

## The Scientific Journal in Jurisprudence and Bases of Islamic law The 14 rd. Year/NO: 4 Winter 2022

دخالت در معاملات و دست برد به اطلاعات رقیبان تجاری در حقوق ایران، حقوق اسلام و اتحادیه‌ی اروپا

ودود برزی<sup>۱</sup> علی غریبه<sup>۲</sup> اسماعیل صغیری<sup>۳</sup> ناصر مسعودی<sup>۴</sup>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۱/۰۸

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۱/۱۶

### چکیده

در بازار آزاد، برای رقابت تجاری، موسسات، شرکت‌ها و بنگاه‌های متعددی حضور دارند و در شرایط مساوی و برابر فعالیت می‌کنند و هر کدام بر حسب انتخاب، امکانات و موقعیتی که دارند در قلمروی خاصی به فعالیت و انجام معاملات خاص مشغول است. هر فعال تجاری سیاست رقابتی و برنامه‌ها و اهداف ویژه‌ای دارد. رقابت سالم، منصفانه و آزاد ایجاب می‌کند هیچ یک از شرکت‌ها یا بنگاه‌ها در امور داخلی و معاملات رقیب خود دخالت نکنند و از نفوذ در آن بنگاه مثل کسب اطلاعات، کشف اسرار و افشای آن‌ها خودداری نماید و این دخالت و نفوذ را وسیله‌ای برای سوء استفاده علیه رقیب قرار ندهد. حقوق رقابت در عموم کشورها در این جهت تعهدات متعددی برای تمامی فعالان عرصه‌ی رقابت تجاری پیش‌بینی می‌کند و با وضع ضمانت اجراهای خاص شرکت‌ها و بنگاه‌های تجاری را از تخلف در این عرصه باز می‌دارد. دخالت در معاملات رقیبان تجاری و کسب غیر مجاز اطلاعات و دست‌یابی به اسرار تجاری آن‌ها، آثار منفی زیادی بر رقابت منصفانه و سالم دارد و می‌تواند موجب حذف رقبای تجاری و در نهایت برقراری انحصار در بازار گردد و سبب کاهش کیفیت کالاها، افزایش قیمت آن‌ها و در واقع به ضرر مصرف‌کنندگان باشد به همین دلیل، لازم است به طور ویژه از نظر مفهوم، اقسام اسرار، انواع دخالت و نیز مقررات حاکم بر آن در حقوق ایران، حقوق اسلام و حقوق اتحادیه‌ی اروپا مورد تحلیل، بررسی و نقد قرار گیرد.

**کلمات کلیدی:** حقوق رقابت ایران، اسرار تجاری، دخالت در معاملات، حقوق اسلام، اتحادیه‌ی اروپا

۱. دانشجوی دکترا، گروه حقوق خصوصی، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران. barzy2010@gmail.com

۲. استادیار، گروه حقوق خصوصی، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران. (نویسنده مسؤل) gharibelawyer@gmail.com

۳. استادیار، گروه حقوق خصوصی، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران. esmaeilsaghiri@yahoo.com

۴. استادیار، گروه حقوق خصوصی، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران. masoudi.naser@yahoo.com

## مقدمه:

تجارت چه در عرصه‌ی ملی چه بین‌المللی هر روز ضروری‌تر، گسترده‌تر و متنوع‌تر می‌شود. تمام اشخاص در سراسر جهان به نوعی با این تجارت درگیر و در ارتباط می‌باشند. شرکت‌های فعال تجاری نمی‌توانند در این فعالیت بی‌تفاوت یا لحظه‌ای از آن غافل باشند، چون در آن صورت حتماً از قافله‌ی رقابت عقب می‌مانند مخصوصاً با ظهور فناوری‌های نوین و پیشرفته، این تجارت هر روز پیچیده‌تر می‌گردد و علاوه بر سرمایه و تجربه، به مهارت‌ها و اطلاعات خاصی نیازمند است.

شرکت‌ها و موسسات تجاری برای فروش بیشتر، کسب سود زیادتر و توسعه‌ی قلمروی فعالیت و به دست آوردن جایگاه محکم‌تر، سخت به رقابت با رقبای تجاری مشغولند به عبارتی رقابت، خون جاری در رگ‌های اقتصادی بنگاه تجاری است (فورس، ۲۰۰۸، ص ۳۶) و هر کدام تا حد توان سعی دارند که از میزان قدرت رقابت رقیب بکاهند و حتی اگر بتوانند رقیب خود را از صحنه‌ی رقابت حذف کنند<sup>۱</sup>. موسسات تجاری گاهی برای رسیدن به سود بیشتر، روش‌های غیر قانونی و ضد رقابتی را در پیش می‌گیرند و برخلاف قواعد اخلاق و انصاف، با توسل به ابزارهای نامشروع سعی دارند رقیب تجاری را با فریب و نیرنگ و سوء استفاده از وضعیت بازار، تضعیف و حذف کنند. از جمله اقداماتی که ممکن است شرکت یا بنگاه انجام دهد دخالت در معاملات و امور داخلی بنگاه دیگر می‌باشد که مطابق بند ۴۵ قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی می‌تواند در اشکال مختلف صورت گیرد. این دخالت در عین حال ممکن است با کسب غیرمجاز اطلاعات و اسرار تجاری رقیبان شرکت و سوء استفاده از این اسرار باشد که مطابق بند ۴ ماده‌ی مذکور، عملی مخل رقابت و مخالف اصول اخلاقی و مقررات حقوق رقابت تلقی می‌گردد. در حقوق رقابت اتحادیه‌ی اروپا بنا بر مقررات و معاهداتی که در نهایت منجر به تشکیل اتحادیه اروپا گردید، (ساتر، ۲۰۱۴، ص ۷۴) دخالت در امور داخلی سایر موسسات تجاری، کشف و افشای اسرار تجاری و سوء استفاده از آن منع شده است چرا که این اسرار در جهت حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان، در حمایت قانون قرار دارد (بخت جو، ۱۳۹۸، ص ۱۶۹). بر این اساس ابتدا مفهوم دخالت در امور داخلی سایر موسسات تجاری و انواع آن، سپس مفهوم اطلاعات یا صحیح‌تر اسرار و اقسام آن، کشف و افشای اسرار تجاری و تعارض آن با حق کسب اطلاع افراد (هریسون، ۱۳۹۸، ص ۲۹۵) براساس مقررات مرتبط در حقوق رقابت ایران، حقوق اسلام و اتحادیه‌ی اروپا در این مقاله به اختصار تشریح، تحلیل و نقد می‌گردد.

## ۱- دخالت در معاملات رقیبان تجاری

## ۱-۱- طرح موضوع

در حقوق رقابت، اصل بر استقلال عمل تمامی فعالان بازار رقابتی است تا هر کدام براساس سیاست‌های رقابتی خود، برنامه‌ریزی و اقدام کند و در این راه خطر ناشی از اشتباهات مدیریتی و سازمانی خود را بر عهده بگیرد و در عین حال، بدون اطلاع از برنامه‌ها و سیاست‌های رقابتی رقیبان با تمام توان در جهت عرضه‌ی محصول با کیفیت با حداقل قیمت تلاش کند

<sup>۱</sup> - برای آگاهی بیشتر از مفهوم رقابت مراجعه فرمایید: حقیقت جو، مهدی، (۱۳۹۸)، حقوق رقابت و توسعه خارجی شرکت‌های تجاری، چاپ دوم، میزان، صفحه ۷۰ - و: غفاری فارسانی، بهنام، (۱۳۹۸)، حقوق رقابت، چاپ دوم، میزان، تهران، صفحه ۲۴ - و

Richard, w., (۱۹۸۹), competition Law, ۲th Ed, Butterworths, London, p۵, - sauter, w., (۲۰۱۵), public services in Eu Law, 1th Ed, cambridge, London p۷۱. ۲-European union

و از هر گونه اقدامی که با دخالت در امور سایر بنگاه ها و تحصیل نامشروع اطلاعات، به ضرر آن ها تمام می شود خود داری نماید. ( حسینی، ۱۳۹۶، ۳۴۳ ) امروزه مخصوصاً با وجود امکانات فناوری های پیش رفته، شرکت ها سعی دارند از اسرار و اطلاعات سازمانی و ساختاری رقیب خود باخبر شوند و بتوانند با آگاهی از سیاست رقابتی سایر شرکت ها، عکس العمل مناسب نشان دهند و تصمیماتی اتخاذ کنند که اقدامات رقیب به شکست بیانجامد و در نهایت به حذف رقیب یا کاهش رقابت منتهی گردد (بیل، ۲۰۰۹، ص ۱۱) و این رویه علاوه بر یک سوء استفاده ی آشکار، اقدامی غیراخلاقی و ناجوانمردانه است و به همین دلیل حقوق اسلام و حقوق رقابت عموم کشورها، آن را ممنوع می داند یا با حساسیت خاص مورد نظارت و کنترل قرار می دهد تا از سوء استفاده در کسب اطلاعات رقیب و تحقق فساد در بنگاه های تجاری خصوصی جلوگیری شود. ( جین، ۱۳۸۶، ص ۳۵ )

## ۲-۱- انواع دخالت در امور داخلی و معاملات رقیب در حقوق رقابت

مداخله ممکن است به صورت غیرمستقیم و از طریق تحریک یا اجبار کارکنان، سهام داران و مدیران شرکت رقیب، عملی گردد تا آنان به ضرر شرکت عملی انجام دهند مثلاً به آنان سرمایه دهد تا سهام شرکت را خریداری کنند و حق رای پیدا کنند آنگاه از این حق رای آنان، در تصمیم گیری ها، معاملات و امور داخلی آن شرکت به نفع خود بهره برداری کند، این نحو مداخله را بند ح ماده ی ۴۵ قانون اجرای اصل ۴۴ بیان کرده است. ( مرکز پژوهش های مجلس، ۱۳۸۵، ص ۵۴ ) در صدر ماده ی ۴۵، اعلام شده هر یک از اقدامات زیر که منخل در رقابت باشد ممنوع است اما مواردی که بند ح به شرح فوق مطرح کرده، حتی بدون اخلال در رقابت نیز می تواند عمل ضد رقابتی محسوب شود ولی با این شرط که به تصریح قسمت آخر آن، به ضرر رقیب باشد. چنین اقدامی موجب کاهش کارایی و در نهایت به ضرر مصرف کننده است. ( رشوند بوکانی، ۱۳۹۰، ص ۲۷۷ )

شکل دیگر مداخله در امور بنگاه دیگر، می تواند با تملک سرمایه و سهام شرکت رقیب باشد. به نحوی که پس از این تملک، به یک شرکت کنترل کننده تبدیل شود. بند ۱۸ ماده ی یک قانون اجرای اصل ۴۴ چنین شرکتی را تعریف و ماده ی ۴۷ نیز به ممنوعیت این تملک که موجب اخلال در رقابت می شود اشاره دارد ولی تبصره ی آن مواردی را استثنا و از شمول حکم ممنوعیت خارج کرده است. حکم ماده ی ۴۷، از جهات مختلف قابل انتقاد است:

اول، یک حکم تکراری است چون بند ۶ قسمت ط در ماده ی ۴۵ به نوعی به آن اشاره دارد

دوم، در این بند نیز شرط ممنوعیت این نوع تملک، اخلال در رقابت است که یک مفهوم کلی دارد و اثبات آن نیز همیشه به دشواری صورت می گیرد. در حالی که قانون گذار می توانست مثل حقوق برخی کشورها، برای آن معیاری قابل درک، سنجشی و قابل اثبات تعیین نماید. (قاسمی حامد، ۱۳۸۵، ص ۲۴۷ )

سوم، در تبصره ی مذکور، تملک سرمایه و سهام شرکت رقیب در مواقع اضطراری از شمول ممنوعیت استثنا شده، اما این که منظور از حالت اضطراری چیست و چه مرجعی صلاحیت تشخیص آن را دارد معلوم نیست، در حقوق اروپا هم، وقتی تملک سهام یا سرمایه ی شرکت رقیب یا هر نوع تباری و توافق دیگر، موجب ایجاد محدودیت در رقابت منصفانه، و موثر در کاهش یا حذف و به عبارتی سبب اخلال در آن باشد. ممنوع خواهد بود. ( مک لین، ۱۹۹۴، ص ۱۶۸ )

## ۳-۱- اشکال دخالت در معاملات در حقوق اسلام

در حقوق اسلام نیز اشخاص از هر گونه دخالت در معاملات دیگران، اظهارات خلاف واقع و تبلیغ نادرست، حتی فروشنده از مدح و تعریف از مبیع نهی شده اند (حلی (محقق)، ۱۳۶۸، ص ۱۵۲)، به لحاظ اخلاقی و رعایت آداب معامله هم، فروشنده از ستودن کالا باید خودداری کند. چون اگر مداخله و اظهارات او خلاف واقع باشد و خریدار با اعتماد بر آن معامله نماید، فروشنده او را فریب داده، ظلم نموده و اگر معامله صورت نگیرد فروشنده دروغ گفته است که در هر دو حالت اقدام وی، دور از اخلاق و حسن نیت در معاملات و موجب مسوولیت وی خواهد بود (غزالی، ۱۳۷۳، ص ۱۶۱) بر همین اساس، هر گونه دخالت و فریبکاری در معامله از جمله تدلیس ممنوع است (طوسی، ۱۴۱۵، ص ۱۰۲)، خریدار هم نباید کالای طرف مقابل را کم ارزش جلوه دهد یا به دروغ عیبی بر آن طرح کند (عاملی (شهید ثانی)، ۱۳۷۷، ص ۶۷)، این فریب ممکن است با سکوت فروشنده و خودداری از اعلام عیب کالا و به قصد ضرر زدن به مصرف کنندگان باشد که اصطلاحاً تغیر نامیده می شود (النجفی، ۱۳۸۵، ص ۷۵) گاهی نیز، اشخاص ثالث به ضرر خریدار در انجام معامله دخالت می کند به این صورت که با اظهارات خلاف واقع خود قیمت کالا را به طور غیرواقعی افزایش می دهد و خریدار را هم به خرید آن با همان قیمت غیرواقعی ترغیب می کند. در متون فقهی به این اقدام اصطلاحاً نجش گفته می شود (انصاری، ۱۳۷۴، ص ۲۶۸)، برخی فروشندگان در جهت فریب خریدار و فروش کالای نامرغوب به قیمتی بالاتر از ارزش واقعی اجناس، به غش در معامله اقدام می کنند یعنی نوع نامرغوب و کم ارزش از یک جنس را با نوع مرغوب آن مخلوط کرده، به عنوان جنس مورد نظر و مطلوب مصرف کنندگان به آن ها عرضه می کنند (حرعاملی، ۱۳۷۸، ص ۹۸)، از نظر فقه اسلام این نوع دخالت ها، عموماً بر مبنای قاعده‌ی لاضرر و مصداق اکل مال به باطل، ممنوع است (الحسینی المراغی، ۱۴۲۹، ص ۳۰۴)، ممکن است دخالت در معاملات به شکل غیرمستقیم و به صورت احتکار کالاهای مورد نیاز عموم مردم باشد و تاجر با هدف گران فروشی و بر هم زدن تعادل بازار و تضعیف رقبای تجاری خود، از عرضه‌ی کالایی در یک مدتی خودداری نماید (الخویی، ۱۴۲۸، ص ۱۶) و این اقدام در فقه اسلام بسیار ناپسند به شمار می رود و تاجر از آن منع شده‌اند و از پیامبر گرامی اسلام نقل شده که محترک ملعون است (نراقی، ۱۴۱۸، ص ۴۶).

#### ۱-۴- ضمانت اجرا

حقوق رقابت سعی دارد با پیش بینی ضمانت اجرای متعدد از این تخلفات جلوگیری و با متخلفان این عرصه برخورد نماید و هرچقدر ضمانت اجرا، منطقی تر و موثرتر باشد در ممانعت از تخلفات و اقدامات ضدرقابتی بنگاه‌ها در بازار رقابت، از موفقیت و کارایی بالاتری برخوردار خواهد بود. بر این اساس، نقض مقررات رقابت، بر حسب مورد، موجب مسوولیت قراردادی، غیرقراردادی و کیفری می شود. (سلیمی، ۱۳۹۸، ص ۶۵) در حقوق ایران، چنان چه تملک سرمایه و سهام شرکت رقیب، به نظر شورای رقابت، موجب اخلال در رقابت، تشخیص داده شود، بنابر بند ۶ ماده‌ی ۶۱ قانون اجرای اصل ۴۴ قانون اساسی، شورا می تواند به واگذاری سرمایه یا سهام بنگاهی که برخلاف ماده‌ی ۴۷، حاصل شده، دستور دهد اما در حکم مذکور، معلوم نشده که این سهام یا سرمایه، به چه کسی یا کدام شرکت واگذار شود چون ممکن است شرکتی که سهام آن تملک شده، دیگر وجود خارجی نداشته و به دلیلی، منحل شده باشد. (رهبری، ۱۳۹۸، ص ۴۱۴)، همچنین برای تضمین اجرا و رعایت

دستور شورا هیچ گونه، ضمانت اجرایی پیش بینی نشده، در حالی که میزان اجرای دستور قانونی شورا، کاملاً به نوع ضمانت اجرای آن، وابسته است. همین طور، برای اجرای دستور شورا، هیچ مهلتی هم در قانون نیامده است.

نکته‌ی دیگر این که، بین ضمانت‌های اجرایی که برای جلوگیری از اقدامات ضد رقابتی بنگاه‌ها پیش بینی شده دوگانگی وجود دارد به این صورت که بند ۱۲ ماده‌ی ۶۱ برای تخلفات عرصه‌ی رقابت، از ده میلیون تا یک میلیارد ریال جریمه تعیین کرده است. اما قسمت اخیر بند مذکور، جریمه‌ی فوق را فقط به ممنوعیت‌های حکم ماده ۴۵، اختصاص داده، شامل تخلفات موضوع مواد دیگر مثل ۴۴، ۴۶، ۴۷، ۴۸، ۵۱ و ۵۲ نمی‌داند، در حالی که اختصاص جریمه فقط برای اقدامات موضوع ماده‌ی ۴۵، منطقی و قابل توجیه به نظر نمی‌رسد.

انتقاد این است که در مواردی، برخی تخلفات در دو ماده آمده است مثلاً موضوع تملک سرمایه و سهام شرکت دیگر، هم در ماده‌ی ۴۷، هم در ردیف ۶ قسمت ط ماده‌ی ۴۵ مطرح شده است، بنابراین، ابهام و سوالی که به ذهن می‌رسد این است که آیا تملک سهام یا سرمایه‌های شرکت دیگر، مشمول تعیین جریمه می‌شود یا خیر؟ به نظر می‌رسد با توجه به این که تملک سرمایه و سهام شرکت رقیب تجاری، علاوه بر ماده‌ی ۴۷، در ماده‌ی ۴۵ نیز بیان شده، مشمول تعیین جریمه نیز خواهد بود.

ایراد بعدی این است که در مواردی صدر ماده با احکام بندهای ذیل آن تعارض دارد مثلاً در متن ماده‌ی ۴۵ آمده است که: « اعمال ذیل که منجر به اخلال در رقابت می‌شود ممنوع است». بنابر ظاهر ماده، اعمالی که در این ماده بیان شده، فرض بر ضد رقابتی بودن آن هاست در حالی که در ردیف ۶ قسمت ط در همین ماده، چنین می‌خوانیم: «تملك سرمایه و سهام شرکت‌ها به صورتی که منجر به اخلال در رقابت شود». از ظاهر این بند، چنین استنباط می‌شود که تحقق اخلال در رقابت، باید ثابت گردد تا مشمول ممنوعیت به حساب آید.

در حقوق آمریکا و اتحادیه‌ی اروپا نیز با پیش بینی مسوولیت مدنی، قانون گذار به دنبال تضمین جبران خسارت زیان دیدگان و حمایت از حقوق قانونی عموم فعالان عرصه‌ی رقابت خصوصاً مصرف کنندگان می‌باشد (جونز، ۱۹۹۹، ص ۷۰) و به طور خاص هدف اصلی این مقررات مقابله با رویه‌های ضد رقابتی شرکت‌ها و موسسات تجاری است تا در نهایت از ایجاد انحصار جلوگیری شود. (برادر، ۲۰۱۰، ص ۱۷۲).

امروزه رقابت فراتر از خدمات و کالاهای مادی، در خصوص دارایی‌ها، آفرینش‌ها و مالکیت‌های فکری نیز، به طور گسترده مطرح می‌باشد و امکان سوء استفاده از حقوق انحصاری در این حوزه و رسیدن به موقعیت‌های مسلط بیش از گذشته وجود دارد (ویش، ۲۰۱۲، ص ۱۷۵)، در واقع حقوق رقابت با داشتن این ضمانت‌های اجرایی، اختیار تخلف و نقض مقررات را از بنگاه‌ها سلب می‌کند. (ناصحی، ۱۳۹۸، ص ۸۷) بدیهی است قانونی که فاقد ضمانت اجرای منطقی باشد عملاً مفید و موثر نخواهد بود (کاتوزیان، ۱۳۸۸، ص ۵۲۳).

## ۲- کسب غیرمجاز اطلاعات رقیب

### ۲-۱- مفهوم و تصحیح عنوان

در بازار رقابت کسب اطلاع و آگاهی از کمیت و کیفیت کالاها و خدمات در اصل حق تمامی فروشندگان، عرضه کنندگان و خریداران است تا پس از بررسی تمامی وضعیت‌ها، با علم و اختیار کامل و با استفاده از حق انتخاب، معامله کنند. به دست آوردن این اطلاعات تا زمانی که جزء اسرار تجاری یک بنگاه یا شرکت نشده، یک حق است و هیچ ممنوعیتی ندارد و مورد

حمایت دولت‌هاست. (مهدی زاده و همکاران، ۱۳۹۸، ص ۷۷) در امریکا سال ۱۹۶۶ قانون آزادی اطلاعات<sup>۱</sup> تصویب شد و با پذیرش حق دسترسی عموم مردم به اطلاعات، هزاران سند دولتی در اختیار عموم قرار گرفت که ابزار بسیار موثری در جهت شفافیت اقدامات دولت و نظارت همگانی است در فرانسه نیز در سال ۱۹۷۸ و در انگلستان هم سال ۲۰۰۰ قانون آزادی اطلاعات اجرایی شد ماده‌ی ۱۰ کنوانسیون اروپایی حقوق بشر<sup>۲</sup> نیز در ۱۹۵۰ آزادی بیان را صریحاً اعلام کرد (هربرت، ۱۹۹۹، ص ۵) اما هر گاه از این حق کسب اطلاع، سوء استفاده شود چنین اقدامی ممنوع و فساد تلقی می‌گردد (علمی و صیاد زاده، ۱۳۸۷، ص ۲۵۴) این فساد مانع رشد و شکوفایی اقتصادی، موجب تضعیف شرکت های کوچک تر و کاهش کارایی و در نهایت اخلال در رقابت خواهد شد. (جین، ۱۳۸۶، ص ۱۴۰) بنابراین آن چه مشمول ممنوعیت قانونی است کسب غیرمجاز اسرار تجاری است و گرنه اطلاعات مربوط به فعالان عرصه‌ی رقابت اصولاً باید در دسترس عموم باشد و حتی بنگاه ها سعی می‌کنند با انتشار آگهی و تبلیغات آن ها را به اطلاع همه برسانند و خود را بیش از گذشته معرفی نمایند. البته در این تبلیغات باید حقوق مخاطب رعایت و از هر گونه تعرض به اشخاص مخصوصاً در رسانه ها خودداری شود (اسدی و همکاران، ۱۳۹۶، ص ۲۵) و دولت ها نیز در جهت حمایت از حقوق مخاطب، در فعالیت رسانه ها دخالت و آن را محدود می‌کنند (مک کوایل<sup>۳</sup>، ۱۳۸۲، ص ۱۷۵). بر این اساس عنوان کسب غیرمجاز اطلاعات که در قانون اجرای اصل ۴۴ قانون اساسی آمده، چندان صحیح به نظر نمی‌رسد و این عنوان باید به کسب و کشف اسرار تجاری تغییر یابد.

## ۲-۲- موارد تحصیل غیرمجاز اطلاعات

بند ک ماده‌ی ۴۵ قانون اجرای اصل ۴۴ با عنوان «کسب غیرمجاز، سوء استفاده از اطلاعات و موقعیت اشخاص»، در سه بند موارد آن را به شرح زیر بیان می‌دارد: «۱=کسب و بهره برداری غیرمجاز از هرگونه اطلاعات داخلی رقبا در زمینه‌ی تجاری، مالی، فنی و نظایر آن به نفع خود یا اشخاص ثالث ۲=کسب و بهره برداری غیرمجاز از اطلاعات و تصمیمات مراجع رسمی، قبل از افشا یا اعلان عمومی آن ها و یا کتمان آن ها به نفع خود یا اشخاص ثالث ۳=سوء استفاده از موقعیت اشخاص به نفع خود یا اشخاص ثالث» (میر جلیلی، ۱۳۸۳، ص ۱۰)

راجع به احکام بند ک نکات زیر قابل ذکر است:

اول: مفهوم اطلاعات به طور صریح و روشن بیان نشده، طبیعی است که منظور، همان اسرار تجاری باشد.

دوم: از مفهوم مخالف حکم بندهای دو و سه، استنباط می‌شود بهره برداری مجاز ممنوع نیست اما معنا و قلمروی غیرمجاز معلوم نشده است.

سوم: بند دوم که سوء استفاده از رانت اطلاعاتی است (علاء الدینی، ۱۳۹۱، ص ۱۱۷) مربوط به اطلاعات یا اسرار شرکت رقیب نیست در واقع بنگاهی که قصد چنین سوء استفاده ای را دارد با دسترسی به اشخاص بانفوذ یا مقامات دولتی و سیاست گذار، قبل از اعلام عمومی تصمیمات و بخش نامه ها، از آن ها مطلع می‌شود و سیاست های رقابتی خود را متناسب با آن تعیین می‌کند و با سوء استفاده از این فرصت ایجاد شده، بیشترین سود را به دست می‌آورد. یکی از اصول حاکم بر سازمان تجارت جهانی در جهت جلوگیری از چنین سوء استفاده‌ای، اصل شفافیت در رقابت‌های تجاری است (استگر، ۲۰۰۸، ص ۸

<sup>۱</sup> - Freedom of Information ACT

<sup>۲</sup> - European convention on Human Rights

<sup>۳</sup> - McQuail

که بر اساس آن، تمامی اعضای سازمان باید به صورت ادواری، اطلاعات مربوط به سیاست‌های تجاری، قوانین و مقررات مرتبط با آن را به سازمان اطلاع دهند و این اطلاعات بدون هر گونه تبعیض در اختیار همه‌ی اعضا قرار می‌گیرد تا این اطلاعات به صورت انحصاری در اختیار اشخاص خاصی نباشد و مورد سوء استفاده قرار نگیرد. (فاخری، ۱۳۸۶، ص ۲۲)

چهارم: در این قانون هم، مانند خیلی از قوانین دیگر، کلمات و عبارات به کار رفته، خیلی کلی، مطلق، مبهم و مجمل است که کار تعیین قلمروی حکم و مصادیق ممنوعیت را بسیار دشوار می‌سازد. در حقوق رقابت آن چه که قوانین عموم کشورها، به آن توجه و حساسیت دارند اسرار تجاری است نه صرفاً، اطلاعات تجاری، در واقع، دانستن یا کسب اطلاعات، جرم یا ممنوع نیست بلکه دستیابی و کشف یا افشای اسرار تجاری، موضوع حکم قوانین رقابت است بر این اساس به دلیل اهمیت اسرار اشخاص خصوصاً از نوع تجاری، در بحث بعدی مفهوم اسرار و اقسام مختلف آن را بررسی می‌کنیم.

### ۳- اسرار و اقسام آن

#### ۳-۱- مفهوم اسرار

اسرار در معنی عام، موضوعات پنهانی اشخاص است که تمایلی به آشکار شدن یا بیان آن‌ها به سایر افراد را ندارند. به عبارتی سرّ، یعنی آن چه برای دیگران، نا معلوم، پوشیده و ناشناخته است و فقط صاحب سرّ، از آن اطلاع دارد و بقیه نسبت به آن بی اطلاع و ناآگاهند. اسرار و رازها، کاملاً خصوصی و مرموز است، افشای آن‌ها، مطلوب صاحب سرّ نیست و ضرر مادی یا معنوی برای او دارد.<sup>۱</sup> اما همین که بیان و آشکار شد دیگر سرّ نیست به قول حافظ شیراز:

همه کارم ز خودکامی به بدنامی کشید آخر  
 نهان کی ماند آن رازی کز و سازند محفل‌ها  
 (دیوان غزلیات حافظ، ۱۳۶۶، ۱)

#### ۳-۲- اقسام اسرار

##### ۳-۲-۱- اسرار غیر تجاری

اسرار غیر تجاری مرتبط با مباحث حقوقی، بر حسب موضوع و محتوا به شرح زیر است:

۳-۲-۱-۱- اسرار دولتی یا حکومتی<sup>۲</sup> مثل مذاکرات برخی جلسات امنیتی و اطلاعاتی حاکمان، عملیات و پایگاه‌های نظامی و جاسوسی یک کشور در داخل یا خارج از آن.

##### ۳-۲-۱-۲- اسرار خصوصی شامل:

۱= اسرار شخصی<sup>۳</sup> مانند مسایل خانوادگی، نامه‌ها و گفت و گوهای خصوصی و روابط عاطفی

۲= اسرار هویتی<sup>۴</sup> یعنی اطلاعات شناسایی و سجلی افراد، در مورد افرادی مثل اعضای پلیس مخفی یا ماموران امنیتی که جزء اسرار و برای عموم غیرقابل دسترسی است

۱- از صفات نیک و پسندیده انسان سرّ پوشی و رازداری است (برزی، ۱۳۹۸، ۲۱۱). سرّ کتمان است و جمع آن اسرار، سریره هم در همین معنا و جمع آن سرائر است (دهخدا، ۱۳۷۳، جلد ۸ - ۱۱۹۳۲).

۲- governmental secrets

۳- Personal secrets

۴- Identity secrets

۳= اسرار فرهنگی<sup>۱</sup> و اعتقادی که مربوط به عقاید و آداب و مذهب خصوصی هر شخص می‌باشد. و به نوعی حریم خصوصی تلقی شده، براساس قوانین عموم کشورها از تعرض مصون است. (دین، ۲۰۰۲، ص ۶۹) در قانون اساسی ایران نیز همین حریم خصوصی تحت حمایت قانون قرار دارد و اصول ۲۳ تا ۲۵ به مواردی از آن اشاره کرده است. همین طور عکس برداری مخفیانه و نامرئی از روابط خصوصی افراد و لطمه به حیثیت و هتک حرمت آن‌ها یا افشای اسرار خصوصی، عملی غیرقانونی محسوب می‌گردد. (بوشهری، ۱۳۷۶، ص ۳۳) ماده‌ی ۵۸ قانون تجارت الکترونیکی نیز از این نوع اسرار حمایت می‌نماید. در ماده‌ی ۵۸۲ قانون مجازات نیز استراق سمع، بازرسی و افشای مراسلات، مخبرات یا مکالمات تلفنی افراد مجازات حبس از یک تا سه سال یا جزای نقدی دارد. (میر محمد صادقی، ۱۳۸۹، ص ۴۷۴) افشای اسرار خصوصی در فضای مجازی نیز از جرایم رایانه‌ای محسوب و مشمول مجازات می‌گردد. (زیر، ۱۳۸۳، ص ۵۴)

### ۳-۲-۱-۳- اسرار حرفه‌ای<sup>۲</sup>

یعنی اطلاعاتی که صاحبان مشاغل به مناسبت کاربرد حرفه‌ای که دارند از مراجعین خود به دست می‌آورند مانند اطلاعات پزشک از بیمار، قاضی از طرفین دعوی، ماده‌ی ۶۴۸ قانون مجازات فعلی و ماده‌ی ۱۰۶ قانون سابق، صاحبان مشاغل از جمله پزشکان، جراحان، ماماها و دارو فروشان را، که محرم اسرار مراجعین خود می‌شوند، در صورت افشای اسرار مردم، مجرم و قابل مجازات می‌داند. (ولیدی، ۱۳۶۹، ص ۲۵۱) همین طور وکیل نیز نسبت به اسرار خصوصی موکل خودش، امین و محرم محسوب می‌شود پس اجازه ندارد اسرار موکل را علنی یا از آن سوء استفاده کند. (آرهود، ۲۰۰۰، ص ۸۳) در حقوق ایران نیز ماده‌ی ۳۰ قانون وکالت مصوب ۱۳۱۵، بر حفظ اسرار موکل توسط وکیل تأکید دارد (خالقیان، ۱۳۸۱، ص ۷۳۹) افشای اسرار خصوصی اشخاص، اصولاً جرم است در عین حال در موارد استثنایی و به حکم قانون ممکن است مجاز باشد مثلاً اگر شخصی مبتلا به بیماری مسری مثل کرونا یا بیماری‌های آمیزشی باشد پزشک در جهت حفظ سلامتی عمومی و جلوگیری از سرایت آن به دیگران، باید گزارش دهد.

### ۳-۲-۲- اسرار تجاری

از نظر قانون تجارت و طبق بند یک ماده‌ی ۲، تجارت تحصیل و خرید مال منقول به قصد فروش یا اجاره و به عبارتی معاملات است که اشخاص برای کسب سود و افزایش سرمایه یا توسعه‌ی فعالیت‌های خود انجام می‌دهند که می‌تواند در قالب عملیات تجاری تولیدی، توزیعی و خدماتی باشد. (ستوده تهرانی، ۱۳۷۷، ص ۴۲)

اسرار تجاری، با وجود این که در قوانین مختلف مثل مقررات موسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی، قانون بازار اوراق بهادار یا برخی موافقت‌نامه‌های بین‌المللی به آن اشاره شده اما در هیچ کدام تعریفی از اسرار تجاری ارائه نشده است. تا این که در سال ۱۳۸۲ قانون تجارت الکترونیکی در ماده‌ی ۶۵ به تعریف اسرار تجاری پرداخت (فرحناکیان، ۱۳۸۹، ص ۱۰۱۸). هرچند این تعریف مربوط به اسرار تجارت الکترونیکی است اما با توجه به معیارهایی که در قسمت اخیر ماده‌ی مذکور آمده، اسرار تجاری، مجموعه‌ای از اطلاعات سری و مخفی بنگاه تجاری است که ارزش اقتصادی داشته و برای عموم هم غیرقابل دسترس باشد بنابراین ارکان وجود اسرار تجاری عبارتند از: اولاً: اطلاعات و معلوماتی به صورت کتبی، صوتی، تصویری یا الکترونیکی باشد. ثانیاً: این اطلاعات برای بنگاه یا شخص دارنده‌ی آن مفید و با ارزش است ثالثاً: سری باشد، بر این اساس، اگر در بازار

۱۰-cultural secrets

۱۱-Professional Secrets



رقابت، سایر بنگاه‌ها، از آن با خبر باشند، چنین اطلاعاتی داخل در اسرار محسوب نمی‌شوند (کوهن، ۲۰۰۴، ص ۴۱) رابعاً: در دسترس عموم قرار نگرفته باشد و اشخاص دیگر، برای به دست آوردن آن، چاره‌ای جز، توسل به اقدامات غیرمجاز مثل فریب و جاسوسی نداشته باشند. خامساً: این اطلاعات برای خود بنگاه تجاری هم از اسرار تجاری محسوب شود و حفظ و راز پنداری آن را از وظایف خود بدانند و اقدامات موثری در جهت حفظ و حراست از این اسرار انجام دهد. (رهبری، ۱۳۹۷، ص ۳۵)

در اسناد بین‌المللی هم وقتی اسرار تجاری مطرح می‌شود منظور اطلاعات مخفی تجاری یک فعال تجاری است که دارای ارزش اقتصادی بوده، برای حفظ و راز ماندن آن تلاش شده، به آسانی هم قابل دسترسی نباشد. هم چنان که قانون یک نواخت اسرار تجاری<sup>۱</sup> آمریکا به موارد فوق اشاره دارد که شامل اسرار علمی، فنی و تجاری مثل فهرست مشتریان می‌شود یا در اتحادیه‌ی اروپا و موافقت‌نامه‌ی تریپس<sup>۲</sup> که در ارتباط با جنبه‌های تجاری حقوق آفرینش‌های فکری در سال ۱۹۹۴ تصویب شده است (رضائی، ۱۳۹۴، ص ۳۴) اسرار تجاری به لحاظ طبقه بندی اطلاعات در ردیف اطلاعات سرّی و ناشناخته و دارای ارزش تجاری، معرفی شده است همین طور در موافقت‌نامه‌ی نفتا<sup>۳</sup> یا موافقت‌نامه‌ی تجارت آزاد امریکای شمالی، راجع به اسرار تجاری بر همین ارکان سرّی، مخفی، غیرقابل دسترسی و حفاظت شده بودن آن‌ها، اشاره می‌شود در هر حال در عموم کشورها، اسرار تجاری، معلومات و دانسته‌های سرّی و با ارزش و مورد حفاظت بنگاه‌ها یا شرکت‌ها، تلقی می‌شود. (دین، ۲۰۰۰، ص ۷۱)

#### ۴- ممنوعیت کشف و افشای اسرار تجاری

##### ۴-۱- قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴

اسرار تجاری<sup>۴</sup>، در حمایت مقررات حقوق رقابت تمامی کشورها قرار دارد، این حمایت در واقع برای مراقبت و تداوم رقابت منصفانه در تجارت است، دست یافتن به این اسرار از روش‌های غیرقانونی و افشا و سوء استفاده از آن‌ها در همه‌ی نظام‌های حقوقی پیشرفته، جرم و مشمول مجازات است در حقوق ایران هم با همین هدف از حقوق اسرار تجاری اشخاص حمایت و برای افشای آن مجازات تعیین شده، هر چند این حمایت ناقص و به اصلاح بعدی نیازمند است. (داراب پور، ۱۳۹۸، ص ۳۵)

ممنوعیت غیرمجاز کسب، کشف یا افشای اطلاعات داخلی یا اسرار رقیبان تجاری علاوه بر بند ک ماده‌ی ۴۵ قانون اجرای اصل ۴۴ قانون اساسی که شرح آن گذشت، در قوانین دیگری هم مورد توجه قرار گرفته است.

##### ۴-۲- قانون تجارت الکترونیکی

در این قانون غیر از ماده‌ی ۶۲ که مجموعه‌ای از حقوق مالکیت‌های فکری در بستر مبادلات الکترونیکی از جمله حق اختراع، حق مولف، اسرار تجاری و موارد دیگر را، تحت حمایت قانون قرار داده، ماده‌ی ۶۴ صریحاً به حمایت از اسرار تجاری پرداخته است (سعید وزیری و سعید تفرشی، ۱۳۹۷، ص ۹۴) مجازات نقض و عدم رعایت ماده‌ی فوق، در ماده‌ی ۷۵ قانون،

۱۲-Uniform Trade secrets ACT

۱۳-TRIPS: Trade Related Aspects of Intellectual property Rights.

۱۴-(NAFTA)-North American free Trade Agreement.

۱۵-Trade secrets

پیش بینی شده است که متخلف به حبس از شش ماه تا دو سال و نیم و جزای نقدی معادل پنجاه میلیون ریال محکوم خواهد شد. طبیعی است افشای اسرار، در صورت تحقق شرایط خاص، می تواند موجب مسوولیت مدنی هم باشد. (السان، ۱۳۹۱، ص ۱۳۱)

### ۳-۴- قانون جرایم رایانه‌ای

مواد متعددی از این قانون در حفظ داده پیام‌ها و جلوگیری از شنود و افشای آن‌ها و مجازات افراد متخلف احکام خاصی دارد داده پیام<sup>۱</sup> بنابر بند الف ماده‌ی ۲ قانون تجارت الکترونیکی عبارت است از این که: «هر نمادی از واقعه، اطلاعات یا مفهوم است که با وسایل الکترونیکی، نوری و با فناوری های جدید اطلاعات، تولید، ارسال، دریافت، ذخیره یا پردازش می‌شود.» در این قانون به نوعی، از دو دسته داده‌ها، صحبت شده یکی داده‌های سری و دیگری سایر داده‌ها، مطابق تبصره‌ی یک ماده‌ی ۳، منظور از داده‌های سری، داده‌هایی است که افشای آن‌ها به امنیت کشور یا منافع ملی لطمه می‌زند، بدیهی است اگر در خصوص کشف، افشا و سرقت اسرار دولتی یا خصوصی مقررات کیفری متناسب و منطقی پیش بینی و تصویب شود در جلوگیری از جرم رایانه‌ای می‌تواند موثرتر باشد. (زیبر، ۱۳۸۳، ص ۱۰۸) اما سایر داده‌ها نیز مورد حمایت این قانون قرار گرفته و تخلف از آن جرم محسوب شده است. از جمله ماده‌ی ۱۷ که به مسوولیت کیفری متخلف اشاره دارد. امروزه با پیشرفت سریع و فوق العاده‌ی فناوری های اینترنتی، عملاً امکان ارتکاب جرم های متنوع و متعدد در فضای مجازی از قبیل تجاوز به حریم خصوصی افراد، افشای اسرار آن‌ها، جعل یا سرقت هویت افراد نسبت به گذشته، راحت تر و خیلی بیشتر شده است چون در فضای اینترنت موانع ارتکاب جرم، بسیار کمتر از فضای فیزیکی و واقعی است. (جوکز و همکاران، ۱۳۸۹، ص ۶۹) در سایر کشورها نیز، با افزایش فناوری و انواع گوشی موبایل، رقابت اینترنتی نسبت به سال های قبل از دو هزار میلادی، بسیار پیچیده و دشوار شده (پادزن، ۲۰۱۵، ص ۱۰۱) به تبع آن جرایم مربوط به آن مثل کشف اسرار و افشای آن فراوان مشاهده می‌شود.

### ۴-۴- ممنوعیت افشای اسرار در حقوق اسلام

در فقه نیز، به حفظ اسرار و خودداری از افشای آن بسیار تأکید شده است چون فاش کردن اسرار، موجب اذیت و اهانت در حق صاحب سر و لطمه به حیثیت و اعتبار آنها است در گفتار پیامبر اعظم و امامان معصوم، انسان‌ها از پرده دری و آشکار ساختن اسرار بر حذر داشته شده‌اند و این اقدام خیانت در امانت محسوب شده است (نراقی، ۱۳۶۱، ص ۴۱۶) به قول حافظ شیراز رازداری راه نجات می باشد:

به پیر میکده گفتم که چیست راه نجات بخواست جام می و گفت راز پوشیدن

از پیامبر اسلام نقل شده، سخنانی که بین شما مبادله می شود امانت است و اگر امانت و سر دیگری را بیان کنید خیانت محسوب خواهد شد، در مقابل، کتمان سر، از صفات پسندیده در روابط اجتماعی از جمله در تجارت و معاملات است (نراقی، بی تا، ص ۲۸۲)، کسی که از اسرار دیگری اطلاع دارد حق سخن گفتن از آن را نخواهد داشت مگر این که صاحب سر اذن داده باشد (کلینی، ۱۳۴۸، ص ۴۸۰)، در منابع فقهی هر چند بیشتر به مفهوم عام اسرار توجه شده، اما بدیهی است که ممنوعیت افشای اسرار شامل تمامی انواع آن از جمله اسرار تجاری هم می‌گردد.

**۵-۴- حقوق اروپا**

از نظر حقوق اروپا هم حمایت از اسرار تجاری و اعلام ممنوعیت کشف و افشای آن‌ها بسیار ضروری به نظر می‌رسد. هر چند در برخی موارد به طور صریح به آن اشاره نشده، اما در تمامی معاهدات مرتبط با تجارت آزاد و حقوق رقابت، هر گونه اقدام ضد رقابت منع شده است و بی تردید کشف و افشای اسرار تجاری بنگاه‌ها و شرکت‌های تجاری از مصادیق بارز رویه‌های ضد رقابت و تحقق انحصار تلقی می‌گردد. در عین حال حقوق داخلی کشورها نیز باید مقررات متناسب با اهمیت حفظ اسرار تجاری پیش‌بینی کنند. (میشل و همکاران، ۲۰۰۵، ص ۳۸۹) حمایت از اسرار تجاری علاوه بر تجارت کالاهای مادی، در مورد تجارت مربوط به حقوق مالکیت‌های فکری هم بیش از پیش مورد توجه قرار گرفته است به طوری که موافقت‌نامه‌ی تریپس راجع به مالکیت فکری، بر لزوم حمایت اسرار تجاری تأکید دارد. در معاهدات و موافقت‌نامه‌های دیگری هم که در این ارتباط تصویب شده از جمله معاهده‌ی جامعه‌ی اروپا<sup>۱</sup> و موافقت‌نامه‌ی نفتا<sup>۲</sup> بین آمریکا، کانادا و مکزیک برای سوء استفاده از اسرار تجاری در کنار مسئولیت مدنی، مسئولیت کیفری و مجازات حبس هم در نظر گرفته شده است. در واقع دست‌برد به اسرار تجاری، عملی ضد رقابت تلقی می‌شود. (کوهن و همکاران، ۱۹۹۸، ص ۱۴)

**۵- توافقی بر عدم افشای اسرار**

اشخاصی که در فعالیت‌های تجاری با هم رقابت یا همکاری می‌کنند ممکن است در جهت حفظ اسرار و جلوگیری از افشای آن‌ها، با یکدیگر به توافق‌هایی دست یابند. این قرارداد گاهی تحت عنوان قرارداد عدم رقابت<sup>۳</sup> است زمانی هم این توافق با عنوان قرارداد عدم ترغیب منعقد می‌شود به این معنا که یک طرف قرارداد متعهد می‌شود، مشتریان طرف دیگر را، به خرید محصولات خود یا موسسات دیگر ترغیب و تشویق نکند. اما گاهی هدف اصلی و مستقیم قرارداد جلوگیری از اظهار و اعلام اسرار است که با عنوان قرارداد راز داری یا قرارداد عدم افشا،<sup>۴</sup> صورت می‌گیرد که شخص در مقابل طرف دیگر قرارداد منعقد می‌شود که اسرار تجاری او را حفظ و از این اسرار به نفع خود یا دیگری سوء استفاده نکند در غیر این صورت به دلیل تخلف از قرارداد در مقابل طرف دیگر مسوولیت قراردادی خواهد داشت. (السان، ۱۳۹۱، ص ۱۳۱) مخصوصاً در قراردادهای انتقال فناوری این امر برای انتقال دهنده بسیار مهم و حیاتی است به همین دلیل انتقال گیرنده متعهد است به، اولاً= عدم افشا و انتشار اسرار، ثانیاً = خودداری از انتقال آن به اشخاص دیگر، ثالثاً = استفاده از فناوری انتقال یافته در حدود قرارداد، البته انتشار و افشای اطلاعات، زمانی تخلف از قرارداد محسوب می‌شود که محرمانه و سری بودن آن‌ها در قرارداد به نوعی تصریح شده باشد (ماندگار، ۱۳۹۶، ص ۳۴۶)

در قراردادهای انتقال فن آوری این تعهد از جانب انتقال گیرنده در مقابل انتقال دهنده است در موارد زیادی هم این تعهد برای مشاوران و کارگران یک کارفرما ایجاد می‌شود. (بلاک، ۱۹۸۳، ص ۷۷۶) تا از اسراری که در طول مدت همکاری با کارفرما به دست آورده‌اند مراقبت و محافظت کنند.

---

۱۷-Ec Treaty

۱۸-NAFTA

۱۹-Non competition agreement.

۲۰-Nondisclosure agreement

## ۶- مبادله‌ی اطلاعات<sup>۱</sup>

در خصوص اطلاعات و اسرار تجاری بنگاه‌ها و شرکت‌ها، نوع دیگری از توافق ممکن است انجام شود که براساس آن طرفین به دلخواه اسرار خود را، در اختیار هم دیگر قرار می‌دهند و به عبارتی این اسرار را مبادله و به نوعی معامله می‌کنند (وکیلی مقدم ۱۳۸۹، ۱۸۳) در اینجا صحبت از عدم افشای اسرار در مقابل یکدیگر و سوء استفاده از آن نیست بلکه بهره برداری از اطلاعات یکدیگر در جهت کسب سود بالا و کنترل بر بازار، کارایی بیشتر و رسیدن به یک موقعیت برتر در میان سایر رقباست. وقتی دو یا چند بنگاه یا شرکت تجاری، اسرار تجاری و اطلاعات مختلف مربوط به میزان تولید یا عرضه، ساخت و قیمت‌ها را در اختیار یکدیگر قرار می‌دهند در واقع از موقعیت‌های خود سوء استفاده می‌کنند و موجب ضرر سایر رقبای می‌شوند و با این اقدام، قدرت سایر بنگاه‌ها را تضعیف کرده، رقابت عادلانه را مختل می‌سازند. (داراب پور، ۱۳۹۸، ص ۱۱۰) در بازار رقابت هر فعال تجاری، باید بتواند مستقل و آزادانه، سیاست‌های رقابتی خود را با ملاحظه‌ی وضعیت بازار و میزان عرضه و تقاضا، تعیین نماید، سلب این آزادی و از طرفی تبعیض بین رقبای تجاری در بهره‌مندی از اطلاعات، از مصادیق اخلال در رقابت تلقی می‌گردد.

در عین حال، مبادله اطلاعات، ذاتاً یک عمل ضد رقابتی نیست اما اگر برای رسیدن به اهداف فوق باشد که در نهایت زمینه‌های انحصار، کاهش رقابت یا حذف رقبای تجاری را فراهم آورد ضد رقابت و ممنوع خواهد بود. در همین مبادله‌ی اطلاعات هم که توافقی بین دو یا چند شرکت یا بنگاه تجاری است طرفین باید با حسن نیت رفتار نمایند. به عبارتی طرفین بنابر اوضاع و احوال ناشی از چنین توافقی، تعهد راز داری را برعهده گرفته‌اند. (دین، ۲۰۰۲، ص ۱۶۶)

## ۷- ضمانت اجرا

در قانون اجرای اصل ۴۴ قانون اساسی، برای رعایت مقررات رقابت سالم و جلوگیری از اقدامات مخرب رقابت و موجد انحصار، ضمانت اجرای متعدد قراردادی، مدنی و کیفری در موادی مثل ۶۱، ۶۲، ۷۵، ۷۹، ۸۱ پیش بینی شده است. در جهت تحقق اهداف قانون، در ماده‌ی ۵۳، شورای رقابت با ساختار، وظایف و اختیارات خاص تاسیس، تشکیل و وظیفه‌ی تشخیص ضد رقابتی بودن اقدامات بنگاه‌ها، بر عهده‌ی این شورا گذاشته شده است. براین اساس:

برابر ماده‌ی ۶۱ ضمانت‌های اجرایی مثل: دستور به فسخ هر نوع توافق ضد رقابتی، دستور به توقف رویه‌های مخل رقابت، تعلیق یا ابطال ادغام‌ها، استرداد درآمدهای اضافه که از طریق اعمال ضد رقابت به دست آمده، تعیین جریمه و موارد دیگر در نظر گرفته شده است و شورا پس از احراز ضد رقابتی بودن اقدام بنگاه تجاری می‌تواند یک یا چند مورد از موارد فوق را انتخاب و برای بنگاه متخلف تصمیم بگیرد.

مطابق ماده‌ی ۶۶، اشخاص حقیقی و حقوقی خسارت دیده می‌توانند با رعایت شرایطی با تقدیم دادخواست به دادگاه صالح، جبران خسارت را درخواست نمایند.

همین طور، ماده‌ی ۷۵، انتشار و افشای اطلاعات داخلی شرکت‌ها و بنگاه‌ها، سوء استفاده، و بهره برداری از این اطلاعات به نفع خود یا اشخاص دیگر را، جرم می‌داند و مرتکب را مشمول مجازات حبس تعزیری از شش ماه تا دو سال یا جزای نقدی

از چهل میلیون ریال تا چهار صد میلیون ریال یا هر دو مجازات و نیز جبران خسارت ناشی از افشا یا انتشار اطلاعات می شناسد.

بلاخره ماده‌ی ۸۱، اعلام می‌کند که: «چنان چه در خصوص جرائم مذکور در این فصل، مجازات‌های سنگین‌تری در قوانین دیگر پیش بینی شده باشد، مجازات سنگین‌تر اعمال خواهد شد».

#### ۸- نتیجه‌گیری و پیشنهاد

فقه اسلام و مقررات حقوق رقابت و قواعد اخلاق ایجاب می‌کند که هیچ یک از شرکت‌ها و موسسات تجاری با توسل به راه‌های نامشروع و با فریب و نیرنگ قصد حذف رقیب و کاهش قدرت رقابت او را نداشته باشند. مثلاً با تحریک کارکنان شرکت رقیب، در معاملات آن شرکت دخالت نکنند و موجب اختلال در فعالیت او نگردند. همین طور با نفوذ در بنگاه رقیب به اطلاعات و اسرار آن دست‌برد نزنند و از این اسرار در جهت تضعیف و آشکار کردن سیاست‌های رقابتی مخفی و سری شرکت رقیب سوء استفاده نکنند. در این راستا پیشنهادهایی به شرح زیر به نظر می‌رسد:

در مقررات مربوط به موارد دخالت در امور داخلی رقیب تجاری باید از اجمال، ابهام و کلی‌گویی پرهیز شود و با الهام از معاهدات اتحادیه‌ی اروپا موارد دخالت و سوء استفاده از موقعیت‌ها علیه شرکت رقیب صریح و روشن بیان گردد. اصولاً عبارات کلی و مبهم در متن مواد نه تنها در عمل به حل مساله کمکی نمی‌کند، بلکه موجب برداشت‌های متفاوت و سوء استفاده‌ی اشخاص متخلف در رقابت تجاری می‌گردد.

در ایران به دلیل حاکمیت اقتصاد دولتی در خیلی از زمینه‌های تجاری عملاً رقابت و بازار رقابتی به معنای کامل و صحیح آن وجود ندارد. بنابراین دولت باید با کنار کشیدن از صحنه‌ی رقابت تجاری، زمینه‌ی فعالیت بخش خصوصی و رقابت تجاری را فراهم نماید و در این صورت با تصویب مقررات کارآمد و اجرای کامل قوانین موجود مرتبط با رقابت تجاری می‌توان ساختاری نظام‌مند برای فعالیت‌های تجاری طراحی کرد.

در قوانین و مقررات متعدد راجع به حقوق رقابت از جمله قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی با وجود این که به اطلاعات و اسرار بنگاه‌ها و شرکت‌ها اشاره شده، اما اسرار تجاری تعریف نشده و فقط قانون تجارت الکترونیکی در ماده‌ی ۶۵، اسرار تجاری الکترونیکی را تعریف کرده است، در حالی که اهمیت این اسرار و امکان سوء استفاده‌های زیادی که می‌تواند از طریق دست‌برد و افشای آن‌ها صورت گیرد، ایجاب می‌کند قانون‌گذار نسبت به آن اهمیت خاصی بدهد.

برخلاف خیلی از کشورهای دنیا در نظام حقوقی ایران قانون خاصی تحت عنوان قانون رقابت یا جلوگیری از انحصار وجود ندارد و مقررات مربوط به آن در متن قوانین دیگری مثل اجرای اصل ۴۴ به طور ناقص مطرح شده است، در حالی که برای تقویت جایگاه رقابت صحیح و سالم و جلوگیری از اقدامات ضد رقابتی وجود قوانین خاص کارآمد و کارشناسی شده بیش از گذشته ضروری و مورد نیاز است.

## فهرست منابع

## منابع فارسی

- اسدی، عباس و همکاران، (۱۳۹۶)، حقوق مخاطبان مطبوعات، چاپ اول، تهران: آثار فکر
- السان، مصطفی، (۱۳۹۱)، حقوق تجارت الکترونیکی، چاپ اول، تهران: انتشارات سمت
- بخت جو، روح الله، (۱۳۹۸)، حمایت حقوقی از اسرار تجاری، چاپ اول، تهران: انتشارات مجد
- برزی، ودود، (۱۳۹۸)، آفات گفتار، چاپ سوم، تبریز: انتشارات آیدین
- بوشهری، جعفر، (۱۳۷۶)، مسایل حقوق اساسی، چاپ اول، تهران: نشر دادگستر
- جعفری لنگرودی، دکتر محمدجعفر، (۱۳۸۸)، مبسوط در ترمینولوژی حقوق، جلد اول، چاپ چهارم، تهران: گنج دانش
- جوکز، پونی و همکاران، (۱۳۸۹)، جرم و اینترنت، مترجم رسول نجار، چاپ اول، تهران: انتشارات دانشگاه علوم انتظامی
- چین، آرویند، کی، (۱۳۸۶)، اقتصاد سیاسی فساد، مترجم: علی بختیاری زاده، چاپ اول، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی
- حسن پور، محمد مهدی، (۱۳۹۵)، حقوق رقابت و قرارداد مجوز بهره برداری، چاپ اول، تهران: انتشارات مجد
- حسینی، مینا، (۱۳۹۶)، حقوق رقابت، چاپ اول، تهران: انتشارات مجد
- حقیقت جو، مهدی، (۱۳۹۸)، حقوق رقابت و توسعه خارجی شرکت های تجاری، چاپ دوم، تهران: میزان
- حلی، محقق ابوالقاسم، (۱۳۶۸)، شرایع الاسلام، مترجمین: ابوالقاسم یزدی و محمدتقی دانش پژوه، جلد اول، چاپ اول، تهران: انتشارات دانشگاه تهران
- خالقیان، جواد، (۱۳۸۱)، قوانین حقوقی، چاپ اول، تهران: نشر مهاجر
- داراب پور، مهرباب و همکاران، (۱۳۹۸)، اصول و مبانی حقوق تجارت بین الملل، جلد پنجم، چاپ دوم، تهران: گنج دانش
- دهخدا، علامه علی اکبر (۱۳۷۳)، دوره چهارده جلدی، چاپ اول، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- دیوان غزلیات حافظ (۱۳۶۶)، به کوشش خلیل خطیب رهبر، چاپ چهارم، تهران: انتشارات صفی علی شاه
- رشوند بوکانی، مهدی، (۱۳۹۰)، حقوق رقابت، چاپ اول، تهران: دانشگاه امام صادق (ع)
- رضایی، محمدتقی، (۱۳۹۴)، نظام حقوقی سازمان جهانی تجارت، چاپ دوم، تهران: میزان
- رهبری، ابراهیم، (۱۳۹۷)، حقوق اسرار تجاری، چاپ چهارم، تهران: انتشارات سمت
- رهبری، ابراهیم و همکاران، (۱۳۹۸)، حقوق رقابت در عرصه مالکیت های فکری، جلد دوم، چاپ اول، تهران: سمت
- زیبر، اولریش، (۱۳۸۳)، جرایم رایانه‌ای، مترجم: محمدعلی نوری و همکاران، چاپ اول، تهران: گنج دانش
- ستوده تهرانی، حسن، (۱۳۷۷)، حقوق تجارت، جلد اول، چاپ چهارم، تهران: نشر دادگستر
- سعید وزیری، خدایار و سیدتفرشی‌ها، سحر، (۱۳۹۷)، حقوق استارت آپ‌ها، چاپ دوم، تهران: انتشارات خرسندی
- سلیمی، فضا، (۱۳۹۸)، حقوق رقابت و مسوولیت مدنی ناشی از نقض قواعد آن، چاپ اول، تهران: مجد.
- علاء الدینی، امیرعباس، (۱۳۹۱)، حقوق رقابت، چاپ اول، تهران: انتشارات مجد
- غزالی، ابوحامد محمد، (۱۳۷۳)، احیای علوم الدین، مترجم، محمد خوارزمی، جلد دوم، چاپ دوم، تهران: انتشارات علمی و فرهنگی

علمی، زهرا و صیادزاده، علی، (۱۳۸۷)، فساد، دولت، درجه باز بودن اقتصاد، تهران: مجله اطلاعات سیاسی و اقتصادی  
 فغاری فارسانی، بهنام، (۱۳۹۸)، حقوق رقابت، چاپ دوم، تهران: میزان  
 فاخری، مهدی، راه کارهای الحاق ایران به سازمان جهانی تجارت، (۱۳۸۶) چاپ اول، تهران: نشر ثالث  
 فرحناکیان، فرشید، (۱۳۸۹)، قانون تجارت در نظم حقوقی کنونی، چاپ سوم، تهران: نشر میزان  
 قاسمی حامد، عباس، (۱۳۸۵)، جزوه درسی حقوق خصوصی اقتصادی (۱)، تهران: دانشگاه شهید بهشت  
 کاتوزیان، دکتر ناصر، (۱۳۸۸)، فلسفه حقوق، جلد اول، چاپ پنجم، تهران: شرکت سهامی انتشار  
 کلینی، محمد، (۱۳۴۸)، اصول کافی، مترجم: سیدهاشم رسولی، جلد چهارم، چاپ اول، تهران: دفتر نشر فرهنگ  
 ماندگار، مصطفی، (۱۳۹۶)، انتقال فناوری، چاپ دوم، تهران: شهر دانش  
 مرکز پژوهش‌های مجلس، (۱۳۸۵)، بررسی لایحه مقررات تسهیل کننده رقابت، چاپ اول، تهران: دبیرخانه مجلس  
 مک کوایل، دنیس، (۱۳۸۲)، در آمدی بر نظریه ارتباطات جمعی، مترجم: پرویز اجلالی، چاپ اول، تهران: مرکز مطالعات  
 و تحقیقات رسانه ها

مهدی زاده، سید محمد، (۱۳۹۸)، حقوق مخاطب در تبلیغات رسانه، چاپ اول، تهران: مجد  
 میرجلیلی، سیدحسین، (۱۳۸۳)، قانون رقابت و سیاست رقابتی در ایران، چاپ اول، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی  
 ۳۹- میرمحمدصادقی، حسین، (۱۳۸۹)، جرایم علیه اشخاص، چاپ پنجم، تهران: نشر میزان  
 ناصحی، علی، (۱۳۹۸)، مبانی حقوقی و فقهی رقابت، چاپ دوم، تهران: انتشارات مجد  
 نراقی، احمد، (۱۳۶۱)، معراج السعاده، چاپ دوم، تهران: انتشارات رشیدی  
 وکیلی مقدم، محمد حسین، (۱۳۸۹)، توافقات ضد رقابت تجاری، چاپ اول، تهران: انتشارات کتاب همگان  
 ولیدی، محمد صالح، (۱۳۶۹)، حقوق جزای اختصاصی، جلد دوم، چاپ اول، تهران: امیرکبیر  
 هریسون، جفری، (۱۳۹۸)، مختصری بر حقوق و اقتصاد، مترجم: وحیدنصیری، چاپ اول، تهران: مجد

#### منابع عربی

انصاری، شیخ مرتضی، (۱۳۷۴)، المکاسب، جلد سوم، چاپ دوم، قم: انتشارات دهقانی.  
 حر عاملی، محمد، (۱۴۱۴)، وسایل الشیعه، جلد ششم، چاپ دوم، بیروت، موسسه الاعلمی  
 الحسینی المراغی، السید میر عبدالفتاح، (۱۴۲۹ق)، العناوین، جلد اول و دوم، چاپ سوم، قم: نشر اسلامی.  
 حلّی، علامه حسن بن یوسف، (۱۴۲۰ق)، تذکره الفقهاء، جلد سیزدهم، چاپ اول، قم: موسسه آل البيت  
 الخویی، سید ابی القاسم، (۱۴۲۸ق) منهاج الصالحین، جلد سوم، چاپ ششم، قم: مدرسه امام باقر  
 الطوسی، شیخ محمد، (۱۴۱۵ق)، کتاب الخلاف، جلد سوم، چاپ دوم، نجف: نشر اسلامی  
 عاملی، زین الدین (شهید ثانی)، (۱۳۷۷)، تحریر الروضه فی شرح اللمعه، چاپ دوم، تهران: انتشارات سمت.  
 النجفی، شیخ محمد حسن، (۱۳۸۵)، جواهر الکلام، جلد ۳۷، چاپ پنجم، تهران: دارالکتب الاسلامیه.  
 النراقی، احمد بن محمد، (۱۴۱۸ق) مستند الشیعه، جلد ۱۴، چاپ اول، مشهد: آل البيت.  
 النراقی، محمد مهدی، (بی تا)، جامع السعادات، جلد دوم، چاپ چهارم، نجف، جامعه الدینیه

## منابع انگلیسی

- Bael.V(۲۰۰۹), Competition Law of the European Community, ۵<sup>th</sup> Ed, Wolters Kluwer , London , partll.
- Black.M,A,(۱۹۸۳), Black's Law Dictionary-۱۵<sup>th</sup> Ed : west Publishing CO, American
- Broder, D, (۲۰۱۰), Antitrust Law and Enforcement, ۱<sup>th</sup> Ed, Oxford university press, London.
- Cohen,J,(۲۰۰۴), Trade Secrets Protection and Exploitation, ۲<sup>th</sup> Ed, BNA Books, U.S.A.
- Dean R, (۲۰۰۲), The Law of Trade secrets and Personal secret, ۱<sup>th</sup> Ed, Law Book co , Australia
- Furse.M, (۲۰۰۸), competition Law of the EU and UK, ۶<sup>th</sup> Ed , England, Oxford university.-Herbert,N, (۱۹۹۹), freedom of Information Right to Know, ۱<sup>th</sup> Ed, Greenwood press, USA
- Jones, C, (۱۹۹۹), Private Enforcement of Antitrust Law in the Eu , UK and USA, ۱<sup>th</sup> Ed, Oxford university Press, New York.
- MacLean. R,(۱۹۹۴), European community Law, ۶<sup>th</sup> Ed , HL T press
- Michael,J and Robert, H, (۲۰۰۵), the Regulation of International Trade, ۱<sup>th</sup> Ed, Routledge, England
- podszun.R,(۲۰۱۵), competition Law in the Digital Economy , ۱<sup>th</sup> Ed, springer, London
- Rhode.L,(۲۰۰۰), Lawyers Roles and Responsibilities and Regulation, ۱<sup>th</sup> Ed, Oxford University Press, England.
- Richard ,w,(۱۹۸۹), competition Law, ۲<sup>th</sup> Ed, Butterworths, London,
- sauter ,w,(۲۰۱۵), public services in Eu Law, ۱<sup>th</sup> Ed , cambridge , London
- Savin ,A, (۲۰۱۳), Eu Internet Law, ۱<sup>th</sup> Ed, Fsc, England
- surbLyte. G, (۲۰۱۵), competition on the Internet ۱<sup>th</sup> Ed, springer, London
- Steger.D-۲۰۰۸-Transparency in the WTO - Oxford, England
- Whish.R.and others, (۲۰۱۲), competition Law, ۵<sup>th</sup> Ed, oxford publishing, England.



**Abstract:**

In the free market, for business competition, many institutions, companies and firms are present and operate on equal terms and each of them, according to their choice, facilities and position, is engaged in specific activities and transactions in a specific territory. Every business operator has a competitive policy and specific programs and goals. Healthy, fair and free competition requires that none of the companies or firms interfere in the internal affairs and transactions of their competitors and refrain from infiltrating the firm, such as obtaining information, discovering secrets and disclosing them. And do not use this interference and influence as a means of abuse against the opponent. Competition law in general countries in this regard provides a number of obligations for all actors in the field of commercial competition and prevents companies and enterprises from violating in this field by imposing special executive guarantees. Interfering in the transactions of commercial competitors and obtaining unauthorized information and access to their trade secrets also in terms of many negative effects that have on fair and healthy competition and can eliminate commercial competitors and eventually establish a monopoly in the market, it also reduces the quality of goods, increases their prices and, in fact, to the detriment of consumers, it is necessary to analyze, review and criticize in particular in terms of the concept and types of secrets and types of interference, as well as the rules governing it in the law of Iran and law of Islam and European union.

**Keywords :** competition Law of Iran , trade secrets, interference in transactions, law of Islam , European Union.

