

۲۰۹۸۵۵۴

حقوق رقابت در عرصه مالکیت‌های فکری

جلد اول

(مفاهیم، ارعاد بنیادین و توافقات ضد رقابتی)

دکتراناسیم ابرری

دکتر وحید حسنی سنگانی

تهران

۱۳۹۸



سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت)

پژوهشکده تحقیق و توسعه علوم انسانی

سرشناسه: رهبری، ابراهیم، ۱۳۵۸-
عنوان و نام پدیدآور: حقوق رقابت در عرصه مالکیت‌های فکری / ابراهیم رهبری، وحید حسنی سنگانی.
مشخصات نشر: تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت)، پژوهشکده تحقیق و توسعه علوم انسانی، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری: ج.
فروست: «سمت»؛ ۲۳۲۱. حقوق؛ ۱۲۸.
شابک: ۵-۱۹۹۲-۰۲-۶۰۰-۹۷۸-۴۰۰۰۰۰ ریال
یادداشت: پشت جلد به انگلیسی: Ebrahim Rahbari, Vahid Hasani Sangani. Competition Law in the Realm of Intellectual Ownerships, Vol. I: Notions, Basic Rules and Anticompetitive Agreements.
یادداشت: جلد اول (دوازده، ۳۴۴ ص).
یادداشت: کتابخانه.
رجاء: ج. ۱. مفاهیم، قواعد بنیادین و توافقات ضد رقابتی. ج. ۲. سوء استفاده از موقعیت
سطح، تمرکز و ضمانت اجرای رقابتی.
موضوع: حقوق رقابت، * Competition Law
موضوع: حق رقابت - ایران، * Competition Law - Iran
موضوع: مالکیت معنوی، حقوق بین‌الملل، (Intellectual Property (International Law)
شناسه افزوده: حسنی، وحید، ۱۳۵۹-
شناسه افزوده: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت)، پژوهشکده تحقیق و توسعه علوم انسانی.
The Organization for Researching and Compiling University Textbooks in the Humanities (SAMT), Institute for Research and Development in the Humanities.
رده‌بندی کنگره: ۱۳۹۸ ۸۰۱
رده‌بندی دیویی: ۳۰۶/۳
شماره کتابشناسی ملی: ۶۱۰۴۲۶۶

سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت)
پژوهشکده تحقیق و توسعه علوم انسانی



حقوق رقابت در عرصه مالکیت‌های فکری (جلد اول): مفاهیم، قواعد بنیادین و توافقات ضد رقابتی

دکتر ابراهیم رهبری (عضو هیئت علمی دانشگاه شهید بهشتی) و دکتر وحید حسنی سنگانی (عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اسلام‌شهر)
ویراستار: نسیم ترهنده
چاپ اول: زمستان ۱۳۹۸
تعداد: ۵۰۰

حروفچینی و لیتوگرافی: سمت
چاپ و صحافی: چاپ و انتشارات دانشگاه پیام نور
قیمت: ۴۰۰۰۰۰ ریال. در این قیمت چاپ مذکور ثابت است و فروشندگان و عوامل توزیع مجاز به تغییر آن نیستند.
نشانی ساختمان مرکزی: تهران، بزرگراه جلال آل احمد، غرب پل یادگار امام (ره)، روبه‌روی پمپ گاز، کد پستی ۱۴۶۳۶، تلفن ۰۲-۴۴۲۴۶۲۵۰.

www.samt.ac.ir

info@samt.ac.ir

@sazman_samt

هر شخص حقیقی یا حقوقی که تمام یا قسمتی از این اثر را بدون اجازه ناشر، نشر یا پخش یا عرضه یا تکثیر یا تجدید چاپ نماید، مورد پیگرد قانونی قرار خواهد گرفت.

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱	مقدمه
۵	فصل اول: مباحث بنیادین: حقوق رقابت و حقوق مالکیت فکری
۵	مبحث اول: درآمدی بر حق مالکیت فکری
۶	گفتار اول: تعریف حق مالکیت فکری
۶	گفتار دوم: مصادیق مالکیت فکری
۷	بند اول: مالکیت‌های صنیعی و تدریجی
۱۵	بند دوم: مالکیت‌های ادبی و هنری
۱۸	مبحث دوم: شناخت رقابت
۱۸	گفتار اول: تعریف رقابت
۲۰	گفتار دوم: مدل‌های رقابت
۲۱	مبحث سوم: انحصار
۲۱	گفتار اول: تعریف و اقسام انحصار
۲۲	گفتار دوم: دسته‌بندی انحصارات
۲۴	گفتار سوم: رقابت انحصاری
۲۴	مبحث چهارم: شناسایی حقوق رقابت
۲۵	گفتار اول: توصیف حقوق رقابت
۲۷	گفتار دوم: پیشینه حقوق رقابت
۲۷	بند اول: حقوق امریکا
۲۹	بند دوم: حقوق اتحادیه اروپا
۳۱	بند سوم: حقوق ایران
۳۲	گفتار سوم: تمایز حقوق رقابت از مفاهیم مشابه
۳۲	بند اول: سیاست رقابتی
۳۳	بند دوم: حقوق رقابت غیر متصفانه
۳۸	مبحث پنجم: بازار

۳۸	گفتار اول: تعریف بازار و اهمیت آن
۴۰	گفتار دوم: شناخت بازار مربوطه
۴۲	گفتار سوم: ابعاد بازار
۴۳	بند اول: بعد محصولات
۴۳	بند دوم: بعد جغرافیایی بازار
۴۵	گفتار چهارم: بازار و حقوق مالکیت فکری
۴۵	بند اول: اهمیت بازار در پرونده‌های مالکیت‌های فکری
۴۶	بند دوم: ابعاد بازار در حقوق مالکیت فکری
۴۹	گفتار پنجم: قدرت بازاری
۵۱	مبحث ششم: رویه‌های مغل رقابت
۵۱	گفتار اول: تعریف رویه‌های ضد رقابتی
۵۲	گفتار دوم: اقدام اعمال مغل رقابت
۵۲	بند اول: اهداف دو جانبه
۵۵	بند دوم: اعمال یک جانبه
۵۶	بند سوم: ادغام و تمرد
۵۷	فصل دوم: پیوندها و تأثیر متقابل حقوق رقابت و حقوق مالکیت فکری
۵۷	مبحث اول: تقابل و تعامل حقوق رقابت و حق مالکیت فکری
۵۸	گفتار اول: شناخت بستر و زمینه بروز تعارض
۵۹	گفتار دوم: رهیافت‌های مبتنی بر تعارض و تقابل در نظام
۶۰	بند اول: تعارض ذاتی دو نظام
۶۰	بند دوم: مصونیت، و اولویت حقوق مالکیت فکری بر حقوق رقابت
۶۲	بند سوم: تفوق و ترجیح مطلق حقوق رقابت بر حقوق مالکیت فکری
۶۵	گفتار سوم: مکمل بودن و همزیستی حقوق رقابت و حقوق مالکیت فکری
۶۶	بند اول: اهداف مشترک دو نظام هموارکننده مسیر تعامل
۷۶	بند دوم: تفاوت‌های قلمرو دو نظام به مثابه اسباب موجه نظریه
۷۸	بند سوم: رویکرد رویه و اسناد قانونی
۸۰	گفتار چهارم: رویکرد موافقت‌نامه‌تربیس در خصوص رابطه دو نظام
۸۰	بند اول: محتوای تربیس در خصوص مسائل رقابتی
۸۱	بند دوم: راهبرد و نگرش تربیس در تحکیم پیوند دو نظام
۸۴	مبحث دوم: قواعد و اصول راهبردی ناظر به رابطه تعاملی دو نظام
۸۵	گفتار اول: به رسمیت شناختن انحصار مالکیت‌های فکری
۸۶	گفتار دوم: تعمیم قواعد رقابتی اموال به حوزه‌داری‌های فکری

۸۶	بند اول: قاعده اولیه: مالکیت‌های فکری به مثابه سایر اموال
۸۷	بند دوم: ویژگی‌های اموال فکری منشأ برخی تعدیلات رقابتی
۹۱	گفتار سوم: اصل فقدان رابطه میان قدرت بازاری و حقوق مالکیت‌های فکری
۹۱	بند اول: تبیین مفهوم و سابقه اصل
۹۳	بند دوم: دلایل عدم فرض قدرت بازاری در حوزه مالکیت‌های فکری
۹۴	بند سوم: شناسایی قدرت بازار ناشی از رقابت مشروع
۹۶	گفتار چهارم: شناسایی اهمیت چشمگیر نوآوری در فرایند رقابت
۹۶	بند اول: فرضیه شوپیتر و ترجیح تمرکز و انحصار در عرصه نوآوری
۹۸	بند دوم: فرضیه آرو و نقش مثبت رقابت در توسعه نوآوری
۱۰۰	بند سوم: رامل مؤثر بر ترسیم ساختار ایدئال نوآوری در فرایند رقابت
۱۰۲	بند چهارم: ویکر ریز حق رقابت نسبت به نوآوری و چالش‌های پیش رو
۱۰۴	گفتار پنجم: همساز، لسان، مالکیت‌های فکری با هنجارهای رقابتی
۱۰۵	گفتار ششم: اصل لحاظ ملیت، حدودکننده و تفوق نهایی حقوق رقابت
۱۰۷	مبحث سوم: نحوه اجرای اصول راه‌دی رو، نسبت به مصادیق مالکیت‌های فکری
۱۰۷	گفتار اول: اختراع
۱۰۸	گفتار دوم: مالکیت‌های ادبی و هنری (کپی‌رایت)
۱۰۸	بند اول: نقش و کارکرد کپی‌رایت در برابر رقابت
۱۰۹	بند دوم: ویژگی‌های کپی‌رایت و دغدغه‌های رقابت
۱۱۰	بند سوم: چگونگی اعمال قواعد کلی رقابتی در حیطه کپی‌رایت
۱۱۲	بند چهارم: عمده‌ترین نگرانی‌های رقابتی در حوزه کپی‌رایت
۱۱۳	گفتار سوم: علائم تجاری
۱۱۳	بند اول: نحوه عملکرد علائم تجاری در میدان رقابت
۱۱۴	بند دوم: اقتضائات علامت تجاری و رویکرد حقوق رقابت
۱۱۷	گفتار چهارم: دانش فنی
۱۱۷	بند اول: قواعد و راهبردهای کلی رقابتی ناظر به دانش فنی
۱۱۸	بند دوم: قواعد خاص دانش فنی و نحوه مواجهه حقوق رقابت
۱۲۱	مبحث چهارم: سازوکارها و نظریه‌های تعاملی حقوق مالکیت فکری با حقوق رقابت
۱۲۱	گفتار اول: مبنای مواجهه نظریه‌های تعاملی حقوق مالکیت فکری با حقوق رقابت
۱۲۳	گفتار دوم: نظریه وجود/اعمال و معیار موضوع خاص حق
۱۲۴	بند اول: نظریه وجود یا اعطا و اعمال و تمایز میان اصل حق و اجرای آن
۱۲۷	بند دوم: دکترین موضوع اصلی حق
۱۲۸	گفتار سوم: نظریه زوال یا استیفای حق مالکیت فکری
۱۲۹	بند اول: شناخت نظریه و ارتباط آن با واردات موازی

۱۳۰	بند دوم: قلمرو اصل زوال
۱۳۲	بند سوم: آثار رقابتی اصل زوال
۱۳۴	گفتار چهارم: نظریه سوءاستفاده از اختراع
۱۳۴	بند اول: چارچوب مفهومی نظریه
۱۳۶	بند دوم: سیر تحول نظریه
۱۳۷	بند سوم: تعمیم نظریه به سایر مصادیق دارایی‌های فکری
۱۳۸	بند چهارم: سوءاستفاده از اختراع در حقوق ایران
۱۴۱	مبحث پنجم: راهبرد و سیاست رقابتی مطلوب ناظر به مالکیت‌های فکری
۱۴۲	گفتار اول: سیاست کلی رقابتی نظام‌های پیشرو در عرصه مالکیت‌های فکری
۱۴۴	گفتار دوم: راهبرد رقابتی کشورهای در حال توسعه نسبت به دارایی‌های فکری
۱۴۶	گفتار سوم: سیاست رقابتی در عرصه‌های خاص مالکیت‌های فکری
۱۴۸	گفتار چهارم: ملاحظات سیاست رقابتی بهینه در حیطه مالکیت‌های فکری
۱۵۲	گفتار پنجم: سیاست رقابتی مالکیت‌های فکری
۱۵۷	فصل سوم: توافقات مخل رقابت
۱۵۷	مبحث اول: قواعد اصولی ناظر به ارزیابی اعمال دویا چندجانبه ضد رقابتی
۱۵۹	گفتار اول: قاعده ممنوعیت مطلق
۱۶۱	گفتار دوم: تحدیدات مشمول قواعد معافیت
۱۶۱	بند اول: مبنای موجه ترسیم معافیت‌های کلی
۱۶۲	بند دوم: ملاحظات و شرایط اعمال معافیت‌های کلی
۱۶۶	بند سوم: توافقات خارج از شمول معافیت‌های کلی
۱۶۸	بند چهارم: وضعیت رقابتی توافقات خارج از محدوده معافیت‌های کلی
۱۶۹	گفتار سوم: قاعده معقولیت و ارزیابی رویه‌های مشکوک رقابتی
۱۷۰	بند اول: حقوق امریکا
۱۷۶	بند دوم: حقوق اتحادیه اروپا
۱۸۱	بند سوم: حقوق سایر کشورها
۱۸۳	بند چهارم: پیوند و مقایسه بین قواعد ممنوعیت مطلق و معقولیت
۱۸۴	گفتار چهارم: حقوق ایران
۱۸۴	بند اول: قواعد ارزیابی در حقوق ایران
۱۸۸	بند دوم: شرایط تحقق توافقات مخل رقابت
۱۹۳	مبحث دوم: تحلیل رقابتی رویه‌های محدودکننده در توافقات مرتبط با مالکیت‌های فکری
۱۹۴	گفتار اول: تعیین و تثبیت قیمت عرضه و بازفروش محصولات
۱۹۴	بند اول: علت ممنوعیت تثبیت قیمت و تعیین قیمت حداقلی

۱۹۵	بند دوم: شیوه‌های تثبیت قیمت
۱۹۵	بند سوم: تثبیت قیمت در روابط رقبا
۱۹۸	بند چهارم: تثبیت قیمت در روابط غیر رقبا
۲۰۱	بند پنجم: تعیین حداکثر قیمت یا بهای توصیه‌ای
۲۰۲	بند ششم: رویکرد حقوق ایران
۲۰۳	گفتار دوم: تقسیم بازار و مشتریان و محدودیت‌های جغرافیایی
۲۰۴	بند اول: در روابط رقبا
۲۰۵	بند دوم: در روابط غیر رقبا
۲۰۸	بند سوم: بررسی رقابتی لیسانس‌های انحصاری
۲۱۲	بند چهارم: معافیت‌ها و استثنائات تقسیم بازار و مشتریان
۲۱۶	بند پنجم: حقوق ایران
۲۱۸	گفتار سوم: تحدید یا کنترل میزان تولید
۲۱۸	بند اول: در روابط حقوق
۲۲۱	بند دوم: در روابط عمده‌ای
۲۲۳	بند سوم: حقوق ایران
۲۲۴	گفتار چهارم: ترتیبات مرتبط با حق امتیاز
۲۲۴	بند اول: پرداخت حق امتیاز بعد از اخذ اعتبار مالکیت‌های فکری
۲۳۰	بند دوم: محاسبه حق امتیاز بر مبنای اقلام خارج از شمول قرارداد
۲۳۳	بند سوم: حق امتیاز صفر در قراردادهای لیسانس منبع‌باز
۲۳۴	بند چهارم: سایر موقعیت‌های رقابتی مرتبط با حق امتیاز
۲۳۵	بند پنجم: حقوق ایران
۲۳۷	گفتار پنجم: شرط عدم چالش در اعتبار دارایی فکری
۲۳۷	بند اول: حقوق آمریکا
۲۴۱	بند دوم: حقوق اتحادیه اروپا
۲۴۴	بند سوم: حقوق سایر کشورها
۲۴۵	بند چهارم: حقوق ایران
۲۴۶	گفتار ششم: قراردادهای متقابل و ائتلاف فناوری‌ها
۲۴۶	بند اول: مفهوم و مقایسه رقابتی ائتلاف فناوری و لیسانس متقابل
۲۴۸	بند دوم: قواعد ناظر به ارزیابی ائتلاف‌های فناوری
۲۵۶	بند سوم: قواعد ارزیابی لیسانس متقابل
۲۵۷	بند چهارم: حقوق ایران
۲۵۹	گفتار هفتم: بازاعطا و انتقال بهبودها یا پیشرفت‌های آتی دارایی فکری
۲۵۹	بند اول: موازین کلی ارزیابی

- بند دوم: چگونگی ارزیابی بر اساس نوع واگذاری
 ۲۶۰
 بند سوم: حقوق ایران
 ۲۶۷
 گفتار هشتم: محدودیت در استفاده از دارایی فکری
 ۲۶۹
 بند اول: محدودیت زمینه استفاده
 ۲۶۹
 بند دوم: شرط استفاده در بند از دارایی فکری
 ۲۷۴
 بند سوم: منع استفاده از دارایی فکری متعلق به خود بنگاه‌های بهره‌بردار
 ۲۷۵
 بند چهارم: حقوق ایران
 ۲۷۷
 گفتار نهم: منع از انجام فعالیت‌های پژوهشی و ادراکی
 ۲۷۹
 بند اول: منع از تحقیق و توسعه
 ۲۷۹
 بند دوم: منع مهندسی معکوس نرم‌افزارها
 ۲۸۱
 بند سوم: حقوق ایران
 ۲۸۳
 گفتار دهم: توانایی ساختی
 ۲۸۵
 بند اول: سازش معاهدات طرح دعوا
 ۲۸۵
 بند دوم: توافقات در شیء حول علائم تجاری
 ۲۸۸
 بند سوم: توافقات پرداخت معکوس
 ۲۹۰
 بند چهارم: حقوق ایران
 ۲۹۵
 گفتار یازدهم: توافق عدم رقابت
 ۲۹۶
 بند اول: حقوق امریکا
 ۲۹۶
 بند دوم: حقوق اتحادیه اروپا
 ۲۹۹
 بند سوم: حقوق ایران
 ۳۰۲
 گفتار دوازدهم: سایر رویه‌های محدودکننده رقابت
 ۳۰۴

جمع بندی

منابع

فارسی

انگلیسی

فرانسوی

اسناد، قوانین و مقررات خارجی

مقدمه

در اقتصادهای مدرن مبتنی بر انگاره‌های بازار آزاد، رقابت، ارزشی بنیادین و حیاتی به شمار می‌آید. نظام عرفه و تقاضا ترسیم‌کننده چارچوبی است که بنگاه‌ها در آن به عنوان کنش‌گران کارزار رقابت، در کشاکش دائمی برای چیرگی بر رقبا و بهبود جایگاه خود هستند. اقدامات بنگاه‌ها در مسیر اقتصادی برای بقا در بازار، گاه همساز با هنجارهای مطلوب، و گاه از شاخص‌های بایسته به دور است و به انحصارگرایی، حذف رقبا و انحراف رقابت از مسیر معمول خود منتهی می‌شود. روندی که در نهایت، ساختار بازار را با پدیده شکست مواجه می‌سازد. غلبه بر این چالش و احیای اثرانی بازار در فرایند خودتنظیمی، نیازمند مداخله نهادهای ناظر است که در راستای تحقق تعادل عمومی، قواعدی را به اجرا بگذارند و با رفتارهای مذکور، به مقابله برخیزند و بازار را به نقطه تعادل خود رهنمون سازند. قواعد نظام‌بخش بازار در حیطه رقابت، حقوق ضد انحصار یا حقوق رقابت خوانده می‌شود که یکی از برجسته‌ترین نقاط پیوند علم اقتصاد و دانش حقوق به شمار می‌آید.

حقوق رقابت و سیاست‌های پشتیبان آن، موتور محرک در رسیدن به تعادل رقابتی، تمهید کنترل‌کننده اقتصاد کشورهای پیشرفته است. در مقایسه با سایر شاخه‌ها، حقوق رقابت، نظامی نسبتاً نویناد محسوب می‌شود که با وجود آنکه دیرینگی چندانی ندارد، اما تحولات سحرآمیز در آن رقم خورده است و همواره برای سامان‌دهی بازار و پیکار با اشکال جدید و پیچیده اقدامات محلی، قابت، خود را با مقتضیات اقتصادی همگام و نوسازی کرده است؛ به نحوی که تصور بستری کارآمد و ارزنده برای فعالیت‌های اقتصادی، بدون توجه به نقش بی‌بدیل حقوق رقابت دشوار می‌نماید.

در گستره اقتصاد دانش‌بنیان که در چند دهه اخیر گام‌های پُرشتابی به سوی توسعه برداشته است، جایگاه خطیر و برجسته مالکیت‌های فکری بر کسی پوشیده نیست. دارایی‌های فکری در تشدید رقابت در بازارهای گوناگون سهم بسزایی دارند؛ چرا که بنگاه‌هایی که رقبای خود را به لطف برخورداری از موهبت آفرینه‌های فکری، کامیاب می‌بینند، تمام تلاش

نوآورانه خود را به کار می‌گیرند تا با عرضه محصولات ابداعی یا فناوری‌های نوین، از هم‌آوردان خود در صحنه رقابت پیشی بگیرند. این جدال خلاقانه، از یک سو، بالندگی محیط رقابت را در پی دارد و از سوی دیگر، به ارتقای شاخص‌های حقوق فکری می‌انجامد؛ زیرا بنگاه‌ها در یک فضای رقابتی از انگیزه بیشتری برای نوآوری برخوردارند.

نوع رابطه حقوق رقابت و حقوق مالکیت فکری همواره مقوله‌ای پرچالش بوده است؛ چرا که نظام نخست، انحصارگرایی را طرد می‌کند و نظام دوم، تداوم بخشی به انگیزه‌های نوآوری را در گرو تدارک حقوق انحصاری می‌پندارد. از دیرباز، در خصوص تقابل یا تعامل حقوق رقابت و حقوق مالکیت فکری، دیدگاه‌های متفاوتی ابراز شده است، ولی اکنون کتمان پذیر نیست که هر دو شاخه حقوقی تا حدود زیادی هم‌نوا و هم‌گرا هستند ولی هر یک برای پیمایش مسیر مشترک ارتقای کارایی اقتصادی و تأمین رفاه مصرف‌کنندگان، از ابزار و تمهیدات خاص خود بهره‌جویند. به این ترتیب، هر دو رشته حقوقی که در پیوندی تعاملی به سر می‌برند، به اعتدال هم‌پارهام یکدیگر مساعدت می‌کنند. با وجود این، سایه نظارت حقوق رقابت، بر گستره مالکیت فکری نیز بسط می‌یابد و اگر در شرایطی، صیانت از نظم عمومی اقتصادی ایجاب نماید، حقوق رقابت به منظور جلوگیری از انحراف و ممانعت از رقابت، در تحدید حقوق انحصاری دارندگان ادعای فکری درنگ نمی‌کند تا تعادل را به بازار متلاطم بازگرداند. در نیل به این هدف، حقوق ضد انحصار، به مقابله با اقسام رویه‌های مخل رقابتی می‌پردازد که در قالب اعمال دو یا چند حالت و اقدامات یک‌جانبه و سوءاستفاده از موقعیت مسلط در بازار متبلور می‌شود یا از معجای ادعای مالکیت فکری بنگاه‌ها ظهور می‌یابد.

هرچند سابقه حقوق ضد انحصار در امریکا بیش از یک قرن، و حقوق رقابت مدرن در اتحادیه اروپا، چند دهه است که در تنظیم بازار نقش آفرینی می‌کنند، اما در ایران، حدود ده سال از خصوصی‌سازی و پیدایش جدی حقوق رقابت، با تصویب قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی می‌گذرد؛ قانونی که کاستی‌های عمیقی در آن مشاهده می‌شود و رویکردهای دور از قواعد و ابهام‌زای آن، به معضلات و پیچیدگی‌های موجود دامن زده است. یکی از مهم‌ترین انتقادات وارد شده به موضع حقوق رقابت ایران، گذشته از رهیافت‌های خطا، که بخشی از آن به نوبت بودن این رشته و شیوه آزمون و خطایی در راهبردهای قانون‌گذاری ایران مربوط می‌شود، اغماض از مسائل خاص حوزه آفرینش‌های فکری است که جز در یک ماده ناکارآمد، راهی به قانون نیافته است. چنین نگرشی طریق مواجهه اصولی با چالش‌های این عرصه را دشوار می‌کند؛ در حالی که حقوق رقابت در کشورهای پیشرو با توجه به تحولات فزاینده حوزه مالکیت‌های فکری، به‌ویژه در پهنه فناوری اطلاعات، به طور مداوم، توسعه یافته

و روز آمد شده است، به نحوی که بتواند پاسخ‌گوی نیازها و مسائل جدید و غامض این گستره خاص باشد.

رفع کاستی‌ها و اصلاح رویکردهای ناصواب در حقوق رقابت ایران، نیازمند بازاندیشی در راهبردهای موجود و مستلزم ژرف‌نگری در شرایط و چشم‌اندازهای آینده، به منظور ارائه راه‌حل‌هایی کارساز در پرتو مقتضیات و مصالح اقتصادی، نوآورانه و فناورانه کشورمان است. در این میان، تمرکز بیشتر بر مقوله کارایی پویا، اهمیتی مضاعف دارد. ضرورت این موضوع زمانی هویداتر می‌شود که بدانیم سویه سیاست‌های کلی ایران به اقتصاد دانش‌محور و کسب و توسعه فناوری‌های نوین معروف شده است که دستیابی به اهداف آن، جز از طریق تدارک بستری مناسب برای فعالیت‌های رقابتی سالم در بازارهای مالکیت‌های فکری حاصل نمی‌شود.

به منظور ترسیم چارچوب اصولی و هنجارمند برای موازن حقوق رقابت ایران در عرصه آفرینش‌های فکری، لازم است ابتدا از تجربه نظام‌های پیشرو در حقوق رقابت، یعنی امریکا و اتحادیه اروپا بهره‌گیریم و در موارد مقتضی، به رهیافت‌های برخی کشورها نظیر فرانسه، ژاپن و چین نگاهی داشته باشیم. یافته‌های حاصل از مطالعه تطبیقی با گذر از فرایند انطباق با مؤلفه‌ها و نیازهای بومی، در نظام بخشی مناسب و تدارک‌یابی کارا، مؤثر واقع می‌شود و روشن‌گر مسیری خواهد بود که باید به منظور بازنگری، اصلاح سیاست‌ها و قوانین موجود در حوزه‌های رقابت و مالکیت فکری طی کرد. افزون بر این، راسکارها و ابتباهای مطرح‌شده، به مدد فعالان این عرصه‌ها اعم از بنگاه‌ها، حقوق‌دانان و مراجع رسیدگی، منعقد می‌آید و با ارائه رهنمودهایی، فعالیت‌های کنش‌گران پهنه دارایی‌های فکری را به مسیر صحیح رقابت سوق می‌دهد.

مطالب این کتاب در سه فصل تنظیم شده است:

در فصل آغازین، لازم است مفاهیم بنیادینی همچون حقوق مالکیت فکری، حقوق رقابت، انحصار، بازار و اعمال مخل رقابت را شناسایی کنیم تا مدخلی برای ورود به مباحث اصلی در فصل‌های بعد باشد. در غیاب درک صحیح و دقیقی از این مفاهیم، احتمال کج‌راهه رفتن در تحلیل‌هایی که حول آن‌ها مطرح می‌شود، بسیار خواهد بود.

فصل دوم، به پیوندها و تأثیر متقابل حقوق رقابت و حقوق مالکیت فکری اختصاص دارد که در آن، ضمن تبیین زمینه‌های بروز تعارض میان دو نظام، به دیدگاه‌های متفاوتی که درباره نوع پیوند حقوق رقابت و حقوق آفرینش‌های فکری از دیرباز مطرح بوده است، می‌پردازیم. در این فراز می‌کوشیم نشان دهیم که این دو شاخه از حقوق، در همزیستی نسبی قرار دارند و مقاصد مشترکی را پی می‌گیرند؛ سپس، به قواعد راهبردی که حاصل رهیافتی است که حقوق رقابت و حقوق مالکیت فکری را مکمل یکدیگر می‌انگارد، اشاره و دیدگاه

کلی حقوق رقابت نسبت به مهم‌ترین مصادیق دارایی‌های فکری را بررسی می‌کنیم. در ادامه این فصل، به دکرترین‌های تعاملی نظام مالکیت فکری با حقوق رقابت نگاهی می‌افکنیم و در انتهای فصل، به معرفی و نقد سیاست اصولی و مطلوب رقابتی ناظر به اموال فکری در کشورهای مختلف، حسب میزان توسعه‌یافتگی آن‌ها اهتمام می‌ورزیم.

فصل سوم و پایانی جلد حاضر، به شناخت توافقات ضد رقابتی می‌پردازد؛ رویه‌هایی که در هیئت یک قرارداد مستقل یا شرط ضمن قراردادها معمول حوزه مالکیت‌های فکری، به انحصار مختلف، در رقابت اخلال ایجاد می‌کنند. در این فصل، درخواستیم یافت که برای ارزیابی دگر رویه‌های یاد شده، نیازمند ضوابطی جامع، نظیر قاعده ممنوعیت محض و قاعده معقولیت هستیم که به مساعدت آن‌ها، می‌توانیم ابعاد مختلف توافقاتی را که موضوعاً یا حسب پیامدهای خود، اندرون به شمار می‌آیند، تحلیل کنیم و نهایتاً فرجام رقابتی آن‌ها را تعیین نماییم. در این فصل، محض به طور مفصل و تحلیلی، نگرش حقوق رقابت را نسبت به مهم‌ترین رویه‌های معروف و رنده که از مجرای توافقات ظهور می‌یابند، عیان می‌سازیم. در این بین، شاهد برخی رویه‌ها نظیر تثبیت قیمت و تقسیم بازار هستیم که در همه حوزه‌های کالاها، خدمات و مالکیت‌های فکری راجح هستند. با وجود این، نمی‌توان زوایای خاص آفرینه‌های فکری و مقوله کارایی پویا را که در تعین احوال رقابتی آن‌ها اثرگذار است، نادیده گرفت. همچنین، مطالب این فصل ناظر به بعضی رویه‌های خاص حیطه مالکیت‌های فکری نظیر شروط مخل رقابت مرتبط با حق امتیاز در قراردادهای لایسانس، شرط عدم چالش در اعتبار فناوری‌های واگذار شده و منع فعالیت‌های تحقیق و توسعه خواهد بود.

در پایان، نویسندگان لازم می‌دانند از مدیر محترم گنجینه حقوق سازمان «سمت» آقای دکتر قاسم محمدی، به دلیل مساعدت ارزنده ایشان در انتشار اثر تلاش‌های کارشناس ارجمند گروه، خانم مریم فلاح شجاعی، دقت نظر و راستار محترم، خانم نسیم ترهنده و زحمات بی‌دریغ نسخه‌پرداز و کنترل گرافیکی کتاب، خانم مژگان امیری پریان، را ارج نهند.

فارغ از بضاعت علمی اندک نویسندگان، تازگی مباحث حقوق رقابت در عرصه مالکیت‌های فکری در ادبیات حقوقی ایران، سبب شده است تا مطالب مطرح شده، مصون از خطا و اشتباهات پر شمار نباشد. نگارندگان، خود، به کاستی‌ها واقف و معترف‌اند، و سپاسگزار تذکرات و نقدهای عالمانه صاحب‌نظران و مخاطبانی هستند که با عیان ساختن ضعف‌ها، به بهبود و اصلاح مطالب کتاب یاری می‌رسانند.