

## فرگشت به حقوق رقابت پیشگیرانه و آینده‌نگر؛ تأملی بر ضوابط مواجهه با رفتارهای مخل رقابت در پلتفرم‌های دیجیتال

علی بهادری جهرمی\*  
محمدصادق فراهانی\*\*

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۸/۱۴

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۶/۰۵

### چکیده

بروز انگاره‌های نوینی چون «پویایی بسیار زیاد بازار»، «تمرکز و انحصارگرایی فزاینده آن»، «بازگشت‌ناپذیری رقابت»، «ماهیت دوگانه پلتفرم» و «صعوبت اثبات دعوی» در زیست‌بوم پلتفرمی، نظام سنتی مواجهه با رفتارهای مخل رقابت در این عرصه را با چالش‌های جدی روبه‌رو ساخته است. پژوهش پیش‌رو با بهره‌گیری از مطالعات کتابخانه‌ای و اتخاذ شیوه‌ای تحلیلی - توصیفی در مقام دستیابی به پاسخ این پرسش که ضوابط نوین مواجهه با رفتارهای مخل رقابت پلتفرم‌های دیجیتال کدام‌ها هستند، به این نتیجه دست یافته است که ریشه بخش قابل توجهی از ناکارآمدی ضوابط سنتی در این حوزه، به محوریت رویکرد «درمانی و گذشته‌نگر» حاکم بر آنها بازمی‌گردد. بر همین اساس، راهکار اصلی برون‌رفت از چالش‌ها، تکمیل ضوابط سنتی با به‌کارگیری ضوابطی «پیش‌گیرانه و آینده‌نگر» است. ضوابطی که در ساحت «رفتاری» از مسیر «تنظیم استانداردهای رفتاری» و «تأمین شفافیت الگوریتمی آزمایشی»، در ساحت ساختاری از مسیر «تحدید ساختاری پلتفرم» و «بازتنظیم ماهیت ساختاری پلتفرم» و نهایتاً در ساحت قضایی از مسیر «تغییر و تسهیل بار اثبات» و «تحدید پیشینی حق دفاع» قابل پیاده‌سازی‌اند.

### کلید واژگان:

اقتصاد دیجیتال، الگوریتم، بازار، پلتفرم، حقوق رقابت، هوش مصنوعی.

\* استادیار، دانشکده حقوق، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران.

\*\* پژوهشگر پسادکتری، دانشکده حقوق، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران. (نویسنده مسئول)

m.farahani@modares.ac.ir



Copyright: ©2024 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

## مقدمه

به اذعان بسیاری از مراجع رقابتی جهان پارادایم تنظیم رقابت در زیست‌بوم پلتفرمی، به صورت بنیادین متفاوت از پارادایم مربوط به زیست‌بوم سنتی کسب‌وکارهاست؛<sup>۱</sup> چه در انگاره‌های «مدل کسب‌وکار» و از باب حضور هم‌زمان و بی‌سابقه ویژگی‌هایی چون «اثر شبکه‌ای»، «کاهش هزینه‌های مبادله»، «شکسته و خرد شدن عرضه و تقاضا»، «صرفه ناشی از مقیاس»، «صرفه ناشی از گستره»، «قابلیت شخصی‌سازی» و «نقش بسزای داده‌ها»، چه در انگاره‌های «تعریف بازار و سنجش قدرت بازاری» و چه در انگاره‌های «وقوع رفتارهای منحل رقابت» و از باب وقوع رفتارهای بی‌سابقه‌ای چون «حذف دسترسی»، «تحدید تعامل‌پذیری»، «جهت‌دهی و اخلال در اراده کاربران»، «هماهنگی‌های ناخواسته و خودمختار»، «خود ترجیحی» و «به‌کارگیری داده‌ها در سایر بازارها». مسئله‌ای که سبب شده

1. See: ACCC (Australian Competition and Consumer Commission), Digital Platforms Inquiry, Australian Competition and Consumer Commission. <https://www.accc.gov.au/focus-areas/inquiries-ongoing/digital-platforms-inquiry>, (Last visited 2023/9/15). Belgian Competition Authority, Dutch Authority for Consumers & Markets, and Luxembourg Conseil de la Concurrence, Joint Memorandum on Challenges Faced by Competition Authorities in a Digital World, Belgian Competition Authority, <https://www.belgiancompetition.be/en/about-us/publications/joint-memorandum-belgian-dutch-and-luxembourg-competition-authorities>, (Last visited 2023/9/15). CMA (UK Competition and Markets Authority), Online Platforms and Digital Advertising, Competition and Markets Authority cases and projects, <https://www.gov.uk/cma-cases/online-platforms-and-digital-advertising-market-study>, (Last visited 2023/9/15). Crémer, J., Montjoye, Y.-A., & Schweitzer, H., Competition Policy for the Digital Era. European Commission, <https://ec.europa.eu/competition/publications/reports/kd0419345enn.pdf>, (Last visited 2023/9/15). French Competition Authority, Contribution to the Debate on Competition Policy and Digital Challenges. Autorite de la Concurrence. [https://www.autoritedelaconcurrence.fr/sites/default/files/2020-03/2020.03.02\\_contribution\\_adlc\\_enjeux\\_numeriques\\_vf\\_en\\_0.pdf](https://www.autoritedelaconcurrence.fr/sites/default/files/2020-03/2020.03.02_contribution_adlc_enjeux_numeriques_vf_en_0.pdf), (Last visited 2023/9/15). German Commission 'Competition Law 4.0', A New Competition Framework for the Digital Economy. Federal Ministry for Economic Affairs and Energy. [https://www.bmwi.de/Redaktion/EN/Publikationen/Wirtschaft/a-new-competition-framework-for-the-digital-economy.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=3](https://www.bmwi.de/Redaktion/EN/Publikationen/Wirtschaft/a-new-competition-framework-for-the-digital-economy.pdf?__blob=publicationFile&v=3), (Last visited 2023/9/15). Nordic Competition Authorities, Digital Platforms and the Potential Changes to Competition Law at the European Level. Nordic Competition Authorities. <https://www.kfst.dk/analyser/kfst/publikationer/dansk/2020/20200928-digital-platforms-and-the-potential-changes-to-competition-law/>, (Last visited 2023/9/15). Stigler Committee for the Study of Digital Platforms, Market Structure and Antitrust Subcommittee, Stigler Committee for the Study of Digital Platforms, <https://research.chicagobooth.edu/stigler/events/single9-events/antitrust-competition-conference/digital-platforms-committee>, (Last visited 2023/9/15). Swedish Competition Authority, Competition in Digital Markets in Sweden. Swedish Competition Authority, <https://www.konkurrensverket.se/en/news/risk-for-competition-problems-on-swedish-digital-markets/>, (Last visited 2023/9/15). UK Digital Competition Expert Panel, Unlocking Digital Competition, Digital Competition Expert Panel, [https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/785547/unlocking\\_digital\\_competition\\_furman\\_review\\_web.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/785547/unlocking_digital_competition_furman_review_web.pdf), (Last visited 2023/9/15).

است ضوابط جاری و حاکم بر تنظیم رقابت در زیست‌بوم سنتی کسب‌وکارها، یارای مواجهه با چالش‌های رقابتی به وجود آمده در زیست‌بوم پلتفرمی را نداشته باشند.

ساحت نهایی تنظیم رقابت در پلتفرم‌های دیجیتال، «نحوه مواجهه با رفتارهای مخل رقابت» این زیست‌بوم است. در واقع، به‌منظور اعمال مطلوب قواعد رقابتی در حوزه پلتفرم‌های دیجیتال، لازم است تا بایسته‌های نوین مواجهه با رفتارهای مخل رقابت پلتفرم‌ها، مبتنی بر انگاره‌های تغییر یافته در آنها مشخص شود. بایسته‌هایی که به‌دلیل سلطه انگاره‌های پارادایم سابق، طبیعتاً تاکنون در زیست‌بوم سنتی کسب‌وکارها مورد توجه نبوده و در مواجهه با رفتارهای مخل رقابت این حوزه به کار گرفته نشده‌اند.

تاکنون نیز آثار علمی برجسته‌ای در زمینه رقابت پلتفرم‌های دیجیتال به رشته تحریر در آمده است که از آن جمله می‌توان به مقالاتی چون «حقوق رقابت در پلتفرم‌های دیجیتال؛ ضرورت بازنگری در قواعد سنتی»<sup>۱</sup>، «ضوابط حاکم بر تنظیم پیش‌نیازهای اعمال قواعد رقابتی در پلتفرم‌های دیجیتال؛ آسیب‌شناسی ضوابط سنتی و ارائه راهکارهای نوین»<sup>۲</sup>، «رویه‌های نوین ضد رقابتی در سکوه‌های فضای مجازی»<sup>۳</sup> و «تأملی بر رابطه کلان‌داده‌ها و قدرت بازاری در بازارهای پلتفرمی از منظر تحولات نوین حقوق رقابت»<sup>۴</sup> اشاره کرد. آثار یادشده علی‌رغم پرداختن به چالش‌های مختلف تنظیم رقابت در پلتفرم‌های دیجیتال نظیر ناکارآمدی ضوابط سنتی، تعریف بازار، قدرت بازاری و رفتارهای نوین مخل رقابت، راهکارها و ضوابط مواجهه با رفتارهای نوین مخل رقابت در پلتفرم‌های دیجیتال را جزئی از رسالت خود تعریف نکرده و به آن نپرداخته‌اند.

نوشتار حاضر درصدد پاسخ‌گویی به این مسئله است که اولاً انگاره‌های تغییر یافته در زیست‌بوم پلتفرمی که سبب عدم کفایت ضوابط سنتی در مواجهه با رفتارهای مخل رقابت این حوزه شده‌اند، کدام‌اند؟ ثانیاً مبتنی بر اقتضائات انگاره‌های جدید، لازم است چه ضوابط نوینی جهت مواجهه با رفتارهای

۱. فراهانی، محمدصادق، عباسعلی کدخدایی و ولی رستمی، «حقوق رقابت در پلتفرم‌های دیجیتال؛ ضرورت بازنگری در قواعد سنتی»، پژوهش حقوق عمومی، د. ۲۵، ش. ۷۹، ۱۴۰۲، صص. ۴۰-۷.

۲. کدخدایی، عباسعلی، ولی رستمی و محمدصادق فراهانی، «ضوابط حاکم بر تنظیم پیش‌نیازهای اعمال قواعد رقابتی در پلتفرم‌های دیجیتال؛ آسیب‌شناسی ضوابط سنتی و ارائه راهکارهای نوین»، مطالعات حقوقی، د. ۱۵، ش. ۳، ۱۴۰۲، صص. ۳۸۲-۳۳۷.

۳. بهادری جهرمی، علی، محمدصادق فراهانی، محمدمهدی جعفریان و رضا قاسمی‌پور، «رویه‌های نوین ضد رقابتی در سکوه‌های فضای مجازی»، مطالعات حقوق عمومی، د. ۵۲، ش. ۷۸، ۱۴۰۳، صص. ۴۲۱-۳۹۲.

۴. رهبری، ابراهیم، «تأملی بر رابطه کلان‌داده‌ها و قدرت بازاری در بازارهای پلتفرمی از منظر تحولات نوین حقوق رقابت»، مطالعات حقوق خصوصی، د. ۵۳، ش. ۲، ۱۴۰۲، صص. ۲۲۸-۲۰۵.

مخل رقابت زیست‌بوم پلتفرمی به کار گرفته شود؟ فرضیه نوشتار حاضر آن است که ریشه بی‌کفایتی ضوابط سنتی مواجهه با رفتارهای مخل رقابت پلتفرم‌های دیجیتال، انحصار نحوه مواجهه با این رفتارها در مواجهه پسینی و درمانی است. تکمیل نحوه مواجهه با به‌کارگیری سازوکارهای پیشگیرانه و آینده‌نگر راهکار اصلی حل معضل یادشده است.

بر همین اساس و در ادامه، پس از بررسی و ارزیابی اصلی‌ترین انگاره‌های تغییر یافته مؤثر بر مواجهه با رفتارهای مخل رقابت (بخش نخست)، به استخراج ضوابط نوین رفتاری (بخش دوم)، ساختاری (بخش سوم) و قضایی (بخش چهارم) مواجهه با رفتارهای مخل رقابت در زیست‌بوم پلتفرمی خواهیم پرداخت.

### ۱. شناسایی انگاره‌های تغییر یافته مواجهه با رفتارهای مخل رقابت

شاید بتوان مهم‌ترین انگاره‌های تغییر یافته زیست‌بوم پلتفرمی را که در عین حال، مؤثر بر تنظیم نحوه مواجهه با رفتارهای مخل رقابت‌اند «پویایی بسیار زیاد بازار»، «تمرکز و انحصارگرایی فزاینده آن»، «بازگشت‌ناپذیری رقابت»، «ماهیت دوگانه پلتفرم» و «صعوبت اثبات دعوی» دانست. انگاره‌هایی که در زیست‌بوم سنتی کسب‌وکارها با شدت و گستره کنونی وجود نداشته‌اند و تبعاً قواعد تنظیم شده جهت مواجهه با رفتارهای مخل رقابت، به‌منظور حل و برون‌رفت از آنها طراحی نشده است.

در واقع از یک سو، «پویایی بسیار زیاد بازار» سبب می‌شود که تنظیمگران عموماً نتوانند به‌سرعت، ضوابط و هنجارهای خود را با تحولات بازار، به‌روز و متناسب سازند. به‌عنوان نمونه، در مواجهه با یکی از ظرفیت‌های نوین کسب‌وکارهای پلتفرمی مانند بهره‌گیری از هوش مصنوعی که خود می‌تواند عامل وقوع انواع جدیدی از تبانی‌های ناخواسته و خودمختار میان پلتفرم‌ها و اضرار به حقوق مصرف‌کننده شود، علی‌رغم اینکه مدت‌ها از به‌کارگیری این فناوری و وقوع رفتار مخل رقابت مذکور می‌گذرد، تاکنون نظام حقوقی ایران، موفق به تنظیم اسناد هنجاری لازم‌الاجرا جهت مواجهه با آن نشده است و اقدامات صورت گرفته همچنان محدود به تبادل نظرهای علمی و پژوهشی در مجامع علمی و دستگاه‌های اجرایی است. تنها سند لازم‌الاجرا «سند ملی هوش مصنوعی» مصوب ۱۴۰۳/۳/۲۹ شورای عالی انقلاب فرهنگی است که محتوای آن فاقد ضوابط حقوقی و محدود به اصول و مبانی ارزشی، چشم‌انداز، اهداف کلان و شاخص‌های ارزیابی است.

از سوی دیگر، وجود اثر شبکه‌ای، اثر قفل‌شدگی و صرفه ناشی از مقیاس و گستره سبب می‌شود که کسب‌وکارهای بزرگ با قدرت بازاری فزاینده در بازارهای مختلف شکل گیرند. برخورداری از ویژگی‌های

مذکور و به‌کارگیری رفتارهای محل رقابت متنوع از سوی این کسب‌وکارها، سبب «تمرکز و انحصارگرایی فزاینده بازار» می‌شود، عموماً امکان رقابت مؤثر در بازار را از رقبا سلب می‌کند و در موارد قابل توجهی موجب حذف رقبا از بازار مربوطه می‌شود.<sup>۱</sup>

در چنین وضعیتی، تلاقی اثر شبکه‌ای، دسترسی به داده‌ها و تجزیه و تحلیل آنها و نیز هزینه‌های جابه‌جایی بالا در پلتفرم‌ها، موانع ورود جدی را برای راهیابی رقبای نوپا به بازار پدید می‌آورد و سبب «بازگشت‌ناپذیری رقابت» در بازار می‌شود.<sup>۲</sup> مسئله به اینجا ختم نمی‌شود و با تسخیر بازار اولیه از سوی کسب‌وکارهای مذکور و عدم امکان پیشرفت قابل توجه در آن، خودبه‌خود انگیزه ورود به بازارهای مجاور و گسترش سلطه شرکت بر آنها ظهور و بروز می‌یابد.<sup>۳</sup> با گذر زمان، این بار چرخه پیش‌گفته با تملک کسب‌وکارهای فعال در بازارهای جدید با سرعت بیشتری بازتکرار می‌شود.<sup>۴</sup>

علاوه بر چالش‌های یادشده، «ماهیت دوگانه پلتفرم» نیز یکی دیگر از مواردی است که ضوابط سنتی مواجهه با رفتارهای محل رقابت نسبت به آن ساکت است. در واقع، پیش‌فرض سیاست‌ها و ضمانت‌اجراهای سنتی در مواجهه با رفتارهای محل رقابت بر این گزاره استوار است که تمام کسب‌وکارهای فعال در یک بازار، از ماهیتی یکسان برخوردار بوده است و همه «رقیب» یکدیگر محسوب می‌شوند؛ باین‌حال، نمی‌توان از این واقعیت غافل شد که امروزه پلتفرم علاوه بر ایفای نقش خود به‌عنوان یک فعال اقتصادی بازار و رقیب دیگر فعالان، می‌تواند با بهره‌گیری از قابلیت زیرساختی خود، هم‌زمان به‌عنوان یک تنظیمگر و قاعده‌گذار نیز عمل نماید و نقش خود را به یک «کسب‌وکار - تنظیمگر» بدل

۱. به‌عنوان نمونه می‌توان به توقف فعالیت شرکت «چیلیوری» در رقابت با شرکت «اسنپ‌فود» در بازار تهیه غذای برخط اشاره کرد. هیئت‌مدیره این شرکت در بیانیه رسمی خود درخصوص علل توقف فعالیت آن آورده‌اند: «در دو سال گذشته، بخش بزرگی از انرژی و هزینه ما به جای تمرکز روی کسب‌وکار، صرف خنثی‌سازی اقدامات انحصارگرایانه رقیبان / اسنپ‌فود شد که با رقابت ناسالم خود جلوی همکاری رستوران‌ها با چیلیوری را می‌گرفت». (نیری، امیر، «چیلیوری رسماً به فعالیت خود پایان داد»، آی تی ایران، قابل دسترسی در:

<https://itiran.com/1402/6/16>).

۲. به‌عنوان نمونه، پس از اعلام توقف فعالیت شرکت چیلیوری از سال ۱۳۹۸ تاکنون، علی‌رغم اینکه شرکت‌های مختلفی مانند «دلینو»، «دیدفود»، «لقمه‌یاب»، «الو غذا»، «دارچین» و... وارد بازار تهیه غذای برخط شده‌اند؛ اما رقیب ویژه‌ای که بتواند به رقابت مؤثر با شرکت اسنپ‌فود بپردازد و قدرت بازاری آن را تحت تأثیر قرار دهد، در بازار مربوطه به چشم نمی‌خورد.

۳. ورود شرکت «دیجی‌کالا» به بازارهای «درگاه‌های پرداخت» و «سرویس‌های اعتباری» نمونه‌هایی از ورود به بازارهای مجاور است.

۴. ورود شرکت «اسنپ» به بازارهای تهیه غذا و گردشگری به ترتیب از طریق تملک شرکت‌های «زود فود» و «پین تا پین» نمونه‌هایی از ورود به بازارهای مجاور، همراه با تملک کسب‌وکارهای فعال در آن به شمار می‌آیند.

نماید.<sup>۱</sup> این مسئله آنجا چالش برانگیزتر می‌شود که پلتفرم، دروازه اصلی ورود به یک بازار باشد، عدم همکاری با آن منتج به محرومیت از بخش قابل توجهی از بازار شود و کسب‌وکارها برای دیده شدن، ناگزیر از فعالیت بر بستر و قواعد تنظیمی آن باشند.

علاوه بر این‌ها، در برخی موارد، ناکارآمدی ضوابط سنتی دادرسی رقابت در دعوی مربوط به زیست‌بوم پلتفرمی، تضمین رقابت در بازار و نهایتاً صیانت از حقوق مصرف‌کننده را با آسیب‌های جدی مواجه ساخته است. به‌عنوان نمونه، تاکنون چهار دعوا از معدود دعوی مطروحه کسب‌وکارهای پلتفرمی در شورای رقابت که عمدتاً از سوی کسب‌وکارهای غیربرخوردار از سهم بازاری قابل توجه علیه کسب‌وکارهای برخوردار از قدرت بازاری بالا یا واجد موقعیت مسلط اقامه شده است، به دلیل «صعوبت اثبات» و با این استدلال که «دلایل کافی مبنی بر احراز وقوع تخلف ضدرقابتی ارائه نشده است»، به سرانجام مطلوب رقابتی منتهی نشده است.<sup>۲</sup> حتی پرونده شکایت شرکت «چیلیوری» علیه «اسنپ‌فود»

۱. به‌عنوان نمونه، شرکت «دیجی‌کالا» از سال ۱۳۹۶ با تغییر مدل کسب‌وکار خود از «فروشگاه برخط» به «بازارگاه برخط»؛ (مستکین، امیر، «از خرده‌فروشی به مارکت پلیس؛ دیجی‌کالا چگونه متحول شد؟»، دیجیاتو، قابل دسترسی در: <https://digiato.com/article/14026116>).

علاوه بر اینکه به رقابت با سایر خرده‌فروشان می‌پردازد، از ظرفیت پلتفرمی خود در راستای تعیین قواعد فعالیت سایر کسب‌وکارها در آن نیز بهره می‌برد. به عبارت دیگر، امروزه این شرکت صرفاً به عنوان یک فعال اقتصادی بازار خرده‌فروشی در کنار سایر فعالان این بازار فعالیت نمی‌کند؛ بلکه خود نیز تنظیمگری است که قواعد حاکم بر ورود، فعالیت، خروج یا حتی اخراج طیف وسیعی از سایر فعالان را تنظیم می‌نماید. دور از انتظار نیست که در آینده‌ای نزدیک شرکت اسنپ‌فود نیز با ایجاد آشپزخانه‌هایی در شهرها، واجد ماهیت دوگانه مذکور شود.

همچنین گزارشی درخصوص بازارگاه آمازون وجود دارد که نشان می‌دهد این بازارگاه دیجیتالی در سال ۲۰۲۲ الگوریتم‌های رتبه‌بندی متفاوتی را بر مبنای هویت فروشنده و حمل‌کننده کالا اعمال می‌کرده و در قرارگیری کالاها به‌عنوان اولین گزینه پیشنهادی خرید کاربران، اولویت را به کالاهای متعلق به خود شرکت آمازون و کالاهای مورد حمل توسط خدمات حمل‌ونقل آمازون اختصاص می‌داده است ( Franck, Jens-Uwe. & Petiz, Martin, "Digital Platforms and the New 19a Tool in the German Competition Law & Practice". *Journal of European Competition Law & Practice*. (Vol. 12, No. 7, 2021, p. 25).

۲. رأی شماره ۴۰۶ به تاریخ ۱۳۹۸/۱۰/۱۴ صادره از شورای رقابت (پرونده شکایت آقایان علی ایماندوست و محمد پورمیراب علیه مؤسسه فرهنگی، هنری آواسازان ققنوس):

«درخصوص موضوع شکایات آقایان علی ایماندوست (شکوائیه شماره ۸-۹۸-۱۷-و مورخ ۱۳۹۸/۰۱/۰۶) و محمدپورمیراب آذری (شکوائیه شماره ۴۳۱-۹۸-۱۷-و مورخ ۱۳۹۸/۰۴/۱۰) به طرفیت مؤسسه فرهنگی، هنری آواسازان ققنوس مبنی بر انحصارطلبی سایت ایران کنسرت تحت مدیریت شرکت مذکور، اعضای شورا با بررسی دلایل و مستندات مربوط به موضوع شکایت، با اکثریت آرا مقرر نمودند: **دلایل کافی مبنی بر احراز وقوع تخلف ضد رقابتی ارائه نشده است؛ لذا رویه ضد رقابتی احراز نگردید و شکایت شاکی رد می‌گردد.**»

بند (۲) رأی شماره ۴۳۷ به تاریخ ۱۳۹۹/۷/۱۹ صادره از شورای رقابت (پرونده شکایت شرکت شبکه گستران سبز پرشیا علیه شرکت ایرانسل): ←

که نهایتاً منجر به محکومیت رفتارهای مخل رقابت مشتکی‌عنه پس از رسیدگی بدوی و تجدیدنظر شد، نظر به صلاحیت نظارت قضایی دیوان عدالت اداری بر شورای رقابت<sup>۱</sup>، پس از رسیدگی در شعبه دیوان با استدلالی مشابه و به همین دلیل ابطال گردید.<sup>۲</sup> این درحالی است که شرکت «چیلیوری» هفت ماه قبل از صدور رأی دیوان عدالت اداری با اشاره به آنچه «اقدامات انحصارگرایانه رقیب» خوانده بود، رسماً توقف فعالیت خود را اعلام کرده بود. به عبارت واضح‌تر، علی‌رغم وقوع رفتار مخل رقابت در عالم واقع و نیز حذف جدی‌ترین رقیب از صحنه رقابت بر اثر آن، همچنان ضوابط سنتی دادرسی رقابت قاصر از محکومیت متخلف و تضمین رقابت در زیست‌بوم پلتفرمی بوده است.

واقعیت آن است که آنچه مانع از کفایت نظام سنتی مواجهه با رفتارهای مخل رقابت در برابر انگاره‌های نوین یادشده گشته، آن است که این نظام چه در ساحت سیاست‌گذاری رقابتی و چه در ساحت

→ «درخصوص ادعای شاکی درخصوص بند (۲) ماده (۴۴) قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل (۴۴) قانون اساسی، با توجه به اینکه این بند قانونی درخصوص تبانی است و ابتدا باید یک تبانی و توافقی صورت بگیرد، سپس درخصوص اثر مذکور در بند (۲) این ماده که ناشی از تبانی است بحث شود. درحالی که هیچ مستند یا آثاری از تبانی ارائه نشده است، لذا اعضای شورا با اتفاق آرا تصویب نمودند که این بند قانونی مورد استناد شاکی نیز موضوعیت ندارد و احراز نمی‌گردد».

رأی شماره ۵۴۰ به تاریخ ۱۴۰۱/۱۱/۴ صادره از شورای رقابت (پرونده شکایت شرکت حس ماندگار زیبا علیه شرکت دیجی‌کالا):

«با عنایت به اینکه شاکی در محتوای شکواییه خود مدعی شده است که مشتکی‌عنه با فروش محصولات تحت انحصار آن شرکت با قیمت‌های کمتر از قیمت واقعی بازار اقدام به اعمال قیمت‌گذاری تهاجمی نموده است و متعاقب آن، ادله کافی اثبات‌کننده مبنی بر آن را ارائه ننموده است... شکایت شاکی دایر بر ارتکاب رفتارهای ضدرقابتی از ناحیه مشتکی‌عنه مردود و ادعای ایشان به مرحله احراز و اثبات نمی‌رسد».

رأی شماره ۵۵۰ به تاریخ ۱۴۰۱/۱۲/۲ صادره از شورای رقابت (پرونده شکایت شرکت سرزمین شاتل علیه شرکت سام سرویس):

«درخصوص موضوع شکایت شرکت سرزمین شاتل به طرفیت شرکت سام سرویس با موضوع ممانعت از نصب اپلیکیشن نماوا روی تلویزیون‌های هوشمند یا اینترنتی سامسونگ؛ با توجه به مفاد شکایت تقدیمی، دفاعیات مشتکی‌عنه و گزارش کارشناسی پرونده، بروز رویه ضدرقابتی برای شورای رقابت محرز نگردید و لذا اعضای شورای رقابت به اتفاق آرا رأی به رد شکایت و مختومه نمودن پرونده صادر و اعلام می‌نمایند».

۱. میرزاده کوهشاهی، نادر، «نظارت قضایی دیوان عدالت اداری بر شورای رقابت و نهادهای مرتبط»، فصلنامه پژوهش تطبیقی حقوق اسلام و غرب، د. ۹، ش. ۳، ۱۴۰۱، ص. ۳۸۰.

۲. رأی مورخ ۱۳۹۹/۷/۲۲ صادره از شعبه دیوان عدالت اداری (تجدیدنظر از رأی صادره در پرونده شکایت شرکت چیلیوری علیه شرکت اسنپ):

«... طرف شکایت [= شورای رقابت] صرفاً با توسل به اظهارات کلی و بدون ارائه مدارک و اسناد مثبت وقوع تخلف از سوی خواهان، مبادرت به صدور حکم نموده و هیچ‌گونه مدرکی دال بر این موضوع وجود ندارد، لذا رأی صادره واجد ایرادات شکلی و ماهوی مؤثر است».

اعمال ضمانت‌اجراهای رقابتی یک نظام «درمانی و گذشته‌نگر» است. در چنین نظامی مواجهه با رفتارهای مخل رقابت به دو شیوه «اکتشافی» و «بازدارنده» صورت می‌پذیرد: در شیوه «اکتشافی» پس از کشف رفتار مخل رقابت، ادامه ارتکاب آن با مداخله مستقیم مقام رقابتی متوقف و از استمرار آن جلوگیری می‌شود.<sup>۱</sup> انجام تحقیق و بازرسی از سوی مقامات رقابتی و اعمال ضمانت‌اجراها در صورت احراز رفتارهای مخل رقابت، نمونه اعمال این شیوه از مواجهه با رفتارهای مخل رقابت به‌شمار می‌آیند.<sup>۲</sup> در شیوه «بازدارنده» نیز تلاش می‌شود تا ابتدا با وضع ممنوعیت رفتارهای یک، دو یا چندجانبه مخل رقابت، در اسناد هنجاری و در نظر گرفتن ضمانت‌اجراهایی نسبت به آنها، انگیزه و رفتار فعالان بازار در راستای ممانعت از ارتکاب رفتارهای مخل رقابت جهت‌دهی شود،<sup>۳</sup> آنگاه در صورت نقض این ممنوعیت‌ها، ضمانت‌اجراهای ساختاری و رفتاری، جریمه‌های مالی، بطلان عمل مخل رقابت و... بر متخلف بار شود.<sup>۴</sup> چنان‌که ملاحظه می‌شود، در هر دو شیوه، ابتکار عمل در ارتکاب رفتارهای مخل رقابت همچنان در اختیار فعالان بازار است و مواجهه مقام رقابتی با این رفتارها نیز محدود به واکنش‌های پسا تخلف، درمانی و گذشته‌نگر می‌شود.

باتوجه به انگاره‌های نوظهور یادشده و دقت در آنها می‌توان دریافت که با وجود چالش‌هایی چون «پویایی بسیار زیاد بازار»، «بازگشت‌ناپذیری رقابت»، «انحصارگرایی فزاینده بازار»، «ماهیت دوگانه پلتفرم» و «صعوبت اثبات دعوی» اکتفا به سیاست‌ها و ضمانت‌اجراهای گذشته‌نگر و درمانی در زیست‌بوم پلتفرمی، همچون نوش‌دارویی است که قادر به جبران بخش قابل توجهی از رقابت آسیب‌دیده در بازار نخواهد بود.<sup>۵</sup>

1. Broulík, Jan, "Preventing Anticompetitive Conduct Directly and Indirectly: Accuracy Versus Predictability", *The Antitrust Bulletin*, Vol. 64, No. 1, 2019, pp. 118-119.

۲. در نظام حقوقی ایران، ماده (۶۰) قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل (۴۴) قانون اساسی این صلاحیت را برای شورای رقابت به رسمیت شناخته است.

3. Broulík, *Op.cit.*, pp. 118-119.

۴. جهت مطالعه تفصیلی درخصوص انواع ضمانت‌اجراهای رقابتی متناسب با زیست‌بوم سنتی کسب‌وکارها رک: (رهبری، ابراهیم و حسنی سنگانی، وحید، **حقوق رقابت در عرصه مالکیت‌های فکری**، ج. ۲، تهران: سمت، ۱۳۹۸، صص. ۳۸۱-۲۷۱). در نظام حقوقی ایران، مواد (۴۴) تا (۵۲) و ماده (۶۱) قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل (۴۴) قانون اساسی به این مهم اشاره دارند.

5. Cappai, Marco & Colangelo, Giuseppe, "Navigating the Platform Age: the 'More Regulatory Approach' to Antitrust Law in the EU and the U.S.", *Stanford-Vienna TTLF*, 2020, Vol. 55, No. 1, pp. 25-26.

ارزیابی ابعاد مختلف پرونده رقابتی اخیر میان دو شرکت «تپسی» و «اسنپ» با موضوع «شکایت از شرکت اسنپ در خرید حدود هزار سیم‌کارت و ساخت حساب‌های کاربری جعلی در سامانه تپسی به‌عنوان کاربر مسافر» نشان می‌دهد که علی‌رغم صدور رأی مراحل بدوی<sup>۱</sup> و تجدیدنظر<sup>۲</sup> مبنی بر محکومیت رفتار ضدرقابتی شرکت «اسنپ»، همچنان هنجارهای سنتی حوزه مواجهه با رفتارهای مخل رقابت تا حد بسیاری در مسیر تضمین رقابت زیست‌بوم پلتفرمی ناکام‌اند. توضیح آنکه براساس ادعای مدیر حقوقی «تپسی»، این رفتار در آذر و دی‌ماه سال ۱۳۹۸ رخ داده و منجر به کسب اطلاعات چهارده هزار راننده این شرکت شده است که نهایتاً به‌صورت آماده به خدمت شرکت «اسنپ» درآمده‌اند. ثبت شکایت در شورای رقابت نیز، ابتدای سال ۱۳۹۹ صورت گرفته<sup>۳</sup> که نهایتاً منجر به صدور رأی مرحله بدوی در اسفند ۱۴۰۱ و رأی مرحله تجدیدنظر در تیر ۱۴۰۲ شده است.<sup>۴</sup> در واقع، همان‌طور که ملاحظه می‌شود، اولاً نظام حقوق رقابت وقت، علی‌رغم به رسمیت شناختن عمل مذکور به‌عنوان یک رفتار مخل رقابت و تعیین

۱. رأی شماره ۵۵۵ به تاریخ ۱۴۰۱/۱۲/۲۰ صادره از شورای رقابت (پرونده شکایت شرکت تپسی علیه شرکت اسنپ): «درخصوص پرونده شکایت شرکت پیشگامان فناوری و دانش آرامیس دارنده نام تجاری تپسی به طرفیت شرکت ایده‌گزين ارتباطات روماک دارنده نام تجاری اسنپ، اعضای شورای رقابت به اتفاق آرا به شرح آتی مبادرت به اتخاذ تصمیم می‌نمایند. تصمیم شورا رقابت با توجه به محتویات و مستندات مضبوط در پرونده: اقدام مشتکی‌عنه (شرکت اسنپ) مبنی بر تهیه حدود ۱۰۰۰ سیم‌کارت و ساخت حساب‌های کاربری به‌عنوان کاربر مسافر در سامانه شرکت تپسی و دسترسی به اطلاعات تماس حدود ۱۴۰۰۰ راننده شرکت تپسی منطبق با بند (۱) جزء «ک» ماده (۴۵) تشخیص داده شد و ارتکاب به رویه ضد رقابتی مذکور از سوی شرکت اسنپ برای اعضای شورای رقابت محرز است. - فلذا تصمیم بر محکومیت شرکت اسنپ به توقف رویه ضد رقابتی مذکور به استناد بند (۳) ماده (۶۱)، اطلاع‌رسانی عمومی در جهت شفافیت بیشتر بازار به استناد بند (۴) ماده (۶۱) و دستور به استرداد اضافه درآمد از طریق مراجع قضایی ذی‌صلاح به استناد بند (۸) ماده (۶۱) صادر و اعلام می‌نماید. تصمیم صادره حضوری و ظرف مدت بیست روز از تاریخ ابلاغ قابل اعتراض در هیات تجدیدنظر شورا می‌باشد».

۲. رأی شماره ۰۲/۱۵۰/ه ت به تاریخ ۱۴۰۲/۴/۲۶ صادره از هیات تجدیدنظر شورای رقابت (پرونده شکایت شرکت تپسی علیه شرکت اسنپ):

«درباره تجدیدنظرخواهی شرکت اسنپ از تصمیم شماره ۵۵۵ مورخ ۱۴۰۱/۱۲/۲۰ شورای رقابت که طی آن شرکت تجدیدنظرخواه شرح مذکور در گردشکار پیش گفته محکوم شده است، نظر به محتویات پرونده و اظهارات و مدافعات شرکت‌های یادشده در جلسه مورخ ۱۴۰۲/۴/۲۶ هیئت تجدیدنظر و خرید غیرمتعارف این تعداد سیم‌کارت توسط تجدیدنظرخواه، علی‌هذا ایراد و اعتراض شرکت اسنپ به‌گونه‌ای نیست که به ارکان رأی تجدید خواسته خلل وارد نماید؛ مع‌هذا با توجه به میزان تأثیر عمل نامبرده، ضمن حذف قسمت اخیر رأی موصوف مبنی بر «دستور به استرداد اضافه درآمد از طریق مراجع قضایی ذی‌صلاح» این رأی با اصلاح ذکر شده تأیید می‌شود. رأی صادره قطعی است».

۳. سراب‌پور، سونیتا، «اسنپ: رویه ضدرقابتی علیه تپسی را تکذیب می‌کنیم/ تپسی: با رأی شورای رقابت از اسنپ شکایت می‌کنیم»، کارنگ، قابل دسترسی در:

<https://karangweekly.ir/> (۱۴۰۲/۶/۱۶).

۴. علی‌رغم تجدیدنظرخواهی اسنپ از رأی صادره در دیوان عدالت اداری، تا لحظه نگارش نوشتار حاضر، رأیی از مرجع مزبور صادر نشده است.

ضمانت اجرا نسبت به آن، نتوانسته است مانع از شکل‌گیری و ارتکاب رفتار مخل رقابت یادشده از سوی شرکت «اسنپ» شود، همچنان ابتکار عمل در ارتکاب این رفتار در اختیار شرکت اسنپ قرار داشته است. ثانیاً فرایند دادرسی رقابت وقت، متناسب با پویایی بازار زیست‌بوم پلتفرمی طراحی نشده است؛ به‌نحوی که از طرح شکایت تا صدور رأی مرحله بدوی، قریب به سه سال به طول انجامیده است. ثالثاً ارتکاب این رفتار در بازاری با خصلت انحصارگرایی فزاینده، در طول زمان سبب بازگشت‌ناپذیری رقابت در بازار شده است؛ به‌نحوی که بنابر بیانیه رسمی (اقرار) روابط عمومی اسنپ در مرداد ۱۴۰۲، اکنون این شرکت «بیش از (۹۰) درصد سهم از بازار تاکسی‌های اینترنتی را به خود اختصاص داده است».<sup>۱</sup> چه بسا اگر در سال ۱۳۹۸ با بهره‌گیری از رویکرد «آینده‌نگرانه»<sup>۲</sup> از وقوع چنین رفتاری پیش‌گیری می‌شد، وضعیت رقابت بازار حمل‌ونقل برخط به‌گونه‌ای دیگر رخم می‌خورد.

حال که انگاره‌های نوظهور پیش‌گفته، عدم کارایی ضوابط درمانی و گذشته‌نگر موجود در تضمین رقابت زیست‌بوم پلتفرمی را آشکار نموده است، ضرورت بازتنظیم ضوابط مواجهه با رفتارهای مخل رقابت این زیست‌بوم با نگاهی «پیش‌گیرانه و آینده‌نگر» بیش از پیش نمایان می‌شود. بر این اساس، در ادامه به ارائه ضوابط نوین با رویکردی آینده‌نگرانه در سه سطح «رفتاری»، «ساختاری» و «قضایی» خواهیم پرداخت. شایان ذکر است که ضوابط پیش‌رو، در راستای تکمیل ضوابط جاری و سنتی حاکم بر زیست‌بوم سنتی پلتفرم‌ها ارائه می‌شوند و نافی آنها نخواهند بود.

## ۲. تنظیم ضوابط آینده‌نگرانه رفتاری

فارغ از ضرورت ممنوعیت‌انگاری رفتارهای نوین مخل رقابت زیست‌بوم پلتفرمی و درعین‌حال، در نظر گرفتن ضمانت‌اجراهایی در برابر نقض آنها به‌عنوان یک ضابطه پسینی و گذشته‌نگر، مواجهه آینده‌نگرانه با رفتارهای مخل رقابت این زیست‌بوم، مستلزم پیش‌بینی بایسته‌هایی است که به‌صورت فعالانه و با الزام کسب‌وکارها به انجام اقداماتی، عدم ارتکاب رفتارهای مخل رقابت را تضمین کنند و به این وسیله ایشان را به حرکت در مسیر رقابتی رهنمون سازند.<sup>۳</sup> ضوابطی که تلاش دارند از طریق تنظیم

۱. آستانه، مجتبی، «هیئت تجدیدنظر شورای رقابت، اسنپ را از پرداخت خسارت معاف کرد»، دیجیاتو، قابل دسترسی در: <https://digiato.com/iran-technology-news/snapp-was-exempted-paying-damages-case-of-tapsi-complaint> (1402.06.16).

2. ex-ante

3. Jackson, Eoen, "Upping the (Ex) Ante - Digital Competition Reform in the Era of Google Shopping", *Plassey Law Review*, Vol. 2, No.7, 2022, p. 7.

استانداردها و نیز تسهیل رصد، نظارت و ارزیابی رفتارهای پلتفرم‌های دیجیتال، انحصارگرایی فزاینده بازار را کنترل و از وقوع وضعیت بازگشت‌ناپذیری در این بازار پویا پیش‌گیری کنند. به‌منظور آشنایی با این مهم، در ادامه به تشریح ضوابط آینده‌نگرانه رفتاری زیست‌بوم پلتفرمی خواهیم پرداخت.

### ۲.۱. تنظیم استانداردهای رفتاری

وقوع بخش قابل توجهی از رفتارهای مخل رقابت پلتفرمی را می‌توان با تنظیم فعالانه استانداردهای رفتاری و الزام پلتفرم‌ها به رعایت آنها، با نگاهی آینده‌نگرانه از ابتدا مانع شد. برقراری استانداردهایی در راستای «تضمین دسترسی و ورود کاربران به پلتفرم»، «تضمین تعامل‌پذیری و امکان جابه‌جایی داده‌ها» و «تضمین تساوی در استفاده از پلتفرم» که مستلزم اعمال تغییرات فناورانه در پلتفرم‌ها است، نمونه‌هایی از ضوابط رفتاری‌اند که می‌توانند با جهت‌دهی رفتار پلتفرم‌ها، مانع از وقوع برخی رفتارهای مخل رقابت مانند «حذف دسترسی به پلتفرم»، «تجدید تعامل‌پذیری با سایر پلتفرم‌ها»، «خود ترجیحی» و «به‌کارگیری داده‌ها در سایر بازارها» شوند.

به‌عنوان نمونه در ایالات متحده جزء (۷) بند «b» بخش (۴) لایحه «قانون کمیسیون پلتفرم‌های دیجیتال» تضمین ایمنی و رقابت در رابطه با پلتفرم‌های دیجیتال را برعهده کمیسیونی (۵) نفره موسوم به «کمیسیون پلتفرم‌های دیجیتال فدرال» نهاده است. مبتنی بر بخش (۸) این لایحه، کمیسیون مکلف است شورایی به‌نام «شورای کُد» را تأسیس نماید تا کدهای رفتاری الزام‌آور یا اختیاری و نیز استانداردهای فناورانه در حوزه‌های یادشده را تنظیم و به کمیسیون پلتفرم‌های دیجیتال فدرال پیشنهاد نماید. نکته قابل توجه در این باره، حضور جمعی (۶) نفره از متخصصان حوزه‌های مختلف فناوری مانند علوم کامپیوتر، توسعه برنامه‌ها، علم داده، یادگیری ماشین، ارتباطات و مطالعات رسانه در ترکیب (۱۸) نفره شورا در کنار (۶) عضو به‌عنوان نماینده پلتفرم‌های دیجیتال و (۶) عضو به‌عنوان حافظان منافع عمومی از دانشگاهیان و کارشناسان غیروابسته به شرکت‌های تجاری است.

کمیسیون مکلف است حداکثر ظرف ۱۸۰ روز پس از انتصاب حداقل (۳) عضو خود، نسبت به لازم‌الاجرا ساختن و انتشار پیشنهادهای واصله از شورا تصمیم مقتضی را اتخاذ نماید. مبتنی بر اجزای شش‌گانه بند «b» بخش (۵) این لایحه، استانداردها و کدهای رفتاری و فناورانه در حوزه‌های مختلفی چون قابلیت جابه‌جایی، تعامل‌پذیری و منصفانگی در ارائه خدمات پلتفرم‌ها و نیز فقدان جانبداری‌های

مضر، فریبنده و ضد رقابتی در فرایندهای الگوریتمی، تأمین قابلیت حسابرسی، مسئولیت‌پذیری و توضیح‌پذیری آنها تنظیم خواهند شد.

اتحادیه اروپایی نیز در این رابطه ذیل ماده (۴۸) قانون بازارهای دیجیتال مقرر داشته است: «در صورت اقتضا و ضرورت، مرجع رقابتی می‌تواند نهادهای حوزه استاندارد اروپا را مکلف کند تا با تدوین استانداردهای مناسب، اجرای تعهدات مندرج در این قانون را تسهیل کنند».

در نهایت باید گفت، کدهای رفتاری یادشده، پلتفرم‌های مشمول را موظف می‌کنند تا با اعمال تغییرات فناورانه، به‌هنگام ارتکاب هر گونه رفتاری مطابق با استانداردهای تنظیم‌شده عمل نمایند و پیشاپیش امکان وقوع رفتار مخل رقابت در زیست‌بوم پلتفرمی را به حداقل می‌رسانند.

اخیراً کمیسیون اروپایی شرکت اپل را به دلیل محدودسازی دسترسی توسعه‌دهندگان به قابلیت‌های دستگاه‌های فیزیکی متصل (مانند ساعت و ابزارهای جانبی) روی سیستم عامل آی. او. اس جریمه کرد و با صدور دستور الزام‌آور، اپل را وادار نمود تا واسط‌های برنامه‌نویسی<sup>۱</sup> را به‌طور منصفانه و برابر در اختیار رقبا بگذارد تا بدین وسیله با رویکردی پیشگیرانه مانع از ورود رفتارهای مخل رقابتی چون عدم تعامل‌پذیری و خود ترجیحی گردد.<sup>۲</sup>

علاوه بر آن، بند (۲) ماده (۷۴) قانون هوش مصنوعی اتحادیه اروپایی، سیستم‌های هوش مصنوعی را موظف به ارائه فعال گزارش‌های سالانه مرتبط با رقابت به مقامات ذی صلاح جهت نظارت بر بازار نموده است.

باین‌حال، به‌منظور صیانت از رقابت در زیست‌بوم مذکور نمی‌توان به برقراری بایسته‌ها و استانداردهایی که مستلزم اعمال تغییرات فناورانه‌اند اکتفا نمود. در کنار استانداردهای یاد شده، قسم دیگری از الزامات و بایسته‌ها جهت تکمیل ضوابط آینده‌نگرانه رفتاری نسبت به این دسته از کسب‌وکارها ضروری است تا از وقوع رفتارهای مخل رقابت پیش‌گیری نمایند. در ادامه به تحلیل و بررسی تضمین شفافیت الگوریتمی خواهیم پرداخت.

## ۲.۲. تأمین شفافیت الگوریتمی آزمایشی

یکی از اقسام رفتارهای نوین مخل رقابت در زیست‌بوم پلتفرمی، رفتارهای منبعث از دسترسی پلتفرم‌ها به داده‌ها و فناوری‌های مرتبط با آن است؛ امری که می‌تواند هم از طریق «اخلال در اراده

1. API (Application Programming Interface).

2. Ribera, T., Commission provides guidance under Digital Markets Act to facilitate development of innovative products on Apple's platforms, European Commission, [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip\\_25\\_816](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_25_816), (Last visited 2025/9/20).

کاربران»، مستقیماً رفاه مصرف‌کننده را تحت‌تأثیر قرار دهد، هم از طریق ارتکاب «هماهنگی‌های ناخواسته و خودمختار» بر عملکرد بازار اثرات منفی بر جای بگذارد. در واقع از یک سو اقتصاد بازارهای پلتفرمی متکی به گزینش‌گری و انتخاب مصرف‌کنندگان است، اما از سوی دیگر، اراده مصرف‌کنندگان این زیست‌بوم در معرض خطر اخلال و گمراهی قرار دارد.<sup>۱</sup> بر همین اساس، اشاره شد که اسناد هنجاری کشورهای مختلف با اتخاذ «رویکردی درمانی» (پس از راه‌اندازی و آغاز به کار الگوریتم‌ها)، پلتفرم‌های دیجیتال را مکلف به تضمین شفافیت الگوریتمی در قبال مراجع رقابتی نموده‌اند و برخی نیز علاوه بر مراجع رقابتی، کاربران پلتفرم‌ها را نیز در قبال چنین تکلیفی ذی‌حق دانسته‌اند.

به‌عنوان نمونه، براساس بندهای (۱) و (۳) ماده (۲۱) «قانون بازارهای دیجیتال» اتحادیه اروپایی، مرجع رقابتی می‌تواند بنگاه‌ها را ملزم نماید تا الگوریتم‌های خود را در اختیار این نهاد قرار دهند و از آنها بخواهد که توضیحات مرتبط با نحوه عملکرد الگوریتم‌ها را نیز ارائه نمایند. براساس ماده (۳۱) این قانون، در صورت استنکاف پلتفرم‌ها از این اقدام، کمیسیون می‌تواند پلتفرم خاطی را به جریمه‌ای معادل با (۵) درصد میانگین گردش مالی روزانه جهانی آن محکوم نماید. همچنین در ایران نیز بند (۲) ماده (۷) مصوبه مربوط به «سیاست‌ها و الزامات کلان حمایت از رقابت و مقابله با انحصار پلتفرم‌های فضای مجازی»، پلتفرم‌ها را مکلف نموده است تا الگوریتم‌های خود را در اختیار شورای رقابت قرار دهند؛ به‌نحوی که قابل احراز و تصدیق باشند.<sup>۲</sup> بند (۲) ماده (۴)<sup>۳</sup> و بند (۴) ماده (۵)<sup>۴</sup> این مصوبه نیز هر دو بازارهای پلتفرمی یعنی ارائه‌کنندگان خدمات به پلتفرم (کسب‌وکارها) و دریافت‌کنندگان خدمات از پلتفرم

1. Fabiana, Diporto, & Maggolino. Mariateresa, "Algorithmic Information Disclosure by Regulators and Competition Authorities", *Global Jurist*, Vol. 19, No. 2, 2019, p. 4.

۲. ماده ۷- الزامات ارائه‌دهندگان خدمات سکو در برابر حاکمیت

۷-۲. الگوریتم‌ها و شیوه‌های رتبه‌بندی کسب‌وکارهای بهره‌بردار از سکوها باید در اختیار شورای رقابت قرار گیرد و عدم دستکاری نتایج جست‌وجو بر خلاف رویه‌های اعلام‌شده برای این شورا قابل احراز و تصدیق باشد.

۳. ماده ۴- الزامات ارائه‌دهندگان خدمات سکو در قبال کاربران (دریافت‌کنندگان خدمات از سکو یا سویه‌های دیگر بازار):  
۲-۴- شفافیت رتبه‌بندی نتایج الزامی است، به‌نحوی که ایجاد تمایز میان: الف) نتایج نمایش داده شده بر اساس الگوریتم‌های طبیعی جست‌وجو، ب) پیشنهادات تبلیغاتی و ج) نتایجی که مالک سکو یا وابستگان آن سهمی از منافع آن در اختیار دارند، برای کاربران ممکن باشد.

۴. ماده ۵- الزامات ارائه‌دهندگان خدمات سکو در برابر کسب‌وکارهای بهره‌بردار (ارائه‌دهندگان خدمات به سکو یا سویه‌های دیگر بازار):

۴-۵- اطلاعات مربوط به معیارهای رتبه‌بندی و چگونگی اثرگذاری کسب‌وکارهای بهره‌بردار بر این رتبه‌بندی باید به‌صورت شفاف اعلام و مشخص شود. کسب‌وکارها باید مطلع باشند که آیا ویژگی‌هایی چون مشخصات کالا و خدمات ارائه شده، تناسب این ویژگی‌ها با کاربران، ویژگی‌های طراحی الگوریتم و... بر رتبه‌بندی آنها اثرگذار است یا خیر.

(مصرف‌کنندگان) را نیز در این باره ذی‌حق می‌داند. با این حال، ضروری است تا علاوه بر در نظر گرفتن سازوکارهای درمانی در این باره، سازوکاری آینده‌نگرانه نیز در رابطه با شفافیت الگوریتمی پلتفرم‌ها پیش‌بینی شود.

«شفافیت الگوریتمی آزمایشی» سازوکاری است که با استفاده از آن، مرجع رقابتی می‌تواند پیش از به‌کارگیری بدوی الگوریتم‌ها در گستره و مقیاس کلان یا اعمال تغییرات معتابه در آنها، اولاً به ارزیابی محتوای الگوریتم از منظر شاخص‌های رقابتی مانند صحت و بی‌طرفی خروجی‌های الگوریتم بپردازد،<sup>۱</sup> ثانیاً با اجرا و پیاده‌سازی آن در گستره و مقیاسی جزئی‌تر – مثلاً در یک منطقه خاص – به صورت آزمایشی و در یک بازه زمانی مشخص، به ارزیابی پیشینی تأثیرات رقابتی الگوریتم در آینده بپردازد تا مبتنی بر نتایج حاصل از آزمایش انجام شده نسبت به تأیید، اصلاح یا منع به‌کارگیری آن الگوریتم در آینده اقدام نماید.<sup>۲</sup> در چنین فرایندی، مرجع رقابتی قادر خواهد بود تا با ارزیابی پیشینی، آزمایشی، محدود و عملیاتی اثرات به‌کارگیری الگوریتم‌هایی که در آینده بر گستره‌ای کلان از کاربران اعمال خواهند شد، کنشی آینده‌نگرانه را نسبت به کلیه رفتارهای مخل رقابت ناشی از دسترسی پلتفرم‌ها به داده‌ها و فناوری‌های مرتبط با آن اتخاذ و از ارتکاب آنها پیش‌گیری نماید.

حال پس از آشنایی با ضوابط آینده‌نگرانه رفتاری مواجهه با رفتارهای مخل رقابت زیست‌بوم پلتفرمی نوبت به بررسی ضوابط آینده‌نگرانه ساختاری می‌رسد.

### ۳. تنظیم ضوابط آینده‌نگرانه ساختاری

سنجش واقعی رقابت در بازارهای پلتفرمی، علاوه بر ارزیابی «نتیجه‌محور»، مستلزم تحلیل و ارزیابی «فرایندمحور» است. در واقع، برخلاف ضوابط سنتی که عمدتاً وضعیت رقابت در بازار را با تمرکز بر نتایج رقابتی مانند رفاه مصرف‌کننده و وضعیت قیمت کالاها و خدمات اندازه‌گیری می‌کنند، ارزیابی ساختارها به منظور صیانت از رقابت به‌هنگام پیش‌بینی ضوابط نوین رقابتی در کنار ضوابط سنتی، امری حیاتی است.

ماهیت زیرساختی و قابلیت خودتنظیمی سبب می‌شود که پلتفرم بتواند علاوه بر ظرفیت واسطه‌گری و ارائه خدمات به کاربران، به صورت هم‌زمان از اختیار قاعده‌گذاری جهت تنظیم ضوابط حاکم بر نحوه ورود، فعالیت، خروج و اخراج سایر کسب‌وکارهای فعال در پلتفرم نیز برخوردار باشد. مسئله‌ای که ریشه

1. Paterson, Marie, "Misleading AI: Regulatory Strategies for Algorithmic Transparency in Technologies Augmenting Consumer Decision-Making", *Loyola Consumer Law Review*, 34 (Symposium Issue), 2023, p. 580.

2. Fabiana & Maggiolino, *Op. cit.*, p. 11.

در مدل و ساختار تجاری پلتفرم‌ها دارد و زمینه‌ساز تفوق پلتفرم نسبت به سایر کسب‌وکارها و ارتکاب برخی رفتارهای مخل رقابت مانند «خود ترجیحی»، «به‌کارگیری داده‌ها در سایر بازارها»، «حذف دسترسی به پلتفرم» و «تحدید تعامل‌پذیری با سایر پلتفرم‌ها» خواهد شد.

علی‌رغم ضرورت مواجهه گذشته‌نگر با این رفتارها در قالب ممنوعیت‌انگاری و نیز در نظر گرفتن ضمانت‌اجراهایی نسبت به آنها در اسناد هنجاری تنظیم ضوابط ساختاری با رویکرد آینده‌نگرانه جهت پیش‌گیری از وقوع چنین رفتارهایی ضروری می‌نماید که در ادامه به تحلیل و بررسی هریک خواهیم پرداخت.

### ۳.۱. تحدید ساختاری پلتفرم

تحدید ساختاری پلتفرم، راهکاری است به‌منظور خنثی‌سازی قدرت ارتکاب آن دسته از رفتارهای مخل رقابت که ریشه در ساختار این دسته از کسب‌وکارها دارد. ساختاری که پلتفرم را در موقعیت یک «کسب‌وکار-تنظیمگر» قرار می‌دهد، آن را دچار تعارض منافع می‌سازد و در نهایت- به شرحی که گذشت- زمینه وقوع رفتارهای ضدرقابتی از سوی آن را فراهم می‌نماید. بدیهی است که اتخاذ رویکرد آینده‌نگرانه در این خصوص و پیشگیری از شکل‌گیری چنین موقعیتی، بسیار مؤثرتر از رویکرد درمانی و کنترل رفتارهای مخل رقابت‌نشست‌گرفته از موقعیت یادشده، صیانت از رقابت را در زیست‌بوم پلتفرمی رقم خواهد زد.

به‌کارگیری این راهکار به‌معنای «وضع ممنوعیت درخصوص ورود پلتفرم به بازارهای جانبی<sup>۱</sup> و رقابت مستقیم با مشاغل فعال در آن بازارها» است.<sup>۲</sup> در واقع، «انحصار فعالیت تجاری پلتفرم به واسطه‌گری و ممانعت از ورود به سایر بازارها»، گزاره محوری و بنیادین این سازوکار آینده‌نگرانه به‌شمار می‌رود<sup>۳</sup> که به‌صورت پیشینی مانع از قرار گرفتن پلتفرم در موقعیت زمینه‌ساز اختلال در رقابت خواهد شد.

اهمیت و ضرورت این مسئله، ایالات متحده را بر آن داشت تا با تنظیم لایحه «قانون خاتمه انحصارات پلتفرم»<sup>۴</sup> تحقق سازوکار آینده‌نگرانه مذکور را در قالب سندی هنجاری دنبال نماید. براساس بخش (۲) این لایحه، قرار گرفتن پلتفرم‌ها در موقعیت‌های متضمن تعارض منافع، ممنوع خواهد بود. توضیح آنکه مبتنی بر بند «a» این بخش، هرگونه مالکیت، کنترل یا برخورداری از منافع ناشی از فروش

۱. منظور از بازارهای جانبی، کلیه بازارهای غیر از بازار اصلی فعالیت سکو یعنی بازار واسطه‌گری است که سکو از ظرفیت ورود به آنها برخوردار است.

2. Khan, Lina, "Amazon's Antitrust Paradox". *the Yale Law Journal*, Vol. 126, No. 3, 2017, p. 793.

3. Wu, Tim, "Antitrust via Rulemaking: Competition Catalysts", *Columbia Law Review*, Vol. 16, No. 1, 2017, p. 49.

4. Ending Platform Monopolies Act Bill

یا ارائه کالاها و خدمات در بستر پلتفرم، هم‌زمان با ارائه خدمت اصلی آن یعنی واسطه‌گری، غیرقانونی محسوب و تخلف به‌شمار خواهد آمد. همچنین کشور هندوستان نیز تحدید ساختاری را نسبت به پلتفرم‌های خرده‌فروشی برخط خارجی اعمال کرده است که براساس آن شرکت «آمازون» ملزم شده است تا تجارت با کالاهای ویژند خود در پلتفرمی فعالیتش را در این کشور متوقف نماید.<sup>۱</sup> حال پس از آشنایی با نخستین ضابطه ساختاری، در ادامه به بررسی ضابطه دوم یعنی «بازتنظیم ماهیت ساختاری پلتفرم» خواهیم پرداخت.

### ۳.۲. بازتنظیم ماهیت ساختاری پلتفرم

بسیاری از پلتفرم‌ها، به‌خصوص آنان که از موقعیت مسلط بازار برخوردارند، به‌سبب ساختار خود نقشی فراتر از صرف یک کسب‌وکار خصوصی را در عرصه اجتماعی ایفا می‌کنند و به بنیان و ستون فقرات بسیاری از مراودات اقتصادی و اجتماعی اشخاص جامعه بدل شده‌اند؛ به‌نحوی که هریک از آنها قادرند به‌صورت گسترده، منافع عمومی را تحت‌تأثیر قرار دهند.<sup>۲</sup> در واقع، علی‌رغم اینکه هدف از تأسیس پلتفرم و ارائه خدمات، نزد صاحبان پلتفرم‌ها کسب درآمد و نفع شخصی است، اما خدمت ارائه‌شده از سوی ایشان با برآورده ساختن بخش قابل توجهی از «نیازهای عمومی»، بر «منافع عمومی» جامعه اثرگذار خواهد بود. امری که ماهیت خدمات ارائه‌شده از سوی آنها را بیش از هر چیز به یک «خدمت عمومی» بدل می‌سازد.

علاوه بر این، اگر خدمتی به‌سبب رفع نیازهای عمومی و اثرگذاری بر منفعت عمومی جامعه، به‌عنوان یک «خدمت عمومی» شناخته شود، اساساً خصوصی یا عمومی بودن نهاد ارائه‌دهنده آن، تأثیری در ماهیت خدمت ایجاد نمی‌کند.<sup>۳</sup> بر همین اساس است که اشخاص خصوصی نیز می‌توانند با ایفای نقش در راستای رفع نیازهای عمومی و اثرگذاری بر منافع عمومی جامعه، به‌عنوان ارائه‌دهنده خدمات عمومی شناخته شوند.<sup>۴</sup> با این حال، اهدافی چون «صیانت از حقوق بنیادین اشخاص» در بهره‌مندی از خدمات عمومی سبب می‌شود تا زمانی که اشخاص خصوصی، نسبت به ارائه خدمتی با ماهیت عمومی اقدام

1. Khan, Lina, "The Separation of Platform and Commerce", *Columbia Law Review*, Vol. 119, No. 4, 2019, p. 1091.

2. Sabeel, Rahman, "Regulating Informational Infrastructure: Internet Platforms as the New Public Utilities", *Georgetown Law and Technology Review*, Vol. 2, No. 2, 2018, pp. 238-239.

۳. رضایی‌زاده، محمدجواد و داود کاظمی، «بازشناسی نظریه «خدمات عمومی» و اصول حاکم بر آن در قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران»، *نشریه فقه و حقوق اسلامی*، د. ۳، ش. ۵، ۱۳۹۱، ص. ۲۳.

4. Cabral, Sandro, Lazzarini, Sergio & Furquim, Azevedo, "Private Entrepreneurs in Public Services: A Longitudinal Examination of Outsourcing and Statization of Prisons", *Strategic Entrepreneurship Journal*, Vol. 7, No. 1, 2013, p. 8.

می‌کنند، محدودیت‌هایی بر فعالیت آنها اعمال شود.<sup>۱</sup> به‌عنوان مثال، یک پلتفرم دیجیتال مجاز نیست با استناد به ماهیت خصوصی خود، اصول مندرج در قانون اساسی و حقوق بنیادین اشخاص مانند حق بر نظام اقتصادی صحیح و عادلانه، حق بر حریم خصوصی، حق بر برابری، حق بر امنیت یا اصول مسلم حاکم بر خدمات عمومی مانند برابری و بی‌طرفی را به‌هنگام بهره‌مندی اشخاص از خدماتش نقض نماید. باین‌حال امروزه، بسیاری از پلتفرم‌های دیجیتال برخوردار از موقعیت مسلط در بازار، علی‌رغم ارائه خدمات با ماهیت عمومی، همچنان تابع قواعد حاکم بر اشخاص حقوقی خصوصی بوده و بدون التزام به محدودیت‌های حاکم بر ارائه‌دهندگان خدمات عمومی مانند رعایت حقوق بنیادین، برابری، بی‌طرفی، شفافیت، پاسخ‌گویی، مسئولیت‌پذیری و... در انحصار و تحت کنترل و اراده صاحبان پلتفرم‌ها قرار دارند. با تغییر نگرش نسبت به ماهیت پلتفرم‌های مذکور از «فعالان اقتصادی متمرکز بر منفعت شخصی» به «ارائه‌دهندگان خدمات عمومی»، زمینه برای اعمال بسیاری از قواعد الزام‌آور یادشده به‌عنوان «پیش‌فرض‌های حاکم بر اقدامات پلتفرم‌های دیجیتال» فراهم خواهد شد و از گستره آزادی اراده این دسته از کسب‌وکارها در ارتکاب رفتارهای مخل رقابت، به میزان قابل توجهی کاسته خواهد شد. به‌بیان ساده‌تر، با در نظر گرفتن ماهیت پلتفرم‌ها به‌عنوان ارائه‌دهندگان خدمات عمومی، به‌هنگام ارزیابی رفتارهای مظنون به اخلاف در رقابت آنها، در بسیاری از موارد اصل بر آن است که پلتفرم به‌دلیل ماهیت خود (ارائه‌دهنده خدمات عمومی) و فارغ از آثار ضدرقابتی احتمالی رفتار، اساساً صلاحیت ارتکاب رفتار یادشده را نداشته است. در چنین نگرش آینده‌نگرانه‌ای، نوبت به ارزیابی رفتار یا آثار ضدرقابتی آن نخواهد رسید و فرایند صیانت از رقابت در بازار، تسهیل خواهد شد. حال پس از آشنایی با ضوابط آینده‌نگرانه ساختاری مواجهه با رفتارهای مخل رقابت زیست‌بوم پلتفرمی، نوبت به بررسی ضوابط آینده‌نگرانه قضایی می‌رسد.

#### ۴. تنظیم ضوابط آینده‌نگرانه قضایی

چنان‌که در گفتار نخست گذشت، صعوبت اثبات دعاوی رقابتی در زیست‌بوم پلتفرمی یکی از انگاره‌های مهم تغییر یافته پارادایم تنظیم رقابت این حوزه نسبت به زیست‌بوم سنتی کسب‌وکارهاست. مسئله‌ای که در کُنه خود بر دو چالش اساسی ضوابط سنتی دادرسی رقابت در زیست‌بوم پلتفرمی دلالت

۱. زارعی، محمدحسین و مجید نجاززاده هنجنی، «مفهوم خدمات عمومی و تحول آن در پرتو دکترین کارکرد عمومی»، پژوهش حقوق عمومی، د. ۵۶، ش. ۱۹، ۱۳۹۶، صص. ۱۴۹-۱۴۷.

دارد: نخست آنکه انعطاف و سرعت عمل این ضوابط، متناسب با پویایی رقابت در زیست‌بوم پلتفرمی نیست؛ تا جایی که ممکن است حتی عمر کسب‌وکار دادخواه، تا اتمام مرحله نهایی دادرسی بسنده نباشد. دوم آنکه اعمال پیش‌فرض‌های سنتی دادرسی مانند «تحمیل بار اثبات بر مدعی» در بسیاری از دعاوی رقابت زیست‌بوم پلتفرمی لزوماً منتهی به صیانت از رقابت در بازار نخواهد شد. دو مسئله‌ای که به‌وضوح در پرونده مورد اشاره شکایت شرکت چیلیوری علیه شرکت اسنپ‌فود نمایان شد. در ادامه به بررسی راهکارهای قضایی آینده‌نگرانه جهت برون‌رفت از این چالش‌ها خواهیم پرداخت.

#### ۴.۱. تغییر و تسهیل بار اثبات

ناگفته پیداست که تحمیل بار اثبات بر دوش مدعی، یکی از اصول دادرسی منصفانه به‌شمار می‌رود که از مدت‌ها پیش در فقه اسلامی تحت عنوان قاعده «البینه علی المدعی و الیمین علی من انکر» تجلی یافته است. اصل (۳۷) قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران نیز، اصل را بر براءت اشخاص نهاده<sup>۱</sup> و نظم حقوقی کنونی، اجرای آن را در دعاوی مدنی و کیفری تضمین نموده است.<sup>۲</sup> «اصل عدم»، «اصل صحت» و «ضرورت تضمین امنیت حقوقی اشخاص» از مهم‌ترین مبانی فقهی و حقوقی قاعده بینه و اصل براءت شناخته شده‌اند. در واقع از یک سو «دلیل برای اثبات امر مثبت یا وجودی به دادگاه داده می‌شود. عدم نیاز به اثبات ندارد؛ زیرا هرگاه درباره وجود یا عدم پدیده‌ای اختلاف شود، اصل با کسی است که وجود را انکار می‌کند».<sup>۳</sup> از سوی دیگر، در راستای قوام نظم اجتماعی و بنا بر ظاهر، اصل بر صحت و درستی اعمال حقوقی ارتكابی اشخاص در جامعه است،<sup>۴</sup> مگر اینکه دلیلی بر عدم صحت آنها

۱. اصل (۳۷) قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران مصوب ۱۳۵۸/۹/۱۲: «اصل، براءت است و هیچ کس از نظر قانون مجرم شناخته نمی‌شود، مگر اینکه جرم او در دادگاه صالح ثابت گردد».

۲. ماده ۱۹۷ قانون آیین دادرسی دادگاه‌های عمومی و انقلاب در امور مدنی مصوب ۱۳۷۹/۱/۲۱: «اصل براءت است، بنابراین اگر کسی مدعی حق یا دینی بر دیگری باشد باید آن را اثبات کند، در غیر این صورت با سوگند خوانده حکم به براءت صادر خواهد شد».

ماده (۴) قانون آیین دادرسی کیفری مصوب ۱۳۹۲/۱۲/۴: «اصل، براءت است. هرگونه اقدام محدود کننده، سالب آزادی و ورود به حریم خصوصی اشخاص جز به حکم قانون و با رعایت مقررات و تحت نظارت مقام قضایی مجاز نیست و در هر صورت این اقدامات نباید به گونه‌ای اعمال شود که به کرامت و حیثیت اشخاص آسیب وارد کند».

۳. کاتوزیان، ناصر، **اثبات و دلیل اثبات**، ج. ۲، تهران: میزان، ۱۳۹۳، ص. ۲۹.

۴. علیشاهی قلعه جوقی، ابوالفضل و مهدیه معالی، «تعارض و دلیل‌آوری معکوس شدن بار اثبات دلیل در پول‌شویی با اصول و قواعد فقهی»، پژوهش‌های فقه و حقوق اسلامی، د. ۱۸، ش. ۶۸، ۱۴۰۱، ص. ۱۱۴.

یافت شود و لازم است مدعی خلاف آن، ادعای خود را اثبات نماید<sup>۱</sup> و در نهایت در پناه این قاعده است که امنیت حقوقی اشخاص تضمین خواهد شد و حیثیت، جان و مال ایشان از هرگونه تعرض و دعوای واهی مصون خواهد ماند.<sup>۲</sup>

باین‌حال، چنان‌که اشاره شد، بسیاری از دعوای رقابتی مربوط به زیست‌بوم پلتفرمی در ایران که عمدتاً از سوی کسب‌وکارهای غیربرخوردار از سهم بازاری قابل توجه علیه کسب‌وکارهای برخوردار از قدرت بازاری بالا یا واجد موقعیت مسلط اقامه شده است، با این استدلال که «دلایل کافی مبنی بر احراز وقوع تخلف ضدرقابتی ارائه نشده است»، به سرانجام مطلوب رقابتی منتهی نشده و تشدید تمرکز بازار را در پی داشته است. چنین وضعیتی مختص ایران نیست و بررسی گزارش‌های سایر مراکز رقابتی جهان در خصوص زیست‌بوم مذکور نیز حکایت از وجود چنین چالشی دارد.<sup>۳</sup>

طبیعتاً جدی‌ترین راهکاری که به‌منظور برون‌رفت از این چالش به ذهن متبادر می‌شود، «تغییر» بار اثبات و تسهیل آن است. بدین معنا که تکلیف اثبات ادعا از دوش مدعی (خواهان دعوای رقابتی) برداشته و بر دوش مدعی‌علیه (خواننده دعوای رقابتی) نهاده شود تا در نهایت، با این جابه‌جایی، علاوه بر افزایش هزینه ارتکاب رفتارهای ضدرقابتی، فرایند اثبات رفتارهای مخل رقابت تسهیل شود و صیانت از رقابت را به‌نحو شایسته‌تری برقرار سازد. البته واضح و میرهن است که پیاده‌سازی چنین ایده‌ای در نگاه نخست در تعارض با مبانی پیش‌گفته خواهد بود و پذیرش آن مستلزم ارائه ادله توجیهی است. بدین‌منظور و در مقام ارائه استدلال حقوقی در راستای موجه ساختن معکوس کردن بار اثبات در دعوای رقابتی زیست‌بوم پلتفرمی باید گفت که:

اولاً در رابطه با مبنای نخست، یعنی «اصل عدم»، باید خاطر نشان کرد که مراجعه به اصول، زمانی امکان‌پذیر است که اماره‌ای وجود نداشته باشد یا احتمال وجود آن نرود و نیز یأس از دستیابی به اماره پس از فحص حاصل شود؛ دلیل این برتری آن است که اماره کاشف از واقع است و اصل فاقد این ویژگی است.<sup>۴</sup> بر همین اساس، در زیست‌بوم پلتفرمی نیز در صورتی که اماره‌ای مبنی بر وقوع رفتار مخل

۱. داماد، سید مصطفی، قواعد فقه، ج. ۴، تهران: مرکز نشر علوم اسلامی، ۱۴۰۶ هـ. ق، صص. ۱۱۱-۱۱۰.

۲. رحمدل، منصور، «قانون اساسی ایران و اصل برائت»، نشریه حقوق اساسی، د. ۴، ش. ۶ و ۷، ۱۳۸۵، صص. ۱۲۱-۱۱۹.

۳. Ennis, Sean. & Fletcher, Amelia, "Developing International Perspectives on Digital Competition Policy", *Centre for Competition Policy and Norwich Business School, University of East Anglia*, Vol. 1, No. 20-05, 2020, pp. 9-11.

۴. جمعی از پژوهشگران زیر نظر سیدمحمود هاشمی شاهرودی، فرهنگ فقه مطابق مذهب اهل بیت علیهم‌السلام.

ج. ۶، قم: مؤسسه دائره‌المعارف فقه اسلامی بر مذهب اهل بیت علیهم‌السلام، ۱۴۲۶ هـ. ق، ص. ۶۷۴.

رقابت وجود داشته باشد، نمی‌توان به مبنای یادشده تمسک جست. به‌عنوان مثال، در پرونده شکایت شرکت چیلیوری علیه شرکت اسنپ‌فود، علی‌رغم عدم کفایت ادله خواهان در اثبات رفتار ضدرقابتی خوانده از نظر شعبه دیوان عدالت اداری، اعلام ورشکستگی خواهان پیش از صدور رأی نهایی شعبه، می‌توانست به‌عنوان اماره‌ای نشئت‌گرفته از ظن قوی به وقوع رفتار مخل رقابت، مانع از استناد قاضی به اصل برائت و قاعده بینه شود.

ثانیاً درخصوص مبنای دوم، یعنی «اصل صحت»، باید گفت، این اصل زمانی جاری می‌شود که قرائن ظنی مبنی بر فساد عمل خوانده وجود نداشته باشد وگرنه مانع از اجرای اصل صحت و پیاده‌سازی قاعده بینه خواهد شد.<sup>۱</sup> به‌عنوان مثال در پرونده یادشده، قاضی شعبه دیوان عدالت اداری قادر بود با مشاهده متن پیش‌نویس قراردادهای شرکت اسنپ‌فود- که به‌صورت برخط و عمومی قابل دسترس برای همگان است- یا مشاهده سابقه شکایات رقابتی علیه شرکت اسنپ از جمله شکایت شرکت تپسی، ظن قوی نسبت به وقوع رفتار مخل رقابت ممانعت از معامله با رقیب توسط این شرکت را ادراک نماید و اصل برائت و قاعده بینه را جاری نسازد.

ثالثاً در رابطه با مبنای سوم یعنی «تضمین امنیت حقوقی اشخاص» باید گفت که مبنای مذکور استوار بر فرض «بی‌گناهی اشخاص» است. در صورتی که قرائن و نشانه‌های ظاهری، ظن وقوع رفتار ممنوعی را از سوی خوانده سبب شود، فرض مذکور منتفی خواهد شد و تبعاً محلی برای اجرای قاعده بینه باقی نخواهد ماند.<sup>۲</sup> برای نمونه در پرونده مذکور، ویژگی‌های کسب‌وکار پلتفرمی شرکت اسنپ‌فود نظیر «اثر شبکه‌ای»، «کاهش هزینه‌های مبادله»، «صرفه ناشی از مقیاس»، «صرفه ناشی از گستره»، «قابلیت شخصی‌سازی»، «نقش بسزای داده‌ها» و... از یک سو، «انحصارگرایی فزاینده بازار» از سوی دیگر و از همه مهم‌تر برخورداری این شرکت از «قدرت بازاری بالا»، آن را در موقعیتی متفاوت از سایر بازیگران و رقبای بازاری قرار می‌دهد. موقعیتی که به‌دلیل برخورداری از ویژگی‌های یادشده، احتمال وقوع رفتارهای مخل رقابت را غیرقابل چشم‌پوشی می‌نماید. بنابراین، با انتفای فرض یادشده در چنین موقعیتی، استناد به قاعده بینه و اصل برائت وجهی نخواهد داشت. بدیهی است که معکوس کردن بار

۱. فهیمی، عزیزالله، **مبانی و قلمرو اصل صحت در معاملات**. قم: دانشگاه قم، ۱۳۹۶، ص. ۳.

۲. جوادی، فاطمه، سیدمهدی صالحی و سیدمهدی قریشی، «واکاوی مبانی فقهی اماره مجرمیت در جرم پولشویی»، *فقه و مبانی حقوق اسلامی*، د. ۵۲، ش. ۱، ۱۳۹۸، ص. ۱۲.

اثبات نسبت به سایر بازیگران بازار که از چنین موقعیت راهبردی برخوردار نیست به سادگی امکان پذیر نخواهد بود.

شایان ذکر است که پذیرش تغییر بار اثباتی در خصوص موضوعات واجد شرایط و ضوابط یادشده، هرچند در قوانین و مقررات داخلی حوزه رقابت در نظام حقوقی ایران پیاده‌سازی نشده است، اما اجرای آن در سایر حوزه‌ها بی‌سابقه نیست. تبصره‌های ماده (۲) قانون مبارزه با پول‌شویی الحاقی ۱۳۹۷/۷/۳<sup>۱</sup> - که مورد ایراد شورای نگهبان نیز واقع نشده‌اند<sup>۲</sup> - و مسئله قسامه موضوع مواد ۳۱۷، ۳۱۸ و ۳۱۹ قانون مجازات اسلامی که ریشه در فقه اسلامی دارد، نمونه‌هایی از تغییر بار اثبات در نظام حقوقی ایران به‌شمار می‌روند.<sup>۳</sup>

۱. تبصره‌های ۱، ۲ و ۳ قانون مبارزه با پول‌شویی الحاقی ۱۳۹۷/۷/۳:

«تبصره ۱- هرگاه ظن نزدیک به علم به عدم صحت معاملات و تحصیل اموال وجود داشته باشد، مانند آنکه نوعاً و با توجه به شرایط امکان تحصیل آن میزان دارایی در یک زمان مشخص وجود نداشته باشد، مسئولیت اثبات صحت آنها برعهده متصرف است. منظور از علم در این تبصره و تبصره (۳) همان است که در قانون مجازات اسلامی برای علم قاضی تعریف شده است.

تبصره ۲- دارا شدن اموال موضوع این قانون منوط به ارائه اسناد مثبت می‌باشد. علاوه بر این چنانچه ارزش اموال مزبور بیش از ۱۰ میلیارد (۱۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال برای سال پایه و معادل افزایش یافته آن براساس نرخ تورم برای سال‌های بعد باشد، وجود سابقه از آن در سامانه‌های مربوطه مطابق قوانین و مقررات لازم است. عدم تقدیم اسناد مثبت که قابل راستی‌آزمایی باشد به حکم دادگاه مستوجب جزای نقدی به میزان یک‌چهارم ارزش آن اموال خواهد بود، در این صورت اصل مال موضوع قانون تا زمان رسیدگی قضایی توقیف می‌شود. چنانچه پس از رسیدگی اثبات شود، دارا شدن مشروع بوده از مال رفع توقیف و در غیر این صورت ضبط می‌شود.

تبصره ۳- چنانچه ظن نزدیک به علم بر تحصیل مال از طریق نامشروع وجود داشته باشد در حکم مال نامشروع محسوب و مرتکب در صورتی که مشمول مجازات شدیدتری نباشد، به حبس درجه شش محکوم می‌شود. در هر صورت مال مزبور ضبط خواهد شد، مگر اینکه تحصیل مشروع آن اثبات شود».

۲. رک نظر شماره ۹۷/۱۰۲/۶۶۴۸ به تاریخ ۱۳۹۷/۵/۲۴ صادره از شورای نگهبان در خصوص مصوبه «لایحه اصلاح قانون مبارزه با پول‌شویی»، آخرین بازدید در تاریخ ۱۴۰۲/۶/۱۶ از:

<http://nazarat.shora-rc.ir/Forms/frmShenasname.aspx>

۳. در سه بخش از قسامه، قاعده بینه و اصل برائت اجرا نمی‌شود: ۱- ابتدا از متهم درخواست دلیل بر بی‌گناهی می‌شود. ۲- از متهم بدون وجود دلیل و صرفاً به دلیل وجود لوٹ ظنی، اخذ تأمین می‌شود. ۳- در نهایت بدون وجود دلیل قطعی و حتی عدم اقامه قسامه توسط اولیای دم درخواست پرداخت دیه از متهم می‌شود. مواد ۳۱۷ تا ۳۱۹ قانون مجازات اسلامی مصوب ۱۳۹۲ در این باره مقرر می‌دارند:

«ماده ۳۱۷- در صورت حصول لوٹ، نخست از متهم، مطالبه دلیل بر نفی اتهام می‌شود. اگر دلیلی ارائه شود، نوبت به قسامه شاکی نمی‌رسد و متهم تبرئه می‌گردد. در غیر این صورت با ثبوت لوٹ، شاکی می‌تواند اقامه قسامه کند یا از متهم درخواست قسامه نماید. ماده ۳۱۸- اگر شاکی اقامه قسامه نکند و از مطالبه قسامه از متهم نیز خودداری ورزد، متهم در جنایات عمدی، با تأمین مناسب و در جنایات غیرعمدی، بدون تأمین آزاد می‌شود، لکن حق اقامه قسامه یا مطالبه آن برای شاکی باقی می‌ماند. تبصره - در مواردی که تأمین گرفته می‌شود، حداکثر سه ماه به شاکی فرصت داده می‌شود تا اقامه

به‌لحاظ تطبیقی نیز بخش ۱۹(a) قانون رقابت آلمان<sup>۱</sup> اصلاحی ۲۰۲۲/۷/۱۹ پس از احصای مجموعه‌ای از رفتارهای رقابتی ممنوعه نسبت به کسب‌وکارهای برخوردار از ویژگی‌های راهبردی همچون موقعیت مسلط، توان و دسترسی مالی بالا، دسترسی به داده‌های رقابتی و... بار اثبات و ارائه توجیه در خصوص ضدرقابتی نبودن رفتارهای مذکور را<sup>۲</sup> برعهده کسب‌وکارهای یادشده نهاده است.<sup>۳</sup> حال پس از آشنایی با نخستین ضابطه قضایی، در ادامه به بررسی ضابطه دوم یعنی «تحدید پیشینی حق دفاع» خواهیم پرداخت.

#### ۴.۲. تحدید پیشینی حق دفاع

«حق دفاع» یکی از لوازم دادرسی منصفانه و مصداقی بارز از حقوق بنیادین بشر است که از یک سو امکان طرح ادعا توسط اصحاب دعوا، استماع و آگاهی از استدلال‌های طرف مقابل و احياناً پاسخ به آنها را فراهم می‌سازد و از سوی دیگر، بازدارنده از اشتباهات مراجع رسیدگی‌کننده محسوب می‌شود. بی‌شک ضروری است که این حق در کلیه مراجع رسیدگی‌کننده به دعاوی- اعم از قضایی و شبه‌قضایی- همچون مراجع رقابتی محترم شمرده و رعایت شود.<sup>۴</sup>

مقتضی حق دفاع آن است که مرجع رسیدگی‌کننده در فرایند رسیدگی، کلیه تمهیداتی را که تضمین‌کننده حق دفاع طرفین است، در نظر بگیرد.<sup>۵</sup> یکی از تمهیدات ویژه دعاوی رقابتی در این زمینه، اصل «به‌کارگیری و استناد به دلایل موجه و معقول»<sup>۶</sup> ضمن دعاوی یادشده است. مبتنی بر این اصل، مرجع رسیدگی‌کننده ملزم است تا ضمن رسیدگی به دعاوی مربوط به برخی از رفتارهای محل رقابت، نسبت میان اثرات ضدرقابتی رفتار مربوطه و نیز تأثیرات مثبت آن بر رقابت را بسنجد و در صورت تفوق

قسامه نماید یا از متهم مطالبه قسامه کند و پس از پایان مهلت از تأمین اخذ شده رفع اثر می‌شود. ماده ۳۱۹ - اگر شاکی از متهم درخواست قسامه کند و وی حاضر به قسامه نشود به پرداخت دیه محکوم می‌شود و اگر اقامه قسامه کند، تبرئه می‌گردد و شاکی حق ندارد برای بار دیگر، با قسامه یا بینه، دعوی را علیه او تجدید کند. در این مورد متهم نمی‌تواند قسامه را به شاکی رد نماید».

1. Competition Act (Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen – GWB)
2. Schnitzer, Monika, Crémer, Jacques, Crawford, Gregory, Dinielli, David, Fletcher, Amelia, Heidhues, Paul, Scott-Morton, Fiona & Seim, Katja, "International Coherence in Digital Platform Regulation: An Economic Perspective on the US and EU Proposals". *Digital Regulation Project - Policy Discussion Paper in Yale University*. Vol. 5, No. 1, 2021, p. 20.
3. Franck & Petiz, *Op.cit.*, p. 514.

۴. شمس، عبدالله، **آیین دادرسی مدنی دوره بنیادین**، ج. ۴، تهران: دراک، ۱۳۹۳، ص. ۷۸.
۵. رستمی، ولی و داود کاظمی، «ارزیابی اصول «حق دفاع» و «علنی بودن» دادرسی مالیاتی در نظام حقوقی ایران و انگلیس»، *فصلنامه مطالعات حقوق عمومی*، د. ۴۹، ش. ۴، ۱۳۹۸، ص. ۱۰۶۹.

6. the Rule of Reason

دومی بر اولی، حکم فقدان مسئولیت مرتکب رفتار یادشده را صادر نماید.<sup>۱</sup> بخش (۱) قانون شرمن ایالات متحده، جزء (۳) ماده ۱۰۱ معاهده کارکرد اتحادیه اروپایی (TFEU) و ماده (۴۴) قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل (۴۴) قانون اساسی ایران چنین ظرفیتی را در دعوی رقابتی نسبت به برخی رفتارهای مخل رقابت به رسمیت شناخته‌اند. به‌عنوان نمونه، اگر خواننده دعوی رقابتی قادر به اثبات این مسئله باشد که رفتارهای ارتكابی وی منجر به بهبود وضعیت تولید یا توزیع کالا، ارتقای پیشرفت فنی یا رشد اقتصادی شده است و درعین‌حال، سهم عادلانه‌ای از منافع حاصل‌شده نیز به مصرف‌کنندگان اختصاص یافته است، رفتار ارتكابی وی، علی‌رغم اینکه به‌عنوان یک رفتار مخل رقابت در قانون شناخته شده است، بنا به دلایل موجهه مذکور، مشمول ضمانت‌اجراهای رقابتی نخواهد شد.<sup>۲</sup>

یکی از سازوکارهای آینده‌نگرانه قضایی و جهت‌بخش به رفتارهای فعالان اقتصادی که می‌توان با استفاده از آن، آسیب‌های فضای رقابتی زیست‌بوم پلتفرمی همچون صعوبت اثبات دعوا را به حداقل رساند، تحدید پیشینی حق دفاع از طریق «تضییق امکان به‌کارگیری و استناد به دلایل موجه و معقول» درخصوص رفتارهای مخل رقابت و نیز «جابه‌جایی موعد استعمال این حق به زمان پیش از ارتکاب رفتارها» است. در واقع، براساس این سازوکار، لازم است پلتفرم‌های برخوردار از موقعیت مسلط، اولاً پیش از ارتکاب هر نوع رفتار مخل رقابت به رسمیت شناخته‌شده، ضمن درخواست از مرجع رقابتی، مجوز ارتکاب آن را دریافت نمایند، ثانیاً به‌هنگام ارائه ادله جهت توجیه ارتکاب رفتارهای مذکور، برخلاف ضوابط سنتی یادشده،<sup>۳</sup> جز با استناد به ادله مربوط به شرایط استثنایی و اضطراری ویژه از حق توجیه رفتار مخل رقابت برخوردار نیستند.

قانون بازارهای دیجیتال اتحادیه اروپایی نمونه بارز پیاده‌سازی چنین رویکردی است که در آن، استناد به ادله موجه بسیار محدود و تابع ضوابط و تشریفات خاصی است. براساس جزء (۱) ماده (۹) این قانون، شرکت‌های دروازه‌دار<sup>۴</sup> مکلف‌اند اولاً پیش از ارتکاب هر نوع رفتار مخل رقابت (نقض تعهدات مندرج در

1. Bailey, David, "Rule of Reason", In *Global Dictionary of Competition Law, Concurrences*, 2002, p. 758.

۲. به‌منظور آشنایی با ضوابط پیاده‌سازی اصل مذکور در فضای سنتی کسب‌وکارها و نیز سکویای رقومی ر.ک: MacLeod, 2023: 1001-1076; 13. Evans, David & Schmalensee, Richard, "Applying the Rule of Reason to Two-Sided Platform Businesses", *University of Miami Business Law Review*, Vol. 26, No. 1, 2018 Evans, David & Schmalensee, Richard, "Applying the Rule of Reason to Two-Sided Platform Businesses", *University of Miami Business Law Review*, Vol. 26, No. 1, 2018, 1-16.

۳. استناد به دلایل موجهه‌ای چون بهبود وضعیت تولید یا توزیع کالا، ارتقای فنی، رشد اقتصادی یا اختصاص منافع حاصله به مصرف‌کنندگان.

4. Gatekeepers

مواد (۵) و (۶)، درخواستی را مبنی بر ضرورت تعلیق استثنایی یکی از تعهدات یادشده به کمیسیون ارائه دهند، ثانیاً درخواست خود را منضم به ادله مثبتی شرایط اضطراری خارج از اراده و مرتبط با امنیت، سلامت، اخلاق یا حیات اقتصادی نمایند. پس از آن، حداکثر ظرف سه ماه با انجام بررسی‌های لازم در کمیسیون، تصمیم مربوطه اتخاذ خواهد شد.

چنان که ملاحظه می‌شود، به‌کارگیری سازوکار آینده‌نگرانه یادشده، با نظارت پیش‌گیرانه مرجع رقابتی، مانع از وقوع رفتارهای مخل رقابت از ابتدا خواهد شد.

### نتیجه‌گیری

براساس یافته‌های نوشتار حاضر مشخص شد که بروز انگاره‌های نوینی چون «پویایی بسیار زیاد بازار»، «تمرکز و انحصارگرایی فزاینده آن»، «بازگشت‌ناپذیری رقابت»، «ماهیت دوگانه پلتفرم» و «صعوبت اثبات دعوی»، نظام سنتی مواجهه با رفتارهای مخل رقابت را در زیست‌بوم پلتفرمی با چالش‌های جدی روبه‌رو ساخته‌است. از یک سو «پویایی بسیار زیاد بازار» سبب شده است که ضوابط و هنجارهای مواجهه، متناسب با تحولات بازار به‌روز نشوند و تبعاً از کارایی لازم نیز برخوردار نباشند. از سوی دیگر، «تمرکز و انحصارگرایی فزاینده بازار» امکان رقابت مؤثر را از رقبای سلب کرده و در موارد قابل توجهی سبب حذف آنها از بازار شده است. این مسئله در کنار اثر شبکه‌ای و هزینه بالای جابه‌جایی نه فقط «بازگشت‌ناپذیری رقابت» و عدم امکان ترمیم رقابت آسیب‌دیده در بازار مرتبط را به‌دنبال داشته است، بلکه تسری چنین وضعیتی به سایر بازارها را نیز موجب شده و عدم کفایت ضوابط سنتی مواجهه با رفتارهای مخل رقابت را نمایان ساخته است. به‌علاوه، امروزه نقش پلتفرم‌ها در بازارها از «کسب‌وکار» صرف به «کسب‌وکار-تنظیم‌گر» ارتقا یافته است؛ حال آنکه سامان‌دهی ضوابط سنتی مواجهه با رفتارهای مخل رقابت، همچنان مبتنی بر نقش سابق، باقی مانده است. در نهایت نیز ضوابط سنتی دادرسی در دعاوی پلتفرمی، به‌دلیل کاستی در انعطاف و سرعت‌عمل، قادر به تضمین رقابت و صیانت از حقوق مصرف‌کننده نبوده است.

ریشه بخش قابل توجهی از ناکارآمدی‌های یادشده آن است که نظام سنتی مواجهه با رفتارهای مخل رقابت تاکنون، یک نظام «درمانی و گذشته‌نگر» بوده است. طبیعتاً راهکار برون‌رفت از چالش‌های یادشده، تکمیل ضوابط آن با به‌کارگیری ضوابطی «پیش‌گیرانه و آینده‌نگر» در سه ساحت «رفتاری»، «ساختاری» و «قضایی» است. در همین راستا «تنظیم استانداردهای رفتاری» پلتفرم‌ها را موظف می‌کند

تا با اعمال تغییرات فناورانه به‌هنگام ارتکاب هرگونه رفتاری، مطابق با استانداردهای تنظیم‌شده عمل نمایند و پیشاپیش امکان وقوع رفتار مخل رقابت در زیست‌بوم پلتفرمی را منتفی می‌سازد. «تأمین شفافیت الگوریتمی آزمایشی» دومین ضابطه آینده‌نگرانه رفتاری است که پیاده‌سازی آن، مرجع رقابتی را قادر می‌سازد تا پیش از به‌کارگیری الگوریتم‌ها از جانب پلتفرم‌ها، هم به ارزیابی محتوای الگوریتم از منظر شاخص‌های رقابتی بپردازد، هم با ارزیابی تأثیرات اجرا و پیاده‌سازی آزمایشی آن در گستره و مقیاسی کوچک‌تر، نسبت به تأیید، اصلاح یا منع به‌کارگیری آن در آینده اقدام نماید. «تحدید ساختاری پلتفرم» نیز به‌معنای انحصار فعالیت پلتفرم به واسطه‌گری و ممانعت از ورود آن به بازارهای جانبی و رقابت مستقیم با مشاغل فعال در آن بازارها است. به‌کارگیری ضابطه ساختاری مذکور از ابتدا مانع از قرار گرفتن پلتفرم در موقعیت‌های مخل رقابت می‌شود. «بازتنظیم ماهیت ساختاری پلتفرم» ضابطه آینده‌نگرانه دیگری است به‌معنای ارتقای ماهیت پلتفرم‌های دیجیتال از کسب‌وکارهای خصوصی صرف به ارائه‌دهندگان خدمات عمومی. به‌کارگیری چنین ضابطه‌ای، الزاماتی چون رعایت حقوق بنیادین اشخاص، برابری، بی‌طرفی، شفافیت، پاسخ‌گویی، مسئولیت‌پذیری و... را بر پلتفرم‌ها بار می‌کند و صلاحیت ارتکاب بسیاری از رفتارهای مخل رقابت، حتی آنهایی را که واجد توجیه‌اند از پلتفرم سلب می‌نماید. در نهایت، ضابطه آینده‌نگرانه قضایی «تغییر و تسهیل بار اثبات» مرجع رقابتی را قادر می‌سازد تا با احراز شرایطی، ضمن جابه‌جایی بار اثبات از خواهان به خواننده دعوی رقابتی، علاوه بر افزایش هزینه ارتکاب رفتارهای ضدرقابتی، فرایند اثبات در دعوی رقابتی پلتفرمی - که عمدتاً از دعوی صعب‌الاثبات محسوب می‌شوند- تسهیل شود و صیانت از رقابت را به‌نحو شایسته‌تری برقرار گردد. براساس «تحدید پیشینی حق دفاع» نیز طیفی از پلتفرم‌ها مکلف‌اند پیش از ارتکاب هر نوع رفتار مخل رقابت به رسمیت شناخته‌شده، ضمن درخواست از مرجع رقابتی، مجوز ارتکاب آن را دریافت نمایند و نیز به‌هنگام ارائه ادله جهت توجیه ارتکاب رفتارهای مذکور، جز با استناد به ادله مربوط به شرایط استثنایی و اضطراری ویژه از حق توجیه برخوردار نیستند.

## منابع

### کتاب

۱. جمعی از پژوهشگران زیر نظر سیدمحمد هاشمی شاهرودی، **فرهنگ فقه مطابق مذهب اهل بیت علیهم‌السلام**، ج. ۶، قم: مؤسسه دائرةالمعارف فقه اسلامی بر مذهب اهل بیت علیهم‌السلام، ۱۴۲۶ ه. ق.

۲. رهبری، ابراهیم و وحید حسنی سنگانی، **حقوق رقابت در عرصه مالکیت‌های فکری**، ج. ۲، تهران: سمت، ۱۳۹۸.
۳. شمس، عبدالله، **آیین دادرسی مدنی دوره بنیادین**، ج. ۳، تهران: دراک، ۱۳۹۳.
۴. فهیمی، عزیزالله، **مبانی و قلمرو اصل صحت در معاملات**، قم: دانشگاه قم، ۱۳۹۶.
۵. کاتوزیان، ناصر، **اثبات و دلیل اثبات**، ج. ۲، تهران: میزان، ۱۳۹۳.
۶. محقق داماد، سید مصطفی، **قواعد فقه**، ج. ۴، تهران: مرکز نشر علوم اسلامی، ۱۴۰۶، ه. ق.

## مقاله

۷. بهادری جهرمی، علی، محمدصادق فراهانی، محمدمهدی جعفریان و رضا قاسمی‌پور، «رویه‌های نوین ضدرقابتی در سکوه‌های فضای مجازی». *مطالعات حقوق عمومی*، د. ۵۲، ش. ۷۸، ۱۴۰۳، صص. ۳۹۲-۴۲۱  
<https://doi.org/10.22059/jplsq.2024.370291.3540>
۸. جوادی، فاطمه، سید مهدی صالحی و سید مهدی قریشی، «واکاوی مبانی فقهی اماره مجرمیت در جرم پول‌شویی»، *فقه و مبانی حقوق اسلامی*، د. ۵۲، ش. ۱، ۱۳۹۸، صص. ۲۹-۴۸  
<https://doi.org/10.22059/jzfil.2019.269465.668606>
۹. رحمدل، منصور، «قانون اساسی ایران و اصل برائت»، *نشریه حقوق اساسی*، د. ۴، ش. ۶ و ۷، ۱۳۸۵، صص. ۹۱-۱۱۱.
۱۰. رستمی، ولی و داوود کاظمی، «ارزیابی اصول «حق دفاع» و «علنی بودن» دادرسی مالیاتی در نظام حقوقی ایران و انگلیس»، *فصلنامه مطالعات حقوق عمومی*، د. ۴۹، ش. ۴، ۱۳۹۸، صص. ۱۰۸۸-۱۰۶۷.  
<https://doi.org/10.22059/jplsq.2017.235097.1525>
۱۱. رضایی‌زاده، محمدجواد و داوود کاظمی، «بازشناسی نظریه «خدمات عمومی» و اصول حاکم بر آن در قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران»، *نشریه فقه و حقوق اسلامی*، د. ۳، ش. ۵، ۱۳۹۱، صص. ۲۳-۴۶.
۱۲. رهبری، ابراهیم، «تأملی بر رابطه کلان‌داده‌ها و قدرت بازاری در بازارهای پلتفرمی از منظر تحولات نوین حقوق رقابت»، *مطالعات حقوق خصوصی*، د. ۵۳، ش. ۲، ۱۴۰۲، صص. ۲۲۸-۲۰۵.  
<https://doi.org/10.22059/jlq.2023.347799.1007709>

۱۳. زارعی، محمدحسین و مجید نجارزاده هنجنی، «مفهوم خدمات عمومی و تحول آن در پرتو دکترین کارکرد عمومی»، پژوهش حقوق عمومی، د. ۵۶، ش. ۱۹، ۱۳۹۶، صص. ۱۳۵-۱۵۶.

<https://doi.org/10.22054/qjpl.2017.8834.1193>

۱۴. علیشاهی قلعه جوقی، ابوالفضل و مهدیه معالی، «تعارض و دلیل‌آوری معکوس شدن بار اثبات دلیل در پول‌شویی با اصول و قواعد فقهی»، پژوهش‌های فقه و حقوق اسلامی، د. ۱۸، ش. ۶۸، ۱۴۰۱، صص. ۱۰۱-۱۱۹.

<https://doi.org/10.22034/ijrz.2022.694912>

۱۵. فراهانی، محمدصادق، عباسعلی کدخدایی و ولی رستمی، «حقوق رقابت در پلتفرم‌های دیجیتال؛ ضرورت بازنگری در قواعد سنتی»، پژوهش حقوق عمومی، د. ۲۵، ش. ۷۹، ۱۴۰۲، صص. ۴۰-۷.

<https://doi.org/10.22054/qjpl.2023.63811.2683>

۱۶. کدخدایی، عباسعلی، ولی رستمی و محمدصادق فراهانی، «ضوابط حاکم بر تنظیم پیش‌نیازهای اعمال قواعد رقابتی در پلتفرم‌های دیجیتال؛ آسیب‌شناسی ضوابط سنتی و ارائه راهکارهای نوین»، مطالعات حقوقی، د. ۱۵، ش. ۳، ۱۴۰۲، صص. ۳۸۲-۳۳۷.

<https://doi.org/10.22099/jls.2023.44359.4775>

۱۷. میرزاده کوهشاهی، نادر، «نظارت قضایی دیوان عدالت اداری بر شورای رقابت و نهادهای مرتبط»، فصلنامه پژوهش تطبیقی حقوق اسلام و غرب، د. ۹، ش. ۳، ۱۴۰۱، صص. ۳۵۵-۳۸۴.

<https://doi.org/10.22091/csiw.2022.8269.2287>

## قوانین

۱۸. قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل چهل و چهارم (۴۴) مصوب ۱۳۸۶/۱۱/۸.

## پرونده‌ها

۱۹. رأی شماره ۴۰۶ به تاریخ ۱۳۹۸/۱۰/۱۴ صادره از شورای رقابت.

۲۰. رأی شماره ۴۳۷ به تاریخ ۱۳۹۹/۷/۱۹ صادره از شورای رقابت.

۲۱. رأی شماره ۵۴۰ به تاریخ ۱۴۰۱/۱۱/۴ صادره از شورای رقابت.

۲۲. رأی شماره ۵۵۰ به تاریخ ۱۴۰۱/۱۲/۲ صادره از شورای رقابت.

۲۳. رأی شماره ۵۵۵ به تاریخ ۱۴۰۱/۱۲/۲۰ صادره از شورای رقابت.

۲۴. رأی مورخ ۱۳۹۹/۷/۲۲ صادره از شعبه دیوان عدالت اداری.

۲۵. رأی شماره ۰۲/۱۵۰/ه ت به تاریخ ۱۴۰۲/۴/۲۶ صادره از هیئت تجدیدنظر شورای رقابت.

### نظرات

۲۶. نظر شماره ۰۲/۶۶۴۸/۹۷/۱۰۲ به تاریخ ۱۳۹۷/۵/۲۴ صادره از شورای نگهبان.

### منبع الکترونیک

۲۷. آستانه، مجتبی، «هیئت تجدیدنظر شورای رقابت، اسنپ را از پرداخت خسارت معاف کرد»، دیجیاتو،

قابل دسترسی در:

<https://digiato.com/iran-technology-news/snapp-was-exempted-paying-damages-case-of-tapsi-complaint> (۱۴۰۲/۶/۱۶).

۲۸. سراب‌پور، سونیتا، «اسنپ: رویه ضدرقابتی علیه تپسی را تکذیب می‌کنیم / تپسی: با رأی شورای

رقابت از اسنپ شکایت می‌کنیم»، کارنگ، قابل دسترسی در:

<https://karangweekly.ir/> (۱۴۰۲/۶/۱۶).

۲۹. مستکین، امیر، «از خرده فروشی به مارکت پلیس؛ دیجی کالا چگونه متحول شد؟»، دیجیاتو، قابل

دسترسی در:

<https://digiato.com/article/2020/01/25> (۱۴۰۲/۶/۱۶).

۳۰. نیری، امیر، «چیلیوری رسماً به فعالیت خود پایان داد»، آی تی ایران، قابل دسترسی در:

<https://itiran.com/>

(۱۴۰۲/۶/۱۶).

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی

## References

### Books

1. A group of Researchers under the Supervision of Seyyed Mahmoud Hashemi Shahroudi, **Encyclopedia of Jurisprudence According to the Religion of the Ahl al-Bayt (peace be upon them)**, Vol. 6, Qom: Institute of the Encyclopedia of Islamic Jurisprudence on the Religion of the Ahl al-Bayt (peace be upon them), 1426 AH. (in Persian)
2. Fahimi, Azizollah, **Principles and Scope of the Principle of Authenticity in Transactions**, Qom: Qom University, 2017. (in Persian)
3. Katouzian, Naser, **Proof and Reason for Proof**, Vol. 2, Tehran: Mizan, 2014. (in Persian)
4. Mohaqq Damad, Seyyed Mustafa, **Rules of Jurisprudence**, Vol. 4, Tehran: Islamic Sciences Publishing Center, 1406 AH. (in Persian)
5. Rahbari, Ebrahim and Vahid, Hassani Sangani, **Competition Law in the Field of Intellectual Property**, Vol.2, Tehran: Samt, 2019. (in Persian)
6. Shams, Abdullah, **Civil Procedure (Basic Course)**, Vol. 3, Tehran: Drak, 2014. (in Persian)

### Articles

7. Alishahi Qalejooghi, Abolfazl and Mahdiah Maali, "Conflict and Justification of the Reversal of the Burden of Proof in Money Laundering with the Principles and Rules of Jurisprudence", *Islamic Law and Jurisprudence Research*, Vol. 18, No. 68, 2017, pp. 101-119. (in Persian)  
<https://doi.org/10.22034/ijrj.2022.694912>
8. Bahadori Jahromi, Ali, Mohammad Sadeq Farahani, Mohammad Mehdi Jafarian, Reza Ghasemipour, "New Anti-Competitive Practices in Cyberspace Platforms", *Public Law Studies*, Vol. 52, No. 78, 1403, pp. 421-392. (in Persian)  
<https://doi.org/10.22059/jpls.2024.370291.3540>
9. Bailey, David, "Rule of Reason", In *Global Dictionary of Competition Law, Concurrences*, 2002, pp. 758-768.
10. Broulík, Jan, "Preventing Anticompetitive Conduct Directly and Indirectly: Accuracy versus Predictability", *The Antitrust Bulletin*. Vol. 64, No. 1, 2019, pp. 115-127. <https://doi.org/10.1177/0003603X18822611/>
11. Cabral, Sandro, Lazzarini, Sergio & Furquim, Azevedo, "Private Entrepreneurs in Public Services: A Longitudinal Examination of Outsourcing and Statization of Prisons", *Strategic Entrepreneurship Journal*, Vol. 7, No. 1, 2013, pp. 6-25.  
<https://doi.org/10.1002/sej.1149/>

12. Cappai, Marco & Colangelo, Giuseppe, "Navigating the Platform Age: the 'More Regulatory Approach' to Antitrust Law in the EU and the U.S.", *Stanford-Vienna TTLF*, 2020, Vol. 55, No. 1, pp. 1-35.  
<http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3572629/>
13. Evans, David & Schmalensee, Richard, "Applying the Rule of Reason to Two-Sided Platform Businesses", *University of Miami Business Law Review*, Vol. 26, No. 1, 2018, pp. 1-16.
14. Ennis, Sean. & Fletcher, Amelia, "Developing International Perspectives on Digital Competition Policy", *Centre for Competition Policy and Norwich Business School, University of East Anglia*, Vol. 1, No. 20-05, 2020, pp. 1-21.  
<http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3565491/>
15. Fabiana, Diporto, & Maggiolino. Mariateresa, "Algorithmic Information Disclosure by Regulators and Competition Authorities", *Global Jurist*. Vol. 19, No. 2, 2019, pp. 1-33. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3363169/>
16. Farahani, Mohammad Sadeq, Abbasali Kadkhodaei and Vali Rostami, "Competition Law in Digital Platforms; The Necessity of Revisiting Traditional Rules", *Public Law Research*, Vol. 25, No. 79, 1402, pp. 40-7. (in Persian)  
<https://doi.org/10.22054/qjpl.2023.63811.2683>
17. Franck, Jens-Uwe. & Petiz, Martin, "Digital Platforms and the New 19a Tool in the German Competition Act", *Journal of European Competition Law & Practice*, Vol. 12, No. 7, 2021, pp. 513-528.  
[https://doi.org/10.1093/jeclap/lpab055 /](https://doi.org/10.1093/jeclap/lpab055/)
18. Jackson, Eoen, "Upping the (Ex) Ante - Digital Competition Reform in the Era of Google Shopping", *Plassey Law Review*, Vol. 2, No.7, 2022, pp. 7-19.
19. Javadi, Fatemeh, Seyyed Mehdi Salehi and Seyyed Mehdi Qureshi, "Analysis of the Jurisprudential Basis of the Evidence of Guilt in the Crime of Money Laundering", *Jurisprudence and Fundamentals of Islamic Law*, Vol. 52, No. 1, 1398, pp. 29-48. (in Persian) <https://doi.org/10.22059/jjfil.2019.269465.668606>
20. Kadkhodaei, Abbas Ali, Vali Rostami, and Mohammad Sadeq Farahani, "The Rules Governing the Regulation of Prerequisites for the Application of Competition Rules in Digital Platforms; Pathology of Traditional Rules and Presentation of New Solutions", *Legal Studies*, Vol. 15, No. 3, 1402, pp. 382-337. (in Persian) <https://doi.org/10.22099/jls.2023.44359.4775>
21. Khan, Lina, "Amazon's Antitrust Paradox", *the Yale Law Journal*, Vol. 126, No. 3, 2017, pp. 710-805.
22. Khan, Lina, "The Separation of Platform and Commerce", *Columbia Law Review*, Vol. 119, No. 4, 2019, pp. 973-1098.

23. Mirzadeh Koochshahi, Nader, "Judicial Supervision of the Administrative Court of Justice over the Competition Council and Related Institutions", *Quarterly Journal of Comparative Research on Islamic and Western Law*, Vol. 9, No. 3, 1401, pp. 355-384. (in Persian) <https://doi.org/10.22091/csiw.2022.8269.2287>
24. Paterson, Marie, "Misleading AI: Regulatory Strategies for Algorithmic Transparency in Technologies Augmenting Consumer Decision-Making." *Loyola Consumer Law Review*, 34 (Symposium Issue), 2023, pp. 558-581.
25. Rahmdel, Mansour, "The Constitution of Iran and the Principle of Innocence", *Journal of Fundamental Law*, Vol. 4, No. 6 and 7, 2006, pp. 91-111. (in Persian)
26. Rahbari, Ebrahim, "A Reflection on the Relationship between Big Data and Market Power in Platform Markets from the Perspective of New Developments in Competition Law", *Private Law Studies*, Vol. 53, No. 2, 1402, pp. 228-205. (in Persian) <https://doi.org/10.22059/jlq.2023.347799.1007709>
27. Rezaeizadeh, Mohammad Javad and Davud Kazemi, "Recognizing the Theory of "Public Services" and Its Governing Principles in the Constitution of the Islamic Republic of Iran", *Journal of Islamic Jurisprudence and Law*, Vol. 3, No. 5, 2012, pp. 23-46. (in Persian)
28. Rostami, Vali and Davoud Kazemi, "Evaluation of the Principles of "Right of Defense" and "Publicity" of Tax Proceedings in the Legal Systems of Iran and England", *Quarterly Journal of Public Law Studies*, Vol. 49, No. 4, 2019, pp. 1088-1067. (in Persian) <https://doi.org/10.22059/jpls.2017.235097.1525>
29. Sabeel, Rahman, "Regulating Informational Infrastructure: Internet Platforms as the New Public Utilities", *Georgetown Law and Technology Review*, Vol. 2, No. 2, 2018, pp. 234-251.
30. Schnitzer, Monika, Crémer, Jacques, Crawford, Gregory, Dinielli, David, Fletcher, Amelia, Heidhues, Paul, Scott-Morton, Fiona & Seim, Katja, "International Coherence in Digital Platform Regulation: An Economic Perspective on the US and EU Proposals", *Digital Regulation Project - Policy Discussion Paper in Yale University*, Vol. 5, No. 1, 2021, pp. 1-29. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3923604/>
31. Wu, Tim, "Antitrust via Rulemaking: Competition Catalysts", *Columbia Law Review*, Vol. 16, No. 1, 2017, pp. 33-63.
32. Zarei, Mohammad Hossein and Majid Najarzadeh Henjani, "The Concept of Public Services and Its Evolution in the Light of the Public Function Doctrine", *Public Law Research*, Vol. 56, No. 19, 2017, pp. 135-156. (in Persian) <https://doi.org/10.22054/qjpl.2017.8834.1193>

**Online Sources**

33. ACCC (Australian Competition and Consumer Commission), Digital Platforms Inquiry, Australian Competition and Consumer Commission.  
<https://www.accc.gov.au/focus-areas/inquiries-ongoing/digital-platforms-inquiry>,  
 (Last visited 2023/9/15. )
34. Astana, Mojtaba, “The Competition Council’s Appeals Board Exempted Snapp from Paying Damages,” Digiato, available at: <https://digiato.com/iran-technology-news/snapp-was-exempted-paying-damages-case-of-tapsi-complaint>, (Last visited 2023/9/15. ((in Persian)
35. Belgian Competition Authority, Dutch Authority for Consumers & Markets, and Luxembourg Conseil de la Concurrence, Joint Memorandum on Challenges Faced by Competition Authorities in a Digital World, Belgian Competition Authority, <https://www.belgiancompetition.be/en/about-us/publications/joint-memorandum-belgian-dutch-and-luxembourg-competition-authorities>, (Last visited 2023/9/15).
36. CMA (UK Competition and Markets Authority), Online Platforms and Digital Advertising, Competition and Markets Authority cases and projects, <https://www.gov.uk/cma-cases/online-platforms-and-digital-advertising-market-study>, (Last visited 2023/9/15).
37. Crémer, J., Montjoye, Y.-A., & Schweitzer, H., Competition Policy for the Digital Era. European Commission, <https://ec.europa.eu/competition/publications/reports/kd0419345enn.pdf>, (Last visited 2023/9/15).
38. Ribera, T., Commission provides guidance under Digital Markets Act to facilitate development of innovative products on Apple’s platforms, European Commission, [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip\\_25\\_816](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_25_816), (Last visited 2025/9/20).
39. French Competition Authority, Contribution to the Debate on Competition Policy and Digital Challenges. Autorite de la Concurrence. [https://www.autoritedelaconcurrence.fr/sites/default/files/2020-03/2020.03.02\\_contribution\\_adlc\\_enjeux\\_numeriques\\_vf\\_en\\_0.pdf](https://www.autoritedelaconcurrence.fr/sites/default/files/2020-03/2020.03.02_contribution_adlc_enjeux_numeriques_vf_en_0.pdf), (Last visited 2023/9/15).
40. German Commission ‘Competition Law 4.0’, A New Competition Framework for the Digital Economy. Federal Ministry for Economic Affairs and Energy. [https://www.bmwi.de/Redaktion/EN/Publikationen/Wirtschaft/a-new-competition-framework-for-the-digital-economy.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=3](https://www.bmwi.de/Redaktion/EN/Publikationen/Wirtschaft/a-new-competition-framework-for-the-digital-economy.pdf?__blob=publicationFile&v=3), (Last visited 2023/9/15).

41. Mustekin, Amir, "From Retail to Marketplace; How did digital goods evolve?», Digiato, available at: <https://digiato.com/article/۲۵/۰۱/۲۰۲۰>., (Last visited 2023/9/15. ((in Persian)
42. Nayiri, Amir, "Chiliori Officially Ended Its Activity," IT Iran, available at: <https://itiran.com/۱۶/۰۳/۲۰۲۰/> ., (Last visited 2023/9/15. ((in Persian)
43. Nordic Competition Authorities, Digital Platforms and the Potential Changes to Competition Law at the European Level. Nordic Competition Authorities. <https://www.kfst.dk/analyser/kfst/publikationer/dansk/2020/20200928-digital-platforms-and-the-potential-changes-to-competition-law/>, (Last visited 2023/9/15).
44. Sarabpour, Sunita, "Snap: We Deny Anti-Competitive Procedures Against Tapsi / Tapsi: We Complain About Snap Following the Competition Council's Decision," Karang, available at: <https://karangweekly.ir/>., (Last visited 2023/9/15. ((in Persian)
45. Stigler Committee for the Study of Digital Platforms, Market Structure and Antitrust Subcommittee, Stigler Committee for the Study of Digital Platforms, <https://research.chicagobooth.edu/stigler/events/single9-events/antitrust-competition-conference/digital-platforms-committee>, (Last visited 2023/9/15).
46. Swedish Competition Authority, Competition in Digital Markets in Sweden. Swedish Competition Authority, <https://www.konkurrensverket.se/en/news/risk-for-competition-problems-on-swedish-digital-markets/>, (Last visited 2023/9/15).
47. UK Digital Competition Expert Panel, Unlocking Digital Competition, Digital Competition Expert Panel, [https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/785547/unlocking\\_digital\\_competition\\_furman\\_review\\_web.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/785547/unlocking_digital_competition_furman_review_web.pdf), (Last visited 2023/9/15).

#### Rules & Regulations

48. Competition Act (Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen – GWB), [https://www.gesetze-im-internet.de/englisch\\_gwb/englisch\\_gwb.html](https://www.gesetze-im-internet.de/englisch_gwb/englisch_gwb.html), (Last visited 2023/8/26).
49. Digital Markets Act, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ EN/TXT/ PDF/?uri=CELEX:32022R1925>, (Last visited 2023/8/26).
50. Digital Platform Commission Act Bill, <https://www.congress.gov/bill/118th-congress/senate-bill/1671/text>, Last visited 2023/8/26.
51. Ending Platform Monopolies Act Bill,

- <https://www.govtrack.us/congress/bills/117/hr3825/text>, (Last visited 2023/8/26).
52. Implementation of General Policies of Article Forty-Four (44) Act, <https://qavanin.ir/Law/TreeText/?IDS=8609157198573593908>, (Last visited 2026/2/13). (in Persian)
53. Opinion No. 6648/102/97 dated 2018/8/15 issued by the Constitutional Council. (in Persian)
54. Sherman Anti-Trust Act, <https://www.govinfo.gov/content/pkg/COMPS-3055/pdf/COMPS-3055.pdf>, (Last visited 2023/8/26).
55. Treaty on the Functioning of the European Union, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A12012E%2FTXT>, (Last visited 2023/8/26).

#### Cases

56. Case No. 406 decision dated 2020/1/4 issued by the Competition Council. (in Persian)
57. Case No. 437 decision dated 2020/10/10 issued by the Competition Council. (in Persian)
58. Case No. 540 decision dated 2023/1/24 issued by the Competition Council. (in Persian)
59. Case No. 550 decision dated 2023/2/21 issued by the Competition Council. (in Persian)
60. Case No. 555 decision dated 2023/3/11 issued by the Competition Council. (in Persian)
61. Case No. 150/02/H.T decision dated 2023/7/17 issued by the Appeals Board of the Competition Council. (in Persian)
62. The judgment dated 2020/10/13 issued by the Branch of Administrative Justice Court (in Persian)

## **Evolution to Ex-ante Competition Law A Reflection on the New Rules for Dealing with Anti-Competitive Practices in Digital Platforms**

**Ali Bahadori Jahromi\***  
**Mohammad Sadegh Farahani\*\***

### **Abstract**

The emergence of new concepts such as "extremely dynamic market", "its increasing concentration and exclusivity", "irreversibility of competition", "dual nature of the platform" and "difficulty of proving a claim" in the platform ecosystem, the traditional system of dealing with anti-competitive behavior in this field has faced serious challenges. By using library studies and adopting an analytical-descriptive method, in order to find the answer to the question of what are the new criteria for dealing with anti-competitive practices of digital platforms, it has concluded that a significant part of the inefficiency of traditional criteria in this field returns to the centrality of the "therapeutic and retrospective" approach that governs them. Accordingly, the main solution to overcome the challenges is to complete the traditional criteria by applying "Proactive and forward-looking" criteria. The criteria in the field of "practice" from the path of "setting behavioral standards" and "providing experimental algorithmic transparency", in the structural field from the path of "structural determination of the platform" and "resetting the structural nature of the platform" and finally in the judicial field from the path of "changing and facilitating the burden of proof" and "prior limitation of the right to defense" can be implemented.

### **Keywords:**

Digital Economy, Algorithm, Market, Platform, Competition Law, Artificial Intelligence.

---

\* Assistant Professor, Faculty of Law, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran.

\*\* Post-Doctoral Researcher, Faculty of Law, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran  
Corresponding Author Email: m.farahani@modares.ac.ir



پښتونستان ښار  
پښتونستان ښار  
پښتونستان ښار