

# مطالعه تطبیقی معیارهای احراز سوءاستفاده از موقعیت مسلط در حقوق رقابت امریکا و اتحادیه اروپا؛ با ارائه الگوی اصلاحی برای حقوق ایران

## چکیده

نحوه احراز و مصادیق سوءاستفاده از موقعیت مسلط که مهم‌ترین مصداق رویه‌های ضدرقابتی یک‌جانبه‌ها به‌شمار می‌رود، در نظام‌های مختلف حقوق رقابت با رویکردهای متفاوتی تنظیم شده است. پرسش اصلی پژوهش آن است که آیا رویکرد مبتنی بر احصای مصادیق سوءاستفاده در حقوق ایران همچنان پاسخگوی تحولات ساختاری بازارها و رفتارهای ضدرقابتی است، یا حرکت به‌سوی رویکرد اثر محور، با بهره‌گیری از تجارب حقوق آمریکا و اتحادیه اروپا، می‌تواند کارآمدی بیشتری در مقابله با این رفتارها فراهم آورد. پژوهش حاضر با روش توصیفی-تحلیلی و با رویکرد تطبیقی، معیارهای احراز و مصادیق سوءاستفاده از موقعیت مسلط را در حقوق آمریکا، اتحادیه اروپا و ایران تحلیل کرده و نشان می‌دهد که چگونه گذار از رویکرد شکل‌گرا به رویکرد اثرمحور، شیوهی مداخله نهادهای رقابتی و ارزیابی رفتار بنگاه‌های مسلط را دگرگون ساخته است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که اگرچه نظام‌های حقوقی اتحادیه اروپا و آمریکا از رویکرد شکل‌گرا فاصله گرفته‌اند، اما اتحادیه اروپا همچنان با تأکید بر مسئولیت ویژه بنگاه‌های مسلط و تحلیل آثار ضدرقابتی، دامنه‌ی مداخله‌ی گسترده‌تری دارد. در مقابل، هرچند حقوق آمریکا مفهوم مستقلی تحت عنوان «سوءاستفاده از موقعیت مسلط» را به رسمیت نمی‌شناسد، اما از طریق قواعد مربوط به انحصارگرایی و تلاش برای انحصارگرایی، کارکردی مشابه را دنبال می‌کند؛ این پژوهش نتیجه می‌گیرد که اصلاح حقوق رقابت ایران نه در اقتباس کامل از الگوی اتحادیه اروپا و نه در پیروی مطلق از حقوق آمریکا، بلکه در استقرار الگویی متوازن مبتنی بر تحلیل آثار رفتارهای ضدرقابتی، تقویت اختیارات تخصصی شورای رقابت، توسعه تحلیل‌های اقتصادی و نیز بازنگری در مقررات حاکم بر سوءاستفاده از موقعیت مسلط قابل تحقق است.

**واژگان کلیدی:** سوءاستفاده از موقعیت مسلط، رویکرد اثر محور، شورای رقابت، حقوق رقابت اتحادیه اروپا، حقوق ضدانحصار آمریکا.

Accepted | Awaiting Publication  
ویراستاری نشده

# **A Comparative Study of the Criteria for Establishing Abuse of Dominance in U.S. and European Union Competition Law; Proposing a Reform Model for Iranian Law**

## **Abstract**

Abuse of dominance, as the principal form of unilateral anticompetitive conduct by undertakings, is regulated differently across competition law systems with respect to both the criteria for establishing dominance and the identification of abusive practices. This study examines whether the rule-based approach adopted under Iranian competition law, which relies on an exhaustive enumeration of abusive practices, remains capable of addressing structural changes in markets and emerging anticompetitive conduct, or whether a transition toward an effects-based approach, drawing upon the experiences of the European Union and the United States, would provide a more effective framework for addressing such conduct. Using a descriptive-analytical method and a comparative approach, this research analyzes the criteria for establishing dominance and the forms of abuse in the legal systems of Iran, the European Union, and the United States. It further demonstrates how the transition from a form-based approach to an effects-based approach has reshaped the intervention of competition authorities and the assessment of the conduct of dominant undertakings. The findings indicate that although both the European Union and the United States have moved beyond a purely form-based approach, the European Union continues to adopt a broader interventionist framework by emphasizing the special responsibility of dominant undertakings and the assessment of anticompetitive effects. By contrast, although U.S. antitrust law does not recognize abuse of dominance as an independent legal concept, it pursues a functionally similar objective through the doctrines of monopolization and attempted monopolization. The article concludes that the reform of Iranian competition law should neither replicate the European model nor uncritically follow the United States approach. Instead, it should establish a balanced framework based on an effects-based assessment of anticompetitive conduct, strengthened institutional powers of the Competition Council of Iran, greater reliance on economic analysis, and the revision of the legal framework governing abuse of dominance.

**Keywords:** Abuse of Dominance; Effects-Based Approach; Competition Council; European Union Competition Law; United States Antitrust Law.

انحصار به موقعیتی اشاره دارد که در آن، قدرت بازاری در دست یک یا تعداد معدودی تولیدکننده یا عرضه‌کننده، متمرکز شده است (وکیلی مقدم، ۱۳۸۹: ۶۱). در چنین شرایطی، امکان بروز «رویه‌های ضدرقابتی»<sup>۱</sup> افزایش می‌یابد؛ رویه‌هایی که در اسناد بین‌المللی گاه از آن‌ها با عنوان «رویه‌های تجاری محدودکننده» نیز یاد می‌شود (Feinaugle, 2008: 6)<sup>۲</sup> این مفهوم، در معنایی کلی، ناظر بر هرگونه رفتار یا اقدامی است که موجب اختلال در فرآیند رقابت گردد (رهبری و حسنی سنگانی، ۱۳۹۸: ۵۱(۱)). «مجموعه اصول و قواعد رقابت سازمان ملل متحد»<sup>۳</sup> نیز در فراز نخست از قسمت «ب»، رویه‌های ضدرقابتی را اقداماتی می‌داند که از طریق تصاحب یا سوءاستفاده از موقعیت مسلط و قدرت بازار یا از مجرای هرگونه توافق و ترتیبات بین واحدهای تجاری، دسترسی به بازارها را محدود، یا به هر شیوه‌ی دیگری، به طرزی ناروا، رقابت را از مسیر خود منحرف می‌سازند. در حقوق ایران، اگرچه به صراحت تعریفی از رویه‌ی ضدرقابتی ارائه نشده، اما بند ۲۰ ماده‌ی ۱ ق.ا.س.ک.ا.<sup>۴</sup> با بیانی کلی، مواردی را که به انحصار، احتکار، فساد در اقتصاد، کاهش مهارت و ابتکار در جامعه منتهی شود، اقدام مخل رقابت انگاشته است (همان).

در میان انواع رفتارهای ضدرقابتی، «سوءاستفاده از موقعیت مسلط»<sup>۵</sup> مهم‌ترین رویه‌ی ضدرقابتی یکجانبه به‌شمار می‌رود؛ از همین رو بخش قابل توجهی از قوانین رقابت در نظام‌های حقوقی ملی و بین‌المللی به مواجهه با این پدیده و برخورد با آن اختصاص یافته است. اهمیت این موضوع به‌ویژه از آن جهت است که بنگاه‌های دارای قدرت اقتصادی برتر، در صورت فقدان سازوکارهای مؤثر برای مقابله با سوءاستفاده از قدرت بازار، می‌توانند از طریق رفتارهایی همچون قیمت‌گذاری تهاجمی، امتناع از عرضه و یا تحمیل شروط قراردادی غیرمنصفانه، ساختار رقابتی بازار را مختل سازند. با این حال، چالش اصلی امروز حقوق رقابت، نه اصل ممنوعیت سوءاستفاده، بلکه معیارهای احراز آن و نحوه‌ی تمایز رفتارهای واقعاً ضدرقابتی از رقابت مشروع است.

بر همین اساس، پرسش اصلی پژوهش این است که معیارهای احراز و مصادیق سوءاستفاده از موقعیت مسلط در حقوق رقابت چگونه از رویکرد مبتنی بر احصای مصادیق به سوی رویکرد اثرمحور تحول یافته است و حقوق ایران در پرتو این تحول، از چه الگوی اصلاحی می‌تواند بهره‌گیرد؟

در راستای پاسخ به این پرسش، فرضیه‌ی اصلی پژوهش آن است که رویکرد مبتنی بر احصای مصادیق سوءاستفاده، که مبنای تنظیم ماده‌ی ۴۵ ق.ا.س.ک.ا. در حقوق ایران قرار گرفته است، به دلیل عدم توجه کافی به آثار واقعی رفتار بنگاه‌های مسلط بر

<sup>۱</sup> Anti-competitive practices or conducts.

<sup>۲</sup> به نقل از رهبری و حسنی سنگانی، ۱۳۹۸، ج ۱، ص ۵۱.

<sup>۳</sup> UN Set on Competition Principles.

<sup>۴</sup> قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی.

<sup>۵</sup> Abuse of Dominant Position.

بازار، از کارآمدی لازم برای مقابله با رویه‌های ضدرقابتی برخوردار نیست. در مقابل، تجربه‌ی حقوق اتحادیه اروپا نشان می‌دهد که تحول معیارهای احراز و ارزیابی مصادیق سوءاستفاده از رویکرد شکل‌گرا به سوی رویکرد اثرمحور، ضمن افزایش انعطاف‌پذیری نظام حقوقی، امکان ارزیابی دقیق‌تر رفتارهای ضدرقابتی را فراهم ساخته است. از سوی دیگر، حقوق آمریکا با اتخاذ رویکردی محتاطانه و تأکید بر اثبات قدرت انحصاری واقعی و آثار ضدرقابتی رفتار، از مداخله‌ی غیرضروری در سازوکار رقابت جلوگیری می‌کند. بر این اساس، به نظر می‌رسد اصلاح حقوق ایران نه در اقتباس کامل از الگوی اتحادیه اروپا و نه در پیروی مطلق از رویکرد آمریکا، بلکه در پذیرش یک الگوی متوازن مبتنی بر تحلیل آثار رفتارهای ضدرقابتی، همراه با بازنگری در شیوه‌ی احراز سوءاستفاده و اصلاح ماده‌ی ۴۵ قانون مزبور، قابل تحقق باشد.

پژوهش‌های انجام‌شده درباره‌ی سوءاستفاده از موقعیت مسلط، عمدتاً بر تبیین مفهوم، مصادیق و تحلیل مقررات حقوق رقابت متمرکز بوده‌اند. از جمله، عبدی‌پور (۱۳۸۸) و وکیلی‌مقدم (۱۳۹۰) در قالب مقاله‌هایی جداگانه، به بررسی مفهوم سوءاستفاده از موقعیت مسلط پرداخته‌اند. پاکباز (۱۳۹۰) نیز در قالب پایان‌نامه این نهاد را به‌صورت جامع از منظر حقوق رقابت تحلیل کرده است. در حوزه مطالعات تطبیقی، علاءالدینی و پوراسلامی (۱۴۰۰) مقررات ایران و اتحادیه اروپا را با رویکردی انتقادی و با تکیه‌ی بیشتر بر مجازات‌ها مقایسه کرده‌اند و کریمی و سینمیری (۱۴۰۴) نیز این موضوع را در بستر بلاک‌چین بررسی کرده‌اند. با این حال، مطالعه‌ای که به‌طور مشخص مفهوم سوءاستفاده از موقعیت مسلط را با رویکرد تطبیقی میان حقوق ایران، ایالات متحده آمریکا و اتحادیه اروپا بررسی کند، به چشم نمی‌خورد.

در این مقاله، ابتدا مفهوم و ارکان شکل‌گیری موقعیت مسلط در نظام‌های مورد مطالعه بررسی می‌شود؛ سپس مفهوم سوءاستفاده، معیارهای احراز آن و انواع سوءاستفاده تحلیل می‌گردد و در ادامه، مهم‌ترین مصادیق سوءاستفاده در سه نظام حقوقی ایران، اتحادیه اروپا و ایالات متحده آمریکا مطالعه و در پایان، الگوی اصلاحی مناسب برای حقوق ایران ارائه می‌شود.

## ۱- موقعیت مسلط

پیش از پرداختن به معیارهای احراز سوءاستفاده، شناخت دقیق مفهوم «موقعیت مسلط» و روش‌های تشخیص آن ضروری است؛ زیرا وجود این موقعیت، شرط لازم برای مسئولیت بنگاه در قبال هرگونه رفتار یک‌جانبه‌ی ضدرقابتی است. در این بخش نخست مفهوم موقعیت مسلط و سپس روش‌های عملی تشخیص آن در سه نظام حقوقی مورد مطالعه بررسی می‌شود.

### ۱-۱- مفهوم موقعیت مسلط

موقعیت مسلط حاصل مجموعه‌ای از عوامل ساختاری و نهادی از جمله، وجود موانع ورود (به‌ویژه ناشی از تنظیم‌گری یا امتیازات قانونی) و شرایطی است که امکان تثبیت قدرت بازار را در طول زمان فراهم می‌سازد (OECD, 2020: 21). در قوانین رقابت کشورهای مختلف، از اصطلاحات متفاوتی در این زمینه استفاده شده است؛ به‌عنوان مثال، در قانون استرالیا از اصطلاح

«سوءاستفاده از قدرت بازار»<sup>۶</sup> استفاده شده و در آمریکا از «انحصارگری یا تلاش برای انحصارگری»<sup>۷</sup> نام برده شده است که همگی این اصطلاحات، به صورت دقیق با سوءاستفاده از موقعیت مسلط مترادف نیستند (Brook & Eben, 2021: 2).

بر اساس مواد ۱۰۱ و ۱۰۲ م.ک.ا.ا. و نیز مواد ۱ و ۲ قانون شرمین، دو گونه‌ی اصلی از رفتارهای ضدرقابتی قابل تصور است؛ گونه‌ی نخست، رفتارهای سوءاستفاده‌گرایانه نام دارد که مستقیماً به زیان مشتری و کاهش رفاه او منجر می‌شود؛ نظیر افزایش سرسام‌آور قیمت یا کاهش چشمگیر عرضه. گونه‌ی دوم، رفتارهای انحصارطلبانه است که با برهم زدن نظم رقابتی، به طور غیرمستقیم بر رفاه مشتری اثر می‌گذارد (فراهانی و دیگران، ۱۴۰۲: ۲۹).

ماده‌ی ۱۰۲ م.ک.ا.ا. که به سوءاستفاده از موقعیت مسلط اختصاص دارد، تعریفی از آن ارائه نکرده اما دیوان دادگستری اروپا در پرونده‌های مختلفی، تعاریفی را در این خصوص ارائه نموده است. به عنوان مثال، در قضیه‌ی معروف «یونایتد برندز» موقعیت مسلط این گونه تعریف شده است: «موقعیت مسلط، موقعیت اقتصادی قدرتمندی است که یک بنگاه اقتصادی از آن برخوردار است و این موقعیت به آن بنگاه این قدرت را می‌دهد که به صورت محسوس و قابل توجهی، مستقل از رقبای، مشتریان و در نهایت مصرف‌کنندگان رفتار کرده و در نتیجه‌ی آن، مانع از ادامه‌ی رقابت مؤثر، در بازار مرتبط شود»<sup>۸</sup>. لذا در نظر دیوان دادگستری اروپا، تعریف موقعیت مسلط از سه جزء تشکیل شده است: (۱) وجود موقعیت قوی اقتصادی در بازار، (۲) توانایی بنگاه در ممانعت از رقابت مؤثر در بازار، و (۳) امکان انجام رفتار مستقل از رقبای و سایر عوامل بازار (Jones & Sufrin, 2016: 285-286).

دیوان دادگستری اروپا در پرونده‌ی هافمن-لاروش علیه کمیسیون جوامع اروپایی<sup>۹</sup>، نیز درخصوص موقعیت مسلط اظهار داشت: «وجود یک موقعیت مسلط، به کلی مانع رقابت نمی‌شود اما بنگاهی را که از این موقعیت برخوردار است، قادر می‌سازد شرایطی را که تحت آن، رقابت مزبور توسعه خواهد یافت تعیین نماید یا حداقل تأثیر قابل توجهی بر این شرایط بگذارد و در هر حال، خود بتواند عمدتاً بدون در نظر گرفتن رقابت مزبور فعالیت کند» (معبودی نیشابوری، ۱۳۸۹: ۲۰۰). کمیسیون اروپایی نیز قدرت بازار را این گونه تعریف کرده است: «قدرت اثرگذاری بر روی قیمت‌های بازار، تولیدات، ابتکارات، تنوع یا کیفیت کالاها یا خدمات یا دیگر پارامترهای رقابت در بازار برای یک مدت زمان معین». (European Commission, 2005, p. 25).

در حقوق آمریکا طبق ماده‌ی ۲ قانون شرمین، هم انحصارگرایی و هم تلاش برای انحصارگرایی ممنوع شده است. مسئله‌ی شایان توجه آن است که شرط لازم برای اعمال این ماده، برخورداری از قدرت انحصاری است، نه قدرت بازاری (Klotz, 2008).

<sup>۶</sup> Misuse of Market Power.

<sup>۷</sup> Monopoly or Attempt to Monopolize.

<sup>۸</sup> Case 27/76, United Brands, [1978], para.65.

<sup>۹</sup> Case 85/76, Hoffmann-La Roche & Co. AG v Commission of the European Communities, [1979] ECR 461, para. 39-70.

4-5). در بیان مفهوم قدرت انحصاری گفته شده است که چیزی ورای قدرت بازاری صرف است. قدرت انحصاری باید قابل توجه، عمده (Gifford & Kudrle, 2015: 31) و قابل دوام<sup>۱۰</sup> باشد (رهبری و حسنی سنگانی، ۱۳۹۸: ۸۲).

مطابق با همین چارچوب نظری، در سال ۲۰۲۴، قاضی آمیت مهتا<sup>۱۱</sup> از دادگاه فدرال ناحیه‌ی کلمبیا<sup>۱۲</sup> با در نظر گرفتن سهام بازار به‌عنوان معیار تشخیص، راجع به پرونده‌ی «وزارت دادگستری آمریکا علیه شرکت گوگل»<sup>۱۳</sup> چنین حکم کرد که این شرکت با در اختیار داشتن حدود ۹۰ تا ۹۵ درصد سهم بازار جستجوی اینترنتی، از موقعیت مسلط خود به‌شکلی غیرقانونی استفاده کرده است. گوگل با انعقاد قراردادهای انحصاری با تولیدکنندگان دستگاه‌هایی مانند اپل و سامسونگ و پرداخت بیش از ۲۰ میلیارد دلار به آن‌ها، موتور جستجوی خود را به‌عنوان پیش‌فرض روی گوشی‌ها و مرورگرها نصب کرده است. این اقدامات عملاً رقبا را از بازار موتورهای جستجوی عمومی حذف و انتخاب مصرف‌کنندگان را محدود ساخته است. همچنین گوگل با استفاده از انحصار خود در بازار جستجو، توانسته است در بازار تبلیغات متنی نیز رقابت را از بین ببرد و قیمت‌ها را افزایش دهد. اگرچه صرف داشتن انحصار، غیرقانونی نیست اما استفاده از قدرت انحصاری برای تضعیف رقابت و حذف رقبا، نقض ماده‌ی ۲ قانون شرمین محسوب می‌شود (Purdue Global Law School, 2025).

قانون‌گذار ایرانی همچون مقنن آمریکایی و برخلاف معاهده‌ی کارکرد اتحادیه اروپا، ارائه‌ی تعریف «موقعیت مسلط» را به رویه‌ی قضایی واگذار نکرده و خود، رأساً اقدام به تعریف آن نموده است. بند ۱۵ ماده‌ی ۱ ق.ا.س.ک.ا. در مقام تعریف این مفهوم بیان می‌دارد: «وضعیت اقتصادی مسلط، وضعیتی در بازار است که در آن توانایی تعیین قیمت، مقدار عرضه یا تقاضای کالا یا خدمت یا شرایط قرارداد، در اختیار یک یا چند شخص حقیقی و یا حقوقی قرار گیرد».<sup>۱۴</sup> البته به دلیل شباهت زیاد تعریف قانونی «وضعیت اقتصادی مسلط» با تعریف «انحصار» در بند ۱۲ ماده‌ی ۱ ق.ا.س.ک.ا.، گاه به جای یکدیگر به کار می‌روند.

بر اساس همین تعریف قانونی، شورای رقابت ایران<sup>۱۵</sup> در رویه‌ی خود، موقعیت مسلط را با معیارهای عینی شناسایی می‌کند. در پرونده‌ی شکایت شرکت اندیشه فناوری اطلاعات قرن (آفاق) از سازمان اقتصاد اسلامی ایران، الزام انحصاری صندوق‌های قرض‌الحسنه به استفاده از نرم‌افزار یک شرکت خاص (بدون مناقصه) و همزمان منع همکاری با شرکت شاکی، باعث شد آن

<sup>۱۰</sup> United States v. Dentsply Int'l, Inc., 399 F. 3d 181, 2005, pp. 188-189.

<sup>۱۱</sup> Amit Mehta

<sup>۱۲</sup> United States District Court for the District of Columbia

<sup>۱۳</sup> United States v. Google LLC

<sup>۱۴</sup> برای ملاحظه‌ی تعریف سوءاستفاده از موقعیت مسلط در حقوق فرانسه، رک: پاکباز، ۱۴۰۲: شرح ذیل ماده‌ی ۱۱۴۳  
<sup>۱۵</sup> نهاد مشابه شورای رقابت در ایالات متحده، کمیسیون تجارت فدرال (F.T.C) و در انگلستان، کمیسیون رقابت می‌باشد (قاسمی حامد و براری چناری، ۱۴۰۳: ۹۸).

سازمان توانایی تعیین «شرایط قرارداد» (تحمیل نرم‌افزار خاص) و «مقدار عرضه» (حذف رقیب و ایجاد مانع ورود) را پیدا کند. شورا این اقدام را سوءاستفاده از موقعیت مسلط تشخیص داد.<sup>۱۶</sup>

در مقابل، در پرونده‌ی شکایت آقای ای علیه شرکت دیوار دایر بر اخلال در رقابت از طریق تبعیض در شرایط معامله، سوءاستفاده از موقعیت مسلط به واسطه‌ی حذف بلاوجه آگهی ثبت شده در پلتفرم دیوار (موضوع بندهای ج، ط، ک ماده‌ی ۴۵ ق.ا.س.ک.ا)، شورا تأکید کرد که حتی در صورت وجود رفتار تبعیض آمیز (حذف آگهی مشتری توسط سایت)، تا زمانی که سهم بنگاه در بازار بسیار ناچیز است (در این پرونده کمتر از ۰,۳٪)، شرط مقدماتی «مسلط بودن» احراز نمی‌شود.<sup>۱۷</sup>

## ۱-۲- روش‌های تشخیص موقعیت مسلط

نظام‌های حقوقی مورد مطالعه برای احراز موقعیت مسلط، معمولاً از ترکیبی از سه معیار بهره می‌گیرند؛ سهم بازار به‌عنوان شاخص کمی اولیه، ارزیابی موانع ورود به‌عنوان سنجش پایداری آن سهم در طول زمان، و امکان رفتار مستقل از رقبا به‌عنوان معیار نهایی و کیفی. در ادامه، هر یک از این سه معیار به ترتیب بررسی می‌شود.

### ۱-۲-۱- سهم بازار

«سهم بازار»<sup>۱۸</sup> به‌عنوان مهم‌ترین عامل احراز موقعیت مسلط، به‌معنای درصد کنترل یک بنگاه بر بازار مرتبط است (Brown, 2006: 296). بسته به اینکه میزان تولید یا عرضه‌ی یک بنگاه، نسبت به میزان تولید یا عرضه‌ی کل آن بازار چه درصدی را تشکیل دهد، می‌توان قضاوت کرد که آن بنگاه، دارای سهم بازار کم یا زیاد است (معبودی نیشابوری، ۱۳۸۹: ص. ۶۹).

پاسخ به این پرسش مهم که «چند درصد از سهم بازار برای تحقق سلطه کفایت می‌کند»، در نظام‌های حقوقی گوناگون متفاوت است و به مبانی و اهداف هر نظام از قواعد حقوق رقابت بستگی دارد. آرای صادره از کمیسیون اروپایی نشان می‌دهد سهم بازار ۴۰ الی ۴۵ درصدی برای تحقق موقعیت مسلط کافی است. برعکس، در امریکا دادگاه‌ها معمولاً سهم بازار ۸۰ الی ۹۰ درصدی و حتی بیشتر را برای این نتیجه که بنگاه مورد نظر، یک انحصارگر است لازم می‌دانند و اکثر دادگاه‌ها مایل نیستند که بنگاه دارای کمتر از ۷۰ درصد سهم بازار را دارای قدرت انحصاری تلقی کنند (Whish, 2003: 294).

لذا به‌نظر می‌رسد برای احراز موقعیت مسلط در اتحادیه اروپا، در مقایسه با سهم بازاری مورد نیاز برای تحقق انحصارگرایی در آمریکا، آستانه‌ی پایین‌تری منظور شده است (Dunne, 2015: 22). این رهیافت، همسو با سیاست رقابتی اتحادیه و ضرورت حمایت از آزادی اقتصادی طراحی شده است (Monti, 2007: 144).<sup>۱۹</sup>

<sup>۱۶</sup> رأی جلسه‌ی شماره‌ی ۵۶۴ شورای رقابت مورخ ۹ اردیبهشت ۱۴۰۲.

<sup>۱۷</sup> رأی جلسه‌ی شماره‌ی ۷۱۵ شورای رقابت مورخ ۲ بهمن ۱۴۰۳.

<sup>۱۸</sup> Market Share.

<sup>۱۹</sup> به نقل از رهبری و حسنی سنگانی، ۱۳۹۸، ج ۲، ص ۱۲.

در حقوق ایران، سخنی از میزان سهم بازار در قانون اصل ۴۴ به میان نیامده است. با این حال با توجه به شق یک بند «الف» ماده‌ی ۲ دستورالعمل ادغام و تملک مصوب ۱۳۹۷/۷/۲۳ شورای رقابت که یکی از مصادیق دامنه‌ی تمرکز شدید را موردی قلمداد نموده است که «سهم بازار بنگاه حاصل، از ۴۰ درصد کل بازار مرتبط بیشتر باشد»، می‌توان گفت این میزان درصد از سهم بازار مورد توجه شورای رقابت ایران در این خصوص است. ضمن اینکه قسمت ۶ ماده‌ی ۱ سند «سیاست‌ها و الزامات کلان حمایت از رقابت و مقابله با انحصار سکوها‌ی فضای مجازی»، ابلاغی شورای عالی فضای مجازی در تابستان ۱۳۹۹، برخورداری از حجم عظیمی از داده‌ها را ملاک احراز موقعیت مسلط قرار داده است. هرچند این نهاده به‌تنهایی تأثیری در شکل‌گیری موقعیت مسلط ندارد (رهبری، ۱۴۰۲: ۲۳۹). فارغ از ایرادات و اشکالات متعدد وارد بر این سند<sup>۲۰</sup>، در تحلیل و نقد این بند می‌توان گفت الحاق معیار «میزان داده‌های در اختیار» بدون تبیین مبنای اقتصادی و نقش آن در ایجاد قدرت بازار، در کنار «واگذاری تعیین حد نصاب آن به شورای رقابت» بدون پیش‌بینی ضوابط قانونی، از شفافیت و پیش‌بینی‌پذیری معیار احراز موقعیت مسلط می‌کاهد.

به نظر می‌رسد آستانه‌ی ۴۰ درصدی مأخوذ از دستورالعمل ادغام و تملک، معیار مناسبی برای تعمیم به بازارهای پلتفرمی نیست. رأی شورای رقابت در پرونده‌ی اسنپ‌فود نشان می‌دهد که موقعیت مسلط این شرکت بر اساس سابقه‌ی فعالیت، تعداد کاربران و اثرهای شبکه‌ای احراز شده است؛ شاخص‌هایی که در چارچوب کنونی حقوق ایران جایگاه قانونی روشنی ندارند. بر این اساس، معیار عملی پیشنهادی برای شورای رقابت آن است که در بازارهای دیجیتال و پلتفرمی، نمی‌توان سهم بازار را به‌عنوان آستانه‌ی مستقل و قطعی در نظر گرفت بلکه باید این معیار را در کنار شاخص‌های مکمل مانند سهولت جابه‌جایی مصرف‌کننده، کنترل بر داده و اثرهای شبکه‌ای ارزیابی نمود.

## ۲-۱-۲-۲- موانع ورود به بازار

توانایی یک بنگاه در بالابردن قیمت‌ها به‌نفع خودش در یک مدت زمانی معین، به سطح «موانع ورود» به بازار بستگی دارد. همچنین این که شرکتی واقعاً قدرت انحصاری بر قیمت‌ها دارد یا خیر، به آسیب‌پذیری او با ورود رقبای جدید وابسته است. دومین معیار در تشخیص قدرت بازار و سلطه که تقریباً به‌طور جهانی اعمال می‌شود، ارزیابی موانع ورود است (OECD, 2022: 3-6). موانع ورود، شرایطی هستند که با وجود آن شرایط، بازار برای داوطلبان بالقوه‌ی ورود از جذابیت کمتری برخوردار است (Saloner et al., 2001: 215). درباره‌ی موانع ورود، مفهوم واحد پذیرفته‌شده‌ای وجود ندارد (پاکباز، ۱۴۰۳: ۵۷ به بعد).<sup>۲۱</sup>

## ۲-۱-۲-۳- رفتار مستقل از رقبا

بنگاه‌های اقتصادی، زمانی در موقعیت مسلط هستند که قدرت و توانایی رفتار مستقل داشته و این قدرت، آنها را در موقعیت عمل و اقدام، بدون به‌حساب آوردن دیگر رقبایان، خریداران یا عرضه‌کنندگان قرار می‌دهد (Lianos, 2020: 253-254). این

<sup>۲۰</sup> برای ملاحظه یادداشت انتقادی دکتر باقر انصاری در خصوص سند مذکور، ر.ک.: <https://www.tabnak.ir/fa/news/1005403> (آخرین بازدید: ۱۴۰۵/۵/۷)

<sup>۲۱</sup> سه رویکرد نظری در خصوص مفهوم موانع ورود به شرح ذیل وجود دارند: مکتب هاروارد، مکتب شیکاگو و نظریه‌ی تشکیلات صنعتی. برای مطالعه‌ی بیشتر در این خصوص، ر.ک.: پاکباز، ۱۴۰۳: ۵۷-۶۲.

موقعیت آنگاه فراهم می‌شود که بنگاه‌ها به دلیل داشتن سهم قابل توجهی از بازار یا سهم بازار همراه با دسترسی به دانش فنی، مواد خام یا سرمایه، قدرت تعیین قیمت‌ها یا کنترل تولید و یا توزیع بخش مهمی از کالای مورد نظر را دارند (عبدی‌پور، ۱۳۸۸: ۱۳۲).

بر همین اساس، مراجعی چون کمیسیون اروپایی و دیوان دادگستری اروپا در تعریف موقعیت مسلط، بیش از هر چیز به استقلال عمل بنگاه‌های اقتصادی در بازار استناد کرده‌اند. در یکی از پرونده‌ها بیان شد: «بنگاه‌های موجود در بازار، زمانی دارای موقعیت مسلط هستند که بتوانند به نحو مستقل و بدون اینکه رقبا، عرضه‌کنندگان و خریداران مدّ نظر قرار گیرند تصمیم‌گیری کنند».<sup>۲۲</sup> در واقع، در تحقق موقعیت مسلط، کافی است که بنگاه، دارای یک استقلال همه‌جانبه باشد ولو اینکه تأثیر فعالیت‌ها و اقدامات بنگاه، در همه‌ی بخش‌های بازار یکسان نباشد (Singh, 2014: 3).

## ۲- مفهوم، معیارهای احراز و انواع سوءاستفاده

پس از احراز موقعیت مسلط، پرسش دوم پژوهش این است که «سوءاستفاده» از این موقعیت چگونه تعریف و احراز می‌شود و رفتارهای مصادق آن به چه دسته‌هایی تقسیم می‌شوند. در ادامه، نخست مفهوم سوءاستفاده، سپس تحول معیارهای احراز آن از رویکرد شکل‌گرا به اثرمحور، و در پایان انواع رفتارهای سوءاستفاده‌آمیز بررسی می‌شود.

### ۲-۱- مفهوم سوءاستفاده

در حقوق اتحادیه اروپا، ماده‌ی ۱۰۲ م.ک.ا.ا. مصادیق سوءاستفاده را در چهار بند ذکر کرده است اما به گفته‌ی مفسران، این موارد، حصری نیستند (Ritter & Braun, 2005: 419). در این چارچوب به نظر می‌رسد، دارا بودن موقعیت مسلط یکی از شروط لازم برای اعمال هرگونه ممنوعیت رفتار یکجانبه است، نه یکی از چند مصادق ممکن. در حقوق ایران، بند «ط» ماده‌ی ۴۵ ق.ا.س.ک.ا. هیچ‌گونه تعریفی از واژه‌ی «سوءاستفاده» ارائه نداده و تنها به ذکر مصادیقی از آن اکتفا کرده است. به نظر درست برخی حقوقدانان با توجه به اینکه برخلاف اتحادیه اروپا یا آمریکا، اختیار عام به شورای رقابت اعطا نشده است (علاءالدینی و پوراسلامی، ۱۴۰۰: ۵۱) و با توجه به رویه‌ی شورای رقابت، می‌توان چنین تفسیر کرد که مصادیق بند «ط» ماده‌ی ۴۵ ق.ا.س.ک.ا.ا. حصری هستند، نه تمثیلی. بهتر بود قانون‌گذار ملاک‌های سوءاستفاده از موقعیت مسلط را تعریف و تشخیص مصادیق را طبق بند ۱ ماده‌ی ۵۸ به شورای رقابت واگذار می‌کرد. در حقوق آمریکا، قانون شرم‌ن و سایر مقررات، مصادیق رفتارهای غیرمجاز را بیان نکرده است. همچنین عنوان «سوءاستفاده از موقعیت مسلط» مطرح نبوده و رویه‌های ضدرقابتی با عنوان «انحصارگری یا تلاش برای انحصار» بررسی می‌شوند. با توجه به تفاوت اهداف و مبانی دو نظام، در ایالات متحده، طیف محدودتری از بنگاه‌های دارای قدرت بازار مؤاخذه می‌شوند و بنگاه‌ها آزادی عمل بیشتری دارند (Janow, 1996: 36).

<sup>۲۲</sup> Case 6/72, Continental Can & EC Commission [1973] ECR 157.

دیوان دادگستری اروپا نیز اگرچه مفهوم «سوءاستفاده» را تعریف نکرده است، اما در پاراگراف ۹۱ از حکم صادره در پرونده‌ی هافمن، مفهوم «سوءاستفاده» را یک «مفهوم عینی»<sup>۲۳</sup> قلمداد می‌کند که به رفتار بنگاه مسلط مربوط می‌شود و ارتباطی به قصد و انگیزه‌ی آن بنگاه ندارد (Dabbah, 2004: 343). دیوان در این پرونده مقرر داشت: «مفهوم سوءاستفاده، یک مفهوم عینی مرتبط با رفتار یک بنگاه مسلط است. رفتار مذکور به نحوی است که ساختار بازار را تحت تأثیر قرار داده و در نتیجه‌ی اقدام انجام‌شده توسط بنگاه مذکور، رقابت تضعیف شده و شرایط طبیعی رقابت راجع به کالاها یا خدمات از حیث معاملات میان بنگاه‌های اقتصادی تغییر یابد. نتیجه‌ی این گونه اقدامات، جلوگیری از استمرار جریان رقابت موجود یا ممانعت از رشد آن خواهد بود».<sup>۲۴</sup>

تفاوت در نگاه دو نظام به مفهوم سوءاستفاده، پیامد عملی مهمی دارد: در رویکرد اروپایی که سوءاستفاده را «مفهومی عینی» و مستقل از قصد بنگاه می‌داند، اثبات نیت ضدرقابتی شرط احراز مسئولیت نیست و تمرکز بر آثار رفتار است؛ درحالی‌که در حقوق ایران، به دلیل فقدان تعریف قانونی و اکتفا به احصای مصادیق، این پرسش که آیا سوءاستفاده مفهومی عینی است یا نیازمند احراز قصد، عملاً بی‌پاسخ مانده است. این ابهام در رویه‌ی شورای رقابت نیز مشهود است؛ برای نمونه، در پرونده‌ی اسنپ‌فود، علی‌رغم عدم استفاده از عبارات صریح الزام‌آور در قرارداد، شورا با تحلیل «کلیت شروط» به وجود سوءاستفاده حکم داد؛ رویکردی که به‌طور ضمنی به سمت مفهوم عینی سوءاستفاده گرایش دارد. به نظر می‌رسد تصریح قانونی به عینی‌بودن مفهوم سوءاستفاده می‌تواند این ابهام رویه‌ای را برطرف کند.

## ۲-۲- معیارهای احراز سوءاستفاده

یکی از مهم‌ترین تحولات حقوق رقابت در دو دهه اخیر، تغییر تدریجی معیارهای احراز سوءاستفاده از موقعیت مسلط از «رویکرد شکل‌گرا»<sup>۲۵</sup> به «رویکرد اثرمحور»<sup>۲۶</sup> است. در رویکرد شکل‌گرا، برخی رفتارهای بنگاه مسلط، صرف‌نظر از آثار واقعی آن‌ها بر رقابت، به دلیل ماهیتشان به عنوان سوءاستفاده تلقی می‌شدند؛ حال آنکه در رویکرد اثرمحور، تمرکز اصلی بر ارزیابی آثار واقعی یا محتمل رفتار بر ساختار رقابت، رفاه مصرف‌کنندگان و کارایی اقتصادی است. این تحول، حاصل توسعه‌ی تحلیل‌های اقتصادی در حقوق رقابت و تلاش برای تفکیک رفتارهای واقعاً ضدرقابتی از رقابت مشروع و مبتنی بر کارایی است.<sup>۲۷</sup>

در حقوق اتحادیه اروپا، رویه‌ی سنتی دیوان دادگستری در پرونده‌هایی نظیر Michelin I و Hoffmann-La Roche عمدتاً بر این مبنا استوار بود که برخی رفتارهای بنگاه مسلط، از جمله تخفیف‌های وفاداری، به دلیل ماهیت خود، قابلیت اخلاف در رقابت را دارند و بنابراین بدون نیاز به تحلیل گسترده‌ی آثار اقتصادی، می‌توانند مشمول ممنوعیت ماده‌ی ۱۰۲ م.ک.ا. قرار گیرند. این

<sup>۲۳</sup> Objective Concept

<sup>۲۴</sup> Case 85/76, Hoffmann-La Roche & Co. AG v. Commission [1979] ECR 461, [1979] 3 CMLR 211, para.91.

<sup>۲۵</sup> Form-Based Approach

<sup>۲۶</sup> Effects-Based Approach

<sup>۲۷</sup> Case C-413/14 P, Intel & Commission [2017], paras 138–140.

رویکرد، اگرچه از منظر حمایت مؤثر از رقابت قابل دفاع به نظر می‌رسید، اما به تدریج به دلیل احتمال مداخله در رفتارهای کارآمد و کاهش انگیزه‌ی نوآوری، با انتقادهای گسترده اقتصادی و حقوقی مواجه شد.<sup>۲۸</sup>

پاسخ کمیسیون اروپا به این انتقادهای انتشار «سند مشورتی»<sup>۲۹</sup> در سال ۲۰۰۵ و متعاقب آن راهنمای اولویت‌های اجرایی در اعمال ماده‌ی ۱۰۲ در سال ۲۰۰۹ بود. در این سند، کمیسیون اعلام کرد که در تعیین اولویت‌های اجرایی خود، عمدتاً بر رفتارهایی تمرکز خواهد کرد که احتمال ایجاد «اخراج ضدرقابتی رقا»<sup>۳۰</sup> را دارند؛ مفهومی که بر ارزیابی آثار واقعی رفتار بنگاه مسلط بر فرآیند رقابت استوار است، نه صرفاً شکل یا عنوان رفتار. به این ترتیب، تحلیل اقتصادی، آزمون رقیب هم‌کارا<sup>۳۱</sup> و امکان استناد بنگاه مسلط به توجیهات عینی و کارایی‌های اقتصادی، جایگاه برجسته‌تری در اجرای ماده‌ی ۱۰۲ یافت.<sup>۳۲</sup>

این تحول در رویه‌ی قضایی اتحادیه اروپا نیز بازتاب یافت. نقطه‌ی عطف آن، رأی دیوان دادگستری در پرونده‌ی Intel بود که تأکید کرد هرگاه بنگاه مسلط با دلایل و شواهد، توانایی رفتار مورد اعتراض برای اخراج رقا را مورد تردید قرار دهد، کمیسیون نمی‌تواند صرفاً به ماهیت رفتار اکتفا کند، بلکه باید تمامی اوضاع و احوال مؤثر، از جمله میزان سلطه، ویژگی‌های بازار، مدت و گستره‌ی رفتار، شرایط اعطای تخفیف‌ها و توانایی واقعی رفتار در محدود کردن رقابت را بررسی کند. هرچند این رأی، رویکرد سنتی اتحادیه اروپا را به‌طور کامل کنار نگذاشت، اما نشان داد که تحلیل آثار اقتصادی، به‌ویژه در رفتارهای محروم‌کننده، به یکی از ارکان اصلی اجرای ماده‌ی ۱۰۲ تبدیل شده است. رویه‌های بعدی، از جمله Post Danmark II، نیز همین مسیر را تقویت کردند و بر لزوم ارزیابی آثار واقعی رفتارهای مورد اعتراض تأکید داشتند.<sup>۳۳</sup>

روند مزبور در سال ۲۰۲۳ وارد مرحله‌ی تازه‌ای شد. کمیسیون اروپا با اصلاح راهنمای اولویت‌های اجرایی و انتشار «یادداشت سیاست‌گذاری رقابت»<sup>۳۴</sup> خود رسماً اعلام کرد که اجرای ماده‌ی ۱۰۲ بر مبنای «رویکردی پویا و اثرمحور قابل اجرا»<sup>۳۵</sup> دنبال خواهد شد. هم‌زمان، فرآیند تدوین نخستین دستورالعمل جامع درباره‌ی سوءاستفاده‌های محروم‌کننده آغاز شد تا رویه‌ی اجرایی کمیسیون با تحولات آرای دادگاه‌های اتحادیه و ویژگی‌های بازارهای نوین، به‌ویژه اقتصاد دیجیتال، هماهنگ شود. این اسناد

---

<sup>28</sup> Case 85/76, Hoffmann-La Roche & Commission ; Case 322/81, Michelin & Commission [1983] ECR 3461, [1985] 1 CMLR 282.

<sup>29</sup> Discussion Paper (2005)

<sup>30</sup> Anticompetitive Foreclosure

<sup>31</sup> As-Efficient Competitor Test

<sup>32</sup> European Commission – Application of Article 102 TFEU; Guidance on the Commission's enforcement priorities in applying Article 82 EC Treaty to exclusionary conduct by dominant undertakings (2009/C 45/02).

<sup>33</sup> Case C-23/14, Post Danmark II & Konkurrencerådet [2015].

<sup>34</sup> Competition Policy Brief

<sup>35</sup> Dynamic and Workable Effects-Based Approach

نشان می‌دهد که هدف کمیسیون، کنار گذاشتن حمایت از رقابت نیست بلکه افزایش دقت در تشخیص رفتارهای واقعاً ضد رقابتی و جلوگیری از مداخله‌ی غیرضروری در رقابت مشروع است.<sup>۳۶</sup>

حقوق ضد انحصار آمریکا از دیرباز رویکردی اقتصادی‌تر نسبت به رفتار بنگاه‌های مسلط اتخاذ کرده است. رویه‌ی دیوان‌عالی ایالات متحده، به‌ویژه در پرونده‌هایی مانند *Aspen Skiing*، *Trinko* و *Microsoft*، نشان می‌دهد که صرف برخورداری از قدرت بازار یا اتخاذ رفتارهای تهاجمی، برای احراز مسئولیت کافی نیست؛ بلکه باید آثار ضد رقابتی رفتار، امکان حذف رقابت و فقدان توجیهات مشروع اقتصادی احراز شود. از این منظر، حقوق آمریکا بیش از آنکه از رقبا حمایت کند، از فرآیند رقابت و رفاه مصرف‌کنندگان حمایت می‌کند و مداخله را به مواردی محدود می‌سازد که رفتار بنگاه مسلط واقعاً موجب اختلال در رقابت شود.<sup>۳۷</sup>

به نظر می‌رسد یکی از تفاوت‌های بنیادین حقوق رقابت اتحادیه اروپا و آمریکا، به سازوکار معافیت مقرر در بند ۳ ماده ۱۰۱ م.ک.ا. و ارتباط آن با هدف تشکیل بازار مشترک اروپایی بازمی‌گردد. از این رو، در اتحادیه اروپا ارزیابی رفتار بنگاه‌ها تنها بر آثار آن‌ها بر رقابت یا رفاه مصرف‌کننده مبتنی نیست و حفظ یکپارچگی بازار داخلی نیز نقشی اساسی در این خصوص دارد. به همین دلیل، این نظام در مقایسه با آمریکا رویکرد مداخله‌گرایانه‌تری نسبت به رفتارهای ضد رقابتی، به‌ویژه رفتارهای یکجانبه بنگاه‌های مسلط اتخاذ کرده است.

همان‌طور که پیش‌تر گفته شد، در حقوق ایران، هرچند بند «ط» ماده ۴۵ ق.ا.س.ک.ا. مهم‌ترین آشکال سوءاستفاده از موقعیت مسلط را برشمرده است، اما ساختار این مقررره همچنان مبتنی بر احصای رفتارهای ممنوع است و معیار مستقلی برای ارزیابی آثار اقتصادی آن‌ها ارائه نمی‌کند. همچنین قانون و رویه‌ی شورای رقابت، چارچوب روشنی برای سنجش آثار ضد رقابتی، پذیرش دفاعیات مبتنی بر کارایی یا ارزیابی شرایط خاص هر بازار پیش‌بینی نکرده‌اند. از این رو، به نظر می‌رسد با وجود اهمیت حفظ شفافیت و امنیت حقوقی، اصلاح حقوق ایران در گرو حرکت تدریجی از رویکرد شکل‌گرا به سمت رویکرد اثرمحور است؛ تحولی که نه به معنای اقتباس کامل از الگوی اتحادیه اروپا یا آمریکا، بلکه به معنای بهره‌گیری از دستاوردهای مشترک آن‌ها در جهت افزایش دقت، انعطاف‌پذیری و کارآمدی نظام حقوق رقابت خواهد بود.

### ۳-۲- انواع رفتارهای سوءاستفاده‌آمیز

<sup>۳۶</sup> برای مطالعه‌ی بیشتر ر.ک.:

Ibáñez Colomo, P. (2023). The (Second) modernisation of Article 102 TFEU. *Journal of European Competition Law & Practice*, 14(8), 608–623.

<sup>۳۷</sup> *Aspen Skiing Co. v. Aspen Highlands Skiing Corp.*, 472 U.S. 585 (1985), pp. 605–611; *Verizon Communications Inc. v. Law Offices of Curtis V. Trinko, LLP*, 540 U.S. 398 (2004), pp. 407–410; *United States v. Microsoft Corp.*, 253 F.3d 34 (D.C. Cir. 2001), pp. 58–59, 95–99; *Brunswick Corp. v. Pueblo Bowl-O-Mat, Inc.*, 429 U.S. 477 (1977), p. 488.

در یک دسته‌بندی، رفتارهای سوءاستفاده‌آمیز به دو دسته تقسیم شده است؛ «سوءاستفاده‌های استثمارکننده یا سودجویانه»<sup>۳۸</sup> «سوءاستفاده‌های ضدرقابتی یا حذف‌کننده»<sup>۳۹</sup>. کلیه‌ی مصادیق سوءاستفاده از موقعیت مسلط را می‌توان حداقل در یکی از طبقات فوق جای داد.

### ۱-۳-۲- سوءاستفاده‌های استثمارکننده

این نوع سوءاستفاده، با هدف استثمار و بهره‌کشی صورت می‌گیرد؛ بنگاه مسلط از فرصت‌های ناشی از موقعیت برتر خود برای کسب حداکثر منافع استفاده می‌کند، درحالی که در شرایط عادی و بدون موقعیت مسلط، چنین منافعی قابل حصول نبوده است. این سوءاستفاده از طریق تحمیل شرایط ناعادلانه به طرف مقابل یا اعمال تبعیض قیمتی میان تولیدکنندگان، خریداران یا مصرف‌کنندگان محقق می‌شود (Arowolo, 2011: 4).

ماده‌ی ۱۰۲ م.ک.ا.ا، به‌صراحت سوءاستفاده‌های استثمارگرانه از موقعیت مسلط را در برمی‌گیرد؛ با این حال، اولویت اجرایی کمیسیون اروپا عمدتاً معطوف به سوءاستفاده‌های محروم‌کننده بوده و در نتیجه، رویه‌ی قضایی منسجم و روشنی درباره‌ی موارد استثمار، کمتر شکل گرفته است (کریمی و سینمیری، ۱۴۰۴: ۲۳۶).

در پرونده‌ی شکایت فدراسیون صنایع غذایی و کشاورزی از سازمان صداوسیما، شرکت‌های صنایع غذایی با صداوسیما قرارداد پخش تبلیغات منعقد کرده بودند. این قراردادها علاوه بر هفت درصد از فروش، حداقل مبلغ تضمینی ۲۸۰ میلیارد تومانی نیز داشتند. پس از پایان قرارداد، چون پرداخت‌ها به حداقل نرسیده بود، صداوسیما ضمن طرح دعوی مطالبه‌ی ضمانت‌نامه‌ای ۳۵۰ میلیارد تومانی، شرکت‌ها را مجبور به پرداخت حداقل مبلغ یا انعقاد قرارداد پنج‌ساله با مبلغ بیشتر کرد. شورای رقابت با توجه به موقعیت مسلط صداوسیما، این اقدام را مصداق «تحمیل شرایط قراردادی غیرمنصفانه» ناشی از سوءاستفاده از موقعیت مسلط تشخیص داد، زیرا شرکت‌ها در غیر این صورت قادر به انعقاد هیچ قراردادی نبودند.<sup>۴۰</sup>

### ۲-۳-۲- سوءاستفاده‌های حذف‌کننده

در صورتی که رفتار بنگاهی، به‌طور قابل توجهی رقابت را محدود کند، یا از طریق توافقات تجاری انحصاری از ورود رقبای جدید به بازار جلوگیری کند، یا این هشدار را به بازار مرتبط بدهد که رقابت، احتمالاً تا حد زیادی کاهش می‌یابد، یا قدرت اقتصادی بنگاه یا شرکت مسلط را به‌منظور انحصار، افزایش داده و تقویت خواهد کرد، سوءاستفاده‌ی ضدرقابتی محسوب می‌شود (Temple Lang, 1979: 363).

<sup>۳۸</sup> Exploitative Abuses.

<sup>۳۹</sup> Exclusionary or Anti-competitive Abuses.

<sup>۴۰</sup> رأی جلسه‌ی شماره‌ی ۷۱۴ شورای رقابت مورخ ۱۸ دی ۱۴۰۳.

در پرونده‌ی شکایت انجمن شرکت‌ها و مؤسسات پژوهشی و دانش‌بنیان صنایع نفت، گاز، پالایش و پتروشیمی (آپنا) از وزارت نفت و چهار شرکت اصلی تابعه<sup>۴۱</sup>، مبنی بر ارتکاب رویه‌های ضدرقابتی از طریق اعمال تبعیض و ایجاد انحصار در واگذاری کلان پروژه‌های پژوهشی، طبق نظر شورای رقابت ایران، وزارت نفت به عنوان بنگاه مسلط در بازار خدمات پژوهشی بالادستی نفت و گاز، با بهره‌گیری از موقعیت اقتصادی خود، مرتکب سوءاستفاده‌ی محروم‌کننده شده است. وزارت نفت با استناد به تفاهم‌نامه‌ای با وزارت علوم، کلیه‌ی پروژه‌های کلان پژوهشی میادین نفتی را بدون برگزاری فرآیند رقابتی و به صورت انحصاری به دانشگاه‌های دولتی و پژوهشگاه صنعت نفت (که زیر نظر خود وزارت نفت فعالیت می‌کند) واگذار کرد. در این فرآیند، نه تنها شرکت‌های عضو انجمن آپنا، بلکه کلیه‌ی شرکت‌های دانش‌بنیان خصوصی، بدون هیچ فرصتی برای ارائه‌ی توانمندی‌های خود، از دسترسی به بازار محروم شدند. شورای رقابت، دفاعیات وزارت نفت مبنی بر انطباق اقدامات خود با قوانین بودجه و برنامه را نپذیرفته و تأکید کرده است که هیچ مقرراتی جواز واگذاری صددرد انحصاری طرح‌های کلان را نمی‌دهد. همچنین شورا پیش از این در رأی شماره‌ی ۲۲۹ مورخ ۲۵/۸/۱۳۹۴، روش ارجاع کارهای پژوهشی وزارت نفت را تبعیض‌آمیز تشخیص داده بود، اما وزارت نفت بدون تغییر عملی در رویه‌ی خود، تا سال ۱۳۹۹ به واگذاری انحصاری پروژه‌ها ادامه داد. شورای رقابت در نهایت اقدامات وزارت نفت را مصداق سه عنوان ضدرقابتی محروم‌کننده دانسته است: ۱- محدود کردن دسترسی غیرمتعهدان به بازار، ۲- استتکاف از انجام معامله با بخش خصوصی، و ۳- ایجاد مانع برای ورود رقبای جدید یا حذف رقبای موجود. به عبارت دیگر، وزارت نفت با استفاده از موقعیت مسلط خود، بازار را به روی رقبای خصوصی بسته و آنها را از هرگونه فرصت رقابت برابر محروم کرده است.<sup>۴۲</sup>

### ۳- مصادیق شایع سوءاستفاده از موقعیت مسلط

ماده‌ی ۱۰۲ م.ک.ا.ا، پس از ممنوعیت سوءاستفاده از موقعیت مسلط، چهار مصداق را به صورت تمثیلی برمی‌شمارد: نخست، تحمیل مستقیم یا غیرمستقیم قیمت‌های خرید یا فروش غیرمنصفانه یا سایر شرایط معامله‌ی غیرمنصفانه، که مبنای قیمت‌گذاری تهاجمی قرار گرفته است؛ دوم، محدود کردن تولید، بازارها یا توسعه‌ی فنی به زیان مصرف‌کنندگان، که در پرونده‌های امتناع از عرضه و تحمیل شروط غیرمنصفانه به کار رفته است؛ سوم، اعمال شرایط نابرابر بر معاملات مشابه با طرف‌های تجاری مختلف به گونه‌ای که آنان را در موقعیت رقابتی نامساعدی قرار دهد، که مبنای رسیدگی به قیمت‌گذاری تبعیض‌آمیز بوده است؛ و چهارم، مشروط کردن انعقاد قراردادها به پذیرش تعهدات اضافی که از نظر ماهیت یا عرف تجاری ارتباطی با موضوع اصلی آن قراردادها ندارند.

بر اساس بند «ط» ماده‌ی ۴۵ ق.ا.س.ک.ا، نیز، سوءاستفاده از موقعیت مسلط در شش مورد ممنوع شده است: تعیین قیمت غیرمتعارف، تحمیل شروط قراردادی ناعادلانه، تحدید عرضه یا تقاضا برای دستکاری قیمت، ایجاد مانع برای ورود یا حذف رقبا، مشروط کردن قراردادها به پذیرش شرایط بی‌ارتباط با موضوع معامله، و تملک سهام شرکت‌ها به نحوی که رقابت را مختل

<sup>۴۱</sup> شرکت ملی نفت ایران، شرکت ملی صنایع پتروشیمی، شرکت ملی گاز ایران و شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی ایران.

<sup>۴۲</sup> رأی جلسه‌ی شماره‌ی ۵۲۲ شورای رقابت مورخ ۲۸ آبان ۱۴۰۱.

کند. در خصوص مصادیق فوق به نظر می‌رسد قانون‌گذار ایرانی همچون مقنن اروپایی، آثار ضدرقابتی اقدامات مزبور را مفروض تلقی نموده و نیازی به اثبات آنها نیست.

در ادامه، به تبیین چهار مورد از مصادیق فوق که در رویه‌های عملی نهادهای رقابتی، بیشتر مبتلابه بوده‌اند، پرداخته خواهد شد.

### ۱-۳- قیمت‌گذاری تهاجمی

به بیان ساده، هنگامی قیمت‌گذاری، تهاجمی محسوب می‌شود که بهای تعیین‌شده برای یک محصول، زیر قیمت تمام‌شده بوده و فروشنده با تحمل زیان مقطعی، قصد جبران هزینه‌ها را در آینده با افزایش چشمگیر بهای محصول دارد (رهبری، ۱۴۰۲: ۲۳۵). کمیسیون اروپا در تعریف قیمت‌گذاری تهاجمی گفته است: «یک استراتژی عامدانه است که غالباً از طرف یک بنگاه مسلط اعمال می‌شود و به‌وسیله‌ی قرار دادن قیمت‌ها در سطحی پایین‌تر از هزینه‌های تولید، رقبا را از بازار خارج می‌کند» (Directorate-General for Competition, 2002: 37).

دادگاه‌های اروپایی جهت تشخیص قیمت‌گذاری تهاجمی، معیار «جبران خسارت» را اعمال نمی‌کنند و ابتدائاً بر رابطه‌ی بین قیمت‌های تعیین‌شده و هزینه‌ها به‌همراه وجود عنصر سوءنیت بنگاه تأکید کرده‌اند. کمیسیون اروپا در یکی از تصمیمات خود<sup>۴۳</sup> در پرونده‌ی آکزو<sup>۴۴</sup> نخستین بار معیار «میانگین هزینه‌ی متغیر»<sup>۴۵</sup> را به‌عنوان معیار تشخیص قیمت‌گذاری تهاجمی مطرح کرد. میانگین هزینه‌های متغیر، عبارت است از حاصل تقسیم مجموع هزینه‌های متغیر بر تعداد واحدهای تولیدشده (پاکباز، ۱۴۰۳: ۹۶). بر اساس این قاعده، هرگاه بنگاه دارای موقعیت مسلط، محصولات خود را با قیمتی کمتر از هزینه‌های متغیر عرضه کند، این رفتار به‌طور معمول، مصداق قیمت‌گذاری تهاجمی و سوءاستفاده از موقعیت مسلط تلقی می‌شود. کمیسیون استدلال کرد که فروش در سطحی پایین‌تر از هزینه‌های متغیر، از منظر اقتصادی فاقد توجیه تجاری است؛ زیرا بنگاه با هر واحد فروش، بر میزان زیان خود می‌افزاید و تنها انگیزه‌ی منطقی برای تحمل چنین زیانی، حذف رقیب از بازار و جبران زیان‌های کوتاه‌مدت از طریق بهره‌برداری از قدرت بازار در آینده است.<sup>۴۶</sup>

بنابراین اثر مستقیم قیمت‌گذاری تهاجمی، حذف رقبای بنگاه مسلط است اما در یک بازه‌ی زمانی طولانی‌تر، باعث سودآوری بیشتر برای بنگاه مسلط نیز می‌شود. لذا اگرچه این نوع از سوءاستفاده، قرابت زیادی به مفهوم «سوءاستفاده‌ی حذف‌کننده» دارد، اما ممکن است عملاً به‌عنوان یک «سوءاستفاده‌ی سودجویانه یا استثمارگرانه» نیز مورد بهره‌برداری بنگاه مسلط واقع شود (معبودی نیشابوری، ۱۳۸۹: ۲۳۰).

<sup>43</sup> Commission Decision 85/609/EEC.

<sup>44</sup> Case C-62/82, AKZO Chemie BV v. EC Commission [1993] 5 CMLR 44.

<sup>45</sup> Average Variable Cost.

<sup>46</sup> <https://eur-lex.europa.eu/eli/dec/1985/609/oj/eng> (last visited on 2026/7/25)

در آمریکا، قیمت‌گذاری تهاجمی را می‌توان مشمول ماده‌ی ۲ قانون شرمین و ماده‌ی ۲ قانون «رایبسون - پتمن»<sup>۴۷</sup> و ماده‌ی ۵ قانون «کمیسون تجارت فدرال»<sup>۴۸</sup> دانست. زیرا این رفتار را هم می‌توان به‌عنوان «تلاش برای انحصاری کردن» بازار دانست و هم به‌عنوان شیوه‌ای از «رقابت ناعادلانه» (Utton, 2003: 110).

در حقوق ایران، «قیمت‌گذاری تهاجمی» طبق بند «د» ماده‌ی ۴۵ ق.ا.س.ک.ا. مستقلاً رفتاری ضدرقابتی محسوب می‌شود و برخلاف رویه‌ی برخی نظام‌ها، نیازی به داشتن موقعیت مسلط در بازار نیست. قانون‌گذار با تعریف موسّع این عنوان، قصد داشته است مفهوم تهاجم را محدود به کاهش قیمت نکند تا بنگاه‌ها نتوانند با استفاده از روش‌های غیرقیمتی (مانند تخفیف و جایزه) به رقبا آسیب بزنند.

یکی از آرای مهم شورای رقابت ایران در چند سال اخیر، محکومیت شرکت اسنپ‌فود مبنی بر ارتکاب رفتار ضدرقابتی از طریق سوءاستفاده از وضعیت اقتصادی مسلط و ایجاد مانع برای ورود رقبا بود. شاکی، شرکت زودکس، ادعا کرد که اسنپ‌فود با طراحی نوعی قرارداد انحصاری، رستوران‌ها را به‌طور عملی از همکاری با پلتفرم‌های رقیب منع می‌کند. به اعتقاد زودکس، این قراردادها از طریق اعطای امتیاز عملکرد ۵/۱ برابری که باعث خودترجیحی<sup>۴۹</sup> می‌شود، اعمال تخفیف‌های چشمگیر در کمیسون، الزام به عدم همکاری با رقبا در مدت قرارداد، و در نظر گرفتن وجه التزام‌های سنگین برای فسخ، موجب محدود شدن بازار و دشواری ورود رقبا گردیده است. در مقابل، اسنپ‌فود دفاعیات خود را بر این مبنا قرار داد که قراردادهای مذکور صرفاً نوعی سرمایه‌گذاری و ارائه‌ی خدمات مشاوره‌ای، داده‌کاوی، بازاریابی و اصلاح منو به رستوران‌هایی است که خواهان همکاری ویژه هستند. به ادعای اسنپ‌فود، رستوران‌ها می‌توانند با قرارداد عادی نیز فعالیت کنند و قراردادهای ویژه (که فقط ۸ درصد کل قراردادها را شامل می‌شود) صرفاً برای تشویق رستوران‌های بزرگ و مطرح طراحی شده است. همچنین تأکید شد که وجه التزام فقط در صورت خروج پیش‌از‌موعد قرارداد دریافت می‌شود و پس از اتمام قرارداد، هیچ جریمه‌ای برای قطع همکاری وجود ندارد. شورای رقابت با بررسی دقیق مفاد پرونده، علی‌رغم آنکه در قراردادها از عبارات صریح اجباری استفاده نشده بود، تشخیص داد که کلیت شروط و قیود به‌گونه‌ای طراحی شده که رستوران عملاً نمی‌تواند با رقبا همکاری کند و خروج از قرارداد مستلزم پرداخت جریمه‌های سنگین است. از سوی دیگر، شورا به موقعیت مسلط اسنپ‌فود در بازار (ناشی از سابقه‌ی طولانی، تعداد کاربران و شهرت عمومی) و تأثیر ترکیبی تخفیف‌ها، امتیازها و ضمانت‌اجراهای عدم اجرا اشاره کرد که همگی موجب ایجاد مانع برای ورود و فعالیت رقبا و سلب اختیار از رستوران‌ها برای انتخاب آزادانه می‌شود.<sup>۵۰</sup>

مقایسه‌ی معیار «میانگین هزینه‌ی متغیر» اروپایی با رویکرد حقوق ایران نشان می‌دهد که قانون ایران، برخلاف اتحادیه اروپا، هیچ آستانه‌ی هزینه‌ای مشخصی برای احراز قیمت‌گذاری تهاجمی ارائه نکرده و صرفاً به عنوان کلی «تعیین قیمت غیرمعارف» بسنده کرده است. این خلأ در پرونده‌ی اسنپ‌فود به‌روشنی نمایان است؛ زیرا شورای رقابت به‌جای تحلیل هزینه-قیمت، اساساً

<sup>۴۷</sup> Robinson-Patman Act.

<sup>۴۸</sup> Federal Trade Commission (FTC) Act 1914.

<sup>۴۹</sup> برای ملاحظه مفهوم خودترجیحی در بازار دیجیتال و خدمات ابری، ر.ک.: حسین‌زاده و اکبریان طبری، ۱۴۰۴: ۱۷۶ به بعد.

<sup>۵۰</sup> رأی جلسه‌ی شماره‌ی ۷۴۰ شورای رقابت مورخ ۱۶ اردیبهشت ۱۴۰۴.

بر پایه‌ی تحلیل شروط قراردادی و اثر ترکیبی آن‌ها بر امکان ورود رقبا حکم داد. به نظر می‌رسد شورای رقابت ایران فاقد چارچوب تحلیلی مشخص برای تفکیک قیمت‌گذاری تهاجمی واقعی از راهبردهای مشروع تخفیف و بازاریابی است؛ این خلأ را تدوین دستورالعمل تحلیل هزینه-قیمت، متناسب با ساختار داده‌های در دسترس شورا، می‌تواند مرتفع سازد.

## ۲-۳- امتناع از عرضه

وجود موقعیت مسلط به بنگاه، امکان اجبار طرف مقابل به پذیرش خواست خود را می‌دهد. «امتناع از معامله یا عرضه» یکی از ابزارهای این اجبار است که می‌تواند با اهدافی مانند افزایش قیمت، کسب سود بیشتر یا ضربه به رقبا صورت گیرد (OECD, 2022: 10-12). این امتناع به صورت یک‌جانبه، هماهنگ یا تحریم جمعی قابل تحقق است (نوروزی شمس، ۱۳۸۶: ۲۹۲).

امتناع از معامله ممکن است هم از مصادیق «سوءاستفاده‌ی استثمارگرانه یا سودجویانه» و هم از مصادیق «سوءاستفاده‌ی حذف‌کننده» تلقی شود. زیرا بنگاهی که از معامله یا عرضه استنکاف می‌ورزد، احتمال دارد از این طریق قصد ضربه‌زدن به رقبایش را داشته باشد (حذف‌کننده)؛ همچنین محتمل است که سودجویی از مشتریان از طریق بالابردن قیمت (استثمارگرانه) مقصود وی باشد؛ ضمن اینکه هدف‌گیری همزمان هر دو مقصود، توسط بنگاه مزبور نیز دور از ذهن نیست. لذا می‌توان گفت ماده‌ی ۱۰۲ م.ک.ا.ا، با قید «به‌زیان مصرف‌کنندگان» در بند «ب»، امتناع از معامله را به‌عنوان «سوءاستفاده‌ی استثمارگرانه»، مورد تصریح قرار داده است؛ اما این امر نمی‌تواند به این معنا تلقی شود که چنانچه این استنکاف به‌صورت «حذف‌کننده» و به‌منظور ضربه‌زدن به رقبا -ونه مصرف‌کنندگان- باشد، خارج از شمول ماده‌ی ۱۰۲ معاهده است (معبودی نیشابوری، ۱۳۸۹: ۲۵۲).

ماده‌ی ۱۰۲ م.ک.ا.ا، ایجاد محدودیت در تولید، بازار و توسعه‌ی فنی به‌زیان مصرف‌کنندگان را ممنوع کرده است. قانون اصل ۴۴ ایران در جزء ۳ بند «ط» ماده ۴۵، امتناع از عرضه را ممنوع دانسته است. تفاوت دو مقرر در این است که اولاً در معاهده‌ی اروپایی محدودیت در تولید و توسعه‌ی فنی نیز سوءاستفاده است؛ ثانیاً معیار در قانون ایران، «افزایش یا کاهش قیمت بازار» و در معاهده‌ی اروپایی، «به‌زیان مصرف‌کنندگان بودن» است. کاهش قیمت گرچه در کوتاه‌مدت به نفع مصرف‌کننده است، اما در بلندمدت به دلیل خروج رقبا و ایجاد انحصار به‌زیان او تمام می‌شود.

حقوق ایران، امتناع از عرضه را هم مصادیق سوءاستفاده از موقعیت مسلط دانسته و هم عنوانی مستقل به آن داده که باعث تردید در مخاطب این ممنوعیت (بنگاه‌های مسلط یا غیرمسلط) شده و انتقادهایی را به همراه داشته است.

در مباحث حقوق رقابت، امتناع از معامله معمولاً در مجاورت «دکترین امکانات اساسی»<sup>۵۱</sup> مطرح می‌شود. این نظریه نخستین بار در حقوق ضدانحصار آمریکا مطرح گردید (Furse, 2008: 353). رویه‌ی قضایی حقوق ضدتراست آمریکا<sup>۵۲</sup> و دیوان دادگستری

<sup>51</sup> Essential Facilities Doctrin.

<sup>52</sup> Associated Press v. US, 224 US 383, 1912. Aspen Skiing v. Aspen Highlands Skiing, 472 US 585, 1985.

اتحادیه اروپا<sup>۵۳</sup> و کمیسیون مربوطه نیز زمانی نظریه‌ی امکانات اساسی را قابل استناد می‌داند که «امکان» در انحصار بنگاه اقتصادی دارای موقعیت برتر قرار داشته باشد و سایر بنگاه‌ها، یا به جهت این‌که از نظر فنی و اقتصادی در وضعیت پایین‌تری قرار دارند و یا به لحاظ عدم امکان همانندسازی امکانات یادشده، توانایی جایگزینی آن‌ها را نداشته و به سبب وابستگی به بنگاه مالک، بدون موافقت او قادر به ادامه‌ی فعالیت و رقابت در بازار نباشد (خشنودی، ۱۳۹۳: ۵۹-۵۸).

کمیسیون اروپایی در تصمیم خود در سال ۱۹۸۹ راجع به پرونده‌ی «مگیل»<sup>۵۴</sup> بدون اشاره به عنوان «امکان اساسی» این قاعده را برای اولین بار در اروپا در پرونده‌ی مذکور اجرا نمود. در این پرونده، دیوان مقرر داشت که در «شرایط استثنایی»<sup>۵۵</sup>، باید اشخاص ثالث بتوانند به کالاها یا خدمات مورد نیاز خود (مانند فهرست برنامه‌های تلویزیونی) دسترسی یابند، هرچند این‌گونه کالاها یا خدمات، مورد حمایت حقوق مالکیت فکری باشند (Hatzopoulos, 2006: 11). البته این عنوان برای اولین بار در پرونده‌ی بارگنج‌های (کانتینرهای) دریایی در سال ۱۹۹۲ مطرح گردید.<sup>۵۶</sup>

قانون اصل ۴۴ ایران اشاره‌ای به دکتترین امکانات اساسی ندارد، اما با توجه به مقررات مربوط به استنکاف از معامله یا عرضه در بند «الف» ماده‌ی ۴۵ و جزء ۳ بند «ط» همان ماده، می‌توان موضوعات مرتبط با استنکاف از دسترسی به امکانات اساسی را حل و فصل نمود.

### ۳-۳- تحمیل شروط قراردادی غیرمنصفانه

در حقوق ایران، جزء ۲ بند «ط» ماده‌ی ۴۵، تحمیل «شروط قراردادی غیرمنصفانه»<sup>۵۷</sup> را یکی از مصادیق سوءاستفاده از موقعیت مسلط دانسته است. علاوه بر این، مقنن ایرانی در بند ۵ ماده‌ی ۱ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان مصوب ۱۳۸۸، تحمیل شرایط غیرعادلانه بر اساس عرف در معاملات را جزء عنصر «تبانی» محسوب کرده و ماده‌ی ۴۶ قانون تجارت الکترونیکی نیز شرط غیرمنصفانه به ضرر مصرف‌کننده را مؤثر ندانسته است. در بیان وجه تمایز اصلی قانون اصل ۴۴ قانون اساسی و دو قانون دیگر، به نظر می‌رسد می‌توان گفت قانون‌نویس‌الذکر ناظر به رقابت تجاری در سطح عرضه‌کنندگان کالا و خدمات است و بر خلاف دو قانون دیگر، شامل مصرف‌کنندگان جزء نمی‌شود (تقی‌زاده و احمدی، ۱۳۹۴: ۱۵). با این حال، اصطلاح «شروط قراردادی غیرمنصفانه» در ادبیات حقوقی کشور ما چندان رایج نیست و قانون‌گذار ایران با اقتباس از مفاد ماده‌ی ۱۰۲ م.ک.ا.ا، آن را از مصادیق سوءاستفاده ذکر کرده است.

بند «الف» ماده‌ی ۱۰۲ معاهده‌ی مذکور تحمیل شروط غیرمنصفانه را در زمره‌ی مصادیق سوءاستفاده از موقعیت مسلط تلقی می‌کند. وفق این بند: «تحمیل مستقیم یا غیرمستقیم قیمت‌های غیرمنصفانه‌ی خرید یا فروش یا سایر شرایط غیرمنصفانه‌ی

<sup>53</sup> Magil aff.C-241/91, P ; CJCE,29 avril 2004, IMS Health, C-418/01;TPI, 17 Septembre 2007, Microsoft Corp. c. Commission, T-201/04.

<sup>54</sup> Magil Case.

<sup>55</sup> Exceptional Circumstances.

<sup>56</sup> برای مطالعه‌ی بیشتر در خصوص این پرونده، رک: پاکباز، ۱۴۰۳: ۱۱۴.

<sup>57</sup> Unfair Trading Conditions.

تجاری». می‌توان گفت که «تحمیل شروط غیرمنصفانه»، هم نوعی سوءاستفاده‌ی استثمارگرانه و هم نوعی سوءاستفاده‌ی حذف‌کننده است. بارزترین مصداق این رویه‌ی سوءاستفاده‌گرایانه را می‌توان تحمیل قیمت بیش از حد متعارف دانست. چنانچه قیمت تعیین‌شده، متناسب با ارزش اقتصادی کالای عرضه شده نباشد، قیمت آن بیش از حد تلقی می‌شود.<sup>۵۸</sup>

در حقوق آمریکا که عمدتاً مبتنی بر رویه‌ی قضایی است، دادگاه‌ها تشخیص دادند که در برخی قراردادهای انصاف و وجدان حکم می‌کند از نابرابری و تحمیل زیان سنگین به طرف ضعیف (به‌ویژه مصرف‌کنندگان) جلوگیری شود. بدین ترتیب، نظریه‌ی غیرمنصفانه بودن شروط قراردادی در نظام کامن‌لا و حقوق آمریکا پذیرفته شد. این نظریه با تصویب ماده‌ی ۲-۳۰۲ قانون متحدالشکل تجاری آمریکا، به دادگاه‌ها اختیار داد در صورت تشخیص ناعادلانه یا گراف بودن قرارداد، از اجرای آن به‌صورت جزئی یا کلی جلوگیری کنند یا اجرای شرط غیرعادلانه را محدود سازند (سیمبر و نبی‌دوست دولت‌آباد، ۱۴۰۲: ۱۵۰).

همچنین مطابق با ماده‌ی ۳ دستورالعمل شروط قراردادی غیرمنصفانه اتحادیه اروپا مصوب ۱۹۹۳<sup>۵۹</sup>، «شرط غیرمنصفانه به شرطی اطلاق می‌شود که شخصاً میان طرفین مورد مذاکره قرار نگرفته باشد. این شرط، برخلاف قاعده‌ی حسن‌نیت، عدم تعادل قابل توجهی در حقوق و تعهدات طرفین ناشی از قرارداد ایجاد می‌کند که به‌زیان مصرف‌کننده است».<sup>۶۰</sup> بر اساس ماده‌ی فوق، یک شرط زمانی غیرمنصفانه است که: (۱) نابرابری قابل توجهی در حقوق و تکالیف طرفین به‌زیان مصرف‌کننده ایجاد کند. (۲) به‌صورت پیش‌فرض در قرارداد گنجانده شده و غیرقابل مذاکره باشد. (۳) تعهد به رفتار صادقانه، حسن اراده‌ی اخلاقی و منصفانه را نقض کند (حسین‌زاده و اکبریان طبری، ۱۴۰۴، ۱۷۷).

در حقوق ایران، اگرچه مقررات راجع به غبن تا حدودی قابل مقایسه با غیرمنصفانه بودن ماهوی است (عادل و شمس‌الهی، ۱۳۹۷) اما به‌طور خاص قانون‌گذار در حقوق رقابت موضوعی ایران، ضوابطی برای تعیین شروط قراردادی غیرمنصفانه ارائه نکرده است. به نظر می‌رسد با توجه به سیاق عبارات قانون، بتوان گفت شروط قراردادی غیرمنصفانه، شروطی غیرمتعارف هستند که یک طرف قرارداد بدون در نظر گرفتن تعادل عوضین و تناسب تعهدات طرفین، به‌دلیل قدرت معاملاتی برتر، این شروط را بر طرف دیگر تحمیل می‌کند (عبدی‌پور، ۱۳۸۸: ۱۴۳-۱۴۴).

### ۳-۴- تملک سرمایه و سهام شرکت‌ها

در حقوق ایران، بنگاه دارای موقعیت مسلط ممکن است برای افزایش سلطه‌ی خود بر بازار اقدام به خرید سهام سایر بنگاه‌ها کند. قانون‌گذار در جزء ۶ بند «ط» ماده‌ی ۴۵ و نیز ماده‌ی ۴۷ ق.ا.س.ک.ا، تملک سرمایه و سهام شرکت‌ها را در صورت اخلاص در رقابت ممنوع اعلام کرده است. این دوگانگی جای انتقاد دارد؛ زیرا اگر هدف، ممنوعیت تملک توسط بنگاه مسلط (یا حتی غیرمسلط) باشد، ذکر آن در ماده‌ی ۴۷ کافی بود و نیازی به تکرار در بند «ط» ماده‌ی ۴۵ نبود.

<sup>۵۸</sup> Case 26/75, General Motors & EC Commission, [1975] ECR 1367.

<sup>۵۹</sup> Council Directive 93/13/EEC of 5 April 1993 on unfair terms in consumer contracts.

<sup>۶۰</sup> <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX%3A31993L0013>

طبق تبصره‌ی ماده‌ی ۴۷، سه استثناء برای این ممنوعیت وجود دارد: ۱) تملک توسط کارگزاران اوراق بهادار به شرط عدم سوءاستفاده از حق رأی، ۲) تملک از طریق وثیقه و رهن به شرط عدم اعمال حق رأی، ۳) تملک در شرایط اضطراری به شرط اطلاع‌رسانی ظرف یک‌ماه به شورای رقابت و عدم تداوم بیش از مدت تعیین‌شده.

همچنین ماده‌ی ۵ قانون مذکور، برای جلوگیری از انحصار ناشی از واگذاری، سقف مجاز تملک سهام را در بنگاه‌های واسطه‌ی پولی غیردولتی و بانک‌های دولتی مشمول واگذاری تعیین کرده و ماده‌ی ۶ قانون به اشخاص حقوقی معنونه از جمله مؤسسات و نهادهای عمومی غیردولتی، حق مالکیت مستقیم و غیرمستقیم تا ۴۰٪ سهم بازار هر کالا یا خدمت داده است. در اینجا فرض مقنن بر ایجاد انحصار است و خلاف آن قابل اثبات نیست. در نتیجه، تملک صددرصد سهام یک شرکت دولتی توسط مؤسسات عمومی غیردولتی منع قانونی مستقیم ندارد و صرفاً ممکن است در چارچوب قواعد کلی مواد ۴۳ به بعد قانون اصل ۴۴ از آن ممانعت شود (کیس‌اندخت، ۱۳۸۷: ۱۲۰). با وجود این، طبق بند ۳ ماده‌ی مذکور اصلاحی ۱۳۹۷/۳/۲۲، «مجموع حق مالکیت مستقیم و غیرمستقیم سهام و عضو (کرسی در هیئت مدیره) در هر بنگاه اقتصادی تا سقف چهل درصد (۴۰٪) برای اشخاص حقوقی موضوع بند یک این ماده، که قانوناً مجوز فعالیت اقتصادی دارند مجاز می‌باشد». حتی طبق تبصره‌ی ۲ ذیل این بند، اشخاص حقوقی یادشده و شرکت‌های تابعه و وابسته‌ی آنها مکلفند مجموع حق مالکیت مستقیم و غیرمستقیم سهام و کرسی مدیریتی (سهم در هیئت مدیره) در هر بنگاه اقتصادی، مزاد چهل درصد (۴۰٪) را از تاریخ تصویب این اصلاحیه به صورت مرحله‌ای حداکثر تا سه سال پس از ابلاغ این قانون واگذار نمایند.

مثال کلاسیک در حقوق آمریکا، پرونده‌ی «دولت آمریکا علیه شرکت دوپون»<sup>۶۱</sup> است. در این پرونده، شرکت دوپون با تملک ۲۳ درصد از سهام جنرال موتورز (GM) - که بزرگترین خریدار رنگ و پارچه خودرو بود - عملاً بازار فروش این محصولات را از رقابت واقعی مصون نگه داشت. دیوان‌عالی آمریکا رأی داد که این اقدام، سوءاستفاده از موقعیت مسلط محسوب می‌شود، زیرا هرچند دوپون مستقیماً از حق رأی خود استفاده نمی‌کرد، اما تملک سهام به‌خودی خود توانسته بود رقبای او را از دسترسی به بزرگترین مشتری صنعت خودرو محروم کند. دادگاه تأکید کرد برای اثبات تخلف نیازی به نشان‌دادن کاهش واقعی رقابت نیست؛ همین که تملک سهام، «تمایل به ایجاد انحصار» داشته باشد کافی است. مهم‌ترین نکته این است که دیوان‌عالی، واگذاری حق رأی را ناکافی دانست و حکم به واگذاری کامل و اجباری سهام<sup>۶۲</sup> داد و استدلال کرد که «عموم مردم مستحق درمانی مطمئن‌تر و پاکیزه‌تر هستند» - یعنی در مواجهه با سوءاستفاده از طریق تملک سهام، باید قاطعانه‌ترین اقدام اصلاحی (واگذاری کامل سهام) را تجویز کرد، حتی اگر به ضرر مالی شرکت متخلف تمام شود.

رویه‌ی دیوان‌عالی آمریکا در پرونده‌ی دوپون که صرف «تمایل به ایجاد انحصار» را کافی دانسته و نیازی به اثبات کاهش واقعی رقابت نمی‌بیند، متفاوت از رویکرد حقوق ایران است که طبق مواد ۴۵ و ۴۷ ق.ا.س.ک.ا، تملک سهام را تنها «در صورت اختلال در رقابت» ممنوع می‌داند؛ یعنی بار اثبات آثار ضدرقابتی بر عهده‌ی شورا است. این تفاوت، پیامد عملی مهمی برای پرونده‌های

<sup>۶۱</sup> United States v. E.I. du Pont de Nemours & Co., 366 U.S. 316 (1961)

<sup>۶۲</sup> Complete Divestiture

آتی شورای رقابت دارد. در ساختار فعلی، تملک سهام اقلیتی نظیر ۲۳ درصد در پرونده‌ی دوپون که کنترل رسمی ایجاد نمی‌کند اما دسترسی رقبا به یک مشتری یا تأمین‌کننده‌ی کلیدی را محدود می‌سازد، به‌سختی مشمول ممنوعیت قانونی ایران قرار می‌گیرد، مگر آنکه اخلال در رقابت به‌صراحت احراز شود. به همین دلیل، پیشنهاد می‌شود در اصلاح ماده‌ی ۴۷، آستانه‌ی «تمایل به ایجاد انحصار یا محدودسازی قابل توجه دسترسی رقبا» به‌عنوان معیار جایگزین یا مکمل «اخلال در رقابت» در نظر گرفته شود.

## نتیجه‌گیری و پیشنهادات

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که هر سه نظام حقوقی، اصل ممنوعیت سوءاستفاده از موقعیت مسلط را پذیرفته‌اند، اما در فلسفه‌ی مداخله، معیارهای احراز و شیوه‌ی ارزیابی رفتار بنگاه‌های مسلط تفاوت‌های بنیادینی دارند. این تفاوت‌ها بازتاب دو نگرش متفاوت نسبت به نقش حقوق رقابت در تنظیم بازار است.

حقوق اتحادیه اروپا با تأکید بر حفظ ساختار رقابت، از دیرباز رویکردی مداخله‌گر و پیشگیرانه اتخاذ کرده است. هرچند رویه‌های جدید دیوان دادگستری و کمیسیون اروپا تحلیل آثار اقتصادی (رویکرد اثرمحور) را بیش از گذشته مورد توجه قرار داده‌اند، اما همچنان بنگاه‌های دارای موقعیت مسلط از مسئولیت ویژه‌ای در قبال حفظ رقابت برخوردارند و دامنه‌ی رفتارهای ممنوع، نسبتاً گسترده باقی مانده است. در مقابل، حقوق آمریکا با محوریت ماده‌ی ۲ قانون شرم، مداخله را به مواردی محدود کرده است که قدرت انحصاری واقعی، رفتار ضدرقابتی و آثار قابل اثبات آن هم‌زمان احراز شود. در این نظام، صرف برخورداری از قدرت بازار یا حتی سهم بازار بالا، بدون احراز رفتار ضدرقابتی مؤثر بر ساختار رقابت، برای مسئولیت کافی نیست. رویکردی که بیش از حمایت از رقبا، حافظ فرآیند رقابت و رفاه مصرف‌کننده است.

بررسی حقوق ایران نشان می‌دهد که قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی، اگرچه گام مهمی در نهادینه‌سازی حقوق رقابت برداشته است، اما همچنان بر رویکرد احصای مصادیق تکیه دارد. هرچند این شیوه در زمان تصویب قانون می‌توانست موجب افزایش شفافیت و پیش‌بینی‌پذیری شود، اما تحولات سریع بازارها، به‌ویژه در اقتصاد دیجیتال، نشان داده است که فهرست حصری رفتارهای ضدرقابتی نمی‌تواند تمامی اشکال نوظهور سوءاستفاده را پوشش دهد. افزون بر این، فقدان معیارهای روشن برای احراز موقعیت مسلط، فقدان دستورالعمل‌های جامع در خصوص تعریف بازار مرتبط و محدود بودن اختیارات شورای رقابت در توسعه‌ی مصادیق، انعطاف‌پذیری نظام حقوقی ایران را کاهش داده است.

بر این اساس، فرضیه‌ی پژوهش مبنی بر ناکارآمدی اتکای صرف به رویکرد مبتنی بر احصای مصادیق و ضرورت حرکت به سوی ارزیابی اثرمحور، مورد تأیید قرار می‌گیرد. با این حال، یافته‌های پژوهش از اقتباس کامل از هیچ‌یک از دو الگوی آمریکا یا اتحادیه اروپا حمایت نمی‌کند. هر یک از این دو نظام، متناسب با ساختار اقتصادی، پیشینه‌ی حقوقی و نهادهای اجرایی خود شکل گرفته‌اند و انتقال کامل آنها به نظام حقوقی ایران، نه ممکن است و نه مطلوب.

به نظر می‌رسد مناسب‌ترین مسیر اصلاح حقوق رقابت ایران، اتخاذ یک الگوی متوازن و ترکیبی است؛ الگویی که از یک سو، انعطاف‌پذیری و تحلیل اقتصادی رویکرد اثرمحور را بپذیرد و از سوی دیگر، برای حفظ امنیت حقوقی و پیش‌بینی‌پذیری،

چارچوب‌های قانونی مشخصی برای مداخله‌ی شورای رقابت فراهم آورد. تحقق چنین الگویی مستلزم اصلاحات تقنینی متعددی است که مهم‌ترین آنها عبارت است از:

اول: با توجه به اینکه سیاق نگارش بند «ط» ماده‌ی ۴۵ ق.ا.س.ک.ا، بر حصری بودن مصادیق سوءاستفاده از موقعیت مسلط دلالت دارد، بازنگری در این مقررہ ضروری به نظر می‌رسد. این بازنگری می‌تواند از طریق تمثیلی کردن مصادیق مذکور یا حتی جایگزینی فهرست موجود با یک ضابطه‌ی کلی مبتنی بر آثار ضدرقابتی صورت گیرد؛ به‌گونه‌ای که شورای رقابت بتواند، متناسب با تحولات بازار و ظهور شیوه‌های نوین رفتارهای ضدرقابتی، مصادیق جدید سوءاستفاده از موقعیت مسلط را نیز مورد ارزیابی قرار دهد. افزون بر این، با توجه به جایگاه ویژه‌ی سوءاستفاده از موقعیت مسلط به‌عنوان مهم‌ترین رویه‌ی ضدرقابتی، شایسته است قانونگذار، همانند ماده‌ی ۱۰۲ معاهده‌ی اروپایی و ماده‌ی ۲ قانون شرمین آمریکا، مقررات مربوط به آن را در قالب ماده‌ای مستقل و نه در ذیل یک بند از ماده‌ای دیگر، تنظیم کند. بر این اساس، نویسندگان این پژوهش پیشنهاد می‌کنند متن مقررہ‌ی مربوط به سوءاستفاده از موقعیت مسلط در قالب ماده‌ای مستقل به شرح زیر تدوین شود:

«هرگونه سوءاستفاده‌ی یک یا چند بنگاه از موقعیت مسلط خود در بازار مرتبط، که به‌طور بالفعل یا بالقوه موجب جلوگیری، تحدید یا اخلال مؤثر در رقابت یا ورود زیان قابل توجه به رفاه مصرف‌کنندگان یا کارایی اقتصادی شود، ممنوع است. از جمله مصادیق این سوءاستفاده، عبارتست از:

الف) تعیین، حفظ و یا تغییر قیمت یک کالا یا خدمت به صورتی غیرمعارف؛

ب) تحمیل شرایط قراردادی غیرمنصفانه؛

پ) تحدید مقدار عرضه و یا تقاضا به منظور افزایش و یا کاهش قیمت بازار؛

ت) ایجاد مانع به منظور مشکل کردن ورود رقبای جدید یا حذف بنگاه‌ها یا شرکتهای رقیب در یک فعالیت خاص؛

ث) مشروط کردن قراردادها به پذیرش شرایطی که از نظر ماهیتی یا عرف تجاری، ارتباطی با موضوع چنین قراردادهایی نداشته باشد،

ج) تملک سرمایه و سهام شرکت‌ها؛

چ) هر رفتار دیگری که با توجه به شرایط بازار و آثار اقتصادی آن، به تشخیص شورای رقابت، موجب اخلال مؤثر در رقابت یا حفظ یا تقویت غیرموجه موقعیت مسلط گردد.

تبصره ۱: احراز سوءاستفاده مستلزم بررسی آثار واقعی یا محتمل رفتار بر رقابت بوده و صرف برخورداری از موقعیت مسلط، به‌تنهایی موجب مسئولیت نخواهد بود.

تبصره ۲: شورای رقابت موظف است در ارزیابی سوءاستفاده، دفاعیات مبتنی بر کارایی اقتصادی، منافع مصرف‌کنندگان و توجیهات عینی بنگاه را نیز مورد بررسی قرار دهد».

دوم: تدوین دستورالعمل جامع برای تعریف بازار مرتبط و احراز موقعیت مسلط با لحاظ شاخص‌هایی همچون: معیارهای تعریف بازار محصول، بازار جغرافیایی، سهم بازار و نحوه‌ی ارزش‌گذاری آن، موانع ورود به بازار، قدرت چانه‌زنی خریداران، دسترسی به داده‌ها، امکان رقابت بالقوه و سایر عوامل اقتصادی، بدون آنکه سهم بازار به‌تنهایی معیار قطعی تلقی شود.

سوم: پذیرش تحلیل اقتصادی آثار به‌عنوان رکن اصلی احراز سوءاستفاده، به‌گونه‌ای که تصمیمات شورای رقابت صرفاً بر وجود رفتار یا موقعیت مسلط مبتنی نباشد، بلکه آثار واقعی آن رفتار بر ساختار رقابت، رفاه مصرف‌کننده و کارایی اقتصادی نیز مورد ارزیابی قرار گیرد. لذا پیشنهاد می‌شود شورا پیش از احراز سوءاستفاده، حداقل معیارهای زیر را بررسی کند:

- آثار رفتار بنگاه بر ورود رقبا و ساختار رقابت؛
- آثار رفتار بر قیمت، کیفیت و نوآوری و رفاه مصرف‌کننده؛
- فراهم آوردن امکان ارائه‌ی توجیهات مبتنی بر کارایی اقتصادی؛
- تناسب میان آثار ضدرقابتی و منافع اقتصادی حاصل از رفتار.

چهارم: با توجه به سند مشورتی کمیسیون اروپا در سال ۲۰۰۵ و تحولات ایجادشده ناشی از این سند در اتحادیه اروپا و متعاقباً یادداشت سیاست‌گذاری رقابت این نهاد در سال ۲۰۲۳، و همچنین با توجه به رویکرد اقتصادی حقوق ضدانحصار امریکا و رویه‌ی دیوان عالی این کشور در پرونده‌هایی نظیر مایکروسافت، که بیانگر توجه هر دو نظام حقوقی مورد مطالعه در این پژوهش به کارایی اقتصادی و آثار ضدرقابتی رفتار است، پیشنهاد می‌شود شورای رقابت ایران نیز دفاعیات مبتنی بر توجیهات عینی و کارایی‌های اقتصادی (Efficiency Defences) را مورد شناسایی و پذیرش قرار دهند؛ به گونه‌ای که بنگاه‌های مسلط بتوانند نشان دهند رفتار مورد اعتراض علی‌رغم آثار محدودکننده، منافع اقتصادی قابل توجهی برای بازار ایجاد کرده و برای افزایش کارایی یا بهبود رفاه مصرف‌کنندگان ضروری بوده است.

پنجم: تقویت جایگاه تخصصی شورای رقابت از طریق توسعه‌ی اختیارات کارشناسی، بهره‌گیری از تحلیل‌های اقتصادی و تدوین رویه‌های تفسیری منسجم، به گونه‌ای که این شورا بتواند متناسب با تحولات بازار، بدون نیاز به اصلاح مکرر قانون، قواعد رقابت را به صورت پویا اعمال کند. در همین راستا پیشنهاد می‌شود: شورا اختیار انتشار دستورالعمل‌های تفسیری (Guidelines) مشابه کمیسیون اروپا را داشته باشد، تصمیمات مهم شورا همراه با تحلیل اقتصادی منتشر شود و در نهایت بانک رویه‌های شورای رقابت ایجاد گردد تا رویه‌ای منسجم و قابل پیش‌بینی شکل گیرد.

## فهرست منابع

### الف) منابع فارسی

- پاکباز، سیامک. (۱۴۰۳). سوءاستفاده از وضعیت اقتصادی مسلط در حقوق رقابت. تهران: میزان، چاپ دوم.
- پاکباز، سیامک. (۱۴۰۲). شرح قانون مدنی فرانسه. تهران: میزان، چاپ پنجم.
- تقی‌زاده، ابراهیم و احمدی افشین. (۱۳۹۴). جایگاه شروط غیرمنصفانه در حقوق ایران با نگاهی به ماده ۴۶ قانون تجارت الکترونیکی. فصلنامه پژوهش حقوق خصوصی، ۳(۱۰)، ۴۲-۹.
- حسین‌زاده، جواد و اکبریان طبری، معصومه. (۱۴۰۴). تحلیل رقابتی سوءاستفاده از موقعیت مسلط در بازار رایانش ابری (مطالعه تطبیقی در حقوق اتحادیه اروپا و ایران). فصلنامه تحقیق و توسعه در حقوق تطبیقی، ۸(۲۸)، ۱۵۷-۱۹۸. Doi: 10.22034/law.2025.2053026.1610
- خشنودی، رضا. (۱۳۹۳). تعامل میان حقوق رقابت و حقوق مالکیت فکری یا تعارض با قواعد عمومی قراردادها. پژوهش‌های حقوق تطبیقی، ۳(۱۸)، ۷۵-۵۳.
- رهبری، ابراهیم و حسنی سنگانی، وحید. (۱۳۹۸). حقوق رقابت در عرصه مالکیت‌های فکری، ج ۱ و ۲، تهران: سمت، چاپ اول.
- رهبری، ابراهیم. (۱۴۰۲). ارزیابی رقابتی مصادیق سوءاستفاده از موقعیت مسلط به واسطه کلان‌داده‌ها. پژوهش حقوق عمومی، ۲۵(۸۱)، ۲۱۵-۲۵۰.
- سیمبر، رضا، و نبی‌دوست دولت‌آباد، تورج. (۱۴۰۲). معیار تشخیص غیرمنصفانه بودن شروط قرارداد. فصلنامه تحقیقات حقوقی، ۲۶(۱۰۳)، ۱۳۵-۱۵۶.
- عادل، مرتضی، و شمس‌الهی، محسن. (۱۳۹۷). شروط غیرمنصفانه در قراردادهای مصرف‌کننده. پژوهش حقوق خصوصی، ۷(۲۵)، ۲۰.
- عبدی‌پور، ابراهیم. (۱۳۸۸). سوءاستفاده از وضعیت اقتصادی مسلط. مجله حقوق اسلامی، سال ششم، شماره ۲۱.
- علاءالدینی، امیرعباس، و پوراسلامی، ایمان. (۱۴۰۰). مقایسه تطبیقی منع سوءاستفاده از موقعیت مسلط در قانون رقابت ایران و کمیسیون اروپا: رویکردی انتقادی و پیشنهاد اصلاحی. پژوهش‌های اقتصاد صنعتی، ۵(۱۶)، ۷۴-۴۷.
- فراهانی، محمدصادق؛ کدخدایی، عباسعلی و رستمی، ولی. (۱۴۰۲). حقوق رقابت در پلتفرم‌های دیجیتال؛ ضرورت بازنگری در قواعد سنتی. پژوهش حقوق عمومی، ۲۵(۷۹)، ۷-۴۰.
- قاسمی حامد، عباس و براری چناری، یوسف. (۱۴۰۳). شناسایی نهادهای ناظر بازار اوراق بهادار ایران با مطالعه امکان یا عدم امکان دخالت شورای رقابت در این بازار با مطالعه تطبیقی حقوق آمریکا. تحقیق و توسعه در حقوق تطبیقی، ۷(۲۴)، ۷۴-۱۱۳. Doi: 10.22034/law.2024.2028957.1337
- کریمی، سحر، و سینمیری، پرینا. (۱۴۰۴). کاربست‌پذیری قواعد مقابله با سوءاستفاده از موقعیت مسلط در بلاک‌چین: مطالعه تطبیقی در حقوق ایران و اتحادیه اروپا. پژوهش حقوق خصوصی، ۱۳(۵۰)، ۲۰۵-۲۴۶.
- کیساندخت، گیلدا. (۱۳۸۷). بررسی قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی مصوب ۱۳۸۷/۴/۳۱، فصلنامه اطلاع‌رسانی حقوقی، دوره‌ی جدید، سال هفتم، شماره‌ی ۱۵ و ۱۶، معاونت حقوقی ریاست جمهوری.
- معبودی نیشابوری، رضا. (۱۳۸۹). قواعد حقوقی رقابت‌های تجاری (رساله دکتری). دانشگاه شهید بهشتی.
- نوروزی شمس، مشیت‌اله. (۱۳۸۶). رابطه حقوق مالکیت فکری و حقوق رقابت (با تأکید بر حقوق اتحادیه اروپا و ایران)، (رساله دکتری). دانشگاه شهید بهشتی.
- وکیلی‌مقدم، محمدحسین. (۱۳۹۰). سوءاستفاده از وضعیت غالب تجاری، قابل بازدید در وبسایت زیر:

### ب) منابع انگلیسی

- American Bar Association. (2018). *Proof of conspiracy under federal antitrust laws* (2nd ed.). American Bar Association, Section of Antitrust Law.
- Arowolo, O. (n.d.). *Competition law: Application of the concept of barriers to entry under Article 82 of EC Treaty*.

- Brook, O., & Eben, M. (2021). Abuse without dominance and monopolisation without monopoly. In P. Akman, O. Brook, & K. Stylianou (Eds.), *Research handbook on abuse of dominance and monopolization*. Edward Elgar Publishing.
- Brown, S. W. (2006). *Legal terminology*. Thomson Delmar Learning.
- Dabbah, M. M. (2004). *EC and UK competition law: Commentary, cases and materials*. Cambridge University Press.
- Dunne, N. (2015). *Competition law and economic regulation*. Cambridge University Press.
- Feinaugle, C. (2008). *WTO – Trade in services*. BRILL.
- Furse, M. (2008). *Competition law of the EC and UK* (6th ed.). Oxford University Press.
- Galli, N., & Parcu, P. L. (2024). Market definition and multi-sided markets: A primer on the 2024 EU Market Definition Notice.
- Gifford, D. J., & Kudrle, R. T. (2015). *The Atlantic divide in antitrust: An examination of US and EU competition policy*. University of Chicago Press.
- Ibáñez Colomo, P. (2023). The (Second) modernisation of Article 102 TFEU. *Journal of European Competition Law & Practice*, 14(8), 608–623.
- Jones, A., & Sufrin, B. (2016). *EU competition law: Text, cases and materials* (6th ed.). Oxford University Press.
- Lianos, I. (2020). Competition law as economic policy: Expanding the scope and boundaries of competition law. *Journal of European Competition Law & Practice*, 11(5–6), 251–264.
- Monti, G. (2007). *EC competition law*. Cambridge University Press.
- Ritter, L., Braun, W. D., & Rawlinson, F. (2005). *European competition law* (3rd ed.). Kluwer Law International.
- Saloner, G., Shepard, A., & Podolny, J. (2001). *Strategic management*. John Wiley & Sons.
- Temple Lang, J. (1979). Monopolization and the definition of "abuse" of a dominant position under Article 86 EEC Treaty. *Common Market Law Review*, 16, 363–391.
- Utton, M. A. (2003). *Market dominance and antitrust policy*. Edward Elgar.
- Whish, R. (2003). *Competition law* (5th ed.). Butterworths.

## ج) منابع اینترنتی

- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2020). *Abuse of Dominance in Digital Markets*. Competition Committee Report. [https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2021/10/abuse-of-dominance-in-digital-markets\\_cb5e6fa5/4c36b455-en.pdf](https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2021/10/abuse-of-dominance-in-digital-markets_cb5e6fa5/4c36b455-en.pdf)
- Van Siclen, Stephen. (1996). *Background Note: Abuse of Dominance and Monopolization*. OECD. <http://www.oecd.org/dataoecd/0/61/2379408.pdf>
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (1990). *Glossary of Industrial Organization Economics and Competition Law*.
- European Commission. (2021). *2020 Market Definition Notice*. [https://competition-policy.ec.europa.eu/public-consultations/2020-market-definition-notice\\_en](https://competition-policy.ec.europa.eu/public-consultations/2020-market-definition-notice_en)
- Ruiz Peris, Juan Ignacio. (2021). *Relevant Market in Competition Law: Temporal Dimension of Markets*. <https://www.judicialcompetitiontraining.eu/wp-content/uploads/2021/09/relevant-market.pdf>
- European Commission. (2005). *DG Competition Discussion Paper on the Application of Article 82 of the Treaty to Exclusionary Abuses*. <http://ec.europa.eu/comm/competition/antitrust/art82/discpaper2005.pdf>
- Competition Law Guidelines. (2004). *Abuse of Dominant Position*. <http://www.oft.gov.uk>
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2022). *The Evolving Concept of Market Power in the Digital Economy*. [https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2022/05/the-evolving-concept-of-market-power-in-the-digital-economy\\_c384e80f/2cfcb4a8-en.pdf](https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2022/05/the-evolving-concept-of-market-power-in-the-digital-economy_c384e80f/2cfcb4a8-en.pdf)
- Ecoiran. (2022, December 17). What is antitrust law? <https://ecoiran.com/...قانون-ضد-انحصار-یا-آنتی-تراست-چیست>
- <https://www.tabnak.ir/fa/news/1005403/>
- <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX%3A31993L0013>
- <https://eur-lex.europa.eu/eli/dec/1985/609/oj/eng>

## د) رویه‌ها

### د-۱) شورای رقابت ایران

شورای رقابت. (۱۴۰۱، آبان ۲۸). رأی جلسه شماره ۵۲۲ در خصوص شکایت انجمن شرکت‌ها و مؤسسات پژوهشی و دانش‌بنیان صنایع نفت، گاز، پالایش و پتروشیمی (آپنا) از وزارت نفت و چهار شرکت اصلی تابعه مبنی بر ارتکاب رویه‌های ضدرقابتی موضوع مواد فصل نهم قانون اصل ۴۴، از طریق اعمال تبعیض و ایجاد انحصار در واگذاری کلان پروژه‌های پژوهشی. بازیابی شده از:

<https://www.nicc.gov.ir/council/decisions-council/1520-522-28-1401.html>

شورای رقابت. (۱۴۰۲، اردیبهشت ۹). رأی جلسه شماره ۵۶۴ در خصوص شکایت شرکت اندیشه فناوری اطلاعات قرن (آفاق) علیه سازمان اقتصاد اسلامی ایران. بازیابی شده از:

<https://www.nicc.gov.ir/council/decisions-council/1666-567-09-1402.html>

شورای رقابت. (۱۴۰۳، بهمن ۲). رأی جلسه شماره ۷۱۵ در خصوص شکایت آقای امیر یزدانی از شرکت آگه‌پردازان هوشمند (دیوار) دایر بر احلال در رقابت از طریق تبعیض در شرایط معامله، سوء استفاده از وضعیت اقتصادی مسلط و بهره‌برداری غیرمجاز از تصمیمات مراجع رسمی، به‌واسطه‌ی حذف بلاوجه آگهی ثبت‌شده در پلتفرم دیوار، موضوع بندهای (ج)، (ط) و (ک) از ماده‌ی (۴۵) قانون اصل ۴۴. بازیابی شده از:

<https://www.nicc.gov.ir/council/decisions-council/2165-715-02-1403.html>

شورای رقابت. (۱۴۰۳، دی ۱۸). رأی جلسه شماره ۷۱۴ در خصوص شکایات شرکت صنایع غذایی شهیدین گام، شرکت بروزرسان فناور بین‌الملل علیه سازمان صداوسیما مبنی بر ارتکاب رفتارهای ضدرقابتی در قراردادهای پخش و جذب آگهی‌های تبلیغاتی. بازیابی شده از:

<https://www.nicc.gov.ir/council/decisions-council/2166-714-18-1403.html>

شورای رقابت. (۱۴۰۴، اردیبهشت ۱۶). رأی جلسه شماره ۷۴۰ درخصوص شکایت شرکت تپسی علیه شرکت‌های اسنپ‌فود، اسنپ‌کیچن، اسنپ و رزوان اف زد ای مبنی بر ارتکاب رفتار ضدرقابتی. بازیابی شده از:

<https://www.nicc.gov.ir/council/decisions-council/2184-740-16-1404.html>

### د-۲) اتحادیه اروپا و آمریکا

*AKZO Chemie BV v. EC Commission (Case C-62/82) [1993] 5 CMLR 44.*

*Associated Press v. US., 224 US 383 (1912).*

*Aspen Skiing v. Aspen Highlands Skiing., 472 US 585 (1985).*

*United Brands v Commission (Case 27/76) [1978] ECR 207.*

*Europemballage Corporation and Continental Can Co Inc v Commission (Case 6/72) [1973] ECR 215.*

*General Motors Continental NV v Commission (Case 26/75) [1975] ECR 1367.*

*Hoffmann-La Roche v Commission (Case 85/76) [1979] ECR 461.*

*Michelin v Commission (Case 322/81) [1983] ECR 3461.*

*Post Danmark A/S v Konkurrencerådet (Case C-23/14) EU:C:2015:651.*

*Intel Corp. Inc. v Commission (Case C-413/14 P) EU:C:2017:632.*

*United States v E.I. du Pont de Nemours & Co., 366 U.S. 316 (1961).*

*Brunswick Corp. v Pueblo Bowl-O-Mat, Inc., 429 U.S. 477 (1977).*

*United States v Microsoft Corp., 253 F.3d 34 (D.C. Cir. 2001).*

*Verizon Communications Inc. v Law Offices of Curtis V. Trinko, LLP, 540 U.S. 398 (2004).*

*United States v Dentsply International, Inc., 399 F.3d 181 (3d Cir. 2005).*

*United States v Google LLC, No. 1:20-cv-03010-APM (D.D.C. Sept. 2, 2025).*

## ه) قوانین، مقررات، دستورالعمل‌ها و رویه‌های قضایی

### ه-۱) قوانین و مقررات داخلی ایران

قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی مصوب ۲۵ خرداد ۱۳۸۷ مجمع تشخیص مصلحت نظام.

قانون برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران.

قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان مصوب ۱۳۸۸.

قانون تجارت الکترونیکی مصوب ۱۳۸۲.  
دستورالعمل ادغام و تملک مصوب ۱۳۹۷/۷/۲۳ شورای رقابت ایران.  
سیاست‌ها و الزامات کلان حمایت از رقابت و مقابله با انحصار سکوها فضای مجازی ابلاغی شورای عالی فضای مجازی مصوب تابستان ۱۳۹۹.

## ۵-۲) قوانین و مقررات اتحادیه اروپا

معاهده‌ی کارکرد اتحادیه اروپا (TFEU)  
معاهده‌ی جامعه‌ی اقتصادی اروپا (EEC Treaty)  
اعلامیه‌ی کمیسیون اروپایی راجع به تعریف بازار مرتبط  
بسته‌ی اطلاع‌رسانی کمیسیون اروپا در مورد اعمال ماده‌ی ۸۲ معاهده در سوءاستفاده‌های محروم‌کننده

## ۵-۳) قوانین و مقررات ایالات متحده آمریکا

قانون شرمن (Sherman Antitrust Act)  
قانون رابینسون-پتمن (Robinson-Patman Act)  
قانون کمیسیون تجارت فدرال (FTC Act)  
قانون متحدالشکل تجاری آمریکا (Uniform Commercial Code – UCC)

## ۵-۴) اسناد بین‌المللی

مجموعه اصول و قواعد رقابت سازمان ملل متحد (UN Set on Competition Principles)  
European Commission. (2009). *Communication from the Commission — Guidance on the Commission's enforcement priorities in applying Article 82 of the EC Treaty to abusive exclusionary conduct by dominant undertakings*. Official Journal of the European Union, C 45, 24 February 2009.  
European Commission. Directorate-General for Competition. (2023). *Competition Policy Brief: A Dynamic and Workable Effects-Based Approach to Abuse of Dominance*. Brussels.  
Council Directive 93/13/EEC (1993). *Council Directive On Unfair Terms in Consumer Contracts*.

## References

- Abdipour, Ebrahim. (2009). "Abuse of Dominant Economic Position." *Journal of Islamic Law*, 6(21). [In Persian]
- Adel, Morteza, & Shamsollahi, Mohsen. (2018). "Unfair Terms in Consumer Contracts." *Private Law Research*, 7(25), 20. [In Persian]
- Alaeddini, Amirabbas, & Pour-Eslami, Iman. (2021). "A Comparative Analysis of the Prohibition of Abuse of Dominant Position under Iranian Competition Law and the European Commission: A Critical Approach and Reform Proposal." *Industrial Economics Research*, 5(16), 47–74. [In Persian]
- American Bar Association. (2018). *Proof of conspiracy under federal antitrust laws* (2<sup>nd</sup> ed.). American Bar Association, Section of Antitrust Law.
- Arowolo, O. (n.d.). *Competition law: Application of the concept of barriers to entry under Article 82 of EC Treaty*.
- Brook, O., & Eben, M. (2021). Abuse without dominance and monopolisation without monopoly. In P. Akman, O. Brook, & K. Stylianou (Eds.), *Research handbook on abuse of dominance and monopolization*. Edward Elgar Publishing.
- Brown, S. W. (2006). *Legal terminology*. Thomson Delmar Learning.
- Dabbah, M. M. (2004). *EC and UK competition law: Commentary, cases and materials*. Cambridge University Press.
- Dunne, N. (2015). *Competition law and economic regulation*. Cambridge University Press.
- Farahani, Mohammad-Sadegh, Kadhkhodaei, Abbas-Ali, & Rostami, Vali. (2023). "Competition Law in Digital Platforms: The Necessity of Revisiting Traditional Rules." *Public Law Research*, 25(79), 7–40. [In Persian]
- Feinaugle, C. (2008). *WTO – Trade in services*. BRILL.
- Furse, M. (2008). *Competition law of the EC and UK* (6<sup>th</sup> ed.). Oxford University Press.
- Galli, N., & Parcu, P. L. (2024). Market definition and multi-sided markets: A primer on the 2024 EU Market Definition Notice.
- Ghasemi Hamed, A and Barari Chenari, Y. (2024). Identification of Supervisory Bodies of Iranian Securities Market by a Study of Possibility or Impossibility of Interference of the Competition Council in this Market with a Comparative Study in American law. *Journal of Research and Development in Comparative Law*, 7(24), 74-113. doi: [10.22034/law.2024.2028957.1337](https://doi.org/10.22034/law.2024.2028957.1337). [In Persian]
- Gifford, D. J., & Kudrle, R. T. (2015). *The Atlantic divide in antitrust: An examination of US and EU competition policy*. University of Chicago Press.
- Hoseinzadeh, J and akbarian, M. (2025). Competitive Analysis of Abuse of Dominant Position in Cloud Computing Market (A Comparative Study in European Union and Iranian Law). *Journal of Research and Development in Comparative Law*, 8(28), 155-198. doi: [10.22034/law.2025.2053026.1610](https://doi.org/10.22034/law.2025.2053026.1610). [In Persian]
- Ibáñez Colomo, P. (2023). The (Second) modernisation of Article 102 TFEU. *Journal of European Competition Law & Practice*, 14(8), 608–623.
- Jones, A., & Sufrin, B. (2016). *EU competition law: Text, cases and materials* (6<sup>th</sup> ed.). Oxford University Press.
- Karimi, Sahar, & Sinembari, Parisa. (2025). "The Applicability of Rules Addressing Abuse of Dominant Position in Blockchain: A Comparative Study of Iranian and European Union Law." *Private Law Research*, 13(50), 205–246. [In Persian]

- Khoshnoudi, Reza. (2014). "The Interaction between Competition Law and Intellectual Property Law or Conflict with General Principles of Contract Law." *Comparative Law Research*, 18(3), 53–75. [In Persian]
- Kisandokht, Gilda. (2008). "An Analysis of the Law on the Implementation of the General Policies of Article 44 of the Constitution, Adopted on July 21, 2008." *Legal Information Quarterly*, New Series, 7(15–16), Legal Affairs of the Presidency of the Islamic Republic of Iran. [In Persian]
- Lianos, I. (2020). Competition law as economic policy: Expanding the scope and boundaries of competition law. *Journal of European Competition Law & Practice*, 11(5–6), 251–264.
- Maaboudi Nishabouri, Reza. (2010). *Legal Rules Governing Commercial Competition* (Doctoral dissertation). Shahid Beheshti University. [In Persian]
- Monti, G. (2007). *EC competition law*. Cambridge University Press.
- Norouzi Shams, Moshitollah. (2007). *The Relationship between Intellectual Property Law and Competition Law, with Emphasis on European Union and Iranian Law* (Doctoral dissertation). Shahid Beheshti University. [In Persian]
- Pakbaz, Siamak. (2023). *Commentary on the French Civil Code*. Tehran: Mizan Publications, 5<sup>th</sup> ed. [In Persian]
- Pakbaz, Siamak. (2024). *Abuse of Dominant Economic Position in Competition Law*. Tehran: Mizan Publications, 2<sup>nd</sup> ed. [In Persian]
- Rahbari, Ebrahim, & Hassani Sangani, Vahid. (2019). *Competition Law in the Field of Intellectual Property Rights*, Vols. 1 & 2. Tehran: SAMT Publications, 1<sup>st</sup> ed. [In Persian]
- Rahbari, Ebrahim. (2023). Competitive Assessment of Instances of Abuse of Dominant Position through Big Data. *Public Law Research*, 25(81), 215–250. [In Persian]
- Ritter, L., Braun, W. D., & Rawlinson, F. (2005). *European competition law* (3<sup>rd</sup> ed.). Kluwer Law International.
- Simbar, Reza, & Nabidoust Dowlatabadi, Touraj. (2023). "Criteria for Determining the Unfairness of Contractual Terms." *Legal Research Quarterly*, 26(103), 135–156. [In Persian]
- Taghizadeh, Ebrahim, & Ahmadi, Afshin. (2015). "The Position of Unfair Terms in Iranian Law with a Consideration of Article 46 of the Electronic Commerce Law." *Private Law Research Quarterly*, 3(10), 9–42. [In Persian]
- Vakili-Moghadam, Mohammad-Hossein. (2011). *Abuse of Commercial Dominance*. [In Persian]
- Saloner, G., Shepard, A., & Podolny, J. (2001). *Strategic management*. John Wiley & Sons.
- Temple Lang, J. (1979). Monopolization and the definition of "abuse" of a dominant position under Article 86 EEC Treaty. *Common Market Law Review*, 16, 363–391.
- Utton, M. A. (2003). *Market dominance and antitrust policy*. Edward Elgar.
- Whish, R. (2003). *Competition law* (5<sup>th</sup> ed.). Butterworths.