

بررسی مصادیق و ارکان اعمال رقابت نامشروع و رویه‌های ضدرقابتهی با تأکید بر مسئولیت
مدنی ناشی از آن

چکیده

یکی از اهداف نظام حقوقی و البته فقهی، ارائه‌ی دستوراتی در جهت کسب و کار پررونق و رقابتی است که باعث می‌شود فروشندگان و تولیدکنندگان مزد واقعی زحمات خود را دریافت کنند، هم خریداران حداقل قیمت را پرداخت و بیشترین کیفیت را دریافت نمایند. اعمال رقابت نامشروع و کاربردن رویه‌های ضدرقابتی از راهکارهایی است که برخی بنگاه‌های متمول اقتصادی، برای خارج کردن رقیب از بازار انجام می‌دهند در پژوهش حاضر ابتدا مصادیق و ارکان اعمال چنین اقداماتی بررسی شد و سپس مسئولیت مدنی ناشی از اعمال رقابت نامشروع و به کاربردن رویه‌های ضدرقابتی مشخص گردید. در نهایت مشخص شد مواد ۲۴۹ و ۲۴۴ قانون مجازات عمومی، به مباحث مربوط به رقابت نامشروع، رویه‌های ضدرقابتی و به ویژه مفاهیم رقابت مکارانه پرداخته و مسئولیت‌های مدنی مربوط به این اقدامات را مشخص ساخته است. همچنین در صورتی که مشمول مقررات جزایی نگردد، زیان دیده می‌تواند طبق قانون مسئولیت مدنی تقاضای جبران خسارت مادی و معنوی خود را نماید و در رقابت مکارانه فرد زیان دیده علاوه بر تقاضای جبران خسارت، می‌تواند تقاضای جلوگیری و توقف اعمالی را که مشمول تعریف رقابت مکارانه می‌شود را از دادگاه بنماید. با در نظر داشتن شیوه‌های نوین و خلاقانه‌ی اعمال رویه‌های ضدرقابتی و انجام رقابت مکارانه، نیاز به نظارت قانونی بیشتر و وضع قوانین جدید مطابق با مسئولیت مدنی اعمال رویه‌های نوین ضدرقابتی و رقابت نامشروع به ویژه در فضای مجازی و مطابق با پیشرفت علم، بیش از پیش احساس می‌شود.

کلید واژگان: رقابت نامشروع، رویه‌های ضدرقابتی، مسئولیت مدنی.

مقدمه

رقابت سنگ بنای تجارت است ولی برای برخی فروشندگان انحصار طلب که به دنبال کسب سود حداکثری و البته کنترل کامل بازار با هدف فشار بر مصرف کننده می‌باشند، فضای رقابتی چندان مطلوب نیست. بنابراین ایجاد اختلال در بازار سابقه‌ای دیرینه دارد. همچنین باید توجه داشت که از گذشته دور، در صورت تحقق شرایط جبران ضرر بر اساس قواعد حاکم بر نظام‌های حقوقی، در بین رقابتی تجاری مسئولیت مدنی وجود داشته است. اما، امروزه دعاوی مسئولیت مدنی ناشی از نقض قواعد حقوق رقابت هم روز به روز در حال افزایش است. با وجود مشخص بودن ماهیت عمومی قواعد حقوق رقابت، در مواردی از طریق ضمانت اجرای حقوق خصوصی، به گونه‌ای کارا تر می‌توان به اهداف حقوق رقابت دست یافت.^۱ باید توجه داشت که نقض قواعد حقوق رقابت علاوه بر اثرات سوء بر کارایی اقتصادی، سبب ورود خسارات به اشخاص نیز می‌شود. از این رو نظام‌های حقوقی با طراحی سازوکارهای قانونی، در صدد مقابله با اعمال ضدرقابتی و جبران خسارت ناشی از آن هستند. اما بررسی مبانی نظری ضرر قابل جبران، مقدمه ورود به بحث جبران خسارت از زیان دیدگان می‌باشد. وانگهی، از یک سو، مقابله با خسارت ناشی از اعمال ضدرقابتی دارای مقاصد کوتاه‌مدت، از جمله جبران خسارت از زیان دیدگان (کارکرد ترمیمی حقوق رقابت) است. از سوی دیگر، با توسل به اعمال «خسارت تنبیهی» می‌توان مانع سوءاستفاده بنگاه اقتصادی از موقعیت خود و شیوع توسل به رویه‌های ضدرقابتی شد. حقوق ما برای مقابله با خسارات یادشده شیوه خاصی را پیش‌بینی نکرده است. با این وجود، با لحاظ

^۱حسن بادی، «مسئولیت مدنی ناشی از نقض حقوق معنوی مربوط به شخصیت و حقوق بشر»، مجله مطالعات حقوق خصوصی (۱۳۹۱)، ۹۱.

ویژگی‌های خاص این دسته از خسارات، بایستی ضمن توجه به مبانی رایج مسئولیت مدنی، اصول حاکم را متناسب با در نظر گرفتن ملاحظات خاص حقوق رقابت، به گونه‌ای تفسیر نمود که خلأ مشهود جبران شود.^۲

شناختن مبنای هر نوع مسئولیتی در اعمال صحیح قواعد آن نوع از مسئولیت لازم است. اجرای صحیح قواعد مسئولیت مدنی ناشی از نقض حقوق رقابت نیز، مستلزم شناخت مبنای این مسئولیت است؛ به‌ویژه آنکه تحلیل این مسئولیت نسبت به بسیاری از حوزه‌های ضمان قهری، سابقه‌ی کمتری در ادبیات حقوقی ایران و اتحادیه‌ی اروپایی دارد. حقوق اتحادیه‌ی اروپایی به عنوان یکی از نظام‌های پیشروی حقوق رقابت، در پذیرش مسئولیت مدنی رقابتی چالش‌برانگیز بود. تضارب عقاید در رویه‌ی قضایی این اتحادیه، دستورالعمل خسارات ناشی از نقض حقوق رقابت مصوب ۲۰۱۴ را از جهت قاعده‌گذاری پویاتر نموده است.^۳

در اروپا البته تقریباً ۲۰ سال پس از صدور حکم نهایی خود در پرونده شجاعت/کرهان، دیوان دادگستری اتحادیه اروپا^۴ به طور مستمر و قاطعانه رویه اجرایی خصوصی قانون رقابت اروپایی را شکل داده است. به تازگی تعدادی از احکام نقش دادگاه به عنوان شوالیه سفید اجرای خصوصی را تأیید می‌کند.^۵

با توجه به اینکه در هر اجتماع برای رسیدن به اهداف تکاپو بشر، تامین رفاه فردی، بدون خدشه به نظم و امنیت عمومی می‌باشد. در راستای این هدف قاعده‌گذاری زیادی صورت گرفته است تا اجتماع بتواند از توزیع عادلانه ثروت و حفظ نظم و همچنین آزادی اقتصادی – اجتماعی بهره‌مند شود. یکی از مهم‌ترین اهداف از این قواعد، لزوم جبران ضرر نامشروع ناشی از رقابت نامشروع است. بنابراین سوال‌های زیادی در این زمینه وجود دارد که می‌توان از آنها به این موارد اشاره داشت که برای اعمال قواعد مسئولیت مدنی در حوزه نقض قواعد حقوق رقابتی و جبران خسارات باید به چه نظریه‌هایی پرداخت؟ آیا نیاز به نظریات جدید در حقوق داخلی داریم؟ و یا باید انتظار اصلاح قواعد موجود را داشت؟ یا وضع قواعد جدید را می‌طلبد؟ در نظام‌های حقوقی برای رقابت متقابلانه ضمانت اجرای مدنی و کیفری در نظر گرفته شده است، اما در حال حاضر با رشد حقوق رقابت این پرسش را هم مطرح می‌کند که **نقض** قواعد مسئولیت مدنی در میان رقابتی تجاری، که آنها را ملزم به جبران خسارت می‌کند؟ یا برای این موارد، باید عنوان رقابت نامشروع را بر آن باید گذاشت؟ تا هردو آنها را در برگیرد؟ با توجه به اینکه هدف در نظام حقوقی ارائه سازوکار قانونی برای مقابله با اعمال ضدرقابتی و جبران خسارات ناشی از آن می‌باشد، باید مبانی ضرر قابل جبران بررسی گردد. فلذا برای مقابله با خسارات وارده از اعمال ضدرقابتی و همچنین اعمال خسارات تنبیهی، می‌توان مانع سوءاستفاده بنگاه‌های اقتصادی و استفاده آنها از رویه‌های ضدرقابتی شد. متأسفانه حقوق ما برای مقابله با خسارات عنوان شده، پیش‌بینی خاصی نکرده است. و باید به گونه‌ای ملاحظات خاص حقوقی را تفسیر نمود تا این خلاء جبران شود و از آن جایی که اجماع روشنی در بین حقوق‌دانان ما وجود ندارد تا برای جبران خسارات ناشی از رفتارهای ضدرقابتی از کدام نظریه‌های مرسوم مسئولیت مدنی استفاده کرد و یا مشهودبودن این خلاء اساسی در رویه‌های قضایی، خود مبین ضرورت بحث می‌باشد و عدم تعریف جامع از رقابت نامشروع در حقوق ما، نشان از خلاءهای این موضوع دارد.

در این پژوهش به بررسی مسئولیت مدنی ناشی از اعمال رقابت نامشروع و رویه‌های ضدرقابتی پرداخته می‌شود.

^۲ رضا خشنودی، رضا علی پور، سیدعلیرضا شکوهیان، « مبانی نظری، اهداف و شیوه‌های جبران خسارات در حقوق رقابت»، مجله حقوقی دادگستری (۱۳۹۶)، ۱۱۴.

^۳ احمد دیلمی، فاضل سلیمی، «مبانی مسئولیت مدنی ناشی از اعمال رویه‌های ضد رقابتی (مطالعه تطبیقی در حقوق ایران و اتحادیه اروپا)»، مجله پژوهش‌های حقوق تطبیقی (۱۳۹۵)، ۸۲.

^۴ CJEU

^۵ دستورالعمل ۱۰۴/۲۰۱۴/EU/پارلمان اروپا و شورای مورخ ۲۶ نوامبر ۲۰۱۴ در مورد برخی از قوانین حاکم بر اقدامات مربوط به خسارت تحت قوانین ملی برای نقض مقررات قانون رقابت کشورهای عضو و اتحادیه اروپا. [2014] OJ L349/ 1 ff.

۱- مرور آثار

مدل رقابت کامل، مدلی است تجویزی نه توصیفی. این مدل ویژگی‌هایی را برای وضعیت مطلوب در بازار برمی‌شمرد که با تحقق آن ویژگی‌ها، وضعیتی متعادل و متوازن در بازار پدیدار می‌شود که تغییرات ناپایدار و اندکی در آن رخ می‌دهد.^۶ ثمره پیدایش این وضعیت مطلوب این است که قیمت بازاری یک کالا از هزینه‌های تولید آن نشأت می‌گیرد و سطح سود یکسانی برای همه فراهم می‌شود. به عبارت دیگر در این رویکرد هدف رقابت، پدیدارشدن قیمت‌های عادلانه ارسطویی است که شومپتر آن را تحت عنوان «قیمت‌های رقابتی در بازار آزاد تحت شرایط متعارف» تبیین می‌کند.^۷ معمولاً شرایط متعارف را شرایطی می‌دانند که در آن قیمت هزینه‌ها را پوشش می‌دهد و اصولاً قیمت‌گذاری از یک ارزش‌گذاری عینی سرچشمه می‌گیرد. به این معنا که ارزش‌گذاری به وسیله نیروهای اقتصادی فراشخصی انجام می‌شود. اشکالی که به این مدل وارد شده این است که این مدل تصویری ایستا از بازار ارائه می‌کند در حالی که در عالم واقعی علت پیدایش مسائل اقتصادی «تغییر و تحول» است. به این ترتیب این مدل با حذف تغییر، قدرت توجیه واقعیات و فرآیند وصول به شرایط مطلوب را از دست می‌دهد و فقط در ترسیم فضای عادلانه و متعادل برای حضور همه فعالان تجاری مفید خواهد بود. حسب نگرشی که در این مدل القاء می‌شود، حقوق رقابت عهده‌دار رفع موانع و ایجاد شرایط لازم برای وصول به وضع مطلوب خواهد بود. با وجود این، مدل مزبور درباره تکنیک‌ها و راه کارهای جزئی راه‌گشا نخواهد بود.

دیلمی و سلیمی (۱۳۹۵) تاکید داشتند که دیر زمانی است که در تحلیل مسؤلیت مدنی از مبنای تقصیر بهره برده‌ایم. در حقوق اتحادیه‌ی اروپایی، مبنای مسؤلیت بدون تقصیر با نتیجه‌ی مسؤلیت محض، در مسؤلیت مدنی ناشی از رویه‌های ضدرقابتی پذیرفته شده است، اما در حقوق ایران، پذیرش این مبنا و نظریه‌ی تقصیر، به عنوان مبنای واحد مورد قبول، دشوار است.

فرون (۲۰۲۱) در پژوهشی تاکید داشت که غیرقابل انکار است که «فرهنگ مطالبه خسارت بعدی» در اروپا در حال افزایش است. رویه قضایی دیوان دادگستری اتحادیه اروپا به عنوان یک کاتالیزور عمل می‌کند تا تضمین کند که قربانیان تخلفات کارتل در موقعیتی هستند که به طور مؤثر حق خود را برای جبران خسارت اعمال کنند. اگرچه مسیری که دادگاه طی کرد بسیاری از موانع را برای قربانیان کارتل برطرف کرد، اما از مفاهیم سنتی قانون جرم، از جمله مسؤلیت در قبال خسارات مدنی نیز دور شده است. با بسط مفاهیمی که به طور سنتی به اجرای عمومی محدود می‌شد به اجرای خصوصی - مانند مفهوم تعهد - دادگاه‌های ملی با چالش‌های جدیدی روبرو خواهند شد. اجتناب‌ناپذیر است که سؤالاتی که قبلاً در دادرسی عمومی اهمیت کمی داشتند، وزن متفاوتی در دعاوی مدنی داشته باشند. این مقاله بر پیشرفت‌های اخیر تمرکز دارد و پیامدهای احتمالی در انتساب مسؤلیت در اجرای خصوصی قانون رقابت اتحادیه اروپا را بررسی می‌کند.

در کنار بحث مسؤلیت مدنی، در علوم مدیریتی بر مسؤلیت اجتماعی شرکتها تاکید داشتند که در این مورد می‌توان اشاره کرد که ژائو^۸ و همکاران (۲۰۱۹) در پژوهشی تاکید داشت که پذیرش مسؤلیت اجتماعی توسط شرکتها، پیش‌زمینه‌ای برای ایجاد رقابت سالم و منصفانه در بازار است.

^۶ جعفرعبادی، مباحثی در اقتصاد خرد بازارها، تعادل عمومی و اقتصاد رفاه (تهران: سازمان سمت، ۱۳۸۵)، ۳۹-۳۸.

^۷ سیدعقیل حسینی، «بررسی تطبیقی نگرش دینی (اسلام و مسیحیت) به ساختار بازار و قیمت عادلانه» (پایاننامه دوره کارشناسی ارشد، تهران: دانشگاه امام صادق (علیه السلام)، ۱۳۸۷)، ۱۱۵.

^۸ Zhao

۲- مفاهیم بنیادی پژوهش

در ادامه متغیرها تعریف شده و مفاهیم بنیادی بیان می‌گردند.

۲-۱ تعریف متغیرها

۲-۱-۱ رویه ضدرقابتی

در مورد رویه‌های ضدرقابتی این سؤال مطرح است که ماهیت اعمال مزبور و احکام قانونی راجع به آنها از لحاظ حقوقی چیست؟ آیا این رویه‌ها جرم هستند یا تخلف یا اینکه تأسیس حقوقی مستقل می‌باشند؟ موضوع و مقررات مربوط به آن در زمره مطالب کیفری است یا مدنی یا اداری؟ حداقل دو نظر متفاوت ممکن است راجع به ماهیت رویه‌های ضدرقابتی و احکام آن ابراز شود:

۱. جرم‌بودن این رویه‌ها.

۲. تخلف‌بودن آنها^۹.

این اصطلاح به طور اخص، در دادگاه‌های انصاف انگلیس در رابطه با تالش تجار برای جایگزین کردن کالاها یا محصولات خود با کالاها و محصولات رقبا مورد استفاده قرار گرفته است.

۲-۱-۲ رقابت نامشروع

رقابت نامشروع زمانی است که کسی بواسطه کردار نادرست و فریت آمیز به کسب و کار دیگری (معمولاً رقیب تجاری) زیان مالی وارد سازد.

به طور معمول می‌توان دعاوی را در دو دسته فراگیر بخش‌بندی نمود:

۱. رفتار تجاری نادرست

۲. دعاوی ناشی از یک سوداگری (تجارت) به قصد فریب مشتری درباره کالا و خدمات

۲-۱-۳ مسئولیت مدنی

مسئولیت مدنی، از اصطلاحات علم حقوق بوده و به این معناست که هر کسی نسبت به اعمالی که عمداً یا در نتیجه بی‌احتیاطی به جان یا سلامتی، مال یا آزادی، حیثیت و یا شهرت تجاری دیگری لطمه‌ای وارد کند، چه مادی و چه معنوی مسئول است و خسارت ناشی از عمل خود را نیز باید جبران کند. یکی از عوامل مؤثر در مسئولیت مدنی جنبه اخلاقی مدعی‌علیه است. ارکان مسئولیت مدنی شامل وجود ضرر، ارتکاب فعل زیان‌بار یا نامشروع و رابطه سببیت است. مبانی مسئولیت مدنی عبارتند از: نظریه تقصیر، ایجاد خطر، نظریه مختلط و تضمین حق.

^۹ سید حسین حسینی، زهرا احمدی « رویه‌های ضدرقابتی جرم یا تخلف؟ (تبیین رویکردی نوین در سیستم کیفری ایران)»، مجله پژوهش‌های حقوق جزا و جرم‌شناسی (۱۳۹۵)، ۱۱۰.

۲-۲ مفاهیم مسولیت مدنی

در حقوق ایران مبحث عقد و قرارداد از مباحث مهمی است که قواعد آن در قانون مدنی کشور متمرکز شده است. در این قانون عقد و قرارداد هر دو به یک معنی به کار رفته است، ولی همانطور که خواهیم دید تمایز ظریفی نیز بین این دو وجود دارد. در قانون مدنی ایران براساس نظریات فقهی کلمه «عقد» برای تبیین آن دسته از قراردادهایی که در فقه اسلامی به طور خاص و روشن و تحت عنوانهای مشخص ذکر شده‌اند بکار رفته است که از آنها به «عقود معین» یاد می‌شود مانند بیع و اجاره، در حالی که «قرارداد» به عنوان لغتی عام هم گروه اخیر و هم هر نوع عقد دیگری که نام آنها در قانون برده نشده ولی مخالفتی هم با آن ندارد را دربرمی‌گیرد که به آنها «عقود نامعین» نیز می‌گویند.

با وجود توسعه و رواج واژه مسولیت مدنی در حقوق ایران، در مورد مفهوم و قلمرو آن سؤالات جدی مطرح است. در حقوق سنتی و فقه ما احکام و قواعد متفاوتی در مورد ایراد خسارت جانی و مالی به غیر در قالب قاعده اتلاف، ضمان دیه، غصب، مزاحمت مطرح بوده است. شرایط ایجاد ضمان و آثار آن در هر یک از این مباحث مستقل و متفاوت از دیگری بوده است. ولی حقوق مسولیت مدنی، به معنای نوین و منسجم امروزی، دارای احکام، قواعد و شرایط کلی و منسجم است. در واقع حقوق مسولیت مدنی، به عنوان تأسیس حقوقی مستقل، به تمام مباحث و مصادیق جبران خسارت، به صورت یکجا و سازمان‌یافته می‌پردازد و حتی مواردی نظیر تکلیف به پرداخت و جبران خسارت معنوی را، که در فقه اسلامی جایگاه چندانی ندارد، در چارچوب این مباحث و شرایط کلی دربرمی‌گیرد. با توجه به حاکمیت فقه اسلامی بر حقوق جدید ایران پس از انقلاب اسلامی، لازم است که حقوق مسولیت مدنی به نحوی تعریف شود و ارتباط آن با احکام و ابواب فقهی به نحوی تبیین و مشخص گردد که موجب سوءتعبیر و ناهماهنگی با احکام فقهی و برداشت اشتباه از فقه اسلامی نگردد.^{۱۰}

شرط پذیرش مسولیت و جبران خسارت با توجه به اهمیت و کاربردی بودن آن در قراردادهای صنعتی دارای جایگاه ویژه‌ای است. این نهاد بنا بر مطالعاتی کلی که صورت گرفته برخاسته از عرف شکل گرفته بین تجار است که به مرور زمان در حقوق انگلستان و سایر نظام‌های حقوقی مورد شناسایی قرار گرفته است. ویژگی این نهاد در حقوق کامن لا و تطبیق آن با نظام‌های حقوق نوشته از جمله با مبانی موجود در فقه امامیه و حقوق موضوعه ایران از مسائلی است که تاکنون به قدر کافی بدان پرداخته نشده است. شروط قراردادی همواره به روشنی دلالتی بر ایجاد تعهد برای طرف مقابل ندارند، بلکه مواردی وجود دارد که فرد با درج آنها در قرارداد درصدد است که ذمه خود را از مسولیت مبرا سازد، و بر مسولیت طرف مقابل بیافزاید. این دسته از شروط که تحت عنوان شرط پذیرش مسولیت و جبران خسارت (که در مواردی صدق عنوان شرط عدم مسولیت نیز بر آن صحیح است) از آنها یاد می‌شود، از لحاظ نظری اختلافاتی را در بین حقوقدانان ایجاد کرده‌اند به نحوی که در اکثر موارد قیودی در جهت تحدید گستره آنها لحاظ می‌گردد و مطلق این شروط در جهت عدم مسولیت مورد قبول قرار نمی‌گیرند. این موضوع در قراردادهای پیچیده صنعتی از اهمیت بسزایی برخوردار است و به عنوان یکی از اصلی‌ترین شروط قراردادی مطرح است که بیش‌ترین زمان را در طول دوره جبران قراردادی به خود اختصاص می‌دهد.^{۱۱}

^{۱۰} ایرج بابایی، «مفهوم مسولیت مدنی»، دانشنامه‌های حقوقی دوره سوم بهار (۱۳۹۹)، ۱۲.

^{۱۱} عادل ابراهیم پور اسنجان، نسیم سلیمانی نژاد، «دکترین ضرورت اجرایی در معاملات دولتی و تفکیک آن از مفاهیم مشابه (مطالعه تطبیقی حقوق ایران و کامن لا)»، مجله پژوهش حقوق عمومی (۱۴۰۰)، ۱۹۵.

۳- بررسی موانع رقابت

در این بخش به تفکیک رقابت نامشروع و رویه‌های ضدرقابتی، موانع رقابت مورد بررسی واقع می‌گردد.

۳-۱ رقابت نامشروع

گفته‌اند که در جوامع کوچک، نظم جامعه مبتنی بر پیگیری هدف مشترک اعضای جامعه است. اما در یک جامعه بزرگ با تقسیم کارگسترده و روابط مبادله‌ای شبکه‌ای و فراگیر که هدف مشترک و مشخص جمعی وجود ندارد و هرکس در چارچوب قواعد کلی انتزاعی بازی خاص خود را انجام می‌دهد و به دنبال برآورده کردن خواسته‌های فردی است. رقابت به عنوان یک اسلوب شناخت و قاعده تخصیص بهینه منابع، به یک ارزش مهم و تعیین کننده تبدیل می‌شود و چه بسا در مواردی، همکاری و همبستگی، مثلاً میان تولیدکنندگان یک کالای معین یا مشابه به دلیل افزایش ناکارایی، ضد ارزش شناخته می‌شود. جوامع بزرگ و گسترده متهمان به طور اساسی ساختاری به جز روابط مبادله‌ای شبکه‌ای و فراگیر نمی‌توانند داشته باشند. ثروت، کارایی، رفاه و قدرت تمدن‌های صنعتی مدرن در گرو نظم بازار است.

در مقابل اندیشه فوق عده‌ای معتقدند که «همکاری بهتر از رقابت است» طرفداران نظام بازار آزاد معتقدند که همکاری همانند همبستگی مستلزم توافقی‌های متعدد راجع به اهداف و نیز روش‌های نیل به آن اهداف است. لذا همکاری تنها در گروه‌های کوچک که اعضای آن دارای عادات، معلومات و اعتقادات خاص مشترک درباره امر ممکن هستند معنی دارد. اما برای سازگار شدن با شرایط نامعلوم، همکاری معنی ندارد. مسأله اینجا است که هماهنگی فعالیت‌ها در نظم گسترده جامعه بزرگ مبتنی بر همین سازگاری با امر ناشناخته است و مفهوم عدالت در همین فضا شکل می‌گیرد. هایدک معتقد است که رقابت در اقتصاد بازار یک اسلوب اکتشاف است که در هر تحولی که انسان را به‌طور غیر عمدانه قادر به عکس‌العمل در برابر شرایط جدید می‌کند وجود دارد و از طریق رقابت و نه توافق است که ما به تدریج کارایی‌مان را افزایش می‌دهیم^{۱۲}. البته توصیف فوق یکی از دیدگاه‌هایی است که درباره رقابت مطرح شده است. درباره رقابت دیدگاه‌های متعددی مطرح شده است. به‌طور کلی مفهوم رقابت ناظر به یک حالت یا فرآیند مطلوب در بازار است. مدل‌های اقتصادی ارائه شده نیز حسب درک طراحان آن از ماهیت و شیوه عملکرد بازار، تصویری از رقابت و لوازم و موانع تحقق آن ارائه کرده‌اند.

نیل به اهدافی که از بازار انتظار می‌رود در گرو وجود یکسری نهادها یا وجود فرآیندی است که ویژگی بارز آن ایجاد انگیزه و سازوکاری مناسب برای رشد اقتصادی از رهگذر نوآوری و ابداع است. در این فرآیند یا فضای نهادی، رفتار فعالان اقتصادی و مصرف‌کنندگان به‌طور کامل قابل پیش‌بینی نیست و ارائه محصولات جدیدتر و ارزان‌تر از سوی رقبا و جلب مشتریان بنگاه‌ها از سوی رقبا تهدیدی جدی تلقی می‌شود. نتیجه چنین وضعیتی کارایی تخصیصی و تولیدی است زیرا هر بنگاه سعی می‌کند با جمع‌آوری اطلاعات با کمترین هزینه، بهترین کالا و خدمات مورد نظر مشتریان را ارائه دهد. لازمه ایجاد این فرایند و پایداری آن در گرو گسترش مالکیت خصوصی و عدم تبعیض‌های نژادی، وراثتی، مذهبی و... در بازار و کارکرد مناسب هنجارهای حقوقی، رویه‌ای و اخلاقی است. این فضای نهادی را فضای رقابتی گویند. به عبارت دیگر شاخصه‌های اصلی نهادهای رقابتی به قرار زیر است:

اول: ساختار تصمیم‌گیری غیر متمرکز، ضامن حفظ آزادی تصمیم‌گیری و آزادی عمل یعنی آزادی فردی فعالان اقتصادی است.

^{۱۲} موسی‌غنی‌نژاد، درباره هایدک (تهران: موسسه نگاه معاصر، ۱۳۸۱)، ۶۹-۶۸.

دوم: ساختار غیر متمرکز تصمیم‌گیری رقابتی موجب هماهنگی کنش‌ها و واکنش‌های افراد اقتصادی و عامل کسب اطلاعات پراکنده بازار و استفاده بهینه از آنها است.

سوم: ساختار غیر متمرکز تصمیم‌گیری رقابتی باعث افزایش کارایی نیروهای بازار می‌شود که در نهایت کارکردهای زیر را در پی خواهد داشت:

الف- تأمین و افزایش مطلوبیت مصرف‌کنندگان.

ب- محدود کردن اعمال قدرت در بازار که در نهایت به عدالت توزیعی به مفهومی که قبلاً توضیح داده شد منجر می‌شود.

ج- ایجاد انگیزه برای تولید کالاهای جدیدتر، با روش‌های کم‌هزینه‌تر (شکوفایی و نوآوری)^{۱۳}.

به طور خلاصه می‌توان گفت که کارکردهای رقابت عبارت‌اند از تضمین آزادی اقتصادی، تضمین انگیزه‌ها، توانایی عاملان اقتصادی برای نمایندگی و دفاع از منافعشان و گسترش نوآوری و صرفه جویی در منابع و هزینه‌ها.

۲-۳ روبه‌های ضد رقابتی

بر پایه همین معیار، پاره‌ای از رفتارها و وضعیت‌های بنگاه‌های اقتصادی، ضد رقابتی تلقی شده‌اند زیرا سوگیری این رفتارها با وضعیت‌های بهبود کیفیت یا افزایش کارایی هماهنگ نیست بلکه بیشتر بر پایه نفرت‌ها و ضدیت‌های شخصی یا ملاحظات سیاسی و... استوار است. برای تشخیص رفتارها و وضعیت‌های ضد رقابتی، معمولاً می‌توان از دو شیوهی عمده استفاده کرد: یکی شیوهی مبتنی بر تحلیل پیشینی که به موجب آن، پاره‌ای وضعیت‌ها و رفتارها را ضد رقابتی معرفی می‌کنند و دیگری شیوهی تحلیل پسینی که به موجب آن، معمولاً بر ذکر معیارهای رقابت مخرب برای کشف این‌گونه رفتارها تأکید می‌شود. در عمل به طور معمول از شیوه‌های تلفیقی استفاده می‌شود یعنی پاره‌ای از رفتارها و وضعیت‌ها را به عنوان رفتارهای ضد رقابتی معرفی می‌کنند و ممنوعیت آن‌ها را به ایجاد انحراف از رقابت یا زوال آن یا اخلال در آن منوط می‌کنند. رفتارها و وضعیت‌های مزبور را در پرتو مفهوم قدرت بازار بررسی کرده‌اند.

۳-۳ رقابت مکارانه

رقابت مکارانه دو جنبه حقوقی و جزایی دارد: از نظر حقوقی کسی که باعث اضرار شخص ثالث گردیده است، باید در صدد جبران خسارت او بر آید و از نظر جزایی نیز چون تاجری که متوسل به حيله می‌شود، اصولاً سوء نیت داشته است، لذا مجرم تلقی شده و مستحق مجازات است. مخصوصاً در مورد محصولات دارویی چون موضوع سلامت و زندگی اشخاص در بین است، باید سختگیری بیشتری به عمل آید.

مجازات کسی که دست به رقابت مکارانه زده در ماده ۲۴۴ قانون مجازات عمومی معین شده در قسمت الف این ماده چند چیز قابل توجه است. اول اینکه «... رقابت مکارانه عبارت است از اینکه تاجری برای انصراف...» پس از مطالعه این ماده اگر شخصی روی اغراض شخصی مانع از به فروش رفتن جنس تاجری بشود، مشمول مقررات این ماده نخواهد بود. دوم، در مواقعی که قانون جریمه نقدی معین می‌کند، بعداً در اثر تقلیل ارزش پول آن جریمه قابل توجه نمی‌باشد، لذا مبلغ ۱۰۰ تا ۵۰۰ تومان در امور تجاری امروز اساساً قابل توجه نیست.

^{۱۳} سیدحسین میر جلیلی، توسعه اقتصادی و سیاست رقابتی در ایران، مجموعه مقالات همایش راهبرد توسعه اقتصادی جمهوری اسلامی و عضویت در سازمان جهانی تجارت، فرصتها و چالشها (تهران: مؤسسه توسعه مطالعات پژوهشی، ۱۳۸۳)، ۱۱۵.

ماده ۲۴۹ قانون مجازات عمومی مربوط به مجازات کسانی است که به حقوق انحصاری افراد تجاوز می‌کنند. در بند الف این ماده که مربوط به علائم است، نه تنها ساختن محصول دیگری و تقلب علامت او را جرم دانسته بلکه کسانی را که با علم آن را به فروش می‌رسانند و یا از مملکت صادر می‌کنند نیز به عنوان شریک جرم مستحق مجازات دانسته است.

ذکر جمله با علم عبارت کشداری است و ممکن است تاجری بگوید که من مثلاً اطلاع نداشتم ولی چون ثبت علائم در روزنامه‌ها آگهی می‌شود این استدلال قابل قبول نخواهد بود و از طرف دیگر نوع تقلید نیز نیت خاطی را روشن می‌سازد. مثلاً تاجری که مو به مو از علامت و جعبه و کاغذ و رنگ کالای تاجر دیگری استفاده کرده باشد، محققاً سوء نیت او محرز است.

مهمترین قسمت بند الف آن است که تشخیص را به عهده افراد عادی گذاشته است، چون محقق است خبره کسی است که بتواند اختلاف را پیدا نماید پس لذا این قانون برای جلوگیری از فریب‌دادن مشتری است، لذا هر گاه علامت طوری باشد که مشتری گول بخورد شامل مقررات فوق خواهد بود.

در بند ب ماده ۲۴۹ قانون مذکور برای کسانی که علامت اجباری را انتخاب نکرده مجازات معین کرده است. بند ج این ماده برای کسانی که نسبت به حق صاحب ورقه اختراع خواه با ساختن محصولات خواه استعمال وسایلی که موضوع ورقه اختراع است یا این گونه محصولات را با علم به مجعول بودن آن به ایران وارد کند یا از ایران صادر کند یا در ایران به معرض فروش بگذارد مجازات حبس از سه ماه تا شش ماه و یا مجازات نقدی از هزار الی ده هزار ریال و یا هر دو مجازات پیش بینی کرده است.

رقابت نامشروع انواع و اقسام مختلف دارد و بسته به ابتکار اشخاص هر روز ممکن است نوع جدیدی از رقابت مکارانه پیدا شود، ولی به طور کلی می‌توان انواع رقابت مکارانه را به شرح ذیل خلاصه نمود:

الف: اعمالی که باعث سوء تفاهم و گمراهی شود

ب: اعمالی که به وسایل متقلبانه باعث انحراف مشتری از دیگران و جلب به طرف خود شود

حال در این قسمت به تشریح موارد الف و ب مذکور و ذکر مصادیق آن‌ها پرداخته می‌شود.

الف: اعمالی که باعث سوء تفاهم و گمراهی شود که عبارتند از تقلید اسم تجاری، تقلید تابلو، تقلید مشخصات موسسات تجاری، استعمال غیر واقع مبدا جنس، تقلید و تقلب علائم تجاری و اختراعات

به عنوان مثال هر تاجری حق انحصاری بنام خود دارد، ولی در مقابل هر کس نیز می‌تواند تحت نام خانوادگی خود تجارت کند و در مواردی که استفاده از نام خانوادگی برای تجارت باعث سوء تفاهم گردد، شخصی که به تازگی وارد تجارت می‌شود، با اضافه کردن کلمه‌ای یا نشانی مانند اضافه نمودن اسم کوچک خود آن را از اسم تجاری سابق متمایز سازد. در صورتی که استفاده از نام خانوادگی شخصی جدید توأم با سوء نیت باشد، موضوع ممکن است از لحاظ جزایی نیز مورد تعقیب قرار گیرد. در صورتی که نام تجاری ابتکاری و تفننی باشد، دیگران حق استفاده از آن را ندارند. چون ثبت نام تجاری در ایران هنوز معمول نیست، حمایت اسم تجاری در مورد نام اشخاص حقیقی فعلاً مشکل است، ولی در مورد اشخاص حقوقی چون تشکیل آن‌ها منوط به ثبت است، اداره ثبت از ثبت شرکت‌هایی که دارای اسامی مشابه می‌باشند، خودداری می‌نماید. تابلو و مشخصات موسسات تجاری نیز اسم تجاری مختص تاجر است و دیگران حق استفاده از همان تابلو و مشخصات تجاری را ندارند. مثلاً اگر موسسه حمل و نقلی رنگ مخصوصی برای وسایل نقلیه خود انتخاب کند، مؤسسات حمل و نقل دیگر نباید وسایل نقلیه خود را به همان رنگ بکار اندازد. استعمال غیر واقع مبدا جنس نیز جایز نیست. مثلاً قنادی‌های تهران اگر روی جعبه گزهای خود بنویسند: گز اصفهان، مشتری را راجع به مبدا جنس به اشتباه می‌اندازند. اعمال بالا را می‌توان مشمول قسمت ب ماده ۲۴۴ قانون مجازات

عمومی دانست، زیرا مرتکب یا مشتری را از حقیقت یا کیفیت مبیع فریب می‌دهد یا اینکه جنسی را به جای جنس دیگر قلمداد می‌کند و علاوه بر آن شخص زیان دیده می‌تواند طبق ماده ۱ قانون مسئولیت مدنی تقاضای خسارت مادی و معنوی نماید. درباره تقلید و تقلب علائم تجاری و اختراعات علاوه بر آنکه استعمال علامت و اختراع دیگری مشمول ماده ۲۴۴ قانون مجازات عمومی می‌شود ماده ۲۴۹ قانون مجازات عمومی موارد ذیل را نیز پیش‌بینی نموده است:

الف- هرکس نسبت به علامت تجاری ثبت شده در ایران عالمماً مرتکب یکی از اعمال ذیل شود به حبس تادیبی از سه ماه تا سه سال و به جزای نقدی از صد الی هزار تومان و یا به یکی از این دو مجازات محکوم خواهد شد.

- ۱- هرکس علامت تجاری غیر را جعل یا با علم به مجعول بودن آن استعمال کند.
- ۲- هرکس علامت تجاری غیر را بدون اجازه صاحب علامت استعمال کند، اعم از اینکه در روی اوراق و اسناد یا اعلانات و قبوض و امثال آن‌ها باشد یا در محصولات.
- ۳- هرکس محصولی به معرض فروش گذاشته و یا به فروش برساند، که در روی آن محصول علامت مجعول و یا علامتی باشد متعلق به غیر که صاحب علامت اجازه استعمال آن را نداده است.
- ۴- هرکس علامت تجاری غیر را خواه با الحاق و خواه با کسر و خواه با تغییر دادن قسمتی از خصوصیات آن را تقلید کند به نحوی که مشتری عادی یعنی کسی که اطلاعات مخصوصه ندارد فریب بخورد و یا با علم به تقلیدی بودن آن علامت را استعمال کند.
- ۵- هرکس محصولی را که دارای علامت مجعول یا تقلیدی بوده یا دارای علامتی است که من غیر حق استعمال شده است از ایران صادر و یا به مملکت وارد کند.

در تمام موارد فوق اگر مرتکب مستخدم یا کارگر یا نماینده فعلی یا سابق صاحب علامت باشد یا کسی باشد که با صاحب علامت طرف معاملات تجاری بوده است به حداکثر مجازات مذکور فوق محکوم خواهد شد. شروع به جرم‌های فوق مستلزم دو ماه تا یک سال حبس تادیبی یا بیست تومان جزای نقدی خواهد بود.

ب- اشخاص ذیل به حبس تادیبی از یازده روز تا شش ماه و به جزای نقدی از ده الی سیصد تومان و یا به یکی از این دو مجازات محکوم خواهند شد

- ۱- کسانی که علامت تجاری اجباری در روی محصولی که به طور اجباری باید دارای آن علامت باشد، استعمال نکنند.
- ۲- کسانی که عالمماً محصولی را به معرض فروش گذاشته بفروشند که دارای علامتی نباشد که برای محصول اجباری است.

ج- هر تجاوزی نسبت به حق صاحب ورقه اختراعی که به موجب قانون علائم و اختراعات داده شده به عمل آید، خواه با ساختن محصولات و خواه با استعمال وسایلی که موضوع ورقه اختراع اوست، جعل محسوب و موجب سه الی شش ماه حبس تادیبی و یا صد الی هزار تومان جزای نقدی و یا هر دو مجازات خواهد بود.

اشخاصی نیز که این گونه محصولات را با علم به مجعول بودن آن به ایران آورند و یا از ایران صادر کنند یا در ایران به معرض فروش گذاشته و یا به فروش رسانند، محکوم به مجازات فوق خواهند شد.

د- در موارد ذیل مرتکب به حبس تادیبی از شش ماه تا دو سال محکوم خواهد شد

- ۱- در صورتی که جاعل کارگر یا مستخدمی باشد که در کارخانه یا موسسه مخترع مستخدم یا کارگر باشد.

۲- در صورتی که جاعل با مستخدم یا کارگر مخترع تباری یا شرکت نموده و به دستگیری او از طرق فنی از موضوع اختراع اطلاع یافته باشد، در این صورت کارگر یا مستخدم مزبور هم مطابق متهم اصلی مجازات خواهند شد.

ه- هرکس نظر به مقام فنی یا مقام امانت داری خود از اسرار راجع به اختراع یا طرز اجرای اختراعی مطلع شده و آن را افشاء یا به طریق دیگری سوء استفاده نماید، به حبس تادیبی از یک سال تا سه سال محکوم خواهد شد.

ماده ۲۴۹ مکرر جز در مورد **بند های ج-د-ه** ماده ۲۴۹ قانون **مذکور** که تعقیب جزایی منوط به شکایت مدعی خصوصی است در موارد کلیه جرم های مذکور در این قانون، تعقیب جزایی ممکن است رأساً از طرف پارک یا در اثر شکایت مدعی خصوصی به عمل آید.

باید توجه داشت که رقابت مکارانه یا نامشروع تجاری یکی از مباحث مهم حقوق تجارت و حقوق مالکیت صنعتی است. رقابت مکارانه، مصادیق گوناگونی دارد. یکی از مصادیق بارز آن تقلید از اسامی و علائم تجاری و به اصطلاح نقض حقوق انحصاری است. رأیی که در ادامه خواهد آمد، به **تازگی** از شعبات دادگاه بدوی و تجدیدنظر تهران صادر شده است که هم از منظر آیین دادرسی (مرور زمان و اعتبار امر مختومه) و هم از منظر ماهوی (رقابت مکارانه تجاری) به لحاظ استدلالی یکی از کم نظیرترین آرای است که تاکنون در خصوص علائم و اسامی تجاری صادر شده است.

ب: اعمالی که به وسایل متقلبانه باعث انحراف مشتری از دیگران و جلب به طرف خود شود

از آنجا که رقابت بطور کلی مسابقه‌ای است برای جلب مشتری در صورتی که این مسابقه بدون حیله و تزویر و تقلب انجام گیرد، ایرادی بر آن نیست، ولی اگر مشتری به وسیله اظهارات کذب یا عملیات نامشروع جلب گردد، جایز نیست. عملیاتی که باعث انحراف مشتری می‌شوند، عبارتند از اعلام مشخصات غیرواقع برای جنسی یا برای کارخانه تا مردم تصور کنند آن جنس از سایر اجناس بهتر است، تخفیف تاجر دیگر به وسیله دادن نسبت‌های خلاف واقعی که باعث لکه‌دار شدن شهرت او گردد، تخفیف اجناس تاجر دیگر و معیوب جلوه‌دادن آن‌ها، استفاده از تبلیغات سایرین برای نشان‌دادن برتری اجناس خود، اعمال وسایلی برای بایکوتاژ و اجبار مردم به عدم مراجعه به تاجر دیگری.

۴- تحلیل نمونه ای از رای دادگاه

در این بخش نمونه‌ای از **آرای** نخستین و تجدید نظر در زمینه‌ی جلوگیری از رقابت ارائه می‌گردد.

۴-۱ رای بدوی

مرجع رسیدگی: شعبه ۳ دادگاه حقوقی تهران

شماره و تاریخ دادنامه: ۸۱۱ - ۸۸/۹/۲۵

در خصوص دعوی آقای شیرزاد اسلامی به وکالت از شرکت «فاراب» به طرفیت ۱- شرکت «فاراب شیر» با وکالت آقایان ... ۲- اداره ثبت علائم تجاری به خواسته ابطال نام تجاری فاراب شیر و علامت تجاری فاراب به شماره ۸۰۹۹۱ و الزام خوانده دوم به ثبت علامت فاراب موضوع اظهارنامه ۸۷۰۷۱۰۶۸ جهت انواع شیرآلات صنعتی، لوله و اتصالات فلزی در طبقات ۶، ۱۱، ۳۵ و ۳۹ به این خلاصه که وکیل خواهان با استناد به گواهی تاسیس شرکت خواهان و گواهی‌نامه‌های وزارت نیرو و انجمن صنعت ریخته‌گری و انجمن تاسیسات و استشهاده کسبه بازار به شرح دادخواست توضیح داده است موکل با نام تجاری فاراب در سال ۱۳۶۵ تاسیس شده و در صنعت ریخته‌گری، خصوصاً تولید لوله، اتصالات و شیرآلات صنعتی از شهرت فراوانی برخوردار است متأسفانه شرکت خوانده که رقیب تجاری شرکت خواهان می‌باشد با هدف سوءاستفاده از اعتبار و شهرت نام تجاری

«فاراب» در سال ۱۳۷۳ اقدام به تاسیس شرکتی با نام مشابه «فاراب شیر» نموده و آن را به عنوان علامت تجاری هم، ثبت کرده است. بنابراین به لحاظ سابقه ثبت نام تجاری موکل و رقابت نامشروع خواننده و ایجاد اشتباه مصرف‌کنندگان درخواست صدور رای به شرح خواسته را دارد وکلای خواننده دوم طی لایحه‌ای که ثبت و ضمیمه پرونده است و نیز صورت‌جلسه دادرسی، در پاسخ به دعوا اظهار داشتند موکل در تولید شیرآلات صنعتی دارای شهرت است و از طرفی دعوای حاضر به لحاظ سابقه رسیدگی و صدور دادنامه قطعی به شماره ۸۹۲ مورخه ۱۳۷۹/۷/۲۵ شعبه ۲۵ دادگاه تجدیدنظر از اعتبار امر مختومه برخوردار است و نیز مشمول مرور زمان مقرر در ماده ۲۲ قانون ثبت علائم و اختراعات مصوب ۱۳۱۰، با توجه به حکومت قانون مذکور در زمان ثبت علامت می‌باشد. مضافاً اینکه، نام شرکت با نام تجاری متفاوت است و موکل مبادرت به ثبت نام تجاری نکرده تا مشمول دعوای ابطال گردد. بنا به مراتب، تقاضای رد دعوا را نموده‌اند دادگاه از توجه به اظهارات و مدافعات طرفین و مستندات ابرازی خواهان و توجهها به مفاد دادنامه‌های مستند وکلای خواننده، نظر به اینکه سبب طرح دعوای سابق، سابقه استعمال علامت متنازع‌فیه بوده و حال آن‌که سبب طرح دعوای فعلی، تقدم ثبت نام تجاری فاراب و منع رقابت نامشروع می‌باشد که متفاوت از یکدیگر است و نظر به اینکه از جمله ارکان شمول و حاکمیت اعتبار امر قضاوت شده، وحدت اسباب دعوا است که در مانحن‌فیه به لحاظ فقدان وحدت اسباب، موضوع مشمول قضیه امر مختومه نیست. همچنین نظر به اینکه به موجب مفاد بند ۳ ماده ۶ مکرر و ماده ۸ و ۱۰ مکرر کنوانسیون پاریس برای حمایت از مالکیت صنعتی که با توجه به الحاق دولت جمهوری اسلامی ایران به آن در سال ۱۳۳۷ در زمان ثبت علامت خواننده به عنوان قانون حاکم، لازم‌الرایه بوده است، ابطال و حذف یا منع استعمال علائمی که با سوءنیت به ثبت رسیده در هر زمان امکان‌پذیر است، مع‌هذا قطع نظر از نسخ قانون قدیم (قانون ثبت علائم مصوب ۱۳۱۰) به موجب قانون جدید مصوب ۱۳۸۶ و حذف مرور زمان در قانون فعلی، ایرادات معنونه غیروارد تشخیص و مردود اعلام می‌گردد. اما در ماهیت، نظر به اینکه کلمه فاراب به عنوان اسم تجاری شرکت خواهان در سال ۱۳۶۵ به ثبت رسیده و به دلالت گواهی عده‌ای از توزیع‌کنندگان شیرآلات به شرح استشهادیه پیوست و نیز گواهی انجمن صنعت تاسیسات و انجمن صنعت ریخته‌گری که پیوست دادخواست می‌باشد، خواهان از ابتدای ثبت در سال ۱۳۶۵ از علامت فاراب استفاده می‌کرده و به دلیل مشابهتی که نام دو شرکت دارد امکان تمیز محصولات آنها ممکن نبوده و موجب گمراهی مصرف‌کنندگان می‌گردد. بنابراین به نظر دادگاه، ثبت موخر عین اسم تجاری خواهان با تغییر جزئی (الحاق کلمه شیر) موجب تضییع حقوق مکتسبه خواهان و باعث وقوع اشتباه مصرف‌کنندگان در استفاده از محصولات و مراجعه به شرکت‌های مزبور خواهد شد و از مصادیق رقابت نامشروع موضوع ماده ۱۰ مکرر کنوانسیون پاریس و مخالف مواد ۴۶ و ۴۷ قانون ثبت اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری مصوب ۱۳۸۶ می‌باشد. بنابراین ضمن رد مدافعات وکلای خواننده، دعوای خواهان را ثابت تشخیص داده، مستنداً به بند ۳ ماده ۶ مکرر و مواد ۸ و ۱۰ مکرر کنوانسیون پاریس با لحاظ ماده ۹ قانون مدنی و بند «ج» ماده ۳۰ و بندهای «ه» و «ز» ماده ۳۲ و مواد ۴۱، ۴۶، ۴۷ و ۶۲ از قانون ثبت علائم تجاری مصوب ۱۳۸۶ حکم به ابطال نام تجاری خواننده و نیز ابطال علامت تجاری وی به شماره ۸۰۹۹۱ و الزام خواننده دوم به ثبت علامت موضوع اظهارنامه ۸۷۰۷۱۰۶۸ به نفع خواهان صادر و اعلام می‌گردد. رای صادره حضوری و **ظرف** مهلت بیست روز پس از ابلاغ قابل تجدیدنظرخواهی در محاکم تجدیدنظر استان تهران است.

در ادامه درخواست تجدیدنظر داده شده و رای تجدیدنظر در ذیل ارائه شده است:

۴-۲ رای تجدیدنظر

مرجع رسیدگی: شعبه ۱۲ دادگاه تجدیدنظر استان تهران

شماره و تاریخ دادنامه: ۴۶۵ - ۸۹/۴/۲۲

«شرکت فاراب شیر» با وکالت آقایان ... به طرفیت «شرکت فاراب» با وکالت آقای شیرزاد اسلامی نسبت به دادنامه شماره ۸۱۱ - ۸۸/۱۰/۲ شعبه سوم دادگاه حقوقی تهران تجدیدنظرخواهی کرده است. به موجب دادنامه موصوف، دعوی تجدیدنظرخوانده به خواسته ابطال نام و علامت تجاری تجدیدنظرخواه به شماره ثبت ۸۰۹۹۱ - ۷۶/۵/۱۵ و الزام اداره ثبت علائم تجاری به ثبت علامت موضوع اظهارنامه شماره ۸۷۰۷۱۰۶۸ جهت انواع شیرآلات صنعتی، لوله و اتصالات فلزی در طبقات ۶، ۳۵، ۱۱ و ۳۹ از جدول طبقه‌بندی علائم تجاری به شرح استدلال منعکس در رای مورد پذیرش قرار گرفته، حکم بر محکومیت تجدیدنظرخواه و اداره ثبت علائم تجاری وفق خواسته صادر شده است. اینک با بررسی محتویات و مستندات پرونده و مطالعه لوایح ابرازی و کلای طرفین نظر به این که (اولاً) در این مرحله ایراد موجه و مدلی که با یکی از جهات تجدیدنظرخواهی منطبق بوده و موثر در نقض و بی‌اعتباری دادنامه معترض‌عنه گردد اقامه نشده است. ثانیاً) به موجب مفاد ماده ۱۹۶ قانون آیین دادرسی مدنی قانون ثبت اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری مصوب ۱۳۸۶ قانون حاکم بر دعوی حاضر می‌باشد و قانون ثبت علائم تجاری سابق که منسوخ گردیده حاکمیتی بر دعوی مطروحه ندارد و در قانون فعلی نیز برای اقامه دعوی ابطال نام و علامت تجاری مرور زمان پیش‌بینی نگردیده و مطابق بند ۳ ماده ۶ مکرر کنوانسیون پاریس هم ابطال و حذف یا منع استعمال علائمی را که با سوءنیت به ثبت رسیده یا استعمال شده‌اند در هر موقع می‌توان تقاضا کرد. **فلاً** ایراد مرور زمان، وارد نمی‌باشد. ثالثاً) دعوی ابطال نام تجاری (فاراب شیر) مسبوق به سابقه رسیدگی و صدور حکم نمی‌باشد. فلاً ایراد اعتبار امر مختومه در خصوص دعوی مذکور قابل پذیرش نیست و ایراد و اعتبار امر مختومه در مورد دعوی ابطال علامت تجاری (فاراب) نیز وارد نمی‌باشد، زیرا سبب دعوی قبلی که منتهی به صدور حکم قطعی گردیده سبق استعمال علامت متنازع‌فیه بوده لیکن سبب دعوی حاضر تشابه علامت تجاری با نام تجاری مسبوق‌الثبت و نیز منع رقابت مکارانه (نامشروع) می‌باشد. بنابراین به لحاظ تفاوت اسباب دو دعوی، رسیدگی به دعوی حاضر صحیح و قانونی است. رابعاً) مشابهت اسامی مورد بحث (فاراب و فاراب شیر) واضح و آشکار است و با توجه به اینکه حوزه فعالیت هر دو شرکت در زمینه شیرآلات صنعتی است، الحاق کلیه شیر به فاراب نمی‌تواند نام تجاری دو شرکت را از یکدیگر متمایز سازد و قطعاً مصرف‌کننده در تشخیص شخصیت شرکت‌های مذکور دچار اشتباه و گمراهی خواهد شد. خامساً) مطابق مفاد ماده ۴۷ قانون ثبت اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری مصوب ۱۳۸۶ هرگونه استفاده از نام تجاری توسط اشخاص به صورت نام تجاری یا علامت که عرفاً باعث فریب عمومی شود غیرقانونی تلقی می‌گردد. ماده ۸ کنوانسیون پاریس نیز موید همین معنا می‌باشد و بر اساس مفاد ماده ۱۰ مکرر کنوانسیون پاریس هر عملی که ایجاد اشتباه به نحوی از انحا با موسسه یا محصولات یا فعالیت صنعتی یا تجارتی رقیب بنماید از مصادیق رقابت نامشروع (رقابت مکارانه) تلقی گردیده و ممنوع می‌باشد. سادساً) اقدام تجدیدنظرخوانده در ثبت نام تجاری «فاراب شیر» و نیز ثبت علامت تجاری «فاراب» با توجه به ثبت مقدم کلمه «فاراب» به عنوان نام تجاری تجدیدنظرخوانده، مغایر حق مکتسب شرکت اخیرالذکر بوده و از مصادیق بارز رقابت مکارانه محسوب می‌شود. سابعاً) رای دادگاه بدوی با توجه به مبانی و مستندات و استدلال منعکس در آن موافق موازین قانونی و با رعایت اصول دادرسی صادر شده است. بنا به مراتب مذکور به تجویز ماده ۳۵۸ قانون آیین دادرسی مدنی ضمن رد اعتراض، دادنامه تجدیدنظرخواسته، تایید و استوار می‌گردد. این رای قطعی است.

بنابراین مشاهده می‌شود، که وحدت رویه در مقابله با رقابت نامشروع و مکارانه وجود دارد.

نتیجه گیری

مشخص شد که قوانین مشخصی بر رقابت های نامشروع وضع شده تا از اجرای چنین اقداماتی در بازار جلوگیری شود. اعمالی که باعث برهم زدن نظم دستگاه تاجری گردد، مثلاً ترغیب کارمندان او به اعتصاب، پاره کردن و از بین بردن اعلانات و

تبلیغات او، بکار بردن وسایل تقلبی برای از بین بردن اعتبار اجناس او، مثلاً پر کردن بطری ها و لفاف محصولات او از اجناس بد، فراهم آوردن وسایل برای آنکه انجام قراردادهایی که تاجری با اشخاص دیگر منعقد نموده است غیر ممکن گردد و غیره. در تمام این موارد نیز در صورتی که عمل مشمول مقررات جزایی نگردد، زیان دیده می تواند طبق قانون مسئولیت مدنی تقاضای جبران خسارت مادی و معنوی خود را نماید.

در دعاوی که نسبت به رقابت مکارانه اقامه می شود شخص زیان دیده علاوه بر تقاضای جبران خسارت می تواند از دادگاه تقاضای جلوگیری و توقف اعمالی را که مشمول تعریف رقابت مکارانه می شود بنماید، و در مورد تقلید و تقلب علائم تجاری و اختراعات نیز می تواند تقاضا کند محصولات تقلبی و تقلیدی توقیف شود و از فروش آن جلوگیری به عمل آید. البته باید ساز و کار حقوقی برای توقف خود به خودی فعالیت های مشمول رقابت مکارانه، وجود داشته باشد که این مهم لازم است مدنظر قانونگذاران، قرار گیرد.

ماده ۶۴ آیین نامه قانون ثبت علائم تجاری و اختراعات مقرر می دارد، که شاکی می تواند از مراجع قضایی تقاضای صدور قرار تامین دلیل و یا توقیف محصولات تقلبی و تقلیدی را تقاضا نماید و یا تقاضای صدور دستور موقت نسبت به عدم ساخت یا فروش یا ورود اجناس تقلبی یا تقلیدی را بنماید و مراجع قضایی موظف هستند با تقاضای نامبرده موافقت نمایند، منتهی اگر دلایل شاکی به نظر مراجع قضایی قوی نباشد برای حفظ حقوق طرف در صورتی که شکایت وارد تشخیص داده نشود مراجع مزبور می توانند قبل از صدور قرار توقیف محصولات یا دستور موقت راجع به عدم ساخت یا فروش اجناس تقلبی یا تقلیدی از شاکی تضمین کافی بخواهد تا از آن محل کلیه خسارات وارده به طرف منافعی که ممکن است از آن محروم گردد جبران شود.

در نهایت باید توجه داشت با پیشرفت تکنولوژی و به وجود آمدن بازارهای جدید، به ویژه در فضای مجازی، نیاز به نظارت قانونی بهتر با هدف جلوگیری از اعمال رویه های ضد رقابتی و انجام رقابت نامشروع و ایجاد فضای رقابت سالم اقتصادی، بیش از پیش احساس شده و لازم است مسئولین و قانونگذاران، به تغییر فضا و پلتفرم های اقتصادی، در جهت قانونگذاری هدفمند توجه داشته باشند.

منابع

فارسی

- ابراهیم پور اسنجان، عادل، سلیمانی نژاد، نسیم. «دکترین ضرورت اجرایی در معاملات دولتی و تفکیک آن از مفاهیم مشابه (مطالعه تطبیقی حقوق ایران، و کامن لا)». مجله پژوهش حقوق عمومی دوره ۲۲ شماره ۷۰ (۱۴۰۰): ۲۲۳-۱۹۴.
- بابایی، ایرج، «مفهوم مسئولیت مدنی». دانشنامه‌های حقوقی دوره سوم بهار شماره ۶. (۱۳۹۹).
- بادینی، حسن. «مسئولیت مدنی ناشی از نقض حقوق معنوی مربوط به شخصیت و حقوق بشر». مجله مطالعات حقوق خصوصی (۱۳۹۱): ۸۹-۱۰۷.
- حسینی، سیدحسین، احمدی، زهرا. «رویه‌های ضد رقابتی جرم یا تخلف؟ (تبیین رویکردی نوین در سیستم کیفری ایران)». پژوهش‌های حقوق جزا و جرم‌شناسی (۱۳۹۵): ۱۳۰-۱۰۹.
- خشنودی، رضا، علی پور، رضا، شکوهیان، سیدعلیرضا. «مبانی نظری، اهداف و شیوه‌های جبران خسارات در حقوق رقابت». مجله حقوقی دادگستری (۱۳۹۶): ۱۳۷-۱۱۳.
- دیلمی، احمد، سلیمی، فوزه. «مبانی مسئولیت مدنی ناشی از اعمال رویه‌های ضد رقابتی (مطالعه تطبیقی در حقوق ایران و اتحادیه اروپا)». پژوهش‌های حقوق تطبیقی (۱۳۹۵): ۸۱-۱۰۷.
- عبادی، جعفر. مباحثی در اقتصاد خرد (بازارها، تعادل عمومی و اقتصاد رفاه. تهران: سازمان سمت، ۱۳۸۵.
- غنی نژاد، موسی. درباره هایک. تهران: موسسه نگاه معاصر، ۱۳۸۱.
- حسینی، سید عقیلی. «بررسی تطبیقی نگرش دینی (اسلام و مسیحیت) به ساختار بازار و قیمت عادلانه». پایان‌نامه دوره کارشناسی ارشد، تهران: دانشگاه امام صادق (علیه السلام)، ۱۳۸۷.
- میرجلیلی، سیدحسین. توسعه اقتصادی و سیاست رقابتی در ایران، مجموعه مقالات همایش راهبرد توسعه اقتصادی جمهوری اسلامی و عضویت در سازمان جهانی تجارت فرصتها و چالشها. تهران: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۸۳.

انگلیسی

- Benedikt, Freund. Reshaping Liability . The Concept of Undertaking Applied to Private Enforcement of EU Competition Law, *GRUR International*, Volume 70, Issue 8, August (2021): 731–743.
- Directive 2014/104/EU of the European Parliament and of the Council of 26 November 2014 on certain rules governing actions for damages under national law for infringements of the competition law provisions of the Member States and of the European Union [2014] OJ L349/1 ff.
- Zhao, Z.; Meng, F.; He, Y.; Gu, Z. The Influence of Corporate Social Responsibility on Competitive Advantage with Multiple Mediations from Social Capital and Dynamic Capabilities. *Sustainability* (2019): 11- 218.

Examining examples and elements of illegal competition and anti-competitive practices with an emphasis on the resulting civil liability

Abstract

One of the goals of the legal and jurisprudential system is orders for prosperous and competitive business, so that sellers and producers receive real wages and buyers receive the best quality by paying the minimum price, applying illegal competition and using anti-competitive procedures. It is one of the strategies that some economic companies use to remove competitors from the market. In this research, first the examples and elements of these acts and then the civil responsibility resulting from them are examined. Finally, it was found that articles 249 and 244 of the General Penalty Law deal with issues related to illegal competition, anti-competitive practices, and especially the concepts of insidious competition, and specify the civil and legal responsibilities related to these actions. which is not subject to penal regulations, the injured party can request compensation for material and moral damages according to the civil liability law, and in fraudulent competition, in addition to requesting compensation, the aggrieved person can request to prevent and stop actions that are included in the definition of fraudulent competition. Please ask the court, taking into account new and creative ways of applying anti-competitive procedures and conducting insidious competition, the need for more legal supervision and the establishment of new laws in accordance with the civil responsibility of applying new procedures and illegal competition, especially in cyberspace and according to With the progress of science, it is felt more and more.

key words: Illegal competition, anti-competitive practices, civil liability.