

بررسی تطبیقی مقررات ماهوی کنترل ادغام از منظر حقوق رقابت در نظام‌های حقوقی اتحادیه اروپا و ایران

احمد حکیم جوادی* و محمدرضا پاسبان**

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۳/۱۲ | تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۱۲/۲

مقررات کنترل ادغام در نظام‌های حقوقی اتحادیه اروپا و ایران، از یک منظر به دو دسته مقررات ناظر بر ضابطه ماهوی کنترل ادغام‌ها و مقررات شکلی، قابل تقسیم هستند. بررسی مقررات ماهوی در نظام حقوقی اتحادیه اروپا نشان می‌دهد که این نظام، درخصوص کنترل همه نوع ادغام‌ها، اعم از واقعی و عملی، ضابطه‌ای واحد و البته متفاوت با سایر رویه‌های ضدرقابتهی شناسایی کرده که عبارت است از ضابطه ماهوی «ایجاد مانع عمده در رقابت مؤثر» و ممکن است به موجب عوامل مختلف، از جمله «ایجاد یا تقویت وضعیت مسلط» و ... محقق شود؛ اما نظام حقوقی ایران درخصوص ادغام‌های واقعی و عملی دو ضابطه متفاوت را شناسایی کرده است به نحوی که درخصوص ادغام‌های واقعی، ضابطه ماهوی «ایجاد تمرکز شدید» و درخصوص ادغام‌های عملی، ضابطه ماهوی «اخلال در رقابت» را مقرر کرده است.

علاوه بر این، قانونگذار ایران، رعایت الزامات و مقررات عام درباره رویه‌های ضدرقابتهی را درخصوص «ادغام‌های واقعی» نیز ضروری دانسته است حال آنکه در نظام حقوقی اتحادیه اروپا، مقررات خاص و ویژه‌ای برای کنترل ادغام‌ها از منظر حقوق رقابت وضع شده و به وضوح، عدم شمول مقررات عام راجع به فعالیت‌های ضدرقابتهی بر کنترل ادغام‌ها مورد تصریح قرار گرفته است.

کلیدواژه‌ها: ادغام واقعی؛ ادغام عملی؛ کنترل ادغام؛ ضابطه ماهوی؛ حقوق رقابت

* دانشجوی دکتری تخصصی حقوق، گروه حقوق خصوصی، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، واحد علوم تحقیقات دانشگاه آزاد اسلامی، تهران - ایران؛

Email: ahmad.hakimjavadi@gmail.com

** عضو هیئت علمی مدعو، گروه حقوق خصوصی، دانشکده حقوق و علوم سیاسی واحد علوم تحقیقات دانشگاه آزاد اسلامی، تهران - ایران (نویسنده مسئول)؛

Email: mpasban@atu.ac.ir

مقدمه

به‌عنوان یک اصل باید دانست که اجرای ادغام‌ها در بسیاری موارد، نه تنها مانعی برای رقابت نیست، بلکه گاهی موجب افزایش رقابت نیز می‌شود، زیرا ادغام‌ها معمولاً سبب ارتقای کارایی بنگاه‌های اقتصادی، شتاب‌بخشی به رشد اقتصاد و ... گردیده (Cassis, Crouzet and Gourvish, 1995: 27) و درنهایت، به فضای رقابتی کمک شایانی می‌کند، اما با وجود مزایای متعددی که برای این نهاد برشمرده‌اند، باید آن را یکی از مهم‌ترین عوامل ایجاد اختلال در رقابت و نظام اقتصادی در هر جامعه، و در مقیاسی وسیع‌تر، فضای تجارت بین‌الملل برشمرد، زیرا این امکان وجود دارد که ادغام انجام شده سبب ایجاد انحصار و ایجاد تمرکز شدید، و به تبع آن، سوءاستفاده از «وضعیت مسلط» اقتصادی توسط شرکت‌های بازمانده یا جدیدالتأسیس در اثر ادغام شود (رجالی، ۱۳۹۱: ۵۱).

بر این اساس، به ادغام‌ها در حوزه حقوق رقابت، به‌طور ویژه توجه شد؛ به‌گونه‌ای که آن را یکی از عوامل اصلی گسترش حقوق رقابت دانسته‌اند (Dabbah, 2004: 532)، بنابراین می‌توان شناسایی ادغام‌های مجاز و ممنوع از منظر حقوق رقابت، جهت پیشگیری یا رفع آثار نامطلوب آن را امری ضروری دانست؛ چراکه همانگونه که در ادامه، اشاره خواهیم کرد، مراجع ذی‌ربط در حوزه حقوق رقابت، ادغام‌هایی را ممنوع اعلام می‌کنند که آثار منفی آنها بیش از آثار مثبتی است که ممکن است به بار آورند، یا در نتیجه اجرای آنها، صرفاً آثار منفی بر رقابت ایجاد شده یا این آثار را تقویت می‌کنند.

نکته حائز اهمیت این است که ضابطه اصلی در کنترل ادغام‌ها از منظر حقوق رقابت یعنی ضابطه اصلی تعیین ادغام‌های محل رقابت و ممنوع، بایستی متفاوت با ضوابط عام مربوط به تعیین اقدامات ضد رقابتی باشد؛ چراکه مقررات عام راجع به رویه‌های ضد رقابتی نوعاً شامل مباحثی، از جمله سوءاستفاده از موقعیت مسلط، مانند کاهش عرضه و افزایش قیمت می‌شود که اساساً در مرحله وقوع ادغام‌ها قابل طرح نیست، زیرا در زمان تحقق ادغام، عملاً هیچ تغییر مادی انجام نشده و تنها شخصیت حقوقی یک یا چند شرکت، بدون تصفیه منحل شده و حقوق و تعهدات آنها به شرکت بازمانده یا جدیدالتأسیس منتقل می‌شود. در مقابل چنانچه پس از وقوع ادغام، انحصار و وضعیت تمرکز شدید ایجاد شده

باشد، ممکن است شرکت بازمانده یا جدیدالتأسیس مذکور، اقدام به اخلال در رقابت کرده، اقدامات ممنوعه را مرتکب شود؛ در این صورت آن شرکت مانند سایر فعالان تجاری و فارغ از اینکه شرکتی است که بر اثر ادغام ایجاد شده یا شرکتی است که در گذشته دارای موقعیت مسلط بوده یا حتی بدون برخورداری از این موقعیت، به اقدامات ممنوعه موردنظر قانونگذار مبادرت کرده است، مشمول مواد مربوط به فعالیت‌های ضدرقابتی به مفهوم عام خواهد شد.

بنابراین ممنوعیت‌های مذکور در مقررات عام مربوط به اقدامات ضدرقابتی، درخصوص کنترل ادغام‌ها، سالبه به انتفاء موضوع است و نظام‌های حقوقی، از جمله اتحادیه اروپا، با وضع مقررات خاص درمورد کنترل ادغام‌ها، به دنبال پیشگیری از ایجاد زمینه مساعد برای ارتکاب فعالیت‌های ناقض رقابت موضوع مقررات عام رقابت هستند؛ به بیان دیگر، مقررات کنترل ادغام‌ها مربوط به مرحله‌ای پیش از آنچه مقررات عام رقابت، ناظر بر آن هستند، می‌باشد، پس اساساً هدف از وضع مقررات و ضوابط خاص کنترل ادغام‌ها، از بین بردن زمینه اقدامات عام ضدرقابتی است تا امکان این دست اقدامات برای شرکت‌ها ایجاد نشده و مراجع نظارتی مجبور نباشند در آینده از طریق مقررات عام اقدامات ضدرقابتی، مانع اقدامات مذکور شوند.

۱. مفاهیم

۱-۱. مفهوم ادغام

ادغام در معنای عام عبارت است از سیطره یک شرکت تجاری بر یک یا چند شرکت تجاری دیگر، حسب مورد، از طریق محو شخصیت حقوقی شرکت‌های ادغام‌شونده یا بدون محو شخصیت حقوقی آنها. از این دیدگاه، ادغام شرکت‌های سهامی بر دو نوع است: «ادغام واقعی» و «ادغام عملی» و هریک از آنها نیز به چند نوع تقسیم می‌شود. مبنای این تقسیم‌بندی آن است که در ادغام واقعی، شخصیت حقوقی شرکت یا شرکت‌های سهامی ادغام‌شونده محو می‌شود، اما در ادغام عملی، شخصیت حقوقی آنان پس از ادغام پابرجا می‌ماند (Gaughan, 2010: 12).

ادغام واقعی خود بر دو نوع است: در فرضی که حقوق و تعهدات دو یا چند شرکت تجاری به یکی از آنها منتقل می‌شود، آن را «ادغام ساده»^۱ می‌گویند، اما اگر حقوق و تعهدات همه آن شرکت‌ها به یک شرکت سهامی جدید منتقل شود، «ادغام مرکب»^۲ محقق می‌شود (Ridely, 2011: 131). «دستورالعمل سوم اتحادیه اروپا»^۳ بین این دو نوع ادغام، تمایز قائل شده است:

۱. «ادغام از طریق جذب»^۴ عملیاتی است که به موجب آن، یک یا چند شرکت، بدون آنکه تصفیه شوند،^۵ منحل شده و همه دارایی‌ها و مسئولیت‌های آنها به شرکت دیگر منتقل می‌شود؛^۶

۲. «ادغام از طریق تشکیل یک شرکت جدید»^۷ عملیاتی است که به موجب آن، چند شرکت بدون آنکه تصفیه شوند، منحل شده و همه دارایی‌ها و مسئولیت‌های آنها به شرکتی که تأسیس می‌کنند، منتقل می‌شود.^۸

بر اساس مقررات اتحادیه اروپا، ادغام عملی نیز به‌طور کلی به دو شکل «تصاحب سهام»^۹ یا «تحصیل دارایی»^{۱۰} قابل انجام است؛ به موجب روش نخست که در «دستورالعمل تصاحب اتحادیه اروپا»^{۱۱} در قالب «ایجاب تصاحب»^{۱۲} صورت می‌پذیرد، شرکت تصاحب‌کننده از طریق ایجاب عامی خطاب به سهامداران شرکت تصاحب‌شونده و بدون نیاز به جلب موافقت مدیران این شرکت (McLaughlin, 2013: 354; Pettet, 2005: 280)، آن میزان از سهام شرکت تصاحب‌شونده که باعث برتری عددی میزان رأی او در مجمع عمومی می‌شود را تصاحب می‌کند.

1. Merger by Acquisition

2. Merger by Formation of a New Company

3. Third Council Directive 78/855/EEC of 9 October 1978

4. Merger by the Acquisition of one or more Companies by Another

5. Without Going into Liquidation

۶. ماده (۳) دستورالعمل سوم اتحادیه اروپا.

7. Merger by the Formation of a New Company

۸. ماده (۴) دستورالعمل سوم اتحادیه اروپا.

9. Takeover

10. Sale of Company's Property

11. Directive 2004/25/EC on Takeover Bids

12. Takeover Bid

بر اساس روش تحصیل دارایی، شرکت تحصیل کننده بدون آنکه در سیستم اداره شرکت سهامی مورد نظر وارد شود، با اهدافی از جمله خارج ساختن شرکت تحصیل شونده از بازار رقابتی یا ارتقای سیستم های فعالیتی خود، تمام یا بخش عمده دارایی آن شرکت را خریداری می کند (Bourne, 2013: 349). در روش اخیر هر چند انحلال و یکی شدن شخصیت حقوقی شرکت ها یا کسب مدیریت شرکتی دیگر از طریق در اختیار داشتن تعداد سهام لازم و با داشتن امکان انتخاب اکثریت مدیران اتفاق نمی افتد و به عبارت دیگر با وجود استقلال شخصیت حقوقی شرکت ها و عدم مداخله شرکت تحصیل کننده در اداره شرکت تحصیل شونده، با این حال از این روش در ذیل ادغام (ادغام عملی) سخن گفته می شود. علت این موضوع این است که منظور از ادغام در معنای عام که شامل ادغام عملی نیز می شود صرفاً تسلط بر مدیریت شخصیت حقوقی دیگر نبوده بلکه در معنای عام تسلط بر عملیات تجاری شرکت دیگر را هم در بر می گیرد.

در تحصیل دارایی وقتی شرکتی تمام ابزار فعالیت تجاری شرکت دیگر را تحصیل می کند هر چند در اداره شخصیت حقوقی شرکت تحصیل شونده ورودی نمی کند اما از طریق دیگری یعنی با در دست گرفتن تمام ابزار تولید او، به جای شرکت مذکور تسلط و حق استفاده و بهره برداری از ابزار تولید تحصیل شده را خواهد داشت و به این ترتیب هر چند شخصیت حقوقی شرکتی که تمام دارایی و به عبارت دیگر ابزار تولید و فعالیت آن تحصیل شده، باقی است و تسلطی هم نسبت به آن ایجاد نشده اما با انتقال کلیه ابزار فعالیت های تجاری و ابزار تولید آن به شرکت تحصیل کننده در عمل تسلط و کنترل بر ابزار فعالیت شرکت تحصیل شونده و تسلط بر حوزه فعالیت آن به شرکت تحصیل کننده انتقال می یابد و با توجه به اینکه یکی از اهداف اساسی و نهایی مورد نظر در انواع ادغام تسلط بر حوزه فعالیت شرکت یا شرکت های دیگر است، در روش تحصیل دارایی به صورت صریح تر و با خارج کردن ابزار تولید و تجارت از دست شرکت دیگر و با تحصیل و در اختیار گرفتن آن حاصل می شود هر چند در ادغام واقعی با یکی شدن شخصیت حقوقی شرکت ها و در روش تصاحب سهام با کسب سهام مدیریتی به دست می آید. این نکته نیز برای روشن تر شدن هر چه بیشتر این موضوع قابل توجه است که از جمله اهداف

نهایی در ادغام تسلط بر مدیریت شخصیت حقوقی دیگر و شرکت دیگر نیست و به عبارت دیگر تسلط بر مدیریت طریقت دارد و آنچه نهایتاً هدف است و موضوعیت دارد تسلط بر فعالیت تجاری شرکت تجاری دیگر است که در روش تحصیل دارایی نیز محقق می‌شود. همچنین شایان ذکر است از خواستگاه‌های اصلی طرح بحث ادغام جلوگیری از اختلال در رقابت است که مبنای این اختلال ایجاد تمرکز است که این مبنا همچنان که در ادغام واقعی قابل طرح است در ادغام عملی نیز قابل وقوع است از این رو تحصیل دارایی شرکت دیگر نیز خصوصاً از منظر حقوق رقابت ذیل عنوان ادغام مورد بررسی قرار می‌گیرد. همچنین در خصوص این روش هر چند شخصیت حقوقی شرکت تحصیل‌شونده باقی می‌ماند اما با فروش بخش عمده یا تمام دارایی شرکت مذکور عملاً امکان ادامه فعالیت شرکت مذکور فراهم نخواهد بود و در عمل این امر مقدمه‌ای است برای آغاز فرایند انحلال و تصفیه شرکت مذکور و خروج آن از چرخه رقابت و فعالیت.

اما تقسیم‌بندی دیگر ادغام‌ها که از منظر کنترل تمرکز و حقوق رقابت حائز اهمیت است، تقسیم ادغام‌ها از جهت «ساختار اقتصادی» به «ادغام افقی»،^۱ «عمودی»^۲ و «مختلط»^۳ است (Stemshaug, 2012: 5) ادغام افقی زمانی واقع می‌شود که دو یا چند شرکت که در یک حوزه جغرافیایی واقع‌اند و موضوع فعالیت آنها واحد یا مشابه بوده و به تعبیر بهتر، در یک خط تولیدی و خدماتی فعالیت می‌کنند،^۴ در یکدیگر ادغام شده و یکی از این شرکت‌ها، سهام یا دارایی شرکت‌های دیگر را تصاحب کند (Gregoriou and Neuhauser, 2007: 156; Kokkoris, 2011: 51).

حال اگر بین شرکت‌های سهامی که در سطوح مختلف فرایند تولید یک محصول فعال هستند، ادغامی صورت پذیرد که آن را ادغام عمودی می‌نامند؛^۵ به عنوان مثال یکی از

1. Horizontal Merger

2. Vertical Merger

3. Conglomerate Merger

4. Commission Guidelines on the Assessment of Horizontal Mergers under the Council Regulation on the Control of Concentrations between Undertakings (2004/C 31/03), Clause 5.

5. Commission Guidelines on the Assessment of Non-Horizontal Mergers under the Council Regulation on the Control of Concentrations between Undertakings, (2008/C 265/07), Clause 3.

از مواردی که این نوع ادغام واقع می‌شود حالتی است که تولیدکننده یک محصول خاص (شرکت بالادستی)^۱ با یکی از توزیع‌کنندگان آن محصول (شرکت پایین‌دستی)^۲ ادغام می‌شود^۳ و این یعنی یکی از دو شرکت، به‌طور بالقوه یا در عمل، عرضه‌کننده کالا یا خدمات برای شرکت دیگر است (Malinauskaite, 2011:14)، اما ادغام مختلط، نه ادغام افقی (به‌عنوان دو رقیب در بازار مشابه) است و نه ادغام عمودی (به‌عنوان رابطه تأمین‌کننده و مشتری)^۴ و زمانی رخ می‌دهد که یا موضوع فعالیت تجاری دو شرکت که در هم ادغام می‌شوند، با هم غیرمرتبط باشد یا اینکه اگر موضوع فعالیت آنها دارای ارتباط و پیوستگی است، در حوزه‌های جغرافیایی مستقل از یکدیگر فعالیت کنند (Slaughter and May, 2009: 26)؛ به‌گونه‌ای که نه رقیب یکدیگر باشند و نه ارتباط تولیدکننده و مصرف‌کننده بین آنها برقرار باشد.

۲. مقررات ماهوی کنترل ادغام از منظر حقوق رقابت در نظام حقوقی

اتحادیه اروپا

۱-۲. پیشینه

اصل رقابت آزاد بازرگانی، یکی از اصول اساسی است که در معاهده ۱۹۵۷ رم و اصلاحات بعدی آن که منتهی به شکل‌گیری اتحادیه اروپا شد، مدنظر قرار داشته است (شکوهی، ۱۳۸۱: ۴) بخش عمده مقررات، اصلی درباره حقوق رقابت در نظام حقوقی اتحادیه اروپا در مواد (۱۰۱ تا ۱۰۹)^۵ معاهده^۶ بیان شده است. از این میان، اساس مقررات ماهوی معاهده ناظر بر رقابت آزاد تجاری، در مواد (۱۰۱ و ۱۰۲) بیان شده، و مواد (۱۰۶ تا ۱۰۹)، ناظر به حمایت‌ها و کمک‌های دولتی کشورهای عضو از بخش عمومی و دولتی و نیز بازارها یا فعالانی خاص است که به علت آثار این حمایت‌ها در رقابت‌های تجاری، در

1. Upstream Undertaking

2. Downstream Undertaking

3. Guidelines on the Assessment of Non-Horizontal Mergers, Clause 4.

4. Ibid, Clause 5.

۵. متناظر مواد (۸۱ تا ۸۹) معاهده آمستردام.

6. The Treaty on the Functioning of the European Union (TFEU)

این قسمت از مقررات معاهده مورد توجه قرار گرفته است. موارد مورد اشاره را می‌توان بخش اصلی مقررات ماهوی معاهده در خصوص رقابت دانست و مواد (۱۰۳ تا ۱۰۵) را مقررات شکلی معاهده در این خصوص محسوب کرد، چراکه ماده (۱۰۳) به اموری مانند نحوه تصویب مقررات ثانوی، از جمله آیین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های لازم برای اجرای اصول کلی مورد اشاره در مواد (۱۰۱ و ۱۰۲) می‌پردازد و لزوم تعیین تکلیف در خصوص اموری، از جمله نحوه رسیدگی به شکایات واصله راجع به نقض مقررات رقابتی و چگونگی نظارت بر عملکرد فعالان اقتصادی و میزان جریمه‌ها در مقررات ثانوی مذکور را مورد تأکید قرار داده است. به موجب بند «۱» ماده (۱۰۳)، «در اجرای اصول تعیین شده در مواد (۱۰۱ و ۱۰۲) معاهده، شورا با اکثریت معین آرا^۱ و براساس پیشنهاد کمیسیون و پس از مشاوره با پارلمان اروپا، آیین‌نامه یا دستورالعمل‌های مناسب را تصویب خواهد نمود». در راستای اجرای این تکلیف، آیین‌نامه شماره ۶۲/۱۷ به تصویب شورای وزیران رسید که البته از آنجا که این آیین‌نامه، نحوه اجرای مقررات ماهوی رقابت را بیان کرده و اختیارات و صلاحیت‌های مراجع مرتبط، از جمله کمیسیون و دادگاه‌های ملی را تعیین می‌کند، به‌عنوان «آیین‌نامه مبنا» نیز از آن نام برده می‌شود.^۲

همان‌طور که اشاره شد، بخش اصلی مقررات ماهوی معاهده ناظر بر رقابت آزاد تجاری که خاص کنترل ادغام‌ها نیست، در مواد (۱۰۱ و ۱۰۲) بیان شده است (Parisi, 2010: 2; Lecchi and Logendra, 2013: 57). ماده (۱۰۱) مقرر می‌دارد: «موارد ذیل به دلیل مغایرت با بازار مشترک، ممنوع خواهند بود: همه توافقاتی میان مؤسسه‌های تجاری، تصمیم‌های اتحادیه‌های صنفی و فعالیت‌های دسته‌جمعی هم‌سویی که به‌شرح مذکور در موارد زیر، می‌توانند تجارت بین کشورهای عضو را تحت تأثیر قرار داده و دارای اثر ممانعت‌کننده، محدودکننده یا مخرب در رقابت داخل بازار مشترک باشند...». ملاحظه می‌شود که این ماده، سه دسته از فعالیت‌هایی را که ممکن است موجب نقض حقوق رقابت شوند، ممنوع اعلام کرده است، بنابراین این ماده، توافقاتی را فارغ از شکل و قالب

1. Qualified Majority

۲. شایان ذکر است این آیین‌نامه به موجب آیین‌نامه شماره ۲۰۰۳/۱ اصلاح شده است.

آنها، در صورتی که آثار ضد رقابتی داشته باشند، منع کرده و به دنبال جلوگیری از موانع رقابت آزاد تجاری از طریق جلوگیری از ایجاد انحصار است.

ماده (۱۰۲) نیز بیان می‌کند که «هرگونه سوءاستفاده یک یا چند مؤسسه تجاری که در کل بازار مشترک یا در بخش اساسی آن، دارای موقعیت انحصاری‌اند، چنانچه تجارت بین کشورهای عضو را تحت تأثیر قرار دهند، به دلیل مغایرت با بازار مشترک ممنوع خواهند بود...». می‌توان گفت ماده (۱۰۲) برخلاف ماده (۱۰۱) که به دنبال کنترل توافقاتی است که ممکن است در نهایت، موجب ایجاد انحصار یا آثار سوء رقابتی شوند، ناظر بر حالتی است که بنگاهی تجاری، به نحوی دارای موقعیت انحصاری در بازار می‌باشد (Levy, 2013: 726)، پس در این حالت، کسب موقعیت انحصاری مورد توجه نیست، بلکه ناظر به بعد از این مرحله، یعنی فرضی است که این شخص با سوءاستفاده از این وضعیت مسلط و انحصاری، در رقابت اخلاص ایجاد می‌کند.

پیشینه مقررات نظام حقوقی اتحادیه اروپا نشان می‌دهد که تا پیش از صدور رأی کمیسیون اروپا در خصوص پرونده معروف «کانتیننتال کن»، ضوابط مشخصی بر کنترل ادغام‌ها حاکم نبود. «کانتیننتال کن» یک شرکت آمریکایی با «موقعیتی مسلط» در بازار ظروف و کانتینرهای فلزی بود که تلاش کرد تا کنترل یک شرکت آلمانی فعال در همان بازار را تصاحب کند. کمیسیون این گونه استدلال کرد که تصاحب شرکت هدف، منجر به سوءاستفاده از وضعیت مسلط توسط شرکت «کانتیننتال کن» می‌گردد؛ به گونه‌ای که در ادامه، زمینه رقابت میان دو شرکت را از بین خواهد برد. در مرحله تجدیدنظر، دیوان دادگستری اروپا هر چند تصمیم کمیسیون را رد کرد، اما استدلال کمیسیون را مبنی بر اینکه ماده (۱۰۲) معاهده، شامل توسعه وضعیت مسلط از طریق ادغام نیز می‌شود را پذیرفت (Chalmers, Davies and Monti, 2010: 1001).

در نهایت، از آنجا که کنترل ادغام‌ها بر اساس مواد معاهده، به ویژه مواد (۱۰۱ و ۱۰۲)، در عمل با مشکلات متعددی همراه بود، کمیسیون اروپا اولین پیشنهاد خود را در سال ۱۹۷۳ در خصوص آیین‌نامه ادغام به شورای اروپا ارائه کرد (Baches Opi, 2010: 234)؛ براین

اساس، اولین «آیین نامه ادغام»^۱ در سال ۱۹۸۹ توسط شورای اروپا به تصویب رسید که در سپتامبر ۱۹۹۰ به اجرا درآمد (Fugina, 2006: 478). این آیین نامه در سال های بعد، در موارد متعددی مورد اصلاح قرار گرفت و در نهایت، آیین نامه شماره ۲۰۰۴/۱۳۹^۲ ادغام، از ماه مه ۲۰۰۴ جایگزین آن و لازم الاجرا شد (Duso, Gugler and Yurtoglu, 2011: 984)؛ به نحوی که بند اول مقدمه آیین نامه جدید در بیان علت تصویب آن تصریح می کند از آنجا که آیین نامه سابق، مورد اصلاحات اساسی و مکرر قرار گرفته و اصلاحات بیشتری نیز مورد نظر است، به منظور جلوگیری از هرگونه ابهام، به جای اصلاح آیین نامه قبلی این آیین نامه تصویب می شود.

باید دانست اگرچه این آیین نامه به عنوان «آیین نامه ادغام»^۳ شناخته می شود و در عنوان رسمی این مصوبه نیز به این موضوع اشاره شده است و در حال حاضر، مقررات اصلی کنترل ادغام در نظام حقوقی اتحادیه اروپا، در این آیین نامه است، اما مواد ناظر به تعیین دامنه شمول آن، از واژه «Merger» استفاده نکرده، بلکه عبارت عام «تمرکزها»^۴ را به کار برده است، بنابراین به موجب تصریح ماده (۳) علاوه بر ادغام های واقعی، شامل ادغام های عملی، یعنی تحصیل کنترل شرکت از طریق تصاحب سهام یا تحصیل دارایی نیز شده و در واقع، برای تمام این موارد، مقررات شکلی و ضابطه ماهوی واحدی را در نظر گرفته است.

شایان ذکر است که به موجب بند «۱» ماده (۲۱) آیین نامه ادغام، تنها ادغام ها و تمرکزهایی مشمول مقررات کنترل ادغام اتحادیه اروپا قرار می گیرند که در حدنصاب های شناسایی شده در این آیین نامه بوده و اصطلاحاً دارای «بُعد اتحادیه ای»^۵ باشند. اگر ادغام و تمرکزی دارای بعد اتحادیه ای باشد، باید در مهلت مقرر در آیین نامه مذکور به کمیسیون اطلاع رسانی شود؛^۶ پس از آن کمیسیون اروپا بررسی اولیه را آغاز می کند. حال اگر

1. Council Regulation (EC) No 4064/89 of 21 December 1989 on the Control of Concentrations between Undertakings.

2. Council Regulation (EC) No 139/2004 of 20 January 2004 on the Control of Concentrations between Undertakings (the EC Merger Regulation).

3. The EC Merger Regulation

4. Control of Concentration

5. The Community Dimension

۶. بند «۱» ماده (۴) آیین نامه ادغام.

کمیسیون در ارزیابی اولیه خود، این ادغام را «سازگار با بازار مشترک»^۱ تشخیص دهد، فرایند بررسی را متوقف، و مجوز اجرا و تحقق آن را صادر می‌کند،^۲ اما چنانچه در خلال بررسی اولیه خود، احتمال مغایرت تمرکز و ادغام را با بازار مشترک بدهد، اما در عین حال تشخیص دهد که در صورت مذاکره با طرفین ادغام، امکان حصول توافق با آنها در خصوص ایجاد تغییراتی در آن ادغام برای رفع این مغایرت‌ها وجود دارد، می‌تواند ادغام و تمرکز مورد نظر را براساس بند «۲» ماده (۶)، «به صورت مشروط» تأیید کند؛ به شرط آنکه طرفین ادغام با انجام اصلاحات مورد نظر کمیسیون موافقت کنند. حال اگر اصلاحات مورد نظر کمیسیون در آن ادغام و تمرکز رعایت نشود، کمیسیون می‌تواند تصمیم خود مبنی بر تأیید را لغو نموده و مرحله دوم بررسی و ارزیابی را آغاز کند^۳ (Rodger and MacCulloch, 2009: 292) در نهایت، چنانچه کمیسیون در ارزیابی اولیه خود، ادغام و تمرکز مورد نظر را «مغایر با بازار مشترک» شناسایی کند، مرحله دوم ارزیابی را آغاز نموده و شروع به «بررسی تفصیلی» می‌نماید که با توجه به گسترده و تفصیلی بودن، این مرحله، متضمن تحقیقات بیشتر و مفصل‌تر، و همچنین مهلت زمانی موسع‌تری خواهد بود (Ibid.).

۲-۲. ضابطه ماهوی

کمیسیون اروپا که یکی از ارکان اصلی اجرای مقررات رقابتی اتحادیه اروپا است، در راستای ماده (۶) آیین‌نامه ادغام به موجب بررسی اولیه، و در راستای ماده (۸) آیین‌نامه به موجب بررسی تفصیلی، در خصوص ادغام و تمرکز مورد نظر، اقدام به اعلام تصمیم می‌کند. این تصمیم کمیسیون، به تصریح ماده (۲) آیین‌نامه بر مفهوم «سازگاری با بازار مشترک» استوار است که البته این مفهوم، در بندهای ماده مذکور تبیین شده است. این ماده در ادامه منظور خود از مفهوم «سازگاری با بازار مشترک» را بیان می‌کند، در این راستا به موجب

1. Compatible with the Common Market

۲. ماده (۷) آیین‌نامه ادغام.

۳. این اصلاحات مورد توافق و مذاکره در ادبیات کمیسیون، تحت عنوان «جبران‌ها (Remedies)» شناخته می‌شوند.

بند «۳» این ماده، ممنوعیت اصلی، مربوط به تمرکزهایی می‌شود که از طرق مختلف «خصوصاً با ایجاد یا تقویت موقعیت مسلط، مانع عمده و قابل ملاحظه‌ای برای رقابت مؤثر در بازار مشترک یا بخش کلانی از آن ایجاد نمایند» (Ezrachi and Ioannidou, 2014: 74).

ملاحظه می‌شود که در این ماده، مفهوم عام «ایجاد مانع عمده در رقابت مؤثر»^۱ که اختیارات بیشتری را به کمیسیون می‌دهد، جهت احراز «سازگاری با بازار مشترک» یا عدم آن، مدنظر قرار گرفته است (Tiwari, 2011: 135)؛ البته با دقت در این ضابطه ملاحظه می‌شود که «ایجاد یا تقویت موقعیت مسلط»، به‌عنوان مثال مورد اشاره قرار گرفته و به صورت حصری، ملاک نبوده است؛ به‌عبارت‌دیگر، ضابطه اصلی، صرفاً ایجاد یا تقویت وضعیت مسلط شناخته نشده است، بلکه «ایجاد مانع عمده در رقابت مؤثر» که مفهوم عام‌تری است، مورد تصریح قرار گرفته است که از طرق مختلفی، از جمله «ایجاد یا تقویت موقعیت مسلط» امکان وقوع آن وجود دارد.

براساس بند «۱» ماده (۲) آیین‌نامه، کمیسیون در ارزیابی و بررسی ماهوی ادغام و در راستای تعیین اینکه آیا ادغام «سازگار با بازار مشترک» است و به عبارت دقیق‌تر، آیا «ایجاد مانع عمده در رقابت مؤثر» می‌نماید یا خیر، باید موارد زیر را مدنظر قرار دهد:

الف) ضرورت حفظ و توسعه رقابت مؤثر در بازار مشترک با توجه به ساختار تمام بازارهای مرتبط با موضوع، و همچنین رقابت موجود یا بالقوه میان بنگاه‌ها، اعم از بنگاه‌های داخل یا خارج از اتحادیه؛

ب) موقعیت بنگاه‌های موردنظر در بازار و قدرت اقتصادی آنها، میزان دسترسی عرضه‌کنندگان یا مصرف‌کنندگان به جایگزین‌ها، دسترسی آنها به ملزومات یا بازارها، محدودیت‌های قانونی یا هر نوع محدودیت دیگر جهت ورود به بازار، موقعیت و گرایش عرضه و تقاضا درخصوص کالا و خدمات مربوط، منافع مصرف‌کنندگان میانی و نهایی و همچنین توسعه پیشرفت اقتصادی و فناوری، مشروط بر اینکه به سود مصرف‌کنندگان بوده و مانعی در مسیر رقابت ایجاد نکند.

1. Significantly Impede Effective Competition (SIEC)

بر اساس ضابطه ماهوی اشاره شده ملاحظه می‌شود که بررسی ماهوی ادغام، مستلزم وجود تحلیلی دقیق از بازار است تا بتوان مشخص کرد که آیا مانع عمده در رقابت در بازار ایجاد شده است یا خیر؛ همچنین شایان ذکر است رویه کمیسیون از تاریخ لازم‌الاجرا شدن این آیین‌نامه، بیانگر این است که تصمیم‌گیری‌های آن برخلاف گذشته که بر ضابطه «ایجاد یا تقویت موقعیت مسلط» متمرکز بوده، بر «آثار یک‌جانبه»^۱ یا «آثار هماهنگ»^۲ ادغام متمرکز است (Slaughter and May, 2012: 20).

توجه به این نکته ضروری است که نوع ادغام، خصوصاً از منظر اقتصادی و رقابتی، یعنی همان تقسیم ادغام به ادغام افقی، عمودی و مختلط و همچنین فضای رقابتی خاص موجود در بازاری که ادغام در آن بازار واقع شده است، در احراز سازگاری ادغام با بازار مشترک و به عبارت دیگر، ایجاد مانع عمده در رقابت توسط ادغام، تأثیرگذار است؛ بر این اساس، ادامه بررسی در این خصوص با ملاحظه این نکته و در سه قسمت انجام می‌گیرد.

۱-۲-۲. ادغام‌های افقی

کمیسیون در خصوص کنترل ادغام‌ها راهنمایی را منتشر کرده است، از جمله راهنمای مربوط به ادغام‌های افقی^۳ در خصوص تبیین و افزایش شفافیت در مورد عملکرد خود در خصوص نحوه بررسی و ارزیابی ماهوی ادغام‌های افقی، (Bellis, Elliott and Van Acker, 2012: 338) بند پنجم راهنمای مذکور به این موضوع اشاره می‌کند که این راهنما، هرچند به دنبال آن است که به صورت جامع، عملکرد کمیسیون در خصوص نحوه ارزیابی ماهوی ادغام‌ها را بیان کند، اما تمام جوانب احتمالی را نمی‌تواند احصا کند و از این رو، به‌رغم وجود این راهنما، این ضرورت باقی است که هر موضوع با ملاحظه وضعیت خاص آن، مورد بررسی قرار گیرد.

بند چهارم این راهنما بر این موضوع تصریح می‌کند که غالب تصمیم‌های کمیسیون، مبنی بر ممنوع اعلام کردن ادغام‌ها پیش از این، مبنی بر ایجاد مانع عمده در رقابت مؤثر، از

1. Unilateral Effects
2. Coordinated Effects
3. Guidelines on the Assessment of Horizontal Mergers

طریق «ایجاد یا تقویت موقعیت مسلط» بوده است و پیش‌بینی می‌شود که در تصمیمات آینده کمیسیون نیز ادغام به سبب ایجاد یا تقویت موقعیت مسلط، ایجادکننده مانع عمده در رقابت و درنهایت، ناسازگار با بازار مشترک محسوب شود؛ البته نکته قابل توجه در این خصوص، این است که بررسی رویه عملی کمیسیون، نشانگر این است که تصمیمات کمیسیون پس از انتشار این راهنما، بیشتر به‌طور مستقیم بر پایه «ایجاد مانع عمده در رقابت مؤثر» مبتنی بوده است، بدون اینکه صرفاً از طریق احراز ایجاد یا تقویت موقعیت مسلط، ایجاد مانع عمده در رقابت و ناسازگاری با بازار مشترک را احراز کند (Rodger and MacCulloch, 2009: 297).

به تصریح بند «۱۰» راهنمای مذکور، ارزیابی ادغام توسط کمیسیون بر پایه دو رکن اصلی استوار است: تعریف «بازار مرتبط» و «ارزیابی آثار رقابتی ادغام» در بازار (Kon and Butler, 2012: 90)؛ منظور از بازار مرتبط، بازار مربوط به محصول موردنظر و بازار جغرافیایی مرتبط است، بنابراین به تصریح این بند از راهنما، تعریف بازار در همان معنای مورد اشاره در ماده (۱۰۲) معاهده و توضیحات کمیسیون درخصوص آن، در اینجا نیز موردنظر کمیسیون است. کمیسیون در این بند صریحاً بیان می‌کند که هدف اصلی از ارائه تعریف بازار مرتبط به‌عنوان اولین مرحله در ارزیابی ماهوی هر ادغام این است که به صورت سیستماتیک، موانع رقابتی و عواملی که پیش از ادغام، شرکت‌های طرف ادغام را ترغیب و تشویق به رقابت می‌کرده است، مشخص شود.

درواقع می‌توان گفت برای اثبات نقض رقابت در بازار بر اثر ادغام، ابتدا لازم است بازاری که نقض رقابت در آن مطرح شده است، مشخص شود که این امر با تصریح بند مذکور از راهنما، مستلزم شناخت بازار محصول و بازار جغرافیایی است. پس از آنکه بازار مربوطه مشخص شد، ارزیابی آثار رقابتی ادغام در آن انجام می‌گیرد.

در تعریف بازار مرتبط و تعیین محدوده آن، همان‌طور که اشاره شد این محدوده هم از لحاظ نوع محصول و هم از لحاظ محدوده جغرافیایی بازار، قابل بررسی است. درخصوص بازار مربوط به محصول مورد نظر و به‌عبارت‌دیگر محدوده بازار براساس محصول موردنظر، دیوان دادگستری اروپا دو معیار را مطرح کرده است: نخست اینکه آیا می‌توان محصول

دیگری را جایگزین کالای موردنظر نموده و به جای آن مصرف کرد یا خیر؛ به نحوی که اگر محصولات، قابل جایگزینی با یکدیگر نباشند در این صورت بخشی از بازار یک محصول محسوب نخواهند شد، مگر اینکه منطقی‌توان آنها را با یکدیگر جایگزین کرد. برای احراز قابلیت جایگزینی کالا، مورد استفاده، ماهیت کالا، قیمت و مواردی از این قبیل مورد ملاحظه قرار می‌گیرد، به‌عنوان مثال کمیسیون در پرونده‌ای برای هریک از انواع تایر، یعنی تایرهای نو که در بازار به فروش می‌رسند یا تایرهایی که تولیدکنندگان اتومبیل در ابتدا به خودرو می‌بندند یا تایرهای خودروهای صنعتی، بازار خاص خود را قائل شد و به دلیل عدم امکان جایگزینی هریک از انواع لاستیک‌ها با انواع دیگر، بازار هیچ‌یک از این محصولات را مرتبط با محصول دیگر ندانست. معیار دوم، تأثیر و تأثر متقابل دو کالا در بازار عرضه و تقاضاست؛ به نحوی که اگر قیمت یک محصول افزایش یابد، آیا مصرف‌کننده امکان انتخاب محصول دیگری به جای آن را دارد یا خیر، زیرا اگر این امکان برای مصرف‌کننده وجود داشته باشد، احتمال اینکه دو محصول موردنظر، به یک بازار محصول مربوط شوند، زیاد خواهد بود. بازار جغرافیایی مرتبط نیز حوزه‌ای از اتحادیه اروپاست که یک نوع فعالیت تجاری، اثرهای خاصی را در آن ایجاد می‌کند. اگر محصولات مرتبطی که مورد بررسی قرار می‌گیرند، در همه کشورهای عضو خرید و فروش شوند، کل اتحادیه اروپا، قلمرو جغرافیایی این بازار محسوب خواهد شد؛ البته در برخی موارد بازار جغرافیایی مرتبط یک محصول می‌تواند کوچک‌تر از کل اتحادیه باشد، مانند حالتی که ماهیت و مشخصه‌های محصول، مانند هزینه بالای حمل‌ونقل، طول عمر کوتاه محصول و مواردی از این قبیل، بازار پخش آن محصول را محدود کند^۱ (شکوهی، ۱۳۸۱: ۴۳).

پس از تبیین مفهوم بازار مرتبط، با توجه به آن، کمیسیون از روش‌های مختلفی به منظور ارزیابی آثار ادغام و تمرکز بر رقابت در بازار مذکور استفاده می‌کند؛ براساس

۱. درخصوص تعریف بازار مرتبط، از آنجا که این مفهوم و توضیحات آن، دقیقاً منطبق با مفهوم مورد اشاره در مقررات رقابتی اتحادیه اروپاست و با توجه به اینکه این مفهوم درخصوص ادغام، وضعیت متفاوت و ویژه‌ای ندارد، بیش از این به آن نمی‌پردازیم و برای مطالعه بیشتر در این خصوص، به کتب و تحقیقاتی که به بررسی مقررات عمومی حقوق رقابت اتحادیه اروپا پرداخته‌اند، می‌توان مراجعه کرد.

تصریح بند «۱۸» راهنمای ادغام افقی، به منظور ارزیابی اثر کلی ادغام در بازار، میزان سهم در بازار می‌تواند به عنوان یک معیار مدنظر قرار گیرد؛ به نحوی که در مواردی که میزان مجموع سهم شرکت‌های طرف ادغام در بازار کمتر از ۲۵ درصد است، به ندرت ممکن است ادغام موردنظر موجب ایجاد وضعیت مسلط و یا مانع عمده در رقابت شود.

روش دیگری که کمیسیون به کمک آن اقدام به ارزیابی اثر ادغام و تمرکز می‌کند، «شاخص HHI»^۱ است (DePamphilis, 2012: 67) که در واقع، حاصل جمع مجذور درصد سهم بازار تمام بنگاه‌ها با یکدیگر است^۲ (Tiwari, 2011: 137). به اختلاف میان HHI قبل از ادغام و HHI بعد از ادغام، اصطلاحاً «دلتا» گفته می‌شود که نشان‌دهنده تأثیر ادغام بر بازار است (Wang and Rudanko, 2010b: 39)؛ به نحوی که اگر HHI پس از ادغام، کمتر از ۱۰۰۰ باشد، نگرانی در خصوص ادغام وجود نخواهد داشت و در خصوص ادغام‌هایی که در آنها HHI پس از ادغام، عددی میان ۱۰۰۰ و ۲۰۰۰ باشد و عدد دلتا نیز کمتر از ۲۵۰ باشد، مانع رقابت محسوب نخواهند شد (Mosso, 2007:1463; Rodger and MacCulloch, 2009: 297)؛ مشروط بر اینکه براساس بندهای «۱۹ تا ۲۱» راهنمای ادغام افقی، شرایط خاصی وجود نداشته باشد، مثلاً یکی از شرکت‌های موضوع ادغام، از جمله بنگاه‌های مهم، نوآور در بازار یا بنگاهی تکرر نباشد؛ به نحوی که مانع رفتارهای همسو در بازار محسوب شود.

در صورتی که در ادغامی، HHI فراتر از حدودی باشد که در آیین‌نامه به عنوان حدود و میزان غیرمغایر با رقابت تعیین شده است که به برخی از این حدود در بالا به عنوان نمونه اشاره شد، دو نگرانی عمده در خصوص نقض رقابت وجود خواهد داشت که کمیسیون در این خصوص، دو موضوع دیگر را نیز مورد بررسی قرار می‌دهد: اولاً: آیا ادغام ممکن است موجب شود در یک یا چند شرکت که بر اثر ادغام، قدرت بیشتری در بازار پیدا

1. Herfindahl-Hirschman Index (HHI)

۲. کمیسیون در اطلاعیه‌ای به عنوان مثال اعلام کرد بازاری که متشکل از پنج بنگاه است؛ به نحوی که سهم آنها از بازار ۴۰، ۲۰، ۱۵، ۱۰ و ۱۰ درصد باشد، در این بازار میزان HHI، ۲۵۵۰ خواهد بود؛ HHI از عددی نزدیک به صفر (مربوط به مواردی که بازار متشکل از فعالان بسیار زیادی بوده که هر یک سهم اندکی از بازار دارند) تا ۱۰۰۰۰ (مربوط به حالت انحصار مطلق که ۱۰۰ درصد بازار در اختیار یک بنگاه است)، ممکن است متغیر باشد (Rodger and MacCulloch, 2009: 297).

کرده‌اند، عوامل مهم الزام‌کننده رقابت برای آنها از بین رفته و حذف شوند، و ثانیاً: آیا ممکن است ادغام به نحوی، رقابت در بازار را تغییر دهد که بر اثر آن، شرکت‌ها به صورت قابل ملاحظه‌ای بیشتر متمایل به رفتارهای هماهنگ یا افزایش قیمت‌ها باشند و یا اینکه به هر صورت دیگر به رقابت مؤثر در بازار آسیب وارد کند.^۱

به تصریح بند «۲۴» راهنمای ادغام افقی، یکی از آثار احتمالی ادغام، کاهش یا حذف عوامل ایجاب‌کننده رقابت و به دنبال آن، افزایش قدرت برخی شرکت‌ها در بازار است. در این موارد یکی از مهم‌ترین آثار مستقیم ادغام، کاهش رقابت میان شرکت‌های موضوع ادغام است، به‌عنوان مثال، پیش از ادغام اگر یکی از شرکت‌های موضوع ادغام، اقدام به افزایش قیمت محصولات خود می‌کرد، بخشی از بازار فروش خود را در مقابل رقیبش (که دیگر شرکت موضوع ادغام است) از دست می‌داد؛ درحالی که در این حالت، ادغام این الزام مهم برای رقابت را حذف می‌کند؛ حتی شرکت‌هایی که موضوع ادغام نمی‌باشند ممکن است از کاهش فشار رقابتی بر اثر ادغام بهره‌مند شوند؛ به‌این ترتیب که افزایش قیمت‌ها توسط شرکت‌های موضوع ادغام بخشی از تقاضا را به سمت شرکت‌های رقیب سوق می‌دهد که آنها نیز ممکن است تا حدی افزایش قیمت را به سود خود تشخیص دهند و کاهش عوامل ایجاب‌کننده و الزام‌کننده رقابت به‌این ترتیب، ممکن است موجب افزایش قیمت‌ها در بازارهای مرتبط شود.

کمیسیون در بندهای «۲۴» تا «۳۸» راهنمای ادغام افقی، یکسری معیارها را ارائه داده است که در صورتی که در خصوص ادغام مورد نظر قابل اعمال باشد، در ارزیابی ماهوی آن ادغام مورد ملاحظه قرار می‌گیرد؛ از جمله اینکه شرکت‌های موضوع ادغام، سهم بزرگی از بازار را در اختیار داشته باشند یا ساختار بازار به نحوی باشد که حتی در صورت افزایش قیمت، رقبا تمایلی به افزایش تولید نداشته باشند یا شرکت حاصل از ادغام، توان ایجاد مانع در راه توسعه رقبای خود داشته باشد یا ادغام، موجب حذف عامل مهم رقابت شود.

همچنین در این راستا در بندهای «۳۷» و «۳۸» این راهنما تصریح شده است که گاهی

۱. بندهای «۲۲» و «۲۳» راهنمای ادغام افقی.

تأثیر برخی شرکت‌ها در رقابت بیش از میزان سهم آنها در بازار است. در این موارد، ادغامی که شامل این شرکت‌ها می‌شود، ممکن است ساختار رقابتی بازار را به صورت قابل ملاحظه‌ای تغییر دهد؛ خصوصاً در مواردی که بازار، خود متمرکز است، مانند حالتی که ادغام شامل شرکتی نیز می‌شود که به‌تازگی وارد بازار شده است و احتمال می‌رود در آینده، فشار رقابتی زیادی به دیگر بنگاه‌های بازار وارد آورد؛ همچنین در جایی که نوآوری، عامل مهم رقابت محسوب می‌شود، در یک حالت ادغام ممکن است موجب افزایش توان و انگیزه جهت نوآوری‌های جدید در بازار شود، اما در شرایطی دیگر در صورتی که ادغام میان دو شرکت نوآور مهم بازار باشد، ممکن است مانع رقابت در بازار شود؛ علاوه‌بر آنچه بیان شد، راهنمای ادغام افقی برخی موضوعات دیگر را که کمیسیون در بررسی و ارزیابی ادغام آنها را نیز مورد ملاحظه قرار می‌دهد مورد اشاره قرار داده است، از جمله اینکه آیا ادغام و تمرکز مورد نظر شامل رقبای بالقوه شرکت‌های طرف ادغام نیز است یا خیر، یا اینکه آیا شرایط و عوامل ایجادکننده رقابت که فعالان تجاری را به رقابت با یکدیگر تشویق می‌کرد، پس از ادغام نیز وجود خواهد داشت یا خیر. در مواردی که در خصوص «تقویت یا ایجاد موقعیت مسلط» و ایجاد مانع عمده در رقابت از این طریق، نگرانی خاصی وجود ندارد، به‌نظر می‌رسد باید نگرانی اصلی را ناظر بر آثار ادغام در افزایش «رفتارهای هماهنگ»^۱ میان شرکت‌ها دانست، چراکه ممکن است آنها بخواهند از این طریق، رفتاری مغایر با فضای رقابت داشته باشند (Slaughter and May, 2009: 24) به‌این ترتیب، در این موارد مشکل زمانی ایجاد می‌شود که ادغام و تمرکز، «توافق‌های ضمنی»^۲ یا «رفتارهای هماهنگ» را در «بازارهای الیگوپولیستیک»^۳ افزایش دهد (Rodger and MacCulloch, 2009: 299).

کمیسیون در این راهنما «دفاعیاتی»^۴ را نیز در خصوص ادغام‌هایی که ممکن است مغایر با بازار شناخته شوند، پیش‌بینی کرده است. یکی از این «دفاعیات» که در بند (۷۶) این راهنما

-
1. Co-ordinated Effects
 2. Tacit Collusion
 3. Oligopolistic Markets
 4. Defences

مورد اشاره قرار گرفته، این است که طرفین ادغام ثابت کنند که به موجب ادغام، نوعی «کارآمدی»^۱ ایجاد خواهد شد که با آثار رقابتی ادغام و به ویژه، اثرات زیان بار بالقوه^۲ آن نسبت به مصرف کنندگان مقابله خواهد کرد (Ramos, Mohan and Carloni, 2011: 29).

البته به موجب بند «۷۸» راهنمای یادشده، برای اینکه این دفاع، مورد پذیرش واقع شده و در نتیجه، ادغام مورد نظر ناسازگار با بازار مشترک اعلام نشود، باید اولاً این کارآمدی، منافع و مزایایی را نیز برای مصرف کنندگان به دنبال داشته باشد و ثانیاً قابل اثبات بوده و صرفاً از آن ادغام مورد نظر حاصل شده باشد.

به تصریح بند «۷۹» این راهنما، معیار اساسی که کمیسیون به موجب آن ادعای کارآمدی و بهره‌وری مذکور را مورد ارزیابی قرار می‌دهد، این است که ادغام مورد نظر نباید شرایط مصرف کنندگان را بدتر کند. به این منظور کارآمدی مورد ادعا باید «قابل توجه»^۳ و «بموقع»^۴ بوده و اساساً به نفع مصرف کنندگان در بازار مربوطه باشد؛ در غیراین صورت، این احتمال وجود دارد که این ادغام، مغایر با رقابت اعلام شود. لازم به ذکر است از آنجا که دلایل کافی در خصوص ایجاد کارآمدی بر اثر ادغام در اختیار طرفین ادغام است، بند «۷۷» راهنما ارائه اطلاعات لازم در این خصوص به کمیسیون را نیز به منظور بهره‌مندی از این دفاع، برعهده آنها گذاشته است.

یکی دیگر از «دفاعیاتی» که در بند «۹۰» راهنما مورد اشاره قرار گرفته، فرضی است که از آن، تحت عنوان «شرکت در حال شکست»^۵ یاد می‌شود؛ به موجب بند فوق این دفاع مبتنی بر آن است که با توجه به وضعیتی که «شرکت در حال شکست» دارد، عملاً در آینده‌ای نه‌چندان دور از بازار خارج خواهد شد و براین اساس، خواه ادغام محقق شود یا نشود، رقابت در بازار کاهش خواهد یافت (Lindsay, 2010: 120; Parisi, 2010: 15). با این مبنا برای استفاده از این دفاع لازم است سه شرط وجود داشته باشد: نخست آنکه شرکتی که ادعای

1. Efficiency
2. Potential Harms
3. Substantial
4. Timely
5. Failing Firm

شکست آن مطرح شده، در صورتی که در شرکت‌های دیگر ادغام نشده یا توسط آنها تحصیل نشود، به دلیل مشکلات مالی، در آینده‌ای نزدیک از بازار حذف می‌گردد؛ دوم اینکه راهکار جایگزینی غیر از ادغام به منظور تحصیل این شرکت، به نحوی که آثار ضد رقابتی^۱ کمتری داشته باشد، وجود نداشته باشد، و سوم اینکه در صورت عدم وقوع ادغام، سرمایه شرکت مذکور، به صورت اجتناب‌ناپذیری از بازار خارج شود.

۲-۲-۲. ادغام‌ها در بازارهای الیگوپولیستیک

منظور از بازار الیگوپولیستیک بازاری است که در آن، شخصی به عنوان رهبر عمل می‌کند و عملاً شرایط بازار، از جمله کاهش یا افزایش مقدار کالاها و تعیین و تثبیت قیمت‌ها را خود تنظیم کرده، به دیگران دیکته می‌کند و سایر فعالان آن بازار مکلف‌اند از سیاست‌گذاری‌های تعیین شده او پیروی کنند (شکوهی، ۱۳۸۱: ۱۷). در بسیاری از پرونده‌های راجع به نقض حقوق رقابت، ایجاد شرایط الیگوپولیستیک دیده می‌شود، و حال آنکه ایجاد این شرایط در قلمرو بازار مشترک، یک اقدام ضد رقابتی محسوب می‌شود؛ به نحوی که مشمول ممنوعیت‌های ماده (۱۰۱) معاهده قرار می‌گیرد (همان: ۲۲).

در خصوص آثار ادغام در ساختار بازارهای الیگوپولیستیک، بند «۲۵» مقدمه آیین‌نامه ادغام تأکید می‌کند که آنچه در این بازارها دارای اهمیت است و باید مورد توجه ویژه قرار گیرد، حفظ «رقابت مؤثر» میان فعالان بازار است؛ به نحوی که ممکن است در برخی بازارهای الیگوپولیستیک، رقابت به میزان مطلوب و قابل قبولی وجود داشته باشد، اما در مواردی که ادغام موجب حذف عوامل ترغیب‌کننده رقابت میان شرکت‌های طرف ادغام شده و یا سبب کاهش رقابت میان سایر رقبای می‌شود، حتی در فرض عدم وجود «اقدامات هماهنگ» میان فعالان یک بازار الیگوپولیستیک، ادغام می‌تواند مانع عمده‌ای در «رقابت مؤثر» باشد؛ براین اساس، خصوصاً با توجه به وضعیت ویژه این نوع بازارها، این بند از مقدمه تصریح می‌کند که ضابطه مذکور در ماده (۲) که پیش از این مورد اشاره قرار گرفت، شامل ادغام‌های انجام شده در این گونه بازارها نیز می‌شود.

۲-۲-۳. ادغام‌های عمودی و مختلط

کمیسیون پس از تدوین و انتشار راهنمایی در زمینه «ادغام‌های افقی»، در سال ۲۰۰۸ راهنمایی را در خصوص «ادغام‌های غیرافقی» منتشر کرد.^۱ از آنجا که ماهیت این نوع ادغام‌ها که شامل ادغام‌های «عمودی» و «مختلط» می‌شود (Ramos, Mohan and Carloni, 2011: 4; Bergman and et al., 2011: 92)، به گونه‌ای است که به تصریح بند «۱۲» این راهنما مستقیماً موجب حذف رقبا نمی‌شود، همان‌طور که بند «۱۱» راهنمای مذکور نیز اشاره داشته، می‌توان ادعا کرد این نوع ادغام‌ها در رقابت مؤثر، کمتر ایجاد مانع عمده می‌کنند (Petrasincu, 2011: 670)، اما با این حال در برخی موارد ممکن است این نوع ادغام‌ها نیز باعث شوند شرکتی که پس از ادغام باقی می‌ماند، در آینده در رقابت اختلال ایجاد کند؛ و با استفاده از قدرت خود در یک بازار، رقابت موجود در بازارهای مرتبط را محدود نماید. این موضوع همان مسئله‌ای است که «راهنمای ادغام‌های غیرافقی» به دنبال تبیین و تشریح آن است (Rodger and MacCulloch, 2009: 303).

بندهای «۱۳» و «۱۴» این راهنما به دامنه شمول و اوصاف این نوع ادغام‌ها و همچنین کارکرد آنها در «افزایش کارآمدی» اشاره دارد؛ علاوه بر این به موجب بند «۱۵»، در صورت بروز یکسری شرایط، این امکان وجود دارد که این نوع ادغام‌ها نیز در مسیر رقابت مؤثر، ایجاد مانع کند، چراکه ممکن است ادغام‌های مزبور، «موقعیت مسلطی» را برای شرکتی که در نتیجه ادغام باقی می‌ماند، ایجاد یا تقویت کرده، توانایی یا انگیزه طرفین ادغام یا رقبای دیگر آنها را در خصوص رقابت کاهش داده و به این ترتیب، موجب ضرر مصرف‌کنندگان شود.

براساس بند «۱۷» راهنمای مذکور، ادغام‌های غیرافقی عمدتاً از طریق دو دسته آثاری که ممکن است به دنبال داشته باشند، می‌توانند مانع از رقابت مؤثر شوند: «آثار مربوط به رفتارهای هماهنگ»^۲ و «آثار غیرمرتبط با رفتارهای هماهنگ»؛^۳ بند «۱۹» راهنما در تبیین

1. Guidelines on the Assessment of Non-Horizontal Mergers

2. Coordinated Effects

3. Non-coordinated Effects

«آثار مربوط به رفتارهای هماهنگ» اعلام می‌کند که این آثار زمانی ایجاد می‌شود که ادغام ماهیت رقابت در بازار را به نحوی تغییر دهد که شرکت‌هایی که پیش از ادغام، رفتارهای خود را با یکدیگر هماهنگ نمی‌کردند، پس از ادغام به صورت قابل ملاحظه‌ای مایل به هماهنگ کردن رفتارهای خود به منظور افزایش قیمت یا دیگر امور ضدرقابتی باشند یا اینکه پیش از ادغام نیز هرچند شرکت‌ها اقدام به انجام رفتارهای هماهنگ ضدرقابتی می‌نموده‌اند، اما ادغام این هماهنگی‌های ضدرقابتی را ساده‌تر، کارآمدتر یا پایدارتر کند.

«آثار غیرمرتبط با رفتارهای هماهنگ» نیز در بیان بند «۱۸» این راهنما، زمانی محقق می‌شود که مفهومی تحت عنوان «سلب دسترسی»^۱ بر اثر «ادغام‌های غیرافقی» ایجاد شود. به تصریح این بند، «سلب دسترسی» شامل تمام مواردی است که به موجب ادغام، دسترسی بالقوه یا فعلی رقبا به بازارهای فروش یا تأمین کالا، به دلیل کاهش توان یا انگیزه رقابتی آنها قطع شده یا مختل شود. در نتیجه این سلب دسترسی، این امکان وجود دارد که شرکت‌های طرف ادغام و همچنین در مواردی برخی رقبای آنها، اقدام به افزایش قیمت‌ها و تحمیل هزینه بیشتر بر مصرف‌کنندگان کنند و به این ترتیب، سود بیشتری را نیز کسب کنند (Carstensen and Farmer, 2008: 55; Maydell, 2012: 22). این موارد به عنوان مانع عمده رقابت مؤثر محسوب شده و به این ترتیب، در راهنمای مذکور از آن تحت عنوان «سلب دسترسی ضدرقابتی»^۲ یاد می‌شود.

لازم به تذکر است که در عمل، سلب دسترسی تنها زمانی ممکن است رخ دهد که شرکت‌های طرف ادغام، «قدرت بازاری» قابل توجهی داشته باشند که البته ممکن است این قدرت بازاری، لزوماً «موقعیت مسلط» محسوب نشود؛ براین اساس به موجب بندهای «۲۳» تا «۲۷» راهنما می‌توان گفت به نظر نمی‌رسد که کمیسیون در خصوص مواردی که سهم شرکت‌های طرف ادغام در بازار پس از ادغام، کمتر از ۳۰ درصد و HHI پس از ادغام کمتر از ۲۰۰۰ است، نگرانی رقابتی خاصی داشته باشد.

به بیانی دقیق‌تر، به تصریح بند «۳۰» راهنما، باید دانست که در ادغام‌های عمودی

1. Foreclosure

2. Anticompetitive Foreclosure

در خصوص «آثار غیرمرتبط با رفتارهای هماهنگ» و به عبارت دیگر، «سلب دسترسی»، دو آسیب بالقوه رقابتی، قابل پیش‌بینی است: «سلب دسترسی به مواد اولیه»^۱ و «سلب دسترسی به مشتریان»^۲؛ مطابق بند «۳۱» راهنمای یادشده، سلب دسترسی به مواد اولیه، زمانی ایجاد می‌شود که شرکت ایجادشده یا بازمانده پس از ادغام، بر اثر ادغام این امکان را پیدا کند تا از طریق بالا بردن قیمت یا ایجاد صعوبت در دسترسی، تأمین مواد اولیه را برای «رقیب پایین‌دستی»^۳ خود که پیش از ادغام، مصرف‌کننده مواد اولیه‌ای بوده که شرکت بالادستی زنجیره عمودی ادغام تولید می‌کرده، مشکل‌تر کند و بر این اساس، شرکت ایجادشده یا بازمانده پس از ادغام، این امکان را پیدا نماید که قیمت کالاهایی که در اختیار مصرف‌کنندگان قرار می‌گیرد، به نحوی که برای این شرکت نیز سودآور باشد، را افزایش دهد و در نتیجه، مانع قابل توجهی در مسیر رقابت ایجاد شود؛ البته برای تحقق این نقض رقابت، ضروری است شرکتی که در بازار بالادستی این ادغام عمودی قرار دارد، از «قدرت بازاری» برخوردار باشد (Wang and Rudanko, 2012: 560).

اما براساس بند «۵۸» آیین‌نامه ادغام، «سلب دسترسی به مشتریان» زمانی رخ می‌دهد که یک شرکت تولیدکننده یا تهیه‌کننده مواد اولیه با یک مشتری پایین‌دستی دارای «قدرت بازار» ادغام شود (Ibid.). چنین ادغامی می‌تواند امکان دسترسی به بازار فروش محصولات را برای رقبای بالادستی کاهش داده و به صورت چشمگیری، موجب کاهش رقابت در بازار بالادستی شود.

در خصوص «ادغام‌های مختلط» به تصریح بند «۹۳» راهنمای مذکور، نگرانی اصلی مربوط به جایی است که شرکت ایجادشده یا بازمانده پس از ادغام، قدرت بازاری خود را از یک بازار به بازار دیگر انتقال می‌دهد؛ به نحوی که سبب «سلب دسترسی» دیگران شود؛ خصوصاً از طریق «مرتبط نمودن»^۴ و «وابسته کردن»^۵ دو کالا با یکدیگر؛ البته کمیسیون در این بند تصریح کرده است که این‌گونه نیست که مرتبط نمودن یا وابسته کردن دو کالا،

1. Input Foreclosure
2. Customer Foreclosure
3. Downstream Rival
4. Tying
5. Bundling

همیشه دارای آثار ضد رقابتی باشد، بلکه گاهی ممکن است که این اقدام، هزینه نهایی مصرف کنندگان را کاهش دهد و تنها در مواردی که می‌تواند کاهش توان رقابتی رقبای بالقوه یا فعلی را به همراه داشته باشد و نهایتاً با کاهش فشار رقابتی بر شرکت ایجاد شده یا بازمانده از ادغام، به آن اجازه افزایش قیمت را دهد، موجب نگرانی خواهد بود (Maydell, 2012: 62).

بر اساس بند «۹۶ و ۹۷» راهنما «وابسته نمودن صرف»،^۱ زمانی رخ می‌دهد که کالاها تنها با یکدیگر و با نسبت معینی به فروش می‌رسند، اما «وابسته نمودن ترکیبی»^۲ زمانی اتفاق می‌افتد که کالاها به‌طور جداگانه نیز قابل فروش هستند، اما در صورت خرید هر یک از کالاها به‌طور جداگانه، قیمت کالای مورد فروش، بیشتر از قیمتی است که با کالای مرتبط دیگر به فروش می‌رسد. «مرتبط نمودن کالاها» زمانی محقق می‌شود که «کالای مرتبط (اصلی)»^۳ با «کالای مرتبط شونده (فرعی)»^۴ با هم به فروش می‌رسد. این ارتباط می‌تواند فنی^۵ باشد، یعنی «کالای مرتبط» تنها با وجود «کالای مرتبط شونده»، قابل استفاده و کارکرد است، مانند جایی که پرینتر لیزری، تنها با وجود تونر عمل می‌کند، یا به موجب قرارداد باشد، مانند حالتی که کالاهایی بر اساس توافق قراردادی طرفین با یکدیگر مرتبط می‌شوند.

۳. مقررات ماهوی کنترل ادغام از منظر حقوق رقابت در نظام حقوقی ایران

۳-۱. پیشینه

بررسی مقررات نظام حقوقی ایران نشان می‌دهد که تا پیش از تصویب قانون برنامه چهارم توسعه مصوب ۱۳۸۳، مقررات خاصی در خصوص کنترل ادغام‌ها از منظر حقوق رقابت دیده نمی‌شود (غفاری فارسانی، ۱۳۹۱: ۴۰۱)، بنابراین این قانون را باید اولین قانون مرتبط با این موضوع در نظام حقوقی ایران دانست؛ البته قانونگذار در این قانون، تنها به درج یک ماده در این خصوص اکتفا و در این باره، صرفاً سیاستگذاری کرده است؛ رویکردی که در

1. Pure Bundling
2. Mixed Bundling
3. Tying Product
4. Tied Product
5. Technical

قانون برنامه پنجم توسعه مصوب ۱۳۸۹ نیز دنبال شده است، ولی در هیچ یک از این قوانین، نحوه دقیق ضوابط و ضمانت اجرای آن مشخص نشده است (سماواتی، ۱۳۷۴: ۱۷۴).

بر اساس تکلیف مقرر در بند «ه» ماده (۴۱) برنامه چهارم توسعه، دولت لایحه تسهیل رقابت را در اولین سال برنامه چهارم توسعه، تدوین و به مجلس شورای اسلامی ارائه کرد (دفتر مطالعات اقتصادی؛ معاونت برنامه ریزی و امور اقتصادی وزارت بازرگانی، ۱۳۸۴: ۲۴۳) که مجلس آن را در قالب «قانون اصلاح موادی از قانون برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران و اجرای سیاست‌های کلی اصل چهارم و چهارم (۴۴) قانون اساسی» در تاریخ ۱۳۸۶/۱۱/۸ تصویب و در نهایت، در تاریخ ۱۳۸۷/۳/۲۵ از سوی مجمع تشخیص مصلحت نظام، موافق با مصالح نظام تشخیص داده شد (عطائی، ۱۳۸۹: ۱۳۵؛ صادقی مقدم و غفاری فارسانی، ۱۳۹۰: ۱۱۶) فصل نهم این قانون، تحت عنوان «تسهیل رقابت و منع انحصار» از مواد (۴۳ الی ۸۴) به حقوق رقابت اختصاص یافته است که در پنج ماده، به طور صریح به بحث ادغام‌ها اشاره داشته و بقیه مواد، از باب عمومیت، شامل کنترل ادغام‌ها نیز می‌شود. مقررات اصلی حقوق رقابت و همچنین کنترل ادغام از این منظر، در نظام حقوقی ایران در این قانون تبیین شده است.

به موجب ماده (۶۲) قانون مذکور، تنها مرجع رسیدگی به رویه‌های ضد رقابتی در نظام حقوقی ایران، «شورای رقابت» است که مکلف است رأساً یا به موجب اعتراض هر شخص ذی‌نفع، در خصوص رویه‌های ضد رقابتی از جمله ادغام‌های مخل رقابت، بررسی و تحقیق کرده و در خصوص آنها تصمیم‌گیری کند. در نظام حقوقی ایران برخلاف اتحادیه اروپا با توجه به عدم شناسایی مفهوم حدنصاب‌های نظارت، تمام ادغام‌ها حتی ادغام‌ها با حجم اندک و کوچک مشمول مقررات کنترل ادغام می‌باشند و همچنین رسیدگی به ادغام‌ها در یک مرحله اصلی و توسط مرجعی واحد یعنی شورای رقابت، بدون آنکه در قانون مهلتی برای رسیدگی توسط آن تعیین شده باشد، انجام می‌گیرد. در نظام حقوقی ایران پیش از وقوع ادغام یا بعد از آن، طرفین ملزم به اعلام ادغام مورد نظر به مرجع کنترل ادغام نبوده و تأیید مرجع کنترل ادغام به‌عنوان بخشی از تشریفات وقوع ادغام نمی‌باشد، البته در نظام حقوقی ایران در صورت تصویب نهایی لایحه تجارت امکان تغییر این رویه

وجود دارد. شایان ذکر است ماده (۵۹۱) مصوبه مجلس در خصوص لایحه تجارت که تاکنون با توجه به عدم تأیید نهایی توسط شورای نگهبان، نهایی نشده نیز رعایت مقررات رقابت در خصوص ادغام‌ها را مورد تصریح مضاعف قرار داده است.

۲-۳. ضابطه ماهوی

دانستیم که قانونگذار ایران در برخی از مواد «قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل (۴۴)»، به مقررات ادغام از منظر حقوق رقابت اشاره می‌کند. بررسی این مواد نشان می‌دهد که تعدادی از آنها، به الزامات ماهوی ناظر بر ادغام‌های مخل رقابت اختصاص یافته و بعضی دیگر، مختص مقررات شکلی و تشریفات ناظر بر کنترل این گونه ادغام‌هاست؛ بر این اساس، ماده (۴۷) این قانون اعلام می‌دارد که هیچ شخص حقیقی یا حقوقی نباید «سرمایه» یا «سهام» شرکت‌ها یا بنگاه‌های دیگر را به نحوی تملک کند که موجب اخلال در رقابت در یک و یا چند بازار شود.

همان‌طور که از منطوق این ماده، قابل برداشت است، این ماده مشتمل بر آن دسته تملک‌هایی است که در آنها، حسب مورد، یک شخص حقیقی یا حقوقی، سهام یک یا چند شرکت را تصاحب، یا دارایی آن شرکت‌ها را تحصیل می‌کند؛ به بیان دیگر، این ماده صرفاً شامل «ادغام‌های عملی» است، اما نکته حائز اهمیت این است که به موجب ماده یادشده، قانونگذار ایران، ضابطه اصلی شناسایی ادغام‌های عملی مانع رقابت را معیار عام «اخلال در رقابت» دانسته (رشوند بوکانی، ۱۳۹۰: ۲۶) و آن را در بند «۲۰» ماده (۱) تعریف نموده است: «اخلال در رقابت عبارت است از مواردی که موجب انحصار، احتکار، افساد در اقتصاد، اضرار به عموم، منتهی شدن به تمرکز و تداول ثروت در دست افراد و گروه‌های خاص، کاهش مهارت و ابتکار در جامعه و یا سلطه اقتصادی بیگانه بر کشور شود»؛ ضابطه‌ای که همان معیار ماده (۴۵) قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل (۴۴) بوده و به‌عنوان ضابطه کلی ممنوعیت همه موارد مخل رقابت، مورد تأکید و اشاره قرار گرفته است (وکیلی مقدم، ۱۳۸۹: ۱۲۲).

نکته مهم دیگر این است که بخش اخیر ماده (۴۰) قانون برنامه چهارم توسعه، و بند

«ب» ماده (۱۰۵) برنامه پنجم توسعه، دولت را مکلف می‌کند که در جهت ارتقای سطح و جذب فناوری‌های برتر در بخش‌های مختلف اقتصادی، اقداماتی را به عمل آورده و شرایط پیشگیری از ایجاد تمرکز، اعمال بروز قدرت، انحصار، دامنه مفید و مجاز ادغام‌ها را تهیه، و در تدوین لایحه تسهیل رقابت و کنترل انحصار، پیش‌بینی کند.

قانونگذار ایران به این تکلیف با تصویب ماده (۴۸) قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل (۴۴) عمل کرد. این ماده تصریح دارد که «ادغام» شرکت‌ها در موارد اشاره شده در این ماده، ممنوع است. از آنجا که بند «۱۶» ماده (۱) این قانون،^۱ به تعریف ادغام‌ها اختصاص یافته و «ادغام» را در مفهومی تعریف کرده که صرفاً شامل اقسام ادغام واقعی شده و ادغام عملی را دربر نمی‌گیرد، می‌توان ادعا داشت که این ماده، ویژه انواع مختلف «ادغام‌های واقعی» است و بر این اساس، ضابطه اصلی شناسایی ادغام‌های واقعی محل رقابت را باید در این ماده جستجو کرد. این ماده در چهار بند ادغام‌های واقعی محل رقابت را مورد اشاره قرار داده است که این بندها را به ترتیب در ادامه، مورد تحلیل قرار می‌دهیم:

۱. در جریان ادغام یا در نتیجه آن، اعمال مذکور در ماده (۴۵) اعمال شود:

به موجب تصریح منطوق این بند، رویه‌های ضد رقابتی متعددی که در ماده (۴۵) مورد اشاره قرار گرفته، چنانچه در طول تحقق ادغام یا در نتیجه آن اعمال شد، وقوع چنین ادغامی ممنوع خواهد بود، اما نکته قابل توجه این است که این بند علی‌القاعده نمی‌تواند ناظر بر وقوع ادغام‌ها باشد، زیرا موضوعات ذیل ماده (۴۵) نوعاً شامل مباحثی از جمله سوءاستفاده از موقعیت مسلط، مانند کاهش عرضه و افزایش قیمت بوده که اساساً در مرحله تحقق ادغام‌ها قابل طرح نیستند؛ به بیان دیگر، در جایی که صرفاً ادغام محقق می‌شود، هیچ تغییر مادی صورت نپذیرفته و اقدامات ممنوعه ماده (۴۵) در خصوص آن، سالبه به انتفاء موضوع هستند و تنها شخصیت حقوقی چند شرکت، بدون تصفیه منحل شده و حقوق و تعهدات آنها به شرکت بازمانده یا جدیدالتأسیس منتقل می‌شود؛ اما پس از وقوع ادغام،

۱. بند «۱۶» ماده (۱) قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل (۴۴): «ادغام: اقدامی که براساس آن چند شرکت، ضمن محو شخصیت حقوقی خود، شخصیت حقوقی واحد و جدیدی تشکیل دهند یا در شخصیت حقوقی دیگری جذب شوند».

در صورتی که انحصار و وضعیت تمرکز شدید ایجاد شده باشد، ممکن است شرکت بازمانده یا جدیدالتأسیس مذکور، اقدام به نقض مقررات رقابتی کند و اقدامات ممنوعه موضوع ماده (۴۵) را مرتکب شود، در این صورت آن شرکت مانند سایر فعالان تجاری و فارغ از اینکه شرکتی است که بر اثر ادغام ایجاد شده یا شرکتی است که در گذشته دارای موقعیت مسلط بوده یا حتی بدون برخورداری از موقعیت مسلط، به اقدامات ممنوعه موضوع ماده (۴۵) مبادرت کرده است، مشمول مواد مربوط به فعالیت‌های ضد رقابتی به مفهوم عام، از جمله ماده (۴۵) خواهد بود.

بنابراین مقررات عام درباره فعالیت‌های ضد رقابتی که شامل موضوعاتی نظیر توافق‌ها یا فعالیت‌ها و رویه‌های ضد رقابتی و یا سوء استفاده از موقعیت مسلط می‌شوند، در بررسی اینکه آیا وقوع ادغام، محل رقابت است یا خیر، سالبه به انتفاء موضوع می‌باشند. این موضوع را در بررسی پیشینه کنترل ادغام در نظام حقوقی اتحادیه اروپا نیز ملاحظه کردیم که در نهایت، مقررات عام راجع به فعالیت‌های ضد رقابتی (شامل موضوعات مورد اشاره در بالا) قابل اعمال در خصوص وقوع ادغام‌ها شناخته نشد.

با توجه به این نکته مهم، در نظام حقوقی اتحادیه اروپا ملاحظه شد هر چند در مرحله وقوع ادغام، موارد اشاره شده از جمله سوء استفاده از موقعیت مسلط، قابل طرح نیست، اما صرف وقوع ادغام در بسیاری موارد موجب می‌شود که شرکت‌ها موقعیت مسلط در برخی بازارها پیدا کرده و نهایتاً امکان بالقوه اخلال در رقابت را در اختیار گیرند، بنابراین در این مرحله، سوء استفاده از وضعیت مسلط اساساً قابل طرح نیست، زیرا ممکن است شرکت ایجاد شده بر اثر ادغام در عمل هیچ‌گاه مبادرت به سوء استفاده از وضعیت مسلط نکند؛ با این وصف، در این مرحله، صرف ایجاد وضعیت مسلط و انحصار که در نهایت امکان سوء استفاده از آن را نیز فراهم می‌کند، مطرح است.

به این علت نظام‌های حقوقی از جمله اتحادیه اروپا که تجربه بیشتری در خصوص کنترل ادغام از منظر حقوق رقابت داشته‌اند با رعایت این تذکر برای کنترل ادغام‌ها از منظر حقوق رقابت و جلوگیری از اخلال در رقابت توسط آنها مقررات خاص و متفاوتی را خصوصاً مقررات و ضوابط ماهوی خاصی را در مورد آنها وضع می‌کنند. در واقع با وضع

این مقررات به دنبال پیشگیری از ارتکاب فعالیت‌های ناقض رقابت، موضوع مقررات عام رقابت هستند و با این توضیح می‌توان گفت مقررات کنترل ادغام، مربوط به مرحله‌ای می‌باشد قبل از آنچه مقررات عام رقابت ناظر بر آن است. در این مرحله، نظام‌های حقوقی به دنبال جلوگیری از ایجاد موقعیت مسلط یا تقویت آن هستند و نه جلوگیری از سوءاستفاده از وضعیت مسلط که در مرحله بعدی و به موجب مقررات عمومی رقابت، مورد ملاحظه قرار می‌گیرد و به این علت است که در آیین‌نامه ادغام اتحادیه اروپا تصریح شده است که در کنترل ادغام‌ها، یعنی در خصوص جواز یا ممنوعیت وقوع ادغام‌ها، مقررات عمومی اتحادیه در خصوص رقابت، از جمله مقررات و ضوابط ماهوی ناظر بر رویه‌ها و توافقات ضد رقابتی یا سوءاستفاده از موقعیت مسلط، اعمال نخواهد شد، بنابراین بند «۱» ماده (۴۸)، بندی زائد و غیرمرتبط با موضوع جواز یا ممنوعیت وقوع ادغام بوده و حتی وجود آن ممکن است در عمل، موجب ابهام نیز شود و به این علت، حذف آن، پیشنهاد می‌شود.

۲. هرگاه در نتیجه ادغام، قیمت کالا یا خدمت به‌طور نامتعارفی افزایش یابد:

همانگونه که از بررسی مقررات نظام حقوقی اتحادیه اروپا برمی‌آید، افزایش قیمت کالا یا خدمت مرتبط با موضوع فعالیت‌های شرکت‌های طرف ادغام، از جمله نشانه‌های مضر بودن ادغام در فضای رقابتی است، اما این معیار، تنها ضابطه ارزیابی ادغام‌ها در این خصوص نیست و به صرف آنکه شرکت تجاری ناشی از ادغام، تصمیم به افزایش قیمت کالا یا خدمت خود می‌کند، نمی‌توان آن را کاشف از ضد رقابتی بودن ادغام مورد نظر دانست، زیرا ممکن است با وجود ادغام صورت گرفته، باز هم رقابت مؤثر و قابل توجهی در بازار وجود داشته و دیگر فعالان و رقبای آن شرکت در آن حوزه بتوانند از طریق ارائه کالا یا خدمت با قیمتی نازل‌تر، سهم بازاری خود را افزایش داده و تصمیم شرکت یاد شده در خصوص افزایش قیمت و ایجاد انحصار را بی‌اثر کنند، بنابراین تنها زمانی «افزایش قیمت در نتیجه ادغام» می‌تواند عامل نگرانی در خصوص بازار رقابتی محسوب شود که شرکت ناشی از ادغام بتواند با داشتن قدرت بازاری یا از طریق ایجاد مانع در ارائه محصول یا خدمت به بازار، قیمت جدید را به صورت یک «قیمت پایدار» تثبیت کند که این امکان

صرفاً در فرض «ایجاد تمرکز شدید» یا «برخورداری از موقعیت مسلط» در بازار، قابل تحقق است؛ علاوه بر این، به موجب منطوق بند یادشده، افزایش قیمت مورد نظر باید با ادغام صورت گرفته، رابطه سببیت داشته و در نتیجه آن باشد، بنابراین مثلاً اگر پس از ادغام، افزایش قیمت ناشی از عوامل دیگری، مانند خشکسالی یا افزایش کیفیت بوده و ارتباطی با ادغام نداشته باشد، نمی‌توان ادغام را محل رقابت دانست، چراکه رابطه سببیت مذکور، زمانی محقق می‌شود که ادغام موردنظر با ایجاد تغییرات اساسی در ساختار بازار، آن را به سوی «تمرکز شدید» سوق دهد.

در هر حال، چنانچه بخواهیم براساس ظاهر و منطوق بند یاد شده، آن را مورد تحلیل و بررسی قرار دهیم، باید بپذیریم که به صرف افزایش قیمت کالا یا خدمت پس از تحقق ادغام، آن ادغام جزو موارد ممنوعه خواهد بود؛ به شرط آنکه این افزایش قیمت ناشی از خود آن ادغام، پایدار و غیرمعارف باشد؛ نتیجه‌ای که از دو قید «در نتیجه ادغام» و «به‌طور نامتعارف» که مصرح در بند یادشده است، به خوبی قابل برداشت است.

با این توضیح، با وجود بند «۳» ماده (۴۸)، بند «۲» زائد به نظر می‌رسد، زیرا معیار و ضابطه اصلی شناسایی ادغام‌های محل رقابت در قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل (۴۴)، همان «ایجاد تمرکز شدید» است که در بند «۳» این ماده، به‌صراحت مورد تأکید قرار گرفته است.

۳. هرگاه ادغام، موجب ایجاد تمرکز شدید در بازار شود:

به موجب این بند، اساسی‌ترین ضابطه ارزیابی ادغام‌های مضر در کنترل ادغام‌ها در نظام حقوقی ایران، «ایجاد تمرکز شدید» در بازار است؛ معیاری که به‌کارگیری آن از نظر فنی و عملی، ساده‌تر بوده و نتایج حاصل از آن، هماهنگی بیشتری با موازین حقوق رقابت دارد. مبانی وضع چنین محدودیتی را می‌توان در اهدافی چون جلوگیری از ایجاد انحصار، ممانعت از ایجاد موقعیت مسلط، حفظ رقابت مؤثر و حفظ منافع مصرف‌کنندگان دانست، بنابراین اگرچه ممکن است ادغامی درحقیقت موجب افزایش کارایی و آثار مثبت دیگر شود، اما چنانچه ایجاد تمرکز شدید از پیامدهای ناگزیر آن باشد، از منافع اقتصادی آن چشم‌پوشی شده و به لحاظ منافع مذکور حکم به ممنوعیت آن داده می‌شود (غفاری فارسانی، ۱۳۹۱: ۴۱۵).

اما نکته حائز اهمیت در این خصوص، لزوم تعریف مفهوم «تمرکز شدید» است. قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل (۴۴) تعریفی از آن ارائه نکرده، اما تبصره «۲» ماده (۴۸)^۱، تعیین «مفهوم و محدوده تمرکز شدید» و اعلام آن را برعهده شورای رقابت قرار داده است، اما این شورا تاکنون در این خصوص، به تکلیف خود عمل ننموده و دستورالعمل خاصی را در این ارتباط منتشر نکرده است.^۲ با این وصف، به نظر می‌رسد که شورای رقابت برای محاسبه میزان تمرکز بازار مورد نظر و تأثیر ادغام صورت گرفته در آن، در عمل از شاخص‌های معمول، مانند «شاخص HHI» استفاده کند؛ کما اینکه در مطالعات صورت گرفته از سوی نهادهای وابسته به شورا در جهت برآورد میزان تمرکز در برخی از بازارهای کشور، همانند فولاد از همین معیارها استفاده شده است (www.nicc.gov.ir).

به موجب منطوق بند یاد شده، تمرکز شدید ایجاد شده باید با ادغام صورت گرفته، رابطه سببیت داشته و در نتیجه آن باشد؛ علاوه بر این، این بند فقط شامل ادغام‌هایی می‌شود که موجب تمرکز شدید در بازار است و حال آنکه با توجه به مقررات ماهوی مربوط به کنترل ادغام‌ها در نظام حقوقی اتحادیه اروپا و مبنای وضع ممنوعیت مذکور، بایستی این ممنوعیت را بر ادغام‌هایی که سبب «تقویت تمرکز موجود» می‌شود نیز قابل تسری دانست، بنابراین عبارت این بند، ناقص به نظر می‌رسد، چراکه با این بیان، ادغام‌هایی که نه با «ایجاد» وضعیت مسلط و تمرکز شدید، بلکه با «تقویت» وضعیت مسلط و تمرکز موجود، اخلاص در رقابت می‌کند را ممنوع نمی‌نماید و باید به گونه‌ای اصلاح شود که ادغام‌های تقویت‌کننده تمرکز موجود را نیز دربرگیرد.

۴. هرگاه ادغام، به ایجاد بنگاه یا شرکت کنترل‌کننده در بازار منجر شود:

بر این اساس، هرگونه ادغامی که در نتیجه آن، شرکت کنترل‌کننده ایجاد شود، در محدوده ممنوعیت این بند قرار خواهد گرفت، اما نکته قابل توجه در این خصوص، مفهوم «شرکت کنترل‌کننده» است که بند «۱۸» ماده (۱) قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل (۴۴)،

۱. تبصره «۲» ماده (۴۸) قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل (۴۴): «دامنه تمرکز شدید را شورای رقابت، تعیین و اعلام می‌کند».

۲. در تأیید این ادعا، در جلسه مورخ ۱۳۹۴/۲/۲ شورای رقابت، تعیین و اعلام دامنه تمرکز شدید، به هفته‌های آتی موکول شده است (www.nicc.gov.ir).

به تبیین آن پرداخته و به موجب آن، بنگاه یا شرکت کنترل کننده، بنگاه یا شرکتی است که از طریق تملک تمام یا قسمتی از سهام یا سرمایه یا مدیریت و یا از طرق دیگر، فعالیت‌های اقتصادی بنگاه‌ها یا شرکت‌های دیگر را در یک بازار کنترل می‌کند.

باید دانست که در تعریف این اصطلاح، دقت کافی به کار گرفته نشده است، زیرا اطلاق این تعریف، موجب می‌شود شرکتی که پس از ادغام نسبت به چند شرکت کوچک و بخش کوچکی از کل بازار کنترل پیدا کند نیز مشمول تعریف شرکت کنترل کننده شده و بر این اساس، در دایره ممنوعیت بند «۴» ماده (۴۸) قرار گیرد و حال آنکه چنین ادغامی، از منظر حقوق رقابت، خطری را به همراه نداشته و نگرانی خاصی ایجاد نمی‌کند. بررسی ماده (۲) آیین‌نامه ادغام اتحادیه اروپا نیز نشان داد که تنها ادغام‌هایی که در کل بازار و یا بخش عمده‌ای از آن، مانع ایجاد کنند، مشمول ممنوعیت قرار می‌گیرند؛ بر این اساس، عبارت مطلق مذکور در بند فوق‌الذکر باید مقید شود.

از سوی دیگر، به‌طور کلی، وجود این بند، زائد به نظر می‌رسد، زیرا در صورت ایجاد شرکت یا بنگاه کنترل کننده در بازار، لزوماً «تمرکز شدید» در بازار رخ خواهد داد که مستند به بند «۳» ماده (۴۸) می‌توان آن را مشمول ممنوعیت قرار داده و از وقوع آن جلوگیری کرد؛ کما اینکه نظیر این ممنوعیت در مقررات نظام حقوقی اتحادیه اروپا نیز دیده نمی‌شود.

از مجموع آنچه بیان شد، می‌توان نتیجه گرفت که «ضابطه اصلی کنترل ادغام‌ها از منظر حقوق رقابت» در نظام حقوقی ایران، به‌طور کلی و اجمالی، در بند «۳» ماده (۴۸) قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل (۴۴) مورد اشاره قرار گرفته و آن «ایجاد تمرکز شدید» در بازار است، اما همانگونه که اشاره شد، مرجعی که صریحاً در تبصره «۲» ماده یادشده به منظور تعیین محدوده تمرکز شدید و اعلام آن، معین شده است، تاکنون مبادرت به این امر نکرده است؛ بر این اساس، این ضابطه در عمل با ابهاماتی مواجه است و شاید مانند نظام حقوقی اتحادیه اروپا نتوان مفهوم قاطعی در خصوص آن ارائه کرد، به‌عنوان مثال، در بررسی مقررات اتحادیه اروپا مشاهده شد که کمیسیون اروپا به منظور تبیین هرچه دقیق‌تر ضابطه ماهوی کنترل ادغام، اقدام به انتشار راهنمای ادغام افقی و همچنین راهنمای ادغام غیرافقی کرده است و به این علت، در خصوص ضابطه «ایجاد تمرکز شدید» مذکور

در بند «۳» ماده (۴۸) این نظر مطرح شده است که شامل ایجاد «وضعیت مسلط»، یعنی همان معیار مورد نظر نظام حقوقی اتحادیه اروپا نیز می‌شود (غفاری فارسانی، ۱۳۹۱: ۴۱۹).

از مجموع آنچه در خصوص مواد (۴۷ و ۴۸) قانون سیاست‌های کلی اصل (۴۴) بیان شد نیز این نکته مهم قابل برداشت است که برخلاف نظام حقوقی اتحادیه اروپا، ضابطه شناسایی ادغام‌های مخل رقابت در فرض ادغام‌های واقعی و عملی در نظام حقوقی ایران با هم یکسان نیست و همانگونه که بیان شد، قانونگذار ایران در خصوص ادغام‌های عملی، ضابطه کلی و عام «اخلال در رقابت» را مقرر کرده است، اما در خصوص ادغام‌های واقعی، به ضابطه خاص و ویژه «ایجاد تمرکز شدید» اشاره کرده است در حالی که با توجه به تأثیر مشابه آنها در رقابت همانند سایر نظام‌های حقوقی از جمله اتحادیه اروپا، تعیین ضابطه‌ای واحد برای همه انواع ادغام‌ها، اعم از ادغام‌های واقعی و عملی از منظر رقابت، مورد پیشنهاد است.

در ادامه، تبصره «۱» ماده (۴۸)، به استثنائات وارد بر احکام مذکور در بندهای چهارگانه این ماده اشاره داشته و بیان می‌دارد: «در مواردی که پیشگیری از توقف فعالیت بنگاه‌ها و شرکت‌ها یا دسترسی آنها به دانش فنی، جز از طریق ادغام امکان‌پذیر نباشد، هرچند ادغام منجر به بندهای «۳ و ۴» این ماده شود، مجاز است».

بر اساس آنچه از مفهوم این تبصره قابل برداشت است، می‌توان ادعا کرد که در نظام حقوقی ایران نیز مانند نظام حقوقی اتحادیه اروپا، «شرکت در حال شکست» می‌تواند با استناد به این بند، مبادرت به ادغام کرده و از آثار ممنوعیت مذکور در ماده (۴۸) رهایی یابد. شاید بتوان دلیل این حکم استثنایی را در آثار اقتصادی ادغام‌ها و دیگر نتایج متنوع آنها جستجو کرد؛ به نحوی که این آثار از درجه‌ای از اهمیت برخوردارند که قانونگذار از مبانی اقتصادی زیربنای حکم ممنوعیت مذکور در ماده (۴۸) صرف‌نظر کند؛ البته باید تأکید کرد همانگونه که از منطوق این تبصره به صراحت قابل برداشت است، شرکت موردنظر زمانی می‌تواند به این تبصره و استثنای مذکور در آن استناد نماید که اثبات کند اساساً هیچ راهی جز ادغام برای خروج آن شرکت یا بنگاه از توقف و شکست، و به تبع آن، خروج از بازار رقابتی وجود نداشته است؛ علاوه بر این، چنانچه ادغام موردنظر سبب «افزایش قیمت» کالا یا خدمت موضوع فعالیت شرکت یا بنگاه مفروض در بازار شود، نمی‌توان به این حکم استثنایی استناد

کرد و شاید اساساً دلیل و منطبق طراحی بند «۲» در کنار بند «۳» در ماده (۴۸) توسط قانونگذار این باشد که در برخی موارد، مانند موضوع این تبصره، ممکن است در برخی شرایط، بند «۳» ماده فوق اعمال نشود، اما بند «۲» این ماده لازم‌الاجرا باقی بماند.

۴. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

۱. نظام حقوقی اتحادیه اروپا، ضابطه ماهوی کنترل ادغام را «ایجاد مانع عمده در رقابت مؤثر» اعلام کرده است و همچنین صریحاً این ضابطه ماهوی را بر تمام اقسام تمرکزها از جمله ادغام‌های واقعی و عملی حاکم دانسته است، اما نظام حقوقی ایران درخصوص ادغام‌های عملی، ضابطه ماهوی «اخلال در رقابت» را مقرر و درخصوص ادغام‌های واقعی، ضابطه ماهوی «ایجاد تمرکز شدید» را اعلام کرده است؛ درحالی که هر دو دسته از ادغام‌ها از منظر آثاری که بر رقابت دارند، مشابه یکدیگرند، بنابراین به نظر می‌رسد بهتر است که در نظام حقوقی ایران نیز ضابطه یکسانی برای همه نوع ادغام‌های واقعی و عملی در نظر گرفته شود؛

۲. براساس مقررات نظام حقوقی ایران، ضابطه ارزیابی «ادغام‌های عملی»، یعنی «اخلال در رقابت»، بسیار کلی بیان شده و حال آنکه درخصوص ادغام‌های واقعی، ضابطه مشخص و ویژه «ایجاد تمرکز شدید» در نظر گرفته شده است؛ براین اساس با توجه به تذکر مذکور در بند اول بهتر بود که قانونگذار این ضابطه را برای ادغام‌های عملی نیز در نظر می‌گرفت و به این ترتیب، ماده (۴۷) قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل (۴۴)، حذف و ماده (۴۸) این قانون به گونه‌ای تنظیم می‌شد که شامل «ادغام‌های عملی» نیز شود.

۳. مفهوم ضابطه ماهوی کنترل ادغام‌ها در نظام حقوقی اتحادیه اروپا براساس «راهنمایی» که «کمیسیون اروپا» منتشر کرده، به خوبی تبیین و روشن شده است، حال آنکه در نظام حقوقی ایران با وجود تأکید و تصریح قانونگذار، «شورای رقابت» تاکنون در این خصوص، به تکلیف خود عمل نکرده است.

۴. به موجب ماده (۴۸) قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل (۴۴)، نظام حقوقی ایران درخصوص «ادغام‌های واقعی» به منظور تجویز در مرحله وقوع ادغام، رعایت الزامات و مقررات عام راجع به فعالیت‌های ضدرقابتی را نیز ضروری دانسته است، درحالی که

مقررات عام درباره فعالیت‌های ضد رقابتی که شامل موضوعاتی نظیر توافقات یا فعالیت‌ها و رویه‌های ضد رقابتی و یا سوء استفاده از موقعیت مسلط می‌شوند، در بررسی اینکه آیا وقوع ادغام، محل رقابت است یا خیر، ساله به انتفاء موضوع می‌باشند؛ به نحوی که در نظام حقوقی اتحادیه اروپا، مقررات خاص و ویژه‌ای برای کنترل ادغام‌ها از منظر حقوق رقابت وضع شد و به وضوح، عدم شمول مقررات عام راجع به فعالیت‌های ضد رقابتی بر کنترل ادغام‌ها مورد تصریح قرار گرفته است. بنابراین بند اول ماده (۴۸) قانون سیاست‌های کلی اصل (۴۴)، بندی زائد و غیر مرتبط با موضوع جواز یا ممنوعیت وقوع ادغام بوده و حتی وجود آن ممکن است در عمل موجب ابهام نیز گردد و به این علت، حذف آن پیشنهاد می‌شود.



منابع و مآخذ

۱. دفتر مطالعات اقتصادی؛ معاونت برنامه‌ریزی و امور اقتصادی وزارت بازرگانی (۱۳۸۴). *لایحه قانون رقابت؛ مبانی نظری و تجربه کشورها*، چاپ اول، تهران، شرکت چاپ و نشر بازرگانی.
۲. رجالی، محسن (۱۳۹۱). «تأثیر حقوق رقابت بر ادغام شرکت‌های سهامی در حقوق ایران و آمریکا»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه امام صادق علیه‌السلام.
۳. رشوند بوکانی، مهدی (۱۳۹۰). *حقوق رقابت در فقه امامیه، حقوق ایران و اتحادیه اروپا*، چاپ اول، تهران، انتشارات دانشگاه امام صادق علیه‌السلام.
۴. سماواتی، حشمت‌الله (۱۳۷۴). *مقدمه‌ای بر حقوق رقابت تجارتي و نقش آن در سیاستگذاری تنظیم بازار*، تهران، انتشارات فردوسی.
۵. شکوهی، مجید (۱۳۸۱). *حقوق رقابت بازرگانی در اتحادیه اروپا*، چ اول، تهران، نشر میزان.
۶. صادقی‌مقدم، محمدحسن و بهنام غفاری فارسانی (۱۳۹۰). «روح حقوق رقابت»، *مجله حقوقی دادگستری*، ش ۷۳.
۷. عطائی، امید (۱۳۸۹). «مروری بر روند تهیه و تصویب قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل چهل و چهارم قانون اساسی»، چاپ اول، تهران، نشر مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی.
۸. غفاری فارسانی، بهنام (۱۳۹۱). *حقوق رقابت و ضمانت اجرای مدنی آن*، چ اول، تهران، نشر میزان.
۹. وکیلی‌مقدم، محمدحسین (۱۳۸۹). *توافقات ضد رقابت تجاری*، چاپ اول، تهران، انتشارات کتاب همگان.
10. Baches Opi, Sergio (2010). *Merger Control in the United States and European Union: How Should the United States' Experience Influence the Enforcement of the Council Merger Regulation*, Available at: <https://www.copyright.com>.
11. Bellis, Jean-François, Porter Elliott and Johan Van Acker (2012). *The Current State of the EU Merger Control System: Ten Areas Where Improvements Could be Made*, Available at <https://www.vanbaelbellis.com/en/fiches/publications>.
12. Bergman, Mats A., B. Coate Malcolm, Maria Jakobsson and Shawn W. Ulrick (2011). "Merger Control in the European Union and the United States: Just the Facts", *European Competition Journal ECJ*, Vol. 7, No. 1.
13. Bourne, Nicholas (2013). *Bourne on Company Law*, London, Routledge, 6th Ed.
14. Carstensen, Peter C. and Susan Beth Farmer (2008). *Competition Policy and Merger Analysis in Deregulated and Newly Competitive Industries*, Cheltenham, Edward Elgar, 1th Ed.
15. Cassis, Youssef, Francios Crouzet and Terry Gourvish (1995). *Management and Business in Britain and France*, New York, Oxford University Press, 1th Ed.
16. Chalmers, Damian, Gareth Davies and Giorgio Monti (2010). *European*

- Union Law, Cases and Materials*, London, Cambridge University Press, 2th ed.
17. Dabbah, Maher M. (2004). *EC and UK Competition Law, Commentary, Cases and Materials*, Cambridge, Cambridge University Press, 1th Ed.
 18. DePamphilis, Donald M. (2012). *Mergers and Acquisitions and Other Restructuring Activities*, Los Angeles, Elsevier Inc., 6th Ed.
 19. Duso, Tomaso, Klaus Gugler and Burcin B. Yurtoglu (2011). "How Effective is European Merger Control", *European Economic Review*.
 20. Ezrachi, Ariel and Maria Ioannidou (2014). "Buyer Power in European Union Merger Control", *European Competition Journal*, Doi:10.5235/17441056.10.1.69.
 21. Fugina, Kathryn (2006). Merger Control Review in the United States and the European Union: Working Towards Conflict Resolution, *Northwestern Journal of International Law & Business*, No.26; Available at: <https://www.copyright.com>.
 22. Gaughan, Patrick A. (2010). *Mergers, Acquisitions and Corporate Restructurings*, New Jersey, JohnWiley & Sons, Inc., 5th Ed.
 23. Gregoriou, Greg N. and Karyn L. Neuhauser (2007). *Mergers and Acquisitions; Current Issues*, New York, Palgrave Macmillan, 1th Ed.
 24. Kokkoris, Ioannis (2011). *Merger Control in Europe; The Gap in the ECMR and National Merger Legislations*, London, Routledge, 1th Ed.
 25. Kon, Stephen and Amanda Butler (2012). "UK: How to Escape Phase II Investigations in the Context of Mergers", *Journal of European Competition Law & Practice*, Vol. 3, No. 1.
 26. Lecchi, Emanuela and Jason Logendra (2013). *Competition Law and Policy in the UK* (2.1), London, Watson, Farley & Williams LLP; Available at: <Http://www.connection.ebscohost.com>.
 27. Levy, Nicholas (2013). "EU Merger Control and Non-Controlling Minority Shareholdings: The Case Against Change", *European Competition Journal*, Doi:10.5235/17441056.9.3. 721.
 28. Lindsay, Alistair (2010). *European Competition Law Review*; UK Merger Control: Recent Developments, Sweet & Maxwell and its Contributors, E.C.L.R. 31(3).
 29. Malinauskaite, Jurgita (2011). *Merger Control in Post-Communist Countries; EC Merger Regulation in Small Market Economies*, London, Routledge, 1th Ed.
 30. Maydell, Patrick (2012). "European Union Law" Working Papers, No.3, Non-Horizontal Mergers under the EC Merger Regulation, Stanford-Vienna, Transatlantic Technology Law Forum.
 31. McLaughlin, Susan (2013). *Unlocking Company Law*, London, Routledge, 2th Ed.
 32. Mosso, Carles Esteva (2007). "Non-Horizontal Mergers: A European", *Fordham International Law Journal*, Volume 31, Issue 5, Article 12.
 33. Parisi, John J. (2010). "A Simple Guide to the EC Merger Regulation", Available at: <Http://www.antitrustsource.com>.
 34. Petrasincu, Alex (2011). "The Treatment of Vertical and Conglomerate Mergers

- in the European Union; The European Commission's new Guidelines on The Assesment of Non-Horizontal Mergers", Available at: <https://www.law.georgetown.edu/academics/law-journals/gjil/upload/7-PetrasincuFixed.pdf>.
35. Pettet, Ben (2005). *Company Law*, London, Edinburgh Gate, 2th Ed.
36. Ridely, Ann (2011). *Key Facts Company Law*, London, Hodder Education, 4th Ed.
37. Ramos, Álvaro, Tricia Mohan and Francesco Carloni (2011). *Evaluating Vertical Mergers Post Non-Horizontal Guidelines: An Economics-Based Approach?*, Bruges, The Global Competition Law Centre Working Papers Series: GCLC Working Paper 03/09, 1-Ed.
38. Rodger, Barry J. and Angus MacCulloch (2009). *Competition Law and Policy in the EC and UK*, London, Routledge Cavendish, 4th Ed.
39. Slaughter and May (2012). "The EC Merger Regulation; An Overview of the European Merger Control Rules", Available at: <http://www.slaughterandmay.com>.
40. _____ (2009). UK Merger Control Under the Enterprise Act 2002, Available at: <http://www.Slaughterandmay.com/>.
41. Stemshaug, Helge (2012). *EU Merger Control*, University of Oslo; Available at: <http://www.bahr.no>.
42. Tiwari, Neeraj (2011). "Merger Under The Regime of Competition Law: A Comparative Study of Indian Legal Framework With EC and UK", *Bond Law Review*, Vol. 23: Iss. 1, Article 7.
43. Wang, Wei and Matti Rudanko (2012). "EU Merger Remedies and Competition Concerns: An Empirical Assessment", *European Law Journal*, Vol. 18, No. 4.
44. _____ (2010a). *European Commission, EU Competition Law: Rules Applicable to Merger Control*, Luxembourg, Office for Official Publications of the European Union, 1th Ed.
45. _____ (2010b). *Merger Assessment Guidelines; A Joint Publication of the Competition Commission and the Office of Fair Trading*, 1th Ed.
46. www.nicc.gov.ir