المنافسة والمنافسة غير المشروعة

الدكتورة: ندى كاظم المولى

المقدمة:

تلازم المنافسة النشاط الاقتصادي حتى يمكن وصفها بأنها أحد الشروط الملازمة للأطراف، وتعد أمراً طبيعياً، لا بل ومبدأ أساسياً في هذا النشاط، واصبح من المؤكد أن حرية التجارة وحرية المنافسة عنصران متصلان، حتى قيل أن الضرر الناشئ منها يعد ضرراً مشروعاً، وأن حالة المنافسة التجارية من الحالات التي يجيز فيها القانون الحاق الضرر بالغير، طالما كانت التجارة مشروعة والمنافسة شريفة تقوم على ابداع وموهبة التاجر والتزامه بأصول التعامل التجاري. ولهذا يلاحظ أن أغلب الفقهاء[1] يستخدمون مصطلح المنافسة غير المشروعة (concurrence) أو مرادفاتها مثل منافسة محظورة concurrence interdite أو منافسة غير قانونية concurrence illegition أو متعسفة concurrence abusive.

وهذه المصطلحات تطلق بغية وصف أعمال أو تصرفات غير مشروعة أو تحديد هذه الأفعال أو بيان محتواها أو اصلها، كونها تخالف القانون والأعراف والعادات التجارية، أو تؤدي إلى نتيجة ضارة بحيث كل فعل يشكل خطأ وليس بالضرورة أن يكون هذا الفعل غش، أن وجود المنافسة كفعل إيجابي أي قيام بعمل يصدر من التاجر لجذب زبائن إلى متجره، كيفما يراه مناسباً دون استعمال وسائل غير مشروعة معتمداً على مواهبه وابداعه.

هذه الحرية في المنافسة بدون ضوابط قد تؤدي إلى نتيجة لا يحمد عقباها، الأمر الذي يوجب بيان الحدود الفاصلة بين المنافسة المشروعة وغير المشروعة، واحترام العقود المقيدة للمنافسة بين المشروعات المتعاقدة (المنافسة الممنوعة)، وظهرت قوانين الملكية الصناعية التي تحمي القيم المنافسة.

---

[1] انظر د.اكثم أمين الخولي، الوسيط في القانون التجاري، الجزء الثالث، الاموال التجارية، القاهرة، ١٩٦٤، ص١٣ ومابعدها.

كما أن النظام الاقتصادي الدولي يوجب إلا تكون المنافسة مطلقة، إنما يقتضي وجود نظام قانوني يرتب قيوداً على حرية المنافسة حماية لها، وذلك باتخاذ وسائل تشريعية تؤدي إلى التوازن بين المشروعات المتنافسة سواء أكانت عن طريق الاتفاقيات الدولية أم التشريعات الوطنية بهدف تحقيق أمرين:

الأول: حماية المصلحة العامة، وتدخل ضمن اطار القانون العام ووسائله، ومن مظاهره قانون المنافسة المشروعة.

والأمر الثاني: حماية المصالح الفردية وتتعلق بالقانون الخاص، ومن أهم مظاهره القوانين التي تحمي الملكية التجارية والصناعية، اضافة الى القواعد الخاصة بالمنافسة غير المشروعة. ونظراً لأهمية موضوع المنافسة والمنافسة غير المشروعة على الصعيد الاقتصادي والقانوني والخلط بين المفهومين لدى البعض، الأمر الذي دعانا الى دراسته وتحليله من خلال خطة البحث الآتية:

- المقدمة

١. الفصل الأول – المنافسة.
   - المبحث الأول – تعريف المنافسة.
   - المبحث الثاني– الطبيعة القانونية للمنافسة.
   - المبحث الثالث – محل المنافسة.
   - المبحث الرابع– التنظيم القانوني للمنافسة.

٢. الفصل الثاني – المنافسة غير المشروعة
   - المبحث الأول – تعريف المنافسة غير المشروعة وموقف التشريعات منها
   - المبحث الثاني – نطاق المنافسة غير المشروعة
   - المبحث الثالث – دعوى المنافسة غير المشروعة
   - المبحث الرابع – الاساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة
   - الخاتمة.

الفصل الأول: المنافسة

المبحث الأول: تعريف المنافسة

المنافسة سلوك إنساني يهدف إلى التفوق على الغير، وتقترن في الغالب بالنشاط التجاري[1]، لأن العمل التجاري قوامه جذب الزبائن – فيتبارى التجار في هذا النطاق ليتميز أحدهم على الآخر إرضاء للزبائن، وقد عرّف الفقهاء[2] المنافسة وكما يأتي:-

١. بأنها حالة خصومة ونزاع competition.

٢. في حين أشار البعض إلى إنها مزاحمة concurrence بين عدد من الأشخاص أو بين عدة قوى تتابع نفس الهدف.

٣. أو كونها علاقة Relation[3] بين المنتجين والتجار في صراعهم على العملاء.

٤. وقد تعددت الآراء بين الضيق والسعة والوضوح والغموض من كونها مساواة أو تفوق، أو تأخذ مفهوم البقاء للإصلاح، أو بأنها ظاهرة لا يمكن تجاهلها أو القضاء عليها.

٥. في حين نجد جانب آخر من الفقهاء ينكر على المنافسة أهميتها أو جدواها.

٦. أما البعض الأخر جعلها قاصرة على المجال الاقتصادي دون القانوني.

ومهما تضاربت الآراء وتعددت لا ينكر على أن المفهوم الحديث للقانون التجاري هو كونه قانوناً اقتصادياً، وبالتالي يترتب على المنافسة فوائد كبيرة وهامة تحدد:

١-نطاق حق المنافسة.

٢-القيود الواردة عليها والمتمثلة بالنصوص القانونية وقواعد النظام العام والاداب العامة، ومن هنا نجد بأن الاقتصاديين لا يمكنهم أن يستأثروا بالمنافسة دون ترتيبها وتنظيمها وتحديدها من قبل القانونيين كونها سلوك أو حق أو ظاهرة، تهدف إلى

---

(١) انظر د.زهير عباس كريم و د.حلو ابو حلو- الوجيز في شرح القانون التجاري الاردني- ج١- مركز حمادة للطباعة- اربد/الاردن- ط١، ٢٠٠٠، ص٢٦١.

(٢) انظر التفاصيل د.احمد محمد محرز- الحق في المنافسة المشروعة- بلا دار نشر- بلا سنة طبع- هامش صفحة ٧- وصفحة ٨.

(٣) Frederic senny- Anticompetitive Practices in Developing Countries- First National Competition-Amman-Jorden 23-24 may2005

جذب الزبائن من خلال مجموعة عناصر اخرى يتملكها التاجر تتمثل بعناصر المتجر المادية والمعنوية، وعليه لا بد من حماية وتنظيم المنافسة من خلال الاعتراف لصاحبها بحقوق مانعة أو احتكار يكفل له مركزاً يميزه عن غيره، فهي لا تظهر الأمن خلال الحياة المشتركة ووجود التاجر في وسط تجاري، فهي مصلحة التاجر في تفوقه على غيره لجذب أكبر عدد من الزبائن. شريطة أن تكون تلك المصلحة مشروعة وعندها فأن القانون يحميها ويفرض على الغير احترامها، طالما تصرف صاحبها في الحدود المرسومة له قانوناً[1]، ولما كانت المنافسة حق، فإن له قيمة موضوعية يتخذ مظهراً خارجياً من خلال تأثيره بالعمل التجاري وعناصر المتجر. وبهذا فان المنافسة بهذا المفهوم تصبح حق سابق على القانون الذي بدوره يكشف عنه وينظمه من خلال اجبار الغير على احترامه[2] من خلال القواعد الآمرة، وتجدر الإشارة إلى أن هذا الحق لصيق بشخص صاحبه من خلال سلوكه وإبداعه وأفكاره التي يستأثر بها ولا يسمح للغير من اتباع نفس الأسلوب لجذب الزبائن[3]. هذا السلوك ينصب على العناصر المادية والمعنوية للمتجر من خلال ترتيب البضائع بطريقة معينة مدمغة بعلامة جميلة وبأسم ساحر....وهذا يدعونا إلى تحليل حق المنافسة إلى عنصرين:

العنصر الأول: معنوياً يقوم على الاعتبار الشخصي للتاجر ومدى تأثيره بالزبائن.

العنصر الثاني: مادياً يقوم على الاعتبار التجاري وهو استمرار النشاط التنافسي لغرض تحقيق الربح[4].

وهنا يثور التساؤل إذا كانت المنافسة حق يحميه القانون للتاجر، فمن أي الحقوق هو: هل هو حق عيني، أم حق شخصي؟ أم حق معنوي؟

للإجابة على هذا التساؤل لا بد من بيان الطبيعة القانونية لحق المنافسة.

---

(1) د.غالب على الداودي، المدخل الى علم القانون، الروزنا للطباعه، ط٤، ١٩٩، ص٢٢٠.

(2) انظر د.احمد محمد محرز، ص١٠-١١.

(3) جوزيف نخلة سماحه، المزاحمة غير المشروعه، مؤسسة عز الدين للطباعة والنشر، ط١، ١٩٩٩،ص٣٢.

(4) انظر د.احمد محمد محرز، ص١٥.

المبحث الثاني: الطبيعة القانونية للمنافسة

يتمتع الإنسان بالحقوق التي تفترض بطبيعتها وجوب احترامها من قبل الغير، وتنشأ صلة بين الحق والقانون وتتجلى في كون الحق ميزه يقررها القانون للفرد على اعتبار وجوده سابق على القانون لا أن يكون مصدراً له[1]. وبذلك فان المنافسة حق لا يفرض نفسه لمجرد كونه حق بل له ذاتية وقيمة موضوعية تبدو في وظيفتها الاجتماعية التي ينظمها القانون من خلال تأثيرها بالتجارة وعناصر المتجر التي هي في الأصل مسخرة للاتصال بالعملاء وبالتالي فان المنافسة حق سابق على القانون وهو يكشف عنه[2]. وقد اختلف الفقهاء في بيان نوع هذا الحق، فبعضهم لقام تفسيره على أساس التقسيم التقليدي للحق، وآخرون إضافة نوع جديد لهذا التقسيم، وسوف تعرض لكل من هذه الآراء في مطلب مستقل وكما يأتي:

المطلب الأول

أولاً: المنافسة حق عيني:

أصحاب هذا الرأي[3] يجعلون لصاحب حق المنافسة حق ملكية على محل الحق والمتمثلة بعناصر المتجر ويترتب على ذلك ما يأتي:

١. يمكن الاحتجاج بهذا الحق في مواجهة الكافة، حيث يلتزم الجميع بعدم التعرض لصاحب الحق في مباشرة واستعمال حقه، وبالتالي فان هذا الحق لا يفرض التزاماً على شخص بعينه، إنما يفرض على الكافة عدم الاعتداء على محل هذا الحق.

---

(١) انظر د.غالب الدواوي، ص٢٢٢.

(٢) د.احمد محمد محرز، ص١١، انظر ايضاً د.عزيز العكيلي بشرح القانون التجاري، ج١، دار الثقافه للنشر، ٢٠٠١.

(٣) د.احمد محمد محرز، ص٢٩١.

٢. مجرد المساس بالحق العيني يستوجب الحماية القانونية دون الحاجة لإثبات عناصر المسؤولية المدنية، وان وقوع الاعتداء فيمكن دفعه بوسائل متعددة[1].

٣. المنافس شخصاً طبيعياً أو معنوياً وهو يتملك محل حق المنافسة. هذه الملكية أتت من مختلف أسباب كسب الملكية مثل العقد والحيازة والاستيلاء والإرث[2]، ولكن حق المنافسة بذاته ناتج عن موهبة شخص المنافس ولصيق به[3]، وله طبيعة خاصة يستلزم تنظيماً خاصاً يختلف عن تنظيم الملكية المطبقة على الاشياء المادية غير أن هذا الحق يحتوي على عناصر الملكية وهي الاستعمال والاستغلال والتصرف كما هو حال الحقوق المعنوية ويتلخص بسمعة التاجر وشهرته وثقة زبائنه به.

ثانياً: نقد هذا الرأي

انتقد الفقهاء[1] هذا الرأي من عدة وجوه وكما يأتي:

١. خصائص حق المنافسة تتعارض مع خصائص حق الملكية الذي يمتاز بالسكون والامان، بينما حق المنافسة على العكس من ذلك يمتاز بالحركة والديناميكية فقوامها توظيف الأموال واستثمارها بما يؤمن جذب الزبائن.

٢. تترتب آثار الملكية من خلال الحيازة والاستئثار في حين المنافسة تترتب اثارها بالذيوع والانتشار.

---

(١) تتمثل هذه الوسائل بدعوى عدم التعرض ودعوى الاستحقاق والعيوب المخفية.

(٢) انظر د.علي هادي العبيدي، الوجيز في الحقوق العينية، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، ١٩٩٩، ص١٠٨.

(٣) د.احمد محمد محرز، ص٢٨٦.

(١) احمد محمد، ص٢٨٧.

تظهر غاية سلعة تنافسية، أما حق المنافسة فيهدف بطبيعته إلى نشر العناصر المقترنة به على الجمهور ولا يحتفظ صاحبها بحيازتها ولو فعل فان قيمة حق المنافسة تنتهي. فهو حق لا يمكن الاستئثار باستعماله، شأنه في ذلك شأن الحقوق المعنوية[1] كالبراءة والعلامة....الخ.

٤. حق المنافسة ليس له كيان مادي كما هو حال محل الملكية يستمد منه صفة الدوام، بل هو حق يتمثل بطاقة ونشاط وابداع وخلق يفقد تلك الصفات في حالة تقدم وتطور ابداع المنافسين الآخرين الأمر الذي يجعله ذا طابع مؤقت عكس الملكية.

٥. الملكية غاية فردية خاصة وان كان لها وظيفة اجتماعية إلا إن المنافسة الغاية الأساسية منها هي تحقيق مصلحة الزبائن ومن ثم المصلحة العامة.

المطلب الثاني: المنافسة حق من الحقوق الشخصية

أصحاب هذا الرأي انقسموا إلى فريقين[2]:

الفريق الأول: يرى أن حق المنافسة من الحقوق الشخصية قاصرة على الشخص الطبيعي.

الفريق الثاني: بأنه حق شخصي يشمل الشخص المعنوي، وسنعرض كل من الرأيين وكما يأتي:

أولاً: حق المنافسة من الحقوق الشخصية قاصرة على الشخص الطبيعي:

يرى أنصار هذا الرأي[1] أن حق المنافسة يكون أشبه بمركز الدائن في الامتناع عن عمل، غير أن هذا النوع من التزامات يقع في الواقع على عاتق المدين فيقيد حريته، أما

---

[1] انظر بهذا الصدد د.نوري حمد خاطر، شرح قواعد الملكية الفكرية، الملكية الصناعية، دار وائل للنشر، ط١، ٢٠٠٤، ص١٥ ومابعدها.

[2] انظر د.احمد محمد محرز، ص٢٩١.

المنافسة فان هذا الالتزام يقع على عاتق الغير الذي يجب أن يمتنع عن الاعتداء على عناصر محل المنافسة التي هي في الأساس تشكل عناصر المتجر. وبهذا يترتب على هذا الرأي النتائج التالية:

١. يبعد المنافسة عن كونها حق ملكية يحتج به على الكافة.
٢. يجعل من حق المنافسة حقاً شخصياً صاحب الحق هو الدائن والغير هم المدين.
٣. صاحب الحق الذي هو الدائن يتمثل في الغالب بالمتجر لأن المنافسة مجالها ووسائلها عناصر المتجر المادية والمعنوية، وطالما نحن أمام علاقة قانونية بين دائن ومدين (حق شخصي) فلا بد من أهلية، وإذا قررنا ذلك يصبح المتجر ذا شخصية معنوية.

نقد الرأي:

١- يمكن أن ننطلق بانتقاد هذا الرأي من خلال منحه للمتجر الشخصية المعنوية خلاف ما هو ثابت[٢] في القانون التجاري.

٢- أن حق المنافسة يقوم على عنصرين الأول مالي يتعلق بعناصر المتجر، حيث أن هذه العناصر بمجملها هي مال معنوي منقول، أما العنصر الثاني الذي هو في الواقع لصيق بشخص التاجر ويرتبط به، وليس له هيئة خارجية متميزة عن التاجر الذي هو شخص طبيعي يبدو هذا العنصر من خلال ابداعه ومواهبه، وهذا ما يفتقده الشخص المعنوي[٣]. ولكن التساؤل يثور حول منافسة الشخص المعنوي، ألا يمتلك هذا الحق؟ وإلا كيف يبنى سمعته التجارية بين زبائنه !!

الفريق الثاني: المنافسة حق شخصي يشمل الشخص المعنوي

هذا الرأي يجعل من الشخص المعنوي يصلح لأن يكون صاحب حق أدبي من حيث اكتساب السمعة التجارية والثقة والائتمان باعتباره ذا كيان مستقل عن الأفراد

---

[١] انظر بهذا الصدد د.عزيز العكيلي، شرح القانون التجاري، ج١، دار الثقافة للنشر والتوزيع، ٢٠٠١، ص٢٢٠.

[٢] د.عزيز العكيلي، ص٢٢٥.

[٣] د.غالب الداووي، ص٢٥٤.

الذين يؤسسوه ويدل على ذلك شخصيته المعنوية، وما تمتاز به من خصائص ومن بينها الحق في السمعة؛ أو الشهرة التي هي نتاج مجموع ما حققه الشخص سواء أكان طبيعياً أو معنوياً من خلال علاقاته من ثقة واتقان من قبل زبائنه. هذه الشهر كأصل لها طبيعة تختلف عن الأموال المادية فهي تنمو بمرور الزمن بينما تنقص العناصر المادية بفعل الاندثار. كما أن السمعة تنتج عن مجموعة عناصر المتجر المادية والمعنوية بحيث لا يمكن فصل عنصر عن آخر وبالتالي لا يمكن فصل السمعة التجارية كعنصر في المتجر والتصرف بها على وجه الاستقلال.

نقد الرأي:

هذا الرأي[1] يناقش طبيعة المنافسة كونها حق شخصي أحد أطرافه شخص طبيعي أو معنوي والطرف الآخر هو الغير الذي يتوجب عليه الامتناع عن أي فعل من شأنه أن يضر بالطرف الأول الذي هو صاحب حق المنافسة، ولكن ترى أنه نسي أنه يتحدث عن متجر صاحبه شخص طبيعي أو معنوي، وان المنافسة محلها هو عناصر هذا المتجر، فيكون قد عالج الجانب المعنوي اللصيق بصاحب حق المنافسة (شخصاً طبيعياً أو معنوياً) وانكر الجانب المادي، إضافة إلى انه افترض صاحب المتجر دائن في مواجهة الغير، إلا يمكن أن يكون مديناً في مواجهة المتاجر الأخرى؟ كما أننا نريد أن نصل إلى حق المنافسة بذاته. ماذا يمكن أن يكون؟ هذا ما يمكن أن يعرضه الرأي الثالث.

المطلب الثالث: حق المنافسة خليط من مجموعة حقوق

أولاً: جانب ثالث من الفقهاء[2] يرى بأن حق المنافسة ليس حقاً شخصياً بالمعنى الدقيق، كما أنه ليس عينياً، بل هو خليط من مجموعة من الحقوق العينية التي ترد على أموال المتجر وحقوق شخصية يكتسبها التاجر من القانون أو من الغير، وحقوق لصيقة

---

[1] د.محمد احمد محرز، ص٢٩٥، الفقيه الفرنسي Lemoal.

[2] انظر تفصيل ذلك د.احمد محمد محرز، ص٢٩٥-٢٩٦.

بالشخص (يدعونها شخصانية) قوامها نشاط المنافس وتفوقه لصفاته الشخصية، بمجموعها تتحد كعنوان قانوني لحق المنافسة تنظمه نصوص آمرة يعززها جزاء جنائي في حالة الاعتداء عليه حتى ينشأ حق المنافسة الذي قوامه الحرية في ظل القانون مع مراعاة تجاوز الفروق التقليدية بين القانون العام والقانون الخاص عند تحديد المراكز القانونية لأطراف العلاقة وخاصة المتجر وصاحبه ومحل الحق والوقوف على طبيعة العلاقة بين الأطراف جميعاً.

ثانياً: هذا من ناحية، من ناحية أخرى يرى هذا الرأي أن الخاصية الأساسية للعلاقة بين صاحب الحق ومحل الحق هي قدرة الأول باستغلال الثاني، وحتى تصبح هذه الصلة حقيقة قانونية يجب صياغتها بقواعد قانونية ملزمة.

ثالثاً: تباين المتاجر وتفاوتها في الحجم ونوع النشاط وطبيعته ليست مجرد أموال قانونية، إنما هي في الواقع مرافق انشئت من اجل تحقيق غاية اقتصادية قوامها رابطة امتياز تربط بين الشخص المنافس ومتجره، والمقصود بالامتياز هنا هو الرخصة أو التصريح للمنافس من اجل استغلال قيمه حيث يكون له حق قصر exclusive على عناصر متجره تلك.

نقد هذا الرأي:

١. جرت العادة في تأصيل أي فكرة من خلال القواعد العامة في القانون، ولا نجد في تقسيم الحقوق هذا الخليط الذي يشكل بينات قانوني، وبالتالي فأن هذه الفكرة نجد انها لا اساس لها في القانون.

٢. هذا الرأي كثير الافتراض ويمزج اكثر من فكرة اقتصادية مع القانون عام والقانون خاص والجنائي لتأصيل حق المنافسة، وهذا حسب اعتقادي أن حق المنافسة له علاقة بكل ذلك ولكنه لا يتكون من هذا الخليط، وأجد الأمر ابسط واوضح من كل ذلك ويمكننا أن نعرض ذلك وكما يأتي.

المطلب الرابع: حق المنافسة حق معنوي

من مجمل الأفكار المعروضة آنفاً نجد أن حق المنافسة يتكون من عنصرين:

الأول: عناصر المتجر المادية المتمثلة بالبضائع والعدد والأثاث.....

الثاني: العناصر المعنوية وحق المنافسة عنصر لصيق بشخص التاجر ويتمثل بابتكاره وفنه وافكاره في استغلال عناصر المتجر الأخرى المادية منها والمعنوية لتكوين سمعة تجارية له يجتذب بها الزبائن. ونجد بأن هذا الأمر يعد حق إلى جوار حقه في الاسم التجاري والعلامة والرسوم والنماذج. وبالتالي فان حق المنافسة يبدو كعنصر آخر في المتجر، لكن ميزة هذا العنصر الاندماج والالتصاق مع العناصر الأخرى المادية والمعنوية، ومع شخص التاجر من خلال نشاطه وفنه وبالتالي فهو حق معنوي، ونتيجة لالتصاقه لا يمكن التصرف به أو الحجز عليه بمعزل عن المتجر.

المبحث الثالث: (محل المنافسة)

العمل التجاري حسب نظرية المشروع (المتجر) يقوم على عناصر هذه العناصر هي محل المقارنة بينه وبين أي متجر آخر، وأن تفاوتت هذه العناصر وتباينت في مدى تأثيرها وفاعليتها. ولكل عنصر حدود طبيعية ترسمها ذاتيته، وسلوك التاجر بما يحقق له التفوق.

وقد تواجه هذه العناصر صعوبات تعوقها من اداء دورها التنافسي بفعل الغير، كما لو انصرف عنها الزبائن لانها لا تروقهم، او قد يكون بسبب القانون كما لو كان الإعلان عن المنتجات ممنوعاً او مقيداً بالقانون، هذه الصعوبات لا تؤثر على مفهوم العنصر إلا إنها تدل على محتواه باعتباره اساساً لاداءه التنافسي، حيث تشترك جميع عناصر المتجر على اختلاف طبيعتها وتباين اثارها إلى ايجاد نوع من التفاعل الاجتماعي والاقتصادي ينشأ عنه تباين بين المتاجر وعدم المساواة من حيث البيع والشراء واستقطاب اكبر قدر ممكن من الزبائن، حيث أن الزبائن يمثلون العنصر

الرئيس والأساسي لكل متجر يكسبهم عن طريق تلك العناصر المسخرة لجذبهم فالمنافسة بينهم وبين المتجر علاقة تميزه عن غيره من المتاجر.

والمنافسة لها جوانبها الاقتصادية التي أولاها ذو الاختصاص بحثها وتنظيمها اقتصادياً، أما القانونية فان فقهاء القانون لم يولوها اهتمام إلا من زاوية واحدة وهي الأخطاء التي قد تنشأ عنها أثناء أداء التجار لنشاطهم الاقتصادي، إلا أن هذه النشاط (التنافس) يمكن أن يظهر في أمرين.

١. من ناحية الكم وتتعلق بمقدار الإنتاج والتوزيع، إذ لا يوجد مشروعان يظلان متساويان طوال حياتهما التجارية أو تتماثل عناصرها المادية والمعنوية تماماً وبالتالي يكون تأثيرهما على الزبائن بنسبة واحدة.

٢. من ناحية الكيف وتتعلق بكيفية البضائع والمنتجات ودرجة جودتها، وتلك الكيفية لا يمكن وضع معيار محدد لقياسها[1].

وإذا كانت العنصر المكونة[2] للمتجر مستقلة عن شخص المنافس إلا أن فاعلية هذا الشخص وإبداعه وقدرته على التنافس يعد قيمة تدخل في محل المنافسة من حيث تأثير شخصيته وقدرته بين المتاجر الأخرى. لذ يمكننا أن قول أن المحل يتكون من:

١-جانب شخصي وهو شخص المنافس.

٢-جانب موضوعي يتمثل بالعناصر التي يتكون منها المتجر في تمييزه عن المتاجر.

المبحث الرابع: تنظيم المنافسة

المنافسة حق، ولك حق حدود يرسمها القانون، وينظمه ليحقق به أمرين:

الأول: مصلحة التاجر من خلال عناصر المتجر.

الثاني: المصلحة العامة.

---

[1] د.احمد محمد محرز، ص٥٢-٥٤.

[2] د.احمد محمد محرز، ص٢٠٦.

ونظراً لارتباط المنافسة بالاقتصاد والمجتمع عموماً، أصبح لا بد من حماية هذا الحق دولياً ووطنياً، وسوف نعرض لتنظيم المنافسة دولياً ووطنياً كل في مطلب مستقل.

المطلب الأول: تنظيم المنافسة دولياً

سعت منظمة التجارة الدولية إلى تحرير التجارة من خلال المنافسة المشروعة التي تتيح الفرصة لانتقال عناصر الانتاج بسهولة ودون قيود، وهذه العناصر أما:

١. مادية تتمثل بالسلع ورؤوس الأموال...

٢. معنوية مثل براءات الاختراع والأسرار التجارية والعلامات التجارية والرسوم والنماذج..

وكان لا بد من وسائل للحماية بسبب زيادة حدة المنافسة بين الدول في مجال التجارة الخارجية من خلال الرسوم الجمركية والضرائب والتقليد والتزوير ...[1] الخ.

لذا اتخذت منظمة التجارة الدولية من خلال اتفاقية التربس[2](trips) التي وضعت تدابير لمنع اللجوء إلى ممارسات تؤدي إلى تقييد غير معقول للتجارة، أو تؤثر سلباً على النقل الدولي للتكنولوجيا[3]، كما أجازت للأعضاء أن يحددوا في قوانينهم الوطنية الممارسات والشروط المعمول بها في مجال تراخيص براءات الاختراع، والتي يجوز اعتبارها في بعض الحالات الخاصة بمثابة تجاوزات في استعمال حقوق الملكية الفكرية لها اثر سيئ في المنافسة ويسمح باتخاذ تدابير لمكافحة تلك الممارسات[4]. لذا وضعت بعض الأنظمة القانونية المقارنة قوانين خاصة بالمنافسة. ففي الولايات المتحدة الأمريكية تضع قوانين مكافحة الاحتكار -ANTI TRUST LAWS- ضوابط صارمة لضمان وجود المنافسة في السوق واستمرارها لمنع الاحتكار، وتفرض هذه

---

[1] د.محمد حسنين، الوجيز في الملكية الفكرية، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، ١٩٨٥، ص٢٦٣.

[2] Trips: Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual

[3] نص المادة (٣٩-١) من الاتفاقية.

[4] انظر نص المادة (٤٠-٢) من الاتفاقية، انظر ندوة الويبو الوطنية، اعداد المكتب الدولي Wipo/ip/amm/00/3ap5\$

القوانين على التجار قيود منه إساءة استعمال الحقوق الاحتكارية التي يتمتعون بها[1].
وفي إنكلترا أصدرت عدة قوانين لتنظيم المنافسة أهمها قانون التجارة النظيفة سنة ١٩٧٣ Fair Trading act 1973 (FTA)، وقانون الممارسات المقيدة للتجارة الصادر سنة ١٩٧٦ The Restrictive Trade Practices act 1976 (RTPA)، وقانون المنافسة الصادر ١٩٨٠ The competition Act 1980 (CA) وقد تناول هذا القانون الممارسات المضادة للمنافسة anti competitive practices، ونص القسم الثاني الفقرة (أولاً) منه على "اعتبار أي شخص أثناء مزاولته لعمله مزاولة سلوك أو تصرف من شأنه أن ينهي أو يقيد أو يمنع المنافسة بصدد انتاج أو تسويق أو الحصول على سلعة أو خدمة يعد من قبيل الممارسات المضادة للمنافسة، سواء كان هذا السلوك أو التصرف يكفي وحده لإحداث هذه النتيجة، أو كان يتظافر مع سلوك أو تصرف شخص آخر يرتبط بالشخص الأول في إحداثها[2]".

وتتخذ هذه الممارسات صور متعددة مثل التمييز في المعاملة من حيث الأسعار وتخفيض الأسعار إلى درجة الخسارة بهدف القضاء على المنافسة ثم إعادة رفعها مع المغالاة في الأسعار.. إضافة إلى ذلك فقد حاولت الأمم المتحدة من خلال منظمة UNCTAD من وضع تنظيم للمنافسة منذ ١٩٨٠ وتمخضت محاولاتها بوضع قواعد خاصة بالمنافسة سنة ٢٠٠٠[3].

---

(١) انظر د.حسام الدين عبد الغني الصغير- أسس ومبادئ اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٩٩، ط١، ص١٧٣.

(٢) انظر النص باللغة الانكليزية، د.حسام الدين عبد الغني الصغير، هامش ص١٧٦-١٧٧.

(٣) المقصود بالمشروعات هي المتاجر والشركات وفقاً لنظرية المشروع في اطار القانون التجاري،

تقوم البيئة الاقتصادية على المنافسة المشروعة وتشكل أهمية كبيرة للمشروعات من خلال تطوير المشروعات[1] لرفع قدرتها وضمان جودة مخرجاتها، هذا من جانب، من جانب آخر لا بد من ضمان حماية المستثمر وإصحاب المتاجر الصغيرة والمتوسطة من التأثيرات السلبية لسيطرة المؤسسات ذات الوضع المهيمن، وضمان المستهلك من الممارسات المخلة بالمنافسة.

لذا اصدر المشرع الأردني قانون المنافسة رقم ٣٣ لسنة ٢٠٠٤ ضماناً لنزاهة المعاملات التجارية والحد من التلاعب بالأسعار، أو في تحديد كميات الإنتاج أو اداء الخدمات أو تقاسم الأسواق وعرقلة دخول مؤسسات الى السوق أو اقصائها منه والتواطئ في العطاءات والعروض[2]. لقد حدد القانون المذكور آنفاً في المواد ٢٠-٢٥ العقوبات المترتبة على مخالفة إحكامه في كل من:

١. قضايا الممارسات المخلة بالمنافسة.

٢. القضايا المتعلقة بالتركيز الاقتصادي[3]

٣. عدم التقيد ببعض قرارات وزير الصناعة والتجارة.

---

[1] م٥ من قانون المنافسة رقم ٣٣ لسنة ٢٠٠٤، انظر ايضاً د.ابراهيم سيف و د.رضا ثويني، اسامة الزعبي، دراسة واقع المنافسة في الاقتصاد الاردني، دراسة مقدمة الى مؤتمر المنافسة الاول، عمان ٢٣ أيار ٢٠٠٥، ص٥.

[2] Philippe Brusick-Competition Policy and Development: the UNCTAD perspective-p4

[3] يعني التركيز الاقتصادي: سيطرة مؤسسة على مؤسسة اخرى من خلال نقل كلي او جزئي لاي من ملكية وحقوق انتفاع من ممتلكات، وحقوق واسهم، وحصص والتزامات، انظر نص م٢ من قانون المنافسة رقم ٣٣ لسنة ٢٠٠٤.

ويجدر الإشارة إلى أن العقوبات المذكورة في القانون تتكون من غرامات،إلا إن إصدار الحكم بها وفقاً لاحكام القانون لا يحول دون الحكم بالحبس وفقاً لاحكام قانون العقوبات أو أي قانون آخر[1].

كما ربط القانون تحديد مقدار الغرامة بحجم المنفعة التي حصل عليها التاجر المخالف ومقدار الضرر الذي يصيب الغير، أما المحكمة المختصة في تطبيق قانون المنافسة[2]. فهي محكمة بداية عمان في أول سنتين، بينما تخضع باقي مخالفات القانون للقواعد العامة لاختصاص المحاكم، ونجد أن المشرع حصر الأمد في نظر القضايا المتخصصة في المنافسة أمام محكمة بداية عمان للأسباب الآتية:

١. لحداثة الأمر وجدته في المجتمع.

٢. لتدريب القضاة على هذا النوع من القضايا.

٣. لنقل الخبرة لباقي المحاكم خلال سنتين.

وتشجيعاً للمؤسسات وللتعاون مع مديرية المنافسة[3] للتصدي للممارسات المخلة بالمنافسة، فقد نص[4] القانون على تخفيف عقوبة الغرامة التي قد تفرض على أي مخالف إذا قدم إلى المديرية معلومات تؤدي إلى كشف المخالفة، ويتم تحريك دعوى المنافسة من قبل الأطراف الآتية[5]:-

١. وزير الصناعة والتجارة.

٢. مؤسسات القطاع الخاص.

---

[1] م ٢٦ من قانون المنافسة

[2] م ١٦ ف (ب) من قانون المنافسة

[3] مديرية المنافسة جهة تابعة لوزارة الصناعة والتجارة تراقب تطبيق قانون المنافسة ١٢ واوضاعها في السوق.

[4] م ٢٥ من قانون المنافسة

[5] م١٧ من قانون المنافسة

٣. جمعيات حماية المستهلك المرخصة.

٤. أي تجمع لخمسة مستهلكين متضررين على الأقل.

٥. غرف الصناعة والتجارة.

٦. الجمعيات المهنية والنقابية.

٧. الهيئات التنظيمية والقطاعية.

ويلتزم مديرية المنافسة بالمحافظة على الأسرار المهنية، وعلى جميع المتعاونين معها الإلتزام بذلك، ويعاقب كل من يقوم بإفشاء معلومات من تلك الطبيعة التي يتم الاطلاع عليها من خلال عمليات التفتيش[1]. وتكون القرارات الصادرة عن المحكمة في القضايا المتعلقة بالمنافسة خاضعة للطعن أمام محكمة الاستئناف والتمييز[2].

نخلص من كل ما تقدم أن المنافسة حق معنوي، نظمه المشرع في قانون المنافسة رسما حدوده، ولكن ماذا لو أساء التاجر استعمال هذا الحق؟ الإجابة على هذا التساؤل تدعونا إلى تفصيل المنافسة غير المشروعة.

---

[1] م ١٩ من قانون المنافسة.

[2] م ١٩ من قانون المنافسة.

الفصل الثاني

المنافسة غير المشروعة

المبحث الأول: تعريف المنافسة غير المشروعة

المنافسة غير المشروعة دلالة عن الأفعال التي تعد ممارسة غير صحيحة للمنافسة، وتشكل خطأ نظراً لتعارضها مع المبادئ العامة للقانون والأعراف التجارية، ويترتب على مرتكبها تعويض الأضرار الناتجة عنها، إضافة إلى الامتناع عن ممارستها، حيث أن التمييز بين المنافسة والمنافسة غير المشروعة يبدو من خلال ممارسات بعض التجار وسلوكهم وسائل تبتعد عن العادات التجارية. هذا السلوك يحدده القضاء لأنه يصعب على المشرع تحديده لصعوبة التكهن بكل الظروف الاقتصادية المحيطة بالنشاط التجاري[1]، ولهذا اضحى من الصعب وضع تعريف محدد لمفهوم المنافسة غير المشروعة. وهذا الأمر وارد في مجال علم القانون، في المفاهيم المتعددة الاشكال، وذات الطبيعة المطاطة، والتي تؤدي معاني واسعة مثل مفهوم النظام العام والاداب العامة، حيث ترتبط بالجانب الاخلاقي والاجتماعي والاقتصادي، والمنافسة مثل تلك المفاهيم، لذا عمد المشرع الى التعداد والقياس[2]، في حين يقترح الفقهاء بعض التعاريف[3]، وكما يأتي:-

١-هناك من يعرف المنافسة غير المشروعة بأنها تقوم على وسائل ملتوية ومخادعة ودسائس ينبذها الشرف والاستقامة..... ورغم تعدد هذه الوسائل الى ما لا نهاية،

---

[1] انظر جوزيف نحلة سماحة، المنافسة غير المشروعة، مؤسسة عز الدين للطباعة والنشر، ط١٩٩١، ص٢٨.

[2] كما فعل المشرع في نطاق العمل التجاري لانه لم يجد معيار فاصل لهذه الاعمال عن الاعمال المدنية، انظر م٦ و٧ من قانون التجارة الاردني لسنة ١٩٦٦.

[3] انظر بهذا الصدد جوزف نحلة سماحة، ص٢٩.

فان الغاية تبقى دائماً هي تحويل زبائن الغير واستقطابهم، وهذا ما يسهل التعرف عليها مهما كان الشكل الذي تتخذه.

٢-ويشير رأي آخر الى الاشخاص الذين يمارسون الوسائل واهدافها، لا الى الوسائل المستعملة في ذلك/بتعريفها " كل تصرف وكل مناورة هدفها تحويل زبائن موسسة صناعية أو محل تجاري".

٣-ويعرفها جانب ثالث " بانها العمل المقترف عن سوء نية لايقاع الالتباس بين منتجات صناعيين أو تاجرين، أو الذي يسئ الى سمعة مؤسسة منافسة، بمعزل عن اي التباس".

٤-وقد انكر البعض مفاهيم تلك التعاريف ويعتبرها لا تعطي المنافسة غير المشروعة حقها، كونها تستند الى الوسائل التي يلجأ لها التاجر، وبالتالي تعطي مفهوم محدد دون شمولية لافعال أخرى، لذا يتجه هذا الجانب الى فكرة الخطأ كركن من اركان المسؤولية المدينة، وهذا يسمح باستمرارية تطبيق كل ما يمكن أن يستجد في المستقبل، ويعطيها المرونة والمطاطية لسد النواقص المحتملة في القانون[1].

٥-ويتجه فريق آخر من الفقهاء لوضع معيار للتفرقة بين المنافسة المشروعة وغير المشروعة، الا انهم انقسموا إلى ثلاث فرق، كل فرقة وضعته معيار يختلف عما وضعته الفرقة الأخرى وكما يأتي:

المطلب الأول: معايير تحديد مفهوم المنافسة غير المشروعة

أولاً: المعيار الشكلي:

يستند هذا إلى حرية المنافسة، وهدف دعوى المنافسة غير المشروعة التي تحمي المنافس، فكل أسلوب للمنافسة جائز عدا ما يمنعه القانون، ويرجع هذا المعيار إلى

---

[1] حوزيف نحلة سماحة، ص٣٠.

القانون الألماني[1]، حيث حدد بالنص الأفعال التي تعد منافسة غير مشروعة وما عداها جائز، وقد تعرض هذا المعيار إلى انتقادات منها:-

أ- مبدأ التعداد يضيق من مفهوم المنافسة غير المشروعة، خاصة وان الوسائل التجارية وأساليب المنافسة تخضع للتغيرات المستمرة.

ب- يغفل عن أفعال أخرى تعد بذورها غير مشروعة.

لذا اتجه جانب من الفقهاء إلى معيار آخر هو:

ثانياً: المعيار الواقعي

ويعتمد هذا المعيار على فكرة الفعل الضار الذي هو إخلال بالتزام قانوني عام، يتمثل هذا الالتزام بقواعد النظام العام والأعراف والعادات التجارية، وهذا المعيار أخذ به القانون الإنكليزي، وكذلك الولايات المتحدة الأمريكية – ويثور التساؤل حول أمرين:

أ- كيف يتم تحديد وحصر قواعد الاعراف التجارية والعادات التجارية[2].

ب- ولو حدد المشرع هذه القواعد-المذكورة آنفاً الأعراف والعادات – من خلال تحديد الأفعال فسوف نصل إلى ذات النتيجة في المعيار الشكلي.

ثالثاً: المعيار المثالي:

هذا المعيار يدمج المنافسة مع الاخلاق التي يعتبرها واجب قانوني، وعلى القاضي التحري عن النية في ارتكاب الفعل، من خلال هل ارتكب الفعل بسوء نية ام بحسن نية؟

وهذا يبدو أمرين:

أ-الخلط بين القاعة القانونية والقاعدة الاخلاقية والاخيرة (القاعدة الاخلاقية) تتغير تبعاً للزمان والمكان، وبالتالي ستختلف الاحكام تبعاً لذلك.

---

[1] القانون الالماني الخاص بالمنافسة غير المشروعة الصادر في ٢٧ أيار ١٨٩٦، نقص النهج اخذ به القانون الاردني (قانون المنافسة غير المشروعة والاسرار التجارية) رقم ١٥ لسنة ٢٠٠٠.

[2] حوزيف نحلة سماحة، ص٣٦-٤٠.

ب- لا يمكن الاقتصار على الجانب الاخلاقي واهمال تأثير الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والسياسية على المنافسة، حيث يجعل ذلك من المنافسة تارة أمراً مقبولاً واخرى غير ذلك.

المطلب الثاني: موقف التشريعات الوطنية من تحديد مفهوم المنافسة غير المشروعة

انقسمت التشريعات في تحديد مفهوم المنافسة غير المشروعة، ومن خلال استقراء موقف المشرعين من ذلك نجد أن هناك اتجاهين قانونيين لتحديد المنافسة غير المشروعة.

الأول: يستند الى نصوص المسؤولية التقصيرية به في القانون المدني، ويكتفي بتطبيق القواعد الخاصة بها ويعتبر المنافسة غير المشروعة كل فعل يعد خطأ وهذا يأخذ بالمعيار الواقعي المذكور آنفاً.

الثاني: يأخذ بالمعيار الشكلي[1] وهو صدور قانون خاص يحدد الافعال التي تعد منافسة غير مشروعة، وهذا الاتجاه أخذ به المشرع الأردني في قانون المنافسة غير المشروعة والاسرار التجارية رقم (١٥) لسنة ٢٠٠٠، حيث عدد الافعال التي تعد خطأ في دعوى المنافسة غير المشروعة، وحدد اجراءات الحجز على المواد والبضائع التي تعرضت تلك الافعال.

ومن خلال هذان الاتجاهان يمكن تحري هدف المشرع من الحماية، حيث من خلاله يمكننا تحديد مفهوم المنافسة غير المشروعة، نجد أن هناك هدفين يرمي المشرع الى حمايتهما هما:

الأول: حماية التجار المتنافسين من بعضهم البعض، وهذا الهدف ذا طابع فردي اضافة الى انه ينحصر في شركة معينة هم التجار.

---

[1] حوزيف لحلة سماحة، ص ٣٢-٣٥.

الثاني: حماية الزبائن (المستهلكين)، وهذا على عكس الأول ذا طابع اجتماعي عام، فهم زبائن التاجر والعنصر الهام في متجره، ومن جانب آخر يحقق المصلحة العامة التي يهدف اليها المشرع عموماً.

المطلب الثالث: موقف المشرع الدولي من تحديد مفهوم المنافسة غير المشروعة

في المجال لدولي اقتبس اتفاقية التربس[1] موقف القانون الانكليزي ١٩٨٠ Competition Act مصطلح الممارسات المضادة للمنافسة anti-competitive practices الا انها لم تذكر مدلوله، وهذا يدل انها اخذت بنفس المدلول المشار اليه في القانون المذكور آنفاً حيث نص هذا القانون في القسم 1/(2) على "اعتبار أي شخص اثناء مزاولته لعمله مزاولة سلوكأو تصرف من شأنه أن ينهي أو يقيد أو يمنع المنافسة بصدد انتاج أو تسويق أو الحصول على سلعة أو خدمة يعتبر من قبيل الممارسات المضادة للمنافسة، سواء كان هذا السلوك او التصرف يكفي وحده لاحداث هذه النتيجة، أو كان يتظافر مع سلوك أو تصرف شخص آخر يرتبط بالشخص الأول في احداثها". وقد طرح هذا القانون[2] صور من هذه الممارسات – سبقت الإشارة إلى بعضها مثل اتفاقات التوريد والشراء القصري، تعليق بيع سلع على شراء سلع أخرى، والامتناع عن الترخيص للغير، أو تمييز في المعاملة بين راغبي الحصول على التراخيص.

---

(١) نص المادة (٤٠) من اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة في حقوق الملكية الفكرية (Trips) الفقرة (١) التي تنص "على توافق البلدان الاعضاء على انه يكون لبعض ممارسات او شروط منح التراخيص للغير فيما يتعلق بالملكية الفكرية المقيدة للمنافسة آثار سلبية على التجارة، وقد تعرقل نقل التكنولوجيه ونشرها"

(٢) انظر د.جاسم الدين عبد الغني الصغير –ص١٧٦.

المطلب الرابع: موقف المشرع الأردني من تعهد مقصوه المنافسة غير المشروعة

حذا المشرع الأردني حذو المشرع الدولي باتفاقية التربس (Trips) وكذلك موقف المشرع الانكليزي في قانون ١٩٨٠، في قانون المنافسة غير المشروعة والاسرار التجارية رقم ١٥ لسنة ٢٠٠٠ حيث نص في المادة الثانية الفقرة (أ) على " يعتبر عملاً من أعمال المنافسة غير المشروعة كل منافسة تتعارض مع الممارسات الشريفة في الشؤون الصناعية أو التجارية....." واستطرد المشرع في الفقرات التالية بتعداد الاعمال التي تشكل منافسة غير مشروعة، وبهذا نجد بأن المشرع الأردني اخذ بالمعيارين الشكلي والواقعي المشار اليهما من قبل الفقهاء.

المبحث الثاني: نطاق المنافسة غير المشروعة

تعد المنافسة في ميدان النشاط التجاري من الحقوق المقررة لكل تاجر، وهذا ما يقتضيه مبدأ حرية ممارسة العمل التجاري، وان ترتب على تلك المنافسة الاضرار بالتجار، طالما كانت المنافسة في نطاقها المشروع، وهذا يتحقق من خلال اتخاذ التاجر لوسائل مشروعة من شأنها أن تحافظ على زبائنه وتجذب زبائن جدد. ومن هنا يتضح أن التاجر يقوم بعمل سواء اكان بصورة وسائل أو سلوك.....ولا شك انه يؤدي الى افضل النتائج في مجتمع التجارة من حيث تقديم افضل السلع واجودها وارخصها سعراً..وهذا يعود بالتأكيد بالفائدة على المستهلك والمجتمع عموماً، وعلى هذا الاساس ليس للتاجر أن يتضرر من تاجر آخر ما دام يستعمل السلوك النزية في عمله لتحسين منتجاته وطريقة عرضها، وحتى نستطيع تحديد نطاق المنافسة غير المشروعة لا بد من بيان نطاق كل من المنافسة والمنافسة الممنوعة، وسوف نوضح هذا التحديد كل في مطلب مستقل.

المطلب الأول: نطاق المنافسة

يكون المنافسة تنطوي على قيام التاجر بعمل. هذا العمل حدده المشرع من خلال قانون المنافسة رقم ٣٣ لسنة ٢٠٠٤. ومن مجمل نصوص هذا القانون نجد أن المشرع منع التاجر أن يلجأ الى وسائل غير مشروعة تخالف نصوصه والاعراف التجارية، ولا تتفق مع مبدأ حسن النية في التعامل[١]. ولا يتحول عمله الى غير مشروع تتصدى له دعوى المنافسة غير المشروعة، فمثلاً تنص المادة (٥) الفقرة (أ) على حظر أي ممارسات او تحالفات أو اتفاقيات، صريحة أو ضمنية، تشكل اخلالاً بالمنافسة والحد منها أو منعها وبخاصة ما يكون موضوعاً، او الهدف منها تحديد اسعار...وتحديد كميات الانتاج...وتقاسم الاسواق واتخاذ اجراءات لعرقلة دخول مؤسسات الى السوق او لاقصائها عنه، والتواطؤ في العطاءات الو العروض في مناقصة أو مزايدة ....كما يحظر على أي تاجر أن يهيمن على السوق أو على جزء هام منه ويسيئ الاستغلال.

ويعد هذا العمل اخلال بالمنافسة أو الحد منها أو منعها، اذا نصل الى أن المنافسة فعل ايجابي يتضمن القيام بعمل، هذا العمل يجب أن لا يخالف ما حددها لمشرع في النصوص القانونية والاعراف التجارية.

المطلب الثاني: نطاق المنافسة غير المشروعة

كل عمل يخرج عن حدوده القانونية يعد عمل غير مشروع، وقد يخضع الى دعوى المنافسة غير المشروعة، وهي وسيلة التاجر لحماية عناصر متجره، التي تسهم في مجموعها في تكوين عنصر العملاء والاحتفاظ بهم[٢]. وقد نظم المشرع الأردني افعال

---

(١) انظر نصوص المواد ٥، ٦، ٨٧ ولايمكن ذكرها نظراً لطول المراد، إلا اننا ذكرنا مضمونها اعلاه.

(٢) انظر د.عزيز العكيلي، شرح القانون التجاري، ج١، دار الثقافة للنشر والتوزيع، ط١، ٢٠٠١، ص٢٤٣.

المنافسة غير المشروعة في قانون المنافسة غير المشروعة والاسرار التجارية رقم ١٥ لسنة ٢٠٠٠ من خلال نصه على الاعمال التي بحكم طبيعتها تسبب لبسا مع منشأة أحد المنافسين أو منتجاته أو نشاطه الصناعي أو التجاري[١]، والبيانات او الادعاءات التي قد يسبب استعمالها في التجارة تضليل الجمهور فيما يتعلق بطبيعة المنتجات أو طريقة تصنيعها أو خصائصها أو كمياتها أو صلاحيتها للاستعمال[٢].

واي ممارسة قد تنال من شهرة المنتج أو تحدث لبساً فيما يتعلق بمظهره الخارجي أو طريقة عرضه أو قد تضلل الجمهور عند الاعلان عن سعر المنتج أو طريقة احتسابه[٣].

والخلاصة نجد أن التاجر في هذا الجانب يتضمن التزامه امتناع عن أي عمل يأخذ الوصف المنصوص عليه قانوناً والذي يسبب نزع الثقة عن المتجر أو منتجاته أو نشاطه الصناعي او التجاري.

المطلب الثالث: نطاق المنافسة الممنوعة

الأصل مشروعية المنافسة حسب مبدأ الحرية التجارية، إلا أنها قد تصبح ممنوعة بنص القانون أو بموجب العقد. وهنا تمنع المنافسة تماماً سواء أكانت مشروعة أو غير مشروعة، ومن أمثلة المنافسة الممنوعة بنص القانون حظر مزاولة تجارة الأدوية الأمين قل من يحمل رخصة الصيدلة[٤]، وكذلك ما جاء بنص م(٢١) من قانون الشركات الأردني التي لا تجيز للشريك في شركة التضامن ممارسة أي عمل أو نشاط ينافس به

---

[١] المادة (٢) ف١ من قانون رقم ١٥ لسنة ٢٠٠٠، قانون المنافسة غير المشروعة والاسرار التجاري.

[٢] م(٢) ف٣ من قانون رقم ١٥ لسنة ٢٠٠٠.

[٣] م٢ ف٤ من قانون رقم ١٥ لسنة ٢٠٠٠.

[٤] انظر د.زهير عباس و د.حلو ابو حلو، ص٢٦٢.

الشركة سواء مارسه لحسابه الخاص او لحساب غيره الا بموافقة خطية مسبقة من باقي الشركاء جميعاً.

أما المنافسة الممنوعة بنص العقد فتبدو في عقد بيع المتجر مع النص على منع البائع من ممارسة نشاط تجاري مماثل في ذات المكان، كما يلتزم العامل بعدم منافسة صاحب العمل أثناء سريان عقد العمل[1]، كونها تتعارض مع حسن النية في تنفيذ العقد[2]. وقد أجاز المشرع لصاحب العمل التاجر بأن يتفق مع العامل على عدم منافسته او الاشتراك في عمل ينافسه بعد انتهاء العقد[3] ولكن هذا الأمر مرهون بشرطين[4]:

الشرط الأول: أن يكون للتاجر (صاحب العمل) مصلحة مشروعة في اشتراط عدم المنافسة أو عدم الاشتراك في عمل ينافسه، ومعيار المصلحة المشروعة تلك تتحقق من خلال طبيعة العمل الذي يقوم به العامل أثناء خدمته في المتجر ويمكنه من الاطلاع على أسرار التاجر ومعرفة زبائنه.

---

[1] انظر م١٩ ف ج من قانون العمل الاردني التي تنص على "المحافظة على اسرار صاحب العمل الصناعية والتجارية وان لايفشيها باي صورة ولو بعد انقضاء عقد العمل وفقاً لما تقتضيه الاتفاق او العرف"

[2] انظر م٢٠٢ ف ١، من القانون المدني التي تنص على "يجب تنفيذ العقد طبقاً لما اشتمل عليه وبطريقة تتفق مع ما يوجبه حسن النية"

[3] م ٨١٨ ف١ من القانون المدني التي تنص على "اذا كان العامل يقوم بعمل يسمح له بالاطلاع على اسرار العمل ومعرفة عملاء المنشأة جاز للطرفين ان يتفقا على الا يجوز للعامل ان ينافس صاحب العمل او يشترك في عمل ينافسه بعد انتهاء العقد"

[4] انظر تفصيل ذلك د.عالب الداودي، شرح قانون العمل، دار وائل للنشر، ط١، ٢٠٠٤، ص١٠٤.

الشرط الثاني: أن يكون الامتناع عن المنافسة نسبيا وليس مطلقا أي يقتصر على مدة معينة في العقد ومكان محدد ونوع العمل بالقدر اللازم لحماية المتجر الذي كان يعمل به[1].

ومن هنا نجد أن المنافسة الممنوعة تختلف عن غير المشروعة في أن الأخيرة تهدف لحماية التاجر من أعمال غير مشروعة وهو ما يفترض أن تكون المنافسة غير ممنوعة أي مشروعة وقيام التاجر بأعمال منافسة غير شريفة تخرج عن العادات والأعراف التجارية، ويترتب على ذلك أن القاضي في دعوى المنافسة الممنوعة يحكم لصالح المدعي لمجرد إصابته بالضرر من جراء المنافسة سواء أكانت مشروعة أو غير مشروعة، في حين في دعوى المنافسة غير المشروعة يتحقق القاضي من وقوع أعمال منافسة غير مشروعة اصابت المدعي بالضرر.

أما من حيث أوجه الشبه بين المنافسة الممنوعة وغير المشروعة فكلاهما تتعلق بالحياة التجارية ولا علاقة لهما بالجانب المدني، وعلى هذا الأساس لا يستطيع الاشخاص الذين يباشرون عملاً مدنياً من التمسك بهما مثل الطبيب والمهندس والمحامي...فنشاطهم محمي بالدعوى المدنية[2].

---

[1] م ٨١٨ ف٢ من القانون المدني التي تنص على "ان الاتفاق لايكون مقبولا إلا اذا كان مقيدا بالزمان والمكان ونوع العمل بالقدر الضروري لحماية المصالح المشروعة لصاحب العمل".

[2] انظر د.زهير عباس و د.حلو ابو حلو، ص٢٦٤، انظر ايضاً جوزيف نحلة سماحة، ص٦٢.

المبحث الثالث: دعوى المنافسة غير المشروعة

الدعوى هي وسيلة قانونية لحماية الحق واثباته[1]. وهي في الوقت نفسه حق يمنحه القانون للافراد ليمكنهم من الدفاع عن حقوقهم ودعوى المنافسة غير المشروعة هي دعوى مدنية[2] اساسها فعل المنافسة غير المشروعة الذي يقوم به تاجر ضد تاجر آخر، ويعد الفعل غير المشروع خطأ يلزم من ارتكبه تعويض الضرر الذي لحق بالغير وفقاً للقواعد العامة في المسؤولية عن الفعل الضار، لذا سوف نتناول اركان المسؤولية، حيثما توافرت قامت الدعوى.

المطلب الأول: الخطأ في دعوى المسؤولية:

حتى نكون امام خطأ نقيم على اساسه دعوى المنافسة غير المشروعة يجب أن يكون هناك منافسة حقيقية بين تاجرين يزاولان تجارة من نوع متماثل، لأن الفعل الذي يقع من احدهما يؤدي الى انصراف زبائن الاخر، وهذا التماثل في النشاط أو التقارب يؤدي الى قيام خلط في ذهن الجمهور، وهذه المسألة من اختصاص قاضي الموضوع فهي مسألة وقائع، وقد عبر المشرع عن افعال المنافسة غير المشروعة واصفاً اياها باعمال تسبب بحكم طبيعتها لبساً أو قد تسبب نزع الثقة أو استعمالها في التجارة بسبب تضليل

---

(1) انظر د.محمد وليد المصري، شرح قانون اصول المحاكمات المدنية، دار قنديل للنشر والتوزيع، عمان ٢٠٠٣.

(2) انظر نص المادة (٣) من قانون رقم ١٥ لسنة ٢٠٠٠، قانون المنافسة غير المشروعة والاسرار التجارية الاردني، الفقرة ب تنص على "لصاحب المصلحة عند اقامة دعواه المدنية المتعلقة بالمنافسة غير المشروعة او في اثناء النظر في هذه الدعوى ان يقدم طلبا الى المحكمة مشفوعا

للجمهور أو تنال من شهرة المنتج[1]. والذي يقرر أن اعمال التاجر من هذا النوع الذي ذكره المشرع ام لا هو قاضي الموضوع – كما ذكرنا انفاً.

المطلب الثاني: الضرر

الركن الثاني من أركان المسؤولية هو الضرر[2]، ويجب على مدعيه الذي لحقه من جراء عدم مشروعية المنافسة إثباته، لأن دعوى المنافسة غير المشروعة تهدف إلى حماية ملكية التاجر لمتجره، وان القيمة المالية للمتجر تتوقف على مدى اتصاله بالزبائن، ويكون الضرر قد لحق التاجر متى كان الخطأ أدى إلى إنقاص هؤلاء الزبائن أو عدم إقبال زبائن جدد عليه، ولا يشترط في الضرر الذي يبرر إقامة دعوى المنافسة غير المشروعة أن يكون حالاً، بل يكفي أن يكون محتمل الوقوع في المستقبل، وعندها لا يحكم القاضي بالتعويض إنما يحكم باتخاذ الإجراءات الكفيلة بمنع وقوع هذا الضرر، كوقف ممارسة أعمال المنافسة أو الحجز التحفظي على المواد والمنتجات ذات العلاقة أينما وجدت، أو المحافظة على الأدلة ذات الصلة[3]، كما لا يشترط أن يكون الضرر مادياً أي منصباً على فقدان الزبائن أو نقص الأرباح، بل يكفي أن يكون ضرراً أدبيا يتعلق بسمعة التاجر أو سمعة متجره، وان كان الضرر بسيطا[4]. وتجدر الإشارة إلى أن الضرر الاحتمالي هو الذي يميز دعوى المنافسة غير المشروعة عن دعوى المسؤولية التقصيرية العادية، لأن الدعوى الأخيرة يكون الضرر فيها محقق الوقوع وليس احتمالياً، وهذا ما نصبت عليه المادة الثالثة من قانون المنافسة غير المشروعة

---

[1] نص المادة (٢) من قانون رقم ١٥ لسنة ٢٠٠٠، قانون المنافسة غير المشروعة والاسرار التجارية، اشر الى تفصيلها انفاً.

[2] المادة (٢٥٦) من القانون المدني الاردني تنص على "كل اضرار بالغير يلزم فاعله ولو غير مميز بضمان الضرر".

[3] م٣ من قانون المنافسة غير المشروعة والاسرار التجارية رقم ١٥ لسنة ٢٠٠٠ الاردني.

[4] انظر د.زهير عباس و د.حلو ابو حلو، ص٢٦٧.

والأسرار التجارية رقم ١٥ لسنة ٢٠٠٠ الفقرة (ج) بند (١) "أن المنافسة أصبحت وشيكة الوقوع وقد تلحق ضرر يتعذر تداركه" وكما ذكرنا آنفاً يترتب على الضرر الاحتمالي أن القاضي لا يحكم بالتعويض إنما باتخاذ إجراءات من شأنها أن توقف ممارسة المنافسة أو حجز تحفظي أو المحافظة على الأدلة ذات الصلة.

المطلب الثالث: العلاقة السببية

للحكم بالتعويض عن أعمال المنافسة غير المشروعة لا بد من قيام رابطة سببية بين الخطأ والضرر المتمثل بانصراف الزبائن عن المتجر، لأنه يمكن أن يقع خطأ وضرر ولكن لا يكون الضرر راجعاً إلى الخطأ بل لامر آخر[1]. وأن إثبات العلاقة السببية لامراً ليس بالسهل في جميع الأحوال، فيمكن إثباتها في حالة الضرر الفعلي (الحال)، أما الضرر المحتمل فيصعب ذلك، وذلك لا يشترط إثبات السببية في دعوى المنافسة غير المشروعة غير أن هي هذه الحالة يترتب عدم الحكم بالتعويض إنما باتخاذ إجراءات من شأنها ردع الفعل غير المشروع، ويجوز لكل تاجر رفع دعوى بسبب ما لحقه من ضرر جراء أعمال منافسة غير مشروعة متى اثبت علاقة السببية بين ما لحقه من ضرر وبين الخطأ الذي ارتكبه تاجر منافس.

وفي حالة تعدد المضرورين يمكن لكل منهم أن يرفع دعوى مستقلة، كما في حالة أعمال منافسة موجهة الى مجموعة "التجار يمارسون ذات النشاط، ولا يحق للمدعي بالتعويض إلا إذا كان قد لحقه ضرر شخصي. وتقام الدعوى على كل من ارتكب خطأ من اشترك فيه وتكون مسئوليتهم عن التعويض بالتضامن وفقاً للقواعد العامة[2].

---

[1] تنص المادة (٢٦١) مدني اردني على "اذا ثبت الشخص ان الضرر قد نشأ عن سبب اجنبي لا يد له في كافة سماوية او حادث فجائي او قوة قاهرة او فعل الغير او فعل المتضرر كان غير ملزم بالضمان مالم يقضي القانون او الاتفاق بغير ذلك"

[2] انظر د.زهير عباس و د.حلو ابو حلو، ص٢٦٨.

مما تقدم نجد أن هذه الدعوى تشبه إلى حد كبير دعوى المسؤولية عن الفعل الضار ولكنها تختلف عنها في موضوع الضرر الاحتمالي وما ترتب على ذلك من عدم الحكم بالتعويض، فيثور التساؤل حول الإحساس القانوني، هذه الدعوى هل هي دعوى مدنية؟ أم إساءة في استعمال الحق، أم أنها تمس حق لشخص؟ أم لها صفة خاصة.

المبحث الرابع: الأساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة

لاحظنا من خلال ما تقدم أن دعوى المنافسة غير المشروعة لا بد من قيامها وجود خطأ من أحد التجار يتمثل في فعل منافسة يتنافى وأصول المهنة والأعراف التجارية، يلحق بالغير من التجار ضرراً، ولا بد من الرابطة التي تجمع بين الخطأ والضرر. والتساؤل يثور حول الأساس القانوني لهذا لدعوى، هل تستند إلى عناصر الدعوى المدنية؟ أم إنها الإساءة في استعمال الحق؟ ام أنها تمس بحق الشخص؟ ام كما يراها البعض بأنها تمس بنزاهة ومشروعية المنافسة واعتبرها البعض بأنها دوى من نوع خاص قوامها استعمال الحرية المدنية بصورة مفرطة[1]. وسوف نعرض لكل من هذه الآراء في مطلب مستقل.

المطلب الأول: المذهب التقليدي دعوى لمنافسة غير المشروعة هي دعوى مسؤولية مدنية

الرأي الراجح[2] فقاً وقضاء يرى أنها دعوى مدنية أساسها الفعل الضار المتمثل بفعل المنافسة غير المشروعة، يلزم فاعله بتعويض الأضرار التي تلحق بالغير، وهي بهذا الوصف تقوم على الخطأ والضرر والعلاقة السببية، هدفها حماية ملكية التاجر لعناصر متجره، لأن من شأن هذا الاعتداء تحويل زبائنه الى غيره من المتاجر التي تتشابه بنشاطه.

---

[1] انظر ايضاً جوزيف نحلة سماحة، ص١٢٨.

[2] انظر د.عزيز العكيلي، ص٢٥١، انظر ايضاً د.زهير عباس و د.حلو ابو حلو، ص٢٦٤.

نقد هذا المذهب:

١- لا يترتب قيام دعوى المنافسة غير المشروعة على توافر اركان المسؤولية المذكورة انفاً، انما يكفي مجرد احتمال حصول ضرر، وبالتالي لا نجد عنصر الخطأ.

٢- أن دعوى المنافسة غير المشروعة ذات طابع موضوعي لا تبحث في نوايا ودوافع اطراف النزاع.

٣- لا تهدف الى تعويض الضرر الواقع، انما الى وقف الافعال غير المشروعة حماية للمصلحة العامة والمصلحة المهنية للتاجر المتضرر.

٤- وهي ذات طابع تأديبي رادع أقرب الى الدعوى الجزائية منها الى المدنية.

٥- وجود عنصر الضرر أمر طبيعي في مجال المنافسة لا بل وملازم له، وهذا يبعد الدعوى عن كونها دعوى مسؤولية عن الفعل الضار.

المطلب الثاني: الإساءة باستعمال الحق

يذهب بعض الفقهاء الى اعتبار دعوى المنافسة غير المشروعة من قبيل الاساءة باستعمال الحق في المنافسة الذي تقره التشريعات التجارية، لأن كل حق يجب أن يحدد، بحيث لا يمكن ان يتعداها التاجر ليمس بحقوق غيره من التجار الاخرين، الذين يمارسون ذات النشاط، فاذا قام التاجر بفعل يتنافى مع العادات التجارية، فيكون قد اساءه استعمال حقه، وخرج عن الحدود المرسومه له قانوناً.

نقد هذا المذهب :

لا يمكن أن تكون دعوى المنافسة غير المشروعة تطبيقاً لنظرية الاساءة باستعمال الحق، لأن هذه النظرية تنطوي اساساً على قصد الاضرار، في حين أن قوام المنافسة المشروعة، وكما ذكرنا سلفاً هو الاضرار بالغير، ولكن بالتأكيد ان لا يستعمل التاجر وسائل غير مشروعة، وبالتالي فان مشروعية الضرر الناتج عن المنافسة تحول دون الاخذ بهذه الفكرة، اضافة الى أن معايير نظرية التعسف باستعمال الحق لا تنطبق على

المنافسة غير المشروعة لانها ليست استعمالاً غير مشروع لحرية التجارة، فالمنافس هنا لا يتجاوز الغاية التي من اجلها انشىء الحق، انما الوسائل التي يستخدمها لشوع حقه غير مشروعة[1].

هذا الرأي[2] يقوم على حق التاجر في المنافسه يحميه القانون في مواجهة الكافة، وهذه الدعوى تحمي اذا الحق من خلال الزام محدث الضرر باعادة الحق الى صاحبه او تعويضه حسب مقتضى الحال، وبهذا فهي اشبه الى حد ما بدعوى الاستحقاق في حق الملكية، ودعوى التقليد في الحقوق المعنوية...ولتحديد حق التاجر في المنافسة في مواجهة الكافة لتحديد على ضوء ذلك الدعوى التي تحميه ان كانت دعوى ملكية او انها تمس بحق عام للتاجر انقسم اصحاب هذا الرأي الى قسمين[3]:

القسم الأول: دعوى ملكية

اعتبر هذا الجانب من الفقهاء[4] ان الدعوى التي تحمي حق التاجر في المنافسة هي دعوى ملكية، تتمثل بملكية التاجر للزبائن وهو حق يقع على اشياء غير مادية، لأن الزبائن عملياً هدف المنافسة، وهم كناية عن مال قابل للتملك، والدعوى في هذه الحالة اشبه بدعوى الحيازة أو الاستحقاق، أي انها دعوى عينية لا يتطلب فيها اثبات الخطأ أو الضرر.

نقد هذا الرأي:

١) هذا الرأي يتعارض وطبيعة الاشياء من خلال النظر الى الزبائن كونهم مال محل حق ملكية، فهم عنصر متحرك غير ثابت لا يمكن ضمان ثباتهم واستمرارهم، في حين ان حق الملكية مال ثابت محدد يمكن لمالكه التصرف به.

---

[1] انظر جوزيف نحلة سماحة، ص١٢٩، د.عزيز العكيلي، ص٢٥٣.

[2] انظر د.عزيز العكيلي، ص٢٥٣.

[3] انظر د.جوزيف نحلة سماحة، ص١٣١-١٣٣.

[4] د.جوزيف نحلة سماحة، ص١٣٣.

٢) أن دعوى المنافسة لا تحمي حق المكلية، انما تهدف الى منع الاساليب غير المشروعة في المنافسة.
٣) حرية المنافسة تقوم على جذب الزبائن دون أن تقوم المسؤولية، اذا كانت بوسائل مشروعة.
٤) انتقال ملكية المتجر إلى المشتري لا يفرض على بائعه المسؤولية إذا ما انخفض عدد الزبائن، لأن هذا الأمر مرهون بعوامل عديدة منها حرية الزبائن ذاتهم، والقدرة الشرائية لهم، وأسلوب ومهارة التاجر المشتري للمتجر، ونوعية البضائع...

القسم الثاني: دعوى تمس حق عام

اعتبر أصحاب هذا الرأي[1] أن الدعوى تمس حق عام تتعلق بشخصية التاجر، فهذه الشخصية في الواقع لها مجموعة حقوق مدنية قوامها الحق في الحياة والسلامة الجسدية والحق في المنافسة الشريفة....وهذه الحقوق ذات طابع مطلق يتعلق بالنظام العام ولا يجوز التنازل عنها، ويحتج بها في مواجهة الكفاءة وتتمتع بالحماية المدنية والجزائية.

نقد هذا الرأي:

١. وجود مثل هذا الحق العام هو محض افتراضي.
٢. أن نتيجة المنافسة لا يعتد بها إلا بمقدار مساسها بمصالح مادية، وليس بحقوق ذات اعتبار معنوي كالحقوق المذكورة آنفاً.

المطلب الرابع: دعوى مسؤولية من نوع خاص

من خلال ملاحظة خصائص دعوى المنافسة غير المشروعة التي تقوم على خطأ بمعناه الواسع هو انتهاك الأعراف والعادات التجارية، والاكتفاء بضرر احتمالي،

---

[1] انظر د.جوزيف نحلة سماحة، ص١٣٤.

ولا يشترط إثبات الضرر إلا عند المطالبة بالتعويض، وتبرز رغبة القضاء من خلال دعوى إلى حماية عنصر الإتصال بالعملاء كعنصر معنوي له قيمته المالية تعود على المتجر، وهذا العنصر يتمثل بمجموع الأشخاص الذين اعتادوا على التعامل مع المتجر بسبب مزايا التاجر ذاته كمظهره الخارجي أو موقعه الذي يجلب الزبائن العابرين. ويبدو أن طبيعة الحق الذي تهدف إلى حمايته تلك الدعوى الذي يمثل من جانب حق مالي ومن جانب آخر ممارسة تجارية غير أخلاقية، إذا ما أخل التاجر بالأعراف المهنية، فتبرز فكرة العقاب وتتقدم على فكرة التعويض فيضفي على الدعوى طابع جزائي تجاري في الوقت نفسه[1] وهذا يبدو منخلال أن القضاء يقدر التعويض جزافياً ولا يساوي مقدار الضرر[2] الواقع. إذ يصعب أحياناً إثبات الضرر ومقداره لذا يلجأ القضاء إلى أن يستخلص وقوعه من قيام وقائع من شأنها عادة إلحاق الضرر بالمدعي. كما لا يشترط لرفع الدعوى أن يكون الضرر محققاً أي وقع فعلاً أو سيقع حتماً إنما يكفي احتمالية وقوعه. وهذا ما يقـاقرب هذه الدعوى الجزائية وخاصة المتعلقة بالجرائم الاقتصادية من حيث عدم الحاجة إلى إثبات الخطأ، إذ يكفي ثبوت المخالفة، فهي دعوى عامة جزائية ترمي إلى هدفين:

الأول: الردع، أي منع التاجر المنافس من استعمال وسائل غير مشروعة تتعارض مع الأعراف التجارية.

الثاني: التعويض المضرور نتيجة فعل التاجر المنافس المنافي للأعراف والعادات التجارية المتبعة. وهذا ما تتضمنه أي دعوى جزائية من حق عام ودعوى الحق الشخصي.

نخلص إلى أن دعوى المنافسة غير المشروعة نوع خاص كمن الدعاوى تختلف في بعض أحكامها اختلافاً ظاهراً عن دعوى المسؤولية المدنية عن الفعل الضار. ومع ذلك فإنها تخضع للقواعد العامة التي تحكم هذه الدعوى الأخيرة في كل ما لا يتعارض مع

---

[1] نقلاً عن جوزيف نحلة سماحة، ص١٣٤- ١٣٥

[2] د.عزيزي العكيلي، ص٢٥٤.

طبيعة الحق الذي تهدف إلى حمايته. وقد أخذ الاجتهاد اللبناني والأردني[1] على اعتبارها من نوع خاص، ويعتبره يتلاءم والتشريع حيث يشترط لقيام مسؤولية التاجر الذي ينافس غيره من التجار أن يلجأ إلى وسائل غير مشروعة في هذه المنافسة وق لاحظنا ذلك من خلال نص المادة (٢) من قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية رقم (١٥ لسنة ٢٠٠٠م).

---

[1] جوزيف نحلة سماحة، ص١٣٨، د.عزيز العكيلي، ص٢٥٤-٢٥٥.

الخاتمة

في نهاية بحثنا هذا نخلص إلى النتائج الآتية:

١. نظراً للتقدم العلمي والتكنولوجي في عصرنا الحالي نجد أن المنافسة في أوج نشاطها. وعلاقتها بالاقتصاد والقانون كبيرة، لا بل تؤكد أن القانون التجاري هو قانون اقتصادي، وأبعد من ذلك تظهر الربط بين القانون العام من خلال مصلحة المستهلك الذي هو عماد المصلحة العامة والقانون الخاص من خلال التاجر ومتجره.

٢. حيث أن الفن التنافسية تتجسد بعناصر المتجر مع ما يملكه التاجر من واهب وإبداع وائتمان تجاري ومكانة اجتماعية ذاتي يندمج مع تلك العناصر. وهنا تبدو المنافسة كحق له ذاتية خاصة لصيغة بشخص التاجر.

٣. مما أعطى خصوصية لقواعد تنظيم النشاط الاقتصادي التي تحكم المنافسة، فهي لا تصدر عن السلطة العامة إنما وضعتها الأعراف والعادات التجارية، وتميزها صفة العمومية والتجريد والدوام النسبي، كتلك القواعد التي تنظم أسعار السلع، والعقود النموذجية دخول مؤسسات إلى السوق والوضع المهيمن، التركيز الاقتصادي... الخ

٤. وظهر لنا أن حق المنافسة من الحقوق المعنوية التي تشكل عنصراً في المتجر. ويكتسب المتجر من خلاله السمعة التجارية التي تجلب للزبائن، بكل الوسائل المشروعة المتاحة للتاجر حتى لو كانت تلحق ضرراً بالتجار الآخرين. طالما أنه لم يستعمل وسائل غير مشروعة.

٥. تلك الوسائل غير المشروعة كان لا بد من تحديدها حتى يمكن أن نميز متى تكون منافسة غير مشروعة. ووضع وسائل من شأنها الضرب على يد من يلجأ لها لردعها وإزالة كل آثارها ووقف إجراءاتها.

٦. من خلال قواعد قانونية واضحة. تعكس الموقف الدولي والوطني لإجراءات الردع ومحو الآثار السيئة للمنافسة غير المشروعة.

٧. وبهذا نصل إلى أن المنافسة والمنافسة غير المشروعة وجهين لعملة واحدة الأولى هي العمل الإيجابي أو أداء التاجر المتمثل بالقيام بعمل إزاء الزبائن. والوجه الثاني يبدو بصورة امتناع عن عمل من شأنه يخرج عن السلوك القويم للعمل التجاري.

المصادر

١. د. أكثم أمين الخولي – الوسيط في القانون التجاري – ج٣ – الأموال التجارية – القاهرة ١٩٦٤.

٢. د. أحمد محمد محرز. الحق في المنافسة المشروعة. بلا دار نشر. بلا سنة طبع.

٣. د. جوزف نخالة سماحة – المزاحمة غير المشروعة – مؤسسة عز الدين للطباعة والنشر ط ١ سنة ١٩٩٩.

٤. د. حسام الدين عبد الغني الصغير. أسس ومبادئ اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة ومن حقوق الملكية الفكرية دار الترجمة العربية ط ١ سنة ١٩٩٩.

٥. د. زهير عباس كريم ود. حلو أبو حلو – الوجيز في شرح القانون التجاري الأردني ج١ – مركز حمادة للطباعة– اربد– الأردن ط١ سنة ٢٠٠٠.

٦. د. عزيز العكيلي – شرح القانون التجاري، ج١ – دار الثقافة للنشر، ٢٠٠١

٧. د. علي هادي العبيدي – الوجيز في الحقوق العينية– مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع ١٩٩٩

٨. د. غالب الداوودي – المدخل إلى علم القانون – الروزنا للطباعة ط ٤ –١٩٩٦.

٩. د. محمد حسنين – الوجيز في الملكية الفكرية – المؤسسة الوطنية للكتاب – الجزائر – ١٩٨٥.

١٠. د. محمد وليد هاشم المصري – شرح قانون أصول المحاكمات المدنية – دار قنديل للنشر والتوزيع – عمان ٢٠٠٣.

١١. د. نوري حمد خاطر – شرح قواعد الملكية الفكرية – الملكية الصناعية – دار وائل للنشر ط١ سنة ٢٠٠٤.

القوانين:
١. القانون المدني الأردني رقم ٤٣ لسنة ١٩٧٦.
٢. قانون التجارة الأردني رقم ١٢ لسنة ١٩٦٦.
٣. قانون المنافسة رقم ٣٣ لسنة ٢٠٠٤.
٤. قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية رقم ١٥ لسنة ٢٠٠٠م.

المصادر الأجنبية:
١. Fredric Jenny – Anticompetitive in Developing Countries. First national competition seminar – Amman – Jordan 2005.
٢. Philippe Brusick. Competition policy Development. The UNCTAD Perspective
٣. Wipo / IP/ AMM/ 00/ 3A.
ندوة الويبو الوطنية إعداد المكتب الدولي.