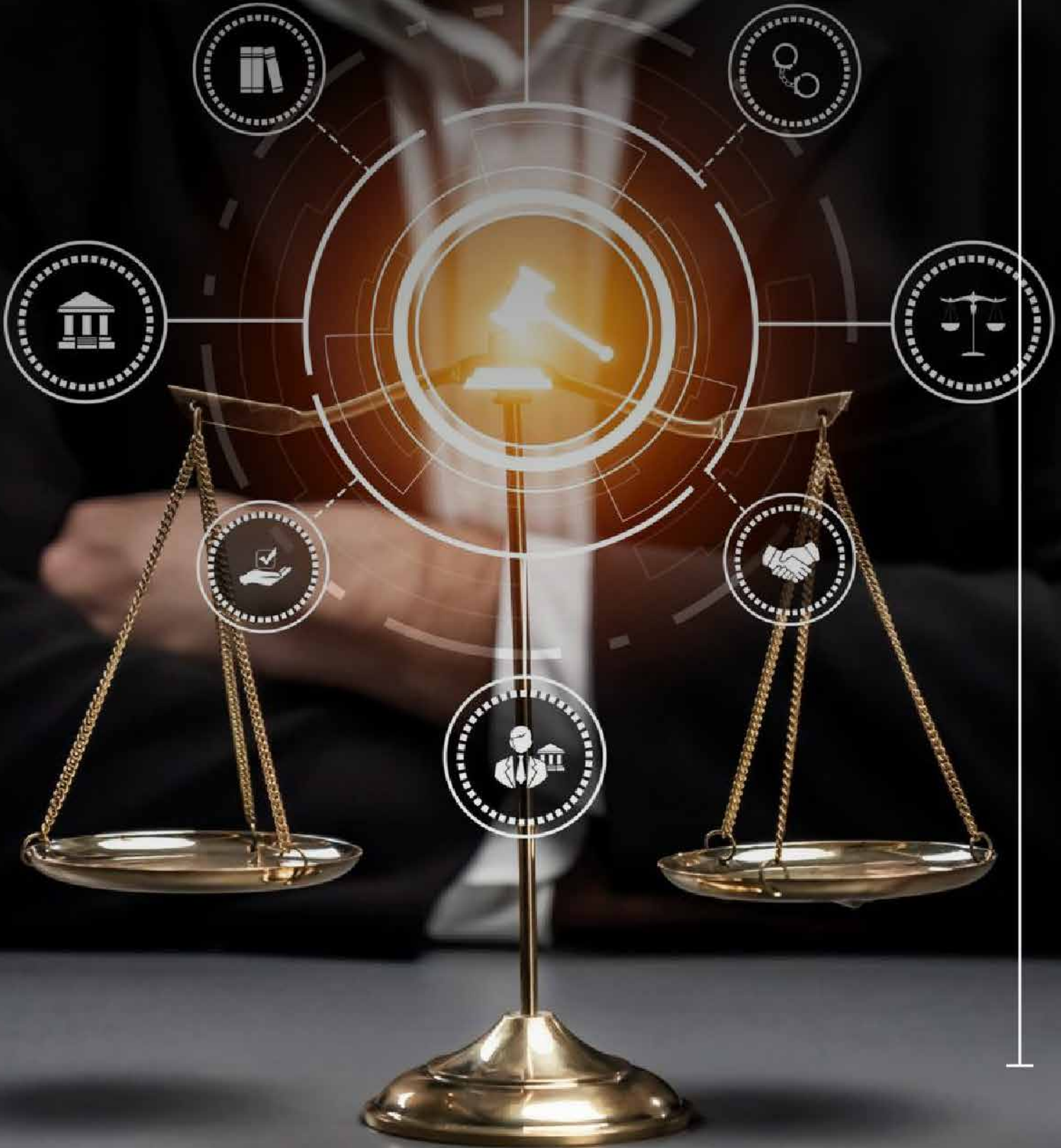


۳ بوتیک حقوقی هم قلم ایلیا

آبان ۱۴۰۲ ۳ صفحه



بوتیک حقوقی



بوتیک حقوقی هم قلم ایلیا

ILIA &

Qalam
Ham
Boutique
Law
Firm



بوتیک تخصصی حقوق کسب و کار هم قلم؛ به عنوان مرجع تخصصی ارائه‌کننده خدمات حقوق کسب و کار که ثمره‌ی سال‌ها تجربه ارائه در این حوزه و حضور در فضای کسب و کارها توسط موسسین آن بود با گرد هم آوری نیروهای متخصص، تمایل داشت بتواند نقش سازنده‌ای در پیش‌برد اهداف تجاری کسب و کارها ایفا نماید.

از این رو، در میانه‌ی راه، با شرکت مشاوره مدیریت ایلیا که بر پایه‌ی بیش از یک دهه تجربه در ارائه خدمات تخصصی حوزه مشاوره مدیریت به شرکت‌های داخلی و بین‌المللی، شناخت بسیار جامعی از دغدغه‌ها و نیازهای کسب و کارها داشت همراه شد تا در کنار هم با خلق بوتیک حقوقی هم قلم ایلیا، راه‌حل‌های حقوقی نوین، کاربردی و متناسب با دغدغه و چالش‌های هر کسب و کار را ارائه نموده و از پیچیدگی‌های حقوقی دنیای تجاری کسب و کارها غبار رومی کنیم.

و با همین هدف، تصمیم گرفتیم در پایان هر ماه، در باب دغدغه‌های حقوقی هر کسب و کار به کمک دانش و تجربه‌ی کارشناسان حقوقی، یادداشت‌هایی تهیه نماییم به این امید که در پیش‌برد مسیر حقوقی دنیای تجاری، موثر و مفید واقع شود. همچنین بسیار سپاسگزار خواهیم شد که نظرات و پیشنهادات خود را از طریق راه‌های ارتباطی موجود، با ما در میان بگذارید.

Hamqalamboutique@gmail.com

www.ilia-corporation.com

۰۹۹۰۰۸۸۰۱۱۴

تهران، خیابان شهید مطهری، خیابان قائم مقام فراهانی، میدان طومانیان (شعاع)،
خیابان شهید خدای، شماره ۵، طبقه ۹

فهرست

- ۴ چه ضمانت اجرایی بهتر است برای تعهدات قراردادی، پیش‌بینی کنیم؟
- ۶ محدودیت‌ها و ممنوعیت‌های مدیران شرکت‌ها در انجام بعضی از معاملات طبق قانون تجارت
- ۷ تفاوت سهام عادی و سهام ممتاز در چیست و معمولا چه امتیازاتی به سهام تعلق می‌گیرد؟
- ۹ اگر کسی برند مورد استفاده‌ی ما را ثبت کند، چه راهکارهای حقوقی وجود دارد؟
- ۱۱ با پلتفرم‌های کِرادفاندینگ (crowdfunding) و یا تامین مالی جمعی، بیشتر آشنا شوید؟

بوتیک حقوقی هم قلم ایلیا | آبان ۱۴۰۲ | شماره سوم | ۱۳ صفحه

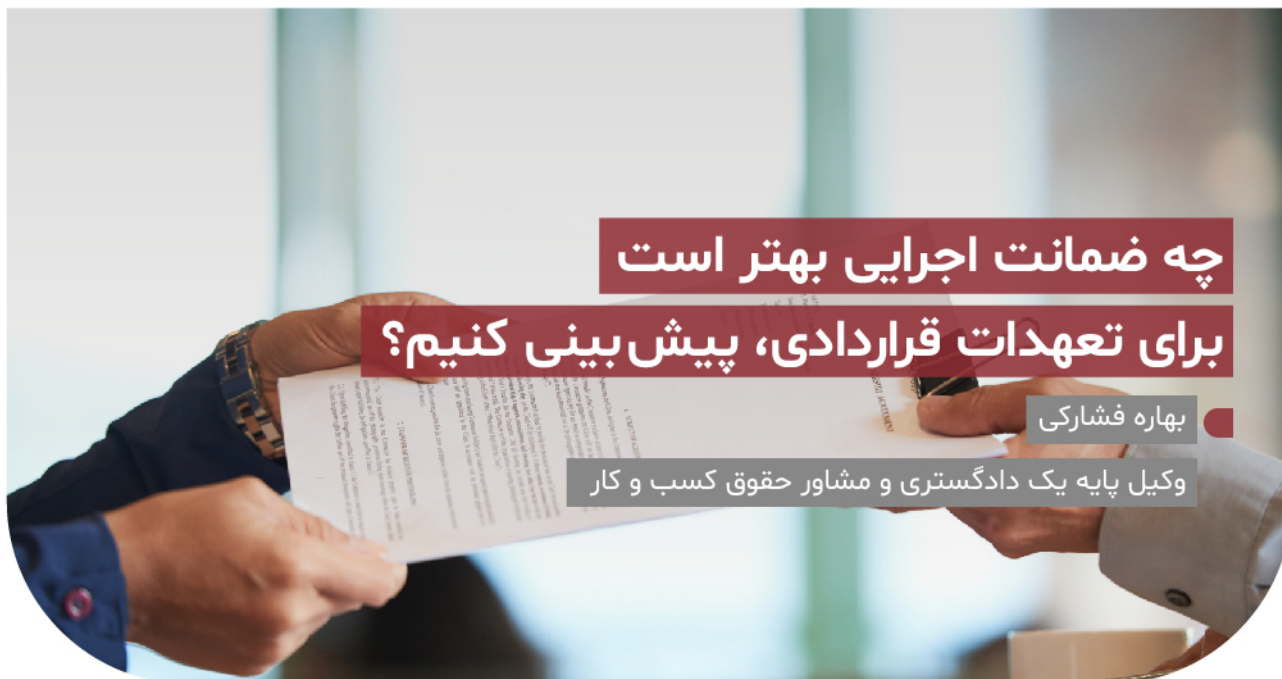


سردبیر: بهاره فشارکی
گروه ویراستاری: محمد حسین سبحانی‌نیا و نسرین امید
طراح: مریم آذرباد
Hamqalamboutique@gmail.com

www.ilia-corporation.com

۰۹۹۰۰۸۸۰۱۱۴

تهران، خیابان شهید مطهری، خیابان قائم مقام فراهانی، میدان طومانیان (شعاع)،
خیابان شهید خدري، شماره ۵، طبقه ۹



چه ضمانت اجرایی بهتر است

برای تعهدات قراردادی، پیش بینی کنیم؟

بهاره فشارکی

وکیل پایه یک دادگستری و مشاور حقوق کسب و کار

وقتی در خصوص تنظیم قرارداد صحبت می کنیم، اول از هرچیز نحوه ی نگارش تعهدات و ضمانت اجرای آن ها به ذهن متبادر می شود و اصولاً هم تصور میشود قراردادی کامل و بدون عیب است که برای نقض تعهدات، ضمانت اجراهای سنگین پیش بینی شده باشد و هرچقدر وجه التزام و خسارت تعیین شده در قرارداد بیشتر و سختگیرانه تر باشد، قرارداد وضعیت بهتری خواهد داشت.

در صورتی که بالواقع قراردادهایی را می توان قابل اتکا، اجرایی و پیش برنده ی توافقات طرفین دانست که ضمانت اجراهای تعیین شده در آن متناسب با تعهد و همچنین مطابق با عرف تجاری، معقول و منطقی باشد.

اگر برای یک تعهد ساده، ضمانت اجرای بسیار سنگین و غیرمعقولی در نظر گرفته شود و برای یک تعهد سنگین، ضمانت اجرای بسیار سبک و ساده، هردو می تواند قرارداد را از کارایی خود یعنی توافقات مشترک برای انجام موضوع مورد توافق در وضعیتی بهینه دور کند.

ایراد مصطلح دیگر این است که عموم، ضمانت اجرای نقض تعهد را صرفاً منحصر به خسارات، وجوه التزام و یا نهایتاً حق فسخ توسط یکی از طرفین می دانند، در صورتی که ما می توانیم با خلاقیت در قراردادهای خود ضمانت اجراهای متنوع و متناسب تری را درج کنیم.

اما اول از همه باید بدانیم هدف از ضمانت اجرا چیست؟

هدف از ضمانت اجرا این است که فرد متعهد در زمان انجام تعهد، ترجیح دهد که به جای تن دادن به ضمانت اجرای مشخص شده، نسبت به انجام تعهد اقدام نماید و به زبان دیگر، انجام تعهد برایش به صرفه تر و ارجح تر از تن دادن به ضمانت اجرای نقض آن باشد.

پس ما باید با در نظر گرفتن این مقصود، ضمانت اجرایی که هم برای متعهد موجبات الزام آور بودن را فراهم می کند و هم برای متعهدله مطلوب است را به کار بگیریم.

اجازه بدهید با ذکر مثال، موضوع را شفاف تر کنم. مثلاً فرض کنید یک شرکت ارائه دهنده خدمات توسعه نرم افزار قرار است که در طول یک سال، ماهی ۱۰۰ ساعت خدمات توسعه را به مشتری خود ارائه دهد. حال ما به عنوان دریافت کننده خدمات، می خواهیم برای نقض احتمالی این تعهد، ضمانت اجرایی را در نظر بگیریم. اگر بخواهیم ضمانت اجراهای متداول را انتخاب کنیم احتمالاً می رویم سراغ درج وجه التزام، اخذ خسارت و یا حق فسخ برای متعهد له در صورت نقض تعهد توسط متعهد.



اما اگر بیشتر توجه کنیم، می‌توانیم ضمانت‌های اجرایی متناسب‌تر و مطلوب‌تری را هم در نظر بگیریم. مثلاً درج کنیم که ارائه‌دهنده خدمات توسعه متعهد است، دوبرابر مدت زمانی که امکان ارائه خدمات نداشته را در سال بعد با همان قیمت سال قبل، به متعهد له ارائه خدمات نماید. مسلماً در این حالت ارائه‌دهنده خدمات تمام تلاش خود را برای ارائه خدمات به صورت کامل انجام خواهد داد و اما اگر انجام ندهد، دریافت آن خدمات با قیمت سال قبل برای متعهدله مطلوب‌تر از دریافت خسارتی به میزان مشخص است که معلوم هم نیست با توجه به تورم‌های موجود، ارزش خرید تا چه حد از خدمات را خواهد داشت. همچنین فسخ قرارداد می‌تواند برای متعهدله موجبات دردسر جهت پیدا کردن و انعقاد قرارداد با ارائه‌دهنده خدمات جدید را داشته باشد و در نتیجه گزینه مناسبی به عنوان ضمانت اجرای نقض چنین تعهدی نباشد. البته که پیشنهاد می‌شود در چنین مواردی، علاوه بر تعیین ضمانت اجرای مشخص، حق فسخ هم به متعهدله داده شود تا امکان انتخاب بین فسخ یا دیگر ضمانت اجرا (دریافت خدمات در سال بعد) را داشته باشد. بدیهی است که همه‌ی این موارد بستگی به موضوع و شرایط قرارداد دارد و ممکن است همین قرارداد در شرایطی دیگر نیاز به ضمانت اجرایی متفاوت داشته باشد.

و آنچه دارای اهمیت است، این است که در هر قراردادی و بسته به منافع هر طرف، تعهدات و ضمانت‌های آن را مشخص کنیم و از قالب‌ها و چارچوب‌های تکراری خارج شویم و بدانیم که ضمانت اجرا محدود به اخذ خسارات و یا فسخ قرارداد نیست و میتواند متناسب با تعهد، دنیای وسیع‌تری را در خود جای دهد و به شیوه‌های خلاقانه و البته کاربردی‌تر نیز نگارش شود.

محدودیت‌ها و ممنوعیت‌های مدیران شرکت‌ها در انجام بعضی از معاملات طبق قانون تجارت

عاطفه صالحی سده

وکیل دادگستری و کارشناس قراردادهای

شرکت‌های سهامی به عنوان یکی از رایج‌ترین انواع شرکت‌های تجاری از آغاز تشکیل تا آخرین لحظه حیات خود همواره به منظور نیل به اهداف تجاری خود دارای رکن مدیریتی تحت عنوان هیأت مدیره بوده که اعضای آن منتخبی از سوی سهامداران هستند. علاوه بر هیأت مدیره، شرکت‌ها از مدیر دیگری که منصوب از سوی هیأت مزبور است، جهت اداره امور داخلی شرکت، برخوردار هستند.

از آنجایی که مدیران در مقام به نمایندگی و وکالت از سوی شرکت ایفای نقش می‌نمایند اصولاً باید منافع شرکت را در اولویت و ارجح بر منافع شخصی خود قرار دهند. ماده ۱۳۳ لایحه قانون تجارت مصوب سال ۱۳۴۷ را به عنوان شاهدهی بر این امر، مورد توجه قرار داد. براساس این ماده، در صورتی که مدیران اعم از هر یک از اعضای هیأت مدیره و مدیرعامل به انعقاد معاملاتی مبادرت ورزند که در راستای رقابت با عملیات شرکت باشد و در اثر آن، به شرکت خسارت وارد یا موجب از بین رفتن منافع آن گردد، به تنهایی در برابر شرکت مسئول جبران کامل خسارات خواهد بود.

اهمیت وضع این مقرره جایی آشکار می‌گردد که مدیرانی که ضامن امانت اموال سهامداران در قالب شرکت هستند به جای تأمین حداکثری منافع شرکت، با دور زدن آن و سوءاستفاده از موقعیت و اطلاعات خود از وضعیت سود و زیان، معاملات و طرف‌های تجاری شرکت، شخصاً با اقدام به انعقاد معامله، مسیر جریان انتقال سود به شرکت را به سمت خود منحرف و شرکت را به عنوان مجموعه‌ای از سهامداران که با اعتماد زمام‌مدیریت را به او سپرده‌اند، از منفعتی که در صورت عدم وقوع معامله نصیب شرکت می‌شد، محروم می‌سازد. شرایطی را که مطابق این ماده می‌توان مدیر یا مدیران را در صورت انجام چنین معامله‌ای، قابل پیگرد قانونی قرار داد، به شرح ذیل است:

۱- شرط اول آن است که عمل مدیر حتماً از نوع معامله (قرارداد) باشد؛
۲- آن معامله الزاماً جنبه رقابت با عملیاتی که آن شرکت به انجام آن مشغول است باشد؛
۳- در صورت تحقق دو شرط اول، لازم است در اثر آن به شرکت ضرری مسلم و قطعی وارد گردد که این ضرر می‌تواند شامل هر نوع خسارتی اعم از مادی و معنوی و از بین رفتن منافع باشد که در صورت عدم انعقاد معامله موصوف به دارایی شرکت وارد می‌شود.

از این رو، برای تشخیص شمول این ماده بر عمل مدیر(ان) لازم است تمامی این شرایط همزمان با هم وجود داشته باشند و در غیر این صورت، این ماده موضوعیت نخواهد داشت.

از سوی دیگر، علی‌رغم عدم اشاره ماده به جنبه کیفری عمل مدیر، نباید از این نکته غفلت نمود که قانون‌گذار چنین ضمانت‌اجرایی را پیش‌بینی ننموده است. بلکه در جایی دیگر - ذیل مواد ۴۵ و ۴۵ و ۷۵ قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی^۱ می‌توان به ممنوعیت اعمالی از سوی مدیران اشاره کرد که یکی از آثار آن را مصداق تحقق موضوع ماده ۱۳۳ لایحه قانون تجارت و یا مشمول مجازات حسب مورد به حبس تعزیری از شش ماه تا دو سال یا جزای نقدی از چهل میلیون ریال تا چهارصد میلیون ریال یا هر دو مجازات و نیز جبران خسارت دانست.

۱- ممنوعیت مدیران شرکت‌ها از رقابت تجاری با شرکت (صادق رئیسی کیا، ۱۳۹۷)

تفاوت سهام عادی و سهام ممتاز در چیست و معمولاً چه امتیازاتی به سهام تعلق می‌گیرد؟

مهدی جراح فاضل

دانشجوی کارشناسی ارشد حقوق تجارت بین‌الملل

شرکت‌های سهامی یکی از اصلی‌ترین چرخ دنده های اقتصادی هر کشور هستند که تاثیر زیادی بر روی رشد و توسعه اقتصادی دارند. در شرکت های سهامی، شرکا یا همان سهامداران به میزان و یا نوع سهامی که مالک آن هستند، حقوق و تعهداتی دارند.^۱ بازار سهام یکی از ابزارهای اصلی تأمین سرمایه برای این شرکت ها است که با فروش سهام خود، می‌توانند به سرمایه لازم برای توسعه فعالیت‌های خود دست پیدا کنند. در بازار سهام، در کنار سهام عادی که از منابع تأمین مالی شرکت است، نوع دیگری از سهام وجود دارد که دارای تفاوتی با اهمیت با سهام عادی است، زیرا به واسطه این سهام صاحب آن می‌تواند از امتیازاتی استفاده کند که صاحبان سهام عادی از آن برخوردار نیستند. این سهام اصطلاحاً سهام ممتاز نامیده می‌شود. این سهام در شرایطی خاص، مانند جلب همکاری متخصص رشته ای خاص یا نیاز شرکت به جذب سرمایه ایجاد می‌شود تا سرمایه گذاران با توجه به امتیازات آن تصمیم گیری کنند که در شرکت سرمایه گذاری کنند یا خیر. ویژگی های این نوع سهام برای سرمایه گذاران، یک عامل مهم در تصمیم‌گیری برای سرمایه گذاری در شرکت‌ها محسوب می‌شود. سهام ممتاز به علت اینکه تفاوت هایی با سهام عادی دارد، برای سرمایه گذارانی که هدفشان کسب سود در طولانی مدت است، مناسب است. این نوع سهام عموماً در شرکت هایی با عملکرد پایدار وجود دارد، اما به دلیل اینکه قابلیت نوسان قیمت بالاتری نسبت به سهام عادی ندارد، برای سرمایه گذارانی که هدفشان کسب سود در کوتاه مدت است، مناسب نیست. در انتخاب سهام ممتاز برای سرمایه گذاری، باید به عواملی مانند عملکرد شرکت و تاریخچه پرداخت سود توجه کرد. امروزه ایجاد چنین سهامی ابزاری مناسب برای تشویق به سرمایه گذاری در شرکت های پرریسک یا نوپا و همچنین شرکت هایی است که با بحران مالی مواجه هستند و سرمایه گذاران بدون دریافت امتیازات خاص برای خود حاضر به سرمایه گذاری در آنها نخواهند شد.

در شرکت های سهامی، سهامداران عادی از حقوقی مانند حق دریافت سود سهام، حق رای دادن در مجامع عمومی و فوق العاده شرکت، حق تقدم در خرید سهام شرکت، حق درخواست باقی مانده دارایی شرکت پس از انحلال آن را به دلیل ورشکستگی دارند.^۳ در صورتی که برای بعضی از سهامداران مزایایی در نظر گرفته شود به آنها سهامدار ممتاز گفته می‌شود.

۱- به عنوان مثال حقوقی مانند حق گرفتن سود و یا حق رای در جلسات مجامع عمومی شرکت به نسبت و یا به میزان سهام هر سهامدار است

۲- شجاعی ارانی، سعید، گهرسودفرد، نسیم، امتیازات و انواع سهام ممتاز، مجله تحقیقات حقوقی، دانشگاه شهید بهشتی، دوره ۲۱، شماره ۸۲، تیر ۱۳۹۷

۳- برای مطالعه بیشتر در خصوص دیگر دلایل منحل شدن شرکت سهامی به ماده ۱۹۹ از لایحه قانونی اصلاح قسمتی از قانون تجارت مراجعه کنید



تفاوت اصلی سهامداران ممتاز و عادی در این است که سهامداران ممتاز اصولاً ادعای بیشتری نسبت به دارایی شرکت دارند و دارای امتیازاتی هستند که سهامداران عادی از آن محروم هستند. در حقوق ایران، ایجاد هر گونه امتیازی برای بعضی از صاحبان سهام مجاز است اما مشروط بر این است که هنگام تاسیس شرکت در اساسنامه پیش بینی شود و یا پس از تاسیس شرکت و تا موقعی که شرکت منحل نشده است، مجمع عمومی فوق العاده ایجاد آن را تصویب کند. باید توجه کنید که چون در شرکت سهامی اصولاً همه دارندگان سهام حقوق مساوی دارند و ایجاد سهام ممتاز برای برخی استثنائی است، قانونگذار معین کردن امتیازاتی که ایجاد می‌شود را ضروری می‌داند ولی ضرورت ندارد که دلیل ایجاد این امتیازات موجه باشد.^۴ ممکن است تمام یا برخی از حقوق ممتازه زیر در اساسنامه یا طبق تصویب مجمع عمومی فوق العاده برای سهامدار ممتاز ایجاد شود:

۱- اختصاص سود سالانه بیشتر به سهامدار ممتاز؛ مثل اینکه پیش بینی شود به سهام ممتاز به نسبت سهام عادی درصد بیشتری از سود اختصاص داده شود. در واقع سود سهام ممتاز معمولاً تضمین شده و ثابت بر روی اوراق سهام قید می‌شود به این معنا که سود در فاصله های منظم پرداخت می‌شود اما این موضوع الزاماً برای سهامداران عادی وجود ندارد زیرا پرداخت سود سهامداران عادی به صورت فصلی یا سالیانه و مشروط به تصویب هیئت مدیره شرکت است.

۲- در صورتی که سود هر سال مالی کافی نباشد سهامدار ممتاز در دریافت سود سالهای آینده اولویت دارد.

۳- حق رای دو یا چند برابر سهامدار ممتاز در جلسات مجمع عمومی شرکت.

۴- هنگام انحلال شرکت سهامداران ممتاز در دریافت مطالبات خود از شرکت نسبت به سهامداران عادی حق اولویت دارند. البته توجه کنید بر اساس قانون پس از انحلال شرکت پرداخت هرگونه مبلغی به سهامداران عادی و ممتاز بعد از پرداخت بدهی های شرکت انجام می‌شود.

۵- امتیازاتی خاص پس از انحلال شرکت و هنگام تقسیم دارایی آن؛ به این صورت که پس از انحلال شرکت و در زمان تصفیه از محل باقیمانده دارایی شرکت ترجیحاً مبلغ سهام ممتاز پرداخت شود، یا اینکه در تقسیم دارایی باقیمانده شرکت، پس از پرداخت بدهی های آن به اشخاص ثالث، سهم بیشتری به نسبت سهامداران عادی به سهامداران ممتاز پرداخت شود.

• در مقابل تمام مزایای فوق یکی از اشکالات سهام ممتاز این است که با فوت سهامدار ممتاز و یا در صورتی که سهامدار ممتاز، سهام خود را به شخص ثالثی منتقل کند، امتیازات آن از بین می‌رود (مگر به نحو دیگری فی مابین سهامداران، توافق شده باشد) و به وراثت و یا شخص ثالث منتقل نمی‌شود. معمولاً در اساسنامه شرکت سهامی نیز ماده ای پیش بینی می‌شود که در چنین مواردی امتیاز این سهام خود به خود از بین رفته و تبدیل به سهام عادی می‌شود.

۴- اسکینی، ربیعا، حقوق شرکت های تجاری، جلد دوم، ص ۹۲، انتشارات سمت، چاپ سی ام، زمستان ۱۴۰۱



شاید تاکنون به فکر گسترش کسب و کار خود افتاده و در مسیر دستیابی به این هدف پس از تلاطم های بسیار، نسبت به ثبت نوعی شناسه جهانی یا به عبارت دیگر، همان برند اقدام نموده باشید، که این امر، گامی بسیار مهم در جهت شناخته شدن کسب و کارتان همراه با حفظ حقوق مالکیت فکری شما خواهد بود.

در این میان گستره ارتباطات اجتماعی، حتماً بسیار دیده یا شنیده اید که هر نوع کالا و خدمات دارای برند مخصوص به خود (همان نام تجاری اختصاصی) می باشند به طور مثال گوشی تلفن همراه با برند سامسونگ، اپل یا اچ تی سی و غیره یا برند چرم آرا، نوین چرم و چرم نگار در خصوص کیف های چرم موجود در بازار و هزاران کالای مشابه دیگر، که هرچند هر کدام از برندها و حقوق متعلق به آن، منحصر به مالک آن برند می باشند اما امکان نقض حقوق مالک برند و استفاده از آن برندها توسط افراد دیگر بدون کسب اجازه قبلی و به صورت غیرقانونی نیز وجود دارد و لازم است بدانیم که اگر برند ما پس از ثبت قانونی مورد استفاده دیگری قرار گرفت، چگونه و با چه اقدامی می توان حقوق خود را حفظ نمود؟ طبق قوانین و قواعد موجود، راهکارهای حقوقی و کیفری متنوعی وجود دارد که به اختصار نسبت به توضیح شرایط آن می پردازیم:

راه حل اقدام کیفری: اگر مالک برند پس از ثبت برند به نام خود و عدم وصول هیچگونه اعتراضی در مرحله ثبت یا در طول استفاده از برند خود بر روی کالا، متوجه ثبت غیرقانونی آن و یا استفاده بدون مجوز برند توسط دیگری شود به نحوی که فرد مزبور با علم و آگاهی از تعلق برند فوق به فرد دیگری، چنین اقدامی را انجام نموده باشد، حق ثبت شکایت کیفری برای مالک (ذینفع) متصور است. البته در این موارد اثبات سوءنیت متخلف لازم است و بسته به هر مورد، قابلیت اقدام کیفری باید جداگانه بررسی شود چرا که اثبات سوء نیت نیازمند ارائه دلایل واضح، شفاف و محکمه پسند است. ماده ۵۲۹ و ۵۳۰ قانون مجازات اسلامی و ماده ۶۱ و ۱۷۹ از قانون ثبت اختراعات، طرح های صنعتی و علامت تجاری به صورت واضح بدین امر اشاره داشته و البته تصریح نموده که در صورت احراز و اثبات سوء نیت، متخلف به مجازاتی همچون حبس تعزیری و پرداخت جرایم نقدی، محکوم خواهد شد.

راه حل اقدام حقوقی: اگر مالک برند یا علامت تجاری پس از ثبت آن متوجه نقض حقوق مالکانه خویش و ثبت یا اقدام به ثبت آن توسط غیر یا به طور کل متوجه هر گونه سلب حقی علیه خود گردد، میتواند در جهت اعتراض به آن و ابطال آن (پس از ثبت) در مراجع ذیصلاح که اعم از اداره مالکیت معنوی یا دادگاه عمومی حقوقی می باشند، اقدام نماید که بسته به ذینفع و ماهیت امر مصادیق آن عبارتند از:

۱- اعتراض به درخواست ثبت: اگر فردی نسبت به ثبت برند اقدام نماید، آگهی درخواست ثبت آن برند برای اطلاع عموم و دریافت هرگونه اعتراض، در روزنامه رسمی منتشر می شود و طبق ماده ۳۷ قانون ثبت اختراعات، طرح های صنعتی و علائم تجاری، هر ذی نفع می تواند ظرف ۳۰ روز از تاریخ انتشار آگهی، در صورت وجود شرایط قانونی، اعتراض خود را نسبت به تقاضای ثبت برند انجام شده، به اداره مالکیت معنوی تقدیم نماید.

۲- اعتراض به برند ثبت شده: اگر برندی مطابق یا مشابه با برند متعلق به مالک قانونی برند، ثبت شود در حالی که دارای شرایط ماده ۳۲ قانون ثبت اختراعات، طرح های صنعتی و علائم تجاری، بوده است، در این صورت هر ذی نفع حق اقامه دعوی در دادگاه و تقاضای ابطال برند ثبت شده را مطابق با ماده ۴۱ همان قانون خواهد داشت.

۳- اعتراض به برند استفاده شده به صورت غیرقانونی: در صورتی که شخصی موجبات نقض حقوق مالکیت فکری مالک قانونی برند را با استفاده از عین یا مشابه علامت تجاری ثبت شده، فراهم کند، (مشروط به اینکه علامت در همان طبقه کالا یا خدمات ثبت شده، مورد استفاده قرار گیرد و شباهت به حدی باشد که عموم را به اشتباه اندازد)، در این صورت، ذی نفع می تواند طبق قواعد عمومی مسئولیت مدنی، نسبت به اقامه دعوی حقوقی علیه مختلف اقدام نموده و علاوه بر جلوگیری از استفاده از آن علامت، خسارات وارده به خود را نیز مطالبه نماید.





با پلتفرم های کراذفاندینگ (crowdfunding) و یا تامین مالی جمعی، بیشتر آشنا شوید!

مینا عمرون

وکیل دادگستری، کارشناسی ارشد حقوق شرکت های تجاری

فرض کنید در حال راه اندازی یک کسب و کار هستید یا ایده ای نو و شگفت انگیز در ذهن خود دارید، برای شروع این کسب و کار و تبدیل ایده به واقعیت مطمئناً به سرمایه نیاز دارید. در چنین مواردی، تامین مالی جمعی بسیار مفید است. سرمایه گذاری جمعی مختص افرادی است که ایده، پروژه یا هدفی دارند و می خواهند آن را محقق کنند. در حقیقت میتوان گفت سرمایه گذاری جمعی فرآیند بال دادن به هدف شماست سرمایه گذاری جمعی اغلب توسط شرکت های نوپا یا کسب و کارهای در حال رشد به عنوان راهی برای دسترسی به وجوه جایگزین استفاده می شود. این روشی نوآورانه برای تأمین منابع مالی برای پروژه های جدید و ایده های تجاری است. سرمایه گذاری جمعی ممکن است در ابتدا ایده جدیدی به نظر برسد، اما در واقع تاریخچه طولانی و غنی دارد که تاریخچه و ریشه آن به چندین قرن برمی گردد. البته، از آن زمان تا کنون تغییرات زیادی کرده است. در اوایل قرن سیزدهم، بازرگانان شهری به طور مشترک منابع مالی لازم را برای سفرهای کشتیرانی بسیار پرخطر، پرهزینه و به موقع، اما استثنایی و سودآور، تأمین می کردند. آنها سپس سهم متناسبی از سود را دریافت می کردند. این رویکرد به طور همزمان به شرکت های حمل و نقل یک استراتژی مدیریت ریسک معقول و به جهان ایده ای درباره نحوه عملکرد سرمایه گذاری جمعی مبتنی بر سهام ارائه داد. در اوایل قرن هجدهم، شاعر جوانی به نام الکساندر پوپ، علاقه زیادی به ترجمه شعر حماسی هومر، «ایلیاد» به انگلیسی داشت. وی منابع مالی لازم برای انتشار این اثر را در اختیار نداشت. بنابراین او از مردم درخواست کرد که در ازای انتشار نام آنها در کتاب، مبالغ مورد نیاز را تعهد و اهدا کنند. الکساندر پوپ احتمالاً اولین کمپین سرمایه گذاری جمعی مبتنی بر پاداش را اجرا کرد و اولین پروژه خلاقانه ای را که توسط طرفداران تأمین مالی شده بود با موفقیت به پایان رساند. میتوان گفت سرمایه گذاری جمعی مدرن، یعنی جایی که مردم و کسب و کارها مقادیر کمی پول را از گروه بزرگی از مردم معمولاً به صورت آنلاین جمع آوری می کنند - از سال ۱۹۹۷ سرچشمه می گیرد. اولین نمونه موفقیت آمیز سرمایه گذاری جمعی در سال ۱۹۹۷ اتفاق افتاد، زمانی که یک گروه راک بریتانیایی به نام ماریلیون از طریق کمک های مالی آنلاین طرفدارانی که مشتاق بودند برای تور در ایالات متحده بیایند، سرمایه گذاری مجدد خود را برای تور مجدد خود تأمین کرد. به این ترتیب استفاده گسترده از شکل تامین مالی جمعی و گسترش آن با توجه به دسترسی روزافزون به اینترنت و استفاده روزافزون از آن توسط کسب و کارها و مردم امکان پذیر شد. تامین مالی جمعی را میتوان به سه دسته تقسیم کرد. وام دهی همتا به همتا که در آن مردم با این درک که پول با بهره بازپرداخت می شود، به یک شرکت وام می دهند. این بسیار شبیه استقراض سنتی از یک بانک است، با این تفاوت که شما از سرمایه گذاران زیادی وام می گیرید.



تامین مالی جمعی مبتنی بر سهام نوع دیگری از تامین مالی جمعی می باشد که در این شیوه سرمایه گذاران معمولاً متناسب با میزان سرمایه گذاری خود، سهام دریافت می کنند این ایده شبیه به نحوه خرید سهام عادی یا فروخته شدن در بورس اوراق بهادار است. تامین مالی جمعی مبتنی بر پاداش که تامین مالی جمعی غیر سهامی نیز گفته می شود یکی دیگر از انواع تامین مالی جمعی است که در آن مردم برای دستیابی به یک پاداش خاص در ارتباط با پروژه ای که حمایت می کنند، کمک مالی می کنند. تامین مالی جمعی مبتنی بر بدهی ترکیبی از تامین مالی جمعی و وام های تجاری است. که امکان جمع آوری سرمایه برای حمایت از یک پروژه از طریق وام های کوچک را فراهم می کند که می تواند دارای سود زیاد، کم یا بدون بهره باشد. پلتفرم های تامین مالی جمعی وب سایت هایی هستند که تعامل بین جمع آوری کنندگان کمک و جمعیت را امکان پذیر می کنند. صدها پلتفرم آنلاین برای انجام سرمایه گذاری جمعی وجود دارد که عبارتند از: Kickstarter، Indiegogo، GoFundMe، Fundable، Patreon، Fundrazr، Campfire، AngelList، GoGetFunding، DonorsChoose، Crowdfunder UK، و بسیاری دیگر. یکی از محبوب ترین پلتفرم های تامین مالی جمعی Kickstarter می باشد که محبوب ترین گزینه برای سرمایه گذاری جمعی برای استارتاپ ها است و دارای بیشترین تعداد پروژه های تکمیل شده با محوریت تجاری است. از دیگر پلتفرم ها میتوان از Indiegogo نام برد که در مقایسه با Kickstarter یک پلتفرم تامین مالی جمعی انعطاف پذیرتر است GoFundMe. یکی دیگر از سایت های تامین مالی جمعی است که معمولاً توسط سازمان های غیرانتفاعی یا سایر سازمان های خیریه اجرا می شوند. از دیگر انواع پلتفرم ها میتوان از Patreon نام برد که یکی از محبوب ترین پلتفرم های تامین مالی جمعی برای افراد خلاق، مانند هنرمندان، نویسندگان، موسیقی دانان، عکاسان و غیره می باشد. برخی از پدیده های اجتماعی که ما اغلب به عنوان محصولات عصر اینترنت مشاهده می کنیم، در واقع قرن هاست که با ما همراه بوده اند. در واقع به لطف فناوری موجود در عصر حاضر می توانیم مواردی مانند تأمین مالی جمعی را فراگیر کنیم. برای اینکه بتوانیم روندها و مسیرهای آینده مالی را پیش بینی کنیم، درک نوسانات بین چرخه های اقتصادی ناشی از فرآیندهای تاریخی، اقتصادی و سیاسی ضروری است به طور کلی میتوان گفت که مبحث کِرَدفاندینگ یا تامین مالی جمعی موضوعات تحقیقاتی جالب بسیاری را برای محققان در بازارهای مالی در سال های آینده ارائه خواهد کرد.

- https://single-market-economy.ec.europa.eu/access-finance/guide-crowdfunding/what-crowdfunding/crowdfunding-explained_en#:~:text=Crowdfunding%20is%20a%20way%20of%20accessing%20alternative%20funds.
- <https://www.startups.com/library/expert-advice/history-of-crowdfunding>
- <https://milaap.org/stories/how-does-crowdfunding-work>
- https://link.springer.com/chapter/#15_0-47309-030-3-978/10/100YSecA
- <https://medium.com/@ImpactGuru/12key-moments-in-the-history-of-crowdfunding-so-far-3-f1614273d96>
- <https://synder.com/blog/how-does-crowdfunding-work/>
- <https://www.fundingoptions.com/blog/education/three-types-of-crowdfunding-investment/>
- <https://p2pmarketdata.com/articles/history-of-crowdfunding/>

هم قلم

بوتیک حقوقی



Hamqalamboutique@gmail.com

www.ilia-corporation.com

۰۹۹۰۰۸۸۰۱۱۴

تهران، خیابان شهید مطهری، خیابان قائم مقام فراهانی، میدان طومانیان (شعاع)،
خیابان شهید خدای، شماره ۵، طبقه ۹