

گاہنامه داخلی رقابت

COMPETITION

سال اول | پیش شماره یکم | مهر ماه ۱۴۵۱



«معرفی معاونت اقتصادی و توسعه رقابت» شورا و مرکز ملی رقابت
«معرفی معاونت فنی و حقوقی» شورا و مرکز ملی رقابت
«گفت و گو» با نائب رئیس شورای رقابت، مهندس محمود دودانگه

معرفی اعضای دوره سوم شورای رقابت
خلاصهای از محورهای جلسات دوره سوم شورای رقابت
جوهر روابط عمومی

درباره گاہنامه
درباره شورای رقابت
یادداشت رئیس شورا و مرکز ملی رقابت

گاهنامه

رقابت

COMPETITION

سال اول | پیش شماره یکم | مهر ماه ۱۴۰۱

درباره گاهنامه

- گاهنامه داخلی مرکز ملی رقابت ریاست جمهوری، با هدف تبادل دانش صاحب نظران، معرفی و آگاهی رسانی فعالیت‌ها و کارکردهای مهم شورا و مرکز ملی رقابت منتشر می‌شود.
- روابط عمومی مرکز ملی رقابت امید دارد، این گاهنامه بتواند با بهره‌گیری از نظرات کارشناسی و ارائه محتوای تخصصی درگاهی نوبت برای ارتباط مطلوب مرکز ملی رقابت و صاحب نظران اقتصادی و نیز ابزاری جهت اطلاع‌رسانی فعالیت‌های مهم جاری در شورا و مرکز باشد.

روابط عمومی مرکز ملی رقابت



آدرس: تهران، شهرک غرب، خیابان ایوانک شرقی، خیابان زرافشان شمالی، ساختمان شماره ۷۵، شورا و مرکز ملی رقابت ریاست جمهوری
کد پستی: ۱۴۶۷۸۷۳۳۱۳ | تلفن: ۸۸۰۸۹۵۲۵ | ایمیل: info@nice.gov.ir | وب‌سایت: Nice.gov.ir



درباره شورای رقابت



تسهیل در رقابت به عنوان یکی از الزامات اصل ۴۴ قانون اساسی، شورای فراقوهای، تخصصی و مستقل تعریف شده است. به عبارتی، همزمان با خصوصی سازی، تبیین و تصویب قانون خاص رقابت و مقررات آن در فصل نهم لایحه اجرای سیاست های کلی اصل ۴۴ تحت عنوان «تسهیل رقابت و منع انحصار» گنجانده شده است، که این موضوع بنای شکل گیری شوراست.

طبق مواد ۶۱ و ۶۲ سیاست های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی، شورای رقابت تنها مرجع رسیدگی به رویه ای ضررقابتی است و مکلف است بر اساس شکایت و یا رأساً، معامله را مورد بررسی قرار دهد و در این راستا ۱۲ راه حل از جمله تجدید معامله و فسخ آن برای شورای رقابت در نظر گرفته شده است.

کشور، دو صاحب نظر اقتصادی برجسته، یک حقوقدان برجسته و آشنا به حقوق اقتصادی، دو صاحب نظر در تجارت، یک صاحب نظر در صنعت، یک صاحب نظر در خدمات زیربنایی، یک متخصص امور مالی، یک نفر به انتخاب اتاق بازرگانی و صنایع و معادن و یک نفر به انتخاب اتاق تعاون مرکزی جمهوری اسلامی ایران اعضای شورا را تشکیل می دهند.

شورای رقابت با هدف تسهیل فعالیت های بخش خصوصی و به طور کلی تعریض مناسبات اقتصادی و ابزاری برای کاهش ریسک در این بخش شکل گرفت تا بخش خصوصی با ورود به بازار نگران انحصارات و رقبای انحصارگر خود نباشد.

حوزه اختیارات این شورا در حدود تمام بازارهای است و به منظور اعمال

در حین تصویب قانون اجرای سیاست های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی در سال ۱۳۸۷، لایحه ای تیز با هدف شفافیت ساختمان و تسهیل رقابت در فضای کسب و کار تهیه و در مجلس شورای اسلامی به عنوان فصل نهم قانون مذبور به تصویب رسید که به موجب ماده ۵۳ از فصل نهم این قانون، شورای رقابت به منظور تقویت و گسترش فضای رقابت آمیز و مقابله با انحصار گرانه در فضای اقتصاد و تجارت کشور شکل گرفت. دوره اول شورا از سال ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۴ و دوره دوم از سال ۱۳۹۴ تا ۱۴۰۰ فعالیت کرده است. اکنون شاهد دوره سوم شورای رقابت هستیم.

سه نماینده مجلس از بین اعضای کمیسیون های اقتصادی، برنامه و بودجه و محاسبات و صنایع و معادن و دو نفر از قفات عالی

یادداشت رئیس شورا و مرکز ملی رقابت

سید محمد رضا سید نورانی

از دولت مردان و فعالان بخش خصوصی هیچ شناختی از وظایف و جایگاه شورای رقابت ندارند و از این جهت مانع اول در تحقق اهداف شورای رقابت، فقدان شناخت عمومی از این شورا می‌باشد و از این رو ضرورت فعالیت‌های رسانه‌ای برای فرهنگ‌سازی و ایجاد شناخت صحیح و کامل از نهاد مستول تحقق رقابت در کشور را دوچندان می‌سازد. واقعیت این است که با چراغ خاموش در فضای میهم بروکارسی‌های متعدد و پیچیده و تصدی‌گری‌های فراوان دولتی و پهن بودن چتر انحصار آشکار و پنهان در بسیاری از فعالیت‌ها امکان تحقق قانون رقابت بدون مطالبه‌گری گسترشده بخش خصوصی و تعاونی فراهم نیست.

بنابراین برای اطلاع‌رسانی و فرهنگ‌سازی شناخت وضع موجودگام مهم محسوب می‌شود و برای این شاخت باید در خصوص پرسش‌های مهم در این حوزه تأمل بیشتری کرد تا پاسخ‌های مستند و علمی برای آن ارائه نمود.

بطوری که عموم رسانه‌ها و فعالان اقتصادی بخش خصوصی و تعاونی خود مطالبه گر تحقق قانون رقابت در کشور شوند.

* دومین هدف این است که با بهره‌گیری از ظرفیت رسانه‌ها و مراکز تحقیقاتی دانشگاهی و صاحب نظران فعال در عرصه‌های اقتصادی کشور، فرصت‌های و موانع مقابله شورای رقابت در اجرای قانون رقابت به دقت شناسایی شود تا زمینه برای تقویت فرصت‌ها و کاستن از محدودیت‌ها و موانع برای اجرای کامل قانون منکور در کشور فراهم گردد.

* هدف سوم در مسیر فرهنگ‌سازی تبیین چشم انداز تحقق رقابت و مشخص ساختن فضای مطلوب اقتصاد رقابتی برای کشور است، تا شخص و معیار مناسبی برای سنجش وضعیت کشور و عملکرد شورای رقابت در تحقق اهداف آینده تحقق رقابت در ساختار اقتصادی کشور و کاستن از انحصارات فراهم گردد و تلاش‌های توسعه رقابت هدفمند شود متأسفانه در طول یک دهه از شکل گیری شورای رقابت هنوز بخش زیادی

برای تحقق هدف عالی گسترش رقابت و کاهش انحصارات و تصدی‌گری دولت در مسائل اقتصادی و کسب و کار عمومی ابتدا باید قانون و اهداف تدوین قانون برای رسانه‌ها و متخصصین دانشگاهی

در رشته‌های مختلف و فعالان اقتصادی در بخش‌های خصوصی تعاونی و برای تمامی مدیران دولتی و آنکه عموم مردم به درستی تبیین گردد. زمینه مطالبه‌گری رسانه‌ها و فعالان اقتصادی در تحقق قانون رقابت بصورتی فراهم گردد که امکان شکل گیری و تداوم انحصار در فضای اقتصادی کشور مسیر نشود. به عبارت بهتر، برای

تحقیق اهداف شورای رقابت به عنوان یک نهاد مهم و اساسی اقتصاد کشور، باید فرهنگ‌سازی با بهره‌گیری از فرصت‌های نوین رسانه‌های دیجیتالی و شبکه‌های اجتماعی به نحوی انجام شود که چند هدف مهم و اساسی در مسیر اطلاع‌رسانی و فرهنگ‌سازی محقق گردد.

* هدف نخست این است که وظایف شورای رقابت بعنوان ناظر رقابت اقتصادی باید به درستی و با شفافیت کامل تبیین شود.

بگارگیری از ظرفیت تمام رسانه‌ها و حضور پرزنگ در فضای متنوع رسانه‌ای می‌باشد و صد البته این واقعیت بسیار روشنی است که بدون تولید محتواهای مناسب امکان حضور در رسانه‌ها نیز فراهم نیست. لذا ضرورت اقدامات ترویجی و فرهنگ‌سازی برای تبیین اهداف و جایگاه شورای رقابت، مستلزم تولید محتواهای تخصصی برای شناخت عمومی از شورای رقابت و تبیین وظایف و نقش این شورا در صیانت از رقابت در کشور است تا امکان استفاده بهینه از ظرفیت رسانه‌ها فراهم شود و این اقدام روابط عمومی مرکز ملی رقابت، در تولید «گاهنامه رقابت» گامی نخست است و امیدواریم با همکاری همه مدیران و کارشناسان، روابط عمومی مرکز ملی رقابت بتواند این گاهنامه را به عنوان یک مجله الکترونیک مؤثر برای اطلاع‌رسانی و فرهنگ‌سازی در زمینه توسعه رقابت و کاهش انحصار در کشور ارائه بخشند.

به عنوان یک مصداق از کل قانون می‌توان گفت که فرهنگ‌سازی و شناخت از شورای رقابت باید به صورتی باشد که حداقل ماده ۴۴ این قانون که بیان می‌دارد «هرگونه تبانی از طریق قرارداد، توافق و یا تفاهم (اعم از ذکری، الکترونیکی، شفاهی و یا عملی) بین اشخاص که یک یا چند اثرباره دنبال داشته باشد به نحوی که نتیجه آن بتواند اخلال در رقابت باشد ممنوع است» این ماده قانونی باید از طرف مردم و فعالان بخش خصوصی مطالبه شود و شورای رقابت به تهابی قادر به محقق ساختن آن نیست؛ از سوی دیگران مطالبه‌گری مستلزم شناخت است همانطور که قانون گذار در ماده ۶۹ تأکید دارد «شورای رقابت موظف است امکان دسترسی عموم به ضوابط، آئین نامه‌ها و مستورالعمل‌های مربوط به این فصل را فراهم و گزارش عملکرد سالیانه اجرای این فصل را تنظیم و برای عموم منتشر کند» که البته آشکار است که هر نوع فرهنگ‌سازی و اطلاع‌رسانی مستلزم

بخی از پرسش‌های مهم اینها هستند. آیا فعالان اقتصادی، دولت مردان خصوصاً مدیران دولتی در امور اقتصادی، فعالان عرصه رسانه‌ها و عموم مردم پس از گذشت یک دهه از شکل گیری شورای رقابت، قوانین صیانت از رقابت و وظایف شورای رقابت را می‌شناسند؟ آیا با اهداف و وظایف شورای رقابت آشنا هستند؟ آیا شورای رقابت را بعنوان یک نهاد مهم در صیانت از حفظ شرایط رقابت و ممانعت از انحصار در کشور تلقی می‌کنند؟ آیا گزارش جامع و مختصر از اقدامات شورای رقابت در ذهن فعالان اقتصادی وجود دارد؟ آیا وجود شورای رقابت بعنوان یک نهاد مهم ضروري تلقی می‌شود و یا اینکه به علت فقدان شناخت از این نهاد اساساً آن را یک سازمان غیر ضروری و اضافی تلقی می‌کنند؟ برای پاسخ گفتن به این نوع پرسش‌ها، ضرورت دارد تا شورای رقابت بطور جدی وارد عرصه فعالیت فرهنگ‌سازی و به تعبری بین‌سازی برای نهاد مسئول رقابت در کشور شود و از همه ظرفیت‌های رسانه‌ای در این جهت بطور کامل بهره‌گیری نماید.



معرفی اعضای دوره سوم شورای رقابت

دکتر مهدی ناصری دولت آبادی
فاضل دانشراحت دیوان عالی کشور



مدارج علمی
• دکترا حقوق خصوصی از دانشگاه عدالت

دکتر سید محمد رضا سید نژارانی
صاحب‌نظر اقتصاد، رئیس خوار و مرکزی رقابت



مدارج علمی
• استاد تمام گروه اقتصاد نظری دانشکده اقتصاد دانشگاه علامه طباطبائی
• دکترا اقتصاد، تخصص اصلی اقتصاد بخش عمومی، تخصص فرعی اقتصاد نظری،
اقتصاد بین‌الملل و اقتصاد اسلامی از دانشگاه تربیت مدرس

دکتر عبدالحمید مرتضوی بریجانی
فاضل دانشراحت دیوان عالی کشور



مدارج علمی
• کارشناس حقوق قضایی از دانشگاه شهزاد
• کارشناس ارشد حقوق خصوصی از دانشگاه تهران
• دکترا حقوق خصوصی از دانشگاه علوم تحقیقات تهران

مهندس محمود دودانگه
صاحب‌نظر در تجلیل و نایب‌رئیس خوار رقابت



مدارج علمی
• کارشناسی مهندسی صنایع با کاریش برنامه زبان و تحلیل سیستم‌ها از دانشگاه صنعتی شریف
• کارشناسی ارشد مهندسی صنایع با کاریش مهندسی صنایع از دانشگاه صنعتی امیرکبیر
پلی تکنیک تهران
• دکترا مدیریت صنعتی با کاریش سیستم‌ها از دانشگاه ملوم و تحقیقات تهران (مرحله پایان‌نامه)

دکتر ولی رستمی
حقوقدان اقتصادی



مدارج علمی
• استاد تمام گروه حقوق عمومی دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران
• کارشناس حقوق قضایی از دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران
• کارشناسی ارشد حقوق عمومی از دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران
• دکترا حقوق جزا و جرم شناس از دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران

دکتر محسن پیرامی ارض اقدس
علوم مختلف افق پارکانی، صنایع، معدن و کشاورزی ایران



مدارج علمی
• کارشناسی راه و ساختمان از دانشگاه امیرکبیر
• کارشناسی ارشد مدیریت دولتی از مرکز آموزش مدیریت دولتی
• دکترا پژوهشی ارزیوهشکده شاخص پژوه دانشگاه اصفهان

معرفی اعضای دوره سوم شورای رقابت

محمد جلیلیان
ساختگاه صنایع و معدن ایران



مدارج علمی

- کارشناسی ارشد حقوق مالی-اقتصادی
- کارشناسی مدیریت و برنامه ریزی- حوزه تعاون، کار و رفاه اجتماعی

حجت الاسلام محمد باقری بنایی
عضو ناظر مجلس شورای اسلامی



مدارج علمی

- تحصیلات حوزی در حوزه علمیه قم
- کارشناسی علوم سیاسی از موسسه آموزش و پژوهش امام خمینی (ره)

روح الله عباسی پور
عضو ناظر مجلس شورای اسلامی



مدارج علمی

- کارشناسی ارشد علوم سیاسی با کاریش اندیشه سیاسی در اسلام

دکتر محمد فاطمیان
صاحب‌نظر در امور منابع



مدارج علمی

- دکترای حرفه‌ای مدیریت کسب و کار با کاریش استراتژی از دانشگاه صنایع و معدن ایران

ناهید پور زستمن
صاحب‌نظر اقتصادی



مدارج علمی

- کارشناس اقتصاد از دانشگاه تهران
- کارشناس ارشد اقتصاد از دانشگاه تهران
- دکترای اقتصاد با کاریش اقتصاد پولی و اقتصاد سنجی از دانشگاه تهران

جادی امیری
متخصص امور مالی



مدارج علمی

- کارشناس علوم اقتصادی با کاریش اقتصاد نظری
- کارشناس ارشد علوم اقتصادی با کاریش اقتصاد نظری
- دکترای علوم اقتصادی با کاریش اقتصاد پخش عمومی

دکتر مجتبی رضاخواه
عضو ناظر مجلس شورای اسلامی



مدارج علمی

- کارشناس مهندس معدن از دانشگاه صنعتی اصفهان
- کارشناس ارشد مهندسی معدن از دانشگاه تربیت مدرس
- کارشناس ارشد اقتصاد منابع ارزی از دانشگاه ماینر کلرادو
- دکترای تحقیق در عملیات در مهندسی

خلاصه‌ای از محورهای جلسات دوره سوم شورای رقابت



دستورالعمل تنظیم قیمت سرویسهای جانبی شرکتهای فجر و مسین
برای سال ۱۴۰۰، به استناد تصمیم جلسه ۴۸۴ شورای رقابت (مصوبه
۱۴۰/۰۳/۰۲-۴۸۹)

تصویر برداری در دفاتر خدمات الکترونیک انتظامی (پلیس + ۰)
(عکاسی بیومتریک) ۴۸۵

تصمیم شورا «مصوبه ۴۷۹ شورایی مال ۱۴۰۰» به قوت خود باقی است»
بررسی بازار روغن پایه از منظر تسهیل رقابت و رفع انحصار (جلسه
۱۴۰/۰۲/۲۶-۴۸۸)

برگزاری نشست مشترک اعضای شورای رقابت و هیأت تجدید نظر در
خصوص مسائل و مشکلات شورا و هیأت نظر (۶- تشکیل کارگروه

مورخ ۵ تیرماه ۱۴۰۰)

• پروندهای صدور مجوز جایگاه ساخت و مجتمع خدماتی
رفاهی بین راهی (موضوع کلان، بررسی انحصار شرکت پخش و

پالایش درخصوص واردات، تأمین و توزیع ساخت و انحصار مجوز
جایگاه‌های ساخت)

• انحصار مجوز صدور کارگزاری در بورس و سازمان بورس

• وضعیت سهم بازار تاکسی‌های اینترنتی کشور (شرکت تپ سی و
استپ و بحث انحصار) ۴۸۴ - ۱۴۰/۰۲/۰۵

سایر موضوعات:

• ضرورت بازنگری مصوبه ۴۷۹ شورای رقابت با موضوع تعليق اجرای

تعداد جلسات برگزار شده: ۲۶ جلسه (از جلسه ۴۸۲ مورخ ۱۴۰۱/۰۱/۲۲ تا

جلسه ۷۴۵، ۱۴۰/۰۶/۳۹)

تعداد موضوعات مطرح: ۱۰۰ موضوع

مهمترین موضوعات شورای رقابت (از فروردین تا شهریور ۱۴۰۰)

• نهایی‌سازی دستورالعمل داخلی شورای رقابت مصوب جلسه ۴۸۷

مورخ ۱۴۰/۰۲/۲۵ (مصطفوی)

موضوعات مهم جاری:

• ضرورت بازنگری مصوبه ۴۷۹ شورای رقابت با موضوع تعليق اجرای



- | | |
|---|---|
| • موقوعات میم جاری هیأت تجدیدنظر (از فروردین تا شهریور ۱۴۰۱) | کالای تجدید ساخت شده یا دست دوم به جای کالای نو، موضوع جلسه ۴۹۱ حقوقی با حضور قضات همراه و هیأت و عضو حقوقدان) جلسه ۴۹۱- |
| • اخلال در رقابت و بروز رویه ضد رقابتی (شکایت علی جباری به طرفیت سازمان نظام مهندس ساختمان استان سمنان) رأی ۴۷۶ شورا | جلسه ۵۰۰ مورخ ۰۵/۰۵/۱۴۰۱ رسیدگی به موضوع شکایت در خصوص واگذاری پروژه‌های پژوهشی |
| • توقف رویه ضد رقابتی (شاکی، شرکت شبکه گستران سبز پرشیا، به طرفیت شرکت پرداخت الکترونیک سامان کیش) رأی ۴۸۵ شورا | موضوع جلسه ۵۰۱ مورخ ۱۱/۰۵/۱۴۰۱ بررسی محدود سازی چوچه‌های یک روزه و پیامد آن بر بازار موضوع |
| • دستور رسیدگی مجدد از طرف دیوان عدالت اداری در مورد تحove تعیین قیمت پیش فروش خودرو / رأی ۴۷۳ شورا | جلسه ۵۰۲ شورای رقابت مورخ ۲۵/۰۵/۱۴۰۱ رسیدگی به شکایت از بیمه در خصوص صدور مجوز نمایندگی. |
| • تجدیدنظر خواهی در خصوص تصمیم جلسه ۴۷۹ شورای رقابت در خصوص دستورالعمل تنظیم قیمت سرویس‌های جانی شرکت‌های فجر و مسین انرژی خلیج فارس، و تأیید رأی شورای رقابت توسط اعضا هیأت تجدیدنظر طبق دادنامه شماره ۱۰۴ مورخ ۱۴۰۱/۰۶/۱۴ | بررسی مجدد رگولاتوری برق و گفتمان اعضا شورای رقابت در خصوص اقتصاد کشور و ایجاد فضای مطالبه گرانه موضوع جلسه ۵۰۳ شورای رقابت مورخ ۰۶/۰۵/۱۴۰۱ دعوت از آفای دکتر سیاح (رئيس مرکز ملی مطالعات، پایش و بهبود محیط کسب و کار وزارت امور اقتصادی و دارایی) و گفتگو در خصوص مجوزهای کسب و کار موضوع جلسه ۵۰۶ شورای رقابت مورخ ۲۲/۰۶/۱۴۰۱ رسیدگی به مجوز پیره بردادی خانه مسافر و رسیدگی به شکایت از شرکت گلدنیران در خصوص قیمت فروش کالای محبوب از طریق معرفی |

جوهر روابط عمومی

یک از دغدغه‌های ریاست مرکز در دوره سوم شورا، شناخته شدن شورا و مرکز ملی رقابت و کارکردهای آن در جامعه است. ما با انتشار این گاهنامه، در تلاش هستیم در جهت تحقق مطلوب این هدف، یاری‌سان باشیم و در راستای تحقق فرهنگسازی مطلوب که یکی از کارکردهای روابط عمومی رشیدیافته است، گامی پیشرو برداریم.

ما با الهام از اخلاق حرفه‌ای به این ارزش‌ها پایبندیم:

- صداقت، امانتداری و رازداری
- توجه به کرامت انسانی و رشد معنوی کارکنان و مخاطبان
- اهتمام ویژه به اطلاع‌رسانی منصفانه و حفظ مصالح و منافع عموم
- نظم‌گرایی، وقت‌شناصی و احترام به قوانین و مقررات و استانداردها
- ارج نهادن به نیروی انسانی شایسته با نگرش دانش محور در فعالیت‌های حرفه‌ای
- حفظ آبروی افراد و رعایت حریم خصوصی در اطلاع‌رسانی و اطلاع‌یابی

روابط عمومی مرکز ملی رقابت از سال ۱۳۸۹ همزمان با تأسیس شورا و مرکز ملی رقابت فعالیت خود را آغاز کده است. ما در روابط عمومی با اینکه به اصول اخلاقی و رسالت حرفه‌ای از یک سو عهد دار ایجاد، تسهیل و توسعه تعامل سازنده بین کارکنان و مدیران بوده و از سوی دیگر برای ایجاد و حفظ رابطه مطلوب و سازنده بین شورا و مرکز ملی رقابت و جامعه، می‌کوشیم. از نظر ما، یکی از راه‌های توسعه و ارتقای جایگاه شورا و مرکز ملی رقابت در جامعه، برقراری روابط مطلوب و کارآمد با بهره‌گیری از ایزارها و فنون ارتباطی نوین است.



«معرفی معاونت اقتصادی و توسعه رقابت» شورا و مرکز ملی رقابت

سپریست معاونت اقتصادی و توسعه رقابت

آمریکا با نام FTC (federal trade commission) و در ایالات متحده CMA (Competition & Market Authority) گزارشات متعددی از وضعیت رقابتی بازارهای مختلف تهیه نموده است. همچنین تشکیل کارکرودهای تخصصی پیرامون موضوعات مورد بررسی تفاوت در حوزه اختیارات شوراهای رقابت می‌شود. بدین دلیل که موضوع تنظیم‌گری، موضوعی فراگوای است و در آن هر سه موضوع تئین، اجرا و قضا وجود دارد؛ حوزه اختیارات شورای رقابت در کشورهایی که نظام حقوقیان در چارچوب تکیک قوانست، با کشورهای غاقد تشکیک قوا، متفاوت است.

در کشور ما هرچند خیلی دیر امادرا اوخر دده هشتاد، پس از حرکت کشور به سمت خصوصی‌سازی، موضوع تنظیم‌گری و بخصوص تنظیم‌گری رقابت مطرح شده و فصل نهم قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۶ قانون اساسی، به موضوع رقابت اختصاص پیدا کرد.

ملی رقابت فعالیت می‌کند. معاونت اقتصادی و توسعه رقابت تائیون گزارشات متعددی از وضعیت رقابتی بازارهای مختلف تهیه نموده است. در شورا از دیگر فعالیتهای این معاونت است. از جمله کارکرودهای تخصصی تشکیل شده در معاونت اقتصادی و توسعه رقابت می‌توان به کارکرودهای خودرو، نیرو، پتروشیمی، مخابرات، راه آهن و... اشاره کرد. «تنظیم‌گری» در نظام حکمرانی، از وظایف مهم و محوری دولت بوده و هدف آن تضمین «منفعت عمومی» است. وجود بازار رقابتی نیز یکی از مؤلفه‌های مهم «منفعت عمومی» در اقتصاد است.

برای تحقق بازار رقابتی در دنیا، نهادهای تنظیم‌گر رقابت (شوراهای رقابت) ایجاد شده‌اند. هلاً شورای رقابت در انگلستان با نام جلسات کارشناسی در قالب کارکرودهای تخصصی امکان پیده گیری همه جانبی از اطلاعات کارشناسی و تخصصی دستگاه‌های موجود در زمینه‌های مورد بررسی را فراهم آورده و در چارچوب سیاست‌های مدیریتی مرکز

تنظیم‌گری رقابت، مقوله‌ای کاملاً تخصصی و مبتنی بر قواعد علمی است. برای تنظیم‌گری رقابت چند اصل تحت عنوان اصول تنظیم‌گری رقابت وجود دارد.

اولین اصل، بحث تعریف بازار است. زیرا رقابت، اساساً در بستر بازار اتفاق می‌افتد. در بازار، رقبایی هستند که میان آنها رویه‌ای خدراقبایی اتفاق می‌افتد. اگر قصد تشخیص رویه‌ای خدراقبایی را داشته باشیم، ابتدا باید مشخص کنیم که آیا این رقبا در یک بازار قرار می‌گیرند و می‌توان مفهوم رقیب را به آنها اتفاق کرد یا خیر، به این ترتیب که محدوده‌ها و مزهای (حدود و تغور) بازار کدام است؟ شاخص‌هایی تخصصی برای تعریف بازار به تفصیل در مباحث نظری، علمی، آین نامه‌ها و دستورالعمل‌های اجرایی در دنیا مطرح شده که بر همان اساس حدود و تغور بازار تعیین می‌شود.

بحث دوم از اصول تنظیم‌گری رقابت، سنجش تمرکز بازار است. یعنی آیا رفтар در یک بازار متتمرکز انجام شده است یا خیر، و در این بازار متتمرکز آیا بنگاه‌هایی که دارای قدرت بازاری هستند، این رفtar را انجام داده اند یا خیر. زیرا بنگاه‌هایی که دارای قدرت بازاری هستند، اگر رفتابری را خود بروز دهند، در واقع بر وضعیت سایر بنگاه‌ها نیز تأثیر می‌گذارند. به طور مثال؛ اگر یک بنگاه دارای قدرت بازاری باشد، سهم زیادی از بازار را در اختیار دارد، این بنگاه اگر مقدار یک کالا ایش را کاهش دهد، مقدار کل کالا در بازار کاهش یافته و بر روی قیمت و شرایط در بازار نیز اثر می‌گذارد.

وقتی رفتابری خدراقبایی را بررسی می‌کنیم، در حقیقت بررسی می‌شود که آیا یک بنگاه موقعيت مسلط بازاری و دارای قدرت بازاری (Market Power) است یا خیر. به بنگاه‌هایی که دارای قدرت بازاری برجسته و

شفایاً این که فعالین بخش‌های مختلف از رفتابرهای خدراقبایی دارند، نقش مدعی‌العموم بودن شورای رقابت را نیز ایفا کند. رفتابرهای ضد رقابیتی باید آنها نطبق می‌گویند. وقتی میزان تمرکز بازار و قدرت بازاری بنگاه‌ها را محاسبه کردیم، آن موقع رفتابرهای ضد رقابیتی را با آنها نطبق می‌دهیم. رفتابرهای ضد رقابیتی معمولاً توسط بنگاه‌های دارای موقعیت مسلط و یا توسط دستگاه‌های دولتی انجام می‌شود. به طور مثال ممکن است رویه‌ای خدراقبایی در تخصیص یک سری منابع اتفاق بیافتد. نمونه این رفtar تبعیض‌آمیز، کمک‌های دولتی مانند تسهیلات ارزان قیمت یا فناوری‌هایی اختصاص است که فقط به بعضی از بنگاه‌های فعال در یک بازار اختصاص داده می‌شود. با رفtar تبعیض‌آمیز بعضی از دستگاه‌های دولتی که در صدور مجوزها اتفاق می‌افتد.

بعضی از فعالیت‌های معاونت اقتصادی و توسعه رقابت در مرکز ملی رقابت بخشی از فعالیت معاونت اقتصادی و توسعه رقابت احکامی منتظر با آنها صادر تشخیص رفtar ضد رقابیتی با کمک معاونت فنی و حقوقی است. بعد از تشخیص رفtar ضد رقابیتی نیز، شورای رقابت احکامی منتظر با آنها صادر می‌کند.

در حقیقت معاونت فنی و حقوقی در تطبیق قوانین با رفتابرهای ضد رقابیتی نشیب بسیار تعیین‌کننده‌ای دارد اما معاونت اقتصادی و توسعه رقابت، در پیاده‌سازی اصول تنظیم‌گری رقابت، تشخیص حدود و تغور بازار، سنجش تمرکز در بازار، تشخیص قدرت بازاری و ... نقش دارد در انتها نیز موضوع تطبیق رفتابرهای خدراقبایی با احکام قانونی با کمک معاونت فنی و حقوقی انجام می‌شود.

موارد ذکر شده بالا، فعالیت اصلی معاونت اقتصادی و توسعه رقابت در رسیدگی به رفتابرهای خدراقبایتی است.

معاونت اقتصادی و توسعه رقابت برنامه دارد تا در کنار برمی و پیگیری

شکایاتی که فعالین بخش‌های مختلف از رفتابرهای خدراقبایی دارند، نقش مدعی‌العموم بودن شورای رقابت را نیز ایفا کند. باید توجه داشت، اغلب حوزه‌هایی که شخصیت‌های حقیقی و حقوقی به طرح شکایت در شورای رقابت می‌پردازند، طرح موضوع رفتابرهای خدراقبایتی در سطح خرد بوده و لزوماً بعد کلان نداده. غالباً مباحثت کلان یک مدعی مشخص ندارند، ولی شورای رقابت در جایگاه مدعی‌العموم باید در این مباحثت کلان ورود کند. به طور مثال شورای رقابت مسئول ورود و تصمیم‌گیری در حوزه انحصارات متعدد در بخش‌های مختلف کشور مانند واردات (واردات کالاهای اساسی و سایر کالاهای)، خودرو، حوزه ICT است. طبق اصول علمی، به جز حوزه انحصار طبیعی، رفتابر شورای رقابت در سایر حوزه‌ها برای مقابله با رفtar ضد رقابیتی، در گام اول رفع انحصار و سپس ایجاد رقابت است. در ساختار قانونی ایران، شورای رقابت مسئول رسیدگی به رفتابرهای خدراقبایتی است و هنوز مسئول بروترف کردن انحصار نیست و رفع انحصار در سطح بالاتر حاکمیت قرار دارد. به طور مثال صدور مجوز واردات خودرو، تغییر تعریفهای واردات یا ایجاد قطب سوم و چهارم در خودروسازی، یا افزایش تعداد اپراتورهای تلفن همراه، مصادق رفع انحصار است که فعلاً در حوزه اختیارات قانونی شورای رقابت نیست.

اما رصد و مراقبت از شرکت‌های دارای موقعیت انحصاری تارفتابر خدراقبایتی انجام ندهند و حق مصرف‌کننده و حقوق مایر بنگاه‌های کوچکی در حوزه فعالیتشان را تضییع نکنند. وظیفه شورای رقابت است که معاونت اقتصادی و توسعه رقابت در انجام این وظیفه کوشای است.

«معرفی معاونت فنی و حقوقی»

شورا و مرکز ملی رقابت

امیرعباس علام الدینی / سرپرست معاونت فنی و حقوقی

شکایت، دلایل و مدافعت طرفین، نتیجه تحقیقات و اقدامات مستقل معاونت و نظر مشورتی نهایی) اعضا شورا را در اتخاذ تصمیم متقن و دقیق و استواری میانی آراء، یاری می‌دهد.

در ادامه و پس از تصمیم گیری شورا، کارشناس حقوقی مستول پرونده پیش‌نویس رأی شورا را تنظیم می‌کند. همچنین در صورت اعتراض شکایان به رأی صادره، کارشناس حقوقی مستول پرونده با حضور و ارائه گزارش به هیأت تجدید نظر و در صورت شکایت از تصمیمات شورا و هیأت تجدید نظر در دیوان عدالت اداری با تنظیم لایحه دفاعیه و پاسخ، در راستای دفاع از آراء مراجع رقابی اقدام می‌کند.

معاونت فنی و حقوقی، علاوه بر رسیدگی به شکایات و ضمن اینکه مرجع تحقیب و تحقیق شورا تلقی می‌شود، به انجام سایر وظایفی نیز که در سازمان‌ها و مؤسسات دولتی بر عهده اداره حقوقی است، می‌پردازد. فعالیت‌هایی نظیر تنظیم مکاتبات، پاسخ به استعلامات و مسئالات سایر

۲. کارشناس مستول پرونده در معاونت حقوقی در عین بی‌طرفی کامل، استقلال و رعایت اصول و مقررات مهم و لازم الاجراي دادرسی

مدنی، با انجام تحقیقات، اقدامات لازم و بررسی کامل پیرامون موضوع شکایت در جهت کشف حقیقت، شرح کاملی از گردش کار موضوع تنظیم و گزارش حاوی ارائه نظر مشورش مستدل و مستند در خصوص مسویتش دعوا، برای ریاست شورا ارسال می‌کند.

۳. در ادامه، گزارش تکمیل شده با رعایت جهات تاریخ صدور و اهمیت موضوع در نوبت طرح در شورا، قرار می‌گیرد.

۴. بنا به مراتب شرح داده شده، این معاونت عملًا نقش دادرسی شورای رقابت و جایگاه مرجع تحقیب این نهاد فرآورده‌ای، شبیه قضایی و تنظیم‌گر عالی را در ایران بر عهده گرفته است.

۵. علاوه بر انجام تحقیقات مقدماتی و اظهارنظر در رد یا وارد یومن شکایت، کارشناس حقوقی مستول رسیدگی پرونده با حضور در جلسه دادرسی و ارایه گزارش جامعی از پرونده (شرح موضوع

یکی از دو معاونت مرکز ملی رقابت که رکن کارشناسی و اجرایی شورای رقابت را بر عهده دارند، معاونت فنی و حقوقی است.

این معاونت از ابتدای تشکیل و شروع فعالیت شورای رقابت در سال ۱۳۸۹، در اجرای یکی از مهمترین فعالیت‌های شورا که تحسین صلاحیت شورا در رسیدگی به شکایات ارتكاب روبه‌های ضد رقابی و خاتمه دادن به جریان آنها است، اینجا نقش کرده است. در همین راستا نیز بخش عمده‌ای از شکایات مطرحه نزد شورای رقابت در این معاونت رسیدگی می‌شود.

گذش کار و روند رسیدگی به شکایات در معاونت فن و حقوقی مرکز به این شرح است:

۱. با وصول شکایات اشخاص یا گزارشات مراجع نظارتی و قضایی از طریق وبسایت شورا یا به صورت تقدیم حضوری، ریاست شورا و مرکز رسیدگی به آنها را به یکی از معاونت‌ها ارجاع می‌دهد.

شورای رقابت و مرکز ملی رقابت



ارائه درخواست اجرا به دادگستری‌ها اختیار و تکلیف قانونی دیگری ندارد، کارشناسان این معاونت با پیگیری‌های مستمر از طریق انجام مکاتبات و جلسات حضوری با مدیران دستگاه‌ها و مقامات مراجع تابعه قوه قضائیه، وزارت ارشاد و معاهدت ذینفعان آراء و الزام محکوم علیهم به اجرای تصمیمات از طرق قانونی، در این حوزه نیز گام‌های روبه جلو و موثری برداشته‌اند.

مراجعت فعالان اقتصادی و دادخواهان به شورا در سال‌های آن، معاونت فنی و حقوقی نیز به بکارگیری کارشناسان خبره بیشتری نیاز خواهد داشت. علاوه بر اقدامات ذکر شده، با استناد به ماده ۷۰ قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۶ قانون اساسی و ماده ۱۹ آینین نامه اجرایی نحوه تحقیق و بازرسی، رسیدگی به شکایات و اجرای آرای شورای رقابت مصوب هیأت وزیران، در خصوص اجرای تصمیمات شورا و هیأت تجدید نظر، علی‌رغم اینکه مرکز ملی رقابت به عنوان رکن اجرایی و کارشناسی شورا به جز

دستگاه‌های اداری، نظارتی و انجام تمامی امور حقوقی شورا و مرکز ملی رقابت، از جمله این فعالیت‌هاست. این در حالی است که معاونت حقوقی مرکز در حال حاضر با حداقل نیروی انسانی و فراتر از ظرفیت کارشناسی و تخصصی خود در حال انجام وظیفه است. با توجه به این نکته که شورا صلاحیت قضایی نسبت به رویه‌های ضد رقابتی بنگاه‌ها و فعالان اقتصادی کلیه بازارهای کالا و خدمات در سراسر کشور، اعم از جغرافیایی و مجازی را دارد و با افزایش طبیعی

«گفت و گو» با نایب رئیس شورای رقابت

مهندس محمود دودانگه

همانند سایر نهادهای مشابه در دنیا، نقش و جایگاه والایی داشته باشد. خواسته بسیار مهم و بزرگی است که نیاز به تلاش و اهتمام بسیاری دارد. البته انتظار می‌رفت در طول دوره اول و دوم شورا این مهم عملی شود که علی‌رغم تلاشها و زحمات اعضا شورا در دوره‌های گذشته هنوز با دستیابی به جایگاه واقعی شورا، فاصله قابل توجهی وجود دارد.

• چه اقدامات و تمدیداتی برای بیهود عملکرد شورای رقابت در دستور کار دوره سوم شورا، در نظر گرفته شده است؟

۱. از نظر بنده شورای رقابت نباید همان رویه‌ای را که در دوره‌های اول و دوم دنبال کرده است، ادامه دهد. بلکه باید تلاش شود نوعی بازمهندسی در نقش، جایگاه و فرآیندهای کاری شورا و احیاناً بازنگری در قوانین و مقرراتی که مبنای فعالیت شورا و مرکز ملی رقابت است. انجام کیرد.

بنابراین اولین اقدام مهم، آسیب‌شناسی نسبت به وضعیت و عملکرد شورا و مرکز ملی رقابت است. طبیعتاً این آسیب‌شناسی

عملکرد آن در دوره‌های مختلف، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. اینکه آیا شورای رقابت از زمان آغاز به فعالیت تاکنون توانسته است به اهداف خود دست یابد یا خیر، سوال مهمی است.

اگر با نگاه کل به عنوان مخاطب ببرونی به این مسئله بنگریم، شورا و مرکز ملی رقابت توانسته است، اثرباری مطلوبی در اقتصاد ایران و توسعه فضای رقابتی کشور داشته باشد. همچنین شورای رقابت توانسته نقش و جایگاهی را که متناسب با قانون و فلسفه شکل‌گیری وجودی اش انتظار می‌رفت، به دست آورد.

بته این موضوع می‌تواند دلایل متعدد و مختلفی داشته باشد. مهم‌ترین دلیل می‌تواند این باشد که موضوع رقابت در اقتصاد ایران، موضوعی مهم، پیچیده و چند بعدی است. به این علت که شاید بسیاری از انحرافات در آن، انحصارات طبیعی است یا به صورت قانونی از طریق دولت و نهادهای دولتی، وزارت‌خانه‌ها و دستگاه‌های دولتی اعمال می‌شود، بنابراین می‌توان بخش قابل توجهی از آن را اقتصاد دولتی تلقی کرد. اگر انتظار داشته باشیم، شورای تازه تأسیس رقابت در ایران نیز

شورای رقابت با طی مسیری دوازده ساله در دوره اول و دوم خود و با کوله‌باری از تجربه سالیان می‌تواند با آسیب‌شناسی عملکرد پیشین، رفع موانع، ارائه و اجرای برنامه‌های تو و مازنده، نقش مؤثر در اقتصاد ایران ایفا کند. شناخت آسیب‌ها و جالش‌ها، همیشه می‌تواند چراغ راهی برای بیهود عملکرد هر حوزه‌ای باشد. با محمود دودانگه، صاحب نظر حوزه تجارت و نایب رئیس محترم شورای رقابت، در زمینه جایگاه شورا و مرکز ملی رقابت، آسیب‌های موجود، اقدامات و تمدیدات مهم برای رفع جالش‌ها و ... به گفت و گو نشستیم.

آنچنانی با نگاه نکته‌سنجد و نظرات ارزشمند ایشان، به طور حتم در بیهود عملکرد شورا و مرکز ملی رقابت مؤثر خواهد بود. متن کامل گفت و گو را در ادامه می‌خوانید.

• نظر شما در مورد جایگاه شورای رقابت در کشور چیست؟ آیا تا به حال شورای رقابت در زمینه مبارزه با انحصار موفق عمل کرده است؟ تبیین فلسفه وجودی شورا و مرکز ملی رقابت و پایش و بررسی

موجب می‌شود ما به میزان دستیابی به اهداف اولیه و فلسفه وجودی شورای رقابت، پی‌بریم.

در حال حاضر با آنچه که قانونگذار برای شورا و مرکز تبیین کرده، فاصله وجود دارد و برای اینکه جایگاه مناسب و شایسته شورا در ابعاد مختلف، فراهم شود، تدوین یک نقشه راه مناسب، ضروری است.

در دوره سوم بالین نقشه راه، می‌توان رویکرد شورای رقابت را ز حالتی که نگاه منفعلانه و خرد به مسائل دارد، اصلاح کرده و رویکرد آن را به رویکردی فعالانه و پیشرو تغییرداد. به این ترتیب، لازم است شورای رقابت قبل از شکل‌گیری انحصار در حوزه‌های مختلف، ورود کند و با برنامه‌ریزی و اقدامات ضروری مانع ایجاد انحصار شود.

فرآیندی که عمدها در حال حاضر پیگیری می‌شود، اینگونه نیست.

در حال حاضر موضوع یا هکایت توسعه ذیفع به شورا و مرکز ملی رقابت ارجاع می‌شود. آنگاه متناسب با آن موضوع، طی یک فرآیند طولانی که قابل توجیه نیست، تصمیمی توسعه شوراگرفته می‌شود.

در نهایت و پس از تصمیم‌گیری و صدور حکم نیز حتی گاهی موضوع مطرح شده دیگر فلسفه وجودی خود را از دست داده است.

باید مقایسه‌ای بین وضعیت موجود شورای رقابت در اقتصاد ایران و وضعیت شورا و نهادهای شبیه شورا و تنظیم‌گران دیگر در سایر کشورها انجام شود. بدینه است که به طور طبیعی فاصله‌ای بین این دو وجود دارد. سرانجام با توجه ویژه به این تفاوت و فاصله که براساس مطالعات بین المللی به آن دست یافته‌ایم، باید فاصله و شکاف موجود را از بین برد.

۳. شورای رقابت باید از ظرفیت، توانمندی و دانش بخش‌های مختلف اقتصادی، حداکثر بودگیری و استفاده را داشته باشد. باید دقت داشت، وقتی شورا و مرکز ملی رقابت از کلیت اقتصاد کشور جدا دیده می‌شود. آنگاه لازم است برای بررسی‌ها، جمع‌بندی‌ها و تصمیم‌گیری‌ها، خود رأساً ورود عمیق به موضوع داشته باشد.

این انحصار شناسایی و رفع هود. به این صورت با مدیریت لازم توسط شورا، رقابت پذیری در آن بخش حاکم شود.

۵. در نهایت به نظر می‌رسد شورای رقابت باید برای ایجاد فضای مطالعاتی‌گرانه، به صورت سالانه همایش را برگزار کند تا در این همایش بخش‌های مختلف اقتصادی و دستگاه‌های مختلف، حضور یافته و گزارش فعالیتشان را در راستای رفع انحصار و توسعه رقابت ارائه کنند. به این ترتیب و با اجرای این موضوع، همه فعالان اقتصادی منتظر هستند تا به صورت منظم و مستمر وضعیت رقابت‌پذیری در ایران را به تهکیک بخش‌های مختلف و صنایع مختلف به شورای رقابت گزارش کرده و هر سال این وضعیت بهبود بیندازند. اینکه شورای رقابت هیچ ظهور، بروز و فعالیتی در کلیت اقتصاد ایران نداشته باشد، نقطه ضعی جدی است. بنابراین در دوره سوم شورا قصد داریم و تلاش می‌کنیم در عمل، با رفع این مستله، نگاه و رویکرد فعالانه را در شورا و مرکز ملی رقابت تهادینه کنیم.

۶. استفاده از ظرفیت رسانه و ابزارهای موجود در این خصوص نزد

موضوعی است که در دستور کار شورا است و ضروری است برای

توسعه رقابت و رفع انحصار از همه ابزارهای موجود استفاده نموده و

رقابت‌پذیری را در بخش‌های مختلف دولتی و خصوصی نهادینه کرد.

۷. مشارکت مؤثر نمایندگان مجلس در خصوص توسعه و نهادینه کردن

رقابت در اقتصاد کشور و شکل دادن جریان تقنی در جهت فراهم

کردن زمینه و زیرساخت‌های مرتبط. در چارچوب فرآکسیون رقابت

پذیری نیز موضوعی است که در دستور کار قرار دارد.

بنابراین باید ارتباط و اتصال بین شورای رقابت و سامانه‌های ملی

برقرار شود. تا این شورا بتواند از تجمعی اطلاعات این سامانه‌ها به

اشرافی در مورد رقابت و انحصار در کل زنجیره‌ها دست یافته و هر

زمانی که لازم بود به صورت فعالانه ورود داشته و تصمیم‌گیری کند.

نه اینکه مانند آنچه تاکنون اتفاق افتاده، شورای رقابت منتظر بماند

تا اشخاص حقیقی یا حقوقی در حوزه‌های مختلف به آن مراجعه و

طرح دعوا کنند. در این زمان، در حقیقت کار از کار گذشته است و

تصمیم‌گرفته می‌شود که لزوماً مفید فایده نیست.

۴. شورای رقابت باید تلاش کند با استفاده از ظرفیت دستگاه‌ها و

بخش‌های مختلف، نقشه راه توسعه فضای رقابتی را در کشور تدوین

کرده و به طور مستمر این نقشه راه را پایش کند. با این روش، اکر

انحصار در بخش‌های مختلف وجود دارد. در یک چارچوب مشخص،

بنامدها و تمدیدات جدید در دوره سوم، چگونه پیگیری و اجرا

خواهد شد؟ آیا اجرای این بنامه‌ها توسط شورای رقابت هدایت می‌شود؟

شورای رقابت در دوره جدید بنامه‌های گسترشده‌ای دارد که در اجرای

آنها نیازمند مشارکت جدی دستگاه‌های دولتی، حاکمیتی و فعالان

COMPETITION سال اول | پیش شماره یکم | میر ماه ۱۴۰۱

از طرف دیگر پایش نحوه اجرای تصمیمات شورا نیز دارای اهمیت فوق العاده است. وقتی شورای رقابت تصمیماتی را اتخاذ کرده و احکامی را صادر می‌کند، باید این مصوبات و تصمیمات از ابتدا تا انتها، پایش و بررسی شود تا بر اساس آن اطمینان حاصل شود که این تصمیمات آیا در عمل توانسته اهداف مورد نظر شورا را محقق کند یا خیر. لذا باید سامانه‌ای وجود داشته باشد تا برنامه‌ها و اقدامات شورا را، از ابتدا تا انتها پایش و در تهاتی نحوه اجرا و کنترل‌های بعدی آن را نیز مورد تحلیل قرار دهد. به این صورت نظارت جامع و کاملی بر عملکرد عملکرد شورا و تصمیمات آن خواهیم داشت.

- **مانع‌ها و آسیب‌های موجود در اجرای مصوبات شورای رقابت چیست و چه راهکارهایی برای رفع آنها وجود دارد؟**

به نظر منرسدیکی از دلایل مهم در این خصوص بی‌توجهی به ظرفیت‌های شورای رقابت است. قانون مورد استناد شورای رقابت، ظرفیت‌های گسترده‌ای را پیش‌بینی نموده است و این امکان وجود دارد تا با استفاده از ظرفیت‌های موجود و در صورت ضرورت، تعامل و همکاری لازم با نهادهای ذیرپیغام، اهداف مورد نظر را محقق نمود. شورای رقابت ابزارهایی را در اختیار دارد که در اقتصاد ایران بی‌بدیل است و مهمترین آن، استقلال شورا، حضور صاحب‌نظران از بخش‌های مختلف و امکان اتخاذ تصمیمات کلان در جهت تهادیه کردن رقابت و رفع انحصارات است که به نظر منرسد این ظرفیت‌ها کمتر مورد استفاده قرار گرفته است.

رأساً توسعه شورای رقابت انجام نشده و صرفاً بر اساس شکایات مطروحه بوده است. آیا تغییری در این رویه در دوره سوم شورای رقابت وجود خواهد آمد؟

باید با در نظر گرفتن ظرفیت‌های موجود، ساختار با فرآیندهای مرکز ملی رقابت را به گونه‌ای طراحی کنیم که امکان اجرایی کردن همه مأموریت‌ها و تکالیف قانونی‌ای که در فصل نهم سیاست‌های کلی اصل ۴۴ پیش‌بینی شده است، وجود داشته باشد. مثلاً با اینکه در قانون پیش‌بینی شده است، شورای رقابت باید رأساً به بازارهای انحصاری ورود کند اما تابحال کمتر از این ظرفیت استفاده شده است، با وجود اینکه این موضوع بسیار مهم و کلیدی است. برای ارتقای نقش و جایگاه رقابت حتماً باید از همه ظرفیت‌های قانونی استفاده شود تا موضوع بسیار مهم رقابت و رفع انحصار در اقتصاد ایران، نهادینه شود.

- در ماده ۶ فصل نهم اصل ۴۴، بد اختیارات شورا برای بازرسی و تحقیق اشاره شده است. اما تابحال بخش بازرسی برای حسن اجرای مصوبات شورای رقابت فعل نبوده است، در دوره سوم چه اقدام و راه حلی برای عملیاتی شدن آن در نظر گرفته می‌شود؟

یکی از قابلیت‌های مهم شورای رقابت، امکان استفاده از ظرفیت تحقیق و بازرسی در حوزه‌های مختلف برای پایش وضعیت و عملکرد رقابت‌بنی‌ری و رفع انحصارات است. استفاده از این قابلیت برای تضمین اهداف شورای رقابت ضروری است و لازم است ساز و کار لازم برای تحقق این موضوع در ساختار مرکز ملی رقابت پیش‌بینی شود.

اقتصادی است. از طرف دیگر در راستای اجرای برنامه‌ها، بایستی هر کدام از معاونت‌های اقتصادی و توسعه رقابت و فنی و حقوقی در مرکز ملی رقابت، برنامه‌های مشخص و مخصوص خود را داشته باشند تا بتوان در قالب آن برنامه‌ها، تمامی تغییرات، تحولات و اقداماتی که جزو وظایف شورا و مرکز ملی رقابت بوده و تصمیم به انجام آن است، پیگیری و دنبال شود.

اگر بر اساس همان رویه پیشین، معاونت‌های اقتصادی و توسعه رقابت و فنی و حقوقی فقط نگاه به پرونده‌های مطروحه داشته باشند، روشی مناسب و کافی نیست. برنامه داشتن در شورا و مرکز ملی رقابت از اهمیت ویژه‌ای پرخوردار است. اگر نگاه برنامه‌ای وجود داشته باشد، بعد از طی یک دوره زمانی شش ماهه تا دو ساله، می‌توانیم بررسی کنیم، می‌خواستیم به کجا برسیم و اگرnon در کجا قرار داریم، سپس بر همین اساس و به طور مستمر، می‌توان به اصلاح عملکرد شورا و مرکز ملی رقابت پرداخت. چون تابحال این نگاه برنامه‌ای وجود نداشته و یا کمنگ بوده است، هر کاری در شورا و مرکز ملی رقابت انجام شده است، به همان رضایت داده‌ایم.

- بر اساس ماده ۶۲ فصل نهم اصل ۴۴ سیاست‌های کلی قانون اساسی، «شورای رقابت تنها مرجع رسیدگی به رویه‌های ضد رقابتی است و مکلف است رأساً یا بر اساس شکایت هر شخصی اعم از حقوقی یا حقوقی...بررسی و تحقیق در خصوص رویه‌های ضد رقابتی را آغاز و در چارچوب ماده ۶۱ این قانون تصمیم بگیرد». ولی تاکنون ورود به بازارها و رصد رویدهای ضد رقابتی و ایجاد انحصار

تصاویر منتخب ماه / شورا در تصویر



تصاویر منتخب ماه / شورا در تصویر



تصاویر منتخب ماه / شورا در تصویر





آدرس: تهران، شهرک غرب، خیابان ایوانک شرقی، خیابان زرافشان شمالی، ساختمان هماده ۷۵، هوا و مرکز ملی رقابت ریاست جمهوری
کدپستی: ۱۴۶۲۸۲۳۳۱۳ | تلفن: ۰۸۸۰۸۹۵۲۵ | ایمیل: info@nqcc.gov.ir | وبسایت: Nqcc.gov.ir

