

## قیمت‌گذاری تبعیض‌آمیز در حقوق رقابت تطبیقی

جعفر نوری یوشانلوئی<sup>۱</sup>  
هدایت فرخانی<sup>۲</sup>

تاریخ دریافت: ۱۳۹۲/۰۹/۰۲

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۲/۱۱/۱۶

### چکیده

تبعیض قیمت یا قیمت‌گذاری تبعیض‌آمیز یکی از رویه‌های ضد رقابتی است که ممکن است در بازار رخ داده و در پی آن کالا و خدمات یکسان با قیمت‌های متفاوت به مصرف‌کنندگان عرضه گردد. از آن‌جا که این عمل، منافی اصل رقابت منصفانه در محیط اقتصادی بوده و گاهی نیز ممکن است به شکست بازار بینجامد؛ لذا وجود مقررات تنظیم‌کننده از سوی دولت‌ها در جهت پیشگیری و برخورد با آن ضروری تشخیص و بر همین اساس نیز بسیاری از کشورها مقرراتی را در این زمینه تدوین و از طریق مراجع اداری و قضائی به مرحله‌ی اجرا در آورده‌اند؛ از جمله‌ی این کشورها، ایالات متحده آمریکا است که قوانین مختلفی را به تصویب رسانده و الگویی برای سایر کشورها شده است. در کشور ما نیز اعمال تبعیض‌آمیز در همه‌ی زمینه‌ها از دیر باز مورد نهی قرار گرفته ولی نه تعریف کاملی از آن تاکنون ارائه شده، نه مبانی اقتصادی آن مورد تحلیل قرار گرفته و نه با آثار حقوقی آن به درستی برخورد شده است. در حالی که حجم وسیع اعمال تجاری و گسترش روز افزون بازارها در سطح جهانی موجب شیوع جلوه‌های مختلفی از قیمت‌گذاری تبعیض‌آمیز در ابعاد داخلی و بین‌المللی شده و مطالعه‌ی علمی آن در پرتو مقررات جاری را اجتناب‌ناپذیر ساخته است.

**کلید واژه‌ها:** تبعیض قیمت، حقوق رقابت، بازار، حقوق ایران، ایالات متحده و اتحادیه اروپا.

---

۱. استادیار و عضو هیأت علمی دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران (نویسنده مسئول) jafamory@ut.ac.ir  
۲. دانشجوی کارشناسی ارشد حقوق تجاری اقتصادی بین‌المللی دانشگاه تهران Farkhany.hedayat@yahoo.com

## مقدمه

اهمیت اقتصاد به عنوان شریان حیاتی یک جامعه بر هیچ کس پوشیده نیست. این اهمیت تا حدی است که وجود یک نظام اقتصادی کارآمد و مؤثر در یک کشور، بقا و ادامه‌ی فعالیت و موفقیت آن کشور در سایر عرصه‌ها را نیز به همراه خواهد داشت. به همین ترتیب، در اکثر کشورهایی که از نظر اقتصادی در وضعیت مطلوبی به سر می‌برند، موقعیت و شرایط اجتماعی نیز به تبع آن در شرایط خوبی قرار دارد. یکی از لوازم دستیابی به اقتصاد کارآمد، بهره‌مندی از محیط اقتصادی سالم می‌باشد. محیطی که در آن کنشگران و فعالان اقتصادی بتوانند با امنیت خاطر و در یک شرایط مساعد اقتصادی و یک محیط رقابتی سالم به فعالیت بپردازند. نقش دولت‌ها در جهت تحقق این هدف و ایجاد شرایط مطلوب اقتصادی و جلوگیری از شکست بازار<sup>۱</sup> به ویژه در وضعیت کنونی انکار ناپذیر است. از مهم‌ترین اهرم‌های دولت برای رسیدن به اهداف مذکور، نظارت بر فعالیت فعالان عرصه‌ی اقتصادی و جلوگیری از خودکامگی و ایجاد نابسامانی از سوی این افراد از طریق وضع قوانین و مقررات تنظیم کننده در قالب حقوق رقابت می‌باشد. در نظام حقوقی کشور ما، حقوق رقابت از جمله رشته‌های تازه تأسیسی است که تاکنون مورد اقبال زیاد واقع نشده و موضوعات آن کمتر مورد بررسی قرار گرفته است. حال آن که ارتباط این رشته‌ی جدید با اقتصاد کشورها باعث شده تا توجه خاصی از طرف هم‌ه‌ی دولت‌ها به این رشته صورت پذیرد؛ چرا که افزایش روز افزون سهم اقتصاد در زندگی جوامع امروزی و به تبع آن گسترش بازارها در جهت برآورده سازی نیازهای اقتصادی مردم، وجود مقررات تنظیم کننده برای حکومت بر رفتارهای فعالان این عرصه را ضروری می‌سازد. یکی از اعمالی که ممکن است از طرف فعالان تجاری ارتکاب یابد و در مواردی تأثیر ضد رقابتی بر بازار داشته باشد، تبعیض قیمت یا قیمت‌گذاری تبعیض آمیز می‌باشد که ممکن است از سوی

۱. Market failure: عبارت است از حالتی که در آن ارکان زنجیره‌ی تأمین (تولید کنندگان، توزیع کنندگان و مصرف کنندگان) به اهداف بایسته‌ی خود نرسند.

بنگاه‌های اقتصادی یا سایر فعالان تجاری صورت پذیرد. متأسفانه در ادبیات حقوقی کشور ما در مورد این موضوع با اهمیت، مقاله یا کتاب مستقلی ارائه و تدوین نشده و صرفاً به ذکر این رویه به‌عنوان یکی از اعمال ضد رقابتی در پاره‌ای از کتب مرتبط با حقوق رقابت اکتفا شده است؛ لذا خلأ موجود در این زمینه، نویسندگان را مصمم ساخته تا با یک رویکرد تطبیقی و متفاوت با سایر منابع پیشین، هم از لحاظ جامعه‌ی آماری و هم از جنبه‌ی اقتصادی و حقوقی، این مسأله را در حقوق رقابت نظام‌های حقوقی بزرگ، مانند حقوق رقابت کشور ایالات متحده و اتحادیه اروپا، در پرتو قوانین موجود مورد ارزیابی قرار دهند و سپس به مقایسه‌ی وضعیت این موضوع در کشورهای مورد مطالعه با نظام حقوقی ایران بپردازند. فلسفه‌ی انتخاب این دو نظام حقوقی نیز قدمت و سابقه‌ی دیرین آن‌ها در وضع قوانین مرتبط با حقوق رقابت و اعمال ضد رقابتی می‌باشد که امکان تطابق وضعیت این مسأله را تسهیل می‌سازد.

بدیهی است که ابعاد مسأله بسیار گسترده بوده و سؤالات عدیده‌ای در این زمینه به ذهن متبادر می‌شود؛ اما پرسش‌های اساسی که در ابتدا باید به آن‌ها پرداخته شود عبارتند از این که «تبعیض قیمت چیست و مصادیق آن کدامند؟ ارتباط تبعیض قیمت با حقوق رقابت چیست و آیا این عمل در همه‌ی موارد ضد رقابتی محسوب می‌شود؟ وضعیت تبعیض قیمت در نظام‌های حقوقی پیشرفته‌ی دنیا چگونه است؟ در حقوق ایران در مورد تبعیض قیمت چه قوانین یا سازوکارهایی وجود دارد و آیا در نظام حقوقی ایران به خوبی به این مسأله پرداخته شده است؟»

از آن‌جا که تبعیض قیمت مسأله‌ای دو جنبه‌ای و دارای ماهیت اقتصادی و حقوقی با هم می‌باشد؛ لذا بخش ابتدایی این مقاله به مبانی اقتصادی و تعریف و ارکان و شقوق قیمت‌گذاری تبعیض‌آمیز اختصاص و بخش‌های بعدی مقاله نیز مسائل حقوقی مربوط به این عمل تجاری را مورد واکاوی قرار داده است تا ضمن آشنایی و بسط آگاهی خوانندگان نسبت به پدیده‌ی تبعیض قیمت در نظام‌های حقوقی کشورهای آمریکا و اتحادیه اروپا و

ایران، به تأثیر آن در ایجاد بازار مبتنی بر رقابت اشاره و راهکارهای حقوق اقتصادی برای پیشگیری و مقابله با آن تبیین گردد. بدین ترتیب، مطالب مقاله در سه بخش کلی ارائه شده است؛ در بخش نخست، مفهوم‌شناسی و پیشینه‌ی موضوع مورد نظر می‌باشد. بخش دوم، به بیان مصادیق قیمت‌گذاری در دو گفتار مصادیق ممنوع و مصادیق مجاز می‌پردازد و بخش سوم نیز ضمانت اجراها و مراجع رسیدگی به دعاوی مرتبط با این عمل را مورد بررسی قرار می‌دهد.

### بخش اول: مفهوم شناسی و پیشینه‌ی قیمت گذاری تبعیض آمیز

این بخش متشکل از دو قسمت است که قسمت نخست به بیان مفهوم قیمت گذاری و قسمت دوم به پیشینه‌ی این مفهوم می‌پردازد.

#### قسمت نخست: مفهوم قیمت گذاری تبعیض آمیز و تمیز آن از مفاهیم مشابه

##### بند اول: مفهوم لغوی و اصطلاحی تبعیض قیمت

از لحاظ لغوی، یکی از روش‌های شایع در بیان یک مفهوم نزد فقها، تعریف آن مفهوم به مفردات است. تبعیض قیمت از دو مفرد تشکیل یافته است: تبعیض و قیمت. تبعیض بر وزن تفعیل و به معنای رجحان بعضی بر بعضی دیگر بدون مرجح؛ یا بین دو یا چند کس مساوی، یکی یا بعضی را امتیاز دادن است (معین، ۱۳۴۲: ۱۰۲۴). در فرهنگ حقوقی نیز تبعیض، به معنای به هم زدن اصل مساوات در حقوق بدون مجوز عقلی و قانونی و عرفی (جعفری لنگرودی، ۱۳۷۸: ۱۱۳۸) و عدم رفتار مساوی با کلیه‌ی افرادی که هیچ گونه دلیل موجهی برای برتری دادن عده‌ای بر عده‌ی دیگر در بین آنها وجود ندارد (آقایی، ۱۳۷۸: ۴۲۸) می‌باشد. قیمت نیز در لغت به معنای بها و ارزش چیزی (معین، ۱۳۴۲: ۲۷۷۲) یا ارزش مال به معیار نرخ عادلانه در عرضه و تقاضا می‌باشد (جعفری لنگرودی، ۱۳۷۸: ۲۹۷۴).

معنای اصطلاحی تبعیض قیمت نیز از معنای لغوی آن چندان دور نیفتاده است؛ در اصطلاح، تبعیض قیمت عبارت است از دریافت قیمت متفاوت از گروه‌های مختلف

مصرف‌کننده با وجود یکسان بودن هزینه‌های تولید و شرایط و کیفیت کالا (konkurrensverket, 2005: 11). (باباخانی و همکاران، ۱۳۹۰: ۲۹۹)، (فرجی دیزجی، ۱۳۸۸: ۳۷۵). به عبارت دیگر، به شرایطی که در آن، در یک بازار، کالاها و خدمات یکسان به افراد مختلف با قیمت‌های متفاوت فروخته می‌شود، تبعیض قیمت یا قیمت‌گذاری تبعیض‌آمیز گفته می‌شود (Whelan, marsden, 2006: 3,4) (Broder, 2010: p.168) (نیلی، ۱۳۹۱: ۳۳) (barndonjr, 1961: 597) (Armstrong, 2006: 1,2) (geradin. peti, 2010: 2,3). تبعیض قیمت در بازار رقابتی کامل ایجاد نمی‌شود؛ زیرا در بازار رقابتی کامل، تعداد زیادی تولیدکننده، کالاهای خود را با قیمت‌های مختلف عرضه می‌نمایند و هیچ تولیدکننده‌ای قادر نیست به تنهایی قیمت را تعیین نماید؛ چرا که به همان نسبت که تعداد فروشندگان متفاوت است، دایره‌ی انتخاب مصرف‌کنندگان نیز وسیع‌تر می‌باشد؛ بنابراین برای امکان‌پذیر بودن تبعیض قیمت، فروشنده باید دارای قدرت انحصاری باشد.

#### بند دوم: مفاهیم مشابه تبعیض قیمت

الف. قیمت‌گذاری توسط دولت: قیمت برخی از کالاها و خدمات توسط دولت تعیین می‌شوند. در این نوع قیمت‌گذاری ممکن است کالایی مشابه از طرف دولت برای افراد مختلف، قیمت متفاوت داشته باشد؛ به‌عنوان مثال، برق مصرفی انواع مختلفی دارد که از جمله آن‌ها می‌توان به برق خانگی، صنعتی و ... اشاره کرد که هر کدام از این‌ها ممکن است به قیمت متفاوت عرضه شود یا قیمت برخی از کالاها که توسط شورای اقتصاد مشخص می‌شود و ممکن است متفاوت باشد.

ب. فروش مقید (Conditional sale) و تبعیض قیمت: فروش مقید، حالتی از معامله است که انحصارگر فروش محصول (الف) را منوط به آن می‌کند که خریدار کالا یا کالاهای دیگری را که به آن‌ها نیاز ندارد، خریداری کند. فروش مقید معمولاً زمانی اتفاق می‌افتد که کالای (الف) مورد توجه مصرف‌کنندگان باشد و میلی به کالای دیگر ندارند و یا بنگاه

دارای حق تولید انحصاری آن کالا باشد. کالای دوم معمولاً کالای پست یا کالای مکمل می‌باشد.

ج. تفاوت قیمت‌گذاری (Different pricing): گاهی ممکن است قیمت کالا با توجه به اوصاف و ویژگی‌های کیفی کالا متفاوت باشد؛ به‌عنوان مثال، ممکن است سیب مرغوب، مخصوص صادرات با سببی که از لحاظ کیفی در سطح پایین‌تری قرار دارد، از لحاظ قیمت‌گذاری متفاوت باشد. این نوع قیمت‌گذاری نیز با قیمت‌گذاری تبعیض‌آمیز متفاوت است؛ زیرا در این‌جا بحث از دو کالای متفاوت از لحاظ اوصاف است.

با کمی دقت در موارد بالا می‌توان به تفاوت این موارد با تبعیض قیمت پی برد، آن‌چه در تبعیض قیمت نقش تعیین‌کننده دارد؛ وجود کالایی مشابه از لحاظ کیفیت، اوصاف و هزینه‌ی تولید است که این کالا با وجود مشابهت‌های مذکور به مصرف‌کنندگان یا خریداران مختلف با قیمت متفاوت فروخته می‌شود. بنابراین نکته‌ای که در تبعیض قیمت باید در نظر داشت مشابهت محصولات یا خدمات ارائه شده از طرف شخص یا بنگاه عرضه‌کننده است.

بند سوم: انواع تبعیض قیمت از نقطه نظر اقتصادی

تبعیض قیمت در تقسیم‌بندی اقتصادی به انواع زیر تقسیم می‌شود (فرجی دیزجی، ۱۳۸۸: ۳۷۶-۳۸۰):

الف. تبعیض قیمت کامل یا تبعیض قیمت درجه‌ی اول

(perfect price discrimination) or (first degree price discrimination): اگر بنگاهی که قادر به اعمال قدرت بازاری است دقیقاً بداند که هر مصرف‌کننده برای هر واحد از کالای وی حاضر است، چه مبلغ پول بپردازد و بتواند از فروش مجدد محصول خودداری کند، برای هر مصرف‌کننده حداکثر قیمتی را که وی تمایل دارد بپردازد، وضع می‌کند؛ لذا قیمت برای مصرف‌کنندگان، متفاوت خواهد بود (wheyl, 2010, p.4).

یکی از روش‌های پیاده‌سازی تبعیض قیمت نوع اول، استفاده از حراج برای فروش کالاهاست. فرایند حراج باعث می‌شود، مشتریان یک کالا بیشترین تمایل به پرداخت را پیشنهاد دهند.

روش دیگر استفاده از تعرفه‌ی دو قسمتی است. در این روش مشتریان ابتدا مبلغی تحت عنوان آبونمان می‌پردازند سپس بنگاه برای استفاده از هر واحد کالا، قیمت ثابتی دریافت می‌کند؛ مثال‌هایی از این نوع شیوه‌ی قیمت‌گذاری، پارکینگ‌های شبانه‌روزی، باشگاه‌های ورزشی و امثال آن است.

ب. تبعیض قیمت مقداری یا تبعیض قیمت درجه دوم

**(Quantity price discrimination) or (second degree price discrimination):** در این نوع تبعیض، بنگاه تبعیض قیمت را طوری اعمال می‌کند که قیمت برای هر مصرف‌کننده همراه با تعداد کالایی که می‌خرد، تغییر کند. قیمت‌گذاری متفاوت در خطوط راه‌آهن و خطوط هوایی از همین نوع است؛ به‌عنوان مثال، در بسیاری از کشورها، شرکت‌های هواپیمایی برای تجار و مسافران پرمصرف بلیط با بهایی بالاتری در نظر می‌گیرند؛ اما به افراد عادی و کم‌مصرف بلیط با بهای کمتری می‌دهند.

ج. تبعیض قیمت چند بازاری یا درجه سوم

**(Multi market- third degree price Discrimination):** این نوع از تبعیض‌گذاری که به تبعیض‌گذاری گروهی نیز معروف است، شامل پرداخت قیمت‌های متفاوت توسط گروه‌های مختلف مشتریان است. این نوع تبعیض قیمت، متداول‌ترین نوع تبعیض قیمت است. تخیف‌هایی که از سوی بنگاه‌ها به گروه‌های مختلف اجتماعی داده می‌شود، مصداق تبعیض قیمت نوع سوم هستند؛ مثال‌های دیگر، تخیف‌های دانشجویی یا بازنشستگی است. صورت دیگر، قیمت‌های مختلف برای ایام مختلف هفته یا ساعات مختلف روز است. آنچه تاکنون گذشت، بررسی تبعیض قیمت و انواع آن از نقطه نظر

اقتصادی بود. از آنجا که حقوق اقتصادی در معنای روش‌شناسی عبارت از نگرش به مسائل اقتصادی با دید حقوقی است و هدف آن نیز بررسی حقوقی مباحث اقتصادی است و از طرف دیگر، حقوق رقابت از شاخه‌های حقوق اقتصادی است که تبعیض قیمت در زمره‌ی مسائل مورد مطالعه در آن است، می‌توان نتیجه گرفت که هرگاه تبعیض قیمت در انواع سه‌گانه‌ی آن و با شرایط لازم و مرسوم در حقوق رقابت تحقق یابد، قابل بررسی به‌عنوان مسأله‌ای حقوقی اقتصادی است.

#### قسمت دوم: پیشینه‌ی تبعیض قیمت در نظام‌های حقوقی مختلف

بند اول: پیشینه در حقوق ایالات متحده: تا اوایل قرن بیستم، کشور آمریکا تنها کشوری بود که حقوق رقابت در آن حکم‌فرما بود؛ بنابراین سابقه‌ی این کشور نسبت به سایر کشورها در زمینه‌ی حقوق رقابت و موضوعات آن پررنگ‌تر است. در حقوق این کشور، در راستای حفظ رقابت صحیح و منع رقابت غیرمنصفانه و ممنوعیت فعالیت‌های ضد رقابتی، قوانین کامل و جامع‌تری نسبت به سایر کشورها وضع شده است؛ به‌طوری که این قوانین گستره‌ی وسیعی از اعمال مخل رقابت را در بر گرفته است.

از مهم‌ترین قوانین ضد رقابت<sup>۱</sup> در آمریکا می‌توان ابتدائاً قانون شرمین<sup>۲</sup> را نام برد. این قانون در سال ۱۸۹۰ به تصویب کنگره‌ی آمریکا رسید و تا سال ۱۹۱۴ مستند قانونی کشور آمریکا برای تبیین مسائل مربوط به حوزه‌ی رقابت بوده است.<sup>۳</sup> ماده ۱ این قانون در عبارتی کلی هرگونه قرارداد یا سازوکار محدودکننده‌ی دادوستد و تجارت بین ایالات مختلف آمریکا یا با سایر ملل را غیرمجاز اعلام کرده و برای آن نیز مجازات در نظر گرفته است.

1. Anti-trust laws

2. Sherman act.

۳. این قوانین نیز از طرف معاونت برنامه‌ریزی و بررسی‌های اقتصادی وزارت بازرگانی در مقاله‌ای تحت عنوان «بررسی قوانین و مقررات مرتبط با پدیده‌ی انحصار و رقابت (قانون ایالات متحده) مورد بررسی قرار گرفته است.

ماده ۲ قانون مذکور نیز اعمالی را که منجر به ایجاد انحصار در بازار می‌گردد، ممنوع اعلام می‌کند. ممکن است انحصار، از طریق تبعیض‌گذاری در قیمت حاصل شده باشد که در این صورت باید در ذیل ماده‌ی مذکور بررسی شود.

به موجب این قانون محدودیت‌های افقی و عمودی<sup>۱</sup> هر دو مشمول قواعد رقابت است. در مورد توافقات افقی سه نوع محدودیت ممنوع اعلام شده است: ۱. محدودیت مربوط به قیمت‌گذاری؛ ۲. محدودیت مربوط به تقسیم یا تعیین موقعیت فعالیت تجاری؛ ۳. محدودیت‌های مربوط به امتناع از عرضه. در مورد توافقات عمودی نیز مهم‌ترین مصداقی که از این نوع توافقات در قانون شرم‌ن بیان شده است، توافقات مربوط به قیمت‌گذاری است که قیمت‌گذاری تبعیض‌آمیز می‌تواند یکی از مصادیق آن باشد.

قانون شرم‌ن پس از مدتی به دلیل عدم ارائه‌ی تعریف مناسب از اصطلاحات به کار برده شده در آن، مانند انحصار، قیمت‌گذاری و کلی‌گویی به یک قانون مبهم و ضعیف تبدیل گردید.

این قانون پس از ۲۴ سال با تصویب قانون کلایتون<sup>۲</sup> در سال ۱۹۱۴ به‌طور اساسی مورد بازنگری قرار گرفت. قانون کلایتون دارای ۴ ماده‌ی اصلی است. یکی از مهم‌ترین

۱. ضابطه‌ی تقسیم‌بندی توافقات به افقی و عمودی براساس وضعیت طرفین است. بر این اساس، توافق افقی (Horizontal agreement) توافقی است که طرفین آن در یک سطح از زنجیره‌ی تولید، توزیع یا عرضه هستند؛ برای مثال، هر دو طرف تولیدکننده هستند یا هر دو در زمینه‌ی عرضه‌ی محصولات فعالیت می‌کنند، نمونه‌ی این توافقات کارتل است؛ چرا که کارتل‌ها نوعاً بین تجاری است که در یک زمینه فعالیت می‌کنند. محدودیت‌هایی که در توافقات افقی به وجود می‌آید، آزادی رفتار فعالان تجاری را کاهش می‌دهند.

توافق عمودی (vertical agreement) توافقی است که بین اشخاص مختلفی که در سطوح متفاوتی از زنجیره‌ی تولید و عرضه‌ی محصول فعالیت می‌کنند؛ یعنی فعالان اقتصادی که به فعالیت‌های متفاوتی در بازار اشتغال دارند منعقد شود. توافق بین تولیدکننده و توزیع‌کننده و توزیع‌کننده یا عمده‌فروشی و خرده‌فروشی یا مجوز دهنده و مجوز گیرنده از این نوع توافقات است (وکیلی‌مقدم، ۱۳۸۹: ۱۰۹-۱۰۵)؛

(Billie Munro, Audia, Philipp Tamussino, and David W. Hull, 2001, p52\_53).

2. Clayton act.

مواد آن ماده ۲ است که به بررسی تبعیض قیمت می‌پردازد. براساس این ماده تبعیض مستقیم یا غیرمستقیم بین خریداران یک نوع کالا با کیفیت مشابه، از لحاظ قیمت، توسط اشخاصی که به بازرگانی اشتغال دارند در صورتی ممنوع است که وجود آثار ضد رقابتی محتمل باشد. قانون کلایتون در سال ۱۹۳۶ با تصویب قانون رابینسون پتمن<sup>۱</sup> مورد اصلاح قرار گرفت. این قانون که به قانون ضد تبعیض<sup>۲</sup> معروف است، بیش از هر قانون دیگری تبعیض قیمت را مورد بررسی و دقت قرار می‌دهد. این قانون که برای جبران خلأهای قانونی کلایتون در زمینه تبعیض قیمت و محدودسازی توانایی فروشندگان بزرگ برای تبعیض از طریق قدرت فروش خود تصویب شد، مقرراتی هم در مورد فروشندگانی که قیمتی تبعیض‌آمیز ارائه می‌دهد و هم خریداری وضع کرده است که آگاهانه آن کالا را می‌گیرد. خریداری که از تبعیض قیمت بهره‌مند می‌شود، ممکن است در شرایطی متخلف و ناقض قانون محسوب گردد و آن در صورتی است که خریدار، فروشنده را مجبور یا تحریک به فروش با قیمت تبعیض‌آمیز نماید.

ماده ۲ (a) قانون مذکور به صورت کلی، تبعیض قیمت را در حالتی ممنوع اعلام می‌کند که ممکن است رقابت را به طرز نامطلوبی تحت تأثیر قرار دهد. بر این مبنا، هیچ فعال تجاری در جایی که معاملات مشابه بوده و محصولات و خدمات موضوع آن از نظر کیفی همسان است، نمی‌تواند به صورت مستقیم یا غیرمستقیم در معاملات بین افراد مختلف اعمال تبعیض در قیمت کند. این ممنوعیت در موردی است که تبعیض قیمت به شکل عمده به کاهش رقابت در بازار بینجامد یا انحصار در هر یک از مراحل تجارت را به وجود آورد و هیچ عامل اختلاف نوعی توجیه‌گر تفاوت در قیمت نباشد.

بند دوم: پیشینه تبعیض قیمت در حقوق اتحادیه اروپا: پس از ایالات متحده آمریکا، در سال ۱۹۵۷ قوانین ضد انحصار در اتحادیه اروپا نیز در قالب عهدنامه‌ی رم به تصویب رسید. پیمانی که در ۲۵ مارس ۱۹۵۷ در رم به امضای کشورهای فرانسه، آلمان غربی،

1. Robinson Patman act.

2. Unti Price discrimination act.

ایتالیا، بلژیک، هلند و لوگزامبورگ رسید، عهدنامه‌ی تأسیس جامعه‌ی اقتصادی اروپا<sup>۱</sup> نامیده می‌شود. مواد ۸۵ و ۸۶ این معاهده به موضوع لغو انحصارها و حمایت از رقابت آزاد در عرصه‌ی اقتصاد و بازرگانی اختصاص یافته بود. بعدها در سال ۱۹۹۳ به موجب پیمان ماستریخت، عنوان معاهده‌ی مذکور به معاهده‌ی تأسیس اتحادیه‌ی اروپایی تغییر نام یافت و شماره‌ی مواد ۸۵ و ۸۶ به ترتیب به مواد ۸۱ و ۸۲ تغییر داده شد (نوروزی شمس، ۱۳۸۴: ۷-۸).

مواد ۸۱ و ۸۲ معاهده‌ی تأسیس اتحادیه اروپا به‌عنوان متون قانونی اختصاصی حقوق رقابت در این اتحادیه به شمار می‌رفت که به ترتیب مواد ۱۰۱ و ۱۰۲ معاهده‌ی لیسبون جایگزین آن‌ها شده‌اند.<sup>۲</sup> در هر یک از کشورهای عضو اتحادیه اروپا نیز قوانین حمایت از رقابت آزاد به تصویب رسیده است ولی از آن‌جا که تمامی کشورهای عضو اتحادیه اروپا قوانین خود را پس از سال ۱۹۵۷ (در زمان انعقاد معاهده‌ی رم) تصویب نموده‌اند؛ می‌توان گفت که مطالعه‌ی قوانین موجود در اتحادیه برای اطلاع نسبی از قوانین کشورهای عضو کفایت می‌کند (همان، ص ۷-۹).

در حقوق اتحادیه‌ی اروپا به صراحت قانون رابینسون پتمن، در مورد تبعیض قیمت بحث نشده است. مباحث مربوط به تبعیض قیمت در حقوق رقابت اتحادیه اروپا از جمله‌ی مواردی است که ذیل عنوان موضوع سوء استفاده از موقعیت مسلط در بازار از طریق اعمال قیمت‌های تبعیض‌آمیز، مغایر با مفاد ماده ۸۲ این اتحادیه بررسی می‌شود. ماده ۸۲ اتحادیه مذکور گستره‌ی وسیعی از اعمال ضدرقابتی را ارائه می‌دهد که در شرایطی خاص ممکن است، شامل تبعیض قیمت نیز شود. این ماده لیست نامحدودی از رفتارهای ممنوعه را ارائه می‌دهد که مهم‌ترین آن از دید موضوع قابل بررسی ما مثالی است که در پاراگراف (C) آمده است. این پاراگراف بیانگر ممنوعیت کاربرد شرایط

1. Treaty of Establishing The European Economic Community (E.E.C)

2. Articles 101 et 102 du traité sur le fonctionnement de l'Union européenne (TFUE) (anciennement articles 81 et 82 du traité instituant la Communauté européenne [traité CE]).

متفاوت نسبت به معاملات مشابه با اعضای تجاری دیگر است که آن‌ها را در موقعیت نامساعد تجاری قرار می‌دهد (Whelan, marsden, 2006: 3). پاراگراف B نیز که به بررسی مسأله‌ی محدودیت تولید، فروش و توسعه‌ی فنی مغایر با حقوق مصرف کننده می‌پردازد، ممکن است در بررسی تبعیض قیمت در اتحادیه اروپا کاربرد داشته باشد.

در حقوق اتحادیه اروپا سه نوع از تبعیض قیمت قابل بررسی می‌باشد. تبعیض قیمت درجه اول که به تبعیض از جانب بنگاه حاکم با هدف حذف رقبای دیگر مربوط می‌شود؛ مثال معمولی این نوع تبعیض، تخفیف و کاهش قیمت انتخابی است. تبعیض نوع دوم که عبارت از تحمیل قیمت‌های مختلف به رقبای پایین دست است و به واسطه این تبعیض یک یا چند مورد از آن رقبای در شرایط نامساعد رقابتی نسبت به دیگران قرار می‌گیرند. تبعیض قیمت نوع سوم که به تبعیض قیمت جغرافیایی یا مکانی معروف است. این نوع تبعیض زمانی اتفاق می‌افتد سکه بنگاهی کالای مشابه را با قیمت متفاوت در جاهای مختلف مکانی می‌فروشد. این نوع تبعیض ممکن است سبب تضعیف هدف یکپارچه‌سازی بازار شود (Whelan, Marsden, 2000: 3,4).

#### بند سوم: پیشینه‌ی تبعیض قیمت در حقوق ایران

برای بررسی پیشینه‌ی این موضوع در حقوق داخلی ناگزیر از بررسی آن در فقه و حقوق موضوعه‌ی ایران هستیم.

الف. پیشینه‌ی تبعیض قیمت در فقه: اصل عدم تبعیض یکی از مهم‌ترین اصول شناخته شده در فقه اسلامی است که در همه‌ی زمینه‌ها علی‌الخصوص در زمینه‌ی بازار و قیمت گذاری حکم فرما است. براساس این اصل نباید کسی بر دیگری بدون وجود مرجح ترجیح داده شود. با بررسی کتب و مستندات فقهی می‌توان مواردی را یافت که به‌طور ضمنی دلالت بر ممنوعیت تبعیض قیمت در معاملات دارد؛ به‌عنوان مثال، شهید ثانی در شرح لمعه دمشقیه در بحث آداب بیع، یکی از آداب را این‌گونه بیان می‌کند: «بایع بین

مشتریان در رعایت انصاف فرق نگذارد؛ بنابراین، بایع بین کسی که چانه می‌زند و بین افراد دیگر نباید فرق بگذارد و نیز بین شخص شریف و حقیر نباید فرق بگذارد. بر مشتری نیز مکروه است که این تفاوت و ارزان گرفتن کالا را قبول کند. به همین جهت بود که علما و پرهیزگاران زمان قدیم، کسی را برای خریدن وکیل می‌کردند که بایع او را نشناسد تا از کراهت مذکور دوری جویند (شهید ثانی، ۱۳۸۰: ۶۸).

با کمی دقت در مسأله‌ی مطروحه به این نتیجه می‌رسیم که از آن‌جا که تفاوت-گذاری در قیمت کالاها براساس شخصیت یا هویت یا ویژگی‌های دیگر مشتری؛ مثل چانه‌زنی، از مصادیق بارز تبعیض قیمت محسوب می‌شود. این عمل در فقه مورد نهی قرار گرفته و حکم تکلیفی کراهت بر آن بار شده است که این موضوع حکایت از توجه فقها و شارع مقدس به قیمت‌گذاری عادلانه و عدم تفاوت‌گذاری در فروش کالاهای با شرایط یکسان به مشتریان با قیمت‌های متفاوت می‌باشد. لازم به ذکر است که شارع در این مورد حکم وضعی مقرر ننموده است. در روایتی نیز آمده است که «شخصی کالایی را می‌فروخت و برای آن قیمت معین کرده بود و هر یک از مشتریان که به او درباره قیمت اعتراضی نمی‌کرد، به همان قیمت می‌فروخت؛ اما هرکس که با وی چانه می‌زد و از خرید امتناع می‌کرد به او ارزان‌تر می‌فروخت. حضرت امام صادق<sup>(ع)</sup> عمل وی را مذمت فرمودند» (اکبری، ۱۳۷۵: ۱۰۳).

ب. پیشینه‌ی تبعیض قیمت در حقوق موضوعه‌ی ایران: در حقوق ایران تا قبل از سال ۱۳۸۶ و تصویب قانون سیاست‌های کلی اصل ۴۴ (قانون خصوصی‌سازی) علی‌رغم وجود تصریح ق.ا در مورد خصوصی‌سازی و جلوگیری از انحصار، هیچ‌گونه مجموعه‌ی مدونی پیرامون حقوق رقابت وضع نشده بود و آنچه در قوانین یا آرای صادره از مراجع قضائی با ضوابط حقوق رقابت قابل تطبیق بود به شیوه‌ای کلی و فاقد انسجام لازم بود؛ اما بعد از ابلاغ سیاست‌های کلی اصل ۴۴ ق.ا که در تاریخ ۸۴/۳/۱ از سوی مقام معظم

رهبری به سران سه قوه صورت گرفت، روند خصوصی سازی در ایران شتاب گرفت و سازوکارهای قانونی لازم جهت اجرای این امر فراهم شد. لزوم رقابت پذیری نظام اقتصادی و جلوگیری از ایجاد انحصار فعالان غیردولتی از طریق تصویب قوانین مناسب از جمله سیاست های اقتصادی مرتبط با اصل ۴۴ بود. در همین راستا، قانون اصلاح برنامه چهارم توسعه از سوی مجلس در بهمن ۸۶ تصویب و در خرداد ۸۷ به تأیید مجمع تشخیص مصلحت نظام رسید. فصل نهم قانون اجرای سیاست های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی، تحت عنوان تسهیل رقابت و منع انحصار به بیان مواردی می پردازد که سبب ایجاد اختلال در رقابت می شوند. ماده ۴۵ این قانون اعمالی را که منجر به اختلال در رقابت می شوند، ممنوع اعلام می کند. از جمله این اعمال به تصریح بند (ب) ماده ۴۵ قیمت گذاری تبعیض آمیز می باشد که این چنین تعریف شده است: «عرضه یا تقاضای کالا و خدمات مشابه به قیمت هایی که حاکی از تبعیض بین دو یا چند طرف معامله و یا تبعیض قیمت بین مناطق مختلف به رغم یکسان بودن شرایط معامله و هزینه های حمل و سایر هزینه های جانبی آن باشد». بنابر آنچه گفته شد تا قبل از تصویب قانون مذکور در هیچ قانونی از مسأله ی تبعیض قیمت صراحتاً نام برده نشده بود و فقط در این قانون، قانون گذار، قیمت گذاری تبعیض آمیز را در زمره ی اعمال ممنوعه ی ضد رقابتی به شمار آورد. اگرچه در پاره ای قوانین مانند قانون نظام صنفی نیز مواردی را می توان یافت که حاکی از توجه قانون گذار به تبعیض قیمت و مصادیق آن است؛ به عنوان مثال، در ماده ۶۹ این قانون فروش کالا از طریق قرعه کشی ممنوع اعلام شده است. از آن جا که در فرایند قرعه کشی، شخص متصدی قرعه کشی که ممکن است فروشنده یا توزیع کننده ی کالا باشد، کالای خود را بین عده ی خاصی از مشتریان توزیع می کند و از این طریق عده ای دیگر بدون هیچ دلیل موجهی از گردونه ی خرید خارج می شوند. تأثیر عملی تبعیض

قیمت که همان تفاوت گذاری بین مشتریان علی‌رغم داشتن شرایط یکسان است، محقق شده است و موضوع قابل انطباق با تبعیض گذاری در قیمت می‌باشد.

### بخش دوم: مصادیق تبعیض گذاری در قیمت به‌عنوان یک اقدام ضد رقابتی

در سال‌های اخیر برخی از تحلیل‌گرایان اقتصادی معتقدند که تبعیض قیمت می‌تواند آثار مثبت برای مصرف‌کنندگان نیز داشته باشد. به خصوص در مواردی که تبعیض منجر می‌شود، تولید افزایش یابد یا در اثر افزایش پیشنهادها خرید، به علت قیمت کم اجناس نو، افزایش مشتریان، امکان توسعه‌ی میزان تولید برای تولیدکننده فراهم گردد. این تحلیل به خصوص در جایی بسیار مؤثر است که تولیدکننده سرمایه‌ی از دست رفته دارد و می‌تواند در بازگشت حداقل بخشی از آن، کارایی داشته باشد. امری که نتیجه‌ی آن ایجاد تمایل به سرمایه‌گذاری بیشتر است؛ حتی شاید بتوان گفت: مصرف‌کنندگانی که پول بیشتری پرداخت می‌کنند از این حقیقت که توان سرمایه‌گذاری و تولید محصول برای تولیدکننده افزون می‌شود، بهره‌مند می‌گردند. در نتیجه اقتصاددانان در بررسی تبعیض در قیمت بیش از هر چیزی مفاهیمی چون تبعیض عادلانه و ناعادلانه را بررسی می‌کنند (وکیلی‌مقدم، ۱۳۸۹: ۱۹۶). با توجه به این مقدمه و همچنین توجه به هدف مقاله که بررسی حقوقی تبعیض قیمت می‌باشد، می‌توان یک تقسیم‌بندی حقوقی از مصادیق تبعیض قیمت ارائه داد که عبارتند از: مصادیق غیرمجاز (غیرمطبق بر حقوق رقابت یا ضد رقابتی) و مصادیق مجاز (منطبق بر حقوق رقابت).

#### قسمت نخست: مصادیق غیرمجاز

در قوانین کشورهای مختلف آن قسم از رفتارهای فعالان اقتصادی ممنوع اعلام شده است که از مصادیق تجارت غیرمنصفانه و ناسالم باشد و رقابت مؤثر در بازار را خدشه‌دار کند. رقابت مؤثر عبارت است از شرایطی که در آن تعداد بنگاه‌های فعال در بازار زیاد، ورود به بازار ممکن، شرایط و قواعد بازی برای همه‌ی بنگاه‌ها یکسان و قیمت

نیز نزدیک به هزینه‌ی نهایی می‌باشد. با این توضیح به بررسی اجمالی مصادیق تبعیض قیمت مشمول حقوق رقابت در قوانین آمریکا، اتحادیه اروپا و ایران می‌پردازیم.

**بند اول: مصادیق غیرمجاز در حقوق آمریکا**

چنان که گذشت در ایالات متحده در زمینه تبعیض قیمت، قوانین بیشتری نسبت به سایر کشورها وجود دارد که مهم‌ترین آن‌ها عبارتند از: قانون شرمن (۱۸۹۰)؛ قانون کلایتون (۱۹۱۴) و قانون رابینسون پتمن (۱۹۳۶).

در ماده ۱ قانون شرمن هرگونه قرارداد یا ائتلاف یا تبانی برای محدود کردن دادوستد یا بازرگانی بین ایالات مختلف یا با ملت‌های خارجی غیرقانونی اعلام شده است و ماده ۲ نیز هر عملی را ممنوع اعلام کرده است که منجر به ایجاد انحصار در دادوستد و بازرگانی میان ایالات مختلف یا با ملت‌های خارجی شود. ماده ۲ نیز توافق‌های محدودکننده‌ی رقابت در ایالات این کشور یا ناحیه کلمبیا یا منطقه آمریکا با ملل خارجی را غیرقانونی اعلام می‌کند.

در این قانون معیار ممنوعیت عمل انجام شده و ضد رقابتی بودن آن، ایجاد محدودیت و انحصار اعلام شده است؛ یعنی اگر عمل یک فعال تجاری مثلاً در قالب تبعیض قیمت دارای آثار مذکور باشد، این عمل ممنوع و ضد رقابتی محسوب می‌شود. قانون کلایتون که تمرکز بیشتری نسبت به سایر قوانین بر تبعیض قیمت دارد، معیارهای روشن‌تری برای تشخیص مصادیق غیرمجاز تبعیض قیمت ارائه داده است. به موجب بند (الف) ماده ۲ این قانون: تبعیض قیمت مستقیم یا غیرمستقیم بین خریداران یک نوع کالا با کیفیت مشابه، از لحاظ قیمت توسط اشخاصی که به بازرگانی اشتغال دارند، در موارد زیر غیرقانونی اعلام می‌شود:

۱. در صورتی که خرید چنین کالایی به قصد بازرگانی باشد.

۲. در صورتی که فروش چنین کالایی برای استفاده، مصرف یا فروش مجدد در داخل ایالات متحده یا هر ناحیه‌ای در قلمرو آن یا ناحیه کلمبیا یا هر یک از تشکیلات جزیره‌ای آن یا هر نقطه‌ای در قلمرو قضائی ایالات متحده باشد.

۳. هرگاه چنین تبعیضی سبب کاهش مؤثر رقابت یا ایجاد انحصار در یک بخش دادوستد گردد یا موجب اختلال یا ممانعت از رقابت با اشخاص یا مشتریان بازرگانی شود که به اعمال تبعیض می‌پردازند یا آگاهانه از آن منتفع می‌شوند.

بنابر توضیحات فوق، قانون کلایتون معیارهای بیشتری نسبت به قانون شرمن برای ضدرقابتی تلقی شدن عمل تبعیض قیمت ارائه داده است. معیار اول که معیاری ذهنی است؛ قصد شخصی است که به تبعیض قیمت اقدام می‌کند، این قصد باید قصد تجاری و بازرگانی باشد که به نظر می‌رسد با استناد به مفهوم مخالف این مورد باید گفت، در صورتی که هدف تبعیض گذار، بازرگانی یا تجاری نباشد، تبعیض حاصل شده، ممنوع تلقی نمی‌گردد. معیار دوم، معیار نوع بهره‌برداری و مکان بهره‌برداری از کالا است که بر این مبنا نوع بهره‌برداری باید در قالب استفاده، مصرف یا فروش باشد و مکان استفاده یا مصرف یا فروش نیز باید در داخل ایالات متحده یا کلمبیا یا هر نقطه‌ای از قلمرو قضائی آمریکا باشد. معیار سوم نیز به تأثیر عمل انجام شده توجه دارد و به موجب آن تبعیض قیمت در صورتی ممنوع تلقی می‌شود که باعث کاهش مؤثر رقابت یا ایجاد انحصار یا موجب اختلال یا ممانعت از رقابت با اشخاص یا مشتریان تبعیض گذار یا منتفع از تبعیض گذار می‌شود. در قانون رایبسنون پتمن نیز ماده ۲ (a) به‌طور کلی تبعیض قیمتی را ممنوع اعلام می‌کند که ممکن است رقابت را به طرز نامطلوبی تحت تأثیر قرار دهد. در این ماده ارکان تبعیض قیمت بدین صورت بیان شده است:

۱. فروش در قالب بیع باشد؛ ۲. تجارت کالا باشد نه خدمات؛ ۳. کالای مورد بیع دارای شرایط و کیفیات و تعداد یکسان باشد و ۴. ورود ضرر واقعی به رقابت. برای حصول این شرط مدعی خصوصی باید ضرر واقعی به تجارت خود را به اثبات برساند و لطمه نیز باید به تجارت درون یکی از ایالت‌های آمریکا وارد شده باشد.

**بند دوم: مصادیق غیر مجاز در حقوق اتحادیه اروپا**

در حقوق اتحادیه اروپا نیز ماده ۸۱ معاهده اتحادیه (ماده ۱۰۱ معاهده‌ی لیسبون) اعلام داشته است که هرگونه توافق، تصمیم یا فعالیتی که موضوع، هدف یا اثر آن، ممانعت،

محدودیت یا انحراف در رقابت بازار مشترک باشد، مغایر بازار مشترک و مصنوع تلقی می‌شود. یکی از این اعمال براساس بند (د) همین ماده، اعمال شرایط تبعیض‌آمیز و متفاوت در معاملات مشابه نسبت به سایر بازرگانان است. تبعیض قیمت می‌تواند جلوه‌ای از این تفاوت‌گذاری محسوب گردد. دلیل منع مندرج در بند (د) این است که موارد مزبور با اصل برابری فرصت‌ها و همچنین آزادی تجارت مخالف است و منجر به انحراف و اختلال در رقابت می‌شوند (رشوند بوکانی، ۱۳۹۰: ۲۳۸). همان‌طور که در ماده مذکور نیز بیان شده است عمل تبعیض قیمت در صورتی موضوع ممنوعیت ماده ۸۱ معاهده اتحادیه است که بنابر موضوع یا اثر یا هدف آن موجب یکی از حالت‌های ممانعت، محدودیت یا انحراف در رقابت بازار مشترک اتحادیه باشد؛ لذا در صورتی که هیچ کدام از آثار گفته شده به واسطه قیمت‌گذاری تبعیض‌آمیز حاصل نشود، عمل صورت گرفته مجاز و مورد قبول می‌باشد.

#### بند سوم: مصادیق غیرمجاز در حقوق ایران

هم‌چنان که قبلاً بیان شد در حقوق ایران فصل نهم قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ ق.ا به بیان مصادیق اعمال ضد رقابتی و ممنوع می‌پردازد. ماده ۴۵ این قانون، اعمالی را ممنوع اعلام می‌کند که منجر به اختلال در رقابت می‌شوند. یکی از این اعمال به تصریح بند (ب) همین ماده، قیمت‌گذاری تبعیض‌آمیز است. قانون‌گذار ممنوعیت تبعیض قیمت را منوط به ایجاد اختلال به واسطه این عمل در رقابت کرده است که خود امری کلی است و نیاز به توضیح بیشتر دارد. شایسته بود، قانون‌گذار ما ابتدا تبعیض قیمت را تعریف و پس از بیان ارکان آن، مواردی از آن را که با حقوق رقابت در تعارض است به‌طور جزئی و صریح مشخص می‌نمود، نه این که صرفاً به ارائه‌ی معیار ضد رقابتی بودن می‌پرداخت که خود موضوعی کلی و قابل تجزیه است و دست مرجع رسیدگی‌کننده برای تشخیص مصادیق این ماده را باز می‌گذاشت. به نظر می‌رسد از آن‌جا که قانون رقابت مذکور ترجمه‌ای از قوانین رقابت کشورهای دیگر، من جمله، حقوق رقابت

اتحادیه اروپاست، دقت چندانی در تدوین و تحریر آن نشده است و صرفاً به ترجمه و تدوین آن برمبنای ترجمه اکتفا شده است که این موضوع با وضعیت و شرایط عملی رقابت در کشور ما همخوانی ندارد.

#### قسمت دوم: مصادیق مجاز

تبعیض قیمت در همه‌ی موارد ممنوع و ضد رقابتی تلقی نمی‌گردد؛ اگر تبعیض قیمت حاوی هیچ یک از آثار سوء رقابتی ذکر شده نباشد، این عمل پذیرفته شده و صحیح است؛ لذا اگر تبعیض قیمت با اهداف حقوق رقابت که عبارت از جلوگیری از ایجاد انحصار، حذف محدودیت‌های تجاری، افزایش کارایی اقتصادی، آزادسازی اقتصادی و بهبود رفاه مصرف‌کننده می‌باشد، منافاتی نداشته باشد، نمی‌توان آن را غیرمجاز و مردود تلقی نمود؛ مثلاً فروشنده ممکن است تلاش نماید تا نشان دهد که تأثیر ضد رقابتی در تفاوت قیمت غیرمبهم و ناچیز بوده است و در نتیجه ضرر به دیگران و کاهش رقابت را رد کند؛ برای مثال، ممکن است فروشنده‌ای کالای خود را به قیمت نازل‌تری به دولت بفروشد (مگر این که دولت بخواهد اجناس خریداری شده را به قصد خرده‌فروشی خریداری کند)؛ هم‌چنین فروش کالا به مؤسسات غیرانتفاعی، به قیمت پایین‌تر از قیمت رایج می‌تواند از موارد مجاز تبعیض در قیمت باشد (سماواتی، ۱۳۷۴: ۱۱۴ و ۱۱۳).

برای ذکر موارد قانونی مؤید این موضوع می‌توان به بند ۳ ماده ۲ قانون کلاسیون اشاره کرد که براساس آن: «در زمانی که به علت اختلاف در روش یا میزان تولید یا فروش یا تحویل کالا، در قیمت فروش یا تحویل کالا بین خریداران تفاوت قائل شود، این عمل با توجه به ماهیت خاص این مورد تبعیض‌آمیز و غیرمجاز محسوب نمی‌شود. به علاوه، مقررات قانون مذکور مانع از آن نخواهد شد که به دلیل تغییر شرایطی که بازار و بازاریابی کالاهای مورد نظر را تحت تأثیر قرار می‌دهند؛ مانند: وخامت موجود یا قریب‌الوقوع وضع کالاهای فاسدشدنی، غیرقابل استفاده شدن کالاهای فصلی، فروش اضطراری، فروش به حکم دادگاه یا فروش با حسن نیت به دلیل تغییر شغل قیمت کالاهای مذکور تغییر نیابد؛

یعنی به خریداران مختلف قیمت‌های متفاوت داده شود». مصداق دیگر بند ۳ ماده ۸۱ قانون اتحادیه اروپاست که توافقات تجاری یا هرگونه قیمت‌گذاری یا اتخاذ تصمیم توسط اتحادیه‌های صنفی و هرگونه اقدام هماهنگ را از شمول ممنوعیت صدر ماده خارج کرده است که منجر به بهبود وضعیت تولید کالاها یا ارتقای سطح پیشرفت فنی یا اقتصادی گردد و موجبات سهم شدن مصرف‌کنندگان در منافع حاصله را فراهم سازد. از جمله‌ی موارد قانونی دیگر بند a ماده ۲ قانون رایبسون پتمن است که براساس آن چنان‌چه بازار متغیر شود، قیمت‌های قبلی موجود در بازار نیز دستخوش تغییر می‌گردد. در این حالت فروشنده می‌تواند استدلال کند که چنین تغییری در قیمت خلاف قانون محسوب نمی‌گردد. مورد دیگر بر مبنای همین ماده، تفاوت در قیمت به دلیل تخفیف‌های مناسب ناشی از تفاوت موجود در هزینه‌های تولید، فروش و یا تحویل (که به علت استفاده از روش‌های متفاوت و یا به خاطر فروش تعدد زیاد یا کم کالا حاصل شده) است که از موارد مجاز تبعیض قیمت است. مصداق مجاز دیگر، موضوع بند (b) قانون مذکور است. براساس این بند، یک فروشنده مجاز است مبادرت به عرضه کالای خود در قیمت پایین‌تر از قیمت رایج در بازار نماید، به شرط آن که این اقدام را با حسن نیت و به منظور رقابت با رقبای موجود در بازار انجام داده باشد.

#### بخش سوم: ضمانت اجراها و رسیدگی به تبعیض قیمت

برای این رویه‌ی ضد رقابتی نیز پاسخ‌های متفاوتی در اکثر نظام‌های حقوقی دنیا داده شده که برای تکمیل منابع حقوقی داخلی توجه به آن‌ها بی‌فایده نخواهد بود؛ اما سؤال مهم‌تر این است که چگونه به این رویه رسیدگی می‌شود؟

#### قسمت نخست: ضمانت اجراها

در قوانین مارالاشاره ضمانت اجراهای متفاوتی برای برخورد با عمل تبعیض قیمت ضد رقابتی وضع شده است که عمده‌ی این ضمانت اجراها، شامل ضمانت اجرای مدنی یا حقوقی می‌شود و در برخی موارد نیز از ضمانت اجراهای کیفری استفاده شده است.

### بند اول: ضمانت اجرا در آمریکا

در ماده ۴ قانون شرمین آمده است که «در جریان رسیدگی به موضوع و در هر زمان، قبل از صدور رأی نهایی، دادگاه در صورتی که مقتضی بداند می‌تواند (قرار منع موقت) صادر نماید. این قرار برای پیشگیری از ادامه‌ی عمل ضد رقابتی می‌باشد». در ماده ۲ این قانون نیز قانون‌گذار برای جلوگیری از ایجاد انحصار که ممکن است از طریق تبعیض قیمت حاصل شده باشد؛ علاوه بر مجرم شناختن فرد متخلف او را به پرداخت جریمه نقدی، حداکثر تا یک میلیون دلار، در صورتی که انحصارگر شرکت باشد و تا یکصد هزار دلار در صورتی که شخص حقیقی ایجاد انحصار کرده باشد ملزم کرده است. در ماده ۶ قانون مذکور نیز ضمانت اجرای مصادره‌ی اموال، نسبت به اموال به دست آمده از طریق انجام اعمال ممنوعه در قانون مذکور برای متخلف در نظر گرفته شده است.

در قانون کلاپتون نیز ضمانت‌اجراهایی در نظر گرفته شده است. مهم‌ترین این ضمانت‌اجراها در ماده ۴ قانون مذکور آمده است که براساس آن: چنانچه به علت ارتکاب هر یک از اعمالی که در قوانین ضد تراست ممنوع شده است، به کسب و کار یا اموال شخصی خسارت وارد آید، آن شخص می‌تواند بدون توجه به مبلغ مورد اختلاف در هر یک از دادگاه‌های منطقه‌ای آمریکا که خواننده در حوزه‌ی آن مقیم است یا امکان دسترسی به وی وجود دارد یا دارای نماینده‌ای در آن‌جاست به طرح دعوی مبادرت ورزد و معادل ۳ برابر زیان وارده، به علاوه‌ی هزینه‌ی دادرسی، از جمله مبلغ متعارفی بابت حق‌الوکاله وکیل، به‌عنوان جبران خسارت وارد شده مطالبه کند.

علاوه بر این موارد، براساس ماده ۱۶ قانون مذکور، کلیه‌ی اشخاص و بنگاه‌های اقتصادی، شرکت‌ها یا انجمن‌ها می‌توانند در همه‌ی دادگاه‌های ایالات متحده که نسبت به اصحاب دعوی دارای صلاحیت قضائی هستند، اقامه‌ی دعوی نموده و نسبت به زیان یا خسارت قریب الوقوعی که ناشی از نقض قوانین ضدتر است؛ از جمله ماده ۲ (پیرامون تبعیض قیمت) است، خواهان دستور موقت شوند. دادگاه نیز پس از اثبات جبران‌ناپذیر

بودن خسارت یا زیان قریب‌الوقوع با دریافت وجه‌الضمان مناسب، برای جبران خسارت احتمالی ناشی از صدور دستور موقت، اقدام به صدور دستور موقت می‌کند. به موجب قانون رابینسون پتمن آمریکا (مواد ۲ تا ۴) نیز هر شخصی که به نحوی از انحاء ضوابط ذکر شده در قانون مذکور را نقض کند، ممکن است به جرمه‌ی نقدی تا بیش از پنج هزار دلار محکوم شود. علاوه بر این موارد، دستور به توقف عملیات ضد رقابتی از دیگر ضمانت اجراهای این قانون برای مبارزه با اعمال مخل رقابت، علی‌الخصوص تبعیض‌گذاری در قیمت است.

#### بند دوم: ضمانت اجرا در اتحادیه اروپا

در حقوق رقابت اتحادیه اروپا نیز براساس مواد ۸۲ و ۸۱ معاهده اروپا (مواد ۱۰۱ و ۱۰۲ معاهده لیسبون) می‌توان وارد کننده‌ی ضرر را به جبران خسارت زیان‌دیده محکوم کرد. به موجب آیین‌نامه شماره ۱۷/۶۲، کمیسیون اختیار دارد تا برای نقض مواد ۸۱ و ۸۲ معاهده جامعه اروپا جرمه‌هایی را در نظر بگیرد؛ این جرمه‌ها می‌تواند تا یک میلیون از واحد پول اروپایی<sup>۱</sup> یا ۱۰ درصد از کل میزان تعهدات حاصله (هر کدام بیشتر است) باشد. هیچ جرمه‌ای به طرف زیان دیده از فعالیت ضد رقابتی پرداخت نمی‌شود. این قبیل اشخاص باید در دادگاه‌های ملی خود خواهان جبران خسارت شوند. میزان جرمه به عواملی چون ماهیت و طول مدت زمان نقض، اهمیت اقتصادی تعهدات ذی‌ربط و این که طرف‌ها قبلاً از سیاست رقابت جامعه تخطی نموده‌اند یا نه، بستگی دارد. کمیسیون اروپایی در سال ۱۹۹۷ رهنمودهایی را برای شفاف‌تر کردن نحوه‌ی محاسبه‌ی جرمه‌ها ارائه کرده است (Cuthbert, 2000: 124). لازم به ذکر است که در اتحادیه اروپا با این که در اظهار نظرهای مراجع قضائی و حتی دستورالعمل‌ها به امکان مطالبه‌ی خسارت تأکید شده است ولی هیچ سازوکار مشخصی برای مطالبه خسارت مطرح نشده است.

1. ECU: European currency unit.

درباره‌ی اقدامات موقت نیز اگرچه آیین‌نامه شماره ۱۷/۶۲ صراحتاً به کمیسیون اختیار اتخاذ اقدامات موقت را نداده است (اقداماتی مانند دستور به پرداخت جریمه‌ی نقدی روزانه) ولی دیوان دادگستری اروپا معتقد است که توسل به این اقدامات امکان‌پذیر است، مشروط بر آن که:

۱. ضروری باشد؛ ۲. فوریت داشته باشد؛ ۳. برای اجتناب از بروز زیان جدی و غیرقابل جبران به خواهان دعوی یا در موقعیتی که برای منافع عمومی غیر قابل تحمل است، ضروری باشد (اخلاقی و همکاران، ۱۳۸۰: ۱۲۴-۱۲۵). الزام به پایان دادن به رفتار ضد رقابتی، صدور دستور جهت جلوگیری از ادامه فعالیت ضد رقابتی، خسارت‌های تهدیدی، از دیگر ضمانت‌اجراهایی است که به موجب ماده ۷ آیین‌نامه ۱/۲۰۰۳ در اتحادیه اروپا برای برخورد با اعمال ضد رقابتی مقرر گردیده است.

#### بند سوم: ضمانت اجرا در نظام حقوقی ایران

ضمانت اجراهای رویه‌های ضد رقابتی در ایران را می‌توان در سه بخش تقسیم‌بندی کرد: دستور یا الزاماتی که با هدف جلوگیری از رویه‌های ضد رقابتی یا رفع آن‌ها صادر می‌شود؛ مسئولیت مدنی متخلفان؛ و مجازات کیفری متخلفان.

۱. دستورهایی که به موجب ماده ۶۱ برای جلوگیری یا دفع رویه‌ی ضد رقابتی اتخاذ شده به شرح زیر است:

الف. دستور به فسخ هر نوع قرارداد، تفاهم و توافق متضمن رویه‌های ضد رقابتی موضوع مواد ۴۴ تا ۴۸ این قانون.

ب. دستور به توقیف طرفین توافق یا توافقی‌های مرتبط با آن از ادامه رویه‌های ضد رقابتی مورد نظر؛

ج. دستور به توقف هر رویه ضد رقابتی یا عدم تکرار آن؛

د. اطلاع‌رسانی عمومی در جهت شفافیت بیشتر بازار؛

هـ. دستور به بنگاه یا شرکت جهت عدم فعالیت در یک زمینه خاص یا در منطقه یا مناطق خاص.

۲. مسئولیت مدنی متخلفان: بر اساس بند ۸ ماده ۶۱، شورای رقابت می‌تواند نسبت به صدور دستور اضافه درآمد از طریق مراجع ذیصلاح قضائی اقدام کند و به موجب ماده ۶۷ شورای رقابت می‌تواند از دادگاه صلاحیت‌دار برای جبران خسارت وارد شده به منافع عمومی درخواست رسیدگی کند. هم‌چنین براساس ماده ۶۶ اشخاص حقیقی یا حقوقی خسارت دیده از رویه‌های ضد رقابتی می‌توانند با ضمیمه کردن رونوشت رأی قطعی شورای رقابت یا هیأت تجدید نظر، ظرف یک سال از تاریخ قطعیت رأی به‌منظور جبران خسارت به دادگاه صالح دادخواست بدهند.

۳. مجازات کیفری متخلفان: به موجب ماده ۶۱ قانون مورد بحث، شورای رقابت می‌تواند در صورت نقض ممنوعیت‌های ماده ۴۵ مزبور به تعیین جریمه‌ی نقدی از ۱۰ میلیون ریال تا یک میلیارد ریال مبادرت ورزد. تعیین این جریمه‌ها به موجب آیین‌نامه‌ای خواهد بود که به پیشنهاد مشترک وزارتخانه‌های امور اقتصادی و دارایی، بازرگانی و دادگستری تهیه می‌شود و به تصویب وزیران می‌رسد و در آن میزان جرائم نقدی متناسب با عمل ارتكابی تعیین می‌شود. هم‌چنین هر کس برای اخذ مجوز یا گواهی‌های موضوع فصل نهم مورد بحث، اظهارات خلاف واقع کند یا از ارائه‌ی اطلاعات و اسناد و مدارکی که می‌تواند در نتیجه‌ی حکم شورا مؤثر باشد، خودداری کند یا مدارک جعلی ارائه دهد یا اسناد و مدارک و اطلاعات را تغییر دهد یا تحریف کند به موجب ماده ۷۲ به حبس تعزیری از ۳ ماه تا یک سال یا به جزای نقدی از ده میلیون تا یکصد میلیون ریال یا به هر دو مجازات محکوم می‌شود.

هم‌چنین هر کس برای اخذ مجوز یا گواهی‌های موضوع فصل نهم مورد بحث، اظهارات خلاف واقع کند یا از ارائه‌ی اطلاعات و اسناد و مدارکی که می‌تواند در نتیجه‌ی حکم شورا مؤثر باشد، خودداری کند یا مدارک جعلی ارائه دهد یا اسناد و مدارک و اطلاعات را تغییر دهد یا تحریف کند؛ به موجب ماده ۷۲ به حبس تعزیری از ۳ ماه تا یک سال یا به جزای نقدی از ده میلیون تا یکصد میلیون ریال یا به هر دو مجازات

محکوم می‌شود و چنان‌چه ارائه اسناد و مدارک یا بیان اظهارات خلاف واقع یا جعلی منجر به اخذ گواهی یا مجوزهای مذکور در این فصل شده باشد، دادگاه علاوه بر تعیین مجازات مقرر در این ماده، با تقاضای ذی‌نفع، حسب مورد حکم به ابطال گواهی یا مجوز مزبور صادر می‌کند (رثوند بوکانی، ۱۳۹۰: ۳۶۹ - ۳۷۲).

### قسمت دوم: مرجع رسیدگی به دعاوی مرتبط با تبعیض قیمت

در قوانین کشورهای مختلف، مراجع مختلف و بعضاً اختصاصی برای رسیدگی به دعاوی طرح شده در موضوع رویه‌های ضد رقابتی در نظر گرفته شده است. در حقوق آمریکا در ماده ۴ قانون شرم‌ن پیشگیری و ممانعت از انجام رویه‌های ضد رقابتی در صلاحیت دادگاه‌های منطقه‌ای ایالات متحده قرار گرفته و وظیفه‌ی طرح دعوی برای رسیدگی جهت ممانعت و جلوگیری از نقض مقررات این قانون به دادستان سپرده شده است.

قانون کلایتون نیز پس از بیان صلاحیت دادگاه‌های منطقه‌ای ایالات متحده در رسیدگی به دعاوی مرتبط با رویه‌های ضد رقابتی در ماده ۱۱ خود کمیسیون بازرگانی فدرال را مسئول نظارت بر اجرای قانون مذکور از جمله ماده ۲ کرده است و در ادامه آورده است که اگر شخصی از اجرای تصمیم کمیسیون یا هیأت که طبق این قانون صادر شده، پس از قطعی شدن و مادامی که به اعتبار خود باقی است، خودداری کند؛ برای هر بار تخلف به پرداخت جریمه تا حداکثر ۵۰۰۰ دلار آمریکا محکوم خواهد شد. مرجع صالح برای رسیدگی این دعاوی نه تنها در حوزه‌ی قضائی محل شرکت بلکه در حوزه‌ی قضائی محل فعالیت یا انجام معاملات تجاری شرکت یا شخص مزبور خواهد بود و مسئولیت اشخاص حقوقی نیز به رسمیت شناخت شده است.

در اتحادیه اروپا نیز مواد ۸۵ معاهده و ۲۳ و ۲۴ آیین‌نامه ۱/۲۰۰۳ قدرت نظارت بر اجرای قوانین مربوطه و نقضی مواد ۸۱ و ۸۲ معاهده را به کمیسیون اتحادیه اروپا داده است. بند ۱ از ماده‌ی ۷ آیین‌نامه ۱/۲۰۰۳ در اروپا به کمیسیون این اختیار را داده است که در صورت نقض مواد ۸۱ و ۸۲ معاهده‌ی اروپا، فعال تجاری مورد نظر را ملزم به پایان

دادن به رفتار ضدرقابتی خود کند و یا در جهت اجرای این قوانین دستورات سلبی یا ایجابی صادر کند؛ مانند دستور به از بین بردن موانع صادرات. ماده ۲۳۰ معاهده‌ی اتحادیه اروپا نیز دیوان دادگستری اروپا را مسئول نظارت بر قانونی بودن اعمال کمیسیون قرار داده است.

در حقوق ایران و در قانون اجرائی سیاست‌های کلی اصل ۴۴ ق.ا، قانون‌گذار در ماده ۵۳، شورای رقابت<sup>۱</sup> را به‌منظور دستیابی به اهداف فصل نهم این قانون تأسیس کرده است که به موضوع تسهیل رقابت و منع انحصارات می‌پردازد. در ماده ۶۱ نیز قانون‌گذار اختیار تصمیم‌گیری به صور مذکور در آن قانون در صورت وقوع اعمال ضدرقابتی موضوع مواد ۴۴ تا ۴۸ را به این شورا داده است. ضوابط، اعضا، وظایف، نحوه‌ی انتخاب و سایر مسائل در مورد این شورا در قانون فوق‌الذکر به صراحت بیان شده است. رسیدگی به رویه‌های ضد رقابتی دو مرحله‌ای است و اصولاً تصمیمات شورای رقابت درباره‌ی رویه‌های مذکور که در چارچوب، ماده ۶۱ قانون مورد بحث صادر می‌شود، ظرف بیست روز از تاریخ ابلاغ به ذی‌نفع قابل اعتراض ضروری هیأت تجدیدنظر است. در صورت عدم تجدید نظر در مدت مذکور یا تأیید تصمیمات شورا در هیأت تجدید نظر، این تصمیمات قطعی است. به موجب ماده ۶۷ قانون اصلاح موادی از قانون برنامه چهارم، شورای رقابت می‌تواند در کلیه‌ی جرائم موضوع این قانون سمت شاکی داشته باشد و از دادگاه صلاحیت‌دار جبران خسارت وارده شده به منافع عمومی را درخواست کند. اشخاص حقیقی یا حقوقی خسارت دیده از رویه‌های ضدرقابتی خود در قانون به موجب ماده ۶۶ می‌توانند ظرف یک سال در زمان قطعیت تصمیمات شورای رقابت یا هیأت تجدید نظر مبنی بر اعمال رویه‌های ضد رقابتی، به‌منظور جبران خسارت،

۱. سایت شبکه بین‌المللی رقابت <www.internationalcompetitionnetwork.org>

مرکز ملی رقابت <www.c center.nicc.ir>

سایت شورای رقابت <www.council.nicc.ir>

با ضمیمه کردن رأی شورای رقابت یا هیأت تجدید نظر به دادخواست به دادگاه تجدیدنظر مراجعه کنند.

از سوی دیگر، رسیدگی به جرائم بنگاه‌های اقتصادی در حوزه‌ی مقررات رقابتی و هم‌چنین جرائم حرفه‌ای اعضای شورای رقابت، هیأت تجدید نظر و تنظیم‌کننده‌های بخشی که در مواد ۷۲ تا ۸۷ قانون اصلاح موادی از قانون برنامه چهارم ذکر شد، به موجب ماده ۸۲ همین قانون در دادسراها و دادگاه‌های عمومی، مطابق مقررات جاری و مقررات این قانون و خارج از نوبت رسیدگی می‌شود.

### نتیجه‌گیری و پیشنهادها

با بررسی مسائل مطرح شده در این مقاله می‌توان گفت که تبعیض قیمت به صورت مطلق و بی‌قید و شرط عملی ضد رقابتی محسوب نمی‌شود بلکه همان گونه که در قوانین مختلف مورد بررسی قرار گرفت (از قبیل ماده ۴۵ قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴)، در صورتی که این عمل دارای تأثیر ضد رقابتی بوده و به عبارتی مخل رقابت باشد و به صورت چشم‌گیر اتفاق بیفتد، از مصادیق اعمال ضد رقابتی است ولی اگر عمل تبعیض قیمت به صورت جزئی و غیرمغایر با اهداف و اصول حقوق رقابت باشد، نه تنها ممنوع تلقی نمی‌شود بلکه ممکن است موجبی برای رشد بازار محسوب شود؛ لذا اگر توافقات و تصمیم‌ها و اقدامات جمعی هم‌سو، به‌منظور بهبود وضعیت تولید و توزیع کالاها یا در جهت پیشرفت فناوری و توسعه‌ی نوآوری و به نفع مصرف‌کنندگان باشد و یا با هدف حذف یا محدود کردن رقبا انجام نشده باشد، پسندیده است. نتیجه‌ی دیگر، این است که در اکثر کشورها در جهت ایجاد بازار رقابتی که مبتنی بر رقابت سالم و آزاد است، قوانین مختلفی وضع شده است که به نظر می‌رسد در موضوع مورد نظر ما (تبعیض قیمت) قوانین کشور آمریکا از انسجام و شمول بیشتری هم در معرفی عمل ضد رقابتی و هم شرایط و ضمانت اجرای آن برخوردار باشد. بنابراین با توجه به این که

روز به روز بر دامنه‌ی مباحث حقوق رقابت افزوده می‌شود و گسترش موضوعات یک رشته، ضرورت تجدیدنظر در قوانین و مقررات مربوط یا وضع قوانین جدید در آن رشته را ضروری می‌سازد، پیشنهاد می‌گردد، قانون‌گذار ایران با استفاده از افراد متخصص در این زمینه و با بهره‌گیری از سابقه‌ی کشورهای صاحب قدمت در این زمینه از جمله کشور آمریکا و با توجه به بسترهای اقتصادی موجود، دامنه‌ی تعریف و مصادیق اعمال ضدرقابتی از جمله تبعیض قیمت را به روشنی مشخص نماید. از ایراداتی که بر قانون ایران در زمینه مقررات مرتبط با تبعیض قیمت و به شکل کلی‌تر قوانین مرتبط با رقابت وارد است، عدم پیش‌بینی مجازات کیفری یا صرف پیش‌بینی این نوع مجازات در قالب جریمه است که به نظر می‌رسد، اگر در مواجهه با این عمل از مجازات‌های دیگری مانند ممانعت از ادامه فعالیت تبعیض‌گذار استفاده شود، تأثیر بهتر و بازدارنده‌تری خواهد داشت. نقصان دیگری که در خلال مطالب پیش گفته نیز به آن اشاره شد، توصیف کلی قانون‌گذار از بحث تبعیض گذاری در قیمت و اختصار در توضیح این مفهوم و عدم تمییز موارد مفید یا ضد رقابتی بودن آن است که برای حل این مشکل پیشنهاد می‌شود: شورای رقابت با استفاده از اختیاری که قانون‌گذار در بند ۳ ماده‌ی ۵۸، مبنی بر اختیار شورا در تدوین و ابلاغ راهنماها و دستورالعمل‌های لازم به‌منظور اجرای فصل نهم قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ و دستورالعمل‌های داخلی شورا به این شورا داده است، استفاده کرده و دستورالعمل یا شیوه‌نامه‌ای را در جهت تبیین بیشتر این موضوع به تصویب برساند.

### فهرست منابع

- آقای، بهمن (۱۳۷۸)؛ فرهنگ حقوقی بهمن، تهران: گنج دانش.
- اکبری، بهمن (۱۳۷۵)؛ حقوق بازرگانی در اسلام، تهران: مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.
- بابا خانی، مسعود؛ آسیایی، محمد؛ ابراهیمی، بابک و مینا راوش (۱۳۹۰)؛ مبانی اقتصاد خرد، تهران: دانشگاه علم و صنعت.
- بهمن‌پوری، عبدالله و محمدحسن حائری (۱۳۸۹)؛ «نقد و بررسی ادله‌ی فقهی عدم جواز تسعیر»، مجله فقه و مبانی حقوق اسلامی، سال چهل و سوم، شماره دوم.
- الجبعی العاملی (شهید ثانی)، زین الدین (۱۳۸۰)؛ مباحث حقوقی شرح لمعه، تهران: مجد.
- جعفری لنگرودی، محمدجعفر (۱۳۷۸)؛ مبسوط در ترمینولوژی حقوق، جلد دوم، تهران: گنج دانش.
- رشوند بوکانی، مهدی (۱۳۹۰)؛ حقوق رقابت در فقه امامیه حقوق ایران و اتحادیه اروپا، تهران: دانشگاه امام صادق (ع).
- سماواتی، حشمت‌الله (۱۳۷۴)؛ مقدمه‌ای بر حقوق رقابت تجاری و نقش آن در سیاست گذاری و تنظیم بازار، تهران: فردوسی.
- شکوهی، مجید (۱۳۸۱)؛ حقوق رقابت بازرگانی در اتحادیه اروپا، تهران: میزان.
- فرجی دیزجی، سجاد (۱۳۸۸)؛ اقتصاد خرد، تهران: ارشد.
- مایک، کاتبرت (۱۳۸۰)؛ حقوق اتحادیه اروپا، ترجمه‌ی بهروز اخلاقی، وحید اشتیاق و پرویز پرویزیان، تهران: شهر دانش.

- معاونت برنامه‌ریزی و بررسی‌های اقتصادی وزارت بازرگانی (۱۳۸۳)؛ بررسی قوانین و مقررات مرتبط با پدیده انحصار و رقابت (قانون رقابت ایالات متحده امریکا)، تهران: شرکت چاپ و نشر بازرگانی.
- معین، محمد (۱۳۴۰)؛ فرهنگ فارسی، تهران: امیر کبیر.
- نوروژی شمس، مشیت‌الله (۱۳۸۴)؛ «نگاهی به حقوق رقابت در قوانین چند کشور»، مجله دانشکده علوم انسانی، سال چهاردهم، شماره ۶۱.
- نیلی، مسعود (۱۳۹۱)؛ مبانی اقتصاد، تهران: دانشگاه صنعتی شریف.
- وکیلی مقدم، محمدحسین (۱۳۸۹)؛ توافقات ضد رقابت تجاری، تهران: کتاب همگان.
- Armstrong, mark (2006); **price discrimination**, London, department of economics university college London.
- Barndon jr, merwin (1961); **free enterprise -price discrimination under Clayton act**, Louisiana law review.
- broder, Douglas (2010); **us antitrust law and enforcement**, London, oxford university press.
- Geradin, Damien, petit, Nicolas, **price discrimination under EC competition law : the need for a cace by- case approach**, college of Europe, 2009.
- Gifford, Daniel j, kudrle, Robert t (2010); **The law and economics of price discrimination in modern economies: time for reconciliation**, university of Minnesota law school.
- Holly, john (1963); **price discrimination under Robinson patman act**, Boston law review.
- Whelan, peter, Marsden, Philip (2006); **the concept of price discrimination under EC and Uk law**, British institute of international and comparative law.
- Wheyl, gelen (2010); **price discrimination**, university of Chicago.