

تحلیل سوءاستفاده از وضعیت اقتصادی مسلط در صنعت خودرو ایران و اتحادیه اروپا از منظر حقوق رقابت⁺سجاد جان محمدی^۱، جواد حسین زاده^۲، مینا حسینی^{۳*}

۱. دانشجوی دکتری حقوق خصوصی، دانشگاه علم و فرهنگ، تهران، ایران.

۲. دانشیار گروه حقوق دانشگاه علم و فرهنگ، تهران، ایران.

۳. استادیار گروه حقوق دانشگاه علم و فرهنگ، تهران، ایران.

دریافت: ۱۴۰۱/۰۷/۰۳ :: بازنگری: ۱۴۰۱/۰۸/۰۴ :: پذیرش: ۱۴۰۱/۰۸/۱۶

Analyzing the Abuse of dominant position in the Iranian and European automotive industries view of competition law

Sajad Janmohamadi¹, Javad Hoseinzadeh², Mina Hosseini^{3*}

1. PhD Student in Private Law, University of Science and Culture, Tehran, Iran.

2. Associate Professor, Department of Law, University of Science and Culture, Tehran, Iran.

3. Assistant Professor, Department of Law, University of Science and Culture, Tehran, Iran.

(Received: 25/Sep/2022 :: Revised: 21/Oct/2022 :: Accepted: 07/Nov/2022)

Abstract

One of the anti-competitive behavior in the automotive industry is abusing a dominant position. A behavior can lead to monopolization of the automobile market, weakening of competitive prices, imposition of unfair contract terms, and increasing the market power of a limited number of automobile companies. This study attempts to answer the two following questions with a descriptive-analytical method: what are the bases and examples of the abuse of the dominant position in the Iranian and European Union (EU) automotive industries and what are the solutions to limit and prevent it? The findings of this research show that staunch and untargeted government financial support, the impossibility of the private sector's serious presence in the automobile industry, and the existence of tariff and non-tariff barriers for the activities of foreign automobile companies are including the factors creating the dominant economic positions. Using the successful experiences of the EU competition law system can be used as a pattern to improve the current position of the Iranian automotive market.

Keywords: The automotive industry, abuse of dominant position, competition law, The European Union, Iran Law
JEL: K21, L41, L43

چکیده

یکی از رفتارهای ضد رقابتی در صنعت خودرو سوءاستفاده از وضعیت اقتصادی مسلط است. رفتاری که می‌تواند منتهی به انحصاری شدن بازار خودرو، تضعیف قیمت‌های رقابتی، تحمیل شروط قراردادی غیرمنصفانه و افزایش قدرت بازاری تعداد محدودی از شرکت‌های خودروساز گردد. این مطالعه با روشی توصیفی-تحلیلی در صدد است تا به دو سوال زیر پاسخ دهد: سوء استفاده از وضعیت اقتصادی مسلط در صنعت خودرو ایران و اتحادیه اروپا دارای چه مبانی و مصادیقی است و چه راهکارهایی جهت محدودیت و جلوگیری از آن وجود دارد؟ یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که حمایت‌های مالی بی‌شائبه و غیرهدفمند دولتی، عدم امکان حضور جدی بخش خصوصی در صنعت خودرو، و وجود موانع تعرفه‌ای و غیرتعرفه‌ای برای فعالیت شرکت‌های خودروساز خارجی از جمله عوامل به وجود آورنده وضعیت اقتصادی مسلط هستند. استفاده از تجارب موفق نظام حقوقی رقابت اتحادیه اروپا می‌تواند به عنوان الگویی برای بهبود وضعیت کنونی بازار خودرو ایران به کار رود.

واژه‌های کلیدی: صنعت خودرو، سوءاستفاده از وضعیت اقتصادی مسلط، حقوق رقابت، اتحادیه اروپا، حقوق ایران
طبقه‌بندی JEL: K21, L41, L43

⁺ این مقاله مستخرج از رساله دکتری آقای سجاد جان محمدی در گروه حقوق خصوصی دانشکده علوم انسانی دانشگاه علم و فرهنگ است.

*Corresponding Author: Mina Hosseini

* نویسنده مسئول: مینا حسینی

E-mail: mina.hosseini@usc.ac.ir

۱- مقدمه

صنعت خودرو طیف وسیعی از شرکت‌ها و سازمان‌هایی را شامل می‌شود که در زمینه طراحی، توسعه، بازاریابی و فروش وسایل نقلیه موتوری زمینی فعالیت می‌کنند. این صنعت یکی از بزرگ‌ترین صنایع جهان از نظر درآمد است.^۱ صنعت خودروی ایران به لحاظ ارتباط گسترده با زنجیره‌ای از صنایع قبل و بعد از خود صنعتی کلیدی در نظام اقتصادی ایران محسوب شده و دارای پتانسیل بالایی در ایجاد اشتغال و توسعه اقتصادی است (گودرزی، ۱۳۹۲). تاریخچه خودروسازی در ایران به سال ۱۳۳۶ و تأسیس اولین کارخانه مونتاژ خودرو می‌رسد. پس از این تاریخ طی سال‌های ۱۳۳۶-۱۳۵۶، صنعت مونتاژ خودرو در ایران با کمک خودروسازان اروپایی و آمریکایی پا گرفت. با پیروزی انقلاب اسلامی و شروع جنگ تحمیلی و بی‌ثباتی اقتصادی در کشور، خودروسازی ایران دوران رکود بی‌سابقه‌ای را تجربه کرد و این جریان تا ابتدای دهه ۱۳۷۰ ادامه داشت. از اوایل دهه هفتاد تا اوایل دهه ۱۳۹۰ شمسی، با همکاری کیاموتورز، پژو فرانس و کمک‌های دولتی گسترده، خودروسازی ایران توانست گسترش یابد و این رونق حتی به گسترش فراملی این صنعت نیز منتهی شد و خط تولید برخی محصولات ایرانی «مانند سمند و پراید»، در کشورهای محدودی شروع به کار نمود. پس از تحریم‌های بین‌المللی علیه ایران و قطع ارتباط شرکت‌های خارجی، صنعت خودروسازی ایران از لحاظ کیفیت و کمیت تولید افت نمود (بانک خاورمیانه، ۱۳۹۳). پس از تصویب برنامه جامع اقدام مشترک و ایجاد ارتباط‌های اقتصادی مجدد با شرکت‌های خارجی «از جمله امضای تفاهم‌نامه میان ایران و فرانسه برای افزایش تولید سالیانه شرکت فرانسوی پژو سیتروئن و ساخت مدل‌های جدید پژو در ایران»، به همراه کاهش هزینه‌های تولید و تأمین قطعات خودرو با قیمتی پایین‌تر، وضعیت این صنعت کمی بهتر شد و این موضوع تا خروج یک‌جانبه آمریکا از برجام و قطع همکاری‌های بین‌المللی با خودروسازان خارجی ادامه داشت (میتاقی، ۱۳۹۷).

از اوایل دهه ۱۳۸۰ تا سال ۱۴۰۱، چهار تحقیق و تفحص توسط مجلس شورای اسلامی از صنعت خودروسازی انجام شده است. در ۳۰ اردیبهشت ۱۳۹۹

متن کامل آخرین تحقیق و تفحص مجلس از شرکت‌های خودروساز در مجلس قرائت شد. در این گزارش «وابستگی تأمین‌کنندگان قطعات خودرو مانند گروه رنگ و مواد شیمیایی، قطعات الکترونیکی، سیستم‌های صوتی و... در فرایند تولید به منابع خارجی، هزینه‌های لجستیک حداقل دو برابر استانداردهای حداقلی دنیا، عدم رعایت اصول اولیه هم‌راستایی و یکپارچه‌کردن قطعه‌سازان، عدم استفاده از ظرفیت شرکت‌های قطعه‌ساز گروه بر مبنای صرفه اقتصادی، تعارض منافع در تصمیم‌گیری و تصمیم‌سازی در صنعت خودرو، هزینه‌های حقوق و دستمزد سه برابر استاندارد جهانی، لابی در تأمین قطعات غیراستاندارد، فساد سیستماتیک از طریق ایجاد شرکت‌های تودرتو و چند لایه مالکیت و سهام‌داری حلقوی که به دلیل اجرای ناصحیح خودروسازی پدید آمده است، خروج خودروسازان از نظارت عمومی و محاسبات و تصدی‌گری بالا و دخالت‌های دولت و سایر نهادها در خودروسازی»، از جمله مهم‌ترین چالش‌های صنعت خودروسازی ایران ذکر شده است.^۲ در گزارش هیئت تحقیق و تفحص مجلس شورای اسلامی (۱۳۹۹)، به «غیرشفاف بودن و ساز و کارهای غیرقابل اعتماد قراردادهای تأمین قطعات بین خودروسازان و مجموعه‌های تأمین‌کننده» نیز پرداخته شده است. در این گزارش آمده است که ساز و کار ضد رقابتی «معرفی تولیدکننده خارجی به خودروسازان توسط قطعه‌سازان برای تأمین قطعات وارداتی» که گاه با تبانی قطعه‌سازان و معرفی شرکای تجاری‌شان همراه است، می‌تواند ناقض رقابت بازار و برهم زنده نظم عمومی اقتصادی حاکم بر بازار خودرو باشد.

از نظر ساختار قانونی، نهادهای ناظر بر رقابت در صنعت خودرو اتحادیه اروپا «شامل کمیسیون اروپا و نهادهای رقابتی ملی» و در ایران «شورای رقابت»، دارای صلاحیت عام بوده و مسئولیت شناسایی، ارزیابی و رسیدگی به رفتارهای ضد رقابتی توسط بنگاه‌های اقتصادی فعال در صنعت خودرو را نیز برعهده دارند. از دیدگاه نهادهای ناظر رقابت ایران و اتحادیه اروپا، صنعت خودرو یکی از بازارهای کلیدی نظام رقابتی را در

۲. گزارش تحقیق و تفحص مجلس از عملکرد سایپا و ایران خودرو، خبرگزاری مهر، ۳۰ اردیبهشت ۱۳۹۹، در:

<https://www.mehrnews.com/news/4929273> (last visited: 2022-06-22)/

متن کامل گزارش تحقیق و تفحص مجلس دهم از صنعت خودرو در: <https://www.mehrnews.com/news/4929273> (last visited: 2022-05-26)۰

۱. به نقل از سایت رسمی statista.com درآمد حاصل از صنعت خودرو اتحادیه اروپا از ساخت وسایل نقلیه موتوری در سال ۲۰۲۲ میلادی بیش از یک میلیارد یورو بوده است و همچنین گردش مالی صنایع خودرو در سطح جهانی به بیش از یک تریلیون دلار می‌رسد:

<https://www.statista.com/statistics/1128973/revenue-motor-vehicle-manufacturing-european-union/> (last visited: 2022-08-14)

اگرچه در قوانین و مقررات اتحادیه اروپا، تعریف دقیقی از وضعیت مسلط به عمل نیامده است، در برخی از مقررات کشورهای عضو این اتحادیه، مفهوم «تسلط» تعریف شده است. به عنوان مثال در آلمان، قانون «مقررات علیه سوءاستفاده از موقعیت مسلط اقتصادی»^۶ که در سال ۱۹۲۳ به تصویب رسیده بود و همچنین در قانون رقابت کنونی این کشور «ماده ۱۹ قانون ممانعت از محدودیت‌های رقابتی»^۷، مفهوم «تسلط» و معیارهای شناسایی آن به همراه فروض مربوط به قدرت بازار تعیین شده است (هارتمن راپل^۸، ۲۰۱۷). در این مقررات، دارا بودن سهمی بالاتر از ۴۰ درصد، فرض تسلط ذکر شده است. در قانون اتریش نیز بالا بودن بیشتر از ۳۰ درصد از سهم بازار توسط یک بنگاه اقتصادی، فرض تسلط آن بنگاه اقتصادی است. در قوانین رقابت سوئیس و لیتوانی نیز به همراه تعریف تسلط، فرض دارا بودن ۴۰ درصد از سهم بازار آمده است. این درصد در هلند، ۳۰ درصد از سهم بازار است. (آکمن^۹، ۲۰۱۷).

نقش تصمیمات نهادهای ناظر بر رقابت و رویه‌های قضایی در ترویج و تبیین مفهوم تسلط بسیار مؤثر بوده است. این مفهوم، توسط دیوان دادگستری اروپا در پرونده‌های متعددی مورد توجه قرار گرفته است. این نهاد در پرونده هوفمن-لاروش^{۱۰} دو پیش شرط را جهت شناسایی این مفهوم در نظر گرفته است که عبارت‌اند از: استقلال و ممانعت از رقابت مؤثر. استقلال، بدین معنا است که بنگاه اقتصادی در بازار مربوط، قدرت انجام رفتارهای مستقل از رقابت، خریداران و مصرف‌کنندگان را دارا باشد.^{۱۱}

«در خصوص ممانعت از رقابت مؤثر، رفتار هر بنگاهی در بازار، تابعی از خواست مصرف‌کنندگان، خریداران و ترجیحات آن‌ها برای انتخاب کالاها یا خدمات است. حال اگر بنگاهی در فعالیت‌های اقتصادی خود مستقل از بنگاه‌های رقیب، مشتریان و مصرف‌کنندگان عمل کند، بدون این که از سود اقتصادی‌اش کم شود، ممکن است دارای وضعیت مسلط در بازار باشد. چنین معیاری در

اختیار دارد که اجرای صحیح و کامل قواعد رقابتی در آن ضروری محسوب می‌شود. ممنوعیت سوءاستفاده از موقعیت مسلط یکی از مهم‌ترین مفاهیم حقوقی در هر نظام رقابت مدرنی است و در کنار ممنوعیت رفتارهای ضد رقابتی و کنترل ادغام‌ها، یکی از سه محور مهم حقوق رقابت را تشکیل می‌دهد (آکمن^۱، ۲۰۱۷). کشورهای مختلف جهان در خصوص این وضعیت، دیدگاه‌های متفاوتی را دنبال می‌کنند اما به دلیل پیشروی نظام رقابت اروپایی، بسیاری از نظام‌های رقابت جهان، در تعریف مفهوم سوءاستفاده از وضعیت اقتصادی مسلط و تحلیل عناصر آن از حقوق رقابت و رویه محاکم اروپایی الهام گرفته‌اند.

در این مجال ابتدا جهت تبیین موضوع به مفهوم وضعیت اقتصادی مسلط و عوامل ایجادکننده آن در صنعت خودرودر پرداخته شده و سپس مفهوم و مصادیق سوءاستفاده از وضعیت اقتصادی مسلط به همراه بررسی تحلیلی پرونده‌های رقابتی علیه خودروسازان در دو نظام حقوقی ایران و اتحادیه اروپا مورد توجه قرار خواهد گرفته است.

۲- مبانی نظری

نظر به این که جهت تحلیل سوءاستفاده از وضعیت مسلط در صنعت خودرو، شناسایی و تحلیل مفهوم وضعیت اقتصادی مسلط و عوامل ایجادکننده آن ضروری است در ابتدا، این موارد بررسی می‌شود.

مفهوم وضعیت اقتصادی مسلط^۲

به طور کلی وضعیت مسلط حالتی را توصیف می‌نماید که یک بنگاه اقتصادی می‌تواند بازار هدف را کنترل کند (رزنبوم^۳، ۱۹۹۸). به نحوی که یک شرکت دارای وضعیت مسلط دارای قدرت تأثیر منفی بر رقابت و تأثیر بر قیمت بازار است (شپرد و شپرد^۴، ۲۰۰۳). تسلط یک شرکت معیاری است از قدرت اقتصادی یک برند تجاری نسبت به پیشنهادات رقابتی که به موجب آن یک شرکت مسلط می‌تواند مستقل از رقیب یا مصرف‌کنندگان خود و بدون نگرانی برای تخصیص منابع مالی رفتار نماید. وضعیت مسلط هم یک مفهوم حقوقی و هم یک مفهوم اقتصادی است (یوتن^۵، ۲۰۰۵).

6. Ordinance Against Abuse of Economic Power (1923)

7. The German Act Against Restraints of Competition (10th amendment 2021)

8. Hartmann Ruppel (2017)

9. Akman (2017)

10. Hoffman-La Roche

11. The first judgement of 2018: Hoffman-La Roche v AGCM (Case C- 179/16)

1. Akman (2017)

2. Dominant Position

3. Rosenbaum (1998)

4. Shepherd & Shepherd (2003)

5. Utton (2005)

صرفاً محدودیت‌های خاصی را برای شرکت‌های دارای وضعیت مسلط ایجاد می‌نماید. هدف این محدودیت‌ها تضمین رقابت‌پذیری بازار و عدم نقض قواعد رقابتی در صنعت خودرو است.

به موجب بند ۱۵ ماده ۱ قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی، وضعیت اقتصادی مسلط عبارت است از: «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». از نظر میانی نظری، وضعیت اقتصادی مسلط ناشی از قدرت بازار است (موسوی، ۱۴۰۰). از سویی تقریباً «این تعریف با تعریف وضعیت مسلط در حقوق اتحادیه اروپا هماهنگ است. همانند حقوق اتحادیه اروپا، صرف دارا بودن وضعیت مسلط در حقوق ایران ممنوع نبوده و به تصریح بند «ط» ماده ۴۵ قانون اخیرالذکر، سوءاستفاده از این وضعیت «در صورتی که مطابق با صدر ماده منجر به اختلال در رقابت شود»، ممنوع است (اسمعیلی‌پور، ۱۴۰۱). اما در خصوص تحلیل وضعیت اقتصادی مسلط در صنعت خودرو، باید اذعان داشت علت شکل‌گیری وضعیت مسلط برای تعداد محدودی از شرکت‌های خودروساز، ورود بخش حاکمیتی در مدیریت کلان این بازار است.

عوامل ایجادکننده وضعیت اقتصادی مسلط

جهت پاسخ‌گویی به سؤال اصلی پژوهش حاضر ابتدا نیاز است عوامل ایجادکننده وضعیت اقتصادی مسلط در صنعت خودرو شناسایی و تحلیل گردد. از جمله مهم‌ترین علل آن را می‌توان کمک‌های بی‌ضابطه دولتی به برخی از شرکت‌های خودروساز، ساختار خاص بازار خودرو و وجود موانع ورود برای شرکت‌های خودروساز رقیب نام برد (میثاقی، ۱۳۹۷). بدیهی است که این عوامل حصری نیست و بسته به آرایش نظام اقتصادی هر کشور ممکن است عوامل دیگری نیز در ایجاد وضعیت اقتصادی مسلط تاثیرگذار باشند.

کمک‌های دولتی به خودروسازان

نقش و جایگاه صنعت خودرو در اقتصاد کشورها موجب شده است بعضی از کشورهای جهان به طور جدی به این صنعت روی آورند. همچنین با سرمایه‌گذاری جدی در این بخش به جایگاهی دست یابند که به عنوان خودروساز جهانی نقش مهمی در تولید، اشتغال

پرونده یونایتد برنزد^۱ توسط دیوان دادگستری اروپا مورد تاکید قرار گرفت» (حسینی، ۱۳۹۶).

ماده ۱۰۲ معاهده عملکرد اتحادیه اروپا،^۲ در حال حاضر مهم‌ترین مقررات قانونی ناظر بر مدیریت وضعیت مسلط بنگاه‌های اقتصادی در نظام رقابت اتحادیه اروپا است. بنگاه‌های اقتصادی فعال در صنعت خودرو نیز مشمول مقررات این ماده می‌شوند. این ماده رفتارهای معینی را از سوی بنگاه‌های اقتصادی که وضعیت مسلط در یک بازار معین دارند، محدود می‌کند. اگرچه شرکت‌های مسلط اصولاً آزادند که دقیقاً مانند رقبای خود در فعالیت‌های اقتصادی متنوعی شرکت نمایند، اما «مسئولیت خاصی» دارند که فعالیت آن‌ها مخل رقابت در بازار نشود. بنگاه‌های اقتصادی خودروساز دارای وضعیت مسلط نیز هیچ‌گونه منعی به جهت فعالیت در بازار ندارند. لکن باید با رعایت موازین قانونی به فعالیت اقتصادی پردازند و به رقابت با سایر خودروسازان مبادرت نمایند (استویک^۳، ۲۰۰۵).

اصطلاح «مسئولیت ویژه»، اولین بار در یکی از تصمیمات مهم دیوان دادگستری اتحادیه اروپا در مورد سوءاستفاده از وضعیت مسلط «پرونده تایلر میشلن»^۴، ۱۹۸۳، استفاده شد. در طی رسیدگی، کمیسیون اثبات کرد که «میشلن» در بازار تایرهای جایگزین جدید برای کامیون‌ها، اتوبوس‌ها و وسایل نقلیه مشابه، وضعیت مسلط دارد و از طریق سیستم تخفیف و پاداش خود از این وضعیت سوءاستفاده نموده است. در روند تجدیدنظر، دیوان عمومی اتحادیه اروپا نظر کمیسیون اروپا مبنی بر وضعیت مسلط «میشلن» در بازار تایرهای جایگزین را تأیید نمود و افزود: «تشخیص این که یک شرکت دارای موقعیت مسلط است، به خودی خود یک اتهام نیست. بلکه صرفاً به این معنی است که صرف نظر از دلایلی که چنین وضعیت مسلطی دارد، شرکت دارای موقعیت مسلط مسئولیت ویژه‌ای دارد که اجازه ندهد رفتار خود به رقابت واقعی لطمه بزند» (پرونده تایلر میشلن، ۱۹۸۳). بنابراین، ماده ۱۰۲ معاهده عملکرد اتحادیه اروپا، موقعیت مسلط شرکت‌های فعال در صنعت خودرو را منع نمی‌کند، بلکه

1. United Brands Company and United Brands Continental BV v Commission of the European Communities. Chiquita Bananas, Case 27/76, European Court Reports 1978-00207, ECLI identifier: ECLI:EU:C:1978:22.

2. Treaty on the Functioning of the European Union

3. Stuyck (2005)

4. Judgment of the Court of 9 November 1983. NV Nederlandse Bandn Industrie Michelin V Communities. Abuse of a dominant position – Discounts on tire purchases. Case 322/81.

است، اگر شرکت‌های خودروساز چنین وضعیت انحصاری نداشتند، یقیناً به جای سوءاستفاده از موقعیت ممتاز خود جهت حفظ موجودیت در صنعت خودرو به رقابت جدی و ارتقای کیفی محصولات خود با قیمت‌های رقابتی اقدام می‌کردند (رنجبریان، ۱۳۹۱).

به موجب ماده ۵۲ قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی که مقرر می‌دارد: «هرگونه کمک و اعطاء امتیاز دولتی (ریالی، ارزی، اعتباری، معافیت، تخفیف، ترجیح، اطلاعات یا مشابه آن)، به صورت تبعیض آمیز به یک یا چند بنگاه یا شرکت که موجب تسلط در بازار یا اخلال در رقابت شود، ممنوع است»، کمک‌های دولتی مخل رقابت در نظام حقوقی ایران ممنوع هستند. اگرچه قانون‌گذار در این ماده به ضمانت اجرای نقض این مقرر اشاره نکرده است و در اصلاحات قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ چنین نکته‌ای باید مورد توجه قرار گیرد.

لذا «هنگامی که دولت، کمک‌هایی تبعیض آمیز به برخی بنگاه‌های رقیب می‌کند، این اقدام سایر رقبا را در وضعیت نامساعد رقابتی قرار می‌دهد» (افتخارچهرمی و همکاران، ۱۳۹۰). در نتیجه قاعده ممنوعیت کمک‌های دولتی مخل رقابت در صنعت خودرو نیز جاری است. در واقع کمک‌های دولتی در صنعت خودروی ایران وضعیت خاصی دارد، زیرا دولت با نقض مصراحت قانونی و بدون ضابطه از شرکت‌های خودروسازی محدودی، حمایت‌های مالی می‌نماید. اتفاقاً این کمک‌های دولتی مخل رقابت بوده و سبب شده است سایر شرکت‌های خودروساز رقیب در یک وضعیت نامساعد رقابتی قرار گیرند. عمده دلیل کمک‌های دولتی این است که دولت به جای اجرای قانون که وظیفه ذاتی آن است و تسهیل رقابت در صنعت خودروی ایران، مبادرت به بنگاه‌داری در این صنعت می‌نماید. در این راستا منابع مالی خود را در اختیار شرکت‌های خودروساز انگشت‌شماری قرار می‌دهد. به نحوی که شرکت‌های ایران خودرو و سایپا نقش و حضور پررنگی در صنعت خودرو ایران دارند. لذا با توجه به وضعیت مسلطی که برای آن‌ها ایجاد شده است، فضای رقابتی بین آن‌ها وجود ندارد. از طرفی شرایط انحصاری حاکم بر صنعت خودرو نیز اجازه حضور جدی رقبای خودروساز داخلی و خارجی را در صنعت خودرو نمی‌دهد، که این امر سبب تثبیت وضعیت اقتصادی مسلط آن‌ها می‌شود (صادقی‌نیارکی و همکاران، ۱۴۰۰).

و ثروت داشته باشند. لکن نقش دولت در صنعت خودروسازی و بازار مرتبط با آن از نظر حفظ رقابت سالم و جلوگیری از ایجاد رویه‌های ضد رقابتی در آن که منتهی به انحصارگری این حوزه می‌گردد، بسیار مؤثر و کلیدی است (رودسری و همکاران، ۱۳۹۸). کمک‌های دولتی ممکن است در صورت عدم کنترل منتهی به ایجاد وضعیت مسلط برای شرکت‌های خودروساز گردد. دولت می‌تواند بر اساس مدل‌های اقتصادی و منطقی و با در نظر گرفتن سیاست‌های ضد رقابتی، رقابت مؤثر را در بازار خودرو حفظ نماید (اسمعیلی‌پور و همکاران، ۱۴۰۰).

مفهوم کمک دولتی در حقوق رقابتی اتحادیه اروپا که مشمول صنعت خودروسازی نیز می‌گردد، در ماده ۱۰۷ معاهده عملکرد اتحادیه اروپا تعریف شده است. به موجب این ماده: «هر کمکی که توسط یک کشور عضو اتحادیه اروپا از طریق منابع دولتی و ملی اعطا شود، به هر شکلی که رقابت را از طریق حمایت از شرکت‌های خاص یا تولید کالاهای خاص مخدوش یا تهدید نماید، تا آنجایی که بر رقابت شرکت‌های تجاری کشورهای عضو اتحادیه اروپا تأثیر منفی بگذارد و با بازار مشترک اتحادیه اروپا ناسازگار باشد» ممنوع است.^۱ در واقع کمک‌های دولتی تنها در موارد استثنایی «مانند بحران مالی یا بیماری فراگیر» و تنها با تصویب مقامات رقابتی اتحادیه اروپا امکان‌پذیر است و ساز و کاری شفاف و قابل پیگیری دارد (ون بائل و بلیس،^۲ ۲۰۱۰).

یکی از مهم‌ترین عواملی که باعث ایجاد و تثبیت وضعیت اقتصادی مسلط برای برخی از شرکت‌های فعال در صنعت خودرو شده است، «دولتی بودن ارکان» این صنعت است. علت آن است که دولت با حمایت‌های مالی بی‌ضابطه و سیاست‌گذاری‌های اجرایی مانند ایجاد موانع تعرفه‌ای جهت ورود شرکت‌های خودروساز خارجی به داخل کشور، سبب تسهیل ایجاد وضعیت مسلط برای تعداد محدودی شرکت خودروساز شده است. به گونه‌ای که می‌توان به نوعی این صنعت را صنعتی دولتی تلقی نمود. با توجه به شرایط انحصاری و قدرت بازاری بالای آن‌ها، بازار خودرو برای این شرکت‌ها تقریباً تضمین شده

1. Consolidated version of the Treaty on the Functioning of the European Union - PART THREE: UNION POLICIES AND INTERNAL ACTIONS - TITLE VII: COMMON RULES ON COMPETITION, TAXATION AND APPROXIMATION OF LAWS - Chapter 1: Rules on competition - Section 2: Aids granted by States - Article 107 (ex Article 87 TEC).

2. Van Bael & Bellis (2010)

اشخاص «اعم از حقیقی و حقوقی»، که تمایل به خرید خودرو از بنگاه‌های اقتصادی صنعت خودرو را دارند و به عنوان خریداران این بازار تلقی می‌گردند. ۴- عوامل واسطه بازار خودرو که دلالتان حاضر در این بازار هستند و ۵- عوامل تسهیلاتی و خدماتی بازار مرتبط با خودرو که بانک‌ها و اتاق بازرگانی و اتاق اصناف و شرکت‌های بیمه، حمل و نقل، نمایشگاه‌ها و مراکز خدمات پس از فروش هستند (راسخی، ۱۳۹۷).

صنعت خودروی ایران در انحصار تعداد محدودی شرکت خودروساز داخلی است، به نحوی که در صنعت خودرو تعداد کمی شرکت خودروساز وجود دارد. در مقابل، در این بازار تعداد بسیار زیادی خریدار حاضر هستند که برای خرید خودرو راهی جز خرید از این شرکت‌های خودروساز ندارند. در واقع ساختار صنعت خودروی ایران از این حیث انحصاری است که تعداد محدودی شرکت خودروساز بر روی کل بازار خودرو، فرایند عرضه و تقاضا و همچنین قیمت‌گذاری کنترل دارند. در بازار خودرو ایران مصرف‌کنندگان گزینه‌های زیادی برای جایگزینی محصولات این شرکت‌های انحصارگر ندارند. از طرفی شرکت‌های خودروساز مسلط نیز با اتخاذ سیاست‌گذاری‌های ضد رقابتی به صورت غیرمستقیم بر روی قیمت‌ها در حاشیه بازار کنترل دارند. این شرکت‌های خودروساز از تغییرات قیمت محصولات شرکت‌های دیگر کاملاً مستقل هستند. زیرا اول اینکه، منحنی عرضه و تقاضا در بازار خودرو ایران بدین شکل است که عرضه بسیار پایین و تقاضا بسیار بالا است. آن‌ها واقفند که بازار خودرو برای آن‌ها تضمین شده است. زیرا مصرف‌کنندگان برای رفع نیاز خود و خرید خودرو مجبور به انتخاب محصولات آن‌ها هستند. دوم اینکه، شرایط صنعت خودرو را ارزیابی می‌کنند و علم دارند که بنا به دلایل مختلفی، رقیب جدی برای آن‌ها در بازار خودرو وجود ندارد تا مصرف‌کنندگان، قدرت جایگزینی محصولات شرکت‌های رقیب را در انتخاب محصول داشته باشند (زنوز، ۱۳۸۰). در مقابل، ساختار صنعت خودرو اتحادیه اروپا رقابتی است. به نحوی که در صنعت خودرو اتحادیه اروپا تعداد قابل توجهی شرکت‌های خودروساز حضور دارند و رقبای خارجی برای ورود به بازار خودرو اروپا با موانع قانونی مواجه نیستند و قیمت‌های خودرو در یک بازار رقابتی تعیین می‌شوند. همچنین مالکیت شرکت‌های خودروساز تحت تملک

این در حالی است که کمک‌های دولتی به طور کلی با بازار داخلی اتحادیه اروپا ناسازگار است. کمک‌های دولتی ممکن است فقط تحت شرایطی، آن هم توسط مراجع قانونی و مقامات رقابتی اتحادیه اروپا سازگار اعلام گردد (نیکلسن^۱، ۲۰۱۲). ناسازگاری را باید به این معنا تفسیر نمود که کمک‌های دولتی دارای ویژگی‌های مندرج در بند ۱ ماده ۱۰۷ معاهده عملکرد اتحادیه اروپا، در درجه اول ممنوع است. با این حال از این ممنوعیت کلی در مواردی که امکان اعطای کمک‌های دولتی وجود دارد، استثنائاتی هم ممکن است توسط مراجع قانونی اعلام گردد. فلذا ویژگی اقدامات «کمک‌های» دولتی به یک بنگاه اقتصادی توسط یک دولت یا از طریق منابع دولتی برای اهداف کمک‌های دولتی، صرفاً در موارد قانونی و با اجازه مقامات رقابتی میسر است. (بارتنز^۲، ۲۰۲۲)

ساختار بازار خودرو

یکی از مهم‌ترین شاخص‌هایی که سبب ایجاد رقابت سالم در صنعت خودرو و یا منتهی به ایجاد وضعیت اقتصادی مسلط شرکت‌های خودروساز می‌گردد، ساختار بازار خودرو است. بازار، مکانی است که طرفین می‌توانند برای تسهیل مبادله کالا و خدمات فراهم آیند؛ در نظام رقابت ایران بازار دارای تعریف قانونی است. به موجب ماده ۱ قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴ قانون اساسی: «بازار به فضایی جغرافیایی یا مجازی اطلاق می‌شود که در آن خریداران و فروشندگان، کالاها و خدمات مشابه یا جانشین نزدیک را مبادله می‌کنند».

ساختار بازار از مهم‌ترین عوامل تعیین‌کننده مزیت‌های رقابتی بوده و از نگاه اقتصاددانان یکی از معیارهای مهم برای شناسایی و تبیین بازار خودرو، شناخت نوع ساختار این بازار است (رئوفی‌نیا و همکاران، ۱۳۹۸). مهم‌ترین اجزای یک بازار در علم اقتصاد شامل تهیه‌کنندگان، تولیدکنندگان، خریداران و عوامل واسطه‌ای هستند. عواملی که اجزای بازار خودرو را تشکیل می‌دهند به ترتیب عبارتند از: ۱- شرکت‌های قطعه‌ساز که به عنوان تهیه‌کنندگان، کلیه قطعات و اجزا مورد نیاز برای ساخت یک دستگاه خودرو را در اختیار شرکت‌های خودروساز قرار می‌دهند. ۲- شرکت‌های خودروساز که مهم‌ترین مصداق تولیدکنندگان خودرو محسوب می‌گردند. ۳- کلیه

1. Nichol森 (2012)

2. Barents (2022)

در اتحادیه اروپا شرکت‌های خودروساز به منظور رقابت در صنعت خودرو باید روندهای بازار جهانی و ترجیحات مصرف‌کننده از جمله پارامترهای افزایش کیفیت و کاهش قیمت را در محصولات خود ارتقا دهند (بالدوین و ویپلاس^۴، ۲۰۱۹)، فاکتورهایی که در برنامه شرکت‌های خودروساز انحصارگر صنعت خودرو ایران جایگاه جدی ندارند. زیرا بازار خودرو را برای خود بنا به دلایل ذکر شده تثبیت شده محسوب می‌نمایند.

۳- پیشینه تحقیق

به منظور یافتن منابع مرتبط با نگرش این پژوهش، در پایگاه‌های گوگل اسکالر، مگ ایران، اس‌آی‌دی، نورمگز و هین‌آنلاین^۵، کلمات کلیدی حقوق رقابت، حقوق رقابت خودروسازی، اقتصاد خودرو، آنتی‌تراست^۶، شورای رقابت، کمیسیون اروپا و دیوان دادگستری اروپایی «فارسی و انگلیسی» جست و جو شد. همچنین به کتاب‌های فارسی و انگلیسی مرتبط با حقوق رقابت و حقوق رقابت در صنعت خودرو و رویه قضایی دیوان دادگستری اروپایی و شورای رقابت با موضوع رقابت در صنعت خودرو مراجعه شد. معیار انتخاب کتاب‌ها، مقالات، گزارش‌ها و پرونده‌ها، به روز بودن و ارتباط مستقیم با موضوع تحقیق بود.

غفاری فارسانی (۱۳۹۸)، در کتابی با عنوان «حقوق رقابت و ضمانت اجراهای مدنی آن» به موضوع حقوق رقابت و نقش ضمانت اجراهای مدنی و اقسام ضمانت اجراهای نقض قواعد حقوق رقابت پرداخته است. در این مطالعه، نویسنده انواع رفتارهای ضد رقابتی یک‌جانبه، جمعی، ادغام‌ها و کمک‌های دولتی در اتحادیه اروپا و حقوق آمریکا را مورد تحلیل قرار داده است، هرچند که در خصوص اعمال قواعد حقوق رقابت بر صنعت خودرو به طور خاص مطلبی در این کتاب نگاشته نشده است.

رشوند بوکانی (۱۳۹۰)، در مطالعه‌ای با عنوان «حقوق رقابت در فقه امامیه، حقوق ایران و اتحادیه اروپا» به تحلیل مبانی حقوق رقابت در نظام حقوقی ایران و مطالعه تطبیقی با اتحادیه اروپا پرداخته است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد قواعد حقوق رقابت در نظام حقوقی ایران دارای مبانی قانونی است و قانون‌گذار ایرانی قواعد و مقررات حقوق رقابت را در فصل نهم از قانون

سهام‌داران بخش خصوصی اعم از اشخاص حقیقی و حقوقی است. کمک‌های دولتی در صنعت خودرو اتحادیه اروپا صرفاً به موجب قانون و دستورالعمل‌های وضع شده توسط مراجع قانونی اتحادیه اروپا میسر است. در صنعت خودرو اتحادیه اروپا هیچ شرکت خودروسازی در حاشیه امن اقتصادی قرار ندارد و برای تثبیت و رشد وضعیت اقتصادی خود در صنعت خودرو راهی جز رقابت با سایر بازیگران این صنعت ندارد (لورنز^۱، ۲۰۱۳).

وجود موانع ورود برای شرکت‌های خودروساز رقیب

شرکت‌های خودروساز خارجی که به نوعی رقبای بالقوه شرکت‌های انحصارگر داخلی محسوب می‌شوند، جهت ورود به صنعت خودرو ایران با موانع قانونی مواجه هستند. دولت با اعمال تعرفه‌های مالی و غیرمالی مانع ورود جدی آن‌ها به صنعت خودرو شده است (موسوی، ۱۴۰۰). این امر سبب تثبیت و افزایش قدرت بازاری تعدادی از شرکت‌های خودروساز داخلی شده است. آخرین اراده دولت مربوط به مصوبه اردیبهشت ماه ۱۴۰۲ است که به نظر می‌رسد به علت شروط سخت‌گیرانه‌ای^۲ که دارد سبب تحولی جدی در صنعت خودرو نگردد. از طرف دیگر نظر به این که عمده بازار خودرو در اختیار تعداد محدودی از شرکت‌های خودروسازی است شرکت‌های نوظهور نیز توان رقابت با آن‌ها را ندارند. زیرا این شرکت‌های انحصارگر از حمایت‌های مالی دولتی برخوردارند. تجربه‌ای که در این خصوص در صنعت خودرو ایران ملاحظه می‌گردد، آن است که تعدادی از شرکت‌های خودروساز تازه تأسیس بعد از گذشت مدتی از فعالیت اقتصادی به مرز ورشکستگی رسیدند، برخی از آن‌ها نیز توسط همین شرکت‌های خودروساز انحصارگر خریداری و از صحنه رقابت در صنعت خودرو محو شدند مانند شرکت مگا موتور و پارس خودرو (ابوجعفری، ۱۴۰۱). تعداد دیگری که دارای فعالیت محدود در صنعت خودرو هستند، این شرایط انحصاری را قبول نموده و فعالیت اقتصادی محدودی دارند (رضاعی و همکاران، ۱۳۹۵).

1. Lorenz (2013)

۲. «طرح ساماندهی صنعت خودرو» مصوب ۱۴۰۱/۲/۲۱ که به موجب نظر مجمع تشخیص مصلحت نظام نهایی شد.

۳. از جمله آن که نحوه مقررات‌گذاری این قانون به نحوی است که اختیار حضور شرکت‌های خودروساز خارجی و همچنین واردات خودرو را به تشخیص دولت در قالب صدور آیین‌نامه سپرده است، حال آن که دولت با توجه به منافع خود اراده‌ای بر تسهیل این فرایند ندارد و همچنین واردات خودرو توسط سرمایه‌گذاران را نیز مشروط به شرایط نامتعارف و متعددی نموده است که تفاوت چندان با وضعیت قبل از تصویب این قانون ندارد.

4. Baldwin & Wyplosz (2019)

5. HeinOnline

6. Antitrust

اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی تحت عنوان تسهیل رقابت و منع انحصار پیش‌بینی و وضع نموده است.

ناصحی (۱۳۹۴)، در پژوهشی با عنوان «مبانی حقوقی و فقهی حقوق رقابت»، مباحث فقهی حقوق رقابت را مورد تحلیل قرار داده است. بر اساس نتایج به دست آمده قواعد و مقررات حقوق رقابت با مبانی فقهی نظام حقوقی ایران سازگار است.

حسینی (۱۳۹۶)، در پژوهشی با عنوان «حقوق رقابت در آیین ساختار و تصمیمات شورای رقابت»، به بررسی حقوق رقابت از دیدگاهی عملی در حقوق رقابت ایران، اتحادیه اروپا و آمریکا پرداخته است. از جمله پرونده‌هایی که در این کتاب بررسی شده است، پرونده مطرح شده در شورای رقابت معروف به پرونده «خودروسازان» است. نتایج این پژوهش حاکی از آن است که رویه‌های ضد رقابتی در صنعت خودرو ایران ظهور و بروز نموده است. حبیبی و وکیلی مقدم (۱۳۹۳)، در پژوهشی با عنوان «توافقات ضد رقابتی در روابط تولیدکننده و عرضه‌کننده» به بررسی توافقات عمودی و تبیین مصادیق آن از جمله تعیین حداقل قیمت فروش، معاملات انحصاری، محدودیت در توزیع و تبعیض در قیمت پرداخته‌اند. نتایج حاصل از این مطالعه نشان می‌دهد که یکی از انواع رویه‌های ضد رقابتی معمول در روابط تولیدکننده و عرضه‌کننده توافقات ضد رقابتی عمودی است. هر چند که این مطالعه به طور خاص به تحلیل توافقات ضد رقابتی در روابط تولیدکننده و عرضه‌کننده بین فعالان عرصه صنعت خودرو نپرداخته است.

۴- تجزیه و تحلیل داده‌ها

در بخش قبلی مفهوم وضعیت اقتصادی مسلط و عناصر تشکیل دهنده آن در صنعت خودرو مورد بحث قرار گرفت. همواره صرف تسلط، عمل ضد رقابتی نیست بلکه سوءاستفاده از آن و احراز این سوءاستفاده که غالباً از طریق اثبات رابطه علی و معلولی میان اخلاص عمدی در رقابت و تسلط موسسه قدرتمند امکان پذیر است، ملاک تشخیص تلقی می‌گردد (غمامی و همکاران، ۱۳۸۹). در این قسمت، به شناسایی مفهوم سوءاستفاده از وضعیت اقتصادی مسلط توسط شرکت‌های خودروساز در صنعت خودرو پرداخته می‌شود. همچنین مهم‌ترین مصادیق

سوءاستفاده شرکت‌های خودروساز نیز تحلیل و بررسی می‌گردد.

مفهوم سوءاستفاده از وضعیت اقتصادی مسلط

مهم‌ترین و موثرترین راهکار پیش‌گیری از سوءاستفاده از وضعیت اقتصادی مسلط ضمانت اجراهایی است که قانون‌گذار در مقررات رقابتی به منظور برخورد با مرتکبین وضع نموده است. زیرا مجموعه این ضمانت اجراها در صورتی که به میزان کافی بازدارنده باشند نقش موثری در جلوگیری از سوءاستفاده‌های احتمالی دارند. در حقوق ایران، در بند «ط» ماده ۴۵ قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی، شش مصداق برای سوءاستفاده از وضعیت مسلط ذکر شده است. رویکرد قانون‌گذار ایرانی به وضعیت اقتصادی مسلط، کاملاً متفاوت از رویکرد قانون‌گذار اروپایی است (راسخی، ۱۳۸۱). در حقوق اتحادیه اروپا مصادیق سوءاستفاده از وضعیت مسلط، همان رویه‌های ضد رقابتی یک جانبه هستند. به نظر می‌رسد با توجه به تعریفی که از وضعیت اقتصادی مسلط ارائه گردید، در قانون رقابت ایران، تعریفی از سوءاستفاده از وضعیت اقتصادی مسلط ارائه نشده است. قانون‌گذار به ذکر مصادیق آن در شش بند اکتفا نموده است. در قوانین و مقررات اروپایی نیز تعریف دقیقی از سوءاستفاده از وضعیت مسلط ارائه نشده است و نقش نهادهای ناظر بر رقابت و رویه‌های قضایی در ترویج و تبیین این مفهوم بسیار مؤثر بوده است. به طور کلی، ماده ۱۰۲ معاهده عملکرد اتحادیه اروپا در مقایسه با ماده ۲ قانون شرمین در نظام رقابت امریکایی، تحت تأثیر عقاید مکتب فرایبورگ اعمال یک جانبه بیشتری را ممنوع اعلام نموده است^۲ و لذا قلمرو گسترده‌تری دارد (غفاری فارسانی، ۱۳۹۸). در حقوق رقابت اتحادیه اروپا اگر سهم بازار یک بنگاه اقتصادی از ۵۰ درصد بیش تر باشد، معمولاً نهادهای رقابتی، فرض تسلط را در خصوص این بنگاه اعمال می‌نمایند (خمانی^۳، ۲۰۰۲).

نقش و حمایت‌های مالی بی‌ضابطه دولت، سبب افزایش قدرت بازاری تعداد محدودی از شرکت‌های

1. Freiburg School.

۲. به موجب آن سوء استفاده از وضعیت اقتصادی شرکت‌های مسلط ممنوع اعلام شده است، لکن در مقام تعریف مطلبی بیان نشده است. طبق رویه مقامات رقابتی اتحادیه اروپا، این اعمال را به دو بخش تقسیم نموده‌اند: الف) سوء استفاده‌های سودجویانه (Exploitative Abuse) ب) سوء استفاده‌های اخراج‌کننده (Exclusionary Abuse).

3. Khemani (2002)

روند قیمت خودرو در یک دهه گذشته از «شکست دخالت‌های دولتی» در صنعت خودرو حکایت دارد. بررسی‌ها نشان می‌دهد، در سال‌هایی که خودروسازی زیر فشار قیمت‌گذاری دستوری بوده و مداخلات دولت در این صنعت تشدید شده، قیمت در بازار تحت تأثیر تبعات سیاست‌گذاری غلط، روند صعودی به خود گرفته است. واکنش معکوس قیمت خودرو به قیمت «دستوری» این پیام را برای مدیریت دولتی مخابره می‌نماید که نفع قیمت‌گذاری دستوری تنها برای سفته‌بازهای صنعت خودرو است و خودروساز و مصرف‌کننده بهره‌ای از آن نخواهند برد.

برخی مصادیق سوءاستفاده از وضعیت اقتصادی مسلط در بازار خودرو

در اینجا دو نمونه از مصادیق سوءاستفاده از وضعیت اقتصادی مسلط در بازار خودرو مورد بررسی قرار گرفته است. آنچه که واجد اهمیت بوده ذکر این نکته است که مصادیق سوءاستفاده از وضعیت اقتصادی مسلط در حقوق ایران و اتحادیه اروپا حصری نیستند و نهادهای ناظر بر رقابت می‌توانند به تشخیص خود رفتار یا رفتارهای خاصی را از جمله مصادیق سوءاستفاده تلقی نمایند. مصادیق سوءاستفاده از وضعیت مسلط در بسیاری از کشورهای عضو اتحادیه اروپا «و بسیاری از کشورهای غیراروپایی از جمله ایران»، با الهام از ماده ۱۰۲ معاهده عملکرد اتحادیه اروپا طراحی شده است. برخی کشورها مانند اسپانیا، اتریش، فرانسه، مجارستان و آلمان، چند مصداق به موارد ماده ۱۰۲ اضافه کرده‌اند. در قوانین رقابت سوئیس ذکر شده است که اگر رفتار بنگاه اقتصادی در لیست مصادیق سوءاستفاده از موقعیت مسلط یافت نشود، نمی‌تواند مشمول جریمه‌های مندرج در قانون باشد (آکمن^۵، ۲۰۱۷). تحمیل مستقیم یا غیرمستقیم قیمت‌ها، ایجاد مانع به منظور مشکل کردن ورود رقبای جدید یا حذف بنگاه‌ها یا شرکت‌های رقیب در یک فعالیت خاص، مشروط کردن قراردادها به پذیرش شرایطی که از نظر ماهیتی یا عرف تجاری ارتباطی با موضوع این قراردادها ندارند و همچنین تملک سرمایه و سهام شرکت‌ها به گونه‌ای که باعث اخلاص در رقابت بازار شوند از مصادیق رایج سوءاستفاده از وضعیت اقتصادی مسلط هستند (عبدی پور، ۱۳۸۸)، که هر یک از این

خودروساز و تثبیت موقعیت ممتاز اقتصادی آن‌ها در صنعت خودرو شده است (شیری، ۱۳۹۵). تحلیل میزان سهم خودروسازان تا سال ۱۴۰۰ از بازار خودرو موید نظریه حاضر است. به نحوی که در سال ۱۴۰۰، کل سهم شرکت‌های خودروساز بخش خصوصی در مقایسه با مجموعه سهم شرکت‌های ایران‌خودرو و سایپا، تنها ۶ درصد از کل بازار بوده است.^۱ از طرف دیگر، عدم اجازه حضور جدی رقبای خارجی و عدم توان بخش خصوصی در این صنعت اقتصادی مهم که فعالیت کم‌رنگی دارند. این شرایط در کنار یک‌دیگر سبب شده است، صنعت خودروی ایران با یک وضعیت انحصاری مواجه باشد (رنجبریان، ۱۳۹۱). انحصار وضعیتی است که معمولاً منجر به افزایش قیمت و کاستن از کیفیت محصولات برای مصرف‌کنندگان می‌شود و می‌تواند ثروت، قدرت و نفوذ را در دست یک یا چند بنگاه اقتصادی خاص متمرکز سازد.

مصادیق سوءاستفاده از وضعیت اقتصادی مسلط در ماده ۱۰۲ معاهده عملکرد اتحادیه اروپا بیان شده‌اند. از متن معاهده چنین برمی‌آید که این موارد به هیچ عنوان حصری نبوده و جنبه تمثیلی دارند. حصری نبودن این موارد در رویه عملی کمیسیون اروپا نیز قابل مشاهده است. در حقوق ایران، در بند «ط» ماده ۴۵ قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی، شش مصداق برای سوءاستفاده از وضعیت اقتصادی مسلط ذکر شده است (حسینی، ۱۳۹۶).

بند ۲ ماده ۱۰۷ معاهده عملکرد اتحادیه اروپا، مواردی از کمک‌های دولتی را اعلام می‌کند که با بازار داخلی سازگار است، یعنی به طور خودکار از ممنوعیت کلی ذکر شده در معاهده مستثنی می‌شوند (نیکلسون^۲، ۲۰۱۲). بند ۳ ماده ۱۰۷ معاهده عملکرد اتحادیه اروپا، به علاوه مواردی از کمک‌های دولتی را بیان می‌نماید که ممکن است توسط کمیسیون به عنوان سازگار با بازار داخلی در نظر گرفته شوند (لیانوس و جرادین^۳، ۲۰۱۳). در برخی موارد خاص، اعطا کمک‌های دولتی حتی بدون موافقت کمیسیون امکان‌پذیر است. به این موارد «معافیت بلوکی» یا «کمک حداقلی» و یا «مقدارهای کوچک کمک‌های دولتی» می‌گویند (وان^۴، ۲۰۰۶).

۱. روزنامه دنیای اقتصاد (۱۴۰۱)؛ شماره ۵۴۵۰.

2. Nicholson (2012)
3. Lianos, & Geradin (2013)
4. Vaughan (2006)

عملاً مصرف‌کننده از آن بی‌اطلاع است. این مساله در قرارداد فروش اقساطی خودرو نیز مصداق می‌یابد. تحدید مقدار عرضه شرکت‌های خودروساز به منظور افزایش یا کاهش قیمت خودرو

در نظام حقوق رقابت ایران در بند «ط» ماده ۴۵ قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی، تحدید مقدار، عرضه و یا تقاضا به منظور افزایش و یا کاهش قیمت بازار به عنوان یکی از مصادیق سوءاستفاده از وضعیت مسلط ذکر شده است. در بند ۲ ماده ۱۰۲ معاهده عملکرد اتحادیه اروپا نیز ایجاد محدودیت در تولید، بازار و توسعه فنی را به گونه‌ای که به زیان مصرف‌کنندگان باشد، ممنوع اعلام نموده است (رئوفی نیا و همکاران، ۱۳۹۸). شرکت‌های خودروساز دارای وضعیت مسلط با توجه به وضعیت بازار از حیث میزان عرضه و تقاضا و حضور رقبا جهت نیل به اهداف خود از این اهرم استفاده می‌نمایند. به نحوی که حسب اعلام بازرس کل امور صمت سازمان بازرسی کل کشور در سال ۱۴۰۰، بالغ بر ۱۷۸ هزار خودرو ناقص در پارکینگ شرکت‌های ایران خودرو و سایپا انباشت شده است (روزنامه دنیای اقتصاد، ۱۴۰۰) شرکت‌های انحصارگر جهت افزایش قیمت محصولات تولیدی خود در فواصل زمانی کوتاه، با تبنانی یک‌دیگر اقدام به کاهش عرضه خودرو به بازار می‌نمایند. این فرایند سبب فراهم شدن شرایط افزایش قیمت محصولات می‌شود. از طرفی انحصارگران جهت قانونی نشان دادن این تبنانی به حربه کمبود تأمین مواد اولیه و قطعه جهت افزایش تیراژ تولید خودرو متوسل می‌شوند. امری که به کرات از سوی شرکت‌های خودروسازی ایران دیده شده است. بدین ترتیب که خودروهای تولیدی را به صورت ناقص در پارکینگ‌های شرکت قرار می‌دهند و در مواعد زمانی دلخواه، با تکمیل چند قطعه خودروهای تولیدی را روانه بازار خودرو می‌نمایند. رفتار ضد رقابتی که ناشی از سوءاستفاده این شرکت‌های خودروساز انحصارگر از شرایط صنعت خودرو است. زیرا در صورتی که صنعت خودرو از یک فضای رقابتی برخوردار بود، منجر به حذف این شرکت‌های خودروساز می‌گردید (معصومی نیا، ۱۳۸۳). اما سوالی که در این مبحث مطرح می‌شود این است که اگر این خودروها به دلیل نقص قطعه در پارکینگ شرکت‌های خودروساز پارک هستند، چرا زمانی که قیمت خودرو افزایش پیدا می‌کند کمبود و عدم تأمین قطعه

موارد می‌توانند در بازار خودرو نیز رخ دهند (پورپرتوی، ۱۳۸۸). در این قسمت دو نمونه از این مصادیق به طور خاص در بازار خودرو تحلیل و بررسی شده است.

شروط قراردادی غیر منصفانه فروش خودرو

براساس ماده ۳ دستورالعمل شورای اتحادیه اروپا^۱ که مقرر می‌دارد: «شرطی غیر عادلانه تلقی می‌شود که موضوع مذاکره طرفین نباشد، مشروط بر این که خلاف حسن نیت و موجب نابرابری فاحش در حقوق و تعهدات طرفین و به ضرر مصرف‌کننده باشد». در بند دوم ماده ۳ این دستورالعمل، کلیه قراردادهای و شروطی که به صورت پیش‌نویس تهیه شده و مصرف‌کننده توان اثرگذاری بر مضمون آن‌ها را نداشته باشد، از مصادیق قراردادهایی تلقی شده که مورد مذاکره قرار نگرفته‌اند. در این راستا صرف مورد مذاکره بودن یک شرط خاص، کافی نیست تا تمام قرارداد صحیح تلقی شود؛ بلکه روند کلی قرارداد در جریان مذاکره مورد توجه است (گرمسن^۲، ۲۰۱۰). با این وجود، مورد مذاکره نبودن قرارداد به تنهایی برای ابطال آن کافی نیست، بلکه باید هر دو ویژگی اساسی دیگر نیز در آن احراز شود تا بتوان آن را غیر عادلانه دانست. به دیگر سخن، باید شرط، موضوع مذاکره نباشد. شرط یا قرارداد مخالف حسن نیت بوده و اصول انصاف را نقض کند و نیز موجب نابرابری فاحش بین عوضین قرارداد شود.

شروط ماده ۳ دستورالعمل صرفاً در جهت ارائه شاخص‌ها اعلام و فاقد جنبه حصری دانسته شده است. بر این اساس، قضات می‌توانند با اخذ ملاک از آن‌ها شروط دیگر را نیز مشمول ماده ۳ دستورالعمل تلقی و آن‌ها را باطل اعلام نمایند.

بررسی قراردادهای حوزه صنعت خودرو در ایران بیانگر این است که شروط تحمیلی متعددی به دلایل و توجیهات مختلف در این قراردادهای وجود دارد (دعاگویی، ۱۳۹۳). در یکی از قراردادهای فروش خودرو آمده است: «کلیه عملیات ثبت نام، تحویل خودرو و مدارک آن توسط نمایندگی‌های مجاز سایپا و مطابق بخش‌نامه‌های اعلام شده توسط شرکت... صورت خواهد گرفت». نتیجه ارجاع امر به ضوابط گارانتی و بخش‌نامه‌های جاری شرکت، الحاق یک سری شروط و تعهدات به قرارداد است که

1. Council Directive 93/13/EEC of 5 April 1993 on unfair terms in consumer contracts at: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A01993L0013-20220528> (last visited: 2022-08-14)

2. Gormsen (2010)

البته کمیسیون اروپا شرکت خودروسازی دایملر را جریمه نکرد، زیرا وجود این کارتل را به کمیسیون اروپا اعلام نموده بود. «در برنامه موسوم به «سوت زنی»، بنگاه اقتصادی که کارتل را به اتحادیه اروپا لو می‌دهد، مشمول ضمانت اجرای حقوق رقابت نمی‌شود» (عبدی‌پور، ۱۳۸۸). بعد از رسیدگی کمیسیون، همه شرکت‌های خودروسازی که در مظان اتهام بودند به دخالت خود در این کارتل اذعان نمودند و با کمیسیون بر سر حل و فصل پرونده توافق نمودند. قائم مقام وقت بخش رقابت کمیسیون اروپا در خصوص این کارتل اعلام کرد: «اتحادیه اروپا به موجب مقرراتی که وضع نموده، رعایت استانداردهایی را در خصوص آلاینده‌ها در تولید محصولات خودروسازان الزامی نموده است. پنج خودروساز دایملر، بی‌ام‌و، فولکس واگن، آئودی، پورشه با ایجاد کارتلی رعایت این استانداردهای کاهش آلاینده‌های مضر را که الزامی بود، در محصولات خود نقض نمودند». رقابت و نوآوری در مدیریت آلودگی خودروها برای اتحادیه اروپا برای دستیابی به اهداف زیست محیطی ضروری است و کمیسیون اروپا درباره این پرونده اعلام نمود: «این تصمیم به محکومیت شرکت‌های خودروساز نشان می‌دهد کمیسیون در هر اقدامی علیه هر نوع رفتار ضد رقابتی کارتل‌های شرکت‌های خودروساز دارای وضعیت اقتصادی مسلط که این هدف را به خطر بیاندازند، تردید ندارد». در خصوص این رأی کمیسیون دو هدف حمایت از رقابت و حمایت از محیط زیست که از اهداف مورد نظر اتحادیه اروپا هستند را مورد توجه قرار داده است. لازم به ذکر است که در سال‌های اخیر، حقوق رقابت محیط زیست جایگاه ویژه‌ای در حقوق اتحادیه اروپا پیدا کرده است و بسیاری از نویسندگان بر اهمیت رعایت مسائل زیست محیطی در رقابت شرکت‌ها تاکید داشته‌اند. این موضوع در خصوص رفتارهای شرکت‌های خودروساز که محصولات آن‌ها به طور مستقیم با آلودگی زیست محیطی مرتبط است اهمیت دوچندانی می‌یابد (کینگستون^۵، ۲۰۱۹).

پرونده‌های رقابتی شرکت‌های ایران خودرو و سایپا

در خصوص رفتارهای ضد رقابتی شرکت‌های انحصارگر صنعت خودرو «به طور خاص ایران خودرو و سایپا»، پرونده‌های متعددی نزد شورای رقابت به عنوان متولی قانونی رسیدگی به پرونده‌های رقابتی از جمله پرونده‌های

مرتفع شده و ظرف مدت کوتاهی تعداد تیراژ خودرو این شرکت‌های خودروساز به شدت افزایش می‌یابد؟

مطالعه تحلیلی پرونده‌های رقابتی علیه خودروسازان در حقوق ایران و اتحادیه اروپا

جهت شناسایی راهکارهای پیش‌گیری از سوءاستفاده از وضعیت اقتصادی مسلط در صنعت خودرو تحلیل رویه عملی نهادهای رقابتی امری ضروری است. لذا در این قسمت، چند نمونه از پرونده‌های رقابتی مطرح در نظام رقابت ایران و اتحادیه اروپا مورد بررسی قرار گرفته است. مطالعه تحلیلی این پرونده‌ها می‌تواند تصویر بهتری از مفهوم سوءاستفاده از وضعیت اقتصادی مسلط در بازار خودرو ارائه دهد.

پرونده رقابتی شرکت‌های خودروسازی دایملر، بی‌ام‌و، فولکس واگن

شرکت‌های خودروسازی دایملر، بی‌ام‌و و فولکس واگن^۳، از شرکت‌های تولیدکننده خودرو مطرح و دارای وضعیت اقتصادی مسلط در سطح اتحادیه اروپا هستند. در یکی از پرونده‌هایی که در جولای ۲۰۲۱ توسط مقامات رقابتی اتحادیه اروپا رسیدگی شده است و راجع به سوءاستفاده از وضعیت اقتصادی مسلط این خودروسازها است، کمیسیون اروپا این شرکت‌های خودروساز را به دلیل محدود کردن رقابت در پاک‌سازی آلاینده‌های خودروهای سواری دیزلی جدید، ۸۷۵ میلیون یورو جریمه نمود. کمیسیون اروپا با انجام تحقیق و بازرسی دریافت که شرکت‌های خودروساز دایملر، بی‌ام‌و و گروه فولکس واگن «فولکس واگن، آئودی و پورشه»، با تبانی یک‌دیگر و با استفاده از وضعیت مسلط خود در بازار خودرو اتحادیه اروپا در زمینه توسعه فنی پاک‌سازی اکسید نیتروژن، قوانین ضد انحصار اتحادیه اروپا را نقض نموده‌اند. این شرکت‌های خودروساز دارای وضعیت اقتصادی مسلط جلسات فنی منظمی را برای بحث در مورد توسعه فناوری احیای کاتالیزوری انتخابی «SCR»، برگزار می‌کردند و توافق کرده بودند که انتشار اکسید نیتروژن مضر «Nox»، را از خودروهای سواری دیزلی از طریق تزریق اوره «Adblue»، به‌آغوز حذف نمایند. در طول این جلسات و در نتیجه برای بیش از پنج سال تبانی این خودروسازان ادامه داشت.^۴

1. Daimler

2. BMW

3. Volkswagen

4. https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_21_3581 (last visited: 2022-08-14)

5. Kingston (2019)

شده بود شدند. شورای رقابت در جلسه شماره ۴۷۳ مورخ ۱۴۰۰/۰۵/۱۱ به استناد ماده ۵۸ قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی با اکثریت آراء مقرر نمود: «چنانچه مراجع ذیصلاح در رابطه با خودروهای انحصاری مشمول دستورالعمل قیمت شورا، با پیش‌فروش خودرو موافقت کنند به نسبت مبلغ پرداختی بابت پیش‌پرداخت، هر مشتری درصدی از قیمت رسمی خودرو را در زمان ثبت نام «نسبت به قیمت کارخانه»، پرداخت کرده است. در این صورت سهمی از خودرو که پیش‌پرداخت آن قبلاً انجام شده مشمول هیچ‌گونه تورم بخشی احتمالی نخواهد بود. بدیهی است خودروهایی که قیمت آن تعیین نشده حق پیش‌فروش نخواهند داشت». با این وصف شرکت‌های ایران خودرو و سایپا محکوم شدند. شرکت‌های محکوم‌علیه به این رأی اعتراض نمودند که اعتراض آن‌ها در مرحله تجدیدنظر نیز رد شد.^۲

۵- بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به تحلیل‌های صورت گرفته جهت پاسخ به سؤال اصلی پژوهش حاضر از منظر مبانی سوءاستفاده از وضعیت اقتصادی مسلط در صنعت خودرو باید اذعان نمود صنعت خودروی ایران از حیث ساختاری دارای یک وضعیت انحصاری است. تعداد محدودی شرکت خودرو ساز بخش عمده بازار خودرو را در اختیار و کنترل خود دارند. این بنگاه‌های اقتصادی با سوءاستفاده از این وضعیت اجازه اجرای قواعد رقابتی را در این صنعت مهم کشور نمی‌دهند و با وجود ارتکاب رفتارهای ضد رقابتی برخورد موثری توسط نهادهای کنترل‌گر رقابتی با آن‌ها نمی‌شود. نهادهای ناظر رقابت ایران برخلاف اتحادیه اروپا به علت اشکالات ساختاری این نهادها و همچنین ایرادات قانونی از جمله عدم پیش‌بینی ضمانت اجراهای مؤثر، ساختار انحصاری بازار خودرو، نقش و حضور پررنگ دولت در این صنعت، نتوانسته است به نحو شایسته از اجرای قواعد حقوق رقابت در صنعت خودرو پاسداری نمایند.

رقابتی صنعت خودرو مطرح شده است. بخش عمده‌ای از این شکایات ناشی از سوءاستفاده این شرکت‌ها از وضعیت انحصاری صنعت خودرو بوده است. سوءاستفاده این شرکت‌های دارای وضعیت مسلط منتهی به یکی از مهم‌ترین تصمیمات شورای رقابت در سال‌های اخیر، «دستورالعمل تنظیم قیمت خودرو» شد. این دستورالعمل به دلیل تغییراتی که در روابط تولیدکنندگان خودرو و مصرف‌کنندگان به وجود آورد و اثراتی که در بازار خودرو داشت، واجد اهمیت است. شورای رقابت در تنظیم این دستورالعمل جلسات متعددی را با خودروسازان برگزار نموده و قراردادهای پیش‌فروش و فروش فوری شرکت‌های خودروسازی را مورد بررسی قرار داد. (حسینی، ۱۳۹۶). دستورالعمل مذکور برای افزایش قیمت خودرو وجود پنج شرط را ضروری می‌داند. از جمله این شروط می‌توان به قابل قبول بودن میزان تولید خودرو «با تأیید شورای رقابت»، اجباری نبودن آپشن نصب شده بر روی خودروها به جز در موارد قانونی، اجرای طرح‌های فروش به گونه‌ای که دریافت‌کننده خودرو، مصرف‌کننده نهایی باشد و از میان برداشته شدن بازار حاشیه اشاره نمود. همچنین در این مصوبه آمده است که فرمت قراردادها باید طبق نظر شورای رقابت و به نحوی منصفانه اصلاح گردد (مصوبه شورای رقابت، ۱۳۹۹).

یکی دیگر از پرونده‌های اخیر که با شکایت تعداد زیادی از خریداران خودرو در شورای رقابت مطرح گردید، با این وصف بود که شرکت‌های ایران خودرو و سایپا در پیش‌فروش‌های محصولات خود، تعیین قیمت نهایی خودرو را موکول به زمان تحویل خودرو نموده بودند و چنین شرطی سبب نامشخص شدن قیمت خودرو در زمان انعقاد قرارداد می‌شد. این در حالی است که در عقود معوض، شرط همواره بخشی از مورد معامله تلقی می‌گردد و مجموعه تعهدات اصلی و فرعی طرفین قرارداد، عوض عقد را مشخص می‌کند. هرگاه تعهدات فرعی مجهول باشد، موجب جهل به عوض عقد گردیده و در عقد ایجاد غرر می‌کند. بنابراین طبق بند ۲ ماده ۲۳۳ قانون مدنی،^۱ شرط، باطل و موجب بطلان عقد نیز خواهد بود (فرحزادی، ۱۳۹۲). از طرفی شکات، خواهان عدم تعلق نرخ تورم قیمتی نسبت به بخشی از قیمت خودرو که در زمان انعقاد قرارداد پیش‌فروش پرداخت

۲. شورای رقابت در جلسه مورخ ۱۴۰۰/۱۱/۱۰ با این وصف اعلام نمود: «نظر به این که رأی معترض‌عنه بر اساس ماده ۵۸ قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی اتخاذ گردیده که با اصل عدالت و انصاف در قیمت‌گذاری‌ها منطبق می‌باشد و از سویی عمده استناد تجدیدنظرخواهان ایراد و اشکال مؤثر و مدلی که به ارکان و مبانی استدلال رأی مذکور خدشه قابل نقضی وارد سازد اقامه نگردیده است. بنا علیهذا مستنداً به بند «ج» شق ۳ ماده ۶۴ قانون مارالذکر ضمن رد تجدیدنظرخواهی مطروحه رأی معترض‌عنه را تأیید می‌نماید. این رأی به موجب ماده ۶۳ همین قانون قطعی است.»

۱. ماده ۲۳۳ قانون مدنی: «شروط مفصله ذیل باطل و موجب بطلان عقد است.
الف) شرط خلاف مقتضای عقد.
ب) شرط مجهولی که جهل به آن موجب جهل به عوضین شود.»

ممنوع نیست. لکن نظام حقوق رقابت اتحادیه اروپا با تعیین ضابطه‌هایی در قالب مقررات‌گذاری و صدور آیین‌نامه، مجاری که سبب سوءاستفاده از موقعیت اقتصادی مسلط می‌گردد را شناسایی و محدودیت‌هایی را جهت کنترل آن تعیین نموده است. به نظر می‌رسد جهت سامان‌دهی وضعیت صنعت خودرو ایران از حیث رقابت‌پذیری و همچنین ضابطه‌مند نمودن فعالیت‌های اقتصادی شرکت‌های دارای موقعیت اقتصادی مسلط و پیش‌گیری از سوءاستفاده‌های احتمالی، نظام حقوق رقابت ایران نیز باید ضمن اصلاح مقررات رقابتی همگام با نهادهای ناظر رقابت «به طور خاص شورای رقابت»، در اقدامی هماهنگ با صدور آیین‌ها و دستورالعمل‌هایی همسو، ساختار مشخصی را جهت اعطاء کمک‌های دولتی به شرکت‌های خودروساز تعیین نمایند. به همین منظور باید شرایط اعطاء کمک‌های دولتی و همچنین سقف اعطاء تسهیلات به طور دقیق مشخص گردد و کمک به شرکت‌ها با طراحی سیستم خاصی، منوط به تصویب شورای رقابت شود. از طرف دیگر سیاست قیمت‌گذاری رقابتی که در نتیجه رقابت میان شرکت‌های خودروساز در بازار خودرو پدید می‌آید باید جایگزین سیاست قیمت‌گذاری دستوری در صنعت خودرو ایران گردد. همچنین باید ضمانت اجرای پیش‌بینی شده جهت برخورد با سوءاستفاده‌های شرکت‌های دارای موقعیت مسلط نیز اصلاح و تقویت شود، به نحوی که از قدرت بازدارندگی کافی برخوردار شوند. این فرایند سبب می‌گردد تا قدرت نهادهای ناظر رقابت در صنعت خودرو نیز تقویت شود. مجموعه این اقدامات سبب می‌گردد تا سوءاستفاده از موقعیت اقتصادی مسلط در صنعت خودرو ایران جای خود را به رقابت مؤثر دهد.

مهم‌ترین دلایل و شرایطی که سبب سوءاستفاده شرکت‌های خودروساز دارای موقعیت اقتصادی مسلط می‌گردد، عبارتند از: ۱- نوع و ماهیت دولتی شرکت‌های انحصارگر در صنعت خودرو ۲- وجود موانع تعرفه‌ای و عدم استقبال از حضور رقبای خارجی در صنعت خودرو ۳- کمک‌های دولتی بی‌ضابطه به تعداد محدودی بنگاه اقتصادی در صنعت خودرو. این شرایط باعث شده است صنعت خودروی ایران در انحصار تعداد محدودی از شرکت‌های تجاری فعال در این حوزه باشد و منتهی به ایجاد وضعیت اقتصادی مسلط برای آن‌ها گردد. به گونه‌ای که به جهت شرایط حاکم بر صنعت خودرو و به پشتوانه حمایت‌های دولتی بیمی از ارتکاب رفتارهای ضد رقابتی ندارند و بازار خودرو را برای خود تضمین شده قلمداد می‌نمایند. در مقابل صنعت خودروی اتحادیه اروپا از یک فضای رقابتی با قوانین شفاف و مؤثر در برخورد با مرتکبین رفتارهای ضد رقابتی برخوردار است. این وضعیت سبب پیش‌گیری از سوءاستفاده‌های احتمالی شرکت‌های خودروساز دارای وضعیت اقتصادی مسلط شده است. یکی از علت‌های موفقیت صنعت خودروسازی اتحادیه اروپا، آن است که مدیریت شرکت‌های خودروسازی و صنایع وابسته به آن به بخش خصوصی واگذار شده است. در واقع صنعت خودرو اتحادیه اروپا بدون دخالت دولت‌ها اداره و مدیریت می‌شود و دولت‌ها کم‌ترین نقش در مدیریت آن‌ها را دارند. همچنین قیمت‌های خودرو و لوازم خودرو در صنعت خودرو اتحادیه اروپا در یک بازار رقابتی تعیین می‌گردد.

در مقام ارائه راهکار پیش‌گیرانه از سوءاستفاده برخی شرکت‌های خودروساز دارای موقعیت اقتصادی مسلط در نظام حقوق رقابت ایران باید اذعان نمود حتی در مقررات حقوق رقابت اتحادیه اروپا فرض برقراری موقعیت اقتصادی مسلط برای شرکت‌های خودروساز

منابع

- اسمعیلی پور، الهام، صادقی‌نیازکی، مهدی. (۱۴۰۰). ساختار تنظیم‌گری صنعت خودروی ایران و راهکارهایی برای اصلاح آن. فصل‌نامه علمی بهبود مدیریت. ۱۶(۱۵)، ۳۴-۵۴.
- افتخارچهرمی، گودرز، معبودی‌نیشابوری، رضا. (۱۳۹۰). ممنوعیت کمک‌های دولتی محل رقابت «مطالعه تطبیقی در نظام‌های حقوقی ایران و اتحادیه اروپا». فصل‌نامه تحقیقات حقوقی، ۳۹(۳)، ۴۴-۴۸.
- پورپرتوی، میرطاهر، دانش‌جعفری، داوود. (۱۳۸۸). مقایسه تطبیقی انحصار و تمرکز در برخی از صنایع کشور. پژوهش‌نامه اقتصادی. ۲۳(۲۱)، ۲۸-۲۳.
- بانک خاورمیانه. (۱۳۹۴). گروه تحقیقات اقتصادی، بررسی صنعت خودروسازی ایران. قابل دسترسی در: <https://www.middleeastbank.ir/uploads/autoindustry-9410-.pdf> (last visited: 202219-05-). ص ۲-۳.
- حسینی، مینا. (۱۳۹۶). حقوق رقابت در آیین ساختار و تصمیمات شورای رقابت. انتشارات مجد. ۳۱۲-۳۱۷.
- دعاگویی، محمدمصطفی، محمدی، زینب. (۱۳۹۳). شروط تحمیلی در قراردادهای صنعت خودرو. فصل‌نامه مبانی فقهی حقوق اسلامی، ۷(۱۴)، ۱۱۹-۱۳۲.

- راسخی، سعید. (۱۳۸۱). عوامل تعیین‌کننده خاص صنعت انواع تجارت درون صنعت ایران. فصل‌نامه پژوهش‌های اقتصادی ایران، ۱۰(۳۴): ۲۳-۴۵.
- راسخی، سعید. (۱۳۹۷). عوامل تعیین‌کننده مزیت رقابتی صنایع کارخانه‌ای ایران. فصل‌نامه اقتصاد و تجارت نوین، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، ۱۱(۳۳): ۳۳-۳۹.
- رضاعی، سیدمهدی، رحیمی، عبدالرضا. (۱۳۹۵). بررسی وضعیت فعلی صنعت خودروسازی کشور از بعد رقابت‌پذیری در قیمت و کیفیت و مقایسه با صنعت خودروسازی جهانی و عوامل اصلی عدم رقابت‌پذیری، پژوهش‌نامه ششمین کنفرانس بین‌المللی حسابداری و مدیریت با رویکرد علوم پژوهشی نوین، ۱۲(۳۲): ۶۷-۶۹.
- رنجبریان، بهرام. (۱۳۹۱). نقش آمیخته بازاریابی در توسعه صادرات قطعه‌سازی خودرو. فصل‌نامه چشم‌انداز مدیریت بازرگانی، ۱۰(۱۱): ۹۰-۹۹.
- رودسری، محمدحسن، طباطبائی، سیدحبیب‌الله، رادفر، رضا. (۱۳۹۸). الزامات خودروساز شدن در عرصه جهانی؛ نگاهی به وضعیت صنعت خودروسازی ایران. فصل‌نامه مجلس و راهبرد، ۲۶(۹۸): ۲۱۲-۲۱۹.
- رئوفی‌نیا، مرجان، برادران، وحید. (۱۳۹۸). توسعه مدل تئوری بازی‌های پویا به منظور تحلیل رقابت در ساختار بازارهای انحصاری چندجانبه. فصل‌نامه چشم‌انداز مدیریت صنعتی، ۱۱(۳۱): ۱۱۲-۱۱۷.
- زنوز، بهروز. (۱۳۸۰). مجموعه مقالات همایش صنعت خودرو ایران و اقتصاد جهانی. انتشارات پیام ایران خودرو، ۲۹-۵۵.
- Akman, P. (2017). International Report in Kellezi, P., Kilpatrick, B., & Kobel, P. (Eds.). Abuse of Dominant Position and Globalization & Protection and Disclosure of Trade Secrets and Know-How. Springer: 3-26.
- Baldwin, R., & Wyplosz, C. (2019). EBOOK The Economics of European Integration 6e. McGraw Hill (chapter 7, state aids: 20-32).
- Barents, R. (2022). Directory of EU Case Law on State Aids (Vol. 37). Kluwer Law International BV.
- Gormsen, L. L. (2010). A Principled Approach to Abuse of Dominance in European Competition Law. Cambridge University Press: 254-289.
- Hartmann Ruppel, M. (2017). Chapter 6: Germany. In Abuse of Dominant Position and Globalization & Protection and Disclosure of Trade Secrets and Know-How. Springer: 109-119.
- Khemani, R. Shyam (2002), "Application of Competition Law, exemptions and exceptions". UNCTAD/DITC/CLP/Mis: 54-78.
- Kingston, S. (2019). Competition Law in an Environmental Crisis. Journal of European Competition Law & Practice, 10(9), 517-531.
- Lianos, I., & Geradin, D. (Eds.). (2013). Handbook on European competition law: Enforcement and procedure. Edward Elgar Publishing: 138-154.
- Lorenz, M. (2013). An introduction to EU competition law. Cambridge University Press: 89-110.
- Nicholson, W., & Snyder, C. M. (2012). Microeconomic theory: Basic principles and extensions. Cengage Learning: 83-90.
- Rosenbaum, D. I. (Ed.). (1998). Market dominance: how firms gain, hold, or lose it and the impact on economic performance. Greenwood Publishing Group: 89-98.
- Shepherd, W. G., Shepherd, J. M. (2003). The Economics of Industrial Organization, Waveland Press: 273-289.
- Stuyck, J. (2005). EC Competition law after modernisation: more than ever in the interest of consumers. Journal of Consumer Policy, 28(1), 1-30.
- Utton, M. A. (2005). Market dominance and antitrust policy. Edward Elgar Publishing: 129-132.
- Van Bael, I., & Bellis, J. F. (2010). Competition law of the European Community. Kluwer Law International: 33-43.
- Vaughan, D., Lee, S., Kennelly, B., & Riches, P. (2006). EU competition law: general principles. Oxford University Press on Demand: 54-77.