



## اساءة استغلال المركز المسيطر في السوق المعنية "دراسة مقارنة"

بحث مقدم من قبل الباحثة  
شذى كامل نعمة  
جامعة كربلاء/ كلية القانون

### الخلاصة.

يتمثل المقصد الاساسي من قوانين تنظيم المنافسة ومنع الاحتكار في ضمان المنافسة الحرة بين المشروعات والشركات اثناء ممارستهم النشاط التجاري والاقتصادي على حد سواء، وحرية الدخول الى الاسواق ومنع عقد الاتفاقات التي من شأنها اعاقه المنافسة او الاضرار بها، كما تهدف هذه القوانين إلى تجريم الممارسات الاحتكارية التي يكون الغاية منها تكوين مركز مسيطر لمشروع تجاري ما، كل ذلك من اجل حماية المنافسة لما لها من اهمية كبيرة واثار ايجابية عديدة وعلى كافة المستويات. ولكي تحقق المنافسة منافعتها يجب ان تكون بعيدة عن اية احتكارات او تكتلات في السوق، ويعدّ المركز المسيطر في السوق من اخطر الممارسات الاحتكارية الذي يهدد المنافسة، ومن هذا المنطلق عمدت قوانين المنافسة الى التدخل عبر حظر تلك الممارسة لما تنطوي عليها من اثار سلبية تعكسها على العملية التنافسية وعلى جمهور المستهلكين، اذ تتعدد تلك الممارسات التي يسلكها المشروع صاحب المركز المسيطر. لذا يتعرض هذا البحث الى مشكلة تكوين المركز المسيطر، وبيان الممارسات التي تشكل اساءة استغلال للمركز المسيطر.

**الكلمة المفتاحية:** المركز ، المسيطر ، المنتجات ، البديلة ، السوق.

### Abstract.

The main purpose of laws regulating competition and prevent monopoly in ensuring free competition between projects and companies during the exercise of trade and economic activity alike, as well the freedom of access to markets and prevent the agreements that would hinder competition or damage it, and aims of these laws to criminalize the monopolistic practices that be designed to configure a dominant center for the business venture, all that in order to protect competition because of its great importance and many positive effects on all levels. In order to achieve competitive benefits should be far away from state monopolies or blocs in the market, the center is dominant in the market of the most dangerous monopolistic practices which threatens competition, this sense deliberately competition laws to intervene through the prohibition of the practice to involve them from the negative effects are reflected on the process competitiveness and the consumer audience, as multiple those practices that placed behave project controlling. This research therefore exposed to the problem of the composition dominant position, the statement of practices that constitute abuse of dominant center.

**Key words:** Center, Dominant , Products , Alternative , Market.



## المقدمة.

يعدُّ اساءة استغلال المركز المسيطر من الممارسات المنافسة للمنافسة، ويمثل خطراً كبيراً يهدد العملية الاقتصادية ومبدأ حرية المنافسة على حد سواء. مما يجعل الغاية المراد تحقيقها من إطلاق مبدأ حرية المنافسة تنعدم، وهو ما يؤثر سلباً على النتائج المراد تحقيقها من إطلاق ذلك المبدأ وانعكاسه بصورة سلبية على العملية الاقتصادية والتجارية للاقتصاد الوطني. فسيطرة مشروع معين على حصة ضخمة في السوق بالنسبة لمنتج معين يعيق من عمل باقي المشروعات الموجودة فعلاً بالسوق او المحتمل دخولها من ممارسة عملها التنافسي، ولكي يصل المحتكر الى التحكم بالسوق وفرض كلمته سواء ما تعلق بالنتائج الإجمالي او بالأسعار، فلا بد ان يمتلك قوة اقتصادية تمكنه من تفادي المنافسة من باقي المشروعات. وتكمن اهمية البحث لما يتعرض له من مشكلة كبيرة يعاني منها الاقتصاد الوطني، اذ ان انفتاح التجارة والاخذ بمبدأ حرية المنافسة زاد من استغلال بعض المشروعات مركزها المسيطر في السوق الوطنية، وما يعكس من اثار سيئة على المستهلك وعلى الصناعة الوطنية، اذ يجعل السوق يتحكم به عدد من المشروعات المسيطرة مما يؤدي الى خروج المشروعات الصغيرة والغير القادرة على منافسة تلك المشروعات المسيطرة. ويهدف هذا البحث الى بيان مفهوم المركز المسيطر ومحدداته، وتوضيح اهم الممارسات التي يسلكها المركز المسيطر للأضرار بباقي المنافسين. ومن كل ذلك سنعمد لدراسة هذا الموضوع على المقارنة بين قوانين مكافحة الاحتكار الامريكية ( Antitrust act) و قانون حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية بالمقارنة مع قانون المنافسة ومنع الاحتكار العراقي رقم (١٤) لسنة ٢٠١٠. اذ سنقسم هذا البحث على مبحثين، نتناول في المبحث الأول مفهوم المركز المسيطر، عبر بحث تعريفه في مطلب اول، وبيان محددهاته في مطلب ثاني، في حين نعرض في المبحث الثاني الممارسات التي تشكل اساءة استغلال المركز المسيطر وذلك بتقسيم ذلك المبحث على فرعين، نبين في الأول الممارسات على اساس التسعير، وفي الفرع الثاني نناقش الممارسات على اساس التعامل، منتهين بخاتمة نوضح فيها اهم النتائج التي توصلنا اليها من خلال هذا البحث اضافة الى بيان بعض المقترحات بهذا الخصوص.

## المبحث الأول/مفهوم المركز المسيطر.

ينبغي ان يتمتع مشروع ما بقوة اقتصادية وبمركز مسيطر في سوق معينة حتى يتمكن من السيطرة على معظم الإنتاج او التحكم في الاسعار، ومن ناحية اخرى لا يمكن معرفة ان مشروعاً ما يتمتع بمركز مسيطر، الا بعد البحث في محدثات المركز المسيطر والمتمثلة بالحيز المكاني الذي يمارس بداخله أنشطته التجارية، وكذلك البحث في سوق المنتجات البديلة. لان وجود الاخيرة سوف تؤثر على وجود المركز المسيطر. وعلى ذلك سنقسم المبحث على مطلبين، سنوضح في المطلب الأول تعريف المركز المسيطر، اما المطلب الثاني سنبحث فيه محددهاته.



### المطلب الأول/تعريف المركز المسيطر.

يُعرف بعض الفقهاء المركز المسيطر بأنه "سلطة او مقدرة اقتصادية تؤهل من يجوزها ان يتحكم في الاسعار ويعيق ويمنع المنافسة، وان يتصرف بطريقة مستقلة تجاه منافسيه وعملائه ودون النظر الى ردود افعالهم، وذلك لعدم وجود اي منافس لديه القدرة على الدخول الى السوق وتقديم سلعة او خدمة فعالة وبديلة للعملاء او الموردين"<sup>(١)</sup>. ويعرفه البعض بأنه "قدرة المشروع على عمل عقبة لمنع المنافسة الكاملة في السوق، من خلال إمكانياته في التصرفات المستقلة وبحرية ودون ان يقيم وزناً للمنافسين او المستهلكين"<sup>(٢)</sup>. يتضح من التعريفين بان المركز المسيطر يتمثل بمقدرة او قوة اقتصادية تساعد بان يكون بمركز مسيطر، ويعمل على اعاقه المنافسة في السوق، من خلال التحكم في اوضاع السوق، ويتخذ قرارات من دون اعتبار للمنافسين له في العمل التنافسي، وبالوقت ذاته، صعوبة منافسته من قبل الآخرين. ومن جانب آخر، فان المركز المسيطر يكون بشكليين، فالمركز المسيطر كما يمكن ان يكون مملوكاً لمشروع واحد، يمكن ان يكون مستحوذاً عليه بواسطة عدة اشخاص، الأول يسمى المركز المسيطر الفردي، ويكون عندما يمتلك مشروع واحد القدرة الاقتصادية على أحداث تأثير فعال على الاسعار او حجم المعروض من المنتجات في السوق دون ان يأخذ في الاعتبار ردود أفعال المنافسين الآخرين. أما الثاني فيسمى المركز المسيطر الجماعي، ويقوم عندما يوجد مشروعان او اكثر يعملان في سوق واحدة وتوجد بينهما علاقة ترابط وتوافق تسمح بتبني استراتيجية منظمة متشابهة في الاسس التي تقوم عليها والخطوط الرئيسية التي تتضمنها، وذلك في مواجهة العملاء او المنافسين القادمين او المحتمل ظهورهم"<sup>(٣)</sup>. أما موقف التشريعات المقارنة من المركز المسيطر فقد جاءت متباينة، اذ لم تعرف قوانين مكافحة الاحتكار الامريكية المركز المسيطر. أما بالنسبة لموقف المشرع المصري فانه على العكس من المشرع الامريكي الذي لم يتصد بشكل صريح للمركز المسيطر، فقد تم أيراد تعريف للمركز المسيطر وعبر عنه بمصطلح السيطرة وذلك في المادة (٤) من قانون حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية التي تنص على تعريف السيطرة "هي قدرة الشخص الذي تزيد حصته على ٢٥% من تلك السوق على أحداث تأثير فعال على الأسعار او حجم المعروض بها دون ان تكون لمنافسيه القدرة على الحد من ذلك". يلاحظ ان المشرع المصري قد اعتمد في تعريفه للمركز المسيطر معياراً حسابياً والمتمثل بنسبة ٢٥% ، ويتحقق هذه النسبة يكون الشخص في وضع السيطرة، مع القدرة على أحداث تأثير فعال على الأسعار وعلى الكميات المعروضة من المنتجات من دون ان يلاقي اي منافسة من الآخرين للحد من ذلك. وعلى اية حال، فقد بينت اللائحة التنفيذية لقانون حماية المنافسة المصري عناصر تحقق سيطرة الشخص على سوق معينة"<sup>(٤)</sup>. وبينت اللائحة ذاتها في المادة (٨) تحديد المعايير التي توضح امتلاك الشخص القدرة على أحداث تأثير فعال على الاسعار او حجم المعروض من المنتجات"<sup>(٥)</sup>. أما فيما يتعلق بموقف المشرع العراقي من المركز المسيطر، فلم نجد أي نص صريح لمصطلح المركز المسيطر، واكتفى بتحديد النسبة المئوية التي تحصل نتيجة اندماج الشركات والتي من خلالها تسيطر على الإنتاج او المبيعات من السلع والخدمات. وهو ما



قررت المادة (٩) من قانون المنافسة والتي تنص على انه "يحظر أي اندماج بين شركتين أو أكثر وأية ممارسة تجارية مقيدة إذا كانت الشركة أو مجموعة من الشركات مندمجة أو مرتبطة مع بعضها تسيطر على ٥٠% أو أكثر من مجموع إنتاج سلعة أو خدمة معينة أو إذا كانت تسيطر على ٥٠% أو أكثر من مجموع مبيعات سلعة أو خدمة معينة". يلاحظ على النص عدة ملاحظات وكما يأتي:

- ١- ان المشرع العراقي لم ينص بصورة واضحة على المركز المسيطر او السيطرة كما هو موقف المشرع المصري، وكان من الأجدر به ان يتبع في ذلك موقف المشرع المصري عندما عرف السيطرة بالمادة (٤)، او ان يفرد للمركز المسيطر نصاً خاصاً.
- ٢- عالج المشرع موضوعين بالمادة نفسها، اذ جمع بين الاندماج الذي يحصل بين الشركات مع بيان نسبة سيطرة الشركات المندمجة. اذ ان المركز المسيطر قد يحصل بفعل مشروع فردي من دون ان يتم اندماج بين المشروعات.
- ٣- يؤخذ على النص بانه جاء مطولاً وفيه تكرار للنسبة المئوية، اذ تم ذكر النسبة مرتين بالمادة ذاتها، الاولى من مجموع انتاج سلعة او خدمة معينة، والثانية من مجموع مبيعات سلعة او خدمة معينة، كذلك لم يذكر معايير اخرى غير النسبة المذكورة منها التأثير الفعال على الأسعار او الحد من منافسة الآخرين.
- ٤- والنقطة الأهم هي تحديد نسبة السيطرة ب ٥٠% وهذه النسبة كبيرة نوعاً ما مقارنة بالنسبة التي حددها المشرع المصري ب ٢٥% ، لان تحديد هكذا نسبة تكون في الدول المتقدمة صناعياً والتي تتوفر فيها صناعات ضخمة وذات إمكانات مالية واقتصادية هائلة تجعلها تسيطر على نسبة كبيرة في سوق ما. بالرغم من ان ظروف كل من مصر والعراق متقاربة من الناحية الاقتصادية. وعلى اية حال، يمكن ان نستنتج تحقق معيار المركز المسيطر وفق قانون المنافسة العراقي بحالتين:

- ١- اذا كانت المشروعات تسيطر على ٥٠% او اكثر من مجموع انتاج سلعة او خدمة معينة.
- ٢- اذا كانت سيطرة المشروعات ٥٠% او اكثر من مجموع مبيعات سلعة او خدمة معينة. هذا بالنسبة لموقف التشريعات المقارنة من المركز المسيطر، أما موقف القضاء فقد كان للمحاكم الامريكية دوراً واضحاً في تحديد المركز المسيطر، على الرغم من خلو قوانين مكافحة الاحتكار الامريكية من تعريف للمركز المسيطر، اذ بينت المحكمة العليا عناصر المركز الاحتكاري او المسيطر وذلك في دعوى المرفوعة من المدعي المتمثلة بحكومة الولايات المتحدة الامريكية ضد المدعي عليها وهي شركة (Grinnell) سنة ١٩٦٦، وتتلخص وقائع هذه الدعوى بان المدعي عليها وهي شركة (Grinnell) المتخصصة في صنع أنظمة إنذار الحرائق ومعها ثلاث شركات تملك المدعي عليها أغلبية أسهمها، تقوم بتزويد نظام إنذار للحرائق وتأمين ضد السرقة، وكانت هذه الشركة تستحوذ على ما يقارب ٨٧% من سوق الخدمة، وكذلك السيطرة على المنافسين من خلال توزيع المناطق الجغرافية وعقد اتفاقات الاسعار. وبناءً على ذلك، رفعت الحكومة الامريكية دعوى مدنية زاعمة انتهاك الشركة للمادتين الاولى والثانية من قانون شيرمان،



وبسبب حصول الشركة بوضع مسيطر، اذ تسيطر على نسبة ٨٧% من سوق الخدمة، وعلى اثر ذلك، قضت المحكمة العليا الامريكية بان المدعى عليها والشركات التابعة لها في مركز مسيطر، وقد انطوى على مخالفة لنص المادتين الاولى و الثانية لقانون (Sherman) <sup>(١)</sup>، وفي سياق هذه الدعوى تم بيان عناصر المركز المسيطر وكما يأتي:

١- الاستحواذ على القوة الاحتكارية في السوق المناسبة (the possession of monopoly power in the relevant market)

٢- السلوك الإرادي للاستحواذ او الإبقاء على تلك القوة (The willful acquisition or maintenance of that power)

بالنسبة للعنصر الأول لتحقق المركز المسيطر تم تعريفه من قبل القضاء الامريكي والذي يعبر عنه بالقوة الاحتكارية (monopoly power) وذلك في سياق الدعوى السابقة بانه "قوة التحكم في الأسعار او إقصاء المنافسة" <sup>(٢)</sup>. أما العنصر الثاني لتحقق المركز المسيطر وهو توافر السلوك الإرادي، ويترتب عليه بان المركز المسيطر ليس محظورا لذاته، فقد يتوصل اليه المشروع نتيجة كفاحه ونشاطه الدؤوب، وانما المحظور هو اقتراف المشروع سلوكاً ارادياً، اي القيام بإعمال او بممارسات بطرق غير مشروعة تتعلق بالأسعار او بحجم الانتاج تهدف من ورائها المحافظة على القوة الاحتكارية واساءة استغلالها. وفقاً لما تقدم فان معيار المركز المسيطر في القضاء الامريكي يتمحور في جانبين، الأول التحكم في الاسعار وهو بهذا يتفق مع موقف المشرعين المصري والعراقي، والثاني إقصاء او تفادي المنافسة. وبخصوص الجانب الثاني بينت المحكمة العليا الامريكية في دعوى ( united states v. American tobacco ) سنة ١٩٤٩ بان "المعول عليه لقيام المركز الاحتكاري هو المقدره على التحكم في الاسعار او اقصاء المنافسة وليس الإقصاء الفعلي للمنافسين" <sup>(٣)</sup>.

### المطلب الثاني/محددات المركز المسيطر.

لا يمكن البحث عما اذا كان مشروع ما يمتلك مركزاً مسيطراً الا بعد تحديد السوق المعنية التي من خلالها يتم قياس القوة الاحتكارية للمشروع، فتحديد وجود مشروع معين في مركز مسيطر يقتضي بالضرورة تحديد مفهوم السوق الذي يتم في اطاره قياس تلك السيطرة. وتحديد السوق المعنية يكتسب أهمية أساسية بالنسبة لقوانين المنافسة، ففي ضوء ذلك يتم الحكم على الممارسات التي تقوم بها المشروعات، اذ يتم التأكد من كونها حائزة لمركز مسيطر <sup>(٤)</sup>. ويتم تحديد السوق المعنية في ضوء بعدين او محددين، الأول البعد السلعي او سوق المنتجات البديلة والثاني البعد الجغرافي. وبناءً على ما تقدم، سوف نقسم المطلب على فرعين، نبين في الأول سوق المنتجات البديلة، وناقش في الثاني السوق الجغرافية.

### الفرع الأول/سوق المنتجات البديلة.

يتم تحديد سوق المنتجات البديلة الذي يتم في اطاره البحث حول مدى توافر المركز المسيطر وفقاً لمدى امكانية تبادل السلع والخدمات في ذلك السوق بالنسبة للمستهلك. ويعرف سوق المنتجات البديلة بانه "سوق يضم كل المنتجات والخدمات التي تعتبر تبادلية او قابلة للاستبدال



بواسطة المستهلك بسبب خصائص المنتجات واسعارها والاستخدام المقصود منها<sup>(١٠)</sup>. يتضح مما تقدم، بان سوق المنتجات البديلة يعتمد على مدى إمكانية أبدال سلعة محل اخرى تكون محل السيطرة، وكلما كانت هناك إمكانية كبيرة في توفير السلع او الخدمات محل السلع المسيطرة كانت سيطرة المشروع قليلة، وبالتالي قد ينتفي تأثير القوة الاحتكارية للمشروع المسيطر، وبالعكس كلما كانت هناك صعوبة في احلال او توفير سلع بديلة قويت القوة الاحتكارية وازدادت سيطرة المشروع المسيطر. أما بخصوص موقف التشريعات من سوق المنتجات البديلة، فجاءت متباينة في الموقف من ذلك، اذ نرى خلو قوانين مكافحة الاحتكار الامريكية من النص على ذلك، وترك الامر للدور المهم للقضاء الذي يتولى مهمة البحث عن تحديد سوق المنتجات البديلة ومدى توافرها في السوق المعنية.

أما في ما يتعلق بموقف المشرع المصري فقد جاء خلاف ماتقدم، اذ بينت المادة (٣) من قانون حماية المنافسة عنصرى السوق المعنية ومنها المنتجات البديلة، وقد بينت المادة المذكورة المقصود بالمنتجات البديلة بأنها "تكون المنتجات المعنية تلك التي يعد كل منها بديلاً عملياً وموضوعياً عن الآخر". أما بخصوص موقف المشرع العراقي، فقد جاء خالياً من الإشارة الى سوق المنتجات البديلة، وكذلك لم يبين معيار المنتجات المعنية التي من خلالها يتم التأكد من ان مشروع ما في مركز مسيطر، واكتفى في الفقرة (ثالثاً) من المادة الأولى من قانون المنافسة تعريف السوق بأنه "المنطقة التي يتصل بها المنتجون والمستهلكون مع بعضهم لعقد الصفقات التجارية بشأن سلعة ما، ولا تنحصر السوق بالضرورة بحدود جغرافية معينة لأغراض هذا القانون، يقتصر مفهوم السوق على الاقتصاد العراقي". يلاحظ بان تعريف المشرع العراقي للسوق جاء تعريفاً ضيقاً، اذ حصر مفهوم السوق بالمكان الذي يجمع المنتج والمستهلك لغرض الصفقات التجارية، وأما عبر عنه بمكان التقاء العرض والطلب بشأن سلعة ما، وكان من الأجدر بالمشرع العراقي ان ينحى منحى المشرع المصري من خلال ذكره لعناصر السوق المعنية وهي المنتجات المعنية والنطاق الجغرافي.

### الفرع الثاني/السوق الجغرافية.

يعد النطاق الجغرافي من اهم محددات المركز المسيطر لمشروع ما في السوق، لذا يتعين تحديد السوق الجغرافية او المنطقة التي يمارس فيها التاجر سلطة السيطرة على الاسعار او تفادي المنافسة<sup>(١١)</sup>. وبهذا الاطار يعرف الفقه السوق الجغرافية بعدة التعريفات منها "منطقة جغرافية محددة يتقابل في داخلها العرض والطلب على السلعة او الخدمة التي يقدمها المشروع"<sup>(١٢)</sup>. كذلك تعرف بانها "منطقة المنافسة الفعلية التي يعمل ويتنافس فيها الاطراف، وهذه المنطقة قد تكون مدينة صغيرة او دولة بأكملها"<sup>(١٣)</sup>. أما بالنسبة للموقف التشريعي فقد جاء موقف التشريعات المقارنة من السوق الجغرافية متباينة، اذ لم تكن على وتيرة واحدة، فبالنسبة لقوانين مكافحة الاحتكار الامريكية فقد جاءت خالية من الاشارة الى السوق الجغرافية، وقررت حظر الاحتكار او محاولة الاحتكار مع أي شخص او القيام بعقد اتفاقات لتقييد حرية التجارة بين الولايات المختلفة، او مع الدول الاجنبية، وذلك في المادة الاولى والثانية من قانون شيرمان وهذا يعني ان المشرع في الولايات المتحدة حدد على وجه العموم البعد الجغرافي للممارسات التي



تحدث في الولايات المختلفة او مع الدول الاجنبية بهدف تقييد المنافسة<sup>(٤)</sup>. أما موقف المشرع المصري فقد جاء مغايراً لموقف المشرع الامريكي، اذ عبر عن السوق الجغرافية بالنطاق الجغرافي وذلك في المادة (٣) فعرفه بأنه "منطقة جغرافية معينة تتجانس فيها ظروف المنافسة مع اخذ فرص التنافس المحتملة في الاعتبار". فالسوق الجغرافية وفقاً لهذا المفهوم تتضمن المناطق التي تتشابه فيها ظروف التنافس، أما ما عداها من المناطق فلا تدخل من ضمن السوق المعنية، ومن ثم لا يعول عليها عند البحث عن وجود المركز المسيطر. وقد وضحت اللائحة التنفيذية لقانون حماية المنافسة معايير يتم من خلالها معرفة ظروف المنافسة كونها متجانسة من عدمه<sup>(٥)</sup>. وموقف المشرع المصري جدير بالتأييد، لوضعه المعايير في اللائحة التنفيذية للقانون التي بينت سوق المنتجات البديلة وكذلك النطاق الجغرافي التي تعتبر من مؤشرات او محددات المركز المسيطر والبحث حول مدى وجوده في السوق. أما بخصوص موقف المشرع العراقي فهو غير واضح بالنسبة للنطاق الجغرافي الذي من خلاله يتم الدراسة والبحث حول مدى كون مشروع ما حائزاً لمركز مسيطر، وجاء ما يدل على النطاق الجغرافي وذلك في الفقرة (ثالثاً) من المادة الأولى من قانون المنافسة عند تعريفه للسوق، وجاء في سياق هذه المادة بأنه "ولا تنحصر السوق بالضرورة بحدود جغرافية معينة لأغراض هذا القانون يقتصر مفهوم السوق على الاقتصاد العراقي". يلاحظ ان المشرع العراقي لم يأخذ بمحدودية النطاق الجغرافي للسوق، وهذا جدير بالتأييد لان السوق وبفضل التطور في وسائل الاتصالات وتحرير التجارة والمنافسة بصورة واسعة، لم يعد يقتصر النشاط التجاري بمنطقة معينة، وإنما أصبحت المنافسة تأخذ بالاتساع فقد تكون في مدينة صغيرة او بين عدة مدن او على نطاق الدولة ككل، وكذلك قصر مفهوم السوق على الاقتصاد العراقي فقط أي ان النشاط التجاري يكون محصوراً داخل العراق فقط. ولكن ما يؤخذ عليه انه لم يبين معايير يتم من خلالها البحث حول حدود نشاط مشروع ما للتأكد من كونه حائزاً لمركز مسيطر ام لا كما فعل المشرع المصري.

### المبحث الثاني/الممارسات التي تشكل اساءة استغلال المركز المسيطر.

ان فكرة اإساءة استغلال المركز المسيطر لا تتعلق بطبيعية تكوينه، وإنما ترتبط بالأفعال والتصرفات التي يقوم بها المشروع المسيطر ومدى تأثير تلك الممارسات على إعاقة المنافسة. وقد تناولت قوانين المنافسة المقارنة الممارسات التي تشكل إساءة استغلال المركز المسيطر. ومن جانب اخر تتعد دورها هذه الوسائل والاساليب فقد تستهدف نظام الاسعار في السوق او تقوم على اساس التعامل والذي يتخذ أشكال ممارسات متعددة يجمعها عامل مشترك. وبناءً على ماتقدم، سنقسم المبحث على مطلبين سنبيين في المطلب الاول منه الممارسات على اساس التسعير، وسنوضح في المطلب الثاني الممارسات على أساس التعامل.

### المطلب الأول/الممارسات على أساس التسعير.

يعد السعر أقوى وسيلة فعالة في المنافسة، وعادة ما يستخدمها المركز المسيطر من اجل الحفاظ على قوته الاحتكارية في السوق، وتقع هذه الممارسة بصورتين، الاولى بأنباع سياسة التمييز في الاسعار، والثانية تتمثل ببيع المركز المسيطر المنتجات بأسعار ما دون التكلفة، بهدف



استبعاد المنافسين في السوق. من هنا يتبين ان الممارسات المتعلقة بالتسعير تكون نوعين، الاول التمييز سعري والثاني التسعير الاحتيالي، وبناءً على ماتقدم، سنقسم المطلب على فرعين، نخصص الاول للتمييز السعري، وسيكون الثاني للتسعير الاحتيالي.

### الفرع الاول/التمييز السعري (price Discrimination).

يعرف بانه "بيع منتجين متطابقين من حيث الجودة او الدرجة او الخدمات المتماثلة باسعار مختلفة من البائع نفسه"<sup>(١٦)</sup>. كذلك يعرف بانه " فرض اسعار مختلفة على مشتريين مختلفين، فالبايع يميز في السعر بفرض سعر منخفض لمشتريين في سوق معين، بينما يحتفظ باسعار مرتفعة لكل المشتريين خارج هذه المنطقة"<sup>(١٧)</sup>. وبهذا يتجسد التمييز السعري ببيع المنتجات ذات الجودة او النوعية باسعار مختلفة للمستهلكين مختلفين. اي يوجد محاباة مستهلك على حساب الاخر. وقد تصدت قوانين المنافسة للتمييز السعري عبر حظره باعتباره من اخطر الممارسات التي يقوم بها المركز المسيطر في السوق. فقد حظر قانون ( Clayton act 1914 ) التمييز السعري في المادة الثانية منه، لكن تم تعديل هذه المادة بقانون ( Robison- patman act or Anti- price Discrimination act 1936 ) في المادة الثانية فقرة (a) والتي تنص على " سيعتبر غير قانوني اي شخص يعمل في التجارة او اثناء ممارسته للتجارة بشكل مباشر او غير مباشر، ان يميز في السعر بين مشتريين مختلفين لبضائع متماثلة بالدرجة و الجودة، متى ماكان البيع المتضمن التمييز السعري تم في تبادل تجاري في الولايات، وكانت هذه البضائع بيعت او استخدمت للاستهلاك او اعادة البيع داخل الولايات او اي اقليم او في مقاطعة كولومبيا او اي مكان يدخل في سلطة الولايات المتحدة، وكان التمييز من شأنه ان يؤثر بشكل جوهري لتقليل المنافسة او ان يخلق الاحتكار في اي جانب من التجارة"<sup>(١٨)</sup>.

ولم يختلف موقف المشرع المصري عن موقف المشرع الامريكي في حظر التمييز السعري باعتباره من الممارسات التي تشكل اساءة لاستغلال السيطرة في السوق. اذ حظر في المادة (٨) من قانون حماية المنافسة التمييز السعري في الفقرة (هـ) والتي تنص على حظر " التمييز بين بائعين او مشتريين تتشابه مراكزهم التجارية في اسعار البيع او الشراء او في شروط التعامل". يلاحظ بان المشرع المصري حظر التمييز في صفقة بيع بين بائعين او مشتريين مختلفين ولم يقصره على البيع او الشراء وانما يكون التمييز في شروط التعامل. وفي السياق ذاته، نجد المشرع العراقي في قانون المنافسة قد تناول التمييز السعري، بيد ان موقف المشرع العراقي يختلف عن موقف المشرع المصري، فلم يفرد مادة مستقلة خاصة بالممارسات التي تشكل اساءة استغلال المركز المسيطر في سوق معينة، وانما اورد مادة يحظر بها اية اتفاقات او ممارسات تشكل اخلافاً بالمنافسة ومنع الاحتكار. وكان من الاجدر بالمشرع العراقي ان ينحى منحى المشرع المصري، وان يراعي التبويب الذي اعتمده المشرع المصري، كأن يصنف الفقرات (أولا وثانيا وثالثا و خامسا) من المادة (١٠) في مادة قانونية مستقلة بعنوان الاتفاقات المقيدة للمنافسة ومنع الاحتكار، والفقرات ( رابعا وسادسا وسابعا و ثامنا و تاسعا وعاشرا وحادي عشر) من المادة ذاتها في مادة مستقلة اخرى بعنوان الممارسات التي تشكل اساءة استغلال المركز المسيطر. ونرى بان اهمية هذا التبويب او التصنيف تكمن في ان على المشرع ان يتعامل مع كل





مادة تعامل مختلف من حيث الاستثناءات والاحكام والجزاءات. على اية حال، تناول المشرع العراقي التمييز السعري في الفقرة (سادساً) من المادة (١٠) التي يحظر بها اية ممارسة ومنها "التمييز بين العملاء في العقود المتشابهة بالنسبة لأسعار السلع والخدمات أو شروط بيعها وشرائها". يلاحظ بان المشرع العراقي جاء موفقاً في هذا النص، اذ حظر التمييز بين العملاء بالنسبة للأسعار وذكر السلع والخدمات وبهذا فهو يتميز عن موقف المشرعين الامريكي والمصري، ويتفق مع المشرع المصري في مد التمييز لشروط البيع والشراء، ويتمثل التمييز هنا في العقود المتشابهة أي التي تتضمن سلع او خدمات متماثلة، لكن تكون بأسعار مختلفة الى عملاء مختلفين، مما يحدث محاباة لعملاء على حساب عملاء آخرين، وكان قصد المشرع في ذلك ان يسود مبدأ المساواة وتكافؤ الفرص في السوق التنافسية وايضا يدخل ضمن التمييز السعري في قانون المنافسة العراقي، ما جاء في الفقرة (حادي عشر) من المادة (١٠)، اذ تحظر "إرغام جهة أو طرف أو حصول أيًا منهما على أسعار أو شروط بيع أو شراء خاصة غير مبررة بشكل يؤدي إلى أعطائه ميزة في المنافسة أو إلى إلحاق الضرر به". ويتضح بان المشرع العراقي انفرد بالنص على هذه الممارسة الاحتكارية التي يسلكها المركز المسيطر في السوق المعنية، حيث نجد خلو قانون حماية المنافسة المصري من النص عليها.

### الفرع الثاني/التسعير الاحتياالي (predatory pricing).

ويطلق عليه البعض بالتسعير العدوانى<sup>(١٩)</sup> او البيع باقل من سعر التكلفة او البيع بالخسارة، ويعد من اخطر الممارسات على اساس التسعير، والذي يلجأ اليه المركز المسيطر بهدف القضاء على منافسيه وانفراده بالسوق. ويعرف بانه "التسعير باقل من سعر التكلفة بقصد تدمير المنافسة والتخلص من المنافسين في محاولة احداث سعر مرتفع عن السعر السائد وصولاً الى احتكار هذه السوق"<sup>(٢٠)</sup>. وأيضاً يعرف التسعير الاحتياالي بانه "قيام منشأة تجارية ببيع احد المنتجات بسعر منخفض جدا بهدف استبعاد المنافسين خارج السوق او عمل عائقا لدخول السوق بالنسبة للمنافسين الجدد والمحتمل دخولهم السوق"<sup>(٢١)</sup>. يتضح من التعريفات السابقة بان التسعير الاحتياالي يتمثل بالبيع بأسعار منخفضة جدا وذلك بغية التفرد بالسوق من خلال التأثير على عمل المشروعات المنافسة الاخرى التي ستنضرر من هذه الاسعار المنخفضة.

ونتيجة ما يحدثه هذا النوع من التسعير من اضرار جوهرية للمنافسة وخروج العديد من المشروعات من السوق، فقد عملت قوانين المنافسة على حظره ومنعت من يتمتع بقوة سوقية او بمركز مسيطر في السوق ان يسلك هذا الاسلوب. بالرغم من ذلك لم تنص قوانين مكافحة الاحتكار الامريكية بشكل صريح على التسعير الاحتياالي او البيع بالخسارة، وبطبيعة الحال فان الامر متروك للقضاء في ذلك. أما بالنسبة لقانون حماية المنافسة المصري فقد تناوله بنص صريح وذلك في الفقرة (ح) من المادة (٨)، اذ تحظر على من تكون له السيطرة على سوق معينة "بيع منتجات بسعر يقل تكلفتها الحدية او متوسط تكلفتها المتغيرة". يلاحظ بان المشرع المصري قد تناول ذلك بصورة واضحة معتمداً على معيار البيع باقل من التكلفة الحدية او متوسط تكلفتها المتغيرة، وقد تولت اللائحة التنفيذية للقانون بيان المقصود من هذه المصطلحات<sup>(٢٢)</sup>. يتضح مما تقدم، بان المشرع المصري اعتمد معياراً موضوعياً وهو البيع باقل



من سعر التكلفة، أي استبعد الأخذ بمعيار النية، بالإضافة الى العوامل التي يعتمد عليها في اللائحة التنفيذية والتي من شأنها خروج منافسين من السوق او منع منافسين محتملين الدخول الى السوق ومدى قدرتها على رفع الأسعار بعد فترة انخفاض الأسعار. أما بالنسبة لموقف المشرع العراقي فهو الاخر قد تناول التسعير التمييزي معبراً عنه بالبيع بالخسارة، وبهذا فهو يختلف عن المشرع المصري الذي عبر عنه البيع باقل من التكلفة الحدية، ونرى ان تعبير المشرع العراقي هو الافضل. وذلك في الفقرة (رابعاً) من المادة (١٠) التي تحظر اية ممارسات ومنها " التصرف او السلوك المؤدي لعرقلة دخول مؤسسات الى السوق او إقصائها عنه او تعريضها لخسائر جسيمة بما في ذلك البيع بالخسارة". يلاحظ ان المشرع العراقي قد اعتمد على المعايير ذاتها التي يأخذ بها المشرع المصري، وهي اذا كان من شأن البيع بالخسارة ان يمنع من دخول مؤسسات الى السوق او من شأنه ان يؤدي الى إقصائها او تعرضها الى خسارة جسيمة او هائلة لانصراف العملاء الى المشروع الذي يقوم بالبيع بأسعار منخفضة مقارنة بالمنافسين الآخرين مما يلحق بها خسائر كبيرة في عملها.

### المطلب الثاني/الممارسات على أساس التعامل.

قد تكون الممارسات التي يلجأ اليها صاحب المركز المسيطر للمحافظة على قوته الاحتكارية واكتساب اكبر نصيب ممكن في السوق مبنية على تعامله مع المنافسين له. ويتمثل ذلك في رفض التعامل مع منافس له او جعل تعامله معلق على موافقة شراء منتجات اخرى هو في غير حاجة اليها وقت التعاقد. وبناء عليه سوف نتناول ذلك في الفرعين التاليين:

### الفرع الأول/ رفض التعامل (Refusal to deal).

الاصل في المعاملات التجارية حرية كل مشروع تجاري في التعامل مع من يريد التعامل معه من المشروعات الاخرى، وفي المقابل له حق رفض التعامل مالم يكن هذا الرفض منبعه خلق احتكار جديد او المحافظة على احتكار قائم في السوق. وعادة ما تكون ممارسة هذا الرفض من قبل المشروعات صاحبة المركز المسيطر في السوق، ليمنحها من رفض التعامل وبحرية. ومن هذا المنطلق قررت قوانين المنافسة المقارنة حظر ممارسات رفض التعامل وما تتضمنها من ممارسات اخرى تدخل ضمن نطاقها. اذ اتجه المشرع الامريكي في قانون (Clayton act 1914) الى حظر رفض التعامل، وهو ما قرره المادة الثالثة بانه يحظر على كل من البائع او المؤجر منع المشتري او المستأجر للسلعة، من التعامل في السلع العائدة الى منافسيهما او الى منافسي المشتري او المستأجر او ان يحدد السعر بناءً على شرط او اتفاق او تفاهم يؤدي بالمشتري او المستأجر ان لا يستخدم او يتعامل مع بضائع او سلع للمنافسين البائع او المؤجر متى كان ذلك يقيد المنافسة بشكل جوهري او يميل الى خلق الاحتكار في جانب من التجارة<sup>(٣٣)</sup>. ولم يختلف موقف المشرع المصري عن نظيره الامريكي بحظر ممارسات رفض التعامل، اذ حظر ذلك في قانون حماية المنافسة في الفقرة (ب) من المادة (٨)، التي تنص على حظر "الامتناع عن ابرام صفقات بيع او شراء منتج مع اي شخص او وقف التعامل معه على نحو يؤدي



الى الحد من حريته في دخول السوق او الخروج منه في اي وقت". وبالتالي ليس كل امتناع عن إبرام الصفقات التجارية او رفض التعامل يعتبر إساءة لاستغلال المركز المسيطر وبالتالي محظورا وفق قانون المنافسة المصري، فلا يعتد به اذا وجدت مبررات لذلك تتعلق بعدم مقدرة هذا الشخص على الوفاء بالتزاماته الناشئة عن العقد. وبهذا الخصوص، ما جاء في بلاغ قدم الى جهاز حماية المنافسة من رئيس مجلس إدارة الجمعية المصرية لمنتجي الألبان ضد شركة جهينة للصناعات الغذائية بتاريخ ٧ / ٣ / ٢٠١٠، وذلك لسببين، الأول رفض الأخيرة تنفيذ قرار لجنة تنمية وتطوير قطاع الألبان، الثاني اتخاذ شركة جهينة قرارات تعسفية بإيقاف التعامل مع المزارع التي اعتادت على التوريد لها بشكل يومي ومستمر منذ سنوات طويلة دون إبداء اي أسباب فنية او عيوب في ألبان تلك المزارع. وأضاف المُبلِّغ بان شركة جهينة تستغل حجم تعاملاتها المسيطر على شراء الغالبية العظمى من إنتاج المزارع، كذلك سيطرتها على سوق اللبن المعبأ. وقد قام الجهاز بالبحث عن وجود ممارسات ضارة بالمنافسة ومخالفة لقانون حماية المنافسة، انتهى الجهاز فيما يتعلق بالشق الأول من البلاغ والمتمثل برفض الشركة في التعامل بالمعاملات السعرية التي اصدرتها لجنة منتجي الألبان العامة، فانه يخرج من نطاق قانون المنافسة، لان مخالفة الشركة القرار لا يخضع لإحكام قانون المنافسة وانما لقرار اللجنة. أما فيما يخص الامتناع عن التوريد، فتم الكشف ان شركة جهينة أبلغت المزرعتين قبل أسبوع واحد فقط، بوقف التعامل معها، ولكي تكون الشركة مخالفة للفقرة (ب) من المادة (٨) يجب ان تكون بمركز مسيطر، وحتى مع افتراض ذلك فان الشركة قدمت إخطار للمزرتين بذلك، وأضاف الجهاز انه يجب ان يكون من شأن ذلك الحد من حرية الدخول او الخروج من السوق، وهذا غير متحقق، اذ ثبت بان المزرعتين خرجت من سوق توريد الألبان لأسباب خاصة بها، قرر الجهاز عدم مخالفة الشركة للفقرة (ب) من قانون حماية المنافسة<sup>(٢٤)</sup>. كذلك يدخل من ضمن رفض التعامل في قانون المنافسة المصري، ما نصت عليه الفقرة (أ) من المادة ذاتها التي تحظر " فعل من شأنه ان يؤدي الى عدم التصنيع او الانتاج او التوزيع لمنتج لفترة او فترات محددة". ايضا هناك فقرة اخرى تكون قريبة في حكم الفقرة السابقة والتي تتعلق بالامتناع عن الانتاج لكن تفترق عنها في كون المنتج شحيح، وهذا ما قررته الفقرة (و) من المادة (٨) التي تحظر "الامتناع عن أنتاج او إتاحة منتج شحيح متى كان إنتاجه ممكنة اقتصادياً". وتتمثل هذه الفقرة في حالة امتناع المركز المسيطر من انتاج او إتاحة المنتج الشحيح بصورة كلية او جزئية مع امكانيته على انتاجه. وتولت اللائحة بيان المقصود بالمنتج الشحيح<sup>(٢٥)</sup>. وايضا يدخل من ضمن رفض التعامل في قانون المنافسة المصري ما نصت عليه الفقرة (ز) من المادة (٨) التي تحظر على الشخص المسيطر "أن يشترط على المتعاملين معه ألا يتجوا لشخص منافس له استخدام ما يحتاجه من مرافقهم أو خدماتهم رغم أن إتاحة هذا الاستخدام ممكن اقتصادياً". وقد تصدت اللائحة التنفيذية لتحديد ما يعد من الخدمات او المرافق المقصودة في هذه الفقرة<sup>(٢٦)</sup>. واخيراً يدخل من ضمن ممارسات رفض التعامل ما جاءت به الفقرة (ط) من المادة (٨) من قانون حماية المنافسة المصري، اذ تحظر على الشخص المسيطر "ألزام مورد بعدم التعامل مع منافس". تتمثل هذه الحالة في عقد



التعامل الحصري والذي يقصد به ان يقتصر التعامل مع شخص معين، وكما جاء به قانون كلايتون في المادة (٣)، والذي بموجبه يلزم الشخص المسيطر المورد بعدم التعامل مع منافسي الأول. وبينت اللائحة التنفيذية المقصود بعدم التعامل في سياق هذه الفقرة<sup>(٢٧)</sup> أما بخصوص موقف المشرع العراقي، فقد جاء موافقاً لموقف المشرعين الأمريكي والمصري. اذ حظر رفض التعامل في اكثر من موضع في قانون المنافسة، ومنه في الفقرة (ثامنا) من المادة (١٠) والتي تحظر فيها "رفض التعامل دون مسوغ قانوني مع عميل معين بالشروط التجارية المعتادة". يلاحظ على النص بانه قصر حظر رفض التعامل في حالة عدم توفر المبررات القانونية وحسنا ما فعل. فالأصل حرية التعامل التجاري. وبمفهوم المخالفة اذا وجد مبرر قانوني ينتج منه رفض التعامل مع عميل معين فلا يكون عمله هذا محظوراً. فقد يكون العميل لا يفي بالتزاماته او ان كميات السلع المطلوبة غير متوفرة او ان العميل يكون غير مقتدر مالياً وغيرها من الأسباب التي تجعل رفض التعامل معه مقبولاً. ويدخل ضمن مفهوم رفض التعامل ما نصت عليه الفقرة (سابعاً) من المادة نفسها والتي تحظر "ارغام عميل لها على الامتناع مع جهة منافسة لها". واخيراً يدخل من ضمن رفض التعامل في قانون المنافسة العراقي، ما قرره الفقرة (تاسعاً) من المادة (١٠) والتي تحظر "السعي لاحتكار مواد معينة ضرورية لممارسة جهة منافسة لنشاطها أو شراء سلعة أو خدمة معينة بالقدر الذي يؤدي إلى رفع سعرها في السوق أو منع انخفاضه". يلاحظ ان المشرع العراقي انفرد بالنص على هذه الفقرة، خلاف المشرع المصري، اذ لم ينص الاخير على هذه الممارسة الاحتكارية. وموقف المشرع العراقي جاء موافقاً لمعالجته هذه الممارسة ومنعها في السوق. ومن جدير بالملاحظة، ان المشرع العراقي اقتصر حظره لممارسات رفض التعامل بثلاث حالات، الفقرة (سابعاً) والفقرة (ثامنا) والفقرة (تاسعاً)، بخلاف المشرع المصري الذي عالج حالات كثيرة تدخل ضمن رفض التعامل بالإضافة الى دور اللائحة التنفيذية التي تبين معايير تحقق كل مخالفة. اذ ينفرد المشرع المصري بالنص على الفقرة (و) وكذلك الفقرة (ز)، فلم نجد نصوص مطابقة للفقرتين في قانون المنافسة العراقي، كذلك لم يعالج المشرع العراقي ما نص عليه المشرع المصري في الفقرة (أ).

#### الفرع الثاني/ البيع المتلازم او المترابط.

ويعتبر من الممارسات الاحتكارية على أساس التعامل، ويسمى ايضا باتفاقات الربط (Tying agreement)، ومؤداه وجود منتجين منفصلين احدهما يسمى (المنتج الرابط)، والثاني يطلق عليه (المنتج المربوط)، فيحدث إرغام من قبل المركز المسيطر بشراء المنتج الآخر عند شراء المنتج الأول (المنتج الرابط). وايضا يعرف بانه "كذلك يعرف بانه" رفض بيع المنتج او الخدمة التجارية وتسمى بالمنتج الرابط (the tying product)، مالم يتم شراء المنتج او الخدمة التجارية الاخرى وتسمى بالمنتج المربوط (the tied product)<sup>(٢٨)</sup> وبسبب الآثار الضارة على المنافسة من هذه الممارسة، فقد حظرت قوانين المنافسة تعليق شراء منتج على شراء منتج اخر، وتعتبر اتفاقات الربط محظورة في قوانين مكافحة الاحتكار الأمريكية من قبل ثلاثة قوانين لكن بصورة غير مباشرة، وهي بموجب المادة الأولى من قانون شيرمان اذ يدخل



من ضمن الاتفاقات التي من شأنها أعاقا المنافسة. وكذلك بموجب المادة الثالثة من قانون كلايتون لان تأثير ممارسات الربط تتحقق بدفع المستأجر او المشتري الى استئجار او شراء المنتج المربوط من البائع نفسه، وان يكون محل الربط السلع المادية فقط والمنصوص عليها في المادة ذاتها من قانون كلايتون. واخيرا بموجب المادة الخامسة من قانون مجلس التجارة الفيدرالي (the federal trade commission 1914) والذي يعتبر من وسائل المنافسة غير المشروعة (unfair methods of competition). اذ تحظر هذه المادة أي اعمال او افعال غير عادلة للمنافسة، مادام من شأنها التأثير عليها او على المستهلك.

ويلاحظ ان المشرع المصري قد سلك الاتجاه نفسه، اذ حظر ممارسات الربط بشكل صريح وذلك في الفقرة (د) من المادة (٨) من قانون حماية المنافسة، التي تنص على حظر "تعليق أبرام عقد او اتفاق او بيع او شراء لمنتج على شرط قبول التزامات او منتجات تكون بطبيعتها او بموجب الاستخدام التجاري للمنتج غير مرتبطة به او بمحل التعامل الأصلي او الاتفاق". يلاحظ ان المشرع المصري وسع من نطاق حظره لاتفاقات الربط، اي اتفاق او عقد بيع او شراء، وقد لا يكون التعليق على شراء منتجات إضافية، وإنما قد تتمثل بالتزامات تفرض من قبل المركز المسيطر. والحال ذاته بالنسبة لموقف المشرع العراقي في حظر صفقات الربط، وذلك في الفقرة (عاشراً) من المادة (١٠) التي تحظر "تعليق بيع او تقديم خدمة بشراء سلعة او سلعة اخرى او بشراء كمية محددة منها او بطلب تقديم خدمة اخرى". جاء موقف المشرع العراقي واضحاً ومختصراً في العبارات. وعلى اية حال، فان المشرع لم يقصر التعليق على شراء سلعة مادية وانما شمل ايضا الخدمات، كذلك قد يتمثل بشراء كمية محددة من المنتجات الاخرى (المربوطة). وبهذا فان المشرع العراقي تميز عن موقف كل من المشرعين الأمريكي والمصري بشموله السلع والخدمات. ومن أهم وأوضح الدعاوى بخصوص اتفاقات الربط والتي نظرتها المحكمة العليا الأمريكية دعوى (Microsoft)، والتي قضت بوجود اتفاقات الربط، اذ تبين وجود اتفاق ربط بين منتجات تقنية مندمجة في منتجات أخرى، بحيث اذا تم شراء احدهما يكون حتماً على العميل شراء المنتج الآخر والذي يعد مستقلاً عن الأول، اذ قررت المحكمة بان شركة مايكروسوفت قد مارست اتفاقات الربط لحماية قوتها السوقية وربطت استخدام (Internet Explore)، باستخدام او شراء نظام (Windows)، وأجبرت المستهلكين على شرائها معاً<sup>(٢٩)</sup>.

## الخاتمة.

توصلنا من خلال البحث في هذا الموضوع الى عدد من النتائج والمقترحات وهي:

### أولاً / النتائج.

تمخضت الدراسة عن جملة من النتائج أهمها ما يأتي:

- ١- تبين بان المركز المسيطر في حد ذاته غير محظور وفق قوانين المنافسة المقارنة، لكن ان اساء صاحب المركز المسيطر وضعه في السوق، بحيث من شأن الاساءة ان تؤثر على المنافسة، فيعتبر محظوراً ويدخل ضمن نطاق الحظر المنصوص عليها في قوانين المنافسة.



- ٢- تعد الحصة السوقية معياراً لتحديد المركز المسيطر، وتباين موقف قوانين المنافسة المقارنة حول هذه النسبة، فبالنسبة لقوانين مكافحة الاحتكار الأمريكية لم تضع نسبة معينة، لكن كان الدور البارز للقضاء الأمريكي في تحديد عناصر المركز المسيطر وتحديد النسب وان لم تنفق على نسبة محددة. في حين جاء المشرع المصري بموقف مغاير، إذ نص على نسبة السيطرة في السوق بنسبة ٢٥% مع القدرة على أحداث تأثير فعال على الأسعار وكميات الإنتاج. أما المشرع العراقي فنص على النسبة عند معالجته موضوع اندماج الشركات والتي تصل نسبة السيطرة الى ٥٠%، وهي نسبة عالية مقارنة بالنسبة التي وضعها المشرع المصري.
- ٣- لا يمكن البحث عن وجود مشروع ما في مركز مسيطر، ما لم يتم البحث في محددتين او بعدين، سوق المنتجات البديلة، إذ ان توافر منتجات بديلة في السوق يؤثر على وضع المركز المسيطر، والنطاق الجغرافي الذي يمارس فيه المركز المسيطر انشطته التجارية.
- ٤- اتفقت قوانين المنافسة على حظر اساءة استغلال المركز المسيطر وضعه في السوق، وتتحقق تلك الاساءة بسلوكه عدد من الممارسات الاحتكارية الضارة بالمنافسة. وتتعدد هذه الممارسات باختلاف الغرض منها.
- ٥- عالج المشرع الأمريكي الممارسات على اساس التسعير وذلك في قانون روبنسون باتمان، الذي يعتبر معدلاً لقانون كلايتون، ويحظر الأول التمييز سعري وذلك في الفقرة (a) من المادة الثانية. كذلك تناول المشرع المصري في قانون حماية المنافسة الممارسات الاحتكارية على اساس التمييز سعري، وبالاجاه ذاته اخذ المشرع العراقي وذلك في الفقرتين (سادساً وحادي عشر) من المادة (١٠).
- ٦- اختلف قانوني المنافسة المصري والعراقي في التعبير عن التسعير الاحتيالي، إذ عبر عنه الأول بالبيع ما دون التكلفة، في حين اعتمد الثاني على تسميته بالبيع بالخسارة. ونؤيد ماذهب اليه المشرع العراقي.
- ٧- يعتبر رفض التعامل من اخطر الممارسات الاحتكارية التي يسلكها المركز المسيطر للسيطرة والمحافظة على قوته الاحتكارية في السوق. وحضرت قوانين المنافسة تلك الممارسة لما لها من اضرار كبيرة على المنافسة. وايضا اتفقت قوانين المنافسة على حظر ممارسة البيع المترابط او المتلازم، لما فيه من تقييد لحرية التجارة والمنافسة.

### ثانياً / المقترحات.

- لما تقدم ذكره في ثنايا البحث، نقترح عدد من المقترحات أهمها ما يأتي:
- ١- ندعو المشرع العراقي بتقسيم المادة (١٠) على مادتين مستقلتين، إذ تناول الاتفاقات المنافية للمنافسة واساءة استغلال المركز المسيطر في المادة ذاتها، لاختلاف اثر تحقق الموضوعين، إذ تؤدي الاتفاقات المنافية للمنافسة الى تقييد المنافسة والتقليل منها في الاسواق، في حين يتمثل اثر اساءة استغلال المركز المسيطر الى انعدام المنافسة بصورة كبيرة، حيث يتحول السوق الى سوق احتكاري يسيطر عليه اشخاص محدودون.
- ٢- نرى بان على المشرع أن يتناول موضوع المركز المسيطر بصورة واسعة لأهمية هذا الموضوع، إذ لم يشر إلى مصطلح السيطرة او المركز المسيطر في القانون، واكتفى بتناوله عند



- ٣- تصديه لحالة اندماج الشركات المتنافسة وحددها بنسبة ٥٠% ، ونرى أن يفصل بين النسبة نتيجة تحقق السيطرة لمشروع ما، وبين نسبة تحقق الاندماج بين الشركات. لان كل من الموضوعين له احكامه الخاصة.
- ٤- ونقترح على المشرع تعديل الفقرة (سابعاً) من المادة (١٠)، إذ أن نص هذه الفقرة غير واضحة وفيها ارباك بصياغتها، إذ تنص على "ارغام عميل لها على الامتناع مع جهة منافسة لها". فقد ذكر مفردة (لها) مرتين في الفقرة ولم يكن هناك توضيح مسبق عن المقصود بها.
- ٥- ونقترح أن يكون نص الفقرة كالاتي "ارغام عميل المنافس على رفض التعامل مع الجهة المنافسة له".

### الهوامش.

- ١- د. محمد سلمان مصخي مرزوق الغريب، الاحتكار والمنافسة غير المشروعة، دار النهضة العربية، الطبعة الاولى، القاهرة، ٢٠٠٥، ص ١٨٠. د. خليل فكيكتور تادرس، المركز المسيطر للمشروع في السوق المعنية على ضوء أحكام قوانين حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية، دار النهضة العربية، الطبعة الاولى، القاهرة، ٢٠٠٧، ص ٦.
- ٢- Richard wish & David Bailey, competition law, oxford , university press, seven edition, new York, 2012. P 45.
- ٣- د. سامي عبد الباقي ابو صالح، إساءة استغلال المركز المسيطر في العلاقات التجارية القانون رقم ٣ لسنة ٢٠٠٥ حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية (دراسة مقارنة)، دار النهضة العربية، الطبعة الأولى، القاهرة، ٢٠٠٥، ص ٥٣.
- ٤- انظر المادة (٧) من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية.
- ٥- تنص المادة (٨) على يكون الشخص ذا تأثير فعال على أسعار المنتجات أو حجم المعروض منها بالسوق المعنية إذا كانت له القدرة من خلال ممارساته المنفردة على تحديد أسعار تلك المنتجات أو حجم المعروض منها بهذه السوق دون أن تكون لمنافسيه القدرة على منع هذه الممارسات، وذلك بمراعاة العوامل الآتية :
- (أ) حصة الشخص في السوق المعنية ووضعه بالنسبة لباقي المتنافسين.
- (ب) تصرفات الشخص في السوق المعنية في الفترة السابقة .
- (ج) عدد الأشخاص المتنافسة في السوق المعنية وتأثيرها النسبي على هيكل هذا السوق .
- (د) مدى قدرة كل من الشخص ومنافسيه على الوصول إلى المواد اللازمة للإنتاج .
- (هـ) وجود عقبات لدخول أشخاص آخرين السوق المعنية.
- ٦- William F. dkinson, Kernel. , Enforcement of section 2 of the Sherman act, working paper: November 3 , 2008. P4. Available at: [www.strategis.gc.ca](http://www.strategis.gc.ca)
- ٧- "monopoly power is" the power to control prices or exclude competition



- ٨- A. D. Neal, the antitrust laws of the united states of American " study of competition enforced law", Cambridge university press , 1966, p 53.
- ٩- د. لينا حسن زكي، قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار، دار النهضة العربية، الطبعة الاولى، القاهرة، ٢٠٠٦، ١٨١.
- ١٠- Leigh. M. Murray, Sirius Mistake: the fcc, s failure to stop a merger to monopoly in satellite , VOL. 59, NO. 1, American university law review, 2009, p.95.
- ١١- د. محمد انور حامد علي، حماية المنافسة المشروعة في ضوء منع الاحتكار والاغراق، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٦، ص ٧٠.
- ١٢- د. لينا حسن زكي، مصدر سابق، ص ١٨٧.
- ١٣- A. James Barnes, terry Morehead Dworkin, Eric I. Richards, tenth Edition, new York, 2009, p 927.
- ١٤- Landes and posner, market power in antitrust cases , Harvard law review, no.3,1980, p32. Available at: [www.concerl.law.2008](http://www.concerl.law.2008).
- ١٥- انظر الفقرة (ثانيا) من المادة (٦) من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المنافسة المصري.
- ١٦- القانون النموذجي بشأن المنافسة، سلسلة دراسات الاونكتاد بشأن قضايا وسياسة المنافسة، مؤتمر الامم المتحدة للتجارة والتنمية، الامم المتحدة، جنيف، ٢٠٠٣، ص ٤٥.
- ١٧- Richard A. Mann, Barry S. Roberts, Business law and the Regulation of Business, tenth Edition, university of north Carolina, south- western, Canada, chapter antitrust, 2011, p 946.
- ١٨- (a) **Price; selection of customers** -"It shall be unlawful for any person engaged in commerce, in the course of such commerce, either directly or indirectly, to discriminate in price between different purchasers of commodities of like grade and quality, where either or any of the purchases involved in such discrimination are in commerce, where such commodities are sold for use, consumption, or resale within the United States or any Territory thereof or the District of Columbia or any insular possession or other place under the jurisdiction of the United States, and where the effect of such discrimination may be substantially to lessen competition or tend to create a monopoly in any line of commerce".
- ١٩- د. امل محمد شلبي، التنظيم القانوني للمنافسة ومنع الاحتكار (دراسة مقارنة)، المكتب الجامعي الجديد، الطبعة الاولى، القاهرة، ٢٠٠٨، ص ١١٧.





٢٠- د. حسين محمد فتحي، الممارسات الاحتكارية والتحالفات التجارية لتقويض حريتي التجارة والمنافسة ( دراسة لنظام الانتيرست في النموذج الأمريكي)، دار النهضة العربية، الطبعة الاولى، القاهرة، ١٩٩٨، ص ١٢.

٢١- American Bar Association : antitrust section , monograph no. 22, predatory pricing, 1996, p32. Available at: [www.law.cornell.edu](http://www.law.cornell.edu)

٢٣- انظر الفقرة (٢) من المادة (٣) من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المنافسة المصري.

٢٤- "It shall be unlawful for any person engaged in commerce, in the course of such commerce, to lease or make a sale or contract for sale of goods, wares, merchandise, machinery, supplies, or other commodities, whether patented or unpatented, for use, consumption, or resale within the United States or any Territory thereof or the District of Columbia or any insular possession or other place under the jurisdiction of the United States, or fix a price charged there for, or discount from, or rebate upon, such price, on the condition, agreement, or understanding that the lessee or purchaser thereof shall not use or deal in the goods, wares, merchandise, machinery, supplies, or other commodities of a competitor or competitors of the lessor or seller, where the effect of such lease, sale, or contract for sale or such condition, agreement, or understanding may be to substantially lessen competition or tend to create a monopoly in any line of commerce".

٢٦- انظر قرارات جهاز حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية متاحة على الموقع الالكتروني: [www. eg/EgyptiancompetitionAuthorit](http://www.eg/EgyptiancompetitionAuthorit)

٢٧- انظر الفقرة (ز) من المادة (١٣) من اللائحة ذاتها.

٢٨- انظر الفقرة (و) من المادة (١٣) من اللائحة ذاتها.

٢٩- انظر الفقرة (ط) من المادة واللائحة ذاتها.

٣٠- Thomas W. Dunfee, Frank F. Gibson and others, Modern Business Law And The Regulatory Environment, chapter antitrust law, new york, 2012,p 1007.

29 -James Barnes and others, op. cit., p 929.

## المراجع والمصادر.

أولاً / الكتب العربية.

١- د. امل محمد شلبي، التنظيم القانوني للمنافسة ومنع الاحتكار، دار الفكر الجامعي، الطبعة الاولى، الاسكندرية، ٢٠٠٨.



- ٢- د. حسين محمد فتحي، الممارسات الاحتكارية والتحالفات التجارية لتقويض حريتي التجارة والمنافسة ( دراسة لنظام الانتيترست في النموذج الأمريكي)، دار النهضة العربية، الطبعة الاولى، القاهرة، ١٩٩٨.
- ٣- د. خليل فكيكتور تادرس، المركز المسيطر للمشروع في السوق المعنية على ضوء أحكام قوانين حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية، دار النهضة العربية، الطبعة الاولى، القاهرة، ٢٠٠٧، ص ٦.
- ٤- د. سامي عبد الباقي ابو صالح، إساءة استغلال المركز المسيطر في العلاقات التجارية القانون رقم ٣ لسنة ٢٠٠٥ حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية (دراسة مقارنة)، دار النهضة العربية، الطبعة الأولى، القاهرة، ٢٠٠٥.
- ٥- د. لينا حسن زكي، قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار، دار النهضة العربية، الطبعة الاولى، القاهرة، ٢٠٠٦.
- ٦- د. محمد انور حامد علي، حماية المنافسة المشروعة في ضوء منع الاحتكار والاغراق، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٦.
- ٧- د. محمد سلمان مصخي مرزوق الغريب، الاحتكار والمنافسة غير المشروعة، دار النهضة العربية، الطبعة الاولى، القاهرة، ٢٠٠٥.

#### ثانياً / القوانين.

- ١- قانون شيرمان لمكافحة الاحتكار الامريكي الصادر سنة ١٨٩٠ (Sherman act).
- ٢- قانون كلايتون الصادر سنة ١٩١٤ (Clayton act).
- ٣- قانون روبنسون باتمان الصادر سنة ١٩٣٦ (Robison patman act).
- ٤- قانون حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية المصري رقم (٣) لسنة ٢٠٠٥ ولائحته التنفيذية رقم (١٦١٣) لسنة ٢٠٠٥.
- ٥- قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار العراقي رقم (١٤) لسنة ٢٠١٠.

#### ثالثاً / المصادر باللغة الانكليزية.

- ١- Thomas W. Dunfee, Frank F. Gibson and others, Modern Business Law And The Regulatory Environment, chapter antitrust law, new york, 2012.
- ٢- American Bar Association : antitrust section , monograph no. 22, predatory pricing, 1996.
- ٣- Richard A. Mann, Barry S. Roberts, Business law and the Regulation of Business, tenth Edition, university of north Carolina, south- western, Canada, chapter antitrust, 2011.
- ٤- Landes and posner, market power in antitrust cases , Harvard law review, no.3,1980.



- A. James Barnes, terry Morehead Dworkin, Eric I. Richards, tenth -٥  
Edition, Business law, new York, 2009.
- Leigh. M. Murray, Sirius Mistake: the fcc, s failure to stop a merger to -٦  
monopoly in satellite , VOL. 59, NO. 1, American university law review,  
2009.
- A. D. Neal, the antitrust laws of the united states of American " -٧  
studyof competition enforced law" ,Cambridge university press , 1966.
- William F. dkinson, Kernel. , Enforcement of section 2 of the -٨  
Sherman act, working paper: November 3 , 2008.
- Richard whish & David Bailey, competition law, oxford , university -٩  
press, seven edition, new York, 2012.

رابعاً- احكام القضاء.

- United states v. American tobacco, 1949. -١  
United states v. Grinnell, 1966. -٢  
United states v. Microsoft , 2001. -٣
- خامساً- المواقع الإلكترونية.
- [www.eg/EgyptioncompetitionAuthorit](http://www.eg/EgyptioncompetitionAuthorit) -١  
[www.law.cornell.edu](http://www.law.cornell.edu) -٢  
[www.concerl.law.2008](http://www.concerl.law.2008) -٣  
[www.strategis.gc.ca](http://www.strategis.gc.ca) -٤