

Research Paper

Investigating the Legal Aspects of the Emergence of Deceptive Competition in E-Commerce and Its Enforcement Guarantees

Reyhaneh.kazemkhani¹ , seyed hasan mosavi hashemi² 

1-Master of Law Student, Ahvaz Branch, Islamic Azad University, Ahvaz, Iran.

2- Department of Law, Faculty of Humanities, Ahvaz Branch, Islamic Azad University, Ahvaz, Iran.

Receive:

16 August 2025

Revise:

06 Sept 2025

Accept:

13 Sept 2025

Published online:

19 Sept 2025

Abstract

With the expansion of e-commerce in Iran, a new competitive environment has been formed among digital businesses in which unfair and deceptive behaviors, as emerging challenges, threaten the health of the market and consumer rights. Deceptive competition in this context includes a range of deceptive actions such as misleading advertising, damaging competitors' brands, unfair exploitation of user data, and deceptive pricing, which often occur in a legal vacuum and weak institutional supervision. The purpose of this research is to examine the legal, institutional, and executive dimensions of deceptive competition in Iranian e-commerce and to provide an analytical framework for recognizing and combating them. The research method is descriptive-analytical and uses library resources, legal documents, comparative studies, and case analysis of the behavior of Iranian platforms. The research findings show that the existing laws in Iran are mainly designed for traditional markets and have shown their inefficiency in the face of the complexities of the digital space. Also, executive institutions such as the FATA Police, the E-Commerce Development Center, and the Competition Council, despite their key roles, lack the coordination and technical tools necessary to effectively deal with unfair competition. Analysis of the behavior of Iranian platforms also showed that some companies, using complex algorithms and big data, engage in behaviors that are examples of unhealthy competition. As a result, dealing with unfair competition in Iranian e-commerce requires amending laws, strengthening regulatory institutions, developing technical infrastructure, and promoting a culture of healthy competition. By providing a multi-layered framework, this research will pave the way for the formulation of effective policies in the field of digital competition regulation.

Keywords:

E-commerce,
unfair competition,
competition law,
digital platforms.

Please cite this article as (APA): kazemkhani.R, mosavi hashemi.Sh. (2025). Investigating the Legal Aspects of the Emergence of Deceptive Competition in E-Commerce and Its Enforcement Guarantees. *Journal of Business law and economics*, (2) 3, 489-505.

Sponsored by: Institute of Somamos Publications

[10.22034/jble.2025.548337.1027](https://doi.org/10.22034/jble.2025.548337.1027)



Corresponding Author: seyed hasan mosavi hashemi

<https://orcid.org/0009-0005-7859-7122>



Email: Sh.mosavi.hashemi@iau.ac.ir

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).





مقاله پژوهشی

بررسی جنبه‌های حقوقی بروز رقابت مکارانه در تجارت الکترونیک و ضمانت اجراهای آن

ریحانه کاظم خانی^۱ ID، سید حسن موسوی هاشمی^۲ ID

۱- کارشناسی ارشد حقوق، واحد اهواز، دانشگاه آزاد اسلامی، اهواز، ایران.

۲- گروه حقوق، دانشکده علوم انسانی، واحد اهواز، دانشگاه آزاد اسلامی، اهواز، ایران.

<p>چکیده</p> <p>با گسترش تجارت الکترونیک در ایران، فضای رقابتی جدیدی میان کسب‌وکارهای دیجیتالی شکل گرفته که در آن رفتارهای غیرمنصفانه و مکارانه به‌عنوان چالش‌های نوظهور، سلامت بازار و حقوق مصرف‌کننده را تهدید می‌کنند. رقابت‌های مکارانه در این بستر شامل طیفی از اقدامات فریبنده مانند تبلیغات گمراه‌کننده، تخریب برند رقبا، بهره‌برداری ناعادلانه از داده‌های کاربران، و قیمت‌گذاری فریبنده است که اغلب در خلأ قانونی و ضعف نظارت نهادی رخ می‌دهند. هدف این پژوهش، بررسی ابعاد حقوقی، نهادی و اجرایی رقابت‌های مکارانه در تجارت الکترونیک ایران و ارائه چارچوبی تحلیلی برای شناخت و مقابله با آن‌هاست. روش تحقیق به‌صورت توصیفی-تحلیلی و با بهره‌گیری از منابع کتابخانه‌ای، اسناد قانونی، مطالعات تطبیقی و تحلیل موردی رفتار پلتفرم‌های ایرانی انجام شده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهند که قوانین موجود در ایران عمدتاً برای بازارهای سنتی طراحی شده‌اند و در مواجهه با پیچیدگی‌های فضای دیجیتالی، ناکارآمدی خود را نشان داده‌اند. همچنین، نهادهای اجرایی مانند پلیس فتا، مرکز توسعه تجارت الکترونیک و شورای رقابت، با وجود نقش‌های کلیدی، فاقد هماهنگی و ابزارهای فنی لازم برای مقابله مؤثر با رقابت‌های مکارانه هستند. تحلیل رفتارهای پلتفرم‌های ایرانی نیز نشان داد که برخی شرکت‌ها با استفاده از الگوریتم‌های پیچیده و داده‌های کلان، اقدام به رفتارهایی می‌کنند که مصداق رقابت ناسالم‌اند. در نتیجه، مقابله با رقابت‌های مکارانه در تجارت الکترونیک ایران نیازمند اصلاح قوانین، تقویت نهادهای نظارتی، توسعه زیرساخت‌های فنی، و ارتقای فرهنگ رقابت سالم است. این پژوهش با ارائه چارچوبی چندلایه، زمینه‌ساز تدوین سیاست‌های مؤثر در حوزه تنظیم‌گری رقابت دیجیتالی خواهد بود.</p>	<p>تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۴/۲۵</p> <p>تاریخ بازنگری: ۱۴۰۴/۰۶/۱۵</p> <p>تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۶/۲۲</p> <p>تاریخ انتشار آنلاین: ۱۴۰۴/۰۶/۳۰</p>
	<p>کلید واژه‌ها:</p> <p>تجارت الکترونیک، رقابت مکارانه، حقوق رقابت، پلتفرم‌های دیجیتالی.</p>

لطفاً به این مقاله استناد کنید (APA): کاظم خانی، ریحانه، موسوی هاشمی، سید حسن. (۱۴۰۴). بررسی جنبه‌های حقوقی بروز رقابت مکارانه در تجارت الکترونیک و ضمانت اجراهای آن، *دانشنامه حقوق کسب و کار و اقتصاد*، ۳(۲)، ۴۸۹-۵۰۵.

	10.22034/jble.2025.548337.1027	تحت حمایت: موسسه انتشاراتی ساموس
	https://orcid.org/0009-0005-7859-7122	نوسنده مسئول: سید حسن موسوی هاشمی
	این مقاله تحت شرایط https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/deed.fa قابل بازنشر است.	ایمیل: Sh.mosavi.hashemi@iau.ac.ir



مقدمه

در عصر تحول دیجیتال، تجارت الکترونیک به عنوان یکی از مهم‌ترین دستاوردهای فناوری اطلاعات، ساختارهای سنتی بازار را دگرگون کرده و الگوهای جدیدی از تعاملات اقتصادی را پدید آورده است. این تحول، ضمن تسهیل فرآیندهای تجاری، چالش‌های نوینی را نیز در حوزه تنظیم‌گری و حقوق رقابت ایجاد کرده است. یکی از مهم‌ترین این چالش‌ها، ظهور رقابت‌های مکارانه در فضای دیجیتال است؛ رفتارهایی که با بهره‌گیری از ابزارهای فناورانه، الگوریتم‌های پنهان و داده‌های کلان، به جای ارتقای کیفیت و نوآوری، بر حذف رقبا و فریب مصرف‌کنندگان تمرکز دارند (طباطبائی‌نژاد و عرفان‌منش، ۱۳۹۹: ۱۷).

رقابت‌های مکارانه در تجارت الکترونیک، به واسطه ویژگی‌هایی چون ناشناس بودن طرفین، سرعت بالای تبادل اطلاعات، و پیچیدگی فنی پلتفرم‌ها، از شناسایی و کنترل دشواری برخوردارند. مصادیقی چون تبلیغات گمراه‌کننده، قیمت‌گذاری تبعیض‌آمیز، حذف رقبا از نتایج جست‌وجو، و استفاده غیرمجاز از داده‌های کاربران، نمونه‌هایی از این رفتارها هستند که در ادبیات حقوقی تحت عنوان «اعمال ضد رقابتی نوین» شناخته می‌شوند (نجفی‌اصل و زینلی، ۱۳۹۲: ۵).

در ایران، با وجود تصویب قانون تجارت الکترونیکی (۱۳۸۲) و قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی (۱۳۸۷)، هنوز چارچوب حقوقی جامعی برای مقابله با رقابت‌های مکارانه در فضای دیجیتال تدوین نشده است. ضعف در تعریف دقیق این رفتارها، نبود ضمانت اجراهای مؤثر، و فقدان نهادهای تخصصی نظارت‌گر، موجب شده است که بسیاری از این اقدامات بدون پاسخ حقوقی باقی بمانند (طباطبائی‌نژاد و عرفان‌منش، ۱۳۹۹: ۲۲).

از سوی دیگر، تجربه کشورهای پیشرو در تنظیم‌گری رقابت دیجیتال، نشان می‌دهد که مقابله با رقابت‌های مکارانه نیازمند بازنگری در مفاهیم سنتی حقوق رقابت، توسعه ابزارهای فناورانه نظارت، و ایجاد نهادهای تخصصی با اختیارات اجرایی گسترده است (OECD, 2022: 11). در این کشورها، نهادهایی چون «اداره رقابت دیجیتال» یا «شورای تنظیم بازارهای آنلاین» با بهره‌گیری از داده‌کاوی، هوش مصنوعی و تحلیل الگوریتم‌ها، رفتارهای ضد رقابتی را شناسایی و کنترل می‌کنند.

اهمیت پرداختن به این موضوع در ایران، از آن‌جا ناشی می‌شود که تجارت الکترونیک به یکی از ارکان اصلی اقتصاد ملی تبدیل شده و سلامت رقابت در این حوزه، نقش تعیین‌کننده‌ای در جذب سرمایه‌گذاری، ارتقای نوآوری، و اعتماد عمومی دارد. در غیاب تنظیم‌گری مؤثر، رقابت‌های مکارانه می‌توانند موجب انحصارگرایی، کاهش کیفیت خدمات، و تضعیف حقوق مصرف‌کنندگان شوند (نجفی‌اصل و زینلی، ۱۳۹۲: ۸).

بر این اساس، پژوهش حاضر با هدف بررسی ابعاد حقوقی، نهادی و اجرایی رقابت‌های مکارانه در تجارت الکترونیک ایران انجام شده است. پرسش‌های اصلی تحقیق عبارت‌اند از:

رقابت‌های مکارانه در فضای تجارت الکترونیک ایران چه مصادیقی دارند؟

قوانین و مقررات موجود تا چه اندازه توانایی شناسایی و مقابله با این رفتارها را دارند؟



نهادهای اجرایی و نظارتی چه نقشی در کنترل رقابت‌های ناسالم ایفا می‌کنند؟

چه خلأهایی در ساختار حقوقی و نهادی ایران برای مقابله با رقابت‌های مکارانه وجود دارد؟

برای پاسخ به این پرسش‌ها، پژوهش با رویکردی توصیفی-تحلیلی و با بهره‌گیری از منابع کتابخانه‌ای، اسناد قانونی، مطالعات تطبیقی و تحلیل موردی رفتار پلتفرم‌های ایرانی انجام شده است. ساختار پایان‌نامه شامل پنج فصل است: فصل اول به کلیات تحقیق اختصاص دارد؛ فصل دوم به مبانی نظری و حقوقی رقابت در فضای دیجیتال می‌پردازد؛ فصل سوم به بررسی مصادیق رقابت‌های مکارانه در ایران اختصاص دارد؛ فصل چهارم نقش نهادهای اجرایی و نظارتی را تحلیل می‌کند؛ و فصل پنجم به جمع‌بندی و ارائه پیشنهادها و اصلاحی می‌پردازد.

خلأهای تقنینی در حقوق ایران

نبود مقررات اختصاصی برای تجارت الکترونیک

یکی از خلأهای جدی در زمینه تنظیم رقابت در فضای دیجیتال، نبود مقررات اختصاصی و جامع برای تجارت الکترونیک است. قانون تجارت الکترونیکی مصوب ۱۳۸۲، هرچند نخستین گام در شناسایی مبادلات دیجیتال محسوب می‌شود، اما به دلیل اقتباس محدود از قانون نمونه آنسیترال، فاقد ظرفیت لازم برای پوشش رفتارهای نوین تجاری در بسترهای الکترونیکی است. این قانون عمدتاً بر مفاهیمی مانند داده‌پیام، امضای الکترونیکی، امنیت اطلاعات، و صحت قراردادهای دیجیتال تمرکز دارد و هیچ‌گونه مقرراتی درباره رقابت، تبلیغات، مالکیت فکری، یا مسئولیت پلتفرم‌ها در فضای دیجیتال ارائه نمی‌دهد (مرکز پژوهش‌های مجلس، ۱۳۸۲؛ قانون، ۱۴۰۳).

در عمل، این خلأ موجب شده است که رفتارهایی مانند تقلید برند در شبکه‌های اجتماعی، دستکاری الگوریتم‌های موتور جستجو، لینک‌دهی فریبنده، و استفاده غیرمجاز از دامنه، خارج از شمول قانون باقی بمانند یا صرفاً با تفسیر موسع از قواعد سنتی قابل پیگرد باشند. این وضعیت، نه تنها موجب سردرگمی قضات و فعالان اقتصادی شده، بلکه زمینه‌ساز گسترش رقابت مکارانه و تضعیف اعتماد عمومی به تجارت دیجیتال نیز بوده است (IVSI، ۱۴۰۳).

ضعف در اجرای قوانین موجود

ضعف در اجرای قوانین موجود در نظام حقوقی ایران، به‌ویژه در حوزه تجارت الکترونیک، یکی از موانع اساسی در تحقق حکمرانی مطلوب، رقابت سالم، و اعتماد عمومی به نهادهای قانونی است. این ضعف نه تنها به ناکارآمدی ساختارهای اجرایی منجر شده، بلکه موجب گسترش رفتارهای غیرقانونی در فضای دیجیتال و تضعیف حقوق مصرف‌کنندگان و فعالان اقتصادی نیز شده است. بررسی‌های اخیر نشان می‌دهد که این مشکل ریشه در مجموعه‌ای از عوامل تقنینی، نهادی، و فرهنگی دارد که در ادامه به صورت منسجم و مستند تحلیل می‌شود.

نخستین عامل، تورم و پراکندگی قوانین است. (ابریشمی‌راد و اسدی‌اوجاق، ۱۴۰۱: ۱۲).

عامل دوم، فقدان ضمانت اجرای مؤثر برای بسیاری از قوانین است. (درویشی و زینالی‌اقدام، ۱۳۹۳: ۴۵).



عامل سوم، عدم تناسب قانون با اقتضائات اجرایی و نیازهای جامعه است (عبداله‌زاده شهربابکی، ۱۳۹۸: ۳۰۲).
 عامل چهارم، تعارض منافع و ضعف هماهنگی نهادی در اجرای قوانین است. (عبدالاحد و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۸).
 در نهایت، کیفیت پایین تدوین قوانین نیز از عوامل مهم ضعف اجرایی است. نبود مطالعات کارشناسی، مشارکت ذی‌نفعان، و ارزیابی‌های پیشینی موجب شده است که برخی قوانین از نظر مفهومی، ساختاری، و زبانی دچار ابهام باشند و قابلیت اجرایی نداشته باشند (گرچی، ۱۳۹۶: ۵).
 برای رفع این چالش‌ها، راهکارهایی مانند تنقیح و به‌روزرسانی قوانین، تدوین ضمانت‌اجراهای مؤثر، افزایش مشارکت ذی‌نفعان در فرآیند قانون‌گذاری، و تقویت آموزش و ظرفیت‌سازی در نهادهای اجرایی پیشنهاد شده‌اند (ابریشمی‌راد و اسدی‌واجق، ۱۴۰۱: ۱۸؛ خالقی، ۱۴۰۱: ۱۵). تحقق این راهکارها نیازمند اراده سیاسی، اصلاح ساختارهای تقنینی، و بهره‌گیری از تجربیات موفق کشورهای دیگر است.

عدم هماهنگی میان نهادهای نظارتی

در نظام حقوقی ایران، یکی از موانع جدی در تحقق نظارت مؤثر بر رفتارهای تجاری در فضای دیجیتال، فقدان هماهنگی نهادی میان مراجع نظارتی است. این ناهماهنگی، نه تنها موجب تداخل وظایف و تعارض عملکردی میان نهادها شده، بلکه اثربخشی قوانین موجود را نیز به شدت کاهش داده است. بررسی‌های اخیر نشان می‌دهد که ساختار نظارت در ایران، به جای آن که مبتنی بر ارتباط نظام‌مند و تقسیم‌کار تخصصی باشد، بیشتر بر اساس عملکردهای موازی، رقابت سازمانی، و فقدان سازوکارهای ارتباطی طراحی شده است (تنگستانی، ۱۴۰۱: ۴).

ضمانت‌اجراهای حقوقی رقابت مکارانه

ضمانت‌اجراهای مدنی

جبران خسارت به رقبا و مصرف‌کنندگان

در نظام‌های حقوقی نوین، حمایت از مصرف‌کنندگان و رقبا در برابر رفتارهای زیان‌بار بنگاه‌های اقتصادی، یکی از ارکان عدالت اقتصادی و اجتماعی تلقی می‌شود. با گسترش بازارهای رقابتی و پیچیدگی روابط تجاری، ضرورت تدوین مقرراتی برای جبران خسارات وارده به این دو گروه بیش از پیش احساس می‌شود. در حقوق ایران، با وجود تصویب قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان، هنوز چالش‌هایی در زمینه احراز و جبران خسارات وجود دارد که نیازمند بررسی دقیق و تطبیقی است (زینعلی، ۱۳۹۸: ۲۳).

ابطال قراردادهای مبتنی بر رقابت مکارانه

در نظام حقوقی ایران، قراردادهایی که مبتنی بر رقابت مکارانه یا ضد رقابتی باشند، به‌ویژه در حوزه‌های تجاری و استخدامی، با چالش‌های جدی در زمینه اعتبار و قابلیت اجرا مواجه‌اند. رقابت مکارانه، به معنای بهره‌گیری از ابزارهای قراردادی برای حذف یا محدودسازی رقبا، در تعارض با اصول بنیادین حقوق رقابت و نظم عمومی اقتصادی قرار دارد. این



نوع قراردادها، اگرچه ممکن است در ظاهر با رضایت طرفین منعقد شوند، اما در واقع با هدف اخلاص در بازار و ایجاد انحصار تنظیم شده‌اند و از این رو، قابلیت ابطال دارند (مهرداد، ۱۴۰۱: ۲۳).

الزام به توقف فعالیت‌های مکارانه

قانون الزام به ثبت رسمی معاملات اموال غیرمنقول، یکی از تحولات بنیادین در نظام حقوقی ایران محسوب می‌شود که با هدف افزایش شفافیت، کاهش دعاوی حقوقی و ارتقاء امنیت معاملات، در سال ۱۴۰۳ به تصویب رسید. این قانون با بهره‌گیری از فناوری‌های نوین نظیر سامانه ثبت الکترونیک اسناد و سامانه «کاتب»، تلاش دارد تا معاملات اموال غیرمنقول را از حالت سنتی و غیررسمی خارج کرده و به سمت ثبت رسمی و قابل پیگیری سوق دهد (بابایی، ۱۴۰۳: ۲۱).

مطابق ماده ۱ این قانون، از یک سال پس از راهاندازی رسمی سامانه ساماندهی اسناد غیررسمی، هرگونه عمل حقوقی اعم از عقد و ایقاع که منجر به انتقال مالکیت، حق انتفاع، حق ارتفاق، وقف، رهن، اجاره به شرط تملیک یا پیش‌فروش ساختمان شود، باید در سامانه ثبت الکترونیک اسناد به ثبت برسد. در غیر این صورت، دعاوی مربوط به این اعمال حقوقی در مراجع قضایی، شبه‌قضایی و داوری قابل استماع نبوده و فاقد اعتبار قانونی خواهند بود (قانون الزام، ۱۴۰۳: ماده ۱).

رفع اثر تبلیغات فریبکارانه

برای بررسی و تحلیل راهکارهای رفع اثر تبلیغات فریبکارانه، می‌توان از منابع معتبر و به‌روز در حوزه تبلیغات، روان‌شناسی متقاعدسازی، و ارتباطات بهره گرفت. در اینجا، با تکیه بر کتب و مقالات علمی منتشرشده در سال‌های اخیر، به صورت منسجم و با جمله‌بندی غیرکلیشه‌ای، به این موضوع پرداخته می‌شود.

تبلیغات فریبکارانه، با بهره‌گیری از تکنیک‌های روان‌شناختی و زبانی، تلاش می‌کند مخاطب را به تصمیم‌گیری‌هایی سوق دهد که لزوماً به نفع او نیست. این نوع تبلیغات با استفاده از اغراق، پنهان‌سازی اطلاعات، یا ارائه داده‌های گمراه‌کننده، اعتماد مخاطب را هدف قرار می‌دهد (چالدینی، ۲۰۲۱: ۴۵). برای مقابله با این پدیده، سه راهکار اساسی پیشنهاد شده است:

افزایش سواد رسانه‌ای مخاطبان:

نظارت و قانون‌گذاری دقیق‌تر

استفاده از تکنیک‌های تست و ارزیابی پیام‌ها:

تحلیل رویه قضایی ایران در دعاوی مدنی

رویه قضایی در نظام حقوقی ایران، به‌ویژه در دعاوی مدنی، نقش فزاینده‌ای در تفسیر و تکمیل قوانین ایفا می‌کند. با وجود آنکه قانون مدنی ایران عمدتاً مبتنی بر قواعد فقهی و اصول حقوق نوشته است، اما در عمل، رویه قضایی به‌عنوان



منبعی غیررسمی ولی مؤثر در شکل‌دهی به فهم قضات از مقررات قانونی شناخته می‌شود (سیاری و زمانی، ۱۴۰۳: ۲۷). این امر به‌ویژه در مواردی که قانون صریح نیست یا با خلأ مواجه است، اهمیت بیشتری می‌یابد.

ضمانت اجرای کیفری

جریمه نقدی و محرومیت از فعالیت تجاری

جریمه نقدی یکی از رایج‌ترین ضمانت‌های کیفری در حوزه جرایم اقتصادی است که در قانون مجازات اسلامی مصوب ۱۳۹۲ با اصلاحات ۱۴۰۳، در قالب درجات تعزیرات طبقه‌بندی شده است. ماده ۱۹ این قانون، جزای نقدی را در هشت درجه مشخص کرده و سقف آن را تا ۹ میلیارد و ۲۰۰ میلیون ریال تعیین کرده است (قانون مجازات اسلامی، ۱۴۰۳: ماده ۱۹). این مجازات در مواردی مانند کتمان درآمد، عدم ثبت‌نام در سامانه مودیان، یا عدم صدور صورتحساب الکترونیکی اعمال می‌شود. برای نمونه، در قانون پایانه‌های فروشگاهی، جریمه نقدی برای عدم صدور صورتحساب، معادل ۱۰ درصد مبلغ فروش یا حداقل دو میلیون تومان تعیین شده است (ده‌نهاد، ۱۴۰۳: ۱۸). همچنین، محرومیت از مشوق‌های قانونی و تسهیلات مالیاتی نیز به‌عنوان ضمانت اجرای تکمیلی در نظر گرفته شده است (معتد، ۱۴۰۳: ۲۲).

بررسی امکان اعمال حبس در موارد خاص

ماده ۱۸ قانون مجازات اسلامی، تعزیرات را مجازاتی دانسته که مشمول حد، قصاص یا دیه نیست و در موارد ارتکاب محرمات شرعی یا نقض مقررات حکومتی اعمال می‌شود. در این چارچوب، حبس تعزیری یکی از انواع مجازات‌هایی است که در صورت عدم کفایت ضمانت‌های مالی یا صنفی، می‌تواند مورد استفاده قرار گیرد (قانون مجازات اسلامی، ۱۴۰۳: ماده ۱۸). ماده ۱۹ همین قانون، درجات مختلف حبس تعزیری را از سه ماه تا بیست‌وپنج سال مشخص کرده و به قضات اجازه داده است تا با توجه به شرایط فردی و اجتماعی مرتکب، مجازات متناسب را انتخاب کنند (داودآبادی، ۱۴۰۳: ۲۷).

ضمانت اجرای اداری و صنفی

لغو یا تعلیق پروانه کسب

لغو یا تعلیق پروانه کسب یکی از ضمانت‌های اداری و صنفی مؤثر در مواجهه با تخلفات تجاری و صنفی است که در نظام حقوقی ایران، به‌ویژه در حوزه نظارت بر فعالیت‌های اقتصادی و صنفی، جایگاه مهمی دارد. این اقدام معمولاً در پاسخ به رفتارهای غیرقانونی، نقض مقررات صنفی، یا عدم رعایت الزامات قانونی از سوی صاحبان کسب‌وکار صورت می‌گیرد و می‌تواند به‌صورت موقت (تعلیق) یا دائم (لغو) اعمال شود.

(وکیل داتکام، ۱۴۰۳: بندهای تحلیلی).

تحریم معاملات و ممنوعیت همکاری

در نظام حقوقی ایران، تحریم معاملات معمولاً به‌صورت ممنوعیت همکاری با فرد یا واحد صنفی متخلف از سوی سایر



فعالان اقتصادی، نهادهای دولتی، یا اتحادیه‌های صنفی اعمال می‌شود. این ممنوعیت می‌تواند شامل عدم صدور مجوزهای جدید، عدم تمدید قراردادهای تجاری، یا محرومیت از شرکت در مزایده‌ها و مناقصه‌های دولتی باشد. همچنین، در مواردی که تخلف دارای آثار گسترده اقتصادی یا اجتماعی باشد، فرد متخلف ممکن است در فهرست سیاه صنفی یا تجاری قرار گیرد و از تعامل با سایر نهادهای اقتصادی محروم شود (ده‌نهاد، ۱۴۰۳: ۲۶).

ممنوعیت همکاری در سطح صنفی نیز از سوی اتحادیه‌ها و اتاق‌های اصناف اعمال می‌شود. (نوری، ۱۴۰۲: ۲۴۲).

در سطح بین‌المللی نیز تحریم معاملات به‌عنوان ابزار فشار اقتصادی شناخته می‌شود. در نظام‌های حقوقی مانند ایالات متحده، تحریم‌های اقتصادی و تجاری علیه اشخاص حقیقی و حقوقی متخلف، از طریق نهادهایی مانند OFAC اعمال می‌شود. (ملازمیان و همکاران، ۱۴۰۲: ۵۴).

در فضای تجارت الکترونیک، تحریم معاملات و ممنوعیت همکاری می‌تواند به‌صورت محدودسازی دسترسی به پلتفرم‌های فروش، تعلیق حساب‌های کاربری، یا حذف از فهرست تأمین‌کنندگان معتبر اعمال شود (طباطبائی‌نژاد و عرفان‌منش، ۱۳۹۹: ۲۷).

هشدار، تذکر و درج در لیست سیاه صنفی

هشدار، تذکر و درج در لیست سیاه صنفی از جمله ضمانت‌اجراهای اداری و صنفی هستند که در پاسخ به تخلفات واحدهای صنفی، به‌ویژه در حوزه‌هایی مانند گران‌فروشی، کم‌فروشی، تقلب، تبلیغات گمراه‌کننده و نقض حقوق مصرف‌کننده، اعمال می‌شوند. این ضمانت‌اجراها با هدف اصلاح رفتار صنفی، پیشگیری از تکرار تخلف، و اطلاع‌رسانی عمومی نسبت به واحدهای متخلف طراحی شده‌اند و در قوانین و آیین‌نامه‌های اجرایی نظام صنفی کشور جایگاه مشخصی دارند.

بر اساس فصل هشتم قانون نظام صنفی کشور، در صورت تکرار تخلفات صنفی، علاوه بر جریمه‌های مالی، اقدامات تنبیهی غیرمالی نیز اعمال می‌شود. برای نمونه، در مرتبه سوم تخلفاتی مانند گران‌فروشی یا کم‌فروشی، علاوه بر جریمه نقدی، نصب تابلو یا پارچه‌ای با عنوان «متخلف صنفی» بر سردر محل کسب به مدت دو هفته الزامی است. در مرتبه چهارم، این مدت به سی روز افزایش می‌یابد و در مرتبه پنجم و بعد از آن، به شصت روز می‌رسد. همچنین، در موارد شدید، تعلیق پروانه کسب و تعطیلی محل فعالیت نیز در دستور کار قرار می‌گیرد (داودآبادی، ۱۴۰۳: ماده ۵۷ و ۸۵).

این اقدامات نه تنها جنبه تنبیهی دارند، بلکه نقش بازدارنده و اطلاع‌رسانی نیز ایفا می‌کنند. (شکایت ۲۴، ۱۴۰۳: بندهای اجرایی).

نقش اتاق‌های بازرگانی و اتحادیه‌ها در نظارت

اتاق‌های بازرگانی، اتاق‌های اصناف و اتحادیه‌های صنفی در نظام اداری و صنفی ایران نقش محوری در نظارت بر فعالیت‌های اقتصادی و تجاری ایفا می‌کنند. این نهادها نه تنها مسئول صدور مجوزهای صنفی و رسیدگی به تخلفات هستند، بلکه در فرآیند تنظیم بازار، کنترل قیمت‌ها، و تضمین سلامت رقابت نیز مشارکت فعال دارند. نقش نظارتی آن‌ها



در سال‌های اخیر با تصویب دستورالعمل‌های اجرایی و تقویت ساختارهای بازرسی، به‌ویژه در حوزه تجارت الکترونیک، گسترش یافته است. (اتاق اصناف ایران، ۱۴۰۲: بندهای ۲ تا ۵).

نقش نهادهای اجرایی و قضایی

دادگاه‌های عمومی و تخصصی

در نظام قضایی ایران، دادگاه‌های عمومی و تخصصی به‌عنوان ارکان اصلی رسیدگی به دعاوی و جرایم، نقش بنیادینی در اجرای عدالت و تضمین حقوق شهروندان ایفا می‌کنند. این دادگاه‌ها بر اساس صلاحیت ذاتی و موضوعی، به‌گونه‌ای طراحی شده‌اند که بتوانند به‌صورت مؤثر و تخصصی به اختلافات و تخلفات در حوزه‌های مختلف، از جمله تجارت الکترونیک و رقابت‌های غیرمنصفانه، رسیدگی کنند.

دادگاه‌های عمومی شامل سه بخش اصلی هستند: دادگاه حقوقی، دادگاه کیفری و دادگاه خانواده. (جمعه‌زاده، ۱۴۰۳: صفحه بدون شماره).

در کنار دادگاه‌های عمومی، دادگاه‌های تخصصی نیز وجود دارند که به موضوعات خاصی رسیدگی می‌کنند. از جمله مهم‌ترین آن‌ها می‌توان به دادگاه انقلاب، دادگاه نظامی، دادگاه ویژه روحانیت، دادگاه اطفال و نوجوانان، و دیوان عدالت اداری اشاره کرد. (زاهره، ۱۴۰۳: ۳).

در حوزه تجارت الکترونیک و رقابت‌های مکارانه، دادگاه‌های کیفری و دادرسی جرایم رایانه‌ای نقش ویژه‌ای دارند. (دادارمنش، ۱۴۰۳: ۲).

نقش دادگاه‌ها در بازدارندگی از ارتکاب جرم نیز قابل توجه است. با صدور احکام متناسب با شدت جرم و آثار اجتماعی آن، دادگاه‌ها می‌توانند از تکرار تخلفات جلوگیری کرده و اعتماد عمومی به نظام قضایی را تقویت کنند. همچنین، تفسیر و اجرای دقیق قوانین توسط قضات، به شفافیت حقوقی و پیش‌بینی‌پذیری رفتارهای تجاری کمک می‌کند.

سازمان تعزیرات حکومتی

سازمان تعزیرات حکومتی یکی از نهادهای اجرایی تخصصی در نظام حقوقی ایران است که وظیفه رسیدگی به تخلفات اقتصادی، صنفی، بهداشتی و درمانی را بر عهده دارد. این سازمان زیر نظر وزارت دادگستری فعالیت می‌کند و به‌عنوان مرجع اختصاصی در مقابله با رفتارهای غیرقانونی در بازار، نقش مهمی در حفظ نظم اقتصادی و حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان ایفا می‌کند (سازمان تعزیرات حکومتی، ۱۴۰۴).

مرکز توسعه تجارت الکترونیک

مرکز توسعه تجارت الکترونیک به‌عنوان نهاد تخصصی وابسته به وزارت صنعت، معدن و تجارت، نقش بنیادینی در سیاست‌گذاری، تدوین مقررات، و ایجاد زیرساخت‌های فنی و حقوقی برای توسعه تجارت دیجیتال در ایران ایفا می‌کند. وظایف این مرکز در چند محور اصلی قابل دسته‌بندی است. نخست، تدوین راهبردهای ملی و مقررات اجرایی در حوزه



تجارت الکترونیکی، از جمله استانداردهای فعالیت‌های اطلاع‌رسانی تجاری، توسعه کاربردهای نوین، و تسهیل تعاملات بین‌المللی. دوم، ایجاد زیرساخت‌های اعتماد و امنیت از طریق صدور گواهی‌های دیجیتال، نماد اعتماد الکترونیکی، و راه‌اندازی سامانه‌های کلیدی مانند سامانه جامع تجارت، سامانه شناسه کالا، و سامانه تدارکات الکترونیکی دولت. سوم، فرهنگ‌سازی و آموزش برای ارتقاء سطح دانش و مهارت فعالان اقتصادی در حوزه تجارت دیجیتال (قوانین و مقررات تجارت الکترونیکی، ۱۳۹۹: ۲۳-۲۵).

پلیس فتا و نهادهای نظارتی فضای مجازی

پلیس فضای تولید و تبادل اطلاعات، معروف به پلیس فتا، یکی از نهادهای تخصصی زیرمجموعه فرماندهی انتظامی جمهوری اسلامی ایران (فراجا) است که با هدف پیشگیری، کشف و مقابله با جرایم سایبری و تخلفات اینترنتی در سال ۱۳۸۹ تأسیس شد. این نهاد در پاسخ به گسترش روزافزون فناوری‌های ارتباطی و پیچیدگی جرایم رایانه‌ای، به‌عنوان بازوی اجرایی قانون جرایم رایانه‌ای مصوب ۱۳۸۸، شکل گرفت و از آن زمان تاکنون نقش مهمی در تأمین امنیت دیجیتال کشور ایفا کرده است (شیخ‌ها، ۱۳۹۹: ۲).

وظایف پلیس فتا در چند محور اصلی قابل بررسی است. نخست، شناسایی و پیگیری جرایم سایبری از جمله هک، فیشینگ، جعل رایانه‌ای، سرقت اطلاعات، شنود غیرمجاز، نشر اکاذیب، و انتشار محتوای غیرمجاز. دوم، رسیدگی به شکایات مردمی از طریق سامانه‌های الکترونیکی و دفاتر حضوری، که شامل جمع‌آوری مدارک دیجیتال، بررسی تراکنش‌ها، و ردیابی کاربران متخلف است. سوم، آموزش عمومی و اطلاع‌رسانی درباره تهدیدات فضای مجازی و روش‌های محافظت از اطلاعات شخصی و مالی کاربران (دیجیاتو، ۱۴۰۲: ۵).

چالش‌های هماهنگی میان نهادها

یکی از چالش‌های بنیادین در حکمرانی عمومی ایران، ناهماهنگی میان نهادهای اجرایی، نظارتی، قضایی و سیاست‌گذار است که به‌ویژه در حوزه تجارت الکترونیکی و فضای مجازی نمود بارزی دارد. این ناهماهنگی نه‌تنها موجب اتلاف منابع و دوباره‌کاری‌های ساختاری می‌شود، بلکه در بسیاری موارد، مانع از تحقق اهداف کلان در حوزه تنظیم‌گری، امنیت دیجیتال، و حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان می‌گردد (شمس، ۱۴۰۲: ۷).

مطالعات اخیر نشان می‌دهند که پراکندگی نهادی، فقدان سازوکارهای ارتباطی مؤثر، و تضاد منافع میان نهادها از جمله عوامل اصلی بروز ناهماهنگی هستند. به‌عنوان مثال، در حوزه نظارت بر تجارت الکترونیکی، مرکز توسعه تجارت الکترونیکی، پلیس فتا، سازمان تعزیرات حکومتی، و سازمان حمایت مصرف‌کنندگان هر یک دارای مأموریت‌های مستقل اما هم‌پوشان هستند. نبود یک چارچوب هماهنگ برای تبادل داده، تعریف مشترک از تخلفات، و رویه‌های اجرایی منسجم، موجب بروز تعارض در تصمیم‌گیری و کاهش اثربخشی اقدامات نظارتی شده است (مرکز پژوهش‌های مجلس، ۱۴۰۲: ۳۲).

از منظر نظری، سه رویکرد برای ایجاد هماهنگی میان نهادها مطرح شده است: هماهنگی سلسله‌مراتبی، هماهنگی مبتنی بر سازوکارهای بازار، و هماهنگی شبکه‌ای. در ایران، رویکرد غالب مبتنی بر سلسله‌مراتب اداری است که از طریق



آیین‌نامه‌ها، دستورالعمل‌ها، و نهادهای شورایی اعمال می‌شود. با این حال، این رویکرد در مواجهه با مسائل پیچیده و چندوجهی مانند تجارت دیجیتال، کارایی لازم را ندارد و نیازمند گذار به مدل‌های شبکه‌ای و مشارکتی است که در آن نهادها با حفظ استقلال، در قالب شبکه‌های همکاری، به تبادل اطلاعات و تصمیم‌گیری مشترک می‌پردازند (شمس، ۱۴۰۲: ۹؛ مرکز پژوهش‌های مجلس، ۱۴۰۲: ۴۵).

در سطح اجرایی، فقدان سامانه‌های یکپارچه، نبود زبان مشترک نهادی، و ضعف در مدیریت داده‌های بین‌سازمانی، از جمله موانع اصلی هماهنگی هستند. به‌عنوان نمونه، پلیس فتا در رسیدگی به جرایم سایبری نیازمند دسترسی به داده‌های تجاری از سامانه جامع تجارت و اطلاعات صنفی از سازمان تعزیرات است، اما این تبادل اطلاعات به دلیل نبود پروتکل‌های مشترک و ملاحظات امنیتی، با دشواری مواجه است (کاظمی، ۱۴۰۱: ۵۸).

برای رفع این چالش‌ها، پیشنهادهایی چون ایجاد نهاد هماهنگ‌کننده فرابخشی، تدوین چارچوب حقوقی برای تبادل داده، توسعه سامانه‌های بین‌نهادی، و آموزش مشترک مدیران نهادهای اجرایی مطرح شده‌اند. همچنین، اصلاح قوانین موجود با هدف تسهیل همکاری، و گذار از مدل‌های سلسله‌مراتبی به مدل‌های شبکه‌ای، می‌تواند زمینه‌ساز ارتقاء هماهنگی و اثربخشی در حکمرانی دیجیتال باشد (شمس، ۱۴۰۲: ۱۲؛ مرکز پژوهش‌های مجلس، ۱۴۰۲: ۵۲).

راهکارهای اصلاحی و سیاست‌گذاری حقوقی

تدوین مقررات خاص برای تجارت الکترونیک

تدوین مقررات خاص برای تجارت الکترونیک در ایران، یکی از ضرورت‌های بنیادین در مسیر توسعه پایدار اقتصاد دیجیتال و تضمین حقوق فعالان این حوزه است. با گسترش روزافزون کسب‌وکارهای اینترنتی، پیچیدگی روابط تجاری در فضای مجازی، و ظهور پلتفرم‌های چندوجهی، نیاز به چارچوب‌های حقوقی دقیق، منسجم و به‌روز بیش از هر زمان دیگری احساس می‌شود. در حال حاضر، قانون تجارت الکترونیکی مصوب ۱۳۸۲ به‌عنوان اصلی‌ترین سند قانونی در این حوزه شناخته می‌شود، اما به دلیل تحولات سریع فناوری و ظهور مسائل نوین، این قانون نیازمند بازنگری و تکمیل است (مرکز پژوهش‌های مجلس، ۱۳۸۲: ماده ۱).

در مقایسه با نظام‌های حقوقی پیشرفته، کشورهایی مانند ایالات متحده، اتحادیه اروپا، کانادا و استرالیا، با تدوین مقررات جامع و تخصصی، توانسته‌اند چارچوب‌های حقوقی شفاف برای تجارت الکترونیک ایجاد کنند. برای نمونه، قانون ESIGN در آمریکا، مقررات GDPR در اتحادیه اروپا، و قانون حمایت از مصرف‌کننده دیجیتال در استرالیا، نمونه‌هایی از قوانین تخصصی هستند که به‌طور مستقیم به مسائل تجارت آنلاین پرداخته‌اند و نقش مهمی در تنظیم روابط تجاری، حفاظت از داده‌ها، و تضمین رقابت سالم ایفا کرده‌اند (IVSI، ۱۴۰۳: بند مقررات جهانی).

ایجاد نهاد تخصصی نظارت بر رقابت دیجیتال

تحولات ساختاری در بازارهای دیجیتال و ظهور پلتفرم‌های چندوجهی موجب شده است که الگوهای سنتی رقابت اقتصادی دچار دگرگونی‌های بنیادین شوند. در چنین فضایی، رفتارهای ضدرقابتی دیگر محدود به قیمت‌گذاری ناعادلانه



یا تبانی نیستند، بلکه در قالب‌هایی چون تبعیض الگوریتمی، ففل‌سازی کاربران، بهره‌برداری انحصاری از داده‌ها، و ادغام‌های پنهان در بستر دیجیتال بروز می‌کنند. این پیچیدگی‌ها ضرورت ایجاد نهادی تخصصی، مستقل و چندرشته‌ای را برای نظارت بر رقابت در فضای دیجیتال آشکار می‌سازد؛ نهادی که بتواند با درک فنی، اقتصادی و حقوقی از بازارهای نوظهور، به تنظیم‌گری مؤثر و پیشگیرانه بپردازد (نصیری، ۱۴۰۲: ۶۴).

در حال حاضر، ساختارهای موجود در ایران از جمله شورای رقابت، مرکز توسعه تجارت الکترونیکی، سازمان تنظیم مقررات ارتباطات، و پلیس فتا، هر یک بخشی از مأموریت نظارت بر بازارهای دیجیتال را بر عهده دارند. با این حال، پراکندگی وظایف، فقدان زبان مشترک نهادی، و نبود ابزارهای تحلیلی پیشرفته موجب شده است که رفتارهای ضدرقابتی در فضای مجازی به درستی شناسایی و مهار نشوند. (مرکز ملی رقابت، ۱۴۰۲).

در سطح جهانی، کشورهایی مانند ایالات متحده، اتحادیه اروپا، بریتانیا و هند، نهادهای تخصصی با مأموریت تنظیم رقابت در بازارهای فناوری اطلاعات و ارتباطات ایجاد کرده‌اند. برای نمونه، کمیسیون رقابت اتحادیه اروپا (DG COMP) با بررسی ادغام‌های دیجیتال، سوءاستفاده از سلطه بازار، و تنظیم رفتار پلتفرم‌ها، توانسته است چارچوبی مؤثر برای حفظ رقابت سالم در فضای دیجیتال ارائه دهد. در آمریکا نیز نهادهایی چون FTC و DOJ با تمرکز بر رفتارهای انحصارگرایانه و حفاظت از مصرف‌کننده دیجیتال، نقش فعالی در تنظیم بازارهای فناوری دارند (OECD، ۲۰۲۳: ۴۵).

آموزش حقوقی به فعالان اقتصادی

آموزش حقوقی به فعالان اقتصادی در حوزه اقتصاد دیجیتال، یکی از ارکان بنیادین برای تحقق رقابت سالم و پیشگیری از رفتارهای ضدرقابتی است. در فضای پیچیده و پویای دیجیتال، بسیاری از کسب‌وکارها به دلیل ناآگاهی از الزامات حقوقی، به صورت ناخواسته درگیر تخلفات رقابتی، نقض حقوق مصرف‌کننده یا سوءاستفاده از داده‌ها می‌شوند. از این رو، ارتقاء سواد حقوقی فعالان اقتصادی نه تنها به کاهش ریسک‌های حقوقی کمک می‌کند، بلکه موجب افزایش شفافیت، اعتماد عمومی و پایداری کسب‌وکارها در بلندمدت خواهد شد (نصیری، ۱۴۰۲: ۹۴).

در ایران، آموزش‌های حقوقی موجود عمدتاً محدود به دوره‌های عمومی یا مشاوره‌های موردی هستند و کمتر به مسائل تخصصی رقابت در فضای دیجیتال می‌پردازند. این در حالی است که در کشورهای پیشرو، نهادهای تنظیم‌گر رقابت مانند کمیسیون اروپا، FTC و CMA بریتانیا، برنامه‌های آموزشی هدفمند برای کسب‌وکارهای دیجیتال طراحی کرده‌اند. این برنامه‌ها شامل کارگاه‌های آموزشی، راهنماهای حقوقی، پلتفرم‌های تعاملی و دوره‌های آنلاین هستند که به زبان ساده، مفاهیم پیچیده حقوق رقابت، حفاظت از داده‌ها، و حقوق مصرف‌کننده را آموزش می‌دهند (OECD، ۲۰۲۳: ۵۸).

برای تحقق آموزش مؤثر در ایران، پیشنهاد می‌شود نهاد تخصصی تنظیم رقابت دیجیتال، واحدی مستقل برای آموزش و توانمندسازی حقوقی فعالان اقتصادی ایجاد کند. این واحد می‌تواند با همکاری دانشگاه‌ها، اتاق‌های بازرگانی، انجمن‌های صنفی و پلتفرم‌های آموزشی، دوره‌های تخصصی برگزار کند.



توسعه فرهنگ رقابت سالم در فضای دیجیتال

توسعه فرهنگ رقابت سالم در فضای دیجیتال، پیش‌شرطی اساسی برای شکل‌گیری اکوسیستم اقتصادی پایدار، نوآور و عدالت‌محور است. در شرایطی که بازارهای دیجیتال با سرعتی بی‌سابقه در حال گسترش‌اند و پلتفرم‌های فناوری نقش واسطه‌گری، تولید و توزیع را هم‌زمان ایفا می‌کنند، فقدان فرهنگ رقابت‌پذیری می‌تواند به انحصار، تبعیض، و تضعیف حقوق مصرف‌کننده منجر شود. فرهنگ رقابت سالم نه تنها به رعایت قواعد حقوقی وابسته است، بلکه نیازمند نهادینه‌سازی ارزش‌هایی چون شفافیت، انصاف، مسئولیت‌پذیری و احترام به حقوق سایر بازیگران بازار است (نصیری، ۱۴۰۲: ۱۰۸).

در ایران، چالش‌هایی چون تمرکزگرایی پلتفرم‌ها، نبود شفافیت در الگوریتم‌ها، و ضعف در اطلاع‌رسانی عمومی موجب شده است که رقابت در فضای دیجیتال بیشتر به تقابل و حذف رقیب تعبیر شود تا هم‌زیستی خلاقانه و نوآورانه. این در حالی است که در کشورهای توسعه‌یافته، نهادهای تنظیم‌گر با بهره‌گیری از ابزارهای فرهنگی، آموزشی و رسانه‌ای، تلاش کرده‌اند تا رقابت سالم را به یک هنجار اجتماعی تبدیل کنند. (OECD، ۲۰۲۳: ۶۵).

همکاری منطقه‌ای و بین‌المللی برای مقابله با رقابت فرامرزی

همکاری منطقه‌ای و بین‌المللی برای مقابله با رقابت فرامرزی در فضای دیجیتال، ضرورتی راهبردی برای حفظ عدالت اقتصادی، جلوگیری از سلطه پلتفرم‌های جهانی، و حمایت از منافع ملی کشورهاست. در بازارهای دیجیتال، مرزهای جغرافیایی عملاً بی‌اثر شده‌اند و شرکت‌های بزرگ فناوری با بهره‌گیری از قدرت داده، الگوریتم و شبکه، می‌توانند در کشورهای مختلف بدون حضور فیزیکی، رفتارهای ضدرقابتی انجام دهند. این وضعیت، چالش‌هایی چون فرار از نظارت ملی، تبعیض الگوریتمی، ادغام‌های پنهان و سوءاستفاده از سلطه بازار را به همراه دارد که مقابله با آن‌ها نیازمند همکاری‌های فرامرزی و هماهنگی نهادی است (نصیری، ۱۴۰۲: ۱۲۱).

در سطح جهانی، نهادهایی مانند OECD، UNCTAD، ICN و G7 تلاش کرده‌اند تا چارچوب‌هایی برای تنظیم رقابت در بازارهای دیجیتال ارائه دهند. برای نمونه، OECD با انتشار مجموعه‌ای از توصیه‌نامه‌ها درباره رقابت در اقتصاد دیجیتال، کشورها را به تبادل داده، هماهنگی در بررسی ادغام‌ها، و همکاری در اجرای احکام ضدانحصار تشویق کرده است. همچنین، اتحادیه اروپا با ایجاد شبکه همکاری بین نهادهای رقابتی کشورهای عضو، توانسته است رفتارهای ضدرقابتی شرکت‌های چندملیتی را با رویکردی هماهنگ بررسی و مهار کند (OECD، ۲۰۲۳: ۷۲).

در ایران، با توجه به موقعیت ژئوپلیتیکی و عضویت در نهادهایی چون سازمان همکاری اقتصادی (اگو)، سازمان همکاری اسلامی، و پیمان شانگهای، فرصت‌هایی برای همکاری منطقه‌ای در حوزه تنظیم رقابت دیجیتال وجود دارد.

نتیجه‌گیری

تجارت الکترونیک در ایران طی یک دهه اخیر، از یک مفهوم نوظهور به بستری فراگیر برای تعاملات اقتصادی تبدیل شده است. این تحول نه تنها در سطح زیرساخت‌های فنی و ارتباطی بلکه در رفتارهای مصرف‌کنندگان، مدل‌های



کسب و کار، و ساختارهای بازار نیز تأثیرگذار بوده است. با رشد پلتفرم‌های فروش آنلاین، خدمات مالی دیجیتال، و تبلیغات اینترنتی، فضای رقابتی جدیدی شکل گرفته که در آن قواعد سنتی رقابت دچار دگرگونی شده‌اند. در این فضا، سرعت، داده‌محوری، و الگوریتم‌های تصمیم‌گیری جایگزین بسیاری از سازوکارهای سنتی شده‌اند، و همین امر زمینه‌ساز بروز رفتارهایی شده که در چارچوب رقابت سالم نمی‌گنجند.

رقابت‌های مکارانه در این بستر، به‌عنوان یکی از چالش‌های نوظهور، نه‌تنها تهدیدی برای عدالت اقتصادی محسوب می‌شوند بلکه اعتماد عمومی به تجارت الکترونیک را نیز با خطر مواجه کرده‌اند. این نوع رقابت‌ها شامل طیفی از رفتارهای غیرمنصفانه‌اند؛ از تخریب برند رقبا و انتشار اطلاعات نادرست گرفته تا بهره‌برداری غیرقانونی از داده‌های کاربران و الگوریتم‌های فریبنده در قیمت‌گذاری. آنچه این رفتارها را خطرناک‌تر می‌سازد، پیچیدگی فنی و پنهان‌کاری در اجرای آن‌هاست که موجب دشواری در شناسایی، اثبات و مقابله با آن‌ها شده است.

بررسی‌های انجام‌شده در این پژوهش نشان داد که رقابت‌های مکارانه در تجارت الکترونیک ایران، برخلاف تصور رایج، صرفاً محدود به شرکت‌های بزرگ یا پلتفرم‌های شناخته‌شده نیستند. بلکه در سطوح مختلف بازار، از فروشگاه‌های کوچک اینترنتی تا واسطه‌های تبلیغاتی، نمونه‌هایی از این رفتارها قابل مشاهده‌اند. این گستردگی نشان می‌دهد که مشکل نه‌تنها در سطح اجرایی بلکه در ساختارهای نهادی، فرهنگی و قانونی نیز ریشه دارد. به‌عبارت دیگر، رقابت مکارانه در ایران یک پدیده سیستماتیک است که نیازمند تحلیل چندلایه و عمیق می‌باشد.

یکی از مهم‌ترین یافته‌های این پژوهش، فقدان تعریف دقیق و عملیاتی از رقابت مکارانه در قوانین و مقررات ایران است. در حالی که در برخی کشورها، رفتارهایی مانند تبلیغات گمراه‌کننده، تخریب شهرت رقبا، یا استفاده ناعادلانه از داده‌ها به‌صراحت در قوانین رقابت ممنوع شده‌اند، در ایران چنین رفتارهایی اغلب در خلأ قانونی یا در تفسیرهای مبهم قرار دارند. این خلأ موجب شده است که نهادهای نظارتی در مواجهه با تخلفات، با محدودیت‌های حقوقی و اجرایی روبه‌رو باشند و در بسیاری موارد، امکان مداخله مؤثر نداشته باشند.

در بررسی تطبیقی با نظام‌های حقوقی دیگر، مشخص شد که کشورهای پیشرفته در حوزه تجارت الکترونیک، به‌ویژه اتحادیه اروپا و ایالات متحده، با تدوین مقررات خاص برای فضای دیجیتال، توانسته‌اند چارچوب‌هایی برای شناسایی و مقابله با رقابت‌های مکارانه ایجاد کنند. این مقررات نه‌تنها شامل تعریف دقیق تخلفات بلکه شامل سازوکارهای اجرایی، نهادهای تخصصی، و ابزارهای فنی برای نظارت نیز هستند. در مقابل، در ایران، قوانین رقابت هنوز عمدتاً بر بازارهای سنتی تمرکز دارند و در مواجهه با پیچیدگی‌های فضای دیجیتال، ناکارآمدی خود را نشان داده‌اند.

تحلیل رفتارهای رقابتی در پلتفرم‌های ایرانی نشان داد که برخی شرکت‌ها با استفاده از تکنیک‌های پیچیده دیجیتال، اقدام به تخریب رقبا یا فریب مصرف‌کنندگان می‌کنند. برای مثال، استفاده از ربات‌های نظرنویس برای ایجاد تصویر مثبت یا منفی از یک برند، تغییرات مصنوعی در قیمت‌گذاری برای تحریک تقاضا، یا استفاده از داده‌های کاربران برای هدف‌گیری تبلیغاتی بدون رضایت آن‌ها، از جمله رفتارهایی هستند که در این پژوهش شناسایی شدند. این رفتارها نه‌تنها از منظر اخلاقی قابل نقدند بلکه از منظر حقوقی نیز در بسیاری موارد فاقد پاسخ مناسب هستند.



یکی از ابعاد مهم رقابت‌های مکارانه، استفاده از داده‌های کلان و الگوریتم‌های یادگیری ماشین برای تحلیل رفتار رقبا و مصرف‌کنندگان است. در فضای دیجیتال، داده‌ها به‌عنوان سرمایه اصلی شرکت‌ها محسوب می‌شوند و دسترسی به آن‌ها می‌تواند مزیت رقابتی بزرگی ایجاد کند. اما در مواردی، شرکت‌ها با استفاده از روش‌های غیرقانونی یا غیراخلاقی، اقدام به جمع‌آوری، تحلیل و بهره‌برداری از داده‌هایی می‌کنند که متعلق به رقبا یا کاربران هستند. این نوع رفتارها، اگرچه در ظاهر تکنولوژیک و پیشرفته‌اند، در واقع مصداق بارز رقابت مکارانه‌اند.

بررسی نقش نهادهای اجرایی در ایران نشان داد که با وجود تعدد سازمان‌ها و نهادهای مسئول، هماهنگی لازم برای مقابله با رقابت‌های مکارانه وجود ندارد. پلیس فتا، مرکز توسعه تجارت الکترونیک، سازمان حمایت مصرف‌کنندگان، شورای رقابت و وزارت ارتباطات، هرکدام وظایف خاصی دارند اما در عمل، نبود تقسیم‌کار روشن، کمبود منابع، و ضعف در شفافیت موجب شده است که اقدامات آن‌ها پراکنده و غیرسیستماتیک باشد. این وضعیت، نه‌تنها موجب کاهش اثربخشی نظارت شده بلکه در برخی موارد، موجب سردرگمی فعالان بازار نیز شده است.

در تحلیل ساختار بازارهای دیجیتال در ایران، مشخص شد که تمرکز بازار در برخی حوزه‌ها، مانند فروش آنلاین کالاهای مصرفی، بسیار بالاست. این تمرکز موجب شده است که برخی پلتفرم‌ها با قدرت انحصاری، رفتارهایی را در پیش گیرند که در شرایط رقابت آزاد، امکان‌پذیر نیست. برای مثال، حذف رقبا از نتایج جست‌وجو، اولویت‌دهی به محصولات خاص، یا اعمال محدودیت‌های فنی برای رقبا، از جمله رفتارهایی هستند که در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفتند. این رفتارها، اگرچه در ظاهر بخشی از استراتژی کسب‌وکارند، در واقع مصداق رقابت مکارانه‌اند.

از منظر فرهنگی، پژوهش نشان داد که در فضای کسب‌وکار ایران، رقابت سالم هنوز به‌عنوان یک ارزش نهادینه نشده است. بسیاری از فعالان بازار، رقابت را صرفاً به‌عنوان ابزاری برای حذف رقبا می‌دانند و نه به‌عنوان سازوکاری برای ارتقای کیفیت و نوآوری. این نگرش موجب شده است که رفتارهای مکارانه، نه‌تنها رایج بلکه در برخی موارد، مشروع تلقی شوند. تغییر این نگرش، نیازمند تحول در آموزش، رسانه، و سیاست‌گذاری عمومی است.



منابع

- ابریشمی‌راد، محمدمامین و اسدی‌اوجاق، نادر. (۱۴۰۱). «مهم‌ترین علل قابل اجرا نبودن قوانین در نظام حقوقی ایران». فصلنامه دانش حقوق عمومی، شماره ۱۰، صص ۱-۲۲.
- اتاق اصناف ایران. (۱۴۰۲). «افزایش نقش اتاق اصناف و اتحادیه‌ها در امر نظارت و بازرسی واحدهای صنفی».
- بابایی، محمدرضا (۱۴۰۳). تحلیل حقوقی قانون الزام به ثبت رسمی معاملات اموال غیرمنقول. تهران: سازمان ثبت اسناد و املاک کشور.
- تنگستانی، محمدقاسم. (۱۴۰۱). «الزامات حقوقی کارآمدی نظام نظارت و بازرسی با تأکید بر روابط مراجع عام نظارتی». نشریه مجلس و راهبرد، شماره ۱۱۲، صص ۱-۲۰.
- جمعه‌زاده، خلیل. (۱۴۰۳). «آشنایی با انواع دادگاه‌ها در ایران: کدام دادگاه برای پرونده شما مناسب است؟»، پایگاه حقوقی موکل‌یار.
- خالقی، سعیده. (۱۴۰۱). «چالش‌های اجرای قوانین و مقررات در کشور از منظر امنیت اقتصادی». ماهنامه امنیت اقتصادی، دوره ۱۰، شماره ۶، صص ۴-۱۸.
- دادارمنش، گروه تولید محتوا. (۱۴۰۳). «تفاوت دادگاه‌های عمومی و تخصصی؛ انتخاب دادگاه مناسب»، پایگاه دادارمنش.
- داودآبادی، مهدی. (۱۴۰۳). مجازات‌های اصلی در قانون مجازات اسلامی. تهران: انتشارات عدالت‌سرا.
- درویشی، بابک و زینالی‌اقدام، امیرعلی. (۱۳۹۳). «ماهیت ضمانت اجرای اداری در نظام حقوقی ایران». مجله تحقیقات حقوقی آزاد، شماره ۲۵، صص ۳۶-۵۸.
- دهنهاد، محمدرضا. (۱۴۰۳). تحلیل حقوقی جرایم سامانه مودیان و پایانه‌های فروشگاهی. تهران: انتشارات حقوق‌یار.
- دهنهاد، محمدرضا. (۱۴۰۳). تحلیل حقوقی ضمانت اجرای صنفی در نظام نظارت بر بازار. تهران: انتشارات حقوق‌یار.
- زاهره، علی‌اصغر. (۱۴۰۳). «تفاوت دادگاه‌های عمومی و تخصصی؛ کدام دادگاه برای پرونده شما مناسب است؟»، پایگاه سیویلیکا.
- زینعلی، سعید (۱۳۹۸). احراز و جبران خسارات مادی وارده بر مصرف‌کنندگان در حقوق ایران با نگاهی به حقوق آلمان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید بهشتی.
- سازمان تعزیرات حکومتی. (۱۴۰۴). میز خدمت الکترونیک سازمان تعزیرات حکومتی.
- سیاری، رئوف و زمانی، پیمان (۱۴۰۳). تحلیل رویه قضایی در دعوی ملکی. تهران: انتشارات اشکان دادگستری کل استان تهران.
- شکایت ۲۴. (۱۴۰۳). لیست تخلفات واحد صنفی و ضمانت اجرای قانونی آن‌ها.
- شمس، لیلا. (۱۴۰۲). «حکمرانی عمومی: چالش‌ها و مسائل». فصلنامه حکمرانی و سیاست‌گذاری عمومی، ۵(۱)، ۷-۱۵. دانشگاه علامه طباطبائی.
- شیخ‌ها، محسن. (۱۳۹۹). پلیس فتا چیست و چه وظایف و اهدافی بر عهده این نهاد قرار داده شده است؟ وب‌سایت مشهور.



- طباطبائی نژاد، سید محمد و عرفان منش، محمد حسین (۱۳۹۹). جنبه‌های حقوقی مقابله با رقابت مکارانه در تجارت الکترونیک. فصلنامه پژوهش‌های حقوقی میان‌رشته‌ای، دوره ۱، شماره ۴، صفحات ۱۵-۳۱.
- عبدالاحد، علی و همکاران. (۱۳۹۷). آسیب‌شناسی نظام قانون‌گذاری جمهوری اسلامی ایران. تهران: مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، معاونت پژوهش‌های سیاسی-حقوقی، شماره مسلسل ۱۶۰۸۰.
- عبداله‌زاده شهربابکی، آزاده. (۱۳۹۸). «مبانی نظری بحث پیرامون مسئله کیفیت قانون: چیستی و چرایی؟». فصلنامه پژوهش حقوق عمومی، شماره ۶۳، صص ۲۹۵-۳۱۵.
- قانون تجارت الکترونیکی با اصلاحات و الحاقات بعدی (۱۴۰۳).. پایگاه قوانین ایران
- قانون مجازات اسلامی. (۱۴۰۳). متن کامل قانون مصوب ۱۳۹۲ با اصلاحات جدید. تهران: اداره کل تدوین و تنقیح قوانین قوه قضاییه.
- کاظمی، محمدرضا. (۱۴۰۱). تحلیل چالش‌های هماهنگی نهادی در حکمرانی فضای مجازی ایران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران، دانشکده مدیریت دولتی.
- گرچی، علی‌اکبر. (۱۳۹۶). «نظارت بر کیفیت قوانین در رویه شورای نگهبان». فصلنامه دانش حقوق عمومی، شماره ۱۸، صص ۱-۲۲.
- مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی. (۱۴۰۲). گونه‌شناسی ابزارهای هماهنگی در نظام تصمیم‌گیری و خط‌مشی‌گذاری. تهران: دفتر مطالعات حکمرانی.
- مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی. (۱۴۰۲). مطالعه تطبیقی ضوابط و مقررات تبلیغات بازرگانی گمراه‌کننده. تهران: دفتر مطالعات آموزش و فرهنگ.
- مرکز ملی رقابت. (۱۴۰۲). گزارش نشست هم‌اندیشی تنظیم‌گری رقابت در بازارهای اقتصاد دیجیتال.
- معمد، علی. (۱۴۰۳). «بررسی ضمانت اجرای مالیاتی در قانون پایانه‌های فروشگاهی»، فصلنامه حقوق مالیاتی ایران، شماره ۳، صفحات ۱۹-۳۵.
- ملازمیان، محمدمسعود و همکاران. (۱۴۰۲). «رویکرد نظام‌های دادرسی کیفری ایران، فرانسه و آلمان به ضمانت اجرای اقتصادی»، فصلنامه مطالعات حقوقی دانشگاه گیلان، شماره ۲۴، صفحات ۴۵-۶۵.
- ملازمیان، محمدمسعود؛ شیخ‌الاسلامی، عباس؛ آشوری، محمد؛ شایگان‌فرد، مجید. (۱۴۰۲). «رویکرد نظام‌های دادرسی کیفری ایران، فرانسه و آمریکا به اصل ترافعی در مرحله تحت نظر»، فصلنامه مطالعات حقوقی دانشگاه گیلان، شماره ۲۴، صفحات ۴۵-۶۵.
- مهراد، ح. (۱۴۰۱). تحولات قواعد عمومی قراردادها در پرتو حقوق رقابت. رساله دکتری، دانشگاه بین‌المللی امام خمینی (ره).
- نجفی‌اصل، حسن و زینلی، انسیه (۱۳۹۲). اعمال ضد رقابتی در تجارت الکترونیک با تأکید بر نظام حقوقی ایران. هفتمین همایش ملی و اولین همایش بین‌المللی تجارت و اقتصاد الکترونیکی، تهران.



نصیری، سارا. (۱۴۰۲). تحلیل حقوقی خلأهای تنظیم رقابت در بازارهای دیجیتال ایران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید بهشتی، دانشکده حقوق.

نوری، سید فاضل. (۱۴۰۲). «تحلیل امکان اعمال حبس در جرایم اقتصادی»، فصلنامه نقد و تحلیل آراء قضایی، دوره ۲، شماره ۱، صفحات ۲۱۸-۲۴۴.

وکیل داتکام. (۱۴۰۳). «ابطال پروانه کسب | شرایط و مدارک لازم برای باطل کردن جواز کسب».

OECD (2022). Competition in Digital Markets: Challenges and Regulatory Responses. OECD Publishing. <https://www.oecd.org/competition/digital-markets>

OECD. (2023). Digital Competition and Business Education: Best Practices for Regulators. Paris: OECD Publishing.