

Legal Analysis of the Principles Governing Healthy Competition while Maintaining Religious Rules and Teachings

ARTICLE INFO

Article Type
Research Article

Authors

Fereshteh Riazi¹,
Mohammad Sadeghi^{2*},
Mansour Atasheneh³

How to cite this article

Fereshteh Riazi, Mohammad Sadeghi, Mansour Atasheneh, Legal Analysis of the Principles Governing Healthy Competition while Maintaining Religious Rules and Teachings, *Journal of Islamic Life Style Centeredon Health*, 2021:5(2): 118-127.

1. PhD Student, Department of Private Law, Qeshm Branch, Islamic Azad University, Qeshm, Iran.
2. Assistant Professor, Department of Law, Qeshm Branch, Islamic Azad University, Qeshm Iran / Assistant Professor of Economic Law, Hormoz Studies and Research Center (Hormoz Research Institute), Hormozgan University (Corresponding Author).
3. Associate Professor, Department of Law, Qeshm Branch, Islamic Azad University, Qeshm Iran / Assistant Professor Shahid Chamran University of Ahvaz.

* Correspondence:

Address:
Phone:
Email: mrs4272@yahoo.com

Article History

Received: 2021/04/04
Accepted: 2021/05/20
Published: 2021/09/22

ABSTRACT

Competition has very beneficial effects on the market and economic system. In order to properly govern competition in the market and economic system, special attention must be paid to its principles. The important question that this article seeks to answer is what are the principles governing competition law and what are the major challenges to these principles? These principles comprise two general principles. These two principles are the principle of prohibition against competition and the principle of the abuse of a superior economic position. These two principles face three major challenges in implementing the economic system. The three challenges are management challenge, organizational challenge and legal challenge. The purpose of this paper is first to provide a scientific and legal examination of the principles governing competition and, secondly, to provide a practical solution to removing the challenges and barriers to the application of competition principles to the market and economic system. This paper is a descriptive-analytical one and concludes that the implementation of competition in the economic system and the implementation of its principles can have a significant impact on the rapid growth and development of the national economy, but as long as the challenge is met. If its obstacles and obstacles are not overcome, this goal will not be achieved.

Keywords: Competition, Market, Economic System, Iran, Challenge

تحلیل حقوقی اصول حاکم بر رقابت سالم با حفظ

قواعد و آموزه های دینی

فرشته ریاضی^۱،

دانشجوی دکتری، گروه حقوق خصوصی، واحد قشم، دانشگاه آزاد اسلامی، قشم، ایران.

محمد صادقی^{۲*}،

استادیار، گروه حقوق، واحد قشم، دانشگاه آزاد اسلامی، قشم، ایران / استادیار حقوق اقتصادی، مرکز مطالعات و تحقیقات هرمز (پژوهشکده هرمز)، دانشگاه هرمزگان (نویسنده مسئول).

منصور عطاشنه^۳

استادیار، گروه حقوق، واحد قشم، دانشگاه آزاد اسلامی، قشم، ایران / استادیار، دانشگاه شهید چمران اهواز.

چکیده

رقابت آثار بسیار مفیدی در بازار و نظام اقتصادی دارد مشروط بر رعایت آموزه های اسلامی و رعایت حقوق دینی افراد و جلوگیری از تضییع حق. برای آنکه بتوان به درستی رقابت را در بازار و نظام اقتصادی حاکم نمود، می بایست به اصول اسلامی در عین رقابت سالم توجه ویژه داشت. پرسش مهمی که این مقاله به دنبال یافتن پاسخ آن می باشد، این است که اصول حاکم بر حقوق رقابت سالم چیست و چه قواعد و آموزه های دینی باید رعایت گردد؟ این اصول شامل دو اصل کلی می شوند. این دو اصل عبارتند از اصل ممنوعیت توافق مغایر با رقابت سالم با حفظ قواعد دینی و اصل ممنوعیت سو استفاده از موقعیت اقتصادی برتر که منجر به نقض قواعد دینی می گردد. این دو اصل برای اجرا شدن در سیستم اقتصادی با سه چالش عمده مواجهند. این سه چالش عبارتند از چالش مدیریتی، چالش سازمانی و چالش قانونی. هدف از انجام این مقاله ابتدا بررسی علمی و اسلامی حقوق حاکم بر رقابت سالم با حفظ قواعد دینی است و در گام دوم، ارائه راه حل عملی بر از میان برداشتن چالش ها و موانع اجرا شدن قواعد دینی در رقابت بر بازار و سیستم اقتصادی این مقاله با روش تحلیلی توصیفی انجام شده و در انتها به این نتیجه رسیده است که اجرا شدن رقابت در سیستم اقتصادی و پیاده سازی اصول آن تنها با حفظ قواعد و اصول دینی تضمین و می تواند تأثیر مهمی در رشد و توسعه سریع اقتصاد ملی و حفظ اخلاق و سلامت جامعه داشته باشد، لیکن تا زمانی که چالش ها و موانع آن مرتفع شود، این هدف به دست نخواهد آمد.

واژه های کلیدی: ایران، بازار، چالش، رقابت، نظام اقتصادی.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۱/۱۵

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۲/۳۰

*نویسنده مسئول: mrs4272@yahoo.com

مقدمه

در جهان امروز، روابط اشخاص آنقدر پیچیده و بعضاً مبهم شده است که تعریف چهارچوب دقیق و منظمی برای این روابط، امری دشوار می نماید. لیکن نمی توان این دشواری را دستمایه ای برای عدم انتظام در روابط بشری قرار داد. در هر صورت بشر برای انواع روابط خود می بایست چهارچوب و قواعد مشخصی داشته باشد؛ چه آنکه در غیر اینصورت، قانون جنگل بر جوامع بشری حاکم می شود. مبرهن است که در جنگل، موجودات قوی تر بر موجودات ضعیف تر مسلط شده و آنها را وسیله ای برای ادامه حیات خود قرار می دهند. بر همین اساس در جوامع بشری برای آنکه قوی ترها نتوانند ضعف را وسیله ای برای استمرار حیات خود قرار دهند، می بایست برای برقراری روابط، شبکه ای منسجم و منظم در نظر گرفته شود، که همه افراد بشر در سطحی برابر و به دور از تنش و زورگویی به حیات خود، ادامه دهند. این شبکه منظم روابط می بایست توسط وضع قوانین و مقررات مختلف، مدیریت شود، زیرا عدم مدیریت روابط توسط قوانین، عملاً سردرگمی و پیچیدگی های عدیده ای به دنبال خواهد داشت.

انسان ها گاه با یکدیگر روابط اجتماعی برقرار می کنند، گاه روابط فرهنگی و در مواردی روابط ورزشی یا انواع دیگری از روابط را میان خود حاکم می نمایند. در میان انواع روابط بین انسان ها روابط تجاری از مهمترین و البته حساس ترین روابطی است که انسان ها با یکدیگر برقرار می کنند. این نوع روابط بدان جهت از اهمیت و حساسیت برخوردار است که به نوعی می تواند استمرار حیات بشر را تضمین نماید. در روابط تجاری، تجار انواع مایحتاج انسان ها در تمامی نقاط زمین را تأمین می نمایند و این امر، نه تنها زندگی را برای انسان ها تسهیل می نماید بلکه وجود مقادیر قابل توجهی از منافع مادی در روابط تجاری سبب می شود، اشخاص بسیاری ترغیب شوند که در این حوزه ورود نمایند. بنابراین وضع قوانین و مقررات مناسب و کارآمد در حوزه تجارت، موضوعی مهم و دارای اولویت می باشد.

در حوزه تجارت قوانین و مقررات متعددی وجود دارد که هر کدام، متوجه بخشی از روابط تجاری می شود. یکی از مهمترین قوانینی که در این ارتباط وضع شده و البته نسبت به سایر قواعد تجاری، سابقه چندانی ندارد، قوانین مربوط به رقابت در تجارت است. در عصر حاضر رقابت در تجارت به یک بحث حقوقی بدل شده که حقوقدانان بسیاری را واداشته تا در این زمینه به پژوهش و مطالعه بپردازند. برخی از حقوقدانان بر این اعتقاد هستند که رقابت نوعی سیاست است، برای آنکه تجار در حوزه های فعالیت خود به سمت ارتقاء کیفیت و گسترش خدمات پیش روند. در سیاست های رقابتی، شرکت ها و بنگاه های اقتصادی که در بازار از قدرت بالاتری نسبت به رقبای خود برخوردارند، ملزم می شوند برای مراعات حقوق اقتصادی رقبای خود را با شرایط ایجابی بازار هماهنگ نمایند. این موضوع در نهایت منجر به تعدیل و برابری در بازار می شود و این تعدیل دستاوردی جز افزایش کیفیت تجارت نخواهد داشت. افزایش کیفیت تجارت نیز خود را به صورت ارتقاء خدمات تجاری و کاهش قیمت محصولات نهایی، نشان می دهد. جان ویکر در مقاله

(۱) جنبه مثبت: مؤسسه دارای موقعیت مسلط می‌تواند در سایر مؤسسات و فعالان اقتصادی بازار تأثیرگذار باشد.
(۲) جنبه سلبی: مؤسسه مزبور می‌تواند از تأثیر عملکرد سایر رقبا در امان باشد. (۶)

عده‌ای از تفسیرکنندگان حقوق رقابت در اتحادیه اروپا در توصیف دو جنبه مذکور گفته‌اند که وجود دو مؤلفه را می‌توان نشانگر وجود موقعیت مسلط دانست: یکی برخورداری از سهم بسیار بالا برای یک مدت زمانی مشخص و دیگری برخورداری از امکان «آزادی عمل» در بازار. (۷) در حقیقت موقعیت مسلط بیان دیگری است از مفهوم «قدرت بازار» یا «قدرت انحصاری» که در علم اقتصاد مورد استفاده قرار می‌گیرد. قدرت بازار یا موقعیت مسلط به‌طور مستقیم با مفهوم سهم بازار مورد استفاده مرتبط است. (۸)

صرف نظر از این که برترین موقعیت بر پایه چه عواملی ارزیابی شود عواملی نظیر سهم بازار، قدرت مالی، دسترسی به منابع عرضه یا بازار فروش، همبستگی‌های بازرگانی با مؤسسه‌های دیگر، وجود سدهای عملی یا حقوقی برای ورود سایر مؤسسه‌ها به این بازارها، توانمندی برای تبدیل عرضه یا تقاضای مؤسسه به کالاها یا خدمات بازرگانی دیگر در شکل‌گیری موقعیت مسلط مؤثرند.

به این ترتیب معلوم می‌شود که مراد از موقعیت مسلط، موقعیتی است که در آن مؤسسه بدون در نظر گرفتن واکنش مصرف‌کنندگان یا رقبا در بازار تصمیم‌گیری و فعالیت می‌کند. (۹)

مطالب بیان شده، تعریفی اقتصادی از مفهوم رقابت است که این مفهوم در بازار که بازوی اجرایی اقتصاد است، شکل می‌گیرد. حال با توجه به این مطالب در تعریف حقوقی رقابت باید بیان داشت: «حقوق رقابت به عنوان مجموعه قواعد حاکم بر مسابقه عوامل اقتصادی برای به دست گرفتن یا حفظ قسمتی از یک بازار، بخش مهم، از حقوق اقتصادی است». (۱۰). بنابراین روشن می‌شود که مفهوم اقتصادی رقابت حاکی از کنش‌ها و واکنش‌هایی برای ایجاد شرایط اقتصادی برابر برای همه فعالین در بازار است و مفهوم حقوقی رقابت حاکی از قواعد و مقرراتی است که بر این کنش‌ها و واکنش‌ها نظارت داشته و به نوعی آنها را مدیریت می‌کند. کارکرد این قواعد و مقررات این است که «به قوای عمومی امکان می‌دهد تا به نحو کارآمدی بر محیط اقتصادی تأثیرگذار باشند و سیاست‌های اقتصادی را تحقق بخشند». (۱۰). در جایی دیگر درباره کارکرد و فایده قواعد حقوقی رقابت گفته شده: «حقوق رقابت به منظور حفظ و توسعه رقابت جهت حمایت از کارایی اقتصادی و افزایش رفاه مصرف‌کننده ایجاد شده است» (۱۱).

اصول حاکم بر رقابت

چنانچه گذشت، رقابت، چهارچوبی است که در قالب آن بازار بر اساس شرایطی تنظیم می‌شود که منافع سه جانبه‌ای را تأمین نماید که شامل منافع فعالان قدرتمند، منافع فعالان ضعیف‌تر و منافع مصرف‌کنندگان می‌باشد. حال باید گفت برای اینکه این چهارچوب شکل بگیرد و این منافع سه جانبه، حاصل آید، می‌بایست اصول و قواعدی را در بازار حاکم نمود که اصطلاحاً به اصول حاکم بر رقابت نامیده می‌شوند. این اصول در دو دسته عمده تقسیم می‌شوند.

«سیاست‌های رقابت و حقوق معنوی» می‌گوید: «یکی از بحث برانگیزترین پرسش‌ها در سیاست‌های کنونی رقابت این است که قانون رقابت چه زمانی باید یک شرکت قدرتمند بازار را ملزم کند که دارای خود، به ویژه مالکیت معنوی را با رقبا خود تقسیم کند؟ و در صورت نیاز به عرضه با چه شرایطی؟» (۱) این بدان معناست که سیاست رقابتی در بازار ابتدا شرکت‌های قدرتمند را وادار می‌سازد که قدرت اقتصادی خود را با سایر رقبا به اشتراک گذارند و در گام دوم شرایط را به نوعی در نظر بگیرند که این اشتراک‌گذاری به نوعی منافع سه جانبه‌ای را تأمین نماید. این منافع سه جانبه شامل منافع شرکت‌های قدرتمند، منافع رقبا ضعیف‌تر و در نهایت منافع مصرف‌کننده می‌شود. اساساً «حقوق رقابت، ابزار اصل، برای پیشبرد سیاست رقابت، است». (۲) طبیعتاً سیاست رقابتی نیز به دنبال تحقق منافع سه جانبه مذکور است. حال باید گفت، برای آنکه این سه منفعت در بازار تأمین شود و سیاست رقابتی به نوعی رسالت خود را به درستی ایفا نماید، می‌بایست تجار اصولی را رعایت کنند، که در ادامه تلاش می‌شود، تحت عنوان اصول حاکم بر حقوق رقابت مورد بحث و بررسی قرار گیرد.

رقابت به تمامی مزایا و محاسنی که دارد، در سیستم حقوقی ایران با چالش‌ها و معضلاتی مواجه است. این چالش‌ها را در سه دسته عمده می‌توان مورد بررسی قرار داد. این سه دسته عبارتند از: چالش‌های مدیریتی، چالش‌های سازمانی و چالش‌های قانونی. در بخش دوم مقاله حاضر این چالش‌ها مورد بررسی و تحلیل قرار می‌گیرد. البته قبل از بحث در رابطه با اصول حقوقی رقابت و چالش‌های آن در حقوق ایران، چهارچوبی از مفهوم حقوقی رقابت آورده می‌شود تا درک اصول حاکم، مفهومی‌تر و از قابلیت پذیرش بیشتری برخوردار باشد.

مفهوم حقوقی رقابت

مفهوم رقابت چه از نظر حقوقی و چه از نظر اقتصادی، اساساً در بازار نسج می‌یابد. به عبارت دیگر تا زمانی که بازاری نباشد، رقابت نیز مفهوم نمی‌یابد. بنابراین برای آنکه بتوان به خوبی به عمق مفهوم رقابت پی برد، ابتدا می‌بایست چهارچوب بازار را شناسایی نمود. کاتلر در تعریف بازار می‌گوید: «بازار به مجموعه‌ای از خریداران بالقوه و بالفعل یک کالا یا خدمت اطلاق می‌شود». (۳). در تعریف دیگری از بازار اینگونه بیان شده: «مبادله، یکی از اصلی‌ترین نیازهای بشر بوده و هست و بازار نهادی است که امکان مبادله را فراهم می‌کند، بازار اصطلاحاً عبارت است از منطقه‌ای معین در دست مجموع افرادی خاص که به تناسب حرفه خویش و عرضه و تقاضایی که در جامعه وجود دارد - به تنهایی یا گروهی - داد و ستد می‌کنند. (۴).

قدرت بازار به عنوان زمینه ساز بروز رفتارهای ضد رقابتی در مواردی نظیر موقعیت مسلط، تباری و ادغام در بازار ایجاد می‌شود. منظور از موقعیت مسلط موقعیتی است که یک مؤسسه تجاری را قادر می‌سازد تا با انجام رفتارهای مستقل ملموس در مقابل رقبا و مشتریان و مصرف‌کنندگان، در حفظ رقابت مؤثر در بازار مربوط مانع ایجاد کند. (۵) به این ترتیب می‌توان دریافت که موقعیت مسلط، نوعی «قدرت عمل» است که دو جنبه بارز دارد:

اول، اصل عدم توافق مغایر با رقابت؛ دوم اصل عدم سوءاستفاده از موقعیت مسلط. این دو اصل در ادامه مورد بررسی و تحلیل قرار می‌گیرند.

اصل ممنوعیت توافق مغایر با رقابت

اگر بنا باشد، همه فعالین اقتصادی با یکدیگر رقابت سالم داشته باشند، دو شرط لزوماً باید در نظر گرفته شود. شرط نخست اینکه، فضای رقابت برای همه فعالین یکسان باشد. یعنی فعالین اقتصادی در یک شرایط برابر و مساوی رقابت کنند؛ نه اینکه شرایط به گونه‌ای باشد که مثلاً برخی از فعالین دسترسی سهل‌تری به بازار مصرف داشته باشند و برخی دیگری دسترسی دشوارتر. یا به همین ترتیب در سایر زمینه‌های رقابت. در این صورت رقابت از شرایط سالم و مفید خود خارج می‌شود (۱۲). شرط دوم نیز این است که رقابت باید به نحوی باشد که منافع دوطرفه را فراهم کند. مقصود از منافع دوطرفه منافع فعالین اقتصادی از یک طرف و منافع مصرف‌کنندگان از طرف دیگر است. این اصل مشعر بر همین موضوع است. به این معنا که فعالین اقتصادی نمی‌توانند، توافقی نمایند که از طرفی آن دسته از فعالین اقتصادی که به این توافق نپیوندند را در تنگنا قرار دهد و از عرصه رقابت خارج سازد و از طرفی دیگر فعالین را بر امر تحمیل شرایط بر مصرف‌کننده، متفق و متحد سازد و مصرف‌کننده، چاره‌ای نداشته باشد. جز پذیرفتن شرایط تحمیلی (۱۳). اشکال مختلف توافق مغایر با رقابت، عبارتند از: سازش و ادغام.

سازش

معنای لغوی سازش، سازگاری و هماهنگی در انجام کاری است. (۱۴). این واژه در معنای حقوقی نیز کم و بیش با معنای لغوی آن یکسان است و به معنای هماهنگی برای انجام کاری که ضد رقابت باشد، معنا می‌شود. سازش نخستین شکل توافق مغایر با رقابت است. در مفهوم سازش گفته شده: «مقصود از سازش، هرگونه قرارداد، توافق یا تفاهمی است که بین دو یا چند بنگاه اتخاذ می‌گردد، اعم از اینکه توافق کتبی باشد یا شفاهی» (۱۵). برخی حتی از این نیز پا را فراتر گذاشته و گفته‌اند: «چنانچه توافق صرفاً جنبه اخلاقی داشته، متکی به حسن نیت طرف‌های توافق باشد، اگرچه هیچ گونه اثر الزام‌آور قانونی نداشته باشد باز هم در زمره توافقات ممنوع قرار می‌گیرد». (۷). بر این اساس باید گفت، سازش، آن موضوعی است که بنگاه‌های اقتصادی بر سر آن به توافق می‌رسند. البته لزوماً اینگونه نیست که هر سازشی مغایر با حقوق رقابت باشد؛ بلکه آن سازشی مغایر با حقوق رقابت است که به گونه‌ای حقوق مصرف‌کننده یا حقوق سایر فعالینی که به سازش نپیوسته‌اند را مخدوش سازد. مثل سازش بر سر ارائه کالا یا خدمات با قیمتی مشخص. برخی سازش‌ها مثل سازش بر سر مکانی خاص برای عرضه کالا یا خدمات، تأثیر چندانی بر حقوق رقابت ندارد. به طور کلی آن سازشی ممنوع است که با هدف اخلال در رقابت صورت گیرد و چنانچه سازش اخلاقی در رقابت ایجاد نکند، ممنوعیتی ندارد (۱۶). ماده ۴ لایحه قانون رقابت در این ارتباط می‌گوید: «هرگونه تبانی از طریق قرارداد، یا تفاهم (اعم از کتبی، الکترونیکی یا شفاهی) بین اشخاص

که هدف آن ممانعت، محدودیت یا اخلال در رقابت باشد، ممنوع است». ماده ۴۴ قانون تسهیل رقابت و منع انحصار نیز می‌گوید: «هرگونه تبانی از طریق قرارداد، توافق و یا تفاهم (اعم از کتبی، الکترونیکی، شفاهی و یا عملی) بین اشخاص که یک یا چند اثر زیر را به دنبال داشته باشد به نحوی که نتیجه آن بتواند اخلال در رقابت باشد ممنوع است:

- ۱- مشخص کردن قیمت‌های خرید یا فروش کالا یا خدمت و نحوه تعیین آن در بازار به طور مستقیم یا غیرمستقیم.
- ۲- محدود کردن یا تحت کنترل درآوردن مقدار تولید، خرید یا فروش کالا یا خدمت در بازار.
- ۳- تحمیل شرایط تبعیض‌آمیز در معاملات همسان به طرف‌های تجاری
- ۴- ملزم کردن طرف معامله به عقد قرارداد با اشخاص ثالث یا تحمیل کردن شروط قرارداد به آنها.
- ۵- موکول کردن انعقاد قرارداد به قبول تعهدات تکمیلی توسط طرف‌های دیگر که بنا بر عرف تجاری با موضوع قرارداد ارتباطی ندارد.
- ۶- تقسیم یا تسهیم بازار کالا یا خدمت بین دو یا چند شخص.
- ۷- محدود کردن دسترسی اشخاص خارج از قرارداد، توافق یا تفاهم به بازار.

تبصره: قراردادهای میان تشکلهای کارگری و کارفرمایی به‌منظور تعیین دستمزد و مزایا، تابع قانون کار است.»

بر اساس این ماده باید گفت، ابتدائاً تأکید می‌شود آن دسته از سازش‌هایی که مخل رقابت باشد ممنوع است که مصادیق آن در این ماده بیان شده است. در ثانی بند سوم ماده، اشاره به این دارد که سازش‌های ممنوع تنها در رابطه با مصرف‌کننده مطرح نیست، بلکه سازشی که حقوق سایر فعالین تجاری را هم مخدوش کند ممنوع است. که این موضوع در سطور فوق نیز مورد اشاره قرار گرفت. در معاهده اتحادیه اروپا (رُم) نیز به این موضوع پرداخته شده است. بند اول ماده ۸۱ این معاهده مقرر می‌دارد: «موارد ذیل به دلیل آنکه مغایر با ایجاد بازار مشترک می‌باشند، ممنوع خواهند بود: تمامی توافقاتی بین مؤسسه‌های تجاری، تصمیم‌های اتحادیه‌های صنفی و فعالیت‌های دسته جمعی و همسویی که به شرح مذکور در موارد زیر می‌توانند تجارت بین کشورهای عضو را تحت تأثیر قرار داده و دارای هدف یا اثر ممانعت‌کننده، محدودکننده یا مخرب در رقابت در داخل بازار مشترک باشند...» (۱۷).

ادغام

بند ۱۰ ماده ۳ لایحه قانون رقابت در تعریف ادغام می‌گوید: «مقصود از ادغام، عمل حقوقی است که بر اساس آن، دو یا چند شرکت ضمن محو شخصیت حقوقی خود، شخصیت حقوقی واحد و جدیدی را تشکیل دهند یا یک یا چند شرکت با محو شخصیت حقوقی خود در شرکت دیگر جذب شوند.»

برخی در تعریف ادغام یا تمرکز معتقدند که موقعیتی است که در آن چند بنگاه اقتصادی با هم ترکیب می‌شوند و استقلال خود را به طور دائم از دست می‌دهند و تحت یک مدیریت واحد به تجارت

باشد. علاوه بر این بنگاه مشترک دارای فعالیت تام باید مدت زمان معینی را به فعالیت ادامه دهد. به این ترتیب کمیسیون معتقد است که در مقام توصیف حالت ادغام، نیازی به استناد به آئین‌نامه نیست و فقط در عرصه رقابت باید بدان استناد جست. (۲۱).

البته باید گفت، هر ادغامی ممنوع نیست، بلکه آن دست ادغام با ممنوعیت مواجه می‌شود که موجب اختلال در بازار و رقابت گردد. ماده ۷ لایحه قانون رقابت در این زمینه می‌گوید: «هیچ شخص حقیقی یا حقوقی نباید سرمایه یا سهام شرکت‌ها یا بنگاه‌های دیگر را به نحوی تملک کند که موجب اختلال رقابت در یک و یا چند بازار گردد». چنانکه بیان شد، هر ادغامی ممنوع نیست. بلکه برخی از ادغام‌ها دارای محاسنی نیز هستند که نه تنها موجب اختلال در رقابت نمی‌شوند بلکه می‌توانند در صورت عملکرد درست و صحیح به رونق بازار کمک نیز بکنند. «اگرچه ممکن است ادغام به سلب بر بازار منجر شود و با ایجاد اختلال در رقابت آزاد، موجب حذف دیگر رقبای گردد، این امتیاز مثبت را دارد که می‌تواند قدرت رقابتی، توان سرمایه‌گذاری و نوآوری شرکت‌ها را تقویت نماید». (۷). به نظر می‌رسد، بهتر است به جای آنکه ادغام به طور کلی ممنوع شود، ادغام‌ها با نظارت و در چهارچوب قانون صورت گیرد که علاوه بر مخدوش نکردن حقوق مصرف‌کننده و خارج نساختن رقبا از میدان، بتواند شرایطی را فراهم سازد که با افزایش قدرت اقتصادی شرکت‌ها، تأثیرات مثبتی در رونق بازار داشته باشد. به نظر می‌رسد، بهترین راه برای ادغام مثبت این است که شرایط ادغام برای همه فعالین اقتصادی یکسان شود تا فعالین بتوانند آزادانه به یکدیگر ادغام شوند و با قدرت بیشتری به فعالیت اقتصادی خود، ادامه دهند. ادغام در صورتی مضر و ممنوع است که برخی شرکت‌ها شرایط و امکان ادغام را داشته باشند و بتوانند در شرایط آزاد با دیگر شرکت‌های همسان ادغام شوند. در صورتی که شرایط و امکان ادغام برای برخی فراهم باشد و برای دیگر فراهم نباشد، اینگونه ادغام‌ها مضر به رقابت است و بهتر است با ممنوعیت قانونی مواجه شود. در همین راستا برخی از ادغام‌ها قانونی و مجاز شمرده شده که در ماده ۹ لایحه قانون رقابت به آنها پرداخته شده است.

اصل ممنوعیت سوء استفاده از موقعیت اقتصادی مسلط مفهوم موقعیت مسلط را می‌توان به دو دسته فردی و جمعی تقسیم کردی کرد. موقعیت مسلط فردی در دیوان دادگستری اروپا چنین ترسیم شده است: «موقعیت مسلط در بازار در ماده ۸۶ یا ماده ۸۲ فعلی به آن اشاره شده، موقعیتی است که یک مؤسسه تجاری را قادر می‌سازد تا با انجام رفتارهای مستقل ملموس در مقابل رقبا و مشتریان و مصرف‌کنندگان، در حفظ رقابت مؤثر در بازار مربوط مانع ایجاد کند» (۱۳). به این ترتیب می‌توان دریافت که در حقوق اتحادیه اروپا، موقعیت مسلط نوعی قدرت عمل است که دو جنبه مثبت و منفی دارد. جنبه مثبت به این معناست که مؤسسه دارای موقعیت مسلط می‌تواند در سایر مؤسسات و فعالان اقتصادی بازار تأثیرگذار باشد. جنبه سلبی به این معناست که مؤسسه مزبور می‌تواند از تأثیر عملکرد سایر رقبا، در امان باشد. بر همین اساس عده‌ای از تفسیرکنندگان حقوق رقابت در اتحادیه اروپا در توصیف دو

می‌پردازند (۱۸). در تبیین تفاوت تمرکز با کارتل نیز گفته‌اند که یک کارتل برای شرکت‌ها یا بنگاه‌های اقتصادی تکلیف ایجاد می‌کند در حالی که تمرکز، تغییری در ساختار داخلی شرکت‌ها یا بنگاه‌های اقتصادی است. با وجود این به نظر می‌رسد که آئین‌نامه ۴۰۶۴ / ۸۹ تعریف عام‌تری را پذیرفته است، زیرا حسب بند ۱ ماده ۳ آن ترکیب شدن یا آمیختن دو بنگاه اقتصادی به عنوان ادغام در نظر گرفته، اعم از اینکه استقلال خود را از دست بدهند یا آن را حفظ کنند. به موجب این بند عمل تمرکز یا ادغام در صورتی تحقق می‌یابد که:

الف) دو یا چند بنگاهی که قبلاً مستقل بودند با هم یکی شوند.
ب) یک یا چند شخص که کنترل حداقل یک بنگاه را دست دارند یا یک چند بنگاه مستقیم یا غیرمستقیم، خواه به واسطه سهم‌گیری در سرمایه یا خرید دارایی، انعقاد قرارداد یا هر وسیله دیگر کنترل مجموع یا قسمتهایی از یک یا چند بنگاه دیگر را به دست آورند. (۱۹).
به این ترتیب معلوم می‌شود از نظر آئین‌نامه، به دست گرفتن کنترل بنگاه‌ها و امکان نظارت بر آنها واجد اهمیت است که ممکن است از طریق یکی شدن شخصیت حقوقی آنها باشد یا خرید سهام آنها یا دارایی‌های آنها. همچنین کنترل ممکن است مستقیم باشد یا غیرمستقیم، بر تمام بنگاه اعمال شود یا بر بخشی از آن. کمیسیون در گزارش خود سعی کرده است برای کنترل تعیین شده، یک بنگاه نسبت به بنگاه دیگر ضابطه‌ای ارائه کند. حسب این گزارش گاهی ممکن است دارندگان سهام به حصه اقلیت در بنگاه‌های مورد نظر کنترل تعیین‌کننده‌ای داشته باشند. به ویژه زمانی که نظارت اشتراکی در بنگاه‌ها وجود دارد. این نوع نظارت از تساوی در حق رأی یا نمایندگی در ارکان تصمیم‌گیری یا وجود حق اعتراض متعلق به اقلیت یا اعمال حق رأی مشترک ناشی می‌شود. (۲۰).

به طور خلاصه می‌توان گفت بنگاه‌های مشترک تابع آئین‌نامه ادغام هستند. یادداشت دوم مارس ۱۹۹۸ درباره بنگاه‌های اقتصادی دارای فعالیت تام گرچه یک معیار قانونی تلقی نمی‌شود، لیکن حاوی مطالب مهمی در مورد تفکیک‌هایی است که کمیسیون در این باره اعمال می‌کند. کمیسیون بنگاهی را بنگاه مشترک می‌داند که حداقل از سوی دو شرکت دیگر تحت نظارت و کنترل باشد. کنترل و نظارت مشترک نیز زمانی مصداق پیدا می‌کند که لازم باشد سهامداران یا بنگاه‌های مؤسس درباره تصمیم‌های مهم مربوط به بنگاه مشترک تحت نظارت به توافق برسند. بنابراین هر گاه یکی از مؤسسان قادر به انجام این کار باشد یا دارندگان سهام اقلیت حق اعتراض نداشته باشند، ادغام شکل نگرفته است.

از نظر کمیسیون اگر بنگاه اقتصادی مشترکی فعالیت تام داشته باشد، تمرکز یا ادغام محسوب می‌شوند، اما در مواردی بنگاه مشترک تنها یک کارکرد از کارکردهای بنگاه‌های مؤسس را بدون ورود به بازار ایفا می‌کند یا در مواردی که بنگاه نقش مشترک و کمک‌کننده را بر عهده دارد یا به طور کلی تابع شرکت‌های مادر برای توزیع محصولات آنهاست، تمرکز یا ادغام معنی ندارد. در مقابل بنگاه مشترک را به دلیل تبعیت در اموری که برای مؤسسان اساسی است مثل امور مربوط به کالاهای فروختنی مشمول تمرکز نمی‌دانند، مشروط بر این که تبعیت مزبور محدودیتی مادی یا موقتی

منجر به سوء استفاده بنگاه اقتصادی دارنده آن شود. در نظام حقوقی فرانسه، مصادیق سوء استفاده از وضعیت مسلط به دو دسته تقسیم شده است. در نوع نخست، سوء استفاده عملی غیر عادی است که با نظام حمایتی رقابتی هماهنگ نیست و سوء استفاده، در رفتار بنگاه دارای موقعیت مسلط ظهور می‌یابد؛ مانند امتناع از فروش یا قطع روابط تجاری یا تحمیل قیمت‌ها در سطح بسیار بالا. در نوع دوم، سوء استفاده عملی است که شرایط رقابت را تغییر می‌دهد؛ یعنی عمل سوء استفاده گرایانه از اندک رقابتی که در بازار وجود دارد نیز می‌کاهد. در مورد اخیر، بنگاه دارای موقعیت مسلط می‌تواند با حذف بنگاه‌های دیگر از بازار، به موقعیت مسلط خویش برتری بخشد و فرضاً با تعیین قیمت‌ها در سطح پایین، رقابتی را که دارای قدرت اقتصادی نیستند، مجبور به ترک بازار نماید. (۲۴).

به موجب بند «د» ماده ۵ لایحه قانون رقابت، عمده‌ترین مصادیق سوء استفاده از وضعیت اقتصادی مسلط عبارت است از:

۱. تعیین، حفظ یا تغییر نامتعارف قیمت کالا یا خدمات.
۲. تحمیل شرایط غیر منصفانه قراردادی.
۳. تحدید مقدار عرضه و تقاضا به منظور افزایش یا کاهش قیمت بازار.
۴. ایجاد مانع به منظور مشکل کردن ورود رقبا جدید یا حذف بنگاه‌ها یا شرکت‌های رقیب در یک فعالیت خاص.
۵. مشروط کردن قراردادها به پذیرش شرایطی که از نظر ماهیتی یا عرف تجاری، ارتباطی با موضوع چنین قراردادهایی نداشته باشند.
۶. تملک سرمایه شرکت‌ها در صورتی که چنین وضعی به اخلاص در رقابت منجر شود.

۴- چالش‌های پیش روی رقابت‌پذیری بازار در ایران
در این مبحث تلاش بر آن است که چالش‌ها و موانع عمده پیش‌روی برقراری رقابت در بازارهای اقتصادی ایران مورد مطالعه قرار گیرد.

چالش‌های مدیریتی

امروزه در علم مدیریت، مفهومی با عنوان توسعه پایدار^۲ مطرح شده است که از طرفی دارای ابعاد و از سوی دیگر حائز آثار متعددی است. در ارتباط با ابعاد این مفهوم باید گفت، ابعاد آن عبارتند از: توسعه پایدار زیست محیطی، توسعه پایدار فرهنگی-اجتماعی، توسعه پایدار اقتصادی و غیره. این مفهوم از چنان اهمیتی برخوردار است که در همه ابعاد، آثار عمیقی بر جای می‌گذارد. از جمله ابعاد بسیار مهم توسعه پایدار که اثری پایدار نیز به دنبال دارد، توسعه پایدار اقتصادی است. برای آنکه بتوان به درستی این بعد را بررسی نمود، بهتر است ابتدا مفهوم و تعریف توسعه پایدار بیان شود. تعریف توسعه پایدار بر اساس کمیسیون جهانی محیط زیست و توسعه (۱۹۸۷) عبارت است از: «توسعه پایدار توسعه‌ای است که نیازهای زمان حال را بدون اینکه توانایی نسل‌های آینده را در تامین نیازهای شان به مخاطره اندازد، فراهم کند» (۲۵).

جنبه مذکور گفته‌اند که وجود دو مؤلفه را می‌توان نشانگر وجود موقعیت مسلط دانست؛ یکی برخورداری از سهم بسیار بالا برای یک مدت زمانی مشخص و دیگری برخورداری از امکان آزادی عمل در بازار. (۱۹). در حقیقت موقعیت مسلط بیان دیگری است از مفهوم قدرت بازار یا قدرت انحصاری که در علوم اقتصاد مورد استفاده است. صرف نظر از اینکه برترین موقعیت بر پایه چه عواملی ارزیابی شود عواملی نظیر سهم بازار، قدرت مالی، دسترسی به منابع عرضه یا بازار فروش، همبستگی‌های بازرگانی با شرکت‌های دیگر، وجود سودهای عملی یا حقوقی برای ورود سایر شرکت‌ها به این بازارها، توانمندی برای تبدیل عرضه یا تقاضای شرکت به کالاها یا خدمات بازرگانی دیگر در شکل‌گیری موقعیت مسلط مؤثرند.

(۲۲). به این ترتیب معلوم می‌شود که مراد از موقعیت مسلط موقعیتی است که در آن مؤسسه یا شرکت بدون در نظر گرفتن و اکثراً مصرف کنندگان یا رقبا در بازار تصمیم‌گیری و فعالیت می‌کند. به طور خلاصه می‌توان گفت که موقعیت مسلط عبارت است از قدرت جلوگیری از رقابت مؤثر یا رفتار یک طرفه یا یک جانبه رعایت نکردن این اصل نیز می‌تواند به مانند اصل قبل، هم مضر به حال فعالین اقتصادی ضعیف‌تر باشد و هم مضر به حال حقوق مصرف‌کننده. زیرا، بنگاه‌هایی که از موقعیت مسلط برخوردارند، می‌توانند با سوء استفاده از موقعیت خود، رقبا را از میدان خارج کنند و خود به بنگاه‌های انحصاری تبدیل شوند و در این صورت مصرف‌کننده ناچار است، تمام شرایط تحمیلی این بنگاه‌ها را بپذیرد. (۲۳).

بند ۹ ماده ۳ لایحه قانون رقابت در تعریف موقعیت مسلط اقتصادی اشعار می‌دارد: «وضعیت اقتصادی مسلط، وضعیتی در بازار است که در آن، توانایی تعیین قیمت، مقدار عرضه یا تقاضای کالا یا خدمات یا شرایط قرارداد، در اختیار یک یا چند شخص قرار گیرد». بنابراین موقعیت مسلط علاوه بر توانایی تعیین قیمت، توانایی مقدار و نحوه عرضه کالا و خدمات را نیز در اختیار بنگاه مسلط قرار می‌دهد. چنانچه گذشت یکی از آثار شوم این اصل، ایجاد انحصار است. «مقصود از انحصار و تسلط، وضعیتی است که به موجب آن، یک بنگاه می‌تواند از رقابت مؤثر با رقبا خویش خودداری نموده، به طور قابل ملاحظه‌ای مستقل عمل نماید». (۱۵). انحصار^۱ زمانی به وجود می‌آید که یک شخص ویژه یا یک سرمایه‌گذار کنترل کافی روی تولید یا خدمتی خاص دارد و به‌طور معنی‌داری برحسب اینکه افراد دیگر باید به آن دسترسی داشته باشند تعیین می‌شود. (این در تضاد با انحصار مصرف‌کننده است که در آن تنها یک شخص روی بازار برای خریداری کالا یا خدمت کنترل دارد مربوط است و با بازار چندقطبی که در آن تعداد کمی از اشخاص تأثیر قابل توجهی روی صنعت اعمال می‌کنند فرق دارد) انحصارها به فرآیندهایی که یک بنگاه سودهای مصرانه و سهم بزرگتری از بازار را نسبت به حالت رقابت کامل دارند، ارجاع می‌شوند.

گفتنی است انحصار و موقعیت مسلط نیز به خودی خود ممنوع و قبیح نیست، بلکه آن موقعیت مسلط و انحصاری ممنوع است که

² Sustainable development

¹ monopoly

اقتصادی و در پی آن رسیدن به توسعه پایدار از مسئله سوءمدیریت رنج می‌برد. این امر به وضوح در برنامه ششم توسعه نیز به چشم می‌آید. به عنوان مثال در بخش هفتم که مربوط به کشاورزی می‌شود و همچنین بخش هشتم در رابطه با صنایع و معادن، برنامه‌های بسیار مفیدی وجود دارد، لیکن چنانچه بدیهی است، برنامه‌های توسعه پنج ساله، قوانینی هستند که بعضاً مواد و مقررات آنها بیش از مدت یک برنامه اعتبار دارد و به صورت یک قاعده حقوقی، مطرح می‌شود. حال نکته مهم در رابطه با یک قانون این است که قانون علاوه بر تعیین مقرر و تعیین وظایف هر کدام از دستگاه‌های مدیریتی، می‌بایست ضمانت اجرایی نیز برای تخلف یا قصور هر کدام از دستگاه‌های مسئول از وظایف قانونی خود که در برنامه ششم، تعیین شده، وجود داشته باشد؛ حال اینکه فقدان ضمانت اجرا از نقائص محسوس در برنامه ششم است. این برنامه فقط دولت را مکلف کرده که برنامه‌ریزی‌های صورت گرفته در این قانون را انجام دهد، لیکن ضمانت اجرایی در نظر گرفته نشده که اگر دولت، برنامه‌های تعیین شده را انجام ندهد و یا ناقص انجام دهد، یا تخلفی مرتکب شود، چگونه با آن برخورد می‌شود. بنابراین فقدان ضمانت اجرا از نقائص مهم برنامه ششم توسعه است. این امر سبب اخلاص در مدیریت کشور می‌گردد و مدیریت مختل نیز در زنجیره به هم پیوسته اقتصادی، آخر الامر باعث ایجاد نظام اقتصادی انحصاری و رانتیر و فاقد هرگونه رقابت می‌شود. (۲۸).

چالش‌های سازمانی

در کشورهای مختلف سازمانی برای مدیریت و نظارت بر رقابت در نظام اقتصادی آن کشور وجود دارد. در کشور ایران نیز شورای رقابت وظایف سازمانی ایجاد رقابت در نظام اقتصادی کشور را به عهده دارد. «در فصل نهم قانون اصلاح مواد از برنامه چهارم توسعه که به تسهیل رقابت و منع انحصار اشاره دارد، با تعیین شورای رقابت به عنوان بالاترین نهاد ناظر بر عملکرد فعالان اقتصادی و بازارهای گوناگون... با شناخت رویه‌های ضد رقابتی و جلوگیری از بروز رفتارهای انحصارطلبانه، زمینه را برای دستیابی به شرایط رقابتی سالم و نیل به اهداف متعالی قانون فراهم کند». (۲۹).

نکته مهمی که در رابطه با شورای رقابت وجود دارد این است که این شورا با چالش‌هایی مواجه است که مانع انجام وظایف شورا به نحو مطلوب می‌گردد. از جمله چالش‌ها این است که فصل نهم قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی بیشتر به موضوعات منع انحصار می‌پردازد و برخلاف تصریح مفهوم «تسهیل رقابت» در عنوان این فصل، احکام چندانی برای تسهیل رقابت مشاهده نمی‌شود. نبود احکام قانونی جامع و گسترده برای تسهیل رقابت، حجم گسترده‌ای از اقدام‌ها را پیش روی شورای رقابت قرار می‌دهد که به نظر نمی‌رسد در آغاز امر در توان یک نهاد جدیدالتاسیس مانند این شورا باشد، ضمن آنکه ارتباط نظیر به نظیری هم با وظایف شمرده شده شورای یادشده در این قانون ندارد.

از دیگر چالش‌های این سازمان نبود ساختار جغرافیایی مناسب است. ساختار کنونی مورد نظر فصل نهم قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی بر تمرکز جغرافیایی فعالیت‌های ضد رقابتی و

در تحقیقی که در دانشگاه صنعتی شریف در ارتباط با مفهوم توسعه پایدار، انجام شده، اینگونه به اهمیت این مفهوم اشاره می‌شود: «توسعه پایدار مفهومی است که به واسطه پیامدهای منفی محیط زیستی و اجتماعی ناشی از رویکردهای توسعه یک جانبه اقتصادی بعد از انقلاب صنعتی و تغییر نگرش بشر به مفهوم رشد و پیشرفت، پدید آمده است. این مفهوم تلاش دارد که با نگاهی جدید به توسعه، اشتباهات گذشته بشری را تکرار نکند و توسعه ای همه‌جانبه و متوازن را رقم بزند» (۲۶).

اینک با دقت نظر به اهمیت مفهوم توسعه پایدار و علت پیدایش این مفهوم باید توجه داشت که برای رسیدن به توسعه پایدار در تمامی ابعاد، به ویژه توسعه پایدار اقتصادی، پیاده‌سازی چند نکته در جامعه، بسیار حائز اهمیت است. نکته نخست در رابطه با حفظ منافع آیندگان است. همانگونه که در تعریف کمیسیون محیط زیست و توسعه نیز اشاره شده است، تأمین منافع روز، نباید قرین باشد با از بین رفتن منافع آیندگان و این امر مدیریتی بسیار هوشمندانه و دقیق را می‌طلبد. این امر در حوزه اقتصادی نیز مهم است. چراکه برای رسیدن به نظام اقتصادی با ثبات و پایدار، چاره‌ای نیست جز برقرار کردن تعادل و توازن در منافع اقتصادی تمامی ارکان یک جامعه. مسلماً آیندگان نیز از ارکان مهم یک جامعه هستند که می‌بایست در فرآیند رسیدن به توسعه پایدار اقتصادی، منافع آنان، مطمح نظر باشد. نکته دوم هم اینکه پرواضح است که بهترین راه برای ایجاد تعادل و توازن اقتصادی در جامعه، برقراری رقابت سالم در بازارهای اقتصادی است. زیرا دو اثر مهم برقراری رقابت در بازار اقتصادی این است که اولاً همه ارکان جامعه (من جمله آیندگان) از منابع اقتصادی و تولید ثروت در یک جامعه، به طور یکسان بهره‌مند می‌شوند و ثانیاً رقابت سالم توسط به کارگیری تمامی نیروی انسانی و خلاقیت‌های مرتبط با آن در ایجاد توسعه پایدار نقش بسیار مفیدی ایفا می‌کند، زیرا رقابت سبب می‌شود با استفاده از کمترین منابع، بیشترین میزان ثروت تولید شود و این موضوع از اصلی‌ترین و محوری‌ترین موضوعات در فرآیند توسعه پایدار اقتصادی است (۲۷). نکته سوم نیز اینکه با توجه به دستاورد گروه تحقیقاتی دانشگاه شریف که به آن اشاره شد، می‌تواند به خوبی دریافت که پیدایش مفهوم توسعه پایدار در پی سوءمدیریت و اشتباهات گذشته بشر در ارتباط با مسائل زیست محیطی که به نوعی مهمترین منابع تولید ثروت و رسیدن به اقتصاد با ثبات است، بوده. بنابراین این ضرورت احساس می‌شود که با مدیریت صحیح و شایسته مسائل زیست محیطی به درستی به کار گرفته شود تا این منابع، در گام نخست، به درستی وارد سیستم اقتصادی جامعه گردد و در گام دوم با هم با مدیریت صحیح و شایسته، رقابت سالم و کارآمد در نظام اقتصادی ایجاد شود که هم با به کارگیری حداکثر ظرفیت نیروی انسانی جامعه، تولید ثروت انجام شود و هم اینکه با استفاده از کمترین منابع، بیشترین ثروت تولید شود و هم اینکه منافع آیندگان نیز محفوظ بماند. این در حالی است که آمارها و اخبار متعددی که روزانه در رسانه‌ها منتشر می‌شود، مبنی بر استفاده بی‌رویه و تخریب محیط زیست و همچنین ایجاد انحصارها و اقتصاد رانتیر در جامعه، نشان از آن دارد که کشور ایران برای ایجاد رقابت سالم در نظام

در نظر گرفته نشده. در برنامه ششم توسعه اصلاً هیچ مقرره‌ای وجود ندارد که نشان دهد، شورای رقابت از نظر سازمانی اصلاح شده باشد یا اینکه استقلال این شورا و وظایف ذاتی آن در باره مبارزه با انحصار مورد توجه قرار گرفته باشد. این موضوع با توجه به آن است که امروزه ایجاد رقابت در نظام اقتصادی و سازمان‌دهی آن و همچنین نظارت بر صحت عملکرد بازار در راستای رقابت امر خطیر است که صرفاً به صورت تئوری به عهده شورای رقابت نهاده شده است و برنامه ششم توسعه راهکار عملی مفیدی برای آن در نظر نگرفته است.

چالش قانونی

یکی از عمده چالش‌های پیش‌روی ایجاد رقابت در نظام اقتصادی کشور، چالش قانونی است. چنانچه بیان شد در برنامه ششم توسعه نیز قانون کارآمدی برای ایجاد رقابت در نظام اقتصادی، تدوین نشده است.

تنظیم قوانین و مقررات متناسب یکی از راه‌های برنامه‌ریزی بهینه برای دست‌یافتن به نتایج مثبت در زمینه‌های مختلف مدیریت کشور است. امروزه این تئوری مطرح است که دولت می‌بایست کمترین میزان مداخله در فعالیت‌های اقتصادی را داشته باشد. فعالیت‌های اقتصادی می‌بایست به بخش خصوصی واگذار شده و دولت برای ایجاد نظم و عدالت در بازار به فعالیت قانونگذاری و نظارت، اکتفا کند. «تنظیم مقررات یکی از انواع مداخلات دولت است که به منظور تأثیرگذاری بر رفتار بنگاه‌ها و افراد در بخش خصوصی انجام می‌شود». (۲۹).

با توجه به نقش مهم دولت در قانون‌گذاری و اهمیت تأثیرگذاری قوانین و مقررات مناسب، در کشور ایران علیرغم تدوین و تصویب مقررات مختلف، رقابت به شکل اصولی و صحیح شکل نگرفته است. قوانین مختلفی که در این رابطه تدوین شده است نه تنها نتوانسته به صورت جدی به رقابت در بازار سامان بخشد بلکه گاهی تراکم و تزامم قوانین، سبب ایجاد خلل در رقابت‌پذیر بازار می‌شود. «در راستای سیاست‌های اقتصادی نظام، مبنی بر برقراری اقتصاد سالم و گسترش قسط، عدالت اقتصادی و رقابت آزاد، قوانین موضوعه‌ای در طول این مدت تصویب شده است، اما متأسفانه به دلیل پراکندگی و وجود موانع بسیار در مرحله اجرا و به لحاظ عدم جامعیت، عملاً نتوانست درمانی بر دردهای اقتصادی کشور و موجب سالم‌سازی فضای اقتصادی باشد، هر چند که بی‌تأثیر نیز نبوده است». (۱۰).

چالش‌های قانونی به دو دسته عمده تقسیم می‌شوند. دسته نخست، وجود پراکندگی و تشتت در قوانین است به صورتی که قوانین مختلفی در این خصوص تدوین شده است که هیچکدام از جامعیت مناسب برخوردار نیست. مثل قانون نظام صنفی مصوب ۱۳۸۲، قانون مجازات اخلال گران در نظام اقتصادی کشور مصوب ۱۳۶۹، قانون مجازات محتکران مصوب ۱۳۶۷، قوانینی که در همین مقاله به کرات به آنها استناد شد، قانون دوم، سوم. چهارم برنامه توسعه پنجساله و اینک قانون برنامه ششم و قوانینی دیگری که در ارتباط با سالم‌سازی و رقابت آفرینی در بازار تدوین شده است. دسته دوم،

ساختار شورا، استوار است و برای شورای رقابت بازوهای اجرایی استانی پیش‌بینی نشده است. ایفای نقش مدعی‌العموم توسط شورا و شناسایی مصادیق ضدرقابتی در گستره جغرافیایی کشور در شرایط موجود غیرعملی به نظر می‌رسد و به طور قطع در دراز مدت برای رفع این نقص باید تدبیر جدی اندیشیده شود. ساختار جغرافیایی و کارکرد شورای رقابت در پرتال مرکز ملی رقابت به نشانی زیر قابل دستیابی است (۳۰):

دولت به هر روی به عنوان یک انحصارگر بزرگ اقتصادی در شرایط کنونی اقتصاد کشور، مطرح است و به‌رغم این، در ماده (۴۳) قانون، مشمول احکام منع انحصار شده است. ساختار کنونی شورای رقابت از نظر ترکیب اعضا و نحوه پیشنهاد آنها و مراجع صدور احکام، به نحوی است که برخلاف صراحت قانون بر استقلال شورا، ممکن است عینیت استقلال تا حدی مورد تردید فعالان اقتصادی قرار داشته باشد و عملکرد شورا می‌تواند موید استقلال یا نداشتن استقلال رای شورای مزبور باشد. از طرفی دیگر اقدام‌های پیش‌بینی شده برای این شورا و کارکرد آن به عنوان یک نهاد جدید و مترقی در اقتصاد ایران برای فعالان بخش خصوصی و سایر بخش‌های اقتصادی ناشناخته است و زمان و تلاش زیادی را طلب می‌کند تا این نهاد جدید از سوی اقتصاد کشور و فعالان آن اعم از بخش دولتی و غیردولتی معرفی و کارکردهای مثبت آن در کشور پدیدار شود.

از عمده چالش‌های دیگر، فقدان ضمانت اجرای مؤثر است. جرایم نقدی پیش‌بینی شده در مواد (۷۲) به بعد قانون مورد بحث، بازدارندگی و اثر تنبیهی موثری ندارند و به نظر می‌رسد باید مورد تجدید نظر جدی در ارتباط با تناسب عمل ارتكابی ضدرقابتی که منجر به رای شورای رقابت می‌شود را با میزان مجازات قانونی پیش‌بینی شده، به‌عمل آورد.

در زمینه بازارهای انحصاری، تصویب دستورالعمل تنظیم قیمت، مقدار و شرایط دسترسی به این بازارها جزو وظایف شورای رقابت تعیین شده است. اگر چه این موضوع یکی از اساسی‌ترین وظایف یک نهاد تنظیم‌کننده (رگولاتور) محسوب می‌شود و درج این وظیفه برای شورا به مفهوم تصریح یکی از وظایف ذاتی آن مبنی بر رگولاتوری است، ولی این وظیفه به هیچ عنوان برای ایفای کامل نقش یک رگولاتور کافی به نظر نمی‌رسد. اصولاً هر رگولاتور - به‌طور نمونه سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی - علاوه بر وظایف یادشده، وظایف عدیده دیگری در مقولاتی مانند تنظیم بازار، نظارت بر آن، استاندارد‌گذاری فعالیت و محصول یا خدمت، تعیین حقوق تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان، شرایط ورود و خروج فعالان بازار، قیمت‌گذاری، داوری و رسیدگی به شکایات هم عهده‌دار است که این وظایف بسیار گسترده‌تر از تهیه یک دستورالعمل هستند و در مواردی که در یک بازار انحصاری کشور، از گذشته نهاد تنظیم‌کننده قانونی مشخصی وجود داشته است، تداخل تکالیف شورا و رگولاتور قانونی یاد شده، چالشی واقعی برای شورا است.

نکته مهمی که در ارتباط با چالش‌های سازمانی وجود دارد این است که خلأهای قانونی که برشمرده شد، در قانون برنامه ششم توسعه، پوشش داده نشده و تدبیری در رابطه با رفع این چالش‌ها و معضلات

نتیجه گیری

در عصر کنونی پیشه تجارت با دوران گذشته، تغییرات چشمگیری داشته است. این تغییرات در دو مورد عمده خلاصه می‌شود. نخست افزایش تعداد افرادی که تجارت را پیشه خود نموده‌اند و دوم، پیچیده‌تر شدن تجارت. این دو تغییر سبب شده است، مفاهیم و پدیده‌های متعددی در تجارت به شکل امروزی، مطرح شود. یکی از این مفاهیم و پدیده‌ها، رقابت است. افزایش تعداد فعالین تجاری و پیچیده شدن این مقوله، منجر به برقراری رقابت بین تجار برای کسب سهم بیشتری از بازار شده است. بر این اساس رقابت دو مزیت مهم دارد، نخست ارتقاء کیفیت خدمات و کالاهای ارائه شده و دوم، تنزل قیمت کالاها و خدمات به نسبت نرخ بهره‌مندی از آنها. اینک با توجه به اینکه رقابت تجاری امروزه به عنوان یک علم مطرح است، اشخاصی که به دنبال موفقیت در بازار هستند، می‌بایست با علم رقابت آشنا شوند. یکی از راه‌هایی آشنایی با علم رقابت، مطالعه اصول آن است. اصل ممنوعیت توافق مغایر با رقابت و اصل ممنوعیت سوء استفاده از موقعیت اقتصادی مسلط، دو اصل مهم در رقابت هستند. رقابت اثرات مفید بسیاری بر بازار و نظام اقتصادی می‌گذارد، به همین دلیل دولت‌ها می‌کوشند، رقابت را بازار و نظام اقتصادی خود حاکم سازند. کشور ایران در این مسیر با چالش‌های عمده‌ای مواجه است. این چالش‌ها در سه دسته مدیریتی، سازمانی و قانونی، جای می‌گیرند. تا زمانی که این چالش‌ها مرتفع نشود، رقابت در بازار و نظام اقتصادی ایران به درستی برقرار نخواهد شد.

References

1. John Vickers (2010) Competition Policy and Property Rights, The Economic Journal, Volume 120, Issue 544
2. Hosseini, Seyed Shamsuddin and Shafiei, Afsaneh (2007) The effect of competition law on competition facilitation, competitiveness and standard of living, Bazargan Research Quarterly, No. 45.
3. Cutler, Philip (2000) Principles of Marketing, translated by Bahman Forouzandeh, Isfahan, Atropat Publishing.
4. Masoumnia, Ali, (2004) The favorable market of full competition, Journal of Islamic Economics, No. 15.
5. Samuelson, Paul and House, Rolling (2005) Principles of Economics, Volume I, translated by Morteza Mohammad Khan, Tehran, Scientific and Cultural Publishing Company.
6. Bagheri, Mahmoud and Rashvandi Bukani, Mehdi (2008) Competition Law and Defense of

وجود موانع است که عمدتاً از نوع مدیریتی می‌باشد که در سطور فوق به آن پرداخته شد.

یکی از سیاست‌های کلی برنامه ششم توسعه، بهبود مستمر فضای کسب و کار و تقویت ساختار رقابتی و قابت پذیری بازارها، است که در بخش امور اقتصادی به آن توجه شده. در بند الف ماده ۲۲ این قانون آمده است: «دولت مکلف است با اقدام قانونی در جهت اصلاح قوانین، مقررات و رویه‌ها، محیط کسب و کار را به گونه‌ای امن، سالم، سهل و شفاف سازد تا در پایان سال چهارم اجرای قانون برنامه، رتبه ایران در دو شاخص رقابت‌پذیری بین‌المللی و شاخص‌های بین‌المللی حقوق مالکیت در میان کشورهای منطقه سند چشم‌انداز به رتبه سوم ارتقاء یابد و هر سال بیست درصد (۲۰٪) از این هدف محقق شود. در شاخص کسب و کار هر سال ده رتبه ارتقاء یافته و به کمتر از هفتاد در پایان اجرای قانون برنامه برسد. وزیر امور اقتصادی و دارایی مکلف است در پایان شهریور و اسفندماه هر سال، گزارش میزان تحقق حکم این بند را همراه مستندات به مجلس شورای اسلامی ارائه نماید». چنانکه ملاحظه می‌شود در این ماده چند نکته حائز اهمیت است. نخست اینکه دولت را مکلف نموده با اقدان قانونی قوانین و مقررات را اصلاح و شفاف سازد. این جمله ذهن را به دو نکته متوجه می‌سازد. اول اینکه آیا مگر دولت می‌تواند، با اقدامات غیرقانونی، قوانین را اصلاح و شفاف سازد، که با این صراحت دولت را به قانونی بودن اقداماتش مکلف نموده است. نکته دوم هم اینکه این ماده اذعان دارد، قوانینی که در رابطه با ایجاد رقابت‌پذیری در بازار وجود دارد، اولاً امن و سالم نیستند و ثانياً شفاف و کارآمد نیستند که این ماده دولت را مکلف به انجام این امر نموده، بنابراین ادعای مطرح شده در این مقاله، مبنی بر عدم کارآمدی و تأثیرگذاری قوانین در این ماده تأیید می‌شود.

نکته دیگری که در ماده فوق وجود دارد این است که دولت به صورت مبهم و کلی مکلف شده، فعالیت‌هایی انجام دهد که شاخص رقابت‌پذیری بین‌المللی، بهبود یابد، حال آنکه مشخص نشده، این فعالیت‌ها چیست و چگونه باید صورت گیرد؟ از سوی دیگر این ماده ارزیابی دقیق و کارشناسی شده‌ای در نظر نگرفته است که بعد از چهار سال ارزیابی نماید که آیا دولت توانسته به وظایفی که در این ماده و سایر مواد برنامه ششم، به عهده آن گذاشته شده، عمل کند یا خیر و اگر عمل کرده چه میزان یا چند درصد، در انجام وظایفش موفقیت حاصل کرده. البته ماده مذکور دولت را موظف به ارائه گزارش به مجلس شورای اسلامی نموده، لیکن تجربه قوانین توسعه پیشین و تحقق نیافتن اهداف مدنظر در آنها، نشان می‌دهد، مجلس شورای اسلامی ارزیاب خوبی نیست. علاوه بر این موارد چالش عمده دیگر در قانون برنامه ششم توسعه، نبود ضمانت اجرا برای استنکاف یا عدم موفقیت دولت در انجام وظایف محوله است، که قبلاً نیز به این مطلب مهم اشاره شد. چالش‌های دیگری نیز وجود دارد لیکن به دلیل پیشگیری از اطاله کلام به همین میزان اکتفا می‌شود.

20. Khodadadkashi, Farhad (2009) Different Perspectives on the Concept and Theory of Competition and Its Adaptation to the Competition Situation in the Industrial Sector of Iran, Quarterly Journal of Economic Studies and Policies, Volume 17, Number 51.
21. Reebold, D.M. and Firth Allison (2008) Free Competition and Monopoly, Experience, Several Countries, Germany, USA and UK, Volume II, Translated by Faraz Azarfar, Tehran, Ney Publishing.
22. Moazani, Ruhollah (2008) General Economic Law, Tehran, Majd Publishing.
23. https://www.europarl.europa.eu/ftu/pdf/en/FTU_2.6.12.pdf
24. Fadak, Abdolrasoul (2004) Lectures on Antitrust and Competition Law, Shahid Beheshti University, Master of Intellectual Property Law, Tehran, Autumn.
25. <http://miras-shargh.ir/index.php/fa/tosee>
26. <http://sdschool.ir/post/what-is-sd>
27. Lawrence, Robert Z. (2002). "Competitiveness". In David R. Henderson (ed.). Concise Encyclopedia of Economics (1st ed.). Library of Economics and Liberty.
28. Mirahsani, Monir al-Sadat, Competitiveness Indicators of Iran and Some Countries of the World from the Perspective of the World Economic Forum Report (2013-2014), (2013), Economic Journal, Nos. 9 and 10, December and January.
29. Cheratian, Iman (2013) Analysis of the Challenges of the Competition Council, Quarterly Journal of Parliament and Strategy, Year 20, No. 73, Spring 2013.
30. <https://www.nicc.gov.ir/center/about-center.html>
- Market Integrity in Imami Jurisprudence, Journal of Islamic Law, Volume 9, Number 28.
7. Shokouhi, Majid (2002) Commercial Competition Law in the European Union, Tehran, Mizan Publishing
8. Tavakoli, Ahmad (2001) Government, Market of Successes and Failures, Tehran, Samat Publications.
9. Dariusz, Tokarczki (2003) wispolnicy Abuse of dominant, Position in the Light of legal Provisions and Case Law of European Communities, office for Competition and Consumers, Protection, Phare Press.
10. Aladdin, Amir Abbas and Shiri, Mehrzad (2016) The rules of competition law in Iran and its developments in the light of the general policies of Article 44 of the Constitution, Judgment Quarterly, No. 87 ..
11. Taylor, Martyn (2006) International Competition Law; A New Dimension for the WTO, New York, Combridge University Press.
12. Richard E & els, (1990) "Competition in the Open Economy" London, Cambridge
13. Hunt, Shelby (2000). A General Theory of Competition: Resources, Competences, Productivity, Economic Growth. California: SAGE Publications.
14. Dehkhoda, Ali Akbar (1998) Dictionary, University of Tehran Press, Tehran.
15. Sadeghi, Touba (2007) Principles of Commercial Competition, Specialized Journal of Theology and Law, No. 33, Spring.
16. Liberto, Daniel. (2020) "Imperfect Competition Definition". Investopedia. Retrieved
17. "Decisions: European Council Decision: amending the status with regard to the European Union of the island of Saint-Barthélemy". Eur-lex.europa.eu. Retrieved 20 May 2015.
18. Jean, Calai, Sauly. Droit, de La Consommation (1996) Dalloz.hed.paris.
19. Capurasso, James E. and Levine, David P. (2008) Political Economic Theories, translated by Mahmoud Abdollahzadeh, Tehran, Third Edition.