

فعالية قانون حماية المنافسة في مواجهة تحديات الاقتصاد التشاركي
الرقمي في مصر

**The effectiveness of the Competition Protection Law in
facing the challenges of the digital sharing economy
in Egypt**

إعداد

د/ كرم شحات حسن

٢٠٢٥

ملخص

يقيم هذا البحث فعالية قانون حماية المنافسة المصري في مواجهة التحديات التي يفرضها الاقتصاد التشاركي الرقمي، مع التركيز على الممارسات الاحتكارية. يثير توسع منصات مثل "حالاً" و"أمان" في خدمات الدفع الإلكتروني، والتمويل متناهي الصغر، والتقسيم مخاوف كبيرة بشأن المنافسة العادلة والهيمنة على السوق.

يحدد البحث العناصر الأساسية للاقتصاد التشاركي الرقمي، مثل نماذج التعامل المباشر بين النظراء (P2P)، والتأثيرات الشبكية، والمزايا القائمة على البيانات، والتي يمكن أن تخلق حواجز دخول عالية وتؤدي إلى تركّز السوق. كما يقدم دراسة نقدية للقانون رقم ٣ لسنة ٢٠٠٥ وتعديلاته لعام ٢٠٢٢، مشيراً إلى أنها غير مجهزة بالكامل للتعامل مع الطبيعة الديناميكية للأسواق الرقمية.

على الرغم من التأثير السوقي الكبير لمنصات مثل "حالاً" و"أمان"، لم يتم اتخاذ أي إجراءات رئيسية لمكافحة الاحتكار، مما يسلب الضوء على صعوبة تطبيق الأطر القانونية التقليدية على المنصات الرقمية. تشمل التحديات الرئيسية صعوبة تعريف السوق، وتقييم القوة السوقية المستمدة من البيانات، والتصدي للسلوكيات المانعة للمنافسة مثل التواطؤ الخوارزمي والاستحوادات القاتلة (killer acquisitions).

بناءً على الأمثلة الدولية، يوصي البحث بتبني نهج متعدد الجوانب يشمل إصلاحات قانونية شاملة، وتعزيز القدرة المؤسسية للهيئات التنظيمية، وتحسين التعاون بين الوكالات، واعتماد استراتيجية إنفاذ استباقية لضمان سوق رقمية تنافسية.

Summary

This investigation assesses the effectiveness of the Egyptian Competition Law in addressing challenges posed by the digital sharing economy, with a focus on monopolistic practices. The expansion of platforms like Halan and Aman into e-payment, microfinance, and installment services raises significant concerns about fair competition and market dominance.

The research identifies core elements of the digital sharing economy, such as peer-to-peer models, network effects, and data-driven advantages, which can create high entry barriers and lead to market concentration. The study critically evaluates Law No. 3 of 2005 and its 2022 amendments, suggesting they are not fully equipped to handle the dynamic nature of digital markets.

Despite the significant market influence of platforms like Halan and Aman, no major antitrust actions have been taken, highlighting the difficulty of applying conventional legal frameworks to digital platforms. Key challenges include defining the relevant market, assessing market power derived from data, and addressing anti-competitive behaviors like algorithmic collusion and "killer acquisitions."

Drawing on international examples, the research recommends a multi-faceted approach. This includes comprehensive legal reforms, strengthening the institutional capacity of regulatory bodies, enhancing inter-agency cooperation, and adopting a proactive enforcement strategy to ensure a competitive digital marketplace.

المقدمة

إن التحول الرقمي الذي يشهده العالم المعاصر لا يقتصر على كونه تطورًا تكنولوجيًا فحسب، بل يمثل ثورة اقتصادية واجتماعية شاملة تعيد صياغة آليات السوق، وتولد فرصًا واعدة، وتفرض في الوقت ذاته تحديات غير مسبوقة على الأطر التنظيمية القائمة. وفي صميم هذه الثورة، يبرز الاقتصاد التشاركي الرقمي الذي تجاوز مرحلة المفهوم النظري ليصبح واقعًا ملموسًا يؤثر في حياة الملايين حول العالم. وقد أثبت هذا النموذج الاقتصادي، القائم على المنصات الرقمية كحلقة وصل بين الأفراد والكيانات لتبادل السلع والخدمات، قدرته الفائقة على تحقيق كفاءة استثنائية، وتوسيع نطاق الخيارات المتاحة للمستهلكين، وخفض التكاليف التشغيلية على نحو ملحوظ. ولم تكن مصر بمعزل عن هذه التأثيرات العالمية، إذ شهدت الساحة الاقتصادية المحلية بزوغًا لافتًا لشركات وطنية وإقليمية تبنت هذا النموذج، لتصبح مكونًا أساسيًا في النسيج الاقتصادي اليومي.

ومن بين هذه الشركات، يبرز نموذجا "حالياً" و"أمان" كحالتين دراسيتين للنجاح في قطاع الخدمات المالية الرقمية، والتمويل متناهي الصغر، وخدمات التقسيط. لم يقتصر دور هاتين الشركتين على تقديم حلول دفع إلكتروني مبتكرة، بل تجاوز ذلك ليشمل توفير فرص تمويلية لشرائح واسعة من المجتمع، لا سيما الأفراد والمشروعات الصغيرة والمتوسطة التي تواجه تحديات في الوصول إلى الخدمات المصرفية التقليدية. إن هذا الدور المحوري الذي تؤديه هذه الشركات في تعزيز الشمول المالي وتيسير المعاملات التجارية

والشخصية، يضعها في قلب الجدل الأكاديمي والنقاش العام حول مستقبل الاقتصاد المصري وتوجهاته الرقمية.

وفي ظل هذا النمو المتسارع والتأثير المتعاظم، تبرز تساؤلات جوهرية حول مدى كفاية الأطر القانونية والتنظيمية القائمة في مصر، وفي مقدمتها قانون حماية المنافسة، وقدرتها على مواكبة هذه التطورات المتشعبة. فالأسواق الرقمية تختلف بطبيعتها اختلافًا جذريًا عن نظيرتها التقليدية؛ إذ تتسم بخصائص فريدة مثل "التأثيرات الشبكية" (Network Effects)، حيث تتعاظم قيمة الخدمة طرديًا مع زيادة عدد المستخدمين، وهو ما يفضي غالبًا إلى هيمنة عدد محدود من اللاعبين الكبار على السوق. كما أضحت "البيانات الضخمة" (Big Data) تمثل أصلًا تنافسيًا حاسمًا، فالشركات القادرة على جمع وتحليل كميات هائلة من البيانات تكتسب فهمًا أعمق لسلوك المستهلك، مما يمكنها من تخصيص خدماتها واستشراق الاحتياجات المستقبلية، ومن ثم امتلاك قوة سوقية هائلة. علاوة على ذلك، تتصف الأسواق الرقمية في كثير من الأحيان بكونها "متعددة الجوانب" (Multi-sided Markets)، لكونها حلقة وصل بين فئات مختلفة من المستخدمين (كالبائعين والمشتريين)، الأمر الذي يضيف مزيدًا من التعقيد على تحليل الممارسات التنافسية فيها.

في هذا السياق، يغدو الهدف الجوهري لقوانين حماية المنافسة، والمتمثل في ضمان كفاءة الأسواق ومكافحة الممارسات الاحتكارية التي تضر بالمستهلك وتحد من الابتكار، أكثر إلحاحًا وتعقيدًا من أي وقت مضى. وهذا يطرح إشكاليات تنظيمية وقانونية بالغة الأهمية: فكيف يمكن لسطات المنافسة التمييز الدقيق بين النمو العضوي الناجم عن الابتكار والكفاءة، وبين

الممارسات الإقصائية التي تستهدف استغلال مركز مهيمن؟ وما هي الأدوات التشريعية والرقابية التي يتعين تطويرها أو تكيفها للتصدي لهذه التحديات المستجدة؟

تهدف هذه الدراسة إلى الإجابة عن هذه الإشكاليات من خلال تحليل شامل ومتعدد الأبعاد لمدى فعالية قانون حماية المنافسة المصري في مواجهة التحديات التي يفرضها الاقتصاد التشاركي الرقمي. ولن تقتصر الدراسة على مجرد استعراض النصوص التشريعية، بل ستعمق في تحليل التطبيقات العملية لهذه النصوص، مع التركيز بصفة خاصة على دراسة حالة قطاع الدفع الإلكتروني والتمويل متناهي الصغر والتقسيم في مصر، بوصفه ميداناً خصباً للابتكار ومجالاً تتجلى فيه التحديات التنظيمية. ستتناول الدراسة بالتحليل الأطر القانونية والرقابية القائمة، وتفحص طبيعة الممارسات التي قد تقوض المنافسة في هذا القطاع الحيوي، كما تستعرض المعوقات التي تواجه السلطات التنظيمية في تكيف وتقييم الممارسات المانعة للمنافسة. وفي الختام، ستخلص الدراسة إلى تقديم مجموعة من التوصيات العملية والمبنية على الأدلة، بهدف تعزيز قدرة قانون حماية المنافسة على صون الأسواق الرقمية المصرية، وضمان تهيئة بيئة تنافسية عادلة تحفز الابتكار وتحمي مصالح كافة الأطراف، بما يساهم في تحقيق نمو اقتصادي مستدام وشامل يواكب تطلعات مصر الرقمية.

خصائص الاقتصاد التشاركي الرقمي وتأثيرها على ديناميكيات المنافسة

إن الفهم الدقيق لخصائص الاقتصاد التشاركي الرقمي يعد منطلقاً أساسياً لتقييم فعالية قانون حماية المنافسة. فهذه الخصائص تختلف جوهرياً

عن تلك التي تتسم بها الأسواق التقليدية، مما يستلزم تبني مقاربات تحليلية جديدة لتحديد الممارسات المانعة للمنافسة وضمان حياديتها. ويمكن تفصيل هذه الخصائص وتأثيرها على ديناميكيات المنافسة على النحو الآتي:

(١) **التأثيرات الشبكية: (Network Effects)** تُعد التأثيرات الشبكية السمة الأبرز للأسواق الرقمية، وتعني أن قيمة المنصة أو الخدمة تتعاظم طردياً مع زيادة عدد مستخدميها (سواء من جانب العرض أم الطلب). ففي منصة للدفع الإلكتروني على سبيل المثال، تزداد قيمتها كلما اتسع نطاق التجار الذين يقبلونها، وتزايد عدد المستهلكين الذين يستخدمونها. يفضي ذلك إلى حلقة حميدة من النمو (virtuous cycle)، حيث تجذب المنصة المهيمنة المزيد من المستخدمين، مما يعزز هيمنتها ويجعل اختراق السوق أمراً بالغ الصعوبة على المنافسين الجدد. يواجه هؤلاء المنافسون ما يُعرف بـ "معضلة الدجاجة والبيضة (chicken-and-egg problem)؛" فبدون قاعدة مستخدمين كافية، يعجزون عن جذب مقدمي الخدمات، والعكس صحيح. وقد يؤدي هذا التأثير إلى ظاهرة "الفائز يستحوذ على الكل (Winner-takes-all)" أو "الفائز يستحوذ على النصيب الأكبر (Winner-takes-most)"، حيث يتركز السوق في يد عدد محدود من الكيانات المهيمنة. ويكمن التحدي التنظيمي هنا في التمييز بين الهيمنة الناشئة عن الكفاءة والابتكار، وتلك المترتبة على استغلال التأثيرات الشبكية لإقصاء المنافسين^(١).

(1) Botsman, R., & Rogers, R. (2010). What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption. HarperBusiness.)

(٢) **البيانات الضخمة (Big Data) كميزة تنافسية**: تُعد البيانات "نُفط الاقتصاد الرقمي الجديد". فالمنصات التشاركية تجمع كميات هائلة من البيانات حول سلوك المستخدمين وتفضيلاتهم وأنماط إنفاقهم. وتُستخدم هذه البيانات في تحسين الخدمات، وتخصيص العروض، وتطبيق التسعير الديناميكي، وتطوير منتجات مبتكرة، وتقييم الجدارة الائتمانية (لا سيما في قطاع التمويل متناهي الصغر). الشركات التي تمتلك قدرات فائقة على جمع البيانات وتحليلها تكتسب ميزة تنافسية هائلة يصعب على المنافسين مجاراتها. من منظور المنافسة، يثير هذا إشكالية حول متى يصبح حيازة البيانات أو استخدامها ممارسة مانعة للمنافسة. فهل يجب اعتبار البيانات "مرفقاً أساسياً (essential facility)" يتعين إتاحتها للمنافسين؟ وكيف يمكن منع الكيانات المهيمنة من توظيف البيانات لإغلاق السوق أو ترسيخ هيمنتها على نحو غير عادل؟^(١).

(٣) **الأسواق متعددة الجوانب (Multi-sided Markets)**: تعمل المنصات الرقمية غالباً كأسواق تربط بين فئات متميزة من المستخدمين، مثل السائقين والركاب في تطبيقات النقل، أو التجار والمستهلكين في منصات الدفع. في هذه الأسواق، قد تُقدّم الخدمة لأحد الجوانب مجاناً (أو بسعر مدعوم)، بينما تُحصّل الإيرادات من الجانب الآخر. هذا الهيكل المعقد يجعل من الصعب تطبيق الأدوات التقليدية لتحديد "السوق المعنية" (Relevant Market) وتقييم الأثر التنافسي للممارسات المختلفة.

(1) Halan Website. (n.d.). About Us. Retrieved from <https://halan.com/about/>

فالممارسة التي تبدو ضارة بجانب قد تكون مفيدة للجانب الآخر وللنظام البيئي للمنصة ككل. لذا، يتطلب تحليل المنافسة هنا فهمًا شاملاً للتفاعلات المتبادلة بين جميع جوانب السوق^(١).

٤) الابتكار التخريبي (Disruptive Innovation) والتسعير الصفري :

تتسم الأسواق الرقمية بوتيرة ابتكار متسارعة وقدرة على "تخريب" الصناعات التقليدية. وقد تبدو بعض الممارسات للوهلة الأولى مانعة للمنافسة، لكنها قد تكون في حقيقتها جزءًا من عملية ابتكار تخريبي تعود بالنفع على المستهلك. ويتمثل التحدي في التمييز بين الابتكار المشروع والممارسات الإقصائية. علاوة على ذلك، فإن شيوع "التسعير الصفري" (Zero-pricing) في العديد من الخدمات الرقمية (كمحركات البحث) يجعل التحليلات التقليدية القائمة على الأسعار غير كافية لتقييم الضرر التنافسي. وهذا يستدعي تطوير أدوات تحليلية جديدة تأخذ في الحسبان جودة الخدمة، والابتكار، والقيمة غير النقدية التي يحصل عليها المستخدمون^(٢).

٥) المرونة التنظيمية وسرعة التطور: (Dynamic Capabilities) تتميز

الشركات الرقمية بمرونة تنظيمية فائقة وقدرة على التكيف السريع مع متغيرات السوق، حيث يمكنها تعديل نماذج أعمالها ودخول أسواق جديدة بوتيرة متسارعة. هذه الديناميكية تجعل من الصعب على السلطات الرقابية

(1) Evans, D. S., & Schmalensee, R. (2016). Matchmakers: The New Economics of Multisided Platforms. Harvard Business Review Press.

(2) World Economic Forum. (2018). The Future of Competition: The Impact of Digitalisation on Competition Policy.

مواكبة التطورات وتطبيق القوانين بفعالية، إذ قد تتغير معالم السوق قبل اكتمال التحقيقات أو اتخاذ الإجراءات اللازمة^(١).

إن هذه الخصائص مجتمعةً تخلق منظومة تنافسية فريدة ومعقدة، تحتم على سلطات المنافسة إعادة النظر في أدواتها التحليلية ومقارباتها التقليدية. فالفشل في استيعاب هذه الديناميكيات قد يفضي إلى تطبيق غير فعال لقانون المنافسة، إما بخنق الابتكار عن طريق الخطأ، أو بالسماح بترسخ هياكل احتكارية تضر بالاقتصاد والمستهلك على المدى الطويل.

الإطار التشريعي للمنافسة: تحليل أحكام القانون رقم ٣ لسنة ٢٠٠٥

يُمثل قانون حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية، الصادر بالقانون رقم ٣ لسنة ٢٠٠٥ وتعديلاته، الركيزة الأساسية لتنظيم المنافسة في السوق المصرية. يهدف القانون إلى ضمان حرية المنافسة ومكافحة الممارسات الاحتكارية التي من شأنها الإضرار بالمستهلك، أو الحد من الابتكار، أو تقويض كفاءة السوق. وتتوزع أحكامه الرئيسية على النحو التالي:

- **الفصل الأول: أحكام عامة (المواد ١-٥)**: يحدد هذا الفصل نطاق سريان القانون، ويضع تعريفات للمصطلحات الجوهرية مثل "الشخص"، "السوق المعنية"، "الوضع المسيطر (Dominant Position)"، و"الاتفاقات والتعاقدات"**. كما ينص على إنشاء "جهاز حماية المنافسة ومنع

(1) Eisenmann, T., Parker, G., & Van Alstyne, M. W. (2011). Strategies for Two-Sided Markets. Harvard Business Review, 89(10), 92-100.

الممارسات الاحتكارية "بوصفه هيئة عامة مستقلة تتمتع بالشخصية الاعتبارية وتتبع الوزير المختص"^(١).

• **الفصل الثاني: الاتفاقات والتعاقدات الأفقية المحظورة (المادة ٦):** تحظر هذه المادة صراحةً الاتفاقات أو التعاقدات بين الأشخاص المتنافسة في سوق معنية (الكارتلات)، إذا كان من شأنها إحداث أي مما يلي: (أ) رفع أو خفض أو تثبيت أسعار البيع أو الشراء، (ب) اقتسام الأسواق أو تخصيصها، (ج) تقييد عمليات التصنيع أو التوزيع، (د) التنسيق فيما يتعلق بالتقدم أو الامتناع عن الدخول في المناقصات والمزايدات. وتُعد هذه الممارسات محظورة بقوة القانون دون الحاجة لإثبات أثرها الضار على المنافسة^(٢).

• **الفصل الثالث: إساءة استغلال الوضع المسيطر (المادة ٨):** تتناول هذه المادة الممارسات المحظورة على الشخص الذي يتمتع بوضع مسيطر في سوق معنية. ويُعرّف الوضع المسيطر بأنه القدرة على إحداث تأثير فعال في الأسعار أو حجم المعروض دون أن يكون المنافسون قادرين على الحد من هذا التأثير. وتشمل الممارسات المحظورة على سبيل الحصر: فرض أسعار أو شروط بيع أو شراء تمييزية، أو الامتناع عن إبرام صفقات دون مبرر، أو تعليق إبرام عقد على شرط قبول التزامات غير مرتبطة بطبيعة

(١) قانون حماية المنافسة رقم ٣ لسنة ٢٠٠٥ وتعديلاته (٢٠٠٥) الجريدة الرسمية المصرية

(٢) المادة ٦ من قانون حماية المنافسة رقم ٣ لسنة ٢٠٠٥.

- التعامل) الربط (Tying) - ، أو بيع المنتجات بأسعار تقل عن تكلفتها (التسعير الإغراقي (Predatory Pricing) - بهدف إقصاء المنافسين^(١).
- الفصل الرابع: الرقابة على التركزات الاقتصادية (المواد ١٩ مكرر - ١٩ مكرر "هـ"): تفرض هذه المواد نظامًا للرقابة المسبقة على عمليات التركز الاقتصادي (الاندماج والاستحواذ) التي تتجاوز حدودًا مالية معينة. ويلزم القانون الأطراف المعنية بإخطار الجهاز بالعملية قبل إتمامها، ويمنح الجهاز سلطة فحص التركز لتقييم آثاره على هيكل السوق والمنافسة. وبناءً على الفحص، يجوز للجهاز الموافقة على العملية، أو الموافقة عليها مع فرض التزامات وضوابط، أو رفضها إذا ثبت أنها تحد من حرية المنافسة^(٢).
 - الفصل الخامس: جهاز حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية (المواد ١١-١٨): يحدد هذا الفصل اختصاصات الجهاز وصلاحياته، والتي تشمل تلقي الإخطارات والبلاغات، وإجراء الأبحاث وجمع الاستدلالات، ومباشرة الدعوى الجنائية، وإصدار قرارات بفرض تدابير لوقف الممارسات المخالفة. كما ينظم الفصل تشكيل مجلس إدارة الجهاز ونظام عمله، بما يضمن استقلاله الفني والإدارية^(٣).
- التعديلات الأخيرة على قانون حماية المنافسة: القانون رقم ١٧٥ لسنة ٢٠٢٢ وأثره على الاقتصاد الرقمي

(١) المادة رقم ٨ من قانون حماية المنافسة رقم ٣ لسنة ٢٠٠٥.

(٢) المادة رقم ١٩ من قانون حماية المنافسة رقم ٣ لسنة ٢٠٠٥.

(٣) المادة رقم ١١ و ١٨ من قانون حماية المنافسة رقم ٣ لسنة ٢٠٠٥.

أصدر المشرع المصري القانون رقم ١٧٥ لسنة ٢٠٢٢، الذي يمثل تعديلاً جوهرياً لقانون حماية المنافسة، وذلك استجابةً للتطورات الاقتصادية والتكنولوجية المتسارعة، وبشكل خاص نمو الأسواق الرقمية والاقتصاد التشاركي. تهدف هذه التعديلات إلى معالجة القصور التشريعي الذي كشف عنه تطبيق القانون في مواجهة النماذج التجارية الحديثة، وتعزيز القدرة المؤسسية لجهاز حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية على مواكبة التحديات المعاصرة.

فيما يلي أبرز ملامح هذه التعديلات وتأثيرها على الاقتصاد الرقمي:

- **توسيع مفهوم "السوق المعنية": (Relevant Market)** "أقرت التعديلات بأن نطاق المنافسة في الأسواق الرقمية يتجاوز الحدود الجغرافية التقليدية، حيث تتخذ المنافسة بعداً عالمياً أو إقليمياً. وبناءً على ذلك، تم تبني منظور أكثر شمولاً يأخذ في الاعتبار الطبيعة العابرة للحدود للخدمات الرقمية، مما يمنح جهاز حماية المنافسة الولائية القضائية للتعامل مع الممارسات الاحتكارية التي تنشأ خارج مصر ولكنها تُنتج آثاراً ملموسة داخل السوق المصرية^(١). ويُعد هذا التوسع ضرورياً لمواجهة الممارسات المحتملة للمنصات الرقمية العالمية العاملة في مصر.
- **تعزيز السلطات التحقيقية والتنفيذية للجهاز:** منحت التعديلات جهاز حماية المنافسة صلاحيات أوسع في جمع الأدلة وإجراء التحقيقات وفرض الجزاءات على المخالفين. على سبيل المثال، أصبح للجهاز سلطة طلب

(١) القانون رقم ١٧٥ لسنة ٢٠٢٢ بتعديل بعض أحكام قانون حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية (٢٠٢٢) الجريدة الرسمية المصرية.

البيانات من أي جهة، وإجراء التفتيش على المقرات، والاستعانة بالخبرات الفنية المتخصصة. كما عززت التعديلات من قدرة الجهاز على اتخاذ تدابير وقتية عاجلة لوقف الممارسات الضارة بالمنافسة، وهو أمر حاسم في الأسواق الرقمية سريعة التغير التي تتطلب استجابة فورية لمنع وقوع ضرر جسيم أو تفاقمه^(١).

• **معالجة "البيانات الضخمة" كأصل تنافسي:** رغم أن التعديلات لم تُعرّف "البيانات الضخمة" (Big Data) كمصطلح قانوني مستقل، إلا أنها أقرت بأهميتها كعامل مؤثر في المنافسة داخل الأسواق الرقمية. فمن خلال توسيع صلاحيات الجهاز في التحقيق والوصول إلى المعلومات، أصبح بإمكانه تقييم كيفية استخدام الشركات للبيانات الضخمة كأداة لتعزيز مركزها المهيمن أو استبعاد المنافسين. على سبيل المثال، إذا قامت شركة مهيمنة باستغلال بيانات المستخدمين لتقديم عروض تستهدف منع المنافسين من دخول السوق، يمكن للجهاز التحقيق في هذه الممارسة بوصفها إساءة استغلال للوضع المهيمن^(٢).

• **التركيز على الممارسات السلوكية في المنصات الرقمية:** مكنت التعديلات الجهاز من التدقيق بشكل أعمق في الممارسات السلوكية للشركات الرقمية، مثل استخدام الخوارزميات للتأثير على الأسعار أو ترتيب عرض المنتجات، وكذلك الشروط التعاقدية التي تفرضها المنصات على أطراف التعامل (المستخدمين ومقدمي الخدمات). ويُعد هذا التوجه ضرورياً نظراً لأن

(١) المادة ١١ من قانون حماية المنافسة رقم ٣ لسنة ٢٠٠٥.

(٢) القانون رقم ١٧٥ لسنة ٢٠٢٢، مرجع سابق.

المنافسة في الأسواق الرقمية تتأثر بممارسات معقدة قد لا تتدرج ضمن الأوصاف التقليدية للاتفاقات الأفقية أو الرأسية المقيدة للمنافسة^(١).

اللوائح التنفيذية والقرارات ذات الصلة

تُعد اللوائح التنفيذية والقرارات الصادرة عن رئيس مجلس الوزراء وجهاز حماية المنافسة أدوات مكملة للقانون، حيث تقدم تفاصيل إجرائية وتفسيرية ضرورية لتطبيقه. وتكمن أهمية هذه اللوائح في ترجمة المبادئ العامة المنصوص عليها في القانون إلى قواعد عملية قابلة للتطبيق على أرض الواقع. ومن أبرز هذه اللوائح ما يلي:

- **اللائحة التنفيذية لقانون حماية المنافسة الصادرة بقرار رئيس مجلس الوزراء رقم ١٣١٦ لسنة ٢٠٠٥:** تحدد هذه اللائحة المعايير التفصيلية لتعريف الوضع المهيمن، وأنواع الاتفاقات المحظورة، وإجراءات الرقابة على التركيزات الاقتصادية. كما توضح الآليات التي يتبعها جهاز حماية المنافسة في تلقي الشكاوى، وإجراء التحقيقات، وإصدار القرارات^(٢).
- **تعديلات اللائحة التنفيذية (مثل قرار رئيس مجلس الوزراء رقم ١١٢٠ لسنة ٢٠٢٤):** تأتي هذه التعديلات لمواكبة التطورات التشريعية وتوفير إرشادات إضافية حول كيفية تطبيق القانون لمواجهة التحديات المستجدة. على سبيل المثال، قد تتضمن هذه التعديلات توضيحات بشأن كيفية تقييم

(١) المصدر السابق نفسه

(٢) المصدر السابق نفسه

التركزات الاقتصادية في الأسواق الرقمية، أو آليات التعامل مع الممارسات التجارية الناشئة عن استخدام الخوارزميات^(١).

تشكل هذه الأطر التنظيمية، بقوانينها ولوائحها، الأساس الذي يستند إليه جهاز حماية المنافسة في سعيه لضمان بيئة تنافسية عادلة في مختلف القطاعات، بما في ذلك الاقتصاد التشاركي الرقمي. ومع ذلك، يكمن التحدي الحقيقي في كيفية تكييف وتطبيق هذه النصوص القانونية على واقع الأسواق الرقمية المعقدة والمتغيرة باستمرار، وهو ما سيتناوله هذا البحث بالتفصيل في الأقسام التالية من خلال دراسة حالات تطبيقية محددة واستعراض التحديات العملية.

تحليل معمق لنموذج عمل شركة "حالا" وتأثيره على المنافسة

تُعد شركة "حالا" (MNT-Halan) مثالاً بارزاً على الشركات التي استطاعت تحقيق نمو هائل في الاقتصاد الرقمي التشاركي المصري، من خلال تبني نموذج عمل مبتكر يستهدف شريحة واسعة من المجتمع، وخاصةً تلك التي تعاني من نقص الوصول إلى الخدمات المالية التقليدية. بدأت "حالا" كمنصة لخدمات النقل التشاركي باستخدام الدراجات النارية ومركبات "التوك توك"، وهو قطاع كان مهمشاً إلى حد كبير. وسرعان ما أدركت الشركة الفرصة الكامنة في تقديم خدمات مالية لهذه الشريحة من السائقين والمستهلكين. وقد أدى هذا التوسع الاستراتيجي إلى تحويل "حالا" إلى منظومة

(١) اللائحة التنفيذية لقانون حماية المنافسة رقم ١٣١٦ لسنة ٢٠١٥ وتعديلاتها، قرار رئيس مجلس

الوزراء رقم ١١٢٠ لسنة ٢٠٢٤

رقمية متكاملة (Ecosystem) تقدم مجموعة واسعة من الخدمات، تشمل ما يلي:

- **خدمات الدفع الإلكتروني:** تتيح "حالياً" للمستخدمين إجراء المدفوعات الرقمية، سواء لسداد الفواتير، أو إجراء التحويلات المالية، أو الدفع للتجار. ويسهم ذلك في تقليل الاعتماد على النقد وتسهيل المعاملات اليومية، مما يعزز الشمول المالي.
- **التمويل متناهي الصغر:** تُصنّف "حالياً" كواحدة من أكبر الشركات المقدمة لخدمات التمويل متناهي الصغر في مصر، حيث توفر قروضاً صغيرة لأصحاب المشروعات متناهية الصغر والصغيرة، مما يساعدهم على تنمية أعمالهم. تعتمد الشركة على البيانات التي تجمعها من سلوك المستخدمين لتقييم الجدارة الائتمانية، وهو ما يتيح لها الوصول إلى شرائح قد لا تتمكن البنوك التقليدية من خدمتها.
- **خدمات الشراء بالتقسيط (BNPL):** تقدم "حالياً" حلول "اشتر الآن وادفع لاحقاً" للمستهلكين لشراء السلع والخدمات عبر شبكة واسعة من التجار الشركاء، مما يزيد من القوة الشرائية للمستهلكين ويدعم النشاط التجاري.
- **التجارة الإلكترونية:** توسعت الشركة لتشمل خدمات التجارة الإلكترونية، حيث تعمل كحلقة وصل بين التجار والمستهلكين عبر منصة متكاملة للبيع والشراء.

يعتمد نموذج عمل "حالياً" بشكل كبير على التأثيرات الشبكية (**Network Effects**)؛ فكلما زاد عدد المستخدمين (سواء كانوا سائقين، أو تجاراً، أو مستهلكين)، ازدادت قيمة المنصة للجميع. يخلق هذا الأمر حلقة نمو إيجابية، ولكنه في الوقت ذاته قد يؤدي إلى تركيز السوق (**Market Concentration**)، حيث يصبح من الصعب على المنافسين الجدد دخول السوق ومنافسة لاعب مهيم بحجم "حالياً" يمتلك قاعدة مستخدمين ضخمة وشبكة واسعة من الشركاء. كما أن البيانات الضخمة التي تجمعها الشركة حول سلوك المستخدمين وأنماط إنفاقهم تمنحها ميزة تنافسية هائلة في تحليل السوق، وتخصيص المنتجات، وتقييم المخاطر، مما قد يؤدي إلى إقصاء المنافسين الذين لا يمتلكون القدرة ذاتها على جمع البيانات وتحليلها^(١).

تحليل معمق لنموذج عمل شركة "أمان" وتأثيره على المنافسة

تُعد شركة "أمان"، التابعة لمجموعة "راية القابضة"، لاعباً رئيسياً آخر في سوق الخدمات المالية غير المصرفية في مصر، حيث تعمل في مجالات مشابهة لشركة "حالياً"، مما يجعلها منافساً مباشراً لها في بعض القطاعات. تأسست "أمان" بهدف تقديم حلول دفع إلكتروني، وخدمات تمويل متناهي الصغر، وحلول تقسيط للمستهلكين والتجار. وتتميز "أمان" بما يلي:

- الانتشار المادي والرقمي: (**Hybrid Model**) تمتلك "أمان" شبكة واسعة من الفروع ونقاط البيع المنتشرة في جميع أنحاء الجمهورية، بالإضافة إلى تطبيقاتها الرقمية. يمنحها هذا النموذج الهجين، الذي يجمع بين الحضور

(1) <https://halan.com/ar/about-us-2/>

المادي والرقمي، ميزة في الوصول إلى شرائح متنوعة من العملاء، وخاصةً في المناطق التي قد يكون فيها الانتشار الرقمي محدوداً.

- **التركيز على خدمات التقييظ:** تُعتبر "أمان" من الشركات الرائدة في تقديم خدمات التقييظ للمستهلكين لشراء السلع والخدمات، مما يساهم في فتح أسواق جديدة وزيادة القوة الشرائية للمستهلكين. ويشهد هذا القطاع نمواً كبيراً في مصر، وتستفيد "أمان" من هذا النمو من خلال شراكاتها مع التجار.
- **الشراكات الاستراتيجية:** تعقد "أمان" شراكات مع العديد من التجار والشركات الكبرى، مما يوسع نطاق خدماتها ويزيد من قاعدة عملائها. ويمكن أن تكون هذه الشراكات مصدراً للقوة السوقية، حيث قد تؤدي إلى تفضيل خدمات "أمان" على حساب المنافسين.

إن تأثير "أمان" على المنافسة يشبه إلى حد كبير تأثير "حالا"؛ فتموها السريع وحجم عملياتها قد يؤديان إلى تركيز سوقي في قطاعات الدفع الإلكتروني والتمويل متناهي الصغر والتقييظ. كما أن قدرتها على جمع البيانات عبر شبكتها الواسعة واستخدامها في تحليل سلوك المستهلكين وتقديم عروض مخصصة يمكن أن يمنحها ميزة تنافسية قد يراها البعض غير عادلة^(١).

الممارسات المحتملة التي قد تثير إشكاليات تتعلق بالمنافسة

على الرغم من عدم الإعلان عن أي تحقيقات أو قضايا كبرى من قبل جهاز حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية في مصر ضد شركتي

(١) مقابلة مع مسؤول تنفيذي في شركة أمان.

"حالياً" أو "أمان" حتى الآن، إلا أن طبيعة عملهما في الأسواق الرقمية تثير تساؤلات حول ممارسات محتملة قد تقع ضمن نطاق قانون حماية المنافسة، ومنها:

- **الربط (Tying) والتجميع (Bundling):** هل تربط أي من الشركتين خدماتها ببعضها البعض بطريقة تمنع المنافسين من تقديم خدماتهم بشكل منفصل؟ على سبيل المثال، هل يُجبر التجار على استخدام خدمة دفع معينة للحصول على خدمة تمويل؟
- **القيود التعاقدية الحصرية (Exclusive Dealing):** هل تفرض الشركتان قيوداً على التجار أو المستخدمين تمنعهم من التعامل مع منصات منافسة، أو تفرض عليهم شروطاً غير عادلة؟ على سبيل المثال، هل توجد بنود حصرية في العقود المبرمة مع التجار تمنعهم من استخدام خدمات دفع أخرى؟
- **حجب الوصول إلى البيانات (Data Access):** هل تُستخدَم البيانات التي تجمعها الشركتان بطريقة تحرم المنافسين من الوصول إلى معلومات السوق الأساسية، أو تمنح الشركتين ميزة تنافسية غير مستحقة في تطوير منتجات جديدة؟
- **التسعير الإغراقي (Predatory Pricing):** هل تقدم الشركتان خدمات بأسعار منخفضة للغاية، أو حتى مجانية، في بعض القطاعات بهدف إقصاء المنافسين الأصغر حجماً، ومن ثم رفع الأسعار بمجرد تحقيق الهيمنة السوقية؟

• **الاستحواذات القاتلة (Killer Acquisitions):** هل نفذت الشركتان

عمليات استحواذ على شركات ناشئة أصغر قد تشكل منافساً محتملاً في المستقبل، بهدف تحييد هذا التهديد التنافسي؟

إن الإجابة على هذه التساؤلات تتطلب تحقيقات معمقة من قبل جهاز حماية المنافسة، مع الأخذ في الحسبان الطبيعة المعقدة للأسواق الرقمية. ففي حين أن هذه الشركات تقدم خدمات مبتكرة وتساهم في النمو الاقتصادي، يظل ضمان المنافسة العادلة أمراً بالغ الأهمية للحفاظ على الابتكار وحماية مصالح المستهلكين على المدى الطويل^(١).

التحديات التي تواجه جهاز حماية المنافسة في تقييم شركات التكنولوجيا المالية

يواجه جهاز حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية في مصر تحديات كبيرة في تقييم الممارسات التنافسية لشركات التكنولوجيا المالية (FinTech) مثل "حالياً" و"أمان"، وذلك للأسباب الآتية:

• **صعوبة تحديد السوق المعنية (Relevant Market):** نظراً لتعدد

وتداخل الخدمات التي تقدمها هذه الشركات (الدفع الإلكتروني، التمويل، التيسيط، التجارة الإلكترونية)، يصبح تحديد "السوق المعنية" أمراً بالغ التعقيد. فهل يجب تحليل كل خدمة كسوق منفصلة، أم التعامل معها كسوق متكاملة للخدمات المالية الرقمية؟ إن أي خطأ

(١) تحليل للسوق من قبل الباحث.

في تحديد نطاق السوق قد يؤدي إلى استنتاجات غير دقيقة حول القوة السوقية والوضع التنافسي^(١).

• **تقييم التأثيرات الشبكية: (Network Effects)** كما ذُكر سابقاً، تُعد التأثيرات الشبكية سمة جوهرية في هذه الأسواق. ويمكن التحدي في التمييز بين التأثيرات الشبكية التي تنشأ كميزة تنافسية مشروعة ناتجة عن جودة الخدمة، وتلك التي تتحول إلى أداة لخلق حواجز منيعة أمام المنافسين. ويتطلب هذا تحليلاً اقتصادياً دقيقاً لديناميكيات السوق وسلوك المستخدمين^(٢).

• **دور البيانات الضخمة: (Big Data)** إن القدرة على جمع وتحليل البيانات الضخمة تمنح هذه الشركات قوة سوقية هائلة. ويحتاج الجهاز إلى خبراء متخصصين وأدوات تحليلية متقدمة لتقييم كيفية استخدام هذه البيانات، وما إذا كانت تُستغل لخلق حواجز أمام دخول المنافسين الجدد. (Barriers to Entry)^(٣).

• **الموازنة بين الابتكار ومنع الاحتكار:** تتميز هذه الشركات بوتيرة ابتكار متسارعة. لذا، يجب على الجهاز أن يوازن بدقة بين تشجيع الابتكار الذي يعود بالنفع على المستهلكين والمنافسة، وبين التصدي

(1) World Economic Forum.2018, Ibid.

(٢) جهاز حماية المنافسة المصري (n.d). الأخبار والبيانات الصحفية.

(3) Eisenmann, T., Parker, G., & Van Alstyne, M. W. (2011). Ibid.

للممارسات التي قد تبدو ابتكارية في ظاهرها، ولكنها تهدف في جوهرها إلى تعزيز الهيمنة السوقية وإقصاء المنافسين^(١).

إن مواجهة هذه التحديات تتطلب من جهاز حماية المنافسة تطوير أدواته التحليلية، وتعزيز قدراته الفنية والتقنية، وتكثيف التعاون مع الجهات التنظيمية الأخرى (مثل البنك المركزي وهيئة الرقابة المالية)، لضمان تطبيق فعال لقانون حماية المنافسة في هذا القطاع الحيوي والمتنامي.

تحليل معمق لصعوبات تعريف الممارسات الاحتكارية في السياق الرقمي.

إن التحدي الأبرز الذي يواجه سلطات المنافسة في عصر الاقتصاد الرقمي هو صعوبة تعريف وتحديد الممارسات الاحتكارية. فالمفاهيم والأدوات التحليلية التقليدية التي طُورت للأسواق الصناعية الكلاسيكية غالباً ما تكون غير كافية أو غير مناسبة للتعامل مع الديناميكيات المعقدة للأسواق الرقمية. يمكن تفصيل هذه الصعوبات كما يلي:

١) الأسواق متعددة الأوجه (Multi-sided Markets) وتحديد السوق

ذات الصلة": تختلف المنصات الرقمية عن الشركات التقليدية في أنها غالباً ما تخدم مجموعات متعددة ومتراصة من المستخدمين. على سبيل المثال، منصة مثل "حالياً" تربط بين التجار والمستهلكين، وبين مقدمي خدمات التمويل والمقترضين. في هذه الأسواق، قد تكون الخدمات المقدمة لطرف ما مجانية (مثل تطبيق المستهلكين)، بينما يتم تحقيق الإيرادات من الطرف الآخر (مثل التجار أو المقترضين). هذا التعقيد يجعل من الصعب

(1) Rochet, J. C., & Tirole, J. (2006). Two-Sided Markets: A Progress Report. The RAND Journal of Economics, 37(3), 645-667.

تحديد "السوق ذات الصلة (Relevant Market)" ، وهو مفهوم أساسي في قانون المنافسة لتحديد ما إذا كانت الشركة تتمتع بوضع مهيمن. فهل يجب تعريف السوق على أنه سوق الدفع الإلكتروني للمستهلكين، أم سوق خدمات التجار، أم سوق التمويل متناهي الصغر؟ تؤثر الإجابة على هذا السؤال بشكل كبير في تقييم القوة السوقية للشركة. علاوة على ذلك، قد تكون الممارسات التي تبدو ضارة بطرف واحد (مثل فرض رسوم عالية على التجار) مفيدة للطرف الآخر (مثل جذب المزيد من المستهلكين بأسعار منخفضة)، والعكس صحيح. هذا يتطلب من سلطات المنافسة فهماً شاملاً لكيفية تفاعل الأطراف المختلفة وتأثير القرارات على كل جانب من جوانب السوق، بدلاً من التركيز على جانب واحد فقط^(١).

(٢) البيانات الضخمة (Big Data) كأصل استراتيجي وحاجز دخول: في الاقتصاد الرقمي، لم تعد البيانات مجرد معلومات، بل أصبحت أصلاً استراتيجياً حاسماً ومصدراً للقوة السوقية. الشركات التي تجمع كميات هائلة من البيانات حول سلوك المستخدمين وتفضيلاتهم وأنماطهم، يمكنها استخدام هذه البيانات لتحسين خدماتها بشكل مستمر، وتخصيص العروض، وتحديد الأسعار بشكل ديناميكي، وحتى التنبؤ بالاحتياجات المستقبلية. هذا يمنحها ميزة تنافسية هائلة يصعب على المنافسين الجدد مجاراتها، حيث لا يمتلكون القدر نفسه من البيانات التاريخية أو القدرة على تحليلها. ويصبح السؤال هنا: متى يصبح جمع البيانات أو استخدامها

(1) Schumpeter, J. A. (1942). *Capitalism, Socialism and Democracy*. Harper & Brothers.

ممارسة احتكارية؟ وهل يجب اعتبار البيانات "أصلاً أساسياً" (essential facility) يجب مشاركته مع المنافسين لضمان المنافسة العادلة؟ وكيف يمكن منع الشركات المهيمنة من استخدام البيانات لإغلاق السوق أمام المنافسين الجدد أو لتعزيز هيمنتها بشكل غير عادل؟ إن التحدي يكمن في وضع قواعد واضحة لاستخدام البيانات توازن بين تشجيع الابتكار وحماية المنافسة^(١).

(٣) تأثيرات الشبكة (Network Effects) وظاهرة "الفائز يأخذ كل شيء": تُعد تأثيرات الشبكة من أبرز السمات المميزة للأسواق الرقمية، وتؤدي إلى ظاهرة "الفائز يأخذ كل شيء" (Winner-takes-all) أو "الفائز يأخذ معظم السوق" (Winner-takes-most). تعني هذه التأثيرات أن قيمة المنصة تزداد للمستخدم كلما زاد عدد المستخدمين الآخرين. هذا يخلق حلقة نمو إيجابية للمنصات الناجحة، ولكنه يجعل من الصعب جداً على المنافسين الجدد اختراق السوق، حيث يواجهون تحدي جذب عدد كافٍ من المستخدمين لبناء شبكة ذات قيمة. ويصبح التحدي هو التمييز بين الهيمنة الناتجة عن الكفاءة والابتكار، وتلك الناتجة عن استغلال تأثيرات الشبكة لإقصاء المنافسين. فهل يجب على سلطات المنافسة التدخل لمنع تركيز السوق حتى لو كان ناتجاً عن كفاءة الشركة، أم يجب أن تتدخل فقط عندما تستغل الشركة المهيمنة وضعها لإساءة استخدام قوتها التنافسية؟^(٢).

(1) Khan, L. M. (2017). Amazon's Antitrust Paradox. Yale Law Journal, 126(3), 710-805.

(2) Ezrachi, A., & Stucke, M. E. (2017). Virtual Competition: The Promise and Perils of the Algorithm-Driven Economy. Harvard University Press.

٤) الابتكار والتخريب (Disruption) والأسعار الصفرية: تتميز الأسواق الرقمية بالابتكار السريع والقدرة على "تخريب" الصناعات التقليدية. قد تبدو بعض الممارسات احتكارية في البداية، ولكنها قد تكون جزءاً من عملية ابتكارية تخريبية تؤدي إلى تحسينات كبيرة للمستهلكين. ويكمن التحدي في التمييز بين الابتكار المشروع والممارسات المناهضة للمنافسة. على سبيل المثال، قد تقدم شركة ناشئة خدمة مجانية تماماً للمستخدمين بهدف جذب قاعدة كبيرة منهم، ثم تبدأ في تحقيق الإيرادات من خلال الإعلانات أو بيع البيانات. في هذه الحالات، لا يمكن تطبيق التحليلات التقليدية القائمة على الأسعار لتحديد الضرر التنافسي، مما يتطلب أدوات تحليلية جديدة تأخذ في الاعتبار القيمة غير النقدية التي يحصل عليها المستخدمون، وتأثيرات الابتكار على المدى الطويل^(١).

٥) الخوارزميات والتواطؤ الخوارزمي: مع تزايد استخدام الخوارزميات في تحديد الأسعار، وتخصيص المنتجات، وحتى إدارة العلاقات مع الموردين والمستهلكين، يظهر تحدٍ جديد لسلطات المنافسة وهو "التواطؤ الخوارزمي" (Algorithmic Collusion). فهل يمكن للخوارزميات أن تتواطأ فيما بينها لرفع الأسعار أو تقييد الإنتاج دون وجود اتفاق صريح بين الشركات؟

(1) Bolton, P., Brodley, J. W., & Riordan, M. H. (2000). Predatory Pricing: Strategic Theory and Legal Policy. *Georgetown Law Journal*, 88(6), 1639-1738.

وكيف يمكن إثبات هذا التواطؤ؟ يتطلب هذا من سلطات المنافسة فهماً عميقاً لكيفية عمل هذه الخوارزميات وتأثيرها على ديناميكيات السوق^(١).

٦) المرونة والقدرة على التكيف السريع: تتميز الشركات في الاقتصاد الرقمي بمرونة عالية وقدرة سريعة على التكيف مع التغيرات في السوق وتفضيلات المستهلكين. يمكنها تغيير نماذج أعمالها، وتوسيع نطاق خدماتها، ودخول أسواق جديدة بسرعة. هذه المرونة تجعل من الصعب على الجهات التنظيمية مواكبة هذه التطورات وتطبيق القوانين بفعالية، حيث قد تتغير طبيعة السوق قبل أن يتمكن المنظمون من اتخاذ الإجراءات اللازمة. وهذا يتطلب من سلطات المنافسة أن تكون أكثر رشاقة واستباقية في مراقبتها^(٢).

إن هذه الصعوبات مجتمعة تجعل من مهمة تحديد الممارسات الاحتكارية في الاقتصاد الرقمي أمراً بالغ التعقيد، وتتطلب من سلطات المنافسة إعادة التفكير في أدواتها ومقارباتها التقليدية لضمان بيئة تنافسية عادلة ومستدامة.

أنواع الممارسات التي يمكن اعتبارها احتكارية في الاقتصاد التشاركي الرقمي على الرغم من التحديات التي تكتنف تعريفها، يمكن تحديد عدة أنواع من الممارسات التي قد تشكل تهديداً للمنافسة في الاقتصاد التشاركي الرقمي، والتي يجب على سلطات المنافسة مراقبتها عن كثب:

(1) Cunningham, C., Ederer, F., & Ma, S. (2020). Killer Acquisitions. *Journal of Political Economy*, 128(9), 4021-4061.

(2) Rochet, J. C., & Tirole, J. (2006). *Ibid.*

(١) إساءة استخدام البيانات: (Data Misuse) كما ذُكر سابقاً، تعد البيانات

"نقط العصر الجديد" في الاقتصاد الرقمي. ويمكن للشركات المهيمنة أن تسيء استخدام البيانات التي تجمعها بطرق متعددة، منها:

- استخدام البيانات لمنع دخول منافسين جدد: على سبيل المثال، قد تستخدم شركة مهيمنة بياناتها الضخمة حول تفضيلات المستهلكين لتطوير منتجات جديدة بسرعة، مما يجعل من الصعب على الشركات الناشئة التي لا تمتلك القدر نفسه من البيانات أن تنافسها بفعالية.
- تفضيل الخدمات الذاتية: (Self-preferencing) قد تعتمد المنصات المهيمنة إلى تفضيل خدماتها الخاصة على حساب خدمات المنافسين المعروضة على منصاتهما، وذلك باستخدام البيانات التي تجمعها حول سلوك المستخدمين. على سبيل المثال، قد تعرض منصة دفع إلكتروني خدماتها التمويلية الخاصة بشكل أبرز من خدمات التمويل التي يقدمها منافسون آخرون على المنصة ذاتها.
- فرض شروط غير عادلة بناءً على البيانات: قد تستغل الشركات المهيمنة البيانات لفرض شروط تعاقدية غير عادلة على الموردين أو المستهلكين، مستغلة معرفتها العميقة بسلوكهم وقدرتهم على التكيف^(١).

(٢) الإغراق السعري (Predatory Pricing) والأسعار الترويجية

العدوانية: يُعرّف الإغراق السعري بأنه قيام شركة ببيع منتجاتها أو خدماتها

(1) Whinston, M. D. (1990). Tying, Foreclosure, and Exclusion. American Economic Review, 80(4), 837-859.

بأسعار تقل عن تكلفتها بهدف إقصاء المنافسين من السوق، ومن ثم رفع الأسعار بمجرد تحقيق الهيمنة. في الاقتصاد الرقمي، قد يكون هذا الأمر أكثر تعقيداً بسبب وجود "الأسعار الصفرية" والخدمات المجانية. فقد تقدم الشركات خدمات مجانية أو بأسعار رمزية لفترة طويلة لجذب قاعدة مستخدمي ضخمة، مما يجعل من الصعب على المنافسين الأصغر حجماً، الذين يحتاجون إلى تحقيق إيرادات فورية، البقاء في السوق. ويكمن التحدي في التمييز بين الأسعار الترويجية المشروعة والإغراق السعري المناهض للمنافسة^(١).

(٣) **الاستحواذ على المنافسين الناشئين (Killer Acquisitions)**: تُعد هذه الممارسة أحد التحديات المتزايدة في الأسواق الرقمية؛ حيث تقوم الشركات الكبرى بالاستحواذ على الشركات الناشئة الواعدة، ليس بهدف دمجها أو تطويرها، بل بهدف إزالة تهديد تنافسي محتمل في المستقبل. وغالباً ما تكون هذه الاستحواذات صغيرة من حيث القيمة، وبالتالي قد لا تخضع للرقابة التقليدية على التركزات الاقتصادية. ومع ذلك، فإنها يمكن أن تخنق الابتكار وتمنع ظهور منافسين جدد في السوق^(٢).

(٤) **الربط (Tying) والتجميع (Bundling)**: تحدث هاتان الممارستان عندما تجبر شركة المستخدمين على شراء خدمة معينة كشرط للحصول على خدمة أخرى (الربط)، أو عندما تجمع خدمات مختلفة معاً بطريقة تمنع

(1) OECD. (2018). Rethinking Antitrust Tools for Multi-Sided Platforms.

(2) Stucke, M. E., & Ezechai, A. (2020). Competition Overdose: How Free Market Mythology Transformed Us from Citizen to Consumer. Oxford University Press.

المنافسين من تقديم خدماتهم بشكل منفصل (التجميع). على سبيل المثال، قد تفرض منصة دفع إلكتروني على التجار استخدام خدمة التقسيط الخاصة بها كشرط لاستخدام خدمة الدفع الأساسية. وهذا من شأنه أن يحد من خيارات التجار ويقلل من المنافسة في سوق خدمات التقسيط^(١).

(٥) القيود التعاقدية (Contractual Restrictions) والحصارية: قد تفرض المنصات المهيمنة قيوداً تعاقدية على الموردين (مثل السائقين أو التجار) أو المستخدمين تمنعهم من التعامل مع منصات منافسة، أو تفرض عليهم شروطاً غير عادلة. على سبيل المثال، قد تطلب منصة دفع إلكتروني من التجار التوقيع على عقود حصارية تمنعهم من قبول المدفوعات عبر منصات أخرى. وهذا يمكن أن يخلق حواجز دخول أمام المنافسين الجدد ويحد من حرية الاختيار للموردين والمستهلكين^(٢).

(٦) التلاعب بالخوارزميات (Algorithmic Manipulation): يمكن للمنصات الرقمية استخدام خوارزمياتها للتلاعب بنتائج البحث، أو ترتيب المنتجات، أو عرض الخدمات بطريقة تفضل خدماتها الخاصة أو خدمات شركائها على حساب المنافسين. وهذا يمكن أن يؤثر بشكل كبير على رؤية المستهلكين للخيارات المتاحة ويحد من المنافسة الفعالة^(٣).

(1) Crémer, J., de Montjoye, Y. A., & Schweitzer, H. (2019). Competition Policy for the Digital Era. European Commission.

(2) OECD. (2019). International Co-operation in Competition Enforcement.

(3) Furman, J. (2019). Unlocking Digital Competition: Report of the Digital Competition Expert Panel. HM Treasury.

إن مراقبة هذه الممارسات وتحديد ما إذا كانت تشكل انتهاكاً لقانون حماية المنافسة يتطلب من سلطات المنافسة تطوير فهم عميق لديناميكيات الأسواق الرقمية، واستخدام أدوات تحليلية متقدمة، والتعاون مع الخبراء الفنيين والقانونيين.

التحديات القانونية والتنظيمية في مواجهة الممارسات الاحتكارية

تتطلب مواجهة الممارسات الاحتكارية في الاقتصاد التشاركي الرقمي تحديثاً مستمراً للأطر القانونية والتنظيمية، بالإضافة إلى تعزيز قدرات الجهات الرقابية. ومن أبرز التحديات التي تواجه هذه الجهات في هذا الصدد ما يلي:

(١) **بطء العملية التشريعية وعدم مواكبتها للتطور التكنولوجي:** غالباً ما تكون العملية التشريعية بطيئة ولا تواكب التطورات المتسارعة في الأسواق الرقمية. فجلول الوقت الذي يُسن فيه قانون أو لائحة جديدة، قد تكون التكنولوجياً قد تطورت وظهرت نماذج أعمال جديدة، مما يخلق فجوة بين القانون والواقع الاقتصادي. وهذا يتطلب من المشرعين أن يكونوا أكثر مرونة واستباقية، وأن يتبنوا مقاربات تنظيمية مرنة تسمح بالتكيف السريع مع المتغيرات^(١).

(٢) **نقص الخبرة الفنية والتقنية لدى الجهات الرقابية:** قد تفتقر الجهات الرقابية التقليدية إلى الخبرة الفنية والتقنية اللازمة لفهم تعقيدات الخوارزميات، وتحليل البيانات الضخمة، وتقييم الأثر التنافسي للممارسات

(1) OECD. (n.d.). Competition and Digital Economy. Retrieved from <https://www.oecd.org/en/topics/sub-issues/competition-and-digital-economy.html> (OECD reports on digital economy and competition)

الرقمية المعقدة. إذ يتطلب التحقيق في قضايا المنافسة في الأسواق الرقمية معرفة متخصصة في مجالات مثل علم البيانات، والذكاء الاصطناعي، وهندسة البرمجيات. وهذا النقص في الخبرة يمكن أن يعيق قدرة الجهات الرقابية على كشف الممارسات الاحتكارية وإثباتها^(١).

(٣) **التعاون الدولي والتنسيق عبر الحدود:** نظراً للطبيعة العابرة للحدود للعديد من المنصات الرقمية، فإن مواجهة ممارساتها الاحتكارية تتطلب تعاوناً دولياً وتنسيقاً بين سلطات المنافسة في مختلف الدول. فالشركة الواحدة قد تعمل في عشرات البلدان، وقد تكون لممارساتها الاحتكارية تأثير عالمي. ومع ذلك، فإن تحقيق هذا التعاون قد يكون صعباً بسبب اختلاف القوانين والإجراءات والأولويات بين الدول^(٢).

(٤) **غياب الأدوات التحليلية المناسبة:** تحتاج سلطات المنافسة إلى تطوير أدوات تحليلية جديدة تتجاوز المفاهيم التقليدية للحصة السوقية والأسعار، لتشمل عوامل أخرى مثل البيانات، وتأثيرات الشبكة، والابتكار، والقيمة غير النقدية. على سبيل المثال، كيف يمكن تقييم الضرر التنافسي في

(1) Stigler Center for the Study of the Economy and the State. (2019). Stigler Committee on Digital Platforms – Final Report. University of Chicago Booth School of Business. Retrieved from <https://www.chicagobooth.edu/-/media/research/stigler/pdfs/stigler-committee-digital-platforms-final-report.pdf>

(2) World Bank. (2020). A New Economy for the Middle East and North Africa. Retrieved from <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/34526> (World Bank report on MENA digital economy)

سوق تُقدّم فيه الخدمات مجاناً؟ هذا يتطلب تطوير نماذج اقتصادية جديدة وأساليب تحقيق مبتكرة^(١).

(٥) تحقيق التوازن بين تشجيع الابتكار وحماية المنافسة: يُعد تحقيق التوازن بين تشجيع الابتكار وحماية المنافسة تحدياً كبيراً. فالتدخل التنظيمي المفرط قد يخنق الابتكار ويعيق نمو الشركات الناشئة، بينما قد يؤدي غياب التدخل إلى ظهور احتكارات ضارة. ويتطلب هذا التوازن اتباع مقاربة دقيقة تأخذ في الاعتبار طبيعة الأسواق الرقمية ودور الابتكار فيها^(٢).

(٦) تحديات الإنفاذ والعقوبات: قد تواجه سلطات المنافسة صعوبة في إنفاذ قراراتها وفرض عقوبات على الشركات الرقمية الكبرى، خاصة تلك التي تعمل عبر الحدود. وقد تكون العقوبات المالية التقليدية غير كافية لردع هذه الشركات، مما قد يستدعي الحاجة إلى فرض عقوبات هيكلية أو سلوكية أكثر فعالية^(٣).

إن فهم هذه التحديات أمر بالغ الأهمية لضمان فعالية قوانين حماية المنافسة في حماية الأسواق الرقمية من الممارسات الاحتكارية، وتعزيز بيئة

(١) تقرير "تعزيز الاقتصاد التشاركي في مصر تحليل وتقييم وتقييم ايجابياته وتحدياته ومخاطره:.. ٢٠١١.

(2) UNCTAD. (2024). Voluntary peer review of competition law and policy of Egypt. Retrieved from https://unctad.org/system/files/official-document/ditccpl2024d1_en.pdf (UNCTAD review of Egypt's competition law)

(3) OECD. (2020). Competition Policy in the Digital Age: Challenges and Solutions. (General reference on guidelines for digital markets)

تنافسية عادلة ومبتكرة. ويتطلب ذلك اتباع مقاربة شاملة تتضمن تحديثاً قانونياً، وتعزيزاً للقدرات، وتنسيقاً دولياً، وتطويراً لأدوات تحليلية جديدة.

تحليل معمق للدراسات العالمية حول المنافسة في الاقتصاد الرقمي

شهدت السنوات الأخيرة طفرة في الأبحاث والدراسات التي تتناول تحديات المنافسة التي تفرضها المنصات الرقمية والاقتصاد التشاركي على الصعيد العالمي. وقد قدمت هذه الدراسات رؤى قيمة حول كيفية تأثير الرقمنة على ديناميكيات السوق، وكيف يجب على سلطات المنافسة تكييف مقارباتها. ومن أبرز هذه الدراسات والمبادرات ما يلي:

(١) **منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD)** تُعد منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD) من الجهات الرائدة في تحليل تأثير الرقمنة على المنافسة. فقد أصدرت المنظمة العديد من التقارير والنقاشات التي تناولت هذا الموضوع من زوايا مختلفة. على سبيل المثال، ركزت تقاريرها على كيفية إعادة الرقمنة تشكيل ديناميكيات المنافسة، مما أدى إلى ظهور أسواق جديدة وتحويل الأسواق القائمة. وأكدت هذه التقارير أن التحديات التي تفرضها الأسواق الرقمية تتطلب مقاربات جديدة من سلطات المنافسة، مع التركيز على أهمية البيانات، وتأثيرات الشبكة، والأسواق متعددة الأوجه^(١). كما ناقشت المنظمة في تقارير أخرى قضايا مثل "المنافسة في الأسواق القائمة على البيانات"، و"الخوارزميات والتواطؤ"، و"الاستحواذات

(1) Crémer, J., de Montjoye, Y. A., & Schweitzer, H. (2019). Competition Policy for the Digital Era. European Commission.

في القطاع الرقمي"، مقدمةً تحليلات معمقة وتوصيات لصانعي السياسات^(١).

(٢) تقرير لجنة ستيجلر للمنصات الرقمية (Stigler Committee on Digital Platforms):

يُعد هذا التقرير، الصادر عن مركز ستيجلر لدراسة الاقتصاد والدولة بجامعة شيكاغو، من أهم الوثائق التي صدرت في السنوات الأخيرة حول المنافسة في الأسواق الرقمية. ناقش التقرير التحديات التي تواجه تطبيق قوانين مكافحة الاحتكار في عصر المنصات الرقمية، مقدماً توصيات جريئة لإصلاح هذه القوانين وتكييفها مع الواقع الجديد. وقد ركز التقرير على قضايا محورية مثل:

- **الاستحواذات القاتلة (Killer Acquisitions):** حيث تستحوذ الشركات الكبرى على الشركات الناشئة الواعدة ليس بهدف دمجها أو تطويرها، بل لإزالة تهديد تنافسي محتمل في المستقبل.
- **إساءة استخدام البيانات:** وكيف يمكن للمنصات المهيمنة استخدام البيانات لتعزيز هيمنتها أو إقصاء المنافسين.
- **تفضيل الخدمات الذاتية (Self-preferencing):** حيث تفضل المنصات خدماتها الخاصة على حساب خدمات المنافسين على منصاتها.

(1) Cunningham, C., Ederer, F., & Ma, S. (2020). Killer Acquisitions. *Journal of Political Economy*, 128(9), 4021-4061.

• دور تأثيرات الشبكة: في تعزيز هيمنة المنصات الكبرى وخلق حواجز دخول أمام المنافسين الجدد^(١).

لقد أثر هذا التقرير بشكل كبير على النقاشات الدائرة حول إصلاح قوانين المنافسة في الولايات المتحدة وأوروبا.

(٣) تقرير فورمان (Furman Review) في المملكة المتحدة: في المملكة المتحدة، قدم تقرير فورمان (Unlocking Digital Competition) عام ٢٠١٩ تحليلاً شاملاً للتحديات التي تواجه المنافسة في الأسواق الرقمية، وقدم توصيات استراتيجية للحكومة البريطانية. ركز التقرير على الحاجة إلى إنشاء "وحدة أسواق رقمية" جديدة داخل هيئة المنافسة والأسواق (CMA)، ومنحها صلاحيات جديدة للتعامل مع الشركات الرقمية المهيمنة، بما في ذلك القدرة على فرض قواعد سلوكية، وتسهيل قابلية نقل البيانات، وتعزيز التشغيل البيني. (Interoperability)^(٢).

(٤) قانون الأسواق الرقمية (Digital Markets Act - DMA) في الاتحاد الأوروبي: يُعد قانون الأسواق الرقمية في الاتحاد الأوروبي من أبرز المبادرات التشريعية العالمية التي تهدف إلى تنظيم المنافسة في الأسواق الرقمية. يفرض هذا القانون التزامات محددة على "حراس البوابة" (Gatekeepers)، وهم الشركات الرقمية الكبرى التي تتمتع بقوة سوقية كبيرة. وتهدف هذه الالتزامات إلى ضمان المنافسة العادلة والمنصفة في

(1) Furman, J. (2019). Unlocking Digital Competition: Report of the Digital Competition Expert Panel. HM Treasury.

(2) OECD. (2021). Digital Transformation and Competition Policy.

الأسواق الرقمية، ومنع الممارسات المناهضة للمنافسة، مثل تفضيل الخدمات الذاتية، أو منع المستخدمين من إلغاء تثبيت التطبيقات المثبتة مسبقاً، أو تقييد قابلية نقل البيانات^(١).

تُظهر هذه الدراسات والمبادرات العالمية أن التحديات التي يفرضها الاقتصاد الرقمي على المنافسة ليست فريدة من نوعها، بل هي ظاهرة عالمية تتطلب مقاربات جديدة ومبتكرة من سلطات المنافسة. كما أنها تؤكد على أهمية البيانات، وتأثيرات الشبكة، والأسواق متعددة الأوجه كعوامل رئيسية يجب أخذها في الاعتبار عند تحليل المنافسة في هذا السياق.

تحليل معمق للدراسات الإقليمية والمحلية

على الصعيدين الإقليمي والمحلي، بدأت بعض الدراسات تتناول تأثير الاقتصاد الرقمي على المنافسة، ولكنها لا تزال محدودة مقارنة بالدراسات العالمية. ومع ذلك، فإنها تقدم رؤى مهمة حول السياق الخاص بمنطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا ومصر.

(١) تقرير البنك الدولي حول الاقتصاد الرقمي في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا: أشار تقرير للبنك الدولي بعنوان "اقتصاد جديد للشرق الأوسط وشمال إفريقيا" إلى أهمية التحول الرقمي في دفع عجلة النمو الاقتصادي في المنطقة، ولكنه حذر في الوقت نفسه من الحاجة إلى أطر تنظيمية قوية لضمان المنافسة العادلة وحماية المستهلكين. وأكد التقرير أن الحكومات في المنطقة بحاجة إلى تحديث قوانينها وسياساتها لمواكبة

(1) World Bank. (2020). A New Economy for the Middle East and North Africa.

التطورات المتسارعة في الاقتصاد الرقمي، بما في ذلك قوانين المنافسة. كما ركز التقرير على أهمية البنية التحتية الرقمية، والمهارات الرقمية، والبيئة التنظيمية المواتية، كعوامل أساسية لنجاح الاقتصاد الرقمي في المنطقة^(١).

(٢) مراجعات الأقران الطوعية لقانون وسياسة المنافسة في مصر (UNCTAD):

مراجعات طوعية لقانون وسياسة المنافسة في مصر، بهدف تقييم الإطار القانوني والمؤسسي للمنافسة في البلاد. وقد قدمت هذه المراجعات تحليلاً شاملاً للإطار القانوني الحالي والتحديات التي تواجهه، بالإضافة إلى توصيات لتحسين فعالية قانون المنافسة. ومع ذلك، لم تركز هذه المراجعات بشكل خاص على الاقتصاد الرقمي وتحدياته الفريدة، بل كانت ذات طابع عام^(٢).

(٣) الدراسات المحلية حول الاقتصاد التشاركي في مصر: على الرغم من النمو المتسارع للاقتصاد التشاركي الرقمي في مصر، لا تزال الدراسات الأكاديمية المتخصصة التي تتناول فعالية قانون حماية المنافسة في هذا القطاع محدودة نسبياً. وقد تناولت بعض الأبحاث العامة للاقتصاد التشاركي في مصر من منظور إيجابياته وتحدياته ومخاطره، مشيرةً إلى الحاجة لتطوير الأطر التنظيمية لمواكبة هذا النمو. على سبيل المثال، أشار تقرير بعنوان "تعزيز الاقتصاد التشاركي في مصر: تحليل وتقييم

(1) European Commission. (2020). Digital Markets Act.

(2) GDPR (General Data Protection Regulation). (2016).

إيجابياته وتحدياته ومخاطره" إلى أن الاقتصاد التشاركي يساهم في خلق فرص عمل وتحقيق الشمول المالي، ولكنه يثير أيضاً تساؤلات حول حماية المستهلك، والضرائب، والمنافسة العادلة^(١).

تُظهر مراجعة الأدبيات الإقليمية والمحلية وجود وعي متزايد بأهمية الاقتصاد الرقمي وتحدياته، ولكن لا يزال هناك نقص في الدراسات المتخصصة التي تربط بشكل مباشر بين قانون حماية المنافسة وتحديات الاقتصاد التشاركي الرقمي في السياق المصري. وهذا النقص يؤكد أهمية هذا البحث في سد الفجوة المعرفية القائمة.

الفجوات البحثية التي يغطيها هذا البحث وأهميته

بناءً على المراجعة الشاملة للأدبيات والدراسات السابقة، يهدف هذا البحث إلى سد الفجوات البحثية التالية، مما يعزز من أهميته ومساهمته في المعرفة:

(١) التركيز المتعمق على السياق المصري: على الرغم من وجود دراسات عامة حول الاقتصاد الرقمي في مصر، يقدم هذا البحث تحليلاً متعمقاً ومحددًا لفعالية قانون حماية المنافسة المصري في مواجهة تحديات الاقتصاد التشاركي الرقمي. ويركز البحث بشكل خاص على دراسة حالة شركات الدفع الإلكتروني والتمويل متناهي الصغر والتقسيم، مما يسلط الضوء على خصوصية السوق المصري والتحديات التي تواجه الجهات الرقابية المحلية في تطبيق القانون على هذه النماذج الجديدة من الأعمال.

(1) World Bank. (2020). A New Economy for the Middle East and North Africa.

(٢) **تطبيق قانون المنافسة على الاقتصاد التشاركي:** يستكشف البحث بشكل تفصيلي كيفية تطبيق قانون حماية المنافسة المصري الحالي ولوائحه التنفيذية على التحديات الفريدة التي يفرضها الاقتصاد التشاركي الرقمي. ويتضمن ذلك تحليلاً معمقاً لكيفية تعريف الممارسات الاحتكارية في هذا السياق، مع الأخذ في الاعتبار خصائص الأسواق الرقمية، مثل تأثيرات الشبكة، والبيانات الضخمة، والأسواق متعددة الأوجه.

(٣) **تحليل تأثير الشركات الكبرى على المنافسة:** يتجاوز البحث مجرد وصف نماذج عمل الشركات، ليحلل بشكل أعمق تأثير الشركات الكبرى في الاقتصاد التشاركي الرقمي على المنافسة العادلة. ويدرس البحث كيف يمكن أن تؤدي ممارسات هذه الشركات إلى خلق احتكارات أو تقييد للمنافسة، حتى لو كانت هذه الممارسات تبدو في ظاهرها ابتكارية أو قائمة على الكفاءة.

(٤) **تحديد صعوبات تعريف الممارسات الاحتكارية:** يركز البحث بشكل خاص على التحديات والصعوبات التي تواجه الجهات الرقابية في تحديد وتصنيف الممارسات الاحتكارية في الاقتصاد التشاركي الرقمي، مع تقديم أمثلة وتوضيحات لهذه الصعوبات.

(٥) **تقديم توصيات عملية ومحددة:** بناءً على التحليل الشامل، يقدم البحث مجموعة من التوصيات العملية والمحددة لصانعي السياسات والجهات الرقابية في مصر. وتهدف هذه التوصيات إلى تعزيز المنافسة العادلة في الاقتصاد التشاركي الرقمي، مع الأخذ في الاعتبار التحديات القانونية والتنظيمية المستخلصة من الدراسات العالمية والإقليمية، وتكييفها مع السياق المصري.

من خلال سد هذه الفجوات، يسعى هذا البحث إلى تقديم مساهمة قيّمة للأدبيات الأكاديمية في مجال قانون المنافسة والاقتصاد الرقمي، وتوفير رؤية عملية ومستتيرة لصانعي السياسات في مصر. كما يهدف البحث إلى مساعدة الجهات الرقابية على تطوير أطر أكثر فعالية لضمان بيئة تنافسية صحية ومستدامة في الاقتصاد التشاركي الرقمي، مما يعود بالنفع على المستهلكين، ويشجع الابتكار، ويدفع عجلة النمو الاقتصادي الشامل في مصر.

توصيات لتعزيز فعالية قانون حماية المنافسة في الاقتصاد التشاركي الرقمي المصري

بناءً على التحليل الشامل للتحديات التي يفرضها الاقتصاد التشاركي الرقمي على قانون حماية المنافسة في مصر، وفي ضوء أفضل الممارسات والتجارب الدولية، يمكن تقديم مجموعة من التوصيات العملية لصانعي السياسات والجهات الرقابية لتعزيز فعالية القانون وضمان المنافسة العادلة في هذا القطاع الحيوي:

(١) تحديث الإطار القانوني والتنظيمي بشكل مستمر:

- **تعديل تعريفات القانون:** يجب مراجعة وتحديث التعريفات والمصطلحات الأساسية في قانون حماية المنافسة لتشمل بشكل صريح وواضح خصائص الأسواق الرقمية، مثل "المنصة الرقمية"، و"البيانات الضخمة" كأصل تنافسي، و"تأثيرات الشبكة". وهذا يضمن

قدرة القانون على التعامل مع الممارسات الجديدة التي تنشأ في هذا السياق^(١).

- إصدار إرشادات متخصصة: يُوصى بأن يصدر جهاز حماية المنافسة إرشادات تفصيلية (Guidelines) حول كيفية تطبيق القانون على الأسواق الرقمية، مع التركيز على قضايا مثل تقييم الوضع المهيمن في الأسواق متعددة الأوجه، وتحليل "الاستحوادات القاتلة"، وكيفية التعامل مع الممارسات القائمة على البيانات والخوارزميات. ستوفر هذه الإرشادات الوضوح اللازم للشركات وتوجه المحققين^(٢).
- النظر في آليات تنظيمية استباقية: يمكن استكشاف إمكانية تبني آليات تنظيمية استباقية (Ex-ante Regulation) لبعض المنصات الرقمية الكبرى التي تتمتع بقوة سوقية كبيرة، على غرار قانون الأسواق الرقمية (DMA) في الاتحاد الأوروبي. يمكن لهذه الآليات أن تفرض التزامات سلوكية محددة على هذه المنصات لضمان المنافسة العادلة، مثل قابلية التشغيل البيني (Interoperability) أو قابلية نقل البيانات (Data Portability)^(٣).

(1) OECD. (2019). The Digital Transformation: A Framework for Entrepreneurship and Innovation Policy.

(2) World Bank. (2020). A New Economy for the Middle East and North Africa.

(3) UNCTAD. (n.d.). Competition and Consumer Protection. Retrieved from <https://unctad.org/topic/competition-and-consumer-protection> (UNCTAD's role in international cooperation)

٢) تعزيز القدرات المؤسسية والفنية لجهاز حماية المنافسة:

- **بناء الخبرات المتخصصة:** يجب على جهاز حماية المنافسة الاستثمار في بناء قدرات فريقه عبر توظيف خبراء في الاقتصاد الرقمي، وعلوم البيانات، والذكاء الاصطناعي، وهندسة البرمجيات. كما يجب توفير التدريب المستمر للمحققين والمحللين القانونيين لفهم الديناميكيات المعقدة للأسواق الرقمية^(١).
- **تطوير أدوات تحليلية متقدمة:** يجب تزويد الجهاز بالأدوات والبرمجيات اللازمة لتحليل البيانات الضخمة، وتقييم الخوارزميات، ومحاكاة سلوك السوق في البيئة الرقمية، مما يمكّن الجهاز من إجراء تحقيقات أكثر دقة وفعالية^(٢).
- **إنشاء وحدة متخصصة للأسواق الرقمية:** يُقترح إنشاء وحدة أو قسم متخصص داخل جهاز حماية المنافسة يكون مسؤولاً عن مراقبة وتحليل الأسواق الرقمية، وتحديد الممارسات المناهضة للمنافسة فيها، واقتراح الإجراءات اللازمة. وهذا من شأنه أن يعزز تركيز الجهاز وكفاءته في هذا المجال^(٣).

٣) تعزيز التعاون والتنسيق:

-
- (1) OECD. (2019). International Co-operation in Competition Enforcement.
 (2) Competition Bureau Canada. (Various reports and investigations on digital markets). (www.competitionbureau.gc.ca).
 (3) Korea Fair Trade Commission (KFTC). (Various decisions and reports on digital markets). (www.ftc.go.kr/eng/).

- **التعاون مع الجهات الرقابية المحلية:** يجب تعزيز التعاون والتنسيق بين جهاز حماية المنافسة والجهات الرقابية الأخرى ذات الصلة بالاقتصاد الرقمي في مصر، مثل البنك المركزي المصري (فيما يتعلق بخدمات الدفع والتمويل)، والهيئة العامة للرقابة المالية، ووزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات. وهذا التعاون يضمن اتباع مقاربة شاملة ومتكاملة للتحديات التنظيمية^(١).
- **التعاون الدولي:** نظراً للطبيعة العابرة للحدود للمنصات الرقمية، يجب على جهاز حماية المنافسة تعزيز تعاونه مع سلطات المنافسة الدولية، وتبادل الخبرات والمعلومات، والمشاركة في المبادرات الدولية التي تهدف إلى تنظيم المنافسة في الأسواق الرقمية. سيمكّن هذا التعاون الجهاز من الاستفادة من التجارب العالمية وتطبيق أفضل الممارسات^(٢).

٤) التركيز على حماية المستهلك والابتكار:

- **موازنة الأهداف:** يجب على جهاز حماية المنافسة أن يوازن بين أهدافه المتمثلة في حماية المنافسة، وتشجيع الابتكار، وحماية المستهلك. فالهدف لا يقتصر على منع الاحتكار، بل يمتد لضمان أن

(1) International Competition Network (ICN). (Various working group reports and recommended practices).

(www.internationalcompetitionnetwork.org).

(2) Australian Competition and Consumer Commission (ACCC). (Various reports and investigations on digital platforms). (www.accc.gov.au).

الابتكار يعود بالنفع على المستهلكين ويؤدي إلى أسواق أكثر كفاءة^(١).

- **الشفافية والمساءلة:** يجب تعزيز الشفافية والمساءلة في عمل المنصات الرقمية، خاصة فيما يتعلق بكيفية استخدام البيانات وعمل الخوارزميات التي تؤثر على الأسعار والخيارات المتاحة للمستهلكين. وهذا يمكن المستهلكين من اتخاذ قرارات مستنيرة ويقلل من فرص الممارسات غير العادلة^(٢).

٥) توعية السوق والمجتمع:

- **برامج التوعية:** يُوصى بأن يطلق جهاز حماية المنافسة برامج توعية للشركات (خاصة الناشئة والصغيرة والمتوسطة) والمستهلكين حول حقوقهم وواجباتهم في سياق قانون حماية المنافسة والاقتصاد الرقمي. وهذا سيزيد من الوعي بالممارسات المناهضة للمنافسة ويشجع على الإبلاغ عنها^(٣).
- **تشجيع الدراسات والبحوث:** يُقترح تشجيع إجراء المزيد من الدراسات والبحوث المتخصصة حول المنافسة في الاقتصاد الرقمي المصري،

(1) Shapiro, C., & Varian, H. R. (1999). Information Rules: A Strategic Guide to the Network Economy. Harvard Business School Press.

(2) Zingales, L. (2017). Towards a Political Economy of Competition Policy. Journal of Antitrust Enforcement, 5(1), 1-24.

(3) Ezrachi, A., & Stucke, M. E. (2017). Virtual Competition: The Promise and Perils of the Algorithm-Driven Economy. Harvard University Press.

بالتعاون مع الجامعات ومراكز الأبحاث، لسد الفجوات المعرفية وتوفير قاعدة بيانات قوية لدعم عملية صنع القرار^(١).

إن تطبيق هذه التوصيات سيمكّن مصر من بناء بيئة تنافسية قوية في الاقتصاد التشاركي الرقمي، مما سيساهم في تحقيق النمو الاقتصادي المستدام، وتشجيع الابتكار، وحماية مصالح المستهلكين والشركات على حد سواء.

الخاتمة:

لقد أحدث الاقتصاد التشاركي الرقمي ثورة حقيقية في المشهد الاقتصادي العالمي والمصري على حد سواء، مقدماً نماذج أعمال مبتكرة وخدمات جديدة تلبي احتياجات المستهلكين وتساهم في تحقيق الشمول المالي. ومع ذلك، فإن هذا التحول الرقمي المتسارع لم يأت دون تحديات، خاصة فيما يتعلق بضمان المنافسة العادلة في أسواق تتسم بالتركز والقوة السوقية الكبيرة لعدد قليل من اللاعبين الرئيسيين.

تناول هذا البحث بعمق فعالية قانون حماية المنافسة المصري في مواجهة هذه التحديات، بدءاً من تحليل الإطار القانوني الحالي. وقد أظهر التحليل أن المشرع المصري أدرك أهمية تحديث القانون لمواكبة التطورات الرقمية، من خلال توسيع نطاق التعريفات وتعزيز صلاحيات جهاز حماية

(1) Baker, J. B. (2019). The Antitrust Paradox Revisited: Robert Bork and the Transformation of Modern Antitrust Law. *Antitrust Law Journal*, 82(3), 675-716.

المنافسة. ومع ذلك، فإن التحدي الحقيقي يكمن في تطبيق هذه النصوص القانونية على واقع الأسواق الرقمية المعقدة.

ومن خلال دراسة حالة شركتي "حالا" و"أمان"، تبين أن نماذج أعمالهما، التي تعتمد بشكل كبير على تأثيرات الشبكة والبيانات الضخمة، يمكن أن تؤدي إلى تركيز السوق وخلق حواجز دخول أمام المنافسين الجدد. وقد سُلط الضوء على الممارسات المحتملة التي قد تثير قضايا المنافسة، مثل الربط، والقيود التعاقدية، وإساءة استخدام البيانات، والإغراق السعري، والاستحواذ على المنافسين الناشئين. وهذه الممارسات، وإن بدت في ظاهرها جزءاً من الابتكار، إلا أنها تتطلب تدقيقاً من سلطات المنافسة لضمان عدم تحولها إلى أدوات لإقصاء المنافسين وتقييد الاختيار أمام المستهلكين.

أحد أبرز المحاور التي ركز عليها البحث هو الصعوبات الجوهرية في تعريف الممارسات الاحتكارية في سياق الاقتصاد الرقمي. فالمفاهيم التقليدية للمنافسة تواجه تحديات كبيرة في الأسواق متعددة الأوجه، حيث تتداخل المصالح وتختلف نماذج تحقيق الإيرادات. كما أن البيانات الضخمة، وتأثيرات الشبكة، والأسعار الصفرية، والابتكار التخريبي، كلها عوامل تجعل من الصعب تحديد الضرر التنافسي وإثباته. وقد تم التأكيد على أن الخوارزميات والتواطؤ الخوارزمي يمثلان تحدياً جديداً يتطلب فهماً عميقاً لكيفية عمل هذه التقنيات.

وقد استعرض البحث الأدبيات والدراسات السابقة، العالمية منها والإقليمية والمحلية، لتحديد أفضل الممارسات في مجال تنظيم المنافسة في الأسواق الرقمية. وأظهرت هذه المراجعة أن التحديات التي تواجه مصر ليست

فريدة من نوعها، وأن هناك تجارب دولية غنية يمكن الاستفادة منها، مثل قانون الأسواق الرقمية في الاتحاد الأوروبي وتقارير منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD) ولجنة ستيغلر. كما أبرزت المراجعة الفجوات البحثية في السياق المصري، مؤكدةً على أهمية هذا البحث في سدها وتقديم تحليل متخصص وموجه للسياق المحلي.

ختاماً، يقدم هذا البحث مجموعة من التوصيات العملية لتعزيز فعالية قانون حماية المنافسة في مصر. وتشمل هذه التوصيات تحديث الإطار القانوني والتنظيمي، وتعزيز القدرات المؤسسية والفنية لجهاز حماية المنافسة، وتعميق التعاون بين الجهات الرقابية المحلية والدولية، مع التركيز على حماية المستهلك والابتكار، وتوعية السوق والمجتمع بأهمية المنافسة العادلة. إن تطبيق هذه التوصيات سيمكن مصر من بناء بيئة تنافسية قوية ومستدامة في الاقتصاد التشاركي الرقمي، مما سيساهم في تحقيق النمو الاقتصادي الشامل، وتشجيع الابتكار، وحماية مصالح جميع الأطراف المعنية في هذا القطاع الواعد.

المراجع العربية:

١. القانون رقم ١٧٥ لسنة ٢٠٢٢ بتعديل بعض أحكام قانون حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية (٢٠٢٢) الجريدة الرسمية المصرية.
٢. القانون رقم ١٧٥ لسنة ٢٠٢٢، مرجع سابق.
٣. اللائحة التنفيذية لقانون حماية المنافسة رقم ١٣١٦ لسنة ٢٠١٥ وتعديلاتها، قرار رئيس مجلس الوزراء رقم ١١٢٠ لسنة ٢٠٢٤
٤. المادة ١١ من قانون حماية المنافسة رقم ٣ لسنة ٢٠٠٥.
٥. المادة ٦ من قانون حماية المنافسة رقم ٣ لسنة ٢٠٠٥.
٦. المادة رقم ١١ و ١٨ من قانون حماية المنافسة رقم ٣ لسنة ٢٠٠٥.
٧. المادة رقم ١٩ من قانون حماية المنافسة رقم ٣ لسنة ٢٠٠٥.
٨. المادة رقم ٨ من قانون حماية المنافسة رقم ٣ لسنة ٢٠٠٥.
٩. تقرير "تعزيز الاقتصاد التشاركي في مصر تحليل وتقييم وتقييم إيجابياته وتحدياته ومخاطره: ٢٠١١.
١٠. جهاز حماية المنافسة المصري (n.d). الأخبار والبيانات الصحفية.
١١. قانون حماية المنافسة رقم ٣ لسنة ٢٠٠٥ وتعديلاته (٢٠٠٥) الجريدة الرسمية المصرية.

المراجع الإنجليزية:

1. Australian Competition and Consumer Commission (ACCC). (Various reports and investigations on digital platforms). (www.accc.gov.au).
2. Baker, J. B. (2019). The Antitrust Paradox Revisited: Robert Bork and the Transformation of Modern Antitrust Law. Antitrust Law Journal, 82(3), 675-716.

3. Bolton, P., Brodley, J. W., & Riordan, M. H. (2000). Predatory Pricing: Strategic Theory and Legal Policy. *Georgetown Law Journal*, 88(6), 1639-1738.
4. Botsman, R., & Rogers, R. (2010). *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*. HarperBusiness.)
5. Competition Bureau Canada. (Various reports and investigations on digital markets). (www.competitionbureau.gc.ca).
6. Crémer, J., de Montjoye, Y. A., & Schweitzer, H. (2019). *Competition Policy for the Digital Era*. European Commission.
7. Crémer, J., de Montjoye, Y. A., & Schweitzer, H. (2019). *Competition Policy for the Digital Era*. European Commission.
8. Cunningham, C., Ederer, F., & Ma, S. (2020). Killer Acquisitions. *Journal of Political Economy*, 128(9), 4021-4061.
9. Cunningham, C., Ederer, F., & Ma, S. (2020). Killer Acquisitions. *Journal of Political Economy*, 128(9), 4021-4061.
10. Eisenmann, T., Parker, G., & Van Alstyne, M. W. (2011). Strategies for Two-Sided Markets. *Harvard Business Review*, 89(10), 92-100.
11. European Commission. (2020). *Digital Markets Act*.
12. Evans, D. S., & Schmalensee, R. (2016). *Matchmakers: The New Economics of Multisided Platforms*. Harvard Business Review Press.
13. Ezrachi, A., & Stucke, M. E. (2017). *Virtual Competition: The Promise and Perils of the Algorithm-Driven Economy*. Harvard University Press.

14. Ezrachi, A., & Stucke, M. E. (2017). *Virtual Competition: The Promise and Perils of the Algorithm-Driven Economy*. Harvard University Press.
15. Furman, J. (2019). *Unlocking Digital Competition: Report of the Digital Competition Expert Panel*. HM Treasury.
16. Furman, J. (2019). *Unlocking Digital Competition: Report of the Digital Competition Expert Panel*. HM Treasury.
17. GDPR (General Data Protection Regulation). (2016).
18. Halan Website. (n.d.). About Us. Retrieved from <https://halan.com/about/>
19. <https://www.chicagobooth.edu/-/media/research/stigler/pdfs/stigler-committee-digital-platforms-final-report.pdf>
20. International Competition Network (ICN). (Various working group reports and recommended practices). (www.internationalcompetitionnetwork.org).
21. Khan, L. M. (2017). Amazon's Antitrust Paradox. *Yale Law Journal*, 126(3), 710-805.
22. Korea Fair Trade Commission (KFTC). (Various decisions and reports on digital markets). (www.ftc.go.kr/eng/).
23. OECD. (2018). *Rethinking Antitrust Tools for Multi-Sided Platforms*.
24. OECD. (2019). *International Co-operation in Competition Enforcement*.
25. OECD. (2019). *International Co-operation in Competition Enforcement*.

26. OECD. (2019). The Digital Transformation: A Framework for Entrepreneurship and Innovation Policy.
27. OECD. (2020). Competition Policy in the Digital Age: Challenges and Solutions. (General reference on guidelines for digital markets)
28. OECD. (2021). Digital Transformation and Competition Policy.
29. OECD. (n.d.). Competition and Digital Economy. Retrieved from <https://www.oecd.org/en/topics/sub-issues/competition-and-digital-economy.html> (OECD reports on digital economy and competition)
30. Rochet, J. C., & Tirole, J. (2006). Two-Sided Markets: A Progress Report. *The RAND Journal of Economics*, 37(3), 645-667.
31. Schumpeter, J. A. (1942). *Capitalism, Socialism and Democracy*. Harper & Brothers.
32. Shapiro, C., & Varian, H. R. (1999). *Information Rules: A Strategic Guide to the Network Economy*. Harvard Business School Press.
33. Stigler Center for the Study of the Economy and the State. (2019). *Stigler Committee on Digital Platforms – Final Report*. University of Chicago Booth School of Business. Retrieved from
34. Stucke, M. E., & Ezrachi, A. (2020). *Competition Overdose: How Free Market Mythology Transformed Us from Citizen to Consumer*. Oxford University Press.
35. UNCTAD. (2024). Voluntary peer review of competition law and policy of Egypt. Retrieved from <https://unctad.org/system/files/official->

- document/ditcclp2024d1_en.pdf (UNCTAD review of Egypt's competition law)
36. UNCTAD. (n.d.). Competition and Consumer Protection. Retrieved from <https://unctad.org/topic/competition-and-consumer-protection> (UNCTAD's role in international cooperation)
 37. Whinston, M. D. (1990). Tying, Foreclosure, and Exclusion. *American Economic Review*, 80(4), 837-859.
 38. World Bank. (2020). A New Economy for the Middle East and North Africa. Retrieved from <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/34526> (World Bank report on MENA digital economy)
 39. World Bank. (2020). A New Economy for the Middle East and North Africa.
 40. World Bank. (2020). A New Economy for the Middle East and North Africa.
 41. World Bank. (2020). A New Economy for the Middle East and North Africa.
 42. World Economic Forum. (2018). The Future of Competition: The Impact of Digitalisation on Competition Policy.
 43. Zingales, L. (2017). Towards a Political Economy of Competition Policy. *Journal of Antitrust Enforcement*, 5, 1-24.