

توافقات عمودی ممنوع از منظر حقوق رقابت

میر قاسم جعفرزاده* - عباس انصاری**

(تاریخ دریافت: ۹۳/۷/۱۰ - تاریخ پذیرش: ۹۳/۱۱/۱۵)

چکیده

توافقات عمودی ممکن است حاوی شروط محدودکننده‌ای باشند که با اهداف حقوق رقابت ناسازگارند. برخی از آنها هم واجد آثار مثبت و هم منفی بوده و منع یا جوازشان تنها از طریق اعمال قاعده معقولیت مشخص می‌شود. در برخی دیگر آثار مضر آنچنان زیاد است که در اکثر نظام‌های حقوقی پیش‌فرض ضدرقابتی بودن و دید منفی نسبت به آنها وجود داشته و اصطلاحاً شروط ممنوع محض یا ذاتاً غیرمشروع نامیده می‌شوند. شرط تثبیت حداقل قیمت بازر فروش و شروط راجع به تقسیم بازار و تخصیص مشتریان از آن جمله‌اند. در این مقاله ابتدا مفهوم توافقات ممنوع ذکر و پس از ذکر مصادیق، هر شرط از منظر حقوق رقابت اتحادیه اروپا، آمریکا و برخی کشورهای دیگر بررسی می‌شود. در بخش دوم نیز پس از بررسی موضع حقوق ایران، با دیدگاهی نقادانه کاستی‌های مقررات ذکر و در پایان پیشنهاداتی جهت تصحیح و تکمیل مقررات رقابتی ایران ارائه می‌گردد.

کلید واژگان: توافقات عمودی، شرط تثبیت قیمت بازر فروش، محدودیت‌های قلمروی، محدودیت ذاتی

* Jafarzadeh@sbu.ac.ir

* دانشیار گروه حقوق خصوصی دانشکده حقوق دانشگاه شهید بهشتی

** دانشجوی دکتری حقوق خصوصی دانشگاه شهید بهشتی تهران (نویسنده مسئول) a_ansari1119@yahoo.com

مقدمه

حقوق رقابت اهداف مختلفی را دنبال می‌نماید که افزایش کارایی اقتصادی و هم‌چنین افزایش رفاه مصرف‌کنندگان از جمله اهداف اقتصادی آن می‌باشد. این شاخه از حقوق در مقابل توافقات، قراردادهای و اعمالی که رفاه مصرف‌کننده و یا رفاه کل جامعه را مخدوش نموده و به‌طور کلی اهداف و اصول آن را به مخاطره اندازد ایستادگی نموده و سعی در جلوگیری از چنین توافقات و رویه‌هایی دارد. توافقات عمودی، یعنی کلیه توافقات و رویه‌های مشترکی که بین دو یا چند شخص (اعم از حقیقی یا حقوقی) که هر یک، به منظور اهداف توافق، در سطوح مختلفی از زنجیره تولید تا توزیع محصول فعالیت می‌کنند، یکی از مواردی هستند که اگر واجد شروط محدود کننده باشند زیر ذره‌بین حقوق رقابت قرار گرفته و موجب حساسیت آن می‌گردند. این حساسیت بسته به این که آن شروط به چه میزان در تعارض با اهداف و مبانی حقوق رقابت باشند متفاوت است. گاهی صرفاً مظنون تلقی شده و بدون هیچ‌گونه پیش‌داوری و پیش‌فرضی از طریق تحلیل اقتصادی و رقابتی آثار مفید و مضر آن‌ها بر رقابت موازنه شده و در صورت سنگینی آثار ضد رقابتی، ممنوع اعلام می‌گردند. گاهی نیز ریسک و خطرآفرینی آن‌ها بالا بوده و با دید منفی به آن‌ها نگریسته می‌شود. در صورتی که فرض ممنوعیت و تحدید مضر بودن برای شرطی وجود داشته باشد از آن به‌عنوان محدودیت ذاتی^۱ یا ممنوع محض^۲ یاد شده و در غیر این‌صورت محدودیت مظنون^۳ بوده و حکم آن از طریق قاعده معقولیت^۴ مشخص می‌شود. در این نوشته تلاش می‌گردد شروط محدود کننده و توافقات عمودی که از ریسک بالاتری برخوردار بوده و در بیش‌تر نظام‌های حقوقی با دید منفی به آن‌ها نگریسته می‌شود معرفی و شناسایی گردیده و مهم‌ترین مصادیق آن‌ها ذکر می‌شود. بدین منظور نظر به این که حقوق رقابت اتحادیه اروپا برای اکثر کشورهای اروپایی لازم‌الاجرا بوده و حتی بیش‌تر کشورهای اروپایی قواعد آن را در قوانین رقابتی داخلی خود نیز مورد استفاده قرار داده‌اند و هم‌چنین قوانین رقابتی آمریکا نیز که با پیشینه‌ای بیش‌تر از یکصد سال از سابقه‌ای طولانی در خصوص حقوق رقابت برخوردار بوده و حقوق رقابت خیلی از کشورها متأثر از حقوق رقابت این دو کشور می‌باشد محور بیش‌تر بررسی‌ها قرار گرفته و قوانین رقابتی برخی کشورهای دیگر

1. Intrinsically (Hardcore) Restriction

2. Per Se Illegal

3. Suspect restriction

4. Rule of Reason

صرفاً به عنوان نمونه و جهت تبیین موضوع و به طور موردی ذکر گردیده است. در بخش دوم مقاله نیز ابتدا موضع حقوق رقابت ایران و مقررات رقابتی مربوطه بررسی و با استفاده از نتایج حاصل از بررسی حقوق رقابت سایر نظام‌های حقوقی کاستی‌ها و معایب مقررات ایران شناسایی و در پایان مطالبی در قالب پیشنهاداتی کاربردی در جهت اصلاح و تکمیل حقوق رقابت ایران ارائه می‌گردد. لازم به توضیح است در این خصوص تا کنون تحقیق مستقلی انجام نپذیرفته و امید است انجام این تحقیق شروعی برای تحقیقات گسترده تر باشد.

مطالعه توافقات عمودی^۱ ممنوع در حقوق رقابت اتحادیه اروپا، آمریکا و برخی کشورهای دیگر

مفهوم توافقات عمودی ممنوع

توافق عمودی عبارت است از توافق بین فعالان اقتصادی و شرکت‌ها یا اشخاصی که در سطوح مختلف و غیر هم سطح فعالیت می‌کنند. به طور نمونه قرارداد توزیع یکی از مصادیق توافقات عمودی می‌باشد. شروط مختلفی در ضمن و یا به موجب یک توافق عمودی مطرح می‌گردد که برخی از آنها ممکن است واجد آثار ضد رقابتی باشند. برخی از شروط و توافقات موجود در یک رابطه تجاری عمودی واجد آن‌چنان آثار ضد رقابتی و مضری می‌باشند که معمولاً با سوء ظن به آن‌ها نگرسته شده و حقوق رقابت حساسیت خاصی در رابطه با آن‌ها نشان می‌دهد. این گونه شروط در هر سیستم و نظام حقوقی تحت عنوان خاصی مورد شناسایی و تقنین قرار گرفته‌اند. به عنوان نمونه در حقوق آنتی تراست ایالات متحده آمریکا به عنوان محدودیت‌های نامشروع ذاتی^۲ شناخته می‌شوند که محدودیت در ذات آن‌ها بوده و آثار ضد رقابتی آن‌ها اثبات شده است. در حقوق رقابت اتحادیه اروپا نیز تحت عنوان «محدودیت‌های محض»^۳ مورد شناسایی واقع می‌گردند.^۴ البته لازم به ذکر است نحوه برخورد حقوق رقابت کشورهای مختلف نسبت به این گونه شروط نیز یکسان نبوده و در برخی کشورها مطلقاً و ذاتاً ممنوع می‌باشند که امکان معافیت نیز نداشته و هیچ گونه اثر مثبتی برای آن‌ها تصور نمی‌گردد در برخی دیگر یک درجه ملایم‌تر به آن‌ها نگرسته

1. Vertical Agreements

2. Per se illegal Restrictions

3. Hardcore Restrictions

۴. جعفرزاده، میرقاسم و رهبری، ابراهیم، تحلیل رقابتی تحدیدات ممنوع در قراردادهای لیسانس فناوری، مجله پژوهش‌های حقوقی دانشگاه علامه طباطبائی، ۱۳۹۱، ش. ۳۶ ص ۳.

می‌شود و صرفاً پیش‌فرض ممنوعیت برای آن‌ها وجود دارد ولی این پیش‌فرض مطلق نبوده و خلاف آن قابل اثبات است. حقوق رقابت اتحادیه اروپا آثار ضدرقابتی و منفی را برای برخی توافقات و شروط مندرج در بند اول ماده ۱۰۱ معاهده تأسیس اتحادیه اروپا^۱ مفروض می‌داند ولی این فرض در صورتی که شرایط بند سوم آن ماده موجود باشد، قابل نقض و عدول بوده و مطلق نیست. صرف‌نظر از نام و عنوانی که برای چنین شروطی استفاده می‌شود، آنچه مهم است ماهیت آن‌ها و میزان خطری می‌باشد که این شروط می‌توانند در مقابل اهداف و اصول حقوق رقابت داشته باشند. چنین شروطی معمولاً درجه بالایی از ریسک و خطر بالقوه برای بازار رقابتی و رفاه مصرف‌کننده داشته و محدودیت‌های مضر در ماهیت آن‌ها وجود دارد. لذا، بیش‌تر نظام‌های حقوقی با دید منفی به آن‌ها نگرسته و هریک به نوعی سعی در کنترل آن‌ها داشته‌اند.

اتحادیه اروپا بر مبنای بند اول ماده ۱۰۱ معاهده تأسیس اتحادیه اروپا، به‌طور کلی هر توافق و یا قراردادی را که هدف یا اثر آن از بین بردن، محدود نمودن و یا مخدوش نمودن رقابت در بازار مشترک اروپا باشد ممنوع اعلام نموده و به‌طور ویژه نیز برخی شروطی که واجد شرایط مذکور در آن بند هستند را معرفی نموده است. هم‌چنین این اتحادیه در جهت تکمیل قوانین و سیاست رقابتی خود به وسیله کمیسیون اروپا و با تصویب مجموعه مقررات معافیت (BERS)^۲ به بیان برخی مصادیق شرط‌های محدود کننده ذاتی یا ممنوع محض پرداخته است. در حقوق رقابت آمریکا نیز وضعیت مشابهی وجود دارد و از زمان تصویب قانون آنتی‌تراست شرمن در سال ۱۸۹۰، حقوق این کشور موضع خود را در قبال هر نوع قراردادی که رقابت را محدود نماید معین کرده و چنین توافقاتی را اعم از این که در سطوح متفاوت و به‌صورت عمودی باشند یا در یک سطح افقی بین فعالان اقتصادی، ممنوع اعلام نموده است.^۳ البته این رویه بدین گونه نمانده و طی زمان بیش از یک قرن تحولاتی بسیار زیادی را شاهد بوده است. در واقع با گذشت زمان و پررنگ‌تر شدن نقش تحلیل‌های اقتصادی و رقابتی و اساساً تأثیر عقلانیت و تعقل، هر روز از دامنه شمول این منع و دید منفی به توافقات محدود کننده کاسته شده و محدوده آن مضیق‌تر گردیده است.

حقوق کانادا نیز به حقوق آمریکا بسیار نزدیک می‌باشد. (Holsten, 2011) در کانادا تا قبل از سال ۲۰۰۹ در یک قرارداد و رابطه عمودی مواردی از جمله تبعیض قیمتی، تثبیت یا تلاش

1. The Treaty on the Functioning of the European Union (TFEU), 1993.

2. Block Exemption Regulations

۳. ماده یک قانون آنتی‌تراست شرمن مصوب ۱۸۹۰ ایالات متحده آمریکا.

برای تثبیت قیمت‌های بافروش و قیمت‌گذاری نابود کننده ممنوع بود. ولی اصلاحات سال ۲۰۰۹ حقوق رقابت کانادا وصف کیفی را از موارد فوق‌الذکر برداشته و آن‌ها زمانی که به وسیله یک شرکت با موقعیت بازاری مسلط به کار گرفته شوند مشمول قابلیت بررسی و بازبینی دانسته شده و اگر به وسیله شرکت‌هایی که قدرت بازاری چندانی ندارند استفاده شوند مشکلی نیست.^۱ در حقوق رقابت استرالیا به نظر می‌رسد رویه سخت‌گیرتر بوده و به‌طور نمونه براساس ماده ۴۸ قانون رقابت و مصرف استرالیا^۲ شرط تعیین قیمت بافروش محدودیت ذاتی تلقی و ممنوع محض دانسته شده است. البته، تأمین‌کنندگان این امکان را دارند که از کمیسیون‌های مربوطه مجوز استفاده از چنین شروطی را بگیرند و در صورتی که آن‌ها مجوز داده می‌شود که بتوانند آن مراجع صالح را قانع نمایند که منافع آن توافق برای عموم جامعه بیش‌تر از مضراتی می‌باشد که ممکن است وجود داشته باشد. (Penjilley, 2004, p: 22)

مصادیق توافقات عمودی ممنوع

در این قسمت به ذکر مصادیق توافقات عمودی ممنوع پرداخته می‌شود و از آن‌جا که دو دسته از شروط که ذیلاً به تفصیل در خصوص آن‌ها توضیح داده خواهد شد در قوانین و مقررات بیش‌تر کشورها از جمله حقوق رقابت اتحادیه اروپا و ایالات متحده آمریکا به‌عنوان توافقات عمودی ممنوع و یا مفروضاً ممنوع شناخته شده و اغلب با نگاه حساس و مشکوک حقوق رقابت مواجه می‌گردند، این دو گونه شرط به‌طور مستقل و طی دو بند معرفی و بررسی می‌گردند و در بند سوم سایر شروطی که در برخی قوانین رقابتی ممنوع و در برخی دیگر با نگاهی ملایم‌تر به آن‌ها نگریسته می‌شود ذکر خواهند شد.

۱-۲-۱- شرط تعیین حداقل قیمت بافروش^۳

شرط تعیین حداقل قیمت بافروش به‌عنوان مهم‌ترین مصداق از توافقات عمودی ممنوع شناخته می‌شود. قبل از آن‌که این شرط از نظر حقوقی مورد بررسی قرار گیرد جای سؤال دارد که چرا چنین دید منفی‌ای به این شرط وجود دارد و اساساً حساسیت حقوق رقابت به آن ناشی

1. Competition Act R.S.C. 1985c. C _34, Canada

2. Australian Competition and Consumer Act 2010

3. Minimum Resale Price Maintenance (MRPM)

از چیست. برای پاسخ به این سؤال لازم است آثار ضدرقابتی آن مورد بررسی قرار گیرد. ذیلاً به برخی از آن آثار اشاره می‌شود:

الف) اولین منشأ دید منفی به این شرط در ارتباط با خطر آن به‌عنوان یک رویه تسهیل کننده برای ایجاد و حفظ تبانی بالادستی است. به عبارت دیگر وقتی شرکت‌های بالا دستی (یعنی تولیدکنندگان یا تأمین‌کنندگان محصولات) بخواهند با یکدیگر تبانی نمایند و به‌طور هم‌زمان و هماهنگ به مذاکراتی جهت انعقاد قرارداد توزیع محصولات با عمده‌فروشان، خرده‌فروشان و توزیع‌کنندگان بپردازند، استفاده هماهنگ آن‌ها از این شرط، تبانی آن‌ها را در جهت کنترل قیمت‌های بازار تسهیل می‌نماید. در واقع از این طریق به ضرر مصرف‌کننده رقابت قیمتی بین برندهای مختلف یک محصول را مخدوش می‌نمایند. (Jullien, 2007, p: 983)

ب) خطر فوق‌الذکر در سطح شرکت‌های پایین‌دستی نیز موجود است. یعنی این شرط ممکن است به‌عنوان وسیله‌ای جهت تسهیل تبانی بین شرکت‌های پایین‌دستی اعم از توزیع‌کنندگان، عمده‌فروشان یا خرده‌فروشان که با یک تولیدکننده کار می‌کنند گردد. در واقع گاهی این شرط صرفاً یک توافق عمودی مجازی است که تحت لوای آن یک توافق افقی مخرب و ضدرقابتی ایجاد می‌گردد.^۱ البته بر اساس یک تحقیق در مجله حقوق و اقتصاد در سال ۱۹۹۱ برآورد گردیده است که تنها ۱۳٪ از پرونده‌های راجع به شروط تعیین حداقل قیمت فروش در یک دوره هفت ساله دربرگیرنده این ادعا بودند که یک توافق افقی برای تثبیت قیمت بوجود آمده است. (Ippolito, 1991, p: 281)

ج) یکی دیگر از مهم‌ترین آثار سوء شرط تعیین حداقل قیمت بازفروش، از بین رفتن رقابت قیمتی بین فروشندگان و توزیع‌کنندگان یک برند خاص می‌باشد. هر چند این وضعیت بتواند رقابت غیرقیمتی و کیفیت خدمات را افزایش دهد ولی از لحاظ قیمت با تعیین کف قیمتی برای همه فروشندگان عملاً مصرف‌کننده نهایی مجالی برای انتخاب محصول در یک بازار رقابت قیمتی را نخواهد داشت زیرا اکثر فروشندگان قیمت مشابهی را ارائه می‌دهند که همان کف قیمت تعیینی از سوی تأمین‌کننده است. در واقع، رقابت درون‌برندی^۲ مخدوش می‌گردد که به ضرر مصرف‌کننده است. (Hildebrand, 2009, p: 262)

۱. به‌طور نمونه پرونده زیر و رای دادگاه تجدیدنظر انگلستان و ولز ملاحظه شود:

"Argos Ltd & Anor v Office of Fair Trading, Court of Appeal - Civil Division, October 19, 2006, [2006] EWCA Civ 1318"

2. Intra-Brand Competition

د) کاهش قدرت خلاقیت و کارایی در بخش خرده‌فروشی از دیگر آثار سوء و ضدرقابتی شرط تعیین حداقل قیمت فروش می‌باشد. این شرط می‌تواند سم مهلکی برای خلاقیت و کارایی این بخش بوده و رفاه مصرف‌کننده را کاهش داده و باعث افزایش قیمت‌ها نیز می‌شود. (Grimes, 2009, p: 9)

البته امروزه در تحلیل‌های رقابتی انجام شده سعی می‌گردد هم به آثار منفی و ضدرقابتی این شروط نگریسته شود و هم به آثار مثبت و نافع آن‌ها برای رقابت. یکی از آثار مثبت مذکور حل مشکل سواری مجانی^۱ می‌باشد. هنگامی که چندین شرکت برای فروش یک کالا یا خدمتی رقابت می‌کنند، یک توزیع‌کننده ممکن است از تلاش‌های اقتصادی و خدمات مجانی ارائه شده توسط توزیع‌کننده دیگر به‌طور رایگان منتفع گردد. به این مشکل در علم اقتصاد مسأله سواری مجانی می‌گویند. (Ullrich, 2006) در فروش یک محصول با تکنولوژی پیچیده یا محصولی که تازه به بازار وارد گردیده، خریدار یا مصرف‌کننده ممکن است با مراجعه به یک فروشنده خدمات پیش از فروش مثل توضیحات راجع به نحوه کارکرد، نگهداری و تعمیر و هم‌چنین آزمایش و کار با محصول و سایر خدمات پیش از فروش دریافت نموده ولی محصول را نخرد و همان کالا را از توزیع‌کننده دیگر آن کالا که هیچ یک از این خدمات جنبی قبل و بعد از فروش را ارائه نمی‌دهد ولی همان محصول را با قیمتی ارزان‌تر می‌فروشد، خریداری نماید. (Whish & Bailey, 2012, p: 627) چنین رویه‌ای در بلندمدت به ضرر مصرف‌کننده، تولیدکننده و کل جامعه است، چرا که دیگر توزیع‌کنندگان رغبتی به ارائه خدمات جنبی بیش‌تر و مطلوب‌تر نخواهند داشت. لذا، تولیدکننده با درج شرط فوق‌الذکر در قراردادهای توزیع خود با توزیع‌کنندگان این مشکل را حل می‌کند. (Maher, 2004, p: 152)

در کشور آمریکا و حقوق آنتی‌تراست آمریکا، نحوه نگرش و سیر تحول رویه قضائی در خصوص شروط راجع به تعیین و تثبیت قیمت در توافقات عمودی بسیار جالب و قابل توجه است. قوانین آنتی‌تراست فدرال ایالات متحده آمریکا به‌ویژه بخش اول قانون آنتی‌تراست شرمین مصوب ۱۸۹۰ هرگونه توافق و یا تبانی نامعقول که موجب محدود شدن تجارت گردد را ممنوع اعلام می‌نماید. محاکم در شرایط خاصی برخی محدودیت‌های بازرگانی را این‌گونه تلقی نموده‌اند که ذاتاً غیرقانونی و ممنوع هستند چرا که به‌طور آشکارا ضدرقابتی بوده و همیشه در جهت محدود نمودن تجارت هستند. شرط حداقل قیمت بازفروش در پرونده‌های بسیاری

که در دادگاه عالی ایالات متحده رسیدگی گردیده‌اند، تغییرات زیادی به خود دیده است. اولین پرونده مهم راجع به آن موسوم به پرونده دکتر مایلز^۱ می‌باشد که در سال ۱۹۱۱ بررسی گردید. در آن پرونده یک تولیدکننده دارو (شرکت دارویی دکتر مایلز) شرکت جان دی پارک و پسران را متهم نمود که با سایر عمده‌فروشان و خرده‌فروشان با هدف نقض قراردادی که حداقل قیمت بازفروش را تثبیت می‌نمود تبانی نموده است. تعیین قیمت بازفروش قابل قیاس با کارتل می‌باشد. از نظر دادگاه اگر فروشندگان نمی‌توانند بر مبنای (با این توجیه که) منافعی که ممکن است به‌دست آورند تشکیل کارتل و تبانی را توجیه نمایند، تولیدکننده نیز نمی‌بایست بتواند به دلیل مشابه قیمت را تثبیت نماید. نتیجتاً این‌گونه عنوان گردید که شرط تثبیت حداقل قیمت ذاتاً غیرقانونی و غیرمشروع است چرا که آثار آن قابل قیاس و مشابه با آثار ایجاد یک کارتل (توافق افقی) بوده و نمی‌تواند هیچ‌گونه نفعی برای جامعه به ارمغان آورد. به عبارت دیگر در پرونده دکتر مایلز این شرط که ماهیتاً یک توافق عمودی است در کنار و هم‌ردیف با توافقات افقی قرار گرفته و حکم آن همانند حکم آن‌ها غیرمشروع ذاتی اعلام گردید.

در مورد شرط تعیین قیمت بازفروش این نکته شایان ذکر است که تا سال ۱۹۹۷ تفکیکی بین حداقل و حداکثر قیمت فروش مجدد و تعیین کف یا سقف قیمت برای توزیع‌کننده نبوده و حکم هر دو مطابق با رأی صادره در پرونده دکتر مایلز ممنوعیت و آن‌هم به واسطه نقض بخش اول قانون آنتی‌تراست شرمین بود. حتی در سال ۱۹۶۸ در پرونده‌ای دیگر^۲ دیوان عالی آمریکا قاعده ممنوعیت ذاتی تعیین حداقل قیمت فروش را صریحاً به تعیین حداکثر قیمت فروش نیز تسری داده و اظهار نمود که چنین قراردادهایی همیشه آزادی فروشندگان در تعیین قیمت را محدود می‌نمایند و مانع آن‌ها در ارائه خدمات اساسی می‌شود زیرا تا حد سقف قیمت می‌تواند خدمات را افزایش دهند و در واقع در چنین فرضی حداکثر قیمت به حداقل قیمت تبدیل می‌شود. در سال ۱۹۹۷ دیوان عالی به وسیله پرونده‌ای دیگر^۳ آن تصمیم را کنار گذاشته و بین حداقل و حداکثر قیمت فروش تفکیک قائل شده و ممنوعیت ذاتی را صرفاً مخصوص شرط تعیین حداقل قیمت فروش نمود. نهایتاً در سال ۲۰۰۷ در مهم‌ترین پرونده مطرح، دیوان عالی به سیطره بیش از یک قرن قاعده ممنوعیت مطلق شرط تعیین حداقل قیمت فروش مجدد فیصله

1. Dr. Miles Medical G. v. John D. Park and Sons Co., 221 U.S. 373 (1911)

2. Albrecht v. Herald Co., 390 U.S. 145 (1968)

3. State Oil Co. v. Khan, 522 U.S. 3 (1997)

داده و به موجب یک تصمیم انقلابی در پرونده Leegin^۱ مقرر نمود که حتی شرط تعیین حداقل قیمت فروش نیز یک محدودیت ذاتی و مطلقاً ممنوع و غیرمشمول (Per Se Illegal) نبوده و مشمول قاعده معقولیت می‌باشد. مطابق با تصمیم دیوان حتی اگر شرط تعیین حداقل قیمت سبب حذف رقابت درون‌برندی (رقابت بین فروشندگان یک محصول با یک برند مشابه) گردد، هدف قانون شرمن حمایت از رقابت بین‌برندی بوده و یا به عبارت دیگر رقابت بین فروشندگان یک کالا با برندهای متفاوت و نتیجتاً قرارداد مذکور می‌تواند واجد منافع و سودهایی باشد.

در اتحادیه اروپا، شرط تثبیت قیمت بازفروش مدت‌ها به عنوان یک محدودیت محض رقابتی که تحت شمول ممنوعیت مندرج در بند اول ماده ۱۰۱ معاهده تأسیس اتحادیه اروپا قرار می‌گرفت تلقی می‌گردید که تقریباً مجالی برای حائز شرایط مستثنی شدن مقرر در بند سوم آن ماده نمی‌یافت. به‌طور کلی در حقوق رقابت اروپا فرض بر این است که تثبیت قیمت بازفروش یک شرط ضد رقابتی است و هم‌چنین مفروض است که هدف آن محدود کردن رقابت است. (Van Bael & Bellis, 2005, p: 226) در سال ۲۰۱۰ کمیسیون اروپا مقرر معافیت جدیدی^۲ را به تصویب رساند که اصول راهنمای^۳ مفصلی نیز به همراه داشت که توضیحات مهمی در جهت شفاف‌سازی موضع حقوق رقابت اتحادیه اروپا در مقابل شرط تعیین قیمت فروش مجدد ارائه نمود و می‌توان گفت تا حدودی وضعیت را به موضع حقوق رقابت آمریکا نزدیک کرد.^۴ بسیاری از مفسران اروپایی معتقدند که مدل آمریکایی که با پذیرش حاکمیت قاعده معقولیت در پرونده Leegin در مسیر آنالیز مبتنی بر اثرات توافق قرار گرفت اثبات نمود که زمان ایجاد تغییراتی در رویه اروپا نیز به سمت انعطاف و اثرگرایی بیش‌تر فرا رسیده است. (Peeperkorn, 2008) مشابه با زمان ما قبل پرونده Leegin در سال ۲۰۰۷ در ایالات متحده آمریکا، در اروپا نیز شرط تثبیت حداقل قیمت بازفروش بر اساس مقررات سابق راجع به توافقات عمودی (قبل از مقرر معافیت سال ۲۰۱۰) تقریباً ذاتاً غیرقانونی و ممنوع مطلق تلقی می‌گردید. به عبارت دیگر این شرط به‌طور اتوماتیک و مطلق غیرقانونی و ممنوع بود و هیچ‌گونه توجیهی قابل قبول نبوده و فرضی غیرقابل عدول به حساب

1. Leegin Creative Leather Products, Inc. v. PSK, Inc. 551 U.S. 877 (2007)

2. New Vertical Block Exemption Regulation

3. Guidelines on Vertical Restraints, (OJ C 130/1. 19.5.2010)

4. Regulation (EU) No 330 / 2010 of 20 April 2010 on the Application of Article 101 (3) of the Treaty on the Foundation of the European Union to Categories of Vertical Agreements and Concerted Practices, (OJ L 102/1. 28.4.2010)

می‌آمد. ولی با تصویب مقررہ جدید معافیت گرچه این شرط هم چنان یک محدودیت جدی و محض باقی ماند ولی تا حدودی به رویه آمریکا نزدیک گردیده و دیگر غیرقانونی مطلق و محض نبوده، بلکه صرفاً ممنوع فرض گردید. یعنی حکم آن مفروضاً ممنوع^۱ است. این حکم در بند اوّل ماده چهارم مقررہ جدید معافیت راجع به توافقات عمودی مصوب ۲۰۱۰ ذکر گردیده است. هم چنین اصول راهنمای جدید همراه مقررہ مذکور نیز در پاراگراف ۲۲۴ توضیحات تفصیلی جامعی در خصوص طرّقی که به واسطه آن‌ها چنین شرطی می‌تواند رقابت را تحدید نماید، مانند تسهیل تبانی، حذف رقابت قیمتی میان برندی^۲ و غیره را بیان می‌نماید.^۳ بر اساس مقررات جدید موقعیت‌هایی ممکن است پیش آید که ممکن باشد توافق مفروضاً ممنوع مذکور، منجر به بهره‌وری و کارایی و هم چنین منافعی برای رفاه مصرف کنندگان گردد که در این صورت فرض ممنوعیت از بین رفته و امکان تجزیه و تحلیل آثار و احراز شرایط بند سوّم ماده ۱۰۱ معاهده وجود دارد. بر مبنای این مقررات، طرفین می‌توانند در یک قضیه و پرونده موردی ادله‌ای ارائه نمایند که اثبات کند قرارداد منظور واجد شرایط معافیت بند ۳ ماده ۱۰۱ است.^۴ نتیجتاً، فرض ممنوعیت یک فرض قابل عدول می‌باشد و نه مطلق و صرفاً یک درجه سخت‌تر از آمریکا و تحت عنوان شرط مفروضاً ممنوع به آن نگریسته می‌شود. چرا که بر اساس مقررات جدید در برخی شرایط این فرض ممکن است برداشته شود و بدون پیش فرض آن شرط مورد ارزیابی قرار گیرد.^۵ در کشور کره نیز در حالی که اغلب، کمیسیون تجارت منصفانه کره^۶ بر مبنای قانون راجع به مقررات انحصار و تجارت منصفانه^۷

1. Presumptively Illegal

2. Eliminating Intra-Brand Price Competition

۳. جهت اطلاعات کامل رجوع شود به پاراگراف ۲۲۴ اصول راهنمای جدید مقررہ معافیت مصوب ۲۰۱۰

۴. مراجعه شود به پرونده:

“GlaxoSmithKline Services Unlimited v Commission of the European Communities (C-501/06 P) , Judgment of the Court (Third Chamber) of 6 October 2009”

۵. به طور کلی پاراگراف‌های ۶۳ و ۶۴ اصول راهنمای جدید، برخی آثار مثبت و کارایی‌های احتمالی که محدودیت‌های محض ممکن است به همراه داشته باشند را ذکر می‌کند و پاراگراف‌های ۱۰۶ تا ۱۰۹ نیز به طور کلی آثار مثبت بالقوه و احتمالی مربوط به تحدیدات عمومی را توصیف می‌نماید. بند دهم از ماده دوم بخش ششم آن اصول نیز به طور خاص و ویژه محدودیت‌های راجع به قیمت بافروش را بحث می‌نماید. در پاراگراف ۲۲۵ کمیسیون اذعان می‌نماید که RPM ممکن است منجر به آثار مفید و نافع گردد، به طور نمونه، در صورت معرفی یک برند جدید، ورود به یک بازار جدید و یا اجتناب از مساله سواری مجانی بین توزیع کنندگان. این محاسن و آثار مثبت ممکن است بر آثار منفی چنین شروطی سنگینی نموده که البته بار اثبات این امر و نقض فرض ممنوعیت بر دوش طرفین مدعی می‌باشد.

6. Korea Fair Trade Commission

7. The Monopoly Regulation and Fair Trade Law, South Korea, 1980

چنین شرطی را ممنوع محض تلقی می نمود، یک رأی بی سابقه صادره از دیوان عالی کره در نوامبر ۲۰۱۰ وضعیت را تغییر داده و دیوان در تصمیم خود مقرر نمود که موارد خاصی که توجیهات قابل قبولی در یک پرونده خاص و با عنایت به تمامی اوضاع و احوال و شرایط آن مورد ارائه گردد، شرط تعیین حداقل قیمت فروش می تواند مجاز دانسته شود، مثلاً زمانی که رقابت بین برندی را ارتقاء بخشد و در نتیجه آن موجب افزایش رفاه مصرف کننده شود.

قانون ضد انحصار ژاپن^۱ نیز شروط تعیین و تثبیت قیمت بازفروش را غیرقانونی دانسته است. بخش پنجم این قانون تحت عنوان رویه های تجاری غیرمنصفانه در ماده ۱۹ خود هرگونه رویه تجاری غیرمنصفانه ای را ممنوع اعلام کرده و در بند نهم ماده دو به تعریف اصطلاح رویه تجاری غیرمنصفانه می پردازد که قسمت چهارم به صراحت شرط تحمیل قیمت بازفروش را از رویه های غیرمنصفانه به حساب می آورد.

در حقوق رقابت کشور چین نیز ماده ۱۴ قانون ضد انحصار (AML)^۲ به صراحت تعیین و تثبیت قیمت بازفروش و نیز حداقل قیمت فروش را ممنوع اعلام نموده است. هم چنین ماده ۸ مقررات راجع به ضد انحصار چین^۳ نیز محدودیت های قیمتی را ممنوع می داند.

۱-۲-۲ شروط راجع به تقسیم بازار و تخصیص مشتریان^۴

یکی دیگر از مواردی که سوء ظن حقوق رقابت را برانگیخته و متهم به نقض اصول و اهداف آن می باشد، عبارت است از تقسیم بندی و بخش بخش نمودن بازار. در واقع طرفین یک قرارداد ممکن است در توافقات با یکدیگر اقدام به تقسیم بندی بازار نموده و به واسطه آن محدودیت هایی در فروش کالاها یا محصولات در یک بازار معین به وجود آورند. این تقسیم بندی ممکن است جغرافیایی بوده و برای توزیع کننده قلمرو جغرافیایی فروش تعیین نمایند و محدودیت هایی در خصوص محدوده فروش محصولات موضوع قرارداد در بازار آن محصول ایجاد نمایند و یا این که تقسیم بندی مشتریان باشد. هم چنین ممکن است فروش او محدود به مشتریان یا گروه مشتریان مشخصی گردد. به محدودیت های فوق الذکر محدودیت های قلمروی اطلاق می گردد. از نظر

1. Law on Prohibition of Private Monopolization and Maintenance of Fair Trade, Japan (Act No.54 of April 14, 1947, as last amended by Act No.51 of June 10, 2009)

2. Anti-Monopoly Law, China, 2007

3. Antimonopoly Regulations (NDRC Decree no.1), China

4. Territorial Restrictions

رقابتي مسلماً چنين شروطي باعث محدوديت يك فروشنده در فروش محصولات به مشتريان مورد نظر خود و يا فعاليت و فروش در منطقه خاص مورد نظر وي مي گردد. به عبارتي منافع توزيع كننده به خطر مي افتد. البته علت اصلي حساسيت حقوق رقابت، انحصاري شدن بازار و از بين رفتن رقابت درون برندي يك محصول در يك بازار است. زيرا يك توزيع كننده از اين طريق رقابت درون برندي را از بين مي برد. هم چنين محدوديت هاي ايجاد شده ممكن است رفاه مصرف كننده را نيز مخدوش نموده و در تهيه يك کالا يا خدمت، صعوبت هايي براي وي ايجاد نمايد. علي اي حال مي توان گفت: مهم ترين اثر ضد رقابتي چنين شروطي، کاهش رقابت درون برندي و افزايش انحصار است. ممكن است اين سؤال مطرح شود كه به چه دليل يك توليد كننده مي تواند انگيزه به كارگيري چنين سياسي را داشته باشد. در پاسخ مي بايست به سياست تجاري و رقابتي توليد كننده اشاره نمود. به طور نمونه برخي محصولات با توجه به ماهيت خاص شان نياز به سرمايه گذاري از سوي توزيع كننده دارند. يك توليد كننده به منظور افزايش انگيزه فروشندگان و توزيع كنندگان آن محصول ممكن است اقدام به تقسيم بندي بازار و اختصاص هر قسمت و بخش جغرافيايي و يا حتي اختصاص گروه هاي از مصرف كنندگان نمايد تا با تضمين سودآور بودن آن فعاليت براي يك فروشنده يا توزيع كننده، بنگاه هاي اقتصادي را ترغيب به ورود و سرمايه گذاري در جهت فروش و توزيع محصول وي نمايد. هم چنين مي توان ادعا نمود كه از نظر يك توليد كننده كيفيت خدمات فروش و نحوه توزيع اثر مستقيم در ميزان فروش و سود آن توليد كننده دارد. منطق حكم مي كند كه يك فروشنده در يك منطقه اختصاص داده شده به وي و يا به گروه مشتريان تخصيص داده شده براي او تمام تلاش خود را به كار گيرد و متمرکز بر همان قسمت تعيين شده گردد. در واقع توليد كننده اين بيم را دارد كه حوزه وسيع فعاليت مانع ارائه خدمات با كيفيت به مشتريان گرديده و نتيجهً امكان رقابت با ساير توليد كنندگان و برندهاي ديگر از بين برود. در هر صورت يك توليد كننده با هر انگيزه اي كه اقدام به به كارگيري چنين ترتيباتي نمايد خواسته يا ناخواسته رقابت درون برندي بين توزيع كنندگان محصول خود را از بين برده و سبب ايجاد انحصار مي گردد و حقوق رقابت به چنين آثاري حساس است.

بر خلاف شرط تثبيت قيمت فروش كه نه تنها در اروپا بلكه در حقوق رقابت بيش تر كشورهاي دنيا به طور خاص مقرراتي را به خود اختصاص داده و از مهم ترين توافقات عمودي ضد رقابتي شناخته شده و رويه كشورها در خصوص آن تا حدودي نزديك مي باشد، شروط راجع به

محدودیت‌های قلمروی بیش‌تر از هر کشور دیگری در حقوق رقابت اتحادیه اروپا به تبع آن حقوق داخلی کشورهای عضو اتحادیه اروپا توجه‌ها را به خود جلب و قوانین و مقررات مفصلی را به خود اختصاص داده است. ماده چهارم مقررہ معافیت مصوب ۲۰۱۰ کمیسیون اروپا تحت عنوان «محدودیت‌های محض»^۱ مواردی را احصاء می‌نماید که از قلمرو مقررہ خارج و نمی‌توانند به استناد مفاد و مقررات آن مقررہ معافیت، از ممنوعیت مستثنی گردند و در واقع از مفاد آن مقررہ منتفع نمی‌گردند. بند دوم آن ماده راجع به قراردادهایی می‌باشد که هدف آن‌ها به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم محدودیت فروشندۀ یا توزیع‌کنندۀ در فروش محصولات در خارج از قلمرو جغرافیایی قرارداد یا به مشتریانی غیر از گروه‌هایی که در قرارداد معین شده‌اند می‌باشد. این شرط در واقع بازار را یا از نظر قلمرو جغرافیایی فعالیت و یا گروه مشتریان تقسیم‌بندی می‌کند. این امر ممکن است مستقیماً ناشی از یک قراردادی مثل تعهد به عدم فروش به گروه مشتریان خاص^۲ یا تعهد به عدم فروش به مشتریان در مناطق جغرافیایی معین^۳ و یا تعهد به احاله سفارش‌ها از چنین مشتریانی به توزیع‌کنندگان دیگر باشد.^۴

البته چنین توافقاتی، ممنوع مطلق و بدون استثناء نبوده و در ادامه همان بند استثنائاتی که در آن موارد توافق با موضوع تقسیم بازار و مشتریان ممنوع و باطل نمی‌باشد ذکر گردیده است. به‌طور نمونه محدود نمودن فعالیت و فروش فعالانۀ طرف قرارداد در محدوده جغرافیایی انحصاری یا به گروه مشتریان انحصاری که برای خود تأمین‌کنندۀ حفظ گردیده و در انحصار خود تأمین‌کنندۀ است و یا این‌که توسط تأمین‌کنندۀ، به موجب قراردادی دیگر به‌طور انحصاری به یک فروشندۀ دیگر واگذار گردیده باشد ممنوع نیست. البته در مقررہ مذکور بین فروش فعالانۀ^۵ و فروش غیرفعالانۀ^۶ یا موردی تفکیک به عمل آمده و این دو مفهوم به وضوح تعریف گردیده‌اند و محدودیت فروش غیرفعال و موردی تحت هر شرایطی ممنوع و از محدودیت‌های محض تلقی گردیده است. از آنجایی که اینترنت و فروش آنلاین اهمیت ویژه‌ای یافته است، اصول راهنمای جدید مقررات مفصلی در خصوص آن دارد و موارد زیر را

1. “Restrictions that remove the benefit of the block exemption — hardcore restrictions”

2. Obligation not to Sell to Certain Customers

3. Obligation not to Sell to Customers in Certain Territories

4. Guidelines on Vertical Restraints, (OJ C 130/1. 19.5.2010), Paragraph 50

5. Active Sales

6. Passive Sales

به عنوان مصادیقی از تحدیدات محض فروش غیرفعالانه به حساب آورده و توافقات راجع به آن‌ها را ممنوع و باطل می‌داند.^۱

۱. قراردادی که در آن یک توزیع کننده انحصاری ممکن است از فروش اینترنتی و از طریق مشاهده سایت به مشتریانی که در قلمرو انحصاری توزیع کننده دیگر هستند منع شده، و یا اینکه متعهد گردد به طور خودکار مشتریان را به تولید کننده یا توزیع کننده فعال در قلمرو انحصاری دیگر احاله دهد.

۲. قراردادی که بر مبنای آن یک توزیع کننده بتواند معاملات با مشتریانی را که از طریق اینترنت خرید می‌کنند و اطلاعات کارت اعتباری آن‌ها آدرسی را فاش کند که خارج از قلمرو انحصاری آن توزیع کننده است، فسخ نماید.

۳. قراردادی که بر مبنای آن یک توزیع کننده ملزم گردد فروش اینترنتی خود را محدود به بخش معین و محدودی کند.

۴. قراردادی که بر مبنای آن توزیع کننده متعهد و ملزم گردد که برای محصولاتی که قصد فروش آن‌ها از طریق توزیع به صورت آنلاین می‌باشد بهای بالاتری را نسبت به محصولاتی که قصد فروش آن‌ها از طریق آفلاین است پرداخت نماید.

در حقوق ایالات متحده آمریکا نیز بر اساس قوانین آنتی تراست شرمن و کلیتون به ویژه ماده اول قانون آنتی تراست شرمن مصوب ۱۸۹۰ که حکم کلی موضوع در آن آمده است، هرگونه شرطی که تجارت را محدود نماید ممنوع و مشمول مجازات نقدی است. این منع عمومیت داشته و هم شامل شروط قیمتی و هم شروط غیرقیمتی مثل شرط تقسیم بازار و تخصیص مشتریان می‌گردد. رویه قضایی ایالات متحده نیز چنین شروطی را ذاتاً غیرقانونی و ممنوع می‌دانسته و نهایتاً از سال ۱۹۷۷ به بعد و در پرونده موسوم به *Continental T.V. , Inc. V GTE Sylvania Inc*^۲، دیوان عالی آن کشور بین محدودیت‌های قیمتی و محدودیت‌های غیرقیمتی تفکیک قائل شده و محدودیت‌های غیرقیمتی، دیگر ممنوع محض نبوده بلکه مشمول قاعده معقولیت و آنالیز موردی آثار مثبت و آثار ضدرقابتی هر شرط، در شرایط و اوضاع و احوال خاص گردیده‌اند.^۳ بند ۲(B)

1. Art. 4 (b) of the New Block Exemption Regulation and Points 51 and 52 of the new Guidelines

2. Continental TV Inc. v. GTE Sylvania Inc, 433 US. 36 (1975)

۳. جهت کسب اطلاعات تکمیلی و سیر تحول رویه قضایی ایالات متحده آمریکا در این خصوص مراجعه گردد به:

"Jacobson, J.M., Antitrust Law Developments(Sixth), Vo.1, American Bar Association, Section of Antitrust Law, 2007, P.157"

ماده چهار قانون رقابت مصوب ۲۰۱۰ پاکستان نیز تقسیم بازار چه از نظر قلمرو جغرافیایی چه از نظر میزان فروش و یا هر محدودیت قلمروی دیگری را ممنوع دانسته و ضد رقابتی بودن چنین توافقاتی را به واسطه آثار مخرب رقابتی و کاهش رقابت درون بازار مفروض دانسته است.^۱ به موجب بند اول ماده ۱۱ قانون حمایت از رقابت مصوب ۲۰۰۶ فدرال روسیه نیز توافقاتی که منجر و یا محتمل به منجر شدن به تقسیم بازار کالا و مشتریان گردد ممنوع هستند. در حقوق رقابت کره جنوبی نیز بند اول ماده ۱۹ قانون راجع به مقررات انحصار و تجارت عادلانه مصوب ۱۹۸۰ کلیه شرکت‌ها و مؤسسات را از هرگونه توافقی که منجر به محدود نمودن قلمرو تجارت یا مشتریان گردد و به‌طور غیرمنصفانه‌ای رقابت را از بین ببرد منع نموده است مگر این که کمیسیون تجارت منصفانه کره جواز آن را صادر نماید. به‌طور نمونه در صورتی که توافق به منظور تحقیق و توسعه تکنولوژی باشد آن کمیسیون می‌تواند منع مذکور را برداشته و به طرفین اجازه معامله دهد.

۱-۲-۳ سایر شروط

صرف نظر از شروط مذکور در دو بند قبلی که در بیش‌تر نظام‌های حقوقی از منظر حقوق رقابت با دید منفی به آن‌ها نگریسته شده و حتی پیش‌فرض ممنوعیت و یا ممنوعیت مطلق برای آن‌ها وجود دارد، برخی شروط دیگر وجود دارند که از موضع یکسانی با آن‌ها برخورد نشده و رویه‌های رقابتی کشورها در خصوص آن‌ها مختلف است و صرفاً در برخی از کشورها تحت عنوان توافق عمودی ممنوع شناخته شده و سیاست رقابتی شدیدتری نسبت به آن‌ها وجود دارد. این شروط در عین حال در حقوق رقابت برخی کشورهای دیگر مشکوک و یا حتی مجاز تلقی گردیده و اصولاً بر مبنای قاعده معقولیت و ارزیابی آثار آن‌ها مورد حکم واقع می‌گردند. به‌طور نمونه در اتحادیه اروپا و به تبع آن در حقوق رقابت کشورهای اروپایی، به استناد ماده ۴ مقررہ معافیت جدید مصوب ۲۰۱۰ و اصول راهنمایی مفصل راجع به آن موارد زیر از جمله محدودیت‌های محض و در واقع توافقات عمودی ممنوع که مشمول حکم معافیت آن مقررہ نمی‌گردند شناخته شده‌اند که این امر در قوانین رقابتی داخلی کشورهای اروپایی نیز انعکاس یافته است.

الف) بر اساس بند سوم ماده ۴ مقررات جدید، در یک شبکه توزیع گزیده،^۲ ایجاد محدودیت فروش فعالانه یا غیرفعالانه به مصرف‌کنندگان نهایی برای اعضای آن شبکه توزیع

1. Competition Act of 2010, Pakistan

2. Selective distribution system

که در سطح خرده‌فروشی فعالیت می‌کنند یک محدودیت محض و ممنوع است. البته این حکم خللی به امکان ایجاد محدودیت برای یک عضو شبکه، در خصوص فعالیت در یک محل استقرار غیرمجاز وارد نمی‌آورد. لذا، در یک شبکه توزیع گزیده، توزیع‌کنندگان نمی‌توانند در انتخاب مشتریانی که قصد فروش به آن‌ها را دارند محدود شوند مگر به منظور حفاظت قلمرو یک قرارداد توزیع انحصاری واگذار شده از سوی تولیدکننده دیگر که خارج از محدودیت شبکه توزیع گزیده عمل می‌کند. در واقع تولیدکننده نمی‌تواند توزیع‌کنندگان را از فروش اینترنتی و یا فروش خارج از قلمرو منع کند و چنین منعی محدودیت محض است مگر در فرضی که از فعالیت در قلمروی که به‌طور انحصاری به یک توزیع‌کننده دیگر واگذار شده است منع نماید.^۱ لازم به ذکر است ماده (۱۱)(ع) مقرر، شبکه توزیع گزیده را تعریف می‌کند.

ب) بر اساس بند چهارم ماده چهار مقرر جدید، محدود نمودن تأمین متقابل بین توزیع‌کنندگان معین در یک شبکه توزیع گزیده، یک محدودیت محض بوده که مشمول معافیت نمی‌شود.^۲ بنابراین هدف مستقیم یا غیرمستقیم یک قرارداد نمی‌تواند ایجاد ممنوعیت و یا محدودیت فروش محصولات قراردادی بین توزیع‌کنندگان برگزیده شده باشد و چنین توزیع‌کنندگانی می‌بایست آزاد باشند تا محصولات قراردادی را از توزیع‌کنندگان مجاز و گزیده شده در شبکه توزیع خریداری نمایند. نتیجتاً تأمین‌کننده نمی‌تواند توزیع‌کنندگان را مجبور نمایند که محصولات قراردادی را به‌طور انحصاری از منبع خاصی خریداری کنند. فرقی هم نمی‌کند که این محدودیت در سطح خرده‌فروشان باشد و یا عمده‌فروشان.^۳

ج) یکی دیگر از محدودیت‌های محض که مشمول معافیت مقرر جدید نشده و مشمول بند ۱ ماده ۱۰۱ معاهده تأسیس اتحادیه اروپا می‌گردد، در بند پنجم ماده چهار مقرر جدید آمده است. این بند در ارتباط با توافقاتی می‌باشد که بر اساس آن‌ها مصرف‌کنندگان نهایی و تعمیرگران و سرویس‌دهندگان مستقل از تهیه مستقیم لوازم یدکی از تولیدکننده آن لوازم یدکی منع شده یا با محدودیت مواجه می‌گردند. در واقع توافق بین یک تأمین‌کننده قطعات و خریداری که آن قطعات را به یک محصول تبدیل می‌کند، در صورتی که حاوی شروط محدودکننده‌ای باشد که مانع فروش آن قطعات به‌عنوان لوازم یدکی از سوی تولیدکننده به

1. Guidelines on the Application of Article 81 (3) , Paragraph 2

2. Article 4 (d) the restriction of cross-supplies between distributors within a selective distribution system, including between distributors operating at different level of trade;

3. Guidelines on the Application of Article 81 (3) , Paragraph 58

مصرف کنندگان نهایی یا سایر سرویس دهندگان و تعمیر کاران مستقل گردد یک توافق عمودی حاوی محدودیت محض بوده و مشمول مقررہ معافیت نمی گردد.^۱ شایان ذکر است در خصوص موارد فوق الذکر که در مقررہ جدید تحت عنوان محدودیت های محض از آن ها یاد شده است قوانین و مقررات مفصلی ذکر گردیده است. شرط دیگری که در برخی ایالات آمریکا ممنوع می باشد، فروش اجباری محصولات جنبی غیر مرتبط^۲ است. این شرط عبارت است از این که یک تولید کننده یا تأمین کننده مشتریان خود را ملزم نماید که برای کالاهایی که مرتبط با کالای اصلی موضوع قرارداد نیستند پول پرداخت نمایند. یعنی فروش اجباری یک محصول غیر مرتبط خواسته نشده به عنوان شرط فروش محصول اصلی بدون رضایت خریدار.

بررسی توافقات عمودی ممنوع در حقوق رقابت ایران

۱-۲- مقررات رقابتی ایران راجع به توافقات عمودی ممنوع

به طور کلی مقررات رقابتی ایران در حال حاضر محدود به فصل نهم قانون اجرای سیاست های کلی اصل چهل و چهارم قانون اساسی تحت عنوان «تسهیل رقابت و منع انحصار» می باشد. برخلاف بسیاری از کشورها که به طور مستقل اقدام به تصویب قوانین رقابتی نموده و به طور مفصل سیاست رقابتی خود را تدوین و مقررات حقوق رقابت را ذکر کرده اند، متأسفانه در کشور ایران مقررات کامل و مفصلی نیز تصویب نگردیده و به ذکر مقررات رقابتی در یک فصل از قانون فوق الذکر اکتفاء گردیده است. علی ای حال جهت بررسی و حکم نمودن در خصوص جواز یا منع برخی توافقات عمودی، ماده ۴۴ قانون اجرای سیاست های کلی اصل چهل و چهارم قانون اساسی می تواند مورد استفاده قرار گیرد. به موجب ماده ۴۴، هر گونه تبانی از طریق قرارداد، توافق و یا تفاهم (اعم از کتبی، الکترونیکی، شفاهی و یا عملی) بین اشخاص که یک یا چند اثر زیر را داشته باشد به نحوی که بتواند منتج به اخلاف در رقابت باشد، ممنوع است:

۱- مشخص کردن قیمت های خرید یا فروش کالا یا خدمت و نحوه تعیین آن در بازار به طور مستقیم یا غیر مستقیم.

۲- محدود کردن یا تحت کنترل در آوردن مقدار تولید، خرید یا فروش کالا یا خدمت در بازار.

1. Article 4 (e) of the New Block Exemption Regulation and Paragraph 59 of the new Guidelines

2. Tying Arrangement

۳- تحمیل شرایط تبعیض آمیز در معاملات همسان به طرف‌های تجاری

۴- ملزم کردن طرف معامله به عقد قرارداد با اشخاص ثالث یا تحمیل کردن شروط قرارداد به آن‌ها.

۵- موکول کردن انعقاد قرارداد به قبول تعهدات تکمیلی توسط طرف‌های دیگر که بنا بر عرف تجاری با موضوع قرارداد ارتباطی ندارد.

۶- تقسیم یا تسهیم بازار کالا یا خدمت بین دو یا چند شخص.

۷- محدود کردن دسترسی اشخاص خارج از قرارداد، توافق یا تفاهم به بازار.

در خصوص توافقات عمودی ممنوع لازم به ذکر است که مقررات مذکور، هیچ‌گونه تفکیکی بین توافقات عمودی و توافقات افقی به وجود نیاورده و به گونه‌ای مشترک احکام آن‌ها را بیان نموده است. در واقع موارد فوق‌الذکر هم می‌توانند اثر یک توافق افقی باشند و هم یک توافق عمودی. در واقع به موجب این ماده توافق به هر طریق و روشی که حاصل گردد اعم از شفاهی یا کتبی در صورتی که به‌عنوان ابزاری جهت تبانی بوده و یکی از هفت اثر مذکور در ماده ۴۴ را داشته باشد در صورتی ممنوع است که نتیجه آن بتواند اخلاف در رقابت باشد. شایان ذکر است با مقایسه این ماده و موارد مذکور در آن با بند اول ماده ۱۰۱ معاهده تأسیس اتحادیه اروپا می‌توان دریافت که این ماده بسیار متأثر از ماده ۱۰۱ بوده و حتی در برخی موارد صرفاً ترجمه آن است. در هر صورت می‌توان گفت به موجب این ماده هرگونه توافق عمودی که اثر آن تعیین حداقل قیمت فروش مجدد و یا تقسیم بازار از هر نظر اعم از تقسیم جغرافیایی یا تقسیم مشتریان باشد در صورتی که آن توافق طریقی برای حصول تبانی بوده و هم‌چنین نتیجه آن احتمال اخلاف در رقابت باشد ممنوع می‌باشد. بند بیستم ماده یک قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل چهل و چهارم قانون اساسی اخلاف در رقابت را مواردی که موجب انحصار، احتکار، افساد در اقتصاد، اضرار به عموم، منتهی شدن به تمرکز و تداول ثروت در دست افراد و گروه‌های خاص، کاهش مهارت و ابتکار در جامعه و یا سلطه اقتصادی بیگانه بر کشور شود تعریف و احصاء نموده است. صرف‌نظر از توافقات عمودی که اثر آن‌ها تعیین حداقل قیمت فروش و تقسیم بازار باشد که در حقوق رقابت اتحادیه اروپا، آمریکا و چند کشور دیگر در بخش اول مقاله بررسی شدند، به موجب ماده ۴۴ قانون مذکور، هرگونه توافق عمودی دیگری که وسیله ایجاد تبانی بوده و مشخص کردن قیمت‌های خرید یا فروش کالا یا

خدمت و نحوه تعیین آن در بازار به طور مستقیم یا غیرمستقیم، محدود کردن یا تحت کنترل درآوردن مقدار تولید، خرید یا فروش کالا یا خدمت در بازار، تحمیل شرایط تبعیض آمیز در معاملات همسان به طرف‌های تجاری، ملزم کردن طرف معامله به عقد قرارداد با اشخاص ثالث یا تحمیل کردن شروط قرارداد به آنها، موکول کردن انعقاد قرارداد به قبول تعهدات تکمیلی توسط طرف‌های دیگر که بنا بر عرف تجاری با موضوع قرارداد ارتباطی ندارد و یا محدود کردن دسترسی اشخاص خارج از قرارداد، توافق یا تفاهم به بازار، اثر آن توافق باشد ممنوع است مشروط بر این که نتیجه آن احتمال اخلاص در رقابت باشد. نکته قابل تأمل این است که اولاً: تبانی تعریف نگردیده و ثانیاً: برخلاف قوانین سایر کشورها که وجود تبانی^۱ یا اصلاً لزومی ندارد و یا این که صرفاً یکی از طرق ایجاد توافق گفته شده است، در مقررات ایران شرط لازم ممنوعیت یک توافق دانسته شده است.^۲

۲-۲- بررسی نقادانه موضع حقوق رقابت ایران در خصوص توافقات عمودی ممنوع

۲-۲-۱- کاستی‌ها و ایرادات

مهم‌ترین ایرادی که به مقررات حقوق رقابت ایران در مورد توافقات عمودی وارد است، کلی‌گرایی و عدم انعطاف قوانین است. در حال حاضر، روز به روز از محدوده قلمرو قاعده ممنوعیت مطلق و منع‌گرایی کاسته شده و به همان میزان به حوزه قلمرو شمول قاعده معقولیت افزوده می‌شود. قاعده معقولیت نیز چیزی جزء لزوم بررسی و تجزیه و تحلیل آثار مثبت توافقات عمودی از یک سو و آثار منفی و ضدرقابتی آن‌ها از سوی دیگر نمی‌باشد. این قاعده تا آن‌جا پیش رفته است که در حقوق کانادا و آمریکا پس از تجربه بیش از یک قرن، به اینجا رسیده‌اند که هیچ توافق عمودی‌ای یک محدودیت محض تلقی نشده و حکم آن ممنوع ذاتی و مطلق نیست، چرا که آخرین مورد آن، شرط تعیین حداقل قیمت با فروش بود که آن هم در سال ۲۰۰۷ و در پی پرونده معروف Leegin تحت سلطه و سیطره قاعده معقولیت و لزوم بررسی آثار مثبت و منفی آن توافق برای رقابت در هر مورد خاص قرار گرفت. در حقوق اتحادیه اروپا نیز علی‌رغم ذکر حکم کلی ممنوعیت توافقات عمودی که اثر یا نتیجه آن‌ها از بین بردن، محدود نمودن و یا اخلاص در رقابت

1. Conspiracy

۲. به طور نمونه مراجعه شود به بخش اول قانون آنتی تراست شرمن مصوب ۱۸۹۰ آمریکا، ماده ۱۰۱ معاهده تأسیس

اتحادیه اروپا و بند اول ماده ۱۹ قانون راجع به مقررات انحصار و تجارت عادلانه مصوب ۱۹۸۰ کره جنوبی

است در بند اول ماده ۱۰۱ معاهده تأسیس اتحادیه اروپا، در بند سوم استثنائاتی را ذکر و متعاقب آن نیز از طریق تصویب مقرره‌های معافیت متعدد و اصول راهنمای مفصل ضمیمه، با توجه به نیاز و شرایط روز بازار، انعطاف خود را حفظ و به کاراترین شیوه سیاست رقابتی خود را دنبال می‌نمایند. سایر کشورها نیز به نوعی از این دو سیستم بزرگ حقوق رقابت متأثر گردیده و به گونه‌ای منعطف، نقش اصلی را به عقل‌گرایی و تجزیه و تحلیل‌های اقتصادی داده‌اند. ولی متأسفانه، قانون‌گذار ایرانی علی‌رغم این که در ماده ۴۴ قانون اجرای سیاست‌های اصل ۴۴ قانون اساسی صرفاً قوانین حقوق رقابت اتحادیه اروپا (ماده ۱۰۱ معاهده) را ترجمه نموده است ولی به شیوه‌ای کاملاً مطلق‌گرا و به دور از هرگونه انعطافی عمل نموده و صرف‌نظر از ابهام در تفاوت دو واژه «اثر» و «نتیجه» یک توافق که در صدر ماده ۴۴ به آن اشاره شده است و محدود و احصاء نمودن هفت مورد به‌عنوان آثار مضر یک توافق، از مکانیزم موازنه آثار و قاعده معقولیت بهره نبرده و توافقی را که اثر آن یکی از موارد هفت‌گانه مذکور در ماده ۴۴ بوده و نتیجه آن احتمال اخلاص در رقابت (یکی از موارد احصائی مندرج در بند بیستم ماده یک قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی) باشد، حتی اگر در یک مورد خاص و ویژه آثار مثبت و مفید آن بسیار زیاد بوده و در قیاس با آثار مضر و ضدرقابتی، سود آن توافق برای جامعه و کشور بسیار باشد ممنوع اعلام نموده است.

در همین راستا به‌طور نمونه بند اول ماده ۱۰۱ معاهده تأسیس اتحادیه اروپا موارد و توافقاتی را مفروضاً و به علت احتمال بالای آثار ضدرقابتی ممنوع اعلام می‌کند ولی به موجب بند سوم، همان توافقات مضر و مفروضاً ضدرقابتی را تحت شرایطی مجاز می‌داند و یا این که از طریق تصویب مقرره‌های معافیتی هم‌چون مقرره اخیر شماره ۳۳۰ مصوب ۲۰۱۰ با تفکیک بین شرکت‌های کوچک که نقش چندانی در بازار نداشته و در نتیجه توافق آن‌ها با یک شرکت کوچک دیگر نمی‌تواند به مهمی همان توافق بین دو شرکت بزرگ باشد، با شرکت‌هایی که سهم بازاری زیادی دارند و یا هم‌چنین از طریق تعریف لنگرگاه امن^۱ و معاف نمودن توافقات بین شرکت‌های نه‌چندان بزرگ که سهم خیلی قابل توجه و مهمی از بازار ندارند از ممنوعیت مقرر در بند اول ماده ۱۰۱ معاهده تأسیس اتحادیه اروپا انعطاف و کارایی خود را حفظ می‌نماید.^۲ یکی دیگر از مواردی

1. Safe Harbour

۲. جهت اطلاعات بیشتر به مقررات استثناء‌کننده مندرج در بند ۳ ماده ۱۰۱ معاهده تأسیس اتحادیه اروپا، بند ۲ ماده ۱۹ قانون راجع به مقررات انحصار و تجارت عادلانه مصوب ۱۹۸۰ کره جنوبی، بند اول ماده ۵ قانون رقابت مصوب ۱۹۹۸ آفریقای جنوبی، ماده ۵ قانون رقابت مصوب ۲۰۱۰ مالزی، ماده ۱۲ قانون راجع به حمایت از رقابت مصوب ۲۰۰۶ فدرال روسیه، مواد (۸A) و (۸) و ۹۰ قانون رقابت و مصرف مصوب ۲۰۱۰ استرالیا و بخش پنجم قانون ضد انحصار مصوب ۱۹۴۷ ژاپن مراجعه شود.

که در رابطه با توافقات عمودی قابل ذکر بوده و به نظر می‌رسد در قوانین رقابتی ایران مد نظر قرار نگرفته است تفکیک بین توافقات عمودی و توافقات افقی^۱ می‌باشد. تبانی مذکور در صدر ماده ۴۴ هم شامل توافقات افقی و اتحاد و سازش بین بنگاه‌های اقتصادی که در یک سطح در زنجیره تولید تا مصرف فعالیت می‌نمایند می‌شود و هم شامل توافقات عمودی که حاصل تبانی بین فعالان تجاری فعال در سطوح مختلف زنجیره می‌باشند است. از آن‌جا که ریسک و خطر بالقوه توافقات افقی و تبانی فعالان اقتصادی هم سطح بیش‌تر از توافقات عمودی است و هم‌چنین از آن‌جا که حقوق رقابت به‌طور کلی حساسیت بیشتری نسبت به این‌گونه توافقات دارد، چراکه اساساً توافقات افقی امکان اتحاد بین قدرتهای بازاری و نهایتاً ایجاد کارتل را بسیار تشدید نموده و آثار مخرب و ضد رقابتی مهلکی به همراه دارند. (FURSE, 2004, p: 133) کشورهای دیگر با جدا نمودن این دو نوع توافقات و تفکیک بین حکم آن‌ها موضع سخت‌گیرانه‌تری نسبت به توافقات افقی اتخاذ نموده و در قیاس با آن‌ها با نگاه ملایم‌تری به توافقات عمودی می‌نگرند. لازم به توضیح است یک شرط (به‌طور نمونه شرط تعیین حداقل قیمت فروش مجدد) هم می‌تواند موضوع یک توافق عمودی باشد و هم یک توافق افقی که حکم آن‌ها بهتر است مجزی گردد.^۲ مورد دیگری که در مقررات مذکور محل ایراد است، عدم تفکیک بین تعیین و تثبیت حداقل قیمت فروش، حداکثر قیمت فروش و قیمت پیشنهادی فروش در توافقات عمودی است. حال آن‌که آثار این شروط بر رقابت بسیار متفاوت بوده و در قوانین کشورهای مختلف به گونه‌ای متفاوت به آن‌ها نگریسته می‌شود. به‌طور نمونه ماده ۴ مقررہ معافیت شماره ۳۳۰ مصوب ۲۰۱۰ معاهده تأسیس اتحادیه اروپا صریحاً مقرر می‌نماید که تعیین حداکثر قیمت بافروش و یا مشخص نمودن قیمت پیشنهادی برای فروش از مصادیق محدودیت‌های محض تلقی نگردیده و مجاز است البته مشروط بر این‌که بر اثر فشار یکی از طرفین منجر به تثبیت یا تعیین حداقل قیمت فروش نگردد و الا ممنوع هستند.

۲-۲-۲- پیشنهاداتی جهت اصلاح مقررات رقابتی مربوطه در ایران

مهم‌ترین موردی که به نظر می‌رسد بیش‌تر کاستی‌ها و ضعف‌های حقوق رقابت ایران در خصوص توافقات عمودی ناشی از آن است، عدم وجود یک قانون رقابتی مستقل، جامع و کامل

1. Horizontal Agreements

۲. به‌طور نمونه جهت ملاحظه تفکیک بین توافقات عمودی و توافقات افقی در مقررات رقابتی کشورهای دیگر مراجعه شود به ماده ۱۲ قانون حمایت از رقابت مصوب ۲۰۰۶ فدرال روسیه، بخش دوم قانون رقابت مصوب ۱۹۹۸ آفریقای جنوبی، ماده ۴ قانون رقابت مصوب ۲۰۱۰ مالزی، ماده ۳ قانون رقابت مصوب ۲۰۰۲ هند، ماده ۵ قانون حمایت از رقابت مصوب ۲۰۰۱ جمهوری چک

می‌باشد که دارای بخش‌های مختلفی از جمله تعاریف، محدوده شمول، تقسیم‌بندی منظم انواع توافقات و رویه‌های ضدرقابتی، استثنائات و غیره باشد. اکثر کشورهای توسعه یافته و یا در حال توسعه این حقیقت را دریافته و به همین دلیل در یکی دو دهه اخیر شاهدیم که بیش‌تر کشورها در رابطه با حقوق رقابت اقدام به تصویب قوانین مستقل کاملی نموده‌اند. در کنار تصویب قوانین و مقررات مستقل و همه‌جانبه لازم است در رویه قضایی و یا از طریق تصویب و اعمال دستورالعمل‌های اجرایی انعطاف، کارایی و استفاده بهینه از تجربه کشورهای پیشرو را تقویت و موجبات حداکثرسازی رفاه مصرف‌کننده و رفاه جامعه به‌طور کلی را فراهم آوریم. هم‌چنین همان‌گونه که در بخش‌های قبلی ذکر گردید، امروزه در نتیجه بیش از یک قرن تجربه، حقوق رقابت اکثر کشورها در جهت اتکاء به قاعده معقولیت و لحاظ آثار مثبت و آثار منفی یک توافق یا رویه بر رقابت به صورت توأمان و تجزیه و تحلیل آن‌ها در هر مورد خاص و با توجه به جمیع شرایط و اوضاع و احوال حرکت کرده و هر روز از اطلاق‌گرایی و مفاهیمی هم‌چون محدودیت محض، غیرقانونی ذاتی و ممنوعیت مطلق فاصله می‌گیرد. لذا پیشنهاد می‌گردد از اقتباس ناقص و ناپخته قوانین خارجی اجتناب ورزیده و به جای مطلق‌گرایی مشهود در ماده ۴۴ قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل چهل و چهارم قانون اساسی، از روشی منعطف‌تر، منطقی‌تر و متکی بر تجزیه و تحلیل آثار مفید و مثبت و آثار منفی و ضدرقابتی هر مورد خاص با توجه به جمیع جهات و شرایط حاکم و البته منطبق بر سیاست رقابتی مناسب حقوق ایران استفاده گردد.

در جهت اجرای موارد فوق و هم‌چنین اصلاح ایرادات و کاستی‌های مذکور در بند قبل پیشنهاد می‌گردد قانون‌گذاران و تنظیم‌کنندگان مقررات رقابتی ایران ضمن تفکیک و جدا نمودن توافقات افقی و توافقات عمودی حکم هریک را به‌طور مجزا ذکر و در جهت حذف و جلوگیری از کارکردهای منفی و نامطلوب مقررات محدود کننده رقابتی، موارد استثناء، مانند زمانی که یک توافق آثار مفید قابل توجهی در جهت رشد تکنولوژی و یا رشد و توسعه علم و فناوری و بهینه نمودن اقتصاد دارد پیش‌بینی و در مقررات ذکر گردد. علاوه بر موارد مذکور شایسته است جهت حکم نمودن در مورد یک توافق عمودی به‌اندازه و قدرت بازاری طرفین توافق و میزان آثار کلی که آن توافق می‌تواند بر اقتصاد کشور داشته باشد توجه گردیده و مقررات مشخص و واضحی با ذکر دقیق شاخص‌ها و حدود تدوین گردد چرا که در غیر این‌صورت ابهام و فضای قانونی غیرشفاف منجر به اکراه سرمایه‌گذاران داخلی و به‌ویژه خارجی در ایران، بخصوص در توافقات عمودی مثل قراردادهای توزیع خواهد گردید.



نتیجه

توافقات عمودی ممنوع و یا تحدیدات ممنوع به واسطه آثار ضد رقابتی ملموس و مفروض خود موجب ایجاد دغدغه‌هایی برای حقوق رقابت گردیده‌اند. هر کشور با توجه به سیاست رقابتی و بافت اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی ویژه خود به نوعی سعی در شناسایی و کنترل چنین شروطی نموده است. صرف نظر از نام یک توافق عمودی، ماهیت آن ممکن است آن توافق را در زمره تحدیدات محض قرار داده و مراجع رقابتی را و ادار به دخالت و منع آن نماید. شرط تعیین حداقل قیمت فروش مجدد، شروط راجع به تقسیم بازار و تخصیص مشتریان و برخی توافقات عمودی دیگر از مهم‌ترین مصادیق تحدیدات ممنوع بوده که در اکثر کشورها به نوعی منع گردیده و یا شدیداً کنترل می‌شوند. از آن‌جا که به‌طور کلی حقوق رقابت ایران در ابتدای راه بوده و سابقه چندانی ندارد و اشکالات و کاستی‌های زیادی داشته، در خصوص توافقات عمودی نیز مطالعه تطبیقی و استفاده بهینه از تجربیات کشورهای دیگر در جهت تصحیح و تکمیل مقررات رقابتی راجع به توافقات عمودی ممنوع، متناسب با بافت اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی ایران می‌تواند به رشد فضای رقابتی کشور کمک شایانی نماید. پس از انجام یک مطالعه تطبیقی و تحلیلی در این خصوص مشخص گردید مهم‌ترین ایرادات وارد به مقررات ایران عدم وجود قانون رقابت مستقل و مشخص، مبهم بودن و عدم شفافیت مقررات مرتبط، کلی‌گویی و فقدان رویه‌ای منعطف و نهایتاً وزن بسیار پایین آنالیزهای عقلی و تجزیه و تحلیل‌های اقتصادی در روند بررسی یک توافق و حکم نمودن در مورد آن می‌باشد. در این نوشته سعی گردید ضمن شناسایی و بررسی حقوقی توافقات ممنوع، مقررات حقوق رقابت ایران نیز بررسی و پیشنهادهایی در جهت تصحیح و تکمیل آن‌ها داده شود.



منابع

کتاب

- Furse, M. (2004) *Competition law of the EC and UK*, Oxford University Press
- Hildebrand, D. (2009), *The Role of Economic Analysis in the EC Competition Rules*, Kluwer Law International, V.39,
- Holsten, J, and Roberti, J. (2011), *Anti-Trust Issues in Product Distribution in the US and Canada – The Same But Different*, West Law@Business Currents, Thomson and Reuters
- Maher M. Dabbah, (2004), *EC and UK Competition Law, Cases and Materials*, Cambridge University Press
- Nagy, C.I., (2013), *EU And US Competition Law, Divided In Unity?: The Rule on Restrictive Agreements and Vertical Intra- Brand Restraints*, England, Ashgate Publishing Ltd.
- Peritz, R.J.R., (2000), *Competition Policy in America: History, Rhetoric, Law*, Oxford University Press, Oxford
- Whish R. and Bailey D. (2012), *Competition Law*, Oxford University Press
- Van Bael & Bellis (Firm), (2005), *Competition Law of the European Community*, Kluwer Law International, Fourth ed
- Ullrich, H.(2006), *The Evolution of European Competition Law, Whose Regulation, Which Competition?* Edward Elgar Pub., Cheltenham, UK

مقالات

- Grimes, W.S. (2009), "Resale Price Maintenance: A Competitive Assessment", Federal Trade Commission Workshop on Resale Price Maintenance, Panel on Anticompetitive Effects
- Ippolito, P.M. (1991), "Resale Price Maintenance: Empirical Evidence from Litigation", *Journal of Law and Economics*, Vo.34. No.2
- Jullien, B. and Rey, P. (2007), "Resale Price Maintenance and Collusion", *The RAND Journal of Economics*, V.38, Issue 4.
- Pearlstein, D.J. (2002), "Antitrust Law Developments", V.1, American Bar Association
- Peeperkorn, L. (2008), "Resale Price Maintenance and Its Alleged Efficiency", *European Commission Journal*, V. 4, N.1
- Penjilley, W. (2004), "Thirty Years of the Trade Practices Act: Some Thematic Conclusions", *Competition and Commercial Law Journal*, V.12

قوانین

- Anti-Monopoly Law of The People's Republic of China, 2007
- Australian Competition and Consumer Act, 2010

- Commission Regulation (EC) No 2790/1999 of 22 December 1999 of the Application of Article 81 (3) of the Treaty to Categories of Vertical Agreements and Concerted Practices, Official Journal L 336, 29.12.1999
- Competition Act R.S.C. 1985c. C_34, Canada
- Competition Act of 2010, Pakistan
- Fair Trade Act ,Taiwan, 2002
- Guidelines on Vertical Restraints, (OJ C 130/1. 19.5.2010), EU
- Law of the Republic of Indonesia No. 5 of 1999 Concerning the Ban on Monopolistic Practices and Unfair Business Competition
- Law on Prohibition of Private Monopolization and Maintenance of Fair Trade (Act No. 54 of April 14, As Last Amended 2005), Japan
- Regulation (EU) No 330 / 2010 of 20 April 2010 on the Application of Article 101 (3) of the Treaty on the Foundation of the European Union to Categories of Vertical Agreements and Concerted Practices, (OJ L 102/1. 28.4.2010)
- The Monopoly Regulation and Fair Trade Law, South Korea , Enacted by Law No. 3320, December 31, 1980, Last Amended by Law No 7315, December 31, 2004
- The Sherman Antitrust Act of 1890, U.S.

پرونده‌ها

- Argos Ltd & Anor v Office of Fair Trading, Court of Appeal - Civil Division, October 19, 2006, [2006] EWCA Civ 1318, United Kingdom
- Continental TV Inc. v. GTE Sylvania Inc, 433 US. 36 (1975)
- Dr. Miles Medical G. v. John D. Park and Sons Co., 221 U.S. 373 (1911), U.S.
- GlaxoSmithKline Services Unlimited v Commission of the European Communities (C-501/06 P) , Judgment of the Court (Third Chamber) of 6 October 2009
- Leegin Creative Leather Products, Inc. v. PSK, Inc. 551 U.S. 877 (2007), U.S.
- State Oil Co. v. Khan, 522 U.S. 3 (1997), U.S.