

# The Role of Competition Law in Data Monopoly by Big Tech Companies

Nastaran Alavi<sup>1</sup>, Sohrab Mohammadi<sup>\*2</sup>

1- PhD Candidate In Law, Faculty of Law and Political Science, Lorestan University, Khorramabad, Iran.

2- PhD Candidate In Law, Faculty of Law and Political Science, Lorestan University, Khorramabad, Iran.

## ABSTRACT

In the era of the digital economy, data has emerged as a key resource determining the power and competitiveness of companies in technology markets, and the monopoly of such data by major technology firms has become a significant challenge for competition law. The main research question of this study is to what extent competition law can address data monopolies and what measures can limit the misuse of data in digital markets. The importance of this issue lies in the fact that data monopolies can not only disrupt fair competition but also produce wide-ranging social and economic consequences, such as reduced innovation, higher prices, and limited consumer choice. The objective of this article is to examine the role of competition law in countering data monopolies by major technology companies and to identify gaps and strengths in Iran's legal framework in this regard. The research method employed is descriptive-analytical, based on documentary studies, including domestic legislation, judicial practice, legal doctrine, and comparative analysis with international regulations, to provide an analytical framework for identifying challenges and proposing practical solutions. The results indicate that although Iran has general competition and anti-monopoly laws, there is a significant legal gap regarding data monopolies, and judicial and enforcement practices are not yet adequate for the digital market. Comparison with advanced legal systems such as the European Union and the United States highlights the necessity to revise existing laws and enact specific data protection regulations. This study, by analyzing theoretical and legal foundations, offers practical recommendations for lawmakers, judicial authorities, and researchers, including legal reforms, adoption of new regulations for data protection, and leveraging international experiences in digital market governance. The novelty of this research lies in its simultaneous focus on the legal, jurisprudential, and economic dimensions of data monopoly, providing a comprehensive and applicable framework for Iran's legal system.

### Keywords:

Competition law, Data monopoly, Big technology companies, Digital market, Competitive policy, Iranian law, Data protection, Judicial practice, International regulations.

**How to Cite:** Alavi, N. and Mohammadi, S. (2024). The Role of Competition Law in Data Monopoly by Big Tech Companies. *Cyber Law*, 1(1), 14-26.

**DOI:** 10.22054/jocl.2025.85022.2114

Journal of Cyber Law in Development and Evolution is licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.

© Authors



\* Corresponding Author: sohrab.mohammadi@law.lu.ac.ir

## طراحی نقش حقوق رقابت در انحصار داده توسط شرکت های بزرگ فناوری

نسترن علوی<sup>۱</sup>، سهراب محمدی<sup>۲\*</sup>

- ۱- دانشجوی دکتری حقوق، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه لرستان، خرم آباد، ایران.  
۲- دانشجوی دکتری حقوق، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه لرستان، خرم آباد، ایران.

### چکیده

در عصر اقتصاد دیجیتال، داده‌ها به‌عنوان یکی از منابع کلیدی تعیین‌کننده قدرت و رقابت شرکت‌ها در بازارهای فناوری مطرح شده‌اند و انحصار این داده‌ها توسط شرکت‌های بزرگ فناوری به یکی از چالش‌های مهم حقوق رقابت تبدیل شده است. پرسش اصلی این تحقیق این است که حقوق رقابت تا چه حد قادر است با انحصار داده‌ها مقابله کند و چه راهکارهایی برای محدود کردن سوءاستفاده از داده‌ها در بازارهای دیجیتال وجود دارد. اهمیت این موضوع از آن جهت است که انحصار داده نه تنها می‌تواند رقابت سالم را مختل کند، بلکه پیامدهای اجتماعی و اقتصادی گسترده‌ای مانند محدود شدن نوآوری، افزایش قیمت‌ها و کاهش حق انتخاب مصرف‌کنندگان به همراه دارد. هدف این مقاله بررسی نقش حقوق رقابت در مقابله با انحصار داده‌ها توسط شرکت‌های بزرگ فناوری و شناسایی خلأها و نقاط قوت نظام حقوقی ایران در این زمینه است. روش پژوهش در این مقاله توصیفی-تحلیلی و مبتنی بر مطالعه اسنادی، بررسی قوانین داخلی، رویه قضائی، دکترین حقوقی و مقایسه تطبیقی با مقررات بین‌المللی است تا بتوان چارچوبی تحلیلی برای شناسایی چالش‌ها و ارائه راهکارهای عملی فراهم آورد. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که با وجود وجود قوانین کلی در زمینه رقابت و انحصار در ایران، خلأ قانونی مشخصی در خصوص انحصار داده‌ها وجود دارد و رویه قضائی و اجرائی نیز هنوز پاسخگوی نیازهای بازار دیجیتال نیست. مقایسه با نظام‌های حقوقی پیشرفته مانند اتحادیه اروپا و ایالات متحده، ضرورت بازنگری قوانین موجود و تدوین مقررات خاص برای داده‌ها را آشکار می‌سازد. این مقاله ضمن تحلیل دقیق مبانی نظری و حقوقی، پیشنهاداتی عملی برای قانون‌گذاران، نهادهای قضائی و پژوهشگران ارائه می‌دهد که شامل اصلاح قوانین رقابت، تصویب مقررات جدید برای حفاظت از داده‌ها و بهره‌گیری از تجربیات بین‌المللی در زمینه تنظیم بازار دیجیتال است. نوآوری این پژوهش در تمرکز همزمان بر ابعاد حقوقی، فقهی و اقتصادی انحصار داده‌ها و ارائه راهکارهای تطبیقی و کاربردی برای نظام حقوقی ایران نهفته است.

### کلیدواژه‌ها:

حقوق رقابت، انحصار داده، شرکت‌های بزرگ فناوری، بازار دیجیتال، سیاست‌گذاری رقابتی، قوانین ایران، حفاظت از داده‌ها، رویه قضائی، مقررات بین‌المللی.

### نحوه استناد:

علوی، نسترن و محمدی، سهراب. (۱۴۰۳). طراحی نقش حقوق رقابت در انحصار داده توسط شرکت‌های بزرگ فناوری. حقوق سایبری، (۱) ۱، ۱۴-۲۶.

نشریه حقوق سایبری در توسعه و تکامل تحت مجوز کربیتو کامنز انتساب - غیرتجاری ۴.۰ بین‌المللی منتشر شده است.

©نویسندگان



\* ایمیل نویسنده مسئول: sohrab.mohammadi@law.lu.ac.ir

## مقدمه

در دنیای معاصر، داده‌ها به‌عنوان یکی از منابع اصلی قدرت اقتصادی و رقابتی شرکت‌ها مطرح شده‌اند و نقش آن‌ها در اقتصاد دیجیتال و بازارهای فناوری اطلاعات روزبه‌روز پررنگ‌تر می‌شود. دسترسی به حجم عظیم داده‌ها و توانایی تحلیل و بهره‌برداری از آن‌ها، می‌تواند مزیت رقابتی قابل توجهی برای شرکت‌ها ایجاد کند و شرایطی را فراهم آورد که این شرکت‌ها با تسلط بر اطلاعات، قدرت بازار خود را افزایش دهند و ورود رقبای جدید به بازار را محدود سازند. این موضوع، به ویژه در بازارهای دیجیتال که ویژگی‌های خاصی مانند مقیاس‌های اقتصادی، دسترسی محدود به داده‌ها و وابستگی کاربران به پلتفرم‌ها وجود دارد، اهمیت بیشتری می‌یابد و انحصار داده‌ها به یکی از چالش‌های نوظهور حقوق رقابت تبدیل شده است (حسینی فر، ۱۳۹۹: ۴۴). پرسش اصلی این تحقیق این است که حقوق رقابت تا چه حد قادر است با انحصار داده‌ها مقابله کند و چه راهکارهایی می‌تواند محدودکننده سوءاستفاده از داده‌ها و حفظ رقابت سالم در بازارهای دیجیتال باشد.

ضرورت پرداختن به این موضوع از جنبه‌های مختلف قابل بررسی است. از یک سو، انحصار داده‌ها می‌تواند موجب محدود شدن رقابت، افزایش قیمت‌ها، کاهش نوآوری و کاهش حق انتخاب مصرف‌کنندگان شود و پیامدهای اجتماعی و اقتصادی گسترده‌ای به همراه داشته باشد (Alizadeh, 2020: 12). از سوی دیگر، با توجه به اهمیت داده‌ها در فرآیندهای تصمیم‌گیری شرکت‌ها و دولت‌ها، عدم تنظیم مناسب حقوقی می‌تواند زمینه سوءاستفاده و تمرکز قدرت در اختیار تعداد محدودی شرکت بزرگ فناوری را فراهم کند. این مسئله، علاوه بر جنبه‌های اقتصادی، دارای آثار حقوقی و اجتماعی مهمی نیز هست و بررسی آن می‌تواند به شناسایی خلأهای قانونی و ارائه راهکارهای عملی برای تقویت رقابت و حفاظت از حقوق مصرف‌کنندگان کمک کند. بنابراین، توجه به انحصار داده نه تنها از منظر حقوق رقابت، بلکه از منظر عدالت اجتماعی، اصول اقتصادی و حتی فقهی نیز اهمیت دارد.

در نظام حقوقی ایران، قانون «اصلاح قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی» مصوب سال ۱۳۹۰، به‌ویژه در ماده ۴، به صراحت به موضوع رقابت و جلوگیری از انحصار در بازارها پرداخته است (نوری و محمدی، ۱۴۰۰). این قانون، شورای رقابت را موظف به نظارت بر بازارهای مختلف و جلوگیری از اقدامات ضد رقابتی می‌کند و چارچوب قانونی اولیه برای مقابله با رفتارهای انحصاری فراهم می‌آورد. علاوه بر آن، ماده ۴ قانون «حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان» مصوب سال ۱۳۹۸، ایجاد سازوکارهای نظارتی را به منظور حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان در برابر انحصارهای احتمالی ضروری می‌داند (شریف زاده، ۱۳۹۸: ۱۰۹) و این موضوع اهمیت نقش قانونی مصرف‌کنندگان در حفظ رقابت سالم را برجسته می‌کند. این قوانین، اگرچه پایه‌های حقوق رقابت را در ایران تعیین کرده‌اند، اما به‌طور مستقیم به چالش‌های ناشی از انحصار داده‌ها در بازارهای دیجیتال پرداخته‌اند و همین امر، یکی از خلأهای اصلی نظام حقوقی در این حوزه محسوب می‌شود.

هدف اصلی این مقاله، تحلیل نقش حقوق رقابت در مقابله با انحصار داده‌ها توسط شرکت‌های بزرگ فناوری و شناسایی نقاط قوت و ضعف نظام حقوقی ایران در این زمینه است. علاوه بر این، مقاله درصدد است با بررسی تطبیقی مقررات بین‌المللی و قوانین داخلی، چارچوبی تحلیلی برای سیاست‌گذاری‌های آینده ارائه دهد و پیشنهادهایی عملی برای قانون‌گذاران، نهادهای قضائی و پژوهشگران فراهم کند. روش پژوهش در این مقاله توصیفی-تحلیلی و مبتنی بر مطالعه اسنادی است و شامل بررسی قوانین و مقررات داخلی، تحلیل رویه قضائی، بررسی نظریه‌های حقوقی و دکترین

مرتبط، و مقایسه تطبیقی با نظام‌های حقوقی بین‌المللی می‌باشد. با این رویکرد، مقاله تلاش دارد تا نه تنها گزارشگر وضعیت موجود باشد، بلکه تحلیل انتقادی و نتیجه‌گیری‌های کاربردی ارائه دهد.

مطالعات متعددی در سطح بین‌المللی نشان داده‌اند که شرکت‌هایی که دسترسی انحصاری به داده‌ها دارند، می‌توانند با استفاده از این قدرت، رقابت را محدود کنند و چارچوب‌های سنتی حقوق رقابت ممکن است قادر به مقابله کامل با این انحصار نباشند (Pfeiffer & Augusto, 2019: 17). همچنین پژوهش‌ها حاکی است که رابطه میان حقوق رقابت و حفاظت از حریم خصوصی داده‌ها بسیار نزدیک است و تمرکز بر انحصار داده‌ها صرفاً محدود به بازار و رقابت نیست، بلکه مسائل مربوط به حقوق مصرف‌کنندگان و حریم خصوصی آن‌ها را نیز در بر می‌گیرد (Kuenzler, 2022:31). علاوه بر این، تحلیل‌های تجربی نشان داده‌اند که شرکت‌های بزرگ فناوری با بهره‌گیری از داده‌ها و الگوریتم‌های پیشرفته قادر به ایجاد مزیت رقابتی بلندمدت هستند و ورود رقبای جدید به بازار را دشوار می‌سازند، که این امر ضرورت توجه ویژه به مقررات مقابله با انحصار داده را برجسته می‌کند (Wilburn, 2024: 12).

در سطح داخلی نیز پژوهش‌هایی انجام شده است که عمدتاً به مبانی حقوق رقابت و جلوگیری از انحصار در بازارهای سنتی پرداخته‌اند. به عنوان نمونه، مقاله‌ای با عنوان «بررسی اصول و مبانی حقوق رقابت براساس قوانین حقوقی» تحلیل جامعی از قوانین رقابت ایران ارائه داده و نشان داده است که چارچوب قانونی موجود، در مواجهه با چالش‌های ناشی از بازارهای دیجیتال و انحصار داده ناکافی است. همچنین مقاله «جایگاه حقوق رقابت در کسب و کار ایران» بیان می‌کند که قوانین رقابت فعلی ایران، علی‌رغم پوشش نسبی موضوع انحصار، هنوز قادر به پاسخگویی به ویژگی‌های خاص بازارهای دیجیتال نیست و نیازمند بازنگری و توسعه قوانین مرتبط است (Paighami et al., 2023:22).

مرور پژوهش‌ها هم در سطح بین‌المللی و هم داخلی، نشان می‌دهد که مسئله انحصار داده‌ها پیش‌تر به صورت محدود مورد توجه قرار گرفته، اما هنوز خلأهای قانونی و پژوهشی قابل توجهی در این حوزه وجود دارد. به همین دلیل، پژوهش حاضر با تمرکز بر تحلیل حقوق رقابت و تأثیر آن در مقابله با انحصار داده‌ها، سعی دارد این خلأ را پر کند و راهکارهایی عملی و متناسب با شرایط ایران ارائه دهد. نوآوری این تحقیق در توجه همزمان به ابعاد حقوقی، فقهی، اقتصادی و تطبیقی موضوع نهفته است و تلاش دارد چارچوبی جامع برای سیاست‌گذاری و قانون‌گذاری در بازار دیجیتال ارائه دهد.

همچنین اهمیت این موضوع تنها محدود به جنبه‌های اقتصادی نیست؛ بلکه با توجه به تأثیر مستقیم بر حقوق مصرف‌کنندگان، عدالت اجتماعی و شفافیت بازارها، بررسی دقیق و ارائه راهکارهای قانونی و اجرایی برای مقابله با انحصار داده‌ها، یک ضرورت ملی و بین‌المللی به شمار می‌آید. با جمع‌بندی این مسائل، پژوهش حاضر می‌تواند بستری برای تحلیل‌های حقوقی و اقتصادی بیشتر و تدوین سیاست‌های دقیق‌تر در زمینه رقابت دیجیتال فراهم آورد و به قانون‌گذاران، نهادهای قضائی و پژوهشگران ابزار تحلیلی مناسبی ارائه دهد که هم کاربردی و هم علمی باشد.

## حقوق رقابت

حقوق رقابت به‌عنوان مجموعه‌ای از قواعد حقوقی، با هدف حفظ رقابت در بازارها، جلوگیری از انحصار و رفتارهای ضد رقابتی، و حمایت از منافع مصرف‌کنندگان، در نظام‌های حقوقی مختلف تدوین شده است. در نظام حقوقی ایران، این قواعد ابتدا در «قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی» مصوب ۱۳۸۷ مطرح شد و سپس با تصویب «قانون حمایت از رقابت و جلوگیری از انحصار» در سال ۱۳۹۴، چارچوب قانونی مشخص‌تری برای نظارت بر بازارها

ایجاد گردید. این قانون، شورای رقابت را به‌عنوان نهاد ناظر بر بازارها معرفی کرده و وظایفی همچون جلوگیری از انحصار، بررسی ادغام‌ها و تملک‌ها، و مقابله با رفتارهای ضد رقابتی را بر عهده آن گذاشته است ( Hosseini, 2015: 3). در سطح بین‌المللی، حقوق رقابت به‌ویژه در کشورهای توسعه‌یافته، ابزارهای متنوعی برای مقابله با انحصار و رفتارهای ضد رقابتی در اختیار دارند. برای مثال، در ایالات متحده، قانون «شرمن» و «کلایتون» به‌عنوان مبانی اصلی حقوق رقابت شناخته می‌شوند که به‌طور خاص به موضوعاتی همچون انحصار، توافق‌های ضد رقابتی، و تملک‌های ضد رقابتی پرداخته‌اند. در اتحادیه اروپا نیز، مقرراتی همچون ماده ۱۰۵ معاهده عملکرد اتحادیه اروپا و مقررات مربوط به کنترل ادغام‌ها، چارچوب‌های قانونی برای نظارت بر رقابت در بازارهای داخلی را فراهم کرده‌اند ( Brannon, 2019: 5).

### انحصار داده

انحصار داده به وضعیتی اطلاق می‌شود که در آن یک یا چند شرکت بزرگ فناوری با جمع‌آوری، تحلیل، و استفاده از حجم عظیمی از داده‌ها، قدرت غالبی در بازارهای دیجیتال به‌دست می‌آورند و از این قدرت برای محدود کردن رقابت و ورود سایر بازیگران به بازار استفاده می‌کنند. در این وضعیت، شرکت‌های مذکور می‌توانند با دسترسی انحصاری به داده‌ها، الگوریتم‌ها، و فناوری‌های پیشرفته، مزیت رقابتی قابل توجهی نسبت به رقبای ایجاد کنند و در نتیجه، رقابت در بازار را کاهش دهند (Zhang, 2024: 2). در سطح بین‌المللی، مفهوم انحصار داده‌ها به‌ویژه در حوزه‌های مختلفی همچون تبلیغات دیجیتال، موتورهای جستجو، و شبکه‌های اجتماعی مورد توجه قرار گرفته است. برای مثال، در پرونده‌های ضد انحصار علیه گوگل در ایالات متحده، دادگاه‌ها به این نتیجه رسیدند که گوگل با استفاده از موقعیت غالب خود در بازار جستجو، از داده‌های کاربران برای تقویت انحصار خود بهره‌برداری کرده است ( Wilburn, 2024: 4).

### شرکت‌های بزرگ فناوری

شرکت‌های بزرگ فناوری به مجموعه‌ای از شرکت‌های پیشرو در زمینه فناوری اطلاعات، ارتباطات، و اینترنت اطلاق می‌شود که دارای سهم عمده‌ای در بازارهای جهانی هستند و تأثیر قابل توجهی بر اقتصاد دیجیتال دارند. این شرکت‌ها معمولاً در حوزه‌هایی همچون موتورهای جستجو، شبکه‌های اجتماعی، تجارت الکترونیک، خدمات ابری، و هوش مصنوعی فعالیت می‌کنند. در سطح جهانی، پنج شرکت اصلی در این دسته‌بندی قرار دارند که به‌عنوان «Big Five» شناخته می‌شوند:

گوگل: شرکت مادر گوگل، «آلفابت»، با ارائه خدماتی همچون موتور جستجو، یوتیوب، و سیستم‌عامل اندروید، یکی از بازیگران اصلی در بازارهای دیجیتال است.

آمازون: آمازون با ارائه خدمات تجارت الکترونیک، خدمات ابری از طریق «AWS»، و تولید محتوا از طریق «Prime Video»، نقش مهمی در اقتصاد دیجیتال ایفا می‌کند.

فیس‌بوک: شرکت مادر فیس‌بوک، «متا»، با مالکیت شبکه‌های اجتماعی فیس‌بوک، اینستاگرام، و واتساپ، تأثیر زیادی بر ارتباطات دیجیتال دارد.

اپل: اپل با تولید محصولات سخت‌افزاری همچون آیفون، آی‌پد، و مک، و ارائه خدمات نرم‌افزاری از طریق «App Store» و «iCloud»، جایگاه ویژه‌ای در بازارهای دیجیتال دارد.

مایکروسافت : مایکروسافت با ارائه سیستم عامل ویندوز، مجموعه نرم‌افزاری آفیس، و خدمات ابری از طریق «Azure»، یکی از بازیگران اصلی در حوزه فناوری اطلاعات است (Frost, 2024:6).

این شرکت‌ها با ترکیب منابع مالی عظیم، فناوری پیشرفته، و دسترسی گسترده به داده‌ها، قادر به ایجاد اکوسیستم‌های دیجیتال بسته‌ای هستند که ورود رقبا را دشوار می‌سازد و در نتیجه، رقابت در بازارهای دیجیتال را محدود می‌کند (Brady, 2025: 7).

در فلسفه سیاسی، رقابت به‌عنوان یک ارزش اجتماعی مستقل و نه صرفاً ابزاری برای دستیابی به اهداف اقتصادی، مورد توجه قرار گرفته است. برخی از نظریه‌پردازان معتقدند که رقابت آزاد موجب بهره‌وری بیشتر، نوآوری و توزیع عادلانه منابع می‌شود. این دیدگاه‌ها بر این باورند که رقابت باید به‌عنوان یک هدف در خود، در سیاست‌گذاری‌ها و قوانین مدنظر قرار گیرد، نه صرفاً به‌عنوان وسیله‌ای برای دستیابی به اهداف دیگر مانند رفاه یا رشد اقتصادی (Jones & Smith, 2017: 45). این رویکرد فلسفی، به‌ویژه در زمینه حقوق رقابت، تأکید دارد که رقابت باید حفظ شود تا سایر اهداف اجتماعی و اقتصادی تحقق یابند.

در فقه اسلامی، قواعدی مانند «نهی از ضرر» و «نهی از غبن» به جلوگیری از رفتارهای اقتصادی ناعادلانه و انحصاری اشاره دارند. این قواعد می‌توانند مبنای فقهی برای مقابله با انحصار داده‌ها توسط شرکت‌های بزرگ فناوری باشند. بر اساس این اصول، هرگونه اقدامی که منجر به ضرر رساندن به دیگران یا ایجاد غبن (زیان ناشی از عدم اطلاع یا فریب) شود، ممنوع است. در زمینه انحصار داده، اگر شرکتی با جمع‌آوری و استفاده انحصاری از داده‌ها، به دیگران ضرر وارد کند یا موجب غبن شود، این اقدام از منظر فقهی قابل نقد و منع است.

در حقوق عمومی، اصول «آزادی اقتصادی» و «عدالت اجتماعی» به‌عنوان اصول راهبردی در تنظیم روابط اقتصادی مطرح هستند (نعمتی، ۱۴۰۰:۱۲۳). این اصول ایجاب می‌کنند که دولت‌ها با وضع قوانین مناسب، از انحصار و رفتارهای ضد رقابتی جلوگیری کنند. در نظام‌های حقوقی مختلف، قوانین رقابتی برای حفظ رقابت در بازار و جلوگیری از انحصار وضع شده‌اند. این قوانین به‌ویژه در زمینه‌های دیجیتال و فناوری اطلاعات، با چالش‌های جدیدی مواجه هستند که نیاز به بازنگری و تطبیق دارند.

در علم اقتصاد، نظریه‌های «رقابت کامل» و «اقتصاد اطلاعات» به اهمیت رقابت در بازار و تأثیر داده‌ها بر قدرت بازار پرداخته‌اند. نظریه رقابت کامل بر این اصل استوار است که در بازارهای رقابتی، منابع به‌صورت بهینه تخصیص می‌یابند و قیمت‌ها منعکس‌کننده هزینه‌های واقعی هستند. اما در بازارهای دیجیتال، با توجه به ویژگی‌هایی مانند مقیاس‌های اقتصادی و دسترسی به داده‌ها، رقابت کامل ممکن است تحقق نیابد. در این بازارها، شرکت‌های بزرگ فناوری با دسترسی انحصاری به داده‌ها، می‌توانند قدرت بازار خود را افزایش دهند و رقابت را محدود کنند. این وضعیت، نیازمند بازنگری در چارچوب‌های اقتصادی و حقوقی برای مقابله با انحصار داده است.

در مجموع، مبنای فلسفی، فقهی، حقوقی و اقتصادی، همگی بر اهمیت حفظ رقابت در بازار و جلوگیری از انحصار داده تأکید دارند. این تأکیدات، ضرورت وضع قوانین و سیاست‌های مناسب برای مقابله با انحصار داده توسط شرکت‌های بزرگ فناوری را نشان می‌دهند.

در حقوق رقابت، مقابله با انحصار داده توسط شرکت‌های بزرگ فناوری نیازمند بهره‌گیری از نظریه‌های حقوقی متناسب با ویژگی‌های بازارهای دیجیتال است. در این راستا، چندین نظریه حقوقی مطرح شده‌اند که به‌طور خاص به انحصار داده و سوءاستفاده از آن پرداخته‌اند.

### نظریه‌های حقوقی مرتبط با انحصار داده

۱. نظریه سوءاستفاده از موقعیت مسلط: این نظریه بر اساس ماده ۱۰ قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران و ماده ۴ قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی، شرکت‌هایی که دارای موقعیت مسلط در بازار هستند، نباید از این موقعیت برای محدود کردن رقابت یا آسیب رساندن به مصرف‌کنندگان استفاده کنند. در بازارهای دیجیتال، شرکت‌های بزرگ فناوری با دسترسی انحصاری به داده‌ها، می‌توانند از موقعیت مسلط خود سوءاستفاده کرده و رقابت را محدود کنند. بنابراین، این نظریه به‌عنوان مبنای حقوقی برای مقابله با انحصار داده‌ها مطرح می‌شود.

۲. نظریه ادغام و تملک: این نظریه به بررسی تأثیرات ادغام و تملک شرکت‌ها بر رقابت در بازار می‌پردازد. در بازارهای دیجیتال، ادغام و تملک شرکت‌ها می‌تواند منجر به دسترسی انحصاری به داده‌ها و افزایش قدرت بازار شود. بنابراین، نظارت دقیق بر فرآیندهای ادغام و تملک در این بازارها ضروری است. برای مثال، در ایالات متحده، قانون Celler-Kefauver Act مصوب ۱۹۵۰، ادغام و تملک‌های افقی و عمودی را که می‌تواند رقابت را محدود کند، ممنوع کرده است. این قانون به‌ویژه در زمینه‌های دیجیتال و فناوری اطلاعات، با چالش‌های جدیدی مواجه است که نیاز به بازنگری و تطبیق دارند.

۳. نظریه اطلاعات نامتقارن: این نظریه بر اساس ماده ۴ قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی، به دسترسی نابرابر به اطلاعات و تأثیر آن بر رقابت در بازار می‌پردازد. در بازارهای دیجیتال، شرکت‌های بزرگ فناوری با دسترسی انحصاری به داده‌ها، می‌توانند اطلاعات را به‌نفع خود استفاده کرده و رقابت را محدود کنند. بنابراین، این نظریه به‌عنوان مبنای حقوقی برای مقابله با انحصار داده‌ها مطرح می‌شود.

در دکتین حقوقی، تحلیل‌های متعددی درباره انحصار داده و نقش حقوق رقابت ارائه شده است. بر اساس دیدگاه‌های مطرح‌شده، شرکت‌هایی که دسترسی انحصاری به داده‌ها دارند، می‌توانند با بهره‌گیری از این قدرت، رقابت را محدود کنند و چارچوب‌های سنتی حقوق رقابت برای مقابله کامل با این نوع انحصار کافی نیستند (Smith, 2020: 45). همچنین برخی حقوق‌دانان تأکید کرده‌اند که انحصار داده نه تنها یک مسئله رقابتی است، بلکه با حقوق مصرف‌کنندگان و حفاظت از حریم خصوصی نیز ارتباط مستقیم دارد، زیرا محدودیت دسترسی به داده‌ها می‌تواند بر آزادی انتخاب و کیفیت خدمات ارائه‌شده به مصرف‌کننده تأثیر بگذارد (Johnson, 2021: 72). افزون بر این، دیدگاه‌های دکتین حقوقی نشان می‌دهد که شرکت‌های بزرگ فناوری با کنترل داده‌ها و الگوریتم‌های پیشرفته می‌توانند مزیت رقابتی بلندمدتی ایجاد کنند و ورود رقبا به بازار را دشوار سازند، که این امر ضرورت بازنگری قوانین رقابت و تدوین مقررات خاص برای داده‌ها را آشکار می‌کند (Brown, 2019: 56).

در مجموع، نظریه‌های حقوقی مختلفی برای مقابله با انحصار داده توسط شرکت‌های بزرگ فناوری وجود دارد. این نظریه‌ها می‌توانند به‌عنوان مبنای حقوقی برای تدوین قوانین و سیاست‌های مناسب در این زمینه مورد استفاده قرار گیرند.

همچنین پژوهش‌های متعددی در سطح بین‌المللی و داخلی به بررسی تأثیر انحصار داده‌ها بر رقابت پرداخته‌اند، اما هنوز خلأهایی در این حوزه وجود دارد که پژوهش حاضر سعی دارد به آن‌ها پاسخ دهد: (Pfeiffer & Augusto, 2019: 15)

در سطح بین‌المللی، توجه به موضوع انحصار داده و تأثیر آن بر رقابت در بازارهای دیجیتال طی سال‌های اخیر افزایش یافته است. مطالعات متعدد نشان می‌دهند که شرکت‌هایی که دسترسی انحصاری به داده‌ها دارند، قادرند قدرت بازار خود را افزایش داده و رقابت را محدود کنند، و در نتیجه، چارچوب‌های سنتی حقوق رقابت ممکن است نتوانند به طور کامل از رقابت سالم حمایت کنند (Pfeiffer & Augusto, 2019: 18). همچنین پژوهش‌ها بیان می‌کنند که انحصار داده نه تنها می‌تواند رقابت را محدود کند، بلکه خطرات جدی برای حریم خصوصی مصرف‌کنندگان نیز ایجاد می‌نماید. بر اساس این تحلیل‌ها، نهادهای نظارتی باید علاوه بر قوانین رقابت، سازوکارهایی برای حفاظت از داده‌ها و جلوگیری از سوءاستفاده احتمالی طراحی کنند تا هم رقابت حفظ شود و هم حقوق مصرف‌کنندگان تضمین گردد (Kuenzler, 2022:27).

علاوه بر این، مطالعات تحلیلی نشان داده‌اند که شرکت‌های بزرگ فناوری با بهره‌گیری از داده‌ها و الگوریتم‌های پیچیده می‌توانند مزیت رقابتی بلندمدت ایجاد کرده و ورود رقبای جدید به بازار را دشوار سازند، که این امر ضرورت تدوین قوانین و مقررات خاص برای مقابله با انحصار داده را برجسته می‌کند (Wilburn, 2024:35).

در ایران نیز پژوهش‌هایی به بررسی حقوق رقابت و انحصار در بازارهای سنتی پرداخته‌اند، اما توجه به انحصار داده در فضای دیجیتال کمتر بوده است. برای نمونه، مقاله‌ای با عنوان «بررسی اصول و مبانی حقوق رقابت براساس قوانین حقوقی» به تحلیل مبانی حقوق رقابت در نظام حقوقی ایران پرداخته و چالش‌های مربوط به انحصار در بازارهای مختلف را بررسی کرده است (Hosseini, 2015:12). همچنین، مقاله «جایگاه حقوق رقابت در کسب و کار ایران» به بررسی وضعیت حقوق رقابت در بازارهای ایران می‌پردازد و نشان می‌دهد که قوانین موجود، علی‌رغم پوشش نسبی موضوع انحصار، هنوز در حوزه‌های نوظهور دیجیتال و فناوری اطلاعات کامل نیستند و نیاز به بازنگری دارند (Paighami et al., 2023:22).

با توجه به پیشینه مطالعات داخلی و بین‌المللی، مشخص می‌شود که بیشتر پژوهش‌ها به بررسی انحصار در بازارهای سنتی و جنبه‌های اقتصادی و حقوقی کلی رقابت پرداخته‌اند و کمتر به نقش انحصار داده در بازارهای دیجیتال توجه شده است. این در حالی است که بازارهای دیجیتال با ویژگی‌های خاص خود، مانند مقیاس‌های اقتصادی، دسترسی انحصاری به داده‌ها، و فناوری‌های پیشرفته، نیازمند تحلیل‌های حقوقی و اقتصادی ویژه هستند. پژوهش حاضر با تمرکز بر نقش حقوق رقابت در مقابله با انحصار داده‌ها توسط شرکت‌های بزرگ فناوری، سعی دارد خلأ موجود در ادبیات حقوقی را پر کند و راهکارهایی عملی و متناسب با شرایط دیجیتال ارائه دهد. این پژوهش می‌تواند به تدوین سیاست‌ها و قوانین بهینه برای حفظ رقابت در بازارهای دیجیتال کمک کند و چارچوبی برای مقابله با سوءاستفاده از داده‌ها فراهم آورد (Brady, 2025:40).

یکی از نقاط قوت این پژوهش، بررسی همزمان ابعاد فلسفی، فقهی، حقوقی و اقتصادی انحصار داده است. با تحلیل مبانی نظری و نظریه‌های حقوقی مرتبط، این مطالعه می‌تواند دیدگاه جامعی از چالش‌ها و راهکارهای مقابله با انحصار

داده‌ها ارائه دهد و به مراجع قانونی و پژوهشگران، ابزار تحلیلی قوی برای سیاست‌گذاری ارائه کند (Frost, 2024: 50)

علاوه بر این، پژوهش حاضر با ترکیب تجربیات بین‌المللی و چارچوب حقوقی ایران، امکان ارزیابی تطبیقی راهکارهای مختلف را فراهم می‌کند و می‌تواند به بهبود سیاست‌های رقابتی در فضای دیجیتال کمک کند. این رویکرد تحلیلی و تطبیقی، امکان ارائه پیشنهادات عملی و مبتنی بر شواهد را برای مقابله با انحصار داده‌ها ایجاد می‌کند. در تحلیل و بررسی انحصار داده‌ها در نظام حقوقی ایران، می‌توان این موضوع را از سه محور اصلی مورد بررسی قرار داد: نخست، بررسی قوانین داخلی مرتبط با رقابت و انحصار داده؛ دوم، تحلیل رویه قضائی و اجرائی در مواجهه با انحصار داده؛ و سوم، مقایسه با نظام‌های حقوقی بین‌المللی و تطبیق آن با شرایط ایران. در ادامه، به تفصیل به این محورهای پرداخته می‌شود.

### قوانین داخلی مرتبط با رقابت و انحصار داده

در نظام حقوقی ایران، قوانین مختلفی به موضوع رقابت و انحصار پرداخته‌اند. مهم‌ترین این قوانین، قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی و قانون حمایت از رقابت و جلوگیری از انحصار است. بر اساس ماده ۴ قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴، دولت موظف است با اتخاذ تدابیر لازم، از انحصار در بخش‌های اقتصادی جلوگیری کند و زمینه رقابت سالم را فراهم آورد. این ماده به‌طور مستقیم به جلوگیری از انحصار در بازارهای مختلف اشاره دارد، اما در خصوص انحصار داده‌ها به‌طور خاص، سکوت کرده است.

علاوه بر این، قانون حمایت از رقابت و جلوگیری از انحصار، که در سال ۱۳۸۸ تصویب شد، به‌طور کلی به موضوع انحصار و رقابت پرداخته است. ماده ۴ این قانون، هرگونه اقدام یا توافقی که منجر به محدودیت رقابت یا ایجاد انحصار شود را ممنوع اعلام کرده است. با این حال، این قانون نیز به‌طور خاص به انحصار داده‌ها نپرداخته و در نتیجه، خلأ قانونی در این زمینه مشاهده می‌شود.

در مجموع، قوانین موجود در ایران به‌طور کلی به موضوع رقابت و انحصار پرداخته‌اند، اما در خصوص انحصار داده‌ها، خلأ قانونی محسوس است. این امر نشان‌دهنده نیاز به تدوین قوانین خاص در این زمینه است تا از سوءاستفاده‌های احتمالی جلوگیری شود.

### رویه قضائی و اجرائی در مواجهه با انحصار داده

در بررسی رویه قضائی و اجرائی ایران در مواجهه با انحصار داده‌ها، می‌توان به تصمیمات شورای رقابت اشاره کرد. برای مثال، در سال ۱۳۹۹، شورای رقابت با بررسی ادغام دو شرکت «تخفیفان» و «نت‌برگ»، این اقدام را مغایر با قوانین رقابت دانسته و دستور توقف آن را صادر کرد. این تصمیم نشان‌دهنده حساسیت نهادهای نظارتی ایران نسبت به مسائل رقابتی است، اما در خصوص انحصار داده‌ها، رویه مشخصی مشاهده نمی‌شود. همچنین، در بررسی رویه اجرائی، می‌توان به نظارت‌های صورت‌گرفته بر شرکت‌های بزرگ فناوری در ایران اشاره کرد. با این حال، این نظارت‌ها عمدتاً بر جنبه‌های مالی و اقتصادی متمرکز بوده و کمتر به موضوع انحصار داده‌ها پرداخته شده است. این امر نشان‌دهنده نیاز به تقویت نظارت‌ها در حوزه داده‌ها و تدوین مقررات خاص در این زمینه است. در مجموع، رویه قضائی و اجرائی ایران در مواجهه با انحصار داده‌ها هنوز در مراحل ابتدائی قرار دارد و نیازمند توسعه و تقویت است.

مقایسه با نظام‌های حقوقی بین‌المللی

در مقایسه با نظام‌های حقوقی بین‌المللی، می‌توان به قوانین اتحادیه اروپا و ایالات متحده آمریکا اشاره کرد. در اتحادیه اروپا، مقرراتی مانند «مقررات عمومی حفاظت از داده‌ها» به‌طور خاص به موضوع حفاظت از داده‌ها پرداخته‌اند. این مقررات، شرکت‌ها را ملزم به رعایت اصولی مانند شفافیت، محدودیت در استفاده از داده‌ها و حق دسترسی افراد به داده‌های شخصی خود کرده‌اند. (Smith & Müller, 2018: 24) در ایالات متحده آمریکا نیز، قوانین مختلفی مانند «قانون حفاظت از حریم خصوصی مصرف‌کنندگان» در ایالت کالیفرنیا به موضوع حفاظت از داده‌ها پرداخته‌اند. این قوانین، حقوقی مانند حق دسترسی به داده‌ها، حق اصلاح و حذف داده‌ها و حق عدم فروش داده‌ها را برای مصرف‌کنندگان به رسمیت شناخته‌اند (Johnson, 2019: 37). مقایسه این قوانین با وضعیت موجود در ایران نشان‌دهنده فاصله قابل توجه در زمینه حفاظت از داده‌ها است. در حالی که در کشورهای مذکور، قوانین خاص و جامعی در این زمینه وجود دارد، در ایران همچنان خلأ قانونی محسوس است. این امر ضرورت تدوین قوانین خاص در زمینه حفاظت از داده‌ها را بیش از پیش نمایان می‌سازد.

### نتیجه‌گیری

با توجه به بررسی‌های صورت گرفته، می‌توان نتیجه گرفت که در نظام حقوقی ایران، خلأهای قابل توجهی در زمینه مقابله با انحصار داده‌ها وجود دارد. قوانین موجود به‌طور کلی به موضوع رقابت و انحصار پرداخته‌اند، اما در خصوص انحصار داده‌ها، مقررات خاصی وجود ندارد. همچنین، رویه قضائی و اجرایی در این زمینه هنوز در مراحل ابتدائی قرار دارد. مقایسه با نظام‌های حقوقی بین‌المللی نیز نشان‌دهنده فاصله قابل توجه در این زمینه است. بنابراین، پیشنهاد می‌شود که در راستای تقویت رقابت و جلوگیری از انحصار داده‌ها، قوانین خاصی در این زمینه تدوین و به تصویب برسد. این قوانین می‌توانند شامل مقرراتی در زمینه شفافیت در جمع‌آوری و استفاده از داده‌ها، حقوق افراد در خصوص داده‌های شخصی خود و نظارت‌های مؤثر بر شرکت‌های بزرگ فناوری باشند. اجرای این قوانین می‌تواند به حفظ رقابت سالم در بازارهای دیجیتال و جلوگیری از سوءاستفاده‌های احتمالی کمک کند. بررسی قوانین داخلی نشان داد که نظام حقوقی ایران، علی‌رغم برخورداری از قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ و قانون حمایت از رقابت و جلوگیری از انحصار، هنوز خلأ مشخصی در مقابله با انحصار داده‌ها دارد. قوانین موجود بیشتر به محدودیت‌های رقابتی سنتی و ادغام شرکت‌ها توجه دارند و به موضوعات خاص بازار دیجیتال و دسترسی انحصاری به داده‌ها پرداخته نشده است. تحلیل رویه قضائی و اجرایی نیز بیانگر آن بود که نهادهایی همچون شورای رقابت و قوه قضائیه اقدامات محدودی در این حوزه انجام داده‌اند و اغلب این اقدامات به بررسی موارد ادغام و تملک سنتی محدود شده است. مقایسه تطبیقی با نظام‌های بین‌المللی، به ویژه قوانین اتحادیه اروپا و ایالات متحده، نشان داد که کشورهایی با بازارهای دیجیتال پیشرفته قوانین مشخصی برای مقابله با سوءاستفاده از داده‌ها و حفاظت از رقابت تدوین کرده‌اند، مانند مقررات عمومی حفاظت از داده‌ها و قانون حفاظت از حریم خصوصی مصرف‌کنندگان که حقوق شهروندان را در برابر دسترسی و استفاده انحصاری شرکت‌ها تضمین می‌کند. این تفاوت‌ها به وضوح نشان می‌دهد که ایران نیازمند توسعه و به‌روزرسانی چارچوب‌های قانونی خود است تا بتواند با تحولات بازارهای دیجیتال هماهنگ شود.

بر اساس بررسی‌های انجام شده، می‌توان نتیجه گرفت که حقوق رقابت در ایران، اگرچه چارچوب مفهومی مناسبی برای جلوگیری از انحصار دارد، اما برای مقابله مؤثر با انحصار داده‌های دیجیتال ناکافی است. خلأ قانونی، فقدان رویه قضائی مشخص، و کمبود مقررات حمایتی از داده‌ها، شرایطی ایجاد کرده‌اند که شرکت‌های بزرگ فناوری با دسترسی

انحصاری به داده‌ها، می‌تواند قدرت بازار خود را تقویت کنند و ورود رقبا به بازار را محدود سازند. بنابراین، پاسخ صریح به پرسش اصلی مقاله این است که بدون اصلاح قوانین موجود و تدوین مقررات جدید، حقوق رقابت قادر نخواهد بود به شکل مؤثری انحصار داده‌ها را مهار کند و از منافع مصرف‌کنندگان و رقابت سالم در بازار حمایت نماید. همچنین مشخص شد که آثار و پیامدهای حقوقی این نتایج متعدد است. نخست، رویه قضائی می‌تواند با استفاده از قوانین تازه و رویکردهای تحلیلی مدرن، نسبت به موارد سوءاستفاده از داده‌ها حساسیت بیشتری نشان دهد. ایجاد پرونده‌های قضائی روشن در خصوص انحصار داده و صدور آراء دقیق می‌تواند چارچوب اجرائی مناسبی برای مقابله با شرکت‌های بزرگ فناوری فراهم آورد. دوم، قانون‌گذاری ایران نیازمند بازنگری در قوانین رقابت و تدوین مقررات خاص برای بازارهای دیجیتال است. این مقررات باید شامل اصول شفافیت در جمع‌آوری داده‌ها، محدودیت در استفاده انحصاری، و ایجاد حقوق دسترسی برای مصرف‌کنندگان باشد. سوم، حقوق شهروندان تحت تأثیر مستقیم این تغییرات قرار خواهند گرفت؛ دسترسی به داده‌های شخصی، شفافیت در استفاده از آن‌ها، و امکان برخورداری از مزایای رقابت سالم، حقوقی اساسی هستند که در صورت اصلاح قوانین می‌توانند تضمین شوند.

با توجه به نتایج، پیشنهادهایی برای قانون‌گذاران و نهادهای قضائی ارائه می‌شود. ابتدا، لازم است قوانین موجود رقابت، به‌ویژه ماده ۴ قانون حمایت از رقابت و جلوگیری از انحصار، بازنگری شود و موارد خاصی برای بازار دیجیتال و انحصار داده‌ها اضافه گردد. تصویب مقررات تکمیلی در قالب قانون حمایت از داده‌ها، مشابه تجربه اتحادیه اروپا و ایالات متحده، می‌تواند چارچوبی قانونی برای حفاظت از رقابت دیجیتال ایجاد کند. از سوی دیگر، نهادهای قضائی باید با بهره‌گیری از نظریه‌های حقوقی مرتبط، از جمله نظریه سوءاستفاده از موقعیت مسلط و نظریه اطلاعات نامتقارن، پرونده‌های مرتبط با انحصار داده را تحلیل و رسیدگی کنند. این اقدام نه تنها موجب بازدارندگی شرکت‌ها می‌شود، بلکه رویه قضائی ایران را در سطح بین‌المللی همسو خواهد کرد. همچنین، پژوهشگران آینده می‌توانند با تمرکز بر تحلیل تطبیقی بین مقررات داخلی و خارجی و بررسی تأثیرات اقتصادی و اجتماعی انحصار داده، پیشنهادهای عملیاتی و سیاست‌گذاری ارائه دهند که به قانون‌گذاران در اصلاح و تصویب مقررات کمک کند.

در نهایت، بحث حاضر نشان داد که مقابله با انحصار داده، بیش از آنکه صرفاً یک مسئله اقتصادی باشد، یک چالش چندبعدی حقوقی، اجتماعی و فنی است. توجه به ابعاد فلسفی و فقهی رقابت، تحلیل نظریه‌های حقوقی، و بهره‌گیری از تجربیات بین‌المللی، راهکارهایی مؤثر برای قانون‌گذاری و رویه قضائی فراهم می‌آورد. با اتخاذ رویکرد تحلیلی، قوانین و مقررات می‌توانند انعطاف‌پذیر و کارآمد شوند و زمینه رقابت سالم، شفافیت داده‌ها، و حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان را تضمین کنند. به این ترتیب، ایران می‌تواند گامی مؤثر در جهت همسو شدن با استانداردهای بین‌المللی و ایجاد بازار دیجیتال سالم و رقابتی بردارد.

## منابع

### ۱. فارسی

نوری، ع.، و محمدی، س. (۱۴۰۰). تحلیل حقوقی شورای رقابت و نقش آن در بازارهای نوظهور. دوفصلنامه مطالعات تطبیقی حقوق، ۹(۱)، ۷۵-۵۹.

نعمتی، ر. (۱۴۰۰). بررسی رابطه حقوق عمومی و ساختار اقتصادی در نظام‌های حقوقی تطبیقی. فصلنامه حقوق عمومی و توسعه اقتصادی، ۲(۲۵)، ۱۰۹-۱۳۲.

حسینی فر، م. (۱۳۹۹). اقتصاد داده و حقوق رقابت در بازار دیجیتال. فصلنامه حقوق و اقتصاد، ۷(۱)، ۴۰-۵۵.  
 شریف‌زاده، ف. (۱۳۹۸). حقوق مصرف‌کننده و چالش‌های ناشی از انحصار اطلاعات در ایران. مجله حقوق عمومی، ۳۵(۳)، ۱۰۵-۱۱۵.

## ۲. انگلیسی

### Books

- Alizadeh, M. (2020). *Data Monopoly and Competition Law in the Digital Era*. Tehran: Tehran University Press.
- Frost, N. (2024). *Going "Global" on Big Tech Regulation*. New York: NYU Press.
- Hosseini, M. (2015a). *An Analysis of Competition Law in Iran*. Tehran: University of Tehran.
- Hosseini, M. (2015b). *An Introduction to Iranian Competition Law and Policy*. Tehran: Institute for Legal Studies.
- Islamic Consultative Assembly of Iran. (2009). *Law on the Protection of Competition and Prevention of Monopoly*. Tehran, Iran.
- Competition Council of Iran. (2020). *Decision Regarding the Merger of Takhfifan and NetBarg*. Tehran, Iran.
- European Union. (2016). *General Data Protection Regulation (GDPR)*. Brussels, Belgium.

### Articles

- Johnson, L. (2019). "Consumer Privacy Laws in the United States". *Journal of American Law*, 15(2), 30-45.
- Jones, T., & Smith, R. (2017). "Philosophy of Competition: Beyond Economics". *Political Theory Quarterly*, 29(1), 40-60.
- Kuenzler, A. (2022). "What Competition Law Can Do for Data Privacy (and Vice Versa)". *European Competition Journal*, 18(2), 25-40.
- Paighami, A., Abdolmaleki, H., Eivazlou, H., Sharifzadeh, M., & Tanhaye Moqaddam, R. (2023). "Examining the General Policies of Article 44 of the Constitution of the Islamic Republic of Iran from the Perspective of the Democratic Economy". *Islamic Economics Studies Bi-quarterly Journal*, 15(2), 15-35.
- Pfeiffer, S., & Augusto, L. (2019). "Competition Law and Data". *Journal of Digital Market Studies*, 12(3), 15-28.
- Smith, J., & Müller, K. (2018). "General Data Protection Regulation: An Overview". *European Journal of Law*, 22(1), 20-35.
- Wilburn, J. (2024). "Data Monopolies and the Limits of Modern Jurisprudence". *Seattle University Technology and Intellectual Property Law Journal*, 28(1), 1-50.

### Documents & Websites

- Brady, V. (2025). *Telstra CEO Calls for Equal Regulation of Big Tech*. The Australian Publishing.
- United States of America. (2018). *California Consumer Privacy Act (CCPA)*. California, USA