

## **المحور الاول : الإطار المفاهيمي لقانون المنافسة**

### **المحاضرة الأولى : مفهوم المنافسة**

#### **1 - تعريف المنافسة**

**الفرع الاول :** تعريف المنافسة لغة: يُقال: نَفْسَ الشَّيْءِ؛ صَارَ مِرْغُوبًا فِيهِ، وَنَافِسَ فِي الشَّيْءِ منافسة؛ إِذَا رَغِبَ فِيهِ عَلَى وَجْهِ الْمِبَادِرَةِ وَالنَّفْسُ هُوَ الْمَالُ الْكَثِيرُ، فَالْمَنَافِسَةُ نَزْعَةٌ حَصْرِيَّةٌ تَدْعُو إِلَى بَذْلِ الْجَهْدِ فِي سَبِيلِ التَّفْوِيقِ، وَلَذِكَّ فِي قَوْلِ تَنَافِسٍ عَلَى الشَّيْءِ أَيِّ تَسَابِقًا أَوْ تَزَاحِمًا

وقد ورد هذا المصطلح في القرآن الكريم في الآية 25 من سورة المطففين، بقوله تعالى: "خاتمه مسك وفي ذلك فليتنافس المتنافسون"

وكلمة منافسة باللغة العربية تقابلها في اللغة الفرنسية بمصطلح **Compétition**، وتعني اللعب في جماعة أو الم ازحمة في جماعة، وعليه فإن مفهوم المنافسة في بداية ظهوره كان

يعني حالة خصومة، صراع، مزاحمة ونزاع لدرجة العداء.

**الفرع الثاني :** تعريف المنافسة اصطلاحاً: عُرِّفَ المصطلح اقتصادياً أكثر منه قانونياً، واقتربت المنافسة بالنشاط الاقتصادي لدرجة أنه تم وصفها بأنها أحد الشروط الازمة لاحترافه

وفي هذا الإطار عرفها الأستاذ فرانك ولكن في أواخر 1988 على أنها: "العمل للمصلحة الشخصية للفرد في علاقته مع البائعين والمشترين في أي منتج وأي سوق وهي أيضاً: تزاحم بين التجار أو الصانع على ترويج أكبر قدر ممكن من منتجاتهم أو خدماتهم من خلال جلب أكثر عدد من العملاء" كما عرفت بأنها: "حالة صراع بين المنتجين الذين يعرضون منتجات مماثلة أو متقاربة في نفس السوق" "وبالتالي فالمنافسة هي عنصر أساسي للنظام التسويقي تتعلق بالمؤسسة التي تنتج

نفس السلعة أو الشبيهة، ودرجة المنافسة تؤثر بشكل كبير على قدرة المؤسسة في اختيار السوق وال媿وردين

### **الفرع الثالث: تعريف المنافسة قانونا**

عُرّفت المنافسة بأنها: "عبارة عن مناورات في التجارة والصناعة والمضاربة في الأسعار بقصد تحقيق الأرباح"

### **الفرع الرابع : أهمية المنافسة**

؛ تتمثل أهمية المنافسة في ما يلي : المنافسة سلوك مرغوب فيه لكونها لها القدرة التي تدفع إلى الابتكار، وتحفز على

- الإبداع، التقدم والازدهار في الميدان الصناعي .

- تعتبر المنافسة المشروع الضمان الأفضل لحماية المستهلك .

- المنافسة تترك اثار إيجابية ذلك ان نتيجة للضغوطات التي يقع فيها المنتجون في سبيل تقديم الأفضل للمستهلكين .

- تحقيق جودة عالية للسلع والخدمات و لكن ذلك في صالح المستهلك .

- المنافسة بين النظميين الرأسمالي و الاشتراكي .

- أنواع المنافسة : تتتنوع اشكال المنافسة بين منافسة تامة و منافسة احتكارية و هذا ما سنعرض اليه في ما يلي :

- المنافسة التامة : ان سوق المنافسة التامة تعتبر سوق مثالية تعتمد على ترك السوق يتصرف وفقا لقواعد العرض و الطلب دون تدخل من الحكومة طبقا للمفكرة الاقتصادية لوليم سميث اعتمادا على اليد الخفية التي تتصرف بهذه الطريقة للحصول على افضل النتائج لكل من المستهلكين و المنتجين لتوجيه حجم العروض استجابة للطلب وفق أسس تنافسية داخل السوق الذي يضم عدد من المنتجات المتنوعة و التي تعتبر بدائل قريبة جدا من بعضها ، و يعتبر مصدر التنوع فيما هو الاختلاف في طريقة التصميم او التعبئة ولا تتحقق الا بتوافر الشروط التالية :

- وجود عدد كبير من البائعين و المشترين في نفس السوق .

- تجانس السلعة .

- حرية الدخول والخروج الى السوق المتاحة .

- المنافسة الاحتكارية : و هي واحدة من ابرز المظاهر التي تتميز بها الحياة الاقتصادية المعاصرة ، و من اهم خصائصها :

- وجود عدد كبير من المؤسسات .

- التمايز في المنتجات .
  - وجود موانع للدخول او الخروج من السوق .
- 4 – تمييز المنافسة عما يشابهها من مصطلحات : الكثير من المصطلحات تتشايه مع مصطلح المنافسة الا اننا نجد بعض الفروقات بينهم ، وهذا طبقا لما يلي :
- الاحتكار : هو التحكم او الانفراد او السيطرة في مختلف العمليات و انواعه احتكار عام او احتكار ناقص ، بالنسبة للاحتكار العام يكون منظم وقانوني ، وهو الاحتكار الذي يحدد فيه القانون من هو المخول له بذلك في الالغلب قد تكون المؤسسات العمومية او الاحتكار الخاص ينبع من دون تدخل قانوني و يكون بشيء طبيعي مثل الاحتكار العلمي .
  - المنافسة غير المشروعة : طبق للأمر رقم 148-66 المتضمن اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية حيث اجمع الفقه على جملة من صور المنافسة غير المشروعة وهي :
    - الادعاءات المخالفة للحقيقة من خلال استعمار أساليب وطرق احتيالية .
    - اغراء عمال ومستخدمي التاجر المنافس .
    - الاعمال التي من طبيعتها ان تحدث باي وسيلة كانت من منشأة احد المتنافسين او منتجاته او نشاطه الصناعي او التجاري ، تضليل التاجر حسن النية .
    - الاعمال التي تتضمن الإساءة الى سمعة التاجر المنافس او بضاعته .
    - المنافسة الطفيلية : مثل تاجر يستغل نجاح مؤسسة او شركة معينة و يستمر في نجاحها بطريقة غير مباشرة .
    - منافسة ممنوعة : و هي التي تهدف الى حظر نشاط معين بمقتضى نص القانون او الاتفاق بين متعاقدين مثل حظر موظف من ممارسة تجارة .

## ثانياً : مفهوم قانون المنافسة

### 1 / تعريف قانون المنافسة :

عرف قانون المنافسة بأنه : " مجموع القواعد القانونية التي تحكم الأنشطة التي تمارس من قبل المؤسسات في اطار البحث و المحافظة على الزبائن " ، كما عرف بأنه : " تلك القواعد القانونية التي تهدف الى كسب حصة في السوق " .

و هناك من عرف قانون المنافسة بأنه : " مجموع القواعد القانونية الموضوعة من طرف السلطة العامة قصد ان تعم حياة اقتصادية بين المتعاقدين اقتصاديا مع ضمان حقوقهم و التزاماتهم فيما بينهم و مع الغير ( مؤسسة او مستهلك ) " .

يعرف أيضا بكونه : " مجموع القواعد التي تطبق في المؤسسات اثناء نشاطها و تكون موجهة في السوق التي تكون موجهة الى تنظيم التناقص التنافس فسما بينها " ، وأيضا باعتباره : " مجموع القواعد القانونية التشريعية والتنظيمية التي تحكم و تضمن حرية المنافسة " .

## 2 / التعريف التشريعي لقانون المنافسة :

قانون المنافسة تشريعيا هو : " مجموع القواعد القانونية التي تهدف الى زيادة الفعالية الاقتصادية من خلال تحديد شروط ممارسة المنافسة و تفادي كل الممارسات المقيدة للمنافسة و مراقبة التجمعيات الاقتصادية بما يحقق حماية متكافئة للسوق و للمتنافسين والمستهلكين " .