

قواعد رقابت سالم و مقایسه کشورهای منتخب از نظر رقابت پذیری

امیرعباس علاءالدینی*، محمدجعفر قنبری جهرمی**

چکیده

مداخله دولت در اقتصاد امری اجتناب‌ناپذیر است؛ اما از یک‌سو مداخلات نباید به‌حدی برسد که سبب تصدی‌گری در اقتصاد شود و از سوی دیگر با سپردن اقتصاد به دست بازار بدون نظارت بر آن، به علت نارسایی‌های موجود در محورهای توزیع، تخصیص، تثبیت و تقنین، همواره هدف نهائی که افزایش کارایی و رفاه مصرف‌کننده و ایجاد تعادل است، میسر نخواهد شد. پژوهش حاضر با روش تحلیلی - توصیفی به مقایسه رتبه ایران با سایر کشورها از نظر شاخص‌های رقابت‌پذیری می‌پردازد و نشان‌دهنده وضعیت نامناسب کشور از این لحاظ است. این در حالی است که ابزار حقوق رقابت به‌نحو کارآمد بر محیط اقتصادی تأثیرگذار است و سیاست‌های اقتصادی را تحقق می‌بخشند و بدیهی است که بازیگران اقتصادی و به‌ویژه مدیران در راستای موفقیت مجموعه خود باید از آن قواعد مطلع باشند و در تصمیم‌های مدیریتی خود آن‌ها را مورد ملاحظه جدی قرار دهند، چه بسا آشنایی با این قواعد و رعایت آن‌ها به‌عنوان یکی از زیربخش‌های شاخص‌های رقابت‌پذیری در ارتقای رتبه ایران از نظر رقابت‌پذیری جهانی نقش مؤثری را ایفا می‌کند.

کلیدواژه‌ها : مداخله دولت در اقتصاد؛ رقابت در بازار؛ سیاست رقابتی؛ حقوق رقابت؛
رقابت‌پذیری.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۵/۰۲/۱۵، تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۵/۱۱/۰۲.

* دانشجوی دکتری تخصصی حقوق خصوصی، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی.

** استادیار، دانشکده حقوق، دانشگاه شهیدبهشتی، (نویسنده مسئول).

E-mail: m-ghanbari@sbu.ac.ir

۱. مقدمه

مداخلات دولت در اقتصاد سابقه طولانی دارد و از جمله موضوع‌های مجادله‌آمیز، به‌ویژه در ربع پایانی قرن بیستم بوده است. یکی از مهم‌ترین ابزار نظارتی دولت، قواعد حقوق اقتصادی در معنای اعم و حقوق رقابت در معنای اخص است (باقری، ۱۳۸۴). حقوق رقابت^۱ به‌عنوان مجموعه قواعد حاکم بر مسابقه عوامل اقتصادی برای به‌دست‌گرفتن یا حفظ قسمتی از یک بازار، بخش مهمی از حقوق اقتصادی است. ابزار حقوق رقابت به قوای عمومی امکان می‌دهد تا به‌نحو کارآمد بر محیط اقتصادی تأثیر بگذارند و سیاست‌های اقتصادی را تحقق بخشند؛ بنابراین با توجه به اینکه از یک‌سو شاخص رقابت‌پذیری جهانی جزو جامع‌ترین شاخص‌ها است و از سوی قواعد رقابت یکی از زیربخش‌های شاخص‌های رقابت‌پذیری محسوب می‌شود که خود شامل زیربخش‌هایی همچون فساد، کارایی چارچوب قانونی در حل و فصل اختلاف‌ها و کارایی چارچوب قانونی در مقررات چالش‌برانگیز است و هر یک در تعیین رتبه ایران از نظر رقابت‌پذیری نقش بسزایی دارد؛ در نتیجه اهمیت غیرقابل‌انکار این قواعد بیش‌ازپیش متجلی خواهد شد؛ زیرا آشنایی با قوانین یادشده و نظارت بر اعمال آن‌ها در ارتقای رتبه ایران در سال‌های آتی نقش مؤثری را ایفا می‌کند.

مطلب حائز اهمیت در آموزه‌های اقتصاد اسلامی این است که ضمن احترام به اراده و تراضی معامله‌کنندگان، توجه ویژه‌ای به سالم‌بودن فضای بازار شده است تا از افزون‌طلبی‌های طرف‌های معامله جلوگیری شود و ستم و زیان ناروا بر کسی وارد نشود (علیزاده، ۱۳۸۲) که متأسفانه مسئولان مربوطه از این مهم غافل بوده‌اند؛ از این‌رو مقاله حاضر با توجه به ضرورت موضوع اطلاع مدیران و سایر بازیگران در بازار از قواعد رقابت، در راستای سالم‌سازی بازار و به‌منظور افزایش سطح رقابت‌پذیری کشور در دنیا و با فرض نقایص موجود در نظام حقوقی ایران، در پنج بخش تنظیم شده است. بعد از مقدمه، در بخش دوم به پیشینه و مبانی نظری پژوهش و در بخش سوم به روش‌شناسی پرداخته شده است. بخش چهارم به تحلیل داده‌ها و یافته‌های پژوهش و بخش پنجم به نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادها اختصاص یافته است.

۲. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

با توجه به جست‌وجوهای به‌عمل‌آمده، هرچند درخصوص موضوع‌های حقوق رقابت به‌طور کلی نوشتارهایی ملاحظه می‌شود، پژوهش یکپارچه و منسجمی در زمینه تحلیل اصول و مبانی رقابت در حقوق نوین و مقایسه‌ای میان برخی از کشورها با در نظر گرفتن تأثیر آن بر

۱. اینکه چه مفهومی از رقابت باید مورد حمایت قرار گیرد همواره مورد سوال بوده و مورد اختلاف و بیان آن از حوصله این

نوشتار خارج است. See: Waffan Kebber, 2008, p 18

افزایش رقابت‌پذیری کشورها صورت نگرفته است. برای مثال، سماواتی (۱۳۷۴) در کتاب خود مباحثی را در زمینه کلیات قواعد رقابت بیان کرده است؛ اما این کتاب به علت قدیمی بودن تاریخ نگارش با تحولات جدید نظام حقوقی ایران در این زمینه مطابق نیست. شکوهی (۱۳۸۱) در کتاب خود به تبیین حقوق رقابت در اتحادیه اروپا پرداخته است. میرجلیلی (۱۳۸۳) در مقاله‌ای سیاست رقابتی و تا حدی کلیات حقوق رقابت را مورد بحث قرار داده است؛ اما در تبیین موضوعها، اصول و قواعد آن سخنی به میان نیامده است. در منابع خارجی کتاب‌هایی از جمله «حقوق، مواد، موارد و تفسیر رقابت»^۱ توسط دیاج (۲۰۰۴)، به رشته تحریر درآمده که در کتاب یادشده در مورد کلیات سیاست رقابتی و حقوق رقابت بحث شده است. مقاله هکمن و هلمز (۱۹۹۹)، با عنوان «سیاست رقابت در کشورهای در حال توسعه و سازمان تجارت جهانی، بانک جهانی»^۲ از این نظر که سیاست رقابتی را در کشورهای توسعه‌یافته مورد بررسی قرار داده حائز اهمیت است؛ اما در مورد اصول و قواعد حقوق رقابت ساکت است؛ بنابراین به علت اهمیت موضوع و عدم تبیین آن در منابع، پرداختن به آن ضروری به نظر می‌رسد؛ در این راستا بیان مبانی نظری پژوهش حاضر برای حصول به نتیجه ضروری است.

مداخله دولت در اقتصاد و اثر آن بر رقابت. مداخلات دولت در اقتصاد می‌تواند به دو شیوه بازاری و یا نابازاری صورت گیرد. مداخلات نابازاری شدیدترین نوع مداخله دولت است که در این حالت دولت به‌عنوان یک تولیدکننده بزرگ در اقتصاد حضور دارد. مداخلات نوع دوم دولت‌ها که با عنوان «مداخلات بازاری» از آن نام برده شد، به‌صورت مستقیم یا غیرمستقیم صورت می‌پذیرد. کنترل‌های مستقیم بازاری آن دسته از دخالت‌های مستقیم به شکل انواع احکام، قوانین و مقررات است که برخی اقدامات را برای بنگاه‌های تجاری لازم و یا ممنوع می‌سازد، برای مثال، تعیین استانداردهای کمی و کیفی برای محصولات، اعمال قوانین ضدتراست یا رقابت و غیره. کنترل غیرمستقیم بازاری دولت شیوه‌هایی را شامل می‌شود که سودآوری فعالیت‌های بنگاه‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد، مثل بستن تعرفه بر واردات، تعیین عوارض بر تولید برخی کالاها، وضع مالیات‌های غیرمستقیم، برقرار کردن سقف قیمت خرید و گاهی فروش کالاها و خدمات نهایی. در عمل کشورهای پیشرفته برای تحقق اهداف تنظیمی خود، هم‌زمان از هر دو شیوه برای نظارت بر اقتصاد و استفاده می‌کنند (دفتر مطالعات اقتصادی، ۱۳۸۴). در قرن اخیر نظام مبتنی بر بازار یا سپردن اقتصاد به بازار با تکیه بر نظریه‌های مکتب کلاسیک‌ها و نئوکلاسیک‌ها مورد توجه دولت‌ها قرار گرفت (باقری، ۱۳۸۴) و

^۱. Competition Law, Comentary, Case and Material

^۲. Competition Policy in Developing Countries and WTO, World Bank

صحبت از خصوصی‌سازی و کاهش تصدی‌گری دولت، به‌ویژه در میان کشورهای درحال توسعه، به میان آمد (جعفری صمیمی و کرم، ۱۳۸۴)؛ اما چندی نگذشت که نقایص موجود در این نظام نیز آن‌ها را با شکست مواجه کرد؛ بدین مفهوم که آشکار شد نظام بازار با تکیه بر قواعد حقوق خصوصی (مرکز پژوهش‌های مجلس، ۱۳۸۵)، به سبب نقصان‌های وارده بر آن در محورهای توزیع، تخصیص، تثبیت و قانون‌گذاری، بدون حضور ناظرانه دولت، نمی‌تواند هدف نهایی را که همانا افزایش کارایی و رفاه مصرف‌کننده است، میسر سازد؛ بنابراین خصوصی‌سازی که منتهی به اقتصاد بازار می‌شود، می‌تواند به بروز مشکلاتی منجر شود و حتی انحصار را از بخش دولتی به بخش خصوصی منتقل سازد (چاوآناس پرن و ایولد، ۲۰۱۱)؛ در نتیجه به‌علت کاستی‌های نظام بازار، حضور دولت - با تأکید بر دخالت حداقلی آن - در عرصه اقتصاد ضروری و اجتناب‌ناپذیر است و دولت‌ها باید برای تأمین اهدافی مثل ارتقای کارایی اقتصادی، افزایش عدالت، بهبود ارزش‌های انسانی در کنار بازار قرار گیرند؛ بنابراین وجود مداخله دولت یک استدلال منطقی است (برون و جکسون، ۱۹۹۳). به‌طور خلاصه می‌توان بیان کرد که دولت‌ها باید از طریق کنترل بازاری (دفتر مطالعات اقتصادی، ۱۳۸۴) شامل مداخله مستقیم (قوانین و مقررات تنظیم^۱) و غیرمستقیم (دست‌کاری قیمت‌ها و خرید نهایی) که شیوه مناسب مداخله یا نظارت بر بازار است به این مهم بپردازند (حسینی و شفیع، ۱۳۸۶). در این پژوهش منظور مداخله مستقیم است. این نوع مداخله توسط دولت به شکل وضع قوانین و مقررات است و برخی فعالیت‌ها را برای بنگاه‌ها الزامی و برخی را ممنوع می‌سازد. شکل این مداخله‌ها با تعیین مقررات تنظیمی که در جهت محدودساختن بهره‌گیری از قدرت بازاری اعمال می‌شود (مقررات حقوق اقتصادی) (باقری، ۱۳۸۴) و از طریق وضع قوانین ضدتراستی که عملکرد آن به‌طور ویژه باعث کاهش و یا حذف قدرت بازاری و یا تغییر ساختار بازارها شده است که در نتیجه با اعمال این مقررات، ساختار بازار و رفتار بنگاه‌ها در بازار تغییر می‌کند (خداداد کاشی، و شهیکی تاش، ۱۳۸۶).

دولت‌ها با ابزارهای حقوق اقتصادی شامل، حقوق رقابت، مقررات اوراق بهادار، مقررات تجارت خارجی و مقررات کنترل ارزی به اصلاح نارسایی‌های بازار می‌پردازند^۲. در این میان نقش حقوق رقابت، در جهت تحقق نظارت صحیح دولت در بازار و به‌منظور افزایش سطح رقابت‌پذیری اهمیت ویژه‌ای دارد؛ بنابراین در این پژوهش به تبیین قواعد رقابت که به نحو

1. Regulation

۲. ابزارهای دیگر تنظیم هم برای دولت در راستای برطرف کردن نقایص نظام بازار وجود دارد که شامل: ۱. ابزارهای عام (تشویق‌های اخلاقی، مالیات‌ها، هزینه‌های مالیاتی؛ ۲. مالکیت عمومی (ملی‌سازی)؛ ۳. تنظیم انحصار (تنظیم قیمت)؛ ۴. صدور مجوز عمومی با الزام شرایط رقابتی است.

کارآمد بر محیط اقتصادی تأثیر می‌گذارد و سیاست‌های اقتصادی را تحقق می‌بخشد، به‌عنوان یکی از زیربخش‌های شاخص‌های رقابت‌پذیری پرداخته شده است تا ضمن مقایسه ایران با سایر کشورها از نظر شاخص‌های رقابت‌پذیری، اهمیت آشنایی با این قواعد و رعایت آن در ارتقای رتبه ایران از نظر رقابت‌پذیری جهانی نمایان شود.

۳. روش‌شناسی

این پژوهش از نوع مطالعات کتابخانه‌ای است که با توجه به ماهیت پژوهش، منبع جمع‌آوری داده‌ها، بررسی و مطالعه اسناد و مدارک، سوابق و گزارش‌های سازمانی است. روش پژوهش تحلیلی - توصیفی است. این مطالعه برای بیان لزوم آشنایی مسئولان، مدیران و عوامل مؤثر در بازار با قواعد رقابت، از شاخص‌های رقابت‌پذیری ارائه‌شده توسط «مجمع جهانی اقتصاد» برای تبیین جایگاه ایران استفاده کرده است. «مجمع جهانی اقتصاد» در گزارش سالانه خود با استفاده از یک شاخص کمی (شاخص جهانی رقابت‌پذیری)^۱ و بر اساس آمارهای ارائه‌شده از سوی کشورهای مختلف رقابت‌پذیری کشورها را بررسی می‌کند. در این گزارش (گزارش رقابت‌پذیری جهانی، ۲۰۱۵-۲۰۱۱)، رقابت مجموعه‌ای از نهادها، سیاست‌ها و عواملی تعریف می‌شود که سطوح بهره‌وری را در یک کشور تعیین می‌کنند. شاخص جهانی رقابت‌پذیری نیز شامل متوسط وزنی اجزای گوناگونی است که در سه رکن اصلی الزامات اساسی، عوامل کارایی و عوامل نوآوری جای می‌گیرند. این سه رکن خود به زیربخش‌های متعددی تقسیم می‌شوند. رکن الزامات اساسی شامل ۴ زیرگروه نهادها، زیرساخت‌ها، فضای اقتصاد کلان و بهداشت و آموزش است که رکن نهادها و مؤسسه‌ها خود شامل زیربخش‌های متعددی از جمله حقوق مالکیت، استقلال قضایی، کارایی چارچوب قانونی در حل و فصل اختلاف‌ها، کارایی چارچوب قانونی در مقررات چالش‌برانگیز و غیره است (میراحسنی، ۱۳۹۲). شاخص رقابت‌پذیری کشورها در محدوده ارقام ۱ تا ۷ محاسبه شده است و هرچه شاخص به رقم ۷ نزدیک‌تر باشد، نشان‌دهنده قدرت رقابت‌پذیری آن کشور است.^۳

۴. تحلیل داده‌ها و یافته‌ها

دولت برای نیل به اهداف خود، در راستای نظارت بر بازار، به‌منظور افزایش کارایی و رقابت‌پذیری ابزارهایی دارد که یکی از مهم‌ترین آن‌ها حقوق رقابت است که اعمال مقررات آن به‌عنوان یکی از زیربخش‌های رکن نهادها و مؤسسه‌ها (ازجمله زیربخش‌های شاخص‌های

1. Global Competitiveness Index (GCI)

2. The Global Competitiveness Report (2011-2015)

۳. در این مقاله تنها به بیان رتبه کشورها اکتفا شده است

رقابت‌پذیری است)، سبب افزایش رتبه رقابت‌پذیری کشور خواهد شد.

حقوق رقابت و سیاست رقابتی، مفهوم، اهداف و قواعد

مفهوم سیاست رقابتی. رقابت را می‌توان یک فرایند پویا در هم‌آوری بین بنگاه‌ها دانست که شایسته‌ترین آن‌ها در این هم‌آوری کامیاب می‌شود. اصطلاح «سیاست رقابتی»^۱ شامل مجموعه‌ای از خط‌مشی‌ها و قوانین و اقدامات برای تضمین محدودنکردن رقابت در بازار است؛ به طوری که سبب کاهش رفاه اجتماعی شود و مجموعه وسیعی از اقدامات و ابزارهایی است که توسط دولت‌ها برای ارتقای توان رقابت بازار دنبال می‌شود. سیاست رقابتی دارای اجزایی است که یکی از آن‌ها حقوق رقابت است.^۲

با دقت به دایره شمول سیاست رقابتی و حقوق رقابت می‌توان گفت که تمایز کلیدی بین آن دو این است که سیاست رقابتی، شامل هر دو بخش دولتی و خصوصی است؛ در حالی که حقوق رقابت اصولاً تنها شامل بنگاه‌های خصوصی است (خداداد کاشی و شهیکی تاش، ۱۳۸۶).

مفهوم حقوق رقابت. حقوق رقابت ابزار اصلی برای پیش‌بردن سیاست رقابتی است (حسینی و شفیعی، ۱۳۸۶) و در کنار ابزار دیگر آن، یعنی خصوصی‌سازی و مقررات‌زدایی، به‌عنوان مکمل عمل می‌کند تا مانع از سوء‌استفاده‌های ناشی از آن‌ها شود. حقوق رقابت مجموعه‌ای از اصول و قواعد ناظر بر رفتار و ارتباط و توافق‌های میان بنگاه‌ها است که مانع انحراف ساختار بازار به سمت انحصار می‌شود و عملکرد بازار را بهبود می‌بخشد.

اهداف حقوق رقابت. به دلیل تفاوت شرایط اجتماعی و اقتصادی نظام‌ها با یکدیگر، ماهیت حقوق رقابت، سیال و پویا است و قابلیت تغییرپذیری در جهت پذیرش توسعه‌های اقتصادی و موقعیت‌های سیاسی و شرایط جدید اجتماعی را دارد؛ با وجود این برخی از اهداف حقوق رقابت را می‌توان شامل اهداف اقتصادی، اجتماعی و سیاسی دانست که در ادامه به بررسی اهداف اقتصادی پرداخته شده است.

اهداف اقتصادی. در میان اهداف حقوق رقابت، اهداف اقتصادی مهم‌تر است. بانک جهانی و

1. Competition Policy

۲. سایر اجزای سیاست رقابتی شامل خصوصی‌سازی شرکت‌های دولتی، مقررات‌زدایی، قطع اعطای یارانه خاص به شرکت‌ها و کاهش سیاست‌هایی است که علیه محصولات یا تولیدکنندگان خارجی تبعیض قائل می‌شود (میرجلیلی، ۱۳۸۳). در مقررات کشورهای توسعه‌یافته به سیاست رقابتی در مفهوم اعم اهمیت زیادی داده می‌شود (مارکوس، ۲۰۰۶)

کشورهای عضو^۱ OECD، هدف حقوق رقابت را افزایش رقابت‌پذیری (حفظ و ارتقای رقابت) و حمایت از مصرف‌کنندگان و بهبود رفاه آنان عنوان کرده‌اند. انکتاد (۲۰۰۳)، هدف از حقوق رقابت را کنترل یا حذف توافقات محدودکننده یا توافقات بین بنگاه‌ها یا تصاحب و سوءاستفاده از موقعیت مسلط و قدرت بازاری بنگاه‌ها در بازار و رفع محدودیت‌هایی می‌داند که تأثیر منفی بر تجارت داخلی، خارجی و توسعه اقتصادی دارد. بامطالعه اهداف حقوق رقابت (قانون رقابت)^۲ در برخی از کشورها می‌توان ارتقای رقابت، حذف محدودیت‌های تجاری، کارایی اقتصادی، آزادسازی اقتصادی و رفاه مصرف‌کنندگان را جزو اهداف مهم ذکر کرد (میرجلیلی، ۱۳۸۳). در اغلب کشورهای توسعه‌یافته قانون رقابت دارای یک هدف است و آن کارایی است (تاگارت، ۲۰۰۴)؛ درحالی‌که در اغلب کشورهای درحال توسعه چند هدف در نظر گرفته شده است.^۳

قواعد حقوق رقابت. قواعد مربوط به رقابت در کنار اصل آزادی اشتغال به تجارت یا اصل آزادی رقابت، معنا پیدا می‌کند. در تعریف اصل آزادی رقابت^۴ آمده است که هر بنگاهی می‌تواند تلاش کند بهترین ابزار را برای جذب مشتری به کار برد. برای مثال، از فناوری‌های جدید برای کاهش قیمت استفاده کند؛ اما این عملکردها ممکن است سبب اختلال در رقابت آزاد شود؛ بنابراین قواعد حقوق رقابت برای حفاظت و صیانت از رقابت آزاد وارد عرصه می‌شود. در یک تقسیم‌بندی می‌توان قواعد حقوق رقابت را با توجه به نوع رویه‌های ممنوعه این‌گونه بیان کرد: ۱. اعمال و رویه‌های ضدرقابتی، شامل تبانی، سوءاستفاده از قدرت اقتصادی و سوءاستفاده از رانت اطلاعاتی؛ ۲. اعمالی که ضدرقابتی و محدودکننده رقابت نیست؛ ولی می‌تواند به آن بیانجامد که آن را «وضعیت خطرناک» می‌نامند. مثل تمرکز اقتصادی بنگاه‌ها (ادغام) و انحصارگری.

اعمال و رویه‌های ضدرقابتی. اعمال و رویه‌های ضد رقابتی عبارت‌اند از: تبانی^۵ و سازش یا توطئه در ایجاد محدودیت در معاملات؛ سوءاستفاده از قدرت اقتصادی^۶ و سوءاستفاده از رانت اطلاعاتی.

^۱ Organisation for Economic Co-operation and Development

۱. قانون یکی از مهمترین منابع حقوق است؛ بنابراین در این مقاله گاهی اوقات به مسامحه کلمه قانون به جای واژه حقوق به کار رفته است.

۲. برای مطالعه اهداف اجتماعی و سیاسی رک به: سماواتی، (۱۳۷۴)؛ دباح، (۲۰۰۴)؛ گرین، (۲۰۰۸) و علاءالدینی (۱۳۹۱).

۳. در نظام حقوقی ایران نیز اصل آزادی رقابت با استناد به اصول ۲۸ و ۴۳ قانون اساسی، مشروط بر آنکه با اسلام و مصالح عمومی و حقوق دیگران مغایرت نداشته باشد، پذیرفته شده است

4. Collusion

5. Dominant Position

- تباری و سازشی یا توطئه در ایجاد محدودیت در معاملات. این اصطلاح کلیه رفتارهای هماهنگ، قراردادهای سازش‌ها، تفاهم‌ها و توافقات صریح یا تلویحی، در صورتی که موضوع آن ممانعت یا تهدید یا اختلال رقابت آزاد در بازار باشد و یا به نتایج یادشده منتهی شود را دربرمی‌گیرد. حتی گفته‌شده چنانچه توافق صرفاً جنبه اخلاقی داشته و متکی به حسن‌نیت طرف‌های توافق باشد- اگرچه هیچ‌گونه اثر الزام‌آور قانونی نداشته باشد- باز هم در زمره توافقات ممنوع قرار می‌گیرد (شکوهی، ۱۳۸۱)؛ به عبارت دیگر مبنای اساسی دخالت حقوق رقابت در توافقات میان واحدهای اقتصادی، تصمیم‌های اتحادیه‌های صنفی واحدهای اقتصادی و رویه‌های هماهنگ میان آن‌ها، جلوگیری از ایجاد مانع برای جریان رقابت یا محدودکردن آن و یا اختلال در رقابت به‌وسیله اقدامات یادشده است؛ بدین معنا که اصولاً تباری میان واحدهای اقتصادی ممنوع نیست؛ مگر اینکه مانع رقابت شود یا برای آن ایجاد محدودیت کند و یا موجب اختلال در آن شود (جونز و سافرین، ۲۰۰۴). در ماده ۸۱ معاهده اتحادیه اروپا (رم) به موضوع ممنوعیت سازش‌ها پرداخته شده است و اعمالی که مصداق توافق مغایر به‌شمار می‌آیند در ۵ بند بیان شده‌اند. چنین وضعیتی وقتی حاصل می‌شوند که رقبای موجود در بازار یک کالا یا خدمت تباری می‌کنند که آثار آن در شکل ۱، نشان داده شده است.



شکل ۱: آثار تباری و سازش

اشکال تباری را می‌توان به سه دسته تقسیم کرد^۱:

- سازش‌های قراردادی^۲ (عمودی و افقی)^۳؛

۱. کلیه سازش‌ها مشمول ممنوعیت نیست. در قوانین برخی از کشورها از جمله آمریکا، آلمان، فرانسه، سوئد برای ممنوعیت سازش‌ها، استثنائاتی قائل شده‌اند (سازمان برنامه‌بودجه، ۱۳۷۴).

۲. از دیدگاه حقوق رقابت اتحادیه اروپایی قیود و شرایطی که معمولاً در قراردادهای عمودی ذکر می‌شود بسیار کمتر از شرایط و محدودیت‌های یادشده در قراردادهای افقی برای رقابت تجاری زیان‌آور تلقی می‌شوند؛ به همین دلیل نگاه کمیسیون اتحادیه اروپایی به این گونه قراردادهای غالباً مبتنی بر دیدگاه اقتصادی است و اغلب این‌گونه قراردادهای مشمول ممنوعیت (موضوع ماده ۸۱ معاهده) قرار نمی‌گیرند. P. 134. (2004) See: Maher M.Dabbah,

- سازش‌های سازمانی؛

- رفتار یا عمل هماهنگ.

- سوءاستفاده از قدرت اقتصادی. یکی از عمده‌ترین اصول حاکم بر حقوق رقابت، ممنوعیت سوءاستفاده از قدرت اقتصادی است؛ بدین صورت که در حالت وضعیت اقتصادی مسلط، یک یا تعداد معدودی بنگاه نقش رهبر را دارند و قدرت انحصاری آن‌ها شدت می‌یابد. در این حالت بنگاه رهبر، علاوه بر تعیین قیمت و مقدار، شرایط قرارداد را نیز می‌تواند تحمیل کند. اینکه تعریف‌های دو واژه انحصار و وضعیت اقتصادی مسلط به لحاظ ظاهری شبیه هم هستند، به این دلیل است که وضعیت اقتصادی مسلط، حالت شدید وضعیت انحصاری است. باوجود این تعریف‌ها باید توجه داشت که دو واژه انحصار و شرایط اقتصادی مسلط کاملاً مجزا هستند؛ زیرا سوءاستفاده از وضعیت اقتصادی مسلط علاوه بر تعیین میزان عرضه یا قیمت، می‌تواند به شرایط قرارداد نیز ارتباط داشته باشد. سوءاستفاده از قدرت اقتصادی یا موقعیت مسلط قدرت بازاری بنگاه یا واحد تجاری را می‌توان این‌گونه تعریف کرد: چنانچه یک بنگاه تجاری به لحاظ داشتن قدرت اقتصادی، از این موقعیت برتر و وابستگی اقتصادی سایر بنگاه‌ها به خود سوءاستفاده کند، در موقعیت سوءاستفاده از قدرت اقتصادی قرار می‌گیرد.^۱ در ادامه عناصر تشکیل‌دهنده تعریف می‌شود.

سوءاستفاده از موقعیت برتر.^۲ موقعیت برتر یک بنگاه زمانی است که ضمن داشتن استقلال در اعمال، بر رقبای تجاری خود سلطه و نفوذ دارد و می‌تواند به راحتی خود را از دایره رقابت سالم با سایر بنگاه‌ها خارج کند. این امر مستلزم آن است که بنگاه یادشده سهم عمده‌ای از بازار کالا یا خدمت موردنیاز را در اختیار داشته باشد. سوءاستفاده از موقعیت برتر، هم می‌تواند توسط یک بنگاه صورت گیرد و هم توسط گروهی از بنگاه‌ها که با تشکیل شرکت‌های مادر و فرعی با پیروی از خط‌مشی شرکت اصلی (مادر) به موقعیتی برتر در بازار دست می‌یابند. در حقوق فرانسه استثنائات سازش در این زمینه نیز موردپذیرش است (مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، شماره مسلسل ۳۰۲۰)؛ اما در حقوق اروپایی هیچ

۱. بند ۱۵ ماده ۱ قانون اصلاح وضعیت اقتصادی مسلط را وضعیتی در بازار می‌داند 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 (منظور از قانون اصلاح، قانون اصلاح موادی از قانون برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران و اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی می‌باشد که فصل نهم آن باعنوان «تسهیل رقابت و منع انحصار» به حقوق رقابت اختصاص دارد).

۲. در بررسی سوءاستفاده از وابستگی اقتصادی و نیز سوءاستفاده از موقعیت برتر و غیره باید به بازار مورد نظر و نیز سهم بنگاه در آن توجه شود (see: Tritton Ibid, P.612).

استثنایی لحاظ نشده است.

نکته حائز اهمیت این است که در نهان بسیاری از رویه‌های ضد رقابتی، از جمله سوء استفاده برتر، می‌تواند تبانی و سازش وجود داشته باشد. برای مثال، بنگاه‌های اعضای یک سازش عملاً می‌توانند یک موقعیت برتر در بازار را تشکیل دهند. در ماده ۸۲ معاهده رم، مفهوم سوء استفاده از موقعیت برتر تعریف نشده و فقط به برخی از مصادیق آن اشاره شده است؛ بنابراین برای تبیین ابعاد این مفهوم باید به رویه قضایی دیوان دادگستری اتحادیه اروپا رجوع کرد که به طور خلاصه از نظر آن دیوان، هرگونه اقداماتی که با استفاده از موقعیت برتر برای ایجاد انحصار یا به قصد انحصار در بازار مربوط به یک محصول انجام شود، به مثابه سوء استفاده از موقعیت برتر بوده و ممنوع است (نوروزی، ۱۳۸۴).

سوء استفاده از وابستگی اقتصادی. در سوء استفاده از وابستگی اقتصادی تسلط بنگاه برتر بر سایر بنگاه‌ها نسبت به سوء استفاده از موقعیت برتر، کم‌رنگ است. سوء استفاده از وابستگی اقتصادی در صورتی ممنوع است که نخست، موقعیت وابستگی موجود باشد؛ دوم، سوء استفاده از وابستگی اقتصادی انجام گیرد؛ سوم، این عمل قابلیت تأثیرگذاری بر عملکرد رقابت سالم و آزاد (مخدوش کردن آن) را داشته باشد و چهارم، برای وابسته راه‌حل جایگزینی موجود نباشد. این وابستگی اصولاً در روابط عمودی میسر و محقق می‌شود، برای نمونه در میان تولیدکنندگان و توزیع‌کنندگان در زمینه خرید یا فروش می‌توان وابستگی اقتصادی را تصور کرد. برفرض توزیع‌کننده‌ای که به سبب توزیع یک محصول خاص (مارک خاص)، به تولیدکننده آن محصول وابسته می‌شود و یا تولیدکننده‌ای که برای فروش محصول خود به توزیع‌کننده عمده آن محصول وابستگی اقتصادی دارد، تحت شمول وابستگی اقتصادی قرار می‌گیرند.

مصادیق سوء استفاده از موقعیت مسلط. مصداق‌های رویه‌ها و اعمال ضد رقابتی در همه تقسیم‌بندی‌ها یکسان نیست؛ بدین صورت که یک عمل ضد رقابتی را عده‌ای با عنوان «مصادیق تبانی و سازش» و عده‌ای با عنوان «مصادیق سوء استفاده از موقعیت مسلط»^۱ به کار می‌برند. در هر حال با جمع‌بندی نظریه‌های متفاوت می‌توان مصادیق آن را این‌گونه برشمرد:

۱. رفتار غارتگرانه در مورد رقبا؛ مانند استفاده از قیمت‌گذاری زیر هزینه تمام شده برای حذف رقبا که موضوع بند د ماده ۴۵ قانون اصلاح است و با عنوان «قیمت‌گذاری تهاجمی» از آن نام

۱. برای ملاحظه تفاوت‌ها ر.ک: سماواتی (۱۳۷۴)؛ خداداد کاشی و شهیکی تاش (۱۳۸۶)؛ مرکز پژوهش‌های مجلس، شماره مسلسل ۳۰۲۰، ص ۴۶؛ میرجلیلی (۱۳۸۳).

برده می‌شود؛ به عبارت دیگر قیمت‌گذاری تهاجمی یعنی عرضه کالا یا خدمت به قیمتی پایین‌تر از هزینه تمام‌شده آن؛ به نحوی که لطمه جدی به سایر رقبا وارد سازد و یا مانع ورود اشخاص جدید به بازار شود^۱ و یا دادن هدیه، جایزه و تخفیف و امثال آن که موجب واردشدن لطمه جدی به سایر رقبا شود؛

۲. قیمت‌گذاری تبعیض‌آمیز یا قراردادن شرایط برای عرضه یا خرید کالاها و خدمات؛ یعنی عرضه و یا تقاضای کالا یا خدمت مشابه به قیمت‌هایی که حاکی از تبعیض بین دو یا چند طرف معامله و یا تبعیض قیمت بین مناطق مختلف به رغم یکسان‌بودن شرایط معامله و هزینه‌های حمل و جانی آن باشد^۲ که در این حالت دولت‌ها موظف می‌شوند که برای حمایت از حقوق مصرف‌کننده وارد اقدام کنند (اپستین، ۱۹۷۵)؛

۳. ادغام‌ها، تملک‌ها، سرمایه‌گذاری‌های مشترک یا سایر تملک‌های کنترلی^۳ چه به صورت افقی، عمودی یا دارای ماهیت گروه تولیدی^۴ باشند؛

۴. اعمال محدودیت بر واردات کالایی که دارای علامت تجاری قانونی هستند و در خارج از کشور ثبت شده‌اند و مشابه علامت تجاری حمایت‌شده در کشور واردکننده و یا دارای همان علامت تجاری و متعلق به همان مالک است. هدف از اعمال چنین محدودیتی، بالانگه‌داشتن قیمت‌ها به‌طور مصنوعی است؛

۵. اقداماتی که برای حصول اطمینان از دسترسی به اهداف مشروع بازرگانی مثل کیفیت، سلامت و توزیع کافی یا ارائه خدمت نباشد؛ مانند امتناع جزئی یا کلی از معامله؛ عرضه کالا یا خدمت خاصی منوط به پذیرش محدودیت‌هایی بر توزیع یا ساخت کالای رقیب؛ وضع محدودیت‌هایی مربوط به مکان یا شخص یا مقدار یا آنچه از کالاهای عرضه‌شده می‌تواند مجدداً فروخته شود.^۵

این بندها را می‌توان به ترتیب با مواد (۱)(الف) ۴۵، (۲)(الف) ۴۵، (۵)(ط) ۴۴، (۴) ۴۴، (۵) ۴۴، (۱)(و) ۴۵، (۲)(و) ۴۵، (۳)(و) ۴۵ قانون اصلاح تطبیق داد.

1. Dumping

۲. برای ملاحظه تفاوت‌ها رک؛ سماواتی (۱۳۷۴)؛ خداداد کاشی و شهبکی تاش (۱۳۸۶)؛ مرکز پژوهش‌های مجلس، شماره مسلسل ۳۰۲۰، ص ۴۶؛ میرجلیلی (۱۳۸۳).

۳. ممنوعیت این موضوع با لحاظ شرایطی مثل اینکه هرگاه در نتیجه ادغام، قیمت کالا یا خدمت به‌طور نامتعارفی افزایش یابد و یا ادغام موجب ایجاد تمرکز شدید در بازار شود و یا آنکه به ایجاد بنگاه یا شرکت کنترل‌کننده در بازار منجر شود، در ماده ۴۸ قانون اصلاح تبیین شده است. نکته جالبی که قانون‌گذار به آن توجه کرده است اینکه در مواردی که پیشگیری از توقف فعالیت بنگاه‌ها و شرکت‌ها یا دسترسی آن‌ها به دانش فنی جز از طریق ادغام امکان‌پذیر نباشد، هر چند ادغام به دو مورد اخیرالذکر منجر شود، مجاز شمرده شده است.

4. Conglomerate

۵. برای ملاحظه قواعد حقوق فرانسه در این زمینه رک به: غمامی و اسماعیلی (۱۳۸۹)، ص ۱۷۰ به بعد.

سوءاستفاده از موقعیت مسلط در قوانین. در اتحادیه اروپا با استناد به ماده ۸۲ معاهده رم، سوءاستفاده یک یا چند بنگاه از موقعیت مسلط، ممنوع اعلام شده است. در سایر کشورها نیز با بررسی اجمالی می‌توان دریافت که این عمل ضدرقابتی در قوانین بسیاری از کشورها درج و ممنوع است. برای مثال، در قانون قواعد انحصار و تجارت منصفانه کره جنوبی، در قانون رقابت سوئد مصوب ۱۹۹۳، در قانون مقررات حمایت از رقابت در بازار کشور ایتالیا، در قانون مربوط به مقابله با اقدامات انحصاری مصوب ۱۹۹۰ در قانون تجارت فرانسه، در قانون قواعد انحصار و تجارت منصفانه ژاپن (مرکز پژوهش‌های مجلس، شماره مسلسل ۳۰۲۰؛ کاشی و تاش، ۱۳۸۶؛ ۲۰۰۲، UNCTAD) و در قانون اصلاح نیز رویه یادشده ممنوع شمرده شده است.

سوءاستفاده از رانت اطلاعاتی. یکی از ابزارهای مهم برای سوءاستفاده‌های کلان در بازار، داشتن اطلاعاتی است که به علت محرمانه‌بودن، در دسترس نیست و بنگاه‌هایی معمولاً به آن‌ها دسترسی دارند که به علت حضور اشخاص ذی‌نفوذ و یا دارای مقام در دستگاه‌های تصمیم‌گیرنده و سیاست‌گذار دولتی، از تصمیم‌های باارزش، پیش از افشای آن باخبر هستند. این وسیله سبب می‌شود تا بدون آنکه در ظاهر عملی خلاف رقابت آزاد و سالم صورت دهند، با اتخاذ تصمیم‌های مناسب با سیاست‌های یادشده، سودهای هنگفتی را تصاحب کنند و سبب ضررهای قابل‌توجه به سایر رقبای بی‌اطلاع شوند. به نظر می‌رسد صرف داشتن اطلاعات محرمانه رویه ضدرقابتی نیست؛ اما در عمل به نقض حقوق رقبا و رقابت آزاد منجر می‌شود. در قانون‌گذاری ایران به علت مشکلات ناشی از این عمل که گریبان‌گیر جامعه و اقتصاد است، در بند ک ماده ۴۵ به‌طور مستقل به این مسئله پرداخته شده و جزو اعمال منتهی به اخلال در رقابت و ممنوع بیان شده است.

وضعیت خطرناک. موضوع ادغام و انحصارگری رویه‌ای ضدرقابتی نیست؛ بلکه در عمل ممکن است نتیجه برخی اعمال و رویه‌های ضدرقابتی باشد و یا با بهره‌گیری از آن‌ها سبب نقض قواعد حقوق رقابت در بازار شود (علاءالدینی، ۱۳۹۱)؛ بنابراین به علت اهمیت آن دو، جداگانه و با عنوان «وضعیت خطرناک» به آن‌ها پرداخته می‌شود.

الف: ادغام. ادغام شرکت‌های تجاری و بنگاه‌ها نه‌تنها همیشه بد نیست؛ بلکه گاهی سبب رشد اقتصادی و افزایش توان سرمایه‌گذاری و استحکام بنگاه تجاری (شکوهی، ۱۳۸۱) و جلوگیری از ورشکستگی آن می‌شود. برای مثال، در لایحه قانون تجارت که مطرح در

«کمیسیون‌های تخصصی مجلس شورای اسلامی» است، طی مواد ۸۰۳ تا ۸۰۶ بحث ادغام شرکت‌های بحران‌زده به‌منظور جلوگیری از ورشکستگی آن‌ها پیش‌بینی شده است؛ اما گاهی اوقات ادغام بنگاه‌ها به‌منظور تمرکز اقتصادی در بازار است. برخی مواقع بنگاه‌های قدرتمند با سوءاستفاده از موقعیت مسلط اقتصادی خود با ادغام بنگاه‌های کوچک و جای دادن آن‌ها در دل خود سعی در انحصاری کردن بازار دارند و گاهی نیز بنگاه‌هایی که از قدرت مسلط بهره‌مند نیستند با ادغام در یکدیگر سعی در قدرتمند کردن خود دارند. این مسئله یعنی تفکیک قائل شدن بین ادغام مفید و مضر در قوانین کشورها و به‌ویژه قوانین کشور ایران مشهود است. برای مثال در ماده ۴۰ قانون برنامه چهارم توسعه ادغام برای ارتقای سطح و جذب فناوری‌های برتر در بخش‌های مختلف اقتصادی مشروط بر اینکه موجب بروز قدرت انحصاری نشود، پذیرفته شده است؛ از سوی دیگر در ماده ۴۸ قانون اصلاح نیز ادغام‌های نامطلوب را ممنوع و ادغام‌های مطلوب را مجاز می‌شمارد و در مواردی که راهی جز ادغام برای تحقق به اهدافی از جمله دسترسی به دانش فنی وجود نداشته باشد، آن را حتی در صورت ایجاد تمرکز شدید در بازار می‌پذیرد. در مواد مربوط به رقابت در معاهده رم، اشاره صریحی به ممنوعیت ادغام‌های مخل رقابت و کنترل آن‌ها نشده است؛ اما کمیسیون اروپایی به‌موجب آیین‌نامه شماره ۸۹/۴۰۶۴ مصوب شورای اروپا، اختیار بررسی و تحقیق راجع به ادغام‌های مخل رقابت را دارا است و این آیین‌نامه از سپتامبر ۱۹۹۰ میلادی اجرا شده است؛ اما در پاسخ به اینکه اقسام ادغام کدامند، دو نوع دسته‌بندی قابل‌ملاحظه است: ۱. ادغام یک‌جانبه و دوجانبه؛ ۲. ادغام افقی، عمودی و کانگومریت (گروه تولیدی) (کاشی و تاشی، ۱۳۸۶؛ میر جلیلی، ۱۳۸۳).

در توضیح ادغام یک و دوجانبه آمده است^۱ که وقتی یک بنگاه، بنگاه دیگر را در دل خود می‌پذیرد و بنگاه جذب‌شده با زوال شخصیت حقوقی، در دل شخصیت حقوقی بنگاه پذیرنده جای می‌گیرد، ادغام یک‌جانبه نام دارد. وقتی از ادغام دو یا چند بنگاه، شخصیت حقوقی جدید تشکیل شود و شخصیت حقوقی قبلی نیز از بین برود، ادغام دوجانبه است. گاهی اوقات بنگاهی، تعداد زیاد یا تمامی سهام (سرمایه) شرکت دیگر را خریداری می‌کند؛ اما این امر بدون هرگونه حذف شخصیت حقوقی و ادغام صورت می‌پذیرد که در این حال هرچند مسئله تمرکز مطرح می‌شود، اما بحث ادغام در آن جایی ندارد.

درخصوص بنگاه‌های عمودی و افقی، زمانی که بنگاه‌های ادغام‌شونده در عرض همدیگر هستند، ادغام افقی و زمانی که در طول یکدیگرند، عمودی و اگر مخلوطی از این دو باشد، کانگومریت نام دارد. ادغام معمولاً به روش‌های زیر صورت می‌گیرد:

۱. انتقال سهام؛ ۲. انتقال دارایی‌ها؛ ۳. ایجاد شرکت جدید که می‌تواند به‌صورت افقی یا

۱. تعریف قانون‌گذار در بند ۱۶ ماده ۱ قانون اصلاح ناظر به تقسیم‌بندی اول است.

عمودی صورت پذیرد (غمامی و اسماعیلی، ۱۳۸۹).

ب: انحصارگری^۱. در اواخر قرن ۱۹ میلادی، پیدایش و گسترش صنایع جدید و بزرگ همراه با مشکلاتی بود که از جمله آن‌ها می‌توان به ایجاد و گسترش انحصارها اشاره کرد. یکی از اهداف حقوق رقابت، جلوگیری از انحصارها به منظور حفظ رقابت آزاد در بازار است؛ اما انحصار، همواره رویه‌ای ضد رقابتی محسوب نمی‌شود؛ بلکه می‌تواند آثار و نتایجی به همراه داشته باشد که مخل رقابت است. انحصارگری در معنای اخص در اختیار قرار گرفتن کامل بازار توسط یک کنشگر اقتصادی است.

انحصار به ساختاری از بازار اشاره دارد که نخست، موانع ورود به آن بسیار باشد و دوم تنها یک فروشنده کالای مشخصی را که جانشین خوبی ندارد، عرضه کند. اقتصاددان‌ها برای انحصار، مزایا و معایبی برشمردند که گواه آن است انحصار همیشه مضر اقتصاد نیست و گاهی اوقات با توجه به شرایط ویژه هر کشور و خصیصه برخی از صنایع چون برق (پوسنر، ۱۹۷۳)، ممکن است عملاً چاره‌ای جز تن دادن به آن نباشد. این سخن نباید گریزی برای دولت‌ها باشد تا از انحصار و انحصارطلبی جلوگیری نکنند؛ زیرا اصل، مضر بودن انحصار است و در شرایطی این اصل، تخصیص می‌خورد. از معایب انحصار می‌توان محدود ساختن قدرت انتخاب مصرف‌کننده، ناکارایی در تخصیص منابع، بی‌عدالتی و مفت‌طلبی و خدشه به رقابت آزاد و ورود و خروج آزادانه به بازار را نام برد. محاسن انحصار نیز عبارت‌اند از: صرفه‌جویی؛ امکان ساختار هزینه‌ای مناسب‌تر به دلیل تحقیق، توسعه و سرمایه‌گذاری افزون‌تر؛ ابتکار و عرضه محصولات.

برای انحصار انواعی بیان شده است که عبارت‌اند از: انحصار طبیعی، قانونی، فنی و تکنیکی.

کارتل‌ها: چنانچه گروهی از واحدهای تجاری اقدام هماهنگ در کاهش رقابت مابین خود و واحدهای دیگر کنند، ممکن است یک نوع انحصار ایجاد کنند. در این حالت، هماهنگ شدن بنگاه‌ها به صورت کارتل یا تراست محقق می‌شود؛ در نتیجه اگر قدرت یک شرکت انحصارگر در امر تثبیت شرکت، قیمت یا کنترل قیمت، کاهش در تولید و اخراج دیگر رقبا از صحنه بازار به کار رود، بر اساس قوانین برخی کشورها غیرقانونی محسوب می‌شود (سماواتی، ۱۳۷۴).

رقابت‌پذیری کشورهای منتخب و جایگاه ایران. پس از بیان قواعد رقابت و بررسی

1. Monopoly

۲. کارتل‌ها انواعی دارند: کارتل وارداتی، کارتل صادراتی، کارتل بین‌المللی که مربوط به حیطه فعالیت‌شان است.

تحلیلی آن، در این بخش به بررسی رقابت‌پذیرترین کشورهای جهان طی سال‌های ۲۰۱۵-۲۰۱۱ پرداخته شده و جایگاه ایران نیز در میان کشورهای خاورمیانه بر اساس شاخص‌های جهانی رقابت‌پذیری مشخص می‌شود. اساساً دلیل انتخاب کشورهای خاورمیانه به‌عنوان یکی از کشورهای هدف، سند چشم‌انداز ۱۴۰۴ است که در آن دست‌یافتن به جایگاه اول در سطح منطقه موردتوجه قرار گرفته است. سند چشم‌انداز، جامعه ایرانی را از یک سو برخوردار از سلامت، رفاه، امنیت غذایی، تأمین اجتماعی، فرصت‌های برابر، توزیع مناسب درآمد، نهاد مستحکم خانواده به دور از فقر، فساد، تبعیض و بهره‌مند از محیط‌زیست مطلوب دانسته و از سوی دیگر دست‌یافته به جایگاه اول اقتصادی، علمی و فناوری در سطح منطقه‌ی آسیای جنوب غربی (شامل آسیای میانه، قفقاز، خاورمیانه و کشورهای همسایه) می‌داند و از آنجاکه یکی از مهم‌ترین ابزار تحقق این اهداف افزایش سطح رقابت‌پذیری کشور در جهان و به‌ویژه در سطح منطقه است؛ بنابراین اهمیت این مقایسه بیش‌ازپیش متجلی خواهد شد.

نتایج این گزارش در طی سال‌های ۲۰۱۱-۲۰۱۵ در جدول ۱، ارائه شده و ۱۰ کشور برتر را بر اساس این شاخص مقایسه کرده است.

جدول ۱. مقایسه ۱۰ کشور برتر رقابت‌پذیر طی سال‌های ۲۰۱۱-۲۰۱۵ (گزارش سالانه رقابت‌پذیری جهانی ۲۰۱۵-۲۰۱۱)
(۲۰۱۱، مجمع جهانی اقتصاد)

۱۰ کشور برتر	۲۰۱۱-۲۰۱۲	۲۰۱۲-۲۰۱۳	۲۰۱۳-۲۰۱۴	۲۰۱۴-۲۰۱۵
سوئیس	۱	۱	۱	۱
سنگاپور	۲	۲	۲	۲
سوئد	۳	۴	۶	۱۰
فنلاند	۴	۳	۳	۴
ایالات متحده	۵	۷	۵	۳
آلمان	۶	۶	۴	۵
هلند	۷	۵	۸	۸
ژاپن	۹	۱۰	۹	۶
انگلیس	۱۰	۸	۱۰	۹
هنگ کنگ	۱۱	۹	۷	۷

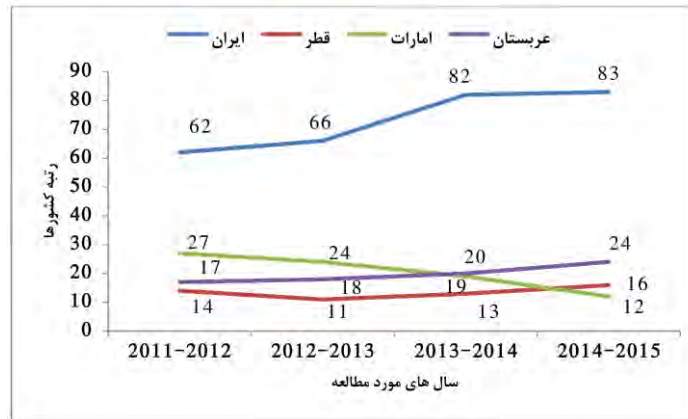
در جدول ۲ و نمودار ۱، جایگاه رقابت‌پذیری ایران در مقایسه با کشورهای خاورمیانه بررسی شده است. همان‌طور که مشخص است، رتبه ایران در میان سایر کشورها و در طول دوره موردبررسی از رتبه ۶۲ به ۸۳ تنزل یافته است. در این میان، ایران جایگاه یازدهم را در میان کشورهای خاورمیانه دارد که نشان می‌دهد ایران از نظر رقابت‌پذیری جایگاه مناسبی

ندارد؛ بنابراین موضوعی که مسلماً می‌توان گفت و لزوم توجه به قوانین حقوق رقابت و اعمال دقیق آن‌ها را آشکار می‌کند این است که چون رکن نهادها و مؤسسه‌ها یکی از زیربخش‌های شاخص‌های رقابت‌پذیری است که خود شامل زیربخش‌هایی همچون فساد، کارایی چارچوب قانونی در حل و فصل اختلاف‌ها و کارایی چارچوب قانونی در مقررات چالش‌برانگیز است که هر یک در تعیین رتبه ایران از نظر رقابت‌پذیری نقش بسزایی دارد؛ بنابراین آشنایی با قوانین یادشده و نظارت بر اعمال آن در ارتقای رتبه ایران در سال‌های آتی نقش مؤثری را ایفا می‌کند.

جدول ۲. مقایسه ایران با کشورهای خاورمیانه از نظر رقابت‌پذیری طی سال‌های ۲۰۱۱-۲۰۱۵ (گزارش سالانه رقابت‌پذیری جهانی (۲۰۱۱-۲۰۱۵)، مجمع جهانی اقتصاد)

ردیف	کشورهای خاورمیانه	۲۰۱۱-۲۰۱۲	۲۰۱۲-۲۰۱۳	۲۰۱۳-۲۰۱۴	۲۰۱۴-۲۰۱۵
۱	قطر	۱۴	۱۱	۱۳	۱۶
۲	امارات	۲۷	۲۴	۱۹	۱۲
۳	عربستان	۱۷	۱۸	۲۰	۲۴
۴	رژیم اشغالگر قدس	۲۲	*-	۲۷	۲۷
۵	کویت	۳۴	۳۷	۳۶	۴۰
۶	عمان	۳۲	۳۲	۳۳	۴۶
۷	بحرین	۳۷	۳۵	۴۳	۴۴
۸	قبرس	۴۷	-	۵۸	-
۹	ترکیه	۵۹	۴۳	۴۴	۴۵
۱۰	اردن	۷۱	۶۴	۶۸	۶۴
۱۱	ایران	۶۲	۶۶	۸۲	۸۳
۱۲	لبنان	۸۹	۹۱	۱۰۳	۱۱۳
۱۳	مصر	۹۴	-	۱۱۸	۱۱۹
۱۴	یمن	۱۳۸	-	۱۴۵	۱۴۲
۱۵	سوریه	۹۸	-	۱۰۶	-
۱۶	عراق	-	-	-	-

* آمار موردنظر برای این کشورها در دسترس نبوده است.



نمودار ۱. روند تغییر رتبه ایران و سه کشور برتر خاورمیانه از نظر شاخص رقابت پذیری

۵. نتیجه گیری و پیشنهادها

ضرورت نظارت دولت بر اقتصاد انکارناپذیر است؛ زیرا سپردن اقتصاد به دست بازار بدون نظارت بر آن، به علت نارسایی‌های موجود در محورهای توزیع، تخصیص، تثبیت و تقنین، ایران را به هدف نهایی که افزایش کارایی و رفاه مصرف‌کننده و ایجاد تعادل است، نمی‌رساند؛ بنابراین دولت‌ها باید در راستای نظارت بر بازار با ابزارهایی به‌منظور تنظیم رفتار بنگاه‌ها کوشش کنند. طیف ابزارهای تنظیم وسیع است و از تشویق‌های اخلاقی تا وضع مقررات در زمینه‌های مربوطه را شامل می‌شود که از میان ابزارها می‌توان به «حقوق اقتصادی» به‌عنوان مهم‌ترین آنان اشاره کرد. دولت‌ها باید از طریق ابزار حقوق اقتصادی با وضع مقررات در زمینه‌های اوراق بهادار، تجارت خارجی، کنترل ارزی و به‌ویژه حفظ رقابت سالم در بازار، اقدام کنند (علاءالدینی، ۱۳۹۱). مقررات حقوق رقابت در این میان از اهمیت ویژه‌ای دارد و به‌عنوان ابزار اصلی برای پیش‌بردن سیاست رقابتی دولت در کنار ابزارهای دیگر عمل می‌کند؛ از سوی دیگر لزوم توجه به حقوق رقابت و اعمال دقیق آن‌ها انکارناپذیر است، چه بسا رکن نهادها و مؤسسه‌ها یکی از زیربخش‌های شاخص‌های رقابت‌پذیری است که خود شامل زیربخش‌هایی همچون فساد، کارایی چارچوب قانونی در حل و فصل اختلاف‌ها، کارایی چارچوب قانونی در مقررات چالش‌برانگیز است که هر یک در تعیین رتبه ایران از نظر رقابت‌پذیری نقش بسزایی دارند و آشنایی با قوانین و نظارت بر آن در ارتقای رتبه ایران در سال‌های آتی نقش مؤثری را ایفا می‌کند. اگرچه قانون‌گذار با وجود بسترهای بسیار مناسب در فقه امامیه، با تأخیر زیادی به فکر وضع مقررات رقابت افتاد که از محل این تأخیر زیان‌های جبران‌ناپذیری بر پیکره اقتصاد کشور و در نتیجه بر رفاه مردم وارد شده است؛ اما با توجه به اینکه رعایت اصول و مقررات مورد اشاره، سبب سالم‌سازی فضای اقتصاد و افزایش رقابت در بازار و در نتیجه ارتقای رتبه

ایران از نظر رقابت‌پذیری می‌شود، پیشنهاد اهتمام بر اجرای دقیق و صحیح قانون و بعضاً اصلاح آن از یک‌سو و پرهیز از اقدامات موازی در این زمینه و تبیین اهمیت جایگاه شورای رقابت به‌عنوان تنها مرجع رسیدگی به رویه‌های ضدرقابتی از سوی دیگر، می‌تواند در این مسیر بسیار حائز اهمیت و مفید باشد.

علی‌رغم محدودیت‌های جاری در این پژوهش و این حوزه در زمینه کمبود منابع مطالعاتی و آماری، به‌دلیل اهمیت موضوع‌ها و تازه‌بودن آن‌ها پژوهش در زمینه‌های مختلف این حوزه همچون تحلیل آرای شورای رقابت، تأثیر حقوق رقابت بر کسب‌وکار ضروری می‌کند تا از این فراسو هرچه بیشتر بتوان سلامت بازار و رفاه مصرف‌کننده را افزایش داد.



منابع

1. Alaedini, A.A. (2012). *Competition Law in the Light of Legislative Revolutions*. Majd Pub Co., 1st ed., Tehran, 60-100 (In Persian).
2. Bagheri, M. (2005). Market-based economy and shortcomings of private law. *Journal of law and politics*, 20, 44-64 (In Persian).
3. Chavanasporn, Walailuck & Ewald, Christian-Oliver. (2011). Privatization of Businesses and Flexible Investment: A Real Option Approach, *Decisions Econ Finan. Springer-Verlag*, 35. P.75.
4. Dabbah, Mehr M. (2004). *EC & UK Competition Law, Comentary, Case and Materials*. Cambridge University Press. pp. 134-233 (In Persian).
5. Dadgar, Y., and Rahmani, T. (2005). *Fundamentals and Basics of Economy for Everyone*. Second edition, Qom Book Garden, 68 (In Persian).
6. Future Perspective Document of Islamic Republic of Iran on 1404.
7. Ghamami, S. M. M., & Esmaeili, M. (2010), Comparative study of competition law in Iran and France. *Journal of Islamic Law*, 11(2), 170-180 (In Persian).
8. Green, O. (2008). *Integration of Non-Efficiency Objectives in Competition Law*, A Thesis Submitted In Conformity with the Requirements for the Degree of Master of Laws, Faculty of Law, University of Toronto. pp.20-30.
9. Hosseini, SH. & Shafiee, A. (2007). The effect of competition law on facilitating competition, competitiveness and standard of living. *Quarterly Journal of Commerce*, 45, 248-253.
10. Jafari Samini, A., & Karam S. (2005). *Globalization, Indicators and the Place of Iran's Economy*. The Commerce Printing and Publishing Company, 94-99 (In Persian).
11. Jones, A & Sufrin, B. (2004). *EC Competition Law*. Second Edition, Oxford University Press. pp. 20-25.
12. Khodadad Kashi, F. & Shahiki Tash, M.N. (2007). The scope and extent of competition law due to the economic structure (of Iran). *Journal of law and politics, Allameh Tabatabaei University Faculty of Law and Political Science*, 23, 59-63 (In Persian).
13. Marcos, F. (2006). *Do Developing Countries Need Competition Law And Policy?* Instituto de Empresa Business School. pp. 1-2.
14. Mir Ahsani, M. (2013). Studying the indicators of competitiveness of changes over the past years and Iran's position between the region and the world in the years (2013-2012), *Economic Journal*, 1 and 2, 107-128.
15. MirJalili, S.H. (2004). *New issues in the World Trade Organization, WTO, structure, rules and agreements "training set"*. Business publishing company, 7-34 (In Persian).
17. Office of Economic Studies and Economic Planning Department (2005). *Ministry of Commerce, Competition Law: Principles and experience of countries*. Printing, commercial printing and publishing company, 70-75 (In Persian).
18. Parliamentary Research Center (2006). Expertise on the bill facilitating competition rules and procedures related to control and prevent the formation of monopolies. No. 8024, 2-7.
19. Parliamentary Research Center, Serial No. 3020. 46
20. Plan and Budget Organization (1995). Free Competition, The Experiences of Some Countries. *The Study Group of Investigating Rules and Regulations*

Preventing Development, 2, 20-21.

21. Posner, R. (1973). Natural Monopoly and Regulation. 3 *Bell J. of Econ.* pp, 14-17.
22. Samavati, H. (1995). *Introduction to business competition law and its role in policy-making and market regulation*. Ferdowsi publishing, printing, 25-50 (In Persian).
23. Scherer, F.M. & Ross, D. (1990). *Industrial Market Structure & Economic Performance*, University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship. pp. 14-16.
24. Shokouhi M. (2002). *Trade Competition Law in Europe Union*. Mizan, 15-58 (In Persian).
25. Taggart, R. (2004). *State and Price Regulation*. Oxford University Press. pp35-45.
26. The Global Competitiveness Report (2011-2015).
27. The law of the modification of some acts of the fourth economical, social and cultural development plan of the Islamic Republic of Iran (In Persian).
28. Waffan, K. (2007). Should Competition Law Promote efficiency? Some reflections of Economist on the normative foundation law, Drexel, Joseph, Chltenham, Edward elgerg. P.18.
29. UNCTAD (2002). *Model Law on competition*, U.N, Geneva.
30. WTO (1997). *Trade and Competition Policy*. Annual Report, vol, 1, Special topic, Geneva.

