

شعبه و شرکت فرعی ابزارهایی برای فعالیت در عرصه تجارت بین الملل

عیسی مقدم*^۱



فصلنامه علمی پژوهشی
سیاست جهانی،
دوره دوم، شماره چهارم،
زمستان ۱۳۹۲

چکیده

تاسیس شعبه و شرکت فرعی از روشهای شناخته شده ای است که شرکت های تجاری برای گسترش فعالیتهای خود هم در عرصه داخلی و هم بین المللی استفاده می کنند. استفاده از این دو ابزار، بویژه در مواردی که شرکتهای خارجی قصد حضور در ایران را داشته باشند، ممکن است همراه با مخاطراتی باشد، ولی با توجه به تاثیر آنها در رشد اقتصادی ملی، به آنها باید به عنوان فرصت نگاه شود و نه تهدید. در این پژوهش، ابعاد حقوقی این دو موضوع مورد بررسی قرار گرفته است، چرا که استفاده از آنها توسط فعالان اقتصادی منوط به آگاهی از ابعاد حقوقی آنها است. به علاوه، این نکته مورد تاکید قرار می گیرد که از بعد سیاسی به جهت تاثیری که این روشها بر گسترش روابط بین کشورها می گذارد، نباید مورد غفلت قرار گیرند. به نظر می رسد علاوه بر بسترسازی حقوقی، بسترسازی سیاسی نیز برای گسترش استفاده از آنها لازم است.

واژه های کلیدی: شرکت تجاری، شعبه، شرکت فرعی، شخصیت حقوقی، روابط بین الملل.

۱- استادیار گروه حقوق دانشگاه گیلان

* نویسنده مسؤول، ایمیل: Issamoghaddam@guilan.ac.ir

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۲/۱۱/۲۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۲/۱۰/۲

فصلنامه سیاست جهانی، دوره دوم، شماره ۴، زمستان ۱۳۹۲، صص ۱۸۹-۱۷۷

مقدمه

یافتن بازارهای مصرف در خارج از کشوری که یک صادرکننده در آنجا فعالیت می کند و همچنین سرمایه گذاری توسط یک فعال اقتصادی در کشور دیگر و متقابلاً سرمایه پذیری توسط کشورها، از نیازها و ضروریات زندگی امروز است. در این باره روشهای مختلفی وجود دارد. تاسیس شعبه و شرکت فرعی دو مورد از این روشها است. بعضی از نویسندگان حقوق تجارت بین الملل، این دو روش را موثرترین روش ها برای بازاریابی خارجی دانسته اند (اشمیتوف، ۱۳۷۸: ۴۸۷).

به این نکته باید توجه کرد که استفاده از روش تاسیس شعبه و شرکت فرعی فقط برای شرکت های تجاری امکانپذیر است و برای اشخاص حقیقی این امکان وجود ندارد. برای مثال شرکت سهامی عام به عنوان یک شرکت تجاری از این امکان برخوردار است که اقدام به تاسیس شعبه یا شرکت فرعی کند، پس اگر اشخاص حقیقی بخواهند این کار را انجام دهند، ابتدا باید شرکت تجاری تشکیل داده و از طریق آن ایده خود را عملی کنند. موضوع شعبه و شرکت فرعی در کشورهای جهان امری شناخته شده است و در نظام حقوقی ایران نیز این امر هم در قوانین آمده و هم در تالیفات حقوقی مورد بررسی قرار گرفته است (امام، ۱۳۷۳: ۸ و نصیری، ۱۳۸۳: ۲۹۶). البته بررسی ها بیشتر در باره کارکرد داخلی آنها است و از حیث کارکرد بین المللی نیز بیشتر به فعالیت شرکت های تجاری خارجی در ایران توجه شده است و به فعالیت شرکت های تجاری ایران در کشورهای دیگر کمتر توجه شده، که این امر می تواند یک نقطه ضعف محسوب شود. چرا که بر تاثیرگذاری بیشتر ایران در عرصه روابط بین الملل تاثیر منفی می گذارد. واقع " امروزه عملکرد شرکت های فراملی در سطح جهان به گونه ای است که به ندرت می توان کشور، ناحیه و منطقه ای یافت که به شکلی در معرض نفوذ آنها قرار نداشته باشد " (بهمن تاجانی، ۱۳۸۵: ۹۴).

ادبیات تحقیق

ادبیات حقوقی ایران در زمینه مورد بحث در مجموع ضعیف است. البته از نوشته های زیر می توان به عنوان تلاشهای مناسب یاد کرد، کتاب " حقوق سرمایه گذاری خارجی در ایران " نوشته فرهاد امام که نویسنده تلاش در خور تحسینی کرده است تا محدودیت ها و موانع سرمایه گذاری توسط شرکتهای فراملی در ایران را مورد بررسی قرار دهد. کتاب " حقوق تجارت بین المللی در نظام حقوق ایران " نوشته دکتر مرتضی نصیری که در آن توضیحاتی در مورد شعبه و شرکت فرعی داده شده است. کتاب " حقوق تجارت بین



شعبه و شرکت فرعی
ابزارهایی برای
فعالیت در عرصه
تجارت بین الملل

الملل " نوشته پروفیسور کلایو. ام. اشمیتوف ترجمه دکتر بهروز اخلاقی و همکاران که در جلد اول آن به موضوع شعبه و شرکت فرعی پرداخته شده است. کتاب یادشده هرچند از منظر حقوق انگلیس به تجارت بین الملل می پردازد، ولی با توجه به جایگاه رفیع نویسنده آن در بین نویسندگان حقوق تجارت بین الملل، یکی از بهترین منابع در این زمینه محسوب می شود.

جنبه نوآوری پژوهش حاضر را می توان نکات ذیل دانست : ۱- بررسی شعبه و شرکت فرعی با رویکردی حقوقی سیاسی، چرا که حوزه حقوق تجارت بین الملل حوزه ای حقوقی- سیاسی است. ۲- بیان ویژگی های حقوقی و مزایا و معایب هر کدام که می تواند شناخت لازم را به اشخاص علاقمند بدهد. ۳- گوشزد کردن این نکته که استفاده درست از این دو نهاد می تواند به نفع منافع ملی باشد، همانگونه که استفاده نادرست می تواند به زیان کشور تمام شود.

۱- تعریف شرکت تجاری

از نظر حقوقی دو نوع شرکت وجود دارد: الف- شرکت مدنی^۱ ب- شرکت تجاری^۲ شرکت مدنی عبارت از این است که دو یا چند شخص توافق می کنند که به طور مشترک فعالیتی را انجام دهند. شرکت مدنی فاقد شخصیت حقوقی است و از نظر حقوقی انجام دهنده فعالیت خود شرکا محسوب می شوند. امروزه در دنیا در حوزه تجارت انجام کار به طور مشترک مورد تشویق قرار می گیرد (خزاعی، ۱۳۸۷: ۱۶۴-۱۴۷). تاسیس شعبه یا شرکت فرعی توسط شرکت مدنی به علت نداشتن شخصیت حقوقی امکان پذیر نیست.

شرکت تجاری شرکتی است که توسط دو یا چند شخص طبق الگوهای پیش بینی شده در قانون برای انجام فعالیتی تشکیل می شود و دارای شخصیت حقوقی است.^۳ ویژگی اصلی شرکت تجاری، شخصیت حقوقی آن است. منظور از شخصیت حقوقی این است که خود شرکت طرف حق و تکلیف قرار می گیرد و کارها به نام و به حساب خود شرکت انجام می گیرد و نه شرکاء (پاسبان، ۱۳۸۵: ۹، ستوده تهرانی، ۱۳۸۰: ۲۰، کاویانی، ۱۳۸۹: ۱۲) برای مثال، اگر قراردادی بخواهد منعقد شود به نام خود شرکت باید منعقد

^۱. Partnership

^۲. Company

^۳- خاطر نشان می شود که در بی کشورها مانند انگلیس امکان تشکیل شرکت تجاری با یک شرکت وجود دارد. علت این امر لزوم گسترش تجارت است، اگرچه تا حدودی نامتعارف به نظر می رسد (Bourne, 1998: 9)
(Dignam and Lowry 2000 : 4)

شود یا انجام قرارداد باید از خود شرکت مطالبه شود، یا دعاوی مربوط به شرکت باید علیه خود شرکت طرح شود (ابهری، ۱۳۹۰: ۱۷۰) یا اگر اموالی عاید شرکت شود، این اموال به نام خود شرکت خواهد بود. برای مثال سند مالکیت باید به نام خود شرکت صادر شود و نه شرکاء. ی این امر از این جهت که امکان جذب شرکاء و سرمایه بیشتر و انتقال مسئولیت از شرکاء به شرکت و در نتیجه امکان توسعه فعالیت بیشتر را فراهم می کند مفید است، ولی از این نظر که به علت ورشکستگی شرکت طلبکاران ممکن است نتوانند به حق خود برسند دارای ایراد است. علی ایحال، در خصوص معامله کردن با شرکت تجاری باید احتیاطات لازم به عمل آید.

نکته دیگر این است که برخلاف شرکت مدنی، در مورد شرکت تجاری الگوهای خاصی در قانون پیش بینی شده است. به این صورت که از سویی شرکت های تجاری از حیث نوع مشخص شده هستند. برای مثال با توجه به ماده ۲۰ قانون تجارت و ماده ۴ لایحه قانونی اصلاح قسمتی از قانون تجارت، شرکت های تجاری در ایران منحصر به هشت نوع هستند: ۱- شرکت سهامی عام ۲- شرکت سهامی خاص ۳- شرکت با مسئولیت محدود ۴- شرکت تضامنی ۵- شرکت نسبی ۶- شرکت مختلط سهامی ۷- شرکت مختلط غیرسهامی ۸- شرکت تعاونی. بنابراین اگر اشخاص بخواهند در ایران شرکت تجاری تشکیل دهند، ناگزیر باید یکی از این موارد را انتخاب کنند و نمی توانند شرکت تجاری به دلخواه خود ایجاد کنند (اسکینی، ۱۳۸۰: ۶۶، ستوده تهرانی، ۱۳۷۵: ۱۶۵). در دیگر کشورها نیز شرکت های تجاری از حیث نوع محدود به موارد خاصی هستند و اصولاً شرکت های تجاری از حیث نوع در همه کشورهای دنیا تا حدود زیادی مشابه هستند (پاسبان، ۱۳۸۰: ۶۷). برای مثال شرکت سهامی یا تضامنی در همه جای دنیا وجود دارد، هر چند در جزئیات تفاوت وجود دارد. این امر بویژه در تجارت مطلوب است، زیرا باعث می شود فعالان اقتصادی در این زمینه آمادگی ذهنی قبلی داشته باشند و با این آمادگی فعالیت خود را شروع کنند.

از سوی دیگر، در قوانین کشورها برای اداره شرکت تجاری نیز الگوهای خاصی پیش بینی شده است و دست شرکاء برای اداره شرکت باز نیست، بلکه مجبورند طبق الگوهایی که در قانون پیش بینی شده است شرکت را اداره کنند. علت این امر آن است که دولتها شرکت های تجاری را ابزاری برای پیشرفت اقتصادی محسوب می کنند، از اینرو سعی می کنند که بهترین الگوها را برای اداره این شرکتها تدوین کنند تا هم شرکتها در مسیر پیشرفت قرار گیرند و هم اینکه کشور به سوی پیشرفت سوق پیدا کند.

۲- شعبه

۲-۱- تعریف شعبه

شعبه قسمتی از شرکت تجاری است که با تصمیم شرکت و با رعایت تشریفات قانونی و ذیل نام شعبه برای انجام بخشی از فعالیت های شرکت تشکیل می شود. در واقع شعبه جزئی از خود شرکت است و جدای از آن نیست و به بیان حقوقی شخصیت حقوقی مستقلی ندارد (اسکینی، ۱۳۸۱: ۱۸، امام، ۱۳۷۳: ۱۰). البته نباید تصور شود که شعبه هیچگونه وجه تمایزی با سایر زیر مجموعه های شرکت مانند واحد فروش شرکت ندارد، بلکه عنوان شعبه، اختیارات و تکالیف خاصی را متوجه شعبه می کند که با واحدهای عادی شرکت متفاوت است که در مباحث بعدی به آن پرداخته خواهد شد.

در قوانین ایران، در موارد زیادی از شعبه یاد شده است که این امر نشان می دهد که از نظر قانونگذار شعبه امر شناخته شده ای است. برای مثال ماده ۸ لایحه قانونی اصلاح قسمتی از قانون تجارت مصوب ۱۳۴۷ در مورد شرکت های سهامی، یکی از مواردی را که قید آن را در طرح اساسنامه شرکت الزامی می داند، «مرکز اصلی شرکت و محل شعب آن، اگر تاسیس شعبه مورد نظر باشد» می داند. یا در ماده ۳۸ قانون آئین دادرسی مدنی آمده است: «اگر شرکت دارای شعب متعدده در جاهای مختلف باشد، دعاوی ناشیه از تعهدات هر شعبه با اشخاص خارج باید در دادگاه محلی که شعبه طرف معامله در آن واقع است اقامه شود، مگر آنکه شعبه نامبرده برچیده شده باشد که در این صورت دعاوی نامبرده نیز در مرکز اصلی شرکت اقامه خواهد شد».

علاوه بر قوانین، در عمل برخی شرکت ها در زمینه ایجاد شعبه، پیشرفت چشمگیری داشته اند. مثال بارز این امر بانک ها هستند. معمولاً مرکز اصلی بانک ها به عنوان یک شرکت سهامی در تهران قرار دارد ولی آنها در کل ایران و در برخی کشورهای خارجی شعبه ایجاد کرده اند و موفق شده اند فعالیت خود را گسترش دهند.

۲-۲- ویژه گی های حقوقی شعبه

همانگونه که گفته شد شعبه جزئی از شرکت تجاری است و شخصیت حقوقی مستقل ندارد. نتیجه این امر آن است که بالفرض اگر شعبه قراردادی بسته باشد و توان انجام قرارداد را نداشته باشد، اشخاص خواهند توانست به خود شرکت برای اجرای تعهدات شعبه مراجعه نمایند. به همین علت است که ماده ۳۸ قانون آئین دادرسی مدنی گفته است اگر شعبه برچیده شده باشد، در این صورت دعاوی نامبرده در مرکز اصلی شرکت اقامه خواهد شد.

با وجود این، شعبه تا حدودی از استقلال عمل برخوردار است و همین امر وجه تمایز شعبه با سایر اجزای شرکت است. در واقع هدف یک شرکت از ایجاد شعبه فقط این نیست که یکی از اجزای خود را زیاد کند، بلکه می خواهد در حیطه اختیارات شعبه به او آزادی عمل بدهد تا او مستقلاً کارهای محوله را انجام دهد. پس شعبه می تواند بدون گرفتن اجازه از مرکز اصلی، در حیطه صلاحیت خود، اقدامات لازم را به عمل آورد و این اقدامات از نظر حقوقی صحیح و معتبر است. به علاوه، در مورد قراردادهایی که شعبه می بندد، در درجه اول خود او باید پاسخگوی تعهدات خود باشد و اشخاص اگر قصد اقامه دعوی در مراجع قضایی را داشته باشند، باید علیه شعبه اقامه دعوی نمایند و طرح دعوی علیه مرکز اصلی قابل پذیرش نخواهد بود، مگر اینکه شعبه برچیده شده باشد که در اینصورت می توان به مرکز اصلی مراجعه کرد (شمس، ۱۳۸۲: ۴۳۶).

۲-۳- مزایا و معایب شعبه

مهم ترین مزیت شعبه برای شرکت ایجاد کننده در مقایسه با برخی روشهای بازاریابی مانند نمایندگی یا حق العمل کاری این است که فعالیت های او تحت نظارت شرکت انجام می گیرد و او می تواند اشخاصی که مورد قبول او هستند را در شعبه به کار گمارد و راهنمایی های لازم را بعمل آورد و هر زمان نیز می تواند شعبه را برچیند. بعلاوه، اعتبار تجاری شرکت پشتوانه شعبه نیز خواهد بود و شعبه تحت نام و علامت تجاری شرکت فعالیت می کند و این امر می تواند گسترش فعالیت های شعبه را تسهیل کند. به علاوه، برای اشخاصی که با شعبه طرف قرارداد واقع می شوند، این اطمینان خاطر همواره وجود دارد که در صورت ناتوانی شعبه از اجرای تعهدات یا برچیده شدن آن، می توانند به مرکز اصلی شرکت مراجعه کنند.

عیب این روش آن است که هزینه بر است و اگر بدون لحاظ اصول تجارت انجام گیرد، باعث زیاندهی شرکت می شود. بنابراین امکان تاسیس شعبه در خارج از کشور تنها برای شرکت های متوسط و بزرگ وجود خواهد داشت (اشمیتوف، ۱۳۷۸: ۴۸۷، طارم سری، ۱۳۸۷: ۱۹۲).

۲-۴- تاسیس شعبه توسط شرکت های ایرانی در خارج

در این زمینه در مقررات ایران منعی وجود ندارد. البته باید توجه کرد که ممکن است به طور غیرمستقیم در این زمینه محدودیت هایی وجود آید، برای مثال، اگر تاسیس شعبه در خارج باعث خروج ارز از کشور گردد، باید مقررات ارزی مورد رعایت قرار گیرد. با وجود این، امکان تاسیس شعبه در کشور دیگر، تا حدود زیادی به کشور مقصد بستگی

دارد. زیرا هر چند اکنون روند کلی این است که کشورها اجازه چنین کاری را می دهند، ولی از آنجا که این موضوع به حاکمیت ملی کشورها مربوط می شود، ممکن است شرایط خاصی در این زمینه پیش بینی کنند یا محدودیت هایی را اعمال کنند. برای مثال، تاسیس شعبه در حوزه های خاصی مانند سرمایه گذاری را قبول کنند. این امکان نیز وجود دارد که تاسیس شعبه هر چند از نظر قوانین کشور مقصد امکانپذیر باشد، ولی شرایط سیاسی اجازه چنین کاری را ندهد. در واقع تاسیس شعبه در کشور دیگر فقط یک امر حقوقی نیست، بلکه مربوط به روابط بین کشورها نیز است و با توجه به فوایدی که این امر می تواند برای کشور ما داشته باشد، بسترسازی سیاسی در این زمینه ضروری خواهد بود.

۲-۴- تاسیس شعبه توسط شرکت های خارجی در ایران

تاسیس شعبه توسط شرکتهای خارجی در ایران با محدودیت هایی همراه است، به بیان دیگر این امر جز در موارد پیش بینی شده در قانون مجاز نیست. البته در گذشته محدودیت های بیشتری در این زمینه وجود داشته ولی اکنون کمتر شده است. این نگرانی وجود دارد که فعالیت شرکت های خارجی در ایران ممکن است باعث اختلال در امنیت ملی شود. این نگرانی هر چند به طور کلی نادرست نیست، ولی به طور افراطی نیز درست نیست. فعالیت این شرکتها در ایران می تواند فواید زیادی برای ایران داشته باشد و با تصویب قوانین مناسب می توان از تبعات منفی آن کاست. در موارد زیر تشکیل شعبه توسط شرکت های خارجی در ایران مجاز است:

الف- طبق نظر سال ۱۳۶۰ شورای نگهبان: «شرکت های خارجی که با دستگاههای دولتی ایران قرارداد قانونی منعقد نموده اند، می توانند جهت انجام امور قانونی و فعالیت های خود در حدود قراردادهای منعقد شده طبق ماده ۳ قانون ثبت شرکت ها به ثبت شعب خود در ایران مبادرت نمایند و این امر با اصل ۸۱ قانون اساسی مغایرتی ندارد». این نظر در پاسخ به این سوال که آیا با توجه به اصل ۸۱ قانون اساسی تشکیل شعبه شرکت های خارجی در ایران ممنوع است یا خیر؟ اعلام گردیده است. پس طبق این نظر اگر بالفرض شرکت خارجی برای توسعه یک میدان نفتی با شرکت نفت ایران قرارداد بسته باشد، می تواند در راستای انجام قرارداد مبادرت به تاسیس و ثبت شعبه در ایران کند، ولی بدون بستن قرارداد چنین امکانی وجود نخواهد داشت (امام، ۱۳۷۳: ۹۱).

ب- طبق مقررات حاکم بر مناطق آزاد تجاری و صنعتی، شرکت های خارجی در این مناطق می توانند شعبه تاسیس کنند.

ج- طبق ماده ۳ قانون تشویق و حمایت سرمایه گذاری خارجی مصوب ۱۳۸۱^۱، شرکت های خارجی می توانند در چهارچوب قانون یاد شده برای سرمایه گذاری در ایران شعبه تاسیس کنند.

۳- شرکت فرعی^۲

۳-۱- تعریف شرکت فرعی

شرکت فرعی شرکتی است که تحت کنترل شرکت دیگر (شرکت اصلی یا شرکت مادر) قرار دارد. ممکن است یک شرکت تجاری تصمیم بگیرد که شرکت دیگری که کنترل آن در اختیار خود او باشد ایجاد کند. این امر برای شرکت اصلی دارای فوایدی است. برای مثال، اگر از طریق تشکیل شرکت فرعی مبادرت به سرمایه گذاری در کشور دیگر کند، از پاره ای معافیت ها مانند معافیت های گمرکی، مالیاتی ممکن است برخوردار گردد و از این طریق هزینه های تولید را کاهش دهد، در حالیکه اگر در کشور خود کالا را تولید کند و به کشور مورد نظر صادر کند، هزینه های تولید بالا رفته، توان رقابت او کاهش می یابد. علت این امر آن است شرکت فرعی از حیث تابعیت، تبعه کشور متبوع شرکت اصلی نیست، بلکه تبعه کشوری است که در آنجا تشکیل شده است. یا اگر شرکتی بخواهد پاره ای اشخاص مقیم در کشور مقصد را در انجام کار شریک کند، یکی از راهها تشکیل شرکت فرعی است. البته در این حالت کنترل شرکت فرعی در اختیار شرکت اصلی است، ولی اشخاص مذکور نیز به عنوان شریک در آن حضور پیدا می کنند.

منظور از کنترل این است که اختیار تصمیم گیری و اداره شرکت منحصرأ با شرکت اصلی (مادر) می باشد. توضیح آنکه تصمیم گیری در مورد شرکت های تجاری با شرکاء است. برای مثال، تعیین نوع فعالیت شرکت، محل فعالیت، انتخاب و عزل مدیران، انتخاب بازرسان و عزل آنها، اعضای شرکت و ... با شرکاء است و در شرکت های مهم تجاری مانند سهامی، تصمیم گیری براساس میزان سهم شریک در شرکت صورت می گیرد، یعنی هر شریکی که سهم بیشتری در شرکت دارد، قدرت تصمیم گیری بیشتری نیز

^۱ - ماده ۳: «سرمایه گذاری های خارجی که براساس مفاد این قانون پذیرفته می شوند از تسهیلات و حمایت های این قانون برخوردارند. این سرمایه گذاریها به دو طریق ذیل فایل قابل پذیرش هستند:

الف- سرمایه گذاری مستقیم خارجی در زمینه هایی که فعالیت بخش خصوصی در آن مجاز می باشد.
ب- سرمایه گذاری های خارجی در کلیه بخش ها در چارچوب روش های مشارکت مدنی، بیع متقابل و ساخت، بهره برداری و واگذاری که برگشت سرمایه و منافع حاصله صرفاً از عملکرد اقتصادی طرح مورد سرمایه گذاری ناشی شود و متکی به تضمین دولت یا بانک ها یا شرکت های دولتی نباشد.»

^۲.Subsidiary Company

خواهد داشت (عبادی، ۱۳۸۲: ۱۱۰، عرفانی، ۱۳۸۸: ۵۵، کاتبی، ۱۳۶۷: ۷۹). بنابراین، شرکت فرعی، شرکتی است که قدرت تصمیم‌گیری در آن با شرکت تجاری دیگر است. اینکه چه مقداری از سهام یک شرکت باید متعلق به شرکت دیگر باشد، تا شرکت فرعی محسوب شود، در قوانین ایران معیار کلی وجود ندارد، هر چند در خصوص بعضی شرکت‌ها قانونگذار به طور خاص چنین امری را بیان داشته است.^۱ در حقوق فرانسه، در صورتی که بیش از نصف سرمایه یک شرکت متعلق به شرکت دیگر باشد، آن شرکت فرعی محسوب می‌شود (اسکینی، ۱۳۸۱: ۱۹).

۳-۲- ویژه گی های حقوقی شرکت فرعی

شرکت فرعی برخلاف شعبه دارای شخصیت حقوقی است و جزئی از شرکت اصلی محسوب نمی‌شود. شرکت فرعی جز اینکه تحت کنترل شرکت اصلی قرار دارد و این امر ممکن است از نظر حقوقی آثاری ایجاد کند به طور کامل از شرکت اصلی مستقل است. برای مثال، از حیث تابعیت ارتباطی به شرکت اصلی ندارد. یا دارایی او مستقل از دارایی شرکت اصلی است و شخصاً باید پاسخگوی تعهدات خود باشد. یا باید دارای اعضای هیات مدیره، مدیر عامل، بازرس مخصوص به خود باشد و داشتن مدیران و بازرسان شرکت اصلی، شرکت فرعی را از انتخاب مدیر و بازرس برای خود بی‌نیاز نمی‌کند- هر چند ممکن است مدیران و بازرسان هر دو اشخاص واحدی باشند ولی جریان انتخاب آنها به طور جداگانه باید طی شود. بنابراین، اشخاصی که با شرکت فرعی معامله می‌کنند باید به این مسائل توجه کنند، زیرا ممکن است دچار زیان شوند. برای مثال، ممکن است شرکت فرعی ورشکسته شود و چون امکان مراجعه به شرکت اصلی برای طلبکاران شرکت فرعی وجود ندارد، در نتیجه متضرر شوند.

با وجود این، همانگونه که اشاره شد، اینگونه نیست که این مساله هیچگونه اثر حقوقی نداشته باشد، بلکه در مواردی موجد آثار حقوقی است. برای مثال، طبق ماده الحاقی به نظامنامه اجرای قانون ثبت شرکت‌ها مصوب ۲ خرداد ۱۳۱۰، اگر شرکت اصلی (مادر) در ایران به ثبت رسیده باشد و در ایران شرکت فرعی بخواهد تشکیل دهد، اگر کل سرمایه شرکت فرعی متعلق به شرکت اصلی باشد، نیازی به پرداخت حق الثبت نخواهد

^۱ - برای مثال ماده ۴ قانون محاسبات عمومی در تعریف شرکت دولتی گفته است: «شرکت دولتی واحد سازمانی مشخصی است که با اجازه قانون بصورت شرکت ایجاد شود و یا به حکم قانون و یا دادگاه ملی شده و یا صادره شده و به عنوان شرکت دولتی شناخته شده باشد و بیش از ۵۰ درصد سرمایه آن متعلق به دولت باشد. هر شرکت تجاری که از طریق سرمایه گذاری شرکت های دولتی ایجاد شود، مادام که بیش از پنجاه درصد سهام آن متعلق به شرکت های دولتی است، شرکت دولتی تلقی می شود».

بود و اگر قسمتی متعلق به شرکت اصلی نباشد، فقط حق الثبت آن قسمت جداگانه پرداخت خواهد شد. یا همانگونه که گفته شد اگر بیش از ۵۰ درصد سرمایه یک شرکت متعلق به شرکت دولتی دیگر باشد، آن شرکت نیز شرکت دولتی محسوب می شود (کاویانی، ۱۳۸۹: ۳۰).

۳-۳- مزایا و معایب شرکت فرعی

در مقایسه با شعبه، میزان نظارت شرکت اصلی بر شرکت فرعی کاهش پیدا می کند. بویژه اینکه شرکت های تجاری برای تشکیل فرعی ناچار هستند که اشخاص دیگری را در کشور مقصد به عنوان شریک در تشکیل شرکت دخالت دهند. از سوی دیگر، تشکیل شرکت فرعی هم هزینه بر است و هم اینکه وقت زیادی را به خود اختصاص خواهد داد. پس اگر احتیاطات لازم صورت نگیرد، این احتمال همیشه وجود دارد که شرکت فرعی دچار زیان شود و شرکت اصلی نیز متضرر گردد.

فایده شرکت فرعی این است که می تواند فعالیت در یک سطح گسترده تر را امکانپذیر سازد. پس اگر شرکتی بخواهد کارخانه تولید کالایی را در کشور دیگر احداث کند و حضور مداوم نیز در آنجا داشته باشد، شرکت فرعی مناسب خواهد بود. در این خصوص که برای بازاریابی خارجی آیا تاسیس شعبه مناسب تر است یا شرکت فرعی؟ به نظر برخی نویسندگان (اشمیتوف، ۱۳۷۸: ۴۸۸) «پاسخ کلی وجود ندارد، و همه چیز به شرایط هر مورد ویژه وابسته است. ولی دو نکته باید در نظر گرفته شود: اولاً، اینکه قوانین محلی بویژه قوانین مرتبط با استخدام، شرکت ها، مالیات و سرمایه گذاری خارجی، با کدامیک از دو راه مذکور متناسب تر است و ثانیاً اینکه آیا صادرکننده می خواهد با اشخاص ذینفع محلی همکاری کند یا نه؟ در صورت اخیر، اگر صادرکننده مایل نباشد که شکل مشارکت انتفاعی یا شکل دیگری از همکاری مشترک صادراتی را اتخاذ کند، شکل شرکت فرعی محلی ارجح است، گرچه صادرکننده باید هدف خود را کسب کنترل بر آن قرار دهد، برای مثال او از طریق حفظ اکثریت آرای شرکت . اما حتی اگر قصد این همکاری را ندارد، تعلق کلی شرکت فرعی به شرکت مادر مرجح است».

۳-۴- تاسیس شرکت فرعی توسط شرکت های ایرانی در خارج

در این زمینه در قوانین ایران منعی وجود ندارد. البته همانگونه که در مورد تاسیس شعبه گفته شد، ممکن است به طور غیرمستقیم محدودیت هایی وجود داشته باشد. برای مثال در صورتی که این امر باعث خروج ارز از کشور شود، باید مقررات ارزی رعایت شود. با این وجود تاسیس شرکت فرعی توسط شرکتهای ایرانی در خارج از ایران تا

حدود زیادی بستگی به وضعیت کشور مقصد دارد. اینکه آیا مقررات کشور مقصد اجازه تشکیل شرکت فرعی را می دهد یا خیر؟ و در صورت امکانپذیر بودن، در چه عرصه هایی این امکان وجود خواهد داشت؟ بعلاوه هر چند روند کلی این است که کشورها اجازه تاسیس شرکت فرعی از سوی شرکت های خارجی بویژه در حوزه سرمایه گذاری خارجی را می دهند (شیروی، ۱۳۹۰: ۴۳۸). ولی این امر، یک مساله صرفاً حقوقی نیست، بلکه تا حدود زیادی به چگونگی روابط بین کشورها مربوط می شود. در واقع بدون وجود روابط سیاسی مناسب بین کشورها، امکان توسعه فعالیت های تجاری از جمله تاسیس شرکت فرعی نیز وجود نخواهد داشت. لذا علاوه بر بسترهای حقوقی، ایجاد بسترهای سیاسی نیز در این زمینه لازم خواهد بود.

۳-۵- تاسیس شرکت فرعی توسط شرکت های خارجی در ایران

در این زمینه تا پیش از ایجاد مناطق آزاد تجاری و صنعتی و نیز تصویب قانون تشویق و حمایت از سرمایه گذاری خارجی مصوب ۱۳۸۱ امکان تشکیل شرکت فرعی توسط شرکت های خارجی در ایران وجود نداشته است. علت این امر آن بوده است که اصل ۸۱ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران دادن امتیاز تشکیل شرکت ها و موسسات در امور تجاری و صنعتی و کشاورزی و معادن و خدمات به خارجیان را مطلقاً ممنوع کرده است و نظر غالب در این زمینه این بوده است که دادن اجازه تشکیل شرکت به خارجیان مصداق امتیاز است و لذا ممنوع است. هر چند نظر مخالفی نیز در این زمینه وجود داشته است، به این صورت که صرف دادن اجازه تشکیل شرکت به معنای دادن امتیاز نیست، بلکه امتیاز عبارت از وضعیتی است که یک شرکت خارجی را در وضعیت برتری نسبت به شرکت های دیگر قرار دهد (برای دیدن نظرات مختلف در این زمینه ر.ک. امام، ۱۳۷۳: ۱۲۰-۷۶). به نظر می رسد که در قانون تشویق و حمایت سرمایه گذاری خارجی سال ۱۳۸۱ نظر اخیر مورد پذیرش قرار گرفته است. بند ج ماده ۲ این قانون یکی از شرایط پذیرش سرمایه گذاری خارجی در ایران را این می داند که «متضمن اعطای امتیاز توسط دولت به سرمایه گذاران خارجی نباشد. منظور از امتیاز، حقوق ویژه ای است که سرمایه گذاران خارجی را در موقعیت انحصاری قرار دهد».

بنابراین اکنون شرکت های خارجی در زمینه های زیر می توانند در ایران شرکت فرعی ایجاد کنند:

الف- در مناطق آزاد تجاری و صنعتی با توجه به مقررات حاکم بر آن این امکان وجود دارد.

ب- براساس قانون تشویق و حمایت سرمایه گذاری خارجی مصوب ۱۳۸۱، در حدود قانون و با رعایت شرایط پیش بینی شده در آن، این امر میسر است.

نتیجه گیری

بازاریابی در کشورهای دیگر و همچنین جذب سرمایه های خارجی یکی از نیازهای زندگی امروز است. روشهای حقوقی مختلفی برای بازاریابی در کشورهای دیگر و همچنین جذب سرمایه های خارجی وجود دارد. دو مورد از این روشها، تاسیس شعبه و شرکت فرعی است. تاسیس شعبه یا شرکت فرعی توسط شرکتهای ایرانی در خارج از کشور، اگر با مطالعه کافی و زمینه سازی لازم صورت گیرد، بر برخی دیگر از روشهای سرمایه گذاری مانند تاسیس مستقیم شرکت تجاری در کشور دیگر ترجیح دارد، چون احتمال بازگشت سود حاصل از سرمایه گذاری را به داخل کشور زیاد می کند. همچنین تاسیس شعبه یا شرکت فرعی توسط شرکت های خارجی در ایران نیز چون اعتبار شرکت اصلی را به عنوان پشتوانه به همراه دارد، بر برخی دیگر از شکل های سرمایه گذاری مانند تاسیس ابتدا به ساکن شرکت تجاری توسط اتباع خارجی ترجیح دارد. هر چند در این زمینه نگرانی هایی نیز از بعد امنیت ملی و ... ممکن است وجود داشته باشد، ولی با پیش بینی تمهیدات لازم می توان آنها را برطرف کرد. به نظر می رسد برای گسترش هر چه بیشتر استفاده از روشهای فوق علاوه بر بسترسازی حقوقی، بسترسازی سیاسی نیز لازم است.



شعبه و شرکت فرعی
ابزارهایی برای
فعالیت در عرصه
تجارت بین الملل

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

منابع

الف - فارسی

- ابهری، حمید (۱۳۹۰)، **آئین دادرسی مدنی ۱**، انتشارات دانشگاه مازندران، چاپ اول.
- اسکینی، ربیعا (۱۳۸۰)، **حقوق تجارت، شرکت های تجاری**، جلد اول، انتشارات سمت، چاپ پنجم
- اسکینی، ربیعا (۱۳۸۱)، **حقوق تجارت، شرکت های تجاری**، جلد دوم، انتشارات سمت، چاپ چهارم.
- اشمیتوف، کلایوام (۱۳۷۸) **حقوق تجارت بین الملل**، جلد اول، ترجمه بهروز اخلاقی و همکاران، انتشارات سمت، چاپ اول.
- امام، فرهاد (۱۳۷۳)، **حقوق سرمایه گذاری خارجی در ایران**، نشر یلدا، چاپ اول.
- بهمن تاجانی، شهرام (۱۳۸۵)، مقاله جایگاه شرکت های فراملی در اقتصاد بین الملل و چشم اندازهای آینده، **نشریه پیک نور**، سال چهارم، شماره دوم
- پاسبان، محمدرضا (۱۳۸۹)، **حقوق شرکت های تجاری**، انتشارات سمت، چاپ چهارم.
- خزاعی، حسین (۱۳۸۷)، مقاله «یکی از خلاء های حقوقی لایحه اصلاح قانون تجارت ۱۳۸۴ (حقوق تجارت بین المللی)» **نشریه فصلنامه حقوق**، دوره ۳۸، شماره ۱.
- ستوده تهرانی، حسن (۱۳۸۰)، **حقوق تجارت**، جلد اول، نشر دادگستر، چاپ سوم
- ستوده تهرانی، حسن (۱۳۸۰)، **حقوق تجارت**، جلد دوم، نشر دادگستر، چاپ چهارم.
- شمس، عبدالله (۱۳۸۲)، **آئین دادرسی مدنی**، جلد اول، نشر میزان، چاپ چهارم.
- شیروی، عبدالحسین (۱۳۹۰)، **حقوق تجارت بین الملل**، انتشارات سمت، چاپ سوم.
- طارم سری، مسعود (۱۳۸۷)، **حقوق بازرگانی بین المللی**، نشر بازرگانی، چاپ یازدهم.
- عبادی، محمدعلی (۱۳۸۲)، **حقوق تجارت**، انتشارات گنج دانش، چاپ بیستم.
- عرفانی، محمود (۱۳۸۸)، **حقوق تجارت**، جلد دوم، انتشارات جنگل، چاپ اول.
- کاتبی، حسینقلی (۱۳۶۷)، **حقوق تجارت**، انتشارات گنج دانش، چاپ دوم.
- کاویانی، کورش (۱۳۸۹)، **حقوق شرکت های تجاری**، نشر میزان، چاپ دوم.
- نصیری، مرتضی (۱۳۸۳)، **حقوق تجارت بین المللی در نظام حقوق ایران**، انتشارات امیرکبیر، چاپ اول

ب - انگلیسی

- Bourne, Nicolas (2008), **Company law**, Cavendish press, 4 th ed.
- Dignam, Alan, and Lowry, Jhon, (2009), **Company law**, oxford university press, fifth ed.
- Goulding, Simon, (1999), **Company law**, oxford university press, first ed.
- Hanington, Brenda (2003), **Company law**, oxford university press, second ed