

بررسی ماهیت قرارداد فرانچایز در حقوق ایران

محسن صفری*

استادیار گروه حقوق خصوصی و اسلامی دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران

شهاب مشهدیان

کارشناس ارشد حقوق مالکیت فکری دانشگاه تهران

(تاریخ دریافت: ۱۳۸۸/۶/۱۷ - تاریخ تصویب: ۱۳۸۸/۸/۱۷)

چکیده:

یکی از قراردادهایی که به عنوان امری تبعی، پس از پیدایش و رسمیت یافتن حقوق مالکیت فکری و به طور خاص پس از ظهور و اهمیت یافتن حقوق مربوط به علائم تجاری منعقد می‌گردد قرارداد فرانچایز می‌باشد. قرارداد فرانچایز، قراردادی است میان امتیازدهنده (Franchisor) بعنوان مالک حقوق مالکیت فکری از یک سو و امتیازگیرنده (Franchisee) از سوی دیگر که برای استفاده از حقوق علائم تجاری و بعضاً برخی دیگر از حقوق مالکیت فکری مربوط به امتیازدهنده، برای مدت زمانی مشخص که معمولاً ۵ سال است منعقد می‌شود. با توجه به جدید بودن این قرارداد و عدم وجود این قرارداد در قوانین ایران، ماهیت حقوقی این قرارداد تعیین کننده آثار حقوقی آن است.

واژگان کلیدی:

قرارداد فرانچایز، علامت تجاری، امتیازدهنده، امتیازگیرنده، اجاره، صلح، نمایندگی تجاری، حق انتفاع، بیع.

Email: Drsafari.mohsen@yahoo.com

فاکس: ۶۶۴۹۴۹۹۰

* مسئول مقاله

برای اطلاع از دیگر مقالات منتشر شده از این نویسنده در همین مجله، به صفحه پایانی این مقاله نگاه کنید.

۱- درآمدی بر بحث

قبل از اینکه بخواهیم ماهیت حقوقی قرارداد فرانچایز را تحلیل و بررسی کنیم باید این نوع قرارداد را بشناسیم. فرانچایز، کلمه‌ای است که در واژه‌ای فرانسوی به معنی صداقت و آزادی ریشه دارد اما امروزه این کلمه معنایی دیگر به خود گرفته که با ریشه‌ی آن بسیار متفاوت است. در این مقاله ابتدا مفهوم، تاریخچه و تعریف قرارداد فرانچایز را بررسی می‌کنیم، سپس در پی شناخت ماهیت حقوقی آن، به بررسی مقایسه‌ای قرارداد مزبور با برخی عقود معین و ماده‌ی ۱۰ ق.م.خواهیم پرداخت.

۲- مفهوم، تاریخچه و تعریف قرارداد فرانچایز

شاید تاکنون نام مجموعه هتل‌های هیلتون را شنیده باشید و تصور کنید که این هتل‌ها متعلق به فردی خاص است. ولی اینطور نیست و بیشتر این هتل‌ها، تحت یک قرارداد فرانچایز شروع به فعالیت کرده‌اند. تقریباً تمامی رستوران‌ها، هتل‌ها و فروشگاه‌های مختلف که در سطح کشورها به صورت زنجیره‌ای به فعالیت می‌پردازند از قرارداد فرانچایز استفاده کرده‌اند (<http://www.irantonian.com/content/view/79/13/>). فرانچایز یک مدل تجاری است که طبق آن امتیاز و امکان بهره‌برداری و عرضه‌ی علامت تجاری، محصول و شیوه‌ی تجارت از سوی دارنده‌ی اصلی یا امتیاز دهنده (Franchisor) در مقابل مالی یا نسبتی سود، به طرف دیگر یعنی امتیاز گیرنده (franchisee) برای مدت زمانی مشخص واگذار می‌شود. مالک یا امتیازدهنده که می‌تواند یک شرکت سهامی عام، خاص و یا حتی یک فرد باشد معمولاً به صورت مستقیم اقدام به راه‌اندازی و اجرای کسب و کار نمی‌کند و تنها به مدیریت، نظارت و تحقیق در زمینه‌ی راه‌های بقا و پیشرفت بیشتر می‌پردازد. هر چند که در مواردی، شرکت امتیازدهنده مکان‌های بسیار مناسب را برای خود نگه می‌دارد و حق راه‌اندازی کسب در سایر مکان‌ها را به دیگران می‌دهد (<http://www.irantonian.net/index.php?topic=36.0>). فرانچایز به عنوان یکی از مهم‌ترین روش‌های انتقال تکنولوژی، با توجه به سود سرشار و سرعت بالای آن مورد توجه کشورهای مختلف به خصوص کشورهای در حال توسعه قرار دارد. ویکی‌پدیا (Wikipedia)، فرانچایز را بدین گونه تعریف کرده‌است که فرانچایز اشاره به روش‌های کارگیری اصول کلی حرفه و تجارت شخص دیگری دارد (<http://en.wikipedia.org/wiki/Franchising>). مدت زمان این

1 - Franchising refers to the methods of practicing and using another person's business philosophy. The franchisor grants the independent operator the right to distribute its products, techniques, and trademarks for a percentage of gross monthly sales and a royalty fee. Various tangibles and intangibles such as national or international advertising training and other support services are commonly made available by the franchisor. Agreements typically

قراردادها معمولاً بین ۵ تا ۲۰ سال می باشد. تاریخچه‌ی قرارداد فرانچایز حداقل به سال ۱۸۵۰ برمی گردد. در این سال آقای ایساک سینجر (Isaac Singer) که شکلی جدید و پیشرفته را از چرخ خیاطی اختراع کرده بود، تصمیم داشت که پخش و فروش محصولات خود را افزایش دهد. اگر چه او در این کار ناموفق بود اما به نظر می رسد که قراردادهای او با امتیاز گیرندگان نخستین قرارداد فرانچایز بوده است. این قراردادها در ایالات متحده منعقد گردیده است. (http://www.the-franchise-shop.com/articles/History-of-Franchising_5.html)

فرانچایز، قرارداد موفقیت‌آمیز آقای جان.اس. پمبرتون (John S.pemberton) در مورد شرکت کوکاکولا (coca-cola) بوده است. قراردادهای انحصاری میان تولید کنندگان اتومبیل و عاملین فروش محلی نیز از نخستین قراردادهای فرانچایز محسوب می شود.

(<http://franchise.business-opportunities.biz/2009/02/24/history-of-franchising-franchising-in-the-1800s>)

در خصوص قرارداد های زنجیره ای فرانچایز معاصر، رستوران‌های غذای آماده (Fast-Food) و به خصوص مک دونالد (Mc Donalds) آمریکایی موفقیت‌آمیزترین نمونه‌ی این نوع قراردادها در مقایسه با دیگر شبکه‌های فرانچایز می باشد (<http://www.franchisehandbook.com/wsinr/wsinr12.asp>). در واقع اهمیت یافتن این قراردادها بیشتر در کشورهایی خاص مانند ایالات متحده‌ی آمریکا بوده است. در چنین نظام‌های اقتصادی است که حقوق مالکیت فکری و به طور خاص حقوق علائم تجاری اهمیت زیادی دارد. بنا به ادعای برخی، تاریخ قرارداد فرانچایز می تواند به صنعت آبجوسازی برگردد، بدین صورت که بسیاری از آبجوسازان به آبجوفروشان اجازه می دادند که طی قراردادی، محصولات آنها را با همان مشخصات به فروش برسانند (McNally, Kevin, FranchiseHistory, http://www.leemyles-automotive-franchise.com/franchise-articles/Franchise_History.html) (یعنی فرانچایز پخش).

در قوانین ایران، تعریفی از قرارداد فرانچایز ارائه نشده است. بخش ۳ اصول حقوق اروپایی درباره نمایندگی تجاری، فرانچایز و قرارداد های پخش، قرارداد فرانچایز را بدین گونه تعریف کرده است: «قراردادی است که به موجب آن یک طرف (امتیاز دهنده) به طرف دیگر (امتیاز گیرنده) در ازاء مابه‌ازائی مادی حق انجام یک حرفه‌ی تجاری از سوی امتیاز گیرنده و به نام امتیاز گیرنده را تحت شبکه‌ی امتیاز دهنده با هدف فروش برخی محصولات از سوی امتیاز گیرنده و به نام امتیاز گیرنده اعطا می کند. و بنابراین امتیاز گیرنده حق و تعهد استفاده از نام و علامت تجاری و دیگر حقوق مالکیت فکری، دانش تجربی و روش تجربی متعلق به

last from five to thirty years, with premature cancellations or terminations of most contracts bearing serious consequences for franchisees.

امتیاز دهنده را دارد»^۱ (Bueno diaz, Odavia, 2006, p.210). اما به نظر می‌رسد که تعریف ارائه شده با مشکلات و نقایص همراه است. اگر بخواهیم تعریفی از این نوع قرارداد ارائه دهیم بدین صورت می‌باشد: قرارداد فرانچایز قراردادی است که در آن یک طرف که امتیاز دهنده (Franchisor) نامیده می‌شود به طرف دیگر که امتیاز گیرنده (Franchisee) نام دارد، در مقابل یک حق الامتیاز یا اجرت (Fee)، حق استفاده از علامت تجاری را که معمولاً همراه با دیگر حقوق مالکیت فکری مانند اسرار تجاری، دانش تجربی و... می‌باشد برای فروش یا تولید محصولات یا ارائه خدمات، اعطا می‌کند. در این نوع قرارداد ممکن است شرایطی برای ارائه دانش فنی، آموزش مدیریت سیستم و جلب مشتری، کنترل کیفیت و... از سوی امتیاز دهنده و یا تعهداتی به عهده‌ی امتیاز گیرنده درج شود که با توجه به تنوع و انواع این قراردادها شروط آن متفاوت است. در واقع وجه غالب قرارداد فرانچایز، اجازه استفاده از علامت تجاری به همراه دیگر حقوق مالکیت فکری است.

گفتار نخست - بررسی ماهیت قرارداد فرانچایز در حقوق ایران

۳- درآمدی بر مطالعه ای تطبیقی

ما در این مقاله در صدد آن هستیم که از طریق مطالعه مقایسه‌ای دریابیم که آیا ماهیت این قرارداد را می‌توان در حقوق ایران در قالب یکی از عقود معین مانند اجاره، صلح و... یافت؟ یا باید آن را مشمول ماده‌ی ۱۰ ق.م. محسوب و مطابق با قواعد عمومی قراردادها بررسی کرد؟ فایده‌ی چنین بررسی، شناخت قوانین و قواعد حاکم بر این قرارداد در حل و فصل اختلافات احتمالی مربوط به آن است.

بند نخست - آیا قرارداد فرانچایز نوعی اجاره است؟

±۴ مروری بر عقد اجاره

م ۶۶۶ ق.م. ایران در تعریف اجاره می‌گوید: «اجاره عقدی است که به موجب آن مستأجر مالک منافع عین مستأجره می‌شود...». با وجود عدم اشاره به معوض بودن عقد اجاره در این تعریف، باید دانست که تملیک منافع رایگان نیست و مستأجر نیز در برابر موجر متعهد است که مالی را (که به طور معمول مقداری پول است) به او بپردازد. چنانکه بند ۳ م ۴۹۰ در بیان

1 - This chapter (franchise) applies to contracts under which one party (the franchisor) grants the other party (the franchisee), in exchange for remuneration, the right to conduct a business (franchise business) within the franchisor's network for the purposes of selling certain products on the franchisee's behalf and in the franchisee's name. and where by the franchisee has the right and the obligation to use the franchisor's trade name or trademark and other intellectual property rights, the know-how and the business method.

تکالیف مستأجر می‌گوید: «... ثالثاً مال الاجاره را در مواعدی که بین طرفین مقرر است تأدیه کند و در صورت عدم تعیین، نقداً باید بپردازد» (کاتوزیان، ۱۳۵۶، ش ۱۳۹). همچنین بر اساس منابع و مستندات فقهی، یکی دیگر از مشخصات اجاره، لزوم موقت بودن این تملیک است (شیخ اصفهانی، ۱۳۶۱ ق. ص ۵).^۱

۵- موضوع و اوصاف عقد اجاره و اموال فکری

هدف از عقد اجاره تملیک منفعت به مستأجر است و چون منفعت اموال همیشه با عین همراه است، عین مال در اختیار طرف گذارده شود و به همین دلیل موضوع آن باید عین باشد. در خصوص اموال فکری شاید این شبهه پیش بیاید که اموال فکری شکل فیزیکی و مادی ندارند پس عین نیستند و نمی‌توانند موضوع عقد اجاره قرار گیرند ولی به طور خلاصه باید بگوییم که با دقت در منابع فقهی و حقوقی در می‌یابیم که منظور از عین در منابع فقهی و حقوقی، عین در برابر منفعت است و اموال مادی فرد اعلای عین می‌باشد و لذا اموال غیر مادی و از جمله اموال فکری نیز می‌تواند عین محسوب شود. توضیح اینکه عین در منابع فقهی معانی متعددی دارد که یکی از معانی آن مادی بودن است ولی عین در مباحث معاملات به معنای عین در برابر دین یا اعم از دین و منفعت است (گرچی، ۱۳۷۲، ص ۳۰۷). از سوی دیگر، موضوع عقد اجاره باید شرایطی را دارا باشد از جمله بقای موضوع عقد اجاره^۲، مالکیت موجد بر منافع^۳، و... که با دقت در شرایط موضوع عقد اجاره و مقایسه آن با اموال فکری موضوع عقد فرانچایز در می‌یابیم که اموال فکری از جمله علامت تجاری و دانش تجربی و... که موضوع عقد فرانچایز است و می‌تواند تمامی شرایط موضوع عقد اجاره را داشته باشد از جمله اینکه با استفاده‌ی دیگران فرسوده و مصرف نمی‌شوند و پایدار باقی می‌مانند و خصلت بقاء در برابر استیفای منفعت، در خصوص اموال فکری بسیار قوی‌تر از اموال مادی و فیزیکی می‌باشد. با دقت در تعریف اجاره می‌توان دریافت که دارای سه وصف اساسی است: ۱- عقد معوض است. ۲- موقت است. ۳- عقد تملیکی است. در ارتباط با اوصاف اول و دوم بحثی خاص به نظر نمی‌رسد. اما مفهوم تملیکی بودن قرارداد اجاره بدین گونه است که مستأجر پس از عقد، مالک منافع مورد اجاره می‌شود یا به بیان بهتر در مدت اجاره از همان سلطه و حقوق مالک نسبت به منافع استفاده می‌کند و مانند او صلاحیت انتفاع از عین را در اختیار

۱. و اما جعل الاجاره کما قبل تملیکا للعین فی وجهه خاصه فی مده مخصوصه.

۲. م ۴۹۶ ق.م: «عقد اجاره به واسطه ی تلف شدن عین مستأجره از تاریخ تلف باطل می‌شود...».

م ۴۷۱ ق.م: «برای صحت اجاره باید انتفاع از عین مستأجره با بقاء اصل آن ممکن باشد.».

۳. م ۴۷۳ ق.م: «لازم نیست که موجد مالک عین مستأجره باشد ولی باید مالک منافع آن باشد.».

خود می‌گیرد (کاتوزیان، ۱۳۵۶، ش ۱۴۵). با دقت در قرارداد فرانچایز در می‌یابیم که در این قرارداد، امتیازگیرنده (Franchisee) مالک منافع موضوع قرارداد نمی‌گردد و تنها اجازتهای استفاده از آن منافع و حقوق را دارد. وگرنه امتیاز دهنده دیگر نمی‌توانست اصالتاً و بدون اذن امتیاز گیرنده، نسبت به آن منافع و حقوق در مدت قرارداد با امتیاز گیرنده، یا دیگری قرارداد ببندد و یا خود امتیاز دهنده از آنها استفاده کند. از طرف دیگر، اگر امتیاز گیرنده مالک آن منافع می‌شد حق داشت که به آسانی و البته در صورت نبود شرط مخالف در قرارداد، آن منافع و حقوق را به دیگری انتقال دهد.^۱ (کاتوزیان، ۱۳۸۳، ج ۳، ص ۲۰۳) در مقابل عقد تملیکی، عقد عهدی قرارداد. عقد عهدی آن است که تعهدی بر عهده یک طرف قرارداد و حق دینی برای طرف دیگر به وجود می‌آید. بنابراین عقد فرانچایز با وجود شباهت هایی که به عقد اجاره دارد متفاوت از آن است. به علاوه، باید به این نکته هم اشاره کنیم که قرارداد فرانچایز را نمی‌توان نوعی قرارداد اجاره‌ای اشخاص محسوب کنیم بدین صورت که امتیاز گیرنده را اجیر امتیاز دهنده بدانیم چرا که اجاره اشخاص، عقدی است معوض که به موجب آن شخصی در برابر اجرت معین ملتزم می‌شود کاری را برای مستاجر انجام دهد. در حالی که در قرارداد فرانچایز، امتیاز گیرنده قرار نیست کاری را برای امتیاز دهنده انجام دهد و مطابق این قرارداد تنها حق استفاده از منافع و حقوقی از امتیاز دهنده را به صورت مشروط برای پیشبرد اهداف و فعالیت تجاری خود بدست می‌آورد.

بند دوم - عقد صلح و قرارداد فرانچایز

۶- تعریف و مفهوم صلح

صلح در لغت به معنی سازش کردن، آشتی کردن و پیمانی است که بر حسب آن دعوی را حل و فصل کنند (معین، ۱۳۸۲، ص ۶۴۶). برخی حقوقدانان عقد صلح را بدین گونه تعریف کرده اند که در آن طرفین بر امری از امور توافق می‌کنند بدون این که توافق آنها معنون به یکی از عناوین معروف عقود (از قبیل بیع و اجاره و رهن و غیره) باشد. (جعفری لنگرودی، ۱۳۸۰، ص ۴۰۸). در حقوق پاره‌ای از کشورها عقد صلح تنها به منظور رفع ترافع و پایان بخشیدن به دعوی به کار می‌رود. (کاتوزیان، ۱۳۸۶، ج ۱، ص ۳۵۹). قانون مدنی ایران مفهوم گسترده‌ی صلح را پذیرفته است، زیرا در م ۷۵۲ اعلام می‌کند: «صلح ممکن است یا در مورد رفع تنازع موجود و یا جلوگیری از تنازع احتمالی یا در مورد معامله و غیر آن واقع شود» و در م ۷۵۸ آمده است: «صلح در مقام معاملات، هر چند نتیجه‌ی معامله‌ای را که به جای آن واقع شده است می‌دهد،

۱. برای دیدن توضیحات بیشتر در این زمینه رجوع کنید به مشهیدیان، شهاب، قراردادهای بهره‌برداری از علامت تجاری، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران، تابستان ۸۸، ص ۱۱۴ به بعد.

لیکن شرایط و احکام خاصه ی آن معامله را ندارد...». در مفهوم و جوهر صلح نوعی تسالم یا به بیان دیگر گذشت‌های متقابل وجود دارد و همین امتیاز است که آن را از سایر معاملات ممتاز می‌کند و به صورت معامله‌ای مستقل درمی‌آورد. بدین ترتیب، صلح قالبی است و وسیع تر از همه ی عقود معین و تمام اعمال حقوقی در آن می‌گنجد و جز این امتیازی بر دیگر عقود ندارد (کاتوزیان، ۱۳۸۶، ج ۱، ص ۱۰). لازم به ذکر است که بنابر م ۷۶۰ ق.م صلح عقد لازم است.^۱

۷- انواع صلح و مقایسه‌ی آنها با فرانچایز

قرارداد صلح دو گروه کلی دارد، گاهی اوقات قرارداد صلح در مقام واقعی خود قرار می‌گیرد و دعوایی را پایان می‌بخشد و گاهی اوقات نیز صلح در مقام معامله است که به صلح ابتدایی معروف است.

۸- الف- صلح در مقام صلح و قرارداد فرانچایز

این صلح، در موردی است که نزاع محقق بین طرفین عقد صلح وجود دارد یا توقع نزاعی در فیما بین خود در آینده دارند (جعفری لنگرودی، ۱۳۸۰، ص ۴۰۸). این نوع قرارداد هیچ‌گونه شباهتی به قرارداد فرانچایز ندارد چرا که اولاً، این قرارداد صلح در مورد نزاعی است که وجود دارد یا احتمال وقوع آن می‌رود و ثانیاً، این گونه‌ی صلح، مبتنی بر تسامح و گذشت است و از جمله مواردی است که علم اجمالی به آن کافی است (کاتوزیان، ۱۳۸۵، ذیل م ۷۵۴، ش ۹) و ثالثاً، عقد صلح، عنوانی است که باید به طور صریح یا ضمنی از سوی طرفین قرارداد انتخاب شود. در صورتی که می‌دانیم در قرارداد فرانچایز نزاعی وجود نداشته و نیز مبتنی بر هیچ گذشت و تسامحی نیست، چرا که قراردادی کاملاً تجاری است.

۹- ب- صلح ابتدایی یا صلح در مقام معامله و قرارداد فرانچایز

این صلح، در موردی است که نه نزاع محقق بین طرفین عقد صلح وجود دارد و نه توقع نزاعی در آینده فیما بین خود دارند، (جعفری لنگرودی، ۱۳۸۰، ص ۴۰۸). این نوع صلح در مقام معاملات به کار می‌رود در حالی که شرایط و احکام خاص آن معامله را ندارد. ابتدا چنین به ذهن می‌رسد که می‌توانیم قرارداد فرانچایز را نوعی صلح ابتدایی یا صلح در مقام معامله بدانیم ولی این ذهنیت اشتباه است. چرا که اولاً عقد صلح عنوانی است که باید به طور صریح یا ضمنی از سوی طرفین قرارداد انتخاب شود. ثانیاً اختیار عنوان صلح خود نشانه‌ی آن است

۱. ماده‌ی ۷۶۰ ق.م: «صلح عقد لازم است، اگرچه در مقام عقود جایزه واقع شده باشد و بر هم نمی‌خورد مگر در موارد فسخ به خیار یا اقاله».

که داد و ستد بر مبنای مسامحه انجام می‌شود و سخت‌گیری‌های سایر معاملات در آن مراعات نمی‌شود. مردم در کنار داد و ستدهای متعارف و سودجویی‌های روزانه، نیاز عاطفی و مادی دارند که گاه به تسامح و تصلاح بنشینند و اختلافها را دوستانه حل کنند. صلح وسیله‌ی رفع این نیاز است (کاتوزیان، ۱۳۸۶، ج ۱، ص ۳۷۷) و ثالثاً صلح از جمله مواردی است که علم اجمالی به آن کافی است.^۱ در حالی که همان‌طور که گفته شد قرارداد فرانچایز قراردادی تجاری و غیرمغایبه‌ای است که در آن تساوی عرفی ارزش اقتصادی عوضین و کسب منفعت حائز اهمیت می‌باشد.

بند سوم - آیا قرارداد فرانچایز نوعی واگذاری حق انتفاع است؟

۱۰- مفهوم حق انتفاع

مطابق ماده‌ی ۴۰ ق.م: «حق انتفاع عبارت از حقی است که به موجب آن شخص می‌تواند از مالی که عین آن ملک دیگری است یا مالک خاصی ندارد استفاده کند». حق انتفاع یکی از شاخه‌ها و فروع مالکیت است که ممکن است در اثر قرارداد به شخصی واگذار شود. پس در حق انتفاع ممکن است دو صاحب حق وجود داشته باشد: ۱- منتفع، که حق استعمال و انتفاع از عین به او واگذار شده و ۲- مالکی که صاحب عین است و در اثر قرارداد سهم بزرگی از حقوق خود را به منتفع واگذار کرده است (کاتوزیان، ۱۳۸۱، ص ۲۰۸). بنابراین از این نظر باید بگوییم که حق انتفاع نیز می‌تواند در مورد اموال فکری جاری شود. در مورد قبض آن نیز باید بگوییم منظور از قبض، قبض عرفی است. در مورد اموال فکری نیز همین قدر که امکان استفاده از مال فکری واگذار گردد قبض صورت گرفته است. حق انتفاع انواع مختلفی دارد که عبارتند از عمری، رقبی، سکنی و وقف.

۱۱- قابلیت انطباق قرارداد حق انتفاع بر قرارداد فرانچایز

اگر این نظر را بپذیریم که حقوق عینی و از جمله حق انتفاع، تنها در مورد اموال مادی امکان‌پذیر است (کاتوزیان، ۱۳۸۱، ص ۲۰۸). باید گفت از آنجائی که قرارداد فرانچایز، قراردادی در خصوص اموال فکری است و اموال فکری غیرمادی می‌باشند بنابراین، این دو قرارداد کاملاً از یکدیگر متمایز و جدا می‌باشند ولی اگر نظر مقابل آن را بپذیریم که عین تنها اختصاص به اموال مادی ندارد و شامل اموال غیر مادی نیز می‌گردد، همچنانکه برخی از اساتید فقه و حقوق با توجه به کتب قاموس، صحاح و دیگر کتب فقهی، ۵ معانی را برای عین برشمرده‌اند که یکی از معانی آن عین در برابر دین یا اعم از دین و منفعت است (گرجی، ۱۳۷۲، ص ۳۰۶). باید خاطر

۱. م ۷۵۴: «هر صلح نافذ است جز صلح بر امری که غیرمشروع باشد».

نشان کنیم که قرارداد فرانچایز شباهت زیادی به قرارداد واگذاری حق انتفاع - به صورت رقبی - را دارد چرا که در هر دو قرارداد، مالکیت منفعت واگذار نمی‌شود و تنها اجازه‌ی استفاده از آن است که واگذار می‌گردد و هر دو برای مدت معینی است.. (Wipo, 2004, p2).^۱ در صورتی که این نظر را بپذیریم می‌توانیم از مقررات حق انتفاع در نبود قوانین خاص - در مورد قرارداد فرانچایز استفاده کنیم. از جمله این که برای اقامه‌ی دعوی امتیازدهنده علیه امتیازگیرنده در صورت عدم رعایت شرایط و مقرراتی که از سوی امتیازدهنده در قرارداد عنوان شده و باعث ایراد خسارت گردیده است می‌توان به ماده‌ی ۵۲ ق.م. استناد کرد که بیان می‌کند: «در موارد ذیل، متنتف ضامن تضرات مالک است: ۲- در صورتی که شرایط مقرر از طرف مالک را رعایت ننماید و این عدم رعایت موجب خسارتی بر موضوع حق انتفاع باشد». برای موردی که پس از انعقاد قرارداد فرانچایز، امتیازدهنده تمام‌ی حق و حقوق خود نسبت به علامت تجاری و بقیه‌ی اموال فکری‌اش را به شخص دیگری منتقل می‌کند و در مورد ابقاء یا ابطال قرارداد فرانچایز منعقد شده چنان چه شبهه‌ای پیش آید می‌توان با توجه به ماده ۵۳ ق.م. رفع ابهام کرد که مقرر می‌دارد: «انتقال عین از طرف مالک به غیر موجب بطلان حق انتفاع نمی‌شود ولی اگر منتقل الیه جاهل باشد که حق انتفاع متعلق به دیگری است، اختیار فسخ معامله را خواهد داشت.» و همین‌طور ماده‌ی ۵۴ ق.م. عرف و عادت. اما نکته اینجاست که اولاً در این قرارداد، حق استفاده از حقوق دیگری نیز اعطا می‌گردد مانند اسرار تجاری، دانش فنی و... به علاوه شرایط مفصلی درباره‌ی وظایف امتیاز دهنده و امتیاز گیرنده در مدت زمان اجرای قرارداد و پس از انقضای قرارداد وجود دارد.^۲ ثانیاً در این قرارداد با توجه به جنس این حقوق، در صورت نبود شرط مخالف، امتیاز دهنده و امتیاز گیرندگان احتمالی دیگر می‌توانند از آنها بهره‌مند گردند. ثالثاً در این قرارداد، امتیاز دهنده بر نحوه‌ی اجرای قرارداد از لحاظ کیفیت و... نظارت کامل دارد.

بند چهارم - مفهوم نمایندگی تجاری وکالت و مقایسه‌ی آن با قرارداد فرانچایز

۱۲- مفهوم نمایندگی تجاری و وکالت

نمایندگی در لغت به مفهوم نماینده بودن، وکالت، کارگزاری، وکالت مجلس و آژانس به کار رفته است (معین، ۱۳۶۴، ج ۴، ص ۴۸۱۳). نمایندگی تجاری رابطه‌ی قراردادی است که به موجب آن نماینده‌ی تجاری (شخص حقیقی یا حقوقی) به طور مستقل، تصدی مذاکره و

1- Franchise is a contract between franchisor and franchisee, in exchange for payment, the use of his know-how, trademark and/or brand name and any other symbols, developed by the franchisor, tested and found to work, Agreements typically last from 5 to 20 years.

۲. برای آگاهی از این شرایط مراجعه کنید به مشه‌دیان، شهاب، قراردادهای بهره‌برداری از علامت تجاری، ص ۸۳ به بعد.

انعقاد معاملات تجاری، جذب مشتری، تبلیغات و یا سایر اعمال واجد آثار حقوقی را به نام و به حساب اصیل در برابر دریافت اجرت و یا کمیسیون برعهده می‌گیرد (نیمی، ۱۳۸۶، ص ۲). در قانون تجارت ایران، از نمایندگی تجاری تنها در مورد تجارتخانه‌ها سخن گفته شده است و بر این اساس، نماینده شخصی است که رئیس تجارتخانه او را برای تمامی امور مربوط به تجارتخانه یا یکی از شعب آن نایب خود قرار داده و امضای وی برای تجارتخانه الزام‌آور است. این در حالی است که انواع نمایندگی وجود دارد که نماینده به طور مستقل از تاجر اقدام نموده و رابطه‌ی استخدامی با او نداشته و در چارچوب توافق نمایندگی، فعالیت را برای تاجر انجام می‌دهد (نیمی، ۱۳۸۶، ص ۲۵). به نظر برخی از حقوقدانان «نمایندگی بازرگانی (تجارتی) عبارت است از مأموریت دائم یا موقت که از طرف بازرگان به شخص نماینده تفویض می‌شود که برای اداره امور تجارتی، به نام بازرگان اقدام نماید بدون اینکه شخصاً مسئولیت یا تعهدی داشته باشد». (کاتبی، ۱۳۶۶، ج سوم، ص ۲۱۸). در قانون مدنی ایران در م ۶۵۶ وکالت را بدین نحو تعریف کرده است: «وکالت عقدی است که به موجب آن یکی از طرفین طرف دیگر را برای انجام امری نایب خود می‌نماید.» وکالت برای انجام دادن اعمال حقوقی است نه امر مادی، مانند کشیدن نقاشی یا حمل و نقل و مانند اینها (کاتوزیان، ۱۳۸۴، جلد ۴، ش ۶۷).

۱۳- مقایسه‌ی نمایندگی تجاری و وکالت با قرارداد فرانچایز

یکی از مهم‌ترین نکاتی که در مورد نمایندگی تجاری وجود دارد این است که نماینده‌ی تجاری، اموری را به نام و به حساب اصیل انجام می‌دهد. در صورتی که در قرارداد فرانچایز، امتیاز گیرنده، شخصی است مستقل از امتیاز دهنده که به وسیله‌ی قرارداد فرانچایز مجاز می‌شود که از حقوق اموال فکری و از جمله علامت تجاری متعلق به امتیاز دهنده برای ارائه کالاها و خدمات استفاده کند و در مقابل، اجرتی را به صورت پول و یا درصدی از فروش یا ارائه‌ی خدمات پرداخت کند. (Paul H. Rubin, 1978, p.224). در قرارداد فرانچایز، امتیازگیرنده در صورت تولید کالا، مالک کالای تولید شده می‌باشد و آن را از طرف خود می‌فروشد و در ارائه‌ی خدمات نیز، به نام خود خدمات را ارائه می‌دهد (Paul H. Rubin, 1978, p.224). بر این اساس، قرارداد فرانچایز را نمی‌توان قراردادی برای اعطای نمایندگی تجاری دانست. در خصوص وکالت نیز همان طور که دیدیم اولاً وکالت برای انجام دادن امری حقوقی است نه مادی، در صورتی که در قرارداد فرانچایز، امتیازگیرنده به امری مادی مشغول می‌شود و ثانیاً در

1 - A franchise agreement is a contract between two (legal) firms, the franchisor and franchisee. The franchisor is a parent company that has developed some product or service in a particular location. The franchisee pays a certain sum of money for the right to market this product. The franchisee will pay royalties, usually a percentage of sales, to the franchisor.

وکالت، وکیل به نام و به حساب موکل خود معامله می‌کند در صورتی که در قرارداد فرانچایز، امتیاز گیرنده به نام و به حساب خود معامله می‌کند. بنابراین، برای درک ماهیت قرارداد فرانچایز باید مقصود خود را در جای دیگری جستجو کنیم.

بند پنجم - آیا قرارداد فرانچایز نوعی بیع منافع است؟

۱۴- مفهوم و اوصاف بیع

ماده‌ی ۳۳۸ ق.م.بیع را بدین گونه تعریف کرده است: «بیع عبارت است از تملیک عین به عوض معلوم». واژه‌ی «عین» در تعریف ماده‌ی ۳۳۸ برای امتیاز بیع از اجاره است که تملیک منفعت به عوض معلوم تعریف می‌شود (ماده‌ی ۴۶۶ ق.م.) (کاتوزیان، ۱۳۸۴، ج ۱، ش ۲۴).

برای عقد بیع اوصاف سه‌گانه‌ای را برشمرده‌اند:

الف) بیع از عقود تملیکی است؛

ب) بیع از عقود معوض است؛

ج) مبیع باید عین باشد.

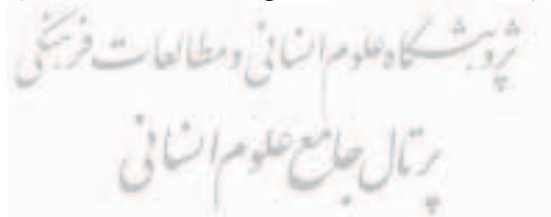
۱۵- بیع اموال فکری

با توجه به فتاوی صادره از مراجع تقلید، می‌توان به این قائل شد که وقوع عقد بر حقوق مالکیت فکری، فاقد اشکال است. هرچند فتاوی صادره در این خصوص بیانگر آن است که در خصوص ماهیت این دسته از معاملات، اتفاق نظر وجود ندارد، اما نفس به رسمیت شناختن آنها از سوی فقها به عنوان چیزی که می‌تواند موضوع معامله واقع شود مغتنم است (صابری، ۱۳۸۷، ص ۸۶). از جمله آیت‌الله مکارم شیرازی چنین ابراز عقیده کرده اند که «بیع دانش فنی، به شرط این که حد و حدود و ثغور آن روشن شود، مانعی ندارد و از قبیل بیع منافع است و حق این است که بیع اختصاص به اعیان ندارد و بیع منافع هم نوعی بیع است» (حاجی عزیزی، ۱۳۷۱، ص ۴۲) و آیت‌الله فاضل لنکرانی معتقدند که «گرفتن پول و یا مزایای دیگر در مقابل دانش فنی مانعی ندارد ولی این قرارداد در رابطه با بیع نیست و می‌تواند داخل در صلح باشد» (حاجی عزیزی، سال ۱۳۷۱، ص ۴۲). یکی از مهم ترین مشکلاتی که درباره بیع اموال فکری وجود دارد، مسأله‌ی عین بودن مبیع است. لکن برای لزوم عین بودن مبیع - که قانون مدنی و بسیاری از فقیهان به آن تصریح کرده‌اند نه نصی در منابع فقه موجود است و نه نشانی دقیق از آن در آثار فقیهان متقدم می‌توان یافت. در آثار فقیهان قرن هفتم و هشتم نیز دلیلی متقن بر این مطلب یافت نمی‌شود؛ شهید اول و محقق حلی بیع را فقط به نقل ملک تعریف کرده‌اند (محقق حلی،

چاپ سنگی، ص ۹۸).^۱ این از اواخر قرن یازدهم بوده است که در آثار فقیهان به عین بودن مبیع اشاره شده است (شیخ بهایی، ۱۳۱۹ق، ص ۲۰۷).^۲ لکن از مجموع آثار فقهی از جمله مکاسب شیخ انصاری که تعریف اصلی بیع را مبادله‌ی مال در برابر مال دانسته است (شیخ انصاری، ۱۳۶۶، ص ۷۹) و نیز با توجه به معانی مختلف عین در فقه اسلامی،^۳ می‌توان نتیجه گرفت که منظور از عین در معاملات، عین در برابر منفعت است و بنابراین، اموال فکری را می‌توان موضوع عقد بیع قرار داد.

۱۶- مقایسه قرارداد فرانچایز و بیع

دیدیم که در خصوص ماهیت معاملات راجع به اموال فکری بین فقها اختلاف نظر وجود دارد و برخی آن را بیع منافع و برخی آن را نوعی صلح می‌دانند. در صورتی که نظر اول را بپذیریم و قرارداد فرانچایز را نوعی بیع منافع بدانیم، با توجه به مفهوم و اوصاف بیع، بیع منافع دانستن قرارداد فرانچایز با اشکالات و موانع جدی روبه‌رو است. از جمله اینکه بنابر نص صریح ماده‌ی ۳۲۸ ق.م.بیع از عقود تملیکی است. در صورتی که می‌دانیم که در قرارداد فرانچایز، تنها حق استفاده از آن را تحت قیود و شروطی پیدا می‌کند. این اشکال عمده در شرایطی مطرح می‌گردد که به فرض بپذیریم که مقصود از واژه‌ی عین در ماده‌ی ۳۳۸، عین در برابر منفعت است و اختصاص به عین مادی ندارد. از طرف دیگر، می‌دانیم که مطابق ماده‌ی ۲۳۳ ق.م.شرط خلاف مقتضای عقد باطل و موجب بطلان عقد است. این در حالی است که در قرارداد فرانچایز شروط و تعهدات مفصلی درباره چگونگی استفاده از علامت تجاری، کیفیت کالاها و ارائه‌ی خدمات و ... وجود دارد که اگر بخواهیم این قرارداد را نوعی بیع محسوب کنیم این شرایط خلاف مقتضای تملیکی بودن عقد است و شرط و عقد را باطل می‌کند.



۱. «و هو اللفظ الدال علی نقل الملك...» و شهید اول: اللمعه الدمشقیه، ذیل الروضه البهیة، ۲۲۱/۳: و هو الایجاب و القبول الدالان علی نقل الملك.

۲. یازدهم از شروط بیع نقد آن که متاع، عین باشد؛ پس بیع دین و منفعت آن صحیح نیست. نیز رک. شیخ محمدحسن نجفی: جواهرالکلام، ج ۲۲، ص ۲۰۸: لاخلاف ولاشکال فی اعتبار کون المبیع عیناً، و شیخ انصاری، مکاسب، ص ۷۹ و الظاهر اختصاص المعوض بالعین.

۳. برای مطالعه‌ی معانی مختلف عین رک. گرجی، ابوالقاسم، مقالات حقوقی، ج ۲، انتشارات دانشگاه تهران، ص ۳۰۷.

بند ششم - تحلیل قرارداد فرانچایز بر اساس ماده ۱۰ قانون مدنی و قواعد عمومی قراردادها

۱۷- مفاد و قلمرو م.ق.م. ۱۰

ماده ۱۰ قانون مدنی بیان می‌کند: «قراردادهای خصوصی نسبت به کسانی که آن را منعقد نموده‌اند در صورتی که مخالف صریح قانون نباشد نافذ است». این ماده بیانگر اصل معروف آزادی قراردادها است و آزادی قراردادی غالباً راه عادلانه تأمین نظم در روابط مالی مردم است. به همین جهت قانون‌گذار ترجیح می‌دهد که تنها در مواردی که اخلاق حسنه، نظم عمومی و منافع جامعه ایجاب می‌کند این آزادی را محدود سازد. (کاتوزیان، ۱۳۸۵، جلد اول، ش ۸۵) به همین منظور، ماده ۱۰ قانون مدنی که مستند به «اوفو بالعقود» (سوره انعام، آیه ۱) می‌باشد حکومت اراده را توسعه بخشیده و آن را از محدوده عقود معین خارج کرده است. در خصوص این ماده باید اضافه کرد که مقصود از واژه «قانون» در این ماده، قانون امری است چرا که امکان توافق بر خلاف قانون تکمیلی وجود دارد. قرارداد فرانچایز به دلیل پیچیدگی‌های خاصی که دارد باید آن را یک قرارداد خصوصی میان امتیازدهنده از یک طرف و امتیازگیرنده از طرف دیگر دانست. چرا که همان‌طور که دیدیم این قرارداد در قالب عقود معین نمی‌گنجد هرچند که شباهت‌های زیادی به قرارداد واگذاری حق انتفاع دارد. بنابراین باید بگوییم که قرارداد فرانچایز قراردادی است که در نظام حقوقی ایران در قالب ماده ۱۰ ق.م. منعقد می‌گردد. بر این مبنا، در صورت سکوت قرارداد فرانچایز، نمی‌توان تفسیری را بر اساس مواد قانونی خاص عقود معین، بر آن بار کرد. ماده ۱۰ ق.م. مشکل ناشناخته بودن این قرارداد را در نظام حقوقی ایران حل نمی‌کند و مشخص نمی‌کند که جایگاه این قرارداد کجاست؟ عقدی لازم است یا جایز؟ تملیکی است یا عهدی؟ و... پاسخ به این سؤال‌ها را باید در قواعد عمومی قراردادها جستجو کرد. عقد لازم آن است که هیچ‌یک از طرفین حق فسخ آن را جز در موارد خاصی که قانون معین کرده است، نداشته باشد.^۱ و «عقد جایز آن است که هر یک از طرفین بتواند هر وقتی بخواهد آن را فسخ کند».^۲ بسیاری از اساتید حقوق مدنی از ماده ۲۱۹ ق.م. چنین استنباط کرده‌اند که اصل بر لزوم قراردادهاست. (کاتوزیان، ۱۳۸۵، ج ۱، ص ۹؛ صفایی، ۱۳۸۵، ص ۲۳؛ شهیدی، ۱۳۸۱، ش ۲۸) بنابراین در مورد قرارداد فرانچایز، چون در قانون مدنی لزوم و جواز آن معین نگشته باید آن را عقدی لازم دانست. عقد تملیکی قراردادی است که به موجب آن مالی

۱. ماده ۱۸۵ ق.م.

۲. ماده ۱۸۶ ق.م.

۳. ماده ۲۱۹ ق.م: «عقودی که بر طبق قانون واقع شده باشد بین متعاملین و قائم مقام آنها لازم‌الاتباع است مگر اینکه به رضای طرفین اقاله یا به علت قانونی فسخ شود».

از ملکیت شخصی خارج و به ملکیت دیگری وارد می‌گردد و عقد عهدی آن است که تعهدی بر گردن یک طرف قرارداد و حق دینی برای طرف دیگر بوجود آورد. (صفایی، ۱۳۸۵، ص ۴۰). بنابراین، قرارداد فرانچایز را باید عقدی عهدی دانست چرا که این قرارداد موجب انتقال ملکیت مالی نمی‌گردد و صرفاً حاوی تعهداتی برای دو طرف قرارداد است. عقد رضایی قراردادی است که به صرف توافق اراده‌ی طرفین، به شرط اینکه به نحوی از انحاء بیان و ابراز شده باشد واقع می‌شود و تحقق آن به تشریفات خاصی مانند به کار بردن الفاظ معین یا تنظیم سند نیاز ندارد. عقد تشریفاتی یا شکلی قراردادی است که با تشریفات خاصی واقع می‌شود و صرف توافق طرفین برای وقوع آن کافی نیست: برای تحقق عقد تشریفاتی اراده باید به شکل خاصی بیان شده باشد. (صفایی، ۱۳۸۵، ص ۴۰) هرچند که در نظام حقوقی ایران، مطابق قانون ثبت علائم و اختراعات ۱۳۱۰ و آئین‌نامه‌ی آن و قانون ثبت اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری، قراردادهای مربوط به بهره‌برداری از علامت تجاری باید به ثبت برسد ولی این الزام در ثبت به دلیل سهولت در اثبات آن است. بنابراین، قرارداد فرانچایز را باید عقدی رضایی دانست چرا که در حقوق ما اصل این است که عقد با تراضی واقع می‌شود و نیاز به هیچ شکل خاصی ندارد و ثبت و تنظیم سند دلیل بر تشریفاتی بودن آن ندارد چرا که شرط صحت آن نیست (کاتوزیان، ۱۳۸۵، ج ۱، ص ۸۸) عقود معین قراردادهایی است که قانون نامی خاص بر آنها گذاشته و شرایط و احکامی ویژه برای آنها مقرر داشته است و عقود غیرمعین قراردادهایی است که نام و شرایطی خاص در قانون برای آنها نیست، لیکن نظر به اصل حاکمیت اراده و آزادی قراردادها معتبر شناخته می‌شوند و تابع قواعد عمومی قراردادهاست (صفایی، ۱۳۸۵، ص ۴۰). بنابراین، واضح است که قرارداد فرانچایز عقدی غیرمعین است. عقد فوری، عقدی است که اثر آن در لحظه‌ای که طرفین انتخاب کرده‌اند ایجاد می‌شود. ولی در عقود مستمر، موضوع معامله به گونه‌ای است که باید در طول زمان معین انجام شود (کاتوزیان، ۱۳۸۵، ج ۱، ص ۸۴). بنابراین، چون قرارداد فرانچایز در طول مدت زمانی اجرا و انجام می‌شود، عقدی مستمر است. علاوه بر آن، مشخص است که قرارداد فرانچایز، عقدی معوض است. بنابراین، قرارداد فرانچایز عقدی لازم، رضایی، غیرمعین، مستمر و معوض است.

۱۸- نتیجه

با بررسی قرارداد فرانچایز با عقود مشابه دیدیم که انطباق این قرارداد با هر یک از عقود معین، با مشکلاتی مواجه است. از جمله این که در قرارداد اجاره، مالکیت منافع به مستأجر منتقل می‌گردد ولی در این قرارداد، امتیاز گیرنده مالک منافع نمی‌گردد. عقد صلح نیز به عکس فرانچایز مبتنی بر تسامح و گذشت می‌باشد و در آن علم اجمالی به موضوع کفایت می‌کند.

قرارداد واگذاری حق انتفاع نیز با وجود شباهت های بسیار زیادی که به این قرارداد دارد قابل انطباق با آن نیست. چرا که در این قرارداد، امتیاز دهنده و دیگر امتیاز گیرنده گان احتمالی می توانند در نبود شرط مخالف، از آن استفاده کنند و از طرف دیگر، امتیاز دهنده بر نحوه اجرای قرارداد از لحاظ کیفیت و... نظارت کامل دارد. در خصوص نماینده ی تجاری باید گفت که نماینده ی تجاری تمامی اعمال واجد آثار حقوقی را به نام و به حساب اصیل انجام می دهد، در صورتی که در قرارداد فرانچایز، امتیازگیرنده به حساب خود معامله می کند. وکالت نیز برای انجام دادن امری حقوقی است و نه مادی و ثانیاً وکیل به نام و به حساب موکل خود معامله می کند. فرانچایز، بیع منافع نیست چرا که عقد بیع به صراحت ماده ی ۳۳۸ ق.م. از عقود تملیکی است. از طرف دیگر مطابق م ۲۳۳ ق.م. شرط خلاف مقتضای عقد باطل و موجب بطلان عقد است. اما می توانیم این قرارداد را در قالب ماده ی ۱۰ ق.م. مدنی که مبین اصل آزادی قراردادهاست بگنجانیم و آن را نوعی قرارداد خصوصی محسوب کنیم. هر چند که انطباق این قرارداد با م ۱۰ ق.م. مشکل خلاء قانونی را حل نمی کند و تنها ما را از دنبال کردن و اعمال مقررات خاص عقود معین در خصوص این نوع قرارداد بر حذر می دارد. مطابق قواعد عمومی قراردادهای ایران، قرارداد فرانچایز، عقدی لازم، رضائی، غیرمعین، مستمر و معوض است. اما نکته ی مهم این است که ما با توجه به ماده ی ۱۰ ق.م. و قواعد عمومی قراردادها تنها توانستیم جایگاه این قرارداد را تعیین کنیم، وگرنه در نبود قانون خاص، شروط قراردادی را که تحت عنوان شروط و تعهدات متداول در این قرارداد بررسی کردیم، تنها و تنها در صورت پیش بینی در قرارداد الزام آور است و در صورت عدم پیش بینی، تنها ممکن است یک تعهد اخلاقی محسوب شود و هیچ اثر حقوقی بر آن مترتب نیست، مگر آنکه این شروط به طرق دیگری اثبات شود. ماده ی ۲۲۰ ق.م. در این خصوص عنوان می کند: «عقود نه فقط متعاملین را به اجرای چیزی که در آن تصریح شده است ملزم می نماید بلکه متعاملین به کلیه نتایجی هم که به موجب عرف و عادت یا به موجب قانون از عقد حاصل می شود ملزم می باشند».

منابع و ماخذ

الف - فارسی

۱. جعفری لنگرودی، (۱۳۸۰) محمد جعفر، ترمینولوژی حقوق، انتشارات گنج دانش، چاپ یازدهم.
۲. حاجی عزیزی، بیژن، (۱۳۷۱) انتقال تکنولوژی، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید بهشتی.
۳. شهیدی، مهدی (۱۳۸۲) تشکیل قراردادها و تعهدات، انتشارات مجد، چاپ سوم.
۴. صابری، روح الله، (۱۳۸۷) قراردادهای لیسانس، انتشارات شهر دانش، چاپ اول.
۵. صفایی، حسین، (۱۳۸۵) قواعد عمومی قراردادها، چاپ پنجم، نشر میزان.
۶. کاتبی، حسینعلی، (۱۳۶۶) حقوق تجارت، ج ۳، انتشارات گنج دانش.
۷. کاتوزیان، ناصر، (۱۳۵۶) عقود معین، ج ۱، چاپ دوم، انتشارات دانشگاه تهران.

۸. کاتوزیان، ناصر، (۱۳۸۰) قواعد عمومی قراردادها، ج ۱، شرکت سهامی انتشار، چاپ پنجم.
۹. کاتوزیان، ناصر، (۱۳۸۱) اموال و مالکیت، نشر میزان، چاپ پنجم.
۱۰. کاتوزیان، ناصر، (۱۳۸۳) قواعد عمومی قراردادها، جلد سوم، شرکت سهامی انتشار، چاپ چهارم.
۱۱. کاتوزیان، ناصر، (۱۳۸۴) عقود معین، ج ۴، شرکت سهامی انتشار، چاپ ششم.
۱۲. کاتوزیان، ناصر، (۱۳۸۵) قانون مدنی در نظم حقوقی کنونی، نشر میزان، چاپ سیزدهم.
۱۳. کاتوزیان، ناصر، (۱۳۸۶) دوره‌ی مقدماتی حقوق مدنی، عقود معین، ج ۱، انتشارات گنج دانش، چاپ ششم.
۱۴. گرجی، ابوالقاسم، (۱۳۷۲) مقالات حقوقی، جلد دوم، انتشارات دانشگاه تهران.
۱۵. معین، محمد، (۱۳۶۴) فرهنگ معین، ج ۴، انتشارات امیرکبیر، چاپ هفتم.
۱۶. معین، محمد، (۱۳۸۰) فرهنگ فارسی یک جلدی، انتشارات گنج دانش، چاپ یازدهم.
۱۷. نعیمی، عمران، (۱۳۸۶) نمایندگی تجاری، رساله‌ی دکتری، دانشکده‌ی حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران.

ب- عربی

۱. شهید اول، (۱۳۸۵) اللمعه الدمشقیه، انتشارات دارالفکر، چاپ بیست و هشتم.
۲. شیخ اصفهانی، (۱۳۶۱) کتاب الاجاره، دفتر نشر الهادی.
۳. شیخ انصاری، (۱۳۶۶) المکاسب، انتشارات سمت، چاپ چهارم.
۴. محقق حلی، جعفرین حسن، (۱۳۸۷) شرایع الاسلام، سی دی نرم افزار نور.
۵. نجفی، شیخ محمدحسن، (۱۹۸۱)، جواهر الکلام، ج ۲۲، دارالاحیاء التراث العربی، بیروت.

ج- خارجی

- 1- Bogaert, Dekeers Maeker, Van Ranst, **Commercial Agency and Distribution Agreement** (3rdedition), Oxford, 2004.
- 2- Bueno Diaz, Odavia, **Commercial Agency, Franchise and Distribution Contract**, Oxford University Press, 2006.
- 3- Dalhusein, Jan, **Dalhusein on International Commercial, Financial and Trade Law**, 2 Edition, Hart Publishing, 2004.
- 4- Mc Nally, Kevin, **Franchise History**, <http://www.leemyles-automotive-franchise.com/franchise-articles/franchise-history.html>
- 5- Paul H, Rubin, **The Theory of the Firm and Structure of the Franchise Contract**, the University of Chicago Press Journal of Law and Economics, vol, 21.
- 6- Veldman, Muriel, **Commercial Agency, Franchise and Distribution Contracts**, Oxford University Press, First Published, 2006.
- 7- Wipo, **Franchising Guid**, Wipo, 2004.
- 8- www.franchise.business-opportunities.biz
- 9- www.franchisehandbook.com
- 10- www.irantonian.com
- 11- www.irantonian.net
- 12- www.the-franchise-shop.com
- 13- www.wikipedia.org

از این نویسنده تاکنون مقالات زیر در همین مجله منتشر شده است:

- «مسئولیت مدنی سبب مجمل»، سال ۱۳۷۹، شماره ۴۹، «تعارض میان سند و شهادت در حقوق مدنی ایران و فقه امامیه، سال ۱۳۸۱، شماره ۵۶. «شریعت اسلامی و استدلال عقلی از منظر امامیه»، سال ۱۳۸۷، شماره ۲. «مطالعه تطبیقی شبهه قاعده دره در فقه امامیه، حقوق ایران و انگلستان»، سال ۱۳۸۸، شماره ۲. «توابع مورد معامله و اثر فقدان آن» سال ۱۳۸۸، شماره ۴.