وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشاذلي بن جديد –الطارف
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم الحقوق

محاضرات في قانون المنافسة

المحاضرة رقم 01

- **الفئة المستهدفة:** طلبة السنة الثانية ماستر قانون الأعمال
- **السداسي:** الثالث
- **المعامل:** 01
- **الرصيد:** 01
- **أستاذ المقياس الدكتور:** بركات عماد الدين
- **الموسم الجامعي:** 2024-2025

أهداف المحاضرة رقم 01

- التعرف على الإطار المفاهيمي للمنافسة.
- تعرف الطالب على المفاهيم المختلفة للمنافسة لغة، اصطلاحاً وقانوناً.
- التعرف على تعريف قانون المنافسة .

مقدمة

من بين الوسائل القانونية للانتقال من الاقتصاد المسير إلى اقتصاد السوق، نجد قانون المنافسة باعتباره مجموعة القواعد القانونية التي تحكم التنافس بين الأعوان الاقتصاديين في البحث والحفاظ على الزبائن.

وقد تطور المفهوم القانوني للمنافسة مع ظهور قانون الأعمال الذي وضع نظاماً عاماً في مجال الأعمال توطيداً للنظام العام الاقتصادي، ولما كانت الأعمال مجالاً للمساس بالمنافسة، كان لا بد من إيجاد الوسائل القانونية والضوابط الناجعة لتحقيق نظام اقتصادي يحافظ على القيم التنافسية وينميها، ذلك أن المنافسة ليس مجرد البحث عن المراكز المهيمنة في السوق بزيادة الإنتاج وتحسينه وتغيير نمطه وتطوير أساليب تسويقه، بل لا بد من الإرتكاز على قيود وقواعد قانونية تنظم ممارسة النشاط التنافسي بالطرق الشرعية والقانونية، ولا بد من وجود بنيان قانوني يحمي ضعفاء السوق من أقويائها الذين يستغلون وضعيتهم المهيمنة بصفة تعسفية.

وحرصاً من المشرع على حماية هذا التوجه الجديد، ولضمان تجسيد مبادئه وتوفير المناخ الملائم لانتعاشه، وكذا ضمان نجاعة تجربة الاصلاح الهيكلي، فقد أحدث تغيير جذري على مستوى المنظومة القانونية ، مستعيناً في ذلك بالقوانين الأجنبية خاصة منها القانون الفرنسي، نتيجة لتجذره في هذا الميدان، الأمر الذي أدى إلى ظهور العديد من الفروع القانونية الجديدة تم إدراجها تحت مفهوم قانون الأعمال.

ولعل أهم هذه الفروع القانونية، قانون المنافسة، ويعود سبب أهمية هذا الفرع القانوني إلى كون المنافسة هي أساس كل التحولات الاقتصادية، إذ أنها هي ما تميز اقتصاد السوق عن الاقتصاد الموجه.

ولذا فإن المنافسة تعتبر عنصراً حيويا تمكن الأطراف العاملة في الميدان الاقتصادي من إنتاج أفضل الخيرات وعرض أحسن الخدمات على المستهلك جودة وسعراً، وهذا بغية تحقيق ربحاً أوفر.

الفصل الأول

الإطار المفاهيمي والقانوني للمنافسة

لقد لازمت المنافسة النشاط الاقتصادي حتى اتصفت بكونها أحد الشروط اللازمة لاحترافه، فالمنافسة الحرة إذاً ما هي إلا تعبير عن حرية الصناعة والتجارة والتي يقصد منها حرية كل شخص في مزاولة أي نشاط في اختياره ودون رقابة أو ترخيص مسبق، وبالتالي باتت المنافسة امراً طبيعياً ومبدأ أساسياً في عالم الاقتصاد.

فبعد أن تأكد أن حرية التجارة وحرية المنافسة وجهان لعملة واحدة، لكن إذا كانت حرية مزاولة النشاط الاقتصادي وحرية المنافسة من سنن الفطرة الكونية، إلا أن الحرية أياً كان مجال إعمالها لا بد من وجود تنظيم يحميها من الاعتداء عليها، لذلك فقد تعددت النصوص التشريعية في وضع قيود على حرية التجارة منها على سبيل المثال ضرورة الحصول على تراخيص مسبقة لممارسة نشاط معين وقد يمنع القانون أعمالاً معينة أو ينظم

أسعار بعض السلع، ولا يعد ذلك اعتداء من المشرع على حرية المنافسة وإنما يجب أن يتعدى وصفها كاستثناء على المبدأ.

كما أنه إذا كانت المنافسة في حد ذاتها أمراً ضرورياً ومشروعاً، فإن هذه المنافسة لها حدود وقيود ينبغي على المتعاملين الاقتصاديين احترامها وذلك بمراعاة أن تكون المنافسة في حدود القانون والعادات التجارية دون التعدي والمساس بحقوق المتنافسين الآخرين.

والحقيقة الي لا نزاع فيها أن المنافسة نوع من الحرية في مزاولة النشاط الإنساني بصفة عامة، والنشاط الاقتصادي بصفة خاصة، والتي يعترف بها القانون ويضع لها ضوابطها ويمنع من يتعسف فيها.

المبحث الأول

مفهوم وتطور قانون المنافسة

في ظل الانفتاح الكبير للأسواق والتطور السريع في مجال التكنولوجيا وجدت المؤسسات نفسها في محيط يتسم بالتعقيد والمنافسة الشديدة، فقبل الانفتاح كانت المؤسسات تنشط في سوق محمية من طرف الدولة تتميز بضعف المنافسة، إن لم نقل انعدامها، خاصة في بعض القطاعات، لكن مع الانفتاح زاد عدد المؤسسات وتنوعت منتجاتها، واختلفت وتباينت رغبات الزبائن، وتصاعد التنافس، مما أدى إلى تغير الخارطة الاقتصادية، حيث زادت شدة المنافسة سواء على الصعيد المحلي أو العالمي.

هذه التحولات السريعة والعميقة والتهديدات الناتجة عنها تحتاج لمن يحسن التعامل والتكيف معها، الذي ترتبط فعاليته لحد كبير بقدرة المؤسسة على المنافسة، واصبحت أمراً حتمياً، وهو ما ننطلق منه في هذه المحاضرات من خلال الإحاطة بالاطار المفاهيمي للمنافسة (المطلب الأول)، وبعده التطرق إلى نشأة وتطور قانون المنافسة في (المطلب الثاني)، ثم نعالج مضمون قانون المنافسة (المطلب الثالث)

المطلب الأول: الإطار المفاهيمي للمنافسة

الفرع الأول: تعريف المنافسة في الاصطلاح اللغوي

المنافسة لغة من نافس فيه بمعنى رغب على وجه المباراة في الكرم، كذلك تنافسنا في الأمر بمعنى تحاسدنا وتسابقنا، وفي الآية الكريمة قوله تعالي﴿ خِتَامُهُ مِسْكٌ وَفِي ذَٰلِكَ فَلْيَتَنَافَسِ الْمُتَنَافِسُونَ ﴾، أي فليتراغب المتراغبون.

والمنافسة في الشي من الرغبة في الشيء محاولة الحصول عليه والفوز به، وفي الحديث الشريف الذي رواه ابن ماجة قوله صلى الله عليه وسلم ﴿ فو الله ما الفقر أخشى عليكم ولكن أخشى عليكم أن تبسط عليكم الدنيا كما بسطت على من كان قلبكم فتنافسوها كما تنافسوها وتهلككم كما أهلكتهم﴾

وهو من الشيء الجيد في نوعه والتنافس نزعة فطرية تدعو إلى بذل الجهد في سبيل التشبه بالعظماء واللحاق بهم، فيقال تنافس القوم في كذا تسابقوا فتباروا دون أن يلحق بعضهم الضرر ببعض.

وتأتي المنافسة بمعنى الحرص على الغلبة والانفراد بالمحروص عليه، ونفس ينافس فهو منافس، إذ نازع في الشيء أو أراده وحسد من صار إليه.

والجدير بالذكر أن كلمة Concurrence المقابلة لكلمة منافسة في اللغة العربية مشتقة من المصطلح اللاتيني Cum ludere الذي يعني Jouer ensemble الذي يعني اللعب في جماعة، أو يجري مع أو يسرع في جماعة.

ولقد كان مفهوم المنافسة في بداية شيوعه يعبر عن حالة خصومة وتنافس وصراع وحالة عداء مستمر la concurrence est une situation de rivalité de .compétition de lutte et de conflit

الفرع الثاني: المنافسة في الاصطلاح القانوني

ينظر فقهاء القانون إلى المنافسة باعتبارها حرية التجار والمنتجين سواء كانوا أشخاصاً طبيعيين أو معنويين في دخول الأسواق التجارية وممارسة العمليات التجارية المختلفة من بيع وشراء واستيراد وتصدير ...إلخ، مع الالتزام بالضوابط القانونية والأعراف التجارية التي تحكم السوق، لذلك تتحقق المنافسة بحضر كل فعل من شأنه إعاقة التجار، فالمنافسة تتعطل عند إعاقة التجار كإلزامهم بعدم المنافسة، إذا تنشأ أساساً بتكريس الاحتكار، وهو ما يعبر عنه عادة بالمنع التشريعي للمنافسة أو المنافسة غير القانونية.

كما تعرف المنافسة قانوناً على أنها تزاحم التجار أو الصناع على ترويج أكبر قدر من منتجاتهم أو خدماتهم من خلال جذب أكبر عدد ممكن من العملاء، ويحقق التجار هذه الغاية مستندين إلى حرية المنافسة فيما بينهم وحرية الاختيار لدى جمهور المستهلكين، وإذا تحقق هذا التنافس بشرف وأمانة أي وفق أحكام القانون والعادات التجارية والاتفاقات الخاصة، فإن ذلك يؤدي إلى تحقيق مزايا اقتصادية عديدة أبرزها انخفاض الأثمان، وارتفاع القيمة الحقيقية للنقود، وتحقيق جودة عالية للسلع والخدمات وبالتالي إزدهار التجارة ورفاهية واضحة للجمهور.

الفرع الثالث: تعريف المنافسة في الاصطلاح الاقتصادي

تعددت تعاريف المنافسة، فعرفت على أنها الحالة التي تقوم فيها مواجهة حرة كاملة صادقة لجميع الفاعلين والاقتصاديين على صعيد العرض والطلب للسلع والخدمات وثمرات الإنتاج ورؤوس الأموال.

كما عرفت أيضاً على أنها مكون أساسي للنظام التسويقي ويتعلق بالمؤسسات التي تنتج نفس السلعة أو السلع المشابهة لها، ودرجة المنافسة تؤثر بشكل كبير على قدرة المؤسسة في اختيار السوق المستهدفة، الوسطاء، الموردين، المزيج التسويقي، مزيج المنتوج.

أو هي تعدد المسوقين وتنافسهم لكسب الزبون بالاعتماد على أساليب مختلفة كالأسعار، الجودة، المواصفات، توقيت البيع، أسلوب التوزيع، الخدمة بعد البيع، وكسب الولاء السلعي وغيرها

كما تُعرف المنافسة من الناحية الاقتصادية على أنها وضعية الاقتصاد التي يتميز بحرية المواجهة وتعدد عرض طلب الأعوان الاقتصاديين المتعلقة بالسلع والخدمات، وظروف السوق الذي يتميز بمواجهة الأعوان الاقتصاديين والذي تصل في النهاية إلى تحديد الأسعار وتبادل السلع والخدمات، والتي هي دعامة لا غنى عنها لنظام تعتمد فيه طبيعة السلع وتطويرها، والكمية والكفاءة في الإنتاج، والأسعار وهوامش الربح المحتملة والممكنة

.الفرع الرابع: تعريف قانون المنافسة

يُعرف قانون المنافسة على أنه مجموعة القواعد التي تطبق على المؤسسات أثناء نشاطها في السوق، والتي تكون موجهة إلى تنظيم التنافس الي تخوضه هذه المؤسسات أثناء نشاطها في السوق، والتي تكون موجهة إلى تنظيم التنافس الذي تخوضه هذه المؤسسات بمعنى العمل على أن تكون هذه المنافسة كافية ودون أن تكون مفرطة، في حين عرفه البعض الأخر على أنه مجموعة القواعد التشريعية والتنظيمية التي تهدف إلى ضمان واحترام مبدأ حرية التجارة والصناعة، وأن دوره يكمن في التزام المؤسسات بالقيام بعملية التنافس أو تحملها .

كما عرف أيضاً على أنه مجموعة القواعد القانونية الخاصة بالحياة الاقتصادية المنظمة لاستقطاب الزبائن وهو هدف كل المؤسسات ، أو هو مجموعة القواعد القانونية والمبادئ المنظمة للتنافس أو المزاحمة بين الأعوان الاقتصاديين في البحث والحفاظ على زبائنهم.

إذ تشهد المهمة المسندة لقانون المنافسة وجود تناقض ثنائي يمس هذه المهمة، يتعلق الأمر بالحفاظ على حرية المنافسة من جهة والحد من الحرية الاقتصادية من جهة أخرى، لأنه إذا افترضنا أن المؤسسات تتمتع

بحرية مطلقة في التصرف والسلوك، فإن ممارسة هذه الحرية المطلقة أمر سيهدد بالقضاء على المنافسة، لأن المنافسة الشرسة تقضي هلة المنافسة الحرة، بحيث تفرض المؤسسات الأكثر قو اقتصادياً احتكارها للسوق عن طريق ممارسة النفوذ الأكيد على نشاطات المؤسسات المنافسة، أو عن طريق ممارسة التعسف في الهيمنة على السوق ومن أجل نفس الغرض، تلجأ بعض المؤسسات للتواطؤ فيما بينها، هذا من ناحية ومن ناحية أخرى يتعلق الأمر بتجانس قواعد لعبة المنافسة من أجل السهر على احترام مبدأ تكافؤ الفرص بين المتعاملين الاقتصاديين.

تنقسم هذه القواعد إلى قواعد لتهذيب الممارسات الفردية للمتنافسين، وقواعد لضمان حسن سير الأسواق

ويقصد بالأولى الأحكام التي تحرص على المحافظة على نزاهة المنافسة واعتدالها، وهي تعتبر المنافسة كمعطى مكتسب، وبالتالي تهتم أكثر بمنع الإفراط فيها، مثل القواعد المتعلقة بالمنافسة غير المشروعة، والالتزام بعد المنافسة، والاشهار الكاذب، والبيع بالخسارة، ورفض البيع وتشويه السمعة ...إلخ.

ويقصد بالثانية القواعد التي تحمي آلية عمل السوق الخاضع للمنافسة، ولا ترمي لمنع الإفراط في المنافسة ولكن لمنع الحد منها والإخلال بها، الذي ينجم من بعض الممارسات المقيدة للمنافسة أو المنافية أو ينجم عن عمليات التجميع .

فالمنافسة هي وسيلة للتنظيم الاجتماعي تفرض على الأعوان الاقتصاديين سلسلة المناهج والمفاهيم حددتها النصوص القانونية الخاصة بالمنافسة، غايتها توزيع الموارد النادرة بطريقة عقلانية وتحسين طرق الإنتاج، وزيادة جودة المنتجات وتشجيع التقدم الصناعي والتكنولوجي، إذ أن المنافسة تجبر كل اقتصادي على بذل جهده للوصول إلى طرق ووسائل تخفض من تكاليف الإنتاج والخدمات إلى أدنى مستوى ممكن، فالمنافسة منهاج متكامل ونظام محكم لبلوغ الرقي الاقتصادي والاجتماعي .

أسئلة خاصة بالمحاضرة

- **ما هو الفرق بين تعريف المنافسة في الاصطلاح القانوني وفي الاصطلاح الاقتصادي ؟**
- **كيف يمكنك تقديم تعريف لقانون المنافسة ؟**