



Competitive analysis of exclusive transactions in a vertical agreement (Comparative study in American, European Union, and Iranian law)

Mirghasem Jafarzadeh ¹, Masumeh Akbarian Tabari ², Reza khoshnodi ³

1. Associate Professor, Department of Private Law, Faculty of Law, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran .Email: m-jafarzadeh@sbu.ac.ir

2. Ph.D. in Private Law, Faculty of Law, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran (Corresponding Author): Email: m_akbarian@sbu.ac.ir

3. Ph.D. in Private Law, Faculty of Law, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran.Email: rkhooshnodi@yahoo.com1

Abstract

Received:
2024/10/25
Revised:
2024/12/23
Accepted:
2025/02/18
**Published
online:**
2025/12/22

As one of the most important vertical restrictions with specific features, exclusive transactions significantly affect competition and consumer welfare in product, technology, and innovation markets. Due to their anti-competitive consequences, these restrictive procedures are among the challenging issues in competition law. Therefore, this article seeks an answer to the question of whether exclusive transactions necessarily violate competition law or imply favorable economic and competitive consequences. In the present article, an attempt has been made to analyze the position of Iran's competition law by studying the legal approaches of the United States and the European Union while explaining the position of exclusive transactions in non-competitive relationships in the three markets of products, technology, and innovation, using a descriptive and analytical way. The findings of the comparative study show that this restrictive procedure in the competition laws of the United States and the European Union is evaluated by the new situation in the field of innovation and technology according to certain criteria and the rule of reason is usually applied to evaluate these limitations and The rule of absolute prohibition is used only in exceptional cases and in the case that exclusive transactions are seriously disruptive to competition. Instead, in Iran's competition laws, there is no explicit reference to exclusive transactions and the dimensions of these restrictions are unclear. However, these restrictions can be briefly inferred from several clauses of Article 45 of the Law on Implementing General Policies of Principle (44) of the Constitution. Therefore, it is suggested that the legal provisions be amended and the exemption regulations developed according to the interests of competitive markets and the specific requirements of the intellectual property field.

Keywords: vertical agreements, exclusive transactions, competitive evaluation, suspected restrictive procedure.

How To Cite: Jafarzadeh, M, Akbarian Tabari, M & khoshnodi, R (2025). Competitive analysis of exclusive transactions in a vertical agreement (Comparative study in American, European Union, and Iranian law), *Comparative studies on Islamic and Western Law*, 12(4), 62-89. <http://www.doi.org/10.22091/csiw.2025.11482.2601>



تحلیل رقابتی معاملات انحصاری در توافقات عمودی (مطالعه تطبیقی در حقوق آمریکا، اتحادیه اروپا و ایران)

میرقاسم جعفرزاده^۱، معصومه اکبریان طبری^۲، رضا خشنودی^۳

۱. دانشیار گروه حقوق خصوصی، دانشکده حقوق، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران، رایانامه: m-jafarzadeh@sbu.ac.ir
 ۲. دانش آموخته دکتری حقوق خصوصی، دانشکده حقوق، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران (نویسنده مسئول): رایانامه: m_akbarian@sbu.ac.ir
 ۳. دانش آموخته دکتری حقوق خصوصی، دانشکده حقوق، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران، رایانامه: rkshosnodi@yahoo.com

چکیده

معاملات انحصاری به‌عنوان یکی از مهم‌ترین تحدیدات عمودی با ویژگی‌های خاص، تأثیرات قابل توجهی بر رقابت و رفاه مصرف‌کنندگان در بازارهای محصولات، فناوری و نوآوری دارند. این رویه‌های محدودکننده، به دلیل پیامدهای ضد رقابتی از جمله موضوعات چالش‌برانگیز در حوزه حقوق رقابت به شمار می‌روند. از این رو، این نوشتار در جستجوی پاسخ به این پرسش است که آیا معاملات انحصاری لزوماً ناقض حقوق رقابت است یا متضمن پیامدهای مطلوب اقتصادی و رقابتی است. در مقاله حاضر تلاش شده است تا با روش توصیفی و تحلیلی، با مطالعه رهیافت‌های حقوقی آمریکا و اتحادیه اروپا ضمن تبیین جایگاه معاملات انحصاری در روابط غیررقبای در سه بازار محصولات، فناوری و نوآوری، موضع حقوق رقابت ایران مورد نقد و بررسی قرار گیرد. یافته‌های حاصل از مطالعه تطبیقی نشان می‌دهد این رویه محدودکننده در حقوق رقابت ایالات‌متحده و اتحادیه اروپا متناسب با وضعیت نوین در حوزه نوآوری و فناوری به موجب ضوابطی معین ارزیابی می‌شود و اصولاً قاعده معقولیت به‌عنوان معیار ارزیابی این تحدیدات اعمال شده و قاعده ممنوعیت مطلق تنها در موارد استثنایی و در صورتی که معاملات انحصاری شدیداً مخل رقابت باشند، مورد ملاک قرار می‌گیرد. در برابر، در حقوق رقابت ایران، به صراحت اشاره‌ای به معاملات انحصاری نشده است و ابعاد این تحدیدات مهم است لیکن می‌توان این تحدیدات را از چند بند ماده ۴۵ قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل چهل و چهارم قانون اساسی مصوب ۱۳۸۷/۰۳/۲۵ به اجمال استنباط کرد. لذا اصلاح مقررات قانونی و تدوین آیین‌نامه معافیت با توجه به مصالح بازارهای رقابتی و مقتضیات خاص حوزه دارایی‌های فکری پیشنهاد می‌شود.

کلیدواژه‌ها: توافقات عمودی، معاملات انحصاری، ارزیابی رقابتی، رویه محدودکننده مظنون.

تاریخ دریافت:

۱۴۰۳/۰۸/۰۴

تاریخ اصلاح:

۱۴۰۳/۱۰/۰۳

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۳/۱۱/۳۰

تاریخ انتشار

برخط:

۱۴۰۴/۱۰/۰۱

استناد: جعفرزاده، میرقاسم؛ اکبریان طبری، معصومه و خشنودی رضا (۱۴۰۴). تحلیل رقابتی معاملات انحصاری در توافقات عمودی (مطالعه تطبیقی در حقوق آمریکا، اتحادیه اروپا و ایران). پژوهش تطبیقی حقوق اسلام و غرب، ۱۲(۴)، ۸۹-۶۲. <http://www.doi.org/10.22091/csiw.2025.11482.2601>



نوع مقاله: پژوهشی

© نویسندگان

ناشر: دانشگاه قم

مقدمه

از مهم‌ترین مصادیق محدودیت‌های عمودی،^۱ شرط انحصاری بودن معاملات است که به موجب آن توزیع کننده یا خریدار متعهد می‌شود که محصولات مادی و فناورانه و نوآورانه رقبای تأمین کننده را خریداری ننماید و اقلام مورد نیاز خود را از تأمین کننده یا شخص ثالث معین شده از سوی ایشان تأمین نماید. وضعیت رقابتی این تحدیدات در نگاه نخستین به‌طور قطعی مشخص نیست و مظنون به آثار ضد رقابتی هستند؛ از یک سو، ممکن است این محدودیت‌ها رقابت را تهدید کرده و به مصرف‌کنندگان آسیب برسانند؛ اما از سوی دیگر، ممکن است آثار مثبت اقتصادی و رقابتی داشته باشند که با رقابت آزاد در بازار و مصالح عمومی همسو باشند. مضافاً با توجه به نیاز روزافزون کشورمان به فناوری نوین، تحلیل رقابتی معاملات انحصاری به‌مثابه یک رفتار محدود کننده عام در هر سه بازار محصولات، فناوری و نوآوری و تشریح جایگاه این نوع تحدیدات بالقوه در این سه بازار به منظور ارائه راهکارهای روشن بر مبنای سیاست تقنینی، مصالح اقتصادی، رقابتی و فناوری ضرورتی انکارناپذیر است. به همین دلیل تبیین جایگاه این محدودیت‌ها در قواعد رقابتی حاکم بر توافقات عمودی با هدف شفاف‌سازی وضعیت رقابتی و ارائه معیارهایی جهت احراز مشروعیت یا عدم مشروعیت و همچنین اطمینان نسبی به فعالان تجاری حائز اهمیت است.

ارزیابی رقابتی معاملات انحصاری در حقوق رقابت آمریکا با اعمال قاعده معقولیت^۲ صورت می‌گیرد و در اتحادیه اروپا مشمول معافیت از اصل ممنوعیت ماده ۱۰۱ معاهده کارکرد اتحادیه اروپا^۳ می‌گردد. در مقابل در حقوق ایران، وضعیت رقابتی این محدودیت‌ها مشخص نیست و با خلأ جدی در ارائه معیارهای روشن و ضابطه‌مند مواجه هستیم. مضافاً دکترین حقوقی نیز این موضوع را به‌طور مستقل بررسی ننموده و موضع قانون‌گذار را مورد واکاوی قرار نداده‌اند. همچنین، رویه شورای رقابت در این خصوص چندان روشن به نظر

۱. شروطی که در توافقات عمودی درج شده معمولاً برای طرفین یا یکی از طرفین ایجاد محدودیت می‌کند. این تحدیدات که توسط هریک از طرفین توافقات عمودی بردگیری تحمیل می‌شود، اصطلاحاً محدودیت عمودی می‌نامند. برای مطالعه بیشتر بنگرید: (جعفرزاده و اکبریان، ۱۴۰۰: ۴۳).

2. Rule of Reason

3. Treaty on the Functioning of the European Union (TFEU). «از این پس به اختصار از آن به «معاهده» یاد می‌کنیم».

نمی‌رسد. به همین جهت شایسته است با استفاده از تجربیات تقنینی و قضایی نظام‌های حقوقی پیشرو ایالات متحده آمریکا و اتحادیه اروپا، ضمن انعکاس کاستی‌ها و نارسایی‌ها سیاست‌های رقابتی قانون‌گذار ایرانی، راهکارهایی روشن برای اصلاح مقررات و بهره‌برداری بنگاه‌های اقتصادی ارائه شود. نظر به ابهامات فوق، این نوشتار با یک پرسش اصلی روبه‌روست: معاملات انحصاری در شمار کدام یک از رویه‌های نامشروع یا مظنون در سه نظام حقوقی مورد مطالعه قرار دارد؟ برای پاسخ به این پرسش، بدو مفهوم این رویه محدود کننده و مهم‌ترین مصادیق آن، آثار رقابتی و ضدرقابتی مورد بررسی قرار می‌گیرد. سپس سیاست‌های رقابتی حاکم بر این محدودیت‌ها در هر سه نظام مورد مطالعه واکاوی شده و در پایان، پیشنهادهایی جهت اصلاح مقررات و همگام ساختن قواعد و مقررات با معیارهای پذیرفته شده دو نظام حقوقی پیشرو ارائه خواهد شد.

۱. مفاهیم و پیامدهای اقتصادی

در این بخش، ابتدا مفهوم معاملات انحصاری تبیین و سپس مصادیق عمده این رویه محدود کننده بیان خواهد شد و در انتها به پیامدهای اقتصادی آن به اختصار اشاره می‌شود.

۱-۱. مفهوم معاملات انحصاری

معامله انحصاری یکی از رویه‌های محدود کننده عمودی است که به موجب آن، توزیع کننده یا فروشنده ملزم می‌شود تمام یا مقداری از اقلام مورد نیاز خود را صرفاً از تأمین کننده یا شخص معین شده از سوی او خریداری کند و از معامله با رقبای تأمین کننده پرهیز نماید (Abbott & Wright, 2008: 191). در معنای اخص، شرطی است که به موجب آن تأمین کننده یا توزیع کننده بالادستی موافقت می‌کند محصولات خود را صرفاً به یک توزیع کننده در محدوده جغرافیایی مشخصی بفروشد و از عرضه محصول به دیگر توزیع کنندگان اجتناب ورزد (انحصار در فروش). همچنین ممکن است توزیع کننده متعهد شود محصولات را تنها از تولیدکننده طرف قرارداد یا شخص ثالثی خریداری کند و محصول موضوع قرارداد را به‌طور فعال در مناطق دیگر به فروش نرساند و از خرید کالای رقیب پرهیزد (انحصار در خرید) (Alese, 2016: 317).

اصطلاح معامله انحصاری در معنای وسیع خود برای توصیف ترتیباتی به کار می‌رود که توزیع کننده، عرضه محصولات تأمین کننده یا شخص معین شده از سوی او را، با وجود عدم شرط صریح قراردادی ترجیح می‌دهد. به‌عنوان مثال، تأمین کننده ممکن است در ازای عرضه محصولاتش، تخفیف‌های قیمتی را لحاظ کند (Blair & Sokol, 2014: 213). بنابراین، شرط معامله انحصاری در توافق‌های عمودی، بنگاه اقتصادی پایین دستی را ملزم می‌کند که کالایی را به‌طور انحصاری از یک تأمین کننده مشخص تهیه کند. بنگاه اقتصادی پایین دستی ممکن است خرده‌فروش یا توزیع کننده ای باشد که کالا را مجدداً می‌فروشد یا ممکن است مصرف کننده نهایی باشد (Mills, 2017: 1). ضمناً، ممکن است این شرط صریح یا ضمنی و متضمن تحدیدات جزئی یا بخش عمده‌ای از موضوع توافق باشد (Duns & Arlen, 2015: 1298). در گستره حقوق مالکیت فکری، معامله انحصاری در قرارداد لیسانس به وضعیتی اشاره دارد که مجوز گیرنده حق انحصاری استفاده و تولید و فروش یک دارایی فکری را دارد و از فروش، توزیع یا بهره‌برداری از آفرینه فکری رقیب در بازار فناوری و نوآوری منع می‌شود (Contreras, 2022: 176).

نکته قابل ذکر این است که اگرچه اصطلاح مورد استفاده در این ترتیبات انحصاری است، اما به معنای واقعی کلمه منجر به انحصار کامل در بازار نمی‌شود. محاکم اغلب این اصطلاح را برای قراردادهایی به کار می‌برند که از سوی بنگاه‌های بالادستی با موقعیت مسلط منعقد شده‌اند (Mills, 2017: 5).

۱-۲. انواع معاملات انحصاری

معاملات انحصاری ممکن است به صور گوناگون صورت پذیرد که در ادامه، چهار مصداق رایج از این نوع محدودیت به اختصار بیان می‌شود:

۱-۲-۱. تخفیف‌های وفاداری^۱

تخفیف‌های وفاداری نوعی قیمت‌گذاری غیرخطی^۲ هستند که خریدار را ملزم می‌کنند تا میزان مشخصی از حجم خرید ملزومات خود را از فروشنده انجام دهد تا واجد شرایط دریافت تخفیف شود؛ بنابراین اعطای تخفیف به تعهد خریدار مبنی بر تأمین عمده ملزومات از عرضه‌کننده در زمان مشخص بستگی دارد (Kobayashi, 2005: 21). تخفیف‌های وفاداری در هر سه بازار محصولات، فناوری و نوآوری به استراتژی تجاری اطلاق می‌شود که هدف آن افزایش حفظ و تعامل مشتریان از طریق تخفیف‌ها و پاداش‌های هدفمند است (Khairawati, 2020: 16).

تخفیف‌های وفاداری در پرونده‌های اف‌تی‌سی علیه مک کورمیک^۳، بری رایت^۴، شرکت کنکورده^۵ و گروه بروک^۶ در حقوق آمریکا مطرح شده است. در این پرونده‌ها، تأمین‌کننده «تخفیف‌های وفاداری» را به‌عنوان یک نوع انحصار جزئی به خریداران تحمیل می‌کرد. تخفیف‌های وفاداری شامل «کلیه اشخاص»^۷ می‌شود، بدین معنی که فروشنده چنین تخفیفی را نسبت به تمام مشتریان در نظر می‌گیرد و در صورتی که به حدنصاب مورد توافق برسد، قابل اعمال است. از منظر حقوق رقابت، اگر این تخفیف‌ها از سوی بنگاه مسلط صورت گیرد، ممکن است مانع ورود رقبا به بازار، افزایش قدرت بازاری و کاهش قدرت انتخاب مصرف‌کنندگان شود (Abbott & Wright, 2008: 194).

1. Loyalty discounts

۲. قیمت‌گذاری غیرخطی به نوعی از قیمت‌گذاری اطلاق می‌شود که در آن قیمت کالا یا خدمات بر اساس حجم خرید یا ویژگی‌های خاص مشتری تعیین می‌گردد. به عبارت دیگر، این نوع قیمت‌گذاری شامل تخفیف‌هایی برای خریدهای بیشتر یا قیمت‌های متفاوت برای بسته‌های مختلف می‌باشد. <https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=35512>

3. Federal Trade Commission v. McCormick (FTC Dkt. No. C3939) (2000) (FTC File No. 961-0050).

4. Barry Wright v. ITT Grinnell, 724 F.2d 227 (1st Cir. 1983).

5. Concord Boat Corp. v. Brunswick Corp, 207 F.3d 1039 (8th Cir. 2000).

6. Brooke Group Ltd. v. Brown & Williamson Tobacco Corp, 509 US 209 (1993).

7. All units discounts

۱-۲-۲. ایجاد فضا در قفسه

ایجاد فضا در قفسه^۱ به شرایطی اطلاق می‌شود که توزیع کننده یا خرده‌فروش محصول تأمین کننده را انبار کرده و در ازای آن از تولیدکننده وجهی دریافت می‌کند. این محدودیت ممکن است در قالب اجازه یا صرفاً دریافت وجه ثابت باشد. از منظر حقوق رقابت، این رویه آسیب جدی به رقابت وارد نمی‌کند و خرده‌فروشان باید اجازه داشته باشند برای خدمات بازاریابی، وجهی دریافت کنند. با این حال، ممکن است چنین محدودیت‌هایی توسط شرکت‌های با موقعیت مسلط برای ایجاد انحصار یا جلوگیری از ورود رقبای به بازار اعمال شود. در این صورت، هزینه‌های رقبا افزایش یافته و به نوبه خود می‌تواند منجر به افزایش قیمت و کاهش رفاه مصرف‌کنندگان شود. این تحدیدات به‌عنوان رویه محدود کننده مطلق بر اساس قاعده معقولیت مورد بررسی قرار می‌گیرند و ضدرقابتی تلقی شدن این محدودیت‌ها مستلزم اثبات دو رکن اثر اخراج کننده رقبا و افزایش قیمت است (Donoghue & Padilla, 2020: 530).

۱-۲-۳. مدیریت دسته‌بندی^۲

مدیریت دسته‌بندی به شرایطی اطلاق می‌شود که تأمین کننده و خرده‌فروش با همکاری یکدیگر، محصولات را برای افزایش سودآوری دسته‌بندی می‌کنند. در این فرآیند، تأمین کننده اطلاعاتی از جمله قیمت‌ها، فروش واحد، طرح‌های تبلیغاتی و سایر داده‌های عملیاتی را جمع‌آوری می‌کند. این اطلاعات از شرکت‌های تحقیقات بازار، خرده‌فروش و داده‌های فروش خود به دست می‌آید. هدف اصلی مدیریت دسته‌بندی، به حداکثر رساندن فروش خرده‌فروش از طریق شناسایی محصولات است که مورد تقاضای مشتریان قرار دارند (Donoghue & Padilla, 2020: 534).

کمیسیون فدرال تجارت آمریکا^۳ و کمیسیون اروپا این شرط در توافق‌های عمودی را در صورتی که سوءاستفاده از موقعیت مسلط بنگاه اقتصادی محرز شود، ضدرقابتی اعلام می‌کنند. به عبارت دیگر، اگر

1. slotting allowance
2. Category Management
3. Federal Trade Commission

تأمین کننده‌ای خرده‌فروشان را در زمینه قیمت‌گذاری، تبلیغات و نحوه ارائه محصول به گونه‌ای هدایت کند که محصولات خود را به جای محصولات رقبای دیگر به فروش برسانند یا حتی مانع از فروش محصولات رقبای خود شوند، این عمل با اختصاص ناعادلانه سهمی از تجارت منجر به اخلال در بازار شود. در این صورت، بی‌اعتباری توافق مورد تردید نیست (Donoghue & Padilla, 2020: 538).

۱-۲-۴. قرار دادن تجهیزات^۱

تأمین‌کنندگان اغلب تجهیزاتی مانند کابینت‌های فریزر یا آب‌سردکن‌ها را به صورت یارانه‌ای یا با نرخ‌های بسیار پایین در ازای تعهدات انحصاری به خرده‌فروشان ارائه می‌دهند. از آنجا که تأمین‌کنندگان با فراهم کردن تجهیزاتی که خرده‌فروشان قادر به تأمین آن‌ها نیستند، به نفع مصرف‌کنندگان و خرده‌فروشان عمل می‌کنند، لذا این محدودیت‌ها معمولاً به سود رقابت هستند و موجب افزایش کارایی بازارهای تجاری می‌شوند (Donoghue & Padilla, 2020: 533) البته اگر بنگاه تحمیل‌کننده شرط در موقعیت مسلط یا دارای قدرت انحصاری باشد، ممکن است از این موقعیت سوءاستفاده کند. در این صورت، به دلیل ممانعت از رقابت، طبق ماده ۱۰۲ معاهده و ماده ۲ قانون شرمن محکوم شود.

۱-۳-۳. پیامدهای اقتصادی معاملات انحصاری در توافقی‌های عمودی

از منظر حقوق رقابت، این محدودیت‌ها دارای آثار متعددی بوده، از جهتی می‌تواند آثار مثبت برای رقابت و رفاه مصرف‌کننده را به دنبال داشته باشد و از جهتی ممکن است مغایر با قواعد حقوق رقابت باشند. در ادامه به مهم‌ترین آثار رقابتی و ضدرقابتی این معاملات اشاره خواهیم کرد:

۱-۳-۱. آثار مفید برای رقابت

این شرط ممکن است متضمن پیامدهای مطلوبی باشد که ذیلاً به مهم‌ترین آن‌ها اشاره می‌شود:

الف. ممانعت از سواری مجانی:

1. Equipment Placement

توزیع کننده ممکن است خدمات پیش فروش یا پس از فروش را ارائه دهد، اما این خدمات همیشه منجر به فروش نمی شوند. به تعبیر روشن تر، مشتری می تواند خدمات را از توزیع کننده دریافت کند تا اطلاعات مربوط به محصول را به دست آورد، اما در نهایت به یک توزیع کننده دیگر مراجعه کند. در این صورت، مشتری هزینه خدمات را نمی پردازد و با «سواری مجانی» از خدمات توزیع کننده استفاده کرده و محصول را با قیمت پایین تر تهیه می کند. در چنین وضعیتی، می توان با اعمال شرط معاملات انحصاری از «سواری مجانی» جلوگیری کرد و فروش محصول را برای تأمین کننده بهینه ساخت (Winter et al, 2020: 226).

از سوی دیگر، تأمین کننده ممکن است تبلیغات گسترده ای برای جذب مصرف کنندگان به خرید محصولات خود انجام دهد، اما سایر تولیدکنندگان می توانند از طریق توزیع کنندگان، از جذب مشتری بهره مند شوند. در این حالت، تأمین کننده رقیب که تبلیغاتی انجام نمی دهد و هزینه کمتری صرف کرده، می تواند محصولات خود را با قیمت پایین تری بفروشد. مشتریان ممکن است کالای تولیدکننده رقیب را به عنوان محصولی با قیمت کمتر انتخاب کنند. به عنوان مثال، تأمین کنندگان ممکن است به آموزش فروشندگان خود در زمینه تعمیر یا فروش محصولاتشان بپردازند یا لیستی از مشتریان بالقوه را برای ارائه خدمات به فروشندگان خود ارائه دهند. در این وضعیت، سایر تولیدکنندگان می توانند با پرداخت هزینه آموزشی یا قرار گرفتن در فهرست مشتریان تأمین کننده، از «سواری مجانی» بهره مند شوند. لذا ممکن است تلاش های تأمین کننده سرمایه گذار به نفع تأمین کنندگان رقیب باشد. بر این اساس برای جلوگیری از «سواری مجانی»، می توان معاملات انحصاری منعقد کرد، چراکه اگر تولیدکننده توزیع کننده را از خرید کالاهای مشابه از رقیب منع کند، او قادر خواهد بود سود کامل فروش خود را به دست آورد. این نوع قراردادها، با ایجاد انحصار در فروش، به تأمین کننده این امکان را می دهند که از سرمایه گذاری های خود در تبلیغات و خدمات پس از فروش بهره مند شود و درعین حال، مانع «سواری مجانی» رقیب شود (Jedlicková, 2016: 254).

ب. تشویق به سرمایه گذاری:

این معاملات توزیع کنندگان را به سرمایه گذاری در بازاریابی محصولات تأمین کننده تشویق می کنند، زیرا توزیع کنندگان می دانند که تنها آن ها مجاز به فروش محصولات خاص خواهند بود و این امر می تواند

منجر به افزایش فروش و سودآوری شود. تولیدکنندگان با داشتن قراردادهای انحصاری انگیزه بیشتری برای ورود به بازارهای جدید پیدا می‌کنند، زیرا ریسک کمتری را متحمل می‌شوند. شرکت‌هایی که در موقعیت مسلط قرار دارند، با انعقاد قراردادهای انحصاری، سرمایه‌گذاری‌های لازم را انجام داده و نیاز خریداران به بازگشت سرمایه را تأمین می‌کنند. این امر باعث می‌شود که توزیع‌کنندگان و خرده‌فروشان تمایل بیشتری برای سرمایه‌گذاری در محصولات آن‌ها داشته باشند. در این راستا کمیسیون اروپا شرایطی را احصا کرده است: اولاً سرمایه‌گذاری باید در خصوص یک معامله خاص باشد. بدین توضیح که با تضمین اینکه سرمایه‌گذاری‌ها تنها برای یک مشتری خاص قابل استفاده خواهند بود؛ ثانیاً سرمایه‌گذاری بلندمدت مدنظر است تا نه تنها اصل سرمایه حفظ شود، بلکه سودآوری نیز داشته باشد (Donoghue & Padilla, 2020: 537).

ج. صرفه‌جویی به مقیاس: ^۱

تأمین‌کننده ممکن است معاملات انحصاری را به منظور کاهش هزینه‌های توزیع منعقد کند و از این طریق «صرفه‌جویی به مقیاس» را در فرایند توزیع ایجاد نماید. بدین شرح که تأمین‌کننده محصولی را عرضه می‌کند که برای تدوام تجارت خرده‌فروشی ضروری است و صرفه‌جویی به مقیاس قابل توجهی در تولید وجود دارد. بنابراین تأمین‌کننده به جای تحصیل سود بیشتر، قراردادهای انحصاری منعقد می‌کند تا هزینه‌های توزیع را کاهش دهد (Donoghue & Padilla, 2020: 503).

۱-۳-۲. آثار ضد رقابتی

با وجود مزایای رقابتی فوق، این محدودیت‌ها دارای آثار منفی متعددی می‌باشند. ذیلاً به مهم‌ترین آثار ضد رقابتی این نوع تحدیدات اشاره می‌شود:

الف. ممانعت از ورود رقبا:

1. Economies of scale

مفهوم اقتصادی که به کاهش هزینه‌ها و افزایش کارایی در اثر افزایش حجم تولید اشاره می‌کند.

از معاملات انحصاری می‌توان برای ممانعت یا مشکل کردن ورود رقبا یا تحت فشار قرار دادن رقبا جهت ترک اجباری بازار استفاده کرد؛ چراکه با انعقاد قرارداد معامله انحصاری، تأمین کننده از عرضه محصولات به سایر توزیع کنندگان و خرده‌فروشان امتناع نموده و این امر سبب تمرکز بنگاه بر بازار مربوطه شده و در نتیجه منجر به افزایش هزینه‌های توزیع کننده رقیب می‌شود، به ویژه زمانی که تولیدکننده واجد موقعیت مسلط است و قصد دارد از ورود رقبای کارآمد جلوگیری کند. همچنین با اعمال محدودیت مورد بحث، توزیع کنندگان عمده و خرده از هرگونه رقابت با سایر توزیع کنندگان محروم می‌شوند که سبب محدود شدن آزادی تجاری توزیع کننده شده و ممکن است بازار را ترک کنند (Duns, 2015: 228).

در این خصوص، سهم تأمین کننده در بازار و مدت زمان محدودیت، عاملی تعیین کننده است؛ اگر مدت زمان توافق، طولانی باشد تأمین کننده با ممانعت از فعالیت تأمین کنندگان رقیب در بخش قابل توجهی از بازار، آن‌ها را از فرصت دستیابی به مقیاس حداقل کارایی محروم می‌کند (Asker, 2016: 375).

ب. کاهش سطح رقابت:

تأمین کننده می‌تواند با انعقاد قراردادهای انحصاری با توزیع کنندگان سطح رقابت را کاهش دهد. کاهش رقابت زمانی رخ می‌دهد که تأمین کننده به موجب قرارداد توزیع انحصاری، حق انحصاری خود را در یک منطقه به یک توزیع کننده یا خرده‌فروش اعطا کند. آن توزیع کننده «حق انحصار در فروش» در آن بازار دارد و به جای اینکه انگیزه‌ای برای تبلیغ مؤثر داشته باشد، ممکن است از این قدرت انحصاری سوءاستفاده کند و مانع ورود توزیع کنندگان کارآمدتر شده و تلاش لازم جهت خدمات پیش از فروش را انجام ندهد و در نتیجه اجحاف به مصرف کنندگان خواهد بود (Monti, 2012: 350).

همچنین ممکن است تأمین کننده توزیع کنندگان خود را از خرید محصولات رقیب منع کند. در این صورت، دسترسی سایر توزیع کنندگان به بازار کاهش می‌یابد. این وضعیت به ویژه زمانی اتفاق می‌افتد که تأمین کننده دارای موقعیت مسلط در بازار باشد. با تعهد به فروش انحصاری به یک توزیع کننده، تأمین کننده به او اطمینان می‌دهد که هیچ توزیع کننده دیگری کالاهای مشابه را با قیمت پایین‌تر نخواهد فروخت.

در این شرایط، سایر توزیع‌کنندگان انگیزه‌ای برای کاهش قیمت عمده‌فروشی محصولات نخواهند داشت و در نتیجه، سطح رقابت کاهش می‌یابد (Hovenkamp, 2020: 769).

ج. کاهش رفاه مصرف‌کننده:

معاملات انحصاری معمولاً در بازارهایی ایجاد می‌شود که فروشندگان یا خریداران واجد قدرت بازاری هستند. در بسیاری از کانال‌های توزیع، قدرت بازاری در بازار پایین‌دستی بیشتر از بالادستی در مرحله تولید است چراکه مصرف‌کنندگان تمایل بیشتری به جایگزینی برند در آن فروشگاه دارند تا تعویض فروشگاه آن برند (Mills, 2017: 3). با انعقاد معاملات انحصاری، دسترسی به بازار و تهیه محصولات مادی و فناورانه برای مصرف‌کنندگان محدود شده و بدین‌وسیله حق انتخاب آن‌ها برای خرید محصولات رقابتی زایل می‌شود. لذا آن دسته از مصرف‌کنندگانی که برند مورد نظر خود را در فروشگاه مورد نظر خویش پیدا نمی‌کنند، باید برند دیگر یا فروشگاه دیگری را انتخاب کنند.

اعمال این محدودیت ممکن است به رفاه مصرف‌کننده آسیب برساند یا منجر به افزایش رفاه مصرف‌کننده شود؛ چراکه با وجود کاهش تعداد برندهای موجود، یک خرده‌فروش ممکن است قیمت خرده‌فروشی محصولاتی را که توزیع می‌کند را کاهش دهد تا از تغییر مصرف‌کنندگان جلوگیری کند و تغییر برند را تشویق کند. از سوی دیگر، زمانی که یک برند خاص از نظر مصرف‌کنندگان ضعیف باشد یا زمانی که یک برند توسط اکثریت قابل توجهی از مصرف‌کنندگان ترجیح داده می‌شود، برای خرده‌فروش سودآورتر است که با یکی از تأمین‌کنندگان برند مشهور معامله انحصاری منعقد کند تا اینکه هر محصولی را توزیع کند. به ویژه اگر تولیدکننده برند مورد بحث در زمان مذاکره با خرده‌فروش از قدرت چانه‌زنی بالایی برخوردار باشد و از طریق معاملات انحصاری، قیمت خرده‌فروشی برند انحصاری را به منظور تشویق «تغییر برند» کاهش دهد، این اقدام می‌تواند رفاه جامعه را افزایش دهد (Csongor, 2020: 48).

آثار یاد شده نشانگر آن است که موضع‌گیری قطعی در مورد اثرات مثبت رقابتی و یا ضد رقابتی معاملات انحصاری وجود ندارد و جهت ارزیابی این اثرات، باید مؤلفه‌های مختلفی نظیر سهم بازار طرفین، طول مدت

قرارداد، موانع ورودی و میزان تمرکز بر بازار را بررسی کرد تا مشخص شود که آیا این عوامل محل رقابت هستند یا با قواعد رقابتی همسو می‌باشند.

۲. سیاست‌های رقابتی حاکم بر معاملات انحصاری در توافقی‌های عمودی

در این قسمت سعی خواهد شد تا رویکرد حقوقی سه نظام حقوقی مورد بررسی، توصیف، مقایسه و مورد ارزیابی قرار گیرد.

۲-۱. حقوق آمریکا

در حقوق آمریکا معاملات انحصاری در توافقی‌های عمودی برای نخستین بار در پرونده شرکت نفت استاندارد اویل^۱ بررسی شد و دیوان عالی کشور آمریکا، معیار «ممانعت از رقابت» را در ارزیابی معاملات انحصاری به رسمیت شناخت و اعلام داشت اگر یک توزیع کننده صرفاً متعهد به معامله با یک تأمین کننده خاص باشد، این امر می‌تواند منجر به ممانعت رقابتی دیگر از دسترسی به بازار شود. با این حال، در این پرونده شواهد کافی مبنی بر ممانعت رقبا از بازار ارائه نشد (Duns, 2015: 231). محاکم آمریکایی تا مدت‌ها در خصوص اینکه در اثر چه قراردادهای انحصاری، موانع ورود رقبا به بازار تشدید می‌شود و علت اینکه بنگاه‌های اقتصادی در این صنعت نیازمند انعقاد قراردادهای انحصاری هستند، اختلاف نظر داشتند، اما رفتارهای بنگاه‌هایی که موجب بیرون راندن رقبا از بازار می‌شدند را قویاً محکوم می‌کردند تا اینکه رویکرد اثر محور در بررسی این تحدیدات را جایگزین نمودند (Donoghue & Padilla, 2020: 510).

رویه قضائی ایالات متحده آمریکا بر این باور بود که در صورتی که ثابت شود رقابت در بخش قابل توجهی از تجارت محدود شده است، معاملات انحصاری به دلیل نقض ماده ۳ قانون کلیتون، باطل و بی‌اثر و این رویه تا نیمه آخر قرن بیستم ادامه یافت. از جمله رأی مشهور در این خصوص دعوی تامپا بود که دادگاه جهت ارزیابی اثر رقابتی این گونه معاملات، معیار «قدرت بازاری تحمیل کننده شرط» را شناسایی کرد و قرارداد انحصاری بیست‌ساله شرکت برقی تامپا و زغال‌سنگ نشویل را تأیید نمود و معتقد بود تنها درصد

1. Standard Oil Co. (Cal.) v. United States, 337 US 293 (1949).

بسیار کمی از رقابت در بازار را سلب شده است و مقرر نمود معیارهای کیفی نظیر اثر احتمالی توافق بر رقابت در بازار مربوطه، سهم طرفین در بازار و ویژگی‌های بازار، اثر شرط بر فعالیت سایر رقبا و میزان تمرکز در بازار بررسی شود.

در این پرونده، دادگاه از اعلام بطلان معامله انحصاری خودداری کرد، زیرا تأمین زغال‌سنگ به موجب قرارداد فی مابین این دو شرکت کمتر از ۱ درصد از زغال‌سنگ تأمین شده در ناحیه آپالاچی را شامل می‌شد. با این حال دادگاه بدوی و دادگاه تجدیدنظر معیار «اساسی بودن بازار»^۱ اعمال و بر تحلیل اثرات اقتصادی معاملات انحصاری بر رقابت در بازار تأکید کردند، اما پنج سال بعد در پرونده کمیسیون فدرال تجارت علیه شرکت کفش قهوه‌ای،^۲ دیوان عالی کشور آمریکا بر اساس ماده پنجم قانون کمیسیون فدرال تجارت، معامله انحصاری را به‌عنوان رفتاری ضد رقابتی تلقی کرد. تا اواخر قرن نوزدهم، محاکم ایالات متحده قاعده معقولیت را برای ارزیابی رقابتی این معاملات به رسمیت شناختند (Alese, 2016: 331). در سال ۱۹۸۲، در پرونده شرکت بلتون الکترونیک، دادگاه «قاعده معقولیت» را به‌عنوان معیار ارزیابی برگزید. این دادگاه برای بررسی آثار رقابتی، به مؤلفه‌هایی از جمله میزان سلب رقابت در بازارهای مربوطه، مدت قراردادهای، میزان ممانعت از ورود رقبا و توجیحات معقول توجه نمود (Duns, 2015: 231).

به‌طور کلی، رویه قضائی ایالات متحده، معاملات انحصاری بنگاه‌هایی که کمتر از ۳۰ درصد از سهم بازار برخوردار بودند را رقابتی تلقی می‌کرد. محاکم پذیرفتند که این معاملات در صورتی که منجر به تقویت کارایی شوند و به نفع مصرف‌کنندگان باشند، معتبر خواهند بود، حتی اگر منجر به بیرون راندن رقبا از بازار شوند. مطابق رویه قضائی فعلی، خواهان باید ثابت نماید که قدرت انحصاری بنگاه مسلط و اثر اخراج‌کنندگی^۳ رقبا منجر به تحدید غیرمتعارف رقابت و کاهش رفاه مصرف‌کنندگان شده است، مگر اینکه خواننده ثابت نماید اعمال این تحدیدات در توافقی‌های عمودی، در بهبود تولید یا توزیع محصولات مؤثر است یا پیشرفت فنی یا اقتصادی را تقویت می‌کند (Abbott & Wright, 2008: 192-193).

1. Market Substantiality Test

2. FTC v Brown Shoe Co, Inc, 384 U.S. 316 (1966)

3. Exclusionary Effect

با ملاحظه رویه قضایی این کشور برای اعمال قاعده بطلان ذاتی در خصوص معاملات انحصاری در توافقات عمودی، باید سه شرط ذیل احراز شود:

۱. تحمیل کننده شرط دارای وضعیت مسلط باشد؛
۲. با استفاده از قدرت بازاری مسلط بر عملکرد بازار تأثیر بگذارد؛
۳. مدت قرارداد انحصاری، طولانی مدت باشد (Duns, 2015: 228).

بر همین اساس، رویه قضائی محاکم آمریکایی همواره اثبات قدرت بازاری عرضه کننده و طولانی بودن قرارداد را برای اعمال قاعده ضروری دانسته‌اند. با این حال، در صورتی که از موقعیت برتر بنگاه ذی نفع به منظور ایجاد انحصار، حذف یا ممانعت رقبا از ورود به بازار سوءاستفاده شود، این تحدیدات طبق ماده دوم قانون شرم‌ن بی اعتبار خواهند بود.

جدیدترین پرونده در خصوص شرط معامله انحصاری در عرصه مالکیت فکری مربوط به قرارداد لیسانس شرکت سانوفی و ماز درمانی^۱ است. به موجب این قرارداد، شرکت سانوفی با درج شرط انحصاری فروش، به منظور اعطای حق انحصاری بهره‌برداری از فناوری‌های خاص دارویی، دسترسی رقبا خود به مواد اولیه و بازار را محدود کرده که این امر منجر به افزایش قیمت می‌شد. بر همین اساس، کمیسیون فدرال تجارت علیه شرکت سانوفی دعوی مطرح نمود و مدعی شد که این توافق منجر به افزایش قیمت و کاهش نوآوری در بازار درمان بیماری Pompe شده است. پس از طرح دعوا، شرکت سانوفی تصمیم به فسخ قرارداد گرفت تا از تبعات منفی ناشی این توافق انحصاری جلوگیری کند. این اقدام نشان دهنده واکنش سریع شرکت سانوفی به فشارهای قانونی و نگرانی‌های مربوط به حفظ رقابت در بازار فناوری است.

مبنای قانونی حقوق ضدانحصار آمریکا در خصوص شروط انحصاری در توافقات عمودی، مواد اول و دوم قانون شرم‌ن، ماده سوم قانون کلایتون، ماده پنجم قانون کمیسیون فدرال تجارت آمریکا و قسمت ۵/۴ اصول راهنمایی ضدانحصار لیسانس حقوق مالکیت فکری مصوب ۲۰۱۷ است.^۲

1. Sanofi/Maze Therapeutics, Inc, In the Matter of MZE001, 2023.

2. Antitrust Guidelines for the Licensing of Intellectual Property, 2017.

به موجب ماده اول قانون شرمن توافقی‌های محدود کننده تجارت ممنوع اعلام می‌شود و هرگاه تحمیل کننده شرط از قدرت انحصاری خود در معاملات انحصاری برای ایجاد انحصار یا تلاش برای انحصار بازار استفاده نماید با نقض ماده دوم قانون شرمن روبرو می‌شود. توافقی‌هایی که به‌طور اساسی رقابت را کاهش می‌دهند و یا درصدد ایجاد انحصار هستند مطابق ماده ۳ قانون کلایتون ممنوع هستند. این تحدیدات ممکن است به استناد ماده ۵ قانون کمیسیون تجارت فدرال، از جمله روش‌های غیر منصفانه رقابت قلمداد شود و زمانی این ماده قابل استناد است که آسیب قابل توجهی به رقابت وارد نماید.

لازم به ذکر است محدودیت‌های انحصاری در توافقی‌های عمودی صرفاً در بازارهایی که بنگاه‌ها واجد قدرت بازاری قابل توجهی در بازار بالادستی یا بازار پایین‌دستی هستند اعمال می‌شود (Alese, 2016: 335). برخلاف ظاهر ماده دو قانون شرمن، هر نوع ایجاد یا تلاش برای ایجاد انحصاری غیرقانونی نیست. محاکم جهت احراز قدرت بازاری بنگاه خوانده دعوی به بررسی بازار می‌پردازند و اگر بنگاه مورد نظر واجد سهم قابل توجهی در بازار مرتبط باشد و مانع دسترسی ورود رقبا به بازار شود و برای مدت طولانی موقعیت انحصاری خود را حفظ نماید ممکن است ضد رقابتی قلمداد شود (Alese, 2016: 337).

در چارچوب حقوق مالکیت فکری، پاراگراف ۴/۵ اصول راهنمایی ضد انحصار لیسانس حقوق مالکیت فکری در خصوص معاملات انحصاری دارای‌های فکری مقرر می‌دارد: «به موجب شرط معامله انحصاری، لیسانس گیرنده از صدور مجوز، فروش، توزیع یا استفاده از فناوری‌های رقیب منع می‌شود».

همانند معاملات انحصاری کالا و خدمات، ارزیابی شرط معامله انحصاری دارای‌های فکری نیز تحت قاعده معقولیت و با توجه به پیامدهای مثبت و منفی آن صورت می‌گیرد. چراکه معاملات انحصاری در برخی شرایط ممکن است لیسانس گیرنده را تشویق کند تا فناوری موضوع قرارداد را توسعه و بازاریابی نماید و انگیزه‌های مجوز دهندگان را برای بهینه‌سازی و ارتقای فناوری افزایش دهد. همچنین، این نوع معاملات می‌تواند موجب ارتقای رقابت و افزایش میزان عرضه در بازار مربوطه شود.

۲-۲. حقوق اتحادیه اروپا

بررسی آراء صادره از دیوان دادگستری و دادگاه‌های اروپایی نشان می‌دهد این ترتیبات به دلیل محافظت از ساختار بازار و حمایت از آزادی تجاری فعالان اقتصادی، موضوعاً محدود کننده رقابت و در زمره محدودیت‌های نامشروع به شمار می‌رفت (Enchelmaier, 2023: pp. 73-74). از جمله اولین آرا صادره در این زمینه، مربوط به پرونده لانگز^۱ است. در این پرونده، شرکت لانگز تأمین کننده بستنی با بیش از ۳۰ درصد خرده‌فروشان و توزیع کنندگان، قرارداد انحصاری منعقد نمود. دیوان دادگستری اروپا در این پرونده، معاملات انحصاری را شرط ممنوع مطلق و تحدید ذاتی رقابت اعلام کرد. همچنین، در پرونده هافمن^۲، دیوان دادگستری در خصوص تخفیف مشتریان دائم^۳ مقرر داشت که این گونه محدودیت‌ها، با ایجاد انحصار به هدف رقابت در بازار مشترک، به‌طور ذاتی در تعارض است؛ چراکه این محدودیت‌ها منجر به کاهش حق انتخاب مصرف کننده و دسترسی رقبا به بازار می‌شود.^۴ دیوان دادگستری، اعمال این شرط توسط بنگاه مسلط را نوعی سوءاستفاده از موقعیت مسلط دانست و بدون توجه به آثار رقابتی از جمله «صرفه‌جویی به مقیاس» یا «کارایی تولیدی»، ذاتاً ضد رقابتی اعلام کرد.

در این پرونده، دیوان دادگستری، اعطای تخفیف از سوی بنگاه با موقعیت مسلط سبب انحصاری شدن بازار و تحدید رقابت دانست، در حالی که ارائه تخفیف توسط بنگاه با موقعیت مسلط به مشتریان دائم، انگیزه توزیع کنندگان را برای جذب مشتریان بیشتر و کاهش هزینه‌های توزیع افزایش می‌دهد و بنگاه ذینفع با ملاحظه هزینه حاشیه‌ای یا افزایش هزینه‌ها در تولید و عرضه محصولات، حاشیه سود خود را محاسبه کرده و سعی می‌کند با کاهش هزینه‌ها و افزایش حجم تولید، کارایی تولیدی را ارتقاء دهد تا اینکه سرانجام در سال ۱۹۹۷ در پرونده گیلبارکا،^۵ رویه قضائی پیشین کنار گذاشته شد و دادگاه تجدیدنظر حکم به نفع تأمین

1. Langnese-Iglo v Commission [1995] ECR II-01533.

2. Hoffmann

3. loyalty rebates

4. Hoffmann - v La Roche [1979] 3 CMLR 211 para 90

5. Omega Emti, Inc v Gilbarca, Inc, 127 F.3d 1157, 1163 (9th Cir. 1997).

کنندگان که واجد ۵۵ درصد از سهم بازار بوده و قراردادهای انحصار خرید با توزیع کنندگان بنزین منعقد می‌نمود به دلیل کوتاه بودن مدت‌زمان قرارداد، صادر نمود (Alese, 2016: 332).

از سال ۲۰۱۰ رویه قضائی اتحادیه اروپا در دعوی مشهور *Tomra*^۱، شرط انحصاری در توافقی‌های عمودی را از شمول قاعده ممنوعیت محض خارج ساخت. کمیسیون اتحادیه اروپا با این استدلال که شرکت *Tomra* در بازار خودرو، موقعیت مسلط دارد و از موقعیت مسلط خود در چندین بازار داخلی سوءاستفاده نمود، رفتار شرکت *Tomra* را تحدیدات نامشروع محض تشخیص داد، اما دیوان دادگستری اروپا ضمن رد ضابطه مذکور، معتقد بود تمام «شرایط حاکم» باید بررسی شود. دیوان «شرایط» را به معنای «اوضاع و احوال خاص این قرارداد» تفسیر کرد و مقرر داشت معاملات انحصاری در صورتی ممنوع است که اثر آن ممانعت یا تحدید اساسی رقابت در بازار مربوطه باشد، اما به دلیل وجود نگرانی رقابتی به منظور حفظ ساختار بازار رقابتی و حمایت از فعالیت رقبا در بازار مقرر داشت: «کلیه فعالان اقتصادی باید بتوانند در بازار فعالیت کنند، لذا باید قدرت بازاری شرکت مسلط، محدود شود تا فرآیند رقابت و آزادی تجاری رقبا تضمین شود». این تغییر ظریف اما مهم در موضع دیوان دادگستری، بیانگر انعطاف حقوق رقابت اتحادیه اروپا در جهت تطابق با نیازهای روز، شرایط خاص حاکم بر قرارداد بود (Luc & Ekaterina, 2011: 36).

جدیدترین پرونده مربوط به معاملات انحصاری در حوزه مالکیت فکری در اتحادیه اروپا مربوط به قراردادهای لیسانس شرکت گوگل با تولیدکنندگان تجهیزات اصلی (OEM) است. این قراردادها شامل تعهد شرکت‌های لیسانس گیرنده به نصب خدمات مختلف گوگل، از جمله گوگل کروم، گوگل آپ و جستجوی گوگل به‌عنوان موتور جستجو بود. کمیسیون اتحادیه اروپا در سال ۲۰۱۵ به بررسی شیوه‌های صدور مجوز برای سیستم‌عامل اندروید پرداخت و علیه گوگل طرح دعوی نمود. کمیسیون معتقد بود که این قراردادها با استفاده از مشوق‌های مالی، به‌طور مؤثری دسترسی گوگل را افزایش داده و فعالیت‌های رقابتی موتورهای جستجوی جایگزین^۲ را محدود می‌کنند. در این راستا مقرر داشت درج شرط انحصاری استفاده از خدمات

1. *Tomra Systems ASA and Others v. European Commission* [2010] Case T-155/06.

۲. موانع قابل توجهی برای ورود موتورهای جستجوی رقیب مانند Bing و DuckDuckGo ایجاد نمود.

گوگل در قراردادهای به‌عنوان سوءاستفاده از موقعیت مسلط تلقی شده و می‌تواند موجب محدودیت رقابت گردد، مگر اینکه این شروط از نظر عینی ضروری باشند یا پیامدهای مطلوب اقتصادی مانند کارایی و افزایش رفاه مصرف‌کنندگان را به همراه داشته باشند که آثار ضد رقابتی آن را جبران کند. بر همین اساس شرکت گوگل را به دلیل اعمال شرط انحصاری در قراردادهای لیسانس به استناد ماده ۱۰۲ معاهده به مبلغ ۴/۱۲۵ میلیارد یورو جریمه محکوم کرد که توسط دیوان دادگستری اتحادیه اروپا در سال ۲۰۲۱ تأیید شد.^۱

مبنای قانونی معاملات انحصاری در حقوق رقابت اتحادیه اروپا مواد ۱۰۱ و ۱۰۲ معاهده و آخرین مقررۀ معافیت شماره ۷۲۰ مصوب ۲۰۲۲^۲ و اصول راهنمای جدید مقررۀ معافیت^۳ است.

مطابق ماده ۴ مقررۀ معافیت شماره ۷۲۰ این شروط در زمره محدودیت‌های ذاتی نبوده و مشمول معافیت از اصل ممنوعیت ماده ۱۰۱ معاهده می‌گردد. طبق مقررۀ فوق‌الذکر اگر هدف یا اثر شرط انحصار از بین بردن، محدود نمودن و یا مخدوش نمودن رقابت در بازار مشترک اروپا باشد، ممنوع است، در غیر این صورت سهم تولیدکننده و توزیع‌کننده از بازار مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. اگر سهم بازاری طرفین کمتر از پانزده درصد باشد، توافق مورد بحث بی‌تردید از تحدیدات مشروع است و اگر سهم بازاری هر یک از طرفین بیشتر از پانزده و کمتر از سی درصد باشد آن توافق در صورتی مشمول مقررۀ معافیت کلی خواهد بود که حاوی هیچ‌یک از شروط احصاء شده در ماده ۵ مقررۀ موصوف نباشد در این صورت مشمول معافیت از اصل ممنوعیت قرار گرفته و در حاشیه امن واقع می‌شود.^۴ لیکن هرگاه سهم یکی از طرفین بیشتر از سی درصد باشد، تجزیه و تحلیل موضوع بر اساس سهم طرفین در بازار، ویژگی‌های بازار، مدت‌زمان قرارداد انحصاری، تعداد قراردادهای معامله انحصاری منعقدۀ، بخش و میزان بازار متأثر شده و عوامل توجیه‌کننده مانند کارایی و رفاه مصرف‌کننده صورت می‌گیرد (Kaltenbrunner, 2022: 25). در مقررۀ جدید اتحادیه اروپا در

1. <https://competitionlawblog.kluwercompetitionlaw.com/2022/09/20/google-android-the-general-court-takes-its-position>.

2. Commission regulation 2022/720 on the application of article 101(3) of the treaty on the functioning of the European Union to categories of vertical agreements and concerted practices & Guidelines on vertical restraints

3. Guidelines on vertical restraints, (2022), Brussels.

۴. فرض می‌شود که معامله انحصاری فاقد اثر ضد رقابتی قابل توجهی است.

خصوص اجرای بند سوم ماده ۱۰۱ معاهده نسبت به قراردادهای انتقال فناوری مصوب ۲۰۱۴^۱ و اصول راهنمای آن،^۲ به‌طور خاص مقرره‌ای درباره معاملات انحصاری پیش‌بینی نشده است. با این حال، ارزیابی رقابتی این معاملات بر اساس ضوابط قاعده معقولیت صورت می‌گیرد.

۲-۳. حقوق ایران

شرط معاملات انحصاری در توافقات عمودی به صورت خاص مورد توجه قانون‌گذار قرار نگرفته است، اما می‌توان از قسمت ۲ از بند «الف» ماده ۴۵، قسمت ۳ از بند «و» ماده ۴۵ و قسمت ۲ بند «ط» ماده ۴۵ و قسمت ۴ ماده ۴۵ قانون اجرای سیاست‌های کلی^۳ اصل چهل و چهارم قانون اساسی استنباط نمود:

قسمت ۲ از بند «الف» ماده ۴۵ (ق.ا.س.ک)، به صراحت استتکاف فردی یا جمعی از انجام معامله و همچنین محدود کردن مقدار کالا یا خدمت موضوع معامله را در صورتی که منجر به اختلال در رقابت شود، ممنوع اعلام کرده است. این بند دلالت بر ممنوعیت اقداماتی دارد که اشخاص را از تعاملات قراردادی با دیگران باز می‌دارد. و قسمت ۳ از بند «و» ماده ۴۵ نیز مقرر می‌دارد: «معامله با طرف مقابل با این شرط که طرف مذکور از انجام معامله با رقیب امتناع ورزد» بی‌اعتبار می‌داند.

قسمت ۲ از بند «الف» ماده ۴۵ ناظر به بنگاه اقتصادی بالادستی است که دارای قدرت بازاری قابل توجهی است و انعقاد معاملات انحصاری را به بنگاه پایین‌دست تحمیل یا از معامله با رقبای خویش منع می‌کند و بند «و» دلالت بر انعقاد معاملات انحصاری از مجرای مناسبات قراردادی دارد و از آنجا که تحمیل معاملات انحصاری از سوی بنگاه اقتصادی مسلط، ممکن است موجب حذف رقبا یا مانع از ورود رقبای جدید شود لذا مشمول فراز ۴ بند «ط» ماده ۴۵ قرار گرفته و در صورتی که مطابق با صدر ماده منجر به اختلال در رقابت شود، ممنوع است (حسینی، ۱۴۰۱: ۳۱۷).

1. Commission regulation (EU) no 316/2014 of 21 march 2014 on the application of article 101(3) of the treaty on the functioning of the European Union to categories of technology transfer agreements.

2. Guidelines on Commission Regulation (EU) No 316/2014 of 21 March 2014 on the application of Article 101(3) of the Treaty on the Functioning of the European Union to categories of technology transfer agreements

۳. از این پس از این قانون به اختصار «ق.ا.س.ک» یاد می‌شود.

همچنین، معاملات انحصاری در زمره رویه‌هایی قرار می‌گیرند که موجب ممانعت از ورود رقبا یا حذف آن‌ها از بازار می‌شوند؛ بنابراین، این معاملات در چارچوب قسمت ۴ بند «ط» ماده ۴۵ قرار می‌گیرد. بند مذکور به «ایجاد مانع به منظور دشوار کردن ورود رقبای جدید یا حذف بنگاه‌ها یا شرکت‌های رقیب در یک فعالیت خاص» اشاره دارد. به نظر می‌رسد که منظور قانون‌گذار از محروم کردن از «فعالیت خاص»، ظاهراً محروم کردن از ورود به یک بازار خاص است (رهبری و حسنی، ۱۳۹۸: ۱۳۷).

مضافاً، قسمت ۲ بند «ط» ماده ۴۵ به «تحمیل شرایط قراردادی غیرمنصفانه» اشاره دارد. بدین معنا که هرگاه معاملات انحصاری توسط بنگاهی با وضعیت اقتصادی مسلط صورت گیرد، به استناد بند مذکور ممکن است محل رقابت تلقی شود. به عبارت دیگر، اگر بنگاه مسلط طرف قرارداد را مجبور کند که تنها با او معامله کند، این شرط منصفانه نیست.

در موازین رقابتی ایران، قانون‌گذار راهکارهایی برای محدودیت‌های ضدرقابتی ناظر به دارایی فکری را ملحوظ داشته است. شورای رقابت می‌تواند با توسل به ماده ۵۱ (ق.ا.س.ک.ا) دستور به توقف فعالیت، دستور به عدم انجام تمام یا بخشی از شرایط و تعهدات مندرج در آن یا ابطال قرارداد صادر نماید و اگر شرط مربوط به حوزه مالکیت فکری نباشد شورای رقابت می‌تواند حسب مورد یک یا چند تصمیم مذکور در ماده ۶۱ این قانون را اعمال کند. اهم این دستورات عبارت‌اند از: دستور به بنگاه‌ها به رعایت حداقل عرضه در شرایط انحصاری، فسخ توافقات عمودی ضدرقابتی، دستور به توقف شرط تحدید یا عدم تکرار آن، اطلاع‌رسانی عمومی، دستور استرداد اضافه درآمد یا توقیف اموال حاصل از ارتکاب و تعیین جریمه نقدی موضوع ماده ۴۵.

آرای متعددی در خصوص معاملات انحصاری در شورای رقابت مطرح شده است. از مهم‌ترین دعاوی در این حوزه، می‌توان به شکایت شرکت آسان رسانیان غذای نوین ایرانیان (چیلیوری) از شرکت مدرن سامانه گذارسان اطلس (اسنپ فود) به دلیل شرط قراردادی مبنی بر تعهد به عدم همکاری رستوران طرف قرارداد با پلتفرم مشابه دیگر، اشاره نمود. در این پرونده، شورای رقابت به موجب رأی شماره ۳۹۵ مورخه

۱۳/۰۷/۱۳۹۸ با در نظر گرفتن موقعیت مسلط شرکت اسنپ فود، رویه ارتكابی را مشمول بندهای قسمت ۲ از بند «الف» ماده ۴۵، قسمت ۳ از بند «و» ماده ۴۵ و قسمت ۴ بند «ط» ماده ۴۵ و این شرکت را به توقف رویه ضدرقابتی، اطلاع‌رسانی عمومی در جهت شفافیت بازار پرداخت یک میلیارد ریال جریمه نقدی محکوم نمود. متعاقباً هیئت تجدیدنظر رقابتی در رأی شماره ۹۸/۵۸/هـ ت مورخ ۱۳۹۸/۱۱/۷،^۲ عمل شرکت یادشده را مصداق رویه ضدرقابتی موضوع قسمت ۴ بند «ط» ماده ۴۵ (ق.ا.س.ک) مبنی بر سوءاستفاده از وضعیت اقتصادی مسلط به روش «ایجاد مانع به منظور مشکل کردن ورود رقبای جدید و حذف شرکت‌های رقیب در یک فعالیت خاص» تشخیص داد و دستور به پرداخت جریمه نقدی را صادر نمود.

در تصمیمات اتخاذ شده، معیار مشخصی برای تشخیص موقعیت مسلط و قدرت بازاری مشخص نشده است و تحلیل دقیقی از وضعیت و محدوده بازار ارائه نشده است. به نظر می‌رسد اقدامات شرکت اسنپ فود بدون در نظر گرفتن پیامدهای مثبت اقتصادی و رقابتی این تحدیدات، ذاتاً غیرقانونی تلقی شده است. با توجه به مطالب ذکرشده، ماده ۴۵ قانون مذکور کلیه اعمال، اعم از یکجانبه، مثل سوءاستفاده از وضعیت اقتصادی مسلط و اعمال دوجانبه را در برمی‌گیرد (کبیری شاه‌آباد و کلانترزاده، ۱۴۰۲: ۱۴۰). اما معطوف به قدرت بازاری یا موقعیت مسلط و سوءاستفاده از آن توسط برخی بنگاه‌ها به منظور اختلال در رقابت است (رهبری و حسنی، ۱۳۹۸: ۲۷). مطابق بند ۱۵ ماده ۱ (ق.ا.س.ک.ا) وضعیت اقتصادی مسلط ناظر به وضعیتی در بازار است که توانایی تعیین قیمت، مقدار عرضه یا تقاضای کالا یا خدمت یا شرایط قرارداد در اختیار یک یا چند شخص حقیقی و یا حقوقی قرار گیرد. این تعریف با تعریف وضعیت مسلط در حقوق اتحادیه اروپا هماهنگ است. همانند حقوق اتحادیه اروپا، صرف دارا بودن وضعیت مسلط در حقوق ایران ممنوع نبوده و به تصریح بند «ط» ماده ۴۵ قانون اخیرالذکر سوءاستفاده در صورتی که مطابق با صدر ماده منجر به اختلال در رقابت شود»، ممنوع است (جان محمدی و دیگران، ۱۴۰۱: ۴). لذا اعمال

1. <https://www.nicc.gov.ir/revised/revised-decisions-council/1285-58-11-07.html>

2. <https://www.nicc.gov.ir/revised/revised-decisions-council/1285-58-11-07.html>

شرط معاملات انحصاری در صورتی ضدرقابتی قلمداد می‌شود که منجر به اخلاص در رقابت شود؛ چراکه این معاملات واجد پیامدهای مثبت غیرقابل انکار برای بازارهای رقابتی و مالکیت فکری هستند که نمی‌توان به راحتی نادیده انگاشت.

۲-۴. ارزیابی سیاست‌های اتخاذی در سه نظام حقوقی مورد مطالعه

در مقام داوری می‌توان گفت در هر سه نظام حقوقی، پذیرفته شده که معاملات انحصاری لزوماً آثار ضدرقابتی ندارند بلکه تحت شرایطی ممکن است آثار مثبتی بر رقابت بگذارند. در این خصوص، مقررۀ اتحادیه اروپا معافیت کلی «مقررۀ معافیت شمار ۷۲۰» و انفرادی «بند سوم ماده ۱۰۱ معاهده» برای بررسی این نوع توافقات طراحی کرده است، به‌ویژه، کمیسیون اروپا معاملات انحصاری میان بنگاه‌هایی که فاقد قدرت اقتصادی در بازار اتحادیه هستند را مشمول معافیت می‌داند. در مقابل، قوانین رقابتی ایالات متحده به‌طور صریح به این توافقات اشاره‌ای نکرده و ارزیابی آن‌ها را به مراجع رقابتی و دادگاه‌ها واگذار کرده است. این مراجع بر اساس جزئیات پرونده و محتوای قرارداد، تأثیر آن بر کارکرد بازار بررسی می‌کنند.

به لحاظ ماهوی، مهم‌ترین اهداف حقوق رقابت در اتحادیه اروپا عبارت‌اند از: تضمین رقابت عادلانه، پویایی بازارهای داخلی، افزایش توان رقابتی بنگاه‌های اقتصادی، تسهیل رقابت و ممنوعیت انحصار (موسوی و جدیدی، ۱۳۹۹: ۲۸۹). همچنین، در این نظام حقوقی، سوءاستفاده از موقعیت مسلط ممنوع است و مقنن مصادیق این سوءاستفاده را به صورت تمثیلی ذکر کرده است. درحالی که به موجب ماده ۲ قانون شرم، ایجاد یا تلاش برای ایجاد انحصار ضدرقابتی است. همچنین، طبق ماده ۱۰۲ معاهده، هرگاه رفتاری مبتنی بر سوءاستفاده از بنگاه مسلط رخ دهد، محدود شدن رقابت در نتیجه آن مفروض است. ضمناً، ماده ۱۰۲ معاهده در مقایسه با ماده ۲ قانون شرم اعمال یکجانبه بیشتری را ممنوع کرده، لذا قلمرو گسترده‌تری دارد، اما تعریفی مشخص از سوءاستفاده ارائه نمی‌دهد. با این حال، تمامی بندهای چهارگانه ماده ۱۰۲ به ویژه بند اول، دارای اثر اخراج‌کنندگی یا انحصارزایی می‌باشند در حالی که به موجب ماده ۲ قانون شرم، وجود قدرت انحصاری و تلاش در به دست آوردن موقعیت انحصاری یا حفظ آن برای تحقق بزه کافی است. در هر دو نظام حقوقی، برای احراز قدرت انحصاری یا موقعیت مسلط بنگاه‌ها از قدرت بازاری استفاده می‌شود

اگرچه در حقوق آمریکا معمولاً سهم بازاری دست کم ۷۰ درصد را برای احراز قدرت انحصاری مورد نیاز می‌دانند. اما در حقوق اتحادیه اروپا جهت برخورداری از موقعیت مسلط میزان کمتری را در نظر می‌گیرند، به گونه‌ای که گاهاً سهم بازاری ۴۰ درصد موقعیت مسلط تصور شده است (غفاری، ۱۳۹۸: ۵۲۸).

در حقوق رقابت ایران، ماده ۴۵ (ق.ا.س.ا.ک) شرط نهایی ایجاد مسئولیت رقابتی را «اخلال در رقابت» اعلام نموده است. اگرچه این تحدیدات را با توسل به قسمت ۲ از بند «الف» ماده ۴۵، قسمت ۳ از بند «و» ماده ۴۵ و قسمت ۲ بند «ط» ماده ۴۵ و قسمت ۴ ماده مذکور می‌توان به چالش کشید، اما تحلیل رقابتی معاملات انحصاری در عرصه مالکیت فکری با توجه به اینکه به‌طور صریح در بازار محصولات مادی مورد اشاره این قانون قرار نگرفته است، دشوار است. حال آنکه، ارزیابی رقابتی بدون توجه به مقتضیات خاص بازارهای فناوری و ساختارهای نوآوری امکان‌پذیر نیست. در فرآیند ارزیابی باید ضمن حفظ هنجارهای حقوق رقابت، انگیزه صاحبان دارایی‌های فکری برای فعالیت‌های ابداعی و نوآوری مدنظر قرار گیرد. همچنین، لازم است که ضمانت اجرای منعطفی برای پیشگیری و مقابله با معاملات انحصاری در اختیار شورای رقابت قرار گیرد.

نتیجه‌گیری و پیشنهاد

بررسی تطبیقی نشان داد این محدودیت‌ها در سه نظام حقوقی مضمون به داشتن آثار ضد رقابتی هستند و در صورتی که اثر سوء عمده‌ای بر رقابت بگذارند یا توسط بنگاه‌های دارای موقعیت مسلط آثار حذف‌گرایانه داشته باشد. در تنافی با قواعد رقابتی قرار می‌گیرند و زمانی که واجد تبعات مثبت در عرصه رقابت، توسعه فناوری و ارتقای نوآوری باشد، تردیدی در مشروعیت این محدودیت‌ها وجود ندارد. در حقوق آمریکا و اتحادیه اروپا، رویکرد اثر محور مبتنی بر تحلیل اقتصادی معامله انحصاری اتخاذ شده است و در پرتو قاعده معقولیت، مشروعیت یا بی‌اعتباری آن احراز می‌شود. در حالی که در حقوق رقابت ایران توجهی به معاملات انحصاری نشده، اما می‌توان این ترتیبات را از چند بند ماده ۴۵ (ق.ا.س.ا.ک) استنباط کرد. مقنن معاملات انحصاری مخل رقابت را با اتخاذ رویکرد شکل‌گرا و بدون توجه به اثرات رقابتی و اقتصادی به ویژه در عرصه بازارهای مالکیت فکری، ضد رقابتی و فاقد اعتبار اعلام نموده است. لذا در مواجهه با بازارهای فناوری

- و نوآوری، قواعد ارزیابی معاملات انحصاری نیازمند اصلاح و بازنگری جدی است. بر این اساس، به صورت مشخص برای رفع این خلأ قانونی، پیشنهاد می‌گردد:
۱. پیش‌بینی معافیت قانونی از طریق تدوین مقررہ معافیت و اصول راهنمای آن با توجه به پیامدهای مثبت این ترتیبات در تحقق کارایی، افزایش رفاه مصرف‌کنندگان و بهبود بازارهای نوآوری و فناوری.
 ۲. رویه‌های شمارش شده در مواد ۴۴ و ۴۵ قانون مذکور، تمامی مصادیق تحدیدات عمودی، افقی یا قیمتی، غیرقیمتی را پوشش نمی‌دهند. اگر معتقد باشیم که حصری بودن مواد با قواعد حقوق رقابت و واقعیت‌های بازار همخوانی ندارد، در این صورت رویه‌های احصا نشده مشروع تلقی می‌شوند، لیکن اعمال ضدرقابتی جدیدی که به مرور زمان شکل می‌گیرد را شامل نمی‌شود. لذا شایسته است مواد مذکور به گونه‌ای تدوین شوند تا بر تمثیلی بودن اعمال ضدرقابتی دلالت کنند.
 ۳. قانون‌گذار برای جلوگیری از تمرکز شدید در بازار و سوءاستفاده از قدرت بازاری تحمیل‌کنندگان شرط، شایسته است سهم بازاری طرفین را تعیین کند تا با در نظر گرفتن تعداد فعالان بازار و رعایت سقف مقرر، در قلمرو معافیت قرار گیرند.

فهرست منابع

- جان محمدی، سجاد؛ حسین زاده جواد و حسینی مینا (۱۴۰۱). «تحلیل سوءاستفاده از وضعیت اقتصادی مسلط در صنعت خودرو ایران و اتحادیه اروپا از منظر حقوق رقابت»، **پژوهش‌های اقتصاد صنعتی**، شماره ۲۰.
- جعفرزاده، میرقاسم و اکبریان طبری، معصومه (۱۴۰۰). «تحلیل رقابتی محدودیت‌های غیرقیمتی در توافقات عمودی»، **پژوهش حقوق خصوصی**، شماره ۳۷.
- حسینی مینا (۱۴۰۱). **حقوق رقابت در آیین‌ه ساختار و تصمیمات شورای رقابت**، تهران: انتشارات مجد، چاپ ۲.
- رهبری ابراهیم و حسینی وحید (۱۳۹۸). **حقوق رقابت در عرصه مالکیت‌های فکری**، تهران: انتشارات سمت، جلد ۲، چاپ ۱.
- غفاری فارسانی بهنام (۱۳۹۸). **حقوق رقابت و ضمانت اجراهای مدنی آن**، تهران: نشر میزان، چاپ دوم.
- کبیری شاه‌آباد حمید و کلاتر زاده سعدآباد، سجاد (۱۴۰۱). «مطالعه تطبیقی معیارهای شناسایی توافقات عمودی ضد رقابتی در نظام حقوقی اتحادیه اروپا و ایران»، **نشریه حقوق تطبیقی دانشگاه مفید**، شماره ۱۱۹.
- موسوی، فضل‌الله و جدیدی، انسیه (۱۴۰۰). «مطالعه تطبیقی قواعد رقابت در ق قوانین رقابتی ایران و اتحادیه اروپا»، **فصلنامه پژوهش تطبیقی حقوق اسلام و غرب**، دوره ۸، شماره ۲.

References

- Abbott, Alden F, and Joshua D. Wright (2008), "Antitrust analysis of tying arrangements and exclusive dealing", George Mason Law & Economics Research Paper, No. 08.
- Alese, Femi, Federal (2016), Antitrust and EC Competition Law Analysis, New York: Routledge.
- Asker, John (2016), "Diagnosing Foreclosure Due to Exclusive Dealing", the Journal of Industrial Economics, Vol. 64, No. 3.
- Barry Wright v. ITT Grinnell, 724 F.2d 227 (1st Cir. 1983).
- Beltone Electronics Corp. V. Superior Court (People). (۱۹۷۸)
- Blair, Roger & Daniel Sokol (2014), The Oxford Handbook of International Antitrust Economics, Oxford: University Press.
- Brooke Group Ltd. v. Brown & Williamson Tobacco Corp, 509 US 209. (۱۹۹۳)
- Clifford, Jones, Matsushita, Mitsuo (2002), Competition Policy in Global Trading System, London: Kluwer Law International.
- Commission Regulation (EU) 2022/720 of 10 May 2022 on the application of article 101(3) of the treaty on the functioning of the European Union to categories of vertical agreements and concerted practices.
- Commission regulation (EU) no 316/2014 of 21 March 2014 on the application of article 101(3) of the treaty on the functioning of the European Union to categories of technology transfer agreements.

- Commission regulation (EU) no 316/2014 of 21 March 2014 on the application of article 101(3) of the treaty on the functioning of the European Union to categories of technology transfer agreements.
- Concord Boat Corp. v. Brunswick Corp, 207 F.3d 1039 (8th Cir. 2000).
- Contreras, Jorge L (2022), Intellectual Property Licensing and Transactions: Theory and Practice, Cambridge University Press.
- Csongor, Nagy (2020), EU and US Competition Law), USA: Routledge.(
- Donoghue KC, Robert, and Jorge Padilla (2020), The Law and Economics of Article 102 TFEU, Oxford: Bloomsbury Publishing Plc.
- Duns, John & Duke Arlen (2015), Competition Law: Cases and Materials, Edition4, Sydney: LexisNexis Butterworths.
- Duns, John, (2015), Comparative Competition Law, Massachusetts: Edward Elgar Publishing.
- Enchelmaier, Stefan (2023), "Restrictions 'by object' after Generics, Lundbeck, and Budapest Bank: are we any wiser now?" Journal of Antitrust Enforcement, Volume 11, Issue 1.
- Federal Trade Commission v. McCormick (FTC Dkt. No. C3939) (2000) (FTC File No. 961-0050).
- Frenz, Walter (2017), Handbook of EU Competition Law, Berlin: Springer.
- FTC v Brown Shoe Co, Inc, 384 U.S. 316.(۱۹۶۶)
- Guidelines on Commission Regulation (EU) No 316/2014 of 21 March 2014 on the application of Article 101(3) of the Treaty on the Functioning of the European Union to categories of technology transfer agreements.
- Guidelines on vertical restraints, Brussels, 10.5.2022.
- Hoffmann - v La Roche [1979] 3 CMLR 211 para 90.
- Jedlicková, Barbora (2016), Resale Price Maintenance and Vertical Territorial Restrictions, Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited.(
- Kaltenbrunner, Lisa (2022), European Union: Abuse of dominance and article 102 of the TFEU, Ropes & Gray.
- Khairawati, Salihah (2020), "Effect of customer loyalty program on customer satisfaction and its impact on customer loyalty", International Journal of Research in Business and Social Science, Vol.9 No.1.
- Kobayashi Bruce H (2005), "The Economics of Loyalty Discounts and Antitrust Law in the United States", Law & Economics,05-26.
- Mills David (2017), Buyer-Induced Exclusive Dealing, USA: Southern Economic Journal Department of Economics.
- Monti Giorgio (2012), EC Competition Law", London: Cambridge University Press.
- Omega Envnti Inc v Gilbarca Inc, 127 F.3d1157, 1163(9th Cir.1997).

- Peeperkorn Luc & Rouseva Ekaterina (2011), "Article 102 TFEU: Exclusive Dealing and Rebates", Journal of European Competition Law & Practice, Vol.2 No.1.
- Shubha Ghosh (2017), Encyclopedia of Law and Economics, USA: Edward Elgar Publishing.
- Sobel Gerald (2003), "Competition policy in patent cases and antitrust", Advances in Genetics Volume, 50.
- Standard Oil Co (Cal.) v. United States 337 US293. (۱۹۴۹)
- Tampa Electric Co. v. Nashville Co. 365 US320. (۱۹۶۱)
- Tomra Systems ASA and Others V. European Commission. [۲۰۱۰]
- Van den Bergh Foods Ltd OJ1998 L246/1 on appeal Case T -65/98 Van den Bergh Foods Ltd V Commission [2003] ECR II -4653.
- Winter Ralph & Ginsburg Marty, Kovacic William (2020) Competition Law and Economics, USA: Edward Elgar.
- Hovenkamp, Herbert (2020), "Federal Antitrust Policy", The Law of Competition and Its Practice, West Academic Publishing, 6th Edition.
- <https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=35512>
- Sanofi/Maze Therapeutics, Inc, In the Matter of MZE001, 2023.

In Persian

- Ghaffari Farsani, Behnam (2014), Competition Law and its Civil Remedies, Tehran: Mizan Publications
- Hosseini, Mina (2021) Competition Laws in the Mirror of the Structure and Decisions, Tehran: Majd Publications.
- Jafarzadeh, M; Akbarian. Tabari (2021), "Competitive Analysis of Non-Price Restraints in Vertical Agreements (A Comparative Study of American, European Union, and Iranian Law)", private Law Research, Volume 10, pp 37-75.
- Janmohamadi, Sajjad; Hoseinzadeh, Javad; Hosseini, Mina (2022), "Analyzing the Abuse of dominant position in the Iranian and European automotive industries view of competition law", Quarterly Journal of Industrial Economics Researches, Vol. 6, No. 20, pp 1-14.
- Kabiri Shahabad, H; Kalantarzadeh Sadabad, S (2023), "A Comparative Study of the Criteria for Identifying Vertical Anti-Competitive Agreements in the Legal System of the European Union and Iran", The Journal of Comparative Law, Mofid University, Volume 10. No. 1, pp 243-270.
- Mousavi, Fazlollah; Jadidi Ensiye (2020), "A Comparative Study of Competitive Rules in Competition Laws of Iran and the European Union", Comparative Studies on Islamic and Western Law, Volume 8, Issue 2, No. 28, pp 279-312.
- Rahbari, Ebrahim, Hasani Sangani, Vahid (2019). Competition Law in the Realm of Intellectual Ownership (Vol.I, 2): Notions, Basic Rules and Anticompetitive Agreements, Tehran: SAMT Publications.