

## حق حسن شهرت تجاری در حقوق ایران با مطالعه تطبیقی در حقوق انگلیس

لیلا جوانمرد\*

سیامک ره پیک\*\*

DOI: 10.22096/law.2022.128261.1682

[تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۳۰/۲۰ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۱/۲۰]

### چکیده

حسن شهرت و رونق کسب، یک حق مالی به شمار می‌رود. در حقوق ایران، مستأجری که دارای حق کسب یا سرقفلی باشد، می‌تواند عوض رونق کسب را دریافت نماید و در غیر این صورت، هیچ‌گونه حمایتی از رونق کسب او نمی‌شود. حال آنکه در حقوق انگلیس، حمایت از حسن شهرت تجاری، مقید به وجود نهادی دیگر، همچون سرقفلی یا حق کسب نیست و تاجر در هر حال می‌تواند عوض حسن شهرت خویش را مطالبه نماید؛ اعم از اینکه تجارت ایشان دارای محل کسب مادی باشد یا در فضای اینترنتی انجام شود. در این نوشتار، با مطالعه تطبیقی حقوق انگلیس و ضمن تحلیل جایگاه حمایت از حسن شهرت مستأجر در حقوق ایران و طرح نظریات کارشناسان در زمینه تشخیص وجود و چگونگی ارزیابی حسن شهرت، نظریه‌ای برای دفاع از حسن شهرت مستأجر نیز در حقوق ایران ارائه شده است که مطابق آن، حسن شهرت نباید مستمسکی برای تخلیه نکردن ملک پس از پایان مدت قرارداد اجاره باشد؛ ولی در صورت بهره‌مندی موجر یا مستأجر جدید از حسن شهرت مستأجر سابق، ایشان محق است که عوض حسن شهرت خویش را مطالبه نماید.

**واژگان کلیدی:** حسن شهرت؛ رونق کسب؛ مستأجر؛ سرقفلی؛ حق کسب.

\* استادیار گروه حقوق خصوصی، دانشگاه آزاد واحد خرم آباد، لرستان، ایران. «نویسنده مسئول»

Email: leila.7079@gmail.com

Email: srahpeik@gmail.com

\*\* استاد گروه حقوق خصوصی، دانشگاه علوم قضایی و خدمات اداری، تهران، ایران.



## مقدمه

حسن شهرت و رونق کسب تاجر، واجد ارزش و عامل کسب درآمد بیشتر است. حمایت از رونق کسب تاجر مستأجر، با توجه به اینکه پس از پایان مدت قرارداد اجاره ملزم به تخلیه است، اهمیت بیشتری می‌یابد؛ زیرا از سویی ایشان در مکان جدید باید مدتی را با رکود تجارت سپری نماید تا بتواند رونق کسب سابق را به دست آورد. از سوی دیگر، اگر مستأجر جدید دارای همان شغل مستأجر سابق باشد، اصولاً تجارت ایشان به واسطه حسن شهرت تاجر سابق از رونق بهره‌مند می‌شود. در این فرض، می‌توان گفت که حسن شهرت مستأجر سابق، امتیازی منتقل شده به مستأجر جدید است؛ یک حق مالی که وجود و حیات آن را نمی‌توان انکار کرد.

حسن شهرت، دارای ارزش مالی است؛ زیرا یکم: به چیزی مال می‌گویند که (۱). مفید باشد و نیازی را برآورده نماید و ۲. قابل تخصیص یافتن باشد. (۱) حسن شهرت، هر دو ویژگی را دارد: ۱. در عرصه تجاری مفید است؛ زیرا وجود حسن شهرت، موجب جذب مشتریان بیشتر و در نتیجه، افزایش درآمد می‌گردد و ۲. قابل تخصیص یافتن به تاجر خاصی است.

دوم: با توجه به اینکه حسن شهرت، قابل مبادله و تقویم به پول و به‌منظور تأمین نیازهای مادی اشخاص است، می‌توان آن را در زمره حقوق مالی دانست. در انگلیس، «حق شهرت» از مهم‌ترین حقوق مالی تاجر است که قابلیت ارزیابی و مبادله با پول را دارد.<sup>۲</sup>

سوم: ماده یک قانون مسئولیت مدنی مصوب ۱۳۳۹ برای شخصی که موجب ضرر مادی یا معنوی به حسن شهرت تجاری گردد، مسئولیت مدنی مقرر کرده است.<sup>۳</sup>

چهارم: ماده هشت قانون مسئولیت مدنی مصوب ۱۳۳۹ برای شخصی که بر اثر قصور، موجب کاهش مشتریان دیگری می‌شود، افزون بر حق مطالبه زیان، موقوف شدن عملیات مزبور را مقرر کرده است. وجود چنین مسئولیتی برای عامل زیان، مؤید ارزش مالی داشتن حسن شهرت تاجر است.<sup>۴</sup>

۱. ناصر کاتوزیان، دوره مقدماتی حقوق مدنی اموال و مالکیت (تهران: نشر میزان، ۱۳۸۱)، ۹.

2. Mary Kay Kisthardt, "Professional goodwill in marital dissolution cases", December 1 (Available at SSRN: <http://ssrn.com> in2016/3/8), 9-31.

۳. ماده یک: «هرکس بدون مجوز قانونی، عمداً یا در نتیجه بی احتیاطی به ... شهرت تجاری ... لطمه‌ای وارد نماید که موجب ضرر مادی یا معنوی ... شود مسئول جبران خسارت ناشی از عمل خود است».

۴. ماده هشت: «کسی که در اثر تصدیقات یا انتشارات مخالف واقع به ... اعتبارات و موقعیت دیگری زیان وارد آورد، مسئول جبران آن است. شخصی که در اثر انتشارات مزبور ... مشتریان کم و یا در معرض از بین رفتن باشد، می‌تواند موقوف شدن عملیات مزبور را خواسته و در صورت اثبات تقصیر، زیان وارده را از واردکننده مطالبه نماید».

حق حسن شهرت تجاری در حقوق ایران با مطالعه تطبیقی ... / جوانمرد و رهپیک ۹

پنجم: مطابق ماده نهم آیین‌نامه شماره ۲۲ تثبیت قیمت‌ها مورخ ۱۳۲۲/۷/۲۳ حسن شهرت، واجد ارزش مالی دانسته، موجر مکلف شد در صورت استفاده از حسن شهرت مستأجر، قیمت آن را بر اساس ارزیابی کارشناس بپردازد.<sup>۵</sup>

ششم: مطابق ماده یازده قانون روابط مالک و مستأجر مصوب ۱۳۳۹ حسن شهرت، یکی از اجزای تشکیل‌دهنده حق کسب بوده که باید به وسیله کارشناس، ارزیابی و قیمت آن به مستأجر پرداخت می‌شد.<sup>۶</sup>

هفتم: مطابق آیین‌نامه نحوه تعیین و تشخیص و پرداخت حق کسب و پیشه یا تجارت مصوب ۱۳۴۸ که هنوز هم قابلیت اجرایی دارد، حسن شهرت، یکی از اجزای تشکیل‌دهنده حق کسب است که باید به وسیله کارشناس، ارزیابی و قیمت آن به مستأجر پرداخت شود.<sup>۷</sup> اگر قائل به مالیت داشتن حسن شهرت نباشیم، دریافت این وجوه و جاهت نخواهد داشت.

هشتم: در فقه اهل سنت، «شهرت را منفعتی از منافع انسان دانسته‌اند که به‌عنوان یک مال، معاوضه با آن شرعاً جایز است در نتیجه، موجر می‌تواند در مقابل این حسن شهرت و کثرت مشتریان با اخذ بدل الخلو یا همان سرقفلی، مغازه را به مستأجر اجاره دهد.<sup>۸</sup>

نهم: در فرضی که موجر از حسن شهرت مستأجر استفاده کرده است، برخی فقها قائل به وجود حق مالی برای مستأجر شده، لازم دانسته‌اند که موجر از عهده آن برآید.<sup>۹</sup>

۵. ماده نهم: «... در صورتی که سابقه عمل یا نام مستأجر سابق دارای قیمت و اعتباری باشد که نتیجه آن عاید موجر گردد، موجر مکلف است برای قیمت اعتبار یا نام مستأجر سابق به میزانی که کارشناس معین خواهد کرد به مستأجر بپردازد و در هر حال میزان آن کمتر از معادل سه ماه اجاره آن محل نخواهد بود».

۶. ماده یازدهم: «میزان حقوق کسب و پیشه و یا تجارت با توجه به موضوعات زیر از طرف دادگاه تعیین می‌شود. ۳. طول مدت اشتغال مستأجر به کسب و پیشه یا تجارت در مورد اجاره و حسن شهرت او که در معروفیت محل مزبور مؤثر افتاده است...». ۷. «هیئت‌های ارزیابی مکلف‌اند با توجه به نکات و ضوابط زیر، اقدام به تعیین میزان حق کسب و پیشه و تجارت نمایند. ۱. موقعیت و مرغوبیت محل کسب و پیشه یا تجارت... ۳. طول مدت اشتغال به کسب و پیشه و تجارت در محل کار و حسن شهرت او که در معروفیت محل مزبور مؤثر افتاده است...».

۸. محمد سلیمان الاشقر، بحث فقهیه فی قضایا اقتصادیه معاصره (الاردن: للنشر و التوزیع دارالنفانس، ۱۴۱۸ ق)، ۵۳؛ وهبة الزحیلی، الفقه الاسلامی و ادلته، النظریات الفقهیه و العقود (دمشق: دارالفکر للطباعة، ۱۹۸۵ م)، ۷۵۲؛ عصام محمد الصاری، «حکم خلو فی الفقه الاسلامی دراسه مقارنه»، مجله العلوم الانسانیة و التطبيقیة (۲۰۰۸ م): ۲۴۵-۲۵۸.

۹. در این رابطه، در پاسخ به استفتائی به تاریخ ۱۳۹۵/۱۱/۲۳ با این مضمون: موجری هستم که مغازه خود را به مستأجری اجاره داده بودم، در مدت اجاره، ایشان از حسن شهرت و رونق کسب خوبی برخوردار شد. پس از پایان مدت اجاره، از تمدید اجاره ایشان خودداری کردم. پس از تخلیه ملک، من به همان شغل مستأجر سابق در مغازه‌ام مشغول شدم. با اینکه من پیش‌تر در این محل، چنین پیشه‌ای نداشتم، اما به واسطه حسن شهرت مستأجر سابق در همان آغاز از رونق کسب بهره‌مند شدم و مستأجر سابق من در محل استیجاری جدیدش به دلیل اینکه هنوز شناخته شده نبود، مشتریان اندکی داشت؛ ایشان با توجه به اینکه حسن شهرت و رونق کسب خود را یک حق مالی می‌دانست که از او به بنده منتقل شده بود، ←

دهم: «حق شهرت را به اعتباری می‌توان جزء حقوق معنوی تعریف کرد؛ حقوقی که به صاحب آن، اختیار انتفاع انحصاری از فعالیت و فکر و ابتکار انسان را می‌دهد. پولی که تاجر در برابر حسن شهرت خود می‌گیرد ناشی از یک حق منقول است؛ زیرا موضوع حقوق معنوی، فعالیت و کار انسان است.».

با توجه به اینکه یکم، حسن شهرت یک حق مالی است.<sup>۱۰</sup> دوم، مطابق قانون روابط موجر و مستأجر مصوب ۱۳۷۶ مستأجر مکلف است با پایان مدت قرارداد و حتی با وجود داشتن رونق تجاری، مکان استیجاری را تخلیه نماید و سوم، موجر یا مستأجر بعدی ممکن است از رونق کسب مستأجر سابق بهره‌بردار، در این نوشتار کوشیده شده است که ضمن رعایت حقوق مالکانه موجر، راه‌حلی برای حمایت از حق حسن شهرت مستأجر ارائه شود.

مطابق نظریه‌ای که در صدد طرح و دفاع از آن هستیم، حسن شهرت مستأجر به‌طور مستقل از سرقفلی یا حق کسب باید مورد حمایت قرار گیرد و با وجود رکود کسب و کار، حمایت از حسن شهرت مستأجر مطرح نیست؛ در حالی که در رأی صادره از شعبه ۳۳ دادگاه تجدیدنظر استان تهران به شماره دادنامه ۱۱۰۲ و کلاسه پرونده ۹۱۰ / ۳۳ / ۸۴ در تاریخ ۱۳۸۴ / ۸ / ۲۴ ذکر شده است که مستأجر می‌تواند در صورتی که سرقفلی یا حق کسب داشته باشد عوض آن را دریافت نماید، حتی اگر کسب را کدی داشته باشد.<sup>۱۱</sup>

در این نوشتار، حمایت از رونق کسب مستأجر، آن‌چنان‌که در حقوق انگلیس وجود دارد، نامحدود نیست؛ زیرا مطابق حقوق انگلیس، «تاجر می‌تواند، غرامت خسارت به حسن شهرت تجاری را در فرض تخلیه مطالبه کند»؛<sup>۱۲</sup> حال آنکه در حقوق ایران، زیان‌هایی که اشخاص به دلیل اعمال متعارف حقوق متحمل می‌گردند، قابل مطالبه نیست. مستأجر با تخلیه ملک در پایان مدت، ممکن است دچار زیان‌هایی گردد؛ از جمله کاهش تعداد مشتریان و هزینه‌های حمل و نقل و غیره که اصولاً قابل مطالبه نیستند.

→ خواهان این شد که مبلغی با تعیین خودم به ازای رونق کسبی که به ایشان مدیون بودم، بپردازم. پرسش من از محضر حضرت عالی این است که آیا واقعاً چیزی از ایشان بر عهده من است؟ یعنی واقعاً رونق کسب من مدیون فعالیت ایشان بوده است؟ پاسخ حضرت آیت‌الله العظمی نوری همدانی این‌گونه بوده است: «بسمه تعالی در فرض سؤال، برای مستأجر حقی به وجود آمده و لازم است موجر از عهده آن برآید» (noorihamedani.org).

۱۰. محمدکاظم مهدی‌زاده، بازداشت سرقفلی در حقوق ایران (تهران: انتشارات جاودانه، ۱۳۹۱)، ۵۸.  
۱۱. علی مکرم، «نرم‌افزار بانک اطلاعات آراء دادگاه‌ها و نظریات مشورتی»، نسخه ۱۱/۳ (تهران: معاونت آموزش دادگستری استان تهران، ۱۳۹۴)، ۲۱۱.

12. Frank and Abba Goldberg Arthur, "A reexamination of value good will and business losses in eminent domain", *Unif. Law Revive*, New York (M. P. A Syracuse. 1968): 620-630.

مالکیت دارای سه وصف اساسی است: ۱. مطلق بودن؛ ۲. انحصاری بودن؛ ۳. دائمی بودن. در خصوص اطلاق مالکیت باید گفت که به موجب ماده ۳۰ قانون مدنی: «هر مالکی در برابر مایملک خود حق همه گونه تصرف و انتفاع را دارد، مگر در مواردی که قانون استثناء کرده باشد». پس مالک حق همه گونه تصرف را در ملک خود دارد و استثنای این قاعده باید در قوانین مطرح باشد.<sup>۱۳</sup> اقتضای اطلاق مالکیت موجد این است که پس از اتمام مدت قرارداد اجاره، بدون وجود قید و محدودیتی، تخلیه ملک را بخواهد و آن را به هرکس که خواست، اجاره دهد. اگر مستأجر بتواند غرامت ناشی از تخلیه را اعم از خسارات وارده به حسن شهرت یا هزینه حمل و نقل و غیره را مطالبه نماید، حق تخلیه موجد با قید پرداخت غرامت، محدود می‌گردد و این خلاف اطلاق مالکیت ایشان و این قید نیز فاقد مبنای قانونی است.

در نتیجه، نوع حمایتی که از حسن شهرت در این نوشتار مطرح گردیده، الزام موجد به پرداخت خسارت در صورت تخلیه یا دادن حق تمدید به مستأجر نیست؛ بلکه بر اساس این نوشتار، می‌کوشیم اثبات نماییم که موجد در صورت بهره‌مندی و استیفا از حسن شهرت، ملزم به پرداخت عوض آن به مستأجر است.

برای دستیابی به این منظور، می‌کوشیم افزون بر اینکه جایگاه حمایت از این حق مالی مستأجر را در حقوق ایران در زمان گذشته و حال تحلیل کنیم، ضمن مطالعه تطبیقی در حقوق انگلیس، راهکاری را که با قواعد فقهی و حقوقی ایران برای حمایت از رونق کسب مستأجر سازگار باشد، ارائه نماییم و راههایی را برای احراز و چگونگی ارزیابی حسن شهرت تاجر شناسایی کنیم.

## ۱. تحلیل نظریه حمایت از حسن شهرت مستأجر

ذیل این عنوان، به منظور تشریح نظریه‌ای که به موجب آن، حمایت از حسن شهرت مستأجر ضروری است، مطالعه‌ای تطبیقی در حقوق انگلیس، ماهیت حسن شهرت و وجوه تمایز آن با سرقتی و حق کسب انجام می‌گردد.

### ۱-۱. مفهوم حسن شهرت

شهرت محل کسب را این گونه تعریف کرده‌اند که شهرت همان احتمال مراجعه مشتریان قدیمی به آن محل است. حسن شهرت می‌تواند بر اساس یک یا چند عامل، از جمله عوامل قیمت مناسب

۱۳. کاتوزیان، دوره مقدماتی حقوق مدنی اموال و مالکیت، ۱۰۱.

و مرغوبیت کالاها، موقعیت ممتاز محل کسب، علائم و نام تجاری متمایزکننده، روابط خوب میان صاحبان کسب و مشتریان، سازمان‌دهی فنی در سرمایه‌گذاری، خوش‌حسابی در بازارهای خرید اعتباری و تبلیغات ایجاد شود.<sup>۱۴</sup> در حقوق ایران، حسن شهرت بر اثر همه عوامل یادشده یا برخی از آنها می‌تواند به وجود آید.

با توجه به اینکه در مقابل حقی که در حقوق انگلیس به‌عنوان «حق شهرت»<sup>۱۵</sup> به تاجر یک محل تجاری می‌دهند، در حقوق ایران جز حق کسب یا سرقتی چیزی وجود ندارد که حقوق‌دانان آن را همان سرقتی دانسته‌اند؛<sup>۱۶</sup> ولی با وجود تفاوت‌های بسیار میان سرقتی و حق کسب به نظر می‌رسد که «حق شهرت» ترجمه‌ای مناسب‌تر باشد.

نخستین تعریفی که از حق شهرت ثبت شده و هنوز هم پذیرفته شده است، تعریف ارائه‌شده از لرد الدون<sup>۱۷</sup> در سال ۱۸۱۰ در دعوی کراتول علیه لای<sup>۱۸</sup> است: «حق شهرت چیزی نیست، جز این احتمال که مشتریان قدیمی به محل قدیمی و مألوف خود مراجعه خواهند کرد».<sup>۱۹</sup> «حق شهرت، حقی است که تاجر بر حسن شهرت تجاری خود دارد»<sup>۲۰</sup> و به‌عنوان یک مال غیر مادی،<sup>۲۱</sup> موجب تحصیل درآمد بیشتر<sup>۲۲</sup> می‌شود.<sup>۲۳</sup>

در دعوی اعضای کمیسیون درآمدهای مالیاتی علیه شرکت با مسئولیت محدود مارگارین مولی و شرکا<sup>۲۴</sup> مقرر شد: «حق شهرت، سود ناشی از ارتباطات خوب یک واحد کسبی با مشتریانش است که وجه تمایز یک تجارت استقرار یافته از یک تجارت نوپا در بدو کار است».<sup>۲۵</sup>

۱۴. حسن سلمان، موقف الشریعه الاسلامیه من خلوالرجل او الفروغیه. ترجمه مسعود افتخارزاده (تهران: انتشارات آرون، ۱۳۸۱)، ۳۴.

15. Goodwill.

۱۶. بهمن کشاورز، سرقتی و حق کسب و پیشه و تجارت در حقوق ایران و فقه اسلام (انتشارات کشاورز، ۱۳۸۵)، ۲۲۴.

17. Lord Eldon.

18. Crutwell V. Lye, 17 ves. 335-336, (1810).

19. Henry.w Smith, "good will", *NebraskalawJournal*, Cambridge (publishe1 (14), 1891): 580-600.

20. Mutual Life Ins.Co.v.Menin, 115 F.2d 975, (2d Cir.1940).

21. Avery& Sons v. Meikle & Co., 81 Ky.73, 90(1883).

22. Stewart v. G., 40 L.T. N. S., 145; 27 W.R., 512, (2001).

23. Mary Kay Kisthardt, "Professional good will in marital dissolution cases", December 1 (Available at SSRN: <http://ssrn.com> in2016/3/8), 9-27.

24. Commissioners. F Inland Revenue v.Mulleer co. S Margarine Ld, 44C.C.P.A. (1943).

25. Mark A.Green field, "Good will as a factor in trade mark assignments a comparative Study". *Kluwer law international*, London (1970): 170-190.

«در حقوق انگلیس نیز عوامل مختلفی می‌تواند موجب ایجاد حق شهرت شود»؛<sup>۲۶</sup> از جمله: «یکم. کسب دایر: حق شهرت، فقط به‌عنوان بخشی از یک کسب فعال ارزش دارد»<sup>۲۷</sup> و نمی‌توان آن را به‌صورت مستقل در نظر گرفت؛ اگرچه می‌توان آن را به‌طور جداگانه ارزش‌گذاری کرد، اما یک امر وابسته است و نمی‌تواند جدا از کسب دایر وجود داشته باشد.<sup>۲۸</sup> دوم. مشتریان: از عناصر تشکیل‌دهنده حق شهرت، مشتریان ثابت است»<sup>۲۹</sup>. در ایران، قابلیت جذب مشتری به‌عنوان مالی با ارزش، هنوز جایگاه خود را نیافته است. حق کسب و سرقفلی گاه عوض حق تقدم، گاه عوض شروطی است که به نفع مستأجر مقرر شده است و قابلیت جذب مشتری، نقشی در ایجاد یا عدم ایجاد آن‌ها نداشته، بلکه تنها در افزایش یا کاهش ارزش سرقفلی و حق کسب اثر دارد. حال آنکه در انگلیس، قابلیت جذب مشتری بر ایجاد یا عدم ایجاد حق شهرت اثر دارد. افزون بر آن باید گفت که در حقوق انگلیس، هر کسی که رونق و قابلیت جذب مشتری داشته باشد، حتماً حق شهرت دارد؛ حال آنکه در ایران از یک سو، کسب را کد می‌تواند سرقفلی یا حق کسب داشته باشد و از سوی دیگر، کسب فعال ممکن است فاقد سرقفلی یا حق کسب باشد. «سوم. محل کسب: مکان<sup>۳۰</sup> و موقعیت معتبر<sup>۳۱</sup> کسب را از آن جهت که می‌تواند موجب جذب مشتری شود، از عناصر اثرگذار بر حق شهرت است، اما باید گفت که حق شهرت بیش از آنکه قائم به محل کسب باشد، به اسم تجاری و مشتریان وابسته است. موقعیت معتبر و برخوردار بودن از یک جایگاه مشرف و مسلط در منطقه‌ای که کسب در آن واقع شده گاه در خصوص یک کسب، عامل ایجاد حق شهرت است. درحالی‌که در خصوص کسی دیگر ممکن است تنها در افزایش قیمت حق شهرت مؤثر واقع شود. چهارم. اسم تجاری: با ارزش بودن یک علامت به این دلیل است که آن علامت کمک می‌کند تا مشتریانی که به سراغ یک برند خاص می‌روند، جذب شوند».<sup>۳۲</sup> و<sup>۳۳</sup> «حق شهرت را تمایل مشتریان برای بازگشت به همان کسب به دلیل اسم یا دیگر

26. Michael J Mard, Hitchner, James R. and Hyden, Steven D. *Valuation for Financial Reporting: Fair Value, Business Combinations, Intangible Assets, Goodwill, and Impairment Analysis*, Third Edition (New Jersey, Wiley, 2011):133.

27. Lindly, citfng Robertson v. Quld dington, 28 Bea v. 529(1973).

28. Mitchell v. Reed, 19 Hun., 418, (1997).

29. Johnson CalvinH, "Sale of goodwill and other intangibles as ordinary income" Available at: (<http://www.ssrn.com> in2016/3/10), 320.

30. Location.

31. Credit standing.

32. Keebler Weyl Baking V. J. S. Ivins son, Inc., 7F.supp.211, 214, (1968).

33. Robert G Bone, "Hunting good will: a history of the concept of good will in trademark law", forthcoming (available at ssrn: <http://ssrn.com> in2016/3/10), 576.

ویژگی‌های آن دانسته‌اند.<sup>۳۴</sup> پنجم. طول مدت اجاره: در موردی که محل کسب استیجاری است، طول مدت اجاره یکی از عواملی اثرگذار بر حق شهرت است. طول مدت اجاره در خصوص مشاغل و تجارت‌های مختلف از اهمیت یکسانی برخوردار نیست؛ برای مثال در خصوص حق شهرت یک هتل، طول مدت اجاره بسیار اهمیت دارد. آن قدر که گفته می‌شود که حق شهرت یک هتل، جدای از طول مدت اجاره نه وجود دارد و نه می‌تواند به فروش برسد.<sup>۳۵ و ۳۶</sup>

«مدیریت خوب کسب، مهارت، وقت‌شناسی، ریسک دخیل در آن کسب، تعصبات قدیمی، بازده تولید،<sup>۳۷</sup> میزان تخصص مورد نیاز در آن کسب، روابط رضایت‌مندانه بین کارکنان و مدیریت، منابع کافی سرمایه، وجود یک تقاضای ثابت برای محصولات یا خدمات آن کسب، تبلیغات، امتیازات انحصاری،<sup>۳۸</sup> قدمت و سابقه موفقیت، توانایی آن کسب برای ایستادگی در برابر فشارهای دوره رکود، توانایی حفظ یک موقعیت انحصاری، اختلاف دستمزدها با مبالغ مطلوب، میزان رقابتی که کسب با آن مواجه است، معروفیت به دلیل قابل اعتماد بودن، دارا بودن یک فرمول محرمانه، مسیرهای مناسب تحویل کالا، پیشنهادهایی که برای کسب ارائه می‌شود<sup>۳۹</sup> از دیگر عوامل اثرگذار بر حق شهرت‌اند. لازم نیست عوامل گفته‌شده در همه موارد به یک اندازه حضور داشته باشند؛ مثلاً برای حق شهرت یک کسب، ممکن است تبلیغات امر وجودی باشد، اما برای حق شهرت کسبی دیگر، تنها اهمیت ثانویه داشته باشد؛ برای مثال تبلیغاتی که برای یک سازنده سیگار لازم است تا مشتری جذب و سپس آن‌ها را حفظ کند با تبلیغات لازم برای یک سازنده چوب‌پنبه در بطری، متفاوت خواهد بود و مورد دوم، نیازمند تبلیغات بیشتر است».<sup>۴۰</sup>

## ۱-۲. شرایط حمایت از حسن شهرت

در نظریه حمایت از حسن شهرت تجاری مستأجر که در این نوشتار درصدد ارائه و دفاع از آن هستیم، باید از حسن شهرت مستأجر تحت شرایط ذیل حمایت به عمل آید: الف. وجود رونق کسب در عین مستأجره: در ایران، مطابق نظریه یادشده، اگر مستأجر بخواهد به استناد رونق

34. Glenn & Hall Co. v. Hall, 61 N. Y., 226, 19 Am. Rep. 278, (1993).

35. Metropolitan v. St. Louis Dispatch Co., supra note 25; S. F. Myers Co. v. Tuttle, supra note 23, (1997).

36. Smith, "good will", 580-600.

37. Manufacturing efficiency.

38. Monopolistic privileges.

39. Smith v. Davidson, 31 S.E.2d 477, Ca (1944).

40. Kisthardt, "Professional good will in marital dissolution cases", 9-31.



کسب، مبلغی را از موجر مطالبه نماید، باید اثبات نماید که در ملک استیجاری به تجارت پرداخته و به رونق تجاری دست یافته است.

«در حقوق انگلیس نیز تنها در فرض وجود رونق کسب، می‌توان به وجود حق شهرت و حمایت از آن قائل بود، اما اگر کسی مدعی وجود حق شهرت باشد، پیشینه درآمد معمولاً برای اثبات وجود حق شهرت، با اهمیت است.<sup>۴۱</sup> با وجود این، در دعوایی که یک کسب، درآمدهای زیادی داشت، اما مشتری دائمی و تثبیت شده‌ای نداشت و در نتیجه، تضمینی نبود که درآمدها ادامه پیدا کند، رأی دادگاه این بود که پیشینه درآمد اهمیتی برای اثبات حق شهرت ندارد.<sup>۴۲</sup> در دعوایی دیگر، دادگاه به این مسئله اشاره کرد که از عناصر مهم حق شهرت، مشتریان است. از این رو، ممکن است یک شرکت درآمدهای هنگفتی کسب کند، اما حق شهرت قابل ملاحظه‌ای نداشته باشد.<sup>۴۳</sup> در مقابل، یک شرکت ممکن است حق شهرت داشته باشد؛ اگرچه دچار خسارت شده باشد. این مطلب جایی صدق می‌کند که کسب فروش ناخالص زیادی با مشتریانی دائمی دارد و خسارت صرفاً به علت ضعف مدیریت است که به راحتی قابل اصلاح است. در دعوی الن جی. فرانکلین،<sup>۴۴</sup> یک کسب به طرز سودآوری عمل نکرد و درگیر مشکلات مالی بود. باین حال، رأی دادگاه این بود که حق شهرت مربوط به نام این کسب قابل فروش است. البته باید گفت که نام می‌تواند برای موفقیت یک کسب مهم باشد.<sup>۴۵</sup> در حالی که ممکن است برای کسب دیگر آنچه‌چنان مهم نباشد. یک کسب، لازم نیست نوعی خاص از اموال را دارا باشد تا بتواند حق شهرت داشته باشد. در دعوی آیرون مایکلز<sup>۴۶</sup> مالیات‌دهنده، وی مالک یک خدمات لباسشویی بود که اموال او تنها مقداری ملافه، حوله و فهرست مشتریان بود. رأی بر این شد که کسب دارای حق شهرت است. همچنین در دعوی ریچارد اس. وایلر<sup>۴۷</sup> که یک کسب حسابداری و مقداری اوراق کار و لوازم اداری داشت، رأی داده شد که این کسب، حق شهرت دارد»<sup>۴۸</sup>.

ب. بهره‌مندی دیگران از رونق کسب مستأجر: هدف این است که در نظریه حاضر، از رونق کسب مستأجر در حقوق ایران حمایت گردد؛ به گونه‌ای که مانع بهره‌مندی رایگان از آن شویم؛

41. George M. Trammell, CCH Dec. 19, 067, 18 TC662 (1950).

42. Peter V amuaks, CCH Dec. 14,668(M), 4 TCM 733, (1951).

43. Leapold V Kaffie CCH Dec. 11, 870, 44 BTA 843, (1951).

44. Ellen J. Franklin, CCH Dec. 16,079(M), 6 TCM 1099, (1953).

45. Smith v. Walker, 57 Mlch., 456,1 Lindley,487, (1987).

46. Aaran Michaels, CCh Dec. 16,748, 12 TC 17, (1955).

47. Richard S. Wyler, CCH Dec. 15,924, 9 TC 99, (1963).

48. Robert G Bone, "Hunting good will: a history of the concept of good will in trademark law", Forthcoming (available at ssm: <http://ssrn.com> in2016/3/10), 567.

بنابراین به‌صرف تخلیه ملک، موجر مکلف به دادن عوض این حق مالی نیست، ولو اینکه مستأجر در محل، دارای رونق تجاری قابل توجهی باشد؛ زیرا موجر در جریان تخلیه، حق خود را اعمال می‌کند و زیان‌های متعارف در راستای اعمال حقوقی که لازمه زندگی اجتماعی است، اصولاً قابل مطالبه نیستند و موجر را از اطلاق حق مالکیتش منع نمی‌کنند.

مطلق بودن مالکیت موجر اقتضا می‌کند که ملک خود را به هرکس و تا هر زمانی که بخواهد اجاره دهد. بنابراین، به اقتضای اطلاق مالکیت موجر، پس از اتمام مدت، مستأجر ملزم به ترک محل استیجاری است، اما آنچه در این میان وجود دارد، حسن شهرتی است که در مکان مزبور به‌واسطه عمل مستأجر شکل گرفته است؛ یک حق مالی که عامل فزونی مشتریان و افزایش درآمد واحد تجاری است. اگر کسی از این حق مالی استفاده نماید، به استناد قاعده استیفا ملزم به پرداخت عوض آن است. همچنین، قاعده استفاده بلاجهت که در ماده ۳۱۹ قانون تجارت عنوان آن به کار رفته است، می‌تواند پشتوانه مطالبه عوض رونق تجاری مستأجر باشد. برخی از شرایط اعمال این قاعده را حقوق‌دانان چنین شرح داده‌اند: «۱. دارا شدن ۲. دارا شدن باید به ضرر دیگری باشد ۳. میان دارا شدن و کاهش دارایی دیگری رابطه‌ای باشد تا بتوان گفت که دارا شدن به زیان دیگری است ۴. فقدان سبب برای دارا شدن».<sup>۴۹</sup> به نظر می‌رسد شرایط یادشده در رابطه با استفاده بلاجهت از حسن شهرت تجاری مستأجر نیز لازم باشند.

در حقوق انگلیس، «دفاع از حسن شهرت، محدود به مواردی نشده است که صرفاً مانع بهره‌مندی رایگان دیگران از آن شویم؛ بلکه در حقوق این کشور، مالک واجد حق دریافت خسارت از کسی است که حتی بدون استفاده از این حسن شهرت، موجب از بین رفتن آن شده است.<sup>۵۰</sup> بر همین اساس، در مواردی که اموال شخصی به‌وسیله دولت برای منافع عمومی تصاحب می‌شود، اگرچه دولت برای تخریب، این املاک را تصاحب می‌کند، اما باید عوض حق شهرت را بپردازد؛<sup>۵۱</sup> مانند دعوای «ذخیره آبی نیویورک»<sup>۵۲</sup> که مقرر شد باید خسارات وارد بر حق شهرت جبران شود».<sup>۵۳</sup> حال آنکه در حقوق ایران، در نظریه دفاع از حسن شهرت، پرداخت عوض منوط به استیفا از آن شده است و اشتغال به شغل مشابه مستأجر یا اخذ سرقفلی بیشتر به‌واسطه حسن

۴۹. سیدحسین صفایی و حبیب‌الله رحیمی، مسئولیت مدنی (الزامات خارج از قرارداد) (تهران: سمت، ۱۳۹۳)، ۵۶.  
 50. *George v. Consolidated Lighting Co.*, 87 Vt. 411, 89 A. 635 (1914).  
 51. *Mitchell v. United States*, 267 U. S. 341, (1925).  
 52. *People ex rel. Burhans v. City of New York*, 198 N.Y.439, 92N. E.18. (1910).  
 53. Frank. Aloit and Abba Goldberg, Arthur, "A reexamination of value good will and business losses in eminent domain", *Unif. Law Revive*, (New York, M. P. A Syracuse, 1968): 620-630.

شهرت، می‌تواند از راه‌های بهره‌مندی از حسن شهرت مستأجر باشد. بنابراین، اگر مستأجر از طریق نصب اطلاعیه، مشتریان قدیمی را به محل کسب جدید راهنمایی نماید، از آنجا که مانع استیفای دیگران از رونق کسب شده است، نمی‌تواند عوض را مطالبه کند؛ زیرا در واقع خودش از رونق کسب بهره‌مند گردیده است.

در حقوق ایران، پس از انتقال سرقفلی، انتقال‌دهنده حق دارد مشتریان قدیمی را برای تجارت به محل کسب خود جذب نماید؛ زیرا سرقفلی در عوض این ارتباط پرداخت نمی‌شود، اما «در انگلیس معمولاً در انتقال حق شهرت، قراردادهای فروش با مشتریان دائمی نیز منتقل می‌شود»<sup>۵۴</sup> و فروشنده حق شهرت تنها می‌تواند با مشتریان دائم خود قراردادهای فروش اتفاقی منعقد نماید و نمی‌تواند با آن‌ها مجدداً وارد قراردادهای کلان شود.<sup>۵۵</sup> البته می‌تواند در منطقه جغرافیایی دیگری به همان کسب اشتغال یابد، مگر اینکه خلاف آن شرط شده باشد؛<sup>۵۶</sup> «زیرا در حقوق انگلیس، فروش حق شهرت بدون فروش عناصری که ایجادکننده این حسن شهرت شده‌اند، امکان‌پذیر نیست. بنابراین، اگر نام تجاری، فرمول محرمانه، مکان تجاری یا قرارداد با مشتریان دائمی موجب ایجاد این حسن شهرت شده باشد، این عناصر همراه با فروش حق شهرت هم فروخته شده محسوب می‌شوند».<sup>۵۷</sup>

در حقوق انگلیس، وقتی حق شهرت فروخته می‌شود، روابط تجاری با مشتریان سابق نیز به‌عنوان عنصری از آن، فروخته می‌شود،<sup>۵۸</sup> اما در ایران، از آنجا که تاجر دارای رونق کسب قادر نیست عوض آن را در زمان تخلیه دریافت کند، مطابق رویه عرف، اطلاعیه‌ای در محل نصب می‌کند که این کسب به‌زودی به فلان مکان منتقل می‌گردد تا از این طریق بتواند در محل کسب جدید، مشتریان قدیمی خود را حفظ کند، اما در جریان انتقال حق شهرت، نمی‌توان از انتقال سخن گفت؛ درحالی‌که خود کسب و تا حد ممکن مؤلفه‌هایی که باعث ایجاد این حسن شهرت و رونق شده‌اند، منتقل نشوند به همین دلیل است که در انتقال حق شهرت، یکم. فهرست مشتریان و حتی قراردادهای فروش با مشتریان دائمی نیز منتقل می‌شود. دوم. کسب فعال با همان ماهیتی که دارد، با همان ریسک دخیل در آن، میزان تخصص مورد نیاز و رقابتی که با آن مواجه است، منتقل می‌شود.<sup>۵۹</sup>

54. Hookham v. Pottage, 27 L. T.N.S., 595; 21 W.R., 508; 1 Lindley, 441. (1949).

55. Allen v. Taylor, 19 W. R., 556; 24L.T.N.S., 249(1974).

56. Roger LeRoy Miller, "Business Law Today, the Essentials: Text and Summarized Cases", Eleventh Edition, (Boston, Cengage Learning, 2016), 242.

57. Smith, "good will", 580-600.

58. Roberts v. Lemont, 73 Neb. 365, 102 N. W. 770 (1905).

59. Mard, "Valuation for Financial Reporting: Fair Value, Business Combinations, Intangible

«سوم. نام یا علامت تجاری که معرف کسب مزبور با جایگاه کنونی و پیشینه توأم با موفقیت‌های آن است، منتقل می‌شود».<sup>۶۰</sup> خریدار حق شهرت این حق را داراست که با اسم کسب خریداری شده به تجارت بپردازد و خود را برای مشتریان سابق، به‌عنوان جانشین آن کسب معرفی نماید.<sup>۶۱</sup> طبق توصیه سازمان جهانی مالکیت معنوی، باید از مالکان علائم تجاری حمایت شود و این حمایت باید تنها محدود به حوزه حق شهرت علامت تجاری باشد. به همراه علامت، حق شهرت نیز منتقل شود؛<sup>۶۲</sup> زیرا علامت بازنمودی از کیفیت یا عملکرد رضایت‌بخش برای عموم مردم است.<sup>۶۳</sup>

«انتقال علامت تجاری، بدون واگذاری حق شهرتی که علامت تجاری با آن ایجاد شده، باطل و بی‌اعتبار است. این موضوع در دعوای شرکت لیندر علیه شرکت کفش می‌رود<sup>۶۴</sup> نیز مطرح شد. در این دعوا، انتقال نام تجاری بدون لحاظ محل بود و از این جهت، ایرادی به آن وارد نشد، اما به دلیل اینکه انتقال نام تجاری، بدون انتقال حق شهرت بود، انتقال نامعتبر دانسته شد».<sup>۶۵</sup> با توجه به رأی یادشده می‌توان گفت که سرففلی در ایران، حق مال وابسته به محل است. از این رو، غیرمنقول تبعی است، اما در حقوق انگلیس، حق شهرت به نام تجاری، کیفیت محصولات و شهرت ناشی از آن وابسته و مال منقول است.

«عناصری که موجب حسن شهرت تجاری شده‌اند باید با انتقال حسن شهرت، منتقل شوند»<sup>۶۶</sup> و «اگر این عناصر، قابل انتقال نباشند، خود حق شهرت نیز غیر قابل انتقال است. به همین دلیل، خدمات بهداشت ملی، انگلستان و ولز<sup>۶۷</sup> در آیین‌نامه مصوب ۲۰۰۴ مقرر می‌دارد: تأمین‌کنندگان خدمات پزشکی نمی‌توانند حق شهرت طبابت خود را در هیچ شرایطی بفروشند و

Assets, Goodwill, and Impairment Analysis", 133.

60. Halden v. Me Maken, 1 Pars. (Penna), 270(1907).

61. Roger and Gallet v. Janmarie, Inc., 44 C.C.P.A. (1958).

62. Couess v. Fessler, 89 Cal.336. (1964).

63. Maxim Grinberg, "The WIPO joint recommendation protecting well-known marks and the forgotten goodwill", *London, Kent Journal of Intellectual Property* 5 (2005):10.

64. Linder Co. V. Myrod Shoe Co, 175N.E.Rep 879 (1992).

65. Shinhan Financial Group, "Trade-mark not transferable without transfer of good will and business", *The Business Law journal* (London, 18 Bus L.J, 2012): 5-20.

66. Doris Estelle Long, *International intellectual property law* (London, First published: Kluwer Law, 1997): 456.

67. National Health Service, England and Wales.

68. Statutory Instruments, No. 1017(W.114), National Health Service, Wales, The Primary Medical Services (Sale of Goodwill and Restrictions on Subc, contracting) (Wales) Regulations 2004.

حق حسن شهرت تجاری در حقوق ایران با مطالعه تطبیقی ... / جوانمرد و رهپیک ۱۹

هیچ‌کس هم نمی‌تواند به‌جای آن‌ها حق شهرت را بفروشد؛ زیرا مهارت پزشکان موجب حسن شهرت آنان شده است و این مهارت قابل انتقال نیست». ۷۰ و ۷۱

«قانون اسامی تجاری مصوب ۱۹۹۲ در ماده (۱) ۴۲ به روشن کردن این مطلب می‌پردازد که انتقال اسم تجاری با انتقال حق شهرت یا دیگر حقوق مادی مرتبط با اسم تجاری همراه است. ماده (۱)-۲۴ قانون علامت‌های تجاری مصوب ۱۹۹۴ علامت تجاری ثبت‌شده را قابل انتقال می‌داند. اگر این علامت در ارتباط با حق شهرت باشد، به همراه حق شهرت و در غیر این صورت، به‌طور مستقل قابل انتقال است. وقتی در انگلیس، علامت تجاری منتقل می‌شود، حسن شهرت و عناصر موجب این حسن شهرت، از جمله فرمولاسیون، اجاره محل و شرایط این قرارداد نیز منتقل می‌شود». ۷۲ و ۷۳ حال آنکه در حقوق ایران این‌گونه نیست و انتقال علامت تجاری ملازمه‌ای با انتقال سرقفلی، حق کسب یا حسن شهرت ندارد. در حقوق ایران، خریدار سرقفلی این حق را ندارد که از اسم تجاری انتقال‌دهنده سرقفلی استفاده نماید یا خود را جانشین کسب سابق معرفی کند؛ بلکه خریدار سرقفلی تنها می‌تواند در محل کسب سابق، مشغول تجارت شود.

«چهارم. محل کسب: اگر مکان مناسب تجاری، موجب حسن شهرت و رونق کسب شده باشد، در آن صورت محل کسب قاعدتاً به‌عنوان یکی از عناصر حق شهرت همراه با آن منتقل می‌شود» ۷۴ و پنجم. قرارداد اجاره: گاه همراه با حق شهرت، قرارداد اجاره به همراه ویژگی‌های آن، از جمله طول مدت اجاره و مکان مناسب استیجاری نیز منتقل می‌شود». ۷۵ و ۷۶

### ۱-۳. تمایز حسن شهرت با دیگر حقوق مشابه

حقی که در حقوق ایران درصدد حمایت از آن هستیم نه سرقفلی است که با جواز آن روبرو باشیم و نه حق کسب است که با عدم جواز آن مواجه شویم. درباره تفاوت‌های این حق با سرقفلی می‌توان گفت:

69. Tierney v. Klein, 67 Miss. 173, 8 So. 424 (1889).

70. Calvin, "Sale of goodwill and other intangibles as ordinary income", 307.

71. Trade Marks Act 1994.

72. Borjois & Co. v. Katzel, 260 U. S. 689, (1947).

73. Antons Christoph, "Intellectual property law in Indonesia", *The Business Law journal*, (Birmingham 1999): 252-272.

74. Menendez V. Holt, 128 U. S. 514; (1937).

75. Morgan v. Schuyler. 79 N.Y. (84 Sick.), 490; (1898).

76. Qasim, Amer. "Goodwill accounting in the United Kingdom", *Review of business and finance studies* 4, No.1, (2013): 60-75.

یکم. حمایت از رونق کسب مستأجر، منوط به احراز حسن شهرت در محل استیجاری است و در صورتی که مستأجر نتواند وجود رونق کسب را اثبات نماید، حمایتی از او صورت نمی‌پذیرد؛ حال آنکه ایجاد یا عدم ایجاد سرقفلی وابسته به حسن شهرت مستأجر نیست.

دوم. برای مطالبه عوض حسن شهرت مستأجر، موجر یا مستأجر بعدی باید به همان کسب مستأجر سابق اشتغال یابد یا به نحوی از حسن شهرت مستأجر بهره‌مند شود؛ زیرا از این طریق می‌توان ادعا کرد که موجر یا مستأجر بعدی به استیفای حق مستأجر سابق پرداخته است؛ حال آنکه شرط مطالبه سرقفلی، اشتغال یا عدم اشتغال موجر یا مستأجر بعدی به کسب مشابه ایشان نیست.

در باره تفاوت‌های حق کسب یا پیشه یا تجارت با حق حسن شهرت می‌توان گفت:

اول. هر مستأجری که مطابق قانون روابط موجر و مستأجر مصوب ۱۳۵۶ عقد اجاره منعقد می‌کرد، به استناد ماده ۱۹ این قانون واجد حق کسب یا پیشه یا تجارت می‌شد، اما لزوماً واجد حق حسن شهرت نیست.

دوم. شرط داشتن حق کسب، وجود حسن شهرت نیست و مستأجر می‌تواند حق کسب یا پیشه یا تجارت داشته باشد، حتی اگر سوء شهرت داشته باشد. حال آنکه شرط بهره‌مندی مستأجر از حق حسن شهرت، خوش‌نامی است.

سوم. مطابق قانون روابط موجر و مستأجر مصوب ۱۳۵۶ هر مستأجری که دارای حق کسب است، حق دارد پس از پایان موعد اجاره در ملک استیجاری بماند؛ امری که غصب ملک محسوب می‌شود. فقها با وجود حکم قانون، تصرف مستأجر را غصبی دانسته‌اند؛<sup>۷۷</sup> زیرا حق ماندن مستأجر بعد از پایان مدت اجاره در ملک (حق تمديد) را منوط به رضایت موجر می‌دانند.<sup>۷۸</sup> حال آنکه در قوانین روابط مالك و مستأجر مصوب ۱۳۳۹ و روابط موجر و مستأجر مصوب ۱۳۵۶ حق تمديد به مستأجر بر مبنای حکم قانون و بدون نیاز به توافق با موجر داده می‌شد. در نتیجه این

۷۷. «و اذا استغل المستأجر القانون الحكومي الذي يقضى بمنع المالك عن الاجبار المستأجر على التخليه او عن الزيادة في البدل الاجار، فامتنع عن دفع الزيادة او التخليه فعمله هذا محرم، و يكون تصرفه في المحل بدون رضا المالك غصباً و كذا ما يأخذه من المال ازاء تخليه حراماً»؛ و اگر مستأجر از این قانون حکومت که مالک را از اجبار مستأجر به تخلیه یا افزایش اجاره‌بها منع می‌کند، سوء استفاده کند و از تخلیه محل یا پرداخت مبلغ بیشتر امتناع ورزد این کار او حرام و تصرف او در محل بدون رضایت مالک، غصبی است و این چنین مبلغی را که نیز در ازای تخلیه محل دریافت می‌کند، حرام است.

۷۸. سیدابوالقاسم موسوی خویی، منهاج الصالحين للخواججه (قم: نشر مدينة العلم، ۱۴۱۰ق)، ۴۲۲؛ سیدعلی حسینی سیستانی، منهاج الصالحين (قم: دفتر حضرت آیت‌الله سیستانی، ۱۴۱۷ق)، ۴۵۳؛ جواد بن علی تبریزی، المسائل المنتخبة (للتبریزی) (قم: دار الصدیقة الشهيدة (س)، ۱۴۲۷ق)، ۴۲۰؛ محمد بحرانی، فقه المصارف و النقود (قم: مکتبه فک، ۱۴۲۸ق)، ۴۷۹.

حق حسن شهرت تجاری در حقوق ایران با مطالعه تطبیقی ... / جوانمرد و رهپیک ۲۱

تحلیل‌ها، پس از انقلاب در قانون روابط موجر و مستأجر مصوب ۱۳۷۶ بر مبنای نظرات فقها و برای حمایت از حاکمیت اراده، چنین حق تمدیدی را که مستأجر بدون نیاز به موافقت موجر و صرفاً مبتنی بر حکم قانون داشته باشد، وجود ندارد.

حال آنکه حمایت از حسن شهرت امکان تحقق نمی‌یابد، مگر اینکه مستأجر، مورد اجاره را تخلیه نماید و سپس موجر یا مستأجر بعدی به نحوی از حسن شهرت ایشان بهره‌مند شود.

## ۲. سابقه حمایت از حسن شهرت مستأجر

در ماده نهم آیین‌نامه تثبیت قیمت‌ها مصوب ۱۳۲۲/۷/۲۳ آمده است: «اگر مورد اجاره، محل پیشه است و موجر بخواهد تا یک سال پس از تخلیه به شغل مشابه مستأجر سابق در عین مستأجره اشتغال ورزد، در صورتی که سابقه عمل یا نام مستأجر سابق دارای قیمت و اعتباری باشد که نتیجه آن عاید موجر گردد، موجر مکلف است برای قیمت اعتبار یا نام مستأجر سابق به میزانی که کارشناس معین خواهد کرد به مستأجر بپردازد و در هر حال، میزان آن کمتر از معادل سه ماه اجاره آن محل نخواهد بود».

«در حقوق ایران، نخستین بار در آیین‌نامه مزبور، به صورت مستقل از حسن شهرت مستأجر حمایت شد و در قوانینی که سال‌های بعد به تصویب رسید، این حمایت به صورت غیرمستقیم صورت پذیرفت و حسن شهرت مستأجر، تنها در افزایش قیمت سرقفلی و حق کسب یا پیشه یا تجارت نقش داشت».<sup>۷۹</sup>

میان سرقفلی و حق کسب در حقوق ایران با حق شهرت در حقوق انگلیس، تفاوت بسیاری وجود دارد و شباهتی که میان نهادهای یادشده وجود دارد این است که در هر دو کشور از رونق کسب حمایت می‌شود. البته شیوه این حمایت متفاوت است به این صورت که در حقوق ایران، رونق کسب در افزایش سرقفلی و حق کسب مؤثر است، اما در حقوق انگلیس، رونق کسب به‌طور مستقل مورد حمایت است.<sup>۸۰</sup> «در انگلیس، همان‌طور که در دعوی والینگفورد، شامپ و شرکا علیه بور<sup>۸۱</sup> مطرح شد، حق شهرت دارایی مهمی در بسیاری از شرکت‌هاست که وجود و ارزش آن

۷۹. لایا جوانمرد، تحلیل مبانی سرقفلی و حق کسب در حقوق ایران با مطالعه در حقوق فرانسه و انگلیس (تهران: انتشارات دانشگاه علوم قضایی و خدمات اداری، ۱۴۰۰)، ۲۹.

80. Elizabeth Martin, Dictionary of law, fifth edition, (London: University of Oxford, 2010), 221.

81. Wallingford, Shamp & Co. v. Burr, 17 Neb., 137; 15 Neb., 204, (1993).

حفظ و به صورت دوره‌ای ارزیابی می‌شود، اما در ارزش‌گذاری دارایی‌ها، حق شهرت را در زمان برچیده شدن شرکت در نظر می‌گیرند».<sup>۸۲</sup>

«حق شهرت یک شرکت دایر را نمی‌توان در ترازنامه آورد».<sup>۸۳</sup> «بنابراین، حق شهرت در ترازنامه یک شرکت، بخشی از قیمت است که مجزا از دیگر دارایی‌های عینی و غیر عینی قابل ارزیابی است».<sup>۸۴</sup> «باقیمانده به حق شهرت نسبت داده می‌شود» = ارزش دارایی‌های غیر عینی - (ارزش دارایی‌های عینی) - (کل ارزش بازار سهام)<sup>۸۶</sup>.

ارزش	شرکت تولید صنعتی تجارت عام
۵۰۰ میلیون دلار	ارزش کل بر مبنای قیمت سهام ضرب در تعداد سهام‌ها
۳۰۰ میلیون دلار	منهای ارزش دارایی‌های عینی (ماشین‌آلات و تجهیزات)
۵۰ میلیون دلار	منهای ارزش منسوب به علائم تجاری
۵۰ میلیون دلار	منهای ارزش حق اختراع، کپی‌رایت و نرم‌افزارها
۱۰۰ میلیون دلار	مانده: منسوب به حق شهرت

«طبق تعریف قاضی اسوان،<sup>۸۷</sup> در دعوای کارخانه آب جوسازی هابرل کریستال اسپرینگز علیه کلارک،<sup>۸۸</sup> حق شهرت را می‌توان بر اساس ارزشی بیشتر از ارزش بازاری اموال عینی به کاررفته در کسب محاسبه کرد؛ بنابراین آن بخش از قیمت که مجزای از دیگر دارایی‌هاست، مربوط به حق شهرت است».<sup>۸۹</sup>

«مالک حق شهرت می‌تواند مانند مالک یک عین، آن را به فروش رساند، اجاره دهد یا از کسی که به این دارایی ضرر می‌زند، خسارت<sup>۹۰</sup> مطالبه نماید».<sup>۹۱</sup> در حقوق انگلیس، حمایت از

82. Shinhan Financial Group, "trade-mark not transferable without transfer of good will and business", 5-20.

83. Donald F Kuratko, *Entrepreneurship: Theory, Process, Practice*, Tenth Edition, Boston (Cengage Learning, 2017), 158.

84. Johnson Co. v. Roberts, 159 N.Y.70, 83, N.E.685, (1899).

85. Joanne M Flood, *Interpretation and Application of Generally Accepted Accounting Principles*, First Edition, (New Jersey, Wiley, 2016), 364.

86. Bone, "Hunting good will: a history of the concept of good will in trademark law", 576.

87. Judge Swan.

88. Haberle crystal springs Brewing Co. V. Clarke.30.F.2d 219.2d. Cir. (1929).

89. Antons, "Intellectual property law in Indonesia", 252-272.

90. Sparkill Realty Corp. v. State, 254 App. Div. 78, 4 N.Y. S.2d. 679, N.Y.656, 18 N.E.2d 301 (1938).

91. Ervin L Black & Mark L Zyla, "Accounting for Goodwill and Other Intangible Assets" (New Jersey: Wiley, 2018), 113.



حسن شهرت مستأجر، مقید به وجود نهادی دیگر، همچون سرقفلی یا حق کسب نیست و مستأجر در هر حال می‌تواند عوض حسن شهرت خویش را مطالبه نماید، اما در حقوق ایران، تنها مستأجری که دارای حق کسب یا سرقفلی باشد، می‌تواند عوض حسن شهرت تجاری خود را دریافت نماید و در غیر این صورت، هیچ‌گونه حمایتی از رونق کسب او به عمل نمی‌آید.

### ۳. جایگاه کنونی حمایت از حسن شهرت مستأجر

اجاره‌های مربوط به محل کسب که پیش از سال ۱۳۷۶ منعقد شده است مشمول قانون روابط موجر و مستأجر ۱۳۵۶ و اجاره‌هایی که پس از سال ۱۳۷۶ منعقد شده‌اند، مشمول قانون روابط موجر و مستأجر ۱۳۷۶ هستند؛ بنابراین برای بررسی جایگاه کنونی حمایت از حسن شهرت مستأجر باید به تحلیل این دو قانون پرداخته شود. با تصویب قانون روابط موجر و مستأجر مصوب ۱۳۵۶، قانون روابط مالک و مستأجر سال ۱۳۳۹ و ماده ۱۱ آن نسخ شد، اما با توجه به اینکه از یک سو، ماده ۱۸ قانون روابط موجر و مستأجر ۱۳۵۶ مقرر می‌کند: «میزان حق کسب یا پیشه یا تجارت ... بر مبنای اصول و ضوابطی که آیین‌نامه آن ... به تصویب ... خواهد رسید، تعیین می‌گردد» و عدم تصویب این آیین‌نامه از سوی دیگر، عملاً موجب شده است که امر تعیین قیمت حق کسب به کارشناسان واگذار شود.

نظریه مشورتی شماره ۷/۲۷۵۲ مورخ ۳۱ / ۶ / ۱۳۶۰ اداره حقوقی مقرر می‌دارد: «آیین‌نامه موضوع ماده ۱۸ قانون روابط موجر و مستأجر درباره حق کسب و پیشه، تاکنون تصویب نشده ... و تا زمانی که آیین‌نامه مربوط به تصویب نرسیده است باید با استفاده از عرف و جلب نظر کارشناسی، اقدام به تعیین میزان سرقفلی کرد».<sup>۹۲</sup> معیار تشخیص میزان حق کسب یا پیشه یا تجارت، عرفی است که ناظر بر ماده ۱۱ قانون ۱۳۳۹ است.<sup>۹۳</sup> مطابق بند سه ماده ۱۱ قانون مزبور، حسن شهرت یکی از عناصر تعیین قیمت حق کسب یا پیشه یا تجارت است؛ بنابراین درباره اجاره‌های مشمول قانون روابط موجر و مستأجر مصوب ۱۳۵۶ به صورت مستقیم از حسن شهرت مستأجر حمایت به عمل نمی‌آید و همان‌طور که در برخی از احکام دادگاه‌ها تصریح شده است،

۹۲. معاونت آموزش قوه قضاییه، رویه قضایی ایران در ارتباط با دادگاه‌های عمومی حقوقی (تهران: انتشارات جنگل، ۱۳۸۷)، ۱۱۳ - ۱۰.

۹۳. محمدرضا فلاح، ثبوت و اثبات در قانون روابط موجر و مستأجر مصوب دوم مردادماه ۱۳۵۶ (تهران: انتشارات جنگل، ۱۳۸۸)، ۱۶۶؛ مهدی زینالی، حق کسب و پیشه و تجارت و سرقفلی در حقوق ایران (تهران: انتشارات جنگل، ۱۳۸۸)، ۷۰.

حسن شهرت، عامل ایجاد<sup>۹۴</sup> یا افزایش قیمت<sup>۹۵</sup> حق کسب یا پیشه یا تجارت مستأجر است. در خصوص اجاره‌های مشمول قانون روابط موجر و مستأجر مصوب ۱۳۷۶ نیز حسن شهرت به صورت مستقیم مورد حمایت قرار نمی‌گیرد و تنها در افزایش قیمت سرقفلی نقش دارد. مطابق ماده ۱۰ قانون یادشده، در صورت عدم حصول توافق بین طرفین، دادگاه برای تعیین قیمت سرقفلی موضوع را به کارشناسی ارجاع می‌دهد و کارشناس با در نظر گرفتن همه جهات مؤثر در تعیین میزان سرقفلی، قیمت عادلانه آن را تعیین می‌کند.<sup>۹۶</sup>

حمایت از حسن شهرت مستأجر از سال ۱۳۲۲ تاکنون به کمترین میزان خود رسیده است؛ زیرا پیش از سال ۱۳۷۶ به هر مستأجر تجاری حق کسب تعلق می‌گرفت و این مستأجر به واسطه دریافت قیمت حق کسب، اگر دارای حسن شهرت بود، حق کسب بیشتری دریافت می‌کرد. از سال ۱۳۷۶ با توجه به اینکه هر مستأجر تجاری دارای سرقفلی نیست و تنها با شرایط مقرر در این قانون، ممکن است واجد سرقفلی باشد. در نتیجه، چه بسیار مستأجرانی که با وجود داشتن حسن شهرت قابل توجه، اما به دلیل نداشتن سرقفلی، نمی‌توانند عوضی برای آن دریافت کنند. به عبارت دیگر، اگر مستأجر، سرقفلی یا حق کسب نداشته باشد، کسی از حسن شهرت او دفاع نمی‌کند. حال آنکه «در حقوق انگلیس از حسن شهرت تجاری به صورت مستقل حمایت به عمل می‌آید و به عنوان یک مال قابل خرید و فروش است».<sup>۹۷</sup>

«در حقوق انگلیس، موجر در صورت اجاره دادن ملک، قیمت حق شهرت را در اجاره‌بها لحاظ می‌نماید، اما مستأجری که حق شهرت را ایجاد کرده است مشمول این افزایش نمی‌گردد؛ زیرا همین مستأجر با تلاش خود موجب ایجاد رغبت مستأجران دیگر به این ملک شده است»<sup>۹۸</sup>، اما در حقوق ایران، اگر مستأجر موجب حسن شهرت و رونق کسب در محل گردد، پس از پایان مدت قرارداد اجاره باید در رقابت با دیگر متقاضیان اجاره همین ملک قرار گیرد و افزایش اجاره نیز متوجه ایشان گردد.

۹۴. رأی با شماره دادنامه ۹۱۰۹۹۷۰۲۲۳۵۰۰۷۳۹ به تاریخ ۹۱/۶/۲۸ صادره از شعبه ۳۵ دادگاه تجدیدنظر استان تهران؛ رأی با شماره دادنامه ۹۲۰۹۹۷۰۹۰۸۹۰۰۰۱۳ مورخ ۱۳۹۲/۱/۱۹ صادره از شعبه ۳۷ دادگاه تجدیدنظر استان تهران؛ رأی با کلاس پرونده ۶۱۸/۲۱۹/۸۵ و شماره دادنامه ۷۴۶ به تاریخ ۸۶/۸/۳۰ صادره از شعبه ۲۱۹ دادگاه حقوقی تهران؛ رأی با شماره دادنامه ۹۱۰۹۹۷۰۲۲۸۶۰۱۲۷۰ مورخ ۹۱/۱۲/۶ صادره از شعبه ۲۶ دادگاه عمومی حقوقی تهران.  
۹۵. رأی با کلاس پرونده ۹۴۸/۱۵/۸۴ و شماره دادنامه ۱۳۰۸ صادره از شعبه ۱۵ دادگاه تجدیدنظر استان تهران مورخ ۸۴/۰۹/۳۰.

۹۶. یوسف طاهر موسوی، حقوق موجر و مستأجر در قانون روابط موجر و مستأجر ۱۳۷۶ (تهران: انتشارات مجد، ۱۳۸۷)، ۹۷.  
97. Shinhan Financial Group, "Trade-mark not transferable without transfer of good will and business", 5-20.

98. Herford V. Cramer, 7 Colo., 483; (1985).

امروزه، از حسن شهرت و رونق کسب مستأجری که سرقفلی یا حق کسب ندارد، هیچ‌گونه حمایتی در قانون به عمل نمی‌آید. در این رابطه، پیشنهاد می‌شود ماده‌ای به قانون روابط موجر و مستأجر الحاق گردد<sup>۹۹</sup> تا به‌موجب آن، مستأجری که واجد حسن شهرت و رونق کسب قابل توجهی است با اثبات سه امر، عوض حسن شهرت خود را از منتفع آن مطالبه نماید: الف. وجود حسن شهرت و رونق کسب قابل توجه؛ ب. تخلیه ملک؛ پ. بهره‌مندی خواننده از حسن شهرت و رونق کسب او. لازم است گفته شود که این بهره‌مندی می‌تواند اشتغال به کسب مشابه یا با اخذ سرقفلی از مستأجر جدید باشد.

#### ۴. دیدگاه فقها در ارتباط با حمایت از حسن شهرت مستأجر

همان‌طور که گفته شد، در قوانین روابط مالک و مستأجر مصوب ۱۳۳۹ و روابط موجر و مستأجر مصوب ۱۳۵۶ پس از اتمام مدت قرارداد، اختیار ادامه رابطه استیجاری به مستأجر داده شده بود و در موارد احصاء شده در این قوانین که مستأجر موظف به تخلیه ملک بود، موجر به‌حکم قانون، ملزم به پرداخت وجهی تحت عنوان حق کسب یا پیشه یا تجارت بود و وجود حسن شهرت برای مستأجر بر میزان این وجه می‌افزود. با توجه به این حکم، برخی فقها برای حمایت از حاکمیت اراده که به‌وسیله این قوانین به‌نوعی محدود شده بود، به اظهارنظر در خصوص حسن شهرت مستأجر پرداختند.<sup>۱۰۰</sup>

دیدگاه فقها پیرامون حسن شهرت و رونق کسب مستأجر را می‌توان به چهار دسته تقسیم کرد: یکم. رونق کسب مستأجر نباید موجب حق ماندن مستأجر در محل گردد. این گروه، از این منظر در خصوص رونق کسب اظهارنظر کرده‌اند که اگر مستأجر به استناد رونق کسب در محل بماند، تصرف او غصبی و وجهی را که در ازای تخلیه ملک می‌ستاند، حرام است.<sup>۱۰۱</sup> در خصوص دیدگاه

۹۹. متن ماده پیشنهادی: در صورت وجود رونق کسب قابل توجه برای مستأجر سابق، اگر موجر یا مستأجر بعدی به تجارت مستأجر سابق در محل اشتغال یابد، مطابق نظر کارشناس، باید عوض رونق کسب مستأجر سابق را به ایشان پرداخت نماید.

۱۰۰. سیدصادق حسینی روحانی قمی، المسائل المستحدثة (بی‌جا، بی‌تا)، ۳۳.

۱۰۱. بحرانی، فقه المصارف و النقود، ۴۷۹؛ سیدعلی حسینی سیستانی، المسائل المنتخبة (قم: دفتر حضرت آیت‌الله سیستانی، ۱۴۲۲ ق)، ۵۶۸؛ سیدمحمد مهدی موسوی خلیلی، فقه الشیعه- کتاب الإجارة (تهران: انتشارات منیر، ۱۴۲۷ ق)، ۱۰۹۱؛ تبریزی، المسائل المنتخبة، ۴۱۹؛ موسوی خویی، منهاج الصالحین، ۴۲۲؛ سیدروح‌الله موسوی خمینی، استفتانات (قم: دفتر انتشارات اسلامی، ۱۴۲۲ ق)، ۱۰۷؛ مؤسسه دائرة المعارف الفقه الاسلامی، فرهنگ فقه فارسی (قم: انتشارات مؤسسه دائرة المعارف الفقه الاسلامی، ۱۴۲۶ ق)، ۴۴۱؛ محمدفاضل لنکرانی، جامع المسائل (قم: انتشارات امیر قلم، ۱۳۷۷)، ۲۸۲؛ سیدمحمد موسوی یجنوردی، «سرفقلی»، مجله حقوقی دادگستری، شماره ۸، سال دوم (۱۳۷۲)، ۱۸-۹؛ سیدعلی خامنه‌ای، اجوبه الاستفتانات (قم: نشر دفتر آیت‌الله خامنه‌ای، ۱۴۲۴ ق)، ۳۸۷؛ محمداسحاق فیاض کابلی، رساله توضیح المسائل (قم: انتشارات مجلسی، ۱۴۲۶ ق)، ۳۸۳.

یادشده باید گفت که آنچه در این نوشتار به دنبال حمایت از آن هستیم، تخلیه نکردن ملک به استناد حسن شهرت نیست، بلکه برعکس، مطابق نظریه مورد بحث، پرداخت عوض حسن شهرت مستأجر به دلیل استیفای آن به وسیله دیگری، جز با تخلیه ملک امکان پذیر نمی شود. بنابراین، حسن شهرت مستأجر نباید مستمسکی برای تخلیه نکردن باشد.

دوم. رونق کسب برای مستأجر، هیچ حقی را ایجاد نمی کند. باورمندان به این دیدگاه معتقدند که اگر مدت اجاره تمام شود، بر مستأجر حرام است که بی اجازه مالک در ملک اقامت کند و بر او واجب است که اگر مالک راضی نیست، ملک را تخلیه کند و شرع برای چنین کسی هیچ حقی را اثبات نمی کند؛ خواه مدت اجاره طولانی باشد یا ماندن او در محل موجب افزایش قیمت آن شود یا خروج مستأجر باعث خسارت تجاری به ایشان گردد.<sup>۱۰۲</sup> بعد از تمام شدن مدت اجاره نیز مستأجر نمی تواند به استناد اینکه مدت طولانی اقامت داشته و باعث رونق آنجا شده است، خود را دارای حق بداند و در برابر این حق، بی اجازه مالک آن مکان را اجاره دهد و سرفقلی بگیرد.<sup>۱۰۳</sup> بنابراین، به دست آوردن شهرت موجب ایجاد حقی در محل برای مستأجر نمی شود.<sup>۱۰۴</sup>

در رابطه با نظرات یادشده باید گفت که در این نوشته نیز به صرف وجود حسن شهرت، حق مطالبه عوض آن برای مستأجر در نظر گرفته نشده است؛ زیرا این مطالبه با اطلاق حق مالکیت موجر تعارض پیدا می کند. زمانی حق مطالبه عوض حسن شهرت برای مستأجر مطرح شده است که موجر یا مستأجر بعدی پس از تخلیه از رونق کسب مستأجر سابق در محل بهره ببرد؛ همان طور که اگر کسی از اشیاء یا از فعل مستأجر استفاده می کرد، ملزم به پرداخت عوض آن بود. در این حالت نیز با توجه به اینکه حسن شهرت در عرف تجاری یک نوع حق مالی است، اگر کسی به استفاده از آن پردازد ملزم به رد عوض است. البته اگر موجر یا مستأجر بعدی از حسن شهرت استفاده ننماید، در این صورت نیز حسن شهرت یک حق مالی است، اما عوض آن به دلیل ضرورت های زندگی اجتماعی و تعارض با اطلاق حق مالکیت موجر قابل مطالبه نیست.

سوم. رونق کسب، تحت شرایطی می تواند برای مستأجر حقی را ایجاد کند و شرایط مزبور همان شرایط فرض مورد بحث در این نوشتار است.<sup>۱۰۵</sup>

۱۰۲. حسین علی منتظری نجف آبادی، الأحكام الشرعية علی مذهب أهل البيت (ع) (قم: نشر تفکر، ۱۳۴۱ق)، ۴۱۱.

۱۰۳. حسین نوری همدانی، «سرفقلی»، مجله پژوهش و حوزه، شماره ۸، سال دوم (۱۳۸۰)، ۵۸-۵۰.

۱۰۴. میرزاعلی مشکینی، مصطلحات الفقه (بی جا، بی تا)، ۳۰۲.

۱۰۵. در این رابطه، در پاسخ به استفتائی به تاریخ ۱۳۹۵/۱۱/۲۳ با این مضمون: موجری هستم که مغازه خود را به مستأجری اجاره داده بودم، در مدت اجاره، ایشان از حسن شهرت و رونق کسب خوبی برخوردار شد. پس از پایان مدت اجاره، از تمدید اجاره با ایشان خودداری کردم. پس از تخلیه ملک، من به همان شغل مستأجر سابق در مغازه ام مشغول شدم ←

چهارم. با مستأجر صاحب رونق کسب مصالحه شود.<sup>۱۰۶</sup> این گروه اگرچه حسن شهرت را مستمسکی برای تخلیه نکردن پس از اتمام مدت اجاره نمی‌دانند، اما مالیت داشتن آن را نفی نمی‌کنند و قائل به مصالحه با مستأجر و جلب نظر او با دادن مبلغی برای جبران خسارت مالی به دلیل تعطیل شدن کسب هستند؛ زیرا موجر پس از تخلیه محل از رونق کسب مستأجر با دریافت مبلغ اجاره بیشتر یا با گرفتن سرقفلی بهره می‌برد، پس لازم است مالک سرقفلی را به یکی از این شکل‌ها پرداخت کند: ۱. مصالحه با او برای تخلیه؛ به این صورت که مالک یا مستأجر دوم بگوید، برای تخلیه در ازای این مقدار با تو مصالحه می‌کنم. ۲. هدیه‌ای در عوض تخلیه؛ به این شکل که مالک یا مستأجر دوم بگوید، این مبلغ را در ازای تخلیه به تو هدیه می‌دهم.<sup>۱۰۷</sup>

با دقت در برخی دیدگاه فقها قاعدتاً نمی‌توان گفت که اگر مستأجر با وجود تخلیه ملک، عوض شهرت کسب خود را از مستأجر بعدی یا موجری که آن را استفاده کرده است، مطالبه نماید مورد حمایت فقه قرار نمی‌گیرد؛ زیرا چنین مستأجری، مالکی است که اصولی مانند «التاسُ مُسَلْطُونَ عَلَى أَمْوَالِهِمْ» و «لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ» حامی او هستند.

در پایان این بحث، به عنوان مقایسه باید گفت که حق کسب و یا سرقفلی، حق غیر منقول تبعی و به محل کسب وابسته است. از این رو، فقها ضمن صحبت در خصوص سرقفلی به لزوم تخلیه ملک به وسیله مستأجر در پایان مدت تأکید کرده‌اند، اما «در حقوق انگلیس، حق شهرت به نام تجاری و کیفیت محصولات، وابسته و مال منقولی است»<sup>۱۰۸ و ۱۰۹</sup> «اگرچه موقعیت محلی و محل کسب یکی از عناصر اثرگذار بر حق شهرت است، اما باید گفت که حق شهرت بیش از آنکه

→ (تهیه فرآورده‌های لبنیات محلی). با اینکه من پیش‌تر در این محل، چنین پیشه‌ای نداشتم، اما به واسطه حسن شهرت مستأجر سابق در همان آغاز از رونق کسب بهره‌مند شدم و مستأجر سابق من در محل استیجاری جدیدش به دلیل اینکه هنوز شناخته شده نبود، مشتریان اندکی داشت؛ ایشان با توجه به اینکه حسن شهرت و رونق کسب خود را یک حق مالی می‌دانست که از او به بنده منتقل شده بود، خواهان این شد که مبلغی با تعیین خودم به ازای رونق کسبی که به ایشان مدیون بودم، بپردازم. پرسش من از حضرت عالی این است که آیا واقعاً چیزی از ایشان بر عهده من است؟ درحالی که واقعاً رونق کسب من مدیون فعالیت ایشان بوده است؟ پاسخ حضرت آیت‌الله العظمی نوری همدانی این‌گونه بوده است: «بسمه تعالی. در فرض سؤال برای مستأجر حقی به وجود آمده و لازم است موجر از عهده آن برآید» (Noorihamedani.org).

۱۰۶. در این رابطه، در پاسخ به استفتاء یادشده (ذیل دسته سوم ذکر شد) به تاریخ ۱۳۹۶/۰۱/۲۰ پاسخ حضرت آیت‌الله العظمی مکارم شیرازی این‌گونه بوده است: «بسم الله الرحمن الرحيم. گرفتن حق کسب و پیشه اشکال دارد و سزاوار است طرفین به نوعی باهم مصالحه نمایند» (Makarem.ir).

۱۰۷. سیدمحمد مهدی موسوی خلخالی، فقه الشیعه، ۱۰۹۳. سیدمحمد مهدی موسوی خلخالی، فقه الشیعه کتاب الاجاره، چاپ اول، (تهران: مرکز فرهنگی انتشارات منیر، ۱۴۲۷ ه.ق).

108. E.Leitz, Inc. v. Robert C. Watson, Inc, 44 C.C.P.A. (1923).

109. Anthony D'Amato and Doris Es'telle Long, "International property law", first Published, (Cambridge, Kluwer Law, 1997), 237.

قائم به محل کسب باشد، به اسم تجاری وابسته است»<sup>۱۱۰</sup> و «در صورتی که مهارت، روابط رضایت‌مندانه بین کارکنان و مدیریت، منابع کافی سرمایه، تبلیغات و یک فرمول محرمانه موجب رونق تجاری گردد، حتی بدون وجود محل کسب، می‌تواند به وجود آید»<sup>۱۱۱ و ۱۱۲</sup>

در انگلیس، گاه حق شهرت ارتباطی با محل و ملک ندارد و به نظر می‌رسد این موارد تنها زمانی محقق شود که محل از موقعیت تجاری مطلوبی برخوردار نباشد، اما در حقوق ایران همیشه سرقتی یا حق کسب وابسته به محل و ملک است و وجود سرقتی و حق کسب بدون ملک متصور نیست. البته «اگر مکان مناسب کسب موجب جذب مشتری شده باشد، در آن صورت محل کسب قاعدتاً به‌عنوان یکی از عناصر حق شهرت همراه با آن منتقل می‌شود. در دعوی چرستون علیه داگلاس، جانسون<sup>۱۱۳</sup> نیز عنوان شد مکانی که مثلاً از یک جایگاه مشرف و مسلط در منطقه برخوردار باشد، می‌تواند عنصری در راستای ایجاد حق شهرت باشد و در نتیجه، با فروش حق شهرت، این عنصر نیز منتقل می‌گردد»<sup>۱۱۴</sup>.

## ۵. چگونگی تشخیص حسن شهرت و ارزیابی آن

وقتی حسن شهرت را به‌عنوان یک حق مالی که مستأجر می‌تواند عوض آن را از منتفع دریافت کند، بپذیریم، این پرسش مطرح می‌شود که یکم، چگونه باید تشخیص دهیم که مستأجر حسن شهرت دارد و دوم، چگونه باید آن را ارزیابی کرد؟ با توجه به اینکه در حقوق ایران حمایت از حسن شهرت تنها به تبع حمایت از سرقتی یا حق کسب به عمل آمده است، باید قواعد مربوط به احراز و ارزیابی آن را از قواعد ارزیابی سرقتی و حق کسب استخراج کنیم. همان‌طور که از رأی صادره شعبه اول دادگاه عالی انتظامی قضات به شماره ۲۱۵ در تاریخ ۱۳۷۲/۸/۱۵ نیز برمی‌آید، تعیین و برآورد سرقتی و حق کسب یا پیشه یا تجارت به وسیله کارشناسان انجام می‌پذیرد. بنابراین، برای تشخیص و ارزیابی حسن شهرت نیز باید بر نظر کارشناسان تکیه کرد.

110. Aloit and Abba, "A reexamination of value good will and business losses in eminent domain", 620-630.

111. S. F. Myers Co. v. Tuttle, 183 Fed. 235(1910).

112. Amer, "Goodwill accounting in the united Kingdpom", 60-75.

113. Churston V. Douglas, Johnson, V. C. 174, 188. (1938).

114. William C Nealon, "What is good will?", *Berkeley Journal of International 'L Law*, No. 39(Journal of the Patent Office Coventry Society1957): 730.

کارشناسان، عوامل مؤثر در تعیین ارزش سرقفلی را در سه دسته به این شرح مطرح می‌کنند: یکم. ویژگی‌های فیزیکی، از قبیل مترایز، دهانه واحد تجاری، عمق، تعداد بر، طبقه یا نیم طبقه، زیرزمین، عمر ساختمان و تجهیزات واحد تجاری. دوم. ویژگی‌های محیطی، از قبیل موقعیت محلی، تعداد عابران، دسترسی به مراکز تجاری دیگر، مراکز بهداشتی، مراکز تفریحی، عرض گذر قابل دسترسی و تسهیلات شهری از قبیل آب، گاز، تلفن و فاضلاب. سوم. دیگر عوامل، از قبیل مبلغ اجاره‌بها، رونق یا رکود تجارت، حق انتقال به غیر و دیگر شروط ضمن عقد.<sup>۱۱۵</sup>

با توجه به اینکه هم‌اکنون یکی از مؤلفه‌هایی که در تعیین میزان سرقفلی و حق کسب نقش دارد حسن شهرت و رونق کسب مستأجر است، پس قاعدتاً کارشناسان با امر تشخیص وجود و ارزیابی آن بیگانه نیستند. درباره نحوه محاسبه سرقفلی و حق کسب و حسن شهرت، راه‌حلی در قوانین مختلف ارائه نشده و در عمل، این وظیفه بر عهده کارشناسان نهاده شده است. بنابر نظر کارشناسان، اگر عین مستأجره بسته باشد یا تولید درآمد، کمتر یا برابر با درآمد متعارف واحدهای مشابه باشد، در این صورت به پتانسیل متعارف اقتصادی عین مستأجره افزوده نخواهد شد و اگر تولید درآمد بالفعل بیشتر از درآمد متعارف واحدهای مشابه باشد، در این صورت به پتانسیل متعارف اقتصادی عین مستأجره افزوده خواهد شد. مقدار افزایش پتانسیل متعارف اقتصادی عین مستأجره را که از فعالیت مستأجر ایجاد شده است، رونق کسب می‌نامند و عواملی از قبیل طول مدت اشتغال، مخارجی که مستأجر به‌منظور آماده کردن محل مزبور از حیث قفسه‌بندی و تهیه اشیاء مورد لزوم و دیگر تزیینات داخلی متحمل گردیده است و مدیریت و توان مالی مستأجر در این رونق دخیل هستند. در ارزیابی میزان رونق و شهرت کسب، فاکتورهای متعددی مؤثر هستند؛ از جمله می‌توان به ثبات و پایداری رونق کسب اشاره کرد. مطابق نتایجی که کارشناسان بدان دست یافته‌اند، هرچه قدر کسب مستأجر در مدت زمان طولانی‌تری از رونق برخوردار باشد، میزان عوض رونق کسب بیشتر خواهد بود. البته سال‌های متصور برای داشتن رونق کسب برای انواع شغل‌ها می‌تواند متغیر باشد؛ به‌عنوان مثال باید برای طلافروشی مدتی زیاد و برای نجاری معمولی، مدت کم‌تری فرض شود.<sup>۱۱۶</sup>

«در حقوق انگلیس نیز قواعد یکسانی برای تعیین علل ایجاد یا افزایش ارزش حق شهرت وجود ندارد و در هر مورد باید شرایط کسب مورد نظر بررسی شود. ارزیابی‌ها و اظهارنظر کارشناسان اغلب اهمیت زیادی در تعیین ارزش حق شهرت دارد. از سوی دیگر، دادگاه‌ها برخی

۱۱۵. محمدمسعود علیزاده خرازی، بررسی تحلیلی روابط اقتصادی موجر و مستأجر (تهران: نشر میزان، ۱۳۸۸)، ۱۲۷.  
۱۱۶. شاهرخ ابراهیمی، همراه کارشناس برای کارشناسان رسمی دادگستری در رشته‌های راه و ساختمان و نقشه‌برداری (تهران: انتشارات شاد رنگ، ۱۳۹۵)، ۲۲۶.

از فاکتورهای فرعی و خارج از موضوع دعوی را گاه به قدری مهم در نظر می‌گیرند که ممکن است بر اساس آن‌ها وجود حق شهرت را انکار کنند؛ برای مثال اگر کسب‌های مشابه، پیش‌تر در منطقه‌ای فروخته شده باشند و هیچ مبلغی برای حق شهرت پرداخت نشده باشد، دادگاه‌ها چنین رأی می‌دهند که کسب مورد نظر فاقد حق شهرت است».<sup>۱۱۷ و ۱۱۸</sup>

### نتیجه‌گیری

حسن شهرت تجاری واجد ارزش اقتصادی است و می‌توان آن را یک حق مالی دانست. بنابراین، اگر مستأجر اثبات کند که در طول مدت قرارداد اجاره، رونق کسب قابل توجهی داشته و پس از تخلیه محل استیجاری، موجر یا مستأجر بعدی از آن بهره‌مند شده است، می‌تواند عوض این استفاده را مطالبه کند. مطلق بودن مالکیت موجر اقتضا دارد که ملک خود را به هرکس و تا هر زمانی که بخواهد اجاره دهد. بنابراین، مستأجر واجد رونق کسب، پس از اتمام مدت قرارداد اجاره، ملزم به ترک محل استیجاری است، اما اگر کسی از حسن شهرت ایشان استفاده نماید، به استناد قاعده استیفا ملزم به پرداخت عوض آن به مالک این حق (مستأجر سابق) است. همچنین، قاعده استفاده بلاجهت که در ماده ۳۱۹ قانون تجارت عنوان آن به کار رفته است، می‌تواند پشتوانه حق مستأجر برای مطالبه عوض رونق تجاری اش باشد.

نخستین بار که در متون قانونی ایران از حسن شهرت تجاری مستأجر حمایت شد، آیین‌نامه تثبیت قیمت‌ها مصوب ۱۳۲۲/۷/۲۳ بود که مقرر می‌داشت اگر سابقه عمل یا نام مستأجر سابق دارای قیمت و اعتباری باشد که نتیجه آن عاید موجر گردد، موجر مکلف است برای قیمت اعتبار یا نام مستأجر سابق به میزانی که کارشناس معین خواهد کرد، به مستأجر بپردازد. حمایت از حسن شهرت مستأجر به‌طور مستقل محدود به همین آیین‌نامه شد و در قوانین روابط مالک و مستأجر مصوب ۱۳۳۹، روابط موجر و مستأجر مصوب ۱۳۵۶ و روابط موجر و مستأجر مصوب ۱۳۷۶، حسن شهرت مستأجر فقط در افزایش قیمت سرقفلی و حق کسب اثر داشته است و از حسن شهرت مستأجری که سرقفلی یا حق کسب ندارد، هیچ‌گونه حمایتی نشده است.

در حقوق انگلیس، حسن شهرت تجاری، مال محسوب می‌شود و مالک می‌تواند از شخصی که از آن استفاده کرده عوض و از کسی که موجب از بین رفتن یا خسارت زدن به این حسن شهرت

117. Arundell v. Bell, 52 L. J., Ch., 537; 49 L. T., 345; 31 W. B., 437; (1917).

118. Amer, "Goodwill accounting in the United Kingdom", 60-75.



شده است، غرامت مطالبه نماید، اما در حقوق ایران، حسن شهرت تجاری به عنوان یک مال، مستقلاً مورد حمایت قرار نگرفته و شرط حمایت از حسن شهرت تجاری مستأجر، وجود سرقفلی یا حق کسب است. بنابراین، اگر در جریان تخلیه عین مستأجره حسن شهرت مستأجری که فاقد سرقفلی یا حق کسب است آسیب ببیند، حق مطالبه غرامت برای ایشان وجود ندارد. مطابق حقوق انگلیس، در صورت فروش حق شهرت، همه عناصری که موجب این حسن شهرت شده اند، فروخته شده محسوب می شوند. در حالی که در حقوق ایران، حتی اگر قائل به مال بودن حسن شهرت باشیم، با فروش آن، عناصر ایجادکننده حسن شهرت را نمی توانیم فروخته شده بدانیم. در حقوق انگلیس، موجر در صورت اجاره دادن ملک، قیمت حق شهرت را در اجاره بها لحاظ می نماید، اما مستأجری که حق شهرت را ایجاد کرده است مشمول این افزایش نمی گردد؛ زیرا همین مستأجر با تلاش خود موجب ایجاد رغبت مستأجران دیگر به این ملک شده است، اما در حقوق ایران، اگر مستأجر موجب حسن شهرت و رونق کسب در محل گردد، پس از اتمام مدت قرارداد اجاره باید در رقابت با دیگر متقاضیان اجاره همین ملک قرار گیرد و افزایش اجاره نیز متوجه ایشان گردد.

در احکام دادگاهها نیز تاکنون از حسن شهرت تجاری مستأجر به طور مستقل حمایت نشده و از حسن شهرت، به عنوان عامل ایجاد یا افزایش قیمت حق کسب یا پیشه یا تجارت حمایت شده است، اما در صورت پذیرش نظریه مطرح شده در این نوشتار، مستأجر واجد حسن شهرت تجاری که فاقد حق کسب یا سرقفلی است، می تواند برای دریافت عوض آن از استفاده کننده، مورد حمایت محاکم واقع شود.

اگرچه در متون فقهی متداول در خصوص حسن شهرت، بحثی وجود ندارد، اما بنابر پاسخ برخی از فقهای معاصر به استفتائات انجام شده، حسن شهرت ارزش مالی دارد و مستأجر با شرایطی حق دریافت آن را پیدا می کند.

احراز و ارزیابی رونق کسب مستأجر نیازمند ارجاع به نظر کارشناسان مربوطه است و با توجه به اینکه هم اکنون یکی از مؤلفه هایی که در تعیین میزان سرقفلی و حق کسب نقش دارد، همان رونق کسب است، پس قاعدتاً کارشناسان با امر تشخیص وجود و ارزیابی میزان حسن شهرت تجاری بیگانه نیستند.

امروزه، از حسن شهرت و رونق کسب مستأجری که سرقفلی یا حق کسب ندارد، هیچ گونه حمایتی در قانون به عمل نمی آید. در این رابطه، پیشنهاد می شود ماده ای به قانون روابط موجر و

مستأجر الحاق گردد<sup>۱۱۹</sup> تا به موجب آن، مستأجری که واجد حسن شهرت و رونق کسب قابل توجه است، با اثبات سه امر، عوض حسن شهرت خود را از منتفع آن مطالبه نماید: الف. وجود حسن شهرت و رونق کسب قابل توجه؛ ب. تخلیه ملک؛ پ. بهره‌مندی خواننده از حسن شهرت و رونق کسب او. گفتنی است که این بهره‌مندی می‌تواند با اشتغال به کسب مشابه یا با اخذ سرقفلی از مستأجر جدید باشد.



---

۱۱۹. متن ماده پیشنهادی: در صورت وجود رونق کسب قابل توجه برای مستأجر سابق، اگر موجر یا مستأجر بعدی به تجارت مستأجر سابق در محل اشتغال یابد، مطابق نظر کارشناس، باید عوض رونق کسب مستأجر سابق را به ایشان پرداخت نماید.

## منابع

### الف. کتب و مقالات

#### الف-۱. فارسی

- ابراهیمی، شاهرخ. کتاب همراه کارشناس برای کارشناسان رسمی دادگستری در رشته‌های راه و ساختمان و نقشه‌برداری. تهران: انتشارات شاد رنگ، ۱۳۹۵.
- جوانمرد، لیلا. تحلیل مبانی سرقفلی و حق کسب در حقوق ایران با مطالعه در حقوق فرانسه و انگلیس. تهران: انتشارات دانشگاه علوم قضایی و خدمات اداری، ۱۴۰۰.
- حبیبیا، سعید و مجید حسین‌زاده. «رویکردی نوین نسبت به حق کسب یا پیشه یا تجارت و حق سرقفلی از دیدگاه نظام حقوقی مالکیت فکری»، دیدگاه‌های حقوقی قضایی ۱۹، شماره ۶۷ (۱۳۹۳): ۵۵-۸۰.
- زینالی، مهدی. حق کسب و پیشه و تجارت و سرقفلی در حقوق ایران. تهران: انتشارات جنگل، ۱۳۸۸.
- سلمان، حسن. موقف الشریعه الاسلامیه من خلوالرجل او الفروغیه. ترجمه مسعود افتخارزاده، تهران: انتشارات آرون، ۱۳۸۱.
- صفایی، سیدحسین و حبیب‌الله رحیمی. مسئولیت مدنی (الزامات خارج از قرارداد). تهران: سمت، ۱۳۹۳.
- طاهر موسوی، یوسف. حقوق موجر و مستأجر در قانون روابط موجر و مستأجر ۱۳۷۶. تهران: انتشارات مجد، ۱۳۸۷.
- علیزاده خرازی، محمد مسعود. بررسی تحلیلی روابط اقتصادی موجر و مستأجر. تهران: نشر میزان، ۱۳۸۸.
- فلاح، محمدرضا. ثبوت و اثبات در قانون روابط موجر و مستأجر مصوب دوم مردادماه ۱۳۵۶. جلد ۲، تهران: انتشارات جنگل، ۱۳۸۸.
- فیاض کابلی، محمد اسحاق. رساله توضیح المسائل. قم: انتشارات مجلسی، ۱۴۲۶ ق.
- کاتوزیان، ناصر. دوره مقدماتی حقوق مدنی اموال و مالکیت. تهران: نشر میزان، ۱۳۸۱.
- کشاورز، بهمن. سرقفلی و حق کسب و پیشه و تجارت در حقوق ایران و فقه اسلام. انتشارات کشاورز، ۱۳۸۵.
- لنکرانی، محمد فاضل. جامع المسائل. جلد ۱، قم: انتشارات امیر قلم، ۱۳۷۷.
- معاونت آموزش قوه قضاییه. رویه قضایی ایران در ارتباط با دادگاه‌های عمومی حقوقی. جلد ۱۰، تهران: انتشارات جنگل، ۱۳۸۷.
- مهدی‌زاده، محمدکاظم. بازداشت سرقفلی در حقوق ایران. تهران: انتشارات جاودانه، ۱۳۹۱.
- مؤسسه دائرةالمعارف الفقه الاسلامی. فرهنگ فقه فارسی. جلد ۴، قم: انتشارات مؤسسه دائرةالمعارف الفقه الاسلامی، ۱۴۲۶ ق.

موسوی بجنوردی، سیدمحمد. «سرقفلی»، مجله حقوقی دادگستری، شماره ٨، سال دوم (١٣٧٢): ٣٣-٤٠.

موسوی خمینی، سیدروح الله. استفتانات. جلد دوم، قم: دفتر انتشارات اسلامی، ١٤٢٢ ق.  
نوری همدانی، حسین. «سرقفلی»، مجله پژوهش و حوزه، شماره ٨، سال دوم (١٣٨٠): ٥٨-٥٠.

## الف-٢. عربی

الاشقر، محمد سلیمان. بحوث فقهية في قضايا اقتصادية معاصرة. المجلد الاول، الاردن: للنشر و التوزيع دارالفنانش، ١٤١٨ق.

الزحيلي، وهبة. الفقه الاسلامي و ادلته. الجزء الرابع (النظريات الفقهية و العقود)، دمشق: دارالفكر للطباعة، ١٩٨٥ م.

الصاري، عصام محمد. «حكم خلو في الفقه الاسلامي دراسة مقارنة»، مجلة العلوم الانسانية و التطبيقية (٢٠٠٨م): ٢٤٥-٢٥٨.

المزوري، حبيب ادريس. احكام السرقفلية. مجلد ١٠، العراق: مجلة الرافدين للحقوق، ٢٠٠٨م.  
بحراني، محمد. فقه المصارف و النقود. قم: مكتبة فذك، ١٤٢٨ ق.

تبريزي، جواد بن علي. المسائل المنتخبة (للتبريزي). قم: دار الصديقة الشهيدة (س)، ١٤٢٧ ق.  
حسيني روحاني قمي، سيدصادق. المسائل المستحدثة (لروحاني). بي جا، بي تا.

حسيني سيستاني، سيدعلي. منهاج الصالحين (للسيستاني). جلد اول، قم: نشر دفتر حضرت آيت الله سيستاني، ١٤١٧ ق.

حسيني سيستاني، سيدعلي. المسائل المنتخبة (للسيستاني). قم: نشر دفتر حضرت آيت الله سيستاني، ١٤٢٢ ق.

خامنه اي، سيدعلي. اجوبه الاستفتانات. قم: نشر دفتر آيت الله خامنه اي، ١٤٢٤ ق.

مشكيني، ميرزاعلي. مصطلحات الفقه. جلد اول، بي جا، بي تا.  
منتظري نجف آبادي، حسين علي. الأحكام الشرعية على مذهب أهل البيت (ع). قم: نشر تفكر، ١٤١٣ ق.

موسوي خلخالي، سيدمحمد مهدي. فقه الشيعة- كتاب الإجارة. تهران: انتشارات منير، ١٤٢٧ ق.

موسوي خويي، سيدابوالقاسم. منهاج الصالحين للخوئي. جلد دوم، قم: نشر مدينة العلم، ١٤١٠ ق.

## الف-٣. لاتين

Aloit, Frank and Arthur Abba Goldberg. "A reexamination of value good will and business losses in eminent domain." *Unif. Law Revive*, (1968):620-630.

- Amer, Qasim. "Goodwill accounting in the united Kingdpom." *Review of business and finance studies* 4, No.1 (2013): 60-75.
- Antons, Christoph. "Intellectual property law in Indonesia." *The Business Law journal*, (1999): 252-272.
- Antons, Christoph. *Intelectual property law*. London: Kluwer Law, 2003.
- Black, Ervin L. & Zyla Mark L. *Accountig for Goodwill and Other Intangible Assets*. New Jersey: Wiley, 2018.
- Bone, Robert G . "Hunting good will: a history of the concept of good will in trademark law." forthcoming, available at ssrn: <http://ssrn.com> in 2016/3/10, 2005.
- CalvinH, Johnson. "Sale of goodwill and other intangibles as ordinary income." <http://www.ssrn.com> in 2016/3/10.
- D'Amato, Anthony and Es'telle Long, Doris. *International property law*. First Published, Cambridge: Kluwer Law, 1997.
- Estelle Long, Doris. *International intellectual property law*. first published, London: Kluwer Law, 1997.
- Flood, Joanne M. *Interpretation and Application of Generally Accepted Accounting Principles*. First Edition, New Jersey: Wiley, 2016.
- Grinberg, Maxim. "The WIPO joint recommendation protecting well-known marks and the forgotten goodwill." *Kent Journal of Intellectual Property* 5, (2005):8-25.
- Harris, Clare and Anne Rodell. *Prorerty law and practice*. College of Law Publishing, 2018.
- LeRoy Miller, Roger. *Business Law Today the Essentials: Text and Summarized Cases*, Eleventh Edition. Boston: Cengage Learning, 2016.
- Kisthardt, Mary Kay. "Professional good will in marital dissolution cases", December1, Available at SSRN: <http://ssrn.com> in 2016/3/8.
- Kuratko, Donald F. *Entrepreneurship: Theory, Process, Practice*, Tenth Edition, Boston: Cengage Learning, 2017.
- Mard, Michael J and Hitchner, James R. and Hyden, Steven D. *Valuation for Financial Reporting: Fair Value, Business Combinations, Intangible Assets, Goodwill, and Impairment Analysis*. Third Edition, New Jersey: Wiley, 2011.
- Martin, Elizabeth. *Dictionary of law*. fifth edition, London: University of Oxford, 2010.

Mark A.Green field. "Good will as a factor in trade mark assignments a comparative Study." *Kluwer law international* (1970):170-190.

Nealon, William C. "What is good will?" *Berkeley Journal of International 'L Law*. No. 39, *Journal of the Patent Office Coventry Society* (1957): 710-740.

Shinhan Financial Group. "Trade-mark not transferable without transfer of good will and business." *The Business Law journal*, 18 Bus L.J, London, 5-20, 2012.

Smith, Henry.w. "Good will." *NebraskalawJournal*, publishe1, No.14 (1891): 580-600.

#### ب. وبسایت‌های اینترنتی

مکرم، علی. « نرم افزار بانک اطلاعات آراء دادگاه‌ها و نظریات مشورتی»، نسخه ۱۱/۳. تهران: معاونت آموزش دادگستری استان تهران، ۱۳۹۴.

<http://rc.majlis.ir> in2019/3/8.

