

قراردادهای نمایندگی تجاری و توزیع بین المللی

(مطالعه در حقوق ایران، اروپا و حقوق بین الملل)

نویسندگان:

دکتر زین العابدین فرهادی
(مدرس دانشگاه و وکیل پایه یک دادگستری)

داود سیفی قره یتاق
(عضو هیأت علمی دانشگاه زابل)

بهار ۱۳۹۶

سرشناسه	: سیفی قره یتاق، داود.
عنوان و نام پدیدآور	: قراردادهای نمایندگی تجاری و توزیع بین المللی (مطالعه در حقوق ایران، اروپا و حقوق بین الملل)/ نویسندهگان داود سیفی قره یتاق، زین العابدین فرهادی.
مشخصات نشر	: اصفهان: سناگستر، ۱۳۹۶.
مشخصات ظاهری	: ۱۹۴ ص؛ وزیری.
شابک	: ۱۶۰۰۰۰ ریال : 978-600-8736-17-2
وضعیت فهرست نویسی	: فیپای مختصر
شناسه افزوده	: فرهادی، زین العابدین.
یادداشت	: رده بندی دیویی، رده بندی کنگره و شماره کتابشناسی ملی این اثر در سایت رسمی کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران قابل رؤیت است.

انتشارات سناگستر (۰۹۱۳۱۱۷۲۶۴۲)

نام کتاب:	قراردادهای نمایندگی تجاری و توزیع بین المللی
(مطالعه در حقوق ایران، اروپا و حقوق بین الملل)	
نویسندهگان:	داود سیفی قره یتاق
دکتر زین العابدین فرهادی	نوبت چاپ:
مدیر تولید: سیدمحمدرضا سمسارزاده	اول
صفحه آرا: سحر رادهوش	سال چاپ: ۱۳۹۶
طراح جلد: دانیال نصر اصفهانی	تیراژ: ۱۰۰۰ جلد
پایگاه اینترنتی:	قیمت: ۱۶۰۰۰ تومان
	شماره استاندارد بین المللی کتاب:

۹۷۸-۶۰۰-۸۷۳۶-۱۷-۲

www.iranpub.com

«کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر محفوظ و مخصوص پدیدآورنده است»

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

مقدمه	۱۱
فصل نخست: قواعد عمومی قرارداد نمایندگی بین المللی و توزیع کالا.....	۱۵
مبحث نخست: مفهوم قرارداد نمایندگی و توزیع بین المللی کالا.....	۱۷
گفتار اول: مفهوم وکالت	۱۷
بند اول: وکالت	۱۷
الف) مفهوم لغوی	۱۷
ب) مفهوم اصطلاحی وکالت	۱۷
گفتار دوم: مفهوم نمایندگی تجاری	۱۹
بند اول - لغوی	۱۹
بند دوم: مفهوم اصطلاحی	۲۰
الف) مفهوم نمایندگی در مدنی	۲۰
ب) نمایندگی تجاری در حقوق ایران	۲۱
۱- مفهوم عام (شمول بر نماینده تابع و مستقل)	۲۱
۲- نمایندگی تجاری خاص (نمایندگی مستقل)	۲۵
ج) حقوق اتحادیه اروپا.....	۲۶
گفتار سوم: قرارداد توزیع بین المللی	۳۰
بند اول : مفهوم قرارداد توزیع	۳۰
بند دوم: انواع قرارداد توزیع	۳۲
الف) موافقت نامه انفرادی	۳۲
ب) موافقت نامه انحصاری	۳۲
بند سوم : تمایز قرارداد توزیع با قرارداد فروش.....	۳۳
بند چهارم: تفاوت قرارداد توزیع با نمایندگی تجاری	۳۴
مبحث دوم: اوصاف و ماهیت نمایندگی تجاری.....	۳۵

- گفتار اول: اوصاف نمایندگی تجاری ۳۵
- بند اول) تفویض نیابت به غیر ۳۵
- بند دوم) اذنی و جایز بودن یا لزوم نمایندگی تجاری ۳۶
- الف- نظریه جواز ۳۶
- ب) نظریه لزوم ۳۷
- بند سوم) تجاری بودن نمایندگی و تاجر بودن نماینده ۴۱
- الف) حقوق ایران ۴۱
- ۱- ذاتاً تجاری بودن نمایندگی تجاری(نظیر دلالی و عاملیت و ...) ۴۱
- مفهوم موضوعی ۴۲
- مفهوم شخصی ۴۲
- ۲- تاجر بودن نماینده ۴۵
- ۱-۲- حقوق ایران ۴۵
- ۲-۲- حقوق اروپا ۴۷
- بند چهارم: استقلال نماینده تجاری از اصیل ۵۱
- ۱) حقوق ایران ۵۱
- ۲) حقوق اروپا ۵۲
- گفتار دوم: ماهیت حقوقی نمایندگی تجاری و قرارداد توزیع ۵۴
- بند اول: ماهیت توزیع انحصاری ۵۵
- الف: قرارداد توزیع و قرارداد نمایندگی ۵۵
- ب: حق العمل کاری و قرارداد توزیع ۵۹
- ج: قرارداد خاص بودن(موضوع ماده ۱۰ قانون مدنی) ۶۰
- ۱-۲- نظریه بطلان عقود غیر معین ۶۰
- ۲-۲- صحت عقود غیر معین و تطابق نمایندگی با ماده ۱۰ ۶۲
- د: تأسیس شعبه و یا شرکت فرعی در خارج ۶۳
- ه: قرارداد توزیع، قرداد فروش و فرانشیز ۶۴
- بند دوم: ماهیت حقوقی نمایندگی مستقیم ۶۶
- ۱- ارتباط نمایندگی تجاری با وکالت ۶۶
- ۲- قرارداد خاص بودن(تطابق با ماده ۱۰ قانون مدنی) ۶۸

۶۸	۲-۱- نظریه بطلان عقود غیر معین.....
۶۹	۲-۲- صحت عقود غیر معین و تطابق نمایندگی با ماده ۱۰.....
۷۰	۳- ماهیت حقوقی نمایندگی در حقوق اروپا.....
۷۲	بند سوم: ماهیت نمایندگی غیر مستقیم.....
۷۲	الف) حقوق ایران.....
۷۵	ب) حقوق اروپا.....
۷۹	گفتار سوم: مصادیق نمایندگی تجاری.....
۷۹	بند اول) نمایندگی حق العمل کار.....
۸۰	بند دوم) نمایندگی قائم مقام تجاری.....
۸۲	بند سوم) نمایندگی مدیران در شرکت‌های تجاری.....
۸۴	بند چهارم: نماینده نبودن دلال.....
۸۵	بند پنجم: مقایسه قراردادهای توزیع و نمایندگی و با قراردادهای مشابه.....
۸۸	مبحث سوم: شرایط تحقق قرارداد.....
۸۸	گفتار اول: نمایندگی تجاری.....
۸۸	بند اول: انجام عقد به نیابت.....
۹۰	بند دوم: شرایط مربوط به موضوع.....
۹۰	الف) حقوق ایران.....
۹۰	۱) قابلیت نمایندگی.....
۹۱	۱-۱) اصل قابلیت نمایندگی.....
۹۱	۱-۲) اصل عدم مباشرت.....
۹۲	۲) توانایی اصیل در انجام عمل مورد نمایندگی.....
۹۴	۳) کفایت علم اجمالی به موضوع وکالت.....
۹۶	۱) قابلیت نمایندگی.....
۹۷	۲) توانایی اصیل.....
۹۹	۳) معلوم بودن موضوع نمایندگی.....
۹۹	گفتار دوم: ارکان و شرایط موافقتنامه های توزیع انفرادی.....
۱۰۰	بند اول: ایجاب و قبول.....

- بند دوم: تعیین قلمرو ۱۰۱
- بند سوم: تعیین قیمت کالاها در قرارداد ۱۰۲
- بند چهارم: تعیین کالا مورد توزیع ۱۰۳
- بند پنجم: مدت قرارداد (عدم لزوم قرارداد) ۱۰۳
- بند ششم: مغایر نبودن با رویه های محدود کننده حقوق رقابت ۱۰۴
- فصل دوم: آثار قرارداد نمایندگی بین المللی و قرارداد توزیع ۱۰۵
- مبحث اول: آثار نمایندگی مستقیم و قرارداد توزیع ۱۰۷
- گفتار اول: رابطه نماینده با اصیل ۱۰۷
- بند نخست: اثر نسبت به نماینده و توزیع کننده ۱۰۷
- الف) رعایت حدود نمایندگی و غبطه اصیل ۱۰۷
- ۱- حقوق ایران ۱۰۷
- ۲) وظیفه اطاعت و امانت نماینده و توزیع کننده در حقوق اروپا ۱۱۳
- ب) حفظ اموال اصیل ۱۱۴
- ج) دادن حساب دوران نمایندگی، حساب فعالیت توزیعی ۱۱۵
- د) عدم دریافت هر نوع امتیاز مالی خارج از قرارداد ۱۱۶
- ه) عدم ایجاد تعارض منافع ۱۱۸
- ز) ارائه ی اطلاعات ۱۲۱
- ۱- شرایط و اوضاع تجاری ۱۲۱
- ۲- اطلاع درباره ی معاملات ۱۲۲
- ۳- اطلاع از وضعیت تجاری یکدیگر ۱۲۳
- بند دوم: آثار عقد نسبت به اصیل ۱۲۳
- الف) پذیرش تعهدات و اجرای موضوع نمایندگی ۱۲۳
- ب) صلاحدید اصیل برای قبول سفارشها ۱۲۷
- ج) تادیه اجرت ۱۲۸
- د) تادیه هزینه ها ۱۳۲
- ۱- اصل پرداخت مخارج در حقوق ایران ۱۳۲
- ۲- اصل عدم تعهد اصیل به تادیه هزینه ها ۱۳۳

- د) تهیه امکانات لازم و ارائه راهنمایی ها و اطلاعات مورد نیاز ۱۳۳
- و) خودداری از اعطای نمایندگی به غیر در نمایندگی های انحصاری ۱۳۴
- گفتار دوم: آثار نمایندگی مستقیم در رابطه نماینده و طرف قرارداد. ۱۳۵
- گفتار سوم: اثر نمایندگی در رابطه اصیل با طرف قرارداد ۱۳۷
- بند اول: حقوق ایران ۱۳۷
- الف) التزام به اجرای مفاد عقد در حدود نیابت. ۱۳۷
- ب) التزام اصیل نسبت به امور خارج از حدود وکالت، ۱۳۹
- بند دوم: رابطه اصیل با ثالث در حقوق اروپا ۱۳۹
- گفتار چهارم: آثار اختصاصی قرارداد توزیع ۱۴۰
- بند اول: حقوق و تعهدات توزیع کننده ۱۴۱
- الف) تعهد به فروش مستمر ۱۴۱
- ب) ارائه خدمات پس از فروش ۱۴۲
- ج) حق تعیین قیمت فروش مجدد ۱۴۲
- د) تحصیل بیمه مسئولیت و حوادث کالا ۱۴۲
- ه) تبلیغ اطلاعات راجع به بازار، حمایت از ورقه های اختراع و علائم تجاری ۱۴۳
- ز) حدود اختیار توزیع کننده در تعیین توزیع کننده فرعی ۱۴۴
- بند دوم: حقوق و تعهدات تهیه کننده و تولید کننده ۱۴۵
- الف) تعهد به فروش کالا طبق توافق ۱۴۶
- ب) خودداری از اعطای نمایندگی و توزیع به غیر در قلمرو تعیین شده ۱۴۶
- ج) ارایه سیاست های قیمتی ۱۴۷
- د) ابقاء مالکیت ۱۴۸
- ه) تضمین جبران خسارت مصرف کننده ۱۴۸
- ز) وضعیت خسارت در خاتمه قرارداد ۱۴۹
- مبحث دوم: آثار نمایندگی غیر مستقیم ۱۴۹
- گفتار اول: حقوق ایران ۱۵۰
- بند اول: رابطه نماینده و اصیل ۱۵۰
- بند دوم: رابطه نماینده و طرف قرارداد ۱۵۲

بند سوم: رابطه اصیل با طرف معامله در نمایندگی های غیرمستقیم	۱۵۳
گفتار دوم: حقوق اروپا	۱۵۴
بند اول: آثار نمایندگی غیر مستقیم در روابط بین اصیل و نماینده	۱۵۴
فصل سوم: انحلال قراردادهای توزیع و نمایندگی تجاری	۱۶۱
گفتار اول: انحلال یکجانبه از طرف اصیل یا نماینده	۱۶۳
گفتار دوم: انجام موضوع نمایندگی یا انتفاء موضوع	۱۶۴
گفتار سوم: ورشکستگی	۱۶۵
گفتار چهارم: انقضای قرارداد	۱۶۷
گفتار پنجم: فورس ماژور	۱۶۷
بند اول: فورس ماژور در قراردادهای بازرگانی بین‌المللی	۱۶۸
بند دوم: فورس ماژور در حقوق فرانسه	۱۶۹
بند سوم: فورس ماژور در حقوق انگلستان	۱۶۹
بند چهارم: تحریم به مثابه فورس ماژور در قراردادهای تجاری	۱۷۱
الف) فورس ماژور و سایر معاذیر قراردادی مشابه در مقایسه با تحریم	۱۷۱
ب) تحریم و نظریه‌های تغییر اوضاع و احوال یا انتفای قرارداد	۱۷۲
نتیجه‌گیری	۱۷۸
فهرست منابع	۱۸۴