

الحماية المدنية والتعويض عن الضرر في القانون العراقي

خولة لفتة عبود

جامعة قم الحكومية/ قسم القانون الخاص

الدكتور مصطفى فاطمي نيا

اختصاص القانون الخاص والملكية الفكرية/ جامعة قم الحكومية

Civil Protection and Compensation for Damages in Iraqi Law

Khawla Lafteh Aboud

Qom State University/Department of Private Law

Khawlalefta43345@gmail.com

Dr. Mostafa Fateminia

Specialization in Private Law and Intellectual Property/Qom State

University

m.fateminia@qom.ac.ir

الخلاص

يتناول هذا البحث موضوع الحماية المدنية والتعويض عن الضرر في القانون العراقي بوصفه أحد أهم مظاهر حماية الحقوق الخاصة وضمان جبر الأضرار التي تصيب الأفراد نتيجة الاعتداء أو الإهمال أو الخطأ. وتقوم الحماية المدنية على تمكين المتضرر من اللجوء إلى القضاء للمطالبة بحقوقه والحصول على التعويض العادل، بما يحقق التوازن بين مصالح الأفراد ويعزز الاستقرار القانوني في المجتمع. ويركز البحث على مفهوم الحماية المدنية وأساسها القانوني في التشريعات العراقية، ولا سيما أحكام القانون المدني العراقي، حيث يُعدّ التعويض الوسيلة الرئيسية لجبر الضرر سواء كان مادياً أو معنوياً. كما يبيّن أركان المسؤولية المدنية المتمثلة بالخطأ والضرر وعلاقة السببية، باعتبارها شروطاً أساسية للحكم بالتعويض. ويتناول البحث أنواع التعويض في القانون العراقي، سواء كان تعويضاً نقدياً أو عينياً، والسلطة التقديرية للقاضي في تحديد مقداره بما يتناسب مع حجم الضرر وظروف كل حالة. كما يسلط الضوء على دور القضاء في تحقيق العدالة من خلال تطبيق قواعد المسؤولية المدنية، وحماية المتضررين من التعسف أو الإضرار غير المشروع. **الكلمات المفتاحية:** الحماية المدنية، التعويض، الضرر، القانون العراقي

Abstract

This research addresses the topic of civil protection and compensation for damages in Iraqi law as one of the most important aspects of protecting private rights and ensuring redress for damages suffered by individuals as a result of assault, negligence, or error. Civil protection is based on enabling the injured party to resort to the judiciary to claim their rights and obtain fair compensation, thus achieving a balance between the interests of individuals and strengthening legal stability in society. The research focuses on the concept of civil protection and its legal basis in Iraqi legislation, particularly the provisions of the Iraqi Civil Code, where compensation is considered the primary means of redressing damages, whether material or moral. It also clarifies the elements of civil liability, namely fault, damage, and causation, as essential conditions for awarding compensation. This research examines the types of compensation in Iraqi law, whether monetary or in kind, and the judge's discretionary power in determining its amount in proportion to the extent of the damage and the circumstances of each case. It also highlights the role of the judiciary in achieving justice through the application of civil liability rules and the protection of victims from abuse or unlawful harm.

Keywords: Protection, Civil, Compensation, Damage, Iraqi Law

تبرز العلامات التجارية كأحد أهم الأصول غير الملموسة التي تحظى بحماية قانونية متخصصة نظراً لدورها الرئيس في تمييز المنتجات والخدمات وبناء السمعة التجارية وخلق القيمة المضافة للمشاريع، وتأتي الحماية المدنية للعلامات التجارية كركن أساسي لضمان استقرار المعاملات التجارية وحماية جمهور المستهلكين من اللبس والخط وتحقيق العدالة بين الأطراف المتعاملة في إطار النظام القانوني العراقي وخاصةً في ظل ما شهدته الأسواق التجارية من حالات الاعتداء على العلامات التجارية في إطار المنافسة غير المشروعة التي تلحق الضرر بالمتنافسين. أدرك المشرع العراقي ضرورة مواكبة التشريعات المقارنة التي سبقته بفترة طويلة في سن القوانين الناظمة لاستخدام العلامات التجارية، والسير في تشجيع المنافسة المشروعة في مختلف المشاريع سواءً كانت تجارية أو صناعية أو غيرها، وتجريم من يقوم بالمنافسة غير المشروعة، وخاصةً بعد الانفتاح على الأسواق العالمية الذي حصل ما بعد عام ٢٠٠٣ وتحول الاقتصاد الوطني العراقي من اقتصاد موجه إلى اقتصاد مفتوح، وعليه فقد قمنا بتقسيم هذا البحث إلى مطلبين كما يلي: **المطلب الأول:** المنافسة غير المشروعة في العلامة التجارية وموقف المشرع العراقي منها. **المطلب الثاني:** مفهوم العلامة التجارية ودعوى المنافسة غير المشروعة في القانون العراقي.

المطلب الأول: المنافسة غير المشروعة في العلامة التجارية وموقف المشرع العراقي منها:

سنتناول ضمن هذا المطلب مفهوم المنافسة غير المشروعة في العلامة التجارية من خلال فرعين حيث خصصنا الفرع الأول للتعريف بالمنافسة غير المشروعة، أما الفرع الثاني فسنتناول فيه موقف المشرع العراقي من المنافسة غير المشروعة.

الفرع الأول: مفهوم المنافسة غير المشروعة:

إن لكل تاجر الحق في اتباع الوسائل الناجحة لجذب عملائه وتشجيعهم على الاستمرار في شراء منتجاته وذلك وفقاً لمبدأ حرية التجارة وحرية المنافسة بين التجار حتى ولو أدى ذلك إلى الإضرار بغيره من التجار، غير أن هذه الحرية محدّدة بأن تكون المنافسة مشروعة، فعندما تكون الأساليب والوسائل التي يتبعها المنافس بهدف الحصول على عملاء الغير غير مشروعة وتتنافى مع مبادئ الشرف والنزاهة والعرف التجاري تكون حينها المنافسة غير مشروعة^(١). سنقوم بتوضيح معنى المنافسة والمنافسة غير المشروعة لغوياً، وفي الاقتصاد، والقانون الوضعي وذلك كما يلي: أ- معنى المنافسة لغوياً: يُقال (نفس) الشيء أي صار مرغوباً، و(النفيس) أي المال الكثير، و(نفس عليه الشيء نفاسة) أي لم يره أهلاً له و(نافس) في الشيء (منافسة) إذا رغب فيه على وجه المباراة^(٢)، وتعني المنافسة في التجارة السبق إلى المال والربح الكثير الذي يراه المتنافسون من المنتجين أو التجار من حقهم وليس لغيرهم حق فيه، والتنافس يكون من دون إلحاق الضرر بالآخرين.

ب- معنى المنافسة في الاقتصاد: المزاحمة هي المعنى الأقرب للمنافسة في مجال الاقتصاد، وذلك لأن المؤسسات والشركات تتزاحم فيما بينها من أجل الوصول إلى أعلى درجات الأرباح، ولهذا السبب نجد أن أسعار السلع أو الخدمات المقدّمة قد تنخفض نتيجة لحالة التنافس بين الشركات التي تقدّم السلعة ذاتها، أما عندما يتزاحم الكثير من المستهلكين على التنافس في شراء السلع لشركة ما فإن ذلك يؤدي إلى ارتفاع أسعار هذه السلع. إن المنافسة بحد ذاتها ليست أمراً مرفوضاً في القانون أو الشرع، بل إنها أمر مرغوب فيه وينسجم مع طبيعة الأعمال التجارية وتُحفّز على الإبداع والابتكار وتساعد على ازدهار المشاريع، ولم يتوقّف المختصون بالجانب الاقتصادي عند تعريف مُحدّد للمنافسة، فمنهم من يرى أن المنافسة هي شكل من أشكال المزاحمة بين عدد معين من المنتجين والتجار فيما بينهم ممن يختصون بمنتج أو سلعة مماثلة، وذلك في سعيهم للوصول إلى أكبر عدد ممكن من المستهلكين، ويرى آخرون أن المنافسة هي عبارة عن الصراع الذي يولد بين أصحاب المصانع والتجار مع المستهلكين بهدف اجتذاب أكبر عدد من جمهور المستهلكين لشراء السلع والمنتجات التي يُرَوِّجون لها^(٣)، وتُعرّف المنافسة في الحقل الاقتصادي أيضاً بأنها: "مجموعة من العلاقات بين الفاعلين الاقتصاديين، والناجمة عن رغبتهم في تقديم أفضل سعر للمستهلك، وبالتالي ضمان أفضل مكانة في السوق"، وتجدر الإشارة إلى أن ظاهرة المنافسة مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بحرية المستهلك في الاختيار، إذ تُعدّ المنافسة أهم قوة توازن في اقتصاد السوق^(٤).

ج- معنى المنافسة في القانون: المنافسة في القانون بالنسبة للأعمال التجارية أو ضمن أعمال المال والخدمات أو غيرها من المجالات تعني المنافسة التي يقوم بها المنتج أو التاجر عن طريق أساليب تؤدي إلى إلحاق الضرر بالمنتجين أو التجار الذين يمارسون العمل نفسه، مُحققين عن طريق هذه الأساليب أرباحاً كبيرة من خلال طرائق حرّمها الشرع وجرمها القانون، ويمكن أن تُعرّف أيضاً على أنها الطريقة التي يلجأ إليها المنتجون والتجار باستخدامهم وسائل غير شريفة يرفضها الشرع وتتنافى مع الأعراف التجارية والنصوص القانونية بغية كسب أكبر عدد ممكن من المستهلكين^(٥). يُقصد بالمنافسة غير المشروعة القيام بأعمال تُخالف القانون والعادات، أو استعمال طرائق تتعارض مع مبادئ الأمانة والشرف في المعاملات بهدف إحداث اللبس بين منشأتين تجاريتين، أو خلق اضطراب في إحداها عن طريق صرف العملاء عنها وجذبهم للمنشأة الثانية^(٦).

ويُقصد بها أيضاً تلك المنافسة التي تتم عن طريق أعمال تخالف أعراف المهنة والقواعد القانونية الحاكمة لها، وهكذا فإن أساليب المنافسة التي لا تخرج عن الإطار السليم وفقاً للقانون والأعراف التجارية تُعدّ منافسة مشروعة^(٧) إنَّ أساس التمييز بين ما يُعدّ منافسةً غير مشروعة وما يُعدّ منافسةً مشروعةً يكمن بأصل المنافسة بالدرجة الأولى والأساليب المُتَّبعة في المنافسة حيث أنَّ الأصل في المنافسة هو الإباحة والجواز طالما كانت الأساليب والوسائل المُتَّبعة بممارسة التجارة مشروعة، ولكن عندما تتخطى هذه الوسائل الحدود المشروعة تتحول إلى منافسة غير مشروعة وهي تكون كذلك متى ما انحرفت عن قواعد الاستقامة وحسن التعامل المألوف في الوسط التجاري ويكون ذلك كله بهدف جذب عملاء الآخرين، في حين نجد أنَّ المنافسة تمتنع في حالة المنافسة الممنوعة بغض النظر عن الأساليب المُتَّبعة لممارسة العمل التجاري سواءً كانت مشروعة أو غير مشروعة، فليس هناك قيود مُحددة لحرية المنافسة يمكن العمل ضمن إطارها بل أنَّ هذه القيود لهذه الحرية معدومة وممنوعة أصلاً سواءً أكان المنع بمقتضى نص في القانون أو بمقتضى اتفاق الطرفين^(٨) قد يلحق الضرر بالمنافس في بعض الأعمال من غير وجود تحقق قصد التعدي، حيث لم يقصد المنتج أو التاجر أن يلحق الضرر بالمنافسين معه من جراء العمل الذي قام به، لكون عمله نتج عن خطأ لم يتوقع حدوثه أو عن إهمال غير مقصود مع عدم توفّر قصد التعدي، غير أنَّ بعض الفقهاء اعتبروا هذا الأمر من الأعمال التي تُصنّف في مجال المنافسة غير المشروعة، ولم يقف الفقهاء عموماً عند تعريف مُحدّد للمنافسة غير المشروعة، وهو أمر طبيعي لكون الفقيه يأتي بالتعريف من الزاوية التي يرى فيها وقوع المنافسة غير المشروعة ليقوم بتحديد التعريف المناسب لها، ولكن مهما تعددت تعاريف المنافسة غير المشروعة فإنَّ هناك إجماعاً بين الفقهاء على كون جميع الأعمال التي تنبذها الأعراف التجارية وتُحرّمها التشريعات السماوية ويُجرّمها القانون تنطوي تحت بند المنافسة غير المشروعة^(٩).

الفرع الثاني: موقف المشرع العراقي من المنافسة غير المشروعة:

لا يمكن أن يُترك بشكل متاح للتجار والمنتجين القيام بكافة الممارسات والنشاطات التجارية في ظل التنافس التجاري، ولهذا السبب تطأ الأمر وضع قواعد لتنظيم المنافسة وتكوين النظام القانوني الذي يحكم الممارسات والنشاطات التجارية بين الأطراف المتنافسة ويمنع وقوع الأعمال التي تُلحق الضرر بالآخرين، ولكون المنافسة غير مشروعة هي نتاج الاقتصاد الحر فإننا لم نجد هذا النوع من المنافسة في العراق ما قبل عام ٢٠٠٣ وذلك لأنَّ الاقتصاد العراقي كان موجّهاً ويُحدّد لكل مشروع الدور المُحدّد له في تنفيذ الخطط الاقتصادية، ولهذا السبب فإنّه لا يوجد في قانون التجارة العراقي رقم ٣٠ لسنة ١٩٨٤ المعدّل أي إشارة تذكر مفهوم المنافسة غير المشروعة حيث ترك الأمر للقضاء العراقي والفقه في تحديد الممارسات والأعمال التي تنطوي تحت مظلة المنافسة غير المشروعة، وبما أنَّ مهمّة وضع التعريفات تكون من صلب اختصاص القضاء والفقه فإننا نؤيّد ما ذهب اليه المشرع العراقي من عدم تدخله في وضع هكذا تعريفات لأنَّ الحياة الاقتصادية عموماً والأعمال التجارية على وجه الخصوص تشهد تطوراً مُتسارعاً، ولذلك فقد يكون التعريف أو المصطلح الذي يُحدده المشرع العراقي للمنافسة غير المشروعة يجعل منها مفهوماً جامداً، كما أنَّ المشرع العراقي لم يُنظّم قانوناً خاصاً به حيث قام بترك موضوع المنافسة غير المشروعة للقواعد العامة في المسؤولية المدنية^(١٠) لم يضع قانون التجارة السابق رقم ٦٠ لسنة ١٩٤٣ الملغي تعريفاً للمنافسة غير المشروعة على الرغم من انه تناول في المواد ٦٢-٧٠ صور المنافسة غير المشروعة وأحكامها وأضرارها والجزاء المترتبة عليها، أما قانون التجارة السابق رقم ١٤٩ لسنة ١٩٧٠ الملغي فقد نظّم أحكام المنافسة غير المشروعة في المادتين ٩٨ و٩٩ منه حيث بيّن في المادة ٩٨ مفهوم المنافسة غير المشروعة ونصّ بأنّها: "كلّ فعل يخالف العادات والأصول الشريفة المرعية في المعاملات التجارية"، أما قانون التجارة النافذ رقم ٣٠ لسنة ١٩٨٤ فإنّه لم يُشر أبداً للمنافسة غير المشروعة. قام المشرع العراقي لاحقاً وبعد الانفتاح على الأسواق العالمية ما بعد عام ٢٠٠٣ وتحول الاقتصاد العراقي من الاقتصاد المفتوح والذي باتت المنافسة غير المشروعة موجودةً بتشريع قانون المنافسة ومنع الاحتكار رقم ١٤ لسنة ٢٠١٠ ويهدف هذا القانون إلى تنظيم المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية الضارة التي يقوم بها المنتجين أو التجار وغيرهم، وقد جاء في الفقرة الأولى من المادة الأولى منه تعريف المنافسة على أنّها: "الجهود المبذولة في سبيل التفوق الاقتصادي"، وذلك لأغراض القانون وبيان مصطلحاته، وحسناً فعل المشرع بعدم تعريفه المنافسة غير المشروعة، لأنَّ وضع التعاريف من اختصاص الفقه والقضاء وليس من اختصاص المشرع^(١١) على الرغم من مساندة المشرع العراقي لما شهدته الساحة التجارية من تطورات ملحوظة وتشريعه لقانون المنافسة ومنع الاحتكار وسبقها بإصدار قانون حماية المستهلك رقم ١ لسنة ٢٠١٠ إلا أنّه انتقد بسبب عدم قيامه بتشريع قانون خاص لتنظيم ممارسات وأعمال المنافسة غير المشروعة حيث أنَّ هذين القانونين لا يكفيان لسد الفراغ الذي أحدثه المشرع العراقي حين قام بإلغاء الباب السادس من القانون التجاري العراقي رقم ١٤٩ لسنة ١٩٧٠ الذي جاء فيه في المادة ٩٨ وما يليها تنظيمياً مُفصلاً لأعمال المنافسة غير المشروعة، حيث تضمّنت هذه المواد تعريفاً واضحاً لهذه الممارسات ووسائل فعالة لمواجهةها، وقد أدّى هذا الإلغاء دون استبدال التنظيم بمكافئ حديث وشامل إلى خلق فراغ تشريعي، فلم يعد هناك نص صريح يجرّم أفعالاً مثل التقليد المخادع للسلع أو

الخدمات، أو التشهير بالمنتجات المنافسة، أو استخدام وسائل احتيالية للحصول على أسرار تجارية، مما يخلق ثغرات كبيرة في حماية المنافسين والأسواق. وفي ختام هذا المطلب يمكننا القول أن المشرع العراقي وعلى الرغم من تأخر تشريعاته الناظمة لحقوق الملكية الفكرية، قد سعى إلى وضع إطار قانوني لحماية العلامات التجارية من أفعال المنافسة غير المشروعة، وقد تجلّى هذا السعي بشكل خاص من خلال نصوص صريحة في قانون المنافسة ومنع الاحتكار رقم ١٤ لسنة ٢٠١٠، وسعى من خلال هذه التشريعات إلى تحقيق توازن بين حرية الممارسة التجارية وحماية المنافسة المشروعة في السوق، ويبقى موقف المشرع العراقي في حاجة إلى تعزيز عملي من خلال تحديث النصوص القانونية، ورفع كفاءة الجهات التنفيذية والقضائية، وزيادة الوعي المجتمعي بأهمية حماية الملكية الفكرية.

المطلب الثاني: مفهوم العلامة التجارية ودعوى المنافسة غير المشروعة في القانون العراقي:

عرّف القانون العراقي العلامة التجارية بموجب قانون العلامات التجارية رقم ٢١ لسنة ١٩٥٧ المعدّل، حيث تنصّ المادة الثانية على أن: "العلامة التجارية هي كل إشارة ظاهرة تُستعمل لتمييز مُنتجات شخص من مُنتجات غيره، وتشمل على الخصوص: الأسماء والكلمات والحروف والأرقام والرسوم والرموز والختم والأختام والصور والنقوش والعلامات البارزة وأي إشارة أخرى تكون قابلة للإدراك بالنظر"^(١٢). تتميز العلامة التجارية في التشريع العراقي بطابعها المرن والشامل، فهي تشمل كل إشارة ظاهرة قابلة للإدراك البصري وتقوم بوظيفة التمييز بين المنتجات أو الخدمات، مما يُحقّق الغاية الأساسية من حماية العلامة وهي منع اللبس في أذهان المستهلكين وحماية سمعة المنتجين^(١٣). إن الحق في العلامة التجارية هو حق ملكية يخول صاحبه من منع الآخرين من انتهاك هذا الحق، وفي هذا السياق فإنّ دعوى المنافسة غير المشروعة هي الوسيلة القانونية لحماية حق مالك العلامة التجارية من المنافسة غير المشروعة، وتُقرّر التعويض عن الضرر الذي يصيبه بسبب تقليد العلامة أو تزويرها^(١٤)، وعليه فقد قُمنّا بتقسيم هذا المطلب إلى ثلاثة فروع حيث سيتناول الفرع الأول طبيعة دعوى المنافسة غير المشروعة، والفرع الثاني شروط المنافسة غير المشروعة، أما الفرع الثالث فسيتناول الجزاءات المترتبة على انتهاك العلامات التجارية في القانون العراقي.

الفرع الأول: طبيعة دعوى المنافسة غير المشروعة:

اختلفت الآراء في الفقه حول تحديد الطبيعة القانونية لدعوى المنافسة غير المشروعة، فالبعض يرى أنّها دعوى مسؤولية تقصيرية، بينما يرى البعض الآخر أنّها دعوى مسؤولية عقدية.

أولاً: باعتبارها دعوى مسؤولية تقصيرية: عرّف جانب من فقه القانون المدني المسؤولية التقصيرية بأنها: "التزام الشخص بتعويض الضرر الناشئ عن فعله الشخصي أو عن فعل من هم تحت رعايته أو رقابته من الأشخاص أو الأتباع أو تحت سيطرته الفعلية من الحيوان أو البناء أو الأشياء غير الحية في الحدود التي يرسمها القانون"^(١٥)، فالمسؤولية التقصيرية تنشأ عند كل إخلال بالتزام يفرضه القانون، وعلى هذا الأساس فإنّ الأفعال التي تُعدّ ممارستها خارجة عن الحدود التي يرسمها القانون تُعدّ منافسة غير مشروعة تنشأ عنها دعوى أساسها المسؤولية التقصيرية. ثانياً: باعتبارها دعوى مسؤولية عقدية: تتحقّق المسؤولية العقدية كلّما كان هناك إخلال بالتزام مصدره العقد، فإذا أنشأ العقد التزاماً بدمّة المتعاقد وأخلّ بتنفيذ هذا الالتزام نشأت مسؤوليته العقدية^(١٦)، ودعوى المنافسة غير المشروعة من الممكن أن تأخذ هذا الوصف والتكييف فيكون أساسها مسؤولية عقدية، ذلك متى ما سلّمنا أنّ التجار يجوز لهم تضمين عقودهم اتفاقات تنصّ على الامتناع عن المنافسة، وذلك لأنّه إلى جانب الحماية القانونية للتجار من هذه المنافسة توجد الحماية الاتفاقية، ومن أمثلتها اتفاق التوزيع الحصري (اتفاق الوكيل الحصري) والذي يقضي بالتزام المنتج أن لا يبيع إلاّ لمشتري معيّن أو بالعكس^(١٧). وعليه فإنّنا نرى أنّ الأصل في دعوى المنافسة غير المشروعة قيامها على أساس المسؤولية التقصيرية، غير أنّ هذا لا يمنع من قيامها على أساس المسؤولية العقدية إذا كانت الأعمال غير المشروعة تمثل إخلالاً بالتزام مصدره العقد.

الفرع الثاني: شروط المنافسة غير المشروعة:

أ- **الخطأ**: يُعرّف الخطأ في المسؤولية التقصيرية بأنّه إخلال بواجب يصدر عن إدراك، ويُحلّل الخطأ إلى عنصرين الأول موضوعي وهو الإخلال بواجب قانوني، والثاني شخصي الإدراك والتمييز، على أنّ للخطأ في دعوى المنافسة غير المشروعة معنى خاص يختلف عن معناها في دعوى المسؤولية عن العمل غير المشروع، فالخطأ في دعوى المنافسة غير المشروعة يستوجب وجود منافسة بين شخصين وأن يقوم أحدهما بارتكاب خطأ في هذه المنافسة، على أنّ الخطأ في دعوى المنافسة لا يُشترط به أن يصدر عن عمد وتقصير، فسواء كان سبب الخطأ سوء النية وقصد الإضرار بالغير أو كان نتيجة إهمال وعدم دراية بحقيقة نشاط المنافس فإنّه تنشأ عنه دعوى المنافسة غير المشروعة^(١٨)، وللخطأ أشكال مختلفة يُترك تقديرها لقاضي الموضوع رغم أنّ التعدي كعمل مادي يصدر من شخص يُعدّ من مسائل الواقع إلاّ أنّ وصفه القانوني وفيما إذا كان مكوناً لركن الخطأ لأنّه انحراف عن سلوك الشخص العادي يُعدّ من مسائل القانون. يتحقّق الركن المعنوي (الخطأ) في دعوى المنافسة غير المشروعة للعلامات

التجارية، بارتكاب فعل من الأفعال التي يحظرها القانون صراحةً، أو القيام بسلوك يخالف الأصول والقواعد المرعية المتعارف عليها في الوسط التجاري، والمعيار الجوهرى في تحديد مفهوم الخطأ في هذا الإطار، هو مدى اتقاق الفعل أو السلوك مع قواعد المروءة والشرف والنزاهة التي استقر عليها العرف في مجال التجارة. ويجب التنويه إلى أن هذا المعيار لا يستمد أحكامه من المبادئ الأخلاقية المجردة فحسب، إذ أن بعض أعمال المنافسة وإن كانت قد لا تتوافق مع هذه المبادئ الأخلاقية بحذافيرها، تظل مشروعة قانوناً ولا يمكن اعتبارها خطأً موجّهاً لدعوى المنافسة غير المشروعة، ما دامت لا تنتهك القواعد القانونية أو الأعراف التجارية المستقرة^(٩)، وباختصار فإن ركن الخطأ في دعوى المنافسة غير المشروعة ينقسم إلى عنصرين أساسيين مترابكين، الأول وجود فعل منافسة من الأساس، والثاني أن تتوافر في هذا الفعل صفة عدم المشروعية وذلك بأن يخرج عن الإطار الذي رسمه القانون والأعراف التجارية المقبولة. بما أن مفهوم التعدي في أفعال المنافسة غير المشروعة يختلف عن مفهوم الخطأ في المسؤولية المدنية غير التعاقدية عن الفعل غير المشروع إذ أن الخطأ في المسؤولية المدنية يكون أساسه الإخلال بالتزام يفرضه القانون، أما في حال إخلال التاجر بالأعراف والتقاليد التجارية التي لا يكون أساسها على التعامل وفق مبادئ الشرف والأمانة كالتاجر الذي يقوم بتزوير أو تقليد علامة تجارية مستعملة أو مسجلة سابقاً فيكون قام بفعل الخطأ من جراء قيام فعل التعدي على حق صاحب العلامة التجارية، ومن قام بفعل التعدي على العلامة التجارية وتم إصدار الحكم ببراءته لعدم ثبوت القصد الجرمي في التعدي، فإن هذه البراءة لا تمنع صاحب الحق في العلامة التجارية بالمطالبة بالتعويض بشكل يتناسب والضرر الذي لحق به من جراء ذلك التعدي متى ما اتضح للمحكمة أن المتهم لم يتخذ الحيطة والحذر بتصرفاته، والقانون المدني العراقي عندما جعل فعل التعدي على الآخرين موجب للضرر لذا فإن دعوى المنافسة غير المشروعة يمكن إقامتها بمجرد وقوع فعل التعدي مادام تحقق التعدي الذي ينتج ضرراً^(١٠).

ب- الضرر: يشترط لتأسيس دعوى المنافسة غير المشروعة في مجال العلامات التجارية توافر ركن الضرر، وينجسد مفهوم الضرر في هذا الإطار بالأضرار الفعلية أو المحتملة التي تلحق بالمتضرر نتيجة الممارسات غير المشروعة، سواء أكانت مادية أو معنوية، ولا يقتصر الضرر على مجرد الخسارة المباشرة فحسب، بل يمتد ليشمل الانتقاص من الحصّة السوقية، أو تقويت فرص تجارية مؤكدة، أو الإخلال بسمعة المنتج أو الخدمة المعروضة تحت العلامة التجارية المحمية، ومن الصور العملية لهذا الضرر ما ينتج عن الأفعال غير المشروعة من انصراف العملاء عن المنشأة المتضررة، أو إحداث اضطراب في سير المحل التجاري المنافس، أو التشويه المتعمد لسمعة الغير في السوق، وينبغي التأكيد هنا على أن تحقق الضرر الفوري ليس شرطاً لازماً لإقامة الدعوى، إذ يكفي أن يثبت المدعي أن الضرر واقع لا محالة في المستقبل، بشرط أن يكون هذا الضرر المحتمل نتيجة طبيعية ومباشرة للفعل غير المشروع، وأن يكون هناك خطأ ثابت في جانب المعتدي ناشئ عن مخالفته للأعراف التجارية الشريفة أو النصوص القانونية النازمة للمنافسة وحماية العلامات التجارية^(١١). يقع عبء إثبات الضرر على التاجر الذي يطلب التعويض، ويُعد إثبات الضرر من الأمور الصعبة جداً بل وتكاد أن تكون مستحيلة في بعض القضايا، ويرجع ذلك إلى طبيعة عنصر الاتصال بالعملاء لأنه لا يوجد دليل قاطع بأن العملاء سوف يستمرون مع هذا التاجر لو لم يقع منه هذه الأعمال لذا يقدر القضاء التعويض جزافاً، أي أنه لا يمكن لأحد بأن يتصور أن العملاء كانوا سيستمرون في التعامل مع المحل التجاري لو لم تقع أعمال المنافسة غير المشروعة من قبل التاجر، وذلك لأن الاتصال بالعملاء لا يعني التزاماً يقع على عاتق عملاء المحل باستمرار التعامل معه، ولذلك فإن القضاء لا يُشدد في ذلك نتيجة صعوبة هذا الإثبات، ويجب أن يكون الضرر الذي يقع على عاتق التاجر مرتبط بالنشاط التجاري للتاجر كتزوير علامته التجارية أو ما شابه ذلك، أما الضرر الذي يصيب التاجر في حياته دون أن يؤثر على أعماله التجارية فلا يُعد ضرراً بسبب المنافسة غير المشروعة ولا يحق له أن يقوم بطلب التعويض عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة، وإنما يمكن له أن يقوم بطلب التعويض عن هذا الضرر وفقاً للقواعد العامة^(١٢).

ج- العلاقة السببية بين الخطأ والضرر: تقوم دعوى المنافسة غير المشروعة على ذات الأسس القانونية التي تُبنى عليها دعوى المسؤولية التقصيرية عن العمل غير المشروع، وبالتالي فإن الحكم بتعويض التاجر المتضرر يستوجب توافر العناصر التقليدية للمسؤولية ومن ضمنها العلاقة السببية بين الخطأ والضرر، وفي هذا الإطار يجب أن ينصب الضرر الذي لحق بالتاجر المدعي نتيجة مباشرة لخطأ ارتكبه تاجر آخر في سياق ممارسة أنشطة تجارية، على نحو يُعد خروجاً على أصول المنافسة المشروعة، أي أنه لا بدّ من توافر رابطة سببية واضحة وقوية بين ممارسات المنافسة غير المشروعة التي ينسبها المدعي إلى الخصم، وبين الأضرار التي يدعي وقوعها، كانصراف زبائنه أو التراجع الملحوظ في حجم مبيعاته^(١٣)، ويقع عبء إثبات هذه العلاقة السببية على عاتق المدعي، إذ يتعين عليه أن يُقدم الدليل القاطع على أن الأضرار التي يدعيها لم تكن لتحصل لولا الأفعال غير المشروعة التي ارتكبتها المدعى عليه، وفي المقابل فإن هذه العلاقة تنتفي، وبالتالي تنتفي المسؤولية، إذا ثبت أن الضرر الذي لحق بالتاجر يعود إلى أسباب أخرى مستقلة عن فعل المنافس، ومن ذلك أن يكون الانخفاض في المبيعات راجعاً إلى الرغبة الشخصية للمستهلكين في

عدم التعامل مع التاجر المُدعي، أو نتيجةً لسوء إدارته الداخلية أو تقصيره الشخصي في تقديم خدمة منافسة^(٢٤) يتبين لنا أنّ هذا المبدأ يجد تطبيقه الواضح في دعاوى انتهاك العلامة التجارية، حيث يتعين على صاحب العلامة المُسجلة إثبات أنّ الخط الذي أحدثه المنافس بين العلامات، أو الاستخدام غير المُصرح به لعلامته، هو السبب المباشر في تحويل عملائه أو الإضرار بسمعته التجارية، فإذا أقام الدليل مثلاً على أنّ انخفاض مبيعاته جاء متزامناً ومرتّباً على قيام منافسه باستخدام علامة مماثلة أو اسم تجاري مُضلل، فإنّ العلاقة السببية تتحقّق. يجوز للتاجر أو مُقدم الخدمة المُتضرّر عند توافر الشروط الثلاثة سالفة الذكر مقاضاة المنافس المسؤول والمطلوبة بالتعويض العادل، غير أنّ الطبيعة الخاصة لدعوى المنافسة غير المشروعة، وخصوصية الضرر الناتج، تجعل من إثبات العلاقة السببية بين الخطأ والضرر أمراً عسيراً في كثير من الأحيان، ولذلك تقوم مسؤولية مرتكب الفعل غير المشروع في حالات معينة - رغم عدم إثبات الرابط السببي - كحالات مواجهة أفعال المنافسة غير المشروعة لمجموعة من التجار في نشاط واحد، حيث يتعدّد تتبّع الضرر الذي لحق تاجراً بعينه، ومن أبرز الأمثلة على ذلك قيام تاجر بالإعلان الكاذب عن منتجاته كادعاء حصولها على شهادات جودة عالمية أو اتصافها بمواصفات غير حقيقية، ممّا يجذب العملاء ويُلحق ضرراً بالمنافسين في نفس السوق^(٢٥)، وفي هذا السياق فإنّ انتهاك العلامات التجارية يُعدّ صورةً من صور الخداع في المجال التجاري وشكلاً من أشكال المنافسة غير المشروعة التي قد تستوجب المسؤولية حتى مع صعوبة إثبات السببية بشكل مباشر، وبالتالي يمكن إقامة الدعوى في مثل هذه الحالات بالاستناد إلى عدم مشروعية الفعل ذاته، وما يترتب عليه من إخلال بمبادئ المنافسة النزيهة، دون اشتراط الإثبات القاطع للرابط السببي بين الفعل والضرر الفردي.

الفرع الثالث: الجزاءات المترتبة على انتهاك العلامات التجارية في القانون العراقي:

عندما تتحقّق الشروط الثلاثة للمنافسة غير المشروعة (الخطأ، الضرر، العلاقة السببية بين الخطأ والضرر) وجب على المحكمة المُختصة الحكم بالجزاء على صاحب الضرر، وعليه سنتناول في هذا الفرع الإجراءات التحفظية، والجزاءات المدنية (الإجراءات التحفظية، التعويض، المصادرة والإتلاف، نشر الحكم) والجزاءات الجنائية وذلك كما يلي:

أولاً: الإجراءات التحفظية:

تسمح التشريعات النازمة للعلامات التجارية لمالك العلامة المُسجلة، في إطار الدعوى المدنية الناشئة عن التعدي على حقّه، بالتقدّم إلى المحكمة المُختصة قبل صدور حكم نهائي في الدعوى، بطلب اتخاذ إجراءات تحفظية عاجلة، وتهدف هذه الإجراءات إلى وقف الانتهاك الحاصل على الفور، ومنع استمرار التعدي على العلامة التجارية، وذلك من خلال حجز التحفظي على البضائع محلّ الانتهاك، والحفاظ على الأدلة والقرائن المُتصلة بالواقعة^(٢٦). ويُعدّ الحجز التحفظي على العلامة التجارية تدبيراً وقائياً استحدثه المشرع تمكيناً لصاحب الحق من حماية مصلحته دون انتظار الفصل في أصل النزاع، وذلك بهدف تدارك الضرر قبل تفاقمه، ومن الآثار القانونية المترتبة على هذا الحجز قطع سريان النقادِم فيما يتعلّق بالدعوى الناشئة، وعدم نفاذ أي تصرف تالي يقع على البضائع المحجوزة، وفي ظلّ التطور التقني والتوسّع في نطاق التجارة الإلكترونية، يرى الفقه القانوني وجاهة تطبيق هذه التدابير التحفظية أيضاً في حالات الانتهاك الإلكتروني للعلامات التجارية، حيث يجوز في هذه الحالة التقدم بطلب لإلغاء اسم الموقع الإلكتروني الذي يُستخدم في التعامل بطريقة تدلّ على تقليد أو تزوير علامة تجارية مُسجلة أو مشهورة، أو طلب وقف استخدامه مؤقتاً، وذلك كإجراء تحفظي يستمرّ مفعوله إلى حين صدور حكم قضائي بات وفاضل في الدعوى^(٢٧).

ثانياً: الجزاءات المدنية:

أ- **التعويض:** يُعدّ التعويض من أبرز الجزاءات المدنية المترتبة على أفعال المنافسة غير المشروعة، وهو التزام يفرضه القضاء بدفع مبلغ مالي مقابل الضرر اللاحق بالغير نتيجة تلك الأفعال، وذلك بهدف محو ذلك الضرر أو التخفيف منه عند استحالة إزالته. يتمّ منح التعويض -الذي يأخذ غالباً صورة مالية- متى توافرت أركانه القانونية، وعلى المُتضرّر إثبات الضرر الواقع عليه، ويختلف تقدير قيمة التعويض تبعاً لطبيعة القيم التي تمّ الاعتداء عليها، والتي قد تكون قيماً مادية وهذه يسهل نسبياً تحديد قيمتها التعويضية أو قيماً معنوية (أدبية) كالسمعة التجارية وهذه يصعب ضبط قيمتها بشكل دقيق، أو أصولاً غير ملموسة كحقوق الملكية الفكرية ذات القيمة الجوهرية للمشروع، ويستند القضاء في تقديره للتعويض إلى مدى الضرر الفعلي المُثبت، مع وجوب قيام المُتضرّر باتخاذ ما يلزم للحفاظ على القرائن الدالة على ذلك الضرر وقيم الأصول المتأثرة⁽²⁸⁾. إنّ التعويض هو أبرز وسائل الحماية للعلامات التجارية وأساس هذا التعويض في القانون العراقي المتعلّق بالعلامة التجارية هو ما ورد من نصوص خاصة في قانون العلامات التجارية النافذ الذي قصر ذلك على العلامات المُسجلة، وهذا الأمر ينطوي على مُجافاة للعدالة بسبب تجاهله للعلامات غير المُسجلة، وكان الأجدر به أن يترك هذه المسألة للقواعد العامة في المسؤولية^(٢٩).

ب- المصادرة والإتلاف: تأمر المحكمة بوقف أعمال المنافسة غير المشروعة مثل أعمال تقليد العلامة التجارية أو أي أعمال تمت على حق من حقوق الملكية، وذلك بهدف منع التعدي على أصحاب الابتكارات الجديدة والعلامات والإشارات المميزة للسلع، وإجبار المتعدي على عدم الاستمرار فيه، ويكون ذلك بإتلاف المنتجات التي قد تحدث لبس لدى الجمهور مع المنتجات الحقيقية أو مصادرتها، أو إلزامه بإحداث تعديلات أو تغييرات عليها تمنع وقوع الغير في اللبس.

ج- نشر الحكم: يجوز للمحكمة أن تأمر على سبيل التعويض بنشر الحكم القاضي بإدانة المدعى عليه في الصحف على نفقة هذا الأخير، ويُعد هذا النشر تعويضاً غير نقدي عن الضرر الأدبي الذي لحق بالمدعي، كما أن الحكم بالمصروفات على المدعى عليه يمكن اعتبارها تعويضاً كافياً عن الضرر الأدبي وتعويضاً غير نقدي لأن الملحوظ فيه هو المعنى الذي يتضمّنه، غير أنه يلاحظ بأن نشر الحكم في الصحف قد يكون تعويضاً عينياً كما هو عند انتحال علامة الشخص التجارية إذ من شأن الحكم أن يحوّل الضرر وذلك بإزالة ما علق بأذهان الناس من التباس^(٣٠). والهدف الذي أراده المشرع من إجازة نشر الحكم الصادر في دعوى المنافسة غير المشروعة في الصحف أو غيرها من الوسائل هو لفت نظر العملاء إلى الأساليب غير المشروعة التي يتم استخدامها لإحداث الخلط واللبس في المجال التجاري، ويكون للمحكمة أن تأمر بنشر الحكم ولو لم يكن المتعدي قد لجأ إلى التأثير على العملاء عن طريق النشر، وتُحدّد المحكمة كيفية النشر سواء كان عن طريق الصحف أو الراديو أو حتى على الموقع الإلكتروني للشركة التي قامت بالتعدي^(٣١).

ثالثاً: الجزاءات الجنائية:

تُجرّم التشريعات الوطنية العراقية أفعال التعدي على العلامات التجارية المسجلة، وتفرض عقوبات جنائية رادعة، ويستند الإطار العقابي إلى قانون العلامات التجارية والبيانات رقم ٢١ لسنة ١٩٥٧ المعدل، إلى جانب قانون العقوبات العراقي رقم ١١١ لسنة ١٩٦٩ المعدل، الذي يُقدّم حماية عامة للأموال المنقولة ومنها الحقوق المعنوية كالعلامات التجارية. جاء في المادة ٣٥ من قانون العلامات والبيانات التجارية رقم ٨٠ لسنة ٢٠٠٤ ضمن الباب السادس (الجرائم والعقوبات) ما يلي: يُعاقب كل شخص يرتكب أي فعل من الأفعال الآتية بالحبس لمدة لا تقل عن سنة ولا تزيد عن خمس سنوات و بغرامة لا تقل عن (٥٠٠٠٠٠٠٠) دينار ولا تزيد على (١٠٠٠٠٠٠٠٠) دينار أو بإحدى العقوبتين:

- ١- كل من زور علامة تجارية مسجلة بصورة قانونية أو قلدها بطريقة يُراد من ها خداع الجمهور أو استعمل بسوء نية علامة تجارية أو مُقلّدة.
- ٢- كل من استعمل بطريقة غير قانونية علامة تجارية مسجلة مملوكة لجهة أخرى.
- ٣- كل من وضع بسوء نية علامة تجارية مسجلة مملوكة لجهة أخرى على منتجاته.
- ٤- كل من باع أو عرض للبيع أو التداول أو حاز بقصد البيع مُتعمداً منتجات تحمل علامة تجارية مُزوّرة أو مُقلّدة أو علامة تجارية موضوعة بصورة غير قانونية.
- ٥- كل من عرض عمداً تأدية خدمات بموجب التزوير أو التقليد أو باستعمال علامة بصورة غير مشروعة.

وللمحكمة في جميع الاحوال أن تأمر بمصادرة المنتجات المخالفة والبضائع وعنوان الشركة ووسائل التغليف والأوراق والبطاقات والملصقات وغيرها التي تحتوي العلامة محلّ التعدي وبيع وأرباح المنتجات وكذلك الأدوات المُستعملة في التعدي^(٣٢).

وهذا النص يُحدّد ركنين أساسيين للجريمة: الأول هو الفعل المادي المُتمثّل بالتزوير أو التقليد أو الوضع السيء، والثاني هو القصد الجنائي المُتمثّل بقصد التّضليل أو سوء النية. كما جاء في المادة ٣٧ من القانون ذاته: " لمالك العلامة في أي وقت حتى قبل أي دعوى مدنية أو جنائية أن يستحصل بناءً على طلب مشفوع ببينة دالة على تسجيل علامته أمراً من قاضي التحقيق أو المحكمة المُختصة للنظر في الجريمة وتحديد الأضرار واتخاذ الإجراءات الاحتياطية وعلى الأخصّ حجز الآلات والأدوات المستخدمة في ارتكاب الجريمة والمنتجات والبضائع واسم المحلّ والأغلفة والأوراق والبطاقات البيانية والملصقات وغيرها من الأشياء التي وضعت على ها العلامة محلّ التعدي، ويشمل ذلك مصادرة المنتجات والسلع واسم المحلّ ووسائل التغليف والأوراق والبطاقات البيانية والملصقات وغيرها المستوردة من الخارج"، ونلاحظ تميّز المادة ٣٧ بقوة إجرائية استثنائية، حيث تمنح مالك العلامة المسجلة حقّ التقدم بطلب لإصدار أوامر تحفظية سريعة قبل رفع أي دعوى قضائية، وهذا الإجراء الوقائي الفعّال يشمل حظر ومصادرة ليس فقط البضائع المُقلّدة، بل أيضاً الأدوات والمعدات المستخدمة في التعدي، وحتى المواد الترويجية والتغليف، بما في ذلك السلع المستوردة، مما يوفّر حماية شاملة وعاجلة للحقوق. ولا تنحصر الحماية في قانون العلامات التجارية وحده، بل تمتدّ لتشمل قانون العقوبات العراقي، فقد جاء في الفرع الثاني (الغش في المعاملات التجارية) من الفصل الثامن (الجرائم المتعلقة بالتجارة) وتحديدًا في المادة ٤٦٧ ما يلي: "يُعاقب بالحبس مدة لا تزيد على سنتين وبغرامة لا تزيد على مائتي دينار أو بإحدى هاتين العقوبتين من غشّ متعاقدا معه في: حقيقة بضاعة أو طبيعتها

أو صفاتها الجوهرية أو العناصر الداخلة في تركيبها أو نوع البضاعة أو مصدرها في الأحوال التي يُعتبر فيها ذلك سبباً أساسياً في التعاقد^(٣٣)، ويتّضح لدينا أنه يمكن تصنيف هذه المادة ضمن المنظومة القانونية الخاصة بحماية العلامات التجارية، ولكن بصفتها أداة ردعية تكميلية وليست أداة رئيسية، فهي مفيدة في الملاحقة الجزائية لمرتكبي غشّ العلامات التجارية في إطار المعاملات التجارية الفردية، وتسدّ ثغرة في حالات مُحدّدة إذ أنّها تعالج الجانب الجزائي من التعدي (التزوير/التقليد) عندما يرتبط بعقد بيع، لكنّها لا تُوفّر الحماية المدنية الشاملة (كطلب التعويضات الكبيرة أو منع الاستخدام) التي يوفّرها قانون العلامات التجارية لصاحب الحق. يتّضح لدينا ممّا تقدّم أنّ المشرع العراقي قد أرسى نظاماً قانونياً متكاملًا لحماية العلامات التجارية، يجمع بين الوسائل المدنية والجنائية، فمن خلال الإجراءات التحفظية السريعة، يوفّر حماية عاجلة تمنع تفاقم الاعتداء وتحفظ الأدلّة، وعلى صعيد الحماية المدنية فإنّه يضمن تعويضاً عادلاً لمالك العلامة يعيد له التوازن المالي والمعنوي، مدعوماً بجزاءات ماديّة فعّالة كالمصادرة ونشر الحكم التي لها أبعاد ردعية وتوعوية، كما أنّ المشرع، إدراكاً منه لجسامة الاعتداء على العلامات التجارية وما تمثله من قيمة اقتصادية واعتبارية، قد عزّز هذه الحماية بجزاءات جنائية رادعة في قانون العلامات التجارية ذاته، مع الاحتياط بفتح الباب أمام تطبيق نصوص قانون العقوبات العامة عند الاقتضاء، مما يعكس نظرة شاملة تُجرّم الفعل وتستهدف الفاعل.

الخاتمة

وفي ختام هذا البحث الذي تناول موضوع الحماية المدنية والتعويض عن الضرر في القانون العراقي، يتضح أن المشرع العراقي قد أولى اهتماماً ملحوظاً بحماية الحقوق الفردية من خلال إقرار مبدأ التعويض كوسيلة أساسية لجبر الضرر وتحقيق العدالة. إذ يقوم نظام المسؤولية المدنية على مبدأ مفاده أن كل ضرر يُصيب الغير يوجب التعويض، متى توافرت أركانه القانونية من خطأ وضرر وعلاقة سببية. كما بيّن البحث أن التعويض في القانون العراقي لا يقتصر على الضرر المادي فحسب، بل يمتد ليشمل الضرر الأدبي، بما يعكس تطوراً تشريعياً ينسجم مع متطلبات العدالة والإنصاف. ومع ذلك، فإن التطبيق العملي للنصوص القانونية قد يواجه بعض الإشكالات، سواء على مستوى تقدير التعويض أو في إثبات الضرر، الأمر الذي يستدعي دوراً فاعلاً للقضاء في تحقيق التوازن بين مصلحة المضرور وعدم إرهاق المسؤول. وعليه، فإن تعزيز الحماية المدنية يقتضي مراجعة بعض النصوص القانونية وتطويرها بما يتلاءم مع المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية، فضلاً عن توحيد الاجتهاد القضائي وتكريس المبادئ التي تضمن تعويضاً عادلاً وفعالاً. وبذلك يساهم نظام التعويض عن الضرر في القانون العراقي في ترسيخ سيادة القانون وحماية الحقوق وتحقيق الاستقرار في المعاملات القانونية.

المصادر

أولاً: الكتب

١. أمجد الدين الفيروز أبادي الشيرازي. مختار الصحاح، دار الكتب العلمية، بيروت.
٢. باسم محمد صالح. القانون التجاري، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، بغداد، ١٩٨٠، ص ١٦٦.
٣. حافظ محمد إبراهيم. القانون التجاري العراقي. الطبعة الأولى، الشركة الإسلامية للطباعة والنشر المحدودة، بغداد، بدون سنة طبع .
٤. زينة غانم عبد الجبار الصفار. المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية، الطبعة الأولى، دار ومكتبة حامد للتوزيع والنشر، عمان، ٢٠٠٠، ص ١٠٦.
٥. سعدون العامري. تعويض الضرر في المسؤولية التصريحية. مكتبة السنهوري، بدون طبعة، بغداد، ١٩٨١.
٦. سميحة القليوبي. الوسيط في شرح القانون التجاري المصري، ج ١، دار النهضة العربية، ٢٠١٠، ص ٦٠٩.
٧. صبري حمد خاطر. تفريد قواعد تريس في قوانين الملكية الفكرية. دار الكتب القانونية، مصر، ٢٠١٢.
٨. عادل علي مقداد. القانون التجاري، الجزء الأول، دار الثقافة ودار العلمية الدولية، الطبعة الأولى، عمان، ٢٠٠٣.
٩. عبد المجيد الحكيم وعبد الباقي البكري ومحمد طه البشير. الوجيز في نظرية الالتزام في القانون المدني العراقي، الجزء الأول، ١٩٨٠.
١٠. عزيز العكيلي. الوسيط في شرح القانون التجاري. الجزء الأول، الطبعة الأولى، دار الثقافة، عمان - الأردن، ٢٠٠٨، ص ٢٢٩.
١١. غازي فيصل مهدي. الوسيط في قانون العلامات التجارية العراقي. دار الكتب للطباعة والنشر، بغداد، ٢٠٠٩.
١٢. محمد مصطفى عبد الصادق. النظام القانوني للتاجر في ضوء التشريعات العربية. دار الفكر والقانون، المنصورة، ٢٠١٥.
١٣. محمود مختار بربري. قانون المعاملات التجارية، الجزء الأول، (الأعمال التجارية ، التاجر ، الأموال التجارية)، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٠.

ثانياً: المجلات

١. أحمد عبد الحسين كاظم الياسري وحسن ضعيف حمود المعموري. الحماية القانونية من المنافسة غير المشروعة- دراسة في القانون العراقي. مجلة المحقق الحلي للعلوم القانونية والسياسية، العدد (٣)، السنة الثانية عشر، ٢٠٢٠.
٢. أشرف وفا محمد. المنافسة غير المشروعة في القانون الدولي الخاص. مجلة القانون والاقتصاد، كلية الحقوق، جامعة القاهرة، العدد (٧٢)، ٢٠٠٢.
٣. شوقي ناصر علوان ومحمد علي صاحب حسن. الحماية المدنية لتداخل الموقع الالكتروني مع العلامة التجارية. مجلة العلوم القانونية والسياسية، جامعة ديالى، المجلد (١٣)، العدد (٢)، ٢٠٢٤.
٤. صادق زغير محيسن وسعود عويد عبد. الحماية المدنية والدولية للعلامة التجارية من المنافسة غير المشروعة. مجلة الكوفة للعلوم القانونية والانسانية، المجلد (١)، العدد (٢١)، ٢٠٢٥.
٥. مصطفى بختاروند ومشعان نوري زغير. شروط المنافسة غير المشروعة والجزاء المترتبة عليها. مجلة الجامعة العراقية، العدد (٥٨)، الجزء (٣)، ٢٠٢٣.
٦. ميثاق طالب الحساوي. الحقوق الناشئة عن العلامة التجارية ووسائل حمايتها. مجلة جامعة كربلاء العلمية، المجلد (١٥)، العدد الثاني /إنساني/، ٢٠١٧.
٧. هشام عبد الحسن هاشم ال دوشي. الحماية المدنية للعلامة التجارية من خلال دعوى المنافسة غير المشروعة وموقف المشرع العراقي منها. مجلة الجامعة العراقية، العدد (٥٨)، الجزء (٣)، ٢٠٢٣.

ثالثاً: القوانين

١. قانون العقوبات العراقي رقم ١١١ لسنة ١٩٦٩.
٢. قانون العلامات التجارية العراقي رقم (٢١) لسنة ١٩٥٧ المعدل.
٣. قانون العلامات والبيانات التجارية رقم ٢١ لسنة ١٩٥٧ المعدل بالقرار رقم ٨٠ لسنة ٢٠٠٤.

رابعاً: المصادر الأجنبية

1. Olesea plotnic., Ana ilana and Elena ciochena. Unfair competition - and influencing factors with an impact on consumer economic interests. Journal of Public Administration, Finance and Law, Special Issue 3/2017.

هوامش البحث

- (١) سميحة القليوبي. الوسيط في شرح القانون التجاري المصري، ج ١، دار النهضة العربية، ٢٠١٠، ص ٦٠٩.
- (٢) أمجد الدين الفيروز آبادي الشيرازي. مختار الصحاح، دار الكتب العلمية، بيروت.
- (٣) زينة غانم عبد الجبار الصفار. المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية، الطبعة الأولى، دار ومكتبة حامد للتوزيع والنشر، عمان، ٢٠٠٠، ص ١٠٦.
- (٢) Olesea plotnic., Ana ilana and Elena ciochena. Unfair competition – and influencing factors with an impact on consumer economic interests. Journal of Public Administration, Finance and Law, Special Issue 3/2017, pp113.
- (٥) هشام عبد الحسن هاشم ال دوشي. الحماية المدنية للعلامة التجارية من خلال دعوى المنافسة غير المشروعة وموقف المشرع العراقي منها. مجلة الجامعة العراقية، العدد (٥٨)، الجزء (٣)، ٢٠٢٣، ص ٦٧٩.
- (٦) باسم محمد صالح. القانون التجاري، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، بغداد، ١٩٨٠، ص ١٦٦.
- (٧) أحمد عبد الحسين كاظم الياسري وحسن ضعيف حمود المعموري. الحماية القانونية من المنافسة غير المشروعة- دراسة في القانون العراقي. مجلة المحقق الحلي للعلوم القانونية والسياسية، العدد (٣)، السنة الثانية عشر، ٢٠٢٠، ص ٣٢١.
- (٨) عزيز العكيلي. الوسيط في شرح القانون التجاري. الجزء الأول، الطبعة الأولى، دار الثقافة، عمان- الأردن، ٢٠٠٨، ص ٢٢٩.
- (٩) هشام عبد الحسن هاشم ال دوشي. مرجع سبق ذكره، ص ٦٧٩.

- (١٠) هشام عبد الحسن هاشم ال دوشي. مرجع سبق ذكره، ص ٦٨٠.
- (١١) أحمد عبد الحسين كاظم الياسري وحسن ضعيف حمود المعموري. مرجع سبق ذكره، ص ٣١٩.
- (١٢) المادة الثانية من قانون العلامات التجارية العراقي رقم (٢١) لسنة ١٩٥٧ المعدل.
- (١٣) غازي فيصل مهدي. الوسيط في قانون العلامات التجارية العراقي. دار الكتب للطباعة والنشر، بغداد، ٢٠٠٩، ص ٣٥-٤٠.
- (١٤) صادق زغير محيسن وسعود عويد عبد. الحماية المدنية والدولية للعلامة التجارية من المنافسة غير المشروعة. مجلة الكوفة للعلوم القانونية والانسانية، المجلد (١)، العدد (٢١)، ٢٠٢٥، ص ٤٧.
- (١٥) عبد المجيد الحكيم وعبد الباقي البكري ومحمد طه البشير. الوجيز في نظرية الالتزام في القانون المدني العراقي، الجزء الأول، ١٩٨٠، ص ١٦٠.
- (١٦) عبد المجيد الحكيم وعبد الباقي البكري ومحمد طه البشير. مرجع سبق ذكره، ص ١٦٤.
- (١٧) حافظ محمد إبراهيم. القانون التجاري العراقي. الطبعة الأولى، الشركة الإسلامية للطباعة والنشر المحدودة، بغداد، بدون سنة طبع، ص ١٦٨.
- (١٨) عزيز العكلي. مرجع سبق ذكره، ص ٢٣٥.
- (١٩) أحمد عبد الحسين كاظم الياسري وحسن ضعيف حمود المعموري. مرجع سبق ذكره، ص ٣٢٧.
- (٢٠) محمد مصطفى عبد الصادق. النظام القانوني للتاجر في ضوء التشريعات العربية. دار الفكر والقانون، المنصورة، ٢٠١٥، ص ١٦٣.
- (٢١) أشرف وفا محمد. المنافسة غير المشروعة في القانون الدولي الخاص. مجلة القانون والاقتصاد، كلية الحقوق، جامعة القاهرة، العدد (٧٢)، ٢٠٠٢، ص ١٥٩.
- (٢٢) محمود مختار بربري. قانون المعاملات التجارية، الجزء الأول، (الأعمال التجارية، التاجر، الأموال التجارية)، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٠، ص ١٧٠.
- (١) مصطفى بختاروند ومشعان نوري زغير. شروط المنافسة غير المشروعة والجزاء المترتبة عليها. مجلة الجامعة العراقية، العدد (٥٨)، الجزء (٣)، ٢٠٢٣، ص ٣٨٩.
- (٢٤) عادل علي مقداد. القانون التجاري، الجزء الأول، دار الثقافة ودار العلمية الدولية، الطبعة الأولى، عمان، ٢٠٠٣، ص ١٦٥.
- (٢٥) مصطفى بختاروند ومشعان نوري زغير. مرجع سبق ذكره، ص ٣٩٠.
- (٢٦) صبري حمد خاطر. تفريد قواعد تريس في قوانين الملكية الفكرية. دار الكتب القانونية، مصر، ٢٠١٢، ص ٨٧.
- (٢٧) شوقي ناصر علوان ومحمد علي صاحب حسن. الحماية المدنية لتداخل الموقع الالكتروني مع العلامة التجارية. مجلة العلوم القانونية والسياسية، جامعة ديالى، المجلد (١٣)، العدد (٢)، ٢٠٢٤، ص ٤٤٧.
- (28) مصطفى بختاروند ومشعان نوري زغير. مرجع سبق ذكره، ص ٣٩٠.
- (٢٩) ميثاق طالب الحساوي. الحقوق الناشئة عن العلامة التجارية ووسائل حمايتها. مجلة جامعة كربلاء العلمية، المجلد (١٥)، العدد الثاني /إنساني/، ٢٠١٧، ص ١٤٥.
- (٣٠) سعدون العامري. تعويض الضرر في المسؤولية التقصيرية. مكتبة السنهوري، بدون طبعة، بغداد، ١٩٨١، ص ١٥٢.
- (٣١) مصطفى بختاروند ومشعان نوري زغير. مرجع سبق ذكره، ص ٣٩١.
- (32) قانون العلامات والبيانات التجارية رقم ٢١ لسنة ١٩٥٧ المعدل بالقرار رقم ٨٠ لسنة ٢٠٠٤.
- (٣٣) قانون العقوبات العراقي رقم ١١١ لسنة ١٩٦٩.