

المحاضرة الأولى: مفهوم قانون المنافسة

أولاً: تعريف قانون المنافسة:

المنافسة هي الديمقراطية الاقتصادية التي تقوم عليها اقتصاديات العالم المختلفة حالياً. وقانون المنافسة هو التشريع الذي ينظم ممارستها بهدف ضمان أدائها الفعال في التقدم الاقتصادي وتفادي أن يساء استخدامها لتحقيق مآرب شخصية تؤدي إلى انحراف المنافسة عن دورها الأساسي في السوق. ولهذا فقانون المنافسة هو من أهم الآليات القانونية المعتمدة لتنظيم نشاط المتدخلين في السوق.

1- مفهوم المنافسة:

أ- لغة:

هي المسابقة والمزاومة بين عدة أو مجموعة من الأشخاص بغرض الوصول إلى مركز معين أيا كان هذا المركز. قد يكون سياسي، رياضي، اجتماعي، وهذه المزاومة هي ما يبحث عنه أي شخص في أي ميدان كان وأي مركز. ذكرت كلمة المنافسة في القرآن الكريم مرة واحدة في الآية الكريمة: " و في ذلك فليتنافس المتنافسون" الآية 26 من سورة المطففين.

ب- اصطلاحاً:

يعد مصطلح التنافسية (la Compétitivité) وكذا مصطلح المنافسة (la Concurrence) من أكثر المفاهيم تداولاً على المستويين الاقتصادي والتسييري، فهما يتداخلان ضمن ما أصبح يعرف بالقدرة أو الميزة التنافسية، كما جرى التمييز ضمن الأدبيات المعاصرة لموضوع التنافسية بين مفهومي الميزة النسبية ((L'avantage comparatif في التجارة الدولية لـ"ريكاردو (D.Ricardo) "المبينة على فكرة الوفرة النسبية لعوامل الإنتاج التي تحدد طبيعة التعامل التجاري بين الدول- وبين مفهوم الميزة التنافسية (L'avantage concurrentiel) ، التي تعتمد على الكفاءة في استغلال الموارد والجودة، والتدريب، والبحث والتطوير، والمعرفة، والكفاءات، والمحافظة على البيئة.....إلخ .

- تعرف المنافسة على أنها: " تعدد المسوقين وتنافسهم لكسب عميل بالاعتماد على أساليب مختلفة كالأسعار تحقيق أفضل أداء وزيادة الإنتاجية وتحقيق أهداف المؤسسة ."

2- أنواع المنافسة

يمكن التمييز بين تقسيمات المنافسة، كالآتي:

أ- حسب هيكل السوق: تتمثل في الآتي :

- **المنافسة الكاملة**: ترتكز على افتراض أن كل مؤسسة غير قادرة على تحديد سعر السوق، والذي يتحدد وفق قانون العرض والطلب، مثل سوق الثياب الرجالية، حيث تقدم المحلات التجارية نفس المنتج تقريباً.
- **المنافسة الاحتكارية**: يتم هذا النوع من المنافسة في ظل سوق تضم عدداً قليلاً من المؤسسات التي تقدم منتجات مختلفة تعوض بعضها البعض، وتتميز كل منها بعلامتها التجارية، مثل سوق حافظات الأطفال.
- **احتكار القلّة**: يتصف هذا النوع بعدد ضئيل من أكبر المنتجين لمنتج متجانس (البتروول مثلاً) أو متغير (السيارات)، ويتم تحديد الأسعار بالاتفاق بين هذه المؤسسات لتجنب حرب الأسعار.
- **الاحتكار التام**: يعتبر حالة لغياب المنافسة، فالمؤسسة الاحتكارية تشغل وحدها السوق ككل لمنتج واحد مثل الكهرباء والغاز، خدمات البريد، وبهذا تملك سلطة كبيرة لتحديد سعر المنتج أو الخدمة التي تقدمها.

ب- حسب السعر: يمكن حصرها في:

- المنافسة السعرية: وتعني التركيز على خفض السعر في مواجهة المنافسة ومن أشكالها إتباع أسلوب (LOSS LEADER) في قطاع التجزئة والبيع بالخصم، كما يحدث الآن في المملكة في بعض المؤسسات، وتعتبر رب الأسعار شكلا متطرفا من هذا النوع من المنافسة.
- المنافسة الغير سعريّة: وتعني التركيز على أي عنصر من عناصر المزيج التسويقي بخلاف السعر (منتج) أو خدمة/ مكان، الترويج.
- ج- حسب ما يتم التنافس عليه: تتمثل في:
 - منافسة فيما بين المنتجات أو الخدمات.
 - منافسة فيما بين المؤسسات: وهنا تكون المنافسة بين المؤسسة وأخرى، من حيث تحقيق مبيعات أو نسبة معينة أو نصيب في السوق.
 - منافسة شاملة: وتعني أن هناك منافسة فيما بين المنتجات وخدمات مختلفة ولكنها بديلة من حيث المنفعة أو الخدمة.
- د- منافسة مباشرة وغير مباشرة: وتتمثل في:
 - منافسة مباشرة: هي عبارة عن مضاربة قائمة بين مؤسسات تمارس نفس النشاط الإقتصادي، وتهدف إلى إشباع نفس الحاجة.
 - منافسة غير مباشرة: هي عبارة عن مضاربة قائمة بين مؤسسات لا تمارس نفس النشاط الإقتصادي، إلا أنّها تتنافس بشكل غير مباشر، من خلال إشباع نفس الحاجة.

2- تعريف قانون المنافسة

قانون المنافسة فرع من فروع قانون الأعمال، لأنه يمزج بين عدة قوانين "القانون التجاري، القانون الإقتصادي، القانون الجنائي،"، إلا أنه يحمل في طياته خصوصيات يتميز بها عن هذه القوانين كونه يطبق على فئة معينة، وهم الأعوان الإقتصاديين، ومجال معين ألا وهو النشاط الإقتصادي.

يعرف قانون المنافسة على أنه مجموعة الأحكام القانونية والتنظيمية التي تحدد شروط ممارسة المنافسة في السوق وتفاذي كل ممارسات المقيدة للمنافسة ومراقبة التجميعات الاقتصادية، قصد زيادة الفاعلية الاقتصادية وتحسين ظروف معيشة المستهلكين

ويقصد به أيضا مجموعة القواعد التي تطبق على المؤسسات أثناء نشاطها في السوق، والتي تكون موجهة إلى تنظيم التنافس.

كما يعرف أيضا على أنه: مجموعة القواعد والأحكام القانونية التي تنظم وتحمي حقوق من الأعوان الإقتصاديين في السوق التنافسية من جهة، والمستهلك من جهة ثانية، وتسعى إلى تحقيق التوازن في العلاقة التعاقدية بينهم.

3- أهداف قانون المنافسة:

يهدف قانون المنافسة إلى زيادة الفاعلية الاقتصادية وتحسين ظروف معيشة المستهلكين، عن طريق تحديد شروط ممارسة المنافسة في السوق وحمايتها من كل الممارسات المقيدة لها، ومراقبة التجميعات الاقتصادية بغرض:

أ- حماية المنافسة: بما أن هدف المنافسة هو السير الحسن للسوق عن طريق تفادي كل ما من شأنه عرقلته، من أجل تحقيق وزيادة الفاعلية الاقتصادية وبلوغ التنمية الاقتصادية. فالهدف الأساسي هو حماية المنافسة في حد ذاتها.

ب- حماية المتنافسين أنفسهم: إن زيادة الفعالية الاقتصادية التي يهدف لها قانون المنافسة، لن تكون إلا برفع القيود التي تعرقل دخول الأعوان الاقتصاديين في المنافسة، وكذا السماح بالتوزيع الاقتصادي الأمثل لموارد السوق بينهم. وحمايتهم من التصرفات غير المشروعة لمنافسيهم عن طريق ضبط السوق.

ج- حماية المستهلك: إن ضبط المنافسة وتحديد شروط ممارستها داخل السوق بغرض زيادة الفعالية الاقتصادية، هدفه أيضا حماية المستهلكين وتحسين ظروف معيشتهم عن طريق توفير أحسن السلع والخدمات بأفضل سعر ومواصفات.