



موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی

تدوین بسته سیاستی – قانونی برای ترغیب ادغام

بنگاه‌های صنعتی در جهت ارتقای توان رقابتی

هرگونه استفاده از گزارش منوط به دریافت مجوز از موسسه/سازمان متقاضی خواهد بود.

ویرایش اولیه – غیر قابل انتشار

معاونت پژوهشی و آموزش

گروه مطالعات و پژوهش‌های حقوق اقتصادی و بازرگانی

مجری/تهیه‌کننده: فرزاد مرادپور

مدیر مسوول/تایید کننده: علی دینی ترکمانی

همکاران (به ترتیب نقش و اهمیت): بهنام غفاری فارسانی، فروغ مصطفی منتقمی، منصور

عسکری، امیر هوشنگ فتحی زاده، یوسف حسن پور کار سالاری، فرهاد خداداد کاشی

شماره و تاریخ ثبت مرکز اسناد موسسه:



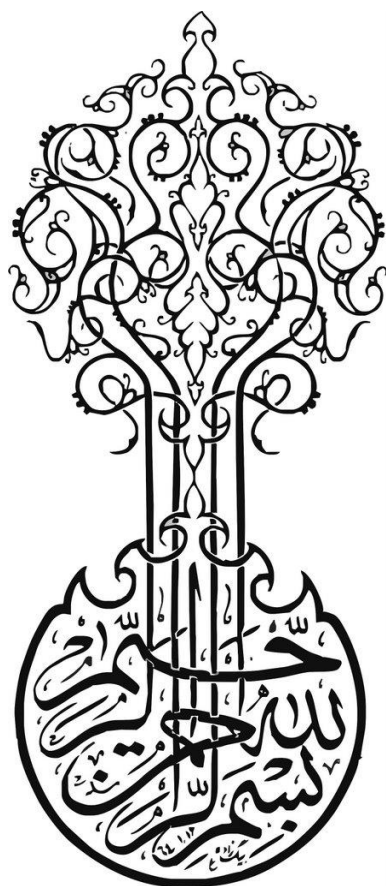
موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی

تدوین بسته سیاستی – قانونی برای ترغیب ادغام بنگاه‌های صنعتی در جهت ارتقای توان رقابتی

کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی

مجری: فرزاد مرادپور

بهمن ۱۳۹۴



این گزارش با مجوز شماره ۹۴۱۱ بند یک مورخ ۹۴/۴/۳۰ شورای پژوهشی و آموزشی
موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی انجام شده است. (در طرح‌های پایه‌ای)

چکیده

ادغام میان بنگاه‌ها از شیوه‌های شایع افزایش اندازه، توسعه، انجام انواع صرفه‌جویی و کاهش هزینه‌ها بویژه هزینه‌های مبادلاتی، ارتقای کارایی و هم‌افزایی میان شرکتها محسوب می‌شود. تجربیات متعدد بین‌المللی حاکی از وجود سیاست‌های مشخصی در ترغیب ادغام بنگاهها و شکل‌گیری بنگاههای بزرگ مقیاس بویژه در مقاطعی از توسعه به منظور ارتقای توان رقابت بین‌المللی آنهاست که گویای تقدم سیاست صنعتی بر سیاست رقابتی است. به عنوان مثال این سیاستها در قالب انعطافهای عملی نسبت به اجرای ضوابط قوانین رقابت در ژاپن، انعطافهای قانونی در قالب معافیت از ضوابط رقابتی بر اساس ملاحظات توان رقابت بین‌المللی و صادرات در کره و اعمال چنین ملاحظاتی در قالب معیار منافع عمومی و اختیارات دولت در احراز آن در چین، آلمان و هند و یا خلا قانونی فراهم کننده چنین انعطافی در مالزی منعکس گردیده است.

در کشورما بیش از یک دهه است که این سیاست در تصمیمات دولت و قوانین برنامه بازتاب یافته است اما به علت عدم توجه کافی به اهمیت موضوع، عدم ایجاد انگیزه کافی برای بنگاه‌ها، همچنین فقدان برنامه‌ای منسجم و هدفمند در این خصوص و نبود زیرساختهای اقتصادی و حقوقی مکفی، سیاست مذکور توفیق چندانی نیافته و فاقد اثرگذاری لازم بوده است. بر این اساس لازم است لایحه تجارت که دربردارنده رویه‌های شکلی ادغام است هرچه سریعتر قانونی گردد و اصلاحاتی در قانون سیاستهای کلی اصل ۴۴ که ناظر بر حقوق رقابت ماست با هدف تامین انعطافهای لازم بدین منظور صورت گیرد. نظام صدور مجوز تاسیس فعالیت‌های صنعتی نیز نیازمند لحاظ ملاحظات مربوط به ظرفیتهای تولید موجود و شرایط رقابت است. همچنین باید درخصوص عدم بازدارندگی نظام مالیاتی نسبت به ادغام اطمینان حاصل شود.

مطالعه موردی دو صنعت فولاد و داروسازی در کشورمان نیز حاکی از آنست که صرف نظر از چند بنگاه بزرگ دولتی فولاد که از حداقل مقیاس لازم برخوردارند وضعیت استفاده از صرفه‌های مقیاس به جهت تعدد و تكثر واحدهای کوچک در هردو صنعت بسیار نازل است. در صنعت فولاد حجم ظرفیت عظیمی از صدور مجوز تاسیس بدون درنظر داشتن صرفه‌های

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

مقیاسی و آمایش سرزمینی صورت گرفته است که در مراحل اولیه فعالیت اند و در اولویت نخست برای ادغام قرار دارند. در صنعت داروسازی نیز وجود چند هولدینگ بزرگ دولتی فرصتی را برای ادغام واحدها یا خطوط با تولیدات مشابه در هر هولدینگ برای دستیابی به صرفه‌های مقیاسی فراهم آورده است که در اولویت برای ادغام هستند. متأسفانه تلاشهای پیشین در این خصوص به جهت مشکلات حقوقی، مدیریتی، منابع انسانی، فرهنگی و تعارضات منافع سهامداران ناکام مانده است.

مجری: فرزاد مرادپور		کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

فهرست مطالب

۱.....	چکیده.....
۳.....	فهرست مطالب.....
۵.....	مقدمه.....
۱۱.....	۱- فصل اول: مفاهیم و مبانی نظری.....
11.....	۱-۱- مفهوم ادغام و اقسام و آثار آن.....
32.....	۱-۲- مبانی نظری ساختار بازار.....
۵۴.....	۱-۳- صرفه های مقیاس.....
59.....	۱-۴- جمع بندی.....
61.....	۲- فصل دوم: تجربیات بین المللی.....
۶۳.....	۲-۱- اهداف قوانین رقابت.....
۶۵.....	۲-۲- رویکردهای قوانین رقابت به موقعیت مسلط و کارتها.....
۶۶.....	۲-۳- توصیه های نهادهای بین المللی برای قوانین رقابت.....
۷۷.....	۲-۴- ادغام در کشورهای منتخب.....
۷۷.....	۲-۴-۱- ژاپن.....
۱۱۲.....	۲-۴-۲- کره.....
138.....	۲-۴-۳- چین.....
۱۴۴.....	۲-۴-۴- آلمان.....
158.....	۲-۴-۵- هند.....
174.....	۲-۴-۶- مالزی.....
186.....	۲-۵- جمع بندی.....
۱۹۱.....	۳- فصل سوم: بررسی وضعیت ایران.....
۱۹۱.....	۳-۱- بررسی قوانین و مقررات ایران.....

مجری: فرزاد مرادپور		کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۳	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

۱۹۱.....	۳-۱-۱- مفهوم ادغام در حقوق رقابت ایران و تمایز آن از تملک
۱۹۷.....	۳-۱-۲- نظام حقوقی حاکم بر ادغامها در حقوق رقابت ایران
۲۰۳.....	۳-۱-۳- ادغام های ممنوع
۲۱۶.....	۳-۱-۴- معافیت ها
۲۱۸.....	۳-۱-۵- کسب تکلیف از شورای رقابت
۲۲۰.....	۳-۱-۶- مفاد قوانین برنامه در خصوص ادغام و پیشنهاد مفاد جدید
۲۲۴.....	۳-۲- بررسی صرفه های مقیاس و امکان ادغام در صنایع منتخب ایران
231.....	۳-۲-۱- مطالعه موردی صنعت فولاد
255.....	۳-۲-۲- مطالعه موردی صنعت داروسازی
280.....	۳-۲-۳- جمع بندی مطالعات موردی
283.....	نتایج پایانی و پیشنهادها
294.....	منابع و مراجع

مجری: فرزاد مرادپور		کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۴	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

مقدمه

موضوع ادغام بنگاه‌های ژاپنی، آمریکایی و اروپایی در سالهای اخیر به منظور استفاده از صرفه‌های مقیاس و جبران کاهش سود ناشی از تشدید رقابت، با وجود روند فزاینده تصویب قوانین رقابت در کشورهای مختلف جهان در کانون توجه اقتصاد رقابت جهان قرار داشته است. افزایش توانمندی بنگاه‌های داخلی برای رقابت بین‌المللی از جمله به منظور الحاق به سازمان جهانی تجارت از دیگر انگیزه‌های ادغام بنگاه‌های صنعتی بوده است. در کشور ما به جهت تعدد و پراکندگی بالای بنگاه‌ها در بسیاری از رشته‌های صنعتی و برای تقویت توان و قابلیت رقابت بین‌المللی آنها از جمله با هدف الحاق آتی به سازمان جهانی تجارت، ضرورت دارد که با تاکید بر تجربیات بین‌المللی این راهبرد مورد ارزیابی و بررسی قرار گیرد تا متناسب با شرایطمان بتوان از آن برای منظوره‌های فوق بهره برد.

هم اکنون در سطح جهان بسیاری از بازارها ساختاریافته اند و در آنها عاملین متعدد، رقابت بالا و گسترده به چشم نمی خورد بلکه در اغلب صنایع سهم عمده بازار در اختیار چند شرکت محدود است. طی دهه‌های اخیر، این ساختار شبه انحصاری در بازارهای بین‌المللی افزایش نیز داشته است که توجه به آن در ورود به بازارهای جهانی و حفظ بازار داخلی حایز اهمیت کلیدی در استراتژی صنعتی است. دستیابی به صرفه‌های مقیاس و تنوع و قابلیت سرمایه گذاری گسترده در بازاریابی و خدمات به مشتریان و انجام تحقیق و توسعه از ضرورت‌های بنیادین فعالیت بنگاه‌ها در عرصه‌های جهانی شده است و از این رو لازم است که بر وجود یک سیاست رقابتی مناسب و ترغیب شکل‌گیری شرکت‌های بزرگ و همزمان با آن ترغیب شکل‌گیری خوشه‌هایی از صنایع کوچک و متوسط در کنار شرکت‌های بزرگ تاکید شود.

مجری: فرزاد مرادپور		 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۵	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	
کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار

مقیاس فعلی بنگاه‌های ما به آنها اجازه بازیگری در بازارهای ساختاریافته جهانی را نمی‌دهد و از این رو ساماندهی رقابت با اتخاذ سیاست های رقابت مدیریت شده و ترغیب شرکت ها به ادغام و یکپارچه‌سازی و یا مساعدت به شکل‌گیری خوشه‌های صنعتی از ضروریات یک استراتژی صنعتی برای ارتقای قابلیت رقابت صنایع کشورمان می‌باشد.

در مباحث نظری اگرچه رقابت موجب بهبود عملکرد اقتصاد و افزایش کارایی شناخته می‌شود اما در انحصار که در نقطه مقابل رقابت قرار دارد نیز مواردی وجود دارد که عملکرد آنها مثبت تلقی می‌شود و مواردی چون انحصارات طبیعی، لیسانسهای انحصاری مربوط به سرمایه گذاریهای تحقیق و توسعه، بازدهی به مقیاس و محدودیت بازار و کارایی و نوآوری را دربرمی گیرد.

ساختارگرایان معتقدند ساختار برخی بازارها به جهت نیاز به تحمل هزینه های سنگین تجهیزات سرمایه ای و تبلیغات به نحوی است که ورود به آنها دشوار است. آنان معتقد به دخالت دولت و قوانین رقابت به منظور جلوگیری از انحصار و ارتقای رقابت هستند تا رابطه منطقی میان تمرکز و سودآوری برقرار شود. در مقابل پیروان مکتب شیکاگو انحصار را ناشی از عوامل ساختاری نمی دانند بلکه آن را ناشی از کارایی بیشتر و تغییرات فناورانه می‌شمارند و معتقدند چنین انحصاری در طول زمان جای خود را به رقابت می دهد و نیازی به دخالت دولت نیست و تنها انحصارات ناشی از دخالت های دولت گذرا نیستند و تداوم می یابند.

اگرچه اقتصاددانانی چون شومپتر (۱۹۴۲) انتقادات جدی در خصوص بهینه بودن حداکثر رقابت برای پیشرفت فنی و سرمایه گذاری و در نتیجه کارایی مطرح ساخته بودند اما چنین نظریاتی تا مدتها در ادبیات نظری نادیده گرفته می‌شد. از اواخر دهه ۱۹۷۰ بود که تحولات جدید در نظریات تجارت بین الملل و سازمان صنعتی (بویژه نظریات جو باین) آن ایده های ناهمسو را احیا کرد و ادبیات قابل

مجرى: فرزاد مرادپور		کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۶	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

ملاحظه ای در خصوص کاستی های رقابت بی مهار داخلی یا خارجی از لحاظ کارایی ایستا و پویای آن پدید آمد. در حالیکه پورتر (۱۹۹۰) رقابت شدید در بازار داخلی ژاپن را عامل اصلی موفقیت بنگاههای ژاپنی در رقابت بین المللی معرفی می کرد، آامسدن و سینگ (۱۹۹۳) با بررسی تجربه ژاپن و کره، سیاست رقابتی این کشورها را فاصله گرفتن از رقابت شدید در بازار داخلی و اعمال رقابت مدیریت شده با هدف ایجاد کارایی و بهره وری معرفی کردند.

در خصوص ادغام به طور خاص نیز رونالد کوز (۱۹۳۷) در مطالعات خود در خصوص بنگاهها با توجه به هزینه های مبادله موجود در بازار درونی سازی تولید در بنگاهها را موجب اجتناب از چنین هزینه هایی دانسته بود و بعدها اولیور ویلیامسون (۱۹۶۸) بر همان اساس نشان داد که ادغام با کاهش هزینه ها می تواند کارایی ایجاد کند.

موضوع رقابت و انحصار در ایران بویژه با مباحث تدوین قانون رقابت مورد توجه بیشتری قرار گرفته است و مطالعاتی نیز با هدف تعیین وضعیت رقابتی یا انحصاری صنایع مختلف ایران با بررسی نوع کالا، عملکرد بنگاه و بویژه ساختار صنعت بر اساس شاخص درجه تمرکز آنها صورت گرفته است.

مطالعه صالحی (۱۳۷۷) بر اساس سرشماری کارگاههای صنعتی کشور در سال ۱۳۷۳ حاکی از وجود تمرکز قابل توجه در صنایع ایران به طور عمومی و در بخش مهمی از فعالیت های صنعتی کشور است.

مطالعه پورپرتوی و دیگران (۱۳۸۸) بر اساس سرشماری کارگاههای صنعتی کشور در سال ۱۳۸۶ بیانگر آن است که ۶۵ درصد صنایع کشور (با کد دو رقمی) از تمرکز حادی برخوردار نیستند اما بیش از ۱۷

درصد نیمه متمرکز و بیش از ۱۷ درصد نیز شدیداً متمرکزند.

مجری: فرزاد مرادپور		کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی
صفحه: ۷	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

مطالعه خداداد کاشی و دیگران (۱۳۹۱) در دو دوره زمانی ۷۴ تا ۸۰ و ۸۱ تا ۸۶ گویای آن است که در ایران صنایع با حمایت بالا دارای تمرکز و سودآوری کم و صنایع با حمایت کم دارای تمرکز زیاد و سودآوری بیشتر و بالاخره صنایع با حمایت متوسط دارای تمرکز کمتر و سودآوری بیشتر اند. در این مطالعه ناهماهنگی میان سیاستهای رقابتی و حمایتی و اعمال غیربهبینه آنها بدون توجه به ساختار بازار و سودآوری و توانایی بنگاهها مانع از اثرگذاری مناسب سیاستها بر ارتقای بهره وری بنگاهها دانسته شده است.

در زمینه قوانین داخلی برای نخستین بار در نظام حقوقی کشور، در قانون شرکتهای تعاونی مصوب ۱۳۵۰ مقرراتی ناظر بر ادغام پیش‌بینی شده که بدیهی است اختصاص به شرکتهای تعاونی داشته و قابل تسری به سایر انواع شرکتهای نیست. در این قانون از ادغامهای مضر و مفید از منظر موازین رقابتی سخنی به میان نیامده است. و تا مدتها نظام حقوقی کشور از این منظر با خلاء قانونی مواجه بود. این وضع تا اوایل دهه هشتاد ادامه داشت تا این که قانون برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران مصوب ۱۳۸۳ برای نخستین بار قواعدی را هرچند موجز، در ارتباط با ادغام بنگاهها وارد نظام حقوقی کشور نمود. در ماده‌ی ۳۸ این قانون نیز دولت مکلف شده بود که لایحه‌ای در ارتباط با تسهیل شرایط رقابتی و ضد انحصار تهیه و به مجلس شورای اسلامی تقدیم کند. این لایحه در تیرماه ۱۳۸۴ تدوین یافت که مواد ۷-۱۱ آن به ادغامها اختصاص داشت. با الحاق این لایحه به عنوان فصل نهم قانون اجرای سیاستهای کلی اصل چهل و چهارم قانون اساسی، مفاد مواد یادشده با اندک تغییراتی در دو ماده‌ی ۴۸ و ۴۹ قانون اخیر گنجانده شدند.

علاوه بر قانون برنامه چهارم در قانون برنامه پنجم توسعه نیز این موضوع تا حدی مدنظر قرار گرفته است که بند الف ماده ۱۰۵ در این خصوص و نیز بند ج ماده ۱۵۰ قانون برنامه پنجم در خصوص

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۸	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

تدوین راهبرد وزارت صنعت، معدن و تجارت در تمهید ادغام و شکل‌گیری بنگاه‌های بزرگ رقابت‌پذیر تا پایان سال ۱۳۹۴ از اعتبار برخوردار است. ولی نه در قانون تجارت و نه در لایحه اصلاحی قسمتی از قانون تجارت که به مقررات حاکم بر شرکت‌های سهامی اختصاص دارد هیچ اشاره‌ای به مقوله ادغام شرکت‌ها نشده است. البته در اوایل دهه‌ی هشتاد مصوبه شماره‌ی ۱۹۲۵ تا ۲۵۵۲۴ مورخه ۱۳۸۱/۰۲/۳۱ هیات وزیران بر ضرورت اصلاح قانون تجارت در جهت تسهیل ادغام میان شرکت‌ها و شرایط انحلال آنها تاکید کرده که تاکنون بنا به دلایل مختلفی این مهم تحقق نیافته است. هرچند در لایحه تجارت که به صورت آزمایشی در دی‌ماه ۱۳۹۰ به تصویب کمیسیون قضائی و حقوقی مجلس رسید مقررات نسبتاً مفصلی در این ارتباط پیش‌بینی و تلاش شده است تا خلاءهای قانونی موجود مرتفع شود لیکن سرنوشت این لایحه روشن نیست و تاکنون به تصویب نهایی نرسیده است و لذا فعلاً به عنوان یک سند قانونی لازم‌الاجرا نبوده و قابلیت استناد ندارد.

در راستای پرداختن به مساله اصلی طرح در خصوص ارزیابی نقش سازو کارهای ادغام در افزایش قابلیت رقابت بنگاه‌ها، گذشته از مرور ادبیات نظری موضوع، بخش عمده‌ای از این مطالعه به بررسی تجربیات مطرح بین‌المللی در زمینه ادغام بنگاه‌های صنعتی اختصاص دارد که براساس مطالعه کتابخانه‌ای به‌انجام می‌رسد. در این مطالعه انگیزه‌ها و شیوه‌ها و روندهای ادغام در چندین کشور مورد بررسی تفصیلی قرار می‌گیرد تا معیارهای آن برای تطبیق با شرایط کشورمان بویژه با تکیه بر پیامدهای الحاق به سازمان جهانی تجارت و ضرورت رقابت با شرکت‌های معظم جهانی در بازارهای داخلی و صادراتی بدست آید. این بررسی از جمله شامل بررسی‌های مربوط به انعطاف‌ها و استثنائات قوانین رقابت و اصلاحات مربوطه خواهد بود.

مجری: فرزاد مرادپور		 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	صفحه: ۹	
ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار		کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی

در بخش ایران به بررسی وضعیت کنونی کشور از نظر قوانین و مقررات و وضعیت صنایع منتخب پرداخته می‌شود و با تطبیق شرایط کشورمان با تجربیات پیش‌گفته بین‌المللی تلاش می‌شود معیارهایی در این خصوص برای کشورمان استخراج گردد و قابلیت‌های موجود قوانین کشورمان در این خصوص معرفی و در صورت لزوم اصلاحات مقتضی پیشنهاد شود.

بنابر این قلمروی پژوهش بررسی تجربیات مطرح بین‌المللی از قبیل ژاپن، چین، کره، مالزی، هند، آلمان و برزیل، بررسی قوانین و مقررات مرتبط کشور و بررسی وضعیت صنایع منتخب (یک صنعت فرایندی نظیر فولاد و یک صنعت با فناوری بالا نظیر داروسازی) خواهد بود که با هدف شناخت انگیزه‌ها و روشهای ادغام بنگاههای صنعتی در تجربیات مطرح بین‌المللی، مقایسه و تطبیق وضعیت کشورمان با تجربیات بین‌المللی، ارزیابی آثار مثبت و منفی ادغام بنگاههای صنعتی، شناسایی قابلیت‌های مقررات فعلی کشورمان برای راهبرد ادغام بنگاههای صنعتی و توصیه اصلاح یا تدوین مقررات لازم در خصوص ادغام صورت می‌گیرد که می‌تواند ناظر بر بازنگری در شرایط مجوز تاسیس و شرایط ارایه وام‌ها به واحدهای موجود و جدید و شرایط جلب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی و... باشد.

مجری: فرزاد مرادپور		کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۰	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

۱- فصل اول: مفاهیم و مبانی نظری

۱-۱- مفهوم ادغام و اقسام و آثار آن

تملك^۱ و ادغام^۲ میان بنگاه‌ها^۳ از شیوه‌های شایع افزایش اندازه، توسعه، کاهش هزینه‌ها بویژه هزینه‌های مبادلاتی، ارتقای کارایی و هم‌افزایی میان شرکتها محسوب شده که گاه در جهت حذف بنگاه‌های رقیب، حذف رقابت و ایجاد انحصار (در تولید یا در کانالهای توزیعی) به کار گرفته می‌شوند. به همین دلیل، از جمله موضوعات مهمی هستند که در قلمرو دو شاخه حقوقی متفاوت یعنی حقوق رقابت و حقوق شرکتها از آنها سخن به میان می‌آید. این اقدامات از مصادیق همکاری میان بنگاه‌ها محسوب شده و معمولاً موجب تقویت موقعیت حداقل یکی از آنها و افزایش سهم آن در بازار می‌گردند. به همین علت، به آن دو در کنار برخی از انواع مشارکتهای انتفاعی^۴، "اقدامات تمرکززا" اطلاق می‌شود. ادغام و تملك نوعاً ماهیتی قراردادی دارند (مگر بعضاً در مورد ادغام شرکتهای دولتی) یعنی برای حصول آنها باید توافقی با طی تشریفات قانونی میان حداقل دو بنگاه صورت پذیرد. از این رو، از جمله مصادیق بارز اعمال دو یا چندجانبه‌ی بنگاه‌ها به شمار می‌روند. به علت آثار متنوعی که این دسته از اعمال بر رقابت در بازار دارند بدین ترتیب که گاه ممکن است موجب تقویت رقابت و گاه باعث از بین رفتن آن شوند،

^۱ Acquisition

^۲ Merger

^۳ در این پژوهش، بنگاه به معنای هر شخص اعم از خصوصی یا دولتی، حقیقی یا حقوقی است که به انجام فعالیت اقتصادی معینی در بازاری معین اشتغال دارد. بر این اساس، شرکت‌های تجاری مهمترین مصداق بنگاه‌ها محسوب می‌شود.

^۴ Joint Ventures

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۱	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

به شدت تحت نظارت و بازرسی مقامات رقابتی هر کشور قرار دارند؛ به گونه‌ای در بسیاری از قوانین کشورها مقررات خاصی نیز در مورد آنها وضع گردیده است.

پیش از هر چیز جهت تبیین موضوع و محل بحث، لازم است تا در ابتدا مفهوم ادغام و تفاوت آن با تملک مورد اشاره قرار گیرد.

ادغام در لغت به معنای «فراگرفتن چیزی چیز دیگر را»^۵ و «در هم فشردن و فرو بردن دو چیز»^۶ آمده است. در حقوق تجارت نیز از این معنا دور نیفتاده است. چرا در حقوق شرکتهای تجاری، ادغام به معنای امتزاج و درهم آمیختگی یک یا چند بنگاه مستقل در کالبد یک بنگاه از پیش موجود یا تشکیل یک بنگاه جدید از به هم پیوستن دو یا چند بنگاه مستقل است. به عبارت بهتر، ادغام یکی شدن و تجمع دو یا چند بنگاه است که از منظر حقوقی به دو شیوه شکل می گیرد: ۱) ادغام ساده (یک جانبه): در اثر این نوع ادغام، حداقل یکی از بنگاه‌ها از میان رفته و موجودیت خود را از دست می‌دهد؛ بدین ترتیب که یک بنگاه در بنگاه دیگر حل شده و بدان ملحق می‌شود؛ ۲) ادغام مرکب (دو یا چند جانبه): در این روش، همگی بنگاه‌های ادغام‌شونده از بین رفته و از حاصل جمع آنها بنگاه جدیدی شکل می‌گیرد. ادغام در معنای اخص خود به حالت اخیر اطلاق می‌شود که معمولاً میان دو بنگاه هم‌سطح رخ می‌دهد. با این همه، باید دانست که اتفاق نظری در خصوص مرزهای این مفهوم وجود ندارد و ادغام گاه در معنای اعم خود شامل هر نوع ائتلاف و تجمع بنگاه‌ها دانسته می‌شود چه شخصیت حقوقی یک یا چند تن از بنگاه‌های ادغام‌شونده از میان برود یا خیر. از همین رو، در قوانین رقابت

^۵ - حسن عمید، فرهنگ فارسی عمید (تهران: انتشارات راه رشد، ۱۳۸۹)، مدخل: ادغام.

^۶ - محمد معین، فرهنگ معین (تهران: انتشارات اشجع، چاپ پنجم، ۱۳۸۸)، مدخل: ادغام.

مجری: فرزاد مرادپور	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۲		ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

کشورها اصطلاح مزبور به یک معنا به کار نرفته و گاه برای اشکال مختلف فروض فوق اصطلاحات متفاوتی استعمال گردیده است.

در مقابل، تملک اگرچه به معنای مالکیت یافتن بر مالی معین است اما مفهوم آن، در حقوق رقابت کمی توسعه یافته است. چرا در این رشته‌ی نوین حقوقی علاوه بر به‌دست آوردن مالکیت، به معنای در اختیار گرفتن کنترل^۷ یک بنگاه مستقل توسط بنگاه دیگر نیز آمده است که عمدتاً از طریق خرید کل سهام یا دارایی (تصاحب) و یا خرید بخش اعظم آنها (کسب (سهام) کنترل^۸) صورت می‌پذیرد. بنابراین، در وهله‌ی نخست این‌گونه به نظر می‌رسد که نقطه‌ی تمایز تملک و ادغام در این است که در اولی، لزوماً بنگاه تملک‌شده موجودیت خود را از دست نمی‌دهد و ممکن است تحت مالکیت یا مدیریت بنگاه تملک‌کننده به فعالیت خود ادامه دهد اما در دومی، طرفین ادغام یا حداقل یکی از آنها از میان می‌رود.

صرف‌نظر از ادغام‌های ساده و مرکب که در بالا بدانها اشاره گردید، از ادغام‌ها می‌توان به اعتبارات مختلف انواع گوناگون دیگری نیز برشمرد^۹. اما طبقه‌بندی که در حقوق رقابت حایز اهمیت و اثر می‌باشد تقسیم ادغام‌ها به اعتبار جایگاه طرفین آن در بازار است. از این منظر، ادغام‌ها به سه نوع

^۷ - Takeover؛ گاه این واژه اعم از ادغام و تملک به‌کار می‌رود.

^۸ - Buyout

^۹ - برای دیدن انواع ادغام‌ها؛ ر.ک: احمد بیگی حبیب‌آبادی، مطالعه‌ی تطبیقی ادغام شرکت‌های سهامی در حقوق ایران، انگلیس و آمریکا (تهران: رساله برای دریافت درجه‌ی دکتری حقوق خصوصی دانشگاه تربیت مدرس، ۱۳۸۰)، صص ۶۶ به بعد؛ همچنین، بورس اوراق بهادار تهران، گزارش شناخت خریدهای تملکی (تهران: بورس اوراق بهادار تهران، معاونت مطالعات اقتصادی و توسعه بازار، ۱۳۸۸)، صص ۷ به بعد؛ قابل دسترسی در پایگاه:

ادغامهای افقی، عمودی و مختلط (ناهمگون) ۱۰ تقسیم می‌شوند. دو نوع اخیر تحت عنوان "ادغامهای غیرافقی" نیز مورد مطالعه قرار گرفته و مقررات حاکم بر آنها از سوی قانون‌گذاران وضع می‌گردد. ادغام افقی، ادغامی است که طرفین آن -صرف‌نظر از قدرت بازاری آنان- در جایگاه و موقعیت مشابهی در زنجیره‌ی تامین کالاهای (یا خدمات) مرتبط قرار دارند. مثلاً هر دو تولیدکننده یا توزیع‌کننده‌ی عمده‌ی تجهیزات رایانه‌ای می‌باشند. اما در ادغام عمودی موقعیت طرفین در بازار مربوط به یک محصول معین مشابه نیست. مثلاً یک طرف ادغام تولیدکننده‌ی محصولات بهداشتی است و طرف دیگر توزیع‌کننده‌ی دست اول آنها است. در ادغام مختلط، زمینه‌ی فعالیت و نوع محصول عرضه شده توسط طرفین متفاوت بوده و هیچ‌گونه ارتباط مستقیمی با یکدیگر ندارد. به دیگر سخن، بازار فعالیت بنگاه‌های طرف ادغام، غیر مرتبط بوده و زمینه تجاری مشترکی با یکدیگر ندارند.

انگیزه‌ی بنگاه‌ها در روی آوردن به ادغام (در معنای عام خود) و اثر این اقدام آنها بر رقابت در بازار ۱۱ بسته به هر مورد متفاوت است. پیگیری اهدافی همچون نیل به افزایش اندازه بنگاه‌ها، صرفه‌های مقیاسی، توسعه محصولات، صرفه‌های قلمرویی، جذب فناوری‌ها و استفاده از تکنولوژی‌های دیگر بنگاه‌ها جهت کاهش قیمت تمام‌شده، تامین مالی، همکاری در برنامه‌های تحقیق و توسعه یا هم‌گرایی عمودی و کاهش هزینه‌های مبادله در ادغامها معمولاً موجب کاهش قیمت، افزایش کارایی ۱۲، ارتقای توان

^{۱۰} - Conglomerate Mergers؛ برخی نویسندگان این دسته از ادغامها را «ادغامهای به هم پیوسته» ترجمه نموده‌اند: بیگی حبیب‌آبادی، همان منبع، ص ۱۱۹.

^{۱۱} - برای دیدن سایر آثار حقوقی ادغامها؛ رک: پیشین، صص ۱۹۰ به بعد.

^{۱۲} - برای مطالعه‌ی بیشتر در خصوص اثر ادغامها بر کارایی و رفاه؛ رک: Sjoerd Kamerbeek, "Merger Performance and Efficiencies in Horizontal Merger Policy in the US and the EU", MPRA Paper No. 18064, Utrecht University (2009), pp. 5-15; Available at: <http://mpra.ub.uni-muenchen.de/18064/> (Last visited: 20/2/2012).

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۴	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

رقابتی بنگاه‌های کوچک یا متوسط و در نتیجه، تشدید رقابت می‌شود^{۱۳}. بنابراین، در موارد مزبور ادغامها معمولاً در راستای افزایش رفاه مصرف‌کنندگان و موافق با موازین رقابتی گام برمی‌دارند و از نقطه نظر اقتصادی امری پسندیده محسوب می‌شوند^{۱۴}. با این همه، گاه ممکن است ادغامها در جهت خارج یا محو کردن رقا از بازار و ایجاد تمرکز که حد نهایی آن ایجاد موقعیت مسلط^{۱۵} یا انحصار است به کار گرفته شوند. یعنی با تبدیل بازارهای رقابتی به بازارهای چندقطبی (الیگوپولی) یا انحصاری برخلاف اهداف حقوق رقابت عمل نمایند لذا از منظر قواعد حقوق رقابت امری مذموم تلقی خواهد شد^{۱۶}. بر این اساس، ادغام در برابر رقابت ممکن است نقشی دوگانه ایفا کند؛ گاه همچون سپری از رقابت موثر حمایت نموده و افزایش کارایی را به ارمغان می‌آورد و گاه همچون شمشیری رقابت را از میان می‌برد. در نتیجه، نمی‌توان حکم کلی، واحدی و از پیش معلومی در مورد این رفتار بنگاه‌ها صادر نمود. در این بین، اهداف^{۱۷} غیراقتصادی نیز نظیر اشتغال‌زایی، حمایت از بنگاه‌های کوچک و

^{۱۳} برای دیدن توضیحات بیشتر در خصوص انگیزه‌های بنگاه‌ها برای ادغام و تاریخچه‌ی آن؛ از جمله ر.ک: Donald DePamphilis, *Mergers and Acquisitions Basics: All You Need to Know* (Burlington: Academic Press, 2011), pp. 3 and seq.

^{۱۴} از همین رو گفته می‌شود که اقتصاددانان به‌طور کلی، موافق ادغامها بوده و آنها را به سود فرایند رقابت در بازار می‌دانند. زیرا ادغامها موجب می‌شوند تا شیوه‌های تولید در جهت صرفه‌جویی در هزینه‌ها بازسازی و مدیریتهای ناکارآمد حذف شده و شرکت در راستای کارایی بیشتر گام بردارد: Mats A. Bergman et al., "Merger Control in the European Union and the United States: Just the Facts" (2010), p. 4; Available at: <http://ssrn.com/abstract=1565026> (Last visited: 20/2/2012).

^{۱۵} بند ۱۵ ماده‌ی ۱ ق.ا.س.ک. در تعریف موقعیت مسلط آورده است: «وضعیتی در بازار که در آن توانایی تعیین قیمت، مقدار عرضه یا تقاضای کالا یا خدمت یا شرایط قرارداد در اختیار یک یا چند شخص حقیقی و یا حقوقی قرار گیرد». در بند ۱۲ همین ماده، معنای تقریباً مشابهی از انحصار ارایه گردیده است.

^{۱۶} - عدم مطلوبیت تمرکز که قدرت بازاری را به همراه دارد از نظر موازین رقابتی روشن است: اولاً ساختار تصمیم‌گیری غیر متمرکز ضامن حفظ آزادی تصمیم‌گیری و آزادی عمل فردی فعالان اقتصادی است؛ ثانیاً ساختار غیرمتمرکز بازار موجب هماهنگی کنش‌ها و واکنش‌های فعالان اقتصادی و عامل کسب اطلاعات پراکنده‌ی بازار و استفاده‌ی بهینه از آنها خواهد شد؛ ثالثاً این چنین ساختاری تضمین‌کننده‌ی پویایی بازار بوده و باعث افزایش کارایی نیروهای بازار می‌شود که به نوبه‌ی خود، افزایش رفاه مصرف‌کنندگان، افزایش عدالت توزیعی و محدود کردن اعمال قدرت در بازار و ایجاد انگیزه برای نوآوری را به همراه می‌آورد. به نقل از: باقری و رشوند، همان منبع، ص ۶۵.

^{۱۷} برای مطالعه‌ی بیشتر درباره‌ی اهداف حقوق رقابت؛ ر.ک: محمدحسن صادقی‌مقدم و بهنام غفاری، "روح حقوق رقابت: مطالعه‌ی تطبیقی در اهداف حقوق رقابت"، مجله حقوقی دادگستری، شماره ۷۳ (بهار ۱۳۹۰)، صص ۱۱۳ به بعد.

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۵	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴		

قهرمان پرووری ملی بر پیچیدگی تحلیل مباحث مربوط به ادغامها در حقوق رقابت می‌افزاید^{۱۸}. هدف اخیر به معنای حمایت از افزایش اندازه بنگاه‌های داخلی جهت ارتقای توان رقابت آنها با بنگاه‌های خارجی بویژه در بازارهای بین‌المللی است که از جمله اهداف مهم ادغام بنگاه‌ها در کشورهای در حال توسعه به شمار می‌رود. زیرا بنگاه‌های ملی فعال در بازارهای داخلی این کشورها نوعاً از اندازه و توان رقابتی به دفعات کمتری در مقایسه با بنگاه‌های خارجی برخوردار بوده و انواع کارایی‌های اقتصادی اعم از کارایی تخصیصی، تولیدی و پویا (ابتکار و تکنولوژی) نیز در مورد آنها در سطح پایین‌تری قرار دارد. لذا در صورت عدم حمایت از ناحیه دولتهای خود نه تنها در بازارهای بین‌المللی غالباً باختی برای موفقیت ندارند بلکه در صورت حذف تعرفه‌ها بازارهای داخلی را نیز از دست خواهند داد. به عبارت دیگر، از آن‌جا که مصرف‌کنندگان طبعاً تمایل به صرف هزینه برای خرید محصولات باکیفیت‌تر، جدیدتر و با قیمت کمتر دارند - و در این راه، تابعیت شرکت تولیدکننده چندان مورد توجه نیست - در تقابل بنگاه‌های کوچک و ضعیف کشورهای در حال توسعه با بنگاه‌های بزرگ و کارآمد دیگر کشورها، باخت و ورشکستگی از آن‌ها اولی است. این امر به نوبه خود موجب سرازیر شدن سرمایه و منابع کشورهای در حال توسعه به سمت کشورهای توسعه‌یافته و نهایتاً افزایش نرخ بیکاری و نابودی صنایع داخلی آنها می‌شود لذا روزه‌روز بر فاصله میان این دو گروه از کشورها و فقر کشورهای دسته نخست افزوده خواهد شد. یکی از راه‌کارهای برون‌رفت از این وضع، افزایش اندازه بنگاه‌های کوچک و متوسط در انواع صنایع و بخشهای اقتصادی کشورهای اخیر می‌باشد که در برخی از آنها تجربیات موفق‌یافته است.

^{۱۸} برای دیدن توضیحات بیشتر در خصوص اثر اهداف غیر اقتصادی در تحلیل ادغامها؛ رک: David W. Barnes, "Nonefficiency Goals in the Antitrust Law of Mergers", 30 William and Mary Law Review, Issue 4 (1989), pp. 806 and seq.

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۶	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

در هر حال، نزاع میان اهداف گوناگون حقوق رقابت یعنی اهداف اقتصادی (افزایش کارایی و رفاه مصرف‌کنندگان) و اهداف غیراقتصادی که هر یک مسیر تحلیل را به سویی می‌کشاند به‌روشنی در اغلب ادغامها قابل مشاهده می‌باشد، نقش و آثار متفاوت ادغامها بر فرایند رقابت در بازارها نیز بر پیچیدگی این تحلیلها می‌افزاید. مجموع این ویژگی‌ها باعث شده است تا در بسیاری از نظامهای حقوق رقابت از ساز و کار ویژه‌ای با نام "سیاست یا کنترل ادغامها"^{۱۹} برای نظارت بر آنها سخن به میان آید. حفظ رقابت موثر در بازار و پیشگیری از ایجاد زمینه‌ی سوء استفاده از موقعیتهای مسلط و انحصاری مهمترین اهدافی هستند که رژیم‌های کنترل ادغامها دنبال می‌کنند. ناگفته پیداست که بیشترین نگرانی مجریان مقررات رقابت متوجه ادغامهای افقی می‌باشد^{۲۰} چرا که موجب هم‌افزایی و تجمع قدرت بازاری شرکتهای طرف ادغام که تا پیش از آن، رقیب یکدیگر بودند می‌گردد. با کاهش تعداد بنگاههای رقیب در بازار، قدرتهای مسلط و نهایتاً انحصاری پدید خواهند آمد و در نتیجه، زمینه‌ی بروز رقابت و مزایای آن در بازار از بین خواهد رفت. اهمیت ادغامهای افقی از لحاظ آماری نیز قابل تایید است زیرا تنها کمتر از ۱۰٪ ادغامهای صورت گرفته در اتحادیه اروپا و ایالات متحده، از نوع عمودی می‌باشند؛ در حالی که ادغامهای مختلط به‌ندرت یافت می‌شوند.

^{۱۹}- Merger Policy or Control

^{۲۰}- لازم به توضیح است که صاحب‌نظران طرفدار مکتب شیکاگو نظیر روبرت بورک تنها به قابلیت ادغامهای افقی برای ایجاد آثار ضد رقابتی معترف می‌باشند و معتقدند که سایر انواع ادغامها اساساً نباید تحت نظارت و مشمول مقررات ممنوعی قرار گیرند. در باور این اندیشمندان، «قواعد افقی که به‌درستی وضع و اجرا شوند تمام آن چیزی است که مورد نیاز می‌باشد»: Robert Bork, *The Antitrust Paradox: A Policy at War with Itself* (New York: Basic Books, 1978); cited by William James Adams, "Should Merger Policy Be Changed? An Antitrust Perspective", 31 *The Merger Boom* (October 1987), pp. 175-176.

مجموعه: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۷	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

۱-۱-۱- اهداف کلی ادغام صنایع

آنچه از تجزیه و تحلیل ادبیات موضوع ادغام بدست می‌آید آن است که ادغام صنایع می‌تواند اهداف گوناگونی داشته باشد که می‌توان به اهداف اقتصادی، اهداف محیطی (اجتماعی و فرهنگی) و اهداف سازمانی تقسیم‌بندی گردد که در زیر به طور خلاصه به هر کدام از آنها پرداخته می‌شود:

۱- اهداف اقتصادی

ادغام‌های که صرفاً اقتصادی باشد اهداف مشخصی را دنبال می‌کنند که مهم‌ترین آنها شامل

۱- افزایش در تولید

۲- افزایش قدرت رقابت‌پذیری

۳- افزایش سهم در بازار

۴- تمرکز در استفاده از منابع

۵- حذف رقابت‌های نادرست در اجرای رسالت بنگاه‌ها

۶- صرفه‌جویی در استفاده از منابع

۷- افزایش اثر بخشی صنایع

۸- کاهش معضلات ناشی از ارتباطات مضاعف با تامین کنندگان مواد اولیه

در رابطه با اهداف محیطی ادغام صنایع نیز می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:

۱- بهبود فرهنگ کار

۲- برقراری عدالت در استخدام نیروی کار

نهایتاً این‌که در خصوص اهداف سازمانی ادغام صنایع نیز دلایل زیر قابل بیان است::

۱- تامین انتظارات ذی‌نفعان

۲- کاهش کارکنان

مجری: فرزاد مرادپور	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۸		ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

۳- رشد و ارتقاء صنایع

۴- کاهش تصدی‌گری دولت

در مجموع می‌توان "افزایش قدرت رقابتی بنگاه" را بویژه در بازارهای بین‌المللی بعنوان هدف اصلی ذکر کرد و "افزایش تامین منابع مورد نیاز برای توسعه فناوری" و نیز "بازاریابی بین‌المللی" را از اجزای این هدف شمرد.

۱-۲- مبانی نظری ادغام

به‌طور کلی ادغام و اکتساب ۲۱ بنگاه‌ها، به فرآیندهای مربوط به ترکیب و اتحاد ۲۲ بنگاه‌ها گفته می‌شود. این اقدامات به نوعی یک تصمیم استراتژیک بوده و به همین دلیل، در سطح بنگاه طبقه‌بندی می‌شوند و موضوع بحث مدیریت مالی بنگاه ۲۳ و نیز مدیریت سرمایه‌گذاری ۲۴ قرار می‌گیرند. آثار ناشی از ادغام و اکتساب هم در سطح خرد یا بنگاه‌ها و هم در سطح اقتصاد کلان قابل بررسی است که بعضی مواقع نتایج مفید و مثبت و گاهی اوقات نیز نتایج مخربی برای بنگاه‌ها و کشور دارند. تصمیم‌گیری در مورد ادغام و اکتساب، از تصمیمات استراتژیک و بسیار حساس و تخصصی مدیران بنگاه‌ها تلقی می‌گردد که عموماً تصمیماتی بلندمدت و حرفه‌ای هستند. در سال‌های اخیر این اقدامات توانسته‌اند ارزش‌ها و البته زیان‌هایی را برای اقتصاد جهان و بسیاری از بنگاه‌ها به ارمغان آورند که خود محل

۲۱ Merger And Acquisition (M&A)

۲۲ Consolidation

۲۳ Corporate Finance

۲۴ Investment Management

مجری: فرزاد مرادپور		کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۹	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

بحث و منازعه بسیاری از نظریه‌پردازان و نیز موضوع مطالعات و تحقیقات تجربی بسیاری از محققین بوده است.

ادغام و اکتساب در عمل، فرآیندهای بسیار پیشرفته و تخصصی هستند که جنبه‌ها و پیامدهای گسترده مدیریتی، حقوقی، قانونی، مالی، حسابداری، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی به دنبال دارند و در مواردی حتی سبب جابجایی و تغییرات گسترده در ارزش افزوده و ثروت افراد، بنگاه‌ها، جامعه و نیز تغییر در کیفیت تخصیص منابع خواهند شد. در اقتصاد جهان، بخش‌های خدماتی، بانک‌داری، بیمه و داروسازی نسبت به سایر بخش‌های اقتصادی به میزان بیشتری تحت تأثیر ادغام‌ها و اکتساب‌ها قرار گرفته‌اند که در این میان کشورهای امریکا و انگلستان نسبت سایر کشورها در خصوص ادغام و اکتساب سابقه بیشتری دارند. به موازات افزایش حجم عملیات ادغام و اکتساب در سطح جهان و به‌منظور پیش‌گیری از تبعات منفی احتمالی ناشی از این اقدامات، فشارهای گسترده تصمیم‌گیرندگان و نهادهای قانون‌گذاری کشورها نیز برای محدود کردن، سامان‌دهی و قانونمند ساختن بازار کنترل بنگاه‌ها در حال افزایش است.

از سوی دیگر با توجه به ادبیات موضوع، بنگاه‌ها از روش‌های متفاوتی برای رشد و توسعه خود در ابعاد گوناگون استفاده می‌کنند که می‌توان آنها را در دریافت حق لیسانس، اتحاد استراتژیک، مشارکت عملی^{۲۵} و ادغام و اکتساب خلاصه نمود. بنابراین ادغام یکی از ابزارهای رشد و توسعه بنگاه‌ها است که ضروری است در ادامه به بررسی و تجزیه و تحلیل ادغام و مسائل مرتبط به آن پرداخته شود. در فرآیند ادغام ریسک و هزینه‌های متوجه بنگاه و سهام‌داران آن خواهد بود که به

^{۲۵} Joint Venture

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۰	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

مراتب این ریسک و مخاطره از راه اندازی یک فعالیت جدید به مراتب کمتر است و لذا در شرایط یکسان، ادغام و اکتساب دارای خطرات کمتری متوجه سهام‌داران خواهد بود. تجزیه و تحلیل چگونگی ادغام‌ها و اکتساب‌ها در سطح جهان حاکی از آن است که روند ادغام‌ها و اکتساب‌ها در جهان، تا حدود زیادی تابع شرایط رشد و توسعه و روند بازار سهام در کشورها مختلف است (ادغام و اکتساب با توسعه یافتگی و عملکرد شفاف و مناسب بازار سهام ارتباط مثبت دارد) که در این رابطه می‌توان به دلایل زیر اشاره نمود^{۲۶}:

- تسریع تحولات و تغییرات تکنولوژیک
 - تحولات و کاهش هزینه‌ها در زمینه حمل و نقل و ارتباطات
 - توسعه جهانی شدن
 - شدت یافتن رقابت و افزایش دامنه و حوزه رقابت
 - بروز یا ظهور بنگاه‌ها و صنایع جدید و لزوم خارج شدن از صنایع
 - تغییرات شدید قوانین و مقررات زدایی‌ها به صورت تقویت و یا آزادسازی
 - ظهور بنگاه‌های چند ملیتی
 - حرکت سیال سرمایه‌ها
 - چرخه‌های ایجاد، توسعه و بلوغ محصولات و بنگاه‌ها
 - تغییرات فرصت‌های رشد و سرمایه‌گذاری در صنایع و بخش‌های مختلف
 - رشد بازارهای مالی و سهام
 - مهندسی مالی و ایجاد ابزارهای جدید تأمین مالی
- در ضمن، ایجاد ارزش ناشی از فرآیندهای ادغام و اکتساب را می‌توان در موارد تعدیل نیروی انسانی،

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۱	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

هم‌افزایی مالی و عملیاتی، تخفیف‌های مالیاتی، تغییر و حذف مدیران ضعیف، کاهش و صرفه جویی‌های اقتصادی جستجو و بررسی نمود^{۲۷}. از سوی دیگر، در ادغام بنگاه‌ها ممکن است مسائل و مشکلاتی از قبیل انحصاری شدن، جنگ قیمت‌ها، خوش‌بینی‌های افراطی و حدی، بزرگ‌نمایی هم‌افزایی حاصل از ادغام، ریسک‌های بدهی (اهرم مالی) بالا و ورشکستگی، مشکلات مربوط به ایجاد انسجام و هماهنگی بین بنگاه‌ها، هزینه و منفعت بین کوچک بودن و بزرگ بودن بنگاه‌ها و قوانین و مقررات موجود پدید آید که باید به آنها توجه کافی گردد.

۱-۳-۱-۱- نتایج احتمالی ادغام برای بنگاه‌ها

اگرچه امروزه ادغام‌ها رو به افزایش است ولی بحث‌های زیادی در مورد این‌که ادغام چه اثراتی برای بنگاه و اقتصاد کشور دارد وجود دارد. سوال اساسی آن است که چرا بسیاری از ادغام‌ها نمی‌توانند توقعات سرمایه‌گذاران و سهام‌داران را برآورده سازند؟ شواهد مربوط به عملکرد ادغام‌ها، نشان‌گر عملکرد توأم با شکست بسیاری از ادغام‌ها است به‌طوری که می‌توان گفت نرخ شکست ادغام‌ها بسیار بالا است.

عوامل مالی و استراتژیک برای تشریح نرخ بالای شکست‌ها کافی نیستند و باید عوامل انسانی را نیز در نظر گرفت؛ موضوع سازگاری فرهنگی اهمیت بسیار زیادی یافته است؛ مدیریت موفق افراد و فرهنگ‌های درگیر در ادغام و فرهنگ‌های سازمانی آنها در دستیابی به نتایج مطلوب ادغام‌ها است؛ ادغام، به ابزاری مهم برای افزایش یا حفظ سهم بنگاه‌ها در بازار تبدیل گردیده اما این استراتژی همیشه قادر به تحقق سودآوری با معیارهای اقتصادی پیش‌بینی شده نمی‌باشد.

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۲	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

۱-۱-۴- ارزیابی اثرات ادغام‌ها

به لحاظ پیچیدگی‌ها و ابعاد مختلفی که در فرآیندهای ادغام وجود دارد ارزیابی دقیق نتایج و تعیین سود/ زیان واقعی حاصل از آن‌ها کار دشواری است و همواره در تشخیص چارچوب دقیق نتایج (عمدتاً به لحاظ بلند مدت بودن و دخیل شدن جنبه‌های غیر مالی)، انتخاب شاخص‌های مناسب برای انجام این ارزشیابی‌ها و نیز تصمیم‌گیری در مورد مدت زمان مناسب و زمان خاص انجام این ارزشیابی، مشکلات زیادی وجود دارند. به هر حال به رغم مسائل و مشکلات موجود، ارزیابی نتایج این اقدامات به عنوان تصمیماتی راهبردی و سرنوشت‌ساز اجتناب‌ناپذیر است که در هین رابطه، تاکنون معیارهایی از سوی متخصصان امر معرفی و انتخاب شده است که به شرح زیرند:

۱- نسبت سود به درآمد

۲- نوسانات قیمت سهام

۳- ارزشیابی‌های مدیریتی

نکته قابل توجه در خصوص معیارهای پیشنهادی تحلیل‌گران مالی آن است که بسیاری از نظریه پردازان، ادغام را یک فعالیت منطقی مالی و استراتژیک می‌دانند تا یک تعامل انسانی و در نتیجه برای ملاحظات مالی و استراتژیک وزن و اهمیت بیشتری قائل هستند.

۱-۱-۵- عوامل موفقیت در ادغام

نتایج ادغام‌های موفق، ارتباطی مستقیم توانایی مدیریت جهت یکپارچه کردن اعضای سازمان و به حداقل رساندن نگرانی‌های افراد وجود دارد، به گونه‌ای که با ایجاد تغییری مهم و ناگهانی در فرایند ادغام‌ها، ابهامات زیاد و نوعی احساس از دست رفتن قدرت را موجب می‌شود که این امر می‌تواند باعث کاهش انگیزه، نارضایتی شغلی، استرس کارکنان شود و به جای افزایش سودآوری، ادغام‌ها باعث پیامدهای منفی رفتاری شده‌اند.

بنابراین بر اساس توصیه صاحب نظران در این خصوص، برای انجام یک ادغام موفقیت‌آمیز باید توجه ویژه‌ای به نکات و عوامل زیر صورت گیرد:

- شناخت دقیق ابعاد مادی و انسانی بنگاه هدف، انجام مذاکرات مستمر و توجه به جزئیات مالی،

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۳	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴ ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

فنی و حقوقی بنگاه، اگر چه در عمل همگی فعالیت‌هایی فرسوده کننده هستند اما باید به دقت انجام پذیرند.

- انجام برنامه‌ریزی قبلی برای فرآیند ادغام و اجرای دقیق برنامه‌ریزی انجام شده، برای دستیابی به تمام پتانسیل‌های موجود و حداکثر استفاده از امکانات و قابلیت‌های طرف مقابل؛
- توجه ویژه به تقارن فرهنگی؛ زیرا مقوله فرهنگ و وجود استراتژی مناسب فرهنگی تأثیر بسزایی در موفقیت ادغام و اکتساب‌ها دارد که در این رابطه انجام اقدامات عملی زیر می‌تواند مفید باشد:

۱-۱-۶- ویژگی‌های اصلی ادغام

- ۲- حذف یا کاهش مشکلات ارتباطی بین کارکنان شرکت‌های مختلف
 - ۳- برگزاری برنامه‌های آموزشی سازمانی و ارتقای سطح فرهنگ و دانش سازمانی
 - ۴- کاهش تضاد منافع بین کارکنان به‌ویژه در بین کارکنان از شرکت‌های مختلف
- ۱-۱-۶- ویژگی‌های اصلی ادغام
- اگر چه ادغام‌ها با انگیزه‌ها و روش‌های گوناگون انجام می‌شود و شاید هر ادغامی که در فضای خاصی صورت می‌گیرد ویژگی‌ها و شرایط منحصر به فردی داشته باشد؛ اما به هر حال برخی مشخصات را می‌توان در اغلب آنها مشاهده نمود که مهم‌ترین آنها عبارتند از:
- در ادغام معمولاً طرفین قرارداد بنگاه‌های سهامی هستند.
 - در ادغام علاوه بر دارایی‌ها، بدهی‌ها و تعهدات نیز منتقل می‌شود.
 - معمولاً یک بنگاه به طور کامل در شرکت دیگر جذب می‌شود.

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۴	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

- ادغام معمولاً دوستانه، با تمایل طرفین و با مذاکره و تأیید هیأت مدیره و مجامع شرکت‌ها صورت می‌گیرد (شکل مقابل آن قبضه مالکیت اجباری^{۲۸} است که در آن بدون رضایت و حتی آگاهی مدیران تغییر مالکیت صورت می‌گیرد).

- ترکیب دارایی‌ها، ترکیب بدهی‌ها و تعهدات و بالاخره ترکیب حقوق صاحبان سهام در فرآیند ادغام به‌طور کامل باید مورد بررسی قرار گیرد.

ادغام می‌تواند به صورت اتحاد منافع و یا خرید صورت گیرد.

۱-۷-۱- شیوه‌های ادغام

بنگاه‌ها به لحاظ ماهیت به صورت‌های مختلف با یکدیگر ادغام می‌شوند که متداول‌ترین آنها عبارتند از:

- ادغام ساده: این شیوه عمدتاً از طریق ترکیب دو یا چند شرکت سهامی و تشکیل یک شرکت واحد انجام می‌شود. در عمل، ادغام ساده قراردادی است که به موجب آن یک شرکت سهامی شرکت سهامی دیگر را جذب می‌کند. شرکت ادغام‌کننده کلیه دارایی‌ها و اموال شرکت هدف را تملک می‌کند و نیز مسئولیت کلیه دیون و تعهدات شرکت را می‌پذیرد.

- ادغام ترکیبی^{۲۹}: عبارت است از ترکیب دو یا چند بنگاه سهامی و ایجاد یک بنگاه کاملاً جدید. در این روش، بعد از فرآیند ادغام یک بنگاه جدید تأسیس می‌شود و تمام دارایی‌ها و تعهدات بنگاه‌های قبلی به بنگاه جدید منتقل می‌گردد.

^{۲۸} Hostile Takeover

^{۲۹} Consolidation

مجری: فرزاد مرادپور		کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۵	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

۸-۱-۱- انواع ادغام

ادغام بین بنگاه‌ها در انواع گوناگون امکان‌پذیر است و طبقه‌بندی‌های مختلفی می‌توان برای آنها قایل گردید که به صورت خلاصه به قرار زیر است:

۱- ادغام افقی^{۳۰}: عبارت است از ادغام دو بنگاه که کار آنها شبیه یکدیگر است و در یک رشته مشابه فعالیت می‌کنند.

۲- ادغام عمودی^{۳۱}: بیانگر ادغام دو بنگاه است که فعالیت و محصول یکی از آنها پیش‌نیاز فعالیت و محصول بنگاه دیگر است.

۳- ادغام مرتبط^{۳۲}: به معنی ادغام دو بنگاه است که فعالیت آنها به همدیگر مربوط است. در این حالت، فعالیت یا محصول یک بنگاه نه رقیب بلکه مکمل فعالیت یا بنگاه دیگر است.

۴- ادغام غیرمرتبط^{۳۳}: هرگاه دو بنگاه با رشته فعالیت مختلف و غیرهمگون با یکدیگر ادغام شوند این ادغام از نوع غیرمرتبط تلقی می‌شود.

۵- ادغام رقیق‌کننده^{۳۴}: در این حالت یک بنگاه با P/E (قیمت به درآمد) پایین، بنگاهی با P/E بالا را خریداری و در خود ادغام می‌کند^{۳۵}.

۶- ادغام تقویت‌کننده^{۳۶}: در این نوع ادغام، یک بنگاه با قیمت به درآمد بالا، بنگاهی با قیمت به درآمد پایین را خریداری می‌کند تا از این طریق وضعیت این نسبت را در بنگاه بهبود ببخشد.

^{۳۰} Horizontal Merger

^{۳۱} Vertical Merger

^{۳۲} Co generic Merger

^{۳۳} Conglomerate Merger

^{۳۴} Dilutive Merger

^{۳۵} - یکی از ابزارهای قدیمی و رایج‌ترین نسبتی است که در بازار سرمایه مورد استفاده سرمایه‌گذاران، تحلیلگران، مدیران پرتفو و مشاوران قرار می‌گیرد، اما حرف آخر را نمی‌زند و عوامل دیگری مانند ارزش جایگزینی دارایی و پیش‌بینی تغییرات آتی در مورد سطح فعالیت، نرخ مواد اولیه، فروش و سود نیز مورد توجه قرار دارد

^{۳۶} Accretive Merger

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۶	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

۹-۱-۱- اهداف و انگیزه‌های ادغام شرکت‌ها

شناخت انگیزه‌ها و اهداف ادغام‌ها مهم‌ترین بحث در تحقیق‌های مربوط به این استراتژی است. انگیزه‌ها و اهداف، مهم‌ترین شاخص ارزیابی میزان موفقیت یا شکست است، لذا در این قسمت به‌طور خلاصه به ارائه اهداف و انگیزه‌های ادغام بنگاه‌ها پرداخته می‌شود:

- صرفه‌های مقیاس

یکی از انگیزه‌های ادغام بنگاه‌ها دستیابی به صرفه‌جویی در مقیاس است، افزایش در اندازه و حجم تولید، هزینه و قیمت تمام شده محصولات را کاهش می‌دهد. کاهش قیمت تمام شده به علت افزایش تولید را صرفه‌جویی در مقیاس گویند. بر اساس مطالعات کلارک و دیگران^{۳۷} (۱۹۹۰) زمانی که اندازه بنگاه‌های خریدار و هدف کوچک می‌باشند، صرفه‌جویی در مقیاس پس از انجام معاملات افزایش می‌یابد.

- صرفه‌های تنوع^{۳۸}

صرفه‌های تنوع، یکی دیگر از اهداف بنگاه‌ها در ادغام است که بر اساس دیدگاه پورتر^{۳۹} (۱۹۹۱) هنگامی که قیمت تمام شده تولید مشترک دو محصول در بنگاه، کمتر از جمع قیمت تمام شده تولید محصولات مذکور در دو بنگاه مجزا باشد آنگاه صرفه‌های تنوع بدست خواهد آید. به عبارت دیگر، استفاده از ظرفیت از طریق تولید دو یا چند محصول مشابه منجر به صرفه‌های تنوع خواهد شد.

- افزایش سهم بازار و دستیابی به قدرت بازار

با ادغام بنگاه‌ها، سهم بازار افزایش و تعداد رقبا کاهش خواهد یافت. هوک^{۴۰} (۱۹۸۷) ادعا می‌کند برای افزایش سهم بازار بنگاه دو راه وجود دارد یکی ادغام است که در آن بنگاه‌های خواهان ادغام سهم بازار

^{۳۷}. Clark et.

^{۳۸}. Economic of Scope

^{۳۹}. Porter

^{۴۰}. Hooc

مجری: فرزاد مرادپور		کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۷	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

خود را از طریق ایجاد خط تولید جدید یا ادغام با بنگاه‌های فعال در مناطق جغرافیای مختلف افزایش می‌دهند و دیگری افزایش ظرفیت تولید است که به توانایی در تعیین قیمت، مقدار تولید، ماهیت تولید و خلق سود آوری بالاتر از نرمال بازار را قدرت بازار گویند. هم‌چنین بنگاه‌های خریدار سعی دارند با تصاحب رقبا، قدرت و کنترل بازار را به دست آورند و رهبری قیمت‌گذاری محصولات را نیز به عهده گیرند.

- بین‌المللی شدن بنگاه‌ها

ادغام شایع‌ترین روش برای ورود به بازارهای جدید و بدست آوردن تکنولوژی‌های جدید است. بنگاه‌های بزرگ به منظور نفوذ سریع و راحت به بازار کشورهای مختلف، کاهش هزینه‌های نیروی انسانی و مواد اولیه با بنگاه‌های در حال فعالیت در این کشورها ادغام می‌شوند.

- حذف مدیریت ناکارا

ممکن است بنگاه‌ها با بهبود مدیریت عملیاتی و مالی بنگاه‌های هدف، درآمد بنگاه را افزایش دهند. بنگاه‌های با مدیریت ناکارا متقاضی (کاندید) ادغام با بنگاه‌ها و اشخاص حقیقی با توان مدیریتی بالا هستند (می‌توان ادعا نمود که نرخ سودآوری سال‌های قبل از ادغام در بنگاه‌های ناکارا به طور نسبی پایین‌تر از صنعت است).

- کاهش هزینه‌های مالی و افزایش ظرفیت بدهی

با افزایش اندازه بنگاه، هزینه‌های مالی بنگاه‌های ادغام شده کاهش می‌یابد، بنگاه‌های بزرگ می‌توانند بدهی‌های با بهره بالاتر را در بنگاه ادغام شده جدید را با نرخ‌های بهره پایین‌تر جایگزین و تامین مالی کنند. هم‌افزایی ناشی از افزایش ظرفیت بدهی می‌تواند به دو صورت استفاده از ظرفیت خالی و بلا استفاده هر دو بنگاه و یا ایجاد ظرفیت بدهی جدید ناشی از افزایش جریان نقدی و کاهش ریسک بنگاه باشد.

- استفاده از مزیت مالیاتی

بنگاه‌های زیان‌ده انتخاب مناسبی برای ادغام با بنگاه‌های سودآور به منظور استفاده از معافیت مالیاتی

مجری: فرزاد مرادپور	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۸		ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

ناشی از زیان عملیاتی هستند. کاهش مالیات بر درآمد یکی از انگیزه‌های مهم در ادغام است، به عبارت دیگر بنگاهی که با زیان انباشته فراوان و قابل استهلاک برای ادغام با بنگاهی که سودآوری کافی دارد بسیار مناسب و با قرفه اقتصادی است که ادغام صورت گیرد.

- کاهش رقابت

از نظر رقبا، ادغام بنگاه‌ها صرفاً باعث تغییر مالکیت می‌شود در حالی که توسعه داخلی منجر به افزایش ظرفیت شده و عکس‌العمل مشابه رقبا را به دنبال دارد. بنابراین ادغام، رقابت را کاهش داده و قدرت انحصاری ایجاد و یا افزایش می‌دهد.

- کاهش ریسک

کاهش ریسک از طریق ورود به بازار محصولات جدید و تنوع بخشی در فعالیت‌های بنگاه جدید بدست می‌آید. مدیران بنگاه‌های ادغام شده به تنوع بخشی و تثبیت جریان درآمدی بنگاه کمک می‌کنند و ریسک ورشکستگی را کاهش می‌دهند.

- بدست آوردن هم‌افزایی

کسب هم‌افزایی یکی دیگر از انگیزه‌های ادغام است که هم‌افزایی‌های عملیاتی، مالی و انسانی از طریق ادغام حاصل می‌گردد. هم‌افزایی باعث کاهش هزینه‌های بنگاه از طریق صرفه‌های ناشی از مقیاس و صرف‌جویی در حیطه خواهد شد. هم‌افزایی مالی به تاثیر تصاحب بنگاه‌ها بر هزینه و ساختار سرمایه بنگاه هدف توجه دارد. در این نوع هم‌افزایی، بنگاه‌های بزرگ دسترسی آسان‌تری به سرمایه ارزان‌تر نسبت به بنگاه‌های کوچک‌تر دارند.

در ادامه انگیزه‌های ادغام را از چشم انداز دیگری با توجه به اهمیت موضوع دسته‌بندی می‌کنیم که به صورت خلاصه به قرار زیر است:

۱- انگیزه‌های استراتژیک

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۹	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴ ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

یکی از ساده‌ترین و مهم‌ترین راه‌ها و با نفوذترین دلیل بنگاه‌ها برای ادغام است و اگر ادغام صورت گرفته دارای دلیل استراتژیک باشد اهداف بنگاه از آن حمایت خواهد کرد.

۲- انگیزه‌های مالی

تمام ادغام‌ها از یک یا چند نوع انگیزه مالی برای ادغام دارند که در آن برای رسیدن به یک نرخ بازده و ریسک رضایت بخش برای سهامداران خود هستند که این بازده ادغام را هدایت می‌کند.

۳- انگیزه‌های مدیریتی

ادغام باید سبب هم‌افزایی در مدیریت بنگاه بعد از ادغام شود، زیرا یکی از مزایای ادغام آن است که بنگاه‌ها (سهامداران) خواهان حذف مدیران بی کیفیت هستند.

۴- بدست آوردن سهام‌داران جدید

در ادغام، افزایش تعداد سهام‌داران که به طور مستقیم به دنبال مزایای خود هستند افزایش می‌یابد که خود موجبات افزایش تعداد سهام‌داران را سبب می‌شود.

۵- افزایش قابلیت‌ها

افزایش قابلیت‌ها را می‌توان در افزایش فرصت‌های تحقیق و توسعه دانست زیرا با افزایش توانایی‌ها ممکن است بنگاه به یک پلت فرم منحصر بفردی که حاصل تلاش‌های بعد از ادغام است دست یابد.

۶- اهداف اقتصادی

اهداف اقتصادی در ادغام مربوط به اندازه و مقیاس اقتصادی برای بنگاه جدید است که با افزایش زنجیره ارزش سبب می‌شود هزینه متوسط تولید در بنگاه جدید کاهش یابد.

۷- ادغام عمودی

در ادغام عمودی هزینه‌های تولید از هنگامی که هریک از مراحل تولید به طور جداگانه صورت می‌گیرد کمتر خواهد بود.

۸- صرفه جوئی در هزینه

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۳۰	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

شناسائی نوع هزینه صرفه‌جوئی در ادغام بسیار مهم است زیرا می‌تواند باعث کاهش در هزینه متوسط، نهائی، هزینه تولید و هزینه ثابت بدون تغییر تکنولوژی شود.

۹- رفتار عقلانی

ادغام سبب تخصیص مجدد عقلانی منابع بدون تغییر در تکنولوژی مشترک در سراسر خطوط مختلف تولید شده که می‌تواند به تولید با هزینه‌های کمتر منجر گردد.

۱۰- قدرت خرید

در ادغام ممکن است با صرفه‌جوئی در هزینه‌ها که از افزایش اندازه بنگاه بدست آمده‌است برای بنگاه کوچک‌تر قدرت خرید بدست آید.

۱۱- ایجاد بازار سرمایه داخلی

با ادغام بنگاه‌ها بزرگتر می‌گردند که منجر به افزایش ارزش سرمایه داخلی آن‌ها می‌گردد و یک بنگاه جدید (حاصل از ادغام) بر خطوط تولید در مناطق جغرافیای مختلف تقسیم می‌شود.

۱۲- تنوع

تنوع بیان‌کننده آن است که ارزش یک بنگاه می‌تواند در معرض خطر کاهش قرار می‌گیرد که با متنوع سازی احتمال کاهش ارزش کمتر شود که این انگیزه ادغام با سایر انگیزه‌ها متفاوت زیرا سبب قدرت بازاری بنگاه می‌گردد.

۱۳- گسترش پورتفلیو

این انگیزه در مورد بنگاه‌های است که محصولات مرتبط و مکمل را در بازارهای مجزا تولید می‌کنند با این انگیزه بنگاه به دنبال ادغام از روش بدست آوردن قدرت بازاری خریداران است.

۱-۱-۱۰- شکست ادغام بنگاه‌ها

محققین دلایل مختلفی را برای کاهش عملکرد و شکست ادغام بنگاه‌ها ارائه می‌کنند که در این قسمت به طور خلاصه به هر کدام از آن‌ها اشاره می‌کنیم:

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۳۱	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

- ارزیابی خوش بینانه از پتانسیل بازار

اغلب مدیران بنگاه‌های خواهان ادغام دو پیش فرض مهم را در نظر دارند:

۱- توانایی بهبود عملکرد ضعیف بنگاه قبل از ادغام

۲- ادامه یافتن روند رشد بنگاه، لذا ضرورت دارد مدیران بنگاه‌های خواهان ادغام فرضیات

دنیای واقعی را در خصوص رشد آتی در نظر بگیرند.

- برآورد بالا از هم‌افزایی

در بعضی از موارد، مدیران بنگاه‌های ادغام شده، توان هم‌افزایی بنگاه جدید را غیر واقعی و خارج از توان خود و بنگاه فرض (ارزیابی) می‌کنند.

- جنگ قیمت

در جریان ادغام بنگاه‌ها ممکن است مدیران اهداف عقلانی دنیای اقتصادی را مد نظر قرار نداده و وارد اهداف روانی و احساسی شوند که در نهایت جنگ قیمت منجر به پرداخت بالا و انتقال ثروت از سهامداران بنگاه خواهان ادغام به سهامداران بنگاه جدید می‌گردد.

- خوش بینی در انسجام ادغام

دستیابی به انسجام و ترکیب مطلوب، یکی از دشوارترین مراحل ادغام بنگاه‌ها است. بنگاه‌های خواهان ادغام و بنگاه جدید، فرهنگ متفاوت، روش‌های گوناگون و فاصله جغرافیای دارند که مانع ترکیب مطلوب خواهد شد. این خوش بینی در دستیابی به انسجام می‌تواند یکی از دلایل شکست ادغام باشد.

۱-۲- مبانی نظری ساختار بازار

از جنبه‌های مهم ساختار بازار، تمرکز است که با استفاده از مفهوم تمرکز می‌توان ساختار بازار و به عبارتی اندازه رقابت و انحصار را در بازارهای انفرادی و یا در اقتصاد بررسی کرد. تمرکز؛ چگونگی و نحوه تقسیم بازار بین بنگاه‌های مختلف است و در اندازه‌گیری آن، اندازه نسبی بنگاه‌ها مد نظر است.

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۳۲	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

هرچه بازار ناعادلانه‌تر بین بنگاه‌ها توزیع شود، تمرکز بیشتر و در صورت ثابت بودن تمامی شرایط هرچه تعداد بنگاه‌ها بیشتر باشد، درجه تمرکز کمتر خواهد بود. در واقع، اندازه تمرکز، ارتباط معکوسی با تعداد بنگاه‌ها و ارتباط مستقیمی با توزیع نابرابر سهم بنگاه‌ها در بازار دارد.

رقابت و انحصار از مفاهیم حدی و مهم در اقتصاد هستند و سایر مفاهیم از جمله رقابت انحصاری و انحصار چند جانبه بین دو مفهوم بالا قرار دارند. تمرکز یکی از موضوعات پر اهمیت در زمینه سازمان صنعتی و اقتصاد صنعتی محسوب می‌گردد. نسبت تمرکز نه تنها به عنوان معروفترین شاخص ساختار بازار است بلکه نقش تعیین کننده‌ای در تحلیل رفتار انحصاری و فرموله نمودن سیاست رقابتی دارد. در هر زمان بنگاه در یک یا چند بازار فعالیت می‌کند و عواید ناشی از این بازارها، سود جاری بنگاه را معین می‌نماید. ساختار بازارها نقش اساسی در تعیین رفتار و عملکرد بنگاه‌ها دارند. در این راستا، ساختار بازار دارای دو بعد است؛ یکی درجه ناهمگونی محصولات اساساً مشابه از منظر مثلاً کیفیت یا ویژگیهای دیگر، و دیگری تمرکز بازار.

در مطالعات تجربی در باره ساختار بازارها برای قضاوت راجع به رقابت و انحصار در هر بازار، اساساً از مفهوم تمرکز استفاده می‌شود. تمرکز بازار از جمله متغیرهای ساختاری است که برای اندازه‌گیری سطح فعالیت‌های رقابتی و انحصاری در مطالعات تجربی کاربرد وسیعی دارد. تمرکز بازار از مفاهیمی است که از آن هم در مباحث نظری و هم در دنیای واقعی به‌ویژه در مباحث حقوقی مورد استفاده زیاد است. بسیاری از صاحب‌نظران و تصمیم‌سازان اقتصادی، با استفاده از «اندازه تمرکز»، راجع به قدرت انحصاری هر بازار قضاوت می‌کنند. در واقع، برای قضاوت درباره میزان رقابت و انحصار در یک بازار، روش منطقی آن است که اول، به تعداد بنگاه‌ها و شرکت‌های فعال در بازار و دوم، به نحوه توزیع بازار بین آن‌ها توجه شود. هرچه تعداد بنگاه‌ها کمتر و هر چه بخش و سیعی از بازار در

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۳۳	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴ ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

اختیار تعداد معدودی از بنگاه‌ها با شد، ساختار بازار به انحصار نزدیک‌تر است؛ و بر عکس. تمرکز بازار و شاخص‌های اندازه‌گیری تمرکز، این امکان را فراهم می‌سازند که اطلاعات مربوط به تعداد بنگاه‌ها و نحوه توزیع بازار بین آن‌ها در قالب یک کمیت مشخص خلاصه شود. ساختار هر بازار را می‌توان با توجه به درجه تمرکز کالا، موانع ورود به بازار و صرفه‌های مقیاس شناسایی کرد. در بسیاری از موارد، اندازه‌گیری موانع ورود و صرفه‌های مقیاس آسان نیست؛ و لذا در بسیاری از مطالعات، برای شناخت ساختار بازارها، اساساً از شاخص‌های تمرکز استفاده می‌شود (استیگلitz^{۴۱}، ۱۹۹۳؛ شیفرد^{۴۲}، ۱۹۹۰؛ مدالا^{۴۳}، دابسون^{۴۴} و میلر^{۴۵}، ۱۹۹۵: ۱۹۵-۱۸۹).

تمرکز بازار بیان‌گر وضعیت تعداد بنگاه و توزیع بازار در میان بنگاه‌های موجود در آن بازار است. بنابراین، برای پرداختن به تمرکز بازار باید ابتدا حدود صنعت و سپس متغیر مورد توجه (مثلاً اشتغال، فروش، ارزش افزوده، تولید، دارایی و یا غیره) را مشخص نمود. اگر N تعداد بنگاه‌های صنعت و I شاخص نابرابری توزیع مثلاً تولید یا اشتغال در میان بنگاه‌ها باشد، تمرکز (C) را می‌توان بصورت تابع زیر نوشت:

$$C = f(N, I)$$

$$\frac{dC}{dI} > 0, \quad \frac{dC}{dN} < 0$$

به عبارت دیگر، با افزایش تعداد بنگاه در یک صنعت، با فرض ثابت ماندن سایر عوامل، تمرکز بازار کاهش می‌یابد و با افزایش نابرابری در سهم بازار بنگاه‌ها تمرکز نیز افزایش می‌یابد.

۱-۲-۱- معیارهای نابرابری و شاخص‌های تمرکز

تعداد بنگاه‌های فعال در یک صنعت (بازار) و توزیع بازار در میان آن‌ها، دو بعد مهم از بازار هستند. در صورتی که فقط به نحوه توزیع بازار در میان بنگاه‌ها توجه شود و به عبارت دیگر، تنها به نابرابری

^{۴۱}. Stiglitz

^{۴۲}. Shephard

^{۴۳}. Maddala

^{۴۴}. Dobson

^{۴۵}. Miller

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۳۴	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

اندازه بنگاه‌ها توجه گردد، معیارهای نابرابری توزیع تمرکز برآورد می‌شود. ولی اگر به هر دو بعد ساختار بازار یعنی تعداد بنگاه‌ها و نابرابری اندازه آن‌ها توجه گردد، معیارهای معروف به تمرکز برآورد می‌شود که این تفاوت در شاخص هرفیندهال به سادگی قابل مشاهده و تفکیک است. برای محاسبه معیارهای نابرابری تمرکز می‌توان از شاخص‌های گوناگون پراکندگی مانند انحراف معیار، ضریب تغییرات و ضریب جینی استفاده کرد. در ادبیات اقتصادی، برای اندازه‌گیری قدرت انحصاری از عملکرد بنگاه‌ها نیز استفاده شده‌است. در روش مذکور از متغیرهایی مانند قیمت، سود و فروش برای محاسبه شاخص قدرت انحصاری بکار رفته و دوشاخ لرنر و بین پیشنهاد شده‌است.

۱-۲-۱- شاخص لرنر

برای اندازه‌گیری قدرت انحصاری، لرنر (۱۹۳۴) بر اساس قیمت فروش و هزینه نهایی تولید، شاخص لرنر (L) را معرفی نمود که در آن P قیمت فروش محصول و MC هزینه نهایی تولید است.

$$L = \frac{P - MC}{P}$$

این شاخص بین صفر و یک (در حد) تغییر می‌نماید. عدد صفر برای این شاخص نشان‌دهنده بازار رقابت کامل و عدد یک بیانگر حد نهایی انحصار است؛ شاخص لرنر با کشش تقاضا (ε) برای محصول بنگاهی که حداکثر کننده سود باشد، نسبت معکوس دارد. زیرا، در حداکثر سود خواهد بود.

$$MC = MR = P \left(1 + \frac{1}{\epsilon} \right)$$

گرچه شاخص لرنر بسیار ساده تعریف شده‌است، دو اشکال قابل توجه کاربرد آن را محدود نموده‌است؛ یکی دشواری محاسبه هزینه نهایی بنگاه‌ها و دیگری تعیین دوره زمانی مناسب برای اندازه‌گیری قیمت و هزینه نهایی.

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۳۵	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

۲-۱-۲-۱- شاخص بین

از دیدگاه جوبین (۱۹۴۱) سود مستمر و بیش از حد متعارف فقط در سایه قدرت انحصاری امکان پذیر است. در نتیجه با استفاده از آمار سود بنگاه‌هایی که در بازارهای رسمی بورس فعالیت می‌کنند، می‌توان به قدرت انحصاری آنها پی برد. وی با استفاده از درآمد کل (R)، هزینه‌های جاری (C)، استهلاک (D)، نرخ بهره رایج (i) و سرمایه‌گذاری (V)، محاسبه نرخ بازده به سرمایه‌گذاری (r) را به عنوان شاخصی برای اندازه‌گیری قدرت انحصار پیشنهاد نمود.

$$r = \frac{R - C - D - iV}{V}$$

در حالی که سود مستمر غیر متعارف، نمایانگر قدرت انحصاری می‌باشد ولی عکس آن بیان‌گر عدم قدرت انحصاری نیست.

بهرحال، ساختار هر بازار را می‌توان با توجه به موانع ورود به بازار، صرفه‌های مقیاس و نسبت تمرکز شناسایی کرد. چون در بیشتر موارد، اندازه‌گیری موانع ورود و صرفه‌های مقیاس دشوار است، پژوهشگران برای شناخت ساختار بازار از شاخص‌های تمرکز استفاده کرده‌اند. برخی از این شاخص‌ها معروف عبارتند از:

۳-۱-۲-۱- شاخص هرفیندهال

یکی از شاخص‌های مهم و کاربردی برای بیان مفهوم تمرکز، شاخص هرفیندهال و هیرشمن است؛ زیرا این شاخص به تمام نقاط روی منحنی تمرکز توجه می‌نماید. یعنی این شاخص از اطلاعات تمام بنگاه‌های صنعت استفاده می‌نماید. برای بدست آوردن این شاخص از مجموع مربع سهم اندازه‌های (تولید، فروش، نیروی کار و غیره) تمام بنگاه‌ها در صنعت یا بازار استفاده می‌شود. به عبارت دیگر، این

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۳۶	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

شاخص با استفاده از مجموع مربعات سهام بازاری بنگاه‌ها، با توجه به متغیر مورد نظر محاسبه می‌گردد که در آن سهم بنگاه i ام و N تعداد بنگاه‌های صنعت است.

$$H = \sum_{i=1}^N S_i^2$$

مشاهده می‌شود که سهم بازار هر بنگاه دارای توان ۲ است و این بدان معنی است که به سهم بازار هر بنگاه وزنی برابر سهم بازار همان بنگاه داده می‌شود و در نتیجه به سهم بنگاه‌های بزرگتر اهمیت بیشتری داده می‌شود.

آدلن (۱۹۶۹) با مطالعات بیشتر روی شاخص هرفیندهال توانست آن را به زیر صورت تعمیم دهد که با جمع شیب‌های منحنی تمرکز به شاخص هرفیندهال دست یافت. اگر تعداد کل کارکنان بنگاه‌ها در یک صنعت برابر A و تعداد کارکنان m_i بنگاه از این صنعت برابر a_i باشد، شیب منحنی تمرکز در این صنعت بصورت زیر بدست می‌آید که شیب منحنی تمرکز برابر است با:

$$\frac{a_i}{m_i} = \frac{a_i}{A \cdot m_i}$$

مجموع شیب‌ها با وزنی برابر سهم بازاری هر بنگاه را می‌توان بصورت زیر نوشت:

$$\sum_{i=1}^N \left(\frac{a_i}{A} \frac{1}{m_i} \frac{a_i}{A} \right)$$

واضح است که اگر $m_i = 1$ باشد، شاخص هرفیندهال بصورت زیر حاصل می‌گردد.

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۳۷	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

$$H = \sum_{i=1}^N \frac{a_i^2}{A^2} = \sum_{i=1}^N \left(\frac{a_i}{A}\right)^2 = \sum_{i=1}^N s_i^2$$

که در آن $\frac{a_i}{A}$ همان سهم بازاری هر بنگاه (S_i) است.

شاخص تمرکز هرفیندهال را می‌توان با استفاده از شاخص نابرابری به نام ضریب تغییرات نیز نوشت که میانگین اندازه بنگاه‌ها در صنعت برابر است با:

$$\mu = \frac{1}{N} \sum_{i=1}^N a_i$$

بنابراین، واریانس اندازه بنگاه‌ها برابر خواهد بود با :

$$\sigma^2 = \frac{1}{N} \sum_{i=1}^N a_i^2 - \mu^2$$

و در نتیجه می‌توان مربع ضریب تغییرات را به صورت زیر نوشت:

$$C^2 = \frac{\sigma^2}{\mu^2} = \frac{\frac{1}{N} \sum_{i=1}^N a_i^2 - \mu^2}{\mu^2}$$

با تفکیک کسر فوق و جایگذاری میانگین در آن خواهیم داشت:

$$H = \frac{C^2 + 1}{N}$$

پس شاخص هرفیندهال هم به نابرابری در توزیع بازار (C) و هم به تعداد بنگاه در صنعت (N) بستگی دارد. وقتی مربع ضریب تغییرات (یا ضریب تغییرات) صفر و $N = 1$ باشد، $N = 1$ شده مبین انحصار خواهد بود. در مقابل، در صورت وجود تعداد زیادی بنگاه کوچک هم اندازه شده مبین رقابت است یعنی:

مجری: فرزاد مرادپور		کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۳۸	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

$$C^2 = 0, \quad N \rightarrow \infty$$

جدول (۱): طیف ساختار بازارها و خصوصیات آن از نظر تعداد و اندازه بنگاه‌ها

شرح	نسبت‌های تمرکز (CR _i) درصد	شاخص هرفیندال (HI)	ویژگی اصلی بازار
رقابت کامل	CR ₁ → 0	HI → ∞	بیش از ۵۰ بنگاه رقیب، بدون آنکه سهمی از بازار را در اختیار داشته باشند.
رقابت انحصاری	CR ₁ < 10	15 < (1 / HI) ≤ 30	تعداد بنگاه‌های رقیب مؤثر زیاد؛ هیچ‌کدام بیش از ۱۰ درصد بازار را در انحصار ندارند.
انحصار چندجانبه باز	CR ₄ < 40	10 < (1 / HI) ≤ 15	۴ بنگاه، حداکثر ۴۰ درصد بازار را در انحصار دارند.
انحصار چندجانبه	40 ≤ CR ₄ ≤ 60	6 < (1 / HI) ≤ 10	۴ بنگاه، دست کم ۴۰ درصد و حداکثر ۶۰ درصد بازار را در انحصار دارند.
انحصار چندجانبه بسته	CR ₄ > 60	3 < (1 / HI) ≤ 6	۴ بنگاه، دست کم ۶۰ درصد بازار را در انحصار دارند.
بنگاه مسلط	CR ₁ ≥ ۵۰	1 < (1 / HI) ≤ 3	یک بنگاه به‌نهایی بیش از ۵۰ درصد بازار را در انحصار خود دارد.

انحصار کامل	$CR_1 \rightarrow 100$	$HI \rightarrow 1$	یک بنگاه کل بازار را در انحصار دارد.
-------------	------------------------	--------------------	--------------------------------------

مأخذ: شیفرد (۱۹۹۰) و مدلا، دابسون و میلر (۱۹۹۵)

۱-۲-۱-۴- شاخص هانا و کای

هانا و کای (۱۹۷۷) در جستجوی روشی بودند که اولاً تمام بنگاه‌های بازار را به حساب آورده و دوم، شرایط مورد نظرشان را تأمین نماید، بنابراین که به صورت زیر است:

$$HN = \sum_{i=1}^N S_i^a, \quad a > 0$$

که در آن S_i سهم بازاری i امین بنگاه، N تعداد بنگاه‌های صنعت و α یک پارامتر کشش است که توسط پژوهشگر تعیین می‌شود. اگر α به سمت صفر میل کند، شاخص فوق بیانگر تعداد بنگاه‌ها در آن صنعت خواهد بود. هر چه α بزرگتر باشد، وزنی که به سهم بنگاه‌های کوچکتر اختصاص می‌یابد کمتر خواهد بود. مناسب‌ترین اندازه شناخته شده برای α در شاخص فوق $\alpha = 2$ است که در این صورت شاخص معروف هرفیندهال به دست می‌آید.

۱-۲-۱-۵- شاخص معکوس تعداد بنگاه‌ها

این مقیاس، ساده‌ترین شاخص تمرکز است و برای محاسبه آن کافی است تعداد بنگاه‌های بازار معکوس شود. مثلاً، اگر در صنعتی ۱۰ بنگاه فعالیت نمایند، اندازه این شاخص تمرکز در این صنعت برابر 0.1 خواهد بود. این شاخص فقط به تعداد بنگاه‌ها توجه دارد و به چگونگی توزیع بازار در میان بنگاه‌ها توجهی ندارد.

$$C = \frac{1}{N}$$

مجموعه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	
صفحه: ۴۰	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	



۱-۲-۱- شاخص نسبت تمرکز بنگاه‌های برتر

این نسبت به (نسبت تمرکز k بنگاهی) نیز معروف است. در اکثر مطالعات تجربی از این شاخص استفاده شده است. برای بدست آوردن این شاخص، سهم بازار بزرگترین k بنگاه در آن صنعت محاسبه می‌گردد (معمولاً k مساوی ۴ یا ۵ در نظر گرفته می‌شود). از نقاط ضعف این شاخص آن است که k به صورت اختیاری انتخاب می‌شود. از محاسن این شاخص سادگی محاسبه آن است. نقاط ضعف این شاخص آن است که فقط به اطلاعات چهار یا پنج بنگاه بزرگتر توجه دارد. بعبارت دیگر، اگر هر تغییری در صنعت صورت گیرد بطوریکه بنگاه‌های بزرگتر تحت تأثیر این تغییرات قرار نگیرند، اندازه شاخص تغییر نمی‌کند. از محاسن این شاخص، سادگی محاسبه آن است.

$$CR_k = \frac{\sum_{i=1}^k X_i}{\sum_{i=1}^N X_i}$$

$$\sum_{i=1}^N X_i = X$$

که در آن نسبت تمرکز k بنگاه بزرگتر، N تعداد کل بنگاه‌ها و X_i متغیر موردنظر (برحسب اشتغال، فروش، ارزش افزوده یا دارایی) می‌باشد و $k \leq N$ است. انتخاب اختیاری k مهم‌ترین ضعف این شاخص است ولی در مواقعی که منحنی‌های تمرکز صنایع مختلف همدیگر را قطع نکنند، مقدار k در رتبه‌بندی صنایع اثری نخواهد داشت.

۱-۲-۲- تعداد بنگاه‌ها و هزینه متوسط

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۴۱	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴ ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

به عنوان اولین قدم در تعیین تعداد بنگاه یا n و $\bar{P}$ قیمت متوسط قیمتی که بوسیله رقبای بنگاه اخذ می شود، این پرسش مطرح می گردد که چگونه هزینه متوسط یک بنگاه با تعداد بنگاه های موجود در صنعت مرتبط است. از آن جایی که تمام بنگاه ها در مدل یکسان هستند، در تعادل قیمت یکسانی را مطالبه خواهند کرد. هنگامی که همه بنگاه ها قیمت یکسانی را دریافت می نمایند، $\bar{P} = P$ می گردد. طبق معادله $Q = S/n$ خواهد شد، به این معنی که محصول هر بنگاه یعنی Q ، همان $1/n$ کل فروش است، اما در معادله زیر:

$$AC = C/Q = F/Q + C$$

که در آن هزینه متوسط با سطح تولید بنگاه رابطه معکوس دارد، بنابراین می توان به این نتیجه رسید که هزینه متوسط، به اندازه بازار و تعداد بنگاه های موجود در صنعت بستگی دارد یعنی:

$$AC = C/Q = F/Q + C = n.F/S + C$$

که در واقع معادله فوق نشان می دهد با ثابت بودن سایر شرایط، هر اندازه تعداد بنگاه ها در صنعت بیشتر باشد، هزینه متوسط بالاتر خواهد بود، زیرا هر چه تعداد بنگاه ها بیشتر باشد، تولید هر بنگاه کمتر می شود.

۱-۲-۳- تعداد بنگاه ها و قیمت

قیمتی که توسط یک بنگاه دریافت می شود به تعداد بنگاه های موجود در صنعت نیز بستگی دارد. به طور کلی انتظار بر آن است که با افزایش تعداد بنگاه ها، شدت رقابت بین آن ها بیشتر شود و در نتیجه قیمت کمتر می شود. در مدل رقابت انحصاری هر بنگاه قیمت بنگاه های دیگر را به عنوان قیمت مفروض در نظر می گیرد. به عبارت دیگر، هر بنگاه این امکان را نادیده می گیرد که اگر قیمت خود را تغییر دهد

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی
صفحه: ۴۲	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

سایر بنگاه‌ها نیز قیمت‌های خود را تغییر می‌دهند. حال اگر هر بنگاه $\bar{P}$ را به عنوان قیمت داده شده در نظر بگیرد، تابع تقاضای زیر:

$$Q = S \times [1/n - b \times (P - \bar{P})]$$

را می‌توان به صورت زیر بازنویسی نمود:

$$Q = (S/n + S \times b \times P) - S \times b \times \bar{P}$$

که b حساسیت سهم هر بنگاه از بازار را نسبت به قیمت تعیین شده توسط بنگاه اندازه‌گیری می‌کند. از طرفی درآمد نهائی یک بنگاه انحصاری به صورت زیر است:

$$MR = P - Q(S \times b)$$

که برای حداکثر نمودن سود باد درآمد نهائی با هزینه نهائی برابر گردد در نهایت خواهیم داشت:

$$P = C + Q(S \times b)$$

و با توجه به این که اگر همه بنگاه‌ها قیمت یکسانی را مطالبه نمایند هر یک مقدار S/n را به فروش خواهند رسانید که با جایگذاری در معادله فوق خواهیم داشت:

$$P = C + 1/(b \times n)$$

یعنی آن که در صورت وجود بنگاه‌های بیشتر در صنعت، قیمت مطالبه شده توسط هر بنگاه در سطح پایین‌تری خواهد بود.

۱-۲-۴- مبانی نظری اندازه بهینه بنگاه

مجرى: فرزاد مرادپور	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۴۳		ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

در اقتصاد صنعتی^{۴۶} دیدگاه‌های متفاوتی در رابطه با ساختار صنعت و تاثیر آن بر عملکرد بنگاه‌های تولیدی وجود دارد. در این رابطه دیگاه مکتب هاروارد هر بازار را شامل سه قسمت ساختار^{۴۷}، رفتار^{۴۸} و عملکرد^{۴۹} می‌داند که چگونگی ارتباط این سه قسمت با یکدیگر نوع بازار را مشخص می‌کند. از سوی دیگر، ساختار بازار، به تعداد تعداد خریداران، فروشندگان، موانع ورود بنگاه‌های جدید، تفاوت کالاها، ادغام عمودی و تنوع کالاها بستگی دارد. رفتار بنگاه شامل تعیین قیمت و میزان ستاده، انتخاب محصول، مخارج تحقیق و توسعه، تبانی و ادغام است. در این میان صرفه‌های ناشی از مقیاس را نسبت به سایر عناصر تعیین کننده ساختار بازار (تمرکز بازار^{۵۰}، موانع ورود^{۵۱} و تفاوت کالاها^{۵۲}) از جمله مهم‌ترین عناصر محسوب می‌شوند. صرفه‌های ناشی از مقیاس در موارد متعدد عامل تعیین کننده اصلی اندازه تمرکز بازار محسوب می‌شود که بررسی بسیاری از بازارها مویید آن است که انحصار یا رقابت از این عوامل ناشی می‌شود^{۵۳}.

عوامل موثر بر ساختار بازار را نیز می‌توان به عوامل برون‌زا و درون‌زا تقسیم‌بندی نمود که سیاست‌های دولت و صرفه‌های ناشی از مقیاس از جمله عوامل برون‌زا هستند که با تغییر آن‌ها ساختار بازار نیز تغییر می‌کند^{۵۴}. بر اساس نظریه‌ی صرفه‌های ناشی از مقیاس، با افزایش مقیاس تولید، هزینه‌ی متوسط

^{۴۶}. Industrial Economics

^{۴۷}. Industrial Organizations

^{۴۸}. Market Structure

^{۴۹}. Market Conduct

^{۵۰}. Market Concentration

^{۵۱}. Barriers to Entry

^{۵۲}. Product Differentiation

^{۵۳} - خداداد کاشی (۱۳۷۷)

^{۵۴} - همان

مجری: فرزاد مرادپور	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۴۴		ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

تا سطحی از تولید که به مقیاس یا سطح بهینه معروف است کاهش می‌یابد که در این بین عوامل میزان سرمایه و اندازه بازار عوامل اصلی تعیین کننده صرفه های ناشی از مقیاس هستند (استیگلز^{۵۵}) (۱۹۸۵). در ادبیات اقتصاد صنعتی روش‌های مختلفی برای تخمین اندازه بهینه بنگاه وجود دارد که می‌توان به روش‌های زیر اشاره نمود:

۱- برآورد اقتصادی - مهندسی^{۵۶}

۲- تحلیل آماری و تحلیل هزینه‌های بنگاه^{۵۷}

۳- تحلیل سودآوری^{۵۸}

۴- تحلیل زنجیره مارکوف^{۵۹}

۵- تحلیل بقا^{۶۰}

۶- میانه توزیع اندازه بهینه^{۶۱}

۷- روش کومانور و ویلسون^{۶۲}

^{۵۵}. Stigler

^{۵۶}. Economic- Engineering Study

^{۵۷}. Statistical Approach & Cost Studies of Existing Plants

^{۵۸}. Profitability

^{۵۹}. Markov Chain Analysis

^{۶۰}. Survivor Analysis

^{۶۱}. Midpoint Plant Size

^{۶۲}. Comanor & Wilson

مجرى: فرزاد مرادپور		کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۴۵	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

تعداد محدودی از تحقیقات در رابطه با برآورد نسبت تمرکز در بخش صنعت ایران صورت گرفته است. در این میان می‌توان به جدیدترین مطالعات، صالحی (۱۳۷۷)، گرجی و ساداتیان (۱۳۷۹) و خدادادکاشی (۱۳۷۹) اشاره نمود.

لیونس^{۶۳} (۱۹۸۰) در مطالعه‌ای به تجزیه و تحلیل اندازه ۱۱۸ صنعت تولیدی در انگلستان می‌پردازد. وی نتیجه‌گیری می‌کند که استفاده از روش‌های فوق با ایراداتی همراه است و لذا توصیه می‌کند که برای غلبه بر این ایرادات بهتر است برای تخمین اندازه بهینه بنگاه از معیار جانشین که بر اساس توزیع اندازه بنگاه یک صنعت است استفاده شود.

راجرز^{۶۴} (۱۹۹۳) در مطالعه‌ای به مطالعه اندازه بهینه صنعت فولاد امریکا می‌پردازد. در این مطالعه واحدهای تولید فولاد امریکا به چهار گروه تقسیم می‌شوند که نتایج نشان می‌دهد اندازه طبقه ۷/۵-۴/۵ میلیون تن بیشترین میزان سهم را در دوره مورد مطالعه دارند که نتیجه‌گیری می‌کند اندازه این گروه، اندازه بهینه در این صنعت با کاراترین مقیاس است.

سنگوپتا^{۶۵} (۲۰۰۴) در مطالعه خود با عنوان روش بقا و تاربع هزینه مرزی، نتیجه‌گیری می‌کند که روش بقا دارای نقاط ضعفی است زیرا نمی‌تواند به طور کاملاً مشخص برتری بنگاه بهینه را بیان نماید و هم‌چنین این روش نمی‌تواند تفاوت بین تابع هزینه و مرز هزینه را بیان کند و قابلیت تشخیص منبع کارایی را ندارد و نهایتاً این روش فقط بیان می‌کند که کدام بنگاه بهینه‌تر است و از هزینه‌های نسبی مطلبی بیان نمی‌کند.

^{۶۳}. Lyonce

^{۶۴}. Rogers

^{۶۵}. Sengupta

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۴۶	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

چمپونویس^{۶۶} (۲۰۰۷) ادعا می‌کند اندازه بهینه بنگاه از یک سو تحت تاثیر صرفه‌های ناشی از مقیاس است و از سوی دیگر، اندازه بنگاه می‌تواند با زیان‌های ناشی از مقیاس که خود منبعث از تمایل مصرف کنندگان به کالاهای جدید با عدم ریسک‌پذیری سرمایه‌گذاران مورد غفلت واقع شود. به‌طور خلاصه می‌توان گفت ویژگی‌های کشور و صنعتی که بنگاه در آن فعالیت می‌کند به صورت معنی داری بر اندازه بنگاه و توزیع آن‌ها تاثیرگذار است.

۱-۲-۵- تمرکز و سودآوری

از بعد نظری بین درجه تمرکز و سودآوری یک رابطه مستقیم وجود دارد که این موضوع با استفاده از شاخص‌های لرنر و هرفیندال مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرد.

با توجه به این‌که شاخص لرنر به‌صورت زیر است:

$$\frac{p - MC}{p} = -\frac{1}{\varepsilon}$$

در رابطه فوق سمت چپ بیانگر حاشیه سود هر واحد تولیدی بنگاه است که شاخصی از عملکرد بازار محسوب می‌شود که بالا بودن مقدار آن دلالت بر قدرت بازاری بنگاه در تعیین هرچه بیشتر بودن قیمت نسبت به هزینه نهائی دارد (رابطه معکوس بین کشش قیمتی تقاضا و شاخص لرنر برقرار است، هرچه کالا کم کشش باشد شاخص لرنر بیشتر است. حال اگر بنگاه در بازار فعالیت مند این شاخص به صورت زیر خواهد بود:

^{۶۶}. Champonnois

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۴۷	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

$$\frac{p - MC}{p} = -\frac{S_i}{\varepsilon}$$

که S_i بیان کننده سهم بنگاه i ام از بازار است.

از رابطه مذکور دریافت می شود که هرچه سهم بازار بیشتر باشد این شاخص و سودآوری بالاتر است. حال برای بررسی ارتباط دو شاخص لرنر (شاخص عملکردی) و شاخص هرفیندال (متغیر ساختاری) می پردازیم. حال فرض کنیم بازاری با n بنگاه داریم به گونه ای که قیمت برای آن ها ثابت فرض شده است، لذا تابع تقاضای بازار به صورت زیر خواهد بود:

$$p = f(Q) = f(q_1 + q_2 + \dots + q_n)$$

و درآمد نهایی هر بنگاه نیز به صورت زیر خواهد بود:

$$MR_i = p \left\{ 1 + \sum_{i=1}^n \left(\frac{q_i}{Q} \right)^2 e_p \right\}$$

در این رابطه $\sum_{i=1}^n \left(\frac{q_i}{Q} \right)^2$ برابر با شاخص هرفیندال یا H است. لذا با جایگذاری خواهیم داشت:

$$MR_i = p \{ 1 + H * e_p \}$$

که با ساده سازی خواهیم داشت:

$$p - \frac{MC}{p} = -H * e_p$$

که ملاحظه می گردد بین شاخص تمرکز و حاشیه سود یک رابطه مستقیم وجود دارد.

۱-۲-۶- معرفی معیارهای سنجش رقابت

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی
صفحه: ۴۸	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

اهمیت شاخص‌های سنجش رقابت را می‌توان در قابلیت این شاخص‌ها در تبیین شدت تمرکز یک صنعت دانست. این شاخص‌ها متعدّدند، اما دو مورد از پر کاربردترین آن‌ها عبارت از شاخص نسبت تمرکز و هرفیندال هیرشمن است که در محاسبه درجه وابستگی بازارهای وارداتی مورد استفاده قرار گرفته‌اند.

۱-۲-۶-۱- شاخص نسبت تمرکز بنگاه‌های برتر

شاخص نسبت تمرکز متداول‌ترین و ساده‌ترین شاخص اندازه‌گیری تمرکز است. این شاخص سهم بازار یا صنعت که متعلق به بنگاه‌های بزرگ و پیشرو در صنعت است را نشان می‌دهد. نسبت تمرکز، نشان دهنده اندازه تولید (یا فروش) i تا از بزرگ‌ترین بنگاه‌ها به کل اندازه تولید (یا فروش) بازار است. این روش به دلیل نیازهای اطلاعاتی محدود بیشتر متداول است و در مطالعات تجربی از این شاخص استفاده می‌شود. که به صورت زیر محاسبه می‌شود:

$$C_n = \sum_{i=1}^n \frac{X_i}{X} = \sum_{i=1}^n S_i \quad (1)$$

S_i : سهم بنگاه i ام

X_i : متغیر مورد نظر (تولید، فروش، ارزش افزوده، دارایی و اشتغال) بنگاه i ام

X : اندازه کل متغیر مورد نظر در صنعت

میزان n اختیاری است. C_1 نشان‌دهنده تمرکز یک بنگاهی، بوده و مبین آن است که بزرگ‌ترین بنگاه موجود در بازار، چه سهمی از اندازه تولید (یا فروش بازار) را تشکیل می‌دهد و نسبت تمرکز n بنگاهی

مجرى: فرزاد مرادپور		کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۴۹	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

را با C_n نشان می‌دهد و بیانگر نسبت مجموع اندازه n تا از بزرگ‌ترین بنگاه‌های موجود در بازار به کل اندازه تولید (یا فروش) بازار است.

از آنجا که در بازار رقابتی، اندازه بازار در بین بنگاه‌های زیادی توزیع می‌شود و در نتیجه نسبت تمرکز یک بنگاهی (C_1)، چهار بنگاهی (C_4)، هشت بنگاهی (C_8) و حتی ۱۶ بنگاهی (C_{16}) ارقام کوچکی خواهد بود، در یک بازار انحصار کامل، یک بنگاه، کل اندازه بازار را تشکیل می‌دهد و نسبت تمرکز یک بنگاهی نزدیک به یک است.

دامنه تغییرات شاخص فوق بین صفر تا صد در صد در نوسان می‌باشد که در جدول زیر اندازه تمرکز صنایع کارخانه‌ای بر حسب مقدار شاخص محاسبه شده، دسته‌بندی شده است.

جدول (۲): درجه تمرکز صنایع کارخانه‌ای بر حسب شاخص نسبت تمرکز

درجه تمرکز	سهم ۸ بنگاه اول	سهم ۴ بنگاه اول
بسیار بالا	۹۰٪ و بیشتر	۷۵٪ و بیشتر
بالا	۸۵٪ - ۹۰٪	۷۵٪ - ۶۵٪
نسبتا بالا	۸۵٪ - ۷۰٪	۶۵٪ - ۵۰٪
نسبتا پایین	۷۰٪ - ۴۵٪	۵۰٪ - ۳۵٪

Source: Bain, (1968)

اگر نسبت تمرکز ۴ بنگاه، بیش از ۶۰٪ باشد بیانگر یک بازار کاملاً متمرکز و تحت تسلط چند بنگاه است که به حالت انحصار چند جانبه موسوم می‌باشد. هر چه درجه تمرکز بالاتر باشد بازار به انحصار

مجرى: فرزاد مرادپور		کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۵۰	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

کامل و هر چه درجه تمرکز کمتر باشد بازار به رقابت کامل نزدیک‌تر است. نسبت کمتر از ۰.۴٪ را می‌توان تا حدودی به عنوان یک بازار رقابتی به حساب آورد.^{۶۷}

با شاخص نسبت تمرکز، نوع ساختار بازار (رقابت و انحصاری) تا حدودی مشخص می‌شود؛ ولی اطلاعات جامعی از وضعیت بنگاه‌های دیگر بازار ارائه نمی‌دهد. این شاخص گرچه کاربرد بالایی دارد، نقاط ضعفی نیز دارد. مهم‌ترین محدودیت این شاخص، اتکا بر یک نقطه روی منحنی تمرکز است و لذا در محاسبه این شاخص، اطلاعات زیادی ازدست می‌رود. همچنین از جمله نقاط ضعف دیگر این شاخص، اختیاری بودن n است و نیز این شاخص فقط به اطلاعات چند بنگاه اول توجه دارد. به عبارت دیگر، اگر تغییری در صنعت صورت گیرد به‌طوری‌که بنگاه‌های بزرگ را تحت تأثیر قرار ندهد، اندازه شاخص تغییر نمی‌کند. همچنین، نسبت تمرکز تا حد زیادی به تعریف بازار بستگی دارد. بازار وسیع، نسبت تمرکز را کاهش می‌دهد؛ درحالی‌که بازار کوچک معمولاً اثر معکوسی بر نسبت تمرکز دارد.^{۶۸}

۱-۲-۶-۲- شاخص هرفیندال-هیرشمن^{۶۹}

هرفیندال^{۷۰} (۱۹۵۹)، شاخص هرفیندال (HHI) را برای رفع برخی نقایص شاخص‌های نسبت تمرکز پیشنهاد کرد. شاخص هرفیندال، چگونگی توزیع اندازه بازار بین بنگاه‌های موجود و نوع ساختار بازار را بهتر از نسبت تمرکز مشخص می‌سازد. در این شاخص، برخلاف شاخص تمرکز، از اطلاعات همه بنگاه‌ها برای محاسبه درجه تمرکز استفاده می‌شود. این شاخص با فرمول زیر محاسبه می‌شود:

^{۶۷} دفتر مطالعات اقتصادی (۱۳۸۳).

^{۶۸} www.ensani.ir

^{۶۹} Herfindahl - Hirschman index (HHI)

^{۷۰} Herfindal (1959)

مجموعه: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۵۱	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴ ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

$$HHI = \sum_{i=1}^n S_i^2 \quad (2)$$

$$HHI = \sum_{i=1}^n \left(\frac{X_i}{X}\right)^2 \quad (3)$$

S_i^2 : مربع سهم بازار بنگاه i ام

N: تعداد بنگاه‌های موجود در صنعت یا بازار

در شاخص فوق، تعداد بنگاه‌ها (x) و اندازه سهم‌های نسبی آنها (x_i) در محاسبه مدنظر قرار می‌گیرد. اگر تعداد بی‌شماری بنگاه با اندازه‌های نسبی یکسان در بازار باشند، مقدار شاخص بسیار کوچک و نزدیک به صفر خواهد بود و اگر تعداد کمی بنگاه و با اندازه‌های نسبی نابرابر در بازار وجود داشته باشند، این شاخص نزدیک به یک خواهد بود.

مطابق شاخص هرفیندال، بازاری که این شاخص در آن کمتر از ۱۰۰۰ (۰/۱ از ۱) باشد، بازار رقابتی محسوب می‌شود؛ و اگر شاخص HHI بازاری بیش از ۱۸۰۰ (۰/۱۸ از ۱) باشد، آن بازار غیررقابتی به حساب می‌آید.

جدول (۳): طیف ساختار بازارها و خصوصیات آن از نظر تعداد و اندازه بنگاه‌ها

شرح	نسبت‌های تمرکز (C_i) درصد	شاخص هرفیندال-هیرشمن (HHI)	ویژگی اصلی بازار
رقابت کامل	$C_1 \rightarrow 0$	$HHI \rightarrow 0$	بیش از ۵۰ بنگاه رقیب، بدون آنکه سهمی از بازار را در اختیار داشته باشند.

شرح	نسبت‌های تمرکز (C_i) درصد	شاخص هرفیندال-هیرشمن (HHI)	ویژگی اصلی بازار
رقابت انحصاری	$C_1 < 10$	$15 < (1/HHI) \leq 30$	تعداد بنگاه‌های رقیب مؤثر زیاد؛ هیچ‌کدام بیش از ۱۰ درصد بازار را در انحصار ندارند.
انحصار چندجانبه باز	$C_4 < 40$	$10 < (1/HHI) \leq 15$	۴ بنگاه، حداکثر ۴۰ درصد بازار را در انحصار دارند.
انحصار چندجانبه	$40 \leq C_4 \leq 60$	$6 < (1/HHI) \leq 10$	۴ بنگاه، دست کم ۴۰ درصد و حداکثر ۶۰ درصد بازار را در انحصار دارند.
انحصار چندجانبه بسته	$C_4 > 60$	$3 < (1/HHI) \leq 6$	۴ بنگاه، دست کم ۶۰ درصد بازار را در انحصار دارند.
بنگاه مسلط	$C_1 \geq 50$	$1 < (1/HHI) \leq 3$	یک بنگاه به‌تنهایی بیش از ۵۰ درصد بازار را در انحصار خود دارد.
انحصار کامل	$C_1 \rightarrow 100$	$HHI \rightarrow 1$	یک بنگاه کل بازار را در انحصار دارد.

منبع: شیفرد (۱۹۹۰)، مدلا، دابسون و میلر (۱۹۹۵)

با توجه به مطالب ارائه شده در این قسمت چگونگی قضاوت در خصوص ادغام و یا عدم ادغام بنگاه‌های تولیدی را می‌توان به صورت زیر خلاصه نمود:

جدول (۴): نحوه برخورد با ادغام با توجه به شاخص تمرکز

نحوه برخورد با ادغام	وضعیت تمرکز	اندازه HHI
ادغام بلامانع است	رقابتی	کمتر از ۱۰۰۰
اگر ادغام، شاخص HHI را بیشتر از ۱۰۰ واحد افزایش دهد، با ادغام برخورد می‌شود	تمرکز ملایم	بین ۱۰۰۰ تا ۱۸۰۰
اگر ادغام، شاخص HHI را بیشتر از ۵۰ امتیاز افزایش دهد با ادغام برخورد می‌شود	تمرکز	بالای ۱۸۰۰

ماخذ: بخشی (۱۳۸۲)

بازاری که شاخص HHI آن کمتر از ۱۰۰۰ باشد، بازار رقابتی محسوب می‌شود، لیکن بازار با شاخص HHI بیش از ۱۸۰۰ بازار غیررقابتی به حساب می‌آید.

۱-۳- صرفه های مقیاس

در بعضی از بازارهای صنعتی رابطه بین سطح تولید و هزینه واحد، به ترتیبی است که کاهش هزینه واحد در سطح بسیار وسیعی از تولید ادامه می‌یابد. معمولاً در این صنایع تعداد اندکی بنگاه فعال اند و حتی در شرایط خاص ممکن است فقط یک بنگاه بر بازار مسلط باشد. اقتصاددانان و دانشجویان اقتصاد به خوبی می‌دانند که شرایط فوق به صرفه های مقیاس و انحصار طبیعی اشاره دارند. صنایع با صرفه های مقیاس بالا معمولاً به صورت انحصار طبیعی و یا انحصار طبیعی چند جانبه اداره می‌شوند. اگرچه

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۵۴	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

اقتصاددانان و کارآفرینان از سالیانی دور متوجه اثر صرفه‌های مقیاس بر شکل‌گیری ساختار بازار بودند ، اما تا دهه 1930 میلادی ، نظریه صرفه جوئی مقیاس به شکل دقیق ارائه نشده بود. از دهه 30 به بعد ، مکتبی در دانشگاه هاروارد با عنوان مکتب ساختارگرایی شکل گرفت . در حقیقت پژوهشگران و نویسندگان این مکتب هم چون میسن و بن، جریان اصلی شاخه جدیدی از علم اقتصاد به نام سازمان صنعتی را تشکیل دادند . نویسندگان این مکتب توانستند مقوله صرفه‌های مقیاس را در قالب نظریه‌ای خاص طرح و عوامل و زمینه‌های بروز صرفه‌های مقیاس در صنایع مختلف را به دقت شناسایی و اثرات آن را معرفی کنند. صرفه‌های مقیاس مفهومی است که با استفاده از منحنی هزینه واحد (منحنی مقیاس) تبیین می‌شود . تمامی نقاط منحنی مقیاس متضمن کارایی است ، یعنی هر نقطه از این منحنی متضمن کاربرد حداقل نهادی ممکن برای سطح تولید مورد نظر است . بر روی هر نقطه از منحنی مقیاس نه تنها ترکیبی از عوامل که متضمن حداقل هزینه اند مورد استفاده قرار می‌گیرند، بلکه فرض بر این است که از این عوامل به طور بهینه استفاده می‌شود و به عبارت دیگر منحنی مقیاس متناظر با آن است که بنگاه بر روی مرز امکانات تولید خود قرار داشته باشد.

می‌توان ماهیت رقابت و انحصار در هر بازار را با استفاده از منحنی مقیاس شناسایی کرد ، اگر چنانچه کاهش هزینه واحد در سطح وسیعی از تولید ادامه یابد ، انتظار بر این است که بازار از رقابت دور شود و تنها یک یا تعداد اندکی بنگاه بر بازار مسلط شوند (بن، 1956 ؛ مادیلانی ، 1958) . به دلیل اهمیت صرفه‌های مقیاس در شکل‌گیری انحصار، بازارهایی که دارای چنین ویژگی اند، به طور مستقیم یا غیرمستقیم توسط دولت کنترل و تحت نظم قرار می‌گیرند . خدماتی هم چون توزیع آب، برق، گاز و مخابرات نمونه‌هایی از بازارهای با صرفه‌های مقیاس بالاینده ، که معمولاً در کشورهای جهان سوم

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۵۵	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴ ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

مستقیماً توسط دولت و در کشورهای توسعه یافته توسط بخش خصوصی و زیر نظر کمیسیون نظارتی اداره می شوند. در حقیقت کمیسیون های نظارتی بر قیمت گذاری و سود شرکت های فعال در این بازارها نظارت و دخالت می کنند. بازارهای ذکر شده از صرفه های مقیاس وسیع ی برخوردارند و قیمت گذاری بر حسب هزینه نهایی موجب ضرر و زیان این شرکت ها می شود و معمولاً در چنین بازارهایی یک یا تعداد اندکی بنگاه بر بازار مسلط اند و امکان قیمت گذاری انحصاری در این صنایع بسیار بالا است. بر این اساس، دولت ها یا به طور مستقیم به عرضه این خدمات می پردازند و یا شرکت های خصوصی را تحت نظم قرار می دهند.

موج وسیع ادغام ها در طی سال های 1989 تا 1902 در کشور آمریکا، می تواند ناشی از انگیزه برخورداری از صرفه های مقیاس باشد. شرکت های ادغام شده، به دلیل افزایش اندازه، از صرفه های مقیاس بالا و مزیت رقابتی در قیمت گذاری برخوردار و در نهایت بر بازار مسلط می شوند. بر همین اساس، قوانین رقابتی آمریکا در ابتدا هرگونه ادغام را غیرقانونی اعلام کردند اما تحت رهنمود اقتصاددانانی همچون ویلسامسون (1968)، از سخت گیری نسبت به ادغام کاسته شد.

معمولاً از صرفه های مقیاس به عنوان یکی از علل مانع و رود به بازار یاد می شود، زیرا در صنایع با صرفه های مقیاس بزرگ، تنها یک یا تعداد محدودی بنگاه قادر به تامین مالی ایجاد تشکیلات بسیار بزرگ اند. در صحنه تجارت بین الملل، یکی از علل تفوق و برتری شرکت ها و کشورها برخورداری آنها از صرفه های مقیاس است. (مایکل پورتر، 1986، 1980 و 1990). به طور عمده، صرفه های مقیاس در اقتصادهای بزرگ تحقق می یابند.

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی
صفحه: ۵۶	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

به دلیل تأثیر انکارناپذیر صرفه‌های مقیاس در عملکرد بنگاه، بازار و اقتصاد و تأثیر قاطع آن بر رقابت پذیری کشورها در صحنه تجارت بین الملل، این مفهوم مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته است. در اکثر مطالعات پیرامون بازار، به ویژه در حوزه سازمان صنعتی، صرفه‌های مقیاس به طور مستقیم و غیرمستقیم مورد توجه قرار می‌گیرد.

صرفه‌های مقیاس در چارچوب نظریه منسجم و مستدل برای اولین بار در آثار نویسندگان مکتب هاروارد همچون میسن و بن (۱۹۵۶ و ۱۹۶۸) مورد توجه قرار گرفت. بنابراین می‌توان بر تأثیر صرفه‌های مقیاس به عنوان مانع ورود بنگاه‌های بالقوه تأکید کرد.^{۷۱}

۱-۳-۱- مبانی نظری مداخله دولت

در نظریه‌های سیاست صنعتی مرتبط با کار برخی اقتصاددانان همچون آلیس آمسدن، هاجون چانگ، آجیت سینگ و رابرت وید^{۷۲} منعکس شده است که با توجه به اهمیت صرفه‌های ناشی از مقیاس، بازده‌های فزاینده پویا و گسترده‌گی بازار در توسعه اقتصادی، صنعتی سازی چیزی بیش از تحقق اصل مزیت نسبی است. از این رو، نیاز به مداخله بازارگرایانه دولتی^{۷۳} به منظور ترویج صنعتی شدن وجود دارد، یعنی به طور حساب شده بازار را به منظور ارتقای توسعه فن‌آوری منحرف کنند (چانگ، ۲۰۰۹). ابزارهای دقیق دولت به این منظور می‌تواند متفاوت باشد، اما نکته کلی مربوط به دولت است تا "رانت

^{۷۱} ۱- خداداد کاشی، فرهاد (۱۳۸۶)

^{۷۲} Alice Amsden, Ha-Joon Chang, Ajit Singh and Robert Wade

^{۷۳} Market-oriented Government Intervention.

مجرى: فرزاد مرادپور		کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۵۷	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

های اقتصادی "ایجاد نماید (برای یک دوره مشخص) که به شرکت ها با عملکرد خوب در توسعه فن آوری و اقتصادی اهدا شود.

این دیدگاه در مقابل دیدگاه ارتدوکس اجماع واشنگتنی مبنی بر بی طرفی رژیم تجاری به عنوان استراتژی صنعتی شدن قرار می گیرد و منوط به این فرض است که انتقال فن آوری و در نتیجه توسعه اقتصادی یک نتیجه خودکار از بازار است (لو، ۲۰۱۲). این دکترین مطابق نظریه استاندارد رشد نئوکلاسیک است. اما، حتی در درون اقتصاد نئوکلاسیک، جریان اصلی نظریه های تغییر تکنولوژی درونزا نشان می دهد که فن آوری به طور عمده محصول سرمایه گذاری است و پیش فرض سرمایه گذاری کسب و کار نوعاً حقوق تا حدی انحصاری مبنی بر استفاده از محصول است (رومر، ۱۹۹۴). از این رو، توسعه فن آوری لزوماً نیازمند وجود یک محیط نهادی-سیاستی^{۷۴} است که به بازار محدود نشود.

اخیراً، نسخه اصلاح شده رویکرد نهادهای واشنگتنی توسط اقتصاددان ارشد بانک جهانی^{۷۵} مورد حمایت قرار گرفته و اقتصاددانانی مانند دانی رودریک و جوزف استیگلیتز آن را به اشتراک گذاشته اند. اساس پیشنهاد این است که به دلیل شکست بازار در توسعه فن آوری مورد نیاز، تغییر ساختاری همیشه نمی تواند هم راستا با اصل مزیت نسبی تحقق یابد. بنابراین، نتیجه گیری می شود که به برخی اشکال مداخله بازار پسند دولتی^{۷۶} برای تقویت صنعتی سازی احتیاج است (لین، ۲۰۱۰).^{۷۷}

^{۷۴} policy-institutional environment

^{۷۵} Justin Yifu Lin

^{۷۶} Market-friendly Government Intervention

^{۷۷} . سالازار و دیگران (۱۳۹۴). ایجاد تحول در اقتصاد. ترجمه گروه مترجمان. صص ۴۲۵-۴۵۰.

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی
صفحه: ۵۸	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

۱-۴-جمع بندی

ادغام میان بنگاه‌ها از شیوه‌های شایع افزایش اندازه، توسعه، انجام انواع صرفه‌جویی و کاهش هزینه‌ها بویژه هزینه‌های مبادلاتی، ارتقای کارایی و هم‌افزایی میان شرکتها محسوب می‌شود. مقیاس بزرگتر تولید با کاهش هزینه متوسط تولید به جهت وجود هزینه ثابت، با کاهش هزینه مواد اولیه به جهت خرید یکباره در حجم بیشتر و کاهش هزینه ناشی از به صرفه بودن استفاده از عوامل تولید برخوردار از بهره وری بالاتر می‌تواند به ارتقای توان رقابت بینجامد.

گسترش بازارهای ملی به بازارهای جهانی از سویی فرصت‌های صرفه‌های مقیاس را توسعه داده و برخورداری اقتصادهای کوچکتر را نیز از چنین صرفه‌هایی میسر ساخته است، اما از سوی دیگر ارتقای فناوریها و ضرورت هر چه بیشتر تحقیق و توسعه و نیز تشدید فعالیت‌های بازاریابی و خدمات مشتریان و دیگر هزینه‌ها و مخاطرات بویژه در بازارهای صادراتی قابلیت‌هایی را ضروری ساخته است که غالباً بنگاههای بزرگتر از آن برخوردارند. چنین وضعیتی در بسیاری از رشته فعالیت‌ها و بازارها ساختاری شبه انحصاری پدید آورده است که خود مانعی بازدارنده برای ورود به بازارها محسوب می‌شود.

جبران کاهش سود ناشی از تشدید رقابت داخلی که از قابلیت بنگاهها برای سرمایه گذاری گسترده در عرصه‌های لازمه رقابت خارجی می‌کاهد و ارتقای قابلیت رقابت بین المللی به منظور الحاق به سازمان جهانی تجارت از دیگر انگیزه‌های شکل دهنده بنگاههای بزرگتر به شمار می‌رود. بویژه آنکه اغلب اندازه بنگاه عاملی موثر در بقای بنگاه و کاهش آسیب‌پذیری آن محسوب می‌شود. از این رو، ایجاد بنگاههای بزرگ از طریق ادغام یا تملک بنگاههای کوچکتر و یا پیوندهای افقی و عمودی فعالیت‌ها

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۵۹	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

و حتی خوشه سازی آنها همگی ابزارهایی در این جهت هستند. ادغام و بویژه تملک حتی به منزله ابزاری به منظور استفاده از نام تجاری جهت نفوذ در بازارهای بین‌المللی به کار بسته شده است.

ادغام نسبت به دیگر شیوه‌های بهره‌گیری از صرفه‌های مقیاس و تنوع یعنی تملک (در قالب هلدینگ‌ها) و یا اتحاد (در قالب کنسرسیوم‌ها) با مدیریت و مالکیت یکپارچه قدرت هماهنگی و انسجام عملکرد بالاتری را بدین منظور فراهم می‌آورد و نقش مهمتری را در رقابت بین‌المللی ایفا می‌کند. به طور کلی می‌توان گفت که ادغام می‌تواند نقش مهمی در شکل‌گیری توانمندیهای سازمانی بنگاه ایفا کند. توانمندیهای سازمانی بنگاه به قابلیت‌های یک بنگاه در مدیریت موثر منابع به نحوی که منجر به کسب مزیت بر رقبا شود اطلاق می‌گردد. این منابع که منابع انسانی (تعداد، کیفیت، مهارت و تجربه)، منابع فیزیکی (ماشین‌آلات، زمین و ساختمان)، منابع مالی، منابع اطلاعاتی و منابع فکری (حق اختراع و نسخه برداری و نام تجاری) را دربرمی‌گیرد همگی می‌توانند از طریق ادغام تقویت شوند.

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۶۰	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

۲- فصل دوم: تجربیات بین‌المللی

ادغام میان بنگاه‌ها از شیوه‌های شایع افزایش اندازه بنگاه‌ها، توسعه فعالیتها، انجام انواع صرفه‌جویی و کاهش هزینه‌ها به‌ویژه هزینه‌های مبادلاتی، ارتقای کارایی و هم‌افزایی میان شرکتها محسوب می‌شود. به همین دلیل، کشورهای در حال توسعه به منظور افزایش اندازه بنگاه‌های داخلی خود و ارتقای توان رقابتی آنها در مواجهه با بنگاه‌های بزرگ کشورهای توسعه‌یافته معمولاً دست به تدوین برنامه‌هایی جهت تشویق ادغامها می‌زنند. با این حال، گاه ادغامها در مسیر حذف بنگاه‌های رقیب، محور رقابت و نهایتاً ایجاد انحصار در بازار داخلی حرکت می‌کنند که به نوبه خود، علاوه بر هدر دادن منابع و افزایش هزینه‌های اجتماعی به افزایش قیمت و اجحاف در حق مصصرف‌کنندگان منتهی می‌شود. به همین دلیل، ادغامها به‌لحاظ آثار مهمی که بر ساختار و عملکرد بازار دارند از جمله موضوعات قابل تاملی هستند که بجز حقوق شرکتها در قلمرو شاخه حقوقی نوظهور دیگری یعنی حقوق رقابت نیز از آنها سخن به میان می‌آید. در حوزه نخست تشریفات و نحوه انجام ادغام میان دو شرکت محل بحث است و در گرایش دوم، ادغامهای ضدرقابتی تعیین و با آنها به مقابله پرداخته می‌شود. در واقع، این اقدام از مصادیق همکاری میان بنگاه‌ها محسوب شده و معمولاً موجب تقویت موقعیت حداقل یکی از بنگاه‌های ادغام‌شونده و افزایش سهم بازاری آن می‌گردد. به همین علت، در کنار برخی از انواع مشارکتهای انتفاعی، به آنها "اقدامات تمرکززا" اطلاق می‌شود. به‌لحاظ آثار متنوعی که ادغامها بر رقابت در بازار دارند بدین ترتیب که گاه ممکن است با تجمع بنگاه‌های کوچک در یکدیگر موجب تقویت رقابت و گاه باعث از بین رفتن آن شوند، به دقت تحت نظارت و بررسی مقامات رقابتی هر کشور قرار دارند؛ به‌گونه‌ای در بسیاری از قوانین کشورها مقررات خاصی در مورد آنها وضع گردیده است. از همین رو، کشورهای در حال توسعه باید با تعیین اولویتها و تدوین دقیق سیاستهای اقتصادی و بازرگانی بالادستی خود همگام با این سیاستها به دقت مرزهای ادغامهای ممنوع و ضدرقابتی را ترسیم کنند و در تدوین سیاست کنترل ادغامی خود از جمله مشخصاً به این سوال مهم پاسخ روشن دهند که در راستای سیاست قهرمان‌پروری ملی و افزایش اندازه بنگاه‌های داخلی تا چه حد و تا چه مدت تغییر در ساختار بازارهای خود به سمت تمرکز و انحصار را تاب می‌آورند.

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۶۱	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

اقتصاد دانان درباره فواید رقابت، زیان‌های انحصار و هزینه‌های اجتماعی ناشی از آن و تقابل میان رقابت و انحصار نظریه‌ها و دیدگاه‌های گوناگونی را مطرح کرده‌اند. اما در برخی از عرصه‌های اقتصادی و صنعتی - علی‌رغم پیوند موضوع ادغام با مقوله انحصار- وقوع ادغام به عنوان ابزار رشد شرکت‌ها نقش مهمی ایفا کرده است. عوامل متعددی موجب شد طی سال‌های متمادی بنگاه‌ها به ادغام در سطح ملی و بین‌المللی ترغیب شوند مانند پیدایش صنایع جدید، تغییرات فناوری، کاهش هزینه ارتباطات و حمل و نقل، افزایش رقابت در بازارهای بین‌المللی، محیط اقتصادی و مالی مناسب و مقررات زدایی در اغلب اقتصادهای ملی. علی‌رغم وجود درک متفاوتی از رقابت در کشورهای مختلف، این نکته در سرتاسر دنیا مورد توجه قرار دارد که تداوم حضور شرکت‌ها در بازارهای محلی و بین‌المللی مستلزم بهبود توان رقابت آن‌ها در بازار است. اهمیت رقابت‌پذیری بنگاه‌ها موجب شده است سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان کشورها و مدیران بنگاه‌ها از سیاست‌گذاری‌ها، برنامه‌ریزی‌ها و شیوه‌های گوناگونی برای تقویت رقابت‌پذیری بنگاه‌ها بهره‌گیرند. برای دستیابی به این هدف تدابیری در سیاست‌گذاری‌های اقتصادی و صنعتی و برنامه‌های توسعه کشورها پیش‌بینی می‌شود. نمونه‌هایی از موارد ذکر شده در قوانین ناظر به برنامه‌های توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران نیز انعکاس یافته است. چنانکه مواد ۳۸، ۴۰ و ۴۱ قانون برنامه چهارم توسعه دولت را مکلف نمود «لایحه تسهیل رقابت و کنترل و جلوگیری از شکل‌گیری انحصارات» را در سال اول برنامه به مجلس شورای اسلامی تقدیم کند. اما علی‌رغم وجود دیدگاه‌های منفی نسبت به نقش انحصارات در تحمیل هزینه‌های اجتماعی^{۷۸} بر کشورها، تجربه‌های موجود در دنیا نشان داده است که ادغام و تملک سایر شرکت‌ها در بهبود توان رقابت‌پذیری بنگاه‌ها نقش مهمی داشته و دستیابی به منافع مانند تقویت نوآوری، بهره‌گیری از منابع مالی بیشتر و افزایش سرمایه‌گذاری، افزایش فروش و دستیابی به ثبات بیشتر برای شرکت‌ها پس از ادغام میسر شده است. برای اجرای سیاست‌های اتخاذ شده در زمینه ادغام بنگاه‌ها و دستیابی به اهداف صنعتی و اقتصادی تعیین شده، توجه به الزامات و پیش‌نیازهایی حائز اهمیت است. زیرا از یک سو، کنترل شدید ادغام‌ها موجب می‌شود رقابت‌پذیری بنگاه‌های داخلی در بازارهای جهانی کاهش

^{۷۸} برای آگاهی از دیدگاه‌های موجود درباره تقابل رقابت و انحصار و شیوه‌های محاسبه هزینه‌های اجتماعی انحصار رک. وزارت بازرگانی، معاونت برنامه‌ریزی و امور اقتصادی، دفتر مطالعات اقتصادی، لایحه قانون رقابت؛ مبانی نظری و تجربه کشورها (تهران: وزارت بازرگانی، معاونت برنامه‌ریزی و امور اقتصادی، دفتر مطالعات اقتصادی، ۱۳۸۴)، ص.ص. ۲۸-۳۹.

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۶۲	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

یابد. از سوی دیگر، ادغام‌ها ممکن است به ایجاد انحصار در بازار، یا برخورداری برخی از بنگاه‌ها از موقعیت مسلط بر بازار منتهی گردد و در پی آن اختلال در رقابت و حذف رقبا تحقق یابد. از جمله پیش‌نیازهای توسل به ادغام‌ها بررسی ساختارهای موجود در اقتصاد ملی و استفاده از قوانین و مقررات مورد نیاز و بازنگری در آن‌ها برای استفاده از مزایای ادغام بنگاه‌های مورد نظر و ممانعت از پیامدهای منفی ناشی از ادغام برای اقتصاد کشور و جلوگیری از هزینه‌های اجتماعی آن است. با توجه به اهمیت بهره‌گیری از تجربه‌های جهانی در زمینه ادغام، این فصل به مطالعات مربوط به توصیه‌های سازمان‌های بین‌المللی، اقدامات کشورهای منتخب در زمینه تنظیم رقابت و برخورد با ادغام‌ها در کشورهای مختلف پرداخته است. ابتدای فصل به بررسی اهداف قوانین رقابت و توصیه‌های ارائه شده از سوی کنفرانس تجارت و توسعه سازمان ملل متحد و بانک جهانی در زمینه تنظیم رقابت اختصاص یافته است. سپس تجربه‌های کشورهای منتخب شامل آلمان، ژاپن، کره، چین، هند، مالزی و برزیل در زمینه ادغام بنگاه‌ها بررسی شده است. در این بخش افزون بر نگاهی اجمالی به وضعیت ادغام بنگاه‌ها در هر کشور، قوانین رقابت یا ضد انحصار کشورهای مورد مطالعه و برخی از بخش‌های سایر قوانین و مقررات مربوط به ادغام بررسی شده است؛ تا از یک سو نحوه تشکیل ادغام‌ها در نظام‌های حقوقی مربوط مشخص گردد و از سوی دیگر، مسکوت ماندن نحوه کنترل ادغام‌ها پس از وقوع آن‌ها در یک کشور، یا وجود رژیم‌های خاصی برای کنترل ادغام‌های تحقق یافته نیز مورد بحث قرار گیرد. سپس حسب مورد و با توجه به اطلاعات در دسترس، روندهای ادغام و ظهور برخی از شرکت‌های بزرگ در کشورهای منتخب، یا نمونه‌هایی موفقیت‌آمیز از ادغام بنگاه‌ها بر اساس عملکرد مالی یا اقدامات انجام شده توسط آن‌ها در حوزه‌های مربوط ارائه شده و بخش پایانی فصل به نتیجه‌گیری از تجربیات جهانی اختصاص یافته است.

۲-۱- اهداف قوانین رقابت

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۶۳	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

اهمیت استفاده از فرایند رقابت در اقتصاد موجب شده است کشورهای مختلف با استفاده از قوانین ومقررات مربوط مانند قانون رقابت^{۷۹} یا قوانین مشابه آن، با توجه به شرایط اقتصادی خود، رقابت در بازار را تنظیم نمایند. هدف اولیه قوانین رقابت در کشورهای در حال توسعه آزادسازی و تضمین دسترسی به بازار این کشورها - به ویژه در قبال تعهدات بین المللی آنها- بوده است. پس از فروپاشی کشورهای سوسیالیستی، از اوایل دهه نود میلادی، قانونگذاری درباره رقابت در سرتاسر جهان اهمیت فزاینده ای یافت و شماری از کشورها با استفاده از تجربه های کشورهای توسعه یافته صنعتی مانند ایالات متحده امریکا، آلمان و ژاپن قوانین ناظر به تنظیم رقابت خاص خود را تا سال ۱۹۹۹ به تصویب رساندند. قانون رقابت بخشی از سیاست رقابت است که به صورت ابزار مناسبی برای جلوگیری از رویه های انحصاری یا رقابت تجاری غیرمنصفانه به کار می رود. سیاست رقابت شامل کلیه اقداماتی است که دولت برای موثر بودن فرایند رقابت انجام می دهد. اقدامات مزبور مستقیماً بر اداره بنگاه ها و رفتار آنها و همچنین ساختار صنعت تاثیرگذار است. سیاست رقابت حوزه گسترده ای شامل موضوعاتی مانند نوآوری، آزادسازی تجارت، مقررات زدایی و خصوصی سازی، توسعه صنعت و حمایت از مصرف کنندگان را در بر می گیرد. در سیاست های رقابت راه های مختلفی برای رسیدن به اهداف سیاست گذاران ارائه می شود، اما بیشینه کردن رفاه هدف غایی مشترک اغلب سیاست های مزبور است. در بیشتر کشورهای پیشرفته صنعتی قانون رقابت قانون عامی است که بر همه بنگاه های درگیر در فعالیت ها و بخش های مختلف اقتصادی، به استثنای موضوعات و حوزه های تعیین شده در قانون حاکم است. مستثنیات و معافیت های مندرج در قوانین رقابت به دلایل اجتماعی، اقتصادی یا سیاسی یا توجه به ملاحظاتمانند حفظ منافع مصرف کنندگان تعیین می شود. اما لزوماً این موارد بر تضعیف رقابت در اقتصاد دلالت ندارد. قانون رقابت، یا قوانینی موسوم به قانون ضد انحصار برای بهره مند شدن از فواید رقابت و تحقق یافتن اهدافی به شرح زیر تصویب و اجرا می شود: ایجاد سیستم حمایت از رقابت، بهبود رقابت آزاد و منصفانه، جلوگیری از تعیین قیمت انحصاری توسط بنگاه ها، ایجاد محیط کسب و کار شفاف تر، تقویت نوآوری و کارآفرینی، افزایش کارایی بنگاه ها، دستیابی به توسعه اقتصادی، افزایش حق انتخاب برای مصرف کنندگان و برخورداری آنان از کیفیت بهتر کالاها و خدمات. برای دستیابی به اهداف مزبور الزامات و ممنوعیت هایی در قوانین رقابت پیش بینی می شود مانند: ضرورت منصفانه بودن

^{۷۹}. Competition Law

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	 موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی
صفحه: ۶۴	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴		

رقابت، ممنوعیت ایجاد انحصار، ممنوعیت موافقت‌نامه‌های ضد رقابتی و ممنوعیت رویه‌ها و اقدامات تجاری غیرمنصفانه به واسطه تمرکز مفرط قدرت اقتصادی در بنگاه‌ها.

در عین حال در زمینه اهداف حقوق رقابت اجماعی میان صاحب نظران وجود ندارد. در حالیکه طرفداران مکتب شیکاگو آن را در اهداف اقتصادی به معنای افزایش کارایی خلاصه می‌کنند و اعمال ضد رقابتی را صرفاً رفتارهای موجب کاهش کارایی می‌شمارند و نهایتاً افزایش کارایی را موجب ارتقای خودبه‌خودی رفاه مصرف‌کنندگان می‌خوانند، صاحب نظرانی دیگر قایل به اهداف غیر اقتصادی محض از قبیل عدالت توزیعی، حمایت از اشتغال و تولید ملی نیز هستند که در صورت تعارض این دو باید بر اساس مصلحت اجتماعی عمل کرد و در صورت وجود مصلحتی قوی اهداف غیر اقتصادی به صورت استثنایی بر اصل اولویت خواهند داشت. بدیهی است که رویکرد اخیر به ویژه برای کشورهای در حال توسعه نزدیک تر به صواب است.

۲-۲- رویکردهای قوانین رقابت در پرداختن به موقعیت مسلط در بازار و مقابله با کارتل‌ها

قوانین رقابت به عنوان اجزائی از سیاست رقابت، با برشمردن مصادیقی از ترتیبات و توافقاتی ضد رقابتی، قواعد و مقررات خاصی را پیش‌بینی می‌کنند تا با اجرای آن‌ها از یک سو از رقابت آزاد فعالان اقتصادی در بازار حمایت شود و از سوی دیگر، با کاهش تأثیرات معکوس مداخله دولت در بازار، اتخاذ تصمیمات مرجع قانونی مسئول حمایت از رقابت و استفاده از ضمانت‌های اجرایی تعیین شده، توقف اقدامات و رویه‌های مخل رقابت و کنترل ادغام‌ها پس از وقوع آن‌ها میسر گردد.

حمایت از رقابت در نظام‌های حقوقی در نحوه پرداختن به دو موضوع موقعیت مسلط در بازار و مقابله با کارتل‌ها در قوانین رقابت انعکاس یافته است. برای مشخص کردن برخورداری یک بنگاه از موقعیت مسلط و به بیان دیگر، توانایی کنترل یک‌جانبه قیمت و تولید در بازار مورد نظر، دو شیوه متداول است.

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۶۵	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴ ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

روش نخست استفاده از تعاریفی است که کیفیت تسلط در بازار را بیان می‌کند و روش دوم طیف گسترده‌ای از سهم بازار است که به عنوان معیار اصلی مقایسه به کار می‌رود. در زمینه برخورد با کارتل‌ها در نظام‌های حقوقی از دو شیوه استفاده می‌شود. نخستین شیوه محدود ساختن فعالیت کارتل‌ها از طریق قانون رقابت است که با غیرقانونی دانستن تثبیت قیمت و سایر اقدامات کارتل‌ها که نقض قانون به شمار می‌آیند، صورت می‌گیرد. شیوه دیگر محدود کردن کارتل‌ها تا حدی است که زیانبار بودن آثار اقتصادی اقدامات کارتل‌ها برای نهادهای رقابتی محرز شود. چنانکه بر اساس قانون رقابت اتحادیه اروپا پس از اثبات وقوع تخلفی غیرقابل اغماض توسط کارتل‌ها از سوی نهادهای رقابتی یا دادگاه‌های ملی، اقدامات کارتل‌ها محدود خواهد شد.^{۸۰} در این شیوه برای محدود ساختن اقدامات کارتل‌ها به منظور حمایت از رقابت اولاً ضرورت دارد تخلفی توسط کارتل‌ها روی دهد. ثانیاً وقوع تخلف مزبور براساس قوانین و مقررات مربوط در مراجع قانونی صالح اتحادیه اروپا اثبات گردد. در غیر این صورت محدودیتی در اقدامات کارتل‌ها ایجاد نخواهد شد.

۲-۳- توصیه‌های برخی از نهادها و سازمان‌های بین‌المللی در زمینه تنظیم رقابت

رقابت ناقص به اعمال رویه‌های ضدرقابتی و در نتیجه شکست بازار منجر می‌شود و حاصل آن تخصیص منابع ناکارآمد خواهد بود که به صورت معکوس بر عملکرد صنایع و رفاه اقتصادی تأثیرگذار است.^{۸۱} اما رقابت منصفانه در حفظ فرایند رقابتی و حفظ رقابت آزاد نقش مهمی ایفا می‌کند. با توجه

^{۸۰} بانک جهانی، گزارش توسعه جهانی سال ۲۰۰۲: نهادسازی برای بازار، ترجمه علی حبیبی (تهران: سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور، معاونت امور اداری، مالی و منابع انسانی، مرکز مدارک علمی، موزه و انتشارات، ۱۳۸۵)، ص.ص. ۴۰۸-۴۰۹.

^{۸۱} The World Bank and The Organization for Economic Co-operation and Development, **A Framework for the design and implementation of competition law and policy**, available at: <https://books.google.com/books?id=HX6-alPZQC&printsec=frontcover&dq=A+Framework+for+the+design+and+implementation+of+competition+law+and+policy&hl=en&sa=X&ved=0CB0Q6AEwAGoVChMI5OngntyZyQIVwssCh0fqQ1N#v=onepage&q=A%20Framework%20for%20the%20design%20and%20implementation%20of%20competition%20law%20and%20policy&f=false>, p.1. (last visited: 2015/11/18)

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۶۶	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

به نقش‌های مزبور و اهمیت استفاده از رقابت منصفانه در تسهیل مبادلات بین‌المللی و بهره‌مند شدن جامعه بشری از منافع آن، نهادها و سازمان‌های بین‌المللی نیز با توجه به اهداف خود، در این زمینه فعالیت دارند و دیدگاه‌ها و توصیه‌های خود درباره موضوعات مربوط را ارائه می‌دهند. اقدامات مزبور به منظور اصلاح سیاست‌های کشورها در زمینه رقابت یا تدوین قوانین رقابت و اصلاح و بازنگری آن‌ها انجام می‌شود. مروری بر این توصیه‌ها جهت مقایسه با قوانین رقابت ملی که در این فصل مورد بررسی و واکاوی قرار می‌گیرد سودمند است و می‌تواند گویای میزان پیروی از آنها در تجربیات منتخب بین‌المللی باشد.

۲-۳-۱- توصیه‌های آنکتاد^{۸۲} (UNCTAD) در زمینه تدوین قوانین رقابت

کنفرانس تجارت و توسعه ملل متحد به عنوان یکی از ارکان فرعی سازمان ملل متحد، برای دستیابی به اهداف تعیین شده برای این نهاد فعالیت می‌کند.^{۸۳} یکی از حوزه‌های فعالیت آنکتاد پرداختن به سیاست رقابت به عنوان مقوله‌ای حائز اهمیت و تأثیرگذار بر توسعه است. آنکتاد پس از انجام مطالعات و تحقیقات لازم، تحلیل‌ها و توصیه‌هایی ارائه می‌دهد تا در تدوین سیاست رقابت و تهیه متن قانون رقابت، یا اصلاح آن مورد توجه قرار گیرد. از جمله موضوعات مهمی که آنکتاد درباره آن‌ها تحلیل‌ها و توصیه‌هایی را ارائه می‌دهد، رویه‌های تجاری محدود کننده است. زیرا این رویه‌ها بر تجارت محلی

^{۸۲} United Nations Conference on Trade and Development .

^{۸۳} آنکتاد از سال ۱۹۶۴ به منظور بهبود توسعه اقتصادی در کشورهای دارای سطوح مختلف توسعه و پیوستن کشورهای در حال توسعه به اقتصاد جهانی اقدامات گوناگونی انجام می‌دهد. مانند مشورت با دولت‌ها و سازمان‌های غیردولتی با همکاری گروه‌های کارشناسی، به منظور تبادل نظر و انتقال تجربه‌ها جهت اجماع در دستیابی به توافقات مورد نظر، تحقیق و تحلیل سیاست‌ها و گردآوری اطلاعات مورد نیاز برای مذاکره نمایندگان دولت‌ها و کارشناسان، اجرای برنامه‌های مختلف و انتشار گزارش‌هایی درباره موضوعات مورد نظر. این نهاد بین‌المللی پس از برگزاری گردهمایی‌هایی با حضور کارشناسانی با ملیت‌های مختلف و بررسی اظهار نظرها و دیدگاه‌های دریافت شده، توصیه‌هایی به دولت‌ها ارائه می‌دهد تا با استفاده از آن‌ها موضوعات حائز اهمیت در دستیابی به توسعه پایدار را مد نظر قرار دهند برای آگاهی بیشتر درباره آنکتاد ر. ک.

و بین‌المللی و توسعه اقتصادی تأثیر معکوس دارد. بنابراین حذف آن‌ها به صورتی منصفانه، اقدامی مثبت در جهت توسعه روابط اقتصادی میان کشورها و دستیابی همه کشورها به توسعه پایدار خواهد بود. ارائه توصیه‌های آنکتاب در زمینه سیاست رقابت و حذف رویه‌های تجاری محدودکننده از تصویب اصول ناظر بر رویه‌های مزبور، موسوم به «اصول و قواعد پذیرفته شده به صورت چندجانبه راجع به کنترل رویه‌های تجاری محدودکننده»^{۸۴} در مجمع عمومی سازمان ملل در سال ۱۹۸۰ نشأت می‌گیرد.^{۸۵} آنکتاب تلاش کرده است متناسب با شرایط کشورها و نیازهای آن‌ها در فرایند توسعه، این کشورها را در تدوین قوانین رقابت یاری کند. به این منظور قانون نمونه‌ای توسط آنکتاب تهیه شده است.^{۸۶} متن نهایی قانون رقابت آنکتاب شامل دو بخش است. بخش نخست دربردارنده اصول و موضوعاتی است که به عنوان راهنمای دائمی و تغییرناپذیر برای تدوین قوانین رقابت کشورها یا اصلاح قوانین موجود ارائه شده و بخش دوم به تفسیر مفاد بخش نخست اختصاص یافته است.^{۸۷} مطالب این بخش با در

^{۸۴} . the set of multilaterally agreed equitable principles and rules for the control of restrictive business practices

^{۸۵} . برای آگاهی از متن سند منتشر شده توسط آنکتاب درباره اصول و قواعد ذکر شده ر.ک.

<http://unctad.org/en/docs/tdrbpconf10r2.en.pdf> (last visited: 2015/10/31)

^{۸۶} . قانون نمونه آنکتاب با عنوان "UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT MODEL LAW ON COMPETITION" تهیه و منتشر شده است. برای مطالعه درباره پیشینه فعالیت‌های انجام شده در این زمینه و آگاهی از مندرجات بخش نخست این قانون و برخی از نسخه‌های دربردارنده تفسیرها و توصیه‌های تکمیلی مندرج در بخش دوم قانون ذکر شده و آخرین نسخه‌ها و اطلاعات منتشر شده توسط آنکتاب ر. ک.

<http://unctad.org/en/docs/tdrbpconf5d7.en.pdf> (last visited: 2015/10/31)

http://unctad.org/en/Docs/tdrbpconf7d8_en.pdf (last visited: 2015/10/31)

^{۸۷} . مندرجات قانون نمونه ذیل ۱۳ ماده ارائه شده و در آن‌ها مقررات مربوط به موضوعات حائز اهمیت برای گنجاندن در قوانین رقابت کشورها پیش‌بینی شده است. در ابتدای قانون نمونه عنوان پیشنهاد شده برای قوانین کشورها توسط آنکتاب با عبارت «حذف یا کنترل رویه‌های تجاری محدودکننده: قانون ضد انحصار؛ قانون رقابت» درج شده است. طبق مفاد ماده اول اهداف یا مقصود قانون عبارت است از «کنترل یا حذف موافقت‌نامه‌ها یا ترتیبات محدود کننده میان بنگاه‌ها، یا ادغام‌ها و تملک‌ها، یا سوء استفاده از موقعیت مسلط قدرت بازار که دسترسی به بازارها را محدود سازد، یا به طریق ناروای دیگری رقابت را مهار کند، به صورت معکوس بر تجارت محلی یا بین‌المللی یا توسعه اقتصادی تأثیر بگذارد.» ماده دوم به اصطلاحات مندرج در قانون رقابت و حوزه اعمال قانون پرداخته است. ابتدای این ماده به تعریف اصطلاحاتی از قبیل بنگاه‌ها، موقعیت مسلط قدرت بازار، ادغام‌ها و تملک‌ها اختصاص یافته و سپس حوزه اجرای قانون رقابت و موارد مستثنا از شمول قانون تعیین شده است. قانون رقابت پیشنهاد شده باید بر کلیه بنگاه‌های موضوع قانون، نسبت به کلیه موافقت‌نامه‌های بازرگانی، اقدامات یا معاملات مربوط به کالاها، خدمات یا حقوق معنوی اعمال شود. افزون بر آن بر قانون مزبور بر کلیه اشخاص حقیقی که در مقامی خصوصی به عنوان مالک، مدیر یا مستخدم بنگاه اجازه استفاده از رویه‌های محدودکننده ممنوع شده توسط قانون را می‌دهند، آن‌ها را به کار می‌گیرند یا در اجرای این رویه‌ها معاونت نمایند، نیز اعمال خواهد شد. اقدامات مربوط به اعمال حاکمیت دولت از اجرای قانون مستثنا خواهد بود. در سایر مواد قانون نمونه مقررات پیشنهادی آنکتاب راجع به موضوعاتی به شرح زیر ارائه شده است: موافقت‌نامه‌ها یا ترتیبات محدود کننده و مستثنیات آن‌ها، اقدامات یا رفتار مشتمل بر سوء استفاده از موقعیت مسلط قدرت بازار، اطلاع‌رسانی توسط بنگاه‌ها راجع به موافقت‌نامه‌ها و ترتیبات موضوع

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۶۸	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

برداشتن اطلاعاتی درباره قوانین رقابت برخی از کشورهای عضو و ارائه توضیحات دریافت شده از این کشورها، دانشگاهیان و دست‌اندرکاران حوزه رقابت، پس از بررسی در گروه کارشناسی بین‌الدولی آنکتاد در گردهمایی‌های مربوط، به صورت مستمر بازنگری، نهایی و منتشر می‌شود تا در تدوین قوانین رقابت، یا اصلاح قوانین موجود و اجرای آن‌ها مورد استفاده قرار گیرد. بنابراین برای بازنگری قوانین رقابت کشورها استفاده از جدیدترین نسخه از بخش دوم به منظور بهره‌گیری از تجربه‌های جهانی حائز اهمیت است.

در گزارش منتشر شده توسط آنکتاد که پس از بازنگری‌های انجام شده درباره مفاد قانون نمونه در سال ۲۰۱۰ ارائه شده است، راجع به انواع ادغام توضیحات و نکات متعددی وجود دارد. در این مبحث برخی از مندرجات قانون نمونه آنکتاد و گزارش‌ها و مطالب تکمیلی ارائه شده توسط این سازمان در زمینه ادغام ذکر شده است.

الف. تعریف ادغام^{۸۸} و تملک^{۸۹} در قانون نمونه آنکتاد

در قانون نمونه آنکتاد ادغام‌ها و تملک‌ها در عبارتی واحد و با بیانی کلی تعریف شده و به معنایی گسترده و فراتر از معنای متداول ادغام در قوانین مربوط به شرکت‌ها به کار رفته است. مطابق تعریف مزبور ادغام و تملک بر وضعیتی دلالت دارد که در آن عملی حقوقی میان دو یا چند بنگاه تحقق یابد که به واسطه آن شرکت‌های مزبور قانوناً دارایی‌هایی که سابقاً به صورت مجزا در کنترل داشتند را به صورتی واحد تملک کنند. عبارت ذیل تعریف مورد نظر وضعیت‌های موضوع عبارت را شامل اشکال

قانون در موارد پیش‌بینی شده، اطلاع‌رسانی اجباری درباره برخی از ادغام‌ها، رویه‌های تحقیق و تفحص راجع به ادغام‌های درخواست شده و ممنوعیت ادغام در موارد مربوط، روابط میان مرجع مسئول رقابت و نهادهای تنظیم‌گر از قبیل تنظیم‌گران بخشی، برخی از جنبه‌های مربوط به حقوق مصرف‌کننده، نهاد اجرایی مسئول رقابت و سازمان آن، عملکردها و اختیارات نهاد اجرایی، ضمانت‌های اجرایی نقض قانون رقابت، استیناف و اقدامات پیش‌بینی شده در قبال وارد آمدن خسارات.

^{۸۸}. Mergers

^{۸۹}. Acquisitions

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۶۹	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴ ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

زیر دانسته است: تصاحب^{۹۰}، مشارکت انتفاعی^{۹۱} متمرکز^{۹۲} و انواع دیگر اکتساب کنترل مانند هیات‌های مدیره به هم پیوسته^{۹۳}.

براساس توضیحات منتشر شده توسط آنکتاب مطابق قانون شرکت‌ها ادغام به طور کلی با ترکیب میان دو یا چند بنگاه که قبلاً مستقل از یکدیگر بوده‌اند، به واسطه محو هویت یک یا چند بنگاه، به صورت بنگاهی واحد تحقق می‌یابد. اما اصطلاح ادغام در قانون رقابت به معنایی گسترده‌تر از معنای آن در حوزه شرکت‌ها به کار می‌رود و می‌تواند تملک، یا تصاحب، مشارکت انتفاعی و حتی انواع دیگر کنترل، مانند هیات‌های مدیره به هم پیوسته را نیز شامل شود. شایان ذکر است مطابق توضیحات ارائه شده توسط آنکتاب تملک یا تصاحب یک بنگاه توسط بنگاه دیگر معمولاً متضمن خرید کلیه سهام، یا اکثر سهام شرکت دیگر، یا اقلیتی از سهام در تملک آن است، تا حدی که برای اعمال کنترل و نفوذ قابل توجهی بر بنگاه کافی باشد.

ب. دیدگاه‌ها و اطلاعاتی راجع به ادغام‌ها و رژیم‌های کنترل ادغام

برخی از دیدگاه‌ها و اطلاعات ارائه شده توسط آنکتاب در زمینه انواع ادغام به شرح زیر است:

۱) ادغام‌ها و تملک‌ها بخشی ضروری از فعالیت‌های اقتصادی کنونی هستند. اما از منظر اقتصادی، انواع ادغام باید براساس انگیزه‌های موجود در موارد مختلف از یکدیگر متمایز شود. انگیزه‌های متعددی در ادغام‌های صنعتی مطرح می‌شود مانند گسترش جغرافیایی، تنوع بخشیدن به فعالیت‌های یک بنگاه یا تولیدات و وضعیت خدمات آن، یکپارچه سازی موقعیت بازار شرکت و کارایی تولید بیشتر به واسطه مقیاس اقتصادی و حوزه‌ای که در آن شرکتی می‌تواند در حالی که در مقیاس کارآمد کمینه تولید فعالیت دارد، کالاهایش را به هزینه پایین‌تر، تولید کند. ادغام‌ها و تملک‌ها ممکن است به دسترسی بهتر شرکت‌ها

^{۹۰}. Takeover

^{۹۱}. از دیدگاه آنکتاب Joint Ventures یا مشارکت‌های انتفاعی قراردادهایی هستند که بین شرکت‌ها برای انجام فعالیت مشترک مشخصی، اغلب به واسطه تأسیس شرکت تابعی متعلق به شرکت‌های مزبور، که توسط آن‌ها کنترل می‌شود، برای ایفای وظیفه‌ای مفید برای هر دو یا تحقق بخشیدن به هم‌افزایی از شرکای اصلی منعقد می‌شوند.

^{۹۲}. Concentrative Joint Venture

^{۹۳}. مقصود از Interlocking Directorates وضعیتی است که در آن افراد عضو هیات مدیره دو یا چند شرکت یا نمایندگان آن‌ها در در هیات مدیره یک شرکت با یکدیگر ملاقات می‌کنند.

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۷۰	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

به سرمایه، افزایش ظرفیت‌های تحقیق و توسعه و استفاده بهتر از مهارت‌های مدیریت منجر شوند. افزون بر آن، ادغام‌ها وسیله‌ای برای خروج از بازاری معین به شرکت‌هایی که در حال ورشکستگی هستند، یا به تجدید ساختار نیاز دارند، اعطا می‌کنند.

۲) اغلب ادغام‌ها مانع رقابت در بازار نیستند. اما برخی از ادغام‌ها ممکن است ساختار بازار را به طریقی تغییر دهند که با وقوع آن‌ها نگرانی‌ها نسبت به رقابت افزایش یابد. شرکت حاصل از ادغام ممکن است از قدرت بازار معتناهی برخوردار گردد و با حضور در بازار با رقابت محدودی مواجه شود تا حدی که در موقعیتی قرار گیرد که از تولید بکاهد و قیمت‌ها را افزایش دهد. کنترل ادغام با جلوگیری از ایجاد ادغام‌های مزبور به واسطه تملک‌ها یا سایر ادغام‌های ترکیبی ساختاری، ادغام بنگاه‌هایی که توانایی اعمال قدرت بازار را دارند، به رفع نگرانی‌های ناشی از این ادغام‌ها برای رقابت می‌پردازد.

۳) ادغام‌های افقی که میان رقبای بالفعل یا بالقوه در یک محصول و بازار جغرافیایی و در سطح مشابه تولید یا توزیع روی می‌دهند، به دو دلیل می‌توانند مشکل ساز باشند. نخست اینکه برخورداری شرکت پس از ادغام از سهم بازار بیشتر و کاهش تعداد رقبا در بازار ممکن است برای شرکت مزبور قدرت بازار ایجاد کند و با استفاده از آن بتواند به صورت یک‌جانبه قیمت‌ها را افزایش دهد و از تولید بکاهد. دلیل دوم این است که افزایش حاصل در تمرکز بازار هماهنگی میان بازیگران بازار و اعمال قدرت بازار متمرکز به وسیله آغاز رفتار مستقل را تسهیل می‌کند.

۴) در ادغام عمودی شرکت‌ها در سطوح مختلف زنجیره تولید و توزیع (مانند ادغام عرضه‌کننده و توزیع‌کننده) فعالیت دارند. درباره ادغام عمودی از منظر رقابت نگرانی کمتری نسبت به ادغام افقی وجود دارد. حتی ممکن است ادغام عمودی به واسطه انتقال صرفه‌جویی‌های ناشی از هم‌افزایی و کارایی به مصرف‌کنندگان از طریق قیمت‌های پایین سودمند نیز باشد. اما ادغام‌های عمودی هرگاه به سلب حق اقامه دعوا منجر شوند، نگرانی نسبت به رقابت را افزایش می‌دهند. به این معنا که هنگامی که بنگاه ایجاد شده توانایی کنترل زنجیره تولید و توزیع را داشته باشد، خواهد توانست رقبای خود در بازار را بیرون براند، یا در سطح یا سطوح کارکردی موانعی برای ورود رقبای جدید ایجاد کند، یا موانع

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۷۱	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴ ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

موجود را افزایش دهد. علاوه بر آن ادغام‌های عمودی در صورتی که به عنوان مثال به افزایش شفافیت قیمت منجر شوند، ممکن است هماهنگی شرکت‌های رقیب با یکدیگر را بیش از پیش تسهیل کند.

۵) ادغام‌های غیرهمگون^{۹۴} بر ادغام میان طرف‌های درگیر در بازارها و فعالیت‌های کاملاً متفاوت دلالت دارد. این ادغام‌ها معمولاً نگرانی‌های کمتری از منظر رقابت ایجاد می‌کند. زیرا بر ساختار بازاری معین اثر ندارد یا آن را تغییر نمی‌دهد. اما در برخی از شرایط، ادغام‌های غیرهمگون ممکن است به بنگاه تشکیل شده قدرت بازار اعطا کند که به برخورداری از توانایی محروم کردن رقبای در بازارهای مجزا اما مربوط، منجر شود.

۶) گرچه اغلب رژیم‌های رقابت در دنیا شامل مقررات کنترل ادغام است، اما محتوا و اجرای این مقررات در نظام‌های حقوقی با یکدیگر تفاوت دارد. تفاوت‌های مزبور به شرح زیر است:

- مقررات قانونی و سیاست اجرایی مربوط به انواع ادغام؛

- عوامل ساختاری و رفتاری مطرح شده و اهمیت نسبی آن‌ها، سهم بازار و یا آستانه‌های گردش مالی برای انجام بررسی دقیق توسط نهادهای مسئول رقابت و معیار ضد رقابتی برای اتخاذ در برابر ترتیباتی که اصولاً ممنوع است؛

- پوشش و ساختار معافیت‌ها؛

- ترتیبات مربوط به رویه‌های رسیدگی مانند اطلاع‌دهی اختیاری یا اجباری درباره شرکت‌هایی که با دارایی یا گردش مالی معین، یا شرایط سهم بازار، یا احتمالات عطف به ماسبق شدن در قبال مداخله علیه ادغام‌ها و جبران خسارت یا ضمانت‌های اجرا مواجه می‌شوند.

۷) شباهت‌ها میان رژیم‌های کنترل ادغام در جهان از تفاوت‌های آن‌ها مهم‌تر است. طی سال‌های اخیر برخی از کشورها مقررات مجزایی را در قوانین رقابت خود برای تحت پوشش قرار دادن ادغام‌ها تصویب نمودند و به عنوان بخشی از این گرایش عمومی، در بسیاری از کشورها همگام با تصویب یا

^{۹۴} Conglomerate Mergers.

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۷۲	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴		

اصلاح قانون‌گذاری درباره رقابت، قوانینی را برای کنترل ادغام‌ها به تصویب رساندند؛ یا قوانین مربوط را متعاقب همان گرایش گسترده اصلاح کردند.

ج. تعهدات مربوط به اطلاع‌دهی در باره ادغام‌ها

اظهار اطلاعات مربوط به ادغام‌های در حال وقوع موجب می‌شود نهادهای رقابتی به ادغام‌های مورد نظر رسیدگی کنند. ارائه اطلاعات مزبور به نهادهای رقابتی کنترل رقابت توسط این نهادها را تسهیل می‌کند. براساس گزارش‌های منتشر شده توسط آنکتاد تعهدات مرتبط با ادغام به صورت‌های متفاوتی به شرح زیر در رژیم‌های حقوقی پیش‌بینی شده است:

- اطلاع‌دهی اجباری قبل از انجام ادغام؛

- اطلاع‌دهی اجباری پس از وقوع ادغام؛

- اطلاع‌دهی اختیاری از سوی طرف‌های ادغام.

بسیاری از رژیم‌های حقوقی استعلام و اطلاع‌دهی غیررسمی از سوی طرف‌های ادغام را به منظور کاهش ریسک ادغام‌های ضدرقابتی و جلوگیری از نیاز به مداخله هزینه‌بر توسط نهادهای مربوط را تشویق می‌کنند. اما صرف نظر از اجباری یا اختیاری بودن شرایط اطلاع‌رسانی، در صورتی که ادغام‌های مزبور بدون کسب اجازه نهاد رقابتی تحقق یافته باشد، نهادهای رقابتی از قدرت بالقوه تحقیق و تفحص در زمینه ادغام‌های ضدرقابتی برخوردار هستند و اغلب در این موارد توانایی استفاده از روش‌هایی برای جبران یا پیگیری موضوع ادغام‌ها در دادگاه صالح برای کمینه کردن یا مقابله با هر گونه تأثیرات ضدرقابتی این گونه ادغام‌ها را دارند. افزون بر آن، به منظور کارایی رویه‌های رسیدگی و کمینه کردن هزینه‌های اداری و کاهش نگرانی‌های ناشی از ادغام‌هایی که از لحاظ اقتصادی حائز اهمیت هستند، در اغلب رژیم‌های حقوقی آستانه‌هایی شامل تعیین حدود معینی از دارایی یا گردش مالی، یا موقعیت جغرافیایی، یا سهم بازار شرکت‌های در حال ادغام در بازارهای مربوط پیش‌بینی شده است و تنها در

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۷۳	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

صورت رسیدن معاملات ادغام به آستانه‌های مربوط به اطلاع‌دهی اجباری درباره ادغام، برای طرف های ادغام تعهد نسبت به ارائه اطلاعات مورد نیاز به نهادهای رقابتی ایجاد خواهد شد.

د. اطلاع‌دهی اجباری در باره ادغام‌ها

مطابق مندرجات بند اول ماده ۶ قانون نمونه آنکتاد درباره ادغام‌ها، تصاحب‌ها، مشارکت‌های غیرانتفاعی یا سایر انواع کنترل، مانند هیات‌های مدیره به هم پیوسته اعم از افقی، عمودی یا غیرهمگون باید در موارد زیر اطلاع‌دهی صورت گیرد:

۱. هرگاه حداقل یکی از شرکت‌ها در داخل کشور مربوط تأسیس شده باشد؛ و

۲. احتمال داشته باشد سهم بازار حاصل در یک کشور، یا هر بخش قابل توجه از آن، مربوط به هر کالا یا خدمت قدرت بازار ایجاد کند، به‌ویژه در صناعی که دارای درجه بالایی از تمرکز در بازار است، در صورتی که موانع ورود وجود داشته باشد، در صورت فقدان جایگزین‌هایی برای کالای عرضه شده توسط شرکت‌هایی که رفتار آن‌ها در دست رسیدگی است.

ه. ادغام‌های ممنوع

مندرجات بند دوم ذیل ماده ۶ قانون نمونه آنکتاد درباره ادغام‌ها، تصاحب‌ها، مشارکت‌های غیرانتفاعی یا سایر انواع کنترل، مانند هیات‌های مدیره به هم پیوسته اعم از افقی، عمودی یا غیرهمگون ممنوعیت در موارد زیر را توصیه کرده است:

۱. ادغام پیشنهاد شده توانایی اعمال قدرت بازار را به صورت قابل توجهی افزایش دهد (به عنوان مثال برای یک شرکت یا گروهی از شرکت‌ها که به طور مشترک اقدام می‌کنند، در دوره زمانی حائز اهمیتی، توانایی حفظ قیمت به صورتی سودآور بالاتر از سطوح رقابتی را ایجاد کند).

۲. سهم بازار حاصل از ادغام در کشور مورد نظر، یا هر بخش قابل توجه آن، در ارتباط با هر کالا یا خدمتی، به کاهش حائز اهمیت رقابت در بازاری که تعداد اندکی شرکت بر آن مسلط شده‌اند، منجر شود.

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۷۴	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

و. ملاحظات مربوط به حمایت از منفعت عمومی در ادغام‌ها

مطابق بند ۴ ذیل ماده ۷ قانون نمونه آنکتاد، صرف نظر از نوع خدمات و ارتباط آن‌ها با بازار، برخی از خدمات ارائه شده توسط بخش خصوصی یا شرکت‌های دولتی می‌تواند توسط دولت‌ها به عنوان منفعت عمومی مطرح گردد. بر این اساس ارائه‌دهندگان خدمات دارای منفعت عمومی ممکن است در معرض تعهدات ویژه باشند. این تعهدات تضمین‌کننده دسترسی جهانی به انواع گوناگون خدمات به قیمت‌های مقرون به صرفه خواهند بود. تعهدات مزبور که به حوزه تنظیم اجتماعی و اقتصادی اختصاص دارد، باید به شیوه‌ای شفاف ایجاد شود.

بررسی مفاد قانون نمونه و گزارش‌های ارائه شده توسط آنکتاد نشان می‌دهد این سازمان ادغام‌ها و تملک‌ها را به عنوان بخشی ضروری از فعالیت‌های اقتصادی پذیرفته است و با صحه گذاردن بر این نکته که در مواردی ادغام بنگاه‌ها می‌تواند رقابت در بازار را تهدید کند، به رفع این نگرانی‌ها با استفاده از شیوه‌ها و اقدامات مناسب توسط دولت‌ها اذعان نموده و برای جلوگیری از پیامدهای منفی ناشی از ادغام برای رقابت در بازار توصیه‌هایی را ارائه داده است.

۲-۳-۲- توصیه‌های بانک جهانی در زمینه تدوین قوانین رقابت

علاوه بر آنکتاد، سایر نهادهای بین‌المللی، از قبیل سازمان‌های ارائه دهنده کمک‌های مالی و فعال در زمینه توسعه در سطح دنیا مانند بانک جهانی و صندوق بین‌المللی پول نیز در تدوین و اصلاح قوانین رقابت کشورهای مختلف تاثیرگذار بوده‌اند.^{۹۵} چنانکه قوانین رقابت دو کشور اندونزی و تایلند همگام با اجرای برنامه‌های کلی اصلاحات و تثبیت اقتصادی، پس از بحران مالی جنوب شرق آسیا در سال‌های ۹۸-۱۹۹۷ تدوین شد و متعاقب اعمال فشار به این کشورها توسط نهادهای وام‌دهنده مانند بانک جهانی به عنوان بخشی از تعهدات این دو کشور نسبت به برنامه‌های تعدیل ساختاری تصویب و اجرا شد.

^{۹۵} . برای آگاهی بیشتر در این زمینه رک.

Cassey Lee, **Competition Law Enforcement in Malaysia: Some Recent Developments**, ERIA Discussion Paper No.ERIA-DP-2014-02, ERIA Discussion Paper Series(University of Wollongong, January 2014), available at :<http://www.eria.org/ERIA-DP-2014-02.pdf>(last visited: 2015/01/11)

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	
صفحه: ۷۵	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	
		ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار

نقش دیگر این این نهادها در حوزه رقابت ارائه کمک‌های فنی به کشورها در تدوین پیش‌نویس قوانین رقابت آن‌ها بوده است. زیرا با استفاده از توصیه‌های ارائه شده در تدوین قوانین رقابت یا اصلاح آن‌ها، ویژگی‌های استاندارد مورد توجه قرار می‌گیرد که به بهبود رقابت در بازار و حمایت از آن کمک می‌کند. برخی از این ویژگی‌ها عبارت است از: تعیین عنوانی مشخص و گویا برای قانون مورد نظر برای تنظیم رقابت در بازار، تعیین هدف قانون مزبور و حوزه شمول آن، ارائه تعاریف و اصطلاحات مورد استفاده در متن قانون، موافقت‌نامه‌ها و ترتیبات ممنوع، کنترل ادغام‌ها و اطلاع‌دهی در موارد لزوم درباره ادغام بنگاه‌ها. رعایت ملاحظات ذکر شده و بهره‌گیری از تجربه‌های سایر کشورها برای تنظیم رقابت در کشورهای مختلف و هماهنگی در موارد مربوط موجب می‌شود موانعی از قبیل رویه‌های محدودکننده تجارت در سطح محلی و بین‌المللی کنترل گردد و تجارت بین‌المللی و اقدامات مشترک اعضای جامعه جهانی جهت استفاده همه جوامع از فواید رقابت منصفانه تسهیل شود.

براساس دیدگاه حاکم بر بانک جهانی در کشورهای مختلف وجود نهادهای کارامدی که از توسعه بازارها حمایت کنند، ضرورت دارد^{۹۶} و بازارها هنگامی به خوبی کار خواهد کرد که دارای قواعد، سازوکارهای اجرایی و نهادهای مورد نیاز برای بهبود مبادلات بازار باشند. ایجاد نهادهایی که بازده حاصل از مبادله بازار را افزایش دهند و موجب کاهش خطر مبادله شوند، به افزایش کارایی منجر خواهد شد. اما ایجاد نهادها به صرف هزینه نیازمند است. از این رو نهادهای بین‌المللی ارائه‌دهنده کمک‌های مالی در فرایند تأسیس نهادهای کشورهای درحال توسعه برای تأمین منابع مالی مورد نیاز به اعطای وام به آن‌ها مبادرت می‌کنند.^{۹۷} گزارش توسعه جهانی سال ۲۰۰۲ بانک جهانی که به بررسی مجموعه‌ای از نهادهای حائز اهمیت و تأثیرگذار در عملکرد سازوکار بازار برای دستیابی به رشد اقتصادی و کاهش فقر پرداخته است، قوانین رقابت را در زمره نهادهای عمومی قرار داده است که از بازار حمایت می‌کنند. زیرا این قوانین برای بهبود رقابت و حمایت از آن سیستم‌ها، مقررات، ضوابط و ساختارهایی را پیش‌بینی می‌کنند. گزارش مزبور به قوانین رقابت و نهادهای رقابتی-که ساختارها و

^{۹۶} پژوهشگران از تعاریف متفاوتی از نهادها در آثار خود استفاده می‌کنند. یکی از تعاریف مزبور با این عبارت بیان می‌شود: «نهادها عبارت‌اند از قواعد رسمی، محدودیت‌های غیررسمی-هنجاری رفتاری، میثاق‌ها و الزامات خودکنترلی و ویژگی‌های اجرای آن‌ها که در جوامع شناسایی شده‌اند.»

^{۹۷} بانک جهانی، پیشین، ص ۳۲.

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۷۶	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

اختیارات آن‌ها در کشورها با یکدیگر تفاوت دارد- به عنوان نهادهای داخلی بهبوددهنده رقابت توجه داشته^{۹۸} و پس از بررسی نتایج مطالعات مربوط به کارکردهای نهادهای داخلی کشورهای مورد تحقیق، توصیه‌هایی برای سیاست‌گذاری در زمینه نهادسازی و استفاده از منافع نهادهای کارآمد مانند قوانین رقابت ارائه داده است.

۲-۴- روندهای ادغام و بررسی ظهور برخی از شرکت‌های بزرگ در کشورهای مختلف

برای آگاهی از روندهای ادغام و نحوه ظهور شرکت‌های بزرگ در سطح ملی و بین‌المللی مناسب است حتی المقدور وضعیت اقتصاد ملی و نحوه تعامل کشورهای منتخب با اقتصاد جهان به واسطه حضور شرکت‌های بزرگ فعال در بخش‌های مختلف اقتصادی به صورت اجمالی بررسی شود و سپس قوانین و مقررات حاکم بر ادغام بنگاه‌ها در این کشورها مورد مطالعه قرار گیرد و در ادامه به تناسب زمینه‌های اقتصادی و حقوقی شکل‌گیری ادغام‌ها، تحولات ایجاد شده در قوانین و مقررات مربوط به ادغام و نحوه اعمال مقررات حاکم بر ادغام‌ها و رژیم‌های کنترل ادغام بررسی گردد. این مبحث به موضوعات ذکر شده درباره کشورهای منتخب پرداخته است.

در این خصوص توجه به این دیدگاه که رقابت بنگاههای داخلی کشورهای متاخر صنعتی با بنگاههای خارجی کشورهای متقدم صنعتی به جهت تفاوت انباشت تجربه منصفانه نیست، سه الگوی متفاوت صنعتی شدن شامل کشورهای متقدم صنعتی (انگلستان، فرانسه و آمریکا) کشورهای اروپایی متاخر (آلمان و اروپای غربی) و کشورهای شرق آسیا را معرفی می‌کند که بویژه در کشورهای اخیر رقابت پذیری بین‌المللی و رسیدن به مقیاس‌های بازاری برای ایجاد مزیت‌های فناوری مورد توجه قرار گرفته است.

۲-۴-۱- ژاپن

ژاپن در حال حاضر، از اعضای گروه هشت و یکی از صنعتی‌ترین کشورهای جهان و پیشرو در زمینه تحقیق و توسعه می‌باشد. این جزیره واقع در شرق آسیا از سوی بانک جهانی به عنوان کشوری با درآمد

^{۹۸} همان، ص ۳۹۶.

مجری: فرزاد مرادپور		کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۷۷	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

سرانه بالا طبقه‌بندی می‌شود. ژاپن همچنین، یکی از قدرتهای بزرگ اقتصادی بین‌المللی به شمار آمده و دومین اقتصاد توسعه یافته جهان را در اختیار دارد. اقتصاد این کشور از منظر تولید ناخالص داخلی در رده سوم بزرگ‌ترین اقتصادهای جهان (چهارم از حیث برابری قدرت خرید) قرار دارد و دومین اقتصاد بزرگ آسیا (پس از چین) محسوب می‌شود. پس از شکست در جنگ جهانی دوم و ویرانی‌های بجا مانده از آن، ژاپن با تدوین سیاستهای اقتصادی مناسب و بازسازی زیرساختهای خود توانست فرایند رشد اقتصادی را از سال ۱۹۶۰ به بعد آغاز کند. رشد اقتصادی این کشور به طور میانگین در دهه شصت، هفتاد و هشتاد به ترتیب ۱۰٪، ۵٪ و ۴٪ تخمین زده شد که گاه از آن به معجزه اقتصادی پس از جنگ ژاپن یاد می‌شود. به یمن این رشد اقتصادی شگفت انگیز، ژاپن توانست از سال ۱۹۷۸ تا ۲۰۱۰ رتبه دومین اقتصاد بزرگ جهان را به خود اختصاص دهد. بر این اساس، مطالعه ساختارهای اقتصادی و نظامهای حقوقی این کشور می‌تواند نکات مفید و آموزنده‌ای برای کشورهای در حال توسعه از جمله ایران در برداشته باشد که در این مجال، نظام حقوقی حاکم بر ادغام و تملک میان بنگاههای اقتصادی این کشور از دیدگاه حقوق رقابت را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

حقوق رقابت به معنای امروزی آن در ژاپن حدود هفتاد سال عمر دارد. در واقع، وضع مقرراتی خاص و جامع ناظر بر حفظ رقابت در این کشور به «قانون ممنوعیت انحصارگرایی خصوصی و حفظ تجارت منصفانه»^{۹۹} (به طور خلاصه: قانون ضد انحصار) باز می‌گردد که در ۱۴ آوریل ۱۹۴۷ به تصویب رسید^{۱۰۰} و تاکنون نیز چندین نوبت (آخرین بار در سال ۲۰۱۳) مورد اصلاح قرار گرفته است. تا پیش از وضع این قانون و شکست ژاپن در جنگ جهانی دوم، بنگاههای بسیار بزرگی به عنوان شرکتهای هلدینگ و با ساختاری هرمی موسوم به «زایباتسو»^{۱۰۱} حاکم بر اقتصاد ژاپن بودند^{۱۰۲}. زایباتسوها بنگاههای خانوادگی و گروههای تجاری و مالی عظیمی بودند که به واسطه اندازه بسیار بزرگ خود و در اختیار

^{۹۹}- Act on Prohibition of Private Monopolization and Maintenance of Fair Trade

^{۱۰۰}- در زمینه تاریخچه تصویب قوانین حمایت از رقابت در منطقه آسیای شرقی تنها قدمت قانون ضد انحصار ۱۹۲۵ فیلیپین بیش از قانون فوق است: Ping Lin, "The Evolution of Competition Law in East Asia", in Erlinda M. Medalla (Ed.), *Competition Policy in the East Asia* (New York: Routledge, 2005), p. 17.

^{۱۰۱}- Zaiabatsu؛ معنی لغوی این واژه ژاپنی را گروه صنعتی دانسته‌اند اگرچه، در مفهوم دقیق‌تر باید به گروهی از شرکتهای متعدد بسیار بزرگ که تحت کنترل یک شرکت هلدینگ خانوادگی قرار دارند اطلاق شود: Rainer Kensy, *Keiretsu Economy –New Economy?*

Japan's Multinational Enterprises from a Postmodern Perspective (New York: Palgrave, 2001), p. 6.
^{۱۰۲}- Lin, *op. cit.*, pp. 18-19.

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۷۸	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

داشتن سهام و مدیریت بسیاری از بنگاه‌های تولیدی و خدماتی اعم از کوچک، متوسط یا بزرگ قادر بر کنترل بخشهای مهمی از اقتصاد ژاپن بودند^{۱۰۳}. این بنگاه‌ها در بخشهای مختلفی چون مالی و بانکی، بیمه، دلالتی تجارت خارجی، آهن و فولاد، کشتی‌سازی و بسیاری دیگر از صنایع ژاپن فعال و با توجه به تعداد محدودشان این بخشها را به انحصار خود درآورده بودند. این بنگاه‌های ذی‌نفوذ در اقتصاد و سیاست، یادگار «دوران می‌جی»^{۱۰۴} به شمار می‌روند که خط‌مشی دولت در حمایت از شکل‌گیری، افزایش حجم و تداوم تسلط آنها از سال ۱۸۶۸ شروع و تا پایان جنگ جهانی دوم (۱۹۴۵) و اشغال ژاپن به دست متفقین یعنی به مدت حدود ۸۰ سال ادامه یافت. به بیان دیگر، طی این دوران سیاست اقتصادی ژاپن بر حمایت و تقویب کارتلها و انحصارات مبتنی بود^{۱۰۵}. از همین رو، زایباتسوها در قلب فعالیتهای اقتصادی و صنعتی ژاپن قرار گرفته و از اثر تعیین‌کننده‌ای بر سیاستهای تجارت داخلی و خارجی برخوردار گردیدند تا آن جا که در شروع جنگ جهانی دوم، تنها ۴ زایباتسو بزرگ کنترل بیش از ۳۰٪ کل صنایع معدنی، شیمیایی و فلزی، حدود ۵۰٪ بازار تجهیزات و ماشین‌آلات، بخش قابل توجهی از ناوگان حمل و نقل تجارت خارجی و حدود ۷۰٪ بازار بورس سهام این کشور را در اختیار داشتند^{۱۰۶}.

پس از خاتمه جنگ از آن جا که نیروهای متفق به سرکردگی ایالات متحده، زایباتسوها را از عوامل تجهیز نیروهای نظامی ژاپن می‌دانستند همچنین، مشاوران اقتصادی دولت روزولت نیز چنین انحصاراتی را ناکارآمد و برخلاف اصول دموکراتیک قلمداد می‌نمودند لذا به عنوان یکی از سیاستهای مهم دوران

^{۱۰۳} - البته، زایباتسوها هیچ گاه تنها راه راه‌اندازی و بقای کسب و کارها در اقتصاد ژاپن نبودند. برای مثال، صنایع نساجی از انحصار این نوع بنگاه‌ها مصون بود: David Flath, *The Japanese Economy* (Oxford: Oxford University Press, 2nd Ed., 2005), p. 4.

^{۱۰۴} - Meiji Period (Era): به دوران سلطنت امپراتور موتسو هیتو حدفاصل سالهای ۱۸۶۸ تا ۱۹۱۲ اطلاق می‌شود که در آن اصلاحات اساسی در اقتصاد ژاپن در دستور کار قرار گرفت و ضمن زوال فئودالی، اقتصاد این کشور به سمت صنعتی شدن و برقراری روابط تجاری نزدیک با غرب حرکت کرد. گاه از این دوره با عنوان «بازسازی می‌جی» (Meiji Restoration) یاد می‌شود.

^{۱۰۵} - Danny Abir, "Monopoly and Merger Regulation in South Korea and Japan: A Comparative Analysis", 13 *International Tax & Business Lawyer*, Issue 2 (1996), p. 161.

^{۱۰۶} - <https://en.wikipedia.org/wiki/Zaibatsu>: مطابق با برخی برآوردها زایباتسوها در سال ۱۹۴۷ مجموعاً ۴۰٪ کل سهام شرکتهای ژاپنی را در اختیار داشتند: Mitsuhiro Iyoda, *Postwar Japanese Economy: Lessons of Economic Growth and the Bubble Economy* (New York: Springer Science, 2010), p. 28.

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۷۹	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

اشغال، تجزیه این بنگاه‌های بزرگ را در دستور کار خود قرار دادند.^{۱۰۷} در این برهه زمانی، گذشته از این که قانون ممنوعیت انحصارگرایی خصوصی و حفظ تجارت منصفانه (قانون ضد انحصار^{۱۰۸}) با اقتباس از قوانین ضد تراست آمریکا به تصویب رسید در جهت محو انحصارات و پیاده‌سازی مبانی دموکراسی اقتصادی^{۱۰۹}، ۱۶ زایباتسو نیز برای تجزیه کامل برای نمونه از طریق مصادره سهام، انحلال شرکت‌های هلدینگ و تصاحب و پرداخت عوض سهام خانوادگی و ۲۶ عدد دیگر برای بازسازماندهی پس از تجزیه انتخاب گردیدند.^{۱۱۰} البته، باید دانست که سیاست تجزیه بنگاه‌های بزرگ هیچ گاه به طور کامل و جدی در ژاپن به اجرا درنیامد. چرا که آمریکا به‌زودی با هدف صنعتی کردن مجدد ژاپن و مبدل کردن آن به عنوان سدی در برابر رشد کمونیسم در آسیا (به ویژه شرق آسیا) اجرای این برنامه را رها کرد.^{۱۱۱} به طوری که پس از اتمام دوره اشغال (در سال ۱۹۵۲) تا سال ۱۹۶۰ برخی از این بنگاه‌ها مجدداً به یکدیگر پیوسته^{۱۱۲} و با از سرگیری اتحاد خود شرکت‌های عظیم دیگری را پدید آوردند که «کیرتسو»^{۱۱۳} خوانده می‌شوند. بر همین مبنا، امروزه نیز نفوذ و ردپای بنگاه‌ها و گروه‌های تجاری بزرگ در صنایع و خدمات مالی این کشور کماکان دیده می‌شود. تفاوت‌های اصلی میان کیرتسوها و زایباتسوها در این است که اولاً از لحاظ ساختاری، در حالی که زایباتسوها به شکل هرمی اداره می‌شدند و یک شرکت هلدینگ راس هرم و مدیریت و کنترل تمامی شرکت‌های زیرمجموعه و عضو گروه را در اختیار داشت، کیرتسوها از یک ساختار شبکه‌ای پیچیده و به هم متصل برخوردار گردیدند. بدین ترتیب که گروه‌های تجاری جدید از شرکت‌های متعددی هم در تولید و هم در عرصه توزیع تشکیل یافتند که اعضا ضمن برخورداری از مدیریتهای به هم پیوسته، سهام‌دار متقابل یکدیگر نیز بودند. لذا روابط مستحکم‌تری میان آنها حاکم گردید. ثانیاً در مرکز اغلب کیرتسوها یک یا چند بانک یا موسسه مالی قرار گرفت که

^{۱۰۷} - برای مطالعه بیشتر در خصوص زایباتسوها و دیدن جزئیات بیشتر راجع به نحوه فعالیت و اندازه آنها؛ ر.ک: Flath, *op. cit.*, pp. 45 and seq.

^{۱۰۸} - Anti-Monopoly Act (AMA)

^{۱۰۹} - Abir, *op. cit.*, p. 161.

^{۱۱۰} - برای مطالعه بیشتر در خصوص سیاست‌های آمریکایی دوران اشغال ژاپن؛ ر.ک: Iyoda, *op. cit.*, pp. 8 and seq.

^{۱۱۱} - Mitsuo Matsushita, "The Antimonopoly Law of Japan", in Edward M. Graham & J. David Richardson (Ed.), *Global Competition Policy* (Washington, DC: Institute for International Economics, 1997), p. 152 ;

از تغییر جهت سیاست‌های آمریکا در قبال ژاپن پس از جنگ جهانی دوم گاه با عنوان «دوره معکوس» (Reverse Course) یاد می‌شود.

^{۱۱۲} - Flath, *op. cit.*, p. 49.

^{۱۱۳} - Keiretsu

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۸۰	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴		

نقشی محوری در تامین مالی فعالیتهای گروه ایفا می‌کردند^{۱۱۴}. بر این مبنا، برنامه‌ریزی‌ها و هدف‌گذاری‌های درازمدت و سرمایه‌گذاری جهت تحقیق و توسعه میسر گردید و گروه علاوه بر تضمین بقای خود، از نوسانات بازاری و تملک سهام شرکت‌های زیرمجموعه به دست سایرین نیز مصون ماند. همچنین، اعضا از رقابت مستقیم با یکدیگر نیز اجتناب می‌کردند. طی دوران پس از جنگ با سیاست‌های حمایتی دولتهای وقت، کیرتسوهای متعددی تاسیس یافت و به تدریج در صنایع و بخشهای مختلف اقتصادی ژاپن نظیر بانک‌داری، بیمه، فولاد، تولید محصولات صنعتی، تجارت، حمل و نقل، نفت و گاز، خودرو، صنایع غذایی و محصولات الکترونیکی و شیمیایی رخنه کردند^{۱۱۵}. فرهنگ عامه مردم ژاپن در خرید کالا از شرکت‌های داخلی نیز کمک کرد تا بازارهای این گروه‌های تجاری از دسترس کالاهای و سرمایه‌گذاران خارجی دور بماند. این امر به نوبه خود کیرتسوها را قادر ساخت تا با بهره‌گیری از موقعیتهای انحصاری، قیمتهای بالاتری را تعیین کنند و علاوه بر قیمت بر توزیع کالاهای و خدمات از ابتدای زنجیره تامین تا انتهای آن کنترل کامل داشته باشند. همچنین، ساختار آنها ثبات مدیریتی، تبادل

^{۱۱۴}- Ulrike Schaede, "The Strategic Logic of Japanese Keiretsu, Main Banks and Cross-Shareholdings, Revisited", *Working Paper Series*, Center on Japanese Economy and Business, Columbia Business School (October 2006), p. 3; Jerzy Grabowlecki, "Keiretsu Groups: Their Role in Japanese Economy and a Reference Point (or a Paradigm) for Other Countries", *V.R.F. Series*, No. 413 (Mar. 2006), p. 21 and seq.

^{۱۱۵}- شش کیرتسو بزرگ که حجم فعالیت آنها بیش از دیگران است عبارتند از: Dai-Ichi Kangyo، این شش گروه تجاری جمعاً حدود ۶۵۰ شرکت را در اختیار دارند که بیش از ۲ میلیون کارگر در آنها مشغول به کار است. همچنین، ۲۰٪ سود شرکت‌های ژاپنی و ۲٪ تولید جهانی متعلق به آنها است. ۵۰٪ کل صادرات ژاپن نیز در اختیار ۹ کیرتسو بزرگ است (Kensy, *op. cit.*, pp. 166 and seq). هر یک از شرکت‌های بزرگ خودروسازی یا الکترونیکی این کشور وابسته به یکی از کیرتسوهای عظیم است. برای مثال، شرکت‌های کائو و هیتاچی زیرمجموعه گروه فویو هستند که در وسایل نقلیه نیز شرکت‌های یاماها و نیسان را در اختیار دارد. این گروه، در صنایع ریلی، غذایی و شیمیایی، تجارت و فروشگاه‌های خرده‌فروشی هم فعال است. بانک فوجی (تا سال ۲۰۰۰)، بانک می‌زوهو (Mizuho) از سال ۲۰۰۰، بانک یاسودا و شرکت اوراق بهادار یامایچی پشتیبان مالی این گروه تجاری هستند. گروه توکای (Tokai) نیز کیرتسو دیگری است که بانک توکای در مرکزیت آن قرار دارد و در صنایع خودروسازی تویوتا، سوزوکی و دایهاتسو زیرمجموعه آن می‌باشند. این گروه در صنایع غذایی، فولاد، لوازم الکترونیکی و نفت نیز فعال است. مجموعه شرکت‌های سونی متعلق به گروه میتسویی می‌باشند که بانک‌های میتسویی (تا سال ۱۹۹۰)، ساکورا (تا سال ۲۰۰۱)، سومیتومو-میتسویی از سال ۲۰۰۱ و بانک سونی در مرکزیت آن قرار دارند. این گروه در زمینه‌های صنایع غذایی، شیمیایی، الکترونیکی، تجارت، شیمیایی، نفت و گاز، آهن و فولاد، بازی و سرگرمی و کشتی‌رانی فعالیت دارد. بانک سومیتومو حامی اصلی گروه سومیتومو بود که به دلیل بحران مالی دهه نود در سال ۲۰۰۱ با بانک میتسویی (حامی اصلی گروه میتسویی) ادغام شد و در حال حاضر این بانک در هر دو گروه ایفای نقش می‌کند. همین امر در مورد بانک‌های حامی گروه‌های میتسویی و سانوا نیز صادق است. لازم به ذکر است که برخی محققان منکر کیرتسوها و نقش آنها در رشد اقتصادی ژاپن شده‌اند: Yoshiro Miwa & J. Mark Ramseyer, "The Fable of the Keiretsu", 11 *Journal of Economics & Management Strategy*, No. 2 (Summer 2002), pp. 170 and seq.

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۸۱	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

سریع و آسان اطلاعات بازار، کاهش هزینه‌های تولید و افزایش صرفه‌های مقیاسی، تحقیق و توسعه و کیفیت کالا را به ارمغان آورد. تسلط کیرتسوها بر اقتصاد و صنعت ژاپن تا دهه نود ادامه داشت. در این برهه زمانی، بحران مالی دامنگیر بسیاری از بانکها و موسسات مالی ژاپنی به دلیل برخی سرمایه‌گذاری‌ها و اعطای تسهیلات ناموفق شد و آنها را مجبور به ادغام یا خروج از تجارت کرد. بر همین مبنا نیز ساختار بسیاری از کیرتسوها به واسطه از دست دادن کارایی خود دستخوش تغییراتی شد. اگرچه، هنوز این گروه‌های تجاری بزرگ کماکان در اقتصاد ژاپن حضور دارند اما یک‌پارچگی و مرکزیت گذشته را ندارند و به سهولت نیز از ناحیه بانکها و نهادهای دیگر تامین مالی نمی‌شوند. در واقع، از اواسط این دهه، سیاست شبکه‌های اقتصادی جدید^{۱۱۶} در ژاپن پا به عرصه گذاشته است^{۱۱۷}.

وظیفه اجرای قانون ضد انحصار برعهده «کمیسیون تجارت منصفانه»^{۱۱۸} می‌باشد که از لحاظ سازمانی، یک نهاد اداری مستقل و دارای شخصیت حقوقی است. این کمیسیون متشکل از یک نفر رییس و ۴ عضو می‌باشد که از بین کارشناسان حقوق و اقتصاد و توسط نخست وزیر پس از مشاوره با پارلمان انتخاب می‌شوند^{۱۱۹}. چنان که گفته شد قانون ضد انحصار در طول عمر خود فراز و فرودهای متعددی را پشت سر گذاشته است. اجرای این قانون فرایند ثابت و همواری را نداشته^{۱۲۰} و از این منظر چهره ویژه در نظام حقوقی ژاپن یافته است. چرا که کمیسیون در ابتدای تصویب قانون تحت تاثیر سیاستهای دوران اشغال اجرای آن را با جدیت دنبال کرد ولی پس از گذشت اندکی، برنامه‌ریزان اقتصادی ژاپن اجرای سخت‌گیرانه این قانون و تحمیل محدودیتهای وسیع آن بر فعالیت بنگاه‌های بزرگ را به مصلحت

^{۱۱۶}- New Economy-Networks

^{۱۱۷} - برای مطالعه بیشتر در خصوص کیرتسوها؛ رک: Kensy, *op. cit.*, pp. 201 and seq; Schaede, *op. cit.*, pp. 15 and seq; Randall Morck & Masao Nakamura, "Banks and Corporate Control in Japan", *The Journal of Finance*, Vol. Liv, No. 1 (February 1999), pp. 320 and seq; Paul Sheard, "Keiretsu, Competition and Market Access", in Edward M. Graham & J. David Richardson (Ed.), *Global Competition Policy* (Washington, DC: Institute for International Economics, 1997), pp. 501 and seq; Brian Twomey, "Understanding Japanese Keiretsu"; Available at: <http://www.investopedia.com/articles/economics/09/japanese-keiretsu.asp> (Last visited 18/5/2015).

^{۱۱۸}- Japan Fair Trade Commission (JFTC)

^{۱۱۹} - یک نفر از وزارت صنایع و تجارت بین‌الملل، یک نفر از وزارت دادگستری، دو نفر از وزارت مالیه، وزارت امور خارجه یا خود کمیسیون: Lin, *op. cit.*, p. 20. برای مطالعه بیشتر در خصوص ساختار و وظایف این نهاد و نحوه رسیدگی در آن؛ رک: Willem M. Visser 't Hooft, *Japanese Contract and Anti-Trust Law: A Sociological and Comparative Study* (London: RoutledgeCurzon, 2002), pp. 59 and seq.

^{۱۲۰}- *Ibid.*, p. 52.

مجری: فرزاد مرادپور		کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی
صفحه: ۸۲	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

اقتصاد آن روزگاران کشور ندیدند. به همین دلیل، در سال ۱۹۵۳ یعنی ۶ سال پس از وضع قانون ضد انحصار اصلاحاتی در آن صورت پذیرفت که هدف عمده آنها تسهیل یک‌پارچگی و تجمع میان بنگاه‌ها بود. اهم این اصلاحات عبارت بودند از: لغو ممنوعیت تفاوت زیاد در قدرت اقتصادی بنگاه‌ها، کاهش شدت ممنوعیت ذاتی تشکیل کارتلها و مجاز دانستن کارتلهایی که در مواقع رکود یا به منظور منطقی‌سازی^{۱۲۱} تشکیل می‌شوند^{۱۲۲}، کاهش محدودیتهای تملک و ادغام میان بنگاه‌ها و شدت نظارت بر آنها^{۱۲۳}. رویه سهل‌گیری در اجرای مقررات قانون ضد انحصار و کم‌توجهی به مقررات محدودکننده آن در طول دهه پنجاه و شصت و حتی تا سال ۱۹۸۰ ادامه یافت و از آن به عنوان یکی از سیاستهای کلیدی دولت ژاپن در سالهای پس از جنگ یاد می‌شود^{۱۲۴}. طی این سالها سیاست صنعتی نقش محوری را در اقتصاد این کشور داشت و به منظور تقویت توان رقابت شرکتهای ژاپنی در بازارهای بین‌المللی و پیشی گرفتن از اقتصادهای پیشرفته، دولت ژاپن (به‌ویژه وزارت صنایع و تجارت بین‌الملل) برنامه و اقداماتی را در اولویت نخست خود قرار داد که با حفظ رقابت در تنافی بودند. از جمله این که حرکت منابع به صنایع هدف تشویق و انجام کسب و کارهای بزرگ نظیر راه‌اندازی کارخانه‌ها و شرکتهای عظیم تقویت شد. چرا که علاوه بر نیل به منافع حاصل از صرفه‌های مقیاسی اعتقاد بر این بود که شرکتهای ژاپنی جهت رقابت موثر با شرکتهای آمریکایی باید به بزرگی آنها برسند. همین امر به‌مرور زمینه‌ساز بروز همگرایی بنگاه‌ها و تملک و ادغام میان آنها و محدودیت در ورود بنگاه‌های جدید به‌ویژه در صنایع مورد نظر وزارت صنایع و تجارت بین‌الملل گردید^{۱۲۵} و نهایتاً به پدید آمدن کیرتسوها منجر شد که شرح آن گذشت. بنابراین، همان‌گونه که برخی محققان اشاره کرده‌اند می‌توان مدعی بود که در این دوران، سیاست صنعتی اهمیتی بیش از حفظ رقابت در ژاپن یافت و مقررات حمایت از رقابت در زیرمجموعه این سیاست تعریف شدند. اگرچه در موارد تعارض میان این دو، کمیسیون

^{۱۲۱} - Rationalisation؛ این کارتلها در مواردی است که تشکیل آنها برای پیشرفت در فن‌آوری، بهبود کیفیت کالا، کاهش در هزینه‌ها یا افزایش کارایی ضروری باشد.

^{۱۲۲} - Matsushita, *op. cit.*, p. 152.

^{۱۲۳} - Lin, *op. cit.*, p. 21; Abir, *op. cit.*, p. 161.

^{۱۲۴} - Lin, *op. cit.*, p. 21; Abir, *op. cit.*, p. 171.

^{۱۲۵} - Lin, *op. cit.*, pp. 21-22.

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۸۳	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴ ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

تجارت منصفانه وارد مذاکره با وزارت فوق می شد اما تقریباً هیچ گاه وزارت یادشده از برنامه های سیاست صنعتی خود جهت تطبیق با مقررات رقابتی عقب نشینی نکرد و تغییر اساسی در آنها اعمال نشد.^{۱۲۶}

به هر تقدیر، پس از رشد اقتصادی ژاپن و تبدیل آن به یکی از قطبهای صنعتی بزرگ جهان مجدداً در دهه نود با فشارهای آمریکا اصلاحاتی در قانون ضد انحصار به منظور مقررات زدایی و افزایش رقابت در بازارهای داخلی به عمل آمد.^{۱۲۷} بدین ترتیب، تقویت و اجرای جدی تر قانون در دستور کار قرار گرفت. هدف این قانون آن گونه که در ماده ۱ بیان شده است توسعه متوازن و صحیح اقتصاد ملی این کشور و تضمین منافع کل مصرف کنندگان از طریق ترویج رقابت آزاد و منصفانه، ایجاد انگیزه برای بنگاه ها جهت انجام ابتکارات خلاقانه، تشویق فعالیتهای بازرگانی، افزایش میزان اشتغال و درآمد ملی همچنین، ممنوع ساختن انحصارگرایی، وضع محدودیتهای تجاری نامعقول و رویه های تجاری غیر منصفانه می باشد. بر این اساس، وظیفه کمیسیون تجارت منصفانه حفظ و حمایت از بازار آزاد و منصفانه و مقابله با رویه هایی است که ممکن است از سوی بنگاه های اقتصادی در جهت عکس این اهداف سرزند. یکی از رویه هایی که می تواند تحت شرایطی به ایجاد انحصار یا وضع محدودیتهای نامتعارف و نامطلوب بر رقابت منتهی شود ادغام یا تملک میان شرکتها است که در ادامه به بررسی سیاستهای حقوق رقابت ژاپن در قبال این رویه ها خواهیم پرداخت و پیش از آن مروری بر سیاستهای رقابت مدیریت شده و آثار آن در دوران اوج رشد اقتصادی این کشور می پردازیم.

۲-۴-۱-۱- سیاستهای رقابت مدیریت شده در ژاپن

دوره زمانی میان سالهای ۱۹۵۰ تا ۱۹۷۳ دوره ای است که ژاپن سریعترین رشد اقتصادی را تجربه کرده است و با عنوان دوره معجزه اقتصادی ژاپن شناخته می شود. الحاق این کشور به گات در اوایل همین دوره (۱۵ سپتامبر ۱۹۵۵) در حالی به وقوع پیوسته است که در زمان الحاق کمتر از ۲۰ درصد تجارت خارجی ژاپن مشمول آزادسازی شده بود و رفع محدودیت های وارداتی چالشی بزرگ برای صنایع

^{۱۲۶}- Ibid., p. 22.

^{۱۲۷}- Ibid., pp. 22-24.

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی
صفحه: ۸۴	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

داخلی در این کشور بود. آامسدن و سینگ (۱۹۹۳) با بررسی تجربه ژاپن در این سالها، سیاست رقابتی این کشور را فاصله گرفتن از رقابت شدید در بازار داخلی و اعمال رقابت مدیریت شده با هدف ایجاد کارایی و بهره‌وری معرفی می‌کند. چنین دیدگاهی در نقطه مقابل دیدگاه پورتر (۱۹۹۰) قرار می‌گیرد که رقابت شدید در بازار داخلی ژاپن را عامل اصلی موفقیت بنگاههای ژاپنی در رقابت بین‌المللی معرفی می‌کرد. در ادامه مروری بر این سیاستها ارائه می‌شود.

قوانین ضد انحصار ژاپن (مصوب ۱۹۴۷) میراث دوران اشغال آمریکاییها پس از جنگ دوم جهانی بود و براساس الگوی آمریکایی و با نگرش قویاً طرفدار رقابت تنظیم شده بود. بلافاصله پس از جنگ، اجرای شدید این قوانین به اضمحلال گروه‌بندیهای صنعتی بزرگ حاکم بر اقتصاد دوران پیش از جنگ ژاپن، که زایاتسو خوانده می‌شدند و از دید آمریکاییها مسوول تمهیدات جنگ شناخته می‌شدند، انجامید. اما اندکی بعد تحت فشار جنگ سرد، قوانین رقابت به سرعت به شکل رسمی و غیررسمی رو به تحلیل رفتند و از جمله گروه‌بندیهای مجدد زایاتسو در شکل منعطف تری با نام کی‌رتسو با تشویق دولت پدید آمدند. در حقیقت قوانین ضد انحصار ژاپن از سازگاری داخلی در این کشور برخوردار نبود و گذشته از آن که توسط بیگانگان وضع شده بود با فلسفه اقتصادی حاکم بر ژاپن نیز بیگانه بود. بنابراین دولت ژاپن رویکردی عملگرایانه با لحاظ اهداف ملی توسعه صنعتی در این خصوص اتخاذ کرد و ملاحظات از قبیل صرفه‌های مقیاس، ارتقای کارایی، استفاده بهینه از منابع کمیاب، قابلیت رقابت بین‌المللی، ارتقای بهره‌وری، تثبیت چرخه تجاری، نظم و انضباط صنعتی، تثبیت قیمت و امنیت اقتصادی را در اتخاذ تصمیماتی بر خلاف نص و روح قوانین ضد انحصار مدنظر قرار داد. خلاصتاً دولت ژاپن با هدف ارتقای سرمایه‌گذاری و تحول فنی، به جای تجویز رقابت بی‌مهار، عامدانه به کنترل و هدایت رقابت داخلی پرداخته است. یعنی رقابت تشویق و در عین حال به طرقی محدود شده است.

نهاد مسوول اجرای مقررات ضد انحصار در ژاپن کمیسیون رقابت منصفانه است اما این کمیسیون در ساختار دولت ژاپن قدرت کمتری نسبت به وزارت تجارت بین‌الملل و صنعت که متولی سیاست صنعتی کشور است دارد. با وجود آنکه کمیسیون هیچگاه کاملاً فاقد قدرت نبوده اما در موارد تعارض

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۸۵	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

اهداف دو نهاد، به عنوان مثال درخصوص توسعه بنگاههای بزرگ مقیاس یا ترتیبات تثبیت قیمت در دوران رکودی چرخه تجاری، روی هم رفته سیاست صنعتی بر سیاست رقابتی مقدم شمرده شده است. ذیلاً به پاره ای از محدودیت های بارز اعمالی توسط دولت ژاپن بر رقابت بازار محصولات داخلی طی دهه ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ اشاره می شود:

وزارت تجارت بین الملل و صنعت ژاپن ترتیبات متنوع کارتلی، نظیر کارتل های صادرات و واردات، کارتل های مقابله با رکود یا رقابت مازاد، کارتل های عقلایی سازی و غیره را در گستره وسیعی از صنایع مورد تشویق قرار داد. در دهه ۱۹۶۰ کارتلها بالغ بر ۷۸ درصد ارزش محموله های منسوجات، ۶۵ درصد پوشاک، ۵۰ درصد فلزات غیرآهنی، ۴۷ درصد چاپ و نشر، ۴۱ درصد سنگ و خاک و شیشه، ۳۴ درصد محصولات فولادی و ۳۷ درصد محصولات غذایی را در اختیار داشته اند.

وزارت تجارت بین الملل و صنعت ژاپن همچنین، با باور بدانکه بنگاههای بزرگ مقیاس لازمه ارتقای فنی و رقابت موثر بنگاههای ژاپنی با همتایان غربی شان هستند، ادغام بنگاههای پیشرو در صنایع کلیدی را مورد تشویق قرار داد. این واقعیت که چنین تلاشهایی همیشه موفق نبوده اند (که صنایع خودرو و ماشین ابزار در این خصوص شایان توجه اند) از اهمیت سوگیری ضد رقابتی بسیاری از سیاست ها و اقدامات این وزارتخانه نمی کاهد. چنین اقداماتی اغلب با بکارگیری "راهنمای اجرایی" در خصوص بنگاهها و هدایت ظریف انجمن های صنعتی که مداوماً در پیوند نزدیک با این وزارتخانه بوده اند به اجرا درآمده است. در سال ۱۹۶۳ وزارت تجارت بین الملل و صنعت ژاپن "لایحه اقدامات فوق العاده برای توسعه صنایع خاص" را به منظور تقویت قابلیت رقابت بین المللی صنایع خودرو، پتروشیمی و فولاد از طریق ادغام و تعدیل و عقلایی سازی به مجلس ژاپن ارائه کرد. وزارت تجارت بین الملل و صنعت ژاپن در تلاش سرسختانه برای ترویج بنگاههای بزرگ و رقابت پذیر با سرمایه ژاپنی از طریق مداخله قوی دولتی علاوه بر این لایحه، برنامه های یکپارچه سازی صنایع خودروسازی در سه گروه (۱۹۶۱) که البته به هدف نرسید و صنایع کشتیرانی در شش گروه (۱۹۶۴) و ادغام دو شرکت فولادسازی فوجی و یاواتا را دنبال کرد.

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی
صفحه: ۸۶	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

البته اعمال محدودیت بر رقابت تنها بخشی از سیاستهای وزارت تجارت بین الملل و صنعت ژاپن بوده است و سیاست های تشویقی رقابت چندجانبه داخلی و قابلیت رقابت بین‌المللی نیز به همان درجه حایز اهمیت است. به طور کلی، گسترش یا محدودسازی رقابت وابسته به صنعت و چرخه عمر آن بوده است: در صنایع جوان، طی دوران توسعه، دولت رقابت را تشویق نمی کند و زمانیکه این صنایع به بلوغ فناورانه رسیدند گسترش رقابت تجویز می‌گردد. سپس زمانیکه صنایع دچار افت رقابتی می‌شوند نیز دولت رقابت را تشویق نمی کند و می‌کوشد صنعت را به عقلایی سازی وادارد.

وزارت تجارت بین الملل و صنعت ژاپن طی دهه ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ میان بنگاههای بزرگ دارای انحصار چندجانبه که صادرات و سهم از بازار بین المللی هدف مهم آنها بود رقابت سرمایه گذاری ترتیب داد. چنین رقابتی اگر بدون یک هماهنگ‌کننده صورت گیرد می‌تواند به رقابت ویرانگر، جنگ قیمت ها، ظرفیت مازاد و مانعی برای رغبت به سرمایه‌گذاری منجر شود و لذا وزارت تجارت بین الملل و صنعت ژاپن طی این دوره این نقش مهم را ایفا کرد و ترکیبی هماهنگ و پویا میان همکاری و رقابت را شکل داد که مشخصه سیاست صنعتی ژاپن محسوب می‌شود. در این سیاست بنگاههای بزرگ به میزانی متناسب با سهم بازار خود به گسترش ظرفیت تولیدی مبادرت می‌ورزند و از بی ثبات سازی بازار اجتناب می‌کنند. این سیاست ضمن کاهش مخاطره زیان ناشی از سرمایه گذاری مازاد، در تشویق رقابت برای سهم بازار و حفظ اساسی رقابت پذیری بازارهای صنعتی موثر بود و به گسترش پرشتاب ظرفیت لازم برای افزایش کارایی تولید کمک کرد.

در خصوص رقابت خارجی، حمایت نقشی اساسی در توسعه صنعتی ژاپن در این سالها داشته است و سیاست تجاری به عنوان مکمل سیاست رقابتی عمل کرده است چرا که در غیر این صورت مثلاً یک کارتل رکودی می‌تواند به راحتی با واردات خارجی مضمحل گردد و یا محدودیت های وارداتی (از جمله کنترل ارزی) که برای صنایع برخوردار از آنها الزامات عملکردی از سوی دولت شرط نشده باشد می‌تواند به اضمحلال کامل رقابت بینجامد (به عنوان نمونه در صنعت ماشین ابزار ژاپن حمایت تعرفه ای مشخصی در خصوص آن دسته از ماشین های ابزار که بطور بالقوه از نرخهای بالای رشد بهره وری و کشش بالای درآمدی تقاضا برخوردار بودند مشروط به آنکه حداقل ۵۰ درصد تولید تا تاریخ

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۸۷	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

مشخصی در قالب ماشین های ابزار تحت کنترل شمارشی رایانه ای باشد اعطا گردید). در واقع اقتصاد ژاپن در دهه ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ تحت یک رژیم کنترل شدید وارداتی، که به شکل رسمی یا غیر رسمی اعمال می گردید، فعالیت می کرد. حتی در سال ۱۹۷۸ واردات صنعتی کارخانه ای ژاپن تنها ۲/۴ درصد تولید ناخالص داخلی آن را تشکیل می داد در حالیکه این رقم در انگلستان و دیگر اعضای جامعه اقتصادی اروپا پنج تا شش برابر بزرگتر بود. حتی در آمریکا این رقم تقریباً دو برابر ژاپن بود.

حمایت در کنار محدودیت بر رقابت داخلی، بازار داخلی صیانت شده ای را برای بنگاههای ژاپنی فراهم می ساخت که با سودهای بالای خود این بنگاهها را قادر به نرخهای بالای سرمایه گذاری جهت ارتقای کیفیت محصولاتشان و نیز تسخیر بازارهای خارجی می کرد. تسخیر بازارهای خارجی اهمیت ویژه ای برای بنگاههای ژاپنی داشت چراکه وزارت تجارت بین الملل و صنعت ژاپن غالباً در ازای حمایت های دریافتی این بنگاهها برایشان اهداف عملکردی صادراتی و سهم از بازار جهانی قرار داده بود و بنگاهها دریافته بودند که برای پیشرفت و دسترسی به فناوری و لیسانس های خارجی ناگزیر باید صادر کنند. این تاکید بر صادرات و نیز حفظ رقابت در قالب انحصار چندجانبه به جای تمرکز منابع و یارانه بر یک تولیدکننده که بسیاری از دولت ها در سیاست های صنعتی خود در معرض آنند، ممیزه های اصلی سیاستهای ژاپن نسبت به دیگر کشورهای با مداخلات وسیع دولت در اقتصاد هستند.

سیاستهای وزارت تجارت بین الملل و صنعت ژاپن اگرچه رقابت چندقطبی (انحصار چندجانبه) و رقابت سرمایه گذاری میان بنگاههای بزرگ را تشویق می کرد ولی در حقیقت عامل تضعیف قوانین ضد انحصار در ژاپن بود. با این وجود، محاسبه نرخهای معمول تمرکز صنعتی برای ۲۰ صنعت پیشروی ژاپن گویای آن است که نرخهای تمرکز عموماً طی این دوره کاهش یافته اند یعنی رقابت بیشتر شده است. نرخ تمرکز متوسط غیر وزنی سه بنگاهی، از ۵۷/۶ در ۱۹۳۷ به ۵۳/۵ در ۱۹۵۰ و ۴۴/۱ در ۱۹۶۲ کاهش یافته است. در فاصله سالهای ۱۹۵۰ و ۱۹۶۲ تنها در ۳ صنعت از ۲۰ صنعت تمرکز افزایش یافته، در دو صنعت تقریباً ثابت مانده و در بقیه کاهش یافته است. شاخص تمرکز کل (سهم ۱۰۰ بنگاه صنعتی بزرگتر از کل فروش) نیز در دهه ۱۹۵۰ کاهش شدید یافته، در دهه ۱۹۶۰ ثابت مانده یا اندکی کاهش یافته ولی در دهه ۱۹۷۰ افزایش قابل ملاحظه ای یافته است.

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی
صفحه: ۸۸	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

توضیح این وضعیت تناقض نما دشوار نیست: کاهش تمرکز صنعتی نه بخاطر اثربخشی مقررات ضد انحصار، بلکه به خاطر رشد سریع اقتصاد بوده است. سطوح بالای سرمایه گذاری در صنایع پیشروی ژاپن پس از سال ۱۹۵۰ با ورود بنگاه‌های جدید و توسعه بنگاه‌های کوچکتر نیز همراه بوده و بویژه ورود بنگاه‌های جدید نرخ تمرکز را کاهش داده است و قاعدتاً رشد بنگاه‌های بزرگ سریعتر از بنگاه‌های کوچکتر نبوده است.

بدون سیاست صنعتی وزارت تجارت بین الملل و صنعت ژاپن و اعمال محدودیت و نظارت بر رقابت، رشد بالای اقتصادی و سرمایه‌گذاری ژاپن به احتمال قوی هیچگاه محقق نمی شد. یعنی برخلاف الگوی مسلط توسعه اقتصادی که می گوید رقابت به رشد می انجامد تجربه ژاپن می گوید که رشد رقابت را برمی‌انگیزد. سیاست های رقابتی و صنعتی وزارت تجارت بین الملل و صنعت ژاپن در ترکیب موفق همکاری و رقابت، اگرچه ممکن است با مفاهیم رقابت در نظریات سنتی اقتصادی مغایر باشد اما با تحولات جدید نظریه سازمان صنعتی کاملاً سازگار است و تجربه عملی گرانبهائی برای مفاهیم و تحلیل های نوین به شمار می رود. در این تجربه، کارایی ایستا جای خود را به کارایی پویا (رشد بهره وری بلندمدت بالاتر) می دهد و به جای حداکثر رقابت، محدودیت عمدی آن در قالب رقابت چندقطبی به افزایش نرخ سرمایه گذاری و شتاب توسعه فناوری مدد می رساند و دولت نقشی کلیدی در کنترل فرایند رقابت، وضع الزامات عملکرد و اجرای دیگر اقدامات سیاست صنعتی دارد.^{۱۲۸}

۲-۱-۴-۲- مفهوم ادغام و تملک در حقوق رقابت ژاپن

در قانون قانون ضد انحصار ژاپن صراحتاً از ادغام تعریفی به عمل نیامده است. بر همین اساس، صاحب نظران حقوق رقابت ژاپن با در نظر گرفتن مواد مختلف قانون و ارتباط این واژه با سایر اصطلاحات مشابه همچنین، توجه به اصول راهنمای منتشرشده توسط کمیسیون، ادغام را در حقوق

۱۲۸ . Amsden, Alice and Sing, Ajit (1993), The optimal degree of competition and dynamic efficiency in Japan and Korea, Munich Personal RePEc Archive (MPRA) paper No. 54982 available at <http://mpra.ub.uni-muenchen.de/54982/>.

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۸۹	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

رقابت ژاپن به معنای «تجمیع (امتزاج)»^{۱۲۹} بنگاه‌ها در نظر گرفته‌اند^{۱۳۰}. تجمیع بنگاه‌ها در این مفهوم، به حالتی اطلاق می‌شود که در آن یک یا چند بنگاه با از دست دادن موجودیت و شخصیت حقوقی خود یا در یک بنگاه از پیش موجود جذب می‌شوند و یا از امتزاج آنها بنگاه جدیدی شکل می‌گیرد. همان معنایی که در بالا بدان اشاره شده و با از بین رفتن موجودیت و شخصیت حقوقی حداقل یکی از بنگاه‌های طرف ادغام ملازمه دارد. بند ۲۴ ماده ۲-۷ قانون فوق به طور تلویحی این استنباط را تایید می‌کند. همین رویکرد در بندهای ۲۷ و ۲۸ ماده ۲ قانون شرکتهای ژاپن مشاهده می‌شود که در آنها از دو نوع ادغام نام برده شده است. یعنی ادغام جذبی (انحلال یک شرکت در شرکت دیگر) و ادغام ترکیبی (انحلال دو یا چند شرکت در یکدیگر و تشکیل شرکت جدید)^{۱۳۱}. بدین ترتیب، ادغام مفهوم و دایره شمولی متفاوت از تملک خواهد یافت^{۱۳۲}. در تملک که با تسامح مقررات مربوط به سهام‌داری^{۱۳۳} را نیز می‌توان در زیر مجموعه آن مورد مطالعه قرار داد، اگرچه کل یا بخشی از سهام یا دارایی یک بنگاه معین به بنگاه دیگر واگذار می‌گردد اما موجودیت و شخصیت حقوقی بنگاه تملک‌شونده حفظ می‌شود. هرچند ممکن است استقلال حقوقی خود را از دست داده و تحت کنترل بنگاه تملک‌کننده قرار گیرد. مواد مربوط به سهام‌داری با هدف جلوگیری از تشکیل مجدد زایباتسوها و کنترل شرکتهای هلدینگ در قانون ضد انحصار ژاپن پیش‌بینی شده‌اند که در جای خود بدانها اشاره خواهد شد.

مقررات مربوط به ادغام و تملک در فصل چهارم قانون فوق مورد اشاره قرار گرفته‌اند. قانون‌گذار ژاپنی با پیش‌بینی این فصل تحت عنوان «سهام‌داری‌ها، مدیریتهای به‌هم پیوسته، ادغامها، تقسیم‌ها، مبادله سهام

^{۱۲۹}- Amalgamation

^{۱۳۰}- Yusuke Nakano et al., "Chapter 23: Japan", in Ilene Knable Gotts (Ed.), *The Merger Control Review* (London: Law Business Research Ltd, 5th Ed., 2014),, op. cit., p. 255; Anderson Mori & Tomotsune, "Japanese Merger Control", in *Merger Regulation in Asia and the EU* (2014), p. Japan:31.

^{۱۳۱}- یکی از نویسندگان بر این عقیده است که واژه ادغام را باید بر مبنای قانون تجارت ژاپن تفسیر کرد و بر این اساس، هرگونه تجمیع و یک‌پارچگی میان بنگاه‌ها از دایره شمول آن خارج می‌شود مگر آنها که دو شرکت، شرکت سوم یا تاسیس یا تجارتشان را به آن منتقل کنند و

خود متعاقباً منحل شوند: Matsushita, op. cit., p. 182.

^{۱۳۲}- باید توجه داشت که مرسوم است در ادبیات حقوق رقابت، ادغام در معنای عام شامل تملک موجد کنترل نیز می‌شود.

^{۱۳۳}- Shareholding

مجری: فرزاد مرادپور		کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۹۰	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

و برعهده گرفتن تکالیف ناشی از کسب و کار^{۱۳۴} تلاش داشته است تا تمامی اشکال مختلف اعمال دو یا چند جانبه موجد تمرکز قدرت اقتصادی را که می‌توانند به تشکیل انحصار منجر شوند، مورد توجه قرار داده و مقررات نسبتاً مشابهی را در خصوص هر یک از آنها وضع کند. بر همین مبنا، اصول راهنمایی که کمیسیون تجارت منصفانه در اجرای مواد فصل مزبور منتشر ساخته به کلیه اشکال فوق، عبارت عام الشمول «ترکیب تجاری^{۱۳۵}» را اطلاق کرده است^{۱۳۶}.

حال که با مفهوم ادغام و تملک در قانون ضد انحصار ژاپن آشنا شدیم، در ادامه به بررسی سیاست رقابتی کشور ژاپن در قبال اقسام ادغامها و آثار آنها خواهیم پرداخت. به عبارت دیگر، بنا داریم نظام حقوقی حاکم بر ادغامها و دیگر ترکیبهای تجاری را در حقوق رقابت ژاپن مورد مطالعه قرار دهیم.

۲-۴-۱-۳- ادغامها و تملکها در سیاست رقابتی ژاپن

ژاپن زمانی که در دوره می‌جی یعنی حداثی اواسط قرن نوزدهم تا شروع جنگ جهانی دوم تصمیم به بازنگری اساسی در زیرساختهای اقتصادی خود و برقراری روابط تجاری گسترده با کشورهای غربی گرفت، دقیقاً سیاست حمایت از تشکیل و بقای شرکتهای بزرگ را به منظور تقویت قدرت رقابت شرکتهای داخلی در پیش گرفت و پس از اتمام جنگ تا اواخر قرن گذشته مجدداً همین خطمشی را دنبال کرد. بدین ترتیب، حمایت از تشکیل و بقای شرکتهای بزرگ نزدیک به یک قرن و ربع در این کشور در اولویت سیاستهای صنعتی و اقتصادی بوده است.

همان‌گونه که گفته شد، در ژاپن ادغام و تملک شرکتهای یکی از مصادیق ترکیب میان بنگاهها و تجمیع قدرت اقتصادی آنها به‌شمار می‌آیند که در فصل چهارم قانون ضد انحصار ژاپن (مواد ۹-۱۸) به همراه سایر اشکال ایجاد تمرکز اقتصادی مورد اشاره قرار گرفته‌اند. در این مقررات، با توجه به مفهوم متفاوت تملک و ادغام مواد جداگانه‌ای به هر یک از این رویه‌های تجاری اختصاص پیدا کرده است؛ هرچند

^{۱۳۴} - Acceptance of Assignments of Business

^{۱۳۵} - Business Combination = ترکیب کسب و کارها

^{۱۳۶} - Fair Trade Commission, Guidelines to Application of the Antimonopoly Act Concerning Review of Business Combination (Revised as of 14 June, 2011), p. 1.

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۹۱	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

ضوابط نسبتاً مشابهی جهت تشخیص مجاز و غیرمجاز بودن آنها تعیین شده است. از همین رو، ما نیز در بخشهای جداگانه‌ای این مفاهیم و ضوابط مربوط به آنها را از نقطه نظر مقررات رقابتی مورد مطالعه قرار خواهیم داد.

۲-۴-۱-۳-۱- تملک و سهام‌داری

همان‌گونه که اشاره گردید، قانون ضد انحصار در مواد ۹ و ۱۰ خود به ترتیب از واژه‌های «تملك» و «سهام‌داری» در جایی که دو یا چند بنگاه با یکدیگر ترکیب شده و موجودیت خود را حفظ می‌کنند، استفاده کرده است.^{۱۳۷} تحت لوای واژه اخیر مقنن ژاپنی، تلاش داشته است تا محدودیتهای ویژه‌ای در خصوص تشکیل و فعالیت شرکتهای هلدینگ (کنترل‌کننده) یا همان زایباتسوهای سنتی وضع کند. مطابق با بند ۱ ماده ۹ قانون یادشده: تاسیس شرکتی که موجب «تمرکز شدید قدرت اقتصادی»^{۱۳۸} در نتیجه تملك سهام (یا سهم‌الشرکه) در سایر شرکتها در ژاپن گردد ممکن نیست. در بند ۲ مقرر فوق نیز آمده است: هیچ شرکتی از جمله شرکتهاى خارجی، نمی‌تواند در ژاپن از طریق تملك یا در اختیار گرفتن سهام در سایر شرکتها مبدل به شرکتی شود که موجب تمرکز شدید قدرت اقتصادی گردد. بنابراین، در حقوق رقابت ژاپن تملك دیگر شرکتها یا تاسیس یک شرکت هلدینگ (یعنی شرکتی که مستقیماً به تولید کالا یا عرضه خدمتی نمی‌پردازد و صرفاً تملك و کنترل دیگر شرکتها فعالیت تجاری او را تشکیل می‌دهد) در صورتی ممنوع است که به ایجاد تمرکز قدرت اقتصادی بیش از حد شود. بند ۳ ماده ۹، ضابطه تمرکز شدید قدرت اقتصادی را چنین تعریف می‌کند: وضعیتی که در آن، مقیاس کل تجارت یک شرکت به همراه شرکتهاى تابعه آن^{۱۳۹} و سایر شرکتهاى داخلی که فعالیت تجاری آنها را از طریق سهام‌داری کنترل می‌کند، با توجه به تعداد قابل توجه زمینه‌های تجاری آن بسیار بزرگ است؛ همچنین است وضعیتی که در آن، شرکتی که به همراه شرکتهاى تابعه یا تحت کنترل خود قدرت زیادی برای اثرگذاری بر سایر بنگاه‌ها از طریق معامله با صندوقهای مالی خود دارد. وضع به همین منوال است

^{۱۳۷} - در اصول راهنمای کمیسیون تجارت منصفانه راجع به اعمال قانون ضد انحصار در خصوص ترکیب تجاری (از این پس: اصول راهنما) نیز تملك یا تصاحب (Acquisition or Possession) در معنای در اختیار گرفتن و تحصیل (Holding) سهام شرکتهاى سهامی یا سهم‌الشرکه سایر شرکتها به کار رفته است.

^{۱۳۸} - Excessive Concentration of Economic Power

^{۱۳۹} - شرکتهاى تابعه به معنای بنگاهی است که اکثریت حق رای سهامداران آن متعلق به شرکت دیگری است (بند ۵ ماده ۹).

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۹۲	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

در جایی که شرکتی به همراه شرکتهای تابعه و تحت کنترلش موقعیتی را در اختیار گرفته که قادر است بر تعداد قابل توجهی از زمینه‌های تجارت بین‌المللی اثرگذار باشد. برای احراز قدرت شدید اقتصادی باید عوامل فوق دارای اثر زیادی بر اقتصاد ملی باشند و مانع رقابت منصفانه و آزاد تلقی شوند.

در بند ۴ ماده مذکور تکلیفی برعهده شرکتهای بزرگ جهت ارائه گزارشی در ارتباط با دارایی‌های خود به کمیسیون گذاشته است. این سازوکار امکان نظارت کمیسیون بر فعالیتهای این شرکتها و جلوگیری از انحصار و یا تسلط غیرمجاز آنها بر بخشی از اقتصاد این کشور را فراهم می‌آورد. وفق این مقرر: شرکتی که مجموع دارایی کل آن مشمول یکی از معیارهای ذیل قرار گیرد و شرکتهای تابعه‌اش فراتر از میزانی باشد که در آیین‌نامه هیات وزیران^{۱۴} تعیین می‌شود و کمتر از حدنصابهای زیر نخواهد بود شرکت مذکور باید گزارشی کتبی راجع به تجارت خود و شرکتهای تابعه‌اش ظرف ۳ ماه از پایان هر سال تجاری (مالی) به کمیسیون تجارت منصفانه ارائه نماید:

۱) در مورد شرکتی که نسبت ارزش کل تملک سهام شرکتهای تابعه‌اش به کل دارایی‌های آن بیش از ۵۰٪ باشد (شرکت هلدینگ): ۶۰۰ بیلیون ین (حدود ۴/۸ بیلیون دلار)؛

۲) شرکتهای فعال در زمینه‌های بانکی یا بیمه یا نوع ۱ تجارت اوراق مالی (به معنای مقرر در بند ۱ ماده ۲۸ قانون اوراق مالی و مبادله) به استثنای شرکتهای هلدینگ: هشت تریلیون ین؛

۳) سایر شرکتها: دو تریلیون ین (حدود ۱۶ بیلیون دلار).

هر شرکت جدیدی نیز که تشکیل می‌شود و یکی از ضوابط فوق در خصوص دارایی‌های آن صادق باشد باید ظرف ۳۰ روز از تاریخ تشکیل گزارش مذکور را تنظیم و به کمیسیون ارائه دهد (بند ۷). همان‌گونه که ملاحظه می‌شود اعداد مذکور بسیار بزرگ در نظر گرفته شده‌اند و تنها شرکتهای غول‌آسا مشمول تکلیف فوق قرار می‌گیرند.

^{۱۴}- Cabinet Order

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۹۳	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴ ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

در خصوص تملک بند ۱ ماده ۱۰ چنین مقرر داشته است: هیچ شرکتی نمی تواند سهام شرکتهای دیگر را تملک یا تصاحب کند در صورتی که این تملک یا تصاحب سهام به طور اساسی رقابت را در بخش معینی از تجارت (بازار مرتبط^{۱۴۱}) محدود کند. همچنین، استفاده از رویه های تجاری غیرمنصفانه^{۱۴۲} جهت تملک یا تصاحب سهام شرکت دیگر ممکن نیست. در اصول راهنما ضوابطی برای تعیین محدودیت اساسی بر رقابت تعیین شده است که در جای خود مورد اشاره قرار خواهند گرفت. وفق بند ۲ ماده ۱۰ در صورتی که شرکتی که حجم فروش داخلی آخرین سال تجاری بیش از رقم تعیین شده در آیین نامه هیات وزیران باشد که کمتر از ۲۰ بیلیون ین (حدود ۱۶۰ میلیون دلار) نخواهد بود (شرکت تملک کننده) قصد تملک شرکت دیگری را داشته باشد که فروش داخلی اش بیش از رقم تعیین شده در آیین نامه هیات وزیران باشد (حداقل ۵ بیلیون ین (حدود ۴۰ میلیون دلار)) و نسبت تعداد حق رای شرکت تملک کننده به کل سهام شرکت تملک کننده به میزان مقرر در آیین نامه هیات وزیران باشد (حداقل ۲۰٪) باید از قبل قصد خود را برای انجام این تملک به کمیسیون اعلام کند. کمیسیون باید ظرف ۳۰ روز از تاریخ تقدیم این اطلاعیه تعیین تکلیف کند و در مدت یادشده مالگیتی برای شرکت تملک کننده ایجاد نمی شود.

در خصوص مبادله سهام میان شرکتها^{۱۴۳} و همچنین، تقسیم شرکتی^{۱۴۴} و انتقال یا اجاره دارایی یا کسب و کار شرکت دیگر نیز در مواد ۲-۱۵، ۳-۱۵ و ۱۶ شاهد مقررات نسبتاً مشابهی هستیم. تقسیم شرکتی حسب قانون شرکتها شامل دو دسته تقسیم از نوع جذبی^{۱۴۵} و تقسیم شرکتی از نوع شرکت مشترک^{۱۴۶} شده که اولی مربوط به مواردی است که شرکتی کل یا بخشی از حقوق و تعهدات خود را به شرکت از پیش موجودی انتقال می دهد و در حالت دوم، دو یا چند شرکت مشترکاً شرکت جدیدی را تاسیس

^{۱۴۱} - در اصول راهنمای کمیسیون نحوه تعیین بخش معین از تجارت و ضابطه های تشخیص آن روشن شده اند؛ ر.ک: Fair Trade Commission, op. cit., pp. 10-15 برای مطالعه بیشتر در خصوص مفهوم بازار مرتبط؛ ر.ک: بهنام غفاری فارسانی، حقوق رقابت و ضمانت/جراهای مدنی آن (تهران: نشر میزان، ۱۳۹۳)، صص ۱۹۹ به بعد.

^{۱۴۲} - بند ۹ ماده ۲ قانون مصادیق رویه های تجاری غیرمنصفانه را مورد اشاره قرار داده که به لحاظ طولانی بودن متن آن جهت جلوگیری از اطاله کلام از ذکر آن خودداری می شود.

^{۱۴۳} - Joint Share Transfer

^{۱۴۴} - Company Split

^{۱۴۵} - Absorption-Type Split

^{۱۴۶} - Joint Incorporation-Type Company Split

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	 موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی
صفحه: ۹۴	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴		

و کل یا بخشی از حقوق و تکالیف خود را به شرکت نوپا واگذار می‌کنند. در واقع، این‌گونه به نظر می‌رسد که تحت عناوین تقسیم شرکتی و انتقال دارایی قانون‌گذار ژاپنی خواسته است تا موضوعاتی نظیر تملک دارایی یک شرکت توسط شرکت دیگر و سرمایه‌گذاری و همکاری مشترک دو یا چند شرکت در قالب تاسیس شرکت جدید (جوینت ونچر) را از نقطه نظر موازین رقابتی مورد توجه قرار داده و زمینه نظارت کمیسیون بر آنها را فراهم کند.

ماده ۱۱ فعلی قانون ضد انحصار به وضع محدودیتهایی در خصوص تملک شرکتها توسط بانکها و شرکتهای بیمه می‌پردازد. مطابق این مقرر، شرکتهای فعال در بانکداری و بیمه نمی‌توانند حق رای در دیگر شرکتها را در ژاپن تحصیل یا در اختیار بگیرند مشروط به این که از ۵٪ (برای شرکتهای بیمه از ۱۰٪) حق رای کلیه سهامداران تجاوز نکند. مگر این که از قبل مراتب به کمیسیون اطلاع داده شود و به تایید مرجع مذکور برسد. بر این مبنا، ظاهراً تملک سهام شرکتهای دیگر توسط بانکها و شرکتهای بیمه با رعایت مقررات مربوط به تملک سهام ممنوع نیست اما بدون تایید کمیسیون به ترتیب حداکثر از ۵٪ و ۱۰٪ حق رای برخوردار خواهند بود. در خصوص تملک سهام توسط اشخاصی غیر از شرکتها نیز ماده ۱۴ بیان می‌دارد: شخصی که شرکت^{۱۴۷} نیست نمی‌تواند سهامی را در یک شرکت تملک یا در اختیار بگیرد در صورتی که در نتیجه این اقدام، رقابت در بخش معینی از تجارت به طور اساسی محدود شود. همچنین است اگر از رویه‌های تجاری غیرمنصفانه در تملک یا در اختیار گرفتن سهام استفاده شود.

۲-۴-۱-۳-۲- ادغام

ماده ۱۵ قانون ضد انحصار به وضع مقرراتی ناظر بر ادغام میان شرکتها اختصاص یافته است. حسب بند ۱ این مقرر: هیچ شرکتی نمی‌تواند مبادرت به ادغامی کند که مشمول یکی از حالت‌های ذیل قرار می‌گیرد:

^{۱۴۷} Company، مطابق با بند ۱ ماده ۲ قانون شرکتهای ژاپن، این واژه شامل شرکتهای سهامی، شرکتهای تضامنی، شرکتهای مختلط غیرسهامی و شرکتهای با مسوولیت محدود می‌گردد.

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۹۵	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴		

۱) اگر ادغام رقابت را در بخش معینی از تجارت (بازار مرتبط) به طور اساسی محدود کند؛

۲) اگر در جریان ادغام یکی از رویه‌های تجارت غیرمنصفانه به کار گرفته شود.

در بند ۲ ماده مزبور، قانون تحت شرایطی تکلیفی را برعهده شرکت‌هایی که قصد ادغام دارند قرار می‌دهد که پیش از اقدام خود مراتب را به کمیسیون تجارت منصفانه جهت بررسی این مرجع نظارتی اعلام نمایند. وفق این مقرر: هر شرکتی که قصد دارد طرف یک ادغام واقع شود (شرکت ادغام‌شونده) باید مطابق با دستورالعمل کمیسیون تجارت منصفانه از قبل این کمیسیون را از طرح ادغام خود مطلع سازد^{۱۴۸} مشروط بر این که میزان فروش داخلی یکی از شرکت‌های ادغام‌شونده بیش از رقم تعیین شده در آیین‌نامه هیات وزیران باشد که این رقم کمتر از ۲۰ بیلیون ین (حدود ۱۶۰ میلیون دلار) نخواهد بود و میزان کل فروش داخلی شرکت ادغام‌شونده دیگر نیز بیش از رقم تعیین شده در آیین‌نامه هیات وزیران باشد که کمتر از ۵ بیلیون ین (حدود ۴۰ میلیون دلار) نخواهد بود^{۱۴۹}. لازم به ذکر است شرکت‌های ادغام‌شونده‌ای که متعلق به یک گروه از شرکت‌های تجمیع‌شده^{۱۵۰} (گروه تجاری) هستند از الزام مذکور معاف می‌باشند. همانند تملک سهام در این جا نیز پس از اطلاع، کمیسیون ظرف ۳۰ روز باید تکلیف ادغام و مجاز یا غیرمجاز بودن آن را روشن کند و در این مدت امکان انجام ادغام و ترتب آثار بر آن وجود ندارد. قانون وضع ادغام یا تملکی را در فرضی که کمیسیون طی مدت فوق نظر خود را اعلام نمی‌کند، روشن نکرده است.

۲-۴-۱-۳-۳- معیارهای تشخیص تملکها و ادغامهای ضد رقابتی

از توجه به مواد فوق چنین برمی‌آید که در حقوق رقابت ژاپن بجز موضوع تشکیل شرکت‌های هلدینگ و بسیار بزرگ که مقررات مخصوص به خود را دارند، تملک سهام یا دارایی و ادغام شرکت‌ها یا به طور کلی، هر یک از انواع ترکیب‌های تجاری میان بنگاه‌ها در صورتی مجاز است که منجر به محدود شدن اساسی رقابت نگردد و در جریان آنها از رویه‌های تجارت غیرمنصفانه نیز استفاده نشود. بنابراین،

^{۱۴۸} - تا پیش از سال ۲۰۱۱ طرفین یک ترکیب تجاری وفق بند ۲ ماده ۱۵ می‌توانستند پیش از وقوع ترکیب و اطلاع‌رسانی خود به کمیسیون، در خصوص تصمیم خود با این نهاد وارد مذاکره و از نظرات مشورتی کمیسیون بهره‌مند شود. فرایند مذکور در سال ۲۰۱۱ ملغی شد.

^{۱۴۹} - پیش از این، کلیه بنگاه‌ها می‌بایست ترکیب تجاری خود را به اطلاع کمیسیون می‌رسانند: Abir, op. cit., p. 174.

^{۱۵۰} - Group of Combined Companies

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۹۶	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

معیارهای مذکور را باید ضابطه تشخیص ترکیبهای تجاری مجاز از ترکیبهای غیرمجاز و ضدرقابتی دانست. بر مبنای معیار نخست که ارتباط بیشتری با اهداف و موضوعات مطرح در حقوق رقابت دارد، هرگاه رفتار ترکیبی شرکتها به‌طور اساسی موجب محدود شدن رقابت در بازار معینی گردد ممنوع و هرگاه اقدام آنان به این اندازه نرسد از منظر موازین رقابتی مجاز شمرده خواهد شد. در واقع، بر اساس این سنگ محک است که می‌توان مرز میان ترکیبهای تجاری مجاز و ممنوع را ترسیم کرد و تشخیص داد که مقامات رقابتی ژاپن تا چه حد تمرکز در بازارهای داخلی خود را در نتیجه اقدامات دو یا چند جانبه شرکتها تاب می‌آورند. هرچه این ضابطه به‌طور موسع‌تری تفسیر شود نشان‌دهنده آن است که رژیم حقوق رقابت این کشور نسبت به تعداد کمی رقبای فعال در بازار و حفظ بنگاه‌های کوچک و متوسط حساسیت بیشتری دارد. این امر به نوبه خود، مبین تمایل بیشتر دولت این کشور جهت مداخله در بازار است. اما هرچه دامنه تفسیر ضابطه محدود شدن اساسی رقابت مضیق‌تر باشد و تحت شرایط سخت‌گیرانه‌تری احراز شود بیانگر گرایش نظام حقوق رقابت ژاپن به تشکیل بنگاه‌های بزرگ (ولو با تعداد کمتر) و بی‌میلی به مداخله پدرسالارانه در بازار است.

برای آن که ضابطه محدود شدن اساسی رقابت بهتر تبیین و با استفاده از معیارهای دقیق‌تری ارزیابی گردد با توجه به سکوت قانون ضد انحصار، اصول راهنمای کمیسیون مباحثی را به تبیین این مفهوم و نحوه ارزیابی آن اختصاص داده است^{۱۵۱}. در اصول راهنما، کمیسیون ابتدا به استناد یکی از آرای قدیمی صادره از دادگاه‌های توکیو، احراز وصف «اساسی» محدودیت بر رقابت را در پدید آمدن وضعیتی می‌داند که در آن، نفس رقابت به‌طور چشمگیر و قابل توجهی کاهش یافته و حالتی به وجود آید که در آن، یک کنشگر تجاری یا گروهی از کنشگران بازار بتواند با تعیین قیمت، کیفیت، حجم و سایر عوامل به صلاح‌دید و خواسته خود بازار را در کنترل خود گیرند^{۱۵۲}. علاوه بر این معیار توصیفی، اصول

^{۱۵۱}- Fair Trade Commission, *op. cit.*, pp. 17 and seq.

^{۱۵۲}- برخی از نویسندگان بر مبنای این رای، محدودیت اساسی بر رقابت را در ایجاد، حفظ یا تقویت کنترل بازار دانسته‌اند: cited by Abir,

op. cit., p. 165.

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۹۷	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

راهنما از معیارهای کمی و عینی نیز جهت احراز اساسی بودن اثر استفاده کرده است که در جای خود مورد اشاره قرار خواهند گرفت.

اما در ارتباط با نحوه احراز اثر محدودیت بر رقابت که ممکن است از یک ترکیب تجاری ناشی شود کمیسیون میان ترکیبهای تجاری افقی که میان رقبا رخ می دهند و ترکیبات تجاری عمودی یا ناهمگون قایل به تفکیک شده است. ترکیبهای تجاری افقی موجب کاهش تعداد رقبا می شوند و اثر مستقیم بر رقابت دارند. لذا احتمال محدود شدن اساسی رقابت در نتیجه آنها بیشتر می رود و نگرانی های رقابتی جدی تری را برمی انگیزند. مطابق با اصول راهنما که به نظر می رسد مقررات خود را در این بخش از دستورالعملهای تهیه شده توسط مقامات رقابتی ایالات متحده و اتحادیه اروپا اقتباس کرده است^{۱۵۳}، اثر ترکیبهای تجاری افقی از دو نقطه نظر سنجیده می شود و هرگاه بر اساس هر یک از این رویکردها، اثر آنها محدود کردن اساسی رقابت باشد ضد رقابتی تشخیص داده خواهند شد. در ادامه با رعایت اختصار توضیحاتی در این خصوص آورده می شود:

(۱) رفتار یک جانبه^{۱۵۴} بنگاه های طرف ترکیب تجاری

جهت بررسی این رفتار لازم است تا ابتدا همگن یا ناهمگن بودن کالای مورد نظر که در محدوده بازار آن ترکیب تجاری رخ داده است تعیین شود. زمانی که کالا مشابه و همگن باشد و بنگاه های طرف ترکیب مجموعاً از ظرفیت بالایی در تولید و فروش برخوردار باشند به نحوی که بتوانند قیمت را در کنترل خود بگیرند و آن را افزایش دهند سایر رقبا نیز قادر به حفظ قیمت کمتر نباشند و مصرف کنندگان هم نتوانند کل کالای مورد نیاز خود را از عرضه کنندگان دیگر تهیه کنند در این صورت، به احتمال بیشتری اثر چنین ترکیبی می تواند محدود شدن اساسی رقابت در بازار مرتبط باشد. در جایی که کالای مورد نظر متفاوت و ناهمگن ارزیابی شود مثلاً از حیث برند و بنگاه های طرف ترکیب تجاری قصد افزایش قیمت را داشته باشند باید دید آیا کالای جانشین نزدیکی در بازار وجود دارد که مصرف کنندگان بتوانند کالای خود را از عرضه کننده آن تهیه کنند یا خیر. در صورتی که کالای جانشین نزدیکی در بازار

^{۱۵۳} - غفاری، همان منبع، صص ۳۸۴ به بعد.

^{۱۵۴} - Unilateral Conduct

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی
صفحه: ۹۸	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

نباشد و یا عرضه این کالای جانشین نزدیک نیز در اختیار بنگاه‌های طرف ترکیب باشد چون تغییر محسوسی در فروش کالای این بنگاه‌ها مورد انتظار نیست لذا اثر چنین ترکیبی به احتمال قوی‌تری محدود کردن اساسی رقابت در بازار مرتبط خواهد بود.

۲) رفتار هماهنگ^{۱۵۵}

رفتار هماهنگ به واکنش و رفتار بنگاه‌های رقیب به سیاستها و عملکرد یکدیگر و اتخاذ رویکردهای مشابه اطلاق می‌گردد. برای مثال، در بازاری که رقابت سالم و موثر حکم‌فرما باشد اگر بنگاهی قیمت خود را کاهش دهد رقیب وی نیز برای حفظ موقعیت خود ناچار به کاهش قیمت می‌شود. در این شرایط رفتار هماهنگ به سود مصرف‌کنندگان و موجب تقویب رقابت می‌شود اما گاه ممکن است رفتار هماهنگ تنها به سود بنگاه‌ها و به ضرر مصرف‌کنندگان منتهی شود. از آنجا که ترکیب‌های تجاری افقی موجب کاهش تعداد بنگاه‌های رقیب و سوق ساختار بازار به سمت تمرکز بیشتر می‌شود لذا پیش‌بینی و مراقبت از رفتارهای یکدیگر برای فعالان بازار با سهولت بیشتری میسر خواهد بود. از همین‌رو نیز زمینه اتخاذ رفتارهای مشابه و هماهنگ‌شده که به سود همه آنها باشد بهتر فراهم می‌شود. برای مثال، اگر یک ترکیب تجاری قیمت محصول خود را افزایش دهد و سایر رقبا نیز از او تبعیت کنند بجز یکی از رقبا در این صورت، رقیبی که قیمت خود را پایین نگه داشته است فروش بیشتری خواهد یافت. اما همواره با این خطر مواجه است که بزودی سایرین عدم همراهی و انحراف او را کشف خواهند کرد و برای افزایش فروش، قیمت خود را حتی پایین‌تر از قیمت او تعیین می‌کنند و موجب کاهش شدید فروش وی خواهند شد. لذا زمانی که چنین خطری قابل انتظار باشد بنگاه مذکور نیز خود را ناچار به تبعیت و هماهنگ‌سازی رفتارش با دیگران می‌بیند. در صورتی که در نتیجه یک ترکیب تجاری خطر بروز رفتارهای هماهنگ افزایش یابد چنین ترکیبی به احتمال زیادتری موجب محدودیت اساسی رقابت خواهد شد.

^{۱۵۵}- Coordinated Conduct

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۹۹	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

تا بدین جا، اصول راهنما با ارایه توضیحاتی کیفی و توصیفی سعی در تبیین تلقی خود از ضابطه محدود شدن اساسی رقابت داشته است اما در ادامه به معیارهایی کمی و عینی تر جهت ارزیابی اثر ترکیب های تجاری اشاره می کند. کمیسیون در هر یک از موارد زیر اثر اقدامات مزبور را بر رقابت "اساسی" تشخیص نمی دهد و لذا به بررسی رفتارهای یک جانبه و هماهنگ نیز نمی پردازد:

(۱-۱) در صورتی که درجه تمرکز بازار بر مبنای شاخص هرفیندال-هیرشمن (HHI)^{۱۵۶} پس از

وقوع ترکیب تجاری کمتر از ۱۵۰۰ واحد باشد؛

(۲-۱) در صورتی که پس از ترکیب تجاری شاخص هرفیندال-هیرشمن بین ۱۵۰۰ تا ۲۵۰۰ باشد

و افزایش آن کمتر از ۲۵۰ واحد باشد؛

(۳-۱) در صورتی که پس از ترکیب تجاری شاخص هرفیندال-هیرشمن بیشتر از ۲۵۰۰ باشد و

افزایش آن کمتر از ۱۵۰ واحد باشد.

از توجه به دو معیار اخیر می توان این گونه استنباط کرد که در بازارهای با درجه تمرکز متوسط، حقوق رقابت ژاپن ادغامها یا تملکهای افقی ای که به طور میانگین سهم شرکت های طرف آنها حدود ۱۱٪ باشد را ضد رقابتی نمی داند. بنابراین، در این گونه بازارها تشکیل بنگاهی بزرگ تر از طریق ترکیب تجاری با

^{۱۵۶} - "شاخص هرفیندال-هیرشمن" (Herfindahl-Hirschman Index (HHI)) یکی از شاخص های اقتصادی رایج است که برای اندازه گیری درجه تمرکز بازار مرتبط مورد استفاده قرار می گیرد. بدین ترتیب که حاصل جمع سهم بازاری هر بنگاه فعال در بازار به توان دو به دست می آید. در صورتی که عدد به دست آمده زیر ۱۵۰۰ باشد، معمولاً بازار مورد نظر غیر متمرکز تلقی می گردد. در فرضی که شاخص بین ۱۵۰۰ تا ۲۵۰۰ باشد، درجه تمرکز بازار متوسط محسوب خواهد شد و اگر بالای ۲۵۰۰ باشد، بازار از تمرکز بالا برخوردار خواهد بود. در شرایط انحصار کامل، این عدد برابر با ۱۰ هزار می باشد. پس از تعیین درجه تمرکز بازار مرتبط، افزایشی که در نتیجه ادغام یا تملک در شاخص فوق ایجاد می شود محاسبه می گردد. این افزایش (به نام دلتا (Delta)) برابر است با حاصل ضرب سهم بازاری بنگاه های ادغام شونده ضرب در ۲. در صورتی که عدد به دست آمده کمتر از ۱۰۰ باشد، این تغییر ناچیز محسوب شده و گفته می شود که ادغام یا تملک مورد نظر بعید است آثار ضد رقابتی محسوسی در بازار بر جای گذارد. همچنین، ادغام یا تملکی که در یک بازار غیر متمرکز رخ می دهد و پس از آن کماکان رتبه بازار غیر متمرکز باقی می ماند، ترکیب تجاری مضر تشخیص داده نمی شود و نیاز به بررسی بیشتر آن وجود ندارد. اما ترکیبی که در بازاری با درجه تمرکز متوسط (بازار نسبتاً متمرکز) رخ می دهد و شاخص را بیش از ۱۰۰ واحد افزایش می دهد بروز آثار ضد رقابتی در نتیجه آن محتمل است لذا ارزیابی آن وارد مرحله دوم شده و به دقت و با در نظر گرفتن همه جوانب و سایر عوامل مورد بررسی قرار می گیرد. به همین ترتیب است ترکیبی که در بازار با تمرکز بالا (شدیداً متمرکز) صورت می پذیرد و شاخص فوق را بین ۱۰۰ تا ۲۰۰ واحد افزایش می دهد. اگر در چنین بازاری، شاخص مزبور در نتیجه ترکیبی از ۲۰۰ واحد بیشتر شود، آن اقدام موجب تقویت قدرت بازاری و مضر تلقی خواهد شد مگر خلاف آن به اثبات رسد.

مجری: فرزاد مرادپور	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی
صفحه: ۱۰۰		ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

سهم بازاری حدود ۲۲٪ را تحمل می‌کند. اما در بازارهای با درجه تمرکز بالا تنها اجازه انجام ترکیب افقی‌ای را می‌دهد که سهم شرکت‌های طرف آن به‌طور میانگین کمتر از ۹٪ باشد. البته، باید توجه داشت که اگر یک ترکیب تجاری افقی در هیچ‌یک از دستجات فوق قرار نگیرد فوراً به این معنا نیست که به‌طور قطع موجب محدود شدن اساسی رقابت می‌شود. بلکه بررسی کمیسیون وارد مرحله دوم شده و باید به سایر عوامل که ذیلاً مورد اشاره قرار می‌گیرند توجه داشت. سپس، با ارزیابی نهایی و در نظر گرفتن مزایا و مضرات، رقابتی یا ضد رقابتی بودن آن را تشخیص داد^{۱۵۷}. بر همین مبنا، اصول راهنما حتی پیشتر رفته و احتمال بروز اثر محدود شدن اساسی رقابت را در جایی که درجه تمرکز بازار کمتر از ۲۵۰۰ واحد می‌باشد (بازار با درجه تمرکز متوسط) و پس از ترکیب تجاری، بنگاهی با سهم بازاری ۳۵٪ تشکیل می‌شود بسیار ناچیز می‌داند. همان‌گونه که ملاحظه می‌شود در این رویکرد نیز به‌وضوح می‌توان سیاست حمایت از بنگاه‌های کوچک را جهت تبدیل شدن به بنگاه‌های متوسط و حتی بزرگ از طریق هم‌افزایی و تجمع سهم بازاری و قدرت اقتصادی خود مشاهده کرد.

چنان‌که گفته شد اگر ترکیب تجاری افقی مورد نظر در دستجات فوق قرار نگیرد جهت تعیین تکلیف به بررسی سایر عوامل پرداخته می‌شود. مطابق با اصول راهنما در این مرحله باید به موارد زیر توجه داشت:

الف) معیارهای تعیین‌کننده در ارزیابی اثر محدود شدن اساسی رقابت از طریق رفتارهای یک‌جانبه

۱- موقعیت بنگاه‌های طرف ترکیب تجاری و وضعیت رقابت در بازار:

^{۱۵۷} - از سال ۱۹۴۷ تا ۱۹۶۹ فقط یک مورد ادغام مورد بررسی کمیسیون قرار گرفت که منتهی به صدور تاییدیه شد: Makota Matsuo, "Mergers and Acquisitions under Japanese Law", 52 *Antitrust Law Journal* (1983), p. 1012 در سال ۲۰۱۲ کمیسیون ۳۴۹ مورد اطلاع‌رسانی دریافت کرد اما مرحله دوم بررسی خود را تنها برای ۶ مورد آغاز نمود که ۵ مورد را در نهایت تایید کرد (سه مورد با تعیین شرایطی). هیچ تصمیمی مبنی بر ممنوعیت در این سال توسط کمیسیون صادر نشد. در سال ۲۰۱۳ نیز ۲۶۴ مورد به اطلاع کمیسیون رسید که تنها بررسی ۳ مورد وارد فاز دوم شد. هر سه مورد به تایید نهایی کمیسیون رسید؛ برای دیدن توضیحات بیشتر؛ ر.ک: Nakano et al., *op. cit.*, pp. 259-261 همچنین، گزارش سال ۲۰۱۳ منبع مذکور. برای مطالعه آماری در خصوص ادغام‌های صورت گرفته در ژاپن طی سالهای ۱۹۸۶ تا ۲۰۱۵ ر.ک: Ralf Bebenroth, *International Business Mergers and Acquisitions in Japan* (Tokyo: Springer Japan, 2015), pp. 87 and seq.

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۰۱	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

(۱-۱) سهم بازاری: هرچه سهم بازاری بنگاه‌های طرف ترکیب تجاری و افزایش سهم آنها در نتیجه ترکیب بیشتر باشد اثر سوء آن بر رقابت بیشتر خواهد بود؛

(۲-۱) رقابت میان طرفین ترکیب تجاری پیش از وقوع آن: در صورتی که ترکیب تجاری میان بنگاه‌هایی اتفاق افتد که تا پیش از آن رقابت سرسختانه و شدیدی میان آنها برقرار بوده و نتیجه این رقابت، کاهش قیمت و بهبود کیفیت محصول بوده است، اثر سوء چنین ترکیبی بر رقابت بیشتر خواهد بود؛

(۳-۱) طرز عمل شرکت سرمایه‌گذاری مشترک^{۱۵۸}: در صورتی که بخشی از تجارت شرکت‌های طرف ترکیب تجاری از آنها جدا شده و به شرکت مشترکی واگذار شود میزان کسب و کار واگذار شده، استقلال و ارتباط شرکت جدید با شرکت‌های قبلی و سهم بازاری آن مورد بررسی قرار خواهد گرفت؛

(۴-۱) میزان تفاوت سهم بازاری بنگاه‌های طرف ترکیب تجاری با رقبا: هرچقدر این تفاوت به سود بنگاه‌های طرف ترکیب بیشتر باشد احتمال محدود شدن اساسی رقابت در نتیجه ترکیب بیشتر خواهد بود.

۲- واردات: در بازاری که واردات به‌سهولت صورت می‌پذیرد و فشار رقابتی کافی از جانب واردات در بازار وجود دارد احتمال این که اثر یک ترکیب تجاری بتواند به محدود شدن اساسی رقابت منجر شود کاهش می‌یابد. جهت ارزیابی این که آیا واردات می‌تواند فشار رقابتی بالفعل یا بالقوه کافی را وارد آورد یا خیر باید به عواملی همچون: درجه موانع نهادی، میزان هزینه حمل و نقل و وجود مشکلات توزیعی، درجه قابلیت جایگزینی کالای وارداتی با کالای مورد عرضه بنگاه‌های طرف ترکیب تجاری و پتانسیل عرضه کالا از خارج از مرزها توجه داشت.

۳- ورود به بازار: هرچقدر ورود به بازاری ساده‌تر میسر بازار باشد و رقبای بالفعل بیشتر در معرض رقابت بالقوه و ورود رقبای جدید قرار داشته باشند اثر سوء ترکیب تجاری افقی کاهش می‌یابد.

^{۱۵۸}- Treatment of Joint Investment Company

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۰۲		
تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

در این ارزیابی نیز باید به عواملی همچون: درجه موانع نهادی ورود، درجه موانع عملی ورود، درجه قابلیت جایگزینی کالای ورودی با کالای مورد عرضه بنگاه‌های طرف ترکیب تجاری و پتانسیل ورود به بازار از ناحیه رقبا بالقوه توجه داشت.

۴- فشار رقابت از ناحیه بازارهای مرتبط: این بازارها از لحاظ جغرافیایی نزدیک بازار مورد نظر قرار دارند و محصول عرضه شده در آنها می‌تواند برای کاربران کاربرد مشابهی داشته باشد. وجود چنین کالای رقابتی در بازار موصوف می‌تواند اثر سوء ترکیب تجاری و دغدغه‌های مقامات رقابتی را کاهش دهد.

۵- فشار رقابت کاربران: در صورتی که کاربران محصول که در زنجیره تامین در مرحله بعد از بنگاه‌های طرف ترکیب تجاری قرار می‌گیرند از قدرت چانه‌زنی مناسبی برخوردار باشند به احتمال کمتری بنگاه حاصل از ترکیب قدرت کنترل قیمت را خواهد داشت. لذا اثر سوء این ترکیب تجاری افقی بر رقابت کاهش می‌یابد.

۶- ظرفیتهای کلی تجارت: در صورتی که در نتیجه ترکیب تجاری افقی، ظرفیتهای تجاری بنگاه‌های طرف ترکیب شامل توانایی در فراهم‌سازی مواد اولیه، قابلیت‌های فنی، بازاریابی و تبلیغات، اعتبارسنجی و شهرت برند آنها افزایش یابد و رقابت کردن با آنها برای دیگر رقبا دشوار شود عامل مذکور در تعیین اثر ترکیب بر رقابت در نظر گرفته خواهد شد.

۷- کارایی: چنانچه بهبود در کارایی اعم از صرفه‌های مقیاسی، یکپارچه‌سازی تاسیسات تولید، تخصصی‌سازی کارخانه‌ها، کاهش در هزینه حمل و نقل یا کارایی در تحقیق و توسعه تصور شود که بنگاه حاصل از ترکیب تجاری را به انجام اقدامات رقابتی ترغیب خواهد کرد این عامل نیز در ارزیابی اثر ترکیب تجاری بر رقابت در نظر گرفته می‌شود. در این موارد کارایی‌هایی که مورد توجه قرار می‌گیرد از سه جنبه تعیین‌کننده هستند: (۱) کارایی باید به عنوان اثر مختص ترکیب تجاری مورد نظر بهبود یافته باشد؛ (۲) بهبود در کارایی باید در عمل تحقق یافته باشد و (۳) بهبود در کارایی به افزایش منافع کاربران محصول منجر شود.

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۰۳	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

۸- شرایط مالی و توانایی تجارت بنگاه‌های طرف ترکیب تجاری: در موارد زیر احتمال بروز اثر محدود شدن اساسی رقابت بسیار ناچیز است:

۸-۱) یکی از طرفین ترکیب دچار ضررهای قابل توجه و مداوم یا بدهی بیش از حد شده یا قادر به به دست آوردن منابع مالی برای سرمایه در گردش نیست و به وضوح احتمال ورشکستگی و خروج او از بازار می‌رود (دفاع بنگاه در شرف ورشکستگی)؛

۸-۲) عملکرد بخشی از تجارت یکی از طرفین ترکیب تجاری بیش از حد ضعیف بوده است همانند ثبت ضررهای مهم و قابل توجه و بدون ترکیب احتمال خروج آن از بازار در آینده‌ای نزدیک بروشنی برود.

ب) معیارهای تعیین‌کننده در ارزیابی اثر محدود شدن اساسی رقابت از طریق رفتارهای هماهنگ

۱- مقایسه موقعیت بنگاه‌های طرف ترکیب تجاری و وضعیت رقابت در بازار: برای ارزیابی این عامل به مواردی چون تعداد بنگاه‌های رقیب، وضعیت رقابت میان طرفین ترکیب تجاری پیش از آن، ظرفیت اضافی رقبا و طرز عمل شرکت ناشی از سرمایه‌گذاری مشترک طرفین توجه می‌شود.

۲- واقعیات تجاری: در این عامل به سنجش مولفه‌هایی چون شرایط تجارت، روند تقاضا و ابداعات تکنولوژی، وضعیت رقابت در بازار پیش از ترکیب تجاری پرداخته می‌شود.

۳- فشار رقابت از ناحیه واردات، ورود رقبای جدید و بازارهای رقابتی.

۴- کارایی و شرایط مالی بنگاه‌های طرف ترکیب تجاری.

اصول راهنما در ارتباط با نحوه ارزیابی اثر ترکیبهای تجاری عمودی و ناهمگون بر رقابت نیز توصیه‌هایی دارد که برای جلوگیری از اطاله کلام از ذکر آنها خودداری می‌شود.

۲-۴-۱-۳-۴- معافیتها

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۰۴	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

تا بدین جا اشاره گردید که رژیم حاکم بر تملکها و ادغامها در ژاپن از طریق تمهید دو ضابطه محدود شدن اساسی رقابت و به‌کارگیری رویه‌های تجاری غیرمنصفانه، مرز میان ادغامها و تملکها (یا به‌طور کلی: ترکیبهای تجاری) مجاز و غیرمجاز را ترسیم کرده است. با این حال، همانند بسیاری از نظامهای حقوق رقابت دیگر در این کشور نیز تحت شرایطی معافیتهایی هرچند محدود پیش‌بینی شده است. صرف‌نظر از این که ادغام یا تملکی که در حصول آنها از رویه‌های غیرمنصفانه استفاده نشده و موجب محدود شدن اساسی رقابت نیز نمی‌شوند مجاز تلقی خواهند شد، وفق ماده ۲۲، مقررات قانون ضد انحصار نسبت به آن دسته از مشارکتهایی^{۱۵۹} که بر یکی از موارد ذیل انطباق کند اعمال نخواهد شد: (۱) هدف از مشارکت حمایت دو یا چند جانبه از بنگاه‌های کوچک^{۱۶۰} یا مصرف‌کنندگان باشد؛ (۲) مشارکت به طور اختیاری تشکیل شده باشد و شرکا بتواند مختارانه مشارکت کنند و از آن انصراف دهند؛ (۳) هر شریک از حق رای مساوی بهره‌مند باشد؛ (۴) در صورتی که بنا باشد سودی در میان شرکا تقسیم شود، محدودیتهای راجع به توزیع آن در قوانین و مقررات یا اساسنامه مشارکت پیش‌بینی شده باشد. باید توجه داشت که مشارکتهای مذکور در صورتی معاف از محدودیتها و ممنوعیتهای موضوع قانون ضد انحصار خواهند بود که در آنها از رویه‌های تجاری غیرمنصفانه استفاده نشود و به محدود شدن اساسی رقابت در بخش معینی از تجارت که موجب افزایش قیمت ناعادلانه شود، منتهی نگردند. همان‌گونه که ملاحظه می‌شود در ژاپن با پیش‌بینی این معافیت حمایت از شرکتهای با اندازه کوچک در جهت افزایش حجم آنها و تبدیل شدن به بنگاه‌های متوسط و بزرگ مشروط به این که منجر به افزایش بی‌رویه قیمت نشود ممکن گردیده است و محدودیتهای سیاست رقابتی شامل آن نمی‌شود. در همین مجال خاطرنشان شود که قانون‌گذار ژاپنی در راستای همین رویکرد معافیتهایی حتی برای شرکتهای دارای موقعیت انحصاری نیز مقرر کرده است. حسب ماده ۴-۸ هر زمان که موقعیتی انحصاری در بازار پدید آید کمیسیون مجاز است به بنگاه مربوطه دستور واگذاری بخشی از تجارت خود را صادر کند و یا هر اقدام دیگری را که مقتضی بداند به منظور باز گرداندن رقابت به آن بازار به عمل آورد. با این‌همه، در

^{۱۵۹} - Partnership

^{۱۶۰} - Small-Scale Enterprises

مجری: فرزاد مرادپور		کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۰۵	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

صورتی که محرز شود انجام اقدامات یادشده در خصوص بنگاه مذکور موجب کاهش صرفه‌های مقیاسی و افزایش شدید هزینه عرضه کالا یا خدمات مورد نظر یا به مخاطره افتادن موقعیت مالی آن بنگاه یا دشوار شدن حفظ توان رقابت بین‌المللی او خواهند شد توسل به آنها از سوی کمیسیون ممنوع می‌باشد. بر این اساس، به‌روشنی قابل استنباط است که برای برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران ژاپنی موارد مذکور به‌ویژه حفظ و تقویب موقعیت رقابتی بنگاه‌های خودی در بازارهای بین‌المللی به مراتب اهمیتی بیشتر از وجود و حفظ رقابت در بازارهای داخلی دارد و با وجود قانون ضد انحصار، در صورتی که انحصاری همراه با مزیت‌های فوق باشد اقتصاد ژاپن آن را تحمل می‌کند.

معافیت دیگری نیز در ماده ۲۳ در ارتباط با فروش کالاهای خاصی که کمیسیون تجارت منصفانه تعیین می‌کند مقرر شده است. این کالاها که حفظ و تثبیت قیمت فروش مجدد آنها در قرارداد میان عرضه‌کننده و خریدار از مقررات رقابتی مستثنا است باید دارای یکی از اوصاف زیر باشند: ۱) مورد استفاده روزمره مصرف‌کنندگان باشد و یا ۲) رقابت آزاد در خصوص آن کالاها وجود داشته باشد.

اما نکته مهم دیگری که توجه به آن ضروری جلوه می‌کند این است که قانون ضد انحصار در ارزیابی قدرت اقتصادی بنگاه‌های طرف انواع مختلف ترکیب‌های تجاری بر فعالیت و میزان فروش داخلی آنها در بازار ژاپن تمرکز دارد. به عبارت دیگر، صادرات یا فروش خارجی بنگاه‌های ژاپن در اندازه‌گیری سهم بازاری و قدرت اقتصادی آنها و در نتیجه وضع محدودیت یا ممنوعیت بر ترکیب‌های آنها با دیگر بنگاه‌ها ملاک عمل قرار نمی‌گیرد. لذا این گونه به نظر می‌رسد که جهت تقویب و حمایت از بنگاه‌های داخلی که به امر صادرات محصولات و کسب درآمدهای ارزی اشتغال دارند سیاست کنترل اندازه بنگاه‌ها اعمال نمی‌شود و چنین شرکت‌هایی از محدودیت‌های حقوق رقابت در این زمینه معاف می‌باشند.

۲-۴-۱-۳-۵- ضمانت‌اجراها

ضمانت‌اجراهای تخطی از مقررات و ممنوعیت‌های مربوط به ترکیب تجاری شرکتها در مواد ۱۷، ۲-۱۷ و ۱۸ قانون ضد انحصار معین شده‌اند. این ضمانت‌اجراها توسط کمیسیون تجارت منصفانه اتخاذ می‌شوند و شرکتها ملزم به انجام آنها می‌باشند. وفق ماده ۱۷: هیچ شخصی نمی‌تواند مبادرت به عملی تحت هر عنوان و صرف‌نظر از نام آن کند که موجب گریز از ممنوعیتها و محدودیت‌های مقرر در مواد

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۰۶	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

۹ تا ۱۶ می‌شود. ماده ۲-۱۷ نیز مقرر کرده است: در صورتی که عملی برخلاف مواد ۱۰ تا ۱۶ (انواع تملکها و ادغامها) واقع شود کمیسیون تجارت منصفانه می‌تواند به بنگاه‌های ذی‌ربط دستور استرداد کل یا بخشی از سهام، انتقال بخشی از کسب و کار آن بنگاه را صادر کند و یا هر اقدامی را که برای رفع اثر از عمل تخلف‌آمیز مقتضی بداند به عمل آورد. در خصوص تخطی از مفاد ماده ۹ (محدودیت‌های شرکتهای هلدینگ) نیز کمیسیون تجارت منصفانه می‌تواند به شخص متخلف دستور استرداد کل یا بخشی از سهام آن شخص را صادر یا هر اقدامی را که برای محو عمل تخلف‌آمیز مقتضی بداند به عمل آورد. بر همین مبنا، برخی نویسندگان معتقدند کمیسیون می‌تواند دستور توقف^{۱۶۱} ترکیب تجاری را که معتقد است واجد اثر محدود کردن اساسی رقابت در بازار معینی است صادر کند. وفق اصلاحات سال ۲۰۱۳ طرفین می‌توانند از این تصمیم کمیسیون در دادگاه بخش توکیو اعتراض کنند^{۱۶۲}.

البته، در اصول راهنما اشاره‌ای به دستور توقف از ناحیه کمیسیون نشده است. در اصول راهنما انتقال کسب‌وکار^{۱۶۳} نخستین اقدامی است که کمیسیون می‌تواند در قبال بروز ترکیبهای تجاری غیرمجاز اتخاذ کند. ذیل این عبارت، از تشکیل رقبای جدید مستقل یا تقویت رقبای موجود که بتوانند محدودیت‌های رقابتی مناسبی را به‌وجود آورند به عنوان موثرین اقدام در جهت محو اثر نامطلوب چنین ترکیبهای تجاری یاد شده است. این اقدام شامل مواردی همچون تجزیه بنگاه حاصل از ترکیب به دو یا چند بنگاه^{۱۶۴} یا انتقال کل یا بخشی از کسب‌وکار آن یا انحلال ترکیب (همانند استرداد حق رای‌ها، کاهش درصد حق رای‌ها تحصیل شده یا خاتمه مدیریت‌های به‌هم‌پیوسته) یا انحلال اتحاد تجاری می‌باشد. بدین ترتیب، در موارد بروز ترکیبهای تجاری غیرمجاز انجام اصلاحات ساختاری در بازار در اولویت کمیسیون است. در مورد سایر اقداماتی که در اصول راهنما ذکر گردیده‌اند می‌توان به موارد ذیل اشاره داشت: (۱) تشویق واردات و ورود به بازار؛ (۲) اقدامات مرتبط با رفتار بنگاه حاصل از ترکیب: به‌موجب

^{۱۶۱}- Cease-and-Desist Order

^{۱۶۲}- Nakano et al., *op. cit.*, pp. 262, 266.

^{۱۶۳}- Transfer of Business

^{۱۶۴}- Eriko Watanabe & Yoshitoshi Imoto, "Chapter 28: Japan", *The International Comparative Legal Guide to Merger Control 2015* (November 2014), p. 210.

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۰۷	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

این اقدام برای مثال، اگر یک شرکت مشترک اقدام به تولید محصولی کند اما شرکتهای سرمایه‌گذار در آن، محصول را به فروش برسانند اتخاذ تصمیماتی در جهت تضمین استقلال شرکت مشترک و ممنوع کردن مبادله اطلاعات میان آنها می‌تواند مشکل محدود شدن اساسی رقابت را حل کند.

به مطالب پیش‌گفت باید مفاد ماده ۱۸ قانون ضد انحصار را نیز افزود. وفق این مقرر در صورتی که تملک یا ادغامی صورت پذیرد و در حالی که قبل از اجرای توافق طرفین مکلف به اعلام مراتب به کمیسیون مطابق با بند ۲ ماده ۱۵ و بند ۸ ماده ۱۰ باشند و از انجام این تکلیف سرباز زنند کمیسیون می‌تواند در جهت اعلام بطلان این اقدامات نزد مراجع قضایی طرح دعوا کند. در ارتباط با مسوولیت کیفری متخلفین از مقررات ناظر بر ترکیبات تجاری نیز باید خاطرنشان کرد تنها در دو مورد برای خاطیان ضمانت اجرای کیفری اندیشیده شده است: ۱- عدم انجام الزام به اطلاع‌رسانی و یا ارایه اطلاعات نادرست به کمیسیون مطابق با ماده ۲-۹۱ با جریمه نقدی حداکثر تا ۲ میلیون ین (حدود ۱۶ هزار دلار) مواجه خواهد شد و ۲- عدم تبعیت از دستور توقف کمیسیون مطابق ماده ۹۰ تا دو سال حبس یا جریمه نقدی حداکثر تا ۳ میلیون ین (حدود ۲۴ هزار دلار) مجازات در پی خواهد داشت. با این اوصاف باید اذعان داشت که: در حقوق رقابت ژاپن اولاً انعقاد و اجرای ترکیبهای تجاری‌ای که موجب محدود شدن اساسی رقابت می‌شوند جرم نبوده و با هیچ ضمانت اجرای کیفری مواجه نمی‌باشد؛ ثانیاً با توجه به این که اطلاع‌رسانی در مورد ادغامها یا تملکها با در نظر گرفتن حدنصابهای مقرر^{۱۶۵} تنها برای بنگاههای بزرگ الزام آور گردیده است لذا تعیین جریمه نقدی حدود ۱۶ هزار دلار برای سرپیچی از این تکلیف قانونی بسیار ناچیز به نظر می‌رسد و توان بازدارندگی لازم را ندارد. ثالثاً عدم رعایت دستورها و تصمیمات اتخاذ شده توسط کمیسیون با هیچ ضمانت اجرایی همراه نیست و تنها حربه کمیسیون برای الزام بنگاهها به تبعیت از محدودیتها و ممنوعیتهای قانون ضد انحصار صدور دستور توقف است^{۱۶۶}. زیرا اگرچه تخطی از این دستور نیز مجدداً با جریمه نقدی اندکی همراه است اما مجازات حبس پیش‌بینی شده احتمالاً بازدارندگی لازم را ایجاد خواهد نمود.

^{۱۶۵} - ر.ک: بخش سوم همین مطلب.

^{۱۶۶} - Yusuke Nakano et al., "Merger Control in Japan: Overview", *Competition and Cartel Leniency Global Guide* (2015), p. 5.

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۰۸	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

قلت ضمانت‌اجراهای مذکور مورد انتقاد صاحب‌نظران نیز قرار گرفت است. اینان مدعی‌اند که سیاست‌گذاران اقتصاد ژاپن با توجه به ساختار و فرهنگ اقتصادی خود و حمایت دیرینه از تشکیل و فعالیت بنگاه‌های بزرگ هیچ‌گاه به دنبال اجرای جدی و سخت‌گیرانه قانون ضد انحصار نبوده‌اند. لذا حتی اگر بنگاهی برخلاف مقررات این قانون به ترکیب تجاری غیرمجازی دست زند با توجه به خفیف بودن ضمانت‌اجراهای مقرر در مقایسه با منافی که در نتیجه این تجمیع قدرت عاید آن می‌شود اقدام مذکور برای آنها مقرون به صرفه خواهد بود^{۱۶۷}. به همین دلیل معتقدند که رویکرد اقتصاد ژاپن و کمیسیون تجارت منصفانه به ادغامها و یا سایر انواع ترکیب‌های تجاری به‌گونه‌ای است که می‌توان گفت هراس و دغدغه‌ای از ناحیه آنها احساس نمی‌کنند و برخورد بسیار سهل‌گیرانه‌ای با آنها دارند^{۱۶۸}. شایان ذکر است که به‌موجب گزارشی در سال ۲۰۰۸ در سالهای اخیر هیچ‌یک از ضمانت‌اجراهای اشاره شده در فوق از سوی کمیسیون در مورد ادغامی به مرحله اجرا در نیامده است^{۱۶۹}. طی نیم قرن نخست پس از وضع قانون ضد انحصار نیز تنها یک مورد ادغام از سوی کمیسیون ممنوع اعلام شده بود^{۱۷۰}.

۲-۴-۱-۴-جمع بندی

۱- ژاپن از دهه ۱۹۶۰ در ردیف قدرتهای بزرگ اقتصادی جهان در آمده است. این کشور از اعضای گروه هشت و یکی از صنعتی‌ترین کشورهای جهان و پیشرو در زمینه تحقیق و توسعه می‌باشد. اقتصاد آن در رده سوم بزرگ‌ترین اقتصادهای جهان قرار دارد و در آسیا دومین اقتصاد برتر به‌شمار می‌رود. این در حالی است که ژاپن از منابع طبیعی قابل توجهی بهره‌مند نیست.

۲- یکی از علل رشد و توسعه اقتصادی ژاپن را یقیناً باید در اتخاذ سیاستهای اقتصادی و صنعتی مناسب و هدفمند دانست. ازجمله این سیاستها می‌توان به حمایت از شکل‌گیری و فعالیت بنگاه‌های بزرگ اشاره داشت که نزدیک به یک قرن و ربع در زمره اولویتهای برنامه‌ریزی اقتصادی این کشور بوده است.

^{۱۶۷}- Abir, *op. cit.*, p. 174; see also: Lin, *op. cit.*, p. 24.

^{۱۶۸}- Abir, *op. cit.*, pp. 174-175.

^{۱۶۹}- Mitsuo Matsushita & Eriko Watanabe, "Japan", in Maher M. Dabbah & Paul Lasok Qc (Eds.), *Merger Control Worldwide* (Cambridge: Cambridge University Press, 2008), p. 73.

^{۱۷۰}- Abir, *op. cit.*, p. 168.

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۰۹	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

هدف از اتخاذ چنین رویکردی، افزایش صرفه‌های مقیاسی و ارتقای توان رقابت شرکت‌های ژاپنی در بازارهای بین‌المللی بوده است. ژاپن حتی در چشم انداز ساختار صنعتی سال ۲۰۱۰ خود نیز درصدد اصلاح کاهش سودآوری ناشی از تعدد بنگاه‌های خود در هریک از رشته فعالیت‌های صنعتی از طریق تسهیل ادغام بنگاه‌ها برآمده است. سیاست حمایت و تسهیل افزایش اندازه بنگاه‌ها در ژاپن را می‌توان در دو دوره مجزا مورد مطالعه قرار داد: (۱) پیش از جنگ جهانی دوم یا دوران می‌جی (حداصل سالهای ۱۸۶۸ تا دهه چهل قرن بیستم): در این دوره ژاپن ضمن انجام اصلاحات بنیادین در زیرساخت‌های اقتصادی خود تصمیم به صنعتی شدن و برقراری روابط تجاری نزدیک با دنیای غرب گرفت. از این‌رو، با حمایت دولت، برخی بنگاه‌های کوچک خانوادگی تبدیل به بنگاه‌های بزرگ موسوم به زایباتسو شدند که بسیاری از بخش‌های اقتصادی ژاپن اعم از صنایع و تجارت را در انحصار خود در آوردند. زایباتسوها از گروهی از شرکت‌های بسیار متعدد تشکیل یافته بودند و از ساختاری هرمی بهره می‌گرفتند. بدین ترتیب که یک شرکت هلدینگ، سهام کترلی شرکت‌های عضو گروه تجاری را در اختیار گرفته و مدیریت آنها را برعهده داشت. (۲) پس از جنگ جهانی دوم (حداصل دهه پنجاه تا نود): پس از شکست ژاپن و اشغال آن به دست نیروهای متفق، قانون ضد انحصار در این کشور به تصویب رسید و تحت فشار آمریکا تجزیه زایباتسوها و ایجاد فضای رقابتی در دستور کار قرار گرفت. این راهبرد دیری نپایید چرا که به دلایل سیاسی و اقتصادی در اوایل دهه پنجاه کنار گذاشته شد. در این برهه زمانی با حمایت دولت، بنگاه‌های بزرگ نوینی موسوم به کیرتسوها تشکیل شدند که ساختاری شبکه‌ای و پیچیده از روابط تجاری یک‌پارچه داشتند. شرکت‌های عضو این گروه‌های تجاری عظیم سهامدار متقابل یکدیگر بودند و از مدیریتهای به هم پیوسته استفاده می‌کردند. همچنین یک یا چند بانک یا موسسه مالی نیز در مرکزیت این گروه‌ها قرار گرفتند و در تامین مالی فعالیت‌های گروه نقشی محوری ایفا می‌کردند. کیرتسوها هنوز هم در بخش‌های مختلف صنایع و تجارت ژاپن حضور دارند هرچند با بروز بحرانهای مالی دهه نود و کم‌رنگ شدن نقش بانکها همچنین، فشارهای آمریکا برای اجرای قانون ضد انحصار از تسلط آنها بر اقتصاد ژاپن تا حدی کاسته شده است.

۳- وضع مقرراتی خاص و جامع ناظر بر حفظ رقابت در ژاپن به «قانون ممنوعیت انحصارگرایی خصوصی و حفظ تجارت منصفانه (قانون ضد انحصار)» باز می‌گردد که در ۱۹۴۷ به تصویب رسید.

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۱۰	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

این قانون در عمر ۷۰ ساله خود فراز و فرودهای متعددی را پشت سر گذاشته و چندین توبت بازنگری و اصلاح را تجربه کرده است. از جمله این که از دهه پنجاه تا نود با سهل‌گیری در اجرای خود از سوی کمیسیون تجارت منصفانه روبرو بود و محدودیتهای آن در تشکیل بنگاه‌های بزرگ گاه نادیده گرفته شد.

۴- در ژاپن ادغام و تملک شرکتها یکی از مصادیق ترکیب تجاری میان بنگاه‌ها به‌شمار می‌آیند که در فصل چهارم قانون ضد انحصار مورد اشاره قرار گرفته‌اند. در این قانون، ضابطه کلی و مشابهی جهت تشخیص مجاز و غیرمجاز بودن اشکال مختلف ترکیبهای بنگاه‌ها تعیین شده است. بدین ترتیب که هرگاه ادغام یا به‌طور کلی، رفتار ترکیبی شرکتها به‌طور اساسی موجب محدود شدن رقابت در بازار معینی گردد و یا از رویه‌های تجارت غیرمنصفانه استفاده شود ممنوع و هرگاه اقدام آنان به این اندازه نرسد از منظر موازین رقابتی مجاز شمرده خواهد شد. امروزه، کمیسیون تجارت منصفانه این کشور معیار محدود شدن اساسی رقابت را عمدتاً با ملاکها و ضابطه‌هایی اقتصادی می‌سنجند که آنها را از قوانین و مقررات کشورهای توسعه یافته اقتباس کرده‌اند.

۵- اگرچه، از حکم ممنوعیت ترکیب‌های تجاری‌ای به محدود شدن اساسی رقابت منجر می‌گردند، معافیت‌های قابل توجهی پیش‌بینی نشده است اما در حقوق رقابت ژاپن: اولاً انعقاد و اجرای ترکیبهای تجاری‌ای مذکور جرم نبوده و با هیچ ضمانت‌اجرای کیفری مواجه نمی‌باشد؛ ثانیاً عدم رعایت دستورهای و تصمیمات اتخاذ شده توسط کمیسیون نیز با هیچ ضمانت‌اجرایی همراه نیست و تنها حربه کمیسیون برای الزام بنگاه‌ها به تبعیت از محدودیتها و ممنوعیتهای قانون ضد انحصار صدور دستور توقف است. خفیف بودن ضمانت‌اجراهای تخطی از مقررات قانون ضد انحصار و عدم بازدارندگی آنها موجب شده است تا ادعا شود که سیاست‌گذاران اقتصاد ژاپن با توجه به ساختار و فرهنگ اقتصادی خود و حمایت دیرینه از تشکیل و فعالیت بنگاه‌های بزرگ هیچ‌گاه به دنبال اجرای جدی و سخت‌گیرانه قانون مذکور نبوده‌اند. در واقع، رویکرد سهل‌گیرانه اقتصاد این کشور به تجمیع قدرت بازاری شرکتها به‌گونه‌ای است که می‌توان گفت هراس و دغدغه چندانی از ناحیه آنها احساس نمی‌کند. به بیان دیگر، افزایش صادرات و حفظ و تقویت موقعیت رقابتی بنگاه‌های ژاپنی در بازارهای بین‌المللی اهمیتی بیشتر از وجود و حفظ

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۱۱	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴ ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

رقابت در بازارهای داخلی آن کشور داشته است و با وجود قانون ضد انحصار، در صورتی که انحصاری همراه با مزیت‌های مذکور باشد اقتصاد ژاپن آن را تحمل می‌کند.

۲-۴-۲- کره

کره جنوبی یکی از موفق‌ترین کشورهای در حال توسعه جهان محسوب می‌شود. این شبه جزیره کوچک آسیای شرقی از سوی بانک جهانی به عنوان کشوری با درآمد سرانه بالا طبقه‌بندی شده است. کره جنوبی هم اکنون یکی از قدرتمندترین اقتصادهای بزرگ اقتصادی بین‌المللی به حساب می‌آید. اقتصاد این کشور در رده دوازدهم بزرگترین اقتصادهای جهان (یازدهم از جهت برابری قدرت خرید) و سومین اقتصاد در آسیا (پس از ژاپن و چین و چهارم از جهت برابری قدرت خرید پس از چین، ژاپن و هند) قرار دارد. از سال ۱۹۶۲ در طول چهار دهه، این کشور نرخ رشد اقتصادی سالانه بین ۵ تا ۱۱ درصد را به ثبت رسانده و در حفاصل سالهای ۱۹۸۵ تا ۱۹۹۵ تولید ناخالص ملی خود را دو برابر کرده است. همه این توفیقات در حالی به دست آمده است که تا پیش اواخر دهه پنجاه، کره جنوبی یکی از فقیرترین کشورهای آسیایی به شمار می‌آمد. رشد فوق العاده‌ای که کره طی نیم قرن اخیر علیرغم فقر منابع طبیعی و معدنی، تراکم بالای جمعیت و انباشت کم سرمایه خود تجربه کرده تا بدان جا است که گاه از آن به «معجزه رودخانه هان»^{۱۷۱} یاد می‌شود. بر این اساس، مطالعه ساختارهای اقتصادی و نظامهای حقوقی این کشور می‌تواند نکات مفید و آموزنده‌ای برای دیگر کشورهای در حال توسعه از جمله ایران داشته باشد که در این مجال، نظام حقوقی حاکم بر ادغام میان بنگاه‌های اقتصادی این کشور از دیدگاه حقوق رقابت را مورد بررسی قرار خواهیم داد. این بدان خاطر است که یکی از علل موفقیت برنامه‌ریزی اقتصادی در این شبه جزیره را در اتخاذ رژیم ادغامی مناسب می‌دانند. بدین ترتیب که در دو دهه آخر قرن بیستم متناسب با شرایط و زیرساختهای اقتصادی آن روزگاران خود، سیاست‌گذاران این کشور یکی از اولویتهای اقتصادی کره را بر حمایت از شکل‌گیری بنگاه‌های بزرگی که توان رقابت در بازارهای بین‌المللی و صادرات به اقصی نقاط جهان به‌منظور کسب درآمد و ارزآوری را داشته باشند، نهادند.

^{۱۷۱} - نام بزرگترین رودخانه کره جنوبی.

مجری: فرزاد مرادپور		کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۱۲	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

تجربه رقابت مدیریت شده کره در دهه ۷۰ و ۸۰ دربردارنده سیاست‌های مشخصی در ترغیب ادغام بنگاه‌ها و شکل‌گیری بنگاه‌های بزرگ مقیاس است که در قالب ضوابط منعطف‌تر رقابتی سیاست صنعتی بر سیاست رقابتی مقدم شمرده شده است. رقابت در قالب چند قطبی مدیریت می‌شود و غالباً بر درجه تمرکز افزوده می‌شود ولی این افزایش تمرکز موجب افزایش کارایی شناخته می‌شود. ایفای نقش فعالانه دولت در اعمال این سیاست‌ها را می‌توان در تشویق بنگاه‌های بزرگ با سیاست کنترل مجوزهای ورود و فعالیت و اعطای اعتبارات یارانه‌ای با وضع الزامات عملکردی ناظر بر حداقل میزان صادرات یا شمار محصولات صادراتی در کره مشاهده کرد. ایفای نقش دولت در تعامل نزدیک با بنگاه‌ها و بخش خصوصی صورت گرفته است. در اوایل دهه ۱۹۸۰ سهم تمرکز سه بنگاهی متوسط تمام صنایع در کره ۶۲ درصد بوده است که نسبت به سهم ۵۶ درصدی ژاپن در همان زمان تمرکز بالاتری را نشان می‌دهد که به محدود بودن ورود بنگاه‌های جدید در کره برخلاف ژاپن نسبت داده می‌شود^{۱۷۲}

حقوق رقابت به معنای امروزی آن در کره حدود ۳۵ سال عمر دارد. در واقع، وضع مقرراتی خاص و جامع ناظر بر حفظ رقابت در این کشور به «قانون تنظیم انحصارات و تجارت منصفانه»^{۱۷۳} باز می‌گردد که در ۳۰ دسامبر ۱۹۸۰ به تصویب رسید و پس از آن که به کرات اصلاحاتی در آن به عمل آمده، آخرین بار در سال ۲۰۱۳ مورد بازنگری قرار گرفته است^{۱۷۴}. البته، پیش از این قانون نیز قانونی با عنوان «تثبیت قیمت و تجارت منصفانه»^{۱۷۵} در سال ۱۹۷۵ به تصویب رسید که هدف از آن، وضع محدودیت‌هایی بر

^{۱۷۲}- Amsden, Alice and Sing, Ajit (1993), The optimal degree of competition and dynamic efficiency in Japan and Korea, Munich Personal RePEc Archive (MPRA) paper No. 54982 available at <http://mpira.ub.uni-muenchen.de/54982/>.

^{۱۷۳}- Monopoly Regulation And Fair Trade Act

^{۱۷۴}- این قانون در عمر ۳۵ ساله خود تاکنون نزدیک به ۴۰ بار بازنگری و اصلاح (عمدتاً جزئی) را تجربه کرده است. تنها در حد فاصل دهه نود، ۱۸ بار در آن اصلاح صورت گرفته است. این امر نشان‌دهنده جدیت قانون‌گذار کره‌ای در هماهنگ‌سازی یکی از مهمترین قوانین نظام اقتصادی خود با تحولات پیوسته بازار و شرایط اقتصادی روز کشور خود است. شاهد این مدعا آن که قانون تجارت کره با وجود برخورداری از قدمت دو دهه بیشتر تاکنون حدود ۲۰ بار مورد اصلاح قرار گرفته است.

^{۱۷۵}- Price Stabilization and Fair Trade Act

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۱۳	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴		

قیمت و ممنوع کردن کارتلها بود. در این برهه زمانی، اقتصاد کره با بحران نفت، وجود ساز و کارهای محل بازار، افزایش بی‌رویه قیمت مواد اولیه وارداتی، تورم افسار گسیخته و عدم تعادل میان عرضه و تقاضا در اکثر بازارهای خود دست به گریبان بود^{۱۷۶}. در هر حال، مقصود قانون مزبور تثبیت قیمت در کوتاه مدت و تنظیم رفتارهای بازاری بنگاه‌ها قلمداد می‌شد. بنابراین، به مقوله ساختار بازار و کنترل بازارهای انحصاری و چندقطبی توجهی نداشت. از همین رو، به عقیده صاحب‌نظران عدم توجه دولتمردان به تنظیم بازار موجب شده بود تا در این دوران از توان رقابت شرکتهای کره‌ای در عرصه‌های بین‌المللی کاسته شود. همچنین، طی مدت زمان اندکی درصد کالاهای صنعتی تولیدشده توسط شرکتهای دارای موقعیت انحصاری یا مسلط (سهم بازاری بیش از ۷۰٪) از ۳۶٪ کل کالاها به ۷۹٪ در سال ۱۹۷۹ رسید. در چنین فضایی، قانون تنظیم انحصارات و تجارت منصفانه با سرلوحه قرار دادن تنظیم انحصارات و حمایت از رقابت و کارکرد بازار آزاد تصویب و لازم‌الاجرا گردید^{۱۷۷}.

وظیفه اجرای این قانون برعهده «کمیسیون تجارت منصفانه»^{۱۷۸} می‌باشد. از لحاظ سازمانی، این کمیسیون در بدو تاسیس کار خود در سال ۱۹۸۱ در قالب اداره‌ای تحت عنوان اداره تجارت منصفانه ذیل شورای برنامه‌ریزی اقتصادی^{۱۷۹} شروع کرد. در سال ۱۹۹۰ این اداره به دبیرخانه کمیسیون تجارت منصفانه تغییر نام داد و در اکثر شهرهای بزرگ کره ادارات خود را راه‌اندازی کرد. چهار سال بعد، از زیرمجموعه شورای برنامه‌ریزی اقتصادی خارج شد و به معاونتی مستقل زیرنظر وزیر بازرگانی ارتقا یافت. نهایتاً بر اساس اصلاحات سال ۱۹۹۶ هم اکنون کمیسیون مذکور به یک سازمان مستقل مبدل و تحت نظارت مستقیم نخست وزیر انجام وظیفه می‌نماید. همان‌گونه که اشاره شد ازجمله وظایف اصلی کمیسیون یادشده اجرای مقررات قانون تنظیم انحصارات و تجارت منصفانه و آیین‌نامه‌های اجرایی آن می‌باشد. یکی از مهمترین مقررات این قانون، قواعد حاکم بر ادغام میان شرکتهای تجاری کره به شمار می‌رود

^{۱۷۶}- Kyu Uck Lee, "Economic Development and Competition Policy in Korea", 1 *Washington University Global Studies Law Review*, Iss. 1 (2002), p. 67.

^{۱۷۷}- Danny Abir, "Monopoly and Merger Regulation in South Korea and Japan: A Comparative Analysis", 13 *Berkeley Journal of International Law*, Iss. 2 (1996), p. 154.

^{۱۷۸}- Fair Trade Commission

^{۱۷۹}- Economic Planning Board

مجری: فرزاد مرادپور		کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۱۴	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

که تحت عنوان عامتری با نام «ترکیب بنگاه‌ها»^{۱۸۰} مقررات آن تبیین شده است. پیش از مطالعه مقررات این رژیم نظارتی، به منظور آشنایی بهتر با موضوع و محل بحث لازم است تا در ابتدا مفهوم ترکیب بنگاه‌ها و ادغام را در حقوق رقابت کره مورد بررسی قرار دهیم.

۲-۴-۱- مفهوم ادغام در قانون رقابت کره

گفته شد که ادغام در قانون مذکور یکی از مصادیق واژه عام‌الشمول دیگری یعنی ترکیب بنگاه‌ها تلقی گردیده است. عبارت اخیر تقریباً تمامی اشکال اقدامات دو یا چند جانبه بنگاه‌ها که به ایجاد تمرکز در بازار منتهی می‌شوند را در بر می‌گیرد^{۱۸۱}. ماده ۷ قانون فوق (حسب نسخه سال ۲۰۱۳) با عنوان «محدودیت بر ترکیب بنگاه‌ها» در این خصوص چنین مقرر کرده است:

«هیچ شخصی نباید مبادرت به رفتاری کند که به‌طور اساسی رقابت را از طریق هر یک از اعمال زیر (از این پس: ترکیب بنگاه‌ها) در بخش معینی از تجارت مستقیماً یا از طریق اشخاص معین مرتبط - آن‌گونه که در دستورالعمل ریاست جمهوری مشخص شده اند (از این پس: اشخاص معین مرتبط^{۱۸۲}) - محدود می‌کند ...»

۱- تحصیل یا تملک سهام شرکت دیگر؛

^{۱۸۰} - Combination of Enterprises

^{۱۸۱} - در اصول راهنمایی که کمیسیون تجارت منصفانه کره راجع به اجرای ماده ۷ منتشر ساخته است، عبارت «ترکیب بنگاه‌ها» معادل با اصطلاح رایج «ادغام و تملک» (M & A) به کار رفته است: Korea Fair Trade Commission, *Guidelines for the Combination of Enterprises Review* (December 28, 2011), p. 2. برخی از صاحب‌نظران کره‌ای، ادغام را به معنای عام خود تصور کرده و آن را شامل کلیه اشکال ترکیب بنگاه‌ها می‌دانند. از منظر اینان، ادغام عبارت است از: هر نوع عملی که استقلال اقتصادی شرکت‌های مجزا از هم را از طریق ایجاد وحدت در سرمایه و نیروی انسانی‌اشان و سازماندهی آنها تحت ساختار مدیریتی و تصمیم‌سازی یکسان از بین می‌برد: Sai Ree Yun and Dae Sik Hong, "Merger Regulations under the Korean Competition Law -Based on M&A Review Guidelines and KFTC's Decisions-", 4 *Journal of Korean Law*, No. 2 (2005), p. 106.

^{۱۸۲} - Specially-Related Persons

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۱۵	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

۲- در اختیار گرفتن پست مسوولیتی^{۱۸۳} در شرکت دیگر چه به عنوان مدیر یا کارمند ...

(به هم پیوستگی مدیریتی)؛

۳- ادغام با شرکت دیگر؛

۴- تحصیل کل یا بخش اصلی عملیات بازرگانی شرکت دیگر از طریق انتقال مالکیت، اجاره یا

پذیرش یا تحصیل از طریق انتقال کل یا بخش اصلی دارایی ثابت عملیاتی شرکت دیگر (انتقال

عملیات)؛

۵- مشارکت در تاسیس شرکت جدید ...».

وفق بند ۸ ماده ۲ قانون یادشده، رفتاری به طور اساسی محدودکننده رقابت است که به واسطه آن بنگاه یا اتحادیه تجاری معینی تا حد مشخصی بر تعیین قیمت، کمیت، کیفیت یا سایر مولفه‌های تجاری از طریق کاهش رقابت در بخش معینی از تجارت اثر سوء بگذارد یا چنین اثر سوئی در نتیجه آن محتمل باشد. همان گونه که ملاحظه می شود قانون مذکور تعریفی از واژه ادغام ارائه نمی دهد. هرچند مقررات تفصیلی راجع به ادغام میان شرکتها و تشریفات انجام آن در قانون تجارت کره جنوبی پیش بینی شده است اما این قانون نیز مقصود خود از ادغام را به روشنی مشخص نکرده است. البته، با مطالعه قانون اخیر (از جمله قواعد عمومی حاکم بر شرکتهای تجاری مندرج در فصل اول از بخش سوم) چنین استنباط می شود که از یک سو، در کره جنوبی اصل جواز ادغام میان شرکتها پذیرفته شده است و از سوی دیگر، ادغام به دیده یکی از راه کارهای انحلال شرکتها نگریسته می شود. بدین معنا که با وقوع ادغام دو حالت قابل تصور است: یا از حاصل جمع شرکتهای طرف ادغام، شرکت جدیدی تاسیس می یابد و یا آن که یکی از شرکتهای تشکیل دهنده ادغام، شرکت دیگر را در خود حل می کند. بنابراین، به هر روی ادغام لزوماً با انحلال و از بین رفتن شخصیت حقوقی حداقل یکی از شرکتهای پذیرنده خود ملازمه دارد (مواد ۱۷۴ و ۲۲۷).

^{۱۸۳} Officer - این واژه حسب بند ۵ ماده ۲ عبارت است از: مدیر، مدیرعامل، شریک مدیریتی با مسئولیت نامحدود، بازرس، هر شخصی در همین موقعیت یا موقعیت مشابه و کارمند تجاری.

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی
صفحه: ۱۱۶	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	
		ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار

حال که با مفهوم ادغام و تملک آشنا شدیم، در ادامه به بررسی اقسام و آثار ادغامها و سیاست رقابتی کشور کره جنوبی در قبال آنها خواهیم پرداخت. شایان ذکر است که سیاست افزایش اندازه بنگاه‌های کوچک و متوسط در انواع صنایع و بخشهای اقتصادی کشورهای در برخی از کشورهای در حال توسعه تجربیات موفق‌تری یافته است که کره جنوبی را می‌توان از این جمله دانست. در بخش بعد بنا داریم تا سیاست رقابتی یا به عبارت دیگر، نظام حقوقی حاکم بر ادغامها را در حقوق رقابت کره جنوبی مورد مطالعه قرار دهیم.

۲-۲-۴-۲- ادغامها در حقوق رقابت کره جنوبی

همان‌گونه که گفته شد، در کره جنوبی ادغام شرکتها یکی از مصادیق ترکیب میان بنگاه‌ها به‌شمار می‌آید که در ماده ۷ قانون تنظیم انحصارات و تجارت منصفانه مورد اشاره قرار گرفته‌اند. در این مقرره، ضابطه کلی و واحدی جهت تشخیص مجاز و غیرمجاز بودن تمامی اشکال ترکیب بنگاه‌ها تعیین شده است. بدین ترتیب که هرگاه رفتار ترکیبی شرکتها به‌طور اساسی موجب محدود شدن رقابت در بازار معینی گردد ممنوع و هرگاه اقدام آنان به این اندازه نرسد از منظر موازین رقابتی مجاز شمرده خواهد شد. در واقع، بر اساس این سنگ محک است که می‌توان مرز میان ادغامها (یا به‌طور کلی ترکیب بنگاه‌های مجاز و ممنوع را ترسیم کرد و تشخیص داد که مقامات رقابتی کره جنوبی تا چه حد تمرکز در بازارهای داخلی خود را در نتیجه اقدامات دو یا چند جانبه شرکتها تاب می‌آورند. هرچه این ضابطه به‌طور موسع‌تری تفسیر شود نشان‌دهنده آن است که رژیم حقوق رقابت این کشور نسبت به تعداد کمی رقبای فعال در بازار و حمایت از بنگاه‌های کوچک و متوسط حساسیت بیشتری دارد. این امر به نوبه خود، مبین تمایل بیشتر دولت این کشور جهت مداخله در بازار و تبعیت آن از آموزه‌های مکتب اقتصادی هاروارد است که در نیمه نخست قرن بیستم بر تفاسیر و رویه قضایی دادگاه‌های ایالات متحده در مباحث مربوط به حقوق رقابت حکمفرما بود. اما هرچه دامنه تفسیر ضابطه مذکور مضیق‌تر باشد و تحت شرایط محدودتری احراز شود بیانگر گرایش نظام حقوق رقابت کره به تشکیل بنگاه‌های بزرگ (ولو با تعداد کمتر) و اتکای آن به نیروهای درونی بازار و بی‌میلی به مداخله دولت در بازار است. این

مجرى: فرزاد مرادپور		کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۱۷	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

وضع به معنای پذیرش تعالیم مکتب شیکاگو است که در نیمه دوم قرن گذشته بر حقوق رقابت ایالات متحده سایه افکند^{۱۸۴}.

برای آن که ضابطه محدود شدن اساسی رقابت بهتر تبیین و با استفاده از معیارهای عینی و کمی به نحو ساده‌تری ارزیابی گردد، بند ۴ ماده فوق معیارهایی را پیش‌بینی کرده است که بر اساس آنها، هرگاه بر هر یک از اقدامهای ترکیبی بنگاه‌ها صدق کنند، محدود شدن اساسی رقابت در نتیجه آن اقدام مفروض بوده و بنابراین، رفتار یادشده ممنوع قلمداد خواهد شد. به موجب این مقرر: «اگر ترکیب بنگاه‌ها تحت شمول هریک از موارد ذیل قرار گیرد فرض بر این است که رقابت در بخش معینی از تجارت به طور اساسی محدود خواهد شد:

۱- مجموع سهم بازاری شرکتی (شامل سهم بازاری شرکتهای تابعه آن) که در ترکیب بنگاه‌ها مشارکت دارد ... مشتمل بر یکی از موارد زیر باشد:

الف) مجموع سهم بازاری، منطبق بر پیش‌شرطهای لازم برای بنگاه دارای موقعیت مسلط^{۱۸۵} باشد؛

ب) مجموع سهم بازاری، بزرگترین سهم در حوزه بازار مرتبط باشد؛

پ) مجموع سهم بازاری، حداقل ۲۵٪ از سهم بازاری دومین شرکت دارای بیشترین سهم (یعنی شرکت دارای بیشترین سهم بازاری پس از خارج سازی شرکت مورد نظر) بیشتر شود.

۲- یک شرکت بزرگ^{۱۸۶} مستقیماً یا از طریق اشخاص معین مرتبط، با بنگاه‌های دیگر مطابق موارد زیر ترکیب شود:

^{۱۸۴} - برای مطالعه در خصوص مکاتب اقتصادی هاروارد و شیکاگو؛ ر.ک: بهنام غفاری فارسانی، حقوق رقابت و ضمانت/جراهای مدنی آن (تهران: نشر میزان، ۱۳۹۳)، صص ۱۰۷ به بعد.

^{۱۸۵} - وفق بند ۷ ماده ۲ بنگاه دارای موقعیت مسلط بازاری، بنگاهی است که از چنان موقعیتی در بازار برخوردار است که به عنوان یک عرضه‌کننده یا خریدار منفرداً یا همراه با دیگر بنگاه‌ها می‌تواند قیمت، کمیت و کیفیت کالاها یا خدمات یا دیگر شرایط تجاری را در بخش معینی از تجارت تعیین، حفظ یا تغییر دهد. جهت تعیین این که آیا بنگاهی دارای موقعیت مسلط می‌باشد یا خیر، سهم بازاری او، موانع ورود به بازار، اندازه رقبای مرتبط و هرگونه عامل ذی‌ربط دیگر در نظر گرفته خواهد شد.

^{۱۸۶} - مطابق با دستورالعمل اجرایی قانون، شرکت بزرگ شرکتی است که جمع کل دارایی یا فروش آن کمتر از ۲ هزار میلیارد ون نباشد (هر هزار ون تقریباً معادل یک دلار است).

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۱۸	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

الف) ترکیب بنگاه‌ها در بخش معینی از بازار که در آن، بنگاه‌های کوچک و متوسط موضوع قانون چارچوب راجع به بنگاه‌های کوچک و متوسط^{۱۸۷} دارنده حداقل دوسوم سهم کل بازار باشند؛

ب) ترکیبی از بنگاه‌ها که در آن، ترکیب به حداقل ۵٪ سهم بازاری بینجامد».

باید خاطرنشان کرد که حسب بند ۵ ماده ۷، کمیسیون تجارت منصفانه می‌تواند معیارهای دیگری را نیز در ارتباط با ترکیب بنگاه‌ها تعیین و اعلام کند. بر همین اساس، کمیسیون اصول راهنمایی را منتشر ساخته که چندین نوبت آن را مورد بازنگری قرار داده است. آخرین اصلاحات این دستورالعمل به سال ۲۰۱۱ بازمی‌گردد. وفق سند قانونی مذکور، کمیسیون در خصوص هر اقدام ترکیبی که میان بنگاه‌ها به وقوع می‌پیوندد دو نوع بررسی متفاوت را انجام خواهد داد: (۱) بررسی ساده^{۱۸۸} و (۲) بررسی کلی^{۱۸۹}. مواردی که مشمول بررسی ساده قرار می‌گیرند فرض بر این است که فاقد خصوصیت محدودکنندگی رقابت هستند. لذا از نظر کمیسیون مجاز هستند و این نتیجه را علی‌الاصول ظرف ۱۵ روز پس از تاریخ تکمیل اسناد مربوطه به طرفین اعلام خواهد نمود. ازجمله اقداماتی که مشمول این نوع بررسی قرار می‌گیرند می‌توان به موارد ذیل اشاره داشت:

۱. در صورت وقوع ادغام یا تملک، وجود رابطه‌ای کنترل‌کننده آن‌گونه که در ماده ۴ این اعلامیه مورد اشاره قرار گرفته است میان شرکت‌های ذی‌ربط به اثبات نرسد^{۱۹۰}.

۲. در صورتی که ترکیب ناهمگونی^{۱۹۱} به وقوع بپیوندد که مشمول یکی از موارد ذیل باشد:

^{۱۸۷}- Framework Act on Small and Medium-Size Enterprises

^{۱۸۸}- Simplified Review

^{۱۸۹}- General Review

^{۱۹۰}- بر اساس ماده مذکور در این موارد میان شرکت‌های ذی‌ربط رابطه کنترل‌کننده وجود خواهد داشت: در صورت وقوع ادغام یا انتقال کسب و کار طرفین رابطه کنترل‌کننده داشت. در صورت بروز تحصیل سهام، مدیریت به‌هم پیوسته یا تاسیس شرکت جدید رابطه کنترل‌کننده در مواردی وجود خواهد داشت که طرف تملک‌کننده در ارتباط با بنگاه تملک‌شونده حایز یکی از شرایط برشمرده شده در بندهای ۱ تا ۳ ماده مزبور باشد. برای مثال، بر فرض وقوع تملک سهام اگر سهامی که شرکت تملک‌کننده تحصیل می‌کند ۵۰٪ یا بیشتر باشد وجود رابطه کنترل‌کننده محرز خواهد شد.

^{۱۹۱}- Conglomerate Combinations

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۱۹	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

۱-۱) بنگاه‌هایی بجز شرکتهای بزرگ انجام‌دهنده ادغام یا تملک ناهمگون باشند؛

۲-۱) در صورتی که ترکیب ناهمگون موردنظر راجع به محصولی باشد که مطابق با خصوصیات بازار مرتبط، مکمل یا جایگزینی ندارد (مکملها یا جایگزین‌ها با ارزیابی ماهیت و تشابه کارکرد و هدف محصولات مرتبط، مهارتهای تولیدی، کانالهای توزیعی، خریدارن و غیره تعیین خواهند شد).

۳. در صورتی که مطابق با موارد زیر انجام فعالیت سرمایه‌گذاری ساده باشد:

۱-۲) در صورت مشارکت در تاسیس صندوق سهام خصوصی وفق قانون خدمات سرمایه‌گذاری مالی و بازار سرمایه‌ای؛

۲-۲) ادغام شرکتهای با هدف خاص^{۱۹۲} آن‌گونه که در ماده ۲ قانون صدور سهام وثیقه‌دار^{۱۹۳} مورد اشاره قرار گرفته‌اند؛

۴. ادغام شرکتهای با هدف خاص که تاسیس یافته‌اند اما تصفیه شده‌اند و یا فعالیت آنها به‌منظور انجام یک فعالیت بازرگانی خاص متوقف شده است.

در خصوص احراز معیار محدود شدن رقابت نیز کمیسیون تجارت منصفانه در ماده ۶ اصول راهنمای خود چنین آورده است: اثر محدودکنندگی رقابت در نتیجه ادغامها و تملکها بر اساس رابطه میان طرف تملک‌کننده و طرف تملک‌شونده و انواع آن همانند ادغام یا تملک افقی، عمودی و ناهمگون تعیین می‌شود. در این میان درجه تمرکز بازار و سهم بازاری طرفین ادغام یا تملک نقشی تعیین‌کننده ایفا می‌کند. راجع به تمرکز بازار اصول راهنما چنین مقرر داشته است: در مواردی که تمرکز بازار پس از وقوع ادغام و اهمیت تغییر حاصل از آن در بخش معینی از تجارت تحت شمول یکی از فروض زیر قرار گیرد، آن موارد به‌نحو اساسی ضد رقابتی تلقی نخواهند گردید. در غیر این صورت، امکان محدود شدن اساسی رقابت در نتیجه آنها وجود خواهد داشت. تحلیل تمرکز بازار نقطه شروع ارزیابی اثر یک

^{۱۹۲} - Special-Purpose Companies

^{۱۹۳} - Act on Asset-Backed Securitization

مجری: فرزاد مرادپور		کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۲۰	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

ادغام بر رقابت شمرده می‌شود. برای تعیین این که رقابت عملاً محدود شده است یا خیر، باید همراه با وضعیت تمرکز بازار عوامل بیشتری به تفصیل مدنظر قرار گیرند که در بند ۲ ماده ۶ و ماده ۷ تشریح شده‌اند:

۱- در خصوص ادغامها یا تملکهای افقی:

۴-۱) درجه تمرکز بازار بر مبنای شاخص هرفیندال-هیرشمن (HHI)^{۱۹۴} کمتر از ۱۲۰۰ واحد باشد؛

۵-۱) در صورتی که شاخص هرفیندال-هیرشمن بین ۱۲۰۰ تا ۲۵۰۰ باشد و افزایش آن در نتیجه ادغام کمتر از ۲۵۰ واحد باشد؛

۶-۱) شاخص هرفیندال-هیرشمن بیشتر از ۲۵۰۰ باشد و افزایش در آن کمتر از ۱۵۰ واحد باشد.

از توجه به دو معیار اخیر می‌توان این گونه استنباط کرد که در بازارهای با درجه تمرکز متوسط، حقوق رقابت کره جنوبی تنها اجازه وقوع ادغامهای افقی ای را می‌دهد که به‌طور میانگین سهم شرکت‌های طرف ادغام تنها اندکی بیش از ۱۰٪ باشد. بنابراین، در این گونه بازارها صرفاً تشکیل بنگاهی با سهم بازاری

^{۱۹۴} - "شاخص هرفیندال-هیرشمن" (Herfindahl-Hirschman Index (HHI)) یکی از شاخصهای اقتصادی است که برای تعیین درجه تمرکز بازار مرتبط مورد استفاده قرار می‌گیرد. بدین ترتیب که حاصل جمع سهم بازاری هر بنگاه فعال در بازار به توان دو به‌دست می‌آید. در صورتی که عدد به‌دست آمده زیر ۱۵۰۰ باشد، معمولاً بازار مورد نظر غیر متمرکز تلقی می‌گردد. در فرضی که شاخص بین ۱۵۰۰ تا ۲۵۰۰ باشد، درجه تمرکز بازار متوسط محسوب خواهد شد و اگر بالای ۲۵۰۰ باشد، بازار از تمرکز شدید برخوردار خواهد بود. در شرایط انحصار کامل، این عدد برابر با ۱۰ هزار می‌باشد. پس از تعیین درجه‌ی تمرکز بازار مرتبط، افزایشی که در نتیجه ادغام در شاخص فوق ایجاد می‌شود محاسبه می‌گردد. این افزایش (به نام دلتا (Delta)) برابر است با حاصل ضرب سهام بنگاه‌های ادغام‌شونده ضرب در ۲. در صورتی که عدد به‌دست آمده کمتر از ۱۰۰ باشد، این تغییر ناچیز محسوب شده و گفته می‌شود که ادغام بعید است آثار ضد رقابتی سویی در بازار بر جای گذارد. همچنین، ادغامی که در یک بازار غیر متمرکز رخ می‌دهد و پس از آن کماکان رتبه بازار غیر متمرکز باقی می‌ماند، ادغام مضر تشخیص داده نمی‌شود و نیاز به بررسی بیشتر آن وجود ندارد. اما ادغامی که در بازاری با درجه تمرکز متوسط (بازار نسبتاً متمرکز) رخ می‌دهد و شاخص هرفیندال را بیش از ۱۰۰ واحد افزایش می‌دهد بروز آثار ضد رقابتی در نتیجه آن محتمل است لذا ارزیابی آن وارد مرحله دوم شده و به‌دقت و با در نظر گرفتن همه جوانب مورد بررسی قرار می‌گیرد. به همین ترتیب است ادغامی که در بازار با تمرکز بالا (شدیداً متمرکز) صورت می‌پذیرد و شاخص فوق را بین ۱۰۰ تا ۲۰۰ واحد افزایش می‌دهد. اگر در چنین بازاری، شاخص مزبور در نتیجه ادغامی بیش از ۲۰۰ واحد بیشتر شود، آن ادغام موجب تقویت قدرت بازاری و مضر تلقی خواهد شد مگر خلاف آن از سوی طرفین به اثبات رسد.

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۲۱	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

کمی بیش از ۲۰٪ را تحمل می‌کند. اما در بازارهای با درجه تمرکز بالا تنها اجازه انجام ادغام افقی ای را می‌دهد که سهم شرکتهای طرف ادغام به‌طور میانگین کمتر از ۹٪ باشد.

۲- در خصوص ادغامها یا تملکهای عمودی و ناهمگون اگر شاخص هرفیندال-هیرشمن در حوزه تجاری محل فعالیت شرکت موردنظر کمتر از ۲۵۰۰ باشد و سهم بازاری آن شرکت نیز کمتر از ۲۵٪ باشد، در این صورت ادغام یا تملک مجاز تلقی خواهد شد.

اصول راهنمای یادشده حاوی جزییات بیشتری در خصوص نحوه ارزیابی تمرکز بازار و تغییر در آن می‌باشد که در تعیین مجاز یا غیرمجاز بودن ادغام یا تملک موردنظر مطمح نظر قرار می‌گیرند. این موارد بیشتر برگرفته از دستورالعملهای اتحادیه اروپا و ایالات متحده می‌باشد که کشور کره جنوبی با توجه به شکوفایی اقتصادی و قدرت شرکتهای داخلی خود در سالهای اخیر، مقررات رقابت خویش را با مقررات رقابت کشورهای توسعه یافته همگام کرده است^{۱۹۵}. برای مثال، گرایش و شیب تغییرات در تمرکز بازار در طول چند سال آخر باید به هنگام ارزیابی درجه بازار مدنظر قرار گیرد. در صورتی که شیب تغییرات به سمت افزایش قابل توجه تمرکز بازار باشد، ترکیب بنگاههای دارای سهام بازاری بالا احتمال محدود شدن رقابت به‌طور اساسی را افزایش می‌دهد. در چنین حالتی باید عواملی مانند توسعه فن‌آوری جدید، حقوق ناشی از ثبت اختراع و غیره که ممکن است تغییرات در نتیجه آنها شکل گرفته باشند مورد توجه قرار گیرند. در مورد ادغامها و تملکهای افقی، این که آیا یک ترکیب افقی به‌طور اساسی رقابت را محدود می‌کند یا خیر، از طریق بررسی همه جانبه تمرکز بازار قبل و بعد از ترکیب بنگاهها، درجه رقابت خارجی و موقعیت رقابت بین‌المللی، امکان ورود، احتمال تبانی میان بنگاههای رقیب و وجود کالاهای مشابه مورد قضاوت قرار می‌گیرد.

صرف‌نظر از این موارد، اصول راهنما معیارها و عوامل دیگری را نیز معرفی کرده است که در کنار درجه تمرکز بازار می‌توانند به احراز اثر محدود شدن رقابت در نتیجه ادغامها و تملکها کمک کنند. به این عوامل در ماده ۷ اصول راهنما اشاره شده است:

^{۱۹۵} - برای مطالعه بیشتر؛ رک: غفاری فارسانی، همان منبع، صص ۳۹۷ به بعد.

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۲۲	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	
		ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار

۱- سطح رقابت خارجی در بازار و وضعیت رقابت بین‌المللی:

۱-۱) در بازاری که واردات به‌سهولت صورت می‌پذیرد یا واردات به‌طور روزافزون درصد بیشتری از بازار را در اختیار دارد، امکان ترکیب بنگاه‌ها ممکن است کاهش یافته و رقابت به‌طور اساسی محدود شود. در چنین مواردی، عوامل زیر باید جهت ارزیابی امکان ورود به بازار توسط رقبای خارجی مورد توجه قرار گیرد:

الف) افزایش و کاهش کالاهای واردشده به حوزه تجارت؛

ب) قیمت بین‌المللی و وضعیت عرضه و تقاضا محصول؛

ج) میزان باز بودن بازار داخلی و وضع فعلی سرمایه‌گذاری خارجی؛

د) وجود یک رقیب بین‌المللی جدی؛

و) تعرفه‌های گمرکی و برنامه‌هایی برای کاستن از آنها؛

ه) تفاوت قیمت داخلی و قیمت در خارج از کشور و افزایش و کاهش در واردات بر مبنای تغییر در نرخ سود؛

و) سایر موانع غیرتعرفه‌ای.

۱-۲) در صورتی که صادرات، بخش بزرگ قابل توجهی از فروش را در اختیار داشته باشد و رقابت جدی نیز در بازارهای بین‌المللی وجود داشته باشد، ترکیب بنگاه‌ها به احتمال کمتری رقابت را به‌طور اساسی محدود می‌کند. بر این مبنای، همان‌گونه که ملاحظه می‌شود کره جنوبی با حمایت از تشکیل بنگاه‌های بزرگ داخلی و افزایش قدرت رقابت‌مندی آنها در عرصه‌های بین‌المللی از ادغام و تملک میان شرکتهای تجاری با رعایت ملاحظات بازارهای ملی خود حمایت می‌کند.

۱-۳) احتمال بالقوه برای محدود کردن رقابت می‌تواند در جایی که صادرات سهم زیادی از تجارت شرکتهای رقیب را به خود اختصاص داده است کاهش یابد.

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۲۳	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

از دیگر عوامل موثری که اصول راهنما در تشخیص محدود شدن اساسی رقابت مورد توجه قرار داده است می‌توان به احتمال ورود بنگاه‌های جدید و وجود کالاهای مشابه اشاره داشت که جهت رعایت اختصار شرح آنها را به مجال دیگری وامی‌گذاریم.

۲-۴-۳- معافیتها

تا بدین جا اشاره گردید که رژیم حاکم بر ادغامها در کره جنوبی از طریق تمهید ضابطه محدود شدن اساسی رقابت و تبیین آن با استفاده از معیار و ابزارهای عینی و کمی، مرز میان ادغامهای (یا به‌طور کلی: ترکیب بنگاه‌های) مجاز و غیرمجاز را ترسیم کرده است. با این حال، همانند بسیاری دیگر از کشورها در کره نیز حتی اگر ادغام یا ترکیبی منجر به محدود شدن اساسی رقابت گردد و از خط قرمز سیاست ادغامی گذر کند ممکن است تحت شرایطی از معافیت بهره‌مند شده و کماکان مجاز به‌شمار آید. این معافیتها که در ماده ۷ قانون تنظیم انحصارات و تجارت منصفانه پیش‌بینی گردیده‌اند با توجه به تغییر شرایط اقتصادی کشور مذکور و توسعه انفجارگونه آن همگام با این تحولات در آستانه ورود به هزاره جدید دست‌خوش تغییرات عمیق و بنیادینی شده‌اند. به‌نحوی که با کمتر شدن روزافزون فاصله اقتصادی با کشورهای بزرگ صنعتی، این کشور مقررات رقابت و به‌ویژه رژیم ادغامی خود را هرچه بیشتر با مقررات رقابت کشورهای توسعه یافته هماهنگ و تلاش کرده است تا با کاستن از رفتارهای پدرسالارانه دولت علی‌الخصوص به بهانه‌های غیراقتصادی تا حد ممکن در بازارهای داخلی اش مداخله نکند. بر اساس لازم است تا مقررات ناظر بر معافیتهای موضوع بحث را در کشور مذکور ابتدا از زمان تصویب قانون صدرالذکر یعنی از سال ۱۹۸۰ تا پایان قرن بیستم مورد مطالعه قرار دهیم و سپس، به بررسی این معافیتها پس از اصلاحات صورت گرفته در آستانه شروع قرن بیست و یکم بپردازیم.

الف) معافیتها از سال ۱۹۸۰ تا ۱۹۹۹

همان‌گونه که اشاره گردید، قانون تنظیم انحصارات و تجارت منصفانه در شرایطی به‌سال ۱۹۸۰ به عنوان قانونی در جهت حفظ رقابت، تنظیم بازار و افزایش کارایی در کره جنوبی به تصویب رسید که فضای حاکم بر اقتصاد این کشور چندان مطلوب نبوده و فاصله زیادی با کشورهای صنعتی جهان داشت. شرکت‌های کره‌ای نیز از مزیت و قدرت رقابتی ویژه‌ای در مقایسه با رقبای خارجی خود برخوردار

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۲۴	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

نبودند. در این دوران، نیاز به تقویت و هم‌افزایی شرکت‌های داخلی و افزایش حجم و اندازه آنها به‌منظور کاهش هزینه‌های مبادله‌ای و انجام صرفه‌های مقیاسی و قلمرویی همچنین، افزایش توان آنها در اجرای برنامه‌های تحقیق و توسعه و ارتقای فن‌آوری‌های خود نزد دولتمردان این کشور احساس شد. در واقع به دلیل فقر منابع طبیعی و معدنی، تراکم بالای جمعیت و انباشت کم سرمایه، دولت کره چاره کار را در نیل به صرفه‌های مقیاسی به منظور تقویت قدرت رقابت بین‌المللی و افزایش صادرات دید^{۱۹۶}. در چنین شرایطی، ادغام بنگاه‌ها به مثابه ابزار مهمی برای رشد آنها به‌ویژه در مورد شرکت‌های کوچک و متوسط تلقی گردید^{۱۹۷}. بنابراین، سیاست حمایت از شکل‌گیری شرکت‌های بزرگ مبدل به یکی از اولویتهای برنامه توسعه اقتصادی کره شد و بر مبنای همین رویکرد بود که نسبت به ادغام و تملک شرکت‌های داخلی با وجود آن که ممکن بود بازارهای ملی را به سمت انحصار سوق دهند، سخت‌گیری کمتری روا داشته شد. به‌طوری که اگر هر نوعی از ترکیب از بنگاه‌ها رقابت را حتی به‌طور اساسی محدود می‌کرد می‌توانست با اثبات ضرورت انجام ترکیب موردنظر جهت تقویت قدرت رقابت بنگاه داخلی با رقبای خارجی و نقش‌آفرینی آن در بازارهای بین‌المللی از حکم ممنوعیت مقرر در ماده ۷ قانون فوق‌رہایی یابد. به عبارت دیگر، از ممنوعیت موضوع این ماده معافیت حاصل کند و به عنوان ادغام یا تملکی قانونی شناخته شده و حایز اثر شود. بند ۱ ماده ۷ قانون تنظیم انحصارات و تجارت منصفانه بر اساس نسخه ۱۹۹۶ آن چنین مقرر می‌داشت:

«هیچ شخصی نباید مستقیماً یا خصوصاً از طریق اشخاص مرتبط (مقرر در دستورالعمل ریاست جمهوری) مبادرت به اعمالی کند که ذیل یکی از عناوین زیر (ترکیبات بازرگانی)^{۱۹۸} که رقابت را به‌طور اساسی در حوزه معینی از بازار محدود می‌کنند قرار می‌گیرد. با این حال، مراتب گفته شده نسبت به ترکیبات بازرگانی که کمیسیون تجارت منصفانه هدف از آنها را دستیابی به منطقی‌سازی صنعتی^{۱۹۹}

^{۱۹۶} Abir, *op. cit.*, p. 154.

^{۱۹۷} - *Ibid.*, p. 157.

^{۱۹۸} - Business Combination: این اصطلاح طی اصلاحات بعدی به «Combination of Enterprises» تغییر نام داد.

^{۱۹۹} - Industrial Rationalization

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۲۵	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

یا تقویت توان رقابت بین‌المللی^{۲۰۰} - آن‌گونه که در دستورالعمل ریاست جمهوری معین شده‌اند - می‌داند، قابل اعمال نیست».

همان‌گونه که ملاحظه می‌شود صرف‌نظر از منطقی‌سازی صنعتی، افزایش توان رقابت بین‌المللی شرکت‌های داخلی یکی از مهمترین موجباتی است که می‌تواند ادغام یا تملک را که برای رقابت در بازارهای ملی خطرناک است و موجب محدود شدن اساسی آن می‌گردد، موجه جلوه دهد. احراز این امر و اعطای چنین معافیتی از اختیارات کمیسیون تجارت منصفانه که مسؤول اجرای قانون فوق است می‌باشد. البته، معیارهایی برای تشخیص و اعطای این معافیت در دستورالعمل ریاست جمهوری همان گونه که در ماده ۷ نیز مورد تاکید قرار گرفته، پیش‌بینی شده بود. در ماده ۱۴ دستورالعمل مذکور (نسخه ۱۹۹۷) در همین ارتباط چنین آمده است:

«ترکیبات بازرگانی برای تقویت توان رقابت بین‌المللی آن‌گونه که در بند ۱ ماده ۷ قانون مقرر شده است تنها زمانی مجاز هستند که معیارهای مقرر شده در یکی موارد ذیل فراهم باشد:

۱- در جایی که توان رقابت بین‌المللی بتواند به نحو قابل توجهی بر مبنای قیمت و کیفیت از طریق شتاب یافتن توسعه تکنولوژی، دستیابی به سطوح مطلوب مدیریتی و نظایر آن بهبود یابد و یا:

۲- در جایی که مشارکتی جدی بتواند موجب افزایش صادرات به واسطه شتاب بخشیدن به فعالیتهای بازرگانی در بازارهای خارجی نظیر جمع‌آوری اطلاعات، بازاریابی و فروش شود».

در خصوص منطقی‌سازی صنعتی نیز ماده ۱۳ دستورالعمل مذکور اعطای معافیت به‌موجب این دلیل موجهه را منوط به احراز یکی از شرایط زیر از سوی کمیسیون کرده بود:

۱- در جایی که بازسازی سازمان صنعتی برای تقویت کارایی فعالیتهای صنعتی و منطقی‌سازی مدیریت ضروری باشد؛

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		
صفحه: ۱۲۶	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

۲- در جایی که سرمایه‌گذاری در تاسیسات و عملیات مستلزم وجوه قابل توجه باشد و تدارک چنین وجوهی از طرق عادی غیرممکن باشد یا:

۳- در جایی که ترکیب بازرگانی برای منافع عمومی ضروری باشد.

لازم است به ذکر است که هرگاه کمیسیون بنا داشت بر اساس موجبات فوق‌الذکر معافیتی را به یک ترکیب بازرگانی اعطا کند می‌بایست پیش از آن، با وزیر ذی‌ربط مشاوره کند. ضمن آن که در این موارد، بنگاه‌های ذی‌نفع می‌بایست بار اثبات ضرورت منطقی‌سازی صنعتی یا تقویت توان رقابت بین‌المللی را بر مبنای معیارهای فوق‌الذکر به اثبات برسانند (بند ۲ ماده ۷ قانون). به عبارت دیگر، بار اثبات مراتب فوق برعهده شرکتهایی قرار داشت که قصد ترکیب با یکدیگر را داشتند.

سیاست برنامه‌ریزان اقتصادی کره جنوبی در افزایش قدرت رقابت بین‌المللی شرکتهای داخلی خود تا پیش از شروع سده جدید تنها به معافیت از ممنوعیت ادغامها یا تملکهای مضر به حال رقابت در بازارهای ملی محدود نمی‌شد. برای مثال، مطابق با ماده ۱۰ قانون صدرالذکر که هدف از آن وضع محدودیتهایی بر میزان کل سرمایه‌گذاری در دارایی ثابت^{۲۰۱} می‌باشد، هیچ شرکتی متعلق به گروه‌های بزرگ بازرگانی نباید سهامی را در دیگر شرکتهای داخلی تصاحب کند که مجموع ارزش تحصیل آن از ۲۵٪ دارایی ثابت خود آن شرکت بیشتر می‌باشد. اما در بند ۵ همین ماده معافیتی بدین شرح از ممنوعیت مذکور وضع شده بود: شرکتی که سهامی را در شرکتهای کوچک و متوسط که به تولید قطعات اشتغال دارند تصاحب یا تملک می‌کند و هدف از آن حفظ رابطه همکاری فنی یا تقویت توان رقابت بین‌المللی صنایع می‌باشد منوط به تایید کمیسیون از محدودیت فوق مستثنی هستند. البته، حداقل مدت استفاده از این معافیت ۷ سال تعیین شده بود که نهایتاً ماده مرقوم در سال ۲۰۰۹ نسخ گردید.

به هر روی، باید پذیرفت که سیاست حمایت از فربه و حجیم شدن بنگاه‌های داخلی که گاه از آن به قهرمان‌پروری ملی اطلاق می‌شود لزوماً باید در زمان مناسبی متوقف گردد. در واقع، برنامه مذکور اعم از آن که بر مبنای زیرساختها و زمینه‌های اقتصادی در کوتاه مدت یا مدت طولانی‌تری به اجرا درآید

^{۲۰۱} Capital Investment. وجوهی که در سرمایه یا دارایی ثابت یا سهام درازمدت سرمایه‌گذاری می‌شود.

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۲۷	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

لاجرم تنها در ظرف زمانی معینی مطلوب بوده و پاسخگوی نیازهای توسعه‌ای است. چرا که در صورت تداوم بی‌حد و حصر و اصرار بر پیاده‌سازی آن بزودی به تشکیل انحصارات و حذف رقبای کوچک و متوسط در بازارهای داخلی خواهد انجامید که مضرات و ناکارایی‌های حاصل از آن بر هیچ کسی پوشیده نیست. انحصارات نه تنها پس از مدتی تلاشی در جهت نوآوری و تحقیق و توسعه نخواهند داشت بلکه به هدر دادن منابع جامعه و اجحاف در حق مصرف‌کنندگان روی خواهند آورد. بر همین مبنا، کره جنوبی در حالی که از سال ۱۹۸۰ تا ۱۹۹۹ در مقایسه با شرکتهای کوچک و متوسط، اولویت را به شرکتهای بزرگ می‌داد^{۲۰۲} پس از به‌دست آوردن نتایج مطلوب و حصول اهداف خود از اجرای موفق دو دهه قانون صدرالاشاره با انجام اصلاحاتی بنیادین از حمایت خود از تشکیل بنگاه‌های بزرگ داخلی^{۲۰۳} به‌منظور ارتقای قدرت رقابت بین‌المللی آنها تا حد زیادی کاست.

ب) معافیتها از سال ۱۹۹۹ تاکنون

همان‌گونه که اشاره شد، حدود بیست سال پس از اجرای قانون تنظیم انحصارات و تجارت منصفانه و سایر سیاستهای اقتصادی به‌واسطه فراهم کردن زیرساختهای لازم در اواخر قرن بیستم، شرکتهای بزرگ بین‌المللی به‌ویژه شرکتهای دانش‌بنیان در صنایع با تکنولوژی بالا همانند کالاهای پتروشیمی، برقی و الکترونیکی، لوازم خانگی و خودرو در کره جنوبی شکل گرفته و قوام یافتند. این شرکتهای معظم به‌خوبی توانستند در عرصه‌های بین‌المللی جای خود را باز کرده و به توفیقات زاید الوصفی برسند. به گونه‌ای کره جنوبی توانست محصولات تولیدی این شرکتها را به اقصی نقاط جهان و حتی کشورهای توسعه یافته و صنعتی جهان صادر کند و از این طریق، ضمن افزایش چشمگیر درآمد سرانه ملی خود توسعه و رونق اقتصادی کم‌سابقه‌ای را تجربه کند. به‌واسطه همین پیشرفتهای شگرف و روزافزون است که اکنون این کشور کوچک آسیای شرقی رتبه دوازدهم بزرگترین اقتصادهای جهان را اشغال کرده است. با رفع فاصله میان اقتصاد کشور مزبور با کشورهای صنعتی جهان همچنین، شکل‌گیری بنگاه‌های بزرگ که قدرت رقابت با هر شرکت رقیب خارجی با هر درجه از تکنولوژی و سرمایه را دارند،

^{۲۰۲}- Uck Lee, *op. cit.*, p. 67.

^{۲۰۳}- این شرکتها در کره موسوم به «چیبال» (Chaebol) می‌باشند. در سال ۱۹۹۷، ۳۰ چیبال بزرگ کره ۲۱٪ کل اشتغال و ۳۲٪ کل فروش

بخش صنعت این کشور را در اختیار داشتند: *Ibid.*

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۲۸	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

سیاست قهرمان‌پروری ملی و حمایت از اندازه شرکتها جای خود را به معیارهای اقتصادی و حمایت از الگوها و نیروهای درون بازار آزاد داد. به عبارت دیگر، به موازات توفیقات اقتصادی و افزایش توان رقابت بنگاه‌های کره‌ای در بازارهای هدف، سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان اقتصادی این کشور به تدریج قوانین خود را به کشورهای توسعه یافته نزدیک کردند. به گونه‌ای امروزه حداقل در حوزه سیاست ادغامی، مقررات کره جنوبی تا حد زیادی با مقررات متناظر آن در ایالات متحده و اتحادیه اروپا یکسان‌سازی شده است. بر همین مبنا، در اصلاحات ۵ اکتبر ۱۹۹۹ ماده ۷ قانون تنظیم انحصارات و تجارت منصفانه دست‌خوش تغییرات بنیادینی در خصوص معافیت‌های مربوط به ترکیب‌های ممنوع بنگاه‌ها گردید. در اصلاحات یادشده، معافیت‌های راجع به منطقی‌سازی صنعتی و تقویت قدرت رقابت بین المللی شرکت‌های طرف ترکیب جهت جلوگیری از سوء استفاده از آنها نسخ و همانند مقررات ایالات متحده و اتحادیه اروپا، کارایی و حمایت از بنگاه‌های در شرف ورشکستگی به عنوان معافیت‌های جدید پذیرفته شدند. بند ۲ ماده ۷ قانون فوق (نسخه ۲۰۱۳) چنین مقرر داشته است:

مقررات بند ۱ در صورتی که کمیسیون تجارت منصفانه احراز کند که ترکیبی از بنگاه‌ها واجد یکی از شرایط ذیل می‌باشد قابل اعمال نخواهد بود. در این موارد، اثبات وجود شرایط مزبور برعهده طرفین ذی‌نفع می‌باشد:

۱) مزایای حاصل از ارتقای کارایی^{۲۰۴} قابل دسترس در نتیجه ترکیب بنگاه‌های موردنظر بیشتر از آثار منفی ناشی از محدودیت بر رقابت است.

برخی از صاحب‌نظران، در صورت اثبات شرایط ذیل زمینه را برای استفاده از معافیت کارایی مناسب دانسته‌اند: الف) کاهش هزینه تولید از طریق انجام صرفه‌های مقیاسی، تجمیع تاسیسات تولیدی، منطقی‌سازی قرائند تولید؛ ب) کاهش هزینه فروش یا افزایش صادرات از طریق هم‌گرایی، به اشتراک

^{۲۰۴} - منظور از کارایی، کارایی اقتصادی که بر سه قسم می‌باشد: بیشترین تولید ممکن با استفاده از حداقل منابع و کمترین هزینه (کارایی تولیدی)؛ تعیین کمترین قیمت ممکن و تولید دقیقاً به میزان تقاضای موجود در بازار جهت جلوگیری از هدررفت منابع (کارایی تخصیصی) و تولید محصولات جدید و برتر از طریق ابداع و ابتکار مداوم (کارایی پویا یا فنی). برای مطالعه در خصوص اصطلاحات مذکور؛ رک: غفاری فارسانی، همان منبع، صص ۹۲ به بعد.

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۲۹	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴ ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

گذاشتن شبکه‌های فروش یا اطلاعات بازار؛ ج) کاهش هزینه‌های لجستیک از طریق تشریک در ترابری و تاسیسات انبارداری؛ د) افزایش فن‌آوری تولید و ظرفیت تحقیق و توسعه از طریق همکاری در تکمیل فن‌آوری یا به اشتراک گذاشتن یا استفاده موثر از نیروی انسانی متخصص، سازماندهی یا سرمایه یکدیگر^{۲۰۵}. باید توجه داشت که معافیت کارایی در جایی پذیرفته می‌شود که حصول نتایج مطلوب فوق از رهگذر سایر اعمال و رویه‌های معمول بازرگانی غیرممکن یا حداقل دشوار باشد^{۲۰۶}.

اگرچه در اصلاحات به عمل آمده، معافیت تقویت رقابت‌مندی بین‌المللی لغو گردیده اما کمیسیون گاه حمایت خود از افزایش قدرت رقابت بنگاه‌های داخلی در عرصه‌های بین‌المللی را در لفاف افزایش کارایی پنهان کرده است. برای مثال، در قضیه ادغام موسوم به اس.کا. تلکوم^{۲۰۷} که در سال ۲۰۰۰ مطرح گردید کمیسیون افزایش ظرفیت برای رقابت بین‌المللی را به عنوان اثر ارتقای کارایی پذیرفت و به ادغام مزبور معافیت اعطا کرد. استدلال کمیسیون بر این بود که طرفین می‌توانند از طریق ادغام، شرکای موثری در همکاری‌های بین‌المللی شوند و به واسطه افزایش امکان مشارکت در توسعه فن‌آوری به ارتقای ظرفیت رقابت در تکنولوژی یکدیگر کمک کنند^{۲۰۸}. بنابراین، نمی‌توان مدعی بود که سیاست حمایت از شکل‌گیری بنگاه‌های بزرگ توانمند برای رقابت در بازارهای بین‌المللی به کلی از رژیم کنترل ادغامها در کره جنوبی رخت بر بسته است بلکه کماکان در موارد معدودی که آثار این گرایش با افزایش کارایی هماهنگ می‌باشد در تصمیم‌گیری‌های کمیسیون مدنظر قرار می‌گیرد. به همین دلیل، در جایی که شرکتهای طرف یک ادغام، از موقعیت مناسبی در بازارهای بین‌المللی برخوردار هستند و در بازار

^{۲۰۵} - Ree Yun and Sik Hong, *op. cit.*, p. 110؛ این در حالی است که در حقوق ایران وفق تبصره ۱ ماده ۴۹ قانون اجرای سیاستهای کلی اصل ۴۴ قانون اساسی تنها اثبات افزایش کارایی فنی می‌تواند از موجبات معافیت از ادغامهای ممنوع به حساب آید.

^{۲۰۶} - این احتمال نیز داده شده است که در جایی که ادغام یا ترکیب صورت گرفته موجب افزایش کارایی در اقتصاد ملی به‌طور کلی شود، امکان اعطای معافیت کماکان فراهم باشد و موارد زیر را از جمله مصادیق افزایش کارایی اقتصاد ملی دانسته‌اند: الف) اثر قابل توجه ادغام در اشتغال‌زایی؛ ب) اثر قابل توجه ادغام بر توسعه اقتصادهای منطقه‌ای؛ ج) اثر قابل توجه ادغام در توسعه بازارهای بالادستی و پایین‌دستی؛ د) اثر قابل توجه ادغام در تثبیت اقتصاد ملی از طریق فراهم‌آوری عرضه پایدار انرژی و؛ و) اثر قابل توجه ادغام در بهبود آلودگی محیط زیست. با این همه، احتمال پذیرش این دفاع را از سوی کمیسیون بعید قلمداد کرده‌اند: *Ibid.*, pp. 110, 125.

^{۲۰۷} - SK Telecom Case

^{۲۰۸} - *Ibid.*, p. 135.

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۳۰	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

داخلی نیز رقبای جدی یکدیگر محسوب می‌شوند، کمیسیون ادغام آنها را با توجه به این که ممکن است در نتیجه آن منافع مصرف‌کنندگان داخلی به مخاطره بیفتد، ممنوع اعلام کرده است.^{۲۰۹}

۲) ترکیب با شرکت متوقف (زیان‌ده)^{۲۱۰} صورت بپذیرد که واجد شرایط مقرر در دستورالعمل ریاست جمهوری باشد. از قبیل شرکتی که سرمایه کل آن در ترازنامه‌اش در طول مدت زمان متعارف و معقولی کمتر از سرمایه پرداخت شده‌اش می‌باشد. در دستورالعمل مزبور در خصوص این معافیت شرایط ذیل پیش‌بینی شده است: الف) در صورتی که اگر ترکیب بنگاهی شکل نگیرد، ادامه استفاده از تاسیسات تولیدی شرکت مورد نظر در بازار به سختی امکان‌پذیر باشد و یا: ب) در صورتی که ترکیب شرکتهای رقیب دیگر از ترکیب شرکتهای موردنظر دشوارتر باشد.

۲-۴-۲- الزام به اطلاع‌رسانی ادغام یا ترکیب بنگاه‌ها

برای نظارت هرچه بهتر بر ترکیب بنگاه‌ها و رصد رخدادهایی که در ساختار بازار از ناحیه کنشگران آن اتفاق می‌افتد نظام حاکم بر ادغامها در کره جنوبی نظیر نظامهای پیشرو حقوق رقابت در مواردی شرکتهایی که بنا بر انجام چنین توافقاتی را دارند مکلف کرده است ترکیب خود را به کمیسیون تجارت منصفانه از قبل اطلاع داده و از این مرجع کسب تکلیف کنند. کمیسیون پس از بررسی مشخص خواهد کرد که آیا ترکیب مذکور مشمول ممنوعیت مقرر در ماده ۷ قرار می‌گیرد یا خیر. مطابق با ماده ۱۲ قانون تنظیم انحصارات و تجارت منصفانه:

هر شرکتی که دارای مقدار کل دارایی یا حجم فروش تعیین شده در دستورالعمل ریاست‌جمهوری باشد یا اشخاص خاص مرتبط با شرکتهای مزبور که مبادرت به ترکیب مشمول بندهای ۱ تا ۵ ذیل با بنگاه دیگر می‌کنند که میزان کل دارایی یا حجم فروش آن بنگاه به میزان مقرر در دستورالعمل ریاست‌جمهوری باشد باید گزارشی از آن را در اختیار کمیسیون تجارت منصفانه قرار دهند:

^{۲۰۹}- Ibid., p. 136.

^{۲۱۰}- Nonviable Company

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۳۱	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

۱- شرکتی که حداقل ۲۰٪ (در مورد شرکتهای عضو سازمان بورس ۱۵٪) تعداد کل سهام منتشر شده توسط شرکت دیگر را تحصیل کند (مگر در مورد سهام فاقد حق رای)؛

۲- شرکتی که دارای سهامی بیش از حدنصاب تعیین شده در بند ۱ است و با تملک سهام بیشتری از شرکت دیگر، بزرگترین سهامدار آن می شود؛

۳- شرکتهای بزرگی که دارای مدیریت به هم پیوسته با شرکت دیگر می شوند (مگر در مورد شرکتهای تابعه)؛

۴- شرکتی که فعالیتهای موضوع بندهای ۳ یا ۵ شق ۱ ماده ۷ را انجام می دهند (ادغام و تاسیس شرکت جدید)؛

۵- شرکتی که در تاسیس شرکت جدیدی مشارکت می کند و بزرگترین سرمایه گذار آن می شود.

ماده ۱۲ حاوی جزئیات بیشتر و معافیتهایی از تکلیف فوق نیز می باشد که برای جلوگیری از اطاله کلام از ذکر آنها خودداری می شود. تنها اشاره شود که وفق بندهای ۶ و ۷ ماده مذکور، اطلاعیه راجع به ترکیب بنگاه ها باید ظرف ۳۰ روز از تاریخ انجام آن به کمیسیون داده شود. به علاوه، اشخاصی که مکلف به ارائه گزارش مذکور می باشد حق ثبت ادغام، انعقاد هرگونه قرارداد برای در اختیار گرفتن کسب و کار یا تملک سهام ظرف ۳۰ روز از گزارش ترکیب بنگاه را ندارند. در هر حال، کمیسیون می تواند این مدت را کوتاه یا حداکثر تا ۹۰ روز از تاریخ انقضای مدت فوق تمدید کند. همچنین، در دستورالعمل ریاست جمهوری (ماده ۱۸) شرکتهایی که ارزش کل دارایی یا گردش مالی آنها سه بیلیون ون یا بیشتر است مشمول ماده ۱۲ تلقی گردیده اند. در دستورالعمل یادشده مفاد و مندرجات گزارشی که این شرکتها از ترکیب خود باید به کمیسیون ارائه دهند تعیین شده است.

۲-۴-۵- ضمانت اجراها

ضمانت اجراهای تخطی از مقررات و ممنوعیتهای مربوط به ترکیب بنگاه ها در ماده ۱۶ قانون تنظیم انحصارات و تجارت منصفانه معین شده اند. این ضمانت اجراها که توسط کمیسیون تجارت منصفانه

مجری: فرزاد مرادپور	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی
صفحه: ۱۳۲		ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

اتخاذ می‌شوند و شرکتها ملزم به انجام آنها در مدت زمان مقرر در بند ۷ ماده ۱۲ می‌باشند، به قرار ذیلند:

۱- توقف ادامه رویه مورد نظر؛

۲- انتقال کل یا بخشی از سهام. شرکتی که بر اساس این بند دستور انتقال سهام تحصیل شده را دریافت کرده باشد از تاریخ دریافت دستور از حق رای سهام مذکور محروم خواهد بود (ماده ۱۸)؛

۳- برکناری مدیران؛

۴- انتقال کسب و کار؛

۵- اعلام عمومی تصمیم؛

۶- محدودیت بر شیوه یا قلمرو کسب و کار جهت جلوگیری از بروز آثار منفی محدود شدن رقابت در نتیجه ترکیب بنگاه‌ها؛

۷- سایر اقدامات لازم در جهت اصلاح نقض صورت گرفته.

همچنین، در صورتی که بر خلاف ماده ۷ و ۱۲ شرکتی تاسیس شده یا ادغامی شکل گرفته باشد کمیسیون می‌تواند در جهت باطل نمودن آن در مراجع قضایی اقامه دعوا کند. ماده ۳-۱۷ نیز جریمه‌ای را برای تخطی از مقررات مذکور به شرح ذیل مشخص کرده است: کمیسیون تجارت منصفانه می‌تواند برای تضمین اجرای قانون جریمه‌ای اداری را برای هر روز تخلف از بند ۱ ماده ۱۷ یا عدم انجام ضمانت‌اجراهای تعیین شده در ماده ۱۶ ظرف مدت مقرر، تعیین کند. میزان جریمه روزانه از سه ده هزارم مبالغ زیر بیشتر نخواهد بود. در هر حال، کمیسیون می‌تواند در صورت انجام ترکیب موضوع شق ۲ بند ۱ ماده ۷ (مدیریت به هم پیوسته) جریمه‌ای که بیش از ۲ میلیون ون نخواهد بود برای هر روز تخلف تعیین کند:

مجرى: فرزاد مرادپور	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۳۳		ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

۱- مجموع کل ارزش دفتری^{۲۱۱} (اسمی) سهام تحصیل یا تملک شده و تعهدات پذیرفته شده در صورت انجام ترکیب بنگاه‌ها از نوع شق‌های ۱ یا ۵ بند ۱ ماده ۷؛

۲- مجموع کل ارزش دفتری^{۲۱۲} (اسمی) سهام اعطا شده برای ادغام و تعهدات پذیرفته شده در صورت انجام ترکیب بنگاه‌ها از نوع شق ۳ بند ۱ ماده ۷؛

۳- میزان کسب و کار تحصیل شده از طریق انتقال از شرکت دیگر در صورت انجام ترکیب بنگاه‌ها از نوع شق ۴ بند ۱ ماده ۷؛

علاوه بر تمامی ضمانت‌اجراهای فوق، ماده ۶۶ قانون موصوف نیز نقض بند ۱ ماده ۷ را جرم تلقی کرده و برای اشخاصی که به ترکیب بنگاه‌ها برخلاف مقرره مزبور اقدام می‌کنند مجازات حبس حداکثر تا ۳ سال و جزای نقدی حداکثر ۲۰۰ میلیون ون تعیین کرده است. تخطی از تکلیف مقرر در ماده ۱۲ و عدم اطلاع‌رسانی در خصوص ترکیب بنگاه‌ها ظرف مدت مقرر یا ارایه گزارش خلاف واقع نیز موجب محکومیت بنگاه متخلف به جریمه تا حداکثر ۱۰۰ میلیون ون خواهد شد.

۲-۴-۶-جمع بندی

با توجه به مطالبی که در این پژوهش مورد مطالعه قرار گرفت، نتایج ذیل قابل استنباط می‌باشد:

۱- کره جنوبی در حال حاضر یکی از قدرتهای بزرگ اقتصادی به حساب می‌آید. اقتصاد این کشور در رده دوازدهم بزرگترین اقتصادهای جهان و سومین اقتصاد در آسیا قرار دارد. از سال ۱۹۶۲ در طول چهار دهه، این کشور نرخ رشد اقتصادی سالانه بین ۵ تا ۱۱ درصد را به ثبت رسانده و در حفاصل سالهای ۱۹۸۵ تا ۱۹۹۵ تولید ناخالص ملی خود را دو برابر کرده است. همه این توفیقات در حالی به دست آمده است که تا پیش اواخر دهه پنجاه، کره جنوبی یکی از فقیرترین کشورهای آسیایی به شمار می‌آمد.

^{۲۱۱} - Book Value

^{۲۱۲} - Book Value

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۳۴	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

۲- ازجمله علل رشد و توسعه اقتصادی چشمگیر این شبه جزیره را می‌توان در اتخاذ رژیم ادغامی مناسب دانست. بدین ترتیب که در دو دهه آخر قرن بیستم متناسب با شرایط و زیرساختهای اقتصادی آن روزگاران خود، سیاست‌گذاران این کشور یکی از اولویتهای اقتصادی کره را بر حمایت از شکل‌گیری بنگاه‌های بزرگ نهادند که بتوانند در بازارهای بین‌المللی با بنگاه‌های خارجی رقابت کرده و ضمن نوآوری و دستیابی به بالاترین تکنولوژی‌ها، از طریق صادرات و فروش کالاهای خود به اقصی نقاط جهان به داخل کشور ارزآوری داشته باشند.

۳- وضع مقرراتی خاص و جامع ناظر بر حفظ رقابت در این کشور به «قانون تنظیم انحصارات و تجارت منصفانه» باز می‌گردد که در ۳۰ دسامبر ۱۹۸۰ به تصویب رسید. این قانون در عمر ۳۵ ساله خود تاکنون نزدیک به ۴۰ بار بازنگری و اصلاح را تجربه کرده است. تنها در حد فاصل دهه نود، ۱۸ بار در آن اصلاح صورت گرفته است. این امر نشان‌دهنده جدیت قانون‌گذار کره‌ای در هماهنگ‌سازی یکی از مهمترین قوانین نظام اقتصادی خود با تحولات پیوسته بازار و شرایط اقتصادی روز کشور خود است. اجرای قانون موصوف برعهده سازمان مستقلی به نام کمیسیون تجارت منصفانه می‌باشد.

۴- در کره جنوبی ادغام شرکتها یکی از مصادیق ترکیب میان بنگاه‌ها به‌شمار می‌آید که در ماده ۷ قانون تنظیم انحصارات و تجارت منصفانه مورد اشاره قرار گرفته‌اند. در این مقرر، ضابطه کلی و واحدی جهت تشخیص مجاز و غیرمجاز بودن تمامی اشکال ترکیب بنگاه‌ها تعیین شده است. بدین ترتیب که هرگاه ادغام یا به‌طور کلی، رفتار ترکیبی شرکتها به‌طور اساسی موجب محدود شدن رقابت در بازار معینی گردد ممنوع و هرگاه اقدام آنان به این اندازه نرسد از منظر موازین رقابتی مجاز شمرده خواهد شد. امروزه، مقامات رقابت کره معیار محدود شدن اساسی رقابت را عمدتاً با ملاکها و ضابطه‌هایی اقتصادی می‌سنجند که آنها را از قوانین و مقررات کشورهای توسعه یافته نظیر ایالات متحده و اتحادیه اروپا اقتباس کرده‌اند.

۵- همانند بسیاری از کشورها در کره نیز حتی اگر ادغام یا ترکیبی از بنگاه‌ها منجر به محدود شدن اساسی رقابت گردد ممکن است تحت شرایطی از معافیت بهره‌مند شود. این معافیتها که در ماده ۷

مجرى: فرزاد مرادپور		کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۳۵	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

قانون تنظیم انحصارات و تجارت منصفانه پیش‌بینی گردیده‌اند با توجه به تغییر شرایط اقتصادی کشور مذکور و توسعه انفجارگونه آن همگام با این تحولات در آستانه ورود به هزاره جدید دست‌خوش تغییرات عمیق و بنیادینی شده‌اند. به‌نحوی که با کمتر شدن روزافزون فاصله اقتصادی با کشورهای بزرگ صنعتی، این کشور مقررات رقابت و به‌ویژه رژیم ادغامی خود را هرچه بیشتر با مقررات رقابت کشورهای توسعه یافته هماهنگ و تلاش کرده است تا با کاستن از رفتارهای پدرسالارانه دولت علی‌الخصوص به بهانه‌های غیراقتصادی تا حد ممکن از مداخله در بازارهای داخلی بکاهد.

۶- تا اواخر دهه هفتاد، اقتصاد کره با بحران نفت، وجود ساز و کارهای مداخله‌جو و مخل بازار، افزایش بی‌رویه قیمت مواد اولیه وارداتی، تورم شدید و عدم تعادل میان عرضه و تقاضا در اکثر بازارهای خود دست به گریبان بود. در این برهه زمانی، به دلیل فقر منابع طبیعی و معدنی، تراکم بالای جمعیت و انباشت کم سرمایه، دولتمردان کره‌ای چاره کار را در نیل به صرفه‌های مقیاسی، تقویت قدرت رقابت بین‌المللی بنگاه‌های داخلی و افزایش حداکثری صادرات آنها دید. در این شرایط، ادغام بنگاه‌ها به مثابه ابزار مهمی برای رشد شرکتها به‌ویژه شرکتهای کوچک و متوسط تلقی گردید. بنابراین، سیاست حمایت از شکل‌گیری شرکتهای بزرگ مبدل به یکی از اولویتهای برنامه توسعه اقتصادی کره شد و بر مبنای همین رویکرد بود که نسبت به ادغام و تملک شرکتهای داخلی با وجود آن که ممکن بود بازارهای ملی را به سمت انحصار سوق دهند، سخت‌گیری کمتری روا داشته شد. به‌طوری که اگر هر نوعی از ترکیب از بنگاه‌ها رقابت را حتی به‌طور اساسی محدود می‌کرد می‌توانست با اثبات ضرورت انجام ترکیب موردنظر جهت تقویت قدرت رقابت بنگاه داخلی با رقبای خارجی و نقش‌آفرینی آن در بازارهای بین‌المللی از حکم ممنوعیت مقرر در ماده ۷ قانون فوق‌رہایی یابد. در این مقطع زمانی، ادغام یا ترکیبی از بنگاه‌ها که با هدف تقویت توان رقابت بین‌المللی صورت می‌گرفتند در صورت اثبات یکی از موارد ذیل در هر حال مجاز به‌شمار می‌آمدند: ۱- در جایی که توان رقابت بین‌المللی بتواند به نحو قابل توجهی بر مبنای قیمت و کیفیت از طریق شتاب یافتن توسعه تکنولوژی، دستیابی به سطوح مطلوب مدیریتی و نظایر آن بهبود یابد و یا: ۲- در جایی که مشارکتی جدی بتواند موجب افزایش صادرات به‌واسطه شتاب بخشیدن به فعالیتهای بازرگانی در بازارهای خارجی نظیر جمع‌آوری اطلاعات، بازاریابی و فروش شود. سیاست مذکور تا سال ۱۹۹۹ در کره جنوبی دنبال گردید.

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۳۶	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

۷- سیاست حمایت از فربه و حجیم شدن بنگاه‌های داخلی در کشورهای در حال توسعه لزوماً باید در زمان مناسبی متوقف گردد. در واقع، برنامه مذکور اعم از آن که در کوتاه مدت یا مدت طولانی‌تری به اجرا درآید لاجرم تنها در ظرف زمانی معینی مطلوب بوده و پاسخگوی نیازهای توسعه‌ای است. چرا که در صورت تداوم بی‌حد و حصر و اصرار بر پیاده‌سازی آن بزودی به تشکیل انحصارات و حذف رقبای کوچک و متوسط در بازارهای داخلی خواهد انجامید که مضرات و ناکارایی‌های حاصل از آن بر هیچ کسی پوشیده نیست. انحصارات نه تنها پس از مدتی تلاشی در جهت نوآوری و تحقیق و توسعه نخواهند داشت بلکه به هدر دادن منابع جامعه و اجحاف در حق مصرف‌کنندگان روی خواهند آورد. بر همین مبنا، کره جنوبی در حالی که از سال ۱۹۸۰ تا ۱۹۹۹ در مقایسه با شرکتهای کوچک و متوسط، اولویت را به شرکتهای بزرگ می‌داد پس از به‌دست آوردن نتایج مطلوب و حصول اهداف خود ثمر نتیجه اجرای موفق دو دهه قانون صدرالاشاره، با انجام اصلاحاتی بنیادین از حمایت خود از تشکیل بنگاه‌های بزرگ داخلی تا حد زیادی کاست. با رفع فاصله میان اقتصاد کشور مزبور با کشورهای صنعتی جهان همچنین شکل‌گیری بنگاه‌های بزرگ، سیاست حمایت از اندازه شرکتهای جای خود را به معیار اقتصادی ارتقای کارایی داد. البته، باید خاطر نشان کرد که اگرچه در اصلاحات به عمل آمده در سال ۱۹۹۹، معافیت تقویت رقابت‌مندی بین‌المللی لغو گردیده اما کمیسیون تجارت منصفانه گاه حمایت خود از افزایش قدرت رقابت بنگاه‌های داخلی در عرصه‌های بین‌المللی را در پوشش افزایش کارایی پنهان کرده است.

۲-۴-۳- چین

از سال ۱۹۹۲ که مذاکرات الحاق چین به گات جدیت بیشتری یافت چینها درصدد برآمدند از شکنندگی بنگاههای خود در اثر شوک الحاق بکاهند: مشابه نگرانی ژاپنی‌ها در زمان الحاق به گات در سال ۱۹۵۵. ژاپنیها در دهه ۱۹۶۰ سرسختانه سیاست تقویت رقابت بین‌المللی بنگاههای خود را بویژه از طریق تصویب لایحه ادغام در ۱۹۶۳ و برنامه‌های ادغام دو شرکت فولادسازی و یکپارچه سازی صنایع خودروسازی در سه گروه و صنایع کشتیرانی در شش گروه صورت دادند. چینها نیز در دهه

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۳۷	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

۱۹۹۰ کوشیدند سیاستی مشابه سیاست ژاپنیا در دهه ۱۹۶۰ را دنبال کنند. این سیاست صنعتی در چین که با هدف الحاق به گات و سازمان جهانی تجارت و بویژه در خودروسازی، موتورسیکلت سازی و صنایع الکترونیک صورت گرفت و نتایجی که با خود داشت می تواند گویای مسیری باشد که صنایع این کشور پس از الحاق به سازمان جهانی تجارت در پیش گرفته اند. قسمت نخست متن حاضر به ارزیابی راهبرد ادغام در سیاست صنعتی چین در فاصله ۶ سال از آغاز اجرای آن می پردازد که به تفکیک صنایع خودروسازی و موتورسیکلت سازی و صنایع الکترونیک آمده است^{۲۱۳} و سپس پژوهش به بیان انعطافهای قانون ضد انحصار چین در خصوص ادغام می پردازد.

۲-۴-۳-۱- ادغام در صنایع خودروسازی و موتورسیکلت سازی چین

با توجه به پتانسیل بالای صنعت خودروی چین و ضعف خودروسازان داخلی برای رقابت بین المللی پس از الحاق، در سال ۱۹۹۴ سیاست صنعتی برای صنعت خودروسازی به گونه ای مشابه با برنامه دهه ۶۰ ژاپن اتخاذ شد. شباهت ویژه این دو در برنامه یکپارچه سازی صنعت خودرو بود.

بر این اساس بایستی بیش از ۱۲۰ خودروساز داخلی تا سال ۲۰۰۰ در قالب ۸ تا ۱۰ گروه و تا سال ۲۰۱۰ در قالب ۳ تا ۴ گروه یکپارچه می شدند و بدین منظور خودروسازان با تولید حداقل ۱۰۰ هزار خودرو مورد حمایت قرار گرفتند تا بتوانند تا سال ۲۰۰۰ سطح تولید خود را مضاعف کنند.

در سال ۱۹۹۵ سه گروه خودروسازی بزرگ در پکن، شانگهای و تیانجین ایجاد شد که از کنارهم قرار گرفتن خودروسازان هر قلمرو تشکیل شد و دواير دولتی منطقه ای ناظر بر صنعت جای خود را به شرکت های هولدینگ داد. در چند منطقه دیگر نیز ادغامهایی صورت گرفت ولی سطح تولید آنها پایین بود. البته ادغامهایی نیز در اوایل دهه ۸۰ صورت گرفته بود و دو گروه شرکتی بزرگ قبلاً ایجاد شده بود که توسعه یافتند.

^{۲۱۳} . Marukawa, Tomoo (2001); WTO, industrial policy and China's industrial development; chapter 3 in "China enters WTO: pursuing symbiosis with the global economy"; (papers and proceedings of the International Symposium held on January 17, 2001 at Makuhari) edited by Ippei Yamazawa and Ken-ichi Imai, Published 2001 by Institute of Developing Economies, Japan External Trade Organization in Chiba-shi .

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی
صفحه: ۱۳۸	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

تا سال ۲۰۰۰ تنها دو گروه توانستند تولید خود را مضاعف سازند و در بقیه گروه‌ها اثرات ادغام در افزایش تولید اندک بود. البته رشد بازار خودروی چین طی این مدت کمتر از پیش‌بینی بود.

بعلاوه طی این مدت در اغلب موارد سودآوری نیز کاهش یافت. البته سودآوری در گروه‌های خودروسازی که سهم تولید خودروی سواری بیشتری داشتند بیشتر بود و این به خاطر محدودیت‌های اعمالی در ورود جدید به بازار خودروی سواری از دهه ۱۹۸۰ بود که تقریباً امکان سود انحصاری را فراهم ساخته بود و با وجود تشدید رقابت‌ها در دهه ۱۹۹۰ هنوز حاشیه سود بالایی داشت.

همچنین فرایند تملک شرکتها با انتقال بدهیها بوده است که بعضاً مبالغ کلانی را شامل می‌شد و لذا دولت این شرکتها را در سال ۱۹۹۹ مشمول برنامه حمایتی موسوم به تبدیل بدهی به سهام کرد که شرکتها را از پرداخت بهره بدهی برکنار می‌داشت و در عوض دولت را متعهد به جبران زیان بانکهای دارای سهام می‌کرد.

بنابراین می‌توان گفت که ادغام موجب افزایش کارایی و سودآوری بنگاههای خودروسازی نشد و بار بدهی را بر خزانه دولت تحمیل کرد.

در صنعت موتورسیکلت سازی نیز مقرر شده بود که ۷۰ موتورسیکلت سازی موجود تا سال ۲۰۰۰ به ۱۰ شرکت و تا سال ۲۰۱۰ به ۳ تا ۴ شرکت تبدیل شوند که بر این اساس در سال ۱۹۹۷ دومین و چهارمین تولیدکننده بزرگ موتورسیکلت در چین ادغام شدند و به سهم بازار ۴۰ درصد دست یافتند اما این ادغام مدت کوتاهی بیش نپایید شاید از آنرو که محدودیت‌های فنی اندکی که بر ورود به بازار موتور سیکلت در چین اعمال می‌شد منافع افزایش مقیاس تولید را اندک می‌ساخت. بنابراین سیاست ادغام در صنعت موتورسیکلت سازی نافرجام ماند.

۲-۴-۳- صنایع الکترونیک

اگرچه سیاست صنعتی چین در خصوص صنایع الکترونیک برخلاف خودرو هیچگاه به تصویب نرسید و اعلام عمومی نشد اما هدف تقویت رقابت از طریق یکپارچه سازی و گروه بندی شرکتهای چینی به

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۳۹	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

منظور مواجهه با تکانه های بالقوه ناشی از الحاق به گات دنبال شد چراکه این کشور معتقد بود اندازه کوچک، پراکندگی، هم پوشانی و عدم وجود صرفه های مقیاس در صنایع الکترونیک چین چالش را خواهد بود.

راهبرد بنگاه بزرگ بدین منظور از سال ۱۹۹۴ توسط وزارت صنعت الکترونیک چین به اجرا درآمد که از طریق انتخاب ۶ بنگاه بزرگ و کمک به بزرگتر شدن آنها از طریق ادغام و خرید سهام و نیز اعطای رفتارهای ترجیحی محدودی به آنها دنبال شد.

اما از میان ۶ بنگاه مزبور صرفاً یک بنگاه توانست رشد آرام خود را استمرار دهد و در مقابل برخی بنگاهها (همچون هوآوی) که مشمول این راهبرد نبودند نسبت به ۵ بنگاه مشمول دیگر موفق تر ظاهر شدند.

۲-۴-۳- ارزیابی سیاست

نتایج این سیاستها با برخی ارزیابی های منفی مواجه گردیده است. تومو ماروکاوا (۲۰۰۱) در جمع بندی خود می گوید که سیاست صنعتی چین در هیچیک از دو بخش مزبور نتایج قابل ملاحظه ای به همراه نیاورده است و این سیاست علاوه بر دشواریهای عملی اجرای سیاست، در تحقق اهداف خود موفق نبوده است. وی عامل اصلی این عدم توفیق را قرار دادن معیار بزرگ بودن برای انتخاب بنگاهها می داند که بر فرض نادرست رقابتی تر بودن بنگاههای بزرگتر همراه است.

شایان ذکر است که همین نویسنده در مقاله دیگری در سال ۲۰۱۳ همچنان معتقد به عدم موفقیت دولت چین در ادغام بنگاههای متکثر صنعت خودروی این کشور در قالب گروههای صنعتی است و مدعای دولت چین مبنی بر غیر متوازن بودن ساختار کنونی صنعت خودروی این کشور را نمی پذیرد و معتقد است در این صنعت پویایی ورود و خروج وجود دارد و با وجود صرفه های مقیاس مهم در آن، بسیاری از تازه واردان با گسترش سریع مقیاس خود توانسته اند سودآور شوند.^{۲۱۴}

^{۲۱۴}.Marukawa, Tomoo (2013); Why are There So Many Automobile Manufacturers in China? In "China: An international Journal"; Volume 11, Number 2, August 2013.

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی
صفحه: ۱۴۰	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

در عین حال موفقیت کلی سیاست صنعتی چین غیرقابل انکار است. به عنوان مثال در سال ۲۰۰۴ فقط شرکت خودروسازی شانگهای در لیست فهرست ۵۰۰ شرکت بزرگ جهان قرار داشت. اما در نشریه فورچون ۲۰۱۴، شش خودروساز اصلی چین به آن لیست پیوسته‌اند. شرکت‌های خودروساز چینی در سال ۲۰۰۴ کمتر از ۸/۵ میلیون خودرو تولید و به فروش رساندند ولی ظرف ده سال این رقم را به ۲۵ میلیون خودرو رسانده‌اند.

۲-۴-۳-۴- انعطاف‌های قانون ضد انحصار چین

قانون ضد انحصار چین که مصوب ۳۰ اوت ۲۰۰۷ است در جمله دوم ماده ۲۸ خود، در مواردی که عاملان کسب و کار ذیربط بتوانند ثابت کنند آثار مثبت تمرکز بر رقابت به روشنی بیش از آثار منفی آن است یا آنکه تمرکز منافع عمومی را به دنبال دارد به وزارت بازرگانی این کشور اجازه می دهد تصمیم به عدم منع تمرکز بگیرد. البته این قانون برای ادغامهایی که واجد این شرایط باشند الزام قانونی برای معافیت ایجاد نمی کند بلکه اختیار معافیت را، حتی با وجود آن که ادغامهای مزبور آثار ضد رقابتی داشته باشند، به وزارت بازرگانی اعطا می کند.

در حالی جمله دوم ماده ۲۸ تراز آثار مورد انتظار مثبت بر رقابت با آثار بالقوه منفی را مطرح می سازد که جمله نخست همین ماده نیز پیش از تصمیم به منع تمرکز خواستار تراز آثار مثبت و منفی بر رقابت بازار مورد نظر می شود و ماده ۲۷ نیز خواستار ارزیابی جامع عوامل می گردد. بنابراین ارایه مستندات آزمون کارایی چه در زمانی که دولت درصدد منع یک ادغام است از سوی دولت و چه در زمانی که بنگاهی خواستار معافیت از این منع است از سوی بنگاه باید صورت گیرد.

اما شرط منافع عمومی بیشتر ملاحظات سیاست صنعتی را به همراه دارد تا سیاست رقابتی. یعنی مستقیماً به دغدغه‌های رقابت بازار مربوط نمی شود بلکه مطابق با تفسیر صورت گرفته توسط کنگره ملی خلق چین عواملی چون تقویت توسعه صنایع موثر بر حیات اقتصاد ملی و امنیت ملی، تضمین اشتغال، توسعه پیشرفت فناوری و تقویت رقابت بین المللی بنگاههای داخلی را شامل می شود. این تفسیر آزمون منافع عمومی را قاعده‌ای منعطف می داند که آزادی عملی برای مقامات جهت انتخاب در موارد تعارض

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۴۱	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

میان سیاست رقابتی و منافع عمومی فراهم می‌آورد. مفاد مشابهی نیز صراحتاً در ماده ۵۴ قواعد ادغام و تملک سال ۲۰۰۶ چین آمده است. این مفاد همچنین مشابه اختیار وزارتی آلمان تحت بخش ۴۲ قانون ضد محدودیتهای رقابت آلمان دانسته شده است.

آزمون منافع عمومی اختیار وسیعی را برای وزارت بازرگانی چین در لحاظ اهداف سیاستی غیر مرتبط با رقابت و توجیه ادغامهای ضد رقابتی فراهم می‌سازد و از آنجا که ادغامهای میان بنگاههای چینی نسبت به ادغامهای میان بنگاههای خارجی یا چینی و خارجی احتمال انطباق بالاتری با منافع عمومی دارند می‌تواند محملی تبعیض‌آمیز در اعمال قانون کنترل ادغام چین ایجاد نماید.

بویژه آنکه (با قرار دادن ماده ۲۸ در کنار مواد ۵ و ۷ قانون ضد انحصار) می‌توان قویاً استدلال کرد که تجدیدسازمان بنگاههای دولتی به سوی یکپارچگی صنعتی احتمالاً به نفع عموم است. این ماده می‌تواند به ابزاری برای وزارت بازرگانی در موافقت با ادغام بنگاههای دولتی و بعلاوه پشتیبانی دولت از تصاحب بنگاههای خصوصی توسط شرکت های بزرگ دولتی بدل شود. همانند تصاحب گروه خصوصی فولاد ریژائو توسط گروه دولتی فولاد شاندونگ در سال ۲۰۰۹ که اگرچه متهم به مانع تراشی بر رقابت بود اما به دلیل منافع عمومی پذیرفته شد. همین رویه می‌تواند برای تجدید ساختار دیگر بخش ها نیز به کار بسته شود (همچون تصاحب شرکتهای معدنی در استان شانسی در سال ۲۰۰۹) که اغلب گفته می‌شود موجب از گردونه خارج شدن رقبای خصوصی سودآور و کارآمد می‌گردد.

البته مقامات وزارت بازرگانی چین تصریح کرده اند که تجدید ساختار شرکتهای دولتی مشمول هیچ رفتار ویژه ای نیست و پذیرش ادغامهای این شرکتها به نحو خودکار صورت نمی‌گیرد. از آنجا که در خصوص تصمیمات وزارت بازرگانی چین در این موارد اطلاع رسانی عمومی انجام نمی‌شود ارزیابی نحوه عملکرد مقامات مقدور نیست.^{۲۱۵}

۲۱۵ . Tingting Weinreich-Zhao (2015), Chinese Merger Control Law: An Assessment of its Competition-Policy Orientation after the First Years of Application; Munich Studies on Innovation and Competition Volume 2, Series Editors: Josef Drexler, Germany and Reto M. Hilty, Germany; Springer-Verlag Berlin Heidelberg 2015. <http://www.springer.com/series/13275>

مجرى: فرزاد مرادپور		کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۴۲	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

۲-۴-۳-۵-جمع بندی

چین با هدف ارتقای قابلیت رقابت بنگاه‌های خود برای شرایط پس از الحاق به سازمان جهانی تجارت و با الهام از ژاپن سیاست ادغام بنگاه‌های صنعتی را در دستورکار قرار داد تا این بنگاه‌ها با دستیابی به صرفه‌های مقیاس و تنوع و قابلیت سرمایه‌گذاری گسترده در بازاریابی و خدمات به مشتریان و انجام تحقیق و توسعه بتوانند با بنگاه‌های معظم خارجی در بازارهای جهانی رقابت کنند.

این سیاست صنعتی در چین بویژه در خودروسازی، موتورسیکلت سازی و صنایع الکترونیک که پراکندگی و تعدد بالایی داشتند و در خصوص قابلیت رقابت بین المللی آنها نگرانی‌هایی وجود داشت با نقش فعالانه دولت صورت گرفت.

با وجود برخی انتقادات از قرار دادن معیار بزرگ بودن برای انتخاب بنگاه‌های مورد حمایت و ارزیابی‌های منفی در خصوص اثرات ادغام بر کارایی و سودآوری بنگاه‌ها، چینی‌ها در تصویب قانون ضد انحصار خود در سال ۲۰۰۷ انعطاف‌های مهمی را درخصوص ادغام گنجانده که از عزم دولت چین بر استمرار این سیاست حکایت داشت. بر این اساس در مواردی چون تقویت توسعه صنایع موثر بر حیات اقتصاد ملی و امنیت ملی، تضمین اشتغال، توسعه پیشرفت فناوری و تقویت رقابت بین‌المللی بنگاه‌های داخلی که منافع عمومی تفسیر می شوند، وزارت بازرگانی چین اختیار دارد حتی با وجود آثار ضد رقابتی تصمیم به عدم منع تمرکز بگیرد.

ضابطه منافع عمومی اختیار وسیعی را برای وزارت بازرگانی چین در لحاظ اهداف سیاستی غیر مرتبط با رقابت و توجیه ادغام‌های ضد رقابتی فراهم می سازد و از آنجا که ادغام‌های میان بنگاه‌های چینی نسبت به ادغام‌های میان بنگاه‌های خارجی یا چینی و خارجی احتمال انطباق بالاتری با منافع عمومی دارند می تواند محملی تبعیض‌آمیز در اعمال قانون کنترل ادغام چین نیز ایجاد نماید.

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۴۳	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴ ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

برنامه های حمایتی دولت چین از ادغام و تملک را می توان از جمله در قالب تبدیل بدهی به سهام، خرید سهام و برخی رفتارهای ترجیحی و حتی اقدامات سلبی (از قبیل عدم اعطای تسهیلات و برق به بنگاههای سرباز زننده از ادغام) مشاهده کرد.

۲-۴-۴- آلمان

آلمان در حال حاضر، از اعضای گروه هشت و یکی از صنعتی ترین کشورهای جهان است. اقتصاد این کشور بزرگترین اقتصاد اروپا محسوب می شود و از منظر تولید ناخالص داخلی در رده پنجم بزرگترین اقتصادهای جهان قرار دارد. آلمان همچنین، یکی از قدرتهای بزرگ اقتصادی بین المللی به شمار آمده و سومین صادرکننده بزرگ جهان به شمار می آید. این در حالی است که اغلب بنگاههای آلمانی را شرکتهای کوچک و متوسط تشکیل می دهد. پس از شکست و تجزیه در جنگ جهانی دوم و ویرانی های بجا مانده از آن، آلمان (غربی) توانست با تدوین سیاستهای اقتصادی مناسب و بازسازی زیرساختهای خود فرایند رشد اقتصادی را از دهه پنجاه مجدداً آغاز کند به نحوی که اگرچه طی این سالها اقتصاد آن با فرازها و فرودهایی همراه بوده است اما در سال ۲۰۰۳ تا ۲۰۰۸ بزرگترین صادرکننده جهان بوده است. بر این اساس، مطالعه ساختارهای اقتصادی و نظامهای حقوقی این کشور می تواند نکات مفید و آموزنده ای برای کشورهای در حال توسعه از جمله ایران در برداشته باشد که در این مجال، نظام حقوقی حاکم بر ادغام و تملک میان بنگاههای اقتصادی این کشور از دیدگاه حقوق رقابت را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

حقوق رقابت به معنای امروزی آن در آلمان حدود شصت سال عمر دارد. در واقع، وضع مقرراتی خاص و جامع ناظر بر حفظ رقابت در این کشور به «قانون مبارزه با محدودیتهای بر رقابت ۲۱۶» باز می گردد که در سال ۱۹۵۷ به تصویب رسید و تاکنون نیز چندین نوبت (آخرین بار در سال ۲۰۱۳) مورد اصلاح قرار گرفته است. تا پیش از وضع این قانون و از اواخر قرن نوزدهم بتدریج کارتهای متعدد و نسبتاً بزرگی در این کشور پدید آمدند و به مرور قسمتهای مختلف اقتصاد آلمان را به سیطره خود

۲۱۶- Law Against Restraints of Competition (Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen)

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	 موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی
صفحه: ۱۴۴	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴		

درآوردند. حتی در این دوران، دیوان عالی این کشور در رای‌ی به سال ۱۸۹۷ کارتلها را به عنوان نهادی قانونی مشروعیت بخشید. به عقیده دیوان ورود بنگاه‌ها به قراردادهایی برای تثبیت قیمت مطابق با آزادی فعالیت بازرگانی آنها قانونی و مجاز تلقی گردید. این نقطه نظر از سوی اکثریت اقتصاددانان و سیاستمداران آلمانی نیز مورد استقبال واقع شد. از همین‌رو در حالی که پیش از شروع قرن بیستم تعداد کارتلها در اقتصاد این کشور حدود ۲۳۰ مورد بود پس از رای دیوان عالی کشور و برچیده شدن موانع حقوقی، پیش از جنگ جهانی اول تعداد آن به بیش از ۶۰۰ مورد رسید. روند رو به رشد تشکیل کارتلها در بخشهای مختلف اقتصادی به همین منوال ادامه یافت به گونه‌ای که تعداد آنها در سال ۱۹۲۲ حدود ۱۰۰۰ مورد گزارش شد. سه سال بعد این تعداد بین ۲۰۰۰ تا ۲۵۰۰ مورد تخمین زده شد. بر همین مبنا بود که آلمان را «کشور کارتلها» نامیدند. نهایتاً با روی کار آمدن نازی‌ها، این رژیم در سال ۱۹۳۳ عضویت در یکی از کارتلها را برای فعالان اقتصادی اجباری اعلام کرد^{۲۱۷}. همین کارتلها در طول جنگ جهانی دوم تامین مالی ارتش نازی را برعهده داشتند.

پس از خاتمه جنگ و اشغال آلمان، دولت ارتش متفق به سرکردگی ایالات متحده و به تاسی قوانین ضد انحصار این کشور با تصویب قانونی کارتلها را غیرقانونی اعلام کرد. قانون مبارزه با محدودیتهای رقابت جایگزین این قانون در سال ۱۹۵۷ شد. البته ناگفته نماند که در طول جنگ و بلافاصله پس از آن گروهی از اقتصاددانان و حقوقدانان آلمانی که به نحله فکری مکتب اردولیراليسم تعلق خاطر داشتند اصول سیاست اقتصادی آلمان را پایه‌ریزی کردند که این سیاستها با تشکیل دولت جمهوری فدرال آلمان غربی در سال ۱۹۴۹ نقشی سرنوشت‌ساز و تعیین‌کننده در بازسازی اقتصاد آلمان پس از جنگ ایفا نمود. مجموعه سیاستها و اصولی که نسخه نجات‌بخش اقتصاد آلمان شد و از سوی اندیشمندانی چون والتر اوکن^{۲۱۸} و فرانز بوهم^{۲۱۹} پایه‌گذاری و توسط لودویگ ارهارد^{۲۲۰} اولین وزیر اقتصاد

^{۲۱۷}- Manfred Neumann, "Competition Policy in the Federal Republic of Germany", in Giuliano Mussati (Ed.), *Mergers, Markets and Public Policy* (London: Kluwer Academic Publishers, 1995), p. 96.

^{۲۱۸}- Walter Eucken

^{۲۱۹}- Franz Bohm

^{۲۲۰}- Ludwig Erhard

مجموعه: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۴۵	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

جمهوری فدرال به اجرا نهاده شد «اقتصاد بازار اجتماعی»^{۲۲۱} خوانده می‌شود که در طول نیمه دوم قرن بیستم معجزه شکوفایی اقتصاد این کشور را رقم زد^{۲۲۲}. اقتصاد بازار اجتماعی در وهله اول بر رقابت میان فعالان اقتصادی استوار است. رقابت موثرترین شیوه کشف است چرا که اطلاعات پراکنده میان تعداد بی‌شمار از افراد را به کار می‌گیرد و در نهایت آزادی تجاری، کارایی اقتصادی، نوآوری و رفاه بیشتر را به ارمغان می‌آورد. رقابت از این نقطه نظر کالایی عمومی است که باید توسط دولت از طریق اتخاذ اقدامات مناسب محافظت شود. برای آن که بتوان رقابت و آزادی فعالیتهای بازرگانی را تضمین نمود لازم است تا اولاً کارتلها و سایر ترتیبات قراردادی محدودکننده رقابت را ممنوع و غیرقانونی اعلام کرد. ثانیاً باید از سوءاستفاده بنگاه‌های مسلط از قدرت اقتصادی خود با نظارت بر آنها ممانعت و از بروز ادغامهایی نیز که مانع ورود بنگاه‌های جدید به بازار می‌شوند جلوگیری کرد. به همین دلیل نیز یکی از اهداف مهم قانون مبارزه با محدودیتهای رقابت را حفظ ساختار غیرمتمرکز بازار دانسته‌اند. البته، برای آن که اقتصاد بازار اجتماعی بتواند در نیل به اهداف خود توفیق یابد در دیدگاه مبدعان آن می‌بایست لزوماً با سیاستهای رفاه اجتماعی تکمیل شود. دقیقاً همین نکته است که از نقاط مهم افتراق و تمایز دکترین مذکور از سایر نظریات مطرح در حقوق رقابت محسوب می‌شود. نخست این که بنگاه‌ها برای آن که آماده پیوستن به بازار رقابتی و پذیرش قواعد آن شوند باید ابتدا به آنها کمک شود. ثانیاً آنهایی نیز که در فرایند رقابت بازنده و از صحنه کارزار حذف می‌شوند باید مورد حمایت قرار گیرند تا یا با فراگیری و تحقیق کافی مجدداً آماده ورود به بازار رقابتی شوند و یا از شرایط یک زندگی شرافتمندانه هنگامی که بیمار یا از کار افتاده و سالخورده می‌گردند برخوردار شوند. رکن دیگر اقتصاد بازار اجتماعی را باید در ثبات پولی دانست. اطمینان به اطلاعاتی که قیمتها در بازار می‌گسترانند با وجود تورم از بین می‌رود. بنابراین، در شرایط تورمی عملکرد صحیح رقابت مختل می‌شوند و نتایج سودمندی از بازار بر نمی‌خیزد. از همین رو، مبدعان دکترین اقتصاد بازار اجتماعی تاکید

^{۲۲۱}- Social Market Economy (Soziale Marktwirtschaft)

^{۲۲۲}- برای مطالع بیشتر در خصوص این دکترین که مکتب فرایبورگ نیز نامیده می‌شود؛ رک: بهنام غفاری فارسانی، حقوق رقابت و ضمانت/اجراهای مدنی آن (تهران: نشر میزان، ۱۳۹۳)، صص ۱۰۲ به بعد و Neumann, op. cit., pp. 98 and seq.

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۴۶	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	
		ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار

وافری بر ثبات پولی دارند و تعقیب آن را توسط نهادهای دولتی مستقل (بانک مرکزی) جزء ضروری سیاست رقابتی قلمداد می‌کنند.

در هر حال، قانون مبارزه با محدودیتهای بر رقابت با تاسی از همین آموزه‌ها در سال ۱۹۵۷ تدوین شد. منتها در حالی که لایحه این قانون که از ناحیه دولت تهیه و به مجلس ارایه شد حاوی سه قسمت عمده بود یعنی مبارزه با کارتلها و اعلام غیرقانونی بودن ذاتی آنها، نظارت بر بنگاه‌های دارای موقعیت مسلط و کارتل‌های مجاز جهت جلوگیری از سوءاستفاده آنها از قدرت خود و مقرراتی راجع به کنترل ادغامها، در بررسی لایحه در مجلس مقررات بخش سوم حذف و قانون با حفظ مقررات بخشهای دیگر به تصویب رسید. علت حذف این مقررات از متن قانون فوق را در نتیجه اعتراضات و فشار برخی گروه‌های ذی‌نفع دانسته‌اند که مدعی بودند ممنوعیت ادغامها با از بین بردن منافع حاصل از صرفه‌های مقیاسی برای اقتصاد کشور زیان‌بار خواهد بود^{۲۲۳}. به هر تقدیر، حدود ۱۵ سال بعد با تغییر اکثریت مجلس و جایگزین شدن نمایندگان احزاب دمکرات آزاد و دمکرات اجتماعی بجای محافظه‌کاران همچنین، فراهم شدن شرایط مساعدتر برای اجرای کامل مقررات رقابت، پس از مجادلات فراوان نهایتاً مقرراتی نیز پیرامون کنترل ادغامها در سال ۱۹۷۳ به تصویب رسید و ضمیمه قانون مبارزه با محدودیتهای بر رقابت گردید. در ادامه به مطالعه و بررسی این مقررات خواهیم پرداخت. پیش از آن اشاره شود که وظیفه اجرای قانون مبارزه با محدودیتهای بر رقابت برعهده «اداره فدرال کارتل ۲۲۴» قرار دارد که از لحاظ سازمانی، یک نهاد اداری در وزارت امور اقتصادی و انرژی فدرال و دارای شخصیت حقوقی مستقل است. این اداره در حال حاضر حدود ۳۳۰ کارمند دارد^{۲۲۵}. علاوه بر این، از آن جا که آلمان از بنیان‌گذاران و اعضای اتحادیه اروپا می‌باشد لذا در مورد فعالیت تجاری آن دسته از بنگاه‌های این کشور که محدود به مرزهای داخلی نیست تابع دو رژیم حقوقی حقوق رقابت است یعنی مقررات داخلی آلمان و مقررات اتحادیه اروپا و لازم به ذکر است که مقررات اخیر از جمله در زمینه ادغام میان بنگاه‌ها

^{۲۲۳}- Neumann, *op. cit.*, p. 101.

^{۲۲۴}- Federal Cartel Office (Bundeskartellamt)

^{۲۲۵}- http://www.bundeskartellamt.de/EN/Home/home_node.html

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۴۷	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴ ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

بر مقررات داخلی کشورهای عضو اولویت دارد. چرا که مطابق با معاهدات منعقد، کشورهای عضو اتحادیه اروپا موظف هستند که اولاً مقررات داخلی خود را با مقررات اتحادیه هماهنگ و بر فرض تعارض آنها را اصلاح کنند و ثانیاً در صورت سکوت قوانین خود یا تعارض آنها با مقررات اتحادیه، موازین اخیر را به اجرا درآورند. آن چه که در ادامه خواهد آمد مطالعه مقررات داخلی آلمان در باب ادغام میان بنگاه‌های این کشور است.

۲-۴-۱- جایگاه ادغام و تملک میان بنگاه‌ها در حقوق رقابت آلمان

در قانون مبارزه با محدودیتهای بر رقابت آلمان، ادغام و تملک عنوان مستقلی ندارند بلکه نظام کنترلی حاکم بر آنها تحت اصطلاح عام‌تری با عنوان «تمرکز» وضع شده است. این بدان خاطر است که ادغام یا تملک میان بنگاه‌ها در کنار برخی شیوه‌های دیگر از جمله مصادیق بارز اقداماتی هستند که در بازارها ممکن است به ایجاد تمرکز منجر شوند (اقدامات تمرکززا). عمده مشکلی نیز که در نتیجه آنها فراروی رقابت قرار می‌گیرد و نظارت بر آنها از سوی مقامات رقابتی ضروری می‌سازد ناشی از همین مساله می‌باشد. چرا که ساختار بازار را از طریق کاستن از تعداد بنگاه‌های رقیب مستقل به سمت کاهش یا حذف رقابت و نهایتاً انحصار سوق می‌دهند. به همین دلیل، قانون‌گذار آلمانی به تبعیت از مقررات اتحادیه اروپا، فصل هفتم قانون فوق را (مواد ۳۵ تا ۴۳) به ذکر مقررات ناظر بر «کنترل تمرکزها ۲۲۶» اختصاص داده است. ماده ۳۷ قانون یادشده تمرکز را مشتمل بر موارد زیر دانسته است:

۱- تملک تمام یا بخش عمده‌ای از دارایی‌های بنگاه دیگر؛

۲- در اختیار گرفتن کنترل مستقیم یا غیرمستقیم تمام یا بخشی از یک یا چند بنگاه از سوی یک یا چند بنگاه دیگر؛ کنترل از طریق حقوق، قراردادهای یا به هر وسیله دیگری جدا از هم یا همراه با هم و با در نظر گرفتن کلیه اوضاع و احوال قانونی و واقعی حاصل می‌شود و در عمل امکان اعمال نفوذ قطعی بر یک بنگاه از طرق زیر فراهم می‌کند:

الف) مالکیت یا حق بر استفاده از کل یا بخشی از دارایی‌های بنگاه مورد نظر؛

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۴۸	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴		

ب) حقوق یا قراردادهایی که نفوذ و اثرگذاری قطعی بر ترکیب، رای‌دهی یا تصمیمات نهادهای بنگاه مورد نظر را فراهم می‌آورند.

۳- تملک سهام بنگاه دیگر اگر سهام مذکور جداگانه یا مجموعاً با سایر سهام دیگر که قبلاً توسط بنگاه موردنظر تحصیل شده‌اند به ۱) ۵۰٪ یا ۲) ۲۵٪ سرمایه یا حق رای بنگاه دیگر برسد. سهام تملک شده توسط یک بنگاه شامل سهامی نیز که توسط شخص دیگری اما به حساب آن بنگاه تحصیل شده خواهد شد.

۴- هرگونه ترکیب^{۲۲۷} بنگاه‌ها که یک یا چند بنگاه را قادر می‌سازد تا مستقیماً یا غیرمستقیم نفوذ رقابتی محسوس و قابل توجهی را بر بنگاه دیگر اعمال کند.

علاوه بر موارد فوق هرگاه بنگاه‌های مربوطه قبلاً با یکدیگر ادغام شده باشند وجود تمرکز مفروض خواهد بود مگر آن که تمرکز مذکور به تقویت قابل توجه همبستگی میان آن بنگاه‌ها منجر نشده باشد (بند ۲ ماده ۳۷).

همان‌گونه که ملاحظه می‌شود ادغام و اقسام مختلف تملک‌ها در ذیل عنوان تمرکز مورد اشاره قرار گرفته‌اند لذا برای مطالعه مقررات پیرامون آنها باید نظام حقوقی حاکم بر تمرکزها را مورد بررسی قرار داد. لازم به ذکر است که چنانچه موسسات مالی و اعتباری یا شرکتهای بیمه سهام بنگاه‌های دیگر را با هدف فروش مجدد تحصیل کنند مادامی که حق رای ناشی از این سهام را اعمال نکنند و این سهام ظرف یکسال به فروش رسند این امر تمرکز تلقی نخواهد شد. این مهلت زمانی توسط اداره کارتل فدرال در صورتی که ثابت شود ظرف آن مدت فروش سهام ناممکن بوده است قابل تمدید می‌باشد. گفته شد که وظیفه اجرای قانون مبارزه با محدودیتهای بر رقابت و ازجمله اعمال مقررات ناظر بر کنترل تمرکزها برعهده اداره کارتل فدرال است. جهت نظارت بر انجام وظایف این اداره، کمیسیون نیز تحت عنوان «کمیسیون انحصارات»^{۲۲۸} پیش‌بینی شده است که وظیفه دارد هر دو سال یکبار

^{۲۲۷}- Combination

^{۲۲۸}- Monopolies Commission

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۴۹	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴ ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

گزارشی کارشناسی در خصوص ارزیابی وضعیت تمرکز در آلمان و پیش‌بینی خود از توسعه آن همچنین، ارزیابی‌اش از نحوه اعمال مقررات ناظر بر کنترل ادغامها و اظهارنظر پیرامون سایر موضوعات مطرح در سیاست رقابتی آلمان منتشر کند (ماده ۴۴).

۲-۴-۴-۲- نظام حقوقی حاکم بر تمرکزها در حقوق رقابت آلمان

در این بخش بنا داریم تا از قلمرو اعمال مقررات ناظر بر تمرکزها و نحوه نظارت اداره کارتل فدرال بر آنها و نهایتاً ضوابط مربوط به تشخیص تمرکزها ضد رقابتی و ممنوع در حقوق رقابت آلمان سخن به میان آوریم. وفق ماده ۳۵ قانون مبارزه با محدودیتهای بر رقابت مقررات مربوط به تمرکزها تنها در مواردی اعمال می‌گردند که در آخرین سال مالی پیش از تمرکز:

۱- جمع کل فروش جهانی تمامی بنگاه‌های مرتبط بیشتر از ۵۰۰ میلیون یورو باشد و

۲- فروش کل داخلی حداقل یکی از بنگاه‌های مرتبط بیشتر از ۵ میلیون یورو باشد.

در محاسبه گردش مالی و کل فروش بنگاه‌ها، درآمدهای حاصل از فروش، اجاره یا اجاره به شرط تملیک کالا همچنین، عرضه خدمات پس از کسر تخفیفهای داده شده و مالیات بر ارزش افزوده و سایر مالیاتها مدنظر قرار خواهند گرفت. البته، فروش حاصل از عرضه کالا و خدمات میان بنگاه‌های تابعه و به هم پیوسته (فروش درون گروه) محاسبه نخواهد شد. علاوه بر این، در ارزیابی فروش کل بنگاه‌ها مطابق با ماده ۳۸ نکات زیر لحاظ می‌گردد:

- در تجارت کالا تنها سه چهارم فروش کل مورد محاسبه قرار می‌گیرد؛
- در انتشار، تولید و توزیع روزنامه‌ها، مجلات و بخشهایی از آنها ۸ برابر فروش کل و در تولید و پخش برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی و انجام تبلیغات در آنها ۲۰ برابر فروش کل مدنظر قرار خواهد گرفت؛

- در تمرکز حاصل از تملک بخشهایی از یک یا چند بنگاه باشد تنها فروش کل یا سهام بازاری قابل انتساب به بخشهای جداشده محاسبه خواهد شد خواه دارای شخصیت حقوقی مجزایی

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۵۰	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴ ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

باشند یا خیر. البته، این امر در جایی که تملک موجب ایجاد کنترل بر بنگاه دیگر یا تحصیل بیش از ۲۵٪ سهام او می‌گردد قابلیت اعمال نخواهد داشت.

در خصوص نحوه ارزیابی بر تمرکزها و تعیین ضابطه تشخیص تمرکزهای ضدرقابتی ماده ۳۶ قانون مبارزه با محدودیتهای بر رقابت چنین مقرر داشته است: تمرکزی که به طور جدی و قابل توجهی مانع از رقابت موثر شود به ویژه در جایی که ایجاد یا تقویت یک موقعیت مسلط در نتیجه آن محتمل و قابل انتظار باشد توسط اداره کارتل فدرال ممنوع خواهد شد. بنابراین، همان گونه که ملاحظه می‌شود قانون موصوف به تبعیت از تحولات صورت گرفته در حقوق رقابت اتحادیه اروپا ۲۲۹ ضابطه تمیز تمرکزهای ضدرقابتی از غیر آنها را «ممانعت کردن از رقابت موثر ۲۳۰» دانسته است. در این بین، ایجاد یا تقویت یک موقعیت مسلط در نتیجه تمرکز مصداق بارز ممانعت از رقابت موثر به شمار خواهد آمد. حسب ماده ۱۸ قانون در موارد زیر یک بنگاه به عنوان عرضه‌کننده یا خریدار یک کالا یا خدمت تجاری خاص دارای موقعیت مسلط ۲۳۱ در بازار جغرافیایی و محصول مرتبط فرض می‌شود که:

- هیچ رقیبی نداشته باشد؛

- در معرض رقابت جدی و قابل توجه نباشد؛ یا

- دارای یک موقعیت باراری برجسته و قابل توجه نسبت به رقبای خود باشد.

در ارزیابی موقعیت بازاری یک بنگاه در برابر رقبای وی مولفه‌های زیر مورد توجه قرار می‌گیرند: سهم بازاری بنگاه مورد نظر، قدرت مالی، دسترسی وی به بازارهای عرضه و فروش، ارتباطش با سایر بنگاه‌ها، موانع قانونی یا واقعی ورود سایر بنگاه‌ها به بازار، توانایی طرف دیگر بازار برای رجوع به دیگر

^{۲۲۹} - برای مطالعه بیشتر؛ ر.ک: غفاری، همان منبع، صص ۳۹۳ به بعد.

^{۲۳۰} - برای دیدن مفهوم رقابت موثر؛ ر.ک: همان منبع، صص ۳۶ به بعد.

^{۲۳۱} - در رویه قضایی محاکم اتحادیه اروپا، موقعیت مسلط به معنای وضعیتی از قدرت اقتصادی است که به بنگاه بهره‌مند از آن اجازه می‌دهد تا با رفتار کردن تا حد زیادی مستقل از رقبای، مشتریان و نهایتاً مصرف‌کنندگان بتواند مانع حفظ رقابت موثر در بازار مرتبط شود؛ همان منبع، ص ۵۲۷.

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۵۱	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

بنگاه‌ها، رقابت بالقوه و بالفعل از ناحیه دیگر بنگاه‌ها و توانایی بنگاه مورد نظر در انتقال عرضه یا تقاضایش به محصولات یا خدمات دیگر.

مطابق با ماده ۳۹ قانون مبارزه با محدودیتهای بر رقابت بنگاه‌های مشارکت کننده در تمرکز و در موارد تملک، بنگاه فروشنده مکلف هستند پیش از به اجرا درآوردن تمرکز مراتب را به همراه اطلاعات مربوطه از جمله گردش مالی و سهم بازاری خود به اداره کارتل فدرال اطلاع دهند. پس از آگاه شدن اداره کارتل فدرال از تمرکز، ارزیابی ممکن است طی دو مرحله صورت پذیرد. اداره کارتل تنها زمانی می‌تواند تمرکزی که به او اطلاع داده شده است را ممنوع اعلام کند که ظرف یک ماه از تاریخ دریافت اطلاعات کامل مرحله دوم یعنی مرحله «بررسی تمرکز ۲۳۲» را شروع کرده باشد. مرحله دوم ارزیابی تمرکز در مواردی آغاز می‌شود که بررسی بیشتر تمرکز ضروری باشد. بر این اساس، باید گفت در حقوق رقابت آلمان هیچ‌گاه بدون بررسی دقیق و موشکافانه هیچ ادغام یا تملکی را به صورت پیش فرض و از قبل معلوم ممنوع اعلام نمی‌کند. به عبارت دیگر، اصل بر جواز تمرکز میان بنگاه‌ها است مگر آن که پس از بررسی‌های دقیق و کارشناسی ضدرقابتی بودن تمرکز بر مبنای معیار پیش‌گفت به اثبات رسد. به همین ترتیب، همواره امکان اعلام صحت تمرکز و ضدرقابتی نبودن آن هم در مرحله اول و هم در مرحله دوم وجود دارد.

به هر تقدیر، هرگاه بررسی یک تمرکز وارد فاز دوم شد، اداره کارتل باید ضمن انتشار مراتب در روزنامه رسمی فدرال (ماده ۴۳) با اتخاذ تصمیم تعیین کند که آیا تمرکز ممنوع می‌باشد یا مجاز. اگر تصمیم اداره ظرف مدت ۴ ماه از تاریخ دریافت اطلاع‌رسانی کامل به بنگاه‌های اطلاع‌دهنده ابلاغ نگردد، تمرکز مجاز تلقی خواهد شد. البته این مدت ممکن است با رضایت طرفین تمدید و یا از سوی اداره کارتل در جایی که نیاز به اطلاعات بیشتری از طرفین دارد به حالت تعلیق درآید. ممکن است اداره کارتل تمرکز را به نحو مشروط با ذکر شرایط و تعهداتی برای طرفین مجاز اعلام کند. در صورت عدم رعایت شرایط و تعهدات مذکور همچنین، در مواردی که جواز بر مبنای خصوصیات نادرست یا حيله‌آمیز صادر شده باشد جواز تمرکز قابل لغو یا اصلاح خواهد بود. علاوه بر آن، در صورتی که اداره

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۵۲	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

کارتل تصمیم بر اعلام ممنوعیت تمرکزی داشته باشد باید پیش از اعلام آن به مقامات عالی ایالتی که بنگاه‌های مربوطه در قلمرو آن به ثبت رسیده‌اند فرصت کافی جهت اعلام نظر خود را بدهد. لازم به ذکر است که طی ده سال اخیر، ۸۲ مورد تمرکز مورد بررسی اداره کارتل قرار گرفته است که از این میان در ۱۰ مورد تصمیم به ممنوعیت اتخاذ شده، ۴ مورد مجاز مشروط و مابقی نیز مجاز اعلام شده‌اند.

۲-۴-۳- معافیتها

تا بدین جا اشاره گردید که رژیم حاکم بر تملکها و ادغامها یا به‌طور کلی مقررات مربوط به اقدامات تمرکززا در آلمان از طریق تمهید ضابطه محدود شدن رقابت موثر به ویژه از طریق ایجاد یا تقویت موقعیت مسلط، مرز میان تمرکزهای مجاز از غیرمجاز را ترسیم کرده است. با این حال، همانند بسیاری از نظامهای حقوق رقابت دیگر در این کشور نیز تحت شرایطی معافیهایی پیش‌بینی شده است. صرف‌نظر از این که تمرکزهایی که به محدود شدن اساسی رقابت نمی‌انجامند مجاز تلقی خواهند شد، وفق مفهوم ماده ۳۵، مقررات فصل هفتم قانون مبارزه با محدودیتهای بر رقابت نسبت به آن دسته از تمرکزهایی که فروش سالانه بنگاه‌های طرف آن به حد نصاب مقرر در ماده فوق نرسند که پیشتر به آنها اشاره شد اعمال نخواهند گردید. همان‌گونه که ملاحظه می‌شود در آلمان با پیش‌بینی این معافیت حمایت از شرکتهای با اندازه کوچک در جهت افزایش حجم آنها و تبدیل شدن به بنگاه‌های متوسط و تقویت قدرت رقابت آنها در دستور کار قرار گرفته است و محدودیتهای ناشی از کنترل تمرکزها شامل آنها نمی‌شود. علاوه بر این مطابق با بند ۲ ماده فوق، در مواردی که بنگاه‌های دارای استقلال حقوقی نیست و شرکت تابعه بنگاه دیگر محسوب می‌گردد و فروش جهانی آن کمتر از ۱۰ میلیون یورو می‌باشد هرگاه با بنگاه دیگری ادغام شود این ادغام از شمول مقررات ناظر بر تمرکزها معاف خواهد بود. معافیت دیگری که در همین مقرره پیش‌بینی شده است راجع به تمرکزهایی است که میان بنگاه‌ها و نهادهای عمومی در ارتباط با اصلاحات محدوده جغرافیایی شهرداری‌ها رخ می‌دهند.

گذشته از موارد اشاره شده، قانون مذکور حتی در مورد تمرکزهایی که مشمول قانون یادشده قرار می‌گیرد و با وجود این که ممکن است پس از اعمال ضابطه محرز شود که مانع از رقابت موثر می‌گردند

مجری: فرزاد مرادپور		کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۵۳	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

حاوی معافیت‌های مهمتری در این ارتباط به‌ویژه با هدف افزایش کارایی، رفاه مصرف‌کنندگان و ارتقای توان رقابت بنگاه‌های داخلی می‌باشد. مطابق با بند ۱ ماده ۳۶ قانون ممنوعیت ناشی از ممانعت از رقابت موثر در مورد هر یک از تمرکزهای ذیل قابلیت اعمال را ندارد:

(۱) بنگاه‌های مربوطه ثابت کنند که تمرکز موردنظر آنها منجر به بهتر شدن شرایط رقابت نیز شده و این بهبودی بر خدشه واردشده بر رقابت برتری دارد؛

(۲) شرایط لازم برای ممنوع اعلام کردن تمرکز در بازاری فراهم شده باشد که در آن کالا یا خدمات تجاری برای مدت حداقل پنج سال عرضه شده و در آخرین سال تقویمی حجم فروش کمتر از ۱۵ میلیون یورو فروش داشته باشد.

اما نکته مهم دیگری که توجه به آن ضروری جلوه می‌کند این است که قانون مبارزه با محدودیتهای بر رقابت آلمان به همین مقدار معافیتها نیز اکتفا نکرده است. در مباحث پیشین اشاره شد که اگرچه، آلمان از اواخر قرن نوزدهم به یکی از بزرگترین صادرکنندگان کالا در اروپا و اقصی نقاط جهان مبدل شد و تاکنون نیز این موقعیت خود را حفظ کرده است اما بنگاه‌های این کشور غالباً بنگاه‌های کوچک و متوسط هستند و اندازه بنگاه‌های صادرکننده این کشور در قیاس با بنگاه‌های بزرگ بین المللی رقیب خود در دیگر کشورهای صنعتی دیگر نظیر آمریکا، چین، کره، ژاپن و برخی دیگر از کشورهای اروپایی ممکن است کوچکتر باشند و این امر در عرصه‌های بین‌المللی آسیب‌هایی به آنها وارد کند. از همین رو، با در نظر گرفتن واقعیت مذکور قانونگذار آلمانی در ماده ۴۲ قانون فوق برای وزیر امور اقتصادی این کشور اختیار فوق العاده‌ای جهت بررسی تصمیمات اداره فدرال کارتل پیش‌بینی و چنین مقرر داشته است: وزیر اقتصاد و تکنولوژی فدرال ۲۳۳ بنا به درخواست کتبی ظرف یک‌ماه از تاریخ ابلاغ تصمیم اداره کارتل فدرال می‌تواند تمرکزی را که توسط اداره مذکور ممنوع شده است به طور موردی مجاز اعلام کند مشروط به این که مزایای ناشی از تمرکز مزبور برای کل اقتصاد بر معایب حاصل از وضع محدود بر رقابت بیشتر باشد و یا اگر تمرکز موردنظر بر مبنای منافع عمومی اولویت‌دار قابل توجه باشد. در این زمینه، توان رقابت بنگاه‌های مرتبط در بازارهای خارج از قلمرو اعمال این قانون باید

^{۳۳} - نام این وزارتخانه در حال حاضر وزارت امور اقتصادی و انرژی است.

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	
صفحه: ۱۵۴	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	
		ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار

مورد توجه قرار گیرد. این مجوز تنها در مواردی اعطا خواهد شد که قلمرو محدودیت بر رقابت ناشی از تمرکز، نظام اقتصادی بازار را به مخاطره نیندازد. به علاوه، مجوز یادشده می‌تواند مشروط به رعایت شرایط یا تعهداتی صادر شود. وزیر می‌بایست ظرف ۴ ماه در مورد درخواست تصمیم خود را اتخاذ نماید و پیشتر نظر کمیسیون انحصار و مقامات عالی ایالتی که بنگاه‌های مرتبط در حوزه آن به ثبت رسیده است جویا شود. مجوزی که وزارت مذکور در راستای استفاده از این اختیار خود صادر می‌کند در روزنامه رسمی فدرال منتشر خواهد شد. در هر حال، به عقیده برخی نویسندگان آلمانی از آن‌جا که شرایط برخورداری از این معافیت و ارایه شواهدی که توجیه‌کننده تمرکز ممنوع شده باشند بسیار دشوار است لذا مجوزهای وزارتی در موارد کاملاً استثنایی و نوعاً در جاهایی که موضوع بر سیاستهای صنعتی وزارت مزبور منطبق باشد قابلیت صدور را خواهند داشت^{۲۳۴}.

در عین حال بررسی یک دوره حدود سی ساله (۱۹۷۴-۲۰۰۷) حاکی از پذیرش قریب نیمی از درخواستهای استفاده از این اختیار وزارتی بوده است. به نحویکه از ۲۱ درخواست ۸ مورد آن توسط وزارت اقتصاد مورد پذیرش قرار گرفته است که یکی از موارد ادغام پذیرفته شده (E.ON/Ruhergas) جنجال برانگیز هم بوده است. در خصوص ضرورت انطباق قوانین رقابت آلمان با ضوابط رقابتی اتحادیه اروپا شایان توجه است که وجود ملاحظات سیاست صنعتی در زمره اهداف غیررقابتی ذکر شده برای قانون رقابت اتحادیه اروپا و تصمیمات موردی کمیسیون اروپا قابل مشاهده است و ضوابط مشابهی در قوانین رقابت برخی از دیگر کشورهای اروپایی (نظیر انگلستان) نیز وجود دارد.^{۲۳۵}

۲-۴-۴-۴- ضمانت اجراها

ضمانت اجراهای تخطی از مقررات و ممنوعیتهای مربوط به تمرکزها را در حقوق رقابت آلمان می‌توان در موارد ذیل خلاصه کرد:

^{۲۳۴}- Maxim Kleine & Norton Rose Fulbright, "Germany", *IFLR Survey | Merger Control 2015*, p. 24.

^{۲۳۵} - Tingting Weinreich-Zhao(2015), Op. Cit., pp. 75-76.

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۵۵	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

۱) مطابق با ماده ۴۱ قانون مبارزه با محدودیتهای بر رقابت، بنگاههای مرتبط با هرگونه تمرکزی که مشمول مقررات فصل هفتم قانون مذکور قرار گرفته و جواز آن را اداره کارتل فدرال صادر نکرده است امکان اجرای آن را ندارند و نباید در اجرای آن پیش از انقضای مهلتهای قانونی تهیین شده برای بررسی مرکز در اجرای آن مشارکت کنند. قراردادهایی که از ناقض این ممنوعیت می باشند باطل خواهند بود. البته، در مقرر مذکور معافیهای از حکم ممنوعیت فوق پیشبینی شده است. ارجمله در مواردی که اداره کارتل بنا به تقاضای بنگاههای مرتبط و در صورتی که دلایل مهم و جدی مطرح شود مبنی بر این عدم اجرای تمرکز لطمات جدی به آنان یا افراد ثالث وارد می کند می تواند آنها را از ممنوعیت مزبور معاف کند. در صورتی که تمرکزی برخلاف مقررات فوق اجرا شود حال آن که شرایط ممنوعیت بر آن صادق باشد به تصمیم اداره فدرال تجزیه ۲۳۶ خواهد شد مگر آن که موفق به دریافت مجوز وزارت اقتصاد و تکنولوژی گردد. بر فرض صدور تصمیم قطعی جهت تجزیه تمرکز، اداره کارتل فدرال اقدامات لازم جهت انجام این امر را مشخص و دستور به اجرای آنها را صادر می کند. البته، اداره مزبور می تواند به هر شیوه دیگری جهت بازگرداندن حالت پیش از تمرکز و رفع محدودیت بر رقابت ناشی از آن توسل جوید و از جمله اقدامات ذیل را به عمل آورد: ۱) ممنوع یا محدود کردن حق رای های ناشی از سهام یک بنگاه که توسط بنگاه دیگر تحصیل شده اند و ۲) تعیین یک نفر امین ۲۳۷ جهت اجرای تجزیه تمرکز. تصمیم اداره کارتل مبنی تجزیه یک تمرکز و نحوه اجرای آن در روزنامه رسمی فدرال منتشر خواهد شد.

۲) عدم اجرای مقررات فصل هفتم قانون در مورد کنترل تمرکزها از سوی بنگاههای مرتبط و عدم تبعیت از دستورات لازم الاجراهای اداره کارتل فدرال حسب ماده ۸۱ جرم اداری محسوب شده و متخلف اعم از آن که عمداً یا سهواً مرتکب تخطی شده باشد با جریمه اداری ۲۳۸ مواجه خواهد شد. اعمال زیر از جمله این جرایم اداری است: اجرای تمرکز پیش از تایید آن، عدم اجرای دستورات اداره کارتل در مورد تجزیه تمرکز، عدم رعایت شرایط و تعهدات مذکور در مجوزهای مشروط، عدم اطلاع

^{۲۳۶}- Dissolution

^{۲۳۷}- Trustee

^{۲۳۸}- Administrative Fines

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی
صفحه: ۱۵۶	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	
		ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار

تمرکز و یا عدم ارایه اطلاعات خواسته شده توسط اداره کارتل فدرال. میزان این جریمه اداری حسب مورد حداکثر صد هزار یا یک میلیون یورو خواهد بود.

۲-۴-۵-جمع بندی

آلمان در حالی در زمره کشورهای توسعه یافته و از بزرگترین صادرکنندگان در بازارهای بین‌المللی محسوب می‌گردد که پس از شکست در جنگ جهانی دوم و تجربه اشغال و تجزیه دچار ویرانی‌های عظیمی در زیرساختهای نظام اقتصادی خود شده بود. در مطالعه صورت گرفته در خصوص آلمان روشن شد که برنامه‌ریزان اقتصادی این کشور برای رسیدن به این جایگاه، ازجمله سیاستهایی که در پیش گرفتند که به نظریه «اقتصاد بازار اجتماعی» مشهور است. اگرچه، در این ایده رقابت آزاد نقشی محوری در پیشبرد اقتصاد خواهد داشت اما بنگاه‌ها به کلی به حال خود رها نمی‌شوند و هم برای ورود به بازارهای رقابتی و هم در صورت شکست و حذف از بازار از حمایت‌های دولت برخوردار خواهند شد. به‌علاوه هرچند برای محافظت از رقابت موثر در بازارها و بهره‌مندی از مزایای ناشی از وجود رقابت مقرراتی وضع شده و از بروز تمرکزهایی که مانع وقوع چنین رقابتی می‌شوند جلوگیری به عمل آمده است با این‌همه، به منظور تشکیل بنگاه‌های بزرگ آلمانی که توان رقابت مناسب در عرصه بین‌المللی داشته باشند و بتوانند این کشور را کماکان در صدر کشورهای صادرکننده جهان حفظ کنند، پس از آنکه سالها (۱۹۷۴-۱۹۵۷) قانون رقابت این کشور اساساً فاقد ضوابط کنترل ادغام بود، معافیهایی نیز پیش‌بینی شده است. ازجمله به وزارت امور اقتصادی و انرژی این کشور اجازه داده شده است تا اگر تملک یا ادغام یا به طور کلی هر اقدام تمرکززایی میان بنگاه‌های آلمانی رخ دهد و به واسطه محدود شدن جدی رقابت در نتیجه این تمرکز از سوی اداره کارتل فدرال ممنوع اعلام گردد چنان‌چه ثابت شود وقوع تمرکز مذکور به سود کل اقتصاد این کشور بوده و یا به سود منافع عمومی باشد مجوز اجرای آن را صادر کند.

۲-۴-۵-هند

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۵۷	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

با بهره‌گیری از آزادسازی طی بیش از دو دهه گذشته در هند، اقتصاد درون‌نگر این کشور به اقتصاد آزاد مبتنی بر بازار تغییر یافت و هند به عنوان یکی از جذاب‌ترین کشورها برای سرمایه‌گذاری شناخته شد. به طوری که به عنوان مثال در بخش فناوری تقریباً کلیه بازیگران جهانی عمده شرکت‌هایی را در هند تأسیس کردند. شرکت‌های هندی نیز در داخل و خارج از این کشور به ادغام در شرکای داخلی و خارجی روی آوردند.^{۲۳۹} هند در سال‌های اخیر ظرفیت‌های بالقوه زیادی در زمینه ادغام و تملک داشته و در بخش‌های صنعتی مختلفی به ایفای نقش پرداخته است.^{۲۴۰} اما تا اوایل دهه ۷۰ میلادی آمار دستاوردهای صنعتی و اقتصادی هند در مقایسه با کشورهای تازه صنعتی شده آسیای مطلوب نبود. زیرا سندرم کشور بزرگ بودن به جذب تولیدات کشور در داخل کمک می‌کرد. از سوی دیگر، به علت سابقه حضور استعمار انگلیس در هند، صادرات کالا از این کشور مانند بهره‌برداری بیگانگان از منابع ملی اقدامی نامطلوب تلقی می‌شد. افزون بر آن، با تأثیرپذیری سیاستمداران و برنامه‌ریزان هند از سوسیالیسم بر اقتصاد عمومی تأکید می‌شد. روابط مناسبی میان دولت و بخش خصوصی نیز ایجاد نشده بود تا از ظرفیت‌ها و توانمندی‌های فعالان بخش خصوصی به نحو مطلوبی در اقتصاد ملی استفاده شود. زیرا اصول ۳۸ و ۳۹ قانون اساسی هند^{۲۴۱} تضمین رفاه مردم به واسطه نظم اجتماعی و کنترل منابع مادی را بر عهده دولت گذارده است و الزامات تعیین شده در اصول مزبور برای دولت، مبنای کنترل اقتصاد توسط دولت و تصویب قوانین و مقررات مربوط به رویه‌های تجاری محدودکننده و شکل‌گیری انحصارات در هند بوده است. اما در دهه ۸۰ شرایط اقتصادی هند بهبود یافت. مهمترین علت این بهبود را توجه به آزادسازی درونی و بیرونی دانسته‌اند.^{۲۴۲} توجه به آزادسازی در این کشور تداوم یافت و در سال ۱۹۹۱ اقدامات مربوط به اصلاحات اقتصادی شامل آزادسازی و مقررات زدایی آغاز گردید. کشور

²³⁹. Mergers & Acquisitions Law Guide 2013/14, Available at: <http://www.lexisnex.jp/pdf/MALawGuide2013.pdf> (last visited: 2015/05/19)

^{۲۴۰}. برای آگاهی از فهرست ده شرکت هندی دارای بالاترین میزان ارزش معاملات در سال ۲۰۱۴ رک.

Top 10 Indian Mergers and Acquisitions of 2014, available at: <http://trak.in/tags/business/۲۰۱۴/۱۰/۲۰۱۴/top-۱۰-indian-mergers-acquisitions-۲۰۱۴/> (last visited: 2015/05/19)

^{۲۴۱}. برای آگاهی از مفاد این اصول رک.

http://india.gov.in/sites/upload_files/npi/files/coi_contents.pdf (last visited: 2015/06/24)

^{۲۴۲}. مطالب ذکر شده در این مبحث با اقتباس از گزارش منتشر شده توسط مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی در نشانی زیر تهیه شده

است:

(last visited: 2015/06/24) <http://rc.majlis.ir/fa/report/show/728740>

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۵۸	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

هند در پی این اقدامات به مرحله آزادسازی، خصوصی‌سازی و جهانی شدن وارد شد. پس از استقلال هند تا قبل از ورود به این مرحله، قوانین و مقررات لازم‌الاجرا به منظور کنترل اقتصاد توسط دولت و اداره امور مربوط به صورت دستوری تصویب و پیگیری می‌شد.^{۲۴۳} اما پس از انجام اصلاحات اقتصادی در هند این قوانین برای بهبود رقابت در بازارها نامناسب جلوه کرد. بنابراین تصویب قانون رقابت در این کشور برای پاسخ‌گویی به نیازهای جدید محیط کسب و کار و فعالان اقتصادی مورد توجه قرار گرفت تا موضوعات حائز اهمیتی مانند ایجاد زمینه‌های قانونی ادغام بنگاه‌های هند برای استفاده از منافع آن، از قبیل افزایش توان رقابت در بازارهای جهانی امکان‌پذیر گردد. هند پس از عضویت در سازمان تجارت جهانی برای برخورداری از مزایای عضویت در این سازمان و ادغام در اقتصاد جهانی از گسترش مقیاس تولید بهره گرفت. یکی از مهمترین نمونه‌های قابل ذکر در این زمینه آزادسازی صنعت پوشاک هند بوده است. این صنعت قبل از اصلاحات اقتصادی مشمول قانون صنایع کوچک بود.^{۲۴۴}

۲-۴-۵-۱- قانون‌گذاری درباره رقابت و ادغام در هند

هند از نخستین کشورهایی بود که از قانون رقابتی با عنوان «قانون رویه‌های تجاری محدودکننده و انحصارات ۱۹۶۹»^{۲۴۵} برخوردار شد. راهبرد توسعه در این کشور مبتنی بر برنامه‌ریزی توسط دولت بود و دولت تقریباً همه فعالیت‌های اقتصادی را کنترل می‌کرد. اما پس از اصلاحات اقتصادی و گسترش آزادسازی و خصوصی‌سازی در هند کاستی‌ها و نارسایی‌های قانون مزبور در پاسخ‌گویی به نیازهای جدید و حل مشکلات ایجاد شده در محیط جدید اقتصادی کشور مورد توجه قرار گرفت. آرای متعدد صادر شده از دیوان عالی کشور هند طی سه دهه درباره نارسایی‌های متن قانون مزبور نیز تهیه

^{۲۴۳}. این قوانین را command- and- control laws می‌نامیدند.

^{۲۴۴}. بانک جهانی، پیشین، ص ۴۱۷.

^{۲۴۵}. برای آگاهی از مفاد این قانون موسوم به The Monopolies and Restrictive Trade Practices, 1969(MRTP Act)، اصلاحات بعدی، نارسایی‌های قانون مزبور و همچنین مقایسه مندرجات آن با قانون رقابت جدید هند رک.

http://www.mca.gov.in/Ministry/actsbills/pdf/The_Monopolies_and_Restrictive_Trade_Practices_Act_1969.pdf(last visited: 2015/06/24)

cuts-international.org/doc01.doc(last visited: 2015/06/24)

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۵۹	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

پیش‌نویس قانون رقابت جدید و سازگار با شرایط جدید کشور را اجتناب ناپذیر نمود. زیرا از یک سو، قانون رویه‌های تجاری محدودکننده و انحصارات مقررات مربوط به ادغام و اقدامات ضد رقابتی را در بر نداشت و ضمانت‌های اجرایی نقض مقررات پیش‌بینی شده در آن نیز تعیین نشده بود. از سوی دیگر، با توجه به تدوین این قانون به منظور اجرای مقرراتی در جهت اداره اقتصاد کشور بر اساس مداخله دولت، محتوای قانون مزبور با شرایط جدید جامعه بین‌المللی و تامین منافع ملی هند سازگار نبود. پس از انجام اصلاحاتی در قانون مصوب ۱۹۶۹ کماکان نارسایی‌هایی در اجرای آن وجود داشت. برای رفع این نارسایی‌ها دو رویکرد مطرح بود. ادامه اصلاح قانون لازم‌الاجرای موجود برای پاسخگویی به نیازهای مورد نظر، یا تصویب قانونی جدید با رعایت مقتضیات زمان، جهت رفع مشکلات فعلی و پیش‌بینی نحوه پاسخگویی به سایر نیازهای فعالان اقتصادی، اشخاص و گروه‌های ذی‌نفع. در مقایسه میان دو دیدگاه مزبور این بحث قویاً مطرح بود که با توجه به گسترش جهانی شدن و تغییرات ایجاد شده در دنیا، ضرورت دارد قانون جدیدی برای پاسخگویی به نیازهای مطرح شده در عرصه‌های اقتصادی تصویب گردد. از این رو دولت کمیته‌ای را مامور تهیه پیش‌نویس قانون رقابت نمود. پس از تقدیم این پیش‌نویس به پارلمان، سرانجام قانون رقابت در ماه دسامبر سال ۲۰۰۲ در پارلمان به تصویب رسید. قانون رویه‌های تجاری محدودکننده و انحصارات مبتنی بر رژیم دستوری و لزوم کنترل اقتصاد توسط دولت بود. اما قانون رقابت مصوب پارلمان بر پیروی از رژیم اقتصاد آزاد صحنه می‌گذارد و علاوه بر رفع کاستی‌های قانون مزبور، درباره موضوعات جدید نیز مقرراتی را پیش‌بینی کرد. با تصویب این قانون رژیم جدیدی برای تنظیم رقابت در بازار این کشور شکل گرفت. تصویب قانون رقابت هند گامی در جهت هماهنگ‌سازی سیاست رقابت این کشور با سیاست و تجارت بین‌الملل بوده است.^{۲۴۶} اهمیت اجرای مقررات قانون رقابت برای دستیابی به فواید آن‌ها در ماده ۶۰ این قانون انعکاس یافته است. مطابق مفاد ماده ذکر شده مقررات این قانون حتی در صورت تناقض با سایر قوانین لازم‌الاجرا در زمان تصویب قانون رقابت اجرا خواهد شد.

۲-۴-۵-۲- قوانین حاکم بر ادغام و تملک در هند

^{۲۴۶} مطالب مندرج در این مبحث با استفاده از یافته‌های حاصل از گزارش ارائه شده در سال ۲۰۱۳، قابل دریافت از نشانی زیر تهیه شده است:

<http://www.slideshare.net/NehaKumar09/the-competition-act-india> (last visited: 2015/06/24)

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۶۰	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

در هند قوانین و مقررات متعددی بر ادغام بنگاه‌ها حاکم است. اما پیچیدگی حقوقی فرایند ادغام و تملک در این کشور به عوامل گوناگونی بستگی دارد مانند نوع کسب و کار مورد نظر، اندازه شرکت‌های طرف ادغام، پوشش جغرافیایی کسب و کارها و شیوه معامله نهایی. قوانین و مقررات اصلی حاکم بر ادغام و تملک در هند به شرح زیر است:

(۱) قانون رقابت مصوب ۲۰۰۲

قانون رقابت هند مشتمل بر ۶۶ ماده در سال ۲۰۰۲ در پارلمان این کشور به تصویب رسید و در تاریخ ۱۳ ژانویه ۲۰۰۳ رئیس جمهور رسماً با اجرای آن موافقت کرد. پس از اصلاح قانون در سال ۲۰۰۷، جرح و تعدیل‌هایی در بخش‌هایی از متن تدوین شده صورت گرفت و مواد جدیدی به این قانون افزوده شد. یکی از نکات قابل ذکر درباره قانون رقابت هند لازم‌الاجرا نشدن کلیه مواد آن در تاریخی خاص و مشابه است. بند (۳) ذیل ماده ۱ قانون برای مقررات گوناگون مندرج در آن تاریخ‌های متفاوتی را پیش‌بینی کرده است تا در صورت تعیین تاریخ اجرا برای هر بخش از مقررات پیش‌بینی شده در این قانون، با رعایت قوانین و مقررات مربوط، بخش‌های مزبور از همان تاریخ لازم‌الاجرا گردد. اندکی بیش از دو سال پس از اجرای قانون رقابت، در ماه می سال ۲۰۰۹ ماده ۴ این قانون راجع به ممنوعیت سوء استفاده از موقعیت مسلط توسط یک بنگاه، یا یک گروه اجرا شد. به علت ضرورت انجام اصلاحات لازم و هماهنگ‌سازی مقررات مربوط به بخش‌هایی از قانون، نخستین اصلاحیه قانون مورد بحث قرار گرفت و در اوایل سال ۲۰۱۱ اجرای قانون رقابت بدون مقررات مربوط به ادغام پذیرفته نشد و دولت موافقت نمود که اصلاح آن پس از پی بردن به کاستی‌های قانون موجود تحقق یابد. در نتیجه رژیم جدید مبتنی بر قانون رقابت که کارکرد جامع و کاملی دارد، پذیرفته شد.^{۲۴۷} قانون رقابت هند در نه فصل به موضوعات متعددی پرداخته است مانند موافقت‌نامه‌های ضد رقابتی، ممنوعیت سوء استفاده از موقعیت مسلط، ادغام و مقررات مربوط به آن، تاسیس کمیسیون رقابت و وظایف و اختیارات و کارکردهای آن و سایر مقررات مربوط به این کمیسیون. قانون مزبور با استفاده از تجربه‌های سایر

^{۲۴۷}. برای آگاهی بیشتر درباره این مباحث و تعداد ادغام‌های مورد ارزیابی توسط کمیسیون رقابت هند ر. ک.

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۶۱	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

کشورها در تدوین قوانین رقابت تدوین شده است و در زمره قوانین رقابت متأخر قرار دارد. بنابراین تعاریف بیشتری از اصطلاحات مربوط به رقابت در این قانون ارائه شده است. قانون رقابت هند در زمینه ادغام و موضوعات مربوط به آن مقرراتی به شرح زیر را پیش‌بینی کرده است:

الف. ادغام و تملک

در بندهای ذیل ماده ۲ قانون رقابت که به تعاریف و اصطلاحات مورد استفاده در قانون اختصاص یافته، از واژه Merger (ادغام) استفاده نشده است. اما مواد ۵ و ۶ این قانون به اصطلاح Combination (ادغام ترکیبی) و مقررات مربوط به آن پرداخته است. طبق مفاد ماده ۵ قانون مزبور، تملک یک یا چند شرکت توسط یک یا چند شخص، یا ادغام یا اتحاد^{۲۴۸} شرکت‌ها در صورت احراز شرایط مندرج در ذیل این ماده ادغام ترکیبی شرکت‌ها و اشخاص ذکر شده محسوب می‌شود و مشمول مقررات پیش‌بینی شده در قانون خواهد بود. اعمال مقررات حاکم بر ادغام و تنظیم ادغام‌ها براساس ماده ۶ قانون رقابت بر عهده کمیسیون رقابت هند است.

ب. اطلاع‌دهی اجباری در باره وقوع ادغام‌ها

از ابتدای ماه ژوئن سال ۲۰۱۱ با لازم‌الاجرا شدن رژیم جدید ناظر به کنترل ادغام بنگاه‌ها در هند برای اطلاع‌دهی اجباری در زمینه وقوع ادغام در این کشور حدود آستانه مشخصی تعیین شده است. بر اساس این رژیم در مواردی که دارایی‌ها یا گردش مالی شرکت‌هایی که پس از ادغام دو یا چند شرکت تشکیل می‌شوند، از آستانه‌های تعیین شده پایین‌تر باشد، اطلاع‌رسانی درباره ادغام‌های مورد نظر اجباری نخواهد بود. اما پس از رسیدن به حدود آستانه پیش‌بینی شده، مانند میزان دارایی مشخصی برای شرکت‌ها یا گروه تشکیل شده پس از ادغام، یا میزان معینی از گردش مالی، اطلاع‌رسانی به کمیسیون رقابت هند راجع به ادغام‌های مورد درخواست از سوی طرف‌های ادغام ضرورت دارد و در صورت تایید نشدن ادغام توسط این کمیسیون، وقوع ادغام‌های مورد نظر مجاز نخواهد بود.

^{۲۴۸}. Amalgamation

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۶۲	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

ج. ممنوعیت موافقت‌نامه‌های محدودکننده آزادی تجارت

قانون رقابت هند کلیه موافقت‌نامه‌های محدودکننده آزادی تجارت را ممنوع ساخته است. ماده ۳ قانون رقابت هند موافقت‌نامه‌های ضد رقابتی را ممنوع اعلام نموده و مصادیقی از آن‌ها را برشمرده است. موافقت‌نامه‌های موضوع ماده شامل انواعی است که باعث شود تولید، عرضه، توزیع، انبار کردن، تملک یا کنترل کالاها یا عرضه خدمات در هند با تاثیر معکوس بر رقابت انجام شود، یا احتمال این تاثیر با انعقاد موافقت‌نامه‌های مزبور ایجاد گردد. مانند موافقت‌نامه‌هایی که مستقیماً یا به طور غیرمستقیم قیمت خرید یا فروش را تعیین نماید یا موافقت‌نامه‌هایی که تولید، عرضه، بازارها، سرمایه‌گذاری یا عرضه خدمات را محدود سازد یا کنترل نماید. کمیسیون رقابت هند برای بررسی اثر معکوس موافقت‌نامه‌های مورد نظر بر رقابت از معیارهای تعیین شده در بند ۳ ذیل ماده ۱۹ قانون رقابت مانند ایجاد موانعی برای ورود رقبای جدید و راندن رقبای موجود به خارج از بازار استفاده می‌کند.

د. مقابله با کارتل‌ها

بند ۳ ذیل ماده ۳ قانون رقابت هند کارتل‌ها را در صورت درگیر بودن در تجارت کالا یا عرضه خدمات به اشکال ذکر شده در ماده مزبور در زمره موافقت‌نامه‌های ضد رقابتی قرار داده است. بنابراین قانون رقابت هند در مقابله با کارتل‌ها در این کشور احصا نمودن اقدامات غیرقانونی و ممنوعیت ارتکاب آن‌ها توسط کارتل‌ها را برگزیده است. بنابراین در صورتی که کارتل‌ها هر یک از اقدامات مورد نظر قانون‌گذار - مانند تعیین قیمت خرید یا فروش - را انجام دهند که تاثیر معکوس بر رقابت داشته باشد، یا احتمال این تاثیر به واسطه آن‌ها ایجاد گردد، اقدامات مزبور غیرقانونی خواهد بود. ماده ۲۷ قانون رقابت هند نحوه رسیدگی و تصمیم‌گیری کمیسیون رقابت درباره موافقت‌نامه‌های ضد رقابتی و اقدامات کارتل‌ها را مقرر داشته است. کمیسیون رقابت حسب مورد اشخاص متخلف را به پرداخت جریمه‌های تعیین شده در این ماده محکوم خواهد کرد.

ه. ممنوعیت سوء استفاده از موقعیت مسلط

مجری: فرزاد مرادپور		کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی
صفحه: ۱۶۳	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	



ماده ۴ قانون رقابت هند ممنوعیت سوء استفاده شرکت‌ها یا گروهی از آن‌ها از موقعیت مسلط را - که بر رقبای شرکت‌ها یا گروه مورد نظر یا مصرف‌کنندگان بازارهای مربوط تاثیر گذار است - مقرر داشته و مصادیقی از سوء استفاده از موقعیت مسلط را برشمرده است. مطابق مفاد این ماده ارتکاب اقداماتی مانند تحمیل شرایط خرید یا فروش کالاها یا خدمات، یا قیمت خرید یا فروش به صورت غیرمنصفانه یا تبعیض آمیز، به طور مستقیم و یا غیرمستقیم ممنوع است. کمیسیون رقابت هند برای بررسی تاثیر معکوس ایجاد موقعیت مسلط توسط بنگاه‌ها از معیارهای مندرج در بند ۴ ذیل ماده ۱۹ قانون رقابت بهره می‌گیرد. برخی از این معیارها عبارت است از: سهم بازار بنگاه، اندازه و منابع آن، اندازه و اهمیت رقبا، ساختار بازار و اندازه آن.

و. اختیارات تفویض شده به دولت مرکزی هند

ماده ۵۴ قانون رقابت به دولت مرکزی هند این اختیار را تفویض نموده است که نسبت به اعمال این قانون یا هر گونه مقررات آن، با اطلاع‌دهی و به مدتی معین که در اطلاع‌دهی مربوط اعلام می‌شود، در موارد زیر معافیت قائل شود:

۱. هر گروه از بنگاه‌ها را در صورت وجود منفعت برای امنیت دولت یا منفعت عمومی مشمول این معافیت نماید.

۲. هر رویه یا ترتیب ناشی از و مطابق هر تعهد پذیرفته شده توسط هند به واسطه هر معاهده، ترتیب یا کنوانسیون با کشور یا کشورهای دیگر را مشمول این معافیت کند.

مطابق با ماده ۵۵ کمیسیون رقابت هند موظف به رعایت دستورالعملهای دولت مرکزی در خصوص مسایل سیاستی^{۲۴۹} است و تشخیص مصادیق مسایل سیاستی نیز با دولت است. بعلاوه مطابق با ماده ۵۶ دولت می‌تواند به تشخیص خود فعالیت کمیسیون را به حالت تعلیق درآورد.

دولت هند حسب مورد و با توجه به منافع حاصل از ادغام برای کشور از این اختیارات استفاده می‌کند. براساس اطلاعات منتشر شده توسط دولت مرکزی هند، در صورتی که دارایی‌های شرکت هدف، یا

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۶۴	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

گردش مالی آن در هند به ترتیب، کمتر از ۲/۵ میلیارد روپیه هند (معادل ۴۰ میلیون دلار آمریکا)، یا ۷/۵ میلیارد روپیه باشد، اطلاع دهی درباره ادغام ضرورت نخواهد داشت. مستثنا شدن بنگاه‌ها از اطلاع دهی در موارد اعلام شده تا سوم مارس سال ۲۰۱۶ اعتبار خواهد داشت.^{۲۵۰}

۲) قانون شرکت‌ها مصوب ۱۹۵۶ و اصلاحات بعدی آن

برای ایجاد شفافیت در فرایند ادغام و تملک بنگاه‌ها و حمایت از منافع سهام‌داران در هند، مواد ۳۹۱ تا ۳۹۴ قانون شرکت‌ها مصوب ۱۹۵۶^{۲۵۱} و مواد ۲۳۰ الی ۲۳۴ اصلاحی این قانون مصوب ۲۰۱۳^{۲۵۲} ترتیبات و مقررات شکلی مربوط به طرح‌های ادغام بنگاه‌ها در این کشور را پیش‌بینی نموده و رویه‌ها و تشریفات قانونی و نحوه ارائه اطلاعات لازم برای تحقق یافتن ادغام انواع شرکت‌ها را تعیین کرده است.^{۲۵۳} این قانون برخی از اصطلاحات به کار رفته در متن آن را تعریف نموده، اما بدون ارائه تعریفی از ادغام، مقررات ناظر به ادغام بنگاه‌ها را در بر گرفته است. بنابراین برای روی دادن ادغام بنگاه‌ها در هند ضرورت دارد رویه‌های قانونی پیش‌بینی شده، اعم از صدور اجازه ادغام از مراجع قانونی مربوط، تا انتقال دارایی‌ها و مسئولیت‌ها براساس قوانین و مقررات مربوط تحقق یابد. افزون بر قانون مصوب ۱۹۵۶ حاکم بر شرکت‌ها قانون دیگری در سال ۲۰۱۳ برای یکپارچه کردن مقررات مرتبط با شرکت‌ها و پیش‌بینی مقررات اصلاحی مورد نیاز، مانند مقررات مربوط به ادغام بنگاه‌های هند و شرکت‌های خارجی در یکدیگر در موارد لزوم به تصویب رسیده است. اما قانون مصوب ۱۹۶۵ نیز لازم‌الاجرا به شمار می‌آید.

last visited: <http://www.iflr.com/Article/3315555/2014-Merger-Control-Survey-India.html>(۲۵۰, 2016/01/16)

۲۵۱. برای آگاهی از مفاد این قانون موسوم به "COMPANIES ACT, 1956" و اصلاحات بعدی آن ر.ک.

http://www.mca.gov.in/Ministry/pdf/Companies_Act_1956_13jun2011.pdf(last visited: 2015/06/27)

۲۵۲. برای آگاهی از متن این قانون و مواد مربوط به حقوق سهام‌داران شرکت‌ها در صورت وقوع تملک و ادغام ر.ک.

<http://www.mca.gov.in/MinistryV2/companiesact.html>(2016/01/09)

۲۵۳. برای آگاهی از فرایند ادغام براساس قوانین و مقررات هند ر.ک.

last visited: <http://www.caclubindia.com/articles/mergers-amalgamations-takeovers-19247.asp> (2015/06/27)

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۶۵	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

۳) مقررات تملک اساسی سهام و تصاحب مصوب ۱۹۹۷^{۲۵۴} و اصلاحات بعدی آن

مقررات تملک اساسی سهام و تصاحب مصوب ۱۹۹۷ و اصلاحات بعدی آن تا سال ۲۰۱۵^{۲۵۵} مقررات راجع به تملک مستقیم یا غیرمستقیم سهام یا حق رای در شرکت یا کنترل شرکت هدف را پیش‌بینی کرده است. این مقررات بر اساس ماده ۱۱ قانون بورس اوراق بهادار هند مصوب ۱۹۹۲ و اصلاحات بعدی آن مصوب ۲۰۱۴^{۲۵۶} توسط هیئت بورس اوراق بهادار هند^{۲۵۷} تصویب و منتشر می‌شود. مطابق بند b ذیل ماده ۲ مقررات اصلاحی راجع به تملک اساسی سهام و تصاحب مصوب ۲۰۱۱^{۲۵۸}، تملک عبارت است از تملک نمودن، یا موافقت با تملک سهام، یا حق رای دادن در شرکت یا کنترل شرکت هدف به طور مستقیم یا غیر مستقیم.^{۲۵۹} براساس مقررات مربوط به تملک برنامه تملک و نحوه انجام آن باید به روشنی تدوین شود و با ذکر جزئیاتی مانند زمان شروع تملک و شیوه ایجاد تغییر در کنترل جهت اطلاع عموم در روزنامه‌ها منتشر گردد.

۴) قانون مالیات بر درآمد مصوب ۱۹۶۱^{۲۶۰} و اصلاحات بعدی آن^{۲۶۱}

بند 1B ذیل ماده ۲ اصلاحی قانون مالیات بر درآمد مصوب ۱۹۸۷ به ادغام مختلط (amalgamation) پرداخته و مقرر داشته است که ادغام مختلط نسبت به شرکت‌ها عبارت است از ادغام یک یا چند شرکت با شرکتی دیگر، و یا ادغام دو یا چند شرکت برای تشکیل شرکتی دیگر. افزون بر آن اعلام نموده است که شرکت یا شرکت‌هایی که به این شیوه تشکیل شوند، شرکت مختلط نام دارند و قبل از تشکیل

^{۲۵۴}. Securities and Exchange Board of India (Substantial Acquisition of Shares and Takeovers) Regulations, 1997

^{۲۵۵}. برای آگاهی از مقررات مزبور ر.ک.

http://www.sebi.gov.in/sebiweb/home/document_detail.jsp?link=http://www.sebi.gov.in/cms/sebi_data/docfiles/19964_t.html(last visited: 2015/06/27)

^{۲۵۶}. برای آگاهی از متن این قانون ر.ک.

http://www.sebi.gov.in/cms/sebi_data/attachdocs/1379572440984.pdf(last visited: 2015/06/27)

^{۲۵۷}. Securities and Exchange Board of India (SEBI)

^{۲۵۸}. Securities and Exchange Board of India (Substantial Acquisition of Shares and Takeovers) Regulations, ۲۰۱۱

^{۲۵۹}. برای آگاهی از مفاد این مقررات ر.ک.

http://www.sebi.gov.in/cms/sebi_data/attachdocs/1316778211380.pdf(last visited: 2015/06/27)

^{۲۶۰}. Income – tax Act, 1961

^{۲۶۱}. برای آگاهی از مفاد این قانون و اصلاحات بعدی آن تا سال ۲۰۱۵ ر.ک.

<http://www.incometaxindia.gov.in/pages/acts/index.aspx>(last visited: 2016/01/16)

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۶۶	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

شرکت یا شرکت‌های جدید، دارایی‌ها و مسئولیت‌های شرکت یا شرکت‌های در حال ادغام، به واسطه ادغام به شرکت یا شرکت‌های حاصل از ادغام منتقل می‌شود. مقررات مربوط به نحوه تملک سهام، یا شرکت تابع نیز ذیل همین بند درج شده است. شایان ذکر است درآمدهای کسب شده توسط شرکت‌های هندی براساس مقررات و نرخ‌های تعیین شده در این قانون مشمول مالیات‌های مربوط خواهد بود.

۵) سایر قوانین و مقررات

علاوه بر قوانین و مقررات ذکر شده، حسب مورد قوانین و مقررات دیگری با توجه به نوع ادغام و تملک باید مورد توجه قرار گیرد مانند مقررات مربوط به بانک مرکزی هند، قانون کار، مقررات راجع به بخش‌ها و صنایع مربوط مانند فناوری اطلاعات، ارتباطات از راه دور، بیمه و خدمات مالی.

۲-۴-۵-۳- تنظیم و کنترل ادغام‌ها در هند

براساس ماده ۶ قانون رقابت تنظیم ادغام بر عهده کمیسیون رقابت است. کمیسیون رقابت هند که بر اساس قانون رقابت این کشور به عنوان نهادی شبه قضایی با برخورداری از صلاحیت تنظیم در حوزه رقابت در سال ۲۰۰۳ تشکیل شده است^{۲۶۲}، برای انجام وظایف قانونی خود، به منظور حمایت از رقابت و تضمین آزادی تجارت و جلوگیری از رویه‌هایی که بر رقابت، بهبود رقابت یا تقویت آن اثر معکوس محسوسی دارد، فعالیت می‌کند. کمیسیون مزبور از یک سو در تدوین سیاست‌های دولتی مشارکت فعال دارد تا تضمین شود بازارهای این کشور منصفانه، آزاد و باز باقی می‌ماند. از سوی دیگر افزون بر ایفای نقش فعال در قبال نقض مقررات قانون رقابت، علیه ترتیبات نهادی و سیاست‌های عمومی که در عملکرد منصفانه و آزاد بازارها مداخله نماید نیز اقدام می‌کند.

کمیسیون رقابت پس از دریافت اطلاعات لازم، براساس مقررات عام ناظر بر عملکرد آن مصوب ۲۰۰۹ و مقررات مربوط به آیین رسیدگی این کمیسیون مصوب ۲۰۱۱ و اصلاحات بعدی آن و رویه‌های

^{۲۶۲}. http://www.cci.gov.in/index.php?option=com_content&task=view&id=18 (last visited: 2015/06/27)

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۶۷	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

جاری خود در زمینه اطلاع رسانی راجع به ادغام عمل می کند و مطابق مقررات مندرج در ماده ۳۱ قانون رقابت به درخواست های ارائه شده توسط بنگاه های متقاضی ادغام رسیدگی می کند. مهلت قانونی تعیین شده برای پاسخ گویی به ادغام درخواست شده ۲۱۰ روز از زمان اطلاع دهی به کمیسیون است. طی ۳۰ روز اول از آن زمان، اظهار نظر مقدماتی کمیسیون ارائه می شود تا تاثیر ادغام مزبور بر رقابت در بازار مربوط در هند اعلام گردد. در مرحله دوم، طی ۱۸۰ روز باقیمانده از مهلت پاسخ گویی، موافقت یا مخالفت کمیسیون با ادغام اعلام می شود. یا اقدامات اصلاحی مورد نیاز برای پذیرش ادغام به متقاضی ادغام اعلام می گردد. دولت نیز آگهی های مربوط به کنترل ادغام را منتشر می کند تا اشخاص علاقه مند و معترضان احتمالی از آن ها آگاه شوند و در صورت لزوم، با رعایت مقررات مربوط برای جلوگیری از وقوع ادغام های مورد نظر اقدام نمایند. کمیسیون رقابت براساس وظایف قانونی خود به عنوان نهاد تنظیم کننده رقابت، برای جلوگیری از رویه های ضد رقابتی مطابق قانون، مقررات ناظر به ارزیابی ادغام و رویه های جاری در کمیسیون را جهت اطلاع علاقه مندان و ذی نفعان منتشر می کند. کمیسیون رقابت هند با صاحبان صنایع کشور تعامل دارد و پس از آگاهی از مشکلات موجود در فرایندهای مربوط، برای رفع آن ها تلاش می کند. افزون بر آن در رویه های ناظر به رسیدگی به درخواست های ادغام بازنگری می نماید.^{۲۶۳}

شایان ذکر است صاحبان صنایع در هند در برابر اجرای رژیم جدید حاکم بر ادغام مقاومت کردند. اما کمیسیون رقابت هند به عنوان تنظیم گری متری با اصلاح مقررات مربوط به ادغام و رویه های رسیدگی به درخواست های ادغام در حوزه های مورد نظر اقدام نموده است.^{۲۶۴} این کمیسیون از ماه ژوئن سال ۲۰۱۱ درباره درخواست های متعددی مانند ادغام شرکت های فعال در زمینه فولاد، بانکداری، فناوری اطلاعات و بیمه اظهار نظر کرده است. کمیسیون رقابت هند برای اظهار نظر راجع به درخواست های ادغام ارائه شده توسط شرکت های متقاضی ادغام از معیارهای گوناگونی بهره می گیرد مانند سطح ادغام، سهم بازار شرکت پس از ادغام، تعداد رقبا و تاثیر ادغام مزبور بر خروج رقبا از بازار. کمیسیون رقابت

^{۲۶۳} . برای آگاهی بیشتر درباره کمیسیون رقابت هند و عملکرد آن در حوزه های مربوط ر.ک. <http://www.cci.gov.in>

^{۲۶۴} . برای آگاهی بیشتر درباره اقدامات انجام شده توسط این کمیسیون و نحوه پرداختن کمیسیون مزبور به موضوعات مربوط به ادغام های بررسی شده ر.ک.

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی
صفحه: ۱۶۸	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

با استفاده از معیارهای ذکر شده اطمینان می‌یابد ادغام مورد نظر رقابت در بازار مربوط را کاهش نمی‌دهد و اثر محسوس معکوسی بر رقابت ندارد. از سوی دیگر مزایای حاصل از ادغام مانند حدود نوآوری و مزیت رقابتی ناشی از ادغام را در اظهار نظر درباره درخواست‌های ادغام مورد توجه قرار می‌دهد تا با تایید مفید بودن ادغام‌های مورد نظر با استفاده از معیارهای مزبور فرایند پذیرش ادغام در هند در مهلت‌های قانونی تعیین شده تحقق یابد. کمیسیون مزبور در مواردی اشخاص متخلف را در پی خودداری آن‌ها از اطلاع‌رسانی در زمینه ادغام بنگاه‌ها به پرداخت جریمه محکوم نموده است.^{۲۶۵} در این گونه موارد، مطابق بند الف ذیل ماده ۴۳ قانون رقابت هند جریمه‌ای معادل تا ۱٪ دارایی یا گردش مالی طرف‌های ادغام، هر یک که بیشتر باشد، تعیین خواهد شد. اشخاص متخلف باید طبق مقررات مربوط جریمه‌های تعیین شده را پرداخت نمایند.

چنانکه در مبحث مربوط به قانون رقابت هند ذکر شد، دولت مرکزی هند نیز می‌تواند برای تسهیل ادغام بنگاه‌ها از اختیارات قانونی مندرج در ماده ۵۴ این قانون برای اعلام معافیت‌هایی در موارد پیش‌بینی شده بهره می‌گیرد و دستورهای لازم را صادر می‌کند. اعطای معافیت موضوع این ماده با اطلاع‌دهی توسط دولت و به مدت معینی که در اطلاع‌دهی مزبور تعیین می‌شود، امکان‌پذیر خواهد بود. در این گونه موارد به کمیسیون رقابت تا حد قابل اعمال فرصت داده می‌شود تا دیدگاه‌هایش نسبت به هر دستور را قبل از صدور آن توسط دولت اعلام نماید.

۲-۴-۵-۴- عملکرد مالی بنگاه‌ها در هند پس از ادغام

برخی از مطالعات انجام شده درباره فعالیت‌ها و عملکرد مالی شرکت‌ها در هند و بررسی مقایسه‌ای عملکرد شرکت‌های فعال در حوزه‌های مختلف قبل و پس از ادغام نشان داده عملکرد شرکت‌های مورد مطالعه پس از ادغام بهبود نیافته است؛ یا اظهار نظر نسبت به تاثیر مثبت ادغام بر سودآوری و

۲۶۵. برای آگاهی بیشتر در این زمینه ر.ک.

Cyril Shroff and Nisha Kaur Uberoi, "Recent Developments in Merger Control in India", International Antitrust Bulletin, Vol. 4(December 2012), p.p. 15-17. Available at: <http://awa2013.concurrences.com/business-articles-awards/article/recent-developments-in-merger> (last visited: 2015/9/30)

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۶۹	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

عملکرد مالی شرکت‌ها به مطالعات بیشتر و انجام بررسی‌های لازم با استفاده از نمونه‌های بزرگتر در تحقیق نیازمند است.^{۲۶۶} اما تحقیقات دیگری نیز انجام شده است که یافته‌های آن‌ها بر بهبود عملکرد مالی شرکت‌های مورد مطالعه دارای فعالیت در هند پس از ادغام، یا پس از ادغام و تملک دلالت دارد. نخستین مطالعه حاکی از تاثیر مثبت ادغام بر عملکرد شرکت‌های تجاری درباره نمونه‌ای شامل ده شرکت فعال در هند براساس ارزش بالای معاملات طی سال مالی ۲۰۱۱-۲۰۱۰ صورت گرفته است. شرکت‌های مزبور در عرصه‌های زیر فعالیت داشته‌اند: شیمیایی، نیرو، ارتباطات از راه دور، داروسازی، بانکداری، فولاد، مراقبت‌های فردی، خدمات بیمارستانی و پزشکی و خودروسازی. این تحقیق به شیوه‌ای انجام شده است که با استفاده از آن مشخص شود که آیا پس از ادغام این شرکت‌ها و تملک آن‌ها در هند تغییراتی در عملکرد شرکت‌های مزبور ایجاد شده است یا خیر؟ در این تحقیق داده‌های مربوط به عملکرد بنگاه‌ها طی سه سال پس از روی دادن ادغام و تملک، با داده‌های مربوط به متغیرهای مشابه یک سال قبل از ادغام مورد مطالعه قرار گرفته اما از داده‌های سال تحقق یافتن ادغام در تحقیق استفاده نشده است. برای تحلیل اطلاعات مندرج در جداول تهیه شده از متغیرهای متعددی استفاده شده است مانند نسبت جاری^{۲۶۷}، نسبت نقدینگی^{۲۶۸}، بازده سرمایه به کار گرفته شده^{۲۶۹}، بازگشت ارزش خالص^{۲۷۰} و بازگشت دارایی‌ها^{۲۷۱}. این مطالعه از یک سو نشان داده است نقدینگی بنگاه‌هایی که به ادغام و تملک روی آورده‌اند بهبود یافته است؛ اما این بهبود از لحاظ آماری حائز اهمیت نیست. از سوی دیگر وضعیت سودآوری شرکت‌های مورد نظر از لحاظ بازده سرمایه به کار گرفته شده، بازده بلندمدت سرمایه‌ها و بازگشت دارایی‌ها به صورتی مثبت افزایش یافته اما از حیث بازگشت ارزش خالص کاهش داشته است. افزون بر آن، عملکرد مالی شرکت‌ها پس از ادغام از لحاظ نسبت جاری، نسبت نقدینگی، بازده سرمایه به کار گرفته شده، بازگشت دارایی‌ها و بازده سرمایه‌ها در بلند مدت

۲۶۶. برای آگاهی از برخی از مطالعات انجام شده در این زمینه و نتایج آن‌ها ر.ک.

http://www.abhinavjournal.com/images/Commerce_&_Management/Nov12/18.pdf (last visited: 2015/06/27)

۲۶۷. Current Ratio

۲۶۸. Liquidity Ratio

۲۶۹. Return on Capital Employed (ROCE)

۲۷۰. Return on Net Worth (RON)

۲۷۱. Return on Assets (ROA)

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۷۰	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

بهبود یافته، اما اغلب نسبت‌ها از لحاظ آماری حائز اهمیت نیست. از این رو ضرورت دارد مطالعات بیشتری درباره انگیزه ادغام و تملک شرکت‌ها نیز انجام شود.^{۲۷۲}

مطالعه دوم حاکی از عملکرد مالی مثبت شرکت‌های مورد بررسی در زمینه عملکرد شرکت‌های فعال هند در تولید و عرضه محصولات دارویی انجام شده است. نتایج این تحقیق که در سال ۲۰۰۶ منتشر شده نمایانگر بهبود عملکرد شرکت‌های مزبور پس از تحقق یافتن ادغام است. این مطالعه با بررسی عملکرد شرکت‌های مورد نظر قبل از ادغام و پس از آن، با بهره‌گیری از متغیرهای مربوط به عملکرد شرکت‌های مورد مطالعه و مقایسه نتایج حاصل در دوره مورد نظر شامل سال‌های ۱۹۹۲-۱۹۹۳ الی ۲۰۰۳-۲۰۰۴ میلادی نشان داده است ۲۳ شرکت مورد مطالعه که اطلاعات مربوط به عملکرد آنان در دسترس بود، پس از ادغام عملکرد بهتری نسبت به قبل از ادغام داشته‌اند. متغیرهای استفاده شده در این مطالعه برای سنجش عملکرد شرکت‌های مزبور عبارت است از: حاشیه سود ناخالص^{۲۷۳}، حاشیه سود خالص^{۲۷۴}، بازده سرمایه به کار گرفته شده و بازگشت ارزش خالص. افزون بر آن، شرکت‌های مزبور در مقایسه با سایر شرکت‌های صنعت داروسازی که به ادغام مبادرت نکرده‌اند نیز عملکرد بهتری را نشان داده‌اند.^{۲۷۵}

۲-۴-۵- روند ادغام بنگاه‌ها در هند

در هند ادغام و تصاحب^{۲۷۶} پس از استقلال این کشور در سال ۱۹۴۷ رایج شد. اما سیاست‌های اتخاذ شده توسط دولت و وضع قوانین و مقرراتی برای کنترل اقتصاد موجب شد پس از این دوره تا دهه هشتاد میلادی روی دادن ادغام در این کشور بسیار دشوار گردد. به طوری که تا قبل از دهه ۹۰ میلادی

^{۲۷۲}. برای آگاهی بیشتر درباره مندرجات این تحقیق ر.ک.

[http://www.ijbmi.org/papers/Vol\(2\)3/Version-1/E233138.pdf](http://www.ijbmi.org/papers/Vol(2)3/Version-1/E233138.pdf) (last visited: 2015/06/27)

^{۲۷۳}. Gross Profit Margin (GPM)

^{۲۷۴}. Net Profit Margin (NPM)

^{۲۷۵}. برای آگاهی از اطلاعات و تحلیل‌های ارائه شده در این تحقیق و جداول مقایسه‌ای مندرج در آن ر.ک.

S. Beena, Mergers and Acquisitions in the Indian Pharmaceutical Industry: Nature, Structure and Performance, Available at :<http://mpa.ub.uni-muenchen.de/8144> (last visited: 2015/06/27)

^{۲۷۶}. Takeover

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۷۱	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

تعداد اندکی ادغام در هند تحقق یافت. اما گسترش جهانی شدن و انجام اصلاحات اقتصادی در هند موجب شد بخش شرکتی اقتصاد این کشور رقابت داخلی و خارجی شدیدی را تجربه کند. گروهی از بنگاه‌ها در عرصه‌های دارای مزیت رقابتی برای دستیابی به منافع ادغام ساختارهای خود را بازسازی نمودند و به ادغام روی آوردند.^{۲۷۷} عوامل متعددی موجب شد بنگاه‌ها به ادغام در سطح ملی و بین‌المللی ترغیب شوند مانند تغییرات فناوری، کاهش هزینه ارتباطات و حمل و نقل، افزایش رقابت در بازارهای بین‌المللی، پیدایش صنایع جدید، محیط اقتصادی و مالی مناسب و مقررات زدایی در اغلب اقتصادهای ملی. استفاده از انواع ادغام به عنوان ابزار رشد شرکت‌ها حائز اهمیت است و در اقتصاد کشورها مورد استفاده قرار می‌گیرد. دستیابی به به رشد با ادغام درونی در بنگاه‌ها ممکن است با موانع و مشکلاتی همراه باشد از قبیل محدودیت اندازه بازار فعلی یا فقدان منابع مالی و ظرفیت لازم برای استفاده از فناوری‌های جدید و تحقیق و توسعه جهت تولید محصولات جدید. اما ادغام بنگاه‌ها به اتکای مباحث نظری مزایای متعددی برای آن‌ها و اقتصاد کشورها خواهد داشت. زیرا از جمله شیوه‌های دستیابی به رشد توسل به ترتیبات بیرونی مانند ادغام است. برای ادغام مزایای گوناگونی را برشمرده‌اند. از جمله مزایای ادغام بهره‌گیری از منابع مالی و زیرساخت‌های موجود در شرکت‌ها قبل از ادغام آن‌ها در یکدیگر است.^{۲۷۸} شماری از شرکت‌های هند نیز به منظور افزایش توان رقابتی در بازارهای جهانی، تقویت منابع مالی، ایجاد ساختار منطقی‌تر و با پیش‌بینی افزایش فروش و ثبات برای شرکت‌های ایجاد شده پس از ادغام^{۲۷۹} در حوزه‌هایی مانند فناوری اطلاعات و تولید و عرضه محصولات دارویی به ادغام روی آوردند.^{۲۸۰} عملکرد و میزان موفقیت این شرکت‌ها پس از ادغام طی سال‌های مختلف نوساناتی

^{۲۷۷} . برای آگاهی از آمار و ارقام کلی مربوط به ادغام و تملک در هند طی سال‌های مختلف در این کشور ر.ک.

Mergers and Acquisitions in India, available at: <http://www.educba.com/mergers-and-acquisitions-in-india/> (last visited: 2015/9/30)

^{۲۷۸} . مطالب این مبحث با استفاده از اطلاعات مندرج در ماخذ زیر تهیه شده است:

Mahesh kumar Tambi, Impact of Mergers and Amalgamation on the Performance of Indian Companies, Available at: core.ac.uk/download/pdf/9315408.pdf (last visited: 2015/06/27)

^{۲۷۹} . برای آگاهی بیشتر در این زمینه ر.ک.

SMITA MEENA , PROSPECTS OF GLOBAL MERGERS AND ACQUISITIONS - AN INDIAN OVERVIEW, available at: <http://www.impactjournals.us/search.php> (last visited: 2015/06/27)

^{۲۸۰} . برای آگاهی از نحوه ادغام برخی از این شرکت‌ها ر. ک.

<http://www.thehindubusinessline.com/features/smartbuy/tcs-okays-merger-with-cmc/article6507615.ece> (last visited: 2015/06/27)

[http://trak.in/tags/business/2014/10/21/top-10-indian-mergers-acquisitions-2014/#\(2015/06/27\)](http://trak.in/tags/business/2014/10/21/top-10-indian-mergers-acquisitions-2014/#(2015/06/27))

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۷۲	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

داشته است. تصاحب انجام شده توسط شرکت Tata Steel^{۲۸۱} به ارزش معامله ۷/۶ میلیارد دلار در سال ۲۰۰۷ یکی از نمونه‌های بارز موفقیت بنگاه‌های هند در زمینه استفاده از شیوه‌های مختلف ادغام برای افزایش قدرت در بازار به شمار می‌آید. تصاحب انجام شده این شرکت را به یکی از بزرگترین شرکت‌های جهان در حوزه فولاد تبدیل کرده است.^{۲۸۲}

۲-۴-۵-۶-جمع بندی

قانون رقابت هند نیز به دولت مرکزی این کشور اختیارات مهمی را تفویض نموده است که امکان مبادرت به ادغام بدون رعایت ضوابط رقابتی را فراهم می‌سازد. مطابق ماده ۵۴ دولت هند می‌تواند هر گروه از بنگاه‌ها را بر اساس ملاحظات منافع عمومی و امنیتی از اعمال قانون رقابت یا هر گونه مقررات آن، تا مدتی معین مشمول معافیت نماید. مطابق با ماده ۵۵، کمیسیون رقابت هند موظف به رعایت دستورالعمل‌های دولت مرکزی در خصوص مسایل سیاستی است و تشخیص مصادیق مسایل سیاستی نیز با دولت است. بعلاوه مطابق با ماده ۵۶ دولت می‌تواند به تشخیص خود فعالیت کمیسیون را به حالت تعلیق درآورد.

۲-۴-۶-مالزی

از اوایل دهه ۷۰ میلادی به بعد مالزی یکی از توسعه‌یافته‌ترین بازارهای سرمایه در جنوب شرق آسیا را داشته است. پس از یک دهه توسعه سریع بازار و در پی بروز بحران مالی سال ۱۹۹۷، مجموعه‌ای از تغییرات نهادی گسترده برای فراهم کردن شرایط تداوم آزادسازی‌ها ایجاد شد. این تغییرات بر شفافیت و کنترل، شامل استانداردهای جدید حسابداری، قوانین مربوط به ادغام و خرید شرکت‌ها، کفایت

<http://www.investopedia.com/articles/investing/022615/ranbaxy-and-sun-pharma-mega-indian-merger.asp>(last visited:2015/06/27)

^{۲۸۱} . این شرکت هندی که در سال ۱۹۰۷ تاسیس شده است، تابع Tata Group(Indian Conglomerate Tata Corporation) است. این گروه یکی از بزرگترین شرکت‌های چند ملیتی هند به شمار می‌آید. برای آگاهی از نحوه عملکرد و فعالیت‌های این دو شرکت ر.ک.

<http://www.tatasteel.com/corporate/tata-steel-group.asp>

<http://www.tata.com/aboutus/index/About-us>

^{۲۸۲} . برای آگاهی از اطلاعات منتشر شده در این زمینه و برخی از ادغام‌های بزرگ انجام شده توسط شرکت‌های هندی ر.ک.

<http://www.educba.com/mergers-and-acquisitions-in-india>(last visited: 2015/09/30)

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	
صفحه: ۱۷۳	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	
		ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار

سرمایه برای شرکت‌های خرید و فروش سهام و آزادسازی کمیسیون کارگزاری متمرکز بود.^{۲۸۳} با گسترش فرایند جهانی شدن، از نخستین سال‌های دهه نود میلادی استفاده از رویه‌های تجاری مناسب در مالزی نیز مورد توجه قرار گرفت. اما در میان دولتمردان مالزی برای تصویب قانون رقابت جامع در این کشور اختلاف نظر وجود داشت. زیرا شماری از آنان معتقد بودند آزادسازی و اجرای قانون رقابت زمینه مناسبی را برای بنگاه‌های بیگانه مهیا خواهد نمود تا شرکت‌های مالزی را خریداری کنند و حاکمیت خارجی‌ان بر بنگاه‌های داخلی عاملی منفی در پیمودن مسیر توسعه در این کشور خواهد بود. این گروه تداوم توسعه اقتصادی در کشور را در اولویت قرار می‌دادند و به دلیل ذکر شده و با توجه به سابقه استعمار در کشور و تملک بخش اعظم منابع و شرکت‌های تاسیس شده در مالزی توسط خارجی‌ان، تصویب قانون رقابت را با توسعه مالزی ناسازگار می‌دانستند. اما وقوع بحران اقتصادی در کشورهای آسیای جنوب شرقی طی سال‌های ۱۹۹۷ و ۱۹۹۸ ضعف ساختاری نظام‌های اقتصادی کشورهای این منطقه را آشکار نمود. در پی بحران مزبور مشکل ذاتی اقتصاد هدایت شده توسط دولت، که تا حدی رشد سریع در منطقه را پایدار ساخته بود- مانند پیوندهای مبتنی بر تبانی میان سیاستمداران و صاحبان کسب و کار و پیچیدگی و ابهام و انحصارطلبی در نظام‌های اقتصادی ارائه شده توسط دولت و خویشاوند سالاری و دادن بهترین مناصب به دوستان توسط صاحبان قدرت و مقام- فاش شد. با توجه به شرایط اقتصادی کشورهای منطقه انتظار می‌رفت سیاست رقابت کارکرد دوگانه‌ای را ارائه دهد. نهاد بازار به عنوان پیش‌نیاز اجرای این سیاست ایجاد گردد و نهاد بازار پس از ایجاد به صورتی منصفانه و کارآمد حفظ و مدیریت شود. صندوق بین‌المللی پول و سایر سازمان‌های بین‌المللی به منظور غلبه بر بحران، مؤکداً به دولت‌ها توصیه کردند این نظام‌های اقتصادی بسته و هدایت شده توسط دولت را اصلاح نمایند و اقداماتی را انجام دهند تا نظام‌های اقتصادی و حقوقی این کشورها بازارمحور و منطقی‌تر باشد و شفافیت و پاسخگویی را تقویت نماید. اقدامات اصلاحی توصیه شده ابتدا موسسات مالی و بانکی را هدف قرار داد. اما اصلاحات مورد نظر اصلاح کلی نظام‌های قضایی را نیز در بر گرفت. تاکید ویژه بر تأسیس و توسعه موسسات ضروری برای میسر نمودن کارکرد مناسب نظام بازار بود، که

^{۲۸۳}. بانک جهانی، پیشین، ص ۱۱۰.

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۷۴	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

به علت در اولویت قرار دادن توسعه هدایت شده توسط دولت نادیده گرفته شده بود.^{۲۸۴} پس از وقوع بحران سال ۱۹۹۷ در منطقه جنوب شرق آسیا دولت مالزی با برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌گذاری‌هایی متناسب با شرایط اقتصادی و سیاسی این کشور، پیش از سایر کشورهای منطقه اقتصاد آسیب‌دیده‌اش را ترمیم کرد و برای تحقق یافتن اهداف ترسیم شده تا افق ۲۰۲۰ میلادی برنامه‌ریزی نمود.^{۲۸۵} برای دستیابی به اهداف مزبور علاوه بر الزامات قانونی ایجاد شده برای دولت در قانون اساسی^{۲۸۶} در زمینه توسعه کشور، وظایف قانونی وزارت تجارت بین‌المللی و صنعت^{۲۸۷} در این زمینه نیز مورد توجه بود. این وزارتخانه موظف بود با اجرای سیاست‌های صنعتی به منظور توسعه سریع در جهت تحقق یافتن سیاست اقتصادی ملی و تضمین چشم‌انداز ۲۰۱۰ فعالیت کند. دولت مالزی به عنوان یکی از صادرکنندگان نفت و گاز با آگاهی از اهمیت کاهش وابستگی به درآمد نفتی برای دستیابی به این هدف اقدامات متعددی انجام داده است. یکی از اقدامات مزبور تلاش برای تصویب قانون رقابت در این کشور است.^{۲۸۸}

۲-۴-۶-۱- قانون‌گذاری درباره رقابت و ادغام در مالزی

^{۲۸۴} . مبحث ذکر شده در این بخش با استفاده از مطالب ارائه شده در مآخذ زیر تهیه شده است:

Yasuda Nobuyuki, The Evolution of Competition Law in Southeast Asian Countries, Globalization and Law in Asia: From the Asian Crisis to September 11, 2001, International Institute for The Sociology of Law: 10-11 April 2003, available at: <http://www.google.com/#q=Yasuda+Nobuyuki%2C+The+Evolution+of+Competition+Law+in+Southeast+Asian+Countries%2C+Globalization+and+Law+in+Asia:+From+the+Asian+Crisis+to+September+11%2C+2001> (last visited: 2015/05/10)

^{۲۸۵} . برای مطالعه درباره برنامه‌های توسعه مالزی، نحوه تدوین و اجرای آن‌ها ر.ک. مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، دفتر مطالعات حقوقی، درباره قانون برنامه توسعه ۲. مالزی (مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، دفتر مطالعات حقوقی، تهران: ۱۳۸۸).

^{۲۸۶} . اصول ۹۲ و ۱۵۳ قانون اساسی مالزی به موضوع توسعه و سیاست اقتصادی مالزی پرداخته است. برای آگاهی از مفاد این اصول ر.ک. [http://www.agc.gov.my/images/Personalisation/Buss/pdf/Federal%20Consti%20\(BI%20text\).pdf](http://www.agc.gov.my/images/Personalisation/Buss/pdf/Federal%20Consti%20(BI%20text).pdf)

^{۲۸۷} . برای آگاهی از وظایف و ماموریت‌های این وزارتخانه (Ministry of International Trade and Industry) ر.ک. http://www.miti.gov.my/cms/content.jsp?id=com.tms.cms.section.Section_aadfb8-c0a81573-5bbe5bbe-7cec752f

^{۲۸۸} . برای آگاهی از اقدامات انجام شده برای اصلاحات اقتصادی در مالزی و مطالعه بیشتر راجع به تجربه مالزی در غلبه بر بحران اقتصادی سال ۱۹۹۷ ر.ک.

<http://www.pwc.com/asia-practice/south-east/assets/publications/Doing-Business-Guide-Malaysia-Apr13.pdf> (last visited: 2015/05/10)
<http://www.irti.org/English/Research/Documents/IES/123.pdf> (last visited: 2015/05/10)

مجموعه: ۱۷۵	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
		ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

در دهه ۹۰ میلادی کشورهای در مرحله گذار به اقتصاد بازار و تدوین و اجرای قوانین رقابت روی آوردند. مالزی پس از اندونزی، تایلند و سنگاپور چهارمین کشور منطقه جنوب شرق آسیا بود که قواعد مشخصی را برای تنظیم رقابت ارائه داد. دولت مالزی در سال ۱۹۹۲ گزارشی درباره سیاست رقابت دریافت نمود. سپس تدوین لایحه‌ای موسوم به «لایحه رویه‌های تجاری» را آغاز کرد. این لایحه بارها بازنگری شد. اما از ابتدای تدوین لایحه مزبور، با توجه به نقش قانون رقابت بر وضعیت شرکت‌های ملی، راجع به تصویب قانون رقابت جامع در میان دولتمردان مالزی اختلاف نظر وجود داشت. زیرا گروهی از آنان اعتقاد داشتند به علت هموار شدن راه ورود شرکت‌های بزرگ خارجی به مالزی و میسر شدن خرید بنگاه‌های داخلی و تأثیر منفی آن بر این بنگاه‌ها، تصویب قانون رقابت با توسعه اقتصادی این کشور سازگار نخواهد بود. برای تدوین قانون رقابت این کشور از الگوها، قوانین نمونه و توصیه‌های ارائه شده توسط سازمان‌ها و نهادهای بین‌المللی مانند بانک جهانی، صندوق بین‌المللی پول و کنفرانس تجارت و توسعه سازمان ملل متحد استفاده شده است. افزون بر آن، بهره‌گیری از تجربیات کشورهای که پیش از مالزی در منطقه قانون رقابت را به تصویب رسانده بودند و پیامدهای لازم‌الاجرا شدن قانون مزبور در این کشورها و اقدامات انجام شده از سوی سازمان تجارت در زمینه قانون رقابت نیز مورد توجه بوده است. سیاست رویه‌های تجاری منصفانه مالزی در ۲۶ اکتبر سال ۲۰۰۵ به تصویب مجلس نمایندگان رسید. این سیاست به منظور بهبود رقابت و حمایت از رقابت در بازار و ممنوعیت رویه‌های تجاری غیرمنصفانه مانند سوء استفاده از موقعیت مسلط و رویه‌های ضد رقابتی تصویب شده است. اما قانون رقابت این کشور - موسوم به قانون رقابت ۲۰۱۰^{۲۸۹} - پنج سال پس از تصویب سیاست مزبور به تصویب رسید و از آغاز سال ۲۰۱۲ لازم‌الاجرا شد تا با اجرای آن قواعد مشخصی بر رقابت در بازار این کشور حاکم شود.

۲-۴-۶-۲- قوانین حاکم بر ادغام و تملک در مالزی

در مالزی با توجه به نوع کسب و کار مورد نظر قوانین و مقررات متعددی بر ادغام بنگاه‌ها حاکم است. اما قوانین و مقررات اصلی حاکم بر ادغام و تملک در این کشور به شرح زیر است:

^{۲۸۹} . the Competition Act 2010

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۷۶	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

۱) قانون رقابت مصوب ۲۰۱۰

قانون رقابت مصوب ۲۰۱۰ مشتمل بر ۶۷ ماده در شش بخش ارائه شده است.^{۲۹۰} برخی از مندرجات قانون مزبور به شرح زیر می‌باشد: بخش نخست شامل سه ماده به بیان مقدمه قانون و ذکر کلیات پرداخته است. در این مبحث بر نقش بهبود رقابت و حمایت از فرایند رقابت در بهبود توسعه اقتصادی به واسطه حمایت از مصرف‌کنندگان، با مقررات پیش‌بینی شده در باره رقابت تصریح شده است. افزون بر آن، این نکته نیز مورد تاکید قرار گرفته است که فرایند رقابت کارایی، نوآوری و کارافرینی را تقویت می‌کند، که به نوبه خود به رقابتی‌تر شدن قیمت‌ها، بهبود کیفیت محصولات و خدمات و حق انتخاب گسترده‌تر مصرف‌کنندگان منتهی می‌شود. قانون رقابت مالزی برای بهره‌مندی از منافع ذکر شده و به منظور ممنوع ساختن اداره غیررقابتی بنگاه‌ها به تصویب رسیده است. بخش دوم شامل مواد ۴ الی ۱۳ به رویه‌های ضد رقابتی اختصاص یافته است. فصل اول ذیل این بخش موافقت‌نامه‌های ضد رقابتی را مشخص نموده و فصل دوم به سوء استفاده از موقعیت مسلط پرداخته است. در فصول سوم و چهارم ذیل این بخش مقررات مربوط به بررسی بازار و موضوعات خارج از شمول قانون درج شده است.^{۲۹۱} در قوانین منع انحصار یا قوانین رقابت سایر کشورها به ادغام و اصطلاحات و موضوعات مرتبط با آن مانند رویه‌های انحصاری، تمرکز قدرت اقتصادی و رقابت غیرمنصفانه با تاکید بر مشخصات ذکر شده در این قوانین در موارد مربوط پرداخته‌اند. چنان‌که ماده ۲۸ قانون رقابت اندونزی مصوب ۱۹۹۹ صریحاً به ادغام پرداخته و تعاریف اصطلاحات ذکر شده در قانون را نیز مشخص نموده است.^{۲۹۲} اما بررسی مواد مندرج در بخش‌های مختلف قانون رقابت مالزی حاکی از آن است که این قانون فاقد مقرراتی است که صریحاً به موضوع ادغام اختصاص یافته باشد. اما ماده ۴ قانون رقابت به موافقت‌نامه‌های افقی

^{۲۹۰} برای آگاهی از متن این قانون ر.ک.

<http://mycc.gov.my/wp-content/uploads/05/2014/CA2010.pdf> (last visited: 2015/05/10)

^{۲۹۱} حوزه‌های مستثنا از شمول قانون شامل فعالیت‌های تنظیم شده براساس قانون مصوب ۱۹۹۸ راجع به ارتباطات و چندرسانه‌ها و قانون مصوب ۲۰۰۱ کمیسیون انرژی است.

^{۲۹۲} برای آگاهی از مفاد قانون منع انحصار و رویه‌های تجاری غیرمنصفانه اندونزی با عنوان قانون شماره ۵ مصوب ۱۹۹۹ موسوم به the Ban on Monopolistic Practices and Unfair Business Competition ر.ک.

http://www.wipo.int/wipolex/en/text.jsp?file_id=181117 (last visited: 2015/05/10)

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۷۷	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

و عمودی با مشخصات مورد نظر که در این ماده ممنوع شده، پرداخته است. این ماده مقرر داشته است که هر موافقت نامه افقی یا عمودی تا جایی که مقصود از آن به صورت حائز اهمیتی جلوگیری از رقابت، محدود کردن آن یا انحراف رقابت در بازار نسبت به کالاها یا خدمات باشد، یا به یکی از اشکال ذکر شده بر رقابت تاثیر بگذارد، ممنوع است. عبارات ذیل ماده مزبور مشخصات مصادیقی از این گونه موافقت نامه ها را برشمرده است. موافقت نامه هایی که بر اساس مندرجات آن ها به طور مستقیم یا غیرمستقیم قیمت خرید یا فروش، یا هر گونه شرایط تجارت ثابت شود و همچنین موافقت نامه هایی که تولید را محدود یا کنترل کند، در زمره موافقت نامه های ممنوع ذکر شده است.

۲) قانون راجع به تصاحب و ادغام

پیش از تصویب قانون رقابت در مالزی قانونی راجع به تصاحب و ادغام در این کشور به تصویب رسیده است. قانون مزبور مقررات راجع به نحوه تحقق یافتن ادغام و شرایط شکلی لازم، مانند انجام اقدامات مربوط در مهلت های قانونی تعیین شده و ارائه اطلاعات مورد نظر را پیش بینی کرده است. قانون مزبور از سال ۱۹۹۸ در این کشور لازم الاجرا شد؛ اما براساس قانون اصلاحی مصوب ۲۰۱۰^{۲۹۳} لغو گردید. مقررات قانون جدید، به انضمام یادداشت های اجرایی کمیسیون اوراق بهادار درباره مندرجات درخواست های تصاحب و ادغام و همچنین راهنماهای صادر شده توسط این کمیسیون بر عملکرد کلیه افراد درگیر در پیشنهاد های تصاحب، ادغام و تملک در مالزی حاکم است.^{۲۹۴} شایان ذکر است کمیسیون اوراق بهادار مالزی براساس وظایف تعیین شده برای این کمیسیون، مطابق قانون کمیسیون اوراق بهادار مصوب ۱۹۹۳ و قانون اصلاحی بعدی مصوب ۲۰۱۵ تنظیم ادغام و تملک شرکت ها در این کشور را برعهده دارد.

۳) قانون شرکت ها مصوب ۱۹۶۵

^{۲۹۳}. برای آگاهی از مفاد این قانون با عنوان "Malaysian Code on Takeovers and Mergers 2010" ر.ک.

[http://www.takeoversforum.com/Repository%20of%20Codes/Malaysia TOM Code English_101215.pdf](http://www.takeoversforum.com/Repository%20of%20Codes/Malaysia_TOM_Code_English_101215.pdf) (last visited: 2015/05/10)

^{۲۹۴}. برای آگاهی بیشتر درباره مندرجات قانون رقابت مالزی و کاستی های مربوط به اجرای آن ر.ک.

LEE, Cassey, **Competition Law Enforcement in Malaysia: Some Recent Developments**, ERIA Discussion Paper No. ERIA-DP-2014-02, ERIA Discussion Paper Series (University of Wollongong, January 2014), available at: <http://www.eria.org/ERIA-DP-2014-02.pdf> (last visited: 2015/01/11)

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی		
صفحه: ۱۷۸	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

قانون شرکت‌ها مصوب ۱۹۶۵ و اصلاحات بعدی آن مصوب ۲۰۰۶ مقررات حاکم بر اداره شرکت‌ها و همچنین وظایف مدیران، شرایط افشای تملک سهام، و طرح ترتیبات مربوط را در بر می‌گیرد.

۴) قانون بازارهای سرمایه و خدمات مصوب ۲۰۰۷^{۲۹۵}

قانون بازارهای سرمایه و خدمات شامل مقرراتی است که فعالیت‌های بازار و واسطه‌گری‌ها در بازارهای سرمایه و شرایط گزارش دهی صاحبان سهام را تنظیم می‌کند. افزون بر آن در بردارنده شرایط حاکم بر تصاحب، ادغام و تملک است.

۵) سایر قوانین و مقررات

باتوجه به فعالیت‌ها شرکت‌ها هدف، افزون بر قوانین و مقررات ذکر شده، بخش‌هایی از سایر قوانین و مقررات مربوط به مراجع قانونی و تنظیم‌کنندگان بخش‌های مختلف اقتصادی و شرایط، الزامات و اخذ مجوزهای اعلام شده توسط آن‌ها نیز در فرایند ادغام و تملک در مالزی باید مورد توجه قرار گیرد. مانند قوانین مالیاتی، قوانین و مقررات مربوط به صنایع کارخانه‌ای، مقررات بورس اوراق بهادار، مقررات راجع به کمیسیون شرکت‌ها، مقررات به بانک مرکزی مالزی و سازمان‌های دولتی مربوط.

۲-۴-۶-۳- تنظیم و کنترل ادغام‌ها در مالزی

بررسی برخی از مطالعات انجام شده درباره شمول قانون رقابت مالزی نسبت به موضوع ادغام نشان می‌دهد دو دیدگاه درباره جایگاه ادغام در این قانون وجود دارد. معتقدان به دیدگاه نخست با بهره‌گیری از مفاد ماده ۴ قانون رقابت مالزی راجع به ممنوعیت موافقت‌نامه‌های افقی و عمودی موضوع قانون اظهار داشته‌اند که این ماده به صورت غیرمستقیم به ادغام ارتباط می‌یابد. براساس این دیدگاه قانون رقابت مالزی با درج ماده ۴ در آن تا حد زیادی از وقوع ادغام‌های خصوصیت‌آمیز و تصاحب جلوگیری می‌کند و رقابت‌های انحصاری در مالزی را ممنوع می‌نماید. زیرا انعقاد موافقت‌نامه‌های افقی که به

^{۲۹۵}. Capital Market and Services Act 2007

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۷۹	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

واسطه ترتیباتی مانند تبانی، تشکیل کارتل یا انحصار چندقطبی^{۲۹۶} تحقق می‌یابد، در تصاحب دوستانه^{۲۹۷} بسیار محتمل است و موقعیت مسلط پس از تصاحب خصمانه^{۲۹۸} ایجاد می‌شود که در صورت سوء استفاده از آن، رویه‌ای غیررقابتی به شمار می‌آید.^{۲۹۹}

براساس دیدگاه دوم که توسط نویسنده دیگری ارائه شده است، ادغام مشمول قانون رقابت مالزی نیست.^{۳۰۰} این نویسنده با بیان استدلال زیر برخلاف دیدگاه پیشین، ادغام را خارج از شمول قانون مزبور قرار داده و برای پی بردن به حوزه تحت شمول قانون رقابت مالزی و هدف آن عناوین مواد راجع به اقدامات ممنوع شده در این قانون را بررسی کرده است. مواد ۴ و ۱۰ قانون به ترتیب به اقداماتی پرداخته است که انجام آن‌ها در اداره بنگاه‌ها ممنوع است. ماده ۴ قانون به موافقت‌نامه‌های ضدرقابتی پرداخته و ماده ۱۰ به مقررات مربوط به سوءاستفاده از موقعیت مسلط اختصاص یافته است. اما در بندهای ذیل این ماده دیدگاه قانوگذار راجع به ادغام ذکر نشده است. نویسنده مقاله از سکوت قانون نسبت به موضوع چنین استنباط کرده است که ادغام از جمله موضوعاتی است که خارج از حوزه شمول قانون رقابت مالزی قرار دارد.

با بررسی دو دیدگاه ذکر شده نسبت به شمول یا عدم شمول قانون رقابت مالزی به موضوع ادغام و با توجه به ذهنیت منفی حاکم بر گروهی از دولتمردان این کشور نسبت به سلطه بیگانگان بر اقتصاد ملی استدلال نویسنده مقاله دوم موجه‌تر به نظر می‌رسد. زیرا از یک سو قانون‌گذار در صورت داشتن دیدگاه مشخص نسبت به شمول قانون به موضوع ادغام، برای روشن کردن وضعیت ادغام و کنترل آن، صریحاً به موضوع می‌پرداخت و مقرراتی را در این زمینه در قانون پیش‌بینی می‌کرد-چنانکه براساس رویه متداول در تدوین قوانین کشورهای مختلف، در هر قانون ماده‌ای به اصطلاحات و تعاریف مورد استفاده

^{۲۹۶} .Oligopoly

^{۲۹۷} .Friendly Takeover

^{۲۹۸} . Hostile Takeover

^{۲۹۹} . برای مطالعه این مقاله ر.ک.

<http://www.pertanika.upm.edu.my/Pertanika%20PAPERS/JSSH%20Vol.%2022%20%28S%29%20Jan.%202014/18%20Page%20293-308.pdf>

^{۳۰۰} . نویسنده این مقاله با عنوان " Competition Law: Its Impact on Business and Legal Practice " مقاله مزبور را با اقتباس از مقاله ارائه شده در سال ۲۰۱۳ توسط رئیس کمیسیون رقابت مالزی تهیه کرده است. برای آگاهی بیشتر ر.ک.

<http://www.lawgazette.com.sg/2013-11/894.htm>(last visited: 2015/06/15)

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۸۰	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

در قانون اختصاص داده می‌شود- اما در ماده ۲ قانون رقابت مالزی که به مفهوم برخی از اصطلاحات ذکر شده در آن مانند موافقت‌نامه^{۳۰۱}، موقعیت مسلط^{۳۰۲} یا موافقت‌نامه افقی^{۳۰۳} پرداخته است، اصطلاح ادغام^{۳۰۴} ذکر نشده است. مطالعات انجام شده برای ارائه این گزارش نیز نشان داده است که بزرگترین ادغام بنگاه‌ها در مالزی با ادغام سه شرکت در یکدیگر در سال ۲۰۰۷ و پیش از تصویب و لازم‌الاجرا شدن قانون رقابت مصوب ۲۰۱۰ تحقق یافته است. از این رو مسکوت گذاردن موضوع ادغام در قانون اقدامی حاکی از غفلت قانون‌گذار نسبت به موضوع تلقی نمی‌شود. با توجه به اینکه قانون رقابت مالزی صریحاً به موضوع ادغام نپرداخته است، کنترل ادغام و دیدگاه قانون‌گذار نسبت به رویه‌های منصفانه در فرایند ادغام بنگاه‌های این کشور نیز در قانون مزبور مسکوت مانده است. با توجه به اینکه در این کشور قانون‌گذاری مشخصی علیه انحصار وجود ندارد و انحصارات در بخش‌های مختلف اقتصاد وجود دارند، نظام حقوقی مالزی فاقد رژیم مناسبی برای کنترل نظام‌مند ادغام است تا در صورت لزوم، از آن برای تنظیم رقابت‌های انحصاری بنگاه‌ها و جلوگیری از رویه‌های ضد رقابتی در رقابت‌های انحصاری استفاده شود.

مطالعات انجام شده درباره وظایف و عملکرد کمیسیون رقابت مالزی نیز نشان می‌دهد این کمیسیون که مطابق قانون راجع به کمیسیون رقابت ۲۰۱۰^{۳۰۵} به ایفای وظایف قانونی خود، از جمله رسیدگی به دعاوی مرتبط با حوزه صلاحیت کمیسیون می‌پردازد، در رسیدگی به دعاوی راجع به تثبیت قیمت‌های مربوط به بنگاه‌های تجاری موفق بوده است.^{۳۰۶} اما درباره رسیدگی این کمیسیون به دعاوی مربوط به ادغام در مالزی اطلاعاتی منتشر نشده است. از سوی دیگر در قانون مزبور نیز بر کنترل ادغام به واسطه

^{۳۰۱}. Agreement

^{۳۰۲}. Dominant Position

^{۳۰۳}. Horizontal Agreement

^{۳۰۴}. Merger

^{۳۰۵}. برای آگاهی از مفاد این قانون مزبور یا Malaysia Competition Commission Act 2010 ر.ک.

<https://www.google.com/#q=competition+commission+act+2010+malaysia> (last visited: 2015/06/08)

^{۳۰۶}. برای آگاهی از فعالیت‌های این کمیسیون و اطلاعات مربوط به دعاوی رسیدگی شده از سوی آن، ر.ک.

<http://www.lawgazette.com.sg/2013-11/894.htm> (last visited: 2015/06/08)

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۸۱	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

اقدامات این کمیسیون تصریح نشده است. بنابراین در شرایط کنونی درباره رسیدگی به دعاوی مربوط به ادغام و کنترل ادغام‌ها چالش‌هایی در این کشور وجود دارد.

قانون رقابت مالزی درباره کنترل ادغام‌ها پس از اعمال قوانین و مقررات شکلی مربوط به تحقق یافتن ادغام و آغاز فعالیت بنگاه‌های جدید در این کشور ساکت است. اما بنگاه‌ها باید اطمینان یابند پس از ادغام مقررات مربوط به ممنوعیت‌های پیش‌بینی شده در قانون رقابت نقض نخواهد شد. چنان‌که پیش‌تر ذکر شد، ممنوعیت‌های مزبور شامل ممنوعیت‌های راجع به موافقت‌نامه‌های ضد رقابتی و همچنین ممنوعیت سوء استفاده از موقعیت مسلط بر بازار است.

۲-۶-۴- نمونه‌ای موفقیت‌آمیز از ادغام بنگاه‌ها در مالزی

ادغام مورد بررسی در این مطالعه در سال ۲۰۰۷ و قبل از تصویب و لازم‌الاجرا شدن قانون رقابت مالزی روی داده است و آن را بزرگترین ادغام در تاریخ شرکت‌های این کشور نامیده‌اند. شرکت جدید به بزرگترین تولیدکننده روغن پالم در میان تولیدکنندگان جهان از حیث درآمد و ارزش بازار تبدیل شده است.^{۳۰۷} در پی اعلام برنامه ادغام شرکت‌های مورد نظر در تاریخ ۲۳ نوامبر سال ۲۰۰۶، معامله سهام این شرکت‌ها و شرکت‌های تابع آن‌ها در بورس مالزی با موقوف بودن به نتیجه تغییر جهت کسب و کار شرکت‌های در حال ادغام متوقف گردید.^{۳۰۸} پس از اعلام برنامه ادغام شرکت‌های مزبور، فرایند ادغام با تشکیل شرکتی موسوم به Synergy Drive تکمیل شد. در پی ادغام سه شرکت Guthrie & Co.^{۳۰۹}، Harrison & Crosfield^{۳۱۰} و Sime Darby & Co.^{۳۱۱} در یکدیگر، و تشکیل شرکت مزبور،

^{۳۰۷}. برای آگاهی بیشتر ر.ک.

http://www.azmilaw.com/archives/Article_7_Key_Success_Factors_in_MA_00078783_.pdf (last visited: 2015/06/08)

^{۳۰۸}. برگرفته از اطلاعات مندرج در نشانی زیر:

<http://www.simedarby.com/History.aspx> (last visited: 2015/06/08)

^{۳۰۹}. برای مطالعه درباره پیشینه این شرکت و فعالیت‌های آن تا قبل از ادغام ر.ک.

http://www.simedarby.com/upload/Timeline_Guthrie.pdf (last visited: 2015/06/08)

^{۳۱۰}. برای آگاهی از فعالیت‌های این شرکت و پیشینه آن ر.ک.

http://www.simedarby.com/upload/Timeline_HC.pdf (last visited: 2015/06/08)

^{۳۱۱}. برای مطالعه درباره این شرکت و فعالیت‌های آن از آغاز تاسیس تا قبل از ادغام ر.ک.

<http://www.simedarby.com/History.aspx> (last visited: 2015/06/08)

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۸۲	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

این شرکت ^{۳۱۲} Sime Darby Berhad نامیده شد.^{۳۱۳} پس از تملک کسب و کار و دارایی‌های شرکت‌های ذکر شده و شرکت‌های تابع آن‌ها، شرکت جدید در تاریخ ۳۰ نوامبر سال ۲۰۰۷ به بازار سهام مالزی راه یافت. شرکت مزبور یکی از شرکت‌های مادر مالزی است و با سرمایه‌ای به ارزش ۶/۵۸ میلیارد رینگیت مالزی تا ۳۰ ژوئن سال ۲۰۱۴، بزرگترین شرکت حاضر در بورس مالزی محسوب می‌شود.^{۳۱۴} Sime Darby Berhad شرکتی چندملیتی است که بزرگترین تولیدکننده روغن پالم پایدار تصفیه شده در جهان به شمار می‌آید. این شرکت علاوه بر ایفای نقش به عنوان بازیگر کلیدی در اقتصاد این کشور در تولید، عرضه و معاملات محصولات در بخش‌های مختلف مانند کشت، تجهیزات صنعتی، انواع موتور، اتوموبیل، دارایی، انرژی و خدمات رفاهی، در بیش از ۲۰ کشور جهان نیز فعالیت دارد و در حوزه‌هایی از قبیل انرژی، تجارت، مهندسی، خدمات فنی، بنادر و لجستیک و با پذیرش افزایش ارزش برای سهامداران، مسئولیت‌پذیری نسبت به اجتماع و محیط زیست برای دستیابی به اهداف خود تلاش می‌کند.^{۳۱۵} مقایسه وضعیت دارایی شرکت Sime Darby Berhad پس از ادغام سه شرکت اولیه در یکدیگر با وضعیت این شرکت‌ها قبل از ادغام نشان می‌دهد مجموع دارایی‌های شرکت مزبور از بالغ بر ۶/۳۱ میلیارد رینگیت سرمایه اولیه آن در زمان ورود به بازار سهام مالزی در ماه نوامبر سال ۲۰۰۷ به سرمایه‌ای بالغ بر ۲/۵۹ میلیارد رینگیت مالزی، تاریخ ۲۱ آوریل سال ۲۰۱۵ افزایش یافت. از سوی دیگر، کاهش هزینه‌های دارای هم‌پوشانی با یکدیگر که در شرکت‌های مزبور وجود داشت و افزایش هزینه‌های صرف شده جهت تحقیق و توسعه در حوزه‌های جدید مانند سوخت‌های زیستی و زیست‌فناوری تحقق یافت تا با استفاده از نتایج تحقیقات انجام شده تولید و عرضه محصولات جدید

^{۳۱۲} Berhad واژه‌ای مالایی به معنای خصوصی است.

^{۳۱۳} برای آگاهی بیشتر درباره نحوه تشکیل این شرکت، مزایای ادغام مزبور و محصولات تولید و عرضه شده توسط آن، به تجارب رئیس هیات مدیره دو شرکت از شرکت‌های ذکر شده و نویسنده مقاله ارائه شده با عنوان "Mergers & Acquisition-a Personal Experience" قابل دریافت از نشانی زیر رجوع کنید:

http://repo.uum.edu.my/1882/1/TAN_SRI__DATO_SERI_Ahmad_Sarji_Abdul_Hamid%5B1%5D.pdf Sime Darby (last visited: 2015/06/08)

^{۳۱۴} برای آگاهی از عملکرد این شرکت در سال ۲۰۱۴ در حوزه‌های مختلف ر.ک.

http://www.simedarby.com/downloads/pdfs/SDB/Annual_Report/Sime_Darby_AR2014_Lowres.pdf (last visited: 2015/06/08)

^{۳۱۵} برای آگاهی بیشتر راجع به این شرکت ر.ک.

http://www.simedarby.com/Corporate_Structure_and_Information.aspx (last visited: 2015/06/08)

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۸۳	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

توسط شرکت جدید میسر گردد. در پی گسترش فعالیت‌های فرامرزی این شرکت، در سال ۲۰۱۳ بالغ بر ۷۰٪ درآمد شرکت مزبور حاصل تلاش در منطقه جنوب شرق آسیا بوده است.^{۳۱۶}

۲-۴-۶-۵- روند ادغام بنگاه‌ها در مالزی

اهمیت فعالیت بنگاه‌های بزرگ و برخوردار از توان رقابتی برای موفقیت در عرصه‌های جهانی موجب شد بخش شرکتی مالزی با بهره‌گیری از سیاست‌گذاری‌های دولت و اصلاحات قانونی و مقرراتی انجام شده در کشور حوزه‌هایی مانند نفت و گاز، فعالیت‌های مالی، بیمه، بانکداری و صنایع به ادغام و تملک روی آورد تا به منافع ناشی از ادغام در بازارهای مختلف دست یابد. براساس اطلاعات منتشر شده ارزش معاملات مربوط به ادغام و تملک در مالزی در سال ۲۰۱۴ بالغ بر ۳۰ میلیارد دلار بوده است که در مقایسه با ارزش معاملات مربوط به سال ۲۰۱۰ که معادل ۱۶ میلیارد دلار گزارش شده، حدود ۸۸٪ افزایش داشته است.^{۳۱۷} مطالعات انجام شده درباره عملکرد بنگاه‌های مالزی پس از ادغام نشان داده است طی سال‌های مختلف و تحت تاثیر عوامل گوناگون، نوساناتی در عملکرد و میزان موفقیت این بنگاه‌ها وجود دارد،^{۳۱۸} اما در میان شرکت‌های مالزی که با توسل به شیوه‌های مختلف ادغام به افزایش توان رقابت در بازارهای جهانی روی آورده‌اند، شرکت بزرگی مانند Sime Darby ایجاد شده است که از حیث درآمد و ارزش بازار بزرگترین تولیدکننده روغن پالم در میان تولیدکنندگان جهان به شمار می‌آید.

۲-۴-۶-۶- جمع بندی

^{۳۱۶} . برای آگاهی بیشتر در زمینه انواع فعالیت‌های این شرکت خارج از کشور مالزی و میزان درآمدهای حاصل از آن‌ها به اطلاعات منتشر شده در نشانی زیر رجوع کنید:

http://www.simedarby.com/upload/SD-Invest_Malaysia_2014.pdf (last visited: 2015/06/08)

^{۳۱۷} . <http://www.mmaa.com.my/about.html> (last visited: 2016/01/18)

^{۳۱۸} . برای آگاهی از اطلاعات منتشر شده در این زمینه ر.ک.

<http://www.mmaa.com.my/news/data.pdf> (last visited: 2016/01/18)

http://www.mmaa.com.my/news/20150930-malaysia_asean_marketreview3Q2015.pdf (last visited: 2016/01/18)

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۸۴	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

قانون رقابت مالزی (مصوب سال ۲۰۱۰) اساساً فاقد مقرراتی است که صریحاً به موضوع ادغام اختصاص یافته باشد و صرفاً مقرراتی در خصوص ممنوعیت موافقت‌نامه‌های ضد رقابتی و نیز ممنوعیت سوء استفاده از موقعیت مسلط بر بازار وجود دارد که ناظر بر رفتار بنگاه است. مسکوت ماندن کنترل ادغام و ابهام در این خصوص را با وجود ادغام‌های بزرگی که در این کشور پیش و پس از تصویب قانون رقابت رخ داده است نباید غفلت قانونگذار تلقی کرد بلکه باید اغماض آگاهانه در این خصوص شمرده که تامین کننده انعطاف لازم در خصوص ادغام است.

۲-۵- جمع بندی

۱- حمایت از شکل‌گیری و فعالیت بنگاه‌های بزرگ در ژاپن نزدیک به یک قرن و ربع (از دوران می‌جی تا دهه ۹۰) در زمره اولویتهای برنامه‌ریزی اقتصادی این کشور بوده است. هدف از اتخاذ چنین رویکردی، افزایش صرفه‌های مقیاسی و ارتقای توان رقابت شرکت‌های ژاپنی در بازارهای بین‌المللی بوده است. ژاپن حتی در چشم انداز ساختار صنعتی سال ۲۰۱۰ خود نیز درصدد اصلاح کاهش سودآوری ناشی از تعدد بنگاه‌های خود در هریک از رشته فعالیت‌های صنعتی از طریق تسهیل ادغام بنگاه‌ها برآمده است. مقررات ناظر بر حفظ رقابت در ژاپن در عمر ۷۰ ساله خود فراز و فرودهای متعددی را پشت سر گذاشته و چندین توبت بازنگری و اصلاح را تجربه کرده است. ازجمله این که از دهه پنجاه تا نود با سهل‌گیری در اجرای خود از سوی کمیسیون تجارت منصفانه روبرو بود و محدودیتهای آن در تشکیل بنگاه‌های بزرگ به نحو گسترده ای نادیده گرفته شد تا آنجا که در نیمه نخست این فاصله زمانی تنها یک ادغام منع گردید. اگرچه در مقررات کنونی ژاپن، از حکم ممنوعیت ترکیب‌های تجاری‌ای که به محدود شدن اساسی رقابت منجر می‌گردند، معافیتهای قابل توجهی پیش‌بینی نشده است اما در حقوق رقابت ژاپن: اولاً انعقاد و اجرای ترکیب‌های تجاری‌ای مذکور جرم نبوده و با هیچ ضمانت‌اجرای کیفری مواجه نمی‌باشد؛ ثانیاً عدم رعایت دستورها و تصمیمات اتخاذ شده توسط کمیسیون نیز با هیچ ضمانت‌اجرایی همراه نیست و تنها حربه کمیسیون برای الزام بنگاه‌ها به تبعیت از محدودیتها و ممنوعیتهای قانون ضد انحصار صدور دستور توقف است. خفیف بودن ضمانت‌اجراهای تخطی از

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۸۵	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

مقررات قانون ضد انحصار و عدم بازدارندگی آنها موجب شده است تا ادعا شود که سیاست‌گذاران اقتصاد ژاپن با توجه به ساختار و فرهنگ اقتصادی خود و حمایت دیرینه از تشکیل و فعالیت بنگاه‌های بزرگ هیچ‌گاه به دنبال اجرای جدی و سخت‌گیرانه قانون مذکور نبوده‌اند. در واقع، رویکرد سهل‌گیرانه اقتصاد این کشور به تجمیع قدرت بازاری شرکتها به‌گونه‌ای است که می‌توان گفت هراس و دغدغه چندان از ناحیه آنها احساس نمی‌کند. به بیان دیگر، افزایش صادرات و حفظ و تقویت موقعیت رقابتی بنگاه‌های ژاپنی در بازارهای بین‌المللی اهمیتی بیشتر از وجود و حفظ رقابت در بازارهای داخلی آن کشور داشته است و با وجود قانون ضد انحصار، در صورتی که انحصاری همراه با مزیت‌های مذکور باشد اقتصاد ژاپن آن را تحمل می‌کند.

۲- سیاست‌گذاران کره در دو دهه آخر قرن بیستم متناسب با شرایط و زیرساخت‌های اقتصادی آن روزگاران خود، یکی از اولویتهای اقتصادی کره را بر حمایت از شکل‌گیری بنگاه‌های بزرگ نهادند که بتوانند در بازارهای بین‌المللی با بنگاه‌های خارجی رقابت کرده و ضمن نوآوری و دستیابی به بالاترین تکنولوژی‌ها، از طریق صادرات و فروش کالاهای خود به اقصی نقاط جهان به داخل کشور ارزآوری داشته باشند. قانون رقابت کره در عمر ۳۵ ساله خود تاکنون نزدیک به ۴۰ بار بازنگری و اصلاح را تجربه کرده است و تنها در دهه نود، ۱۸ بار در آن اصلاح صورت گرفته است. این امر نشان‌دهنده جدیت قانون‌گذار کره‌ای در هماهنگ‌سازی یکی از مهمترین قوانین نظام اقتصادی خود با تحولات پیوسته بازار و شرایط اقتصادی روز کشور خود است. در کره نیز حتی اگر ادغام یا ترکیب بنگاه‌ها منجر به محدود شدن اساسی رقابت گردد ممکن است تحت شرایطی از معافیت بهره‌مند شود. این معافیتها که در ماده ۷ قانون تنظیم انحصارات و تجارت منصفانه پیش‌بینی گردیده‌اند با توجه به تغییر شرایط اقتصادی کشور مذکور و توسعه انفجارگونه آن همگام با این تحولات در آستانه ورود به هزاره جدید دست‌خوش تغییرات عمیق و بنیادینی شده‌اند. به‌نحوی که با کمتر شدن روزافزون فاصله اقتصادی با کشورهای بزرگ صنعتی، این کشور مقررات رقابت و به‌ویژه رژیم ادغامی خود را هرچه بیشتر با مقررات رقابت کشورهای توسعه یافته هماهنگ و تلاش کرده است تا با کاستن از رفتارهای پدرسالارانه دولت علی‌الخصوص به بهانه‌های غیراقتصادی تا حد ممکن از مداخله در بازارهای داخلی بکاهد. از اواخر دهه هفتاد، ادغام بنگاه‌ها در کره به مثابه ابزار مهمی برای رشد شرکتها به‌ویژه شرکت‌های کوچک

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۸۶	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴			

و متوسط تلقی گردید. بنابراین، سیاست حمایت از شکل‌گیری شرکتهای بزرگ مبدل به یکی از اولویتهای برنامه توسعه اقتصادی کره شد و بر مبنای همین رویکرد بود که نسبت به ادغام و تملک شرکتهای داخلی با وجود آن که ممکن بود بازارهای ملی را به سمت انحصار سوق دهند، سخت‌گیری کمتری روا داشته شد. به‌طوری که اگر هر نوعی از ترکیب از بنگاه‌ها رقابت را حتی به‌طور اساسی محدود می‌کرد می‌توانست با اثبات ضرورت انجام ترکیب موردنظر جهت تقویت قدرت رقابت بنگاه داخلی با رقبای خارجی و نقش‌آفرینی آن در بازارهای بین‌المللی از حکم ممنوعیت مقرر در ماده ۷ قانون فوق‌رہایی یابد. در این مقطع زمانی، ادغام یا ترکیبی از بنگاه‌ها که با هدف تقویت توان رقابت بین‌المللی صورت می‌گرفتند در صورت اثبات یکی از موارد ذیل در هر حال مجاز به‌شمار می‌آمدند:

الف- در جایی که توان رقابت بین‌المللی بتواند به نحو قابل توجهی بر مبنای قیمت و کیفیت از طریق شتاب یافتن توسعه تکنولوژی، دستیابی به سطوح مطلوب مدیریتی و نظایر آن بهبود یابد و یا: ب- در جایی که مشارکتی جدی بتواند موجب افزایش صادرات به‌واسطه شتاب بخشیدن به فعالیتهای بازرگانی در بازارهای خارجی نظیر جمع‌آوری اطلاعات، بازاریابی و فروش شود. سیاست مذکور تا سال ۱۹۹۹ در کره جنوبی دنبال گردید. کره جنوبی در حالی که از سال ۱۹۸۰ تا ۱۹۹۹ در مقایسه با شرکتهای کوچک و متوسط، اولویت را به شرکتهای بزرگ می‌داد پس از به‌دست آوردن نتایج مطلوب و حصول اهداف خود ثمر نتیجه اجرای موفق دو دهه قانون صدرالاشاره، با انجام اصلاحاتی بنیادین از حمایت خود از تشکیل بنگاه‌های بزرگ داخلی تا حد زیادی کاست. با رفع فاصله میان اقتصاد کشور مزبور با کشورهای صنعتی جهان همچنین شکل‌گیری بنگاه‌های بزرگ، سیاست حمایت از اندازه شرکتهای جای خود را به معیار اقتصادی ارتقای کارایی داد. البته، باید خاطرنشان کرد که اگرچه در اصلاحات به عمل آمده در سال ۱۹۹۹، معافیت تقویت رقابت‌مندی بین‌المللی لغو گردیده اما کمیسیون تجارت منصفانه گاه حمایت خود از افزایش قدرت رقابت بنگاه‌های داخلی در عرصه‌های بین‌المللی را در پوشش افزایش کارایی پنهان کرده است.

۳-چینیها نیز در دهه ۱۹۹۰ کوشیدند سیاستی مشابه سیاست ژاپنیا در دهه ۱۹۶۰ را به منظور تقویت رقابت بین‌المللی بنگاه‌های خود و کاستن از شکنندگی آنها در اثر شوک الحاق به گات و سازمان

مجرى: فرزاد مرادپور		کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۸۷	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

جهانی تجارت دنبال کنند. این سیاست صنعتی در چین بویژه در خودروسازی، موتورسیکلت سازی و صنایع الکترونیک که پراکندگی و تعدد بالایی داشتند و در خصوص قابلیت رقابت بین المللی آنها نگرانیهایی وجود داشت با نقش فعالانه دولت صورت گرفت. با وجود برخی انتقادات از قرار دادن معیار بزرگ بودن برای انتخاب بنگاههای مورد حمایت، چینی‌ها در تصویب قانون ضد انحصار خود در سال ۲۰۰۷ انعطاف‌های مهمی را درخصوص ادغام گنجاندند که از عزم دولت چین بر استمرار این سیاست حکایت داشت. ماده ۲۸ این قانون به وزارت بازرگانی این کشور اجازه می دهد در صورت وجود منافع عمومی تمرکز و آثار مثبت آن حتی با وجود آثار ضد رقابتی ادغامها تصمیم به عدم منع تمرکز بگیرد. شرط منافع عمومی بیشتر ملاحظات سیاست صنعتی را به همراه دارد تا سیاست رقابتی. یعنی مستقیماً به دغدغه‌های رقابت بازار مربوط نمی شود بلکه مطابق با تفسیر صورت گرفته توسط کنگره ملی خلق چین عواملی چون تقویت توسعه صنایع موثر بر حیات اقتصاد ملی و امنیت ملی، تضمین اشتغال، توسعه پیشرفت فناوری و تقویت رقابت بین المللی بنگاههای داخلی را شامل می شود. ضابطه منافع عمومی اختیار وسیعی را برای وزارت بازرگانی چین در لحاظ اهداف سیاستی غیر مرتبط با رقابت و توجیه ادغامهای ضد رقابتی فراهم می سازد و از آنجا که ادغامهای میان بنگاههای چینی نسبت به ادغامهای میان بنگاههای خارجی یا چینی و خارجی احتمال انطباق بالاتری با منافع عمومی دارند می تواند محملی تبعیض آمیز در اعمال قانون کنترل ادغام چین نیز ایجاد نماید.

۴- در آلمان نیز که یک اقتصاد پیشروی صنعتی و توسعه یافته است و به علاوه قریب دو سوم اقتصاد آن را بنگاههای کوچک و متوسط تشکیل می دهند پس از آنکه سالها (۱۹۵۷-۱۹۷۴) قانون رقابت این کشور اساساً فاقد ضوابط کنترل ادغام بود معافیهایی از ضوابط مزبور در قانون رقابت پیش بینی گردید و ازجمله در ماده ۴۲ به وزارت امور اقتصادی و انرژی این کشور اجازه شد تا اگر تملک یا ادغام یا به طور کلی هر اقدام تمرکززایی میان بنگاههای آلمانی رخ دهد و به واسطه محدود شدن جدی رقابت در نتیجه این تمرکز از سوی اداره کارتل فدرال ممنوع اعلام گردد چنانچه ثابت شود وقوع تمرکز مذکور به سود کل اقتصاد این کشور بوده و یا به سود منافع عمومی باشد مجوز اجرای آن را صادر کند تنها بدین شرط که مخل نظام اقتصاد بازار نباشد. بررسی یک دوره حدود سی ساله (۲۰۰۷-۱۹۷۴) حاکی از پذیرش قریب نیمی از درخواستهای استفاده از این اختیار وزارتی بوده است. مقرر

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی
صفحه: ۱۸۸	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

مزبور در آخرین اصلاح قانون رقابت آلمان در سال ۲۰۱۳ نیز همچنان به قوت خود باقیست. در خصوص ضرورت انطباق قوانین رقابت آلمان با ضوابط رقابتی اتحادیه اروپا شایان توجه است که وجود ملاحظات سیاست صنعتی در زمره اهداف غیررقابتی ذکر شده برای قانون رقابت اتحادیه اروپا و تصمیمات موردی کمیسیون اروپا قابل مشاهده است و ضوابط مشابهی در قوانین رقابت برخی از دیگر کشورهای اروپایی نیز وجود دارد.

۵- قانون رقابت هند نیز به دولت مرکزی این کشور اختیارات مهمی را تفویض نموده است. مطابق ماده ۵۴ دولت هند می تواند هر گروه از بنگاه‌ها را بر اساس ملاحظات منافع عمومی و امنیتی از اعمال قانون رقابت یا هر گونه مقررات آن، تا مدتی معین مشمول معافیت نماید. مطابق با ماده ۵۵، کمیسیون رقابت هند موظف به رعایت دستورالعملهای دولت مرکزی در خصوص مسایل سیاستی است و تشخیص مصادیق مسایل سیاستی نیز با دولت است. بعلاوه مطابق با ماده ۵۶ دولت می تواند به تشخیص خود فعالیت کمیسیون را به حالت تعلیق درآورد.

۶- قانون رقابت مالزی (مصوب سال ۲۰۱۰) اساساً فاقد مقرراتی است که صریحاً به موضوع ادغام اختصاص یافته باشد و صرفاً مقرراتی در خصوص ممنوعیت موافقت‌نامه‌های ضد رقابتی و نیز ممنوعیت سوء استفاده از موقعیت مسلط بر بازار وجود دارد که ناظر بر رفتار بنگاه است. مسکوت ماندن کنترل ادغام و ابهام در این خصوص را با وجود ادغامهای بزرگی که در این کشور پیش و پس از تصویب قانون رقابت رخ داده است نباید غفلت قانونگذار تلقی کرد بلکه باید اغماض آگاهانه در این خصوص شمرده.

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۸۹	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

۳- فصل سوم: بررسی وضعیت ایران

در این فصل نخست به بررسی وضعیت قوانین و مقررات ایران و سپس به بررسی صرفه های مقیاس در صنایع ایران در قالب دومطالعه موردی در صنعت فولاد و داروسازی با توجه به تجربیات بین المللی می پردازیم و نهایتاً نتایج پایانی و پیشنهادها آورده می شود.

۳-۱- بررسی قوانین و مقررات ایران

در این قسمت بنا داریم تا ابعاد حقوقی ادغام میان بنگاهها را از منظر حقوق رقابت ایران مورد مذاقه قرار دهیم. مبنای اصلی بحث مفاد مرتبط با ادغام و تملک در قانون اجرای سیاست های کلی اصل ۴۴ خواهد بود و قوانین مرتبط نیز به طور جانبی مدنظر قرار می گیرند.

۳-۱-۱- مفهوم ادغام در حقوق رقابت ایران و تمایز آن از تملک

ابتدا باید دید در حقوق رقابت ایران ادغام و تملک در چه معانی ای به کار رفته اند. درک مفاهیم ادغام و تملک و تعیین قلمرو هر یک از آنها، از این منظر حایز اهمیت است که برخلاف نظامهای حقوق رقابت خارجی، قانونگذار ما دو رژیم حقوقی متفاوت جهت نظارت بر تملک و ادغام میان بنگاهها پیش بینی کرده است.

لازم به توضیح است که مقررات رقابت کشورمان در قالب فصل نهم «قانون اجرای سیاستهای کلی اصل ۴۴ قانون اساسی»^{۳۱۹} (از این پس: ق.ا.س.ک) وضع گردیده که این قانون در بهمن ماه ۱۳۸۶ به تصویب مجلس شورای اسلامی رسیده است. مادهی ۴۷ ق.ا.س.ک. به تملک اختصاص دارد و در آن

^{۳۱۹} نام این قانون در ابتدا «قانون اصلاح موادی از قانون برنامه ی چهارم توسعه ی اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران و اجرای سیاستهای کلی اصل چهل و چهارم قانون اساسی» که در جهت کوتاه کردن نام آن طی مادهی واحدهای در اسفند ۱۳۸۹ به قانون اجرای سیاستهای کلی اصل ۴۴ قانون اساسی» تغییر نام داد. قانون مزبور پس از تصویب مجلس با توجه به این که مورد ایراد شورای نگهبان و اختلاف آنها قرار گرفت در خردادماه ۱۳۸۷ از سوی مجمع تشخیص مصلحت نظام موافق با مصالح نظام تشخیص و به تصویب نهایی رسید.

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی
صفحه: ۱۹۰	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

می‌خوانیم: «هیچ شخصی حقیقی یا حقوقی نباید سرمایه یا سهام شرکتها یا بنگاه‌های دیگر را به نحوی تملک کند که موجب اخلال در رقابت در یک و یا چند بازار گردد». بنابراین ملاک تشخیص تملکهای مجاز یا غیرمجاز از لحاظ موازین رقابتی، «اخلال در رقابت^{۳۲۰}» می‌باشد. این در حالی است که ادغامها موضوع ماده‌ی ۴۸ می‌باشند که در این ماده چنین آمده است: «ادغام شرکتها یا بنگاهها در موارد زیر ممنوع است...». در این ماده چهار معیار برای تمیز ادغامهای مجاز از ادغامهای غیرمجاز و ضد رقابتی مورد اشاره قرار گرفته است. حال اگر توافقی در جهت ایجاد تمرکز میان دو شرکت واقع شود باید تعیین کنیم که اگر ادغام یا تملک می‌باشد دقیقاً تحت کدامیک از این عتاوین قرار گرفته و مشمول کدام ماده قانونی فوق قرار می‌گیرد. پس از انجام این توصیف است که می‌توان رقابتی و در نتیجه مجاز بودن یا ضد رقابتی بودن آن را تشخیص داد. لذا آشنایی با مفهوم آنها در حقوق رقابت کشورمان حتمی جلوه می‌کند.

در مورد تملک باید اذعان داشت: هر چند ماده‌ی ۴۷ از آن نام می‌برد و بنابراین، تملک میان بنگاه‌ها از موضوعات تحت شمول مقررات رقابت قرار گرفته است اما ق.ا.س.ک. تعریفی از آن ارائه نمی‌دهد؛ چرا که گویا قانون‌گذار مفهوم این واژه را به بدهت حقوقی خود واگذار کرده است. همان‌گونه که گفتیم در نظامهای حقوق رقابت پیشرفته همانند مقررات رقابت ایالات متحده و اتحادیه‌ی اروپا، تملک قلمرویی گسترده‌تر از معنای مرسوم آن در سایر شاخه‌های حقوقی یافته و به هر نوع "کنترل" یک بنگاه توسط بنگاه دیگر اطلاق شده است خواه بنگاه کنترل‌کننده مالکیتی بر بنگاه کنترل شونده داشته

^{۳۲۰} - بند ۲۰ ماده‌ی ۱ ق.ا.س.ک. در تعریف اخلال در رقابت آورده است: «مواردی که موجب انحصار، احتکار، افساد در اقتصاد، اضرار به عموم، منتهی شدن به تمرکز و تداول ثروت در دست افراد و گروه‌های خاص، کاهش مهارت و ابتکار در جامعه و یا سلطه‌ی اقتصادی بیگانه بر کشور شود».

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۹۱	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

باشد یا خیر. حال این سوال در حقوق رقابت ما قابل طرح است که آیا مفهوم تملک در ماده‌ی ۴۷ شامل آن دسته از کنترل‌هایی که منبعث از مالکیت نیستند نیز می‌شود یا خیر؟ (همانند موردی که بنگاه کنترل‌کننده با انعقاد قرارداد مدیریت (و نه مالکیت) هدایت بنگاه دیگری را در دست می‌گیرد). پاسخ این پرسش بدون بررسی مقررات مربوط به ادغام در ق.ا.س.ک. میسر نیست.

در خصوص سابقه‌ی مقررات ادغام میان بنگاه‌ها در حقوق ایران باید گفت: بجز قانون شرکتهای تعاونی مصوب ۱۳۵۰ که تشریفات انجام ادغام میان صرفاً شرکتهای تعاونی و اتحادیه‌های از این دست را مشخص کرده و مقررات آن فابل تسری به سایر انواع شرکتهای تجاری نیست، تا پیش از تصویب ق.ا.س.ک. نظام حقوقی ما فاقد هرگونه رژیم حقوقی‌ای ناظر بر ادغام میان شرکتهای تجاری (غیرتعاونی) بوده است. بنابراین، تا قبل از این زمان تعریفی نیز از ادغام در قوانین یافت نمی‌شود. تنها از ماده ۴۰ قانون برنامه چهارم توسعه مصوب ۱۳۸۴ می‌شد این‌گونه استنباط کرد که در ادغام شرکتهای تجاری چه به شکل یک جانبه یعنی بقای یکی از شرکتهای و چه از طریق ایجاد شخصیت حقوقی جدید اولاً با تصویب چهارپنجم صاحبان سهام در مجمع عمومی فوق‌العاده شرکتهای سهامی یا چهارپنجم صاحبان سرمایه در سایر شرکتهای تجاری به انجام خواهد رسید و ثانیاً ادغام لزوماً با محو شخصیت حقوقی حداقل یکی از شرکتهای طرف خود امکان‌پذیر خواهد بود. اما در بند ۱۶ ماده‌ی ۱ ق.ا.س.ک. قانون‌گذار ادغام را این‌گونه تعریف کرده است: ادغام عبارت است از: «اقدامی که بر اساس آن، چند شرکت ضمن محو شخصیت حقوقی خود، شخصیت حقوقی واحد و جدیدی تشکیل دهند یا در شخصیت حقوقی دیگری جذب شوند». اگرچه، مقنن سعی در رعایت اختصار داشته اما این قصارگویی دقت و جامعیت را از تعریف مزبور دور کرده است. گذشته از برخی موارد جزئی‌تر، در این تعریف دو نکته قابل تامل به‌نظر می‌رسد:

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۹۲	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

۱) چون معمولاً در لسان حقوقی، واژه‌ی "چند" برای اشاره به بیش از دو چیز یا شخص به کار می‌رود ممکن است از تعریف فوق، این گونه استنباط شود که جایی که دو بنگاه در هم ادغام و بنگاه جدیدی را شکل می‌دهند و یا یکی از آنها در دیگری جذب می‌شود، عمل آنها مشمول ادغام قرار نمی‌گیرد. ضمن آن که سیاق عبارت بند ۱۶ القاکننده‌ی این است که اقدامی، ادغام محسوب می‌شود که در اثر آن، لزوماً شخصیت حقوقی "چند" شرکت از بین برود. این تردید مردود است چرا که ادغام دو بنگاه از شایع‌ترین اقدامات موجد تمرکز در بازار می‌باشد. ضمن آن که اطلاق ماده‌ی ۴۸ این فرض را نیز در برمی‌گیرد.

۲) مهمترین اشکال وارد بر مقرره‌ی مورد بحث، استفاده آن از واژه‌ی مبهم «جذب» است که تا حدودی موجب ابهام در مفهوم ادغام و عدم شفافیت مرزهای آن با تملک شده است. در واقع سوال این است که آیا عبارت «ضمن محو شخصیت حقوقی خود» به هر دو شکل ادغام باز می‌گردد و یا فقط ناظر بر شکل نخست آن (تشکیل شرکت جدید) می‌باشد؟ به دیگر سخن، آیا جذب یک بنگاه در بنگاه دیگر لزوماً باید با انحلال و محو شخصیت حقوقی آن صورت پذیرد یا آن که اگر بنگاهی به هر طریقی کنترل بنگاه دیگر را با وجود بقای آن در دست گرفت می‌توان گفت بنگاه نخست را در خود جذب کرده است؟ اگر مفهوم دوم را از واژه «جذب» بپذیریم مرز میان ادغام و تملک به هم ریخته و تمیز میان آن دو به سهولت انجام نخواهد یافت.

در پاسخ باید گفت: پیش از این ملاحظه کردیم که از ظاهر ماده ۴۰ قانون برنامه چهارم، این گونه قابل استنباط است که ادغام اعم از یک‌جانبه یا با ایجاد شخصیت حقوقی جدید با از بین رفتن یکی از بنگاه‌های موضوع آن همراه خواهد بود. از ماده ۱۰۵ قانون برنامه پنجم توسعه مصوب ۱۳۹۰ نیز همین

مجرى: فرزاد مرادپور		کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۹۳	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

معنا برمی آید. وفق این ماده: «الف ادغام شرکتهای تجاری، مادامی که موجب ایجاد تمرکز و بروز قدرت انحصاری نشود، به شکل یک جانبه (بقاء یکی از شرکتهای - شرکت پذیرنده) و ادغام دو یا چند جانبه (محو شخصیت حقوقی شرکتهای ادغام شونده و ایجاد شخصیت حقوقی جدید - شرکت جدید)، در چهارچوب اساسنامه آن شرکت در سایر شرکتهای تجاری موضوع ادغام، مجاز است». معنای ادغام در لایحه جدید تجارت نیز که بنا بود جایگزین قانون قدیمی تجارت و قانون مادر در نظام اقتصادی و حوزه کسب و کار کشور شود، بر همین پایه استوار است. این لایحه تحت عنوان «لایحه تجارت» در دی ماه ۱۳۹۰ به تصویب کمیسیون قضایی و حقوقی مجلس رسید که در فروردین ۱۳۹۱ اجرای آزمایشی آن به مدت ۵ سال مورد موافقت مجلس واقع گردید ولی با اشکال شورای نگهبان و عودت آن به مجلس در حال حاضر لباس قانون بر خود نپوشانده و سرنوشت نامعلومی یافته است. حسب ماده ۵۹۰ این لایحه: «ادغام شرکتهای به دو قسم ساده و مرکب انجام می گیرد. به جذب یک یا چند شرکت در شرکت دیگر، ادغام ساده و به تشکیل شرکت جدید از طریق ادغام حداقل دو شرکت در یکدیگر، ادغام مرکب اطلاق می شود. در ادغام ساده شرکت جذب شده و در ادغام مرکب شرکتهای طرف ادغام، شخصیت حقوقی خود را از دست می دهند». جمله ای اخیر تردیدی بر جای نمی گذارد که در صورت تصویب نهایی و لازم الاجرا شدن لایحه فوق، در حقوق شرکتهای تجاری ایران، محو شخصیت حقوقی یک یا چند شرکت طرف ادغام شرط ضروری تحقق آن است. به عبارت دیگر، در حقوق تجارت ما در نتیجه ای ادغام، حداقل یکی از شرکتهای طرف آن منحل و از بین می رود. در واقع، تفاوت مهم میان ادغام و تملک که قلمرو هر یک از آنها را تعیین و مرزهای میان آن دو را ترسیم می کند در همین نکته خلاصه می شود.

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی
صفحه: ۱۹۴	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

بدین ترتیب، اگرچه تکیه بر ظاهر بند ۱۶ ماده ۱ ق.ا.س.ک. تردیدهایی را کماکان برجای می‌گذارد اما در صورت پذیرش تفسیر فوق^{۳۲۱} باید مدعی بود که: عبارت «ضمن محو شخصیت حقوقی خود» به قسمت دوم تعریف نیز باز می‌گردد و بنابراین، جذب شخصیت حقوقی یکی در دیگری زمانی ادغام میان آن دو تلقی می‌گردد که لزوماً بنگاه جذب‌شونده، شخصیت حقوقی (و نه صرفاً استقلال حقوقی) خود را از دست بدهد. بر این مبنا، در صورت هم‌گرایی میان چند بنگاه با وجود بقا و حیات همه آنها نمی‌توان عمل مذکور را ادغام نامید؛ چرا که شرط ضروری برای ادغام، انحلال حداقل یکی از بنگاه‌های طرف توافق است اعم از آن که همگی بنگاه‌های ادغام‌شونده، شخصیت حقوقی خود را از دست بدهند و بنگاه جدیدی را پایه‌گذاری کنند (ادغام مرکب یا دو یا چند جانبه) و یا آن که شخصیت حقوقی حداقل یکی از بین برود و در بنگاه از قبل موجود حل شوند (ادغام ساده یا یک جانبه). با این‌همه، نباید از یاد برد که در حقوق رقابت کشورهای توسعه یافته چون تملک و ادغام از شیوه‌های ایجاد تمرکز به‌شمار می‌آیند، نگرانی‌ها و دغدغه‌های مشابهی را برای مقامات رقابتی پیش می‌آورند. به همین دلیل در این کشورها از نظام واحدی برای مراقبت و رصد آنها استفاده می‌شود و ادغام در معنای عام خود تملک را نیز دربرگرفته است.

حال که با مفهوم ادغام و تملک آشنا شدیم، در ادامه به بررسی سیاست رقابتی کشورمان در قبال اقسام و آثار ادغامها خواهیم پرداخت.

۳-۱-۲- نظام حقوقی حاکم بر ادغامها در حقوق رقابت ایران

^{۳۲۱} - برای دیدن توضیحات بیشتر و قرائت دیگری از مقررہ یادشده: ر.ک: بهنام غفاری فارسانی، حقوق رقابت و ضمانت‌اجراهای مدنی آن (تهران: نشر میزان: ۱۳۹۳)، صص ۴۱۱-۴۰۵.

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۹۵	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

همان‌گونه که گفته شد یکی از شیوه‌های ارتقای حجم و توان رقابتی بنگاه‌ها ادغام میان آنها است که در کشور ما نیز حداقل از یک دهه پیش مورد توجه بوده و اقداماتی در این راستا صورت گرفته است. حتی این موضوع پای خود را به قوانین هم باز کرده است. برای مثال، در اوایل دهه هشتاد مصوبه‌ی شماره‌ی ۱۹۲۵ تا ۲۵۵۲۴ مورخ ۱۳۸۱/۰۲/۳۱ از تصویب هیات وزیران گذشت که در آن، بر ضرورت اصلاح قانون تجارت در جهت تسهیل ادغام میان شرکتها تاکید شد. ماده ۴۰ قانون برنامه چهارم توسعه نیز با همین رویکرد وضع و مزایایی نیز در آن گنجانده شد. اولاً؛ چنانچه شرکت پذیرنده‌ی ادغام یا شرکت جدید با نیروی کار مازاد مواجه باشد، وفق "قانون تنظیم بخشی از مقررات تسهیل نوسازی صنایع کشور و اصلاح ماده‌ی ۱۱۳ قانون برنامه‌ی سوم توسعه‌ی اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران" مصوب ۱۳۸۲/۵/۲۶ عمل خواهد شد^{۳۲} و ثانیاً سرمایه شرکتی که از ادغام شرکتهای موضوع این بند حاصل می‌گردد تا سقف مجموع سرمایه شرکتهای ادغام شده در آن، از پرداخت مالیات موضوع ماده (۴۸) قانون مالیاتهای مستقیم مصوب ۱۳۶۶/۱۲/۳ و اصلاحیه‌های آن معاف است. نهایتاً وفق ماده ۱۰۵ قانون برنامه پنجم مزایای ماده مذکور به مدت ۵ سال دیگر تمدید گردید. شایان ذکر است که در سنوات اخیر در راستای سیاستهای خصوصی‌سازی و اجرای سیاستهای کلی اصل ۴۴، ادغام

^{۳۲} - برابر ماده‌ی ۹ قانون فوق: «به منظور ارتقای سطح کیفی و بهره‌وری، نیروی انسانی شرکتهای صنعتی با مشارکت تشکل کارگری و مدیریت هر شرکت مشخص می‌گردد. در صورت توافق طرفین در زمینه‌ی نیروی انسانی مورد نیاز و مازاد، نیروی مازاد با دریافت حداقل دو ماه آخرین مزد و مزایا بابت هر سال سابقه‌ی کار در واحد یا به وجه دیگری که توافق شود، مطابق ضوابط بند (الف) ماده (۷) قانون بیمه بیکاری مصوب ۱۳۶۹،۶،۲۶ تحت پوشش بیمه بیکاری قرار می‌گیرند. در صورت عدم حصول توافق بین تشکل کارگری واحد و کارفرما، موضوع با نظرات طرفین به کار گروهی متشکل از نمایندگان دولت (وزارتخانه‌های صنایع و معادن، کار و امور اجتماعی و سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور) و سازمان تأمین اجتماعی و تشکل‌های عالی کارفرمایی و کارگری احاله و حسب نظر کمیته‌ی مذکور، کارگران مازاد با پرداخت حق سنوات مقرر در قانون کار مطابق ضوابط بند (الف) ماده (۷) قانون بیمه بیکاری مصوب ۱۳۶۹،۶،۲۶ تحت پوشش بیمه بیکاری قرار می‌گیرند. ضوابط این ماده تا پایان برنامه‌ی چهارم توسعه‌ی اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران [اصلاحی ۱۳۸۵،۱۰،۲۶]، قابل اجراء می‌باشد. در صورت کافی نبودن منابع صندوق بیمه بیکاری برای پوشش اصلاح ساختار نیروی انسانی واحدهای صنعتی، سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور موظف است هر ساله اعتبارات مورد نیاز را در یک ردیف مشخص و جداگانه در قالب بودجه‌ی سالانه‌ی کل کشور در اختیار سازمان تأمین اجتماعی قرار دهد».

مجرى: فرزاد مرادپور	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۹۶		ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

میان بنگاه‌های دولتی نیز به منظور سودآور نمودن آنها و ایجاد جذابیت برای خریداران دنبال شد. با این حال، به علت فقدان مقررات تکمیلی بویژه خلاء قانون تجارت در ارتباط تحوّه انجام ادغامها، این سیاست در زمینه فربه کردن بنگاه‌های داخلی و افزایش توان رقابتی آنها به نظر می‌رسد حداقل از جانب فعالان خصوصی مورد استقبال قرار نگرفته و توفیق چندانی نیافته است.

همان گونه که گفته شد تا پیش از سالهای اخیر، نظام حقوقی ما فاقد مقرراتی ویژه در جهت تنظیم ادغام میان شرکتها بود. در قانون تجارت ۱۳۱۱ و لایحه‌ی اصلاحی قسمتی از قانون تجارت مصوب ۱۳۴۷ هیچ گونه اشاره‌ی صریحی به این مقوله و مقررات حاکم بر آن نشده است. اگرچه، در سال ۱۳۵۰ با تصویب قانون شرکتهای تعاونی، صراحتاً از امکان ادغام میان شرکتها یا اتحادیه‌های تعاونی با شرکتها یا اتحادیه‌های تعاونی دیگر نام برده شد و فصل هیجدهم قانون مزبور به این امر اختصاص یافت اما اولاً؛ قلمرو این قانون تنها به شرکتهای تعاونی محدود بوده و مقررات آن قابل تسری به سایر شرکتهای تجاری نمی‌باشد و ثانیاً؛ در مقررات مذکور صرفاً به آیین شکلی و چگونگی انجام قانونی ادغام اشاره شده و بنابراین، در آنها از ادغامهای مضر و مفید از منظر موازین رقابتی سخن به میان نیامده است. این وضع تا اوایل دهه‌ی هشتاد ادامه داشت تا این که در مصوبه‌ی شماره‌ی ۱۹۲۵ تا ۲۵۵۲۴ مورخ ۱۳۸۱/۰۲/۳۱ هیات وزیران، بر ضرورت اصلاح قانون تجارت در جهت تسهیل ادغام میان شرکتها و شرایط انحلال آنها تاکید شد. این مصوبه در جلسه‌ی مورخ ۱۳۸۱/۴/۱۹ هیات وزیران اصلاح و مقرر گردید که وزارت بازرگانی با همکاری سایر وزارتخانه‌های مرتبط ضمن بازنگری در قانون تجارت، لایحه‌ی اصلاح آن را تهیه و تقدیم هیات وزیران کند (مصوبه‌ی شماره‌ی ۱۷۸۷۵ تا ۲۶۷۶۱ هـ). لایحه‌ی مزبور در سال ۱۳۸۴ تهیه و در بخش مربوط به اشخاص حقوقی و شرکتهای تجارتی آن، مقررات نسبتاً

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۹۷	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

مفصل و تازه‌ای در فصل مستقلی تحت عنوان "ادغام و تجزیه شرکتها" به این مقوله اختصاص یافت. البته، در این مقررات نیز فقط به نحوه‌ی انجام ادغام میان شرکتها پرداخته شد و صحیحاً به معیارهای تشخیص ادغامهای ضد رقابتی اشاره‌ای نگردید. چرا که جایگاه این بحث در قوانین رقابت است و نه قانون تجارت.

صرف‌نظر از لایحه‌ی تجارت، قانون برنامه‌ی چهارم توسعه‌ی اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران مصوب ۱۳۸۳ ظاهراً برای نخستین‌بار قواعدی را هرچند موجز، در ارتباط با ادغام بنگاه‌ها وارد نظام حقوقی کشور نمود. گذشته از ماده‌ی ۶ این قانون که به دولت اجازه داده است تا از همه روشهای ممکن اعم از مقررات‌زدایی، واگذاری مدیریت و مالکیت (نظیر اجاره به شرط تملیک، فروش تمام یا بخشی از سهام، واگذاری اموال)، تجزیه جهت واگذاری، انحلال و ادغام شرکتها به منظور تداوم برنامه‌ی خصوصی‌سازی و توانمندسازی بخش غیردولتی در توسعه‌ی کشور استفاده کند، در ماده‌ی ۴۰ قانون مذکور می‌خوانیم:

«دولت موظف است در جهت ارتقای سطح و جذب فناوری‌های برتر در بخشهای مختلف اقتصادی، اقدامهای ذیل را در برنامه‌ی چهارم به‌عمل آورد: الف) برای ادغام شرکتها، بنگاه‌ها و شکل‌گیری شرکتهای بزرگ، اقدامهای ذیل مجاز است: ادغام شرکتهای تجاری موضوع باب سوم قانون تجارت، مادامی که موجب ایجاد تمرکز و بروز قدرت انحصاری نشود، به شکل یک‌جانبه (بقای یکی از شرکتها (شرکت پذیرنده)) و ادغام دو یا چند جانبه (محو شخصیت حقوقی شرکتهای ادغام‌شونده و ایجاد شخصیت حقوقی جدید (شرکت جدید)) ... مجاز خواهد بود ... دولت موظف است شرایط پیشگیری

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۹۸	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

از ایجاد تمرکز، اعمال بروز قدرت، انحصار، دامنه‌ی مفید و مجاز ادغامها را تدوین و در تدوین لایحه تسهیل رقابت و کنترل انحصار پیش‌بینی نماید ...».

لازم به ذکر است که در ماده‌ی ۳۸ قانون برنامه‌ی چهارم، دولت مکلف شده بود که لایحه‌ای در ارتباط با تسهیل شرایط رقابتی و ضد انحصار تهیه و به مجلس شورای اسلامی تقدیم کند. همان‌گونه که در مطالب آغازین اشاره گردید این لایحه در تیرماه ۱۳۸۴ تدوین یافت که مواد ۷-۱۱ آن به ادغام و تملکها اختصاص داشت. مفاد این مقررات با اندک تغییراتی در سه ماده‌ی ۴۷، ۴۸ و ۴۹ ق.ا.س.ک. گنجانده شد. دو مقررره اخیر راجعند به ادغامها که در ماده نخست می‌خوانیم:

«ماده ۴۸: ادغام شرکتها یا بنگاه‌ها در موارد زیر ممنوع است:

۱- در جریان ادغام یا در نتیجه‌ی آن، اعمال مذکور در ماده‌ی (۴۵) اعمال شود؛

۲- هرگاه در نتیجه‌ی ادغام، قیمت کالا یا خدمت به طور نامتعارفی افزایش یابد؛

۳- هرگاه ادغام موجب ایجاد تمرکز شدید در بازار شود؛

۴- هرگاه ادغام، منجر به ایجاد بنگاه یا شرکت کنترل‌کننده در بازار شود.

تبصره‌ی ۱: در مواردی که پیشگیری از توقف فعالیت بنگاه‌ها و شرکتها یا دسترسی آنها به دانش فنی، جز از طریق ادغام امکان‌پذیر نباشد، هرچند ادغام منجر به بندهای (۳) و (۴) این ماده شود، مجاز است.

تبصره‌ی ۲: دامنه‌ی تمرکز شدید را شورای رقابت تعیین و اعلام می‌کند.».

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۱۹۹	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

در تشریح این ماده، پیش از هر چیز باید خاطرنشان کرد که قانون‌گذار همانند مقننین بسیاری از کشورهای دیگر، به‌درستی اصل را بر جواز ادغام‌های میان بنگاه‌ها قرار داده است و در نتیجه، بار اثبات ممنوع و ضد رقابتی بودن یک ادغام معین بر عهده‌ی مدعی اعم از اشخاص خصوصی یا شورای رقابت به عنوان یگانه مرجع رسیدگی به اعمال ضد رقابتی^{۳۳۳} قرار دارد. پذیرش چنین سیاستی کاملاً واضح است. صرف‌نظر از توجیهات اقتصادی، ادغام‌ها از منظر مصالح غیر اقتصادی نیز که در کشورهای در حال توسعه از کمال اهمیت برخوردارند، قابل تایید می‌باشند. ادغام‌ها (ایضاً تملک‌ها) با تبدیل بنگاه‌های کوچک و متوسط به بنگاه‌های بزرگ‌تر موجب افزایش توان رقابتی آنها شده و لذا هماهنگ با سیاست‌های اشتغال‌زایی و پرورش قهرمانان ملی کشورهای در حال توسعه گام برمی‌دارند. به همین دلیل است که مصوبه‌ی سال ۱۳۸۱ هیات وزیران بر اصلاح قانون تجارت با جهت‌گیری تسهیل ادغام شرکتها تاکید دارد. در ماده‌ی ۴۰ قانون برنامه‌ی چهارم نیز که دولت موظف گردیده بود در جهت ارتقای سطح و جذب فناوری‌های برتر در بخشهای مختلف اقتصادی، اقدام‌هایی را به‌عمل آورد، تسهیل ادغام بنگاه‌ها از جمله‌ی اقدامات مزبور قرار داده شده بود. برای این منظور، قانون‌گذار امتیازهای ویژه‌ای هم در نظر گرفت که پیش از این، مورد اشاره قرار گرفتند. همچنین، ملاحظه شد که سیاست تشویق ادغام‌ها در قانون برنامه‌ی پنجم توسعه نیز دنبال شده است چرا که مزایای فوق به‌موجب ماده‌ی ۱۰۵ تمدید گردیده‌اند. ضمن آن که این رویکرد، در مواد دیگری از قانون مذکور هم به‌خوبی قابل مشاهده می‌باشد.

^{۳۳۳} - ماده‌ی ۶۲ ق.ا.س.ک.: «شورای رقابت تنها مرجع رسیدگی به رویه‌های ضد رقابتی است و مکلف است رأساً و یا براساس شکایت هر شخصی اعم از حقیقی یا حقوقی از جمله دادستان کل یا دادستان محل، دیوان محاسبات کشور، سازمان بازرسی کل کشور، تنظیم‌کننده‌های بخشی، سازمانها و نهادهای وابسته به دولت، تشکلهای صنفی، انجمنهای حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و دیگر سازمانهای غیردولتی، بررسی و تحقیق درخصوص رویه‌های ضد رقابتی را آغاز و در چهارچوب ماده (۶۱) این قانون تصمیم بگیرد. شورا مکلف است برای رسیدگی به موضوع شکایات، وقت رسیدگی تعیین و آن را به طرفین ابلاغ نماید. طرفین می‌توانند شخصاً در جلسه حضور یابند یا وکیل معرفی نمایند یا لایحه دفاعیه به شورا تقدیم کنند».

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۰۰	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

به عنوان نمونه، در بند (ج) ماده‌ی ۱۵۰ وزارت صنایع و معادن (صنعت، معدن و تجارت فعلی) موظف شده است به منظور تحقق اهداف سند چشم‌انداز بیست ساله جمهوری اسلامی ایران در قالب تدوین راهبرد (استراتژی) توسعه صنعتی و معدنی با هماهنگی معاونت در زیربخشهای برگزیده صنعت و معدن، در جهت تحقق هدف رشد تولید صنعتی و معدنی با رعایت محورهای راهبردی ذیل به گونه‌ای اقدام کند که نرخ رشد ارزش افزوده بخش صنعت و معدن افزایش یابد. یکی از اقداماتی که در این راستا پیش‌بینی شده است توسعه پیوند مناسب صنایع کوچک، متوسط و بزرگ و شکل‌گیری خوشه‌های صنعتی و نشان تجاری (برند) و تمهید ادغام و شکل‌گیری بنگاه‌های بزرگ رقابت‌پذیر می‌باشد.

همان‌گونه که در بالا اشاره گردید، در ماده‌ی ۴۰ قانون برنامه‌ی چهارم دولت مکلف گردیده بود که شرایط پیشگیری از ایجاد تمرکز، اعمال بروز قدرت، انحصار، دامنه‌ی مفید و مجاز ادغامها را تدوین و در تدوین لایحه تسهیل رقابت و کنترل انحصار پیش‌بینی نماید. امری که در بند (ب) ماده‌ی ۱۰۵ قانون برنامه‌ی پنجم نیز بر آن تاکید شده است. در هر حال، این تکلیف در ماده‌ی ۴۸ ق.ا.س.ک. به انجام رسید که به موجب آن، قانون‌گذار در چهار مورد ادغام بنگاه‌ها را -بدون قایل شدن تمایزی میان انواع ادغامها- ممنوع اعلام نموده است. بنابراین، در ق.ا.س.ک. جهت کنترل و نظارت بر ادغامها برخلاف نظامهای حقوقی دیگر از یک معیار واحد نظیر کاهش اساسی رقابت که انعطاف بیشتری داشته و قدرت تحلیل و بررسی موشکافانه‌تری از وضع بازار و مولفه‌های موثر در رقابت به نهاد اجراکننده می‌دهد، استفاده نکرده است؛ بلکه به‌طور نوعی موارد ممنوعیت را برشمرده است که همین امر از معایب نظام حقوقی حاکم بر کنترل ادغامها در کشورمان به‌شمار می‌رود. در ادامه به ذکر توضیحات مختصری پیرامون هر یک از بندهای چهارگانه‌ی ماده‌ی ۴۸ که معیارهای تشخیص ادغامهای ممنوع در حقوق ما

مجری: فرزاد مرادپور		کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۰۱	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

محسوب می‌شوند، می‌پردازیم. سپس معافیت‌های پیش‌بینی شده در خصوص ممنوعیت‌های مذکور را در بخش دیگری مورد مطالعه قرار خواهیم داد.

۳-۱-۳- ادغام‌های ممنوع

اول) وقوع رویه‌های تجاری غیر منصفانه

مطابق با بند ۱ ماده‌ی ۴۸، هرگاه «در جریان ادغام یا در نتیجه‌ی آن اعمال مذکور در ماده‌ی ۴۵ اعمال شود» آن ادغام ممنوع خواهد بود. ماده‌ی ۴۵ با هدف برشمردن رویه‌های تجاری غیرمنصفانه و اعمال یک‌جانبه‌ی ضد رقابتی نگاشته شده است. بنابراین، قانون‌گذار خواسته تا از ادغام‌هایی که ممکن است با توسل به چنین رویه‌هایی رخ دهند جلوگیری به عمل آورد. به عبارت دیگر، مقصود مقنن از ممنوعیت مذکور تا حد ممکن کاستن از وقوع "ادغام‌های خصمانه یا ناخواسته"^{۳۲۴} بوده است. این اصطلاح که در مقابل "ادغام‌های دوستانه"^{۳۲۵} به کار می‌رود، دربردارنده‌ی آن دسته از ادغام‌هایی است که بدون موافقت مدیران بنگاه هدف رخ می‌دهند. در این موارد، بنگاهی که به دنبال کنترل بنگاه هدف است به ادغام عملی با بنگاه مزبور از طریق تملک سهام یا دارایی‌ها و یا تغییر یا تصاحب مدیریت آن روی می‌آورد که گاه ممکن است در این راستا به رویه‌های متقلبانه یا غیر منصفانه نظیر تحریک و گمراهی سهام‌داران دست زند. البته، فرض وقوع رویه‌های مزبور در مورد ادغام‌های دوستانه یا واقعی نیز منتفی نیست. در تمهید چنین ممنوعیتی، نیل به اهداف زیربنایی دیگری همچون حفظ رقابت سالم و موثر،

^{۳۲۴} - Hostile Mergers or Takeovers

^{۳۲۵} - Friendly Mergers or Takeovers

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		
صفحه: ۲۰۲	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

حمایت از بنگاه‌های کوچک با توان رقابتی بالا، پیشگیری از تسهیل تبانی‌های مخفیانه و حفظ ساختار بازار و جلوگیری از تمرکز پنهان آن قابل مشاهده می‌باشد.

احتمالاً مقرره‌ی فوق از ماده‌ی ۵ قانون کمیسیون تجارت فدرال ایالات متحده اقتباس گردیده و چون قانون‌گذار ما در فصل نهم ق.ا.س.ک. یک‌جا به ذکر مقررات رقابت و مصادیق و رویه‌های تجاری غیر منصفانه پرداخته لذا در ماده‌ی مربوط به ادغامها نیز مجدداً بر ممنوعیت توسل به این رویه‌ها تاکید کرده است. به همین دلیل هم تفاوتی میان انواع ادغامها اعم از افقی، عمودی و ناهمگون از این حیث وجود ندارد. در هر حال، از مجموع اعمال مندرج در ماده‌ی ۴۵، مواردی که ممکن است بیشترین ارتباط را با بحث داشته و در جریان یک ادغام رخ دهند، اعمال موضوع بندهای (ه)، (ح)، (ط) و (ی) می‌باشند که به ترتیب به اظهارات گمراه‌کننده، مداخله‌ی در امور داخلی بنگاه رقیب، سوء استفاده از موقعیت مسلط و کسب غیر مجاز یا سوء استفاده از اطلاعات رقبا اشاره دارند. بنابراین، هر یک از این موارد در جریان ادغامی صورت پذیرد در زمره ادغامهای ممنوع و غیرمجاز تلقی شده و شورای رقابت می‌تواند با اعمال یک یا چند مورد از ضمانت‌اجراهای مقرر در ماده ۶۱ ق.ا.س.ک. با آن برخورد کند.

اما جای این پرسش از مقنن وجود دارد که شرط ممنوعیت اعمال مذکور در ماده‌ی ۴۵ - که مصون از انتقاد نیز نیست - ایجاد اختلال در رقابت در نتیجه‌ی آنها است آیا اگر در جریان ادغامی نیز از این رویه‌ها استفاده شود برای ممنوعیت آن، اثبات چنین شرطی ضروری است یا خیر؟ ظاهر قانون، پاسخ منفی را القا می‌کند؛ با این حال، در شق ۶ بند (ط) ماده‌ی مرقوم تملک سرمایه یا سهام شرکتها از سوی یک بنگاه دارای موقعیت مسلط در صورتی سوء استفاده‌ی از این موقعیت و ممنوع محسوب شده است که هر یک از این اقدامات منجر به اختلال در رقابت گردد. برای رفع این تعارض باید گفت: تملک در

مجری: فرزاد مرادپور		کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۰۳	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

این مقرر در معنای ماده‌ی ۴۷ به کار رفته و در نتیجه، بر هر دو یک معیار حاکم است. اما هرگاه بنگاه دارای موقعیت مسلطی، بنگاه دیگری را به گونه‌ای تملک کند که موجب ادغام با آن و انحلالش شود، ارزیابی این تملک بر اساس معیارهای ماده‌ی ۴۸ به ویژه بند ۳ انجام خواهد پذیرفت.

اما نکته‌ی ابهام‌آمیز دیگر در بند ۱ ماده‌ی ۴۸ این است که اگر در نتیجه‌ی ادغام نیز یکی از اعمال مذکور در ماده‌ی ۴۵ رخ دهد، آن ادغام ممنوع خواهد بود. لذا این پرسش مطرح می‌شود که مقصود از اعمال رویه‌های ماده‌ی ۴۵ "در نتیجه‌ی" ادغام چیست؟ آیا در صورتی که ادغام صحیحی میان دو بنگاه صورت پذیرد و بنگاه جدید به لحاظ موفقیت‌آمیز بودن ادغام پس از چند سال صاحب موقعیت مسلط در بازار شود و سپس، به سوء استفاده از موقعیت مزبور پردازد می‌توان به عقب بازگشت و این رفتار را نتیجه‌ی ادغام و کاشف از ممنوعیت آن دانست؟! به منظور جلوگیری از چنین تفسیر نامعقولی باید گفت مقصود این است که اگر ادغامی با هدف ارتکاب یکی از اعمال ماده‌ی ۴۵ و موثرتر واقع شدن آنها شکل بگیرد و یا این رفتارها بلافاصله پس از وقوع ادغام رخ دهند و یا بر حسب اوضاع و احوال انجام آنها پس از گذشت مدت متعارفی از ادغام به طور معقولی محتمل باشد، آن ادغام ممنوع خواهد بود. لذا باید پذیرفت که پس از وقوع یک ادغام، بر رفتارهای آینده‌ی بنگاه حاصل از آن اصولاً همان عموماً حقوق رقابت حاکم است.

دوم) افزایش غیرمتعارف قیمت در نتیجه ادغام

مطابق بند ۲ ماده‌ی ۴۸، «هرگاه در نتیجه‌ی ادغام، قیمت کالا یا خدمت به طور نامتعارفی افزایش یابد»، از موارد ادغامهای ممنوعه خواهد بود. یقیناً هدف از این محدودیت، جلوگیری از ناکارایی تولیدی و تخصیصی و حمایت از منافع مصرف‌کنندگان بوده است. البته، همانند فرض پیشین باید بر آن بود که

مجری: فرزاد مرادپور		کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۰۴	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

مقصود از عبارت «در نتیجه‌ی ادغام»، افزایش عملی قیمت در مدت کوتاهی پس از ادغام و یا احتمال معقول این افزایش در مدت عرفاً کوتاهی پس از آن است. در حقوق رقابت آمریکا و اتحادیه‌ی اروپا، افزایش قیمت یکی از نشانه‌های مضر بودن ادغام است. با این حال، معیار مزبور به‌تنهایی برای ارزیابی و تصمیم‌گیری نهایی کافی نیست. صرف این که بنگاه پس از ادغام تصمیم به افزایش قیمت بگیرد، نباید آن را کاشف از ضد رقابتی بودن ادغام واقع شده دانست؛ چرا که اگر کماکان رقابت موثری (اعم از بالفعل یا بالقوه) در بازار وجود داشته باشد، رقبا و یا واردشوندگان قادرند تا با ارایه‌ی محصول به قیمتی کمتر، این اقدام را به سود مصرف‌کنندگان خنثی نموده و سهم بازاری خود را افزایش دهند. افزایش قیمت در نتیجه‌ی ادغام در صورتی می‌تواند عاملی برای نگرانی به‌حساب آید که به لحاظ قدرت بازاری بنگاه ناشی از ادغام و یا موانع ورودی موجود در بازار، بنگاه مزبور بتواند قیمت جدید را به نحو پایداری حفظ کند که این توانایی نیز تنها در موارد تمرکز شدید بازار و یا برخورداری از موقعیت مسلط فراهم خواهد بود. به‌علاوه، افزایش قیمت باید با ادغام صورت گرفته رابطه‌ی سببیت داشته و در نتیجه‌ی آن باشد. چنین رابطه‌ای در جایی برقرار خواهد بود که ادغام با تغییر در ساختار بازار آن را به سوی تمرکز بیشتر سوق دهد. در صورت پذیرش این تفسیر، مقرره‌ی فوق با توجه به مفاد بند ۳ زاید به‌نظر می‌رسد.

در هر حال، اگر ظاهر ماده را ملاک قرار دهیم و قایل به این باشیم که به صرف بالا رفتن قیمت پس از وقوع یک ادغام، باید آن را ممنوع به‌شمار آوریم این افزایش باید پایدار، ناشی از ادغام، عرفاً غیر قابل تحمل و غیرموجه باشد. قیود «در نتیجه‌ی ادغام» و «به‌طور نامتعارف» مویذ این عقیده می‌باشند. بجز اینها، چند مساله‌ی دیگر در همین ارتباط قابل طرح می‌باشند:

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۰۵	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

۱) مقصود از قیمت محصول در مقرره‌ی فوق، آیا قیمت تعیین شده از سوی بنگاه حاصل از ادغام است یا قیمت میانگین آن یا نرخ تعیین شده از سوی رقبا؟ به نظر می‌رسد هرگاه پس از ادغام، میانگین قیمت محصول و یا قیمتی که از سوی دیگر بنگاه‌ها نیز تعیین می‌شود در نتیجه و در واکنش به آن افزایش را نشان دهد یعنی به گونه‌ای که اگر ادغام نبود این افزایش نیز حاصل نمی‌شد، موضوع مشمول بند ۲ ماده‌ی ۴۸ خواهد بود.

۲) در صورتی که بنگاه‌های ادغام شده چند محصول را عرضه کنند و پس از ادغام، قیمت برخی کاهش و قیمت برخی دیگر افزایش یابد، تکلیف چیست؟ قانون‌گذار در این فرض راه حل صریحی ارائه نمی‌دهد و متأسفانه شیوه‌ی قانون‌نویسی وی اجازه‌ی موازنه‌ی بین مزایا و مضرات یک ادغام معین و تعیین تکلیف آن بر حسب مصلحت‌اندیشی و تحلیل هزینه-فایده را به شورای رقابت نمی‌دهد. با این وصف، بنا به ظاهر بند ۲ ماده‌ی ۴۸ باید این مورد را نیز در زمره‌ی ادغام‌های ممنوع به حساب آوریم.

۳) در صورتی که بنگاه حاصل از ادغام راساً و مستقیماً قیمت محصول خود را افزایش ندهد بلکه به طور غیرمستقیم و برای مثال با کاهش عرضه و یا افزایش هم‌گرایی میان سایر بنگاه‌های رقیب یا کاهش عرضه توسط آنها موجبات بالا رفتن قیمت را فراهم آورد، آیا باید ادغام را مشمول ماده‌ی ۴۸ بدانیم یا خیر؟ با توجه به توضیحات فوق به نظر می‌رسد باید هرگونه افزایش غیر قابل توجیه -اعم از مستقیم یا غیرمستقیم- در قیمت محصول را به شرط قابلیت انتساب به ادغام یعنی با احراز این که اگر ادغام نبود افزایش قیمت رخ نمی‌داد، داخل در قلمرو مقرره‌ی فوق تصور کنیم.

۴) ممنوعیت موضوع مقرره‌ی فوق آیا مختص ادغام‌های افقی است یا به سایر ادغام‌ها نیز قابل تسری می‌باشد؟ اگرچه، در عمل افزایش قیمت در اثر ادغام‌های افقی به علت کاهش مستقیم رقابت بسیار

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۰۶	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

محتمل‌تر است با این‌همه، فرض این نتیجه‌ی ضد رقابتی متعاقب سایر انواع ادغام نیز به‌ویژه ادغام‌های عمودی منتفی نیست. بنابراین، به شرط وجود قیود مذکور در بالا ممنوعیت بند ۲ کلیه‌ی ادغام‌ها را در بر خواهد گرفت.

۵) با توجه به این که احتمال بروز افزایش قیمت در نتیجه وقوع ادغام میان بنگاه‌های داخلی وجود دارد ممنوع نمودن ادغام‌ها به ایت دلیل هماهنگ با سیاست بزرگ‌سازی بنگاه‌های ایرانی و تشویق آنها به انجام این اقدام نیست.

سوم) ایجاد تمرکز شدید

برابر بند ۳ ماده‌ی ۴۸، «هرگاه ادغام موجب ایجاد تمرکز شدید در بازار شود» ممنوع می‌باشد. شاید بتوان مهم‌ترین و اصلی‌ترین معیار در ارزیابی و تشخیص دامن‌های ادغام‌های مفید و مضر در نظام کنترل ادغام‌های کشورمان را همین معیار دانست. از نظر فنی و عملی نیز به‌کارگیری این معیار به لحاظ کمیت پذیری ساده‌تر بوده و نتایج حاصل از آن، هماهنگی بیشتری با موازین حقوق رقابت دارند. مبانی وضع چنین محدودیتی را می‌توان در اهدافی همچون پیشگیری از ایجاد انحصار یا موقعیت مسلط و سوء استفاده‌ی از آنها، عدالت توزیعی و جلوگیری از تداول ثروت جامعه در دست گروه‌های خاص، حفظ رقابت موثر در بازار، حمایت از بنگاه‌های کوچک و حفظ منافع مصرف‌کنندگان تصور کرد. بنابراین، اگرچه ممکن است ادغامی حقیقتاً موجب افزایش کارایی تولیدی یا تخصیصی گردد اما اگر ایجاد تمرکز شدید از پیامدهای ناگزیر آن باشد، از منافع اقتصادی‌اش چشم‌پوشی شده و به‌لحاظ مصالح فوق حکم

مجری: فرزاد مرادپور		کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۰۷	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

به ممنوعیت آن داده می‌شود. در قوانین برنامه‌های چهارم و پنجم نیز ادغام میان بنگاه‌ها تا آن‌جا مجاز دانسته شده و مورد تشویق قرار گرفته که متهی به ایجاد انحصار و تمرکز نگردد.

طبعاً در اجرای این مقررہ نخستین پرسش این است تمرکز شدید چیست و به چه حالتی از بازار اطلاق می‌شود؟ ق.ا.س.ک. خود تعریفی از این اصطلاح ارایه نکرده و تنها در تبصره‌ی ۲ ماده‌ی ۴۸، وظیفه‌ی تعیین و اعلام دامنه‌ی تمرکز شدید را برعهده‌ی شورای رقابت قرار داده است. البته، شورا تاکنون به این وظیفه عمل ننموده و دستورالعملی را در این ارتباط منتشر نکرده است. شاید چنین تصور شود که شورا فقط در هر دعوایی راجع به ادغام که در نزد او طرح می‌شود ملزم به برآورد تمرکز بازار مربوطه و تعیین این که آیا در نتیجه‌ی ادغام تمرکز شدید پدید آمده است یا خیر، می‌باشد؛ بنابراین، تمرکز شدید را به‌طور موردی تعیین و اعلام خواهد نمود و تکلیفی به اطلاع‌رسانی عمومی ندارد. با این حال، این عقیده پذیرفتنی نیست. از ظاهر تبصره‌ی فوق چنین مستفاد است که شورا باید مطابق با قاعده‌ی قبح عقاب بلا بیان و در راستای شفاف نمودن تکلیف بنگاه‌هایی که قصد ادغام دارند –همانند سایر نهادهای نظارتی کشورهای دیگر– به حکم بند ۳ ماده‌ی ۵۸، دستورالعملی کلی پیرامون تلقی خود از مفهوم تمرکز شدید، نحوه‌ی برآورد میزان تمرکز در بازار و عوامل موثر در این ارزیابی منتشر نماید. از عبارات مندرج در بند (الف) ماده‌ی ۴۰ قانون برنامه‌ی چهارم و بند (ب) ماده‌ی ۱۰۵ قانون برنامه‌ی پنجم توسعه نیز که در آنها دولت موظف به تعیین دامنه‌ی مفید و مجاز ادغامها گردیده است، همین امر برمی‌آید.

در هر حال، به نظر می‌رسد شورای رقابت در عمل برای محاسبه‌ی میزان تمرکز بازار مرتبط و تاثیر ادغام صورت گرفته در آن، از شاخص‌های معمول همانند شاخص چهار یا هشت بنگاه برتر (شاخص

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۰۸	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

نسبت تمرکز) و بویژه شاخص هرفیندال-هیرشمن^{۳۲۶} استفاده نماید. کما این که در مطالعات صورت گرفته از سوی نهادهای وابسته به شورا در جهت برآورد میزان تمرکز در برخی از بازارهای کشور همانند فولاد از همین معیارها استفاده شده است^{۳۲۷}. همچنین، تاکنون پژوهشهای اقتصادی متعددی در همین راستا صورت گرفته است که به‌خوبی بر آشنایی اقتصاددانان کشورمان با شاخص‌های فوق و رایج بودن استفاده‌ی از آنها در برآورد میزان تمرکز بازارهای داخلی یا بین‌المللی دلالت می‌کنند^{۳۲۸}.

اما ایرادی که می‌توان به بند ۳ ماده‌ی ۴۸ وارد دانست این است که حسب ظاهر این مقرر، تنها ادغامهایی که موجب "ایجاد" تمرکز شدید می‌شوند ممنوع اعلام گردیده‌اند؛ از این‌رو ممکن است چنین برداشت شود که حکم ممنوعیت آن، قابل تعمیم به ادغامهایی که در یک بازار از قبل شدیداً

^{۳۲۶} - لازم به ذکر است که توصیف بازار از حیث میزان تمرکز بر اساس این شاخص ممکن است از کشوری به کشور دیگر و یا از زمانی به زمان دیگر با توجه به شرایط اقتصادی هر ازمنه و امکان متفاوت باشد. برای مثال، در ایالات متحده در حالی که سابقاً مطابق اصول راهنمای ادغامهای افقی سال ۱۹۹۷، بازاری که شاخص هرفیندال آن از ۱۸۰۰ به بالا بود، بازار شدیداً متمرکز محسوب می‌شد در اصول راهنمای ۲۰۱۰، این رقم افزایش یافته و تنها بازارهای بالاتر از ۲۵۰۰ این‌گونه توصیف می‌شوند. از همین‌رو است که در بالا بر انتشار دستورالعملی از سوی شورا در این باره تأکید شد.

^{۳۲۷} - به نقل از سایت مرکز ملی رقابت: <http://center.nicc.ir/Details/p142553 loco> (Last visited: 14/3/2012).

^{۳۲۸} - برای مثال رک: جعفر عبادی و محمدنبی شهیکی تاش، "بررسی ساختار بازار کالاهای منتخب صادراتی"، فصلنامه‌ی پژوهشنامه بازرگانی، ش. ۳۱ (تابستان ۱۳۸۳)، صص ۵۷-۳۳؛ بخشی، همان منبع، ۹۶-۷۵؛ معاونت برنامه‌ریزی و امور اقتصادی، "بررسی ساختار (اندازه‌گیری تمرکز) در صنعت بانک‌داری ایران و هزینه‌های اجتماعی انحصار آن"، دفتر مطالعات/اقتصادی (آذرماه ۱۳۸۷)، صص ۱۵-۱؛ محمد عبدالهی عزت‌آبادی، "محاسبه درجه انحصار در بازار داخلی پسته ایران"، نشریه اقتصاد و توسعه کشاورزی (علوم و صنایع کشاورزی)، جلد ۲۴، ش. ۳ (پاییز ۱۳۸۹)، صص ۳۴۵-۳۳۵؛ فاطمه علیجانی و محمود صبوچی، "اندازه‌گیری قدرت بازار و کارایی هزینه‌ی تولید و توزیع گوشت گاو و گوساله در ایران"، مجله تحقیقات اقتصاد کشاورزی، جلد ۱، ش. ۲ (۱۳۸۸)، صص ۹۰-۷۷؛ اسدالله جلال‌آبادی و فاطمه میرجلیلی، "انحصار و تمرکز در صنایع ایران"، فصلنامه‌ی جستارهای اقتصادی، سال چهارم، ش. هفتم (بهار و تابستان ۱۳۸۶)، صص ۲۳۲-۱۹۷؛ فرهاد خداداد کاشی و محمدنبی شهیکی تاش، "سنجش درجه رقابت در بازار جهانی کالاهای منتخب سنتی و کشاورزی"، اقتصاد کشاورزی و توسعه، سال سیزدهم، ش. ۵۱ (پاییز ۱۳۸۴)، صص ۱۷۸-۱۳۵؛ فرهاد خداداد کاشی، "انحصار، رقابت و تمرکز در بازارهای صنعتی ایران (۷۳-۱۳۶۷)", فصلنامه‌ی پژوهشنامه‌ی بازرگانی، ش. ۱۵ (تابستان ۱۳۷۹)، صص ۸۳-۱۱۶؛ Ahmad Sadraei Javaheri, "Industrial Concentration in the Iranian Food Products and Beverages Industries", فصلنامه‌ی پژوهش‌های اقتصادی ایران، سال سیزدهم، ش. ۲۸ (بهار ۱۳۸۸)، صص ۲۴۳-۲۵۶.

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۰۹	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

متمرکز واقع می‌شوند و بر شدت تمرکز آن می‌افزایند، نیست. عقیده‌ی مزبور مردود است چرا که به‌طریق اولی و با در نظر گرفتن روح حقوق رقابت و مبانی وضع محدودیت مذکور باید قایل به ممنوعیت این‌گونه ادغامها نیز بود. به‌علاوه نباید تصور کرد که "ایجاد" تمرکز شدید در اثر یک ادغام معین لازم است که در زمان بررسی آن در شورا، بالفعل تحقق یافته باشد بلکه در صورتی که بر اساس تحلیل‌های اقتصادی بازار، احتمال معقول وقوع چنین تمرکزی در آینده نیز برود باید آن را مشمول ممنوعیت دانست. البته، نباید از یاد برد که در هر حال، ادغام باید علت منحصر وقوع بالفعل یا بالقوه‌ی تمرکز شدید بازار باشد یعنی اگر نبود، این درجه‌ی از تمرکز نیز رخ نمی‌داد.

در پایان اشاره شود که اگرچه، ظاهراً بند ۳ تنها ناظر به ادغامهای افقی است با این‌همه، در موارد استثنایی نیز ممکن است ادغامهای عمودی به ایجاد تمرکز شدید در بازار بالادستی یا پایین‌دستی بینجامند. برای مثال، اگر بازار تولید محصولی غیر متمرکز و رقابت در آن حاکم باشد اما یکی از بنگاه‌های تولیدکننده با تنها بنگاه عرضه‌کننده‌ی مواد خام ادغام شود چون در اثر این ادغام عمودی، وقوع تمرکز شدید در بازار تولید محتمل است و باید آن را ممنوع دانست.

چهارم) ایجاد بنگاه کنترل‌کننده

برابر فقره‌ی ۴ ماده‌ی ۴۸، «هرگاه ادغام منجر به ایجاد بنگاه یا شرکت کنترل‌کننده در بازار شود» ممنوع می‌باشد. "بنگاه یا شرکت کنترل‌کننده" که تنها در همین مقرر به‌کار رفته و در جای دیگری از ق.ا.س.ک. دیده نمی‌شود مطابق با بند ۱۸ ماده‌ی ۱، بنگاه یا شرکتی است که «از طریق تملک تمام یا قسمتی از سهام یا سرمایه یا مدیریت و یا از طرق دیگر، فعالیتهای اقتصادی بنگاه‌ها یا شرکتهای دیگر را در یک بازار کنترل می‌کند». نکات ابهام‌آمیز مقررهی مزبور این است که اولاً تکیه بر ظاهر آن مجدداً

مجری: فرزاد مرادپور		کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۱۰	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

مرز میان ادغام و تملک (موضوع ماده ۴۷) را به هم می‌ریزد و معلوم نیست که اگر شرکتی تمام یا قسمتی از سهام یا سرمایه شرکت دیگر را به نحوی تملک کند که کنترل آن را به دست گیرد، موضوع را باید ادغام و مشمول ماده ۴۸ بدانیم یا به عنوان تملک با معیاری مقرر در ماده ۴۷ آن را ارزیابی کنیم؟ گنجاندن این بند در ماده ۴۸ که به ادغام اختصاص دارد با تعریفی که مقنن از این واژه در بند ۱۶ ماده ۱ ارایه داده هماهنگی ندارد و قانون‌گذار به نوعی از تعریف خود عدول کرده است. زیرا چنان‌که اشاره شد ادغام لزوماً باید با انحلال حداقل یکی از بنگاه‌های ادغام‌شونده همراه باشد. حال آن که در مفهوم بنگاه کنترل‌کننده چنین انحلالی دیده نمی‌شود و بنگاه کنترل‌شونده به حیات خود ادامه می‌دهد و صرفاً استقلال حقوقی خود را از دست می‌دهد.

ثانیاً از مفاد شق ۴ ماده ۴۸، چنین استنباط می‌شود که صرف به‌دست گرفتن کنترل یک بنگاه از سوی بنگاه دیگر ممنوع است زیرا بنگاه اخیر -ولو آن که در بازار بنگاه کنترل‌شونده فعالیت نداشته باشد- مبدل به بنگاه کنترل‌کننده می‌شود. در حالی که چنین محدودیت موسعی به‌هیچ وجه با مبانی مسلم و روح حاکم بر حقوق رقابت سازگار نیست. به‌علاوه، اگر به‌دست گرفتن کنترل بنگاه دیگر را به این اعتبار که یکی از شیوه‌های وقوع آن تملک سهام یا سرمایه‌ی بنگاه هدف است داخل در قلمرو ماده‌ی ۴۷ بدانیم، اصل بر جواز آن است مگر آن که به اخلال در رقابت منجر شود. در حالی که مقرره‌ی فوق، این اصل را به‌کلی کنار گذاشته و یک‌سره حکم به ممنوعیت هرگونه کنترلی داده است. اگر کنترل را نیز داخل در مفهوم ادغام بدانیم (که گنجاندن بند ۴ در ماده‌ی ۴۸ این استنباط را تقویت می‌کند)، باز هم باید اصل را بر جواز بگذاریم و نه ممنوعیت مطلق آن. بنابراین، جای این سوال از مقنن وجود دارد که مقصود وی از ممنوعیت فوق چیست؟ با دقت در تعریف قانون‌گذار از بنگاه کنترل‌کننده به‌ناچار این

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۱۱	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

احتمال قابل طرح می‌باشد که احتمالاً قصد وی اشاره به نهادهایی همچون تراست و کارتل بوده است که کنترل کل یا بخش اعظمی از سهام یا عرضه‌ی بنگاه‌های فعال در یک بازار معین را در اختیار دارند. به همین دلیل نیز بند ۱۸ ماده‌ی ۱ از عبارت «بنگاه‌ها یا شرکتهای دیگر ... در یک بازار» استفاده نموده است تا اشاره کند که کنترل باید آن‌چنان همه‌جانبه و جامع‌الشمول باشد که کل یا بخش قابل توجهی از یک بازار و بنگاه‌های فعال در آن را در برگیرد. بنابراین، صرف در کنترل گرفتن یک بنگاه ولو آن که از موقعیت ممتازی در بازار برخوردار باشد مشمول بند ۴ نبوده و اصولاً مجاز می‌باشد مگر این که موضوع در قلمرو ممنوعیت بندهای دیگر ماده‌ی ۴۸ قرار گیرد.

در هر حال بر فرض پذیرش تفسیر فوق و اگر مقبول افتد که به دست گرفتن کنترل بنگاه دیگر «ادغام» با آن محسوب می‌گردد با توجه به توضیحی که در مورد تمرکز و نحوه‌ی محاسبه‌ی آن در هر بازار بر اساس شاخص‌های مربوطه ارایه گردید به نظر می‌رسد وجود بند ۴ زاید است؛ زیرا صرف نظر از این که ایجاد تراست یا کارتلها در زمره‌ی توافقات ذاتاً ممنوع بوده و با مقررات عام مربوط به توافقات در حقوق رقابت با آنها برخورد می‌شود (همانند ماده‌ی ۴۴)، با عنایت به این که در نتیجه‌ی ایجاد چنین نهادهایی لزوماً تمرکز شدید در بازار رخ خواهد داد، مستند به بند ۳ ماده‌ی ۴۸ می‌توان به ممنوعیت آنها نظر داد. در نتیجه، نیازی به بند ۴ احساس نمی‌شود. در نظام حقوقی حاکم بر کنترل ادغامها در ایالات متحده و اتحادیه‌ی اروپا نیز نظیر ممنوعیت مزبور دیده نمی‌شود.

اما نکته‌ی مهمی که در ماده‌ی ۴۸ مغفول مانده و جای بسی شگفتی دارد این است که قانون‌گذار ما از مصداق بارز ادغامهای ممنوعه یعنی مواردی که ادغام موجب ایجاد موقعیت مسلط یا تقویت آن می‌گردد، غافل بوده است. در هر دو نظام مهد حقوق رقابت یعنی اتحادیه‌ی اروپا و ایالات متحده، بر

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۱۲	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

ممنوعیت ادغامهایی که به ایجاد چنین وضعی در بازار منجر می‌شوند تأکید داشته و همین امر عمده‌ی نگرانی آنها در باب ادغامها را به خود اختصاص می‌دهد. این در حالی است که ایجاد موقعیت مسلط یا تقویت آن دقیقاً در هیچ‌یک از ممنوعیتهای چهارگانه‌ی ماده‌ی ۴۸ نمی‌گنجد. اولاً "سوء استفاده‌ی" از موقعیت مسلط است که جزء رویه‌های غیر منصفانه‌ی مندرج در ماده ۴۵ قرار می‌گیرد و نه ایجاد آن؛ ثانیاً همواره ایجاد چنین موقعیتی به افزایش قیمت محصول نمی‌انجامد و حتی در مواردی احتمال وقوع آن در آینده‌ای نزدیک نیز قابل پیش‌بینی نمی‌باشد؛ چرا که ممکن است بنگاه ناشی از ادغام که به موقعیت مسلط دست یافته است برای خارج کردن دیگر رقبا از بازار، به عرضه‌ی محصول با قیمتی کمتر از قیمت پیش از ادغام روی آورد؛ ثالثاً ایجاد موقعیت مسلط با پدید آمدن تمرکز شدید در بازار ملازمه ندارد^{۳۲۹} و نهایتاً بنگاه دارای موقعیت مسلط متفاوت از بنگاه کنترل‌کننده و دو نهاد تراست و کارتل می‌باشد. لاجرم برای رفع این نقیصه‌ی غیر قابل اغماض یا باید دامنه‌ی تمرکز شدید را توسعه داده و گفت: مواردی نیز که ادغام به ایجاد موقعیت مسلط یا تقویت آن می‌انجامد، از مصادیق ایجاد تمرکز شدید محسوب می‌شوند اعم از آن که شاخص‌های رایج هم این میزان تمرکز در بازار را نشان بدهند یا خیر^{۳۳۰} و یا افزایش قیمت محصول در نتیجه‌ی پدید آمدن یا تقویت یک موقعیت را چه در آینده‌ی دور یا نزدیک حتمی دانست و قایل به این بود که موضوع مشمول ممنوعیت بند ۲ قرار می‌گیرد.

^{۳۲۹} - برای مثال، اگر بازاری را در نظر آوریم که در آن ۴ بنگاه دارای ۱۰٪ و سه بنگاه به ترتیب دارای ۲۵، ۲۰ و ۵٪ سهم بازاری باشند، سپس میان دو بنگاهی که بیشترین سهم را دارند ادغام رخ دهد، میزان تمرکز بازار بر اساس شاخص هرفیندال از ۱۴۵۰ به ۲۴۵۰ افزایش می‌یابد ولی اگر بر مبنای اصول راهنمای ۲۰۱۰ ایالات متحده بازار شدیداً متمرکز را توصیف کنیم، کماکان بازار مزبور به این حد نرسیده در حالی که یقیناً موقعیت مسلط پدید آمده است.

^{۳۳۰} - به عبارت دیگر می‌توان گفت: مقصود از تمرکز شدید در بند ۳، دو نوع تمرکز است: (۱) تمرکز شدید کمی که با استفاده‌ی از شاخص‌های کمی اقتصادی قابل برآورد است و (۲) تمرکز شدید کیفی که به موارد ایجاد یا تقویت موقعیت مسلط اطلاق می‌شود.

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۱۳	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

در هر حال، توجیهات مذکور به هیچ وجه رافع ضرورت اصلاح و بازنگری در متن ماده‌ی ۴۸ نخواهند بود.

لازم به توضیح است که اگر شورای رقابت به عنوان تنها مرجع تشخیص ادغامها و به طور رویه‌های ضد رقابتی بنگاه‌ها ادغامی را مشمول یکی از ممنوعیتهای چهارگانه ماده ۴۸ ارزیابی کند می‌تواند بنا به صلاحدید خود وفق ماده ۶۱ ق.ا.س.ک. یک یا چند مورد از ضمانت‌اجراهای ذیل را در خصوص آن ادغام اعمال کند:

۱. دستور به فسخ توافق حاوی ادغام؛
۲. دستور به توقف طرفین توافق یا توافق‌های مرتبط با آن از ادامه ادغام ضد رقابتی؛
۳. اطلاع رسانی عمومی در مورد ادغام ممنوع صورت گرفته به منظور شفافیت بیشتر بازار؛
۴. الزام به تعلیق یا دستور به ابطال هرگونه ادغام که برخلاف ممنوعیت ماده (۴۸) قانون انجام شده و یا الزام به تجزیه شرکتهای ادغام شده. این تصمیم که از نوع ضمانت‌اجراهای ساختاری^{۳۳۱} محسوب می‌شود مهمترین تصمیمی است که شورای رقابت در برخورد با ادغامهای ممنوع می‌تواند اتخاذ نماید.
۵. دستور استرداد اضافه درآمد و یا توقیف اموالی که از طریق ارتکاب ادغام ضد رقابتی تحصیل شده‌اند.

^{۳۳۱} - این نوع ضمانت‌اجراها با تاسی از آموزه‌های مکتب هاروارد در پی تشدید رقابت از طریق اصلاح ساختار بازار از جمله با افزایش تعداد بنگاه‌های رقیب مستقل هستند.

مجری: فرزاد مرادپور	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۱۴		ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

۶. دستور به بنگاه یا شرکت حاصل از ادغام جهت عدم فعالیت در یک زمینه خاص یا در منطقه یا مناطق خاص.

۷. دستور به اصلاح اساسنامه، شرکتنامه یا صورتجلسات مجامع عمومی یا هیأت مدیره شرکت حاصل از ادغام یا ارایه پیشنهاد لازم به دولت درخصوص اصلاح اساسنامه‌های شرکتها و مؤسسات بخش عمومی که ادغام پدید آمده‌اند.

۸. الزام بنگاه یا شرکت حاصل از ادغام به رعایت حداقل عرضه و دامنه قیمتی بر فرض بروز شرایط انحصاری.

توجه به این نکته الزامی است که ضمانت‌اجراهای مزبور در صورتی راجع به یک ادغام ممنوع اعمال می‌گردند که آن ادغام بهره‌مند از معافیت‌های پیش‌بینی شده نگردد. ذیلاً توضیحاتی به اختصار پیرامون این معافیت‌ها ارایه خواهد شد.

۳-۱-۴- معافیتها

بجز ممنوعیت‌های اشاره در فوق، ماده‌ی ۴۸ حاوی معافیت‌هایی نیز می‌باشد. به عبارت دیگر، اگر ادغامی رخ دهد و مشمول یکی از ادغام‌های ممنوع برشمرده شده در فوق قرار گیرد در صورت اثبات شرایط ذیل از معافیت برخوردار شده و در زمره ادغام‌های مجاز قرار خواهد گرفت. حسب تبصره ۱ ماده یادشده: «در مواردی که پیشگیری از توقف فعالیت بنگاه‌ها و شرکتها یا دسترسی آنها به دانش فنی جز از طریق ادغام امکان‌پذیر نباشد، هرچند ادغام منجر به بندهای (۳) و (۴) این ماده شود، مجاز است». بنابراین، در حقوق ایران اولاً تنها دو نوع معافیت برای ادغام‌هایی که در ارزیابی اولیه ممنوع تلقی

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۱۵	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

می‌شوند پیش‌بینی شده است: ۱) پیشگیری از توقف فعالیت بنگاه‌ها که به آن "دفاع بنگاه در شرف ورشکستگی" اطلاق می‌گردد و ۲) دسترسی به دانش فنی و ثانیاً این معافیتها نیز به صورت محدود پذیرفته شده‌اند به نحوی که صرفاً موجب معافیت از ممنوعیتهای فقرات ۳ و ۴ (تمرکز شدید و بنگاه کنترل‌کننده) ماده ۴۸ را فراهم می‌آورند. در نتیجه، به استناد این موارد نمی‌توان ادغامی را که مشمول سایر ممنوعیتهای قرار می‌گیرد مجاز دانست. در حالی که تمرکز شدید و بروز بنگاه کنترل‌کننده برای رقابت به مراتب خطرناک‌تر از افزایش قیمت و یا توسل به رویه‌های غیرمنصفانه در جریان ادغام است معلوم نیست چرا که قانون‌گذار حکم به جواز ادغامهایی داده است که به فقرات نخست می‌انجامد اما ادغامهای دسته دوم را به هیچ دلیل موجهی اجازه نمی‌دهد.

در هر حال، دلیل پذیرش معافیت دفاع بنگاه در شرف ورشکستگی را می‌توان در حمایت از اشتغال دانست که اهمیت این هدف غیراقتصادی موجب شده است تا از آثار اقتصادی نامطلوب ادغامهای ضد رقابتی صرف نظر شود. افزایش کارایی پویا دلیل دیگری است که می‌تواند موجبات معافیت از ممنوعیتهای بندهای ۳ و ۴ فراهم آورد. در تمهید این حکم استثنایی نیز به وضوح تقابل نوع اخیر از کارایی با سایر انواع کارایی و اهداف دیگری چون حفظ نفس رقابت و جلوگیری از تمرکز بازار و تداول ثروت در دست گروه‌های خاص دیده می‌شود. در واقع، قانون‌گذار به قابلیت ادغامها جهت افزایش دانش فنی و ابتکار بنگاه‌ها و استفاده آنها از تکنولوژی و فن‌آوری‌های یکدیگر توجه داشته و خواسته است تا بنگاه‌ها بتوانند از این ظرفیت به نحو مطلوب استفاده کنند. با این همه، به نظر می‌رسد در تقابل مستقیم کارایی پویا با هدف حمایت از منافع کوتاه مدت مصرف‌کنندگان، قانون‌گذار جانب دومی را گرفته است. چرا که اگر ادغام ولو آن که تنها راه پیشرفت فنی باشد ولی به افزایش قیمت محصول منتهی گردد، از حکم ممنوعیت فقره ۲ ماده ۴۸ رهایی نخواهد یافت. این در حالی است

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۱۶	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

که در غالب موارد، دستیابی به دانش فنی با حقوق انحصاری ناشی از مالکیت‌های فکری همراه خواهد بود که افزایش قیمت از تبعات آن و برای جبران هزینه‌های تحقیق و توسعه لازم است^{۳۳۲}. بنابراین، با مضیق کردن مرزهای این معافیت، مقنن عملاً در کنار تشویق بنگاه‌ها سدی جدی فراروی آنها در توسل به ادغام قرار داده است که با سیاست افزایش توان رقابتی بنگاه‌های داخلی هماهنگ نیست. به هر روی، در استناد به هر دو این معافیت‌ها باید ذی‌نفع ثابت کند که ادغام یگانه راه دسترسی به دانش فنی و پیشگیری از ورشکستگی بنگاه موضوع ادغام و جلوگیری از خروج وی از بازار می‌باشد. این امر نیز از دیگر محدودیت‌هایی است که با سیاست اخیرالذکر سازگاری ندارد. لازم به ذکر است که بنگاه‌هایی که قصد انجام ادغام با یکدیگر را دارند می‌توانند پیش از انجام آن با استعلام از شورای رقابت از مجاز بودن ادغام خود یا شمول ممنوعیت و یا معافیت‌های فوق‌الذکر بر آن اطمینان حاصل کنند. در ادامه به ارایه توضیحاتی پیرامون این امر اشاره خواهد شد.

۳-۱-۵- کسب تکلیف از شورای رقابت

نکته‌ی پایانی که در مورد نظام حقوقی کشورمان در باب کنترل ادغامها قابل ذکر می‌باشد این است که مطابق با ماده‌ی ۴۹ ق.ا.س.ک.^{۳۳۳}، بنگاه‌ها می‌توانند در خصوص شمول یا عدم شمول مواد ۴۷ و ۴۸

^{۳۳۲} - مگر این که گفته شود منظور از قیمت محصول در بند ۲، قیمت همان محصولی است که پیش از ادغام تولید می‌شود؛ بنابراین، اگر ادغام موجب پیشرفت فنی بنگاه‌های ادغام‌شونده و در نتیجه، تولید محصول جدیدی از ناحیه‌ی آنان شود، قیمت این محصول تخصصاً خارج از قلمرو این مقرره می‌باشد.

^{۳۳۳} - «بنگاه‌ها و شرکتها می‌توانند در مورد شمول مواد (۴۷) و (۴۸) این قانون بر اقدامات خود از شورای رقابت کسب تکلیف کنند. شورای رقابت مکلف است حداکثر ظرف یک ماه از تاریخ وصول تقاضا در هر یک از موارد مذکور آن را بررسی و نتیجه را به طور کتبی یا به وسیله دادن پیام مطمئن به متقاضی اعلام کند. در صورت اعلام عدم شمول مواد (۴۷) و (۴۸) این قانون به اقدامات موضوع استعلام یا عدم ارسال پاسخ از سوی شورا ظرف مدت مقرر، اقدامات مذکور صحیح تلقی می‌شود».

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۱۷	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴ ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

قانون بر اقدامات خود از شورای رقابت کسب تکلیف کنند. شورا مکلف است حداکثر ظرف یک ماه از تاریخ وصول تقاضا، آن را بررسی و نتیجه را به متقاضی اعلام کند. در صورت اعلام عدم شمول مواد فوق نسبت به اقدامات موضوع استعلام یا عدم ارسال پاسخ ظرف مدت مقرر، اقدامات مذکور صحیح تلقی خواهند شد. بر این اساس، بر خلاف نظامهای پیشین در حقوق رقابت که تحت شرایطی بنگاه‌هایی را که قصد ادغام دارند مکلف به اطلاع‌رسانی و کسب تکلیف می‌کنند و علاوه بر پیش‌بینی ضمانت‌اجراهای کیفی برای تخلف از این الزام، ادغام را تا پیش از تعیین تکلیف نهایی نیز معلق فرض می‌کنند، از واژه‌ی «می‌توانند» در ماده‌ی ۴۹ این‌گونه استنباط می‌شود که کسب تکلیف در حقوق ما اختیاری است. چنین وضعی از آن حیث مطلوب نیست که بر فرض اطلاع شورا از وقوع ادغامی که گاه ممکن است مدتها پیش رخ داده باشد، در صورتی که آن ادغام ممنوع ارزیابی شود، محو تمامی آثار مضر آن از بازار میسر نخواهد بود.

این نقیصه تا حدودی در لایحه‌ی جدید تجارت - بر فرض تصویب نهایی و لازم‌الاجرا شدن آن - مرتفع گردیده است. چرا که در ماده‌ی ۵۹۱ آن (متن تقدیمی دولت و نه مصوبه کمیسیون مجلس) چنین آمده است: «ادغام شرکتها با رعایت مقررات قانونی تسهیل رقابت و منع انحصار انجام می‌شود و در مواردی که به موجب آیین‌نامه اجرایی این ماده مشخص می‌گردد اخذ مجوز از شورای رقابت الزامی است. این آیین‌نامه به پیشنهاد شورای رقابت شش ماه پس از لازم‌الاجرا شدن این قانون به تصویب هیأت وزیران می‌رسد». منظور از «مقررات قانونی تسهیل رقابت و منع انحصار»، مقررات فصل نهم ق.ا.س.ک. می‌باشد بنابراین بهتر بود قانون‌گذار صراحتاً به عنوان رسمی این قانون اشاره می‌داشت. به علاوه، مقنن بجای اصلاح ماده‌ی ۴۹ ق.ا.س.ک. دست به وضع ماده‌ای زده است که با آن در تعارض قرار می‌گیرد. در واقع، قانون‌گذار بجای رفع تعارضات و شبهات در قوانین، آگاهانه و ناآگاهانه خود

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۱۸	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

به ایجاد تعارضات دست می‌زند که یقیناً رسم "تعارض‌زایی" شیوه‌ی مقبولی در قانون‌نویسی نخواهد بود. در هر حال، در صورت تصویب لایحه‌ی تجارت باید ماده‌ی ۵۹۱ را به عنوان اراده‌ی اخیر قانون‌گذار معتبر دانست و بر آن بود که در اثر آن، ماده‌ی ۴۹ ق.ا.س.ک. نسخ جزیی می‌گردد. ایراد دیگری که بر این مقرره‌ی نو وارد به نظر می‌رسد آن است که الزام به اطلاع رسانی شرکتها محدود به ادغام شده است و تملک را در برنمی‌گیرد. یعنی شرکتها با هر درجه‌ای از قدرت بازاری، در صورتی که کل سهام شرکت رقیب خود را نیز تملک کنند تکلیفی به اعلام این توافق به شورای رقابت و اخذ مجوز از آن ندارند^{۳۴}. حال آن که از لحاظ آثار رقابتی، تملک و ادغام تفاوتی با یکدیگر ندارند. با وجود این خلای قانونی، دور زدن ماده‌ی ۵۹۱ و عدم اعتنا به مفاد آن از هم اکنون قابل پیش‌بینی است.

۳-۱-۶- مفاد قوانین برنامه در خصوص ادغام و پیشنهاد مفاد جدید

در کشور ما سابقه قانونی سیاست تشویق ادغام بنگاه‌های صنعتی به مصوبه سال ۱۳۸۱ دولت مبنی بر ضرورت اصلاح قانون تجارت بدین منظور بر می‌گردد. متعاقباً قانون برنامه چهارم در ماده‌ی ۳۹ و ۴۰ خود و بالاخره قانون برنامه پنجم در ماده‌ی ۱۰۵ و ۱۵۰ خود درصدد تجویز، تسهیل و تمهید ادغام و شکل‌گیری بنگاه‌های بزرگ رقابت‌پذیر برآمد.

ماده ۳۹ قانون برنامه چهارم توسعه در موظف ساختن دولت به کمک به تبدیل بنگاههای کوچک و متوسط به بنگاههای بزرگ رقابت پذیر (بند الف)، ماده ۴۰ قانون برنامه چهارم توسعه در موظف ساختن دولت به اقدام برای ادغام شرکتها، بنگاه‌ها و شکل‌گیری شرکتهای بزرگ، مادامی که موجب ایجاد تمرکز

^{۳۴} - مگر آن که گفته شود کنترل بنگاه دیگر نیز داخل در مفهوم ادغام است که البته، با توضیحاتی که در ابتدا ارایه گردید چنین تعبیری بر تعریف قانونی ادغام انطباق ندارد.

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۱۹	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

و بروز قدرت انحصاری نشود، در جهت ارتقای سطح و جذب فناوری‌های برتر و تعیین برخی رویه های آن (بند الف)، ماده ۱۰۵ قانون برنامه پنجم توسعه در تجویز ادغام و تعیین برخی رویه های آن (بند الف) و موظف ساختن دولت به پیش‌بینی دامنه مفید و مجاز ادغامها (بند ب) و ماده ۱۵۰ قانون برنامه پنجم توسعه موظف ساختن وزارت صنعت، معدن و تجارت به رعایت محور راهبردی تمهید ادغام و شکل‌گیری بنگاه های بزرگ رقابت‌پذیر در تدوین راهبرد توسعه صنعتی و معدنی در جهت افزایش نرخ رشد ارزش افزوده بخش صنعت (بند ج) این مفاد را تشکیل می دهند.

با پایان یافتن دوره اجرای برنامه پنجم و آغاز برنامه ششم ضروری بود که مفاد مزبور که حاوی برخی اقدامات ترغیبی بود استمرار یابد و به جهت آنکه اقدامات عملی موثری را تاکنون به همراه نیاورده است تقویت شود. از آنجا که مواد ۴۶ تا ۴۸ قانون اجرای سیاستهای کلی اصل چهل و چهار با رویکرد صیانت از رقابت در داخل و جلوگیری از شکل‌گیری وضعیت مسلط، واجد محدودیت های قانونی موثری در این خصوص است که از انعطافهای لازم برای استفاده از ادغام در جهت تقویت توان رقابت بین المللی آن چنانکه در تجربیات بین‌المللی بدان پرداخته شد فاصله دارد، مناسب است نسبت به درج مقرر ای در قانون برنامه ششم اقدام شود تا مطابق با آن اجرای ضوابط بازدارنده مقرر در مواد ۴۶ تا ۴۸ قانون اجرای سیاستهای کلی اصل چهل و چهار در طول سالهای برنامه ششم با هدف تسهیل ادغام بنگاهها به منظور تقویت توان رقابت بین المللی آنها متوقف گردد. چنین مقرر ای بدون آنکه مستلزم طی فرایند اصلاح قانونی باشد فرصتی را برای اقدامات عملی و سیاست‌گذاری موثر فراهم می آورد و امکان ارزیابی این سیاست و ملزومات قانونی آن را فراهم می سازد.

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۲۰	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

براین اساس بر مبنای نتایج این پژوهش، به منظور تسهیل ادغام بنگاه‌های صنعتی برای درج در احکام قانون برنامه ششم توسعه، ماده زیر پیشنهاد شده است:

« وزارت صنعت، معدن و تجارت مکلف است به منظور ارتقای توان رقابت بین‌المللی و تحقیق و توسعه بنگاه‌های داخلی و ایجاد صرفه‌های مقیاسی جهت افزایش صادرات نسبت به تسهیل و تشویق تشکیل بنگاه‌های بزرگ رقابت پذیر در صنایع هدف مادامی که موجب بروز موقعیت انحصاری در بازار داخلی نشود اقدام نماید. اقداماتی که در اجرای این ماده اعم از ادغام به شکل یک جانبه (بقای یکی از شرکتها - شرکت پذیرنده) و دو یا چند جانبه (محو شخصیت حقوقی شرکتهای ادغام‌شونده و ایجاد شرکت جدید)، تملک، ایجاد هلدینگ و تشکیل کنسرسیومهای صادراتی میان بنگاه‌های داخلی با پیشنهاد وزارت صنعت، معدن و تجارت و تصویب شورای رقابت صورت می‌پذیرند از شمول ممنوعیتهای مواد ۶۶ تا ۷۸ قانون اجرای سیاستهای کلی اصل چهل و چهارم قانون اساسی معاف می‌باشند.

تبصره ۱: وزارت صنعت، معدن و تجارت مکلف است موارد مذکور را جهت تایید به شورای رقابت گزارش نماید. تشخیص موقعیت انحصاری در بازار داخلی با شورای رقابت و تعیین صنایع هدف با وزارت صنعت، معدن و تجارت می‌باشد. حکم این ماده در خصوص ادغامهایی که موجب افزایش کارایی اقتصادی می‌شوند نیز جاری است. احراز موقعیت انحصاری و کارایی اقتصادی مطابق با آیین‌نامه‌ای است که بر اساس این ماده تدوین می‌گردد.

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۲۱			

تبصره ۲: کلیه حقوق و تعهدات، دارایی، دیون و مطالبات شرکت یا شرکتهای موضوع ادغام، به شرکت پذیرنده ادغام یا شرکت جدید منتقل می‌شود. کارکنان شرکتهای موضوع ادغام به شرکت پذیرنده یا شرکت جدید انتقال می‌یابند. در صورت عدم تمایل برخی کارکنان با انتقال به شرکت پذیرنده ادغام یا شرکت جدید، مزایای پایان کار مطابق مقررات قانون کار توسط شرکت مزبور به کارکنان یادشده پرداخت می‌شود. در مورد نیروی کار مازاد مطابق قانون تنظیم بخشی از مقررات تسهیل نوسازی صنایع کشور و اصلاح ماده ۱۱۳ قانون برنامه سوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران، مصوب ۱۳۸۲/۵/۲۶ عمل می‌شود. سرمایه مجموع شرکتی که بدین منظور تاسیس یا بازسازمان دهی می‌گردد از پرداخت مالیات موضوع ماده ۴۸ قانون مالیاتهای مستقیم مصوب ۱۳۶۶/۱۲/۳ و اصلاحیه‌های آن معاف است.

تبصره ۳: اداره ثبت شرکتهای مکلف است پس از تایید شورای رقابت تغییراتی که در جهت اجرای مقررات این ماده در شرکتهای صورت می‌پذیرد فوراً و خارج از نوبت اعمال و آگهی نماید.

تبصره ۴: جهت افزایش توان صادرات و تحقیق و توسعه شرکتهای داخلی بانک مرکزی مکلف است پس از پیشنهاد وزارت صنعت، معدن و تجارت و تایید شورای رقابت تسهیلات لازم در اختیار بنگاه‌هایی که بدین منظور تاسیس و یا بازسازمان دهی می‌گردند قرار دهد.

تبصره ۵: آیین نامه اجرایی این ماده ظرف شش ماه پس از لازم الاجرا شدن قانون با همکاری وزارت صنعت، معدن و تجارت، وزارت اقتصاد و دارایی، بانک مرکزی، سازمان برنامه و بودجه و شورای رقابت تهیه و به تصویب هیات وزیران خواهد رسید. »

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۲۲	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

شایان ذکر است که مفاد تبصره ۲ فوق‌الذکر همان مفاد مندرج در بند الف ماده ۱۰۵ قانون برنامه پنجم است که در متن پژوهش ضمن تبیین نظام حقوقی حاکم بر ادغامها در حقوق رقابت ایران مزیت‌های مندرج در آن در خصوص منابع انسانی و بیمه بیکاری آنان و نیز مالیات مورد اشاره قرار گرفت. همچنین به استناد بند "ز" ماده ۱۱۱ اصلاحی قانون مالیاتهای مستقیم مصوب ۱۳۸۰ و آیین‌نامه اجرایی مصوب ۱۳۸۳ آن، انتقال داراییها به میزان مازاد قیمت دفتری مشمول مالیات است اما به نظر می‌رسد تبصره ۱ ماده ۱۴۹ قانون مالیاتهای مستقیم اصلاحی ۹۴/۴/۳۱ که افزایش بهای ناشی از تجدید ارزیابی دارایی‌های اشخاص حقوقی را مشمول پرداخت مالیات بر درآمد نمی‌داند و در عین حال هزینه استهلاک ناشی از افزایش تجدید ارزیابی را هزینه قابل قبول تلقی نمی‌کند در صورتیکه بتوان آنرا بر جریان ادغام صادق دانست رافع بخشی از دغدغه‌هایی باشد که مالیات متعلقه را از مهمترین عوامل بازدارنده ادغام بنگاهها قلمداد می‌کنند. آیین‌نامه اجرایی این تبصره که در شش ماهه نخست سال ۹۵ تصویب می‌گردد می‌تواند روشن‌کننده ابهام در این خصوص باشد.

بعلاوه با عنایت به اینکه ضوابط حاکم بر اعطای مجوز تاسیس و فعالیت بنگاههای صنعتی در کشور فاقد ضابطه‌ای ناظر بر ملاحظه ظرفیت‌های عملی بالفعل و بالقوه فعالیت‌های صنعتی و نیز ملاحظه شرایط رقابت در بازار است و این امر به تعدد و تکرر واحدها و ائتلاف منابع و ظرفیت‌های خالی تولید انجامیده است لازمست ملاحظات مذکور از طریق درج در دستورالعمل صدور جواز تأسیس و پروانه بهره‌برداری برای طرح‌های واحدهای صنعتی در اعطای مجوز اعمال گردد.

مجری: فرزاد مرادپور		کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۲۳	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

۳-۲- بررسی صرفه های مقیاس و امکان ادغام در صنایع منتخب ایران

صرفه های نسبت به مقیاس به معنای کاهش متوسط هزینه تولید با افزایش میزان تولید است. چنین صرفه هایی در رشته فعالیت هایی که سرمایه در آن "تقسیم ناپذیر" است وجود دارد مانند صنایع اتومبیل سازی، هواپیماسازی، کشتی سازی، فولاد و نظایر آن. مقیاس تولید در چنین صنایعی نمی تواند کمتر از حداقل قابل قبولی باشد. بنابراین، دارای سرمایه گذاری ثابت بالا و به اصطلاح تقسیم ناپذیر هستند. چنین صنایعی از نظر ساخت بازار، از نوع انحصار چند جانبه هستند. یعنی، چند بنگاه سهم اصلی بازار را دارند مانند بویینگ و ایرباس که سهم اصلی بازار در بازار جهانی هواپیما را دارند یا بنگاه های بزرگ خودروسازی جهانی. در چنین بازاری، سازوکار تامین منافع مصرف کننده، سازوکار قیمتی نیست. یعنی، بنگاه ها از طریق قیمت ها با یکدیگر رقابت نمی کنند بلکه از طریق ارایه کالایی متمایز این رقابت صورت می گیرد. اگر بنگاهی دست به افزایش قیمت بزند بازار خود را از دست می دهد. اگر دست به کاهش قیمت بزند بنگاه های دیگر هم می زنند و بنابراین جنگ قیمتها شروع می شود. بهترین سازوکار برای نفوذ در بازار و گرفتن سهم بیشتر، ارایه کالایی متمایز است. تلاش بنگاه های بزرگ خودروسازی برای ارایه اتومبیل هایی با ویژگی های جدید معطوف به جلب رضایت مصرف کننده مبتنی بر همین سازوکار است. البته، توانایی برای ارایه کالایی متمایز مستلزم توانمندیهای نوآورانه خاصی است که خود تابعی از هزینه های تحقیق و توسعه صرف شده در بنگاه است. هر چه بنگاه کوچکتر باشد، امکان تامین این هزینه ها را نخواهد داشت و بنابراین در چنین بازاری توانایی لازم برای رقابت را نیز نخواهد داشت.

نکته دیگر اینکه، معمولاً فرض بر این است که انحصار چه از نوع کامل و چه از نوع چند جانبه آن دارای آثار منفی بر منافع مصرف کننده است. این در صورتی صادق است که بازدهی نسبت به مقیاس

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی
صفحه: ۲۲۴	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

از نوع فزاینده نباشد. در اینصورت، منافع تولیدکننده در این است که با کاهش میزان تولید و افزایش قیمت سود خود را حداکثر کند. اما، وقتی بازدهی از نوع فزاینده نسبت به مقیاس باشد منافع تولید کننده در این خواهد بود که با افزایش ظرفیت تولید و کاهش متوسط هزینه تولید سود خود را بیشتر کند. از این منظر، مشکل صنایع ما بر خلاف تصور رایج بیشتر از آنکه ناشی از وجود تمرکز بالا باشد ناشی از یا نبود صرفه‌های نسبت به مقیاس و یا وجود صرفه‌های نسبت به مقیاس ولی ناتوانی نظام مدیریت بنگاهداری ما در استفاده از این صرفه‌هاست.

راه اندازی بنگاه‌های تولیدی در اقتصاد ایران طی سال‌های گذشته مبتنی بر سیاست صنعتی مشخصی نبوده است. تعداد زیادی بنگاه در رشته فعالیت‌های مختلف با ظرفیت‌های تولیدی پایین تاسیس شده است که توانایی رقابت در بازارهای داخلی با کالاهای وارداتی یا در بازارهای خارجی با کالاهای ساخت اقتصادهای دیگر را ندارند. در اصل، پایین بودن ظرفیت تولید موجب شکل نگرفتن صرفه‌های نسبت به مقیاس شده است. در بیشتر رشته فعالیت‌های صنعتی ایران، تعداد زیادی بنگاه با ظرفیت تولیدی کوچک وجود دارد که باید با بنگاه‌های هم تراز خود که دارای ظرفیت‌های تولیدی بالایی هستند رقابت کنند. به دلیل بالا بودن متوسط هزینه تولید امکان چنین رقابتی وجود ندارد.

مطالعات در خصوص عمده فعالیت‌های صنعتی در کشورمان گویای فقدان مقیاس با در نظر داشتن ابعاد اقتصاد است که دستیابی به مقیاس لازم را در گروه صادرات قرار می‌دهد. پایین بودن شمار بنگاه‌های بین‌المللی کشورمان حتی در قیاس با رقبای منطقه‌ای نیز موید این وضعیت است. به علاوه سهم بنگاه‌های با بیش از ۱۰ نفر کارکن (که در تعریف مرکز آمار بنگاه بزرگ تلقی می‌شود) در حدود ۱۰ درصد اندازه اقتصاد است که کمتر از نصف سهمی است که در بسیاری از کشورهای جهان وجود

مجرى: فرزاد مرادپور		کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۲۵	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

دارد. از این تعداد در حدود ۱۵ درصد بیش از ۱۰۰ کارکن دارند (که در تعریف سازمان مدیریت صنعتی بنگاه بزرگ تلقی می شود) که از این میان تنها حدود ۲ درصد از شمار این بنگاه‌ها (۱۱۹ بنگاه) بیش از هزار کارکن دارند که ۲۰ بنگاه آنها را صنایع شیمیایی، ۱۹ بنگاه را فلزات اساسی، ۱۸ بنگاه را وسایل نقلیه موتوری، ۱۵ بنگاه را صنایع غذایی، ۹ بنگاه را تولید لاستیک و پلاستیک، ۸ بنگاه را تولید فرآورده های نفتی، ۶ بنگاه را کانی های غیر فلزی، ۶ بنگاه را ماشین مولد و انتقال برق، و ۴ بنگاه را ماشین آلات طبقه بندی نشده تشکیل می دهند (آمار ۱۳۹۰). این در حالی است که در سال ۱۳۷۵ عمده ترین سهم را در این فهرست منسوجات با ۲۲ بنگاه به خود اختصاص می داد. چنین ترکیبی گویای سهم عمده بنگاههای بزرگ دولتی در فعالیت هایی است که عمدتاً به جهت ماهیت فناورانه خود ناگزیر به فعالیت در ابعاد بزرگ هستند و در زمره اقلام عمده صادراتی نیز قرار می گیرند. در صنایع دیگر، اگرچه شاهد افت چشم گیر صنعت منسوجات طی دوره زمانی اخیر هستیم اما طی همین دوره صنایع غذایی توانسته اند سهم خود را از ۷ بنگاه در سال ۱۳۷۵ به بیش از دو برابر ارتقا دهند.^{۳۳۵} در میان این صنایع غذایی موفق مواردی چون شیرین عسل و آیدین در صنعت شیرینی و شکلات اتخاذ راهبرد یکپارچگی عمودی در بازار عوامل تولید، پخش و خرده‌فروشی و پیگیری راهبرد رشد متمرکز با هدف بهره‌گیری از صرفه‌های مقیاس را حتی با استفاده از تملک دیگر واحدها به عنوان یک تصمیم راهبردی برای کاهش هزینه ها مورد توجه قرار داده اند که می تواند الگویی برای دیگر بنگاهها و صنایع باشد.

^{۳۳۵} داده های خام برگرفته از مرکز آمار ایران، آمار کارگاههای بزرگ صنعتی ده نفر کارکن و بیشتر

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی
صفحه: ۲۲۶	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

در صورت استمرار عدم استفاده از صرفه‌های مقیاس، نه تنها امکانی برای نیل به مزیت رقابتی بالا وجود ندارد بلکه منابع در دست در قالب پروژه‌های سرمایه‌گذاری کوچک مقیاس دوباره با کارایی کمتری مورد استفاده قرار خواهد گرفت. از این رو، ضروری است که مساله کوچک مقیاس بودن ظرفیت‌های تولیدی و آثار و پیامدهای آن به همراه ضرورت تجدید سازماندهی بنگاه‌های پیشین و ممانعت از تاسیس بنگاه‌های کوچک مقیاس نوین مورد توجه قرار بگیرد. یک راهکار می‌تواند سازماندهی مجدد بنگاه‌ها با هدف دسترسی به صرفه‌های نسبت به مقیاس از طریق ادغام و افزایش ظرفیت‌های تولیدی باشد.

به بیانی دیگر در اقتصاد ایران از چند جهت موضوع ادغام بنگاه‌ها ضرورت دارد که می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:

۱- وجود بنگاه‌ها و کسب و کارهای بسیار کوچک در کشور که در بسیاری از موارد قدرت رقابت با شرکت‌های خارجی را ندارند و نیز توان تخصصی و تحقیقاتی آنها اندک است که برای نمونه می‌توان به شرکت‌های داروسازی اشاره کرد. مخصوصاً در شرایط جهانی شدن و رقابت جهانی و بین‌المللی بنگاه‌های ایرانی در رقابت ناتوان خواهند بود؛

۲- نیاز به تجدید ساختار و تغییرات مدیریتی و افزایش کارایی و بهره‌وری بنگاه‌ها در اقتصاد ایران که قبضه مالکیت‌ها آن را تسریع و تسهیل می‌نماید؛

مجری: فرزاد مرادپور		 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۲۷	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴		ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار

۳- ادغام کمک می‌کند که بنگاه‌ها در جریان توسعه و بلوغ و افول صنایع و محصولات خود بتوانند تغییر کنند، از صنعت خارج شوند و یا سرمایه‌گذاری‌های خود را به بخش‌های جدید و در حال رشد سوق دهند؛

۴- ضرورت برای ادغام بنگاه‌های ایرانی و ایجاد بنگاه‌های بزرگتر از جهت بهره‌مندی از مزیت‌های صرفه‌جویی در مقیاس نیز قابل توجه است.

بررسی‌های صورت گرفته حاکی از وقوع موارد انگشت شماری از ادغام بنگاه‌های صنعتی در کشور است. سوابق شورای رقابت حاکی از یک مورد موافقت با ادغام در خصوص ادغام دو شرکت سایپا گام و سایپا رینگ زیر مجموعه شرکت ایرانی تولید اتومبیل (سایپا) به درخواست این شرکت است.^{۳۳۶} نمونه دیگر ادغام در سایپا ادغام دو شرکت صانع و صنایع نساجی ایران با تصمیم شرکت مگاموتور در مهرماه سال ۱۳۹۲ تحت عنوان سایپا آذربایجان است.

یک نمونه دیگر ادغام در دهه ۱۳۸۰ ادغام شرکتهای پخش صنایع شیر ایران (پگاه) در قالب شرکتهای پخش منطقه ای است. ادغام فولاد کاویان در فولاد ملی اهواز تحت عنوان فولاد خوزستان نمونه ای دیگر است که البته دیری نپایید و به تجزیه انجامید. از ادغامهای سالهای اول انقلاب نیز می‌توان به تشکیل شرکت ملی فولاد در سال ۱۳۵۸ از ادغام شرکت ملی ذوب آهن و شرکت ملی صنایع فولاد اشاره کرد که البته پس از سال ۱۳۷۹ کارکرد متفاوتی یافت.

^{۳۳۶} . مصوبه یکصد و هشتاد و چهارمین جلسه شورای رقابت مورخ ۲۷ فروردین ۱۳۹۳

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۲۸	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

در خصوص ساختار بازار در ایران سنجش و ارزیابی قدرت انحصاری، درجه رقابت و انحصار در بازارها و تعیین ساختار بازار از مسائل مورد توجه پژوهشگران بوده‌است که به چند مطالعه در این خصوص اشاره می‌کنیم.

حسینی و پرمه (۱۳۸۳) به بررسی ساختار جهانی بازار پسته، خشکبار و فرش با استفاده از شاخص تمرکز هرفیندال - هیرشمن پرداختند که نتایج نشان می‌دهد در طی دوره ۲۰۰۰-۱۹۷۵ ساختار تجارت جهانی فرش، پسته و خشکبار از انحصار چند جانبه همراه با نوسان‌های برخورد دار بوده‌اند.

خداداد کاشی و دهقانی (۱۳۷۹ و ۱۳۸۱) با استفاده از شاخص‌های تمرکز هرفیندال - هیرشمن و شاخص نسبت تمرکز در صنایع در سطح کدهای دو رقمی ISIC پرداختند که نتایج حاکی از ساختار انحصار موثر بر بیشتر صنایع بوده است.

بخشی (۱۳۸۲) با استفاده از شاخص تمرکز هرفیندال - هیرشمن به بررسی درجه انحصار در صنعت سیمان کشور پرداخته است و نتیجه‌گیری می‌کند که این صنعت دارای تمرکز بالای است.

عبادی و شیهکی‌تاش (۱۳۸۳) با استفاده از شاخص تمرکز هرفیندال - هیرشمن و شاخص نسبت تمرکز به بررسی ساختار بازار کالاهای پروپان، سیمان، گچ، سنگ مرمر، فراورده‌های نیمه تمام آهنی و روغن‌های مواد قیری صادراتی پرداخته و نتیجه‌گیری می‌کنند که بازارهای مورد بررسی به جز سیمان دارای ساختار انحصار چند جانبه هستند.

مجری: فرزاد مرادپور	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۲۹		ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

خداداد کاشی (۱۳۷۷) شدت تمرکز در بازارهای ایران را با استفاده از شاخص‌های مختلف تمرکز و بر حسب متغیرهای متفاوت ارزیابی نموده است و نتیجه‌گیری می‌کند تمرکز، پدیده رایج در بازارهای بخش صنعت کشور است.

صالحی (۱۳۷۷) پس از تحلیل رقابت و انحصار با دسترسی به آمار خام سرشماری کارگاه‌های صنعتی کشور در سال ۱۳۷۳، شاخص هرفیندال (و سهم ۴ بنگاه برتر) فروش در سطح کدهای چهار رقمی ISIC را بصورت ناپارامتریکی به دست آورد.

گرچی و ساداتیان (۱۳۷۹) با مطالعه نسبت تمرکز فروش یک و چهار بنگاهی در صنعت یخچال خانگی در دوره ۱۳۷۵ - ۱۳۷۸ از شاخص‌های ناپارامتریکی گوناگون استفاده نمودند. آن‌ها نتیجه‌گیری نمودند که سهم ۴ بنگاه برتر از ۷۵/۲ درصد در سال ۱۳۷۵ به ۷۷/۴۹ درصد در سال ۱۳۷۸ افزایش یافته است، یعنی حاکی از افزایش نسبت تمرکز (انحصار) در صنعت یخچال خانگی در دوره مورد مطالعه بود.

خدادادکاشی (۱۳۷۹) با استفاده از اطلاعات موجود در دوره ۱۳۶۶-۱۳۷۳ به مطالعه تمرکز کلی در بخش صنعت ایران و برای صنایع دو رقمی پرداخته است. او شاخص نسبت تمرکز ۵ بنگاهی در صنایع دو رقمی برای تنها ۹ صنعت را نشان داده است و نتیجه‌گیری می‌کند کمترین نسبت تمرکز نسبت تمرکز اشتغال در صنایع نساجی، پوشاک و چرم (۱۱/۵٪) و بیشترین نسبت تمرکز در صنایع تولید فلزات اساسی (۶۲/۴٪) بود.

مطالعه قاسم عالی فرجا (۱۳۹۰) در اندازه‌گیری تمرکز در صنعت فولاد ایران در قالب پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه اصفهان حاکی از تمرکز شدید در بخش تولید فولاد خام و تمرکز ملایم در بخش تولید محصولات فولادی است.

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۳۰	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

۳-۲-۱- مطالعه موردی صنعت فولاد

در این بخش ابتدا مروری بر وضعیت تجارت جهانی فولاد و صنایع کشورهای منتخب و موارد و دلایل ادغام در جهان داریم و سپس به وضعیت ایران می‌پردازیم.

۳-۲-۱-۱- تجارت جهانی فولاد

در جداول ذیل خلاصه‌ای از تجارت جهانی فولاد به تفکیک کشورهای مورد مطالعه ارائه می‌شود.

جدول (۱): صادرات جهانی فولاد و کشورهای منتخب (میلیون دلار و درصد)

سال	جهان			برزیل			چین			آلمان			هند	
	ارزش	نرخ رشد	ارزش	نرخ رشد	سهم	ارزش	نرخ رشد	سهم	ارزش	نرخ رشد	سهم	ارزش	نرخ رشد	سهم
2000	142817		3633		2.54	4391		3.07	13931		9.75	1323		0.93
2001	132003	-7.5	3145	-13.43	2.38	3152	-28.21	2.39	13592	-2.43	10.30	1106	-16.35	0.84
2002	144249	9.28	3857	22.65	2.67	3322	5.40	2.30	14403	5.97	9.99	1717	55.23	1.19
2003	182475	26.50	4985	29.25	2.73	4813	44.87	2.64	17462	21.24	9.57	2679	56.02	1.47
2004	269895	47.91	7094	42.30	2.63	13878	188.32	5.14	24496	40.28	9.08	4116	53.62	1.53
2005	316419	17.24	9067	27.81	2.87	19278	38.92	6.09	28082	14.64	8.87	5364	30.32	1.70
2006	374729	18.43	9454	4.27	2.52	32519	68.68	8.68	33672	19.91	8.99	6582	22.69	1.76
2007	478864	27.79	10145	7.31	2.12	51531	58.46	10.76	41457	23.12	8.66	8194	24.50	1.71
2008	587930	22.78	13659	34.64	2.32	70951	37.69	12.07	46166	11.36	7.85	11217	36.89	1.91
2009	326121	-44.53	7438	-45.55	2.28	23660	-66.65	7.26	28642	-37.96	8.78	6471	-42.31	1.98

2010	423 947	30. 00	889 3	19. 56	2. 10	395 65	67. 22	9.3 3	322 71	12. 67	7.6 1	106 12	63. 99	2. 50
2011	528 109	24. 57	125 39	41. 00	2. 37	554 62	40. 18	10. 50	395 94	22. 69	7.5 0	104 71	- 1.3 3	1. 98
2012	484 872	8.1 9	111 49	11. 08	2. 30	538 32	- 2.9 4	11. 10	350 91	- 11. 37	7.2 4	109 90	4.9 5	2. 27
2013	449 477	- 7.3 0	902 5	- 19. 06	2. 01	546 84	1.5 8	12. 17	329 77	- 6.0 3	7.3 4	116 71	6.2 0	2. 60
2014	471 650	4.9 3	107 14	18. 71	2. 27	722 63	32. 14	15. 32	319 07	- 3.2 5	6.7 6	115 50	- 1.0 4	2. 45
متوسط دوره	354 237	11. 56	832 0	11. 31	2. 41	335 53	34. 69	7.9 2	289 16	7.9 2	8.5 5	693 8	20. 96	1. 79

ماخذ: WTO

جدول (۱): صادرات جهانی فولاد و کشورهای منتخب (میلیون دلار و درصد)

سال	ایران			ژاپن			کره			مالزی		
	ارزش ش	نرخ رشد	سهم	ارزش ش	نرخ رشد	سهم	ارزش ش	نرخ رشد	سهم	ارزش ش	نرخ رشد	سهم
2000	248		0.1 7	148 30		10.3 8	668 2		4.6 8	613		0.4 3
2001	219	- 11.44	0.1 7	135 67	-8.52	10.2 8	582 6	- 12.82	4.4 1	756	23.26	0.5 7
2002	275	25.52	0.1 9	155 04	14.28	10.7 5	570 4	-2.09	3.9 5	759	0.47	0.5 3
2003	182	- 33.98	0.1 0	178 68	15.25	9.79	778 3	36.44	4.2 7	121 8	60.40	0.6 7
2004	735	304.6 6	0.2 7	232 92	30.36	8.63	116 32	49.47	4.3 1	189 8	55.84	0.7 0
2005	999	35.86	0.3 2	275 06	18.09	8.69	143 46	23.33	4.5 3	184 1	-3.04	0.5 8
2006	116 6	16.76	0.3 1	299 30	8.81	7.99	158 24	10.30	4.2 2	253 8	37.89	0.6 8
2007	114 0	-2.29	0.2 4	343 54	14.78	7.17	188 02	18.82	3.9 3	304 1	19.81	0.6 4
2008	126 5	10.99	0.2 2	441 02	28.38	7.50	250 38	33.16	4.2 6	311 9	2.56	0.5 3
2009	593	- 53.12	0.1 8	311 45	- 29.38	9.55	174 68	- 30.23	5.3 6	249 2	- 20.10	0.7 6



0.6 2	4.64	260 8	5.7 6	39.87	244 33	9.90	34.77	419 74	0.1 6	17.88	699	2010
0.6 3	26.74	330 5	6.0 2	30.12	317 93	8.82	10.94	465 68	0.2 0	50.10	104 9	2011
0.6 6	-3.42	319 2	6.2 4	-4.89	302 38	9.03	-5.98	437 84	0.2 7	25.15	131 3	2012
0.5 2	- 26.46	234 7	5.9 3	- 11.82	266 65	8.65	- 11.24	388 63	0.3 6	22.50	160 8	2013
0.6 2	23.76	290 5	6.1 5	8.73	289 93	7.94	-3.69	374 28	0.4 6	34.98	217 1	2014
0.6 1	14.45	217 6	4.9 3	13.46	180 82	9.00	8.35	307 14	0.2 4	31.68	911	متوسط دوره

ماخذ: WTO

جدول (۱): واردات جهانی فولاد و کشورهای منتخب (میلیون دلار و درصد)

هند		آلمان			چین			برزیل			جهان		
سه م	نرخ رشد	ارز ش	سه م	نرخ رشد	ارز ش	سه م	نرخ رشد	ارز ش	سه م	نرخ رشد	ارز ش	نرخ رشد	ارز ش
0.53		811	7.71		11693	6.39		9689	0.42		631		151700
0.57	- 0.90	804	7.69	- 7.06	10868	7.61	10.94	10749	0.50	11.24	702	- 6.89	141246
0.61	15.64	930	7.07	- 1.69	10684	8.99	26.51	13599	0.35	- 23.79	535	7.06	151218
0.68	39.26	1295	7.15	27.66	13639	11.56	62.02	22034	0.30	5.62	565	26.06	190631
0.79	72.22	2229	7.10	47.17	20072	8.27	6.14	23387	0.26	30.55	738	48.37	282839
1.29	93.21	4307	7.08	17.64	23614	7.90	12.63	26341	0.35	59.58	1178	17.84	333300
1.46	30.26	5611	7.48	22.01	28811	5.61	- 17.93	21618	0.46	50.68	1775	15.53	385053
1.65	47.46	8274	8.14	41.20	40682	4.83	11.69	24145	0.48	35.11	2398	29.86	500024
1.58	16.48	9638	7.51	12.77	45878	4.45	12.44	27149	0.71	80.97	4339	22.11	610562

2009	343 997	- 43.6 6	31 37	- 27.7 1	0. 91	264 76	- 2.48	7.7 0	227 00	- 50.5 2	6. 60	792 8	- 17.7 4	2. 30
2010	431 809	25.5 3	58 88	87.6 8	1. 36	250 54	- 5.37	5.8 0	303 75	33.8 1	7. 03	983 8	24.0 9	2. 28
2011	555 023	28.5 3	50 75	- 13.8 0	0. 91	271 65	8.43	4.8 9	401 19	32.0 8	7. 23	112 79	14.6 5	2. 03
2012	486 889	- 12.2 8	49 98	- 1.52	1. 03	228 25	- 15.9 7	4.6 9	324 04	- 19.2 3	6. 66	109 38	- 3.03	2. 25
2013	468 690	- 3.74	47 12	- 5.74	1. 01	214 43	- 6.06	4.5 8	310 64	- 4.14	6. 63	836 5	- 23.5 2	1. 78
2014	491 861	4.94	46 44	- 1.44	0. 94	224 73	4.80	4.5 7	315 46	1.55	6. 41	976 1	16.6 9	1. 98
متوسط دوره	368 323	11.3 8	27 54	20.5 3	0. 67	216 10	7.70	6.5 2	262 77	10.9 5	7. 17	613 4	23.2 0	1. 45

ماخذ: WTO

جدول (۱): واردات جهانی فولاد و کشورهای منتخب (میلیون دلار و درصد)

	ایران			ژاپن			کره			مالزی		
	ارزش	نرخ رشد	سهم	ارزش	نرخ رشد	سهم	ارزش	نرخ رشد	سهم	ارزش	نرخ رشد	سهم
2000	159 5		1.0 5	3656		2.4 1	5316		3.5 0	211 9		1.4 0
2001	188 6	18.24	1.3 4	2782	23.91	1.9 7	4420	16.85	3.1 3	219 3	3.48	1.5 5
2002	162 7	13.77	1.0 8	2435	12.47	1.6 1	5533	25.19	3.6 6	220 1	0.36	1.4 6
2003	292 9	80.08	1.5 4	3324	36.51	1.7 4	7355	32.92	3.8 6	241 6	9.75	1.2 7
2004	419 9	43.36	1.4 8	5571	67.60	1.9 7	1218 1	65.62	4.3 1	359 7	48.87	1.2 7
2005	501 7	19.48	1.5 1	7228	29.74	2.1 7	1503 3	23.41	4.5 1	425 4	18.28	1.2 8
2006	549 0	9.41	1.4 3	6515	-9.86	1.6 9	1589 0	5.70	4.1 3	462 5	8.72	1.2 0
2007	828 2	50.87	1.6 6	8327	27.81	1.6 7	2144 6	34.96	4.2 9	599 4	29.60	1.2 0
2008	813 7	-1.75	1.3 3	1148 1	37.88	1.8 8	3355 5	56.46	5.5 0	724 8	20.91	1.1 9
2009	733 6	-9.85	2.1 3	5328	-53.59	1.5 5	1743 0	48.05	5.0 7	448 7	38.09	1.3 0



1.3 1	26.36	566 9	5.2 6	30.39	2272 7	2.0 1	63.30	8701	2.0 3	19.52	876 8	2010
1.2 7	24.12	703 7	4.6 4	13.35	2576 1	2.1 4	36.33	1186 2	1.6 1	1.66	891 3	2011
1.5 1	4.22	733 4	4.3 8	- 17.16	2134 1	2.0 8	- 14.74	1011 4	1.3 9	- 23.86	678 7	2012
1.6 0	2.39	751 0	4.1 0	- 10.05	1919 6	1.7 5	- 18.79	8213	0.8 0	- 44.90	374 0	2013
1.5 0	-2.00	736 0	4.3 1	10.49	2121 0	1.8 9	13.45	9318	0.7 8	2.48	383 2	2014
1.3 5	11.21	493 6	4.3 1	14.74	1656 0	1.9 0	12.80	6990	1.4 1	10.78	523 6	متوسط دوره

ماخذ: WTO

۳-۲-۱-۲- صنعت فولاد چین

فولاد چین به شدت تحت کنترل حلقه‌های سیاسی این کشور است به گونه‌ای مدیران واحدهای فولادی عمدتاً در دست سران جزیبی است. از دیگر ویژگی این صنعت در چین می‌توان به ظرفیت‌های فناوری، بهره‌وری، رقابتی و ساختار هزینه‌ای متفاوت در این کشور اشاره نمود. از سوی دیگر واحدهای کوچک برای ادامه فعالیت خود به حمایت‌های فدرال و محلی وابسته هستند. در چین حدود ۲۰۰ واحد کوچک و مستقل فولادسازی وجود دارد که کل ظرفیت آنها ۵۵-۴۵ میلیون تن در سال است. در چین واحدهای فولادی بخش خصوصی دارای سود و بهره‌وری پایینی هستند که احتمالاً ادغام برای آنها مفید خواهد بود و دولت فدرال سعی دارد واحدهای غیر اقتصادی را از بازار خارج نماید که در این رابطه ذی‌نفعان دارای عکس‌العمل متفاوتی هستند. کارشناسان چینی توصیه می‌کنند ادغام منطقه‌ای یا داخلی نیاز دارد که این کار نیز مستلزم گذشت زمان است و راه حل سریعی نیست. به طور کلی ساختار صنعت فولاد چین دارای دو مشخصه عمده یکی تعداد واحدهای کم ولی با توان رقابت‌پذیری بالا و تعداد واحد زیاد با رقابت‌پذیری خیلی پایین است. از دیگر مختصات فولاد چین آن است در زمان تولید و صادرات آن همراه در حال افزایش است و خواهان سهم بیشتری از بازار جهانی این محصول است.

کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		مجری: فرزاد مرادپور	
ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار		تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	صفحه: ۲۳۵



(در حال حاضر دولت چین برنامه ای برای ادغام بائواستیل که اولین تولیدکننده فولاد این کشور و بنگاهی سودده است با ویسکو که سومین تولیدکننده فولاد و زیان ده است را در نظر دارد که در این صورت بنگاه ادغامی با مجموع تولید ۶۱ میلیون تن دومین تولیدکننده فولاد در جهان پس از آرسلور میتال خواهد بود.)

۳-۱-۲-۳- صنعت فولاد ژاپن

از مهم‌ترین ویژگی‌های صنعت فولاد ژاپن می‌توان به افزایش تولید آن در ساله‌های اخیر اشاره نمود. تولیدکنندگان ژاپنی بدلیل هزینه بالای واردات مواد اولیه، و بهره‌وری پایین نیروی کار بدلیل تجهیزات قدیمی از عدم مزیت هزینه‌ای بالایی برخورداربودند. به عبارت دیگر در صنعت فولاد بازده سرمایه‌گذاری کمی وجود داشت، اما این مسأله مورد توجه دولت ژاپن، بنگاه‌ها ویا حتی سهامداران نبود. هدف آنها بدست آوردن سهمی بزرگتر از بازار جهانی، و ایجاد بنیادهای صنعتی برای صنایعی بود که فولاد مصرف می‌کردند، همچون خودرو، ماشین‌آلات، ساختمان وکشتی‌سازی. بازدهی پایین سرمایه‌گذاری در صنعتی که داده‌های کلیدی را برای صنایع دیگر آماده می‌ساخت، لزوماً آثار منفی خالص برای اقتصاد نداشت. از اینرو براساس آنچه گفته شد و نیازهای گسترده بازسازی‌های پس از جنگ، صنعت فولاد به عنوان صنعتی راهبردی شناخته شده بود. اکثر واحدهای جدید فولاد در شهرهای جدید ومدرن ساحلی و با آخرین فناوری های روز ایجادشدند ونیروهای مورد نیاز از داخل کشور به آن مناطق منتقل شدند، تا کشتی‌های بزرگ بتوانند براحتی پهلو بگیرند و به این ترتیب هزینه‌ها هم برای واردات مواد مورد نیاز وهم صادرات مصنوعات تولیدی کاهش یابد و امور واردات و صادرات سهل تر صورت گیرد. از ابتدا صنعت فولاد در نظام صنعتی ژاپن ادغام شده بود واز کل بخش مصنوعات کارخانه‌ای حمایت می‌کرد و تولیداتش را بر اساس نوع تقاضای آنان صورت می‌داد. ۳۳۷ البته بعداً بعضی از شرکت های بزرگ صنعتی واحدهای خاص تولید آهن و فولاد خود را نیز بوجود آوردند. با ایجاد مکانیزم‌هایی، عمدتاً ازطریق قراردادهای بلندمدت بین تولیدکننده و کارخانجات مصرف‌کننده ۳۳۸، قیمت و سرمایه‌گذاری داخلی مدیریت و رقابت در میان آنها تشویق شد. همینطور

۳۳۷. Emilie Lanciano, Michio Nitta, How Do Japanese and French Firms in Steel Industry Address the Institutional Change and Globalization?, 2010, p.8

۳۳۸ از این نوع قراردادهای بلندمدت بویژه بین کارخانجات خودروسازی و آهن و فولاد وجود داشت.

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۳۶	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴		

ادغام و یکپارچگی در بنگاه‌ها برای رسیدن به صرفه‌های مقیاس توصیه شد. با آنکه هزینه تولید داخلی بیشتر از فولاد آمریکایی بود، ولی در دهه ۱۹۵۰ ژاپن خیلی فولاد وارد نکرد و همیشه میزان واردات (به جز در رکود ۵۸-۱۹۵۷) بیش از ۲,۷ درصد تقاضای داخلی نبود. ۳۳۹ در دهه‌های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ کمک‌های مالی به شکل اعتبارات بلاعوض، وام‌های کم بهره، و معافیت‌های مالیاتی، و خریدهای دولتی به صنعتگران داده می‌شد.

۳-۲-۱-۴- صنعت فولاد هند

کشور هند دارای واحدهای فولادسازی بزرگی است که هم دولتی و هم خصوصی هستند و بزرگترین شرکت‌های فولادی هند می‌توان به Sall و Visga اشاره نمود. بعد از آن سایر واحدهای فولادسازی هند در قالب مجتمع‌های بزرگ فعالیت می‌کنند. هم‌چنین هند در خصوص ادغام واحدهای فولادی در طی سال‌های ۲۰۱۴-۲۰۰۰ دارای تجربه‌های است و از آن به موفقیت یاد می‌شود. از سوی دیگر پیش‌بین‌های مختلف جاکي از افزایش تولید و مصرف فولاد در هند تا سال ۲۰۲۰ است.

مهمترین ادغام‌های صورت در فولاد هند مربوط به شرکت JSAL با ظرفیت ۲ میلیون تن در منطقه Sohar توسط شرکت OMAN با سرمایه‌گذاری ۸۰۰ میلیون دلار بوده است. هم‌چنین شرکت JSW با مبلغ ۷۴۸ میلیون دلار با شرکت Torangel ادغام گردید. هم‌چنین شرکت JSW با شرکت Welspunmax steel جهت بدست آوردن منابع اولیه ارزان‌تر و هزینه تولید پایین‌تر با هم ادغام گردیدند.

به‌طور خلاصه تجربه هند در ادغام نشان می‌دهد که در طی دوره ۲۰۱۳-۲۰۰۳ ارزش ادغام‌ها در حدود ۴۱۵ میلیارد بوده است که میانگین آن برای هر سال حدود ۴۸/۹ میلیارد دلار است. هم‌چنین در سال ۲۰۱۳ نسبت به ۲۰۱۲ تعداد ادغام‌ها از ۸۶۴ به ۷۳۸ مورد کاهش یافته است ولی متوسط ارزش هر ادغام از ۷۳ میلیون دلار در ۲۰۱۲ به ۹۱ میلیون دلار در ۲۰۱۳ افزایش یافته است. مهم‌ترین دلیل کاهش ادغام‌ها در ۲۰۱۳ را می‌توان نااطمینانی نسبت به سیاست‌های اقتصادی دانست. در سال ۲۰۱۳ سهم

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۳۷	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

کشورهای مختلف در فرآیند ادغام و اکتساب با شرکت‌های هندی به ترتیب برابر است با امریکا ۲۶ درصد، ژاپن ۹ درصد، انگلستان ۷ درصد و آلمان ۲ درصد است.

۳-۲-۱-۵- صنعت فولاد برزیل

در برزیل صنعت فولاد با مشکلات زیادی از قبیل عدم دسترسی به زغال سنگ، هزینه‌های بالای سرمایه‌گذاری و نرخ‌های بالای مالیات روبرو است.

۳-۲-۱-۶- ادغام صنایع فولادسازی در جهان

در سال‌های اخیر فعالیت‌های در جهت ادغام کارخانه‌های فولادسازی مهم در در جهان صورت گرفته است که در این رابطه می‌توان به شرکت سوئدی ساب^{۳۴۰} و کارخانه فولاد روتاروکی^{۳۴۱} فنلاند اشاره نمود. هم‌چنین می‌توان به تملک و ادغام آرسلور میتال و نیپون استیل و سومیتومو^{۳۴۲} با کارخانه کالورت تیسن کروپ در آمریکا^{۳۴۳} اشاره نمود. کارخانه فولاد ترنی^{۳۴۴} از شرکت اتوکامپوس^{۳۴۵} ایتالیا به تیسن کروپ آلمان فروخته شد. در آسیا دولت چین در حال ترغیب فولاسازان برای ادغام است تا سیاست‌های کنترل اضافه تولید را بشکل منسجم تری دنبال نماید.

با تمام این ملاحظات باید گفت که مهم‌ترین ادغام سال‌های اخیر مربوط به دو شرکت ژاپنی نیپون استیل و سومیتومو است که در سال ۲۰۱۲ انجام شد و اتحاد این دو شرکت باعث پدید آمدن دومین تولید کننده فولاد خام جهان (با تولید ۴۸ میلیون تن فولاد خام در سال) بعد از بزرگ‌ترین فولادسازی جهان آرسلور میتال شد. جدول زیر مهم‌ترین ادغام‌های سال‌های اخیر را نشان می‌دهد.

جدول (۱): ادغام‌های اخیر در تولید کنندگان فولاد در جهان

سال	خریدار	شرکت هدف جهت ادغام
۲۰۱۴	بلو اسکوپ استیل استرالیا	پسیفیک استیل نیوزیلند

^{۳۴۰}. Saab

^{۳۴۱}. Rautaruukki

^{۳۴۲}. Arcelor Mittal / Nippon steel and Sumitomo Metals Corp

^{۳۴۳}. ThyssenKrupp's Calvert US

^{۳۴۴}. Terni

^{۳۴۵}. Outokompu's

کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
مجری: فرزاد مرادپور		
تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	صفحه: ۲۳۸	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار

۲۰۱۴	تیسن کروپ آلمان	فولاد ضد زنگ ترنی ایتالیا از شرکت اتوکومپو
۲۰۱۴	آرسلور میتال و نیپون استیل و سومیتومو. لوکزامبورگ/ژاپن	کارخانه کالورت تیسن کروپ در آمریکا
۲۰۱۴	ساب سوئد	روتاروکی فنلاند
۲۰۱۳	سرمایه گذاری نیپون استیل ژاپن	سومیکین بوسان ژاپن
۲۰۱۳	بلو اسکوپ استیل استرالیا	آریومز وان استیل استرالیا
۲۰۱۳	رلیانس استیل آمریکا	شرکت آهن آمریکا
۲۰۱۳	فولاد بائوشان، چین	آهن و فولاد بائو استیل ژانگ جیانگ، چین
۲۰۱۲	اتو کامپو فنلاند	کارخانه‌های فولاد اینوکسوم در کشورهای آلمان، ایتالیا، آمریکا، چین و مکزیک
۲۰۱۲	نیپون استیل ژاپن	فولاد سومیتومو، ژاپن
۲۰۱۲	ولاد نیس شین ژاپن	نیپون ژاپن

ماخذ: Metal Bultane

۳-۲-۱-۷- مهم‌ترین دلایل ادغام در فولاد

کاربرد بهینه دارایی‌ها، کاهش هزینه‌های بالاسری، کاستن هزینه‌های زنجیره تامین و توزیع کالا در کنار تمرکز بر ساختار و نوسازی مکمل در سیستم، هم‌پوشانی‌های نقاط ضعف و هم‌افزایی‌های نقاط قوت در جهت افزایش سودآوری یک بنگاه از مهم‌ترین دلایل صاحبان و مدیران بنگاه‌ها برای ادغام است. نکته مهم دیگری که می‌تواند بنگاه‌ها را به ادغام سوق دهد عبارت است از: عدم رقابت در تکنولوژی‌هایی که مراکز تحقیق و توسعه آنها به‌دست آورده‌اند. برخی بنگاه‌ها برای جلوگیری از ورود یک بنگاه کوچک‌تر به مناطق استراتژیک بازار آن‌ها سعی در تصاحب این‌گونه بنگاه‌ها می‌نمایند.

کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		مجری: فرزاد مرادپور	
ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار		تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	صفحه: ۲۳۹



هم‌چنین لیختن اشتاین^{۳۴۶} تحلیلگر ارشد فولاد جهان در موسسه اکسنچر نظرات مکمل در این زمینه دارد. وی معتقد است دلایل دیگری نیز در ورای ادغام بنگاه‌های بزرگ نهفته است از جمله ادغام دو بنگاه برای در اختیار گرفتن قیمت‌ها و حفظ حاشیه سود و یا افزایش اعتبار و دیسپلین یک کمپانی و داشتن سهم بیشتری از بازار که میتوان سیاست آرسلور میتال در اروپا را بر همین اساس دانست. ادغام چند بنگاه فولادسازی و تصاحب مسیرهای مختلف تولید فولاد (با داشتن چندین بنگاه که هریک از تکنولوژی متفاوتی استفاده می‌نمایند) این برتری را ایجاد می‌نماید که در زمان رونق و رکود هریک از این مسیرها و محصولات، بنگاه مادر از توانایی مالی قابل قبولی برخوردار بوده و ریسک‌های قابل تصور برای یک شرکت با یک مسیر تولید را نداشته باشد.

بدووز^{۳۴۷} ادعا می‌کند مهم‌ترین دلیل در ادغام شرکت‌ها می‌تواند تناسب بین بازار و طرح‌های توسعه‌ای باشد و هم‌چنین ادغام سبب می‌شود تعداد تصمیم‌گیران مستقل در بازار کاهش یابد که نتایج متحدتر و کاراتر است. ژونت^{۳۴۸} معتقد است که ادغام‌ها می‌تواند عرضه بدون تقاضا را مهار نموده و سودآوری را تضمین نماید. مهم‌ترین مشکل در ادغام‌ها زمانی اتفاق می‌افتد که توافق نامه‌هایی که ادغام دو شرکت را رقم سبب شده است توسط یکی یا هر دو بنگاه نقض شده و پابرجا نماند. در چنین مواردی است که بازگشت به حالت قبل از ادغام صورت می‌گیرد و مشتریان و تامین کنندگان و سهام‌داران را با سردرگمی مواجه می‌سازد. شاید اوضاع از این نیز فراتر رفته و با برخوردهای احساسی طرفین این ادغام‌های نافرجام، به انتقام‌گیری، تخریب بازار و نشان تجاری رقیب و حمله به نقاط ضعفی که اکنون اطلاع بهتری نسبت به آن دارند اقدام نمایند.

یکی دیگر از مشکلات که در ادغام‌های بدون مطالعه امکان وقوع دارد زمانی رخ می‌دهد که یک شرکت دست به خرید بنگاه دیگری نمی‌زند بلکه ادغام دو بنگاه با سهام کم و بیش برابر صورت می‌گیرد و بدلیل مشکلات فرهنگی یا عدم درک صحیح شرایط و برجسته دانستن نقش خود در این‌گونه ادغام زمینه شکست و در نهایت زیان دو بنگاه ادغام شده را فراهم می‌نماید. آمارها نشان دهنده این موضوع است که نه تنها در فولاد بلکه در تمام صنایع تا دو سوم ادغام‌ها علاوه بر نداشتن هیچ‌گونه سودی به

^{۳۴۶}. Lichtenstein

^{۳۴۷}. Beddows

^{۳۴۸}. Genet

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۴۰	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

زیان طرف‌های ادغام نیز منجر شده‌است. هر چند ممکن است منافع در ادغام‌های موفق دیده شده هم‌چنان جذابیت این موضوع را حفظ می‌نماید و بنگاه‌ها با افق مناسب برای ادغام را به سوی یکدیگر سوق می‌دهد. اما به طور معمول ادغام‌هایی که در بین دو بنگاه از یک منطقه و فرهنگ جغرافیایی عملیاتی می‌گردد موفق‌تر هستند تا دو بنگاه با فاصله‌های زیاد و فرهنگ‌های متفاوت.

از سوی دیگر، شرایط کنونی صنعت فولاد رکود چند ساله اخیر که به کاهش تقاضای فولاد انجامیده است به همراه حاشیه سود پایین و درآمدهای کم فولادسازان بسیاری از بنگاه‌های فولادی را آزار می‌دهد، برخی از این بنگاه‌های نقدینگی مناسبی ندارند. کاهش تولید نیز برای بنگاه‌های که توانایی کنترل هزینه‌های تولید خود را نداشته‌اند چندان کارساز نبوده و به نظر می‌رسد افق‌های پیش رو نیز چندان روشن نیست و موسسات مالی نیز برای تامین نقدینگی در این صنعت میل و رغبت چندانی ندارند. در این شرایط به‌طور قطع فرصت‌های طلایی نیز وجود دارد تا بنگاه‌های با قدرت مالی مناسب به خرید و ادغام بنگاه‌های مناسب اقدام نمایند. مشکلات تامین نقدینگی و نداشتن سهم بازار مناسب باعث تمایل برخی بنگاه‌های برای ادغام در دیگر تولیدکنندگان با توان بهتر است. در سطح بین‌المللی اما می‌توان گفت که بیشترین نیاز به ادغام در صنعت فولاد چین بایستی صورت پذیرد.

ادغام گروه‌های فولادسازی، شرایط روز فولاد جهان و افق‌های پیش روی صنعت فولاد ایران با توجه به این شرایط و شاید طلایی‌ترین فرصت فعلی برای بنگاه‌های ایرانی ادغام است، از آنجایی که به دلیل داشتن بازار مناسب و رو به رشد، کشور ما به میزان بسیار بیشتری از فولاد نسبت به تولید فعلی خود نیازمند است، بنگاه‌های ایرانی می‌توانند برای پوشانیدن نقاط ضعف خود از ادغام با بنگاه‌های فولادی سایر نقاط دنیا بسیار منتفع شوند. استفاده از تکنولوژی‌های جدید، بهره‌بردن از آخرین دستاوردهای تحقیق و توسعه و نگرش اصولی به کسب و کار بر مبنی اصول علمی از جمله فواید چنین ادغام‌هایی برای ایرانی‌ها است هرچند بطور قطع کاهش قیمت تمام شده نیز پیامد دیگر این گونه ادغام‌ها خواهد بود و بالابردن معروفیت و برند بنگاه‌های ایرانی را نیز نباید نادیده گرفت.

۳-۲-۱-۸- صنعت فولاد ایران

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۴۱	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

فولاد یکی از بخش‌های مهم اقتصادی و صنعتی کشور است، تجزیه و تحلیل نحوه مالکیت و وضعیت حقوقی کارگاه‌های تولید آن و فولاد دارای ۱۰ نفر کارکن و بیشتر در جدول () نشان داده شده است. جدول (): نحوه مالکیت و وضعیت حقوقی کارگاه‌های تولید آن و فولاد دارای ۱۰ نفر کارکن و بیشتر

سال	تعداد کارگاه	نحوه مدیریت				وضعیت حقوقی			
		خصوصی		عمومی		عمومی بجز شرکت رسمی	سایر شرکت رسمی	شرکت تعاونی	شرکت دولتی
		تعداد	درصد	تعداد	درصد				
۱۳۸۳	۱۸۶	۱۷۸	۹۵,۷۰	۸	۴,۳۰	۱	۱۴۵	۷	۶
۱۳۸۴	۱۹۷	۱۸۷	۹۴,۹۲	۱۰	۵,۰۸		۱۵۰	۸	۸
۱۳۸۵	۱۹۷	۱۸۷	۹۴,۹۳	۱۰	۵,۰۷	۲	۱۴۴	۷	۵
۱۳۸۶	۲۶۲	۲۴۹	۹۵,۰۳	۱۳	۴,۹۷		۲۱۶	۹	۶
۱۳۸۷	۲۷۹	۲۶۸	۹۶,۰۶	۱۱	۳,۹۴	۱	۲۲۳	۱۰	۷
۱۳۸۸	۲۶۸	۲۶۱	۹۷,۳۹	۷	۲,۶۱		۲۲۰	۱۰	۶
۱۳۸۹	۲۷۴	۲۶۹	۹۸,۱۸	۵	۱,۸۲	۱	۲۱۰	۱۱	۵
۱۳۹۰	۲۶۳	۲۵۷	۹۷,۷۲	۶	۲,۲۸	۱	۱۹۷	۱۰	۲
۱۳۹۱	۲۶۹	۲۶۲	۹۷,۴۰	۷	۲,۶۰	۱	۲۰۴	۸	۴
۱۳۹۲	۲۸۰	۲۷۲	۹۷,۱۵	۸	۲,۸۵	۱	۲۱۸	۹	۴

ماخذ: مرکز آمار ایران

با توجه به نتایج جدول () در سال ۱۳۹۲ کارگاه‌های دولتی سهمی کمتر از ۵ درصد دارند هم‌چنین تعداد کارگاه‌های آن و فولاد دارای ۱۰ نفر کارکن و بیشتر از ۱۸۶ در ۱۳۸۳ به ۲۸۰ در سال ۱۳۹۲ افزایش یافته است. هم‌چنین در جدول () تعداد کارگاه و شاغلان در جدول زیر نشان داده شده است. جدول (): تعداد کارگاه و شاغلان کارگاه‌های تولید آن و فولاد دارای ۱۰ نفر کارکن و بیشتر

کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		مجری: فرزاد مرادپور	
ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار		تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	صفحه: ۲۴۲



سال	کارگاه		اشتغال	
	تعداد	درصد	تعداد	درصد
۱۳۸۳	۱۸۶		۴۳,۳۲۰	
۱۳۸۴	۱۹۷	۵,۹۱	۴۲,۸۲۰	-۱,۱۵
۱۳۸۵	۱۹۷	۰,۲۰	۴۳,۹۳۳	۲,۶۰
۱۳۸۶	۲۶۲	۳۲,۵۱	۵۶,۰۳۹	۲۷,۵۶
۱۳۸۷	۲۷۹	۶,۷۷	۵۹,۲۴۱	۵,۷۱
۱۳۸۸	۲۶۸	-۳,۸۹	۷۰,۹۷۴	۱۹,۸۱
۱۳۸۹	۲۶۶	-۰,۹۰	۸۰,۳۳۷	۱۳,۱۹
۱۳۹۰	۲۶۳	-۱,۰۷	۸۶,۲۶۶	۷,۳۸
۱۳۹۱	۲۶۹	۲,۱۷	۸۱,۰۰۷	-۶,۱۰
۱۳۹۲	۲۸۰	۴,۲۵	۹۰,۰۶۳	۱۱,۱۸
متوسط	۲۵۴	۵,۱۱	۶۷,۸۵۳	۸,۹۱

ماخذ: مرکز آمار ایران و محاسبات تحقیق

چهار شرکت بزرگ مبارکه اصفهان، فولاد خوزستان، ذوب آهن اصفهان و شرکت ملی فولاد ایران بالغ بر ۸۸ درصد فولاد خام کشور را تولید می‌نمایند و زیر مجموعه ایمیدور می‌باشند و ۱۱ درصد باقی مانده نیز در سایر مجتمع‌های فولادی تولید می‌شود و مالکیت خصوصی دارند. کل تولید فولاد خام کشور در سال ۱۳۹۳ بالغ بر ۱۶ میلیون تن بوده است.

جدول (۱): شرکت‌های تولیدکننده فولاد خام

نام شرکت	زیر مجموعه	محصولات تولیدی	سهم از تولید
ذوب آهن اصفهان	ذوب آهن اصفهان	شمش چدن	۱۶
		بلوم	
شرکت ملی فولاد ایران	گروه ملی صنعتی فولاد ایران	بیل	۷/۵

 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	
	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴
		صفحه: ۲۴۳

	فلاد آلیاژی ایران	بلوم	
	فلاد خراسان	بیلت	
۲۰/۶	فلاد خوزستان	اسلب	
		بیلت	
۴۴/۲	فلاد مبارکه	اسلب	فلاد مبارکه
	سبا	اسلب	
	هرمزگان	اسلب	
۱۱/۷	خصوصی		

ماخذ: پایگاه اطلاع‌رسانی انجمن تولیدکنندگان فلاد ایران و ایمیدور

اصلی ترین محصولات فولادی تولید شده در کشور عبارتند از انواع تیرآهن، میلگرد، کلاف، لوله، انواع ورق گرم و سرد که در سال ۱۳۹۳ بالغ بر ۱۶ میلیون تن بوده است و در حدود ۷۰ مجتمع فولادی در کشور تولید شده است. در جدول زیر شرکت‌های بزرگ تولیدکننده محصولات فولادی را به همراه سهم از تولید نشان داده شده است.

جدول (۱): شرکت‌های تولیدکننده محصولات فولادی

نام شرکت	زیر مجموعه	محصولات تولیدی	سهم از تولید
ذوب آهن اصفهان	ذوب آهن اصفهان	تیرآهن	۱۵
		میلگرد	
		کلاف	
		سایر	
		شمش کالایی	
شرکت ملی فولاد ایران	گروه ملی صنعتی فولاد ایران	تیر آهن	۱۲/۷
		میلگرد	
		لوله	

	میلگرد	فولاد آلیاژی ایران	
	سایر		
	میلگرد	فولاد آذربایجان	
	میلگرد	فولاد خراسان	
	ورق گرم	نورد و لوله اهواز	
۴/۶	ورق عریض	فولاد اکسین	فولاد اکسین
۳۵/۶	ورق گرم	مبارکه	فولاد مبارکه
	ورق گرم	سبا	
۱/۱	ورق گالوانیزه	ورق خودرو چهارمحال بختیاری	ورق خودرو چهارمحال بختیاری
۳۰/۸	خصوصی		

ماخذ: پایگاه اطلاع‌رسانی انجمن تولیدکنندگان فولاد ایران و ایمیدو

بیشترین سهم از تولید فولاد کشور در مجتمع فولاد مبارکه با سهمی بالغ بر ۳۵ درصد تولید شده است و پس از آن ذوب آهن اصفهان با سهم ۱۵ درصدی در جایگاه دو و شرکت ملی فولاد ایران با سهم ۱۲ درصدی در جایگاه سوم قرار گرفته است. ۳۰ درصد از محصولات فولادی کشور نیز در حدود ۷۰ کارخانه تولید محصولات فولادی کشور که دارای مالکیت خصوصی می‌باشد تولید می‌شود.

همچنین توضیح این نکته نیز ضروری است که شش شرکت؛ گروه صنعتی فولاد ایران، مجتمع فولاد خراسان، شرکت نورد صنعتی و ساختمانی یزد، مجتمع ذوب آهن فرامان کرمانشاه، آهن و فولاد سرمد ابر کوه و فولاد مبارکه، هم فولاد خام و هم محصولات فولادی تولید می‌نمایند.

✓ در نهایت می‌توان گفت که شرکت فولاد مبارکه با در اختیار داشتن سهم ۴۴ درصدی از تولید فولاد خام و ۳۵ درصدی از تولید محصولات فولادی نقش مهم و تاثیرگذاری در تولید فولاد کشور دارد.

مجری: فرزاد مرادپور		 کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۴۵	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	
		ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار

✓ پس از فولاد مبارکه ذوب اصفهان نیز در با در اختیار داشتن سهم ۱۶ درصدی از تولید فولاد خام و ۱۵ درصدی از تولید محصولات فولادی در جایگاه دوم جای گرفته است.

۳-۲-۱-۸-۱- طرح جامع فولاد

با توجه به اهمیت صنعت فولاد در اقتصاد کشور، در برنامه‌های دوم، سوم، چهارم و پنجم توسعه، برنامه‌ریزی‌هایی برای توسعه این صنعت انجام شده است. به منظور ارزیابی درست و واقع‌بینانه تواناییهای توسعه فولاد در کشور و برنامه‌ریزی هدفمند و مناسب برای توسعه فولاد، تدوین طرحی جامع برای این صنعت در سال ۱۳۸۲ در شرکت ملی فولاد ایران آغاز شد. هدف از تدوین طرح جامع فولاد ایران، شناسایی قابلیت‌های کشور در زمینه نهاده‌های مورد نیاز این صنعت از جمله مواد اولیه، انرژی، نیروی انسانی، فناوری و تجهیزات و ساختار و مدیریت مورد نیاز و نیز وضعیت موجود صنعت و کلیه صنایع مرتبط با آن و همچنین میزان عرضه و تقاضا و روند قیمت‌های تمام شده و فروش در ایران و جهان بود تا بتوان بر مبنای آن برنامه‌ریزی واقع‌بینانه و صحیحی برای آینده این صنعت انجام داد.^{۳۴۹}

در مرحله اول این طرح، نقش صنعت فولاد در توسعه اقتصاد کشور، اهمیت ایجاد این صنعت در کشور، سهم این بخش از تولید ناخالص داخلی و کل صنعت و تاثیر آن بر توسعه دیگر بخشهای اقتصاد کشور در دوره‌های مختلف و مواردی از این دست مورد بررسی قرار گرفته و شاخصهای مربوطه با شاخص‌های مشابه در تعدادی از کشورهای منتخب مقایسه شده‌اند. در مرحله دوم، با بررسی وضعیت زمین‌شناسی، استعداد کشور در زمینه منابع مواد اولیه مورد نیاز تولید فولاد مانند سنگ آهن، زغال سنگ؛ مواد اولیه نسوز، مواد اولیه تولید فروآلیاژها و سایر مواد مصرفی در صنعت فولاد، ارزیابی گردیده است. نتایج ارزیابی‌ها، نشان می‌دهند که ذخایر سنگ آهن ایران حدود یک درصد و ذخایر زغال سنگ کشور حدود ۰/۳ درصد کل ذخایر جهان است؛ با توجه به این میزان ذخیره، در حال حاضر میزان تولید فولاد کشور کمتر از توان تولید است. در مرحله سوم چگونگی تهیه و تولید مواد اولیه مورد نیاز صنعت فولاد یعنی وضعیت معادن تولید کننده انواع مواد اولیه بویژه انواع سنگ آهن، زغال سنگ، مواد اولیه و فرآورده‌های نسوز و فروآلیاژها، در ابعاد مختلف مورد مطالعه و بررسی قرار گرفته است. در مرحله

^{۳۴۹} - بازار داخلی و خارجی صنعت فولاد و آثار سیاست‌های ایجاد بورس فلزات و طرح جامع بر آن

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۴۶	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

چهارم با هدف شناخت وضعیت موجود صنعت فولاد کشور از طریق ارسال پرسشنامه به کلیه واحدهای فولاد کشور اقدام به جمع‌آوری اطلاعات در زمینه‌های میزان تولید، انواع مواد اولیه مورد نیاز، مصارف انرژی، قیمت تمام شده، صادرات و غیره گردیده است. متأسفانه در بسیاری از موارد، به دلیل ضعف مدیریت اطلاعات در واحدهای تولیدی، واحدها توانایی همکاری مطلوب را نداشته و اطلاعات مورد نظر در حد انتظار در جمع‌آوری نگردیده است، در این مرحله کلیه واحدهای تولیدی فعال، در حال تأسیس و یا غیرفعال بخش خصوصی در زمینه تولید فولاد نیز به تفکیک استان شناسایی گردیده‌اند. ضمناً آمار و اطلاعات صنعت فولاد کشور در زمینه‌های مختلف با آمار و اطلاعات مشابه در سایر کشورها نیز مقایسه و تحلیل‌های لازم صورت گرفته است.

در مرحله پنجم تدوین طرح جامع فولاد، آمارها و اطلاعات مربوط به واردات، صادرات، تولید، مصرف و قیمت انواع محصولات فولادی به تفکیک در ایران و مناطق مختلف جهان در سالهای اخیر به طور مقایسه‌ای آورده شده و پیش‌بینی‌هایی برای رشد هر یک صورت گرفته است. مشابه این آمارها و مقایسه‌ها، در مورد کشورهای منطقه نیز انجام شده تا با توجه به آنها بتوان ضمن شناخت بازارهای هدف برنامه‌ریزی مناسب برای صادرات صورت گیرد. همچنین، میزان تولید و مصرف کلیه محصولات فولادی در کشور نیز بررسی شده و بر مبنای آن، رشد تولید و مصرف برای هر محصول برآورد شده است تا بتوان برای توسعه صنعت فولاد در آینده برنامه‌ریزی مناسب نمود در نهایت پیش‌بینی گردیده است در سال ۱۴۰۴ تولید فولاد خام تقریباً برابر ۵۵ میلیون تن خواهد شد.

در مرحله ششم مطالعات، اقدام به بررسی وضعیت انرژی (آب، برق و گاز) مورد نیاز صنعت فولاد گردیده است گزارش مرحله هفتم طرح به بررسی فناوری تولید فولاد در مراحل مختلف اختصاص یافته است در گزارش مرحله هشتم اقدام به شناسایی پتانسیل‌های جغرافیایی برای توسعه فولاد گردیده و در مرحله نهم با توجه به میزان توسعه فولاد جایگاه این بخش در اقتصاد آتی کشور بررسی شده است سرانجام در گزارش مرحله دهم با تجزیه و تحلیل نقاط قوت، فرصت، ضعف و تهدید اقدام به تدوین چشم‌انداز، مأموریت، اهداف و نهایتاً راهبردهای توسعه فولاد در ابعاد مختلف از جمله تولید، مواد اولیه، فناوری و تجهیزات، سرمایه‌گذاری، نیروی انسانی، ساختار و مدیریت، محل اجرا، محیط

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۴۷	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

زیست و بازار گردیده و اقدام کننده‌ها در هر زمینه مشخص شده اند که امید است با انجام راهبردهای ارائه شده زمینه مناسب برای دستیابی به اهداف توسعه این بخش فراهم گردد.

ضمناً احداث کلیه واحدهای نورد فولاد باید توسط بخش خصوصی صورت گیرد و دولت در این زمینه سرمایه‌گذاری نخواهد کرد. توسعه فولاد در کشور در آینده با توجه به محدودیت‌های زیست‌محیطی و مواد اولیه، صرفاً با استفاده از روش احیای مستقیم صورت خواهد گرفت و تولید فولاد به روش کوره بلند و کنورتور در حد ۴/۲ میلیون تن (ذوب آهن اصفهان ۳/۱۵، ذوب آهن زرنند کرمان ۰/۸ و میبد ۰/۲۵ میلیون تن) متوقف خواهد شد. از سوی دیگر، با توجه به حجم کم تولید قراضه در کشور و افزایش قیمت جهانی قراضه، عمده مواد اولیه مورد نیاز برای فولادسازی از آهن اسفنجی تأمین می‌شود. برای تولید آهن اسفنجی مورد نیاز، طرح‌های توسعه استخراج معادن و نیز طرح‌های گندله‌سازی در کنار معادن پیش‌بینی شده‌اند^{۳۵۰}.

امکان‌سنجی جغرافیایی مناطق مختلف کشور جهت احداث واحدهای فولادسازی با توجه به عوامل مختلف از جمله مواد اولیه، انرژی، حمل‌ونقل، صادرات و غیره صورت گرفته است که نتایج نشان می‌دهد استان‌های هرمزگان، سیستان و بلوچستان، کرمان و خوزستان مناطق دارای اولویت بالا برای توسعه صنعت فولاد در کشور می‌باشد^{۳۵۱}.

ظرفیت‌های محتمل و منتخب در کل زنجیره تولید فولاد در طرح جامع

بررسی طرح‌های در دست اجرا بر اساس اطلاعات اخذ شده از وزارت صنعت، معدن و تجارت انجام گرفته است. اطلاعات اخذ شده بر اساس مراحل زیر مورد بررسی و پالایش قرار گرفته است. اخذ اطلاعات مجوزهای طرح‌های در دست اجرا بر اساس کد محصول مورد نظر از وزارت صنعت، معدن و تجارت.

- ۱- مرتب سازی اطلاعات در مرحله اول براساس پیشرفت فیزیکی و ظرفیت مجوزهای صادر شده
- ۲- اصلاح ظرفیت اسمی مجوز طرح‌های در دست اجرا در صورت متفاوت بودن از واقعیت طرح.
- ۳- جدا نمودن و مشخص کردن بخشی از طرح‌های در دست اجرا که دارای شرایط زیر بوده‌اند:

۳۵۰- همان

۳۵۱- مطالعات طرح جامع فولاد کشور، خلاصه گزارش، اسفند ۱۳۹۳

مجری: فرزاد مرادپور	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۴۸		ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

- ✓ طرح‌هایی که بر اساس اظهار نظر رسمی صندوق توسعه ملی طرح‌های مصوب از منابع ارزی صندوق توسعه ملی در زمینه صنعت و معدنی باشند.
- ✓ طرح‌های مرتبط با بانک صنعت و معدن که بر اساس اظهار نظر رسمی بانک طرح فولادی مصوب و در مرحله قرارداد، طرح‌های فولادی تصویب شده به لحاظ میزان تسهیلات بانکی، واحدهای در مرحله نظارت بانکی، طرح‌های در مرحله مسدودی بانک تلقی می‌گردند.
- ✓ طرح‌های فولادی که در مرحله گشایش LC قرار دارند.
- ✓ طرح‌های توسعه واحدهای فعال تحت نظارت ایمیدرو و همچنین طرح‌هایی که در نقشه راه جامع بخش معدن و صنایع معدنی کشور، تدوین شده توسط ایمیدرو، قرار دارند.
- ✓ گزارش صنعت فولاد، وزارت صنعت و معدن و تجارت، معاونت برنامه ریزی، بهار ۱۳۹۳
- ✓ گزارش طرح‌های فولادی، معاونت طرح و برنامه، وزارت صنعت، معدن و تجارت، آذر ۱۳۹۳
- ۴- طرح‌های که دارای مشخصات عنوان شده فوق بوده‌اند از کل فهرست مجوزهای وزارت صنعت، معدن و تجارت جدا شده و تحت عنوان طرح‌های در دست اجرا محتمل مورد بررسی قرار گرفته‌اند. این جداسازی از آن رو صورت گرفته تا بتوان طرح‌هایی را که احتمال به بهره‌برداری رسیدن‌شان بیش از سایر طرح‌ها است شناسایی گردد تا از این طریق مطالعه از دقت بیشتری برخوردار گردد.
- ۵- بررسی طرح‌های در دست اجرایی که در لیست مجوزات اخذ شده از وزارت صنعت، معدن و تجارت موجود نبودند، اما به دلیل آنکه مشخصات مطرح شده در بند چهارم را دارا بودند به فهرست طرح‌های در دست اجرا محتمل اضافه و در نظر گرفته شده‌اند.
- نکته آن است که بر اساس سند چشم انداز دستیابی به ظرفیت ۵۵ میلیون تن فولاد خام به عنوان یکی از اهداف صنعت فولاد مطرح است. لذا بر این اساس و با هدف ایجاد موازنه در زنجیره از میان طرح‌های محتمل، طرح‌هایی تحت عنوان طرح‌های منتخب مد نظر قرار گرفته‌اند. طرح‌های مذکور و ظرفیت آنها به عنوان ظرفیت نهایی برای افق ۱۴۰۴ تلقی می‌گردند.

مجرى: فرزاد مرادپور		کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۴۹	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

۶- مشخص نمودن طرح‌های در دست اجرا احتمال ضعیف بر اساس مکان استقرار و پیشرفت فیزیکی طرح‌ها، منظور از طرح‌های در دست اجرا، احتمال ضعیف، طرح‌هایی است که در فهرست وزارتخانه بوده اما بر اساس بررسی‌های انجام شده جزء طرح‌های در دست اجرا محتمل قرار نگرفته‌اند.

معمولاً شرایطی که بر طرح‌های در دست اجرا احتمال ضعیف حاکم است آن است که معمولاً این طرح‌ها در حالی که مدت زمان طولانی از تاریخ اخذ جواز تاسیس‌شان می‌گذرد، پیشرفت فیزیکی بسیار پایین و حتی صفر درصد دارند، این دسته از طرح‌ها بدون هرگونه پیگیری‌های لازم از جانب کارفرما برای انتخاب مشاور و پشت سر نهادن مراحل اولیه برای شروع عملیات اجرایی طرح رها شده‌اند، عدم توانایی کارفرما به لحاظ توان فنی و مالی و مشکلات در تامین مالی دلیل دیگری است که احتمال به بهره‌برداری رسیدن این طرح‌ها را کم می‌نماید^{۳۵۲}.

وضعیت طرح‌های در دست اجرای فولاد خام

وضعیت طرح‌های در دست اجرای فولاد خام حاکی از آن است که که مجوزهای صادره وزارت صنعت، معدن و تجارت برابر ۱۴۴/۷۹ میلیون تن است و تعداد آن نیز ۴۸۳ واحد است. ظرفیت‌های طرح‌های در دست اجرای محتمل فولاد خام برابر با ۵۱/۶ میلیون تن است که خلاصه وضعیت آن در جدول زیر نشان داده شده است:

جدول (۱): خلاصه وضعیت طرح‌های در دست اجرای فولاد خام

ردیف	شرح	ظرفیت (میلیون تن)	تعداد
۱	واحدهای فعال	۲۲/۴۹	۲۸
۲	طرح‌های در دست اجرا (محتمل)	۵۱/۶۰	۴۱
جمع		۷۴/۰۹	۶۹
۳	طرح‌های در دست اجرا (احتمال ضعیف)	۷۰/۷۰	۴۰۷
جمع (وضعیت فعلی طرح‌های در دست اجرای محتمل و احتمال ضعیف)		۱۴۴/۷۹	۴۷۶

ماخذ: وزارت صنعت، معدن و تجارت، آمار اخذ شده از طرح‌های در دست اجرا، محاسبات تحقیق

لازم به ذکر است که ظرفیت طرح‌های در دست اجرای منتخب فولاد خام برابر ۳۲/۷ میلیون تن است.

وضعیت طرح‌های در دست اجرای محصولات فولادی

۳۵۲- همان

کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		مجری: فرزاد مرادپور	
ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار		تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	صفحه: ۲۵۰



موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی

بررسی وضعیت طرح‌های در دست اجرای محصولات نهایی فولادی با توجه به مجوزهای اخذ شده از وزارت صنعت، معدن و تجارت و جدا سازی ظرفیت‌های کمتر از ۵۰ هزار تن انجام گرفته است. بر این اساس در دو سناریو با توجه به پیشرفت فیزیکی طرح‌ها در نظر گرفته شده است^{۳۵۳}.

جدول (۱): خلاصه وضعیت فعلی و آتی طرح‌های در دست اجرای محصول نهایی فولاد

شرح		ظرفیت (میلیون تن)	تعداد
واحدهای فعال			۸۲
طرح‌ها	طرح‌های در دست اجرا (محتمل)	سناریو اول (پیشرفت فیزیکی بالای ۲۰ درصد	۳۰/۳۲
		سناریو دوم (پیشرفت فیزیکی بالای ۱۰ درصد	۴۲/۰۳
	طرح‌های در دست اجرا با احتمال ضعیف		۳۶/۹۲
	جمع		۷۸/۹۵
	جمع (ظرفیت فعلی و طرح‌های در دست اجرای محتمل، سناریو اول		۶۲/۵۱
جمع (ظرفیت فعلی و طرح‌های در دست اجرای محتمل، سناریو دوم		۷۴/۴۲	۱۸۲
جمع (ظرفیت فعلی و طرح‌های در دست اجرای محتمل و احتمال ضعیف		۱۱۱/۱۵	۳۲۲

ماخذ: وزارت صنعت، معدن و تجارت، محاسبات تحقیق

فولاد خام و محصولات نهایی فولادی در طرح جامع به صورت زیر خواهد بود:

جدول (۱): ظرفیت فعلی و طرح‌های در دست اجرا در طرح جامع فولاد

ردیف	محصول	ظرفیت اسمی (واحدهای فعال)	ظرفیت طرح‌های در دست اجرا (محتمل)	ظرفیت طرح‌های در دست اجرا (منتخب)	ظرفیت در افق ۱۴۰۴ (فعال و منتخب)	ظرفیت طرح‌های در دست اجرا (احتمال ضعیف)
۱	فولاد خام	۲۲/۵	۵۱/۶	۳۲/۷	۵۵/۲	۷۰/۷
۲	محصولات فولادی	۳۲/۲	۳۰/۳	۲۰/۶	۵۲/۸	۳۶/۹

محاسبات تحقیق

با توجه مطالب ارائه شده در این قسمت و مصاحبه با خبرگان مربوطه توصیه می‌شود که ادغام در طرح‌های در دست اجرا و یا اجرا نشده در طرح جامع فولاد کشور صورت گیرد و آن هم در منطقه دارای الویت اول توسعه صنعت فولاد کشور یعنی مناطق مجاور دریای عمان، بویژه استان‌های هرمزگان

۳۵۳- همان

 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		مجری: فرزاد مرادپور	
	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار		تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	صفحه: ۲۵۱

و سیستم بلوچستان که بهترین شرایط از همه جهات و شاخص‌های اقتصادی، اجتماعی، امنیتی و ... دارد. هم‌چنین ادغام در واحدهای فعال فولادی در زمینه‌های خدماتی مدیریتی از قبیل مدیریت، تحقیق و توسعه، بازاریابی موثر خواهد بود.

۳-۲-۱-۲-۸-۲- نتایج ادغام در فولاد کشور

در این قسمت به ارائه نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل نتایج تجربی ادغام در بنگاه‌های تولید کننده فولاد خام بخش خصوصی کشور با استفاده از آمار و ارقام سال ۱۳۹۳ پرداخته می‌شود که لازم به ذکر است که برای قضاوت در این خصوص با توجه به مبانی نظری ارائه شده در قسمت‌های قبلی این تحقیق استفاده شده است. طبق مبانی نظری موجود در این رابطه دو شاخص مهم و قابل استناد جهانی به نام‌های شاخص نسبت تمرکز n بنگاه برتر و شاخص هرفیندال - هیرشمن وجود دارد که ما نیز از آن‌ها استفاده کرده‌ایم که نتایج در جدول زیر ارائه شده است.

جدول (۱): شاخص تمرکز ۴ بنگاهی و ۸ بنگاهی بنگاه‌های خصوصی تولید فولاد خام

سال	CR ₄	درجه تمرکز	CR ₈	درجه تمرکز
۱۳۹۳	۴۱/۴۶	نسبتاً پایین	۸۵/۶۱	نسبتاً بالا

ماخذ: آمار و اطلاعات انجمن تولید کنندگان آهن و فولاد (۱۳۹۳) و محاسبات تحقیق

مطابق با طبقه‌بندی درجه تمرکز بین^{۳۵۴} (۱۹۶۸) که در دو جدول فوق آمده‌است، در هر دو حالت ۴ بنگاهی و ۸ بنگاهی درجه تمرکز نسبتاً پایین است که بر این اساس، در صورت عدم توجه به مالکیت بنگاه‌ها و مدیریت به هم پیوسته آن‌ها، درجه تمرکز بین بنگاه‌های تولید پایین است که نشان‌گر ساختار بازار غیر انحصاری است.

جدول (۲): شاخص تمرکز هرفیندال - هیرشمن بنگاه‌های خصوصی تولید فولاد خام

سال	HHI	نوع بازار	تعداد بنگاه موجود	HHI/10000	تعداد بنگاه بهینه
۱۳۹۳	۱۲۰۹	انحصار چند جانبه	۱۶	۰/۱۲۱	۸

ماخذ: آمار و اطلاعات انجمن تولید کنندگان آهن و فولاد (۱۳۹۳) و محاسبات تحقیق

با توجه به مقادیر شاخص HHI و طبقه‌بندی شیفرد و همکاران، ساختار بازار فولاد خصوصی کشور انحصار چند جانبه است و از طرف دیگر دارای تمرکز ملایم است. لذا با توجه به نتایج مذکور و تعداد بنگاه‌های خصوصی موجود در صنعت فولاد خام ادغام توصیه می‌گردد. ضمناً باید توجه نمود که این نتایج مربوط به واحدهای فعال در این صنعت است که امکان پذیری کمتری برای ادغام دارند ولی از سوی دیگر این واحدها می‌توانند از ادغام در مدیریت، بازاریابی، تحقیق و توسعه، صادرات، خرید مواد اولیه و ... استفاده کنند. ولی برای واحدهای که هنوز پیشرفت چندانی نداشته و یا احداث واحدهای جدید ضرورت دارد که ادغام در این واحدها صورت گرفته تا از منافع حاصل از آن استفاده گردد و کمک بیشتری به رشد و توسعه این صنعت در کشور گردد و خطرات احتمالی عدم رقابت پذیری و سایر مسائل در آینده به دور بوده و آسیب ندیده و یا متحمل حداقل ضرر و زیان در این خصوص گردند.

با توجه به نتایج جدول فوق ملاحظه می‌گردد شاخص تمرکز ۰/۱۲۱ است که با مطالب قبل، می‌توان گفت این صنعت با توجه به شاخص HHI از نوع انحصار چند جانبه است و ادغام در این صنعت بلامانع است که می‌توان در این صنعت با رعایت سایر ضوابط ادغام انجام داد، لازم به ذکر است که در مطالعات گذشته نیز این نتایج تا حدودی تایید می‌گردد البته در آن مطالعات از آمار و ارقام مرکز آمار ایران استفاده شده بود ولی در این مطالعه از آمار و اطلاعات انجمن تولید کنندگان فولاد استفاده شده است که به مراتب آمار دقیق‌تر و اطلاعات تخصصی‌تر است لذا می‌توان گفت این نتایج دقیق‌تر و قابل استنادتر هستند.

نتایج نشان می‌دهد در هر دو حالت ۴ بنگاهی و ۸ بنگاهی درجه تمرکز نسبتاً پایین است که نشان‌گر ساختار بازار غیر انحصاری است.

با توجه به مقادیر شاخص HHI، ساختار بازار فولاد خصوصی کشور انحصار چند جانبه و دارای تمرکز ملایم است که با توجه به این نتایج و تعداد بنگاه‌های موجود در صنعت فولاد خام ادغام توصیه می‌گردد. این نتیجه با نتیجه مطالعات پیشین در بخش تولید محصولات فولادی نیز همسو می‌باشد.

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۵۳	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

یعنی با وجود بالابودن تمرکز در بخش تولید فولاد خام و بخش دولتی در بخش محصولات فولادی و بخش خصوصی تمرکز بالا نیست.

باید توجه گردد که این نتایج مربوط به واحدهای فعال در این صنعت است که امکان پذیری کمتری برای ادغام دارند ولی این واحدها می‌توانند از ادغام در مدیریت، بازاریابی، تحقیق و توسعه، صادرات، خرید مواد اولیه و ... استفاده کنند.

برای واحدهای که هنوز پیشرفت چندانی نداشته و یا احداث واحدهای جدید ضرورت دارد که ادغام در این واحدها صورت گرفته تا از منافع حاصل از آن استفاده گردد و کمک بیشتری به رشد و توسعه این صنعت در کشور گردد و خطرات احتمالی عدم رقابت پذیری و سایر مسائل در آینده به دور بوده و آسیب ندیده و یا متحمل حداقل ضرر و زیان در این خصوص گردند.

با استفاده از آمار و اطلاعات انجمن تولید کنندگان فولاد نیز نشان می‌دهد این ساختار بازار در این صنعت از نوع انحصار چند جانبه است و ادغام در این صنعت بلامانع است که می‌توان در این صنعت با رعایت سایر ضوابط ادغام انجام داد.

بر اساس تجزیه و تحلیل طرح جامع فولاد توصیه اکید می‌گردد ادغام در طرح‌های در دست اجرا و یا اجرا نشده در طرح جامع فولاد کشور صورت گیرد. ادغام طرح‌های مندرج در طرح جامع فولاد ضرورت دارد در منطقه دارای اولویت اول توسعه صنعت فولاد کشور یعنی مناطق مجاور دریای عمان، بویژه استان‌های هرمزگان و سیستان بلوچستان باشد زیرا این منطقه بهترین شرایط را از همه جهات و شاخص‌های اقتصادی، اجتماعی، دسترسی به معادن داخلی، امنیتی و ... دارد. ادغام در واحدهای فعال فولادی در زمینه‌های خدماتی، مدیریتی، تحقیق و توسعه، بازاریابی موثر خواهد بود که با رعایت سایر شرایط توصیه می‌گردد.

۳-۲-۲- مطالعه موردی صنعت داروسازی

سازمان بهداشت جهانی، دارو را به عنوان هر ماده‌ای که در فرآیندهای داروئی به کار رفته و سبب کشف و یا اصلاح فرآیندهای فیزیولوژیک یا حالات بیماری در جهت بهبود مصرف کننده شود، تعریف نموده است. تحلیل صنعت دارو نیازمند شناخت ویژگی‌های خاص این صنعت است. صنعت دارو دارای ویژگی‌های است که این صنعت را از سایر صنایع متفاوت می‌کند که می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۵۴	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

۱- مراحل تولید و عرضه دارو (زنجیره ارزش)

۲- تغییرات گسترده در ساختار محصول

۳- هزینه‌بر بودن فعالیت‌های تحقیق و توسعه آن

در حال حاضر می‌توان گفت بیش از ۹۵ درصد نیاز دارویی کشور توسط صنایع داروسازی داخلی تولید و عرضه می‌شود که این مسئله ناشی از دستیابی به دانش روز تولید دارو از جمله بیوتکنولوژی، صنایع داروسازی کشور با استفاده از توان علمی و تخصصی موجود در کشور است که موفق به تولید داروهای تخصصی شده‌اند که این موضوع یکی از مزیت‌های صنعت داروسازی کشور است. با عنایت به مزیت‌های بالقوه و بالفعل این صنعت به جهت نقش مستقیمی که در ایجاد ارزش افزوده و ارزآوری دارد ترسیم برنامه‌ای بلندمدت و کوتاه‌مدت جهت توسعه توان تولیدی و رقابتی آن برای اقتصاد ملی بسیار با اهمیت تلقی می‌شود. در این قسمت هدف، ارائه تصویری از عملکرد موجود ایران در تولید و صادرات تولیدات دارویی با نگاه به بازار جهانی و وضعیت کشورهای منتخب است که در اختیار داشتن چنین تصویری از روند ارزش افزوده، تولید، سرمایه‌گذاری، صادرات و واردات می‌تواند در ارائه نقاط قوت-ضعف روندهای گذشته و کنونی فعالیت صنایع دارویی و ترسیم دورنمای توسعه این صنعت مؤثر واقع گردد. شایان ذکر است که در این مطالعه جهت بررسی فعالیت صنعتی صنایع داروسازی از طبقه‌بندی ISIC چهار رقمی ویرایش سوم، کد ۲۴۲۳ و جهت بررسی آمار تجاری صنایع مذکور از طبقه‌بندی HS استفاده شده‌است.

۳-۲-۱- بازار و تجارت جهانی دارو

بازار داروی کشورها بر اساس گردش مالی صنعت دارو اندازه‌گیری می‌شود. گردش مالی شامل خرید مواد اولیه از عرضه کنندگان، فروش دارو به مصرف کنندگان، صادرات و واردات دارو، حجم سرمایه‌گذاری‌ها و ارزش بازار شرکت‌های داروئی را شامل می‌شود. نتایج جدول زیر نشان می‌دهد که رتبه‌بندی ۵ کشور برتر از سال ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۵ بدون تغییر مانده است. در میان ۲۰ کشور اول، بیشترین رشد در طی این دوره مربوط به ونزوئلا، آرژانتین و هند است.

جدول (۱): رتبه‌بندی بازار داروئی کشورها

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۵۵	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

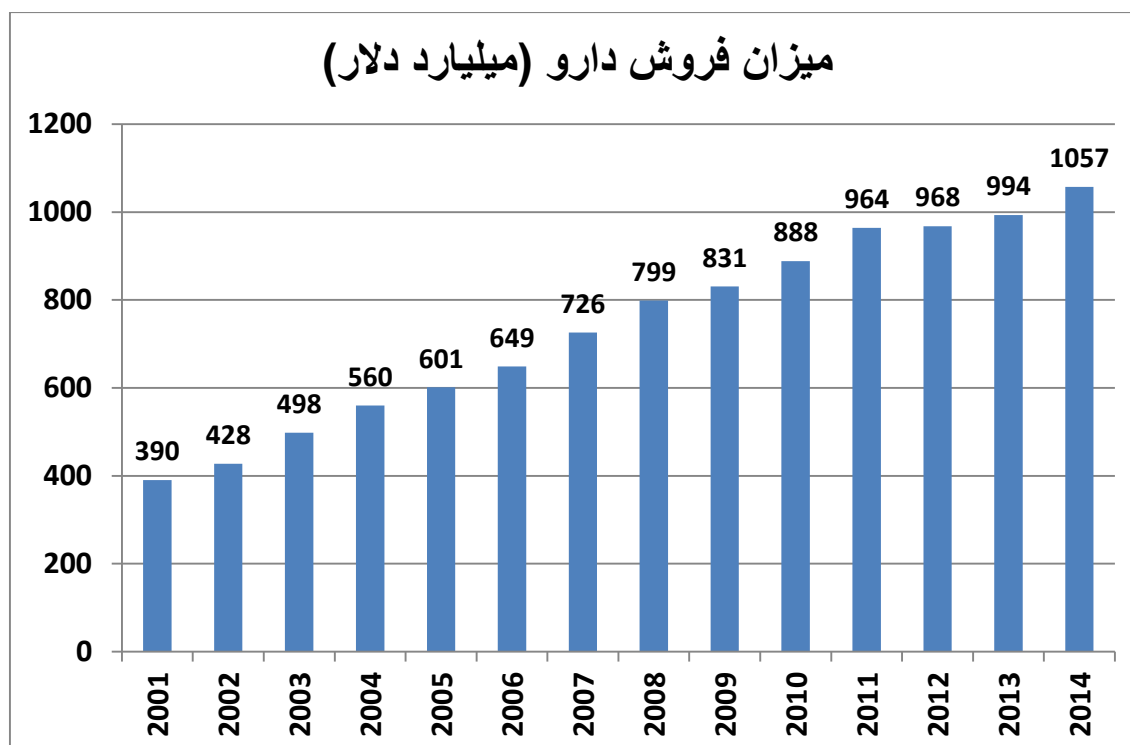
رتبه	۲۰۱۰	۲۰۱۵
۱	آمریکا	آمریکا
۲	ژاپن	ژاپن
۳	چین	چین
۴	آلمان	آلمان
۵	فرانسه	فرانسه
۶	برزیل	ایتالیا
۷	ایتالیا	برزیل
۸	اسپانیا	هند
۹	کانادا	اسپانیا
۱۰	انگلستان	روسیه
۱۱	روسیه	کانادا
۱۲	هند	انگلستان
۱۳	استرالیا	وتزولا
۱۴	مکزیک	ترکیه
۱۵	کره جنوبی	کره جنوبی
۱۶	ترکیه	استرالیا
۱۷	مکزیک	لهستان
۱۸	هلند	آرژانتین
۱۹	بلژیک	لهستان
۲۰	یونان	بلژیک

ماخذ: IMS market prognosis

بررسی ها نشان می دهد افزایش فروش صنعت دارو تنها از مسیر کشورهای در توسعه خواهد بود به گونه ای که بیش از ۱۰ میلیارد دلار از ۲۴ میلیارد دلار افزایش فروش دارو در جهان در سال ۲۰۱۲ نسبت به ۲۰۱۱ در کشورهای نوظهور دارویی اتفاق افتاده است. همان طور که در نمودار زیر ملاحظه می گردد میزان فروش دارو از ۳۹۰/۲ میلیارد دلار در ۲۰۰۱ به ۱۰۵۷/۲ میلیارد دلار در ۲۰۱۴ افزایش یافته است که به متوسط سالیانه ۷/۳۸ درصد رشد داشته است. هم چنین پیش بینی می شود میزان فروش

کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی		مجری: فرزاد مرادپور	
 موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی		ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴
		صفحه: ۲۵۶	

جهانی دارو تا سال ۲۰۲۰ به بیش از ۱۳۰۰ میلیارد دلار افزایش یابد که کشورهای اروپای غربی از سایر کشورها بیشتر مشمول این افزایش فروش هستند.



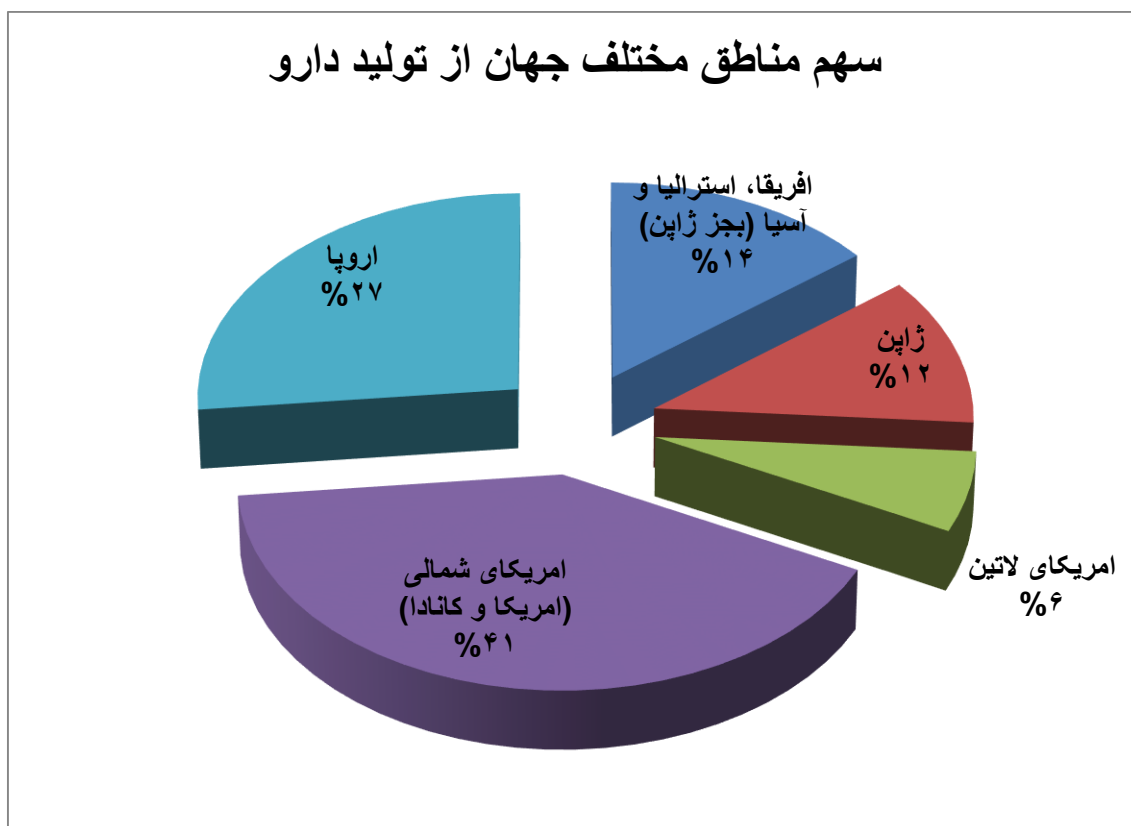
ماخذ: <http://www.statista.com>

تولید و مصرف دارو عمدتاً در کشورهای توسعه یافته است. بیش از ۹۰ درصد صادرات جهانی و ۸۲ درصد از واردات جهانی در میان این گروه کشورها گردش می‌کند. کشورهای در حال توسعه در حدود ۷ درصد صادرات جهانی و ۱۸ درصد از واردات جهانی را در اختیار دارند و به عنوان خالص واردکننده آسیب‌پذیری بالایی به سیاست‌های قیمت‌گذاری و توزیع داروهای شرکت‌های چندملیتی نشان می‌دهند. در سال ۲۰۱۲ از صادرات ۵۰۷/۷ میلیارد دلاری دارو بیش از ۸۰ درصد آن به صادرات کشورهای عضو اتحادیه اروپا مانند آلمان، سوئیس، بلژیک، انگلستان، فرانسه و اسپانیا و ایالات متحده، به بازارهای یکدیگر است. استقرار شرکت‌های دارویی معتبر بین‌المللی در بازاری مانند چین این کشور را به یک صادرکننده دارو در جهان تبدیل کرده که توانسته صادرات خود را از ۳/۷ میلیارد دلار در سال ۲۰۰۵ به حدود ۱۲ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۲ برساند. هند تنها کشور در حال توسعه است که با توسعه

مجرى: فرزاد مرادپور	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۵۷		ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

بخشهای دارویی خود به یک صادرکننده داروهای ارزان در جهان تبدیل شده است. بر حسب ارزش هند دهمین صادرکننده در جهان و بر حسب حجم سومین تولیدکننده جهانی دارو است.

با توجه به این که کشورهای در حال توسعه در حال افزایش سهم بازار خود هستند اما هنوز هم بازارهای سنتی جهان بیشترین سهم را در اختیار دارند. عمده داروی جهان در مناطق امریکای شمالی و اروپا تولید می شود و در آسیا نیز بیشترین سهم مربوط به ژاپن است. در سال ۲۰۱۲ امریکای شمالی با ۴۱ درصد، بیشترین سهم از بازار جهانی دارو را داشته و امریکای لاتین با حدود ۶ درصد از بازار جهانی را به خود اختصاص داده اند.



ماخذ: [statista.com](https://www.statista.com).

آمار صادرات و واردات جهانی، دارو و کشورهای منتخب در جداول ذیل آمده است:

جدول (۱): صادرات دارو در کشورهای منتخب و جهان

سال	جهان		برزیل			چین			آلمان			هند		
	ارزش	نرخ رشد	ارز	نرخ رشد	سهام	ارز	نرخ رشد	سهام	ارز	نرخ رشد	سهام	ارز	نرخ رشد	سهام
2000	108578		266		0.24	1788		1.65	13754		12.67	1147		1.06
2001	132618	22.14	277	4.41	0.21	1978	10.62	1.49	18060	31.31	13.62	1322	15.29	1.00
2002	166820	25.79	286	3.13	0.17	2324	17.44	1.39	17490	-3.16	10.48	1609	21.65	0.96
2003	205036	22.91	314	9.76	0.15	2861	23.11	1.40	26243	50.05	12.80	1972	22.57	0.96
2004	247916	20.91	396	26.11	0.16	3234	13.07	1.30	34000	29.56	13.71	2272	15.20	0.92
2005	275192	11.00	509	28.54	0.18	3778	16.80	1.37	38189	12.32	13.88	2762	21.58	1.00
2006	313186	13.81	668	31.24	0.21	4486	18.75	1.43	44931	17.65	14.35	3416	23.69	1.09
2007	372851	19.05	817	22.31	0.22	6001	33.77	1.61	56659	26.10	15.20	4477	31.05	1.20
2008	420670	12.83	1051	28.64	0.25	8091	34.82	1.92	68720	21.29	16.34	5823	30.07	1.38
2009	438071	4.14	1170	11.32	0.27	8614	6.46	1.97	66323	-3.49	15.14	5922	1.70	1.35
2010	463305	5.76	1355	15.81	0.29	10680	23.99	2.31	66062	-0.39	14.26	7124	20.31	1.54
2011	504954	8.99	1570	15.89	0.31	11810	10.58	2.34	70738	7.08	14.01	9503	33.39	1.88
2012	509622	0.92	1598	1.78	0.31	11920	0.93	2.34	71965	1.73	14.12	10925	14.97	2.14
2013	521225	2.28	1605	0.44	0.31	12306	3.24	2.36	75638	5.10	14.51	12305	12.63	2.36
2014	550889	5.69	1658	3.29	0.30	13362	8.58	2.43	80247	6.09	14.57	13093	6.40	2.38
متوسط دوره	348729	12.59	903	14.48	0.24	6882	15.87	1.82	49934	14.37	13.98	5578	19.32	1.42

ماخذ: WTO

جدول (۱): صادرات دارو در کشورهای منتخب و جهان

مالزی			کره			ژاپن			ایران			سال
سهام	نرخ رشد	ارزش	سهام	نرخ رشد	ارزش	سهام	نرخ رشد	ارزش	سهام	نرخ رشد	ارزش	
0.07		80	0.31		337	2.52		2733	0.01		9	2000
0.06	-1.33	78	0.24	-3.86	324	2.06	-0.07	2731	0.01	48.75	13	2001
0.05	16.32	91	0.21	10.12	357	1.69	2.97	2812	0.01	80.57	23	2002
0.05	10.88	101	0.19	7.72	384	1.56	13.44	3190	0.02	35.89	32	2003
0.05	30.00	132	0.19	20.27	462	1.43	11.00	3541	0.02	22.43	39	2004
0.05	2.46	135	0.18	9.91	508	1.21	-6.04	3327	0.02	69.88	66	2005
0.04	0.30	135	0.19	19.63	608	1.02	-3.88	3198	0.02	-0.94	66	2006
0.05	45.98	197	0.22	33.70	812	0.85	-0.63	3178	0.04	127.55	150	2007
0.04	-14.45	169	0.24	25.00	1016	0.87	15.26	3663	0.04	9.01	163	2008
0.05	35.73	229	0.27	16.03	1178	0.94	12.50	4121	0.02	-41.78	95	2009
0.07	34.35	308	0.26	2.96	1213	0.93	4.94	4324	0.02	17.89	112	2010
0.05	-13.95	265	0.26	7.82	1308	0.89	4.23	4507	0.03	36.58	153	2011
0.06	15.79	307	0.30	15.61	1512	0.79	-10.99	4012	0.03	5.91	162	2012
0.06	0.57	309	0.30	3.94	1572	0.71	-8.18	3683	0.02	-28.63	116	2013
0.06	15.95	358	0.33	14.70	1803	0.61	-9.46	3335	0.03	43.20	166	2014
0.06	12.76	193	0.25	13.11	893	1.20	1.79	3490	0.02	30.45	91	متوسط دوره

ماخذ: WTO

جدول (۱): واردات دارو در کشورهای منتخب و جهان

هند			آلمان			چین			برزیل			جهان		
سهام	نرخ رشد	ارزش ش	سهام	نرخ رشد	ارزش ش	سهام	نرخ رشد	ارزش ش	سهام	نرخ رشد	ارزش ش	نرخ رشد	ارزش ش	
0.33		374	8.39		9471	0.84		953	1.55		1756		112955	2000
0.29	7.11	401	7.72	12.78	10682	0.88	27.77	1218	1.35	6.41	1868	22.43	138292	2001
0.31	36.29	546	10.34	69.58	18114	0.82	17.79	1434	1.08	0.92	1886	26.63	175118	2002
0.28	11.74	610	10.00	19.30	21610	0.79	18.93	1706	0.85	-2.42	1840	23.37	216045	2003
0.26	11.54	680	10.57	26.58	27354	0.73	11.36	1899	0.83	16.42	2142	19.76	258733	2004
0.33	37.85	938	10.74	12.08	30658	0.81	21.56	2309	0.85	12.96	2420	10.29	285368	2005
0.37	25.99	1182	10.82	13.00	34643	0.85	17.60	2715	0.95	25.61	3040	12.25	320325	2006
0.43	36.80	1616	11.02	20.10	41608	1.03	43.22	3889	1.06	31.94	4010	17.86	377542	2007
0.43	15.67	1870	11.10	14.97	47836	1.28	42.20	5530	1.15	23.95	4971	14.12	430847	2008
0.46	9.54	2048	10.75	0.02	47846	1.50	21.15	6699	1.15	3.07	5124	3.33	445201	2009
0.52	18.87	2434	10.10	-0.28	47711	1.70	19.87	8030	1.45	33.49	6840	6.10	472352	2010
0.53	12.35	2735	9.90	8.03	51542	2.17	40.66	11295	1.39	6.00	7250	10.21	520599	2011
0.58	12.22	3069	8.80	-10.34	46215	2.64	22.78	13869	1.46	5.39	7641	0.83	524923	2012
0.57	-0.26	3061	8.73	1.28	46806	3.02	16.78	16196	1.53	7.63	8224	2.20	536456	2013
0.56	4.15	3188	8.85	7.26	50202	3.36	17.73	19067	1.45	0.07	8230	5.75	567282	2014
0.42	17.13	1650	9.86	13.88	35487	1.50	24.24	6454	1.21	12.25	4483	12.51	358803	متوسط دوره

ماخذ: WTO

جدول (۱): صادرات دارو در کشورهای منتخب و جهان

مالزی			کره			ژاپن			ایران			
سهام	نرخ رشد	ارزش	سهام	نرخ رشد	ارزش	سهام	نرخ رشد	ارزش	سهام	نرخ رشد	ارزش	
0.30		341	0.73		825	4.23		4775	0.34		387	2000
0.29	17.99	403	0.72	21.45	1002	3.65	5.76	5050	0.35	25.34	485	2001
0.25	10.15	444	0.68	18.01	1183	3.10	7.43	5425	0.26	-7.73	447	2002
0.22	7.02	475	0.63	15.14	1362	2.87	14.14	6192	0.29	38.96	621	2003
0.23	26.89	603	0.66	25.46	1709	2.75	14.91	7115	0.28	15.17	716	2004
0.22	4.75	631	0.69	15.25	1970	2.87	15.29	8203	0.26	5.63	756	2005
0.23	17.19	740	0.80	29.80	2556	2.74	7.01	8778	0.38	63.03	1232	2006
0.23	16.66	863	0.83	23.08	3146	2.47	6.19	9321	0.45	37.00	1688	2007
0.22	7.65	929	0.80	9.33	3440	2.55	17.99	10998	0.45	15.90	1957	2008
0.25	18.15	1098	0.78	1.04	3476	3.19	29.09	14197	0.30	-32.44	1322	2009
0.24	3.21	1133	0.84	13.76	3954	3.67	22.13	17338	0.30	8.93	1440	2010
0.26	18.79	1346	0.83	9.53	4331	4.15	24.57	21599	0.35	26.64	1824	2011
0.29	11.71	1504	0.88	7.22	4644	4.62	12.28	24251	0.30	-13.97	1569	2012
0.30	5.42	1585	0.87	0.62	4672	4.07	-9.98	21831	0.37	25.72	1973	2013
0.30	7.87	1710	0.93	13.39	5298	3.68	-4.43	20864	0.37	5.51	2081	2014
0.25	12.39	920	0.78	14.51	2905	3.37	11.60	12396	0.34	15.26	1233	متوسط دوره

ماخذ: WTO

ارزش کل بازار داروی جهان در طی دوره ۱۲-۲۰۰۳ روند رو رشدی داشته است به گونه‌ای که از ۵۵۸ میلیارد دلار در ۲۰۰۳ به ۹۵۹ میلیارد دلار در ۲۰۱۲ افزایش یافته است و این در حالی است که در شرایط فعلی، گسترش رشد تولید و مصرف دارو در کشورهای نوظهور صنعت دارو دیده می‌شود. هم‌چنین انتظار می‌رود که هزینه متوسط تولید دارویی از ۸۵۶ دلار در سال ۲۰۱۰ به ۱۱۰۰ دلار در ۲۰۱۵ بالغ گردد که در حال حاضر بازارهای در حال رشد در حوزه دارو شامل کشورهای هند، چین، برزیل و مکزیک با سهمی معادل ۲۸ درصد هستند.

در جدول زیر ده شرکت داروساز جهان بر حسب میزان فروش در سال ۲۰۱۲ مرتب شده‌اند.

مجرى: فرزاد مرادپور		کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۶۲	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

جدول (۱): رتبه بندی شرکت های داروسازی جهان

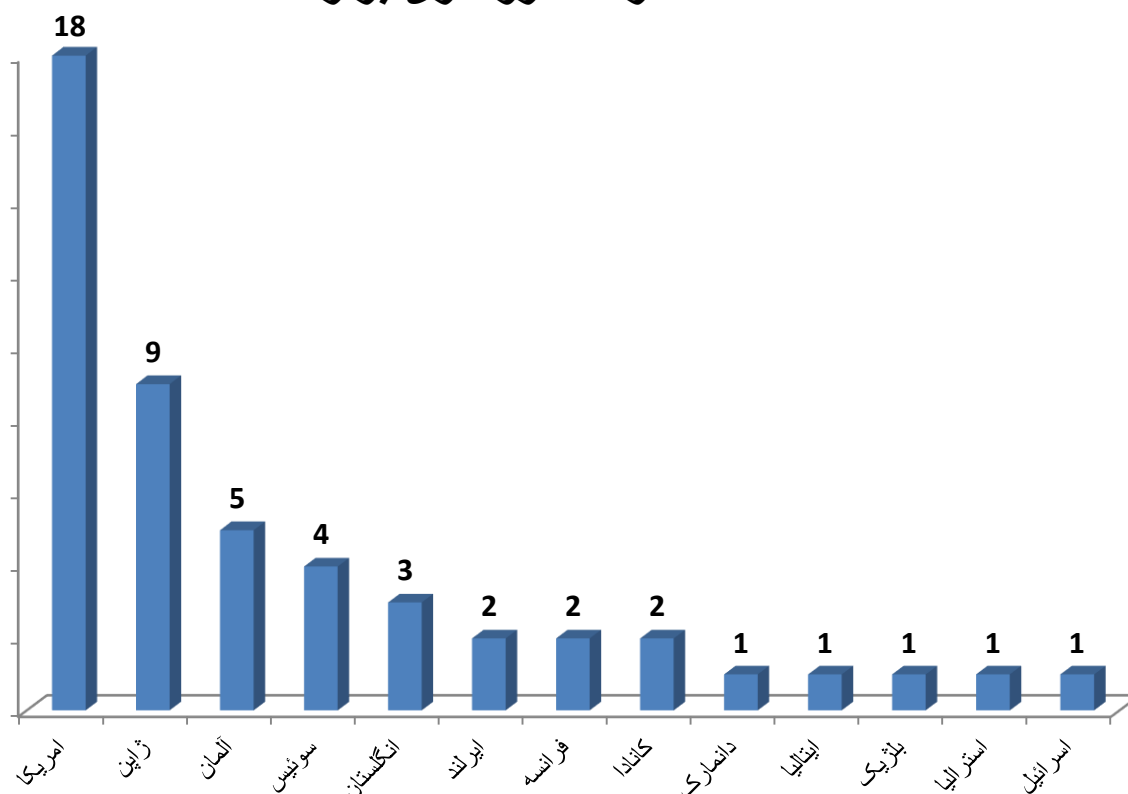
رتبه	شرکت	کشور	فروش	هزینه R&D
۱	جانسون اند جانسون	امریکا	۶۷/۲۲	۷/۶۶
۲	فایزر	امریکا	۵۸/۹۹	۷/۸۷
۳	نووارتیس	سوئیس	۵۷/۵۶	۹/۳۳
۴	سانوفی	فرانسه	۴۷/۴۱	۶/۴۹
۵	مرک اند کو	امریکا	۴۷/۲۷	۸/۱۷
۶	گلاسکو اسمیت کلین	انگلستان	۴۲/۹۸	۶/۴۵
۷	ابوت	امریکا	۳۹/۸۷	۴/۳۳
۸	روچه	سوئیس	۳۸/۵۳	۱۰/۴۲
۹	بایر	آلمان	۳۸/۲۳	۳,۰۳
۱۰	استرازنکا	انگلستان	۲۷/۹۳	۴/۴۵

ماخذ: <http://www.pharmaboardroom.com>

تجزیه و تحلیل ۵۰ شرکت اول داروسازی جهان نشان می دهد که بیشترین شرکتها متعلق به کشورهای امریکا، ژاپن، آلمان و سوئیس هستند که خلاصه آن در نمودار زیر نشان داده شده است.

مجرى: فرزاد مرادپور		 مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	کارفرما: مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۶۳	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴		ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار

تعداد شرکت داروسازی برتر



نمودار (۱): شرکت‌های برتر داروسازی جهان

همان‌گونه که ملاحظه می‌گردد ۳۶ درصد شرکت‌های برتر داروسازی جهان متعلق به آمریکا است و کشورهای ژاپن با سهم ۱۸ درصد و آلمان با ۱۰ درصد در رتبه‌های بعدی قرار دارند.

۳-۲-۲-۲-۲-۳-۲-۳ داروسازی آلمان

صنعت داروسازی آلمان نسبت به سایر کشورهای اروپائی از دسترسی به بازار و بازدهی نسبت به مقیاس بهینه‌ای برخوردار است به طوری که حدود ۳۲ درصد بازار اروپا را در دست دارد. همچنین آلمان به کشورهای اروپا، اوراسیا، اوکراین و خاور میانه صادرات دارو دارد که به نوعی نقش هاب داروئی در این منطقه ایفا می‌کند و از دیگر ویژگی‌های آن می‌توان به سهم بالای تحقیق و توسعه (۱۰ درصد) هزینه‌های داروسازی اشاره نمود.

۳-۲-۲-۳-۳-۲-۳-۳ داروسازی هند

مجرى: فرزاد مرادپور	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۶۴		ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

صنعت دارویی هند در چهار دهه اخیر از تقریباً هیچ به سومین رتبه جهانی از نظر حجم و سیزدهمین رتبه جهانی از نظر ارزش رسیده است.^{۳۵۵} این کشور اکنون به تولید داروهای ژنریک باکیفیت و ارزان شهرت یافته است. صنعت دارویی هند اکنون یکی از رشدیابنده‌ترین صنایع هند است که در سالهای اخیر نرخ رشدی دورقمی داشته است. بازار دارویی هند تا دهه ۱۹۶۰ به واردات وابسته بود تا این که دولت به سیاست خودکفایی از طریق تولید داخلی روآورد. در آن زمان، از ۱۰ شرکت بزرگ هند، بر اساس میزان فروش، ۸ شرکت وابسته به شرکتهای چند ملیتی بودند و دولت برای استقلال در تأمین محصولات دارویی مورد نیاز بازار داخلی، ۵ شرکت دارویی دولتی را تأسیس کرد و سیاستهایی مانند لغو حق اختراع محصولات در مورد مواد غذایی، محصولات شیمیایی، و دارو؛ به رسمیت شناختن حق اختراع فرایندها^{۳۵۶} صورت پذیرفت.

طبق آمارهای موجود، اکنون شرکت های دارویی هند بیش از ۲۰ درصد داروهای ژنریک جهان (از نظر ارزش) را تولید می کنند و هند پنجمین تولیدکننده بزرگ مواد بالک اولیه در جهان است. شرکتهای دارویی هند تقریباً کل تقاضای داخلی برای فورمولاسیونها و تقریباً ۷۰ درصد تقاضای داخلی برای مواد بالک اولیه را تأمین می کنند. حدود ۸۰ درصد تولید داخلی را فورمولاسیونها تشکیل می دهند و بیش از ۸۵ درصد این فورمولاسیونها در بازار داخلی فروخته می شوند، حال آن که حداقل ۶۰ درصد مواد بالک اولیه تولید هند صادر می شود. در حال حاضر، حق اختراع حدود ۹۷ درصد کل داروهای تولید هند نیز منقضی شده است و در نتیجه از اصلاحیه ۲۰۰۵ قانون اختراعات هند تأثیر نمی پذیرند. برخی داروهای حیاتی مشمول حق اختراع همچنان وارد می شوند (عمدتاً از کشورهای توسعه یافته و بویژه از آمریکا، آلمان، انگلیس و فرانسه). طبق برخی گزارشات نیز شرکتهای دارویی چندملیتی اکنون ۲۴ درصد بازار داخلی هند را در اختیار دارند.

دستمزدها در صنعت داروسازی هند ۵۰ تا ۵۵ درصد کمتر از کشورهای غربی است و هزینه های زیرساختها ۴۰ درصد و هزینه های ثابت ۱۲ تا ۲۰ درصد کمتر از آمریکا و اروپای غربی است و به

^{۳۵۵}. <http://www.ibef.org/industry/pharmaceutical-india.aspx>.

^{۳۵۶}. process patent

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی
صفحه: ۲۶۵	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

همین دلیل در هند می‌توان به تولید مواد بالک اولیه با هزینه‌ای ۶۰ درصد کمتر و به تأسیس یک کارخانه با هزینه‌ای ۴۰ درصد کمتر از کشورهای غربی پرداخت. در حالی که هزینه اختراع یک داروی جدید در غرب بین ۱۰۰ تا ۲۰۰ میلیون دلار است، این رقم در هند حدود ۱۰ میلیون دلار است. هزینه آزمایشات بالینی در هند حدود ۲۰ میلیون دلار ولی در خارج از این کشور بین ۳۰۰ تا ۳۵۰ میلیون دلار است.^{۳۵۷}

پیش‌بینی شده‌است که فروش دارو با نرخ رشدی معادل ۱۴/۴ درصد در سال در ۲۰۱۶ به ۲۷ میلیارد دلار افزایش یابد. صادرات داروی هند نیز به امریکا در طی ۱۴-۲۰۱۳ برابر ۱۴/۸۴ میلیارد دلار بوده است و این در حالی است که هند توانسته است به عنوان یک تامین کننده داروی با کیفیت و مقرون به صرفه در سراسر جهان خود را مطرح نماید. هم‌چنین در طی دوره ۱۴-۲۰۰۰ هند توانسته است در صنعت داروسازی خود در حدود ۱۱۵۸۸ میلیون دلار سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی جذب نماید. در ادغام‌های مهم هند در داروسازی مربوط به ادغام شرکت Sun Pharma با Ranbaxy به ارزش ۴ میلیارد دلار بوده است که بنگاه Sun-Ranbaxy تشکیل شد که پنجمین شرکت داروی ژنریک بزرگ جهان است و این ادغام سبب گردید در پایان سال ۲۰۱۳ درآمدی معادل ۴/۲ میلیارد دلار داشته است.

۳-۲-۴- داروسازی مالزی

در طی یک دهه گذشته بخش داروسازی مالزی نرخ رشدی برابر با ۱۰-۸ درصد در سال را تجربه نموده است که بیشتر از رخ رشد اقتصادی این کشور در دوره مشابه بوده است. بر اساس آمار سازمان بهداشت جهانی، در مالزی حدود ۴ درصد از تولید ناخالص داخلی برای سلامت هزینه می‌شود که بسیار کمتر از کشورهای توسعه یافته منطقه ASEAN است. مالزی برای توسعه صنایع داروسازی خود در سال ۲۰۲۰ برنامه دارد در این سهم به کشورهای توسعه یافته برسد. در مالزی برای توسعه صنایع داروسازی ژنریک خود برنامه‌ای به نام EPP3 دارد ولی در حال حاضر عمده تولیدات این کشور در زمینه داروهای تک نسخه‌ای، بیولوژیک و واکسن‌ها است.

^{۳۵۷}- در نگارش این قسمت عمدتاً از منبع زیر استفاده شده است:

Greene 2007.

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۶۶	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	
		ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار

صادرات دارو در مالزی در طی دوره ۱۳-۲۰۱۲ حدود ۸ درصد افزایش یافته است و به ۱۸۷ میلیون دلار رسیده است که مربوط به بزرگترین شرکت داروئی این کشور است. در این کشور تولید دارو هنوز بر اساس پلت فرم‌های دهه ۱۹۸۰ است که آثاری از مدرن شدن در آن‌ها نمایان نیست. برنامه‌ریزی افزایش تولید دارو در مالزی همان برنامه EPP3 است که قرار از ادغام با شرکت‌های خارجی محقق شود. هم‌چنین مالزی در برنامه MNC خود برنامه دارد با همکاری شرکت‌های خارجی تولید داروی خود را افزایش دهد.

در کشور مالزی داروهای برند، با ارزش ۰/۶۴ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۰ بیشترین سهم بازار داروی مالزی را به خود اختصاص داده‌اند. داروهای ژنریک و OTC به ترتیب ۰/۳۷۱ میلیارد دلار و ۰/۳۹۳ میلیارد دلار، نیز ۵۴ درصد مابقی بازار را در اختیار دارند. از طرفی حجم صادرات دارویی این کشور در سال ۲۰۱۴ حدود ۷۹۰ میلیون دلار بوده که در این سال وارداتی برابر با ۶۰۰ میلیون دلار داشته است و پیش بینی شده است که در طی سال‌های آتی میزان تجارت داروئی این کشور نرخ رشد سالیانه ای برابر با ۸ درصد ادامه یابد.

۳-۲-۵- تجربه‌های مهم ادغام داروسازی جهانی

به‌طور خلاصه می‌توان گفت که ادغام‌ها در جهان در طی دوره ۲۰۱۲-۲۰۰۸ نسبت به سایرها از شتاب بیشتری برخوردار بوده است زیرا یکی از عوامل موثر بر ادغام‌ها در جهان بحران اقتصادی است و در این دوره نیز بدلیل بروز بحران در اقتصاد جهانی این موضوع شدت بیشتری یافته است. در صنایع داروسازی ادغام در سال ۲۰۱۱ بیش از ۵۴۸ مورد روی داده است که ارزشی برابر با ۵۱۵ میلیارد دلار داشته است، هم‌چنین در طی دوره ۲۰۱۰-۲۰۰۸ صنایع بزرگ داروئی جهان به نفوذ خود را در بازارهای نوظهور جهان از طریق ادغام و تملک گسترش دادند که حدود ۵۰ درصد ادغام‌ها در این دوره مربوط به صنایع داروسازی بوده است و در بین مناطق نیز ۲۹ درصد مربوط به امریکای شمالی، ژاپن، اروپا و استرالیا بوده است. در جدول زیر کشورهای برتر در ادغام صنایع داروئی نشان داده شده است:

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۶۷	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

جدول (۱): ادغام صنایع دارونی

۲۰۱۰	۲۰۰۹	
۵۲ میلیارد دلار	۱۶۱ میلیارد دلار	جهان
۳۹ درصد	۷۸ درصد	۵ کشور اول
میلیارد دلار	تعداد ادغام‌ها	
۲۵/۶	۱۱۴	امریکا
۵/۴	۱۸	آلمان
۴/۹	۴۸	هند
۳/۴	۱۰۵	چین
۱/۹	۱۳	برزیل

ماخذ: Thomson M&A Data Base, IMAP

در جدول زیر نیز نقاط بحرانی (از لحاظ درآمد بنگاه) ادغام‌های انجام شده در صنایع داروسازی را به تفکیک مناطق مختلف جهان نشان می‌دهد:

جدول (۲): ادغام صنایع دارونی به تفکیک درآمد و مناطق در سال ۲۰۱۱

جمع	سایر	امریکای لاتین	چین	ژاپن	اروپا	آمریکا	درآمد (میلیون دلار)
۲۳۹	۶۴	۷	۲۶	۱۶	۷۹	۴۷	نا معلوم
۱۶۶	۵۵	۲	۵۸	۶	۲۴	۲۱	کمتر از ۲۰
۶۰	۱۷	۵	۱۳	۲	۱۰	۱۳	۲۰ تا ۵۰
۲۹	۴	۲	۳	۲	۷	۱۱	۵۰ تا ۱۰۰
۲۰	۴	۱	۲	۰	۳	۱۰	۱۰۰ تا ۲۵۰
۱۳	۰	۱	۲	۱	۵	۴	۲۵۰ تا ۵۰۰
۲۱	۵	۱	۱	۰	۶	۸	بیشتر از ۵۰۰
۵۴۸	۱۴۹	۱۹	۱۰۵	۲۷	۱۳۴	۱۱۴	کل

ماخذ: همان

از سوی دیگر پیش‌بینی می‌شود صنایع داروئی جهان نرخ رشدی حدود ۵-۸ درصد در سالهای تا ۲۰۲۰ داشته باشند که این رشد با کاهش قیمت دارو همراه است. کاهش قیمت و محدودیت بازار در کشورهای در حال توسعه و نوظهور به صورت خلاصه به صورت زیر است:

-فرانسه ۲۰-۱۰ درصد کاهش پرداخت توسط طبقه پایین مواجه است (به طور قانونی)

-آلمان با موثرتر هزینه نمودن بازپرداخت‌های داروئی مواجه است

-اسپانیا با استفاده از کاهش قیمت‌ها برای گروه‌های خاص مواجه است

-امریکا با حمایت گسترده از تحقیق و توسعه اثر بخش در گروه D مواجه است

-انگلستان با ادامه استفاده از طرح کاهش مواد مخدر در داروهای گران قیمت مواجه است

-برزیل با فشار برای مهار کردن هزینه‌های مالی دارو در بودجه خانوار روبرو است

-روسیه نیز تنظیم سخت‌گیرانه قیمت مواد مخدر مورد استفاده در داروها را پیش روی دارد.

-هند با توسعه بالقوه کنترل مواد مخدر از ۷۴ قلم دارو به ۳۵۴ قلم داروئی ضروری

-چین با کاهش ۱۲ درصدی در قیمت دارو

-ژاپن با کاهش ۵/۷۵ درصدی در قیمت تمام شده داروها و بررسی بیشتر کاهش قیمت دارو مواجه هستند.

پس می‌توان نتیجه‌گیری نمود کلیه عوامل اشاره شده در فوق، منجر به کاهش قیمت و محدودیت بازپرداخت بدهی برای صنایع داروسازی خواهد شد (فشار قیمت و مشکل بدست آوردن منابع برای بازپرداخت). لذا در سال‌های آتی با قیمت گذاری انعطاف پذیر در مواد اولیه داروسازی و افزایش کشش قیمتی دارو و قیمت پایین‌تر برای دارو بویژه در بازارهای نوظهور مواجه خواهیم بود.

۳-۲-۶- صنعت داروسازی ایران

داروسازی جدید ایران از حدود یکصد سال پیش و با افتتاح نخستین داروخانه‌ها به شکل جدید توسط اتریشی، آلمانی و فرانسوی‌ها در ایران آغاز شد. آموزش داروسازی نیز در همان زمان توسط استادان اروپایی در دارالفنون شروع گردید. در آستانه پیروزی انقلاب اسلامی، در سال ۱۳۵۷ تعداد بسیاری از شرکت‌های خصوصی خارجی، ایرانی و مختلط در بخش داروئی ایران فعالیت می‌کردند و برآیند این

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۶۹	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

فعالیت ها، بازاری با گردش مالی حدوداً ۳۰۰ میلیون دلار در سال بود^{۳۵۸}. کل مصرف داخلی دارو از ۳۳۶ میلیون ریال در سال ۱۳۴۱ به ۲۲۴۶۰ میلیون ریال در سال ۱۳۵۷ رسید این بازار دارویی تقریباً ۳۵۰۰ قلم فرآورده دارویی را با نام تجاری در بر می گرفت که حدود ۷۰ درصد آن وارداتی بود و از حدود ۳۰ درصد باقی مانده که در داخل ایران تولید می شد، بیش از نیمی از بازار به محصولاتی تعلق داشت که تحت امتیاز شرکتهای خارجی تولید و به فروش می رسیدند و تنها کمتر از ۱۰ درصد به صورت تقریباً مستقل توسط بخش خصوصی و دولتی داخلی تولید می گردید^{۳۵۹}. به موازات توسعه صنایع داروسازی ایران و احساس نیاز صاحبان صنایع داروهای انسانی، در سال ۱۳۷۴ اولین تشکل مرتبط با عنوان "انجمن صنفی صنایع داروسازی ایران" تاسیس گردید که بعدها این تشکل منحل و به اقتضای فعالیت اعضاء (تولید داروهای انسانی) به سندیکای صاحبان صنایع داروهای انسانی ایران تغییر شکل داد. این سندیکا هم اینک ۶۴ عضو دارد که ۵۴ شرکت آن اعضای اصلی و ۱۰ شرکت عضو نیز وابسته محسوب می شوند.

در حال حاضر ایران دارای سه سازمان هولدینگ و تخصصی می باشد که حجم قابل ملاحظه‌ای از شرکت‌های دارویی را تحت مالکیت خود دارند که به‌طور خلاصه به توضیح هر یک می‌پردازیم:

الف: سازمان تامین اجتماعی به همراه شرکت سرمایه‌گذاری تامین اجتماعی (شستا)، قسمت عمده‌ای از شرکت‌های دارویی را تحت تملک دارد. از مهمترین شرکت‌های مادر تخصصی که سهامدارش سازمان تامین اجتماعی است شرکت داروپخش می‌باشد. از مهم‌ترین شرکت‌های دارویی تحت پوشش تامین اجتماعی که بورس نیز هستند می‌توان به شرکت‌های داروپخش، کارخانجات داروپخش، تمار، پارس دارو، اکسیر، داملران، رازک، زهراوی، گسترش دارویی، دارو پخش، فارابی، ابوریحان اشاره نمود.

ب: بنیاد پانزدهم خرداد، دومین شرکت هولدینگ در زمینه دارو است که این بنیاد تقریباً اکثر قریب به اتفاق سهام خود را به شرکت سرمایه‌گذاری البرز منتقل کرده‌است و شرکت‌های تولید دارو، البرز دارو، ایران دارو، داروسازی سبحان و تولید مواد دارویی البرز سازه از مهمترین شرکت‌های دارویی این هولدینگ هستند.

^{۳۵۸} تاریخچه صنایع دارویی، سندیکای صاحبان صنایع داروهای انسانی ایران، <http://www.syndipharma.ir>

^{۳۵۹} همان

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		
صفحه: ۲۷۰	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

ج: بانک ملی یکی دیگر از مالکان شرکت‌های هولدینگ دارویی در کشور است که داروسازی اسوه، جابر بن حیان و کیمیدارو، از مهمترین شرکت‌های دارویی این هولدینگ هستند.

د: سایر شرکت‌های دارویی که تحت مالکیت بخش خصوصی بوده و یا زیر نظر بنیادهای خیریه و سازمان‌های اقتصادی و نهادهای دولتی فعال هستند که در این رابطه می‌توان به شرکت‌های تهران دارو، داروسازی لقمان، داروسازی حکیم، داروسازی کوثر، داروسازی امین، داروسازی دکترعییدی اشاره نمود.

به‌طور خلاصه می‌توان گفت در ایران هولدینگ‌های دارویی تقریباً سیاست‌گذار اصلی صنعت دارو خواهند بود. از مهم‌ترین سیاست‌هایی که اخیراً مورد توجه مسئولان این هولدینگ‌ها قرار گرفته، بحث تحت لیسانس بودن یا مشارکت^{۳۶۰} با سرمایه‌گذاران خارجی است^{۳۶۱}.

در سال ۱۳۹۰ در حدود ۸۹ شرکت کوچک و بزرگ داروسازی در کشور فعال بودند که قدیمی‌ترین واحد داروسازی کشور، انسیتو پاستور بوده که در سال ۱۲۹۹ تاسی گردیده بود و بعد از آن بخش دارونی دانشکده داروسازی دانشگاه تهران در ۱۳۱۷ و داروسازی دکتر عبیدی در ۱۳۲۰ تاسیس شدند. در حال حاضر ۲۴ شرکت داروسازی سهامی عام هستند و سهام آن‌ها در بازار بورس ارائه شده است و انسیتو پاستور و موسسه رازی کاملاً دولتی هستند که اولی متعلق به وزارت بهداشت و دومی متعلق به وزارت جهاد کشاورزی است. همچنین حدود ۹۳ شرکت در واردات رسمی دارو فعالیت می‌کنند و ۳۰ شرکت نیز تحت عنوان مراکز فوریت‌های دارویی در کشور فعالیت دارند. همچنین ۳۳ شرکت نیز جز شرکت‌های سهامی دارویی در کشور وجود دارند.

امروزه تامین نیازهای دارویی کشور به مرز ۹۶ درصد رسیده است و این در حالی است که صنایع داروسازی کشور، به دلیل ضعف سیستم‌های بازاریابی این صنعت نتوانسته بازارهای مناسبی را در خارج از کشور بدست آورند، علیرغم آن‌که دارو می‌تواند یکی از اقلام صادراتی کشور محسوب گردد. گسترش صادرات و بازاریابی می‌تواند با تقویت نمایشگاه‌های داخلی و خارجی و دعوت از متخصصان

^{۳۶۰} Joint venture

^{۳۶۱} گزارش نگاهی به مشکلات صنعت دارو در کشور، شرکت مطالعات اقتصادی آریا سهم، ۱۳۹۰، www.aryasahm.com

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۷۱	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

ایرانی و خارجی و حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی و مطرح جهانی صورت گیرد. ولی در سال‌های اخیر بدلیل وجود تحریم‌ها و مشکلات نقدینگی از یک سوی و افزایش قیمت داروها و تورم داخلی از سوی دیگر، صادرات دارو را در کشور با محدودیت مواجه نمود. هم چنین می‌توان ادعا نمود که ساختار صنایع داروسازی کشور کمتر صادرات‌گرا و یا صادرات محور هستند، در جدول زیر صادرات مستقیم صنایع داروی کشور در طی دوره ۹۲-۱۳۸۳ ارائه شده است.

جدول (۱): صادرات مستقیم صنایع داروسازی

تولید (میلیون ریال)	صادرات مستقیم (میلیون ریال)	سهم صادرات از تولید (درصد)	
۱۳۸۳	۷,۶۴۹,۹۷۹	۲۵۹,۶۵۸	۳,۳۹
۱۳۸۴	۹,۰۵۹,۰۲۷	۲۷۲,۲۶۰	۳,۰۱
۱۳۸۵	۱۱,۶۶۳,۱۲۳	۲۶۴,۳۴۹	۲,۲۷
۱۳۸۶	۱۶,۲۹۳,۴۶۷	۵۸۸,۱۱۴	۳,۶۱
۱۳۸۷	۱۸,۹۸۹,۲۱۵	۶۳۵,۷۷۴	۳,۳۵
۱۳۸۸	۲۲,۵۲۸,۹۷۴	۷۷۶,۸۹۴	۳,۴۵
۱۳۸۹	۲۳,۸۹۲,۶۱۸	۷۳۶,۷۷۸	۳,۰۸
۱۳۹۰	۲۸,۵۳۷,۴۹۶	۱,۲۶۳,۵۲۴	۴,۴۳
۱۳۹۱	۳۵,۶۴۰,۸۹۴	۱,۷۲۲,۴۳۲	۴,۸۳
۱۳۹۲	۶۳,۶۲۹,۶۰۹	۱,۹۵۰,۵۳۸	۳,۰۷
متوسط	۲۳,۷۸۸,۴۴۰	۸۴۷,۰۳۲	۳,۴۵

ماخذ: مرکز امار ایران

ملاحظه می‌گردد در طی دوره مورد بررسی به طور متوسط صادرات مستقیم داروی کشور حدود ۲۴۷۷۸ میلیارد ریال است که در حدود ۳/۴۵ درصد تولیدات این صنعت صادر شده است که عملکرد نامناسبی است. در میان شرکت‌های تولید کنندگان دارو در ایران، تنها تعداد کمی از آنها صادراتی هستند

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۷۲		
تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

که می‌توان به شرکت داروپخش، داروسازی اکسیر و داروسازی کمتر اشاره نمود و سایر واحدهای داروسازی کشور تماماً تولید خود را در داخل می‌فروشد. البته متوسط آمار گمرک در صادرات دارو نشان می‌دهد که میزان صادرات دارو از ۷۵۸ دلار در ۱۳۸۱ به حدود ۳۰۰۰ دلار در ۱۳۹۲ افزایش یافته و عمده بازارهای صادراتی داروی ایران به ترتیب سهم عبارتند از: افغانستان، عراق، کشورهای CIS، اردن، امارت متحده عربی و سایر کشورهای آسیائی هستند.

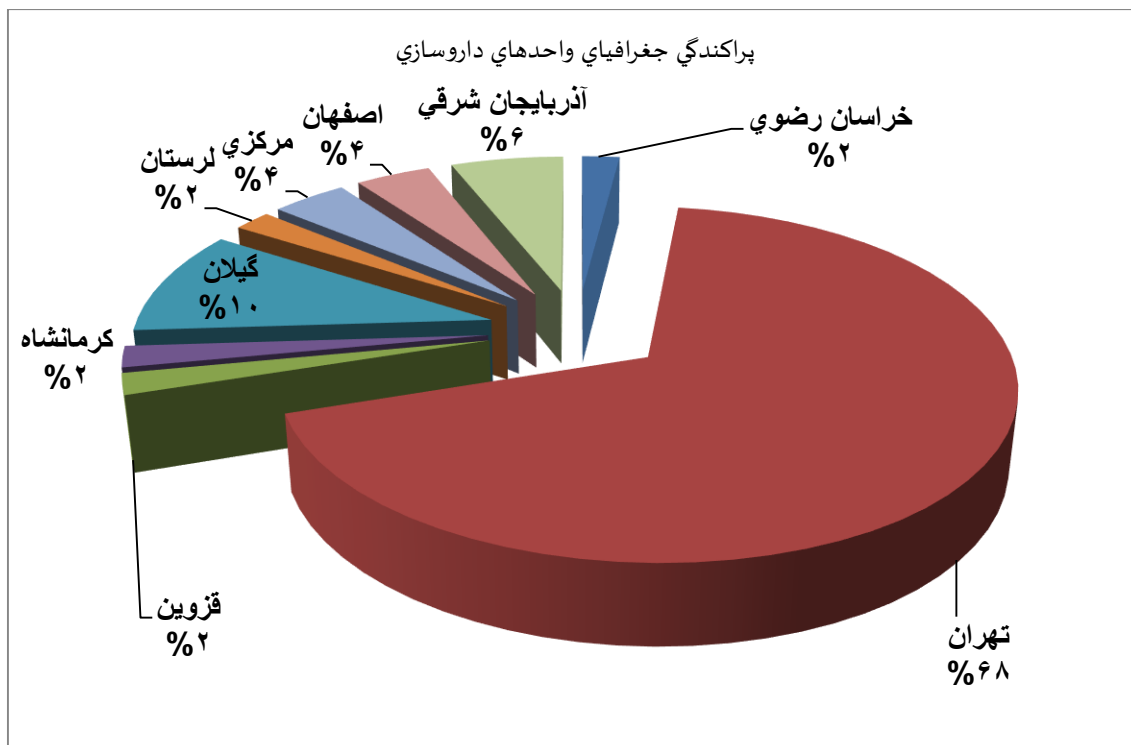
تعداد بنگاه‌های دارای ۱۰ نفر و بیشتر صنایع دارویی از ۱۴۵ بنگاه در سال ۱۳۸۳ به ۱۶۱ بنگاه در سال ۱۳۹۲ افزایش داشته است و این در حالی است که در این دوره این تعداد دارای نوسانی نیز است. متوسط نرخ رشد سالانه تعداد بنگاه‌های صنایع دارویی در طول سال‌های ۹۲-۱۳۸۳ در حدود ۲/۳۲ درصد است. بیشترین کاهش تعداد بنگاه‌های داروسازی کشور مربوط به سال ۱۳۸۸ است، خلاصه وضعیت بنگاه‌های داروسازی کشور در جدول زیر نمایش داده شده است:

جدول (۱): تعداد بنگاه‌های داروسازی کشور

	تعداد بنگاه		نحوه مدیریت	
	تعداد	نرخ رشد	خصوصی	عمومی
۱۳۸۳	۱۴۵		۱۲۷	۱۸
۱۳۸۴	۱۴۵	۰,۰۰	۱۲۷	۱۸
۱۳۸۵	۱۴۵	۰,۰۰	۱۳۱	۱۴
۱۳۸۶	۱۶۹	۱۶,۵۵	۱۵۸	۱۱
۱۳۸۷	۱۷۶	۴,۰۳	۱۶۹	۷
۱۳۸۸	۱۷۰	-۳,۳۱	۱۶۱	۹
۱۳۸۹	۱۶۱	-۵,۲۲	۱۴۸	۱۳
۱۳۹۰	۱۶۴	۱,۷۸	۱۵۳	۱۱
۱۳۹۱	۱۵۹	-۳,۰۵	۱۵۱	۹
۱۳۹۲	۱۷۵	۱۰,۰۶	۱۶۲	۱۳
متوسط	۱۶۱	۲,۳۲	۱۴۹	۱۲

منبع: مرکز آمار ایران

براساس مرکز اطلاع رسانی وزارت صنعت، معدن و تجارت، در حدود ۶۸ درصد واحدهای تولید دارو در استان است و استان گیلان با ۱۰ درصد در رتبه دوم قرار دارد و سهم سایر استانها در نمودار زیر مشخص شده است.



ماخذ: اطلاع رسانی وزارت صنعت، معدن و تجارت

مقیاس تولید شرکت‌های دارویی ایرانی بسیار پایین است که این موضوع با افزایش هزینه‌ها منجر به افزایش قیمت تمام شده محصولات گردیده است. لذا ضروری است شرکت‌های داروسازی با هر سیاست‌های ادغام، حجم تولید خود را افزایش داده و هزینه متمم شده خود را کاهش دهند. یکی از راه‌های ممکن از طریق افزایش تولید داروهای ژنریک ۳۶۲ پر مصرف جهت بازار داخل و صادرات به کشورهای آسیایی و آفریقایی است که سبب رقابت با داروهای با کیفیت و معتبر خارجی گردد. در این راستا شرکت‌های دارویی می‌توانند با تولید داروهای تجاری که قانون‌گذار نیز اجازه تولید آنها را داده است، دهک‌های بالای درآمدی جامعه را هدف‌گذاری نموده و فروش خود را افزایش دهند. هم‌چنین

مجری: فرزاد مرادپور		کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۷۴	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

به نظر می‌رسد در صورتی که شرکت‌های دارویی ادغام شوند و یا تشکیل هولدینگ تخصصی در راستای گسترش فعالیت و تولید بدهند در روند سودآوری آنها بسیار موثر خواهد بود^{۳۶۳}.

جدول (۱): مقیاس تولید واحدهای تولید دارو در کشور

جمع	۱۰-۱۹ نفر	۲۰-۲۹ نفر	۳۰-۳۹ نفر	۴۰-۴۹ نفر	۵۰-۹۹ نفر	۱۰۰-۴۹۹ نفر	۵۰۰-۹۹۹ نفر	۱۰۰۰ نفر و بیشتر
۱۳۸۳	۱۴۵	۲۸	۱۳	۱۷	۹	۱۷	۲	۲
۱۳۸۴	۱۴۵	۲۸	۱۲	۱۴	۲۱	۵۴	۲	۲
۱۳۸۵	۱۴۵	۲۳	۱۹	۱۱	۲۵	۵۱	۳	۲
۱۳۸۶	۱۶۹	۴۰	۱۵	۱۰	۱۸	۲۴	۴	۲
۱۳۸۷	۱۷۶	۲۷	۳۱	۱۴	۱۶	۲۴	۴	۲
۱۳۸۸	۱۷۰	۲۳	۳۲	۱۵	۱۱	۲۵	۶	۱
۱۳۸۹	۱۶۱	۲۲	۲۲	۱۱	۱۵	۳۲	۷	۱
۱۳۹۰	۱۶۴	۲۴	۲۰	۱۲	۱۶	۲۸	۶	۱
۱۳۹۱	۱۵۹	۱۱	۲۷	۱۵	۱۱	۳۰	۵	۰
۱۳۹۲	۱۷۵	۱۷	۲۰	۱۲	۱۴	۳۵	۷۲	۰

ماخذ: مرکز آمار ایران

ملاحظه می‌گردد که بیشترین فراوانی شرکت‌های تولید دارو در ایران در دامنه ۱۰۰ تا ۴۹۹ نفر کارکن است که در مقایسه با تولید کنندگان جهانی کوچکتر است.

۳-۲-۷- بررسی ادغام در صنایع داروسازی کشور

در این قسمت به تجزیه و تحلیل نتایج تجربی جهت ادغام در بنگاه‌های داروسازی کشور با استفاده از آمار و ارقام سال ۱۳۹۳ پرداخته می‌شود. طبق مبانی نظری موجود در این رابطه دو شاخص مهم و قابل استناد جهانی به نام‌های شاخص شاخص نسبت تمرکز n بنگاه برتر و شاخص هرفیندال - هیرشمن وجود دارد که در این مطالعه نیز از آن‌ها استفاده شده است و نتایج در جدول زیر ارائه شده است.

^{۳۶۳} گزارش نگاهی به مشکلات صنعت دارو در کشور، شرکت مطالعات اقتصادی آریا سهم، ۱۳۹۰، www.aryasahm.com

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۷۵		

جدول (۱): شاخص تمرکز ۴ بنگاهی و ۸ بنگاهی بنگاه‌های تولید دارو

سال	CR ₄	درجه تمرکز	CR ₈	درجه تمرکز
۱۳۹۳	۳۲/۷۰	نسبتاً پایین	۵۲/۲۲	نسبتاً پایین

ماخذ: آمار و اطلاعات سازمان بورس و اوراق بهادار تهران (۱۳۹۳) و محاسبات تحقیق

جدول (۲): شاخص تمرکز ۴ بنگاهی و ۸ بنگاهی بنگاه‌های تولید دارو

سال	CR ₄	درجه تمرکز	CR ₈	درجه تمرکز
۱۳۹۲	۱۹/۵۸	نسبتاً پایین	۳۴/۲۸	نسبتاً پایین

ماخذ: آمار و اطلاعات وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی (۱۳۹۲) و محاسبات تحقیق

مطابق با طبقه‌بندی درجه تمرکز بین ۳۶۴ (۱۹۶۸) که در دو جدول فوق آمده‌است، در هر دو حالت ۴ بنگاهی و ۸ بنگاهی درجه تمرکز نسبتاً پایین است که بر این اساس، در صورت عدم توجه به مالکیت بنگاه‌ها و مدیریت به هم پیوسته آن‌ها، درجه تمرکز بین بنگاه‌های تولید پایین است که نشان‌گر ساختار بازار غیر انحصاری است.

جدول (۳): شاخص تمرکز هرفیندال-هیرشمن صنایع دارو سازی

سال	HHI	نوع بازار	تعداد بنگاه موجود	HHI/10000	تعداد بنگاه بهینه
۱۳۹۳	۵۲۲	انحصار چند جانبه	۳۲	۰/۱۲۱	۸

ماخذ: آمار و اطلاعات سازمان بورس و اوراق بهادار تهران (۱۳۹۳) و محاسبات تحقیق

جدول (۴): شاخص تمرکز هرفیندال-هیرشمن صنایع دارو سازی

سال	HHI	نوع بازار	تعداد بنگاه موجود	HHI/10000	تعداد بنگاه بهینه
۱۳۹۲	۲۶۲/۷۹	رقابت انحصاری	۱۰۷	۰/۰۲۶	۳۸

ماخذ: آمار و اطلاعات وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی (۱۳۹۲) و محاسبات تحقیق

در بازار رقابت انحصاری ورود بنگاه‌ها تا زمانی اتفاق می‌افتد که انتظار سود در بازار وجود داشته باشد یعنی تا جایی که منحنی تقاضا و منحنی هزینه متوسط بر یکدیگر مماس شوند و در تعادل کوتاه مدت بنگاه تا جایی تولید می‌کند که هزینه نهایی (MC) و درآمد نهایی (AR) با یکدیگر برابر بوده تا سودش حداکثر شود.

با توجه به مقادیر شاخص HHI و طبقه‌بندی شیفرد و همکاران، ساختار بازار دارو کشور رقابت انحصاری است. لذا با توجه به نتایج مذکور و تعداد بنگاه‌های موجود در صنعت داروسازی ادغام توصیه می‌گردد. ضمناً باید توجه نمود که این نتایج مربوط به واحدهای فعال در این صنعت است که امکان پذیری کمتری برای ادغام دارند ولی از سوی دیگر این واحدها می‌توانند از ادغام در مدیریت، بازاریابی، تحقیق و توسعه، صادرات، خرید مواد اولیه و ... استفاده کنند. ولی برای واحدهای که هنوز پیشرفت چندانی نداشته و یا احداث واحدهای جدید ضرورت دارد که ادغام در این واحدها صورت گرفته تا از منافع حاصل از آن استفاده گردد و کمک بیشتری به رشد و توسعه این صنعت در کشور گردد و خطرات احتمالی عدم رقابت پذیری و سایر مسائل در آینده به دور بوده و آسیب ندیده و یا متحمل حداقل ضرر و زیان در این خصوص گردند.

در ادامه جهت بررسی موضوع ادغام در بنگاه‌های تولید کننده دارو در کشور نتایج ادغام در این صنعت را نیز با استفاده از روش سطح تولید بهینه ۳۶۵ (MES) محاسبه می‌کنیم.^{۳۶۵}

$$MES = \sum_{i=\frac{n}{2}}^n \frac{X_i}{(n/2)}$$

$$REMS = \frac{MES}{\sum X_i}, \quad 0 \leq REMS \leq 1$$

که در آن X_i میزان فروش هر بنگاه و n تعداد بنگاه‌های فعال در صنعت است که نتایج بنگاه‌های تولید دارو در سال ۱۳۹۳ با ۱۰۷ بنگاه به صورت زیر است:

^{۳۶۵}. Minimum Efficient Size (MES)

^{۳۶۶} - برای توضیحات بیشتر به مقاله صرفه‌های مقیاس در اقتصاد ایران: مورد بخش صنعت مراجعه شود.

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۷۷	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

جدول (۱): شاخص MES صنایع دارو سازی

سال	RMES	تعداد بنگاه موجود	نتیجه
۱۳۹۲	۰/۰۲	۱۰۷	۳۸

ماخذ: آمار و اطلاعات وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی (۱۳۹۲) و محاسبات تحقیق

نتایج جدول فوق نشان می‌دهد که مقدار شاخص RMES (سطح تولید بهینه نسبی) صنعت دارو سازی کشور در سطح بسیار نازلی است که می‌تواند حاکی از آن باشد که این صنعت از منافع حاصل از صرفه‌های مقیاس برخوردار نیست و نتیجه مهم دیگر آن است که این در این صنعت تعداد زیادی بنگاه مشغول به فعالیت هستند (این بنگاه‌ها کوچک هستند) که ادغام آنها از این منظر قابل توجیه است و توصیه می‌گردد.

بنابراین در هر دو حالت ۴ بنگاهی و ۸ بنگاهی درجه تمرکز نسبتاً پایین است که بر این اساس، در صورت عدم توجه به مالکیت بنگاه‌ها و مدیریت به هم پیوسته آنها، درجه تمرکز بین بنگاه‌های تولید پایین است که نشان‌گر ساختار بازار غیر انحصاری است.

با توجه به مقادیر شاخص HHI و طبقه‌بندی شیفرد، ساختار بازار داروی کشور رقابت انحصاری است. با توجه رقابت انحصاری بودن ساختار بازار داروی کشور و تعداد بنگاه‌های موجود در صنعت داروسازی ادغام توصیه می‌گردد.

نتایج حاصل از این مطالعه مربوط به واحدهای فعال در صنعت داروسازی است که امکان پذیری کمتری برای ادغام دارند اگرچه این واحدها می‌توانند از ادغام در مدیریت، بازاریابی، تحقیق و توسعه، صادرات، خرید مواد اولیه و ... استفاده کنند.

نتایج مربوط به محاسبات سطح تولید بهینه نسبی در صنعت داروسازی کشور نشان می‌دهد که این شاخص در سطح بسیار نازلی است که بیان‌گر آن است که این صنعت از منافع حاصل از صرفه‌های مقیاس برخوردار نیست و در این صنعت تعداد زیادی بنگاه مشغول به فعالیت هستند (این بنگاه‌ها کوچک هستند) که ادغام آنها از این منظر توصیه می‌گردد.

مجرى: فرزاد مرادپور		کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۷۸	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

توصیه اکید می‌گردد برای واحدهای که هنوز پیشرفت چندانی نداشته و یا احداث واحدهای جدید، ضرورت دارد که ادغام در این واحدها صورت گرفته تا از منافع حاصل از آن استفاده گردد و کمک بیشتری به رشد و توسعه این صنعت در کشور گردد و خطرات احتمالی عدم رقابت‌پذیری و سایر مسائل در آینده به دور بوده و آسیب ندیده و یا متحمل حداقل ضرر و زیان در این خصوص گردند.

۳-۲-۳- جمع‌بندی مطالعات موردی

مطالعات پیشین صورت گرفته غالباً حاکی از بالا بودن تمرکز در بخش عمده یا مهمی از فعالیت‌های صنعتی کشور است (صالحی، ۱۳۷۷ و خداداد کاشی، ۱۳۷۷ و پورپرتوی و دیگران، ۱۳۸۸). البته پاره‌ای از صنایع به جهت هزینه‌های ثابت بالای خود در سراسر جهان صنایعی متمرکز به شمار می‌آیند که دو صنعت موضوع مطالعه موردی در این پژوهش (فولاد و داروسازی) در کنار صنایعی چون صنایع شیمیایی و خودرو در این گروه قرار می‌گیرند. علاوه بر این کشورهای در حال توسعه و در حال گذار و اقتصادهای نوظهور عموماً نسبت به کشورهای توسعه یافته درجه تمرکز بالاتری در بخش بزرگی از صنایع دارند که به عواملی چون محدود تر بودن تقاضای داخلی، سابقه سیاست‌های جایگزینی واردات و حتی سهم قابل توجه اقتصاد غیر رسمی نسبت داده می‌شود. در عین حال همین مطالعات (خداداد کاشی، ۱۳۸۶) گویای فقدان مقیاس در عمده فعالیت‌های صنعتی کشورمان با در نظر داشتن ابعاد اقتصاد است که دستیابی به مقیاس لازم را در گروه صادرات قرار می‌دهد. پایین بودن شمار بنگاههای بین‌المللی کشورمان حتی در قیاس با رقبای منطقه‌ای نیز موید این وضعیت است. به علاوه سهم بنگاههای با بیش از ۱۰ نفر کارکن (که در تعریف مرکز آمار بنگاه بزرگ تلقی می‌شود) در حدود ۱۰ درصد اندازه اقتصاد است که کمتر از نصف سهمی است که در بسیاری از کشورهای جهان وجود دارد. در این قسمت از تحقیق به تجزیه و تحلیل ادغام در بنگاه‌های داروسازی و فولاد کشور با استفاده از آخرین آمار و اطلاعات قابل دسترس پرداخته شده است. در این مطالعه به بررسی امکان ادغام واحدهای تولید کننده فولاد خام در بخش خصوصی و بنگاه‌های تولید کننده داروی کشور پرداخته گردید. در این مطالعه برای قضاوت و امکان ادغام در بنگاه‌های مذکور شاخص‌های مختلفی از قبیل شاخص‌های تمرکز چهار بنگاهی، هشت بنگاهی و شاخص هرفیندال - هرشمن استفاده شده است.

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۷۹	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

در ادامه این مطالعه، جهت بررسی تجربه سایر کشورها در موضوع ادغام و چگونگی عملکرد آنها، در کشورهای منتخب (ژاپن، چین، هند، آلمان، مالزی و کره جنوبی) به بررسی و تجزیه و تحلیل عملکرد و تجربه آنها در رابطه با ادغام در صنایع تولید کننده دارو و فولاد پرداخته شده است.

نتایج تجربه کشورهای منتخب حاکی از آن است که این کشورها در این زمینه عملکردهای متفاوتی داشته‌اند. ادغام در این کشورها با رکود اقتصادی و برنامه‌های توسعه آنها رابطه مستقیم داشته است. در خصوص عملکرد ادغام در فولاد بهترین تجربه مربوط به کشورهای ژاپن، چین و هند است و در خصوص داروسازی نیز کشورهای هند و ژاپن نسبت به سایر کشورها، عملکرد بهتری داشته و برای ایران قابل استفاده خواهد بود.

ادغام‌ها در جهان در طی دوره ۲۰۱۲-۲۰۰۸ نسبت به سایرها از شتاب بیشتری برخوردار بوده است زیرا یکی از عوامل موثر بر ادغام‌ها در جهان بحران اقتصادی است و در این دوره نیز بدلیل بروز بحران در اقتصاد جهانی این موضوع شدت بیشتری یافته است. در صنایع داروسازی ادغام در سال ۲۰۱۱ بیش از ۵۴۸ مورد روی داده است که ارزشی برابر با ۵۱۵ میلیارد دلار داشته است، هم‌چنین در طی دوره ۲۰۱۰-۲۰۰۸ صنایع بزرگ داروئی جهان به نفوذ خود را در بازارهای نوظهور جهان از طریق ادغام و تملک گسترش دادند که حدود ۵۰ درصد ادغام‌ها در این دوره مربوط به صنایع داروسازی بوده است و در بین مناطق نیز ۲۹ درصد مربوط به امریکای شمالی، ژاپن، اروپا و استرالیا بوده است.

از مهم‌ترین دلایل ادغام می‌توان به کاربرد بهینه دارایی‌ها، کاهش هزینه‌های بالاسری، کاستن هزینه‌های زنجیره تامین و توزیع کالا در کنار تمرکز بر ساختار و نوسازی مکمل در سیستم، هم‌پوشانی‌های نقاط ضعف و هم‌افزایی‌های نقاط قوت در جهت افزایش سودآوری یک بنگاه اشاره نمود.

هم‌چنین بنگاه‌ها ممکن است برای جلوگیری از ورود یک بنگاه کوچک‌تر به مناطق استراتژیک بازار آن‌ها سعی در تصاحب این گونه بنگاه‌ها می‌نمایند. ادغام دو بنگاه می‌تواند برای در اختیار گرفتن قیمت‌ها و حفظ حاشیه سود و یا افزایش اعتبار و دیسپلین یک کمپانی و داشتن سهم بیشتری از بازار باشد.

سایر نتایج نشان می‌دهد که مهم‌ترین دلیل در ادغام بنگاه‌ها می‌تواند تناسب بین بازار و طرح‌های توسعه‌ای باشد که موجب خواهد شد تعداد تصمیم‌گیران مستقل در بازار کاهش یابد که نتایج متحدتر و کارا تر گردد.

مجری: فرزاد مرادپور		کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۸۰	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

مهم‌ترین مشکل در ادغام‌ها زمانی اتفاق می‌افتد که توافق نامه‌هایی که ادغام دو بنگاه را سبب شده است توسط یکی یا هر دو بنگاه نقض شده و پابرجا نماند که در چنین حالتی بازگشت به حالت قبل از ادغام صورت می‌گیرد و مشتریان و تامین کنندگان و سهام‌داران را ضرر و زیان مواجه خواهد نمود و ممکن است سبب انتقام‌گیری، تخریب بازار و نشان تجاری رقیب و حمله به نقاط ضعفی که اکنون اطلاع بهتری نسبت به آن دارند گردد.

تجربه جهانی حاکی از آن است که نه تنها در فولاد بلکه در تمام صنایع تا دو سوم ادغام‌ها علاوه بر نداشتن هیچ‌گونه سودی به زیان طرف‌های ادغام نیز منجر شده‌است.

به‌طور نسبی ادغام‌هایی که در بین دو بنگاه از یک منطقه و فرهنگ جغرافیایی عملیاتی می‌گردد موفق‌تر هستند نسبت به ادغام‌های که با فاصله‌های زیاد و فرهنگ‌های متفاوت صورت گرفته‌است.

از عوامل مهم در موفقیت ادغام‌ها در جهان می‌توان به توانایی بنگاه خواهان ادغام و مدیریت شرکت ادغام شده در جلب رضایت کارکنان، حل و فصل مسائل، از بین بردن با سرعت تفاوت‌های فرهنگی که ممکن است در کسب و کارها وجود داشته باشد.

دیگری آن که ادغام‌ها می‌تواند داخلی و یا برون مرزی باشد که به دنبال دست یافتن به فرصت‌های بهتری برای موفقیت هستند.

بنگاه‌های ایرانی می‌توانند برای پوشانیدن نقاط ضعف خود از ادغام با بنگاه‌های فولادی سایر نقاط دنیا بسیار منتفع شوند که استفاده از تکنولوژی‌های جدید، بهره‌بردن از آخرین دستاوردهای تحقیق و توسعه و نگرش اصولی به کسب و کار بر مبنی اصول علمی از جمله فواید چنین ادغام‌هایی برای بنگاه‌های ایرانی است.

هم‌چنین بطور قطع کاهش قیمت تمام شده از دیگر پیامدهای ادغام با بنگاه‌های خارجی برای بنگاه‌های داخلی خواهد بود که منجر به افزایش کیفیت و شهرت برای برند بنگاه‌های ایرانی خواهد بود.

نهایتاً مطالعه موردی دو صنعت فولاد و داروسازی حاکی از آنست که صرف نظر از چند بنگاه بزرگ دولتی فولاد که از حداقل مقیاس لازم برخوردارند وضعیت استفاده از صرفه‌های مقیاس به جهت تعدد و تکثر واحدهای کوچک در هردو صنعت بسیار نازل است. در صنعت فولاد حجم ظرفیت عظیمی از

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۸۱	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

صدور مجوز تاسیس بدون در نظر داشتن صرفه های مقیاسی و آمایش سرزمینی صورت گرفته است که در مراحل اولیه فعالیت اند و در اولویت نخست برای ادغام قرار دارند. در صنعت داروسازی نیز وجود چند هولدینگ بزرگ دولتی فرصتی را برای ادغام واحدها یا خطوط با تولیدات مشابه در هر هولدینگ برای دستیابی به صرفه های مقیاسی فراهم آورده است که در اولویت برای ادغام هستند. متأسفانه تلاشهای پیشین در این خصوص به جهت مشکلات حقوقی، مدیریتی، منابع انسانی، فرهنگی و تعارضات منافع سهامداران ناکام مانده است.

نتایج پایانی و پیشنهادها

با توجه به مطالبی که در این پژوهش مورد مطالعه قرار گرفت، نتایج و پیشنهادهای ذیل قابل ارایه می باشد:

۱- ادغام میان بنگاه ها از شیوه های شایع افزایش اندازه، توسعه، انجام انواع صرفه جویی و کاهش هزینه ها بویژه هزینه های مبادلاتی، ارتقای کارایی و هم افزایی میان شرکتها محسوب می شود. مقیاس بزرگتر تولید با کاهش هزینه متوسط تولید به جهت وجود هزینه ثابت، با کاهش هزینه مواد اولیه به جهت خرید یکباره در حجم بیشتر و کاهش هزینه ناشی از به صرفه بودن استفاده از عوامل تولید برخوردار از بهره وری بالاتر می تواند به ارتقای توان رقابت بینجامد. گسترش بازارهای ملی به بازارهای جهانی از سویی فرصت های صرفه های مقیاس را توسعه داده و برخورداری اقتصادهای کوچکتر را نیز از چنین صرفه هایی میسر ساخته است، اما از سوی دیگر ارتقای فناوریها و ضرورت هر چه بیشتر تحقیق و توسعه و نیز تشدید فعالیت های بازاریابی و خدمات مشتریان و دیگر هزینه ها و مخاطرات بویژه در بازارهای صادراتی قابلیت هایی را ضروری ساخته است که غالباً بنگاه های بزرگتر از آن برخوردارند. چنین وضعیتی در بسیاری از رشته فعالیت ها و بازارها ساختاری شبه انحصاری پدید آورده است که خود مانعی بازدارنده برای ورود به بازارها محسوب می شود. جبران کاهش سود ناشی از تشدید رقابت داخلی که از قابلیت بنگاهها برای سرمایه گذاری گسترده در عرصه های لازمه رقابت خارجی می کاهد و ارتقای قابلیت رقابت بین المللی به منظور الحاق به سازمان جهانی تجارت

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی
صفحه: ۲۸۲	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

از دیگر انگیزه‌های شکل دهنده بنگاه‌های بزرگتر به شمار می‌رود. بویژه آنکه اغلب اندازه بنگاه عاملی موثر در بقای بنگاه و کاهش آسیب‌پذیری آن محسوب می‌شود. از این رو، ایجاد بنگاه‌های بزرگ از طریق ادغام یا تملک بنگاه‌های کوچکتر و یا پیوندهای افقی و عمودی فعالیت‌ها و حتی خوشه‌سازی آنها همگی ابزارهایی در این جهت هستند. ادغام و بویژه تملک حتی به منزله ابزاری به منظور استفاده از نام تجاری جهت نفوذ در بازارهای بین‌المللی به کار بسته شده است. تجربیات متعدد بین‌المللی حاکی از وجود سیاست‌های مشخصی در ترغیب ادغام بنگاه‌ها و شکل‌گیری بنگاه‌های بزرگ مقیاس بویژه در مقاطعی از توسعه است که در قالب انعطاف‌های قانونی و عملی نسبت به ضوابط قوانین رقابت و تقدم سیاست صنعتی بر سیاست رقابتی منعکس گردیده است.

۲- حمایت از شکل‌گیری و فعالیت بنگاه‌های بزرگ در ژاپن نزدیک به یک قرن و ربع (از دوران می‌جی تا دهه ۹۰) در زمره اولویتهای برنامه‌ریزی اقتصادی این کشور بوده است. هدف از اتخاذ چنین رویکردی، افزایش صرفه‌های مقیاسی و ارتقای توان رقابت شرکتهای ژاپنی در بازارهای بین‌المللی بوده است. ژاپن حتی در چشم انداز ساختار صنعتی سال ۲۰۱۰ خود نیز درصدد اصلاح کاهش سودآوری ناشی از تعدد بنگاه‌های خود در هریک از رشته فعالیت‌های صنعتی از طریق تسهیل ادغام بنگاه‌ها برآمده است. مقررات ناظر بر حفظ رقابت در ژاپن در عمر ۷۰ ساله خود فراز و فرودهای متعددی را پشت سر گذاشته و چندین توبت بازنگری و اصلاح را تجربه کرده است. ازجمله این که از دهه پنجاه تا نود با سهل‌گیری در اجرای خود از سوی کمیسیون تجارت منصفانه روبرو بود و محدودیتهای آن در تشکیل بنگاه‌های بزرگ به نحو گسترده‌ای نادیده گرفته شد تا آنجا که در نیمه نخست این فاصله زمانی تنها یک ادغام منع گردید. سهم تمرکز سه بنگاهی در ۲۰ صنعت پیشروی ژاپن در ۱۹۵۰ بالغ بر ۵۳ درصد و در ۱۹۶۲ بالغ بر ۴۴ درصد بوده است. محاسبه شاخص تمرکز کلی (سهم فروش ۱۰۰ بنگاه بزرگتر) نیز گویای کاهش تمرکز در دهه ۱۹۵۰، ثبات و کاهش ملایم در دهه ۱۹۶۰ و افزایش در دهه ۱۹۷۰ است که کاهش تمرکز با وجود ادغام‌های صورت گرفته به ورود بنگاه‌های جدید نسبت

مجرى: فرزاد مرادپور		کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۸۳	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

داده می شود. نقش فعالانه دولت ژاپن در تشویق ادغام و ترتیبات کارتلی با تاکید بر صادرات (وضع اهداف عملکردی صادراتی و سهم از بازار جهانی در ازای حمایت های دریافتی بنگاهها از جمله کنترل واردات) و نیز حفظ رقابت در قالب انحصار چندجانبه (به جای تمرکز منابع و یارانه بر یک تولیدکننده) در این مقطع قابل مشاهده است. اگرچه در مقررات کنونی ژاپن، از حکم ممنوعیت ترکیب های تجاری ای که به محدود شدن اساسی رقابت منجر می گردند، معافیت های قابل توجهی پیش بینی نشده است اما در حقوق رقابت ژاپن: اولاً انعقاد و اجرای ترکیب های تجاری ای مذکور جرم نبوده و با هیچ ضمانت اجرای کیفری مواجه نمی باشد؛ ثانیاً عدم رعایت دستورها و تصمیمات اتخاذ شده توسط کمیسیون نیز با هیچ ضمانت اجرایی همراه نیست و تنها حربه کمیسیون برای الزام بنگاه ها به تبعیت از محدودیتها و ممنوعیت های قانون ضد انحصار صدور دستور توقف است. خفیف بودن ضمانت اجرای تخطی از مقررات قانون ضد انحصار و عدم بازدارندگی آنها موجب شده است تا ادعا شود که سیاست گذاران اقتصاد ژاپن با توجه به ساختار و فرهنگ اقتصادی خود و حمایت دیرینه از تشکیل و فعالیت بنگاه های بزرگ هیچ گاه به دنبال اجرای جدی و سخت گیرانه قانون مذکور نبوده اند. در واقع، رویکرد سهل گیرانه اقتصاد این کشور به تجمع قدرت بازاری شرکتها به گونه ای است که می توان گفت هراس و دغدغه چندانی از ناحیه آنها احساس نمی کند. به بیان دیگر، افزایش صادرات و حفظ و تقویت موقعیت رقابتی بنگاه های ژاپنی در بازارهای بین المللی اهمیتی بیشتر از وجود و حفظ رقابت در بازارهای داخلی آن کشور داشته است و با وجود قانون ضد انحصار، در صورتی که انحصاری همراه با مزیت های مذکور باشد اقتصاد ژاپن آن را تحمل می کند.

۳- سیاست گذاران کره در دو دهه آخر قرن بیستم متناسب با شرایط و زیرساخت های اقتصادی آن روزگاران خود، یکی از اولویتهای اقتصادی کره را بر حمایت از شکل گیری بنگاه های بزرگ نهادند که بتوانند در بازارهای بین المللی با بنگاه های خارجی رقابت داشته باشند. قانون رقابت کره در عمر ۳۵ ساله خود تاکنون نزدیک به ۴۰ بار بازنگری و اصلاح را تجربه کرده است و تنها در دهه نود، ۱۸ بار در آن اصلاح صورت گرفته است. این امر نشان دهنده جدیت قانون گذار کره ای در هماهنگ سازی یکی از مهمترین قوانین نظام اقتصادی خود با تحولات پیوسته بازار

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی
صفحه: ۲۸۴	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

و شرایط اقتصادی روز کشور خود است. در کره نیز حتی اگر ادغام یا ترکیب بنگاه‌ها منجر به محدود شدن اساسی رقابت گردد ممکن است تحت شرایطی از معافیت بهره‌مند شود. این معافیتها که در ماده ۷ قانون تنظیم انحصارات و تجارت منصفانه پیش‌بینی گردیده‌اند با توجه به تغییر شرایط اقتصادی کشور مذکور و توسعه انفجارگونه آن همگام با این تحولات در آستانه ورود به هزاره جدید دست‌خوش تغییرات عمیق و بنیادینی شده‌اند. به‌نحوی که با کمتر شدن روزافزون فاصله اقتصادی با کشورهای بزرگ صنعتی، این کشور مقررات رقابت و به‌ویژه رژیم ادغامی خود را هرچه بیشتر با مقررات رقابت کشورهای توسعه یافته هماهنگ و تلاش کرده است تا با کاستن از رفتارهای پدرسالارانه دولت علی‌الخصوص به بهانه‌های غیراقتصادی تا حد ممکن از مداخله در بازارهای داخلی بکاهد. از اواخر دهه هفتاد، ادغام بنگاه‌ها در کره به مثابه ابزار مهمی برای رشد شرکتها به‌ویژه شرکت‌های کوچک و متوسط تلقی گردید. بنابراین، سیاست حمایت از شکل‌گیری شرکت‌های بزرگ مبدل به یکی از اولویتهای برنامه توسعه اقتصادی کره شد و بر مبنای همین رویکرد بود که نسبت به ادغام و تملک شرکت‌های داخلی با وجود آن که ممکن بود بازارهای ملی را به سمت انحصار سوق دهند، سخت‌گیری کمتری روا داشته شد. به‌طوری که اگر هر نوعی از ترکیب از بنگاه‌ها رقابت را حتی به‌طور اساسی محدود می‌کرد می‌توانست با اثبات ضرورت انجام ترکیب موردنظر جهت تقویت قدرت رقابت بنگاه داخلی با رقبای خارجی و نقش‌آفرینی آن در بازارهای بین‌المللی از حکم ممنوعیت مقرر در ماده ۷ قانون فوق‌رہایی یابد. در این مقطع زمانی، ادغام یا ترکیبی از بنگاه‌ها که با هدف تقویت توان رقابت بین‌المللی صورت می‌گرفتند در صورت اثبات یکی از موارد ذیل در هر حال مجاز به‌شمار می‌آمدند: الف- در جایی که توان رقابت بین‌المللی بتواند به نحو قابل توجهی بر مبنای قیمت و کیفیت از طریق شتاب یافتن توسعه تکنولوژی، دستیابی به سطوح مطلوب مدیریتی و نظایر آن بهبود یابد و یا: ب- در جایی که مشارکتی جدی بتواند موجب افزایش صادرات به‌واسطه شتاب بخشیدن به فعالیتهای بازرگانی در بازارهای خارجی نظیر جمع‌آوری اطلاعات، بازاریابی و فروش شود. در اوایل دهه ۱۹۸۰ سهم تمرکز سه بنگاهی متوسط تمام صنایع در

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۸۵	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴ ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

کره ۶۲ درصد بوده است که نسبت به سهم ۵۶ درصدی ژاپن در همان زمان تمرکز بالاتری را نشان می دهد که به محدود بودن ورود بنگاههای جدید در کره برخلاف ژاپن نسبت داده می شود. سیاست مذکور تا سال ۱۹۹۹ در کره جنوبی دنبال گردید. نقش فعالانه دولت کره در تشویق بنگاههای بزرگ با سیاست کنترل مجوزهای ورود و فعالیت و اعطای اعتبارات یارانه ای با وضع الزامات عملکردی ناظر بر حداقل میزان صادرات یا شمار محصولات صادراتی در این مقطع به نحو بارزی قابل مشاهده است. کره جنوبی در حالی که از سال ۱۹۸۰ تا ۱۹۹۹ در مقایسه با شرکتهای کوچک و متوسط، اولویت را به شرکتهای بزرگ می داد پس از به دست آوردن نتایج مطلوب و حصول اهداف خود ثمر نتیجه اجرای موفق دو دهه قانون صدرالاشاره، با انجام اصلاحاتی بنیادین از حمایت خود از تشکیل بنگاههای بزرگ داخلی تا حد زیادی کاست. با رفع فاصله میان اقتصاد کشور مزبور با کشورهای صنعتی جهان همچنین شکل گیری بنگاههای بزرگ، سیاست حمایت از اندازه شرکتهای جای خود را به معیار اقتصادی ارتقای کارایی داد. البته، باید خاطرنشان کرد که اگرچه در اصلاحات به عمل آمده در سال ۱۹۹۹، معافیت تقویت رقابتمندی بین المللی لغو گردیده اما کمیسیون تجارت منصفانه گاه حمایت خود از افزایش قدرت رقابت بنگاههای داخلی در عرصه های بین المللی را در پوشش افزایش کارایی پنهان کرده است.

۴- چینها نیز در دهه ۱۹۹۰ کوشیدند سیاستی مشابه سیاست ژاپنها در دهه ۱۹۶۰ را به منظور تقویت رقابت بین المللی بنگاههای خود و کاستن از شکنندگی آنها در اثر شوک الحاق به گات و سازمان جهانی تجارت دنبال کنند. این سیاست صنعتی در چین بویژه در خودروسازی، موتورسیکلت سازی و صنایع الکترونیک که پراکندگی و تعدد بالایی داشتند و در خصوص قابلیت رقابت بین المللی آنها نگرانیهایی وجود داشت با نقش فعالانه دولت صورت گرفت. با وجود برخی انتقادات از قرار دادن معیار بزرگ بودن برای انتخاب بنگاههای مورد حمایت، چینی ها در تصویب قانون ضد انحصار خود در سال ۲۰۰۷ انعطاف های مهمی را درخصوص ادغام گنجانند که از عزم دولت چین بر استمرار این سیاست حکایت داشت. ماده ۲۸ این قانون به وزارت بازرگانی این کشور اجازه می دهد در صورت وجود منافع عمومی

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی
صفحه: ۲۸۶	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

تمرکز و آثار مثبت آن حتی با وجود آثار ضد رقابتی ادغامها تصمیم به عدم منع تمرکز بگیرد. شرط منافع عمومی بیشتر ملاحظات سیاست صنعتی را به همراه دارد تا سیاست رقابتی. یعنی مستقیماً به دغدغه‌های رقابت بازار مربوط نمی شود بلکه مطابق با تفسیر صورت گرفته توسط کنگره ملی خلق چین عواملی چون تقویت توسعه صنایع موثر بر حیات اقتصاد ملی و امنیت ملی، تضمین اشتغال، توسعه پیشرفت فناوری و تقویت رقابت بین المللی بنگاههای داخلی را شامل می شود. ضابطه منافع عمومی اختیار وسیعی را برای وزارت بازرگانی چین در لحاظ اهداف سیاستی غیر مرتبط با رقابت و توجیه ادغامهای ضد رقابتی فراهم می سازد و از آنجا که ادغامهای میان بنگاههای چینی نسبت به ادغامهای میان بنگاههای خارجی یا چینی و خارجی احتمال انطباق بالاتری با منافع عمومی دارند می تواند محملی تبعیض آمیز در اعمال قانون کنترل ادغام چین نیز ایجاد نماید. برنامه های حمایتی دولت چین از ادغام و تملک را می توان از جمله در قالب تبدیل بدهی به سهام، خرید سهام و برخی رفتارهای ترجیحی و حتی اقدامات سلبی (از قبیل عدم اعطای تسهیلات و برق به بنگاههای سرباز زننده از ادغام) مشاهده کرد.

۵- در آلمان نیز که یک اقتصاد پیشروی صنعتی و توسعه یافته است و به علاوه قریب دو سوم اقتصاد آن را بنگاههای کوچک و متوسط تشکیل می دهند پس از آنکه سالها (۱۹۵۷-۱۹۷۴) قانون رقابت این کشور اساساً فاقد ضوابط کنترل ادغام بود معافیتهایی از ضوابط مزبور در قانون رقابت پیشبینی گردید و ازجمله در ماده ۴۲ به وزارت امور اقتصادی و انرژی این کشور اجازه داده شد تا اگر تملک یا ادغام یا به طور کلی هر اقدام تمرکززایی میان بنگاههای آلمانی رخ دهد و به واسطه محدود شدن جدی رقابت در نتیجه این تمرکز از سوی اداره کارتل فدرال ممنوع اعلام گردد چنانچه ثابت شود وقوع تمرکز مذکور به سود کل اقتصاد این کشور بوده و یا به سود منافع عمومی باشد مجوز اجرای آن را صادر کند تنها بدین شرط که محل نظام اقتصاد بازار نباشد. بررسی یک دوره حدود سی ساله (۱۹۷۴-۲۰۰۷) حاکی از پذیرش قریب نیمی از درخواستهای استفاده از این اختیار وزارتی بوده است. مقرر مزبور در آخرین اصلاح قانون رقابت آلمان در سال ۲۰۱۳ نیز همچنان به قوت خود باقیست. در خصوص

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۸۷	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

ضرورت انطباق قوانین رقابت آلمان با ضوابط رقابتی اتحادیه اروپا شایان توجه است که وجود ملاحظات سیاست صنعتی در زمره اهداف غیررقابتی ذکر شده برای قانون رقابت اتحادیه اروپا و تصمیمات موردی کمیسیون اروپا قابل مشاهده است و ضوابط مشابهی در قوانین رقابت برخی از دیگر کشورهای اروپایی نیز وجود دارد.

۶- قانون رقابت هند نیز به دولت مرکزی این کشور اختیارات مهمی را تفویض نموده است. مطابق ماده ۵۴ دولت هند می تواند هر گروه از بنگاه ها را بر اساس ملاحظات منافع عمومی و امنیتی از اعمال قانون رقابت یا هر گونه مقررات آن، تا مدتی معین مشمول معافیت نماید. مطابق با ماده ۵۵، کمیسیون رقابت هند موظف به رعایت دستورالعملهای دولت مرکزی در خصوص مسایل سیاستی است و تشخیص مصادیق مسایل سیاستی نیز با دولت است. بعلاوه مطابق با ماده ۵۶ دولت می تواند به تشخیص خود فعالیت کمیسیون را به حالت تعلیق درآورد.

۷- قانون رقابت مالزی (مصوب سال ۲۰۱۰) اساساً فاقد مقرراتی است که صریحاً به موضوع ادغام اختصاص یافته باشد و صرفاً مقرراتی در خصوص ممنوعیت موافقت نامه های ضد رقابتی و نیز ممنوعیت سوء استفاده از موقعیت مسلط بر بازار وجود دارد که ناظر بر رفتار بنگاه است. مسکوت ماندن کنترل ادغام و ابهام در این خصوص را با وجود ادغامهای بزرگی که در این کشور پیش و پس از تصویب قانون رقابت رخ داده است نباید غفلت قانونگذار تلقی کرد بلکه باید اغماض آگاهانه در این خصوص شمرد.

۸- اگرچه، در اوایل دهه گذشته استفاده از ظرفیت مهم ادغامها جهت افزایش حجم بنگاههای داخلی و در نتیجه، افزایش صرفه های مقیاسی و بالا بردن توان آنها در پیشبرد برنامه های تحقیق و توسعه که نهایتاً به ارتقای توان رقابتی این بنگاه ها در عرصه بازارهای داخلی و بین المللی منجر خواهد شد مورد توجه دولتمردان کشورمان قرار گرفت و سیاست تشویق ادغامها در برخی از متون قانونی انعکاس یافت حتی برنامه پنجم توسعه، وزارت صنعت، معدن و تجارت را مجاز به اجرای چنین سیاستی گردید اما به علت عدم توجه کافی به اهمیت این موضوع در سنوات گذشته، عدم ایجاد انگیزه کافی برای بنگاه ها، همچنین فقدان برنامه ای منسجم و هدفمند

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی
صفحه: ۲۸۸	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

در این خصوص و نبود زیرساختهای اقتصادی و حقوقی مکفی، سیاست مذکور توفیق چندانی نیافته و فاقد اثرگذاری لازم بوده است.

۹- یکی از زیرساختهای حقوقی ضروری برای پیشبرد برنامه تشویق ادغام، پیش‌بینی مقررات شکلی ناظر بر آن در قانون تجارت کشور است. اگرچه، مقرراتی در لایحه تجارت به نحوه و تشریفات ادغام میان شرکتها اختصاص یافته اما این لایحه در شرایط فعلی سرنوشت نامعلومی پیدا کرده و هنوز لباس قانون بر خود نپوشانده است. لذا برای رفع خلا قانونی در خصوص مقررات شکلی ادغام پیگیری تصویب لایحه تجارت ضروری است و چنانچه به هر دلیل طی روند تصویب کامل آن طولانی است می‌توان بخش مربوط به مقررات ادغام را با عنوان قانونی مستقل تصویب و اجرای آزمایشی نمود تا در زمان تصویب قانون تجارت، این قانون مستقل نیز به قانون تجارت ملحق شود.

۱۰- در فصل نهم قانون اجرای سیاستهای کلی اصل چهل و چهارم قانون اساسی (قانون رقابت) که به مقررات حقوق رقابت اشاره دارد، موادی به مقوله ادغام اختصاص یافته است. در این مواد (بویژه ماده ۴۸) قانون‌گذار معیارهایی برای تشخیص ادغامهای مضر و ضد رقابتی تعیین کرده است. در صورت وقوع ادغامهای ضد رقابتی، شورای رقابت قادر است تا یک یا چند مورد از تصمیمات مذکور در ماده ۶۱ آن قانون را در خصوص این نوع ادغامها اتخاذ کرده و از جمله آن را ابطال یا بنگاه حاصل از ادغام را تجزیه کند. در تمهید معیارهای ادغامهای ممنوع اولاً ابهامات عدیده‌ای ملاحظه می‌شود و ثانیاً قانون‌گذار توجهی به سیاست تشویق ادغامها که مدنظر قوانین برنامه بوده است نداشته است. همین رویکرد در پیش‌بینی معافیت‌های مقرر در ماده یادشده مشاهده می‌شود. قانون مزبور جهت کنترل و نظارت بر ادغامها برخلاف نظامهای حقوقی دیگر از یک معیار واحد نظیر کاهش اساسی رقابت که انعطاف بیشتری داشته و قدرت تحلیل و بررسی موشکافانه‌تری از وضع بازار و مولفه‌های موثر در رقابت به نهاد اجراکننده می‌دهد، استفاده نکرده است؛ بلکه به‌طور نوعی موارد ممنوعیت را برشمرده است که همین امر از معایب نظام حقوقی حاکم بر کنترل ادغامها در کشورمان به‌شمار می‌رود. متأسفانه این شیوه‌ی

مجرى: فرزاد مرادپور		کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۸۹	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

قانون‌نویسی اجازه‌ی موازنه‌ی بین مزایا و مضرات یک ادغام معین و تعیین تکلیف آن بر حسب مصلحت‌اندیشی و تحلیل هزینه-فایده را به شورای رقابت نمی‌دهد.

۱۱- اگرچه قانون رقابت در مواد ۴۷ و بند ۶-ط ماده ۴۵ معیار کلی اخلال در رقابت را به عنوان معیار ممنوع بودن تملک معرفی می‌کند اما در خصوص ادغام به طور مشخص ۴ دسته از ادغامها را ممنوع می‌دارد که علاوه بر موارد توسل به اعمال مخل رقابت مذکور در ماده ۴۵ و ایجاد تمرکز شدید در بازار، دو مورد افزایش نامتعارف قیمت و ایجاد بنگاه یا شرکت کنترل کننده در بازار را دربرمی‌گیرد که دو مورد اخیر کاملاً زاید به نظر می‌رسد. چراکه تغییر غیر متعارف قیمت، ضمن ذکر موارد سوء استفاده از وضعیت مسلط در ماده ۴۵ آمده است و مقوله ایجاد بنگاه کنترل کننده هم با تعریفی که از آن در بند ۱۸ ماده ۱ قانون مزبور آمده است که مصادیقی چون تشکیل هولدینگ‌ها را در برمی‌گیرد عمدتاً ناظر بر تملک است که چنانچه منجر به اخلال در رقابت شود ممنوع گردیده است و وجهی از آن برای ادغام به نظر نمی‌رسد که بخواهد بدون قید و شرط ممنوع گردد. بنابر این حذف این دو مورد از موارد ادغامهای ممنوع که در بندهای ۲ و ۴ ماده ۴۸ ذکر شده اند توصیه می‌شود.

۱۲- تبصره ۱ ماده ۴۸ که درصدد بیان معافیت‌های ادغام است صرفاً دو مورد پیشگیری از توقف فعالیت بنگاهها و شرکتها و دسترسی آنها به دانش فنی را چنانچه جز از طریق ادغام امکان پذیر نباشند، هرچند به تمرکز شدید و ایجاد بنگاه یا شرکت کنترل کننده بینجامد، مجاز می‌دارد که لازمست این معافیت‌ها توسعه یابد. لذا پیشنهاد می‌شود این تبصره به این نحو اصلاح گردد: « در مواردی که پیشگیری از توقف فعالیت بنگاهها و شرکتها یا دسترسی آنها به دانش فنی و انجام تحقیق و توسعه و یا توان صادراتی و قابلیت رقابت بین المللی آنها منوط به ادغام باشد هرچند ادغام موجب ایجاد تمرکز شدید در بازار شود مجاز است. شورای رقابت همچنین به پیشنهاد وزارت صنعت، معدن و تجارت می‌تواند با ملاحظه منافع عمومی و امنیتی و نیز کارایی اقتصادی در خصوص برخی از ممنوعیت‌های ناظر بر ادغام و تملک معافیت قایل شود.». با عنایت به طولانی بودن روندهای اصلاح قانونی در کشور مناسب است که با توجه به تاکیدات برنامه پنجم توسعه بر استفاده از راهبرد ادغام در ایجاد بنگاههای بزرگ رقابت پذیر و نقش

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۹۰	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

وزارت صنعت، معدن و تجارت در این خصوص، توسعه معافیت‌های ادغام در مفاد قانون برنامه ششم گنجانده شود.

۱۳- با عنایت به اینکه ضوابط حاکم بر اعطای مجوز تاسیس و فعالیت بنگاه‌های صنعتی در کشور فاقد ضابطه‌ای ناظر بر ملاحظه ظرفیت‌های عملی بالفعل و بالقوه فعالیت‌های صنعتی و نیز ملاحظه شرایط رقابت در بازار است و این امر به تعدد و تکرر واحدها و اتلاف منابع و ظرفیت‌های خالی تولید انجامیده است لازمست ملاحظات مذکور از طریق درج در دستورالعمل صدور جواز تأسیس و پروانه بهره‌برداری برای طرح‌های واحدهای صنعتی در اعطای مجوز اعمال گردد.

۱۴- در خصوص مالیات متعلقه که از مهمترین عوامل بازدارنده ادغام بنگاه‌ها قلمداد گردیده است چراکه به استناد بند "ز" ماده ۱۱۱ اصلاحی قانون مالیات‌های مستقیم مصوب ۱۳۸۰ و آیین‌نامه اجرایی مصوب ۱۳۸۳ آن، انتقال دارایی‌ها به میزان مازاد قیمت دفتری مشمول مالیات است به نظر می‌رسد تبصره ۱ ماده ۱۴۹ قانون مالیات‌های مستقیم اصلاحی ۹۴/۴/۳۱ که افزایش بهای ناشی از تجدید ارزیابی دارایی‌های اشخاص حقوقی را مشمول پرداخت مالیات بر درآمد نمی‌داند و در عین حال هزینه استهلاک ناشی از افزایش تجدید ارزیابی را هزینه قابل قبول تلقی نمی‌کند در صورتیکه بتوان آنرا بر جریان ادغام صادق دانست رافع بخشی از دغدغه‌های بازدارنده خواهد بود. آیین‌نامه اجرایی این تبصره که در شش ماهه نخست سال ۹۵ تصویب می‌گردد می‌تواند روشن‌کننده ابهام در این خصوص باشد.

۱۵- مطالعات در خصوص عمده فعالیت‌های صنعتی در کشورمان گویای فقدان مقیاس با در نظر داشتن ابعاد اقتصاد است که دستیابی به مقیاس لازم را در گروی صادرات قرار می‌دهد. پایین بودن شمار بنگاه‌های بین‌المللی کشورمان حتی در قیاس با رقبای منطقه‌ای نیز موید این وضعیت است. به علاوه سهم بنگاه‌های با بیش از ۱۰ نفر کارکن (که در تعریف مرکز آمار بنگاه بزرگ تلقی می‌شود) در حدود ۱۰ درصد اندازه اقتصاد است که کمتر از نصف سهمی است

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۹۱	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

که در بسیاری از کشورهای جهان وجود دارد. مطالعه موردی دو صنعت فولاد و داروسازی نیز حاکی از آنست که صرف نظر از چند بنگاه بزرگ دولتی فولاد که از حداقل مقیاس لازم برخوردارند وضعیت استفاده از صرفه های مقیاس به جهت تعدد و تکرر واحدهای کوچک در هردو صنعت بسیار نازل است. در صنعت فولاد حجم ظرفیت عظیمی از صدور مجوز تاسیس بدون در نظر داشتن صرفه های مقیاسی و آمایش سرزمینی صورت گرفته است که در مراحل اولیه فعالیت اند و در اولویت نخست برای ادغام قرار دارند. در صنعت داروسازی نیز وجود چند هولدینگ بزرگ دولتی فرصتی را برای ادغام واحدها یا خطوط با تولیدات مشابه در هر هولدینگ برای دستیابی به صرفه های مقیاسی فراهم آورده است که در اولویت برای ادغام هستند. متأسفانه تلاشهای پیشین در این خصوص به جهت مشکلات حقوقی، مدیریتی، منابع انسانی، فرهنگی و تعارضات منافع سهامداران ناکام مانده است.

۱۶- بررسی های این پژوهش توانسته است تصویری کلی از بایسته ها و ضرورتها با ملاحظه تجربیات بین المللی و مشکلات و موانع موجود و برخی راهکارهای آن ارائه دهد ولی وقوف و اشراف بر بسیاری از جوانب امر مستلزم تدقیق در جزییات جریان ادغام و رصد مشکلات عینی آن در تعامل با خبرگان و دست اندرکاران است تا سازو کارها و دستورالعمل های لازم در تسهیل ادغام بنگاهها را بویژه در چارچوب وظایف وزارت صنعت، معدن و تجارت فراهم سازد. این امر می تواند در پیگیری عملی جریان ادغام در دو حوزه مطالعه موردی (فولاد و داروسازی) و یا دیگر حوزه های حایز اهمیت و نیز تعامل با شرکتهای تامین سرمایه و مشاور سرمایه گذاری و نیز کارشناسان حقوقی و مالیاتی در روشن ساختن ابهامات و تکمیل جزییات و بعلاوه پیشبرد مطالعات پشتیبان از جمله در حوزه تجربیات بین المللی باشد.

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی
صفحه: ۲۹۲	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

منابع و مراجع

- ۱- بورس اوراق بهادار تهران، گزارش شناخت خریدهای تملکی (تهران: بورس اوراق بهادار تهران، معاونت مطالعات اقتصادی و توسعه بازار، ۱۳۸۸)؛ قابل دسترس در پایگاه: [/www.tse.ir/cms](http://www.tse.ir/cms)
- ۲- باقری، محمود و رشوند بوکانی، مهدی، "حقوق رقابت و دفاع از تمامیت بازار در فقه امامیه"، معارف اسلامی و حقوق، سال نهم، ش. ۲ (پاییز و زمستان ۱۳۸۷)، صص ۵۱-۸۶.
- ۳- بیگی حبیب آبادی، احمد، مطالعه تطبیقی ادغام شرکت‌های سهامی در حقوق ایران، انگلیس و آمریکا (تهران: رساله برای دریافت درجه دکتری حقوق خصوصی دانشگاه تربیت مدرس به راهنمایی محمد عیسی تفرشی، ۱۳۸۰).
- ۴- صادقی مقدم، محمدحسن و غفاری، بهنام، "روح حقوق رقابت: مطالعه تطبیقی در اهداف حقوق رقابت"، مجله حقوقی دادگستری، شماره ۷۳ (بهار ۱۳۹۰).
- ۵- عمید، حسن، فرهنگ فارسی عمید (تهران: انتشارات راه رشد، ۱۳۸۹).
- ۶- غفاری فارسانی، بهنام، حقوق رقابت و ضمانت اجرای مدنی آن (تهران: نشر میزان، ۱۳۹۳).
- ۷- معین، محمد، فرهنگ معین (تهران: انتشارات اشجع، چاپ پنجم، ۱۳۸۸).
- ۸- دفتر مطالعات حقوقی، درباره قانون برنامه توسعه ۲. مالزی، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، دفتر مطالعات حقوقی، تهران: ۱۳۸۸.
- ۹- وزارت بازرگانی، معاونت برنامه‌ریزی و امور اقتصادی، دفتر مطالعات اقتصادی، لایحه قانون رقابت؛ مبانی نظری و تجربه کشورها، تهران: وزارت بازرگانی، معاونت برنامه‌ریزی و امور اقتصادی، دفتر مطالعات اقتصادی، ۱۳۸۴.

مجری: فرزاد مرادپور		کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۹۳	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

۱۰- جلال آبادی، اسدالله و میرجلیلی، فاطمه، "انحصار و تمرکز در صنایع ایران"، فصلنامه‌ی جستارهای اقتصادی، سال چهارم، ش. هفتم (بهار و تابستان ۱۳۸۶)، صص ۲۳۲-۱۹۷.

۱۱- خداداد کاشی، فرهاد و شهیکی تاش، محمدنبی، "سنجش درجه رقابت در بازار جهانی کالاهای منتخب سستی و کشاورزی"، اقتصاد کشاورزی و توسعه، سال سیزدهم، ش. ۵۱ (پاییز ۱۳۸۴)، صص ۱۷۸-۱۳۵.

۱۲- خداداد کاشی، فرهاد، "انحصار، رقابت و تمرکز در بازارهای صنعتی ایران (۷۳-۱۳۶۷)"، فصلنامه‌ی پژوهشنامه‌ی بازرگانی، ش. ۱۵ (تابستان ۱۳۷۹)، صص ۱۱۶-۸۳.

۱۳- صائقی مقدم، محمدحسن و غفاری، بهنام، "روح حقوق رقابت: مطالعه‌ی تطبیقی در اهداف حقوق رقابت"، مجله حقوقی دادگستری، شماره ۷۳ (بهار ۱۳۹۰).

۱۴- عبادی، جعفر و شهیکی تاش، محمدنبی، "بررسی ساختار بازار کالاهای منتخب صادراتی"، فصلنامه‌ی پژوهشنامه بازرگانی، ش. ۳۱ (تابستان ۱۳۸۳)، صص ۵۷-۳۳.

۱۵- عبدالحی عزت‌آبادی، محمد، "محاسبه درجه انحصار در بازار داخلی پسته ایران"، نشریه‌ی اقتصاد و توسعه کشاورزی (علوم و صنایع کشاورزی)، جلد ۲۴، ش. ۳ (پاییز ۱۳۸۹)، صص ۳۴۵-۳۳۵.

۱۶- علیجانی، فاطمه و صبحی، محمود، "اندازه‌گیری قدرت بازار و کارایی هزینه‌ی تولید و توزیع گوشت گاو و گوساله در ایران"، مجله‌ی تحقیقات اقتصاد کشاورزی، جلد ۱، ش. ۲ (۱۳۸۸)، صص ۹۰-۷۷.

۱۷- قانون اجرای سیاستهای کلی اصل ۴۴ قانون اساسی مصوب ۱۳۸۶ مجلس شورای اسلامی.

۱۸- قانون برنامه‌ی پنج‌ساله‌ی پنجم توسعه‌ی جمهوری اسلامی ایران مصوب اسفند ۱۳۸۹.

مجری: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۹۴	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

۱۹- قانون برنامه‌ی چهارم توسعه‌ی اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران
مصوب ۱۳۸۳

۲۰- لایحه‌ی تجارت مصوب دی‌ماه ۱۳۹۰ کمیسیون قضایی و حقوقی مجلس شورای اسلامی.

۲۱- معاونت برنامه‌ریزی و امور اقتصادی، "بررسی ساختار (اندازه‌گیری تمرکز) در صنعت بانک‌داری ایران و هزینه‌های اجتماعی انحصار آن"، دفتر مطالعات اقتصادی (آذرماه ۱۳۸۷).

۲۲- بخشی، لطفی (۱۳۸۲)، اندازه‌گیری تمرکز در صنعت سیمان ایران، پژوهشنامه بازرگانی شماره ۲۶

۲۳- حسینی، میرعبدا... (۱۳۷۶)، «ساختار بازاری جهانی تولید و بازار صادراتی پسته ایران و تغییرات ساختاری آن، اقتصاد کشاورزی و توسعه، شماره ۱۸.

۲۴- خداداد کاشی، فرهاد، (۱۳۸۶)، صرفه‌های مقیاس در اقتصاد ایران: مورد بخش صنعت،

۲۵- خداداد کاشی، فرهاد و شهیکی تاش، محمدنبی (۱۳۸۴)، درجه رقابت‌پذیری در بازار جهانی کالاهای منتخب سنتی و کشاورزی، اقتصاد کشاورزی و توسعه، شماره ۵۱.

۲۶- _____ (۱۳۸۰)، ارزیابی قدرت و حجم فعالیت‌های انحصاری در اقتصاد ایران، مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، تهران.

۲۷- _____ (۱۳۷۷)، ساختار و عملکرد بازار: نظریه و کاربرد آن در بخش صنعت ایران، مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، تهران.

۲۸- دفتر مطالعات اقتصادی، (۱۳۸۳)، شناسایی ساختار بازار در چند صنعت منتخب، معاونت برنامه‌ریزی و بررسی‌های اقتصادی وزارت بازرگانی.

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۹۵	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	

۲۹- شرکت ملی فولاد ایران (۱۳۹۴)، مطالعات طرح جامع فولاد کشور، خلاصه گزارش، اسفند ۱۳۹۳، تهران

۳۰- صادقی، محسن و داود جعفری سرشت (۱۳۹۲)، شناخت ادغام و اکتساب شرکت‌ها، مدیریت پژوهش، توسعه و مطالعات اسلامی

۳۱- عسگری، منصور (۱۳۸۴)، بازار داخلی و خارجی صنعت فولاد و آثار سیاست‌های ایجاد بورس فلزات و طرح جامع بر آن، موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، تهران

۳۲- فلاحي، فیروز، فشاری، مجید و سیاب ممی‌پور، (۱۳۸۹)، بررسی ارتباط متقابل بین تبلیغات، درجه تمرکز و سود آورری در صنایع ایران (رهیافت معادلات رگرسیون به ظاهر نامرتب)، فصل‌نامه پژوهش‌های اقتصادی ایران، شماره ۴۵.

۳۳- فیض‌پور، محمدعلی و همکاران، (۱۳۸۸)، تعیین اندازه بهینه بنگاه در صنایع مواد غذایی و آشامیدنی ایران طی برنامه سوم توسعه، مجله دانش و فناوری، زمستان ۱۳۸۸

۳۴- گمرگ جمهوری اسلامی ایران، سالنامه آمار بازرگانی کشور، سال‌های مختلف

۳۵- متوسلی، محمود و زاهد طلبان، علی (۱۳۷۶)، تحلیلی بر تولید و مصرف فولاد و توسعه اقتصادی، مجله تحقیقات اقتصادی، شماره ۵۰، دانشکده اقتصاد دانشگاه تهران

۳۶- جعفری صامت، امیر (۱۳۹۳)، جنبه های حقوقی ادغام شرکت های تجاری در حقوق ایران، انتشارات چتر دانش، چاپ اول، تهران.

منابع انگلیسی:

1. Abir, Danny, "Monopoly and Merger Regulation in South Korea and Japan: A Comparative Analysis", 13 International Tax & Business Lawyer, Issue 2 (1996), pp. 143-175.

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۹۶	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

2. Act on Prohibition of Private Monopolization and Maintenance of Fair Trade (Antimonopoly Act 1947). Japan Fair Commission. www.jftc.go.jp
3. Adams, William James, "Should Merger Policy Be Changed? An Antitrust Perspective", 31 the Merger Boom (October 1987).
4. Amsden, Alice and Sing, Ajit (1993), The optimal degree of competition and dynamic efficiency in Japan and Korea, Munich Personal RePEc Archive (MPRA) paper No. 54982 available at <http://mpra.ub.uni-muenchen.de/54982/>.
5. Anderson Mori & Tomotsune, "Japanese Merger Control", in Merger Regulation in Asia and the EU (2014), pp. Japan: 31-41; Available at: <http://www.slaughterandmay.com/media/2187449/merger-regulation-in-asia-and-the-eu.pdf> (Last visited: 21/5/2015).
6. Barnes, David W., "Nonefficiency Goals in the Antitrust Law of Mergers", 30 William and Mary Law Review, Issue 4 (1989).
7. Bebenroth, Ralf, International Business Mergers and Acquisitions in Japan (Tokyo: Springer Japan, 2015).
8. Bergman, Mats A. et al., "Merger Control in the European Union and the United States: Just the Facts" (2010), p. 4; Available at: <http://ssrn.com/abstract=1565026> (Last visited: 20/4/2015).
9. Companies Act (Act No. 86 of July 26, 2005, as amended by Act No. 109 of 2006), Japan. available at: <http://www.wipo.int>.
10. DePamphilis, Donald, Mergers and Acquisitions Basics: All You Need to Know (Burlington: Academic Press, 2011).
۱۱. Fair Trade Commission, Guidelines to Application of the Antimonopoly Act Concerning Review of Business Combination 2004 (Revised as of 14 June, 2011).

مجرى: فرزاد مرادپور		کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۹۷	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

۱۲. Flath, David, The Japanese Economy (Oxford: Oxford University Press, 2nd Ed., 2005).
۱۳. Grabowlecki, Jerzy, "Keiretsu Groups: Their Role in Japanese Economy and a Reference Point (or a Paradigm) for Other Countries", V.R.F. Series, No. 413 (Mar. 2006).
۱۴. Iyoda, Mitsuhiro, Postwar Japanese Economy: Lessons of Economic Growth and the Bubble Economy (New York: Springer Science, 2010).
۱۵. Kamerbeek, Sjoerd, "Merger Performance and Efficiencies in Horizontal Merger Policy in the US and the EU", MPRA Paper No. 18064, Utrecht University (2009); Available at: <http://mpa.ub.uni-muenchen.de/18064/> (Last visited: 20/4/2015).
۱۶. Kensy, Rainer, Keiretsu Economy –New Economy? Japan's Multinational Enterprises from a Postmodern Perspective (New York: Palgrave, 2001).
۱۷. Lin, Ping, "The Evolution of Competition Law in East Asia", in Erlinda M. Medalla (Ed.), Competition Policy in the East Asia (New York: Routledge, 2005).
۱۸. Nakano, Yusuke, Moussis, Vassili & Yagami, Kiyoko, "Chapter 23: Japan", in Ilene Knable Gotts (Ed.), The Merger Control Review (London: Law Business Research Ltd, 5th Ed., 2014), pp. 255-267.
۱۹. Nakano, Yusuke, Yamada, Atsushi & Itoh, Takahiko, "Merger Control in Japan: Overview", Competition and Cartel Leniency Global Guide (2015).
20. Matsushita, Mitsuo & Watanabe, Eriko, "Japan", in Maher M. Dabbah & Paul Lasok Qc (Eds.), Merger Control Worldwide (Cambridge: Cambridge University Press, 2008), pp. 73-77.

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۹۸	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

۲۱. Matsuo, Makota, "Mergers and Acquisitions under Japanese Law", 52 Antitrust Law Journal (1983), pp. 1011-1016 .
۲۲. Matsushita, Mitsuo, "The Antimonopoly Law of Japan", in Edward M. Graham & J. David Richardson (Ed.), Global Competition Policy (Washington, DC: Institute for International Economics, 1997), pp. 151-197.
۲۳. Miwa, Yoshiro & Ramseyer, J. Mark, "The Fable of the Keiretsu", 11 Journal of Economics & Management Strategy, No. 2 (Summer 2002), pp. 169-224.
۲۴. Morck, Randall & Nakamura, Masao, "Banks and Corporate Control in Japan", The Journal of Finance, Vol. Liv, No. 1 (February 1999), pp. 319-339.
25. Marukawa, Tomoo (2013); Why are There So Many Automobile Manufacturers in China? In "China: An international Journal"; Volume 11, Number 2, August 2013
26. Marukawa, Tomoo (2001); WTO, industrial policy and China's industrial development; chapter 3 in "China enters WTO: pursuing symbiosis with the global economy"; (papers and proceedings of the International Symposium held on January 17, 2001 at Makuhari) edited by Ippei Yamazawa and Ken-ichi Imai, Published 2001 by Institute of Developing Economies, Japan External Trade Organization in Chiba-shi .
۲۷. Schaede, Ulrike, "The Strategic Logic of Japanese Keiretsu, Main Banks and Cross-Shareholdings, Revisited", Working Paper Series, Center on Japanese Economy and Business, Columbia Business School (October 2006).
۲۸. Sheard, Paul, "Keiretsu, Competition and Market Access", in Edward M. Graham & J. David Richardson (Ed.), Global Competition Policy (Washington, DC: Institute for International Economics, 1997), pp. 501-546.
۲۹. Twomey, Brian, "Understanding Japanese Keiretsu"; Availabla at:

مجرى: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۲۹۹	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

<http://www.investopedia.com/articles/economics/09/japanese-keiretsu.asp> (Last visited 18/5/2015).

30. Visser 't Hooft, Willem M., Japanese Contract and Anti-Trust Law: A Sociological and Comparative Study (London: RoutledgeCurzon, 2002).

31. Watanabe, Eriko & Imoto, Yoshitoshi, "Chapter 28: Japan", The International Comparative Legal Guide to Merger Control 2015 (November 2014), pp. 206-211.

32. Adams, William James, "Should Merger Policy Be Changed? An Antitrust Perspective", 31 The Merger Boom (October 1987).

۳۳. Barnes, David W., "Nonefficiency Goals in the Antitrust Law of Mergers", 30 William and Mary Law Review, Issue 4 (1989).

۳۴. Bergman, Mats A. et al., "Merger Control in the European Union and the United States: Just the Facts" (2010); Available at: <http://ssrn.com/abstract=1565026> (Last visited: 20/2/2012).

۳۵. DePamphilis, Donald, Mergers and Acquisitions Basics: All You Need to Know (Burlington: Academic Press, 2011).

۳۶. Kamerbeek, Sjoerd, "Merger Performance and Efficiencies in Horizontal Merger Policy in the US and the EU", MPRA Paper No. 18064, Utrecht University (2009); Available at: <http://mpra.ub.uni-muenchen.de/18064/> (Last visited: 20/2/2012).

۳۷. Korean Monopoly Regulation and Fair Trade Act (Last Amended on 13 Aug. 2013).

۳۸. Korean Enforcement Decree of the Monopoly Regulation and Fair Trade Act (Last Amended on 19 Jun. 2012).

مجموعه: فرزاد مرادپور	کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی		
صفحه: ۳۰۰	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

۳۹. Korean Fair Trade Commission, Guidelines for the combination of enterprises Review (Last Amended on 28 Dec. 2011).
40. Korean Commercial Act (Last Amended on 23 May 2011).
41. Ree Yun, Sai and Sik Hong, Dae, "Merger Regulations under the Korean Competition Law -Based on M&A Review Guidelines and KFTC's Decisions-", 4 Journal of Korean Law, No.2 (2005), pp. 103-137.
42. Uck Lee, Kyu, "Economic Development and Competition Policy in Korea", 1 Washington University Global Studies Law Review, Iss. 1 (2002), pp. 67-76.
43. Bain, J. S. (1968), Industrial Organization, John Willy & Sons, New York
44. Champonnois, S. (2007), What Determines the Distribution of Firm Sizes?, Mimeo, UCSD
45. Herfindal, O. C. (1959), A General Evaluation of Competition in the Copper Industry, Copper Costs and Prices. 1870-1957, Baltimore: Johns Hopkins Press.
46. Lin, J. Y. (2013), Comparative Advantage: The Silver Bullet of Industrial Policy, published in The Industrial Policy Revolution I, The Role of Government Beyond Ideology, Edited by Stiglitz
47. Lyons, B. (1980), A New Measure of Minimum Efficient Plant Size in UK Manufacturing Industry, Economica, No., 47.
48. Maddala, G.S, Dobson. S. and Miller, E. (1995), The Regulation of Monopoly, Press Mc Grawhill ,
49. Rogers, R. J. (1993), The Minimum Optimal Steel Plant and the Survivor Technique of Cost Estimation, Atlantic Economic Journal, Vol. 21.

مجموعه: فرزاد مرادپور		کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۳۰۱	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	

50. Shephard, W.G. (1990), The Economics of Industrial Organization, Prentice HALL.

51. Stigler, G. J. (1985), Economies of Scale, Journal of Law and Economics, Vol. (1). pp. 54-71.

52. Tingting Weinreich-Zhao (2015), Chinese Merger Control Law: An Assessment of its Competition-Policy Orientation after the First Years of Application; Munich Studies on Innovation and Competition Volume 2, Series Editors: Josef Drexler, Germany and Reto M. Hilty, Germany; Springer-Verlag Berlin Heidelberg 2015. <http://www.springer.com/series/13275>

مجری: فرزاد مرادپور		کارفرما: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی	 موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
صفحه: ۳۰۲	تاریخ: بهمن ۱۳۹۴	ویرایش اولیه - غیر قابل انتشار	