


Competitive Analysis of Abuse of Dominant Position in Cloud Computing Market

(A Comparative Study in European Union and Iranian Law)

 **Javad Hosseinzadeh**

Associate Professor, Department of Private Law, Faculty of Law, University of Science and Culture, Tehran, Iran
hoseinzadeh@usc.ir

 **Masoumeh Akbarian Tabari**

Holder of PhD in Private Law, Faculty of Law, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran (Corresponding author)
masumeh.akbarian@gmail.com

Received: 2025-03-19

Accepted: 2025-04-24

Abstract

With the expansion of cloud computing technology and the increasing monopoly power of cloud service providers, the issue of abuse of dominant position has faced serious challenges. Therefore, it is essential to delineate the position of abuse of dominant position in the cloud computing market. Among its obvious examples are exclusive transactions, linkage arrangements, package sale, self-preferential behavior, unfair terms, and non-cooperation, which lead to the prevention of competitors from entering or eliminating them from the market and ultimately harming consumers. Using an analytical-descriptive method, this study analyzes the position of Iranian competition law by studying the approach taken by European Union law. The examination of the issue in the competition rules of the European Union law

shows that establishing the fact that a cloud service provider has taken a dominant position requires a careful assessment of competitive components such as the use of network effects, economic benefits derived from scale of development, the possibility of parallel use of services from different providers, and the degree of consumer dependence on a particular provider. The results of this comparative study show that although the aforementioned practices by cloud service providers are often subject to competition violations, the positive competitive consequences or their rational justification should not be overlooked. These instances are evaluated based on the rule of reasonableness and with regard to the criterion of distortion of competition. In contrast, in Iranian law, the regulations are not sufficiently explicit, but the prohibition of these actions can be inferred from several articles of the Law on the Implementation of General Policies of Article 44 of the Constitution and the provisions of the Supreme Council for Cyberspace. Therefore, it is proposed to draft comprehensive competition regulations to maintain competition in the cloud services market, taking into account new developments in the field of information technology. Also, considering the importance of computing resources and the dependence of consumers on cloud infrastructures, it is necessary for the Competition Council to adopt appropriate and flexible measures, with an approach based on international standards, to prevent abuse by cloud service providers and their limiting access to cloud computing resources.

Keywords: cloud computing, abusive practices, dominant position, cloud service providers, distortion of competition.



تحلیل رقابتی سوء استفاده از موقعیت مسلط در بازار رایانش ابری (مطالعه تطبیقی در حقوق اتحادیه اروپا و ایران)


دانشیار، گروه حقوق خصوصی، دانشکده حقوق، دانشگاه علم و فرهنگ، تهران، ایران

ایران

جواد حسین زاده 

hoseinzadeh@usc.ir

دانش آموخته دکتری حقوق خصوصی، دانشکده حقوق، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

معصومه اکبریان طبری 

ab- masumeh.akbarian@gmail.com



تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۲/۰۴

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۲/۲۹

فصلنامه تحقیق و توسعه در حقوق تطبیقی

پژوهشکده حقوق و قانون ایران

دوره ۸ | شماره ۲۸ | پاییز ۱۴۰۴

(مقاله پژوهشی)

www.jcl.illrc.ac.ir

DOI:

10.22034/law.2025.2053026.1610

چکیده

با گسترش فناوری رایانش ابری و افزایش روزافزون قدرت انحصاری ارائه‌دهندگان خدمات ابری، موضوع سوء استفاده از موقعیت مسلط با چالش‌های جدی روبرو شده است. از این رو، تبیین جایگاه سوء استفاده از موقعیت مسلط در بازار رایانش ابری، امری ضروری است. از جمله مصادیق بارز آن می‌توان به معاملات انحصاری، ترتیبات پیوندی، فروش بسته‌ای، رفتار خودترجیحی، شروط غیرمنصفانه، و عدم همکاری اشاره کرد که منجر به ممانعت از ورود رقبا یا حذف آنها از بازار و در نهایت ضرر به مصرف‌کنندگان می‌شود. این پژوهش به روش تحلیلی-توصیفی با مطالعه رهیافت حقوق اتحادیه اروپا، موضع حقوق رقابت ایران را مورد تحلیل قرار می‌دهد.

بررسی موضوع در موازین رقابتی حقوق اتحادیه اروپا نشان می‌دهد که احراز موقعیت مسلط ارائه‌دهنده خدمات ابری مستلزم ارزیابی دقیق مولفه‌های رقابتی نظیر بهره‌گیری از اثرات شبکه‌ای، صرفه اقتصادی ناشی از توسعه مقیاس، امکان استفاده موازی از خدمات ارائه‌دهندگان مختلف و میزان وابستگی مصرف‌کنندگان به یک ارائه‌دهنده خاص است. نتایج این مطالعه تطبیقی نشان می‌دهد که اگرچه اعمال یادشده توسط ارائه‌دهندگان خدمات ابری غالباً در معرض نقض موازین رقابتی قرار می‌گیرد، اما نباید از تبعات مثبت رقابتی یا توجیه منطقی آن غافل شد. این مصادیق براساس قاعده معقولیت و با توجه به معیار اختلال در رقابت، مورد ارزیابی قرار می‌گیرند. در برابر، در حقوق ایران، مقررات به قدر کافی صراحت ندارند، لیکن ممنوعیت این اعمال را می‌توان از چند ماده قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی و سند شورای عالی فضای مجازی استنباط کرد. لذا پیشنهاد می‌شود مقررات جامع رقابتی برای حفظ رقابت در بازار خدمات ابری با توجه به تحولات حوزه فناوری اطلاعات تدوین گردد. همچنین با توجه به اهمیت منابع محاسباتی و وابستگی مصرف‌کنندگان به زیرساخت‌های ابری، ضروری است که شورای رقابت با رویکردی مبتنی بر استانداردهای بین‌المللی، برای جلوگیری از سوء استفاده ارائه‌دهندگان خدمات ابری و محدودیت دسترسی به منابع محاسباتی ابری، تدابیر مناسب و منعطف اتخاذ نماید.

کلیدواژه‌ها: رایانش ابری، رویه‌های سوء استفاده‌آمیز، موقعیت مسلط، ارائه‌دهندگان خدمات ابری، اختلال در رقابت.

مقدمه

اختلافات، شکایات و دعاوی رسانه‌ای از تنوع بسیار زیادی برخوردار بوده و هرکدام دارای رایانش ابری^۱ بعنوان یکی از ارکان اصلی فناوری اطلاعات، دسترسی هم‌زمان کاربران در سراسر جهان به طیف وسیعی از خدمات و منابع محاسباتی را ممکن می‌سازد. این فناوری به واسطه ارائه خدماتی نظیر پردازش داده‌ها، ذخیره‌سازی اطلاعات، بهره‌برداری از منابع سخت‌افزاری و نرم‌افزاری و استفاده از برنامه‌های کاربردی، بدون نیاز به زیرساخت‌های فیزیکی پیچیده، نقش مهمی در توسعه اقتصاد دیجیتال ایفا کرده است. مشابه ابرها که پیوسته در حال جابه‌جایی هستند، سرویس‌های ابری نیز داده‌ها را به‌طور مداوم از یک مرکز داده به مرکز دیگر منتقل می‌کنند. این جابه‌جایی نه تنها کارایی سیستم‌ها را افزایش می‌دهد، بلکه سبب بهینه‌سازی منابع و کاهش هزینه‌ها نیز می‌شود. با این حال، در این بستر پویا، برخی از ارائه‌دهندگان خدمات ابری به واسطه موقعیت مسلط خود در بازار، به منظور حفظ تسلط و جلوگیری از ورود رقبای جدید، از ابزارهای ضد رقابتی نظیر انعقاد معاملات انحصاری، تحمیل شرط‌های پیوندی و فروش بسته‌ای، رفتار خودترجیحی و اعمال شروط غیرمنصفانه و عدم همکاری با دیگر ارائه‌دهندگان ابر استفاده می‌کنند. این اقدامات می‌تواند دسترسی کسب و کارهای نوپا را محدود کرده و فعالان بازار را به سمت خروج از بازار سوق دهد. همچنین، با وابسته کردن مصرف‌کنندگان به یک ارائه‌دهنده خاص یا ابزارهای پردازشی انحصاری، چالش‌های جدی برای کاربران خدمات ابری ایجاد کند. از این رو، دخالت قاطع حقوق رقابت برای مقابله با رفتارهای سوءاستفاده‌آمیز تأمین‌کنندگان خدمات مسلط، به منظور جلوگیری از انحصار و تشویق نوآوری در بازار رایانش ابری^۲، ضرورتی انکارناپذیر است. با این حال، ارزیابی رقابتی و تعیین معیارهای تشخیص موقعیت مسلط ارائه‌دهندگان به دلیل پیچیدگی‌ها و تحولات پرشتاب بازارهای مرتبط و ماهیت لایه‌ای و بهم پیوسته خدمات ابری، چالش‌برانگیز است. اتحادیه اروپا، علی‌رغم برخورداری از قوانین منسجم رقابتی، به تحولات حوزه فناوری اطلاعات توجه

¹ Cloud Computing

² cloud computing market

داشته و با هدف ارتقای نوآوری و ایجاد توازن میان حمایت از حقوق ارائه‌دهندگان خدمات ابری و تأمین کارایی اقتصادی و رفاه مصرف‌کنندگان، قوانین جامعی در این زمینه وضع کرده است. در مقابل، در حقوق ایران، قانون‌گذار در قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی^۱ تنها به صراحت به سوءاستفاده از موقعیت بنگاه‌های اقتصادی دارای موقعیت مسلط پرداخته است. سند منتشرشده توسط شورای عالی فضای مجازی مصوب ۱۳۹۹ نیز با وجود کاستی‌ها و نارسایی‌های جدی در حمایت از رقابت در بازار سکوه‌های فضای مجازی، از بررسی رویه‌های ضد رقابتی در بازار خدمات ابری غافل مانده است.

در این مقاله با اتکا به راهبردهای رقابتی اتحادیه اروپا، کاستی‌های قواعد رقابتی موجود در ایران در زمینه رایانش ابری شناسایی و تحلیل خواهد شد. در حقوق ایران تاکنون جنبه قراردادی رایانش ابری از سوی پژوهشگران مورد توجه قرار گرفته اما موضوع پژوهش‌های حقوق رقابت نبوده است. هدف اصلی این پژوهش، تبیین قواعد ارزیابی رقابتی و ارائه چارچوب نظری برای تدوین قانونی جامع است که با توجه به مصالح اقتصادی و مقتضیات خاص بازارهای فناوری و نوآوری، نیازهای خاص کنشگران بازار خدمات ابری ایران را برآورده سازد. در این راستا به این پرسش‌ها پاسخ داده خواهد شد: نحوه مواجهه موازین رقابتی اتحادیه اروپا و ایران با این نوع تحدیدات در بازار خدمات ابری چگونه است و حقوق رقابت با چه چالش‌هایی در این زمینه مواجه است؟ ارزیابی موقعیت مسلط ارائه‌دهنده خدمات ابری با در نظر گرفتن چه مولفه‌های رقابتی صورت می‌گیرد؟

در این راستا، در قسمت نخست، مفهوم، مدل‌های رایانش ابری، چالش‌های رقابتی بازار خدمات ابری و تحلیل موضع رقابتی اتحادیه اروپا؛ در قسمت دوم، مهم‌ترین مصادیق سوءاستفاده از موقعیت مسلط در گستره بازار خدمات ابری و در قسمت سوم، دیدگاه حقوق رقابت ایران در مواجهه با آن مورد نقد و بررسی قرار خواهد گرفت و سرانجام پیشنهادات مقتضی ارائه خواهد شد.

^۱ از این پس به اختصار "ق.ا.س.ک.ا." یاد می‌شود.

۱- موازین شناختی سوء استفاده از موقعیت مسلط در بازار رایانش ابری

در این قسمت، ابتدا به تبیین مفهوم و انواع رایانش ابری پرداخته، سپس سوء استفاده از موقعیت مسلط در بازار خدمات ابری را بررسی کرده و چالش‌های مربوط به تعریف بازار و تشخیص موقعیت مسلط در بازار خدمات ابری را تحلیل می‌کنیم.

۱-۱ مفهوم و انواع رایانش ابری

رایانش ابری در متون قانونی اتحادیه اروپا به طور مشخص تعریف نشده است. در مقابل، سند راهبردی توسعه رایانش ابری کشور ایران مصوب سال ۱۴۰۲، این مفهوم را به عنوان مدلی برای ارائه خدمات بر اساس تقاضای کاربر از طریق شبکه به مجموعه‌ای از منابع رایانشی قابل تغییر و پیکربندی (مانند شبکه‌ها، سرورها، فضای ذخیره‌سازی، برنامه‌های کاربردی و سرویس‌ها) توصیف می‌کند که دسترسی به آنها با کمترین نیاز به مدیریت منابع یا دخالت مستقیم فراهم‌کننده سرویس امکان‌پذیر است. این تعریف ظاهراً اقتباسی از تعریفی است که توسط مؤسسه ملی فناوری و استانداردهای ایالات متحده آمریکا^۱ در این زمینه ارائه شده است.

برخی از نویسندگان رایانش ابری را به عنوان الگویی محاسباتی مدرن توصیف می‌کنند که خدمات محاسباتی متنوع، از جمله ارائه سرورها، شبکه‌ها و فضای ذخیره‌سازی، نرم‌افزارها و برنامه‌های کاربردی را از طریق «ابر» و با مدل پرداخت بر اساس میزان استفاده طراحی شده است. (Sadiku, 2024, p. 176).

اصطلاح «ابر» به معنای «اینترنت» است و «رایانش» به معنای استفاده از رایانه است؛ بنابراین، «رایانش ابری» به معنای استفاده از منابع محاسباتی از طریق اینترنت تعریف می‌شود. شرکت‌هایی که خدمات محاسباتی را ارائه می‌دهند، به عنوان ارائه‌دهندگان ابر^۲ شناخته می‌شوند و معمولاً هزینه این خدمات را بر اساس میزان استفاده دریافت می‌کنند. در طرف دیگر، کاربران به دو دسته تقسیم می‌شوند: کاربران ابر^۳ و کاربران

¹ National Institute of Standards and Technology, NIST Special Publication 800-145, The NIST Definition of Cloud Computing (originally published in 2011).

² Cloud Provider

³ Cloud users

نهایی^۱. کاربران ابر شامل افراد یا سازمان‌هایی هستند که از خدمات ابری برای استقرار و مدیریت برنامه‌ها، داده‌ها و زیرساخت‌ها استفاده می‌کنند و معمولاً شامل متخصصان فناوری اطلاعات و توسعه‌دهندگان هستند. در مقابل، کاربران نهایی، مصرف‌کنندگانی هستند که با برنامه‌ها و داده‌های ارائه‌شده از طریق ابر تعامل دارند.

با توجه به ماده قانونی فوق‌الذکر، با الهام از رویه قضایی و دکترین حقوقی اتحادیه اروپا می‌توان گفت: «رایانش ابری یک مدل محاسباتی مدرن است که به موجب آن ارائه‌دهندگان خدمات، منابع فناوری اطلاعات را به صورت اشتراکی از طریق اینترنت در اختیار کاربران قرار می‌دهند. کاربران می‌توانند بدون نیاز به خرید و مدیریت تجهیزات فیزیکی خاص، از این خدمات استفاده کنند».

این فناوری با ویژگی‌های اساسی مانند «دسترسی آسان بر اساس تقاضای کاربر»^۲، «انعطاف‌پذیری سریع و مقیاس‌پذیری»^۳، «دسترسی به شبکه»^۴، «پرداخت بر اساس استفاده»^۵، «تجمیع منابع»^۶، «ممیزپذیری یا قابلیت حساسی و قابلیت تطبیق»^۷ و مزیت رقابتی نظیر افزایش کارایی، مقیاس‌پذیری و امنیت قوی به ابزاری کارآمد و انعطاف‌پذیر تبدیل شده است. (Weber, 2014, p. 9).

رایانش ابری به طور کلی از دو منظر قابل تقسیم‌بندی است: از حیث نوع استفاده که شامل ابر عمومی، ابر خصوصی و ابر ترکیبی می‌شود و از حیث نوع خدمات که به مدل‌های زیرساخت به عنوان خدمت، پلتفرم به عنوان خدمت و نرم‌افزار به عنوان خدمت تقسیم می‌گردد. در ابر عمومی^۸ منابع به صورت اشتراکی و از طریق اینترنت به عموم کاربران ارائه می‌شود. در مقابل، ابر خصوصی^۹ ابری است که به یک گروه یا سازمان خاص اختصاص

¹ End users

² On-demand self service

³ Rapid elasticity and adaptability

⁴ Network access

⁵ Short-term pay for use

⁶ Pooling of resources

⁷ Measured service and adaptability

⁸ Public Cloud

⁹ Private Cloud

یافته و منابع آن تنها برای همان سازمان قابل دسترسی است. ابر ترکیبی^۱، مدلی از رایانش ابری است که ترکیبی از ابرهای عمومی و خصوصی را برای مدیریت منابع محاسباتی فراهم می‌کند. این ساختار به ارائه‌دهندگان ابر این امکان را می‌دهد که از مقیاس‌پذیری و انعطاف‌پذیری ابر عمومی در کنار کنترل و امنیت ابر خصوصی بهره‌مند شوند (Arce, 2020, p. 3).

رایانش ابری از حیث خدماتی که به کاربر عرضه می‌شود می‌توان به سه مدل خدماتی اصلی تقسیم کرد: زیرساخت به عنوان خدمت^۲ به عنوان پایین‌ترین لایه ابری، مدلی است که به کاربر این امکان را می‌دهد که پردازش، ذخیره‌سازی، شبکه‌ها و سایر منابع محاسباتی پایه را به منظور نصب و اجرای نرم‌افزارهای دلخواه خود تأمین کند. کاربر مسئولیت و کنترل سیستم‌عامل، ذخیره‌سازی و برنامه‌های نصب‌شده را بر عهده دارد، اما زیرساخت‌های پایه که تحت کنترل و مدیریت ارائه‌دهنده خدمات ابری است، در اختیار او نیست. مانند گوگل درایو. بستر به عنوان خدمت^۳ به عنوان لایه میانی ابری به کاربر این امکان را می‌دهد که برنامه‌های دلخواه خود را با استفاده از زبان‌های برنامه‌نویسی و ابزارهایی که توسط ارائه‌دهنده خدمات ابری پشتیبانی می‌شود، نصب کند. مایکروسافت آژور^۴ نمونه این مدل است. در مدل نرم افزار به عنوان خدمت^۵ نرم افزار برای ارائه خدمات خاصی طراحی شده است که کاربر می‌تواند از این نرم‌افزارها که بر روی زیرساخت ابر در حال اجرا هستند استفاده کند اما کنترل بر زیرساخت ابری شامل کارسازها، شبکه، سیستم‌های عامل، ذخیره‌سازی و محیط میزبانی برنامه که تحت مدیریت ارائه‌دهنده خدمات ابری قرار دارد مانند جیمیل (Manganelli&Schnurr, 2024, pp. 15-16).

¹ Hybrid Cloud

² Infrastructure as a Service (IaaS)

³ Platform as a Service (PaaS)

⁴ Microsoft Azure

⁵ Software as a Service (SaaS)

۲-۱ مفهوم سوءاستفاده از موقعیت مسلط در بازار رایانش ابری

سوءاستفاده از موقعیت مسلط به رفتار بنگاه اقتصادی با قدرت بازاری قابل توجه اشاره دارد که می‌تواند تصمیمات خود را مستقل و بدون توجه به رفتار سایر رقبا و مطالبات مصرف‌کنندگان اتخاذ کند و مانع رقابت موثر شود (Kumar, 2017, p. 1). دیوان دادگستری اروپا، سوءاستفاده از موقعیت مسلط را این‌گونه تعریف کرده است: «وضعیتی از قدرت اقتصادی که به بنگاه بهره‌مند از آن اجازه می‌دهد تا حد زیادی مستقل از رقبا، مشتریان و نهایتاً مصرف‌کنندگان عمل کند و مانع حفظ رقابت مؤثر در بازار مرتبط شود»^۱. این نهاد دو پیش‌شرط برای شناسایی این مفهوم در نظر گرفته است: استقلال و ممانعت از رقابت مؤثر (جان محمدی و همکاران، ۱۴۰۱: ۳). بنابراین، سوءاستفاده از موقعیت مسلط زمانی محقق می‌شود که بنگاه اقتصادی دارای قدرت بازاری قابل توجه باشد و قادر به انجام رفتارهای مستقل از رقابت، خریداران و مصرف‌کنندگان باشد و همچنین مانع ورود یا خروج آن‌ها از بازار شود (Kaltenbrunne, 2022, p. 23).

جهت احراز قدرت انحصاری یا قدرت بازاری^۲ یک بنگاه اقتصادی، بررسی ساختار بازار، امری ضروری است. در این راستا داشتن سهم قابل توجه در بازار، کنترل قیمت‌ها، و وجود موانع ورودی تعیین‌کننده است. اگرچه میزان دقیق سهم بازار برای تعیین موقعیت مسلط مشخص نیست، اما معمولاً بنگاه‌هایی که بیش از ۴۰ درصد سهم بازار را در اختیار داشته باشند، دارای موقعیت مسلط شناخته می‌شوند (song, 2017, p. 4).

ارائه‌دهندگان خدمات ابری، به حجم عظیمی از داده‌ها دسترسی دارند و به‌طور مداوم در حال به‌روزرسانی و گسترش مجموعه خدمات خود هستند و این امر، اثر شبکه‌ای^۳ را تقویت می‌کند. اثر شبکه‌ای زمانی به وجود می‌آید که ارزش یک محصول یا خدمت با افزایش تعداد کاربران آن بیشتر می‌شود. با افزایش پذیرش خدمات ابری توسط کسب‌وکارها، اکوسیستم رشد کرده و بهبود تعامل و نوآوری بین ارائه‌دهندگان را به همراه دارد. این

¹ United Brands Company and United Brands Continental BV v Commission, case 27/76(1978) ECR207

² Market Power

³ Network Effect

وضعیت چرخه‌ای تقویت‌کننده ایجاد می‌کند که می‌تواند منجر به تسلط در بازار شود (Castillo & Gandhi, 2021, p. 14). لذا در بازارهایی که ارائه‌دهندگان خدمات دارای اثرات شبکه‌ای قوی هستند، معمولاً از موقعیت مسلطی برخوردارند که می‌تواند مانعی برای ورود رقبای بالقوه ایجاد کند یا به حذف آن‌ها از بازار منجر شود (Song, 2017, p. 2). این موضوع به‌ویژه در بازار نرم‌افزار به عنوان خدمت مشهود است، جایی که بازیگران مستقر مانند خدمات وب آمازون^۱ از پایگاه‌های کاربری وسیع خود برای حفظ مزایای رقابتی نسبت به تازه‌واردان استفاده می‌کنند. بازار خدمات ابری به شدت به زیرساخت‌های فناوری اطلاعات وابسته است و اگر یک تأمین‌کننده در این بازار تسلط پیدا کند، می‌تواند سلطه خود را به بازارهای مرتبط^۲ و خدمات پس از فروش گسترش دهد. در چنین شرایطی، ارائه‌دهندگان خدمات زیرساخت به عنوان خدمت ممکن است با تسلط بر چندین بازار، توزیع‌کنندگان و ارائه‌دهندگان کوچک‌تر خدمات نرم‌افزاری را دچار حالت قفل شوندگی^۳ کنند که مانع رقابت سالم در بازار می‌شود. (Gleeson & Walden, 2021, p. 487).

۳-۱ چالش‌های تعریف حوزه بازار و شناسایی موقعیت مسلط در بازار رایانش ابری

به منظور ارزیابی موقعیت مسلط ارائه‌دهنده خدمات ابری، ابتدا لازم است تا بازار محصول و محدوده آن تعریف شود، سپس میزان سهم شخص حقیقی یا حقوقی از بازار مربوطه و به

¹ Amazon Web Services (AWS)

^۲ بازارهای مرتبط در رایانش ابری عبارتند از: بازار خدمات هم‌مکانی مراکز داده (Market for Data) Centre Colocation Services، بازار نرم‌افزارهای محلی (Markets for on-premise software) و بازار واسطه‌گری در مشاوره و تجمیع راه‌حل‌های ابری (Markets for Intermediation In Consulting And Integration of Cloud Solutions). رک به: (Autorité de la Concurrence, 2023: 6)

³ lock-in

قفل‌شوندگی به وضعیتی اشاره دارد که توزیع‌کنندگان کوچک نرم‌افزار به دلیل وابستگی شدید به زیرساخت‌های تأمین‌کنندگان بزرگ، مجبورند به استفاده از خدمات آن‌ها ادامه دهند و نمی‌توانند رقبای دیگر را انتخاب کنند. رک: (Manganelli & Schnurr, 2024, 67)

تبع آن، قدرت بازاری بودن یا نبودن وی معین گردد و در نهایت رفتارها ضد رقابتی او مورد سنجش و ارزیابی قرار گیرد (کدخدایی و همکاران، ۱۴۰۲: ۲۳).

برای ارزیابی رقابتی خدمات ابری، تعریف بازار خدمات ابری پیچیده‌تر از بازارهای سنتی است، زیرا بازار خدمات ابری ترکیبی از نرم‌افزارها و زیرساخت‌ها هستند و پیدا کردن جایگزین‌های مناسب دشوار است. اثر شبکه‌ای نیز بر انتخاب‌های مصرف‌کنندگان تأثیر می‌گذارد و انتخاب ارائه‌دهنده خدمات جدید را دشوارتر می‌کند. بازار مرتبط به بازاری گفته می‌شود که کالاها و خدمات قابل جایگزینی در آن مبادله می‌شود. «جانشینی تقاضا»^۱ معیار اساسی در تعریف بازارهای مرتبط است. این معیار نشان می‌دهد که مشتریان باید بتوانند به راحتی بین محصولات مشابه انتخاب کنند، و این توانایی جانشینی بر استراتژی‌های قیمت‌گذاری عرضه‌کنندگان اثر دارد (Gleeson & Walden, 2021, p. 480). لذا در تعریف بازار، تحلیل تغییرات قیمت و واکنش مصرف‌کنندگان به آن می‌تواند به شناسایی قابلیت جانشینی کمک کند. با این حال، در بازارهای دیجیتال و چندوجهی^۲، شرایطی کاملاً متفاوت با بازارهای سنتی دارند. در این بازارها، محصولات یا خدمات اغلب به صورت رایگان ارائه می‌شوند و رقابت بر اساس ویژگی‌هایی مانند کیفیت یا تجربه کاربری شکل می‌گیرد، نه صرفاً قیمت. چراکه در اقتصاد سنتی، تمرکز بر الگو و حجم تولید و مصرف است، اما در خدمات آنلاین، این نوع تحلیل کارآمد نیست زیرا خدمات آنلاین مستقیماً تحت تأثیر تقاضای مشتریان قرار می‌گیرند و ممکن است الگوهای متفاوتی داشته باشند. مضافاً مصرف‌کنندگان براحتی می‌توانند خدمات ابری اضافی را که نیاز دارند، اضافه کنند و با یکدیگر تجمیع کنند. این وضعیت شناسایی گزینه‌های جایگزین را برای مشتریان دشوارتر می‌کند، زیرا تنوع و پیچیدگی خدمات ابری به انتخاب‌های مختلف و ترکیب‌های متنوعی می‌انجامد که برای هر کاربر نهایی، مناسب است (Autorité de la Concurrence, 2023, p. 6 در چنین شرایطی، تحلیل جانشینی با در نظر گرفتن عواملی

¹ substitutability of demand

^۲ بازار چند وجهی به ساختاری اشاره دارد که چندین گروه کاربر مجزا از طریق یک پلتفرم واسطه با

هم تعامل دارند و برای یکدیگر ارزش ایجاد می‌کنند. مانند اوبر

چون اثر شبکه‌ای و هزینه‌های جابجایی^۱ است (song, 2017, p. 4). بنابراین مراجع رقابتی در تعریف بازار محصول، باید مشخص کند که آیا محصولات «یکپارچه^۲» یا «مکمل^۳» هستند. این تعیین از آنجایی اهمیت دارد که مشخص شود آیا محصولات به راحتی می‌توانند جایگزین یکدیگر شوند یا خیر (Gleeson & Walden, 2021, p. 489).

چالش رقابتی ناظر بر شناسایی قدرت بازاری در بازار رایانش ابری، به دلیل پیچیدگی و لایه‌بندی این خدمات است. مصرف‌کنندگان ممکن است تنها یک نوع خدمت، مانند نرم‌افزار به عنوان خدمت را خریداری کنند، در حالیکه ارائه‌دهنده آن از زیرساخت به عنوان خدمت یک تأمین‌کننده دیگر استفاده کند. این موضوع باعث می‌شود که کاربران نهایی از چندین لایه خدمات ابری بهره‌برداری کنند، بدون اینکه از جزئیات زنجیره و فرایند توزیع منابع آگاه باشند. این زنجیره قراردادها می‌تواند بازارهای چندجانبه‌ای را ایجاد کند که در آن ارائه‌دهندگان خدمات ابری نیز به عنوان مصرف‌کنندگان سایر ارائه‌دهندگان عمل می‌کنند. چنین وضعیتی چالش‌های رقابتی را افزایش می‌دهد، زیرا عملیات عمودی و افقی بین ارائه‌دهندگان تحت تأثیر قرار می‌گیرد. مسائل رقابتی نه تنها در لایه‌های مختلف خدمات ابری، بلکه در زیرساخت‌هایی که این خدمات بر آن‌ها بنا شده‌اند نیز وجود دارد و بر نحوه تعامل و رقابت بین ارائه‌دهندگان تأثیر می‌گذارد (ibid, 2021, p. 481). این پیچیدگی‌ها باعث شده تا مراجع رقابتی هنگام ارزیابی سوء استفاده از تسلط در بازارهای دیجیتال با چالش‌های متعددی مواجه شوند. بنابراین، پویایی بازار، سرعت نوآوری و تغییر مدل‌های خدمات ابری از مهم‌ترین چالش‌ها هستند که نیاز به بازنگری در ضوابط سنتی حقوق رقابت را ایجاد می‌کنند. (UNCTAD, 2024, p. 2).

۴-۱ تحلیل موضع رقابتی اتحادیه اروپا

در حقوق اتحادیه اروپا، مبنای قانونی سوء استفاده از موقعیت مسلط، مواد ۱۰۱ و ۱۰۲

¹ Switching Cost.

² Integrated

³ Complementary

معاهده اجرائی اتحادیه اروپا^۱، آخرین مقررہ معافیت شماره ۷۲۰ مصوب ۲۰۲۲^۲ و اصول راهنمای جدید مقررہ معافیت^۳، مقررہ جدید اتحادیه اروپا در خصوص اجرای بند سوم ماده ۱۰۱ معاهده نسبت به قراردادهای انتقال فناوری مصوب ۲۰۱۴^۴ و اصول راهنمای آن^۵، مقررہ اتحادیه اروپا در خصوص اجرای بند سوم ماده ۱۰۱ معاهده نسبت به برخی انواع

¹ Treaty on the Functioning of the European Union (TFEU).

مواد ۱۰۱ و ۱۰۲ معاهده به ممنوعیت رفتارهای ضد رقابتی اشاره دارد. ماده ۱۰۱ در خصوص توافقاتی اعمال می شود که ممکن است بر تجارت بین کشورهای عضو تأثیر بگذارد و از رقابت جلوگیری، محدود یا مخدوش کند و ماده ۱۰۲ معاهده به بی اعتباری رویه هایی اشاره دارد که توسط بنگاه های اقتصادی با سوء استفاده از موقعیت مسلط خود اعمال می شود. (Duns, 2015, p. 240).

² Commission regulation 2022/720 on the application of article 101(3) of the treaty on the functioning of the European Union to categories of vertical agreements and concerted practices & Guidelines on vertical restraints

به موجب مقررہ معافیت شماره ۷۲۰، گر سهم طرفین در بازار کمتر از ۳۰ درصد باشد، آنها در حاشیه امن قرار می گیرند مگر اینکه تحدیدات ذاتی وجود داشته باشد که خارج از این معافیت است.

³ Guidelines on vertical restraints, (2022), Brussels

⁴ Commission regulation (EU) no 316/2014 on the application of article 101(3) of the treaty on the functioning of the European Union to categories of technology transfer agreements

این مقررہ و اصول راهنما در خصوص بازار ابری اعمال می شوند. ارائه دهنده خدمات ابری می تواند در قالب قرارداد واگذاری یا لیسانس، اجازه استفاده از فناوری خود در تولید محصول را اعطا کند. در صورتی که طرفین توافق رقیب نباشند و سهم بازار امتیازدهنده بیش از ۳۰ درصد نباشد و رویه محدودکننده مشمول تحدیدات ذاتی نباشد، مشمول معافیت این مقررہ خواهد شد. (Gleeson & Walden, 2021, p. 491)

⁵ Guidelines on Commission Regulation (EU) No 316/2014 on the application of Article 101(3) of the Treaty on the Functioning of the European Union to categories of technology transfer agreements

مصوب ۱۴۰۲۳ می باشد. (song,2017, p. 2) قراردادهای تحقیق و توسعه مصوب ۲۰۲۳ و اصول راهنمای جدید محدودیت افقی قوانین موجود در بازارهای محصولات مادی و فناوری، از جمله خدمات ابری، به طور گسترده‌ای اعمال می‌شوند؛ اما به دلیل دامنه محدود و ماهیت پسینی این قوانین، نیاز به مقررات پیشگیرانه با توجه به مصادیق متنوع و مقتضیات خاص بازار ابری احساس می‌شود. به همین منظور، قوانین جامع پیشگیرانه‌ای برای جلوگیری از رفتارهای سوء استفاده‌آمیز شرکت‌های بزرگ فناوری در بازار دیجیتال وضع شده است (Carugati,2023, p. 12). از جمله این قوانین می‌توان به قانون بازارهای دیجیتال مصوب ۲۰۲۲^۳، قانون داده‌ها مصوب ۲۰۲۳^۴ و مقررات عمومی حفاظت از داده مصوب ۲۰۱۶^۵ اشاره نمود.

قانون بازارهای دیجیتال به عنوان یک چارچوب نظارتی برای خدمات پلتفرم دیجیتال تدوین شده است تا رقابت‌پذیری و عدالت را برای کاربران نهایی و کسب‌وکارها افزایش دهد. این قانون تنها بر روی خدمات دیجیتال متمرکز است که توسط قانون‌گذاران به عنوان

¹ Guidelines on the applicability of Article 101 of the Treaty on the Functioning of the European Union to horizontal co-operation agreements

این اصول راهنما، توافقات افقی را با در نظر گرفتن معیارهای اقتصادی و رقابتی تحلیل می‌کند. اگر یک توافق ضد رقابتی منافع قابل توجهی ایجاد کند و شرایط خاص را رعایت کند، ممکن است از ممنوعیت‌ها معاف شود. ۱

² Commission Regulation (EU) 2023/1066 on the application of Article 101(3) of the Treaty on the Functioning of the European Union to certain categories of research and development agreements.

این مقرر بیان می‌کند که تحلیل توافقات تحقیق و توسعه در صنعت فناوری می‌تواند به شناسایی نوآوری‌ها و شکل‌گیری بازارهای جدید کمک کند.

³ REGULATION (EU) 2022/1925 of 14 September 2022 on contestable and fair markets in the digital sector and amending Directives (EU)2019/1937 and (EU) 2020/1828 (Digital Markets Act)

⁴ Regulation (EU) 2023/2854 of the European Parliament and of the Council of 13 December 2023 on harmonised rules on fair access to and use of data and amending Regulation (EU) 2017/2394 and Directive (EU) 2020/1828 (Data Act)

⁵ General Data Protection Regulation (GDPR.) 2016.

پرکاربردترین خدمات برای کاربران تجاری^۱ و نهایی^۲ در نظر گرفته شده اند و تعهداتی را بر بنگاه‌های بزرگ «دروازه نگهدار»^۳ تحمیل می‌کند. این قانون رقابت‌پذیری و عدالت را تقویت کرده و امکان جابه‌جایی آسان کاربران بین خدمات مختلف را فراهم می‌سازد. همچنین بر خدمات پلتفرم اصلی^۴ تأکید دارد که ممکن است تحت تسلط یک شرکت خاص نباشند. طبق بند دوم ماده ۳ قانون بازار دیجیتال، قدرت بازاری و وضعیت اقتصادی مسلط با محاسبه سهم بازار پلتفرم صورت می‌گیرد. برای محاسبه سهم بازار از معیار «میزان فروش»^۵ «نسبت تعداد کاربران تجاری و نهایی به نسبت آن پلتفرم به کل کاربران بازار»^۶ استفاده می‌شود (Saini et al, 2022, p. 41).

طبق بند دوم ماده دو قانون مزبور، خدمات رایانش ابری به عنوان نوعی از خدمات پلتفرم اصلی در بازارهای دیجیتال شناخته می‌شود. این خدمات شامل زیرساخت‌ها، پلتفرم‌ها و نرم‌افزارهایی هستند که به کاربران امکان استفاده از منابع محاسباتی و ذخیره‌سازی را از

¹ Business User

شخصی که از پلتفرم‌های دیجیتال برای ارائه محصولات یا خدمات خود به کاربران نهایی استفاده می‌کند.

² End users

به افرادی اطلاق می‌شود که در طرف دیگر پلتفرم‌های چندسویه قرار دارند و برای رفع نیازهای شخصی خود با کاربران تجاری ارتباط برقرار می‌کنند.

³ Gatekeeper

طبق بند اول ماده ۳ قانون بازارهای دیجیتال، این پلتفرم‌ها باید حداقل یک خدمات پلتفرم اصلی را در سه کشور عضو اتحادیه اروپا ارائه دهند و سه معیار کیفی شامل «تأثیر قابل توجه بر بازار داخلی»، «عرضه اینترنتی کالا یا خدمت کسب‌وکارها به صورت مستقیم به کاربران نهایی»، و «داشتن موقعیت اقتصادی پایدار» را محقق کنند.

⁴ Core Platform Services

^۵ آرایه دهنده خدمات باید گردش مالی سالانه‌ای برابر یا بالاتر از ۷,۵ میلیارد یورو در هر یک از سه سال مالی گذشته داشته باشد.

^۶ عرضه کننده ای که خدمات پلتفرم اصلی‌ای را ارائه دهد باید در سال مالی گذشته حداقل ۴۵ میلیون کاربر نهایی فعال و ۱۰ هزار کاربر تجاری فعال (در بازه سال گذشته) که در اتحادیه اروپا مستقر باشند.

طریق اینترنت به صورت مقیاس پذیر و انعطاف پذیر می دهند. خدمات ابری به دلیل ماهیت یک طرفه و عدم تعامل مستقیم با کاربران نهایی، معمولاً از موقعیت دروازه نگهداری^۱ برخوردار نیستند. اما طبق این ماده اگر یک ارائه دهنده خدمات ابری تعداد کافی از کاربران تجاری داشته باشد، ممکن است به عنوان پلتفرم دروازه نگهدار شناخته شود (ibid2022, p. 43-46)

قانون دیگری تحت عنوان، قانون داده ها مصوب ۲۰۲۳ با هدف تقویت رقابت در حوزه رایانش ابری و شکل دهی به ساختار بازار از طریق ایجاد محیطی چند فروشنده ای و تعامل پذیر^۲ تدوین شده است. این قانون با کاهش موانع ورود به بازار و تسهیل فرآیند جابه جایی بین ارائه دهندگان خدمات ابری و الزام به شفافیت در پردازش داده ها، رقابت عادلانه را تسهیل کرده و رفتارهای ضد رقابتی را محدود می کند. مواد ۲۳ تا ۳۱ این قانون به طور ویژه بر شفافیت، تعامل پذیری و پاسخگویی تأکید دارند و زمینه ساز شکل گیری بازاری واحد و رقابتی می شوند (Carugati, 2023, p. 12).

مقررات عمومی حفاظت از داده بر حفظ حریم خصوصی و حقوق افراد تأکید دارد و به کاربران این امکان را می دهد که کنترل بیشتری بر داده های شخصی خود داشته باشند. این قانون به ویژه در زمینه خدمات ابری به حذف موانع انتقال داده ها پرداخته و در عین حال حقوق افراد را در حفاظت از داده های شخصی تضمین می کند (Saini et al, 2022, p. 24).

با توجه به مراتب فوق، می توان گفت اتحادیه اروپا با اتخاذ رویکردی فعال و مداخله جویانه، قوانین جدیدی را برای مقابله با سوء استفاده از موقعیت مسلط ارائه دهندگان خدمات ابری وضع کرده است. این قوانین نه تنها بر حفظ حریم خصوصی داده ها تأکید دارند، بلکه دسترسی به بازار را نیز تسهیل می کنند. ارزیابی رویه های مورد بحث در بازار خدمات ابری بر اساس قاعده معقولیت و با تحلیل عمیق آثار رقابتی انجام می شود تا توازن میان

¹ Gatekeeping Position

^۲ رویکردی است که در آن چندین ارائه دهنده خدمات ابری می توانند به طور همزمان و هماهنگ با یکدیگر تعامل کنند، به طوری که کاربران بتوانند از خدمات متنوع و مختلف استفاده کنند.

حمایت از حقوق ارائه‌دهندگان خدمات ابری و کاربران ایجاد شود. Gleeson & Walden, 2021, p. 488). چنین رویکردی نشان‌دهنده تلاش اتحادیه اروپا برای ایجاد یک محیط رقابتی عادلانه و مطمئن در بازارهای دیجیتال است.

۲- مصادیق سوءاستفاده از موقعیت مسلط در بازار خدمات ابری

مهم‌ترین مصادیق سوءاستفاده از موقعیت مسلط در بازار خدمات ابری عبارتند از معامله انحصاری، ترتیبات پیوندی و فروش بسته‌ای، خودترجیحی، شروط غیرمنصفانه و عدم همکاری است که به شرح ذیل به اختصار مورد بحث قرار می‌گیرند.

۱- ۲- معامله انحصاری

اصطلاح معامله انحصاری^۱ در معنای وسیع خود برای توصیف ترتیباتی به کار می‌رود که توزیع‌کننده یا فروشنده ملزم می‌شود تمام یا مقداری از اقلام مورد نیاز خود را صرفاً از تامین‌کننده یا شخص معین شده از سوی او خریداری کند و از معامله با رقبای تامین‌کننده پرهیز نماید. (Abbott & Wright, 2008, p. 191). قواعد عام حوزه معامله انحصاری در عرصه رایانش ابری نیز قابل طرح است. معامله انحصاری در رایانش ابری به توافقاتی اطلاق می‌شود که ارائه‌دهنده خدمات ابری بدون دلایل موجه به صورت انحصاری با یک یا چند فروشنده خاص برای ارائه خدمات یا محصولات منعقد می‌کند. به عنوان مثال، در بازار نرم‌افزار تشخیص ویروس، انعقاد قرارداد انحصاری ارائه‌دهنده خدمات ابری با یک شرکت خاص موجب می‌شود که مشتریان تنها قادر به استفاده از محصول فناورانه آن ارائه‌دهنده باشند. این وضعیت منجر به وابستگی کاربران به این ارائه‌دهنده و محدود شدن دسترسی سایر فروشندگان به بازار می‌شود (Feinstein, 2011, p. 4; Gleeson & Walden, 2021, p. 490). معامله انحصاری می‌تواند به طرق مختلفی، از جمله از طریق مشوق‌ها و بازدارنده‌های مستقیم یا غیرمستقیم، تحقق یابد. به عنوان مثال، یک ارائه‌دهنده خدمات ابری ممکن است برای جذب مصرف‌کنندگان و جلوگیری از روی آوردن آن‌ها به رقبای خود،

¹ Exclusive Dealing

تخفیف‌هایی^۱ را ارائه دهد. به‌طور خاص، در پرونده‌ای که در سال ۲۰۱۴ علیه شرکت اینتل^۲ مطرح شد. این شرکت با ۷۰ درصد سهم بازار به سوءاستفاده از موقعیت مسلط خود در تولید پردازنده‌های مرکزی متهم شد. دادگاه عمومی اتحادیه اروپا اینتل را به دلیل ارائه تخفیف‌های مشروط به شرکت‌هایی مانند اچ‌پی و دل برای عدم خرید از رقیبش یعنی، ای‌ام‌دی^۳، به مبلغ ۱٫۰۶ میلیارد یورو جریمه کرد. این اقدامات به کاهش رقابت و محدود شدن انتخاب مصرف‌کنندگان منجر شده بود. با وجود اینکه دیوان دادگستری اتحادیه اروپا در بررسی‌های بعدی اعلام کرد که کاهش رقابت در بازار اثبات نشده و حکم جریمه را لغو کرده است، این پرونده منجر به تأکید بر اهمیت شرط معامله انحصاری در بازار خدمات ابری شد.

تخفیف‌های انحصاری در خدمات ابری به دلیل عرضه زیرساخت‌های ابری توسط تأمین‌کنندگان تجهیزات، انتخاب کاربران را محدود و ورود رقبای جدید را دشوار می‌کند. در رایانش ابری، کاربران به منابع مشترکی دسترسی دارند که توسط تأمین‌کنندگان خدمات ارائه می‌شود و این منابع معمولاً به‌صورت فیزیکی در دسترس نیستند. کاربران نمی‌توانند نوع سرورهایی که برای خدمات ذخیره‌سازی یا محاسباتی استفاده می‌شود را مشاهده کنند. با افزایش استفاده از خدمات ابری، خرید سرورها و رایانه‌ها توسط شرکت‌ها کاهش یافته و این امر به تقویت سلطه بیشتر ارائه‌دهندگان بزرگ خدمات ابری بر بازار منجر می‌شود (song, 2017, p. 5).

در حقوق رقابت اتحادیه اروپا، ماده ۵ قانون بازار دیجیتال به منع انحصار پرداخته است. طبق بند ۳ این ماده، پلتفرم‌های دروازه‌نگهدار از انعقاد توافقات انحصاری که مانع از ارائه محصولات یا خدمات کسب‌وکارها از طریق کانال‌ها یا پلتفرم‌های دیگر می‌شود، منع شده‌اند. همچنین، ملزم به ارائه خدمات فقط از طریق پلتفرم خود نیستند و باید امکان همکاری با سایر فروشندگان را فراهم کنند (ibid, 2017, p. 7).

¹ Exclusivity Rebates

² Case T 2809- Intel Corporation Inc. v European Commission, 2022.

³ Advanced Micro Devices (AMD)

۲-۲ ترتیبات پیوندی و فروش بسته‌ای

ترتیبات پیوندی توافقاتی هستند برای فروش محصول با این شرط که خریدار، محصول دیگری را از عرضه‌کننده خریداری نکند یا ملزم به خرید محصولی از عرضه‌کننده دیگر شود. کالایی که مورد نظر خریدار است، «محصول پیوندی»^۱ و کالایی که خریدار ملزم به خرید آن شده است، «محصول پیوند داده شده»^۲ نامیده می‌شود (جعفرزاده، اکبری‌ان، ۱۴۰۰، ۵۸) «فروش بسته‌ای»^۳ به توافقی اطلاق می‌شود که به موجب آن دو فناوری یا یک فناوری و یک محصول مرتبط به‌عنوان یک مجموعه با یک قیمت واحد منتقل می‌شوند، به‌گونه‌ای که امکان تفکیک آن‌ها از نظر فنی برای مصرف‌کننده وجود ندارد (Van den Bergh, 2017, p. 321). ترتیبات پیوندی در بازار خدمات ابری به شیوه‌ای اطلاق می‌شود که ارائه‌دهنده خدمات ابری، با موقعیت مسلط در بازار دارایی فکری اصلی، از طریق الزامات قراردادی یا فنی، دستیابی به خدمات ابری را مشروط به خرید یا دریافت محصول مادی یا فناوری فرعی بدون رضایت کاربر می‌کند. فروش بسته‌ای نیز به وضعیتی اشاره دارد که ارائه‌دهندگان خدمات ابری، با استفاده از الزامات فنی، نرم‌افزارهای اختصاصی و انحصاری و ابزارهای هوش مصنوعی (محصولات مادی و فناورانه اصلی) را به همراه محصولات ابری فرعی به‌عنوان یک مجموعه و با یک قیمت واحد ارائه می‌کنند. در این حالت، مصرف‌کننده تنها قادر است کل بسته را انتخاب و خریداری کند.

از منظر حقوق رقابت، این ترتیبات محدود کننده ممکن است منجر به ارتقا کیفی محصول در بازار فناوری، افزایش کارایی و نوآوری و صرفه جویی در هزینه‌های تولید شوند اما اصلی‌ترین اثر ضد رقابتی این تحدیدات، انحصار، قفل‌شوندگی مصرف‌کننده، ایجاد مانع برای ورود شرکت‌های جدید به بازار و محدود کردن آزادی انتخاب توسعه‌کنندگان نرم‌افزار می‌باشد^۴ (Carugati, 2023, pp. 7-9).

¹ Tying Product

² Tied Product

³ Bundling

⁴ نرم‌افزارها در بازار برای توسعه‌دهندگان ثالث اهمیت زیادی دارند زیرا به آن‌ها کمک می‌کند تا به مشتریان دسترسی پیدا کنند. این تسلط ممکن است توسعه‌دهندگان را مجبور کند که از خدمات ابری مرتبط با این نرم‌افزارها استفاده کنند (Carugati, 2023, p. 9).

ارزیابی رقابتی این تحدیدات در مدل‌های رایانش ابری به ویژه زیرساخت به عنوان خدمت، بسیار پیچیده است چراکه محصولات و خدمات ابری اغلب به صورت یکپارچه و به عنوان یک مجموعه مرتبط ارائه می‌شوند. مشتریان برای دسترسی به این خدمات هزینه پرداخت می‌کنند، لذا تعیین اینکه برای هر یک از نرم‌افزار و خدمات ابری به طور مستقل و مجزا، تقاضاهای مختلفی در بازار وجود دارد یا خیر، دشوار است. برای مثال، وقتی یک شرکت ابری نرم‌افزار امنیتی را به عنوان بخشی از خدمات خود ارائه می‌کند، این نرم‌افزار به طور یکپارچه امنیت داده‌ها و سیستم‌های ابری را تامین می‌کند. در این حالت، مشتریان نیازی به خرید جداگانه نرم‌افزار ندارند و با پرداخت هزینه خدمات ابری، از امکانات امنیتی آن هم بهره‌مند می‌شوند. از این رو، اگر نرم‌افزار و خدمات ابری را به عنوان دو محصول جداگانه در نظر بگیریم، لازم است بررسی شود که آیا این تفکیک واقعاً به ایجاد بازارهای مجزا منجر می‌شود یا خیر (Gleeson & Walden, 2021, p. 490). بنابراین، مراجع رقابتی در تحلیل موضوع باید مولفه‌های رقابتی نظیر حق انتخاب مصرف‌کنندگان، دسترسی آزاد رقبا به خدمات پیوند داده‌شده، تأثیر آن بر رقابت و عوامل موجهه را مدنظر قرار دهند.

گوگل در سال ۲۰۲۴ شکایتی از مایکروسافت به کمیسیون اروپا مطرح کرد، مبنی بر اینکه این شرکت با انعقاد قراردادهای لیسانس، مشتریان را به استفاده از نرم‌افزار «آزور» مجبور می‌کند و انتقال زیرساخت‌ها به پلتفرم‌های رقیب مانند «گوگل کلود» و «خدمات وب آمازون» را دشوار و پرهزینه می‌سازد. گوگل معتقد است که این اقدامات باعث افزایش هزینه‌ها و محدودیت انتخاب مصرف‌کنندگان شده است.^۱ همچنین در پرونده مایکروسافت^۲ در سال ۲۰۰۹، رفتارهای ضد رقابتی این شرکت به ویژه در زمینه ارائه پلتفرم‌های ابری و با هم فروشی مرورگر «اینترنت اکسپلورر»^۳ به سیستم‌عامل ویندوز مورد بررسی قرار گرفت. یک شرکت نروژی مدعی شد که مایکروسافت با پیش‌نصب اینترنت اکسپلورر، مرورگرهای رقیب مانند «نت اسکایپ نوئیگیتور» را از بازار حذف کرده و موجب انحصار در بازار مرورگر وب شده است. در پی این شکایت، مایکروسافت متعهد به نمایش

¹ <https://www.perigon.io/news/tech/2024/09/25/google-files-antitrust-complaint-microsoft>

² CASE AT.39530- Microsoft (Tying) – 2013.

³ Internet Explorer

صفحه انتخاب مرورگر شد، اما در سال ۲۰۱۳ مشخص گردید که این تعهد را نقض کرده است و به پرداخت جریمه‌ای معادل ۵۶۱ میلیون یورو محکوم شد. دو پرونده فوق‌الذکر نشان‌دهنده تلاش اتحادیه اروپا برای مقابله با ترتیبات پیوندی است تا محیطی عادلانه‌تر برای رقابت ایجاد شود.

در چارچوب حقوق رقابت اتحادیه اروپا، بر اساس بند ۷ ماده ۶ قانون بازارهای دیجیتالی، پلتفرم‌های دروازه نگه‌دار موظفند امکان دسترسی رایگان و مؤثر ارائه‌دهندگان خدمات و سخت‌افزار به ویژگی‌های مشابه سخت‌افزاری و نرم‌افزاری را از طریق سیستم‌عامل یا دستیار مجازی فراهم کنند. این الزام، کاربران تجاری و ارائه‌دهندگان جایگزین را نیز در بر می‌گیرد تا از محدودیت انتخاب ناشی از ترتیبات پیوندی و فروش بسته‌ای جلوگیری شود. در نتیجه، پلتفرم‌های دروازه نگه‌دار نمی‌توانند سایر پلتفرم‌ها را مجبور کنند که خدمات خود را صرفاً از طریق آنها ارائه دهند و شرایط خاصی برای همکاری با سایر پلتفرم‌ها بپذیرند. (Carugati, 2023, p. 12).

۳-۲ خود ترجیحی^۱

خودترجیحی در بازار دیجیتالی به وضعیتی اشاره دارد که یک پلتفرم، محصول خود را بر رقبای دیگر ارجحیت می‌دهد. (Hovenkamp, 2023, p. 5) خودترجیحی در خدمات ابری به این معناست که یک ارائه‌دهنده، خدمات خود را نسبت به خدمات دیگران در اولویت قرار دهد (Carugati, 2023, p. 7) عملکرد خودترجیحی در خدمات ابری می‌تواند اثرات رقابتی و ضد رقابتی قابل توجهی داشته باشد. از یک سو به ارائه‌دهندگان امکان می‌دهد پلتفرم خود را بهبود بخشیده و مشتریان بیشتری جذب کنند. از سوی دیگر ممکن است منجر به تضعیف غیرمنطقی خدمات رقبا شود و در نتیجه محصولاتشان عمداً کم‌اهمیت جلوه داده شده یا از دسترس مشتریان خارج شوند. (Carugati, 2023, p. 9). به عنوان نمونه، موتورهای جستجو صفحاتی را انتخاب می‌کنند که به نفع آنها باشد و برای رضایت آنها طراحی شده باشد. این انتخاب به طور نظام‌مند نوع خاصی از محتوا را برمی‌گزیند و

¹ Self-preferencing

پدیده‌ای به نام سوگیری موتورهای جست‌وجوگر را ایجاد می‌کند (محمدی و علی پور، ۱۴۰۰: ۱۱۲).

قانون بازاریهای دیجیتال به‌طور خاص به ممنوعیت خود ترجیحی اشاره دارد. بر اساس بند ۵ ماده ۶ این قانون، پلتفرم‌های دروازه نگه‌دار نباید خدمات خود را به‌صورت مطلوب‌تر از رقبا رتبه‌بندی کنند، و این رفتار شامل جلوگیری از نمایش ناعادلانه، رتبه‌بندی بالاتر و استفاده غیرمنصفانه از داده‌های کاربران می‌شود. همچنین طبق بند ۱۱ ماده ۶، پلتفرم‌های دروازه نگه‌دار را ملزم می‌کند که به شرکت‌های ثالث ارائه‌دهنده خدمات موتورهای جستجوی آنلاین، دسترسی منصفانه و غیرتبعیض‌آمیز به داده‌های رتبه‌بندی، جستجو، کلیک و مشاهده کاربران نهایی بدهند. علاوه بر این، بند ۱۲ همین ماده پلتفرم‌ها را موظف می‌کند که شرایط عادلانه‌ای برای کاربران تجاری در فروشگاه‌های نرم‌افزار، موتورهای جستجوی آنلاین و شبکه‌های اجتماعی ایجاد کنند تا انتخاب آزاد کاربران تضمین شود. با اجرای این مقررات، کاربران می‌توانند بدون تأثیر ترجیحات ناعادلانه پلتفرم‌ها از خدمات متنوعی بهره‌مند شوند (Carugati, 2023, p. 5).

۴-۲ شروط غیر منصفانه^۱

یکی دیگر از مصادیق سوء استفاده بنگاه مسلط، تحمیل شروط غیر منصفانه در قرارداد است. مطابق ماده ۳ دستورالعمل شروط قراردادی غیرمنصفانه اتحادیه اروپا مصوب ۱۹۹۳، «شروط غیرمنصفانه به شرطی اطلاق می‌شود که شخصاً میان طرفین مورد مذاکره قرار نگرفته باشد. این شرط، بر خلاف قاعده حسن نیت، عدم تعادل قابل توجهی در حقوق و تعهدات طرفین ناشی از قرارداد ایجاد می‌کند که به زیان مصرف‌کننده است».^۲ بر اساس ماده فوق، یک شرط زمانی غیرمنصفانه است که: (۱) نابرابری قابل توجهی در حقوق و تکالیف طرفین به ضرر مصرف‌کننده ایجاد کند. (۲) به‌صورت پیش‌فرض در قرارداد گنجانده شده و غیرقابل مذاکره باشد. (۳) تعهد به رفتار صادقانه، حسن اراده اخلاقی و منصفانه را نقض کند. شروط غیرمنصفانه در قراردادهای خدمات ابری به شرطی اطلاق

¹ Unfair terms

² Council Directive 93/13/EEC of 5 April 1993 on unfair terms in consumer contracts.

³ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX%3A31993L0013>

می‌شود که نابرابری عمده و فاحشی به ضرر مصرف‌کنندگان ایجاد می‌کند و بدون امکان مذاکره یا چانه‌زنی، به صورت یک جانبه توسط ارائه‌دهندگان خدمات ابری تعیین می‌شود.^۱ این نابرابری، ناشی از شکاف اطلاعاتی، عدم برخورداری از قدرت چانه‌زنی برابر، کمبود تخصص و تجربه در زمینه‌های فنی و حقوقی، عدم شفافیت شروط قرارداد و تأثیر تبلیغات است که سبب ناتوانی مصرف‌کننده در قیاس با توان معاملاتی ارائه‌دهندگان خدمات می‌شود (طالب احمدی و فرهمند، ۲۷۱، ۱۴۰۰). در ادامه، به مهم‌ترین شروط غیرمنصفانه در قراردادهای ارائه خدمات رایانش ابری به اختصار اشاره خواهیم کرد.

- حق فسخ قرارداد: در قراردادهای ارائه خدمات رایانش ابری، برخی از ارائه‌دهندگان از اختیار یک جانبه فسخ قرارداد برخوردار بوده و قادرند بدون اعلام دلیل موجه و اطلاع قبلی، به ارائه خدمات خاتمه دهند. برای نمونه، شرکت دراپ باکس، فعال در حوزه ذخیره‌سازی ابری، در شرایط استفاده از خدمات خود تصریح نموده است که «حق فسخ خدمات را در هر زمان، بدون ارائه دلیل و اطلاع قبلی برای خود محفوظ می‌دارد». این شرط، نمایانگر حاکمیت اراده ارائه‌دهندگان خدمات در قراردادهای استاندارد رایانش ابری بوده و می‌تواند تبعات نامطلوبی را برای کاربران به همراه داشته باشد.^۲

- داوری اجباری: در قراردادهای رایانش ابری شرط می‌شود که در صورت بروز اختلاف، آن را از طریق داوری مرجع خاصی حل و فصل نمایند. چنین شرطی در قراردادهای بین شرکت‌های بزرگ و تجار مرسوم است، اما زمانی که طرف قرارداد ارائه‌دهنده خدمات، یک شخص عادی است که بدون مذاکره قرارداد استاندارد را قبول کرده، ممکن است چنین شرطی موجب شود که در صورت ورود زیان به وی نتواند خسارت خود را جبران نماید. (کاتب دامغانی، ۱۴۰۰: ۸۵)

- محدودیت‌های مالکیت کاربر بر محتوای ارائه شده به ابر:^۳ برخی از ارائه‌دهندگان خدمات رایانش ابری در قراردادهای خود، حق استفاده از محتوای بارگذاری شده توسط

^۱ https://ec.europa.eu/justice/contract/files/expert_groups/unfair_contract_terms_en.pdf

^۲ https://ec.europa.eu/justice/contract/files/expert_groups/unfair_contract_terms_en.pdf

^۳ Limitations to the consumer ownership of the content supplied to the cloud

کاربران را برای خود محفوظ می‌دارند. به عنوان نمونه، شرکت متا اعلام می‌کند که کاربران با بارگذاری محتوای دارای حقوق مالکیت فکری، به فیسبوک اجازه استفاده از آن را اعطا می‌کنند. این مجوز تا زمان حذف محتوا یا غیرفعال شدن حساب کاربری معتبر است، مگر آنکه محتوا توسط دیگران به اشتراک گذاشته شده و همچنان در دسترس باشد.^۱

- جمع‌آوری و انتقال اطلاعات شخصی کاربر بدون رضایت: جمع‌آوری و پردازش داده‌های شخصی نیازمند رضایت آگاهانه، مشخص و آزادانه کاربران است؛ آن‌ها باید از نوع داده‌ها، اهداف جمع‌آوری و گیرندگان آن مطلع باشند اما در خدمات رایانش ابری، شروط حریم خصوصی اغلب شفاف نبوده و از عبارات مبهم استفاده می‌شود. در نتیجه، کاربران ناگزیر به پذیرش این شروط شده و عملاً رضایت ضمنی خود را به استفاده از داده‌هایشان به نفع ارائه‌دهندگان خدمات ابری اعلام می‌کنند. تغییر سیاست حریم خصوصی گوگل در سال ۲۰۱۲، نمونه‌ای از این موضوع است چرا که کاربران بدون امکان انصراف، ملزم به پذیرش سیاست جدید شدند. (BEUC, 2014, p. 8).

- حق تغییر یک‌جانبه شروط قرارداد: بسیاری از قراردادهای رایانش ابری شامل شرطی هستند که به ارائه‌دهندگان اجازه می‌دهد مفاد قرارداد را به صورت یک‌جانبه و بدون نیاز به موافقت کاربران تغییر دهند. فرایند تغییر مفاد قرارداد در خدمات ابری متفاوت است؛ بدین صورت که کاربران ملزم به بررسی منظم شروط هستند تا از تغییرات مطلع شوند. استفاده مداوم از خدمات به منزله پذیرش ضمنی تغییرات است. به عنوان مثال، گوگل اعلام می‌کند «گوگل حق دارد شروط ارائه خدمات خود را به منظور انطباق با تغییرات قانونی یا خدمات، تغییر دهد و کاربران ملزم هستند که به طور منظم شروط را بازبینی کنند تا از هرگونه تغییر مطلع شوند»^۳ (BEUC, 2014, p. 11).

مطابق با موازین رقابتی اتحادیه اروپا، الزام به وجود شروط منصفانه قراردادی در حوزه رایانش ابری، به ویژه برای مصرف‌کنندگان، به عنوان یک اصل اساسی مورد توجه قرار

¹ <https://www.facebook.com/legal/terms/previous>

² Unilateral Changes to Terms

³ https://www.google.com/platforms/emea_uk/terms/

می‌گیرد. مقررات رقابتی اتحادیه اروپا به طور جامع شروط ناعادلانه در قراردادهای خدمات ابری را مورد ارزیابی قرار می‌دهد. صرف‌نظر از دستورالعمل ۹۳/۱۳ که در خصوص شروط غیرمنصفانه قراردادی در بازار محصولات مادی و فناوری است، بندهای سوم، چهارم و پنجم ماده ۵ قانون بازارهای دیجیتال، محدودیت‌های دسترسی و استفاده از خدمات دیجیتالی کاربران را ممنوع می‌کند تا از درج شروط تجاری ناعادلانه جلوگیری شود. همچنین، کسب‌وکارها را از ارائه قیمت‌ها یا شرایط بهتر از طریق کانال‌های ثالث باز می‌دارد. ماده ۵ مقررات عمومی حفاظت از داده، اصول پردازش داده‌ها را مشخص می‌کند و بر قانون‌مندی، انصاف و شفافیت تأکید دارد. ماده ۱۷ حق فراموشی را به رسمیت می‌شناسد، ماده ۲۰ به امکان جابه‌جایی داده‌ها اشاره دارد و مواد ۳۳ و ۳۴ الزامات اطلاع‌رسانی در مورد نقض داده‌ها را مشخص می‌کنند (Saini et al, 2022, p. 60).

۵-۲ عدم همکاری^۱

مفهوم قابلیت همکاری در رایانش ابری به توانایی مصرف‌کننده جهت تعامل با سرویس‌های ابری و تبادل اطلاعات بر اساس روشی مشخص و به‌دست آوردن نتایج قابل پیش‌بینی اشاره دارد. در مواقعی که مصرف‌کننده برای رسیدن به اهداف تجاری خاص نیاز دارد تا از ترکیب چند خدمت ابری مختلف استفاده نماید، نیاز به قابلیت همکاری میان فراهم‌آوردندگان خدمات به‌وجود می‌آید (پژوهشگاه ارتباطات و فناوری اطلاعات، ۱۳۸۹: ۸). بنابراین به‌طور کلی، همکاری به معنای قابلیت تعامل و ارتباط مؤثر بین سیستم‌ها، نرم‌افزارها یا سازمان‌های مختلف است. ارائه‌دهندگان خدمات ابری در بازار این خدمات با رقابت شدیدی برای جذب مشتریان جدید مواجه هستند. این رقابت به دو عامل اصلی، یعنی قیمت‌گذاری و کیفیت خدمات، بستگی دارد. پس از انتخاب یک ارائه‌دهنده خدمات ابری، کاربران ممکن است با مشکلاتی مانند قفل شوندگی، افزایش هزینه‌ها و موانع اطلاعاتی برای خروج از آن اکوسیستم مواجه شوند. این مشکلات می‌توانند منجر به کاهش انتخاب‌های مشتریان و افزایش وابستگی به یک ارائه‌دهنده خاص شوند. قابلیت تعامل، همکاری و تبادل اطلاعات به عنوان راهکاری برای جلوگیری از قفل‌شوندگی مشتریان در

¹ Interoperability

بازارهای پس از فروش، نقش مهمی ایفا می‌کند به همین دلیل، قواعد رقابتی اتحادیه اروپا بر این موضوع تأکید دارند که باید شرایطی ایجاد شود تا کاربران بتوانند به آسانی و بدون موانع جدی از خدمات مختلف ابری استفاده کرده و داده‌های خود را بین آنها منتقل کنند (Gleeson & Walden, 2021, p. 481).

عدم همکاری در پرونده شرکت میکروسافت^۱ مورد بررسی قرار گرفت. در این پرونده، کمیسیون اروپا در سال ۲۰۰۴ دعوی به طرفیت میکروسافت مبنی بر سوءاستفاده از موقعیت مسلط مطرح کرد. کمیسیون معتقد بود میکروسافت با ادغام مرورگر اینترنت اکسپلورر در سیستم عامل ویندوز و عدم ارائه اطلاعات فنی لازم به رقبا، عملاً مانع توسعه محصولات رقابتی شده است. بر همین اساس، کمیسیون اروپا ضمن محکوم کردن میکروسافت به پرداخت جریمه، این شرکت را ملزم به ارائه اطلاعات فنی لازم به رقبا برای تولید نرم‌افزارهای سازگار با ویندوز کرد. در نهایت، دادگاه عمومی اتحادیه اروپا پس از بررسی ابعاد موضوع، حکم کمیسیون اروپا را تأیید کرد (song, 2017, pp. 5-7).

در اتحادیه اروپا، تعامل‌پذیری و همکاری خدمات ابری تحت قوانین متعددی ارزیابی می‌شود. ماده ۷ قانون بازارهای دیجیتال، شرکت‌های بزرگ فناوری را ملزم به ایجاد تعامل‌پذیری در خدمات ارتباطی خود (شامل پیام‌رسانی متنی و اشتراک‌گذاری فایل) با سایر ارائه‌دهندگان می‌کند. همچنین، بند ۹ ماده ۶ این قانون، «پلتفرم‌های دروازه نگهدار» را موظف به تسهیل انتقال داده‌های کاربران برای جلوگیری از قفل شدن در یک اکوسیستم خاص می‌سازد و بند ۱۰ همین ماده، دسترسی رایگان به داده‌های تولید شده توسط کاربران را برای کسب‌وکارها و اشخاص ثالث مجاز الزامی می‌کند. ماده ۲۰ مقررات عمومی حفاظت از داده نیز به کاربران حق انتقال داده‌های شخصی خود بین کنترل‌کننده‌ها را می‌دهد (Saini et al, 2022, p. 55). علاوه بر این، قانون داده‌ها به طور خاص به تعامل‌پذیری و همکاری در بازار خدمات ابری توجه دارد و به کاربران امکان جابه‌جایی آسان داده‌ها و برنامه‌های کاربردی بین ارائه‌دهندگان مختلف و استفاده

¹ Commission decision of 24 March 2004, Case COMP/C-3/37.792 Microsoft; Case T-201/04, Microsoft

هم‌زمان از خدمات آن‌ها را می‌دهد. به ویژه در مدل‌های ارائه خدمات ابری همچون بستر و نرم‌افزار به عنوان خدمت که مشکلات تعامل بین سرویس‌های ابری بیشتر است، این قانون با مواد ۲۳ و ۳۰، ارائه‌دهندگان را موظف به حذف موانع جابه‌جایی و ارائه داده‌ها در قالبی استاندارد می‌کند تا کاربران به آسانی ارائه‌دهنده خود را تغییر دهند (Carugati, 2023, p. 12; Saini et al., 2022, p. 57). با این حال، ارائه‌دهندگان می‌توانند اطلاعات مربوط به اسرار تجاری یا محرمانه را مستثنی کنند (Gleeson & Walden, 2021, p. 495).

۳- دیدگاه حقوق ایران

سند راهبردی توسعه رایانش ابری کشور که در سال ۱۴۰۲ توسط شورای راهبردی توسعه شبکه ملی اطلاعات تصویب شده با هدف توسعه زیرساخت‌های داخلی و کاهش وابستگی به شرکت‌های خارجی گام‌های مهمی را در پیشبرد فناوری‌های نوین در ایران برداشته است. این سند با ایجاد «ابری دولت» و الزام دستگاه‌های اجرایی به مهاجرت به زیرساخت‌های ابری داخلی، زمینه را برای رشد خدمات ابری بومی فراهم کرده است. با این حال، هنوز قانون جامعی برای نظارت بر تعهدات ارائه‌دهندگان خدمات ابری و مواجهه با چالش‌های رقابتی در بازار خدمات ابری به تصویب نرسیده است. با این حال، مقررات عمومی ق.ا.س.ک. می‌تواند برای مقابله با سوء استفاده از موقعیت مسلط در این حوزه مورد استناد قرار گیرد. همچنین، سند شورای عالی فضای مجازی شامل الزاماتی برای حفظ رقابت و جلوگیری از انحصار است که می‌توان آن را به حوزه خدمات ابری نیز تعمیم داد که در ادامه به تحلیل آنها خواهیم پرداخت.

۳-۱ رویکرد قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی

نظر به اینکه عرضه خدمات ابری، فعالیتی اقتصادی تلقی می‌گردد، ارائه‌دهندگان به مثابه بنگاه^۱، از اتخاذ ترتیبات یک‌جانبه که دسترسی رقبا به بازار را دشوار ساخته و منجر به حذف آن‌ها شود، منع شده‌اند. با این حال، برخی از ارائه‌دهندگان خدمات ابری با استفاده از موقعیت مسلط خود در بازار، از ابزارهای ضد رقابتی استفاده می‌کنند. بنابراین، توجه به

^۱ طبق بند ۴ ماده ۱ قانون ق.ا.س.ک. «بنگاه، واحد اقتصادی است که در تولید کالا یا خدمت فعالیت می‌کند، اعم از آن‌که دارای شخصیت حقوقی یا حقیقی باشد.»

ساختار بازار ابری برای احراز قدرت بازاری ضروری است. بازار خدمات ابری طبق بند سیزده ماده یک سند راهبردی توسعه رایانش ابری، به عنوان یک بستر مجازی تعریف شده است که متشکل از ارائه‌دهندگان و تقاضاکنندگان مختلف خدمات ابری است و گردش مالی موجود در این بازار معرف اندازه آن است. به نظر می‌رسد مطابق با این بند، حجم معاملات انجام شده کافی نیست تا سهم بازاری را احراز کرد؛ بلکه باید مولفه‌های دیگری مانند تعداد کاربر تجاری و نهایی، هزینه جابه‌جایی و مدت زمان صرف شده کاربران نیز در نظر گرفته شود.

مطابق بند ۱۵ ماده ۱ قانون ق.ا.س.ک، وضعیت اقتصادی مسلط به موقعیتی اطلاق می‌شود که «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 حقوق ایران، صرف دارا بودن موقعیت مسلط ممنوع نیست؛ بلکه سوءاستفاده از این موقعیت، در صورتی که طبق بند «ط» ماده ۴۵ ق.ا.س.ک، منجر به اخلاف در رقابت شود، ممنوع است (حسینی، ۱۴۰۰: ۳۱۷). در بند «ط» ماده ۴۵، شش مصداق از سوءاستفاده از وضعیت مسلط ذکر شده است. به منظور تفکیک این مصادیق از سایر اقدامات ضد رقابتی مذکور در این ماده، می‌توان اظهار داشت که بند «ط» صرفاً بر موقعیت مسلط دلالت دارد، سایر بندها در خصوص بنگاه‌هایی است که از قدرت بازاری قابل توجه برخوردارند، اما ضرورتاً واجد جایگاه یک بنگاه مسلط نیستند (رهبری و حسینی سنگانی، ۱۳۹۸: ۲۷).

اگرچه ق.ا.س.ک صراحتاً به موازین رقابتی ناظر بر سوءاستفاده از موقعیت مسلط ارائه‌دهندگان خدمات نپرداخته است، با این حال، برخی از مواد این قانون می‌تواند مبنای استنباطی برای تحلیل مصادیق سوءاستفاده از این موقعیت مسلط در بازار خدمات ابری باشد:

معامله انحصاری دارنده با موقعیت مسلط یا قدرت بازاری چشمگیر، می‌توان از قسمت ۲ بند «الف» ماده ۴۵، قسمت ۳ بند «و» ماده ۴۵ و قسمت ۴ ماده ۴۵ قانون ا.س.ک استنباط کرد. قسمت ۲ بند «الف» ماده ۴۵، استنکاف فردی یا جمعی از انجام معامله و همچنین محدود کردن مقدار کالا یا خدمت موضوع معامله را ممنوع اعلام

می‌کند. همچنین، قسمت ۳ بند «و» ماده ۴۵ مقرر می‌دارد که «معامله با طرف مقابل با این شرط که طرف مذکور از انجام معامله با رقیب امتناع ورزد»، بی‌اعتبار است. در نهایت، قسمت ۴ بند «ط» ماده ۴۵ به «ایجاد مانع به منظور دشوار کردن ورود رقبای جدید یا حذف بنگاه‌ها یا شرکت‌های رقیب در یک فعالیت خاص» اشاره دارد. بر این اساس، چنانچه ارائه‌دهنده خدمات ابری دارای موقعیت مسلط یا قدرت بازاری چشمگیر، مبادرت به انعقاد قرارداد انحصاری با یک یا چند فروشنده خاص نموده و از این طریق، دسترسی کاربران به محصولات رقبا را محدود سازد، این رفتار، در صورت اخلاص در رقابت در بازار، ضد رقابتی محسوب می‌گردد.

ترتیبات پیوندی و فروش بسته‌ای، به صراحت در شمار مصادیق سوء استفاده از موقعیت مسلط، در ق.ا.س.ک ذکر شده است. قسمت ۵ بند «ط» ماده ۴۵ این قانون، مشروط نمودن قراردادها به پذیرش شرایطی که از حیث ماهیت یا عرف تجاری فاقد ارتباط با موضوع قرارداد می‌باشند را ممنوع اعلام نموده است. همچنین، به موجب بند «و» ماده ۴۵ قانون مذکور، «فروش یا خرید اجباری» و «منوط نمودن فروش يك کالا یا خدمت به خرید کالا یا خدمت دیگر یا بالعکس» برای بنگاه‌هایی که دارای قدرت بازاری چشمگیری می‌باشند ممنوع گردیده است. بر این اساس، چنانچه ارائه‌دهنده خدمات ابری با موقعیت مسلط یا دارای قدرت بازاری چشمگیر، بدون ضرورت تجاری یا فنی، ارائه خدمات ابری خود را منوط به پذیرش محصول یا فناوری دیگری که مورد نیاز کاربر نیست نماید به نحوی که موجب اخلاص در رقابت شود، این رفتار ضد رقابتی است.

معامله ترجیحی، مستفاد از بند «ج» ماده ۴۵ ق.ا.س.ک، به تبعیض‌آمیز بودن شرایط در معاملات با اشخاص مختلف در وضعیت یکسان اشاره دارد. همچنین، جز ماده ۴ «ط» به ایجاد مانع برای ورود رقبا یا حذف آن‌ها در بازار اشاره می‌کند. بنابراین، می‌توان گفت که ارتکاب خودترجیحی توسط بنگاه‌های اقتصادی، چنانچه منجر به اخلاص در رقابت شود، ضد رقابتی خواهد بود (رهبری و مسعودی نفرشی، ۱۴۰۳: ۹۴).

تحمیل شرایط قراردادی غیرمنصفانه، به استناد قسمت ۲ بند «ط» ماده ۴۵ ق.ا.س.ک، مصداقی از سوء استفاده از موقعیت مسلط تلقی می‌شود. هر چند در ماده مذکور، صرفاً به

ممنوعیت تحمیل شروط ناعادلانه اشاره شده و مصادیق آن تصریح نگردیده است، مع الوصف، قراردادهای مربوط به خدمات رایانش ابری غالباً به صورت یک‌جانبه تنظیم شده و مشتمل بر شروطی است که حق فسخ یک‌جانبه قرارداد، تغییر مفاد قرارداد را به عرضه‌کننده خدمات اعطا می‌نماید. به علاوه، این قراردادها ممکن است شامل جمع‌آوری داده‌های شخصی کاربران، بدون کسب رضایت ایشان و محدود نمودن حقوق مالکیت آنان باشد. با این حال، با قاطعیت نمی‌توان با استناد به مقرره‌ای این چنین وسیع، به‌طور خاص راجع به این رویه تعیین تکلیف کرد (رهبری، ۱۴۰۲: ۲۴۲). لذا بهتر است شورای رقابت در دستورالعملی خاص فهرستی تمثیلی و غیر حصری از مصادیق شروط غیرمنصفانه قراردادی را برای استفاده بنگاه‌های اقتصادی تنظیم کند (حسینی، ۱۴۰۰: ۳۱۹).

از منظر حقوق رقابت، رویه‌های مورد بحث آثار متعددی دارند. از جمله مهمترین آثار ضد رقابتی این رویه‌ها که توسط ارائه‌دهندگان خدمات ابری با موقعیت مسلط اعمال می‌شود، می‌توان به ایجاد انحصار در بازار، محدود کردن حق انتخاب مصرف‌کننده در اثر قفل‌شدگی و ایجاد مانع برای ورود رقبای جدید اشاره کرد. با این حال، اعمال این محدودیت‌ها به صورت بالقوه می‌تواند منجر به استفاده بهینه از منابع، کاهش هزینه‌ها، صرفه اقتصادی ناشی از توسعه مقیاس و تضمین کیفیت خدمات گردد.

در خصوص ماده ۴۵ ق.ا.س.ک، دو تفسیر متفاوت وجود دارد؛ برخی از نویسندگان بر این باورند که قسمت «ط» از ماده ۴۵ ق.ا.س.ک به سیاق سیاست تقنینی طراحان این قانون همانند سایر رویه‌های ضد رقابتی، نحوه تشخیص و احراز تحقق این رفتار ضد رقابتی را از رهگذر تنها شش طریق حصری مقرر، امکان‌پذیر نموده است (علاء‌الدینی و پوراسلامی، ۱۴۰۰: ۵۴) در مقابل، برخی دیگر از نویسندگان، با توجه به استفاده قانون‌گذار از عبارات بسیار کلی در قسمت‌های ۲، ۳ و ۴ این ماده و نیز تعریف وسیع مفهوم اخلال در رقابت در بند ۲۰ ماده ۱، معتقد به تمثیلی بودن این مصادیق می‌باشند (رهبری و حسینی، ۱۳۹۸، ۲۸). به نظر می‌رسد که حصری بودن ماده با مقتضیات حقوق رقابت مدرن که اقتضای انطباق با رویه‌های نوظهور را دارد، سازگاری نداشته و اعمال ضد رقابتی جدید در بازارهای فناوری و نوآوری را شامل نمی‌گردد. مضافاً، در بازارهای مرتبط با

آفرینش‌های فکری که در معرض تحولات پرشتاب قراردادارند، موقعیت‌های مسلط، غالباً موقتی و شکننده‌اند. سهام بازار بنگاه‌های واجد جایگاه مسلط نیز، از جانب رقبای نوآور، - همواره در معرض تهدید قرار دارد و آنان صرفاً با تداوم نوآوری قادر به حفظ شرایط ممتازشان خواهند بود (همان، ۱۳).

بنابراین، معاملات انحصاری، ترتیبات پیوندی، شروط غیرمنصفانه و عدم همکاری و تعامل‌پذیری از سوی ارائه‌دهنده خدمات ابری مسلط، دغدغه‌ای رقابتی جدی‌تر ایجاد نموده و می‌توان اماره‌ای بر ضد رقابتی بودن این اعمال در نظر گرفت؛ با این حال، صرف تحقق مصادیق مذکور در ماده ۴۵ برای ایجاد مسئولیت رقابتی کافی نبوده و لازم است اعتبار رقابتی این رویه‌ها به موجب قاعده معقولیت و با توجه به پیامدهای مثبت و منفی آنها بر کارایی و نوآوری مشخص شود.

اگرچه اعمال یک‌جانبه بنگاه‌های اقتصادی با موقعیت مسلط یا قدرت بازاری چشمگیر طبق ماده ۴۵ بیشتر در معرض نقض موازین رقابتی قرار دارند، اما قانون‌گذار در این ماده، شرط نهایی ایجاد مسئولیت رقابتی را «اخلال در رقابت» اعلام کرده است، از این رو، اعمال موضوع ماده ۴۵ در صورتی که منجر به اخلال در رقابت به معنای بند ۲۰ ماده ۱ قانون مذکور شود، ضد رقابتی محسوب می‌گردد. علاوه بر آن، احراز موقعیت مسلط صرفاً بر مبنای دسترسی به حجم مشخصی از داده‌ها، بدون در نظر گرفتن نوع، میزان، قابلیت بهره‌برداری بنگاه و شرایط بازارهای پلتفرمی، نمی‌تواند مبنای درستی داشته باشد (رهبری، ۱۴۰۲: ۲۲۱) و نیازمند ارزیابی همه‌جانبه‌تر ترتیبات مذکور است.

شورای رقابت به عنوان نوعی از مدل تک‌نهادی اداری ناظر بر عملکرد بنگاهها و رقابت در بازار و با ترکیب مذکور در ماده ۵۳ آن قانون با هدف تسهیل رقابت و منع انحصار و جلوگیری از اخلال در رقابت با برداشتن موانع ایجاد شده بر سر راه شکل‌گیری وضعیت رقابتی تشکیل و به عنوان تنها مرجع رسیدگی به رویه‌های ضد رقابتی تلقی می‌گردد (قاسمی حامد و براری چناری، ۱۴۰۳، ۹۶-۹۷). قانون‌گذار برای تزییقات ناظر به دارایی فکری نیز راهکارهایی را مقرر کرده است. شورای رقابت با استناد به ماده ۵۱ قانون مزبور، اختیار صدور دستور توقف فعالیت، عدم انجام تعهدات قراردادی یا ابطال قرارداد را دارد. رویه

شورای رقابت نشان می‌دهد که با توجه به تازگی نسبی مسائل پیچیده رقابتی در بازارهای خدمات ابری ایران، هنوز پرونده‌های خاصی در این زمینه مورد بررسی قرار نگرفته است.

۲-۳ رویکرد سند شورای عالی فضای مجازی

سند «سیاست‌ها و الزامات کلان حمایت از رقابت و مقابله با انحصار سکوه‌های فضای مجازی» که در سال ۱۳۹۹ توسط شورای عالی فضای مجازی ایران ابلاغ گردیده است، بمنظور ایجاد فضایی رقابتی و جلوگیری از شکل‌گیری انحصار در بازار سکوه‌های فضای مجازی تدوین شده است. اگرچه این سند به دنبال ایجاد نظام رقابتی پیشگیرانه‌ای است، لیکن به دلیل احکام غیردقیق و ایرادات فراوان، در دستیابی به اهداف خود مبنی بر حمایت از رقابت و مقابله با انحصار سکوه‌های فضای مجازی، کارآمد نمی‌باشد (رهبری و تفرشی، ۱۴۰۳: ۱۰۲). در بندشش ماده یک این سند، به موضوع موقعیت مسلط اشاره شده است. این ماده مقرر می‌دارد که چنانچه میزان داده‌های در اختیار یک یا چند شخص، بیشتر از حد معینی باشد که توسط شورای رقابت تعیین می‌شود، سکوها ممکن است در موقعیت مسلط قرار گیرند. به بیان دیگر، سند مذکور صرف بر خورداری از حجم عظیمی از داده‌ها را ملاک احراز موقعیت مسلط قرار داده است (رهبری، ۱۴۰۲: ۲۳۹). بر همین اساس، طبق فراز دوم ماده شش این سند، سکوها ملزم به پرهیز از استفاده از قدرت و موقعیت بازار خود در جهت محدودسازی رقبا در بازار مشابه یا در سایر بازارها می‌باشند. در این راستا، این پرسش مطرح می‌شود که آیا الزامات سند مرقوم، که به منظور ایجاد رقابت، جلوگیری از انحصار و تامین منافع حداکثری کاربران در فضای مجازی تدوین شده است، در تحلیل رقابتی بازار خدمات ابری نیز قابل اعمال است؟ نظر به اینکه ارائه‌دهندگان خدمات رایانش ابری به دلیل وابستگی زیاد به زیرساخت‌های پیچیده و کلان داده‌ها، وجود اثر شبکه‌ای قدرتمند، امکان قفل‌شوندگی کاربران و دشواری جابه‌جایی داده‌ها، مستعد ایجاد انحصار بوده و می‌توانند با کنترل منابع زیرساختی و داده‌ها، رقبا را محدود و یا ورود بازیگران جدید را دشوار سازند، لذا با توجه به ویژگی‌های فنی پیچیده رایانش ابری، می‌توان با استناد به مواد و الزامات این سند، اعتبار رقابتی این تحدیدات را به چالش کشید.

بر اساس بند ۳ ماده ۶ سند شورای عالی فضای مجازی، توافق انحصارطلبانه با رقبا که از طریق سوءاستفاده از قدرت بازار و به منظور تحمیل بندهای قرارداد ناعادلانه صورت می‌گیرد، ممنوع اعلام شده است. همچنین، در قسمت ۵ ماده ۴ این سند، به موضوع ترتیبات پیوندی اشاره شده است. براساس این بند از ماده مذکور، ایجاد وابستگی متقابل به لحاظ فنی یا به اجبار، میان امکان استفاده از خدمات یک ارائه‌دهنده دارای قدرت مسلط بازار با ارائه‌دهنده دیگر، حتی در بازار غیرمشابه، مجاز نیست. در خصوص رفتار خودترجیحی نیز، در بند ۷ ماده ۵، قائل شدن هرگونه تمایز میان کالاها یا خدمات کسب و کارهایی که ارائه‌دهندگان خدمات سکو در آن‌ها ذی‌نفع هستند، با کالاها و خدمات ارائه‌شده توسط سایر کسب و کارهای بهره‌بردار، به هر شکل (اعم از برتری قائل شدن در نحوه نمایش نتایج، استفاده از داده‌های کاربران یا کسب و کارهای بهره‌بردار و موارد مشابه) ممنوع شده است. همچنین، بند ۲ ماده ۵ مقرر می‌دارد که هرگونه اصلاح یا تغییر مفاد قراردادهای منعقد شده باید به صورت شفاف و با رضایت طرفین باشد که این امر به منع شروط غیرمنصفانه نظر دارد. قسمت ۳ ماده ۴ نیز به همکاری و تعامل‌پذیری اشاره داشته و صراحتاً مقرر می‌دارد: «الزامات صیانت از داده‌ها رعایت و در صورت درخواست کاربران، امکان انتقال داده‌های مرتبط با آن‌ها در قالبی استاندارد شود».

نتیجه‌گیری

بر اساس یافته‌های این نوشتار، مشخص شده است که ارائه‌دهندگان خدمات ابری به دلیل ماهیت و ویژگی‌های برجسته رایانش ابری نظیر «اثر شبکه‌ای»، «صرفه‌جویی ناشی از گستره قابل توجه و توسعه مقیاس» و «کنترل بر زیرساخت ابری»، در معرض سوء استفاده از موقعیت مسلط قرار دارند. در این مسیر، حقوق رقابت در صدد مواجهه اصولی با رویه‌هایی است که به دنبال کسب قدرت بازاری از طریق نامشروع هستند. راهبرد رقابتی معطوف به رایانش ابری، به دلیل لایه‌بندی خدمات، ساختار ویژه بازار و تفاوت در تشخیص سهم بازار و قدرت بازاری، نیازمند رویکردی متمایز است. لذا ماهیت و خصایص ویژه رایانش ابری ایجاب می‌کند که علاوه بر موازین موجود حقوق ضد انحصار، قواعد خاصی نیز اعمال شود تا ضمن تداوم نوآوری، رقابت سالم در این بازار تضمین گردد. تحلیل رقابتی صحیح موضوع مستلزم درک دقیقی از حوزه فناوری اطلاعات و رفتار کنشگران در بازار خدمات ابری است و باید با لحاظ مولفه‌های اثرگذار نظیر «قفل شونده‌گی»، «هزینه ورود به بازارهای همجوار» و «صرفه ناشی از مقیاس» صورت پذیرد. تحلیل مصادیق خاص سوء استفاده از موقعیت مسلط ارائه‌دهنده در بسترابری، یعنی «معاملات انحصاری»، «ترتیبات پیوندی و فروش بسته‌ای»، «رفتار خودترجیحی»، «شروط غیرمنصفانه» و «عدم همکاری»، نشان می‌دهد که می‌توان اماره‌ای بر ضد رقابتی بودن این اعمال در بستر ابری مسلط در نظر گرفت. با این حال، در موارد خاص نباید تبعات مثبت و عوامل توجیهی را نادیده گرفت. از این رو، این مصادیق بر اساس قاعده معقولیت و با توجه به معیار اختلال در رقابت، مورد ارزیابی قرار می‌گیرند.

اتحادیه اروپا علی‌رغم برخورداری از قوانین منسجم رقابتی، در سال‌های اخیر با اتخاذ تدابیر خاص و قوانین جدید، به نحو مؤثر در مقابله با رفتارهای سوء استفاده‌آمیز شرکت‌های بزرگ فناوری در بازار دیجیتال عمل کرده است. در مقابل، موازین موجود حقوق رقابت ایران، پاسخگوی چالش‌های ارزیابی رفتارهای ضد رقابتی در بازارهای پویای فناوری و نوآوری نیست. قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی با دو ضعف اساسی، یعنی عدم ارائه ضوابط جامع و روشن برای ارزیابی ترتیبات محدودکننده و عدم توجه به

مقتضیات بازارهای فناوری و نوآوری، این نقیصه را آشکار می‌سازد. سند شورای عالی فضای مجازی، اگرچه در بردارنده رویکردهای نوینی است، اما از بازار خدمات ابری و چالش‌های آن غافل مانده است. همچنین، این سند به دلیل عدم توجه به برخی از رویه‌های ضد رقابتی در بازارهای پلتفرمی و پیش‌بینی نکردن ضمانت‌های اجرایی لازم به ابهام بیشتر در زمینه اعمال ضد رقابتی دامن زده است. فقدان مقررات جامع در این زمینه، تحلیل رقابتی مصادیق خاص سوء استفاده از موقعیت مسلط در بستر ابری را دشوار و ناکارآمد می‌سازد. از سوی دیگر، ماهیت جهانی رایانش ابری و تحولات سریع فناوری اطلاعات، نیازمند رویکردی یک‌پارچه برای ایجاد چارچوب مقررات است تا از انحصار جلوگیری کرده و نوآوری را در این حوزه ارتقا دهد. بنابراین، ایجاد یک نظام رقابتی بین‌المللی جامع که بر اساس یک راهبرد مشترک باشد، برای تضمین رشد پایدار و دسترسی عادلانه در زمینه خدمات ابری ضروری است. بر این اساس، به منظور رفع این خلاء قانونی و رویه قضایی ناکارآمد، پیشنهادات ذیل ارائه می‌شود:

الف- پیشنهادات تقنینی

از منظر تقنینی، سند راهبردی ابر توسعه رایانش ابری کشور، زمینه‌ای مناسب برای پیشرفت فناوری‌های نوین فراهم کرده است. با این حال، فقدان سیاست رقابتی کارا و شفاف، این استراتژی جامع را دچار ابهام ساخته است. بنابراین، توصیه می‌شود با الهام از رهیافت اتحادیه اروپا، مقررات رقابتی خاص پیشگیرانه برای بازارهای دیجیتال تصویب شود تا ضمن به رسمیت شناختن رایانش ابری، رویه‌های محدودکننده رقابتی دسته‌بندی شده و معیار و ضابطه عینی «معقولیت» برای تمیز رفتارهای رقابتی از غیر رقابتی پیش‌بینی گردد. ضروری است که مولفه‌های رقابت مانند «اثرات شبکه‌ای»، «اثرگذاری بر رقابت رقبا»، «تحمیل هزینه‌ها بر کاربران هنگام تعامل با سرویس‌های ابری» و «وجود موانع ورود به بازار ابری» تصریح شود. همچنین پیشنهاد می‌شود مقنن با تفکیک اعمال مخل رقابت، پلتفرم‌های دارای موقعیت مسلط از غیر مسلط و عملیات افقی و عمودی، حکم هر یک را به‌طور مجزا مقرر کند. همچنین شایسته است با تدوین دستورالعمل‌ها و اصول راهنمای

متناسب، موارد معافیت‌ها و استثنائات را تشریح نماید تا در صورت برخورداری از شرایط اعلام شده، مشروع قلمداد شوند.

ب- پیشنهادات اجرایی

پیشنهاد می‌گردد شورای رقابت به عنوان نهاد متولی رقابت، ضمن نظارت پیش‌بینی بر رفتار ارائه‌دهندگان خدمات ابری دارای قدرت مسلط، در تحلیل اقتصادی و ارزیابی رقابتی رفتار این ارائه‌دهندگان، ساختار بازار رایانش ابری، ویژگی‌ها، محدوده بازار ابری و همچنین بازارهای مرتبط را به‌دقت بررسی نموده و با اتخاذ تدابیر مناسب، ضمن حفظ انگیزه نوآوران برای استمرار فعالیت‌های ابتکاری، از طریق اعمال ضمانت‌های اجرایی مناسب و کارآمد، با متخلفان مقابله نماید.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

فهرست منابع

الف) منابع فارسی

- ۱- پژوهشگاه ارتباطات و فناوری اطلاعات، (۱۳۹۸). راهبرد توسعه خدمات رایانش ابری در کشور.
- ۲- جان محمدی، سجاد، حسین زاده، جواد و حسینی، مینا (۱۴۰۱). تحلیل سوء استفاده از وضعیت اقتصادی مسلط در صنعت خودرو ایران و اتحادیه اروپا از منظر حقوق رقابت. پژوهش های اقتصاد صنعتی، ۶(۲۰)، ۱-۱۴. <https://doi.org/10.30473/jier.2023.65179.1343>
- ۳- جعفرزاده، میرقاسم و اکبریان طبری، معصومه (۱۴۰۰). تحلیل رقابتی محدودیت های غیرقیمتی در توافقات عمودی. فصلنامه پژوهش حقوق خصوصی، ۱۰(۳۷): ۳۷-۷۵. <https://doi.org/10.22054/jplr.2022.59920.2551>
- ۴- حسینی، مینا (۱۴۰۰). حقوق رقابت در آیینی ساختار و تصمیمات شورای رقابت. تهران: مجد.
- ۵- کدخدایی عباسعلی، رستمی ولی، و فراهانی محمدصادق (۱۴۰۲). حقوق رقابت در پلتفرم های دیجیتال؛ ضرورت بازنگری در قواعد سنتی. فصلنامه پژوهش حقوق عمومی، ۲۵(۷۹): ۴۰-۷. <https://doi.org/10.22054/qjpl.2023.63811.2683>
- ۶- رهبری، ابراهیم و حسنی، وحید (۱۳۹۸). حقوق رقابت در عرصه مالکیت های فکری. جلد اول، تهران: سمت.
- ۷- رهبری، ابراهیم (۱۴۰۲). ارزیابی رقابتی مصادیق خاص سوء استفاده از موقعیت مسلط به واسطه کلان دادها. پژوهش حقوق عمومی، ۲۵(۸۱): ۲۱۵-۲۵۰. <https://doi.org/10.22054/qjpl.2023.70764.2837>
- ۸- رهبری، ابراهیم و آرمین مسعودی تفرشی (۱۴۰۳). خودترجیحی در پلتفرم های دیجیتال: تحلیل حقوق رقابتی رفتارهای ترجیحی و ضرورت و ملاحظات وضع مقررات رقابتی پیشگیرانه. نشریه حقوق خصوصی دانشگاه تهران، ۲۱(۱).
- ۹- شورای راهبری توسعه شبکه ملی اطلاعات (۱۴۰۲). سند راهبردی توسعه رایانش ابری ایران
- ۱۰- طالب احمدی، حبیب و آذر فرهنگد (۱۴۰۰). مطالعه تطبیقی حمایت از مصرف کنندگان در قراردادهای رایانش ابری در حقوق اتحادیه اروپا، انگلستان و ایران. دانشنامه حقوق اقتصادی، ۲۸(۲۰). <https://doi.org/10.22067/economlaw.2022.41911>

- ۱۱- علاالدینی، امیر عباس و پوراسلامی، ایمان (۱۴۰۰). مقایسه تطبیقی منع سوء استفاده از موقعیت مسلط در قانون رقابت ایران و کمیسیون اروپا: رویکرد انتقادی و پیشنهاد اصلاحی. فصلنامه پژوهش های اقتصاد صنعتی، ۵(۷۴). <https://doi.org/10.30473/indeco.2021.8174>
- ۱۲- قاسمی حامد، عباس و یوسف براری چناری (۱۴۰۳). شناسایی نهادهای ناظر بازار اوراق بهادار ایران با مطالعه امکان یا عدم امکان دخالت شورای رقابت در این بازار با مطالعه تطبیقی حقوق آمریکا، فصلنامه تحقیق و توسعه در حقوق تطبیقی، ۷(۲۴): ۷۴-۱۱۳. <https://doi.org/10.22034/law.2024.2028957.1337>
- ۱۳- کاتب دامغانی، محمدمهدی (۱۴۰۰). قراردادهای رایانش ابری، پایان نامه کارشناسی ارشد گروه حقوق مالکیت فکری. دانشکده حقوق و علوم سیاسی. دانشگاه شهید بهشتی.
- ۱۴- محمدی، سمانه و سحر علی پور (۱۴۰۰). بررسی مبانی و ارکان مسئولیت مدنی موتورهای جست و جوگر در سوء استفاده از داده های کاربران. فصلنامه حقوق فناوری های نوین، ۲(۴). <https://doi.org/10.22133/mtlj.2022.329046.1073>



References

- 1- Abbott, A. F., & Wright, J. D. (2008). Antitrust analysis of tying arrangements and exclusive dealing. *George Mason University Law and Economics Research Paper*, No. 08.
- 2- Alaedini, A., Amirabbasi, I., & Pourslami. (2021). A comparative comparison of the prohibition of abuse of dominance in Iran's competition law and the European Union competition law: A critical approach and proposal for correction. *Quarterly of Industrial Economics Researches*, 5(16), 47-74. <https://doi.org/10.30473/indeco.2021.8174> (In Persian)
- 3- APEC. (2022). *Competition law and regulation in digital markets*. Singapore: Economic Committee (EC), Competition Policy and Law Group (CPLG).
- 4- Arce, D. G. (2020). Cybersecurity and platform competition in the cloud. *Computers & Security*, 93.
- 5- Autorité de la concurrence. (2023). On competition in the cloud sector, France. Retrieved from https://www.autoritedelaconurrence.fr/sites/default/files/attachments/2023-09/23a08_EN.pdf
- 6- BEUC. (2014). Unfair contract terms in cloud computing service contracts discussion paper. BEUC-X-2014-034.
- 7- Bharadwaj, K. V. (2025). A comparative analysis of abuse of dominant position between India and UK. *International Journal for Multidisciplinary Research*, 7(1).
- 8- Carugati, C. (2022). How to implement the self-preferencing ban in the European Union's digital markets. *Policy Contribution, Issue n°22* 22.
- 9- Carugati, C. (2023). The competitive relationship between cloud computing and generative AI. Bruegel, Brussels.
- 10- Commission decision of 24 March 2004, Case COMP/C-3/37.792 Microsoft; Case T-201/04, Microsoft.

- 11- Commission Regulation (EU) 2023/1066 of 1 June 2023 on the application of Article 101(3) of the Treaty on the Functioning of the European Union to certain categories of research and development agreements.
- 12- Commission Regulation (EU) No 316/2014 of 21 March 2014 on the application of Article 101(3) of the Treaty on the Functioning of the European Union to categories of technology transfer agreements.
- 13- Council Directive 93/13/EEC of 5 April 1993 on unfair terms in consumer contracts. Retrieved from <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX%3A31993L0013>
- 14- Duns, J. (2015). *Comparative competition law*. Massachusetts : Edward Elgar Publishing.
- 15- Feinstein, J. D. (2011). Tying up the cloud : A study in antitrust issues in cloud computing. In *Transcending the cloud: A legal guide to the risks and rewards of cloud computing, antitrust issues in cloud computing*.
- 16- Ghasemihamed, A., & Barari Chenari, Y. (2024). Identification of supervisory bodies of Iranian securities market by a study of possibility or impossibility of interference of the competition council in this market: A comparative study in American law. *Journal of Research and Development in Comparative Law*, 7(24), 74-113. <https://doi.org/10.22034/law.2024.2028957.1337> (In Persian)
- 17- Castillo, J. C., & Gandhi, A.(2021). Competition in cloud computing. *Economics of Digital Services (EODS)*, University of Pennsylvania, Center for Technology, Innovation and Competition (CTIC) and The Warren Center for Network & Data Sciences. <https://www.law.upenn.edu/live/files/11655-competition-in-cloud-computing>
- 18- Gleeson, N., & Walden, I. (2021). Facilitating competition in the cloud. *Cloud Computing Law*. Oxford University Press.
- 19- Hovenkamp, H. (2023). Antitrust and self-preferencing. *University of Pennsylvania, Institute for Law & Economics Research Paper, Antitrust Magazine*, 38(1). <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4526022>

- 20- Hosseini, M. (2021). *Competition laws in the mirror of the structure and decisions*. Tehran: Majd Publications. (In Persian)
- 21- ICT Research Institute. (2019). *Development strategy for cloud computing services in the country*. (In Persian)
- 22- Jafarzadeh, M., Masumehe, & Akbarian Tabari. (2021). Competitive analysis of non-price restraints in vertical agreements: A comparative study of American, European Union, and Iranian law. *Private Law Research*, 10, 37-75. <https://doi.org/10.22054/jplr.2022.59920.2551> (In Persian)
- 23- Janmohamadi, J., Hoseinzadeh, J., & Hosseini, M. (2022). Analyzing the abuse of dominant position in the Iranian and European automotive industries: A view of competition law. *Quarterly Journal of Industrial Economics Researches*, 6(20), 1-14. <https://doi.org/10.30473/jier.2023.65179.1343> (In Persian)
- 24- Manganeli, A., & Schnurr, D. (2024). Competition and regulation of cloud computing services: Economic analysis and review of EU policies. Centre on Regulation in Europe.
- 25- Mell, P., & Grance, T. (2011). The NIST definition of cloud computing. *National Institute of Standards and Technology Special Publication*, 53.
- 26- Mohammadi, S., & Alipoor, S. (2021). Examining the foundations and principles of search engines' civil liability for misusing user's data. *Modern Technologies Law*, 2(4), 107-131. <https://doi.org/10.22133/mtlj.2022.329046.1073> (In Persian)
- 27- OECD. (2014). *Cloud computing: The concept, impacts and the role of government policy*. OECD Publishing, Paris, No. 240. <https://doi.org/10.1787/5jxzf4lcc7f5-en>
- 28- Rahbari, E., & Hasani Sangani, V. (2019). *Competition law in the realm of intellectual ownership: Notions, basic rules and anticompetitive agreements*. Tehran: SAMT Publications. (In Persian)
- 29- Rahbari, E. (2024). An evaluation of the particular examples of the abuse of dominant position by the use of big data in competition law. *The Quarterly Journal of*

Public Law Research, 81(25), 215-250.

<https://doi.org/10.22054/qjpl.2023.70764.2837> (In Persian)

30- Rahbari, E., & Masoudi Tafreshi, A. (2024). Self-referencing in digital platforms: A competition law analysis of preferential treatment and the requirements for ex-ante regulations. *Private Law, University of Tehran*, 21(1), 91-107. .

<https://doi.org/10.22059/jolt.2024.373201.1007284> (In Persian)

31- Sadiku, M. N. O., Kotteti, C., & Sadiku, J. (2024). Cloud computing law: An introduction. *International Journal of Trend in Research and Development*, 11(3), 175-179. <https://www.ijtrd.com/papers/IJTRD28431.pdf>

32- Saini, J. S., Saini, D. K., Gupta, P., Lamba, C., & Rao, G. M. (2022). Cloud computing: Legal issues and provision. *Security and Communication Networks*.

<https://doi.org/10.1155/2022/2288961>

33- Singh, V. K. (2017). Competition law dominant position and its abuse: Identification of abusive use of dominant position. *E-Pathshala, MHRD Project NME-ICT of Government of India*.

34- Song, S. (2017). Competition law and interoperability in cloud computing. *Elsevier*, 33(5).

35- Steering Council for the Development of the National Information Network. (2023). *Iran's cloud computing development strategic document*. (In Persian)

36- Talebahmadi, H., & Farahmand, A. (2022). Comparative study of consumers protection in cloud computing contracts in EU, UK & Iranian laws. *Encyclopedia of Economics Law Journal*, 28(20), 271-305.

<https://doi.org/10.22067/economlaw.2022.41911> (In Persian)

37- Treaty on the Functioning of the European Union (TFEU). Regulation (EU) 2023/2854 of the European Parliament and of the Council of 13 December 2023 on harmonized rules on fair access to and use of data and amending Regulation (EU) 2017/2394 and Directive (EU) 2020/1828 (Data Act).

38- Regulation (EU) 2022/1925 of 14 September 2022 on contestable and fair markets in the digital sector and amending Directives (EU) 2019/1937 and (EU)

2020/1828 (Digital Markets Act).

<https://www.nytimes.com/2024/11/27/technology/microsoft-ftc-antitrust.html>

39- UNCTAD Secretariat. (2024). Enforcing competition law in digital markets and ecosystems: Policy challenges. Trade Intergovernmental Group of Experts on Competition Law. TD/B/C.I/CLP/74.

40- United Brands Company and United Brands Continental BV v. Commission, Case 27/76 (1978) ECR 207.

41- Van den Bergh, R. J. (2017). *Comparative competition law and economics*. Cheltenham, UK: Edward Elgar.

42- Weber, R. H., & Staiger, D. N. (2014). Cloud computing: A cluster of complex liability issues. *Web Journal of Current Legal Issues*, 20(1). Online. <http://webjcli.org/article/view/303/418>

