه منطقه ای، یک فرانشیز گیرنده ی سر پرست و مسئوول می تواند با فرانشیز گیرندگان فرعی و تبعی در یک منطقه جغرافیایی قرار داد منعقد می نماید.

انعقاد قرار دادهای فرانشیز واحد بیشتر درمورد بازارهای داخلی و نه بازارهای بین المللی معمول است. این قرار داد ها حداکثر کنترل فرانشیز دهنده بر فرانشیز گیرنده های منفرد را تامین می نماید. اما در مورد قرار دادهای فرانشیز بین المللی، استفاده از این روش ، مساعی و اقدامات مربوط به حداقل رساندن هزینه ها از طریق تمرکز زدایی را مشکل تر می سازد. زیرا هزینه های مربوط به سرپرستی یک شبکه بین المللی از طریق یک مقر واحد می تواند بسیار زیاد باشد . بنابراین در زمینه بین المللی ، در صورتیکه کشور هدف به لحاظ جغرافیائی، فرهنگی، زبانی و یا به لحاظ نظام حقوقی به کشور طرف فرانشیز دهنده نزدیک باشد، معمولا و فقط از قرار داد فرانشیز مستقیم یا همان قرار داد فرانشیز با واحد استفاده میگردد.

فرانشیز های منطقه ای شامل فعالیت فرانشیز گیرندگان متعدد در یک منطقه جغرافیائی می باشند و از طریق انعقاد" قرار داد فرانشیز با اختیار وسیع "با قرار داد توسعه منطقه فرانشیز" انجام می پذیرد. در قرار داد توسعه منطقه فرانشیز، از توسعه دهنده یا فرانشیز گیرنده خواسته می شود که تعدادی از واحدها را در یک منطقه خاص جغرافیائی ( معمولا یک کشورخاص ) افتتاح و عملیاتی نماید. در این نوع قرار دادها ، فرانشیز دهنده از منافع مترتب بر معامله با تعدادی از فرانشیز گیرندگان استفاده می نماید. فرانشیز گیرندگان در تدوین این نوع قرار داد، دارای منابع مالی و انسانی کافی برای مدیریت تشکیلات و عملیات روزمره کسب و کار با درجه بالایی از استقلال از فرانشیز دهنده می باشند. دراین نوع قرار دادها هزینه های مربوط به آموزش نیز کاهش پیدا می کند، زیرا فرانشیز دهنده فقط به طرف قرار داد یا فرانشیز گیرنده اصلی و نه فرانشیز گیرندگان تبعی و فرعی دیگر، آموزش میدهد و فرانشیزگیرنده اصلی هزینه آموزش واحدهای فرانشیزی تبعی و فرعی را عهده دار می شود.

قرار دادهای توسعه د منطقه فرانشیز در معرض خطرات( ریسک های) مربوطه خود قرار دارند. اگر توسعه دهنده، قصور نماید، تمام واحدها در منطقه ی موضوع قرار داد تحت تاثیرمنفی اقدام او قرار خواهند گرفت. از طرف دیگر اگر فرانشیز گیرنده، بسیار خوب عمل ننماید، ممکن است برای فرانشیز دهنده اسباب ناراحتی فراهم شده و لی نتواند او را تعویض نماید. دلیل این امر هم این است که ممکن است این فرانشیز گیرنده، دارای واحدهای متعددی باشد و برکناری او باعث تعطیلی و درنتیجه وارد آمدن لطمه و صدمه به کل کسب و کار خواهد شد. مشکل احتمالی دیگر در این نوع قرار دادها این است که توسعه دهندگان منطقه ای ممکن است که جهت اداره واحد ها ، به جای استفاده از فرانشیز گیرندگان بسیار با انگیزه ، مدیرانی را با پرداخت حقوق استخدام نمایند که دارای آن انگیزه نمی باشند.

در قرار دادهای فرانشیز با اختیارات وسیع برای فرانشیز گیرنده ، فرانشیز دهنده به فرانشیز گیرنده دارای اختیارات وسیع ، ( یا فرانشیز دهنده تبعی یا فرانشیز دهنده فرعی[[342]](#footnote-342)) این حق را اعطا می نماید که بتواند واحدهای فرانشیزی متعدد را خودش تاسیس نماید و یا این که ( در بسیاری موارد ) طی قرار داد به فرانشیز گیرندگان تبعی یا فرعی اجازه افتتاح واحدها را بدهد. در این ترتیبات حتی ممکن است که به برخی از فرانشیز گیرندگان تبعی یا فرعی اجازه داده شود که چندین واحد را اداره نمایند که این حالت پیچیدگی نظام را بیشتر می کند. در این گونه موارد افزایش درجه عدم تمرکز نتیجه اش کاهش کنترل بر فرانشیز گیرندگان تبعی یا فرعی میگردد. گرچه معمولا در قرار دادهای فرانشیز با اختیارات وسیع برای فرانشیز گیرنده ، شرایط سفت و سختی در مورد نظارت بر نظام مزبور گنجانده می شود ،ولی اجرای این نظارت می تواند راحت نباشد.

گزینه دیگری نیز می تواند وجود داشته باشد و آن این است که در هر یک از مناطق هدف، یک شعبه ماوراء بحار تشکیل شود که به عنوان مجوز دهنده عمل نماید. به موجب این نظام، فرانشیز دهنده کنترل مستقیم بر فرانشیز گیرندگان خارجی را برای خود حفظ می نماید، و در عین حال از دانش و مهارت فنی محلی نیز تا حدی استفاده می نماید. هم چنین این امکان نیز وجود دارد که یک سرمایه گذاری مشترک بوسیله فرانشیز دهنده و یک موسسه یا بنگاه محلی دارای تجربه در قرار دادهای فرانشیز تاسیس گردد. در این قبیل موارد استفاده از را هنمایی های یک وکیل دعاوی یا حقوقدان با تجربه و متخصص در ترتیبات فرانشیز بسیار ضروری است.

قرار دادهای فرانشیز مربوط به اعطای حق استفاده از محصول دارای علامت تجاری، عبارتست از اعطای حق تولید / یا بازاریابی و فروش یک محصول دارای یک علامت تجارتی خاص از طرف فرانشیز دهنده به فرانشیز گیرنده. ساختار این قرار داد بسیار شبیه و در بسیاری موارد غیر قابل تشخیص با قرار داد اعطای مجوز استفاده از علامت تجارتی است.

کسب و کار در قالب و شکل قرار دادهای فرانشیز، یک نظام کامل انجام کسب و کار است و شامل فرایند های خدماتی و عملیاتی علاوه بر استفاده از حقوق مربوط علامت تجارتی و آرم ( لوگو) می باشد. در قرار دادهای فرانشیز مریوط به تولید ( یا ساخت ) ، فرانشیز گیرنده بر طبق مشخصات داده شده از **طرف** فرانشیز دهنده، اقدام به تولید می نماید و محصولات را با نام تجارتی متعلق به فرانشیز دهنده به فروش میرساند. در قرار دادهای فرانشیز مربوط به خدمات، فرانشیز گیرنده خدمتی که فرانشیز دهنده تحت علامت خدماتی خود ابداع کرده را ارائه میدهد.

دریک ترتیبات فرانشیز[[343]](#footnote-343) توزیع ، شخص فرانشیز دهنده کالا را تولید و آن را به فرانشیز گیرنده می فروشد و فرانشیز گیرنده آن را به مصرف کننده نهانی می فروشد.

بنابراین شکل های قانونی متعددی وجود دارد که می توان برای قرار دادهای بین المللی فرانشیز از آن ها استفاده نمود و آنچه که ما در صفحات قبل درباره آن بحث کردیم تنها قرار دادهایی است که بیشتر معمول و متداول می باشد.

**9-5-3مدل قرار داد فرانشیز اطاق بازرگانی بین المللی**

فلسفه پشت سر این قرار داد مدل ، عبارت است از ارائه یک قالب یا الگوی متوازن و منصفانه برای طرفین قرار داد فرانشیز.طرفین می توانند از این قرار داد الگو و نمونه بدون هیچ حرج و تعدیلی استفاده و یا در آن به صلاحدید و بر طبق ترجیحات خاص خود، تغییراتی را وارد نمایند.

در مورد این قرار داد مدل باید به عوامل کلیدی و مهم زیر توجه خاص معطوف گردد:

**دانش و مهارت فنی[[344]](#footnote-344)**

دانش و مهارت فنی شامل اطلاعات با ارزش و اختصاصی وتجربه و تکنیک های عملیاتی متعلق به فرانشیز دهنده می باشد که فرانشیز گیرنده را قادر میسازد تابتواند کسب و کار فرانشیزی را انجام دهد. این فرایند هم چنین شامل کمک فرانشیز دهنده به عملیاتی کردن کسب و کار موضوع قرار داد فرانشیز و آموزش دادن به فرانشیز گیرنده نیز می باشد. فرانشیز گیرنده باید متقابلا حقوق مالکانه فرانشیز دهنده را محترم بشمارد و تمام اقدامات منطقی را برای حفاظت از محرمانه بودن مواد آموزشی و دستور العمل های عملیاتی، انجام دهد.

**نام تجارتی فرانشیز دهنده ، علائم تجارتی و اختراع**

طرف فرانشیز گیرنده در قرار داد، بایستی به منظور اطمینان حاصل نمودن، از حفاظت مناسب از حقوق فرانشیز دهند، قبول نماید که فرانشیز دهنده، مالک تمام حقوق مالکیتی ومنافع درنظام ها می باشد. قبولی و تایید و اعتماد مشتری به محصول یا خدمات موضوع قرار داد فرانشیز معمولا مبتنی بر علامت تجارتی مر بوطه است که یکی از عوامل کلیدی و مهم موفقیت نظام فرانشیز می باشد.

**محصولات و قلمرو عملیات**

برای اجرای الزامات مربوط به کیفیت و هم چنین قادر ساختن فرانشیز گیرنده جهت حفظ موجودی محصولات برای پاسخگوئی به احتیاجات مشتریان و تحقق الزامات یا اهداف فروش ، تعریف واضح و دقیق محصولات و منطقه ، ضروری می باشد. این مطلب مورد قبول است که در صورت مشخص کردن یک منطقه انحصاری در قرار داد -به نحو تعریف شده در قرار داد که می تواند خیلی محدود باشد - ، فرانشیز گیرنده را قادر می سازد که یک کسب وکار سود آوری را برای خود ایجاد و حفظ نماید. در مدت مشخص شده در چنین قرار دادی ، فرانشیز دهنده نمی تواند به شخص دیگری غیر از فرانشیز گیرنده اجازه دهد که در آن منطقه به فعالیت فرانشیزی مربوطه بپردازد و یا خودش این فعالیت را در آن منطقه انجام دهد.

**پرداخت هزینه ها و حق الامتیازها**

با توجه به این حقیقت که راه های متعددی برای محاسبه حق الامتیازها وجود دارد، بنابراین در قرار دادها طرفین ملزم می شوند که به طور وضوح مشخص نمایند که چگونه و در چه زمانی پرداخت باید صورت گیرد. قصور در پرداخت حق الامتیاز می تواند نقض قرار داد تشخیص داده شود و به حق پایان دادن به قرار داد توسط فرانشیز دهنده منجر شود.

خود آزمایی فصل نهم: قرار داد های اعطای مجوز و فرانشیز

صحیح یا اشتباه

1. قرار داد های اعطای مجوز خیلی بیشتر از قرار داد های اعطای فرانشیز، به وسیله دولت های ملی کنترل و تحت نظم قرار میگیرند.
2. کسب و کار های فرانشیزی موفق، اغلب از طریق استفاده از قرار دادهای فرانشیز با اختیارات وسیع یا مادر به بازار های جدید نفوذ می نمایند.
3. موافقت نامه های اعطای مجوز ، یکسان و عام الشمول نمی باشند ، بلکه فرد محوری هستند.در حالی که قرار دادهای فرانشیز اغلب دارای ویژگی ها و شرایط مشترک مشترک و شبیه می باشند.
4. قرار داد مدل فرانشیز بین المللی ا طاق بازرگانی بین المللی برای استفاده در مورد توزیع فرانشیز تدوین شده است.
5. اعطا کنندگان مجوز اغلب متمایل به اعطای مجوز فعالیت در یک قلمرو محدود هستند ، در حالی که گیرندگان مجوز یک قلمرو وسیع را ترجیح میدهند.

**پاسخ ها:**

1. اشتباه
2. صحیح
3. صحیح
4. صحیح
5. صحیح

**فصل دهم**

**تجارت و کسب و کار بین المللی و حقوق مالکیت فکری ( معنوی )**

**خلاصه**

به موازات گسترش فعالیت های بین المللی شرکت ها، این شرکت ها باید از حقوق مالکیت فکری ( معنوی ) متعلق به خود در بازارهای کلیدی و مهم خارجی دفاع کرده و آن را حفظ نمایند. موسسات و بنگاه ها باید این اطمینان را حاصل نمایند که از دارایی ها فکری آن ها درخارج - مانند علامت تجارتی، فن آوری یا طرح های صنعتی و غیره - به صورت قانونی حفاظت می شود و در صورتی که ثبت این دارایی ها یا تجدید ثبت آن ها لازم باشد، به موقع این اقدامات صورت پذیرد.

بازرگانان باید با تعاریف و دامنه شمول انواع مختلف حقوق مالکیت فکری آشنا بوده و آن ها را درک نمایند. ذیلا به برخی از این حقوق اشاره میگردد.

* حق **مولف** یا کپی رایت. کارهای خلاق ( آثار ادبی، آثار هنری، نوار و صفحه موسیقی و آثار صوتی و غیره)
* **علایم تجارتی** برندها ، آرم ها و غیره
* **اختراعات** ابتکارات و نو آوری های تکنیکی و علمی
* **طرح های صنعتی ثبت شده.** طرح های صنعتی خلاقانه
* **اسرار تجاری.** تکنیک ها و فوت وفن ها یا دانش ها و مهارت های عملی تجاری محرمانه

بازرگانان بایستی با روش ها و آئین کارها و هزینه های مربوط به کسب حمایت از حقوق مالکیت فکری در بازارهای متعدد برای هر یک از انواع این مالکیت ها ،آشنا باشند. سازمان جهانی مالکیت فکری ( معنوی ) یا وایپو[[345]](#footnote-345) معاهدات بین المللی مربوط به دارائی فکری را مدیریت میکند و به علاوه خدمات بسیار مفیدی را در زمینه ثبت این حقوق و حل و فصل اختلافات انجام میدهد.

بنگاه ها که در معرض تقلب و جعل علامت تجارتی یا سرقت حق مولف ( کپی رایت ) قرار دارند، بایستی بویژه با استراتژی های مربوط به دفاع از و اجرای حقوق مالکیت فکری خود آشنا باشند.

نام های دامنه اینترنتی[[346]](#footnote-346) توام با علامت های تجارتی یک بنگاه می تواند بسیار با ارزش باشد و باید از آن حفاظت شود.

10-1 **مسایل و موضوعات کلیدی و مهم مالکیت فکری ( معنوی ) در کسب و کار و تجارت بین المللی**

ما در فصول قبلی این کتاب، عمدتا بر معاملات صادراتی کالاهای ملموس تمرکز داشتیم. مع هذا، امروز، تجارت کالاهای غیر ملموس و بویژه مالکیت فکری ( معنوی ) به صورت فزاینده ای مهم شده است. در این باره به آمار و ارقام زیر توجه فرمائید.

* کل تقاضاهای ثبت علامت تجارتی در جهان از تعداد تقریبی یک میلیون در سال 1985 به رقم 4/8 میلیون در سال 2015 بالغ شده است .

منبع :آمار پایگاه اطلاعاتی سازمان جهانی مالکیت فکری

* تا سال 2004 بیش از یک میلیون تقاضای ثبت بین المللی اختراعات تسلیم شده است و این رقم در سال 2015 به 9/2 میلیون افزایش یافته است.

منبع: آمار پایگاه اطلاعاتی سازمان جهانی مالکیت فکری

* در سال 2012 بنگاه های آمریکائی بیش از 185 میلیارد دلاز از حق الامتیازها درمورد اختراعات و اعطای مجوز استفاده از حقوق مالکیت فکری سود برده اند.
* یکصد و پنجاه بزرگترین مجوز دهندگان استفاده از حقوق مالکیت فکری در جهان، بیش از 270 میلیارد دلار را در سال 2016 از طریق فروش محصولات تحت مجوز، عاید خود ساختند.
* تخمین زده شده است که خسارت های جهانی وارده به صاحبان برندها به علت تقلب و جعل علامت تجارتی به ششصد میلیارد دلار در سال بالغ شده است. در سال 2016 تجارت کالاهای تقلبی یا مشمول سرقت حق مولف ( کپی رایت ) تقریبا به پانصد میلیارد دلار بالغ گردید که این رقم ، تقریبا 5/2 در صد واردات جهانی است . منبعOECD :

واضح و آشکار است که برای دست اندر کاران حرفه ای و متبحر در کسب و کار و تجارت بین المللی، به صورت فزاینده ای مهم شده است که به استراتژی های حمایت مالکیت فکری آشنائی و تسلط کامل داشته باشند. موضوعات و مسایل حقوق مالکیت فکری که معمولا بنگاه ها در کسب و کار و تجارت بین المللی با آن مواجه می شوند به شرح زیر می باشند:

* ثبت داخلی یک علامت تجاری همیشه کافی و مناسب برای ثبت درتمام بازارهای صادراتی نمی باشد. در برخی موارد بنگاه ها متوجه می شوند که یک علامت تجارتی مهم و حتی نام تجارتی آن بنگاه ، قبلا بوسیله شخص دیگری در یک بازار خارجی خاص به ثبت رسیده است.
* از آنجائی که ثبت علایم تجاری و اختراعات اغلب مستلزم اخذ کمک از مشاورین حقوقی محلی می باشد، بنابراین ثبت و در نتیجه حمایت از اختراعات و علامت های تجاری در سطح جهانی گران و پر هزینه می شود.
* نو آوری های اختراعی، اسرار تجاری، فن آوری و/ یا فوت و فن ها یا دانش و اطلاعات فنی عملی ، می تواند مورد سوء استفاده رقبای خارجی ، توزیع کنندگان و حتی شرکا در سرمایه گذاری مشترک قرار گیرد.
* ممکن است که آثار حاوی حقوق مولف ( کپی رایت ) سرقت شود. حقوق مولف ( کپی رایت ) نظیرنرم افزار، آثار هنری و ادبی و تصویری یا صوتی و صفحه گرامافون و نوار و غیره ، آثاری هستند که در حد وسیعی در اینترنت تکثیر و بخش میگردند. ابزارهای دیجیتالی سوء استفاده از مالکیت های فکری و بدون کسب اجازه از صاحب این حقوق مثل حق صاحب علایم تجارتی را تسهیل کرده است.
* واردات موازی یا " بازارهای خاکستری کالاها". تولید کنندگان کالاها با علامت تجارتی خاص ممکن است. متوجه گردند که محصول صادر شده بر خلاف منافع استراتژیک تولید کننده - برای مثال با قیمتی پائین تر از قیمت یک توزیع کننده مجاز -دوباره وارد شود.
* یک بنگاه شاید بخواهد که تعدادی از نام های دومن یا دامنه اینترنتی را برای خود ثبت و از آن حمایت نماید ولی متوجه شود که برخی از آن ها را شخص دیگری قبلا ثبت کرده است . از آنجائی که ثبت یک نام دومن یا دامنه اینترنتی کم هزینه و ارزان می باشد، لذا بسیاری از شرکت ها به ثبت تعداد زیادی از اسامی دومن اینترنتی مشابه اقدام می نمایند که این حالت می تواند به ایجاد گمراهی نسبت به سایر علایم تجاری منجر گردد.

**شکل 1-10 کل تقاضاهای ثبت مالکیت فکری در جهان/ منبع تقاضای ثبت اختراعات**

**کل تقاضاها و میزان رشد آن ها**

رنگ خاکستری سال 2014

رنگ آبی سال 2015

جای خالی برای شکل

اختراعات

مدل اشیا ئ مصرفی

علایم تجاری

طرح های صنعتی

**کل تقاضاهای ثبت اختراع**

تعداد پنج اداره ثبت اختراعات به بیش از چهار پنجم تقاضاهای ثبت اختراعات رسیدگی می نمایند

جای خالی برای شکل

چین

آمریکا تقاضای ثبت اختراع در جهان

ژاپن

جمهوری کره

ثبت اختراعات

اروپایی

آمارها رشد مداوم تقاضای ثبت مالکیت فکری را نشان میدهند. یک بررسی دقیق تر نشان میدهد که بیش از 80 در صد تمام تقاضاهای ثبت اختراع فقط مربوط به پنج اداره ثبت اختراعات در چین، آمریکا، ژاپن، کره جنوبی و اتحادیه اورپا است.

منبع: سازمان جهانی مالکیت معنوی

با توجه به ملاحظات فوق، متخصصان و دست اندرکاران حرفه ای و متخصص در تجارت بین الملل بایستی به مبانی اساسی مالکیت فکری ( معنوی) و حمایت بین المللی از این نوع مالکیت ها اشراف داشته باشند . حقوق مالکیت فکری ( معنوی ) معمولا شامل قوانین و مقررات داخلی است که در قالب و بر مبنای معاهدات مهم بین المللی تحت اداره سازمان جهانی مالکیت فکری ( وایپو ) و سازمان جهانی تجارت عمل می نماید. مقر این دو سازمان در شهر ژئو قرار دارد.

سازمان جهانی مالکیت فکری ( وایپو ) که در سال 1967 تاسیس گردیده یک سازمان تخصصی سازمان ملل متحد است که 24 معاهده اصلی مربوط به حمایت بین المللی از حقوق مالکیت فکری ( معنوی ) از جمله، اختراعات،علایم تجاری، طرح های صنعتی و کپی رایت را مدیریت می کند. سازمان جهانی مالکیت فکر ی( وایپو ) معا هداتی را به منظور تسهیل حمایت از حقوق مالکیت فکری در نظام های حقوقی متفاوت مدیریت می نماید. برای مثال در این زمینه می توان به معاهده ثبت بین المللی اختراعات و نظام مادرید برای ثبت و حمایت از علامت تجاری اشاره کرد. نشانی وایپو به شرح زیر است: [www.wlpo](http://www.wlpo). Int.

سازمان جهانی تجارت موافقت نامه جنبه های مرتبط با تجارت حقوق مالکیت فکری یا موافقت نامه ترپیس[[347]](#footnote-347) را مدیریت می نماید. این موافقت نامه حاوی استانداردهای حفظ حقوق مالکیت فکری ( معنوی ) توسط کشورهای عضو سازمان جهانی تجارت می باشد..

10-2 **علام تجاری**

یک علامت تجاری، یا یک « مارک یا نشان » عبارتست از هر نام، نشانه، علامت و نمادی است. که به وسیله آن ، تولید کننده محصول یا منبع آن محصول در نزد عامه مردم شناخته می شود. علایم تجاری از طریق کمک به مصرف کنندگان ، جهت شناسایی و تمایز آسان محصولات تولید کنندگان متعدد از یکدیگر، از گمراه شدن آن ها جلوگیری می نماید. بنابراین گفته می شود که علائم تجاری، از طریق اطمینان دادن به مصرف کنندگان درباره تداوم کیفیت محصولات خاص و شناسایی ارائه کنندگان واقعی مورد نظر آن ها ، به یک هدف مهم و اساسی عمومی کمک می نمایند.

بر خلاف کپی رایت و اختراعات که حقوق مربوط به آن ها دارای مدت محدودی است، حق مترتب بر علامت تجارتی می تواند از طریق تمدید ثبت علامت به لحاظ زمانی دائمی و نامحدود باشد، این یکی از دلایلی است ک علائم تجاری برای شرکت ها بسیار مهم هستند. سرمایه گذاری ها در طول زمان ، در کیفیت و بازاریابی محصول، می تواند به بازدهی های قابل ملاحظه در ارزش اقتصادی ویا افزایش شهرت تجاری متبلور درعلامت های تجاری بنگاه منجر شود.

مقام و رتبه بندی برندهای معتبر جهانی، اهمیت اقتصادی علایم تجاری جهانی را آشکار می سازد.

موفقیت استراتژی های توسعه برندها در سطح جهان، بستگی به توان بنگاه برای حفظ و مراقبت بین المللی از علایم تجاری خود دارد. بنابراین حمایت بین المللی از علائم تجاری یک الزام استراتژیک عمده و مهم برای تمام بنگاه هایی است که متکی به برندها ( علائم تجاری ) و انجام عملیات تجاری بین المللی می باشند. حفظ و حمایت از علامت تجاری در سطح جهانی و در تمام کشورها ، می تواند زمان بر و هزینه بر و گران باشد. اما اگر به الزامات ثبت بین المللی توجه نشود، خطرات خیلی بیشتر خواهد شد. بنگاه ها حد اقل باید در صد د حفاظت از مهمترین علایم تجاری خود در تمام کشورهائی باشند که می خواهند در آن ها کسب و کار مربوطه را انجام دهند.

10-2-1 **هزینه نگاهداری و حفاظت بین المللی از علامت تجارتی**

چون ثبت علامت تجاری یک بنگاه در هر کشور خارجی که بنگاه مزبورمیخواهد در آن فعالیت نماید ضروری می باشد و از آنجایی که ثبت علامت معمولا مستلزم دریافت کمک از متخصصین و پرداخت هزینه ثبت علامت تجاری در هر کشور می باشد، بنابراین اخذ حمایت جهانی برای علامت تجاری پر هزینه و گران است. به علاوه باید هزینه های اضافی نیز برای مثال برای ثبت یک علامت تجارتی در طبقات مختلف پرداخت گردد. یک شرکت که به تولید پوشاک، جواهرات و عطوارات اشتغال دارد، باید علامت تجارتی خود را در سه طبقه در هر کشور که قصد حمایت از علامت را دارد به ثبت برساند. هر چند می توان هزینه های مترتب بر حمایت بین المللی از علامت تجارتی را تا حد زیادی از طریق استفاده از ترتیبات یا نظام ثبت بین المللی علامت تجارتی سازمان جهانی مالکیت معنوی (واپیو ) که ذیلا به آن نظام خواهیم پرداخت ، تقلیل داد، ولی با اینهمه آنجه مهم است این است که یک بنگاه باید به هر حال یک استراتژی با صرفه و کم هزینه را برای حمایت و حفظ بین المللی حقوق مالکیت فکری مربوط به علامت تجارتی خود، تدوین و اجرا نماید.

10-2-2- **آیا علایم تجارتی داخلی واجد شرایط برای حمایت در خارج از کشور می باشند؟**

باید جهانی فکر کرد. اهمیت فکر کردن جهانی از همان آغاز تشکیل یک بنگاه را می توان درمورد بنگاه های بخت برگشته ای مشاهده کرد که بدون توجه به این موضوع، بنگاه را تاسیس و سپس متوجه می شوند که علامت تجارتی کلیدی و مهم خود را نمی توانند در مورد صادرات به کار برند. برای مثال حالت مزبور می تواند به این دلیل اتفاق افتاده باشد که بنگاه دیگری قبلا آن علامت را در کشور هدف به ثبت رسانده باشد. بنا بر این برای بنگاهی که میخواهد روزی از علامت تجارتی خود در سطح بین المللی استفاده نماید و آن را گسترش دهد، ضروری است که بررسی های مناسب و دقیق را در مورد وجود علایم تجاری مشابه در خارج از کشور خود انجام دهد. این بنگاه باید درباره مالکان احتمالی علامت های تجاری خارجی مشابه و نام های مشترک تحقیق نماید. در غیر اینصورت بنگاه مزبور ممکن است از گسترش بین المللی کسب و کار خود تا زمان کسب یک علامت تجاری جایگزین و جدید محروم بماند واگر چنانچه بنگاه مزبور از قبل با آن علامت تجارتی مشابه در داخل کشور خود مشغول فعالیت باشد، بروز حالت مزبور برای آن بسیار ناراحت کننده خواهد بود. بنگاه حتی ممکن است که مجبور به تجدید نام و استفاده از بر چسب جدید برای صادراتش گردد.

یک قاعده سر انگشتی برای اجتناب از بروز چنین حالتی این است که به هنگام تعیین علامت تجارتی، از انتخاب نام ها و اصطلاحات معمولی که بیشتر مورد استفاده همگان است ، اجتناب گردد. به همین دلیل یک تولید کننده پوشاک بچه گانه در انگلستان تحت علامت تجارتی « بچه های منحصر بفرد[[348]](#footnote-348) » به این نتیجه رسید که خود این نام به اندازه کافی منحصر به فرد نمی باشد. زیرا یک بنگاه یونانی موفق به ثبت علامتی در اتحادیه اروپا به همین نام شده بود. این بنگاه انگلیسی که خود را با هزینه های قابل ملاحظه مترتب بر تغیر علامت مواجه میدید، مجبور شد که به منظور حفظ حقوق علامت خودش ، وارد در یک فرایند حل و فصل مالی و مصالحه با آن بنگاه یونانی گردد.

**10-2-3 سیستم یا نظام مادرید: ثبت بین المللی علامت های تجاری**

پروتکل مادرید و موافقت نامه مادرید، پایه و اساس سیستم یا نظام مادرید برای ثبت بین المللی علایم تجارتی را تشکیل میدهند. این ترتیبات یا نظام، یک سیستم ( نظام ) مرکزی ثبت را جهت ثبت بین المللی علایم تجارتی ارائه میدهد که تحت مدیریت سازمان جهانی مالکیت فکری یا معنوی ( وایپو) قرار دارد. به معنای دقیق کلمه، واپیو یک حق علامت تجاری بین المللی را اعطا نمی نماید ، بلکه فرایند تسلیم تقاضای ثبت به مقامات ملی ثبت علایم در کشورها در جهان را تسهیل می نماید.

پروتکل مادرید از سال 2004 اجرائی شده است، ولی در همین مدت زمان کوتاه تا زمان چاپ این کتاب ( سال 2018 ) تعداد 76 کشور به آن ملحق شده و دارد به سرعت جایگزین موافقت نامه مادرید قدیمی تر و کم موفق تر میگردد.[[349]](#footnote-349) این پروتکل نسبت به موافقت نامه مادرید مزایائی را در اختیار دارندگان علامت و متقاضیان ثبت علامت قرار میدهد. برای مثال بر طبق این پروتکل این امکان وجود دارد که بتوان تقاضای ثبت بین المللی را حتی در زمانی که تقاضای اصلی ثبت علامت در کشور اصلی در جریان است و نهائی نشده تسلیم نمود.

10-2-4 **کنوانسیون پاریس برای حمایت از مالکیت صنعتی ( 1883 )**

کنوانسیون پاریس سال 1883 در میان قدیمی ترین و مهمترین معاهدات بین المللی مربوط به مالکیت فکری قرار داد. کنوانسیون سال 1883 پاریس برای حمایت از مالکیت صنعتی که به کنوانسیون پاریس معروف می باشد ، شامل حمایت از علامت تجارتی، اسامی تجاری و اختراعات می باشد. یکی از خدمات مهم این کنوانسیون ایجاد فرایند « حق تقدم » است که به موجب آن به متقاضی حفظ و حمایت از این حقوق اختیار داده می شود که از اولین تاریخ تسلیم تقاضا به یکی از کشورهای متعاهد در این کنوانسیون ، به عنوان تاریخ موثر برای تسلیم تقاضا به سایر کشورهای متعاهد در کنوانسیون استفاده نماید، مشروط بر این که تسلیم تقاضاهای بعداز تسلیم تقاضای اولیه ، در عرض شش ماه پس از تسلیم تقاضای اولیه در مورد علامت تجاری و دوازده ماه در مورد اختراع صورت گیرد.

0-3 **اختراعات**

اختراعات مصرفی [[350]](#footnote-350) یک حق مالکیت صنعتی در زمینه اختراعات تکنیکی و عملی جدید است. این نوع اختراعات جدای از اختراعات طرح های صنعتی و طرح های صنعتی ثبت شده می باشد که ویژگی های تزئینی و شکلی محصولات را مورد حمایت قرار میدهد.

یک اختراع به مخترع آن این حق را اعطا می نماید که بتواند برای مدت مشخصی معمولا 20 سال ، از استفاده دیگران ر زمینه ، ساخت، فروش، و یا وارد کردن محصول واجد آن حق اختراع جلوگیری به عمل آورد. در مقابل این اعطای انحصار موقتی از طرف دولت به صاحب اختراع، او باید جزئیات مربوط به یک اختراع را برای عموم افشا نماید. زمانی که مدت اعتبار یک ورقه اختراع ، مثلا 20 سال خاتمه می یابد، آن اختراع به مالکیت عمومی[[351]](#footnote-351) در می آید و هر کسی می تواند آزادانه از آن استفاده نماید.

10-3-1 **اختراعات در کنوانسیون پاریس**

همانند مورد علامت های تجارتی، کنوانسیون پاریس حق تقدم را برای هر کسی که اقدام به تسلیم ثبت اختراع در یکی از کشورهای متعاهد این کنوانسیون بنماید، قائل است. در مورد اختراعات ،این حق تقدم به متقاضی ثبت اختراع این اجازه را میدهد که بتواند از تاریخ اولین تقاضای ثبت به عنوان تاریخ موثر تقاضای ثبت اختراع در دیگر کشورهای عضو کنوانسیون استفاده نماید . مشروط به این که تقاضاهای بعد از تقاضای اولیه ، ظرف مدت 12 ماه تسلیم گردد.

10-3-2 **معاهده همکاری برای ثبت اختراع یا پی سی تی[[352]](#footnote-352)**

معاهده همکاری برای ثبت اختراع ( پی سی تی ) یا ثبت بین المللی اختراع ،یک معاهده بین المللی است که روش متحد الشکل را برای تقاضای ثبت اختراعات در هر یکصد و چهل و چهار کشور عضو آن معاهده ارائه میدهد. یک تقاضای ثبت اختراع در قالب این معاهده به نام تقاضای ثبت بین المللی اختراع یا تقاضای ثبت پی سی تی نامیده می شود. این تقاضای ثبت به یک اختراع بین المللی منتج نمیگردد، بلکه یک تقاضای ثبت استاندارد را ارائه میدهد که بعدا به مقامات ملی هر کشوری که در آن جا حمایت از اختراع مراد و منظور است ارائه گردد.

آئین کار بر طبق معاهده مزبور شامل دو مرحله می باشد. مرحله اول مرحله « بین المللی است. » در این مرحله تقاضای تسلیمی بر طبق معاهده، یک تاریخ تسلیم تقاضا را تا تاریخ دریافت اختراع در یکی از کشورهای متعاهد بر قرار می سازد. زمانی که ورقه اختراع در یکی از این کشورها به متقاضی ثبت اختراع داده می شود، آنگاه مرحله دوم یا مرحله « ملی » آغاز می شود و در این مرحله، صاحب اختراع باید اسناد لازم را در هر کشور متعاهد یا مناطقی که در آن ها حمایت از اختراع مراد و منظور می باشد، تسلیم نماید. برای اطلاع بیشتر از آئین کار و روش تسلیم تقاضای پی سی تی می توان به نشانی زیر مراجعه نمود: [www.wipo](http://www.wipo). Int/pct/ en/ texts/ articles/ atoc.htm مراجعه نمود.

شکل شماره 2-10

کدام کشورها در کدام فن آوری ها تخصص دارند؟

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| نام کشورها | ارتباطات دیجیتالی | فن آوری رایانه | ماشین آلات الکترونیکی، دستگاه ها، انرژی | حمل و نقل | فن آوری پزشکی | عوامل مکانیکی |
| چین | مقام اول | دوم | چهارم |  |  |  |
| جمهوری کره | دوم | سوم | سوم |  |  |  |
| آمریکا | سوم | اول |  |  | اول |  |
| ژاپن |  | چهارم | اول |  | دوم |  |
| آلمان |  |  | دوم | اول |  | اول |

آمارهای سازمان جهانی مالکیت فکری ( وایپو ) آشکار می سازد که چشم انداز جهانی اختراعات تحت سلطه دست اندرکاران ملی مهم که هر کدام در حوزه های تکنیکی مختلف فعال هستند قرار دارد. چین و کره در ارتباطات دیجیتالی، امریکا فن آوری های رایانه ای، ژاپن در ماشین آلات الکتریکی و آلمان در حمل و نقل.

جدول شماره 3-10

کدامین بنگاه ها در تسلیم تقاضای ثبت بین المللی اختراعات سر آمد هستند؟[[353]](#footnote-353)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| چین مقام اول   1. شرکت ZTE 2. شرکت با مسئولیت محدود   فن اوری هو آوی   1. فن آوری بی او ای | امریکا مقام دوم   1. شرکت با مسئولیت محدود گو آلکوم 2. هولت پاکارد 3. شرکت اینتل | ژاپن مقام سوم   1. میتسوبی شی الکترونیک 2. شرکت سونی | جمهوری کره چهارم   1. ال جی الترونیک 2. سامسونگ الکترونیک |

تجزیه و تحلیل ها نشان میدهد که رهبری را ده شرکت از چهار کشور به شرح جدول فوق دارا می باشند.

10-4 **حق مولف یا حق نسخه برداری یا کپی رایت**

کپی رایت عبارت است از مالکیت فکری درآثارخلاقانه و فرهنگی یا آثار فرهنگی و ادبی از جمله آثار ادبی ، آثار دراماتیک ،آثار موسیقییایی، رقص آرائی[[354]](#footnote-354)، عکاسی، سینمائی، معماری و نرم افزار. دامنه و گستره حمایت از این حقوق می تواند از کشوری به کشور دیگر متفاوت باشد.

برای اینکه یک اثر در قالب کپی رایت واجد شرایط برای حمایت تشخیص داده شود، باید آن اثر در شکل یک آفرینش اصیل ارائه گردد. کپی رایت به صورت خودکار یا اتوماتیک برای خالق اثر پس از ارائه و آفرینش آن بر قرار می شود و احتیاج به ثبت ندارد. هر چند که تعداد معدودی از کشورها ثبت اثر را الزامی می نمایند که البته به نوبه خود دارای مزایای اضافی است و اعطای مجوز استفاده از آن حق، به دیگران را تسهیل می نماید. حمایت از کپی رایت به دارنده آن اجازه میدهد که برای مدت معین و مشخص به صورت انحصاری از آن حق بهره برداری نماید. این مدت معمولا از تاریخ خلق اثر تا پنجاه، یا هفتاد سال پس از مرگ صاحب اثر، می باشد.

استثنائاتی نیز در این باره در بسیاری از قوانین کشورها وجود دارد . به موجب این استثنائات به عموم اجازه داده می شود که تحت شرایطی بدون اجازه صاحب اثر یا پرداخت به او از آن استفاده نمایند.[[355]](#footnote-355) یک مثال در این زمینه عبارت است از نقل قول های محدود، یا استفاده و نمایش اثر برای اهداف آموزشی. در برخی از کشورها، از اجرا کنندگان، تولید کنندگان و پخش کنندگان آثار واجد حق مولف یا کپی رایت نیز همانند خود صاحبان کپی رایت و مولفان حمایت می شود و این در حالی است که در برخی دیگر از کشورها از این آثار در قالب حقوق مولف جانبی یا حقوق مرتبط به حق مولف حمایت می شوند. کپی رایت بویژه در ارتباط با محتوای اینترنتی[[356]](#footnote-356) که در آن مالکیت فکری یا مشکلات اجرا روبرو میشود، دارای اهمیت فزاینده ای شده است.

10-4-1 **کنوانسیون برن در مورد حمایت از آثار ادبی و هنری**

معاهده اصلی مربوط به حمایت از کپی رایت، کنوانسیون برن برای حمایت از آثار ادبی و هنری است که به آن به اختصار کنوانسیون برن گفته می شود. این کنوانسیون در سال 1886 تاسیس و در حال حاضر یکصد و شصت و چهار کشور عضو آن می باشند. بر طبق این کنوانسیون هیچ تشریفاتی برای کسب حمایت از کپی رایت وجود ندارد. بر خلاف مورد حمایت از اختراع که مستلزم در خواست ثبت و قبول درخواست ثبت می باشد، حمایت از کپی رایت به صورت خودکار یا اتوماتیک است و به محض اینکه اثر خلاقانه اجرا و یا به صورت شکل ملموس - مثل نوشتن، ضبط، عکاسی یا فیلمبرداری - استقرار و انتشار می یابد مشمول حمایت می گردد.

بر طبق کنوانسیون برن ، حمایت از کپی رایت باید برای یک مدت زمان حداقل که بستگی به نوع اثر دارد ادامه داشته باشد. در مورد آثار ادبی و هنری حداقل مدت حمایت از اثر عبارتست از دوره حیات مولف باضافه 50 سال پس از فوت او. بنابراین ورثه مولف و کسانیکه این حق به آنها منتقل شده از حق مالکیت برای مدت 50 سال پس از فوت مولف بهره مند می باشند در برخی از کشورها ممکن است که مدت این حمایت خیلی بیشتر باشد ولی به هر حال نمی تواند کمتر از 50 سال باشد. متن این کنوانسیون را می توان از وب سایت زیر بدست آورد.

[www.wipo](http://www.wipo). Int/ treaties/ en/ Ip/ berne/ trtdocs- wo001. html

10-5 **اسرار تجاری**

ا سر ار تجاری عبارتست از اطلاعات کسب و کاری و تجاری محرمانه که به یک کسب و کار یا فعالیت تجاری یک مزیت رقابتی را نسبت به رقبا ارائه میدهد. این اسرار می تواند شامل فرایندهای تولید، تکنیک ها و فوت و فن ها و روش های فنی بومی و محلی، فهرست مشتریان و شرح حال آن ها، اجزا و ترکیبات تولید و غیره باشد . بر عکسِ حقوق مترتب بر اختراعات که محدود به مدت زمان خاصی می باشد، حقوق مربوط به اسرار تجاری از اطلاعات محرمانه بنگاه ها برای همیشه حمایت می نماید. از آنجائی که به دست آوردن حمایت از اختراع تنها با هزینه افشای تفصیلی اطلاعات مربوط به آن اختراع و قبول شرط یک مدت زمان محدود برای بهره برداری از آن میسر و امکان پذیر می باشد ، لذا برخی از بنگاه ها ترجیح میدهند که نو آوری خود را محرمانه نگاه دارند و آن را به عنوان اختراع ثبت ننمایند و آن را به عنوان یک سر تجاری مشمول حمایت دائم قرار دهند. یک جنبه جالب دیگر حقوق حمایت از اسرار تجاری این است که حمایت از اسرار تجاری مستلزم رعایت الزامات سفت و سخت مربوط به تحصیل ورقه اختراع مثل گام نو و ابتکاری و مفید بودن نمی باشد. مجازات ها در مورد به دست آوردن، استفاده یا افشای بدون اجازه صاحب اسرار تجاری ، از طریق توسل به مقررات مربوط به رقابت غیر منصفانه و ماده 39 موافقت نامه جنبه های مرتبط با تجارت مالکیت فکری سازمان جهانی تجارت ِ( تریپس) امکان پذیر می باشد.

10-6 **حمایت از طرح ها**

حقوق طرح ها، از جنبه های دیداری جدید و اصیل یک محصول ،یا بسته بندی زیبائی محور آن حمایت به عمل می آورد. برای این که یک طرح واجد شرایط برای این حمایت باشد، بایستی دارای ویژگی های زیبائی شناختی بوده و نباید یک طرح مشابه آن از قبل وجود داشته باشد. طرح ها برای بازاریابی محصولات در بسیاری از بخش ها، مثل پوشاک، مد، طرح های الکترونیکی موبایل مورد استفاده مصرف کنندگان[[357]](#footnote-357)، نرم افزارها، اتوموبیل ها، مبلمان منازل و درکوراسیون بسیار مهم می باشند. علیرغم اهمیت تجاری طرحها، مع ذلک برای حفاظت از این مالکیت فکری و حدت رویه بین المللی زیادی وجود ندارد. در این باره در سطح بین المللی یک اقدام هم آهنگ سازی مهم در اتحادیه اروپا صورت گرفته است که به موجب آن حق مالکیت فکری بر طرح ها در تمام 27 کشور عضو اتحادیه پذیرفته شده و اجرائی شده است.

در اغلب کشورها حمایت از طرح ها، مستلزم ثبت طرح می باشد. هر چند که یک روند نیز وجود دارد که برای « طرح های ثبت نشده » یک مدت کوتاه حمایت در نظر گرفته شود . مثلا مدت 3 سال در اتحادیه اروپا. در این اتحادیه "طرح های ثبت شده در اتحادیه[[358]](#footnote-358) "یا "آرسی دی" می توانند، مدت 25 سال مشمول حمایت قرار گیرند.

10-7 **نام های دامنه اینترنتی[[359]](#footnote-359)**

در عصر و دوران گسترش فزاینده تجارت الکترونیکی و رسانه های اجتماعی و بازاریابی اینترنتی، این موضوع برای بنگاه ها مهم و حیاتی شده است که ازنام های دامنه ی مهم تجاری خود حمایت به عمل آورند. در اوایل پیدایش اینترنت، برای باصطلاح رایا احتکار چیان یا سوء استفاده کنندگان از نام های دامنه اینترنت[[360]](#footnote-360) یا سوء استفاده کنندگان از دنیای مجازی، خیلی راحت بود که بتوانند یک دامنه اینترنتی پر ارزشی تجاری مربوط به یک علامت را قبل از مالک آن علامت تجارتی در اینترنت به ثبت برسانند. اما در این اواخر تعدادی از قواعد و قوانین و مقررات ملی و بین المللی تدوین شده که هدف از آن ، اطمینان حاصل کردن از این است که نام های دامنه اینترنتی با هدف سوء استفاده از حقوق مالکیت فکری مترتب بر علامت تجارتی یا بر خلاف حسن شهرت شرکت های استقرار وقوام یافته، در اینترنت به ثبت نرسند و از این اقدام جلوگیری به عمل آید..

10-7-1 **سیاست حل و فصل متحد الشکل اختلافات در باره نام های دامنه در اینترنت ( یو دی آر پی[[361]](#footnote-361))**

مجموعه قواعد سیاست یو دی آر پی، شالوده و قالب قانونی حل و فصل اختلافات بین یک ثبت کننده نام دامنه در اینترنت و یک شخص ثالث ( یعنی شخص دیگری غیر از ثبت کننده نام دامنه ) در مورد سوء استفاده از ثبت و استفاده از یک نام دامنه در سطح بالای دامنه ها gLTDS[[362]](#footnote-362) -برای مثال برندهای .biz، دات کام (. Com )، .Info، .mobi، .name، net,.org - و هم چنین نام ها ی دامنه سطح بالای دولتی یا ccTLDs که یودی آر پی را به صورت داوطلبانه پذیرفته اند ، ارائه می نماید.

یک شاکی برای این که در فرایند رسیدگی در یو دی آر پی موفق شودT بایستی سه عامل زیر را به اثبات برساند:

* نام دامنه به نحو گمراه کننده ای شبیه نام دامنه شاکی است.
* ثبت کننده نام دامنه T دارای هیچ حق یا منافع مشروع در علامت تجارتی یا نام دامنه نمی باشد.
* ثبت کننده نام دامنه، ثبت را با سوء نیت انجام داده است.

بر طبق یو دی آر پی از جمله عواملی که می تواند سوء نیت را نشان دهد این است که ثبت نام دامنه عمدتا با این هدف انجام شده باشد که نام مزبور به شاکی که مالک علامت تجارتی مربوطه است، فروخته شود. اگر شاکی نتواند در قالب ترتیبات یو دی آر پی دعوای خود را به اثبات برساند، او در بسیاری از نظام های حقوقی دیگر می تواند بر علیه ثبت کننده نام دامنه بر طبق قوانین داخلی اقامه دعوا نماید. برای اطلاع تفصیلی از جزئیات مربوط به حل و فصل اختلاف بر اساس ترتیبات یو دی آر پی رجوع شود به: [www.Icann.org/en/udrp.htm](http://www.Icann.org/en/udrp.htm)

10-8 **تقلب و علامت تجارتی ساختگی و جعلی**

تقلب در مورد علامت تجارتی، عبارتست از تولید یا توزیع یک محصول با علامت تجارتی مشابه و یا در حد وسیع غیر قابل تشخیص و تمیز از یک علامت تجارتی اختصاصی و دارای مالک، بدون اجازه مالک علامت تجارتی اختصاصی یا اصلی. این سوء استفاده و تقلب ها صاحبان علامت های تجارتی، یا برندها را به علت جایگزین سازی کالاهای تقلبی به جای کالاهای واقعی واجد علامت تجارتی آنان ، از رسیدن به در آمد حقه خود محروم می سازند.. به علاوه،، تقلب نسبت به علامت تجارتی می تواند در آمد کلی ناشی از علامت یا برند را به علت عرضه بی اندازه محصول تقلبی و صدمه و لطمه وارد آوردن به کیفیت بالای متصوره در محصولات تحت علامت تجارتی و گمراه شدن مصرف کننده تقلیل دهد. شرکت های تولید کننده محصولات موفق درتحت علایم تجاری موفق و معروف، همواره با مساله عرضه کالا های تقلبی به جای کالا های واقعی خود در بازار های صادراتی مواجه هستند.

10-8-1 **موافقت نامه تجاری ضد تقلب ( اکتا )[[363]](#footnote-363)**

این موافقت نامه اولین موافقت بین المللی است که اختصاصا جهت مبارزه هم آهنگ و متحد الشکل با تقلب در علامت های تجاری طراحی و تدوین شده است. موافقت نامه مزبوردر سال 2011 بوسیله استرالیا، کانادا، ژاپن، مراکش، نیوزلند، سنگاپور، کره جنوبی و ایالات متحده امضا شد. مکزیک و اتحادیه اروپا و 22 کشور از اعضای اتحادیه اروپا نیز آن را امضا نموده اند. ژاپن موافقت نامه را تصویب نموده و این موافقت نامه پس از تصویب شش کشور دیگر به مرحله اجرا در خواهد آمد.

موافقت نامه تجاری ضد تقلب یا آکتا به منظور مبارزه با شبکه های تقلب بسیار پیچیده در جهان تدوین شده و قویا مورد پشتیبانی سازمان های کسب و کاری و تجاری نظیر اطاق بازرگانی بین المللی در قالب ابتکار BASCAP قرار گرفته است.

تمهیدات مندرج در این موافقت نامه به شرح زیر است:

* استانداردهای متعالی تر و قوی تر همکاری در مبارزه با تقلب؛
* اجراهای مرزی قویتر؛
* مجازات های جنائی موثر تر؛
* همکاری های اعتلا یافته بین مقامات اجرائی.؛
* همکاری بیشتربین دولت و صنعت .

10-9 **اطاق بازرگانی بین المللی و مالکیت فکری ( معنوی )**

اطاق بازرگانی بین ا لمللی در زمینه کمک به ایجاد و خلق یک محیط مناسب و مشوق جهت شرکت های استفاده کننده از مالکیت فکری در جهان، فعال است. برای اطلاع بیشتر در این مورد به نشانی زیر مراجعه شود: https://iccwboo.org/global-issues-trends/innovation-ip/

10-9-1 **باسکاپ: ابتکار ضد تقلب اطاق بازرگانی بین المللی[[364]](#footnote-364)**

اطاق بازرگانی بین المللی ، ابتکار با سکاپ یا اقدام تجاری و کسب و کاری جهت توقف تقلب و سرقت[[365]](#footnote-365)را جهت تحقق اهداف زیر اتخاذ نموده است : تجهیز تجارت و کسب و کار در صنایع و داخل مرزهای ملی برای مبارزه بر علیه تقلب و سرقت ؛ تجمیع منابع و نیروهای متخصص و کاردان ؛ رسا تر کردن صدا و رساندن نظرات کسب و کاری به دولت، عامه مردم و وسایل ارتباط جمعی؛ وارد آوردن فشار به دولت ها برای اقدام و تخصیص منابع جهت تقویت اجرا ی حقوق مالکیت فکری (معنوی) ؛ خلق و ایجاد یک تحول فرهنگی جهت اطمینان حاصل کردن از اینکه حقوق مالکیت فکری محترم شمرده و از آن حمایت شود.

10-9-2 **بروز رسانی های تحولات مربوط به مالکیت فکری در سطح جهان: نقشه راه اطاق بازرگانی بین المللی در مورد مالکیت فکری**

این نشریه اطاق بازرگانی بین المللی به صورت منظم ، آخرین و جدید ترین تحولات در زمینه حمایت جهانی از مالکیت فکری ( معنوی ) را در اختیار صاحبان کسب و کارها و بازرگانان و سیاست گذاران تجاری قرار می دهد.در سال های اخیر، تمرکز ویژه نقشه راه بر موضوع گسترش فن آوری های دیجیتالی و اینترنت و تاثیر تحول این کسب و کار بر حقوق مالکیت فکری ( معنوی ) بوده است. .در این نقشه راه هر دو یا سه سال تجدید نظر می شود ( سیزدهمین ویرایش آن در سال 2017 انتشار یافته است ) و به زبان های متعدد از جمله زبان های انگلیسی، چینی، ایطالیائی، پرتغالی، اسپانیولی، روسی و ترکی در دسترس می باشد.

برای اطلاع بیشتر در این باره رجوع شود به:

Http: // Iccwbo. org/ publication/ Icc- Intellectual- property- roadmap- current- emerging- Issues- business- policymakers.

**خود آزمایی فصل دهم: حفاطت بین المللی از مالکیت فکری**

صحیح یا اشتباه

1. نظام مادرید به وسیله سازمان جهانی تجارت مدیریت میشود و ثبت بین المللی حقوق مولف ( کپی رایت ) را تسهیل مینماید.
2. برعکس حق اختراع و مولف( کپی رایت) ، علائم تجاری و اسرار تجاری میتواند به صورت دایمی حفاظت شود.
3. ابتکار ضد تقلب اطاق بازگانی بین المللی(BASCAP) ، برای مبارزه با واردات موازی است.
4. یک طرح ثبت شده در اتحادیه اروپا میتواند تا بیست وپنج سال در آن اتحادیه حمایت و محافظت شود.
5. برای پیروز شدن در ادعا در سازو کار اطاق بازر گانی بین المللی در مورد سیاست حل وفصل متحد الشکل اختلافات مربوط به نام های دامنه در اینترنت(UDRP) ، شاکی باید ، از جمله سایر موارد اثبات نماید که تام دامنه موضوع اختلاف به صورت گمراه کننده ای با علامت تجاری ثبت شده شاکی مشابه و یکسان است.

**پاسخ ها:**

1. **اشتباه**
2. **صحیح**
3. **اشتباه**
4. **صحیح**
5. **صحیح**

**فصل یازدهم**

**پرداخت های بین المللی**

**خلاصه**

مقررات و شرایط مربوط به پرداخت ثمن معامله ، بویژه در معاملات بین المللی بسیار مهم است. زیرا اجرای حقوق ناشی ازقرار داد در خارج می تواند بسیار مشکل باشد. در صورت بروز اختلاف، طرفی که بااطاق بازرگانی بین المللی ید ثمن معامله را پرداخت نماید و وجوه پرداخت را در کنترل خود دارد( و هنوز آن را نپر داخته است )، دست بالا را در مذاکرات مربوط به حل اختلاف دارا می باشد.

صادرکنندگان و وارد کنندگان در مورد قایل شدن ترجیح در ارتباط با روش پرداختی که تنها برای یکطرف سود مند باشد، مخالف هستند. روش بسیار مورد علاقه و مرجح وارد کنندگان روش " حساب باز "[[366]](#footnote-366) یا پرداخت ثمن معامله پس از تحویل کالا است، اما این روش صادر کننده راه در معرض خطرعدم پرداخت ثمن معامله قرار میدهد و بنابراین چنین روشی از دیدگاه صادر کنندگان کمترین گزینه مطلوب به شمار میرود. بر عکس، صادر کنندگان پرداخت ثمن معامله در قبل از تحویل را ترجیح میدهند، ولی وارد کنندگان با این روش مخالف هستند، زیرا آن ها را در معرض خطر عدم تحویل کالاقرار میدهد.

یک راه حل مرضی الطرفینی ، توسل به ترتیبات یا سازو کار مربوط به صدور اعتبار نامه یا ( اِ ل سی[[367]](#footnote-367) ) است. در این ترتیبات به صادر کننده تضمین پرداخت ثمن معامله در قبل از تحویل کالا داده می شود. اجرای این روش هم چنین از وارد کننده در مقابل امکان عدم تحویل کالا محافظت به عمل می آورد. به سازو کار اعتبار نامه هم چنین عنوان اعتبارات اسنادی[[368]](#footnote-368) نیز اطلاق میگردد.

یک گزینه مرضی الطرفینی دیگر ترتیبات وصول اسنادی[[369]](#footnote-369) است. این روش از صادر کننده در مقابل عدم پرداخت ثمن معامله محافظت می نماید، ولی یک تضمین پرداخت ثمن معامله قبل از تحویل کالا ، شبیه روش مبتنی بر اعتبار نامه را ارائه نمیدهد.

بسیاری از صادر کنندگان در آغاز و قبل از هر چیز از طریق توسل به بیمه صادراتی، در صدد محافظت از خود بر می آیند. این روش صادر کنندگان را در موقعیتی قرار میدهد که بتوانند شرایط اعتباررقابتی [[370]](#footnote-370) را به وارد کننده پیشنهاد نمایند ( مانند روش حساب باز )

11-1 **تعریف و ترتیب اولویت های ترجیح**

از آنجائی که گزینه های اندکی در مورد پرداخت بین المللی وجود دارد و از آنجائی که صادر کننده و وارد کننده دارای ترجیحات متفاوت در انتخاب این گزینه ها می باشند، لذا آشنائی با هر یک از گزینه ها و مقام و موقعییت آن ها برای ترجیح هم برای صادر کننده و هم برای وارد کننده دارای اهمیت می باشد.

**گزینه های پرداخت: تعاریف**

* **پرداخت ثمن معامله قبل از ارسال کالا[[371]](#footnote-371)**

به موجب این روش وارد کننده قبل از اینکه صادر کننده کالاها را ارسال نماید ، نسبت به پرداخت بها یا ثمن معامله اقدام می نماید. در برخی از موارد این پرداخت از قبل ، شامل تمام ثمن معامله نمی باشد و بخشی از آن می باشد که به آن پرداخت از قبل بخشی از ثمن معامله گفته می شود.[[372]](#footnote-372)

* **روش** **پرداخت با پشتوانه اعتبار نامه اتکائی و تضمینی یا تضمین بانکی[[373]](#footnote-373)**

در این روش صادر کننده کالاها را تحویل میدهد و وارد کننده ثمن معامله را در یک تاریخ بعدی مورد توافق طرفین پرداخت می نماید. ( تقریبا مانند معامله نسیه خودمان ) حال اگر وارد کننده ثمن معامله را پرداخت ننماید، در اینصورت صادر کننده خیلی راحت می تواند پرداخت ثمن معامله را با استفاده از اعتبار نامه اتکائی یا تضمینی یا تضمین بانکی که در این روش ، طرح های تضمین و تامین پرداخت می باشند ، دریافت نماید.

* **روش اعتبار اسنادی یا دی سی[[374]](#footnote-374) که به آن "اعتبار نامه" [[375]](#footnote-375)، " اعتبار تجاری[[376]](#footnote-376)" یا L/C نیز گفته می شود.**

در این روش وارد کننده یک تضمین را جهت پرداخت ثمن معامله قبل از تحویل کالا در اختیار صادر کننده قرار میدهد، مشروط بر این که صادرکننده نیز یک سری اسناد ، دائر بر این که کالاهای موضوع قرار داد حمل شده را ارائه دهد. هنگامی که صادر کننده این مجموعه اسناد حمل مورد توافق طرفین را ارائه میدهد، بانک یا ( بانک ها ) آنها را به لحاظ رعایت دقت وتطابق با اعتبار اسنادی کنترل می نمایند واگر هیچ مشکلی نداشته باشند، به صادرکننده پرداخت به عمل می آید و این اسناد که کنترل و مالکیت بر کالاها را منتقل می نماید ( مانند بار نامه ) به وارد کننده چهت تحویل گرفتن کالاتسلیم می شود.

* **روش** **وصول اسنادی[[377]](#footnote-377)**

در این روش صادر کننده کالاها را به مقصد کشور وارد کننده ارسال میدارد ، ولی اسناد حمل ( و بار نامه ) دائر به انتقال کنترل و مالکیت بر کالاها ، تا زمان پرداخت ، یا فرایند قبول پرداخت ثمن معامله توسط وارد کننده ، در اختیار او قرار داده نمی شود.

* **روش حساب باز یا دریافت ثمن معامله پس از تحویل کالا**

در این روش صادر کننده، کالاها را تحویل میدهد و سپس تا انقضای مدت توافق شده )سی روز خالص یا 06 روز خالص یا 9.0 روز خالص ) یعنی پس از سی روز یا 60 روز یا 90 روز برای پرداخت صبر می کند.

**11-2 خطر یا ریسک عدم پرداخت و مدیریت آن**

**خطر عدم پرداخت، بیمه اعتبار صادراتی[[378]](#footnote-378) یا بیمه اعتبار تجاری**

بیمه اعتبار صادرات یا بیمه اعتبار تجاری یکی از ابزارها یا ساز و کارهای کلیدی و مهمی است که صادر کنندگان از آن استفاده می نمایند. بیمه اعتبار صادرات اغلب بوسیله نهادهای دولتی ( در آمریکا بوسیله اکزیم بانک ) ارائه می شود. در موردی که یک صادر کننده بتواند پوشش بیمه ای را برای کالاهای صادراتی خود تحصیل نماید، او ( که از دریافت ثمن معامله مطمئن می شود ) خیلی بیشتر آماده خواهد بود که شرایط سهل و آسان را به وارد کننده (و در نتیجه جریان بیشتر تجارت و معاملات تجاری ) پیشنهاد نماید.

**خطرهای ناشی از نوسانات نرخ ارز**

آسان ترین راه برای صادر کننده جهت اجتناب از خطرات نوسانات نرخ ارز این است که ثمن معامله را به پول کشور خودش دریافت نماید. اما در بازارهای رقابتی امروزی این کار می تواند با مشکل مواجه شود . زیرا در اغلب موارد، صادر کنندگان مجبور می شوند که ثمن معامله را به پول خارجی دریافت نمایند. چنین حالتی باعث میشود که آن ها در معرض نوسانات نرخ ارز قرار گیرند. در آخرین بخش این فصل به نحو اختصار به ساز و کارهای متعدد و مختلف مقابله و جلوگیری از خطرات ( ریسک های ) نرخ از اشاره شده است.

**استفاده از عوامل [[379]](#footnote-379) یاموسسات تامین مالی: وصول بدهی[[380]](#footnote-380)؛ کنترل و اطمینان حاصل کردن از اعتبار؛[[381]](#footnote-381)پیش پرداخت ها[[382]](#footnote-382)**

عوامل یا دست اندر کاران در امور مالی و وصول بدهی ها، عبا رتند از شرکت های خدماتی مالی که به مدیریت مالی و حسابداری فرایند های مربوط به پرداخت های بین المللی اشتغال دارند. صادر کنندگان می توانند وصول طلب های خود را به یک کار گزار وصول بین المللی یا عامل[[383]](#footnote-383)، یعنی کار گزار دست اندرکار در امور مالی و وصول بدهی ها محول نمایند. برای اطلاع بیشتر در این باره به فصل سیزدهم این کتاب مراجعه شود.

11-3 **سه وظیفه روش پرداخت: پرداخت، مدیریت خطر یا ریسک، و تامین مالی**

ساز و کارها یا روش های پرداخت ثمن یا بهای معامله به صادر کننده، مانند اعتبار اسنادی، نظام های قابل انعطافی می باشند که سه وظیفه کلیدی و مهم را به شرح زیر انجام میدهند:

1. **وسیله پرداخت**

راه های ساده ای وجود دارد که وارد کننده می تواند بوسیله آن ها پرداخت ثمن معامله به صادر کننده را انجام دهد ( مانند برات بانکی[[384]](#footnote-384)، یا انتقال پول از طریق اکترونیکی[[385]](#footnote-385)) ، ولی در معاملات بین المللی، استفاده تنها از این روش ها صادر کننده و یا وارد کننده را ( بسته به این که پرداخت ثمن معامله بعد یا قبل از دریافت کالا باشد ) کاملا در معرض خطر ( ریسک ) قرار میدهد. در تجارت بین الملل، پرداخت به صورت چک های بانکی غیر معمول می باشد. رویه بسیار معمول و متداول تر برای پرداخت مطمئن تر عبارت از این است که وارد کننده ( یا بانک او ) حواله صادر کننده یا برات او را قبول یا پرداخت نماید. حواله یا برات ساز و کارهائ ساده برای پرداخت هستند و زمانی که به تنهائی مورد استفاده قرار بگیرند به آن ها عنوان حواله یا برات های بدون عیب و نقص[[386]](#footnote-386) یا پاک ( غیر همراه با اسناد پشتیبان. ) اطلاق میگردد. اما بازر گانان برای اطمینان بیشتر در مورد پرداخت تقاضا می نمایند که اسناد دیگری نیز پیوست و همراه با برات باشد، این مجموعه اسناد بوسیله بانک ها پردازش می شوند و به همین جهت به آن ها اسناد تضمینی[[387]](#footnote-387) ( پشتیبان )گفته می شود.

**2 ساز و کارهای ایمن سازی[[388]](#footnote-388)یا اطمینان بخش**

استفاده از اعتبارات اسنادی برای هر دو طرف معامله سودمند است و آن ها را هم در مقابل امکان عدم پرداخت ثمن معامله و هم در مقابل عدم وصول کالا حفظ وایمن می سازد. در این ساز و کار به صادر کننده تضمین داده می شود که در صورتیکه اسناد تسلیمی او به بانک در مورد ارسال و حمل کالا صحیح و درست باشد، ثمن معامله به او پرداخت خواهد شد. در ساز و کار مزبور ، از وارد کننده نیز در مقابل پرداخت ثمن معامله برای دریافت کالاهایی که ارسال گردیده ، ولی هنوز به دست او نرسیده حمایت می شود . به عبارت دیگر در این ترتیبات به او تضمین داده میشود که در مقابل پرداخت ثمن معامله ، حتما کالا را دریافت می کند. به علاوه الزام صادر کننده به ارائه گواهی بازرسی قبل از حمل در این ترتیبات ، به وارد کننده اطمینان میدهد که کالاهای ارسال شده دارای همان کیفیت مقرر در قرار داد می باشد.

در فرایند یا سازو کار اعتبار اسنادی ، با استفاده از مجموعه اسناد تضمینی، کالاهای صادر کننده ( بر طبق بارنامه یا سند حمل دیگر) و پرداخت وارد کننده (بوسیله قبول و یا پرداخت در قبال دریافت بارنامه ) از طریق یک شخص ثالث بی طرف یا بانک مبادله می شود. با توسل به این ترتیبات ، این خطر که صادر کننده با مشکل عدم پرداخت ثمن معامله ، یا وارد کننده با مشکل عدم وصول کالا مواجه شود بر طرف می گردد. بنابراین مجموعه اسناد تضمینی مزبور که هم در ترتیبات اعتبار اسنادی و و هم در سازو کار عملیات وصولی[[389]](#footnote-389) از آن استفاده می گردد، نمایانگر بر قراری یک ارتباط و پیوند بین وظیفه پرداخت ثمن معامله و دریافت کالا در تجارت بین الملل می باشد و یک فرایند ایمن و مطمئن سازی دریافت کالا و ثمن معامله محسوب میگردد .

بایستی توجه داشت که بر عکس ساز و کارهای فوق، از اعتبارات اتکائی یا تضمینی [[390]](#footnote-390) و ضمانت نامه های عند المطالبه[[391]](#footnote-391)، عمدتا به عنوان ابزار تضمینی و نه ساز و کارهای اصلی پرداخت استفاده می شود. بنابراین اگر یک صادر کننده موافقت نماید که با پشتوانه اعتبار تضمینی یااتکایی وارد کننده ، برای او90 روز برای پرداخت اعتبار قائل شود( پس از نود روز ثمن معامله را بپردازد)، این ضمانت نامه به معنای سازو کار اصلی پرداخت نمی باشد، بلکه صادر کننده صورت حساب ها برای پرداخت را در زمان مناسب به وارد کننده تسلیم می نماید و او ( صادر کننده) تنها زمانی می تواند به تضمین اعتبار اتکانی متوسل و از آن طریق ثمن معامله را دریافت نماید که وارد کننده پرداخت را انجام ندهد. به ساز و کارهای ایمنی یا ایمن سازی [[392]](#footnote-392)به تفضیل در فصل چهاردهم این کتاب پرداخته خواهد شد.

هر یک از گزینه های مربوط به پرداخت بین المللی ، دارای خاصیت کاهش خطر ) ریسک ( و ویژگیهای اسنادی متفاوتی می باشند. به طور کلی کاهش دادن خطر ) ریسک( در ازای تقبل هزینه مترتب بر ارائه اسناد پیچیده تر و پرداخت هزینه های بانکی حاصل میگردد. د ر صورتی که طرفین معامله در جه بالائی از اعتماد را برای یکدیگر قایل باشند ویا در صورتی که یکی از طرفین معامله دارای آن چنان قدرت چانه زنی باشد که بتواند طرف دیگر را مجبور به قبول شرایط پر خطر تر بنماید، در آن صورت آن ها میتوانند از گزینه های آسان تر و کم هزینه تر استفاده نمایند.

**3 - ساز و کارهای تامین مالی[[393]](#footnote-393)**

بر خلاف ساز و کارهای مربوط به پرداخت، ساز و کار تامین مالی، مربوط می شود به اعطای اعتبار به صادر کننده یا وارد کننده. صادر کنندگان می توانند از اعتبار نامه ها( اعتبارات اسنادی) به عنوان ساز و کار تامین مالی، بالاخص از طریق بکارگیری اعتبارات قابل انتقال یادو اعتبارنامه( متوالی یا پشت به پشت) [[394]](#footnote-394)جهت فرایند صادراتی استفاده نمایند. از برات ها، می توان به تنهائی یا همراه با اعتبار اسنادی یا فرایند عملیات وصولی ، به عنوان منابع تامین مالی هم برای صادر کننده و هم جهت وارد کننده استفاده نمود. معمولا وارد کنندگان علاقمند هستند که به آن ها برای پرداخت بها یا ثمن معامله مهلتی داده شود - از 30 روز نا 180 روز یا بیشتر - تا آن ها بتوانند تا قبل از پرداخت ثمن معامله به صادر کننده ، کالا یامبیع را فروخته باشند و از محل این فروش بدهی به صادر کننده را پرداخت نمایند. صادر کنندگان نیز ممکن است که با این ترتیب موافقت نمایند. مشروط بر این که وارد کننده ، یا بانک وارد کننده ، تعهد نمایند که در پایان این مهلت پرداخت را انجام خواهد داد. مثلا بوسیله صدور اعتبار نامه مدت دار[[395]](#footnote-395) یا قبول یک برات مدت دار که در عمل به آن ها برات های قبولی[[396]](#footnote-396) یا برات های تضمین شده[[397]](#footnote-397) میگویند. در این ترتیبات صادر کننده می تواند این اسناد را از طریق تنزیل نقد نماید. در قصل سیزدهم این کتاب به عملیات تتریل نظیر خرید دین[[398]](#footnote-398) همراه با دیگر ترتیبات تامین مالی کوتاه مدت پرداخته شده است.

**11- 4 روش های پرداخت : آیین کارها در هر روش**

11-4-1 **پرداخت به صورت روش حساب باز**

این روش دارای کمترین ایمنی و تضمین برای صادر کننده و حد اکثر تضمین و اطمینان برای وارد کننده می باشد و بنابراین صادر کننده فقط در زمانی باید با آن موافقت نماید که وارد کننده مورد اعتماد کامل او بوده و از اعتبار کافی برخوردار باشد. در این روش ، صادر کننده باید لزوم حفاظت از خود از طریق بیمه اعتبار صادراتی را را مورد بررسی قرار دهد. در روش مزبور ، صادر کننده کالاها را برای خرید ار وارد کننده ارسال می کند و وارد کننده محصول را دریافت و پس از آن ثمن معامله را پرداخت می نماید. به این نوع معامله برخی اوقات فروش مبتنی بر اعتبار خریدار نیز گفته می شود . زیرا فروشنده یا صادر کننده اعتباری را بدون تضمین اسنادی برای وارد کننده مدیون قایل می شود. البته برای وارد کننده شرایط این روش بسیار مفید و پر مزیت است، زیرا او مجبور نمی باشد که ثمن معامله را تا قبل ازتحویل و بازرسی کالا بپردازد. در این روش، هم چنین وارد کننده شاید بتواند تا قبل از پرداخت ثمن معامله به صادر کننده، مال التجاره را فروخته و از محل دریافتی های فروش ، صورت حساب صادر کننده یا ثمن معامله را پرداخت نماید.

باید توجه داشت که استفاده از این روش در فروش های داخلی بیشتر معمول و متداول می باشد و موارد استفاده از آن در معاملات بین المللی خیلی زیاد نمی باشد. علت این امر هم این است که در این روش امکان در معرض خطر یا ریسک قرار گرفتن صادر کننده خیلی زیاد می شود. بنا بر این یک فروشنده ی صادر کننده، فقط موقعی باید با این روش موافقت نماید که اعتماد قطعی به وارد کننده و ثبات در کشور وارد کننده و مقررات آن کشور داشته باشد. وجود ثبات در بازار محصول صادراتی، یک تضمین و اطمینان بخشی دیگری به حساب می آید. زیرا در بازارهای بی ثبات و پر نوسان ، یک افت قیمت اغلب انگیزه ای را برای وارد کننده ایجاد می نماید که سعی نماید از اجرای قرار داد و پرداخت بها یا ثمن معامله فرار نماید.

با این همه و علیرغم خطرات ( ریسک ها ) ی مترتب بر این روش برای صادر کننده ، مع هذا امروزه استفاده از آن در معاملات درسطح بین المللی در حد قابل ملاحظه ای افزایش یافته است. زیرا در گذشته، موانع عمده، نظیر فقدان شفافیت و بیم و هراس از مواجه شدن با خطرات فرامرزی، انجام تجارت بین المللی از طریق روش حساب باز را محدود کرده بود. اما پیشرفت های فن آوری و گسترش اطلاعات مالی، این دغدغه و نگرانی ها را کاهش داده و هم فروشنده گان و هم خریداران منافع این روش از جمله کاهش هزینه و کارآتر نمودن تجارت فرامرزی را مورد تایید قرار میدهند.

مع ذالک به فروشندگانِ صادر کننده بر طبق این روش اکیدا توصیه میگردد که بند مربوط به حفظ مالکیت بر کالا و عدم انتقال آن به وارد کننده تا زمان پرداخت ثمن معامله را در قرار دادها درج نمایند. این بند صادر کننده را قادر می سازد که در صورت مفلس شدن و اعسار وارد کننده قبل از زمان پرداخت ثمن معامله بتواند ، کالاها یا عواید ناشی از فروش آن توسط وارد کننده را تصاحب نماید و سایر طلبکاران ازوارد کننده حقی بر آن نداشته باشند.

**11-4-2 روش پرداخت ثمن معامله قبل از تحویل کالا**

این روش، سریعترین گزینه برای صادر کننده از جهت دریافت ثمن معامله می باشد، ولی اغلب در بازار پُر رقابت امروزی در دسترس نمی باشد. در این ارتباط ، پرداخت بخشی از ثمن معامله قبل از تحویل گرفتن کالا توسط وارد کننده - برای مثال 20 یا 30 در صد ثمن معامله - می تواند برای او( وارد کننده) قابل قبول تر و واقع گرایانه تر باشد. اما با وجود این، هنوز هم صادر کننده با خطر از دست دادن بقیه ثمن معامله مواجه خواهد بود. البته روش پیش پرداخت نقدی تمام ثمن معامله ، نیز برای وارد کننده همراه با خطر(ریسک) بزرگی می باشد ، ولی علیرغم وجود این خطر ( ریسک ) بزرگ ، مع هذا مواردی پیش می آید که برخی از وارد کنندگان چاره دیگری جز قبول این شرط نداشته باشند.( مانند کالا های کم عرضه و پُرتقاضا) وارد کنندگان در کشورهای در حال توسعه شاید مجبور شوند که به منظور خرید کالاهای لوکس و پُر تقاضا، تمام ثمن معامله را قبل از تحویل کالابپردازند. در برخی موارد این نحوه پیش پرداخت تمام ثمن معامله ، می تواند در مقابل صدور یک تضمین بانکی صادره از طرف بانک وارد کننده انجام شود.

در این روش ، صادر کننده با هیچ خطری درباره دریافت بهای معامله مواجه نخواهد بود. اما ،بر عکس وارد کننده می تواند در معرض خطر جدی قرار گیرد و هرگز نباید این روش را قبول نماید، مگر اینکه اطلاعات کافی را درباره آبرو و حسن شهرت و اغتبار صادر کننده در اختیار داشته باشد.

امروزه اگر هم ، احیانا در موردی از روش پیش پرداخت ثمن معامله استفاده شود، تمام ثمن معامله پیشاپیش پرداخت نمی شود وفقط در صورتی از این روش تبعیت میگردد که بخشی از ثمن معامله قبل از وصول کالا یا ارسال آن پرداخت شود. مع ذلک همان طور که فوقا گفته شد، درمواردی که تقاضا برای محصولات صادراتی بسیار زیاد باشد و بازار کشور وارد کننده در اولویت صدور کالا برای صادرکننده قرار نداشته باشد، علیرغم خطرات مزبور، استفاده از روش پرداخت از قبل تمام ثمن معامله معمول و متداول است.

شکلی از این روش عبارتست از این که استفاده از آن با نوعی از اعتبار اسنادی نظیر استفاده از بند معروف به بند قرمز اعتبار نامه[[399]](#footnote-399) توام گردد.

11-4-3 **روش پرداخت حساب باز با پشتوانه اعتبار اتکائی ( تضمینی ) [[400]](#footnote-400) یا ضمانت نامه عند المطالبه[[401]](#footnote-401)**

این گزینه برخی اوقات از طرف صادر کنندگان قوی و قَدَر نادیده گرفته می شود. در این روش صادر کننده ، شرط حساب باز را توام و با پشتوانه یک اعتبار نامه اتکائی (تضمینی ) با ضمانت بانکی می پذیرد. در روش مزبور اگر وارد کننده از پرداخت ثمن معامله در موعد مقرر قصور نماید، صادر کننده از آن اعتبار نامه اتکائی ( تضمینی ) یا ضمانت نامه بانکی استفاده و طلب یا همان ثمن معامله خود را وصول می کند. مزیت این روش برای صادر کننده این است که الزامات اسنادی در این روش باندازه اعتبار نامه های تجاری معمولی پیچیده نمی باشند. مزیت این روش برای وارد کننده این است که شرایط فروش مبتنی بر حساب باز را از صادر کننده دریافت میدارد. در این روش اگر پرداخت ثمن معامله در تاریخ مورد توافق توسط وارد کننده انجام شود، ماشه استفاده از اعتبار نامه اتکائی ( تضمینی ) یا ضمانت نامه بانکی هرگز کشیده نخواهد شد. اما یک خطر احتمالی استفاده از این روش برای وارد کننده این است که صادر کننده می تواند، به صورت غیر منصفانه و نا حق نیز از اعتبار نامه اتکائی ( تضمینی ) یا ضانت نامه بانکی استفاده و نماید. بنابراین از این گزینه باید در شرایط وجود یک صادر کننده بسیار قابل اعتماد استفاده شود.

بسیاری از صادر کنندگان از بررسی این نکته غافل هستند که به طور کلی ،روش حساب باز پرداخت توام با پشتوانه یک اعتبار نامه اتکائی ( تضمینی ) یا ضمانت نامه عند المطالبه ، می تواند به همان اندازه دریافت از قبل تمام ثمن معامله مطمئن ( و حتی مطمئن تر از روش دریافت از قبل بخشی از ثمن معامله ) باشد. کمیسیون بانکداری اطاق بازرگانی بین المللی، قواعد خاص طراحی و تدوین شده جهت اعتبار نامه اتکائی ( تضمینی ) و ضمانت نامه های بانکی را تائید و تصویب نموده است ( رجوع شود به فصل دوازدهم این کتاب )

11-4-4 **وصول – وصول اسنادی/ وصول غیر اسنادی[[402]](#footnote-402)**

این روش برای صادر کننده به همان اندازه اعتبار نامه مطمئن نمی باشد و لی به نحو قابل ملاحظه ای کم هزینه تر و بسیار راحت تر برای وارد کننده است.در این روش فروشنده ی صادر کننده بایستی آماده پذیرش این خطر باشد که وارد کننده ممکن است پرداخت را انجام ندهد یا اسناد را قبول ننماید.

در حالی که روش معامله بر مبنای دریافت از قبل ثمن معامله برای صادر کننده و معامله بر مبنای حساب باز برای وارد کننده ایده آل می باشد، روش وصول اسنادی، مانند اعتبار اسنادی ، یک روش مرضی الطرفینی است که متضمن فایده برای هر دو طرف است.

باید به این نکته توجه داشت که وصول اسنادی با وصول غیر اسنادی متفاوت است. روش وصول غیر اسنادی اصولا یک روش پرداخت بر مبنای حساب باز از طریق و توام بابرات است. در این روش صادر کننده کالاها را ارسال می کند و سپس یک برات را از طریق بانک وارد کننده برای او ارسال می نماید.

اما وصول اسنادی، این اختیار را به صادر کننده میدهد که بتواند، کنترل خود بر کالا را تا دریافت ثمن معامله ،یا مطمئن شدن از دریافت آن ، حفظ نماید. معمولا صادر کننده کالاها را ارسال و سپس اسناد تجاری مربوطه نظیر صورت حساب و بارنامه را گردآوری می نماید و آن ها را همراه با یک برات به بانکی که به عنوان نماینده صادرکننده عمل می نماید، تسلیم می نمایدو این بانک فقط در صورتی بارنامه را در اختیار وارد کننده برای تحویل کالا قرار خواهد داد که او در قبال برات ، پرداخت را انجام دهد، یا اینکه تعهد نماید که در تاریخی در آینده پرداخت را انجام خواهد داد. در این ارتباط دو امکان زیروجود دارد:

* **پر داخت در مقابل تحویل اسناد ( DP )[[403]](#footnote-403) یا پرداخت نقدی در قبال تحویل اسناد.** در این مورد وارد کننده به منظور دریافت بارنامه ، یعنی سندی که او را قادر می سازد که کالاها را تحویل بگیرد ، برات را پرداخت می نماید . لذا بانکداران به این روش " وجه نقد در مقابل تحویل اسناد "[[404]](#footnote-404) یا “تحویل اسناد در قبال پرداخت”[[405]](#footnote-405)، (دی پی) یا پرداخت در قبال رویت وتائید اسناد حمل[[406]](#footnote-406)( سایت دی پی )می گویند.
* **تحویل اسناد در مفابل قبول برات[[407]](#footnote-407) ( دی اِ ) .**در این مورد و.ارد کننده برای این که بارنامه را تحویل بگیرد برات را قبول می نماید. وارد کننده با قبول برات یک تعهد بدون قید و شرط پرداخت بر طبق شرایط برات را تعهد می نماید.

دستورات صادر کننده برای ارائه یک برات جهت پرداخت یا قبول ، از طریق یک سری از بانک ها تسلیم می گردد. معمولا این فرایند مستلزم این خواهد بود که لااقل از خدمات بانک صادر کننده، معروف به بانک فرستنده یا حواله دهنده[[408]](#footnote-408)، و یک بانک در کشور وارد کننده ، بانک وصول یا ارائه کننده[[409]](#footnote-409)،- زیرا اسناد مربوطه را برای وصول به دریافت کننده ارائه میدهد - استفاده شود. این زنجیره اطلاعاتی نسبتا طولانی، اهمیت بسیار زیاد این مطلب را نشان میدهد که دستور اولیه صادر کننده باید دقیق و کامل باشد. بنابراین، فرایند مزبور ازز مان تکمیل فرم دستور وصول توسط صادرکننده که به آن فرم در خواست [[410]](#footnote-410) نیز گفته می شود ، آغاز میگردد، که طی آن صادر کننده دستوراتی که بانک ها باید از آن تبعیت نمایند را مشخص می نماید. بانک حواله دهنده [[411]](#footnote-411) بر اساس این اطلاعات، دستورات وصول خود را تهیه می نماید و این دستورات را توام با اسناد وصولی به بانک ارائه دهنده یا وصول کننده تسلیم می نماید .اقدامات بانکی در ترتیبات وصول اسنادی در قواعد متحد الشکل برای وصول اطاق بازرگانی بین المللی به صورت الگو و نمونه چاپ شده است ( به نشریه 522 اطاق بازرگانی بین المللی مراجعه شود )

مزیت های ترتیبات وصول های اسنادی برای صادر کننده این است که این ترتیبات نسبتا ارزان و کم هزینه می باشند و به علاوه کنترل و مالکیت صادر کننده بر اسناد حمل تا زمانیکه از پرداخت ثمن معامله مطمئن شود، حفظ میگردد و او تا زمان این پرداخت مالک مال التجاره می باشد. مزیت این ترتیبات برای وارد کننده این است که اوهیچ تعهد پرداختی را تا قبل از بازرسی اسناد و خود کالاها ( مانند آزمون کالا در انبار گمرک ) ندارد..

عیب یا عدم مزیت وصول اسنادی برای صادر کننده این است که ترتیبات مزبور در عین حال فروشنده ی صادر کننده را درمعرض خطرات ( ریسک های ) متعدد ی نیزقرار میدهد که عبارتند از: خطر یا ریسک عدم قبول کالا های حمل شده توسط وارد کننده، خطر فاقد اعتبار بودن وارد کننده ، خطر نابسامانی ها سیاسی در کشور وارد کننده و خطر امکان عدم ترخیص محموله از گمرک کشور وارد کننده. بنابراین یک صادر کننده محتاط و زیرک باید گزارشی را درباره اعتبار کافی وارد کننده اخذ و به علاوه یک ارزیابی را درباره خطرات مربوط به اوضاع سیاسی کشور وارد کننده در اختیار داشته باشد. عیب یا عدم مزیت دیگر این ترتیبات برای صادر کننده این است که انجام این فرایند می تواند کُند و بطنی باشد. مع ذلک این امکان نیز وجود دارد که بانک طرف صادر کننده این آمادگی را داشته باشد که در مدتی که صادر کننده منتظر دریافت ثمن معامله است، تامین مالی را در اختیار او قرار دهد.

در ترتیبات وصول دی پی ( پرداخت در مقابل تحویل اسناد ) وارد کننده فقط این خطر یا ریسک را تقبل می نماید که ویژگی کالاهای حمل شده با آنچه در صورت حساب و بارنامه آمده تطابق نداشته باشند. در ترتیبات وصول اسنادی بانک ها هیچ خطر یا ریسکی را ( غیر از اهمال خودشان در اجرای دستورات ) قبول نمی نمایند. این یک دلیلی است که این ترتیبات از لحاظ هزینه های بانکی بسیار ارزانتر از ترتیبات اعتبار اسنادی می باشد.

ممکن است که در جریان مذاکرات، اتخاذ ترتیبات وصول اسنادی به عنوان یک پیشنهاد مرضی الطرفینی مفید مطرح گردد. از دیدگاه مزایای نسبی این فرایند برای صادر کننده و وارد کننده، این ترتیبات درمیانه ترتیبات فروش به صورت حساب باز ( سودمند برای وارد کننده ) و ترتیبات اعتبار اسنادی( مفید برای صادر کننده) قرار دارد. یک صادر کننده فرایند وصول اسنادی را بر فرایند فروش بر مبنای حسلب باز تر جیح میدهد و وارد کننده روش وصول اسنادی را بر ترتیبات مبتنی بر اعتبار نامه یا اعتبار اسنادی مرجح می داند.

11-4-5 **اعتبار های اسنادی**

پس از روش پیش پرداخت تمام ثمن معامله،( روش پرداخت ثمن معامله قبل از وصول کالا) ، روش اعتبار اسنادی معمولا سریعترین روش برای صادر کننده محسوب میگردد. اما به علت طبیعت اسنادی پیچیده در روش اعتبار اسنادی ، این روش می تواند از لحاظ هزینه های بانکی پر هزینه تر باشد. به علاوه در این روش ، صادر کننده باید برای احتراز از مواجه شدن باخطر ( ریسک) عدپرداخت وارد کننده به علت ارائه اسناد ناقص و غیر منطبق با قرار داد و الزامات بانکی از جانب صادر کننده، از یک نظام مستحکم و دقیق آماده سازی اسناد برخوردار باشد.

خطر ها یا ریسک های عمده و اصلی در تجارت بین لمللی عبارتند از خطر یا ریسک عدم پرداخت برای صادر کننده و خطر عدم انطباق کالاهای حمل شده با قرار داد برای وارد کننده . هر دو خطر یا ریسک را می توان از طریق توسل به روش اعتبار نامه یا اعتبار اسنادی حذف نمود. اعتبارنامه های تجاری را بانکداران " اعتبار تجاری "[[412]](#footnote-412) و “ اعتبارهای اسنادی “[[413]](#footnote-413)می نامند و این اصطلاحات را به جای یکدیگر و به صورت مترادف نیز به کار می برند. از آنجائی که ساز و کار اعتبارات اسنادی متضمن پردازش اسنادی نسبتا پیچیده می باشد، لذا پر هزینه تر از سایر ترتیبات مربوط به پرداخت می باشد و در نتیجه همیشه مناسب نخواهد بود. بدین جهت ، طرف های معامله دارای سابقه طولانی تجاری یا مقیم در کشورهای همسایه، شاید علاقمند باشند که روش پرداخت حساب باز و یا پیش پرداخت تمام ثمن معامله را انتخاب نمایند. یعنی روش های پرداخت آسانتر و کم هزینه تر از روش اعتبار اسنادی ، ولی نه کاهش دهنده خطر یا ریسک.

علیرغم پیچیدگی های گاه به گاه در این روش، مع هذا روش مزبور به صورت شکل کلاسیک و سنتی پرداخت بین المللی در قبال صادرات، بویژه در تجارت بین طرفین بسیار دور از هم به لحاظ جغرافیایی، باقی مانده است. اعتبار نامه یا اعتبار اسنادی، اساسا عبارت از سندی است که بانک وارد کننده آن را صادر می نماید و در آن سند بانک مزبور تعهد می نماید که در قبال متابعت صادر کننده از الزامات اسنادی ، ثمن معامله رابه او پرداخت خواهد نمود. بنابراین فرایند مربوط به «اعتبارات اسنادی » عبارت است از پرداخت یا قبول پرادخت ثمن معامله ، مشروط به ارائه تمام اسناد منطبق با شرایط و ضوابط اعتبار اسنادی توسط صادر کننده.

این اسناد مثل بارنامه ، صورت حساب وگواهی بازرسی ، اسناد و مدارکی هستند که اثبات می نمایند مال التجاره درست و صحییح برای وارد کننده ارسال شده و در راه است ، البته، همیشه این خطر نیز وجود دارد که ثابت شود این اسناد دقیق نبوده و یا حتی جعلی می باشند. در این ترتیبات، صادر کنندگان بایستی بدانند که معاملات مبتنی بر ساز و کترهای اعتبار نامه ها یا اعتبارات اسنادی مستلزم مدیریت اسنادی دقیق از طرف صادر کننده می باشد. روش کار معمولی در ترتیبات اعتبار نامه یا اعتبار اسنادی به شرح زیر است:

1. **داشتن قرار داد**

فرایند استفاده از اعتبار اسنادی با این شروع می شود که صادر کننده و وارد کننده ابتدا بر روی یک قرار داد فروش توافق می نمایند. معمولا این صادر کننده است که به پرداخت ثمن معامله بر طبق این روش اصرار می نماید. زیرا او نمی خواهد که خطر و ریسک عدم اعتبار احتمالی وارد کننده و در نتیجه عدم پرداخت از جانب او را قبول نماید . یا این که نمی تواند اطلاعات کافی را درباره کم و کیف خوش حسابی وا عتبار وارد کننده به دست آوردتا بتواند یک روش پرداخت دیگری را غیر از روش اعتبار اسنادی قبول نماید.

1. **تقاضا یا درخواست**

سپس وارد کنندهفرایند یا سازو کار اعتبار اسنادی را با مراجعه به بانک خود و با تسلیم درخواست از آن بانک برای افتتاح یا گشایش اعتبار نامه یا اعتبار اسنادی را آغاز می نماید.

1. **صدور اعتبار نامه یا اعتبار اسنادی**

با نک طرف وارد کننده، ( که بانک صادر کننده اعتبارنامیده میشود. ) مشروط به تائید اعتبار وارد کننده ، اعتبار نامه یا اعتبار اسنادی را صادر می نماید . به همین جهت به این بانک عنوان بانک صادر کننده آطلاق می گردد.[[414]](#footnote-414) بر طبق این اعتبار نامه ، بانک مزبور تعهدمی نماید که بر طبق دستورات وارد کننده پرداخت را انجام خواهد داد. سپس این بانک ، کم و کیف اعتبار را به بانک شخص صادر کننده ( فروشنده) یا یک بانک در کشور صادر کننده ( بسته به نوع اعتبار ) ارسال میدارد.

1. **تائید ( اختیاری ) است**

معمولا در قرار دادهای فروش و/یا در تقاضای اعتبار اسنادی، از بانک فروشنده یا صادر کننده ، یا یک بانک دیگر در کشور صادر کننده ، خواسته می شود که اعتبار نامه یا اعتبار اسنادی صادره بانک وارد کننده را تائید و درنتیجه خود را متعهد سازد که بر طبق شرایط آن اعتبار اسنادی ، پرداخت را انجام خواهد دهد. ممکن است صادر کنندگان در موردیکه می خواهند یک چندیاور مالی[[415]](#footnote-415) مورد اطمینان محلی را داشته باشند بر این روش اصرار نمایند.

1. **اعلام اعتبار**

در این مرحله مراتب وجود اعتبار، به صادر کننده ( یاذینفع ) اطلاع داده می شود.

1. **ارسال کالا و ارائه اسناد**

اگر صادر کننده یا شرایط اعتبار موافقت نماید، او سپس برای ارسال کالا یا محصول اقدام می نماید. پس از ارسال یا حمل کالا ، صادر کننده به بانک مشخص شده در اعتبار اسنادی برای محقق ساختن پرداخت ( دریافت)ثمن معامله مراجعه و اسنادی که وارد کننده در اعتبار اسنادی یا اعتبار نامه خواستار آن می باشد را تسلیم می نماید. صادر کننده معمولا یک برات یا حواله مربوط به الزام پرداخت بانک را نیز همراه با سایر اسناد تسلیم می نماید . برای تعاریف اسناد به مطالب فوق الذکر مراجعه شود .

1. **بررسی اسناد/ اختلافات / گذشت و اغماض[[416]](#footnote-416)**

بانک اسناد را به دقت بررسی می نماید تا این اطمینان حاصل شود که این اسناد با شرایط اعتبار مطاقبت دارد. حال اگر این اسناد با آن شرایط تطبیق ننماید. بانک این « اختلاف » را مشخص می نماید و آن را به اطلاع صادر کننده میرساند و از پرداخت اعتبار خودداری می کند. صادر کننده نیز می تواند یا اسناد را اصلاح یا اغماض و گذشت وارد کننده از اختلاف را خواستار گردد.

1. **پرداخت ثمن معامله**

اگر هیچ اختلافی در اسناد وجود نداشته باشد و یا اینکه وارد کننده از اختلافات چشم پوشی و گذشت نماید، بانک در مقابل این اسناد پرداخت را به صادرکننده انجام میدهد.

1. **تسلیم اسناد به متقاضی، یا وارد کننده**

بانک وارد کننده ( خریدار) یا بانک صادر کننده اعتبار، اسناد حمل را در اختیار وارد کننده قرار میدهد تا او بتواند کالاهای ارسال شده، را تحویل بگیرد.

بررسی اسناد توسط بانک برای هر دو طرف معامله مفید است . مزیت این اقدام برای وارد کننده این است که او پرداخت را فقط در قبال دریافت اسناد منطبق با شرایط و ضوابط اعتبار انجام میدهد. بررسی اسناد توسط بانک قبل از پرداخت ثمن معامله، برای صادر کننده نیز مفید . زیرا این بررسی ها او را قادر میسازد که خیلی سریع نقایص اسناد را مرتفع و ثمن معامله را دریافت نماید. در صورتیکه در مورد ساز و کار و صول اسنادی، این تقایص می تواند خیلی دیرتر و تا زمان بررسی آن ها توسط وارد کننده پنهان بماند و درنتیجه اگر وارد کننده آن ها را ا غماض ننماید، پرداخت ثمن معامله یا انجام نمی شود یا به تاخیر می افتد.

11-5 **مدیریت خطر یا ریسک نرخ ارز**

صادر کنندگان جدید یاکوچک شاید خیلی ساده و راحت ترجیح بدهند که به طور کلی از تمامیخطر ( ریسک ) نرخ ارز اجتناب و درنتیجه از استفاده احتمالی ازنوسانات نرخ ارز بهنفعخود صرفنظر نمایند.

معمولی ترین روش ها یا تکنیک های اجتناب از خطر نوسانات نرخ ارز عبارتند از: پافشاری و اصرار صادر کننده دائر بر اینکه در قرار داد، پول یا ثمن معامله به صورت پول کشور متبوع فروشنده باشد و اگر او در این راه موفق نشود از قرار دادهای سلف یا آتی یا قرار داد خرید یا فروش امتیاز ( اختیار ) [[417]](#footnote-417) برای مصون سازی از خطر نوسانات نرخ ارز استفاده نماید. اما بنگاه های بزرگتر و با تجربه تر ممکن است که بخواهند از فرصت های نوسانات نرخ ارز به نفع خودشان استفاده کنند. زمانی که خطر یا ریسک ارز از یک حد مشخصی بیشتر باشد، معمولا عقلانی است که مدیریت ارز به یک شخص یا موسسه دارای تخصص بالا در این زمینه محول شود. این اقدام به بنگاه صادراتی مورد بحث اجازه میدهد که بتواند از طیف وسیعتری از روش ها یا تکنیک های مدیریت نرخ ارز که حتی می تواند به عوض ضرر متضمن کسب در آمد برای بنگاه شود استفاده نماید.

به طور کلی خطر ( ریسک) نرخ ارز به سه طبقه زیر تقسیم می شود: خطر یا ریسک معاملاتی، خطر یا ریسک تسعیر یاتبدیل و خطر یا ریسک اقتصادی.

11-5-1 **خطر یا ریسک معاملاتی / قرارداد مصون سازی یا پوشش خطر ارزی**

در مواردی که طرفین معاملات فروش بین المللی، از کشورهائی باشند، که دارای نظام نرخ ارز تثبیتی نمی باشند و یا پول آن ها به ارزهای معتبر تثبیت نشده باشد ،در این نوع معاملات لزوما عامل نامعلومی و عدم قطعیت وجود خواهد داشت. خطر یا ریسک معاملاتی، عبارتست از این که نرخ ارز از زمان توافق بر سر قیمت در قرار داد تا زمان پرداخت، در جهت مخالف سود یا منفعت هر یک از طرفین قرار داد تحول پیدا نماید . هر دو طرف معامله همیشه در معرض این خطر معاملاتی قرار دارند.

**مثال**

**در این مثال ، یک آمریکائی صادر کننده به آلمان مجبور است که قیمت محصول را بر اساس یورو تعیین و دریافت نماید. در قرار داد مهلت تحویل کالا 30 روز و پرداخت ثمن معامله 90 روز پس از دریافت صورت حساب تجاری است. قیمت یا ثمن معامله یک میلیون یورو می باشد. فرض نمائیم که در زمان عقد قرار داد این مبلغ برابر یک میلیون دلار آمریکا می باشد. دراین معامله هر دو طرف به شرح زیر در معرض خطر یا ریسک معاملاتی قرار دارند.**

1. **اگر در بین زمان امضاء یا عقد قرار داد تا زمان مقرر برای پرداخت ثمن معامله ارزش دلار ده در صد یا بیشتر در مقابل یورو و تضعیف شود، در اینصورت صادر کننده، سود و استفاده خواهد برد. زیرا با مبلغ یورویی که دریافت خواهد نمود می تواند دلارهای بیشتری را نسبت به آنچه که در هنگام عقد قرار داد انتظار دریافت آن را داشت، به دست آورد. یعنی در شرایط ده در صد تضعیف ارزش دلار، یک میلیون یورو برابر با یک میلیون و یکصد هزار دلار خواهد شد .**
2. **حال اگر ارزش دلار به جای ده درصد تضعیف در مقابل یورو تقویت وده در صد افزایش پیدا کند، در اینصورت صادر کننده با دریافت مبلغ یک میلیون یورو به موجب قرار داد، خواهد توانست دلارهای کمتری را در بازار ارز خریداری نماید. یعنی این که مبلغ یک میلیون یوروی دریافتی صادر کننده پس از تبدیل و تسعیر به دلار به جای مبلغ یک میلیون دلار به هنگام عقد قرار داد، مبلغ نهصد هزار دلار خواهد شد.**

**مصون سازی نرخ ارز یا قرار داد خرید و فروش آتی ارز، قرار دادی است بین یک صادر کننده و بانک یا یک کار گزار یا واسطه گری ارزی. در مثال بالا صادر کننده طی قرار داد آتی نرخ ارز موافقت می نماید که پس از دریافت مبلغ یک میلیون یورو ی ثمن معامله از وارد کننده ، آن را در مقابل دریافت یک میلیون دلار به بانک بفروشد.[[418]](#footnote-418) باید توجه داشت که علیرغم این توافق باز هم صادر کننده به مبلغ کمتر از یک میلیون دلار دست خواهد یافت، زیرا بانک طرف قرار داد کارمزد خود را از آن کسر خواهد کرد. برای مثال اگر مبلغ کار مزد 0.9 درصد یک میلیون دلار باشد ، این مبلغ معادل نه هزار دلار میگردد و بنابراین صادرکننده به جای مبلغ یک میلیون دلار مبلغ 991000 دلار را دریافت خواهد نمود.**

**این مبلغ نه هزار دلار کارمزد پرداختی به بانک یا کار گزار ارزی را می شود نوعی بیمه نامه برای پوشش دادن به نوسانات ارزی تلقی نمود. با این توافق ، صادر کننده صرفنظر از اینکه نوسان نرخ ارز در زمان پرداخت ثمن معامله به نفع یا ضرر او باشد، مبلغ 991000دلار را دریافت خواهد نمود. او با این توافق امکان سود بردن از تضعیف احتمالی دلار را از دست میدهد، ولی در مقابل این اطمینان و تضمین را به دست می آورد که اگر ارزش دلار نسبت به یورو تقویت شود همان ثمن معامله به دلار را منهای کار مزد به دست خواهد آورد.**

**یک صادر کننده کم تجربه و محافظه کار قبل از هر چیز ، دغدغه و نگرانی ضرر نکردن از نوسانات نرخ را دارد تا به دست آوردن سود و نفع از این نوسانات. بنابراین ممکن است که او به خواهد از قرارداد مصون سازی نرخ ارز استفاده نماید. یعنی قرار دادآتی ارزی که ارزش ثمن معامله را در تاریخ دریافت آن نسبت به تاریخ امضای قرارداد تغیر نمیدهد.**

11-5-2 **خطر یا ریسک تبدیل نرخ ارز[[419]](#footnote-419) یا خطر یا ریسک ترازنامه [[420]](#footnote-420)**

خطر ( ریسک ) تبدیل[[421]](#footnote-421) از طبیعت دوره ای بودن رویه های گزارش حسابداری ناشی می شود. برای یک شرکت لازم است که به صورت دوره ای در تراز نامه خود ، بویژه میزان وجوه دارائی ها و بدهی های خود به پول خارجی را تدوین نماید. در فواصل بین این تدوین های دوره ای تراز نامه، ممکن است که ارزش های نسبی دوپول تغییر پیدا کند. تا حدی می توان در معرض این خطر تغییر قرار گرفتن را یک عامل استراتژیک خطر( ریسک) تلقی کرد که بایستی به هنگام سبک و سنگین کردن هزینه ها و منافع بالقوه تصمیم به یک سرمایه گذاری خارجی لحاظ گردد.

11-5-3 **خطر یا ریسک اقتصادی**

خطر یا ریسک اقتصادی عبارتست از خطر نوسانات شدید نرخ ارز در طویل مدت و این خطر نیز یک خطر استراتژیک است. خطر مزبور از تعهدات یک شرکت در طول زمان در مقابل تعدادی از طرف های خود و پول آن ها ناشی می شود. بایستی توجه داشت که نمی توان از این خطر با تکنیک ها و روش های ساده مصون سازی یا پوشش نرخ ارز اجتناب نمود. برا ی مثال یک صادر کننده را در نظر بگیرید که میخواهد خطر یا ریسک معامله را از طریق اتخاذ ترتیبات مربوط به پرداختت ثمن معامله به پول خود ( کشور صادر کننده )، به وارد کننده منتقل نماید. با این حال اگر این صادر کننده در طی سال های متمادی تا حد زیادی به یک بازار خاص متکی باشد، به هر حال او تحت تاثیر نوسانات قابل ملاحظه نرخ تبدیل دو پول به یکدیگر قرار خواهد گرفت.

11-6 **اسناد مورد نیاز برای پرداخت تجاری**

**11-6-1 برات(بی ای)[[422]](#footnote-422)**

برات یک سند قابل معامله است که متضمن پرداخت بدون شرط و عندالمطالبه می باشد. برات همراه با بارنامه پایه و اساس رویه یا روش های وصول اسنادی را تشکیل میدهد. این سند همراه با صورت حساب تجاری صادر کننده که ذیلا به آن اشاره خواهد شد، می تواند برای دریافت ثمن معامله از وارد کننده مورد استفاده قرار بگیرد. تعریف برات به قرار زیر است: یک دستور بدون و قید و شرط به صورت مکتوب و امضاشده از طرف شخصی خطاب به شخص دیگر دائر به پرداخت وجه معینی به پول معین، عند المطالبه یا در یک تاریخ معین یا قابل تعیین در آینده[[423]](#footnote-423) به شخص ثالث یا به حواله کرد یا در وجه حامل.

بنابراین برات یک سند کتبی است که بوسیله کشنده برات ( فروشنده یا صادر کننده) و به عهده برات گیر ( خریدار یا وارد کننده ) صادر میگردد و از او ( وارد کننده یا خریدار ) خواسته می شود که مبلغ معینی را در زمان معین پرداخت نماید. براتی که مبلغ آن به هنگام ارائه باید پرداخت شود به برات دیداری[[424]](#footnote-424) معروف است و براتی که مبلغ آن باید در آینده پرداخت شود، برات یوزانس[[425]](#footnote-425) ( یابرات مدت مدار ) نامیده می شود. برات موقعی به لحاظ حقوقی قبول می شود که یک بانک یا وارد کننده ( خریدار )، کلمه ( قبول شد ) را همراه با تاریخ و امضا بر روی برات درج نماید. به قبولی برات توسط بانک « قبولی بانکی »[[426]](#footnote-426) و به قبولی برات توسط وارد کننده ( خریدار ) قبولی تجاری[[427]](#footnote-427) گفته می شود.

هنگامیکه صادر کننده ( فروشنده )، سند بار نامه یا سند حمل دیگری را به یک برات ملصق نماید، به این فرایند برات اسنادی[[428]](#footnote-428) گفته می شود. با این اقدام فروشنده این اطمینان را حاصل می نماید که هیچ گونه انتقال حق مالکیتی بر مال التجاره( بوسیله بارنامه) تا قبل از قبول برات یا پرداخت توسط وارد کننده به او منتقل نخواهد شد. از آنجائیکه برات ها قابل معامله می باشند، بنابراین آن ها را می توان با ظهر نویسی به شخص ثالث منتقل نمود که در اینصورت منتقل الیه دارنده برات شناخته خواهد شد.

11-6-2 **بارنامه**

یک محموله در دریا که در اختیار حمل کننده قرار دارد، لزوما به لحاظ فیزیکی غیر قابل تحویل می باشد. همکان متفق القول می باشند که در طی این دوره حمل و سفر دریائی بار نامه نماد کالا است و ظهر نویسی و تحویل بار نامه به عنوان تحویل نمادین محموله تلقی میگردد.

با ظهر نویسی و تحویل بار نامه .... مالکیت درست مانند اوضاع و احوال های مشابه ، مثل تحویل واقعی و فیزیکی محموله ، منتقل میگردد.... بارنامه .... کلیدی است در دست های مالک واقعی و هدفش باز کردن در انبار شناور یا ثابتی است که در آن ممکن است کالا وجود داشته باشد.( بوون قاضی دادگاه عالی[[429]](#footnote-429) در دعوای برا دران ساندرز بر علیه مکلین اند کمپانی ( 1883 ).

بار نامه ( بی ال )[[430]](#footnote-430)یک سند مهم و کلیدی در معامله صادراتی سنتی است که قرار داد فروش، قرار داد های پرداخت اسنادی و قرارداد حمل را به یکدیگر پیوند میدهد.

بارنامه دریائی سه وظیفه عمده زیر را انجام میدهد:

1. **به هر حال هدف یک بارنامه صدور دستور ا ست و بیانگر داشتن کنترل بر کالا ها یا نمانگر آن است.**

دارنده بارنامه یا بی ال می تواند به حمل کننده دستور بدهد که کالاها را تحویل دهد. برخی اوقات گفته می شود که بار نامه سند مالکیت است. عبارتی که این استنباط غلط و نادرست را حاصل می نماید که طرفی که آن را در اختیار دارد مالک کالاها نیز می باشد. هم چنانکه در فصل دوازدهم خواهیم دید، دارنده بارنامه می تواند کنترل بر کالاها را در مقابل حمل کننده آن داشته باشد: اما اینکه آیا او مالک کالاها می باشد یا نه، بستگی به قرار داد فروش و قانون حاکم بر قرار داد دارد.

**2-بارنامه مشخص کننده قرار داد حمل می باشد**.

بار نامه باید یا صراحتا یا از طریق اشاره به سند دیگر حاوی شرایط قرار داد حمل باشد. فروشنده یا صادر کننده باید یک قرار داد حمل با شرایط " معمولی " یا عقلانی را تهیه و به خریدار منتقل نماید. بنا بر این ، مشروط بر این که بارنامه حاوی هیچ " شرایط غیر معمول " نباشد، این سند بیانگر قرار داد حمل خواسته شده در قرار داد فروش تلقی میگردد.

**3-بارنامه یک رسید تلقی میگردد**

بارنامه رسیدی است حاکی از تحویل کالا برای حمل به حمل کننده. بنابراین بارنامه محموله را شرح میدهد و حاکی از این است که مقدار معلوم و مشخصی از آن کالا در وضعیت و حالت ظاهری مناسب روی وسیله نقلیه بارگیری شده است. اگر حمل کننده کشف نماید که کالاها معیوب و خسارت دیده می باشند ، این موضوع در بارنامه قید خواهد شد. در اینصورت بارنامه مزبور یک بارنامه بی توضیح و تمییز یا بارنامه کالای بی عیب و نقص[[431]](#footnote-431) نخواهد بود و به آن بار نامه غیر تمییز یا بارنامه محموله ناقص[[432]](#footnote-432) یا بارنامه مقید[[433]](#footnote-433) گفته می شود ، که در چنین حالتی بار نامه می تواند اعتبار خود را برای قبول در ترتیبات اعتبارات اسنادی از دست بدهند.

بارنامه می تواند یا به صورت سند قابل معامله -بارنامه در وجه حامل یا به حواله کرد [[434]](#footnote-434)-و یا به صورت غیر قابل معامله -بارنامه مستقیم یا غیر قابل انتقال [[435]](#footnote-435) - صادر گردد.

بارنامه ها به علت ارزش آن ها برای بانک های واسطه، جهت اطمینان حاصل کردن از مطابقت محموله با مبلغ اعتبار، ارزش و نقش کلیدی را در ساز و کار اعتبار اسنادی ایفا می نمایند. ارزش مزبور بر حسب اینکه بارنامه یک سند قابل معامله یا غیر قابل معامله باشد تغیر می کند. در موردی که بارنامه قابل معامله باشد، این سند مثل پول است. چرا که می توان آن را به مزایده گذاشت. در موردی که بار نامه غیر قابل معامله باشد که به آن « راهنامه » هم گفته می شود، ممکن است که در عمل این سند هیچ ارزش فوق را برای بانک نداشته باشد، مگر اینکه در قرار داد نام بانک به عنوان تحویل گیرنده محموله ذکر و تر تیباتی اتخاذ شود دائر بر این که این شرط غیر قابل برگشت می باشد.

**11-6-3 صورت حساب تجاری[[436]](#footnote-436)**

این سند بوسیله صادر کننده ارائه و معمولا شامل موارد زیر است: مشخصات و نشانی های فروشنده ( صادر کننده ) و خریدار ( وارد کننده ) ؛ فهرست و توصیف اقلام کالا ( از جمله قیمت ها، تخفیفات و مقادیر ) ؛ شماره صورت حساب؛ جزئیات مربوط به بسته بندی؛ مارک ها و شماره ها؛ جزئیات حمل و تاریخ و شماره دستور یا سفارش خرید وارد کننده ( خریدار ). از آنجائی که سایر اسناد ( نظیر اعتبار اسنادی ) با صورت حساب بازرگانی یا تجاری مطابقت داده خواهند شد، بنابراین بسیار مهم است که محتویات این صورت حساب از هر جهت دقیق و صحیح باشد. یک صورت حساب فاقد دقت لازم می تواند برای یک معامله تجاری مبتنی بر ساز و کار اعتبار اسنادی بسیار مصیبت بار باشد. خریدار اغلب برای اینکه از مجوزهای واردات، حقوق و عوارض گمرکی و محدودیت های ارزی متابعت نماید به اطلاعات درج شده در صورت حساب نیازمند است. به دلیل همین نیازهای وارد کننده است که او اغلب پیشاپیش صورت حساب تجاری که صورت حساب پرو فورما نامیده می شود را خواستار می گردد.

**11-6-4 اسناد بیمه**

در مورد فروش های اسنادی در قالب شرایطی چون قواعد اینکو ترمزسیف ( CIF ) و سیپ (CIP) 2010، فروشنده یا صادر کننده باید بیمه نامه را به نفع خریدار تحصیل نماید. در این موارد ساز و کار اعتبار اسنادی لزوما به این بیمه نامه نیاز دارد و فروشنده یا صادر کننده برای اینکه بتواند به دریافت ثمن معامله نایل آید، باید یک سند پوشش بیمه ای را تهیه و ارائه دهد. این سند بیمه ای بسته به مورد می تواند یک بیمه نامه برای یک مورد حمل یا حمل های متعدد باشد.

بند های موسسه بیمه گران لندن پو شش بیمه ای لازم بر طبق قواعد اینکو ترمز ویرایش سال 2000 را مشخص می نماید. این شرایط به بیمه نامه ها پیوست است و دقیقا خطرات تحت شمول بیمه و استثنائات را معین می کند.

**11-6-5 گواهی نامه های رسمی و مجوز ( پر وانه ها)**

مهمترین این اسناد ، گوا هی نامه مبدا می باشد. این گواهی نامه Tمبدا کالا را مشخص می نمایدو معمولا بوسیله اطاق بازرگانی محلی فروشنده صادر می گردد. سند مهم دیگر گواهی نامه باز رسی قبل از حمل است که کیفیت کالا را تایید می نماید. این گواهی نامه را معمولا آژانس های خصوصی بازرسی صادر می نمایند. دو آژانس از مشهور ترین آژانس های بازرسی عبارتند از SGS(سوییس) و Bureau Veritas( فرانسه)

خود آزمایی فصل یاز دهم :گزینه ها در مورد پرداخت بین المللی

1. **پنج گزینه بین المللی پرداخت ثمن معامله به صادر کننده بر حسب سلسله مراتب ترجیح او ( یعنی فهرست این گزینه ها بر حسب اولویت و اهمیت آن ها برای صادر کننده) را نم ببرید.**
2. **در فرایند وصول اسنادی، صادر کننده با چه خطر ( ریسک ) اضافی در مقایسهبا فرایند اعتبار اسنادی مواجه می باشد؟**
3. **خطر ( ریسک) عمده ای که صادر کننده باید در سازو کار یا روشاعتبار اسنادی تقبل نماید ،چیست/**
4. **روش های بسیار معمول و متداول تر برای مدیریت خطرات ( ریسک های) نرخ ارز و پول در معاملات بین المللی را نام ببرید**
5. **خطر ( ریسک) عمده برای وارد کننده ، در استفاده از روش حساب باز ( برای پرداخت ثمن معامله) با پشتوانه اعتبار تضمینی ( اتکایی) چیست؟**

پاسخ ها:

1. **دریافت تمام ثمن معامله قبل از تحویل کالا، پرداخت بر طبق روش حساب باز با پشتوانه اعتبار تضمینی( اتکایی)، روش وصول اسنادی، روش حساب باز.**
2. **خطر ( ریسک) مربوط به امتناع وارد کننده از پرداخت ثمن معامله و اقدام به تحویل کالا در در کشور مقصد.**
3. **خطر ( ریسک) مربوط به اشتباهات در اسناد ارائه شده توسط صادر کننده که باعث بلوکه شدن پرداخت به صادر کننده می شود.**
4. **اصرار بر اینکه ثمن معامله در قرار داد ، بر حسب پول کشور متبوع صادر کننده باشد؛ توافق در قرار داد برای تقسیم یا مشارکت در خطر(ریسک)؛ استفاده از قرار داد آتی نرخ ارزیا مصون سازی در مقابل نوسانات نرخ ارز.**
5. **خطر ( ریسک ) مربوط به این که صادر کننده کالا ها را ارسال ننمایدو نا عادلانه مبلغ اعتبار تضینی ( اتکایی ) را وصول نماید**

**فصل دوازدهم**

**اعتبارات اسنادی و یو سی پی 600( مقررات متحد اشکل اعتبارات اسنادی اطاق بازرگانی بین المللی )**

**خلاصه**

اعتبارات اسنادی «DC » که به آن ها اعتبار نامهL/C” “ نیز گفته می شود یکی از ابزار سنتی تجارت بین الملل می باشند.

اعتبارات اسنادی از طریق ایجاد اطمینان و تضمین برای صادر کننده یا فروشنده و وارد کننده یا خریدار، پرداخت های بین المللی را تسهیل می نمایند. در این سازو کار ، صادر کننده یا فروشنده این اطمینان قبلی را به دست می آورد که با ارائه اسناد تنظیم شده بر طبق شرایط و ضوابط اعتباراسنادی به دریافت ثمن معامله نایل خواهد آمد. در این ساز و کار به وارد کننده یا خریدار، نیز اطمینان داده می شود که تا زمانی که صادر کنندهکالا را ارسال نکرده و اسناد حمل کالای موضوع قرار داد را تسلیم ننماید، بانک ثمن معامله را به او پرداخت نخواهد کرد. هر چند که در ساز و کار اعتبارات اسنادی از وارد کننده نیز حمایت می شود، ولی معمولا این صادر کنندگان هستند که متقاضی اعتبارات اسنادی می باشند. زیرا در این روش یک تضمین از قبل راجع به پرداخت به صادر کننده داده می شود. البته به شرط اجرای شرایط اعتبار اسنادی توسط صادر کننده. وارد کنندگان علی الاصول متمایل به این می باشند که پرداخت بر طبق روش حساب باز ( پرداخت پس از وصول کالا.) یا روش وصول اسنادی، که در فصل قبل به تفصیل به آن اشاره شده، صورت پذیرد. با این همه آن ها زمانیکه جو و حال و هوای معامله اقتضا نماید با ترتیب اعتبار اسنادی نیز موافقت می نمایند.

از آنجائی که روش اعتبار اسنادی در مقایسه با سایر روش های پرداخت نسبتا پر هزینه و پیچیده تر می باشد، بنابراین بازرگانان در مواردی که روش های ساده تر وافی به مقصود و تامین کننده نیاز آن ها باشد، نباید از اعتبارات اسنادی استفاده نمایند. یعنی این که در صورتی که خطر یا ریسک عدم پرداخت خیلی کم و ناچیز باشد، صادر کننده ممکن است شرایط روش حساب باز را قبول نماید. با این حال زمانی که پیش بینی شود که خطر یا ریسک عدم پرداخت خیلی بالا است، یا اینکه صادر کننده به اعتبار نامه یا اعتبار اسنادی برای دریافت خدمات تامین مالی نیاز داشته باشد، استفاده از روش مزبور توصیه می گردد. دو اصل مهم و کلیدی در روش اعتبارات اسنادی که بازرگانان باید به آن توجه داشته باشند عبارتند از:

1. متابعت دقیق از شرایط و ضوابط روش اعتبارات اسنادی. اسنادی که توسط فروشنده ی صادر کننده برای دریافت ثمن معامله به بانک ارائه میگردد بایستی دقیقا با شرایط اعتبار مطابقت داشته باشد و اگر چنین نباشد، بانک آن ها را رد می نماید و پرداخت را انجام نمیدهد.
2. مستقل بودن از قرار داد اصلی فروش. این بدین معنا است که اختلافات قرار دادی بین دو طرف معامله نمی تواند پرداخت بر طبق روش اعتبارات اسنادی را متوقف یا بلوکه نماید.

صادر کنندگان یا فروشندگان بایستی به این نکته توجه داشته باشند که اگر در ارائه اسناد بر طبق شرایط اعتبار اسنادی دقیق نباشند، پرداخت ممکن است بلوکه شود. خریداران یا واردکنندگان نیز بایستی توجه داشته باشند که اگر اسناد ارائه شده منطبق با شرایط اعتبار اسنادی باشد، عملا غیر ممکن خواهد بود که از پرداخت امتناع شود. البته یک استثناء وجود دارد و آنهم ارائه اسناد تقلبی وجعلی است . بنابراین ، حتی اگر وارد کننده یا خریدار ادعا نماید که کالاهای تحویل داده شده با قرار داد مطابقت ندارد به صادر کننده یا فروشنده ای که اسناد مطابق با شرایط اعتبار اسنادی را ارائه دهد، پرداخت صورت خواهد گرفت.

روش اعتبار نامه بین المللی یا اعتبار اسنادی ، مشمول مجموعه قواعدی است که اطاق بازرگانی بین المللی آن را تهیه نموده است و آخرین ویرایش آن به نام یو سی پی 600 ( قواعد و رویه های متحد الشکل برای اعتبارات اسنادی ) معروف است.[[437]](#footnote-437)

12-1 **مفاهیم و اصطلاحات اساسی**

12-1-1 **اعتبارات تجاری[[438]](#footnote-438) در مقابل تضمین ها[[439]](#footnote-439)/ ضمانت ها[[440]](#footnote-440)/ ضمانت نامه ها[[441]](#footnote-441)ی اتکائی**

اصطلاحات اعتبار نامه و اعتباراسنادی با یکدیگر تفاوتی تدارند. اصطلاح قدیمی تر و مصطلح تر اعتبار نامه می باشد که اغلب به صورت مخفف LC یاL/C "ال سی "[[442]](#footnote-442) به کار میرود. اصطلاح تکنیکی تر که آن را بانک ها ترجیح میدهند همان اصطلاح اعتبار اسنادی است که مخفف آن DC یا D/C « دی سی » [[443]](#footnote-443)است. یک موضوعی که می تواند گیج کننده باشد این است که دو طبقه اعتبار نامه وجود دارد ، اعتبارات تجاری و اعتبارات تضمینی یا اتکائی.

در این فصل بر اعتبارات اسنادی جهت محقق ساختن پرداخت در معاملات تجاری بین المللی که برخی اوقات به آن اعتبارات تجاری می گویند، تمرکز می شود.. بایستی بین اعتبارات تجاری و اعتبار نامه تضمینی یااتکائی که نوعا از آن ها به عنوان تضمین ها یا ساز و کارهای تضمینی اتکائی در صورت عدم پرداخت استفاده می شود و نه به عنوان ساز و کار اصلی پرداخت، تفاوت قایل گردید.

هنگامی که در یک گزارش خبری به اصطلاح "اعتبار نامه" یا LC در ارتباط با یک پروژه وام دولتی برزگ اشاره می شود، معمولا منظور تضمین اتکائی اعتبار( Standby Credit (است و نه یک اعتبار تجاری. مراجع دولتی یا وام دهندگانی که میخواهند از پروژه های اجتماعی بزرگ پشتیبانی نمایند، همین اقدام را از طریق صدور یک ضمانت نامه اعتبار اتکائی جهت تضمین وام ها به دریافت کننده آن، انجام میدهند.

مفهوم اصلی و اساسی در تمام اعتبارات اسنادی، این است که تعهد بانک صادر کننده اعتبار دائر به پرداخت به فروشنده یا صادر کننده مشروط بر این است که ذینفع ( صادر کننده ) اسناد منطبق بر الزمات اعتبار نامه را تسلیم نماید. هم چنانکه در ماده 5 قواعد و رویه های متحد الشکل اعتبارات اسنادی اطاق بازرگانی بین المللی ( یو سی پی 600 ) آمده است : " بانک ها با اسناد سر و کار دارند ، نه با کالاها، خدمات یا عملکردی که آن اسناد به آن مرتبط هستند. "در این فصل ماترجیحا از اصطلاح اعتبار اسنادی ( دی سی ) استفاده می کنیم. هرچند که این اصطلاح با اعتبار نامه ( اِ ل سی ) که از آن نیز به صورت گسترده استفاده می شود، مشابه و مترادف می باشد.

12-1-2 **پرداخت ها در قبال صادرات و تامین مالی تجارت: وظایف مهم و کلیدی اعتبارات اسنادی**

اعتبارات اسنادی خطر یا ریسک تجاری را به صورت قابل ملاحظه ای هم برای صادر کننده و هم برای وارد کننده کاهش میدهد. در طی قرن ها تحول، اعتبار نامه (LC) به شکل کلاسیک و سنتی پرداخت بین المللی برای صادرات در آمده است . دادگاه ها و قضات به این روش" مایه حیات[[444]](#footnote-444)" یا "شریان حیات" بازرگانی بین المللی می گویند .

اولین وظیفه اعتبار اسنادی محافظت از فروشنده ( صادرکننده) در برابر عدم پرداخت احتمالی وارد کننده ، از طریق تائید اعتبار وارد کننده توسط بانک و صدور اعتبار اسنادی یا دی سی است . در نتیجه زمانی که بند یا شرط استفاده از سازو کار اعتبار اسنادی در یک قرار داد فروش گنجانده می شود ، معمولا این کار بر طبق تقاضای صادر کننده انجام می شود.

اعتبار نامه یا اعتبار اسنادی یک تعهد غیر قابل برگشت یا غیر قابل فسخ از طرف بانک طرف وارد کننده می باشد ، دائر بر اینکه اگر صادر کننده ، که در روش اعتبار اسنادی ذینفع نامیده می شود ، از طریق ارائه اسناد بر طبق اعتبار اسنادی، ثابت نماید که کالاهای مناسب و درست را حمل نموده به او پرداخت به عمل خواهد آمد. فروشندگان ( صادر کنندگان )، به روش اعتبارات اسنادی علاقمند می باشند. زیرا این روش اطمینان قبلی را از دریافت ثمن معامله محقق می سازد و به آن ها این اظمینان را میدهد که وقت و نیروی خودشان را برای آماده سازی یا حمل کالا برای خریداری که احتمالا کالا را قبول نکند، یا ثمن معامله را پرداخت ننماید،تلف نمی نمایند. اعتبار اسنادی را بانک به صورت نامه یا اطلاعیه ای به صادر کننده یا فروشنده اطلاع میدهد. در این نامه یا اطلاعیه خاطر نشان میگردد که مبلغ اعتبار در بانک برای یک مدت زمان معین وجود دارد. در این نامه یا این اطلاعیه هم چنین دقیقا اسنادی را که صادرکننده یا فروشنده باید به منظور دریافت ثمن معامله تسلیم نماید، مشخص میگردد . اسنادی که نوعا در اعتبار اسنادی تسلیم آن از طرف صادر کننده الزامی است ، مانند بارنامه، صورت حساب تجاری، گواهی بازرسی، فهرست کالاو گواهی مبدا ، این مطلب را اثبات می نمایند که مال التجاره به صورت درست و صحیح برای وارد کننده حمل شده است. مع هذا هم چنانکه در ذیل خواهد آمد، این امر برای صادر کنندگان غیر معمول نمی باشد که اسنادی را تسلیم نمایند که با الزامات اعتبار اسنادی مطابقت نداشته باشد . در چنین مواردی این امکان وجود خواهد داشت که وارد کننده از پرداخت امتناع نماید.

وظیفه دوم اعتبار اسنادی قادر ساختن صادر کننده ( فروشنده ) برای اخذ تا مین مالی جهت معامله است. صادر کنندگان (فروشندگان ) می توانند برمبنای تضمین داده شده بوسیله اعتبار اسنادی ، و به عنوان پشتوانه برای اخذ وام و یا سایر انواع تامین مالی اقدام نمایند. هم چنین اعتبار اسنادی، می تواند فروشنده ( صادر کننده ) را قادر سازدبا پشتوانه آن اعتبار نامه ، تهیه مواد خام و اولیه و تولید محصول موضوع قرار داد را تامین مالی نماید.

سومین وظیفه اعتبار اسنادی حمایت از خریدار ( وارد کننده ) می باشد. در این روش فروشنده ( صادر کننده ) نمی تواند به صورت خودکار ( اتوماتیک ) ثمن معامله را دریافت نماید ، مگر اینکه اسناد لازم بر طبق اعتبار اسنادی را تسلیم نماید ( این اسناد ثابت می نمایند که کالاهای موضوع قرار داد فروش درست وصحیح در حال حمل بر ای خریدار (وارد کننده ) می باشد. گر چه فرایند اعتبارات اسنادی معمولا از طرف فروشنده تقاضا می شود، ولی برخی اوقات اعتبار اسناد ی حتی برای خریدار ( وارد کننده ) حمایت بیشتری را ارائه میدهد. بدین ترتیب که اگر یک خریدار ( وارد کننده ) مشخص نماید که یکی از اسناد ی که باید بر طبق الزامات اعتبار اسنادی ارائه شود، گواهی بازدید قبل از حمل باشد، در اینصورت او از این اطمینان بالا برخوردار خواهد بود که کالای حمل شده مطابق با کالاهای موضوع قرار داد فروش است. نفع دیگر اعتبار اسنادی برای خریدار ( واردکننده ) این است که اشتباهات یا موارد نقض های احتمالی قرار داد توسط فروشنده ( صادر کننده ) ، خیلی زود پس از حمل کالا و نه پس از وصول کالا توسط خریدار یا وارد کننده ( که می تواند هفته ها یا ماه ها طول بکشد ) کشف میگردد. این مزیت به وارد کننده ( خریدار ) این اختیار را میدهد که فورا کالاهای جانشین یا کالا های دیگری را از صادرکننده ( فروشنده) تقاضا نماید.

12-1-3 **مشکلات و خطرات یا ریسک های مترتب بر اعتبارات اسنادی**

معمولی ترین مشکل اعتبارات اسنادی این است که صادر کنندگان ( فروشندگان ) از درک تبعات شدید و جدی تسلیم ا سناد دارای اشتباه یا توام با اختلافات با اسناد مقرر در اعتبار اسنادی به بانک غافل میمانند. بررسی ها نشان داده است که حتی در مراکز تجاری بین المللی، مثل لندن ، بانک ها این اشتباهات و اختلافات را بیش از 50 در صد گزارش داده اند ،یعنی در بیش از 50 در صد از اسناد ارائه شده حداقل یک اشتباه یا اختلاف وجود داشته است. در بازار های نوظهور اشتباهات و اختلاف 60 در صد و نود در صد نیز گزارش شده است.

مشکل اختلافات در اسناد این است که این مشکلات می تواند پرداخت ثمن معامله را در روش اعتبارات اسنادی بلوکه نماید. حتی یک اختلاف، می تواند پرداخت به فروشنده ( صادر کننده ) را مانع شود. اما در عمل در بسیاری موارد ، ممکن است که این اختلافات خیلی هم فاجعه بار و مهم نباشند، زیرا وارد کننده ( خریدار ) حاضر می شود که از آن ها چشم پوشی نماید. درموردی که وارد کنندگان ( خریداران ) علیرغم وجود اختلاف هنوز هم مایل به ادامه معامله باشند، آن ها از اعتراض به اختلاف صرفنظر می کنند و یا اینکه در صدد اصلاح شرایط اعتبار بر می آیند. فروشندگان ِصادر کننده ، برخی اوقات به علت همین روش اغماض از اختلافات که موارد آن به طور منظم اتفاق می افتد، دچار یک احساس ایمنی کاذب می شوند و این اختلافات را جدی نمی گیرند و در نتیجه اگر بازار در حال افول و به ضرر وارد کننگان باشد ، این وارد کنندگان ( خریداران ) می توانند با استناد به این اختلافات در اسناد، از معامله خارج و قرار داد فروش را نقض نمایند.

شاید بازرگانان بی تجربه در مواجه شدن با عدم پرداخت متعجب و عصبانی شوند که چرا بانک اسناد آن ها را به علت یک اشتباه جزئی ، برای مثال اشتباه در نشانی ذینفع یا صادر کننده، قبول تمیکند. بازر گانان باید بیاموزند که تنها یک اختلاف ، برای اینکه تمام پرداخت بلوکه شود کافی است. برای این که چنین حالتی در آینده اتفاق نیفتد، پاسخ این است که صادر کنندگان باید الزامات اعتبار اسنادی را به دقت درک نمایند و از مدیریت دقیق نظام های اسنادی پیروی نمایند. روش اعتبار اسنادی منافع عظیمی را در اختیار صادر کنندگان قرار میدهد. اما بهره مندی از این منافع مستلزم این است که صادر کننده الزامات اسنادی و سایر الزامات مقرر در این روش را دقیقا اجرا نماید.اسنادی که در قالب این روش باید ارائه شوند بایستی دقیقا با الزامات اعتبار مطابقت داشته باشند تا اینکه بانکی که اعتبار اسنادی را صادر نموده مجبور به پرداخت ثمن معامله گردد.

12-1-4 **جایگزین های اعتبارات اسنادی**

در برخی از بازارهای کالایی بین المللی ، استفاده از اعتبارات اسنادی , عملا الزامی می شود. اعتبارات اسنادی به ویژه برای بازارهای کالا یی که در آن ها، کالاها تا رسیدن به دست مصرف کننده نهائی یا کار بر نهائی چندین بار دست به دست و خرید و فروش می شوند، مناسب ا ست. یکی از اسناد مهم و کلیدی در معاملات مبتنی بر روش اعتبارات اسنادی، بار نامه قابل انتقال یا قابل فروش است. این سند انتقال سهل و ساده کالا از یک طرف معامله به شخص دیگری را از طریق ظهرنویسی آن امکان پذیر می سازد.

مع هذا، ممکن است که در برخی از سایر انواع معاملات بین المللی، روش اعتبارات اسنادی مناسب یا مفید نباشد. صادر کنندگانی که دارای قدرت چانه زنی بسیار بالائی می باشند ، می توانند به منظور اجتناب از سوء استفاده احتمالی وارد کنندگان از مخاطرات اسنادی ( مانند عدم انطباق جزیی اسناد با اعتبار) در ساز و کار اعتبار اسنادی ، بر استفاده ازروش های دیگر پرداخت مانند استفاده از ضمانت نامه اتکائی اصرار نمایند. ( برای مثال روش حساب باز با پشتوانه ضمانت نامه اتکائی ) . اتخاذ این ساختار ، خطر یا ریسک مواجه شدن صادر کننده با موضوع ارائه اسناد غیر منطبق جزئی، که می تواند به اختلافات و درنتیجه به بلوکه شدن پرداخت منجر شود، را از بین می برد..

از طرف دیگر وارد کنندگان ( خریداران ) که دارای قدرت چانه زنی بالائی می باشند، نیز باید در صدد استفاده از روش های جایگزین اعتبارات اسنادی، نظیر روش وصول اسنادی یا پرداخت مبتنی بر روش حساب باز باشند . زیرا هیچکدام از این دو روش از خریدار نمی خواهد که قبل از حمل کالا پرداخت را انجام دهد .بمرای اطلاع بیشتر در مورد روش وصول اسنادی به فصل یازدهم بخش4-4-11 مراجعه شود .

12-2 **قواعد اعتبارات اسنادی: یو سی پی 600 یا قواعد متحد الشکل اعتبارات اسنادی اطاق بازرگانی بین المللی**

روش و رویه اعتبار نامه یا اعتبار اسنادی بین المللی، بوسیله قواعد اطاق بازرگانی بین المللی به نام مجموعه قواعد و مقررات متحد الشکل اعتبارات اسنادی ( یو سی پی 600 [[445]](#footnote-445) )، به صورت استاندارد در آمده است. این قواعد نشان میدهد که کسب و کار یا تجارت بین المللی خود تنظیم[[446]](#footnote-446) می تواند به همان اندازه عهدنامه هاو مقررات دولتی ورویه قضائی موثر باشد. در واقع مفسرین حقوقی، این مجموعه مقررات را موفق ترین اقدم برای هم آهنگ ساختن و متحد الشکل کردن مقررات تجاری در تاریخ تجارت جهانی قلمدادکرده اند.

ویرایش نخست این قواعد یا یو سی پی 82 به سال 1933 بر میگردد. در آن تاریخ این قواعد به طور وسیعی در اروپا مورد قبول واقع شد. ویرایش سال 1951 این قواعد، آن را در سطح جهان مطرح ساخت و مورد استفاده بانک ها در آسیا، آفریقا، آمریکای لاتین، ایالات متحده آمریکا ( درباره صادرات ) و تعداد زیادی از کشورهای اروپائی باستثنای انگلستان و چند کشور اروپائی دیگر قرار گرفت. ویرایش سال 1962 این قواعد به یک موفقیت بزرگی دست پیدا کرد و آن موفقیت این بود که جامعه بانکی پر نفوذ انگلستان و کشورهای مشترک المنافع نیز آن را در معاملات بین المللی مورد قبول و استفاده قرار دادند. ویرایش های بعدی این قواعد متحد الشکل اعتبارات اسنادی ، حاوی پالایش های فنی ( تکنیکی ) و بهبودها و اصلاحات، در سال های1974-1983 و 1994 صورت گرفته است و ویرایش جدید که به یو سی پی 600 معروف می باشد در سال 2007 انجام و اجرائی شده است..

یو سی پی 600 در مقام مقایسه با مقررات و قوانین داخلی و بین المللی یک مجموعه قواعد قابل انعطاف تری را ارائه میدهد. برای مثال زمانی که سازمان ملل متحد یک معاهده بین المللی را تدوین می نماید، فرایند مربوط به این اقدام ممکن است دهه ها سال طول بکشد. ویرایش ها و تجدید نظرهای مربوط به این معاهدات نیز می تواند یک کار طولانی باشد،. بنابر این معمولا به ندرت اتفاق می افتد که باز بینی و ویرایش جدید در مورد یک معاهده تجاری بین المللی انجام شود. قواعد یو سی پی اطاق بازرگانی بین المللی، بر عکسِ معاهدات بین المللی ، قوانین الزام آور نمی باشند، ولی اعمال میگردند. زیرا وارد کنندگان و صادر کنندگان این قواعد را در قرار دادهایی که مبتنی بر روش اعتبارات اسنادی می باشند، وارد می کنند. در واقع قواعد یو سی پی600 عبارتست از تدوین و جمع آوری رویه های واقعی و عملی تجاری، مبتنی بر تجربیات بانک های تجاری و صادر کنندگان و وارد کنندگان. بنابراین قواعد مزبور را می توان خیلی سهل تر و آسانتر از قواعد حقوق بین المللی یا یک معاهد بین المللی ، با آخرین تحولات هم آهنگ یا به اصطلاح به هنگام و بروز کرد. تجدید نظرها یا ویرایش های اداوری در این قواعد این امکان را فراهم ساخته که قواعد مزبور بتوانند با رویه های جدید بانکی هم آهنگ و سازگار شوند.

پس از بیش از80 سال از آغاز استفاده از این قواعد، در حال حاضر قواعد مزبور به آن درجه از مقبولیت جهانی دست یافته است که در برخی از کشورها ، این قواعد از قدرت اجرائی شبیه قانون یا لااقل عرف تجاری برخوردار شده اند. مع هذا در برخی دیگر از کشورها، نظیر انگلستان قواعد یو سی پی دارای وضعیت و اثر قانون رسمی نمی باشند و فقط در موردی اعمال میگردند که طرفین معامله به صورت مشخص این قواعد را در اعتبار اسنادی از طریق درج صریح این قواعد در فرم تقاضای اعتبار بگنجانند. در ایالات متحده آمریکا مجموعه قواعد متحد الشکل تجاری[[447]](#footnote-447) آن کشور، بر استفاده از اعتبار نامه حاکم است، ولی در موردی که طرفین معامله به صورت مشخص استفاده از قواعد یو سی پی را در قرار داد گنجانده و یا در موردی که استفاده از این قواعد به صورت رویه عادی و معمولی در آمده باشد، قواعد مزبور اعمال میگردند.

با اینهمه، حتی در مواردی که قواعد یو سی پی قابل اعمال هم باشند، چون شرایط و ضوابط آن کلی می باشد ، لذا نمی تواند پاسخگوی تمام موارد باشد. در نتیجه اغلب از دادگاه های ملی خواسته می شود که برخی شرایط را تفسیر نمایند. کمیسیون بانکی اطاق بازرگانی بین المللی به صورت منظم تفسیرهای مربوط به قواعد یو سی پی مبتنی بر استعلامات واصله به اطاق بازرگانی بین المللی را طبقه بندی و منتشر می نماید. این نظرات تفسیری که هر چند سال یکبارمننشر می شود می تواند به کارشناسان و متخصصین و دست اندرکاران در تجارت بین الملل کمک نماید. مهمترین این انتشارات به شرح زیر می باشند:

* مجموعه نظرات 2001-1995 کمیسیون بانکی اطاق بازرگانی بین المللی ( نشریه اطاق بازرگانی بین المللی 632 )
* نظرات مننشر نشده کمیسیون بانکی اطاق بازرگانی بین المللی 2004- 1995

( نشریه 660 اطاق بازرگانی بین المللی )

* نظرات کمیسیون بانکی اطاق بازرگانی بین المللی 2008-2005

( نشریه 697 اطاق بازرگانی بین الملل

* نظرات کمیسیون بانکی اطاق بازرگانی بین المللی 2011-2009

( نشریه 732 اطاق بازرگانی بین المللی )

* نظرات کمیسیون بانکی اطاق بازرگانی بین المللی 2016- 2012

( نشریه 785 اطاق بازرگانی بین المللی )

این نشریات به صورت کاغذی و/ یا به صورت کتاب های الکترونیکی در نشانی زیر قابل دسترسی است:http://store. Iccwbo. Org/

گرچه بحث تفصیلی درباره پالایش ها و اصلاحات و بهبودها ی متعدد در قواعد یو سی پی 600 از حوصله این کتاب خارج است، ولی اشاره اجمالی به مهمترین آن ها خالی از وجه نمی باشد:

* حتی اگر هیچ اشاره ای هم به موضوع غیر قابل لغو و غیر قابل برگشت بودن اعتبار نشده باشد ، در حال حاضر ، اعتبار قطعی و غیر قابل لغو و غیر قابل برگشت در نظر گرفته می شود،. قواعد یو سی پی 600 به بحث درباره اعتبار قابل لغو نمی پردازد.
* بانک بررسی کننده اسناد، از زمان ارائه اسناد، حداکثر پنج روز کاری فرصت دارد که مشخص نماید آیا این ارائه اسناد کامل و وافی به مقصود می باشد یا نه .در گذشته و در یو سی پی 500 بانک می بایست در یک مدت معقولی که از هفت روز کاری بانکی از تاریخ رسید اسناد متجاوز نباشد، این اسناد را بررسی می نمود.
* ارائه اسناد مطابق با الزامات اعتبار اسنادی. ماده 2 قواعد یو سی پی 600 تعریفی را در این باره ارائه میدهد. این تعریف به این شرح است: " یعنی ارائه اسناد بر طبق شرایط و ضوابط اعتبار، شرایط قابل اعمال این ضوابط و قواعد و رویه بانکی بین المللی استاندارد." هر چند که اطاق بازرگانی بین المللی نشریه ای را تحت عنوان " روش یا رویه بانکی بین المللی استاندارد" برای بررسی اسناد در اعتبارات اسنادی منتشر نموده ( ویرایش 2007 یو سی پی 600 ) مع هذا، اشاره در یو سی پی به روش بانکی بین المللی استاندارد، فقط منحصر به محتوای این نشریه نمی باشد.
* تعاریف و تفاسیر – دو ماده جدید در یو سی پی آمده است که شامل تعاریف اصطلاحات مورد استفاده در یو سی پی و تفسیرهای کلمات یا بندهایی است که معمولا در اعتبار نامه دیده می شود و به کار میرود.

**12-3 اصطلاح شناسی( ترمینو لوژی) : طرفین قرار داد/ بانک ها/ انواع متفاوت اعتبارات اسنادی(دی سی ها)**

12-3-1 **طرفین مورد معامله**

بر حسب این که از کدام طرف معامله بحث شود، اصطلاحات نیز متفاوت است.

واژه های زیر به وازه فروشنده / صادر کننده زیر اشاره دارند.

* **ذینفع:** وجه تسمیه این کلمه و اشاره آن به صادر کننده این است که او از اعتبار برای دریافت ثمن معامله استفاده می نماید.
* **ارسال کننده:** زیرا این صادر کننده است که کالاها را ارسال می نماید.
* **فرستنده:** باز هم به خاطر این که این صادر کننده است که کالا را می فرستد. برخی اوقات در حمل و نقل بین المللی برای اشاره به این کالاها از محموله، یا مرسوله استفاده می شود.

واژه های زیر به خریدار یا وارد کننده اشاره دارد:

* **باز کننده** زیرا این وارد کننده است که اعتبار را افتتاح می نماید.
* **متقاضی:** زیرا این وارد کننده است که باید فرایند تسلیم تقاضای صدور اعتبار نامه یا اعتبار اسنادی به بانک را آغاز نماید.
* **طرف دارنده حساب:** زیرا صدور اعتبار اسنادی عبارتست از اعطای اعتبار بوسیله بانک صادر کننده اعتبار به یک مشتری و مشتری باید قاعد تا در آن بانک حساب داشته باشد.

12-3-2 **بانک ها و نقش آن ها در اعتبارات اسنادی**

* **بانک صادر کننده اعتبار یا افتتاح کننده اعتبا**ر[[448]](#footnote-448)
* بانک صادر کننده اعتبار**،** تقاضای گشایش اعتبارِ وارد کننده را دریافت می کند و موافقت می نماید که یک اعتبار را " صادر " یا " افتتاح " یا "گشایش" نماید. بانک صادر کننده اعتبار، معمولا و نه لزوماا در کشور متبوع وارد کننده قرار دارد. این بانک با صدور اعتبار نامه یا اعتبار اسنادی یک تعهد قطعی و غیر قابل بر گشت را برای پرداخت مبلغ برات و/ یا سایر اسناد پرداخت، به شرط اینکه شرایط و ضوابط اعتبار را صادر کننده دقیقا رعایت نماید، به عمل میاورد.
* **بانک تعیین و انتخاب شده[[449]](#footnote-449)** یعنی بانکی که در اعتبار اسنادی به عنوان بانک پرداخت، یا بانک تعهد کننده پرداخت معوق یا قبول برات هاتعیین میگردد. اگر چنانچه در یک اعتبار اسنادی به صراحت قید نشده باشد که اعتبار فقط در بانک صادر کننده اعتبار قابل پرداخت می باشد، در اینصورت آن بانک باید یک بانک دیگر را برای این منظور انتخاب نماید. این بانک یا بانک تعیین شده معمولا موظف به پرداخت بر طبق اعتبار نمی باشد، مگر اینکه خودش نیز اعتبار را تائید نماید که در آن صورت به بانک مزبور بانک تائید کننده اعتبار[[450]](#footnote-450) گفته میشود.
* **بانک ابلاغ کننده[[451]](#footnote-451)** بانکی است که به صادر کننده اطلاع میدهد که یک اعتبار به نفع او گشایش یافته است. این بانک ( بانک ابلاغ کننده) با اعلام اعتبار به صادرکننده فقط به عنوان یک کانال ارتباطی برای بانک صادر کننده اعتبار عمل می نماید و هیچ خطر یا ریسکی را قبول نمی کند و فقط این مسئولیت را دارا می باشد که از اصالت ظاهری اعتبار متقاعد شود و این اطمینان را حاصل نماید که فرایند اعلام اعتبار به ذینفع ( صادر کننده ) به نحو صحیحی شرایط و ضوابط اعتبار را منعکس می سازد. بانک ابلاغ کننده معمولا و نه لزوما در کشور صادر کننده قرار دارد. این بانک اغلب یک یا چند وظیفه تائید، محترم شمردن، یا مذاکره را که ذیلا به آن خواهیم پرداخت، انجام میدهد
* **بانک تائید کننده اعتبار**

بانکی است که تائید قطعی و غیر قابل برگشت خودش که " تائیداعتبار[[452]](#footnote-452) " گفته می شود را به اعتبار بانک صادر کننده اعتبار اضافه می نماید. بانک تائید کننده اغلب همان بانک ابلاغ کننده می باشد. تائید اعتبار این اطمینان را به صادر کننده میدهد که پرداخت ثمن معامله توسط یک بانک در خود کشور صادر کننده یا بوسیله بانکی که مورد اعتماد و وثوق او باشد، صورت خواهد گرفت. بانک تائید کننده به صورت قطعی و غیر قابل برگشتی خودش را متعهد می نماید که ارائه اسناد صحیح و منطبق با الزامات اعتبار اسنادی مربوطه را محترم بشماردو در قبال ارائه اسناد صحیح و بدون ایراد و عیب و نقص پرداخت را به صادر کننده به عمل آورد. این بانک در معرض این خطر یا ریسک قرار دارد که ممکن است نتواند اختلافات موجود در اسناد با اعتبار اسنادی را کشف نماید ،که در اینصورت ممکن است نتواند واریز مبلغ پرداخت شده در قالب اعتبار به وارد کننده را از بانک صادر کننده درخواست نماید .

* **بانک پرداخت کننده یا کارگزار [[453]](#footnote-453) پرداخت.**

این بانک اسناد ارائه شده بوسیله صادر کننده را بررسی می نماید و اگر آن اسناد منطبق با شرایط و ضوابط اعتبار باشد، پرداخت را به صادر کننده به عمل می آورد. همانند مورد بانک تائید کننده، خطر یا ریسک مهمی که این بانک در معرض آن قرار دارد، خطر پرداخت در مقابل اسنادی است که معلوم شود کامل یا منطبق با قرار داد یا اعتبار اسنادی نمی باشند و با آن اختلاف دارند که در صورت بروز چنین حالتی شاید آن بانک نتواند از بانک صادر کننده اعتبار ،وجوه پرداختی را دریافت نماید. مع ذلک یک بانک پرداخت کننده یا کارگزار پرداخت، می تواند در صورتی که وجوه در حساب بانک صادر کننده کافی برای پرداخت برات نباشد ، از پرداخت به صادر کننده خودداری نماید. این حالت زمانی اتفاق می افتد که بانک پرداخت کننده یا عامل یا کارگزار پرداخت ، تائید خودش را به اعتبار نامه اضافه ننموده باشد. اما اگر بانک پرداخت کننده یک بانک تائید کننده اعتبار باشد، در صورت رعایت شرایط از طرف صادر کننده، پرداخت را بدون رجوع به بانک صادر کننده انجام میدهد.

* **بانک نقد و تنزیل کننده یا معامله کننده اسناد قابل معامله [[454]](#footnote-454)**

بانکی که اسناد ارائه شده بوسیله صادر کننده را مورد بررسی قرار میدهد و سپس بر اساس این اسناد شرایط اعتبار را مورد مذاکره قرار میدهد ( مثلا در مورد برات مدت دار ، کاهش دادن مدت یا موافقت با پرداخت وجوه به ذینفع در قبل از تاریخ سر رسید برات ) این فرایند یا در واقع خرید طلب صادر کننده ، به شرط رجوع بانک به صادر کننده در صورت عدم وصول طلب از بانک صادر کننده[[455]](#footnote-455)، صورت میگیرد و معنای آن این است که اگر بانک صادر کننده اعتبار ، وجوه پرداختی بانک تنزیل یا نقد کننده به صادر کننده را به آن بانک نپردازد، بانک تنزیل یا نقد کننده ، برای باز پرداخت وجوه خود می تواند به صادر کننده مراجعه نماید. این حالت وظیفه تنزیل یا نقد کردن را از وظیفه تائید کننده متمایز می سازد . هنگامیکه یک بانک تائید کننده اعتبار را به صادر کننده پرداخت می نماید ، این فرایند بدون حق رجوع است و معنای این است که حتی اگر هیچ باز پرداختی از طرف بانک صادر کننده اعتبار صورت نپذیرد، بانک تائید کننده نمی تواند باز پرداخت وجوه را از صادر کننده مطالبه نماید.

12-3-3 **انواع اعتبار**

* **اعتبار قطعی و غیر قابل برگشت / اعتبار غیر قطعی و قابل برگشت.**

به عنوان قاعده پایه و مبنا، اعتبار نامه ها یا اعتبارات اسنادی ، اسنادی قطعی و غیر قابل برگشت می باشند. یک اعتبار نامه قطعی و غیرقابل برگشت را نمی توان بدون اجازه تمام اطراف معامله جرح و تعدیل نمود / یا آن را باطل کرد. با این حال باید توجه داشت که اعتبارات اسنادی دارای یک تاریخ انقضا می باشند و پس از انقضای این مدت، اعتبار دارای اعتبار نمی باشد. طبیعت و ماهیت قطعی و غیر قابل لغو و برگشت بودن اعتبار اسنادی به فروشنده یا صادر کننده این اطمینان را میدهد که بتواند کالاها را تهیه یا اینکه آن ها را برای حمل آماده نماید و به علاوه به او اطمینان کامل میدهد که ثمن معامله در بانک موجود است و آماده پرداخت می باشد. البته مشروط بر اینکه اسناد ارائه شده توسط صادر کننده دقبقا با شرایط و ضوابط اعتبار تطبیق نماید. اما یک اعتبار نامه یا اعتبار اسنادی قابل برگشت و لغو هیچ یا اطمینان اندکی را برای صادر کننده ارائه میدهد و در نتیجه یک روش استاندارد نمی باشد. مجموعه قواعدو مقررات اعتبارات اسنادی اطاق بازرگانی بین المللی یا یو سی پی600 اطاق بازرگانی بین المللی به مساله صدور اعتبار نامه ، یا اعتبار اسنادی قابل برگشت و لغو نمی پردازد و علت آنهم نادر بودن موارد استعمال این روش است. اگر چنانچه یک متقاضی اعتبار اسنادی ، صدور اعتبار قابل برگشت و لغو را در قالب قواعد یو سی پی 600 تقاضا نماید، در آنصورت بانک صادر کننده ملزم خواهد بود که صراحتا تمام شرایط مربوط به قابل برگشت و لغو بودن اعتبار را در اعتبار نامه وارد نماید.

* **اعتبار تائید شده**

هم چنانکه فوقا در تعریف بانک تائید کننده گفته شد، زمانی یک اعتبار تائید شده تلقی میگردد که یک بانک ،معمولا بانک ابلاغ کننده در کشور صادر کننده ، بنابه در خواست و یا با اجازه بانک طرف صادر کننده، تعهد غیر قابل برگشت خود را بر تعهد بانک صادر کننده علاوه نماید. معمولا این فرایند به صادر کننده این اطمینان را میدهد که ثمن معامله را از یک بانک محلی دریافت خوهد نمود.

* **پرداخت فوری / پرداخت مدت دار[[456]](#footnote-456)**

در اعتبار می تواند پرداخت فوری یا پرداخت در یک تاریخ مشخصی در آینده مقرر گردد.

* **اعتبار گردان [[457]](#footnote-457)یا اعتبار مداوم**

اگر وارد کننده مشتری دائمی صادر کننده باشد، یا اگر صادر کننده مرتبا و به صورت اداوری کالا را برای وارد کننده ا رسال می نماید ، ممکن است طرفین معامله علاقمند شوند که از ترتیبات مربوط به اعتبار گردان استفاده نمایند. در یک ترتیبات ، بانک اعتباری را به صورت مبلغ حداکثر که به صورت خود کار( اتوماتیک) در فواصل معین تمدید گردد ،را صادر می نماید. این نوع اعتبارات طرفین معامله را از وظیفه اداری اجباری درخواست های مکرر و صدور اعتبارات مشابه و تکراری معاف می نماید. این اعتبارات نیز دارای تاریخ انقضا می باشند، ولی تاریخ اعتبار آن ها به مراتب طولانی تر از اعتبارات معمولی است.

* **بند یا شرط قرمز[[458]](#footnote-458)**

این شرط در اعتبار نامه مقرر میدارد که صادر کننده قبل از حمل کالا بخشی از ثمن معامله را دریافت نماید. به عبارت دیگر، شرط مزبور ناظر بر این است که باید قبل از حمل ، پیش پرداختی به صادر کننده ، باهزینه و تقبل خطر ( ریسک ) تقاضا کننده اعتبار یا وارد کننده انجام پذیرد. به موجب این بند بانک ، برات های دیداری صادر کننده را تا حد در صد مشخصی از کل اعتبار ،در مقابل ارائه برخی اسناد اولیه ،پرداخت می نماید. در زمان های گذشته ، این نوع اعتبار ها با جوهر قرمز تایپ یا چاپ می شدند و به همین دلیل به این نام معروف هستند. مسلم است که از این اعتبارها فقط بایستی در مواقعی استفاده شود که وارد کننده اعتماد زیادی به صادر کننده داشته باشد.

* **اعتبارات قابل انتقال**

از این نوع اعتبارات در فرایند های واسطه گری که در آن یک صادر کننده در قامت یک نماینده ، نقش واسطه بین یک عرضه کننده و یک وارد کننده را ایفا می نماید، استفاده می شود. در این ترتیبات ذینفغ واسطه[[459]](#footnote-459) ، یا صادر کننده واسطه ، تمام یا بخشی از حقوق خود را به یک ذینفع عرضه کننده( صادر کننده عرضه کننده)[[460]](#footnote-460) که در قواعد یو سی پی به نام ذینفع ثانوی( صادر کننده ثانوی) [[461]](#footnote-461) معروف است ، واگذار می نماید. واسطه شاید نخواهد که هویت عرضه کننده نهائی را آشکار نماید و از طریق جایگزین سازی صورت حساب واسطه به جای صورت حساب عرضه کننده، این اطلاع را از دید وارد کننده مخفی نگاه می دارد. اعتبار قابل انتقال می تواند به صورت فزاینده ای پیچیده شود و بنابراین لازم است که هم صادر کننده و هم وارد کننده با احتیاط وارد چنین ترتیبی شوند. زیرا در این ترتیبات وارد کننده این خطر یا ریسک را قبول می نماید که منبع نهائی قرار داد فروش کالا مجهول و ناشناخته بماند. بنابراین در چنین حالتی برای وارد کننده مشکل خواهد بود که از شهرت و اعتبار و قابل اتکا بودن عرضه کننده نهائی کالا مطمئن شود و صادر کننده نیز ممکن است کشف نماید که این امکان وجود ندارد که بتوان کاملا هویت عرضه کننده نهائی را پنهان نمود.

* **اعتبار نامه ثانوی به استناد و با پشتوانه یک اعتبار نامه قبلی[[462]](#footnote-462)**

در قالب این نوع اعتبار، ذینفع ( صادر کننده) واسطه، از اعتبار نامه ، به صورت تضمینی برای صدور یک اعتبارنامه ثانوی و مستقل به نفع عرضه کننده نهائی استفاده می نماید. در حالی که در مورد اعتبار قابل انتقال، وارد کننده بایستی در تقاضا نامه خود، اعتبار قابل انتقال را در خواست نماید، ولی در قالب اعتبار نامه به استناد و با پشتوانه اعتبار نامه قبلی، وارد کننده ممکن است که از این ترتیب، اطلاعی نداشته باشد. بنابراین گرچه صادر کننده واسطه ممکن است برای کتمان کردن مراجعه اش به عرضه کننده نهائی، بخواهد از این نوع اعتبار استفاده نماید، ولی او با این کار باید یک خطر یا ریسک اضافی را نیز متحمل شود.. در این روش ، صرف نظر از اینکه به این واسطه بر طبق اعتبار نامه اول پرداخت صورت گرفته باشد یا نه، بایستی هر گونه پرداخت بانک به عرضه کننده نهائی، بر طبق اعتبار نامه ثانوی را به بانک باز پرداخت نماید. این یک خطر یا ریسک عمده و مهم برای بانک هائی است که در ارتباط با صدور این نوع اعتبار خیلی محتاط می باشند.

* **اعتبار نامه اتکائی یا تضمینی[[463]](#footnote-463)**

این نوع اعتبار نامه از اعتبار نامه های فوق متمایز میباشد. زیرا از آن عمدتا به عنوان یک ساز و کار تضمینی استفاده می شود و نه به عنوان ساز و کار پرداخت. بر طبق این نوع اعتبار ذینفع ( صادر کننده ) می تواند در صورتی که طرف معامله ( وارد کننده ) بر طبق شرایط قرار داد عمل ننماید، پرداخت را از محل این اعتبار تضمینی ادعا نماید. استفاده از این ساز و کار در حد وسیعی از ایالات متحده آغاز و در آنجا گسترش پیدا کرد. یعنی در کشوری که قانون بانکداری پیشین بانک ها را از صدور ضمانت نامه ها منع کرده بود. گر چه بانک های آمریکائی، اکنون ممکن است که ضمانت نامه های بانکی را صادر نمایند، ولی به اتکای قابل ملاحظه و چشم گیر خود به صدور اعتبار های تضمینی یا اتکائی نیز کماکان ادامه میدهند و بسیاری از بانک ها در سراسر جهان نیز از این رویه پیروی می نمایند. از لحاظ حقوقی این نوع اعتبارات شبیه به ضمانت نامه های بانکی هستند .گرچه در یو سی پی 600 اطاق بازرگانی بین المللی به این نوع اعتبارات اشاره شده است، ولی اکثریت مواد قواعد یو سی پی هیچ نوع ارتباطی با صدور یا کاربرد این نوع اعتبارنامه ندارد. به همین دلیل یک مجموعه قواعد جداگانه برای این نوع اعتبار تدوین شده است ( رویه های بین المللی اعتبار اتکائی یا تضمینی یا ISP98 . ) اعتبارات تضممینی یا اتکایی می توانند بر طبق قواعد متحد الشکل مربوط به ضمانت های عند المطالبه نیز صادر شود.( نشریه 758 اطاق بازرگانی بین المللی )

12-4 **آئین کار مربوط به اعتبار اسنادی تائیدشده قطعی و غیر قابل لغو و برگشت**

یادداشت**:** فرایند اعتبار اسنادی که ذیلا شرح داده شده، شامل مورد خاص اعتبار اسنادی تائید شده قطعی و غیر قابل برگشت یا لغو است. باید توجه داشت که تمام اعتبارات اسنادی قطعی و غیر قابل بر گشت نمی باشند ودر نتیجه فرایند زیر در مورد تمامی انواع اعتبارات کاربرد ندارد.

شکل 1-12 مراحل عملیات اعتبار اسنادی

جای خالی برای تصویر

1. **قرار داد فروش**

در روش اعتبار اسنادی، صادر کننده به نام « ذینفع » و وارد کننده به نام « متقاضی » معروف می باشند . معمولا طرفین معامله یک قرار داد فروش را در بین خود امضا می نمایند و در آن قید می شود که پرداخت ( ثمن معامله. ) بر طبق روش یا سازو کاراعتبار اسنادی مربوطه انجام خواهد شد.

1. **تقاضای اعتبار نامه یا اعتبار اسنادی**

سپس وارد کننده با یک بانک که « بانک صدور یا صادر کننده » نامیده می شود تماس میگیرد و تقاضای صدور یا گشایش اعتبار را به آن بانک تسلیم می کند. این تقاضا باید منطبق و سازگار با شرایط پرداخت در قرارداد فروش باشد. در این تقاضا وارد کننده از بانک در خواست می نماید که یک اعتبار نامه یا اعتبار اسنادی را به نفع ذینفع یا همان صادر کننده صادرنماید.

1. **تقاضا برای تائید**

در صورتی که بانک صادر کننده اعتبار، تقاضای اعتبار وارد کننده را قبول نماید، آن بانک اعتبار را صادر می نماید و درخواست می نماید ک یک « بانک تائید کننده » تعهد غیر قابل برگشت خودش را دائر به پرداخت بر طبق شرایط و ضوابط اعتبار اضافه نماید . بایستی توجه داشت که فرایندتائید یک گام الزامی درروش اعتبار اسنادی نیست، ولی اغلب به منظور اعتلای راحتی و اطمینان ذینفع یا صادر کننده ، اجرای این فرایند در قرار داد درج می شود. بانک تایید کننده معمولا در کشور فروشنده یا صادر کننده واقع است.

1. **اعلام اعتبار تائید شده به صادر کننده**

بانک تائید کننده به ذینفع ( صادر کننده ) اطلاع میدهد که اعتبار مشروط به تسلیم اسناد مشخص و معین ، آماده است.

1. **کنترل و بررسی تطابق اعتبار با قرار داد فروش**

توصیه می شود که ذینفع ( صادر کننده ) اعتبار را بررسی و اطمینان حاصل نماید که با شرایط مقرر در قرار داد فروش منطبق می باشد.

1. **تحویل کالاها به حمل کننده**

صادر کننده کالا را به حمل کننده تسلیم می نماید و از حمل کننده یک بارنامه را دریافت میدارد. بارنامه یکی از مهمترین اسناد در روش اعتبار اسنادی است.

1. **تهیه و ا رائه اسناد به بانک تائید کننده برای پرداخت**

ذینفع ( صادر کننده ) اسناد تعیین شده در اعتبار نامه ( مانند بارنامه، صورت حساب، برات، سند بیمه، گواهی بازرسی قبل از حمل ، فهرست بسته بندی و غیره) را جمع آوری و به بانک تایید کننده اعتبار برای پرداخت تسلیم می نماید.

1. **بررسی اسناد و پرداخت**

در این مرحله و قبل از پرداخت، بانک تائید کننده اسناد را به منظور اطمینان حاصل کردن ازاینکه عاری از اشتباه می باشند و با شرایط اعتبار مغایرت ندارند، مورد بررسی قرار میدهد و اگر هیچ اختلاف و مغایرت یا اشتباهی در اسناد دیده نشود، پرداخت را بر طبق شرایط اعتبار انجام خواهد داد.

1. **- ارسال اسناد**

بانک تائید کننده، اسناد را برای بانک صادر کننده اعتبار ارسال و تقاضای ارسال وجه پرداختی به صادر کننده را می نماید. حالا بانک صادر کننده اعتبار بررسی خودش را درباره اسناد ارائه شده از طرف صادر کننده انجام میدهد و اگر موافقت نماید که این اسناد هیچ اختلافی با اسناد مورد نظر ندارد، وجه را برای بانک تائید کننده ارسال می نماید و به متقاضی ( وارد کننده ) اطلاع میدهد که اسناد واصل شده است.

.10- **تسلیم اسناد به وارد کننده / دریافت کالا توسط وارد کننده**

بانک صادر کننده اعتبار پس از بدهکار کردن حساب وارد کننده، اسناد تسلیمی صادر کننده را به متقاضی ( وارد کننده ) میدهد و وارد کننده می تواند با استفاده از بارنامه محموله کالا را از حمل کننده دریافت نماید.

12-4-1 **قرار داد فروش**

اگر صادر کننده به منظور بهره مندی از روش بسیار مطمئن پرداخت ، بر تائید اعتبار غیر قابل برگشت و غیر قابل لغو اصرار نماید، این مطلب باید صراحتا و مشخصا در قرار داد درج گردد. در روش اعتبار اسنادی، به قرار داد فروش، عنوان مهمترین و اساسی ترین قرار داد اطلاق می شود. اما هم چنانکه بعدا به تفصیل خواهیم آورد، اعتبار اسنادی، مستقل از قرار داد فروش است و این بدان معنا است که اختلافات در مورد قرار داد، معمولا نمی تواند پرداخت بر طبق اعتبار یا اعتبار اسنادی را مانع شود. با این حال وارد کننده ( خریدار ) باید در تقاضای اعتبار، درخواست نماید که اعتبار بر طبق شرایط مقرر در قرار داد فروش گشایش یابد.

قرار داد فروش هم می تواند و هم نمی تواند جزئیات یا شرایط بیشتری، برای مثال، زمان پرداخت و اسنادی که باید ارائه شود و غیره را در ارتباط با اعتبار یا اعتبار اسنادی مربوطه مقرر نماید . فروشنده ی صادر کننده ، معمولا زمانی بر تایید اعتبار ( توسط بانک دیگری غیر از بانک صادر کننده اعتبار. ) اصرار می ورزد که کاملا مطمئن از پوشش خطر یا ریسک پرداخت توسط بانک صادر کننده اعتبار نباشد. یا اینکه برای مثال ، از خطر ، زمان پرداخت، اسنادی که باید ارائه شود و غیره ، یا ریسک های نرخ ارزو اوضاع و احوال سیاسی در کشور وارد کننده در بیم و هراس باشد.

12-4-2 **تقاضای اعتبار**

با فرض اینکه طرفین معامله در قرار داد فروش در مورد شرایط اعتبار اسنادی موافقت کرده باشند، مرحله بعدی این است که وارد کننده به بانک خود مراجعه و درخواست صدور اعتبار می نماید و به همین جهت به او متقاضی گفته می شود. هنگامیکه تقاضای اعتبار را بانک خریدار ( وارد کننده ) قبول نماید، این فرایند تقاضای متقاضی و قبولی بانک، به انعقاد یک قرار داد بین وارد کننده ( متقاضی ) و بانک او ( بانک صادر کننده اعتبار ) منجر میگردد. در این قرار داد بانک موافقت می نماید که اعتبار اسنادی را صادر نماید و وارد کننده ( متقاضی ) موافقت می نماید که وجوه ( ثمن معامله. ) پرداختی بانک به بر طبق اعتبار اسنادی به صادر کننده، را به حساب آن بانک واریز نماید. از آنجائی که این بانک اعتبار را بر طبق دستورات وارد کننده باز میکند، لذا وارد کننده باید این اطمینان را حاصل نماید که این دستورات مغایر، با قرار داد فروش نباشد .زیرا اگر چنین مغایرتی وجود داشته باشد، او نافض قرار داد فروش خواهد بود.گرچه متقاضی یا وارد کننده بایستی شرایط قرار داد فروش را محترم بشمارد، ولی بسیار عادی و محتمل است که قرار داد فروش در مورد یک یا چند شرط یا ضوابط مندرج در اعتبار اسنادی ساکت باشد و به آن ها در قرار داد اشاره ای نشده باشد. در چنین مواردی، متقاضی ( وارد کننده ) می تواند، جزئیات بیشتر را اضافه نماید. اما ذینفع ( صادر کننده ) شاید بر طبق قرار داد فروش موظف به قبول این شرایط نباشد، ولی مجبور خواهد بود که از شرایط و ضوابط اعتبار متابعت نماید، یا اینکه در صدد انجام اصلاحات مناسب در آن بر آید.

شاید صادر کنندگان فاقد تجربه وسوسه شوند که باید شرایطی از قرار داد فروش درتقاضای اعتبار گنجانده شود. به هر حال باید این احتیاط به عمل آید که در اعتبار ، هیچ شرایط غیر ا سنادی وجود نداشته باشد.[[464]](#footnote-464) یعنی شرایط غیر مستند به سند یعنی شرایطی که نتوان آن را در یک قرار داد خاص با سند اثبات نمود. ) چرا که چنین شرایطی قابل اجرا نخواهند بود. ذیلا به برخی از حداقل جزئیاتی که باید در تقاضای اعتبار درج شود، اشاره میگردد.:

* **زمان پرداخت**

مشخص کردن اینکه آیا پرداخت پس از رویت برات صورت خواهد گرفت و یا در یک تاریخ در آینده ( مانند یک اعتبار مدت دار )

* **تاریخ و مکان انقضاء اعتبار**

در تاریخ مزبور باید فرصت کافی جهت آماده سازی و ارسال کالاها و ارائه اسنا د توسط ذینع ( صادر کننده) لحاظ شده باشد.

* **آخرین تاریخ برای ارسال ( حمل ) کالا و ارائه اسناد**

مانند مورد بالا، این مهلت ها بایستی بر حسب اوضاع و احوال منطقی باشد تا صادر کننده ( ذینفع ) بتواند به تعهدات خود عمل نماید. به هر حال اگر در اعتبار نامه به مهلت ارائه اسناد مثبته و منطبق با اعتبار نامه توسط صادر کننده به بانک تعیین شده، پس از تاریخ سند حمل اولیه، اشاره ای نشده باشد، قواعد یو سی پی 600 اطاق بازرگانی بین المللی این مهلت را حداکثر بیست و یک روز تعیین می نماید.

* **ذینفع ( صادرکننده )،** نام و نشانی ذینفع یا صادر کننده باید به صورت دقیق و کامل در تقاضا درج گردد.
* **نوع اعتبار،** مثلا اعتبار قطعی وغیر قابل لغو و برگشت، تائید شده، قابل انتقال و غیره.
* **نوع پول و مقدار آن**

در اعتبار نامه باید پول کشوری که به آن پرداخت صورت میگیرد مشخص شود. در برخی موارد به علت نا معلومی مقدار دقیق کالائی که باید حمل شود ، یا نامعلومی نرخ هزینه حمل بار، قرار داد فروش فقط حاوی قیمت تقریبی خواهد بود. بنابراین ممکن است که در اعتبار مقداری مشخص شود که در « حدود » یا « تقریبی » از یک مقدار مشخص باشد که در اینصورت یک حاشیه ده در صدی پائین تر یا بالاتر از آن مقدار مجاز خواهد بود. هم چنین ممکن است که در اعتبار به یک حداکثری اشاره شود و مثلا ازعبارت تا حداکثر... استفاده گردد.

* **جزئیات حمل،** این جزئیات از جمله شامل این موارد است که آیا حمل تدریجی کالا یا حمل کالا به شیوه چند وجهی مجاز می باشد یا نه. بهتر است که این شیوه ها مجاز تلقی شوند. چرا که برای ذینفع ( صادر کننده ) قابلیت انعطاف را ایجاد می نماید،.مگر اینکه متقاضی ( وارد کننده ) دلایل قوی را جهت عدم حمل بخشی یا تدریچی کالا داشته باشد. اگر کالاها، از جمله کالاهای خطرناک یا کالاهای فله ای باشند، شاید لازم باشد که بر روی عرشه کشتی بارگیری و حمل شوند. در اعتبار باید مشخصا درج گردد که باید در بارنامه اشاره شود که چنین حملی با این شرایط انجام شده است.
* **کالاها،** مهم این است که توصیف کالاها نباید به قدری مفصل و توام با جزئیات باشد که بعد از ارائه اسناد باعث بروز اختلاف شود، بلکه توصیف کالاها باید ضمن اینکه به صورت کلی باشد، ولی در عین حال حاوی جزئیات کافی برای شناسائی کالاهای موضوع قرار داد بر طبق قواعد و مقررات جاری نیزباشد. بهتر است که متقاضیان یا وارد کنندگان ، قرار داد را با شماره ارجاع مشخص نمایند. متقاضیان ( وارد کنندگان ) هم چنین می توانند مقرر نمایند که ذینفع ( صادر کننده ) گواهینامه ای را ارائه دهد دائر بر اینکه تمام شرایط قرار داد را رعایت نموده است. در هیچ موردی نباید اسناد قرار دادی ، نظیر پروفور ما یا اوراق مربوط به مشخصات و ویژگی های تکنیکی ، به اعتبار نامه پیوست شود. زیرا این اقدام امکان سردرگمی و اشتباهات را چندین برابر خواهد کرد.
* **اسناد،** الزامات اسنادی دارای بالاترین اهمیت می باشند و متقاضی ( وارد کننده ) بایستی دقیقا درباره آن ها فکر کند و با آن ها آشنا باشد. زیرا صادر کننده زمانی که از اعتبار مطلع می شود آن ها را به دقت بررسی مینماید. به طور کلی متقاضیان ( وارد کنندگان ) بایستی در حالتی که یک سند و یا یک فتوکپی وافی به مقصود باشد، از تقاضا برای تعداد زیاد اسناد یا اصرار بر اسناد اصلی متعدد، احتراز نماید. ذینفع ( صادر کننده ) محتاط و زیرک بر این نکته واقف است که در صورتیکه بر تعداد الزامات اسنادی اضافه شود، بر امکان بروز اشتباه یا اختلاف در اسنادی که او برای دریافت ثمن معامله به بانک مربوطه ارائه میدهد و در نتیجه عدم پرداخت بر طبق اعتبار نیز افزایش می یابد .

وارد کننده ( متقاضی ) تقاضای اعتبار را با تسلیم یک فرم بانکی استاندارد در خواست می نماید. فرم تقاضا طوری طراحی شده که منطبق با فرم مدل مخصوص در خواست اعتبار می باشد و در نتیجه انتقال اطلاعات از این تقاضا نامه به اعتبار تا حد بسیار زیادی تسهیل می گردد.

12-4-3 **صدور اعتبار**

بانک صادر کننده اعتبار یا بانک وارد کننده ، پس از بررسی اعتبار و خوش حسابی و حسن شهرت وارد کننده ، درباره صدور یا عدم صدور اعتبار نامه تصمیم میگیرد. از دیدگاه بانک صادر کننده اعتبار، اعتبار اسنادی برابر است با درخواست وام وارد کننده برای مدت زمانی که از تاریخ گشایش اعتبار شروع می شود وتا تاریخ انقضا یا تاریخ سر رسید پرداخت ، ادامه دارد.

بانک صادر کننده اعتبار پس از موافقت با صدور اعتبار یک اعتبار اسنادی را به نفع ذینفع ( صادر کننده ) صادر می کند و بر طبق آن موافقت می نماید که به شرط این که ذینفع اسناد منطبق با شرایط و ضوابط اعتباررا تسلیم نماید به او پرداخت به عمل خواهد آمد. گفته می شود که این تعهد قطعی و غیر قابل برگشت ، یک قرار داد سوم را در ساز و کار اعتبار اسنادی تشکیل میدهد. هر چند که در برخی از نظام های حقوقی به علت اینکه تعهد مزبور یکجانبه می باشد، آن را ا قرار داد محسوب نمی نمایند. اولین قرار داد عبارتست از قرار داد فروش بین صادر کننده و وارد کننده ( خریدار ) و دومین قرار داد بوسیله تسلیم تقاضای اعتبار توسط متقاضی ( وارد کننده ) تشکیل می شود زیرا متعاقب تسلیم این تقاضا ، بانک موافقت می نماید که در قبال اخذ یک مبلغی ( کارمزد ) اعتبار نامه را صادر و متقاضی ( وارد کننده ) نیز موافقت می نماید که مبلغ مزبور و پرداخت های بانک به ذینفع ( صادر کننده ) بر طبق اعتبار را به حساب آن بانک واریز نماید.

**12-4-4 تائید ( اعتبار)**

در موردی که در تقاضای اعتبار ( اغلب بر اثر اصرار ذینفع یا صادر کننده )صراحتا ساز و کار تائید اعتبار نیز درخواست شده باشد، بانک صادر کننده اعتبار، از یک بانک دیگر که معمولا درکشور ذینفع ( صادر کننده ) قرار دارد ، درخواست می نماید که اعتبار را تائید نماید. بانک تائید کننده با تائید اعتبار تعهد قطعی و غیر قابل لغو و برگشت خود را به تعهد بانک صادر کننده اعتبار علاوه می نماید. بدین ترتیب صادر کننده از وجود یک پرداخت کننده ثانوی قابل اتکایی که در کشور خودش فعالیت دارد، مطمئن می شود.

تصمیم بانک تائید کننده برای تایید اعتبار، پس از بررسی اعتبار خود بانک صادر کننده اعتبار و هم چنین ارزیابی خطر ها/ ریسک های نرخ ارز و اوضاع و احوال سیاسی درکشور وارد کننده اتخاذ می گردد.. پس از اینکه بانک تائید کننده ، اعتبار را تائید کرد، این بانک باید صرف نظر از اینکه بانک صادر کننده اعتبار ، قادر به باز پرداخت مبلغ پرداخت شده بانک تایید کننده به صادر کننده به آن بانک( بانک صادر کننده اعتبار ) باشد یا نباشد، ارائه اسناد منطبق با اعتبار توسط ذینفع ( صادر کننده ) را محترم بشمارد. بانک تایید کننده اعتبار پس از تایید اعتبار ، موضوع ( تایید اعتبار ) را به اطلاع ذینفع ( صادر کننده) میرساند و او در مقابل تسلیم اسناد مربوطه به بانک تایید کننده ثمن معامله را از آن بانک دریافت می نماید. . بدین ترتیب تعهد بانک تائید کننده به پرداخت به ذینفع( صادر کننده) چهارمین قرار داد را در این زنجیره تشکیل میدهد.

**12-4-5 وصول و بررسی اعتبار نامه توسط صادر کننده**

قویا توصیه می گردد که صادر کننده ( ذینفع ) هنگامی که اعتبار نامه را دریافت میدارد، فورا و دقیقا آن را به لحاظ انطباق با شرایط و ضوابط قرار داد و با توجه به اوضاع و احوال قابل پیش بینی در مورد حمل بررسی نماید. هم چنانکه قبلا نیز خاطرنشان گردید، در صد ناراحت کننده ای از معاملات مبتنی بر ساز و کار اعتبار اسنادی، در همان آغاز ارائه اسناد با مشکل مواجه می شوند ( 50 تا 90 در صد بسته به کشور ) .یکی از دلایل این موضوع این است که فروشندگان یا صادر کنندگان، اغلب زمانی که اعتبار نامه را دریافت میدارند آن را به دقت بررسی نمی نمایند و به الزامات اسنادی آن درست پی نمی برند. یک بررسی فوری اعتبار نامه پس از وصول، به فروشندگان ( صادر کنندگان ) این فرصت را میدهد که به موقع هر ناسازگاری و مبانیت آن با قرار داد فروش یا اسناد مورد نظر جهت آماده سازی یا حمل کالا را کشف نمایند.

اگر صادر کننده ( ذینفع ) به هنگام بررسی اعتبار، به این نتیجه برسد که قبول شرایط اعتبار غیر عملی و ناممکن است، باید فورا مراتب را به وارد کننده اطلاع بدهد و تقاضا نماید که جرح و تعدیل مورد نظر وی در اعتبار به عمل آید و سپس مطمئن شود که اصلاحات مورد نظرش در اعتبار لحاظ شده و اعتبار اصلاح شده به او اطلاع داده شود. متاسفانه شنیده نشده است که موردی وجود نداشته که صادر کننده و وارد کننده در مورد اصلاح اعتبار با هم به توافق نرسیده باشند. اما عدم اطلاع قبلی مشکل به بانک صادر کننده اعتبار توسط ذینفع یا صادر کننده یعنی فراهم آوردن فرصت برای بروز اختلاف ناراحت کننده در آینده.

**12-4-6 ارسال وحمل کالاها**

به منظور این که پرداخت به صادر کننده انجام شود، او باید کالاها را برای حمل در موعد مقرر آماده و تمام اسناد لازم را تهیه و جمع آوری نماید. توصیه می شود که صادر کننده اسناد را قبل از تسلیم به بانک با شرایط و مشخصات اعتبار نامه مطابقت نماید.

اکیدا توصیه می شود که ذینفع ( صادر کننده ) تا آنجا که امکان دارد، اسناد را زود به بانک تحویل دهد. علت این امر این است که برای بانک مدت زمانی طول خواهد کشید تا آن اسناد را بررسی نماید. بر طبق قواعد و مقررات متحدالشکل اعتبارات اسنادی اطاق بازر گانی بین المللی (یو سی پی 600)، این مدت زمان نباید از پنج روز کاری بانکی پس از تاریخ ارائه اسناد تجاوز نماید. زیرا در صورتی که بانک یک اختلاف و مغایرت قابل اصلاحی را کشف نماید، ذینفع ( صادر کننده ) به زمان کافی برای اصلاح اختلاف و ارائه مجدد به بانک احتیاج خواهد داشت و این فرایند بایستی قبل از تاریخ انقضای اعتبار نامه یا آخرین تاریخ مقرر برای ارائه اسناد انجام پذیرد. پس از حمل، ذینفع ( صادر کننده ) اسناد و یک برات در موارد ی که در اعتبار مقرر شده باشد را به بانک تائید کننده تسلیم می نماید.

12-4-7 **بررسی اسناد بوسیله بانک تائید کننده**

بانک تائید کننده، اسنادی که ذینفع ( صادر کننده ) در اجرای شرایط و ضوابط مصرح در اعتبار نامه به آن بانک تسلیم نموده را به دقت بررسی می نماید. این بانک هر اختلاف یا اشتباه احتمالی را معلوم و مشخص می نماید - اختلافات بین اسناد ارائه شده و شرایط و ضوابط اعتبار - و یا اینکه تائید می نماید، اسناد مطابق شرایط اعتبار می باشند. بر طبق قواعد یو سی پی اطاق بازرگانی بین المللی، بانک تائید کننده بایستی بررسی خود درباره اسناد را ظرف مدتی که حداکثر نباید پس از تاریخ تسلیم آن ها به بانک از پنج روز کاری بانکی تجاوز نماید، انجام دهد. این مهلت در مورد بانک صادر کننده اعتبار و / یا بانک تعیین شده -در صورتی که بر تعیین آن توافق شده باشد - نیز صدق می نماید. در صورتیکه بانک تائید کننده اختلافی را در اسناد با شرایط و ضوابط اعتبار کشف نماید، باید تصمیم خود دائر به عدم قبول اسناد را از طریق وسایل ارتباطات راه دور یا وسایل اطلاع رسانی سریع و نه دیرتر از مهلت حداکثر مذکور در فوق به ذینفع با صادر کننده اعلام نماید.

اما اگر این بانک اسناد را مطابق با شرایط و ضوابط اعتبار ارزیابی نماید، آن ها را محترم می شمارد ، یعنی پرداخت را به ذینفع ( صادر کننده ) انجام میدهد یا اینکه یک پرداخت مدت دار را قبول می نماید، پرداخت بانک تائید کننده به ذینفع ( صادر کننده ) بدون حق رجوع است و معنای آن این است که در صورتیکه بانک صادر کننده، وجوه پرداختی بانک تائید کننده به ذینفع ( صادر کننده) را در وجه آن بانک باز پرداخت ننماید، بانک تایید کننده نمی تواند برای باز پرداخت وجوه به ذینفع ( صادر کننده ) مراجعه واز او مطالبه نماید. البته در برخی نظام های حقوقی یک استثنا می تواند بر این قاعده وجود داشته باشد و آن این است که بانک در صورتی که تقلب یا جعلی را در فرایند پرداخت به ذینفع ( صادر کننده )کشف نماید، می تواند باز پرداخت وجوه را مطالبه نماید.

اما اگر اسناد با شرایط اعتبار مبانیت یا اختلاف داشته باشند، صادر کننده میتواند اصلاحات را انجام دهد .البته به شرطی که این اصلاح قبل از تاریخ انقضای اعتبار یا آخرین روز تعیین شده برای ارائه اصلاحات تسلیم شده باشد. اما مسلم است که برخی اختلافات و اشتباهات و مغایرت ها را نمی توان اصلاح نمود. مانند سند حملی که نشان دهد کالا دیر تر از موعد مقرر در قرار داد یا اعتبار حمل شده است. یا اضافه برداشت از اعتبار و غیره.

اگر چنانچه ذینفع ( صادر کننده ) به هر دلیلی نتواند اسناد را اصلاح نماید، هنوز هم او فرصت دارد که با وارد کننده یا متقاضی تماس بگیرد. و از او به خواهد که از اختلاف چشم پوشی نماید. این تماس صادر کننده می تواند به صورت مستقیم یا از طریق بانک ابلاغ کننده یا بانک تائید کننده که با بانک صادر کننده اعتبار تماس خواهد گرفت، انجام شود. بر طبق قواعد یو سی پی 600 اطاق بازرگانی بین المللی، بانک صادر کننده اعتبار، تنها بانک صلاحتیدار است که میتواند با وارد کننده درباره اغماض و چشم پوشی از اختلاف تماس بگیرد. اگر اختلاف جزئی و غیر مهم باشد و اگر ادامه معامله برای وارد کننده مهم باشد، ممکن است او مایل باشد که از اختلاف چشم پوشی نماید. اما متاسفانه بعضی وقت ها اتفاق می افتد که متقاضیان یا وارد کنندگان از اختلافات به عنوان فرصتی برای چانه زنی جهت گرفتن تخفیف از صادر کنندگان استفاده می نمایند و این خود دلیلی است که ذینفعان ( صادر کنندگان ) بایستی آماده سازی و ارائه اسناد را با رعایت احتیاط و دقت کامل انجام دهند.

12-4-8 **بررسی اسناد بوسیله بانک صادر کننده اعتبار**

بانک صادر کننده اعتبار نیز اسنادی که از بانک تائید کننده اعتبار یا یک بانک تعیین شده دیگر دریافت نموده را مورد بررسی قرار میدهد. اگر به نظر بانک صادر کننده اعتبار اسناد دارای اشتباه یا اختلاف باشند و بانک تائید کننده اعتبار ، پرداخت به صادر کننده را بر طبق شرایط و ضوابط اعتبار انجام نداده باشد، بانک صادر کننده می تواند وجوهی را که به بانک تائید کننده پرداخته را از آن بانک مطالبه نماید. بر طبق بندب ماده 14 قواعد یو سی پی 600، بانک صادر کننده باید ظرف مدت حداکثر پنج روز کاری بانکی پس از تاریخ ارائه اسناد آن را بررسی و درباره قبول یارد آن ها تصمیم گیری نماید.

12-4-9 **ارائه اسناد به خریدار ( وارد کننده )و دریافت کالا توسط خریدار ( وارد کننده ) از حمل کننده**

اگر بررسی اسناد توسط بانک صادر کننده اعتبار نشان دهد که اسناد منطبق با شرایط و ضوابط اعتبار می باشد، در اینصورت آن بانک حساب بانکی متقاضی ( وارد کننده ) را بدهکار می نماید و این مطلب را به اطلاع اومیرساند و سپس اسناد را در اختیار ش قرار میدهد. این اسناد بویژه اسناد کنترل بر کالاها، مثل بارنامه دریائی این حق را در اختیار وارد کننده قرار میدهد که بتواند محموله را از حمل کننده تحویل بگیرد.

هر چندکه در قواعد نیامده، ولی وارد کننده نیز باید فورا بررسی خود را درباره اسناد انجام دهد. این امکان وجود دارد که وارد کننده به اختلافی بر خورد نماید که بانک ها متوجه آن نشده و یا آن را نادیده گرفته باشند. در چنین مواردی و بسته به قانون قابل اعمال وشدت و ضعف شرایط و ضوابط اعتبار، وارد کننده می تواند از پرداخت به بانک صادر کننده امتناع و اسناد را رد نماید. این نیز دلیل دیگری است که جرا بانک ها آن فرایند بررسی های دقیق و پر زحمت اسناد را انجام میدهند.

12-5 **استقلال و لزوم رعایت و مطابقت دقیق: اصول اساسی در روش اعتبار اسنادی ( دی سی )**

12-5-1 **استقلال و جدائی اعتبار از قرار داد فروش اصلی**

اعتبار اسنادی ، مستقل و جدای از قرار داد اصلی فروش است. این بدان معنا است که اگر صادر کننده تعهدات اسنادی مربوط به اعتبار را انجام دهد، صرف نظر از وجود اختلاف مربوط به قرار داد مزبور، پرداخت باید به او انجام شود. بنابراین نقض قرار داد توسط صادر کننده - برای مثال در ارتباط با مقدار، کیفیت، تاریخ تحویل و غیره - وارد کننده را محق نمی سازد که به بانک خود دستور بدهد که پرداخت بر طبق اعتبار را متوقف سازد. این قاعده یک اصل اساسی است و علت آن هم این است که طرفین معامله مطمئن باشند که بانک ها تعهدات پرداخت اعتبار اسنادی خود را محترم خواهند شمرد. بنابراین تعهد پرداخت یک بانک صادر کننده اعتبار مستقل و جدا از قرار داد فروش صادراتی است.

استثنای مهم بر این قاعده مربوط می شود به موارد تقلب و جعل اسناد. بانکی که یک اطلاع واضح و روشن یا دلیل تقلب ذینفع ( صادر کننده ) را دریافت نماید، نه تنها مجاز، بلکه موظف است که بر طبق قانون قابل اعمال ، از پرداخت به صادر کننده خود داری نماید. مع هذا بانک ها موظف نمی باشند که تقلب های مشکوک را مورد بررسی قرار دهند.

دادگاه ها کاملا در صدور قرارها دائر به خود داری از پرداخت اکراه دارند و بنابراین در صورت ادعای تقلب وجعل بایستی این ادعا با دلایل واضح همراه باشند. از آنجائی که روش یا سازو کار اعتبار نامه یا اعتبار اسنادی ، تا اندازه زیادی به خاطر اجتناب از خطر یا ریسک مربوط به عدم دانش یا اعتماد بین دو طرف یک معامله تجاری ایجاد شده است، بنابراین ضروری است که هر دو طرف به بانک ها اعتماد داشته باشند. اگر طرفین معامله این اعتماد را نداشته باشند که بانک ها به علت بحث ها و استدلالات دو طرف، به تعهدات خود عمل نخواهند نمود، در آنصورت روش اعتبار اسنادی نیز با موفقیت همراه نخواهد بود. قضات دادگاه ها ، اعتبار نامه را خون حیات یا « شریان حیات » بازرگانی بین المللی می نامند. اگر بانک ها مجاز باشند که در صورت بروز اختلاف بین طرفین معامله ، از پرداخت خودداری نمایند، در آنصورت جریان حیاتی و مهم تجارت بین المللی خیلی زود متوقف وبلوکه خواهد شد.

در برخی موارد، ممکن است که ماموران بانک صادر کننده اعتبار ، مجبور به مقاوت در مقابل فشار متقاضی ( وارد کننده ) دائر به زیر پا گذاردن و انحراف از اصل بیطرفی و استقلال کامل، باشند. در هر زمانی که خریداریا متقاضی، این سوء ظن را داشته باشد که کالاها با شرایط اعتبار منطبق نمی باشند، او ممکن است بخواهد که بر طبق شرایط اعتبار پرداخت متوقف گردد. متاسفانه این امکان کاملا وجود دارد که فروشندگان یک مال التجاره بد و ناجور ولی نه در آن حد بد و ناجور که تقلب و کلاهبرداری محسوب شود را ارسال میدارند، ولی اسنادی را که تسلیم می نمایند بدون عیب و نقص است و باستناد همین اسناد، پرداخت می تواند به او صورت گیرد. این خود یکی از دلایل محکمی است که درج شرط لزوم اخذ گواهی بازرسی قبل از حمل یا پس از ورود کالا ، در قرار دادهای فروش و اعتبار بسیار معمول و متداول می باشد. اگر وارد کننده متوجه شود که یک محموله غیر منطبق با شرایط اعتبار را دریافت نموده یا اینکه تحویل کالا دیرتر از موعد مقرر صورت گرفته، او می تواند برای جبران خسارت و نقض قرار داد بر علیه صادر کننده اقامه دعوا نماید. اما این اقدام وارد کننده ربطی به اعتبار نامه و قواعد یو سی پی ندارد و به اصطلاح در حوصله آن ها نمی گنجد.

12-5-2 **متابعت دقیق**

باید از شرایط اعتبار نامه به دقت متابعت شود. به این مطلب دکترین متابعت اکید یا دقیق گفته می شود.[[465]](#footnote-465) معنای این اصطلاح این است که اسنادی که در قالب روش یا سازو کار اعتبار اسنادی ارائه میکردند ، باید دقیقا با شرایط و ضوابط اعتبار منطبق باشند.

**یک نظر دادگاه درباره متابعت دقیق**

. " هیچجائی برای اسناد تقریبا شبیه یا اینکه همان وظیفه را انجام میدهند وجود ندارد. دعوای:

Equitable Trust co. of New York بر علیه Dawson partners Ltd (1927)27LI.L.Rep.69

در فرایند صدور اعتبار نامه، بانک صادر کننده اعتبار برای صدور اعتبار از دستورات مندرج درتقاضای اعتبار تسلیمی از طرف وارد کننده پیروی می نماید. این بانک هم چنین یک پرداخت کننده اصلی بی طرفی است که اسناد تسلیمی صادرکننده را از لحاظ تعیین متابعت و تطابق آن ها با شرایط اعتبار، بررسی می نماید. اکثریت بالائی از اختلافات مربوط به اعتبار نامه، مربوط به اختلافات در اسناد است بنابراین تصمیمات بانک ها درباره وجود یا عدم وجود این اختلافات بایستی مبتنی بر دکترین متابعت دقیق باشد.

**یک مثال موردی: متابعت دقیق و بازارهای مواجه یا کاهش قیمت ها**

**یک وارد کننده، قرار دادی را برای دریافت مقادیر بسیار زیاد یک کالای کشاورزی به قیمت 2000 دلار برای هر کانتینر منعقد می نماید. پس از انعقاد این قرار داد بازار بین المللی کالای مزبور سقوط می کند و در زمان ورود محموله به مقصد، قیمت آن کالا به مبلغ 1200 دلار برای هر کانتینر کاهش می یابد.**

**صادر کننده اسناد لازم بر طبق شرایط اعتبار را تسلیم می نماید و بنابراین بانک طبق روال معمول بایستی ثمن معامله را به او پرداخت نماید. اما این پر واضح است که وارد کننده دارای انگیزه قوی می باشد که در صورتیکه اسناد ارائه شده توسط صادر کننده به بانک دارای اشتباه باشد و با شرایط اعتبار منطبق نباشد، از پرداخت ثمن معامله به بانک و نهایتا به صادر کننده خود داری نماید. اکنون با اوضاع و احوال پیش آمده وارد کننده باید بر طبق قرار داد فروش کالاها را به قیمتی خیلی بالاتر از قیمت بازار خریداری نماید وبنا بر این او نه تنها نخواهد توانست از فروش مجدد این کالاها سود ببرد، بلکه زیان هم خواهد کرد.**

**بنابراین اگر بانک اشتباهی را مرتکب شده باشد و دقیقا طبق دستور وارد کننده عمل نکرده و ثمن معامله را به صادر کننده پرداخت کرده باشد ، وارد کننده می تواند بر علیه بانک اقامه دعوا و از واریز وجوه پرداختی آن بانک به صادر کننده خود داری نماید. به علاوه اگر صادر کننده در اجرای کامل الزامات بر طبق اعتبار قصور نماید - هر چند که این اقدام او خیلی جزئی باشد - در آنصورت وارد کننده می تواند اصلاحیه به اعتبار یا اغماض از این قصور را رد نماید و در نتیجه از پرداخت به صادر کننده خودداری شود. گرچه این روش می تواند غیر اخلاقی باشد، ولی در برخی موارد، ممکن است وارد کننده این احساس را داشته باشد که این تنها راه اجتناب از قبول یک معامله به لحاظ تجاری فاجعه آمیز می باشد. در چنین حالتی هنوز هم این امکان وجود دارد که صادر کننده از برخی وسایل و طرق قانونی بر طبق قرار داد، برای پرداخت به خود استفاده نماید، ولی توسل به داد خواهی وجبران حقوقی بین المللی می تواند پر هزینه و با خطر عدم امکان پیروزی در دعوا همراه باشد**.

بنابراین هم صادر کنندگان و هم بانک های مربوطه باید مراقبت نمایند که محتویات اسناد دقیقا منطبق با شرایط اعتبار و صحیح و درست باشد. بعضی وقت ها صادر کنندگان شکایت می نمایند که بانک ها برای اطمینان حاصل کردن از این که اسناد دقیقا صحیح و درست و منطبق به شرایط اعتبار می باشند، زیاده از حد دقت می نمایند و باصطلاح مته به خشخاش می گذارند و حتی املای ( هیجی ) غلطِ کلمات غیر مهم را ایراد میگیرند. اما باید به این نکته توجه داشت که اگر بانکی بدون توجه به حتی یک اختلاف دراسناد، پرداخت را انجام دهد، ممکن است با یک متقاضی ( وارد کننده ای) مواجه شود که با استناد به اختلاف سند با شرایط اعتبار، از پرداخت وجوهی که آن بانک به صادر کننده پرداخت نموده امتناع نماید. یک توجیه دیگر برای کنترل دقیق بانک ها در مورد امکان وجود اختلاف و اشتباه در اسناد تسلیمی صادر کننده، این است که نمی توان از بانک ها انتظار داشت که در تمام حوزه های کسب و کاری و تجاری متخصص باشند. یک اختلاف می تواند از نظر صادر کننده، یک اختلاف " جزئی و کم اهمیت باشد " ولی بانک نمی تواند آن اختلاف را یک اختلاف جزئی تلقی نماید و یا یک اختلاف با اهمیت. برای مثال از یک بانک نمی توان انتظار داشت که از معانی کلمات تکنیکی آگاه باشد.

در یک دعوای حقوقی مشهور، در تقاضای اعتبار درج شده بود که کالاهای موضوع قرار داد "بادام زمینی کوروماندل[[466]](#footnote-466)"» می باشد، ولی در سند بارنامه به آن به صورت " هسته های بادام زمینی پوست کنده توسط ماشین [[467]](#footnote-467)" اشاره شده بود . در رویه واقعی صنعتی، این واژه ها مترادف هستند، ولی علیرغم این مطلب، بانک از پرداخت بر طبق اعتبار خودداری نمود. دادگاه نیز این تصمیم بانک را باا ستناد به اینکه از بانکداران نمی توان انتظار داشت که در واژه شناسی مربوط به مغزها ( آجیل ها) و در واژگان های مربوط به هزاران بخش های تجاری که برای آن ها اعتبار اسنادی صادر می شود، متخصص باشند، تائید نمود. در بسیاری از دعاوی حقوقی مشابه که در آن بانک از پرداخت به علت اختلافات جزئی اسناد با شرایط اعتبار امتناع کرده، دادگاه ها این اقدام بانک را به عنوان اقدام درست تائید نموده اند.

متاسفانه، هنوز هم مشکل است که بتوان یک اصل عام الشمولی را درباره این موضوع ارائه داد که یک اشتباه باید تا چه اندازه بزرگ باشد تا بتوان آن را یک اختلاف تلقی نمود. برای مثال املای ( هیجی ) کلمات یا نوشتن شماره های اشتباه مدت ها یک منبع اختلاف نظر بوده و اطاق بازرگانی بین المللی سعی در روشن نمودن این موضوع کرده ودر نتیجه در ویرایش سال 2007 روش بانکی استاندارد برای بررسی اسناد در قالب اعتبارات اسنادی[[468]](#footnote-468) ( نشریه 681 اطاق بازرگانی بین المللی )، قاعده زیردر این باره درج شده است:

"یک املا یا تایپ اشتباه که بر معنای کلمه یا جمله مربوطه تاثیر نداشته باشد،

یک سند را ناقص و متناقض نمی سازد. برای مثال در توصیف یک مال التجاره ، درج کلمه اشتباه « mashine » به جای کلمه درست « machine »، و عنوان اشتباه «fantan pen » به جای عنوان صحیح «fountain pen » یا کلمه غلط «modles » به جای کلمه «model » سند را ناقص و متناقض با شرایط اعتبار. نمی سازد. با اینهمه ذکر عبارت « مدل 123 ) به جای مدل «321» در سند ،اشتباه تایپی تلقی نمیگردد و یک تناقض به حساب خواهد آمد."

به هر حال صادر کنندگان باید به عنوان یک قاعده کلی مراقب باشند که این اطمینان را برای خودشان حاصل نمایند که املا و توصیف کالاها در صورت حساب بازرگانی صحیح و منطبق با شرایط اعتبار می باشد.

البته همیشه این امکان نیز وجود دارد که وارد کننده ، اختلاف و تناقض در اسناد تسلیمی را نادیده بگیرد و آن را اغماض نماید. و این گذشت و اغماض بیشتر در مواردی صورت می گیرد که وارد کننده علیرغم آن اختلاف مایل به دریافت کالاها به قیمت مندرج در قرار داد باشد. بنابراین گذشت و اغماض وارد کننده در صورتی محتمل است که روند قیمت کالا در بازار صعودی باشد و قیمت و ارزش کالا در مقام مقایسه با آنچه که در قرار داد آمده بالاتر باشد. یا اینکه وارد کننده به کالاها برای انجام یک تعهد قرار دادی دیگر نیازمند باشد. به هر حال وارد کننده باید به منظور اجتناب از منقضی شدن تاریخی که بانک صادر کننده می تواند در طی آن مدت اسناد دارای اختلاف را رد نماید، خیلی سریع تصمیم گیری نماید که آیا می خواهد از اختلافات چشم پوشی نماید یا نه.

**مثال موردی: استثنای تقلب حاد [[469]](#footnote-469)**

**دعوای ازتین بر علیه شرودر [[470]](#footnote-470). در این دعوا ، صادر کننده هندی موی خوک ، اسناد به ظاهر صحیح و بدون بحث و نقض را به بانک تحویل داد ولی در نهایت وارد کننده نیویورکی از پرداخت بانک به صادر کننده هندی ممانعت به عمل آورد. این مورد یک استثنای مهیج در مورد قاعده کلی در اعتبار اسنادی است دائر بر این که در صورتی که اسناد درست و صحیح باشند، هیچ چیز نمی تواند جلوی پرداخت به صادر کننده را بگیرد. حال باید دید که در این دعوا چه استثنایی بر این قاعده کلی اعتبار اسنادی وجود داشته که خریدار( وارد کننده) توانسته با استناد به آن از پرداخت به صادر کننده جلوگیری نماید. در واقع وارد کننده نیویورکی کشف کرده بود که صادر کننده هندی به جای موی خوک، جعبه های پر از موی گاو و آشغال را ارسال کرده و اسناد را به صورت متقلبانه ی منطبق با شرایط اعتبار اسنادی تهیه و تسلیم نموده است. زمانی که وارد کنند ه از این تقلب آگاه می شود، به دادگاه مراجعه می کند و دادگاه طبق دستوری از پرداخت بانک به صادر کننده ممانعت به عمل می آورد. این مورد نشان میدهد که تقلب استثنایی است بر این قاعده که در صورتی که اسنادِ درست و صحیح به بانک تسلیم شده باشد، امکان ندارد بتوان از پرداخت بر طبق اعتبار اسنادی ممانعت به عمل آورد.**

**در این مورد، در صورتی که وارد کننده ارائه گواهی بازرسی قبل از حمل را به عنوان یکی از اسناد مورد لزوم جهت پرداخت بر طبق اعتبار اسنادی، مقرر کرده بود، از این مشکل جلوگیری به عمل می آمد. چرا که صادر کننده نمی توانست چنین گواهی نامه بازرسی قبل از حمل را اخذ نماید . زیرا او حقیقتا کالای واقعی برای فروش را نداشت . باید توجه داشت که در این مورد، وارد کننده به این جهت موفق بود و از پرداخت به صادر کننده ممانعت به عمل آورد که او دستور دادگاه دائر به ممانعت از پرداخت بر طبق اعتبار اسنادی، را قبل از پرداخت بانک به صادر کننده، اخذ نموده بود. قاعده ای که متعاقب این دعوا تدوین شد عبارت است از اینکه اگر وارد کننده اعتقاد داشته باشد که قربانی یک تقلب است و بخواهد از پرداخت ممانعت به عمل آورد،ا و باید به دادگاه مراجعه و دلایل واضح تقلب را ارائه و سپس یک دستور خطاب به بانک دائر به ممانعت از پرداخت بر طبق اعتبار اسنادی را اخذ نماید**.

12-6 **مکمل یو سی پی 600: یو سی پی تجارت الکترونیکی ( eUCP )**

با حدوث تحولات الکترونیکی وظهور اسناد الکترونیکی در اواخر دهه 1990، برای مثال اسناد الکترونیکی سوابق حمل، ترخیص گمرکی و اسناد بانکی ، مشخص شد که اطاق بازرگانی بین المللی باید قواعد یو سی پی خود را منطبق با این تحولات نماید. به همین جهت در سال 2001 اطاق بازرگانی بین المللی یک مجموعه قواعدی به نام قواعد مکمل یو سی پی 500 [[471]](#footnote-471)جهت ارائه الکترونیکی -ویرایش 1.0 را تصویب نمود. (نشریه اطاق بازرگانی بین المللی 3/500 ) که به صورت اختصار به آن eUCP یا یو سی پی الکترونیکی گفته می شود. این مجموعه قواعد حاوی 12 ماده می باشد و مکمل یو سی پی است و مراد و منظور این است که در مواردی که ارائه ها تماما و یا به صورت بخشی الکترونیکی باشند، از آن همراه با یو سی پی استفاده شود. متعاقبا نیز eUCP به منظور سازگاری با یو سی پی 600 به هنگام و به روزگردید. آخرین ویرایش eUCP به شماره1.1 می باشد.

**ارائه و نه صدور**

قواعد ای یوسی پی ی(eUCP) به هیچ موضوعی در ارتباط با موضوعات صدور یا ابلاغ الکترونیکی اعتبار نمی پردازد. زیرا از مدت ها قبل رویه بازاری جاری و قواعد یو سی پی (UCP)صدور یا ابلاغ الکترونیکی اعتبار را اجازه داده است، در نتیجه بسیاری از قواعد یو سی پی تحت تاثیر ، ارائه الکترونیکی اسناد کاغذی قرار نگرفته اند. این بدان معنا است که تعدادی از قواعد یا مواد یو سی پی- از جمله برای مثال انتقال اعتبارات – فقط در ارتباط با ارائه ، تحت تائیر مکمل( ای یو سی پی یا یو سی پی مخصوص تجارت الکترو نیکی) قرار میگیرند. به عبارت دیگر اگر در هر معامله متضمن ارائه تمام الکترو نیک یا بخشی الکترونیک، قواعد ای یو سی پی راجع به یک موضوع الکترونیک ساکت باشد، به قواعد یو سی پی مراجعه خواهد شد.

**ارائه های تمام الکترونیک یا بخشی الکترونیک[[472]](#footnote-472)**

اگر اینها در اعتبار آورده شوند، ای یو سی پی می تواند هم در مورد ارائه تمام الکترونیک و هم در مورد ارائه بخشی الکترونیک کار برد داشته باشد. ای یو سی پی تائید می نماید که برای مدتی ، ارائه ها احتمالا مختلط خواهند بود، هم کاغذی و هم الکترونیک. در یک ارائه مختلط اگر اسناد کاغذی بر طبق و در قالب اعتبار ای یو سی پی ارائه شود، این اسناد باید اعتباری که به آن مربوط می شوند، رامشخص نمایند. به علاوه ای یو سی پی، روشن می سازد که اگر یک اعتبار بر طبق ای یو سی پی صادر شود و در عین حال فقط حاوی اسناد کاغذی باشد، در آنصورت فقط قواعد یو سی پی اعمال خواهد شد.

**موارد خاص اضافه کردن ای یو سی پی**

ای یو سی پی فقط زمانی نقش آفرینی می نماید که به صورت صریح و مشخص در اعتبار آمده باشد. در عمل، این بدین معنا است که اگر طرفین ای یو سی پی را در اعتبار بیاورند. در آنصورت اعتبار به صورت خود به خود ( اتوماتیک ) مشمول قواعد ای یو سی پی و قواعد یو سی پی می گردد، ولی اگر طرفین فقط یو سی پی را درج نمایند، این حالت، اعتبار را به صورت خودبخود ( اتوماتیک ) مشمول ای یو سی پی نخواهد کرد.

**شروط کلیدی و مهم**

اِی یو سی پی یک مکمل نسبتا موجز و مختصر یو سی پی 600 می باشد. طرفین باید به ویرایش ای یو سی پی مورد استفاده اشاره نمایند. اگر آن ها چنین نکنند، آخرین ویرایش آن اعمال خواهد شد. 12 ماده ویرایش1.1 ای یو سی پی شامل موارد زیر است:

* **ماده اِی یک. دایره شمول یا گستره ای یو سی پی** استفاده از آن برای ارائه تمام یا بخشی الکترونیک اسناد ؛ لزوم درج ای یو سی پی در یک اعتبار؛ لزوم ذکر شماره ویرایش ای یو سی پی.؛
* **ماده اِی 2. رابطه ای یو سی پی با یو سی پی**  موردی که ای یو سی پی مقدم بر یو سی پی می شود؛ اگر فقط اسناد کاغذی در قالب ای یو سی پی ارائه شوند، نتایج چه خواهد شد؟
* **ماده اِی 3 تعاریف**  تعاریف اساسی و پایه ای ای سی یو پی درباره اصطلاحات مهم و کلیدی مانند " بر حسب ظاهر "، " سند "، " سابقه الکترونیکی" و « شکل یا فرمت » و غیره ؛
* **ماده اِ ی 4- شکل یا فرمت** الزام مربوط به بیانیه ای دایر بر این که اعتبار باید فرمتی که در آن سوابق الکترونیک ارائه می شود را مشخص نماید و نتایج عدم مشخص کردن آن ؛
* **ماده ای 5 ارائه**  نیاز به اعلام محلی برای ارائه سوابق الکترونیکی؛ الزام مربوط به اطلاع دادن کامل بودن ؛الزام مربوط به مشخص کردن اعتبار بر طبق ای یو سی پی برای هر ارائه و غیره ؛
* **ماده اِی 6. بررسی**  چه زمانی یک سابقه الکترونیک حاوی یک ابر پیوند[[473]](#footnote-473) می باشد؛ اهمیت یک بانک تعیین شده فرستنده سوابق الکترونیکی؛ نتایج در مواردی که بانک صادر کننده اعتبار یا بانک تائید کننده اعتبار نتواند اعتبار بر طبق ای یو سی پی را در فرمت تعیین شده بررسی نماید. ؛
* **ماده اِ ی 7 اعلام رد**  مهلت بررسی اسناد؛ در چه مواردی مهلت تمدید میگردد؛ نتایج در مواردی که بانک صادر کننده اعتبار، بانک تائید کننده یابانک تعیین شده نتواند دستو رات را از طرفی که اعلام رد برای او فرستاده شده ،دریافت نماید. ؛
* **ماده اِی 8 اصل و کپی ها** فرض اصل بودن در صورتی که سابقه الکترونیکی ارائه شود ؛
* **ماده ای 9 تاریخ صدور**  تبعات مربوط به اینکه اگر سابقه الکترونیک حاوی یک تاریخ معین صدور نباشد ؛
* **ماده اِی 10 حمل** نتایج در موردی که یک سابقه الکترونیک حاوی تاریخ حمل یا ارسال باشد یا خیر.؛
* **ماده اِ ی یازده فساد. کشف** فسادیک سابقه الکترونیک پس از ارائه. در صورتیکه معلوم شود یک سابقه الکترونیکی با فساد همراه است ،چه گام هائی باید برداشته شود؛ اگر یک بانک در خواست نماید که یک سابقه الکترونیک فاسد دوباره ارائه شود، چه اتفاقی خواهد افتاد؟
* **ماده اِی دوازده سلب مسئولیت برای ارائه سوابق الکترونیک بر طبق ای یو سی پی.**  بیانیه دائر بر این که بانک ها، در بررسی و کنترل اصالت ظاهری سابقه الکترونیک هیچ مسئولیتی را قبول نمی نمایند.

**12-7فهرست باز بینی[[474]](#footnote-474) یا فهرست کنترلی: بهترین رویه برای استفاده از اعتبارات اسنادی.**

12-7-1 **برای فروشنده/ صادر کننده:**

* قبل از شروع استفاده از سازو کار اعتبارات اسنادی، باید اطمینان حاصل نمایید که یک مدیریت سفت و سخت اسنادی را اجرا نموده اید . اشتباهات کوچک می تواند هزینه بسیاری را ایجاد کند. ایده آل این است که سعی نمایید با توجه به نوع فعالیت تجاری که دارید، نوع اعتبار موردعلاقه خود را تعیین و آن را در قرار داد فروش درج نمایید.
* به محض این که از اعتبار مطلع می شوید، آن را بررسی و ارزیابی نمایید. اگر فکر می کنید که در متابعت از شرایط اعتبار با مشکلی مواجه خواهید شد، از خریدار درخواست نمایید که اعتبار را طبق نظر خودتان اصلاح نماید.
* اسناد خواسته شده در اعتبار را به دقت تهیه نمائید. اطلاعات غیر ضروری را خواستار نشوید. در مواردی که گزینه های مختلفی وجود داشته باشد، مثلا گواهی نامه بیمه یا بیمه نامه، نوع سند بیمه ایخاص مورد درخواست را به دقت بررسی نمایید.
* اسناد را در اسرع وقت ممکن و خیلی زود تر از انقضای مهلت تسلیم ،ارائه دهید.
* این اطمینان را برای خودتان حاصل نمائید که اصلاحات را صادر کننده اصلاح یا کارگزار منصوب از طرف او تائید نموده و طرف ارائه دهنده اصلاحات کاملا مشخص و معلوم باشد.
* مطمئن شوید که شرکت( کمپانی ) شما به نحو درست و مناسبی به عنوان ذینفع( صادر کننده ) مشخص شده باشد.
* در صورت امکان ، مطمئن شوید که به یک شخص در شرکت شما مسئولیت اساسی برای کنترل، هم آهنگ سازی وبررسی پیشرفت اعتبار اسنادی محول شده باشد.
* قواعد اینکوترمز مناسب و صحیح را درک و انتخاب نمائید.

12-7-2 **برای خریدار/ افتتاح کننده اعتبار/ متقاضی اعتبار:**

* جزئیات زیادی را در تقاضای اعتبار نیاورید.، از ذکر مشخصات فنی تکنیکی پیچیده اجتناب کنید.
* مطمئن شوید که اعتبار کاملا مطابق با قرار داد فروش است.
* اسنادی که قبلا مورد قبول صادر کننده / فروشنده نبوده را درخواست ننمائید.
* در تقاضای اعتبار، شرایط غیر اسنادی را وارد ننمائید .
* . از درخواست اسنادی که فروشنده نمی تواند آن ها را ارائه دهد خودداری کنید. مثلا بارنامه دریائی روی عرشه کشتی در شرایط استفاده از روش حمل تلفیقی ( چند وجهی ) یا حمل کانتینری.
* در صورت هر گونه شک و تردید، معاضدت و نظر مشورتی بانک صادر کننده اعتبار را خواستار شوید.
* به هنگام مذاکره درباره قرار داد فروش ، این موضوع را به طور جدی بررسی نمائید که آیا حاضرید که بدون ارائه گواهی بازرسی قبل از حمل ،پرداخت به صادر کننده انجام شود یا خیر. گر چه بسیاری از صادر کنندگان از ارائه چنین گواهینامه ای اکراه دارند، ولی داشتن این گواهینامه بهترین تصمیمی است درباره این که کالاهای حمل شده منطبق با الزامات کیفی مندرج در قرار داد می باشد. در صورتی که صادر کننده بر اکراه خود دراین باره مصر باشد، یک راه حل مرضی الطرفینی می تواند این باشد که وارد کننده هزینه تهیه این گواهینامه را متقبل گردد.
* قواعد اینکوترمز مناسب و درست را درک و انتخاب نمایند.
  + 1. **برای بانک ها**

1-به متقاضی اعتبار ( وارد کننده ) کمک نمایید که از مشکلات مربوط به اسناد حمل، بویژه در صورت استفاده از حمل تلفیقی یا جند وجهی اجتناب نمایند. این مشکلات به شرح زیر است:

* آیا استفاده از یک کشتی به کشتی دیگریا از یک وسیله نقلیه به وسیله نقلیه دیگر ممنوع شده است؟
* آیا یک سند حمل چند وجهی مجاز شده است؟
* آیا مکان ارسال مشخص شده است یایک بندر ؟

1. به خریداران بی تجربه ارزش داشتن گواهینامه های بازرسی را متذکر شوید.

به صورت ادواری محتوا و نحوه نوشتاری فرم مخصوص تقاضای اعتبار را بررسی نمائید؛ این اطمینان را حاصل نمائید که این فرم با قواعد اینکوترمز [[475]](#footnote-475)2010 و یو سو پی 600 سازگار است، آن را با مدل های ارائه شده توسط اطاق بازرگانی بین المللی سازگار نمائید

3-. حتی اگر از متقاضی ( وارد کننده ) درخواست شده باشد که از اختلافات احتمالی چشم پوشی نماید، از مهلت های مقرر برای بررسی اسناد تجاوز ننمائید. به این مطلب توجه داشته باشید که یو سی پی حداکثر پنج روز کاری بانکی را پس از روز ارائه اسناد برای بررسی آن ها اختصاص داده است، ولی دادگاه ها در برخی کشورهای خاص ممکن است یک مهلت خیلی کوتاه تری را اعمال نمایند.

4-اگر بانک صادر کننده اعتبار می باشید و اعتقاد دارید که از قاعده اشتباه اینکوترمز 2010[[476]](#footnote-476) استفاده شده است، به صورت یک جانبه آن قاعده اینکوترمز پیشنهادی متقاضی ( وارد کننده ) را تغییر ندهید . زیرا ممکن است همین قاعده در قرار داد فروش نیز درج شده باشد؛. بنابراین به جای تغییر یکجانبه آن قاعده به متقاضی ( وارد کننده ) پیشنهاد نمائید که شایسته است که قبل از صدور اعتبار با طرف معامله درباره اصلاح قرار داد فروش و اصلاح قاعده اینکوترمز تماس برقرار و این اصلاحات را با توافق یکدیگر انجام دهید.

**خود آزمایی فصل دوازدهم : اعتبار نامه**

**صحیح یا اشتباه**

1. در مورد اعتبار قابل انتفال ، وارد کننده که اعتبار را صادر یا گشایش مینماید، باید آگاه باشد که صادر کننده واسطه بخشی از اعتبار را به یک طرف عرضه کننده ثالث منتقل خواهد نمود ، در حالی که در مورد دو اعتبار یا پشت به پشت این امکان برای صادر کننده واسطه وجود دارد که محرمانه بودن روابطش با عرضه کننده ثالث را حفظ نماید.
2. اعتبار نامه ها ، اعتبارات اسنادی و اعتبارات تجاری، اصطلاحات و واژه های مختلف برای اطلاق به یک سند هستند..
3. اعتبارات اسنادی همیشه غیر قابل برگشت و قطعی هستند ، در صورتی که اعتبارات تضمینی یا اتکایی همیشه قابل برگشت و لغو می باشند.
4. اگر ذینفع یا همان صادر کننده اسناد مطابق با اعتبار را قبل از پرداخت به بانک صادر کننده اعتبار تسلیم نماید، وارد کننده میتواند در یک دادگاه امکان تقلبی بودن اسناد را ثابت نماید و در این صورت دادگاه دستور بلوکه شدن پرداخت بر طبق اعتبار اسنادی را صادر خواهد کرد.
5. املای اشتباه درر توصیف کالا ها در اسناد ارائه شده بر طبق اعتبار اسنادی همیشه به عنوان اختلاف سند با الزامات اعتبار اسنادی و در نتیجه عدم پرداخت ، تلقی میگردد.

**پاسخ ها:**

1. صحیح
2. صحیح
3. اشتباه
4. صحیح
5. اشتباه

**فصل سیزدهم**

**تامین مالی تجاری کوتاه مدت: عاملیت[[477]](#footnote-477) و خرید دین[[478]](#footnote-478)**

**خلاصه**

صادر کنندگانی که با شرایط پرداخت بر مبنای حساب باز ( دریافت ثمن معامله در تاریخی پس از تحویل کالا) موافقت می نمایند، ( یا به عبارت دیگر پرداخت موجل را قبول می نمایند ) ممکن است به این نتیجه برسند که سرمایه در گردش بالقوه، در فرایند نقد کردن طلب ها در حساب های موجل قابل[[479]](#footnote-479) وصول قرار دارد. این همان باصطلاح مشکل " گردش نقد نیگی[[480]](#footnote-480) " یا " وجوه در گردش " کلاسیک است. به هر حال در موردی که مشتریان صادر کننده ( بدهکاران یا وارد کنندگان او ) دارای اعتبار می باشند، واسطه یا کارگزارانی به نام « عامل ها »[[481]](#footnote-481) آماده می باشند که در مقابل طلب های قابل وصول صادر کنندگان ،تامین های مالی را قبل از تاریخ سررسید آن طلب ها در اختبار آنان(صادر کنندگان) قرار دهند.

شرکت های عامل[[482]](#footnote-482) نه تنها وجوه را در مقابل طلب ها ی قابل وصول صادر کنندگان ارائه میدهند ، بلکه طیفی از خدمات مر بوط به پرداخت، اعتبار ، حسابداری و وصول را نیز ارائه میدهند.

خرید دین [[483]](#footnote-483)یا فورفیتینگ در بسیاری جهات با عاملیت یا فکتورینگ مشابهت دارد. اما تفاوت های مهم نیز به این دو روش وجود دارد. برای مثال در مورد حد و حدود امکان رجوع به صادر کننده در صورت عدم پرداخت وارد کننده و یا تعداد طلب های قابل وصول که می توان آن رادر یک قرار داد انفرادی خرید طلب آن ، معامله نمود.

با استفاده از سازو کار خرید دین( فور فیتینگ) ، صادر کننده می تواند به پرداخت فوری از طریق تنزیل تعهد پرداخت یک وارد کننده ( معمولا برات یا سفته ) نایل آید. در اصل منظور از این روش این است که صادر کننده برات یا سفته مدیون را در نزد خریدار دین تنزیل یا آن را به او می فروشد.

روش خرید دین معمولا شامل یک معامله است. در حالیکه ترتیبات عاملیت یا فَکتورینگ معمولا به طور مداوم جریان دارد و شامل طلب های قابل وصول متعدد می شود.

*13-1* ***تامین مالی طلب های صادر کننده***

در بازارهای رقابتی امروزی( بازاری که در آن عرضه کننده بسیار وجود داشته باشد) ، صادر کنندگان اغلب مجبور می شوند که معامله با شرایط باز ( با پرداخت موجل و پس از تحویل کالا ) را قبول نمایند. در این روش امکان دارد که پرداخت ثمن معامله خیلی دیرتر از تحویل کالا صورت میگیرد ( برای مثال 30، 60، 90، یا حتی 180 روز بعد از تحویل کالا ) پیشرفت ها در امر گزارش دهی در باره اعتبار و اطلاعات مالی افراد و وارد کنندگان سبب شده است که استفاده از روش حساب باز در سطح بین المللی به صورت دائم افزایش پیدا نماید.

اما شیوع معامله براساس روش ترتیبات حساب باز می تواند مسایل و مشکلات گردش نقد ینگی جدی را برای صادر کننده فراهم سازد. مشکل بدتر این است که تعقیب خریدارانی ( وارد کنندگانی) که پرداخت را دیرتر از موعد پرداخت نمایند و یا ورشکست شوند، پر هزینه است.

یک گزینه برای صادر کننده برای احتراز از این مشکلات این است که متکی به خطوط اعتباری یا برداشت بیش از موجودی از حساب بانکی خود گردند. به هر حال این روش ها پر هزینه است و می تواند ، خطوط اعتباری که صادر کننده می خواهد از آن در سایر موارد و برای سایر اهداف استفاده نماید را کاهش داده و یا مسدود نماید. راه حل جایگزین که در این فصل به آن پرداخته خواهد شد، این است که از " طلب های قابل وصولِ " صادر کننده برای تامین مالی استفاده شود. یعنی استفاده قبل از سر رسید ، از صورت حساب هایی که خریدار قبول کرده آن ها را پرداخت نماید، یا براتی که خریدار قبول کرده که آن را در تاریخی در آینده بپردازد.

با استفاده از روش عاملیت، صادر کننده حساب های قابل وصول خود را با تخفیف به یک شخص ثالث ( به نام عامل ) می فروشد. معمولا ، عامل ، تامین مالی را به شکل پیش پرداخت نقدی در قبال خرید طلب موجل صادر کننده تا میزان 70 تا 85 در صدقیمت خرید این حساب ها ی قابل وصول ارائه می نماید و بقیه طلب صادر کننده پس از وصول تمام طلب عامل از وارد کننده ومنهای هزینه های عاملیت ، به صادر کننده پرداخت میگردد.

عاملین فعال در سطح بین المللی ، نه تنها قسمت اعظم طلب صادر کننده را قبل از سر رسید طلبش در اختیار او قرار میدهند، بلکه طیف دیگری از مدیریت خدمات حسابداری و وصول را نیز انجام می دهند. بدین معنا که یک صادر کننده می تواند بیشترِ عملیات مربوط به پرداخت ها و وصولی های بین المللی خود را به یک عامل بین المللی درخارج ازکشور خودش برون سپاری نماید.

خرید دین نیز متضمن اِعمال یک تخفیف در مورد پرداخت نقدی طلب های قابل وصول صادر کننده می باشد، .ولی معاملات بر طبق این روش ، شامل یک طلب قابل وصول بسیار بزرگتر می باشد. در حالی که روش عاملیت در مورد تمام ( یا قسمتی از ) طلب های صادر کننده کار برد دارد. در روش خرید دین، صادر کننده برای مثال برات یا سفته را به یک خریدار دین با تخفیف می فروشد. از آنجائی که خطر عدم پرداخت در مورد این نوع اسناد قابل معامله و قابل فروش کم می باشد، لذا در روش خرید دین معمولا صد در صد مبلغ طلب صادر کننده به او پرداخت میگردد. البته پس از کسر هزینه های مالی مربوط به این روش . بعد از این معامله ، وارد کننده طلب صادر کننده را مستقیما به خریدار دین پرداخت می کند و در نتیجه لازم نخواهد بود که از خدمات حسابداری یا وصول استفاده شود .

امروزه از روش عاملیت در حد وسیعی توسط صادر کنندگان کوچک و متوسط که اغلب دارای مقادیر زیادی طلب های کوچک هستند، استفاده میگردد. اما از روش خرید دین معمولا برای طلب های بزرگتر - 50 هزار دلار، صد هزار دلار و بالاتر- استفاده می گردد. به علت وجود تعداد زیاد موارد طلب های انفرادی، در یک رابطه عاملیت ، شرکت های عامل طیفی از خدمات تامین مالی و مدیریت خطر ( ریسک ) را نیز به صادر کننده ارائه میدهند. خدماتی که در روش خرید دین به آن ها نیازی نیست.

13-2 **عاملیت**

13-2-1 **تعریف**

ساده ترین تعریف عاملیت عبارتست از خرید طلب های قابل وصول صادر کننده بوسیله یک عامل. عامل ها علاوه بر خرید طلب های قابل وصول صادر کننده ، ممکن است خدمات ارزیابی خطر یا ریسک اعتبار ، وصول طلب های معوقه و انجام امور مربوط به حسابداری را نیز انجام دهند. موسسه بین المللی متحد الشکل سازی حقوق تجارت خصوصی ( یو نی د ر و وا )،[[484]](#footnote-484) فکتورینگ یا عاملیت را به شرح زیر تعریف کرده است:

هر ترتیبی که حداقل شامل ارائه دو خدمت فوق باشد را می توان عاملیت بین المللی نامید.

عاملیت و خدمات فرعی و جانبی مربوط به آن به " تامین مالی صورت حساب[[485]](#footnote-485) "، " تنزبل صورت حساب[[486]](#footnote-486) " ، "تتریل مطالبات قابل وصول " یا" تامین مالی فروش[[487]](#footnote-487) "نیز معروف می باشد.

از آنجائیکه در ساز و کار عاملیت این فرصت در اختیار صادرکنندگان قرار داده می شود که بتوانند معامله را بر اساس شرایط جساب باز ولی بدون بیم و هراس از مشکلات پرداخت در خارج از کشور خود انجام دهند، لذا بسیاری از بازرگانان بین المللی برای احتراز از شرایط سخت در سازو کار اعتبار نامه و یا وصول اسنادی از فرایند عاملیت استفاده می نمایند. برخی از صادر کنندگان نیز در مواردی که طرق دیگر تامین مالی کوتاه مدت از نظر شان نامناسب باشد، از روش عاملیت استفاده می نمایند. مانند موردی که یک صادر کننده یا مشکل جریان نقدینگی مواجه باشد و دریابد که در یافت خدمات تامین مالی از بانک بسیار پر هزینه است و ارائه آن فقط در صورت تسلیم اسناد قابل معامله ( مثل برات ) امکان پذیر است و قسمت اعظم مطالبات قابل وصول او را نیز پوشش نمیدهد. ( در حالی که ب استفلده از سازو کار عاملیت او میتواند بدون تقبل این شرایط سنگین به قسمت اعظم مطالبات موجل و قابل وصول خود از وارد کننده دست پیدا کند.)

برخی از خدمات عامل ها شامل مدیریت کلی فرایند حسابداری صادراتی است . بنابراین همانطور که صادرکنندگان کوچک می توانند بسیاری از مدیریت حمل و نقل خود را طی یک قرار داد فرعی به کارگزار ارسال و ترخیص کالا ( فوروادر)محول می نمایند، آن ها هم چنین می توانند مدیریت اعتباردر خارج و هم چنین عملیات پرداخت و وصول را به عامل ها واگذار نمایند.

برخی اوقات، ممکن است که صادر کننده نخواهند وارد کننده بداند که او از خدمات عامل استفاده می کند و بنابراین عاملیت " ساکت، بی سر و صدا[[488]](#footnote-488) "، " محرمانه[[489]](#footnote-489) "را درخواست می نماید. یعنی عاملیتی که برای مشتری افشاء نمی شود. این قبیل صادر کنندگان ممکن است از این نگران باشند که ممکن است ، در ذهن مشتریان ، تصورات منفی درباره وضعیت مالی شرکت صادر کننده که به فرایند عاملیت نیاز دارد ، ایجاد شود. یک شکل از عاملیت محرمانه عبارتست از «"تنزیل صورت حساب " .در این روش عامل تامین مالی را در برابر ا رائه صورت حساب های طلب صادر کننده انجام میدهد، ولی مدیریت اعتبار یا خدمات حسابداری را برای او انجام نمیدهد.

13-2-2**گستره بازار**

در سال های اخیر، روند رشد جهانی عاملیت بین المللی بسیار قوی بوده و بار شد سالانه 48 درصد به رقم 246 میلیارد یورو در سال 2010 رسیده است. در دهه های گذشته رشد سالانه 15 در صد بوده است .این ارقام نشان میدهد که صادر کنندگان و وارد کنندگان در جهان بیشتر و بیشتر با ساز و کار تامین مالی از طریق سازو کار عاملیت آشنا و از آن استفاده می نمایند. هر چند استفاده از این روش به لحاظ تاریخی در بخش خاصی از بازار، نظیر پوشاک و منسوجات بیشتر معمول و متداول بوده، ولی امروزه استفاده از این روش به سایر بخش های تولیدی و خدماتی نیز گسترش پیدا کرده است. از جمله دلایل این رشد، می توان به موارد زیر اشاره نمود:

* آشنائی بیشتر در بازارهای انفرادی به ویژگی خدمات محور و قابل انعطاف بودن ساز و کار عاملیت؛
* معرفی این فرایند به کشورهائی که قبلا این روش در آن ها ناشناخته و یا کمتر شناخته شده بود. مانند کشور پرو، کلمبیا، مصر، جمهوری یوگوسلاوی سابق، اکراین، امارات متحده عربی و ویتنام.

13-2-3 **ساز و کار عاملیت در عمل**

**روش اساسی و پایه**

در این روش صادر کننده کالاها را به یک خریدار خارجی ( وارد کننده ) به صورت حساب باز ( تحویل کالا و دریافت ثمن معامله پس از تحویل یا به صورت موجل ) مثلا پرداخت در 90 روز می فروشد. صادر کننده به منظور به دست آوردن سرمایه در گردش و حذف خطر ( ریسک ) عدم پرداخت وارد کننده، صورت حساب های خود ( مطالبات قابل وصول خود ) را به یک سازمان عامل می سپارد و بلافاصله پس از حمل کالا، آن عامل در صدی از مبلغ صورت حساب صادر کننده ( معمولا بین 70 تا 85 در صد) را نقدا باو می پردازد و سپس کل مطالبات صادر کننده را در سر رسید طلب هااز وارد کننده وصول می نماید. به عنوان یک قاعده کلی می توان گفت که صادر کنندگان با تصمیم گیری خود جهت استفاده از این ترتیبات، بهترین تصمیم گیری را انجام میدهند.

معمولا صادر کننده مبادرت به انعقاد یک قرار داد عاملیت با عامل می نماید و به موجب این قرار داد تمام مطالبات موجل خود از وارد کننده را به عامل صادراتی منتقل می کند. سپس این عامل مسئول تمام جنبه های عملیات پرداخت یا وصول مطالبات صادر کننده از وارد کننده میشود . عامل می تواند در قرار داد عاملیت شرط حق رجوع به صادر کننده در صورت عدم پرداخت وارد کننده را بگنجاند و یا این که قرار داد مزبورا بدون این شرط باشد.

به لحاظ سنتی، قرار داد عاملیت توام با شرط رجوع به صادر کننده در صورت عدم پرداخت مطالبات توسط وارد کننده، بیشتر معمول و متداول بوده است. با این روش عامل حق مراجعه به صادر کننده در صورت عدم پرداخت وارد کننده را دارا می باشد. در مورد قرار داد عاملیت بدون شرط حق رجوع به صادر کننده ، عامل قبل از انجام معامله یک ارزیابی را از اعتبار وارد کننده و مطالبات صادر کننده انجام میدهد و در صورت انعقاد قرار داد عاملیت بدون جق رجوع به صادر کننده، عامل تمام مسئولیت و خطر احتمالی عدم پرداخت از طرف وارد کننده را تقبل می نماید. درک تفاوت بین قرارداد عاملیت با شرط حق رجوع به صادر کننده و قرار داد عاملیت بدون شرط حق رجوع به صادر کننده بسیار مهم است. با قرار داد عاملیت بدون شرط حق رجوع به صادر کننده ، صادر کننده نباید نگران این باشد که در صورت عدم پرداخت وارد کننده - مثلا در صورت ورشکستگی وارد کننده - او باید مبلغ پیش پرداخت - 70 تا 80 در صد کل مطالبات - عامل را به او مسترد نماید. بر عکس در مورد قرار داد عاملیت با حق رجوع در صورتی که وارد کننده تمام یا قسمتی از مطالبات صادر کننده را به عامل نپردارد، تمام خطرها ( ریسک های ) عدم پرداخت متوجه صادر کننده می شود و بنابراین صادر کنندگان باید متوجه این خطر ( ریسک ) در تنظیم قرار داد عاملیت با حق رجوع باشند. اما قرار داد عاملیت با شرط حق رجوع به صادر کننده ، برای عامل دارای مزیت است. چرا که احتمال خطر ( ریسک ) آن برای او کمتر می باشد. نوعا در قرار داد عاملیت، عامل هزینه ای را از صادر کننده مطالبه می نماید و این مبلغ در صدی است از کل مطالبات، در ازای ارائه خدمات وصول مطالبات و تقبل خطر ( ریسک) عدم پرداخت از طرف وارد کننده . در این قرار داد، صادر کننده هم چنین باید بهره پیش پرداخت دریافتی از عامل تا زمان تسویه حساب نهائی را به او ( عامل) پرداخت نماید. معمولا ، موسسات عامل از صادر کننده میخواهند که یک حساب به نام حساب عاملیت[[490]](#footnote-490) را افتتاح نمایند. افتتاح این حساب معمولا پنج تا هفت روز کاری طول می کشد و پس از آن اجرای قرار داد عاملیت آغاز می شود. زمانی که این حساب مفتوح شد، معمولا ظرف مدت 24 ساعت، عامل مبلغ پیش پرداخت مطالبات صادر کننده از وارد کننده را به این حساب وا ریز می نماید. باید برای صادر کنندگانی که مطالبات آن ها طبق قرار داد عاملیت وصول خواهد شد، یک اعتبار بر قرار شود و برای هر مشتری(صادر کننده.م) یک حدی تعیین میشود. عامل ها هم چنین در پیش خود اعتبار و خوش حسابی خریداران ( بدهکاران یا وارد کنندگان ) را ارزیابی می نمایند و حد و حدود قبول وصول مطالبات از هر یک را مشخص می کنند. این کار می تواند مستقیما یا از طریق همکاری با عامل دیگر مقیم در کشور وارد کننده که به آن عامل واردات[[491]](#footnote-491) در کشور وارد کننده گفته می شود صورت پذیرد.

صادر کننده معامله صادراتی خود را را طبق روال معمول آن انجام میدهد و یک صورت حسابی را برای محصولات یا خدمات فروخته شده تهیه می نماید. سپس او کپی صورت حساب را برای عامل ارسال می کند. معمولا اصل صورت حساب مستقیما برای وارد کننده ارسال می گردد، ولی ممکن است که شرکت عامل اسناد مثبته دیگر در مورد تحویل محصول یا انجام خدمات ، برای مثال کپی سند حمل ، را نیز مطالبه نماید.

بعضی وقت ها شرکت منعقد کننده قرار داد عاملیت، برای این که اطمینان حاصل نماید که صادر کننده تعهدات خود در باره تحویل کالا و سایر تعهدات را انجام داده، مدرک تحویل مال التجاره برای حمل ، مثلا برگه تحویل برای حمل[[492]](#footnote-492) ، را مطالبه می نماید . شرکت منعقد کننده قرار داد عاملیت پس از مطمئن شدن از اسناد، پیش پرداخت مبلغ مطالبات را به حساب صادر کننده واریز یا آن را بستانکار می نماید. رسم معمول این است که صادر کننده پیش پرداخت -معمولا 70 تا 85 در صد کل مطالبات - را فورا دریافت دارد. وصول این مبلغ مشکلات سرمایه در گردش را برای صادر کننده حل می نماید. بعد از اینکه عامل تمام مطالبات صادر کننده را از وارد کننده وصول مینماید، آنگاه صادر کننده در صد باقیمانده از مطالبات خود را از عامل دریافت می کند. به عبارت دیگر عامل این مبلغ را به حساب او واریز می نماید . حق الزحمه عامل ، معمولا هر ماه جداگانه ارسال می شود، ولی در شرایط و اوضاع و احوال مناسب این هزینه ها می تواند پیشاپیش دریافت شود.

**ساختار هزینه و چگونگی تامین مالی در قرار داد عاملیت .**

صادر کننده معمولا هزینه های زیر را پرداخت می نماید:

* هزینه ارائه خدمات به میزان تقریبی یک در صد از مطالبات صادر کننده از وارد کننده . این هزینه شامل خطر( ریسک ) عدم پرداخت، خدمات وصول، گزارش دهی و غیره می باشد.
* اگر صادر کننده بخواهد قبل از تاریخ سر رسید مطالبات خود از وارد کننده ، آن مظالبات را به موجب قرار داد عاملیت به عامل منتقل و آن را از او وصول نماید، معمولا بهره ای را در قبال مبلغ دریافتی از عامل پرداخت می نماید که بر مبنای استفاده روزانه از این پیش پرداخت محاسبه میگردد. مانند مورد پرداخت به بانک در صورت اضافه برداشت از حساب.

**طرح های تک عاملی[[493]](#footnote-493) و دو عاملی[[494]](#footnote-494)**

ترتیبات عاملیت را می توان به دو دسته تک عاملی و دو عاملی تقسیم نمود. بر طبق نظام دو عاملی، صادر کننده قرار دادی را با یک عامل در کشور خودش منعقد می نماید که به نام عامل صادرات[[495]](#footnote-495) نامیده می شود و عامل صادرات نیز به نو به خود با یک عامل دیگر در کشور وارد کننده که عامل واردات[[496]](#footnote-496) نامیده می شود قرار داد منعقد می نماید. هر دو عامل ممکن است به یک شرکت تعلق داشته باشند، یا اینکه ممکن است به یک شرکت تعلق نداشته و با یکدیگر وارد رابطه قرار دادی شده باشند. پس از اینکه این قرار داد منعقد گردید، آنگاه مطالبات به عامل واردات منتقل می شود. عامل واردات نیز به صورت هم زمان اعتبار خریدار ( وارد کننده ) را ارزیابی می نماید و خطوط اعتباری را بر قرار می سازد.

پس از این که کالاها ارسال شد، عامل صادرات تا میزان 85 در صد ارزش مطالبات صادر کننده از وارد کننده را به صورت پیش پرداخت به صادر کننده می پردازد. سپس عاملِ واردات کل مطالبات صادر کننده را در تاریخ سر رسید مطالبات وصول می نماید و مسئول انتقال سریع این وجوه به عامل صادرات می باشد. عامل صادرات نیز پس از وصول این مبلغ ، باقیمانده مطالبات صادر کننده ( کل مطالبات منهای پیش پرداخت ) را به صادر کننده می پردازد. اما اگر صورت حساب تائید شده درباره مطالبات صادر کننده از طرف وارد کننده پرداخت نگردد، عامل واردات صد در صد مبلغ مطالبات صادر کننده را پرداخت می نماید و سپس وارد کننده را برای پرداخت تحت تعقیب قانونی قرار میدهد. بدین ترتیب ملاحظه می شود که سازو کار عاملیت با تضمین فروش عاری از خطر، این فرصت را در اختیار صادر کنندگان قرار میدهد تا بتوانند با خیال راحت شرایط جذاب تر و مساعدتری را به وارد کنندگان ارائه دهند. در این نوع قرار داد، هم صادر کننده و هم وارد کننده از صرف وقت و هزینه کمتر جهت تهیه و ارائه اسناد ( نسبت به آنچه در مورد اعتبار اسنادی معمول است.) بهره مند میگردند.

اغلب، تجارت بین المللی مستلزم استفاده از نظام دو عاملی است. هنگامیکه صادر کننده کالاها را تحویل میدهد، یا به عبارت دیگر تعهد خود بر طبق قرار داد را انجام میدهد، عامل واردات یک صورت حسابی را برای وارد کننده صادر می نماید و رونوشت آن را نیز برای عامل صادرات ارسال میدارد. این دو عامل با همکاری با یکدیگر، مسئولیت های مالی و اداری بقیه کارها را به عهده می گیرند. عامل واردات ( عامل دوم ) بر حساب های پرداخت نشده نظارت می نماید و در صورت لزوم به اقدامات قانونی متوسل میگردد. دانش و اطلاعات عامل واردات در ارتباط با زبان و آداب و رسوم محلی او را برای تعقیب خریداران ( وارد کنندگان ) متخلف کاراتر می نماید.

عامل هائی که دارای شبکه ها و شعب جا افتاده و با تجربه می باشند، می توانند کسب و کار و تجارت مشتریان خود را بدون استفاده از عامل ها در کشور وارد کننده انجام دهند. به همین چهت نظام تک عاملی یا عاملیت " صادرات مستقیم "[[497]](#footnote-497) نیز در تجارت بین الملل معروف و مورد استفاده می باشد. این نظام بویژه در اتحادیه اروپا، که از اهمیت مرز در بین کشورها کاسته شده، معمول و متداول است. به علاوه با قرار دادهای عاملیت خوب تنظیم و تدوین شده که به راحتی در چنین نظام ها ی حقوقی و قضایی قابل اجرا می باشند و با در دسترس بودن اسناد کافی در این نظام ها ، برای تک عامل ها خیلی ساده تر و راحت تر خواهد بود که در صورت لزوم و عدم پرداخت وارد کننده بر علیه او اقامه دعوا نمایند. در مواردی که بین صادر کننده و وارد کننده روابط قدیمی و به خوبی جا افتاده و تثبیت شده ای وجود داشته باشد، تخصص عامل واردات در بررسی اعتبار وارد کننده و فرایند وصول چندان ضروری نمی باشد. نظام های تک عاملی معمولا کم هزینه تر می باشند، اما این نظام ها در عین حال می توانند با خطرهای ( ریسک ) دیگر نیز همراه باشند.

**طرح های چند عاملی[[498]](#footnote-498) و بیمه کنندگان اعتبار**

هنگامیکه یک صادر کننده، موضوع استفاده از خدمات عامل در مورد حفظ اعتبار [[499]](#footnote-499) ( وصول طلب از وارد کننده )را مورد بررسی قرار میدهد ، موضوع تمایز وفرق بین فرایند عاملیت و بیمه اعتبار برای او مطرح میشود . عامل ها و بیمه کنندگان اعتبار، بسته به ویژگی های صادر کننده و معاملات مربوطه ، منافع متفاوتی را ارائه می دهند. یک عامل اغلب، سطح بالاتری از اعتبار( وصول طلب) را ارائه میدهد (برای مثال صد ددر صد در مقابل 90 در صد) ، ولی در فرایند ارزیابی اعتبار مشتریان احتمالی از یک روند کندتر ولی جامع تری پیروی می نماید. هزینه ها در قرار داد عاملیت در مقایسه با این هزینه ها در بیمه کننده اعتبار بیشتر است. به طور کلی صادر کنندگان جدید ممکن است که به خاطر خدمات بیشتر در ساز و کار عاملیت ، استفاده از این روش را ترجیح دهند. اما صادر کنندگان با تجربه که دارای و فهم ادراک خوبی از خطرهای ( ریسک های ) ذاتی در معاملات خاص می باشند، ممکن است استفاده از بیمه اعتبار کم هزینه تر را ترجیح دهند.

13-2-4 **مزایا و عدم مزایای ساز و کار عاملیت**

در حالتی از فرایند عاملیت استفاده می گردد که وارد کنندگان حاضر به پرداخت از قبل ثمن معامله نباشند. یا این که نمی خواهند پرداخت بر طبق ساز و کار اعتبار نامه یا اعتبار اسنادی صورت گیرد. در چنین وضعیت هائی، صادر کننده چاره ای جز اینکه یا از فروش صرفنظر کند و یا اینکه با فروش به صورت حساب باز موافقت نماید ، ندارد ، که البته این روش برای او با خطر ( ریسک ) عدم پرداخت ثمن معامله همراه است و به علاوه می تواند جریان نقدینگی را نیز برای او یا مشکل مواجه سازد. در این قبیل موارد استفاده از فرایند عاملیت به صادر کننده در مورد کاهش خطر ( ریسک ) کمک می نماید و به علاوه سرمایه لازم را نیز در اختیار او قرار میدهد.

عامل ها هم چنین می توانند سایر خدمات مهم در زمینه صادرات را نیز به موسسات کوچک و متوسط محلی ارائه دهند. برای مثال یک مشکل برای بنگاه ها در بازارهای نوظهور که می خواهند به بازارهای صادراتی دور دست در ماوراء بحار فروش داشته باشند، این است که وارد کنندگان در کشورهای ما ورا ی بحار تمایلی به استفاده از ساز و کار اعتبار اسنادی ندارند. بنگاه ها در کشورهای توسعه یافته اغلب، با پرداخت بلا فاصله پس از وصول کالا، به بنگاه ها در بازارهای نو ظهور موافق نمی باشند، زیرا ترجیح میدهند که فرصت کافی را برای بررسی و تائید کیفیت کالا در اختیار داشته باشند. آن ها هم چنین میدانند که باز پرداخت وجوه پرداختی خود از وارد کننده به خاطر کالا های مرجوعی و معیوب ، در کشورهائی که اغلب دارای نظام های حقوقی کُند و بطیء می باشند، بسیار مشکل می باشد. در چنین شرایط و اوضاع و احوالی عامل ها می توانند برای هر دو طرف معامله ایمنی و راحتی را جهت ورود به معامله فراهم نمایند.

ساز و کار عاملیت به عنوان یک خدمت تامین مالی ، اغلب بسیار منضبط می باشد. برای مثال در فرانسه، تمام عامل ها باید از بانک فرانسه( بانک دو فرانس )مجوز اخذ نمایند و ملزم می باشند که گزارش های منظم و مرتب را به بانک مزبور ارائه دهند. قانون کشور آلمان ، انعقاد موافقت نامه واگذاری کلی[[500]](#footnote-500) ، یعنی فروش مطالبات حال و آینده را اجازه نمیدهد. بنابراین یک عامل باید برای هر مشتری دو معامله یا دو قرار داد را انجام دهد: اول خرید مطالبات فعلی و دوم انجام یک معامله جدید قانونی ( یا انعقاد قرار داد جدید. ) برای هر مطالبه آینده که ثابت نماید که در واقع طلب موضوع قرار داد را از مشتری ( صادر کننده. ) خریداری کرده است. در کشور هند وضع مالیات بر نقل و انتقال از طریق قرار دادهای عاملیت، توسعه و گسترش این فرایند را محدود ساخته است.

**خرید دین**

**13-3-1 نگاهی اجمالی**

**خرید دین به عنوان یک راه حل « میان مدت »**

این روش با روش عاملیت مشابه است. چرا که همانند عاملیت، روش مزبور نیز منبع تامین مالی تجارت برای صادر کننده محسوب میگردد. فرایند مزبور به صادر کننده اجازه میدهد که بتواند فرصت یا اعتبار کوتاه تا میان مدت را برای پر داخت ثمن معامله ( پرداخت موجل. ) به وارد کننده ارائه دهد و به فوریت پرداخت طلب خود از وارد کننده را از بانکی که او(صادر کننده) طلب مزبور را بر اساس تنزیل و به صورت غیر قابل رجوع به آن واگذار مینماید دریافت نماید. این روش یا خرید دین (فورفیتینگ ) به این صورت تعریف شده است: نوعی از تامین مالی برای صادرات ، متضمن تنزیل دین یا طلب تجاری با سر رسید در تاریخی در آینده ( موجل) وبدون حق رجوع به صادر کننده / ظهر نویس .

این روش نوعا یک ساز و کار تامین مالی میان مدت است ( یکسال تا پنج سال ) که بر مبنای نرخ بهره شناور عمل می نماید. به صورت سنتی، اغلب از این روش برای تامین مالی صادرات کالاهای سرمایه ای استفاده شده است. اما در این اواخر از روش مزبور در زمینه سایر زمینه ها نظیر ، ارائه سرمایه در گردش برای کسب و کارهای مرتبط با تجارت نیز استفاده شده است.

**مقایسه خرید دین ( فورفیتینگ ) با عاملیت(فکتورینگ)**

تفاوت های مهم بسیاری بین این دو رش وجود دارد: اول این که در حالیکه روش عاملیت عمدتا مربوط به مطالبات کوتاه مدت و کم ارزش \_ مثلا به طور معمول کمتر از یکصد هزار دلار و 60 تا 90 روز سر رسید طلب \_می باشد، ولی روش خرید دین شامل مطالبات با ارزش بالاتر و تعهدات میان مدت و بلند مدت ،برای مثال بیش از یکصد هزار دلار و با تاریخ سر رسید دین تا یکصد و هشتاد روز و بالاتر، میباشد . بنابراین در حالیکه قرار دادهای عاملیت می توانند شامل تعداد زیادی مطالبات باشد، ولی قرار داد خرید دین معمولا شامل یک معامله مستقل می باشد. مع ذلک خریداران دین نیز اغلب توافق نامه های استاندارد[[501]](#footnote-501) متحد الشکل و از پیش تنظیم شده را پیشنهاد می نمایند ، دایر بر اینکه آماده می باشند مطالبات متعدد قابل وصول کننده را مشروط به رعایت شروط مندرج در آن توافق نامه خریداری نمایند.

از آنجائی که فرایند خرید دین ، مستلزم قبول یا خرید تمام خطرات احتمالی در یک معامله می باشد، بنابراین در آن ها احتیاجی به ارائه خدمات مربوط به مطمئن شدن و خفاظت از اعتبار و خدمات حسابداری به نحو مقرر در قرار دادهای عاملیت وجود ندارد. زیرا در این ترتیبات خریدار دین ، جانشین مشتری ( صادر کننده ) به عنوان طلبکار از بدهکار می شود و در نتیجه تمام خطرات و وظایف او را عهده دار میگردد.شرایط تامین مالی و هزینه ها نیز در این ترتیبات با ترتیبات عاملیت تفاوت دارد. در ترتیبات خرید دین، معمولا کل مطالبات صادر کننده منهای هزینه تنزیل برات به او پرداخت می گردد. در حالیکه در ترتیبات عاملیت گرچه تنزیل وجود ندارد، ولی صادر کننده ابتدا و تا قبل از تسویه نهائی تنها بخشی از کل مطالبات خود ، مثلا 80 درصد را به صورت پیش پرداخت دریافت میدارد و برای این پیش پرداخت بهره می پردازد.

به لحاظ حقوقی ترتیبات خرید دین عبارتست از این که خریدار دین ، مطالبات صادر کننده از وارد کننده را خریداری می نماید و اغلب و نه لزوما همیشه، در این فرایند اسناد قابل معامله مانند برات صادر کننده را نقد می نماید. از آنجائی که همواره بازار نقدی برای این اسناد قابل معامله ،در صورتیکه این اسناد بوسیله بانک مثل بانک وارد کننده تضمین شده باشد، وجود دارد، بنابراین انجام خرید دین راحت تر خواهد بود. به علاوه خریداران دین هم چنین آماده می باشند که تعهدات مالی ناشی از اعتبار اسنادی را نیز تنزیل نمایند. مثلا در موردی که برات ها بر طبق اعتبار نامه قبولی صادر شده باشند یا درحالت تعهد تاخیر پرداخت مورد قبول بانک صادر کننده یا بانک تائید کننده اعتبار. به هر حال طبیعت و ماهیت ترتیبات خرید دین به نحوی است که می تواند شامل ساختارها و انواع تعهدات مالی باشد.

**ویژگی های کلیدی و مهم خرید دین**

این ویژگی ها به طور خلاصه به شرح زیر می باشند:

* صد در صد پرداخت مطالبات بدون حق مراجعه به صادر کننده در صورت عدم پرداخت از طرف وارد کننده؛
* تعهد پرداخت وارد کننده معمولا بوسیله یک بانک محلی تضمین می شود؛
* بدهی وارد کننده یا مطالبات صادر کننده باید بر طبق نوعی از تعهد قانونی پرداخت، نظیر برات یا سفته ، اعتبار اسنادی یا اعتبارنامه باشد؛
* یک قبول پرداخت یا به تعویق انداحتن تعهد پر داخت، باید بر طبق نامه یا اعتبار بانک صادر کننده اعتبار باشد؛
* مبلغ مطالباتی که بر طبق این روش تامین مالی ( پرداخت ) می شود می تواند از صد هزار دلار تا 200 میلیون دلار یا بیشتر باشد؛
* قرار دادها با هر ارز معتبر ، قابل تامین مالی در این روش می باشند؛
* تامین مالی می تواند بر طبق یک نرخ ثابت ( معمولی ) و یا یک نرخ شناور بهره صورت گیرد؛
* در این ترتیبات هر تضمین باید غیر قابل برگشت ، بدون قید و شرط و قابل احاله باشد.

13-3-2 **خرید دین در عمل**

**روش اساسی و مبنا**

یک مثال در این زمینه به شرح زیر است:

یک وارد کننده برات ها را قبول می کند و یا سفته هائی را امضا می نماید که بوسیله یک بانک در کشور وارد کننده تضمین[[502]](#footnote-502) شده باشد.

سپس صادر کننده آن برات یا سفته ها را ظهر نویسی می نماید و آن را به بانک خریدار دین میدهد. این بانک نیز پرداخت به صادر کننده را بدون شرط حق رجوع به او در صورت عدم پرداخت وارد کننده، انجام میدهد. اگر این اسناد در قالب اعتبار اسنادی صادر شده باشند، بانک صادر کننده اعتبار یا بانک تائید کننده اعتبار، این اسناد را قبول می نماید و یا اینکه تعهد پرداخت معوق در سر رسید معین را متعهد میگردد. سپس بانک خریدار دین ، مطالبت صادر کننده یا پرداخت معوق مورد تعهد بانک صادر کننده یا بانک تائید کننده را تنزیل می نماید و مبلغ تنزیل شده را به صادر کننده می پردازد. این پرداخت بدون حق مراجعه به صادر کننده در صورت عدم پرداخت بدهی توسط وارد کننده صورت می گیرد. این بدین معنا است که خریدار دین و یا هر جانشین و قائم مقام قانونی او، تمام خطر یا ریسک عدم پرداخت در تاریخ سر رسید توسط وارد کننده را قبول و ذینفع یا فروشنده یا همان صادر کننده هیچ تعهدی را برای اعاده وجوه دریافتی از خریدار دین، در صورت عدم پرداخت وارد کننده در تاریخ سر رسید دین ، قبول نمی نماید.

خریداران دین اغلب بین ساختار اعتبار عرضه کننده [[503]](#footnote-503)( صادر کننده.) و اعتبار خریدار [[504]](#footnote-504)( وارد کننده.) تمایز قایل می شوند . در مورد اول وجوه ، مستقیما در قبال مثلا یک برات بر عهده خریدار که او( وارد کننده) آن را قبول میکند و عند اللزوم بوسیله بانک وارد کننده تضمین میشود، به صادر کننده پرداخت می گردد. در مورد دوم نوعا خریدار یک سفته را صادر می کند و مستقیما وجوه را دریافت میدارد یا اینکه بانک خریدار یا وارد کننده، یک اعتبار اسنادی دیداری را با صدور یک سفته خود، تامین مالی مجدد می نماید. اختلاف بین این دو ساختار تنها مربوط به ماهیت اسناد نمی باشد، بلکه این دو ساختاربه لحاظ ویژگی های تجاری مورد انتظار از طرف مقابلِ خریدار دین نیز با یکدیگر متفاوت هستند. برای مثال در یک ساختار اعتبار خریدار (وارد کننده) شاید تحصیل اسناد حمل مشکل تر باشد و ممکن است این نگرانی و دغدغه نیز وجود داشته باشد که ازوجوهی که پرداخت میشود برای واردات کالا استفاده نشود.

به هر حال از هر دو مورد استفاده می شود و ساختار های متنوع ایجاد میشود .

در یک معامله خریدار دین نوعی مراحل زیر انجام می شود:

صادر کننده به یک خریدار دین مراجعه می نماید و او نیز قبول می کند که آماده است پیشنهادی را برای معامله، شامل صادرات در x ماه با تضمین بانک یا قبول بانک یا تعهد بانک به پرداخت معوق در قالب اعتبار اسنادی ارائه دهد. اگر ثمن معامله مثلا یک میلیون دلار باشد، خریدار دین محاسبات لازم را انجام میدهد و سپس مبلغ یک میلیون دلار مطالبات صادر کننده را پس ازکسر در صدی نرخ تنزیل به او می پردازد. خریدار دین هم چنین مبلغی را برای روزها تا سر رسید و مبلغی را برای وارد شدن به قرار داد به میزان در صد سالانه لحاظ می نماید.

خریدار دین یک تاریخی را برای اجرای تعهد خود معین می نماید ، یعنی این که در چه زمانی اسناد صادر کننده باید با او تحویل داده شود . این تاریخ به صادر کننده این فرصت را میدهد که کالاهای خود را حمل کرده و برات و سفته یا سایر اسناد قابل معامله را دریافت و پس از امضا جهت تنزیل و پرداخت مطالبات به خریدار دین تسلیم نماید. صادر کننده در مقابل ارائه اسناد مربوطه فورا پول نقد را برای مطالبات خود از خریدار دین می گیرد و از این پس وارد کننده مسئول پرداخت مبلغ قرار داد به خریدار دین میگردد.

**اسناد مورد نیاز در خرید دین**

اسناد خاصی را خریدار دین از صادر کننده مطالبه می نماید که معمولا حداقل اسناد می باشند. این اسناد به شرح زیر می باشند:

1. کپی قرار داد فروش یا شرایط پرداخت ثمن معامله؛
2. کپی صورت حساب تجاری امضا شده؛
3. کپی اسناد حمل کالا، از جمله گواهی وصول کالا برای حمل، بارنامه حمل باربا راه آهن، بارنامه هوائی، بارنامه یا اسناد مشابه؛
4. ( در صورت مرتبط بودن ) کپی های اعلام یا ابلاغ قبولی و تاریخ اعلام قبولی بانک صادر کننده یا تائید کننده اعتبار نامه ؛
5. ( در صورت مرتبط بودن )کپی های اعتبار نامه و ا صلاحات احتمالی آن ؛
6. اطلاعیه به ضامن و نامه احاله؛[[505]](#footnote-505)
7. ضمانت نامه یا تضمین بانکی[[506]](#footnote-506) در صورتیکه مرتبط باشد.

یادداشت درمورد تضمین بانکی(Aval): یک خریدار دین ، Avalیا تضمین یا ضمانت نامه بانکی یعنی تضمین پرداخت یک برات در تاریخ سر رسید توسط بانک را به سایر روش های تضمین پرداخت برات یا سفته ترجیح میدهد. برای اینکه Aval پذیرفته شود، بانک صادر کننده آن کننده بایستی دارای اعتبار و معروف باشد. در برخی موارد به جای این تضمین بانکی ، یک نوع تضمین(Guarantee) دیگر صادر میگردد و این حالت بویژه در مواردی اتفاق می افتد که قانون یک کشور، تضمین یا ضمانت نامه بانکی(Aval) را قانونا الزام آور نداند. در اینصورت خریدار دین از دریافت یک ظهر نویسی بانکی توسط یک ضامن یا اعتبار اسنادی راضی و از آن استقبال خواهد کرد.

**ساختار هزینه ای خرید دین**

هزینه اصلی در این ترتیبات، همان مبلغ تنزیل است که می تواند بسته به خطر ( ریسک ) کشوری بین بیست و پنج صدم در صد تا 4 در صد سالانه - به صورت نرخ ثابت یا نرخ شناور بهره مورد توافق قبل از تنزیل - باشد. برخی اوقات قرار داد خرید دین شامل یک هزینه متعهد شدن[[507]](#footnote-507) نیز می باشد که میزان آن بستگی به میزان قرار داد داردو این مورد زمانی اتفاق می افتد که صادرات طویل مدت باشد و صادر کننده بخواهد یک خط اعتباری و هزینه ابطال قرار داد را برای خود حفظ نماید .

هزینه تشکیل می شود از:

1-هزینه پول دریافتی صادر کننده شامل ریسک یا خطر نرخ بهره **.** خریدار دین این هزینه را بر مبنای لیبور[[508]](#footnote-508) - نرخ پیشنهادی بین بانکی لندن - قابل اعمال در متوسط دوره قرار داد محاسبه می نماید..

2-هزینه پوشش دادن به خطر ( ریسک ) سیاسی، اقتصادی و حمل و نقل وابسته به وارد کننده /بانک تضمین کننده،/ و ضامن. به این هزینه، هزینه تامین در برابر خطر یا ریسک احتمالی[[509]](#footnote-509) گفته می شود و مبلغ آن از هر کشور به کشور و ضامن به ضامن متفاوت است.

3-هزینه های دیگر که در محاسبات خریدار دین وارد می شود عبارتند است از هزینه روزهای تاخیر در پرداخت برات یا سفته پس از تاریخ سر رسید و در صورت لزوم هزینه قبول تعهد یا متعهد شدن. هزینه روز های تاخیر شامل بهره مربوط به تعداد روزهائی است که در صورت تاخیر پرداخت در سر رسید، خریدار دین آن را دریافت میدارد. این مهلت شامل تعداد روزهائی است که طول می کشد تا مدیون از کشور خودش پول را پرداخت نماید و مدت آن می تواند در برخی از کشورها یا اصلا وجود نداشته باشد و یا تا ده روز باشد.

بسیاری از صادر کنندگان ترجیح میدهند که با دلالان خرید دینی کار کنند که بتوانند به آن ها نرخ های رقابتی را پیشنهاد نمایند. این نوع دلالان نیز نوعا بیست و پنج صدم در صد تا یک در صد معامله را از صادر کننده دریافت میدارند. این مبلغ مقطوع است و اغلب به بهای معامله صادر کننده اضافه می شود.

13-3-3 **مزایای کلیدی و مهم خرید دین**

یک نفع کلیدی و مهم برای صادر کننده این است که در این ترتیبات ، خریدار دین برات یا سفته را بر اساس شرط عدم مراجعه به صادر کننده در صورت عدم پرداخت وارد کننده می پردازد. بنابراین اگر وارد کننده یا بانک او در پرداخت مطالبات صادر کننده قصور نمایند، خریدار دین نمی تواند برای باز پرداخت وجوهی که به صادر کننده پرداخته به او مراجعه نماید. بنابراین در این ترتیبات، خریدار دین هم خطر ( ریسک ) تجاری و هم خطر ( ریسک ) سیاسی را قبول می نماید. اگر جنگی شروع شود یا اینکه کشور وارد کننده ناگهان کنترل های ارزی را بر قرار نماید، در اینصورت ممکن است که خریدار دین نتواند وجوه پرداختی به صادر کننده را از وارد کننده یا بانک او دریافت نماید. خریدار دین این خطرات و هر خطر کاهش ارزش پول و نرخ بهره را تقبل می نماید.

مزیت دیگر این ترتیبات برای صادر کننده این است که خریدار دین یک نرخ تنزیل ثابت را برای پرداخت مبلغ مطالبات صادر کننده اعمال می نماید. این نرخ بستگی به عوامل متعددی دارد که از جمله آن ها میتوان به تاریخ سر رسید مطالبات صادر کننده و سایر عوامل خطر (ریسک ) اشاره نمود. با اینهمه نرخ تنزیل می تواند گزینه خرید دین را برای صادر کننده گران و پر هزینه نماید. اما در این راستا صادر کننده باید به خاطر داشته باشد که خریدار دین خطرهائی را متقبل میگردد. به هر حال محاسبات مربوط به یک معامله خرید دین می تواند خیلی پیچیده و بغرنج باشد و صادر کنندگانی که می خواهند از این روش تامین مالی استفاده نمایند، بایستی از نظرات مشاوران متخصص استفاده نمایند.

یک عدم مزیت بالقوه در مورد خرید دین این است که صادر کننده باید از الزامات اسنادی دقیق پیروی نماید و این خود مستلزم این است که وارد کننده در اخذ تضمین بانکی یا ضمانت نامه بانکی (Aval)مشارکت نماید. در برخی موارد ممکن است وارد کننده در مورد این مشارکت برای مثال دستور دادن به بانک خود دائر به صدور تضمین بانکی(Aval) یا پرداخت هزینه این تضمین اکراه داشته باشد. اما این نکته را باید در نظر داشت که اخذ این تضمین بانکی همیشه مورد نیاز نمی باشد.

13-3-4 **قواعد خرید دین و ضوابط و رهنمودها**

در سال 2009 اطاق بازرگانی بین المللی و انجمن بین المللی خریداران دین[[510]](#footnote-510)(ایفا) ، یک گروه تدوین مشترک را جهت آماده ساختن قواعد جهانی خرید دین در تحت نظارت کمیسیون بانکی اطاق تشکیل دادند. این گروه متعاقب درخواست بررسی و تجدید نظردر رهنمودهای جاری این انجمن جهت بازار اولیه خرید دین تشکیل گردید. این قواعد اکنون منتشر شده اند ( نشریه 800 ) نگارنده کتاب فکر می کند که این مطلب باید به صورت زیر باز نویسی شود: " در واقع از اول ژانویه سال 2013 قواعد متحد الشکل اطاق بازرگانی بین المللی برای خرید دین[[511]](#footnote-511)"یوآر اف" ( نشریه 800 ) ، مجموعه قواعدی را ارائه می دهد که منعکس کننده اجماع وسیع، بانکداران، استفاده کنندگان و تمام اعضای جامعه خرید دین در تمام جهان می باشد. استفاده از این قواعد و استانداردهای جهانی به اجتناب از سوء تفاهم کمک کرده و بهترین رویه ها در اطراف و اکناف جهان را با هم هماهنگ نموده و حل و فصل اختلافات را تسهیل می نماید. تعاریف واضح و روشن و موافقت نامه های مدل عملی در این نشریه نیز به فهم و درک و کارایی بیشتر در استفاده از قواعد حاضر کمک خواهد کرد.

انجمن فوق الذکر ( ایفا) یک انجمن تجاری جهانی برای شرکت های تجاری، موسسات مالی و واسطه های دست اندرکار در خرید دین می باشد. این انجمن در سال 1999 تشکیل و دارای یکصد و بیست عضو می باشد. هدف این انجمن ترویج و گسترش روابط تجاری و اعمال بهترین رویه توسط دست اندرکاران در جامعه جهانی خریداران دین می باشد. کمیته عملیات بازار این انجمن[[512]](#footnote-512) رهنمودهائی را تهیه نموده و یک رفتار نامه یا منشورکاری[[513]](#footnote-513) را برای بازار بین المللی خرید دین تدوین نموده است.

کمیسیون بانکی اطاق بازرگانی بین المللی، یک نهاد جهانی مهم و برجسته قاعده ساز جهت صنعت بانکداری تجاری و هم چنین مرجع متخصصان تامین مالی تجارتی است که هدف مشترک آن ها تسهیل تامین مالی تجاری بین المللی در سراسر جهان می باشد. کمیسیون بانکی اطاق بازرگانی بین المللی به مرجع تدوین قواعد و رهنمودهای مورد قبول جهانی در زمینه اعتبارات اسنادی، وصول های اسنادی، پرداخت های بین بانکی و ضمانت نامه های بانکی، معروف و مشهور می باشد. انتظار میرود که قواعد متحد الشکل اطاق بازر گانی بین المللی در باره خرید دین"یو آر اف" استاندارد سازی و هم آهنگ سازی بیشتری را برای بازار خرید دین جهانی سریعا گسترش یابنده، ارائه دهد.

13-3-5 **جلوگیری از پول شوئی**

نه ترتیبات عاملیت و نه فرایند خرید دین، هیچکدام از خطر ( ریسک ) تقلب و کلاهبرداری و پول شوئی مبرا نمی باشند. بنابراین بسیاری از تدابیر ضد پول شوئی استاندارد[[514]](#footnote-514) کاربرد پیدا می نمایند. گروه ویژه اقدام مالی ( اف اِتی اف[[515]](#footnote-515) ) یک ارگان بین المللی است که هدف آن تدوین و گسترش سیاست های ملی و بین المللی جهت مبارزه با پول شوئی و تامین مالی تروریسم می باشد. اف اِ تی اف، اسناد سیاستی را تحت عنوان « چهل توصیه » درباره مبارزه با پول شوئی و " نه توصیه خاص" جهت مبارزه با تامین مالی تروریسم، تهیه کرده است. این رهنمودها یک شالوده و قالب اعتلا یافته جامع و متقنی از تدابیر برای مبارزه با پول شوئی و تامین مالی تروریسم را ارائه میدهند. تو صیه های اف اِ تی اف شامل خرید دین و هم چنین اغلب طبقات کسب و کاری و انواع وام دهی بوسیله موسسات مالی دست اندر کار در انتقال وجوه نیز می باشد.

در رابطه با مبارزه با خطر (ریسک ) پول شوئی، تمیز و فرق قائل شدن بین بازار اولیه و ثانویه مهم می باشد. در بازار اولیه خرید دین، خریدار دین معمولا مستقیما با یک صادر کننده (معمولا مشتری خود) وارد معامله می شود. در این معامله صادر کننده باید بوسیله خریدار دین و بر طبق قواعد موجود و الزامات شرکت خریدار دین، مورد ارزیابی دقیق و بایسته یا موشکافانه[[516]](#footnote-516) قرار گیرد. شرکت خریدار دین هم چنین به عنوان بخشی از فرایند بر آورد و تعیین خطر ( ریسک )، بایستی طرف دیگر را در ارتباط با معامله تجاری و نیز خود معامله به دقت بررسی و از اعتبار معامله مطمئن شود. گستره این بررسی به ارزیابی خطر مشتری و معامله بستگی خواهد داشت.

در بازار ثانوی خرید دین، مشتریِ بنگاه خرید دین کسی است که بنگاه از او اسناد قابل انتقال بدهی را خریداری می نماید. به هرحال اگر خریدار دین ، سند قابل معامله و انتقال را تا زمان سر رسید آن نگاه دارد، وجوه را از بانک تضمین کننده، دریافت خواهد نمود و بنابراین باید بررسی های بایسته را نیزانجام دهد. در استفاده از روش بر آورد خطر ( ریسک )، بنگاه های خریدار دین باید انجام ارزیابی بایسته را درباره طرف های اصلی معامله و خود معامله نیز انجام دهند. این امر بستگی به ارزیابی خطر ( ریسک ) کشورها و انواع مشتریان یا محصولات مربوطه خواهد داشت. به عنوان یک قاعده کلی هر قدر خریدار یک دین از معامله اصلی دورتر باشد، انجام این ارزیابی دقیق و بایسته یا موشکافانه مشکل تر خواهد بود.

**خدمانخود آزمایی فصل سیزدهم: قرار داد های عاملیت و خرید دین**

صحیح یا اشتباه

1. **از قرار داد عاملیت برای مدیریت سری معاملات کوجک استفاده میشود ، در حالی که قرار داد های خرید دین در زمینه یک معامله بزرگ مصداق دارد .**
2. **در قرار داد های عاملیت خدمات معمولا بر پایه وبه صورت عدم امکان مراحعه به صادر کننده ، در صورت عدم پرداخت وارد کننده ارائه می گردد، در حالی که قرار داد های خرید دین ، همیشه مبتنی بر شرط مراجعه به صادر کننده میباشد.**
3. **در یک زمینه بین المللی ، ما اغلب با ساختار دو عاملی مواجه میباشیم. یک عامل در کشور شخص صادر کننده و یک عامل در کشور شخص وارد کننده یا مشتری.**
4. **درخرید دین معمولا از برات تضمین شده استفاده میگردد و این بدان معنا است که یک بانک پرداخت برات را در سر رسید آن تضمین کرده است.**
5. **از آنجایی که فرایند خرید دین یک روش نسبتا جدید میباشد، لذا هنوز در بسیاری از کشورها تحت نظم و فاعده و کنترل نمی باشد و در یک جو و حال و هوای نسبتا آزاد و فارغ از کنترل های مقرراتی، عمل می نماید**

پاسخ ها:

1. صحیح
2. اشتباه
3. صحیح
4. صحیح
5. اشتباه

**فصل چهاردهم**

**ایمن سازی معاملات بین المللی[[517]](#footnote-517): تضمین ها[[518]](#footnote-518)،ضمانت نامه ها[[519]](#footnote-519)،ا عتبار نامه های تضمینی یا اتکایی[[520]](#footnote-520)**

**خلاصه**

بسیاری از معاملات بین المللی با اسنادی که به تضمین ها، ضمانت نامه هاو اعتبار نامه های تضمینی یا اتکایی معروف می باشند حفاظت و پشتیبانی می گردند. اهداف این اسناد ، تضمین اجرای قرار داد توسط طرف مقابل به طریقی مشابه با سپرده نقدی و ضبط آن در صورت نقض قرار داد است.

بنابراین اسناد مزبور یک طرف قرار داد را در مقابل نقض قرار داد توسط طرف دیگر ، از طریق مقرر کردن عامل باز دارنده مالی ، حفاظت و پشتیبانی می نماید. این اسناد هم چنین در صورت قصور در پرداخت ، شکل و طریقی از جبران یا پرداخت را ارائه میدهند.

اسناد تامینی و تضمینی، بویژه در معاملات بین المللی سودمند می باشند. زیرا اقدام جایگزین، یعنی اجرای قرار داد توسط مراجعه به دادگاه می تواند بسیار پر هزینه و زمان بر باشند.

تمایز قایل شدن بین دو نوع از مهمترین این اسناد بسیار مهم است:

اول اسناد عند المطالبه[[521]](#footnote-521) . این اسناد ، تضمین های بدون قید و شرطی هستند که با صِرف تقاضا و مطالبه ذینفع ( به محض مطالبه ذینفع) باید پرداخت در قبال آن ها صورت پذیرد.

**دوم** اسناد تضمینی مقیدیا مشروط[[522]](#footnote-522). در این اسناد از ذینفع خواسته می شود که اثبات نماید که قصوری صورت گرفته است. به عبارت دیگر پرداخت به ذینفع مستلزم این است که اثبات نماید که طرف مقابل قصوری را انجام داده است. مثلا از طریق اارائه گواهی مهندسی یا یک رای یا تصمیم داوری .

استفاده از اسناد تضمینی عند المطالبه یا ضمانت نامه های عند المطالبه خیلی معمول و متداول می باشد ، ولی این اسناد بالقوه خطرناک می باشند. زیرا به هیچ وجه نمی توان ذینفع را از اجرای ضمانت نامه عند المطالبه ، حتی اگر واقعا مجاز به استفاده از آن نباشد، مانع گردید ( مشکل اجرای بی موقع و غیر منصفانه ضمانت نامه[[523]](#footnote-523) )

**14-1 اصطلاح شناسی ( ترمینو لوژی ): تضمین ها (Guarantees )، ضمانت نامه هاو (Bonds) و اعتبار نامه های تضمینی یا اتکایی ( Standbys)**

در این قصلگرچه از واژه تضمینGuarantee)) به عنوان یک واژه عمومی مرجح استفاده شده ، ولی یک واژه استاندارد بین المللی وجود ندارد. نظام های حقوقی ملی، در استفاده از واژه های guarantees-sureties، bonds- undertakings – indemnities-و غیره با یکدیگر همسان وساز گار نمی باشند. در نتیجه بازرگانان بین المللی از این اصطلاحات به صورت اصطلاحات مترادف و به جای یکدیگراستفاده می نمایند.در حالی که این چنین نمی باشد و هریک معنای خاص خودش را دارد.

این ساز و کارهای تضمینی بوسیله بانک ها، شرکت های بیمه، شرکت های متخصص در تضمین[[524]](#footnote-524) و یا سایر موسسات ارائه دهنده تامین مالی ارائه میگردد.

از آنجائی که نمی توان تنها به واژگان شناسی یا اصطلاح شناسی صِرف تکیه کرد، بنابراین تمیز بین دو نوع اصلی تضمین یعنی گارانتی یا باند (یا بانقل به مضمون دو نوع اسناد تضمین) مفید است:

**اسناد ضمانت عند المطالبه**[[525]](#footnote-525)

برای دریافت مطالبات بر طبق اسناد ضمانت عند المطالبه، صرف تقاضای پرداخت ذینفع کافی است. این اسناد دسترسی فوری ذینفع به وجوه را صرف نظر از هر ایراد و اعتراض از طرف مقابل، مهیا می سازد. دو نوع از مهمترین انواع اسناد عند المطالبه عبارتند از ضمانت عند المطالبه[[526]](#footnote-526) ( یا ضمانت عند المطالبه نامه بانکی ) و اعتبار نامه تضمینی یا اتکایی.[[527]](#footnote-527) ویژگی این اسناد عند المطالبه این است که ذینفع می تواند به راحتی و به آسانی به وجوه تضمین شده دسترسی داشته باشد و عملا هیچ خطر ( ریسکی ) که مطالبه رد شود و پرداخت صورت نگیرد وجود ندارد.

**اسناد تضمینی مقید و مشروط[[528]](#footnote-528)**

برای دریافت مطالبات بر طبق اسناد تضمینی مقید و مشروط، ذینفع بایستی اول ثابت نماید که شرایط یا واقعه ای رخ داده است که ذینفع را محق به نقد کردن سند تضمین می سازد. این الزام، از ادعاهای غیر منصفانه و بی پایه و اساس ذینفعا ن جلوگیری می نماید و از اعتراض به حق و درست معترض، حمایت به عمل می آورد. به این اسناد اغلب عنوان ضانت نامه های قرار دادی ، [[529]](#footnote-529) تضمین ها در مقابل انجام تعهد[[530]](#footnote-530) ضمانت نامه[[531]](#footnote-531) یا گارانتی، گارانتی مقید و مشروط یا گارانتی های جانبی [[532]](#footnote-532) اطلاق میگردد.

در این فصل برای تشریح این دو طبقه متمایز از یکدیگر ازواژه های عند المطالبه (demand/ برای طبقه نخست و ضمانت نامه مقید و مشروط به انجام تعهد( surety) برای طبقه دوم .استفاده می شود.

باید توجه داشت که ما نمی توانیم با استفاده تنها از اصطلاحات گارانتی(Guarantee)، ضمانت نامه(Bond) یا اعتبار نامه تضمینی یا اتکائی ( standby credit)مشخص نمائیم که منظور سند تضمینی عند المطالبه (demand) است یا سند تضمینی مقید و مشروط به انجام تعهد (surety ). برای مثال زمانی که دست اندرکاران کسب و کار و تجارت، اصطلاح تضمین در مقابل حسن انجام کار[[533]](#footnote-533) را به کار می برند، معمولا منظور آن ها اسناد تضمینی مقید و مشروط است، ولی در برخی موارد نیز ممکن است که آن ها به یک سند تضمینی عند المطالبه اشاره می نمایند. بنا بر این ما برای این که بدانیم یک تعهد تضمین در کدام یک از دو طبقه فوق( سندتضمین عند المطالبه یا سند تضمین مقید و مشروط ) قرار دارد ، باید ویژگی خاص آن تعهد تضمین را مورد بر رسی قرار دهیم.

اعتبار نامه تضمینی یا اتکایی که برخی اوقات به آن عنوان (standbys) یا اس ال سی ها معروف می باشند مشابه گارانتی ها و باند ها (bonds) هستند. استفاده از اعتبار نامه تضمینی یا اتکایی در دوره ای رخ داد که بانک های آمریکائی از ساختار موجود اعتبار اسنادی برای ایجاد نوعی اعتبار که مانند تضمین بانکی عمل نماید، استفاده نمودند[[534]](#footnote-534) این نوع تضمین مانند گارانتی ها یا ضمانت نامه ها (bond) عمدتا برای تامین و تضمین حسن انجام کار یا پرداخت، مورد استفاده قرار میگیرند ( یعنی در صورت عدم پرداخت ویا عدم انجام تعهد از آن ها استفاده میگردد. ) بایستی اعتبار نامه تضمینی یا اتکایی را به دقت از اعتبار نامه بیشتر سنتی یا اعتبار اسنادی که به آن ها اعتبارات تجاری گفته می شود متمایز ساخت. از اعتبارات تجاری در معاملات صادراتی به عنوان وسایل مهم پرداخت و نه تضمین پرداخت استفاده می شود، در حالی که اعتبار نامه های تضمینی مانندگارانتی ها و ضمانت نامه ها (bonds ) نظام های پشتیبانی و محافظی هستند که در صورت قصور در پرداخت یا نقض قرار داد از آن ها استفاده می شود و به عبارت دیگر فی نفسه مانند اعتبار نامه یا اعتبار اسنادی وسیله پرداخت نمی باشند.

اطراف یک گارانتی و ضمانت نامه (bond) عبارتند از ذینفع[[535]](#footnote-535) ، متقاضی[[536]](#footnote-536) و ضامن. [[537]](#footnote-537)یا مضمون له، مضمون عنه و ضامن

1-ذینفع – ذینفع طرفی است که در صورت عدم اجرای تعهد طرف دیگر، از منافع تضمین استفاده می نماید. در عمل این شخص خریداریا استخدام کننده می باشد. در قرار دادهای ساختمانی، ذینفع اغلب نهاد دولتی است.

2- متقاضی ( قبلا طرف حساب )

متقاضی عبارتست از طرف تجاری که صدور گارانتی یا تضمین را هدایت می نماید، مثال های مربوط به متقاضیان یا طرف های حساب عبارتست از شرکت های ساختمانی که تضمین میدهند که پروژه ساختمانی کامل خواهد شد و صادر کنندگان بزرگی که تضمین می نمایند که در صورتی که کالا به نحو درست و شایسته حمل نشده باشد پیش پرداخت وارد کننده را به او باز پرداخت خواهند کرد.

3-ضامن

ضامن عبارت است از بانک، شرکت بیمه یا شرکت های ضمانت کننده مقید و مشروط به انجام تعهد[[538]](#footnote-538) که بر طبق دستورات متقاضی یا از طرف او تضمین ها( گارانتی ها) را صادر می نمایند و مسئوول پرداخت یک مبلغ معین یا قابل تعیین وجه الضمان بر طبق شرایط قرار داد تضمین می باشند.

**14-2 موارد استعمال عمده و اساسی تضمین ها(گارانتی ها)، ضمانت نامه ها (bonds) و اعتبار نامه های تضمینی یا اتکایی(standbys)**

تضمین های( گارانتی های) تجاری که در ابتدا مورد استفاده بود، تشکیل می شد از وثیقه سپرده نقدی. اگر طرفی که ودیعه یا وثیقه سپرده بود، بر طبق قرار داد عمل نمی کرد، -برای مثال خریدار ثمن معامله را پرداخت نمی کرد و یا اینکه کالاهای موضوع قرار داد را قبول نمی کرد و یا اینکه عرضه کننده یا فروشنده کالاهای موضوع قرار داد را تحویل نمی داد -، طرف مقابل، می توانست ودیعه را به نفع خود تصاحب نماید. مشکلات و ناراحتی های مترتب بر نظام وثیقه نقدی را ابتکار بانک ها و سایر ارائه کنندگان خدمات مالی که آماده صدور یک تضمین (گارانتی) یا ضمانت نامه بانکی( باند) به جای سپرده یا وثیقه نقدی به وارد کننده بودند، حل کرد. این تضمین ها تقریبا می توانند به همان اندازه وثیقه نقدی برای طلبکار یا ذینفع در صورت قصور طرف مقابل مناسب باشند و مزیتی که برای طرف مقابل نسبت به سپرده یا وثیقه نقدی دارند، این است که ساده تر و کم هزینه تر می باشند.

مهمترین موارد استفاده از گارانتی ها، ضمانت نامه های بانکی (bonds ) و اعتبار نامه تضمینی یا اتکایی(standby credits) در تجارت بین الملل به شرح زیر می باشد:

**ضمانت نامه بانکی حسن انجام کار[[539]](#footnote-539) ( گارانتی ها یا اعتبار نامه های تضمینیی یا اتکایی(SLC)**

ضمانت نامه های بانکی یاذ تضمین های حسن انجام کار(( performance bonds ، پشتیبانی و حفاظت در برابر این خطر ( ریسک ) که صادر کننده یا پیمانکار بر طبق قرار داد عمل ننماید، را ارائه میدهند. مبلغ هزینه تضمین معمولا در صد معینی از قیمت معامله می باشد که معمولا تا میزان ده در صد متغیر می باشد.

**تضمین پرداخت ( یا ضمانت نامه بانکی" bond "یا اعتبار نامه تضمینی یا اتکایی"SLC )**

تضمین های پرداخت، تعهد پرداخت به صادر کننده را تضمین می نماید. اگر یک صادر کننده با معامله به شرط حساب باز ( تحویل کالا قبل از دریافت ثمن معامله ) موافقت نماید، او ممکن است بخواهد که وارد کننده متعهد به صدور یک ضمانت نامه بانکی (bond) یا اعتبار نامه تضمینی ( اتکایی) برای اطمینان از پرداخت شود. در اینصورت در صورتی که وارد کننده ثمن معامله را پرداخت ننماید. صادر کننده از این تضمین ها استفاده خوهد کرد.

**ضمانت نامه شرکت در مناقصه[[540]](#footnote-540) ) گارانتی یا اعتبار نامه تضمینی یا اتکایی"SLC ")**

ضمانت نامه شرکت در مناقصه یا مزایده جهت تضمین تعهد در قرار داد های مزایده یا مناقصه کاربرد دارد. برای مثال یک نهاد دولتی از شرکت کنندگان در یک مناقصه پروژه ساختمانی میخواهد که چنین تضمینی را ارائه دهند. در این روش نهاد دولتی از شرکت کنندگان در مزایده یا مناقصه می خواهد که همراه با تقاضای شر کت خود، این ضمانت نامه را به نفع آن نهاد دولتی ضمیمه نماید. این نوع ضمانت ها تضمین می نمایند که برنده مناقصه عملا آن را قبول و قرار داد مربوطه را بر طبق شرایط مناقصه امضاء خواهد کرد. کارمزد صدور این تضمین در طیفی بین 2 در صد تا 5 درصد کل مبلغ مناقصه قرار خواهد داشت.

**تضمین باز پرداخت پیش پرداخت/تضمین باز پرداخت[[541]](#footnote-541) ( ضمانت نامه بانکی "باند" یا اعتبارنامه تضمینیSLC )**

این تضمین اطمینان حاصل می نماید که پیش پرداخت ذینفع در صورت عدم اجرای قرار داد متقاضی به او مسترد خواهد شد. برای مثال یک وارد کننده که به صادر کننده پیش پرداختی را انجام داده باشد از صادرکننده خواهد خواست که یک تضمین باز پرداخت پیش پرداخت را صادر نماید تا در صورتی که عملا کالا به موقع طبق قرار داد حمل نشود، بتواند پیش پرداخت خود را وصول نماید.

**تضمین پرداخت خسارت در صورت کشف عیب و نقص ( ضمانت نامه بانکی یا اعتبارنامه تضمینی یا اتکایی)[[542]](#footnote-542) به جای وجه التزام**

کار فرمایان پروژه های ساختمانی بزرگ ممکن است که موافقت نمایند که در صدی از مبلغ قرار داد به عنوان تامین در برابر عیب ونقص هائی که فوری قابل رویت نمی باشند، نگاهداشته شده و پرداخت نگردد. ولی کار فرمایان ترجیح میدهند که به جای این ترتیبات، یک تضمین را صادر نماید که به موجب آن در صورتیکه عیب و نقص ساختمان در آینده ظاهر شود، مبلغ معینی را پرداخت خواهد نمود.

**تضمین نگاهداری و تعمیرات[[543]](#footnote-543) ( ضمانت نامه بانکی"bond “یا اعتبار نامه تضمینی یا اتکایی ”SLC” )**

این نوع تضمین ها تعهدات مربوط به عملکرد تجهیزات فروشنده را در تمام دوره مسئولیت عرضه کننده در قبال نقایص ، ضمانت می نماید.

**مثال موردی: اجرای غیر منصفانه ضمانت نامه یا سوء استفاده از ضمانت نامه[[544]](#footnote-544)**

**یک شرکت آمریکائی به نام شرکت فال کول[[545]](#footnote-545) در هوستون تکزاس، قرار دادی را برا ی عرضه ( فروش ) یکصد هزار تن زغال سنگ با یک شرکت انرژی دولتی ترکیه به نام تی کی ال[[546]](#footnote-546) منعقد می نماید. شرکت تی کی ال یک آگهی مناقصه عمومی را انتشار داده بود و شرکت فالکول آمریکائی برنده این مناقصه شده و متعاقب آن قرار داد مزبور را امضاء کرده بود. در این قرار داد از شرکت آمریکائی خواسته شده بود که یک « ضمانت نامه حسن انجام کار » به مبلغ چهار صد هزار دلار را صادر نماید. از رخ دادهای بعدی این حقیقت آشکار می شود که این سند از انواع ضمانت نامه عند المطالبه بوده است. بر طبق قرار داد قرار بوده است که شرکت ترکیه ای تی کی ال ( خریدار ) یک اعتبار نامه تجاری پرداخت 45 روز قبل از حمل را به نفع شرکت آمریکائی گشایش نماید. شرکت ترکیه ای نه تنها چنین اعتبار نامه ای را باز نکرد، بلکه ضمانت نامه بانکی چهار صد هزار دلاری حسن انجام کار فروشنده یا همان شرکت آمریکائی را علیرغم ادعای شرکت آمریکائی که کار خطائی را انجام نداده به اجرا گذاشت و مبلغ آن را وصول نمود. متعاقبا شرکت آمریکائی در دادگاه فدرال در تگزاس بر علیه شرکت ترکیه ای باستناد نقض قرار داد و تقلب اقامه دعوا کرد، ولی دادگاه این دعوا را به علت عدم صلاحیت خود دائر بر اینکه شرکت ترکیه ای هیچ شعبه ای در امریکا ندارد ردنمود.[[547]](#footnote-547)**

**بدین ترتیب شرکت آمریکائی از چند جهت ناراحت شد. این شرکت مناقصه را برده و سپس یک ضمانت نامه بانکی “Bond”به مبلغ چهار صد هزار دلار را سپرده و پیش خود یک نفع زیادی را تصور نموده بود. اما شرکت ترکیه ای قرار داد را با عدم گشایش اعتبار نامه به نفع فروشنده ( شرکت آمریکائی ) نقض کرده و متعاقبا ضمانت نامه حسن انجام کار را نیز به مرحله اجرا گذاشته و وجه الضمان را دریافت کرده بود و دعوای شرکت آمریکائی نیز در دادگاه تگزاس رد شده بود. این یعنی قوز بالا قوز . این دعوا خطر بالقوه ضمانت نامه عند المطالبه را نشان میدهد. در این نوع تضمین ذینفع می تواند از آن سوء استفاده نماید و ممکن است که تعقیب موضوع در دادگاه مشکل و پر هزینه باشد.**

**14-3 تفاوت ها فیما بین ضمانت نامه های عند المطالبه و مشروط و مقید**

هم چنانکه در فوق ملاحظه گردید. تفاوت حقوقی و عملی اساسی در بین دو نوع تضمین وجود دارد که عبارتند از:

1-تضمین ها یا ضمانت نامه های بانکی عند المطالبه که شبیه « نقد فوری » برای ذینفع می باشد و 2- تضمین ها ضمانت نامه های بانکی مقید و مشروط که ذینفع را قبل از دریافت وجه مجبور می کند که ثابت نماید شرایط پرداخت این تضمین ها به وقوع پیوسته است.

**تضمین های عند المطالبه**

بر طبق یک تضمین عند المطالبه، ضامن باید در صورت تقاضای ذینفع(صادر کننده) فورا به او پرداخت به عمل آورد. در این ترتیبات، از آنجائی که هیچ الزامی برای صادر کننده وجود ندارد که اثبات نماید، متقاضی(خریدار) در اجرای تعهدات قرار دادی قصور نموده، بنابراین ذینفع از دسترسی حاضر و آماده و بدون قید وشرط به وجه الضمان مطمئن می باشد و لذا این نوع تضمین واجد ارزش زیاد برای ذینفعان( صادر کنندگان) می باشد. در بسیاری از موارد، تنها الزام اسنادی برای پرداخت در این نوع تضمین، این است که مطالبه ذینفع باید به صورت مکتوب( سند) و همراه با بیان علت مطالبه باشد.

واضح است که این نوع تضمین دارای خطر ( ریسک ) بزرگی برای متقاضی یا وارد کننده یا طرفی است که از بانک یا یک شرکت ارائه دهنده تضمین، درخواست صدور تضمین به نفع ذینفع یا صادر کننده را می نماید.در این تضمین متقاضی یا وارد کننده این خطر ریسک را قبول می نماید که ممکن است ، ذینفع یا صادرکننده، بدون هیچگونه توجیه و من غیر حق و ناعادلانه مطالبه وجه الضمان را بنماید. به این حالت مشکل مطالبه غیر منصفانه یا سوء استفاده از تضمین گفته می شود. گرچه در برخی از نظام های حقوقی ، تخلف و تقلب و عدم صداقت آشکار، به متقاضی حق میدهد که این ضمانت نامه را بلوکه کرده و جلوی پرداخت به ذینفع را بگیرد، ولی اثبات این تخلفات می تواند کار ساده ای نباشد ودر عمل اغلب محال است که بتوان از این اقدام غیر منصفانه جلوگیری کرد. بنابراین بازرگانان با تجربه و محتاط ترجیح میدهند که از دادن ضمانت نامه های عند المطالبه خودداری نمایند.

از ضمانت نامه های عند المطالبه بیشتر در مواردی استفاده می شود که ذینفع یا صادر کننده از قدرت چانه زنی بالائی برخورداراست ودست بالا را دارد و قادر است که دریافت این ضمانت نامه را به اصطلاح به صورت " همین است که هست ،میخواهی بخواه نمی خواهی نخواه " بر طرف دیگر معامله یا وارد کننده تحمیل نماید. مثال کلاسیک در این زمینه عبارتست از فرایند مناقصه های پروژه های بزرگ که در آن مقاطعه کاران از سراسر دنیا برای به دست آوردن یک قرار داد با هم رقابت می نمایند. برخی از متقاضیان این مناقصات موفق می شوند که مناقصه گذاران را مجبور نمایند که یک ضمانت نامه متقابل را ارائه دهند که می تواند خطر سوء استفاده از ضمانت عند المطالبه را کاهش دهد. اما تحقق این روش مستلزم مذاکره و قدرت بالای مذاکراتی متقاضی مناقصه دارد. یک خریدار بسیار قوی و مقتدر می تواند ضمن رد اعطای ضمانت متقابل ،طرف های بالقوه را مجبور به ارائه ضمانت نامه عند المطالبه نماید. بنابراین در موردی که یک بازرگان احساس نماید که تحت فشارهای تجاری مجبور به دادن چنین ضمانت نامه عند المطالبه ای می باشد، تنها راه محافظت خود در برابر سوء استفاده ذینفع از این ضمانت نامه( به اجرا گذاشتن نا حق و ناروای ضمانت نامه عند المطالبه ) این است که از ترتیبات بیمه استفاده نماید. در برخی از کشورها ، شرکت های بیمه ، تضمین دهنده را در مقابل این سوء استفاده بیمه می نمایند ، به شرط این که در فرایند تجاری حداقل شرایط رعایت شده و تضمین دهنده قصوری را مرتکب نشده باشد.. هزینه این بیمه نیز معمولا در قیمت پیشنهادی صادر کننده لحاظ و منظور شود .

مشکل دیگر که مشکل ذاتی ضمانت عند المطالبه می باشد، مربوط است به تاریخ انقضای این ضمانت نامه. گرچه تمام اسناد تضمین دارای تاریخ انقضا می باشند، ولی در پایان مدت ضمانت نامه ، ذینفع(صادرکننده) می تواند، متقاضی( وارد کننده) را مجبور به اعطای تمدید مدت اعتبار ضمانت نامه، از طریق استفاده از ترتیب یا سازو کاری که به نام "یا پرداخت / یا تمدید[[548]](#footnote-548) " معروف است ، بنماید. بنا بر این اگر متقاضی با تمدید موافقت ننماید، در آنصورت ذینفع وجوه( وجه الضمان) را دریافت خواهد کرد و متقاضی ( وارد کننده )مانند مورد سوء استفاده از ضمانت عند المطالبه هیچ حفاظی را در برابر این مطالبه ندارد ودر شرایط عدم امکان اثبات تخلف و تقلب که ضامن را از پرداخت منع نماید، متقاضی( وارد کننده)، برای توسل به راه حل جایگزین شانس زیادی ندارد و چاره ای جز موافقت با تمدید ضمانت نامه نخواهد داشت. قابل توجه است درا ین مورد ، برخی حفاظت ها در آئین کاری قواعد متحد الشکل ضمانت های عند المطالبه اطاق بازرگانی بین المللی ( یو آر دی جی[[549]](#footnote-549)) لحاظ شده است.

در برخی از زمینه های تجاری روش " یا تمدید یا پرداخت " غیر متعارف نمی باشد و می تواند به تمدید اجباری تکراری مدت ضمانت نامه منتهی شود.

اگر چنانچه سوئ نیتی در کار نباشد این روش لزوما و فی نفسه یک روش قابل ایرادی نمی باشد، چرا که درخواست تمدید ممکن است که با یک هدف مشروع بازرگانی قرین باشد. بنابراین در ارتباط با قرار داد های پیمانکاری ، چنین تقاضائی می تواند به عنوان یک فرصت دوباره ای باشد که بوسیله کار فرما به مقاطعه کار داده می شود تا بر طبق تعهدات قرار دادی عمل نماید. در چنین مواردی، غیر منصفانه خواهد بود اگر کار فرما را از توسل به شرط « یا پرداخت با تمدید » محروم نمود.

از یک منظر حقوقی گفته می شود که ضمانت های عند المطالبه ، مستقل و یک تعهد جداگانه و مستقل[[550]](#footnote-550) می باشند. این بدین معنا است که تعهد ضامن ، مستقل و جدای از قرار داد اصلی است. تعهد تضمین مستقیما از طرف ضامن و به نفع ذینفع( صادر کننده) است و زمانی که صادر شد برای ضامن الزام آور می شود و این الزام ضامن ربطی به توانائی یا عدم توانائی بعدی متقاضی( وارد کننده) جهت پرداخت وجوه به ضامن ندارد. بنابراین از این منظر ، حتی ورشکستگی و اعسار متقاضی، ضامن را از تعهد پرداخت خود به ذینفع مبرا نمی سازد. از همه مهمتر این که در ضمانت نامه های عند المطالبه ، ادعای متقاضی( وارد کننده) دایر بر این که ذینفع( صادر کننده) شرایط قرار داد اصلی را نقض کرده، نمی تواند به هیچ وجه جلوی تعهد پرداخت ضامن را بگیرد. هم چنین حتی اگر یک متقاضی( وارد کننده) رسما ایراد و اعتراض نماید که تقاضای ذینفع( صادر کننده) برای دریافت وجه الضمان با سوء نیت ارائه شده، باز هم ضامن در صورت تقاضای ذینفع( صادر کننده) ملزم به پرداخت به او می باشد.

گرچه کار مزد ضمانت عند المطالبه را می توان به میزان در صدی از ارزش قرار داد تعیین نمود، ولی به علت ذات و طبیعت بلا قیدو شرط بودن چنین ضمانتی، به ندرت اتفاق می افتد که متقاضیان ( وارد کنندگان )در مورد این نوع ضمانت ها با کار مزدی بیشتر از در صد ناچیز ی از ارزش کل معامله، مثلا در طیفی بین 5 تا 10در صد موافقت نمایند.

**ضمانت نامه های مشروط( surety bonds) /تضمین های مقید و مشروط(conditional guarantees)**

بر طبق یک تضمین مقید و مشروط، یا ضمانت نامه های مشروط، تعهد ضامن زمانی به اجرا درمی آید که متقاضی( وارد کننده) عملا قرار داد را به موجب اسناد مثبته ، نظیر رای دادگاه یا رای یا تصمیم داوری نقض کرده باشد. بنابراین ذینفع( صادر کننده) به منظور طرح ادعا بر طبق یک ضمانت نامه مشروط و مقید، بایستی قبل از هر چیز قادر باشد که به روش اسنادی ثابت نماید که متقاضی ( وارد کننده) در انجام تعهدات قرار دادی قصور نموده است. بر عکس ضمانت های عند المطالبه، گفته می شودکه ضمانت نامه های مقید و مشروط تعهدات ثانویه یا فرعی هستند، زیرا تعهدات ضامن در این ضمانت نامه ها منوط و موکول به وقوع تخلف واقعی متقاضی( وارد کننده) از اجرای قرار داد اصلی است. به علاوه در تضمین ها و ضمانت نامه های مشروط و مقید، ضامن فقط متعهد به پرداخت، یا انجام تعهدات متقاضی ( وارد کننده) در حد و حدود تعهد او می باشد. از آنجایی که در این ترتیبات ، ضامن جانشین و قائم مقام متقاضی( وارد کننده) برای اجرای تعهدات او تلقی میگردد ، لذا ضامن می تواند از هر دفاع موجود به نفع متقاضی استفاده نماید.

استفاده از این نوع ضمانت ها می تواند سوء استفاده از ضمانت را از بین برده و یا تا حد زیادی کاهش دهد. بنابراین ، این تضمین ها می توانند از دیدگاه متقاضی( وارد کننده) مُرَّجَح بر تضمین عند المطالبه باشند. از آنجائی که متقاضی ( وارد کننده)، در قالب این تضمین های مشروط و مقید ، مطمئن می باشد که تا قبل از اثبات تخلف یا نقض قرار داد از طرف او، ضامن به ذینفع ( صادرکننده )پرداخت نخواهد کرد و یا تعهدی را انجام نخواهد داد، لذا او میتواند قبول نماید که مبلغ وجه الضمان درتضمین مقید و مشروط ،در صد بیشتری از ارزش کل قرار داد را شامل باشد. بنابراین غیر عادی نیست، اگر وجه الضمان در این نوع تضمین در حد سی تا چهل در صد ارزش قرار داد تعیین گردد. این در صد بالا هم چنین می تواند این نوع تضمین را برای ذینفع( صادر کننده) نیز جذاب و جالب توجه نمایدو او را به انجام معامله ترغیب و تشویق کند.. به علاوه ممکن است از هر دو نوع تضمین( ضمانت عند المطالبه و تضمین مقید و مشروط) نیز در یک قرار داد استفاده نمود- یعنی ضمانت عند المطالبه با در صد کم و ضمانت مشروط و مقید با در صد بیشتری از ارزش قرار داد.

14-4 **ساختارهای مستقیم در مقابل غیر مستقیم ( ضمنت نامه های عند المطالبه )**

**تضمین مستقیم ( یا سه جانبه )**

تضمین های عند المطالبه دارای سه طرف، شامل متقاضی (وارد کننده)، ذینفع( صادر کننده) و یک ضامن - بانک یا شخص ثالث دیگر مورد وثوق و اطمینان - می باشد. معمولا متقاضی یا وارد کننده به بانک خود دستور میدهد که ضمانت نامه عند المطالبه را به نفع ذینفع یا صادر کننده صادر نماید. بانک از متقاضی( وارد کننده) خواهد خواست که قرار دادی را امضا نماید که به موجب آن در صورتی که بانک مبلغی را به موجب تضمین به ذینفع یا صادر کننده پرداخت نماید، او (وارد کننده) ان مبلغ را به حساب بانک باز پرداخت یا واریز نماید. اگر ذینفع یا صادر کننده به این اعتقاد رسیده باشد که متقاضی یا وارد کننده در اجرای قرار داد قصور کرده، او یک درخواست پرداخت را به ضامن ارائه خواهد داد. ضامن نیز بدون توجه به هر گونه اطلاع احتمالی درباره قرار داد اصلی، پرداخت را به ذینفع بر طبق ضمانت نامه عند المطالبه انجام خواهد داد. پس از این مرحله ضامن از متقاضی( وارد کننده) واریز این مبلغ را بر طبق الزامات مربوط به جبران یا پرداخت متقابل[[551]](#footnote-551) خواستار خواهد شد.

**تضمین غیر مستقیم یا چهار جانبه در تضمین عندالمطالبه**

این تضمین شبیه تضمین مستقیم است با این فرق که یک بانک در کشور ذینفع( صادر کننده) به زنجیره تضمین اضافه میگردد. در این نوع تضمین بانک متقاضی( وارد کننده) به یک بانک در کشور ذینفع( صادر کننده) دستور میدهد که ضمانت نامه را به نفع ذینفع( صادر کننده) صادر نماید. بانک متقاضی یا وارد کننده باید واریز به بانک ذینفع یا صادر کننده را از طریق یک تضمین متقابل قبول نماید. در برخی از کشورها مقامات بانکی محلی ممکن است قواعد اداری را مقرر نمایند که دارای همان نتیجه باشد که ضمانت عند المطالبه باید به صورت غیر مستقیم ( چهار جانبه. ) باشد.

ساختار غیر مستقیم دارای برخی عدم مزیت ها برای متقاضی یا وارد کننده می باشد: اول اینکه چون دو بانک دست اندر کار می شوند، بنابراین هزینه ها نیز بالاتر میرود؛ دوم این که ضمانت نامه صادره بوسیله بانک در کشور ذینفع (صادر کننده) ممکن است مشمول قانون کشور ذینفع( صادر کننده) گردد. اعمال و اجرای قانون محلی کشور ذینفع( صادر کننده) در مورد این نوع ضمانت نامه، ممکن است که برخی دفاعیات در مورد تقلب یا سوء استفاده از ضمانت نامه های عند المطالبه که در کشور متقاضی ( وارد کننده )مورد قبول دادگاه می باشد را اجازه ندهد.

14-5 **قواعد متحد الشکل ضمانت های عند المطالبه و ضمانت نامه های بانکی(Bonds)**

**قواعد متحد الشکل اطاق بازرگانی بین المللی برای ضمانت نامه های عند المطالبه ( یو آر دی جی 758 )[[552]](#footnote-552)**

اطاق بازرگانی بین المللی در صدد استاندارد و هم آهنگ سازی روش ضمانت های عند المطالبه، از طریق تدوین قواعد متحد الشکل ضمانت های عند المطالبه ( یو آز دی جی ) بر آمده و این قواعد در سال 1991 تدوین و در سال 2010 مورد تجدید نظر واقع گردید ه است. این مجموعه قواعد بر اثر نقائص موجود در مجموعه قواعد قبلی تدوین شده است ( قواعد متحد الشکل اطاق بازرگانی بین المللی برای ضمانت های قرار دادی یو آرسی جی)[[553]](#footnote-553). مجموعه قواعدیو آر سی جی سعی بر این داشت که پاسخی را برای مشکل سوء استفاده از ضمانت نامه های عند المطالبه ( دریافت غیر عادلانه و غیر منصفانه وجه الضمان توسط صادر کننده) ، از طریق تمهید جایگزینی برای این نوغ ضمانت ارائه دهد. در این راستا مجموعه قواعد یو آر سی جی مقرر میکرد که تقاضای ذینفع( صادر کننده) برای پرداخت ، باید همراه رای دادگاه یا رای یا تصمیم داوری باشد ، دائر بر این که متقاضی ( وارد کننده) واقعا تخلف و تقلب کرده است.

اما هم چنانکه در عمل مشخص گردید، معلوم شد که روش ( یو آر سی جی ) با حقایق بازار یعنی قدرت چانه زنی برتر و قویتر ، ذینفع ها ( صادر کنندگان )سازگاری ندارد و بنابراین از آن مجموعه قواعد در حد وسیعی استفاده نگردید و استفاده از ضمانت نامه های عند المطالبه سنتی کماکان در حد وسیعی در جهان ادامه پیدا کرد. کار فرمایان / وارد کنندگان که دارای قدرت چانه زنی بالائی بودند نیز، اغلب مایل به قبول ضمانت مشروط و مقید بر طبق مقررات یو آر سی جی نبودند. البته هنوز هم در موردی که وارد کننده- صادر کننده توانسته باشند بر سر ضمانت نامه مقید و مشروط صادره از طرف بانک موافقت نمایند، میتوان از مجموعه قواعد یو آر سی جی استفاده نمود.

قواعد متحد الشکل اطاق بازرگانی بین المللی در باره ضمانت نامه های عند المطالبه ( یو آر دی جی ) این واقعیت بازار را منعکس می نماید که ضمانت نامه های عند المطالبه مورد استفاده وسیع در بازار می باشد. ، قواهد یو آر دی جی ( قواعد متحد الشکل ضمانت های عند المطالبه اطاق بازرگانی بین المللی ) ، درست شبیه ترتیبات یو سی پی یا مقررات متحد الشکل اعتبارات اسنادی اطاق بازرگانی بین المللی ، زمانی قابل اعمال و اجرا می باشند که صراحتا بر اعمال آن توافق شده باشد. ( مثل درج در انتهای فرم تقاضای صدور ضمانت نامه بانک )

دایره شمول مجموعه قواعد یو آر دی جی، شامل ضمانت نامه های عند المطالبه ای است که به صورت مکتوب بوده و پرداخت نیز مشروط به تسلیم تقاضای مکتوب از طرف ذینفع ( صادر کننده )باشد. گرچه اعتبار نامه تضمینی یا اتکایی به لحاظ حقوقی شبیه ضمانت نامه عندالمطالبه می باشد و بنابراین می تواند مشمول قواعد فوق گردد، ولی ساز و کار اعتبار نامه تضمینی یا اتکایی به قدری تخصصی است که برخی از این اعتبار نامه ها بیشتر بر طبق قواعدرویه های بین المللی اعتبار نامه تضمینی (آی اس پی 98 )[[554]](#footnote-554)صادر میگردند تا بر طبق قواعد یو سی پی در مورد اعتبارات اسنادی .

قواعد متحد الشکل ضمانت های عند المطالبه(یو آر دی جی) سه اصل اساسی ضمانت های عند المطالبه را تائید می نماید که عبارتند از:

1. استقلال ضمانت عند المطالبه از قرار داد اصلی معامله؛
2. ماهیت اسنادی بودن ضمانت عند المطالبه؛ و
3. محدود بودن وظیفه ضامن درقبال تقاضای کتبی پرداخت ذینفع توسط به تنها یک بررسی کلی درباره انطباق درخواست مزبور با شرایط ضمانت عند المطالبه.

قواعد متحد الشکل ضمانت عند المطالبه، تعداد کمی شرط رسمی و خاص را برای درخواست پرداخت از طرف ذینفع( صادر کننده یا مضمون له مقرر داشته است. در خواست باید بصورت مکتوب و منطبق با شرایط ضمانت عند المطالبه باشد. این درخواست هم چنین باید با یک اظهار ذینفع ( صادر کننده )دائر بر نقض قرار داد همراه باشد. در این اظهارمربوط به نقض قرار داد ، بایستی ماهیت نقض نیز مشخص شود. اما لازم نیست که این اظهار نقض بوسیله شخص ثالث بی طرفی مانند یک مهندس مستقل یا داور صورت گیرد یا مورد تایید قرار گیرد. مگر اینکه در ضمانت خلاف آن تصریح شده باشد. بنا بر این صرف اظهار خود ذینفع( صادر کننده) قابل قبول می باشد.

قواعد متحد الشکل ضمانت های عند المطالبه، حاوی استانداردهای بازاری جهانی برای این نوع ضمانت ها می باشند. فدراسیون های بانکی متعدد، این قواعد را تائید کرده اند و از بانک های اعضای خود تقاضا نموده اند که از این قواعد به صورت قواعد پیش فرض[[555]](#footnote-555) استفاده نمایند. در سال 2002 بانک جهانی از این قواعد پشتیبانی نمود. این اقدام بانک جهانی یک گام مهم واساسی برای پذیرش جهانی این قواعد توسط بانک ها و استفاده از آن ها در قرار دادها محسوب می گردد. در هر سال هزاران ضمانت نامه های عند المطالبه بر طبق این قواعد در ارتباط با پروژه های خرید و ساختمانی تامین مالی شده بوسیله بانک جهانی صادر می گردد. بانک جهانی قوعد اطاق بازرگانی بین المللی را در فرم های مدل ضمانت های بدون قید و شرط خود گنجانده است.

فدراسیون بین المللی مهندسین مشاور ( اف آِی دی آی سی )[[556]](#footnote-556) نیز قواعد متحد الشکل ضمانت نامه های عندالمطاله اطاق بازرگانی بین المللی ( یو آر دی جی ) را از طریق استفاده از آن ها در فرم های مدل ضمانت خود، که در حد وسیعی از آن ها در قرار دادهای ساختمانی استفاده میگردد، مورد تائید قرار داده است.

در سال 1997 سازمان هم آهنگ سازی حقوق کسب و کار در آفریقا ( اُ هادا )[[557]](#footnote-557) یک قانون متحد الشکل درباره تضمین منافع[[558]](#footnote-558) را تدوین نمودکه فصل مربوط به تضمین و ضمانت نامه های آن دقیقا انعکاسی است از قواعد متحد الشکل ضمانت های عند المطالبه اطاق بازرگانی بین المللی . این قانون در حال حاضر در 15 کشور آفریقایی اجرا میگردد.

14-6 **قواعد متحد الشکل برای ضمانت های مقید و مشروط یا ضمانت های جانبی یا فرعی[[559]](#footnote-559)**

**قواعد اطاق بازرگانی بین المللی در مورد ضمانت های مشروط[[560]](#footnote-560)**

اطاق بازرگانی بین المللی دو مجموعه قواعد را در مورد ضمانت های مقید و مشروط تهیه کرده و انتشار داده است. یکی از این دو مجموعه قواعد، عمدتا برای ضمانت های صادره بوسیله شرکت های بیمه و شرکت های تخصصی صدور ضمانت های مشروط و مقید تهیه شده است که به نام قواعد اطاق بازرگانی بین المللی برای ضمانت نامه های(Bonds) قرار دادی[[561]](#footnote-561) معروف می باشد و مجموعه قواعد دیگر دارای کار برد وسیعتری است و عمدتا در مورد بانک به عنوان ضامن طراحی شده است. این مجموعه قواعد به قواعد اطاق بازرگانی بین المللی برای تضمین های Guarantees)) قرار داد[[562]](#footnote-562) معروف است.

* **قواعد متحد الشکل اطاق بازرگانی بین المللی برای ضمانت نامه های(Bonds) قرار دادی )یو آر سی بی 524( .[[563]](#footnote-563)** این قواعد برای اولین بار در سال1993 منتشر شدو در مورد ضمانت های مقید و مشروط به کار میرود.
* **قواعد اطاق بازرگانی بین المللی در مورد تضمین های(Guarantees) قرار دادی ) یو آر سی جی 325(.** [[564]](#footnote-564) این قواعد برای اولین بار در سال 1978 جهت ضمانت های بانکی که اجرای آن مستلزم اثبات قصور بوسیله اسناد می باشد، تدوین گردید.( این قواعد به منظور جلوگیری از سوء استفاده ذینفعان( صادر کنندگان) تدوین شده و در این ارتباط مقرر میدارد که درخواست ذینفع( صادر کننده) باید مستند به رای دادگاه یا تصمیم داوری باشد.

یکی ازعدم مزایای بالقوه ضمانت های مشروط و مقید برای صادر کننده این است که باصطلاح کشیدن ماشه برای انجام تعهدات ضامن، مستلزم رای دادگاه یا تصمیم داوری است و اخذ این رای و تصمیم ممکن است که مدتی طول بکشد. برای رفع این مشکل و به منظو تمهید یک جبران سریع برای صادر کننده، مجموعه قواعد متحد الشکل اطاق بازرگانی بین المللی در باره ضمانت نامه های قرار دادی یا یو آر سی بی 524 ، تدابیر اسنادی جایگزین را ارائه میدهد. بدین معنا که طرقین قرار داد میتوانند موافقت نمایند که کشیدن ماشه انجام تعهدات تضمین منوط به ارائه " گواهی قصور" صادره توسط یک آرشیتکت، مهندس مستقل یا یک داور اطاق بازرگانی بین المللی بدون ارجاع به داوری رسمی ، گردد. گزینه دیگر در این مجموعه قواعد ، این است که ضامن میتواند بر اساس بررسی های خودش گواهی قصور را صادر نماید .

از آنجائی که درتضمین های مقیدو مشروط می شود از ضامن خواسته شود که جزئیات عملی و واقعی قصورهای متقاضیان یا وارد کنندگان را تائید نماید، لذا بانک ها در مورد صدور این تضمین ها اکراه دارند. اما از آن جایی که شرکت های بیمه و شرکت های تخصصی ارائه دهنده تضمین های مقید و مشروط، تجربیات زیادتری را در بر رسی احتمالات وقوع قصورها دارا می باشند ، لذا در مقایسه با بانک ها از آمادگی بیشتری برای صدور این نوع تضمین ها بر خوردار می باشند. این مطلب کاملا صحیح است که شرکت های متخصص در ارائه تضمین های مقید و مشروط، در مدیریت این نوع ضمانت ها تخصص دارند. با این همه یک قاعده مطلق در این باره وجود ندارد. بدین معنا که شرکت های بیمه و سایر بنگاه ها نیز ممکن است متمایل به صدور ضمانت نامه های عند المطالبه و بانک ها متمایل به صدور تضمین های مشروط و مقید باشند.

در سال 2000 کنوانسیون سازمان ملل متحد درباره تضمین های مستقل و اعتبار نامه های تضمینی[[565]](#footnote-565) به مرحله اجرا در آمد. این کنوانسیون جهت تسهیل استفاده از تضمین های مستقل و اعتبار نامه های تضمینی یا اتکایی بویژه در حالتی که فقط یکی از این اسناد به صورت سنتی مورد استفاده باشد، طراحی شده است.

14-7 **قواعد متحد الشکل برای اعتبار نامه های تضمینی یا اتکایی: رویه های بین المللی اعتبار نامه های تضمینی یا اتکایی(آی اِس پی98)[[566]](#footnote-566)**

**سابقه**

هم چنانکه در فوق اشاره شد، اعتبار نامه تضمینی یا اتکایی باضمانت عند المطالبه شباهت زیادی دارد. این اعتبار نامه ها زمانی در ایالات متحده آمریکا باب شد که در آن زمان قوانین و مقررات این کشور به بانک ها اجازه نمیداد که تضمین های بانکی را صادر نمایند. به هر حال امروزه استفاده از رویه اعتبار نامه های تضمینی( اتکایی) در سطح جهان گسترش یافته و این اسناد در سراسر دنیا توسط بانک ها صادر میگردد. قبلا این اسناد در قالب و بر طبق قواعد مربوط به اعتبارات تجاری ( UCP ) یا مجموعه مقررات متحد الشکل اعتبارات اسنادی [[567]](#footnote-567) صادر میگردید، ولی این تصور وجود داشت که تعدادی از مواد این مجموعه مقررات، مناسب اعتبار نامه های تضمینی( اتکایی) نمی باشند. در نتیجه اطاق بازرگانی بین المللی، یک سری قواعد را مختص اعتبار نامه های تضمینی( اتکایی) تدوین نمود که به نام رویه ها یا مقررات بین المللی اعتبار نامه های تضمینی یا اتکایی[[568]](#footnote-568) ( ISP98 ) ( نشریه 590 اطاق بازرگانی بین المللی ) معروف است .این قواعد در اصل و اساسادر تحت توجهات موسسه بین المللی حقوق و رویه بانکی[[569]](#footnote-569) با همکاری انجمن خدمات مالی بین المللی ( [[570]](#footnote-570)IFSA ) تهیه و تدوین شده بود.

**مقررات بین المللی اعتبار نامه های تضمینی:(ISP95)قواعد خاص برای اعتبار نامه های تضمینی( اتکایی)**

گر چه اعتبار نامه های تضمینی یا اتکایی ( Standbys) و اعتبار نامه های تجاری( اعتبارات اسنادی.م) در برخی جهات با یکدیگر شبیه می باشند، ولی در عین حال تفاوت های مهمی نیز بین این دو وجود دارد و همین اختلافات باعث شده است که قواعد جداگانه ای در مورد آن ها تدوین شود.

هم چنانکه در مقدمه مقررات بین المللی اعتبار نامه های تضمینی یا اتکایی ( ISP98 ) آمده است: " اعتبار نامه های تضمینی یا اتکایی به منظور حمایت از پرداخت به هنگام حال شدن تعهد پرداخت یا پس از قصور در پرداخت تعهدات مبتنی بر، وام پولی یا پیش پرداخت یا وقوع یا عدم وقوع یک احتمال دیگر صادر می شوند " این اسناد به عنوان اسناد اطمینان بخش ، بیشتر شبیه تضمین ها عمل می نمایند. هر چند اعتبار نامه های تضمینی یا اتکایی ابتدا بوسیله بانک های آمریکائی تدو[[571]](#footnote-571)ین و مورد استفاده قرار گرفتند، ولی به یک موفقیت جهانی چشم گیری نایل شده اند. در سال های اخیر معاملات مبتنی بر این نوع اعتبار نامه، در بانک های غیر آمریکایی خیلی بیشتر از بانک های آمریکائی شده است. به طور کلی ارزش اعتبار نامه های تضمینی یا اتکایی که سالانه صادر میشود، خیلی بیشتر از اعتبار نامه های تجاری ( اعتبارات اسنادی است. م)

**مقررات مهم و کلیدی ISP98**

این مجموعه مقررات تفضیلی ترو به لحاظ حقوقی پیچیده تر از سایر قواعد اطاق بازرگانی بین المللی به نظر میرسند. از آنجائی که اعتبار نامه های تضمینی( اتکایی) مورد استفاده و سیعتر جوامع حقوقی و بازرگانی نسبت به اعتبار نامه های تجاری است و نیز از آنجائی که اعتبار نامه های تضمینی( اتکایی) با مبالغ بالا ، اغلب حاوی شرایط نسبتا تفصیلی و پیچیده می باشند، لذا این احساس به وجود آمد که اعمال دقت بیشتر درمورد این اسناد لازم و ضروری است.

قواعد ISP میتواند بر طبق متن اعتبار نامه تضمینی ( اتکایی) تغییر کند یا در نظر گرفته نشود. اگر اعتبار نامه های تضمینی یا اتکایی با قانون قابل اعمال یا قانون صلاحیت دار درتضاد باشد، قانون مزبور حاکم خواهد بود. این مقررات شامل ده قاعده و هر قاعده دارای چندین قاعده فرعی می باشد:

* **قاعده اول: مقررات کلی،** شامل دامنه شمول، درخواست، تعاریف و تفاسیر؛
* **قاعده دوم: تعهدات،**شامل تعهدات شعب مختلف، کارگزاران و سایر دوایر؛ شرایط صدور؛ تعیین ها و غیره؛
* **قاعده سوم: ارائه،** چه اقدامی یک ارائه محسوب میشود؛ ارائه به موقع چه زمانی انجام می شود؛ شرط تمدید یا پرداخت و غیره.
* **قاعده چهارم: بررسی،** بررسی جهت تعیین متابعت از شرایط؛ امضای مورد لزوم بر روی یک سند؛ متن مشابه ؛ شرایط و ضوابط غیر اسنادی ؛انواع اسناد استاندارد و غیره.
* **قاعده پنجم: ابلاغ و فیصله اسناد،** ابلاغ به موقع عدم اعتبار؛ ابلاغ انقضا ی تاریخ؛ فیصله اسناد و غیره.
* **قاعده ششم: انتقال، احاله و انتقال توسط عملکرد قانون،** انتقال حقوق برداشت و شرایط مربوط به آن؛ تائید احاله در آمد ها وشرایط آن ؛ حقوق و تعهدات یک جانشین و قائم مقام در صورت انتقال بوسیله قانون و غیره.
* **قاعده هفتم: صرفنظر و ابطال،** لزوم کسب رضایت ذینفع برای صرفنظر کردن از حقوق او؛ تشخیص و نظر صادر کننده اعتبار راجع به تصمیم ابطال و غیره.
* **قاعده هشتم: تعهدات باز پرداخت،** حق باز پرداخت؛ باز پرداخت مبلغ واریز شده؛ باز پرداخت بین بانکی و غیره.
* ***قاعده نهم: مدت،***مدت اعتبار نامه تضمینی یا اتکایی؛ محاسبه مدت؛ زمان و روز انقضا و غیره.
* **قاعده دهم: همنشری[[572]](#footnote-572)/ مشارکت.**

یکی از دلایل تدوین این قواعد این بود که احساس می شد که برخی از مقررات متحد الشکل اعتبارات اسنادی(UCP)، برای اعتبار نامه های تضمینی یا اتکایی( Standbys) نا ساز گار یانا مناسب بودند. ذینفع( صادر کننده) می تواند از طریق پافشاری و اصرار بر اینکه اعتبارنامه باید بر طبق قواعد ( ISP98 ) باشد و نه بر طبق قواعد ( UCP ) از قواعد نامناسب یا ناسازگار UCP احتراز نماید. این قواعد به شرح زیر میباشند:

1- **ماده 36 UCP 600**

زمانی که محال باشد که بتوان اسناد را قبل از انقضاء مدت به علت تعطیلی ادارات بر اثر فرس مااژور ( مانند کشمکش های داخلی، زلزله، جنگ، " کار خدا " و غیره ) ارائه داد ، قواعد UCP از بانک می خواهد که اسناد را پس از تاریخ انقضاء قبول ننمایند. ذینفع ها(صادر کنندگان ) اغلب این ماده 36 رادر اعتبار تجاری( اعتبار اسنادی. م) و اعتبار تضمینی یا اتکایی اصلاح می نمایند.

**2 -ماده 32 600UCP**

در موردی که اعتبار به صورت قسطی باشد و از هر قسط در زمان معین استفاده نشده باشد، اعتبار نامه خاتمه می یابد.

**3-** **بند ج ماده 14 ( UCP )**

در موردی که اعتبار ، ارائه سند حمل را مقرر کرده و اسناد مزبور دیر تر از21 روز تقویمی پس از حمل یا پس از تاریخ مشخص شده دیگری پس از تاریخ حمل ارائه شوند، بانک موظف است که اسناد را رد نماید، هر چند که این اسناد قبل از انقضاء تاریخ اعتبار نامه ارائه شده باشند.

از آنجایی که همانند سایر قواعد قراردادی اطاق بازرگانی بین المللی، قواعد 98 ISP نیز برای اینکه از اعتبار قانونی برخوردار باشند باید صراحتا و مشخصا در متن اعتبار و در این مورد در متن اعتبار نامه تضمینی یا(Standby) درج گردد، لذا تدوین کنندگان این قواعد، متن زیرا را به این منظور پیشنهاد می نمایند: « این تعهد بر طبق قواعد و رویه های بین المللی اعتبار نامه تضمینی ( اتکایی) 1998 یا « بر طبق ISP98» می باشد.

**خود آزمایی فصل چهاردهم: تضمین ها، ضمانت نامه ها و اعتبارنامه تضمینی یا اتکایی**

**صحیح یا اشتباه**

1. یک اختلاف مهم و کلیدیین اعتبار تجاری و یک اعتبار تضمینی یا اتکایی ، این است که اعتبار تجاری معمولا به عنوان وسیله پرداخت در یک قرار داد فروش تلقی میگردد ، در حالی که از اعتبار تضمینی یا اتکائی برای حسن انجام کار استفاده میگردد.
2. قواعد متحد الشکل اطاق بازر گانی بین المللی برای تضمین های قرار دادی فورا مقبولیت جهانی پیدا کرد و آن را بانک جهانی و سایر سازمان های بین المللی مورد تایید قرار دادند.
3. تضمین های مقید [[573]](#footnote-573) بر پایه و اساس شرط هستند و این بدین معنا است که حق ذینفع یا صادر کننده برای اجرای تضمین و استفاده از وجوه (وجه الضمان) مشروط به این است که ثابت نماید( برای مثال از طریق رای داوری ) که وارد کننده، ثمن معامله را نپر داخته است.
4. تضمین های عندالمطالبه و اعتبار های تضمینی ( اتکایی) ، هر دو مشمول همان مجموعه قواعد متحد الشکل تضمین های عند المطالبه (RDG) میباشند..
5. یکی از منافع ضمانت نامه عند المطالبه این است که طرف وارد کننده با هیچ خطری ( ریسکی ) در مورد این که صادر کننده ممکن است به صورت نا عادلانه از آن ضمانت نامه استفاده کند ، مواجه نمی باشد.

پاسخ ها:

1. صحیح
2. اشتباه
3. صحیح
4. اشتباه
5. اشتباه

**فصل پانزدهم**

**حمل ونقل بین المللی: حمل کنندگان، اسناد و قانون**

**خلاصه**

برای صادر کنندگان و وارد کنندگان، انتخاب روش حمل بین المللی کالا دارای اثر مستقیم بر قیمت، سرعت تحویل کالا و جلو گیری ازخطر ( ریسک ) از دست رفتن یا وارد آمدن صدمه به کالا می باشد. بازرگانان بزرگ و عمده ، دارای دپارتمان های لجستیک و کارکنان با تجربه و ورزیده در زمینه مدیریت زنجیره تامین جهانی می باشند، ولی بازرگانان کوچکتر اغلب به خدمات کارگزار فرست بین المللی یا کارگزار حمل و نقل و ترخیص کالا[[574]](#footnote-574)( فورواردر ها) متکی می باشند.

ارسال کنندگان ( صادر کنندگان / فروشندگان) باید کاملا و دقیقا تعهدات حمل مندرج در قرار داد فروش را به اطلاع کارگزار فرست ها ( فور واردر ها)و هم چنین حمل کنندگان برسانند. در این اطلاعات باید مواردی چون محل برداشتن بار، محل تحویل بار به خریدار ( وارد کننده ) هزینه های جابجائی و بارگیری و بار ورزی[[575]](#footnote-575) و مقدار محموله لازم برای بسته بندی مشخصا آورده شود.

نظام حقوقی در مورد حمل بین المللی کالا پیچیده می باشد و در صورت از دست رفتن و یا وارد آمدن خسارت به کالا، برای یک فرد بی تجربه و فاقد تخصص مشکل خواهد بود که بتواند مسئول در این زمینه را مشخص نماید. در نتیجه برای بازرگانان، مطمئن ترین راه این است که کاملا و به نحو تمام عیار در مقابل تمام خطرات بالقوه و احتمالی حمل ، بیمه باشند.

اسناد حمل ، نظیر بارنامه و راهنامه ، نقش مهم و اساسی را در فرایند حمل و نقل و هم چنین روش های پرداخت(ثمن معامله) ، نظیر اعتبار نامه یا اعتبار اسنادی ایفا می نمایند. لازم است که بین اسناد قابل انتقال و قابل معامله مانند بارنامه دریائی واسناد غیر قابل انتقال و غیر قابل معامله مانند راه نامه ها تفاوت قایل شد.

15-1 **مقدمه**

هر یک از روش ها یا شیوه های حمل، مر بوط به وظیفه خاص و متفاوتی هستند ودارای شالوده و قالب حقوقی و اسنادی خاص خود می باشند. شاید چنین به نظر برسد که انتخاب بین حمل دریائی یا هوائی یا زمینی را طبیعت و ماهیت معامله تعیین می نماید. اما بازرگانان همیشه باید شیوه های متفاوت حمل و ارائه کنندگان این خدمت را مورد بررسی قرار دهند. برای مثال حمل هوائی می تواند با کمال تعجب به خاطر صرفه جویی در هزینه ناشی از نرخ های بیمه پائین تر و کاهش زمان حمل، رقابتی تر و اقتصادی تر باشد.

بازرگانان باید عملیات حمل را با بقیه فرایند صادرات، از طریق حفظ ارتباطات بین فروش ها، بازاریابی، خرید و کارکنان لجستیک، هم آهنگ نمایند. هنگامیکه بازرگان از یک ارائه کننده خدمات در خارج ، نظیر کارگزار فرست یا کارگزار حمل و نقل و ترخیص کالا (فور واردر)استفاده می نماید، حفظ و گسترش این ارتباط مهم و ضروری است. در مواردی که بازرگانان با فورواردر ها یا کارگزار فرست ها و حمل کنندگان نا آشنا سر و کار پیدا می نمایند، احتمال زیادی وجود دارد که با مشکلاتی مواجه شوند. در حالی که در موردی که یک رابطه جا افتاده ای با این افراد وجود داشته باشد، مشکلات کمتری رخ میدهد و اختلاف های احتمالی نیز باحتمال خیلی زیاد با یک امتیاز دهی سریع و یا با مذاکره حل و فصل میگردد.

با توجه به پیچیدگی های شدید قواعد حقوقی معمول در حمل بین المللی، بازرگانان باید به دنبال پوشش بیمه ای کامل ، از جمله بیمه نامه های اضطراری[[576]](#footnote-576) یا گپ[[577]](#footnote-577) که مکمل هر نوع پوشش بیمه ای دیگر در مورد معاملات است، باشند.

15-2 **مدیریت حمل و نقل: اصول اساسی**

15-2-1 **تخفیف بر حسب مقدار**

ارائه کنندگان خدمات حمل و نقل، برای حمل بارهای زیاد و یا فرایند حمل تکراری و منظم بار، نرخ های حمل ارزانتر( با تخفیف یا پس دادن بخشی از هزینه حمل ) را ارائه می نمایند. در نتیجه صادر کنندگان و وارد کنندگان، در صورت امکان باید در پی حمل مقادیر بیشتری از کالا باشند، یا برای مدت مداوم و پیوسته ای به ارسال کالا توسط یک مسئول حمل اشتغال داشته باشند. این امر می تواند به طرق زیر محقق شود:

* تجمیع فروش های متعدد مختلف در یک حمل واحد؛
* استفاده از ترتیبات حمل درب تا درب[[578]](#footnote-578) و
* تاسیس و ایجاد باشگاه های حمل یا شوراهای حمل برای چانه زنی گروهی و دسته جمعی درباره نرخ های حمل بار.

15-2-2 **اثر هزینه های حمل و نقل بر قیمت کالا**

هزینه حمل کالا می تواند بخش مهمی از هزینه نهائی محصول را برای وارد کننده ، بویژه در مورد کالاها ی خام و اولیه یا محصولات کم ارزش، تشکیل دهد. بنابراین هم برای صادر کننده و هم برای وارد کننده مهم است که به تعهدات و خطرات ( ریسک های ) حمل مربوطه کاملا آشنا و واقف باشند. قیمتی را که یک صادر کننده به وارد کننده اعلام می نماید، بستگی به قاعده اینکوترمزی دارد که او برای شیوه حمل انتخاب می نماید. ( زیرا این قاعده اینکو ترمز انتخابی است که مشخص می نماید چه کسی باید هزینه عمده حمل بین المللی را پرداخت نماید. ) صادر کنندگان کوچک و صادر کننده گانی که برای اولین بار به صادرات اقدام می نمایند اغلب در این ارتباط از قاعده اینکوترمز EX Works(EXW) استفاده می نمایند ( تحویل کالا در محل کارصادر کننده با ذکر نام محل مقرر برای تحویل ) زیرا این قاعده تمام مسئولیت ها و خطرات ( ریسک های ) حمل را به گردن وارد کننده می اندازد. این صادرکنندگان هم چنین قاعده اینکوترمز FCA و قاعده اینکوترمز FOB را نیز انتخاب می نمایند. هر چند که این قواعد از فروشنده ( صادر کننده ) می خواهد که کالاها را برای صادرات آماده نمایند، ولی هزینه ها و خطر ( ریسک ) حمل بین المللی را برعهده خریدار محول می نمایند.

با انتخاب قواعد اینکوترمز که تعهدات زیادی را بر عهده صادر کننده نمی گذارد -مانند قواعد اینکوترمز EXW و FCA یا FOB- ممکن است که صادر کننده یک مرکز سود دهی بالقوه را نادیده بگیرد. بدین معنا که صادر کننده می تواند به جای استفاده از این قواعد خودش مدیریت عملیات حمل را انجام دهد و یک کمیسیون ( حق العملی ) را برای خدماتی که انجام میدهد از وارد کننده دریافت نماید. صادرکننده ای که قادر باشد با تبحر و ماهرانه مذاکرات زنجیره حمل را عهده دار و بر آن نظارت کند، می تواند از طریق استفاده از قواعد CIF ، CIP یا DDP ، یعنی از طریق مدیریت حمل و دریافت کمیسیون ( حق العمل ) ازخریدار در مقابل این خدمات، به منافعی نایل آید.

زمانی صرفه جویی های بهینه در هزینه حمل ، تسهیل میگردد که یا صادر کننده تمام تعهدات مربوط به حمل ( قاعده اینکو ترمز (EXW یا وارد کننده تمام تعهدات مربوط به حمل( قاعده اینکو ترمز DDP ) را قبول نماید. در اینصورت کل خدمات حمل که توسط حمل کننده انجام خواهد شد بیشتر و بزرگتر خواهد شد و در نتیجه مشمول تخفیف قرار خواهد گرفت. چرا که بین دو طرف معامله یعنی صادر کننده و وارد کننده تقسیم نخواهد شد.بنا بر این از آنجایی که مقادیر حمل بزرگتر با قیمت های کمترِ متناسب با آن مقادیر همراه میباشد، لذا چنین به نظر می رسد که انتخاب قواعد اینکوترمز که در" حد افراطی"[[579]](#footnote-579) در طیف این قواعد قرار دارند اقتصادی تر خواهد بود.( مانند قاعده اینکو ترمزEXWوDDP که به ترتیب در ابتدا و در انتهای فهرست این قواعد قرار دارند . م)

**15-2-3 سرعت در تحویل**

در بسیاری از بازارها عامل سرعت حمل یک عامل مهم در تقویت قدرت رقابتی به حساب می آید. یک ملاحظه مربوطه در این باره که بایدآن را در نظر داشت ، قابل اعتماد بودن روش حمل است: تا چه حد تاخیر در حمل معمول و عادی می باشد؟ از آنجائی که تاخیر ها در حمل زمانی اتفاق می افتد که یک محموله از یک حمل کننده به حمل کننده دیگر منتقل شود، بنابراین برخی از صادر کنندگان ترجیح میدهندکه تمام زنجیره حمل را کنترل و مدیریت نمایند و درنتیجه کالا را بر طبق قاعده اینکوترمز DDP (تحویل کالا در محل مقرر در مقصدبا ترخیص و پرداخت خقوق و عوارض گمرکی )حمل می نمایند. برای برخی از طرفین معامله ممکن است اعتماد داشتن به حمل( یا کیفیت حمل .م) بر سرعت حمل مقدم باشد. صرفنظر از اینکه کدام طرف مقصر تاخیر در حمل باشد ، این صادر کننده است که با خطر ( ریسک ) نقض یک مهلت قرار دادی یا از دست دادن مشتری بر اثر القای تصویر غیر قابل اعتماد بودن مواجه می گردد.

مدت های طولانی در مورد حمل کالا، سبب می شود که به هزینه کل ، به علت پرداخت بهره برای سرمایه در گردش در طی این مدت که کالا در دسترس نمی باشد، اضافه گردد. به همین علت است که برخی اوقات با کمال تعجب مشاهده می شود که حمل هوائی گزینه رقابتی و اقتصادی تری نسبت به حمل دریائی می شود.

15-2-4 **مدیریت انبار و مدیریت موجودی کالا[[580]](#footnote-580)**

در سال های اخیر، شرکت ها از مدیریت انبار وموجودی کالا به عنوان وسیله ای جهت کاهش هزینه ها و افزایش کار آئی استفاده کرده اند. مثال بارز در این زمینه را می توان سیستم های مدیریت تولید به هنگام و بدون نیاز به انبار[[581]](#footnote-581) کردن محصول مشاهده نمود که ژاپن پیشگام و مُبدِع آن بوده است. این سیستم ها نیاز به انبار را برای تولید کننده منتفی می سازد. زیرا تولیدات روزانه تحویل میگردند و به انبار نمیروند و مستقیما پس از تولید صادر میگردند. این سیستم ها اکنون در سراسر جهان معمول و متداول شده است.

15-2-5 **بسته بندی**

بسته به شیوه حمل و نقل ، هزینه بسته بندی نیز متفاوت می شود. بسته بندی نا مناسب یا نا کافی ، نتیجه اش افزایش امکان وارد آمدن لطمه و خسارت به کالاهای در حال حمل است. یک شیوه حمل ارزان، می تواند مستلزم هزینه های بسته بندی گران تر باشد و یا در غیر این صورت باید با موارد بیشتر از دست دادن یا وارد آمدن لطمه و صدمه به کالای در حال حمل مواجه گردید. شیوه های حمل درب تا درب، از طریق بارگیری کامل دریک کانتینر، که به حداقل بسته بندی نیاز دارد می تواند نسبت به سایر شیوه های حمل با ر ، ارزانترو رقابتی تر باشد.

اگر وارد کننده مسئوول ترتیب دادن حمل باشد، او باید صادر کننده را در اسرع وقت ممکن از خصوصیات آن حمل مطلع نماید. زیرا ممکن است که صادر کننده بخواهد نوع و یا میزان بسته بندی مورد نیاز و مناسب را تغیر دهد.

15-2-6 **گمرک**

شیوه های مختلف حمل ،حاوی روش های گوناگون برای ترخیص گمرکی می باشند، که این خود می تواند بر زمان حمل تاثیر داشته باشد. روش های گمرکی ساده شده در دسترس، در مورد حمل هوایی و پستی و درتحت رزیم های خاص حمل های زمینی یا ریلی، می تواند قدرت رقابتی این شیوه ها را نسبت به حمل دریائی افزایش دهد.

15-2-7 **نظام های پرداخت**

انتخاب روش پرداخت می تواند بر شیوه حمل و یا برعکس تاثیر داشته باشد. پرداخت ها ( پرداخت ثمن معامله .م) بوسیله اعتبار اسنادی ممکن است مستلزم ارائه یک بار نامه حمل برروی عرشه کشتی باشد. در چنین موردی استفاده از حمل هوائی شرایط اعتبار اسنادی را نقض خواهد کرد ( زیرا اگر در اعتبار اسنادی برای پرداخت ارائه بارنامه دریائی شرط شده باشد، ارائه راهنامه هوائی به جای آن قابل قبول نخواهد بود )

15-3 **معاهدات و کنوانسیون های بین المللی**

انواع مختلف معاهدات بین المللی در مورد شیوه های متعدد حمل اعمال میگردند. این معاهدات گستره و محدودیت های مسئولیت حمل کننده در مورد از دست رفتن یا صدمه و لطمه به کالای در حین حمل را مشخص می نمایند.

15-3-1 **حمل دریائی:**

* **قواعد لاهه ( 1924 )** یاکنوانسیون بین المللی برای متحد الشکل ساختن برخی قواعد قانونی مربوط به بارنامه ها[[582]](#footnote-582) . تقریبا 89 کشور، این کنوانسیون که به نام کنوانسیون بروکسل نیز معروف است را امضا کرده اند. متعاقبا ، معاهده مزبور به این علت که در آن مسئولیت صاحبان کشتی در حد بسیار پائینی تعریف شده بودو به علاوه در آن استثنائات متعددی نیز دائربه معافیت آن ها از مسئولیت مقرر شده بود، مورد انتقاد قرار گرفت. این کنوانسیون در مورد کالاهائی که در دریا به موجب بارنامه صادره در یکی از کشورهای عضو حمل میگردند، کار برد دارد.
* **قواعد لاهه- ویزبی ( 1968 )**

پروتکلی است که قواعد لاهه را اصلاح می نماید. قواعدمزبور در سال 1968 در بروکسل امضا و به نام قواعد لاهه – ویزبی معروف شد و تا کنون 33 کشور آن را تصویب نموده اند. این قواعد به طور کلی مواردی که صاحبان کشتی در معرض مسئولیت قرارمی گیرند را افزایش داده است. باید توجه داشت که هم قواعد لاهه وهم قواعد لاهه- ویزبی، مقرر میدارند که مسئولیت یا پرداخت خسارت حمل کننده ، محدود به مقدار معینی برای هر بسته یا هر کیلوگرم می باشد ( 667 حق برداشت مخصوص برای هر بسته بر طبق قواعد لاهه -ویزبی. هر چند که کشور عضو می تواند این معاهدات را با مبالغ بیشتر یا کمتر اعمال نمایند) مگر اینکه ارسال کننده توانسته باشد با چانه زنی مسئولیت بیشتری را دربارنامه درج نموده باشند.

* **قواعد هامبورگ ( 1978 )**

کنوانسیون سازمان ملل متحد در مورد حمل دریائی کالاها. این کنوانسیون در سال 1978 در هامبورگ امضا شد و هدف آن اصلاح برخی نقایص دو کنوانسیون های قبلی بود. کنوانسیون مزبوردر مراکز حمل مورد استقبال زیادی قرار نگرفت و گرچه در سال 1992 اجرا ئی گردید، ولی بسیاری از کشورهای تجاری مهم، این کنوانسیون را امضا نکرده اند و شک و تردیدهائی نیز در مورد الحاق تعداد کافی قدرت های تجاری بزرگ به آن وجود دارد. تا سال 2014 تعداد 34 کشور به این کنوانسیون ملحق شده اند.

* **قواعد رتردام ( 2008 )** یا کنوانسیون آنسیترال[[583]](#footnote-583)( کمیسیون حقوق تجارت بین ا لملل سازمان ملل متحد) درباره قرار دادهای حمل بین المللی کالا ها به صورت کلی یا جزئی از طریق دریا. این کنوانسیون یک رژیم متحد الشکلی را در مورد حقوق و تعهدات ارسال کنندگان، حمل کنندگان و دریافت کنندگان کالا بر طبق قرار داد حمل درب تا درب که شامل حمل دریایی هم باشد را مشخص می نماید. کنوانسیون مزبور بر پایه کنوانسیون های لاهه، لاهه- ویزبی و هامبورگ قرار دارد و درعین حال جایگزین مدرنی برای قواعد این کنوانسیون ها به حساب می آید. هدف از قواعد روتردام ، لحاظ کردن پیشرفت های فن آوری و تجاری است که از زمان اتخاذ کنوانسیون های قبلی در زمینه حمل دریائی حادث شده است که از جمله این پیشرفت ها می توان به موارد زیر اشاره نمود: رشد فرایند حمل کالا با کانتینر ، تمایل به حمل درب تا درب بر طبق یک قرار داد واحد و توسعه اسناد حمل الکترونیکی. این کنوانسیون یک رژیم جامع و فراگیری را جهت حمایت ازعملکرد قرار دادهای حمل دریائی کالا که می تواند در عین حال شامل سایر شیوه های حمل باشد را در اختیار ارسال کنندگان و حمل کنندگان قرار میدهد.

15-3-2 **حمل هوایی:**

* **کنوانسیون مونترال برای متحد الشکل کردن برخی قواعد حمل بین المللی هوائی (1999).**

این کنوانیسون درتاریخ سی و یکم ماه مه سال 1999 تصویب شد و در سال 2003 وارد مرحله اجرا گردید. 86 کشور آن را تصویب نموده اند. این کنوانسیون یک مجموعه قواعد متحد الشکل جامع و به روزو به هنگام را تدوین نموده که شامل تعریف و نحوه اجرای مسئولیت حمل کنندگان در ارتباط با مسافران، چمدان های همراه مسافر و بار می باشد. این کنوانسیون می تواند مآ لا جایگزین کنوانسیون سال 1929 ورشو که بوسیله کنوانسیون ها و پروتکل های تکمیلی متعددی اصلاح شده ، گرددد.

* **سیستم ورشو( 1929 )**

برای آن دسته از کشورهائی که کنوانسیون مونترال را تصویب نکرده اند، نظام مسئولیت حمل کننده ورشو مورد اجرا می باشد. کنوانسیون ورشو درسال 1929 امضا شد و متعاقبا بوسیله پروتکل لاهه ( 1929 ) ،کنوانسیون تکمیلی گوآدالاجارا[[584]](#footnote-584) (1961)، پروتکل شهر گواتمالا( 1971 ) و پروتکل مونترال (1975 ) اصلاح گردید.

15-3-3 **حمل ریلی**

* **کوتیف (1COTIF 198)** از آنجائی که حمل ریلی قاره ها را به یکدیگر متصل نمی سازد، بنا بر این تعجب آور نیست که حمل و نقل ریلی دارای یک شالوده و قالب حقوقی جهانی نباشد. مع هذا در اروپا ، شمال آفریقا، و خاورمیانه، حمل و نقل ریلی اغلب بر طبق کنوانسیون سال 1980 حمل بین المللی ریلی( کوتیف )[[585]](#footnote-585) اصلاح شده در سال 1999 بوسیله پروتکل ویلنیوس[[586]](#footnote-586) انجام می شود. این ویرایش اصلاح شده کنوانسیون در اول ماه ژوئیه سال 2006 اجرا ئی گردید. فهرست کشورهای عضو این کنوانسیون و اعلامیه ها و تحفظ هایی که توسط کشورها در مورد ضمایم خاص آن ابراز شده در نشانی زیردر دسترس می باشد:http://cotif.org/en/

15-3-4 **حمل و نقل جاده ای**

* **کنوانسیون CMR سال 1956.**[[587]](#footnote-587)وضعیت حمل ونقل جاده ای شبیه و ضعیت حمل و نقل ریلی است. عملا تمام کشورهای اروپائی کنوانسیون در مورد قرار داد حمل بین المللی جاده ای کالا[[588]](#footnote-588) را امضا کرده اند.

15-3-5 **حمل به شیوه چند وجهی**

* کنوانسیون سازمان ملل متحد درباره حمل چند وجهی ( چند روشی ) کالاها (1980 ). این کنوانسیون زمانی به مرحله اجرا در خواهد آمد که 30 کشور آن را امضا کرده باشند.
* **قواعد انکتاد / اطاق بازرگانی بین المللی در مورد اسناد حمل چند وجهی ( چند روشی )** در غیاب و نبود یک معاهده بین المللی که حمل چند وجهی را به نحو موثری تنظیم نماید، کارگزاران حمل و ترخیص کالا( فورواردر ها یا کارگزار فرست ها) در صدد تدوین و اجرای یک سری قواعد و اسناد استاندارد بر آمدند که دارای همان قوت و اعتبار اسنادی باشند که مستقیما بوسیله حمل کنندگان دریائی صادر میگردند. قواعد انکتاد/ اطاق بازرگانی بین المللی در مورد اسناد حمل چند وجهی ( چند روشی ) که در سال 1991 تصویب گردید ( نشریه 481 اطاق بازرگانی بین المللی )، منعکس کننده حرکت به سمت رژیم یا نظام مسئولیت در قواعد هامبورگ و رد روش اصلاح نقاط ضغف [[589]](#footnote-589) درکنوانسیون لاهه- ویزپی می باشد. از قواعد انکتاد /اطاق بازرگانی بین المللی در اسناد صنعتی استاندارد نظیر بارنامه حمل چند وجهی فیاتا[[590]](#footnote-590) و بارنامه مالتی داک 95[[591]](#footnote-591) صادره بوسیله شورای بالتیک و دریانوردی بین المللی(BIMCO )[[592]](#footnote-592) استفاده شده است. استفاده وسیع حمل کنندگان و کارگزاران حمل ونقل و ترخیص کالا ( فورواردرها )از این اسناد، سبب خواهد شد که در آینده نزدیک ، قواعد انکتاد/ اطاق بازرگانی بین المللی به سطح وسیعی از کار برد بین المللی نایل آید. این قواعد جایگزین قواعد متحد الشکل قبلی اطاق بازرگانی بین المللی در مورد بارنامه حمل چند وجهی میباشد.

15-4 **مسئولیت حمل کننده**

همانطور که می توان از مطالب فوق ملاحظه نمود، کنوانسیون های حقوقی متفاوت زیادی وجود دارند که حد و حدود وظایف و مسئولیت های حمل کننده را در حمل بین المللی کالاها مشخص می نمایند. آنچه که بر این پیچیدگی و تنوع اضافه می نماید این است که همه این معاهدات پوشش جهانی ندارند.

هر چند قواعد مربوط به مسئولیت حمل کننده مفصل است و مطالعه این قواعد مستلزم بر رسی تفصیلی آن ها می باشد ، ولی ذکر اصول کلی زیر نیز می تواند مفید فایده باشد:

* **محدودیت پولی در ادعای خسارت**

در هر یک از این کنوانسیون ها ، یک حداکثر جبران پولی برای از بین رفتن یک کالا تعیین شده است و این جبران معمولا به صورت یک مبلغ مقطوع برای هر واحد به صورت وزنی یا هر بسته می باشد.

* **مسئولیت حمل کننده**

بر طبق قواعد لاهه و قواعد لاهه - ویزیی حمل کنندگان کالا باید "دقت و بررسی لازم " را در ارتباط با آماده و مجهز بودن کشتی برای دریانوردی انجام داده و از توانائی برای جابجائی کالاها و انجام امور دفتری(بارورزی) مربوطه و بارگیری مناسب وداشتن تسهیلات انباری و انجام رویه های ترخیص مطمئن گردند.

* **مصونیت های حمل کننده**

در این مورد نیز بر طبق قواعد لاهه و قواعد لاهه - ویزبی یک فهرست بلند بالائی از مستثنیات حمل کننده از مسئولیت وجود دارد که از جمله آن ها می توان به موارد زیر اشاره نمود:

1. فورس ماژور یا حوادث غیر مترقبه خارج از کنترل فردی نظیر زلزله، امواج خروشان و سونامی، آتش سوزی، مخاطرات دریائی، جنگ، اعتصابات و تصادفات ؛
2. نقص و عیب درکالا یا در بسته بندی کالا که باعث وارد آمدن خسارت گردد.( اگر کالاها یا بسته بندی دارای عیب و نقصی باشد که خود این عیب و نقص باعث وارد آمدن خسارت بیشتر به محموله گردد، در آنصورت تقصیری متوجه حمل کننده نخواهد بود)؛
3. مسامحه و غفلت کارکنان (حمل کننده مسئوول مسامحه در دریانوردی با عملکرد کشتی توسط کاپیتان، خلبان یا خدمه نمی باشد)؛
4. محدودیت های آئین کاری( معمولا هر اقدام قانونی بر علیه حمل کننده بایستی در یک مهلت تعیین شده در کنوانسیون با قانون قابل اعمال صورت گیرد. اگر به یک خریدار( وارد کننده) کالاهای با عیب و نقص مشهود تحویل داده شود ، او باید فورا یادداشت مکتوبی را در مورد عیب و نقص مزبور در ورقه تحویل درج نماید. این یادداشت باید فورا به حمل کننده یا نماینده او و هم چنین شرکت بیمه اعلام گردد.)

گستره و میزان این حفاظت ها و مصونیت های حمل کننده کالا، این نکته را روشن می سازد که چرا تحصیل پوشش بیمه ای کافی برای بازرگانان بین المللی بسیار مهم است.

15-5 **قرارداد اجاره کشتی[[593]](#footnote-593) برای حمل بار**

15-5-1 **مقدمه**

یک خریدار ( وارد کننده) یا فروشنده ( صادر کننده ) ممکن است بخواهد که کالاهایی را از طریق اجاره یا کرایه دربست کشی یا بخشی از آن، انجام دهد. قرار داد اجاره یا کرایه کشتی به نام قرار داد اجاره کشی نامیده می شود. معمولا این نوع قرار دادها به صورت زیر طبقه بندی می شوند:

* **قرار داد های اجاره خود کشتی برای سفر:[[594]](#footnote-594)** در این قرار داد صاحب کشتی، خدمه و راهبری کشتی را مدیریت می نماید و اجاره کننده کشتی تنها خود کشتی یا بخشی از آن را برای یک سفر اجاره می نماید.
* **قرار دادهای اجاره کشتی برای مدت زمان معین[[595]](#footnote-595) :** در این قرار داد صاحب کشتی مدیریت راهبری کشتی و خدمه را به عهده دارد، ولی مسئولیت کارهای فروش و رزورکالا به عهده اجاره کننده کشتی است.
* **اجاره کشتی بدون خدمه و ناخدا[[596]](#footnote-596):**در این قرار داد خود اجاره کننده راهبری کشتی و مدیریت خدمه را عهده دار می شود.

اجاره کننده کشتی می تواند کشتی را به شخص دیگری اجاره دهد ( انتقال به غیر اجاره. م ) خواه او این اقدام را انجام دهد یا خیر، بارنامه مر بوط به حمل کالا توسط کشتی اجاره ای ، به نام ارسال کنندکننده کالا که میتواند اجاره کننده فرعی یا ثانوی باشد یا نباشد ، صادر می شود. این بار نامه ها به بار نامه های" مشروط" به قرار داد اجاره کشتی معروف هستند . در واقع در این فرایند ، اجاره کننده کشتی یک واسطه تجاری بین مالک کشتی و گیرنده نهایی بار نامه است. در چنین شرایطی دارنده بار نامه باید بداند که در صورتی که کالا ها از بین بروند یامعیوب و ناقص تحویل شوند، بر علیه چه کسی باید اقامه دعوا نماید.(صاحب کشتی یا اجاره کننده کشتی.م)

**15-5-2 تفاوت بین بارنامه و اجاره نامه کشتی**

قرار داد اچاره کشتی فقط یک قرار داد حمل است و بنا براین با بارنامه که آن نیز رسید کالا است و به علاوه تا حدی نیز سند مالکیت کالا محسوب می شود تفاوت دارد. قرار داد اجاره کشتی، صرفا قرار دادی است فیما بین صاحب کشتی و اجاره کننده کشتی که درآن هزینه حمل بار و سایر شرایط اجاره مشخص می شود. بنابراین قرار دادهای اجاره کشتی، اسناد قابل معامله نمی باشند و نمی توان آن ها را مانند بار نامه ظهر نویسی و منتقل نمود.

در بسیاری از نظام های حقوقی و رویه قضائی، تنظیم قرار دادها ی مزبور از آزادی قرار دادی بیشتری نسبت به آنچه که دربار نامه وجود دارد( و ممکن است بر طبق یکی از معاهدات بین المللی تنظیم گردد،) برخوردارمی باشد. بنابراین یک صاحب کشتی ممکن است قرار داد اجاره کشتی را با اجاره کننده کشتی با مسئولیت کمتری برای خود نسبت به مسئولیت حمل کننده معمولی در قالب این کنوانسیون ها و الزامات مربوط به بارنامه، منعقد نماید.

دو نوع بارنامه ممکن است در قرار داد اجاره کشتی وجود داشته باشد: اول بارنامه صادره ی صاحب کشتی برای اجاره کننده کشتی دائر به وصول تمام کالا بر روی عرشه کشتی و دوم بارنامه های متعدد شامل محموله های مختلف.

حقیقت این است که یک بارنامه خاص صادره در ارتباط با قرار داد اجاره کشتی ، دارای یک اثر قطعی بر منافع صاحب کالا می باشد. زیرا حد اقل تشخیص حقوق او را بسیار پیچیده تر می نماید. بنابراین خریدار بار نامه یا کسی که بارنامه صادره بر طبق قرار داد اجاره کشتی به نام او ظهر نویسی شده بایستی از خودش سئوالاتی را بپرسد. این سئولات عبارتند از:

* **بر علیه چه کسی باید اقامه دعوا شود؟** اگر کالاها معیوب شده و یا از دست رفته باشند، خریدار باید بر علیه چه کسی اقامه دعوا نماید؟ بر علیه صاحب کشتی یا اجاره کننده کشتی. بر طبق کدام قرار داد باید دعوا اقامه شود، قرار داد اجاره کشتی یا بارنامه؟
* **قابلیت قبول:** آیا بر طبق شرایط فروش محموله و اعتبار نامه ، بارنامه های اشاره کننده به قرار دادهای اجاره کشتی مورد قبول می باشند؟

15-5-3 **گنجاندن شرایط قرار داد جاره کشتی در بارنامه؛ بند های مربوط به ارجاع به داوری**

اجاره کننده کشتی ممکن است در صدد ادغام شرایط قرار داد اجاره کشتی دربارنامه ای باشد که آن را صادر می نماید. این قابل فهم است که اجاره کننده کشتی در صدد بر قراری ساز گاری بین دوقرار داد باشد تا در نتیجه خودش را در معرض مسئولیتی فراتر از آنچه که در قرار داد اجاره کشتی آمده، قرار ندهد.

اگر اجاره کننده کشتی، بارنامه دریافتی از صاحب کشتی را به یک شخص ثالثی منتقل نماید، قرار داد بین صاحب کشتی و شخص ثالث تحت پوشش بارنامه خواهد بود.

اگر بارنامه حاوی قرا رداد اجاره کشتی باشد و اگر برای مثال، قرار داد اجاره کشتی، تعیین نماید که روش حل و فصل اختلاف از طریق ارجاع به اختلاف داوری خواهد بود، در آنصورت هر گونه دادخواهی قضائی بوسیله شخص ثالث خریدار بر علیه صاحب کشتی رد خواهد شد. زیرا مرجع صلاحیت دار برای رسیدگی داوری خواهد بود .

با این حال ادغام شرایط یک قرار داد اجاره کشتی در بارنامه بایستی بوضوح و صریح صورت گیرد. به هر حال شرایط قرار داد اجاره کشتی نبایستی با خود بارنامه و هم چنین با هر کنوانسیون بین المللی که قابل اعمال بر بارنامه باشد، تعارض داشته باشد.

15-6 **کارگزاران حمل و ترخیص کالا(فورواردرها)**

15-6-1 **مقدمه**

کارگزار حمل و ترخیص کالا یا کارگزار فرست ( فورواردر) یک عضو ضروری و حتمی در جامعه فعالان در تجارت بین المللی است. این افراد ترتیبات مربوط به حمل بین المللی کالا را نظیر مسئولان آژانس های مسافرتی، فراهم می سازند با این تفاوت که این آژانس ها با مسافر سر و کار دارند، ولی کارگزارهای حمل و ترخیص ( فورواردر ها)در زمینه حمل کالا فعالیت می کنند. این کارگزاران با استفاده از معلومات و دانش خود در باره هزینه های متفاوت حمل ، بهترین پیشنهادات را در اختیار ارسال کننده کالا قرار میدهند. کارگزاران مزبورعلاوه بر انجام ترتیبات حمل، ممکن است وظیفه تهیه و ارائه اسناد مربوط به صادرات وترخیص گمرکی، بیمه و پرداخت هزینه های بندری و پایانه را نیز عهده دار گردند. صادر کنندگان کوچک ، اغلب قبل از دادن پیشنهاد قیمت، در یک مزایده یا مناقصه بین المللی، از کارگزاران مزبور مشورت خواهی می نمایند.

اصطلاحات ترتیب دهنده حمل بار(فورواردر بار)[[597]](#footnote-597) وکارگزار حمل کالا(کارگزار فوروارد)[[598]](#footnote-598) اصطلاحات کلی هستند که شامل افرادی است که انواع مختلف وظایف تخصصی در حرفه حمل و نقل و ترخیص کالا را انجام می دهند. برخی از این افراد طیف وسیعی از این وظایف را انجام میدهند، در حالیکه برخی دیگر فعالیت خودشان را محدود به یک رشته تخصصی واحد یا یک منطقه جغرافیائی خاص می نمایند. به این وظایف مختلف به نحو اختصار در ذیل اشاره میگردد. به علاوه برای بازرگانان مهم است که متوجه باشند که این کارگزاران می توانند هم صورت نماینده یا به صورت طرف های اصلی فعالیت نمایند ،که هر کدام از این دو روش نتایج قانونی مختلف خود را دارند.

* **کارگزاران حمل و ترخیص کالا( فورواردرها) به صورت نمایندگان یا به صورت طرف های اصلی .** زمانی یک کارگزار حمل و ترخیص کالا( فورواردر) به عنوان نماینده یا کارگزار اقدام می نماید که وظایف مربوطه را از طرف و طبق دستورات موکل خود یعنی صادر کننده یا وارد کننده انجام میدهد. این کارگزار به عنوان نماینده، از خدمات اشخاص ثالث در زمینه های بسته بندی، انبار، حمل، کارهای دفتری و اداری و ترخیص گمرکی کالا استفاده می نماید. بنابراین در این حالت ،کارگزار حمل و ترخیص کالا( فورواردر) به عنوان واسطه عمل می نماید و موکل خود یا طرف اصلی ( صادر کننده یا وارد کننده ) را به ارائه دهندگان این خدمات معرفی می نماید. سپس طرف اصلی ( صادرکننده یا وارد کننده ) وارد رابطه قرار دادی مستقیم با آن ارائه کنندگان خدمات می شود. در نتیجه معمولا این کارگزاران( فورواردر ها) مسئوول اشتباهات و یا نقض قرار داد از طرف ارائه کنندگان خدمات نمی باشند. این کارگزاران یا فورواردر ها ، مانند سایر ترتیبات کارگزاری، در مقابل طرف های اصلی یا موکلین خود تعهدات متعددی دارند که از جمله آن ها می توان به وظیفه دادن اطلاعات و وظیفه اعمال دقت اشاره نمود.

اما این فورواردرها زمانی به صورت طرف اصلی و نه به صورت نماینده اقدام می نمایند که مستقیما و نه به صورت نماینده ، با صادر کننده یا وارد کننده ( مشتری ) قرار داد منعقد می نمایند. در این نوع قرار داد ها ، صادر کننده یا واردکننده تنها با این فورواردر طرف می باشد و او یک بارنامه واحد را برای کل خدمات ارائه شده صادر وآن را تسلیم صادر کننده یا وارد کننده می نماید. در این ترتیبات فور واردر مزبور معمولا مسئوول اشتباهات یا نقض قرار دادهای فرعی ارائه کنندگان خدمات خواهد بود. هم چنین این امکان وجود دارد که این فورواردر وارد ترتیبات ترکیبی یا تلفیقی شود، یعنی برخی وظایف را به عنوان نماینده، و برخی دیگر را به عنوان طرف اصلی برای دیگران انجام دهد.

15-6-2 **انواع مختلف کارگزاران حمل و ترخیص یا کارگزار فرست(فوروادرها)**

**تجمیع کنندگان/ ان وی او سی سی[[599]](#footnote-599)**

این افراد خدمات حملی را انجام میدهندکه تشکیل می شوند از تجمیع محموله های متنوع مشتریان مختلف به منظور پر کردن بار کامل کانتینر[[600]](#footnote-600) با هدف کاهش هزینه حمل بار. برخی از این تجمیع کنندگان بار ، محموله ها را با کشتی هایی که معمولا به طور منظم در یک مسیر دریائی آمد و رفت می کنند و تحت مالکیت آنان قرار ندارد، انجام میدهند. این ترتیبات به نام حمل باربا کشتی های عمومی و نه با کشتی های در مالکیت اختصاصی حمل کننده([[601]](#footnote-601) اِن وی او سی سی) معروف میباشد.

**اپراتور های حمل چند وجهی(ام تی او)[[602]](#footnote-602)**

یک اپراتور حمل چند وجهی، خدمات متفاوتی را طی یک قرار داد [[603]](#footnote-603) به بازرگانان ارائه میدهد. این ترتیبات این فرصت را در اختیار بازرگانان قرار میدهد که بتوانند کاملا برون سپاری نمایند ، یا این که لجستیک صادرات را از طریق انعقاد قرار داد فرعی به یک ارائه کننده خدمت واحد واگذار نمایند. این افراد نوعا ترتیبات حمل درب تا درب را ارائه میدهند که شامل انجام تمام وظایف مربوطه، نظیر بیمه، ترخیص گمرکی و انبارداری می شود.

**واسطه های گمرکی / کارگزاران**

واسطه های گمرکی یاکارگزاران گمرکی به عنوان کار گزاران صادر کنندگان و وارد کنندگان در موردپردازش اعلامیه های گمرکی و انجام سایر تشریفات و پرداخت حقوق و عوارض گمرکی و مالیات ها عمل می نمایند. از آنجائی که ممکن است این افراد در معرض پرداخت مقادیر زیاد عوارض گمرکی و جرایم واقع شوند، لذا این واسطه ها معمولا تحت پوشش شرکت های بیمه قرار دارند. بازرگانان باید مراقب باشندکه رهنمودهای دقیق و حد و حدود اختیارات این کارگزاران را مشخص نمایند تا از مسئولیت در حالتی که تعرفه های بالای غیر منتظره و جریمه هادر فرایند یک حمل، آن را غیر اقتصادی و زیان بار می سازد جلوگیری به عمل آید.

**کارگزاران بندر ( بندر دریائی، هوائی، پایانه بار )**

این کارگزاران نمایندگی ارسال کننده کالا را در نقطه ای به عهده دارند که کالاها از یک وسیله حمل ( معمولا از یک کامیون یا واگن قطار ) به وسیله دیگر ( مثل کشتی یا هواپیما ) منتقل می شود .

**کارگزاران حمل هوائی بار ( کارگزاران راهنامه یا بارنامه هوائی )**

این کارگزاران حمل بار هوایی را پردازش می نمایند و ممکن است از اختیار صدور بار نامه هوائی یا راهنامه نیز برخوردار باشند. اغلب این کارگزاران ترخیص گمرکی را نیز عهده دار می شوند.

**پیمانکاران حمل و نقل جاده ای**

در بسیاری از کشورها، حمل و نقل جاده ای با ویژگی وجود ارئه کنندگان متعدد و فراوان خدمات کوچک همراه است. دلال های حمل و نقل جاده ای به عنوان واسطه بین حمل کنندگان جاده ای و ارسال کننده کالا عمل می نمایند و معمولا در قبال ارائه این خدمت کمیسیون یا حق العمل دریافت میدارند.

**دلال بارگیری یا واسطه بارگیری**

این واسطه ها به عنوان کار گزاران صاحبان کشتی ها برای دریافت و پردازش حمل کالا اقدام می نمایند. در این فرایند معمولا یک کارگزار حمل و ترخیص یا کار گزار فرست (فورواردر) نمایندگی ارسال کننده را بر عهده دارد، در حالی که دلال بار یا واسطه بارگیری نمایندگی صاحب کشتی را دارا می باشد. بنابراین در این فرایند بین مشتری ( ارسال کننده بار ) و حمل کننده بار دو واسطه وجود دارد.

15-7 **سند اصلی حمل بار : بارنامه**

بارنامه ( B/L ) سند اصلی و مرکزی در معامله سنتی صادراتی است و قرار داد فروش و قرار دادهای پرداخت اسنادی و قرار داد حمل را به یکدیگر پیوند میدهد. ما در بحث مربوط به بارنامه ابتدا بار نامه کلاسیک یا بارنامه دریائی ( یا اقیانوسی ) که پایه و اساس نظام اسنادی را برای حمل های سنتی دریائی تشکیل میدهد، مورد بررسی قرار خواهیم داد.

15-7-1 **بارنامه دریائی و وظایف آن**

این نوع بارنامه بوسیله حمل کننده بار یا نماینده او، نظیر یک کارگزار حمل و ترخیص( فورواردر ) صادر میگردد. این بار نامه سه وظیفه اصلی و اساسی را به شرح زیر انجام میدهد:

**کنترل کالاها**

بارنامه معرف و حاوی حق تحویل فیزیکی کالاها می باشد، یا هم چنانکه برخی اوقات گفته می شود بار نامه معرف یا خودکالا است. دارنده قانونی بار نامه، تنها کسی است که می تواند و مجاز به تحویل گرفتن کالاها میباشد. به علاوه بار نامه یک سند قابل انتقال و قابل معامله است. زیرا قابل فروش و انتقال و در نتیجه انتقال کنترل کالاها می باشد. بنابراین کالاها ممکن است ، حتی در حین حمل، به دفعات متعدد از طریق صِرف انتقال بار نامه فروخته شوند. این وضعیت قابل انتقال و فروش بودن بار نامه، آن را برای استفاده بانک ها به عنوان یک ساز و کار تضمینی مفید و معتبر می سازد و یک بانک می تواند از طریق به گرو گرفتن بارنامه ، از آن به عنوان یک وثیقه اتکائی جهت اعطا وگسترش اعتبار استفاده نماید. در مورد بار نامه به حواله کرد،[[604]](#footnote-604) ارسال کننده کالا محموله را به حواله کرد یک طرف با ذکر نام ارسال میدارد که بسته به میزان اعتماد موجودبین طرفها و بانک دست اندر کار در تامین مالی در قبال اعتبارنامه، میتواند به نام حمل کننده، خریدار یا یک بانک باشد( به همین جهت به این نوع بارنامه ها برخی اوقات ، بارنامه به حواله کرد گفته می شود.) صادر کننده ی فروشنده می تواند بار نامه را ظهر نویسی و به خریدار یا یک بانک که در آنجا پرداخت از طریق نظام بانکی سازمان داده می شود، منتقل نماید.

**قرار داد حمل**

بار نامه منعکس کننده یا نشانه قرار داد حمل می باشد. بار نامه باید یا صراحتا یا با اشاره به سند دیگر حاوی شرایط قرار داد حمل باشد. در فروش های حمل اسنادی، فروشنده بایدیک قرار داد حمل با شرایط منطقی یا « عادی » را به خریدار منتقل نماید . در بین خریدار و حمل کننده ، بارنامه همان قرار داد ضروری حمل می باشد.

**دریافت کالاها**

بار نامه یک رسید است و دلیلی است بر این که کالاها برای حمل تسلیم شده اند. بنابراین بار نامه کالاها را توصیف و مقدار آن را مشخص می نماید و اعلام میداردکه کالاها در حالت به ظاهر سالم روی عرشه کشتی بارگیری شده اند. اگر کالاها به هر نحوی معیوب باشند، این مطلب باید در بارنامه درج گردد و در اینصورت بار نامه یک بار نامه باصطلاح تمیز یا بار نامه بی عیب و نقض محموله نخواهد بود.[[605]](#footnote-605) در برخی موارد یک حمل کننده به محض این که کالا را برای حمل دریافت نماید، بار نامه را صادر می نماید، ولی تا قبل از اینکه کالاها بارگیری شوند، بارنامه مزبور بار نامه رسید کالا برای حمل خواهد بود و این بدان معنا است که تا پس از فرایند بارگیری و تبدیل آن بار نامه بوسیله حمل کننده به بار نامه تمیزو بدون عیب و نقص کالا (یا بار نامه کالا های بارگیری شده ) استفاده از آن جهت فروش اسنادی قابل قبول نخواهد بود.

15-7-2 **مزایا و عدم مزایای بار نامه تمیزیا بار نامه کالاهای بدون عیب و نقص حمل دریایی**

**مزایای بارنامه دریایی**

ساز و کار اعتبارات اسنادی، معمولا مبتنی بر ارائه بار نامه تمیز یا بار نامه کالاهای بدون عیب ونقص بارگیری شده بر روی عرشه کشتی می باشد. این بدین معنا است که بارنامه ای که نشان میدهد، کالاها بر روی عرشه کشتی بار گیری شده، تمیز یا بدون عیب و نقص می باشند ( یعنی این که در بار نامه هیچ یادداشتی دائر بر این که کالاها خسارت دیده اند، درج نشده است. ) این بار نامه مجموعه حقوق با ارزشی را به خریدار (وارد کننده) ارائه میدهد. بارنامه مزبور نشان میدهد که فروشنده ( صادر کننده ) تعهدات قرار دادی خودش را با ارسال کالاهائی که حداقل به نظر میرسد با شرایط مندرج در قرار داد فروش مطابقت دارد، انجام داده است. ( در غیر اینصورت مشکل است که بتوان از خریدار( وارد کننده ) انتظار داشت که به بانک خودش اجازه بدهد که پرداخت به فروشنده ( صادر کننده ) را انجام دهد. )

بایستی توجه داشت که UCP600 (قواعد تجدید نظر شده اعتبارات اسنادی اطاق بازرگانی بین المللی ) مقرر میدارد که: « حتی اگردر اعتبار اسنادی این شرط قید شده باشد که سند حمل باید یک بار نامه « تمیز » یا بارنامه کالاهای بدون عیب و نقص بارگیری شده بر روی عرشه کشتی باشد، مع هذا لازم نیست که کلمه « تمیز » بر روی سند حمل درج گردد . زیرا کلمه " تمییز" معنایش عدم درج عیب و نقص کالا در بارنامه میباشد بنا بر این در صورتی که بار نامه فاقد نوشته عیب و نقص باشد تمییز تلقی میگردد.

به علاوه بار نامه حقوق مهمی را به وارد کننده در مقابل حمل کننده کالا اعطا می نماید که این حقوق عبارتند از:

* حق درخواست تحویل کالاها، هنگامیکه به بندر ترخیص وارد می شوند ؛
* حق اقامه دعوا بر علیه حمل کننده در صورت از دست رفتن یا معیوب شدن( ناقص شدن ) محموله.

بار نامه هم چنین این فرصت را در اختیار وارد کننده قرار میدهد که درباره بازار به گمانه زنی بپردازد. کالاهای در حین حمل را با انتقال بار نامه از طریق ظهر نویسی به فروش برساند و بالاخره بار نامه این فرصت را در اختیار خریدار (و فروشنده) قرار میدهد که بسته به ارزش بار نامه به عنوان کلید دسترسی به کالا، از آن به عنوان وسیله تامین مالی استفاده نمایند.

با توجه به منافع فوق الذکر بار نامه برای خریدار( وارد کننده)، این سند به صورت متناظر برای صادر کننده نیز دارای منافعی است. فروشنده ( صادر کننده ) می تواند به محض ارسال مناسب کالا ، با ارائه بار نامه به بانک تعیین شده در اعتبار اسنادی به دریافت ثمن معامله نایل آید. بنابراین فروشنده ( صادر کننده ) از خطر ( ریسک ) عدم پرداخت احتراز می نماید. بنابراین استفاده از بار نامه به طور کلی و به ویژه در مورد تجارت کالاها و مواد اولیه به تجارت بین الملل و گسترش آن کمک مینماید . زیرا بار نامه باعث کاهش خطر ( ریسک) تجاری میگردد وگمانه زنی بازار در مورد قیمت کالا و خرید و فروش کالا در حین حمل را ممکن می سازد.. بار نامه هم چنین تجارت را تسهیل می نماید، زیرا بانک ها این آمادگی را دارند که بر مبنای بار نامه ها که نشانگر ارزش کالاهای موضوع بار نامه می باشند، به اعطای اعتبار مبادرت نمایند.

**عدم مزایای بارنامه دریایی**

علیرغم مزایای فوق الذکر، عدم مزایای مهمی نیز در استفاده از بارنامه دریائی سنتی قابل معامله وجود دارد. متداولترین و معمول ترین این موارد زمانی حادث می شود که کشتی قبل از بارنامه وارد بندر ترخیص کالا شود. امروزه در شرایطی که کار آئی حمل دریائی در حد بسیار وسیعی بویژه در مورد کشتی های کانتینری افزایش پیدا کرده، یک محموله دریائی ممکن است خیلی سریعتر از اسناد حمل، اقیانوس اطلس را طی نماید. بویژه در تجارت نفت بسیار عادی و معمولی است که محموله قبل از اسناد حمل واصل گردد. با توجه به اینکه بار نامه ی قابل فروش و قابل انتقال ، یک سند مالکیت می باشد، لذا یک حمل کننده در صورت تحویل کالابه شخص دیگری غیر از دارنده اصل بار نامه، با خطر ( ریسک ) بزرگی مواجه خواهد شد. اگر یک حمل کننده، چنین اقدام ناصحیحی را صورت دهد، او در مقابل مالک حقیقی کالاهای تحویل داده شده به غیر از دارنده و ارائه کننده بارنامه ، مسئوول خواهد بود. معمولی ترین راه برای حل این مشکل این است که دریافت کننده کالا، یک تضمین بانکی یا یک ضمانت نامه جبران خسارت دائر به حفاظت از مالک کشتی از مسئولیت ، دز صورت مشخص شدن تحویل به شخص اشتباه را اخذ و بدین ترتیب حمل کننده از مسئو لیت مبرا شود.

عدم مزیت دیگر بار نامه دریائی این است که این سند کاملا مناسب حمل چند وجهی و حمل تلفیقی یا ترکیبی که حمل دریائی تنها یک پای عملیات زنجیره حمل است، نمی باشد.اغلب کل عملیات حمل تشکیل می شود از حمل زمینی از کارخانه فروشنده ( صادر کننده ) تا بندر حمل، حمل دریائی تا بندر ترخیص و سپس یک حمل زمینی دیگر تا مکان وارد کننده. تنها یک بارنامه یاسند حمل و نقل چند وجهی ( که ذیلا به آن اشاره میشود ) می تواند حاوی هر سه شیوه مذکور باشد.

15-7-3 **بار نامه حمل چند وجهی ( چند شیوه ای )**

این نوع بار نامه دارای ویژگی های مشابه بسیاری با بارنامه دریائی است با این تفاوت که از این بارنامه در مورد حملی استفاده میگردد که شامل استفاده ازحداقل دو نوع متفاوت وسیله حمل باشد. در واقع UCP600 ( قواعد و مقررات تجدید نظر شده اعتبارات اسنادی اطاق بازرگانی بین المللی ) دیگر حاوی ماده ای تحت عنوان " اسناد حمل و نقل چند وجهی " نمی باشد، بلکه به جای آن از " حمل شامل حداقل دو شیوه حمل " استفاده میشود. گر چه بارنامه حمل چند وجهی به عنوان رسید جهت حمل کالاها تلقی میگردد، ولی لزوما نشانگر این نیست که کالاها بر روی عرشه یک کشتی در حال حرکت بارگیری شده اند. در این مورد، رسید مزبور می تواند به رسید یک کانتینر در یک پایانه کانتینری دلالت داشته باشد.

15-7-4 **راهنامه ها و بار نامه های غیر قابل انتقال و فروش**

یک محموله که با بارنامه غیر قابل فروش و غیر قابل انتقال ( متضاد بارنامه قابل فروش یا به حواله کرد ) ارسال میگردد، معمولا به عنوان یک طرف خاص و معمولا وارد کننده ارسال میگردد. در این مورد دریافت کننده کالا، برای دریافت آن به یک بارنامه واقعی احتیاج ندارد. بلکه احراز هویت او ، کفایت خواهد کرد . در صورتی که دریافت کننده کالا غیر قابل تعویض نباشد، ارسال کننده کالا از این آزادی و اختیار برخوردار می باشد که دریافت کننده کالا را در هر زمانی قبل از پرداخت ثمن معامله توسط وارد کننده ( خریدار ) یا تعهدوی دائر به پرداخت، تعویض نماید. به همین دلیل در مورد فروش اسنادی، بار نامه غیر قابل فروش و انتقال ، برای بانک ها دارای همان خاصیت تضمینی بارنامه قابل فروش و انتقال نمی باشد. در دو حالت چنین بار نامه ای می تواند مورد استفاده صادر کننده قرار گیرد اول این که صادر کننده اطمینان داشته باشد که وارد کننده ، ثمن معامله را پرداخت خواهد نمود. درست مانند حالت معامله حساب باز ( تحویل کالا و دریافت ثمن معامله پس از تحویل کالا) و دوم در موردی که وارد کننده ، ثمن معامله را از قبل پرداخته باشد.

نوع دیگر اعتبار نامه غیر قابل فروش و غیر قابل معامله بارنامه یا راهنامه دریائی[[606]](#footnote-606) است. این سند که از آن به نام های متعدد مانند رسید آماری حمل[[607]](#footnote-607) ( بارنامه دائر به حمل کالای به صورت ظاهر بی عیب و نقص .م ) یاد می شود، نشانگر قرار داد حمل و رسید دریافت کالا برای حمل می باشد، ولی سند مالکیت محموله نمی باشد. در نتیجه نمی توان از آن در موردی که وارد کننده بخواهد کالاهای موضوع این سند را در حین حمل به فروشد از آن استفاده نمود. یا اینکه در موردی که بانک به بارنامه برای تضمین اتکائی احتیاج داشته باشد، نمی تواند از این سند برای این منظور استفاد نماید. اما از آن جایی که ارائه اصل راهنامه دریایی برای تحویل گرفتن کالا ضروری نمی باشد ، لذا این امر یک مزیت راهنامه دریایی تلقی میگردد . این مورد بویژه زمانی مفید است که احتمالا کالا زودتر از اسناد وارد بندر مقصد شود( اتفاقی معمول و متداول در تجارت بین الملل که بالاخص در مسیرهای کوتاه دریائی زیاد حادث می شود.)

در مورد حمل های هوائی، سند حمل به راهنامه هوائی(اِ دبلیوّ بی)[[608]](#footnote-608) معروف است و فرم استاندارد آن راهنامه اَتا ( اتحادیه بین المللی حمل و نقل هوائی است ).[[609]](#footnote-609) میباشد راهنامه هوایی به کرات توسط کارگزاران حمل و ترخیص کالا ( فورواردر ها) که به عنوان کارگزاران حمل کنندگان هوائی عمل مینمایند، صادر میگردد. معمولا، فروشنده( صادرکننده) کالا این کارگزار را انتخاب می نماید واو کارهای دفتری و ترخیص کالاها برای صادرات را انجام میدهد. راه نامه هائی را که این کارگزاران صادر می نمایند به نام راه نامه های خانگی[[610]](#footnote-610) یا هاوب( راه نامه های تجمیعی که کارگزاران از طرف حمل کننده و با مسئولیت خودشان آن را صادر می نمایند.م )معروف است و راه نامه هایی را که خود خطوط هوائی صادرمی نمایند بار نامه های اصلی [[611]](#footnote-611) یاماوب نامیده می شوند.

در مورد حمل ریلی، سند حمل به نام سند حمل ریلی معروف است. در اروپا این سند تحت اداره کنوانسیون سیم ( قواعد متحد الشکل مربوط به قرار داد حمل بین المللی ریلی کالا[[612]](#footnote-612) ) قرار دارد که جزئی است از کنوانسیون مربوط به حمل بین المللی ریلی ( کوتیف ).[[613]](#footnote-613)

در مورد حمل جاده ای از یک سند یا رسید مرسوله [[614]](#footnote-614)استفاده می شود. در اروپا این نحوه حمل تحت اداره کنوانسیون سی ام آر[[615]](#footnote-615) قرار دارد.

خود آزمایی فصل پانزدهم :حمل بین المللی

صحیح یا اشتباه

1. **راهنامه ها ، به طور کلی اسناد قابل معامله تلقی می گردند ، در حا لی که بارنامه دریایی اسناد قابل معامله نمی باشند.**
2. بر طبق قواعد لاهه و لاهه – ویزبی ، مسئولیت حمل کننده در مورد از دست رفتن کالا محدود به مبلغ خاص تعریف شده برای هر بسته یا هر کیلو گرم میباشد.
3. بر طبق قواعد لاهه و قواعد لاهه- ویزبی، حمل کنندگان از مسئولیت ناشی از از دست رفتن کالا و یا وارد آمدن خسارت به آن ، بر اثر اهمال مالک یا ناخدا و خدمه کشتی در فرایند در یا نوردی یا کاربری کشتی، مستثنی هستند.
4. قرار داد اجاره کشتی یک نوع یا شکل بارنامه در یایی است.
5. یک بارنامه مستقیم یا غیر قابل معامله ، بار نامه ای است که خطاب به یک طرف خاص و معین می باشد و او تنها کسی است که میتواند ار آن استفاده نماید.این بار نامه ها قابل انتقال و معامله نیستند و نمی توان آن را با ظهر نویسی به شخص دیگری منتقل کرد. یک بارنامه به حواله کرد یا در وجه حامل قابل معامله است و میتوان آن را با ظهر نویسی منتقل نمود.[[616]](#footnote-616)

**فصل شانزدهم**

**لجستیک بین المللی: حمل و نقل دریائی، هوایی، ریلی ، جاده ای وحمل و نقل چند وجهی**

**خلاصه**

هر یک از شیوه های مهم حمل و نقل بین المللی ( دریائی، هوائی، جاده ای، ریلی و چند وجهی ) متکی به مجموعه ای از رویه های تجاری، محاسبات هزینه حمل و اسناد استاندارد مختلف و متفاوت می باشند.

گر چه بازرگانان در بخش های خاص، ممکن است که عمدتا متکی به یک شیوه حمل بین المللی باشند، ولی دلایل متعددی وجود دارد که باید با رویه تجاری در تمامی انواع حمل آشنا باشند.

موضوع اول قابل ذکراین است که عادات و رسوم تجاری بین المللی از رویه های سنتی معمول و متداول در حمل دریائی نشات گرفته است. ساز و کار استفاده از اعتبار اسنادی در راستا و همگام با حمل های دریائی تدوین یافته است و بنابراین فهم و درک عمیق روش اعتبار اسنادی با داشتن اشراف بر اطلاعات مربوط به روش تجاری در حمل دریائی میسر و مقدور می باشد. دوم این که هنگامیکه تحویل کالاها از طریق یک شیوه خاص حمل با مشکلات مواجه باشد(مثلا به علت تاخیر صادر کننده در آماده سازی کالا برای حمل) ، اغلب لازم می شود که حتی اگر گرانتر هم باشد، به یک روش حمل سریعتر نظیر حمل هوائی متوسل شد.

سوم این که بسیاری از صادر کنندگا و وارد کنندگان ، حتی اگر قسمت اعظم فرایند حمل محموله آن ها از طریق شیوه چند وجهی یا روش دیگری غیر از حمل دریائی، انجام شود، باز هم رویه تجاری خودشان را کماکان برمبنا و پایه رسوم و سنن به ارث رسیده از روزگارا نِ حمل دریائی قرار میدهند. بنابراین فهم و درک دلایل استفاده از قواعد مختلف و متفاوت اینکوترمز به هنگام حمل از طریق شیوه چند وجهی یا حمل هوائی، به جای حمل دریائی ( مثلا به علت اسناد مورد نیاز مختلف در این شیوه ها ) بسیار مهم می باشد.

16-1 **حمل دریائی**

**16-1-1رویه تجاری در حمل دریایی**  بیشتر تجارت بین المللی در جهان توسط حمل دریائی ، در مقایسه با سایر شیوه های حمل انجام میگیرد. اغلب قواعد و مقررات و رویه های حمل بین المللی کالا، حتی در ارتباط با سایر روش های حمل، از رویه های دیر پا و با سابقه حمل کالا از طریق دریا نشات گرفته است. بنابراین بازرگانان باید آَشنائی و اشراف ضروری و پایه ای را درباره حمل و نقل دریائی داشته باشند. یک فرایند حمل باربا انعقاد قرار داد بین ارسال کننده کالا ( صادر کننده ) با دریافت کنده کالا ( واردکننده ) آغاز میگردد. سپس ارسال کننده کالا ( صادر کننده ) با یک کارگزار حمل و ترخیص کالا (کارگزار فرست یا فورواردر)برای ترتیب دادن حمل تماس میگیرد. این کارگزار یا فورواردر ، تحقیقاتی را درباره تاریخ ها و خطوط دریانوردی و کشتی مناسب انجام میدهد. اغلب اوقات، این کارگزار وظیفه مزبور را با تماس با دلالان بارگیری یا دلالان بار[[617]](#footnote-617) که نمایندگان یا کارگزاران صاحبان کشتی ها هستند و فضاهای خالی کشتی باری را به متقاضیان حمل می فروشند، انجام میدهند.

این دلال ها ی بار گیری از طرف حمل کننده عملیات و کارهای دفتری لجستیگی را انجام میدهند. آن ها تاریخ مورد نظر حمل بار را اعلام و تبلیغ و بر بارگیری نظارت می نمایند و با ناظر ِمسئوولِ بار صاحب کشتی، درباره چیدمان کالا در کشتی تبادل نظر می نمایند. در عمل غیر عادی نیست که یک بنگاه کارگزاری حمل و ترخیص واحد ، هم به عنوان کارگزار حمل و ترخیص ( فورواردر ) و هم دلال بارگیری بار عمل نماید. هر چند که این وظایف معمولا بوسیله دپارتمان های مختلف انجام می شود.

معمولا کارگزار حمل و ترخیص ( فورواردر یا کارگزار فرست ) جا را در یک کشتی رزرو می کند و سپس مجموعه فرم های بارنامه از پیش چاپ شده ( مجموعه ای از دو تاچها نسخه اصلی بار نامه ) را به نحو مناسب تکمیل می نماید. اغلبِ صاحبان کشتی یا حمل کنندگان بار نیز بار نامه خودشان را تهیه و به صورت رایگان در دسترس قرار میدهند. کارگزار حمل و ترخیص ( فورواردر یا کارگزار فرست ) بر روی تمام بارنامه ها تمام اطلاعات لازم از جمله مشخصات دریافت کننده و توصیف کالا، شامل مارک های محموله ( نشانه های قابل رویت بر روی بسته بندی ها ) و جزئیات مربوط به پرداخت کرایه بار را درج و مشخص می نماید.

ارسال کننده کالا ( صادر کننده ) با کمک کارگزار حمل و ترخیص ( فوروارد ر یا کارگزار فرست ) این اطمینان را حاصل می نماید که کالاها، بسته به شرایط قرار داد ، در کنار کشتی یا درپایانه بندر یا درانبار یا انبار روباز تحویل حمل کننده داده خواهند شد . هنگامیکه کالا ها برای حمل تحویل داده می شوند، فرستنده کالا بر طبق رسم معمول یک سند رسید را دریافت می دارد.( مثل یک رسید از طرف افسر یا کاپیتان کشتی[[618]](#footnote-618)، رسید لنگرگاه، رسید بارانداز[[619]](#footnote-619) یا یادداشت مسئوول بار انداز[[620]](#footnote-620))

مالک کشتی جزئیات کالاهای دریافتی و هم چنین هر عیب و نقص کالا را بر روی رسید ثبت می نماید. این اقدام مهم می باشد. زیرا بارنامه مبتنی بر اطلاعات مندرج در این رسیدخواهد بود. اگر رسید کاپیتان کشتی حاکی از کالاهای معیوب باشد، در آنصورت صاحب کشتی یک بارنامه تمیز دائر بر بی عیب و نقص بودن کالاها (که هم چنانکه قبلا ذکر شد برای ارسال کننده جهت دریافت ثمن معامله در قالب ساز و کار اعتبار اسنادی ضروری می باشد) را صادر نخواهد کرد.

صاحب کشتی جزئیات توصیف کالا های بارگیری شده ( ثبت شده بوسیله کارمند صاحب کشتی ) را با پیش نویس بارنامه های ارائه شده توسط کارگزار حمل و ترخیص ( فورواردر یا کارگزار فرست ) یا فرستنده ( صادر کننده ) کالا مقایسه می نماید. حال اگر تمام جزئیات با هم هم خوانی داشته باشند وکالاها عیب ونقصی را نشان ندهند، صاحب کشتی بارنامه کامل تمیز و بدون عیب و نقص امضا شده را صادر می نماید. اطلاعات مربوط به بارنامه هم چنین در دفتری که با کشتی حمل می شود و به نام فهرست بارکشتی، یا مانیفست بار کشی، نامیده می شود درج می گردد.

پس از بارگیری کالاها در کشتی و اخذ بیمه دریایی توسط فرستنده یا صادر کننده ( در شیوه حمل بر طبق قاعده اینکوترمز CIF به نام و به نفع خریدار، یا وارد کننده ) و یک برات بانکی، مجموعه اسناد حمل صادر کننده برای دریافت ثمن معامله تکمیل خواهد شد. این مجموعه اسناد به عنوان مرکز یا قطب بسیاری از ساز و کارهای پرداخت و تامین مالی محسوب میگردند. کنترل بر کالاها و مالکیت بر کالاها می تواند آزادانه با ظهر نویسی بارنامه منتقل شود. ظهر نویسی موقعی میسر است که طرف دارنده بارنامه و خواهان انتقال، پشت بارنامه را امضا نماید. این امضاء می تواند هم چنین با دستوراتی دائر به تحویل به یک شخص خاص نیز همراه باشد.

زمانی که کالاها وارد بندر مقصد شوند، ناخدای کشتی کالاها را به اولین طرفی که اصل بارنامه را ارائه دهد، تحویل خواهد داد. در این فرایند ، معمولا وارد کننده بار نامه را به نماینده کشتی تسلیم و او نیز دستور تحویل را صادر می نماید. سپس وارد کننده از این دستور تحویل، برای اخذ و ترخیص کالاها استفاده می نماید.

البته در عمل ، این یک امر غیر عادی نیست که کالاها قبل از اتمام پردازش بارنامه توسط نظام پرداخت و قبل از وصول بارنامه توسط وارد کننده ( گیرنده کالا ) وارد مقصد گردند. از آنجائی که تاخیر در دریافت کالا می تواند مشمول جریمه، یا هزینه های انبار داری گردد، گیرنده کالا، ممکن است از بانک خود تقاضا نماید که برای دریافت کالا درر غباب بارنامه ، یک ضمانت نامه جبران خسارت[[621]](#footnote-621) را به نفع صاحب کشتی صادر نماید. این ضمانت نامه از صاحب کشتی در صورتیکه کالا به کس دیگری غیر از صاحب اصلی آن تحویل داده شده باشد محافظت به عمل می آورد و او را از مسئولیت تحویل اشتباهی مبرا می سازد. صاحب کشتی پس از دریافت این ضمانت نامه کالا را تحویل میدهد. در برخی از بخش ها نظیر تجارت نفت استفاده از این روش معمول ومتداول است.

16-1-2 **حمل دریائی بار**

**گروه های شرکت های** **حمل در مسیر معین و با برنامه منظم و نرخ کرایه مشابه[[622]](#footnote-622)، شرکت های کشتی رانی خارج و غیر عضو این گروه [[623]](#footnote-623)وکشتی های حمل و نقل دریائی نا منظم[[624]](#footnote-624)**

گروه های شرکت های حمل و نقل که در مسیرهای مشخص اقیانوس و بنادر فعالیت دارند، نرخ های مشترک یا یکسان حمل بار دریائی را تعیین و منتشر می نمایند و به استانداردهای کیفی و برنامه های منظم کشتی رانی پای بند می باشند. از آنجائی که این گروه ها تقریبا شبیه کارتل ها عمل می نمایند، و کارتل ها در بسیاری از کشورها به موجب قانون ضد تراست یا بر طبق قوانین رقابت ممنوع می باشند، لذا این گروه ها قاعدتا باید مستثنی شدن از چنین قوانین و مقررات را اخذ نموده با شند.

شرکت های حمل دریائی که عضو گروه های مزبور نمی باشند به نام شرکت های غیر خودی یا بیرون از گروه معروف هستند. این شرکت ها مجبور به رعایت نرخ های حمل بار گروه های مزبور و استانداردهای کیفی و نحوه تدوین برنامه های حمل آن ها نمی باشند. با این حال برخی از این شرکت ها قادر به ارائه همان کیفیت و نظم و انضباط آن گروه شرکت ها می باشند. شرکت های خارج از این گروه ها معمولا نرخ حمل بار ارزانتری را نسبت به آن گروه شرکت ها پیشنهاد می نمایند.

کشتی های حمل ونقل نامنظم، کشتی هائی هستند که دارای مسیر و برنامه مشخصی نمی باشند و اجاره داده می شوند. خدمات آن ها بوسیله دلالان مشخص میگرددو هزینه حمل بار بر اساس مورد به مورد مذاکره و تعیین می شود.

به طور کلی از دهه 1990 حمل کنندگان از قرار دادهای انفرادی محرمانه به جای نرخ های کرایه بار معمولی استفاده کرده اند. حمل کنندگان به صورت فزاینده ای به این نتیجه رسیده اند که در شرایط بازار کنونی، دیگر تعیین نرخ ثابت کرایه ضروری نمی باشد و ارسال کنندگان کالا مشتاق عصر و دوره ی رابطه با حمل کنندگان براساس مشتری محوری[[625]](#footnote-625) می باشند. کمیسیون اروپا از ماه اکتبر سال 2008 مصونیت ضد تراست که در موردگروه های شرکت های حمل در مسیر معین و با برنامه منظم و نرخ کرایه مشابه**،** ارائه داده بود را لغو کرد. در سایر مناطق نیز مصونیت ضد تراست در مورد حمل کنندگان در اقیانوس ها تحت بررسی می باشد. مع هذا، هنوز هم گروه صاحبان کشتی کارتل گونه فوق ( گروه شرکت هایحمل در مسیر معین و با برنامه منظم و نرخ کرایه مشابه) در سایر قسمت های جهان و از جمله در تجارت سراسر اقیانوس آرام ( ترانس پاسیفیک ) که حجم بسیار بالای تجاری را تشکیل میدهند، فعال می باشند.

**کرایه های حمل**

کرایه یا هزینه حمل بار را حمل کنندگان کالا جهت حمل کالا به مقصد مطالبه می نمایند. مقدار این کرایه در بیشتر موارد یا بر طبق وزن، یا بر حسب حجم کالا ( برای مثال برای هر تن یا هر متر مکعب محموله ) ، هر کدام برای حمل کننده مناسب تر باشد، تعیین میگردد. معمولا حمل کننده نرخ های متفاوت کرایه را براساس یک نسبت استاندارد حجم و وزن ارائه میدهد. اگر کالاها از نسبت حجم به وزن تجاوز نماید، کرایه بر حسب حجم محاسبه خواهد شد و در غیر اینصورت کرایه بر حسب وزن محاسبه می گردد. موارد دیگر محاسبه عبارتست از محاسبه کرایه بر حسب واحد یا بسته یا بر طبق ارزش محموله.

**هزینه اضافی : تعدیل بر اساس نوسانات قیمت سوخت و نوسانات نرخ ارز ( با ف و کاف )[[626]](#footnote-626)**

حمل کنندگان دریائی معمولا ، برخی هزینه ها را اضافه بر کرایه اصلی حمل بار مطالبه می نمایند. معمولی ترین این هزینه های اضافی عبارتند از: هزینه تعدیل بر اساس قیمت سوخت(باف) که به حمل کننده اجازه میدهد کرایه را براساس نوسانات قیمت سوخت تعدیل نماید و هزینه تعدیل براساس نرخ ارز(کاف) که به حمل کننده اجازه میدهد که نرخ کرایه را براساس نوسانات نرخ ارز[[627]](#footnote-627) تعدیل کند. در حالیکه نرخ پایه کرایه حمل برای مدت شش ماه تا یکسال ثابت میماند ولی آن دو نرخ تعدیل می تواند حتی شبانه تغییر نماید. در نتیجه صادر کنندگان باید شرط یا بند تعدیل قیمتی براساس دو تعدیل فوق را در قرار دادهای فروش خود درج نمایند. اضافه هزینه های معمول و متداول دیگر در مواردی اعمال میگردد که محموله یا زیاده از حد طویل یا دارای وزن خیلی سنگین باشد.

**کرایه حمل به صورت پرداخت قبل از حمل و تحویل [[628]](#footnote-628) و پرداخت کرایه حمل توسط گیرنده کالا در مقصد و نه ارسال کننده کالا.[[629]](#footnote-629)** در قرار دادهای فروش مبتنی بر قاعده اینکوترمز CIF ( قیمت کالا، بیمه و کرایه بار تا بندر مقصد با ذکر نام بندر مقصد ) قیمت کالا شامل حمل به بندر مقصد می باشد. کرایه بار می تواند یا بوسیله فروشنده قبل از حمل پرداخت گردد و یا اینکه بر طبق شرط وصول کرایه در مقصد مندرج در بارنامه ، بوسیله خریدار ( وارد کننده ) پس از ورود کالا به مقصد پرداخت شود.

**هزینه های جابجایی یا بار ورزی[[630]](#footnote-630)**

معمولا این هزینه ها زمانی ایجاد می شوند که کالا ی وارده بوسیله کامیون یا تریلی درمنطقه بندری، تخلیه و از آنجا به انبارهای رو باز منتقل و یا اینکه به کنار کشتی آورده میشوند. این قبیل هزینه های معمولا در کرایه حمل اصلی منظور نمی شوند و بنابراین باید بسته به قاعده اینکوترمز مندرج در قرار داد یا بوسیله صادر کننده یا وارد کننده پرداخت گردد. ( مراجعه شود به فصل چهارم این کتاب درباره قواعد اینکوترمز )

**کرایه حمل بار توام با هزینه بارگیری و تخلیه شرکت کشتی رانی [[631]](#footnote-631)**

قبل از توافق بر سر نرخ کرایه حمل بار، ارسال کننده کالا ( صادر کننده ) باید بداند که آیا هزینه بارگیری و تخلیه کالا در مبلغ کرایه منظور شده است یا نه؟ پاسخ به این سئوال بستگی به شرایط پیشنهادی خط کشتی رانی[[632]](#footnote-632) دارد. در این مورد نیز از آنجائی که قواعد اینکوترمز نظیر FOB، CFR، CIF، مسئول هزینه ها و خطرات ( ریسک های ) بارگیری را در نقطه ای که در آن نقطه کالا درروی عرشه کشتی بارگیری می شود تعیین می نماید، بنابراین آنچه مهم است این است که قاعده اینکوترمز درج شده در قرار داد فروش با ید با شرط پیشنهادی خط کشتی رانی تعیین شده در قرار داد حمل سازگار باشد و با آن مغایرتی نداشته باشد ( رجوع شود به فصل چهارم این کتاب در مورد قواعد اینکوترمز )

در این راستا ، مطلب مهم دیگر این است که بازرگانان باید به تفاوت بین شرایط پیشنهادی خط کشتی رانی به عنوان بخشی از قرار داد حمل و قواعد اینکوترمز که بخشی از قرارداد فروش را تشکیل دهند، آگاه باشند. شرایط پیشنهادی خطر کشتی رانی ناظر به روابط قرار دادی فیمابین ارسال کنند کالا و حمل کننده کالا است. در حالی که قواعد اینکوترمز ناظر به روابط بین ارسال کننده ( فروشنده یا صادرکننده ) و خریدار ( وارد کننده ) می باشند. یک بازرگان که مسئولیت حمل به عهده او محول باشد، باید در ابتدا به قرار داد فروش مراجعه نماید و ببیند که آیا قاعده اینکوترمز درج شده در آن قرار داد، درباره بارگیری و تخلیه بار چه میگوید. بازرگانی که ارسال کننده کالا است، بعد از این مرحله باید به هنگام انعقاد قرار داد با حمل کننده کالا ( خط کشتی رانی ) مطمئن شود که هیچ کدام از شرایط پیشنهادی خط کشتی رانی با قاعده اینکوترمز مندرج در قرار داد فروش در تعارض نباشد. روش های بسیار متفاوتی برای نرخ گذاری حمل بار توسط خط کشتی رانی وجود دارد. با اینهمه معمولا این نرخ با نرخ شروع و یا ختم شامل حمل درموارد زیر است: 1) روی اسکله[[633]](#footnote-633)، 2) در کنار دستگاه های بارگیری و تخلیه[[634]](#footnote-634) کشتی، 3) روی عرشه کشتی[[635]](#footnote-635). در هر کدام از این سه مورد هم بارگیری و هم تخلیه وجود دارد. ( از آنجائی که این ها را می توان آزادانه تلفیق نمود، بنابراین لااقل تعداد نه مورد مختلف وجود خواهد داشت. به علاوه از آنجائی که عادات و رسوم بندری و گروه های کشتی رانی[[636]](#footnote-636) با هم متفاوت می باشند، بنابراین در عمل رقم این موارد می تواند بسیار بالا باشد.)

**تحویل کالا روی اسکله[[637]](#footnote-637)**

* **بارگیری:** مسئولیت حمل کننده شامل بارگیری کالای آورده شده درهر نقطه درکنار کشتی[[638]](#footnote-638) می باشد. معنای اصطلاح کنار کشتی ممکن است که بسته به بندر متفاوت باشد.
* **تخلیه بار:** مسئولیت حمل کننده شامل پائین آوردن کالا به اسکله، تقسیم محموله های متفاوت ودر برخی موارد انبار کردن کالا در انبارهای سر پوشیده و باز می باشد.

**در زیر جرثقیل یا سایر دستگاه های بارگیری وتخلیه کشتی[[639]](#footnote-639)**

* **بارگیری:** ارسال کننده کالا باید کالاها را مستقیما به زیر جرثقیل یا جر ثقیل دکلی( دیرک)[[640]](#footnote-640) که کالاها را بالا می برد و بر روی کشتی جا میدهد، بیاورد. کالاها باید بویژه از هر انباری در اسکله خارج شده باشند.
* **تخلیه:** حمل کننده کالاها را مرتب کرده و آنها را روی عرشه کشتی قرار میدهد و می چیند. تمام بقیه عملیات از جمله پایین آوردن کالاها به اسکله و تفکیک و دسته بندی آن ها از یکدیگر، بر حسب قرار داد، به عهده ارسال کننده یا دریافت کننده کالا می باشد.

**روی کشتی[[641]](#footnote-641)( به این حالت " ورود آزاد"[[642]](#footnote-642)** ، **" خروج آزاذ[[643]](#footnote-643)**" یا "ورود و خروج آزاد"[[644]](#footnote-644)نیز گفته می شود)

* **بارگیری به روش ورود آزاد یا باا اجازه ورود:** حمل کننده فقط کشتی را در دسترس قرار میدهد، ارسال کننده کالا باید کالا را بلند کرده و روی کشتی بگذارد و چیدمان آن ها را ترتیب بدهد.
* **تخلیه به روش خروج آزاد یا با اجازه خروج:** حمل کننده فقط کشتی را کنار اسکله می آورد. فرستنده، کالا یا دریافت کننده کالا هزینه جداسازی کالا از سایر کالاها و پایین آوردن آن را پر داخت می نماید.
* **ورود و خروج آزاد:** بر طبق این روش حمل کننده، تنها چیدمان در مرحله بارگیری و فک چیدمان در مرحله تخلیه را انجام میدهد و بقیه کارها به عهده خریدار یا فروشنده است.

**استفاده از کارگر بار انداز یا متصدی بارگیری و بار اندازی[[645]](#footnote-645)**

در بسیاری موارد، پیمانکاران خصوصی و مستقل که باراندازان یا متصدیان بارگیری و باراندازی نامیده می شوند، تمام عملیات جا به جایی و امور اداری (بارورزی) را به عهده می گیرند و بسته به نوع بار و نوع کار و مبدا و مقصد کالا ، هزینه آن را یا از حمل کننده یا فرستنده یا تحویل گیرنده بار دریافت می نمایند. معمولا این افراد هزینه را بین فرستنده و گیرنده کالا تقسیم نمی نمایند. تقسیم هزینه بین فرستنده و گیرنده کالا ، در گذشته که قواعد اینکوترمز CIF-CFR-FOB قبل از ویرایش سال 2010 مقرر کرده بودند که هزینه ها بایددر کنار نرده کشتی تقسیم گردند، مشکلاتی را ایجاد کرده بود. برای حل این مشکل قاعده جدید مقرر میدارد هزینه و خطر (ریسک ) در نقطه ای تقسیم میگردند که کالا روی کشتی بارگیری شده باشد.

16-3 **حمل کانتینری و چند وجهی**

گر چه تمام حمل کانتینری ها، حمل چند وجهی و یا برعکس نمی باشند، ولی اغلب به قدری با یکدیگر مرتبط هستند که مفید و مناسب است که این دو مفهوم با هم مورد بررسی قرار گیرند. هم چنانکه در تجارت بین المللی معمول و متداول است، زمانی که کالاها از فروشنده به خریدار از طریق دو راه زمینی و یک راه دریائی منتقل میگردد، مزایای استفاده از کانتینر آشکار می شود. نه تنها حمل کانتینر از یک طریق به طریق دیگر به آسانی صورت می گیرد، بلکه خطر ( ریسک ) وارد آمدن خسارت به کالا و سرقت آن نیز تا حد زیادی کاهش پیدا می کند.

کانتینرها اصولا جعبه های بزرگی به برش عرضی 8 در 8 پا و طول های 10 و 20 یا 40 پا می باشند. اولین کشتی تمام کانتینری در سال 1956 در اقیانوس آرام شروع به کار کرد ودر سال 1965 اولین کشتی تمام کانتینری در اروپا پهلو گرفت. پس از آن، گسترش این نوع حمل در سراسر جهان با سرعت بسیار زیاد آغاز شد. امروزه هر بندر بزرگ و عمده جهانی سالانه پذیرای میلیون ها کشتی های کانتینری می باشند.

حجم کانتینر بر حسب تی ای یو ( واحدهای برابر بیست پا[[646]](#footnote-646) ) محاسبه میگردند: این بدین معنا نیست که طول تمام کانتینر ها بیست پا می باشد ( طول بسیاری از کانتینرها 40 پا یا بیشتر هم می باشد ) ولی فقط به این معنا است که کل بار برحسب آن معیار اندازه گیری می شود. استاندارد بودن کانتینرها ، بارگیری و انتقال بار به نحو خودکار( اتو ماتیک) را در حد زیاد تسهیل می نماید و در نتیجه ، عملیات بندری که روزها طول می کشید، امروزه به چند ساعت تقلیل پیدا کرده است. ارسال کنندگان کالا باید همیشه مراقب باشند که اندازه های داخلی نوع کانتینر مورد علاقه خود را بدانند تا در نتیجه بتوانند بسته بندی کالا یا اندازه خود کالا را به نحوی تعیین نمایند که به نحو مناسب در داخل کانتینر جا داده شود. ( مناسب کانتینر باشد.م )

16-3-1 **کانتینرها و قواعد اینکوترمز**

با توجه به اهمیت قابل ملاحظه حمل کانتینری در تجارت بین الملل، اطاق بازرگانی بین المللی مناسب تشخیص داده است که قواعد اینکوترمز خودش را منطبق با حمل و نقل کانتینری نماید. بنابراین قواعدی را تدوین نموده است که اختصاصا مناسب حمل کانتینری و حمل چند وجهی می باشد:

* **قاعده اینکوترمز FCA یا تحویل کالا در محل مقرر به حمل کننده با ذکر نام محل مقرر برای تحویل.** این قاعده را می توان حمل کانتینری یا چند وجهی معادل قاعده FOB (تحویل کالا بر روی عرشه کشتی با ذکر نام بندر مقرر برای بارگیری)، تلقی نمود؛
* **قاعده اینکوترمز CPT ( پرداخت کرایه حمل کالا تا مقصد( با ذکر نام محل مقرر در مقصد)** که می توان آن را به منزله حمل کانتینری یا چند وجهی قاعده اینکوترمز CFR ( قیمت کالا و کرایه تا بندر مقصد با ذکر نام بندر مقصد ) در نظر گرفت و
* **قاعده اینکوترمز CIP ( پرداخت کرایه حمل و بیمه کالا تا مقصد با ذکر نام محل مقرر در مقصد )** این قاعده را می توان به منزله حمل کانتینری یا چند وجهی معادل قاعده CIF ( قیمت کالا بیمه و کرایه حمل با ذکر نام بندر مقصد ) در نظر گرفت.

اهمیت استفاده از این قواعد جدیدتر اینکوترمزبه موضوعات مربوط به پوشش بیمه ای و تقسیم هزینه ها بین صادر کننده و وارد کننده ارتباط دارد. از آنجایی که بارهای کانتینری اغلب بوسیله حمل کننده از محل استقرار ارسال کننده یا پایانه های کانتینری بسیار دور از بندر خروجی برداشته می شود، لذا منطقی نمی باشدکه خطر یا ریسک( بنابراین پوشش بیمه ای) هم چنانکه در قواعد FOB، CFR و CIF معمول است در کشتی تقسیم گردد.

اگر ارسال کننده کالا از قاعده CIF یا FOB برای بار کانتینری تسلیم شده به یک پایانه حمل درون مرزی ( درون کشوری ) استفاده نماید، باید مراقب باشد که پوشش بیمه ای برای حمل از آن ترمینال درون مرزی تا کابین کشتی را تهیه نماید. ممکن است چنین اتفاق بیفتد که کالاها پس از تسلیم به پایانه درون کشوری و قبل از بارگیری در بندر خروجی دچار خسارت شوند و یا از بین بروند. در چنین موردی برای فرستنده ای که کالا را فقط تا حمل تا پایانه درون کشوری بیمه کرده این احتمال وجود ندارد که بتواند به شرکت بیمه برای گرفتن خسارت مراجعه نماید. به علاوه در ارتباط با هزینه ها، فرستنده ای که کالا را به حمل کننده در محل استقرار خود تسلیم می نماید، ترجیح می دهد که هزینه های مربوط به حمل کالا تا کشتی را نپردازد و بنابراین او قاعده اینکوترمز FCA ( تحویل کالا در محل مقرر به حمل کننده ) را بر قاعده اینکوترمز FOB ( تحویل کالا برروی عرشه کشتی ) ترجیح خواهد داد.

16-3-2 **آئین کارهای تجاری**

همانند حمل های سنتی کالا، حمل کانتینری اغلب بوسیله کارگزار حمل و نقل بار و ترخیص ( فورواردر یا کارگزار فرست) صورت می پذیرد. یک تفاوت اساسی بین حمل بارهایی که یک کانتینر را پر می کنند ( اف سی ال[[647]](#footnote-647) ) و بارهای کمتر از گنجایش یک کانتینر[[648]](#footnote-648) ( ال سی ال) وجود دارد:

**بارهائی که ظرفیت یک کانتینر را پر می کند(اف سی ال)**

در خصوص این نوع حمل بار ، یک کانتینر خالی از یک پارک کانتینری انتخاب می شود و به محل استقرار صادر کننده ارسال می گردد و در آنجا با کالا پر می شود. پس از این مرحله این کانتینر بوسیله حمل کننده بسته و پلمب می شود، از این مرحله به بعد سرقت کالا یا دله دزدی را شکستن این پلمپ نشان میدهد. برای کالاهای قیمتی پلمپ های پیشرفته الکترونیکی کانتینر نیز در دسترس می باشد.

**بارهای کمتر از گنجایش کانتینر ( ال سی ال )**

در این نوع حمل، صادر کننده کالاها را به یک ترمینال( پایانه) کانتینر تسلیم می نماید و در آنجا کالا ها با سایر کالاها تا اندازه ای که ظرفیت کانتینر پر شود تلفیق و تجمیع میگرددو پس از حمل کالا ها به یک پایانه نزدیک بندر مقصد، کل محموله از کانتینر تخلیه و به محموله های جداگانه دارای مالکین متفاوت تقسیم میگردد.

16-3-3 **کرایه حمل کانتینری**

در این ارتباط دو نوع هزینه وجود دارد. هزینه اجاره کانتینرو کرایه حمل. در مورد کانتینرهایی که آن ها را حمل کننده ارائه میدهد، کرایه حمل شامل مبلغ اجاره این کانتینر ها نیز می باشد. اما در مورد بقیه موارد، فرستنده ( صادر کننده ) باید کانتینر را اجاره و مال الاجاره را جداگانه پرداخت نماید. به صادر کنندگان توصیه می شود که درباره مدت قرار داد اجاره دقت نمایند. زیرا اغلب در موردی که کانتینر دیرتر از موعد به موجر آن برگردانده شود، موجر تقاضای پرداخت خسارت تاخیر خواهد کرد. هزینه حمل بار کانتینری که گروه های مالکان کشتی خط کشتی رانی حمل در مسیر معین و با برنامه منظم مطالبه می نمایند، معمولا به نوع محموله بستگی دارد. در حالیکه کشتی های مستقل و فعال در مسیرهای نامنظم و مختلف ، معمولا یک نرخ ثابت را برای هر جعبه یا کارتن در خواست می نمایند.

کانتینرها معمولا در منطقه بندری به پایانه ای تسلیم می شوند که هزینه ثابتی را برای انجام امور مربوط به جا به جایی( بارورزی) و انتقال آن به کنار کشتی مطالبه می نمایند. در بندر خروجی یابندر مبدا، هزینه های پایانه، اغلب به هزینه های خدمات کانتینری[[649]](#footnote-649) معروف می باشند، در حالیکه در بندر مقصد به این هزینه ها عنوان هزینه های جا به جایی یا بار ورزی پایانه[[650]](#footnote-650) اطلاق میگردد. اما در عمل این اصطلاح با یکدیگر تفاوتی ندارند وبه جای یکدیگر نیز استعمال می شوند.

16-4 **حمل هوائی بار**

16-4-1 **مقدمه: رقابت پذیری حمل هوائی یا برخورداری حمل هوائی از قدرت رقابتی**

حمل هوائی کاملا به آهنگ و روند کسب و کار بین المللی سرعت بخشیده است. در واقع تجارت بین المللی در انواع خاصی از کالاها بدون استفاده از حمل هوائی میسور و ممکن نمی شود. اگر حمل هوائی وجود نداشته باشد ، کالاهائی که نسبت به گذشت زمان حساس می باشند یا کالاهای فاسد شدنی ( مثل گل های تازه یا غذاهای دریائی تازه ) هرگز در بسیاری از بازارها یافت نمی شود. عامل سرعت در حمل هوائی، در معرض خطر ( ریسک ) قرار گرفتن کالاهای بسیار قیمتی و با ارزش نظیر جواهرات، دارو و تجهیزات پزشکی، کارهای هنری یا کتاب های خطی را کاهش میدهد. گفته می شود که کرایه حمل هوایی بار، تنها یک در صد وزن ، ولی ده در صد ارزش تمام کالاهای حمل شده می باشد. حتی در بسیاری موارد، حمل محصولاتی که فاسد شدنی نمی باشند و توزیع آن ها با این مشکل مواجه نمی باشد، نیز در حمل هوائی به نحو غیر قابل باوری رقابتی و اقتصادی می باشد. گرچه نرخ کرایه حمل هوائی خیلی بالاتر از نرخ حمل دریائی است، ولی حمل هوائی می تواند با پس انداز و صرفه جوئی در سایر هزینه های مهم همراه باشد. این هزینه ها به شرح زیر می باشند:

* **هزینه بیمه** هزینه های بیمه در حمل هوائی معمولا کمتر از نصف هزینه بیمه حمل دریائی است ( برای مثال سه در صد ارزش کالا در مقابل 7 در صد )
* **حقوق و عوارض گمرکی** این حقوق و عوارض می تواند براساس وزن نا خالص محاسبه شود که معمولا برای حمل های هوائی کمتر از حمل دریائی است ( بسته بندی آن کمتر است)
* **بسته بندی:** بسته بندی بار برای حمل هوائی به مراتب سبکتر و ارزان تر است؛
* **هزینه های انبار داری:** در بسیاری از موارد، حمل هوائی می تواند تا حد بسیار زیادی احتیاج به انبارداری، که در حمل دریائی ضروری می باشد، را کاهش داده و یا حذف نماید ؛ از آنجائی که هزینه انبار تنها شامل اجاره جا در انبار در ابتدا و انتهای حمل می باشد، بلکه هزینه های مربوط به مالیات و بیمه و هزینه های کالاهای از رده خارج شده به علت ماندن در انبار را نیز شامل می شود. این عامل هزینه برای ترجیح حمل هوائی تعیین کننده می باشد.
* **زود تر دریافت کردن ثمن معامله** در مورد حمل بارهایی که تعهد پرداخت خریدار باید پس از تحویل کالا در محل استقرار یا تعیین شده خریدار محقق و اجرا شود، فروشنده میتواند از طریق حمل هوایی خیلی زودتر به دریافت ثمن معامله نایل آید.

حتی در مواردی که هزینه حمل دریائی پائین تر از هزینه حمل هوائی باشد، فروشنده شاید به دلایل رقابتی ترجیح دهد که از حمل هوائی استفاده نماید. یک صادر کننده ی فروشنده ی وسایل یدکی ممکن است به این نتیجه برسد که نمی تواند با فروشندگان داخلی در کشور وارد کننده رقابت نماید، مگر اینکه سرعت تحویل کالا را افزایش دهد، ، انجام این کار فقط با استفاده از حمل هوائی مقدورمی باشد.

16-4-2 **آئین کار بازرگانی در فرایند حمل هوایی**

حمل هوایی بار می تواند به روش های زیر انجام شود:

* همراه وسایل مسافر در پرواز مسافرتی؛
* با هواپیماهای دو منظوره ( باری و مسافر بری ) با جای مخصوص بار معروف به هوا گرد دو کاره [[651]](#footnote-651)؛ و
* یا با هواپیمای باری.

در گذشته بسیاری از ارسال کنندگان کالااز قیمت های فوب هوایی برای حمل هوائی استفاده میکردند. این رویه اغلب در مورد هزینه های جابجائی ( بارورزی) کالا در فرودگاه و میزان پوشش بیمه ای ایجاد سوء تفاهم میکرد. قاعده اینکو ترمز فوب(تحویل کالا روی عرشه کشتی) برای تجارت دریائی تدوین گردیده و اعمال اصول مربوط به حمل و نقل دریائی در مورد حمل هوایی مناسب نبود. در نتیجه اطاق بازرگانی بین المللی در سال 1980 فوب فرودگاه را قطع نمود. اطاق بازرگانی بین المللی توصیه میکند که ارسال کنندگان از قاعده اینکوترمز FCA به جای قاعده FOB با تعیین نقطه تحویل درپایانه بار هوائی یا پایانه تجمع کننده[[652]](#footnote-652) استفاده نمایند.

انجمن بین المللی حمل و نقل هوائی ( یا تا ) بریک سازمان جهانی متشکل از کارگزاران حمل کالا که بسیاری از کارگزاران حمل و ترخیص کالا ( فورواردها ) از آن پیروی می نمایند، نظارت می کند. انتصاب به عنوان کارگزار یا آژانس بار یاتا، به این کارگزار یا فورواردر یا کار گزار فرست اجازه میدهد که خدمات مربوط به حمل هوائی بار را در مقابل یک هزینه حمل معین و دریافت کمیسیون یا حق العمل انجام خدمت انجام دهد. کارگزاران یاتا باید از منابع لازم مالی و تجربیات مربوط به حمل و بار ورزی بهره مند باشند و کرایه بار را طبق برنامه از پیش تنظیم شده در اختیار شرکت های هوائی قرار دهند.

شرکت های هواپیمائی ممکن است راهنامه های دارای آرم شرکت[[653]](#footnote-653) را در اختیار کارگزاران حمل و ترخیص ( فورواردها ) قرار دهند. راهنامه یا بارنامه هوائی مانند سایر اسناد حمل غیر قابل معامله و غیر قابل انتقال ، هم رسید کالا و هم قرار داد حمل می باشد. در برخی از کشورها نظام راهنامه، رایانه ای شده است و شرکت های هواپیمائی فقط شماره آن ها را به فورواردها میدهند و فورواردها می توانند شماره راهنامه و آرم شرکت هاپیمائی مربوطه را بر روی یک فرم به نام راه نامه بی طرف یا[[654]](#footnote-654) خنثی چاپ نمایند.

کارگزارانی( فورواردر هایی) که به عنوان تجمیع کنندگان کالاها عمل می نمایند .ممکن است که سند فوق را به نام خودشان به عنوان حمل کننده صادر نمایند که در این صورت نقش آن ها می تواند شبیه نقش حمل کنندگان فاقد مالکیت کشتی[[655]](#footnote-655) عادی در حمل دریائی (NVOCC ) باشد. این کارگزاران ( فورواردرها )، با تجمیع (گروه بندی) مرسوله های متفاوت با هم، قادر می شوند که نرخ های کرایه کمتری را نسبت به نرخ های کرایه مرسولات بزرگتر به حمل کننده پرداخت ( و از ارسال کننده دریافت. م) نمایند. در این فرایند تجمیع کنندگان وظایف گروه بندی شبیه آنچه که در پایانه های کانتینری معمول است را انجام میدهند. این افراد به هنگام ارسال کالا از مبدا، خدمات انبار داری بسیار کارآئی را انجام میدهند و به هنگام ورود کالا به مقصد با تلفن مراتب ورود را به گیرنده کالا اعلام مینمایند. به علاوه این کارگزاران اغلب خدمات مربوط به حمل درب تا درب را نیز انجام میدهند که شامل ترخیص گمرکی و بیمه کالا نیز می باشد.

کانتینرهای متناسب با شکل کابین هواپیما ، ( مناسب برای جا سازی در داخل هواپیما.م) به نام ابزار های واحد بار[[656]](#footnote-656)(یو ال دی) معروف می باشند. این کانتینرها دارای شکل ها و اندازه های متفاوتی هستند و بعضی از آن ها ایگلوها[[657]](#footnote-657) نامیده می شوند و طوری طراحی شده اند که بتوان آن ها را در قسمت های مختلف بارهواپیما جا داد. بار معمولا با هل دادن یا کشیدن این کانتینرها بوسیله سیستم های خاص بارگیری می شود. از آنجائی که این کانتینرها معمولا در پایانه های دریا در نزدیکی فرودگاه پر می شوند، لذااین امکان فراهم میگردد که بار ظرف مدت 2 ساعت، به یک پایانه هوائی برای حمل هوایی تحویل داده شود. بارگیری یا تخلیه بار در ارتباط با هواپیما می تواند در کمتر از یکساعت انجام شود. برخی از خطوط هوائی « زمان حمل تضمینی » را پیشنهاد می نمایند که در اینصورت فرستنده کالا با خطر یا ریسک تاخیر تحویل کالا در مقصد به علت جایگزین کردن کالاهای اولویت دار دیگران به جای کالای او در پرواز، مواجه نخواهد بود. گرچه دایره و گستره شمول این تضمین از یک شرکت هواپیمائی به شرکت دیگر متفاوت می باشد، ولی به طور کلی برای فرستنده کالا مناسب خواهد بود که این تضمین راتقاضا نماید. دلیل آن هم بویژه این است که برخی از شرکت های هواپیمائی این تضمین را به صورت رایگان صادر می نمایند.

از آنجائی که حمل کالاهای خطرناک می تواند در برخی موارد، امنیت کل هواپیما را به مخاطره بیاندازد، لذا در حمل هوایی ، مقررات مربوط به کالاهای ممنوعه به صورت جدی و سفت و سخت اجرا می شود. یاتا هر سال این مقررات را به روز یا به هنگام می سا. در بسیاری از موارد، حمل این کالاها اجازه داده می شود. البته به شرطی که به نحو مناسب بسته بندی شده باشند و بر چسب « خطرناک» بر روی بسته بندی الصاق شده باشد. هم ارسال کننده و هم کارگزار حمل و ترخیص ( فورواردر یا کارگزار فرست ) بایستی کاملا مراقب باشند و اطمینان حاصل نمایند که تمام اعلام های مربوط به کالای بالقوه خطرناک کامل و صحیح می باشند. قصور و اهمال در این زمینه می تواند به جریمه های سنگین منجر شود. انجمن یا تا زمانی نقش عمده ای را در زمینه تعیین نرخ های کرایه حمل بین المللی ایفا میکرد ، ولی ایفای این نقش به سرعت کاهش پیدا کرد و علت آن هم نگرانی هایی بود دائر بر اینکه یاتا یا اعضای یاتا با این اقدام به صورت یک کارتل تعیین کننده قیمت در خواهند آمد.

16-5 **حمل و نقل جاده ای و ریلی**

16-5-1 **بار بری جاده ای**

تعداد کل وسایل نقلیه زمینی حمل بار در جهان بیش از تعداد این وسایل درهر روش حمل و نقل دیگر می باشد. در سال 2004 تعداد کل وسایل نقلیه حمل بار تجارتی زمینی در جهان بیش از 300 میلیون بود و در آمریکا بیش از 9 میلیون نفر در بخش های حمل و نقل زمینی استخدام شده بودند. مزیت عمده باربری زمینی بین المللی این است که امکان خدمت تحویل درب تا درب را بدون هیچ تغییر وسیله نقلیه فراهم می سازد. به علاوه بارگیری در نقطه مبدا و بارگیری در مقصد به تجهیزات تخصصی نسبتا کمتری نیاز دارد. اغلب تنها چیزی که در این موارد مورد نیاز است عبارتست از یک سکوی بارگیری و یک « پل » فولادی. وسایل نقلیه پیشرفته مفصل محوری[[658]](#footnote-658) ( تریلی کانتینری ) بویژه بسیار مناسب کشتی هائی هستند که و سیله نقلیه در مبدا به داخل آن رفته و در مقصد از آن خارج می شود.[[659]](#footnote-659) این فرایند ، حمل ایمن و ساده بار توسط وسیله نقلیه از زمین به کشتی و بالعکس را ممکن می سازد. این وسایل حمل بار زمینی، علاوه بر برخورداری از قابلیت انعطاف فوق، می توانند تا حد 45 تن بار را حمل نمایند. هر چند که برخی از مقررات ملی کشورها ممکن است که یک محدودیتی را در این زمینه مقرر نمایند.

همانند روش حمل دریائی و هوائی، در این روش نیز کارگزاران حمل و ترخیص ( فورواردر ها ) می توانند خدمات مربوط به تجمیع بارها را ارائه دهند. این خدمات می تواند شامل گروه بندی و تجمیع مرسولات کوچک، انبارداری و استفاده از شیوه های متعدد حمل به منظور تحویل درب تا درب و تعیین قیمت این خدمات باشد. امروزه فورواردرهای بسیار پیشرفته و مجهز، بسیاری از خدمات رایانه ای را نیز ارائه میدهند که از جمله آن ها می توان به پایش و پی گری جریان حمل بار از مبدا به مقصد اشاره نمود. به علاوه بسیاری از این افراد، خدمات حمل سریع السیر شامل تضمین تاریخ تحویل را نیز انجام میدهند.

16-5-2 **نرخ های حمل بار زمینی**

این نرخ ها در حد وسیعی از یک کشور به کشور دیگر فرق می کند. یک دلیل این است که نرخ پرداخت به رانندگان متناسب با نرخ دستمزد ها در کشور ها مربوطه است که با هم متفاوت می باشند.. همانند حمل هوائی و دریائی، نرخ کرایه حمل زمینی معمولا بر حسب وزن ولی مشروط به یک نسبت حجم به وزن محاسبه می گردد. برای حمل بار زمینی این نسبت بین نسبت مربوطه در حمل بار دریائی ( 33/1 به 1 ) و نسبت مربوطه در حمل بار هوائی ( 6 به 1 ) در سطح 3 قرار دارد. بنابراین اگر حجم بار به متر مکعب بیش از 3 ضربدر وزن به کیلوگرم باشد، نرخ کرایه براساس یک « وزن تئوریک » به کیلوگرم محاسبه شده از طریق تقسیم کل حجم به متر مکعب به عدد 3 تعیین خواهد شد.

16-5-2 **تیر - جواز رسمی گذر از مرز گمرکی برای حمل زمینی یا حمل ترانزیت کالا[[660]](#footnote-660)**

**جواز رسمی بین المللی گذر از مرز گمرکی بدون انجام تشریفات گمرکی در حمل زمینی ( ترانزیت ) کالا**

جواز تیر به لحاظ کار برد، خیلی با جواز آتا( گذرنامه مال التجاره)[[661]](#footnote-661) شباهت ارد. با این تفاوت که جواز تیر به این جهت بوجود آمده است که به کامیون ها یا تریلی های حامل محموله های بین المللی اجازه داده شود تا بتوانند از کشورهای مختلف بدون اینکه مجبور به انجام تشریفات گمرکی باشند عبور نمایند ( البته مشروط بر این که کنوانسیون تیر امضا شده باشد ) . برای اطلاعات بیشتر در مورد پروانه یا جواز آتاATA Carnetبه فصل بعدی این کتاب مراجعه شود.

16-5-3 **حمل و نقل ریلی**

هر چند که حمل و نقل زمینی و هوائی در نیم قرن گذشته شاهد شکوفائی بوده اند، ولی حمل و نقل ریلی روند نزولی داشته است. حمل و نقل ریلی ، از لحاظ تعدادکل ارسال کنندگان و دریافت کنندگانی که بتوان مستقیما به آن ها خدمت رسانی نمود، از قابلیت انعطاف بسیار کمتری در مقایسه، با حمل و نقل زمینی برخوردار می باشد. هم جنین بارگیری در این شیوه نیز آسان نمی باشد. به علاوه از آنجائی که این امکان وجود دارد که عرض ریل در کشورهای مختلف بایکدیگر متفاوت باشد و در نتیجه لکوموتیو و قطار یک کشور نتواند از راه آهن کشور دیگر استفاده نماید . هم چنین ممکن است ارتفاع تونل نیزدر کشورهای مختلف با یکدیگر فرق کند ، لذا حمل بین المللی بار توسط قطار می تواند با مشکل مواجه شده و لازم باشد که از شیوه های حمل چند وجهی در کنار حمل ریلی استفاده شود.

با این وصف، برای طبقاتی از ارسال کنندگان کالا و خود کالا ، گزینه حمل ریلی می تواند بهترین انتخاب باشد. واگن های قطار می توانند بارهای بسیار سنگین وزن را حمل نمایند. برخی واگن های قطار کفی و مسطح می توانند تا 500 تن بار حمل نمایند. درنتیجه اغلب برای حمل مواد اولیه فله ای و مایعات، استفاده از حمل ریلی بهترین گزینه می باشد. به علاوه درموردی که ارسال کننده و دریافت کننده بار، دارای راه آهن خصوصی مستقیم از انبارها تاخطوط راه آهن اصلی باشند ، حمل ریلی می تواند مستقیم و سر راست ترین خدمات حمل درب تا درب را ارائه دهد. هم چنین ترتیبات حمل تلفیقی جاده ای- ریلی منجر به قابلیت انعطاف بیشتری شده است. برای مثال یک تریلی زمینی پیاده شده از کشتی در قالب ترتیبات حمل و تخلیه وسیله نقلیه توام با بار بوسیله کشتی[[662]](#footnote-662)، روی یک واگن قطار قرار داده می شود و آن تریلی توام با بار از آنجا تا مقصد بوسیله قطار حمل میگردد.

کرایه حمل بار ریلی بر عکس سایر شیوه های حمل، معمولا مشمول قاعده نسبت حجم به وزن نمی باشد. در این شیوه معمولا دو نوع نرخ برای واگن پر پیشنهاد می شود. یک نرخ برای خدمت سریع السیر و دیگری برای ارائه خدمت معمولی. کرایه حمل ریلی بر حسب واحد وزن بسیار با صرفه تر می باشد.

16-6 **بیمه بار**

حمل های تجاری بین المللی بلااستثناء در مقابل از دست رفتن یا دچار خسارت شدن در حین حمل، به نوعی بیمه می شوند. صادر کننده یا وارد کننده ، بر حسب اینکه کدام قاعده اینکوترمز انتخاب و چه شرایط مربوط به بیمه در قرار داد فروش درج شده باشد، دارای مسئولیت مهم و اساسی بیمه کردن کالا میگردند. در برخی موارد، هر دو طرف مجبور به شرکت در بیمه کالا به درجات مختلف می باشند. تنوع و پیچیدگی جایگردی های[[663]](#footnote-663) احتمالی به قدری است که هیچ صادر کننده یا وارد کننده ای نباید بدون مشورت با یک نمایندگی بیمه در این زمینه اقدام نماید. اقدامات مربوط به بیمه ی بسیاری از بازرگانان کوچک را کارگزاران حمل و ترخیص بار یا فورواردرها انجام می دهند. گزینه دیگر مربوط به موردی می شود که ممکن است بازرگانی دارای یک پوشش بیمه ای بلند مدت باصطلاح « باز » یا پوشش بیمه ای شناور[[664]](#footnote-664) از یک شرکت بیمه باشد که به موجب آن تمام کالاهای این بازرگان در حمل های متعدد در یک مدت معین از بیمه برخوردار باشد. در سایر موارد، بازرگان مستقیما یک حمل مشخص و معین را از طریق یک بیمه نامه دریائی یا زمینی بیمه می نماید. علیرغم نام این نوع بیمه ها، آن ها معمولا محدود به بیمه حمل فقط دریائی، هوائی، یا زمینی نمی باشند، بلکه از هر کدام از این بیمه نامه ها می توان پوشش بیمه ای حمل کالاها از انبار مبدا تا انبار مقصد را تحصیل نمود که شامل حمل چند وجهی نیز می باشد.

**16-6-1 آیا بیمه کردن یک وظیفه است یا یک نیاز تجاری؟**

یک فرق اساسی و عمده را بایستی بین وظیفه قرار دادی بیمه کردن ( بیمه کردن بر طبق قرار داد. م) و نیاز تجاری به بیمه کردن، قائل گردید. بر طبق قواعد اینکوترمز CIF و CIP ، صادر کننده دارای یک وظیفه قرار دادی در مقابل وارد کننده می باشد که سطح حداقل از بیمه را برای پوشش دادن به خطرات کالاها در حین حمل بین المللی فراهم سازد. در تمام بقیه قواعد اینکوترمز هیچ تعهد قرار دادی برای هیچکدام از طرفین معامله برای بیمه کردن محموله مقرر نشده است ( هر چند که طرفین می توانند در قرار داد فروش به ابتکار خود الزامات مربوط به بیمه کردن محموله را درج نمایند )

با این حال در اغلب موارد، نبود یک تعهد قرار دادی دائر به بیمه کردن محموله، نیاز واضح و آشکار اخذ بیمه نامه در عمل را از بین نمی برد. معمولا ، طرفین معامله، پوشش بیمه ای را جهت محافظت از خود ، به عنوان رعایت یک شرط حزم و احتیاط تجاری، اخذ می نمایند. آن ها با این عمل خود میخواهند که لااقل در آن قسمت از حمل که در معرض خطر یا ریسک قرار میگیرند، بیمه شده باشند. هر یک از قواعد اینکوترمز، نقطه ای را برای انتقال خطر ( ریسک ) از فروشنده( صادر کننده ) به خریدار ( وارد کننده ) معین می کند و قبل از آن نقطه فروشنده ( صادر کننده ) در معرض خطر یا ریسک احتمالی قرار داد و محموله را تا این نقطه بیمه می کند. بعد از این نقطه این خریدار ( وارد کننده ) است که در معرض خطر یا ریسک احتمالی قرار میگیرد و از این نقطه به بعد محموله را او بیمه می کند.

16-6-2 **تقسیم پوشش بیمه ای بر طبق تقسیم خطر ( ریسک )**

همانطور که فوقا اشاره شد ، عقلانی است که طرفین معامله پوشش بیمه ای را تنها در مورد آن قسمت از حمل تحصیل نمایند که درآن قسمت در معرض خطر احتمالی قرار دارند. اگر ما برای مثال حمل براساس قاعده اینکو ترمز FOB را در نظر بگیریم، ا نتقال خطر ( ریسک ) در روی عرشه کشتی صورت می گیرد. از آنجائی که فروشنده ( صادر کننده ) تا آن نقطه در معرض خطر ( ریسک ) احتمالی قرار دارد، بنابراین منطقی خواهد بود که بخواهد کالا را تا همان نقطه درروی کشتی بیمه نماید و نه بیشتر.البته به موجب قاعده اینکو ترمز فوب ، صادر کننده هیچ تعهد قرار دادی برای بیمه کردن کالا تا این نقطه را ندارد، ولی معمولا آن را برای حفظ منافع خود انجام میدهد. هم چنین خریدار ( واردکننده ) شاید بخواهد که کالا را از آن نقطه به بعد برای بقیه حمل بیمه نماید و نه قبل از آن نقطه.

با این حال و در عمل چون، اغلب پوشش بیمه ای حمل، معمولا برای انبار تا انبار داده می شود، بنابراین در عمل این یک رویه عادی و معمولی نیست که پوشش بیمه ای حمل در نقطه انتقال خطر ( ریسک ) بین صادر کننده و وارد کننده تقسیم گردد. به علاوه تقسیم پوشش بیمه ای که در آن هر طرف معامله فقط محموله را به خاطر حفظ منافع خود تا نقطه خاصی از حمل بیمه نماید، دارای معایب زیادی نیز می باشد: اول این که در این ترتیبات این خطر وجود دارد که ممکن است لزوما دو پوشش بیمه ای دقیقا مکمل یکدیگر نباشند. یعنی یک فاصله وجود داشته باشد. یا به عبارت دیگر یک بخشی از زنجیره حمل تحت پوشش بیمه ای قرار نگیرد. دوم اینکه اگر از دست رفتن کالا یا معیوب شدن آن در زمان ورود کالا به مقصد کشف شود، اثبات این امر که دقیقا در کجا و در چه نقطه ای کالا معیوب شده و بنابراین مشمول کدام بیمه نامه است ( بیمه نامه صادر کننده یا بیمه نامه وارد کننده ) مشکل و محال میگردد و در نتیجه هر دو بیمه کننده از دریافت خسارت محروم میگردند. بالاخره این که حق بیمه در مورد دو پوشش بیمه ای جداگانه، معمولا گرانتر از پوشش بیمه ای انبار تا انبار یا برای تمام مراحل حمل می باشد.

**مثال موردی**

**یک صادر کننده ( فروشنده ) را در نظر بگیرید که بر طبق قاعده اینکوترمز FOB یا CFR و شرط حساب باز یعنی پرداخت ثمن معامله پس از دریافت کالای مورد معامله توسط خریدار ( وارد کننده ) ، وارد معامله با وارد کننده شده است. برای یک چنین فروشنده ای عقلانی نخواهد بود که بار را فقط تا نقطه ای که درآن جا در معرض انتقال خطر یا ریسک است بیمه نماید. ( یعنی تا روی عرشه کشتی در بندر ارسال کالا ) زیرا اگر محموله پس از این نقطه در حین حمل از دست برود یا دچار خسارت شود، ممکن است که خریدار ( وارد کننده ) از پرداخت ثمن معامله خود داری نماید و بدین ترتیب صادر کننده یا فروشنده، نخواهد توانست به بیمه مراجعه نماید.**

**بنابراین ترجیح این است که باید یکی از طرفین معامله پوشش بیمه ای سراسری برای کل فرایند حمل (یا بیمه انبار تا انبار) را از یک شرکت بیمه واحد اخذ نماید. اما این روش همیشه امکان پذیر نمی باشد. بسیاری از کشورها به موجب قانون مقرر میدارند که صادر کنندگان و وارد کنندگان ، خطرات ( ریسک های ) حمل را از طریق شرکت های بیمه داخلی بیمه نمایند. هم چنین بسیاری از بازرگان از قبل دارای بیمه دریائی بلند مدت یا پوشش شناور یا باز که شرح آن در پی خواهد آمد می باشند. به علاوه برخی از بازرگانان ممکن است توجهی به بیمه کردن محموله در بخشی از فرایند حمل که خطر احتمالی متوجه آن ها می باشد، ننمایند**

**حتی در مواردی که یک طرف ، بیمه نامه انبار تا انبار را اخذ کرده باشد نیز این امکان وجود دارد که دایره شمول پوشش بیمه ای کافی برای کل خسارت نباشد یا در آن بیمه نامه برخی از خطرهای محتمل از پرداخت خسارت مستثنی شده باشد. بنابراین در چنین حالاتی بهتر است که طرف دیگر ، بیمه تکمیلی یا " بیمه اضطراری"[[665]](#footnote-665) را تحصیل نماید.**

**بنابراین هم چنانکه از مطالب فوق بر می آید، بازرگانان باید میزان پوشش بیمه ای مورد نیاز را مشخص نمایند و معین نمایند که از چه نقطه تا چه نقطه در فرایند حمل، پوشش بیمه ای را تحصیل خواهند نمود. آن ها هم چنین باید بررسی نمایند که آیا پوشش بیمه ای حداقلی استاندارد تحصیل شده ، نظیر بیمه معروف به بندهای بار موسسه[[666]](#footnote-666) کافی برای اهداف آن ها می باشد یا نه و اگر کافی نباشد آن ها باید پوشش بیمه ای را زیاد نمایند. اگر یکی از طرفین بیمه را تهیه کرده باشد، آن ها در این موارد نیز باید بررسی نمایند که آیا آن پوشش بیمه کافی است یا اینکه باید با بیمه اضطراری تکمیل شود.**

بازرگانان باید با کارگزار بیمه و هم چنین با شرکای تجاری خود گزینه های متعدد و مختلف مربوط به اخذ چنین پوشش های بیمه ای را مورد بررسی قرار دهند. بالاخره اینکه آن ها باید دقیقا سطح مطلوب پوشش بیمه ای را در قرار داد مشخص نمایند و معلوم نمایند که چه کسی باید مبلغ بیمه نامه را به شرکت بیمه بپردازد.

16-6-3 **نفع قابل بیمه کردن یا ذینفع در بیمه[[667]](#footnote-667)**

صرفنظر از این که کدام طرف معامله بیمه نامه را اخذ نماید، یک طرف معامله تنها زمانی می تواند بر طبق بیمه نامه، ادعای خسارت نماید که در زمانی که کالای مشمول بیمه صدمه دیده و یا از دست رفته ، در آن کالا ذینفع بوده باشد. به عبارت دیگر این بدان معنا است که طرف مزبور در صورتی می تواند در صورت از دست رفتن یا خسارت دیدن کالا از شرکت بیمه تقاضای خسارت نماید که در زمان از دست رفتن یا خسارت دیدن کالا مالک آن باشد و یا اینکه در آن زمان خطر یا ریسک حمل کالا متوجه او بوده باشد. به طور کلی فروشنده یا صادر کننده تا نقطه انتقال ریسک به خریدار دارای نفع قابل بیمه کردن می باشد و از آن نقطه بعد وارد کننده ( خریدار ) دارای این نفع خواهد بود. با این حال اسنثنائات بر این قاعده نیز وجود دارد و در برخی موارد یکی از طرفین معامله حق خود را در بیمه نامه به دیگری واگذار می نماید.

16-6-4 **بیمه نامه های با پوشش باز یا شناور[[668]](#footnote-668)**

هدف از این بیمه نامه ها پوشش دادن به حمل های متعدد در یک دوره معین و مشخص است و بنابراین فقط شرایط کلی بیمه را مشخص می نمایند. در این نوع بیمه، در هر مورد ، طرفی که قرار داد بیمه را امضا کرده ، موارد حمل های مشخص را که باید تحت پوشش این بیمه نامه قرار بگیرد را به شرکت بیمه اطلاع میدهد. این نوع بیمه را ممکن است که کارگزاران حمل و ترخیص ( فورواردر ها ) یا حمل کنندگان نیز به صورت کلی تهیه نمایند، که در این صورت آن ها از این بیمه برای بار مشتریان خود استفاده خواهند کرد.

بر طبق بیمه شناور، ارزش پوشش بیمه ای خطر ( ریسک ) در هر سفر از ارزش کل پوشش بیمه ای در قرار داد کسر میگردد. در موردبیمه نامه ها با پوشش باز ، محدوده پوشش بیمه ای پس از هر سفر به صورت خودکار( اتوماتیک) تمدید میشود.

در برخی موارد، نظیر موارد پرداخت ثمن معامله بر طبق ساز و کار اعتبارات اسنادی، ممکن است این الزام وجود داشته باشد که ارسال کننده ( صادر کننده ) باید یک سند بیمه ای را نیز علاوه بر سایر اسناد حمل تهیه نماید. در مورد بیمه نامه باز، این وظیفه از طریق استفاده از گواهینامه های بیمه که بوسیله شرکت های بیمه طبق دستور طرف بیمه کننده صادر می گردد، محقق می شود. بازرگانان باید در این باره مراقب باشند، زیرا در صورتی که اعتبار نامه ای به صورت واضح و صریح تسلیم یک بیمه نامه اختصاصی را الزامی ساخته باشد ، تسلیم گواهینامه بیمه فوق را به عنوان جانشین بیمه نامه مزبور قبول نخواهد کرد.

16-6-5 **هزینه بیمه**

حق بیمه ها بسته به شیوه حمل و طبیعت و ماهیت کالاها بسیار با یکدیگر تفاوت دارند .حق بیمه برای حمل هوائی معمولا از همه پائین تر است و در حدود 4/. در صد ارزش کالا قرار دارد و این در حالی است که بالاترین نرخ در مورد حمل طولانی جاده ای و ریلی ( به خصوص در کشورهای در حال توسعه ) مصداق دارد که ممکن است در موارداستثنائی به 2 در صد ارزش کالا بالغ گردد. حق بیمه حمل دریائی معمولا در بین 0.6 در صد تا0.7 درصد قرار داد.

15-6-6 **قواعد اینکوترمز و بیمه**

فقط دو قاعده اینکوترمز، یعنی قاعده CIF و قاعده CIP هستند که بیمه را به صورت خاص مقرر میدارند. بر طبق این قواعد، فروشنده باید بیمه نامه ای را به نفع خریدار تهیه نماید. حداقل مبلغ پوشش به میزان 110 در صد ارزش کالا می باشد و شرایط پوشش بیمه ای شرایطی است که در بندهای موسسه بیمه گر های بار لندن[[669]](#footnote-669) آمده است. این موسسه یک انجمن حرفه ای متشکل از شرکت های بیمه می باشد. در این ارتباط سه بند استاندارد به نام بندهای بار موسسه الف و ب و ج وجود دارد. این بندها خطر ها یا ریسک های تحت پوشش بیمه نامه را تعریف می نمایند و هدف آن ها جایگزین کردن و ایجاد بهبود در بندهای عمومی قبلی معروف به تمام خطرها، با میانگین(دبلیو اِ)[[670]](#footnote-670) و آزاد از میانگین خاص(اف پی اِ)[[671]](#footnote-671) می باشد.

بند بار الف موسسه بیشترین دایره شمول را مقرر میدارد؛ بنابراین برخی اوقات چنین به نظر میرسد که پوشش « تمام خطر یا ریسک » را ارائه میدهد. با این حال این اصطلاح یا واژگان پردازی گمراه کننده می باشد. زیرا بر خلاف این اصطلاح ، بند الف فوق بسیاری از خطرات (ریسک های ) مهم را پوشش نمیدهد، که از جمله آن ها می توان به خطر ( ریسک ) اعتصابات یا جنگ و هم چنین خسارات ناشی از بسته بندی ناقص ،تاخیر، فرسودگی عادی، اعسار و ورشکستگی حمل کننده اشاره نمود. بندهای ب و ج حتی بیشتر ، محدود کننده پوشش بیمه ای بوده و فقط شامل خطر یا ریسک هائی می باشند که صراحتا به آن ها اشاره شده باشد.

بر طبق قواعد اینکوترمز، فروشنده ( صادر کننده ) می تواند ترتیبات بند ج را اتخاذ نماید که کمترین پوشش را ارائه میدهد. بنابراین، وارد کنندگان باید آگاه و بر حذر باشند که در مواردی که این میزان حداقل پوشش بیمه ای کافی نباشد، باید صراحتا در قرار دادريال پوشش اضافی مورد نیاز خود را معین نمایند. برای مثال اگر وارد کننده، این انتظار را داشته باشد که از یک حاشیه سود بالائی در صورت تحویل بی عیب و نقص کالا بهره مند خواهد بود، بنابر این پوشش بیمه ای صدوده در صدی ارزش کالا برای منظور او کافی نخواهد بود و پوشش بیمه ای 120 و 130 در صدی مناسب خواهد بود. ( البته و مسلما چنین پوشش بیمه ای مستلزم پرداخت حق بیمه بیشتری به شرکت بیمه خواهد بود )

یک راه حل این است که یک بند خاصی در قرار داد فروش درج گردد که در آن بند، دایره شمول و زمان پوشش بیمه ای مشخص گردد و بویژه معین گردد که آیا پوشش بیمه ای یا بیمه نامه شامل اعتصابات، شورش ها و اغتشاشات داخلی ( پوشش بیمه ای SRCC[[672]](#footnote-672) )می باشد، یا خیر. یک مثال در مورد این بند در فصل 4 این کتاب درباره قواعد اینکوترمز آمده است.[[673]](#footnote-673)

خود آزمایی فصل شانزدهم: لجستیک بین المللی

صحیح یا اشتباه

1. در موردی که در یک اعتبار نامه وجود بار نامه الزامی شده باشد ، سند مشابه مانند رسید معاون یا دست یار ناخدا ، رسید لنگر گاه یا یاد داشت مسئول بار انداز به جای بار نامه قبول میشود.
2. باف یا تعدیل بر اساس نو سانت نرخ ارز ، عبار تست از تعدیل افزایشی کرایه حمل بارکه به حمل کننده اجازه میدهد کرایه بار را در صورت نوسانات نرخ ارز بالا ببرد.
3. برطبق بارنامه پرداخت کرایه حمل بار در مقصد ، کرایه بار توسط وارد کننده به هنگام ورود بار به مقصد پرداخت میگردد.
4. بر طبق قواعد اینکو ترمز ، اصطلاح تخلیه به روش خروج آزاد (Free out) ، به این معنا است که حمل کننده فقط کشتی را به کنار اسکله می آورد ، ولی در تخلیه مشارکت نمی نماید.
5. راهنامه های هوایی را میتوان درست همانند بار نامه دریایی از طریف ظهر نویسی منتقل و معامله نمود نمود .[[674]](#footnote-674)

**فصل هفدهم**

**گمرک و جواز ورود موقت کالا[[675]](#footnote-675)**

**خلاصه**

معاملات فروش بین المللی مستلزم این است که حداقل از قواعد و مقررات دو مرجع گمرکی متابعت شود: گمرک محل صدور کالا و گمرک محل ورود کالا.

ترخیص صادرات از گمرک، شامل اخذ مجوزهای لازم صادرات و تسلیم سایر اسناد و آمار و ارقام به مقامات گمرک محل صادرات می باشد.

ترخیص واردات از گمرک مستلزم ارائه اسناد لازم جهت ترخیص کالاها از گمرک کشور وارد کننده و پرداخت حقوق و عوارض گمرکی مربوطه می باشد.

صادر کنندگان و وارد کنندگان به نحو فزاینده ای مجبور به رعایت و کنترل استانداردهای ایمنی، بهداشتی و محیط زیستی شده اند.

دست اندر کاران تازه وارد در تجارت بین الملل، باید با قواعد و مقررات پایه ای موثر بر کسب و کار و تجارت خود آشنا شوند و سپس در صدد یافتن کارگزاران گمرکی با تجربه یا کارگزاران حمل بار و ترخیص گمرکی ( فورواردر های ) مجرب و بویژه ارائه کنندگان نظرات تخصصی در مورد کسب و کار و تجارت، به منظور اخذ کمک از آن ها در موردامور گمرکی و امور تجاری خود، بر آیند.

ورود موقت کالا که برای صادر کنندگان جهت ارائه نمونه کالا یا شرکت در نمایشگاه های بین المللی ضروری باشد، نیز از طریق اخذ مجوز ورود موقت کالا( جواز یا پروانه اتا) از گمرک بسیار تسهیل میگردد.

17-1 **ترخیص گمرکی و حقوق و عوارض گمرکی**

معاملات تجاری بین المللی همیشه مستلزم دو ترخیص گمرکی می باشد. یکی به هنگام صادرات و دیگری به هنگام واردات.

مسئولیت ترخیص گمرکی دارای چهار عنصر زیر است:

* **داشتن اجازه** مسئولیت اخذ مجوزهای لازم و ارائه اطلاعات و اعلام ها ؛
* **حقوق و عوارض گمرکی** مسئولیت پرداخت حقوق و عوارض رسمی گمرکی و عند الاقضا مالیات ها؛
* **خطر یا ریسک انسداد[[676]](#footnote-676)** خطر یا ریسک فرضی دائر بر عدم امکان فیزیکی یا قانونی انجام ترخیص گمرکی و
* مسئولیت حفظ سوابق مسئولیت حفظ و نگهداری دقیق و قابل دسترسی سوابق

انتخاب قاعده اینکوترمز 2010 مسئولیت انجام ترخیص صادرات و واردات بوسیله طرفین معامله [[677]](#footnote-677) را مشخص می نماید. برای مثال**:**

**1-ترخیص صادرات و واردات به عهده خریدار یا وارد کننده**

- قاعده اینکوترمز EX works ( EXW ) هم وظایف و ترخیص گمرکی صادراتی و هم ترخیص گمرکی وارداتی را به عهده خریدار، می گذارد.

2- نرخیص صادرات به عهد فروشنده( صادر کننده) / ترخیص واردات و پرداخت حقوق و عوارض گمرکی بوسیله خریدار ( وارد کننده). قاعده اینکو ترمز های Fو C ( قواعد ایمکو ترمز هایی که املای آن ها با حرف انگلیسی اف و سی میباشد.)

قواعد اینکوترمز F و C، مثل قاعده FCA ( تحویل کالا در محل مقرر به حمل کننده )، FOB ( تحویل کالا روی عرشه کشتی، CFR ( قیمت کالا و کرایه تا بندر مقصد )، CIF ( قیمت کالا با بیمه و کرایه تا بندر مقصد )، مسئولیت ترخیص گمرکی را بین صادر کننده ( فروشنده ) و وارد کننده ( خریدار ) تقسیم می نمایند. صادر کننده باید ترخیص صادراتی را انجام دهد و وارد کننده مسئوول ترخیص گمرکی وارداتی و پرداخت حقوق و عوارض گمرکی می باشد.

**3 - ترخیص صادراتی و وارداتی به عهده فروشنده ( صادر کننده )**

به موجب قاعده اینکوترمز DDP ( تحویل کالا درمحل مقرر در مقصد با ترخیص و پرداخت حقوق و عوارض گمرکی ) هم ترخیص صادراتی و هم ترخیص وارداتی در حیطه مسئولیت فروشنده ( صادر کننده ) قرار دارد. ذکر این نکته حائز اهمیت است که قاعده اینکوترمز EXW ، فروشنده ( صادر کننده ) را از دادن این اطمینان که کنترل های صادراتی انجام یافته، معاف نمی نماید. هم چنین قاعده اینکوترمز DDP وارد کننده را از رعایت قوانین و مقررات مربوط به ممنوعیت واردات کالا های ممنوع الورود معاف نمیدارد.

17-2 **سازمان جهانی گمرک و نظام هماهنگ تعرفه**

سازمان جهانی گمرک (WCO ) [[678]](#footnote-678)یک سازمان بین دولتی است که مقر آن در شهر بروکسل قرار دارد . این سازمان در سال 1952 تحت عنوان شورای هم آهنگی گمرکی[[679]](#footnote-679) تاسیس گردید. امروزه این سازمان دارای 182 عضو می باشد و متحد الشکل کردن رویه های گمرکی در سطح جهان را به عهده دارد.

یکی از فعالیت های بسیار معروف این سازمان، اداره و نظارت بر نظام آهنگ توصیف و طبقه بندی کالا[[680]](#footnote-680) می باشد که معمولا به نام نظام هم آهنگ (HS) [[681]](#footnote-681) با نظام هم آهنگ تعرفه HTS ) [[682]](#footnote-682)( نامیده می شود. نظام هم آهنگ تعرفه یک نظام بین المللی یکسان سازی نام ها و شماره ها برای طبقه بندی محصولات تجاری است.

بر طبق کنوانسیون نظام هم آهنگ، گمرک هر کشور، ملزم می باشد که جدول تعرفه خودش را بر نظام هم آهنگ (HS) مبتنی سازد . البته کشور مزبور میتواند حقوق و عوارض و مالیات بر واردات مخصوص کشور خود را نیز تعیین نماید. نظام هم آهنگ تعرفه(HTS) سال 2017 به 21 بخش و 98 فصل و بیش از دویست هزار زیر عنوان تقسیم شده است، که بر طبق این نظام هر کالا بر طبق کدهای شماره ای در طبقات قرار دارند. تمام محصولات را می توان بر طبق نظام هماهنگ تعرفه طبقه بندی نمود. فصل 98 آن برای استفاده خاص هر کشور منظور شده است.

این غیر عادی نمی باشد که بخش خاصی از یک مال التجاره در 2 طبقه رسمی طبقه بندی گمرکی قرار گیرد. این قابل فهم است که در چنین مواردی بازرگانان در صدد اعمال آن طبقه ای بر می آیند که حقوق و عوارض گمرکی کمتری را برای آن کالا مقرر نموده است. اگر در این باره اختلافی بین مقامات گمرک و بازرگان وارد کننده به وجود آید، معمولا بازرگانان از این حق برخوردار می باشند که از تصمیم گمرک در یک هیات گمرکی یا مرجع قانونی تجدید نظر خواهی نماید. این چالش ها یا « اعتراضات » در باره ارزش گذاری گمرکی توسط مقامات گمرکی، معمولا بوسیله وکلای متخصص در امور گمرکی تعقیب میگردد.

**مطالعه موردی: طبقه بندی گمرکی**

**برای اهداف گمرکی- یک" کُت" چیست؟**

**یک شرکت کوچک مُد آمریکائی " ژاکت پشمی " را از کشور چین وارد نمود .گمرک امریکا این کالا را در طبقه « کت ها » که حقوق و عوارض گمرکی آن 20 در صد بود ارزیابی نمود.**

**وارد کننده استدلال نمود که این پوشاک باید در طبقه بندی ژاکت یا پولیور قرار گیرد که حقوق و عوارض گمرکی آن 17 در صد می باشد. این 5/2 در صد اختلاف برای وارد کننده بسیار مهم بود. دادگاه نظرات کارشناسان هر دو طرف را استماع نمود و به این نتیجه رسید که برای معین کردن طبقه بندی گمرکی کالا، توجه به موارد استفاده آن دارای بالاترین اهمیت و وزن می باشد. بر این اساس قاضی دادگاه در رای خود چنین اظهار نظر نمود که یک « کت » پوشاکی است که زمانی که شخصی به خارج از فضای در بسته از خانه میرود آن را برای تطبیق با محیط خارج بر روی سایر لباس ها می پوشد و هنگامیکه وارد محیط در بسته خانه می شود آن را از تن خارج می کند و انتظار نمیرود که پوشیدن آن در قضای در بسته با سایر لباس ها هم خوانی داشته باشد. اما بر عکس یک فرد، ژاکت یا پولیور را پس از ورود به فضای در بسته خانه از تن خارج نمی نماید و یک پوشاک مختص فضای آزاد نمی باشد و انتظار میرود که با سایر لباس هایی که فرد در فضای در بسته بر تن دارد هم خوانی و هم آهنگی داشته باشد. در نتیجه رای دادگاه بر این قرار گرفت که پوشاک پشمی وارداتی یک کت نمی باشد، بلکه ژاکت یا پولیور است و بدین ترتیب وارد کننده در اختلاف بر سر طبقه بندی گمرکی کالا با گمرک پیروز شد**.

سازمان جهانی گمرک درباره نمانکلاتور تعرفه ای نظام هم آهنگ الحاقیه ها و اصلاحیه های متعددی را انتشار داده که از اول ماه ژانویه سال 2017 به مرحله اجرا در آمده است. موضوعات اجتماعی و محیط زیستی مورد نگرانی و دغدغه جهانی، ویژگی های مهم الحاقات و اصلاحات نظام هم آهنگ تعرفه ای 2017 می باشد. اکثر این تغییرات بوسیله سازمان خوار بار و کشاورزی سازمان ملل متحد (FAO ) [[683]](#footnote-683) پیشنهاد شده اند. از آنجائی که حقوق و عوارض گمرکی می تواند یک عامل تعیین کننده درروابط تجاری باشد، لذا وارد کنندگان می توانند قبل از واردات ، به منظور آگاهی از هزینه واردات در فرایند برنامه ریزی های خود ، از مدیریت های گمرکی نرخ های تعرفه که باید به پردازند را استعلام نمایند . این تصمیم برای این مقامات گمرکی لازم الاجرا می باشد. این فرایند توافق از قبل با مقامات گمرک بر سر نرخ تعرفه ها [[684]](#footnote-684) مستلزم ارائه اطلاعات بسیار تفضیلی درباره کالا و موارد استفاده از آن به مقامات گمرکی است. در حالی که هر کسی می تواند تصمیم الزام آور فوق را تقاضا نماید، ولی به تازه واردین به تجارت بین الملل توصیه می گردد که در این باره از نظرات مشورتی مشاورین گمرکی استفاده نمایند.

17-3 **کارگزاران و واسطه های گمرکی**

بازرگانان برای ترخیص کالاها از گمرک و دریافت هر خدمات گمرکی، نظیر تعیین طبقه بندی کالا به خدمات و واسطه های گمرکی به نامهای « واسطه های اداره گمرک »[[685]](#footnote-685) یا "سی اچ بی" نیاز دارند. از آن جایی که این واسطه ها به صورت کارگزاران صادر کننده یا وارد کننده در مراجعه به مقامات گمرکی عمل می نمایند. بنابراین بازرگانان باید با دقت بسیار ماهیت و نوع و مشخصات کالا و هم چنین هزینه های مورد انتظار که حاضر به پرداخت آن می باشند و هر گونه اطلاع درباره هر تصمیم قبلی مقامات گمرکی و هر مطلبی که می تواند بر فرایند واردات مورد نظر آنان تاثیر داشته باشد را به واسطه های گمرکی خویش اعلام نمایند. بازرگانان باید به نحو صریح و مشخص از واسطه یا کارگزار گمرکی بخواهند که در صورت بروز هر مشکل در فرایند ترخیص به آن ها برای دریافت کمک مراجعه نمایند. زیرا بازرگانان اغلب در موقعیت بهتری جهت پاسخگویی به سئوالات یا حل اختلافات مربوط به کیفیت تکنیکی یا جزئیات قیمتی کالا قرار دارند. کار گزاران گمرکی در برخی از کشورها مانند امریکا، کانادا، مکزیک، روسیه و استرالیا باید دارای مجوز باشند، ولی اخذ این مجوز در مورد تمامی کشورها الزامی نیست (در بسیاری از کشورها در اتحادیه اروپا واسطه ها یا کارگزاران گمرکی مجبور به دریافت مجوز نمی باشند. )

17-4 **ترخیص صادراتی: مجوزها و سهمیه ها**

برای صادرات اخذ یک مجوز رسمی می تواند ضروری باشد و یا نباشد. حتی اگر یک مجوز ضروری هم نباشد، بسیاری از کشورها از صادر کنندگان می خواهند که به صورت رسمی گمرک را از طریق تسلیم یک سند استاندارد یا اعلامیه الکترونیکی که در آن اطلاعات خاصی از جمله درباره مورد معامله و خریدار ( وارد کننده ) آمده باشد، مطلع نمایند.

اغلب اخذ مجوزهای صادرات در مورد فروش کالاهای حساس سیاسی یا استراتژیکی نظیر صادرات اسلحه یا مهمات، مواد شیمیائی چند منظوره[[686]](#footnote-686)، کالاهای دارای فن آوری بسیار پیشرفته کمیاب و دارای عرضه کم، ضروری می شود. در برخی از موارد نادر ممکن است صادرات برخی از کالاها مشمول سهمیه بندی شود. این بدین معنا است که صادر کننده باید مجوز دولت را برای صدور یک کالای خاص به خارج اخذ نماید. در چنین مواردی اگر سهمیه صادراتی این کالاها پر یا کامل شده باشد، دولت چنین مجوزی را صادر نخواهد کرد. سهمیه های واردات نیز توسط برخی از کشورها برای حمایت از بازارهای داخلی وضع میگردد.

17-5 **ترخیص گمرکی واردات: حقوق و عوارض گمرکی و مالیات ها**

**17-5-1 ارزش گذاری گمرکی و طبقه بندی کالا**

به هنگام ورود کالا به مرز ورودی یک کشور، پرداخت حقوق و عوارض گمرکی می تواند الزامی گردد. از آنجائی که میزان حقوق و عوارض گمرکی مستقیما بر سود و زیان وارد کننده تاثیر می گذارد، لذا مدیریت موثر یا کارآی حقوق و عوارض گمرکی یک الزام استراتژیک شده است.

مقدار حقوق و عوارض گمرکی کشورها در حد وسیعی بسته به ارزش کالای وارداتی، جدول تعرفه ای واردات کشور، طبقه بندی کالا و در برخی موارد مبدا کالا ، تعیین میشود و با یکدیگر تفاوت دارد. ماموران گمرک به دقت ارزش اعلامی کالا را مورد بررسی و راستی آزمائی قرار میدهند. زیرا حقوق و عوارض گمرکی اغلب بر حسب در صد ارزش کالا محاسبه میگردد. (یعنی حقوق و عوارض گمرکی براساس در صدی از ارزش کالای درج شده در صورت حساب تعیین میگردد.)

ارزش گذاری گمرکی برطبق یک معاهده بین المللی ارزش گذاری گمرکی سازمان جهانی تجارت" موافقت نامه سازمان جهانی تجارت درباره اجرای ماده هفت گات 1994" قرار دارد که قاعده اساسی مربوط به ارزش گمرکی کالا را معین می نماید. به موجب این قاغده، ارزش گمرکی کالا عبارتست از ارزش مورد توافق بین خریداران و فروشندگان غیر مرتبط به یکدیگر . اگر طرفین معامله با هم مرتبط باشند یا اگر پرداخت های دیگری علاوه بر پرداخت مربوط به کالا در صورت حساب وجود داشته باشد، در آنصورت « ارزش معاملاتی » درج شده در صورتحساب ممکن است مورد قبول واقع نشود.

باید توجه داشت که ارزش کالای مندرج در صورت حساب، از جمله سایر موارد تابع میزان هزینه خدمات حمل محاسبه شده در قیمت بر طبق قاعده اینکوترمز می باشد و با تغییر این عوامل تغییر خواهد یافت. بدین ترتیب ، ارزش یک کالای مشابه با استفاده از قاعده اینکوترمز CIF، همیشه بالاتر از ارزش همین کالا در قالب استفاده از قاعده اینکوترمز FOB خواهد بود. زیرا ارزش CIF کالا شامل کرایه حمل دریائی و هزینه بیمه نیز می باشد. در اغلب کشورها، حقوق و عوارض گمرکی بر اساس CIF محاسبه میگردد، ولی برخی دیگر از ارزش FOB استفاده می نمایند ( برای مثال استرالیا و کانادا ). ممکن است که الزامات گمرکی همیشه منطبق با قاعده اینکوترمز مورد استفاده طرفین معامله نباشد. این وضعیت در صورتی که ماموران گمرک ، ارزش کالا بر اساس میزان مندرج در صورت حساب تعیین شده بر مبنای قواعد اینکوترمز دیگری غیر از FOB یا CIF را نپذیرند، مشکل آفرین می گردد. آسان ترین راه حل این است که ارزش مندرج در صورت حساب را به ارزش گمرکی بر طبق قواعد اینکوترمز FOB یا CIF برای اهداف اظهار نامه گمرکی تبدیل نمود.

در برخی از موارد، ممکن است ماموران گمرک درباره صحت صورت حساب در مورد ارزش کالا شک و تردید نمایند. شاید معامله واجد برخی عواملی باشد که تقلب را نشان دهد. برای مثال اگر ماموران گمرک به این مظنون شوند که در معامله دور زدن کنترل هاارزی و یا گریراز مقررات انجام شده،( مثلا اعلام ارزش پائین تر جهت فرار از پرداخت حقوق و عوارض گمرکی قانونی )درآن صورت ، این مامورین ، معامله مزبور را به دقت مورد بررسی قرار میدهند. هم چنین اگر مامور گمرک به این مظنون شود که صادر کننده به منظور به دست آوردن سهم بازار در آینده کالاها را به قیمت پائین تر از هزینه تولید به صورت دامپینگ در بازار عرضه نموده، در اینصورت آن ها در صدد بررسی دقیق ارزش واقعی کالای مندرج در صورت حساب بر خواهند آمد. در این قبیل موارد ارزش کالای مندرج در صورتحساب به صورت صعودی و افزایشی که مورد قبول گمرک باشد تعدیل خواهد شد. اگر بازرگانان به هر دلیلی فکر کنند که ممکن است با مشکلاتی در این زمینه مواجه شوند، آن ها باید از پیش با گمرک مشورت نمایند.

17-5-2 **کشور مبدا**

**نظام عمومی ترجیحات**

حقوق و عوارض گمرکی اغلب بستگی به کشور مبدا دارد. موافقت نامه های تجارت آزاد زیادی بین کشورها و بلوک های تجاری وجود دارد که در آن اعمال حقوق و عوارض گمرکی ترجیحی منوط بر این است که مبدا کالا، یک کشور عضو موافقت نامه باشد. بر طبق نظام عمومی ترجیحات سازمان ملل متحد ( GSP ) [[687]](#footnote-687) بسیاری از کشورهای توسعه یافته، برای واردات از کشورهای در حال توسعه ، ورود عاری از تعرفه یا توام با تعرفه ترجیحی را بر قرار کرده اند.

این امر ما را به موضوع مهم مبدا کالای صادراتی ، که باید یک کشور در حال توسعه یا عضو موافقت نامه تجارت آزاد باشد، هدایت می کند. معمولا و به طور کلی استفاده از این ساز و کار با ارائه یک سند گواهی مبدا امکان پذیر می شود. این گواهی را اطاق بازرگانی یا یک مقام صادراتی رسمی کشور صادر کننده صادر و مهر می کند. در مورد محصولات کشاورزی ، تعیین مبدا کالا معمولا یک امرساده ای است و طبعا این محصولات به صورت فراوری نشده صادر میگردند.

اما در مورد تعیین مبدا محصولات ساخته شده و صنعتی که اجزای تشکیل دهنده آن ممکن است از کشورهای غیر مشمول ترجیحات تجاری تامین شده باشد ، وضع پیچیده تر میشود. دو معیار برای تعیین این که آیا یک محصول خاص منطبق با الزام مربوط به بهره مندی از نظام عمومی ترجیحات می باشد یا نه وجود دارد که عبارتند از معیار پردازش و معیار در صد. بر طبق معیار پردازش، محصول ساخته شده معمولا زمانی مشمول نظام عمومی ترجیحات می شود که این محصول در طبقه بندی متفاوتی از اجرا تشکیل دهنده آن قرار گیرد. بر طبق معیار در صد معمولا 35 تا 50 در صد محتوای محصول وارده( بسته به مقررات کشور وارد کننده ) باید متعلق به کشوری باشد که مشمول نظام عمومی ترجیحات است. آنچه در این ارتباط بسیار مهم است این است که نباید تقاضای استفاده از ترجیحات یا تقاضای صدور گواهی های مبدا بدون ارائه اسناد مثبته مبدا کالا صورت پذیرد.

17-6 **انبارهای گمرک[[688]](#footnote-688)**

انبار گمرک انباری است که در آن کالاهای وارداتی که حقوق و عوارض گمرکی آن ها پرداخت نشده برای مدتی نگاهداری می شود. مالک انبار بایستی ضمانت نامه ای را در اختیار مقامات گمرک در مورد هر ضرر و زیان وارده به حقوق و عوارض گمرکی قرار دهد. این انبارها مفید می باشند. زیرا به وارد کننده اجازه میدهند که قبل از پرداخت حقوق و عوارض گمرکی، کالاها را باز رسی نمایند. ( یا اینکه مشتریان را برای بازدید و خرید آن ها به انبار بیاورد ) دراین فراینددر صورتی که کالاها برای وارد کننده رضایت بخش نباشد، او می تواند یا آن ها را رد نماید و یا اگر آن ها را از قبل خریداری کرده و ثمن معامله را پرداخته باشد ، فروش آن ها را درخواست و یا به یک طرف ثالثی دوباره صادر گردد. مزیت دیگر این انبار این است که در مورد کالاهائی که در مورد آن ها حقوق و عوارض گمرکی بالائی تعیین شده باشد ( برای مثال توتون و محصولات الکلی )، پرداخت حقوق و عوارض گمرکی می تواند به تعویق بیفتد. این امر باعث میشودکه وارد کننده بتواند بهره مبلغ حقوق و عوارض گمرکی در دوره انبار کالا را نپردازد و آن را پس انداز نماید.

17-7 **مناطق آزاد تجاری**

از مناطق آزاد تجاری که برخی اوقات به آن ها مناطق خاص اقتصادی نیز گفته می شود ، برای دریافت و نگاهداری کالا بدون پرداخت حقوق و عوارض گمرکی استفاده میگردد. کالاهائی که به یک منطقه آزاد تجاری وارد می شوند به عنوان کالاهای وارد شده به یک کشور تلقی نمی گردند. این کالاها را می شود دست کاری کرد و از آن ها برای تولید کالای دیگر استفاده نمود و بر آن ها بر چسب جدید زد و دوباره بسته بندی کرد یا اینکه آن ها را تا زمان احتیاج انبار کرد یا دوباره صادر نمود.

17-8 **واردات موقت و جوازهای آتاِ[[689]](#footnote-689)**

ساز و کار ورود موقت کالا به داخل کشور بدون پرداخت حقوق و عوارض گمرکی یک وسیله مهم برای شرکت هائی است که میخواهند محصولات خودشان را در بازارهای خارجی عرضه نمایند. این ترتیبات هم چنین برای دست اندر کاران حرفه ای در تجارت جهت معرفی محصولات خود در کشورهای خارج مفید است. به موجب این ترتیبات کالاها برای مدت محدودی بدون پرداخت حقوق و عوارض گمرکی وارد کشور می شود. ورود موقت کالا به کشور می تواند از طریق اخذ مجوز به نام جواز اتا در حد وسیعی تسهیل گردد. این جوازها یک سند گمرکی بین المللی می باشند که امروزه در 77 کشور صادر میگردند. جوازها ی مزبور به نام « گذر نامه کالاها » نیز نامیده می شوند. زیرا به موجب این اسناد ، واردات کالا می تواند برای مدتی حداکثر تا یکسال بدون پرداخت حقوق و عوارض گمرکی از مرز ورودی کشور گذشته و وارد آن شود. این ساز و کار با همکاری سازمان جهانی گمرک و اطاق بازرگانان بین المللی و از طریق فدراسیون اطاق های بازرگانی جهانی به منظور تشویق تجارت جهانی و کاهش موانع تجاری بر قرار شده توسط مقررات ملی گمرکی کشور های مختلف ایجاد شده است. این سر نام یا مخفف اتا ترکیبی است از کلمات فرانسوی و انگلیسی:

Admission temporaire / temporary admission

برای استفاده از این ساز و کار، شرکت های صادر کننده کالا ملزم می باشند که این جواز عبور موقت کالا را به هنگام خروج کالا از کشور صادر کننده و ورود کالا و خروج آن از هر کشور به مقامات گمرک آن کشورها ارائه دهند و در مراجعت کالا به کشور مبدا نیز آن را به مقامات گمرکی مربوطه برای معافیت از پرداخت حقوق و عوارض گمرکی ورودی به آن کشور ارائه دهند. از این جواز می توان درمورد اغلب کالاها درتجارت بین الملل استفاده نمود که از جمله آن ها می توان به نمایش نمونه های محصول درنمایشگاه ها و خربداران تجهیزات حرفه ای اشاره نمود. اما این سار و کارشامل کالاهای مصرفی و یکبار مصرف نمی شود.

در مورد کشورهائی که این جوازها را قبول نمی نمایند، شرکت ها معمولا می توانند از سند دیگری بنام تضمین ورود موقت[[690]](#footnote-690) استفاده نمایند. این سند را ممکن است بتوان از واسطه های گمرکی به هنگام ورود کالا به کشور اخذ نمود. وثیقه ا ین سند به پول کشور وارد کننده می باشد. مبلغ وجوه مربوط به این وثیقه از کشوری به کشور دیگر متفاوت است و به نوع محصولی که وارد می شود بستگی دارد. اغلب چندین ماه طول می کشد که این وثیقه باز پرداخت شود. اطلاعات مربوط به این که از کجا می توان جواز ا تا را دریافت نمود در نشانی زیر قابل دسترسی است: icc wbo.org / resources- for business/ ata- carnet/

خود آز مایی فصل هفدهم: گمرکات و مجوز ورود موقت یا اتا

صحیح یا اشتباه

1. انبار های گمرک در تحت مالکیت مقامات گمرکی لی قرار دارندو از آن ها برای انبار کرد ن و نگاهداری کالا های وارداتی تا زمان رسیدگی ، استفاده میگردد.
2. **جواز یا پروانه ورود موقت کالا به عنوان " گذرنامه کالا " مشهور میباشد که کار کنان بازار یابی از آن برای** ترتیب دادن ورود موقت کالا به یک کشور یا یک سری از کشور ها بدون نیاز به پرداخت حقوق و عوارض گمرکی استفاده می نمایند.
3. جدول تعرفه هم آهنگ یک نظام استاندارد بین المللی برای طبقه بندی کالا های وا رداتی است که بوسیله سازمان ملل متخد استقرار یافته است.
4. در موردی که از قاعده اینکو ترمز DDP استفاده شود، مسئو لیت های گمرکی و پرداخت حقوق و عوارض گمرکی بین صادر کننده و وارد کننده تقسیم میشود.
5. نظام عمومی تر جیحات ، بر نامه ای است که بر طبق آن کالاهای صادره توسط کشور های در حال توسعه به کشور های توسعه یافته ، در مقایسه با صادرات کشور های توسعه یافته به آن کشورها ، می تواند با نرخ های تعرفه پایین تر و یا عاری از تعرفه صور ت گیرد. [[691]](#footnote-691)

**فصل هجدهم**

**منبع یابی یا تامین جهانی[[692]](#footnote-692)و متابعت از ضوابط[[693]](#footnote-693) پایداری( حفظ محیط زیست.م)**

**خلاصه**

در شالوده و قالب صادرات سنتی، صادر کنندگان کالا را تولید و آن را به واردکننده در کشورهای خارج می فروشند. اما در دهه های اخیر، افزایش در تعداد شرکتهای چند ملیتی، تا حد زیادی این روش را تغیر داده است. تولید کنندگان بزرگ کشف نموده اند که آن ها می توانند به صورت سود آوری، تولید را از طریق برون سپاری و واگذاری به کارخانه های مستقل[[694]](#footnote-694) در اطراف و اکناف جهان انجام دهند.

بنابراین امروزه استفاده از فرایند صدورسنتی یک محصول که تمام مراحل تولید و اجزای متشکله آن در کشور صادر کننده انجام شده باشد ، اهمیت سابق را ندارد و سر هم کردن و تلفیق[[695]](#footnote-695) یا مونتاژ اجزای مختلف یک محصول تهیه شده از کشورهای مختلف ، دریک کشور دیگر، یک امر کاملا عادی و معمولی شده است و پس از فرایند ترکیب اجزای مختلف یک محصول با هم و تولید نهائی آن ، محصول مزبور به سراسر جهان صادر میگردد.

پیچیدگی مدیریت یک شبکه بین المللی کارخانه های مستقل، ایجاد و گسترش مدیریت زنجیره تامین جهانی را سبب شده است. رویه مخصوص مدیریت تامین کننده یا عرضه کننده[[696]](#footnote-696)، از طریق تحقیق درباره تامین کنندگان جدید در جهان به " منبع یابی"یا" تامین جهانی "[[697]](#footnote-697) معروف است. اطمینان حاصل کردن از اینکه کالاهای تولید شده براساس این فرایند منطبق باضوابط و استانداردهای زیست محیطی و حقوق بشری است، یک انضباط یا دیسیپلین فرعی است که به نام انطباق یا متابعت [[698]](#footnote-698)( از استاندارد های زیست محیطی یا حقوق بشری .م) معروف است.

18-1 **منبع یابی یا تامین جهانی و مدیریت زنجیره تامین**

18-1-1 **خرید بین المللی و منبع یابی یا تامین جهانی**

امروزه تمام شرکت های دست اندر کار در تولید کالاهای مصرفی مهم و عمده ، باید زنجیره های تامین بین المللی پیچیده را مدیریت نمایند.در این راستا فرایند تولید محصول، از طریق برون سپاری به کارخانه های مستقل خارجی ، امری عادی و روزمره شده است. فرایند تولید این کارخانه ها به نحوی است که مواد اولیه و اجزا تولید را از تعداد زیادی از کشورهای دیگر وارد می نمایند و سپس محصول نهائی تولید شده را به سراسر جهان صادر و فروخته میشود.

بنابراین هر شرکت تولید کننده مجبور است که در زمینه منبع یابی جهانی تخصص های لازم، شامل مدیریت لجستیک و زنجیره تامین، حمل و انطباق و متابعت با ضوابط زیست محیطی و حقوق بشری و مقررات گمرکی را کسب نماید.

اجازه بدهید که در اینجا بین مفهوم منبع یابی جهانی و مدل سنتی واردات که میتوان آن را خرید بین المللی نامید تفاوت و تمیز قائل شویم. واردات سنتی با همان خرید بین المللی صرفا متضمن وجود یک خریدار تجاری و یک فروشنده تجاری مستقر در دو کشور مختلف می باشد. فرایند منبع یابی جهانی، خیلی پیچیده تر است و متضمن گزینش و تلفیق مواد خام و اولیه ، اجزای مختلف تولید، فروشندگان و عرضه کنندگان و تامین کننده از سراسر جهان است.

حرکت از خرید بین المللی به تامین جهانی یا منبع یابی جهانی به اندازه یک بنگاه و درجه پیشرفت و پیچیدگی های بین المللی بستگی دارد. وارد کنندگان کوچک و تازه وارد ممکن است فعالیت تجاری خود رااز روش خرید بین المللی شروع نمایند. اغلب انگیزه این وارد کنندگان خیلی ساده عبارتست از نبود یک عرضه کننده داخلی رقیب یک محصول خاص به لحاظ قیمتی . بنابراین هر خرید بین المللی اغلب براساس موردی صورت می گرفته است . ولی به موازات رشد بین المللی شرکت های بزرگ، میزان عملیات خرید آن ها به آستانه ای میرسد که آن ها را مجبور می نماید که استراتزی تامین یا منبع یابی خود در سر تاسر مناطق خرید و تولید را هم آهنگ سازند.

امروزه برای تولید کنندگان بزرگ بین المللی که به نام " تولید کنندگان تجهیزات اصلی " یا" اُ ای ام"ها[[699]](#footnote-699) معروف می باشند، روش استانداردعبارتست از برون سپاری فرایند تولید محصول یا اجزای تشکیل دهنده تولید به کارخانه های مستقل به نام عرضه کنندگان یا تامین کنندگان منابع برای تولید کنندگان تجهیزات اصلی یا او ای ام ها.

18-1-2 **تامین منابع استراتژیک:[[700]](#footnote-700) هزینه و فایده منبع یابی یاتامین منابع جهانی**

تصمیم برون سپاری فرایند تولید به نام تصمیم “ ساخت و نه خرید” [[701]](#footnote-701) معروف است. در حالی که برون سپاری تولید عمدتا به خاطر اهداف کاهش هزینه تولید صورت می گیرد، ولی ملاحظات استراتژیکی مهمی نیز در این باره وجود دارد که نباید از تظر مغفول بماند . یک مثال در زمینه اهمیت ملاحظات استراتژیک، در زمینه تصمیم برون سپاری عبارتست از تصمیم سوال بر انگیز معروف شرکت آی بی ام در دهه 1970 دائر به برون سپاری تولید دو جزء مهم دسک تاپ رایانه ها ی خود. بر اثر این تصمیم ، تولید پردازش گر[[702]](#footnote-702) رایانه به شرکت اینتل[[703]](#footnote-703) و تولید سیستم عامل[[704]](#footnote-704) به مایکر و سافت محول گردید. نتیجه این اقدام در طویل مدت این بود که شرکت های اینتل و مایکر و سافت، ضمن تحویل تولیدات خود به رقبای شرکت آی. بی. ام، بسیار شکوفا و پر رونق شدند و شرکت های رقیب آی. بی. ام نیز در این فرایند ، ضمن رقابت با شرکت آی. بی. ام شرکت مزبور را از بخش تولید رایانه های شخصی بیرون کردند. در سال 2005 شرکت آی. بی. ام مجبور به فروش آی. بی. ام شکست خورده در رقابت در بخش رایانه های شخصی گردید. در حالی که شرکت اَپِل با اتخاذ یک استراتژی متفاوت ،کنترل بر تولید و گسترش سخت افزار و نرم افزار خود را حتی با استفاده از عرضه کنندگان خارجی حفظ نمود.

یک معیار استراتژیکی معمول و متداول برای تصمیم گیری درباره منطقی بودن یا نبودن برون سپاری، معیار "کل هزینه مالکیت "[[705]](#footnote-705) یا "تی سی او "[[706]](#footnote-706)می باشد. این معیار یک طریق کاملتر تجزیه و تحلیل عرضه کنندگان بالقوه می باشد.( در مقایسه با روش سنتی انتخاب عرضه کننده ای که ارزانترین قیمت کارخانه ای را پیشنهاد می نماید.) عوامل متعدد لحاظ شده در این معیار یا روش این فرصت را در اختیار بنگاه ها قرار میدهد که بتوانند به یک محاسبه دقیق درباره سود آور بودن یا نبودن تامین از یک عرضه کننده خاص خارجی در بلند مدت بپردازند. این عوامل عبارتند از:

* هزینه های بین المللی حمل از کارخانه تا مکان تحویل
* پردازش واردات و پرداخت حقوق و عوارض گمرکی؛ تعدد موارد اختلافات گمرکی و توقف کالا در گمرک
* .کیفیت کالا و قابل اعتماد بودن عملکرد و اجرای قرار داد توسط تامین کننده
* هزینه های لازم برای بازرسی های کیفیت
* الزامات مربوط به میزان خرید حداقل
* آمادگی برای استفاده از فن آوری اطلاعات با خریدار
* تمکن مالی بلند مدت تامین یا عرضه کننده
* هزینه های انبار داری در ارتباط با الزامات مدت تحویل محصول

به موازات گسترش تامین یا منبع یابی جهانی در دهه 1990، یک سری مشکلاتی نیز بوجود آمد. بدین معنا که بسیاری از بنگاه ها خطرات ( ریسک های ) مربوط به منبع یابی جهانی را دست کم گرفتند و بعدا متوجه شدند که مبلغ پس انداز یا صرفه جویی در هزینه ها ی مورد انتظارآن ها بر اثر مشکلات کنترل کیفی وغیر کار آئی ها در زنجیره تامین ، کاهش یافته و یا حدف شده است. شعبه آمریکای شرکت هیتاچی درسال 2005 به این نتیجه رسید که تامیزان 20 در صد از واردات اجزای تولید آن با تاخیر در گمرک مواجه بوده است و این امر خطر ( ریسک ) نقض تعهدات تحویل به موقع به مشتریان را ایجاد کرده است.

نگرانی شدیدتر زمانی حادث شد که سازمان های غیر دولتی به او ای ام های( تولید کنندگان تجهیزات اصلی) دارای علامت های تجارتی معروف اعتراض نمودند و اتهام ایجاد کارگاه استعمار و بهره کشی[[707]](#footnote-707)و تخریب محیط زیست را بر آن ها وارد ساختند. کارگاه استعمار و بهره کشی به یک تاسیسات تولیدی اطلاق میشود که دو یا چند مورد نقض حقوق بشر و شرایط کار ( مانند استفاده ازکارکودکان، کار اجباری، اضافه کار اجباری، شرایط کاری نا امن و اعمال تبعیض در استخدام، آزار واذیت جنسی و یا قصور در پرداخت حداقل دستمزد )را مرتکب شده باشد. ادعاهای تامین ، از این قبیل کارخانه ها، می تواند برای برند یا شهرت و اعتبار یک شرکت بسیار مخاطره آمیز باشد. در همین راستا بود که در سال 2010 توجه جهانی به یک کارخانه عظیم به نام فن آوری های فاکس کان[[708]](#footnote-708) )یک عرضه کننده یا تامین کننده محصولات اَپِل در چین( متمرکز گردید که در آن 18 کارگر در عرض یکسال دست به خودکشی زده بودند. واکنش عمومی به این حادثه سبب گردید که فاکس کان مستقر در تایوان تصمیم به افزایش حقوق کارگران بگیرد.

متعاقبا اقدامات شرکت اپل با ریزبینی ها و اتهامات در مورد اقدامات ضد محیط زیستی مواجه گردید. در سال 2011 یک کنسرسیوم متشکل از پنج سازمان غیر دولتی طرفدار حفظ محیط زیست، شرکت اپل را به خاطر استفاده از تامین منابع کنندگان چینی مشهور به آلوده سازان محیط زیست، مورد انتقاد قرار دادند. شرکت اپل پس از مواجه شدن با رگباری از عناوین سر مقاله های انتقادی نظیر " حمله به اپل در باره آلودگی محیط زیست در چین" مجبور به مذاکره با سازمان های غیر دولتی مزبور، درباره استراتژی ها ، جهت از بین بردن مشکلات محیط زیستی مربوط به تامین منابع کنندگان خود گردید.

18-2 **متابعت از ضوابط مربوط حقوق بشر و شرایط کار**

در سال 1991 توجه رسانه های جهانی به گزارش هایی درباره سوء استفاده و بهره کشی در کارخانه های لباس و ملزومات ورزشی و کفش نایک در اندونزی جلب گردید. نایک در ابتدا مدعی گردید که مسئوول شرایط کاری در کارخانه های مستقل نمی باشد. مع هذا در سال 1998 طوفان آتش زائی از انتقادات سازمان های غیر دولتی و شخصیت های بر جسته، نایک را مجبور نمود که این روند را معکوس نماید و اعلام کرد که یک برنامه محکم و شدید نظارتی را به منظور ممانعت از سوء استفاده از نیروی کار تدوین خواهد نمود.

معمول ترین روش مورد استفاده اُ ای ام ها(تولید کنندگان تجهیزات اصلی) و شرکت های خرید خدمات ، جهت کنترل و اطمینان حاصل کردن از متابعت از شرایط و ضوابط کار توسط تامین کنندگان (یا قبول کنندگان برون سپاری.م )استفاده از بازرسین یا ممیزین مخصوص کارخانه می باشد. به این روش، برخی اوقات عنوان روش بازبینی[[709]](#footnote-709) یا روش استفاده از فهرست کنترلی اطلاق می گردد. زیرا بازرسان یا ممیزین با یک فهرست کنترلی استاندارد در مورد متابعت از شرایط کار، وارد کارخانه می شوند و سپس با استفاده از این روش به ارزیابی متابعت آن کارخانه از شرایط کار اقدام می نمایند.

تعداد زیادی مشکلات و انتقادها در ارتباط با نظام بازرسی و یا ممیزی وجود داشته است که آن ها را به ویژه سازمان های غیر دولتی مطرح نموده اند . این انتقادات حاکی است که نظام مزبور ، نتوانسته است کیفیت شرایط کار درکارخانه را بهبود بخشد و سوء استفاده ها را از بین ببرد. معمولی ترین تصور غلط درباره نظام بازرسی کارخانه این است که نتیجه نا مساعد این بازرسی به پایان کار کارخانه به عنوان منبع تامین منجر میگردد. این مطلب هرگز صحت ندارد. بلکه، بر عکس اغلب خریداران ( برون سپاران.م) ، از یک نظام ارزیابی و هشدار دهی به کارخانه ها برای دادن فرصت به آن ها برای حل مشکلاتشان استفاده می نمایند واز نظر آن ها پایان دادن ارتباط با کارخانه فقط آخرین راه چاره می باشد.

شکایت دیگر در این زمینه این است که خریداران (یا برون سپاران.م) از بازرسان خودشان استفاده می نمایند و این روش انگیزه ای را برای بازرس ایجاد می نماید که سبب می شود در صورت عدم رعایت استاندارد های لازم توسط کارخانه ، از این عدم متابعت گذشت و اغماض نمایند. اماحتی در موردی که خریدار یا برون سپار متکی به بارزسان و ممیزین مستقل بوده اند، نیز گزارش شده است که برخی از کارخانه ها از ترفندهایی برای اجتناب از تبعیت از استانداردها و ضوابط کار استفاده کرده اند. یکی از این ترفندها نگاهداری و استفاده از " دو سری دفاتر " برای ساعات کاری کارگران و کارکنان به منظور اجتناب از معلوم شدن تَخَّلُّف در مورد اضافه کاری اجباری است. روش دیگر دادن رشوه به بازرس می باشد. روشی که متاسفانه در کشورهائی که دستمزد بازرسان پائین می باشد، غیر معمول و غیر متداول نمی باشد.

بالاخره ، مشکل دیگری که در حد وسیع گزارش شده « عجز یا در ماندگی بازرسی[[710]](#footnote-710) » یا « رخوت یا در ماندگی ممیزی[[711]](#footnote-711) » می باشد و این بدین معنا است که حتی صاحبان با حسن نیت کارخانه ها، در مورد تبعیت از خواسته های متضاد و متداخل خریداران( یا برون سپاران.م) متعدد، دچار مشکل می شوند. این امکان وجود دارد که به موازات شروع جایگزین شدن استانداردهای بازرسی سراسر صنعتی[[712]](#footnote-712) یا جهانی به جای استانداردهای اختصاصی خریدارهای( برون سپاران.م ) انفرادی، پدیده عجز و در ماندگی بازرسی کاهش یافته و تبعیت از نظام بازرسی بهبود پیدا کند.

**مثال موردی**

**تراژدی در بنگلادش: تجدید اعتماد در تولید**

**در تاریخ بیست و چهارم ماه آوریل سال 2013، فروپاشی ساختمان کارخانه راناپلازا[[713]](#footnote-713) در حومه شهر داکا در کشور بنگلادش به مرگ 1129 نفر منجر گردید. این حادیه مرگبار ترین فاجعه در کارخانه پوشاک درتاریخ به شمار میرود. در این حادثه تقریبا2500 نفرنیز از زیر آوار نجات داده شدند. اندکی قبل از این فاجعه، یعنی در تاریخ چهاردهم ماه نوامبر سال 2012، نیز یک آتش سوزی مهیب در کارخانه تازرین مد[[714]](#footnote-714) در داکا رخ داده بود و در آن حادثه تعداد 117 نفر جان باخته بودند. چند ماه قبل از این حادثه نیز در یک روز بسیار وحشتناک، یعنی در تاریخ یازدهم ماه سپتامبر سال 2012 دو آتش سازی وحشتناک در پاکستان رخ داد. یکی در کارخانه منسوجات و پوشاک موسسات محلی واقع در غرب شهر کراچی و دیگری در یک کارخانه کفش در لاهور. در این دو حادثه آتش سوزی جمعا 315 نفر جان باختند.**

**بنابراین در مدت کمتر از یکسال، سه مورد بلای مصیبت بار در صنعت منسوجات و پوشاک بزرگ رخ داد. این تراژدی های تقریبا به طور هم زمان، طوفانی از انتقادات جهانی را بر علیه برندهای معروف غربیِ استفاده کننده از فرایند برون بسیاری ، به راه انداخت. افزون بر این تراژدی ها، بسیاری از دیگر برند های مشهور در اطراف و اکناف جهان نیز در تراژدی های مختلف کارخانه ای مشابه زیادی درگیر بوده اند. در میان این خریداران پوشاک (برون سپاران تولید پوشاک.م) می توان به نیروی دریائی امریکا، فروشگاه بزرگ وال مارت، سی انذفوگ[[715]](#footnote-715)، جو فِرِش[[716]](#footnote-716) مامگو[[717]](#footnote-717)، بنتون[[718]](#footnote-718) و چیلدرن پلیس[[719]](#footnote-719) اشاره نمود.**

**متعاقب فشار های جهانی ، شرکت های منسوجات پوشاک، خیلی سریع برای تدوین یک برنامه برای ارائه به عموم دست به کار شدند. در پشت پرده نیز بحث های بین المللی فشرده ای درباره بهترین طریق اجتناب از خطر بروز تراژدی های مشابه در آینده جریان داشت. دو ماه بعد از فروپاشی ساختمان راناپلازا در بنگلادش، دو روش مهم بوجود آمد، یکی روش عمدتا اروپائی و دیگر روش آمریکای شمالی. این دو روش به شرح زیر می باشند:**

**توافق ایمن سازی ساختمان و ایمن سازی در برابر آتش سوزی در بنگلادش یا " پیمان "[[720]](#footnote-720).**

**متعاقب اتخاذ یک روش برنامه ریزی شده توسط پی وی اچ آمریکا[[721]](#footnote-721) و چیبوی آلمان[[722]](#footnote-722) ، بیش از 05 شرکت یک توافق الزام آور 5 ساله را دائر به الزام شرکت ها به سرمایه گذاری در روش ها و تدابیر افزایش ایمنی در کارخانه های بنگلادش امضا نمودند. نسبتا تعداد کمی از شرکت های آ مریکایی از این توافق استقبال کردند و در نتیجه این توافق عمدتا به صورت یک توافق بین شرکت های اروپائی در آمد.**

**این توافق یا "پیمان" مبتنی بر یک روش جامع و فراگیری است که برندهای منسوجات و پوشاک، اتحادیه ها ( اتحادیه جهانی صنعتی آل[[723]](#footnote-723) و اتحادیه جهانی یونی[[724]](#footnote-724)) ، سازمان های غیر دولتی نظیر کارزار پوشاک تمیز[[725]](#footnote-725)، شبکه هم بستگی ماگیلا[[726]](#footnote-726)، کنسوسیوم حقوق کارگران و سازمان های بین دولتی را گردهم آورده است. سازمان بین المللی کار نیز موافقت نمود که به عنوان یک مدیر مستقل، جهت اداره کمیته راهبری این پیمان اقدام نماید. بر طبق این پیمان ، برندها موظف به کمک مالی جهت ایجاد بهبود در شرایط ایمنی کارخانه، که بوسیله بازرس ها راستی آزمایی میشود ، می باشند. بیش از یک هزار تامین کنندگان منابع ( یا قبول کنندگان برون سپاری.م) در بنگلادش تحت پوشش این پیمان قرار دارند، ولی این پیمان یا توافق فقط مربوط به کشور بنگلادش است. با توجه به وسعت مشارکت اتحادیه اروپا و صاحبان برندهای اروپایی در این "پیمان" ، برخی پیمان مزبور یا توافق را به نام یک ابتکار اروپائی می نامند.**

**اتحاد برای ایمنی کارگر بنگلادشی « اتحاد »[[727]](#footnote-727)**

**بسیاری از برندهای معروف برای انتخاب یک برنامه ی رقیبِ پیمان فوق اقدام نموده اند. این برنامه اتحاد برای ایمنی کارگر بنگلادشی یا « اتحاد » نام دارد. این "اتحاد" بوسیله برندهای مهم و عمده آمریکائی نظیر وال مارت، تارگت و گپ راه اندازی شده و حمایت می شود. این برنامه آمریکائی صَرفِ مبلغ 42 میلیون دلار را جهت ایجاد بهبود در شرایط کار در کارخانه تعهد نموده است. به علاوه تعهد شده است که مبلغ یکصد میلیون دلار نیز به صورت وام در اختیار کارخانه ها قرار داده شود تا آن ها بتوانند خودشان اقدامات مربوط به ایجاد بهبود در کارخانه ها را انجام دهند. بر طبق این روش، کارخانه موظف است که به عنوان تامین کننده ( قبول کننده برون سپاری ) ایجاد بهبود در شرایط کارخانه و پایان دادن به خطر ( ریسک ) را انجام دهد. یک تفاوت عمده بین این اتحاد و پیمان فوق الذکراین است که در این مساعی اتحادیه های کارگری و نمایندگان کارگران شرکت ندارند. به همین جهت ،گروه های طرفدار حقوق کارگر، مثل کارزار پوشاک تمیز، کنسوسیوم حقوق کارگران و دانش جویان متحد بر علیه بهره کشی و استثمار کارگران، خیلی زود روش اتحاد و بویژه نبود تعهدات قانونا الزام آور در روش آمریکائی را مورد انتقاد قرار دادند.**

**اینکه این تدابیر و اقدامات، شرایط کارخانه ها در بنگلادش را تغیر خواهد داد یا نه، موضوعی است که آینده آن را مشخص خواهد کرد. قابل ذکر است که در همان زمانیکه شرکت ها مشغول بحث درباره روش های خود بودند، یک آتش سوزی دیگرنیز در تاریخ هشتم ماه مه سال 2013، تعداد هشت نفر دیگر را در کارخانه تولید پولیور تونگ هی به کام مرگ فرستاد. این حادثه و زمان آن بر این دلالت دارد که امیدها برای ایجاد بهبودهای سریع باید بر حسب واقعیات تعدیل شوند. به هر حال یک ایراد درباره دوروش مذکور در فوق واضح و مسلم است و آن این است که این دو روش فقط مربوط به بنگلادش است. آیا نباید درباره شرایط کارخانه ها در سایر کشورها در اطراف و اکناف جهان نیزتدابیری اندیشیده شود؟ بوجود آمدن و گسترش آن چه که اصطلاحا مُد اخلاقی [[728]](#footnote-728) نامیده میشود، یکی از پاسخ های صنعت به نگرانی ها و دغدغه های دایمی مصرف کنندگان می باشد. اما تا زمانی که این فجایع به تاریخ نپیوسته باشند، بزرگترین برند ها هم چنان در معرض خطر انتقاد عموم قرار خواهند داشت.**

ممیزی بخش کارخانه ای ( که برخی اوقات ممیزی اجتماعی خوانده می شود ) تحت سلطه ممیزین بزرگ خصوصی در سراسر جهان نظیر SGS[[729]](#footnote-729)، اینرک بورو[[730]](#footnote-730)، وریتاس[[731]](#footnote-731) و یو اِل[[732]](#footnote-732) قرار دارند. مجموعه فروشگاه های وال مارت به تنهائی در یکسال ، 9800 مورد ممیزی کارخانه را سفارش داد. در حالی که این ممیزی ها معمولا طیفی از نقض ضوابط ایمنی ، از نقض های جزئی گرفته تا نقض های جدی را نشان میدهند، ولی این وظیفه هر برندی است که چه عکس العمل مناسبی را در برابر این ممیزی های منفی ( یا نقض ضوابط ایمنی.م ) نشان دهند. بسیاری از برندها ترجیح میدهند که فرصتی را در اختیار کارخانه های ناقض ضوابط قرار دهند تا اینکه بتوانند قبل از اینکه به روابط آن ها با صاحبان برند خاتمه داده شود، ( که این خود یک گام شدیدی تلقی میگردد که می تواند به کارگران آسیب پذیر در کارخانه صدمه وارد سازد ) نسبت به بهبود آن شرایط اقدام نمایند.

18-3 **پایداری محیط زیست: تمکین به ضوابط حفظ محیط زیست در برون سپاری یا تامین منابع از خارج**

فشارهای فزاینده وارده از طرف سازمان های غیر دولتی طرفدار حفظ محیط زیست و مقامات تنظیم کننده[[733]](#footnote-733) کشور میزبان به صورت فزاینده ای شرکت ها را وادار ساخته اند تا روش هایی را تدوین نمایند که این اطمینان را حاصل نماید که عرضه کنندگان منابع یا قبول کنندگان سفارش های برون سپاری ، قوانین و مقررات حفظ محیط زیست و تحویل کالاهای غیر مضر برای مصرف کننده یا محیط زیست را رعایت نمایند. در این راستا خریدران منابع از خارج یا برون سپاران برای اطمینان حاصل کردن از متابعت کارخانه ها از قوانین حفظ محیط زیست، از تعداد زیادی سازمان ها، نظام ها و ارائه کنندگان خدمات، استفاده می نمایند. از میان معروف ترین این ترتیبات می توان به موارد زیر اشاره نمود:

* **ایزو 1400 .** ایزو 1400 مجموعه استانداردهایی است جهت انجام ممیزی ها محیط زیستی یا بررسی های داخلی به نام ای ام اس یا نظام مدیریت محیط زیست[[734]](#footnote-734). ایزو ، سازمان استاندارد بین المللی است. این سازمان شرکت ها را به صورت مستقیم بررسی و تائید نمی نماید، بلکه این تائید کنندگان ثالث هستند که مشخص می کنند که آیا یک کارخانه ، ایزو 1400 را رعایت می نمایند یا خیر. شرکت ها هم چنین می توانند به صورت خود تائیدی[[735]](#footnote-735) نیز عمل نمایند. اسفاده از ایزو 1400 اولین گام برای یک شرکت جهت مدیریت تاثیر زیست محیطی خود می باشد. الزام عرضه کنندگان ( قبول کنندگان برون سپاری.م ) دائر به اخذ گواهی ایزو ، 1400 سبب می شود که این خطر ( ریسک ) ، که کارخانه ها متهم به آلوده سازی محیط زیست شوند یا کالاهایی را تحویل دهند که در تولید آن ها مواد خطرناک به کار رفته ، کاهش پیدا کند.
* **سازمان بلوساین**[[736]](#footnote-736) . بلوساین مثالی است از رشد سریع مقوله گواهی نامه های تایید زیست محیطی، فعالیت های تامین کننده های خارجی ( قبول کنندگان برو سپاری) و زنجیزه های تامین. بلوساین اکنون یک سازمان فرعی اس جی اس[[737]](#footnote-737) یا بزرگترین شرکت بازرسی در جهان می باشد. تخصص بلوساین عبارتست از تائید یا عدم تائید اثرات مخَرِّب زیست محیطی زنجیره تامین در منسوجات و پوشاک و از جمله در زمینه رنگرزی و بافندگی و تولید و غیره. پس از اینکه این سازمان یک کارخانه ای را مورد ارزیابی و بازرسی قرار میدهد، اگر تشخیص دهد که کارخانه مزبور، ضوابط مربوطه را رعایت می نماید، آنگاه اجازه میدهد که برندهایی که با آن کارخانه کار میکنند، از علامت بلوساین بر روی محصولات خود استفاده نمایند. در واقع بلوساین یک شکل پیشرفته ایزو1400و مختص یک صنعت خاص می باشد. مهمترین استفاده کنندگان عبارتند از پاتاگونیا، الین فشر.
* **ارزیابی چرخه عمر( ال سی اِ )[[738]](#footnote-738)** ارزیابی چرخه عمر مهمترین شالوده و قالب مفهومی متداول و مرسوم جهت تجزیه و تحلیل تاثیرات زیست محیطی از آغاز تولید تا انتهای استفاده از محصول می باشد(. از استخراج مواد اولیه ، پردازش و فن آوری، تولید و فروش گرفته تا مصرف نهائی ودفع و دور ریزی).
* **طرح گهواره تا گهواره یا زگهواره تا گور[[739]](#footnote-739)**

این یک مفهوم خاصی است که مبتنی بر طرح زیست سنجی[[740]](#footnote-740) است و هدف از آن نیل به یک شکل کاملتر بررسی چرخه عمر می باشد که در آن هر مرحله از فرایند تولید و مصرف ساز گار با مخیط زیست باشد.

* **پیمان جهانی سازمان ملل متحد[[741]](#footnote-741)**

این پیمان یک مرجع سازمان ملل متحد برای اشاعه و ترویج ده اصل اساسی و پایه ای مسئولیت اجتماعی شرکت ها بوسیله بیش از ده هزار شرکت عضو در یکصد و سی کشور می باشد. هدف از این پیمان این است که با تشویق شرکت ها دائر به اقدام مسئوولانه ومبادرت به اقدامات استراتژیک جهت حمایت از جامعه، این اطمینان حاصل گردد که فعالیت کسب و کاری نه تنها به منافع شرکت ها، بلکه به منافع افراد، اجتماعات و کره زمین نیز اضافه می نماید. این پیمان از شرکت ها می خواهد که یک روش جامعی را در ارتباط با پایداری و حفظ محیط زیست اتخاذ نمایند و در این راستا تعداد پنج عامل اساسی حفظ محیط زیست توسط شرکت ها را برای اعمال در کسب و کارها پیشنهاد می نماید. به موجب این پیمان شرکت ها باید:

1. در تطابق با اصول جهانی مسئولانه عمل نمایند و
2. اقدامات استراتژیک که جامعه دور و بر خود را حمایت نماید راانجام دهند.
3. سپس الرامات پایداری و رعایت اصول مربوط به حفظ محیط زیست راعمیقا در هویت شرکتی منظور نمایند. شرکت ها باید در بالاترین سطح خودشان را برای رعایت این اصول متعهد سازند.
4. سالانه مساعی خودشان را گزارش دهندو
5. در هر کجا حضور دارند در همان محل مشغول شوند.

18-4 **واسطه ها ی تامین(برون سپاری.م)، و هم آهنگ کنندگان شبکه ای**

با توجه به پیچیدگی های فراوان تامین منابع جهانی ( برون سپاری ) و موضوع تمکین و متابعت از از استانداردهای کاری و زیست محیطی، تعجب آور نیست که مشاهده می شود که تعداد زیادی مشاور و ارائه کنندگان خدمات مشاوره ای در این حوزه به فعالیت مشغول می باشند. بسیاری از اُ ای ام ها( تولید کنندگان تجهیزات اصلی ) و سایر خریداران ( برون سپاران ) از مدت ها قبل متکی به کارگزاران خرید یا کارگزاران تامین منابع از خارج ، جهت اخذ کمک از آن ها جهت یافتن بهترین کارخانه ها و تامین کنندگان منابع ( قبول کنندگان بروی سپاری. م ) بوده اند.

بزرگترین و مشهورترین واسطه گری ازاین نوع ، شرکت هنگ کنگی لی اند فانگ [[742]](#footnote-742)است که از یک موقعیت برتر در زمینه تامین منبع جهانی برخوردار می باشد. این شرکت مدت یک قرن است که به این واسطه گری اشتغال دارد و رهبری توام با بصیرت و دور اندیشانه[[743]](#footnote-743) دوبرا در تحصیل کرده در دانشگاه هاروارد، به نام های ویکتور و ویلیام فونگ ، این شرکت را در 30 سال گذشته به صورت یک شرکت مالی چند میلیارد دلاری در قلب تولید جهانی متحول ساخته است.

شرکت مزبور ، جهان پیچیده تامین جهانی منابع ( برون سپاری ) را از طریق هزاران شبکه کارخانه ای خود تسهیل می نماید. این شرکت یک خط اتصال وب بنیاد را ارائه داده که به وارد کنندگان این فرصت را میدهد که بتوانند با کارخانه های مورد اعتماد و شرکت های حمل و نقل در اطراف دنیا همکاری و تبادل اطلاعات نمایند. مدیران اجرائی این شرکت، با مشتریان استفاده از فرایند برون سپاری، جهت کار آمد کردن طراحی و فرایند تولید از طریق توزیع سفارش های تامین مواد اولیه و انجام تولید در سراسر شبکه کارخانه های وابسته خود ( هر چند که شرکت لی اند فونگ ،مالک این کارخانه ها نیست و آن ها را اداره نمی نماید ) همکاری بسیار نزدیک دارد.

با اوج گرفتن دقت ورزی عمومی جهانی بر تاثیرات زیست محیطی و حقوق بشری عملکرد کارخانه های قبول کننده برون سپاری تولید، شرکت مزبور در سال 2010 با ارائه یک استراتژی پایداری محیط زیست به این دغدغه و نگرانی پاسخ داد. هدف از این استراتژی قبول و تبعیت از استانداردهای زیست محیطی و شرایط کار در داخل زنجیره تامین شرکت لی اند فونگ می باشد. متعاقب وقوع یک سری مصیبت ها در سال های 2012 و 2013 در پاکستان و بنگلادش ، این شرکت مساعی خود برای متابعت از این استانداردها و شرایط را تقویت و تشدید نمود و در سال 2014 یک واحد جدید کسب و کاری را تحت عنوان "خدمات پشتیبانی از عرضه کننده[[744]](#footnote-744)" راه اندازی کرد. هدف اصلی و اساسی این واحد جدید، ادغام و یکپارچه کردن خدمات جاری شرکت در کل شبکه بیش از پانزده هزار عرضه کننده خود و بویژه ارائه آموزش های بیشتر در زمینه ایمنی و تمکین از ضوابط و شرایط مورد بحث می باشد. این شرکت علنا اعلام نمود که از طرز تفکر متابعت دستوری و سلیقه محوری از قواعد و مقررات [[745]](#footnote-745) فاصله گرفته و به سمت مساعی عملی آموزش ، حمایت و کمک به کارخانه ها برای نیل به درجات بهتر متابعت و تمکین از ضوابط و شرایط مورد بحث گام بر داشته است .

18-5 **شرکت های عرضه کننده منابع[[746]](#footnote-746)/ شیوه نامه رفتاری عرضه کنندگان منابع**

در حال حاضر بسیاری از عرضه کنندگان اصلی تجهیزات یا همان اُ ای اِم ها و شرکت های خریدار( برون سپاران.م) شیوه نامه های رفتاری را منتشر ساخته اند که اغلب به نام « شیوه نامه رفتار ی عرضه کننده » نامیده می شوند. شیوه نامه های رفتاری مزبور به زیان ساده و قابل فهم برای عامه، عرضه کنندگان( قبول کنندگان برون سپاری) و کارکنان این عرضه کنندگان تهیه شده اند. هدف اصلی این شیوه نامه ها ترویج و اشاعه تمکین از استانداردها و ضوابط محیط زیستی، شرایط کاری و اصول اخلاقی است. بنابراین شیوه نامه های مزبور با اسناد مشابه، که برخی اوقات به نام "دستور العمل تمکین فروشنده [[747]](#footnote-747)" نامیده می شوند و حاوی الزامات تکنیکی تر مخصوص صنعت و خریداران می باشند، ( برای مثال نحوه ای که محموله باید بسته بندی بر چسب زنی و تفکیک شود ) تفاوت دارند.

آنچه درذیل خواهد آمد، مثال هایی است از مقررات و ضوابط معمول در شیوه نامه های رفتاری بین المللی عرضه کننده منابع:

18-5-1 **استانداردهای کار**

استانداردهای خاصی که باید در این زمینه رعایت شوند عبارتند از:

**آزادی انتخاب شغل**

کار اجباری، بیگاری کشیدن یا کار اجباری در زندان، بردگی و قاچاق انسان صراحتا ممنوع است. مصادیق این موارد عبارتند از: حمل، استخدام یا استفاده از اشخاص آسیب پذیر بوسیله تهدید، زور، تقلب، عمل مجرمانه و آدم ربائی، کار کردن باید ارادی وبه میل کارگر باشد و کارگران باید در ترک کار در هر زمان یا خاتمه استخدام خود آزاد باشند. تسلیم[[748]](#footnote-748) سند هویت، گذرنامه یا مجوز کار نبایستی شرط استخدام باشد.

**اجتناب از استفاده از کار کودکان**

از کار کودک نبایستی در هیچ مرحله ای از تولید استفاده شود. اغلب شرکت ها واژه " کودک را به صورت هر شخص زیر 15 سال ( یا 14 سال در کشورهائی که قانون آن ها این سن را اجازه میدهد) یا زیر سن لازم برای تکمیل تعلیم و تربیت اجباری ، یا زیر حداقل سن برای استخدام در کشور، هر کدام که بیشتر باشد، تعریف می نمایند.

**ساعت های کاری**

از آنجائی که مطالعات انجام شده، وارد آوردن فشار به کارگر را سب بیماری های شغلی و لطمه ها و بیماری های فزاینده می دانند ، بنابراین ساعات کار در هفته نباید از آنچه که در قانون محلی مقرر شده بیشتر باشد. بیشتر شرکت ها از این هم فراتر میروند و حداکثر 60 ساعت کار در هفته شامل اضافه کاری را، مگر در شرایط اضطراری، مقرر میدارند. بایستی به کار گران اجازه داده شود که حداقل یک روز در هفته تعطیل باشند.

**دستمزد ها و رفاهیات**

دستمزد کارگران بایستی مطابق با تمام قوانین مربوط به دستمزد و از جمله قوانین مربوط به حداقل دستمزد، ساعات اضافه کاری و رفاهیات باشد.

**رفتار انسانی**

اغلب شیوه نامه های رفتاری مقرر میدارند که نبایستی با کارکنان رفتار غیر انسانی یا خشن داشت. از جمله این موارد می توان به آزار جنسی، سوء استفاده جنسی، تنبیه بدنی، فشارهای روحی و فیزیکی اشاره نمود.

**عدم تبعیض**

عرضه کننده یا تامین کننده منابع نبایستی در استخدام تبعیض قایل شود. کارگران نباید مشمول آزمایش های طبی که بتوان از آن ها به نحو تبعیض آمیز استفاده نمود قرار گیرند.

**آزادی اجتماعات**

حق کارگران به گردهم آئی آزاد با یکدیگر،پیوستن یا نپیوستن به اتحادیه های کارگری، الحاق به شوراهای کار و هم چنین برخورداری ازحق مذاکرات دسته جمعی بر طبق قوانین محلی، بایستی محترم شناخته شود.

**بهداشت و سلامت**

عرضه کنندگان ( قبول کنندگان برون سپاری .م ) بایستی در صدد به حداقل رساندن موارد صدمه بدنی و بیماری ها ی ناشی از کار باشند. استانداردهای خاص بهداشتی و سلامت به شرح زیر می باشند:

1. **ایمنی حین کار**

در معرض خطر واقع شدن ایمنی و سلامت کارگران، بایستی از طریق تدوین و اجرای طرح های خاص، مهندسی و اجرای کنترل ها و پیش گیری ها وبرنامه های آموزشی جاری در این زمینه ها به حداقل برسد .

**2-آمادگی برای شرایط اضطراری یا مدیریت شرایط اضطراری**

حوادث و وضعیت های اضطراری بالقوه ، بایستی شناسائی و مورد ارزیابی قرار گیرند و اثرات آن ها از طریق اجرای برنامه های اضطراری و اتخاذ روش های آمادگی، از جمله آموزش کارگران و تمرین ها ی استفاده از تجهیزات حریق یابی و اطفا حریق و ارائه راه های خروج اضطراری کافی به حداقل رسانده شود.

3- **لطمات و صدمات و بیماری های حین کار**

باید رویه ها و نظام ها برای جلوگیری، مدیریت، پی گیری و گزارش دهی لطمات و صدمات و بیماری های حین کار تدوین و اجرا شود.

**4-بهداشت صنعتی**

درمعرض مواد شیمیائی، عوامل بیولوژیک و فیزیکی قرار گرفتن ها بایستی شناسائی شوند و کنترل های اجرایی و مدیریتی بایستی اتخاذ شود تا کارگران بیش از اندازه در معرض این عوامل قرار نگیرند.

5- **کارهای سخت فیزیکی**

موارد در معرض وظایف خطرناک و مشاغل بسیار سخت فیزیکی قرار گرفتن های کارگران بایستی شناسائی، ارزیابی و کنترل گردند.

6- **حفاظت در حین کار، و در مقابل کار بادستگاه یا ماشین آلات**

خطرات ایمنی تولیدو کار با دستگاه ها و ماشین آلات ، بایستی مورد ارزیابی قرار گیرند و وسایل حفظ ایمنی کار بایستی ارائه و به نحو مناسب حفظ و مورد استفاده قرار گیرند..

7-**بهداشت، غذا و مسکن**

بایستی دسترسی آسان به دستشوئی و توالت تمیز، آب آَشامیدنی بهداشتی و تهیه غذای بهداشتی، تسهیلات انباری و خوراکی جهت کارگران فراهم شود. خوابگاه های کارگری بایستی پاکیزه و سالم نگاهداشته شوند و دارای مفرهای خروجی اضطراری کافی، آب داغ برای حمام و دوش گیری و وسایل گرمایش و سرمایش و فضاهای مناسب برای استراحت کارگران باشند.

18-5-2 **حفاظت از محیط زیست**

باید به منظور حفظ استاندارد های خاص محیط زیستی ، نظام های مدیریتی تایید شده مانند ایزو 14001 و ازجمله موارد زیر اجرا گردد:

**مجوزهای محیط زیست و گزارش دهی**

تمام مجوزهای لازم حفظ محیط زیستی بایستی اخذ و اجرا شوند و به موقع تمدید و به هنگام گردند.

**جلوگیری از آلودگی واصراف در منابع**

اصراف و زیاده روی درمصارف از هر نوع از جمله آب و نیرو بایستی از طریق عملیاتی چون، جرح و تعدیل در تولید، فرایندهای نگاهداری و تسهیل، جایگزینی، صرفه جوئی، بازیافت و استفاده چند باره از مواد، به حداقل رسانده شود یا از بین برود.

**مواد خطرناک**

مواد شیمیائی و سایر موادی که در صورت پخش در محیط زیست ایجاد خطر می نمایند، باید شناسائی و جابجائی و استفاده و دفع آن ها مدیریت شود.

**پس آب ( فاضلاب ) و پسماند جامد**

این پسماند ها بایستی مشخص، پایش کنترل و به نحو مناسب و مطلوب با آن ها برخورد شود.

**آلایندگی های هوا**

آلایندگی هوا بوسیله مواد شیمیائی،آئروسول ها، فرساینده ها ( تحلیل برنده ها ) ریزگردها ، مواد شیمیائی تحلیل برنده لایه اوزون، و عوارض جانبی ناشی از احتراق تولید شده از عملیات تولید بایستی مشخص، پایش، کنترل و به نحو مناسب و مطلوب با آن ها برخورد شود.

**محدود سازی ها در مورد محتوای تولید**

تامین کنندگان یا قبول کنندگان برون سپاری باید از تمام قوانین و مقررات و الزامات مصرف کننده راجع به ممنوعیت یا محدودیت استفاده از مواد خاص در تولید تبعیت و تمکین نمایند.

-2**18-5 اصول اخلاقی**

عرضه یا تامین کنندگان یا قبول کنندگان برون سپاری باید به منظور اجرای مسئولیت های اجتماعی خود ، بالاترین استانداردهای اخلاقی از جمله موارد زیرا را رعایت نمایند:

**صداقت و درستی کسب و کاری**

عرضه یا تامین کنندگان باید از سیاست هیج تحمل[[749]](#footnote-749) ( سیاست سفت و سخت ) جهت ممنوع ساختن تمام انواع فساد، اخاذی و اختلاس پیروی نمایند.

عدم توسل به رشوه و ارتشا و اعمال نفوذ

رشوه یا سایر انواع اخذ ناروا ی امتیاز نبایستی ارائه یا قبول شود.

**افشای اطلاعات**

اطلاعات درباره فعالیت های کسب و کاری بایستی بر طبق مقررات قابل اعمال ، اعلام گردد و از تقلب و تحریف سوابق یا فریب در زنجیره تامین احتراز به عمل آید.

**مالکیت فکری (معنوی )**

حقوق مالکیت فکری بایستی محترم شمرده شود.

**رقابت و تبلیغات منصفانه**

استانداردهای مربوط به کسب و کار منصفانه و تبلیغات و رقابت بایستی رعایت گردند.

**منابع معارض**

عرضه یا تامین کنندگان بایستی به صورت منطقی این اطمینان را حاصل نمایند که تانتالوم ، قلع، تنگستن و طلای موجود در محصول تولیدی آن ها به صورت مستقیم یا غیر مستقیم صرف تامین مالی گروه های مسلح که مرتکب نقض حقوق بشر در جمهوری دموکراتیک کنگو یا یک کشور همسایه نگردد.

18-5-5 **نظام های مدیریت متابعت و تمکین از قوانین و قواعد**

عرضه یا تامین کنندگان باید یک نظام مدیریتی را جهت اطمینان حاصل کردن از متابعت و تمکین از قوانین قابل اعمال، مقررات و الزامات و شیوه نامه رفتاری عرضه یا تامین کننده، تدوین و اجرا اعمال نمایند.

خود آزمایی فصل هجدهم: تامین منابع جهانی و متابعت از ضوابط جفظ محیط زیست و شزایط کار

صحیح یا اشتباه

1. **اُ ای ام یاتولید کنندگان تجهیزات اصلی ، یک فرایند تسهیل تولید است که سفارشات تولید را با ویژگی های شرکت های خریدار ( قبول کنندگان برون سپاری ) در سایر کشورها تولید می تماید.**
2. **معیار کل هزینه مالکیت( TCO) ، روشی است برای محاسبه کل هزینه دریافت کالا ها از عرضه کننده در مقایسه با تولید در داخل یا سفارش به عرضه کننده دیگر.**
3. **یکی از عدم مزیت های بالقوه تامین جهانی ( برون سپاری.م) این است که پیچید گی های مدیریت زنجیره تامین را افزایش میدهد.**
4. **شرکت لی اند فانگ مهمترین اُ ای ام یا تولید کننده تجهیزات اصلی تلقی میگردد.**
5. **ایزو 1400 یک شبکه الکترونیک است که خریداران ار آن برای کمک به ادغام و ایجاد هم آهنگی خرید در سراسر زنجیره تامین پیچیده بین المللی استفاده می نمایند.[[750]](#footnote-750)**

**فصل نوزدهم**

**بازاریابی جهانی:**

**سهم بازار و استراتژی های تحقیق و پژوهش**

**خلاصه:** بسیاری از شرکت ها، عملیات بین المللی خود را در پاسخ به سفارشات دریافتی از یک بازار خاص آغاز می نمایند. برخی دیگر از این شرکت ها فعالیت خود را ازسر نیاز به رقابت یا کالاهای داخلی، از طریق واردات کالای رقیب مشابه ولی ارزان قیمت تر خارجی شروع می نمایند. به هر حال زمانی که بنگاه ها به لحاظ بین المللی رشد می کنند، برای آن ها لازم می شودکه خُبرِ گی ها و شایستگی های لازم را در بازاریابی استراتژیک بین المللی به دست آورند. بازاریابی بین المللی یا به دست آوردن سهم در بازار بین المللی، شامل رصد کردن و بررسی جهان به منظور یافتن امید بخش ترین و سودمند ترین بازارها و سپس اتخاذ استراتژی های بازار یابی خاص و لازم جهت نفوذ بهینه و مناسب در آن بازارها است. بسیاری از بنگاه های موفق در بازارهای داخلی، در معرفی موفق محصولات خود به بازارهای خارجی ناموفق بوده اند. این شکست های بازاریابیِ چشم گیر و مهم نشان میدهد که بازاریابی بین المللی کار آسانی نیست و حتی برای شرکت های بسیار پیشرفته یک چالش به شمار میرود.

اولین چالش بازاریابی بین المللی انتخاب مناسب ترین بازار هدف می باشد که برخی اوقات به آن غربالگری بازار می گویند. این فرایند مستلزم این است که بنگاه ، تحقیق در باره بازار بین المللی را انجام دهد. این بنگاه هم چنین باید بهترین شیوه ورود به بازار را از میان گزینه های متعدد دیگر انتخاب نماید .( یعنی انتخاب افتتاح دفتر فروش، انتخاب کارگزار، سرمایه گذاری مشترک، ایجاد شعبه و غیره .)

بنگاه باید با توجه به ویژگی های بازار خارجی، تصمیم گیری نماید که تا چه میزانی باید در آمیخته یا آمیزه بازاریابی [[751]](#footnote-751) خودجرح و تعدیل لازم را به عمل آورد. در برخی از بازارها، شاید ضروری باشد که کیفیت محصول یا بسته بندی آن تنظیم و اصلاح شود. در بازارهای دیگر ساختار قیمتی باید تنظیم و تعدیل شود. هم چنین ممکن است لازم شود که یک پیام یا شعار تبلیغاتی بازار یابی[[752]](#footnote-752)و تبلیغات و استراتژی های توزیع اتخاذ شود.

در برخی از بازارها ، محدودیت های حقوقی و فرهنگی ، از برخی از تبلیغات ممانعت به عمل می آورد. تبلیغات موهن یا بحث برانگیز نیز ممکن است تخلف از شیوه نامه رفتاری یا اخلاقی محلی یا بین المللی در زمینه تبلیغات تلقی گردد.

19-1 **آمیخته یا آمیزه بازاریابی بین المللی**

بازاریابی معمولا عبارتست از فروش:

الف- محصول درست و بجا ( The right **product**, at )

ب- با قیمت درست، ( the right **price** )

ج- با تبلیغات و ترویج درست with the right advertising and) **promotion)**

د- در جای درست at the right **place** ( کانال صحیح توزیع تا در نتیجه بنگاه بتواند سود با سهم بازار خودش را به حداکثر برساند )

این عوامل چهار گانه که با حرف انگلیسی P شروع می شوند، یعنی

Place of distribution, Promotion, Price ,P product به نام آمیخته یا آمیزه بازار یابی معروف می باشد. هنر بازاریابی این است که آمیخته بازاریابی طوری تنظیم شود که مبزان سود را بالا ببرد.

هنر بازاریابی بین المللی این است که در صورت لزوم ، آمیخته بازاریابی با یک جو و حال و هوای بین المللی پیچیده ،هم آهنگ و وفق داده شود و تنظیم گردد.

در مطالب زیر به مثال هایی در مورد این که چگونه میتوان آمیخته یا آمیزه بازار یابی را جرح و تعدیل یا متناسب نمود ، اشاره میگردد:

19-1-1 **محصول**

خود محصول نیز ممکن است که لازم باشد یا بازارهای بین المللی وفق داده شود و با آن ساز گار گردد.

**کیفیت کالا**

با توجه به اینکه بازار شدیدا رقابتی شده است( عرضه کننده در آن زیاد است.م) ، بنابراین کیفیت خوب کالا و حفظ اعتبار و شهرت آن در بازار های بین المللی بسیار مهم است. دو نوع کیفیت وجود دارد: کیفیت عملکردی[[753]](#footnote-753) یا ویژگی های تکنیکی یافتی کالا و کیفیت متصوری برای کالا در بازار کالا، یا کیقیت از دیدگاه و نظر مصرف کننده[[754]](#footnote-754) ( برداشت یک مصرف کننده از کیفیت آن کالا ). یکی از پیچیدگی های تجارت بین الملل این است که ممکن است عملکرد یک محصول در دو کشور دقیقا شبیه یکدیگر باشد و تفاوت نکند ، ولی مصرف کنندگان در این دو کشور تصور یا ذهنیت یکسانی درباره خوبی یا بدی کیفیت آن نداشته باشند. در این ارتباط به مثال یک اتوموبیل متوسط الحال مرسدس بنز توجه فرمائید. در کشور آلمان این محصول در ذهن مصرف کننده آلمانی یک اتوموبیل معمولی تلقی میگردد، در حالی که در قسمت های زیادی از کشور آمریکا، این اتوموبیل یک اتوموبیل اعیانی یا اشرافی به حساب می آید و در بسیاری از کشورهای در حال توسعه ، اتوموبیل مزبور، یک اتوموبیل لوکس و اشرافی و بسیار با ارزش محسوب میگردد. در حالیکه کیفیت عملکردی این اتو موبیل در همه این کشورها یکسان است . بنابراین در هر یک از این بازارها ، باید از پیام های تبلیغاتی مناسب با ذائقه و سلیقه خاص مردم آن کشورهذ استفاده کرد.

در تجارت بین الملل، ممکن است حفط شهرت و اعتبار یک کالا برای شرکت چالش برانگیز شود. زیرا ممکن است کالا ها در حین حمل دچار خسارت شوند و یا عملکرد توزیع کنندگان خارجی به نحوی باشد که شهرت و اعتبارمتصوره کالا درنزد مصرف کننده را خراب کند. در این ارتباط به مثال زیر توجه فرمایید: دوره ای بود که در آن دوره مصرف کنندگان روسی برای شوکولات های شرکت های معروف غربی یک کیفیت ضعیفی را در ذهن خود قایل بودند. علت این امر هم آن بود که این محصولات در فرایند توزیع چنان دچار خسارت و صدمه می شدند و از شکل و قیافه می افتادند که زمانی که بالاخره به دست مصرف کننده نهائی میرسیدند شکل ظاهری جذابی نداشتند. به همین دلیل، شرکت تولید کننده اتوموبیل سوئدی ولو و ( برای اجتناب از شرایط مشابه.م) اصرار ورزید که درحمل این اتوموبیل ها باید از قاعده اینکوترمز DDP ( تحویل کالا در مقصد با ترخیص و پرداخت حقوق و عوارض گمرکی توسط صادر کننده ) استفاده شود. (این قاعده از صادر کننده ( فروشنده ) کالا میخواهد که تمام هزینه حمل و حقوق و عوارض گمرکی اتوموبیل را به هنگام ورود به کشور مقصد بپردازد.) بنابراین او هزینه و خطر ( ریسک ) بیشتری را تقبل می نماید، ولی در عوض خطر یا ریسک وارد آمدن خسارت در حین حمل و معیوب شدن محموله را از بین میبرد. وولو به این علت این قاعده اینکوترمز را انتخاب می کند که میخواهد اتوموبیل ها با حفظ شرایط کامل خود وارد کشور وارد کننده شوند و به همین دلیل پرداخت هزینه های بیشتر را برای حفظ کیفیت شکلی و ظاهری اتوموبیل ها متحمل می شود.

در برخی موارد، قواعد ومقررات محلی ، انجام جرح و تعدیل و منطبق ساختن محصول با الزامات و سلایق محلی را الزامی می سازند. به این فرایند تاییدیا همگام سازی محصول با شرایط و ضوابط محلی گفته می شود.[[755]](#footnote-755) ایالت کالیفرنیا در امریکا به خاطر قوانین حمایت از مصرف کننده و قواعد و مقرراتی که اعمال این فرایند را در مورد محصولات خارجی و حتی مجصو لات از سایر ایالات آمریکا الزامی می سازد، معروف و مشهور است.

**ویژگی محصول[[756]](#footnote-756) و بخش بندی بازار بنا بر مزیت یامنفعت [[757]](#footnote-757): اثرات فرهنگی**

توجه به این مطلب که یک محصول می تواند در بازار های مختلف بین المللی انواع رضایتمندی و خشنودی ها[[758]](#footnote-758) را حاصل نماید مهم است.این خصو صیات یا منافع یا مزیت های محصول را می توان بر حسب این که فروشندگان در بازار های بین المللی مختلف بر روی کدام منفعت محصول تمرکز می نمایند ،از هم جدا نمود. بر همین اساس در یک مقطع زمانی، ماست با مارک دَنِن[[759]](#footnote-759) به طور هم زمان به بازار آمریکا به عنوان یک غذای سالم[[760]](#footnote-760) و به بازار فرانسه به عنوان یک محصول لذت بخش مثل بستنی عرضه میگردید. در یک مورد مشابه دیگر کوکاکولای رژیمی[[761]](#footnote-761) در ژاپن و فرانسه به عنوان کوکاکولای بدون شکر یا کم کالری[[762]](#footnote-762) عرضه می شد. زیرا مصرف کنندگان محلی در این دو کشور نسبت به ایده رژیم گیری[[763]](#footnote-763) عکس العمل مساعدی نداشتند و عنوان نوشابه بدون شکر را به رژیمی ترجیح میدادند.

**قاعده سر انگشتی برای وفق دادن یا سازگار کردن محصول با مقتضیات بازار:** هر چقدر که تفاوت های فرهنگی بین دو بازار بیشتر باشد، احتمال لزوم اتخاذ فرایند سازگار سازی یا تطبیق محصول با شرایط بازار بیشتر خواهد شد. یک محصول آمریکائی ممکن است برای بازار کانادا به این فرایند احتیاجی نداشته باشد، در حالی که همین محصول در صورتی باب طبع مصرف کنندگان دارای فرهنگ های متفاوت در یک بازار دور افتاده به لحاظ جغرافیایی ، مثل کشور نپال یا عربستان سعودی، واقع خواهد شد ، که در آن جرح و تعدیل های مناسب و وفق شرایط و سلیقه خاص مصرف کنندگان در آن بازارها داده شود. زمانی که شرکت لوازم آرایشی شی سدیو[[764]](#footnote-764) اولین بار سعی در فروش محصولات آرایشی خود در بازار آمریکا نمود، از روش ژاپنی برای کار برد آن که مستلزم طی مراحل بسیار زمان بر بود استفاده میکرد. (برندهای لوازم آرایشی ژاپنی، محصولات آرایشی مربوط به مراقبت از پوست را به صورت فرایند جامع شش یا هفت مرحله ای به بازار عرضه می نمایند). هر چند این فرایند در ژاپن استاندارد بود، ولی برای مصرف کنندگان آمریکائی نا مانوس وناراحت کننده بود.

**اجزاء تشکیل دهنده بسته بندی**

یک تولید کننده مواد شوینده متوجه شد که یک محصول معروف و مهم او از بازار خوبی در یک کشور خاص در حال توسعه برخوردار نمی باشد. تحقیقات بازاریابی این تولید کننده نشان داد که قدرت خرید پایین مردم در آن بازار ، سبب شده بود که بسیاری از مشتریان در آن بازار ترجیح دهند که مواد شوینده را در بسته های کوچک خریداری نمایند و بضاعت خرید مواد شوینده در بسته های بزرگ را نداشتند. به علاوه تعداد قابل ملاحظه ای از مشتریان در آن بازار، شستشوها را در محیط های رو باز همگانی که خیلی خیس و نمناک بود انجام میدادند و در نتیجه محصول شوینده شرکت که به صورت سنتی در کارتن ها بسته بندی می گردید ، برای مصرف کنندگانآن دیار غیر جذاب می نمود. پاسخ شرکت برای حل این مشکل عبارت بود از: ارائه بسته های پلاستیکی یک بار مصرف کوچک برای مواد شوینده.

برخی از کشورها، بیشتر از سایر کشورها، برای بسته بندی و ارائه مطلوب و زیبای محصول اهمیت قایل می باشند. در ژاپن یک شرکت متوجه شد که در صورتی که لفاف پلاستیکی دور دستور العمل راهنمای رایانه تولیدی شرکت، اندکی پاره و مخدوش باشد ، اصل رایانه پس داده می شود. در برخی از کشورهای آسیای شرقی با ثبت علامت تجارتی با دایره قرمز یک شرکت به این علت که پرچم ژاپن را تداعی می نماید، موافقت نشد. در چین ازپوشک های بسته بندی شده در پوشش صورتی رنگ استقبال نشد. زیرا احساس می شد که آن ها برای جنس مونث هستند. یعنی فقط برای کودکان دختر. قوانین مربوط به برچسب زنی کالا در کشورها نیز بسیار متفاوت می باشد. برای مثال در ونزوئلا این برچسب ها باید قیمت کالا را نیز نشان دهند، ولی در شیلی این رویه یک رویه غیر قانونی است.

**خدمات پشتیبانی**

برخی اوقات جنبه خدماتی محصول به همان اندازه خود محصول دارای اهمیت می باشد. برای مثال ساعت های سوئیسی، هتل های چهار فصل، خدمات تعمیر ال ال بین.[[765]](#footnote-765)

**19-1-2 قیمت**

به تصمیم گیری ها درباره قیمت بین المللی می توان به صورت استراتژیک ( قیمت گذاری به صورت یک ابزار پویا [[766]](#footnote-766)) یا به صورت مکانیکی[[767]](#footnote-767) ( قیمت گذاری به صورت یک عامل ایستا [[768]](#footnote-768)) نگریست. شرکت هائی که قیمت گذاری را به صورت عامل ایستا در نظر میگیرند، احتمالا برای گسترش بین المللی خود با مشکل مواجه می شوند. زیرا بسته به شرایط بازار خارجی، قیمت گذاری می تواند تحت کنترل کامل شرکت باشد یا نباشد.

قیمت گذاری بر مبنای هزینه کل [[769]](#footnote-769) درفروش های بین المللی، شبیه فروش های داخلی می باشند بدین معنا که قیمت نهائی مبتنی بر کل هزینه .( هزینه های ثابت باضافه هزینه های متغیر) باضافه حاشیه سود است. در روش قیمت گذاری بر اساس هزینه متغیر[[770]](#footnote-770)، قیمت گذاری بین المللی بنگاه، فقط مبتنی بر هزینه نهائی کالا برای بازار خارجی می باشد. دراین روش، بنگاه ممکن است به فروش های بین المللی به صورت یک" سود اضافی"[[771]](#footnote-771) نگاه کند و در نتیجه لازم نباشد که تمام هزینه های ثابت منظور شود ( برای مثال استهلاک سرمایه گذاری ها در تولید، انبارداری، آموزش و غیره )

**قیمت گذاری گزاف[[772]](#footnote-772) و قیمت گذاری برای نفوذ در بازار[[773]](#footnote-773)**

قیمت گذاری گزاف عبارتست از قیمت گذاری نسبتا بالا در بازارهایی که نسبت به قیمت غیر حساس هستند ( یا دارای کشش قیمتی پائین میباشند.م ) و مستعد پرداخت قیمت های بالا می می باشند. این سیاست توسط بسیاری از شرکت های صاحب برندهای مشهور تولید و عرضه کنندگان پوشک در برزیل ، با موفقیت اجرا می شد تا این که شرکت پی اند جی[[774]](#footnote-774) وارد بازار شد و رقابت قیمتی قویتری رادر بازار سبب گردید. قیمت گذاری نفوذی بر عکس قیمت گذاری فوق است. این قیمت گذاری شامل ارائه قیمت های پائین در بازار به منظور به دست آوردن سهم بیشتر در آن می باشد. ( مانند توسل به قیمت شکنی یا دامپینگ)

**بالا بودن قیمت بین المللی[[775]](#footnote-775)**

به عنوان یک قاعده کلی، محصولات در بازارهای خارجی گران تر از بازارهای داخلی هستند. این فرایند به نام قاعده بالا بودن قیمت بین المللی[[776]](#footnote-776) معروف است. برای مثال قیمت یک دستگاه تنظیم ضربان قلب[[777]](#footnote-777) با برند آمریکائی، در آمریکا 2100 دلار قیمت دارد، ولی قیمت همین دستگاه در ژاپن پس از اضافه شدن حقوق و عوارض گمرکی و هزینه های جانبی و واسطه ها بیش از 4000 دلار میگردد. از میان عواملی که باعث این قیمت بالا می شوند می توان به موارد زیر اشاره نمود:

* هزینه حمل، هزینه تامین مالی تجاری و هزینه بیمه
* مالیات ها، حقوق و عوارض گمرکی و هزینه های اداری
* تورم
* نوسانات نرخ ارز
* هزینه های مربوط به کارگزاران و واسطه ها و توزیع ( در یک مقطع زمانی شرکت کامپبل سوپ ( سوپ های کنسرو شده .م ) بر آورد نمود که هزینه توزیع محصولات آن در انگلستان پنجاه در صد بیشتر از هزینه توزیع آن در آمریکا است )
* هزینه های مربوط به سازگار نمودن یا وفق دادن محصول به شرایط بازار یا باب طبع مصرف کنندگان نمودن محصول در بازارهای مختلف.

از آنجائی که روند بالا بودن قیمت بین المللی یکی از ویژگی های اساسی بازرگانی بین المللی است، لذا صادر کنندگان در طی زمان مجبور شده اند که استراتژی هایی را به منظور کاهش یا حذف این پدیده اتخاذ نمایند. از جمله این استرا تژی ها می توان به موارد زیر اشاره نمود:

* پائین آوردن هزینه تولید: یک روش یا تاکتیک معمولی این است که برای پائین آوردن هزینه تولید آن را در کشور دیگری( که در آنجا هزینه تولید پایین تر است یا از طریق برون سپاری.م) انجام داد.
* کوشش برای یافتن حقوق و عوارض گمرکی پائین تر: این روش به نام مدیریت حقوق و عوارض گمرکی[[778]](#footnote-778) معروف می باشد. مثال یک مورد تاثیر گذار بر حقوق و عوارض گمرکی به شرح زیر است:

گمرک آمریکا تخم مرغ جواهرنشان فابرگ[[779]](#footnote-779) به ارزش دو میلیون و هفتصد هزار دلار آمریکا را جزء طبقه بندی جواهرات و نه در طبقه بندی کارهای هنری قرار داد. این تصمیم گمرک آمریکا به چالش کشیده و به آن اعتراض شد. تفاوت حقوق و عوارض گمرکی بین صفر و هفتصد هزار دلار بود.

* مهندسی مجدد محصول[[780]](#footnote-780) برای پائین آوردن تعرفه: ( یعنی تولید با مواد یا اجزائی که حقوق و عوارض گمرکی آن ها پائین تر است یا اینکه بتوان آن ها را بدون حقوق و عوارض گمرکی وارد نمود )
* استفاده از مناطق آزاد تجارت خارجی[[781]](#footnote-781): یک شرکت با وارد کردن محصول به این مناطق، می تواند بالا بودن قیمت در بازار خارجی را از طریق تعلیق پرداخت هزینه های گمرکی و حقوق و عوارض گمرکی، کنترل نماید. پس از اینکه اجزاء تشکیل دهنده این کالا در این منطقه سر هم شدند و محصول نهائی تولید گردید، هزینه نیروی کارصرف شده برای تولید آن مشمول حقوق و عوارض گمرکی نخواهد بود.
* پائین آوردن هزینه های استفاده از کانال های توزیع از طریق کوتاه کردن فرایند توزیع و زنجیره تامین

**مشکل واردات موازی**

شرکت ها، در حالت واردات موازی که گاهی به آن بازارهای خاکستری نیز گفته می شود، با رقابت های قیمتی در شبکه توزیع کنندگان خود این شرکت ها مواجه می شوند. این وضعیت هنگامی رخ میدهد که تفاوت قیمتی عظیمی بین قیمت های محصول شرکت در کشورهای مختلف وجود داشته باشد. این تفاوت قیمتی سبب می شود که وارد کنندگان به دنبالِ منافع، وسوسه گردند که آن محصول را از توزیع کنندگان آن در بازارهای ارزان خریداری نموده و آن را به توزیع کنندگان غیر مجاز در کشوری که در آنجا قیمت همان محصول بالاتر می باشد، بفروش برسانند. شرکت ها و تولید کنندگانِ دارای برندهای معروف ، اغلب در مورد واردات موازی نا خوشنود می باشند، ولی نمی توانند کار زیادی را درباره آن انجام دهند. زیرا در اغلب موارد این نحوه عمل قانونی می باشد.

معمولا جهانگردان از جمله اولین عواملی می باشند که دست اندرکار در واردات موازی می گردند، بازار کالاهای لوکس، عطرها و محصولات طراحان مشهور، مهترین بازارهائی هستند که آماده و پذیرای واردات موازی و رقابت در آن می باشند. برای حفظ شهرت و اعتبار کیفی محصولات مزبور در هر کشور، محصولات این صنایع در بالاترین سطح قیمت گذاری می شوندو به علت وجود اختلاف در شرایط اقتصادی کشورهای مختلف، این قیمت ها از لحاظ بین المللی در طیف وسیعی قرار میگیرند و با هم متفاوت می گردندو در نتیجه، برای مثال قیمت های عمده فروشی برای عطرهای مشهور و با پرستیژ در امریکا می تواند 25 در صد بالاتر از قیمت آن ها در سایر کشورها باشد و همین امر سبب می شود که انگیزه برای ایجاد واردات موازی بوجود آید. در انگلستان سوپر مارکت زنجیره ای بزرگ تسکو [[782]](#footnote-782)به کرات شرکت های پوشاک و لباس های ورزشی را به علت انجام واردات موازی و فروش ارزانتر اقلام تولیدی این شرکت ها به توزیع کنندگان مجاز ، عصبانی کرده است. در یک مورد برای مثال ، تسکو، کفش ورزشی تسکو نایک ایرمکس متالیک[[783]](#footnote-783) را80 دلار آمریکا قیمت گذاری نمود، در حالی که مغازه های فروش لوازم ورزشی آن ها را به قیمت 196 دلار می فروختند. علت این ارزان فروشی تسکو این بود که مقادیر زیاد لباس ها و کفش های ورزشی مارک نایک را از موجودی بیش از نیازدر انبار یک عمده فروشی در امریکا خریداری کرده بود.

تعداد کمی از بازار ها ، نوعی محدودیت های قانونی را در مورد واردات موازی وضع کرده اند ( تایوان، هنگ کنگ، کشور هایی در خاورمیانه و استرالیا )، اما اتحادیه اروپا و امریکا کماکان این رویه را مجاز می دانند. یک مورد واردات موازی ممنوع در امریکا عبارتست از واردات موازی محصولاتی که در آن ها به نحوی از انحا تغییر داده شده باشد، مثل برداشتن بارکد یا کد شناسایی محصول که این عمل می تواند نقض حقوق مربوط به علامت تجارتی تلقی گردد.

**قیمت شکنی یا دامپینگ :** قیمت شکنی موقتی به خاطر بیرون کردن رقبا از بازار یک پدیده مربوط به قیمت گذاری است که معمولا یکی از بحث انگیزترین مسایل در تجارت بین الملل محسوب میگردد. برای مثال بسیاری از صادر کنندگان ادعا می نمایند که، هنگامی که صادرات به آمریکا را انجام میدهند، تولید کنندگان در داخل آمریکا خیلی راحت می توانند ادعا نمایند که صادر کننده خارجی به قیمت شکنی آن محصول مبادرت کرده است -فروش محصول به قیمتی کمتر از هزینه تولید آن به منظور به دست آوردن سهم بازار یا خسارت وارد آوردن به رقبا- و برای صادر کنندگان به آمریکا مشکل است که بتوانند ثابت نمایند، قیمت شکنی نمی کنند.

در موردی که کشور وارد کننده ادعا نماید که در مورد محصول وارده به کشور قیمت شکنی شده،( دامپینگ صورت گرفته) فرایند قیمت گذاری محصول براساس هزینه نهائی ( متغیر ) تولید[[784]](#footnote-784)، می تواند به ایجاد اخنلافات منجر شود. زیرا تعریف ارائه شده برای دامپینگ ( قیمت شکنی ) عبارتست از فروش کالاها در یک بازار خارجی زیر قیمت همان کالا در کشور صادر کننده، یا زیر هزینه تولیدآن. قواعد سازمان جهانی تجارت ،کشورهای عضو آن سازمان را مجاز میداند که به منظور جلوگیری از اثرات منفی اقتصادی قیمت شکنی ( دامپینگ ) ، به وضع جریمه یا حقوق و عوارض ضد دامپینگ بپردازند. سر هم کردن یا ترکیب یا مونتاژ اجزا تشکیل دهنده یک محصول در کشور هدف یکی از استراتژی هایی است که صادر کنندگان از آن برای احتراز از پرداخت عوارض ضد دامپینگ استفاده می نمایند.

**قیمت گذاری انتقالی[[785]](#footnote-785)**

کالاها اغلب دربین شبکه ی شُعَب فرعی شرکت و/ یا شرکای سرمایه گذاری مشترک صادر میگردد. در این قبیل موارد، جهت بالابردن سود کلی شرکت، قیمت ها می توانند از طریق قیمت گذاری بین شرکتی، یا قیمت گذاری انتقالی دست کاری شده و تغییر نمایند. برای مثال ممکن است برای پائین آوردن هزینه حقوق و عوارض گمرکی در صادرات به کشورهائی که در آن ها نرخ تعرفه ها بالا است، از قیمت های حداقلی استفاده شود. یا با حمل کالا با قیمت بالا به کشورهایی که نرخ مالیات بر در آمد درآن ها بالا است، در آمد مشمول مالیات را کاهش داد و به این وسیله منافع را به شعب شرکت در کشورهائی که در آن ها نرخ مالیات بر در آمد کمتر است سوق داد. اما بسیار مهم است که توجه شود که مقامات مالیاتی کشورها، به خوبی از این استراتژی های کاهش مالیات آگاه می باشند و بنابراین مقررات و قواعد مالیاتی زیادی را در اختیار دارند که می توانند با استفاده از آن ها دایره شمول قیمت گذاری انتقالی را کاهش دهند.

**اجاره تجهیزات و تجارت متقابل**

اجاره تجهیزات خارجی این فرصت را در اختیار تولید کنندگان قرار میدهد که بتوانند حتی در بازارهایی که تازه در حال توسعه می باشند، قیمت های بالا را حفظ نمایند. در این فرایند، تولید کننده یا شرکت اجاره کننده به راه های تامین مالی برای این اجاره متوسل می شود. تجارت متقابل یا پایاپای یا تهاتری متضمن این است که تمام یا قسمتی از پرداخت بهای معامله به صورت کالا صورت گیرد. در یک مورد، برند پپسی، این نوشابه غیر الکلی را در مقابل وودکا به روسیه فروخت و سپس وودکا ی خریداری شده در این معامله پایاپای را را به غرب فروخت ( این معامله بسیار برای پپسی سود آور بود )

19-2  **تبلیغ و ترویج[[786]](#footnote-786): ارتباطات بازاریابی منسجم و یکپارچه**

هنگامیکه مردم درباره اصطلاح promotion فکر می کنند، اولین چیزی که به ذهن آن ها خطور می کند ، موضوع تبلیغات است. اما در عمل ، موارد کار بردی این اصطلاح خیلی وسیعتر از تبلیغات صرف است و بنابراین به آن ارتباطات بازاریابی منسجم و یک پارچه می گویند که فرایند های زیر را شامل می شود: ترویج و اشاعه و تبلیغات فروش، شرکت در نمایشگاه ها، فروش های شخصی، فروش مستقیم، روابط عمومی، بازاریابی دیجیتالی و رسانه های اجتماعی.

19-2-1 **تبلیغات بین المللی**

**چالش های بین فرهنگی**

سال ها است که دامنه بازارِ تبلیغات جهانی، سریعتر از اقتصاد جهانی رشد کرده است. در سال 2016 بازار تبلیغات جهانی به 600 میلیارد دلار رسید. تئوری یا نظریه ارتباطات بین فرهنگی یا چند فرهنگی[[787]](#footnote-787) ، یک شالوه و قالبی را برای درک این موضوع که چرا شرکت ها مرتکب اشتباهات در بازاریابی بین المللی می شوند ، ارائه میدهد. در فرایند ارتباطات بین المللی موارد زیر مطرح می گردد:

1-منبع اطلاعاتی

2-کُد بندی[[788]](#footnote-788)یا نحوه انتقال پیام

3-کانال پیا م

4-کد گشایی یا تعبیر و تفسیر[[789]](#footnote-789)یا بر داشت از پیام

5-گیرنده

6--باز خورد

7- اختلال، سر و صدا و تهمت پراکنی[[790]](#footnote-790)

اشتباهات در بازاریابی بین المللی اغلب به علت در نظر نگرفتن نفوذ یا اثرات فرهنگی در یکی از گام های فوق ایجاد می شود. برای مثال در مرحله کد بندی یا انتقال پیام، بازاریاب می خواهد که محصول مربوطه خون سردی و آسان گیری[[791]](#footnote-791) را القا نماید. بنا بر این از رنگ سبز استفاده می نماید.اما در منطقه استوائی ، ممکن است رنگ سبز احساس خطر را القا نماید. در جوامع مختلف ، ارتباط رنگ ها با روان شناسی[[792]](#footnote-792) ، شدیدا به لحاظ فرهنگی با هم متفاوت میباشند. رنگ سفید خلوص و پاکیزگی را در بسیاری از کشورهای غربی تداعی می نماید، در حالی که همین رنگ در کشورهای آسیائی اغلب عزا و ماتم را در ذهن بیننده القا می نماید. مثال: شرکت دو بیردایاموندز[[793]](#footnote-793) که دست اندرکار درتولید و فروش جواهرات و حلقه های نامزدی است از آگهی های شیک و با کلاس شامل چهره های سایه ای[[794]](#footnote-794) برای القا هدایای عروسی و جشن تولد استفاده نمود، ولی در کشور چین مصرف کنندگان آن را به عنوان اشباح و مرگ تفسیر و تعبیر نمودند.

**محدودیت های زبانی .** یک مشکل درزمینه استاندارد کردن نام برندها در سطح جهان(درک یکسان) این است که کلماتی که در یک زیان بی آلایش و مثبت هستند در زبان دیگر احمقانه یا کثیف به نظر میرسند: باکاردی[[795]](#footnote-795) سعی نمود که مشروبی به نام پاوانِ[[796]](#footnote-796) را در آلمان به فروش برساند، اما این نام به نظر مصرف کنندگان آلمانی نظیر کلمه آلمانی پاویان یا میمون رسید. شرکت تروپیکانا سعی کرد که اصطلاح پورتویکوئی ( Jugo de China ) را برای آب پرتقال درکوبا به کار ببرد. اما در کوبا ، این اصطلاح ، مصرف کنندگان را گمراه کرد .زیرا اصطلاح مزبور آب پرتقال چینی را به ذهن آن ها تداعی می کرد. پایین بودن سطح سواد و تنوع زیانی در برخی از کشورها، تبلیغات استاندارد را مشکل تر می نماید. (تبلیغات با معانی و درک یکسان از پیام در کشور های مختلف)

دو نوع تکنیک جهت بهبود در قابلیت اتکا بودن ترجمه ها وجود دارد که عبارتند از ترجمه معکوس ، یعنی ترجمه[[797]](#footnote-797) یا بر گردان متن ترجمه شده به زبان اصلی توسط شخص دیگر ( یا برگردان متن ترجمه شده به زبان اصلی ) و دیگری عبارت است از ترجمه موازی یا استفاده از دو یا چند مترجم برای ترجمه متن واحد و سپس مقایسه این ترجمه ها با یکدیگر.یک پالایش یا بهسازی بهتر ترجمه که بوسیله مشاورین بازاریابی و آژانس های ترجمه پیشنهاد شده، فرایند محلی سازی است. بر طبق این روش مراقبت به عمل می آید که کار بر د واژه با متن زبان محلی که مورد استفاده وسیع می باشد، وفق داده شود. مثال: در یک کارزار بازاریابی پان آمریکای لاتین، محلی سازی ترجمه این اطمینان را حاصل می نماید که در کشورهای مکزیک، کلمبیا و آرژانتین از همان ترجمه استفاده خواهد شد.

**تنوع فرهنگی**

مثال های متعددی در مورد ناکار آمدی تبلیغات به علت عدم آشنائی با فرهنگ ها وجود دارد. شرکت جنرال میلز[[798]](#footnote-798)، پودر آماده کیک را با این تبلیغات که می توان از آن ها برای تهیه کیک به همان راحتی تهیه پلو استفاده کرد، روانه بازار ژاپن نمود. اما خانواده های ژاپنی اعتقاد داشتند که تهیه پلو به راحتی امکان پذیر نمی باشد و به برخی مهارت ها نیاز دارد. در موردی دیگر ، اولین تبلیغات شرکت پی اند جی برای فروش پوشک در ژاپن با شکست مواجه شد، زیرا آن شرکت از یک تبلیغات مبتنی بر انیمیشن لک لک ها که پوشک ها را تحویل می دادند استفاده کرده بود.( یک داستان معروف کودکان برای نشان دادن وتوصیف کودکان در آمریکا.) در حالی که در ژاپن داستان های مشابه این است که این هلوها یا درخت های بزرگ هلو هستند که پوشک نوزادان را می آورند نه لک لک ها

**معیار خود ارجاعی [[799]](#footnote-799)( اس آر اس) و اثر کشور مبدا[[800]](#footnote-800)**

یکی از موانع تجارت بین المللی این است که افراد ( از جمله مقامات اجرایی بازار یابی ) بر این تمایل دارند که با وضعیت های جدید بر طبق تجربه فرهنگی در کشور خودشان برخورد و آن را بر طبق همان تجربیات تعبیر و تفسیر نمایند و بنابراین نمی توانند تفاوت های مهم و اساسی که می تواند بر بنگاه آنان تاثیر گذار باشد را پیش بینی نمایند. این مشکل عدم دورنگری فرهنگی[[801]](#footnote-801) یا نزدیک بینی فرهنگی را برخی متخصصین بازاریابی بین المللی به نام معیار خود ارجاعی[[802]](#footnote-802) ( تبعیت یا الگو قرار دادن موفقیت در بازار داخلی در بازاربین الملل ) یا (یتبعیت از آنچه خود داشت.م ) می نامند که بر این فرض مبتنی است که فرهنگ های خارجی پذیرای آن استراتژی های بازاریابی خواهند بود که در بازارهای داخلی صادر کنندگان، موفق بو ده اند.

در این راستا یک مفهوم مرتبط از دیدگاه مصرف کننده عبارتست از اثر کشور مبدا. بر طبق این مفهوم یا معیار ، مصرف کنندگان ، کشورهای مختلف را براساس سطح کیفیت بالای کالاهای آن ها در بخش های مختلف صنعت می شناسند. ( به عبارت دیگر، این محصولات نام کشور تولید کننده آن را به ذهن مصرف کننده متبادر می سازد.م) برای مثال شراب های فرانسوی، کفش های ایطالیائی، ساعت های سوئیسی و اتوموبیل های ژاپنی و آلمانی به خاطر کیفیت بالای آن ها در آن بخش از صنایع . ( هر چند که این تصورات و ذهنیات مصرف کنندگان ، می تواند در طی زمان تحول یابد و تغیر پیدا کند. )

برخی از کشورهای مشهور به خاطر جذابیت های بالای بین المللی محصولات داخلی خود، مانند ایطالیا، فرانسه ایالات متحده امریکا، مقررات سفت و سختی را برای استفاده از برچسب ساخت در ایطالیا یا ساخت در فرانسه یا ساخت درایالات متحده آمریکا اعمال می نمایند.

**مثالی در مورد** **ناکار آمدی بازاریابی بین المللی به علت تبعیت از معیار خود ارجاعی و اثر مبدا - مثال موردی دیزنی پاریس**

**یک مثال معروف در مورد این که یک شرکت بزرگ نتوانست به خاطر همان مفهوم خود ارجاعی و مفهوم اثر کشور مبدا ، مشکلات را پیش بینی نماید و کرارا به آن اشاره میشود، عبارت است از تصمیم شرکت آمریکایی دیزنی در سال 1991دائر به افتتاح یک پارک تفریحی با تم یا سبک خاص در شهر پاریس.**

**قضیه از این قرار است که شرکت دیزنی پس از تاسیس بسیار موفق دوپارک تفریحی با تم خاص در امریکا، تصمیم گرفت که اولین سرمایه گذاری مشترک خود در این زمینه را با ژاپن و از طریق شرکت دیزنی توکیو انجام دهد. شرکت دیزنی به منظور کاهش دادن خطر( ریسک) تصمیم گرفت که عملیات توکیو را بر طبق ترتیبات مبتنی بر اخد مجوز انجام دهد و در نتیجه شرکت مزبور خطر هایا ریسک های تامین مالی و ساختمانی اندکی را به عهده گرفت، ولی حق دریافت حق الامتیاز تضمینی را برای خود به دست آورد. در عمل معلوم شد که پارک تفریحی با تم خاص توکیو به قدری موفق بود که دیزنی به این فکر افتاد که چرا سرمایه گذاری بیشتری را در این باره انجام نداده است. در نتیجه تصمیم گرفت که پارک تفریحی مشابهی را در شهر پاریس راه اندازی نمایدو در برنامه ریزی برای احداث پارک در پاریس، خطرات یا ریسک های عملیاتی و تامین مالی بیشتری را به عهده گرفت. اما بر عکس مورد ژاپن، در این مورد، برنامه ریزی بازاریابی شرکت دیزنی با چنان شکستی مواجه شد که در عرض مدت دو سال پس از افتتاح پارک در پاریس، این سرمایه گذاری جدید شرکت دیزنی با خطر ورشکستگی مواجه گردید و اگر تزریق نقدی به موقع یک سرمایه گذار بزرگ تبعه عربستان سعودی نبود، مسلما دیزنی پاریس منحل و تعطیل می شد.**

**متخصصین بازاریابی دلیل این شکست شرکت دیزنی در پاریس را تَسَرّ ِی دادن آمیخته یا آمیزه بازاریابی امریکائی آن شرکت به بازارهای اروپائی قلمداد کرده اند. گسترش و تبلیغات در مورد این سرمایه گذاری مشترک ، بر ارزش های سنتی آمریکا مبتنی بود و بر این ارزش ها تاکید می گذارد. درمورد ژاپن نیز این شرکت از همین رویه پیروی نموده بوده ، ولی در عمل معلوم شد که اثر مثبت کشور مبدا برای این برند آمریکائی در ژاپن خیلی قوی ولی در کشور فرانسه منفی بو ده است . در حالیکه مشتریان ژاپنی تحت تاثیر خصو صیات دیزنی و کارزار تبلیغاتی بازاریابی پر زرق و برق آن قرار گرفته بودند، ولی مشتریان فرانسوی که معروف به داشتن شک و تردید درباره سوادگری امریکائی می باشند، از این طرح و اثر کشور مبدا در این طرح ( ویژگی های آمریکایی طرح ) استقبال نکردند. خود این محصول ، یعنی پروژه مبتنی بر تجربه پارک تفریحی با تم خاص یا سبک خاص در امریکا ، نیز می بایست ، در پاریس به چند دلیل مورد جرح و تعدیل قرار می گرفت. مثلا ممنوعیت آب جو و شراب در مکان های صرف ناهار در این پارک ها در آمریکا که بعدا معلوم شد بر عکس در فرانسه ضروری می باشد.**

عامل مهم و کلیدی برای جلوگیری از بروز مشکلات مربوط به معیار خود ارجاعی(SRC)، این است که باید دانست و باور داشت که این مشکلات وجود دارند و باید همیشه این موضوع را به عنوان منبع بالقوه مشکل بازاریابی در نظر داشت و از آن پرهیز نمود. یک روش سیتماتیک در این راستا می تواند عبارت باشد از:

1. تعریف مشکل بازاریابی بر حسب شرایط کشور میزبان؛
2. سپس تعریف آن بر حسب شرایط کشور خارجی؛
3. در صورتی که معیار خود ارجاعی ایجاد مشکل نماید، منزوی کردن نفوذ آن ؛
4. در صورت لزوم تعریف دوباره مشکل و حل آن .

شاید بهترین علاج یا نوشدارو ، در مورد اثرات منفی خود ارجاعی این باشد که شرکت روی تدوین عامدانه و هوشیارانه آگاهی دهی کلی، مثلا از طریق آموزش مقامات اجرائی در زمینه بازاریابی بین فرهنگی و مذاکرات، کار کند. یک مدیر اجرائی بازاریابی بین المللی خوب کسی است که به صورت منطقی ( یعنی اینکه همیشه فکر نکند که روش کشور خودش بهترین روش است ) با بردباری ( یعنی قبول راه های متفاوت بررسی مشکلات در سایر کشورها ) و با دانش و اطلاع ( یعنی ادراک فرهنگ های خارجی، تاریخ و رفتار آن ها ) در صد دگسترش فعالیت های شرکت بر آید.

19-2-2 **کنترل تبلیغات بین المللی: محدودیت های قانونی و مجموعه های خود تنظیمی[[803]](#footnote-803)**

**محدودیت های قانونی:** در اتحادیه اروپا ، حمایت از مصرف کننده و بازاریابی تجاری ، درجه بالائی از هم آهنگی بر طبق دستور العمل ها را نشان میدهد.

در بحث های مربوط به حمایت از مصرف کننده و بازاریابی، حفاظت از داده ها و رعایت محرمانگی و حریم خصوصی ، کماکان موضوعات مهم و اساسی می باشند. این موضوع مربوط می شود به تبلیغات رفتاری آنلاین یا بر روی خط یا اُ بی اِ[[804]](#footnote-804) که معنای آن عبارتست از جمع آوری اطلاعات در طول زمان در مورد استفاده کنندگان از سازو کار های آنلاین یا روی خط یک دستگاه خاص در سرتاسر شبکه های مختلف غیر وابسته. ( تبلیغات بر اساس اطلعات جمع آوری شده در باره موضوعات مورد علاقه .م) از جمله اهداف این تبلیغات یا اُبی اِ عبارتست از: ایجاد بخش های مورد علاقه یا تخصیص رفتار دیداری به اهداف رساندن تبلیغات مربوط به علائق و ترجیحات استفاده کننده از شبکه وب.

مقررات حفاظت از داده های عمومی[[805]](#footnote-805) اتحادیه اروپا یا جی دی پی آر، به منظور ایجاد هم آهنگی بین قوانین حفظ حریم خصوصی در سراسر اروپا و حفاظت و توانمند سازی تمام داده های خصوصی افراد این اتحادیه، طراحی و وضع شده است. این مقررات در سال 2016 تصویب و از ماه مه سال 2018 اجرا خواهد شد.

یک جنبه کلیدی و مهم مقررات مزبور ، ویژگی قابل اعمال برون کشوری[[806]](#footnote-806) بودن آن است. زیرا این قواعد یا جی دی پی آر، صرفنظر از اینکه مکان شرکت در کجا قرار داشته باشد، در مورد تمام شرکت هایی که پردازش های داده های شخصی اتباع مقیم در اتحادیه اروپا را انجام میدهند اعمال می گردد. این مقررات شامل تعهدات بیشتر در مورد کسب رضایت است و حقوق اتباع اتحادیه در مورد حفاظت از داده های آن ها را تقویت می نماید. این قواعد جدید می تواند تبعاتی را برای فعالیت های مبتنی بر داده های بازاریابی در اتحادیه اروپا به همراه داشته باشد.

در حال حاضر در ایالات متحده امریکا، هیچ قانون رسمی خاص در سطح فدرال که حریم خصوصی و محافظت از داده ها را تنظیم نماید، وجود ندارد. بخش کسب و کاری و تجاری در این کشور متمایل بوده است که هدایت را از طریق مجموعه قواعد خود تنظیمی عهده دار باشد. با این حال کمیسیون تجارت فدرال[[807]](#footnote-807) یا اِف تی سی ، در زمینه تنظیم تبلیغات رفتاری آنلاین یا اُ بی اِ فعال بوده و این کمیسیون در سال 2010 استفاده از ساز و کار "ردیابی ممنوع[[808]](#footnote-808) " را جهت تنظیم این تبلیغات پیشنهاد نموده است. این کمیسیون هم چنین قانونی تحت عنوان قانون حفاظت حریم خصوصی آنلاین کودکان (سی اُ حی حی آِ )را اجرا می نماید[[809]](#footnote-809) که در مورد جمع آوری آنلاین ( بر روی خط ) اطلاعات از کودکان زیر 13 سال سن اعمال میگردد.

**اصول اخلاقی مربوط به بازاریابی و مجموعه قواعد خود تنظیمی:** **مجموعه قواعد اطاق بازرگانی بین المللی**

طرفداران مصرف کننده و وکلای طرفدار حقوق مصرف کننده و مقامات تنظیم کننده ،کرارا نگرانی خود را درباره تبلیغات در ایالات متحده و اروپا و بویژه در ارتباط با بازاریابی و فروش محصولات بحث انگیز اعلام داشته اند. تبلیغات مربوط به توتون، الکل، اتوموبیل های خاص کودکان و دارو نیز مرکز تمرکز و نگرانی تنظیم کنندگان و مقررات پردازان بوده است. بر عکس، مطالعات درباره هنگ کنگ، کلمبیا و برزیل نشان داده است که تبلیغات در آن دیاران رایج تر و محبوب تر است و به آن با نظر مساعد تر برخورد می شود.

وجود شکل ها و انواع جدید تبلیغات، اغلب ، وضع مقررات بیشتر را درباره تبلیغات و ارتباطات بازاریابی طلب می نماید. در حال حاضر تبلیغات دیجیتالی و از جمله تبلیغات رفتاری آنلاین یا اَ بی اِ مشمول مداخله و نظارت دقیق می باشند و در معرض وضع مقررات قرار دارند.

در ارتباط با تبلیغاتی که قانونی هستند، ولی لزوما منطبق بر ضوابط اخلاقی نمی باشند، بخش تبلیغات، خودش قواعدخود تنظیمی فروش و بازاریابی و تبلیغات مبتنی بر اصول اخلاقی را تعیین می نماید.

خود تنظیمی تبلیغات و بازاریابی، نظامی است که بر طبق آن، تبلیغ، بازار یابی ، آژانس و صنعت رسانه ، قواعد اختیاری و استانداردهای کاری که فراتر از تعهدات قانونی آن ها می باشد را مقرر می نمایند. خود تنظیمی تبلیغات و بازاریابی، فرایند تبلیغات مسئوولانه و ارتباطات بازاریابی که به ایجاد و اعتلا و حفظ اعتماد و اطمینان مصرف کننده به تبلیغات و ارتباطات بازاریابی کمک می نماید ، را ترویج می نماید. سازمان های خود تنظیمی (اس آر اُ)[[810]](#footnote-810) ها مسئوول اجرای تعهدات صنعت تبلیغات در برابر این قواعد می باشند. آن ها به مصرف کنندگان، حفاظت های بیشتر و روش های مقرون به صرفه تر و قابل دسترس تر از روش های حقوقی را ارائه میدهند. بسته به کشورها، این سازمان ها تمام یا قسمتی از خدمات زیر را به جوامع خود ارائه میدهند:

پاسخ گوئی به شکایات، پایش تبلیغات، آغاز و انجام بررسی ها . هدف از تمام این خدمات کمک موثر به منظور جلوگیری موثر و کارا از مشکلات و اصلاح آن ها است.

هنگامیکه یک شکایت در ارتباط با یک آگهی تبلیغاتی بوسیله عموم یا رقبا مطرح شود، یک هیات منصفه مستقل و بیطرف ، مسئول تفسیر قاعده یا کد مربوطه میگردد. این هیات منصفه، ارگان مسئوول صدور تفسیرهای آمرانه قاعده (کد )می باشد و به دعاوی ارجاعی به آن ، در ارتباط با نقض ادعایی قاعده رسیدگی می نماید. این هیات پس از بررسی آگهی های تبلیغاتی مورد شکایت، درباره درخواست یا عدم درخواست از تبلیغ کننده برای حذف آن تبلیغات تصمیم گیری می نماید. گرچه تبلیغ کنندگان قانونا متعهد به متابعت وتمکین از تصمیمات چنین هیات هائی نمی باشند، ولی معمولا از آن تبعیت می نمایند.

پانل هایا هیات ای خود تنظیمی مزبور ، تصمیم های خودشان را براساس اصول اخلاقی مندرج در مجموعه قواعد بازاریابی و اصول اخلاقی تبلیغات اتخاذ می نمایند. مجموعه قواعد یک پارچه تبلیغ و ارتباطات بازاریابی اطاق بازرگانی بین المللی[[811]](#footnote-811) یا به اختصار مجموعه قواعد اطاق بازرگانی بین المللی ، در حد و اندازه وسیعی به عنوان یک مرجع و منبع بین المللی و استاندارد طلائی برای خود تنظیمی تبلیغات پذیرفته شده است. این مجموعه قواعد از زمان ایجاد در سال 1937 تا کنون به عنوان ساختار و سنگ زیر بنای شیوه نامه ها و قواعد نظام های خود تنظیمی در سرتاسر جهان کمک کرده است.

مجموعه قواعد اطاق بازر گانی بین المللی ، این موضوع را مورد تاکید قرار میدهد که "تمام ارتباطات بازاریابی بایستی توام با یک احساس مسئولیت اجتماعی و حرفه ای شایسته و در خور، آماده شوند و بایستی با اصول رقابت منصفانه که معمولا در کسب و کار و تجارت مورد قبول است، مطابقت داشته باشند. هیچ ارتباطی نبایستی به صورتی باشد که به اعتماد عمومی به بازاریابی لطمه و صدمه وارد سازد. " این محموعه هم چنین قواعدی را نیز برای تبلیغات و ارتباطات بازاریابی جهت کودکان و نوجوانان ارائه میدهد و مقرر میدارد که در زمینه ارتباطات بازاریابی با مخاطبان کودکان یا نوجوانان ، باید احتیاط خاص به عمل آید. این ارتباطات نبایستی رفتار اجتماعی خوشبینانه، نحوه زندگی و نگرش ها را سست و خراب نماید. آگهی های تبلیغاتی نامناسب برای کودکان یا جوانان نبایستی در رسانه های مربوط به آن ها آورده شودو تبلیغاتی که مخاطب آن ها کودکان یا جوانان باشند، نبایستی در رسانه هایی که در آن ها سرمقالات و مطالب نامناسب پخش میگردد، آورده شود.

هم چنین " در موردی که اطلاع شخصی از کودکان دوازده ساله یا جوانتر تحصیل میگردد، باید در صورتی که عملی باشد، راهنمائی ها به والدین یا سرپرستان قانونی آن ها در مورد رعایت حریم خصوصی کودکان به عمل آید. کودکان باید تشویق شوند که اجازه والدین یا سایر افراد صلاحتیدار را کسب نمایند. " جزئیات بیشتر در این باره در ماده 19 مجموعه قواعد اطاق بازرگانی بین المللی آمده است.

تحول سریع در ارتباطات بازاریابی دیجیتالی، نشانگر این است که سرعت تحولات ، اغلب سریعتر از فرایند تدوین قوانین در این زمینه می باشد و این در حالی است که استانداردهای صنعت تبلیغات جهت خود تنظیمی این قابلیت انعطاف را فراهم می سازد که بتوان با این تحولات و تغییرات به صورت سریع و موثر منطبق گردید. مجموعه قواعد اطاق بازرگانی بین المللی در مورد تمام انواع و شکل های ارتباطات بازاریابی اعمال میگردد . ارتباطات بازاریابی دیجیتالی و هم چنین رسانه های سنتی مشمول مقررات این مجموعه قواعد می باشند.

درمجموعه قواعد اطاق بازرگانی بین المللی هم چنین ، یک فصل اختصاصی و جامع در باره قواعد خاص در مورد تبلیغات رفتاری آنلاین یااُ بی اِ و ارتباطات بازاریابی دیجیتالی و کودکان آورده شده و حاوی مقررات تفضیلی و دقیق درباره لزوم رعایت اصل احراز هویت و شناسائی می باشد. نیاز به شناسائی یا احراز هویت و شفافیت، بویژه در مورد رویه های جاری بازاریابی دیجیتالی ، نظیر تبلیغات همسان[[812]](#footnote-812) وبازار یابی با هدف نفوذ در بازار[[813]](#footnote-813) خیلی بیشتر آشکار شده است. شناسایی، یک الزام مهم و کلیدی جهت کسب اعتماد مصرف کننده است. مجموعه قواعد اطاق بازرگانی بین المللی در این باره مقرر میدارد که: " ارتباطات بازاریابی بایستی صرفنظر از شکل و صرفنظر از رسانه مورد استفاده، بوضوح قابل تشخیص باشد. " هم چنین باید بین ارتباطات بازاریابی و مقاله محتوایی[[814]](#footnote-814) تمیز قایل گردید. کمیسیون فدرال تجارت هم چنین دستور العمل های راهنمای خاص را در زمینه تبلیغات همسان مننشر کرده است . کمیسیون مزبور این فرایند را چنین تعریف می کند: « آمیختن تبلیغات با اخبار، سرگرمی ها و سایر محتوای مقاله ای در رسانه دیجیتالی »

مجموعه قواعد خود تنظیمی در زمینه رویه های اخلاقی و مسئولانه، به تنظیم بازاریابی و صنعت تبلیغات کمک موثر می نماید و ضمن کاستن از نیاز به وجود محدودیت های قانونی و مقرراتی سنگین ، از منافع مشتریان حمایت به عمل می آورد.

از آنجایی که تعریف دقیق و بی طرفانه انواع تبلیغات ِمناسب [[815]](#footnote-815) بسیار مشکل می باشد، لذا مجموعه قواعد خود تنظیمی، تعمدا در قالب واژه های کلی تدوین شده اند در این راستا . فرض بر این است که استانداردها و معیار های مربوط به مناسب بودن تبلیغات بسته به مبانی ملی و فرهنگی، با یکدیگر فرق می کنند و به علاوه احتمال تغییر و تحول آن در آینده نیز وجود دارد. در این ارتباط مجموعه قواعد اطاق بازرگانی بین المللی از انعطاف لازم برای اعمال در هر قانون ملی و هر فرهنگی برخوردار می باشد..

قواعد اطاق بازرگانی بین المللی در ارتباط با تبلیغات مناسب، این رهنمودها را ارائه میدهند:

" ارتباطات بازاریابی نباید حاوی مطالب یا رفتارهای سمعی و بصری باشد که استانداردهای تبلیغات مناسب که در حال حاضر در کشور و فرهنگ مربوطه حاکم است را مورد هجمه قرار دهد .این مجموعه قواعد، موارد زیر را نیز مقرر می نماید:

* ارتباطات بازاریابی نبایستی چنان باشد که از اعتماد مصرف کنندگان سوء استفاده شود و یا از فقدان تجربه یا نداشتن اطلاع و دانش آن ها بهره برداری سوء به عمل آید. عوامل مرتبط که احتمالا می تواند بر تصمیمات مصرف کنندگان تاثیر داشته باشد، بایستی به نحوی و در زمانی انتقال پیدا کند که مصرف کننده بتواند آن ها را در تصمیم گیری خود در نظر داشته باشد..
* ارتباطات بازاریابی بایستی شان و مقام و کرامت انسانی را محترم بشمارد و نبایستی هیچ نوع تبعیضی ، از جمله تبعیض نژادی، ملی، مذهبی، جنسیتی، سنی، از کار افتادگی یا گرایش جنسی راتحریک و یا وجود آن را نادیده بگیرد.
* ارتباطات بازاریابی نباید ، از ترس یا فلاکت و استیصال یا بیچارگی و رنج و عذاب بهره برداری نماید.
* نبایستی چنین به نظر برسد که ارتباطات بازاریابی، خشونت، رفتار غیر قانونی یا ضد اجتماعی را تحریک و یا آن ها را نادیده می گیرد.
* ارتباطات بازاریابی نبایستی مبتنی بر خرافات و تشویق آن باشد.

یکی از دلایلی که مجموعه قواعد خویش تنظیمی، مورد حمایت بخش تبلیغات می باشد، این است که تبلیغ کنندگان و آژانس های تبلیغاتی، در صدد محدود کردن موارد تجاوز به آزادی تبلیغاتی هستند که ممکن است در صورت وضع قوانین و مقررات به جای آن قواعد جود تنظیمی، موارد این تجاوز افزایش پیدا کند. .

مجموعه قواعد و مقررات اطاق بازرگانی بین المللی، یک شالوده و قالب مورد قبول جهانی را جهت خلاقیت و ارتباط مسئوولانه ارائه میدهد. اطاق بازرگانی بین المللی و انجمن های تبلیغات ملی در اطراف جهان، در پی این هستند که به عامه و تصمیم گیرندگان دولتی نشان دهند که صنعت تبلیغات می تواند از طریق احترام به قواعدِ رویه مسئولانه، خود تنظیم باشد.

یک مثال در زمینه تبلیغاتی که بوسیله نهادهای خویش تنظیمی ارزیابی گردیده عبارتست از کارزارهای تبلیغاتی تحریک آمیز براند بنتون[[816]](#footnote-816)، طراحی شده بوسیله عکاس اولیورو توسکانی[[817]](#footnote-817)، نظیر کارزار "ما محکومین به اعدام " که زندانیان آمریکائی در بند اعدامی ها را نشان میداد. سایر تصویرهای بنتون یکی این بود که یک راهبه را در حال بوسیدن یک کشیش نشان میداد. یکی دیگر از این تصاویر مربوط به مردی بود که در تخت بیمارستانی به علت بیماری ایدز، در حال مرگ بود. آگهی های تبلیغاتی بنتون در برخی از کشورها سانسور شدند ، ولی در برخی دیگر از کشورها مجاز بودند و این امر نشان میدهد که استانداردهای خود تنظیمی از انعطاف لازم جهت اجرا براساس استانداردهای محلی مربوط به اخلاقیات و رعایت نزاکت، برخوردار می باشند.

19-2-3 **بازاریابی سبز[[818]](#footnote-818)**

بنگاه ها به صورت فزاینده ای محصولات خودشان را طوری طراحی و برای آن بازاریابی می کنند که مطابق با وجدان یا الزامات مورد احترام زیست محیطی مصرف کنندگان باشد. اروپا رهبری رادر این روند به عهده دارد و کمیسیون اروپا " برچسب اکولوژیکی[[819]](#footnote-819) " را جهت شناسائی محصولاتی که در تولید آن ها، استانداردهای سازگار با محیط زیست رعایت شده ، را فراهم و ارائه کرده است که رقم آن ها تا به امروز به چهل و پنج هزار بالغ شده است. آلمان نیز برنامه مشابه و معروف بلوآنجل یا فرشته آبی رنگ[[820]](#footnote-820) را اتخاذ کرده است. جهت تعیین اثر زیست محیطی این بر چسب ها ، از یک تجزیه و تحلیل زگهواره تا گور [[821]](#footnote-821)استفاده می شود. هم چنین در ارتباطات بازاریابی حاوی موضوعات زیست محیطی، باید از مقررات ملی و مجموعه قواعد خود تنظیمی تبلیغات تبعیت گردد. در این زمینه مجموعه قواعد اطاق بازرگانی بین المللی مقرر میدارد که ارتباطات بازاریابی نبایستی حاوی هیچ مطلب یا تبلیغ دیداری باشد که احتمالا سبب گمراهی مصرف کنندگان در ارتباط با جنبه های زیست محیطی یا مزیت های زیست محیطی محصول یا ادعای نا درست در باره اقدامات بازار یاب به نفع محیط زیست باشد. به طور کلی ادعاها درباره حفظ محیط زیست یا باید مستند باشد و یا اینکه از آن صرفنظر گردد. بویژه ادعاهایی نظیر ادعاهای زیر نباید بدون دلیل و مدرک و شایستگی مورد استفاده قرار گیرد:

" سازگار با محیط زیست یا دوستدارمحیط زیست"، " سالم به لحاظ اکولوژیکی "،" سبز"، " پایدار " یا هر ادعای دیگر که این فکر و نظر را القاء نماید که یک محصول یا یک فعالیت دارای هیچ تاثیر منفی بر محیط زیست نمی باشد، یا دارای اثر مثبت بر محیط زیست است. اگر چنانچه این ادعا ها مطرخ گردد ، دلایل این ادعاها بایستی واضح، بارز و قابل فهم آسان باشد. برای جزئیات بیشتر در این زمینه رجوع شود به فصل E مجموعه قواعد اطاق بازرگانی بین المللی

19-2-4 **برنامه ریز رسانه ای[[822]](#footnote-822) و تجزیه و تحلیل**

تاثیر گذاری رسانه ای دربین فرهنگ های مختلف بسیار متفاوت است . از آنجائی که بازاریابان ممکن است با چشم انداز وسیع و متنوع رسانه ای مواجه شوند، لذا ذکر مثال های زیر خالی از وجه نخواهد بود. در برزیل این رویه یک رویه عادی و معمولی است که تعداد ده تا 50 آگهی تجارتی پشت سر هم آورده شوند. درکشور هلند ایستگاه های تلویزیونی متفاوتی برای کاتولیک ها، پروتستان ها، سوسیالیست ها و گروه های مستقل و بی طرف وجود دارد و در کشور ویتنام آگهی تبلیغاتی در روزنامه محدود به ده درصد صفحات روزنامه و 5 در صد زمان پخش در تلویزیون می باشد.

**قابلیت دسترسی**: برخی از کشورها، دارای رسانه های متعدد می باشند و در برخی دیگر از کشورها این تعداد محدود است و آگهی کنندگان باید خود را با این محدودیت تطبیق دهند. مثال: در چین ایستگاه تلویزیونی ملی حق یکسال پخش 5 ثانیه آگهی در وقت پر بیننده رابه مبلغ هنگفتی به مزایده می گذارد.

**هزینه**شاید برای نرخ های آگهی چانه زنی لازم باشد و آژانس های آگهی تبلیغاتی اغلب تخفیف را بین خود و آگهی دهنده تقسیم می نمایند. هزینه چاپ آگهی تبلیغاتی در بین کشورها بسیار متفاوت است. یک مطالعه نشان میدهد که در اروپا هزینه رساندن هزار آگهی به خواننده آن بین 58/1 دلار در بلژیک تا 91/5 دلار در ایطالیا متغیر می باشد.

**تنوع در رسانه ها**

* **روزنامه ها**

در حالی که روزنامه ها و سایر رسانه ها ، همه جا در معرض تهدید رقابت با منابع خبری اینترنتی قرار دارند، ولی هنوز هم تنوع زیادی در روزنامه ها نیزوجود دارد و این تنوع از کشوری به کشور دیگر متفاوت است. پس از گذشت دهه ها سعی و کوشش، ولی هنوز بسیاری از شهرهای ایالات متحده آمریکا فقط یک روزنامه مهم و معتبر دارند و این در حالی است که تعداد روزنامه ها در بسیاری از کشورها بسیار زیاد می باشد. در یک زمان که شمارش روزنامه ها در کشورهای مختلف به عمل آمد، مشخص گردید که کشور اوروگوئه 21 روزنامه ولی کشور ترکیه 380 روزنامه دارد و کشور ژاپن با آن اقتصاد بزرگ فقط دارای 5 روزنامه ملی است.

* **مجلات:** هزینه رسیدن مجلات به دست مصرف کنندگان بسته به کشورها بسیار متفاوت می باشد و شمارگان (تیراژ )آن ها نیز میتواند قابل اعتماد نباشد.
* **رادیو و تلویزیون:** این رسانه ها کماکان در سراسر دنیا رسانه های محبوب هستند. برخی از کشورها هنوز هم دسترسی به پخش آگهی تبلیغاتی در این دو رسانه را محدود می نمایند.
* **ماهواره و تلویزیون کابلی:** این رسانه ها تبلیغات کم هزینه را مقدور می سازند، ولی مسایل بین فرهنگی را ایجاد می نمایند. زیرا این رسانه ها پخش در بسیاری از کشورها را فراهم می سازند.
* **پست مستقیم:** پست مستقیم دارای انواع مختلف بین المللی می باشند. یک مساله مهم کلیدی در این زمینه عبارتست از مقررات پستی که بر طبق قوانین ملی کشورها متفاوت می باشد. به علاوه فهرست های پستی اغلب غیر قابل اتکا می باشند. اما علیرغم این مشکلات مع هذا، بر طبق گزارش، ها نرخ پاسخ دهی در بازارهای جدید به این روش بسیار بالا بوده است. دلیل آنهم شاید این بوده که مصرف کنندگان هنوز خسته نشده اند. ( مثلا در روسیه بازار یابان جدید گزارش دادند که نرخ های پاسخ بسیار بالا و از 10 تا 20 در صد بوده است، در حالیکه این رقم در مورد ایالات متحده فقط 2 درصد بوده است ) بر طبق مجموعه قواعد اطاق بازرگانی بین المللی، بازاریابی مستقیم " تشکیل می شود از تمام فعالیت های ارتباطی با هدف و منظور ارائه کالاها یا خدمات یا انتقال پیام های بازرگانی از طریق هر وسیله رسانه با هدف اطلاع رسانی و تقاضای پاسخ از مخاطب و هم چنین هرخدمت مستقیم در این زمینه."
* **تعامل دیجیتالی رسانه ای**

این ساز و کار در مجموعه قواعد اطاق بازرگانی بین المللی چنین تعریف شده است: " هر سکوی رسانه ای ( پلتفورم رسانه ای ) خدمت یا اپلیکیشن ارائه دهنده ارتباطات اکترونیکی، استفاده از اینترنت، خدمات آنلاین و/یاشبکه های الکترونیک و ارتباطات از جمله تلفن های همراه ،کمک کننده دیجیتالی شخصی و کنسول های بازی تعاملی ویدئوئی که تعامل دریافت کننده با پلتفورم خدمت و اپلیکیشن را امکان پذیر می سازد. " ظهور فن آوری ها و بسیاری از پلتفورم های رسانه ای و دسترسی راحت و آسان فزاینده به اینترنت، سبب شده است که تبلیغات دیجیتالی در سال های گذشته رشد قابل توجهی داشته باشد و انتظار میرود که این روند و روال به همین صورت در آینده ادامه داشته باشد. در این فرایند ، شکل های جدید بازاریابی ، مانند بازار یابی برای نفوذ در بازار بیشتر و بیشتر برجسته می شوند. جمع آوری داده ها در باره پلتفورم ها[[823]](#footnote-823) و تبلیغات اینترنتی و آنلاین که از داده ها استفاده می نمایند، باعث بروز مشکلاتی مانند فقدان شفافیت بین پیام های بازرگانی و هم چنین مسایل مربوط به حفظ حریم خصوصی و حفاظت از داده ها، شده اند.

* **سایر رسانه ها که ممکن است برای بازارهای خاص مفید باشند.** این رسانه ها عبارتند از سینما، ویدئو ون ها[[824]](#footnote-824)، کامیون های بلند گودار برای تبلیغات بویژه به هنگام انتخابات، اتوموبیل های رنگ شده با آگهی ها.

**اجرای کارزار جهانی[[825]](#footnote-825)**

بازاریابی بین المللی، به نحو فزاینده ای به صورت مسئولیت آژانس های تبلیغاتی بین المللی بزرگ در آمده است که از طریق شبکه های آژانس های ملی رشد یافته اند. این آژانس های جهانی سعی بر این دارند که خدمات چند منظوره در یک گام[[826]](#footnote-826) را به شرکت های جهانی ارائه دهند. بنگاه ها ممکن است با وظیفه دشوار انتخاب بین یک بنگاه بین المللی و یک بنگاه ملی مواجه شوند. زیرا بنگاه داخلی ممکن است با بازار آشنائی بیشتری داشته باشد. هزینه خدمات، اغلب مبتنی بر نظام آمریکائی پرداخت پانزده در صد حق العمل یا کمیسیون به آژانش می باشد.( 15 در صد هزینه تبلیغ در رساته) اما مساعی متنوعی نیز جهت یافتن ترتیبات پرداخت بهتر و منصفانه تر ، نظیر مساعی شامل ارائه مشوق ها یا ترتیبات پرداخت مبتنی بر زمان[[827]](#footnote-827)( یا قسطی. م) نیز صورت گرفته است.

19-2-5  **تبلیغات فروش و روابط عمومی[[828]](#footnote-828)(پی .آز.)**

ترویج و تبلیغ سنتی فروش بالاخص در کشورهای در حال توسعه که در آنجا سایر وسایل ارتباط جمعی ممکن است کمیاب و یا غیر موثر باشند، بسیار مهم است. این ترتیبات ترویج و تبلیغ T می تواند شامل نمایش در فروشگاه ها، ارائه رایگان نمونه ها، ارائه تخفیف از طریق کوپن ، پائین آوردن قیمت و ارائه رایگان کالا، کاهش قیمت به نفع خیریه و غیره باشد. روابط عمومی(پی آر) به عنوان یک انضباطی( دیسیپلینی) مشهور است که می تواند به بنگاه ها کمک نماید که مشکلات در باره تصور یا وجهه[[829]](#footnote-829) بد و نا مناسب را از بین ببرد. روابط عمومی هم چنین یک حس گر بسیار مهمی درباره روند تحولات آتی سیاسی می باشد و روابط عمومی بسیار مطمئن و خوش بینانه می تواند به عنوان شکلی از تبلیغ و ترویج به حساب آید.

برای مثال در زمینه هزینه یک روابط عمومی بین المللی با مدیریت ضعیف می توان به فاجعه لاستیک های بریجستون/ فایرستون اشاره کرد که در آن یک شرکت ژاپنی یک بحران بدهی محصول در آمریکا را بدجوری مدیریت کرد.

اسپانسری شرکتی[[830]](#footnote-830)، نظیر رخدادهای ورزشی می تواند یک بخش با ارزشی در آمیخته یاآمیزه بازار اریابی باشد.

19-3 **مکان: کانال ها یا مجاری توزیع و ورود به بازار بین المللی**

19-3-1 **استراتژی توزیع و شیوه ورود به بازار**

هنگامیکه بحث ورود به یک بازار خارجی مطرح میگردد، گزینه های متعددی در مقابل شرکت ها مفتوح می شود. متخصصان بازاریابی بین المللی بایستی با مزایا و معایب هر شیوه ورود به بازارهای خارجی آشنا باشند.

تفاوت بسیار زیاد بین استراتژی هایی که بنگاه صادر کننده خودش به تنهائی آن را انجام میدهد ( صادرات مستقیم، تاسیس اداره فروش در خارج و شعبه خارجی ) و استراتژی هایی که متضمن همکاری با یک شریک خارجی می باشند ( نمایندگی توزیع، ترتیبات فرانشیز و دادن مجوز، سرمایه گذاری مشترک و اتحاد استراتژیک) وجود دارد.

**مثال موردی درباره انتخاب مجاری یا کانال های توزیع صحیح و درست**

**مکان فروش یا کانال های توزیع نیز ممکن است که به جرح و تغدیل یا وفق دادن با سایر شرایط نیازمند باشند. تجزیه و تحلیل استراتژیک انجام شده توسط بن اند جری[[831]](#footnote-831) ، یک تولید کننده بستنی معروف آمریکائی ، در مورد این که چگونه می توان وارد بازار ژاپن شدرا در نظر بگیرید. دو کانال توزیع که مورد بررسی بن اند جری قرار گرفتند عبارت بودند از:**

1. **استفاده از فروشگاه های مستقل مخصوص بستنی با براند بن اند جری یا**

**2-ورود به یک اتحاد استراتژیک جهت توزیع از طریق فروشگاه های زنجیره ای معروف سون الون، بزرگترین فروشگاه خوار بار فورشی کوچک شبانه روزی [[832]](#footnote-832)زنجیره ای در ژاپن**

**در امریکا بن اند جری هرگز خودش را به فروش از طریق یک فروشگاه زنجیره ای محدود نمیکند ( فروشگاه های خاص خودش را دارد.م). مع الوصف در ژاپن به علت پیچیدگی های بازار و بزرگی رقیب عمده این بستنی یعنی هاگان داز[[833]](#footnote-833) ، اتخاذ این رویه معقول به نظر رسید.**

**استراتژی های کنترل مستقیم**

یک بنگاه صادراتی ممکن است تمام اقدامات مربوط به توزیع خارجی محصول را خودش انجام دهد. این بنگاه می تواند این کار را با صدور مستقیم کالا به مشتریان خارجی انجام دهد، یا این که فروش خارجی را مستقیما کنترل نماید.

* **صدور: مستقیم یا غیر مستقیم**

صدور سریع و قبل از دیگران، اغلب فرصت طلبانه است. این نوع صادرات ممکن است منعکس کننده سعی و کوشش برای بهره مندی از فرصت موجود در بازار خارجی باشد. اینترنت -برخی از شرکت ها که محصولات خود را از طریق اینترنت به معرض فروش گذاشته بودند و انتظار داشتند که معاملات مربوط به آن فقط در بازار داخلی صورت گیرد، با تعجب متوجه شدند که سفارش های خریدی از سایر کشورها نیز برای آن ها ارسال شده است.

* **دفاتر یاادارات فروش در خارج.** یک شکل ورود اولیه به بازار خارجی عبارتست از تشکیل یک اداره یا دفتر فروش در بازار هدف و استخدام کارکنان برای خدمت در آن دفتر. این روش یک روش کم هزینه برای محک زدن و ارزیابی بازار خارجی است، ولی در عین حال شامل تقبل برخی ریسک های استخدامی کارکنان آن دفتر نیز می باشد. زیرا کارکنان در آن اداره تحت شمول قانون کار آن کشور خارجی یا میزبان قرار خواهند گرفت. در یک مورد که یک بنگاه آمریکائی در صدد خاتمه دادن به خدمت یک آمریکائی شاغل دردفتر فروش آن بنگاه در کشور بلژیک بر آمد، مقامات محلی بلژیک با خاتمه دادن به قرار داد استخدام آن آمریکایی موافقت نکردند. زیرا خاتمه دادن به آن قرار داد نقض قانون کار بلژیک تلقی میگردید.
* **سرمایه گذاری مستقیم خارجی.** شکل کلاسیک سرمایه گذاری مستقیم خارجی عبارتست از ایجاد یک شعبه در کشور خارجی تحت مالکیت کامل بنگاه یا شرکت ایجاد کننده آن شعبه. این روش دارای بالاترین هزینه می باشد، ولی بازدهی بالقوه آن نیز بسیار بالا است و با عالیترین سطح کنترل شرکت و در عین حال مشکلات مربوط به استخدام کارکنان دفاتر در کشور خارجی همراه است. شاید ضروری باشد که برای دسترسی به نیروی کار ارزان محلی یا نفوذ در بازار، دسترسی به مواد خام و اولیه محقق شود. بنگاه جهت استقرار شعبه یا می تواند آن را خودش ایجاد کند و یا اینکه یک شعبه شرکت دیگری را به شرح زیر در اختیار خود در آورد:.

1. **خرید** یک بنگاه می تواند تمام یک شرکت موجود را به طور کلی خریداری نماید.
2. **ساخت یاایجاد** یک بنگاه می تواند یک شرکت محلی را ایجاد نماید. در موردی که یک شرکت تولید کننده به تسهیلات و تجهیزات و ساختمان ها در کشور خارجی نیاز داشته باشد، این امر می تواند برخی اوقات از طریق خرید یک کارخانه جدید التایس حاضر و آماده صورت گیرد (تحویل گرفتن یک کارخانه ساخته شده و آماده کار بوسیله شخص دیگر- یعنی مالک جدید فقط به چرخاندن کلید برای راه اندازی کارخانه نیاز دارد .) یک راه حل جایگزین این است که بنگاه خودش تشکیلات تولید را ایجاد نماید که برخی اوقات به این فرایند عملیات از نقطه صفر گفته می شود[[834]](#footnote-834). ( زیرا کارخانه روی زمین یکرو دست نخورده بنا می شود )

**تعاونی/ روش های قراردادی**

در ترتیبات گسترش بازارِ قرار داد محوری یا قرار داد بنیانی ، بنگاه صادر کننده، اجازه میدهد که اغلب کارهای بازاریابی آن بنگاه در یک کشور خاص را یک بنگاه خارجی انجام دهد. این ترتیبات شامل روش های نمایندگی طویل المدت، توزیع، اخذ مجوز، قرار داد فرانشیز ،سرمایه گذاری های مشترک و کنسرسیوم ها می باشد. اغلب این روش ها، ورود سریع وتوام با سطح پایین تر سرمایه گذاری و خطر ( ریسک ) به بازاررا میسر می سازند. زیرا سرمایه گذاری و خطر ( ریسک ) بین بنگاه و شریک خارجی تقسیم میگردد. با اینهمه این روش ها با سود بالقوه پائین تری نیز همراه می باشد. هم چنین به علت قوانین رقابت که در بسیار ی از بازار ها اجرا میگردد، این ترتیبات مشمول محدودیت های قانونی مربوطه نیز می گردند . به علاوه ترتیبات تعاونی باید به نحوی سازمان دهی شود که تاثیرات بر رقابت در بازار را به حداقل برساند.

* **نمایندگی**. این ساز و کار معمولا اولین شیوه ورود به بازار برای تازه واردین و صادر کنندگان کوچک است. ساز و کار مزبور می تواند بر روش تاسیس اداره فروش در بازار هدف مرجح باشد. زیرا نماینده بازرگانی محلی ، معمولا دارای ارتباطات وسیع و اطلاعات با ارزش از بازار محلی است . به علاوه انگیزه دریافت کمیسیون یا حق العمل به صورت در صدی از فروش، این نمایندگان را تشویق می نماید که برای بهره برداری از بازار سخت کار و تلاش کنند. با این حال مشکلاتی نیز ممکن است دراعمال این روش بوجود آید و آن در موردی است که صادر کننده و نماینده، انتظارات متفاوتی را درباره طول مدت همکاری با یکدیگر داشته باشند.. قانون محلی ( برای مثال در اتحادیه اروپا، آمریکای لاتین و خاورمیانه ) اغلب حفاظت های حداقلی را در این زمینه برای نمایندگان محلی قایل می باشد.
* **توزیع.** در مورد مقادیر بالاتر صادرات، ازفرایند توزیع ، بیشتر ازفرایند نمایندگی استفاده می شود. در فرایند توزیع مو ضوع خرید کالا توسط توزیع کننده مطرح میباشد و بنا بر این ، مقدار محصول باید به اندازه کافی برای توزیع کننده جذاب باشد تا او را متقاعدو تشویق به خرید و توزیع آن بنماید و یابا برنامه خرید حداقل در یک دوره زمانی موافقت کند . توزیع کنندگان ممکن است موجودی بزرگی از محصول صادر کنند، را داشته باشند و هم چنین ممکن است که خدمات پس از فروش را نیز ارائه نمایند.
* **قرار داد اعطای مجوز.** از این نوع قرار داد، معمولا جهت بهر برداری از اختراع، حقوق مترتب بر علامت تجارتی و فرایندهای فن آوری استفاده می شود. مجوز دهنده در قرار داد اعطای مجوز ، حق مالکیت فکری با ارزش یا فوت و فن و مهارت ها را به مجوز گیرنده ارائه میدهد و گیرنده مجوز قابلیت های تولید محلی و / یا بازاریابی را فراهم می سازد. خطرها ( ریسک ها ) برای مجوز دهنده می تواند انتخاب شریک غلط و ناجور(مجوز گیرنده ناجور.م) یا از دست دادن کنترل بر بازاریا محصول واجد حق مالکیت فکری موضوع قرار داد اعطای مجوز باشد. در حالیکه مجوزهای استفاده از حق اختراع و علامت تجارتی، معمولا مستلزم تولید محلی توسط گیرنده مجوز می باشد، ولی یک نوع قرار داد اعطای مجوز نیز وجود دارد که به نام مجوز فروشگاهی[[835]](#footnote-835) معروف است و درتحت شرایط خاص جایگزینی است برای قرارداد فرانشیز ( قرار دادهای مجوز فروشگاهی طریق جذابی است برای اجتناب از مقررات سخت و دشوار قرار داد فرانشیز )
* **قرار داد فرانشیر**

از لحاظ حقوقی قرار داد فرانشیز شبیه قرار داد اعطای مجوز است .چرا که هر دو قرار داد مربوط به انتقال حق استفاده از حقوق مالکیت فکری و فن آوری و فوت و فن و مهارت ها می باشند. مع ذلک در قرار داد فرانشیز، صادر کننده ( یا فرانشیز دهنده ) معمولا کنترل خیلی بیشتری را در مورد طریقی که شریک محلی ( گیرنده فرانشیز ) باید کسب و کار را انجام دهد، به عمل می آورد. از جنبه مثبت قضیه، قرار داد فرانشیز معمولا شکلی است از انواع سرمایه گذاری شراکتی در یک کسب و کار که قبلا در جای دیگر موفق بوده است. فرایند فرانشیز اغلب از طریق یک قرار داد فرانشیزکلان [[836]](#footnote-836) یا مادر محقق میگردد، که در آن گیرنده فرانشیز کلان یا مادر[[837]](#footnote-837) ، از این حق یا تکلیف بر خوردار می شود که بتواند در بازار هدف ، آن حق را به دیگران نیز منتقل نماید. - قرار داد های فرانشیز کلان یا مادر به موافقت نامه های توسعه گر منطقه ای[[838]](#footnote-838) فرانشیز، بویژه در ارتباط با سطح منطقه مورد نظر در بازار هدف ) نیز معروف می باشند.

* **سرمایه گذاری های مشترک.** این ترتیبات سرمایه گذاری یا JVS [[839]](#footnote-839) بویژه درمواردی که نیاز مبرم و قوی به متخصصان محلی و تماس های محلی و تولید محصول خاص وجود داشته باشد و این نیازها را فقط بتوان از شرکای محلی تامین کرد، مفید و سودمند است. مطالعات تجربی درباره سرمایه گذاری های مشترک بین المللی حاکی است که در مواردی، این شیوه ورود به بازار با نرخ بالائی از عدم موفقیت همراه بوده است. دلیل آنهم شاید این است که در این نوع سرمایه گذاری ها خطر ( ریسک ) قوی تعارض فرهنگی بین شرکا وجود دارد. اما علیرغم این خطر از این نوع سرمایه گذاری کماکان استفاده می گردد.
* **کنسرسیوم ها**

این ساختارها شبیه سرمایه گذاری مشترک است. با این تفاوت که شامل تعداد بیشتری مشارکت کننده می باشند و بویژه در کشورهایی سودمند می باشند که در آن ها هیچکدام از مشارکت کنندگان قبلا فعال نبو ده اند.

* **اتحاد های استراتژیک بین المللی.** شرکت ها ممکن است که توافق نمایند که بدون ایجاد سرمایه گذاری مشترک ، از طریق ورود توامان محصولات خود به بازار یا کمک به یکدیگر در سایر جهات، همکاری نمایند. اتحادهای استراتژیک عبارست از روابط تجاری و کسب و کاری بین شرکت هایی است که میخواهند در سطح معینی از سرمایه گذاری و خطر ( ریسک )، به منظور نیل به یک هدف مشترک با یکدیگ مشارکت نمایند. یک مثال واضح و برجسته در این باره را می توان در صنعت خطوط هواپیمائی مشاهده کرد که در آن صنعت، اتحاد استراتژیک گروه های خطوط هوائی ملی و منطقه ای را قادر ساخته است که بتوانند خدمات جهانی را از طریق تعاونی و همکاری ارائه دهند.

19-3-2 **زمان مناسب ورود به بازار: ملاحظات بخشی و رقابت**

تحقیق و پژوهش بازار، می تواند به تصمیم گیری بنگاه در مورد وقت و زمان درست و مناسب ورود محصول خود به یک بازار خاص کمک نماید.

یک عامل عبارتست از جذابیت اقتصادی بخش بازار. داده های مهم و کلیدی در این باره عبارتند از نرخ رشد این بخش و بلوغ آن ( آیا نرخ رشد ثابت میماند یا اینکه به علت اشباع کامل بخش سیر نزولی به خود می گیرد ) ، از این منظر یک بازار باز با نرخ بالای رشد جذاب ترین بازار محسوب میگردد.

برای این که بتوان یک تصمیم گیری درست و صحیح را درباره زمان ورود به بازار اتخاذ نمود، بایدجو رقابتی در بازار هدف مورد بر رسی و ارزیابی قرار گیرد. در یک بخش بازار که به مرحله بلوغ رسیده ،معمولا تعداد زیادی رقیب حضور دارند و بنابراین بازار از جذابیت کمتری برخوردار است.

بسیاری از بنگاه های تولید کننده با برندهای خاص، تا حدی به این خاطر وارد یک بازار باز و آزاد میگردند که قصد دارند به مزیت معروف به مزیت پیشتازی نایل آیند.[[840]](#footnote-840) اولین برند یا شرکت، که شرکت پیشتاز در بازار شناخته شود، ممکن است به درجه ای از شناسائی درآن بازار نایل شود که مزیت پیشتازی مزبور در آن بازار به صورت یک مزیت با دوام و ادامه داری برای آن شرکت در آید. هنگامیکه مشتریان با یک محصول آشنا شوند، آن ها اغلب به خاطر هزینه های مترتب بر تغییر ( عدم آشنایی با برند رقیب یا چگونگی استفاده از آن ) اکراه دارند که کالای جدید را به جای محصول پیشتاز قبلی خریداری نمایند.

مع هذا یک بازار جوان و آزاد، شامل عدم مزیت هایی نیز می باشد و یکی از این عدم مزیت ها عبارتست از اینکه برای تازه وارد به این بازار، موضوع هزینه های مربوط به ایجاد آگاهی و شناساندن محصول جدید در بین عامه مردم در آن بازار وجود دارد که ، مطلب جدیدی است که در کشور خود صادر کننده وجود ندارد واین هزینه ها، هزینه جدید محسوب میگردد ( به این هزینه ها برخی اوقات هزینه های راه گشا گفته می شود.[[841]](#footnote-841))

19-4 **مدیریت بازاریابی جهانی**

**19-4-1 حرکت از بازار یابی بین المللی به بازار یابی جهانی**

زمانی که بنگاه ها رشد می یابند و وارد محیط های بین المللی می شوند، آن ها ممکن است که وارد مراحل متعدد بازاریابی بین المللی شوند. یک راه برای طبقه بندی کردن این مراحل در طرح EPRG [[842]](#footnote-842)- قوم مداری[[843]](#footnote-843)- چند قطبی[[844]](#footnote-844) ، منطقه مرکزی[[845]](#footnote-845)، زمین مرکزی[[846]](#footnote-846)- مشهود است.

* **گسترش بازار خارجی با روش گسترش بازار داخلی- قوم مداری**
* در این ساز و کار یک بنگاه در بازار های خازجی فقط به استفاده از روش اصلی خود دربارار داخلی ادامه میدهد . این بنگاه ها به صورت قدرتمندانه ای فرهنگ کشور صادر کننده را منعکس می نمایند.
* **گسترش بازار محلی محوری یا مشتری محوری چند وجهی یاچند قطبی**

در این ساز و کار، بنگاه هر بازار خارجی را به عنوان یک بازار جدا و منحصر به فردی در نظر میگیرد که باید در مورد آن بازار محصول و مدیریت خاص و مناسب آن اتخاذ گردد. در این روش بنگاه ها عمیقا درگیر فرهنگ های ملی و محلی می باشند.

* **مفهوم بازار یابی جهانی- زمین مرکزی/ چند منطقه ای**

در این روش یک بنگاه، محصولات استاندارد را با قیمت های جذاب به کل بخش های منطقه ای با جهانی عرضه می نمایند.

در دهه 1970، برنامه ریزی بین المللی بازار یابی، در قالب و شالوده ی بحثِ استاندارد سازی تولید در مقابل تولید بر وفق شرایط و اوضاع و احوال [[847]](#footnote-847) صورت می گرفت. در دهه 1980 این روند به جهانی شدن در مقابل محلی شدن[[848]](#footnote-848) تغیر پیدا کرد و در دهه 1990 به صورت ادغام یا همگرایی جهانی در مقابل علاقمندی محلی[[849]](#footnote-849) یا حساسیت محلی در آمد. با گسترش و رشد تجارت الکترونیک و بازاریابی دیجیتالی و رسانه های اجتماعی در دهه گذشته، بنگاه ها به نحو فزاینه ای به روش چند کانالی ( اومنی[[850]](#footnote-850) چانل ) متوسل می شوند که عبارتست از بازاریابی از طریق تعدادی ازمناسب ترین کانال های مختلف برای هر بازار.

هدف هر یک از این روش های بازاریابی، مدیریت فرایند مقایسه سود و زیان انتخاب بین بازاریابی برای محصولات دارای استاندارد جهانی و بازاریابی و ترویج محصولات باب طبع و سلیقه ملی در اینترنت است. محصولات دارای استانداردهای جهانی را می توان ارزانتر و کار آتر تولید و وارد بازار بین المللی کرد، ولی ممکن است که مقبول طبع بازارهای محلی نباشند. محصولات طراحی شده براساس سلیقه های داخلی میتواند مناسب طبع مشتریان محلی و داخلی باشد، ولی مدیریت آن ها می تواند به قدری پرهزینه و خسته کننده باشد که کل بنگاه را دچار زحمت نماید. بنابراین بسیاری از بنگاه ها سیاست حد وسط یا بینابینی را بین این دو حد افراطی اتخاذ می نمایند. باید از فن آوری متشکر بود که این فرصت وروند را بوجود آورده تا بتوان ، این دو هدف را با یکدیگر تلفیق و همگرا نمود . به این فرایند برخی اوقات سفارشی سازی یا باب طبع همگان سازی یا سفارشی سازی انبوه [[851]](#footnote-851) گفته می شود.

**مثال موردی**

**شرکت نسله مدت ها است به شرکتی معروف است که از استراتژی بازاریابی سلیقه مشتری محوری ملی یا چند قطبی پیروی می نماید. یکی از دلایل این موضوع این است که نسله به عنوان یک شرکت فراوردی غذائی مجبور بوده است که خودش را منطبق با بازاری نماید که در آن مصرف کنندگان معروف به جانبداری از غذاهای محلی هستند و آن ها را بر سایر غذاها ترجیح میدهند. شرکت نسله بر این اعتقاد بوده که مدیران محصولات غذائی جهانی باید:**

1. **فکر بلند مدت و برنامه بلند مدت داشته باشند؛**
2. **از عدم تمرکز پیروی نمایند؛**
3. **به آنچه میدانند بچسبند؛**
4. **خود را به سلیقه ها یا ذائقه های محلی وفق دهند.**

**در عمل این بدان معنا است که شرکت نسله اغلب از طریق به کار گیری تولید کنندگان داخلی گسترش یافته و سپس به منظور کمک به برند محلی برای رقابت در بازار، عامل کارآئی را نیز اضافه کرده است. در نتیجه ی پیروی و اعمال این روش، شرکت مزبور در کشور لهستان، به مقام دومین بهترین سازنده شوکولات رسید و سپس از این ذکاوت و تیزهوشی بازاریابی برای رسیدن به مقام اول استفاده کرد.**

**بسیاری از کارخانه های شرکت نسله برای ذائقه و سلیقه کشوری که در آن فعالیت دارند تولید می نمایند و آن را در همان جا به فروش میرسانند. این شرکت کوشش می نماید که طعم و مزه مورد علاقه افراد محلی را به غذاهای تولیدی اضافه نماید. بنابراین برای مثال این شرکت در ژاپن غلات مصرفی صبحانه را با مزه و طعم جلبک دریائی، هویج، نارگیل و پاپایا که باب طبع ژاپنی ها است ،تولید نمود. در سال 2000 شرکت نسله بیش از 8500 نوع محصول را در 489 کارخانه در 193 کشور تولید می کرد.**

19-4-2 **منافع بازاریابی جهانی**

گرچه شرکت نسله مثالی است در مورد بنگاهی که توانسته به صورت موفقیت آمیزی روش محلی یا مشتری محوری را ارائه دهد، ولی بسیاری از بنگاه های دیگر ، به این نتیجه رسیده اند که خیلی بهتر است که از یک استراتژی متضاد پیروی شودد . یعنی هم آهنگ سازی و استاندارد و یکنواخت سازی در سرتاسر آمیخته بازاریابی.

بنگاه هایی که بتوانند تولید یا ترویج محصولات خود را مبتنی بر رعایت استانداردها ی متحد الشکل نمایند، خواهند توانست از صرفه جوئی های مقیاس وسیع و مهمی بهره مند شوند. ( کاهش هزینه تولید در فرایند تولید و فروش انبوه . م) هنگامیکه شرکت بلاک انددکر یک استراتژی پان یور و پین[[852]](#footnote-852) را اتخاذ نمود، کاهش دادن اندازه موتور های موجود از 260 به 8 ، توانست یک محصول ارزانتر و بسیار کاراتری را ارائه دهد.

ادغام جهانی عملیات، [[853]](#footnote-853) هم چنین این فرصت را در اختیار شرکت ها قرار میدهد که بتوانند از جریانات معکوس اطلاعات نیز بهره مند شوند: شرکت بریتانیا هلندی یونی لور[[854]](#footnote-854) توانست دو برند معروف که در اصل بوسیله شعبات محلی خود تکوین یافته بودند را با موفقیت به صورت برندهای جهانی معرفی نماید.

**مثال موردی**

**رقابت بین استراتژی های محلی گرا یا مشتری محوری یا چند قطبی [[855]](#footnote-855)/ زمین مرکزی یا چند مرکزی و جهانی**

**در اوایل قرن بیستم کمپانی الکترونیک هلندی فیلیپس از طریق اتخاذ روش گسترش مشتری محوری یا محلی گرا ی چند قطبی توانست به تدریج به رهبری طبقه جهانی نایل آید. هنگامیکه برای مثال فیلیپس تلویزیون ها را به بازارهای انگلیس و آلمان ارائه داد، مشخصات و ویژگی های فنی این تلویزیون ها را بر طبق ترجیحات سلیقه ای محلی یا باب طبع اهالی محل تولید نمود. در ساختار بین المللی فیلیپس، هر کشوری از آزادی عمل بسیاری برای وفق دادن محصولات خود بر طبق شرایط بازار محلی، برخوردار بود. این روش به ابتکارات و خلاقیت های تولیدی بی شماری منجر شد، ولی در عین حال با تضاد و تعارض بین سازمان های مختلف ملی و بین واحدهای تولید کشوری و مقرهای اصلی نیز همراه بود.**

**در اواخر دهه 1990، شرکت فیلیپس، بزرگترین شرکت الکترونیک در جهان، از شرکت ژاپنی ماتسوشیتا[[856]](#footnote-856)که رقیب شرکت فیلیپس بود ، عقب افتاد. شرکت ماتسوشیتا از روش کاملا متفاوت ، یعنی استراتژی بازاریابی جهانی استفاده میکرد. در حالیکه فعالیت فیلیپس حول محور واحدهای ملی سازمان دهی شده بود، ولی فعالیت شرکت ژاپنی براساس بازاریابی جهانی محصولات سازمان دهی شده بود. شرکت ژاپنی ماتسوشیتا با تمرکز تولید خود بر کارخانه های بسیار کارآ و در عین حال کم هزینه و از طریق پایین آوردن هزینه تولید بر اثر تولید انبوه و استفاده از صرفه جوئی های مقیاس، توانست محصولات باکیفیت های بالا را با قیمت های ارزانتر از محصولات رقیب ارائه دهد. با این حال در سال 2001 شرکت ژاپنی با مشکلات سوددهی خودش مواجه شد و علت آن هم این بود که سعی و تقلای استراتژی این شرکت به منظور مقابله با هجوم عظیم محصولات الکترونیک به بازار ناموفق بود. این حقیقت نیز مورد تائید قرار گرفت که ساختار محصول محوری شرکت مزبور ، علاوه بر ایرادات و مشکلات دیگر، دچار رقابت داخلی و بی رحمانه گردیده بود. بنگاه ها به سعی و کوشش برای یافتن طرق جدید جهت ادغام سلیقه محلی با کیفیت بالا و با قیمت های رقابتی ناشی از استراتژی های جهانی ادامه دادند.**

19-4-3 **برنامه ریزی بازاریابی جهانی: مراحل**

**مرحله اول: غربالگری بازار و تجزیه و تحلیل اولیه**

به ندرت امکان دارد که یک شرکت منابع کافی برای ورود به تعداد زیادی از کشورها را در یک زمان و به صورت هم زمان در اختیار داشته باشد. آنچه بیشتر معمول و متداول است این است که شرکت ها برای نفوذ در بازارها از توالی و تسلسل آستراتژیک [[857]](#footnote-857) استفاده می نمایند. آن ها در ابتدا با ورود به بازارهای بسیار نوید بخش شروع می نمایند. تعیین بازارهای بسیار نوید بخش و تعیین مراحل جهت ورود به این بازارها به نام غربالگری بازار معروف است.[[858]](#footnote-858)

غربالگری بازار عبارتست از ارزیابی نقاط قوت و نقاط ضعف یک شرکت در پرتو عوامل محدود کننده شرکت و ظرفیت بالقوه بازار به عنوان بازار هدف اولویت دار. متداول ترین شالوده و قالب برای انجام این ارزیابی عبارتست از تجزیه وتحلیل قدیمی و مهم SWOT یا همان ارزیابی نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت ها و تهدیدها. البته ارزیابی ها براساس SWOT از کشوری به کشور دیگر متفاوت خواهد بود.

شواهد حکایت از این دارند که فاصله فرهنگی ( وجود یا نبود عوامل فرهنگی مشترک نظیر زبان واحد، پول واحد، مودت و دوستی تاریخی یا رقابت تاریخی و غیره ) یک عامل مهم در تعیین بازار اولویت دار می باشد. بنگاه ها بر این تمایل دارند که ابتدا به بازار کشورهائی نفوذ نمایند که به لحاظ جغرافیائی و فرهنگی به کشور آن ها نزدیک است بنابراین غیر عادی نیست که مشاهده می شود بنگاه های آمریکائی ابتدا در پی نفوذ در بازارهای کانادا هستند و سپس بازار انگلستان را هدف قرار میدهند. - یعنی کشورهائی با اشتراکات زبانی و تاریخی- به نحو مشابه بنگاه های فرانسوی اغلب گسترش بین المللی خود را از بلژیک، لوکزامبورک و سوئیس آغاز می نماید.

**مرحله دوم: وفق دادن آمیخته بازار با بازارهای هدف**

در این مرحله باید در استراتژی بنگاه بر حسب شرایط و اوضاع و احوال، جرح و تعدیل های لازم در محصول، قیمت، ترویج و تبلیغات وتوزیع به عمل آید.

**مرحله سوم: تدوین برنامه بازاریابی**

این مرحله با یک تجزیه و تحلیل وضعیت بازار هدف آغاز و به انتخاب یک روش ورود و یک برنامه کار جهت صدور یک برند یا یک خط جدید تولید در بازار منتهی می شود. از جمله مواردی که در برنامه نهائی به آن ها اشاره می شود، عبا رتند از بودجه، فروش و سود مورد انتظار.

**مرحله چهارم: اجرا و کنترل**

نظام ارزیابی و کنترل، مستلزم این است که شرکت به طور مداوم اجرای برنامه و اطلاعات مربوط به باز خورد در مورد نتایج را جهت استفاده در برنامه آتی پایش نماید.

19-4-4 **تحقیقات در باره بازار جهانی**

از آنجائی که بنگاه های بین المللی باید به بازارهایی وارد شوند و در آن فعالیت نمایند که درباره آن ها اطلاعات و تجربه محدودی دارند، لذا احتیاج به تحقیق و پژوهش در مورد این بازار ها می تواند حتی مبرم تر از احتیاج به تحقیق در مورد کسب وکار و بازار داخلی باشد. از طرف دیگر تمام مشکلات مربوط به ارتباطات بین المللی (که ارتباطات بازاریابی را مشکل و پیچیده می سازد ) نیز تحقیقات درباره بازار بین المللی را با چالش بیشتر مواجه می سازد. از میان اهداف اصلی یک پروژه تحقیق بازار، می توان به تحصیل اطلاعات جدید درباره بازار هدف در حوزه های زیر اشاره نمود:

* **پیش بین های اقتصادی**
* **جو و حال و هوای سیاسی و جامعه شناختی**
* **دانش کلی و چشم انداز شرایط بازار هدف**
* **خلاصه جو فن آوری**
* **وضعیت رقابت در بازار هدف**

**فرایند تحقیق و پژوهش**

برای بنگاه های بزرگِ بین المللی که باید قبل از ورود یا اقدام به صادرات محصول جدید به بازارهای جدید، این بازارها را به کرات مورد تجزیه و تحلیل قرار دهند، لازم و ضروری می باشد که یک روش استاندارد را برای فرایند تحقیق و پژوهش تدوین نمایند. مراحل متداول و معمول در فرایند تحقیق و پژوهش به شرح زیر است:

* تعریف موضوع تحقیق و پژوهش و تعیین اهداف پژوهش؛
* تعیین منابع اطلاعات جهت تحقق اهداف پژوهش؛
* بررسی هزینه فایده فرایند پژوهش؛
* جمع آوری داده های مربوطه از منابع مهم و منابع اولیه وثانویه؛
* تجزیه و تحلیل، تفسیر و خلاصه کردن نتایج؛
* رساندن و ابلاغ موثر نتایج به تصمیم گیرندگان.

مجموعه قواعد اطاق بازرگانی بین المللی و انجمن تحقیقات بازاریابی( ایزو مار [[859]](#footnote-859) ) چنین مقرر میدارد: پژوهش و تحقیق که شامل تمام انواع بازارها، نظر و پژوهش اجتماعی و تجزیه و تحلیل داده ای می باشد، عبارتست از جمع آوری روشمند و تفسیر اطلاعات درباره افراد و سازمان ها.در این پژوهش و تحقیق از روش های آماری و تجزیه و تحلیلی و تکنیک های علوم اجتماعی، رفتاری و داده ای کاربردی جهت ایجاد بینش ها و بصیرت و کمک به فرایند تصمیم گیری ها ی ارائه کنندگان کالاها و خدمات، دولت ها، سازمان های غیر انتفاعی و عامه مردم، استفاده می شود

**داده های اولیه یا اصلی و مهم و داده های ثانوی، مشکلات مربوط به تحصیل و تجزیه و تحلیل نتایج**

داده های اولیه عبارتند از داده هایی که پژوهشگر آن ها را از یک فرد یا درباره آن فرد برای هدف پژوهش جمع آوری می نماید .از آنجائی که به دست آوردن این داده ها می تواند یک فرایند پیچیده ای باشد، لذا اغلب بنگاه ها متکی به اشخاص ثالث می شوند تا به آن ها در تحقیق درباره بازارهای خارجی کمک نمایند.

داده های ثانوی داده هائی هستند که برای هدف دیگری جمع آوری و متعاقبا از آن ها در پژوهش استفاده می گردد. در اقتصادهای پیشرفته این داده ها به مقادیر زیادی در دسترس می باشد، ولی در کشورهای در حال توسعه این تعداد ممکن است اندک و ناچیز باشد. به هر حال اغلب داده ها فقط به زبان کشور خارجی در دسترس می باشد، که این امر می تواند پژوهش و تجزیه و تحلیل را پر هزینه نماید. به علاوه آنچه که در دسترس می باشد ، نیز ممکن است قابل اتکا نباشد و نتوان آن را با سایر داده ها مقایسه نمود. برای مثال گزارش هایی مطرح شده است که در برخی از کشورها، مقامات محلی دولتی گزارش های نادرست آماری را درباره شرایط اقتصادی انتشار میدهند. بنا بر ایر این ، آمار مزبور با آماری که شرکت آن را مورد استفاده قرار میدهد، مطابقت نخواهد کرد. هم چنین داده ها ممکن است مبتنی بر اصطلاحات و تعاریف متفاوتی باشند ( مثلا تعاریف مربوط به سوپر مارکت ممکن است با هم یکسان نباشند. و فرق کنند )

در ارتباط با ارتباطات بازاریابی ، ترجمه پرسشنامه ها و پاسخ ها، مشکلات و چالش هائی را ایجاد می کند.. برای قابل اتکا بودن ترجمه ها دو تکنیک وجود دارد که عبارتند از: ترجمه معکوس ( یعنی ترجمه یا برگردان متن ترجمه شده به زبان اصلی و قبل از ترجمه ) و ترجمه موازی یا بوسیله مترجم دیگر ( یعنی استفاده از دو یا چند مترجم جداگانه برای ترجمه متن واحد و مقایسه این ترجمه ها با یکدیگر )

**تحقیق و پژوهش در اینترنت: یک فرصت در حال رشد**

اینترنت یک موهبت و یک فرصت شکوفایی، برای پژوهش درباره بازار است. اکنون مقادیر زیادی تحقیقات ثانوی به صورت آنلاین موجود است که یا بوسیله مقامات دولتی و یا پایگاه های اطلاعاتی خصوصی پژوهش بازار ارائه شده است. اینترنت هم چنین جمع آوری اطلاعات برای تحقیق اولیه را نیز در حد وسیعی تسهیل کرده است. بنگاه ها می توانند از تکنیک های زیر در اینتر نت جهت پژوهش در باره بازار استفاده نمایند:

* بررسی های آنلاین، هیات ها یا پانل ها ی خریداران و گروه های کانونی یا تمرکز[[860]](#footnote-860)
* داده کاوی[[861]](#footnote-861)
* تعیین میزان موفقیت تبلیغات[[862]](#footnote-862)
* نظام های شناسائی مشتریان
* فهرست های بازاریابی بوسیله پست الکترونیکی
* تحقیق بوسیله پژوهشگران در سازمان های غیر دانشگاهی برای ایجاد دانش با همکاری با تیم های محلی.[[863]](#footnote-863)

در حالیکه این روش ها ابزار بسیار قدرتمندی می باشند، ولی در عین حال با نگرانی هایی نیز درباره حفظ حریم خصوصی داده ها و قابل اعتماد بودن اطلاعات همراه است. توان بنگاه برای به دست آوردن اطلاعات در طول زمان درباره استفاده کنندگان از تعاملات آنلاین یا اُ بی اِ ممکن است که مشمول محدودیت ها بر طبق قوانین ملی حفظ داده ها قرار گیرند. هم چنین بنگاه ها بایستی در اتکا به بررسی های نظر سنجی پایگاه های اینترنتی مراقبت نمایند. زیرا در این بررسی ها خطرِ ( ریسک ) بزرگ اتخاذ نمونه اشتباه وجود دارد.-تعداد بازدید کننده از شبکه می تواند نا همگون [[864]](#footnote-864) باشد و در نتیجه تجربه یا ترجیحات بازار هدف را منعکس ننماید.-

مجموعه قواعد اطاق بازرگانی بین المللی و ایزو مار با این هدف طراحی شده است ک یک شالوده و قالب جامعی را برای خود تنظیمی، جهت دست اندرکاران در بازار و پژوهش اجتماعی و تجزیه و تحلیل داده ها ارائه دهد. این مجموعه قواعد، یک منبع مفیدی را به منظور زیر طراحی نموده است: تعیین و ارائه استانداردهای اساسی اخلاقی و رفتاری حرفه ای با هدف حفظ اعتماد عمومی به پژوهش و تحقیق و در عین حال تبعیت جدی و سفت و سخت از قوانین یا مقررات منطقه ای، ملی و محلی و شیوه نامه های رفتاری صنعتی و حرفه ای که ممکن است استاندارد بالاتری را تعیین نمایند.

**مسئولیت اجرا، تجزیه و تحلیل و تفسیر نتایج پژوهش و تحقیق**

ایده آل این است که پژوهشگران بازاریابی بین المللی از درک جنبه های فرهنگی بازار خارجی واستعداد و توانایی تفسیر نتایج تحقیق برخوردار باشند و یک روش محتاطانه ای را در زمینه تفسیر نتایج در پیش بگیرند. خواه بنگاه در پژوهش و تحقیق ازپژوهشگران و متخصصات داخلی استفاده نماید و یا خارجی ، روش ایده آل این است که یک پژوهشگر محلی را نیز در هر کشور داشته باشد. امروزه پژوهش بین المللی بازار، یکی از خدمات استانداردی است که بوسیله متخصصان پژوهش بازاریابی و آژانس های تبلیغاتی ارائه میگردد.

**تخمین یا برآورد تقاضای بازار**

این موضوع یک چالش دائمی در پژوهش بازار تلقی میگردد. زیرا بنگاه ها باید به برآورد تقاضا در کشوری بپردازند که درباره آن هیچ تجربه ای ندارند و یا تجربه و اطلاعات آن ها در مورد آن کشور کم و ناچیز است .- و به علاوه مصرف کنندگان آن کشور نیز با محصولات صادراتی بنگاه آشنائی ندارند. - در نتیجه، بنگاه ها معمولا به انواع مختلف تکنیک های برآورد های تقریبی تقاضا در کشور هدف متوسل می شوند که از جمله آن ها می توان به موارد زیر اشاره نمود:

* استفاده از آمار های ثانویه
* اتکا به نظرات کارشناسی
* استفاده از تجربیات مشابه در بازارهای شناخته شده.

خود آزمایی فصل نوزدهم: بازار یابی بین المللی

صحیح یا اشتباه

1. در تحقیق در باره بازار یابی بین المللی ، کسب داده های اولیه معمولا خیلی ارزانتر از داده های ثانویه می باشد.
2. شرکت ها باید از یک معیار خود ارجاعی (SRC)قوی بر خور دار باشند تا بتوانند یک برند با کیفیت عالی را معرفی نمایند.
3. مجموعه قواعد خود تنظیمی، نظیر مجموعه قواعد یکپارچه تبلغات و ارتباطات بازار یابی اطاق بازر گانی بین المللی در بسیاری کشور ها بوسیله ارگان های صنعت تبلیغات

، به منظور حفظ استاندارد های بالای اخلاقی در تبلیغات ، اعمال میگردد.

4 - سر مایه گذاری های مشترک، یکی ازمهمترین شکل عاری از مشکل ورود به بازار بین المللی تلقی می شوند. زیرا هردو شریک دارای انگیزه مشابه و برابر برای نیل به موفقیت میباشند.

5- استراتژی های بازار یابی جهانی می توانند صرفه جویی در هزینه را ارائه دهند . زیرا تبلیغات -و ارتباطات با زار یابی در این استرا تژی ها به صورت استاندارد هستند و جرح و تعدیل های محلی در آن ها جداقل میباشد.[[865]](#footnote-865)

نوزدهم سپتامبر 2024

1. Competitive

   این لغت را میتوان به ارزان بودن نیز ترجمه نمود [↑](#footnote-ref-1)
2. http://www.economist.com/blogs/economist-explains/2016/1o economist -explaind-5 [↑](#footnote-ref-2)
3. <http://unctadstat.org/EN/infographics.html#&gid=2016&pid=trade/20in/20services> [↑](#footnote-ref-3)
4. http://www.wto.org/english/res\_e/statis\_e/wts2016\_e/WTO\_chapter\_02\_epdf [↑](#footnote-ref-4)
5. Bolero system [↑](#footnote-ref-5)
6. Web- based platform [↑](#footnote-ref-6)
7. L&Fung [↑](#footnote-ref-7)
8. Maersk [↑](#footnote-ref-8)
9. Slow steaming [↑](#footnote-ref-9)
10. Fairtrade [↑](#footnote-ref-10)
11. Rainforest, Alliance [↑](#footnote-ref-11)
12. Conflicting [↑](#footnote-ref-12)
13. Blue sign system [↑](#footnote-ref-13)
14. - UN-led Better Work Program me [↑](#footnote-ref-14)
15. - Cross- cultural marketing [↑](#footnote-ref-15)
16. - tangible goods

    منظور کالا در مقابل خدمات و مالکیت فکری یا معنوی میباشد. [↑](#footnote-ref-16)
17. است و میتوان آن را بنگه به بنگاه یا کسب و کار به کسب و کار ترجمه نمود. -Business to Biasness مخفف B2B [↑](#footnote-ref-17)
18. UN Convention on Contract for International Sale of Goods(CISG) [↑](#footnote-ref-18)
19. 2020

    با توجه به اینکه ویرایش سال 2020 اینکو ترمز نیز چاپ و منتشر شده و آن را دکتر حمید رضا اشرف زاده به فارسی ترجمه و بوسیله شرکت چاپ و نشر بازرگانی منتشر شده ، لذا میتوان 2010 را به 2020 تغییر داد.م . [↑](#footnote-ref-19)
20. - Black Swan [↑](#footnote-ref-20)
21. Free on Board(FOB) [↑](#footnote-ref-21)
22. Cost, insurance , and freight ( CIF) [↑](#footnote-ref-22)
23. Delivered Duty Paid (DDP) [↑](#footnote-ref-23)
24. Open account [↑](#footnote-ref-24)
25. - standby credit [↑](#footnote-ref-25)
26. - demand guarantee [↑](#footnote-ref-26)
27. - foreign exchange forward contracts [↑](#footnote-ref-27)
28. -option contracts [↑](#footnote-ref-28)
29. - hedge contracts [↑](#footnote-ref-29)
30. - ICC International Court of Arbitration [↑](#footnote-ref-30)
31. با توجه به اینکه ویرایش سال 2020 اینکو ترمز نیز چاپ و منتشر شده و آن را دکتر حمید رضا اشرف زاده به فارسی ترجمه و بوسیله شرکت چاپ و نشر بازرگانی منتشر شده ، لذا باید 2010 به 2020 تغییر کند.م [↑](#footnote-ref-31)
32. ICC Model Force Majeure Clause [↑](#footnote-ref-32)
33. Economic risk or country risk [↑](#footnote-ref-33)
34. - rugby shirts

    راگبی یک نوع بازی است. [↑](#footnote-ref-34)
35. Documentary sale [↑](#footnote-ref-35)
36. Buyer’s market [↑](#footnote-ref-36)
37. [↑](#footnote-ref-37)
38. -Request for Quote [↑](#footnote-ref-38)
39. - Request for Proposal [↑](#footnote-ref-39)
40. -“ specific conditions “ form of the ICC Model International Sale Contract [↑](#footnote-ref-40)
41. General Condirions [↑](#footnote-ref-41)
42. -freight forwarder [↑](#footnote-ref-42)
43. - waybill [↑](#footnote-ref-43)
44. - wire transfer [↑](#footnote-ref-44)
45. - SWIFT( Society for World Interbank Funds Transfer [↑](#footnote-ref-45)
46. Documentary Credit(DC) [↑](#footnote-ref-46)
47. Letters of Credit(LCs) [↑](#footnote-ref-47)
48. باتوجه به اینکه ویرایش سال 2020 اینکو ترمز نیز چاپ و منتشر شده و آن را دکتر حمید رضا اشرف زاده به فارسی ترجمه و بوسیله شرکت چاپ و نشر بازرگانی منتشر شده ، لذا باید 2010 به 2020 تغییر کند. برای اطلاع بیشتر در مورد ویرایش سال 2020 این قواعد و تغییرات آن نسبت به ویرایش سال 2010 به ضمیمه این کتاب مراجعه شود.م [↑](#footnote-ref-48)
49. Discharging costs [↑](#footnote-ref-49)
50. Negotiable bill of lading [↑](#footnote-ref-50)
51. با توجه به اینکه ویرایش سال 2020 اینکو ترمز نیز چاپ و منتشر شده و آن را دکتر حمید رضا اشرف زاده به فارسی ترجمه و بوسیله شرکت چاپ و نشر بازرگانی منتشر شده ، لذا باید 2010 به 2020 تغییر کند.م [↑](#footnote-ref-51)
52. Insurance certificate [↑](#footnote-ref-52)
53. -“applicant” or “account party” [↑](#footnote-ref-53)
54. applicant [↑](#footnote-ref-54)
55. Account party [↑](#footnote-ref-55)
56. beneficiary [↑](#footnote-ref-56)
57. Confirming bank [↑](#footnote-ref-57)
58. Commercial invoice [↑](#footnote-ref-58)
59. Certificate of origin [↑](#footnote-ref-59)
60. Certificates of pre-shipment inspection [↑](#footnote-ref-60)
61. Consular invoices [↑](#footnote-ref-61)
62. -sight credit [↑](#footnote-ref-62)
63. -deferred payment [↑](#footnote-ref-63)
64. Non- governmental organizations(NGOs) [↑](#footnote-ref-64)
65. International Chamber of Commerce(ICC) [↑](#footnote-ref-65)
66. International Maritime Committee(CMI) [↑](#footnote-ref-66)
67. International Federation of Freight Forwarders Associations(FIATA) [↑](#footnote-ref-67)
68. Intergovernmental Organizations((GOs) [↑](#footnote-ref-68)
69. - Uniform Customs and Practice for Documentary Practice( UCP 600) [↑](#footnote-ref-69)
70. ICCs International Court of Arbitration [↑](#footnote-ref-70)
71. Private enterprise system [↑](#footnote-ref-71)
72. Self regulation [↑](#footnote-ref-72)
73. - voluntary codes of ethical conduct for international business [↑](#footnote-ref-73)
74. UN sustainable Development Goals ( SDGS ) [↑](#footnote-ref-74)
75. ICC Marketing and Advertising Codes [↑](#footnote-ref-75)
76. sponsorship [↑](#footnote-ref-76)
77. Uniform Customs and Practice for Documentary Credit (UCP) مقررات متحدد الشکل اعبتارات اسنادی [↑](#footnote-ref-77)
78. Umbrella organization [↑](#footnote-ref-78)
79. Counterfeiting intelligence bureau [↑](#footnote-ref-79)
80. - World Chambers Federation( WCF) [↑](#footnote-ref-80)
81. این اصطلاح که اغلب به آن گذرنامه کالاها نیز گفته می شود یک سند گمرکی بین المللی است راجع به واردات موقت کالاهای ATA carnet

    فاسد نشدنی تا یکسال به منظور نمایش در نمایشگاه ها یا اهداف مشابه. این جواز بوسیله اطاق های بازرگانی ملی صادر می شود و در آن تضمین می شود که در صورتیکه کالای وارد شده صادرات مجدد نشودحقوق و عوارض گمرکی آن به مقامات گمرک پرداخت خواهد شد . [↑](#footnote-ref-81)
82. International Air Transportation Association (IATA) [↑](#footnote-ref-82)
83. airwaybills [↑](#footnote-ref-83)
84. CMI( Comite MaritimeInternational [↑](#footnote-ref-84)
85. Unification of maritime and commercial law [↑](#footnote-ref-85)
86. International Road Transport Union (IRU) [↑](#footnote-ref-86)
87. United Nations Commission on International Trade Law(UNCITRAL) [↑](#footnote-ref-87)
88. International Institute for the Unification of Private Trade Law(UNIDROIT) [↑](#footnote-ref-88)
89. ویرایش سال 2020 اینکو ترمز نیز انتشار یافته است. برای اطلاع بیشتر و مقایسه اینکوترمز 2010 با اینکوترمز 2020 و بویژ در مورد قواعد سیف و سیپ به ضمیمه ای کتاب مراجعه شود. [↑](#footnote-ref-89)
90. [↑](#footnote-ref-90)
91. DPU در ویرایش سال 2020 اینکو ترمز که پس از انتشار ایت کتاب چاپ و منتش شده، این قاعده به قاعده

    " تحویل کالا به صورت تخلیه شده در محل مقرر" تبذیل شده است. برای اطلاع بیشتر در این باره رجوع شود به ضمیمه این کتاب. [↑](#footnote-ref-91)
92. Shipping terms [↑](#footnote-ref-92)
93. Shipping terms [↑](#footnote-ref-93)
94. Trade terms [↑](#footnote-ref-94)
95. بعد از انتشار این کتاب تجدید نظر دیگری در سال 2020 انجام شده است. برای اطلاع بیشتر در این باره و مقایسه اینکو ترمز 2010 با اینکو ترمز 2020 مراجعه شود به نوشته مترجم در ضمیمه این کتاب [↑](#footnote-ref-95)
96. " تخویل کالا در محل مقرر به صورت تخلیه شده تبدیل شده است. DPU در ویرایش سال 2020 اینکو ترمز این قاعده به [↑](#footnote-ref-96)
97. String sales [↑](#footnote-ref-97)
98. در ویرایش سال 2020 اینکو ترمز این قاعده به قاعده زیر تبدیل شده است:

    " تحویل کالا در محل مقرربه صورت تخلیه شده "DPU [↑](#footnote-ref-98)
99. Vienna convention on contracts for the international sale of Gods ( CISG ) [↑](#footnote-ref-99)
100. Containerization [↑](#footnote-ref-100)
101. درسال 2020 ویرایش دیگری از این قواعد منتشر گردید. برای اطلاغ بیشتر از از این تحول و مقایسه قواعد اینکو ترمز ویرایش سال 2010 با قواعد اینکو ترمز ویرایش 2020 به ضمیمه این کتاب به قلم مترجم مراجعه شود [↑](#footnote-ref-101)
102. در سال 2020 نیز ویرایش دیگری از قواعد مزبور منتشرو توسط دکتر حمید رضا اشرف زاده به زبان فارسی ترجمه و شرکت چاپ و نشر بازرگانی آن را منتشر کرده است. برای اطلاع بیشتر در این باره و مقایسه اینکوترمز سال 2010 با اینکو ترمز سال 2020 به ضمیمه این کتاب به قلم مترجم مراجعه شود. [↑](#footnote-ref-102)
103. البته در سال 2020 و بعد از انتشار این کتاب نیز ویرایش جدید قواعد اینکو ترمز انتشار یافته که آقای دکتر حمید رضا اشرف زاده آن را به فارسی ترجمه و بوسیله چاپ و نشر بازرگانی چاپ شده است که در انتهای این ترجمه به آن پرداخته خواهد شد .م [↑](#footnote-ref-103)
104. [↑](#footnote-ref-104)
105. در مورد این دو قاعده در ارتباط با موضوع بیمه تحولاتی در ویرایش اینکوترمز سال 2020 صورت گرفته است .برای اطلاع از کم وکیف موضوع رجوع شود به ضیمه این کتاب [↑](#footnote-ref-105)
106. Clause c of the institute Cargo Clauses [↑](#footnote-ref-106)
107. pilferage [↑](#footnote-ref-107)
108. Improper handling [↑](#footnote-ref-108)
109. رجوغ شود به ضمیمه این کتاب. [↑](#footnote-ref-109)
110. بیمه شورش و اغتشاش و اعتصاب Strikes, Riots and civil commotins [↑](#footnote-ref-110)
111. Maximum insurance [↑](#footnote-ref-111)
112. FOB Buenos Aires Incoterms 2000 [↑](#footnote-ref-112)
113. Shipment v Arrival contracts

     منظور تحویل به موقع ارسال یا تحویل به هنگام ورود کالا به مقصد است. [↑](#footnote-ref-113)
114. Shipment contracts

     قرار داد ی که تحویل کالا در زمان تسلیم کالا به حمل کننده صورت میگیرد و نه در زمان ورود کالا به مقصد. [↑](#footnote-ref-114)
115. - منظور قواعد اینکو ترمزی است که املای انگلیسی آن ها با حرف اف و سی شروع میگردد.م

     [↑](#footnote-ref-115)
116. -standby credit [↑](#footnote-ref-116)
117. نوعی ضمانت پرداخت خسارت و غرامت Steamer guarantee [↑](#footnote-ref-117)
118. Letter of Indemnity ( LOI ) [↑](#footnote-ref-118)
119. variant [↑](#footnote-ref-119)
120. Loaded [↑](#footnote-ref-120)
121. Landed [↑](#footnote-ref-121)
122. CIF Landed

     اعمال قاعده سیف به اضافه تمام هزینه ها از جمله حقوق وعوارض گمرکی و مالیات و هزینه جابجایی و تخلیه .م [↑](#footnote-ref-122)
123. به قاعده دی پی یو تبدیل شده است. برای اطلاع بیشتر به ضمیمه این کتاب مراجعه شوذ DAT در ویرایش سال 2020 قواعد اینکو ترمز قاه [↑](#footnote-ref-123)
124. Electronic Date Interchange ( EDI ) [↑](#footnote-ref-124)
125. Handling charges [↑](#footnote-ref-125)
126. -String Sales [↑](#footnote-ref-126)
127. Procuring

     [↑](#footnote-ref-127)
128. Procure goods shipped [↑](#footnote-ref-128)
129. [↑](#footnote-ref-129)
130. ویرایش سال 2010 انکو ترمز توسط زنده یاد مسعود طارم سزی و ویرایش 2020 اینکوترمز توسط دکتر حمید رضا اشرف زاده به فارسی تزجمه و توسط شرکت چاپ و نشر بازرگانی چاپ و انتشار یافته است، [↑](#footnote-ref-130)
131. برای توضیح بیشتر درباره این قاعده در ویرایش سال 2020 قواعد اینکو ترمز رجوغ شود به ضمیمه این کتاب . [↑](#footnote-ref-131)
132. در ویرایش سال 2020 قواعد اینکو ترمز این قاعده به

     (تحویل کالا در محل مقرر به صورت تخلیه شده با ذکر نام محل مقصد) تغییر یافته است .برای اطلاع بیشتر ر.ک ضمیمه کتاب DPU [↑](#footnote-ref-132)
133. شاید متن زیر که البته ترجمه تحت اللفظی نیست و نقل به مضمون می باشدريا، مناسب تر باشد:

     یا کالایی را که به همین نحو برای حمل تحویل داده شده را بر روی عرشه کشتی خریداری نماید. [↑](#footnote-ref-133)
134. در ویرایش اینکو ترمز سال 2020 در مورد موضوع بیمه در این قاعده تغییراتی داده شده است. برای اطلاع بیشتر در این باره رجوع شور به ضمیمه این کتاب. [↑](#footnote-ref-134)
135. با توجه به اینکه ویرایش سال 2020 اینکوترمز نیز منتشر شده بنابراین اشاره به اینکوترمز 2010 باید به اینکوترمز 2020 تغیر پیدا کند. [↑](#footnote-ref-135)
136. - ترجمه فارسی ویرایش های 2010 و 2020 این قواعد نیز توسط شرکت چاپ و نشر بازرگانی وابسته به مرکز مطالعات و پژوهش های بازرگانی تهیه و منتشر شده است. [↑](#footnote-ref-136)
137. Arrival contracts [↑](#footnote-ref-137)
138. Shipment contracts [↑](#footnote-ref-138)
139. St. Paul Guardian Insurance company v Neuuromed Medical Systems [↑](#footnote-ref-139)
140. Buyer’s insurance subrogees [↑](#footnote-ref-140)
141. BP Oil International,Ltd v Empresa EstatalPetroleos de Ecuador [↑](#footnote-ref-141)
142. UN convention on contracts for the International sale of Goods ( CISG ) [↑](#footnote-ref-142)
143. Bp oil international, LTD V Empresa Estatal Petroleos de Ecuador [↑](#footnote-ref-143)
144. ترجمه بهتری برای این اصطلاح یافت نشد. م Gum content [↑](#footnote-ref-144)
145. - open account terms

     تسلیم مورد معامله و دریافت ثمن معامله در تاریخی در آینده .م [↑](#footnote-ref-145)
146. -standby credit [↑](#footnote-ref-146)
147. open insurance policies

     نوعی بیمه . بیمه کثیر الحمل . در این نوع بیمه شرکت بیمه تعداد نامحد ودی ا ز موارد حمل کالا و در زمان های مختلف رابیمه مینماید .م [↑](#footnote-ref-147)
148. Standby credits [↑](#footnote-ref-148)
149. AGENCY CONTRACT [↑](#footnote-ref-149)
150. Distributorship contract [↑](#footnote-ref-150)
151. Licensing [↑](#footnote-ref-151)
152. Franchising [↑](#footnote-ref-152)
153. Joint venture [↑](#footnote-ref-153)
154. Master contract [↑](#footnote-ref-154)
155. Termination indemnity [↑](#footnote-ref-155)
156. مطالب مربوط به انتخاب قانون و دادگاه لزوما با نظام حقوقی حاکم در ایران مطابقت ندارد. زیرا در نظام حقوقی ایران خواهان مختار به تعیین دادگاه یا قانون نمی باشد. و قواعد مربوط به این موضوع قوانین آمره میباشند. [↑](#footnote-ref-156)
157. Choice of law [↑](#footnote-ref-157)
158. Choice of forum [↑](#footnote-ref-158)
159. Dispute resolution clause [↑](#footnote-ref-159)
160. Choice of law [↑](#footnote-ref-160)
161. Applicable law [↑](#footnote-ref-161)
162. Proper law [↑](#footnote-ref-162)
163. Governing law [↑](#footnote-ref-163)
164. A forum [↑](#footnote-ref-164)
165. Refined sugar Association ( RSA ) [↑](#footnote-ref-165)
166. Fowl misunderstanding Frigaliment Importing co. ltd 7 B.N.S International sales Corp [↑](#footnote-ref-166)
167. handshake [↑](#footnote-ref-167)
168. Mcc Marble Ceramic V Ceramic [↑](#footnote-ref-168)
169. - parole evidence rule [↑](#footnote-ref-169)
170. این اصطلاح به فولنامه نیز ترجمه شده است ، ولی از آنجائی که دقیقا شبیه تولنامه های ما نمی باشد از ترجمه قصه نامه Letters of Intent

     استفاده شده است. م [↑](#footnote-ref-170)
171. initial contacts [↑](#footnote-ref-171)
172. pre- contractual statements [↑](#footnote-ref-172)
173. Agreement to Agree [↑](#footnote-ref-173)
174. Heads of agreement [↑](#footnote-ref-174)
175. Agreement with open terns [↑](#footnote-ref-175)
176. Commitment letter [↑](#footnote-ref-176)
177. Binder [↑](#footnote-ref-177)
178. Civil law [↑](#footnote-ref-178)
179. Romano -Germanic [↑](#footnote-ref-179)
180. Stare decisis [↑](#footnote-ref-180)
181. International Sales Law [↑](#footnote-ref-181)
182. General Conditions of Sale( purchase) [↑](#footnote-ref-182)
183. این اصطلاح را شاید بتوان به تعارض یا نبرد پیشنهادها نیز ترجمه نمود. Battle of forms [↑](#footnote-ref-183)
184. B& B” business to business” [↑](#footnote-ref-184)
185. International merchandise agreements [↑](#footnote-ref-185)
186. Commercial practice [↑](#footnote-ref-186)
187. Proforma مخفف [↑](#footnote-ref-187)
188. Spot commercial contracts [↑](#footnote-ref-188)
189. One- 0ff [↑](#footnote-ref-189)
190. Purchase order مخفف [↑](#footnote-ref-190)
191. Request for quote مخفف [↑](#footnote-ref-191)
192. Compliance manual [↑](#footnote-ref-192)
193. Request for proposalمخفف R.&.P [↑](#footnote-ref-193)
194. Standard contract 1-A of the cocoa merchant Association of America [↑](#footnote-ref-194)
195. Grained and Feed Trade Association (CAFTA) [↑](#footnote-ref-195)
196. International Federation of consulting Engineers (FIDIC) [↑](#footnote-ref-196)
197. Orgaline ( The European Engineering Industries Association [↑](#footnote-ref-197)
198. Inspiration source [↑](#footnote-ref-198)
199. Reference Document [↑](#footnote-ref-199)
200. International sales law : CISG [↑](#footnote-ref-200)
201. Fire the last shoot [↑](#footnote-ref-201)
202. -printed acknowledgement form [↑](#footnote-ref-202)
203. - با توجه به اینکه ویرایش جدید این اصطلاخات در سال 2020و پس از انتشار این کتلب منتشر شده بنا بر این بهتر است عبارت اینکو ترمز2010 به اینکو ترمز 2020 تغییر داده شود. م [↑](#footnote-ref-203)
204. Banks deal in documents, not goods [↑](#footnote-ref-204)
205. این اصطلاح را می توان عنوان مالکیت نیزترجمه نمود Transfer of title [↑](#footnote-ref-205)
206. Sense of complacency [↑](#footnote-ref-206)
207. Consequential damages

     این اصطلاح به خسارات غیرمستقیم وتبعی نیز ترجمه شده است و منظور از آن خسارت وارده بر اثر نقض قرار داد در مقابل خسارت وارده به خود کالا است.

     [↑](#footnote-ref-207)
208. Consequential damages [↑](#footnote-ref-208)
209. Back ground [↑](#footnote-ref-209)
210. General Conditions of Sale/ Purchase [↑](#footnote-ref-210)
211. -Specific Conditions [↑](#footnote-ref-211)
212. -General Conditions [↑](#footnote-ref-212)
213. Fall back provisions [↑](#footnote-ref-213)
214. USDA Grade A Frozen Chickens [↑](#footnote-ref-214)
215. گرد ماهی یا ماهی پودر شده خوراک دام و پرندگان Fish meal [↑](#footnote-ref-215)
216. Fallback methods [↑](#footnote-ref-216)
217. لازم به ذکر است که ویرایش سال 2020 این قواعد نیز پس از تاریخ انتشار این کتاب منتشر و توسط دکتر حمید رضا اشرف زاده به فارسی ترجمه و آن را شرکت چاپ و نشر بازرگانی انتشار داده است. م [↑](#footnote-ref-217)
218. Shipment pre- inspection ( PSI ) [↑](#footnote-ref-218)
219. Retention of title [↑](#footnote-ref-219)
220. Retention of title ( ROT ) [↑](#footnote-ref-220)
221. All monies [↑](#footnote-ref-221)
222. Perfecting the security interest [↑](#footnote-ref-222)
223. France’s Coface [↑](#footnote-ref-223)
224. U.S Exim bank [↑](#footnote-ref-224)
225. - consolation prize [↑](#footnote-ref-225)
226. Bank payment obligation ( BPO ) [↑](#footnote-ref-226)
227. Standby letter of credit [↑](#footnote-ref-227)
228. .متضمینی برای اعاده وجوه پرداخت شده در صورتی که طرف دریافت کنند وجوه به تعهد خود عمل ننماید.م Advance payment bond [↑](#footnote-ref-228)
229. Documentary collection [↑](#footnote-ref-229)
230. Documents Against payment ( D/P ) [↑](#footnote-ref-230)
231. Document Against Acceptance ( D/A ) [↑](#footnote-ref-231)
232. - ICC Uniform Rules for Collections [↑](#footnote-ref-232)
233. - ICC Uniform Customs and Practice for Documentary Credits (UCP) [↑](#footnote-ref-233)
234. Fallback provision [↑](#footnote-ref-234)
235. Hardship [↑](#footnote-ref-235)
236. ACT of God [↑](#footnote-ref-236)
237. American Unform commercial code ( UCC ) [↑](#footnote-ref-237)
238. Commercial Impartibility [↑](#footnote-ref-238)
239. Hardship clause [↑](#footnote-ref-239)
240. Territory [↑](#footnote-ref-240)
241. Exclusivity [↑](#footnote-ref-241)
242. Commissionaire [↑](#footnote-ref-242)
243. Representative ( REP ) [↑](#footnote-ref-243)
244. Buying agent [↑](#footnote-ref-244)
245. Service agent [↑](#footnote-ref-245)
246. Actual authority [↑](#footnote-ref-246)
247. Apparent authority [↑](#footnote-ref-247)
248. Ostensible authority [↑](#footnote-ref-248)
249. Del credere [↑](#footnote-ref-249)
250. Gorge S. Parker [↑](#footnote-ref-250)
251. ICC Model Commercial Agency Contract [↑](#footnote-ref-251)
252. -apparent authority [↑](#footnote-ref-252)
253. -permanent establishment [↑](#footnote-ref-253)
254. Consignment stock [↑](#footnote-ref-254)
255. Consignment Agreement [↑](#footnote-ref-255)
256. Minimum target [↑](#footnote-ref-256)
257. -soft target [↑](#footnote-ref-257)
258. Hard minimum [↑](#footnote-ref-258)
259. قاعدتا این مطالب باید در مورد معاملات غیر نقدی و اعتباری باشد. که در کشورهائی نظیر آمریکا نقش مهمی را در معاملات ایفا می نماید.م [↑](#footnote-ref-259)
260. مانند تجدید به موقع ثبت علامت تجاری.م [↑](#footnote-ref-260)
261. Lex mercatoria [↑](#footnote-ref-261)
262. Sole distributor ship [↑](#footnote-ref-262)
263. - exclusive [↑](#footnote-ref-263)
264. درک این تفاوت مشکل است و به همین جهت برای

     Sole distributor

     این اصطلاح را می توان تنها توزیع کننده نیز ترجمه نمو د . به هر حال منظور این استکه صادر کننده نمیتواند توزیع کننده دیگری را در قلمرو مربوطه منصوب نماید ولی این امر به این معنا نمی باشد که خودش نتواند فروش در آن قلمرو را انجام دهد، . ا. با وجود این، کماکان ابهام باقی است و خود نویسنده نیز در ادامه به ااین ابهام اشاره نموده است .م [↑](#footnote-ref-264)
265. Alternative Dispute Resolution ( ADR ) [↑](#footnote-ref-265)
266. Emergency Arbitration Rule [↑](#footnote-ref-266)
267. Expedited procedure Rules [↑](#footnote-ref-267)
268. DOCDEX [↑](#footnote-ref-268)
269. Adaptation and price – escalation clauses [↑](#footnote-ref-269)
270. Most favoured [↑](#footnote-ref-270)
271. - record of factual situation [↑](#footnote-ref-271)
272. ICC International centre for ADR ( center ) [↑](#footnote-ref-272)
273. ICC EXPERT Rules [↑](#footnote-ref-273)
274. Alternative Dispute Resolution ( ADR ) [↑](#footnote-ref-274)
275. Multi-tiered clauses [↑](#footnote-ref-275)
276. United Nations New York Convention on the Recognition and Enforcement of Foreign Arbitral Awards [↑](#footnote-ref-276)
277. Forum – selection [↑](#footnote-ref-277)
278. Forum shopping [↑](#footnote-ref-278)
279. Actor Forum rei sequitur [↑](#footnote-ref-279)
280. این اصطلاح را می توان به ارتباط غیر مستقیم و کلی هم ترجمه نمود ولی با توجه به نا مانوس بودن این Tangentially related

     ترجمه ها به جای ترجمه تحت اللفظی مصمون آن آورده شده است. م [↑](#footnote-ref-280)
281. این اصطلاح را قرار منع موقت هم ترجمه کرده اند. Temporary restraining order [↑](#footnote-ref-281)
282. شناسائی و اجرای احکام خارجی در حقوق ایران به تفضیل در قانون مدتی ما آمده است. [↑](#footnote-ref-282)
283. این امر در قانون مدتی ایران نیز مصداق دارد ( ماده ... ) [↑](#footnote-ref-283)
284. ICC International Court of Arbitration [↑](#footnote-ref-284)
285. Arbitral awards [↑](#footnote-ref-285)
286. The court [↑](#footnote-ref-286)
287. State- of- the- art computerized case management system [↑](#footnote-ref-287)
288. تقریبا شبیه به رسیدگی در دیوان عالی کشور. م [↑](#footnote-ref-288)
289. Arbitral tribunal [↑](#footnote-ref-289)
290. ICC Group [↑](#footnote-ref-290)
291. Claimant (s) [↑](#footnote-ref-291)
292. Respondent (s) [↑](#footnote-ref-292)
293. Answer [↑](#footnote-ref-293)
294. UNIDROI Principles of International commercial contracts [↑](#footnote-ref-294)
295. New law merchant [↑](#footnote-ref-295)
296. Lex mercatoria [↑](#footnote-ref-296)
297. Awards by consent [↑](#footnote-ref-297)
298. ICC Fast track clause [↑](#footnote-ref-298)
299. Expedited Procedure Rules [↑](#footnote-ref-299)
300. The ICC Rules for Documentary Credit Instruments Resolution Expertise ( DOCDEX ) [↑](#footnote-ref-300)
301. - The ICC International Center for ADR [↑](#footnote-ref-301)
302. Uniform customs and practice for Documentary credit ( UCP ) [↑](#footnote-ref-302)
303. - the Uniform Rules for Bank -to- Bank Reimbursement Under Documentary Credits(URR) [↑](#footnote-ref-303)
304. The Uniform Rules for Collections ( URC ) [↑](#footnote-ref-304)
305. The Uniform Rules for Demand Guarantees(URDG) [↑](#footnote-ref-305)
306. ICC ADR Rules ( Alternative Dispute resolution ) [↑](#footnote-ref-306)
307. ICC ADR Rules [↑](#footnote-ref-307)
308. Mini-trial [↑](#footnote-ref-308)
309. ICC Dispute Board Rules [↑](#footnote-ref-309)
310. Dispute Board ( D.B ) [↑](#footnote-ref-310)
311. ICC Dispute Board Rules [↑](#footnote-ref-311)
312. A Model Dispute Board Member Agreement [↑](#footnote-ref-312)
313. - Dispute Review Boards(DRBs) [↑](#footnote-ref-313)
314. Dispute Adjudication Boards ( DAB ) [↑](#footnote-ref-314)
315. Combined Dispute Boards ( CDB ) [↑](#footnote-ref-315)
316. Know how Licenses [↑](#footnote-ref-316)
317. -“unit” Franchises [↑](#footnote-ref-317)
318. I.P Plus x [↑](#footnote-ref-318)
319. Living Instruments [↑](#footnote-ref-319)
320. Licensing Agents [↑](#footnote-ref-320)
321. Market positioning [↑](#footnote-ref-321)
322. Out of box opportunities [↑](#footnote-ref-322)
323. Term sheet [↑](#footnote-ref-323)
324. Term sheet [↑](#footnote-ref-324)
325. این اصطلاح پیش قرارداد نیز ترجمه شده است Letter of intent [↑](#footnote-ref-325)
326. Deal memo [↑](#footnote-ref-326)
327. Market positioning [↑](#footnote-ref-327)
328. Fiduciary relationship [↑](#footnote-ref-328)
329. Bundle [↑](#footnote-ref-329)
330. Roll- over [↑](#footnote-ref-330)
331. Foreign withholding taxes [↑](#footnote-ref-331)
332. Replication of successful Business systems [↑](#footnote-ref-332)
333. Yves Rocher [↑](#footnote-ref-333)
334. این شرکت در امور مربوط به خدمات مالیاتی در کشورهای آمریکای شمالی و استرالیا و برزیل فعالیت می کند H&R Block [↑](#footnote-ref-334)
335. این یک شرکت آموزشی است Kumon [↑](#footnote-ref-335)
336. شرکت مد لباس و جواهر آلات Dia [↑](#footnote-ref-336)
337. Front money [↑](#footnote-ref-337)
338. Quality control ( QC ) [↑](#footnote-ref-338)
339. Franchising prospectus [↑](#footnote-ref-339)
340. - direct or unit franchises [↑](#footnote-ref-340)
341. منظور این است که در این قرار دادها فرانشیز گیرنده می تواند برای گسترش کسب و کار موضوع قرار داد، حق بر Master franchises

     قراری آن را در یک محدوده جغرافیائی به دیگران یا اشخاص ثالث نیز منتقل نماید. [↑](#footnote-ref-341)
342. Sub franchisor [↑](#footnote-ref-342)
343. Distribution franchise arrangements [↑](#footnote-ref-343)
344. -know how [↑](#footnote-ref-344)
345. The world Intellectual property Organization ( WIPO ) [↑](#footnote-ref-345)
346. Internet domain name [↑](#footnote-ref-346)
347. Trade Related Aspects of Intellectual property Right ( TRIPS ) [↑](#footnote-ref-347)
348. -Unique Kids [↑](#footnote-ref-348)
349. جمهوری اسلامی ایران در سال 1381 به موافقت نامه و پروتکل مادرید ملحق شده است. [↑](#footnote-ref-349)
350. این اصطلاح در امریکا بیشتر به کار میرود و می توان آن را به اختراعات کوچک یا اختراعات کاربردی نیز ترجمه نمود. Utility Patents

     لازم به ذکر است که مباحث این کتاب درباره انواع حقوق مالکیت فکری و صنعتی بسیار مختصر می باشد. م [↑](#footnote-ref-350)
351. Public domain [↑](#footnote-ref-351)
352. Patent co-operation treaty ( PCT ) [↑](#footnote-ref-352)
353. به ترتیب رتبه و مقام کشورها و شرکت ها [↑](#footnote-ref-353)
354. Choreographic [↑](#footnote-ref-354)
355. وضعیت مشابهی نیز تحت شرایطی در مورد اختراعات وجود دارد.برای اطلاعات بیشتر در این باره رجوع شود به

     Compulsory licensing

     در کتاب فرهنگ توصیفی اصطلاخات تجارت بین الملل و سازمان جهانی تجارت نوشته مترجم این کتاب و مرحوم مسعود طارم سری. [↑](#footnote-ref-355)
356. Content delivered over Internet [↑](#footnote-ref-356)
357. Mobile consumer devices [↑](#footnote-ref-357)
358. Registered Community designs ( RCD ) [↑](#footnote-ref-358)
359. Domain names [↑](#footnote-ref-359)
360. Cybersquatters [↑](#footnote-ref-360)
361. Uniform Domain-name Dispute- Resolution policy ( UDRP ) [↑](#footnote-ref-361)
362. Generic top level Domains ( GTLD ) [↑](#footnote-ref-362)
363. Anti- counterfeiting trade Agreement ( ACTA ) [↑](#footnote-ref-363)
364. BASCAP: ICC Anti- counterfeiting Initiative [↑](#footnote-ref-364)
365. Business Action to stop counterfeiting and Piracy ( BASCAP ) [↑](#footnote-ref-365)
366. -open account [↑](#footnote-ref-366)
367. Letter of credit ( LC ) [↑](#footnote-ref-367)
368. Documentary credits [↑](#footnote-ref-368)
369. Documentary collection [↑](#footnote-ref-369)
370. Competitive credit terms

     منظور شرایط ساده تر است . زیرا با بیمه صادرات ، صادر کننده نگرانی و دغدغه عدم وصول بها یا ثمن معامله را نخواهد داشت.م [↑](#footnote-ref-370)
371. -payment in advance [↑](#footnote-ref-371)
372. Partial advance payment

     شاید بتوان این اصطلاح را به بیعانه یا تقسیط پرداخت نیز تزجمه نمود .م [↑](#footnote-ref-372)
373. Standby credit or bank guarantee [↑](#footnote-ref-373)
374. Documentary credit ( DC) [↑](#footnote-ref-374)
375. -letter of credit [↑](#footnote-ref-375)
376. Commercial credit [↑](#footnote-ref-376)
377. - Documentary collection [↑](#footnote-ref-377)
378. Export credit Insurance [↑](#footnote-ref-378)
379. -factors [↑](#footnote-ref-379)
380. Factor [↑](#footnote-ref-380)
381. -credit -checking [↑](#footnote-ref-381)
382. - advances [↑](#footnote-ref-382)
383. International collection agent or factor [↑](#footnote-ref-383)
384. Bank draft [↑](#footnote-ref-384)
385. Wire Transfer [↑](#footnote-ref-385)
386. Clean bills [↑](#footnote-ref-386)
387. البته این ترجمه نقل به مضمون است و تحت اللفظی نمی باشد. این اصطلاح به برات اسنادی نیز تر جمه شده است. Documentary bills [↑](#footnote-ref-387)
388. Security mechanism [↑](#footnote-ref-388)
389. -collection operations [↑](#footnote-ref-389)
390. Standby credits [↑](#footnote-ref-390)
391. Demand guarantees [↑](#footnote-ref-391)
392. -security devices [↑](#footnote-ref-392)
393. Finance Devices [↑](#footnote-ref-393)
394. - back to back credits [↑](#footnote-ref-394)
395. Deferred payment letter of credit [↑](#footnote-ref-395)
396. Accepted bills [↑](#footnote-ref-396)
397. Avalized bills [↑](#footnote-ref-397)
398. Forfeiting [↑](#footnote-ref-398)
399. Red clause letter of credit

     شرطی درا عتبار نامه که به ذینفع( صادر کننده) اجازه میدهد به دریافت بخشی از ثمن معامله، نایل آید. وجه تسمیه این شرط به بند یا شرط فرمز رنگ این است که با جوهر فرمز در اعتبار نامه درج می شده است. معمولا در این شرط از ذینفع( صادر کننده) فقط خواسته می شود که به منظور دریافت پیش پرداخت، برات ها یا حواله هاییی را همراه با بیانیه ای دائر بر این که اسناد حمل به موقع تسلیم خواهد شد ، تسلیم نماید م. [↑](#footnote-ref-399)
400. Standby credit [↑](#footnote-ref-400)
401. Demand guarantee [↑](#footnote-ref-401)
402. - clean collection

     وصول اسناد مالی مثل سفته و جک وغیره بدون همراه بودن با اسناد تجاری مانند صورت حساب ها و اسناد حمل و بیمه.م [↑](#footnote-ref-402)
403. Documents against payment ( DP ) [↑](#footnote-ref-403)
404. Cash against documents [↑](#footnote-ref-404)
405. Documents against payment [↑](#footnote-ref-405)
406. Sight DP [↑](#footnote-ref-406)
407. Documents against acceptance ( DA ) [↑](#footnote-ref-407)
408. -remitting bank [↑](#footnote-ref-408)
409. Collecting or presenting bank [↑](#footnote-ref-409)
410. -lodgment form [↑](#footnote-ref-410)
411. این بانک در ترتیبات مربوط به وصول اسنادی Remitting Bank

     بانکی است که اسناد صادر کننده و برات را به بانک وارد کننده تسلیم و در قبال آن اسناد پرداخت را از بانک (Documentary collection )

     وارد کننده دریافت می نماید. [↑](#footnote-ref-411)
412. Commercial credits [↑](#footnote-ref-412)
413. Documentary credits [↑](#footnote-ref-413)
414. با توجه به این که عبارت بانک صادر کننده می تواند شاملر بانک شخص صادر کننده نیز باشد ، لذا در این ترجمه برای رفع این ا ابهام و تداخل ، در هرجا که منظور بانک گشایش کننده یا صادر کننده اعتبار بوده از عبارت بانک صادر کننده اعتبار استفاده شده است. [↑](#footnote-ref-414)
415. Paymaster [↑](#footnote-ref-415)
416. Waiver [↑](#footnote-ref-416)
417. Option contracts [↑](#footnote-ref-417)
418. . در واقع خطر نرخ ارز با این توافق به بانک منتقل می شود [↑](#footnote-ref-418)
419. Translation risk [↑](#footnote-ref-419)
420. Balance sheet exposure [↑](#footnote-ref-420)
421. Translation risk [↑](#footnote-ref-421)
422. Bill of exchange(B/E0 [↑](#footnote-ref-422)
423. Sight Draft [↑](#footnote-ref-423)
424. تعریف ساده تر برات می تواند به شرح زیر باشد: برات عبارت است از دستور مکتوبی است که به موجب آن شخصی به شخص دیگر دستور میدهد که در تاریخ معین یا قابل تعیین مبلغی را به شخص ثالث یا به حواله کرد او پرداخت نماید. [↑](#footnote-ref-424)
425. - Usance ( or time) draft [↑](#footnote-ref-425)
426. Banker acceptance [↑](#footnote-ref-426)
427. Trade acceptance [↑](#footnote-ref-427)
428. Documentary bill [↑](#footnote-ref-428)
429. Lore of Justice Bowen [↑](#footnote-ref-429)
430. Bill of lading B/L [↑](#footnote-ref-430)
431. Clean Bill of lading [↑](#footnote-ref-431)
432. Uncleaned Bill [↑](#footnote-ref-432)
433. Claused bill [↑](#footnote-ref-433)
434. Order bill of lading [↑](#footnote-ref-434)
435. Straight bill of lading [↑](#footnote-ref-435)
436. Commercial invoice [↑](#footnote-ref-436)
437. UCP 600( Uniform Customs and Practice for Documentary Credits [↑](#footnote-ref-437)
438. Commercial credits [↑](#footnote-ref-438)
439. Guarantee [↑](#footnote-ref-439)
440. Bonds [↑](#footnote-ref-440)
441. Standbys [↑](#footnote-ref-441)
442. Letter of credit L/C or L/D [↑](#footnote-ref-442)
443. Documentary credits D/C or DC [↑](#footnote-ref-443)
444. با اندکی تسامح شاید ترجمه شاهرگ حیاتی مناسب تر باشد. Lifeblood [↑](#footnote-ref-444)
445. Uniform customs and practice for Documentary credits ( UCP600 ) [↑](#footnote-ref-445)
446. Self- regulation [↑](#footnote-ref-446)
447. - Uniform Commercial code [↑](#footnote-ref-447)
448. Issuing bank [↑](#footnote-ref-448)
449. بانکی که اعتبار در نزد آن قابل استفاده است. این بانک می تواند همان بانک صادر کننده Nominated Bank

     باشد یا بانک دیگر. م. (Advising Bank”AB” )یا بانک ابلاغ کننده (Issuing bank ”IB” )

     [↑](#footnote-ref-449)
450. Confirming Bank [↑](#footnote-ref-450)
451. Advising Bank [↑](#footnote-ref-451)
452. confirmation [↑](#footnote-ref-452)
453. Paying or paying agent bank [↑](#footnote-ref-453)
454. Negotiating Bank [↑](#footnote-ref-454)
455. With recourse [↑](#footnote-ref-455)
456. Sight/ usance [↑](#footnote-ref-456)
457. Revolving [↑](#footnote-ref-457)
458. Red clause [↑](#footnote-ref-458)
459. Middleman- beneficiary [↑](#footnote-ref-459)
460. Supplier beneficiary [↑](#footnote-ref-460)
461. Second beneficiary [↑](#footnote-ref-461)
462. Bank to bank [↑](#footnote-ref-462)
463. [↑](#footnote-ref-463)
464. Non- documentary conditions [↑](#footnote-ref-464)
465. Doctrine of strict compliance [↑](#footnote-ref-465)
466. Coromandel groundnuts [↑](#footnote-ref-466)
467. Machine- shelled groundnuts [↑](#footnote-ref-467)
468. International standard Banking practice for the Examination of Documents under Documentary credits [↑](#footnote-ref-468)
469. Crucial Fraud [↑](#footnote-ref-469)
470. sztejn در مقابل Schroder [↑](#footnote-ref-470)
471. - Supplement to UCP500 for electronic presentation [↑](#footnote-ref-471)
472. Part- or- all electronic presentations [↑](#footnote-ref-472)
473. Hyperlink [↑](#footnote-ref-473)
474. Check list [↑](#footnote-ref-474)
475. - با توجه به اینکه ویرایش اینکو ترمز 2020 پس از نوشتن این کتاب انتشار یافته ، بنا براین باید عبارت اینکو ترمز 2010 به اینکو ترمز 2020 تغییر کند. ویرایش 2020 این قواعد را دکتر حمید رضا اشرف زاده به فارسی ترحمه و شرکت چاپ و نشر بازرگانی آن را منتشر کرده است.م [↑](#footnote-ref-475)
476. مطالب مذکور در زیر نویس فوق در این مورد نیز صادق است.م [↑](#footnote-ref-476)
477. factoring [↑](#footnote-ref-477)
478. forfaiting [↑](#footnote-ref-478)
479. این اصطلاح به حساب دریافتی، حساب بدهکاران، حساب قابل دریافت و ... نیز ترجمه شده است. Accounts receivable [↑](#footnote-ref-479)
480. Cash flow predicament [↑](#footnote-ref-480)
481. -factors [↑](#footnote-ref-481)
482. - factoring companies [↑](#footnote-ref-482)
483. - forfaiting [↑](#footnote-ref-483)
484. International Institute for the Unification of Private t Trade Law ( UNIBROIT ) [↑](#footnote-ref-484)
485. Invoice financing [↑](#footnote-ref-485)
486. Invoice discounting [↑](#footnote-ref-486)
487. Receivable discounting [↑](#footnote-ref-487)
488. Freight forwarder [↑](#footnote-ref-488)
489. Silent or Undisclosed [↑](#footnote-ref-489)
490. Factoring account [↑](#footnote-ref-490)
491. Import factor [↑](#footnote-ref-491)
492. Delivery note [↑](#footnote-ref-492)
493. Single factor [↑](#footnote-ref-493)
494. Double factor [↑](#footnote-ref-494)
495. Export factor [↑](#footnote-ref-495)
496. Import factor [↑](#footnote-ref-496)
497. Direct export factoring [↑](#footnote-ref-497)
498. Multi- factor schemes [↑](#footnote-ref-498)
499. -factor’s credit protection [↑](#footnote-ref-499)
500. Whole turn- over agreement [↑](#footnote-ref-500)
501. Master agreement [↑](#footnote-ref-501)
502. Avalized [↑](#footnote-ref-502)
503. Supplier credit structure [↑](#footnote-ref-503)
504. buyer credit structure [↑](#footnote-ref-504)
505. - letter of assignment [↑](#footnote-ref-505)
506. Aval [↑](#footnote-ref-506)
507. -commitment fee [↑](#footnote-ref-507)
508. London Interbank offer Rate ( Libor ) [↑](#footnote-ref-508)
509. Margin [↑](#footnote-ref-509)
510. International Forfaiting Association ( IFA ) [↑](#footnote-ref-510)
511. -ICC Uniform Rules for Forfaiting (URF) [↑](#footnote-ref-511)
512. IFA Market practice committee [↑](#footnote-ref-512)
513. Code of conduct [↑](#footnote-ref-513)
514. Anti money laundering ( AML ) [↑](#footnote-ref-514)
515. Financial Action Task Force ( FATF ) [↑](#footnote-ref-515)
516. -due diligence [↑](#footnote-ref-516)
517. Securing international transactions [↑](#footnote-ref-517)
518. -guarantees [↑](#footnote-ref-518)
519. - bonds [↑](#footnote-ref-519)
520. -stand by letter of credit [↑](#footnote-ref-520)
521. Demand instruments [↑](#footnote-ref-521)
522. Conditional or surety instruments [↑](#footnote-ref-522)
523. اترجمه این اصطلاح تحت الفظی نمی باشد و مفهومی است.م Unfair call [↑](#footnote-ref-523)
524. Specialized surety companies [↑](#footnote-ref-524)
525. -demand Instruments [↑](#footnote-ref-525)
526. Demand guarantee [↑](#footnote-ref-526)
527. این اصطلاح را به ضمانت اعتبار اعتبار نیز می توان ترجمه نمود. Stand by letter of credit [↑](#footnote-ref-527)
528. -Surety or Conditional Instruments [↑](#footnote-ref-528)
529. Contract bonds [↑](#footnote-ref-529)
530. Performance bonds [↑](#footnote-ref-530)
531. Surety bond [↑](#footnote-ref-531)
532. Accessory Guarantees [↑](#footnote-ref-532)
533. Performance bond [↑](#footnote-ref-533)
534. در آن دوره تضمین بانکی در آمریکا اجازه داده نمی شد. [↑](#footnote-ref-534)
535. Beneficiary [↑](#footnote-ref-535)
536. - Applicant [↑](#footnote-ref-536)
537. - Guarantor [↑](#footnote-ref-537)
538. Surety companies [↑](#footnote-ref-538)
539. - performance bond [↑](#footnote-ref-539)
540. -Bid bond [↑](#footnote-ref-540)
541. Advance payment guarantee/ Repayment guarantee [↑](#footnote-ref-541)
542. Retention guarantee [↑](#footnote-ref-542)
543. Guarantee warranty [↑](#footnote-ref-543)
544. Unfair call [↑](#footnote-ref-544)
545. Falcool INC [↑](#footnote-ref-545)
546. TKL [↑](#footnote-ref-546)
547. منبع:

     Falcoal, Hncv.Turkiye Komur Isletmeleri Kurumu, 660F. Supp. I536(S.D. Tex.1987 [↑](#footnote-ref-547)
548. “extend or pay " demand [↑](#footnote-ref-548)
549. ICC Uniform Rules for Demand Guarantees ( URDG ) [↑](#footnote-ref-549)
550. Autonomous [↑](#footnote-ref-550)
551. Counter indemnity [↑](#footnote-ref-551)
552. -ICC Uniform Rules for Demand Guarantees(URDG) [↑](#footnote-ref-552)
553. - ICC Uniform Rules for Contract Guarantees(URCG) [↑](#footnote-ref-553)
554. 1 International Standby Practices (USP98) [↑](#footnote-ref-554)
555. Default rules [↑](#footnote-ref-555)
556. International federation consulting Engineers ( FIDIC ) [↑](#footnote-ref-556)
557. Organization for the Harmonization in Africa of Business Law ( OHADA ) [↑](#footnote-ref-557)
558. Uniform ACT on Security interests [↑](#footnote-ref-558)
559. Uniform Rules for Conditional or Accessory Guarantees [↑](#footnote-ref-559)
560. Conditional guarantees [↑](#footnote-ref-560)
561. ICC Uniform Rules for contract Bonds(URCB) 524 [↑](#footnote-ref-561)
562. ICC Rules for Contract Guarantees( URCG) 325 [↑](#footnote-ref-562)
563. -ICC Uniform Rules for Contract Bonds(URCB) [↑](#footnote-ref-563)
564. - ICC Rules for Contract Guarantees(URCG) [↑](#footnote-ref-564)
565. United Nations Convention on Independent Guarantees and Stand – by Letter of Credits [↑](#footnote-ref-565)
566. - International Standby Practices [↑](#footnote-ref-566)
567. - Uniform Customs and Practice for Documentary Credits (UCP) [↑](#footnote-ref-567)
568. International Standby Practices ( ISP 98)ICC Publication 590 [↑](#footnote-ref-568)
569. The institute of international Banking law and practice [↑](#footnote-ref-569)
570. International financial services Association ( IFSA ) [↑](#footnote-ref-570)
571. - security instruments [↑](#footnote-ref-571)
572. syndication [↑](#footnote-ref-572)
573. Suretyship Guarantees

     منظور از این اصطلاح تضمین در مقابل عدم انجام تعهد قرار دادی است.م [↑](#footnote-ref-573)
574. International freight forwarder [↑](#footnote-ref-574)
575. Handling [↑](#footnote-ref-575)
576. Contingency policy [↑](#footnote-ref-576)
577. GAP [↑](#footnote-ref-577)
578. Door-to-door shipment [↑](#footnote-ref-578)
579. Extreme of the range [↑](#footnote-ref-579)
580. Stock and inventory management [↑](#footnote-ref-580)
581. Just- in time [↑](#footnote-ref-581)
582. The international convention for the unification of certain Rules of Law relating to Bills of Lading certain Rules of law relating to Bills of Lading [↑](#footnote-ref-582)
583. کمیسیون حقوق تجارت بین الملل سازمان ملل متحد UNCITRAL [↑](#footnote-ref-583)
584. Guadalajara [↑](#footnote-ref-584)
585. Convention Concerning international Carriage by Rail ( COTIF ) [↑](#footnote-ref-585)
586. - Vilinus Protocol [↑](#footnote-ref-586)
587. Convention relative au contract de transport international de marchandises par route ( 1956 ) [↑](#footnote-ref-587)
588. Convention on the Contract for the international Carriage of Goods by Road [↑](#footnote-ref-588)
589. - loophole – filled approach [↑](#footnote-ref-589)
590. FIATA Multimodal Transport Bill of Lading [↑](#footnote-ref-590)
591. Multi Doc 95 bill of lading [↑](#footnote-ref-591)
592. Baltic and International Maritime Council ( BIMCO ) [↑](#footnote-ref-592)
593. Charter party [↑](#footnote-ref-593)
594. Voyage charters [↑](#footnote-ref-594)
595. Time charters [↑](#footnote-ref-595)
596. Bare boat [↑](#footnote-ref-596)
597. Freight forwarder [↑](#footnote-ref-597)
598. Forwarder agent [↑](#footnote-ref-598)
599. Consolidators / NVOCC [↑](#footnote-ref-599)
600. Full container loads FCL [↑](#footnote-ref-600)
601. البته ترجمه ارائه شده در مورداین اصطلاح تحت الفظی نمی باشد و مفهومی است Non-vessel operating common carriers ( NVOCC )

     اکتفا شده است. NVOCCدر اغلب متون فارسی تعریفی از این اصطلاح ارائه نشده و فقط به درج [↑](#footnote-ref-601)
602. - Multimodal transport operators(MTOs) [↑](#footnote-ref-602)
603. One – stop shopping [↑](#footnote-ref-603)
604. - order bill [↑](#footnote-ref-604)
605. Clean bill of lading [↑](#footnote-ref-605)
606. Sea waybill [↑](#footnote-ref-606)
607. Data freight receipt [↑](#footnote-ref-607)
608. - airwaybill(AWB) [↑](#footnote-ref-608)
609. -ATA airwaybill( International Air Transport Association) [↑](#footnote-ref-609)
610. House airway bill ( HAWB ) [↑](#footnote-ref-610)
611. Master way bills ( MAWB ) [↑](#footnote-ref-611)
612. Uniform Rules concerning the contract of international carriage of goods Rail ( CIN ) [↑](#footnote-ref-612)
613. Convention concerning international carriage by Rail ( COTIF ) [↑](#footnote-ref-613)
614. - consignment note [↑](#footnote-ref-614)
615. Convention relative au contract de transport international de marchandises par route [↑](#footnote-ref-615)
616. ا پاسخ ها:

     یکاشتباه – دو صحیح- سه صحیح – چهار اشتباه – پنج صحیح [↑](#footnote-ref-616)
617. Loading brokers [↑](#footnote-ref-617)
618. Mate receipt [↑](#footnote-ref-618)
619. cargo quay receipt [↑](#footnote-ref-619)
620. Wharfinger note [↑](#footnote-ref-620)
621. Letter of Indemnity ( LOI ) [↑](#footnote-ref-621)
622. Conferences [↑](#footnote-ref-622)
623. Outsiders [↑](#footnote-ref-623)
624. Tramps [↑](#footnote-ref-624)
625. Customer- focused [↑](#footnote-ref-625)
626. Bunker Adjustment Factor ( BAF ) [↑](#footnote-ref-626)
627. Currency Adjustment Factor ( CAF ) [↑](#footnote-ref-627)
628. Prepaid freight [↑](#footnote-ref-628)
629. Freight collect [↑](#footnote-ref-629)
630. Cargo handling [↑](#footnote-ref-630)
631. Liner Terms [↑](#footnote-ref-631)
632. Liner terms [↑](#footnote-ref-632)
633. On the quay [↑](#footnote-ref-633)
634. Ship tackle [↑](#footnote-ref-634)
635. On board the vessel [↑](#footnote-ref-635)
636. Conferences

     رجوع شود به2-1-16 حمل دریایی بار [↑](#footnote-ref-636)
637. Ex Quay [↑](#footnote-ref-637)
638. Alongside the ship [↑](#footnote-ref-638)
639. Under ship’s tackle [↑](#footnote-ref-639)
640. Derrick [↑](#footnote-ref-640)
641. On board [↑](#footnote-ref-641)
642. Free in [↑](#footnote-ref-642)
643. Free out [↑](#footnote-ref-643)
644. Free in and out [↑](#footnote-ref-644)
645. Stevedoring [↑](#footnote-ref-645)
646. Twenty- foot Equivalent Units ( TEUS ) [↑](#footnote-ref-646)
647. Fill a full container Load ( FCL ) [↑](#footnote-ref-647)
648. Less Than full container Loads ( LCL ) [↑](#footnote-ref-648)
649. container service charges [↑](#footnote-ref-649)
650. Terminal handling charges [↑](#footnote-ref-650)
651. - combis [↑](#footnote-ref-651)
652. Consolidator’s terminal [↑](#footnote-ref-652)
653. FAWBs [↑](#footnote-ref-653)
654. Neutral Airway Bill [↑](#footnote-ref-654)
655. Non- vessel Operating common carriers ( NVOCC ) [↑](#footnote-ref-655)
656. Unit- load devices ( ULDs ) [↑](#footnote-ref-656)
657. کلبه های یخی اسکیموها Igloos [↑](#footnote-ref-657)
658. Articulated vehicles [↑](#footnote-ref-658)
659. Roll- on Roll off ( Ro- Ro ) [↑](#footnote-ref-659)
660. TIR Customs carnet for Road Haulage [↑](#footnote-ref-660)
661. Passport for merchandise [↑](#footnote-ref-661)
662. Roll-on roll -off [↑](#footnote-ref-662)
663. Permutations [↑](#footnote-ref-663)
664. Open or floating cover [↑](#footnote-ref-664)
665. Contingency insurance [↑](#footnote-ref-665)
666. - Institute Cargo Clauses

     برای اطلاع بیشتر در این باره و قواعد مربوطه اینکو ترمز در ویرایش سال 2010 و تغییرات آن در ویرایش سال 2020 این قواعد رجوع شود به ضمیمه این کتاب. [↑](#footnote-ref-666)
667. 1Insurable interest [↑](#footnote-ref-667)
668. Open cover or floating policy [↑](#footnote-ref-668)
669. The institute of Landon underwriters cargo clauses [↑](#footnote-ref-669)
670. All risks with average ( WA ) [↑](#footnote-ref-670)
671. Free of particular average ( EFPA ) [↑](#footnote-ref-671)
672. Strikes, Riots and civil commotions ( SRCC ) [↑](#footnote-ref-672)
673. برای اطلاع بیشتر در این باره و مقایسه قواعد اینکو ترمز

     CIPوCIF

     در ویرایش 2010 و 2020 این قواعد مراجعه شود به ضمیمه این ترجمه [↑](#footnote-ref-673)
674. پاسخ ها :

     یکاشتباه – دو- اشتباه- سه صحیح- چهاراشتباه – پنج اشتباه [↑](#footnote-ref-674)
675. ATA Carnet [↑](#footnote-ref-675)
676. - Risk of Blockage [↑](#footnote-ref-676)
677. با توجه به این که ویرایش 2020 این قواعد نیز انتشار یلفته بنا بر این می توان 2010 را به 2020 تغییر داد. [↑](#footnote-ref-677)
678. World customs organization (WCO) [↑](#footnote-ref-678)
679. Customs co- operation council [↑](#footnote-ref-679)
680. Commodity Description and coding system [↑](#footnote-ref-680)
681. Harmonized system [↑](#footnote-ref-681)
682. Harmonized tariff system [↑](#footnote-ref-682)
683. Food & Agriculture organization of United Nations (FAO) [↑](#footnote-ref-683)
684. Binding tariff information( BTI )

     برای اجتناب از تداخل معنا با تعرفه های تثبیتی این اصطاح به صورت نقل به مضمون و نه تحت اللفظی ترجمه شده است . [↑](#footnote-ref-684)
685. Customs house brokers ( CHB ) [↑](#footnote-ref-685)
686. منظور مواد شیمیائی که می توان از آن علاوه بر استفاده قانونی برای ساخت مواد مخدر نیز استافده نمود Precursor chemicals [↑](#footnote-ref-686)
687. United Nations generalized system of preferences ( GSP ) [↑](#footnote-ref-687)
688. Bounded warehouses [↑](#footnote-ref-688)
689. ATA carnets [↑](#footnote-ref-689)
690. Temporary Importation Bond ( TIB ) [↑](#footnote-ref-690)
691. پاسخ ها:

     یک اشتباه- دو صحیح- سه اشتباه- چهار اشتباه- پنج صحیح [↑](#footnote-ref-691)
692. Global sourcing [↑](#footnote-ref-692)
693. Sustainability [↑](#footnote-ref-693)
694. Independent factories [↑](#footnote-ref-694)
695. Assemble [↑](#footnote-ref-695)
696. Supplier base [↑](#footnote-ref-696)
697. Global sourcing [↑](#footnote-ref-697)
698. - compliance [↑](#footnote-ref-698)
699. Original Equipment Manufacturers ( OEM ) [↑](#footnote-ref-699)
700. Strategic sourcing [↑](#footnote-ref-700)
701. Make versus buy decision [↑](#footnote-ref-701)
702. Computer processor [↑](#footnote-ref-702)
703. Intel [↑](#footnote-ref-703)
704. Operating system [↑](#footnote-ref-704)
705. Total cost ownership ( TCO ) [↑](#footnote-ref-705)
706. Total cost of ownership [↑](#footnote-ref-706)
707. Sweatshop [↑](#footnote-ref-707)
708. Foxconn Technologies factory [↑](#footnote-ref-708)
709. Check List approach [↑](#footnote-ref-709)
710. Inspection fatigue [↑](#footnote-ref-710)
711. Inspection audit [↑](#footnote-ref-711)
712. Industry -wide or global inspection standards [↑](#footnote-ref-712)
713. Rana plaza Factory [↑](#footnote-ref-713)
714. Tazrean Fashion [↑](#footnote-ref-714)
715. A Li& Fug [↑](#footnote-ref-715)
716. Joe fresh [↑](#footnote-ref-716)
717. Mango [↑](#footnote-ref-717)
718. Benetton [↑](#footnote-ref-718)
719. Children Place [↑](#footnote-ref-719)
720. Accord on Fire and Building Safety in Bangladesh [↑](#footnote-ref-720)
721. Americas PVH [↑](#footnote-ref-721)
722. Germany Tchibo [↑](#footnote-ref-722)
723. The industrial Global Union [↑](#footnote-ref-723)
724. UNI Global Union [↑](#footnote-ref-724)
725. Clean Clothes campaign [↑](#footnote-ref-725)
726. Maquila solidarity network [↑](#footnote-ref-726)
727. Alliance for Bangladesh Worker Safety [↑](#footnote-ref-727)
728. Ethical fashion

     اصطلاحی است جدید و منظور از آن این است که در طراحی و تولید پو شاک باید مُد عاری از صدمه و لطمه به افراد وکره زمین باشد. [↑](#footnote-ref-728)
729. Societe Generale de Surveillance ( SGS ) [↑](#footnote-ref-729)
730. Interek [↑](#footnote-ref-730)
731. Bureau veritas [↑](#footnote-ref-731)
732. Underwriters Labroteries ( UL ) [↑](#footnote-ref-732)
733. Host country regulators [↑](#footnote-ref-733)
734. Environmental Management System ( EMS ) [↑](#footnote-ref-734)
735. Self- certify [↑](#footnote-ref-735)
736. Bluesign [↑](#footnote-ref-736)
737. SGS [↑](#footnote-ref-737)
738. Life cycle Assessment ( LCA ) [↑](#footnote-ref-738)
739. Cradle to cradle [↑](#footnote-ref-739)
740. Biometric design [↑](#footnote-ref-740)
741. UN Global compact [↑](#footnote-ref-741)
742. LI& Fung [↑](#footnote-ref-742)
743. Visionary leadership [↑](#footnote-ref-743)
744. Vendor support services [↑](#footnote-ref-744)
745. Box -ticking [↑](#footnote-ref-745)
746. Corporate suppliers [↑](#footnote-ref-746)
747. Vendor Compliance Manual [↑](#footnote-ref-747)
748. Surrender

     احتمالا منظور گرو گان گذاشتن این اسناد است [↑](#footnote-ref-748)
749. Zero- tolerance [↑](#footnote-ref-749)
750. صحیح یا اشتباه:

     یک، اشتباه- دو صحیح- سه صجیح- چهار اشتباه – پنج اشتباه [↑](#footnote-ref-750)
751. Marketing mix [↑](#footnote-ref-751)
752. Marketing message [↑](#footnote-ref-752)
753. Performance quality [↑](#footnote-ref-753)
754. Market – perceived quality [↑](#footnote-ref-754)
755. Product homologation [↑](#footnote-ref-755)
756. Product Attribute [↑](#footnote-ref-756)
757. Benefit segmentation [↑](#footnote-ref-757)
758. Bundel of satisfaction [↑](#footnote-ref-758)
759. Dannon yogurt [↑](#footnote-ref-759)
760. Health food [↑](#footnote-ref-760)
761. Diet coke [↑](#footnote-ref-761)
762. Coke light [↑](#footnote-ref-762)
763. Idea of dieting [↑](#footnote-ref-763)
764. Shisedio [↑](#footnote-ref-764)
765. LL Bean repair service [↑](#footnote-ref-765)
766. Active instrument [↑](#footnote-ref-766)
767. mechanically [↑](#footnote-ref-767)
768. Static element [↑](#footnote-ref-768)
769. Full – cost pricing [↑](#footnote-ref-769)
770. Variable – cost pricing [↑](#footnote-ref-770)
771. Bonus [↑](#footnote-ref-771)
772. Skimming pricing [↑](#footnote-ref-772)
773. Penetration pricing [↑](#footnote-ref-773)
774. P&G [↑](#footnote-ref-774)
775. International price escalation [↑](#footnote-ref-775)
776. Rule of price escalation [↑](#footnote-ref-776)
777. American -brand pacemaker [↑](#footnote-ref-777)
778. Duty management [↑](#footnote-ref-778)
779. Faberge egg [↑](#footnote-ref-779)
780. Re- engineer [↑](#footnote-ref-780)
781. Foreign trade zone ( FTZ )3 [↑](#footnote-ref-781)
782. Tesco [↑](#footnote-ref-782)
783. Tesco Nike Air max metallic [↑](#footnote-ref-783)
784. قیمت گذاری براساس هزینه تولید یک واحد اضافی محصول Marginal ( variable ) cost pricing [↑](#footnote-ref-784)
785. Trans for pricing [↑](#footnote-ref-785)
786. Promotion [↑](#footnote-ref-786)
787. Cross- cultural [↑](#footnote-ref-787)
788. encoding [↑](#footnote-ref-788)
789. decoding [↑](#footnote-ref-789)
790. noise [↑](#footnote-ref-790)
791. coolness [↑](#footnote-ref-791)
792. Colour association [↑](#footnote-ref-792)
793. De Bear Diamonds [↑](#footnote-ref-793)
794. Shadow figures [↑](#footnote-ref-794)
795. Baccardi [↑](#footnote-ref-795)
796. Pavane [↑](#footnote-ref-796)
797. Back translation [↑](#footnote-ref-797)
798. General Mills [↑](#footnote-ref-798)
799. Self-reliance criterion [↑](#footnote-ref-799)
800. Country of origin Effect ( COE ) [↑](#footnote-ref-800)
801. Cultural myopia [↑](#footnote-ref-801)
802. Self- reference( SRC ) [↑](#footnote-ref-802)
803. Self - regulatory codes [↑](#footnote-ref-803)
804. On line behavioral treatment ( OBA ) [↑](#footnote-ref-804)
805. General Data protection Regulation ( GDPR ) [↑](#footnote-ref-805)
806. extraterritorial [↑](#footnote-ref-806)
807. Federal trade commission ( FTC ) [↑](#footnote-ref-807)
808. Do not track [↑](#footnote-ref-808)
809. Children online privacy protection ACT ( COPPA ) [↑](#footnote-ref-809)
810. Self- regulating organizations (SROs) [↑](#footnote-ref-810)
811. Consolidated ICC code of Advertising and Marketing Communications Practice ( ICC code ) [↑](#footnote-ref-811)
812. Native advertising [↑](#footnote-ref-812)
813. Influencer marketing [↑](#footnote-ref-813)
814. مقاله محتوا که جنبه تبلیغاتی ندارد. Editorial content [↑](#footnote-ref-814)
815. decent [↑](#footnote-ref-815)
816. Benetton [↑](#footnote-ref-816)
817. Oliver Toscani [↑](#footnote-ref-817)
818. Green marketing [↑](#footnote-ref-818)
819. ECO- Label [↑](#footnote-ref-819)
820. Blue Angel [↑](#footnote-ref-820)
821. Cradle – to grave [↑](#footnote-ref-821)
822. Media planning [↑](#footnote-ref-822)
823. Multiple platforms [↑](#footnote-ref-823)
824. Video vans [↑](#footnote-ref-824)
825. Global Campaign Execution [↑](#footnote-ref-825)
826. One -stop services [↑](#footnote-ref-826)
827. Time- based billing [↑](#footnote-ref-827)
828. Public Relations (P.R.) [↑](#footnote-ref-828)
829. Image problems [↑](#footnote-ref-829)
830. Corporate sponsorship [↑](#footnote-ref-830)
831. Ben & Jerry [↑](#footnote-ref-831)
832. Convenience- store chain [↑](#footnote-ref-832)
833. Haggan Dazs [↑](#footnote-ref-833)
834. Green- field operation [↑](#footnote-ref-834)
835. Store license [↑](#footnote-ref-835)
836. Master franchise [↑](#footnote-ref-836)
837. Master franchisee [↑](#footnote-ref-837)
838. Area developer agreements [↑](#footnote-ref-838)
839. Joint ventures ( JVS ) [↑](#footnote-ref-839)
840. First mover advantage [↑](#footnote-ref-840)
841. Pioneering costs [↑](#footnote-ref-841)
842. Ethnocentric, polycentric , regiocentric , geocentric ( EPRG ) [↑](#footnote-ref-842)
843. ethnocentric [↑](#footnote-ref-843)
844. polycentric [↑](#footnote-ref-844)
845. regiocentric [↑](#footnote-ref-845)
846. geocentric [↑](#footnote-ref-846)
847. Standardization vs adaptation [↑](#footnote-ref-847)
848. Localization [↑](#footnote-ref-848)
849. Local responsiveness [↑](#footnote-ref-849)
850. Omni- channel [↑](#footnote-ref-850)
851. این اصطلاح به سفارش سازی انبوه، سفارشی سازی انبوه تولید سفارش انبوه نیز ترجمه شده است. Mass customization [↑](#footnote-ref-851)
852. Pan -European strategy [↑](#footnote-ref-852)
853. Global integration of operations [↑](#footnote-ref-853)
854. Unilever [↑](#footnote-ref-854)
855. Multi - domestic [↑](#footnote-ref-855)
856. Matsushita [↑](#footnote-ref-856)
857. Strategic sequence [↑](#footnote-ref-857)
858. Market screening [↑](#footnote-ref-858)
859. International code on market and social Research ( ESOMAR ) [↑](#footnote-ref-859)
860. Focus Groups [↑](#footnote-ref-860)
861. Date mining [↑](#footnote-ref-861)
862. Advertising click- through measurement [↑](#footnote-ref-862)
863. Embedded research [↑](#footnote-ref-863)
864. atypical [↑](#footnote-ref-864)
865. پاسخ ها:

     یک ا شتباه- دو اشتباه- سه صحیح – چهار اشتباه – پنج صحیخ [↑](#footnote-ref-865)