



## جایگاه حقوقی نمایندگی تجاری در نظام حقوقی آمریکا

نوشین تجلایی فر<sup>۱</sup>  
امیر شایگان فر<sup>۲</sup>

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۴/۰۲/۱۵ تاریخ پذیرش نهایی: ۱۴۰۴/۰۴/۱۸

### چکیده

قرارداد نمایندگی تجاری از قراردادهای رایج در نظام حقوقی آمریکا محسوب می‌شود که در آن شخصی تحت عنوان نماینده تجاری، نیابتاً و بطور مستقل در ازای دریافت کمیسیون اقدام به انجام اعمال تجاری در چارچوب تعیین شده به نام و به حساب اصیل یا تأمین کننده می‌نماید. این قرارداد در آمریکا در درجه اول تابع مقررات «شرح و تفسیر قانون نمایندگی» و سپس قوانین ایالتی است. همچنین قرارداد مذکور دارای ویژگی‌های خاص خود می‌باشد که آن را از نهادهای قراردادی مشابه از جمله قائم مقام تجاری و توزیع متمایز می‌سازد و جهت تحقق این قرارداد طرفین آن نیز ملزم به رعایت تعهدات و مسئولیت‌هایی می‌باشند. در نهایت این قرارداد ممکن است به طرق مختلف از جمله: انجام موضوع نمایندگی، فسخ قرارداد و یا زوال اهلیت هر یک از طرفین خاتمه یابد. نظر به سابقه و موفقیت نظام حقوقی ایالات متحده در زمینه نمایندگی تجاری و از آنجایی که در قانون تجارت ایران تا کنون مقرراتی در رابطه با این نهاد وضع نشده و صرفاً در لایحه جدید این قانون مواردی کلی در این رابطه تبیین گردیده، این مقاله تلاش نموده تا با بررسی جایگاه حقوقی قرارداد نمایندگی تجاری در نظام حقوقی آمریکا، در جهت تکمیل لایحه قانون تجارت در آستانه تصویب تأثیرگذار و کارآمد باشد.

### کلید واژه‌ها

نمایندگی تجاری، نماینده تجاری، نمایندگی تجاری در آمریکا، قرارداد تجاری، قانون نمایندگی آمریکا.

<sup>۱</sup> دانش آموخته کارشناسی ارشد حقوق خصوصی، گروه حقوق، دانشکده علوم انسانی، واحد تهران غرب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول)، ایمیل: nushintj75@gmail.com

<sup>۲</sup> استادیار، گروه حقوق خصوصی، پژوهشکده حقوق شهردانش، تهران، ایران، ایمیل: amirshayeganfar20@yahoo.com

## مقدمه

افزایش نیاز دسترسی هر چه سریع تر به کالاها، محدودیت وجود انسان در زمان و مکان و افزایش تقاضای جامعه در مفهوم تجاری برای سود و سرمایه بیشتر، منجر به خارج شدن تجارت از شکل سنتی آن گردیده است. در ایالات متحده آمریکا نیز گسترش روابط تجاری میان ایالت‌ها، نداشتن دانش کافی تجار برای معاملات در ایالت‌های مختلف، کند بودن سرعت انجام معاملات و ارائه نادرست محصولات یا اشتباه در معاملات موجب محدود شدن تجارت یا سود ناکافی می‌گردید.<sup>۱</sup> وجود این چنین چالش‌هایی در جامعه تجاری در نهایت منجر پیدایش نهاد جدیدی تحت عنوان «نماینده‌گی تجاری»<sup>۲</sup> گردید تا جهت تسریع و تسهیل امور تجار، اشخاصی به طور واسطه اعمال تجاری ایشان را انجام دهند.

در ایالات متحده، اگرچه قانون اساسی قدرت قانونگذاری در موضوعات مربوط به منافع و تجارت بین المللی را به کنگره فدرال تفویض نموده، اما کنگره مذکور قانونگذاری در حوزه نمایندگی تجاری را در حیطه اختیارات ایالت‌ها قرار داده است. بنابراین نمایندگی تجاری موضوع قانون ایالتی است که هر یک از پنجاه ایالت مجاز به ایجاد قانون خود در این حیطه هستند<sup>۳</sup> و علی رغم وجود این فرصت برای ایجاد قوانین مجزا و متفاوت، یکنواختی قابل توجهی میان ایالت‌ها در رابطه با مقررات نمایندگی تجاری دیده می‌شود. در درجه‌ی اول این نهاد تابع مقررات سند معروف «شرح و تفسیر قانون نمایندگی»<sup>۴</sup> که ویرایش سوم آن در سال ۲۰۰۶ منتشر شده، می‌باشد و سپس تابع قوانین ایالتی است.<sup>۵</sup> در نهایت با گذشت زمان ایالات متحده به دلیل بازار بزرگ فروشندگان و تقاضای گسترده، به بازار بسیار جذابی برای بسیاری از صادرکنندگان، توزیع کنندگان و تولیدکنندگان تبدیل شده که این امر باعث اهمیت ویژه قرارداد نمایندگی تجاری در میان سایر قراردادهای تجاری در ایالات متحده می‌باشد.<sup>۶</sup>

این پژوهش با هدف تعیین جایگاه حقوقی نمایندگی تجاری در نظام حقوقی آمریکا، ابتدا در پی یافتن پاسخی در خصوص این پرسش می‌باشد که مفهوم و ویژگی‌های قرارداد نمایندگی تجاری در نظام حقوقی آمریکا چیست؟ و سپس درصدد بررسی آثاری است که در نتیجه‌ی انعقاد این قرارداد ایجاد می‌گردد.

<sup>۱</sup> Thomas Francis Meagher, The commercial agency system of the United States and Canada exposed, p3, 2008.

<sup>۲</sup> Commercial Agency

<sup>۳</sup> Hans Henrik Lidgard, Claude D. Rohwer, Dennis, Campbell, A Survey of Commercial Agency, p.251, 1984

<sup>۴</sup> Restatement of Law Agency

<sup>۵</sup> لازم به ذکر است که مرجع اصلی برای یک ایالت خاص، قوانین ایالتی و تصمیمات دادگاه ایالتی است که ممکن است از اصول قانون نمایندگی خارج شود یا بر آن بسط داده شود.

<sup>۶</sup> Richard D. Currier, Richard William Hill, and Samuel Williston, American Institute of Banking, Commercial Law, p.121, August 31, 2012.

اهمیت و ضرورت انجام این پژوهش، الگوبرداری و بررسی قوانین و نظریات حقوقدانان ایالات متحده در زمینه نمایندگی تجاری در جهت اصلاح و تکمیل مقررات نهاد مذکور در لایحه قانون تجارت ایران پیش از تصویب و در نهایت تصویب قانونی جامع و متناسب با ضروریات جامعه در این حیطة می‌باشد. همچنین از آنجایی که تا کنون تحت عنوان این مقاله، پژوهش مستقلی انجام نشده و قرارداد نمایندگی تجاری در نظام حقوقی آمریکا مورد بررسی قرار نگرفته، فلذا این پژوهش دارای نوآوری می‌باشد.

## ۱- مفاهیم و ویژگی‌های قرارداد نمایندگی تجاری در آمریکا

در جهت معرفی نمایندگی تجاری در نظام حقوقی ایالات متحده، لازم است ابتدا مفهوم این قرارداد را در کشور مذکور بررسی نموده و سپس به بررسی طرفین و ویژگی‌های این قرارداد بپردازیم.

### ۱-۱- مفهوم نمایندگی تجاری

بطور کلی در نظام حقوقی ایالات متحده اقسام متعدد قرارداد نمایندگی همگی تابع تعریف نمایندگی در شرح و تفسیر این قانون می‌باشند. در ماده 1.01 شرح و تفسیر قانون نمایندگی، اینگونه اذعان می‌شود که: «نمایندگی رابطه‌ای است امانی که با ابراز موافقت شخص نسبت به دیگری ایجاد می‌شود. به موجب آن شخص (اصیل) به دیگری (نماینده) رضایت می‌دهد که تحت کنترل و نظارت او عملی را به نام و به حساب وی انجام دهد و دیگری قبول می‌کند که به همان شیوه عمل کند.»<sup>1</sup>

قوانین ایالتی نیز در رابطه با نمایندگی تجارتی از تعریف قانونی نمایندگی پیروی می‌کنند و وظیفه‌ی امانت داری را برای نماینده به نفع اصیل در نظر می‌گیرند تا از جانب اصیل و تحت کنترل وی عمل نماید. از طرف دیگر این قانون در خصوص اصیل‌هایی اجرا می‌شود که محصولات خود را از طریق نمایندگان تجاری به واسطه پرداخت کمیسیون به فروش می‌رسانند که این قوانین از ایالتی به ایالت دیگر متفاوت است، اما مبنای این قوانین همگی جهت محافظت از حقوق و منافع نمایندگان تجاری می‌باشد که زمان قابل توجهی را صرف توسعه‌ی قلمرو خود می‌کنند تا در موقعیت مناسبی برای بازاریابی

<sup>1</sup> The American Law Institute, Restatement of the Law-Agency, Restatement (Third) of Agency, Current through April 2006, §1.01 Agency Defined: «Agency is the fiduciary relationship that arises when one person (a "principal") manifests assent to another person (an "agent") that the agent shall act on the principal's behalf and subject to the principal's control, and the agent manifests assent or otherwise consents so to act.»

محصولات خود قرار گیرند. قوانین مذکور در ارتباط با اصیل‌هایی که از پرداخت به موقع کمیسیون، جبران خسارت و هزینه‌های نمایندگی کوتاهی می‌کنند، قابل اعمال می‌باشند.<sup>۱</sup>

از جمله تعاریفی که از نمایندگی تجاری توسط حقوقدانان و دکترین ایالات متحده ارائه شده عبارت است از: «قرارداد نمایندگی تجاری یک قرارداد قانونی است که از طریق آن اصیل یا سازنده کالا به یک نماینده تجاری اجازه می‌دهد تا مشتریان جدید پیدا کند یا قراردادهای اضافی را برای یک مشتری موجود، ایجاد نماید تا کالاهایی که توسط اصیل به بازار عرضه شده را به فروش برساند.»<sup>۲</sup> مطابق تعریف دیگری که در رابطه با مقررات این نهاد تبیین شده، می‌توان گفت: مقررات نمایندگی تجاری مربوط به حوزه ای از حقوق تجارت است که به مجموعه ای از روابط قراردادی، شبه قراردادی و غیرقراردادی می‌پردازد و در آن شخصی به نام نماینده مجاز است از طرف دیگری (اصیل) اقدام نماید و منجر به ایجاد روابط حقوقی با شخص ثالث گردد.

بطور خلاصه نمایندگی تجاری به رابطه‌ی مساوی میان اصیل و نماینده گفته می‌شود که بدون وجود رابطه استخدامی میان طرفین، اصیل بطور صریح یا ضمنی به نماینده اجازه می‌دهد تا تحت کنترل و از طرف او عمل نماید. بنابراین نماینده موظف است به نمایندگی از طرف اصیل مذاکره کند یا اشخاص ثالث را وارد رابطه‌ی قراردادی کند. این شاخه‌ی قانون، حاکم بر روابط میان کارگزاران و مدیران، معروف به رابطه‌ی اصیل و نماینده (رابطه داخلی)، رابطه نمایندگان و اشخاص ثالثی که از طرف مدیران خود با آن‌ها معامله می‌کنند (رابطه خارجی) و در آخر رابطه اصیل و اشخاص ثالث هنگام معامله نمایندگان می‌باشد.

در نهایت از جمع بندی مطالب فوق، به عنوان یک تعریف جامع از نهاد مذکور در نظام حقوقی آمریکا می‌توان گفت: نمایندگی تجارتی رابطه ای است امانی که در آن شخصی تحت عنوان نماینده تجاری، نیابتاً و بطور مستقل از اصیل در ازای دریافت کمیسیون اقدام به انجام اعمال تجاری در چارچوب تعیین شده در قرارداد به نام و به حساب اصیل یا تأمین کننده می‌نماید.

## ۱-۲- طرفین قرارداد نمایندگی تجاری

جهت تحقق و عینیت یافتن موضوع قرارداد نمایندگی تجاری، وجود طرفین آن یعنی شخص اصیل و نماینده ضروری می‌باشد که در ادامه به بررسی طرفین این قرارداد ضمن دو مبحث ذیل می‌پردازیم.

<sup>1</sup> Christou, Richard, International agency, distribution and licensing agreements, London: Sweet & Maxwell, Thomson Reuters. P.851, 2011

<sup>2</sup> Contract Counsel, Commercial Agency Contract, (May, 2019); «The commercial agency contract is a legal agreement through which the principal or the manufacturer of goods empowers a commercial agent to find new clients or to include additional contracts for an existing client. » <https://www.contractscounsel.com/t/us/commercial-agency-contract>

### ۱-۲-۱- اصل<sup>۱</sup>

در دیکشنری امریکن هریتج<sup>۲</sup> اصل اینگونه تعریف می‌شود: (شخصی که یک نماینده از طرف او عمل می‌کند و همچنین شخصی که مسئولیت اصلی تعهدی را بر عهده دارد، به گونه ای که متمایز از کسی است که به عنوان ضامن یا ظهرنویس عمل می‌کند.) در بند دوم ماده 44-1798 قانون اصلاح شده آریزونا<sup>۳</sup> اصل به معنای شخصی است که تمام کارهای زیر را انجام می‌دهد: الف) در کسب و کار تولیدی، در تولید، واردات، فروش یا توزیع یک محصول یا خدمات شرکت می‌کند. ب) از نمایندگان تجاری برای درخواست سفارش برای محصول یا خدمات استفاده می‌کند. ج) به طور کلی یا جزئی به نماینده تجاری پورسانت یا غرامت می‌دهد.<sup>۴</sup> اصل را می‌توان به سه دسته ی: اصل آشکار، ناشناس و نامعلوم تقسیم نمود که در ادامه به بررسی این موارد می‌پردازیم.

### ۱-۲-۱-۱ اصل آشکار<sup>۵</sup>

اصل فاش شده یا آشکار در ماده 1.04 شرح و تفسیر نمایندگی ایالات متحده اینگونه تعریف شده: «اصل در صورتی افشا می‌شود که هنگام تعامل یک نماینده و شخص ثالث، شخص ثالث متوجه شود که نماینده برای یک اصل کار می‌کند و هویت اصل به وی اطلاع داده شود.»<sup>۶</sup> بنابراین در صورتی که در هنگام معامله ای که نماینده برای اصل انجام می‌دهد، ثالث بداند که نماینده برای دیگری داد و ستد می‌نماید و هویت او برای وی مشخص باشد اصل آشکار است.

در این صورت ثالث متوجه است که معامله برای دیگری است، شخصیت و هویت اصل برای او معلوم است و پس از وقوع معامله نماینده دیگر طرف حساب او نیست، مگر اینکه طرفیت او صراحتاً شرط شده باشد. در این خصوص می‌توان «نماینده تضمین کننده»<sup>۷</sup> را مثال زد که در ازای دریافت کمیسیون اضافی تعهد می‌نماید در صورت عدم پرداخت خریدار مسئولیت شخصی می‌پذیرد که به اصل خود قیمت

<sup>1</sup> Principal

<sup>2</sup> American Heritage Dictionary

<sup>3</sup> Arizona Revised Statutes

<sup>4</sup> «“Principal” means a person who does all of the following: (a) Engages in the business of manufacturing, producing, importing, selling or distributing a product or service. (b) Uses sales representatives to solicit orders for the product or service. (c) Compensates the sales representative in whole or part by commission.»

<sup>5</sup> Disclosed Principal

<sup>6</sup> The American Law Institute, Restatement of the Law-Agency, Restatement (Third) of Agency, Current through April 2006, § 1.04 Terminology: « A principal is disclosed if, when an agent and a third party interact, the third party has notice that the agent is acting for a principal and has notice of the principal's identity.»

<sup>7</sup> Del Credere

کالا را بپردازد<sup>۱</sup> و به نوعی طرف قرارداد محسوب می‌گردد، در این صورت این قید مانند هر شرط ضمن عقد دیگر واجد اثر است.

## ۲-۱-۱-۲-۱- اصل ناشناس<sup>۲</sup>

اصل ناشناس مطابق ماده مذکور در بند پیشین اینگونه تعریف می‌شود: «اگر در هنگام تعامل یک نماینده و شخص ثالث، شخص ثالث متوجه شود که نماینده برای یک اصل اقدام می‌کند، اما از هویت اصل اطلاعی نداشته باشد، اصل نامشخص است.»<sup>۳</sup> بدین معنی که اگر در حین انجام معامله به نمایندگی، هویت اصل برای ثالث مشخص نشود، یعنی موجودیت اصل معلوم است ولی مشخصات او برای ثالث روشن نباشد، ثالث در واقع نمی‌داند اصل کیست. علم تفصیلی که منجر به شناسایی فرد واحد به عنوان اصل گردد وجود ندارد، اما ثالث مطلع است که معامله برای دیگری می‌باشد. در این قبیل معاملات چون نماینده سمت خود را در مقام معامله برای دیگری ذکر نموده، دیگر خود طرف معامله محسوب نمی‌گردد.

## ۳-۱-۲-۱-۳- اصل نامعلوم<sup>۴</sup>

اصل نامعلوم که به آن اصل فاش نشده نیز گفته می‌شود، اینگونه تعریف می‌گردد: «اگر هنگام تعامل یک نماینده و شخص ثالث، شخص ثالث هیچ اطلاعی نداشته باشد که نماینده برای یک اصل اقدام می‌کند، اصل فاش نمی‌شود.»<sup>۵</sup> در این موقعیت دو رکن اساسی شناسایی اصل یعنی هویت و موجودیت وی هر دو مفقود است، چرا که نماینده در هنگام انعقاد عقد سمت خود را پنهان می‌کند و اینگونه نشان می‌دهد که برای خود معامله می‌کند، این در صورتی است که در عمل برای اصل معامله می‌نماید.

در جمع بندی این گفتار لازم به ذکر است، با توجه به اینکه نکته حائز اهمیت در تعریف نمایندگی تجاری موضوع بحث این است که نماینده به نام و به حساب اصل معامله می‌نماید و خود طرف قرارداد محسوب نمی‌شود، همچنین از آنجایی که در مواد 6.02<sup>۶</sup> و 6.03<sup>۱</sup> قانون نمایندگی ایالات متحده که در

<sup>1</sup> Hans Henrik Lidgard, Claude D. Rohwer, Dennis, Campbell, A Survey of Commercial Agency, p.262, 1984

<sup>2</sup> Unidentified Principal

<sup>3</sup> «A principal is unidentified if, when an agent and a third party interact, the third party has notice that the agent is acting for a principal but does not have notice of the principal's identity.»

<sup>4</sup> Undisclosed Principal

<sup>5</sup> «A principal is undisclosed if, when an agent and a third party interact, the third party has no notice that the agent is acting for a principal.»

<sup>6</sup> § 6.02 Agent for Unidentified Principal :When an agent acting with actual or apparent authority makes a contract on behalf of an unidentified principal, (1) the principal and the third party are parties to

ارتباط با نمایندگان مدیران فاش نشده و نامشخص می‌باشند، تبیین گردیده که در این موارد نماینده نیز طرف عقد محسوب می‌شود، بنابراین در این قرارداد اصیل باید آشکار باشد و نمایندگی برای اصیل نامشخص و فاش نشده در این بحث جایگاهی ندارد.

## ۲-۲-۱- نماینده<sup>۲</sup>

از نماینده در دیکشنری امریکن هریتیج تعاریف مختلفی ارائه شده، از جمله: «کسی که عمل می‌کند یا قدرت یا اختیار عمل دارد.»<sup>۳</sup> و تعریف دیگر آن: «کسی که اختیار دارد برای دیگری عمل کند یا نماینده دیگری باشد: مانند نماینده نویسنده یا یک نماینده بیمه.»<sup>۴</sup> همچنین در عرف نماینده به کسی گفته می‌شود که توافق می‌کند با اجازه اصیل برای وی عملی انجام می‌دهد.<sup>۵</sup> در قانون کالیفرنیا نماینده به سادگی اینگونه تعریف می‌شود: «کسی که نماینده‌ی شخص دیگری به نام اصیل، در معاملات با اشخاص ثالث است»<sup>۶</sup>

با توجه به اینکه نمایندگی نشان دهنده رابطه ای است که در آن شخصی وجود دارد که جهت خدمت برای دیگری به کار گرفته می‌شود، برخی به جای نماینده، از واژه‌ی خدمتگزار<sup>۷</sup> و یا پیمانکار مستقل<sup>۸</sup> استفاده می‌کنند که بیان تمایزات میان تعاریف این لغات با قطعیت مطلق دشوار است.

جهت روشن شدن تفاوت میان این سه در ادامه مثال‌هایی را ذکر می‌نماییم: فردی یک خانه آپارتمانی در نیویورک دارد، اما از آنجایی که در شهر نیست، از شرکت املاک و مستغلات اسمیت‌اند جونز برای مدیریت آپارتمان‌ها و دریافت اجاره‌ها استفاده می‌کند که این شرکت نماینده‌ی این شخص محسوب می‌شود. شخص دیگری یک خودرو دارد و یک راننده استخدام می‌کند تا راننده‌ی اتومبیلش باشد، راننده خدمتکار یا مستخدم این فرد می‌باشد. در مثال آخر شخصی صاحب یک زمین خالی در نیویورک هست و قصد دارد شخصی را استخدام نماید که در آن یک ساختمان اداری بنا نماید که این

the contract; and (2) the agent is a party to the contract unless the agent and the third party agree otherwise.

<sup>1</sup> § 6.03 Agent for Undisclosed Principal: When an agent acting with actual authority makes a contract on behalf of an undisclosed principal,(1) unless excluded by the contract, the principal is a party to the contract;(2) the agent and the third party are parties to the contract; and(3) the principal, if a party to the contract, and the third party have the same rights, liabilities, and defenses against each other as if the principal made the contract personally.

<sup>2</sup> Agent

<sup>3</sup> One that acts or has the power or authority to act.

<sup>4</sup> One empowered to act represent another: an author's agent; an insurance agent.

<sup>5</sup> Jeffrey Lehman, Shirelle Phelps, West's encyclopedia of American law, edition 2. Copyright 2005 the Gale Group, inc.

<sup>6</sup> Hans Henrik Lidgard, Claude D. Rohwer, Dennis, Campbell, A Survey of Commercial Agency, p.252,1984

<sup>7</sup> servant

<sup>8</sup> independent contracto

شخص یک پیمانکار مستقل است. قاعده تعیین تمایز بین این سه شخص در این است که اگرچه هر سه نفر نماینده اصیل، ارباب یا کارفرما هستند، اما خط تمایز در این نکته نهفته است: یک نماینده اصیل را به تعهدات قراردادی جدید وارد می‌کند. یک خدمتکار نماینده ارباب خود در انجام امور، اجرا یا خدمات و مکانیکی است، بدون اینکه فکری برای وارد کردن ارباب خود به روابط قراردادی جدید با اشخاص ثالث داشته باشد. در مواردی که کارفرما یا اصیل هیچ گونه کنترل یا حق کنترل وسایل یا روش‌هایی را که به وسیله آنها باید انجام شود ندارد، در این مورد اخیر، انجام دهنده کار یک پیمانکار مستقل است.<sup>۱</sup>

بنابراین با توجه به موارد فوق الذکر نمی‌توان این سه اصطلاح را به جای یکدیگر بکار برد. در نهایت می‌توان گفت: نماینده تجاری شخصی است مستقل از اصیل که به نیابت از او، در چارچوب توافق نمایندگی به اعمال تجاری می‌پردازد. در ذیل به بررسی دو مورد از انواع رایج تقسیم بندی نمایندگی می‌پردازیم.

#### ۱-۲-۲-۱- نماینده فرعی<sup>۲</sup>

در شرح و تفسیر قانون نمایندگی آمریکا نماینده فرعی یا ثانویه اینگونه تعریف می‌شود: «نماینده فرعی شخصی است که توسط یک نماینده برای انجام وظایفی که نماینده به نمایندگی از طرف اصیل پذیرفته است، منصوب می‌شود و نماینده منصوب کننده در مقابل اصیل مسئول عملکرد او می‌باشد. رابطه میان نماینده‌ی انتصاب کننده و نماینده فرعی رابطه نمایندگی است و نماینده تنها در صورتی می‌تواند یک عامل فرعی منصوب کند که دارای اختیار واقعی یا ظاهری برای این کار باشد.»<sup>۳</sup> همانطور که در ماده فوق بیان شد نماینده فرعی تحت کنترل نماینده اصلی می‌باشد و رابطه این دو با یکدیگر مثل رابطه اصیل و نماینده اصلی است و مسئولیت اعمال او بطور مستقیم متوجه نماینده منصوب کننده می‌باشد.

#### ۱-۲-۲-۲- نماینده بلاعوض<sup>۴</sup>

در نظام حقوقی آمریکا یکی از مهمترین مواردی که باید در قرارداد نمایندگی تجاری لحاظ شود، پرداخت حق الزحمه مشتری یا به اصطلاح «گرامت سرقفلی»<sup>۵</sup> می‌باشد. به این معنی که اگر در این قرارداد به

<sup>۱</sup> Richard D. Currier, Richard William Hill, and Samuel Williston, American Institute of Banking, Commercial Law, p.123, August 31, 2012.

<sup>۲</sup> Subagent

<sup>۳</sup> The American Law Institute, Restatement of the Law-Agency, Restatement (Third) of Agency, Current through April 2006, § 1.04 Terminology (8) Subagent. A subagent is a person appointed by an agent to perform functions that the agent has consented to perform on behalf of the agent's principal and for whose conduct the appointing agent is responsible to the principal. An agent may appoint a subagent only if the agent has actual or apparent authority to do so.

<sup>۴</sup> Gratuitous agent

<sup>۵</sup> Goodwill fee

واسطه‌ی فعالیت‌های نماینده مشتریان جدیدی برای اصیل پیدا شود و یا حجم تجارت اصیل با مشتریان پیشین به گونه‌ای چشمگیر افزایش یابد، نماینده تجاری تا مدت معقولی پس از پایان قرارداد مستحق دریافت حق الزحمه مشتری می‌باشد.

با این حال در این کشور اصول کلی مربوط به اختیارات و وظایف نماینده را باید به گونه‌ای خواند که گویی پیش از آن‌ها عبارت «مگر به طریق دیگری توافق شده است...» قرار دارد. بنابراین نماینده می‌تواند در قرارداد قید نماید که حق غرامت نمی‌خواهد و یا اینکه اگر در نتیجه‌ی اقدامات اصیل به وی خسارت وارد شود از وی غرامت نخواهد گرفت که در این صورت به وی نماینده یا عامل بلاعوض می‌گویند که بدون حق غرامت عمل می‌نماید.<sup>۱</sup>

### ۳-۱- ویژگی‌های قرارداد نمایندگی تجاری

قرارداد نمایندگی تجاری در نظام حقوقی آمریکا دارای ویژگی‌های خاص خود می‌باشد که این ویژگی‌ها قرارداد مذکور را از سایر قراردادهای غیر تجاری و تجاری متمایز می‌سازند. مهمترین ویژگی‌های این قرارداد ذیل سه مبحث تجاری بودن، معوض بودن و تشریفاتی بودن در ادامه تبیین می‌گردد.

#### ۳-۱-۱- تجاری بودن

در نظام حقوقی آمریکا، با توجه به این که عمده مقررات حاکم بر قرارداد نمایندگی تجاری در حوزه‌ی حقوق تجارت قرار دارد و موضوع این قرارداد نیز انجام امور تجاری به نیابت از اصیل می‌باشد، این قرارداد در زمره عقود تجاری جای می‌گیرد.

در رأس معاملات تجاری، نماینده تجاری ایالات متحده<sup>۲</sup> قرار دارد که مسئولیت اصلی توسعه و هماهنگی سیاست‌های تجارت بین المللی، کالا و سرمایه گذاری مستقیم ایالات متحده، نظارت بر مذاکرات تجاری با سایر کشورها، مبارزه با شیوه‌های تجاری ناعادلانه و اجرای قوانین تجاری ایالات متحده را بر عهده دارد که رقابت پذیری کشور را تقویت می‌کند و مزایای تجارت را گسترش می‌دهد. در سطوح پایین تر در تنظیم قرارداد نمایندگی تجاری، توزیع<sup>۳</sup> و صدور مجوز<sup>۴</sup> که مقررات قراردادهای مذکور مذکور در سطح ایالتی تنظیم می‌شود، قوانینی باید در نظر گرفته شود از جمله: ۱- کد تجاری یکنواخت<sup>۵</sup> که مجموعه‌ای از قوانین صریح حاکم بر معاملات فروش تجاری است و در کنار قوانین ایالتی بر قرارداد

<sup>1</sup> The American Law Institute, Restatement of the Law-Agency, Restatement (Third) of Agency, Current through April 2006, § 1.04 Terminology (3) Gratuitous agent. Gratuitous agent acts without a right to compensation.

<sup>2</sup> United States Trade Representative (USTR)

<sup>3</sup> Distribution

<sup>4</sup> License

<sup>5</sup> Uniform Commercial Code (UCC)

نمایندگی تجاری حاکم است. ۲- قانون یکسان تراکنش‌های اطلاعات رایانه‌ای<sup>۱</sup> که بر قراردادهای تجاری حاکم است و بر نرم‌افزارهای رایانه‌ای، محصولات چندرسانه‌ای، داده‌ها و پایگاه‌های داده رایانه‌ای و اطلاعات آنلاین اعمال می‌شود. ۳- قوانین نمایندگان فروش، که به طور کلی از حق یک نماینده فروش برای دریافت کمیسیون حمایت می‌کند. ۴- قوانین تنظیم کننده حق رای دادن و فرصت‌های تجاری ایالتی. ۵- قوانین اسرار تجاری.<sup>۲</sup>

### ۲-۳-۱- معوض بودن

با توجه به تجاری بودن این قرارداد، تردیدی بر معوض بودن آن نیست، چرا که عمده مقرراتی که در ایالت‌های مختلف در ارتباط با نمایندگی تجاری وضع شده در خصوص الزامات جهت پرداخت به موقع کمیسیون و نحوه محاسبه و روش پرداخت آن و همچنین تعیین غرامت می‌باشد. به طور مثال در ماده‌ی 1798-01.44 قرارداد نماینده فروش ایالت آریزونا مواردی در رابطه با روش پرداخت و محاسبه کمیسیون در صورت فسخ قرارداد ذکر گردیده است، همچنین در ماده 2-24-8 قانون تجارت و حمایت از مصرف کننده ایالت آلاباما مواردی در ارتباط با زمان سررسید پرداخت کمیسیون نماینده تجاری بیان گردیده که این موارد دال بر معوض بودن قرارداد نمایندگی تجاری است.

### ۳-۳-۱- تشریفات بودن

در نظام حقوقی ایالات متحده اگرچه در برخی منابع ذکر شده که جهت انعقاد قرارداد نمایندگی تجاری نیاز به رعایت هیچ تشریفات خاصی نیست،<sup>۳</sup> اما با توجه به اهمیت بالای این قرارداد که مسئولیت‌های مختلفی را متوجه طرفین می‌سازد، اکثر ایالت‌ها تمایل دارند قرارداد مذکور دارای تشریفات خاصی باشد. بطور مثال در ایالت‌های نیویورک و کالیفرنیا این قرارداد بر طبق مفاد قانون تقلب یا کلاهبرداری باید به صورت کتبی و حاوی اطلاعات مشخصی باشد که در این رابطه در بند ب ماده 1738.13 قانون کار کالیفرنیا اینگونه مقرر گردیده است که قرارداد نمایندگی یا توزیع باید به صورت کتبی منعقد گردد و حاوی این اطلاعات باشد: ۱- نرخ و روشی که کمیسیون توسط آن محاسبه می‌شود. ۲- زمانی که کمیسیون پرداخت خواهد شد. ۳- قلمرو اختصاص داده شده به نماینده فروش. ۴- تمام استثنائات اختصاص داده شده به قلمرو و مشتریان آن.<sup>۴</sup>

<sup>1</sup> United States International Trade Administration (USITA)

<sup>2</sup> Christou, Richard, International agency, distribution and licensing agreements, London: Sweet & Maxwell, Thomson Reuters, p.832, 2011.

<sup>3</sup> Hans Henrik Lidgard, Claude D. Rohwer, Dennis, Campbell, A Survey of Commercial Agency, p.253, 1984

<sup>4</sup> California Labor Code, Division 3: Obligations, Part 4: Obligations Arising from Particular Transaction Title 1A: Independent Wholesale Sales Representative, 1738,13: b) The written contract shall include all

بنابراین تشریفاتى تلقى نمودن این قرارداد با دقت نظر در قوانین اباتلى و رویه عملى در جهت انعقاد قراردادهای تجارى نتیجه منطقى است که از این بحث مستفاد مى‌گردد.

## ۲- آثار و شروط ضمن قرارداد نمایندگی تجاری در آمریکا

در این مبحث به بررسی حقوق و تکالیفی که برای طرفین به موجب انعقاد این قرارداد بوجود مى‌آید، شروط قابل ذکر در ضمن این قرارداد و در نهایت خاتمه و حل و فصل اختلافات ناشی از آن پرداخته شده است.

### ۲-۱- حقوق و تعهدات متعارف طرفین

طرفین قرارداد نمایندگی تجارى نسبت به یکدیگر دارای مسئولیت‌ها و حقوقى مى‌باشند که در این مبحث برخى از مهمترین این تعهدات مورد بررسی قرار گرفته‌اند.

#### ۱-۱-۲- تعهدات نماینده

در ایالات متحده نماینده در قبال اصیل خود تعهدات ذیل را دارا مى‌باشد:

- ۱- نماینده باید با مهارت، شایستگی، دقت و مراقبت در محلی که در آن شاغل است برای اصیل اقدام نماید.
- ۲- نسبت به اصیل خود با حسن نیت، وفاداری و صداقت عمل نماید و موجب بدنامی وی نشود.
- ۳- تمامی اطلاعات مربوط به نمایندگی را برای اصیل خود فاش کند.
- ۴- نگهداری و ارائه‌ی دقیق حساب‌ها.
- ۵- فقط به عنوان مجاز عمل نماید و از دستورالعمل‌های منطقى پیروی نماید.
- ۶- جهت محافظت از اموال اصیل مراقبت معقول داشته باشد.
- ۷- رابطه‌ی متضاد با منافع اصیل خود را نپذیرد.
- ۸- با اصیل خود در موضوع نمایندگی رقابت نکند.
- ۹- هیچ مزیت غیر منصفانه یا سود پنهانی از اصیل خود نداشته باشد و تمامی سودها را به اصیل بدهد.
- ۱۰- بدون افشای کامل به اصیل، نه اموال اصیل را به نفع خود خریداری نماید و نه اموال و دارایی خودش را به اصیل بفروشد.
- ۱۱- نماینده باید از اطلاعات محرمانه اصیل محافظت نماید و از آن سوء استفاده نکند.
- ۱۲- از اشخاص ثالث طرف معامله، در رابطه

of the following:(1) The rate and method by which the commission is computed.(2) The time when commissions will be paid.(3) The territory assigned to the sales representative.(4) All exceptions to the assigned territory and customers therein.(5) What chargebacks will be made against the commissions, if any.

<sup>1</sup>Hans Henrik Lidgard, Claude D. Rohwer, Dennis, Campbell, A Survey of Commercial Agency, p.260 to 262,1984.

با معاملات انجام شده یا از طریق استفاده از موقعیت‌های خود به عنوان نماینده، هیچگونه منافع مادی فاش نشده به دست نیاورد.<sup>۱</sup>

## ۲-۱-۲- تعهدات اصیل

به طور کلی تعهداتی که اصیل در حقوق آمریکا نسبت به نماینده تجارتی دارا می‌باشد عبارتند از:

- ۱- انجام قرارداد نمایندگی و به طور کلی، جبران، بازپرداخت و پرداخت غرامت به نماینده برای اعمالی که در محدوده شغلی اوست. ۲- عدم دخالت در عملکرد عامل؛ به طور مثال اگر به یک نماینده، نمایندگی فروش انحصاری برای محصولات در یک منطقه‌ی خاص داده شود، او ممکن است سودها را از اصیل که به قلمرو وی تجاوز کرده و در آنجا به خرید و فروش پرداخته را پس بگیرد. ۳- ارائه اطلاعات به نماینده در رابطه با خطرات فیزیکی و آسیب‌های مالی که می‌داند یا دلیلی برای دانستن آن دارد که از نمایندگی ناشی شود. ۴- نگهداری و ارائه حساب‌های دقیق به آژانس. ۵- به اعتبار نماینده آسیب نرساند. ۶- پرداخت غرامت به نماینده جهت پرداخت‌های مجاز یا منطقی لازم برای انجام نمایندگی و برای خسارت‌های متحمل شده توسط نماینده که عادلانه است اصیل متحمل گردد.<sup>۲</sup>

## ۲-۲- شروط پذیرفته شده ضمن قرارداد نمایندگی تجاری

در نظام حقوقی آمریکا شرایط لازم جهت ایجاد یک قرارداد نمایندگی قابل اجرا، همچون سایر قراردادهای عادی عبارتند از: پیشنهاد و پذیرش معتبر و واضح در مورد موضوع قرارداد، توافق و رضایت متقابل، صلاحیت و اهلیت طرفین قرارداد یعنی هر دو طرف به طور ذهنی درک کنند که با چه چیزی موافقت می‌کنند و قانونی بودن هدف و موضوع، چرا که قراردادی که در آن به انجام فعالیت غیر قانونی موافقت گردد، در دادگاه قابل اجرا نیست.<sup>۳</sup>

همچنین قرارداد نمایندگی تجاری که به صورت کتبی منعقد می‌گردد، علاوه بر شرایط اصلی صحت معاملات لازم است متضمن شروط دیگری نیز باشد، مگر اینکه به نحو دیگری توافق شده باشد. در برخی ایالت‌های آمریکا از جمله پنسیلوانیا، کالیفرنیا، آریزونا و... تبیین گردیده قرارداد نمایندگی فروش کتبی باید شامل مواردی چون: قلمرو جغرافیایی اختصاص داده شده به نماینده، مدت زمان قرارداد، میزان و روشی که کمسیون به وسیله آن محاسبه می‌شود، نحوه پرداخت هزینه‌های شغلی و... باشد که در ذیل

<sup>1</sup> Law Offices of STIMMEL. STIMMEL & ROESER, Agency- The Basic Law, 2024  
<https://www.stimmel-law.com/en/articles/agency-basic-law>

<sup>2</sup> Hans Henrik Lidgard, Claude D. Rohwer, Dennis, Campbell, A Survey of Commercial Agency, p262 to 263, 1984.

<sup>3</sup> Richard D. Currier, Richard William Hill, and Samuel Williston, American Institute of Banking, Commercial Law, p.125, August 31, 2012.

برخی از مهمترین این شروط از جمله: شرط تعیین محدوده کاری، شرط تعیین نحوه پرداخت و شرط عدم رقابت مورد بررسی قرار گرفته است.

### ۱-۲-۲- تعیین محدوده کاری و قلمرو سرزمینی

در نظام حقوقی آمریکا تعیین «قلمرو»<sup>۱</sup> در قرارداد نمایندگی تجاری از اهمیت ویژه ای برخوردار است. این شرط شامل اختصاص دادن مشتری یا قلمرو جغرافیایی خاص به عامل بازرگانی می‌باشد که در این حالت نمایندگی در وضعیت انحصاری قرار می‌گیرد، مگر اینکه طرفین با شرط دیگری موافقت نمایند. مطابق با این شرط، طرفین می‌توانند در قرارداد مقرر نمایند که اصیل نماینده را به عنوان نماینده انحصاری خرید، فروش، ارائه دهنده خدمات برای گروه خاصی از مشتریان یا در منطقه ای خاص تعیین می‌کند. اگر منطقه تحت پوشش قرارداد نماینده تجاری شامل چند ایالت باشد، اصیل باید قوانین هر ایالت را در منطقه‌ی مشخص شده بررسی نماید و قرارداد را مطابق با الزامات سختگیرانه ترین ایالت تنظیم نماید.

نمایندگی تجاری انحصاری به دو صورت قابل تصور است: حالت اول نمایندگی انحصاری یک جانبه است که در آن اصیل مناطق بازاریابی و فعالیت نماینده تجاری را به طور انحصاری تعیین می‌نماید و موظف است نماینده تجاری دیگری را در آن مناطق به کار نگیرد. حالت دوم نمایندگی انحصاری دو جانبه است که در آن علاوه بر تکلیف اصیل در به کار نگرفتن نماینده دیگر در مناطق مورد نظر، نماینده نیز موظف است نمایندگی دیگری را در آن محدوده نپذیرد.

### ۲-۲-۲- تعیین نحوه پرداخت

در نظام حقوقی آمریکا، در رابطه با نحوه پرداخت کمیسیون عرف بر این است که اصیل کالا را بصورت امانی در اختیار نماینده قرار می‌دهد و نماینده پس از فروش آن، مبلغ فروش کالا را به کسر حق الزحمه خود در سررسیدهای معین به اصیل می‌پردازد، مگر اینکه طرفین در قرارداد نحوه پرداخت دیگری را مشخص کرده باشند.

برخی ایالت‌ها در خصوص محل پرداخت کمیسیون نیز مقرراتی تبیین نموده اند، بطور مثال در بند ج ماده 191 قوانین ادغام شده‌ی ایالت نیویورک اینگونه مقرر گردیده است که: «کمیسیون‌های به دست آمده باید به نماینده فروش در محل معمول پرداخت، پرداخت شوند، مگر اینکه نماینده فروش درخواست کند که کمیسیون از طریق پست برای او ارسال شود. اگر کمیسیون‌ها از طریق پست برای نماینده فروش ارسال شود، کمیسیون‌های به دست آمده از تاریخ ثبت مهر پستی روی پاکت، پرداخت شده تلقی

<sup>1</sup>Territory

می‌شود.<sup>۱</sup>

### ۳-۲-۲- شرط عدم رقابت

«بندهای عدم رقابت»<sup>۲</sup> از شروط رایج در قراردادهای نمایندگی تجاری محسوب می‌شوند و می‌بایست این شروط به صورت کتبی در قرارداد قید گردند.<sup>۳</sup> شرط عدم رقابت پس از خاتمه قرارداد که به موجب آن نماینده تعهد می‌نماید تا به منظور حفظ منافع اصیل برای مدت متعارف و در قلمرو جغرافیایی مشخصی از انجام فعالیت‌هایی که متضمن رقابت با اصیل باشد بپرهیزد، ابزار مهمی برای کمک به حفاظت از منافع تجاری مشروع یک اصیل است. این فعالیت‌ها ممکن است شامل راه‌اندازی یک کسب‌وکار رقابتی، کار برای یک رقیب یا بهره‌برداری از اطلاعات تجاری محرمانه طرف مقابل برای کسب مزیت رقابتی در حین یا پس از خاتمه قرارداد نمایندگی باشد. در اکثر حوزه‌های قضایی، شرط عدم رقابت را در صورتی اجرا می‌کنند که دامنه آنها معقول باشد و بیش از حد گسترده نباشد.

همچنین یکی از مواردی که تأمین‌کننده خارجی که در آمریکا تجارت می‌کند باید نگران باشد در خصوص «قانون آنتی تراست»<sup>۴</sup> یا ضد انحصار است، اگرچه عوارض این قانون بیشتر مختص به قراردادهای توزیع می‌باشد، به ویژه بعد از اینکه کالا به توزیع‌کننده منتقل شد، قراردادهای نمایندگی تجاری نیز باید برای حذف شرایطی که ممکن است قوانین آنتی تراست ایالات متحده را نقض کند، مورد بررسی قرار گیرد. به عنوان مثال اصیل باید از ایجاد قرارداد نمایندگی تجاری که به عنوان شرط اعطای نمایندگی فروش برای یک محصول، نماینده را مشروط می‌نماید تا محصولات دیگر را نمایندگی یا خریداری نماید و همچنین مقرراتی که عامل را از فروش محصولات رقیب منع می‌نماید، اجتناب کند.<sup>۵</sup> قوانین اصلی حاکم بر رقابت فدرال یا ضد انحصار در ایالات متحده عبارتند از: (۱) «قانون شرم»<sup>۶</sup> (۲) «قانون کلایتون»<sup>۷</sup> (که توسط «قانون تبعیض قیمتی رایبسون-پتمن»<sup>۸</sup> اصلاح شده است) و (۳) «قانون

<sup>1</sup> Consolidated Laws of New York, Chapter 31: Labor Law, Title 1: General, Article 6: «Payment of Wages: The earned commission shall be paid to the sales representative at the usual place of payment unless the sales representative requests that the commission be sent to him or her through the mails. If the commissions are sent to the sales representative by mail, the earned commissions shall be deemed to have been paid as of the date of their postmark for purposes of this section.»

<sup>2</sup> Non-compete clauses

<sup>3</sup> Eric Kuhn, Commercial Agency Contract in the USA (Practical Guide), 2017 <https://www.legalmondo.com/product/commercial-agency-contracts- USA>

<sup>4</sup> Anti-Trust Statutes

<sup>5</sup> Hans Henrik Lidgard, Claude D. Rohwer, Dennis, Campbell, A Survey of Commercial Agency, p.269, 1984

<sup>6</sup> the Sherman Act

<sup>7</sup> the Clayton Act

<sup>8</sup> the Robinson-Patman Price Discrimination Act

کمیسیون تجارت فدرال<sup>۱</sup>. قانون شرمین به مسائل مربوط به محدودیت تجارت و انحصار می‌پردازد. قانون کلایتون اساساً با تبعیض قیمت‌ها و ترتیبیاتی که می‌توانند رقابت را کاهش دهند، سروکار دارد. قانون کمیسیون تجارت فدرال به طور کلی رقابت و اقدامات ناعادلانه یا فریب کارانه که بر تجارت ایالات متحده تأثیر می‌گذارد را ممنوع می‌کند.<sup>۲</sup>

### ۳-۲- انحلال و حل اختلافات نمایندگی تجاری در آمریکا

قرارداد نمایندگی تجاری مانند هر قرارداد دیگری نقطه آغاز و پایان دارد که در این مبحث به بررسی طرق مختلف خاتمه این قرارداد و همچنین حل و فصل اختلافات طرفین آن پرداخته شده است.

#### ۱-۳-۲- خاتمه قرارداد

قرارداد نمایندگی تجاری در نظام حقوقی آمریکا ممکن است با انجام موضوع نمایندگی و تحقق هدف خاص انعقاد این قرارداد خاتمه یابد. مورد بعد انحلال این قرارداد می‌تواند به موجب انقضای مدت تعیین شده می‌باشد، در صورتی که پس از انقضای مدت مقرر طرفین به رابطه نمایندگی خود ادامه دهند، قرارداد برای مدت مشابهی تمدید می‌گردد.<sup>۳</sup> در ایالات متحده رایج است در قرارداد نمایندگی تجاری پیش بینی شود که توافق ممکن است توسط هر یک از طرفین، بنا به صلاحدید ایشان، با یک اطلاعیه قبلی ۳۰ روزه فسخ شود. چنین مواردی عموماً قابل اجرا هستند، مگر در صورتی که نماینده سرمایه گذاری‌هایی را با اعلام قبلی انجام داده باشد و فرصت معقولی برای بازپرداخت سرمایه گذاری‌ها به وی اعطاء نشده باشد<sup>۴</sup> و استثناء دیگر در فرض «نمایندگی همراه با منفعت»<sup>۵</sup> است که به وضعیتی اشاره دارد که نماینده تجاری صرفاً نماینده نیست و در ملک، دارایی یا اموالی منفعت دارد. در فرض عدم تعیین مدت در قرارداد، یک طرف به طور کلی می‌تواند با اخطار قبلی ۳۰ یا ۶۰ روز در بیشتر موارد، در صورت معقول بودن شرایط، قرارداد را فسخ نماید.

همچنین این قرارداد می‌تواند تحت شرایطی به طور زود هنگام خاتمه یابد، مانند: نقض اساسی مفاد قرارداد یا تعهداتی که غیر قابل جبران باشند و یا ورشکستگی، فوت یا جنون هر یک از طرفین. در نظام حقوقی آمریکا مقرر گردیده که فوت اصل رابطه نمایندگی تجاری را به پایان می‌رساند و اگر نماینده که

<sup>1</sup> the Federal Trade Commission Act

<sup>2</sup> Christou, Richard, International agency, distribution and licensing agreements, London: Sweet & Maxwell, Thomson Reuters, p.831, 2011.

<sup>3</sup> Law Offices of STIMMEL. STIMMEL & ROESER, Agency- The Basic Law, 2024  
<https://www.stimmel-law.com/en/articles/agency-basic-law>

<sup>4</sup> Albaric, Cristelle, Dickstein, Marianne, International Commercial Agency and Distribution Agreements: Case Law and Contract Clauses, p.891, April 20, 2017

<sup>5</sup> Agency coupled with an interest

اطلاعی از آن نداشته از طرف تأمین کننده خود با اشخاص ثالث معامله کرده باشد، چنین قراردادهایی دارای اسیل را متعهد نمی نمایند. فوت نماینده نیز از موارد خاتمه این قرارداد محسوب می گردد. در صورتی که نماینده فرعی نیز در قرارداد منصوب شده باشد، تنها در فرضی که نماینده فرعی به درخواست اسیل تعیین شده باشد با فوت نماینده اصلی صلاحیت وی خاتمه نمی یابد. وقوع جنون اسیل نیز موجب خاتمه رابطه مورد بحث می شود و احراز صلاحیت قضایی باید به اطلاع همگان برسد، اما افراد ثالثی که بدون اطلاع، با حسن نیت با نماینده معامله نموده اند محافظت می شوند و حقوقشان زایل نمی شود.<sup>۱</sup> قرارداد مذکور ممکن است به موجب از بین رفتن موضوع نمایندگی که قابلیت جایگزینی نداشته باشد و تغییر قانون که عمل مورد نیاز نمایندگی را غیرقانونی نماید، نیز خاتمه پیدا کند. لازم به ذکر است در صورتی که انحلال قرارداد به موجب نقض تعهدات اساسی که توسط نماینده صورت گرفته باشد، در این صورت اسیل هیچ تعهدی در قبال نماینده نسبت به پرداخت کمیسیون های پرداخت نشده ندارد و اسیل می تواند تقاضای دریافت غرامت نماید، مگر اینکه به صورت دیگری توافق شده باشد، همچنین در صورتی که انحلال مستند به فعل اسیل باشد نماینده نیز مستحق دریافت حق الزحمه و غرامت می باشد.<sup>۲</sup>

## ۲-۳-۲- حل و فصل اختلافات

هر قراردادی که شامل فعالیت های نمایندگی تجاری، توزیع یا صدور مجوز در ایالات متحده باشد، می بایست هم قانون حاکم بر قرارداد و هم دادگاه صالح جهت رسیدگی به اختلاف طرفین در آن مشخص گردد. یک طرف متعاهد مستقر در ایالات متحده همیشه درخواست می کند که قانون ایالتی که با آن بیشتر آشناست بر این رابطه حاکم باشد که این امر برای طرف متعاهد غیرآمریکایی مشکل ایجاد می کند، زیرا ممکن است نخواهد با نماینده آشنا به قوانین یک ایالت خاص همکاری کند. علاوه بر انتخاب قانون حاکم، طرفین قرارداد ممکن است موافقت کنند که اختلافات را توسط دادگاه هایی که با قوانین حاکم آن ها آشنا هستند، حل و فصل کنند، در حالی که طرف غیر آمریکایی ممکن است در این فرض نیز تمایل نداشته باشد که روابط تحت کنترل طرف آمریکایی باشد. با این وجود یکی از الزامات قرارداد نمایندگی تجاری این است که طرفین اتفاق نظر نمایند قانون و مرجع صالح را در قرارداد نمایندگی تجاری مشخص کنند.<sup>۳</sup>

<sup>1</sup> Richard D. Currier, Richard William Hill, and Samuel Williston, American Institute of Banking, Commercial Law, p.148, August 31, 2012.

<sup>2</sup> Hans Henrik Lidgard, Claude D. Rohwer, Dennis, Campbell, A Survey of Commercial Agency, p.265, 1984

<sup>3</sup> Christou, Richard, International agency, distribution and licensing agreements, London: Sweet & Maxwell, Thomson Reuters, p.859, 2011.

طرفین متعاهد قرارداد اغلب در نظر دارند که از «روش‌های جایگزین حل اختلاف»<sup>۱</sup> مانند «داوری»<sup>۲</sup> استفاده نمایند، چرا که ممکن است دلایل زیادی برای طرفین وجود داشته باشد که اختلاف خود را بخواهند از دادگاه دور نگه دارند که مهم‌ترین آنها محافظت از اسرار تجاری و ماهیت حساس و محرمانه موضوع این قرارداد است. اما باید در نظر داشت از آن جایی که ارجاع به داوری دارای محدودیت‌های خاصی است چرا که فقط برای طرفین قرارداد الزام آور است نه طرف‌های مهم خارج از قرارداد و همچنین برخی از موضوعات مانند تخلف از مقررات ضدانحصار قابل داوری نیستند که لازم است در دادگاه‌های ایالات متحده رسیدگی و دفاع شوند،<sup>۳</sup> بنابراین تعیین قانون و دادگاه صالح نسبت به روش‌های جایگزین حل اختلاف اولویت دارد.

### نتیجه‌گیری

در دنیای پیشرفته امروز که تجارت بر مبنای دو اصل سرعت و سهولت معاملات تجاری تعریف می‌شود، تجار جهت گسترش و توسعه قلمرو فعالیت خود نیازمند نمایندگان تجاری غیرمستحدمی هستند که بتوانند امور تجاری خود را به واسطه‌ی این اشخاص انجام دهند و سرعت بخشند. در نظام حقوقی آمریکا، با توجه به یافته‌های این پژوهش می‌توان گفت: نمایندگی تجاری قراردادی است که در آن شخصی تحت عنوان نماینده تجاری، نیابتاً و بطور مستقل از اصیل در ازای دریافت کمیسیون اقدام به انجام اعمال تجاری در چارچوب تعیین شده به نام و به حساب اصیل یا تأمین کننده می‌نماید. لازم به ذکر است نمایندگی تجاری در درجه اول، تابع مقررات شرح و تفسیر قانون نمایندگی و سپس قوانین ایالتی و برخی قوانین تجاری می‌باشد که بر شکل‌گیری، اجرا و خاتمه این قرارداد حکومت دارند.

قرارداد نمایندگی تجاری در ایالات متحده در زمره‌ی عقود تجاری و معوض قرار دارد، همچنین در خصوص تشریفاتی یا غیرتشریفاتی بودن این قرارداد اختلاف نظرهایی دیده می‌شود، اما با توجه به رویه عملی ایالت‌ها و اهمیت این قرارداد، بهتر است این قرارداد تشریفاتی تلقی گردد. در جهت انعقاد این قرارداد، علاوه بر شرایط اساسی لازم مانند: پیشنهاد و پذیرش معتبر و واضح در مورد موضوع قرارداد، توافق و رضایت متقابل، قرارداد مذکور می‌تواند متضمن شروط دیگری، از جمله: تعیین قلمرو سرزمینی، نحوه پرداخت در قرارداد و شرط عدم رقابت پس از خاتمه قرارداد باشد. همچنین با انعقاد این قرارداد، جهت انجام موضوع نمایندگی تجاری برای هر یک از طرفین حقوق و تکالیفی ایجاد می‌گردد که اصیل و نماینده ملزم به رعایت این تعهدات می‌باشند.

<sup>۱</sup> Alternative Dispute Resolution(ADR)

<sup>۲</sup> Arbitration

<sup>۳</sup> Christou, Richard, International agency, distribution and licensing agreements, London: Sweet & Maxwell, Thomson Reuters, p.860, 2011.

قرارداد نمایندگی تجاری در این کشور ممکن است به طرق مختلف از جمله: فسخ هر یک از طرفین، انجام موضوع قرارداد، انقضای مدت، نقض تعهدات اساسی آن، ورشکستگی، فوت و یا جنون هر یک از طرفین خاتمه یابد. طرفین این قرارداد می‌بایست جهت جلوگیری از مشکلات احتمالی در ضمن قرارداد، قانون و مرجع صالح جهت حل و فصل اختلافات را تعیین نمایند و یا ممکن است به دلیل حساس و محرمانه این نوع قرارداد، طرفین ترجیح دهند که از شیوه‌های جایگزین حل و فصل اختلافات همچون داوری استفاده نمایند، اما با توجه به محدودیت‌های این روش، تعیین قانون و دادگاه صالح نسبت به روش‌های جایگزین حل اختلاف اولویت دارد.

در نهایت با توجه به اهمیت وافر این نهاد در ایالات متحده چه از نظر تقنین و چه از نظر پویایی، کارآمدی و انعطاف پذیری مقررات نمایندگی تجاری که با وجود آنکه هر ایالت مقررات مختص به خود را دارا می‌باشد، در عمل تعارضی در کل ایالات متحده در رابطه با این نهاد دیده نمی‌شود، پیشنهاد می‌گردد با دقت نظر در یافته‌های این پژوهش، در نظام حقوقی ایران پیش از آنکه لایحه جدید قانون تجارت به تصویب برسد، با توجه به اهمیت این قرارداد مقررات مربوطه اصلاح و تکمیل گردد. از جمله اینکه دامنه شمول موضوع نمایندگی افزایش یابد، شروط قابل ذکر در ضمن این قرارداد پیش بینی گردد، مسئولیت‌های بیشتری برای طرفین در نظر گرفته تا تجار و تولیدکنندگان داخلی و خارجی با تکیه بر پشتوانه مقررات قانونی جامع و کارآمد، امور تجاری خود را به نمایندگان حرفه ای بسپارند و در جهت توسعه تجارت و اقتصاد کشور تأثیرگذار باشند.

## فهرست منابع

### انگلیسی

#### Books

- Albaric, Cristelle, Dickstein, Marianne. (2017). *International Commercial Agency and Distribution Agreements: Case Law and Contract Clauses*, 2end edition, Kluwer Law International.
- Campbell, Dennis; Hans Henrik, Lidgard; & Rohwer, Claude D.(1984). *A Survey of Commercial Agency*.
- Currier, Richard D.; Hill, Richard William; & Samuel Williston. (2012). *Commercial Law*, American Institute of Banking.
- Lehman, Jeffrey; & Phelps, Shirelle. (2005). *West's encyclopedia of American Law*, 2end edition, the Gale Group inc.
- Meagher, Thomas Francis. (2008) *The commercial agency system of the United States and Canada exposed*.
- Richard, Christou. (2011). *International agency, distribution and licensing agreements*, London: Sweet & Maxwell, Thomson Reuters.

### Codes

- Arizona Revised Statutes
- Consolidated Laws of New York (2023). Volume 1, Michie.
- Parkers California Labor Code (2024). Michie.
- The American Law Institute, Restatement of the Law – Agency, Restatement (Third) of Agency. (2006) Current through.

### Websites

- Contract Counsel. Inc. (2019). Commercial Agency Contract. <https://www.contractscounsel.com/t/us/commercial-agency-contract>
- Kuhn, Eric. (2017) Commercial Agency Contract in the USA <https://www.legalmondo.com/product/commercial-agency-contracts-USA>
- Law Offices of STIMMEL. STIMMEL & ROESER (2024). Agency- The Basic Law. <https://www.stimmel-law.com/en/articles/agency-basic-law>



## *The legal status of commercial agency in the American legal system*

*Noushin Tajallaei Far*<sup>\*</sup>  
*Amir Shayegan Far*<sup>\*\*</sup>

### **Abstract**

The commercial agency contract is considered one of the common contracts in America, in which a person, acting as a commercial agent, independently and on behalf of the principal, performs commercial activities within the specified framework in exchange for a commission. The mentioned contract has its own specific features that distinguish it from similar contractual entities, including advocacy and distribution, and in order to fulfill this contract, the parties involved are also obligated to adhere to commitments and responsibilities. Ultimately, this contract may be terminated in various ways, including the execution of the agency subject, contract termination, or the loss of capacity of either party. Considering the history and success of the United States legal system in the field of commercial agency, and since no regulations regarding this institution have been established in Iranian commercial law so far, and only general provisions in this regard have been outlined in the new draft of this law, this article, using a library method and aiming to examine the legal status of commercial representation contracts in the U.S. legal system, has sought to contribute to the completion of the commercial law draft on the verge of an impactful and efficient approval.

### **Keywords**

*Commercial agency, Commercial agency in America, Commercial agent, Commercial contract, American agency statute.*

<sup>\*</sup> MA. In Private Law, Faculty of Humanities, Tehran West Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran  
(Corresponding Author): nushintj75@gmail.com

<sup>\*\*</sup> Assistant Prof, Department of Private Law, Shahre Danesh Research Institute of Law, Tehran, Iran.  
Email: amirshayeganfar20@yahoo.com

## **Extended Abstract**

### **Abstract**

The commercial agency contract is considered one of the common contracts in the American legal system, in which a person, titled as a commercial agent, representatively and independently, in exchange for receiving a commission, performs commercial acts within the determined framework in the name and for the account of the principal or supplier. In America, this contract is primarily subject to the regulations of the 'Restatement of Law Agency' and then state laws. Also, the mentioned contract has its own specific characteristics which distinguish it from similar contractual institutions, including commercial factor and distribution, and for the realization of this contract, its parties are also obliged to observe certain obligations and responsibilities. Finally, this contract may be terminated in various ways, including: fulfillment of the subject of the agency, rescission of the contract, or the loss of legal capacity of either party. Given the history and success of the United States legal system in the field of commercial agency, and since in Iranian commercial law so far no regulations have been established regarding this institution, and only some general matters in this regard have been stipulated in the new draft of this law, this article has attempted, by examining the legal status of the commercial agency contract in the American legal system, to be impactful and efficient in completing the draft commercial law on the verge of approval.

### **Methodology**

This research employs a qualitative ,descriptive-analytical approach based on library and documentary research. The primary sources include the authoritative Restatement (Third) of Agency (2006), relevant state statutes from key jurisdictions such as California, New York, and Arizona, as well as foundational legal texts and scholarly commentary in U.S. commercial law. The present analysis provides a coherent picture of the legal framework governing commercial agency contracts in the United States through a systematic examination and logical interpretation of these sources.

### **Finding**

The analysis of this study reveals a comprehensive and sophisticated legal framework in the United States. The legal foundation of this system is based on the Restatement of Agency, which provides uniform principles and is supplemented by specific state-level law a combination that creates a flexible yet integrated national system. A commercial agency contract is defined as a fiduciary relationship in which an independent agent, in exchange for a commission, acts within an agreed framework on behalf of a disclosed principal an independence that distinguishes them from an employee or a mere distributor. This contract is commercial, compensatory, and generally formal in nature, with

many states mandating its execution in writing, including essential terms such as commission rates, territory, and payment schedules. The framework imposes robust, reciprocal obligations on the parties: the agent's paramount duties include loyalty, good faith, non-competition, confidentiality, and full disclosure, while the principal's primary obligations are the timely payment of commissions and reimbursement of the agent's legitimate expenses. In contractual practice, key clauses include defining exclusive sales territories and enforceable post-termination non-compete agreements, provided they are reasonable in scope and duration. The contract may be terminated through fulfillment of its purpose, mutual agreement, expiration of its term, or unilateral termination with reasonable notice (typically 30–60 days), and it also terminates upon the death, bankruptcy, or material breach by either party. Finally, to ensure legal certainty, particularly in international contracts, parties are strongly advised to explicitly stipulate the governing law (of a specific state) and the competent court or arbitration forum for dispute resolution within the contract.

### ***Conclusion***

The U.S. legal system has developed a highly effective and adaptable model for commercial agency contracts, balancing the principal's need for control with the agent's need for protection through transparent fiduciary standards and equitable default rules. The success of this system lies in its clarity, emphasis on good faith, and detailed provisions for compensation and termination. Given the imminent finalization of Iran's new draft Commercial Law, this study proposes the following concrete recommendations: providing a precise legal definition of an "independent commercial agent" and distinguishing it from employees and other intermediaries; explicitly codifying the agent's core fiduciary duties, particularly loyalty and confidentiality, to establish a solid foundation for the relationship; introducing regulations for termination with reasonable notice and considering the principle of goodwill indemnity for agents who significantly develop a client base to prevent unjust enrichment of the principal upon termination; mandating written contracts that include essential terms such as the commission calculation method, payment schedule, territory, and termination conditions; and encouraging or requiring parties to select the governing law and dispute resolution mechanism in their contracts to enhance predictability and reduce future litigation. By integrating these evidence-based principles from the mature U.S. system, the Iranian legislature can transform the commercial agency institution into a powerful, trusted, and efficient tool for facilitating domestic and international trade within a modern legal framework.