

**الإطار القانوني للممارسات المقيدة
للمنافسة المشروعة في الأعمال التجارية:
دراسة نقدية مقارنة بين القانون
الأمريكي وقانون حماية المنافسة
الكويتي رقم ٧٢ لسنة ٢٠٢٠**

د. فهد نعمة الشمري

**عضو هيئة التدريس في قسم القانون الخاص
كلية الحقوق، جامعة الكويت**

د. عبد الوهاب عبد اللطيف صادق

**عضو هيئة التدريس في قسم القانون الخاص
كلية الحقوق، جامعة الكويت**

المخلص:

يمثل قانون المنافسة المشروعة الكويتي الجديد رقم ٧٢ لسنة ٢٠٢٠ نقلة نوعية في الأحكام المنظمة للمنافسة المشروعة وذلك باستحداثه العديد من النصوص والقواعد القانونية والاقتصادية الجديدة التي تحكم أطر وأساس المنافسة المشروعة في الكويت والتي من شأنها أن تغير من المشهد القانوني الاقتصادي للمنافسة في دولة الكويت، حيث تتمثل الغاية الأساسية من هذا القانون تفادي جميع الممارسات والاتفاقات التي تؤدي إلى تقييد المنافسة أو الحد منها في السوق المعنية؛ وذلك لضمان الفعالية والكفاءة الاقتصادية للأعمال التجارية التي تمارس في السوق، وبسبب ما تمثل هذه الممارسات من أضرار وأخطار كثيرة على الاقتصاد الوطني، تأتي هذه الدراسة لتسليط الضوء على التنظيم القانوني للممارسات الضارة بالمنافسة وفق القانون رقم ٧٢ لسنة ٢٠٢٠ وذلك من أجل الوقوف على مدى فاعلية هذه القواعد في ضمان المنافسة المشروعة للنشاط التجاري في دولة الكويت.

المقدمة:

تأخذ العديد من دول العالم بمبدأ الاقتصاد الحر الذي من شأنه أن يزيد من المنافسة في الأسواق التجارية والمالية،^(١) والكويت تدرج من ضمن هذا المجتمع الاقتصادي، حيث كفل الدستور الكويتي حرية المنافسة من خلال تشديده على أن العدل والحرية والمساواة دعائم المجتمع، وأن التعاون والتراحم صلة وثيقة بين المواطنين، والتأكيد على تكافؤ الفرص للمواطنين، كما أكد الدستور على ضرورة دعم النشاط الاقتصادي المبني على العدالة الاجتماعية في ظل القانون كحق يكفله للمواطنين، فقد نصت المادة ٢٠ من الدستور على أن «الاقتصاد الوطني أساسه العدالة الاجتماعية، وقوامه التعاون العادل بين النشاط العام والنشاط الخاص، وهدفه تحقيق التنمية الاقتصادية وزيادة انتاج ورفع مستوى المعيشة وتحقيق الرخاء للمواطنين، وذلك كله في حدود القانون.»

هذا وتعد المنافسة الحرة حجر الزاوية في اقتصاد سوق الدولة وبمثابة المحرك الأساسي للنشاط الاقتصادي فيها، فتعتبر أداة لتحرير الأسواق Liberalization of Markets وأداة لتحقيق النمو الاقتصادي Growth Economic وذلك بسبب

(١) وتنقسم النظم الاقتصادية إلى ثلاثة نظم رئيسية، النظام الأول وهو النظام الرأس مالي (الاقتصاد الحر) والتي تكون فيه معظم وسائل الإنتاج مملوكة ملكية خاصة، يوزع الدخل فيه من خلال تشغيل الأسواق والإنتاج، فهو نظام اقتصادي ذو فلسفة اجتماعية وسياسية، يقوم على أساس تنمية الملكية الفردية، والمحافظة عليها، متوسعا في مفهوم الحرية، أما النظام الثاني فهو النظام الاشتراكي المقيد وهو نظام يقوم على أساس مراقبة الدولة للنشاط الاقتصادي والتدخل فيه، للحد من الاستغلال الرأسمالي لمقدرات البلاد، في حين أن النظام الثالث هو النظام الإسلامي المرن وهو نظام مرتبط بالعقيدة الإسلامية حيث إنه عبارة عن مجموعة من القواعد والقيم والمعايير التي تنظم الحياة الاقتصادية وحركات الإنتاج في المجتمع الإسلامي. انظر إلى:

Maryanne Cline HOROWITZ(ed.), New Dictionary of the History of Ideas, Vol.3,Thomson Gale, New Haven, 2005, p. 1267

د. عمر محمود حسن، المحل التجاري في الفقه الإسلامي، منشورات الحلبي الحقوقية، الطبعة الأولى، بيروت ٢٠١٥، ص ١٨١.

إسهامها في تحفيز الابتكار، وإذكاء روح التحدي والمنافسة لدى المشرعات الوطنية ورفع مستوى التنافسية والإنتاجية بين التجار في ظل بيئة تجارية متغيرة مع متطلبات السوق، ومن ثم سبب كل تاجر قصارى جهده لتحسين طرق إنتاجه وتخفيض تكاليف الإنتاج، وتقديم أفضل خدمات ما بعد البيع، وهذا ما سيصب في مصلحة السوق والمستهلك معاً.^(١) أهم من ذلك، أن فتح الأسواق أمام كل المتنافسين لتقديم خدماتهم ومنتجاتهم بشكل متطور وبسعر مناسب، وعدم احتكار منشأة أو تاجر بعينه تقديم المنتج أو الخدمة، سيؤدي بطبيعة الحال إلى إقصاء المنشآت الضعيفة غير القادرة على المنافسة، والمنشآت التي لم تطور فنونها الإنتاجية، والمنشآت غير القادرة على رفع طاقتها الإنتاجية، وبذلك لن يبقى في السوق وفق هذا النظام سوى التجار والمنشآت والشركات القوية التي يستفيد من وجودها المستهلك مباشرة.

ومما لا شك فيه أن من يمارس التجارة -سواء على مبدأ الاقتصاد الحر أو المقيد- له الحق في اتباع ما يشاء من الوسائل المشروعة لتطوير تجارته واجتذاب أكبر عدد من الزبائن، وهو بهذا الفرض يقوم بمنافسة تجار آخرين يعملون في النشاط نفسه ويسعون لتحقيق الأهداف لكن ضمن أسس القانون دون أن تكون الأساليب المتبعة أساليب منافية لقواعد الشرف والأمانة التي تقتضيها الأعمال التجارية،^(٢) إلا أنه إذا ما انحرفت هذه الممارسات عن الطريق السليم وأصبحت تهدف إلى التقييد من المنافسة والاضرار بها، فإنها ستعتبر ممارسات محظورة على أطرافها؛ وذلك بسبب الآثار السلبية التي سينتج عنها على اقتصاد الدولة، بالتالي، إن الدولة -وإن كانت تعطي كل شخص الحرية في ممارسة النشاط التجاري الذي يلائمه وفقاً للاقتصاد الحر- فإن ذلك لا يعني عدم تدخل الدولة في تنظيم المنافسة ووضع حدود وأطر قانونية محددة

(١) Raimundas Moisejevas and Ana Novosad, Some thoughts concerning the main goals of competition law, Jurisprudence. No. 20(2) (2013) At Page 630.

(٢) د. طعمة صعفك الشمري، أحكام المنافسة غير المشروعة في القانون الكويتي، مجلة الحقوق العدد ١. السنة ١٩. مارس ١٩٩٥. ص ١٢.

يجب عدم مخالفتها وذلك حتى لا تؤدي هذه الممارسات إلى التقييد من المنافسة الحرة أو منعها.

ولم يكن المشرع الكويتي بعيداً عن المشهد القانوني لتنظيم أحكام المنافسة المشروعة، فقد أصدر المشرع الكويتي القانون رقم 10 لسنة 2007 في شأن حماية المنافسة كأول تشريع لحظر كافة الاتفاقات أو العقود أو من الممارسات الضارة بالمنافسة في السوق الكويتية دون الاعتماد على القواعد العامة الواردة في القانون المدني أو التجاري،^(١) بيد أن القانون رقم 10 لسنة 2007 لم ينجح في خلق بيئة اقتصادية تنافسية تقوم على الكفاءة الاقتصادية أحد ركائزها حظر الممارسات المقيدة للمنافسة المشروعة بطريقة تضمن ضبط حرية السوق بما يكفل تحقيق الصالح العام، الأمر الذي دفع المشرع الكويتي إلى إعادة تنظيم المنافسة المشروعة وفق القانون رقم ٧٢ لسنة ٢٠٢٠ بشأن حماية المنافسة.^(٢)

(١) وتجدر الإشارة إلى أنه كان لا يوجد في قانون التجارة الكويتي قبل صدور القانون رقم (١٣) لسنة ١٩٩٦م أية تنظيم قانوني للمنافسة غير المشروعة، مما دفع المشرع الكويتي إلى إضافة مواد جديدة للمرسوم بقانون رقم (٦٨) لسنة ١٩٨٠م، بإصدار القانون رقم (١٣) لسنة ١٩٩٦م، وبه سد النقص الذي كان يعانيه قانون التجارة في هذا الجانب، حيث وضعت المادة (٦٠مكرراً) من قانون التجارة الكويتي تعريفاً للمنافسة غير المشروعة حيث جاء فيها (يحظر القيام بأي عمل من أعمال المنافسة غير المشروعة، ويعتبر من قبيل أعمال المنافسة غير المشروعة كل عمل يقع عمداً من تاجر بالمخالفة للعادات والأصول المرعية في المعاملات التجارية في دولة الكويت ويكون من شأنه صرف عملاء تاجر منافس آخر أو الإضرار بمصالحه أو إعاقة حرية المنافسة بتقييد أو تفادي المنافسة في مجال إنتاج أو توزيع البضائع أو الخدمات في الكويت.....).

(٢) ولقد جاء في المذكرة الإيضاحية لقانون حماية المنافسة الذي وافق عليه مجلس الأمة في عام ٢٠٢٠ أن القانون رقم ١٠ لسنة ٢٠٠٧ الخاص بحماية المنافسة، كان أول تشريع لحماية البيئة التنافسية ولحظر كافة الاتفاقيات أو العقود أو الممارسات الضارة بالمنافسة في السوق الكويتية. ونظراً لمرور اثني عشرة سنة على صدور القانون المشار إليه، وهي فترة أتاحت لجهاز حماية المنافسة التعرف على سلبات هذا القانون وإيجابياته، وإيضاً في ضوء ما شهده العالم من تحول إلى اقتصاد السوق الحر القائم على حرية المنافسة وتبني منظمة التجارة العالمية هذا التوجه منذ نشأتها عام ١٩٩٥ واتجاه غالبية الدول إلى إصدار تشريعات وانتهاج سياسات اقتصادية تتناسب مع هذا التحول، فإنه بدا لجهاز حماية المنافسة من أن القانون رقم ١٠ لسنة ٢٠٠٧ المشار إليه لم يلق تقهما كاملاً=

وجاء القانون رقم ٧٢ لسنة ٢٠٢٠ بشأن حماية المنافسة المشروعة بقواعد قانونية- اقتصادية جديدة في البيئة التشريعية الكويتية لتحكم أطر وأساس المنافسة المشروعة في الكويت تمثل الغاية الأساسية منها توفير بيئة محفزة للمنشآت من أجل تعزيز الفاعلية والتنافسية ومصلحة المستهلك وتحقيق تنمية مستدامة في دولة الكويت، وضمان المحافظة على سوق تنافسية محكومة بآليات السوق بما يتفق مع مبدأ الحرية الاقتصادية من خلال حظر الاتفاقات المقيدة، وحظر الأعمال والتصرفات التي تفضي إلى إساءة استغلال لوضع مهيمن، ومراقبة عمليات التركيز الاقتصادي، وتجنب كل ما من شأنه الإخلال بالمنافسة أو الحد منها أو منعها، وذلك حتى يتماشى هذا القانون مع متطلبات الوضع الاقتصادي الذي تسعى دولة الكويت للوصول إليه، ألا وهو جعل الكويت مركزا ماليا واقتصاديا في المنطقة، وألا تكون الممارسات الاحتكارية الخاطئة مانعا من دخول الشركات ورجال الأعمال إلى السوق الكويتي.

إن تحديد مفهوم المنافسة غير المشروعة يعترضه الكثير من الدقة والصعوبة التي كانت محل بحث كثير من الباحثين،^(١) خصوصا أن مصطلح المنافسة غير المشروعة يمزج بين العديد من الاعتبارات الاقتصادية، التجارية

=لجوهره ومقاصده لدى العديد من الجهات المخاطبة بأحكامه نظرا لما شاب بعض أحكامه من قصور وعجز أو غموض أو خلوها وسكوتها عن تنظيم بعض الأمور الضرورية لإنجاحه، الأمر الذي حال دون تفعيله وتطبيقه على الوجه الصحيح أو تحقيق الأهداف المرجوة منه. أضف إلى ذلك أن القانون قد بدا قاصرا عن مواجهة العديد من الجوانب المتصلة بحدود التفرقة الدقيقة والواضحة بين الممارسات التي تعد من قبيل الممارسات الاحتكارية غير المشروعة وبين ما هو تنافسي ومشروع منها. انظر إلى المذكرة الإيضاحية لقانون رقم ٧٢ لسنة ٢٠٢٠ بشأن حماية المنافسة.

(١) ويجب عدم الخلط بين النصوص القانونية المنظمة للمنافسة المشروعة والتي تتناول تنظيم الاتفاقات والممارسات التي تعد مشروعة من حيث الأصل لأنها لا تتطوي على أفعال وتصرفات غير مشروعة وهي محل بحث هذه الدراسة، وبين المنافسة غير المشروعة والتي تتطوي على أفعال وتصرفات غير مشروعة من الأساس. د. صبري مصطفى حسن السبك، دعوى المنافسة غير المشروعة، مكتبة الوفاء القانونية الإسكندرية ٢٠١٢، ص ٢٥.

والاجتماعية،^(١) لذلك حاول كل من صناع القرار التشريعي وفقهاء القانون التجاري الغربي والعربي -على حد سواء- وضع مفهوم قانوني منضبط للمنافسة غير المشروعة، فعرفها القانون الفدرالي الأمريكي بأنها: أي سلوك أو ممارسة تجارية أو أي طريقة مخادعة تنتهك مبدأ حسن النية في التجارة بحيث تؤثر سلباً على العلاقة بين التجار المتنافسين أو بين العملاء مع تقريره - صراحة- أن كل شخص يحتكر أو يحاول أن يحتكر أو يتآمر مع أي شخص أو أشخاص آخرين أن يحتكر أي سلعة في السوق بين الولايات أو مع دولة أجنبية،^(٢) سوف يعتبر مرتكباً لمخالفة للمنافسة غير المشروعة.^(٣)

وفي قوانين الدول العربية، لم تعرف النصوص الحاكمة للمنافسة غير المشروعة وفق قانون التجارة الكويتي أو نصوص القانون رقم ٧٢ لسنة ٢٠٢٠

(١) وتجدر الإشارة إلى أن الأحكام المتعلقة بالممارسات المقيدة للمنافسة وإساءة الوضع المهيمن لموقعه في السوق تتناول أعمال وممارسات تكون مشروعة في حد ذاتها وفقاً لمبدأ حرية التجارة، إلا أنها ستعد محظورة وستندرج من ضمن أحكام المنافسة غير المشروعة إذا ما قيدت من حرية المنافسة أو منعتها، في حين أن الأحكام المتعلقة بالمنافسة غير المشروعة تتناول أعمال وسلوكيات غير المشروعة في حد ذاتها بحيث تخالف العادات والأعراف التجارية التي تقتضيها المنافسة الحرة الشريفة بين التجار، فكما يرى الدكتور طعمة الشمري: " وبذلك فإن المنافسة غير المشروعة تختلف عما عداها من أعمال وأقوال أو أفعال، وخاصة تلك الأفعال التي تتشابه معها، كأعمال المنافسة الممنوعة، فالمنافسة غير المشروعة في حقيقتها انحراف عن السلوك المعتاد في التعامل التجاري، وذلك بإتباع وسائل وأساليب غير مشروعة للإضرار بالمنافسين الآخرين. أما المنافسة في حد ذاتها فهي عمل مطلوب ومرغوب فيه لإعطاء العمل التجاري نشاطاً وحيوية. انظر إند. طعمة صغفك الشمري، أحكام المنافسة غير المشروعة في القانون الكويتي، مجلة الحقوق العدد ١. السنة ١٩. مارس ١٩٩٥. ص ١٧ وما يليها. انظر كذلك إلى د. محي الدين اسماعيل، شرح قانون التجارة الجديد (القاهرة: دار النهضة العربية)، 1999، ص 214.

(٢) Joseph P. Bauer, A Federal Law of Unfair Competition: What Should Be the Reach of Section 43(a) of the Lanham Act?, 31 UCLA L. Rev. 671 (1983-1984).

(٣) أما على المستوى الولائي في الولايات المتحدة الأمريكية، عرف قانون ولاية كاليفورنيا المنافسة غير المشروعة بأنها كل ممارسة أو سلوك تجاري ينطوي على الاحتيايل وعدم العدالة، أو قيام التاجر بإعلانات تجارية مضللة ومخالفة للحقيقة، أو مخالفة التاجر للقوانين التجارية ذات الصلة بالمنافسة المشروعة في ولاية كاليفورنيا. انظر إلى:

CAL. BUS. & PROF. CODE § 17200.

المنافسة غير المشروعة، ولقد عرف قانون التجارة المصري رقم ١٧ لسنة ١٩٩٩ المنافسة غير المشروعة بأنها^(١) كل فعل يخالف العادات والأصول المرعية في المعاملات التجارية، ويدخل في ذلك على وجه الخصوص الاعتداء على علامات الغير أو اسمه التجاري أو على براءات الاختراع أو على أسراره الصناعية التي يملك استثمارها، وتحريض العاملين في متجره على إذاعة أسرارهم الصناعية أو ترك العمل عنده، وكذلك كل فعل أو ادعاء يكون من شأنه إحداث اللبس في المتجر أو في منتجاته أو إضعاف الثقة في ماله أو في القائمين على إدارته أو في منتجاته".^(٢)

وسنناقش في هذا البحث التنظيم القانوني للممارسات المقيدة للمنافسة وفق قانون المنافسة الكويتي الجديد وأوجه القصور التشريعي الذي لحق هذا التنظيم. وتكمن أهمية البحث في أنه قد يتفوق مشروع تجاري على مشروع آخر إما بمنح وضع احتكاري بالسوق بسبب الممارسات المقيدة للمنافسة وليس بسبب التطبيق الصحيح لمبدأ الاقتصاد الحر،^٣ فضلا عن أن عدم تنظيم المنافسة

(١) المادة ٦٦ من قانون التجارة المصري رقم ١٧ لسنة ١٩٩٩.

(٢) ويلاحظ على التعريفات السابقة أنها لم تشترط أن يترتب على هذه الأفعال والسلوكيات التأثير على أسعار السوق بغية سعي التاجر إلى استخلاص منافع مالية خاصة له وذلك بالمخالفة لقواعد الشرف والأمانة، بمعنى أن التاجر قد يقوم ببعض الممارسات والسلوكيات التي تخالف قواعد التجارة والأعراف التجارية لكن دون أن يترتب عليه أية تأثير على حركة السعر في السوق، فضلا عن أن هذه الأفعال قد لا تؤدي إلى الاحتكار الفعلي للتاجر وإقصاء التجار الآخرين الذي يعملون بذات الخط التجاري للتاجر الذي قام بهذه الأفعال. لذلك عرفها الدكتور محمد بهجت عبد الله بأنها " التجاء التاجر إلى وسائل غير شريفة تتنافى مع الأمانة والنزاهة والعادات التجارية بغية اكتساب العملاء وتحقيق أكبر ربح ممكن أيا كانت وسيلة هذا الربح".^٢ وفي ذات السياق، عرفها الدكتور محسن شفيق بأنها اللجوء إلى أساليب متنوعة للتدليس والغش والعبث والافساد والتغريب والتضليل، بحيث ينتج عن هذه الأفعال ضرر لبقية التجار، الزبائن، وللسوق بشكل عام. انظر الى: محسن شفيق، القانون التجاري، الجزء الأول، الطبعة الأولى، دار نشر الثقافة بالإسكندرية، سنة ١٩٤٩، فقرة ٢٨٧، ص ٣٩٧.

(٣) Robert H. Nelson, Economics As Religion- From Samuelson to Chicago and Beyond, The Pennsylvania State University Press, PA, 2001, pp.268-269

المشروعة وفق أطر قانونية واقتصادية سليمة سيضعف من جذب الاستثمارات الأجنبية إلى السوق الكويتي، فهناك الكثير من الشركات ورجال الأعمال يسعون للدخول إلى الأسواق الكويتية، سواء في مجال الإنتاج أو التوزيع أو غيره، وقد لا يستطيعون الدخول بسبب الممارسات المقيدة للمنافسة، بالتالي، فإن مراجعة التنظيم القانوني الذي يحكم الممارسات الضارة بالمنافسة على ضوء التطور الاقتصادي الذي تشهده دولة الكويت يعتبر أمراً في غاية الأهمية سيعود بالنفع على النشاط الاقتصادي ويجعله قادراً على اصلاح السياسة الاقتصادية من خلال تفعيل دور القطاع الخاص في التنمية الاقتصادية دون الاعتماد على العوائد النفطية التي تشكل ٩٠٪ من مصادر الدخل في دولة الكويت.

ويتطلب البحث في إشكالية التنظيم القانوني للممارسات المقيدة للمنافسة المشروعة وفق القانون الكويتي إلى دراسة ماهية هذا التنظيم القانوني دراسة تحليلية مقارنة مع الولايات المتحدة الأمريكية والتي نالت قصب السبق في ترسيخ قوانين تحمي المنافسة وتحارب الاحتكار،^(١) فضلاً عن ما تضمنته التشريعات الأمريكية من قواعد وأحكام فريدة أثناء تنظيمها للمنافسة المشروعة في السوق المعنية، وذلك حتى نتمكن من فهم ماهية أساس الإشكالية القانونية للتنظيم القانوني الذي يحكم الاتفاقيات المقيدة للمنافسة وفق قانون المنافسة الكويتي الجديد؛ أيضاً، إن الاطلاع على تجربة بعض القوانين العربية الرائدة في المنطقة المقارنة كالقانون المصري والإماراتي واللبناني في صدد تنظيمها للممارسات المقيدة للمنافسة سيكون له دور كبير في إنجاز هذه المهمة، لما لهذه الدول المجاورة مع دولة الكويت من تشابه معها في العديد من الخصائص الاقتصادية والقانونية.^(٢)

ستعرض هذه الدراسة إلى الممارسات المقيدة للمنافسة وفق قانون المنافسة الكويتي الجديد رقم ٧٢ لسنة ٢٠٢٠، ويتطلب ذلك في البداية إلى

(١) دون الإسهاب فيهما أو الخوض في إشكالاتهما العامة التي لن نوفيها حقها.

(٢) وليس المقصود بالمقارنة تتبع كل أوجه التشابه والاختلاف بقدر ما نطمح به من تدعيم هذه الدراسة بالقوانين الأخرى بالقدر اللازم لها.

دراسة التنظيم القانوني للاتفاقيات المقيدة للمنافسة وفق التشريعات الأمريكية، وماهية أساس الإشكالية القانونية للتنظيم القانوني الذي يحكم الاتفاقيات المقيدة للمنافسة وفق قانون المنافسة الكويتي الجديد؛ (المبحث الأول)،_على أن يتم تخصيص المبحث الثاني لتناول التنظيم القانوني لإساءة صاحب المركز المهيمن لموقعه في السوق المعنية، مستعرضين مفهوم المركز المهيمن، وماهية صور إساءة استغلال المركز المهيمن لموقعه في السوق وفق نصوص قانون المنافسة الكويتي الجديد، (المبحث الثاني)، وفي الختام سنقدم بعض التوصيات والاقتراحات التشريعية لتعديل بعض نصوص قانون المنافسة الكويتي الجديد.

المبحث الأول

التنظيم القانوني للاتفاقيات المقيدة للمنافسة المشروعة في القانون الأمريكي والكويتي

تعتبر الولايات المتحدة الأمريكية من الدول التي نالت قصب السبق في ترسيخ قوانين تحمي المنافسة وتحارب الاحتكار؛ فكانت النظريات الاقتصادية السائدة في مراحل مختلفة سبب تأثر الاهتمام بالمنافسة في أمريكا، لا سيما في أواخر القرن التاسع عشر الذي شهد اتساع وتضخم ظاهرة الاحتكار؛^(١) فسنت التشريعات المقيدة للمنافسة والمحاربة للاحتكار في إطار قانوني حازم، ثم بعد وضع تلك القواعد كنواة أساسية لحماية المنافسة، بدأت تسعى في تطوير تلك القواعد وفق التطورات البيئية والظروف التي استدعت ذلك.^(٢)

سوف نتناول في هذا المبحث التنظيم القانوني للاتفاقيات المقيدة للمنافسة المشروعة في القانون الأمريكي والكويتي. وسوف يتم تقسيم المبحث إلى مطلبين، حيث سوف نتناول التنظيم القانوني لتقييد المنافسة وفق التشريعات الأمريكية من خلال تناول تطور الأطر التشريعية لحماية المنافسة في الولايات المتحدة الأمريكية، وماهية الممارسات المقيدة للمنافسة التي تضمنتها قوانين المنافسة الأمريكية (المطلب الأول)، وذلك قبل أن ننقل إلى تناول أساس الإشكالية القانونية للتنظيم القانوني الذي يحكم الاتفاقات المقيدة للمنافسة وفق قانون المنافسة الكويتي الجديد (المطلب الثاني).

(^١) Alfonso Miranda Londoño, COMPETITION LAW IN LATIN AMERICA , Available At <https://centrocedec.files.wordpress.com/2010/06/cornell-lacompetition-20123.pdf>, P.3

(^٢) أبو زيد، أميرة عبدالغفار، "الوسائل القانونية لمكافحة الممارسات الاحتكارية وحماية المنافسة - دراسة مقارنة بين القانون المصري والتشريعات الأمريكية المقابلة"، رسالة دكتوراة غير منشورة، جامعة القاهرة، مصر، 2010.

المطلب الأول

الاتفاقيات المقيدة للمنافسة وفق تشريعات الولايات المتحدة الأمريكية

بداية وفي عام ١٨٨٧م صدر قانون التجارة في الولايات المتحدة الأمريكية "Interstate Commerce Act" كأول قانون لمكافحة الممارسات المقيدة للمنافسة، فنظّم التجارة بين الأشخاص أو المنظمات في مختلف الولايات، واستهدف عمليات البيع والشراء والاتصالات كلها بين الولايات، وتنفيذا لهذا القانون تم منع عمليات الاندماج بين الشركات وكذلك ما يترتب عليها من عمليات تحديد واحتكار وتحكم في الأسعار، وعلى سبيل المثال كانت خطوط السكك الحديدية تمارس ذلك التحكم في ذلك الوقت.^(١)

ورغم دخول قانون التجارة حيز التنفيذ بين الولايات فإنه لم ينجح بالقدر المطلوب في إيقاف الممارسات التي تضر بالمنافسة، وبناء عليه فكّر المشرع في سن قانون جديد أكثر صرامة، أو تحديث وتطوير القانون الحالي ليستطيع مكافحة هذه الممارسات الضارة، وفي أعقاب ذلك وتحديدا في عام ١٨٩٠م قام الكونجرس الأمريكي بإصدار قانون شيرمان لمناهضة الاحتكار "Sherman Antitrust Act" ؛ طلبا لمنع أي إجراءات أو عقود تسعى إلى إيجاد وضع احتكاري أو من الممكن أن تقيد حرية التجارة.^(٢)

وقد اشتمل قانون شيرمان لمناهضة الاحتكار على محورين رئيسيين حددا أهدافه، المحور الأول والذي نص على أن كل عقد أو اتحاد يتخذ شكل احتكار أو تأمر يؤدي إلى تقييد التجارة فيما بين الولايات أو مع دول أجنبية يكون عملا غير شرعي.^(٣) أما المحور الثاني والذي نص على أن أي شخص يحتكر أو يسعى

(^١) George J. Stigler, The Origin of the Sherman Act, The Journal of Legal Studies ., pp. 1-12 Vol. 14, No. 1 (Jan., 1985)

(^٢) Sherman Antitrust Act, 15 U.S.C. § 1 (1890).

(^٣) 15 U.S.C. § 1.

للاحتكار أو الاندماج مع أي شخص أو أشخاص آخرين لاحتكار أي جزء من التجارة بين الولايات أو مع الدول الأجنبية سوف يكون مدانًا ويتعرض للعقاب.^(١)

وقد اتضح للمحاكم الأمريكية قصورًا قد شاب قانون شيرمان وذلك من خلال التطبيق العملي، وذلك بسبب عدم تجريمه للعديد من الاندماجات أو الاستحواذات الرأسية والأفقية التي تضر بالمنافسة؛ لذلك استدعى هذا القصور إدخال بعض التعديلات وذلك بإقرار قانون كلايتون في عام ١٩١٤ Clayton ANTITRUST ACT والذي نص في القسم السابع منه على حظر الاتفاقات الأفقية التي تتم بين متنافسين في السوق دون أن يحظر الاندماجات والاتفاقات الرأسية، لذلك، ولتقادي أوجه القصور المذكورة فقد تم تعديله في عام ١٩٥٠م، بموجب قانون سيلر كيفرر Celler - Kefauver Act.^(٢)

وتتفق التشريعات الأمريكية المناهضة للاحتكار على حظر عدد من الممارسات التي تعد مقيدة للمنافسة، فاتفقت على حظر الاتفاقيات الأفقية بين المتنافسين (Horizontal Agreements) والتي يقصد بها بالممارسات والاتفاقات المنسقة بين الأفراد أو الشركات التي تعمل على نفس المستوى من التجارة بحيث يتم عقد اتفاق بين طرفين أو أكثر في مركز تنافسي واحد أو مماثل، أو يكون كل منهما منتجًا أو موزعًا لسلعة ما أو تاجر تجزئة، ويكون الغرض من ذلك الاتفاق تحجيم المنافسة بينهما أو خفض حدتها لتحقيق أكبر قدر ممكن من الأرباح.^(٣)

(١) 15 U.S.C. § 2.

(٢) Hiroshi Iyori, A Comparison of U.S.-Japan Antitrust Law: Looking at the International Harmonization of Competition Law, 4 Pac. Rim L & Pol'y J. 59 (1995). P. 62.

(٣) Rita Yi Man Li, Herru Ching Yu Li, Cho Kei Mak and Po Kei Chan, Rationales for the Implementation of Competition Law in EU, the US and Asia: Content Analysis and Data Visualization Approach, Asian Journal of Law and Economics · August 2016 , P. 6 . ; See also Susan B. Farmer e

ومن صور الاتفاقيات الأفقية المحظورة بين المتنافسين هي اتفاقات تحديد الأسعار والتي يقوم بها المتنافسين على ذات المستوى من الإنتاج بتحديد الأسعار على أساس سعر أعلى أو سعر أدنى، وتعتبر هذه الاتفاقات محظورة لأنها تخالف قاعدة العرض والطلب التي يقوم اقتصاد السوق الحر بناء عليها لتحديد الأسعار،^(١) تأكيداً على ذلك، قررت المحكمة العليا الأمريكية في قضية (United States v. Socony-Vacuum oil co) أن أي اتفاق يكون بين متنافسين ويكون الغرض منه تحديد الأسعار لسلعة بين الولايات، أو في تجارة خارجية، يكون مخالفاً للقانون ومحظوراً في حد ذاته.^(٢)

أما النوع الثاني من صور الاتفاقات الأفقية بين المتنافسين والتي تم حظرها وفقاً للتشريعات الأمريكية لحماية المنافسة هي اتفاقات تقسيم الأسواق والتي يتم بناء عليها تقسيم الأسواق أو الزبائن بين المتنافسين، حيث قررت المحكمة العليا الأمريكية لقضية (Sealy, Inc. United States v) أن الاتفاق على إلزام الشركات التي ترغب في الحصول على ترخيص تصنيع وبيع ماركة "Sealy"، بالتقيد بإقليم محدد وبسعر محدد، يعد اتفاقاً مخالفاً للقانون، دون النظر إلى المسوغات التي دفعت إلى ذلك.^(٣)

وعلى ذات النسق، تتفق التشريعات الأمريكية لحماية المنافسة أيضاً حظر الاتفاقات الرأسية بين المشتريين والبائعين Vertical Agreements وهي الاتفاقات التي تتعلق بتوريد الخدمات أو السلع بين أطراف في مختلف مراحل الإنتاج، بمعنى: هي الاتفاقات التي تتم بين مستويين مختلفين من العملية

Impact of China's Antitrust Law and Other Competition Policies on U.S. Companies, 23 Loy. Consumer L. Rev. 34 (2010). At P. 37.

(^١) Cal. Dental Ass'n v. Fed. Trade Comm'n, 526 U.S. 756 (1999); Texaco, Inc. v. Dagher, 547 U.S. 1 (2006).

(^٢) United States of America, Appellant, v. Socony Mobil Oil Company, Inc., Appellee, 252 F.2d 420 (1st Cir. 1958)

(^٣) United States v. Sealy, Inc., 388 U.S. 350 (1967).

الإنتاجية.^(١) ومن صور الاتفاقات المقيدة للمنافسة التي قد تشملها الاتفاقات الرأسية اتفاق المحافظة على أسعار البيع إعادة البيع والتي يكون محلها تحديد السعر الذي يلتزم الموزعون البيع به، سواء أكان الاتفاق على حد أدنى أو أعلى للسعر، مع تقييد حرية الموزعين في تحديد هامش الربح الخاص بهم،^(٢) كذلك قد تتخذ الاتفاقات الرأسية اتفاقات التعامل القصورية والتي تتم بين المصنع أو المنتج، وبين موزع؛ على أن يتولى الموزع حق التوزيع الحصري لمنتجات المنتج في سوق معينة، وتكون هذه الاتفاقات مخالفة للقانون، إذا لم يوجد بدائل لهذه المنتجات أو كانت قليلة جدا أو غير موجودة.^(٣)

ولقد فرق الفقه الأمريكي بين قاعدتين أساسيتين في تحديد مشروعية أو عدم مشروعية الاتفاقات التي تقيد المنافسة سواء كانت أفقية أو رأسية، القاعدة الأولى وهي قاعدة عدم مشروعية الاتفاق في حد ذاته *per se unlawful* والتي تقرر أن مجرد وجود الاتفاق أو ثبوت الاتفاق الذي ينطبق عليه هذا الوصف، يعد مخالفة للقانون في حد ذاته دون النظر إلى آثار الاتفاق أو نتائجه المترتبة عليه.^(٤) أما القاعدة الثانية فهي قاعدة عدم مشروعية آثار الاتفاق *rule of reason* والتي تقرر أن الاتفاق في حد ذاته ربما يكون غير مخالف للقانون، بيد أن الهدف المقصود تحقيقه من وراء إبرام هذا الاتفاق مخالف للقانون، فيجب في هذه الحالة أن تدرس آثار كل اتفاق على حدة؛ لتحديد مدى مخالفة الاتفاق للقانون أو عدم ذلك.^(٥)

(^١) Diane P. Wood, " e U.S. Antitrust Laws in a Global Context," 2004 Columbia Business Law Review 265 (2004). P. 267.

(^٢) Albert A. Foer, Jonathan W. Cuneo, The International Handbook on Private Enforcement of Competition Law (Massachusetts: Edward Elgar Publishing, 2010), p. 45.

(^٣) Debra J. Pearlstein et al., Antitrust Law Developments (Chicago: American Bar Association, 2002), p. 1556;

(^٤) Bus. Elecs. Corp. v. Sharp Elecs. Corp., 485 U.S. 717, 723 (1988).

(^٥) Standard Oil Co. v. United States, 221 U.S. 1, 66 (1911); See also Cont'l T.V., Inc. v. GTE Sylvania Inc., 433 U.S. 36, 49 (1977).

المطلب الثاني

الاتفاقات المقيدة المنافسة وفق قانون المنافسة الكويتي الجديد

لقد تم تعريف الاتفاقات بشكل عام وفقا للمادة الأولى من قانون المنافسة الكويتي الجديد بأنها تشمل الاتفاقات أو العقود أو القرارات أو الترتيبات أو الأعمال أو التصرفات أو التحالفات أو الممارسات بين شخصين أو أكثر أو أي تعاون بين الأشخاص أو القرارات الصادرة عن تجمعات الأشخاص سواء كانت كتابية أم شفوية، صريحة أم ضمنية، علنية أم سرية، مباشرة أم غير مباشرة. وفي ذات السياق، عرفت المادة الأولى من قانون المنافسة الكويتي الجديد العلاقات الأفقية بالاتفاقات التي تبرم بين المتنافسين في مستوى واحد من مراحل الإنتاج، أو سلسلة التوزيع في السوق المعينة، والعلاقات الرأسية بالاتفاقات التي تبرم بين المتنافسين في مستويات مختلفة من مراحل الإنتاج أو سلسلة التوزيع في السوق المعينة.

ولقد حددت المادة الخامسة من قانون المنافسة المشروعة الكويتي الجديد الأعمال والاتفاقات المحظورة التي يحظر على الأشخاص المرتبطين بعلاقة أفقية القيام بها،^(١) وعلى الرغم من ذلك، نجد أن المادة الخامسة والتي حظر تحديد أسعار المنتجات بشكل مباشر أو غير مباشر بالرفع أو الخفض أو التثبيت أتى بصورة واسعة ومطلقة لم يحدد آلية تحديد الأسعار التي تتعارض مع آلية السوق، ولم يفوض أيضا مجلس إدارة جهاز المنافسة بتحديد هذه الآلية، وما يعيب هذا التنظيم أن خفض الأسعار ومنح تخفيضات في الأسعار

(١) لمطالعة هذه الأعمال والاتفاقات العامة راجع المادة الخامسة من القانون المذكور أعلاه. وبشكل عام حظرت المادة الخامسة تحديد أسعار المنتجات محل التعامل بشكل مباشر أو غير مباشر بالرفع أو الخفض أو التثبيت، تقسيم أو اقتسام أسواق المنتجات، بحسب المناطق أو بحسب حجم المبيعات أو المشتريات، تثبيت كمية الإنتاج، أو التوزيع، تقييد التطور التقني والتواطؤ في تقديم العطاءات أو العروض لبيع، أو شراء، أو توريد أي منتجات.

وفق ضوابط معينة لن يعد من الممارسات المقيدة للمنافسة التي تتعارض مع آلية السوق، فعلى سبيل المثال إذا تم منح المشتري تخفيض في السعر عند وصوله إلى مستوى معين ومحدد سلفاً من قبل التاجر، فإن ذلك لا يعد من الممارسات المقيدة للمنافسة إذا كان هذا الشيء ينطبق على جميع الزبائن والعملاء دون تمييز، كذلك إن قيام مورد بمنح مزايا خاصة إلى فئة معينة من الموزعين علاوة على منحهم مزايا في تخفيض الأسعار لهم مقابل خدمات معينة يقومون بها، فإن هذه المزايا وهذه الأعمال التي يقوم بها المورد لا تعتبر من قبيل الأعمال والممارسات المقيدة لحرية المنافسة طالما كانت هذه المزايا تمنح لكل الموزعين بشكل موضوعي.

ومن قبلنا، نجد أن المادة الخامسة -بالرغم من حظرها التواطؤ في تقديم العطاءات أو العروض لبيع، أو شراء، أو توريد أي منتجات وفق علاقات أفقية- وكذلك قانون المنافسة الكويتي الجديد أو لائحته التنفيذية لم يتضمنوا المعايير أو الصور التي سوف يتم -بناء عليها- تحديد آلية التواطؤ في تقديم العطاءات أو العروض لبيع، أو توريد أي منتج بين الأشخاص المرتبطين بعلاقة أفقية القيام بها، بمعنى آخر، فما هي الممارسات التي يحظر على الأطراف القيام بها أثناء تقديمهم للعطاءات حتى لا يتم التقييد أو الحد من المنافسة؟

ولفهم هذا النقص التشريعي في القانون الكويتي الذي نظرحه، لقد قررت اللائحة التنفيذية لقانون المنافسة المصري في المادة رقم ١١ منها أنه يحظر الاتفاق أو التعاقد بين أشخاص متنافسة على التنسيق فيما يتعلق بالتقدم أو الامتناع عن الدخول في المناقصات والمزايدات والممارسات وسائر عروض التوريد، وسوف يسترشد في قيام التنسيق القيام بالأمر الآتية: تقديم عطاءات متطابقة، ويشمل في ذلك الاتفاق على قواعد مشتركة لحساب الأسعار أو تحديد شروط العطاءات، أو الاتفاق على الشخص الذي سيتقدم بالعطاء، ويشمل ذلك أيضاً، الاتفاق على الشخص الذي يرسو عليه العطاء سواء بالتناوب أو على أساس جغرافي أو على أساس تقاسم العملاء، أو الاتفاق حول تقديم العطاءات، أو الاتفاق على منع شخص من الدخول أو المشاركة في تقديم العطاءات.

وفي سياق مواز، نرى أن قانون المنافسة الكويتي الجديد قد غفل عن تنظيم أنواع أخرى من الاتفاقات المقيدة للمنافسة أثناء تنظيمه للأعمال والاتفاقات المحظورة التي يحظر على الأشخاص المرتبطين بعلاقة أفقية القيام بها، فعلى سبيل المثال، لم ينظم قانون المنافسة الكويتي الجديد اتفاق الحد من حرية تدفق السلع والخدمات إلى السوق المعنية أو إخراجها منه، ومن ذلك إخفاء السلع أو تخزينها من دون وجه حق أو الامتناع عن التعامل بها، أو افتعال وفرة مفاجئة فيها تؤدي إلى تداولها بسعرها غير الحقيقي،^(١) كذلك لم ينظم قانون المنافسة الكويتي الجديد اتفاقات تبادل المعلومات التي يتم تحديد السياسة السعرية أو الإنتاجية على أساسها، واتفاق الأطراف على عرقلة دخول الأشخاص والمنتجات إلى السوق وذلك للتقييد من المنافسة، فضلا عن أنه لم يحظر الاتفاقات التي تكون وفق علاقة أفقية والتي يكون مضمونها الاتفاق الجماعي من أصحاب المشاريع التجارية على رفض الشراء من جهة ما أو التوريد لجهة ما والتي تعرف بالمقاطعة الجماعية، وكذلك اتفاقات تجميد عمليات الإنتاج أو التطوير أو التسويق وجميع أوجه الاستثمار الأخرى.

وعلى الرغم من تبني المشرع الكويتي تنظيم حظر الممارسات والاتفاقات التي من شأنها أن تقيد من المنافسة، نرى أنه لم يجعل من هذا المبدأ مبدأً مطلقاً، بل رسم حدوداً له وجعل تطبيقه نسبياً بحيث سمح بالترخيص بتلك الممارسات والاتفاقات المقيدة للمنافسة في ظروف معينة وبشروط محددة تحقيقاً

(١) ومن القوانين العربية التي حظرت اتفاق الحد من حرية تدفق السلع والخدمات إلى الأسواق هو قانون المنافسة اللبناني الجديد والذي نص في البند الثاني من المادة ٧ منه على أنه تحظر الاتفاقات والتحالفات التي يكون مضمونها الحد من حرية تدفق السلع والخدمات إلى الأسواق أو إخراجها منها بصفة كلية أو جزئية، وذلك من خلال إخفائها أو تخزينها أو الامتناع عن التعامل بها، دون وجه حق. وهذا ما قرره أيضاً نظام المنافسة السعودي الجديد والذي نص في البند الثالث منه على أنه لا يجوز الاتفاق على الحد من حرية تدفق السلع والخدمات إلى الأسواق، أو إخراجها منها بصفة كلية أو جزئية، وذلك من خلال إخفائها، أو تخزينها دون وجه حق، أو الامتناع عن التعامل فيها.

للمصلحة العامة، فأجازت المادة التاسعة من قانون المنافسة المشروعة الكويتي لذوي الشأن المخاطبين بالاتفاقات والأعمال المحظورة وفق المادة الخامسة بالقيام بتلك الاتفاقات والتي من شأنها أن تقيد من حرية المنافسة شريطة أن يتأكد مجلس جهاز حماية المنافسة من أن هذه الاتفاقات أو التصرفات سوف تؤدي إلى تعزيز التنمية الاقتصادية أو تحسين الكفاءة أو الجدوى الفنية، أو السلامة المالية أو أنشطة البحث وتطوير نظم الإنتاج أو التوزيع للمنتجات، أو الحفاظ عليها أو منع تدهورها، فضلا أن هذه الأعمال مصممة بشكل محدد وتشمل الضمانات المناسبة، وأنها من المرجح أن تثمر منافع اقتصادية تفوق الأعباء الاقتصادية الناشئة عن أي تقييد للمنافسة وتحقق فوائد واضحة للمستهلكين تفوق الأعباء التي يتكبدها وأخيرا يجب أن يقوم الأشخاص بإخطار الجهاز بأي تعديل يطرأ على الاتفاقات والتصرفات أو الأعمال التي سبق الحصول على استثناء عليها.

والبادي من هذه الاستثناءات أنها تدور وجودا وعدما حول دعم وتعزيز المنافع الاقتصادية التي تحملها هذه الاتفاقات بالرغم من أنها تقيد من حرية المنافسة وفق نظام السوق الحر، إلا أن تحقيق هذا الهدف محل شك من قبلنا، فكيف يمكن ضمان تحقيق هذا الهدف دون تحديد معايير واضحة ومحددة يمكن معها قياس تحسين الكفاءة أو الجدوى الفنية التي تحملها الاتفاقات المقيدة للمنافسة حتى يتم استثناءها من أحكام هذا القانون، فضلا عن أن مفهوم ومصطلح التنمية الاقتصادية مصطلح عام ومرن وغير منضبط، فمتى يمكن اعتبار أن الاتفاقات المقيدة للمنافسة سوف تؤدي إلى تعزيز التنمية الاقتصادية في ظل غياب أي تعريف لهذا المصطلح وفق القانون واللائحة التنفيذية للقانون، الأمر الذي قد يترتب عليه أن مجلس جهاز المنافسة قد يستثني بعض الاتفاقات دون البعض الآخر بشكل قد يقيد فعليا من المنافسة الحرة دون ضمان تحقيق التنمية الاقتصادية.

وإذا كان المشرع الكويتي قد سعى فعليا إلى ضمان التنمية الاقتصادية ودفع عجلة الاقتصاد دون أن تكون هذه الاتفاقات المقيدة للمنافسة عائقا لتحقيق هذا الهدف، نستطيع القول أنه قد أغفل تنظيم استثناء في غاية الأهمية ألا وهو استثناء الاتفاقات ضعيفة الأثر التي لا تتجاوز الحصة الإجمالية للمنشآت التي تكون طرفاً فيها لنسبة مؤثرة في السوق من شأنها أن تقيد من حرية المنافسة أو تعيقها أو تحد منها. وتكمن أهمية هذا الاستثناء أن العديد من المشاريع الصغيرة والمتوسطة تواجه حواجز تعيق الدخول إلى السوق وذلك بسبب النقص التمويلي الذي تعاني منه هذه المشاريع في بداية مراحلها، ومشكلة توفير الأيدي العاملة، بالإضافة إلى مشكلة تضارب المعلومات وعدم دقتها كونها تقدم منتجات جديدة في السوق، الأمر الذي يترتب عليه أن هذه المشاريع قد تضرر أن تبرم اتفاقات مقيدة للمنافسة فيما بينها كتثبيت كمية الإنتاج والتوزيع، أو اتفاق تجديد سعر المنتجات التي تقدمها وذلك حتى تتمكن من البقاء في السوق أمام الشركات الكبيرة وليس لاحتكار المنتجات أو إقصاء منافس في السوق.^(١)

(١) ومن القوانين العربية التي تبنت هذا الاستثناء هو قانون المنافسة الإماراتي، فنصت البند الثالث من المادة الخامسة من قانون المنافسة الاماراتي أن الاتفاقات المقيدة للمنافسة لا تسري على الاتفاقات ضعيفة الأثر التي لا تتجاوز الحصة الإجمالية للمنشآت التي تكون طرفاً فيها للنسبة التي يحددها مجلس الوزراء من إجمالي المعاملات في السوق المعنية.

المبحث الثاني

تقييد حرية المنافسة عن طريق إساءة المركز المهيمن لموقعه في السوق

تعتبر إساءة صاحب المركز المهيمن لموقعه في السوق المعنية من أكثر المواضيع جدلاً في قوانين المنافسة، وذلك بسبب صعوبة تحديد متى تكون المنشأة تحت وضع المهيمن، فضلاً عن متى يمكن اعتبار أن صاحب الموقع المهيمن في السوق قد أساء مركزه القانوني في السوق لأن مجرد تحقق الموقع المهيمن للتاجر في السوق لا يعتبر بحد ذاته مخالفاً لقانون المنافسة.^(١)

عليه، سوف يتم تقسيم المبحث الثاني إلى مطلبين، حيث سوف نتناول مفهوم المركز المهيمن، وما هي المعايير التي تبنتها التشريعات العالمية في تحديد مفهوم المركز المهيمن (المطلب الأول)، ومن ثم ننتقل لتناول أهم صور الممارسات المحظورة على المركز المهيمن، وما هي مفهوم إساءة استغلال مركز المهيمن لموقعه في السوق المعنية (المطلب الثاني).

المطلب الأول

المفهوم القانوني للمركز المهيمن

انقسمت قوانين المنافسة إلى قسمين في صدد تناولها لمفهوم المركز المهيمن، القسم الأول والذي لم يعرف المركز المهيمن صراحة تاركة المجال للفقه والقضاء تحديد مفهوم المركز المهيمن، ومن هذه القوانين قانون المنافسة الأمريكي شيرمان والذي تطرق لفكرة القوة الاحتكارية "Monopoly Power" في المادة الثانية منه والتي تقابل المركز المهيمن، والتي تم تعريفها من المحكمة العليا الأمريكية بأنها: "قدرة

(١) د. أسامة فتحى عبادة يوسف، النظام القانوني لعمليات التركيز الاقتصادى في قانون المنافسة دراسة تحليلية مقارنة، رسالة دكتوراة، جامعة المنصورة، دار الفكر والقانون، الطبعة الأولى ٢٠١٤، ٣٢٢.

المشروع على السيطرة على الأسعار في السوق المعنية بحيث يتمتع المشروع بسلطة قوية في السوق بشكل دائم وليس عابر بحيث تمكنه من احتكار السلع أو التقييد من المنافسة^(١) ولقد قدرت المحكمة العليا أنه لا يجب أن تسفر هذه القوة عن إقصاء المنافسين أو القدرة على الإقصاء الفعلي لأن قد تتحقق القوة الاحتكارية بالرغم من وجود منافسة محدودة النطاق في السوق المعنية تجاه المشروع المحتكر.^(٢)

أما القسم الثاني من القوانين فقد عرف المركز المهيمن صراحة، ومن هذه القوانين هو قانون مكافحة الاحتكار الصيني والذي عرفت المادة ١٧ منه المركز المهيمن بأنه مركز سوقي تمتلكه شركة اقتصادية لديها القدرة على التحكم في أسعار أو كميات السلع الأساسية أو لديها القدرة على إعاقة أو التأثير في دخول مشاريع أخرى إلى السوق ذات الصلة، ولقد حددت المادة ١٨ من قانون مكافحة الاحتكار الصيني ستة عوامل لتحديد صاحب المركز المهيمن في السوق المعنية، وهي: حصة المشروع في السوق ووضعه التنافسي في السوق ذات الصلة؛ وقدرة المشروع على التحكم في سوق البيع، والشروط المالية والتكنولوجية التي يضعها المشروع، ومدى الاعتماد على المشروع من جانب المشاريع الأخرى في المعاملات التجارية؛ وماهي درجة الصعوبة التي تواجهها المشاريع الأخرى في دخول السوق ذات الصلة.^(٣)

وتبنت بعض التشريعات العربية معياراً مزدوجاً في تحديد المركز المهيمن وذلك حين اشترطت تملك المنشأة في السوق نسبة معينة مع اشتراطها أن تؤدي هذه النسبة إلى التقييد والحد من حرية المنافسة، ومن هذه القوانين هو

(^١) United States Supreme Court, United States v. E.I. du Pont de Nemours and Company, 351 US377, 391 (1956); United States Court of Appeals for the Third Circuit, Fineman v. Armstrong World Indus., Inc., 980 F.2d 171, 201 (3d Cir. 1992).

(^٢) Id

(^٣) Anti-Monopoly Law of the People's Republic of China, Available at http://www.china.org.cn/government/laws/2009-02/10/content_17254169.htm (Last Visited on 22/2/2022)

قانون المنافسة المصري الذي قرر أن الشخص سيكون مسيطراً إذا زادت حصته عن نسبة ٢٥٪ في السوق المعنية، علاوة على قدرته وحده على إحداث تأثير فعال على الأسعار في السوق أو على حجم المعروض دون أن يكون لمنافسيه القدرة على ذلك، وبذلك، لن يكون الشخص ذات مركز مهيم بمجرد زيادته حصته في السوق عن نسبة ٢٥٪، بل يجب أن يترتب على هذه الزيادة التأثير على الأسعار في السوق أو على حجم العرض والطلب.

أما المشرع الكويتي وفق القانون رقم ٧٢ لسنة ٢٠٢٠ في شأن حماية المنافسة فقد سائر موقف المشرع المصري في تبنيه قد تبني معياراً موضوعياً لتحديد الوضع المهيمن وهو معيار التحكم في السوق المعنية وإحداث تأثير فعال في الأسعار أو حجم المعروض من شأنه تقييد حرية المنافسة أو الحد منها من دون أن يشترط أن يكون التحكم في السوق ناتجاً عن تملك نسبة معينة في السوق كما قرر قانون المنافسة الملغي، وذلك حين عرف الوضع المهيمنين بأنه "الوضع الذي يمكن أي شخص بنفسه أو بالاشتراك مع غيره من الأشخاص الآخرين من التحكم أو التأثير على السوق المعنية والتصرف إلى حد كبير بشكل مستقل عن منافسيه، أو عملائه أو عن المستهلكين".^(١)

وحسنا فعل المشرع الكويتي عندما تبني معياراً موضوعياً دون نسبة محددة، وآية ذلك أن المعيار الموضوعي سيتيح للجهة المختصة -جهاز حماية المنافسة- تقدير مدى تحقق الوضع المهيمن على السوق المعنية في كل حالة على حدة من دون اشتراط تجاوز الشخص لحصة حسابية معينة من إجمالي المعاملات في السوق المعنية، ناهيك أن النص على تملك نسبة معينة لتحديد مركز المهيمن قد ينتج عنه وجود مركز مهيم احتكاري فعلي وذلك إذا كانت

(١) وكان القانون قبل تعديله يعرف السيطرة بأنها " وضع يتمكن من خلاله شخص أو مجموعة أشخاص تعمل معاً بشكل مباشر أو غير مباشر من التحكم في سوق المنتجات، وذلك بالاستحواذ على نسبة تجاوز ٣٥٪ من حجم السوق المعنية. انظر إلى المادة الأولى من القانون رقم 10 لسنة 2007 في شأن حماية المنافسة.

السيطرة على السوق لا تستلزم تملك النسبة التي حددها القانون، وهذا ما سببته عليه نتيجة في غاية الأهمية ألا وهي أن الجهات الرقابية لن تتمكن من مجابهة ظواهر احتكارية تنشأ في السوق وذلك بسبب النص صراحة على نسبة تحديد المركز المهيمن.

وتتفق قوانين المنافسة على ضرورة تحديد النطاق والحيز المكاني والسلعي الذي يمارسه فيه صاحب الوضع المهيمن نشاطه التجاري وهو ما يعرف السوق المعنية Relevant Market.^(١) وتنقسم السوق المعنية إلى عنصرين رئيسيين: العنصر الأول: السوق السلعية أو سوق المنتجات Product Market والتي تحتوي على المنتجات والسلع البديلة للمنتج الأصلي من حيث السعر والاستعمال،^(٢) بمعنى آخر، هي السوق التي يوجد فيها السلع والخدمات التي تعتبر من وجهة نظر المستهلكين بديلة عن المنتجات التي يقدمها صاحب المركز المهيمن من حيث الخصائص والأسعار.^(٣)

ولقد حدد الفصل الأول "التعريفات والأحكام العامة" من قانون المنافسة الكويتي الجديد المقصود بمصطلح المنتجات المعنية بكل المنتجات التي يعد كل منها بديلاً عن الآخر أو يمكن أن يحل محله في تلبية احتياجات متلقي الخدمة أو السلعة، إلا أن قانون المنافسة الكويتي الجديد ولائحته التنفيذية - كما هو الحال عليه في القانون الأمريكي - لم يحددوا أية معايير يمكن معها تحديد المنتجات البديلة في السوق المعنية من وجهة نظر المستهلك، فقد أوجد الواقع العملي معيارين يمكن اتباعهما لتحديد قدرة المستهلك في الحصول على بديل

(١) د. جاسم محمد ياسين مظاهر السلوك الاحتكاري وآيات مكافحته في القانونين الكويتي والمصري، رسالة دكتوراة، كلية الحقوق جامعة القاهرة، ٢٠١١، ص ٨٤.

(٢) أحمد عبد الرحمن الملحم، الاحتكار والأفعال الاحتكارية، ط ١، لجنة التأليف والتعريب والنشر، جامعة الكويت، الكويت، ١٩٩٧م، ص ٤٣.

(٣) Schiffman, D.T, & P.T. Spiller, Geographic Market Definition Under the US Department of Justice Merger Guidelines, Journal of Law and Economics, 1980 Vol. 30.

للمنتج في ذات السوق، المعيار الأول وهو معيار مرونة الطلب Elasticity of Demand والذي يعتمد على مدى تحول المستهلكين عن المنتجات الأصلية إلى منتجات أخرى تقوم مقامها بحيث تشبع ذات الحاجات وذلك بسبب التغير الذي يطرأ على أسعار أو حجم عرض المنتجات الأصلية من قبل صاحب الوضع المهيمن.^(١) أما المعيار الثاني فهو معيار مرونة العرض Elasticity of Supply والذي يركز على جانب العرض ومدى قدرة المنافسين على تزويد المستهلكين بمنتجات بديلة عن المنتجات محل الهيمنة عندما يقوم صاحب الوضع المهيمن برفع الأسعار أو تحديد حجر المعروض منها للحد من المنافسة في السوق المعنية، بمعنى هو المعيار الذي يعتمد على إمكانية تزويد المستهلك بالسلعة والمنتج البديل الذي يقوم مقام المنتج محل الهيمنة.^(٢)

ومن التشريعات التي اعتمدت على معيار مرونة الطلب ومعيار مرونة العرض جنباً إلى جنب هو التشريع المصري، فنصت المادة السادسة من اللائحة التنفيذية لقانون مكافحة المنافسة على أن المنتجات المعنية: هي المنتجات التي يعد كل منها من وجهة نظر المستهلك بديلاً عملياً وموضوعياً للآخر، ويؤخذ في هذا التحديد المعايير الآتية: تماثل المنتجات في الخواص وفي الاستخدام، مدى إمكانية تحول المشتريين عن المنتج إلى منتج آخر نتيجة للتغير النسبي في السعر أو في أية عوامل تنافسية أخرى، ما إذا كان البائعون يتخذون قراراتهم التجارية على أساس تحول المشتريين عن المنتجات إلى منتجات أخرى نتيجة التغير النسبي في السعر أو في العوامل التنافسية الأخرى، السهولة النسبية التي يمكن بها للأشخاص الأخرى دخول سوق المنتج، مدى توافر المنتجات البديلة أمام المستهلك.

(١) خليل فكتور تادرس، المركز المسيطر للمشروع في السوق المعنية على ضوء أحكام حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية، ب ط، دار النهضة العربية، القاهرة، ص ٧٣.

(٢) د. سامي عبد الباقي إساءة استغلال المركز المسيطر في العلاقات التجارية، دار النهضة العربية، ص ٧٦-٧٧، ٢٠١١-٢٠١٢.

أما العنصر الثاني من عناصر تحديد السوق المعنية فهو السوق الجغرافية Geographic Market والتي تم تعريفها من قبل المحكمة العليا الأمريكية بأنها " منطقة المنافسة الفعالة التي يعمل فيها البائع والتي يمكن فيها للمشتري أن يتحول بشكل عملي إلى مزودين آخرين".^(١)

ولقد عرف الفصل الأول " التعريفات والأحكام العامة" من قانون المنافسة الكويتي الجديد النطاق الجغرافي بالمنطقة التي يتم فيها استبدال المنتجات التي يعد كل منها بديلاً عن الآخر. ومع ذلك، يلاحظ أن قانون المنافسة الكويتي قد أحجم أيضاً عن وضع تفاصيل مباشرة عن السوق الجغرافية في تعريفه للسوق المعنية والنطاق الجغرافي لها، فلم يضع أي معايير يتم من خلاله البحث حول حدود نشاط مشروع معين؛ للتأكد من كونه حائزاً لمركز مهيمن، كما لم يأخذ بمحدودية النطاق الجغرافي للسوق.

ولفهم هذا النقص التشريعي وفق القانون الكويتي، تضمن قانون المنافسة المصري تفاصيل مباشرة عن السوق الجغرافية في تعريفه للسوق المعنية والنطاق الجغرافي لها، فعرفت المادة السادسة من القانون المصري السوق الجغرافية بأنها « منطقة جغرافية معينة تتجانس فيها ظروف التنافس مع أخذ فرص التنافس المحتملة في الاعتبار». وقد وضحت اللائحة التنفيذية لذات القانون في المادة السادسة المعايير التي يتم من خلالها معرفة إذا ما كانت ظروف المنافسة متجانسة، أم لا إذ نصت على أخذ فرص التنافس المحتملة بعين الاعتبار المعايير الآتية:

- ١- مدى القدرة على انتقال المشتريين بين مناطق جغرافية نتيجة التغيرات النسبية في الأسعار أو في العوامل التنافسية الأخرى.
- ٢- ما إذا كان البائعون يتخذون قراراتهم التجارية على أساس انتقال المشتريين بين المناطق الجغرافية المختلفة نتيجة التغيرات النسبية في أسعار أو في العوامل التنافسية أخرى.

(¹) Tampa Elec. Co. v. Nashville Coal Co., 365 U.S. 320 (1961)

- ٣- السهولة النسبية التي يستطيع بمقتضاها أشخاص آخرون دخول السوق المعنية.
- ٤- تكاليف النقل بين المناطق الجغرافية؛ بما في ذلك تكلفة التأمين والوقت اللازم لتزويد المنطقة الجغرافية بالمنتجات المعنية من أسواق أو مناطق جغرافية أخرى أو من الخارج.
- ٥- الرسوم الجمركية والقيود غير الجمركية على المستويين المحلي والخارجي.

المطلب الثاني

صور الممارسات المحظورة على المركز المهيمن

بادئ ذي بدء لا بد من الإشارة إلى أن مفهوم إساءة استغلال مركز المهيمن لموقعه في السوق المعنية هي فكرة موضوعية وليس شخصية،^(١) بمعنى أن تقرير متى يسيء المركز المهيمن استغلال موقعه يكون بناء على الممارسات والأفعال والتصرفات التي يقوم بها المركز المهيمن والتي تؤثر على إعاقة المنافسة والحد منها وذلك بالمخالفة لقواعد العدالة والشرف التي تقتضيها مبادئ التجارة وليس بمجرد تحقق الهيمنة للمركز المهيمن في السوق المعنية.^(٢) لذلك، سأتناول في هذا المطلب أهم الممارسات التي قد يمارسها المركز المهيمن بقصد إساءة استغلال موقعه، وهي الإساءة من خلال التسعير (أولاً)، والإساءة من خلال التعامل (ثانياً).

(١) د. وليد عزت الدسوقي الوضع المسيطر في قانون حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية، دراسة مقارنة في القوانين المصري والأمريكي والأوروبي، رسالة دكتوراة، كلية الحقوق، جامعة المنوفية، بدون سنة ص ٤٩.

(٢) د. فؤاد محسن جمعان الوضع المسيطر في قانون حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية في كل من القانونين المصري واليمن، رسالة ماجستير، معهد البحوث والدراسات العربية، جامعة الدول العربية، ص ٥٣، ٢٠١٧.

أولاً: الإساءة من خلال التسعير:

من أهم الممارسات التجارية التي يباشرها المركز المهيمن من أجل المحافظة على مركزه في السوق أو تعزيز هذا المركز هي التلاعب بآلية الأسعار في السوق، ويستطيع أن يتلاعب المركز المهيمن بأسعار السوق إما عن طريق البيع بخسارة " البيع الافتراضي"، أو عن طريق التسعير التمييزي.^(١)

ويقصد بالتسعير الافتراضي Predatory Pricing قيام صاحب الوضع المهيمن ببيع منتجاته بسعر منخفض جداً بغية استبعاد منافسيه خارج السوق ليظفر بأعلى معدل أرباح بعد إقصاء منافسيه، فيقوم وفقاً له بزيادة انتاجه وتخفيض أسعاره إلى أقل من مستوى التكلفة وذلك ليحتكر السوق ومن ثم يقوم برفع أسعاره بعد انتهاء فترة التسعير الافتراضي لتعويض الخسائر التي تكبدها أثناء القيام بهذه العملية.^(٢)

وبمعاينة قانون المنافسة الكويتي الجديد، نجد أن المادة الثامنة منه قد أتت بصيغة عامة تحظر على الوضع المهيمن من إساءة استغلال موقعه في السوق المعنية دون أن تنص صراحة على البيع الافتراضي كصورة من صور إساءة الموقع المهيمن لموقعه في السوق، أو أن تشير إلى آلية تحديد بعض المصطلحات التي سوف تساعد على تحديد ما إذا قام المركز المهيمن بالبيع الافتراضي، حيث نصت على أنه: "يحظر على أي شخص إساءة استغلال الوضع المهيمن، وتعد إساءة استغلال للوضع المهيمن أي ممارسة تؤدي إلى تقييد المنافسة في السوق المعنية أو تقييدها أو الحد منها".

وقد يري البعض أن عدم النص على البيع الافتراضي وفق المادة الثامنة لن يؤثر ولن يعيق عدم إمكانية تحديد قيام صاحب المركز المهيمن بإساءة

(١) د. أمل محمد شلبي الحد من آليات الاحتكار منع الاغراق والاحتكار من الوجهة القانونية، دار الجامعة الجديدة، ٢٠٠٦، ص ١١٧-١١٨.

(٢) Raimundas Moisejevas, Predatory Pricing: A Framework For Analysis, Baltic Journal of Law & Politics, Volume 10, No 1 2017, At Page 127.

استغلال موقعه من عدمه، وذلك لأن المشرع الكويتي قد أتى بصيغة عامة وشاملة تشمل جميع التصرفات التي تشكل إساءة من قبل صاحب المركز المهيمن لموقعه في السوق المعنية ومنها البيع الافتراضي، ناهيك عن أن عدم النص على سلوك محدد يفترض معه قيام صاحب المركز المهيمن بالبيع الافتراضي سيمكن الجهات الرقابية من الصمود أمام تنوع الممارسات التي قد يقوم بها صاحب المركز المهيمن والتي ترمي لتحقيق البيع الافتراضي، حيث إن تحديد طرق البيع الافتراضي سيجعل من النص القانوني عاجزا وقاصرا عن الإحاطة الشاملة بسلوك المركز المهيمن.

ومن قبلنا، نعتقد أنه لا يمكن التسليم بهذا الرأي، وآية ذلك أن التسعير الافتراضي المحظور هو التسعير الذي يكون بناء على أسس محاسبية وفنية تهدف إلى ضمان عدم إساءة صاحب المركز المهيمن لموقعه في السوق بغرض عرقلة دخول منافسين جدد أو إقصاء منافسين حاليًا، الأمر الذي يتطلب معه وجوب النص عليه صراحة في القانون واللائحة التنفيذية للقانون بل وجوب تنظيم آلية معينه يمكن معها تحديد إذا ما كان التمييز في الأسعار الذي قام به صاحب المركز المهيمن يؤدي إلى تحقيق هذه الأهداف من عدمها، تأكيداً على ذلك، حظرت الفقرة ح من المادة ٨ من قانون المنافسة المصري بيع المنتجات بسعر يقل عن تكلفتها الجدية أو متوسط تكلفتها المتغيرة،^(١) وفي ذات الاتجاه، حظر البند (ب) من المادة السادسة من قانون المنافسة الإماراتي صراحة على أية منشأة ذات وضع مهيمن في السوق المعنية أن تقوم ببيع سلعة أو أداء خدمة بسعر يقل عن تكلفتها الفعلية بهدف عرقلة دخول المنشآت المنافسة للسوق المعنية أو إقصائها منه، أو تعريضها لخسائر بشكل يصعب معه الاستمرار في أنشطتها.^(٢)

(١) ولقد عرفت المادة ١٣ من اللائحة التنفيذية لقانون المنافسة المصري التكلفة الجدية بأنها نصيب الوحدة من المنتجات من إجمالي التكاليف خلال فترة زمنية محددة، في حين عرفت ذات المادة متوسط التكلفة المتغيرة بأجمالي التكاليف المتغيرة مقسوماً على عدد وحدات من المنتجات.

(٢) وهذا ما قرره أيضاً البند الثالث من المادة ٤ من قانون حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية القطري والذي حظر على صاحب المركز المهيمن " الامتناع بغير مبرر مشروع عن إبرام صفقات بيع =

بالقابل من ذلك، قد يلجأ المركز المهيمن إلى آلية أخرى في التمييز في الأسعار ألا وهي التسعير التمييزي Price Discrimination والذي يقوم من خلاله المركز المهيمن ببيع منتجين متطابقين من حيث الجودة والدرجة والنوع بأسعار مختلفة، بمعنى يقوم المركز المهيمن بفرض أسعار مختلفة لمشتريين مختلفين لذات السلعة،^(١) فعلى سبيل المثال، قد يقوم صاحب المركز المهيمن ببيع كمية من منتج معين لتاجر مجاور له بسعر ثابت متضمنة مصاريف التسليم، وفي ذات الوقت، يقوم ببيع ذات الكمية وبذات السعر متضمنة مصاريف التسليم لتاجر آخر يكون في منطقة بعيدة، وبذلك يكون صاحب المركز المهيمن قد مارس التسعير التمييزي الذي يقيد ويحد من المنافسة المشروعة في السوق المعنية؛ لأن التاجر الثاني الذي يكون في منطقة بعيدة يجب أن تكون تكاليف النقل إليه أكثر من التاجر الذي يكون في المنطقة القريبة، ومع ذلك وبسبب التسعير التمييزي، ستكون عوائد البيع للتاجر المجاور مساوية لعوائد البيع للتاجر الذي يكون في منطقة بعيدة، في حين يفترض أن تكون عوائد البيع مختلفة بينهم في غياب التسعير التمييزي.

وعلى الرغم من خطورة التسعير التمييزي، لم ينص قانون المنافسة الكويتي الجديد على حظر التسعير التمييزي كصورة خاصة من صور إساءة

=شراء أحد المنتجات مع أي شخص، أو بيع المنتجات محل تعامله أقل من التكلفة الفعلية أو بوقف التعامل معه كلياً، وبما يؤدي إلى الحد من حريته في دخول السوق أو الخروج منه في أي وقت".

(¹) Richard Posner, Antitrust Law, Second Edition, University of Chicago Press, Chicago and London, 2001 At Pages 79-80; See also Richard A. Mann, Barry S. Roberts, Business law and the Regulation of Business, 15 th Edition, university of north Carolina, south- western, Canada, chapter antitrust , P 849 . Retrieved January 11, 2018 Available At https://books.google.ae/books?id=0KgHkgAACAAJ&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

استغلال المركز المهيمن لموقعه في السوق،^(١) وهذا ما سيرتب عليه نتيجة في غاية الأهمية، ألا وهي أن أي تمييز في الأسعار يقوم به صاحب المركز المهيمن وإن كان يقيد بشكل طفيف من المنافسة أو يحد منها دون أن يؤثر بشكل جوهري على المنافسة في السوق، سيعتبر إساءة من قبل صاحب المركز المهيمن لموقعه في السوق وفق القانون الكويتي، وآية ذلك أن المادة الثامنة لم تتضمن استثناءات تراعي التمييز في الأسعار الناتج عن الاختلافات في تكاليف التصنيع أو البيع أو التوزيع والذي يطلع عليه بتبرير التكلفة، أو عندما تستلزم ظروف السوق ذلك كما في حالة ركود المبيعات أو في حالة المبيعات التي تكون عرضة للتلف، والتي قد ينتج عنها الحد بشكل بسيط من حرية المنافسة دون تقييدها أو الحد منها بشكل مطلق.

ومن القوانين المقارنة التي أجازت التمييز في الأسعار إذا كان التمييز في الأسعار لا يؤثر بشكل جوهري على المنافسة في السوق هو قانون روبنسون باتمان الأمريكي،^(٢) فقد حظر البند الأول من المادة الثانية من قانون روبنسون

(١) فكما بينا أن المادة الحاكمة لإساءة صاحب المركز المهيمن لموقعه في السوق المعنية وفق القانون الكويتي الجديد قد نصت فقط على: "يحظر على أي شخص إساءة استغلال الوضع المهيمن، وتعد إساءة استغلال للوضع المهيمن أي ممارسة تؤدي إلى تقييد المنافسة في السوق المعنية أو تقييدها أو الحد منها". كذلك تجدر الإشارة إلى أن قانون المنافسة الكويتي الجديد لم ينطرق إلى آلية التسعير التمييزي عند تنظيمه للاتفاقات والأعمال التي تكون وفق علاقات أفقية أو رأسية، حيث حظر قانون المنافسة المشروعة الكويتي الجديد فقط تحديد أسعار المنتجات محل التعامل بشكل مباشر أو غير مباشر بالرفع أو خفض أو التثبيت عندما تتناول حظر قياد الأشخاص بأي اتفاقات أو أعمال مرتبطة بعلاقات أفقية. انظر إلى المواد الخامسة والسادسة من القانون رقم ٧٢ لسنة ٢٠٢٠ في شزن حماية المنافسة.

(٢) ولقد تم اعتماد قانون روبنسون - باتمان في عام ١٩٣٦، كتعديل لقانون كلايتون، والذي كان الغرض من إقراره أن يحمي الشركات ومؤسسات الأعمال صغيرة الحجم من الأضرار التي يحتمل أن تصيبها جراء تلك الممارسات المتضمنة لتمييز في الأسعار، والتي تقوم بممارستها المؤسسات الكبرى كي تضر بتلك الشركات أو المؤسسات الأصغر حجماً؛ رغبة منها في تقييد منافستها لها. انظر:

Alden F. Abbott, A Brief Overview of American Antitrust Law, The University of Oxford Centre for Competition Law and Policy, The Competition Law & Policy Guest Lecture Programmer, 2005, At p. 2.

كل من يعمل بالتجارة أثناء ممارسته لتلك التجارة أن يقوم بالتمييز السعري سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة بين مشتريين مختلفين لبضائع متماثلة بالدرجة والجودة، إذا كان من شأن التسعير التمييزي أن يؤثر بشكل جوهري في تقليل المنافسة أو خلق احتكار في أي شكل من أشكال التجارة.^(١) وفي قوانين الدول العربية، نجد أن المشرع الإماراتي قد نص في المادة السادسة من قانون المنافسة على حظر التسعير التمييزي غير المبرر بين العملاء، بالتالي وبمفهوم المخالفة، أجاز قانون المنافسة الإماراتي التسعير التمييزي إذا كان مبررا ولا يؤدي إلى التقييد أو الحد من المنافسة المشروعة في السوق المعنية، كالتمييز بسبب تكاليف التصنيع أو البيع أو التوزيع.

ثانياً: الإساءة من خلال التعامل

إن الأصل في المعاملات التجارية هي حرية التاجر في التعامل مع من يريد من التجار الآخرين، وكذلك له في ذات الوقت حق رفض التعامل مع أي تاجر لا يريد التعامل معه،^(٢) ومع ذلك فإن هذا الأصل العام يرد عليه قيد وشرط أن لا يؤدي هذا الأصل إلى الاحتكار والإضرار بالمنافسة أو التقييد منها إذا صدر من قبل المركز المهمين، فقد يلجأ صاحب المركز المهمين في السوق المعنية إلى الامتناع عن التعامل أو بتعليق التعامل معهم على شراء منتجات أخرى مع بقية المنشأة والزبائن للحفاظ على مركزه كمهيمن في السوق واستحواذه على أكبر حصة ممكنة في السوق بدلا عن التمييز في آليات التسعير في السوق.^(٣) عليه، فإن مصطلح الامتناع عن التعامل refuse to deal يظهر فقط عندما تمتنع منشأة ذات مركز مهيمن عن بيع منتجاتها

(^١) 1. 15 U.S.C. §§ 13-13b, 21a (1976). The first section of the Act is an amendment to section 2 of the Clayton Act, ch. 323, § 2, 38 Stat. 730, 730-31 (1914).

(^٢) أبو شادي، محمد إبراهيم، حماية المنافسة ومكافحة الاحتكار في الاقتصاد المصري دراسة مقارنة في التشريعين المصري والأمريكي (القاهرة: دار النهضة العربية، 2009

(^٣) القانون النموذجي بشأن المنافسة، سلسلة دراسات الاونكتاد بشأن قضايا وسياسة المنافسة، مؤتمر الامم المتحدة للتجارة والتنمية، جنيف، 2000م، ص ٥٤.

لمنشأة أخرى دون سبب يبرر أو عندما تقرر بيع منتجاتها بسعر مرتفع للغاية وذلك لتعزيز مكانتها وهيمنتها على السوق المعنية.^(١)

ومن أهم صور عدم التعامل هو البيوع المترابطة أو المشروطة A Conditional Refuse To Deal والتي تظهر عندما يقوم صاحب المركز المهمين برفض بيع المنتج محل التعامل الأصلي أو ربط موافقته على بيع هذا المنتج إلا إذا تم شراء منتج آخر غير مرتبط بالمنتج الأصلي وذلك لضمان بيع المنتج المرتبط الذي يكون أقل طلبا في السوق من المنتج الأصلي.^(٢)

(١) وتجدر الإشارة إلى أن مصطلح الامتناع عن التعامل يختلف عن حملات المقاطعة التجارية التي يقوم بها المستهلكين في السوق المعنية، فكما يرى الدكتور حسام توكل موسى " أن المقاطعة، هي شكل من أشكال السلوك المضاد للاستهلاك، تطلق لأسباب أخلاقية وسياسية، كوسيلة يعبر عنها المستهلكون عن عدم رضاهم عن منتج ما، أو سلوك مؤسسة ما". ويضيف الدكتور حسام بأن غالبا ما تكون المقاطعة من قبل جمعية المستهلكين، وتقدم كشكل من أشكال الرقابة الاجتماعية للأعمال أو التجارة، لذا فقوتها تتبع من المشاركة الواسعة من قبل المستهلكين، بالتالي، فهي غير مرحب بها من قبل التجار لما تسببه من تأثير ضار على سمعة الشركات ومنتجاتها، ويتضح أثر المقاطعة بصورة كبيرة على السوق في الدول الرأسمالية، حيث يكون لقرارات المستهلكين تأثير على السوق، فعدم الرضا عن السلع أو الخدمات المقدمة، يجعل المستهلكين يحولون اتجاهاتهم إلى سلع أو خدمات أخرى، وهو ما يكون ضغط اقتصادي على الشركة المستهدفة Economic Pressure. انظر إلى د. حسام توكل موسى، حملات المقاطعة التجارية: سلاح المستهلك لحمايته من الممارسات غير العادلة في السوق، ص ٦٩ - ٧١.

(٢) ويكون عدم التعامل من المركز المهمين إما بشكل مباشر أو غير مباشر، فيكون عدم التعامل المباشر عن طريق اقتضاره على توزيع منتج دون غيره في منطقة معينة وذلك على أساس جغرافي أو على أساس فترات زمنية أو على أساس انتقائي والذي يكون فيه توزيع المنتج لعملاء معينين، في حين يكون الامتناع عن التعامل بطريقة غير مباشرة من قبل المركز المهمين عندما يقوم بالتعامل على خلاف أسلوب التعامل التجاري المستقر والمتعارف عليه، فقد يرفض صاحب المركز المهمين رفض البيع بسعر الجملة، أو أن يدعي عدم توافر السلعة التي طلبها العميل أو المنشأة في الشوق المعنية، أو أن يصدر منه أي فعل يؤدي إلى عدم التصنيع أو الإنتاج أو التوزيع لفترة معينة، أو حتى عندما يجعل من شروط العقد مستحيلة للقبول من قبل المشتري، بل أكثر من ذلك عندما يشترط المركز المهمين على عملائه ألا يمكننا شخص منافس له في السوق المعنية من استخدام أو الحصول على الخدمات التي يحصلون عليها من قبل المركز المهمين.

ويكون عدم التعامل من المركز المهيمن إما بشكل مباشر أو غير مباشر، فيكون عدم التعامل المباشر عن طريق اقتصاره على توزيع منتج دون غيره في منطقة معينة وذلك على أساس جغرافي أو على أساس فترات زمنية أو على أساس انتقائي والذي يكون فيه توزيع المنتج لعملاء معينين،^(١) في حين يكون الامتناع عن التعامل بطريقة غير مباشرة من قبل المركز المهيمن عندما يقوم بالتعامل على خلاف أسلوب التعامل التجاري المستقر والمتعارف عليه، ففد يرفض صاحب المركز المهيمن رفض البيع بسعر الجملة، أو أن يدعي عدم توافر السلعة التي طلبها العميل أو المنشأة في الشوق المعنية، أو أن يصدر منه أي فعل يؤدي إلى عدم التصنيع أو الإنتاج أو التوزيع لفترة معينة، أو حتى عندما يجعل من شروط العقد مستحيلة للقبول من قبل المشتري، بل أكثر من ذلك عندما يشترط المركز المهيمن على عملائه ألا يمكنوا شخص منافس له في السوق المعنية من استخدام أو الحصول على الخدمات التي يحصلون عليها من قبل المركز المهيمن.^(٢)

ويعود سبب حظر البيوع المترابطة والمشروطة وفق قوانين المنافسة إلى أن هذا الآلية من التعامل من قبل المركز المهيمن ستؤثر بشكل سلبي على حرية التجارة لأنها ستؤدي إلى زيادة أعباء المشتري الذي قد لا يريد شراء المنتج المربوط لعدم حاجته له أو تؤدي إلى إجباره لشراء المنتج المربوط بالسعر الذي قد لا يرغب به؛ لأن ذات المنتج المربوط قد يكون متوفراً بسعر أقل عند بائعين آخرين في السوق المعنية،^(٣) تأكيداً على ذلك،

(١) Refusal to Deal and the Doctrine of Essential Facilities in US and EC Competition Law: a Comparative Perspective and a Proposal for a Workable Analytical Framework, 2007, European Law Review, Vol. 32, no. 5, p. 664, available at: <https://srn.com/abstract=1737710>

(٢) Liyang Hou, Refusal to Deal within EU Competition Law, 2010, p.1. Available at: <http://ssrn.com/abstract=1623784>

(٣) د. أمل محمد شلبي الحد من آليات الاحتكار منع الإغراق والاحتكار من الوجهة القانونية، دار الجامعة الجديدة، ٢٠٠٦، ص ١٤٨.

قررت المحكمة العليا في الولايات المتحدة الأمريكية United States V. Microsoft Corp. أن شركة مايكروسوفت قد أساءت استغلال مركزها المهيمن وذلك عندما قامت بربط استخدام Internet Explore بشراء برنامج Windows والذي يعتبر إساءة لمركزها المهيمن وفق البيع المشروط والمترايط.^(١)

وبالعودة إلى قانون المنافسة الكويتي الجديد، نجد أنه لم يتطرق إلى فكرة إساءة صاحب المركز المهيمن لموقعه عن طريق الإساءة من خلال التعامل عن طريق البيوع المترابطة أو المشروطة كما قرر قانون المنافسة المصري، حيث قررت الفقرة (أ) من المادة الثامنة من قانون المنافسة المصري على عدم جواز تعليق إبرام عقد أو اتفاق أو شراء لمنتج على شرط قبول التزامات أو منتجات تكون بطبيعتها أو بموجب الاستخدام التجاري للمنتج غير مرتبطة به أو بمحل التعامل الأصلي أو الاتفاق. ونعتقد أنه كان الأجدر على المشرع الكويتي أن يساير المشرع المصري بنصه صراحة على البيوع المترابطة والمشروطة في صدد تنظيمه لإساءة صاحب المركز المهيمن لموقعه في السوق المعنية، وسبب ذلك أن غياب نصوص قانونية تنظم وتوضح ماهية هذه البيوع لن يتيح للجهات الرقابية إمكانية مواكبة التطورات التي يفرزها الواقع العملي، فإذا كانت هناك أمثلة -على سبيل المثال وليس الحصر- على البيوع المترابطة كما قرر المشرع المصري، ستستطيع الجهات الرقابية من أن تطور من النصوص القانونية الحاكمة لهذه البيوع إذا ما أفرزت التطورات الاقتصادية في الواقع العملي حالات جديدة يمكن أن يستخدمها صاحب المركز المهيمن.

(^١) United States v. Microsoft Corp., 87 F. Supp. 2d 30 (D.D.C. 2000).

الخاتمة

ركزت هذه الدراسة على الأطر التشريعية التي تحظر الممارسات المقيدة للمنافسة المشروعة وفق قانون المنافسة الكويتي الجديد (٧٢ لسنة ٢٠٢٠) والتي من شأنها أن تكافح الاحتكار وتواكب مواثيق حرية الاقتصاد وخلق مناخ اقتصادي صحي على غرار ما يحدث في الدول المتقدمة وهذا ما سيحسن من وضع الكويت دولياً واقتصادياً ويجعلها في مصاف الدول المتقدمة والتي تسعى للنهوض الدائم في الاقتصاد. وتوصلت هذه الدراسة إلى أن التنظيم القانوني للممارسات المقيدة للمنافسة وفق قانون المنافسة الكويتي الجديد قد شابه بعض القصور التشريعي، وهي كالاتي:

- حظر قانون المنافسة الكويتي الجديد الأطراف المرتبطة بعلاقة أفقية على سبيل الحصر وليس المثال وهذا ما قد يترتب عليه إمكانية المتنافسين في السوق من عقد اتفاقات لم ترد في القانون.
- لم يتضمن قانون المنافسة الكويتي الجديد قواعد وأحكام خاصة لماهية الممارسات التي قد يقوم بها صاحب الوضع المهيمن وتؤدي إلى تقييد المنافسة أو الحد منها كما فعلت أغلب الأنظمة القانونية المقارنة.
- توصلت هذه الدراسة إلى أن الاستثناءات التي سوف تخضع لها الاتفاقات المقيدة للمنافسة والمركز المهيمن في السوق محاطة بحالة من الغموض وذلك بسبب عدم تحديد معنى محدد للمصطلحات والمفاهيم التي سوف يتم بناء عليها استثناء المتنافسين من الأعمال الضارة بالمنافسة، وهذا ما قد يترتب عليه أن تطبيق هذه الاستثناءات سوف يخضع لمعايير غير موضوعية ومعايير مزدوجة من شأنها أن تعيق القانون من تحقيق هدفه الرئيسي ألا وهو حماية وكفالة المنافسة المشروعة في السوق الكويتي.
- أتى قانون المنافسة الكويتي الجديد بصيغة عامة تحظر على الوضع المهيمن من إساءة استغلال موقعه في السوق المعنية دون أن ينص صراحة

- على البيع الإفتراضي كصورة من صور إساءة الموقع المهيمن لموقعه في السوق، أو أن يشير إلى آلية تحديد بعض المصطلحات التي سوف تساعد على تحديد ما إذا قام المركز المهيمن بالبيع الإفتراضي.
- لم ينص قانون المنافسة الكويتي الجديد على حظر التسعير التمييزي كصورة من صور إساءة استغلال المركز المهيمن لموقعه في السوق.
- لم يتطرق إلى فكرة إساءة صاحب المركز المهيمن لموقعه عن طريق الإساءة من خلال التعامل عن طريق البيوع المترابطة أو المشروطة.

وفي ختام هذه الدراسة، فإننا نوصي المشرع الكويتي بهذه المقترحات:

- وجوب تعديل المادة الخامسة من قانون المنافسة المشروعة بإدخال آلية لتحديد الأسعار وعدم جعلها محظورة بشكل مطلق.
- وجوب تضمين قانون المنافسة المشروعة واللائحة التنفيذية المعايير أو الصور التي سوف يتم بناء عليها تحديد آلية التواطؤ في تقديم العطاءات أو العروض لبيع، أو توريد أي منتج بين الأشخاص.
- وجوب تعديل قانون المنافسة المشروعة بتنظيم اتفاق الحد من حرية تدفق السلع والخدمات إلى السوق المعنية أو إخراجها منه.
- وجوب تعديل قانون المنافسة المشروعة بتنظيم اتفاقات تبادل المعلومات التي يتم تحديد السياسة السعرية أو الإنتاجية على أساسها، واتفاق الأطراف على عرقلة دخول الأشخاص والمنتجات إلى السوق وذلك للتقييد من المنافسة.
- وجوب تعديل قانون المنافسة عن طريق تحديد معايير واضحة ومحددة للاستثناءات التي ستخضع لها الاتفاقات المقيدة للمنافسة، بحيث يمكن معها تحديد بعض المصطلحات كالانتمية الاقتصادية، تحسين الكفاءة أو الجدوى الفنية التي تحملها الاتفاقات المقيدة للمنافسة حتى يتم استثنائها من أحكام هذا القانون.

-
- وجوب تعديل قانون المنافسة المشروعة بإضافة استثناء الاتفاقات ضعيفة الأثر التي لا تتجاوز الحصة الإجمالية للمنشآت التي تكون طرفاً فيها لنسبة مؤثرة في السوق من شأنها أن تقيد من حرية المنافسة أو تعيقها أو تحد منها.
 - وجوب تعديل قانون المنافسة المشروعة عن طريق إضافة آلية لتحديد مصطلح المنتجات البديلة في السوق المعنية، كمعيار مرونة الطلب، ومعيار مرونة العرض.
 - وجوب النص صراحة على حظر البيع الإفتراضي كصورة من صور إساءة الموقع المهيمن لموقعه في السوق المعنية.
 - وجوب تعديل قانون المنافسة الكويتي الجديد بحظر التسعير التمييزي كصورة من صور إساءة استغلال المركز المهيمن لموقعه في السوق.
 - وجوب تنظيم فكرة إساءة صاحب المركز المهيمن لموقعه عن طريق الإساءة من خلال التعامل عن طريق البيوع المترابطة أو المشروطة.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية

الكتب والأبحاث العلمية:

- أبو زيد، أميرة عبدالغفار، الوسائل القانونية لمكافحة الممارسات الاحتكارية وحماية المنافسة -دراسة مقارنة بين القانون المصري والتشريعات الأمريكية المقابلة"، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، مصر، ٢٠١٠.
- أبو شادي، محمد إبراهيم، حماية المنافسة ومكافحة الاحتكار في الاقتصاد المصري دراسة مقارنة في التشريعين المصري والأمريكي، القاهرة، دار النهضة العربية، ٢٠٠٩
- أحمد عبد الرحمن الملحم، الاحتكار والأفعال الاحتكارية، ط1، لجنة التأليف والتعريب والنشر، جامعة الكويت، الكويت، 1997.
- خليل فكتور تادرس، المركز المسيطر للمشروع في السوق المعنية على ضوء أحكام حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية، ب ط، دار النهضة العربية، القاهرة.
- د. أسامة فتحى عبادة يوسف، النظام القانوني لعمليات التركيز الاقتصادى في قانون المنافسة دراسة تحليلية مقارنة، رسالة دكتوراه، جامعة المنصورة، دارالفكر والقانون، الطبعة الأولى ٢٠١٤.
- د. أمل محمد شلبى الحد من آليات الاحتكار منع الإغراق والاحتكار من الوجهة القانونية، دار الجامعة الجديدة، ٢٠٠٦.
- د. جاسم محمد ياسين مظاهر السلوك الاحتكارى وآيات مكافحته فى القانونين الكويتى والمصرى، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق جامعة القاهرة، ٢٠١١.
- د. حسام توكل موسى، حملات المقاطعة التجارية: سلاح المستهلك لحمايته من الممارسات غير العادلة في السوق،

- د. سامي عبد الباقي إساءة استغلال المركز المسيطر في العلاقات التجارية، دار النهضة العربية، ٢٠١١-٢٠١٢.
- د. صبري مصطفى حسن السبك، دعوى المنافسة غير المشروعة، مكتبة الوفاء القانونية الإسكندرية ٢٠١٢.
- د. طعمة صعفك الشمري، أحكام المنافسة غير المشروعة في القانون الكويتي، مجلة الحقوق العدد ١. السنة ١٩. مارس ١٩٩٥. ص.
- د. عمر محمود حسن، المحل التجاري في الفقه الإسلامي، منشورات الحلبي الحقوقية، الطبعة الأولى، بيروت ٢٠١٥.
- د. فؤاد محسن جمعان الوضع المسيطر في قانون حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية في كل من القانونين المصري واليمني، رسالة ماجستير، معهد البحوث والدراسات العربية، جامعة الدول العربية.
- د. لويس فوجال، المطول في القانون التجاري الفرنسي، ج ريبير - زدوبلو (ترجمة منصور القاضي)، مؤسسة مجد، ج، م، ١، طبعة ١، بيروت ٢٠٠٧.
- د. وليد عزت الدسوقي، الوضع المسيطر في قانون حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية، دراسة مقارنة في القوانين المصري والأمريكي والأوروبي، رسالة دكتوراة، كلية الحقوق، جامعة المنوفية، بدون سنة نشر.
- محي الدين إسماعيل، شرح قانون التجارة الجديد (القاهرة: دار النهضة العربية، ١٩٩٩).

ثانياً: المراجع الأجنبية

الكتب والأبحاث العلمية:

- Albert A. Foer, Jonathan W. Cuneo, The International Handbook on Private Enforcement of Competition Law (Massachusetts: Edward Elgar Publishing, 2010), p. 45.

- Alden F. Abbott, A Brief Overview of American Antitrust Law, The University of Oxford Centre for Competition Law and Policy, The Competition Law & Policy Guest Lecture Programmer, 2005, At p. 2.
- Alfonso Miranda Londoño, COMPETITION LAW IN LATIN AMERICA , Available At
<https://centrocedec.files.wordpress.com/2010/06/cornell-lacompetition-20123.pdf>, P.3
- Debra J. Pearlstein et al., Antitrust Law Developments (Chicago: American Bar Association, 2002), p. 1556;
- Diane P. Wood, " e U.S. Antitrust Laws in a Global Context," 2004 Columbia Business Law Review 265 (2004). P. 267.
- George J. Stigler, The Origin of the Sherman Act, The Journal of Legal Studies Vol. 14, No. 1 (Jan., 1985), pp. 1-12.
- Hiroshi Iyori, A Comparison of U.S.-Japan Antitrust Law: Looking at the International Harmonization of Competition Law, 4 Pac. Rim L & Pol'y J. 59 (1995). P. 62.
- Joseph P. Bauer, A Federal Law of Unfair Competition: What Should Be the Reach of Section 43(a) of the Lanham Act?, 31 UCLA L. Rev. 671 (1983-1984).
- Liyang Hou, Refusal to Deal within EU Competition Law, 2010, p.1. Available at: <http://ssrn.com/abstract=1623784>

- Maryanne Cline HOROWITZ(ed.), New Dictionary of the History of Ideas, Vol.3,Thomson Gale, New Haven, 2005, p. 1267
- Raimundas Moisejevas and Ana Novosad, Some thoughts concerning the main goals of competition law, Jurisprudence. No. 20(2) (2013) At Page 630.
- Raimundas Moisejevas, Predatory Pricing: A Framework For Analysis, Baltic Journal of Law & Politics, Volume 10, No 1 2017, At Page 127.
- Refusal to Deal and the Doctrine of Essential Facilities in US and EC Competition Law: a Comparative Perspective and a Proposal for a Workable Analytical Framework, 2007, European Law Review, Vol. 32, no. 5, p. 664, available at: <https://srn.com/abstract=1737710>
- Richard Posner, Antitrust Law, Second Edition, University of Chicago Press, Chicago and London, 2001 At Pages 79-80.
- Rita Yi Man Li, Herru Ching Yu Li, Cho Kei Mak and Po Kei Chan, Rationales for the Implementation of Competition Law in EU, the US and Asia: Content Analysis and Data Visualization Approach, Asian Journal of Law and Economics · August 2016 , P. 6 .
- Robert H. Nelson, Economics As Religion- From Samuelson to Chicago and Beyond, The Pennsylvania State University Press, PA, 2001, pp.268-269

- Schiffman, D.T, & P.T. Spiller, Geographic Market Definition Under the US Department of Justice Merger Guidelines, Journal of Law and Economics, 1980 Vol. 30.
- Susan B. Farmer e Impact of China's Antitrust Law and Other Competition Policies on U.S. Companies, 23 Loy. Consumer L. Rev. 34 (2010). At P. 37.

التشريعات والقوانين:

- Anti-Monopoly Law of the People's Republic of China, Available at:
http://www.china.org.cn/government/laws/2009-02/10/content_17254169.htm
- Article (442) Du Code De Commerce Français.
- CAL. BUS. & Prof. Code § 17200.
- Clayton Act, Ch. 323, § 2, 38 Stat. 730, 730-31 (1914).
- Sherman Antitrust Act, 15 U.S.C. § 1 (1890).

الأحكام القضائية:

- Bus. Elecs. Corp. v. Sharp Elecs. Corp., 485 U.S. 717, 723 (1988).
- Cal. Dental Ass'n v. Fed. Trade Comm'n, 526 U.S. 756 (1999); Texaco, Inc. v. Dagher, 547 U.S. 1 (2006).

- Standard Oil Co. v. United States, 221 U.S. 1, 66 (1911);
See also Cont'l T.V., Inc. v. GTE Sylvania Inc., 433 U.S. 36, 49 (1977).
- Tampa Elec. Co. v. Nashville Coal Co., 365 U.S. 320 (1961)
- United States Court of Appeals for the Third Circuit,
Fineman v. Armstrong World Indus., Inc., 980 F.2d 171,
201 (3d Cir. 1992).
- United States of America, Appellant, v. Socony Mobil Oil
Company, Inc., Appellee, 252 F.2d 420 (1st Cir. 1958)
- United States Supreme Court, United States v. E.I. du Pont
de Nemours and Company, 351 US377, 391 (1956)
- United States v. Microsoft, 56 F.3d 1448 (D.C. Cir. 1995).
- United States v. Sealy, Inc., 388 U.S. 350 (1967).