

عنوان مقاله:

قرارداد توزیع انتخابی، مطالعه در حقوق اتحادیه اروپا و ایران

محل انتشار:

فصلنامه پژوهش های تطبیقی حقوق اسلام و غرب، دوره 8، شماره 4 (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 30

نویسندگان:

محمد باقر پارساپور - دانشیار گروه حقوق خصوصی، دانشکده حقوق، دانشگاه تربیت مدرس

سجاد کلانترزاده سعدآباد - دانشجوی کارشناسی ارشد حقوق خصوصی، دانشکده حقوق، دانشگاه تربیت مدرس.

خلاصه مقاله:

هم گام با تحولات روزافزون اقتصادی و در راستای آن گسترش شرکت ها در عصر فرا رقابتی حاضر، شرکت ها برای کسب مزیت رقابتی، بیش از پیش به بازاریابی روی آورده اند. قراردادهایی که کارکرد بازاریابی دارند به انواع مختلفی قابل تقسیم هستند؛ یکی از متداول ترین نوع از این قراردادها، قرارداد توزیع انتخابی است. در نظام حقوقی اتحادیه اروپا قرارداد مذکور، توافقی الزام آور است که به موجب آن، عرضه کننده متعهد می شود محصولات (کالا و خدمات) را برای توزیع کنندگان مجاز(توزیع کنندگانی که براساس معیارهای انتخابی صلاحیت دارند) تامین کند و در مقابل، توزیع کننده متعهد می شود محصولات را بین توزیع کنندگان مجاز یا مصرف کنندگان نهایی باز-فروشی کند. با انعقاد قراردادهای توزیع انتخابی بین عرضه کننده و توزیع کنندگان، یک شبکه توزیع ایجاد می شود که به این شبکه، سیستم توزیع انتخابی گفته می شود. معیارهای انتخابی به انواع مختلفی تقسیم می شوند: (۱) معیار کمی یا کیفی (۲) معیار عینی یا شخصی (۳) صلاحیت تجاری یا فنی. هدف از انتخاب سیستم توزیع انتخابی، برندسازی، حفظ ارزش برند و حفظ استانداردها و کیفیت در مرحله توزیع است به طوری که مشتری با خرید محصول، یک تجربه با کیفیت از خرید به دست بیاورد. در نظام حقوقی ایران با وجود کاربرد بسیار زیاد قرارداد مذکور، مفهوم و ماهیت حقوقی آن ناشناخته باقی مانده است و در قالب هیچ یک از عقود معین نمی توان آن را تحلیل کرد اما براساس اصل آزادی قراردادها در ماده (۱۰) قانون مدنی، مورد پذیرش قرار می گیرد.

کلمات کلیدی:

قرارداد توزیع انتخابی، عرضه کننده، توزیع کننده، حقوق اتحادیه اروپا، حقوق ایران

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1468408>

