

۱۵۱۳۱۴۲  
مهر

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

# نکات کلیدی بازرگانی

مجموعه ای مفید برای علاقه مندان به امور بازرگانی

(جلد اول)

مؤلف:

رسول اکبری

|                     |                                                                                       |
|---------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| سرشناسه             | : اکبری، رسول، ۱۳۵۴ -                                                                 |
| عنوان قراردادی      | : ایران، قوانین و احکام<br>Iran. Laws, etc                                            |
| عنوان و نام پدیدآور | : نکات کلیدی بازرگانی: مجموعه‌ای مفید برای علاقه‌مندان به امور بازرگانی / رسول اکبری. |
| مشخصات نشر          | : تهران: برتراندیشان، ۱۳۹۶ -                                                          |
| مشخصات ظاهری        | : ج: مصور (بخشی رنگی)، جدول.                                                          |
| شابک                | : ۹۷۸-۶۰۰-۹۷۸۰۳-۶-۵ : ۱۸۰۰۰۰ ریال؛ ج: ۱۰                                              |
| وضعیت فهرست نویسی   | : فیبا                                                                                |
| یادداشت             | : کتابنامه.                                                                           |
| موضوع               | : بازرگانی                                                                            |
| موضوع               | : Commerce                                                                            |
| موضوع               | : حقوق تجارت -- ایران                                                                 |
| موضوع               | : Commercial law -- Iran                                                              |
| موضوع               | : حقوق تجارت                                                                          |
| موضوع               | : Commercial law                                                                      |
| رده بندی کنگره      | : ۳۹۴۸/۱۰۰                                                                            |
| رده بندی دیویی      | : ۸۲/۰۱                                                                               |
| شماره کتابشناسی ملی | : ۴۷۴۷۲۷۰                                                                             |

مرکز پخش: میدان انقلاب، خیابان کارگر شمال، خیابان فرصت شیرازی، پلاک ۱۸ واحد ۲

انتشارات برتراندیشان

تلفن: ۶۶۵۶۸۱۵۸-۶۶۵۷۵۸۱۱

• نام کتاب: نکات کلیدی بازرگانی، مجموعه‌ای مفید برای علاقه‌مندان به امور بازرگانی (جلد اول)

• مؤلف: رسول اکبری

• ناشر: برتراندیشان

• صفحه‌آرا: اصغر جوی پور

• طراح جلد: سعید حجازی

• شابک: ۵-۶-۹۷۸۰۳-۹۷۸-۶۰۰-۹۷۸

• قیمت: ۱۸۰۰۰۰ ریال

• تیراژ: ۱۰۰۰ نسخه

• نوبت چاپ: اول، ۱۳۹۶

## فهرست مطالب

| عنوان                                             | صفحه |
|---------------------------------------------------|------|
| پیشگفتار.....                                     | ۷    |
| بازرگانی یا تجارت.....                            | ۹    |
| <b>ویژگی‌های مسئول بازرگانی</b>                   |      |
| مهارت‌ها و توانایی‌ها.....                        | ۱۳   |
| وظایف شناخته‌شده بازرگانی.....                    | ۱۵   |
| آموزش‌های موردنیاز: خدمت مسئول بازرگانی.....      | ۱۷   |
| <b>گذری کوتاه بر حقوق تجارت</b>                   |      |
| مطالبی پیرامون قانون تجارت.....                   | ۲۰   |
| ثبت تجاری.....                                    | ۲۱   |
| اسم تجاری.....                                    | ۲۲   |
| انواع شرکت‌های تجاری.....                         | ۲۴   |
| معرفی شرکت تجاری.....                             | ۲۵   |
| بخش اول: تعریف شرکت.....                          | ۲۵   |
| مبحث اول: تعریف شرکت مدنی.....                    | ۲۵   |
| مبحث دوم: تعریف شرکت تجاری.....                   | ۲۶   |
| مبحث اول - عناصر تشکیل‌دهنده شرکت:.....           | ۲۷   |
| مبحث دوم - شرکت‌های تجاری دارای شخصیت حقوقی:..... | ۳۱   |
| نظریات راجع به شخصیت اشخاص حقوقی.....             | ۳۲   |
| ۱- نظریه واقعی بودن شخصیت حقوقی:.....             | ۳۲   |
| ۲- نظریه فرضی بودن شخصیت حقوقی:.....              | ۳۲   |
| ۳- نظریه دارایی اختصاصی:.....                     | ۳۲   |
| مبحث سوم: آغاز شخصیت حقوقی شرکت.....              | ۳۴   |
| مبحث چهارم - تبدیل شرکت تجاری.....                | ۳۷   |
| مبحث پنجم: ادغام و تجزیه شرکت‌ها.....             | ۳۸   |
| مبحث ششم: پایان شخص حقوقی.....                    | ۳۹   |

|    |                                              |
|----|----------------------------------------------|
| ۴۰ | مبحث هفتم: حدود شخصیت حقوقی شرکت و خطرهای آن |
| ۴۱ | نتایج شخصیت حقوقی شرکت                       |
| ۵۰ | تعیین تابعیت در حقوق ایران                   |
| ۵۲ | انحلال شرکت                                  |
| ۶۰ | مبحث اول: تصفیه اموال شرکت                   |

### آیین‌نامه‌های بازرگانی (معاملات)

|     |                                                                              |
|-----|------------------------------------------------------------------------------|
| ۶۹  | فصل اول: کلیات                                                               |
| ۷۳  | فصل دوم: شرایط انجام معاملات                                                 |
| ۷۵  | فصل سوم: فهرست اقدامات                                                       |
| ۷۶  | فصل چهارم: سبب: مانده                                                        |
| ۷۷  | فصل پنجم: برگزاری مناقصه (مزایده)                                            |
| ۷۷  | فصل ششم: قرارداد                                                             |
| ۸۱  | فصل هفتم: ترتیب تحویل کد، خدات با حقوق                                       |
| ۸۳  | فصل هشتم: سایر مقررات                                                        |
| ۸۴  | دستورالعمل مناقصه و مزایده                                                   |
| ۹۰  | دستورالعمل کد گذاری موجودی انبارها                                           |
| ۹۴  | دستور العمل چگونگی تحویل و تحول اقلام موجودی انبارها                         |
| ۹۸  | آیین‌نامه ایمنی امور پیمانکاری                                               |
| ۱۰۲ | آیین‌نامه فروش                                                               |
| ۱۰۴ | دستور العمل عملیات فروش در واحد فروش شرکتهای تولیدی                          |
| ۱۱۰ | آیین‌نامه و ضوابط استفاده از ضرایب عمده فروشی و خرده فروشی کالا              |
| ۱۱۳ | آیین‌نامه اعطای نمایندگی                                                     |
| ۱۱۸ | دستورالعمل موجودی برداری (انبارگردانی)                                       |
| ۱۲۳ | صورتحلیسه انبارگردانی شرکت                                                   |
| ۱۲۳ | دستور العمل شمارش و کنترل موجودیهای نقدی و اسناد و اوراق بهادار در پایان سال |
| ۱۲۶ | صورتحلیسه تغییر و تحول مسئولین امور مالی                                     |
| ۱۲۹ | آیین‌نامه اموال                                                              |

|          |                                                      |
|----------|------------------------------------------------------|
| ۱۴۱..... | دستورالعمل کنترل نهایی دارایی ثابت                   |
| ۱۴۱..... | تعریف دارایی ثابت                                    |
| ۱۴۱..... | انواع دارایی ثابت                                    |
| ۱۴۸..... | هدف و قلمرو اینکوترمز                                |
| ۱۵۰..... | علت بازنگری اینکوترمز                                |
| ۱۵۱..... | منظور نمون اینکوترمز در قرار داد فروش                |
| ۱۵۲..... | ساختار اینکوترمز                                     |
| ۱۵۳..... | ترمینولوژی                                           |
| ۱۵۳..... | فروشنده (کالا) hipper                                |
| ۱۵۳..... | تحويل Delivery                                       |
| ۱۵۴..... | معمول (متداول) usual                                 |
| ۱۵۵..... | هزینه‌ها (عوارض) Charges                             |
| ۱۵۵..... | «بنادر»، «اماکن (محل‌ها)»، «نقاط»، «وسایط حمل و نقل» |
| ۱۵۶..... | «کشتی» و «شناور» Ship and Vessel                     |
| ۱۵۶..... | «کنترل» و «بازرسی» Checking and inspection           |
| ۱۵۶..... | وظایف فروشنده در تحويل (کالا)                        |
| ۱۵۷..... | انتقال مسئولیت (ریسک) و هزینه‌های مربوط به کالا      |
| ۱۵۸..... | اصطلاحات                                             |
| ۱۶۵..... | ایجاد تغییر در اینکوترمز                             |
| ۱۶۷..... | عرف بندر یا تجارت خاص                                |
| ۱۶۷..... | اختیارات خریدار در مورد محل حمل                      |
| ۱۶۸..... | ترخیص کالا از گمرک                                   |
| ۱۶۹..... | بسته‌بندی                                            |
| ۱۶۹..... | بررسی کالا                                           |
| ۱۷۱..... | برپایی و حضور در نمایشگاه                            |
| ۱۷۱..... | تعریف نمایشگاه                                       |
| ۱۷۲..... | علل پیدایش نمایشگاه                                  |

|          |                                            |
|----------|--------------------------------------------|
| ۱۷۲..... | فراید نمایشگاه                             |
| ۱۷۳..... | تقسیم بندی نمایشگاه‌ها:                    |
| ۱۷۳..... | بودجه نمایشگاه                             |
| ۱۷۴..... | نکات مهم در طراحی غرفه                     |
| ۱۷۴..... | ساختمان غرفه                               |
| ۱۷۴..... | کارکنان غرفه                               |
| ۱۷۵..... | بازدید کنندگان از نمایشگاه                 |
| ۱۷۵..... | انتشارات                                   |
| ۱۷۶..... | افتتاح نمایشگاه                            |
| ۱۷۶..... | اختتام نمایشگاه، بازگشت کالا               |
| ۱۷۶..... | رهنمودهایی برای حضور بهره‌گیری از نمایشگاه |
| ۱۷۷..... | هدف از شرکت در نمایشگاه                    |
| ۱۷۸..... | ارزیابی لزوم شرکت در نمایشگاه              |
| ۱۷۹..... | در غرفه چگونه باشید بهتر است               |
| ۱۸۳..... | منابع و مآخذ                               |

## به نام خدایی که در این نزدیکی است

### پیشگفتار

مدیریت بازرگانی که سرآغاز آن کشور فرانسه می‌باشد، از دانشگاه ESCP Europe شروع شده است و به بحث پیرامون چگونگی کنترل سود، سرمایه، هزینه و استفاده بهینه از امکانات موجود می‌پردازد. می‌توان گفت که هدف از این رشته آشنایی دقیق با وظایف اساسی سازمان‌های بازرگانی، افزایش مهارت و توانایی دانشجویان در شناخت مسائل مبتنی بر مدیریت، جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل اطلاعات مرتبط به هر یک از این مسائل، ارزیابی راه‌حل‌های مختلف در مورد هر مسئله، تصمیم‌گیری و اجرای تصمیمات می‌باشد. از دیگر بحث‌های مدیریت بازرگانی، بازاریابی می‌باشد که در سال‌های اخیر به جایگاه با ارزشی دست یافته است و به عنوان یک علم شناخته می‌شود. شرکت‌های بزرگ همواره در سال‌های اخیر هزینه‌های سنگینی را برای این مقوله در نظر گرفته و بازآورد مناسبی از آن دریافت نموده‌اند. این گرایش از قدیمی‌ترین گرایش‌های مدیریت است که در سال ۱۳۳۳ به موجب عقد قرارداد بین دانشگاه تهران و دانشگاه کالیفرنیا، جنرال به منظور تربیت مدیران برای اداره سازمان‌های دولتی و خصوصی، در دانشکده حقوق دانشگاه تهران با همکاری گروهی از اساتید آمریکایی آغاز کرد. سپس این رشته در مقاطع و گرایش‌های مختلف در دانشگاه‌های گوناگون کشور گسترش یافته و ارائه می‌گردد. هدف از تألیف این کتاب که یک به افرادی که فارغ‌التحصیل رشته بازرگانی و یا کسانی که در امور بازرگانی مشغول بکار می‌باشند، است. افرادی که در حیطه بازرگانی مشغول بکار می‌باشند باید با مفاهیمی همچون وظایف مسئول بازرگانی، قانون تجارت، آیین‌نامه‌های معاملاتی، اینکوترمز و... آشنایی داشته تا بتوانند نقش بسزایی در اهداف سازمان و یا شرکت خود ایفا نمایند. در این کتاب سعی گردیده به مفاهیمی که مدیر و یا کارشناس بازرگانی به صورت عینی و ملموس همه روزه با آن‌ها درگیر است پرداخته شود. امیدوارم این کتاب بتواند تا اندازه‌ای نیاز مشتاقان و فعالان در عرصه بازرگانی را تأمین نماید. در پایان از همسر مهربانم و فرزندانم نیکیا و بهنیا که هر لحظه وجودم را از

چشمه‌سار پر از عشق چشمانشان سیراب می‌کنند و همچنین از جناب آقای دکتر حسن عباسی مفرد که با صبر و حوصله کل متن را بازخوانی کردند کمال تشکر و امتنان را دارم، ضمن اینکه از همه صاحب‌نظران و استادان محترم استدعا دارم که بر مؤلف منت گذاشته و کاستی‌های این کتاب را به پست الکترونیکی [Rak1354@yahoo.com](mailto:Rak1354@yahoo.com) ارسال کنند تا در چاپ‌های بعدی از آن‌ها استفاده شود.

رسول اکبری

بهار ۱۳۹۶ - تهران

www.ketab.ir