

تحلیل رقابتی قیمت‌گذاری گزاف در چارچوب حقوق مالکیت فکری توسط بنگاه‌های مسلط

سیدحسین صفایی**

وحید حسنی‌سنگانی*

چکیده

قیمت‌گذاری گزاف یکی از رویه‌های استثمارگرایانه بنگاه‌های مسلط است که سبب ورود ضرر مستقیم به مصرف‌کنندگان می‌شود. در نقطه مقابل، حقوق مالکیت فکری به دارنده اجازه می‌دهد قیمت محصولات یا حق‌الامتياز تکنولوژی خود را به گونه‌ای تعیین کند تا علاوه بر کسب سود و منفعت، سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه را نیز جبران کند. این پژوهش که به روش توصیفی-تحلیلی نظام‌های حقوقی ایالات متحده آمریکا، اتحادیه اروپا و ایران را مورد مطالعه قرار داده در جستجوی پاسخی روشن به این سؤال است که در فرض رویارویی حقوق رقابت و حقوق مالکیت فکری در بحث قیمت‌گذاری گزاف این نظام‌ها چه رهیافتی را اتخاذ خواهند کرد. در آمریکا، اعتقاد بر این است که دست‌های نامرئی بازار قیمت‌ها را کنترل کرده و حقوق رقابت ابزار کارآمدی برای قیمت‌گذاری نیست، لذا دارنده حقوق مالکیت فکری آزاد است قیمت‌داری‌های فکری خود را تا حدی که بازار تحمل آن را دارد افزایش دهد. در نقطه مقابل، اتحادیه اروپا تفاوتی بین اموال مادی و حقوق و دارایی‌های فکری قائل نشده و قیمت‌گذاری گزاف دارایی‌های فکری توسط بنگاه‌های مسلط نیز ضد رقابتی قلمداد شده است. این رویکرد، عیناً در حقوق ایران نیز پذیرفته شده، با این حال رشد و پیشرفت

*. دانش‌آموخته دوره دکتری تخصصی حقوق خصوصی، گروه حقوق خصوصی، دانشکده حقوق، الهیات و علوم سیاسی،

واحد علوم تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. Vahidhasani.s@gmail.com

** استاد گروه حقوق خصوصی، دانشکده حقوق، الهیات و علوم سیاسی، واحد علوم تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی،

Hsafaii@ut.ac.ir

تهران، ایران (نویسنده مسئول)

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۱۲/۱۴

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۰۶/۰۶

اقتصادی مستلزم حمایت همه‌جانبه‌ای از دارندگان حقوق مالکیت فکری است و یکی از این حمایت‌ها که باعث افزایش انگیزه نوآوری می‌شود، آزادی قیمت‌گذاری دارایی‌های فکری است.

واژگان کلیدی: انحصارگرایی، بنگاه‌های مسلط، حقوق رقابت، حقوق مالکیت فکری، قیمت‌گذاری گزاف.

مقدمه

مقاله حاضر به‌طور مستقیم به دو شاخه مهم حقوقی مرتبط می‌شود: حقوق رقابت و حقوق مالکیت فکری. حقوق رقابت، موتور محرک اقتصاد کشورهای مدرن است و تمام حکومت‌های جهان برای دستیابی به اقتصاد کارآمد و کمک به رشد آن، به حقوق رقابت توجه ویژه‌ای دارند. اموال و دارایی‌های فکری نیز امروزه جزء دارایی‌های باارزش شرکت‌ها و افراد تلقی می‌شود، به‌گونه‌ای که پیشرفت‌های اقتصادی کشورهای مدرن مدیون توجه و اهمیت دادن به این دسته از حقوق و دارایی‌ها است.

رویه‌های توأم با سوءاستفاده بنگاه‌های مسلط به دو دسته تقسیم می‌شود: سوءاستفاده‌های حذف‌گرایانه و سوءاستفاده‌های استثمارگرایانه. قیمت‌گذاری گزاف یکی از رویه‌های استثمارگرایانه بنگاه‌های مسلط است که باعث ضرر مستقیم به مصرف‌کنندگان می‌شود. در حقوق اتحادیه اروپا و ایران قیمت‌گذاری گزاف ضد رقابتی قلمداد شده است اما در ایالات متحده آمریکا چنین رویه‌ای در شمار رویه‌های ضد رقابتی بنگاه‌های مسلط (ماده ۲ قانون شرمین) قرار نگرفته است، زیرا در پرونده‌های مربوط به انحصارگرایی، تمرکز بر رفتارهای حذف‌گرایانه است؛ یعنی رفتارهایی که سبب حذف رقبا بر مبنایی غیر از کارایی شده و سبب حفظ انحصار یا توسعه آن می‌شود.

پرونده‌های قیمت‌گذاری گزاف به دلیل معیارهای ارزیابی، تحلیل داده‌ها و طراحی و اجرای یک نظام جبران خسارت، در میان دشوارترین و پیچیده‌ترین پرونده‌های رقابتی قرار دارد. این مشکلات ممکن است خطرات عمده‌ای ایجاد کند: هم سبب

اشتباه در محکومیت یک شرکت شود و هم باعث اشتباه در برائت انحصارگر شود (Organisation de Coopération et de Développement Économiques, 2011:10) و هنگامی که این بحث در خصوص یک حق مالکیت فکری مطرح شود، پیچیدگی و دشواری امر دوچندان خواهد شد، زیرا از یک طرف حقوق مالکیت فکری به دارنده، حق انحصاری اعطا می‌کند و از طرف دیگر حقوق رقابت در صدد است به‌منظور حمایت از مصرف‌کنندگان و رقبا، حق تعیین قیمت را محدود کند.

سوال اصلی که در این پژوهش مطرح می‌شود این است که رویکرد نظام‌های حقوقی مورد مطالعه در مواجهه با قیمت‌گذاری گزاف دارای‌های فکری به چه ترتیب است؟ آیا این نظام‌ها رویه یکسانی را در پیش گرفته‌اند؟ آیا نهادهای رقابتی در مقایسه با اموال مادی، آراء و تصمیم‌های متفاوتی در پرونده‌های مربوط به حقوق مالکیت فکری اتخاذ می‌کنند یا خیر؟ به نظر می‌رسد با توجه به تفاوت نظام حقوقی ایالات متحده آمریکا و اتحادیه اروپا و ایران در مبانی حقوق رقابت و محکوم کردن سوءاستفاده‌های «استثمارگرایانه»، نظام حقوقی ایالات متحده آمریکا اساساً قیمت‌گذاری گزاف را مشمول ماده ۲ قانون شرم‌ناداسته در حالی که این رویه در اتحادیه اروپا و حقوق ایران در زمره رویه‌های ضد رقابتی بنگاه‌های مسلط قرار داده شده است. در حقوق اتحادیه اروپا ماده ۱۰۲ «معاهده عملکرد اتحادیه اروپا»^۱ و در حقوق ایران شقوق (۱) و (۲) بند (ط) ماده ۴۵ قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی به این رفتار ضد رقابتی اشاره دارند. تلاش نهادهای رقابتی در نظام‌های پیشرفته این است که حقوق و دارای‌های فکری را به مثابه سایر اموال مادی قلمداد کرده ولی در بررسی هر پرونده به تفاوت‌های این اموال توجه داشته باشند.

هرچند در سنوات اخیر، تألیفات و پژوهش‌های ارزشمندی نظیر حقوق رقابت در اتحادیه اروپا (شکوهی، ۱۳۸۱)، توافقات ضد رقابت تجاری (وکیلی مقدم، ۱۳۸۹) و پایان نامه‌هایی با عناوین «سوءاستفاده از وضعیت اقتصادی مسلط در حقوق رقابت» (پاکباز، ۱۳۹۰) و «حق اختراع و حقوق رقابت: نظریات، سیاست‌ها و رویه‌های

1. Treaty on the Functioning of the European Union 26/10/2012

مخل رقابت در قرارداد مجوز بهره‌برداری از اختراع» (حسن پور، ۱۳۹۰) در زمینه حقوق رقابت و حقوق مالکیت فکری انجام شده اما در خصوص قیمت‌گذاری گزاف حقوق و دارایی‌های فکری از منظر حقوق رقابت، تحقیق مستقلی انجام نشده است. در این مقاله، با استفاده از روش توصیفی-تحلیلی تلاش شده است ابعاد حقوقی قیمت‌گذاری گزاف حقوق مالکیت فکری، با مطالعه تطبیقی حقوق ایالات متحده آمریکا، اتحادیه اروپا و ایران تبیین شود. در این راستا، ابتدا با توجه به تعاریفی که ذکر شد مشکلات عملی اجرای قیمت‌گذاری گزاف در حوزه حقوق مالکیت فکری و در بخش‌های بعدی، نظام‌های حقوقی کشورهای مورد مطالعه بررسی می‌شود.

۱. تعریف قیمت‌گذاری گزاف

«قیمت‌گذاری گزاف» در برابر «قیمت‌گذاری منصفانه» قرار می‌گیرد. در نظام‌های اقتصادی، تعاریف گوناگونی از قیمت منصفانه ارائه شده است: از نظر اقتصاددانان مارکسیست نظیر مارکس و انگلس^۱، قیمت منصفانه یک محصول برابر با ارزش کاری است که در فرآیند تولید صرف شده است و نئوکلاسیک‌ها مثل آلفرد مارشال^۲ بر این باورند که ارزش منصفانه یک کالا یا خدمت با قیمت رقابتی بازار تعیین می‌شود و از برخورد آزاد تقاضا و عرضه در یک بازار رقابتی نشئت می‌گیرد (O'Donoghue & Padilla, 2006:604). بر این اساس قیمت‌هایی که در نتیجه انحصار یا قدرت بازار به‌طور قابل‌توجهی بالاتر از سطح رقابتی تعیین می‌شوند قیمت‌گذاری گزاف می‌نامند (Khemani & Shapiro, 2002; Motta & de Stree, 2006:93). هرچند در عمل، تعیین آستانه‌ای که فراتر از آن قیمت‌ها گزاف و غیرمعقول تلقی شود مشکل است (Khemani & Shapiro, 2002:43). اقتصاددانان کلاسیک^۳ نیز تئوری مبتنی بر هزینه را تأیید کرده‌اند (O'Donoghue & Padilla, 2006:604) یعنی در فرضی که

1. Karl Marx and Friedrich Engels

2. Alfred Marshall

3. JA Schumpeter

قیمت‌ها از هزینه نهایی^۱ یا متوسط هزینه ثابت بالاتر باشد ممکن است قیمت‌گذاری انجام شده ضد رقابتی قلمداد شود. در هر حال، ارائه تعریف دقیق از قیمت‌گذاری گزاف و معیاری که با توسل به آن بتوان قیمت‌گذاری گزاف را از غیر آن تشخیص داد مشکل است و مهم‌ترین دلیلی که در برخی از نظام‌های حقوقی، قیمت‌گذاری گزاف ضد رقابتی تلقی نشده، همین مسئله است.

۲. مشکلات عملی اجرای قیمت‌گذاری گزاف در حوزه حقوق مالکیت فکری

در عمل نهادهای رقابتی، در اجرای معیارهای قیمت‌گذاری گزاف، نسبت به اموال و دارایی‌های فکری با مشکلات بسیاری مواجه هستند که در این قسمت به مهم‌ترین آن‌ها اشاره می‌شود:

۲-۱. عدم وجود یک مقایسه‌گر مناسب

برای تشخیص قیمت‌گذاری گزاف، اولین قدم مقایسه کالاهای مشابه و یکسان بازار با یکدیگر است. حقوق مالکیت فکری، با توجه به تعریف آن بی‌نظیر و با بقیه اموال متفاوت است و نمی‌توان مشابه و نظیر آن را در بازار پیدا کرد. لذا، شناسایی یک مقایسه‌گر مناسب دشوار است (Dolmans, 2002:202). به عبارت دیگر، پیدا کردن فناوری مشابه که به‌طور واقعی قابل مقایسه باشد، بسیار دشوار است و تقریباً غیرممکن (Geradin & Rato, 2007:48). به‌عنوان مثال، اگر شرکت اپل فناوری «فورس تاج» را به شرکت دیگری منتقل کند، برای اینکه مشخص شود شرکت اپل در انتقال این فناوری حق‌الامتیاز منصفانه‌ای در نظر گرفته یا خیر، باید این فناوری با فناوری مشابه آن مقایسه شود و چون فناوری مشابه آن وجود ندارد، نمی‌توان در خصوص گزاف

۱. هزینه نهایی (Marginal Cost) نشان‌دهنده افزایش هزینه کل به ازای یک واحد تولید اضافی است. در این هزینه، فقط هزینه متغیر دخالت دارد و تولید یا عدم تولید یک واحد اضافی محصول، تأثیری در هزینه‌های ثابت ندارد (گریگوری منکیو، ۱۳۹۱: ۳۰۹-۳۱۰).

بودن حق الامتیاز و سوء استفاده شرکت اپل اظهار نظر کرد. در وهله دوم، حقوق مالکیت فکری که در یک لیسانس به کار می‌رود با توجه به ماهیت خود، نقش مکمل دارد و نیاز است که با اجزای دیگری استفاده شده تا یک استاندارد به اجرا درآید. حق اختراعات مکمل قابلیت جایگزینی ندارند و بنابراین قابلیت مقایسه نیز نخواهند داشت (Geradin & Rato, 2007:48).

۲-۲. موقتی بودن قدرت بازار

به‌طور کلی بازارهایی مستعد مداخله، نهادهای رقابتی هستند که موانع ورود آنها زیاد و طولانی مدت باشد (Paulis, 2007:8-9). هرچند بازارهای «های تک»^۱ با موانع ورودی نظیر سرمایه‌گذاری و نوآوری مواجه هستند؛ اما این موانع ورود، طولانی مدت نیستند (Paulis, 2007:8). صنایع بازی‌های ویدئویی برای مثال، شاهدهی برای این امر است که شرکت‌های نیتندو، سگا، سونی و اخیراً مایکروسافت، سهام بازارشان در نوسان بوده است. صنعت موبایل، سه نسل از استانداردها را از زمان نسل اول «فرستنده و گیرنده» پشت سر گذاشته است. با وجود چنین تحولاتی، شرکت‌های دیگر از فرصت استفاده کرده و نهایتاً قدرت بازار شرکت‌های موجود را تهدید می‌کنند. از طرفی، هرچند «فناوری مورد لیسانس» منافع قابل توجهی برای دارنده به همراه دارد؛ اما این منافع موقتی است، زیرا ممکن است تکنولوژی‌ها یا استانداردهای جدیدی وارد بازار شوند یا مدت آن منقضی شود (Geradin, 2007:24)؛ لذا، باید دارنده حقوق مالکیت فکری را در قیمت‌گذاری محصولات خود آزاد گذاشت تا شرکت با قیمت‌گذاری دلخواه خود بتواند هزینه‌های تحقیق و توسعه را جبران کرده و سود قابل قبولی به دست آورد.

۲-۳. مشکلات مربوط به محاسبه هزینه‌ها

معیارهای ارائه شده از سوی اقتصاددانان برای اندازه‌گیری قیمت‌گذاری گزاف،

«هزینه نهایی» یا «متوسط هزینه متغیر هر واحد» است؛ اما برای تعیین قیمت‌گذاری گزاف یک تکنولوژی یا لیسانس نمی‌توان به این معیارها متوسل شد. خلق یک نوآوری هزینه‌های ثابت بالایی به دنبال دارد، اما هزینه نهایی و متوسط هزینه متغیر یک لیسانس برابر یا نزدیک صفر است (Geradin, 2007:14). به‌علاوه، ایجاد روشی برای اندازه‌گیری هزینه متغیر یا نهایی هزینه‌های تحقیق و توسعه و حقوق مالکیت فکری بسیار دشوار است. بعضی از عواملی که به این دشواری دامن می‌زند به شرح زیر است:

الف. تحقیق و توسعه‌ای که به‌طور مستقیم منجر به توسعه یک تکنولوژی معین شده حاصل چندین پروژه شکست‌خورده است مثل تولید یک داروی معین که برای محاسبه هزینه‌های پروژه و نهایتاً تعیین قیمت، باید هزینه‌های پروژه‌های شکست‌خورده مورد لحاظ قرار گیرد (Ehlermann & Marquis 2008:598; Geradin, 2007:48; Guidelines on the Application of Article 81 of the EC Treaty to Technology Transfer Agreements (2004/C 101/02) 2004:sec. 8

ب. باید مشخص شود چه هزینه‌هایی بین پروژه‌های موفق و ناموفق مشترک بوده است (Ehlermann & Marquis, 2008:598). هزینه‌های تحقیق و توسعه، زمانی که بنگاه مسلط در بازار پایین‌دست تولیدی نیز به فعالیت می‌پردازد، مشترک است. از این رو، مادامی که بخشی از هزینه‌های تحقیق و توسعه باید به فعالیت‌های لیسانسی اختصاص یابد، پیدا کردن روش مناسب برای اینکه تعیین شود چه مقدار از هزینه‌های تحقیق و توسعه به فعالیت‌های لیسانسی و چه به مقدار به فعالیت‌های تولیدی اختصاص یافته کار مشکلی است (Geradin, 2007:15).

ج. در بازار تکنولوژی، جایی که «نوآوری‌های افزایشی» (تغییر جزئی در تکنولوژی‌های موجود) به وسیله حقوق مالکیت فکری مورد حمایت قرار می‌گیرد، این سؤال مطرح می‌شود که آیا هزینه‌های تحقیق و توسعه‌ای که برای تکنولوژی موجود متحمل شده‌اند نیز باید در تحلیل‌ها مدنظر قرار گیرد یا خیر؟ (Geradin, 2007:15)

برای اینکه معیارهای قیمت‌گذاری گزاف در اموال مادی در خصوص حق‌الامتیازات گزاف به کار رود، نهادهای رقابتی مجبوراند: ۱. هزینه‌های تکنولوژی

مورد انتقال را محاسبه کنند؛ ۲. سطحی را تعیین کنند که منافع حاصله توسط لیسانس دهنده گزاف شده است؛ ۳. معیار مناسبی برای مقایسه حق الامتیازات تعیین شده به دست آورند. تعیین این سه مورد، همان گونه که در بالا به آن اشاره شد برای حقوق مالکیت فکری بسیار پیچیده است و اشتباهات زیادی را به همراه دارد (Nguyen, 2010:80; Russell Denton & Heald, 2003:1183). بنابراین اعمال روش مبتنی بر هزینه شاید در خصوص سایر اموال قابلیت اعمال داشته باشد، ولی این روش برای حقوق مالکیت فکری که هزینه نهایی آن در بعضی موارد برابر با صفر است یا امکان برآورد و محاسبه هزینه‌ها در بعضی موارد غیرممکن است، نامناسب است.

۲-۴. تأثیر منفی بر نوآوری

نظریه‌های اقتصادی نشان می‌دهد تنظیم قیمت‌ها، اثر منفی بر انگیزه شرکت‌ها به نوآوری خواهند داشت، زیرا کنترل حق الامتیاز سبب کاهش درآمد شده و با کاهش درآمد، خلاقیت و نوآوری بنگاه‌ها کاهش می‌یابد (Ehlermann & Marquis, 2008:598) و سبب می‌شود بنگاه‌های فعال در صنایع پویا منتظر مانده و به تماشا بنشینند تا ببینند آیا سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه توسط بنگاه‌های دیگر به موفقیت منجر می‌شود یا خیر و سپس درصدد تحصیل تکنولوژی موردنظر با یک قیمت کنترل شده برآیند (Geradin, 2007:10).

در صنایع «های تک» بسیاری از سرمایه‌گذاری‌های انجام شده در تحقیق و توسعه منجر به نتیجه نمی‌شود و انگیزه‌های نوآوری به‌طور مستقیم به چشم‌انداز تولید و کسب منافع قابل توجه در آینده معطوف می‌شود. از این رو، مداخلاتی که هدفش محدود کردن منافع است بر انگیزه‌های نوآوری اثر می‌گذارد. به این دلیل است که دیوان عالی امریکا بیان داشت «توانایی بنگاه‌ها به تعیین قیمت‌های فرارقابتی، اساس سیستم بازار آزاد است» (Anderman & Schmidt, 2007:224)، زیرا چشم‌انداز دستیابی به جایزه‌های بزرگ، بازیگران بازار را وادار می‌سازد که سرمایه‌گذاری، نوآوری و ریسک کرده و در رشد اقتصادی مشارکت کنند (Geradin, 2007:10). به‌علاوه محدود کردن قیمت‌گذاری

حق‌الامتياز، انگیزه‌های بنگاه‌ها و رقبای بالقوه را برای ورود به بازار مورد بحث از بین برده و به رقابت پویا آسیب وارد می‌سازد. از طرف دیگر، استدلال شده است که به خاطر آثار «وابستگی مسیر»^۱ بنگاه‌های مسلط در هر درجه که باشند، مجبور به نوآوری هستند برای اینکه موقعیت انحصاری خود را در بلندمدت حفظ کنند (Baker, 2007:580). البته در این خصوص، بحث‌های زیادی بین اقتصاددانان از جمله شومپتر و آرو^۲ صورت گرفته است که اولی معتقد است بنگاه‌های انحصارگر و بزرگ به دلیل داشتن امکانات زیاد، بیشتر به رشد نوآوری کمک می‌کنند و در عوض آرو معتقد است که شرکت‌ها در فضای رقابتی بیشتر به نوآوری روی می‌آورند و بنگاه‌های مسلط انگیزه‌ای برای نوآوری ندارند. (Arrow, 1993: 111-124)

نکته مهم دیگر این است که قرار دادن محدودیت بر قیمت‌گذاری حق‌الامتياز سبب می‌شود نوآوران از حقوق مالکیت فکری به شکل متفاوتی استفاده کنند. برای مثال، این شرکت‌ها نوآوری را به عنوان یک راز تجاری حفظ کرده و خود به‌طور انحصاری محصولات مبتنی بر این نوآوری را وارد بازار کنند. (Geradin, 2007:10). در این صورت مجبور به انتقال نوآوری به رقبا نخواهند بود.

۲-۵. شروط متفاوت قراردادهای ليسانس

قراردادهای ليسانس، قراردادهای بسیار پیچیده‌ای هستند. پیچیدگی این قراردادها صرفاً به خاطر ساختار قیمت‌گذاری آن نیست بلکه به خاطر شروطی است که به منظور بهره‌برداری از حق مالکیت فکری به قرارداد ضمیمه می‌شوند. به‌طور مثال، قراردادی که در آن شرط «باز اعطای ليسانس» گنجانده شده با قراردادی که فاقد چنین شرطی است به لحاظ قیمت ممکن است متفاوت باشند یا در برخی قراردادها ممکن است شرط

۱. (Path Dependenc) یا وابستگی به مسیر به این معناست که تصمیمات، اقدامات و وضعیت فعلی و آینده به تصمیمات، اقدامات و وضعیت گذشته بستگی دارد (Page, 2006:88). به عنوان مثال، چون در گذشته چیدمان صفحه‌کلید کامپیوتر به صورت QWERTY بوده، علیرغم بهینه نبودن این چیدمان، همچنان از این چیدمان در کیبورد کامپیوترها استفاده می‌شود و این امر سبب می‌شود که بنگاه‌ها در برابر تغییر مقاومت کرده و از طرفی به خلق محصولات نوآورانه تمایلی نشان ندهند.

2. Arrow

عدم چالش وجود داشته باشد در حالی که قرارداد دیگر فاقد چنین شرطی باشد. چه بسا ممکن است در قراردادی شش درصد حق الامتیاز آن به حق اختراع تعلق داشته و قسمت اعظم آن مربوط به «لیسانس متقابل» باشد در حالیکه در قرارداد دیگری ممکن است ۸۰ درصد حق الامتیاز به خاطر حق اختراع و ۲۰ درصد آن به لیسانس متقابل ارتباط داشته باشد (Ehlermann & Marquis 2008:594). در موارد بسیاری، لیسانس اعطا شده، انحصاری و یا به افراد بسیار کمی واگذار می‌شود در حالی که ممکن است در بعضی موارد لیسانس به افراد متعددی واگذار شود. بنابراین، حق الامتیاز ممکن است با توجه به نحوه واگذاری و شروط قرارداد لیسانس تعیین شود. لذا، در اغلب موارد بررسی این موضوع که لیسانس گزاف بوده یا لیسانس دهنده بین لیسانس گیرندگان تبعیض قائل شده، به سادگی میسر نیست. ضمن آنکه اطلاعات مشخصی از رفتار بنگاه‌ها راجع به لیسانس حقوق مالکیت فکری در دست نیست. شاید یکی از بزرگ‌ترین تحقیقات انجام شده در این زمینه تحقیقی است که در سال ۲۰۰۰ توسط «آناند» و «خانا» به انجام رسیده است. (Anand & Khanna, 2000: 103-135) در این تحقیق ۱۶۱۲ قرارداد لیسانس که در فاصله زمانی ۱۹۹۰-۱۹۹۳ در ایالات متحده آمریکا به امضاء رسیده بود مورد بررسی قرار گرفت که راجع به ساختار و نحوه پرداخت حق الامتیاز اطلاعات دقیقی وجود نداشت (Régibeau, 2007:7).

۲-۶. نحوه حمایت از حقوق مالکیت فکری

اعمال ضمانت اجراهای قیمت‌گذاری گزاف به این موضوع بستگی دارد که برای حمایت از حقوق مالکیت فکری چه طرحی انتخاب شود. به عنوان مثال، به منظور جایزه دادن به نوآور و مخترع می‌توان حمایت‌های طولانی مدت داشته باشیم و یا نوع حمایت‌ها را گسترش داده و از مدت آن بکاهیم یا اینکه هم مدت طولانی باشد و هم سطح حمایت گسترده باشد با این حال ممکن است در بعضی موارد، طرح مورد انتخاب ممکن است حمایت لازم از دارنده را فراهم نسازد مضافاً آنکه تقلید و کپی کردن تنها تهدید برای نوآور نیست، بلکه در بعضی موارد به خصوص در صنایع «های تک» و

«فناوری‌های پیشرفته» از رواج افتادگی و کهنه شدن نیز می‌تواند یکی از تهدیدها باشد؛ بنابراین در کنار حمایت طولانی‌مدت، باید به نوآور اجازه داده شود تا قیمت بسیار بالاتری از هزینه نهایی تولید را پیشنهاد دهد (Ehlermann & Marquis, 2008:595). به عنوان مثال، تحقیق و توسعه در بخش‌های دارویی گران و هزینه‌بر است؛ بنابراین، جایزه‌ای که به مخترع تعلق می‌گیرد باید مفید و مؤثر باشد و برای اینکه یک جایزه مؤثر و مفید تضمین شود باید اختلاف قیمت زیادی نسبت به هزینه نهایی تولید وجود داشته باشد (Ehlermann & Marquis, 2008:596) تا پیش از کهنه شدن و از رواج افتادن تکنولوژی، دارنده بتواند هزینه‌های تحقیق و توسعه و تولید را با حاشیه سود متناسبی به دست آورد. در غیر این صورت انگیزه‌ای برای نوآوری و خلق محصولات جدید باقی نمی‌ماند.

۲-۷. اعمال قیمت‌گذاری گزاف در بازار نوآوری

در حوزه حقوق مالکیت فکری سه بازار وجود دارد ۱. بازار نوآوری؛ ۲. بازار تکنولوژی و در نهایت ۳. بازار محصولات که همه این‌ها به‌طور عمودی به هم مرتبط‌اند. بازار نوآوری، بازارهایی برای تحقیق و توسعه به شمار می‌آیند. تصور کنید موسسه‌ای در توسعه و تحقیق دارای موقعیت مسلط است و در اثر فعالیت‌های نوآورانه در آینده بتواند تکنولوژی جدیدی خلق کند. به‌طور قطع در زمان حاضر، با توجه به اینکه تکنولوژی یا محصولی خلق نشده است، نمی‌توان آن را قیمت‌گذاری کرد (Ehlermann & Marquis 2008:593) و با فرض اینکه قیمت‌گذاری گزاف را در خصوص نوآوری قابل‌اعمال بدانیم، این مشکل وجود دارد که برای تشخیص نامتعارف بودن حق‌الامتیاز، نمونه مشابهی وجود ندارد تا بتوان با مقایسه آن‌ها، قیمت‌گذاری گزاف و نتیجتاً سوء استفاده بنگاه را احراز کنیم. لذا اعمال قیمت‌گذاری گزاف در خصوص بازارهای نوآوری و در بخش تحقیق و توسعه به‌هیچ‌وجه قابل توجیه و قابل‌اعمال نخواهد بود. موارد فوق نشان می‌دهد، اعمال شرایط قیمت‌گذاری گزاف نسبت به حقوق مالکیت فکری با مشکل مواجه است. نهادهای رقابتی باید به تفاوت‌ها و ویژگی‌های حقوق

مالکیت فکری توجه کنند، به ویژه آنکه حمایت از حقوق مالکیت فکری مقتضی آن است که صاحب حق اختراع یا مالک کپی‌رایت، محصولاتشان را به دلخواه قیمت‌گذاری کنند تا به این ترتیب هزینه‌های بالای تحقیق و توسعه را جبران کنند. بعد از طرح مشکلات عملی اجرای قیمت‌گذاری گزاف، رویه هرکدام از نظام‌های حقوقی اتحادیه اروپا، ایالات متحده آمریکا و ایران مورد بررسی قرار می‌گیرد.

۳. اتحادیه اروپا

بند الف ماده ۱۰۲ معاهده عملکرد اروپا^۱، بنگاه‌های مسلط را از تحمیل قیمت‌های خرید یا فروش غیرمنصفانه به صورت مستقیم یا غیرمستقیم منع کرده است. این مقرر، غالباً به عنوان ممنوعیت قیمت‌گذاری گزاف استشارگراییانه توسط بنگاه‌های مسلط تفسیر می‌شود.

۳-۱. توجیه مداخله در قیمت‌گذاری گزاف

در اتحادیه اروپا، سه دلیل عمده برای مداخله در رفتارهای استشارگراییانه وجود دارد:

الف. تاریخچه ماده ۱۰۲ معاهده عملکرد اتحادیه اروپا نشان می‌دهد که رفتارهای استشارگراییانه می‌تواند توأم با سوءاستفاده باشد، حتی برخی از مفسران بر این عقیده هستند که ماده ۱۰۲ از منظر حقوقی، به‌طور انحصاری نگران سوءاستفاده‌های استشارگراییانه است و این ماده صرفاً در مورد سوءاستفاده‌های استشارگراییانه به کار می‌رود نه سوءاستفاده‌های حذف‌گراییانه (European Union, 2011:2-3).

۱. ماده ۱۰۲ معاهده عملکرد اتحادیه اروپا: «هرگونه سوءاستفاده به‌وسیله یک یا چند بنگاه مسلط در بازار داخلی یا بخش عمده‌ای از آن به دلیل عدم انطباق با بازار داخلی تا آنجا که مؤثر در تجارت بین کشورهای عضو است، ممنوع است. چنین سوءاستفاده‌ای ممکن است شامل موارد زیر باشد: الف. تحمیل قیمت‌های خرید یا فروش غیرمنصفانه یا دیگر شرایط تجاری غیرمنصفانه به صورت مستقیم یا غیرمستقیم؛ ب. تحدید و محدود کردن تولید، بازارها و توسعه فنی به ضرر مصرف‌کنندگان؛ ج. اعمال شرایط غیرمشابه نسبت به معاملات مشابه با دیگر اطراف تجاری که به این‌وسیله آن‌ها را در یک موقعیت و وضع نامناسب رقابتی قرار دهد؛ د. قرار دادن نتیجه قراردادهای مشروط به قبول تعهدات فرعی که ماهیتاً یا مطابق عرف تجاری، ارتباطی با موضوع قرارداد ندارد».

قیمت‌گذاری گزاف نیز یکی از مصادیق سوءاستفاده‌های استثمارگرایانه است. لذا، باید با ضد رقابتی قلمداد شدن سوءاستفاده‌های استثمارگرایانه، قیمت‌گذاری گزاف نیز ضد رقابتی تلقی شود.

ب. یکی از اهداف سیاست رقابتی اتحادیه اروپا، تأمین رفاه مصرف‌کنندگان است. واضح‌ترین استدلال راجع به مداخله در قیمت‌گذاری گزاف، ضرر مستقیم آن به مصرف‌کنندگان است که از قیمت‌های انحصاری و نزدیک به انحصارگرایی نشئت می‌گیرد. با مداخله در قیمت‌گذاری گزاف، نهادهای رقابتی می‌توانند رفاه مصرف‌کننده را ارتقا دهند (Organisation de Coopération et de Développement Économiques, 2011:9).

«پینار اکمن» در خصوص اهداف ماده ۸۲ اتحادیه اروپا (۱۰۲ فعلی) بیان داشته است: «این مقررات فقط راجع به سوءاستفاده‌های استثمارگرایانه به کار می‌روند و نه حذف‌گرایانه... ماده ۱۰۲ می‌تواند با استاندارد رفاه مصرف‌کننده تفسیر شود.» (Akman, 2007:1). هدف ماده ۱۰۲ اتحادیه اروپا از ممنوعیت قیمت‌گذاری گزاف، در هسته حقوق رقابت نهفته است: جلوگیری از استثمار مصرف‌کنندگان توسط بنگاه‌های مسلط (Ehlermann & Marquis, 2008:637).

ج. ماده ۱۰۲ معاهده تحصیل موقعیت مسلط را ممنوع نکرده است. این ماده صرفاً در مواردی به کار می‌رود که بنگاهی که قبلاً از موقعیت مسلط برخوردار بوده، سوءاستفاده کرده باشد. این به آن معناست که ممکن است مواردی وجود داشته باشد که رفتار بنگاه مسلط سبب حذف رقبا نشده ولی از طریق تحمیل حق‌الامتیاز گزاف باعث ضرر به مصرف‌کنندگان شده باشد. در چنین مواردی، ضد رقابتی قلمداد کردن سوءاستفاده‌های استثمارگرایانه می‌تواند تنها راهی باشد که از مصرف‌کننده حمایت کرد (European Union, 2011:3; Organisation de Coopération et de Développement Économiques, 2011:28).

بسیاری از کشورها نظیر چین، آفریقای جنوبی، هند، کره و ژاپن مانند اتحادیه اروپا قیمت‌گذاری گزاف توسط بنگاه‌های مسلط را ضد رقابتی قلمداد کرده‌اند

(First, 2016:2). کمیسیون اصلاح و توسعه ملی چین در اولین تصمیم خود در خصوص «لیسانس حق اختراع اساسی استاندارد»^۱ سال ۲۰۱۵ شرکت کوالکام را به خاطر سوءاستفاده از موقعیت مسلط در استاندارد CDMA، WCDMA، و LTE و تحمیل حق الامتیاز گزاف، ترتیبات پیوندی و درج شروط ضد رقابتی، ۹۷۵ میلیون دلار جریمه کرد (Bing Li 2016:337).

۲-۳. معیارهای تشخیص قیمت گذاری گزاف

دادگاه‌های اتحادیه اروپا تعریفی را پذیرفته‌اند که به نظر می‌رسد منطبق با نظر «اردو لیبرال‌ها» است اما تعریف آن‌ها دقیق نبوده و اعمال آن در عمل بسیار دشوار است. مطابق نظر دیوان عدالت دادگستری اروپا، قیمت زمانی گزاف است که رابطه‌ای با ارزش اقتصادی کالای مربوط نداشته باشد.^۲ دیوان عدالت اروپا، در پرونده «یونایتد برنرز»^۳ معیار دوگانه‌ای را به کار برده است ابتدا باید ثابت شود که مابه‌التفاوت بین قیمت و هزینه زیاد است و در وهله دوم، قیمت تحمیل شده، فی‌نفسه یا در مقایسه با محصولات رقابتی دیگر غیرمنصفانه است. کمیسیون اروپا در پرونده «اسکاندلاین» نیز این معیار را به کار برد (Akman & Garrod 2010:2). علاوه بر معیار مقایسه قیمت-هزینه، که یک معیار اجباری برای ارزیابی قیمت گذاری گزاف است، معیارهای دیگری نیز ممکن است به کار رود، از قبیل معیار رقبا، معیار جغرافیایی، معیار سابقه هزینه‌ها (Nguyen, 2010:80) که به اختصار هرکدام از آن‌ها توضیح داده می‌شود:

- معیار پیشینه هزینه‌ها: در پرونده «بریتیش لیلاند»^۴ دیوان عدالت دادگستری اروپا مقایسه‌ای بین قیمت‌هایی که بنگاه مسلط جدیداً تحمیل کرده با قیمت‌های قبلی این بنگاه انجام داد. دادگاه دریافت که در دوره زمانی مورد نظر قیمت‌ها ۶۰۰ درصد افزایش یافته است و در نتیجه سوءاستفاده آمیز هستند. این معیار را نمی‌توان نسبت به

1. Standard essential patents

2. Case 27/76, United Brands Company v Commission [1978] ECR 250.

3. United Brands Company and United Brands Continental BV v Commission [1978] ECR 207

4. British Leyland v. Commission, [1986] ECR 3263

بازارهای پویا از جمله حقوق مالکیت فکری به کار برد، زیرا امکان مقایسه داری‌های فکری به دلیل بی‌نظیر بودن آنها با تکنولوژی‌های گذشته درست نیست. مقایسه زمانی می‌تواند انجام شود که قرارداد لیسانس منقضى شده باشد و برای همان تکنولوژی قرارداد جدیدی با حق‌الامتياز متفاوت منعقد شود. با این حال، در بعضی از صنایع، دارندگان حقوق مالکیت فکری ابتدا به منظور رشد تکنولوژی خود ممکن است با حق‌الامتياز بسیار پایین قرارداد ببندند ولی زمانی که این تکنولوژی به مرحله اجرا درآمد و بالغ شد، لیسانس دهنده ممکن است به منظور جبران قیمت‌های پایینی که در گذشته متحمل شده است، حق‌الامتياز را افزایش دهد (Anderman & Schmidt, 2007:53). تعیین قیمت پایین برای محصولات ضد رقابتی نباشد، زیرا از منظر حقوق رقابت، قیمت‌گذاری تهاجمی نیز ضد رقابتی تلقی می‌شود و در این فرض تخلف بنگاه «قیمت‌گذاری تهاجمی»^۱ است نه «قیمت‌گذاری گزاف».

- معیار جغرافیایی: در پرونده «یونایتد برند» دیوان عدالت اروپا، قیمت‌های یک کالای مشخص را در مناطق جغرافیایی مختلف مقایسه کرد. با این حال، مشخص نیست که آیا می‌توان چنین معیاری را در خصوص حقوق مالکیت فکری نیز بکار برد. بازارهای تکنولوژی غالباً جهانی یا در سطح اروپا هستند (Anderman & Kallaugher, 2006:273). لذا مقایسه بازارهای جغرافیایی برای تعیین قیمت همیشه امکان‌پذیر نیست.

- معیار رقبا: مقایسه حق‌الامتيازات تحمیلی بنگاه مسلط با رقبای او نیز هم از حیث مفهومی و هم عملی نادرست است. حقوق مالکیت، برخلاف کالایی مثل «موز» در پرونده «یونایتد برندز» ویژگی‌های بی‌نظیری دارند. دشوار است که یک یا چند دارنده حق مالکیت فکری را پیدا کرد که حق اختراع یا مجموعی از حقوق اختراعات مشابهی داشته باشند و بتوان برای شناسایی قیمت‌گذاری گزاف آن‌ها را با یکدیگر

۱. (predatory pricing) یعنی قیمت‌گذاری پایین‌تر از هزینه نهایی که به قصد خروج بنگاه‌های رقیب از بازار و افزایش قیمت‌ها پس از خروج آن‌ها از بازار انجام می‌شود.

مقایسه کرد (Dolmans, 2002:202). با فرض اینکه دو بنگاه حقوق مالکیت فکری قابل مقایسه‌ای داشته باشند، تفاوت‌ها در میزان حق‌الامتیاز تحمیلی به لیسانس گیرنده‌ها، مبین سوءاستفاده یکی از بنگاه‌ها که قیمت بالاتری تحمیل کرده، نیست (Geradin, 2007:16)، زیرا ممکن است شروط مندرج در قراردادهای لیسانس با یکدیگر متفاوت باشد. مثلاً شرط لیسانس متقابل یا شرط عدم چالش در یک لیسانس درج شود در حالی که در لیسانس دیگر چنین شروطی ذکر نشده است.

اعمال مؤثر بند الف ماده ۱۰۲ سبب می‌شود که توانایی بنگاه‌ها به تحمیل قیمت‌های گزاف برای حقوق مالکیت فکری محدود شود. این محدودیت هم در خصوص قیمت‌گذاری تکنولوژی و هم قیمت‌گذاری محصولات که هر دوی آن‌ها حقوق مالکیت فکری را به کار برده‌اند اعمال می‌شود و موجب می‌شود حقوق مالکیت فکری در دستیابی به اهداف خود ناموفق باشد (Régibeau, 2007:10).

۳-۳. اعمال قیمت‌گذاری گزاف در بازار محصولات مشمول حقوق مالکیت فکری

اگر بنگاه مسلط حقوق مالکیت فکری را به لیسانس واگذار نکند و تصمیم گیرد که خود آن را برای «بازارهای پایین‌دست» توسعه دهد، بند الف ماده ۱۰۲ مبنی بر قیمت‌گذاری گزاف محصولات فقط می‌تواند در بازار پایین‌دست یعنی بازار محصولات کاربرد داشته باشد و برعکس اگر دارنده، حق مالکیت فکری خود را به لیسانس واگذار کند در این صورت این قواعد را می‌تواند در هر دو بازار پایین‌دست و بالادست به کار برد (Régibeau, 2007:8). در خصوص محصولات مشمول حقوق مالکیت فکری، پرونده‌های متعددی وجود دارد که قیمت‌گذاری بنگاه‌های مسلط را زیر سؤال برده است. دیوان عدالت اروپا در پرونده‌های «ولوو»^۱ و «رنو»^۲، تأیید کرد که قیمت‌گذاری گزاف حقوق مالکیت فکری توسط بنگاه‌های مسلط ممکن است ضد رقابتی و به وسیله ماده ۱۰۲ اتحادیه اروپا ممنوع باشد. این مقرر هم‌چنین بیان می‌دارد که «بنگاه مسلط با

1. Volvo v. Erik Veng (UK) Ltd, [1988] ECR 6211.

2. Case 53/87, CICCRA and Maxicar v Renault [1988] ECR 6039.

تحمیل قیمت‌های غیرمنصفانه و غیر منطبق با ارزش اقتصادی نسبت به خدمات ارائه شده، از موقعیت مسلط خود سوءاستفاده می‌کند.^۱ علائم تجاری نیز می‌تواند به عنوان ابزاری برای قیمت‌گذاری گزاف بکار رود. دیوان عدالت اروپا پیشنهاد داده است که قیمت‌های تحمیل شده نسبت به کالاهای برند ممکن است آن‌قدر گزاف باشد که منطبق با سوءاستفاده موضوع ماده ۱۰۲ شود.^۲

سؤالی که مطرح می‌شود این است که آیا می‌توان کالاهایی که بیرون از بازار مشترک با قیمت پایین‌تری نسبت به داخل بازار فروخته می‌شود را به عنوان قیمت‌گذاری گزاف تلقی کرد؟ به نظر می‌رسد این حقیقت که کالاهای فروخته شده (تحت یک علامت تجاری) در خارج از بازار مشترک ممکن است به لحاظ ماهیتی تفاوت‌هایی با محصولات داخلی اتحادیه به فروش می‌رسند، داشته باشند مدنظر قرار گیرد (Mandly, 2002:1349) زمانی که کالاها به لحاظ ماهیتی با یکدیگر متفاوت باشند، هرگونه مقایسه آن‌ها برای تعیین قیمت‌گذاری گزاف بیهوده خواهد بود. به‌علاوه حتی اگر کالاها مشابه هم باشند، مقایسه قیمت‌ها با بازارهای خارج از بازار مشترک ممکن است تضمین‌کننده استنباط درست نباشد. برای تضمین یک تحلیل درست، مقایسه قیمت‌ها باید فقط بین بازارهایی که از نظر عرضه و تقاضا شرایط مشابهی دارند صورت بگیرد؛ شرطی که به ندرت ممکن است محقق باشد (Whish, 2009:636) & Heide, 2003:166-167 بنابراین رویه قضایی اتحادیه اروپا تردیدی در ضد رقابتی قلمداد کردن قیمت‌گذاری گزاف محصولات مشمول حقوق مالکیت فکری ندارد. مشکل اساسی عدم وجود یک مقایسه‌گر مناسب و مشکلات عملی قیمت‌گذاری گزاف است و به‌طور قطع نمی‌توان گفت که معیارهای دیوان عدالت دادگستری اروپا در پرونده «یونایتد برنندز» در خصوص محصولات مشمول

1. Case C-340/99, TNT Traco v. Poste Italiane, [2001] ECR I-4109, para. 46; Kanal 5, supra note 93, para. 28; British Leyland, supra note 124, para. 27; Case COMP/A.36.568/D3, Scandlines Sverige v. Port of Helsingborg, Commission Decision of 23 July 2004, paras 158 and 208-248.

2. Case 40/70, Sirena S.r.l. v. Eda S.r.l. [1971] E.C.R. 69, [1971] C.M.L.R. 260, paras. 14 & 16.

حقوق مالکیت فکری نیز می‌تواند بکار گرفته شود یا خیر.

۳-۴. اعمال قیمت‌گذاری گزاف در بازار تکنولوژی

مطابق دستورالعمل اعمال ماده ۱۰۱ معاهده عملکرد اتحادیه اروپا، طرفین توافق انتقال تکنولوژی آزاد هستند که حق‌الامتياز را تعیین کنند (Guidelines on the application of Article 101 of the Treaty on the Functioning of the European Union to technology transfer agreements, (2014/C 89/03):para 184). از این رو، کمیسیون اروپا اعمال بند الف ماده ۱۰۲ معاهده را نسبت به صنایع «های‌تک» پذیرفته است. حتی در بازار سیستم‌عامل‌های کامپیوتری که متصف به منافع بسیار بالا هستند، کمیسیون درصدد اعمال این بند برنیامده است و تلاش‌های اخیر کمیسیون برای ممانعت از حق‌الامتيازات پیشنهادی مایکروسافت برای لیسانس اطلاعات همسان‌سازی، به منظور جلوگیری از رفتارهای حذف‌گرایانه انجام شده است نه با انگیزه کنترل قیمت‌ها (Geradin, 2007:24). مضافاً آنکه رویکرد نهادهای رقابتی اتحادیه اروپا در خصوص برخی از رویه‌های سوءاستفاده آمیز از جمله «امتناع از اعطای لیسانس» به یک رویکرد محتاطانه تبدیل شده و برخلاف گذشته، برای اعطای مجوز لیسانس اجباری باید شرایط و اوضاع و احوال استثنایی محقق شود. بنابراین، سیاست‌ها و فروض اقتصادی که اتخاذ این رویکرد محتاطانه را در مورد لیسانس اجباری اقتضاء می‌کند، در خصوص قیمت‌گذاری گزاف نیز وجود دارد (Geradin & Rato, 2007:47). بنابراین در حقوق اتحادیه اروپا، باید بین محصولات مشمول حقوق مالکیت فکری و لیسانس تکنولوژی تفاوت و تمایز قائل شد. در خصوص بازار اول، تردیدی در به‌کارگیری قواعد رقابتی وجود ندارد؛ اما در خصوص حق‌الامتياز تکنولوژی، نهادهای رقابتی باید محتاطانه عمل کرده و در بررسی این نوع پرونده‌ها، آثار رقابتی و ضدرقابتی قیمت‌گذاری گزاف تکنولوژی مورد بررسی قرار گرفته و در صورتی که آثار ضد رقابتی آن بیشتر باشد رفتار را محکوم کنند. در غیر این صورت، قیمت‌گذاری گزاف جزء رفتارهای مشروع و قانونی بنگاه تلقی خواهد شد.

بعد از بیان موضع کلی نهادهای رقابتی اتحادیه اروپا و تفسیر آن‌ها از بند الف ماده ۱۰۲ معاهده عملکرد، چند فرض دیگر مطرح می‌شود:

الف. اولین فرض، گزاف تلقی کردن پرداخت حق‌الامتیاز پس از انقضای حق اختراع است. کمیسیون در پرونده «ای اُ آی پی»^۱ این رویه را در تعارض با بند الف ماده ۱۰۲ معاهده دانست اما در پرونده «بوسیس»^۲ نظر مخالفی اتخاذ کرد. کمیسیون در این پرونده استدلال کرد تعهد به پرداخت حق‌الامتیاز پس از انقضای حق اختراع، مشابه تعهد به پرداخت مبلغی است که در چندین قسط پرداخت خواهد شد. دیوان عدالت اروپا در پرونده دیگری^۳ نیز «حق‌الامتیاز پس از انقضاء» را مورد تأیید قرار داد و رویکردی مشابه ایالات متحده امریکا در پرونده «آرونسون» را اتخاذ کرد (Nguyen, 2010:84).

ب. فرض دوم مربوط به استانداردسازی است. در بحث استانداردسازی، برقراری تعادل میان منافع سه دسته یعنی صاحبان حقوق مالکیت فکری، تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان بسیار اهمیت دارد. اعطای آزادی کامل قراردادی به صاحب اختراع، این تعادل را می‌تواند به مخاطره اندازد، زیرا اگر اختراع با قیمتی بسیار بالا و نامتعارف خریداری شود، این امر می‌تواند هزینه تولید را افزایش داده و محصول با بهایی گزاف راهی بازار شود و در نتیجه بسیاری از مصرف‌کنندگان امکان خرید کالای موصوف را نخواهند داشت (Geradin & Rato, 2007:47). در سال ۲۰۱۱ کمیسیون اروپا دستورالعمل توافقات افقی^۴ را تصویب کرد که «توافقات استاندارد» نیز در آن بحث شده است. در این دستورالعمل T اگرچه کمیسیون به ضد رقابتی بودن حق‌الامتیاز گزاف اشاره داشته، اما مشخص نکرده که آیا چنین رفتاری می‌تواند سوءاستفاده از موقعیت مسلط موضوع ماده ۱۰۲ باشد یا خیر؟ (First, 2016:17) اما در توضیح این بند بیان شده است که تعیین حق‌الامتیاز بالا به شرط محقق بودن شرایط سوءاستفاده از موقعیت

1. AOIP/Beyrard, OJ 1976 L 6/8.

2. Decision 87/123/EEC, IV/31.302, Boussois/Interpane, OJ 1987 L 50/30.

3. Case 320/87, Kai Ottung v. Klee & Weilbach, [1989] ECR 1177, paras 13 and 15.

4. Guidelines on the applicability of Article 101 of the Treaty on the Functioning of the European Union to horizontal co-operation agreements, 2011/C 11/01.

مسلط (ماده ۱۰۲) و شرایطی که در رویه قضایی اتحادیه اروپا (پرونده یونایتد برنلدز) بیان شده است، می‌تواند گزاف تلقی شود.^۱ کمی بعد از تصویب این دستورالعمل، کمیسیون دو پرونده را بر اساس ماده ۱۰۲ به جریان انداخت: یکی علیه سامسونگ^۲ و دیگری علیه شرکت موتورولا (گوگل).^۳ این دو شرکت، در کشورهای مختلف در حال تلاش برای متوقف کردن فعالیت شرکت اپل در ارتباط با استاندارد تکنولوژی تلفن همراه بودند. در سال ۲۰۱۴ کمیسیون نتیجه گرفت که شرکت موتورولا/گوگل بر اساس ماده ۱۰۲ از موقعیت مسلط خود سوءاستفاده کرده است، زیرا شرکت موتورولا علی‌رغم تعهد به موسسه استانداردسازی مبنی و آگذاری استاندارد بر مبنای فرند^۴ و با وجود تمایل شرکت اپل به پذیرش لیسانس بر این مبنای، از اعطای لیسانس خودداری کرده بود. در همان زمان شرکت سامسونگ نیز نزد کمیسیون اروپا متعهد شد که تضمین دهد شروط لیسانسی او معقول و منصفانه خواهد بود (First, 2016:17-18).

علی‌رغم تأکید بر ضد رقابتی بودن قیمت‌گذاری گزاف استاندارد در حقوق اتحادیه اروپا، هیچ‌کدام از معیارهای سنتی که در حقوق رقابت برای ارزیابی قیمت‌گذاری گزاف به آن اتکا می‌کنند، متناسب به نظر نمی‌رسد (Dolmans, 2002:201). به‌ناچار، در این چارچوب نیز باید معیارهای مطرح شده در پرونده «یونایتد برنلدز» رعایت شود. کمیسیون اروپا و دیوان عدالت اروپا، راهنمای بیشتری راجع به معیار مناسب برای تعیین حق‌الامتیاز گزاف ارائه نداده است (Geradin & Rato, 2007:47). مشکلات عملی قیمت‌گذاری دارایی‌های فکری که در بخش دوم این مقاله بررسی شد، حکایت از آن دارد که در خصوص دارایی‌های فکری باید روش دیگری پیشنهاد شود و معیارهای پرونده یونایتد برنلدز که در خصوص اموال و دارایی‌های مادی است نمی‌تواند کمکی به تشخیص قیمت‌گذاری گزاف کند.

۱. پاورقی شماره ۱۰۷ دستورالعمل توافقات افقی ۲۰۱۱.

2. Case AT.39939 - Samsung - Enforcement of UMTS standard essential patents, C(2014) 2891

3. Case AT.39985 - Motorola - Enforcement of GPRS standard essential patents, C(2014) 2892

4. fair, reasonable, and non-discriminatory (FRAND) terms

۴. ایالات متحده امریکا

از نظر مصرف‌کنندگان، قیمت‌گذاری گزاف بنگاه‌های مسلط یکی از پرسروصداترین و قابل‌توجه‌ترین اشکال سوءاستفاده به شمار می‌آید که به طور مستقیم سبب از بین رفتن رفاه آن‌ها می‌شود. با این وجود، نهادهای رقابتی ایالات متحده امریکا تمایلی ندارند که در قیمت‌گذاری گزاف بنگاه‌های مسلط مداخله کنند (Ezrachi & Gilo, 2008:2,18). چنین رویکرد غیر مداخله جویانه‌ای مبتنی بر این اصل است که قیمت‌های پایین و محصولات بهتر باید به وسیله بازار آزاد و از طریق دست‌های نامرئی فرآیند رقابتی به دست آید و حقوق رقابت ابزار کارآمدی برای تنظیم قیمت تلقی نمی‌شود (Ezrachi & Gilo, 2008:2,18). بنابراین، با فرض عدم ضد رقابتی بودن قیمت‌گذاری گزاف، انتفاع بیش‌ازحد نمی‌تواند سوءاستفاده تلقی شود (Grout & Zalewska, 2006:2).

۴-۱. توجیه عدم مداخله در قیمت‌گذاری گزاف

برای عدم مداخله در قیمت‌گذاری گزاف، دلایل متعددی مطرح شده است:

- محدود کردن آزادی تعیین قیمت‌ها سبب کاهش انگیزه رقابت و نوآوری می‌شود. دیوان عالی امریکا در این خصوص در پرونده ترینکو خاطرنشان ساخته است: «صرف داشتن قدرت انحصاری و تحمیل قیمت‌های انحصاری، فی‌نفسه غیرقانونی نیست. این نکته یکی از مهم‌ترین عناصر نظام بازار آزاد است. فرصت تحمیل قیمت‌های انحصاری ... سبب ریسک بیشتر برای ایجاد نوآوری و رشد اقتصادی می‌شود.^۱ بنابراین محدود کردن آزادی قیمت‌ها ممکن است در تعارض با فرضیه اصلی سیاست رقابتی، یعنی توسعه فرآیند رقابتی شود» (Excessive Prices-United States, 2011:2).

- جذب رقبای جدید: اگر بنگاه مسلط در یک بازار معین، منافع زیادی به دست آورد، این امر سبب جذب رقبای جدید به بازار و تشویق سرمایه‌گذاری، نوآوری،

1. Verizon Comm'ns Inc. v. Law Offices of Curtis V. Trinko, LLP, 540 U.S. 398, 407 (2004).

تجاری‌سازی و رقابت می‌شود و در نقطه مقابل، هرگونه مداخله در فرآیند قیمت‌گذاری، ممکن است منجر به عدم ورود رقبای جدید و در نتیجه به طولانی شدن وضعیت انحصاری بینجامد (Ehlermann & Marquis, 2008:534; Ezrachi & Gilo, 2010:2, Nguyen, 2010:79). در نتیجه، در فرض عدم وجود شواهدی مبنی بر تثبیت قیمت‌ها بین رقبای یا قیمت‌گذاری تهاجمی در بازار محصولات، حق‌الامتيازات در توافقات انتقال تکنولوژی مشمول مقررات ضدتراست ایالات متحده اریکا نمی‌شود (Nguyen, 2010:79).

• مشکلات عملی اجرای قیمت‌گذاری گزاف و محاسبه آن: ارزیابی قیمت‌گذاری گزاف دشواری‌های زیادی را به همراه دارد. مشکلات تعیین قیمت گزاف به این معناست که انتخاب معیار و استاندارد مناسبی برای تعیین و تشخیص قیمت گزاف دشوار است. آژانس‌های رقابتی باید معیاری داشته باشند تا به‌طور دقیق مشخص کند که چه زمانی باید در روند قیمت‌گذاری مداخله کنند و در صورت مداخله چگونه برای چنین قیمت‌گذاری ضمانت اجرا تعیین کنند (Excessive Prices-United States, 2011:3). یکی از معیارها، «قیمت‌گذاری رقابتی» است اما چگونه شخص می‌تواند قیمت رقابتی را در بازاری که رقابتی نیست، مشخص سازد؟ (Ezrachi & Gilo, 2008:2-18)

• از بین بردن انگیزه برای کارایی: فرض کنید بنگاهی به دلیل کارآمدی مؤثر و در اختیار داشتن جدیدترین فن‌آوری‌های فرآیند تولید، نسبت به رقبای از منافع بیشتری برخوردار می‌شود. اگر چنین شرکتی به خاطر قیمت‌گذاری گزاف جریمه شود، در وهله اول این امر سبب می‌شود بنگاه‌ها از توسعه کارایی ناامید و دلسرد گردند.

• از بین بردن انگیزه سرمایه‌گذاری: جبران آینده هزینه‌ها، انگیزه‌ای برای سرمایه‌گذاری به‌ویژه سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه به شمار می‌آید که بسیار خطرآفرین، هزینه‌بر و تجاری‌سازی آن کند است. هرگونه کاهش در منافع آینده، یا به خطر انداختن این منافع، چنین انگیزه‌ای را به خطر می‌اندازد (Ehlermann & Marquis, 2008:536-537; Ezrachi & Gilo, 2008:2,18) و دلسردی سرمایه‌گذاران

را به دنبال داشته و در نتیجه کاهش نوآوری را به همراه دارد که نتیجتاً آثار منفی بر رفاه مصرف‌کنندگان خواهد داشت (Organisation de Coopération et de Développement Économiques, 2011:10).

۴-۲. موضع محاکم ایالات متحده امریکا

رویکرد غیر مداخله‌جویانه ایالات متحده امریکا، با تصمیمات صادره از سوی محاکم این کشور تقویت شده است. برای مثال، در پرونده «برکلی فوتو علیه ایستمن کداک» دادگاه مقرر کرد: «یک انحصارگر طبیعی، ممکن است قیمت‌های بالایی را تحمیل کند تا اندازه‌ای که بازار تحمل آن را دارد»^۱ و این‌که «تحصیل یا حفظ قدرت انحصاری بدون حذف رقبا با ابزار نامناسب در تضاد با قانون شرم‌ن قرار ندارد و جرم انحصارگرایی اتفاق نیفتاده است بنابراین هر قیمتی که تمایل داشته باشد می‌تواند تحمیل کند... برای حقوق رقابت مقررات کنترل قیمت وجود ندارد». ^۲ هنگامی که بحث حقوق مالکیت فکری به میان می‌آید، این عدم تمایل قوی‌تر می‌شود. آرای اولیه صادره از دیوان عالی امریکا بیانگر آن است که دارنده حق اختراع به‌طور کامل می‌تواند از حق خود استفاده کرده و بر مبنای تقاضای بازار قیمت‌ها را تحمیل کند. در پرونده «ایالات متحده امریکا علیه جنرال الکترونیک»^۳ دادگاه در تصمیم خود در سال ۱۹۲۶ به شرکت جنرال الکترونیک اجازه داد که حق اختراع مربوط به لامپ‌های روشنایی را به سازندگان لامپ‌های رقیب لیسانس دهد و قیمت‌ها را به اندازه‌ای تعیین کند که رقیب بتواند لامپ خود را بفروشد (First, 2016:1-2).

یکی از دلایل حمایت از حقوق مالکیت فکری این است که حقوق مالکیت فکری به سرمایه‌گذاری، توسعه و افشای حق دارنده جایزه می‌دهد. دیوان عالی امریکا

1. Berkey Photo, Inc. v Eastman Kodak Co. 603 F.2d 263, 297 (2d Cir. 1979).

2. Blue Cross and Blue Shield United of Wisconsin v. Marshfield Clinic, 65 F.3d 1406, 1413 (7th Cir. 1995), citing National Reporting Co. v. Alderson Reporting Co. 763 F.2d 1020, 1023-24 (8th Cir.1985); U.S. v. Aluminum Co. of America, 148 F.2d 416, 430 (2d Cir. 1945); Ball Memorial Hospital, Inc. v. Mutual Hospital Ins. Inc. 784 F.2d at 1325, 1339 (7th Cir. 1986); Berkey Photo, 603 F.2d at 296-98.

3. United States v. General Electric Co. 272 U.S. 476, 489-90 (1926).

به صراحت بیان داشته است که «یک حق اختراع، مالک را قدرتمند می‌سازد که حق‌الامتیاز را به اندازه‌ای بالا تعیین کند که او بتواند این انحصار را گسترش دهد»^۱. به علاوه، غالباً استدلال می‌کند که: صرف داشتن قدرت انحصاری همراه با تحمیل قیمت‌های انحصاری غیرقانونی نیست؛ این یکی از عناصر مهم سیستم بازار آزاد است. فرصت تحمیل قیمت‌های انحصاری-حداقل در کوتاه مدت-تیزهوشی تجاری^۲ را به همراه دارد و در وهله دوم، انگیزه ریسک سرمایه‌گذاری که سبب رشد اقتصادی و نوآوری می‌شود را افزایش می‌دهد.^۳ بنابراین رویکرد محاکم امریکا، کاملاً با رهیافت پذیرفته شده در حقوق اتحادیه اروپا متفاوت است و در امریکا حتی در مورد محصولات مشمول حقوق مالکیت فکری و همچنین سایر اموال مادی، قائل به عدم‌مداخله نهادهای رقابتی در فرآیند قیمت‌گذاری محصول هستند.

اگرچه حق‌الامتیاز گزاف هرگز توسط حقوق رقابت امریکا به چالش کشیده نشده است، با این حال ممکن است حق‌الامتیازات بعد از انقضا چنین قابلیت را داشته باشند. در رأی «برولت»^۴ در سال ۱۹۶۴ و در زمانی که حقوق رقابت حقوق مالکیت فکری را طرد می‌کرد، دیوان عالی بر موضع خصمانه خود نسبت به توسعه انحصار قانونی مربوط به حقوق مالکیت فکری تأکید کرد. دادگاه «حق‌الامتیاز پس از انقضاء»^۵ را بر مبنای «قاعدۀ ممنوعیت مطلق»^۶ محکوم کرد و مقرر کرد که تحمیل حق‌الامتیاز برای استفاده از یک ماشین (مشمول حق اختراع) بعد از اینکه دوره حق اختراع به پایان رسیده است، تأکید بر قدرت انحصاری بعد از زمانی است که حق اختراع به مالکیت عموم درآمده است؛ اما این استدلال در تعارض با اصل مسلمی بود که مطابق آن در حقوق امریکا، حق‌الامتیاز تحمیل شده به اندازه‌ای می‌تواند زیاد باشد که بازار تحمل آن را داشته باشد (Nguyen, 2010:83). به‌ویژه آنکه رویکرد عدم‌مداخله نهادهای رقابتی،

1. *Brulotte v. Thys Co.* 379 U.S. 29, 33 (1964).

2. *business acumen*

3. *Verizon Communications Inc v. Law Offices of Curtis V. Trinko*, 540 U.S. 398, 407 (2004), at 407.

4. *Brulotte v. Thys Co.* 379 U.S. 29, 33 (1964), at 33.

5. *Post-expiration royalties*

6. *Per se rule*

در مورد سایر اموال مادی نیز مصداق دارد. لذا نباید بین حق مالکیت فکری در دوره حق اختراع و پس از آن تفاوتی باشد.

در سال ۲۰۰۲ دادگاه ناحیه هفتم، رأی صادره در پرونده «برولت» را مورد انتقاد قرار داد و مقرر کرد: «استدلال اکثریت دیوان عالی کشور این است که با ایجاد این تعهد به ادامه پرداخت حق‌الامتیاز بعد از انقضای حق اختراع، صاحب حق اختراع، آن را فراتر از مدت معین قانونی گسترش داده و بنابراین در تعارض با قانون قرار می‌گیرد». این نظر صحیح نیست... تحمیل حق‌الامتیاز فراتر از مدت حق اختراع، قدرت انحصاری صاحب حق اختراع را گسترش نمی‌دهد بلکه صرفاً برنامه زمانی پرداخت حق‌الامتیاز را تغییر می‌دهد.^۱ دادگاه ناحیه هفتم از روی اجبار رأی «برولت» را مورد تبعیت قرار داد، زیرا دادگاه تالی اختیاری برای کنار گذاشتن تصمیمات دیوان عالی کشور نداشت (Nguyen, 2010:83).

در پرونده بعدی، دیوان عالی مقرر کرد که از منظر حقوق رقابت، در جایی که لیسانس گیرنده آزادانه و با گفتگوی دوجانبه و مستقل با چنین ترتیبی موافقت کند پرداخت حق‌الامتیاز بعد از اینکه تکنولوژی مورد انتقال به مالکیت عمومی درآمد نیز می‌تواند ادامه داشته باشد. در پرونده «زیلا» علیه «تینل»^۲، مخترع تمام حقوق خود را در سطح جهان در ازای حق‌الامتیاز دائمی پنج سنت بابت هر محصول که اختراع مورد بحث در آن به کار رفته باشد، واگذار کرد. بعد از اینکه مدت حق اختراع منقضی شد، شرکت مورد بحث، پرداخت حق‌الامتیاز را متوقف ساخت و اعلام کرد که کل قرارداد واگذاری حق اختراع بر اساس تصمیم «برولت» قابل اجرا نیست. دادگاه ناحیه نهم مخالفت کرد^۳ و موضوع اختلاف را با در نظر گرفتن تعارض بین حقوق اختراعات و آزادی قراردادی و با کشف قصد واقعی طرفین حل کرد (Nguyen, 2010:83).

در چارچوب استانداردها، نهادهای اجرایی ایالات متحده آمریکا نگرانی‌هایی دارند.

1. Scheiber v. Dolby Laboratories, Inc., 293 F.3d 1014, 1017-1018 (7th Cir.2002), cert. denied, 537 U.S. 1109 (2003) (emphasis added).

2. Zila, Inc. v. Tinnell, 502 F.3d 1014 (9th Cir. 2007).

3. Zila, Inc. v. Tinnell, 502 F.3d 1014 (9th Cir. 2007), at 1025.

در سال ۲۰۱۳ کمیسیون تجارت فدرال امریکا شکایتی علیه شرکت گوگل مطرح کرد و مدعی شد که این شرکت ماده ۵ قانون کمیسیون تجارت فدرال را به خاطر نقض تعهد لیسانس «محصول اصلی استاندارد»^۱ بر اساس «فرند» نقض کرده است.^۲ قبلاً شکایت مشابهی نیز علیه شرکت «ان دیتا»^۳ مطرح کرده بود.^۴ مبنای اقدام کمیسیون تجارت فدرال در پرونده‌های این چنینی، ماده ۵ قانون کمیسیون تجارت فدرال بود که به این کمیسیون اجازه می‌داد روش‌های غیرمنصفانه رقابت را متوقف سازد، اما کنگره در زمان تصویب این قانون، این عبارت مبهم را تعریف و مشخص نداشت. هر دو پرونده گوگل و ان دیتا با مصالحه خاتمه یافت و دادگاه‌ها مجالی برای بررسی این پرونده‌ها و ماده ۵ قانون کمیسیون تجارت فدرال نیافتند (First, 2016)؛ بنابراین، در حقوق ایالات متحده امریکا تنها موردی که می‌تواند از بابت قیمت‌گذاری گزاف، نگرانی رقابتی ایجاد کند، استانداردها هستند؛ هرچند تاکنون در این خصوص تصمیمی از سوی نهادهای رقابتی ایالات متحده امریکا صادر نشده است.

با توجه به مراتب فوق، بین حقوق ایالات متحده امریکا و حقوق اتحادیه اروپا تفاوت‌های بسیاری در خصوص قیمت‌گذاری گزاف است؛ اولین تفاوت به این موضوع مربوط می‌شود که در ایالات متحده امریکا اعتقاد بر این است که قیمت‌ها باید به وسیله بازار آزاد کنترل شود و تا جایی که بازار تحمل آن را داشته می‌تواند قیمت‌ها را افزایش دهد. از این رو قیمت‌گذاری گزاف در امریکا ضد رقابتی قلمداد نمی‌شود. در حالی که در اتحادیه اروپا، به دلیل آنکه رویه‌های استثمارگرایی نیز در زمره رویه‌های ضد رقابتی قلمداد شده است، می‌تواند تحت شمول ماده ۱۰۲ اتحادیه اروپا قرار گیرد. از سویی، محاکم و نهادهای رقابتی ایالات متحده امریکا به حقوق مالکیت فکری و اساساً نوآوری به عنوان موتور محرکه اقتصاد خود نگریسته و در تحلیل‌های خود جایگاه ویژه‌ای برای

1. Standard Essential patent

2. In the Matter of Motorola Mobility LLC and Google, Inc., Docket No. C-4410, Complaint para 25-28, 30(2013),

3. Negotiated Data Solutions (N-Data)

4. In the Matter of Negotiated Data Solutions, LLC. Docket No. C-4234, Complaint para 28 (2008),

نوآوری قائل هستند؛ بنابراین، به طریق اولی زمانی که قیمت‌گذاری گزاف راجع به سایر اموال ممنوع نباشد، راجع به حقوق مالکیت فکری نیز چنین ممنوعیتی وجود نخواهد داشت. در اتحادیه اروپا، در صورتی که شرایط قیمت‌گذاری گزاف محقق شود، محاکم تردیدی در ضد رقابتی قلمداد کردن آن ندارند. فقط مهم‌ترین بحث، تشخیص قیمت‌گذاری گزاف و اعمال شروط آن در خصوص حقوق مالکیت فکری است که با توجه به توضیحاتی که در بالا عنوان شد، باید به‌طور خاص و ویژه با این پرونده‌ها برخورد شود.

۵. ایران

قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی با در نظر گرفتن اهدافی نظیر گسترش مالکیت در سطح عموم مردم، افزایش سهم بخش‌های خصوصی و تعاونی در اقتصاد ملی، کاستن از بار مالی و مدیریتی دولت در تصدی فعالیت‌های اقتصادی، ایجاد زمینه‌های مناسب برای شکل‌گیری بازار، ارتقای کارایی بنگاه‌های اقتصادی و بهره‌وری منابع مادی و انسانی به افزایش رقابت‌پذیری در اقتصاد ملی توجه ویژه‌ای کرده است (طجرلو و کرباسیون، ۱۳۹۶: ۹۸۱) و نیل به چنین اغراضی، به واسطه تعیین هنجارهایی صورت می‌گیرد که تخلف از آن‌ها به اخلال در رقابت منتهی می‌شود (رشوند، ۱۳۹۱: ۲۰۶-۲۰۷). با این حال، کاستی‌های موجود در این قانون و رویکردهای دور از قواعد و ابهام‌زای آن، تحقق این اهداف را دشوار ساخته است. یکی از جدی‌ترین انتقادات وارده به موضع حقوق رقابت ایران، عدم تبیین مسائل خاص حوزه مالکیت‌های فکری است که جز در یک ماده ناکارآمد راهی به قانون نیافته است. چنین نگرشی طریق مواجهه اصولی با چالش‌های این حوزه را دشوار می‌کند؛ درحالی‌که حقوق رقابت کشورهای پیشرو با توجه به تحولات فزاینده حوزه مالکیت‌های فکری، به‌ویژه در پهنه فناوری اطلاعات، به‌طور مداوم توسعه‌یافته و روزآمد شده است، به نحوی که بتواند پاسخگوی نیازها و مسائل جدید و غامض این حوزه خاص باشد.

۵-۱. موضع حقوق ایران در مواجهه با قیمت‌گذاری گزاف

در حقوق ایران، بند (۱) (ط) ماده ۴۵ قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی و بند (۲) (ط) این ماده، به قیمت‌گذاری گزاف از سوی بنگاه‌های مسلط اشاره دارد. به موجب بند یک «تعیین، حفظ و یا تغییر قیمت یک کالا یا خدمت به صورتی غیرمتعارف» و در بند ۲ «تحمیل شرایط قراردادی غیرمنصفانه» در صورتی که منجر به اختلال در رقابت شود، توسط بنگاه‌های مسلط ممنوع اعلام شده است. همان‌گونه که در تعریف قیمت‌گذاری گزاف بیان شد قیمت‌گذاری گزاف در مقابل قیمت‌گذاری منصفانه قرار می‌گیرد؛ بنابراین از بند ۲ (ط) ماده ۴۵ که تحمیل شرایط قراردادی غیرمنصفانه را ضد رقابتی اعلام کرده، می‌توان استنباط کرد که قیمت‌گذاری غیرمنصفانه یا گزاف نیز می‌تواند مشمول این بند باشد. علاوه بر این بند، در بند یک (ط) ماده ۴۵ هم صحبت از تعیین قیمت به صورت غیر متعارف شده که با توجه به کلی بودن مفهوم غیرمتعارف می‌توان گفت که قیمت‌گذاری غیرمتعارف یعنی اینکه قیمت‌گذاری محصولات متفاوت با شیوه‌های قیمت‌گذاری فعالان اقتصادی در شرایط رقابتی باشد (پاسبان و غلامی، ۱۳۹۶: ۳۶) و شامل هرگونه قیمت‌گذاری اعم از تهاجمی، له‌کننده، تبعیض‌آمیز و گزاف می‌تواند باشد. مضافاً آنکه برخلاف حقوق امریکا، در حقوق ایران رویه‌های استثماری‌گرایانه که باعث ضرر مستقیم به مصرف‌کنندگان می‌شود نیز در شمار رویه‌های ضد رقابتی قرار گرفته است و قیمت‌گذاری گزاف مهم‌ترین رویه‌ای است که باعث ضرر مستقیم به مصرف‌کنندگان می‌شود. لذا با در نظر گرفتن سیاست رقابتی ایران و تعریف عبارت «اختلال در رقابت»^۱ و مفاد بند (ط) ماده ۴۵ قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ می‌توان به این نتیجه رسید که در حقوق ایران «قیمت‌گذاری گزاف» از سوی بنگاه‌ها در زمره رویه‌های ضد رقابتی قلمداد می‌شود.

۱. اختلال در رقابت: 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 (بند ۲۰ ماده یک قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی).

شایان ذکر است قیمت‌گذاری گزاف می‌تواند به صورت دوجانبه و در چارچوب توافقات ضد رقابتی نیز صورت بگیرد و بر اساس ماده ۴۵ توافقات تعیین قیمت می‌تواند هر دو نوع حداقل و حداکثر قیمت را در برگیرد (حبیبا و وکیلی مقدم، ۱۳۹۳: ۴۰).

۲-۵. شروط اعمال قیمت‌گذاری گزاف دارای‌های فکری

تنها شرطی که قانون‌گذار برای اعمال این رویه در صدر ماده ۴۵ ذکر کرده «اخلال در رقابت» است؛ اما صرف تحقق این شرط کافی برای ضد رقابتی قلمداد کردن قیمت‌گذاری گزاف نیست. قیمت‌گذاری زمانی ضد رقابتی قلمداد می‌شود که بنگاه در بازار مربوطه از موقعیت مسلط برخوردار باشد. مطابق بند ۱۵ ماده یک قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی موقعیت مسلط عبارت است از «... وضعیتی در بازار که در آن 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». بدیهی است بنگاهی که قدرت بازار نداشته باشد، اساساً نمی‌تواند به قیمت‌گذاری گزاف روی آورد، زیرا با فرض عدم وجود قدرت بازار، مصرف‌کنندگان به محصولات رقبا روی می‌آورند و قیمت‌گذاری گزاف بنگاه به شکست منتهی خواهد شد.

قانون‌گذار در صدر ماد ۴۵، اقدامات بنگاه‌ها را به شرط اینکه سبب اخلال در رقابت شود ضد رقابتی قلمداد کرده است؛ لذا قیمت‌گذاری گزاف به عنوان یک رویه ضد رقابتی زمانی می‌تواند از سوی نهادهای رقابتی محکوم شود که سبب اخلال در رقابت شود. مطابق بند ۲۰ ماده یک قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی «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» اخلال در رقابت تلقی می‌شود. دامنه شمول این مفهوم بسیار گسترده است به نحوی که شورای رقابت می‌تواند با تفسیر موسع از این بند، تمام رفتارهای ارتكابی از سوی بنگاه‌های اقتصادی

را ضد رقابتی تلقی کند. متأسفانه، قانون‌گذار در مقام تبیین و توضیح عبارت «اخلال در رقابت» از عباراتی استفاده کرده است که خود نیاز به تعریف و تبیین دارند. به عنوان مثال، مشخص نیست منظور قانون‌گذار از عبارت «افساد در اقتصاد» چیست؟ یا در بند الف ماده ۴۵ این قانون، احتکار به عنوان یک رویه ضد رقابتی تلقی شده است، حال آنکه در تعریف «اخلال در رقابت» عنوان شده است مواردی که موجب احتکار شود. به نظر می‌رسد این نحوه نگارش، دور باطل باشد. این موضوع، سبب ایجاد عدم قطعیت بین بنگاه‌های اقتصادی و همچنین شورای رقابت می‌شود. این عدم قطعیت در بین بنگاه‌های اقتصادی سبب می‌شود آن‌ها در انجام فعالیت‌های خود محتاط بوده و از انجام فعالیت‌های ابتکاری و خلاقانه پرهیز کنند، زیرا همیشه این دلهره وجود دارد که رفتار آن‌ها ضد رقابتی قلمداد شود. شورای رقابت نیز در تعیین مصادیق رفتارهای ضد رقابتی با چنین مسئله‌ای مواجه است. ممکن است شورای رقابت رفتاری را محکوم کند که جزء رفتارهای مشروع بنگاه‌ها و روند عادی رقابت تلقی شود و در نقطه مقابل رفتارهایی را که سبب اخلال در رقابت می‌شود نادیده گیرد.

ایراد دیگری که به این ماده وارد است این است که هرکدام از رویه‌های ضد رقابتی ممکن است واجد آثار ضد رقابتی و آثاری به نفع رقابت باشد؛ بنابراین در حقوق ایالات متحده آمریکا و اتحادیه اروپا در خصوص برخی از این رویه‌ها قاعده معقولیت را به کار می‌برند. برعکس ماده ۴۵ جملگی توافقات را تحت حکم کلی ممنوعیت قرار داده است؛ در حالی که غالب تضيیقات و محدودیت‌های رقابتی چهره‌های دوگانه دارند (رهبری، ۱۳۹۵: ۱۰۸).

سؤال مهمی که مطرح می‌شود این است که با توجه به تحلیل‌های مطرح شده راجع به قیمت‌گذاری گزاف، نهادهای رقابتی در ایران باید چه سیاستی پیش رو قرار دهند؟ سیاست اتخاذی از سوی اتحادیه اروپا (که علی‌رغم تحلیل‌های اقتصادی که به نفع قیمت‌گذاری گزاف است، آن را محکوم می‌کنند) یا تحلیل‌های پذیرفته شده از سوی نهادهای رقابتی ایالات متحده آمریکا؟ (که اساساً قیمت‌گذاری گزاف را ضد رقابتی قلمداد نمی‌کنند) در پاسخ به این سؤال، باید به این نکته مهم توجه شود که

سابقه حقوق ضدانحصار در امریکا بیش از یک قرن است و حقوق رقابت مدرن در اتحادیه اروپا، چند دهه است که در تنظیم بازار نقش آفرینی می‌کند؛ اما در ایران، حدود یک دهه از خصوصی‌سازی و پیدایش جدی حقوق رقابت با تصویب قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی می‌گذرد؛ بنابراین با توجه به کلی و مبهم بودن الفاظ در متن قانون از یکسو و ضعف شدید رویه قضایی از سوی دیگر، استفاده از تجربه طولانی سایر نظام‌های حقوقی ضروری است (جعفرزاده و حسینی مدرس، ۱۳۹۵: ۱۴۷). همان‌گونه که در ابتدا بیان شد منشأ اختلاف بین نظام‌های حقوقی ایالات متحده امریکا و اتحادیه اروپا این است که در ایالات متحده رویه‌های استثمارگریانه ضد رقابتی قلمداد نمی‌شوند، در حالی که در اتحادیه اروپا رویه‌های استثمارگریانه نیز در زمره رویه‌های ضد رقابتی قلمداد می‌شوند. با بررسی مصادیق رفتارهای ضد رقابتی که در ماده ۴۵ قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی ذکر شده، به این نتیجه می‌رسیم که در نظام حقوقی ایران نیز رویه‌های استثمارگریانه به همراه رویه‌های حذف‌گریانه در زمره رویه‌های ضد رقابتی قرار می‌گیرند؛ لذا قیمت‌گذاری گزاف که در راستای حمایت از مصرف‌کنندگان پایه‌ریزی شده، در حقوق ایران ضد رقابتی قلمداد می‌شود. از طرفی، با بررسی سایر مقررات این نتیجه حاصل می‌شود که قیمت‌گذاری محصولات یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های قانون‌گذار به شمار می‌آید، به نحوی که حتی وظیفه تدوین سیاست‌های قیمت‌گذاری در ماده ۵۸ قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی به عهده شورای رقابت گذارده شده است و در قوانین و مقررات مختلف نیز، از جمله ماده ۵۷ قانون نظام صنفی و ماده ۲ قانون تعزیرات این عمل جرم تلقی شده است؛ بنابراین شک و تردیدی وجود ندارد که در فرض ارتکاب قیمت‌گذاری گزاف از سوی بنگاه‌های مسلط نیز نهادهای رقابتی مداخله خواهند کرد.

قدم بعدی در تحلیل شرایط قیمت‌گذاری گزاف، نحوه برخورد با پرونده‌هایی است که به یکی از مصادیق حقوق مالکیت فکری مربوط می‌شود و بحث اصلی در این بخش این است که آیا همان قواعدی که راجع به اموال مادی بکار گرفته می‌شود، باید

در خصوص حقوق مالکیت فکری نیز بکار برده شود یا اینکه باید سیاست دیگری اتخاذ شود. قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی ماده ۵۱ قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی در تبیین رابطه حقوق مالکیت فکری و حقوق رقابت مقرر می‌دارد:

«حقوق و امتیازات انحصاری ناشی از مالکیت فکری نباید موجب نقض مواد (۴۴) تا (۴۸) این قانون شود...»

در تحلیل این ماده عنوان شده است: «در صدر ماده مذکور انحصار موجود در حقوق فکری چیزی متفاوت از انحصار اموال ملموس انگاشته شده و قانون‌نگرانی خود را از انحصار ناشی از دارایی‌های فکری ابراز داشته است. بر این اساس در مقایسه با رویکرد امریکا و اتحادیه اروپا، نظام ایران سیاست سخت‌گیرانه‌ای با انحصار موجود در حقوق آفرینش‌های فکری و به‌طور خاص حق اختراع اتخاذ کرده و بر این باور است که اختراع مانند سایر اموال تلقی نمی‌شود» (حسن پور، ۱۳۹۰: ۳۸). در مقابل این دیدگاه، به نظر می‌رسد قانون‌گذار حقوق و امتیازات ناشی از حقوق مالکیت فکری را نیز به مثابه سایر اموال مادی دانسته است. در حقیقت، قانون‌گذار قواعد اصولی یکسانی را بر دارایی‌های مادی و فکری اعمال داشته و قانون‌گذار در مواجهه حقوق مالکیت فکری و حقوق رقابت، مقررات راجع به حقوق رقابت را بر حقوق مالکیت فکری ترجیح داده است؛ یعنی دغدغه حفظ رقابت در بازار و کارایی اقتصادی سبب شده است که قانون‌گذار در کوتاه‌مدت، رشد نوآوری را نادیده گرفته و در بلندمدت به آن بیندیشد، زیرا رقابت به‌طور قطع در بلندمدت سبب رشد و ارتقای نوآوری خواهد شد؛ بنابراین می‌توان با توسل به ماده ۵۱ و شقوق یک و دو بند ط ماده ۴۵ قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴، قیمت‌گذاری گزاف محصولات مشمول حقوق مالکیت فکری، تکنولوژی را ضد رقابتی قلمداد کرد. با این حال، با توجه به ماده ۵۱ قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی و اتخاذ سیاست واحد نسبت به دارایی‌های فکری و اموال مادی، آیا می‌توان اصول و قواعدی که در خصوص سایر اموال به کار برده می‌شود در تحلیل‌های رقابتی حقوق مالکیت فکری نیز اعمال کرد؟

بدیهی است در صورتی که به نهادهای رقابتی اجازه داده شود بدون در نظر گرفتن ماهیت خاص و ویژه حقوق مالکیت فکری، این اصول و قواعد را اعمال کنند، ممکن است نتایج حاصله، با جوهره اصلی حق مالکیت فکری و اهداف آن در تعارض باشد. به این جهت، به جای اعمال یک قاعده کلی، بهتر است پرونده‌های مربوط به حقوق مالکیت فکری به صورت موردی بررسی شود. اموال و دارایی‌های فکری متفاوت از اموال مادی هستند و ضرورت دارد نهادهای رقابتی در بررسی پرونده‌های مربوط به حقوق مالکیت فکری به‌ویژه در بحث قیمت‌گذاری گزاف به این تفاوت‌ها^۱ توجه داشته باشند.

یکی از مباحث چالش‌برانگیز در حقوق اتحادیه اروپا و ایالات متحده امریکا، در خصوص استانداردهاست. در حقوق ایران مقرره خاص و صریحی راجع به اختراعات ضروری استاندارد وجود ندارد و مشخص نیست در صورت بروز اختلاف نسبت به این نوع اختراعات بین دارنده حق اختراع و مجوزگیرنده، دادگاه‌ها چه موضعی اتخاذ خواهند کرد (بختیاروند و جمالی‌نژاد، ۱۳۹۶: ۲۰۰). حقوق ایالات متحده امریکا، علی‌رغم اینکه قیمت‌گذاری گزاف را جزء رویه‌های مشروع بنگاه‌ها قلمداد می‌کند، اما در برخورد با قیمت‌گذاری استانداردها و اختراعات ضروری رویه محتاطانه‌ای اتخاذ کرده است. در حقوق ایران، با توجه به تفوق حقوق رقابت بر حقوق مالکیت فکری و همچنین ضد رقابتی قلمداد شدن قیمت‌گذاری گزاف، تردیدی در ضد رقابتی بودن قیمت‌گذاری گزاف استانداردها وجود ندارد و در صورتی که دارنده از وضعیت مسلط خود، سوءاستفاده کند و رفتار او منحل رقابت قلمداد شود، باید محکوم به انتقال اختراع ضروری با قیمت منصفانه‌ای به سایر رقبا شود.

مشکلات عملی اجرای قیمت‌گذاری گزاف در حوزه حقوق مالکیت فکری که در

۱. برخی از این تفاوت‌ها عبارت‌اند از: ۱. غیرمادی بودن آن‌ها و به تبع آن سهولت کپی‌برداری و سوءاستفاده؛ ۲. هزینه تولید بسیار گزاف و هزینه بازتولید، انتقال بسیار پایین؛ ۳. دشوار بودن انعقاد قرارداد و انتقال آن‌ها به دلیل افشای اطلاعات؛ ۴. امکان به‌کارگیری هم‌زمان و دائمی آن توسط اشخاص متعدد؛ ۵. ارزش این اموال در بسیاری از موارد بسته به این است که چه تعدادی از اشخاص این دارایی فکری را در اختیاردارند.

مباحث پیشین مطرح شد، به طور کامل در بحث حاضر نیز قابل اعمال و اجراست. مشکلات ناشی از تعیین هزینه نهایی یا متوسط هزینه متغیر، ماهیت خاص و ویژه حقوق مالکیت فکری، تأثیر آن بر نوآوری و سایر ایرادات مطرح شده باید مدنظر نهادهای رقابتی ایران باشد. به ویژه در فرضی که موضوع بحث، حق الامتیاز لیسانس تکنولوژی باشد که مشکلات به مراتب حادتر می شود. حتی در اتحادیه اروپا نیز تاکنون موردی پیدا نشده است که قیمت گذاری تکنولوژی یا حق اختراع، زیر سؤال برده شود و بیشتر محکومیت‌ها در خصوص محصولات مشمول حقوق مالکیت فکری بوده است.

نتیجه گیری

اعمال قیمت گذاری گزاف، چه در حوزه اموال مادی و چه در خصوص حقوق و دارایی های فکری، توأم با مشکلات عدیده‌ای است که این مشکلات با فرض وجود حقوق مالکیت فکری دوچندان می شود. معیارهای متعددی از سوی اقتصاددانان و محاکم برای احراز قیمت گذاری گزاف ارائه شده که به دلیل ماهیت ویژه و خاص حقوق مالکیت فکری، قابلیت اعمال ندارد. تحلیلگران، بر این باورند مبارزه با قیمت گذاری گزاف بیش از آنکه به نفع رقابت باشد، به ضرر رقابت است و سبب کاهش انگیزه نوآوری، کاهش سرمایه گذاری در تحقیق و توسعه، عدم جذب رقبای جدید و طولانی تر شدن دوره انحصار بنگاه‌ها می شود. ضمن آنکه بازارهای تکنولوژی بازارهای پویا به شمار آمده و قدرت بازار بنگاه‌های مسلط به دلیل انقضای دوره حمایت از حق مالکیت فکری و همچنین از رواج افتادگی این حقوق دائم در حال نوسان است. لذا، محدود کردن قیمت گذاری سبب می شود بنگاه‌ها نتوانند هزینه‌های عظیم تحقیق و توسعه و سرمایه گذاری خود را جبران کنند. پس، ضرورت دارد حتی نظام‌هایی که قیمت گذاری گزاف را در ردیف رفتارهای ضد رقابتی بنگاه‌های مسلط طبقه بندی می کنند، در اعمال این مقررات نسبت به دارنده حقوق مالکیت فکری با احتیاط بیشتری رفتار کنند.

در این مقاله، سه نظام حقوقی ایالات متحده امریکا، اتحادیه اروپا و ایران، مورد

بررسی قرار گرفت. در حقوق اتحادیه اروپا، تفاوتی بین اموال مادی و حقوق مالکیت فکری وجود ندارد و قیمت‌گذاری گزاف حقوق و دارایی‌های فکری نیز مثل سایر اموال ضد رقابتی تلقی می‌شود، هر چند در عمل محاکم اتحادیه اروپا تاکنون حق‌الامتیاز گزاف را محکوم نکرده‌اند با این وجود کمیسیون اتحادیه اروپا اخیراً در خصوص استانداردها دعای علیه شرکت‌های گوگل و سامسونگ را مفتوح و آن‌ها را متهم به قیمت‌گذاری گزاف و سوءاستفاده از موقعیت مسلط کرده است در امریکا، دارنده تکنولوژی می‌تواند قیمت‌ها را تا میزانی که بازار تحمل آن را دارد تعیین کرده و اعتقاد بر این است که دست‌های نامرئی بازار قیمت‌گذاری‌ها را کنترل خواهد کرد و اساساً حقوق رقابت ابزاری کارآمد جهت تعیین و اندازه‌گیری قیمت‌ها تلقی نمی‌شود. با این حال، کمیسیون تجارت فدرال ایالات متحده امریکا، در خصوص قیمت‌گذاری استانداردها سخت‌گیری‌هایی را اعمال کرده است.

در حقوق ایران، به مانند اتحادیه اروپا قیمت‌گذاری گزاف در زمره رویه‌های ضد رقابتی است و در این خصوص تفاوتی بین اموال مادی و حقوق مالکیت فکری وجود ندارد. به دلیل نوپا بودن حقوق رقابت در ایران رویه قضایی تاکنون فرصتی برای بررسی پرونده‌های مربوط به حقوق مالکیت فکری پیدا نکرده است. با این حال، نهادهای رقابتی در بررسی پرونده‌های مربوط به دارایی‌های فکری بنگاه‌های مسلط به موارد زیر توجه کنند:

صرف داشتن حق انحصاری نسبت به یک دارایی فکری، برابر با انحصارگرایی اقتصادی نیست و از طرفی، صرف داشتن وضعیت مسلط، بدون اینکه رفتار بنگاه سبب اختلال در رقابت شود، در تعارض با قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قرار ندارد. نهادهای رقابتی باید توجه کنند که اموال و دارایی‌های فکری متفاوت از اموال مادی است و در بررسی پرونده‌های مربوط به حقوق مالکیت فکری به‌ویژه در بحث قیمت‌گذاری گزاف این تفاوت‌ها را مطمح نظر قرار دهند و در مورد هر پرونده، آثار مثبت و منفی اعمال مقررات رقابتی به‌طور کامل استخراج و با یکدیگر مقایسه شود. در صورتی که آثار ضد رقابتی رویه بیشتر از آثار مثبت آن رفتار باشد، نهادهای رقابتی باید

مداخله کرده و از بروز آثار منحل رقابت جلوگیری کنند. با توجه به اینکه کشور ایران، جزء کشورهای در حال توسعه به شمار می‌آید و توسعه کشور در گرو رشد حقوق مالکیت فکری است، به منظور حمایت از نوآوری و پدیدآورندگان آن، باید دارنده حقوق مالکیت فکری در قیمت‌گذاری محصولات خود آزاد باشد. بدیهی است اعمال محدودیت بر قیمت‌گذاری محصولات سبب کاهش انگیزه نوآوری و جذب سرمایه‌گذار در حوزه مالکیت‌های فکری و معنوی خواهد شد و این مهم جز با اصلاح قانون میسر نخواهد شد.

منابع

الف. فارسی

بختیاروند، مصطفی، جمالی نژاد، شیوا (۱۳۹۷) «اختراعات ضروری استاندارد: نقطه تلاقی حقوق مالکیت فکری و استاندارد»، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۸۸، صص ۲۰۶-۱۷۹.

پاسبان، محمدرضا، ابوالفضل، غلامی (۱۳۹۶) «ادغام‌های ضد رقابتی و ضمانت اجراهای مقرر در حقوق ایران»، مجله مطالعات حقوقی دانشگاه شیراز، دوره نهم، شماره اول، صص ۳۱-۵۵.

جعفر زاده، میر قاسم، حسینی مدرس، سید مهدی (۱۳۹۶) «تحلیل رقابتی شرایط معاملات تبعیض‌آمیز در حقوق رقابت ایران، ایالات متحده آمریکا و اتحادیه اروپا»، فصلنامه تحقیقات حقوقی، شماره ۷۷، صص ۱۴۵-۱۷۲.

حبیبی، سعید، وکیلی مقدم، محمدحسین (۱۳۹۳) «توافقات ضد رقابتی در روابط تولیدکننده و عرضه‌کننده»، مجله مطالعات حقوقی دانشگاه شیراز، شماره سوم، صص ۳۳-۵۹.

رشوند بوکانی، مهدی (۱۳۹۰) حقوق رقابت در فقه امامیه، حقوق ایران و اتحادیه اروپا، چاپ اول، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق علیه‌السلام.

رهبری، ابراهیم (۱۳۹۵) «جایگاه و اعتبار رقابتی توافق عدم رقابت: مطالعه تطبیقی در

حقوق امریکا، اتحادیه اروپا و ایران»، مجله مطالعات حقوقی دانشگاه شیراز، شماره چهارم، صص ۹۰-۱۱۶.

طجریلو، رضا، کرباسیون، محمدعلی (۱۳۹۶) «حاکمیت قانون و کارایی در نظام حقوق رقابت»، مطالعات حقوق عمومی، شماره ۴، صص ۹۷۹-۹۹۴.

منکیو، گریگوری (۱۳۹۱) کلیات علم اقتصاد، ترجمه حمیدرضا ارباب، تهران: نشر نی.

ب. انگلیسی

- Anderman, Steven D & Schmidt Hedvig (2007) **EC Competition Policy and IPRs: The Interface between Intellectual Property Rights and Competition Policy**, Cambridge: Cambridge University Press.
- Akman, Pinar (2007) "Searching For the Long-Lost Soul of Article 82 EC". CCP Working Paper 07-5, (last visited on 2/13/2014), Available at <https://ssrn.com/abstract=977221>.
- Akman, Pinar & Luke Garrod (2010) "**When Are Excessive Prices Unfair**", ESRC Centre For Competition Policy, University Of East Anglia. Available at <https://ssrn.com/abstract=1578181>, (last visited on 11/11/2019).
- Anand, Bharat, And Tarun Khanna (2000) "The Structure Of Licensing Contracts", **Journal of Industrial Economics**, 48(1), pp. 103-135.
- Arrow, Kenneth J. (1993) "Innovation in Large and Small Firms," **Journal of Small Business Finance**, 2(2), pp. 111-124.
- Charles R. Mandly, Jr. (2002) "Article 82 of the E.C. Treaty and Trademark Rights". The Trademark Reporter (TMR) 93: pp. 1314-1353.
- Denton , Frank Russell & Paul J. Heald (2003) "Random Walks, Non-Cooperative Games, And The Complex Mathematics Of Patent Pricing", Available at: Http://Papers.Ssrn.Com/Sol3/Papers.Cfm?Abstract_Id=385843, (Last visited on 3/27/2014)
- Dolmans, Maurits (2002) "Standards for Standards". Fordham International Law Journal 26(1), pp. 163-208.
- Ehlermann, Claus-Dieter & Mel Marquis (2008) **European Competition Law Annual 2007: A Reformed Approach to Article 82 EC**, Oxford and Portland Oregon.
- European Union (2011) "Excessive Prices". Available at: Http://Ec.Europa.Eu/Competition/International/Multilateral/2011_Oct_Excessive_Prices.Pdf, (Last visited on 5/17/2014).
- Ezrachi, Ariel & David Gilo (2008) "Are Excessive Prices Really Self-Correcting?" **Journal of Competition Law And Economics**, Available

- at: [Http://Papers.Ssrn.Com/Sol3/Papers.Cfm?Abstract_Id=1237802](http://Papers.Ssrn.Com/Sol3/Papers.Cfm?Abstract_Id=1237802),
Last visited on 3/2/2015
- Ezrachi, Ariel & David Gilo (2010) Excessive Pricing, Entry, Assessment and Investment– Lessons From The Mittal Litigation. Available at: [Http://Www.Tau.Ac.II/Law/Members/Gilo/Excessive-Pricing-Alj-Ezrachi-Gilo-Final_Draft_2_.Pdf](http://Www.Tau.Ac.II/Law/Members/Gilo/Excessive-Pricing-Alj-Ezrachi-Gilo-Final_Draft_2_.Pdf), Last visited on 5/17/2014
- First, Harry (2016) "Exploitative Abuses Of Intellectual Property Rights", New York University Law and Economics Working Papers. Paper 446. Available at: [Http://Lsr.Nellco.Org/Nyu_Lewp/446/.](http://Lsr.Nellco.Org/Nyu_Lewp/446/) (Last visited on 3/14/2017)
- Geradin, Damien (2007) "Abusive Pricing In An IP Licensing Context: An EC Competition Law Analysis", 12th EU Competition Law And Policy Workshop. Available at: [Http://Papers.Ssrn.Com/Sol3/Papers.Cfm?Abstract_Id=996491](http://Papers.Ssrn.Com/Sol3/Papers.Cfm?Abstract_Id=996491), Last visited on 3/2/2015.
- Geradin, Damien & Miguel Rato (2007) "Can Standard-Setting Lead To Exploitative Abuse? A Dissonant View on Patent Hold-Up, Royalty Stacking and The Meaning Of FRAND". **European Competition Journal**, Vol 3(1), pp. 101-161.
- Grout, Paul A & Anna Zalewska (2006) "Profitability Measures and Competition Law". Centre for Market and Public Organisation Working Paper (06/144). Available at: [Http://People.Bath.Ac.Uk/Az212/ABA_14_1.Pdf](http://People.Bath.Ac.Uk/Az212/ABA_14_1.Pdf), (Last visited on 5/16/2014).
- Guidelines on the Application of Article 81 of the EC Treaty to Technology Transfer Agreements (2004/C 101/02) 2004. Official Journal of the European Union, available at <https://eurlex.europa.eu/legalcontent/EN/ALL/?uri=CELEX%3A52004XC0427%2801%29>, (last visited on 11/11/2019).
- Heide, Thomas (2003) "Opinion: Trade Marks and Competition Law After Davidoff", **European Intellectual Property Review**, Vol 25 (4), pp. 163-168.
- Ignacio Herrera Anchustegui (2015) "Competition Law through an Ordoliberal Lens", **Oslo Law Review**, Vol. 2 (2), pp. 139-174.
- Jonathan B. Baker (2007) "Beyond Schumpeter vs. Arrow: How Antitrust Fosters Innovation." **Antitrust Law Journal**, Vol. 74, pp. 575-602.
- Motta, Massimo & Alexandre De Stree (2006) "Excessive Pricing and Price Squeeze Under EU Law". Printed-paper on European Competition Law Annual 2003. Bloomsbury Publishing.
- Nguyen, Tú Thanh (2010) **Competition Law, Technology Transfer and the TRIPS Agreement: Implications for Developing Countries**. Cheltenham, U.K. ; Northampton, Mass: Edward Elgar.
- O'Donoghue, Robert & Padilla, A Jorge (2006) **The Law and Economics of**

- Article 82 EC**, Oxford: Hart Publishing.
- Organisation De Coopération Et De Développement Économiques (2011) "Excessive Prices". Available at: [Http://Www.Oecd.Org/Competition/Abuse/49604207.Pdf](http://www.oecd.org/competition/abuse/49604207.pdf), Last visited on 2/21/2014.
- Paulis, E (2007) "Article 82 EC And Exploitative Conduct". Paper Prepared For The 12th EU Competition Law And Policy Workshop: A Reformed Approach To Article 82 EC, European University Institute, Florence.
- R. S. Khemani, & D. M. Shapiro (2002) "Glossary of Industrial Organisation Economics and Competition Law", Organisation for Economic Co-Operation and Development. Available at: [Http://Www.Oecd.Org/Regreform/Liberalisationandcompetitioninterventioninregulatedsectors/2376087.Pdf](http://www.oecd.org/regreform/liberalisationandcompetitioninterventioninregulatedsectors/2376087.pdf), last visited on 3/22/2014.
- Régibeau, Pierre (2007) "The (Complex?) Relationship between Art 82(A) and Intellectual Property Rights". 12th Annual Competition Law and Policy Workshop Robert Schuman Centre.
- S. Anderman & J. Kallaughner (2006) **Technology Transfer and the New EU Competition Rules – Intellectual Property Licensing After Modernisation**. Oxford: Oxford University Press.
- Scott E. Page (2006) "Path Dependence", **Quarterly Journal of Political Science**, 1, pp 87-115.
- Whish, Richard (2009) **Competition Law**, Oxford; New York, N.Y.: Oxford University Press.
- Yan Bing Li (2016) "Antitrust Correction for Qualcomm's Seps Package Licensing and Its Flexibility in China". **IIC - International Review of Intellectual Property and Competition Law**, 47 (3): pp.336–351.

Archive of SID