

چالش های کسب و کارهای مجازی در ایران از منظر حقوق رقابت با تاکید بر کارایی اقتصادی

مرتضی عباسی^۱، ولی رستمی^۲، مهدی شعبان نیامانصور^۳، عیسی امینی^۴

^۱ دانشجوی دکتری دانشکده حقوق، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

^۲ دانشیار، گروه حقوق عمومی، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

^۳ استادیار، گروه حقوق عمومی، دانشکده حقوق، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

^۴ استادیار دانشکده حقوق، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۳/۱۶ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۵/۳۱

Challenges of virtual businesses in Iran from the perspective of competition law with an emphasis on economic efficiency

Morteza Abbasi¹, vali Rostami², Mehdi Shaaban Niamansour³, Eisa Amini⁴

¹ PhD student of Islamic Azad University, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

² Associate Professor, Department of Public Law, School of Law and Political Science, University of Tehran, Tehran, Iran.

³ Assistant Professor, Department of Public Law, Faculty of Law, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

⁴ Assistant Professor, Faculty of Law, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

Received: (5/6/2022) Accepted: (22/08/2022)

شناسه یکتا: <https://dorl.net/dor/>

چکیده

Abstract

Internet businesses have a large share of global and domestic markets, which are both small and large markets, and they operate from any stratum in Internet businesses, which can be small and limited activities or extensive activities such as company activities and or international holdings. With the increase in the activity of internet businesses and the growth of their market share, the possibility of anti-competitive actions by some of these businesses or the claim of anti-competitive practices by competitors or other persons will increase. In this situation, due to the specific requirements of the e-commerce field and its emerging nature in Iran, the application of competition law rules on the performance of internet businesses will face new challenges. This article, with a descriptive and analytical method, tries to examine the concept of ethics and philosophy of ethics, business ethics, the differences between ethical requirements and legal requirements, the concept of advertising and its importance, and ethical issues in electronic commerce from the perspective of protecting consumer rights and examining the status of protection. It has the rights of consumers in advertising in the law of electronic commerce. The results show that since it is desirable to improve the efficiency and well-being of consumers in any market, in principle, competition regulations can be applied in all markets, unless a specific market is excluded from the scope of these regulations for a justified reason.

Keyword: competition rights, consumer rights, virtual businesses, startups

کسب و کارهای اینترنتی سهم زیادی از بازارهای جهانی و داخلی دارند که اعم از بازارهای خرد و کلان می باشد و از هرگونه قشری در کسب و کارهای اینترنتی فعالیت می کنند که می تواند فعالیت های خرد و محدود و یا فعالیت های گسترده مانند فعالیت شرکت و یا هلدینگ های بین المللی باشد. با افزایش فعالیت کسب و کارهای اینترنتی و رشد سهم بازاری آن ها، احتمال بروز اقدامات ضد رقابتی از سوی برخی از این کسب و کارها یا طرح ادعای انجام رویه های ضد رقابتی از طرف رقبای سایر اشخاص افزایش پیدا خواهد کرد. در این شرایط، با توجه به اقتضایات خاص حوزه تجارت الکترونیکی و نوظهور بودن آن در ایران، اعمال قواعد حقوق رقابت بر عملکرد کسب و کارهای اینترنتی با چالش های جدیدی مواجه خواهد شد. این مقاله با روش توصیفی تحلیلی سعی در بررسی مفهوم اخلاق و فلسفه اخلاق، اخلاق کسب و کار، تفاوت های الزامات اخلاقی با الزامات حقوقی، مفهوم تبلیغات و اهمیت آن و موضوعات اخلاقی در تجارت الکترونیکی از منظر حمایت از حقوق مصرف کنندگان و بررسی وضعیت حمایت از حقوق مصرف کنندگان در تبلیغات در قانون تجارت الکترونیکی دارد. نتایج نشان می دهد از آنجاکه ارتقای کارایی و رفاه مصرف کنندگان در هر بازاری مطلوب است، اصولاً مقررات رقابت در کلیه بازارها قابلیت اعمال را دارند، مگر آن که بازار معینی به دلیل موجهی از قلمرو این مقررات استثنا شده باشد.

واژه های کلیدی: حقوق رقابت، حقوق مصرف کنندگان، کسب و کارهای مجازی، استارتاپ ها

مقدمه

کسب و کارهای اینترنتی سهم زیادی از بازارهای جهانی و داخلی دارند که اعم از بازارهای خرد و کلان می باشد و از هرگونه قشری در کسب و کارهای اینترنتی فعالیت می کنند که می تواند فعالیت های خرد و محدود و یا فعالیت های گسترده مانند فعالیت شرکت و یا هلدینگ های بین المللی باشد. موضوعی که در این مورد اهمیت دارد این است که با گستردگی کسب و کارهای اینترنتی قطعا عدم توجه به سبک و سیاق رقابت در آن موجب آسیب رسیدن به این گونه کسب و کارها خواهد بود. در همین زمینه اولین و مهمترین سوالی که می توان مطرح نمود این است که چه چالش هایی در زمینه ی حقوق رقابت در کسب و کارهای اینترنتی وجود دارد؟ دومین سوالی که می توان مطرح کرد این است که چالش های حقوق رقابت در چه حد به عدالت و رفاه اجتماعی در کسب و کارهای اینترنتی معطوف می گردد؟ قطعا اولین فرضیه ای که نگارنده می تواند در راستای تقریر مسئله مطرح کند، وابستگی حقوق رقابت در کسب و کارهای اینترنتی به قوانین تجارت الکترونیک و کنوانسیون های مرتبط با تجارت الکترونیک همچون کنوانسیون قراردادهای الکترونیکی آنسیترال و دیگر قواعد آمره حاکم بر رقابت های بین المللی، انکار ناپذیر است. با این حال مهمترین موضوع ذهنیت ما برای پیشبرد تحقیقات کتابخانه ای در مورد حقوق رقابت در فضای وسیع مجازی و اینترنت که شامل پیام رسان ها، سایت ها، اپلیکیشن ها و ... می گردد، اعتبار امر رقابت در جامعه ی بین الملل توسط پتانسیل های موجود در فضای اینترنتی می باشد که قطعا می بایست دقیقا بر اساس پیچیدگی های آن، دارای نظام حقوقی منظم باشد تا بتوان از آن طریق به ضمانت های اجرایی مناسب در زمینه ی حقوق رقابت برای تضمین عدالت و رفاه اجتماعی در کسب و کارهای اینترنتی رسید. اگر فرض کنیم که تعهدات ناشی از الزام رعایت حقوق رقابت اجرایی نگردد چه ضمانتی برای تنظیم رفتارها و رقابت هایی که در بازارهای وسیع اینترنتی صورت می پذیرد، وجود خواهد داشت؟ هدف ما در تحقیق تبیین ابعاد حقوق رقابت در فضای مجازی خواهد بود که قطعا معطوف به پیام رسان ها و اپلیکیشن های تازه ابداع شده و غیر است که قوی ترین تبلیغات شرکت های تجاری و رقابت های تنگاتنگ بر سر معرفی محصولات و جذب مصرف کننده، در آن فضا شکل می گیرد. در اصل قصد ما کشف ارتباط حقوق رقابت با کسب و کارهای اینترنتی در پی آن تامین عدالت و رفاه اجتماعی است. البته حقوق رقابت در ایران برای این مسئله راهکارهای دقیقی ندارد چرا که در ایران همواره قوانین و نظام حقوقی یک قدم از تکنولوژی عقب مانده است و ما قطعا در پی کشف راهکارهای تنظیم نشده خواهیم بود.

پیشینه پژوهش

محمدحسین زارعی و دوستان در مقاله «شورای رقابت و کسب و کارهای اینترنتی (تحلیل تصمیم جلسه ۳۰۶ شورای رقابت در خصوص بررسی ادعای قیمتگذاری تهاجمی سامانه های درخواست اینترنتی خودرو)»، ۱۳۹۹، مقاله حاضر در صدد است تا با ارایه مبانی قانونی صلاحیت شورای رقابت، از یک سو به بررسی صلاحیت شورا در رسیدگی به رویه های ضدرقابتهای سامانه های درخواست اینترنتی خودرو بپردازد و از سوی دیگر، مفاد تصمیم شورا را از نظر رعایت مواردی از قبیل تعیین بازار محصولات مرتبط، قیمتگذاری تهاجمی و معافیت های قانونی، نقد و تحلیل کند.

سجاد نعیم وفا و دوستان در مقاله «بررسی نظام حقوقی حاکم بر صدور مجوز برای کسب و کارهای اینترنتی در ایران»، ۱۴۰۰، درخصوص کسب و کارهای الکترونیکی نیز، اگرچه تصویب و ابلاغ آیین نامه اجرایی چگونگی صدور مجوز و نحوه نظارت بر فعالیت افراد صنفی در فضای مجازی و بازاریابی شبکه ای و نیز دستورالعمل اعطای نماد اعتماد الکترونیک و نظارت بر کسب و کارهای اینترنتی، گام های مثبتی در راستای سامان دهی فعالیت های اقتصادی در فضای مجازی به شمار می روند، کماکان خلأها و ابهامات بسیاری در این زمینه وجود دارد. در پژوهش حاضر، با شیوه تحلیل - توصیفی و با استفاده از منابع کتابخانه ای و اینترنتی، فرایند صدور مجوز برای کسب و کارهای الکترونیکی بررسی شده است.

ربیعا اسکینی و دوستان در مقاله «کسب و کارهای اینترنتی در آیین حقوق»، ۱۴۰۰، به این مساله می پردازد که اگرچه در علوم گوناگون تقسیم بندی های مختلفی از مدل های کسب و کار اینترنتی صورت گرفته است، ولی در یک تقسیم بندی حقوقی، تمامی کسب و کارهای اینترنتی را می توان ذیل دو مدل کلی جای داد: مدل اصیلی و مدل واسطه گری. تعیین اجرت عادلانه برای واسطه ها در فضای مجازی باید بر اساس دانش، آورده مادی و کوشش آنها صورت پذیرد.

- مهربانی، حامد مهربانی در مقاله «بازاریابی شبکه شرکت های هرمی در فقه امامیه و حقوق ایران»، ۱۳۹۵، به این مساله می پردازد که از منظر فقه امامیه با توجه به اینکه قراردادهای هرمی از مصادیق اکل مال به باطل و نوعی معامله غرری محسوب می شوند، مورد نهی صریح فقها قرار گرفته؛ همچنین قواعد فقهی مانند قاعده نفی غرر، اکل مال به باطل، تدلیس و ... دلالت بر عدم مشروعیت طرح های هرمی دارد. اما بازاریابی شبکه ای سالم می تواند در قالب جعاله و وکالت قرار گیرد که آنها را مورد بررسی قرار داده است.

یافته‌های پژوهش

پیشینه حقوق رقابت و اهداف آن

نظام های اقتصادی مختلفی در ادوار مختلف تاریخ بر قسمتهایی از جهان حاکم بوده اند که در یک تقسیم بندی کلی می توان آنها را در دو طیف قدرت متمرکز دولتی و اقتصادهای آزاد ترسیم نمود.

با دقت و توجه در نظام های حقوقی مختلف روشن می شود که نظام اقتصادی در هر یک از این نظام های اولیه (اقتصاد آزاد و سوسیالیسم) که گروهی قدرت بازار و عده ای دیگر قدرت دولت مرکزی را برای هدایت مسیر اقتصاد کافی می دانستند، با مشکلات عدیده ای روبرو بوده و اینچنین نوبت به مکاتب دیگر می رسد. همه این مکاتب جدید که بسته به میزان گرایش خود متمایل به یکی از نظام های اولیه می باشند، در پی از میان برداشتن موانع اقتصادی خویش بوده اند. سوال اینجاست که این موانع چگونه ایجاد می شوند؟

فلسفه پیدایش حقوق رقابت

منتقدین نظام اقتصاد آزاد از ناکارایی نظام بازار به شکست بازار و منتقدین اقتصاد متمرکز از آن به عنوان عدم کارایی نظام متمرکز یاد می کنند. اگر چه هر دو نظام با انتقاداتی روبه رو بود اما به دلیل کارایی بیشتر نظام بازار، بیشتر نظام ها به سمت آن گرایش پیدا کردند، البته نظام بازار هم به سمت رفع ایرادات به وسیله ایجاد نهادهای تنظیم گر حرکت نموده است. بنابراین با تعدیل هر دو نظام و همچنین حرکت به سمت نظام اقتصاد آزاد از جانب اقتصادهای متمرکز، خصوصا پس از فروپاشی شوروی، طیف وسیعی از نظام های مختلط به وجود آمد. این نظامها دریافته اند که قدرت متمرکز توانایی رسیدن به کارایی را برای جامعه فراهم می کند و نه نظام بازار به خودی خود توانایی رسیدن به چنین کارایی را دارد. از این رو به منظور دستیابی به کارایی اقتصادی بیشتر و جلوگیری از قرار گرفتن هر چه بیشتر اقتصاد در دست افراد کمتری از اجتماع دست به تدوین قواعد رقابت زدند. قواعد رقابت در واقع تنظیم کننده بازار است. امروزه این قواعد با اهداف مشترک و تنظیم یکدیگر در بیشتر کشورهای جهان در قوانینشان وضع شده اند، اما چنین قواعدی گاهی اوقات در کشورهای مختلف متفاوت بوده است یا در دوره ای نسبت به دوره های دیگر در کشورهای مختلف متفاوت بوده است، از این رو بررسی مختصر تاریخ پیدایش حقوق رقابت می تواند ذهن محقق و قانونگذار را نسبت به شرایط روز خویش آگاه تر نماید. بنابراین با توجه به تغییر اهداف و بعضا ارکان رقابت در طول تاریخ، به عنوان یک محقق در کشوری در حال توسعه، لازم است بدانیم که آیا باید قواعد امروزی کشوری که ۱۳۰ سال است قواعد رقابت داشته است و با تغییرات بسیار زیاد تا به

حسین غمامی در مقاله «مطالعه تطبیقی نظام حقوقی رقابت در ایران و فرانسه»، ۱۳۸۹، به این مساله می پردازد که با تضمین کارکردی رقابت در جریان عرضه و تقاضا، در بازارهای افقی و عمودی مشکلی پیش نمی آید. اما اگر در رفتارهای رقابتی بازار اختلالی پیش آمده و برخی کنشگران اقدام به ، و مؤسسات با سوء استفاده از فقدان بسترهای لازم و خلاءهای قانونی و نظارتی انحصار و یا تقویت و سوء استفاده از موقعیت مسلط خود نمایند بازار دچار اختلالات مستقیم کیفی و قیمتی گشته و در ادامه، مشکلات شدید متنوعی برای بازار و سایر کنشگران اقتصادی بوجود می آید.

روش شناسی پژوهش

اهمیت حقوق رقابت در تجارت های کلان کنونی که ثروت های هنگفتی در معاملات آن ها جابه جا شده و در صورت عدم رعایت حقوق رقابت در آن ها، موجب تضییع حق شرکت ها و تجار بسیاری می شود. اما نکته اینجاست که رقابت در کسب و کارهای اینترنتی در دنیای امروز از چه طریقی صورت می گیرد ؟ قطعا امروزه کسب و کارهای اینترنتی سهم زیادی را در زمینه رقابت های تجاری ایفا می کنند که حتما می بایست برای آن تنظیم آن در این فضا قواعد و مقرراتی وضع شده و چالش های مربوط به آن به حیطة ی تحقیق کشانده شود. ضمن اینکه رقابت در کسب و کارهای اینترنتی می بایست با تئوری عدالت و رفاه اجتماعی نیز همسو باشد به همین دلیل نیز باید در طول تحقیق اصول حقوق رقابت در کسب و کارهای اینترنتی و چگونگی رعایت عدالت و رفاه اجتماعی در بازارهای اینترنتی نیز بررسی و تحلیل گردد. از همین رو قصد ما در این تحقیق اهمیت و ضرورت پیدا می کند که بتوانیم به ابعاد حقوق رقابت در کسب و کارهای اینترنتی بپردازیم. فضای اینترنتی در عرصه ی تجارت و رقابت در عرصه های تجاری بسیار حائز اهمیت است که این امر با پیشرفت روزافزون تکنولوژی پیام رسان ها و اپلیکیشن ها و سایت های تجاری، پیچیده تر می گردد اما به دلیل تازگی این امر که به دهه ی اخیر بر میگردد هنوز تفتیق وسیعی که بتواند در بستر بازارهای اینترنتی راهکارهایی برای حقوق رقابت و تامین عدالت و رفاه اجتماعی در رقابت عادلانه در کسب و کارهای اینترنتی مطرح کرده و چالش مربوط به آن را بررسی کند ، انجام نشده است. از همین رو رساله ی پیش رو به درک خلاء های موجود در بین تحقیقات حقوق رقابت که در زمینه ی مذکور وجود دارد، دست به مکاشفه و بررسی خواهد زد. به همین دلیل پژوهش ما از جنبه ی ابتکار و نوآوری برخوردار است. در این پژوهش با روش توصیفی تحلیلی به بررسی بررسی چالش های حقوق مصرف کنندگان در حقوق رقابت در کسب و کارهای اینترنتی خواهیم پرداخت.

انحصاری تحمیل کرد و دستور به توقف و دست کشیدن از این اعمال را صادر نمود.

در حدود بیش از دو دهه بعد قانون کمیسیون تجارت فدرال ۱۹۱۴ الگوهای غیر عادلانه رقابت را ممنوع کرد، همچنین این قانون کمیسیون تجارت فدرال را به عنوان سازمانی مستقل و خارج از بخش ضد تراست وزارت دادگستری ایالات متحده تاسیس کرد و کمیسیون تجارت فدرال را مسئول اجرای قانون ضد تراست دانست. نهایتاً قانون کلیتون مصوب ۱۹۱۴ قانون شرم را تکمیل کرد، به وسیله ممنوعیت اعمالی که محدود کننده رقابت هستند از قبیل «قیمت گذاری تهاجمی و فروش اجباری و تحصیل سهام» (غفاری، ۱۳۹۳: ۶۳). که در فصول آتی بررسی خواهد شد. همانطور که بیان شد قانون شرم به دلیل نقایصی که داشت توسط قانون کلیتون کامل شد. بعدها نیز در سالهای ۱۹۳۶ - ۱۹۵۰ - ۱۹۷۶ قوانین در ایالات متحده خصوصاً در زمینه ادغامها تصویب شد. قانون سال ۱۹۷۶ «شرکتها را موظف کرد که پیش از ادغام و تمرکز، مراتب را به مرجع مرتبط اطلاع دهند» (غفاری، ۱۳۹۳: ۶۴). «اهمیت این قوانین به حدی است که در برخی نظرات قضات دیوان عالی آمریکا، روح آن به اندازه اهمیت روح قانون اساسی دانسته شده است. گاه نیز با اعلامیه حقوق بشر و یا فرمان کبیر پادشاه انگلستان مقایسه می شود.»

حقوق رقابت در سایر نظام های حقوقی

دیگر کشورهای جهان هم بعد از این که آثار مثبت قوانین آمریکا را دیدند، اقدام به تصویب قوانینی در خصوص رقابت نمودند که از جمله آنها می توان به قانون ۱۹۲۳ کانادا با عنوان قانون تحقیق درباره ادغام ها اشاره کرد.

تا پس از پایان جنگ دوم جهانی، بیشتر کشورها یا قواعد رقابت نداشتند یا اگر هم داشتند متروک بود، وجود کارتل های بزرگ نشانگر این امور بود. پس از جنگ آمریکا که تصور می کرد «نازی ها به سبب تسلط بر کارتل های بزرگ، کنترل اقتصاد کلان کشور آلمان و قدرت سیاسی آن را به دست آورده اند قواعد سخت گیرانه ای را نسبت به کارتل ها و انحصارات به اجرا در آوردند. و در ژاپن هم چنین کاری کردند.» (غفاری، ۱۳۹۳: ۶۵).

«مفهوم اقتصاد بازار و اقتصاد آزاد در ابتدا در دوره ترمیم میجی (انقلاب میجی) (۱۹۱۲-۱۸۶۷) همراه با نظریه اقتصاد کلاسیک در ژاپن معرفی شد. در آن دوره بود که ایده ارتقای سطح رفاه عمومی با رقابت آزاد به شکل گسترده ای پذیرفته شد. حکومت میجی با پی ریزی سیستم اقتصاد غربی بازار خود را آماده رقابت با غرب نمود. ژاپن قبل از جنگ جهانی اول رویه متفاوتی داشت اما نهایتاً بعد از جنگ جهانی دوم و با فرایند دموکراسی‌سازی

امروز به قواعدی رسیده که در حال پیاده سازی آن در کشور خویش می باشد را کپی نماییم یا با عنایت به این که در چه شرایط اقتصادی و مراحلی هستیم، قواعد کارآمد تدوین نماییم، هر چند با بعضی اصول رقابتی کشورهای دیگر مشترک نباشد.

حقوق رقابت در ایالات متحده آمریکا

برای جستجوی حقوق رقابت مدرن باید سراغ ایالات متحده آمریکا رفت. «جایی که به دلیل پیشرفت های تکنولوژیک و ایجاد آرامش از جنگ های داخلی پدیده ای به نام بحران مصرف به وجود آمد.» (امیرمزی، ۱۳۹۱: ۶۱).

بحران مصرف بدین معنا بود که صنایع تولید مازاد داشته است یعنی به دلایل مذکور، تولید افزایش یافته بود اما تقاضا برای آن میزان افزایش تولید در بازار وجود نداشت. این امر سبب شد که بسیاری از «شرکتهای تولید کننده برای کنترل بر بازار و سودآوری بیشتر در یکدیگر ادغام شوند یا کارتل تشکیل دهند» (همان). کارتل ها که بیشترین موارد این ائتلاف را دربر می گرفتند سست ترین نوع آن از نظر استحکام نیز بودند یعنی به هر بهانه ای ممکن بود که با بهم خوردن آن پیمان دوباره وضع سابق حاکم شود این وضعیت صاحبان سرمایه را بر آن داشت تا به فکر راهکاری بهتر از ایجاد کارتل و اتحادیه باشند که در نتیجه، آن تراستها پدید آمدند.

«تراست و در لغت به معنای امانت و ودیعه می باشد» که البته در حقوق انگلستان شخص امین وظایفی هم در قبال مال خواهد داشت «تراست در مفهوم جدید نیز چندان از معنای سنتی خود دور نیفتاده است. در تراست، شرکت های عضو، سرمایه خود را به هیأت امنای تراست واگذار می کردند و گواهی تراست دریافت می کردند.» (غفاری، ۱۳۹۳: ۶۱).

تراست ها با همکاری اعضا بر بسیاری از بازارها کنترل و تسلط می یافتند و در نتیجه پدیده انحصار، آن هم نه در یک زمینه که در زمینه های مختلف ممکن بود پدید آید. این امر سبب شد جریان به مخالفت با تراست ها از میان مردم برخیزد، چرا که آثار سوء تراست ها قطعاً بر وضعیت مردم مؤثر بود و در نتیجه جریان سیاسی و اجتماعی پوپولیسیم آغاز گشت و دولت و مقامات را تحت فشار قرار داد که قوانین رقابتی وضع نمایند. این امور سبب تصویب اولین قانون رقابتی به نام قانون ضد تراست شرم در ایالات متحده آمریکا گشت اما «ریشه های تصویب قانون شرم را باید در قوانین ایالتی که در ایالات قبل از تصویب این قانون وضع شده اند جست وجو کرد.» (Boudreaux, 1993: 81).

به هر ترتیب این نخستین قانون رقابت به معنای مدرن آن میباشد «قانون شرم به عنوان قواعد محدود کننده انحصار در کامن لا، جریمه هایی را برای محدود کنندگان تجارت و اعمال

در نظام حقوقی هند، هم، که یکی از نظام های حقوقی منتخب این پژوهش می باشد اولین قانون رقابتی تحت عنوان رویه تجاری انحصاری در سال ۱۹۶۹ تصویب شد و تا به امروز نیز چند بار مورد اصلاح قرار گرفته است، اما در ایران قبل از تصویب قانون اجرای سیاستهای کلی اصل ۴۴ ق.ا به طور جسته گریخته می شود ردپای رقابت را خصوصا در قوانین تعزیرات حکومتی و نظام صنفی دید اما با تصویب قانون فوق الذکر حقوق رقابت مدرن به صورت جدی پا به عرصه وجود نهاد.

اهداف حقوق رقابت

حال که بررسی ها به شناخت اوضاع و احوالی منجر شد که رقابت پا به عرصه ظهور و بروز می گذارد، زمان آن فرا رسیده که اهداف آن بررسی شود. چرا که بدون در نظر گرفتن این موضوع هر تفسیر حقوقی رأی و یا نظر و حتی قانونگذاری در خصوص رقابت می تواند آسیبی جدی بر اقتصاد یا قواعد رقابتی به شمار آید. که اولاً ممکن است سبب کند شدن سرعت توسعه و ثانیاً می تواند سبب متروک شدن قواعد آن و عواقب سوء بعدی آن گردد. در نتیجه بحث حقوق رقابت که در زمره قانون اساسی آمریکا به زعم دیوان عالی این کشور مهم است، نیازمند دقت و اجتماع نظرات علماء حقوق و اقتصاد می باشد و صرف پیاده سازی قواعد حقوقی یک کشور دیگر در ایران نمی تواند در این عرصه راه گشا باشد.

اکنون زمان آن رسیده که به این پرسش پاسخ داده شود که اهداف رقابت کدام است؟ بعد از شناخت این اهداف باید بدین امر پرداخته شود که پاسداری از رقابت برای نیل به اهدافش با کدام مرجع می باشد؟ ویژگی های آن چیست؟ آیا نیاز و ضرورت وجود مراجع جدای از مراجع عمومی وجود دارد؟ چرا وجود مراجع تخصصی به حدی مهم تلقی می شود که در بیشتر کشورهای جهان به نوعی با آنها سروکار داریم؟ اعضاء این مراجع چه کسانی هستند و سئوالات متعدد دیگر.

در بیان اهمیت اهداف رقابت مقدماتاً همین بس است که به سخن روبرت برک نگاه بیندازیم. روبرت برک معتقد است «تا وقتی به یک سوال پاسخ قطعی نداده ایم، نمی توان سیاست رقابتی منطقی و قابل درکی را بنا نهاد: مقصود این قانون و اهداف آن کدام اند؟ سایر موارد از پاسخی که می دهیم نشأت خواهد گرفت... تنها زمانی که موضوع اهداف حل شود، ترسیم چارچوبی منسجم و منطقی از قواعد ماهوی ممکن خواهد بود.» (Bork, 1993: 50).

یکی دیگر از نویسندگان چنین مقرر می دارد: «به عنوان یک هدف سیاست عمومی حقوق ضد تراست (رقابت) به منظور دستیابی به ارتقای رفاه مصرف کننده از طریق تشویق رفتار

جامعه و اقتصاد ژاپن اصلاحاتی در قوانین بخش کارگری و کشاورزی ژاپن به وقوع پیوست. فرماندهی عالی متفقین (آمریکا) قانون (Antimonopoly law act) را به صورت یکجانبه در سال ۱۹۴۷ جایگزین قوانین ترویج کنترل متمرکز اقتصاد و دیگر قوانین مربوط و قوانینی که بیش از حد قدرت انحصاری می دادند، نمود. هرچند آن سیاست واقعی که دولت اعمال می کرد همچنان شباهت به سیاست های قبل از جنگ جهانی داشت. کمبود مواد اولیه بعد از جنگ سبب ادامه مدیریت بر اساس قانون تنظیم عرضه و تقاضای مواد به شکل موقت شد. با اعمال این سیاست متمرکز وزارت اقتصاد اقدام به جیره بندی مواد اولیه و سرمایه نمود. بنابراین ساختار اقتصادی وزارتخانه ای که در زمان جنگ حاکم بود اساساً ادامه داده شد. اقتصاد واقعی ژاپن پس از جنگ جهانی، نظامی مختلط بود و عناصری از هر دو نظام اقتصاد بازار آزاد و اقتصاد متمرکز را دارا بود اما قانون حاکم بر رویه های ضد رقابتی در ژاپن همان قانون ضد انحصار که بعد از جنگ جهانی تصویب شد می باشد و البته بسیار شبیه به نظام ضد تراست ایالات متحده آمریکاست.»

«در ۱۹۵۳ و با پایان پذیری اشغال ژاپن (همانطور که اشاره شد) ژاپنی ها اقدام به اصلاح AMA نمودند و از شدت و سختی آن در برابر انحصارات و کارتل ها کاستند اما آنها بیست سال بعد آثار سوء آن را دیدند و مجدداً اقدام به تقویت قانون در مقابله با رویه های انحصاری و کارتل ها نمودند.» (Narinder, 2015: 45).

در سال ۱۹۴۸ انگلستان در کشورهای مشترک المنافع دست به تصویب قوانین رقابتی زد و استرالیا در سال ۱۹۷۴ قانون رویه های تجاری را تصویب کرد.

در سال ۱۹۵۷ معاهده رم تصویب شد که مواد ۸۵ - ۸۶ به مباحث رقابتی اختصاص داده شده بود «البته پیش از آن هم در معاهده ۱۹۵۱ فولاد و زغال سنگ هم دو ماده آورده شده بود که به نوبه خود بازتاب و ترجمه قانون شرمین محسوب می شد.» (غفاری، ۱۳۹۳: ۶۶).

در معاهده ماستریخت و نهایتاً معاهده لیسبون تنها شماره مواد رقابت تغییر کرد، اما مقررات همان است که پیشتر بود و مواد ۱۰۱ و ۱۰۲ جایگزین شماره مواد سابق شده است. در دیگر کشورهای جهان هم خصوصاً کشورهای در حال توسعه و کشورهای حاصل از فروپاشی شوروی امروزه قواعد رقابت به دلایل گوناگونی تصویب شده و بیشتر کشورهای جهان دارای چنین قواعدی هستند. حال پرسش این است که آیا چنین قواعدی می تواند راهگشا باشند یا که خیر و باید هر کشور باتوجه به شرایط خود تغییراتی در آن ایجاد نماید؟

رقابتی و حمایت از فرایند رقابت، تلاش می کند» (Gundlach, 2001: 124).

نویسندگان اهداف گوناگونی برای رقابت متذکر شده اند که همه این اهداف در جهت توسعه کشور مجری حقوق رقابت می باشد اما در یک دسته بندی کلی شاید بتوان اهداف حقوق رقابت را در دو طبقه بندی کلی اهداف اقتصادی و اهداف سیاسی و اجتماعی بررسی کرد.

این که هر یک از اهداف حقوق رقابت در کدام دسته قرار می گیرد، می تواند در زمینه سیاست گذاری های اقتصادی راهگشا باشد و مسیر را برای روشن شدن این مطلب که کدام سیاست فرضا برای توسعه اقتصادی مناسب تر است هموارتر نماید.

به دلیل اولویت اهداف اقتصادی در سیاست های رقابتی ابتدا به بررسی آنها می پردازیم.

الف - اهداف اقتصادی

در میان اهداف حقوق رقابت اهداف اقتصادی مهمتر از سایرین می باشند. بانک جهانی و کشورهای عضو (OECD) هدف از وضع قانون رقابت را حفظ و ارتقا رقابت و حمایت از مصرف کنندگان و بهبود رفاه آنان عنوان نموده است. همچنین آنکساد (۲۰۰۳) هدف از حقوق رقابت را کنترل با حذف توافقات محدود کننده یا توافقات بین بنگاه ها یا تصاحب یا سوء استفاده از موقعیت مسلط و قدرت بازاری بنگاه ها در بازار و رفع محدودیت هایی که تاثیر منفی بر تجارت داخل، خارجی و توسعه اقتصادی دارد، بیان می کند.» (فرازمند، ۱۳۹۰: ۲۶).

- کارایی

کارایی اقتصادی در دو معنای استفاده از حداقل منابع جهت رسیدن به یک میزان محصول و یا استفاده حداکثری از منابع برای تولید هر چه بیشتر استفاده می شود. البته در اقتصاد برای کارایی انواعی مطرح شده است که مختصرا به آنها پرداخته می شود؛

به عقیده عده ای از اقتصاددانان کارایی موضوعی نسبی است و صرفا حداکثرسازی به معنای کارایی نیست، برای مثال وقتی شما برای رسیدن از نقطه C به نقطه A (با این فرض که C وضع موجود و A حالت حداکثر کارایی است) در حرکت هستید، رسیدن به نقطه ای بین این دو فرضا نقطه B شما گرچه هنوز نسبت به نقطه A ناکارآمد به نظر می رسد اما نسبت به نقطه C کارآمد شده اید.

به هر صورت و با گذشتن از این مسئله برای کارایی انواعی برشمرده اند که مختصرا به معرفی هر یک از آنها می پردازیم.

کارایی تخصیصی

یکی از مباحث پراهمیت اقتصاد چگونگی تخصیص منابع محدود برای رفع نیازهای نامحدود است. کارایی تخصیصی هم به

همین مورد اشاره دارد و حالتی را در نظر می گیرد که منابع، با اولویت تقاضا برای تولید تخصیص می یابند. به عنوان مثال فرض کنید از چند تخته چوب نراد می توان یک دست مبل یا دودست میز ناهار خوری و یا یک جفت کمد ساخت.

معتقدین به کارایی تخصیصی می گویند باید دید، تقاضا نسبت به کدام یک از این موارد وجود دارد؟ فرضا هم برای مبلمان و هم میز ناهار خوری تقاضا وجود دارد اما برای کمد تقاضا وجود ندارد. در چنین حالتی اگر آن تخته ها را به ساخت کمد اختصاص دهیم ناکارایی تخصیصی رخ داده است و اگر برای محصولی که متقاضی بیشتری دارد اختصاص یابد، کارایی تخصیصی به وقوع پیوسته است.

«افزایش این نوع بهره وری به ارتقای شرایط اجتماعی می انجامد و مصرف کننده را از پرداخت قیمت محصول به میزان هزینه های انجام شده مطمئن می سازد.» (وکیلی مقدم، ۱۳۸۹: ۴۱).

حال اگر این تخصیص به شکل صحیح رخ ندهد «تولید خالص ملی کمتر از حداکثر ممکنه خواهد بود و بحث تخصیص مجدد پیش می آید که دارای هزینه ای مضاعف برای جامعه می باشد.» (ویج، ۱۳۸۷: ۴۰۲).

- کارایی تولیدی

برخلاف کارایی تخصیصی، کارایی تولیدی نظری به تقاضا برای کالاها ندارد و موضوعی که در این کارایی مطرح می شود آن است که از کمترین میزان منابع، حداکثر تولید به وجود آید و این امر منجر به کاهش هزینه های تولیدی و در نتیجه کاهش قیمت نهایی محصول و سبب افزایش رفاه خریدار می گردد. در واقع در این نوع کارایی هدف اصلی «تولید کالا با کمترین هزینه ممکن بوده و تلاش می شود از طرق مختلف مانند استفاده از پیشرفت های تکنولوژی، میزان تولید افزایش یابد بدون اینکه افزایش هزینه، مانعی در توسعه فعالیت ها بوجود آورد.» (وکیلی مقدم، ۱۳۸۹: ۴۱).

- کارایی پویا

کارایی پویا نظر به استفاده از تکنولوژی های جدید و تحقیق برای توسعه هر چه بیشتر بنگاه دارد. در بسیاری موارد ممکن است کارایی پویا دیگر انواع کارایی را هم پوشش دهد اما جایی که نیاز است برای تولید محصول یک تکنولوژی پرهزینه مورد استفاده قرار گیرد و حتی تا مدت ها به دلیل هزینه ای که برای آن تکنولوژی جدید شده است، هزینه تولید محصول نسبت به وضع موجود افزایش یابد، کارایی پویا استفاده از این تکنولوژی را توصیه می نماید هر چند که مخالف با انواع دیگر کارایی باشد.

اهمیت این کارایی به حدی است که شومپیتر اقتصاددان معروف معتقد است «طوفان جاوید و ویرانگر ابداع و خلاقیت سرتاسر

مورد (سوءاستفاده از موقعیت برتر) پیش بینی و ممنوع شده است.

چهارم - حمایت از آزادی رقابت و جلوگیری از محدود کردن آن بی شک آزادی رقابت بنگاه ها و جلوگیری از هرگونه اقدام، تصمیم، عمل و توافق که بخواهد این آزادی را محدود یا سلب نماید، از اهداف حقوق رقابت می باشد. جلوگیری از ادغام ها که در قانون اجرای سیاست های کلی اصل ۴۴ ق. به آن اشاره شده است، یا موارد دیگر ریشه در همین هدف حقوق رقابت دارند.

- اهداف سیاسی و اجتماعی

«هدف سیاسی- اجتماعی که تأکید بر رعایت اصل انصاف در امر تجارت و رقابت دارد و بنابراین، هدفش مراقبت بر رفتار بنگاه است. عناصر اساسی این هدف را که ایدولوژی اساسی مکتب پوپول پسیم را تشکیل می دهد، حفظ و نگهداری از پروسه رقابت با تأمین و تضمین آزادی رقابت، یا حمایت و ترویج رقابت مؤثر تشکیل می دهند. راه تأمین این هدفها را مکتب مزبور در منع و از میان بردن محدودیت های غیر معقول تجاری می داند.» (عامری، ۱۳۸۹: ۱۲۰).

به نظر نگارنده عنوان اهداف غیر اقتصادی که برخی از نویسندگان در این زمینه بیان داشته اند، از نظر ماهیت این اهداف صحیح نمی باشد. زیرا چنانکه در ادامه بیان می شود، گرچه ممکن است در وهله اول وجوه دیگر این اهداف پررنگ تر از اقتصاد باشد اما از منظر اقتصادی هم قابل توجهی می باشد. درست همانند اهداف دولت رفاه که شاید در نگاه نخست قابل توجهی نباشد اما در نگاه بزرگانی چون پازنر، این پدیده با منطق اقتصادی توجیه می شود. به هر صورت مخالفین معتقدند «توجیه و پشتوانه اقتصادی ندارند بلکه با استقلال فردی، عدالت و انصاف، توزیع منابع و قدرت اقتصادی و ممانعت از شکل گیری تمرکزهای اقتصادی در ارتباط هستند.» (غفاری، ۱۳۹۳: ۱۳۲).

از جمله مهمترین اهداف سیاسی و اجتماعی حقوق رقابت می توان به موارد ذیل اشاره کرد.

توزیع منصفانه قدرت اقتصادی

وجود بنگاه های بزرگ می تواند تهدیدی علیه دولت های دموکراتیک باشد چرا که آنان که با انحصار، بازار را بدست می آورند، توانایی بدست گرفتن قدرت سیاسی را نیز می یابند و تجمع قدرت اقتصادی و سیاسی می تواند سبب سقوط دموکراسی باشد. از این رو «هراس در سیاستمداران آمریکایی در تصویب قوانین مختلف از شرم تا اواسط قرن بیستم همچنان پابرجا بود.» (عامری، ۱۳۸۹: ۱۳۴).

در این زمان چون مکتب هاروارد بر ایالات متحده سایه افکنده بود که معتقد بودند «حتی اگر بنگاه های مذکور مرتکب نقض

اقتصادهای سرمایه داری را در خواهد نوردید و بنگاه ها را به سود سرشار بازار رهنمون خواهد ساخت.» (غفاری، ۱۳۹۳: ۹۵). روشن است که به عقیده ایشان در بلندمدت استفاده از تکنولوژی های جدید به صرفه تر خواهد بود.

ب- افزایش رفاه

افزایش رفاه قطعا یکی از اهداف اصلی حقوق رقابت خواهد بود. اینکه افزایش رفاه از اهداف رقابت است را بیشتر نظریه پردازان اقتصادی بیان داشته اند و یکی از صاحب نظران در پاسخ به مخالفین در خصوص ایرادات این هدف بیان داشته است «ضعف منطق رفاه اقتصادی و مشکلات آن، همانطوری است که اعتراضات هنجاری در اجرا ترکیب اهداف غیر رفاهی حقوق رقابت اتحادیه اروپا به چشم می خورد (Lianas, 2013: 81)، نویسنده با این بیان در مقام دفاع از منطق رفاه اقتصادی می باشد چرا که اگر دلیل اقتصادی برای توجیه آن موجود نباشد، دلیل بر رجحان اهداف مقابل آن نیز وجود ندارد.

اما سوالی که ممکن است به وجود آید، این است که افزایش رفاه چه کسانی ملاک است؟ جامعه، تولید کننده یا مصرف کننده؟ از دیرباز این مسئله اختلافی در حقوق رقابت وجود داشت که باید مدافع حقوق مصرف کننده باشد یا تولید کننده و یا جامعه. با عنایت به تاریخ رقابت و مطالبی که گذشت تقریبا بیشتر نویسندگان به افزایش رفاه مصرف کنندگان نظر دارند. به بیان دیگر حقوق رقابت به دنبال ایجاد مازاد رفاه برای مصرف کنندگان است.

«مازاد رفاه مصرف کننده به معنای تعلق رفاه به خریداران است یعنی منافع یک خریدار ناشی می شود از مصرف کالاها و خدمات.» در نتیجه رفاه مصرف کننده از آن خریدار آن کالا یا خدمت است.

«مطالعه زمینه های وضع قوانین رقابتی (از اولین قانون رقابتی مدرن یعنی قانون شرم تا به امروز) مؤید آن است که ارتقای وضع مصرف کنندگان و حمایت از آنان در برابر موقعیت برتر عرضه کنندگان از دغدغه های اصلی قانونگذاران در پذیرش قوانین مزبور بوده است.» (غفاری، ۱۳۹۳: ۱۳۰).

- جلوگیری از سوءاستفاده از موقعیت برتر

بنگاه های بزرگ بعد از اینکه از موقعیت برتری نسبت به سایرین برخوردار شوند، تمام تلاش خود را به کار خواهند گرفت که مانع ورود دیگران به صنعت مورد نظر شوند یا آنها را که هستند، به نحوی خارج کنند. آنها از شیوه های گوناگونی در این زمینه استفاده می کنند که از شایع ترین آنها می توان به قیمت گذاری تهاجمی اشاره کرد که در ادامه مورد رسیدگی قرار خواهد گرفت. یکی از وظایف اصلی حقوق رقابت جلوگیری از اعمال این نوع اعمال ضد رقابتی می باشد. در بیشتر قوانین رقابتی این

مقررات رقابت نیز نشده باشند، باید به دولت قدرت تجزیه و انحلالشان داده شود» (همان، ۱۳۴). در نتیجه به دولت اختیارات زیادی در برخورد با چنین رویکردهایی داده شده بود.

– حمایت از استقلال اشخاص و عدالت

افراد انسانی، آزاد هستند تا در مناسباتهای اقتصادی آنگونه که مایلند، رفتار نمایند و چیزی نباید آزادی‌های آنها را محدود نماید یا مانع ورود آنها به حوزه‌ای خاص از اقتصاد شود. این شالوده این هدف از اهداف حقوق رقابت است. «بنابراین هر عملی که آزادی اشخاص در بازار را محدود کند و آنها را از بدست آوردن فرصتها و منابع محروم سازد، باید ضد رقابتی تلقی و ممنوع شود» «همچنین در خصوص عدالت نیز یک رویکرد اجتماعی رقابت، برقراری عدالت است.» (غفاری، ۱۳۹۳: ۱۲۴).

حمایت از کارگران و اشتغال‌زایی

در قوانین مختلف رقابتی این هدف دیده میشود، گاهی همچون قانون کلیتون سازمان‌های کارگری از شمول رقابت خارج می‌شوند به این منظور که این قشر از جامعه آسیبی نبینند و گاهی نیز این هدف مستقیماً در قانون می‌آید و سبب ایجاد حقوق و حمایت برای آنان می‌شود.

دیگر اهداف حقوق رقابت

شاید اگر بخواهیم یکایک اهداف رقابت را بررسی نماییم نیاز به صرف زمان زیادی داشته باشد و از این رو چاره‌ای جز ذکر نام بعضی دیگر از این اهداف که در متون مختلف آمده است نمی‌باشد.

ایجاد عدالت یکی از اهداف بسیار پیچیده حقوق رقابت می‌باشد. و عده از نویسندگان به همین جهت معتقدند که تأمین عدالت «پایه‌ای موجه است برای دخالت دولت در بازار ثروت و خدمت» (باقری و فلاح زاده، ۱۳۸۸: ۶۹).

با بررسی اهداف حقوق رقابت می‌توان دریافت که حقوق رقابت اهداف مختلفی دارد و صرفاً کارایی را نمی‌توان به عنوان هدف اصلی حقوق رقابت معرفی کرد. تاریخ نشان می‌دهد کشوری همچون ایالات متحده آمریکا در ابتدا از اهداف سیاسی اجتماعی خود بیشتر بهره می‌برده است و امروزه سعی می‌کند که از آنها کمتر استفاده نماید (غفاری، ۱۳۹۳: ۱۳۸). اما این امر (وجود اهداف غیراقتصادی) در اروپا هنوز به شدت وجود دارد. اینکه کدام یک از اهداف بر دیگری تفوق داشته باشد، خود زیر مجموعه‌ای از سیاست‌های رقابتی است که دولت‌ها در سیاست‌های تجارتي خود لحاظ می‌کنند و آنچنان که روشن است این سیاست‌ها نیز با عنایت به شرایط هر کشور متفاوت می‌باشد و محصول بررسی‌های عملی و جدی و تحلیل‌های آماری مختلفی است که نشان می‌دهد تأکید بر کدام اهداف در دوره حاضر کشور ضروری است.

بنابراین به نظر می‌رسد که اولویت بندی اهداف رقابت یک امر نسبی است اما آنچه روشن است و از نام آن بر می‌آید، همواره هدف حقوق رقابت ایجاد رقابت می‌باشد و خلاف آن جنبه استثنائی دارد و با در نظر گرفتن دیگر اهداف رقابتی و وضعیت کشور اقدام به چنین تصمیم‌های استثنائی می‌تواند حتی در مواردی راه‌گشا و سبب توسعه بیشتری هم شود.

در حقوق ایران هم می‌توان در قانون اساسی و قانون برنامه سوم توسعه و همچنین در سیاست‌های کلی اصل ۴۴، بعضی از اهداف رقابت را نگرینست که ذیلاً به پاره‌ای از آنها اشاره می‌شود:

ماده ۳۵ قانون برنامه سوم توسعه که از بین بردن انحصار دولتی را یکی از اهداف مهم حقوق رقابت در ایران دانسته است. تصویب لایحه جامع تسهیل رقابت که قبل از تصویب قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی هم موید همین قضیه است.

اما به طور دقیق باید رقابت و اهداف آن را در سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی و قانون اجرای آن جست‌وجو نمود. بنابراین برای درک بهتر مسئله باید خود سیاست‌های کلی اصل ۴۴ معرفی گردد. در صدر سیاست‌های کلی اصل ۴۴ که ابلاغ مقام معظم رهبری می‌باشد. اهداف مهمی ذکر شده است:

«شتاب بخشیدن به رشد اقتصاد ملی

گسترش مالکیت در سطح عموم مردم به منظور تأمین عدالت اجتماعی

ارتقاء کارایی بنگاه‌های اقتصادی و بهره‌وری منابع مادی و انسانی و فناوری

افزایش رقابت پذیری در اقتصاد ملی

افزایش سهم بخش‌های خصوصی و تعاونی در اقتصاد ملی
کاستن از بار مالی و مدیریتی دولت در تصدی فعالیت‌های اقتصادی

افزایش سطح عمومی اشتغال

تشویق مردم به پس‌انداز و سرمایه‌گذاری و بهبود درآمد خانواده‌ها

به نظر می‌رسد که همانطور که دیگر نویسندگان معتقدند «شتاب بخشیدن به رشد اقتصاد ملی و تأمین عدالت در میان اهداف دیگر به عنوان هدف غایی محسوب می‌شوند» (رشوند بوکانی، ۱۳۹۰: ۱۹۸). بنابراین روشن است که اهداف اقتصادی در کنار اهداف سیاسی و اجتماعی مورد نظر حقوق ایران خواهد بود و صرفاً اهداف اقتصادی مورد نظر نیست و سخن از عدالت اجتماعی و افزایش سطح عمومی اشتغال و اهداف دیگر نیز می‌باشد.

به طور کلی می توان اهداف حقوق رقابت در ایران را در موارد ذیل خلاصه کرد:

«منع اضرار به غیر، عدالت رویه ای، کارآیی اقتصادی و آزادی اقتصادی» (رشوند بوکانی، ۱۳۹۰: ۲۰۲).

مراجع ناظر بر اجرای قواعد حقوق رقابت

به منظور دستیابی به یک رقابت واقعی و سالم و حداکثری کشورهای جهان بر آن شدند تا برای پیاده سازی احکام رقابت در جامعه ارکان تخصصی برای نیل به این هدف، ایجاد نمایند. این ارکان در بیشتر کشورهای جهان معمولاً از اشخاص اقتصادی اعم از علماء علم اقتصاد و فعالین آن و حقوقدانان شکل می گیرد و بسته به اوضاع و احوال هر کشور این مراجع دارای وظایف مختص به خود می باشند. البته این ارکان یکسری وظایف مشترک دارند که اتفاقاً از وظایف اصلی چنین مراجعی نیز می باشد. از این رو قبل از بررسی مراجع صالح به رسیدگی در پرونده های حقوق رقابت ایران، قواعد و مقررات ارکان رقابت در حقوق کشورهای منتخب را به شکل مختصر بررسی می نمایم و در نهایت وارد بحث حقوق رقابت ایران می شویم.

ارکان حقوق رقابت در نظام های حقوقی مختلف

با بررسی های انجام شده مشخص گردید که اهداف رقابت چیست و برای نیل به این اهداف کدام اعمال ممنوع هستند. البته این امر نیز مشخص گشت که با عنایت به این که یک کشور در چه دوره ای قرار گرفته و کدام مسائل برای آن از اهمیت بیشتری برخوردار است و در تناقض بین اهداف کدام را باید حاکم بر دیگری دانست، این مسئله ایست که باتوجه به شرایط اقتصادی کشورهای مختلف متفاوت است. به هر صورت مسئله ای که اکنون مدنظر قرار می گیرد این است که با توجه به جمیع این شرایط پاسداری از حقوق رقابت بر عهده کدام مرجع است؟ ابتدا رویه چند نظام حقوقی را بررسی و سپس به معرفی مرجع ناظر بر حقوق رقابت در نظام حقوقی ایران پرداخته میشود.

الف - ایالات متحده آمریکا

در سال ۱۹۱۴ در آمریکا قانون کمیسیون تجارت فدرال تصویب شد و به موجب این قانون، کمیسیون تجارت فدرال زمامدار اصلی حقوق رقابت در ایالات متحده قلمداد شد. یکی دیگر از نهادهای فعال ایالات متحده در زمینه رقابت می باشد که زیر مجموعه دادستانی ایالت می باشد. این بخش تحت عنوان اقدامات اجرایی دولتی یاد می شود. در واقع این بخش به طرفیت دولت ایالت متحده و یا عموم وارد عمل شده و در صورت لزوم به طرح دعوا در دادگاه مبادرت خواهد نمود.

ماموریت بخش ضد انحصار ارتقا و حفظ رقابت در اقتصاد آمریکاست. رفتار ضد رقابتی اشخاص خصوصی موضوع اقدامات

آنچه از اهداف رقابت در نظام حقوقی ایران از جمع اصول ۴۳ الی ۴۶ قانون اساسی خصوصاً در اصل ۴۳ قانون اساسی که مقرر میدارد:

«برای تامین استقلال اقتصادی جامعه و ریشه کن کردن فقر و محرومیت و برآوردن نیازهای انسان در جریان رشد، با حفظ آزادی او، اقتصاد جمهوری اسلامی ایران بر اساس ضوابط زیر استوار می شود:

۱- تامین نیازهای اساسی: مسکن، خوراک، پوشاک، بهداشت، درمان، آموزش و پرورش و امکانات لازم برای تشکیل خانواده برای همه.

۲- تامین شرایط و امکانات کار برای همه به منظور رسیدن به اشتغال کامل و قرار دادن وسائل کار در اختیار همه کسانی که قادر به کار هستند ولی وسائل کار ندارند، در شکل تعاونی، از راه وام بدون بهره یا هر راه مشروع دیگر که نه به تمرکز و تداول ثروت در دست افراد و گروه های خاص منتهی شود و نه دولت را به صورت یک کارفرمای بزرگ مطلق در آورد. این اقدام باید با رعایت ضرورت های حاکم بر برنامه ریزی عمومی اقتصاد کشور در هر یک از مراحل رشد صورت گیرد.

۳- تنظیم برنامه اقتصادی کشور به صورتی که شکل و محتوا و ساعات کار چنان باشد که هر فرد علاوه بر تلاش شغلی، فرصت و توان کافی برای خودسازی معنوی، سیاسی و اجتماعی و شرکت فعال در رهبری کشور و افزایش مهارت و ابتکار داشته باشد.

۴- رعایت آزادی انتخاب شغل، و عدم اجبار افراد به کاری معین و جلوگیری از بهره کشی از کار دیگری.

۵- منع اضرار به غیر و انحصار و احتکار و ربا و دیگر معاملات باطل و حرام.

۶- منع اسراف و تبذیر در همه شئون مربوط به اقتصاد، اعم از مصرف، سرمایه گذاری، تولید، توزیع و خدمات

۷- استفاده از علوم و فنون و تربیت افراد ماهر به نسبت احتیاج برای توسعه و پیشرفت اقتصاد کشور.

۸- جلوگیری از سلطه اقتصادی بیگانه بر اقتصاد کشور.

۹- تاکید بر افزایش تولیدات کشاورزی، دامی و صنعتی که نیازهای عمومی را تامین کند و کشور را به مرحله خودکفایی برساند و از وابستگی برهاند.»

برمی آید نشانگر اینست که در میان ایدئولوژی های مطرح شده برای اهداف حقوق رقابت وضعیت نظام حقوق ایران نزدیک تر به نظام حقوقی اروپا می باشد، که اهداف اقتصادی و سیاسی اجتماعی در کنار یکدیگر با پذیرش اصل رقابت مورد استفاده قرار گرفته اند. البته این به معنای مشابهت کامل نیست.

میشوند. کمیسیون تجارت منصفانه ژاپن در این موارد صالح به رسیدگی می باشد:

- موضوعات مرتبط با انحصارگری خصوصی
- موضوعات مرتبط با محدود کردن نامعقول بازرگانی
- موضوعات مرتبط با شیوه های بازرگانی غیر منصفانه
- موضوعات مرتبط با وضعیت انحصارگری

بررسی و تحقیقات درباره فعالیت های مرتبط با کسب و کار و شرایط واقعی اقتصادی

همانگ ساختن قوانین با دستورات اقتصادی در مورد فعالیت هایی که رقابت را به نحو قابل توجهی محدود می کند (مانع رقابت منصفانه می شود).» (باقری، ۱۳۹۰: ۲۰۶).

کمیسیون تجارت منصفانه ژاپن، در زمینه تحقیقات هم اختیاراتی دارد:

«۱ - دستور به حضور در کمیسیون یا درخواست گزارش، اطلاعات و یا داده ها از سازمان های دولتی و اشخاص حقوقی تأسیس شده با قانون خاص و کارفرمایان یا کارمندان ...»

۲ - امکان واگذاری تحقیقات به مؤسسات آموزشی، کارفرمایان یا سازمان های آنان یا به افراد مجرب

۳- احضار کارشناسان

۴- خواستن دفاتر حسابداری، اسناد و اوراق مرتبط

۵- ورود و بازرسی

۶- دادن حکم به کارکنان خود جهت انجام تحقیقات.» (باقری، ۱۳۹۰: ۲۰۷).

پ- هند

در کشور پر جمعیت هند وظایف کنترل اعمال ضد رقابتی بر عهده «کمیسیون اعمال تجاری محدود کننده و انحصاری» می باشد. این کمیسیون دارای یک رئیس و دو تا هشت عضو می باشد. «رئیس کمیسیون باید قاضی دادگاه عالی یا شخص دارای صلاحیت های او باشد.»

اعضا توسط دولت مرکزی منصوب می شوند و دوره تصدی ۵ سال خواهد بود. در صورت وجود پاره ای موارد از قبیل ورشکسته یا معسر شدن عضو، محکوم به جرم خلاف عفت عمومی و ناتوانی جمعی و سوء استفاده از موقعیت و... دولت مرکزی می تواند آنان را عزل کند «البته این برکناری باید با درخواست دولت از دادگاه عالی و حکم آن مرجع تعیین شود.» (باقری، ۱۳۹۰: ۲۱۸-۲۱۹).

کمیسیون اعمال تجاری محدود کننده و انحصاری اختیاراتی نیز دارد که می توان به اختیار تحقیق و پرس و جو اشاره نمود که کمیسیون همانند دادگاه های مدنی مطابق قانون آیین دادرسی مدنی اختیارات تحقیق را دارد. صدور دستور موقت و جبران خسارت از زمره دیگر اختیارات کمیسیون است. تدوین آیین نامه

اجرائی مدنی و جنایی است. که این بخش براساس قانون شرم، کلیتون و سایر مقررات رقابت ایالات متحده به جهت حمایت از رقابت و ممانعت از محدودیت های تجاری و انحصار انجام می گیرد.» (فرازند، ۱۳۹۰: ۱۰۲).

گوشه ای از ویژگی ها و اختیارات این کمیسیون را ذیلا برمی شمیریم:

«کمیسیون بازرگانی فدرال (تجارت فدرال) دارای ۵ عضو است که با توصیه و موافقت مجلس سنای آمریکا، توسط رئیس جمهور منصوب می شوند. رئیس کمیسیون از سوی رئیس جمهور انتخاب می شود. از ۵ عضو کمیسیون بیشتر از ۳ نفر می توانند متعلق به یک حزب باشند. اعضای کمیسیون برای مدت ۷ سال انتخاب میشوند.» (باقری، ۱۳۹۰: ۲۰۱). عزل اعضای کمیسیون توسط ریاست جمهوری صورت خواهد گرفت اما کمیسیون دارای اختیاراتی میباشد که از قرار ذیل می باشند:

«الف: تعیین محدودیت کمی در مورد کالاهای خاص یا گروهی از کالاها، چنانچه کمیسیون بر این اعتقاد باشد که اعمال تبعیض بین خریداران غیرمنصفانه یا موجد انحصار است.

ب: اظهار نظر در خصوص وجود یا اتمام تبعیض بین خریداران.

ج - نظارت بر اجرای مقررات مواد ۲، ۳، ۷ و ۸ قانون کلیتون.

د- دستور به شخصی که مقررات مواد ۲، ۳، ۷ و ۸ قانون کلیتون را نقض کرده است مبنی بر:

خودداری از فعالیت های ناقض قانون یا توقف آن

اعلام انصراف از تملک سهام یا هر نوع مشارکت در سرمایه گذاری یا دارایی.

عزل مدیرانی که بر خلاف مقررات مواد ۷ و ۸ قانون مورد اشاره انتخاب شده اند.

تغییر یا لغو یا تعدیل گزارش ها یا تصمیم های متخذ به صورت جزئی یا کلی.

اعلام خاتمه دوره انتظار موضوع ماده ۷الف و صدور مجوز تحصیل سهام دارای حق رای از طریق مناقصه ها.» (باقری، ۱۳۹۰: ۲۰۲).

ب- ژاپن

در ژاپن وظیفه پاسداری از حقوق رقابت بر عهده کمیسیون تجارت منصفانه قرار دارد. اعضاء این کمیسیون به مدت ۵ سال توسط نخست وزیر و با موافقت مجلس منصوب می شوند. «این اشخاص می بایست دارای تخصص در رشته حقوق یا اقتصاد باشند. عزل و نصب رئیس کمیسیون با تنفیذ امپراطور خواهد بود.» (باقری، ۱۳۹۰: ۲۰۵).

این کمیسیون و همچنین کمیسیون های دیگر دارای یک دفتر اجرایی با دبیرخانه است که بازوی اجرایی کمیسیون محسوب

□ اتخاذ تصمیم به منظور مقابله با نقض اصول رقابت که جنبه مدنی دارد.

در پایان لازم به توضیح است که روند رسیدگی در تمام نظام های حقوقی مذکور دو مرحله ای بوده و در کشور آمریکا به استناد بند پ ماده ۱۱ قانون شرم دادگاه تجدید نظر ایالتی که از نظر محلی صلاحیت رسیدگی را دارد به عنوان مرجع تجدیدنظر شناخته می شود، در ژاپن اعتراضات به تصمیمات و آراء کمیسیون تجارت منصفانه در دادگاه عالی توکیو صورت می پذیرد و در هند نیز دادگاه عالی این وظیفه را بر دوش می کشد.

ارکان حقوق رقابت در نظام حقوقی ایران

در حقوق ایران به طور روشن در قانون اجرای سیاست های کلی اصل ۴۴ شورای رقابت به عنوان مرجع اختصاصی رسیدگی به پرونده های رقابتی معین شد اما در کنار این مرجع، مراجع دیگر هم به نوعی در زمینه های رقابتی تأثیر گذار هستند که باید حدود اعمال صلاحیت هر یک از آنها به روشنی مشخص گردد، البته در سایر نظام های حقوقی نیز مرجع تخصصی در کنار مراجع دیگر فعالیت دارد و این چنین با یکدیگر در مسیر مبارزه با انحصار و اعمال ضد رقابتی اقدام می نمایند. از این رو در ادامه این بخش مختصراً شورای رقابت را معرفی می نمایم و سپس به بررسی دیگر مراجع داخل در حقوق رقابت خواهیم پرداخت.

الف - شورای رقابت

نخست - اعضا شورای رقابت و استقلال آنان

شورای رقابت به موجب ماده ۶۲ قانون اجرای سیاست های کلی اصل ۴۴ به عنوان تنها مرجع رسیدگی به رویه های ضد رقابتی معرفی شده است. این شورا با ترکیب اعضاء:

« ۱ - سه نماینده مجلس از بین کمیسیون های اقتصادی، برنامه و بودجه و محاسبات و صنایع و معادن از هر کمیسیون یک نفر به انتخاب مجلس شورای اسلامی به عنوان ناظر

۲ - دو نفر از قضات دیوان عالی کشور به انتخاب و حکم رئیس قوه قضائیه

۳ - دو صاحب نظر اقتصادی برجسته به پیشنهاد وزیر امور اقتصادی و دارایی حکم رئیس جمهور

۴ - یک حقوقدان برجسته و آشنا به حقوق اقتصادی به پیشنهاد وزیر دادگستری و حکم رئیس جمهور

۵ - دو صاحب نظر در تجارت به پیشنهاد وزیر بازرگانی و حکم رئیس جمهور

۶ - یک صاحب نظر در صنعت به پیشنهاد وزیر صنایع و معادن و حکم رئیس جمهور

۷ - یک صاحب نظر در خدمات زیربنایی به پیشنهاد رئیس سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور و حکم رئیس جمهور

ها در موارد مشخصی از قبیل نحوه رسیدگی به دعاوی، شیوه ای که در بخش های خاص دفتر باید حفظ شوند. پرداخت هزینه دادرسی توسط طرف های ذینفع و... همچنین حق جلوگیری و حتی ابطال معاملات مرتبط با اعمال ضد رقابتی را نیز دارد.

ت- اتحادیه اروپا

مهمترین مرجع رقابتی در اروپا کمیسیون اتحادیه اروپا می باشد. «کمیسیون به تعداد کشورهای عضو کمیته دارد» (رشوند بوکانی، ۱۳۹۰: ۳۳۴). دوره زمانی عضویت این کمیته ها ۵ سال می باشد. اعضا به پیشنهاد رئیس کمیسیون و تصویب پارلمان اروپا تعیین می شوند.

به موجب مواد ۱۰۳ به بعد کمیسیون دارای اختیاراتی است که از جمله آنها می توان به موارد ذیل اشاره کرد:

۱ - شورا باید بر پایه اکثریت معین آراء به پیشنهاد کمیسیون و پس از مشاوره با پارلمان اروپا، آیین نامه ها با دستورالعمل های مناسبی را به منظور اجرای اصول مشخص شده در مواد ۱۰۱ و ۱۰۲ به تصویب برساند.

۲ - در بند ۲ شیوه تدوین آیین نامه ها مقرر گردیده است.

۳ - بند ۳ زمان لازم الاجرا شدن معاهده را تعیین کرده اما بند ۴ حاوی نکات مهمی است.

۴ - کمیسیون حسب درخواست یکی از کشورهای عضو یا به خودی خود و در راستای همکاری با مقامات صلاحیت دار کشورهای عضو، موارد مشکوک به نقض اصول مزبور را مورد تحقیق و تفحص قرار می دهد و چنانچه تشخیص دهد که تخلفی رخ داده است، اقدامات لازم را جهت پایان دادن به آن انجام خواهد داد.

اگر تخلفات مذکور پایان داده نشود، کمیسیون می تواند تخلف از اصول را در تصمیم مستدل خود گزارش کند. کمیسیون می تواند تصمیم خود را منتشر کند و به کشورهای عضو اجازه دهد تا اقدامات، شرایط و جزئیات لازم برای رفع و جبران وضعیت به وجود آمده را تعیین کند.

البته به موجب آیین نامه ها نیز این کمیسیون اختیارات وسیعی دارد که ذیلاً فقط چند مورد از آنها نام برده می شوند (باقری، ۱۳۹۰: ۲۲۲).

□ ارائه نظرات مشورتی غیر الزام آور

□ بازرسی و تحقیق

□ تحقیق و تفحص در زمینه عملیات متمرکز

□ مکلف نمودن بنگاه ها بر اعلام تمرکزهای پیشین

□ صادر نمودن دستورالعمل یا اتخاذ تصمیم برای اعمال

کنترل

□ نظارت کردن بر اعطای کمک های دولتی

۸- این شیوه، راهنمایی بنگاه ها و شرکت ها در خصوص رقابتی یا ضدرقابتی اقدامات آنهاست.

تکلیف دیگر شورا بیشتر جنبه قضایی دارد که هم مرحله تحقیقی و رسیدگی و هم صدور رای قضایی را شامل می شود. (عامری، ۱۳۸۹: ۱۴۷-۱۴۸).

انواع تکلیف و وظایف شورا را می توان یگانه برشمرد:

۱- تشخیص مصادیق رویه های ضدرقابتی و معافیت های موضوع قانون ا.س.ک.ا. ۴۴ و اتخاذ تصمیم در مورد این معافیت ها در خصوص امور موردی مندرج در این قانون (بند یک ماده ۵۸)

۲- ارزیابی وضعیت و تعیین محدوده بازار کالاها و خدمات مرتبط با مواد (۴۴) تا (۴۸). بند ۲ ماده ۵۸)

۳- تدوین و ابلاغ راهنمایی ها و دستورالعمل های لازم، به منظور اجرای این فصل و دستورالعمل های داخلی شورا. (بند ۳ ماده ۵۸)

۴- ارائه نظرات مشورتی به دولت برای تنظیم لوائح مورد نیاز. (بند ۴ ماده ۵۸)

۵- تصویب دستورالعمل تنظیم قیمت، مقدار و شرایط دسترسی به بازار کالاها و خدمات انحصاری در هر مورد با رعایت مقررات مربوط. (بند ۵ ماده ۵۸)

۶- پیشنهاد تشکیل نهاد تنظیم کننده در حوزه کالا یا خدمتی خاص که بازار آن مصداق انحصار طبیعی است. (ماده ۵۹)

۷- پیشنهاد تغییر در تشکیلات سازمانی مرکز ملی رقابت. (ماده ۵۴)

۸- فراهم کردن امکان دسترسی عموم به ضوابط، آیین نامه و دستورالعمل های مرتبط و ارائه گزارش عملکرد سالیانه و انتشار آن برای اطلاع عموم. (ماده ۶۹)

۹- ارائه آیین نامه اجرایی موضوع فصل نهم قانون ا.س.ک.ا. ۴۴ از جمله بازرسی، تحقیق، ثبت استعلامات و وصول شکایات برای تصویب به هیات وزیران. (ماده ۷۱)

۱۰- ارائه پیشنهاد تعدیل جزای نقدی که باید مطابق با رشد بهای کالاها و خدمات مصرفی که توسط بانک مرکزی اعلام می شود باشد، به منظور تصویب به هیات وزیران (ماده ۸۴)

۱۱- اختیار بازرسی و تحقیق و تفحص (ماده ۶۰)

۱۲- اقدام به شکایت به عنوان شاکی نزد محاکم عمومی در خصوص وقوع جرایم مندرج در فصل نهم قانون ا.س.ک.ا. ۴۴. (ماده ۶۷)

۱۳- و نهایتاً رسیدگی به رویه های ضدرقابتی به عنوان تنها مرجع ذیصلاح با استناد به ماده ۶۲ قانون.

۸- یک متخصص امور مالی به پیشنهاد وزیر امور اقتصادی و دارایی و حکم رئیس جمهور

۹- یک نفر به انتخاب اطاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران

۱۰- یک نفر به انتخاب اطاق تعاون مرکزی جمهوری اسلامی ایران»

ایجاد شده است. ریاست شورا به موجب تبصره این ماده از بین صاحب نظران اقتصادی عضو شورا به پیشنهاد اعضا و حکم رئیس جمهور انتخاب میشود. نائب رئیس هم از بین اعضا و با پیشنهاد آنها و حکم رئیس جمهور منصوب می شود. عضو قاضی به مدت دو سال به عضویت شورا در خواهد آمد و سایر اعضا برای مدت ۶ سال عضو آن خواهند بود.

به منظور حفظ استقلال اعضا و در خصوص تضمین موقعیت شغلی ایشان قانونگذار تمهیداتی اندیشیده است که مختصراً می توان به عدم توانایی در برکناری اعضا به غیر از موارد زیر اشاره کرد:

«الف - ناتوانی در انجام وظایف محوله آن هم به تشخیص دو سوم اعضا

ب - نداشتن محکومیت های کیفری موضوع ماده ۶۲ مکرر قانون مجازات اسلامی یا ورشکستگی به تقصیر و یا تقلب و همچنین نداشتن محکومیت قطعی انتظامی از بند «د» به بالا موضوع ماده «۹» قانون رسیدگی به تخلفات اداری.

ج - محکومیت قطعی به دلیل سوء استفاده از مقررات مواد ۷۵ و ۷۶ این قانون

د- از دست دادن اهلیت استیفا.

ه - غیبت غیر موجه با شرایط مذکور در بند ۵ ماده ۵۶.

و - نقض تکالیف و محدودیت های موضوع ماده ۶۸ این قانون و تخطی از مقررات موضوع مواد ۷۵ و ۷۶ به تشخیص اکثریت اعضا شورای رقابت.

البته قانونگذار کناره گیری داوطلبانه و یا غیر آن را هم مطرح کرده است و چگونگی جایگزینی اعضا نیز در قانون پیش بینی شده است و هم چنین نوعی مصونیت در حین انجام وظیفه برای اعضا پیش بینی نموده و در نهایت هم به استقلال شورا در رسیدگی ها اشاره دارد»

ب- اختیارات و وظایف شورا

اختیارات و وظایف شورا موضوع مواد مختلفی از قانون اجرای سیاست های کلی اصل ۴۴ می باشد، البته در خصوص تکالیف شورا می توان یک دسته بندی کلی انجام داد، وظایف قضایی و غیر قضایی. در این زمینه یکی از صاحب نظران مقرر میدارد، «قانون رقابت دو نوع تکلیف را برای شورا پیش بینی کرده است . یکی از تکالیف شورا، تکلیفی استعلامی است که شباهت به سیستم استعلامی مقررات رقابتی اتحادیه اروپا دارد . هدف از

رقابت را در قالب مؤسسه ای دولتی مستقل، زیر نظر رئیس جمهور تشکیل داده است.

بنابراین مرکز ملی رقابت به عنوان بازوی اجرایی، دبیرخانه ای و کارشناسی شورای رقابت شناخته می شود. ضمناً رئیس شورای رقابت رئیس مرکز ملی رقابت نیز می باشد.

نتیجه گیری و پیشنهادها

نظریه پردازان حقوق اقتصادی، رقابت را برابر با «فرآیند برابری جویی در مبارزه برای کسب هدف مشترک» می دانند که این تعریف، البته متضمن زیر نظر گرفتن فعالیت ها و مقاصد حریف نیز هست - در رقابت تجارتي، «بازار» میدان این مسابقه و «بنگاه های تجارتي» مبارزان آن به شمار می روند و حقوق رقابت «قاعده بازی» در بازار آزاد و نقض مقررات آن، «تقلب در بازی» به حساب می آید. این تعریف در نظام حقوق رقابت ایران و امریکا نیز پذیرفته شده است. اهداف حقوق رقابت به شرایط اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی هر نظام حقوقی بستگی دارند؛ ممکن است در نتیجه ی تغییر شرایط، این اهداف از زمانی به زمان دیگر متفاوت بوده یا ترتیب اولویت میان آنها دستخوش تغییر شود اما به طور کلی، «روح حقوق رقابت» ثابت و عبارت است از «حفظ رقابت برای افزایش کارایی اقتصادی به سود مصرف کنندگان». بنابراین، اصولاً مجریان مقررات رقابت، باید قواعد و اصول آن را در این راستا تحلیل، تفسیر و اجرا نمایند. با توجه به روح حقوق رقابت، مبانی آن را، می توان «ضرورت حضور دولت در اقتصاد» به حمایت از اصل عدالت و «آزادی فرد در ساز و کار بازار» به حمایت از اصل آزادی دانست؛ فلذا اصول و قواعد حقوق رقابت را با توجه به مبانی و مشترکات اصول آن، در دو اصل پایه، «آزادی» و «عدالت» دسته بندی نمود و اصول پیرو برابری، منع سوء استفاده از حق، شکست بازار، دخالت دولت در بازار و حقوق مصرف کننده را ذیل اصل «عدالت» و اصول کارایی و خصوصی سازی را ذیل اصل «آزادی» قرار داد.

توازن در لغت به معنای هموزن و همسنگ شدن، با هم برابر گشتن در وزن می باشد و توازن اصول به معنای هموزن شدن اصول می باشد، به عبارت دیگر توازن در اصول یعنی توازن اصول پایه و پیرو، می باشد، این توازن نه به این معناست که هر دو اصل پایه را به یک وزن انتزاعی در حقوق رقابت در نظر بگیریم بلکه به این معناست میان اصول کارایی و حمایت از مصرف کننده کدام یک به عنوان را قاعده ی اصلی و جاری در نظام های حقوق رقابت قرار دهیم و کدام یک از اصول را به عنوان رویه ای استثنایی و حمایتی مدنظر قرار دهیم؛ این پژوهش با توجه به بررسی تاریخ حقوق اقتصادی توازن میان اصول کارایی و حمایت از مصرف کننده و همچنین ساز و کارها

به این ترتیب حدود اختیارات شورای رقابت مشخص شد و روشن شد که شورای رقابت مرجع اصلی رسیدگی به پرونده های رقابت در نظام حقوقی ایران می باشد.

- حدود صلاحیت شورا

با بررسی های انجام شده، مشخص گردید که شورا دارای چه وظایف و اختیاراتی است، اما موضوع اصلی در خصوص حدود صلاحیت شورای رقابت برای اعمال این اختیارات و وظایف می باشد.

به موجب ماده ۶۲ قانون اجرای سیاست های کلی اصل ۴۴ شورای رقابت یگانه مرجع رسیدگی به رویه های ضدرقابتي شناخته شده است و رویه های ضدرقابتي نیز در مواد ۴۴ به بعد این قانون معین شده اند، از این رو برای شناخت دقیق حدود صلاحیت شورای رقابت باید موادی که بیانگر رویه های ضدرقابتي می باشند به روشنی تبیین شوند که این عمل در بخش بعد و در فصل رویه های ضدرقابتي به تفصیل بیان گشته است. اجمالاً فقط ذکر می شود که شورا در خصوص نقض رویه های ضدرقابتي موضوع قانون اجرای سیاست های کلی اصل ۴۴ (مواد ۴۴ الی ۴۸ و همچنین ماده ۵۲ قانون اجرای سیاست های کلی اصل ۴۴) و تخلفات فصل هشتم قانون نظام صنفی اگر موجب اخلال در رقابت باشد، صلاحیت رسیدگی را داراست.

- تجدیدنظرخواهی از آرا شورای رقابت

به استناد ماده ۶۳ قانون سیاست های کلی اصل ۴۴ رسیدگی شورا دو مرحله ایست و مرجع تجدیدنظر در صورت اعتراض رسیدگی و اقدام به صدور رای خواهد نمود که در رویه عملی شورا به نمونه هایی از این نوع تصمیم گیری های مرجع تجدیدنظر که البته انگشت شمار نیز می باشد مشاهده می شود. لازم به توضیح است که تجدیدنظرخواهی جز در خصوص بند ۱۲ ماده ۶۱ مانع اجرای حکم نمی باشد و محکوم علیه اگر در این زمینه اعتراض دارد باید به دادگاه تجدیدنظر اعلام و آن مرجع در صورت صلاحدید اجرای حکم را متوقف نماید.

اعضا مرجع تجدیدنظر هم مطابق ماده ۶۴ تعیین می شوند.

اما با وجود همه این قواعد استثنائاتی هم وجود دارد، یعنی در برخی موارد دیده شده که مراجعی غیر از شورای رقابت به رسیدگی در زمینه رقابت پرداخته اند. بنابراین در بخش دوم ضمن بررسی اعمال ضدرقابتي، ضمانت اجراها و رویه عملی شورای رقابت در رسیدگی های خود به صلاحیت دیگر مراجع مانند تعزیرات نیز پرداخته می شود.

پنجم - مرکز ملی رقابت (به عنوان بازوی اجرایی، کارشناسی و دبیرخانه ای شورا)

قانونگذار در ماده ۵۴ این قانون به منظور انجام امور کارشناسی و اجرایی و فعالیت های دبیرخانه ای شورای رقابت، مرکز ملی

صفایی، سید حسین (۱۳۸۲). قواعد عمومی قراردادهای، چاپ اول، تهران: نشر میزان.

فخار طوسی، جواد (۱۳۸۴). در محضر شیخ انصاری، خبارات، چاپ اول، چاپ پنجم، تهران: نشر مرتضی.

لینان دیلفون، زویه (۱۳۸۸). حقوق تجارت الکترونیک، ترجمه ستار زرکلام، چاپ اول، تهران: انتشارات موسسه مطالعات و پژوهش های حقوقی شهر دانش.

نصیری، محمد (۱۳۸۱). حقوق بین الملل خصوصی، چاپ نهم، تهران: نشر آگاه.

نخعی، منیژه آغیمونی و نجارزاده، رضا (۱۳۸۲). واژه های کلیدی اقتصاد خرد و کلان، تهران: شرکت چاپ و نشر بازرگانی.

نظری، محسن (۱۳۸۴). اقتصاد خرد، تهران: نشر نگاه دانش. نوری و نخجوانی، محمدعلی و رضا (۱۳۸۲). حقوق تجارت الکترونیک، تهران: کتابخانه گنج دانش.

نویمان، فرانتس (۱۳۷۳). مترجم عزت الله فولادوند، تهران: انتشارات خوارزمی.

ولیدی، محمدصالح (۱۳۷۳). حقوق جزای عمومی، تهران: نشر داد.

وکیلی مقدم، محمدحسین (۱۳۸۹). توافقات ضد رقابت تجاری، چاپ اول، تهران: انتشارات میزان

اچ. لفت ویچ، ریچارد (۱۳۸۷). سیستم قیمت ها و تخصیص منابع تولیدی، سجادی، میرنظام، چاپ دهم، تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی

هادوی فر، داود (۱۳۸۹). نهادهای حقوقی تنظیم مقررات ساختار و ساز و کار اجرایی، تهران: عترت نو.

هاشمی، سید محمد (۱۳۸۹). حقوق اساسی جمهوری اسلامی ایران: حاکمیت و نهادهای سیاسی (جلد ۲)، چاپ بیست و سوم زمستان، تهران: انتشارات میزان

هداوند، مهدی و شهیدی، علی (۱۳۹۰). اصول حقوق اداری در

پرتو آراء دیوان عدالت اداری، همراه با مطالعه تطبیقی در حقوق فرانسه، سوئیس، آلمان، مصر، لبنان، انگلیس و

آمریکا، تهران: انتشارات خرسندی

و نهادهای تنظیمی، کارایی را به عنوان قاعده اصلی و جاری و حمایت از مصرف کننده را به عنوان قاعده ی فردی در نظر گرفته است.

منابع

اشمیتوف، کلاویوم (۱۳۹۰). حقوق تجارت بین الملل، ج اول، ترجمه بهروز اخلاقی و همکاران، چ دوم، تهران: انتشارات سمت

ارفع نیا، بهشید (۱۳۷۹). حقوق بین الملل خصوصی تعارض قوانین و تعارض دادگاه ها، ج دوم، چ سوم، تهران: انتشارات بهتاب

الماسی، نجادعلی (۱۳۹۵). حقوق بین الملل خصوصی، چاپ پانزدهم، تهران: بنیاد حقوقی میزان.

بهرامی، حمید (۱۳۸۱). کلیات عقود و قراردادهای، چاپ اول تهران: نشر میزان.

بختیاروند، مصطفی (۱۳۸۵). معرفی کنوانسیون سازمان ملل متحد راجع به استفاده از ارتباطات الکترونیکی در قراردادهای بین المللی، تهران: انتشارات مرکز پژوهش های مجلس

پور عطایی، مهدی (۱۳۸۰). تجارت الکترونیکی، تهران: انتشارات موسسه فرهنگی دیباگران.

داراب پور، سهراب (۱۳۸۹). تفسیری بر حقوق بیع بین المللی، ج اول، چ اول، تهران: انتشارات گنج دانش.

رضایی، علی (۱۳۸۷). حقوق تجارت الکترونیکی، چ اول، تهران: انتشارات میزان

ژان لوک اویر فرانسوا کولار دونپول (۱۳۹۰). حقوق تعهدات قرارداد، ترجمه و تحقیق از مجید ادیب، چاپ اول تهران: بنیاد حقوقی میزان.

شمس، عبدالله (۱۳۸۴). آیین دادرسی مدنی، ج ۳، چاپ اول، تهران: انتشارات دراک.

شهیدی، مهدی (۱۳۸۲). تشکیل قراردادهای و تعهدات، چ سوم، تهران: انتشارات مجد.

شیروی، عبدالحسین (۱۳۹۱). حقوق تجارت بین الملل، چاپ چهارم، تهران: انتشارات سمت