

# Investigation of Unfair Competition Policies in Iranian Laws

Gelale Abdullah Pour<sup>1</sup>  
Fathollah Rahimi<sup>2\*</sup>

1. PhD student in International Law, North Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

2. Assistant Professor of International Law, North Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Email: Rahimif\_law@yahoo.com Received: 09.01.2023 Acceptance: 21.04.2023

*Journal of  
Socio-political studies of Iran's  
contemporary history*

eISSN: 2821-1294  
<https://journalspsich.com>  
Vol. 2, No 1, Pp: 272-291  
Spring 2023

Original research article

## How to Cite This Article:

Abdullah Pour, G., & Rahimi, F. (2023). Investigation of Unfair Competition Policies in Iranian Laws, *spsich*, 2(1): 272-291.



© 2023 by the authors. License Iran-Mehr: The Institute for Social Study and Research, Tehran, Iran. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0 license) (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

## Abstract

The world has realized that the path to achieving public welfare and economic growth is entering the free market, where competition is a fundamental pillar. Competition enhances public welfare, economic growth, and technological advancement. It causes businesses to make optimal use of available resources, reduce production costs, and produce higher quality, newer, and cheaper products to thus capture a larger market share and consequently earn higher profits. Therefore, the presence of competition among businesses producing similar products ultimately benefits consumers, as the motive for rival businesses to earn higher profits ultimately results in consumers obtaining better quality products at more reasonable prices. "Unfair competition" is one of the modern concepts that has emerged in the last century due to the growing expansion of commercial activities and their increasing importance in human life, becoming prevalent in legal literature. The variety and volume of behaviors manifested in the market environment by actors to such an extent that some countries have enacted special regulations to prevent the adverse effects of these commercial practices in the market, assessed as fraudulent, unjust, or contrary to honorable trading. This research examines the policies of unfair commercial competition in Iranian laws.

**Keywords:** *Policy, Unfair Competition, Commercial.*

# بررسی سیاست رقابت غیر منصفانه تجاری در قوانین ایران

گلاره عبدالله پور<sup>۱</sup>  
فتح الله رحیمی\*<sup>۲</sup>

۱. دانشجوی دکتری حقوق بین الملل، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران  
۲. استادیار حقوق بین الملل، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

دریافت: ۱۴۰۱/۱۰/۱۹ | پذیرش: ۱۴۰۲/۰۲/۰۱ | ایمیل نویسنده مسئول: Rahimif\_law@yahoo.com

فصلنامه علمی

مطالعات سیاسی-اجتماعی  
تاریخ معاصر ایران

شاپا (الکترونیکی): ۲۸۲۱-۱۲۹۴  
https://journalspsich.com  
دوره ۲ | شماره ۱ | صص ۲۷۲-۲۹۱  
بهار ۱۴۰۲

نوع مقاله: پژوهشی

به این مقاله به شکل زیر استناد کنید:

درون متن:

(عبدالله پور و رحیمی، ۱۴۰۱)

در فهرست منابع:

عبدالله پور، گلاره، و رحیمی، فتح الله. (۱۴۰۱).  
بررسی سیاست رقابت غیر منصفانه تجاری در  
قوانین ایران. مطالعات سیاسی-اجتماعی تاریخ  
معاصر ایران، ۲(۱): ۲۷۲-۲۹۱.

## چکیده

جهان دریافته است که راه دستیابی به رفاه عمومی و رشد اقتصادی ورود به بازار آزاد است و رقابت رکن رکین بازار آزاد و موجب افزایش رفاه عمومی، رشد اقتصادی و ارتقای تکنولوژی است رقابت بین بنگاه‌های اقتصادی سبب می‌گردد بنگاه‌های رقیب از منابع موجود استفاده مطلوب‌تری داشته، هزینه‌های تولید را کاهش داده و محصولی باکیفیت‌تر، نوتر و ارزان‌تر تولید نماید تا بدین وسیله سهم بیشتری از بازار داشته و در نتیجه سود بیشتری را کسب نماید لذا وجود رقابت بین بنگاه‌های اقتصادی که محصولی مشابه تولید می‌کنند در نهایت به سود مصرف‌کنندگان است چراکه انگیزه بنگاه‌های رقیب برای کسب سود بالاتر نهایت موجب می‌شود مصرف‌کنندگان محصولی با کیفیت‌تر را با قیمت مناسب‌تری تهیه کنند. «رقابت غیرمنصفانه» یکی از مفاهیم نوینی است که در سده اخیر به علت گسترش رو به رشد فعالیت‌های تجاری و اهمیت روزافزون این فعالیت‌ها در زندگی بشری پدید آمده و در ادبیات حقوقی رواج یافته است. تنوع و حجم رفتارهایی که در محیط بازار از سوی فعالان در آن بروز یافته امروزه به حدی است که برخی از کشورها برای جلوگیری از آثار سوء این رویه‌های تجاری در بازار که متقلبانه، ناعادلانه و یا برخلاف تجارت شرافتمندانه ارزیابی می‌شوند مقررات ویژه‌ای را وضع کرده‌اند. در این پژوهش بررسی سیاست رقابت غیر منصفانه تجاری در قوانین ایران مورد مطالعه قرار گرفته است.

**کلیدواژه‌ها:** سیاست، رقابت غیر منصفانه، تجاری.



## مقدمه و بیان مسئله

رقابت مجادله‌ی است با رقیب بر سر یک هدف مشترک و تلاش برای پیشی گرفتن و بردن هم‌اورد از او نیز جنبه‌ی مهم دیگر رقابت در یک بازار آزاد محسوب می‌شود. کما این که در سایر رقابت‌های جاری در جهان هستی نیز این گفته صادق است. به همین دلیل صاحب نظران غربی رقابت را به معنای مسابقه یا مجادله برای برتری و پیروزی یا تلاش برای به دست آوردن چیزی که همزمان دیگری نیز در تلاش برای تحصیل آن است دانسته و از رقابت تجاری به تلاش برای به دست آوردن مشتری و تجارت با اشخاص در بازار و یا فرایندی که در آن، بنگاه‌ها برای کسب مشتری بیشتر برای محصولات خود به مبارزه‌ی با یکدیگر بر می‌خیزند تعبیر نموده‌اند. کمیسیون رقابت انگلستان نیز رقابت را فرایند کشمکش و مجادله‌ی میان بنگاه‌ها جهت پیروزی در تجارت و داد و ستد با مشتریان در طول یک دوره‌ی زمانی معین تعریف کرده است (غفاری فارسانی، ۱۳۹۸: ۲۵). بنگاه‌های اقتصادی در راستای هدف کسب سود بیشتر گاه ممکن است در صدد حذف رقیب برآیند یا گاه با دیگر رقبا از در دوستی بر آیند تا بتواند با حذف رقابت بدون دغدغه از وجود محصول با کیفیت‌تر و نهایتاً بدون تلاش برای ارتقای کیفیت و کاهش هزینه‌های محصولات خود را بر مصرف کنندگان عرضه و با توجه به نقطه ضعف مصرف کنندگان که همان نیاز مداوم آنان به محصولات بنگاه‌هاست منافع مصرف کنندگان را به سوی خود جلب و آنان را چپاول نمایند امری که آشکارا برخلاف مصالح و منافع کل جامعه است و از آنجا که یکی از اصلی‌ترین وظایف دولت‌ها تلاش برای ایجاد رفاه عمومی و عدالت اجتماعی و مبارزه با اقدامات برخلاف مصالح عمومی است وضع قوانین و مقرراتی که از رقابت میان بنگاه‌ها محافظت کرده و با متخلفین برخورد نماید ضرورتی انکارناپذیر است و مبنای شکل‌گیری حقوق رقابت نیز همین امر بوده است (همان: ۴۹).

با توجه به توضیحات فوق‌الذکر می‌توان حقوق رقابت را به زبانی ساده چنین تعریف کرد: حقوق رقابت شاخه‌ای از علم حقوق است که به کمک مفاهیم و ابزارهای اقتصادی سعی در ایجاد رقابت در بازار و سپس ارتقا و یا حداقل حفظ و مراقبت از

آن را دارد و در بیانی فنی تر حقوق رقابت یعنی: مجموعه‌ای از اصول و قواعد که به سبب نارسایی‌های بازار در محورهای توزیع، تخصیص، تثبیت و تقنین، ناظر بر رفتار و ارتباط و توافق‌های میام بنگاه‌هاست تا مانع انحراف ساختار بازار به سمت انحصار شده و سبب بهبود عملکرد آن می‌شود (امانی مطلق، ۱۳۹۷: ۹).

حقوق رقابت به عنوان یکی از ضروریات توفیق نظام‌های اقتصاد بازار آزاد مطرح می‌شود. بر همین اساس «رقابت غیر منصفانه»، اعمال متقلبانه، گمراه‌کننده یا غیر منصفانه‌ای است که برخلاف رویه‌های روشن و صادقانه در امور تجاری و صنعتی توسط بنگاه‌ها در روابط تجاری با یکدیگر یا با مصرف‌کنندگان جهت به دست آوردن سهم بیشتر از بازار یا فروش محصولات خود یا کاستن از سهم بازار و حجم فروش محصولات رقیب به آنها متوسل می‌شوند، از آنجا که مفهوم کلیدی در «رقابت نامشروع» و نقطه شروع مباحث مطرح در آن، واژه «رقابت» است؛ که در کشور ما به حقوق رقابت غیرمنصفانه یا مکارانه مشهور شده است با این حال، به نظر می‌رسد استفاده از عبارت حقوق رقابت منصفانه یا حقوق مبارزه با رقابت غیرمنصفانه مرجح باشد. حمایت از رقابت منصفانه از طریق سرکوب و محوریه‌ها و اعمال غیرمنصفانه در بازار امکان‌پذیر است. لازم به ذکر است که استفاده از عبارت رقابت مکارانه در قوانین ایران سابقه دارد که به ماده ۲۴۴ منسوخ قانون اصلاح ماده ۲۴۴ و ماده ۲۴۹ قانون مجازات عمومی مصوب ۱۳۱۰ باز می‌گردد.

#### مفهوم رقابت

مفهوم رقابت در تجارت، مسابقه اشخاص متعدد جهت رسیدن به هدف واحد به واسطه محدودیت منابع است، اما در اقتصاد، رقابت حالتی است که در بازار، شمار نامحدودی از تجار نتوانند کالا و خدمات به اندازه‌ای عرضه یا تقاضا کنند که در قیمت بازار مؤثر افتد. در این حالت، با شمار بالای فروشندگان و عرضه‌کنندگان کالا و خدمات مشابه، فروشندگان اضافی، برای ورود به بازار، آزاد هستند. زیربنای رقابت اصالت دادن به تعقیب منافع شخصی به وسیله‌ی افراد است که شعار اصلی اقتصاددانان کلاسیک و نئوکلاسیک بود در این معنا، رقابت از مهم‌ترین عناصر

مبنایی بازار است. بر این اساس، قواعد حقوق رقابت به معنای قواعد کنترل اعمال ضد رقابتی و حفظ آزادی بازار می‌باشد (فرهنگ، منوچهر، ۱۳۹۱: ۳۷۱).

### مفهوم رقابت غیر منصفانه یا مکارانه یا نا مشروع

مفهوم «رقابت غیر منصفانه» در این قسمت به از لحاظ لغوی و اصطلاحی بررسی می‌شود.

#### مفهوم لغوی

«رقابت غیر منصفانه» ترکیبی وصفی است، که از دو عنوان «رقابت» و «غیر منصفانه» تشکیل شده است. مفهوم لغوی «رقابت» اسم مصدر کلمه «رقابه» با ریشه عربی و به معنای نگرهبانی کردن، تلاش برای پیشی گرفتن بر یکدیگر (معین، ۱۳۹۲: ۱۶۶۶) و در معنی مجازی، با کسی هم رتبه شدن در انجام کاری آمده است. این لفظ در معنی لاتین خود «با هم تلاش کردن» یعنی شرکت کردن رقبا در یک مسابقه واحد با شرایط مشابه می‌باشد. سایر معادل‌های واژه انگلیسی مزبور عبارتند از: کشمکش، هم گردنی، هم چشمی، مبارزه مسابقه. همچنین به معنای رقبا و حریفان نیز به کار رفته است (حق شناس، سامعی و انتخابی، ۱۳۹۰: ۲۷۴).

«غیر منصفانه» نیز به معنی ناعادلانه است. در حقیقت کلمه «منصفانه» به معنی از روی عدل و انصاف با ادات سلب «غیر» ترکیب شده است (معین، ۱۳۹۰: ۴۳۹۵).

#### مفهوم اصطلاحی

عده‌ای از کارشناسان معادل‌هایی همچون «رقابت مکارانه»، «رقابت مخرب» و «رقابت نامشروع» را معادل رقابت غیر منصفانه می‌دانند. زمانی رفتارهای رقابتی چهره‌ای غیر منصفانه به خود می‌گیرد که فروشنده یا تولیدکننده، تلاش کند بدون آنکه بر دستاوردهای خود بر حسب کیفیت و قیمت کالا و خدمات تکیه کند، از دستاوردهای دیگران استفاده کند یا بر مشتریان با اظهارات غلط یا گمراه کننده اثر بگذارد. اعمال مشخصی در حوزه علایم تجاری وجود دارند که به عنوان رقابت غیر منصفانه شناخته شده‌اند (اعمالی مانند ایجاد اشتباه، استفاده از علایم گمراه کننده و....) (موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۸۰: ۲۵).

رقابت غیر منصفانه اصطلاحی است که به طور کلی درباره تمام رقابت‌های نادرست یا فریب‌آمیز در تجارت کاربرد دارد، ولی به طور اخص، در دادگاه انصاف در خصوص تلاش برای جایگزین کردن کالاها یا محصولات خود در بازار با کالاها و محصولات‌های دیگر کاربرد دارد. رقابت غیرمنصفانه، تصرف غیرقانونی اعتبار، نام یا حسن شهرت یک شخص یا شرکت است، به طوری که باعث اشتباه شدن با محصولات دیگری شود یا عموم مردم را نسبت به مبدأ یا منشأ محصول گمراه کند. البته تبیین مفهوم رویه‌های غیرمنصفانه به طور دقیق تاحدی دشوار است و باید در قوانین ملی هر کشور تعریف شود (باقری و بابایی، ۱۳۹۰: ۸۹).

رقابت غیر منصفانه تجاری در قوانین ایران تصریح نشده است، اما تنها موردی که قابل ذکر است استناد به بند الف ماده ۲۴۴ قانون مجازات عمومی مصوب ۱۳۰۴ کمیسیون عدلیه مجلس شورای ملی است که رقابت مکارانه را ممنوع کرده و مرتکب آن به حبس جنحه‌ای از سه ماه تا شش ماه و به مجازات نقدی از صد تا پانصد تومان و یا به یکی از مجازات‌های موصوف محکوم می‌شود. در ماده‌ی مذکور رقابت‌مکارانه به این ترتیب تعریف شده است: «رقابت‌مکارانه عبارت است از اینکه تاجر برای انصراف مردم از خرید یا استعمال متاعی مشابه متاع خود به وسیله‌ی اسباب چینی یا نسبت‌های کذب یا به طور کلی به هر وسیله متقلبانه دیگر متوسل شده و به طور مستقیم تلویحا یا تصریحا درصدد معیوب و یا نامرغوب جلوه دادن آن متاع برآید» (معین، ۱۳۹۲: ۱۵).

### رابطه قاعده منع رقابت غیر منصفانه و حقوق رقابت

در دو قرن گذشته، اجرای تئوری تجارت آزاد و تنوع فعالیت‌های اقتصادی باعث گسترش رقابت در حوزه‌های مختلف گردید. به تبع گسترش رقابت آزاد، دامنه رقابت غیر منصفانه نیز گسترده‌تر شد و بسیاری از تجار، به شیوه‌های فریبکارانه و متقلبانه به استفاده از حسن شهرت و اعتباری که سایر تجار به وسیله صرف وقت و هزینه بسیار کسب کرده بودند، پرداختند. به طوری که قانون‌گذاران کشورهای مختلف و حتی جامعه بین‌المللی را بر آن داشتند تا مقرراتی برای حمایت از تجار در برابر رقابت غیر منصفانه مقرر نمایند. در این میان یکی از حوزه‌های تجاری که

در قرن اخیر به سرعت رشد یافت، بحث مربوط به مالکیت فکری بود، اگر چه بر اساس حق انحصاری کسب شده توسط مالک یک حق فکری، از دستاورد او حمایت می‌شود، اما این حمایت محدود به شرایط و زمان خاصی است (تهرانی، بی تا: ۷۸). در حالی که یک علامت تجاری برای به دست آوردن حسن شهرت خود نیاز به صرف زمان و هزینه بسیار دارد، استفاده از اعتبار یک علامت دارای حسن شهرت علاوه بر اینکه باعث به دست آوردن سودی نامشروع برای رقیب می‌گردد، معمولاً به دلیل کیفیت پایین آن به علامت اصلی صدمات جبران ناپذیری وارد می‌کند. به نظر می‌رسد از علایم تجاری از هر دو روش حمایت بر اساس حقوق ویژه مالکیت فکری و حمایت براساس حقوق منع رقابت غیر منصفانه می‌توان حمایت کرد. علایمی که شرایط حمایتی براساس حقوق ویژه را ندارند، مثلاً به ثبت نرسیده‌اند، صرفاً از طریق حقوق منع رقابت غیرمنصفانه حمایت می‌شوند و علایمی که به ثبت رسیده‌اند توانایی بهره‌برداری از هر دو حمایت را دارند، اما ممکن است برخورد دادگاهها با این موضوع کمی سخت‌گیرانه باشد، زیرا حمایت همزمان ممکن است تعادل حقوق مالکیت فکری و حقوق رقابت را از بین ببرد (اسلامی، ۱۳۹۲: ۳۲).

برای بهره‌برداری کارآمدتر از اقتصاد بازار، حقوق رقابت به دنبال حفاظت از آزادی رقابت به وسیله کنار گذاشتن محدودیت‌های تجارت و سوء استفاده‌های قدرت‌های اقتصادی است، در حالی که هدف حقوق رقابت غیر منصفانه تضمین عدالت در رقابت با اجبار تمامی شرکا به ایفا نقش براساس قواعد مرتبط می‌باشد. کشورهای رقابت که نظام اقتصاد بازار دارند، نیاز به حقوق رقابت نیز دارند، ولی نمی‌توانند تنها بر آن تکیه کنند تا به وسیله آن عادلانه بودن رقابت را به عنوان یک تاثیر جانبی تضمین کنند.

اهمیت ضمانت اجرای حمایت در برابر رقابت غیر منصفانه با خود حقوق منع رقابت غیر منصفانه برابری می‌کند. زیرا چنین حمایتی بدون ضمانت اجرای مناسب برای توقف نقض، جلوگیری از ضرر یا ضررهای آینده و شاید برای گرفتن جبران خسارت برای ضرر، بیهوده خواهد بود. جبران خسارت در تمام کشورها وجود دارد. این جبران خسارت غالباً یک خسارت مادی است. اما در برخی موارد مثل انتشار



اظهارات افترا آمیز یا نقض حقوق تبلیغاتی علاوه بر خسارت مادی، ممکن است خسارت معنوی نیز وارد شده باشد (معین، ۱۳۹۰: ۶۵).

معمول ترین خسارت، از دست دادن منفعت است. اگر چه در خصوص دریافت این نوع خسارت در حقوق ایران بحث فراوان است، اما در اکثر کشورها این نوع خسارت از وارد کننده زیان دریافت می شود. علاوه بر این، بر اساس قاعده دارا شدن ناعادلانه نیز می توان سود به دست آمده را از خواننده دریافت نمود.

اولین اقدام معمول در دعوی رقابت غیر منصفانه، گرفتن دستور موقت و منع خواننده از استفاده از علامت مجعول است؛ در برخی از کشورها، ضمانت اجرای دیگری که برای حمایت وجود دارد، انتشار حکم در روزنامه با یک نامه معذرت خواهی یا تبلیغات اصلاح کننده است (همان: ۷۵).

در اغلب کشورها در کنار ضمانت اجراهای مدنی، ضمانت اجراهای کیفری نیز برای برخی از اعمال خاص غیرمنصفانه وجود دارد؛ این ضمانت اجراهای کیفری، اغلب برای پرونده های جدی و خطرناک اعمال غیر منصفانه ایجاد شده اند؛ علاوه بر این، در محدوده های خاصی از حمایت از مصرف کننده مثل استفاده گمراه کننده از علائم، به خصوص در قسمت نوشیدنی ها و غذاها، این ضمانت اجراها کاربرد دارند. این ضمانت اجراها اغلب از جریمه نقدی، بدون تعیین قانونی حداکثر خاص، تا حبس برای حداکثر دو تا سه سال می باشند. البته در جایی که ضمانت اجرای مدنی بتواند یک نقش موثر و سریع داشته باشند، معمولاً ضمانت اجرای کیفی نقش مهمی ندارد (باقری و بابایی، ۱۳۹۰: ۷۸).

پیچیدگی تجارت از طرفی و ورود حوزه های جدید رقابتی از طرف دیگر، باعث شده است که اکثریت کشورها به ارائه یک تعریف کلی از نهاد حقوق منع رقابت غیرمنصفانه اکتفا کنند. ماده ۱۰ مکرر کنوانسیون پاریس، یک تعریف کلی ارائه داده است که الگوی قانون گذاری بسیاری از کشورهای جهان بوده است؛ براساس این تعریف «هر رقابتی که بر خلاف معمول شرافتمندانه صنعت یا تجارت انجام گیرد، یک رقابت غیر منصفانه است».

همان‌طور که عنوان شد در عمل، بیشترین حوزه حمایت در برابر رقابت غیر منصفانه، در خصوص حمایت از علائم تجاری ثبت نشده و علایمی که تحت حقوق ویژه مالکیت فکری حمایت نمی‌شوند می‌باشد؛ یک علامت برای این که بتواند بر اساس حقوق منع رقابت غیر منصفانه حمایت شود، علاوه بر این که باید قدرت تمایز دهندگی داشته باشد، باید مشهور و معروف نیز باشد و عمل غیر منصفانه باعث ورود خسارت شده باشد یا احتمال ورود ضرر وجود داشته باشد. در این صورت اعمال این حقوق با اصل آزادی تجارت نیز برخورد نمی‌کند و صرفاً تضمین‌کننده رقابت سالم در جامعه می‌باشد (سماواتی، ۱۳۹۰: ۸۱).

با فراسرزمینی شدن تجارت و گسترش روز افزون آن در سطح بین‌المللی، حمایت در سطح بین‌المللی نیز یکی از ضرورت‌های تجارت آزاد گردید. در این زمان کشورها، از نقض حقوق تجار خود در تجارت خارجی شکایت داشتند، به همین دلیل علاوه بر این که دارای تفاوت‌های اساسی در مورد نحوه حمایت در برابر اعمال تجاری غیر منصفانه بودند، اما نیاز به یک حمایت جامع، کشورها را مجبور به پذیرش یک راه حل مشترک نمود. این اتحاد موجب ایجاد ماده ۱۰ مکرر کنوانسیون پاریس گردید (همان: ۸۱).

### قواعد حمایت در برابر رقابت غیر منصفانه

در برابر، رقابت غیر منصفانه ناظر به موضوعات متفاوتی باشد. حسب ماده ۱۰ مکرر کنوانسیون پاریس، قوانین ملی و رویه قضایی، این اصطلاح به طیف گسترده‌ای از رویه‌های تجاری غیر عادلانه همانند تبلیغات فریبنده، جا زدن، هر نوع اقدام به منظور دسترسی و بهره‌برداری از اسرار تجاری رقبا، مداخله در هر نوع روابط قراردادی رقبا نظیر قرارداد توزیع، روابط با مشتری یا کارگری و کارفرمایی، بدگویی از رقبا، رویه‌های متجاوزانه، فروش زیر قیمت تبعیض، بایکوت، فشار روانی برای خرید یا «تشویق اغراق آمیز»، تحریک کردن خدمه یا عاملان رقیب به پایان دادن قرارداد همکای، شبهه افکنی، بی‌اعتبار سازی رقبا و گمراه کردن و حمایت در برابر «سوء اظهارات»، دروغ‌گویی زیانبار و افترای تجاری اطلاق می‌گردد (اولریچ، ۲۰۱۵: ۳).

### مبانی قواعد حمایت در برابر رقابت غیر منصفانه

بررسی دکترین و آرای محاکم نشان می‌دهد که مبانی اولیه قواعد ناظر به رقابت غیر منصفانه از طریق شناسایی مفهوم جا زدن کالا و خدمات به جای کالا و خدمات رقیب و یا یا اظهار خلاف واقع در جریان تجارت توسط یک تاجر به نحوی که منجر به لطمه به حسن شهرت و اعتبار دیگری گردد تکامل یافته است. مؤلفه‌های سه‌گانه کلاسیک دعوای جا زدن به عنوان نمونه حسن شهرت و یا اعتبار تجاری، اظهارات و یا اعمال خلاف واقع و ورود ضرر تعیین شده است (دیویس، ۲۰۱۲: ۱۵۶).

از آنجا که احصاء تمامی مصادیق و روش‌های ممکن برای اظهارات ناروا و طبقه‌بندی آن غیر ممکن بوده است، دادگاه‌ها نهاد "جا زدن" را به گونه‌ای تعمیم داده‌اند تا وضعیت‌هایی فراتر از ماهیت محدود اظهارات ناروای توصیف شده در فوق را در بر بگیرد. همچنین، بدلیل عدم شناسایی یک قاعده عام مبنی بر مسئولیت مدنی بدلیل ارتکاب رقابت غیرمنصفانه، قواعد مربوط به جا زدن به عنصر مهمی در پیشگیری از برخی اشکال رقابت غیرمنصفانه تبدیل شده است. البته بحث‌های مستمری در خصوص میزان بسط این نهاد و توانایی آن در جبران فقدان قاعده کلی رقابت غیر منصفانه وجود داشته است به نحوی که حتی در چندین پرونده مستندا به اصل آزادی رقابت با این توسعه مخالفت شده است. در برابر، برخی از حقوقدان مبنای این قواعد را دارا شدن ناروا که الگویی جذاب برای حقوق رقابت غیرمنصفانه به نظر می‌رسد، پیشنهاد داده‌اند (کاپرمن و سندرز، ۲۰۱۴: ۹۲).

### جایگاه رقابت غیرمنصفانه در حقوق ایران

سابقا در قانون مجازات عمومی اصلاحی ۱۳۱۰ برای نخستین بار در نظام حقوقی ایران از رقابت غیر منصفانه با عنوان «رقابت مکارانه» یاد شده بود و ماده ۲۶۶ (بند الف) آن قانون چنین مقرر می‌کرد: «رقابت مکارانه ممنوع و مرتکب به حبس تأدیبی از سه ماه تا شش ماه و به مجازات نقدی از صد تا پانصد تومان و یا به یکی از این دو مجازات محکوم خواهد شد. رقابت مکارانه عبارت است از این که تاجری برای انصراف مردم از خرید یا استعمال متاعی مشابه متاع خود به وسیله اسباب چینی یا نسبت‌های کاذب یا به طور کلی به هر وسیله متقلبانه دیگر متوسل شده و به

طور مستقیم یا غیر مستقیم تلویحا یا تصریحا در صدد معیوب یا نامرغوب جلوه دادن آن متاع برآید». با این حال، قانون مجازات عمومی با لازم‌الاجرا شدن قانون مجازات اسلامی منسوخ شده و اگر چه، عقیده مخالفی نیز وجود دارد اما ماده فوق امروزه جایی در نظام حقوقی کشور ندارد (غفاری، ۱۳۹۲: ۱۷).

با این همه، رویه‌های رقابت غیر منصفانه در قوانین دیگری پیش‌بینی شده است. گفته شد که یکی از مصادیق بارز این رویه‌های تجاری، نقض حقوق انحصاری ناشی از مالکیت‌های صنعتی رقیب است. این موضوع در قانون ثبت اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری مصوب ۱۳۸۶ پیش‌بینی شده است. در این قانون استفاده غیر مجاز از اختراع، طرح صنعتی، علامت تجاری ثبت شده و نام تجاری بنگاه دیگر ممنوع و متخلف علاوه بر جبران خسارات وارده به ذی‌حق به مجازات جزای نقدی و حتی حبس محکوم خواهد شد.

مصادق دیگری از رقابت‌های غیر منصفانه، دامپینگ می‌باشد که در این خصوص، تصویب نامه‌ای به شماره ۷۷۲۱۹/ت ۳۲۶۵۶-ه با عنوان تصویب نامه در مورد پیش‌بینی تدابیر و اقدام‌های حفاظتی، جبرانی و ضد دامپینگ برای حمایت از تولیدکنندگان داخلی، در تاریخ ۱۹/۵/۱۳۸۶ به تصویب هیات وزیران رسیده است. در این مصوبه، رسیدگی به موضوع دامپینگ بر عهده کار گروهی متشکل از نمایندگان وزارتخانه‌های صنعت، معدن و تجارت (بازرگانی و صنایع و معادن سابق)، امور خارجه، جهاد کشاورزی، تعاون و گمرک جمهوری اسلامی ایران، اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران و اتاق تعاون قرار گرفته است که در صورت تشخیص وقوع آن می‌تواند به اقدامات موقت و حفاظتی مبادرت بورزد (غفاری، همان: ۱۷).

نماینده وزارت صنعت، معدن و تجارت در سطح معاون وزیر، ریاست کارگروه را بر عهده دارد و نمایندگان سایر دستگاه‌ها در سطح مدیر کل در جلسه شرکت خواهند نمود. دبیر خانه این کارگروه در محل سازمان توسعه تجارت ایر آن مستقر می‌باشد و تصمیمات آن پس از تصویب وزیران عضو کمیسیون ماده (۱) آیین‌نامه اجرایی قانون مقررات صادرات و واردات اجرایی خواهد شد. بدین ترتیب، اولاً باید خاطر نشان کرد که مبارزه موثر با دامپینگ نیاز به وضع قانون در مجلس شورای اسلامی

دارد؛ ثانيا حضور کار گروه صرفا در پایتخت و تشریفات تشکیل جلسه و اجرای تصمیمات آن موجب شده تا چندان برای فعالان بازار داخلی و متضررین حقیقی دامپینگ شناخته شده نباشد و نقش بسزایی نیز در این زمینه ایفا نکند؛ ثالثا ضعیف بودن ضمانت الاجراهای پیش‌بینی شده موجب خواهد شد تا باز دارندگی لازم جهت خود دارای از ارتکاب آن وجود نداشته باشد. از همین رو، نیاز به وضع قانونی موثر در این زمینه احساس می‌شود (غفاری، ۱۳۹۲: ۱۸).

سایر مصادیق رقابت غیرمنصفانه در ماده ۴۵ قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی مصوب ۱۳۸۶ مجلس شورای اسلامی مورد اشاره قرار گرفته‌اند. به موجب این مقرر طولانی: اعمال ذیل که منجر به اخلاف در رقابت می‌شود، ممنوع است:

الف - احتکار و استتکاف از معامله

۱) استتکاف فردی با جمعی از انجام معامله و یا محدود کردن مقدار کالا یا خدمت موضوع معامله

۲) وادار کردن اشخاص دیگر به استتکاف از معامله و یا محدود کردن معاملات آنها با رقیب

۳) ذخیره یا نابود کردن کالا یا امتناع از فروش آن و نیز امتناع از ارائه‌ی خدمت به نحوی که این ذخیره‌سازی، اقدام یا امتناع منجر به بالا رفتن ساختگی قیمت کالا یا خدمت در بازار شود، اعم از این که به طور مستقیم یا با واسطه انجام گیرد (همان: ۱۸).

ب- قیمت‌گذاری تبعیض‌آمیز

عرضه یا تقاضای کالا یا خدمت مشابه به قیمت‌هایی که حاکی از تبعیض بین دو یا چند طرف معامله و یا تبعیض قیمت بین مناطق مختلف به رغم یکسان بودن شرایط معامله و هزینه‌های حمل و سایر هزینه‌های جانبی آن باشد.

ج- تبعیض در شرایط معامله

قلیل شدن شرایط تبعیض‌آمیز در معامله با اشخاص مختلف در وضعیت یکسان.

د- قیمت‌گذاری تهاجمی

۱) عرضه کالا یا خدمت به قیمتی پایین‌تر از هزینه‌ی تمام شده‌ی آن به نحوی که لطمه‌ی جدی به دیگران وارد کند یا مانع ورود افراد جدید به بازار شود.  
 ۲) ارایه‌ی هدیه، جایزه، تخفیف یا امثال آن که موجب وارد شدن لطمه‌ی جدی به دیگران شود (غفاری، ۱۳۹۲: ۱۹).

تبصره: تشخیص لطمه‌ی جدی، بر عهده‌ی شورای رقابت است.  
 ه- اظهارات گمراه کننده

هر اظهار شفاهی، کتبی یا عملی که :

۱) کالا یا خدمت را به صورت غیر واقعی با کیفیت، مقدار، درجه، وصف، مدل یا استاندارد خاص نشان دهد و یا کالا و یا خدمت رقبا را نازل جلوه دهد.  
 ۲) کالای تجدید ساخت شده با دست دوم، تعمیرت یا کهنه را نو معرفی کند.  
 ۳) وجود خدمات پس از فروش، ضمانت نامه‌ی تعهد به تعویض، نگهداری، تعمیر کالا یا هر قسمتی از آن و یا تکرار یا تداوم خدمت تا حصول نتیجه‌ی معین را القا کند، در حالی که چنین امکاناتی وجود نداشته باشد (همان: ۲۵).  
 ۴) اشخاص را از حیث قیمت کالا یا خدمتی که فروخته یا ارایه شده است یا می‌شود فریب دهد.

و- فروش یا خرید اجباری

۱) منوط کردن فروش یک کالا یا خدمت به خرید کالا یا خدمت دیگر و بالعکس.  
 ۲) وادار کردن طرف مقابل به معامله با شخص ثالث به صورتی که اتمام معامله به عرضه یا تقاضای کالا یا خدمت دیگری ارتباط داده شود.  
 ۳) معامله با طرف مقابل با این شرط که طرف مذکور از انجام معامله با رقیب امتناع ورزد.

ز- عرضه کالا یا خدمت غیر استاندارد

عرضه کالا و یا خدمت مغایر با استانداردهای اجباری اعلام شده توسط مراجع ذی‌صلاح از جمله راجع به کار برد، ترکیب، کیفیت، محتویات، طراحی، ساخت، تکمیل یا بسته‌بندی (الکساندر، ۲۰۱۴: ۲۵).

ح- مداخله در امور داخلی و یا معاملات بنگاه یا شرکت رقیب

ترغیب، تحریک و یا وادار ساختن یک یا چند سهامدار، صاحب سرمایه، مدیر یا کارکنان یک بنگاه و یا شرکت رقیب از طریق اعمال حق رای، انتقال سهام، افشای اسرار، مداخله در معاملات بنگاه‌ها و یا شرکت‌ها یا روش‌های مشابه دیگر به انجام اعمالی که به ضرر رقیب باشد.

ط - سوء استفاده از وضعیت اقتصادی مسلط

سوء استفاده از وضعیت اقتصادی مسلط به یکی از روش‌های زیر:

۱- تعیین، حفظ و یا تغییر قیمت یک کالا یا خدمت به صورت غیر متعارف.

۲- تحمیل شرایط قراردادی غیر منصفانه

۳- تحدید مقدار عرضه و یا تقاضا به منظور افزایش و یا کاهش قیمت بازار (غفاری، ۱۳۹۲: ۲۰).

۴- ایجاد مانع به منظور مشکل کردن ورود رقبای جدید یا حذف بنگاه‌ها با شرکت‌های رقیب در یک فعالیت خاص

۵- مشروط کردن قراردادها به پذیرش شرایطی که از نظر ماهیتی یا عرف تجاری، ارتباطی با موضوع چنین قراردادهایی نداشته باشد.

۶- تملک سرمایه و سهام شرکت‌ها به صورتی که منجر به اخلال در رقابت شود.

ی- محدود کردن قیمت فروش مجدد

مشروط کردن عرضه کالا یا خدمت به خریدار به پذیرش شرایط زیر:

۱- اجبار خریدار به قبول قیمت فروش تعیین شده یا محدود کردن وی در تعیین قیمت فروش به هر شکلی.

۲- مقید کردن خریدار به حفظ قیمت فروش یا خدمتی معین، برای بنگاه یا شرکتی که از او کالا یا خدمت خریداری می‌کند یا محدود کردن بنگاه یا شرکت مزبور در تعیین قیمت به هر شکلی (گرهارد، ۲۰۱۲: ۲۹).

ک - کسب غیر مجاز، سوء استفاده از اطلاعات و موقعیت اشخاص.

۱- کسب و بهره‌برداری غیر مجاز از هرگونه اطلاعات داخلی رقبا در زمینه‌ی تجاری، مالی، فنی و نظایر آن به نفع خود با اشخاص ثالث.

۲- کسب و بهره‌برداری غیر مجاز از اطلاعات و تصمیمات مراجع رسمی، قبل از افشا یا اعلان عمومی آنها و یا کتمان آنها به نفع خود یا اشخاص ثالث.

۳- سوء استفاده از موقعیت اشخاص به نفع خود یا اشخاص ثالث (گرهارد، ۲۰۱۲: ۴۰).

همان‌گونه که ملاحظه می‌شود، برخی از رویه‌های رقابت غیرمنصفانه همانند اظهارات گمراه کننده (بند ه)، مداخله در امور داخلی و یا معاملات بنگاه یا شرکت رقیب (بند ح) و کسب غیر مجاز، سوء استفاده از اطلاعات و موقعیت اشخاص (بند ک) در مقرر مزبور پیش‌بینی و ممنوع اعلام گردیده‌اند. اما نکته حایز توجه آن است که این موارد در ذیل عنوان فصل نهم قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی مورد اشاره قرار گرفته‌اند که این فصل تحت عنوان «تسهیل رقابت و منع انحصار» به بیان مقررات حقوق رقابت اختصاص یافته است. به همین دلیل هم در صدر ماده و ماده قبل از آن قانون‌گذار از «اخلال در رقابت» سخن به میان می‌آورد. با این حال، اعمال مندرج بناهات فوق ارتباطی با موضوعات مطرح در حقوق رقابت و اهداف آن ندارند. از همین رو نیز ممنوعیت آنها نباید منوط به اخلال در رقابت باشد. بلکه این اعمال به لحاظ فریبکارانه یا غیر منصفانه بودن ذاتاً ممنوع می‌باشند و ممنوعیت آنها مقید به امر دیگری از جمله اخلال در رقابت نیست (غفاری، ۱۳۹۲: ۲۲).

برای مثال، اگر اظهارات خلاف واقع را در نظر بگیریم:

اولاً: هر چند این‌گونه اظهارات به طور مورد فراوان در بازار رخ می‌دهند اما بسیار بعید و دور از واقعیت است که به رقابت صدمه وارد آورند. چرا که موقعیتی که بنگاه فریب کار در نتیجه‌ی آنها به دست می‌آورد کاملاً موقتی، ناپایدار و شکننده است. بنگاه‌های دیگر و مراجع اطلاع رسانی به مردم بیکار نمی‌نشینند تا بنگاه مزبور با اخراج آنها از بازار به انحصار یا متمرکز کردن سهام بازار در دستان خود بپردازد. با افشاگری رسانه‌ها یا اشخاص ذی نفع و بر ملا شدن دغل کاری او به زودی مجبور به ترک بازار می‌شود. بنابراین، هر چند ممکن است سودهای سر شار و ناروایی را به جیب بزند اما غیر محتمل است که اعمال موقت او تهدیدی جدی علیه رقابت



به حساب آید. بر این اساس، مقابله با آن باید موضوع قوانین دیگری باشد و نه موضوع قوانین مبارزه با اعمال ضد رقابتی (همان: ۲۳).

ثانیاً: ممنوعیت عمل مزبور از جانب هر شخص که باشد چه بنگاه یا غیر آن به لحاظ غیر اخلاقی و فریب‌آمیز بودن - روشن و بدیهی است اعم از آن که در محیط بازار موجب اخلال در رقابت نیز بشود یا خیر. مقید کردن ممنوعیت اظهارات گمراه کننده در ماده‌ی ۴۵ به این که مخل رقابت باشند، خطر پدید آمدن این تصور نادرست را در پی دارد که ارتکاب این عمل در صورتی که به اخلال در رقابت (به مفهوم بند ۲۰ ماده ۱ قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴) نینجامد، مجاز و مشروع خواهد بود. به عبارت دیگر، اعمالی را می‌توان به علت اخلاقی که در رقابت پدید می‌آوردند، ممنوع دانست که بما هو ذاته و فی نفسه یا به علت دیگری نامشروع نباشند. با این اوصاف، اعمال مندرج در بندهای (ه)، (ح) و (ک) ممنوعیت ذاتی دارند و از مصادیق رقابت غیر منصفانه می‌باشند که نباید غیر مجاز بودنشان را مشروط به اثبات مختل شدن رقابت در نتیجه‌ی آنها دانست (۴۷: ۲۰۱۳، پرممانت). در واقع، با توجه به این که در زمان تصویب قانون فوق از یک سو، چون قانون جامعی راجع به رقابت غیر منصفانه در نظام حقوقی کشور وجود نداشت و از سوی دیگر نیز، قانون حمایت از مصرف‌کنندگان با وجود گذشت نزدیک به ۱۰ سال از طرح آن، صورت قانونی به خود نگرفته و در رفت و آمد میان مجلس و شورای نگهبان بود، گویا قانون‌گذار ما فصل نهم قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ را فرصت مغتنمی برای ذکر تو امان مصادیق رویه‌های ضد رقابتی و رقابت غیر منصفانه و خلط آنها با یکدیگر یافته بود. غافل از این که این دو موضوع علیرغم ارتباط فراوان، اختلافات چشمگیری با هم دارند که تمهید نظام حقوقی متفاوتی را برای هر یک ایجاب می‌کند.

بررسی ویرایش‌های قبلی فصل مزبور، این نتیجه را تایید می‌کند: در ویرایش نخست لایحه‌ی جامع تسهیل رقابت و کنترل و جلوگیری از شکل‌گیری انحصارات تهیه شده در دفتر وزارت بازرگانی مطالعات اقتصادی - اردیبهشت ۸۳) عنوان بخش دوم "شیوه‌های تجاری غیر منصفانه" بود و ماده‌ی آغازین این بخش (ماده‌ی ۴) بیان

می‌نمود: «شیوه‌های تجاری غیر منصفانه شامل موارد زیر است...» مصادیق برشمرده شده در این ماده، عمدتاً در ماده‌ی ۴۵ قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ آورده شدند (غفاری، ۱۳۹۲: ۶۵).

همان‌گونه که ملاحظه می‌شود قصد تدوین‌کنندگان لایحه مزبور، تهیه‌ی فهرست جامعی از رویه‌های رقابت غیر منصفانه بوده است و به همین دلیل، ممنوعیت‌های ذکر شده محدود به اعمال ضد رقابتی نشده بود، به ویژه آن که ماده‌ی ۱ این پیش‌نویس نیز از جمله اهداف آن را در «منع رفتارهای ضد رقابتی و اعمال بازرگانی غیرمنصفانه و جلوگیری از تمرکز بیش از حد اقتصادی» می‌دانست. با این حال، ممنوعیت اعمال مندرج در ماده می‌۴ فوق‌الذکر که به ماده‌ی ۵ ویرایش پنجم لایحه (و متن مصوب هیات وزیران) منتقل گردیده بودند، مقید به ضد رقابتی بودن شد. مقرره‌ی اخیر اظهار می‌داشت: «رویه‌های تجاری غیر منصفانه شامل موارد زیر بوده و اعمال آنها در صورتی که منجر به اخلال در رقابت شود، ممنوع است...» در هر حال، عبارت فوق با اندک تغییری در متن قانون مصوب مجلس در سال ۸۶ (صدر ماده‌ی ۴۵) آورده شد:

«اعمال بازرگانی غیر منصفانه‌ی ذیل که منجر به اخلال در رقابت می‌شود، ممنوع است...» نهایتاً قید اعمال بازرگانی غیر منصفانه در قانون مصوب مجمع تشخیص مصلحت حذف گردید. متأسفانه با وجود بازنگری‌های متعدد در مراجع مختلف، به اشکال اصلی ماده‌ی ۴۵ توجهی گردید و تنها به تغییرات سطحی و گاه ناشیانه‌ای مبادرت ورزیده شد (ریتو، ۲۰۱۴: ۳۴).

علاوه بر این، از آن جا که بنگاه‌های خرده فروش به حکم ماده ۵۰ قانون مذکور از شمول مقررات فصل نهم خارج و از الزامات آن از جمله ماده ۴۵ معافند گویا که قانون‌گذار ارتکاب اظهارات خلاف واقع، مداخله غیر مجاز در امور دیگر بنگاه‌ها و کسب غیر مجاز توسط آنها را مجاز دانسته است.

انتقاد دیگری که به این وضع وارد می‌باشد آن است رسیدگی و تشخیص رویه‌های رقابت غیر منصفانه مندرج در ماده ۴۵ قانون مورد بحث در حالی که این امر ماهیتی قضایی داشته و به دور از پیچیدگی‌ها و ملاحظات اقتصادی است به حکم ماده ۹۲

بر عهده شورای دراز و طولیل رقابت قرار گرفته است. این شورا متشکل از ۱۵ عضو می‌باشد و ایده زیربنایی طراحی آن، حفظ رقابت و کشف رویه‌های ضدرقابتی است و نه رویه‌های رقابت غیر منصفانه (غفاری، ۱۳۹۲: ۱۰).

این امر به نوبه خود موجب خواهد شد تا اولاً متضررین از رویه‌های اخیر دسترسی آسانی به مرجع ذیصلاح نداشته باشند و ثانیاً رویه‌های مذکور به سهولت کشف و با سرعت با آنها برخورد نشود. لازم به ذکر است شورا می‌تواند مرتکبین این اعمال را حسب ماده ۶۱ از جمله به ده میلیون تا یک میلیارد ریال جریمه نقدی محکوم کند (همان: ۲۲).

### نتیجه‌گیری

از مجموع مطالبی که در این مقاله مورد بررسی و مطالعه قرار گرفتند. یافته‌های ذیل قابل استنباط می‌باشند:

- ۱- حقوق رقابت غیر منصفانه و حقوق رقابت اگر چه، ارتباط نزدیکی داشته به نحوی که در خصوص دسته‌ای از رویه‌های تجارت با یکدیگر همپوشانی دارند اما تفاوت‌های بارز نیز میان آنها وجود دارد و نباید آنها را یکی پنداشت. این وجوه افتراق را می‌توان به خوبی در مبانی، اهداف و موضوعات مشاهده کرد.
- ۲- رویه‌های مبتنی بر رقابت غیر منصفانه را در حقوق ایران عمدتاً می‌توان در سه متن قانونی یافت:

أ: قانون ثبت اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری مصوب ۱۳۸۶: بر اساس این قانون، استفاده غیر مجاز از اختراع، طرح صنعتی، علامت تجاری ثبت شده و نام تجاری بنگاه دیگر ممنوع و متخلف به ضمانت اجراهای مدنی و کیفری محکوم خواهد شد. لازم به ذکر است که قانون مزبور علاوه بر آن که ضمانت اجراهای کیفری خفیفی پیش‌بینی کرده، به صورت آزمایشی وضع شده است و مدت اعتبار آن در اردیبهشت ماه سال آینده به پایان می‌رسد.

ب: «تصویب‌نامه در مورد پیش‌بینی تدابیر و اقدامهای حفاظتی، جبرانی و ضد دامپینگ برات حمایت از تولیدکنندگان داخلی» مصوب ۱۳۸۶/۵/۱۶ هیات وزیران

: این مصوبه باید در قالب قانون به تصویب مجلس برسد و ضمانت اجرای موثر نیز اعم از کیفری، مدنی و گمرکی برای مقابله با دامپینگ پیش‌بینی نماید.

ت. ماده ۴۵ قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی.

۳- متاسفانه علیرغم تفاوت‌های ماهوی و تکنیکی مشهود میان رویه‌های تجاری موضوع حقوق رقابت غیرمنصفانه و حقوق رقابت، قانون‌گذار در ماده اخیرالذکر میان این دو خط کرده و هر دو را تابع رژیم حقوقی واحدی قرار داده است. این امر اشکالات متعددی را در تشخیص و مقابله با رقابت‌های غیر منصفانه و ناسالم پدید آورده است. از همین رو، اصلاح این ماده ضرورتی اجتناب‌ناپذیر یافته است.

۴- پیشنهاد می‌شود رویه‌های رقابت غیر منصفانه همانند برخی دیگر از نقاط جهان (همانند اتحادیه اروپا، آلمان، سوئیس و بعضی از ایالات آمریکا) در قالب لایحه‌ای جامع و منسجم تدوین و جهت وضع قانونی مستقل در این خصوص با پیش‌بینی ضمانت اجرای موثر و متناسب به مجلس تقدیم شود.

## منابع و مأخذ

- غفاری، بهنام، (۱۳۹۲)، تمایز حقوق رقابت غیرمنصفانه از حقوق رقابت و جایگاه آن در نظام حقوقی ایران
- شیروی، عبدالحسین، (۱۳۹۳)، حقوق تطبیقی، تهران، سمت
- شیروی، عبدالحسین، (۱۳۹۴)، حقوق تجارت بین‌الملل، تهران، انتشارات سمت
- جنیدی، لعیا، (۱۳۹۲)، نقد و بررسی تطبیقی قانون داوری تجاری بین‌المللی، تهران، انتشارات دانشگاه تهران
- کاتوزیان، ناصر، (۱۳۹۴)، مسئولیت ناشی از عیب تولید. تهران، انتشارات دانشگاه تهران
- کاتوزیان، ناصر، (۱۳۹۲)، گامی به سوی عدالت. تهران، انتشارات میزان
- اصغری، سید محمد، (۱۳۹۳)، عدالت به مثابه قاعده فقهی و حقوقی، فصلنامه حقوق دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران
- تقی‌زاده، ابراهیم، احمدی، افشین، (۱۳۹۴)، جایگاه شروط غیرمنصفانه در حقوق ایران با نگاهی به ماده «۴۶» قانون تجارت الکترونیکی، فصلنامه پژوهش حقوق خصوصی

- قنواتی، جلیل، (۱۳۸۹)، اصل آزادی قراردادی: قراردادها و شروط غیرعادلانه، مجله فقه و اصول
- تقی‌زاده، ابراهیم و افشین احمدی، (۱۳۹۴)، جایگاه شروط غیرمنصفانه در حقوق ایران با نگاهی به ماده ۴۶ قانون تجارت الکترونیکی
- افتتاحی، محدثه، (۱۳۹۶)، مطالعه تطبیقی شروط غیرمنصفانه در فقه، حقوق ایران و سند حقوق مشترک بیع اروپایی، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه شیراز
- آقایی، بهمن، (۱۳۹۰)، فرهنگ حقوقی بهمن، انگلیسی-فارسی، تهران، گنج دانش
- حبیبی، بهنام، (۱۳۸۹)، اصول حقوق قرارداد اروپا، تهران، مجمع علمی و فرهنگی مجد
- شیروی، عبدالحسین، (۱۳۹۱)، حقوق تطبیقی؛ تهران، سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت).
- کاظم‌پور، سید جعفر، (۱۳۹۰)، مؤلفه‌های غیرمنصفانه بودن قرارداد، مجله حقوقی دادگستری
- جعفر زاده، میر قاسم، شیخی، مریم، (۱۳۹۵)، رابطه حقوق رقابت و رقابت غیر منصفانه: از رویکرد یکسان‌انگاری تا رهیافت مکمل و استقلالی، پژوهشنامه‌ی حقوق تطبیقی
- معصومی‌نیا، علی، (۱۳۹۳)، بازار مطلوب رقابت کامل، فصلنامه علمی پژوهشی اقتصاد اسلامی، تهران، پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی
- علاءالدینی، امیرعباس، (۱۳۹۱)، حقوق رقابت در آئینه تحولات تقنینی، انتشارات مجدعالم،

## References

- Davis, J. (2012). Intellectual Property Law (4th ed.). Oxford University Press.
- Kaperman, S. A. (2014). Unfair competition: A new approach. Intellectual Property Institute.
- Ullrich, H. (2015, February). Anti-unfair competition law and anti-trust law: A continental conundrum? EUI Law Working Paper No. 2005/01. <http://ssrn.com/abstract=837086>
- Smits, J. M. (2016). The making of European private law: toward a Ius Commune Europaeum as a mixed legal system. Intersentia.
- Smith, S. A., & Atiyah, P. S. (2014). Atiyah's introduction to the law of contract. OUP Oxford.

- Van Wijck, P., & Theeuwes, J. (2015). Protection against unfair contracts: An economic analysis of European regulation. *European Journal of Law and Economics*.
- Schulte-Nölke, H. (2015). No market for 'lemons': On the reasons for a judicial unfairness test for B2B contracts. *European Review of Private Law*, 23(2), 195-216.
- Monhan, G. (2014). *Essential contract law*. Carendish Publishing.
- Hunt, M. (2012). *A level and AS level law*. Majd Publication.
- Sims, A. (2013). Unfair contract terms, a new dawn in Australia and New Zealand? *Monash University Law Review*, 39(3).
- Thünken, A. (2014). Multi-state advertising over the internet and the private international law of unfair competition. *The International and Comparative Law Quarterly*, 51(4), 910.
- Schricker, G. (2012). Twenty-five years of protection against unfair competition. *International Review of Industrial Property and Copyright Law*, 26(6), 794.
- Permanent Bureau of the Hague Conference on Private International Law. (2013, April). Note on conflicts of laws on the question of unfair competition: Background and updated.
- Hilty, R. M. (2017). The law against unfair competition and its interfaces. In R. M. Hilty & F. Henning-Bodewig (Eds.), *Law against unfair competition-Towards a new paradigm in Europe?* Springer.
- Note: Since there were no DOIs provided for these references (and links were not formatted in the APA style), I ensured links were included in a way that aligns as closely as possible with updated APA guidelines, which sometimes calls for including URLs for available online resources.