

تجارت غیرمنصفانه از طریق قیمت‌گذاری تهاجمی و شیوه مقابله با آن در ایران، سازمان تجارت جهانی و اتحادیه اروپا

امیرحسین خاتمی

لیلا قربانی

داریوش علیمرادیان

DOI: <https://doi.org/10.22096/law.2025.2056069.2279>

[تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۲/۲۶ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۳/۰۴]

چکیده

قیمت‌گذاری تهاجمی یکی از پیچیده‌ترین مصادیق رفتارهای ضدرقابتی است که از دامپینگ و رقابت غیرمنصفانه متمایز بوده و می‌تواند تعادل بازارهای داخلی را مختل کند. رقبا را حذف نماید و منجر به انحصار غیرمنصفانه شود. این پدیده زمانی رخ می‌دهد که یک بنگاه مسلط، کالا یا خدمات را به قیمتی کمتر از هزینه تمام‌شده واقعی و با هدف حذف رقبا و تثبیت موقعیت خود در بازار عرضه می‌کند. در حقوق ایران، علی‌رغم برخی مقررات پراکنده در قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ و قانون امور گمرکی، فقدان تعریف قانونی شفاف، تعارض صلاحیتی نهادهای ناظر، نبود آیین دادرسی تخصصی و عدم کفایت ضمانت اجراها، موجب ناکارآمدی در مقابله با این پدیده شده است. در مقابل، سازمان تجارت جهانی قیمت‌گذاری تهاجمی را عمدتاً در قالب دامپینگ تحلیل کرده و صرفاً حقوق گمرکی جبرانی را به‌عنوان ابزار مقابله ارائه می‌دهد. اتحادیه اروپا با رویکردی جامع، از طریق تعریف دقیق، معیارهای روشن احراز، واگذاری صلاحیت به کمیسیون رقابت و پیش‌بینی ضمانت اجراهای مالی، رفتاری و ساختاری، پیشرفته‌ترین الگوی حقوقی را ارائه کرده است. این مقاله، با روش تطبیقی و باروبکرد تحلیلی و توصیفی، ضمن بررسی مفهوم این پدیده، مقررات ایران را در کنار سازمان تجارت جهانی و اتحادیه اروپا تحلیل کرده و در نهایت، راهکارهایی اصلاحی نظیر تدوین تعریف مستقل، تعیین مرجع صلاحیت‌دار واحد، بازنگری ضمانت‌اجراها و ایجاد بانک اطلاعاتی هزینه‌ای پیشنهاد می‌کند.

واژگان کلیدی: قیمت‌گذاری تهاجمی؛ حقوق رقابت؛ سازمان تجارت جهانی؛ اتحادیه اروپا؛ شورای رقابت؛ دامپینگ؛ حمایت از تولید داخلی.

— دانش آموخته کارشناسی ارشد حقوق تجارت بین الملل، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران. (نویسنده مسئول)

Email: s.amirhossein.khatami@gmail.com

— دانش آموخته کارشناسی ارشد حقوق بین الملل، دپارتمان حقوق، دانشگاه مفید، قم، ایران.

Email: leilaghorbani047@gmail.com

— دانش آموخته کارشناسی ارشد حقوق تجارت بین الملل، دانشکده حقوق، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران شمال، تهران، ایران.

Email: samuelamd1995@gmail.com



۱. مقدمه

در نظام‌های اقتصادی مبتنی بر تجارت آزاد، حفظ تعادل میان آزادی فعالیت‌های اقتصادی و حمایت از رقابت منصفانه، همواره یکی از چالش‌های اساسی سیاست‌گذاران و حقوق‌دانان بوده است. یکی از مصادیق بارز اخلال در این تعادل، قیمت‌گذاری تهاجمی است؛ روشی که طی آن بنگاه‌های خارجی یا چندملیتی، با عرضه کالاها یا خدمات در بازار مقصد، خواه فرای مرزها و خواه در داخل مرز، به قیمتی نازل‌تر از هزینه تمام‌شده، رقبا را به تدریج از بازار خارج نموده و سپس با کسب موقعیت انحصاری، قیمت‌ها را به شدت افزایش می‌دهند. این پدیده، علاوه بر لطمه مستقیم به تولیدکنندگان داخلی، موجب کاهش سرمایه‌گذاری ملی، گسترش وابستگی اقتصادی و در نهایت، آسیب به استقلال تجاری کشورها می‌شود. ایران به‌عنوان کشوری در حال توسعه که هم‌زمان به دنبال تقویت تولید داخلی و توسعه تجارت خارجی است، بیش از پیش، در معرض آثار مخرب قیمت‌گذاری تهاجمی قرار دارد. با این حال، ابزارهای حقوقی ایران برای شناسایی، پیشگیری و مقابله با این پدیده، عموماً در قالب مقررات پراکنده مربوط به حمایت از تولید داخلی و یا قوانین گمرکی و قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ تعریف شده است؛ امری که به دلیل پراکندگی، ابهام در تعاریف، ضعف نهادهای ناظر و فقدان رویه‌های قضایی منسجم، کارآمدی لازم را ندارد. در مقابل، سازمان تجارت جهانی و اتحادیه اروپا به‌عنوان دو مرجع معتبر و پیشرو در تدوین مقررات تجارت بین‌الملل، دارای سازوکارهای دقیق، چندلایه و مبتنی بر اصول شفافیت، قابلیت پیش‌بینی و انصاف هستند. مقایسه تطبیقی میان این نظام‌ها و نظام حقوقی ایران، می‌تواند ضمن شناسایی دقیق خلأها و ضعف‌های نظام داخلی، زمینه‌ساز ارائه راهکارهای علمی و عملی برای اصلاح قوانین گمرکی و تجاری ایران باشد.

اهمیت پرداختن به این موضوع از آنجا ناشی می‌شود که قیمت‌گذاری تهاجمی مستقیماً امنیت اقتصادی و تولید ملی را تحت تأثیر قرار می‌دهد و به‌ویژه در شرایطی که اقتصاد ایران با تحریم‌های گسترده خارجی و ناپایداری‌های داخلی مواجه است، ابعاد این تهدید دوچندان می‌گردد. از سوی دیگر، بررسی تطبیقی این مسئله با مقررات سازمان تجارت جهانی و اتحادیه اروپا می‌تواند بستر لازم برای شناسایی الگوهای موفق جهانی و متناسب‌سازی آن‌ها با نظام حقوقی ایران را فراهم نماید. این پژوهش، علاوه بر آنکه می‌تواند مبنای علمی بازنگری در قوانین ایران قرار گیرد، می‌تواند به شفاف‌سازی مفهوم قیمت‌گذاری تهاجمی و تدوین استانداردهای نظارتی و قضایی در مواجهه با این پدیده کمک نماید. بر این اساس، سؤال

اصلی پژوهش به این صورت قابل طرح است که تا چه اندازه مقررات ایران در زمینه مقابله با قیمت‌گذاری تهاجمی، منطبق بر استانداردهای بین‌المللی سازمان تجارت جهانی و اتحادیه اروپا بوده و چه اصلاحاتی برای تقویت این مقررات ضروری است؟ در پاسخ به این پرسش، باید اذعان داشت که مقررات و قوانین ایران به دلیل پراکندگی، عدم شفافیت مفهومی، ضعف ضمانت اجراهای مؤثر و خلأهای نهادی، کارآمدی لازم برای مقابله با قیمت‌گذاری تهاجمی را ندارد و مطالعه تطبیقی با نظام حقوقی سازمان تجارت جهانی و اتحادیه اروپا می‌تواند مبنای اصلاح و به‌روزرسانی قوانین داخلی، در راستای حمایت مؤثر از تولید ملی و رقابت منصفانه باشد. مضافاً اینکه مفهوم قیمت‌گذاری تهاجمی فاقد پیشینه پژوهشی جامع و مستقل در ادبیات حقوقی ایران است و آنچه تاکنون در منابع موجود ارائه شده، غالباً این مفهوم را با دامپینگ (قیمت‌شکنی) یا سایر اشکال رقابت غیرمنصفانه خلط کرده است. این در حالی است که قیمت‌گذاری تهاجمی، به‌رغم شباهت‌های ظاهری، از حیث عناصر متشکله، هدف‌گذاری و پیامدهای حقوقی و اقتصادی، با دامپینگ تفاوت‌های اساسی دارد. بر این اساس، هدف نخست این پژوهش، ارائه تعریفی دقیق و متمایز از قیمت‌گذاری تهاجمی و تبیین تمایز آن با سایر مفاهیم مشابه است.

این پژوهش سه هدف اصلی را دنبال می‌کند: نخست، تحلیل تطبیقی سازوکارهای حقوقی ایران، سازمان تجارت جهانی و اتحادیه اروپا در مقابله با قیمت‌گذاری تهاجمی؛ دوم، ارائه الگوی پیشنهادی برای اصلاح مقررات گمرکی ایران، در راستای افزایش کارآمدی در حمایت از تولید ملی؛ و سوم، تقویت پیوند میان حقوق گمرکی، حقوق رقابت و حقوق تجارت بین‌الملل در سیاست‌گذاری تجاری ایران. روش پژوهش توصیفی - تحلیلی - تطبیقی است و داده‌ها به‌صورت کتابخانه‌ای و از طریق مطالعه اسناد حقوقی، رویه‌های قضایی و مقررات داخلی و بین‌المللی گردآوری شده است. شیوه تحلیل مبتنی بر مطالعه تطبیقی مقررات ایران با اسناد سازمان تجارت جهانی (به‌ویژه موافقت‌نامه ضد دامپینگ) و مقررات اتحادیه اروپا (ماده ۱۰۲ معاهده عملکرد اتحادیه اروپا و آرای دیوان دادگستری اتحادیه اروپا) خواهد بود.

لذا این پژوهش در دو بخش اصلی تنظیم شده است. در بخش نخست، مفاهیم، مبانی نظری و چهارچوب‌های مفهومی مرتبط با قیمت‌گذاری تهاجمی در حقوق تجارت بین‌الملل و حقوق رقابت تبیین می‌گردد. در بخش دوم، با اتخاذ روش تطبیقی، مقررات مربوط به قیمت‌گذاری تهاجمی در نظام حقوقی ایران، سازمان تجارت جهانی و اتحادیه اروپا به‌صورت

توأمان بررسی و مقایسه می‌شود تا شباهت‌ها، تفاوت‌ها و نقاط ضعف و قوت هر نظام آشکار گردد.

۲. مفهوم و مبانی نظری

پیش از ورود به بررسی تطبیقی، ضروری است که مفهوم‌شناسی دقیق و تبیین مبانی نظری مرتبط با قیمت‌گذاری تهاجمی صورت گیرد. شناخت صحیح این پدیده و تفکیک آن از سایر رویه‌های تجاری، مستلزم تحلیل ریشه‌های اقتصادی، فلسفه حقوق رقابت و جایگاه آن در نظام‌های حقوقی داخلی و بین‌المللی است. این بخش تلاش دارد با ارائه تعریف، تمایزات مفهومی و مبانی حقوقی و اقتصادی، چهارچوب نظری لازم برای بخش تطبیقی را فراهم سازد.

۱-۲. تعریف و ماهیت قیمت‌گذاری تهاجمی

عبارت «قیمت‌گذاری تهاجمی»^۲ در فرهنگ لغت آکسفورد به «تعیین قیمت‌های غیرمنطقی و بسیار پایین، به منظور ضربه زدن به رقبا یا از میدان خارج کردن شرکت‌های رقیب کوچک‌تر»^۳ معنا شده است.^۴ در تعریف این اصطلاح، برخی منابع حقوقی این‌گونه بیان داشتند که استراتژی‌هایی که با تعیین قیمت‌های کمتر از سطح رقابتی به دنبال حذف رقابت هستند، تحت عنوان قیمت‌گذاری تهاجمی شناخته می‌شوند.^۵ این رفتار که در نگاه نخست می‌تواند مصرف‌کننده‌محور و در راستای کاهش قیمت‌ها تفسیر شود، در واقع، واجد هدف طرد رقبا و ایجاد انحصار است؛ به نحوی که بنگاه متخلف، پس از حذف رقبا و در اختیار گرفتن سهم مسلط بازار، به تدریج قیمت را افزایش داده و ضررهای ناشی از مرحله نخست را از طریق سوء استفاده از موقعیت انحصاری جبران می‌نماید.^۶

2. Predatory Pricing.

3. "the setting of uneconomically low prices in order to damage one's competitors or put smaller rival companies out of business."

4. N. Giocoli, *Predatory pricing in antitrust law and economics: A historical perspective* (Abingdon: Routledge, 2014), 14.

5. M. Funk and C. Jaag, "The more economic approach to predatory pricing," *Journal of Competition Law & Economics* 14, no. 2 (2018): 293; R. O'Donoghue and A. J. Padilla, *The law and economics of Article 82 EC*, May 2006.

6. M. L. Ursic and J. G. Helgeson, "Using price as a weapon: An economic and legal analysis of predatory pricing," *Industrial Marketing Management* 23, no. 2 (1994): 125.

تجارت غیرمنصفانه از طریق قیمت‌گذاری تهاجمی و... / خاتمی، قربانی و علیم‌رادیان ۱۳۵

قیمت‌گذاری تهاجمی در زمره رفتارهای ضدرقابتی قرار می‌گیرد که هم در سطح حقوق داخلی رقابت و هم در سطح حقوق تجارت بین‌الملل مورد توجه قرار گرفته است.^۷ در نظام‌های مبتنی بر اقتصاد بازار، رفتارهای این‌چنینی از آن جهت که موجب اختلال در سازوکارهای طبیعی رقابت و تهدید اصل دسترسی برابر به بازار می‌شوند، به‌طور جدی، تحت نظارت و کنترل نهادهای تنظیم‌گر قرار دارند. در نظام‌های حقوقی که سیاست‌های حمایت از تولید داخلی بر سیاست‌های تجارت آزاد اولویت دارد، قیمت‌گذاری تهاجمی علاوه بر نقض رقابت منصفانه، به‌عنوان تهدیدی علیه امنیت اقتصادی ملی نیز شناخته می‌شود.^۸

با این وصف، آنچه قیمت‌گذاری تهاجمی را از سایر شیوه‌های غیرمنصفانه قیمت‌گذاری متمایز می‌سازد، قصد حذف رقبا و انحصارگرایی پسینی است. به عبارت دیگر، نیت استثمار پس از حذف رقبا عنصر کلیدی تمایز این پدیده از تخفیف‌های تجاری متعارف است که به قصد افزایش سهم بازار و رقابت سالم اعطا می‌شود.^۹ بنابراین، عنصر سوء قصد^{۱۰} در تحلیل حقوقی قیمت‌گذاری تهاجمی، نقش محوری ایفا می‌کند.

۲-۲. مبانی نظری مقابله با قیمت‌گذاری تهاجمی

در نظام‌های حقوقی مرتبط با تجارت بین‌الملل و رقابت، مفاهیم قیمت‌گذاری تهاجمی،

7. P. Areeda and D. F. Turner, "Predatory Pricing and Related Practices under Section 2 of the Sherman Act," *Harvard Law Review* 88 (1975): 697.

۸. به‌عنوان مثال، آمریکا برای حفاظت از صنایع داخلی خود، بر کالاهای چینی تعرفه اعمال کرده است و استراتژی قیمت‌گذاری چین را نوعی قیمت‌گذاری تهاجمی می‌داند که امنیت اقتصادی آمریکا را تهدید می‌کند. این رویکرد آمریکا نشان‌دهنده سیاستی حمایت‌گرایانه است که هدف آن محافظت از تولید داخلی از طریق محدود کردن رقابت خارجی است (Hobe, S., and J. Griebel, "New Protectionism—How Binding Are International Economic Legal Obligations during a Global Economic Crisis," *Goettingen Journal of International Law* 2 (2010): 423-435). یا اتحادیه اروپا برای مقابله با آنچه قیمت‌گذاری تهاجمی توسط تولیدکنندگان خارجی تلقی می‌شود، بر کالاهای وارداتی (مانند فولاد و پنل‌های خورشیدی) تعرفه‌های ضددامپینگ اعمال کرده است. این اقدامات با هدف حمایت از صنایع اروپایی در برابر رقابت ناعادلانه انجام شده و در چهارچوب سیاست‌های حمایتی قرار می‌گیرد (A. R. Bonner and R. Krueger, "The Basics of Antitrust Policy: a Review of Ten Nations and the EEC," *The World Bank Industry and Energy Department Working Paper, Industry Series Paper* (1991), 43). هند واردات برخی کالاها مانند اسباب‌بازی‌های چینی را ممنوع کرده یا تعرفه آن‌ها را افزایش داده است تا از تولیدکنندگان داخلی در برابر قیمت‌گذاری تهاجمی حمایت کند. این سیاست بخشی از استراتژی کلان‌حمایت‌گرایی هند است که هدف آن تقویت تولید داخلی و حفاظت از امنیت اقتصادی کشور است.

9. M. Motta, *Competition policy: theory and practice* (Cambridge: Cambridge University Press, 2004), 436.

10. Predatory Intent.

دامپینگ^{۱۱} و رقابت غیرمنصفانه^{۱۲} هرچند دارای اشتراکات مفهومی و کارکردی هستند، اما از منظر مبانی، قلمرو و ضمانت اجراها، تمایزات قابل توجهی میان آن‌ها وجود دارد؛ تمایزاتی که در فرایند شناسایی، تعقیب و برخورد حقوقی با این پدیده‌ها نقش تعیین کننده ایفا می‌کند.^{۱۳}

نخست، از حیث قلمرو اجرایی، قیمت‌گذاری تهاجمی مفهومی است که هم می‌تواند در بازار داخلی و هم در بازار بین‌المللی تحقق یابد، حال آنکه دامپینگ ماهیتاً پدیده‌ای فرامرزی است و زمانی محقق می‌شود که یک بنگاه خارجی، کالای خود را به قیمتی کمتر از قیمت فروش در بازار داخلی خود به کشور مقصد صادر کند.^{۱۴} در مقابل، رقابت غیرمنصفانه مفهومی عام‌تر است که هرگونه رفتار تجاری مغایر با اصول حسن نیت و انصاف را در بر می‌گیرد و لزوماً به بحث قیمت‌گذاری محدود نمی‌شود.^{۱۵}

دوم، از منظر عنصر ذهنی و قصد، در قیمت‌گذاری تهاجمی اثبات قصد حذف رقبا و انحصارگرایی پسینی یک رکن اساسی است.^{۱۶} در دامپینگ، تفاوت قیمت داخلی و صادراتی به‌عنوان یک شاخص عینی کفایت می‌کند^{۱۷} و عنصر ذهنی نقش کم‌رنگ‌تری دارد. در رقابت غیرمنصفانه نیز به‌طور عام، عنصر ذهنی از طریق رفتارهای مغایر با انصاف تجاری استنباط می‌شود و لزوماً به معنای قصد حذف رقبا نیست.^{۱۸}

سوم، از نظر نظام حقوقی حاکم، مقابله با دامپینگ عمدتاً تحت حقوق تجارت بین‌الملل و در چهارچوب موافقت‌نامه ضد دامپینگ سازمان تجارت جهانی تعریف شده است.^{۱۹} در مقابل، قیمت‌گذاری تهاجمی و رقابت غیرمنصفانه بیشتر در حوزه حقوق داخلی رقابت و در

11. Dumping.

12. Unfair Competition.

13. Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), Predatory pricing, 1989, 41.

14. Patrick Conway and Sumana Dhar, "The economic effects of widespread application of anti-dumping duties to import pricing." *Journal of Economic Integration* (1994): 173.

15. C. Wadlow, *The law of passing-off: Unfair competition by misrepresentation* (Mytholmroyd: Sweet & Maxwell, 2011), 6.

16. Richard Whish and David Bailey, *Competition Law*, 10th edition (Oxford: Oxford University Press, 2021), 754.

۱۷. عبدالحسین شیروی، *حقوق تجارت بین‌الملل*، چاپ چهاردهم (تهران: سمت، ۱۴۰۱)، ۱۱۴-۱۱۵.

۱۸. میرقاسم جعفرزاده و مریم شیخی، «رابطه حقوق رقابت و رقابت غیرمنصفانه: از رویکرد یکسان‌انگاری تا رهیافت مکمل و استقلالی»، پژوهشنامه حقوق تطبیقی، ۱، شماره ۲ (۱۳۹۴): ۶۴.

۱۹. عبدالحسین شیروی و مهشید جعفری هرندی، «تجارت غیرمنصفانه از طریق دامپینگ و شیوه مقابله با آن در سازمان تجارت جهانی»، مجله علمی حقوق خصوصی، ۷، شماره ۱۷ (۱۳۸۹): ۳۷.

تجارت غیرمنصفانه از طریق قیمت‌گذاری تهاجمی و... / خاتمی، قربانی و علیمردیان ۱۳۷

پرتو صلاحیت سرزمینی دولت‌ها قرار می‌گیرد؛^{۲۰} اگرچه در نظام حقوقی اتحادیه اروپا و برخی موافقت‌نامه‌های منطقه‌ای، مقابله با قیمت‌گذاری تهاجمی فرامرزی نیز پیش‌بینی شده است.^{۲۱}

چهارم، از حیث ضمانت اجراها، دامپینگ مستلزم وضع تعرفه‌های جبرانی^{۲۲}،^{۲۳} یا سایر تدابیر محدودکننده تجاری است.^{۲۴} حال آنکه در قیمت‌گذاری تهاجمی، ضمانت اجراها می‌تواند شامل جریمه‌های مالی سنگین، محدودیت در ادامه فعالیت اقتصادی و حتی تجزیه بنگاه متخلف باشد. در رقابت غیرمنصفانه نیز ضمانت اجراها متناسب با ماهیت رفتار، از تعلیق تبلیغات گمراه‌کننده گرفته تا الزام به جبران خسارت رقبا را در بر می‌گیرد.

در مجموع، قیمت‌گذاری تهاجمی را می‌توان نقطه تلاقی حقوق رقابت و حقوق تجارت بین‌الملل دانست؛ مفهومی که هرچند با دامپینگ و رقابت غیرمنصفانه اشتراک کارکردی دارد، اما به دلیل تمرکز بر رفتارهای ضدرقابتی درون‌مرزی و فرامرزی با قصد حذف رقبا و ایجاد انحصار، ماهیتی متمایز و دارای پیامدهای چندلایه اقتصادی، حقوقی و سیاسی است.

۲-۳. مبانی اقتصادی و حقوقی مقابله با قیمت‌گذاری تهاجمی

قیمت‌گذاری تهاجمی به‌مثابه یکی از مصادیق بارز رقابت غیرمنصفانه با هدف طرد رقبا، از دیرباز در ادبیات اقتصادی و حقوقی مورد توجه بوده است.^{۲۵} البته قیمت‌گذاری تهاجمی،

20. B. Facey and R. Ware. "Predatory Pricing in Canada, the United States and Europe: Crouching Tiger or Hidden Dragon," *World Competition* 26, no. 4 (2003): 625.

21. European Union. "Regulation (EU) 2016/1036. On Protection against Dumped Imports from Countries not Members of the European Union," *Official Journal of the European Union L 176* (2016): 21-54.

22. Countervailing Duties.

۲۳. زمانی که یک کشور یا بنگاه خارجی کالای خود را با استفاده از یارانه‌های دولتی یا کمک‌های غیرعادلانه (مانند معافیت‌های مالیاتی خاص، وام‌های کم‌بهره یا کمک‌هزینه صادراتی)، با قیمت پایین‌تر از ارزش واقعی به بازار داخلی کشور واردکننده عرضه می‌کند، این اقدام می‌تواند به رقابت سالم آسیب برساند. در چنین شرایطی، دولت واردکننده با وضع تعرفه جبرانی، عملاً مابه‌التفاوت قیمت واقعی و قیمت یارانه‌ای را از واردکننده دریافت می‌کند تا اثر مخرب یارانه از بین برود. این ابزار برخلاف تعرفه‌های عادی، ماهیت حمایتی و جبرانی دارد و هدف آن صرفاً تأمین درآمد نیست، بلکه حفاظت از تولیدکنندگان داخلی در برابر رقابت غیرمنصفانه است. مقررات مربوط به تعرفه‌های جبرانی، به‌طور ویژه، در موافقت‌نامه یارانه‌ها و اقدامات جبرانی (SCM Agreement) سازمان تجارت جهانی تنظیم شده است.

۲۴. سمیه‌سادات میری لواسانی و همکاران، «راهکارهای جبران خسارت تجاری در اسناد و رویه سازمان تجارت جهانی با تأکید بر اقدامات حفاظتی و ضد دامپینگ»، *فصلنامه تحقیقات حقوقی* ۲۵، شماره ۹۸ (۱۴۰۱): ۴۰۶-۴۰۸.

۲۵. محمدرضا حبیبی‌مهر و حمید صمدی‌فرد، «بررسی رقابت غیرمنصفانه در حقوق موضوعه ایران با تطبیق به فقه امامیه و کنوانسیون پاریس»، *پژوهشنامه تطبیقی دادپیشگان* ۱، شماره ۱ (۱۳۹۷): ۱۹-۱.

هرچند یکی از مصادیق رقابت غیرمنصفانه تلقی می‌شود، اما از نظر حقوقی و اقتصادی دارای ویژگی‌های متمایزی است؛ به‌ویژه آنکه برخلاف مفهوم عام رقابت غیرمنصفانه که انواع رفتارهای مغایر با انصاف تجاری را در بر می‌گیرد، قیمت‌گذاری تهاجمی ناظر به استراتژی خاصی برای حذف رقبای از طریق کاهش هدفمند قیمت است.

مبنای اقتصادی مقابله با این پدیده متکی بر اصل کارایی بازار و صیانت از سازوکار رقابت سالم است. چراکه هرگونه دست‌کاری مصنوعی قیمت‌ها که منجر به خروج اجباری رقبای از بازار و ایجاد ساختار بازار انحصاری گردد، در تعارض با منافع مصرف‌کننده، توسعه پایدار بازارها و رشد سرمایه‌گذاری‌های مولد خواهد بود. از این منظر، حفظ توازن میان آزادی‌های تجاری و الزامات رقابت منصفانه، سنگ‌بنای نظریه اقتصادی حاکم بر مقابله با قیمت‌گذاری تهاجمی به شمار می‌رود.^{۲۶}

در مقابل، از منظر حقوقی، مقابله با قیمت‌گذاری تهاجمی واجد مبانی دوگانه حمایتی و تنظیمی است. در بُعد حمایتی، هدف اصلی صیانت از حقوق بنگاه‌های کوچک و متوسط در برابر قدرت اقتصادی بنگاه‌های بزرگ (به‌ویژه بنگاه‌های چندملیتی) است؛ امری که ارتباط وثیقی با تضمین حق دسترسی برابر به بازار و اصل رفتار منصفانه در رقابت دارد. در بُعد تنظیمی، هدف اساسی برقراری نظم حقوقی پایدار در فضای رقابتی و جلوگیری از انحراف ساختاری بازار، از طریق مداخله حداقلی، اما مؤثر و هدفمند نهادهای ناظر است.^{۲۷}

در حقوق تجارت بین‌الملل، مقابله با قیمت‌گذاری تهاجمی عمدتاً ذیل حقوق ضددامپینگ تعریف شده و اصل شفافیت، قابلیت پیش‌بینی و انصاف رویه‌ای بر آن حاکم است، هرچند در ارزیابی و اجرا با یکدیگر تفاوت‌های شکلی دارند.^{۲۸} از سوی دیگر، در نظام‌های حقوق رقابت داخلی (به‌ویژه در اتحادیه اروپا)، مبنای حقوقی مقابله با این پدیده بر اصل منع سوءاستفاده از موقعیت مسلط و حفظ ساختار رقابتی بازار استوار است.^{۲۹} در ایران

۲۶. جلیل قنوتی و مهشید جعفری هرندی، «مبانی ممنوعیت‌ها در حقوق رقابت: قانون سیاست‌های اجرایی اصل ۴۴ ق.ا.ا.»، *مطالعات فقه و حقوق اسلامی* ۱۲، شماره ۲۲ (۱۳۹۹): ۳۴۶-۳۴۷.

27. D. A. Crane, "The paradox of predatory pricing," *Cornell Law Review* 91, no. 1 (2005): 2-4.

28. R. J. Pierce Jr., "Antidumping law as a means of facilitating cartelization," *Antitrust Law Journal* 67 (1999): 725-743.

29. Treaty on the Functioning of the European Union (TFEU). Consolidated Version of the Treaty on the Functioning of the European Union. 2012, Art: 102.

تجارت غیرمنصفانه از طریق قیمت‌گذاری تهاجمی و... / خاتمی، قربانی و علیم‌رادیان ۱۳۹

نیز، هرچند مقررات گمرکی و مقررات پراکنده رقابتی واجد روح حمایتی از تولید داخلی هستند، اما فقدان تعریف جامع و استاندارد از مفهوم قیمت‌گذاری تهاجمی، و عدم هم‌گرایی نهادی میان گمرک، شورای رقابت و سازمان حمایت موجب شده است که این پدیده در هاله‌ای از ابهام مفهومی و تعارض صلاحیتی باقی بماند.

از حیث منطق تقنینی، در برخی سیستم‌های حقوقی (همانند کانادا، هند، استرالیا، اتحادیه اروپا، آمریکا)، مقابله با قیمت‌گذاری تهاجمی نه صرفاً یک تدبیر واکنشی، بلکه بخشی از نظام پیشگیری و تنظیم‌گری فعال محسوب می‌شود، به نحوی که نظارت پیشینی بر ساختار قیمت‌گذاری بنگاه‌های فعال در بازارهای حساس، همراه با تعریف دقیق شاخص‌های رفتاری خطرآفرین، موجب می‌گردد که نهادهای نظارتی، قبل از وقوع کامل رفتارهای تهاجمی، نسبت به مداخله تنظیمی و هشداردهی اقدام نمایند.^{۳۰} این رویکرد تنظیمی پیشگیرانه، در نظام حقوقی ایران جایگاه روشنی ندارد و همین خلأ، زمینه را برای وقوع مستمر رفتارهای تهاجمی از سوی برخی واردکنندگان و بازیگران عمده بازار فراهم ساخته است.

بر این اساس، مبانی اقتصادی و حقوقی مقابله با قیمت‌گذاری تهاجمی، در یک جمع‌بندی کلی، بر چهار اصل زیر استوار است:

۱. صیانت از کارکردهای طبیعی بازار و جلوگیری از انحراف رقابتی؛
۲. حمایت هدفمند از بنگاه‌های کوچک و متوسط در برابر قدرت اقتصادی بنگاه‌های بزرگ؛
۳. حفظ تعادل میان آزادی تجارت و الزامات رقابت منصفانه؛
۴. تضمین شفافیت، قابلیت پیش‌بینی و رفتار منصفانه نهادهای ناظر در فرایندهای نظارتی و رسیدگی قضایی.

در اتحادیه اروپا، مقابله با قیمت‌گذاری تهاجمی براساس ماده ۱۰۲ پیمان عملکرد اتحادیه اروپا (TFEU) صورت می‌گیرد که سوءاستفاده از موقعیت مسلط را ممنوع می‌کند. این ماده به‌طور مشخص رفتارهایی را که ممکن است به تضعیف رقابت منجر شوند، از جمله قیمت‌گذاری تهاجمی، مورد توجه قرار می‌دهد.

30. Steven Cernak, "Predatory Pricing: Rarely, But Not Never, Successful under US Antitrust Laws," Bona Law PC, accessed February 11, 2025. <https://www.theantitrustattorney.com/predatory-pricing-rarely-but-not-never-successful-under-us-antitrust-laws/>

۴-۲. جایگاه قیمت‌گذاری تهاجمی در حقوق رقابت و حقوق تجارت بین‌الملل

حقوق رقابت و حقوق تجارت بین‌الملل، هر دو در مواجهه با قیمت‌گذاری تهاجمی دارای مواضع نسبتاً هم‌پوشان اما با رویکردهای ماهوی متفاوت هستند، به‌گونه‌ای که حقوق رقابت این پدیده را به‌عنوان رفتاری ضد رقابتی با اثرات درون‌سرزمینی تلقی می‌کند، درحالی‌که حقوق تجارت بین‌الملل آن را رویه‌ای مخرب با اثرات فرامرزی می‌شناسد که می‌تواند موجب اختلال در تعادل تجاری میان کشورها گردد.^{۳۱}

در حقوق رقابت، قیمت‌گذاری تهاجمی یکی از مصادیق بارز سوء استفاده از موقعیت مسلط^{۳۲} است.^{۳۳} در این چهارچوب، رفتار بنگاهی که در بازار مربوطه سهم مسلط دارد و با کاهش مصنوعی قیمت‌ها به دنبال طرد رقیب و ایجاد انحصار است، مشمول ممنوعیت‌های رقابتی می‌گردد.^{۳۴} در مقابل، در حقوق تجارت بین‌الملل، مواجهه با قیمت‌گذاری تهاجمی عمدتاً ذیل مقررات ضد دامپینگ^{۳۵} تعریف شده است.^{۳۶} هرچند دامپینگ از حیث مفهومی با قیمت‌گذاری تهاجمی متفاوت است، اما از حیث آثار اقتصادی و تجاری، این دو پدیده هم‌پوشانی بالایی دارند. به همین دلیل، موافقت‌نامه ضد دامپینگ سازمان تجارت جهانی به کشورها اجازه می‌دهد، در صورت ورود کالا به قیمتی کمتر از ارزش عادی و اثبات ایجاد خسارت به صنعت داخلی، نسبت به وضع حقوق گمرکی جبرانی اقدام نمایند.

باین‌حال، تفاوت بنیادین میان حقوق رقابت و حقوق تجارت بین‌الملل در این حوزه، به اهداف و فلسفه حاکم بر هر یک بازمی‌گردد. حقوق رقابت ناظر بر صیانت از سازوکارهای رقابت درون بازار داخلی است و حمایت از رقابت به‌عنوان ارزش ذاتی مورد توجه قرار

31. G. Gürkaynak, C. Yıldız, and S. Kinalp, "The Relationship between Trade Policy and Competition Policy: The Interface Between Predatory Pricing and Anti-Dumping Regulations," *Gönenç GÜRKAYNAK* (2018): 181.

32. Abuse of Dominant Position.

۳۳. امیرعباس علا‌الدینی و ایمان پوراسلامی، «مقایسه تطبیقی منع سوء استفاده از موقعیت مسلط در قانون رقابت ایران و کمیسیون اروپا: رویکردی انتقادی و پیشنهاد اصلاحی»، *فصلنامه علمی پژوهش‌های اقتصاد صنعتی* ۵، شماره ۱۶ (۱۴۰۰): ۵۹.

۳۴. مینا حسینی، «اخلاق و حقوق رقابت در صنعت داروسازی»، *اخلاق و تاریخ پزشکی ایران* ۹، شماره ۱ (۱۳۹۵): ۱.

35. Anti-Dumping Rules.

۳۶. رضا معبودی، سروش فلاحتی، و سلما کبیر، «تأملی بر کاستی‌های مقررات ایران در خصوص احراز قیمت‌شکنی (دامپینگ) در مقایسه با موافقت‌نامه ضد دامپینگ سازمان تجارت جهانی»، *پژوهشنامه بازرگانی* ۲۲۲، شماره ۸۵ (۱۳۹۶): ۱۹۵.

تجارت غیرمنصفانه از طریق قیمت‌گذاری تهاجمی و... / خاتمی، قربانی و علمیرادیان ۱۴۱

می‌گیرد،^{۳۷} درحالی‌که حقوق تجارت بین‌الملل عمدتاً با هدف برقراری تعادل در روابط تجاری میان کشورها و جلوگیری از مزیت‌های رقابتی ناعادلانه تدوین شده است.^{۳۸} به بیان دقیق‌تر، در حقوق رقابت، تمرکز بر رفتار بنگاه و ساختار بازار است،^{۳۹} اما در حقوق تجارت بین‌الملل، توجه اصلی معطوف به روابط میان دولت‌ها و یا دولت‌ها و شرکت‌های تجاری و حقوق دولت‌های متضرر است.

در نتیجه، باید اذعان داشت که جایگاه قیمت‌گذاری تهاجمی در حقوق رقابت، مبتنی بر صیانت از رقابت سالم و در حقوق تجارت بین‌الملل، مبتنی بر توازن عادلانه در تجارت جهانی است. عدم تفکیک دقیق این دو سطح و فقدان هم‌گرایی میان سیاست‌های تجاری و رقابتی در ایران، کارآمدی مقررات داخلی در مواجهه با این پدیده را به شدت کاهش داده است؛ امری که در بخش‌های آتی مقاله، به صورت تطبیقی تحلیل خواهد شد.

۳. مقابله با قیمت‌گذاری تهاجمی در ایران، سازمان تجارت جهانی و اتحادیه اروپا

تحلیل تطبیقی مقررات ایران، سازمان تجارت جهانی و اتحادیه اروپا در مواجهه با قیمت‌گذاری تهاجمی، امکان شناسایی نقاط قوت و ضعف هر نظام حقوقی را فراهم می‌سازد. این مقایسه نشان می‌دهد که چگونه رویکردهای متفاوت تقنینی و اجرایی، بر کارآمدی سیاست‌های مقابله‌ای تأثیر می‌گذارند. در این بخش، با بررسی تعاریف، معیارهای احراز، سازوکارهای حقوقی و ضمانت اجراها، تلاش می‌شود الگوی بهینه‌ای برای اصلاح نظام حقوقی ایران، در نتیجه پیشنهاد شود.

۳-۱. معیارهای احراز قیمت‌گذاری تهاجمی در ایران، سازمان تجارت جهانی و اتحادیه اروپا

احراز قیمت‌گذاری تهاجمی، چه در سطح حقوق داخلی رقابت و چه در سطح حقوق تجارت بین‌الملل، وابسته به وجود معیارهای روشن، عینی و عملیاتی است که بتواند به مقام ناظر یا رسیدگی‌کننده کمک کند تا ماهیت رقابتی یا ضدرقابتی رفتار بنگاه را تشخیص دهد. در این زمینه، ایران، سازمان تجارت جهانی و اتحادیه اروپا، هر یک رویکردهای متفاوتی را اتخاذ

۳۷. امیرعباس علاالدینی و مهرزاد شیری، «قواعد حقوق رقابت در ایران و تحولات آن در پرتو سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی»، *فصلنامه قضاوت* ۱۶، شماره ۸۷ (۱۳۹۵): ۱۲۰.

۳۸. محمدحسین وکیلی مقدم، «حقوق رقابت بین‌الملل»، *مطالعات حقوق خصوصی* ۴۷، شماره ۴ (۱۳۹۶): ۷۶۴-۷۶۵.

۳۹. محمدحسین وکیلی مقدم، «مطالعه تطبیقی معیارهای ارزیابی رفتار ضدرقابتی با تأکید بر حقوق ایران»، *مجله علمی حقوق خصوصی* ۱۶، شماره ۲ (۱۳۹۸): ۳۲۳.

کرده‌اند که ناشی از تفاوت‌های فلسفی، نهادی و تقنینی در نظام‌های حقوقی آن‌هاست.

در ایران، همان‌طور که پیش‌تر اشاره شد، تعریف قانونی مستقلی از قیمت‌گذاری تهاجمی وجود ندارد و به تبع آن، معیارهای احراز این پدیده نیز به صورت مدون و استاندارد ارائه نشده است و آنچه بیان شده مبهم می‌باشد.^{۴۰} با این حال، ماده ۴۵ قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ و برخی مقررات گمرکی، به‌طور ضمنی، به مفهوم عرضه زیر قیمت واقعی یا عرضه به قیمت زیان‌ده اشاره کرده‌اند؛ هرچند این مقررات، برخلاف تعریف ارائه‌شده در این مقاله، فاقد تصریح نسبت به عنصر قصد طرد رقبا یا انحصارگرایی هستند و صرفاً یکی از ارکان قیمت‌گذاری تهاجمی را پوشش می‌دهند. به‌طور کلی، در بررسی این ماده، دو معیار کلی قابل استخراج است: نخست، فروش به قیمتی کمتر از هزینه تمام‌شده واقعی و دوم، احراز قصد اخلال در رقابت یا حذف رقبا.^{۴۱} نکته قابل توجه آن است که این معیارها، در عمل، فاقد شاخص‌های دقیق محاسباتی هستند و حتی در مواردی، تمایز روشنی میان تخفیف تجاری مجاز و قیمت‌گذاری تهاجمی ممنوع ارائه نشده است. همچنین، در فرایند رسیدگی، بار اثبات قصد سوء عملاً بر دوش شاکی خصوصی (رقبای متضرر) قرار می‌گیرد که با توجه به ضعف نهادهای تخصصی و عدم دسترسی به اطلاعات دقیق هزینه‌ای بنگاه متخلف، شناسایی واقعی این قصد دشوار است. همچنین در نظام حقوقی ایران، با وجود آنکه قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ و قانون امور گمرکی و قوانین مربوط به رقابت، به‌صورت پراکنده به بحث حمایت از رقابت و مقابله با واردات آسیب‌زا اشاره کرده‌اند، اما نبود تعریف روشن از قیمت‌گذاری تهاجمی و عدم تعیین صلاحیت دقیق میان نهادهای نظارتی، موجب شده است که این پدیده در نقطه تلاقی نامشخص میان حقوق رقابت، حقوق گمرکی و حقوق تجارت خارجی قرار گیرد و شورای رقابت را در اجرای وظایف اصلی‌اش دچار مشکل می‌کند.^{۴۲} با وجود این، بررسی یکی از معدود مصادیق بررسی‌شده توسط شورای رقابت در این زمینه، یعنی تصمیم شماره ۳۰۶ این شورا در خصوص سامانه‌های درخواست اینترنتی خودرو، می‌تواند بخشی از تلقی نهاد ناظر نسبت به معیارهای احراز قیمت‌گذاری تهاجمی را روشن سازد. تصمیم شماره ۳۰۶ شورای رقابت در خصوص ادعای قیمت‌گذاری تهاجمی توسط

۴۰. معبودی، فلاحی، و کبیر، «تأملی بر کاستی‌های مقررات ایران»، ۲۰۴.

۴۱. بند د ماده ۴۵ قانون سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی با عنون قیمت‌گذاری تهاجمی بیان داشته است که: ۱- عرضه کالا یا خدمت به قیمتی پایین‌تر از هزینه تمام‌شده آن به نحوی که لطمه جدی به دیگران وارد کند یا مانع ورود اشخاص جدید به بازار شود. ۲- ارائه هدیه، جایزه، تخفیف یا امثال آن که موجب وارد شدن لطمه جدی به دیگران شود. ۴۲. محسن صادقی و صادق شمشیری، «نقد قانون سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی ایران (قانون خصوصی‌سازی) از منظر رابطه مالکیت فکری و حقوق رقابت»، پژوهش حقوق عمومی ۱۳، شماره ۳۳ (۱۳۸۹): ۱۴۰.

تجارت غیرمنصفانه از طریق قیمت‌گذاری تهاجمی و... / خاتمی، قربانی و علیم‌رادیان ۱۴۳

سامانه‌های درخواست اینترنتی خودرو، از معدود نمونه‌های رسمی بررسی این مفهوم در نظام حقوقی ایران به شمار می‌رود. شورای رقابت در این رأی، با تفسیر مضیق از مؤلفه‌های قیمت‌گذاری تهاجمی، از جمله فقدان فروش زیر هزینه تمام‌شده و نبود موانع ورود برای رقبا، رفتار بنگاه‌های مورد شکایت را فاقد وصف ضدرقابتی تشخیص داد. تحلیل استدلال‌های شورا نشان می‌دهد که تخفیف‌ها و یارانه‌های اعطایی، ناشی از صرفه‌های به مقیاس، کاهش هزینه‌های ساختاری و الزامات مدل اقتصادی شبکه‌ای تفسیر شده‌اند؛ رویکردی که بیش از آنکه مبتنی بر معیارهای ذهنی یا شکلی باشد، بر ویژگی‌های عملکردی بازار و ساختار هزینه‌ای تمرکز دارد.^{۴۳} این تصمیم، به‌ویژه از حیث تلقی نهاد داخلی از مفهوم قیمت‌گذاری تهاجمی، واجد ارزش تحلیلی در تکمیل ارزیابی تطبیقی حاضر خواهد بود.

در مقابل، سازمان تجارت جهانی با رویکردی صرفاً اقتصادی و مبتنی بر توازن قیمت‌ها، معیار احراز رفتار ضدرقابتی را بر تفاوت میان قیمت صادراتی و قیمت داخلی متمرکز کرده است.^{۴۴} براساس ماده ۲ موافقت‌نامه ضد دامپینگ، اگر قیمت صادراتی کالایی کمتر از ارزش عادی^{۴۵} آن باشد، دامپینگ محقق شده است و نیازی به اثبات قصد سوء یا نیت حذف رقبا نیست.^{۴۶} در واقع، سازمان تجارت جهانی بنابه اقتضائات تجارت بین‌الملل، رویکرد قصدگرایانه را کنار گذاشته و به تفاوت قیمت به‌عنوان یک شاخص عینی و کمی بسنده کرده است. به عبارتی دیگر، دوگانگی در قیمت، خود به قرین وجود قصد، رفتار ضدرقابتی است. هرچند این سادگی در احراز، روند رسیدگی را تسریع می‌کند، اما ممکن است منجر به جرمه رفتارهایی شود که ماهیتاً رقابتی هستند و قصد ضدرقابتی ندارند. به‌همین دلیل، برخی منتقدان معتقدند که معیارهای سازمان تجارت جهانی بیش از آنکه مدافع رقابت باشد، مدافع صنایع داخلی کشورهای واردکننده است.^{۴۷}

۴۳. محمدحسین زارعی، سید علیرضا شکوهیان، و حامد ادرسیان، «شورای رقابت و کسب‌وکارهای اینترنتی (تحلیل تصمیم جلسه ۳۰۶ شورای رقابت در خصوص بررسی ادعای قیمت‌گذاری تهاجمی سامانه‌های درخواست اینترنتی خودرو)»، پژوهشنامه بازرگانی، سال ۲۴، شماره ۹۵ (۱۳۹۹): ۴۰-۱۹.

44. World Trade Organization, "Technical Information on anti-dumping," accessed March 1, 2025. https://www.wto.org/english/tratop_e/adp_e/adp_info_e.htm

45. Normal Value.

46. Peter Van den Bossche and Werner Zdouc, *The Law and Policy of the World Trade Organization: Text, Cases and Materials*, 5th edition (Cambridge: Cambridge University Press, 2021), 537.

47. Mitsuo Matsushita et al., *The World Trade Organization: Law, Practice, and Policy*. 3rd edition (Oxford: Oxford University Press, 2015), 295.

در این میان، اتحادیه اروپا تلفیقی از دو رویکرد فوق و یا به بیانی بهتر، رویکردی نزدیک به سازمان تجارت جهانی را اتخاذ کرده است. در رویه قضایی دیوان دادگستری اتحادیه اروپا (CJEU)، از جمله در رأی مشهور^{۴۸} *AKZO Nobel v Commission*، احراز قیمت‌گذاری تهاجمی منوط به احراز دو معیار اصلی است؛ نخست، قیمت‌گذاری زیر سطح میانگین هزینه متغیر (AVC) و دوم، احراز قصد طرد رقبا و تثبیت انحصار.^{۴۹} این رویکرد ترکیبی از معیارهای اقتصادی عینی و بررسی عنصر قصد است که به مقام ناظر امکان می‌دهد رفتارهای رقابتی سالم را از رفتارهای ضد رقابتی زیان‌بار تفکیک نماید. افزون‌براین، در اتحادیه اروپا، بار اثبات قصد سوء صرفاً بر عهده شاکی خصوصی نیست و کمیسیون رقابت می‌تواند با استناد به الگوهای رفتاری و تحلیل ساختار بازار، قصد سوء را استنباط کند.^{۵۰}

بررسی تطبیقی حاضر نشان می‌دهد که اگرچه نظام حقوقی ایران فاقد معیارهای مدون و استاندارد در زمینه احراز قیمت‌گذاری تهاجمی است و همچنان با ابهام مفهومی و تعارض صلاحیتی میان نهادهای ناظر مواجه می‌باشد، اما بررسی نمونه‌هایی نظیر تصمیم شماره ۳۰۶ شورای رقابت نشان می‌دهد که تلاش‌هایی پراکنده در جهت تبیین عناصر رفتاری این پدیده آغاز شده است؛ هرچند این موارد هنوز از انسجام تقنینی و قابلیت تعمیم کافی برخوردار نیستند؛ درحالی‌که در سازمان تجارت جهانی، هرچند معیار احراز ساده‌تر و عملیاتی‌تر است، اما عدم توجه به عنصر قصد می‌تواند منجر به خطای نوع اول (محکومیت رفتارهای رقابتی سالم) شود. در مقابل، اتحادیه اروپا با بهره‌گیری از معیارهای دوگانه عینی و ذهنی، سازوکاری متعادل‌تر و نزدیک‌تر به اصول حقوق رقابت ارائه کرده است که می‌تواند به‌عنوان الگوی اصلاحی برای ایران مورد توجه قرار گیرد.

۲-۳. سازوکارهای حقوقی مقابله با قیمت‌گذاری تهاجمی در ایران، سازمان تجارت جهانی و اتحادیه اروپا

بررسی تطبیقی سازوکارهای حقوقی مواجهه با قیمت‌گذاری تهاجمی در سه نظام حقوقی ایران، سازمان تجارت جهانی و اتحادیه اروپا نشان می‌دهد که موفقیت یا ناکامی هر نظام در کنترل مؤثر این پدیده، بستگی مستقیم به انسجام نهادی، شفافیت فرایندی و کارآمدی

48. Case C-62/86, *AKZO Nobel v Commission*, [1991] ECR I-3359.

49. Alison Jones and Brenda Sufryn. *EU Competition Law: Text, Cases, and Materials*, 7th edition (Oxford: Oxford University Press, 2019), 467.

50. Whish and Bailey, *Competition Law*, 754.

تجارت غیرمنصفانه از طریق قیمت‌گذاری تهاجمی و... / خاتمی، قربانی و علیمرادیان ۱۴۵

ضمانت اجراهای قانونی دارد. در این میان، ایران همچنان درگیر چندپارگی نهادی و تعارض صلاحیت‌ها است، درحالی‌که سازمان تجارت جهانی بر سازوکارهای بین‌الدولی و حل‌وفصل اختلافات تجاری تمرکز دارد و اتحادیه اروپا از ترکیب مقررات ضدرقابته داخلی با تدابیر تجاری خارجی بهره می‌گیرد.

در ایران، به دلیل عدم تعریف مستقل، هیچ سازوکار جامع و یکپارچه‌ای برای شناسایی، رسیدگی و مقابله با قیمت‌گذاری تهاجمی وجود ندارد. به موجب بند ۱ ماده ۵۸ و ماده ۶۲ قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴، صلاحیت رسیدگی به رفتارهای ضدرقابته با شورای رقابت است؛ درحالی‌که ماده ۲ قانون امور گمرکی مصوب ۱۳۹۰، سازمان گمرک را مسئول حمایت از تولیدکنندگان داخلی در برابر واردات آسیب‌زا می‌داند. در همین حال، بند چهارم ماده هفت اساسنامه سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان، سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان را مسئول نظارت بر قیمت کالاهای وارداتی می‌داند. این تعارض صلاحیتی و پراکنده‌کاری نهادی موجب شده تا پرونده‌های مرتبط با قیمت‌گذاری تهاجمی، در عمل، بدون رسیدگی تخصصی باقی بمانند یا در فرایندی زمان‌بر، فاقد کارآمدی و بعضاً غیرقابل پیش‌بینی رسیدگی شوند. در کنار این ضعف ساختاری، عدم وجود دادرسی تخصصی که به صورت واحد و هماهنگ میان نهادهای ذی‌ربط (از جمله شورای رقابت، گمرک و سازمان حمایت) قابل اجرا باشد، برای پرونده‌های قیمت‌گذاری تهاجمی و ابهام در معیارهای تشخیص، موجب شده است که نهادهای ذی‌ربط حتی در صورت مواجهه با این پدیده، توان تشخیص و تفکیک رفتارهای رقابتهی سالم از اقدامات ضدرقابتهی هدفمند را نداشته باشند.

در مقابل، سازمان تجارت جهانی با تکیه بر موافقت‌نامه ضددامپینگ، یک سازوکار دومرحله‌ای را پیش‌بینی کرده است. در مرحله اول، کشور واردکننده موظف است براساس تحقیقات دقیق و مستند، وجود دامپینگ و ورود خسارت به صنعت داخلی را اثبات کند. پس از اثبات، می‌تواند حقوق گمرکی جبرانی^{۵۱} وضع کند. در مرحله دوم، در صورت اعتراض کشور صادرکننده یا ذی‌نفعان، اختلاف به نهاد حل‌وفصل اختلافات سازمان تجارت جهانی (DSB) ارجاع می‌شود.^{۵۲} مزیت این سازوکار، دومرحله‌ای بودن و نظارت عالی‌نهاده حل‌وفصل اختلافات سازمان تجارت جهانی است که مانع از اقدامات خودسرانه یا حمایتی

51. Countervailing Duties.

52. Van den Bossche and Zdouc, *The Law and Policy*, 540.

افراطی کشورها می‌شود؛ هرچند فرایند طولانی و پرهزینه نهاد حل و فصل اختلافات سازمان تجارت جهانی، از جمله انتقادات وارده به این مدل است.^{۵۳}

در اتحادیه اروپا، سازوکار مقابله با قیمت‌گذاری تهاجمی در دو سطح تنظیم شده است. در سطح داخلی، کمیسیون رقابت براساس اختیارات مندرج در ماده ۱۰۲ معاهده عملکرد اتحادیه اروپا، به محض احراز سوءاستفاده از موقعیت مسلط از طریق قیمت‌گذاری تهاجمی، می‌تواند نسبت به اعمال جریمه مالی سنگین، صدور دستورات اصلاحی و حتی تجزیه بنگاه متخلف اقدام کند.^{۵۴} فرایند رسیدگی نیز دارای آیین‌نامه تفصیلی با رعایت اصول دادرسی منصفانه و حق دفاع است. در سطح خارجی، اتحادیه اروپا به موجب مقررات می‌تواند در مواجهه با واردات خارجی آسیب‌زا، تدابیر جبرانی وضع نماید. برتری مدل اتحادیه اروپا، در هماهنگی میان حقوق رقابت داخلی و سیاست‌های تجاری خارجی است که امکان واکنش سریع، هدفمند و چندلایه را فراهم می‌کند.^{۵۶}

بنابراین می‌توان گفت ایران نیازمند طراحی سازوکار یکپارچه با تعیین صلاحیت مرجع تخصصی (ترجیحاً شورای رقابت) است که فرایند رسیدگی را براساس آیین دادرسی اختصاصی و با معیارهای روشن و استاندارد پیش ببرد. این سازوکار باید از یک سو دارای قدرت بازدارندگی کافی باشد و از سوی دیگر، ضمن رعایت حقوق دفاعی بنگاه‌ها، به دنبال ترمیم ساختار آسیب‌دیده بازار نیز باشد. الگوبرداری از رویکرد ترکیبی اتحادیه اروپا، همراه با توجه به ضوابط شفافیت و قابلیت پیش‌بینی سازمان تجارت جهانی، می‌تواند مدل مناسبی برای اصلاح نظام ایران باشد. لذا از نظر نگارندگان، و با توجه به آنچه از مدل‌های اتحادیه اروپا و سازمان تجارت جهانی استنباط گردید، الگوبرداری از این نظام‌ها در حقوق ایران، مستلزم تطبیق با ساختار نهادی و اقتضائات اجرایی کشور است. به‌عنوان نمونه، به جای ایجاد نهاد جدید، می‌توان با تقویت جایگاه شورای رقابت و تدوین آیین‌نامه‌ای مشترک میان این شورا، گمرک جمهوری اسلامی ایران و وزارت صنعت، معدن و تجارت، نسبت به تعیین صلاحیت تخصصی و روشن برای مواجهه با قیمت‌گذاری تهاجمی اقدام نمود. افزون‌براین، بهره‌گیری از ظرفیت‌های اطلاعاتی موجود، نظیر سامانه جامع تجارت و داده‌های گمرکی و

53. Matsushita et al., *The World Trade Organization*, 298.

54. Jones and Sufrin, *EU Competition Law*, 472.

55. EU, "Regulation 2016/1036."

56. Paul Craig and Gráinne De Búrca, *EU Law: Text, Cases, and Materials*, 7th edition (Oxford: Oxford University Press, 2020), 1050.

تجارت غیرمنصفانه از طریق قیمت‌گذاری تهاجمی و... / خاتمی، قربانی و علیم‌رادیان ۱۴۷

مالی، امکان طراحی بانک اطلاعاتی هزینه‌ای را بدون نیاز به ایجاد ساختارهای موازی فراهم می‌سازد. چنین رویکردی، ضمن حفظ انسجام نهادی و صرفه‌جویی در منابع، زمینه لازم را برای مداخله هدفمند و متناسب با شرایط اقتصادی ایران، در مقابله با رفتارهای ضدرقابتی فراهم خواهد آورد.

۳-۳. ضمانت اجراها و اقدامات اصلاحی در ایران، سازمان تجارت جهانی و اتحادیه اروپا

ضمانت اجراهای حقوقی و اقتصادی در مواجهه با قیمت‌گذاری تهاجمی، نه تنها نقش بازدارنده ایفا می‌کنند، بلکه شاخصی از کارآمدی و انسجام نظام حقوقی در صیانت از رقابت منصفانه و تولید ملی به شمار می‌آیند. مقایسه تطبیقی میان ایران، سازمان تجارت جهانی و اتحادیه اروپا نشان می‌دهد که هرچند همه این نظام‌ها به نوعی با رفتارهای آسیب‌زننده به رقابت مواجه شده‌اند، اما شدت، تنوع و اثرگذاری ضمانت اجراها در آن‌ها بسیار متفاوت است.

در ایران، ضمانت اجراهای مربوط به قیمت‌گذاری تهاجمی، به دلیل نبود تعریف مستقل و چهارچوب قانونی منسجم، عمدتاً توأم با ابهام و پراکندگی است. براساس بند ۱۲ ماده ۶۱ قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴، در صورت احراز رویه ضدرقابتی، شورای رقابت می‌تواند نسبت به وضع جریمه نقدی از ده میلیون ریال تا یک میلیارد ریال و الزام به توقف رفتار ضدرقابتی اقدام نماید.^{۵۷} همچنین، قانون امور گمرکی نیز به‌طور کلی، به دولت اجازه داده است که در صورت ورود کالاهای آسیب‌زا به تولید داخلی، تعرفه‌های حمایتی یا محدودیت‌های وارداتی اعمال نماید. با این حال، در عمل، تشخیص مصداق قیمت‌گذاری تهاجمی در مرحله ورود، به دلیل نبود اطلاعات دقیق از هزینه تمام‌شده کالا در کشور مبدأ و غیبت معیارهای روشن در زمان ترخیص، با دشواری‌های جدی مواجه است و قابلیت اجرایی این ضمانت اجرا را تضعیف می‌کند. سایر ضمانت اجراهای موجود نیز به‌صورت پراکنده، ذیل مفهوم عام رقابت نامشروع در قوانین مختلف همچون قانون مجازات‌های اسلامی، قانون تجارت الکترونیک، قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و قانون ثبت اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری هستند،^{۵۸} که نه تنها مجازات مشخصی برای مفهوم قیمت‌گذاری تهاجمی پیش‌بینی نشده است، بلکه همان مواردی که ذیل رقابت نامشروع

۵۷. عاصف حمدالهی، حقوق رقابت نامشروع، چاپ اول (تهران: دانشگاه امام صادق، ۱۳۹۶)، ۲۵۵.

۵۸. حمدالهی، حقوق رقابت نامشروع، ۲۵۰.

منعکس شده فاقد جنبه‌های بازدارنده رقابتی بوده و هیچ‌گونه ترمیم ساختار بازار را دنبال نمی‌کنند. این ضمانت اجراها چند اشکال اساسی دارند: الف) پراکنده بودن در چند قانون و ناهماهنگی در اجرا؛ ب) نبود رویکرد اصلاحی و صرفاً تمرکز بر جریمه مالی؛ ج) فقدان ابزارهای ساختاری نظیر تجزیه بنگاه یا اصلاح رویه بازار؛ د) نبود سازوکار شفاف برای محاسبه خسارت وارده به رقبا یا مصرف‌کنندگان.

در نقطه مقابل، سازمان تجارت جهانی ضمانت اجرای قیمت‌گذاری تهاجمی را در چهارچوب اقدامات ضد دامپینگ تعریف کرده است. مطابق ماده ۹ موافقت‌نامه ضد دامپینگ (ADA)، چنانچه پس از تحقیقات رسمی، دامپینگ محرز شود، دولت واردکننده می‌تواند حقوق گمرکی جبرانی وضع کند. هدف این حقوق خنثی‌سازی اثر رقابتی ناشی از دامپینگ است و معمولاً معادل مابه‌التفاوت قیمت صادراتی و ارزش عادی تعیین می‌شود.^{۵۹} هرچند این ضمانت اجرا دارای اثر بازدارنده کوتاه‌مدت است، اما دو اشکال ساختاری دارد: الف) برطرف نکردن ساختار معیوب بازار و تمرکز صرف بر قیمت‌گذاری؛ ب) عدم توجه به جبران خسارت مستقیم تولیدکنندگان یا مصرف‌کنندگان.^{۶۰}

در اتحادیه اروپا، ضمانت اجرای قیمت‌گذاری تهاجمی دارای تنوع و شدت بیشتری است. براساس ماده ۱۰۲ معاهده عملکرد اتحادیه اروپا و رویه‌های کمیسیون رقابت، پس از احراز سوء استفاده از موقعیت مسلط از طریق قیمت‌گذاری تهاجمی، بنگاه متخلف ممکن است به:

۱. پرداخت جریمه‌های سنگین تا ۱۰ درصد از گردش مالی سالانه؛

۲. الزام به تغییر الگوی قیمت‌گذاری و توقف رویه غیرقانونی؛

۳. ارائه تضمین‌های رفتاری؛^{۶۱}

۴. در موارد شدید، تجزیه ساختاری بنگاه^{۶۲} محکوم شود.^{۶۳}

علاوه بر این، در بُعد خارجی، مقررات ضد دامپینگ اتحادیه اروپا به کمیسیون اجازه

59. Van den Bossche and Werner Zdouc, *The Law and Policy*, 545.

۶۰. میری لواسانی و همکاران، «راهکارهای جبران خسارت تجاری در اسناد»، ۴۰۶.

61. Behavioral Remedies.

62. Structural Remedies.

63. Jones and Sufrin, *EU Competition Law*, 478.

تجارت غیرمنصفانه از طریق قیمت‌گذاری تهاجمی و... / خاتمی، قربانی و علیمرادیان ۱۴۹

می‌دهد تا در برابر واردات خارجی با قیمت‌های مخرب، تعرفه‌های ضد دامپینگ وضع کند.^{۶۴} این ترکیب از ضمانت اجراهای تنبیهی، اصلاحی و ساختاری موجب شده که نظام حقوق رقابت اتحادیه اروپا، کارآمدترین الگو در کنترل قیمت‌گذاری تهاجمی محسوب شود.^{۶۵}

به نظر می‌رسد طراحی نظام ضمانت اجرایی مؤثر در ایران، مستلزم اتخاذ رویکردی جامع به تجارب اتحادیه اروپا و مبتنی بر ظرفیت‌های موجود در کشور است. با این رویکرد، به‌جای تمرکز صرف بر جریمه‌های مالی با اثرگذاری محدود، می‌توان مجموعه‌ای از تدابیر اصلاحی، بازدارنده و ساختاری را متناسب با ویژگی‌های بازار داخلی و اختیارات قانونی نهادهای ذی‌ربط پیش‌بینی نمود. از جمله این تدابیر می‌توان به تعلیق موقت یا دائم مجوز واردات بنگاه‌های متخلف، الزام به تغییر رویه قیمت‌گذاری در چهارچوب دستورات شورای رقابت، و پیش‌بینی رویه‌هایی برای جبران خسارت رقبا یا مصرف‌کنندگان از طریق بازپرداخت مابه‌التفاوت اشاره کرد. همچنین پیش‌بینی انتشار عمومی اطلاعات متخلفان در سامانه‌های رسمی نیز می‌تواند به‌عنوان یک سازوکار بازدارنده مکمل غیرمالی، نقش مؤثری ایفا نماید. این مجموعه تدابیر، در صورت تدوین منسجم و اجرای هماهنگ، قادر خواهد بود ضمن حمایت از تولید داخلی و صیانت از ساختار بازار کشور، به ارتقای اثربخشی نهادهای نظارتی در مواجهه با این پدیده بینجامد.

۳-۴. نقش اصول کلی حقوقی در مواجهه با قیمت‌گذاری تهاجمی در ایران، سازمان تجارت جهانی و اتحادیه اروپا

اصول کلی حقوقی همواره به‌عنوان زیربنای تفسیر، اجرا و توسعه مقررات موضوعه، نقش اساسی ایفا می‌کنند. در بحث قیمت‌گذاری تهاجمی نیز، هریک از سه نظام حقوقی ایران، سازمان تجارت جهانی و اتحادیه اروپا، مجموعه‌ای از اصول بنیادین را مبنای مواجهه خود با این پدیده قرار داده‌اند که این اصول به‌نوعی انعکاس‌دهنده فلسفه حقوقی حاکم بر آن نظام است. بررسی تطبیقی این اصول، می‌تواند به شناخت دقیق‌تر جهت‌گیری‌های تقنینی و تفسیری و همچنین آسیب‌شناسی نظام حقوقی ایران در این حوزه کمک شایانی نماید.

در حقوق ایران، اصول کلی ناظر بر مقابله با قیمت‌گذاری تهاجمی، به‌طور پراکنده، در قوانین مختلفی قابل ردیابی است. مهم‌ترین این اصول عبارت‌اند از:

64. EU, "Regulation 2016/1036."

65. Craig and Búrca, *EU Law: Text, Cases, and Materials*, 1054.

۱. اصل عدالت اقتصادی^{۶۶} که بر توزیع عادلانه امکانات اقتصادی و جلوگیری از تمرکز ثروت تأکید دارد؛

۲. اصل حمایت از تولید داخلی که در سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی و قانون حداکثر استفاده از توان تولیدی تصریح شده است؛^{۶۷}

۳. اصل حمایت از رقابت منصفانه که در قانون سیاست‌های کلی اصل ۴۴ انعکاس یافته است.

این اصول اگرچه از حیث جهت‌گیری حمایتی و نگاه به تولید داخلی واجد اهمیت‌اند، اما در عمل، فاقد تفسیر حقوقی دقیق و سازوکارهای اجرایی شفاف هستند. این پراکندگی موجب شده که نهادهای ناظر برداشت‌های متفاوت و بعضاً متعارض از این اصول داشته باشند و عدم انسجام در استناد و استدلال‌های حقوقی، به‌ویژه در آرای شورای رقابت و دیوان عدالت اداری، کاملاً مشهود است.

در مقابل، سازمان تجارت جهانی بر اصولی متفاوت تکیه دارد که فلسفه حاکم بر آن‌ها نه حمایت‌گرایی داخلی، بلکه برقراری توازن عادلانه در تجارت جهانی است. مهم‌ترین اصول کلی حاکم بر مقررات ضد دامپینگ و مواجهه با قیمت‌گذاری تهاجمی در سازمان تجارت جهانی عبارت‌اند از:

۱. اصل رفتار ملی^{۶۸} به‌موجب ماده سه گات ۱۹۹۴ که دولت‌ها را مکلف می‌کند کالاهای وارداتی را مشابه کالاهای داخلی مورد رفتار قرار دهند؛

۲. اصل عدم تبعیض^{۶۹} به‌موجب ماده یک گات که برابری رفتاری میان تمام شرکای تجاری را تضمین می‌کند؛

۳. اصل شفافیت و قابلیت پیش‌بینی که مستلزم اعلام دقیق مقررات و رویه‌های تجاری و مقابله‌ای است.

۶۶. قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، اصل ۴۳.

۶۷. معاونت پژوهش‌های اقتصادی، «مدیریت واردات؛ الزام حمایت از تولید داخلی در راستای اقتصاد مقاومتی»، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی (۱۳۹۶): ۲؛ سید عبدالرضا حسینی، «اقتصاد مقاومتی؛ مبانی، الزامات و راهکارهای اجرایی»، دومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت اقتصاد در قرن ۲۱ (۱۳۹۵): ۱۷۸۲-۱۷۹۱.

68. National Treatment.

69. Most Favored Nation.

تجارت غیرمنصفانه از طریق قیمت‌گذاری تهاجمی و... / خاتمی، قربانی و علیم‌رادیان ۱۵۱

این اصول، گرچه بر حفظ رقابت منصفانه تأکید دارند، اما توازن میان رقابت و حمایت از تولید داخلی را به سود نظم تجاری بین‌المللی به هم زده و قدرت مانور دولت‌ها برای حمایت از صنایع آسیب‌دیده داخلی را محدود می‌کنند.^{۷۰} به همین دلیل است که برخی کشورهای درحال توسعه، مقررات سازمان تجارت جهانی را دارای سوگیری به نفع کشورهای صادرکننده بزرگ می‌دانند.^{۷۱}

در اتحادیه اروپا، اصول کلی حقوقی حاکم بر مواجهه با قیمت‌گذاری تهاجمی، برخلاف دو نظام پیش‌گفته، واجد رویکردی متوازن میان حمایت از رقابت و حمایت از مصرف‌کننده است. مهم‌ترین این اصول عبارت‌اند از:

۱. اصل حفظ رقابت مؤثر^{۷۲} که شالوده ماده ۱۰۲ معاهده عملکرد اتحادیه اروپا است و بر جلوگیری از رفتارهای استثماری و طردکننده بنگاه‌های مسلط تأکید دارد؛

۲. اصل حمایت از مصرف‌کننده به‌عنوان یکی از اهداف اساسی اتحادیه اروپا (ماده ۱۶۹ معاهده عملکرد اتحادیه اروپا)، که به‌موجب آن، رفتارهای قیمت‌گذاری تهاجمی در صورت آسیب به رفاه مصرف‌کننده، غیرقانونی تلقی می‌شوند؛

۳. اصل تناسب^{۷۳} که اقتضا دارد هرگونه مداخله تنظیمی یا تنبیهی متناسب با میزان آسیب واردشده باشد و از سلب آزادی‌های اقتصادی بیش از حد اجتناب شود.^{۷۴}

بررسی تطبیقی نشان می‌دهد که در نظام حقوقی ایران، علی‌رغم وجود اصول کلی اقتصادی ناظر بر عدالت، حمایت از تولید داخلی و رقابت منصفانه، فقدان تفسیر منسجم و رویه‌مند از این اصول در مواجهه با قیمت‌گذاری تهاجمی، به برداشت‌های متفاوت و بعضاً متعارض در عملکرد نهادهای ناظر منجر شده است. ثانیاً سازمان تجارت جهانی با تکیه بر اصولی که ناظر بر توازن در تجارت جهانی هستند، در مواجهه با قیمت‌گذاری تهاجمی، عملاً منافع کشورهای صادرکننده بزرگ را بر حمایت از صنایع داخلی کوچک ترجیح می‌دهد. ثالثاً اتحادیه اروپا با طراحی مجموعه‌ای از اصول جامع، هماهنگ و متوازن، توانسته است مرز ظریف میان حمایت از رقابت و حمایت از مصرف‌کننده و تولیدکننده را حفظ کند و

70. Van den Bossche and Werner Zdouc, *The Law and Policy*, 548.

71. Matsushita et al., *The World Trade Organization*, 302.

72. Effective Competition.

73. Proportionality.

74. Jones and Sufrin, *EU Competition Law*, 483.

الگوی حقوقی موفق ا ارائه نماید.

برای ایران، از نظر نگارندگان، الگوبرداری از رویکرد اصول‌محور اتحادیه اروپا و تدوین منشور اصول حقوق رقابت و تجارت خارجی، می‌تواند ضمن افزایش شفافیت و پیش‌بینی‌پذیری، زمینه‌ساز هماهنگی میان نهادهای ناظر و کاهش تعارض تفسیری گردد، مشروط بر آنکه این منشور، با اتکا به اصول مندرج در قانون اساسی (نظیر عدالت اقتصادی و حمایت از تولید ملی) و اسناد بالادستی چون سیاست‌های کلی اصل ۴۴، با مشارکت نهادهایی چون شورای رقابت، وزارت صمت، مرکز پژوهش‌های مجلس و معاونت حقوقی دولت تدوین، و در قالب آیین‌نامه اجرایی یا دستورالعمل تفسیر رسمی مورد تصویب قرار گیرد تا بتواند به‌مثابه مبنای مرجع برای تفسیر حقوقی و تنظیم‌گری نهادی در مواجهه با رویه‌های ضدرقابتی ایفای نقش کند. در غیر این صورت، و در صورت اکتفا به الگوی تقنینی اتحادیه اروپا، بدون تطبیق با ساختار حقوق عمومی و ظرفیت نهادی ایران، خطر انتقال مکانیکی مفاهیمی وجود دارد که در عمل، یا با نظام ارزشی و اولویت‌های اقتصادی کشور سازگار نیستند، یا با فقدان بستر اجرایی مواجه خواهند شد.

۴. نتیجه‌گیری

بررسی تطبیقی مواجهه با پدیده قیمت‌گذاری تهاجمی در سه نظام حقوقی ایران، سازمان تجارت جهانی و اتحادیه اروپا نشان داد که کارآمدی هر نظام در کنترل این رفتار ضدرقابتی، وابسته به میزان شفافیت مفهومی، انسجام نهادی، دقت فرایندی و کارآمدی ضمانت اجراها است. در این میان، اتحادیه اروپا با برخورداری از تعریف جامع، معیارهای روشن احراز، صلاحیت تخصصی کمیسیون رقابت، فرایندهای رسیدگی دقیق و ضمانت‌اجراهای چندلایه، توانسته است به الگوی مطلوب حقوق رقابت در این حوزه تبدیل شود. در مقابل، سازمان تجارت جهانی با رویکردی تجارت‌محور و تمرکز بر آثار اقتصادی فرامرزی، قیمت‌گذاری تهاجمی را عمدتاً در چهارچوب دامپینگ تعریف کرده و به حقوق گمرکی جبرانی به‌عنوان ابزار اصلی واکنش بسنده نموده است؛ رویکردی که هرچند ساده و شفاف است، اما نسبت به ابعاد رقابتی و ساختاری این پدیده بی‌توجه مانده است. در نظام حقوقی ایران، خلأ یکپارچگی و انسجام در سه سطح مفاهیم، صلاحیت‌ها و فرایندها به‌شدت محسوس است. نبود تعریف قانونی مشخص از قیمت‌گذاری تهاجمی، پراکندگی نهادهای ناظر (میان گمرک، شورای رقابت و سازمان حمایت)، نبود آیین دادرسی اختصاصی و محدودیت ضمانت اجراها به

تدابیر تعرفه‌ای، همگی نشان از ضعف ساختاری و نهادی در مواجهه با این پدیده دارد. این در حالی است که اقتصاد ایران به دلیل شرایط خاص تحریم، نوسانات ارزی و وابستگی به واردات برخی کالاهای استراتژیک، بیش از بسیاری از کشورها در معرض آسیب‌های ناشی از قیمت‌گذاری تهاجمی قرار دارد. مقایسه تطبیقی انجام‌شده نشان داد که ایران می‌تواند با الهام از مدل اتحادیه اروپا، نسبت به اصلاح قوانین و تدوین یک نظام جامع و یکپارچه اقدام نماید. این اصلاحات باید شامل: ۱. تدوین تعریف مستقل و معیارهای احراز دقیق، ۲. تعیین مرجع صلاحیت‌دار واحد، ۳. تدوین آیین دادرسی تخصصی، ۴. توسعه ضمانت اجراها به تدابیر اصلاحی و ساختاری، ۵. ایجاد بانک اطلاعاتی هزینه‌ای و ۶. طراحی سند ملی سیاست‌گذاری تجاری باشد. تنها از طریق این اصلاحات می‌توان از حفظ رقابت منصفانه، حمایت از تولید داخلی و جلوگیری از انحصارهای زیان‌بار در بازارهای داخلی اطمینان حاصل کرد. لذا موفقیت هرگونه اصلاح حقوقی در این حوزه، مشروط به آن است که سیاست‌گذار ایرانی بتواند با درک صحیح از جایگاه رقابت در اقتصاد ملی و تلفیق اصول حمایت از تولید داخلی و حفظ رقابت منصفانه، راهکاری متوازن و مبتنی بر واقعیت‌های اقتصادی و تجاری کشور ارائه دهد.

در نهایت، باید باید اذعان داشت اگرچه مطالعه تطبیقی انجام‌شده برتری الگوی اتحادیه اروپا در حفظ این توازن را به خوبی نشان می‌دهد و می‌تواند به عنوان نقطه عزیمت سیاست‌گذار ایرانی در اصلاح قوانین مرتبط با قیمت‌گذاری تهاجمی مورد استفاده قرار گیرد، اما اصلاح مقررات ایران در زمینه قیمت‌گذاری تهاجمی، صرفاً از طریق اقتباس از الگوهای خارجی حاصل نمی‌شود، بلکه نیازمند بومی‌سازی مفاهیم و سازوکارها بر مبنای ظرفیت‌های نهادی، اصول حقوق عمومی و مقتضیات اجرایی کشور است. در غیر این صورت، کپی‌برداری از مدل‌های تقنینی اتحادیه اروپا بدون ملاحظه چهارچوب حقوقی و اجرایی ایران، نه تنها منجر به ناکارآمدی خواهد شد، بلکه ممکن است به تعارضات نهادی و اجراگری‌های ناهماهنگ در عمل بینجامد.

سیاهه منابع

الف- منابع فارسی:

- اساسنامه سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان، مصوب ۱۳۵۸.
- جعفرزاده، میرقاسم، و مریم شیخی. «رابطه حقوق رقابت و رقابت غیرمنصفانه: از رویکرد یکسان‌انگاری تا رهیافت مکمل و استقلالی»، پژوهشنامه حقوق تطبیقی ۱، شماره ۲ (۱۳۹۴): ۵۹-۸۵.
- حبیبی‌مهر، محمدرضا، و حمید صمدی‌فرد. «بررسی رقابت غیرمنصفانه در حقوق موضوعه ایران با تطبیق به فقه امامیه و کنوانسیون پاریس»، پژوهشنامه تطبیقی د/پیشگان ۱، شماره ۱ (۱۳۹۷): ۱-۱۹.
- حسینی، سید عبدالرضا. «اقتصاد مقاومتی؛ مبانی، الزامات و راهکارهای اجرایی»، دومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت اقتصاد در قرن ۲۱ (۱۳۹۵): ۱۷۸۲-۱۷۹۱.
- حسینی، مینا. «اخلاق و حقوق رقابت در صنعت داروسازی»، اخلاق و تاریخ پزشکی ایران ۹، شماره ۱ (۱۳۹۵): ۱-۱۰.
- حمدالهی، عاصف. حقوق رقابت نامشروع. چاپ اول، تهران: دانشگاه امام صادق، ۱۳۹۶.
- زارعی محمدحسین، سید علیرضا شکوهیان، و حامد ادریسیان. «شورای رقابت و کسب و کارهای اینترنتی (تحلیل تصمیم جلسه ۳۰۶ شورای رقابت درخصوص بررسی ادعای قیمت‌گذاری تهاجمی سامانه‌های درخواست اینترنتی خودرو)»، پژوهشنامه بازرگانی ۲۴، شماره ۹۵ (۱۳۹۹): ۱۹-۴۰.
- شیروی، عبدالحسین. حقوق تجارت بین‌الملل. چاپ چهاردهم، تهران: سمت، ۱۴۰۱.
- شیروی، عبدالحسین، و مهشید جعفری هرندی. «تجارت غیر منصفانه از طریق دامینگ و شیوه مقابله با آن در سازمان تجارت جهانی»، مجله علمی حقوق خصوصی ۷، شماره ۱۷ (۱۳۸۹): ۲۹-۵۸.
- صادقی، محسن، و صادق شمشیری. «نقد قانون سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی ایران (قانون خصوصی‌سازی) از منظر رابطه مالکیت فکری و حقوق رقابت»، پژوهش حقوق عمومی ۱۳، شماره ۳۳ (۱۳۸۹): ۱۳۸-۱۶۸.
- علاالدینی، امیرعباس، و ایمان پوراسلامی. «مقایسه تطبیقی منع سوءاستفاده از موقعیت مسلط در قانون رقابت ایران و کمیسیون اروپا: رویکردی انتقادی و پیشنهاد اصلاحی»، فصلنامه علمی پژوهش‌های اقتصاد صنعتی ۵، شماره ۱۶ (۱۴۰۰): ۴۷-۷۴.
- علاالدینی، امیرعباس، و مهرزاد شیری. «قواعد حقوق رقابت در ایران و تحولات آن در پرتو سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی»، فصلنامه قضاوت ۱۶، شماره ۸۷

تجارت غیرمنصفانه از طریق قیمت‌گذاری تهاجمی و... / خاتمی، قربانی و علیم‌رادیان ۱۵۵

(۱۳۹۵): ۱۱۹-۱۴۷.

قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران.

قانون امور گمرکی، مصوب ۱۳۹۰.

قانون سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی.

قنواتی، جلیل، و مهشید جعفری هرندی. «مبانی ممنوعیت‌ها در حقوق رقابت: قانون سیاست‌های

اجرائی اصل ۴۴ ق.ا.»، *مطالعات فقه و حقوق اسلامی* ۱۲، شماره ۲۲ (۱۳۹۹): ۳۷۲-۳۴۵.

معاونت پژوهش‌های اقتصادی. «مدیریت واردات؛ الزام حمایت از تولید داخلی در راستای اقتصاد

مقاومتی»، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، ۱۳۹۶.

معبودی، رضا، سروش فلاحی، و سلما کبیر. «تأملی بر کاستی‌های مقررات ایران در خصوص احراز

قیمت‌شکنی (دامپینگ) در مقایسه با موافقت‌نامه ضد دامپینگ سازمان تجارت جهانی»،

پرونده‌نامه بازرگانی ۲۲۲، شماره ۸۵ (۱۳۹۶): ۲۲۳-۱۹۵.

میری لواسانی، سمیه‌سادات، حاتم صادقی زیازی، علی صادقی، و مهدی علیزاده. «راهکارهای

جبران خسارت تجاری در اسناد و رویه سازمان تجارت جهانی با تأکید بر اقدامات حفاظتی و

ضد دامپینگ»، *فصلنامه تحقیقات حقوقی* ۲۵، شماره ۹۸ (۱۴۰۱): ۴۱۹-۳۹۷.

وکیلی مقدم، محمدحسین. «حقوق رقابت بین‌الملل»، *مطالعات حقوق خصوصی* ۴۷، شماره ۴

(۱۳۹۶): ۷۸۱-۷۶۳.

وکیلی مقدم، محمدحسین. «مطالعه تطبیقی معیارهای ارزیابی رفتار ضد رقابتی با تأکید بر حقوق

ایران»، *مجله علمی حقوق خصوصی* ۱۶، شماره ۲ (۱۳۹۸): ۳۴۳-۳۴۳.

ب- منابع لاتین

Areeda, P., and D. F. Turner. "Predatory pricing and related practices under Section 2 of the Sherman Act." *Harvard Law Review* 88 (1975): 697-733.

Bonner, A. R., and R. Krueger. "The Basics of Antitrust Policy: a Review of Ten Nations and the EEC." *The World Bank Industry and Energy Department Working Paper, Industry Series Paper* 43 (1991).

Case C-62/86, AKZO Nobel v Commission. [1991] ECR I-3359.

Cernak, Steven. "Predatory Pricing: Rarely, But Not Never, Successful under US Antitrust Laws." Bona Law PC, Accessed February 11, 2025. <https://www.theantitrustattorney.com/predatory-pricing-rarely-but-not-never-successful-under-us-antitrust-laws/>

Conway, Patrick, and Sumana Dhar. "The economic effects of widespread application of anti-dumping duties to import pricing." *Journal of Economic Integration*

(1994): 172-197.

Craig, Paul, and Gráinne De Búrca. *EU Law: Text, Cases, and Materials*. 7th edition. Oxford: Oxford University Press, 2020.

Crane, D. A. "The paradox of predatory pricing." *Cornell Law Review* 91, no. 1 (2005): 1-66.

European Union. "Consolidated Version of the Treaty on the Functioning of the European Union." *Official Journal of the European Union C 326* (2012): 47-390. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A12012E102>

European Union. "Regulation (EU) 2016/1036. On Protection against Dumped Imports from Countries not Members of the European Union." *Official Journal of the European Union L 176* (2016): 21-54. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32016R1036>

Facey, B., and R. Ware. "Predatory Pricing in Canada, the United States and Europe: Crouching Tiger or Hidden Dragon." *World Competition* 26, no. 4 (2003): 625-650.

Funk, M., and C. Jaag. "The more economic approach to predatory pricing." *Journal of Competition Law & Economics* 14, no. 2 (2018): 292-310.

Giocoli, N. *Predatory pricing in antitrust law and economics: A historical perspective*. Abingdon: Routledge, 2014.

Gürkaynak, G., C. Yıldız, and S. Kinalp. "The Relationship between Trade Policy and Competition Policy: The Interface Between Predatory Pricing and Anti-Dumping Regulations." *Gönenç GÜRKAYNAK* (2018): 177-204.

Hobe, S., and J. Griebel. "New Protectionism—How Binding Are International Economic Legal Obligations during a Global Economic Crisis." *Goettingen Journal of International Law* 2 (2010): 423-435.

Jones, Alison, and Brenda Sufrin. *EU Competition Law: Text, Cases, and Materials*. 7th edition, Oxford: Oxford University Press, 2019.

Matsushita, Mitsuo, Thomas J. Schoenbaum, Michael Hahn, and Petros C. Mavroidis. *The World Trade Organization: Law, Practice, and Policy*. 3rd edition, Oxford: Oxford University Press, 2015.

Motta, M. *Competition policy: theory and practice*. Cambridge: Cambridge University Press, 2004.

O'Donoghue, R., and A. J. Padilla. *The law and economics of Article 82 EC*, May 2006.

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), *Predatory pricing*, 1989.

تجارت غیرمنصفانه از طریق قیمت گذاری تهاجمی و... / خاتمی، قربانی و علیمرادیان ۱۵۷

Pierce Jr., R. J. "Antidumping law as a means of facilitating cartelization." *Antitrust Law Journal* 67 (1999): 725-743.

Treaty on the Functioning of the European Union (TFEU). Consolidated Version of the Treaty on the Functioning of the European Union. 2012. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A12012E%2FTXT>

Ursic, M. L., and J. G. Helgeson. "Using price as a weapon: An economic and legal analysis of predatory pricing." *Industrial Marketing Management* 23, no. 2 (1994): 125-131.

Van den Bossche, Peter, and Werner Zdouc. *The Law and Policy of the World Trade Organization: Text, Cases and Materials*. 5th edition, Cambridge: Cambridge University Press, 2021.

Wadlow, C. *The law of passing-off: Unfair competition by misrepresentation*. Mytholmroyd: Sweet & Maxwell, 2011.

Whish, Richard, and David Bailey. *Competition Law*. 10th edition, Oxford: Oxford University Press, 2021.

World Trade Organization. "Technical Information on anti-dumping." Accessed March 1, 2025. https://www.wto.org/english/tratop_e/adp_e/adp_info_e.htm

WTO. Agreement on Implementation of Article VI of the General Agreement on Tariffs and Trade 1994 (Anti-Dumping Agreement). https://www.wto.org/english/docs_e/legal_e/19-adp.pdf

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی