

تحلیل تطبیقی حقوق رقابت در فقه امامیه، حقوق ایران و افغانستان

سید محمد موسوی^۱

چکیده

حقوق رقابت به مجموعه‌ای از قوانین و مقررات گفته می‌شود که هدف آن تضمین رقابت عادلانه در بازار است. این قوانین به منظور جلوگیری از انحصار و رفتارهایی که موجب محدودیت رقابت می‌شوند، تدوین شده‌اند. در افغانستان، حقوق رقابت به‌تازگی شروع به شکل‌گیری کرده و هنوز به‌صورت جامع و منسجم توسعه نیافته است. این در حالی است که ایران نسبت به افغانستان از قوانین جامع‌تر و تجربه طولانی‌تری در زمینه حقوق رقابت برخوردار است. حقوق رقابت در فقه شیعه، به‌عنوان یک شاخه از حقوق اقتصادی، به تنظیم و حمایت از رقابت منصفانه میان تجار و فعالان اقتصادی در بازار می‌پردازد. در فقه شیعه، رقابت اقتصادی به‌عنوان بخشی از اصول کلی عدالت اجتماعی و اقتصادی مورد توجه قرار گرفته است. هرچند در فقه سنتی به‌صورت مستقیم به حقوق رقابت به‌معنای امروزی آن پرداخته نشده است، اما مفاهیمی مانند قاعده عسر و حرج و قاعده لاضرر می‌توانند به‌عنوان مبانی فقهی برای تنظیم حقوق رقابت تلقی شوند. هدف این پژوهش پاسخ به این سؤال است که رویکرد فقه امامیه و حقوق ایران و افغانستان درباره حقوق رقابت چیست. این پژوهش با روش توصیفی-تحلیلی و بر مبنای مطالعات کتابخانه‌ای انجام شده و به این نتیجه دست یافته است که میان حقوق رقابت و قواعد فقهی رابطه‌ای مبنایی و تکمیلی وجود دارد؛ هر دو به دنبال جلوگیری از ورود ضرر در روابط اقتصادی هستند.

کلیدواژه‌ها: اهداف حقوق رقابت، انحصار، ادغام، حمایت از مصرف‌کننده.

۱. دکتری حقوق کیفری و جرم‌شناسی، مدرسه عالی علوم انسانی، حکمت و تاریخ، جامعه المصطفی العالمیه، مشهد، ایران.



مقدمه

حقوق رقابت پیوندی تنگاتنگ با تولید دارد. حقوق رقابت به مجموعه‌ای از قوانین و مقررات گفته می‌شود که به منظور حفظ رقابت سالم و منصفانه در بازارها ایجاد شده‌اند. هدف اصلی این قوانین جلوگیری از رفتارهای انحصارطلبانه و ضدرقابتی است که می‌تواند به زیان مصرف‌کنندگان و اقتصاد باشد. در نظام‌های اقتصادی کشورها که بخش خصوصی در آن فعال است و به بازار آزاد تکیه دارد، قوانین حاکم بر بازار از جمله رقابت توسط خود بازار تعیین می‌شود که در نهایت منجر به رشد و ارتقای داد و ستد می‌شود. رقابت که موتور محرکه سیستم سرمایه‌داری است، تولیدکنندگان را مجبور می‌کند تا کیفیت محصولات و خدمات خود را افزایش دهند و بهبود بخشند. مصرف‌کنندگان نیز می‌توانند بهترین کالا و خدمات را با شرایط مناسب برای خود انتخاب کنند. حقوق رقابت به دلیل ارتباط آن با حقوق و اقتصاد، مورد توجه اندیشمندان هر دو حوزه قرار گرفته است. دولت‌ها نیز به دلیل اهمیت رو به افزایش آن توجه ویژه‌ای به آن دارند؛ زیرا به گفته اقتصاددانان، وجود رقابت باعث افزایش رفاه اقتصادی می‌شود و نبود آن منافع بخش‌های خاصی از فعالان اقتصادی، چه دولتی و چه خصوصی را تأمین می‌کند. بنابراین، بسته به شرایط سیاسی، اقتصادی و اجتماعی هر کشور، میزان رقابت یا انحصار در آن کشور ممکن است افزایش یا کاهش یابد.

سؤال اصلی

رویکرد فقه، حقوق ایران و افغانستان درباره حقوق رقابت چیست؟

پیشینه تحقیق

با توجه به بررسی انجام‌شده از نظر حقوقی، مقالات، پایان‌نامه‌ها و کتاب‌هایی در مورد رقابت در حقوق ایران نوشته شده، اما از نظر فقهی، حقوق رقابت مورد بحث قرار نگرفته است. در افغانستان به جز تصویب یکی دو قانون، نه از نظر فقهی و نه حقوقی، حقوق رقابت مورد بررسی قرار نگرفته است. در ایران، به‌ندرت می‌توان قوانینی یافت که به‌وضوح بر تسهیل رقابت و مبارزه با انحصار تمرکز داشته باشد. اگر هم قوانینی وجود داشته باشد، بیشتر به صورت موردی و بدون داشتن یک نظام قانونی جامع است؛ زیرا ایجاد یک نظام رقابتی و بدون انحصار نیازمند بسترسازی و اقدامات گسترده‌ای است که در نظام حقوقی ایران به‌وضوح دیده نمی‌شود. این مسئله زمانی اهمیت بیشتری پیدا می‌کند که بدانیم یک نظام اقتصادی سالم باید به دور از انحصار باشد؛ زیرا نظام انحصاری منجر به ارائه کالا و خدمات با کیفیت و کمیت محدود می‌شود و مشتریان حق انتخاب ندارند، به‌ویژه اگر تولیدکننده یا عرضه‌کننده خدمات، دولت باشد (ناصری، ۱۳۹۳، ص. ۲۲).

مفهوم رقابت

بعد از این مقدمه مفهوم رقابت در لغت و اصطلاح را بیان می‌کنیم. رقابت در لغت به معنای نگرهبانی، انتظار کشیدن و هم‌چشمی کردن است (معین، ۱۳۸۸، ج. ۲، ص. ۱۶۶۶). در اصطلاح تعاریف گوناگونی از رقابت بیان شده است از جمله در توصیفی ساده و به طور سلبی، رقابت به فقدان انحصار در بازار تعبیر شده است

(رهبری، ۱۳۹۸، ج. ۱، ص. ۱۹). همچنین در بند ۱۱ قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی ایران، مصوب ۱۳۸۶، رقابت را چنین تعریف نموده است: رقابت وضعیتی است در بازار که در آن تعدادی تولیدکننده، خریدار و فروشنده مستقل برای تولید، خرید و یا فروش کالا یا خدمت فعالیت می‌کنند، به‌طوری‌که هیچ‌یک از تولیدکنندگان، خریداران و فروشندگان قدرت تعیین قیمت را در بازار نداشته باشند یا برای ورود بنگاه‌ها به بازار یا خروج از آن محدودیتی وجود نداشته باشد.

حقوق رقابت از دیدگاه فقه امامیه

حقوق رقابت، که به مسائلی مانند حفظ بازار آزاد، جلوگیری از انحصار و حمایت از رقابت سالم میان کسب‌وکارها می‌پردازد، از دیدگاه فقه اسلامی نیز قابل بررسی است. در فقه اسلامی، قواعدی وجود دارند که می‌توانند مبنای بررسی حقوق رقابت باشند.

قاعده لاضرر

یکی از قواعد مهم فقهی که می‌تواند در حقوق رقابت مورد استفاده قرار گیرد، قاعده «لاضرر» است. این قاعده بیان می‌کند که هیچ‌کس حق ندارد به دیگران ضرر برساند. در حقوق رقابت، این اصل می‌تواند به‌معنای ممنوعیت رفتارهای ضدرقابتی باشد که به ضرر رقبا یا مصرف‌کنندگان منجر می‌شود.

تطبیق قاعده لاضرر بر رقابت

درباره قاعده لاضرر نظریه‌های متفاوتی بیان شده است که در این پژوهش مجال بحث مفصل آن نیست؛ این نظریه‌ها عبارت‌اند از: نهی از ضرر، نهی حکم به لسان نفی موضوع، نفی حکم ضرری، نفی ضرر غیر متدارک، نهی حکومتی و تمایز بین لاضرر و لاضرار. به‌طورکلی و منطبق با هر نظریه‌ای، قاعده لاضرر امتنانی است؛ در این صورت حکم ثانویه بر افعال جاری می‌شود و در اصطلاح علم اصول، دلیل قاعده لاضرر بر دلایل احکام اولیه حکومت دارد.

نکته مهمی که قابل ذکر است این است که از نگاه مکاتب اقتصادی، تسهیل رقابت یک مفهوم جدای از ممانعت انحصار دارد و اصولاً یکی از عوامل متمایزکننده مکاتب اقتصادی در خصوص رقابت، چگونگی اقدام و مجوز قانونی برای تسهیل رقابت و یا ممانعت از انحصار است، و باید گفت طبق نظریه‌هایی که مفهوم قاعده لاضرر را نهی از ایجاد ضرر می‌دانند، نمی‌توان به استناد قاعده لاضرر، حکمی را اثبات کرد و در خصوص تسهیل رقابت قانون وضع کرد؛ اما اگر مفهوم آن را حکم حکومتی بدانیم می‌توان برای ممانعت از انحصار، قانون وضع کرد؛ زیرا حکومت به دلیل اینکه انحصار باعث ورود ضرر می‌شود، می‌تواند از آن نهی کند یا حکم حکومتی جلو ضرر ناشی از انحصار را بگیرد. بنابراین این قاعده می‌تواند مبنایی برای وضع قانون درخصوص تسهیل رقابت و همچنین مقابله با هر نوع انحصارگرایی قرار بگیرد.

توضیح مطلب اینکه درباب نظریه نفی حکم ضرری قانون‌گذار اعلام می‌کند که حکم ضرری را نفی می‌کند. لذا همان‌طور که اگر حکم ضرری وجود داشت با قاعده لاضرر نفی می‌شود، اگر عدم حکم موجب



ضرر شود قانون‌گذار آن را نفی می‌کند و این به معنای اثبات حکم است؛ زیرا وجود یا عدم در این باب خصوصیتی ندارد و نمی‌تواند منشأ افتراق باشد (مکارم شیرازی، ۱۴۱۱ق، ص. ۸۷).

اگر مفهوم قاعده را نفی ضرر غیر متدارک بدانیم به این معناست که در شرع ضرری که برای آن جبران در نظر گرفته نشود وجود ندارد؛ زیرا متدارک به معنای حکم کردن به عدم ضرر است. نتیجه این می‌شود که در هر جایی که ضرری به کسی وارد شود قانون‌گذار دخالت می‌کند و می‌گوید ضرر باید جبران شود و این به معنای حکم اثباتی است. در ماده ۶۱ قانون رقابت، در هیچ موردی به شورای رقابت اجازه داده نشده که حکم به جبران ضرر نماید. اگر مفهوم قاعده لاضرر را علاوه بر نفی حکم ضرری، تحریم مولوی تکلیفی و لزوم اقدامات عملی برای حمایت از حرام بودن ضرر بدانیم، در این صورت به استناد قاعده لاضرر در خصوص وضع مقررات حقوق رقابت، تسهیل آن و ممانعت از انحصار نیز می‌توان اقدام کرد. با توجه به این مبنا در بندهای متعدد ماده ۶۱ قانون رقابت، به شورای رقابت اجازه شده است که از رویه‌های ضد رقابتی جلوگیری به عمل آورد (ناصحی و همکاران، ۱۳۹۵، ص. ۱۷۷).

وجه اشتراک قاعده لاضرر و حقوق رقابت: رفتارهایی مانند تبانی در تعیین قیمت، احتکار، محدودسازی مصنوعی عرضه و... باعث ورود ضرر به رقبا یا مصرف‌کنندگان می‌شود. از منظر فقه چنین رفتارهایی چون مشتمل بر ضرر ناروا و نامشروع می‌باشد. فقه اسلامی احتکار و ایجاد کمبود مصنوعی کالا را نکوهش کرده است. حقوق رقابت نیز تمرکز قدرت اقتصادی را که باعث ورود ضرر می‌شود را محدود می‌کند. هر دو نظام با رفتارهای زیر مقابله می‌کند: الف. رفتاری که باعث اختلال در عدالت توزیعی شود. ب. به منافع عمومی صدمه وارد کند. ج. باعث اختلال در نظم اقتصادی شود.

تفاوت‌های ساختاری قاعده لاضرر و حقوق رقابت

با وجود اشتراکات، تفاوت‌های اساسی بین این دو وجود دارد از جمله:

الف. تفاوت در قلمرو؛ قاعده لاضرر عام است درحالی‌که قلمرو حقوق رقابت خاص است که شامل حقوق اقتصادی می‌شود.

ب. تفاوت در معیار ثابت؛ در فقه شرط اجرای قاعده لاضرر، تحقق ضرر است، اما در حقوق رقابت صرف اختلال در رقابت کافی است گرچه ضرر بالفعل اثبات نشده باشد.

منع احتکار

یکی دیگر از منابع فقهی رقابت و مبارزه با این انحصارگرایی ممنوع بودن احتکار است؛ احتکار از ماده «حکر» در لغت به معنای ستم کردن، سختی، لجبازی، فراهم آوردن و نگاه داشتن برای گران شدن است (فیروزآبادی، بی‌تا، ج. ۲، ص. ۱۲). و در اصطلاح فقها احتکار عبارت است از اینکه فردی غذای مردم را نگهداری و جمع کند تا قیمت آن افزایش یابد و حال آنکه مسلمانان به آن نیاز ضروری دارند و کسی هم یافت نمی‌شود که به میزان نیاز آن‌ها عرضه کند (موسوی خمینی، بی‌تا، ج. ۲، ص. ۳۵۸). فقها در خصوص حرمت یا کراهت

احتکار و همچنین مصادیق آن اختلاف نظر زیادی دارند. چه موضوع احتکار را مختص به چند غذای ضروری بدانیم و چه موضوع آن را شامل همه کالاهای ضروری، مبانی آن با مبانی رقابت و مقابله با انحصار یکسان است (ناصحی، ۱۳۹۴، ص. ۲۱۰). بنابراین در فقه اسلامی، احتکار یا انحصار در کالاهای خدمات که به افزایش قیمت‌ها و کاهش دسترسی عموم منجر شود، ممنوع است. این اصل می‌تواند به‌عنوان پایه‌ای برای ممنوعیت انحصارها و رفتارهای ضد رقابتی در بازارها استفاده شود.

قاعده نفی عسر و حرج

یکی دیگر از مبانی فقهی رقابت و ممنوع بودن انحصار، قاعده نفی عسر و حرج است. عسر ضد یسر و در لغت به‌معنای سختی، مشقت و شدت است و حرج نیز به‌معنای ضیق، تنگی، تنگنا و حتی گناه آمده است (مکارم شیرازی، ۱۴۱۱ق، ج. ۱، ص. ۱۶۰) و در اصطلاح فقیهان مراد از این قاعده این است که تکالیفی که موجب مشقت و سختی برای مکلف است در دین وجود ندارد. برای این قاعده مبانی گوناگونی از کتاب و سنت و اجماع و عقل بیان شده است، منظور از حرج، حرج شخصی است نه نوعی، تشخیص حرج شخصی هم به عهده عرف و عادت گذاشته شده است. در خصوص مفاد این قاعده همانند قاعده لاضرر دیدگاه‌های متعددی بیان شده است:

اول: قاعده بر نهی از ضرر دلالت می‌کند.

دوم: بعضی می‌گویند که مفاد این قاعده نفی حکم به لسان نفی موضوع است به این معنا که با دلیل نفی حرج ادعای نفی حقیقی موضوع حرجی شده است و در نتیجه حکم مترتب بر آن نیز نفی می‌شود. در واقع موضوع به طریقی که بیان شد نفی شده و به‌طور غیر مستقیم نفی حکم اراده می‌شود.

سوم: برخی عقیده دارند که مفاد این قاعده نفی احکام تکلیفی و وضعی ضرری و حرجی است چه به نحو حقیقت باشد و یا مجاز؛ یعنی در دین اسلام قانون‌گذار احکامی را که باعث شود افراد دچار سختی و تنگنا شوند وضع نکرده است (خوئی، ۱۳۷۵، ج. ۲، ص. ۳۵۰).

چهارم: دیدگاه دیگر این است که این قاعده بر نهی از حرج جبران‌نشده دلالت دارد (موسوی بجنوردی، ۱۳۷۱، ص. ۲۱۴).

همچنین می‌تواند قواعد دیگری مانند قاعده عدالت و انصاف، قاعده صدق و امانت، قاعده غرر و حق بر تجارت جزء مبانی رقابت مورد بحث قرار گیرد. بنابراین از منظر فقه اسلامی، حقوق رقابت می‌تواند بر اساس اصولی چون لاضرر، منع احتکار، منع غرر، عدالت و انصاف، صدق و امانت، و احترام به حقوق مالکیت مورد بررسی قرار گیرد. این اصول می‌توانند مبنایی برای تدوین قوانین و مقررات در جهت حمایت از رقابت سالم و جلوگیری از رفتارهای ضد رقابتی باشند. در ادامه، اصول و جنبه‌های کلیدی حقوق رقابت را توضیح می‌دهیم:



اهداف حقوق رقابت

الف. حفظ رقابت سالم

جلوگیری از ایجاد و حفظ انحصارها و افزایش رقابت در بازار، حفظ رقابت در بازار به روش‌های مختلفی انجام می‌شود. از جمله این روش‌ها می‌توان به جلوگیری از شکل‌گیری شرکت‌های بزرگ که از طریق خرید و حذف شرکت‌های رقیب یا به دست گرفتن مدیریت آن‌ها قدرت پیدا می‌کنند، اشاره کرد. همچنین، ایجاد چارچوب‌هایی برای بازار که باعث بقای شرکت‌های کوچک می‌شود و مقابله با از بین بردن رقابت در قیمت‌گذاری و محدود کردن تولید نیز از دیگر روش‌های حفظ رقابت هستند. ممنوعیت شرکت‌ها از ایجاد محدودیت بر فعالیت شرکت‌های دیگر نیز مهم است.

آزادی تجاری و دسترسی آسان به بازار نیز به حفظ رقابت کمک می‌کند. به همین دلیل، بسیاری از ممنوعیت‌های مقررات رقابتی با این هدف قابل توجه هستند. همچنین، کنترل تورم نیز از اهداف اقتصادی دیگری است که با افزایش رقابت بین شرکت‌ها در قیمت‌گذاری قابل دستیابی است.

ب. حمایت از مصرف‌کنندگان

حمایت از مصرف در اصطلاح عبارت از تلاش‌های دولت، سازمان‌های غیردولتی، بنگاه‌ها و افراد برای تبیین حقوق، حمایت از حقوق و استیفای حقوق مصرف‌کنندگان است. از قبیل حمایت از شخصی که از کالا یا خدماتی استفاده کرده و در اثر آن متحمل صدمه جسمی یا جانی شده است یا اینکه قبل از مصرف یا در هنگام مصرف متوجه شود که کالای مصرفی او تقلبی بوده و او دچار ضرر جانی شده است. همچنین تضمین قیمت‌های منصفانه، افزایش کیفیت محصولات و خدمات، و دسترسی به انتخاب‌های متنوع، نوعی حمایت از مصرف‌کنندگان محسوب می‌شود (قاسمی، ۱۳۹۴، ص. ۳۶۲).

یکی از اهداف اصلی تصویب قوانین رقابت، حمایت از آزادی رقابت و جلوگیری از محدود کردن آن است تا رقابت میان بنگاه‌ها حفظ و ادامه پیدا کند و عملکرد صحیح بازار تضمین شود. در قوانین کشورهای مختلف معمولاً به این موضوع به صورت صریح یا ضمنی اشاره شده است. به عنوان مثال، در قانون کلتون، به طور صریح ادغام‌هایی که به طور اساسی موجب کاهش رقابت می‌شوند، ممنوع شده‌اند. همچنین می‌توان به قانون حمایت از مصرف‌کنندگان مصوب ۱۳۸۸/۸/۲۳، که در آن به تعریف مصرف‌کننده، عرضه‌کننده کالا و خدمات، ضمانت کالا یا خدمات، عیب، تبانی و صورت‌حساب فروش اشاره شده است. همچنین در این قانون به تبیین عرضه‌کنندگان کالا و خدمات در قبال حقوق مصرف‌کنندگان پرداخته شده است. قانون دیگری که حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان در آن ذکر شده است قانون نظام صنفی ایران مصوب ۱۳۸۲ است (سلیمی، ۱۳۹۳، ص. ۴۰).

ج. تحریک نوآوری

ایجاد شرایطی که شرکت‌ها را به نوآوری و بهبود مستمر محصولات و خدمات ترغیب کند. برای افزایش کارایی بازارها و تداوم رشد، چندین راهکار مهم وجود دارد. این راهکارها شامل تشویق شرکت‌ها به استفاده بهینه از

منابع تولید و کارآیی فنی، ایجاد انگیزه برای رقابت با سایر شرکت‌ها، و تشویق به نوآوری و ابداع محصولات جدید و توسعه فناوری می‌شود. همچنین، کاهش قیمت‌ها، افزایش انتخاب‌های مشتری برای برآورده کردن ترجیحات آن‌ها، و بهبود کیفیت کالاها و خدمات نیز از جمله راهکارهای مهم برای ارتقای کارآمدی بازارها هستند (رشنود بوکانی، ۱۳۹۰، ص. ۲۰۴).

د. تخصیص بهینه منابع

تخصیص بهینه منابع به فرایند تخصیص منابع محدود به فعالیت‌ها و پروژه‌هایی که بیشترین بهره‌وری و کارایی را دارند، گفته می‌شود. تعریف جامع‌تری که از واژه تخصیص منابع ارائه شده عبارت است از: روش‌شناسی‌ای که حداکثر مطلوبیت دستیابی به اهداف را که به‌طور همزمان با محدودیت منابع مواجه می‌باشد، فراهم سازد (جهان‌بینی و همکاران، ۱۴۰۱، ص. ۶۹). این فرایند در مدیریت مالی، اقتصادی و بهره‌وری سازمان‌ها بسیار حیاتی است. هدف اصلی از تخصیص بهینه منابع، به حداکثر رساندن سود، کارایی و اثربخشی با توجه به محدودیت‌های موجود است. مثالی از تخصیص بهینه منابع را ذکر می‌کنیم تا حدودی مطلب روشن شود، فرض کنید یک شرکت تولیدی منابع محدودی از جمله بودجه، زمان و نیروی انسانی دارد و باید تصمیم بگیرد که این منابع را چگونه بین پروژه‌های مختلف تقسیم کند.

ه. کارایی اقتصادی

کارایی اقتصادی مفهومی است که به استفاده بهینه از منابع برای تولید کالاها و خدمات اشاره دارد، به‌طوری‌که بدون هدر دادن منابع، حداکثر بهره‌وری و سودآوری حاصل شود. در علم اقتصاد، این مفهوم از اهمیت بالایی برخوردار است، زیرا می‌تواند تأثیر مستقیم بر رشد اقتصادی، رفاه اجتماعی و استفاده مؤثر از منابع محدود داشته باشد. به عبارت دیگر، کارایی اقتصادی به معنای تولید با کمترین هزینه ممکن و حداکثر کردن منافع مصرف‌کنندگان از منابع موجود است. کارایی اقتصادی شامل سه بخش کارایی نوآورانه یا پویا، کارایی تولیدی و کارایی تخصیصی می‌باشد (صادقی مقدم و غفاری فارسانی، ۱۳۹۰، ص. ۱۱۳).

اصول و مقررات حقوق رقابت

الف. ممنوعیت رفتارهای انحصارطلبانه

جلوگیری از اقداماتی که هدف آن‌ها تسلط بر بازار یا محدود کردن رقابت است. این شامل تشکیل کارتل‌ها، توافقات قیمتی و تقسیم بازارها می‌شود (رشنود بوکانی، ۱۳۹۰، ص. ۲۴۴).

ب. کنترل ادغام‌ها و تملک‌ها

نظارت بر ادغام‌ها و تملک‌های شرکت‌ها که می‌تواند منجر به کاهش رقابت در بازار شود. ادغام‌هایی که موجب تسلط یک شرکت بر بازار یا کاهش رقابت شوند، ممکن است با محدودیت‌ها یا ممنوعیت‌هایی مواجه شوند. در حقوق اتحادیه اروپا، برای جلوگیری از محدودیت‌های ناشی از ادغام، لازم است این محدودیت‌ها در



یک دوره زمانی مشخص ادامه داشته باشند و میزان فروش آن‌ها به حد معینی برسد. مقررات مربوط به ادغام در اتحادیه اروپا بیشتر جنبه پیشگیرانه دارند و حتی در برخی موارد، به‌عنوان راهنمایی برای تنظیم ضوابط و توافقات ادغام عمل می‌کنند. اما در حقوق ایران، ادغام تحت ضوابط کلی قرار دارد و معیارهای خاصی برای ممنوعیت ادغام وجود ندارد. قانون‌گذار در ایران، برخلاف اتحادیه اروپا، به جنبه پیشگیرانه و ارشادی در تدوین مقررات توجه نکرده است (رشوند بوکانی، ۱۳۹۰، ص. ۳۱۳).

ج. جلوگیری از سوء استفاده از موقعیت غالب

محدود کردن رفتارهای ناعادلانه شرکت‌هایی که موقعیت غالب در بازار دارند، مانند تعیین قیمت‌های بیش از حد بالا یا اعمال شرایط ناعادلانه برای تأمین‌کنندگان یا مشتریان (رشوند بوکانی، ۱۳۹۰، ص. ۲۹۱).

د. مقررات ضد رقابتی

جلوگیری از رفتارهای تجاری ناعادلانه که می‌تواند رقابت را محدود کند، مانند تبانی برای تثبیت قیمت‌ها یا تقسیم بازار بین رقبا (رشوند بوکانی، ۱۳۹۰، ص. ۲۵۹).

پیامدهای نقض حقوق رقابت

نقض قوانین رقابت می‌تواند به تحمیل جریمه‌های سنگین، الزامات جبرانی، ممنوعیت‌های تجاری و دیگر مجازات‌ها منجر شود. همچنین، شرکت‌هایی که قوانین رقابت را نقض می‌کنند، ممکن است با دعاوی حقوقی از سوی رقبا یا مصرف‌کنندگان مواجه شوند.

نمونه‌های عملی

الف. کارتل‌های قیمتی: توافق‌های غیرقانونی بین شرکت‌ها برای تثبیت قیمت‌ها. در کنار سایر اقدامات ضد رقابتی، تثبیت قیمت غالباً یکی از اهداف اصلی کارتل‌ها به شمار می‌رود، در واقع، برای موفقیت بنگاه‌هایی که به دنبال تثبیت قیمت هستند غالباً نیاز به سازوکار کارتل وجود دارد (غفاری فارسانی، ۱۳۹۳، ص. ۳۰۸).
ب. ادغام‌های ضد رقابتی: ادغام‌هایی که منجر به کاهش شدید رقابت در یک بازار می‌شوند. ماده ۴۸ قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل چهارم و چهارم (۴۴) قانون اساسی، بیان می‌دارد:

ادغام شرکت‌ها یا بنگاه‌ها در موارد زیر ممنوع است:

- ۱- در جریان ادغام یا در نتیجه آن اعمال مذکور در ماده (۴۵) اعمال شود.
 - ۲- هرگاه در نتیجه ادغام، قیمت کالا یا خدمت به‌طور نامتعارفی افزایش یابد.
 - ۳- هرگاه ادغام موجب ایجاد تمرکز شدید در بازار شود.
 - ۴- هرگاه ادغام، منجر به ایجاد بنگاه یا شرکت کنترل‌کننده در بازار شود (غفاری فارسانی، ۱۳۹۳، ص. ۴۱۱).
- ج. سوء استفاده از موقعیت غالب: اقداماتی مانند فروش محصولات با قیمت زیر هزینه برای بیرون راندن رقبا از بازار به این نحو که عمده‌فروشان با تبانی با گروهی از توزیع‌کنندگان، بعضی از محصولات خودشان را با

قیمت پایین به آن‌ها می‌فروشند، این مسئله باعث کاهش یا حذف رقابت می‌شود؛ زیرا بنگاه‌ها به جای رقابت به علت تبعیض در ثمن معامله باعث تضعیف سایر رقبا و تقویت همراهان اقتصادی خود می‌شوند (غفاری فارسانی، ۱۳۹۳، ص. ۴۱۱).

بنابراین حقوق رقابت نقش حیاتی در حفظ بازارهای آزاد و رقابتی دارد. این قوانین با جلوگیری از رفتارهای انحصارطلبانه و ضدرقابتی، به حمایت از مصرف‌کنندگان، تحریک نوآوری و بهبود تخصیص منابع اقتصادی کمک می‌کنند. اجرای مؤثر حقوق رقابت نیازمند همکاری بین‌المللی و نظارت مستمر بر بازارها است.

رقابت در حقوق ایران

رقابت در حقوق ایران موضوعی بسیار مهم و پیچیده است که به منظور حفظ و تقویت بازارهای رقابتی، جلوگیری از انحصارطلبی، و حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان طراحی شده است. در ایران، حقوق رقابت تحت نظارت و اجرای نهادهای مختلفی قرار دارد که به حفظ بازارهای سالم و منصفانه کمک می‌کنند. در ادامه، به توضیح مفصل اصول و ساختار حقوق رقابت در ایران می‌پردازیم:

چارچوب قانونی حقوق رقابت در ایران

الف. قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی: این قانون یکی از مهم‌ترین قوانین در حوزه حقوق رقابت در ایران است. این قانون در سال ۱۳۸۶ به تصویب رسید و به تبیین اصول و مقررات مرتبط با رقابت و جلوگیری از انحصار می‌پردازد.

ب. آیین‌نامه‌های اجرایی: آیین‌نامه‌های متعددی نیز برای اجرای قانون مذکور به تصویب رسیده‌اند که جزئیات بیشتری در مورد نحوه اجرای حقوق رقابت ارائه می‌دهند.

نهادهای نظارتی و اجرایی

الف. شورای رقابت: این شورا به‌عنوان نهاد اصلی نظارتی در حوزه رقابت در ایران عمل می‌کند. وظایف و اختیارات شورای رقابت شامل بررسی و نظارت بر عملکرد بازارها، رسیدگی به شکایات و اتخاذ تصمیمات لازم برای حفظ رقابت سالم است. قانون‌گذار ایران در ماده ۵۳ قانون اصلاح، ترکیب اعضای شورای رقابت را تعریف کرده است. نقدی که به این ماده وارد است این است که میزان مداخله و سلطه دولت بر شورای رقابت بسیار زیاد است، به‌گونه‌ای که بیشتر اعضا با حکم رئیس‌جمهور منصوب می‌شوند؛ نکته تأسف‌آور و زیانبار دیگر این است که حضور نهادها و بنگاه‌های خصوصی در شورای رقابت بسیار کم‌رنگ است و این باعث می‌شود که اشخاص خصوصی که بیشتر بنگاه‌های بازار علی‌القاعده می‌بایست در اختیار آن‌ها باشد، در تصمیم‌گیری‌ها نقش عمده‌ای نداشته باشند.

ب. مرکز ملی رقابت: این مرکز به‌عنوان بازوی اجرایی شورای رقابت عمل می‌کند و به جمع‌آوری اطلاعات، انجام تحقیقات و ارائه پیشنهادات به شورای رقابت می‌پردازد. که تشکیلات آن به پیشنهاد وزیر اقتصاد و دارایی



و تصویب هیأت وزیران تعیین می‌شود و رئیس شورای رقابت عهده‌دار ریاست این مرکز می‌باشد (علاءالدین، ۱۳۹۱، ص. ۱۷۳).

اصول و مقررات کلیدی حقوق رقابت در ایران

الف. ممنوعیت رفتارهای انحصارطلبانه

قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴، به صراحت رفتارهای انحصارطلبانه و ضدرقابتی را ممنوع می‌کند. این رفتارها شامل توافقات برای تثبیت قیمت‌ها، تقسیم بازار، و سایر اقدامات هماهنگ‌شده‌ای است که رقابت را محدود می‌کنند. قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل چهل و چهارم (۴۴) قانون اساسی در بندهای ۱۳ و ۱۴ و ۱۵ انواع انحصار را این‌گونه تعریف کرده است:

۱۳- انحصار طبیعی: وضعیتی از بازار که یک بنگاه به دلیل نزولی بودن هزینه متوسط، می‌تواند کالا یا خدمت را به قیمتی عرضه کند که بنگاه دیگری با آن قیمت قادر به ورود یا ادامه فعالیت در بازار نباشد.

۱۴- انحصار قانونی: وضعیتی از بازار که به موجب قانون، تولید، فروش و یا خرید کالا و یا خدمت خاص در انحصار یک یا چند بنگاه معین قرار می‌گیرد.

۱۵- وضعیت اقتصادی مسلط: وضعیتی در بازار که در آن توانایی تعیین قیمت، مقدار عرضه یا تقاضای کالا یا خدمت یا شرایط قرارداد در اختیار یک یا چند شخص حقیقی و یا حقوقی قرار گیرد.

اقتصاددانان برای انحصار مزایا و معایبی ذکر کرده‌اند که نشان می‌دهد انحصار همیشه به زیان اقتصاد نیست و در برخی موارد، با توجه به شرایط هر کشور، ممکن است ناگزیر به پذیرش آن باشیم. با این حال، این نکته نباید بهانه‌ای برای دولت‌ها شود که از جلوگیری از انحصار و انحصارطلبی خودداری کنند، زیرا به‌طور کلی انحصار مضر است و فقط در شرایط خاصی این اصل استثنا می‌شود. از جمله معایب انحصار می‌توان به محدود شدن قدرت انتخاب مصرف‌کننده، ناکارآمدی در تخصیص منابع، بی‌عدالتی، بهره‌کشی و خدشه‌دار شدن رقابت آزاد و ورود و خروج آزادانه به بازار اشاره کرد (علاءالدین، ۱۳۹۱، ص. ۱۷۳).

ب. کنترل ادغام‌ها و تملک‌ها

ادغام‌ها و تملک‌های شرکت‌ها که می‌توانند منجر به کاهش رقابت در بازار شوند، تحت نظارت شورای رقابت قرار دارند. هرگونه ادغام یا تملکی که منجر به ایجاد یا تقویت انحصار شود، می‌تواند توسط شورای رقابت ممنوع شود. دلیل این مسئله این است که چنین موضوعی اصولاً با وضعیت رقابتی بازار هم‌خوانی ندارد، زیرا همان‌گونه که در بند ۱۱ ماده ۱ همین قانون آمده است: «رقابت: وضعیتی است در بازار که در آن تعدادی تولیدکننده، خریدار و فروشنده مستقل برای تولید، خرید و یا فروش کالا یا خدمت فعالیت می‌کنند، به‌طوری که هیچ‌یک از تولیدکنندگان، خریداران و فروشندگان قدرت تعیین قیمت را در بازار نداشته باشند یا برای ورود بنگاه‌ها به بازار یا خروج از آن محدودیتی وجود نداشته باشد.» به موجب بند ۱۶ ماده ۱ قانون اصلاح، ادغام عبارت است از: اقدامی که براساس آن چند شرکت، ضمن محو شخصیت حقوقی خود، شخصیت حقوقی

واحد و جدیدی تشکیل دهند یا در شخصیت حقوقی دیگری جذب شوند. در حقوق ایران واژه ادغام ناظر است به جذب شدن دو یا چند شرکت در شرکت دیگر یا محو شخصیت همگی و ایجاد شخصیتی جدید؛ اما تملک سهام یا ترکیب کسب و کار که منجر به کنترل یک شرکت بر شرکت‌های دیگر می‌شود، ادغام نامیده نشده و ذیل عنوان بنگاه یا شرکت کنترل‌کننده معرفی شده است. براساس بند ۱۸ ماده ۱ قانون فوق‌الذکر، بنگاه یا شرکت کنترل‌کننده: «بنگاه یا شرکتی است که از طریق تملک تمام یا قسمتی از سهام یا سرمایه یا مدیریت و یا از طرق دیگر، فعالیت‌های اقتصادی بنگاه‌ها یا شرکت‌های دیگر را در یک بازار کنترل می‌کند.»

نکته مهم این است که ادغام شرکت‌ها و بنگاه‌های تجاری همیشه منفی نیست، بلکه گاهی می‌تواند باعث رشد اقتصادی، افزایش توان سرمایه‌گذاری، تقویت بنگاه تجاری و جلوگیری از ورشکستگی شود. با این حال، گاهی اوقات ادغام‌ها با هدف تمرکز اقتصادی در بازار انجام می‌شود. برخی بنگاه‌های قدرتمند با سوءاستفاده از موقعیت مسلط اقتصادی خود، با ادغام بنگاه‌های کوچک‌تر سعی در انحصاری کردن بازار دارند. از سوی دیگر، بنگاه‌هایی که از قدرت مسلط برخوردار نیستند، با ادغام با یکدیگر سعی در تقویت خود دارند. تمایز بین ادغام‌های مفید و مضر در قوانین کشورهای مختلف، به‌ویژه قوانین ایران، مشهود است. ادغام انواع مختلفی دارد: ادغام یک‌جانبه و دوجانبه. ادغام افقی، عمودی و... (علاءالدین، ۱۳۹۱، ص. ۱۲۰).

ج. جلوگیری از سوءاستفاده از موقعیت غالب

شرکت‌هایی که موقعیت غالب در بازار دارند، نباید از این موقعیت برای اعمال شرایط ناعادلانه تحمیل قیمت‌های بالا استفاده کنند. شورای رقابت وظیفه دارد تا بر چنین رفتارهایی نظارت کند و در صورت لزوم اقدامات لازم را اتخاذ نماید.

اجرای حقوق رقابت

الف. رسیدگی به شکایات: شورای رقابت می‌تواند به شکایات مربوط به رفتارهای ضدرقابتی رسیدگی کند. هر فرد یا نهادی که معتقد است حقوق رقابت نقض شده است، می‌تواند شکایت خود را به شورا ارائه دهد. بنابراین ملاحظه می‌شود که تشخیص شیوه‌های ضدرقابتی از یک طرف جزء اختیارات و حقوق شورای رقابت به شمار می‌آید و از طرف دیگر شورای رقابت مکلف است به شکایاتی که از سوی اشخاص حقیقی و حقوقی مطرح می‌شود رسیدگی کند (رشوند بوکانی، ۱۳۹۰، ص. ۳۵۹). ذیل ماده ۶۲ قانون اصلاح مقرر می‌دارد: «شورا مکلف است برای رسیدگی به موضوع شکایات، وقت رسیدگی را تعیین و آن را به طرفین ابلاغ کند. طرفین می‌توانند شخصاً در جلسه حضور یابند یا وکیل معرفی نمایند یا لایحه دفاعیه به شورا تقدیم کنند.»

ب. تحقیقات و نظارت: شورای رقابت و مرکز ملی رقابت می‌توانند به‌طور مستقل تحقیقات لازم را انجام داده و بر عملکرد بازارها نظارت کنند. هنگامی که شورا برای گردآوری اطلاعات و اسناد و مدارک اقدام می‌کند، این اقدام را بازرسی می‌گویند؛ اما وقتی به احضار مشتکی عنه یا شهود می‌پردازد یا مدارک خاصی را پیدا می‌کند یا نظر کارشناس را جویا می‌شود، این اقدام را تحقیق گویند (رشوند بوکانی، ۱۳۹۰، ص. ۳۶۵).



ج. تصمیمات و مجازات‌ها: در صورت احراز تخلف، شورای رقابت می‌تواند تصمیمات لازم را اتخاذ و مجازات‌های مختلفی از جمله جریمه‌های مالی، الزام به تغییر رفتار و حتی تجزیه شرکت‌ها را اعمال کند (رشوند بوکانی، ۱۳۹۰، ص. ۳۷۲).

چالش‌ها و فرصت‌ها

الف. چالش‌ها: یکی از چالش‌های اصلی اجرای حقوق رقابت در ایران، عدم آگاهی کافی شرکت‌ها و مصرف‌کنندگان از این حقوق و فرآیندهای مرتبط با آن است. همچنین، ممکن است در برخی موارد، قدرت اجرایی شورای رقابت برای اعمال تصمیمات خود کافی نباشد.

ب. فرصت‌ها: با تقویت نظارت و اجرای مؤثر حقوق رقابت، می‌توان بازارهای سالم‌تری ایجاد کرد که منجر به افزایش کیفیت محصولات و خدمات، کاهش قیمت‌ها و تحریک نوآوری می‌شود.

مطالعات موردی و مثال‌ها

الف. بازار خودروسازی: یکی از حوزه‌های مهم تحت نظارت شورای رقابت، بازار خودروسازی است. در این بازار، شورای رقابت به بررسی و نظارت بر رفتارهای انحصارطلبانه، قیمت‌گذاری و شرایط فروش خودرو می‌پردازد. یکی از موضوعاتی که موجب برخی انتقادات درباره شورای رقابت شده است، ورود شورای رقابت به بازار خودرو و قیمت‌گذاری در این صنعت رقابت‌پذیر شده است تا جایی که این اقدام شورای رقابت رسیدن به رقابت کامل و منع انحصار را مورد خدشه و چالش قرار داده است و دخالت شورای رقابت در بازار خودرو تخلف آشکار این شورا از حوزه صلاحیت و اختیارات خودش است (صادقی، ۱۳۹۶، ص. ۱۶۱).

ب. بازار مواد غذایی: در بازار مواد غذایی نیز شورای رقابت به بررسی توافقات قیمت‌گذاری و رفتارهای ضدرقابته می‌پردازد تا از سلامت رقابت در این بخش اطمینان حاصل کند. متأسفانه دخالت شورای رقابت در بازار مواد غذایی نه تنها باعث کنترل قیمت‌ها نشده بلکه در برخی اوقات باعث افزایش قیمت مواد غذایی می‌شود به‌عنوان مثال قیمت مرغ، سیب‌زمینی، پیاز و... همیشه در نوسان بوده و از ثبات برخوردار نیست. به بیان دیگر به نظر می‌رسد شورای رقابت بهتر است به بازارهای رقابت‌پذیر دخالت نکند.

رقابت در حقوق افغانستان

رقابت در حقوق افغانستان موضوعی مهم و نسبتاً جدید است که به منظور حفظ بازارهای سالم، جلوگیری از انحصار و حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان طراحی شده است. در افغانستان، تلاش‌های قانونی برای تنظیم و ترویج رقابت در بازارها در حال توسعه است. در ادامه به توضیح تفصیلی رقابت در حقوق افغانستان می‌پردازیم:

در این تحقیق قسمتی از این رشته حقوق را که به قانون ضد انحصار یا قانون رقابت معروف است را به اختصار بیان می‌کنم. صرف نظر از مسائل صرفاً اقتصادی در مورد نحوه عملکرد سیستم اقتصاد بازار و اینکه آیا این سیستم در افغانستان سیستم مناسبی است یا خیر، در این تحقیق سعی می‌شود تا صرفاً از منظر حقوقی و قانونی به این موضوع نگاه کنیم. سؤالی که مطرح می‌شود این است که آیا این سیستم راه حل مشکلات

اقتصادی افغانستان خواهد بود یا خیر و یا اینکه شرایط کنونی افغانستان از نظر تئوریک برای چنین سیستمی مناسب است یا خیر و سؤالات دیگر از این قبیل؛ جواب مفصل این سؤالات مجال دیگری می‌طلبد که این تحقیق مختصر گنجایش آن را ندارد. به طور خلاصه می‌توان به حقوق ضد انحصار یا حمایت از رقابت اقتصادی پرداخته و در عین حال به اسناد حقوقی موجود افغانستان در این زمینه اشاره نمود. لازم به ذکر است که درباره حقوق رقابت در افغانستان منابع مکتوب پیدا نکردم لذا مطالب این قسمت با استفاده از قوانین مصوب در افغانستان در این زمینه مورد بررسی قرار گرفته است.

چارچوب قانونی حقوق رقابت در افغانستان

در افغانستان، قوانین و مقررات رقابت به منظور ترویج و حفظ رقابت سالم در بازارها و جلوگیری از رفتارهای انحصارطلبانه تدوین شده‌اند. برخی از مهم‌ترین قوانین و مقررات در این زمینه عبارت‌اند از:

الف. قانون اساسی: قانون اساسی افغانستان در ماده دهم آن در مورد سیستم اقتصادی چنین صراحت دارد: «دولت، سرمایه‌گذاری‌ها و تشیثات (بنگاه‌ها یا بخش‌ها) خصوصی را مبتنی بر نظام اقتصاد بازار، مطابق به احکام قانون، تشویق، حمایت و مصونیت آن‌ها را تضمین می‌نماید».

ب. قانون حمایت از حقوق مصرف‌کننده: این قانون به منظور حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و تضمین رقابت سالم در بازارها تدوین شده است. این قانون به نام قانون «حمایت از مستهلک» در چهار فصل و پنجاه ماده در مورخ ۱۳۹۵/۷/۱۹ به تصویب رسیده و هدف از تصویب این قانون موارد ذیل بیان شده است: الف. حمایت از مصرف‌کننده در برابر تقلب و رفتارهای گمراه‌کننده و اطلاعات غیر واقعی تولیدکننده یا عرضه‌کننده کالا یا خدمات.

ب. آگاهی مصرف‌کننده در مورد کالا یا خدمات از طریق دادن اطلاعات توسط عرضه‌کننده کالا یا خدمات.

ج. اطمینان حاصل کردن مصرف‌کننده از کیفیت کالا یا خدمات (ماده ۲ قانون مستهلک).

ج. قانون حمایت از رقابت: این قانون که دارای پنج فصل و سی و پنج ماده هست به منظور جلوگیری از رفتارهای انحصارطلبانه و ترویج رقابت در بازارهای افغانستان در مورخ ۱۳۸۸/۱۰/۱ تصویب شده است.

اصول و مقررات کلیدی حقوق رقابت در افغانستان

الف. ممنوعیت رفتارهای انحصارطلبانه: قوانین افغانستان رفتارهای انحصارطلبانه و ضد رقابتی مانند توافقات برای تثبیت قیمت‌ها، تقسیم بازار و سایر اقدامات هماهنگ‌شده‌ای که رقابت را محدود می‌کنند، ممنوع می‌کند (ماده ۷ قانون حمایت از رقابت).

ب. کنترل ادغام‌ها و تملک‌ها: ادغام‌ها و تملک‌های شرکت‌ها که ممکن است منجر به کاهش رقابت در بازار شوند، تحت نظارت قرار دارند. این ادغام‌ها باید به تأیید مقامات نظارتی برسند تا از ایجاد یا تقویت انحصار جلوگیری شود (ماده ۱۱ قانون حمایت از رقابت).



ج. جلوگیری از سوء استفاده از موقعیت غالب: شرکت‌هایی که موقعیت غالب در بازار دارند، نباید از این موقعیت برای اعمال شرایط ناعادلانه یا تحمیل قیمت‌های بالا استفاده کنند. نهادهای نظارتی موظف به نظارت بر این رفتارها هستند (ماده ۱۳ قانون حمایت از رقابت).

اجرای حقوق رقابت

الف. رسیدگی به شکایات: هر فرد یا نهادی که معتقد است حقوق رقابت نقض شده است، می‌تواند شکایت خود را به کمیسیون رقابت یا وزارت صنعت و تجارت ارائه دهد. این نهادها موظف به بررسی شکایات و اتخاذ اقدامات لازم هستند (مرکز ملی تحقیقات پالیسی، ۱۳۹۷، ص. ۱۹).

ب. تحقیقات و نظارت: نهادهای نظارتی می‌توانند به‌طور مستقل تحقیقات لازم را انجام داده و بر عملکرد بازارها نظارت کنند تا از رعایت حقوق رقابت اطمینان حاصل کنند (ماده ۱۴ قانون حمایت از رقابت).
ج. تصمیمات و مجازات‌ها: در صورت احراز تخلف، نهادهای نظارتی می‌توانند مجازات‌های مختلفی از جمله جریمه‌های مالی، الزام به تغییر رفتار و حتی تجزیه شرکت‌ها را اعمال کنند (ماده ۱۷ قانون حمایت از رقابت).

چالش‌ها و فرصت‌ها

الف. چالش‌ها: یکی از چالش‌های اصلی اجرای حقوق رقابت در افغانستان، عدم آگاهی کافی شرکت‌ها و مصرف‌کنندگان از این حقوق و فرآیندهای مرتبط با آن است. همچنین، ممکن است ظرفیت اجرایی نهادهای نظارتی برای اعمال تصمیمات خود کافی نباشد.

ب. فرصت‌ها: با تقویت نظارت و اجرای مؤثر حقوق رقابت، می‌توان بازارهای سالم‌تری ایجاد کرد که منجر به افزایش کیفیت محصولات و خدمات، کاهش قیمت‌ها و تحریک نوآوری می‌شود.

مطالعات موردی و مثال‌ها

در افغانستان، مطالعات و نمونه‌هایی از تلاش‌های صورت‌گرفته برای حفظ رقابت سالم وجود دارد. به‌عنوان مثال، در بخش مخابرات و فناوری اطلاعات، تلاش‌هایی برای جلوگیری از انحصار و ترویج رقابت بین ارائه‌دهندگان خدمات انجام شده است.

نتیجه‌گیری

تحلیل تطبیقی این پژوهش بیانگر آن است که میان فقه و حقوق رقابت هم‌پوشانی مفهومی قابل توجهی وجود دارد؛ هر دو در پی رقابت سالم در روابط اقتصادی سالم هستند؛ هرچند فقه شیعه به‌صورت مستقیم به موضوعات حقوق رقابت به شکلی که در نظام‌های حقوقی مدرن وجود دارد نپرداخته است، اما اصول و قواعدی مانند لاضرر و لاضرار، حرمت احتکار، انصاف، حرمت اکل مال به باطل، وفای به عقود و عدالت اجتماعی می‌توانند به‌عنوان مبنای حقوق رقابت سالم و جلوگیری از انحصار و ظلم اقتصادی در یک جامعه اسلامی استفاده شوند. این اصول تأکید می‌کنند که رقابت باید منصفانه باشد و هیچ‌کس نباید با سوءاستفاده از موقعیت

خود در بازار، به دیگران ضرر برساند یا رقابت را محدود کند. حقوق رقابت در ایران نقش مهمی در حفظ بازارهای سالم و منصفانه ایفا می‌کند. با اجرای مؤثر این قوانین و نظارت مستمر بر رفتارهای انحصارطلبانه و ضدرقابتی، می‌توان به بهبود کارایی اقتصادی، حمایت از مصرف‌کنندگان و تحریک نوآوری کمک کرد. نهادهای نظارتی مانند شورای رقابت و مرکز ملی رقابت در این زمینه وظایف حیاتی دارند و باید با همکاری و هم‌افزایی با سایر بخش‌های دولتی و خصوصی، به تحقق اهداف حقوق رقابت بپردازند. موقعیت قواعد فقهی به‌عنوان معیار تنظیم‌کننده رفتار مردم در عرصه فعالیت‌های اقتصادی و ممنوعیت اضرار مورد تردید نیست.

حقوق رقابت در افغانستان نقش حیاتی در حفظ بازارهای سالم و منصفانه ایفا می‌کند. با اجرای مؤثر این قوانین و نظارت مستمر بر رفتارهای انحصارطلبانه و ضدرقابتی، می‌توان به بهبود کارایی اقتصادی، حمایت از مصرف‌کنندگان و تحریک نوآوری کمک کرد. نهادهای نظارتی مانند وزارت صنعت و تجارت و کمیسیون رقابت در این زمینه وظایف حیاتی دارند و باید با همکاری و هم‌افزایی با سایر بخش‌های دولتی و خصوصی، به تحقق اهداف حقوق رقابت بپردازند.



منابع

- جهانبینی، الهام، و دیگران. (۱۴۰۱). بررسی تأثیر روش‌های بودجه‌بندی بر تخصیص بهینه منابع. مجله مطالعات حسابداری و حسابرسی، (۴۴)، ۸۵-۶۹.
- خوئی، سید ابوالقاسم. (۱۳۷۵). مصباح الاصول (ج. ۲). قم: مکتبه الداوری.
- رشوند بوکانی، مهدی. (۱۳۹۰). حقوق رقابت در فقه امامیه، حقوق ایران و اتحادیه اروپا. تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
- رهبری، ابراهیم، و حسنی سنگانی، وحید. (۱۳۹۸). حقوق رقابت در عرصه مالکیت‌های فکری (ج. ۱). تهران: سمت.
- سلیمی، فضا. (۱۳۹۳). تعامل حقوق مصرف و حقوق رقابت. تهران: مجد.
- صادقی، محمد. (۱۳۹۶). دامنه حقوق رقابت در بازارهای رقابت‌پذیر و رقابت‌ناپذیر. تهران: مجد.
- صادقی مقدم، محمدحسن، و غفاری فارسانی، بهنام. (۱۳۹۰). روح حقوق رقابت (مطالعه تطبیقی در اهداف حقوق رقابت). مجله حقوق دادگستری، ۷۵(۷۳)، ۱۱۳-۱۳۵.
- علاءالدین، امیرعباس. (۱۳۹۱). حقوق رقابت در آینه تحولات تقنینی (چاپ اول). تهران: مجد.
- غفاری فارسانی، بهنام. (۱۳۹۳). حقوق رقابت و ضمانت اجراهای مدنی آن. تهران: نشر میزان.
- فیروزآبادی، مجدالدین. (بی‌تا). القاموس المحيط (ج. ۲). بیروت: دارالعلم للجميع.
- قاسمی حامد، عباس. (۱۳۹۴). حقوق اقتصادی (چاپ اول). تهران: انتشارات دراک.
- قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل چهل و چهارم (۴۴) قانون اساسی، مصوب ۱۳۸۶.
- قانون حمایت از رقابت، توشیح ۱/۵/۱۳۸۸، افغانستان.
- قانون حمایت از مستهلک، مصوب ۱۳۹۵، افغانستان.
- مرکز ملی تحقیقات پالیسی، دانشگاه کابل. (۱۳۹۷). حقوق مستهلکین و چگونگی رعایت آن در افغانستان. کابل: مطبعه سهر.
- معین، محمد. (۱۳۸۸). فرهنگ فارسی (ج. ۲، چاپ بیست‌وششم). تهران: امیرکبیر.
- مکارم شیرازی، ناصر. (۱۴۱۱ق). القواعد الفقهیه (ج. ۱، چاپ سوم). قم: بی‌نا.
- موسوی بجنوردی، سید میرزا حسن. (۱۳۷۱). القواعد الفقهیه (چاپ دوم). قم: اسماعیلیان.
- موسوی خمینی، روح‌الله. (بی‌تا). تحریر الوسیله (ترجمه علی اسلامی، ج. ۲). قم: دفتر انتشارات اسلامی.
- ناصحی، علی. (۱۳۹۴). مبانی حقوقی و فقهی رقابت. تهران: مجد.
- ناصحی، علی، و همکاران. (۱۳۹۵). تبیین حقوق رقابت بر اساس برداشت‌های متفاوت از قاعده لاضرر. پژوهش‌های حقوق تطبیقی، ۲۰(۴)، ۱۷۷-۱۹۵.