

Communications
Regulatory Authority
State of Qatar

هيئة تنظيم
الاتصالات
دولة قطر

اطار العمل بالمنافسة

لائحة المنافسة

المذكرة التفسيرية

تشمل لائحة المنافسة مُستند بيان لائحة
المنافسة مع المذكرة التفسيرية ذات الصلة.

21 أكتوبر 2015

السرية وحقوق الملكية

تم إعداد محتوى هذا المُستند لاستخدامه في أغراض هيئة تنظيم الاتصالات وحدها دون غيرها. يُحظر استخدام المعلومات الواردة بهذا المُستند أو نسخها أو الإفصاح عنها تحقيقاً للغرض المذكور، وذلك باستثناء الحالات المعفاة من الاتفاق في أماكن أخرى.

جدول المحتويات

إطار العمل بالمنافسة لائحة المنافسة المُدكرة التفسيرية

5	1. مقدمة
5	1.1 النطاق
6	1.2 رفع الشكاوى والتحقق فيها
7	1.3 الامتثال للائحة المنافسة
7	1.4 مُراجعة لائحة المنافسة
7	1.5 هيكل المُدكرة التفسيرية هذه:
9	2. السلوكيات والإجراءات والممارسات المُنسقة التي تدرج ضمن " الممارسات المناهضة للمنافسة"
9	2.1 مقدمة
9	2.2 ماهية الاتفاقات التي تدرج تحت سياسة المنافسة
10	2.2.1 مفهوم تقليص حجم المنافسة بشكلٍ جوهري
10	2.2.2 الاتفاقات والممارسات المُشتركة
10	2.2.3 الكيانات المستقلة
11	2.3 أشكال الاتفاقيات التي من الممكن اعتبارها مناهضة للمنافسة أو تقلص حجمها بشكلٍ جوهري
12	2.3.1 الاتفاقيات الأفقية
18	2.3.2 الاتفاقيات الرأسية
21	2.4 كيف ستقوم الهيئة بتقييم الاتفاقيات التي قد تقيد المنافسة
21	2.4.1 العوامل التي يمكن للهيئة تحليلها
22	2.4.2 يفترض في بعض الاتفاقيات عدم ممانعتها للمنافسة أو الحد منها بشكلٍ جوهري ("الحد الأدنى للعتبة")
23	2.5 ما يمكن سرده كـ"تبرير" يفسر لصالح الاتفاقيات المانعة للمنافسة
23	2.5.1 الفاعلية
24	2.5.2 حصة عادلة للمستهلكين
25	2.5.3 ضرورة الاتفاق
25	2.5.4 عدم إنهاء الاتفاق للمنافسة
26	3. إساءة استعمال الموقع المسيطر
26	3.1 نطاق الأعمال المحظورة
27	3.2 المنهج العام المتبع في إجراء التحقيق في إساءة استعمال الموقع المسيطر.
28	3.3 عملية التقييم

31	3.3.1 تعريف السوق
32	3.3.2 تقييم السيطرة
32	3.3.3 التقييم الموضوعي لتأثير السلوك
33	3.3.4 فرض عقوبات وجزاءات
33	3.4 المنهج العام للتحقيق في المخالفات المتعلقة بالأسعار
35	3.5 ما هي السلوكيات التي تُصنفها الهيئة على أنه تصرفات مُسيئة للوضع المهيمن؟
36	3.5.1 رفض الوريد
40	3.5.2 الاعتصار الهامشي (ضغط هامش ربح المنافسين)
43	3.5.3 التخفيضات والخصومات وبرامج الولاء
47	3.5.4 التمييز السعري غير المبرر والتمييز غير السعري
79	3.5.5 الدعم المتبادل
51	3.5.6 التسعير المبالغ فيه
53	3.5.7 حزم المنتجات وتلازمها
56	3.5.8 تقييد المُستهلك بسبب طول مدة العقد
57	3.5.9 اتفاقيات التوزيع الحصري
57	3.5.10 التسعير الافتراضي
60	3.6 الدفع أو التبريرات للسلوك المناهض للمنافسة
60	3.6.1 تبرير الضرورة الموضوعية
61	3.6.2 تبرير الكفاءة
63	4. الاندماج وتحويل السيطرة
63	4.1 مقدمة
63	4.2 الالتزامات بالإخطار
64	4.3 تقييم أثار نقل السيطرة على المنافسة
64	4.3.1 تقييم الاندماج مقابل المغايرة حال عدم وجود اندماج
64	4.3.2 هل يؤدي التحويل إلى " التخفيض الكبير للمنافسة "
65	4.3.3 يشمل التقييم أيضاً تقييم الكفاءة المحتملة
65	4.4 تقييم الاندماجات الأفقية.
65	4.4.1 مقدمة
66	4.4.2 الآثار الأحادية
68	4.4.3 الآثار المنسقة

61	4.5 قوة المشتري التعويضية
62	4.6 عمليات الاندماج الرأسي
62	4.6.1 الاستئثار بمدخلات الإنتاج
62	4.6.2 الاستئثار بالعميل
62	4.7 اندماج كيانات متعدّدة الأنشطة
63	4.8 المشاريع المشترك العاملة ككيان اقتصادي مستقل
63	4.9 تقييم كفاءات الشركات المُندمجة
65	4.10 العلاجات والتعهدات
68	5. علاج انتهاكات جوانب المنافسة لقانون الاتصالات
68	5.1 الهدف
68	5.2 المبادئ العامة
68	5.3 الاطار القانوني
69	5.4 المعالجات السلوكية
69	5.5 المعالجات الهيكلية
70	5.6 سبل الانتصاف المؤقتة
70	5.7 إجراءات إصلاحية أخرى
70	5.7.1 التعهدات الملزمة بدلاً من توقيع المخالفة
70	5.7.2 شروط إقرار الجهة المخالفة بقرار الهيئة
70	5.7.3 التحذيرات
70	5.7.4 المحاكمة الجنائية

1. مقدمة

تختص هيئة تنظيم الاتصالات (المشار إليها فيما يلي بـ "الهيئة") بتنظيم الاتصالات والبريد والنفاد إلى وسائل التواصل الرقمية في دولة قطر بموجب المرسوم بقانون رقم 42 لسنة 2014.

يتمثل هدفها الرئيسي في دعم وتشجيع قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يتسم بالانفتاح والتنافس، والذي بدوره يوفر خدمات الاتصالات في دولة قطر تتميز بالتطور والابتكار والموثوقية.

وقد أقامت الهيئة لائحة التنافس بما يتماشى مع الأهداف التشريعية والمبادئ التنظيمية المنصوص عليها في المرسوم بقانون رقم (34) لسنة 2006 (قانون الاتصالات) وبيان اللائحة الصادر في يونيو 2014، والذي بدوره يُركز على تحسين دور المنافسة كعامل مُحفز على الاستثمار والابتكار.

وبشكل عام، فإن تطبيق وسائل الحماية التنافسية يتم من خلال أدوات تنظيمية سابقة على وقوع الانتهاك التنافسي (على سبيل المثال: الأدوات الواردة بتعريف السوق وتحديد الجهة المسيطرة) وأدوات لاحقة على وقوع الانتهاك التنافسي، بحيث تعمل تلك الأدوات على تكملة بعضها البعض. تعمل الأدوات التنظيمية السابقة على وقوع الانتهاك بشكل استباقي، فقد تم تصميمها لتواجه التحديات الخاصة المحددة في السوق، على سبيل المثال، النفاذ للمُنشآت الحيوية. نجد أن فرض اللوائح السابقة على وقع الانتهاك يتطلب قيام السلطة بإجراء التحاليل للسوق، وبناءً على ذلك الأساس، تقوم الهيئة بفرض حلول لائحية للحد من قدرة مُقدم الخدمات المُهيمن المُحتمل من الانخراط في سلوكيات منافية للمنافسة. أما بالنسبة للأدوات اللاحقة على وقوع الانتهاك، فيتم وصفها - عادةً - على اعتبار أنها "أدوات بعد وقوع السلوك"، وتُطبق في العادة بعد إجراء تحقيق في سلوك المُشغل استجابةً لشكوى أو تلبيةً لمبادرة الهيئة.

تتضمن لائحة المنافسة بيان لائحة المنافسة والمذكرات التفسيرية لها. ويُفصل بيان لائحة المنافسة السلوكيات التي من شأنها انتهاك العناصر ذات الصلة بقواعد المنافسة في قانون الاتصالات، ويعمل على تلخيص كيفية قيام الهيئة بتقييم الآثار المترتبة على الاستحواذ على المنافسة في الأسواق ذات الصلة. وتوفر المذكرات التفسيرية المُرفقة باللائحة المزيد من التفاصيل حول النهج الذي قد تتبعه الهيئة في التحقيق في السلوكيات المُحتملة المُضادة للمنافسة والاستحواذية.

ويرد نهج الهيئة في التحقيق في الشكاوى والإرشادات المُتصلة بكيفية القيام بالشكوى في مطبوعاتها "إجراءات التحقيق بعد وقوع الانتهاك". وبالتالي، فإن هذا المُستند يُركز على الفحوصات الاقتصادية التي من المُمكن تطبيقها في التحقيقات.

1.1 النطاق

دعماً لسياسات الهيئة في التحقيق في الإجراءات المُقامة بعد وقوع الانتهاك، قامت الهيئة بنشر لائحة المنافسة والتي تتضمن بيان لائحة المنافسة والمذكرة التفسيرية للائحة المنافسة المُرفقة.

ويتمثل الغرض من لائحة المنافسة في إنشاء مناخ مُستقر وثابت، والذي من خلاله يتفهم المشاركون في السوق الظروف والأوضاع التي تقوم بناءً عليها الهيئة بإجراء التحقيقات فيما يتصل بالسلوكيات المُنافية لقواعد المنافسة المُحتملة بالإضافة إلى المعايير الرئيسية في اتخاذ مثل تلك القرارات.

ينص بيان لائحة المنافسة على ما يلي:

1. السلوكيات التي تُعد من قبيل المناهضة للمنافسة وفقاً لإطار العمل التنظيمي وغيرها من السلوكيات المناهضة للمنافسة المعهود عليها، والتي قد تصدر من:
 - أ- أي شخص بما يشمل ذلك مقدمو الخدمات، أي بشكل تناظري؛ و
 - ب- مقدمو الخدمات المُسطرين الممنوعين من التعسف في استخدام مراكزهم المُهيمنة، أي بشكل غير تناظري؛
2. النهج الذي قد تتبعه الهيئة عند تقييم آثار الاستحواذ وتحويل السيطرة في السوق؛
3. حلول الانتهاكات الواقعة على لائحة المنافسة.

وتعمل المُذكرة التفسيرية على سرد المزيد من التفاصيل حول النهج المُتبع من قبل الهيئة في القيام بالإجراءات الخاصة بما بعد وقوع الانتهاك، وتقوم من خلال الرسوم التوضيحية بتلخيص العديد من الأمثلة المُقتبسة من الوقائع السابقة التي تم الحصول عليها من جهات قضائية مُختلفة.

لا تُغطي لائحة المنافسة الأدوات المُستخدمة قبل وقوع الانتهاك والتي قد يُفرض بموجبها التزامات احترازية على مُقدمي الخدمات بالإضافة إلى الالتزامات المنصوص عليها في لائحة المنافسة، بحيث يتضمن ذلك الأدوات ذات الصلة بتعريف السوق وتحديد الجهة المُهيمنة (تشمل تلك الأدوات لوائح النفاذ والعروض المرجعية) وقواعد حماية المُستهلك وقواعد الدعاية وإرشادات تعرفه التجزئة. وكما ورد أعلاه، فإنه قد تم النص على إجراءات إقامة تحقيقات ما بعد وقوع الانتهاك المُقامة رداً على سلوك مُنافٍ للمنافسة في مُستند مُنفصل.

1.2 رفع الشكاوى والتحقيق فيها

يجوز للهيئة الشروع في التحقيق بمجرد استلامها للشكوى (أو الإخطار في حالة الاستحواذ)، ويجوز لها الشروع في التحقيق وفقاً لمُبادرتها الخاصة. وترد العملية الخاصة برفع الشكاوى في إجراءات التحقيق ما بعد وقوع الانتهاك.

عند اتخاذ قرار بشأن ما إذا كان السلوك قيد التحقيق ينتهك أحكام المنافسة في قانون الاتصالات، تنظر الهيئة في الأدلة المقدمة لها في الشكوى والأدلة التي تم جمعها أثناء التحقيق. بالإضافة إلى ما سبق، فقد تختار الهيئة عدم التحقيق في الشكاوى المقدمة إليها والتي لا تدعمها الأدلة والتحليلات ذات الصلة.

عند اتخاذ القرار كجزء من لائحة المنافسة، ستقوم الهيئة بوضع استنتاجاتها بناءً على تقييمها للأدلة، وذلك لتقرير ما إذا كان يُحتمل أن يكون السلوك قيد التحقيق في انتهاك لحظر السلوكيات المناهضة (مثل الاتفاقيات) أو يُمثل تعسفاً في استخدام المركز المُهيمن أو أن آثار الاستحواذ تؤدي إلى وجود قصور جوهري في المنافسة.

وعلى كافة الأحوال، فإن عبء الإثبات يقع على عاتق الراغبين في الاستفادة من هذه المزايا المُتمثلة في رغبة الأطراف في التحقيق في المطالبة بمزايا فعالية المقاصدة أو أي مُبررات أخرى.

تدرك السلطة أنه فيما يتعلق بالاتفاقات المناهضة للمنافسة، فإنه يجوز للأطراف الاستفادة - في بعض الحالات - من القدرة على طلب المشورة من الهيئة بشأن النظر واقتراح نهجها المحتمل بخصوص اتفاق محتمل للمنافسة من أجل توفير قدر أكبر من الشفافية واليقين قبل إبرام الاتفاق. وبالتالي، تنظر الهيئة في حالة الاتفاقات التي تثير الصعوبات أو الجدل عند وجود درجة عالية من عدم اليقين بشأن وجود الاتفاق حكم محظوراً بموجب الإطار التنظيمي، يجوز للأطراف أن تطلب من الهيئة إبداء رأي حول نهجها المحتمل ومنهجية تقييم السلوك محل الدراسة. وقد تختار الهيئة عندئذ تقديم هذه المشورة التي سيتم تقديمها بطريقة مفتوحة وشفافة. ومع ذلك، ينبغي على الأطراف ملاحظة أن هذه المشورة لا ترقى إلى مستوى القرار، وأن السلطة غير مجبرة على تقديم المشورة.

بالإضافة إلى ما سبق، فإن ذلك لا يُعد من قبيل الالتزامات المفروضة على عاتق الشركات بطلب الحصول على الاعتمادات قبل أن تقوم بإبرام عقودها.

1.3 الامتثال لللائحة المُنافسة

يتعين على كافة الأشخاص الخاضعين لسلطة إطار العمل التنظيمي الالتزام بلائحة المنافسة نظراً لطبيعتها الملزمة، ويعتبر أي قرار تتخذه الهيئة في تنفيذ لائحة المنافسة نهائياً وملزماً ويمكن استخدامه في أي إجراءات قضائية.

1.4 مُراجعة لائحة المُنافسة

يجوز مُراجعة لائحة المُنافسة من وقت لآخر بعد تقديمها للأطراف ذوي الصلة للمُراجعة والتعقيب.

1.5 هيكل المُذكرة التفسيرية هذه:

هيكل ما تبقى من هذا المستند هو كما يلي:

- يصف القسم 2 السلوك أو الترتيبات أو الممارسات المنسقة التي تشكل "ممارسات مناهضة للمنافسة"؛
- يشرح القسم 3 كيف سيتم تقييم إساءة استخدام المركز المهيمن؛
- يشرح القسم 4 نهج الهيئة في تقييم آثار عمليات الاستحواذ والتحويلات الخاصة بالسيطرة على المنافسة في الأسواق ذات الصلة؛
و
- يشرح القسم 5 كيف ستحدد الهيئة سبل الانتصاف المناسبة إذا وجدت أن هناك انتهاكاً لللائحة المنافسة؛

2. السلوكيات والإجراءات والممارسات المُنسقة التي تدرج ضمن " الممارسات المناهضة للمنافسة"

2.1 مقدمة

يتناول هذا القسم أي سلوكيات أو إجراءات أو ممارسات مُنسقة أو أي اندماجيات تنطوي على ممارسات مناهضة للمنافسة وفقاً للقوانين التنظيمية المعمول بها، والتي تستند عليها الهيئة في تقصيصها حول ما إذا كان السلوك المشتبه قد يكون له تأثير على الحد من المنافسة بشكل جوهري.

وتتبنق سلطات الهيئة في القيام بهذا الأمر من المادة 41 من قانون الاتصالات والتي تحظر مزودي الخدمات من الانخراط في الممارسات المناهضة للمنافسة، وكذلك المادة 45 من قانون الاتصالات التي تحظر على أي "شخص" الانخراط في أية أعمال قد تعوق المنافسة أو تحد منها بشكل جوهري¹.

يتكون هذا القسم من الآتي:

- القسم 2.2 والذي يوضح أنواع الاتفاقيات والممارسات المُنسقة والكيانات الخاضعة لسياسة المنافسة؛ و
- القسم 2.3 والذي يتناول الاتفاقيات والممارسات التي يُعتقد بأن مزاولتها أو آثارها قد تحد بشكل جوهري من المنافسة؛ و
- القسم 4.2 والذي يصف الأسس التي تُقيم الهيئة بموجبها الاتفاقيات والممارسات المشتبه فيما إذا كانت أم لم تكن ممارسات مناهضة للمنافسة.
- القسم 5.2 والذي يوضح أن الهيئة ستضع في اعتبارها – عند تقييمها لأثر الاتفاقيات - الكفاءات التعويضية المحتملة التي قد تنشأ ("تبرير الكفاءة")

2.2 ماهية الاتفاقات التي تدرج تحت سياسة المنافسة

يقضى قانون الاتصالات بحظر الممارسات المناهضة للمنافسة بوجه عام، وبوجه خاص "الممارسات" القائمة "بين الأشخاص" والتي ما من شأنها أن تعوق المنافسة أو تحد منها، فقد تؤثر السلوكيات التي تنطوي على شكل من أشكال الاتفاق أو الممارسات المشتركة التي تزاولها الكيانات المستقلة سلباً على المنافسة. ويتناول هذا المستند التوضيحي خلال الصفحات القليلة القادمة:

- مفهوم تقليص حجم المنافسة بشكل جوهري؛ و
- مفهوم الاتفاقات والممارسات المُنسقة؛ و
- مفهوم الكيانات المستقلة.

¹ مرسوم قانوني رقم (34) لسنة 2006 حول إصدار قانون الاتصالات.

2.2.1 مفهوم تقليص حجم المنافسة بشكلٍ جوهري

يقضى قانون الاتصالات - كما هو موضح أعلاه- بحظر الممارسات المناهضة للمنافسة والتي قد تقلص بشكلٍ جوهري من حجم المنافسة، الأمر الذي ترى الهيئة أنه يُلحق خسائر فادحة بين المتنافسين الفعليين والمحتملين. وقد تُحد المنافسة في حال ما إذا زادت صعوبة الدخول إلى السوق أو التوسع بها، وهو ما قد يحدث - على سبيل المثال - في حالة قلة عدد المشاركين المحتملين بالسوق عن المتوقع أو في حال ما لم يتمكن المشاركين الحاليين أو المحتملين بالسوق من تلبية متطلبات العملاء الحاليين، مما قد يفسح المجال أمام المشاركين الآخرين بالسوق لزيادة الأسعار لتحقيق الربحية. وعليه، تقوم الهيئة - بشكلٍ عام - بتحديد الأسواق ذات الصلة والتي يتواجد بها المشاركون بالسوق والتي يُمارس بها السلوك الاحتكاري، وكذلك الأسواق التي تتأثر بمثل هذا السلوك.

2.2.2 الاتفاقات والممارسات المُشتركة

تُعرف "الاتفاقات" بأنها نوع من الترتيبات والالتزامات التي تتم بين طرفين أو أكثر تبدي عزمهما أن يقوما معاً بإتباع السلوك والنهج ذاته خلال خوضهما للسوق، وعادة ما يكون ذلك فيما يتعلق بالتصرفات التي يقوما بفعلها أو الامتناع عن فعلها معاً، إذ يجب أن يكون هناك ثمة إجماع بين الأطراف المعنية - سواء بشكلٍ رسمي أو غير رسمي، خطي أو شفهي، قانوني أو غير قانوني، أو بأي شكل آخر من أشكال الاتفاق بما في ذلك الاجتماعات والمكالمات الهاتفية والرسائل الإلكترونية والمكاتبات المتبادلة - حول السلوك المزمع عليهما إتباعه.

تشتمل "الاتفاقيات" - من منظور سياسة المنافسة- على أي قرارات يتخذها الأطراف أو نوايا يصرحون بها سواء تم اتباعها بالفعل فيما بعد أم تجاهلها. وفي حال عدم قيام الأطراف بإبرام اتفاق صريح حول ما يعزمون على إتباعه، تتجه الهيئة إلى التقصي حول ما إذا كان السلوك المتبع من قبل أحد الأطراف قد حاز أم لم يحز على قبول الأطراف الأخرى، إذ تقوم- على سبيل المثال- بالمقارنة بين السلوك الفعلي الذي يتبعه هذا الطرف وبين الشروط المشتبه في أن يكون هذا الطرف قد اتفق عليها مع الطرف الآخر. وقد تقوم بعض الشركات بالاتفاق بشكلٍ غير رسمي حول تعاون مشترك دون إبرام اتفاق أو قرار رسمي. وفي هذه الحالة يندرج هذا الاتفاق غير الرسمي تحت مسمى "الممارسات المنسقة". وحيث أنه لا توجد حدود واضحة لمفهوم الاتفاقيات والقرارات والممارسات المنسقة، فقد أشارت الهيئة إلى تلك المفاهيم الثلاثة معاً بـ"الاتفاقيات".

يمكن أن تكون الاتفاقيات - حسب مستوى خط الإنتاج والتوزيع الخاص بكل كيان - وفق الآتي:

- **اتفاقية أفقية:** ويشمل ذلك الاتفاقيات والممارسات المنسقة التي تتم بين الكيانات التي تعمل على نفس مستوى خط الإنتاج والتوزيع، أي المنافسين المباشرين؛ و
- **اتفاقية رأسية:** وهو ما يشمل الاتفاقيات والممارسات المنسقة التي تتم بين الكيانات التي تعمل على خطوط إنتاج وتوزيع مختلفة، أي المنافسين غير المباشرين.

2.2.3 الكيانات المستقلة

لقد عازمت الهيئة على وضع مفهوم موسع للكيانات بحيث يشمل كافة الهيئات الاعتبارية والشراكات والمنشآت الفردية والأفراد العاملين بالأنشطة الاقتصادية، بما في ذلك الشركات والأفراد والشراكات والكيانات المناهضة للمنافسة والجمعيات الخيرية والمؤسسات غير الربحية وغيرها. وقد تم أيضاً ضم الجمعيات لتندرج تحت سياسة المنافسة، وهذا انطلاقاً من قدرتها على اتخاذ قرارات من شأنها أن تُقيد السلوك المستقل للأعضاء حال إلزامهم بها.

تُطبق هذه السياسة على "الكيانات المستقلة"، بمعنى أنه حال غياب الاتفاقية، تستطيع تلك الكيانات أن تتخذ قرارات اقتصادية حول الإجراءات التي ستتبعها كلاً منها بالسوق بشكلٍ مستقل، ومن ثم فإن السياسة لا تحكم اتفاقيات الكيانات المتحدة التي تُمثل معاً كياناً

اقتصاديا واحدا. ويعتمد تصنيف تلك الكيانات من حيث كونها مستقلة أم متحدة على ما إذا كان لدى أحدها عدد كبير من الحصص بالكيان الآخر² يخول لها إدارة هذا الكيان (بما في ذلك- على سبيل المثال- تعيين مديرين أو توجيه الاستثمار الاستراتيجي أو اتخاذ القرارات التسويقية).

وقد لاحظت الهيئة عدم وجود معايير معينة يُمكن الاستناد إليها في تحديد ما إذا كانت الكيانات متحدة أم غير متحدة في مجموعة اقتصادية واحدة، إذ تختلف الكيانات في مستوى إدارة وهيمنة كلا منها على غيرها، إلا أنه يُفترض بأن امتلاك أحد الكيانات لأغلبية حصص الكيان الآخر قد يُشير إلى كونهما كياناً اقتصادياً واحداً.

لذلك، لا تُطبق سياسية حظر الاتفاقيات المناهضة للمنافسة على الأنواع التالية من الاتفاقيات³:

- **الاتفاقيات الأفقية المبرمة بين الكيانات الشقيقة** التي تنتمي إلى كيان واحد وتخضع لنفس الشركة الأم التي تحكم سلوكها الاقتصادي، وهي كيانات لا يُترك لها حرية تحديد الإجراءات التي ترغب في اتخاذها بالسوق، حتى وإن كانت تلك الكيانات تعمل فيما يتعلق بنفس المنتج وفي السوق الجغرافية ذاتها.
- **الاتفاقيات الرأسية المبرمة بين "الشركة الأم" و"الشركات التابعة"**: وهي اتفاقيات إلزامية تحد من حرية واستقلالية الشركات التابعة وتسمح للشركة الأم بالتحكم بشكل كبير في سلوكها الاقتصادي⁴.
- **اتفاقيات "الوكالة" الأفقية**: وهي اتفاقيات لا يتحمل بموجبها "الوكيل" مسؤولية المخاطر الناشئة عن الأعمال الاقتصادية التعاقدية أو يتحمل فقط الخطير منها، أي أن مسؤولية المخاطر المالية والاقتصادية تقع على عاتق الأصيل.

مع الأخذ بالاعتبار أنه قد يُحظر أن تتفق الكيانات الشقيقة فيما بينها أو ما بين "الشركة الأم" و"الشركات التابعة لها" معاً على اتباع ممارسات مُنسقة خلاف ما هو مُدرج بنطاق العمل الوارد بالاتفاقيات، إذ يُعتبر هذا الأمر بمثابة إساءة استعمال لمركز القوة السوقية المهيمن.

نود بالأخير الإشارة إلى أن الاتفاقيات الأفقية المبرمة مع المستهلكين النهائيين لا تخضع لسياسة المنافسة، إذا لا يُمكن اعتبار المستهلكين بشكل عام - من الناحية القانونية - بمثابة "كيانات" معنية بالأعمال الاقتصادية.

تسعى الهيئة - خلال تفصيلها حول الاتفاقيات المبرمة والممارسات المُنسقة- إلى التأكد بأية وسيلة حول ما إذا كان هناك اتفاق صريح أو ضمني تم بين الأطراف عما ترغب في تنفيذه (بما في ذلك -على سبيل المثال- الاتفاقيات غير الرسمية)، ويناقش المستند الخاص بإجراءات التحقيق في الشكاوى اللاحقة الدور الذي يتعين على كل طرف من الأطراف المعنية القيام به لتوفير المعلومات ذات الصلة.

بالرغم من أنها هذه المذكرة التوضيحية تعني بتقديم توجيهات حول سياسة المنافسة، إلا أنها لم تشتمل في جزئها التالي والذي تناول قائمة الاتفاقيات والممارسات على كافة الاتفاقيات الممارسات المُنسقة التي صنفها الهيئة على أنها ممارسات مناهضة للمنافسة بعد أن رأت - عند تقييمها لاحتمالات التي قد تنتج عنها- أنها قد تتسبب في تقليص المنافسة في السوق.

2.3 أشكال الاتفاقيات التي من الممكن اعتبارها مناهضة للمنافسة أو تقلص حجمها بشكل جوهري

تُمثل الاتفاقيات جزءاً رئيسياً من العملية التجارية، وبالرغم من أن غالبيتها لا يكون لها نوايا أو آثار مناهضة للمنافسة إلا أن بعضها قد يهدف في مضمونها إلى وضع بعض القيود على المنافسة بالسوق أو تشويهاها. وتعتبر مثل هذه الاتفاقيات مناهضة للمنافسة "من

² يُرجى العلم بأن الهيئة سوف لا تُدرج الاتفاقيات الأفقية بشكل عام تحت بند الاتفاقيات المناهضة للمنافسة إلا بعد قيامها بالتقصي حول ما إذا كانت هذه الاتفاقيات ستحد من المنافسة أو تقلصها بشكل جوهري، لمعرفة المزيد من التفاصيل، يُرجى الرجوع للقسمة 2.3.2.

³ ستخضع كافة الأعمال التي تقوم بها المشارع المشتركة للاحقة الدمج المدرجة بالقسمة 4

⁴ يُمكن -على سبيل المثال- الاطلاع على الأحكام في القانون الأوروبي في القضية C-73/95 Viho Europe v. Commission [1996] ECR I-5457 and Case 30/87 Bodson [1988] ECR 2479، والذي يوضح أن مفهوم الكيان الاقتصادي الواحد يعني أنه يجوز للهيئة اتخاذ إجراءات ضد الشركة الأم أو شركة تابعة للشركة الأم إذا اكتُشف تورط أحدها في سلوك مناهض للمنافسة.

حيث مضمونها"، وهي تتمثل في اتفاقيات تحديد الأسعار وتلك التي تتضمن تقاسم السوق والأخرى التي يُحتمل أن تنسب في احتكار السوق أو تقليل حجم المنافسة بها. وتتغافل الهيئة – خلال تحقيقاتها في هذه الاتفاقات - عن البحث في آثار هذا السلوك، حيث أنها ستفترض سلفاً أنه قد ينشأ عن هذه الاتفاقيات منع المنافسة أو تقليص حجمها.

تشمل الاتفاقات الأفقية التي تقيد المنافسة بما تحويه في مضمونها على ما يلي:

- اتفاقيات تحديد الأسعار؛ و
- اتفاقيات تحديد وقصر الطاقة الإنتاجية؛ و
- اتفاقيات تقاسم السوق والعملاء؛ و
- اتفاقيات للتحايل على العطاءات؛ و
- اتفاقيات للحد من الاستثمارات في مجالي البحث والتطوير أو السيطرة عليه.

تشمل الاتفاقيات الرأسية التي تقيد المنافسة بما تحويه في مضمونها على ما يلي:

- اتفاقيات حول الحفاظ على السعر المحدد والأقل لإعادة بيع سلعة ما⁵.

وفي حال ما لم يهدف مضمون الاتفاقية إلى منع المنافسة أو التقليص من حجمها، تتقصى الهيئة الآثار المترتبة عليها لتحديد ما إذا كانت هذه الاتفاقية ستسبب أو لن تسبب في منع المنافسة أو في تقليص حجمها - وتعتبر هذه الاتفاقيات مناهضة للمنافسة "من حيث أثرها"

وتتناول الأقسام التالية الأنواع المختلفة للاتفاقيات المناهضة للمنافسة الأفقية والرأسية

2.3.1 الاتفاقيات الأفقية

تُعرف الاتفاقيات الأفقية على أنها اتفاقيات أو ممارسات مُنسقة تتم بين الكيانات التي تعمل على نفس خط الإنتاج والتوزيع، وهي اتفاقيات قد تتسبب -بوجه عام- في منع المنافسة أو تقليصها بطرق عديدة مثل:

- اتفاقيات الحد من إمكانية تنافس الكيانات مع بعضها البعض أو مع الغير؛ و
- اتفاقيات الحد من سلطة وصلاحيات الغير لاتخاذ قرارات مستقلة نتيجة لمشاركتهم معهم بنسبة كبيرة في مشروع عام، مثل المشروعات المشتركة؛ و
- الحد من قدرة الأطراف على اتخاذ قرارات مستقلة من خلال تقييد مصالح هذه الأطراف بمصالح الاتفاقية؛
- الإفصاح عن المعلومات الاستراتيجية وبالتالي زيادة إمكانية التنسيق بداخل وخارج مجال التعاون محل العقد.
- المساعدة في توحيد التكاليف مما يسهل الاتفاق على الأسعار والمنتجات.

⁵ يُرجى الانتباه إلى أن هذه القائمة ليست شاملة وقد يوجد ترتيبات وممارسات أخرى تندرج تحت مسمى الاتفاقات المناهضة للمنافسة من حيث المضمون

يتم تقديم وصف لكل شكل من الاتفاقات الأفقية التالي ذكرها واحدة تلو الأخرى:

- اتفاقيات تحديد الأسعار/ المنتج
- اتفاقيات تقاسم السوق
- اتفاقيات التحايل في العطاءات
- اتفاقيات تبادل المعلومات
- اتفاقيات مقاطعة جماعية
- اتفاقيات الشراء المشترك

- اتفاقيات الحد من الاستثمارات في مجالي البحث والتطوير أو السيطرة عليه

وتعتبر هذه القائمة غير شاملة، إذ يجوز للهيئة ان تقوم فيما بعد -في ظروف معينة- بتصنيف بعضاً من أشكال الاتفاقات الأفقية على أنها اتفاقيات مناهضة للمنافسة من حيث مضمونها أو أثرها.

2.3.1.1 اتفاقات تحديد الأسعار والمنتجات

تُعد الاتفاقيات المبرمة حول تحديد أسعار المنتج أخطر أشكال الممارسات المناهضة للمنافسة وتندرج تحت الاتفاقيات التي تُعتبر مناهضة للمنافسة من حيث مضمونها، وهي اتفاقيات لا تدر على العميل أي نفع، بل على العكس تضر بمصالحه إذ أنها تقلل العرض وترفع الأسعار.

يمكن أن تتخذ اتفاقات تحديد سعر المنتج عدد أشكالاً منها المباشر وغير المباشر، بما في ذلك:

- تحديد الأسعار أو المنتج؛ و
- وضع حد أدنى وأقصى للأسعار أو المنتجات (إما في شكل نسبة مئوية أو قيمة مطلقة)؛ و
- الاتفاق على الحد (سواء النسبة المئوية أو القيمة مطلقة) الذي يتعين الالتزام به فيما يتعلق بالأسعار أو المنتجات؛ و
- الاتفاق على عدم فرض أسعار أقل من الأسعار الموجودة بالأسواق الأخرى؛ و
- الاتفاق على التغييرات في الأسعار أو مفرداتها وحدودها (مثل الخصومات).

ونظراً لخطورة الآثار المحتملة للمنافسة المحتملة عن هذه الاتفاقيات، تتوقع الهيئة أن تؤدي هذه الاتفاقيات إلى تقليص حجم المنافسة (رهنأ بالحد الأدنى الموضح في القسم 2.4.2).

مثال: مجموعة "جوسلين وبورتيلج" ضد المفوضية⁶

تحديد الأسعار

عقدت مجموعة "جوسلين إن.في" اتفاقاً احتكاريًا "كارتل" للهيمنة على السوق الدولية لخدمات الإزالة في بلجيكا، فيما يتعلق بالتحكم في تحديد الأسعار بطريق مباشرة أو غير مباشرة وتقسيم السوق بالمشاركة والتلاعب في إجراءات تقديم العطاءات. وقد صرحت مفوضية الجماعات الأوروبية أن ذلك الاتحاد الاحتكاري "كارتل" ظل يعمل تقريباً 19 عاماً (من أكتوبر 1984 إلى سبتمبر 2003). قام أعضاء ذلك الاتحاد خلال تلك المدة بالتحكم في تحديد الأسعار، وإصدار عروض أسعار مضملة إلى العملاء ("عروض الغطاء") وتعويض بعضهم البعض عن العروض المرفوضة عن طريق نظام التعويض المالي ("العمولات").

قام المشاركون في الاتحاد الاحتكاري "كارتل" هذا بالتحكم في تحديد الأسعار، وتبادل العملاء فيما بينهم والتلاعب بعملية تقديم العطاءات وذلك من عام 1984 إلى عام 2003 على أقل تقدير. وبناء عليه، فهم يعدوا أنهم قد قاموا بانتهاك مستمر للمادة 81 من معاهدة إنشاء الجماعة الأوروبية.

2.3.1.2 تقاسم السوق

تعد اتفاقيات تقاسم السوق هي تلك التي يتفق فيها الأطراف على عدم التنافس في أسواق محددة يمكن أن تكون مرتبطة بأنواع أو فئات معينة من العملاء، أو عملاء في مناطق جغرافية محددة، يقدم لهم أنواع محددة من المنتجات والخدمات. وقد تؤدي هذه الاتفاقيات إلى جعل الخيارات المتاحة للمستهلكين محدودة، وارتفاع الأسعار وتراجع الإنتاج، وتعد تلك الاتفاقيات بطبيعتها اتفاقيات مناهضة للمنافسة.

مثال: شركة "تليفونيكيا" وشركة "برتغال تليكوم"⁷

تقاسم السوق

فرضت المفوضية الأوروبية غرامات على الطرفين لاتفاقهما على عدم التنافس فيما بينهما في أسواق الاتصالات السلكية واللاسلكية في أيبيريا، والذي يعد مخالفة للمادة 101 من المعاهدة المنظمة لعمل الاتحاد الأوروبي (TFEU)، التي تحظر الاتفاقيات المناهضة للمنافسة.

فبدلاً من التنافس فيما بينهما بقواعد المنافسة التي تخدم السوق من خلال تقديم أفضل العروض والمزايا للعملاء، كما هو متوقع في سوق تنافسية مفتوحة، اتفقت شركتي "تليفونيكيا" و"برتغال تليكوم" عمداً على عدم منافسة بعضهما في أسواق بلدانها.

2.3.1.3 تحديد الظروف التجارية

يستطيع المنافسين الاتفاق على الشروط التجارية التي سيعملون بموجبها كما وممارسة تحديد الأسعار. من شأن مثل هذه الاتفاقيات أن تحد من الاختيارات أمام المستهلك مما يؤدي بالتالي إلى تقليل مصلحة المستهلك. وبناء عليه، تصبح الفرصة سانحة للتأثير على الأسعار بشكل غير مباشر من خلال منع الشركات من المنافسة على المواصفات الخدمية للخدمات. وقد يتضمن تحديد الظروف التجارية، على سبيل المثال لا الحصر، ما يلي:

⁶ Joined Cases T 208/08 and T 209/08, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:62008TJ0208&from=EN>

⁷ Case 39839 http://europa.eu/rapid/press-release_IP-13-39_en.htm

- الاتفاق على مواصفات المنتج أو الخدمة أو عناصرها التي سيتم تقديمها؛ أو
- الاتفاق على مواصفات المنتج أو الخدمة أو عناصرها داخل الحزمة التي سيتم تقديمها؛ أو
- الاتفاق على شروط الاعتماد.
- الاتفاق على فرض قيود على الدعاية والتسويق (كفرض قيود على سبيل المثال على طبيعة ونوعية الخدمات المقدمة من مختلف المشاركين في السوق). وتعتبر الدعاية شكلاً من أشكال المعلومات المقدمة للعملاء، بحيث أنه كلما كان العملاء أكثر علمًا بالخدمات والمنتجات المعروضة، كان من المرجح أن تكون المنافسة أكثر فعالية. ونتيجة لذلك، يصبح من نتائج القيود المفروضة على الدعاية التقليل من المنافسة سواء أكانت تتعلق بكم الدعاية أو بطبيعتها أو شكلها أو مضمونها.

2.3.1.4 التلاعب بالعطاءات

- يرجح أن يفرض التلاعب بالعطاءات (ويقصد به الاتفاقيات المبرمة للتواطؤ أو التعاون عند تقديم العطاءات) إلى الحد من المنافسة بدرجة جوهرية وهي تعد اتفاقيات موجهة بطبيعتها نحو مناهضة المنافسة.
- يعد الهدف من أي عملية مناقصة هو رصد الموارد في إطار فعال وذو شفافية وموضوعية. وعليه يتوجب على الكيانات المشاركة في عملية المناقصة إعداد وتقديم عروضها بشكل مستقل. ويمكن أن تشمل ممارسات التلاعب بالعطاءات ما يلي:
- الاتفاق على عدم تقديم عطاءات؛ أو
 - الاتفاق على المزايده بأسعار محددة سلفاً أو وفق نطاق أسعار محدد؛ أو
 - الاتفاق على المزايده بشروط محددة.
- إذا تم التواطؤ أو التعاون عند تقديم العطاءات، فإن الهيئة تعتبرها بمثابة ممارسة غير تنافسية واتفاق موجه بطبيعته إلى مناهضة المنافسة.
- وتلافياً للبس، فإنه لا يحظر على كيان معين تقديم عطاء مشترك مع واحد أو أكثر من الكيانات الأخرى، وذلك إذا تم الإعلان عن تقديم عطاء مشترك.

مثال: شركة "الدنماركية للصناعات ضد المفوضية" 8

التلاعب بالعطاءات

أدى اتفاق احتكاري "كارتل" بين منتجي أنابيب التدفئة في المقاطعات إلى تخصيص مشاريع منفردة لصالح منتجين بعينهم كما تلاعب في إجراءات المناقصة لضمان رسو المشروع على ذلك المنتج.

وقد شملت الخصائص الرئيسية للانتهاك الآتي:

- تقسيم الأسواق الوطنية - وفي نهاية المطاف السوق الأوروبية بأكملها - فيما بينهم على أساس حصص موزعة،
- تخصيص أسواق وطنية لصالح منتجين بعينهم وتنظيم انسحاب منتجين آخرين من السوق،
- الاتفاق على أسعار المنتج والمشاريع المنفردة،
- تخصيص مشروعات منفردة لصالح منتجين بعينهم والتلاعب بإجراءات تقديم العطاءات لتلك المشروعات لضمان حصول منتج معين على عقد المشروع ورسو المناقصة عليه،
- الاتفاق واتخاذ تدابير منسقة لعرقلة النشاط التجاري لشركة "باوربيب إيه بي" أو إلحاق الضرر بعملها أو إقصاءها من السوق تماماً بغية تأمين الاتحاد الاحتكاري "كارتل" من محاولة منافسة هذه الشركة وهي الكيان الوحيد القائم خارج الاتحاد القادر على المنافسة.

2.3.1.5 تبادل المعلومات

يجوز للكيانات مشاركة أنواع معينة من المعلومات فيما بينها بشكل مشروع، ومن ذلك - على سبيل المثال - المعلومات الفنية المطلوبة لضمان قابلية التشغيل البيني للأنظمة. بيد أن تبادل المعلومات لا ينبغي أن يغير أو يضع قيوداً شديدة على أحوال وشروط التجارة. وبالتالي، يُحظر تبادل المعلومات ذات الطبيعة السرية أو الحساسة تجارياً أو الاستراتيجية.

ويمكن أن تتضمن تلك المعلومات، على سبيل المثال لا الحصر، ما يلي:

- معلومات متعلقة بسياسات التسعير الحالية والمستقبلية، بما في ذلك عناصر السياسة التسعيرية والتكاليف ومعدلات التبادل التجاري ومعدلات التغيير؛ و
- تبادل المعلومات حول مجموعات العملاء وكيف أنها تتغير مع مرور الوقت؛ و
- تبادل المعلومات حول السياسة الاستراتيجية المستقبلية.

ويرجح أن يفضي تبادل مثل تلك المعلومات إلى الحد من أوجه وحالات عدم اليقين أو إزالتها، وهي عوامل متصلة في العملية التنافسية، فتسمح بالتالي للأطراف بالتواطؤ فيما بينهم. ومن غير المرجح أن يكون لتبادل المعلومات التاريخية أو المتاحة للجمهور آثار سلبية على المنافسة كالتي تنجم عن تبادل المعلومات حديثة العهد أو تلك المعروفة بين فئات خاصة.

ومع ذلك، سيفترض أن أي تبادل للمعلومات المتعلقة باستراتيجيات التسعير المستقبلية هو ذو آثار سلبية مناهضة للمنافسة، وذلك لأن من المحتمل جداً أن يؤدي تبادل تلك المعلومات إلى تفويض المنافسة بشكل جوهري.

⁸ Case T-21/99

<http://curia.europa.eu/juris/showPdf.jsf?text=&docid=47202&pageIndex=0&doclang=en&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=469875>

مثال: القضية C-8/08، شركة "تي- موبايل - هولندا"، شركة "كيه بي إن موبايل"، شركة "أورانج - هولندا"، شركة "فودافون ليبرتيل إن في"⁹

مشاركة المعلومات

في عام 2001، كان لدى خمسة مشغلين في هولندا شبكات محمول خاصة بهم. وهم؛ شركة "بن هولندا" (الآن "تي موبايل") وشركة "كيه بي إن" وشركة "داتش تون" (الآن "أورانج") وشركة "فودافون ليبرتيل" (الآن "فودافون") وموبايل "تلفورت" (فيما بعد "O2 (هولندا)" والآن شركة "تلفورت").

وعقد ممثلو المشغلين الخمسة اجتماعاً في 13 يونيو 2001، ناقشوا فيه، من ضمن جملة أمور أخرى، تخفيض العمولة المعتادة للتاجر مقابل بيع خطوط بالاشتراكات الأجلة، وهو ما كان من المفترض أن يدخل حيز النفاذ في 1 سبتمبر 2001 أو قرب ذلك التاريخ.

بموجب قرار 30 ديسمبر 2002، وجدت "Raad van bestuur van der Nederlandse Mededingingsautoriteit" ("هيئة المنافسة الهولندية") أن المشغلين الخمسة قد أبرموا اتفاقاً مع بعضهم البعض أو دخلوا في ممارسة متفق عليها. ومع الأخذ في الاعتبار أن هذا السلوك يحد من المنافسة إلى حد ملموس وهو بالتالي ممارسة محظورة بموجب القانون الوطني، لذا فقد فرضت (هيئة المنافسة الهولندية) غرامات على تلك الكيانات.

2.3.1.6 مقاطعة جماعية

جرت العادة على أن الشركات غالباً ما تكون حرة في اختيار من تشرع بالتبادل التجاري معه، ويمكنهم بالتالي اتخاذ قرارات فردية بعدم التجارة مع مورد أو عميل محدد. ورغم ذلك، فإنه إذا اجتمع أطراف تجارة على نفس المستوى من حيث حجم الإنتاج وسلسلة التوزيع على مقاطعة بعض الموردين أو العملاء باتفاق مسبق فيما بينهم، فقد يسفر ذلك عن تقويض المنافسة داخل تلك السوق المعنية.

مثال: مكتب مكافحة الاحتكار في الجمهورية السلوفاكية ضد بنك "Slovenská sporiteľňa a.s."¹⁰

المقاطعة الجماعية

في عام 2009، اكتشفت هيئة المنافسة في جمهورية سلوفاكيا أن ثلاثة بنوك رئيسية في سلوفاكيا وهي: بنك "Slovenská sporiteľňa a.s." وبنك "Československá obchodná banka a.s." وبنك "Všeobecná úverová banka" -a.s. قد قاموا بانتهاك قواعد الاتحاد الأوروبي للمنافسة، حيث قرروا - بالتنسيق فيما بينهم- فسخ العقود المتعلقة بالحسابات الجارية المفتوحة لديهم باسم الشركة التشيكية "Akcenta CZ a.s." وعدم إبرام أي عقود أخرى مع الشركة المذكورة.

⁹ <http://curia.europa.eu/jcms/upload/docs/application/pdf/2009-06/cp090047en.pdf>

¹⁰ Case C-68/12 <http://curia.europa.eu/jcms/upload/docs/application/pdf/2013-02/cp130013en.pdf>

تعتبر شركة "أكستنا" مؤسسة مالية غير بنكية تقدم خدمات مالية تتضمن معاملات غير نقدية لتحويل العملات الأجنبية. وعليه، فإنه يجب أن يكون لديها حسابات جارية في البنوك من أجل مواصلة أنشطتها، والتي تشمل عمليات تحويل العملات الأجنبية من وإلى الخارج، بما في ذلك القيام بتلك العمليات لصالح عملائها في سلوفاكيا. ومن وجهة نظر هيئة المنافسة، فإن البنوك الثلاثة قد تواطأوا فيما بينهم للحد من نشاط الشركة كون أن أرباحها قد انخفضت نتيجة للأعمال التجارية التي تزاولها شركة "أكستنا"، والتي تعد في هذا الصدد منافساً يوفر الخدمات لعملائها.

2.3.1.7 الشراء المشترك

من شأن اتفاقيات الشراء المشتركة أن يكون لها تأثيرات إيجابية على المنافسة إذا تم إبرامها بين الكيانات الصغيرة والمتوسطة الحجم من خلال السماح للمشروعات الصغيرة بتحقيق سعات إنتاجية ووضع خصومات مماثلة لتلك التي يحققها ويضعها منافسيها أصحاب الحصة الأكبر في السوق. إلا أنه يغلب الظن أن من شأن إبرام المشترين لاتفاق فيما بينهم يحدد الأسعار التي ينوون الشراء وفقاً لها أن يؤدي إلى حدوث آثار سلبية على المنافسة في السوق وذلك أياً كان حجم تلك الكيانات الموزعة للمنتج المزمع شراءه. وبناء عليه ستقوم الهيئة بتقييم تبعات اتفاقيات الشراء المشتركة وآثارها على تقويض المنافسة داخل السوق في إطار دراسة كل حالة على حدة.

2.3.1.8 الحد من الاستثمار أو التحكم فيه في مجال البحث والتطوير أو في استغلاله

قد يتم تخفيض الصراعات التنافسية إذا اتفقت الكيانات مع بعضها على الحد من الاستثمار أو التحكم فيه في مجال البحث والتطوير أو في استغلاله. وترى الهيئة أن أي اتفاق يحد أو يتحكم في الاستثمارات في مجال البحث والتطوير أو في استغلاله يعتبر تقييداً للمنافسة بطبيعتها، بحيث يصبح من المفترض وجود تأثيرات مناهضة للمنافسة نتيجة لتلك الممارسات.

2.3.2 الاتفاقيات الرأسية

تشكل الاتفاقيات الرأسية ركيزة أساسية لمعظم المعاملات التجارية، ويمكن أن تشمل أي اتفاقيات لتوريد أو ترخيص أو توزيع أو شراء وكالة أو امتياز. وتعد تلك الاتفاقيات بشكل عام ذات احتمالات أقل لحدوث تأثيرات مناهضة للمنافسة من الاتفاقيات الأفقية، حيث إنها تتعلق بأجزاء مختلفة من سلسلة الإنتاج والتوزيع. حتى وإن فرضت قيوداً على الحرية التجارية لواحد أو أكثر من الأطراف في الاتفاق، إلا أنه يمكنها تحقيق العديد من المزايا، مثل المواءمة لحوافز الاستثمار بين أطراف الاتفاق وذلك على مستويات مختلفة من سلسلة الإنتاج والتوزيع. وبناء عليه، ستضع الهيئة في اعتبارها أن الاتفاقيات الرأسية لا تمنع أو تقلص المنافسة في السوق إلى حد جوهري ما لم يقرر قرار معين خلاف ذلك.

ومع ذلك، يمكن للاتفاقيات الرأسية أن تمنع أو تقلص المنافسة بشكل جوهري إذا ما:

- وضعت معوقات أمام دخول منافسين في السوق أو توسعهم فيه أو أدت إلى إغلاق الأنشطة المناهضة للمنافسة للموردين أو المشترين الآخرين؛ و
- خففت من حدة المنافسة أو سهلت التواطؤ بين المورد ومنافسيه أو بين المشتري ومنافسيه.

وتوصف الهيئة بإيجاز الأشكال الشائعة للاتفاقيات الرأسية التي ترى أن من شأنها أن تمنع المنافسة أو تقلصها بشكل جوهري:

- اتفاقيات التوزيع الحصرية؛ و
- الترويج لعلامة تجارية بمفردها؛ و
- فرض حد أقصى على أسعار إعادة البيع؛ و
- التوزيع المحدود؛ و
- تجزئة السوق.

ومنعاً للبس، فإن هذه القائمة ليست شاملة لكافة أشكال الاتفاقيات الرأسية المناهضة للمنافسة بل قد تكون هناك اتفاقيات رأسية أخرى لها آثار مناهضة للمنافسة، والتي ستقوم الهيئة بالتحقيق فيها على أساس كل حالة على حدة.

2.3.2.1 اتفاقيات التوزيع الحصرية

يتفق المورد في اتفاقيات التوزيع الحصرية على التوريد لموزع واحد فقط في منطقة جغرافية معينة، ويفرض في الوقت نفسه قيوداً على الموزع لتقديم الخدمة أو بيع المنتج داخل الإقليم المعني ولا يسمح له بالعمل في المناطق الأخرى الموزعة حصرياً لصالح موردين آخرين. وإذا كان أحد أطراف الاتفاق مسيطراً على السوق المعنية، فمن المحتمل جداً أن يكون لهذه الاتفاقيات آثار مناهضة للمنافسة مماثلة لتلك التي في الاتفاقيات الأفقية الخاصة بتقاسم السوق – وبذلك يمكن الحد من المنافسة ما بين الأسماء التجارية ويصبح التمييز في الأسعار وتفاوتها نتيجة مباشرة لتقاسم السوق بهذا المعنى.

ويمكن أن تشمل الأمثلة على الاتفاقيات الحصرية، الاتفاقيات المبرمة بين مقدمي خدمات الاتصالات ومطوري المباني لتوفير خدمات الاتصالات. ومن شأن تلك الممارسات أن تقوض المنافسة بشكل جوهري إذا كان الاتفاق حصري فيما بينهم، إلى جانب هيمنة مقدم خدمات الاتصالات على السوق.

مثال

اتفاقيات التوزيع التوافقية

في الحالتين C-403/08 و C-429/08، قررت المفوضية الأوروبية أن البنود المحررة في الاتفاقيات المبرمة بين اتحاد كرة القدم للدوري الممتاز وشركات البث والتي تحظر على الشركة توفير بطاقات فك الترميز لمشاهدي التلفزيون الذين يسعون لمشاهدة بث المباريات خارج الدولة العضو المانحة لحقوق البث هي بنود مناهضة للمنافسة. وخلصت اللجنة إلى أن مثل هذه البنود تحظر على شركات البث توفير أي خدمات عبر الحدود وتمنح حقوق بث حصرية إقليمية مطلقة لشركات البث في المنطقة المشمولة بترخيصه. وبالتالي فإن من شأن ما سبق جعل المنافسة بين الأسماء التجارية شبه معدوم.

2.3.2.2 شرط المورد الأوحد

ترد حالة شرط المورد الأوحد تجارياً عندما يتم تقييد موزع مرحلة ما بعد الإنتاج على الشراء بشكل حصري أو شبه حصري من مورد واحد¹¹. ويمكن أن يكون التقييد صريحاً من خلال التزام، أو ضمناً من خلال التزامات طلب كميات معينة وخصومات للموزع

11 لا يقتصر الموزع على شراء أي منتجات أو خدمات من موردين آخرين عندما لا يتنافسون على المنتج أو الخدمة في اتفاق شرط المورد الأوحد. وتعتبر اتفاقيات الامتياز شكلاً متطرفاً من شرط المورد الأوحد، حيث يُطلب من بائع التجزئة الوفاء بالتزاماته التعاقدية الصارمة. وبموجب هذه الاتفاقيات، يمنح حائز الامتياز ترخيصاً لحقوق الملكية الفكرية، خاصة فيما يتعلق بالعلامات التجارية والدراية الفنية لاستخدام وتوزيع الخدمات والسلع. تماشياً مع أفضل الممارسات

المداوم، وعلى سبيل المثال، قد يكون الوضع شائكاً لاسيما إذا كانت سوق الموردين مركزة أو أن المورد هو المسيطر في السوق ذات الصلة، حيث إنه من المحتمل لمثل هذه الاتفاقيات أن يكون لها تأثيرات مضادة للمنافسة من خلال:

- غلق السوق على مستوى المورد؛ و
- تسهيل التواطؤ بين الموردين عند حدوثه بشكل تراكمي؛ و
- منع أو تقليل المنافسة بين العلامات التجارية بشكل جوهري.

مثال

تتظر هيئة تنظيم الاتصالات في حصة السوق التي يغطيها الاتفاق ذي الصلة عند تقييم تأثيرات الاتفاقيات بشرط المورد الأوحد. فعلى سبيل المثال، ولنفترض أن الشركة من كبار المتعاملين في سوق المنتجات الاستهلاكية النابضة تمتلك حصة سوقية تبلغ 40٪، وتبيع معظم منتجاتها (90٪ منها) من خلال تجار للتجزئة ثابتين (تعادل حصة سوق ثابتة 36٪). وتلزم تلك الاتفاقيات تجار التجزئة بالشراء بشكل حصري من مترجم السوق لمدة لا تقل عن أربع سنوات، لاسيما وأن الشركة الرائدة في السوق منتشرة بقوة في المناطق الأكثر ازدهاراً بالسكان بشكل خاص مثل العاصمة، كما أن منافسيها العشرة يقدمون معاً 10٪ أخرى من السوق عبر منافذ ثابتة. وعليه يغلق السوق أمام الموردين المنافسين بحصة 46٪ (36٪ + 10٪). لذلك فإن الاتفاقيات المبرمة بين الشركة الرائدة في السوق ومورديها المرتبطين بها قد تعود بنتائج مناهضة للمنافسة.

2.3.2.3 الحفاظ على أسعار إعادة البيع ثابتة

ترد حالة الحفاظ على أسعار إعادة البيع ثابتة حين يتفق الموزع والمورد على سعر معين يقوم الموزع بتحصيله أو يحدث اتفاقاً بينهما يشع حداً أدنى لأسعار إعادة البيع. للموردين الحق بشكل عام في فرض حد أقصى لسعر إعادة البيع أو ترجيح سعر معين لإعادة البيع. وإذا لم يكن كلا الطرفين مسيطرين في سوق كل منهما، فقد يعزز الحفاظ على سعر إعادة البيع ثابتة أن تعزز المنافسة داخل السوق؛ من خلال السماح للموزعين بتوفير خدمة عملاء استثنائية دون القلق من انتفاع الموزعين المتنافسين بخدمتهم بغير مقابل. ومع عدم إغفال ما سبق، يمكن أن يكون للحفاظ على أسعار إعادة البيع ثابتة تأثيرات مناهضة للمنافسة، على سبيل المثال، من خلال:

- التنازل عن المنافسة السعرية في حصة كبيرة من السوق إذا كانت إحدى الشركات هي المسيطرة؛
- زيادة شفافية الأسعار وبالتالي تسهيل التواطؤ بين الموردين والموزعين.

مثال

الحفاظ على سعر إعادة البيع الثابت المناهض للمنافسة

إذا ما كان لدى المورد من عناصر الحلقات الأولى في سلسلة التوريد أو مراحل ما قبل الإنتاج قوة سوقية كبيرة، فإن المنافسة السعرية بين موزعي مرحلة ما بعد الإنتاج قد تشكل مصدرًا هامًا للمنافسة السعرية في السوق. وعليه، فإن من شأن الاتفاقيات بين المورد والموزعين التي تشمل تحديد سعر إعادة البيع القضاء على هذه المنافسة. وتأسيساً على ما سبق، فإن من المحتمل أن يؤدي أي اتفاق لتحديد سعر إعادة البيع إلى الإضرار بالمنافسة في سياق سوق الاتصالات.

الدولية، لا تُعفى اتفاقات الامتياز بالكامل من أحكام سياسة المنافسة هذه، بل يمكن الدفاع عنها على أساس المكاسب الناتجة عن زيادة الكفاءة وفقاً للقسم 2.5. وبشكل خاص، يمكن الدفاع عنها إذا كان الالتزام بالامتياز ضرورياً للحفاظ على الهوية والسمعة المشتركة لشبكة الامتياز هنا حيث يجب ألا تتجاوز مدة الالتزام بالعلامة التجارية غير المنافسة مدة اتفاقية الامتياز نفسها.

2.3.2.4 التوزيع المحدود

يعد اتفاق التوزيع المحدود هو الذي يقيد من ناحية عدد الموزعين المعتمدين ومن ناحية أخرى إمكانية إعادة البيع. وعلى النقيض من اتفاقيات التوزيع الحصرية، لا يرتبط التقييد بمنطقة التوزيع ولكن بمعايير الاختيار المرتبطة عادة بطبيعة المنتج وحظر إعادة البيع إلى الموزعين غير المصرح لهم.

يمكن لهذه الاتفاقيات أن تمنع أو تقلص من المنافسة بشكل جوهري من خلال:

- أن يؤدي ذلك إلى إقصاءات في سوق الموزعين؛ و
- تسهيل التواطؤ بين الموزعين؛ و
- الحد من المنافسة داخل الأسماء التجارية أو إنهاءها بشكل فعال.

مثال

شبكات التوزيع المحدودة

وقد يكون التوزيع المحدود للموردين الذين يستوفون معايير معينة مبرراً في بعض الحالات، مثل المعرفة بالمنتج. ففي قضية براندالي، بخصوص أسهم شركة "بوما"، رفضت محكمة الاستئناف الفرنسية طلب شركة "بوما" الخاص بمنع مزودي خدمات الإنترنت من بيع منتجات الموردين، تأسيساً على أن قانونية شبكة التوزيع الحصرية لم تنشأ بعد. ورأت المحكمة أن المستهلكين كانوا محرومين من حصة عادلة من الأرباح الناتجة عن شبكة "بوما" الحصرية.¹²

2.3.2.5 تقاسم السوق

ترد حالة تقاسم السوق عندما يقتصر نشاط الموزع على إعادة بيع منتج أو خدمة لفئة معينة من العملاء. وفي ذات الوقت، يتم تقييده عادة من ناحية القيام بعمليات البيع داخل أسواق تحمل فئات أخرى. يمكن لمثل هذا الاتفاق أن يكون له تأثيرات مضادة للمنافسة بشكل رئيسي من خلال:

- تقليل المنافسة داخل العلامة التجارية؛ و
- تسهيل التمييز سعري؛ و
- عندما يمارس معظم الموردين أو جميعهم التقسيم في السوق، لأن هذا يعني التواطؤ على مستوى الموردين ويمكن تسهيل عمليات التوزيع.

2.4 كيف ستقوم الهيئة بتقييم الاتفاقيات التي قد تقيد المنافسة

2.4.1 العوامل التي يمكن للهيئة تحليلها

ويفترض في الاتفاقيات والممارسات المتضافرة التي تحمل في طياتها إخلالاً بالمنافسة أو الحد منها بشكل جوهري، أن يكون لها آثار مضادة للمنافسة في السوق.

ستقيم السلطة الاتفاقيات التي قد تمنع المنافسة أو تقلل منها بشكل جوهري كأثر للتفاهم المبرم بين الأطراف على أساس كل حالة على حدة. على أن يتم التقييم وفق الآثار الفعلية على المنافسة برسم الأحداث محتملة الحدوث حال غياب الاتفاق.

¹² محكمة الاستئناف كولمار، حكم بتاريخ 24 يونيو / حزيران 2008، القضية رقم 008447/08 أسهم شركة/ بوما.

سيقدر تقييم الهيئة مدى احتمالية إغلاق السوق أمام الغير أو إلحاق الضرر بالمستهلكين كنتائج لإبرام الاتفاق بين أطرافه. وستنظر الهيئة بعين الاعتبار في شروط الاتفاق وفق السياق القانوني والاقتصادي الذي أبرمت فيه عند تقديرها لجميع تأثيرات تلك الاتفاقيات والممارسات المتضافرة على السوق.

وبوجه خاص، قد تكون العوامل التالية ذات صلة:

- **طبيعة الاتفاق:** ستأخذ الهيئة بعين الاعتبار القيود المفروضة على السلوك التجاري الحر، ومدة تلك القيود ودرجة تأثيرها على إجمالي حجم المبيعات في السوق. وقد تأتي تلك القيود صراحة أو ضمناً وقد تكون نتاجاً لآثار الاتفاق. وإذا وضع الاتفاق عراقيل أمام دخول أو توسع الغير بالسوق، مثل زيادة التكاليف على المنافسين لممارسة نشاطهم، فإن من شأن ذلك الاتفاق أن يرتب آثاراً سلبية على المنافسة؛
- **موقف السوق من أطراف الاتفاق:** تعتبر الهيئة أن الاتفاقيات والممارسات المتضافرة بين الأطراف التي تتمتع بقوة سوقية عالية تكون أكثر عرضة لترتيب آثار سلبية مناهضة للمنافسة.
- **موقف السوق من المنافسين والمشتريين للمنتجات أو الخدمات التي هي موضوع الاتفاق:** وعلى نفس المنهج، يجوز الاعتداد بحصص السوق للمنافسين والمشتريين النهائيين كمؤشر على قوتهم داخله. وإذا كان المنافسون في وضع قوي في السوق، أو يكون المشترون قادرين على ممارسة سلطة المشتري المقابلة، فمن الأرجح أن يكونوا قادرين على الحد من الآثار السلبية للترتيبات المناهضة للمنافسة؛
- **طبيعة السوق من حيث حواجز الدخول إليه واكتمال نموه والتركز السوقي ومستوى الإنتاج وسلسلة التوريد:**
 - عد مقياس مدى حواجز الدخول للسوق هو حين يرتفع السعر فوق المستوى التنافسي من شأنه أن يجتذب دخولاً جديداً، ويقل احتمال خضوعه لاتفاقيات مستدامة ضد المنافسة؛
 - وترد حالة الأسواق مكتملة النمو حين ينعدم أو ينخفض الابتكار وينقلص الطلب أو يقف عند حد معين، ومن المرجح أن يكون للاتفاقيات المناهضة للمنافسة تأثيرات سلبية بدرجة أعلى من تلك التي في الأسواق الديناميكية حيث يمكن أن يؤدي الابتكار أو دخول السوق لخدمة الطلب المتزايد إلى الحد من الآثار السلبية؛
 - قد تعني الأسواق ذات التركيز الأعلى أن هناك مجازفة أكبر في أن أي اتفاق مشروط بوضع تقييم بين المنافسين من شأنه أن يمنع أو يقلل من المنافسة بشكل جوهري وذلك للحد من التنافس في السوق المركزة مقارنة بأسواق شديدة التنافس.
- **طبيعة المنتج:** ستنظر الهيئة في طبيعة موضوع الاتفاق (المنتج) في السياق الاقتصادي والقانوني للاتفاق حين تقوم بتقييم كل من الآثار السلبية والإيجابية لذلك الاتفاق أو للممارسات المتضافرة بين أطرافها.

2.4.2 يفترض في بعض الاتفاقيات عدم ممانعتها للمنافسة أو الحد منها بشكل جوهري ("الحد الأدنى للعبء")

قد تقع الاتفاقيات خارج نطاق تطبيق سياسة المنافسة لأنها غير قادرة على التأثير في المنافسة داخل سوق الاتصالات في قطر بشكل كبير. وستعتبر الهيئة عموماً أن الاتفاقيات والممارسات المتضافرة بين الكيانات التي تقل عن العتبات التالية معفاة من سياسة المنافسة:

- **الاتفاقيات المناهضة للمنافسة بطبيعتها:** وهي تلك الاتفاقيات التي تهدف إلى منع أو تقليل المنافسة بشكل جوهري في سوق الاتصالات القطري، حينما تمتلك الكيانات حصة سوقية بنسبة أقل من 5٪ وتحقق إيرادات سنوية أقل من مليون ريال قطري في السوق ذات الصلة.
- **الاتفاقيات المناهضة للمنافسة بآثارها:** هي تلك الاتفاقيات التي قد ينتج عن أثرها منع المنافسة أو تقليلها بشكل جوهري في سوق الاتصالات القطرية، وذلك حين:

- لا تتعدى حصة السوق الإجمالية المشتركة التي تملكها الكيانات بموجب اتفاق أفقي نسبة 10٪ من حجم الأسواق ذات الصلة بالاتفاق.
- لا تتجاوز الحصة السوقية التي تحتفظ بها الكيانات بموجب اتفاق رأسي نسبة 10٪ من حجم الأسواق ذات الصلة بالاتفاق.

2.5 ما يمكن سرده كـ "تبرير" يفسر لصالح الاتفاقيات المانعة للمنافسة

ورغم أن بعض الاتفاقيات قد يكون لها تأثير مانع للمنافسة أو يقلص منها إلى حد كبير، إلا أن تلك الاتفاقيات قد تجلب منافع اقتصادية. ستقرر الهيئة ما إذا كانت ستسمح بمثل هذه الاتفاقيات على أساس كل حالة على حدة من خلال النظر فيما إذا كانت الفوائد الاقتصادية للاتفاق تفوق آثاره السلبية على المنافسة وإلى أي مدى يمكن الموازنة بين سلبيات وإيجابيات ذلك الاتفاق. وبغرض "الدفاع" عن اتفاق مناهض للمنافسة أو ممارسة متضافرة بين أطرافها، يجب على تلك الأطراف المعنية إثبات أن جميع المعايير التالية تم الوفاء بها في وقت واحد:

- فاعلية الاتفاق؛
- حصة عادلة للمستهلكين.
- ضروريته.
- عدم انهاء المنافسة.

ومنعاً لأي لبس، سنتطرق لكل معيار من هذه المعايير بشكل منفصل، وستعتبر السلطة أن الاتفاقيات المناهضة للمنافسة من غير المحتمل أن تحقق فوائد كافية تفوق آثارها السلبية على المنافسة. وعلى سبيل المثال، فإن من غير المرجح أن تفي الاتفاقيات بين المنافسين لتحديد الأسعار أو المنتجات النهائية، والمقاطعة الجماعية، واتفاقيات تقاسم السوق بالمعايير الأربعة. وعلى أي حال، يقع عبء إثبات فاعلية الاتفاق على عاتق أطرافه.

ولمنع أي لبس أيضاً، لا تلغي الهيئة إمكانية أن تولد الاتفاقيات المقيدة بطبيعتها قدراً كافياً من الفاعلية من النوع الذي تم وصفه بغرض التقليل من حدة الآثار المحتملة التي قد تؤدي إلى منع المنافسة. إلا أنها مع ذلك ترى أنه من غير المحتمل أن يكون هذا هو الحال، وتؤكد أن عبء الإثبات يقع على الأطراف الراغبة في المطالبة بمنافع الفاعلية.

2.5.1 الفاعلية

لتحقيق المعيار الأول، يجب على أطراف الاتفاق إثبات أن هناك فوائد موضوعية ناتجة عن الاتفاق وتبرير أهميتها الاقتصادية وأن منافعها تفوق آثارها المناهضة للمنافسة. ويمكن أن تتمثل فاعلية الاتفاق في شكل ترشيد للتكاليف أو بنود أخرى تتولد من اتفاق يبسر التقدم التكنولوجي؛ فيؤهل التأزر بين أطراف الاتفاق؛ أو بين اقتصادات الحجم أو النطاق.

وبناء عليه، يجب أن يسهم الاتفاق في تحسين الإنتاج أو توزيع السلع أو المساهمة في تعزيز التقدم التقني أو الاقتصادي في قطر. وبالتالي، يتعين على أي ادعاء بفاعلية اتفاق أن يقدم أدلة مقنعة تتعلق بما يلي:

- طبيعة الفاعلية المدعاة (والتي يمكن أن تتصل بكلٍ من التكلفة والجودة) وتبرير وإثبات أنها تشكل فائدة اقتصادية موضوعية.
- الصلة بين الاتفاق والفاعلية؛ و
- احتمال ومدى أثر كل فاعلية مدعاة، أي تدليل قيمة المنفعة المتوقعة؛ و
- كيف ومتى سيتم تحقيق كل فاعلية مدعاة.

فيما يخص الاتفاقيات الرأسية، قد تنشأ منافع محتملة إذا كان من شأنها تقديم حلول للتفاوت في الحوافز الخاصة بمستويات مختلفة من سلسلة التوريد. فقد تساعد الاتفاقيات الرأسية على:

- تجنب الاستعمال المستغل للخدمة دون مقابل؛ أو

- تسهيل الدخول إلى سوق جديد؛ أو
- تقليل عقد العلاقة في استثمارات محددة؛ أو
- تحفيز بائعي التجزئة على القيام بدور شاهد على الجودة التي يقدمها الموردین؛
- تحديد المخاطر بكفاءة؛ أو
- تمكين الاستخدام الفعال للمعلومات غير المتماثلة.

2.5.2 حصة عادلة للمستهلكين

لتحقيق المعيار الثاني، يجب على أطراف الاتفاق إثبات حصول المستهلكون على حصة عادلة من مزايا الفاعلية الناشئة عن الاتفاق المانع للمنافسة.

ومن ثم، يشمل "المستهلكون" جميع المستخدمين المباشرين أو غير المباشرين للمنتجات أو الخدمات موضوع الاتفاق، والتي تشمل المنتجين الذين يستخدمون المنتجات كمدخلات انتاج وتجار جملة وتجار تجزئة والمستهلكين النهائيين. ويقصد بـ"الحصة العادلة" أنها كافية بذاتها لتعويض المستهلكين عن أي تأثير سلبي ملموس أو محتمل الحدوث عليهم عن طريق تقييد وتقليص المنافسة الناتجة عن الاتفاق. وبعبارة أخرى، يجب على الأقل أن تفوق منافع الاتفاق آثاره السلبية وذلك من منظور المستهلكين.

يجب على الأطراف التي تهدف إلى تحقيق الفاعلية أن تقدم تفسيراً معقولاً ومقنعاً (مع الأدلة ذات الصلة) بأن من المرجح أن يجني المستهلكين منافع الاتفاق خلال سنة إلى سنتين من تاريخ سريان شروطه المقيدة للمنافسة.

وبالتالي، سيحتاج أي ادعاء بفاعلية الاتفاق إلى تقديم أدلة مقنعة على ما يلي:

- أن الفوائد التي يحصل عليها المستهلكين تعوضهم على الأقل عما خسروه من رفاهية في أعقاب نفاذ الاتفاق المناهض للمنافسة؛ و
- أن المنافع التي يتم تمريرها إلى المستهلكين تزيد كلما زادت القيود على السلوك المستقل وآثاره المناهضة للمنافسة؛ و
- ألا يكون ادعاء منافع ترشيد التكلفة مقتصراً على ترشيد التكلفة الثابتة، حيث من غير المحتمل انتقال تلك المنافع إلى المستهلكين.

2.5.3 ضرورة الاتفاق

لتحقيق المعيار الثالث، يجب على الأطراف المشاركة في الاتفاق إثبات أنه لا غنى عن الاتفاق المعني لتحقيق الفاعلية المرجوة منه. وهذا يتطلب أن يكتمل الشرطان التاليين:

- أن يكون الاتفاق المقيد ضروري لتحقيق الفاعلية -بمعنى أن من شأن غياب التقييد أن يزيل الفاعلية أو يقللها بدرجة كبيرة أو يجعلها أقل احتمالاً بشكل ملموس؛
- أن تكون الممارسات الفردية المناهضة للمنافسة التي تتبع من الاتفاق ضرورية أيضاً لتحقيق هذه الفاعلية - أي أنه لا توجد أي وسائل أقل تقييداً وقابلة للتطبيق اقتصادياً لتحقيق منافع مماثلة.

ومن ثم، يجب على أطراف الاتفاق إثبات ادعاءاتهم فيما يتعلق بضرورة الاتفاق من حيث طبيعة وشدة القيود التي ستطبق بموجبه.

2.5.4 عدم إنهاء الاتفاق للمنافسة

ولإستيفاء المعيار الرابع، يتعين على الأطراف المعنية إثبات أن الاتفاق لا يسمح لها بالقضاء على المنافسة أو تقليلها بشكل جوهري فيما يتعلق بجزء كبير من المنتج أو الخدمة المعنية، سواء على المدى القصير أو الطويل. وبعبارة أخرى، سترجح الهيئة

كفة حماية المنافسة على كفة مكاسب فاعلية يحتمل أن تكون معززة للمنافسة (مثل تكاليف التشغيل أو غيرها من المنافع الموضحة أعلاه) التي يمكن أن يحققها الاتفاق.

يعتمد قياس ما إذا كان الاتفاق سيقضي على المنافسة أم لا على درجة المنافسة القائمة قبل الاتفاق، وعلى مستوى القيود التنافسية المفروضة على الأطراف من خلال الاتفاق وتأثير الاتفاق التقييدي على المنافسة (أي انخفاض المنافسة التي تتحقق بموجب الاتفاق). وكلما قل تناقص التنافس الناجم عن الاتفاق، زادت احتمالية القضاء على المنافسة فيما يتعلق بجزء كبير من المنتجات المعنية.

3. إساءة استعمال الموقع المسيطر

يشرح هذا القسم كيفية قيام الهيئة بالتحقيق في إساءة الاستعمال المحتملة للمركز المسيطر. ويوضح ما يلي:

- نطاق الأعمال المحظور بموجب القسم المتعلق بإساءة استعمال الموقع المسيطر، وفقاً لأحكام المادة 43 من قانون الاتصالات (الذي يحظر على مقدمي الخدمة القيام بنشاطات أو أعمال قد تشكل إساءة لاستعمال مواقعهم المسيطرة) والمادة 44 من قانون الاتصالات (الذي يحظر التمييز غير المبرر) والمادة 75 من اللائحة التنفيذية لقانون الاتصالات لسنة 2009 (والمشار إليها فيما يلي باللائحة التنفيذية لقانون الاتصالات (الذي يحظر إساءة استعمال السيطرة)¹³؛
- أنماط محددة من النشاطات التي قد تعتبرها الهيئة بمثابة أعمال تشكل إساءة استعمال للسيطرة وهي تتضمن في ذلك الاطار العام الذي سنتبعه الهيئة عند تقييم الأعمال التي قد تشكل إساءة استعمال للموقع المسيطر.
- العوامل التي قد تضعها الهيئة في اعتبارها عند تقييم ما إذا كان هناك مبرر معقول للقيام بهذا العمل (أي إذا كان هذا العمل ضرورياً من الناحية الموضوعية أو قد يساعد في زيادة الكفاءات).

3.1 نطاق الأعمال المحظورة

يحظر قانون الاتصالات على الشركات أن تسيء استغلال موقعها المسيطر في السوق إما بمفردها أو بالاشتراك مع الآخرين. وبشكل خاص تؤكد المادة 75 من اللائحة التنفيذية لقانون الاتصالات على أنه:

" يحظر على مقدمي الخدمة المسيطرين القيام بأي أنشطة أو أعمال قد تشكل إساءة استعمال لمواقعهم المسيطر "

وقد لخص القسم 3.3.2 الطريقة التي تحدد بها الهيئة ما إذا كانت الشركة من الشركات المسيطرة وبالتالي معرفة ما إذا كان لديها قوة سوقية كبيرة. وتُنشر من ثم تفاصيل المعايير والمنهجية والتحليل المستخدم بشكل منفصل.

إن سياسة المنافسة - وقطعا للشك - لا تحظر من احتلال موقعها المسيطر في حد ذاته غير إنها تحظر إساءة استعماله، علماً بأن الشركة قد تكون قد حصلت على مركز مسيطر بشكل طبيعي، فعلى سبيل المثال قد تحصل عليه من خلال التوسع الهيكلي أو كنتيجة لخصائص السوق. بيد أن الشركات التي تتمتع بموقع مسيطر تتحمل مسؤولية خاصة إزاء عدم السماح لأعمالها بتعطيل المنافسة الحقيقية غير المشوهة.

من المحتمل أن تكون للأعمال المحددة في القسم التالي تأثيرات قد تناهض المنافسة غير إنها تمثل قائمة شاملة بجميع الممارسات التي قد تعتبرها الهيئة بمثابة أعمال تشكل إساءة استعمال للموقع المسيطر.

ومن ثم، فإنه عند تحديد ما إذا كان سلوك معين قد يشكل إساءة استعمال للسلطة، تقوم الهيئة بإجراء تقييم لآثار هذا السلوك المحدد في السوق ذات الصلة، علماً بأن القسم 3-2 يوضح وصفاً للمنهج الذي سنتبعه الهيئة في إجراء هذا التقييم. وتقوم الهيئة خلال التحقيق بتقييم الأدلة على ما إذا كان هذا السلوك سيمنع من المنافسة أو يقللها بشكل كبير وذلك وفقاً لمبدأ ترجيح الاحتمالات. ولن تضطر الهيئة إلى إثبات أن الشركة المسيطرة تنوي إساءة استغلال موقعها المسيطر لتصرح بأن الشركة قد انتهكت الحظر المتعلق بإساءة استعمال الموقع المسيطر، إذ لا تعتد الهيئة فقط بالسلوك الذي تسبب في إحداث ضرر تنافسي فعلي بل تعتد أيضاً بالسلوك الذي من المرجح أن يؤدي إلى مناهضة المنافسة أو تقليلها بشكل جوهري.

¹³ مرسوم بقانون رقم (34) لسنة 2006 لإصدار قانون الاتصالات. قرار (1) لسنة 2009 الصادر من المجلس الأعلى للاتصالات وتكنولوجيا المعلومات بشأن إصدار اللائحة التنفيذية لقانون الاتصالات.

يجوز للشركة التي تخضع للتحقيق أن تُطالب بدفع تعويضات الكفاءة أو المطالبة بغيرها من طرق التسوية التي قد تجبر التأثيرات السلبية التي لحقت بالمنافسة من جراء سلوكها. وبعبارة أخرى، عند النظر فيما إذا كان ينبغي إصدار قرار في التحقيق حول ما إذا كان السلوك محظوراً، فستأخذ الهيئة بعين الاعتبار أي دفع قد تقدمها الشركة المسيطرة بشأن سبب تبرير السلوك المناهض للمنافسة. قد توضح هذه الدفوع والحجج أن السلوك ضروري أو أنه قد ينتج عنه فاعلية وبالتالي يحقق فوائد للمستهلكين. يعرض القسم 3.6 مزيداً من التفاصيل حول الظروف التي ستنتظر فيها الهيئة لتقرير ما إذا كان السلوك الذي قد يشكل ممارسته بطريقة أخرى إساءة استعمال المركز المسيطر مبرراً أم لا.

3.2 المنهج العام المتبع في إجراء التحقيق في إساءة استعمال الموقع المسيطر.

يوضح هذا القسم الخطوات التي ستتخذها الهيئة للتحقيق في إساءة استعمال الموقع المسيطر، إذ يمكن البدء في إجراء تحقيق استجابة لشكوى محددة¹⁴ أو بناء على مبادرة تتخذها الهيئة مثل إجراء التحقيق بعد قيام هذه الأخيرة بمراجعة السوق. وتجدر الإشارة إلى أن الهيئة لن تنفذ هذا المنهج بطريقة آلية، وكذلك قد يختلف النهج الدقيق الذي تعتمده حسب السياق المحدد للتحقيق.

وكجزء من عملية التحقيق، تتمتع الهيئة بسلطة تقديرية في فرض التدابير المؤقتة قبل أن تكمل تحقيقاتها الشاملة، إذ يكون لديها اشتباه معقول في أن أحكام القانون تُنتهك وأنه من المحتمل أن يؤدي ذلك إلى حدوث الضرر الجسيم الذي يتعذر جبره في ظل غياب التدابير المؤقتة¹⁵.

وأثناء التحقيق في السلوك الذي يشتبه في أنه مناهض للمنافسة، يبحث تحليل الهيئة فيما إذا كان من المحتمل أن يمنع هذا السلوك من المنافسة أو يفيدها أو يشوبها، وإذا كان الأمر كذلك، فما مدى احتمال تضرر المصلحة العامة للمستهلك. فإذا كانت الإجابة على الأسئلة الموضح أعلاه بالإثبات، فإن هذا النشاط يصنف بأنه سلوك يناهض المنافسة أو يقللها بشكل جوهري.

، تحقق الهيئة فيما يلي (حيثما كان ذلك مناسباً) للإجابة على هذين السؤالين:

- **موقع الشركة المسيطرة:** كلما كانت القوة السوقية للشركة المسيطرة أقوى بشكل عام، زاد احتمال أن يؤدي سلوكها التعسفي إلى مناهضة المنافسة أو تقليلها بشكل جوهري؛ إذ أن الشركات التي تعمل بنظام التوسع الرأسي قد تكون قادرة على الاستفادة من قوة السوق من سوق لآخر يعمل بنظام التوسع الرأسي.
- **السمات المحددة للسوق والسياق الاقتصادي للإجراء:** ويشمل ذلك تقييم العقوبات التي تعترض طريق دخول السوق والتوسع فيها. ومن المرجح عادة أن تجعل العقوبات الكبيرة التي تعترض طريق دخول السوق - مثل وفورات الحجم وآثار الشبكة- من الصعب على المنافسين التغلب على إغلاق السوق من جانب الشركات المسيطرة.
- **مواقع المنافسين في الشركة المسيطرة:** يشمل هذا تقييم مدى احتمالية الحفاظ على المنافسة برغم من سلوك الشركة المسيطرة، إذ قد تلعب أسهم السوق وخصائص المنافسين دوراً مهماً في هذا الصدد. فقد تتمكن، على سبيل المثال شركة صغيرة من المحافظة على تنافسية السوق إذا كانت مبتكرة وكفنة بشكل خاص.
- **مواقع الموردين أو العملاء:** بالاطلاع على تفاصيل سلسلة التوريد وما إذا كان الإجراء المعني يطبق بشكل انتقائي فقط على مجموعات الموردين أو العملاء الذين من المرجح أن يجذبهم المنافسون. فعلى سبيل المثال، لا تطبق الشركة المسيطرة الإجراء الذي يجري بحثه إلا على عملاء مختارين أو موردي مستلزمات الإنتاج الذين يعتبرون مهمين بشكل خاص لدخول المنافسين السوق أو توسيعهم لنشاطهم.

¹⁴ يمكن تقديم شكوى مرفقة بطلب للتحقيق إلى الهيئة وفقاً للقواعد إجراءات التحقيق السابق (انظر <http://cra.gov.qa/en/document/expost-complaints-investigation-procedures>)

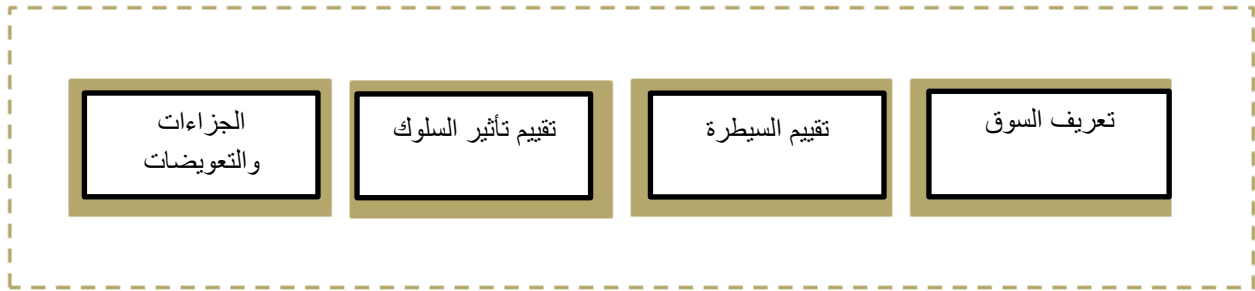
¹⁵ انظر الفقرة 6.2 من إجراءات السابقة للتحقيق اللاحق (انظر <http://cra.gov.qa/en/document/expost-complaints>). يرجى ملاحظة أن تعريف الغرامات والجزاءات لا يعد جزء من سياسة المنافسة. ستوضح هذه الأمور بمزيد من التفصيل في قانون الاتصالات الجديد.

- **مدى إساءة الاستعمال:** ستنظر الهيئة بعين الاعتبار إلى نسبة المبيعات في السوق التي تأثرت بالسلوك المسيء وستأخذ في اعتبارها مدته وكيفية القيام به بشكل منظم (حسب الاقتضاء).
- **دليل على وجود الاستراتيجية الإقصائية أو الاستغلالية:** ستراعي الهيئة الوثائق الداخلية التي قد تحتوي على دليل على وجود استراتيجيات استغلالية أو إقصائية أو استراتيجيات لمنع دخول السوق على التوالي.
- **بالنسبة لممارسات سوء الاستعمال الإقصائية، أدلة متاحة على الإغلاق الفعلي للسوق:** في الحالات التي يتورط فيها المرخص له في النشاط المسيء لاستعمال موقعه المسيطر لفترة طويلة من الزمن، فعندئذ تحقق الهيئة أيضاً في احتمال وجود دليل غير مباشر على غلق السوق. فإذا كانت الشركة المسيطرة على سبيل المثال التي يدعى بأنها مشتركة في ممارسة سلوك مسيء لاستعمال موقعها المسيطر تحقق أداءً أفضل بكثير مقارنة بمنافسيها دون وجود مبرر موضوعي على ذلك، فمن ثم فقد يشير ذلك الأمر في بعض الأحوال إلى أن ممارسات سوء الاستعمال الإقصائية مازالت مستمرة.
- **أي عوامل أخرى تعتبرها الهيئة ذات صلة.**

3.3 عملية التقييم

في حالة إجراء تحقيق ما بعد التنافس، فعندئذ تقوم الهيئة بتطبيق العملية المبينة أدناه (وفقاً لما هو موضح في الوثيقة الخاصة بمنهجية التحقيق):

الشكل 1: عملية التحقيقات ما بعد التنافس



3.3.1 تعريف السوق

تعتبر الخطوة الأولى في التحقيق في السلوك الذي قد يشكل إساءة استعمال للموقع المسيطر أو الأعمال الأخرى التي قد تناهض المنافسة هي تحديد الأسواق ذات الصلة، إذ إنه بمجرد تحديد السوق يمكن للهيئة إجراء البحث ذي الصلة للتحقيق في السلوك قيد النظر.

يحدد السوق ذات الصلة مجموعة المنتجات والمناطق الجغرافية التي تتنافس فيها الشركات والتي يقصد بها تلك التي تشكل بدائل قريبة لبعضها البعض. أما المنطقة الجغرافية فهي تلك التي تكون فيها مجموعة المنتجات بدائل قريبة. ويجوز للهيئة استخدام تعريف السوق في تقييمات المنافسة اللاحقة للأغراض التالية:

- تحديد ما إذا كان المرخص له مسيطر في السوق أم لا.
- المساعدة في تقييم تأثير النشاط الذي يزعم أنه يناهض المنافسة في السوق.
- المساعدة في بحث فيما إذا كان الاندماج من شأنه أن يتسبب في تقليل المنافسة إلى حد كبير. (يوضح المنهج الذي تتبعه "هيئة تنظيم الاتصالات في التعامل مع عمليات الدمج المقترحة بالتفصيل في القسم 4 من هذه الوثيقة التوضيحية).

في حالة قيام الهيئة بتحديد الأسواق ذات الصلة المحتمل الاستدلال بها في تحقيقاتها، فسوف تلاحظ الهيئة أن الموقع المسيطر والسلوك والتأثيرات الناجمة عنه قد تحدث جميعها في أسواق مختلفة. ويرجع ذلك إلى أن العديد من أنواع السلوك المحظورة الواردة في هذا القسم الخاص بسياسة المنافسة التي تتعلق بالاستفادة من القوة السوقية من خلال سوق تتمتع فيها الجهة بموقع مسيطر لسوق مجاورة مختلفة. فهناك أمثلة على الاستفادة من القوة السوقية للموقع المسيطر مثل رفض التوريد لبعض الجهات وتقليص هامش الربح وإبرام اتفاقيات قد تقيد من المنافسة الحرة واتفاقيات التوزيع الحصرية.

3.3.2 تقييم السيطرة

يعتبر تقييم السيطرة¹⁶ هو الخطوة الأساسية في تحديد ما إذا كان نشاط معين قد يشكل إساءة استعمال المركز المسيطر. وقد عُرف الموقع المسيطر بأنه "موقع القوة الاقتصادية الخاص بمقدم الخدمة في السوق والذي يسمح له بالتصرف بشكل مستقل عن العملاء أو المنافسين، أو يسمح له بالسيطرة على واحد أو أكثر من أسواق خدمات الاتصالات المحددة وذلك من خلال العمل إما بشكل فردي أو بالاشتراك مع الآخرين".¹⁷¹⁹

إذ يمكن تحقيق مثل هذا الموقع المسيطر من خلال القوة الاقتصادية لشركة واحدة وعندئذ يُصنف على أنه موقع مسيطر لشركة واحدة. أو يمكن تحقيقه من خلال مجموع القوى الاقتصادية لمجموعة من مقدمي الخدمات وعندئذ يُصنف على أنه سيطرة جماعية.

علمًا بأنه قد لا يتطابق بالضرورة تقييم السيطرة الذي أجري بغرض التحقيق ما بعد المنافسة بالضرورة بشكل دقيق مع تقييم السيطرة الذي أجري لأغراض أخرى سابقة إذ أن السبب وراء ذلك اختلاف زمن كل تقييم. إن التقييم ما بعد المنافسة هو تقييم ينظر إلى الماضي بناءً على الظروف التنافسية في وقت السلوك الذي يجري التحقيق فيه. من ناحية أخرى، فإن التقييم المسبق هو نظرة مستقبلية بناءً على ما هو متوقع حدوثه خلال فترة مراجعة السوق.

3.3.3 التقييم الجوهرى لتأثير النشاط

يتم تقييم السلوك وفقاً لهذه الوثيقة التوضيحية لسياسة المنافسة. ويتم بحث آثار السلوك على المنافسة وعلى المستهلكين، مقارنة بالحالة التي لم يحدث فيها هذا السلوك.

3.3.4 فرض عقوبات وجزاءات

يجوز لهيئة تنظيم الاتصالات - حال انتهاء التحريات- أن تطلب ضبط هذا السلوك المخالف، وقد أوردنا تفصيلاً للمنهج الذي تتبعه الهيئة في فرضها للعقوبات بالقسم 5. والتي قد تشمل على:

- إصدار أمر للكيان قيد التحري بوقف السلوك المسيء غير السوي أو باتخاذ الإجراء اللازم لتفادي إلحاق الأضرار المحتمل وقوعها أو معالجة تلك التي وقعت بالفعل؛ أو
- فرض جزاءات مالية؛ أو
- غيرها من العقوبات التي ينص عليها قانون الاتصالات.

يجوز للهيئة فرض عقوبات مؤقتة حال اشتباهها في احتمالية وقوع مخاطر جسيمة لا يمكن معالجتها من جراء السلوك المقترف، كما تقر بأنها قد توافق -في بعض الظروف- على تحمل الالتزامات التي يفرضها عليها الكيان قيد الاتهام، وفي هذه الحالة تقوم بتضمين تفاصيل تلك الالتزامات بالقرار ذي الصلة الذي تصدره وعرضه على مقدم الشكوى.

¹⁶ في هذه الوثيقة التوضيحية لسياسة المنافسة، نعتبر بأن السيطرة والقوة السوقية الكبيرة لهما نفس المعنى.

¹⁷ كما هو محدد في اللائحة التنفيذية لقانون الاتصالات لعام 2009

3.4 المنهج العام للتحقيق في المخالفات المتعلقة بالأسعار

من أحد صور السلوك الاحتكاري قيام الشركات المهيمنة بتحديد أسعار منتجات معينة، بالوقت الذي تتشغل به الكيانات المناظرة بممارسات أخرى لا علاقة لها بالتسعير، وفي هذا الإطار قد تقوم الهيئة - خلال تحرياتها حول المخالفات المتعلقة بالأسعار - بمقارنة الأسعار والتكاليف، وتستند في منهجها الدقيق الذي تتبعه في ذلك الإطار على الحالة قيد التحقيق ونوعية المعلومات المتوفرة لديها بكل حالة بعينها. وتقوم الهيئة بإجراء دراسة بناءً على ما تحصلت عليه من أدلة، وتستند في قرارها على ما تراه الأكثر دقة فيما بين البيانات الموفرة لديها، وفي حال ما لم يتوفر لديها أدلة دقيقة وافية بهذا الشأن، تقوم الهيئة بالاعتماد على تصويت الوكلاء وتطبيق المعايير.

تقوم الهيئة - بوجه عام - خلال تحرياتها بدراسة الموقف من عدة الجوانب:

- **أساس التكاليف ومعاييرها:** يتطلب بالضرورة عند إجراء التحريات دراسة التكاليف دراسة تعتمد معاييرها وأسسها الدقيقة على طبيعة التحليل المتبعة.

تحدد الهيئة المعايير الأكثر ملائمة لدراسة التكاليف التي ستتبعها خلال إجرائها للتحريات المنوطة بها

يتعين - وفقاً لأفضل الممارسات الدولية- إتباع المعايير الآتية عند حساب التكلفة استناداً إلى الاختبار الدقيق الذي يتم إجراؤه للتحقيق في السلوك المقترف:

- متوسط التكلفة المتغيرة (AVC) أو متوسط التكلفة التي يمكن تجنبها (AAC)
- التكلفة الإضافية على المدى الطويل (LRIC) ومتوسط التكاليف المتزايدة على المدى الطويل (LRAIC)
- متوسط التكلفة الكلية

تُدرِك الهيئة أنه قد يتعسر توفير معلومات حول التكلفة وفقاً لهذه المعايير، وعليه فقد تستند في قرارها على أسس ومعايير أخرى للتكلفة مثل التكلفة الموزعة بالكامل (FDC).¹⁸

ويجوز للهيئة كذلك مع نزوح السوق والعمل المؤسسي أن تنتهج تدريجياً لأساليب ومناهج معقدة عند تقييمها للتكاليف (مثل إعداد نماذج للتكلفة الإضافية على المدى الطويل لأنواع محددة من التكاليف)، إلا أنها تلتزم في ذلك بمساعدة أصحاب التراخيص لوضع معايير معقدة لتقييم التكاليف بالقوانين التنظيمية الحالية والمستقبلية الخاصة بها وإتباعها. كما أنها كذلك تستند في الاختبارات المناسبة والمتسقة على الظروف الاقتصادية الخاصة بالسلوك قيد التحري.

تعمل الهيئة على وضع مفهوم نموذجي للتكاليف لـ "المشغلين أصحاب نفس القدر من الكفاءة"¹⁹

- **فترة التقييم:** تحدد الهيئة الفترة الزمنية المناسبة لتقييم الأثار الفعلية والمحملة لسلوك معين على حجم المنافسة بالسوق بحسب كل حالة؛ ففي بعض الحالات قد يتناسب منهج محاسبي بعينه مع فترة زمنية واحدة وفي حالات أخرى قد يتطلب إجراء استعراض طويل المدى بناءً على تفاصيل السلوك المسيء والمنتج والسوق والعمر الاقتصادي للمنتج وعمر الأصل ودورة حياة العميل. لكل منهج من المناهج المختلفة عيوباً ومميزات؛ فعلى سبيل المثال، قد يتطلب بداخل تحليل المعلومات المحاسبية المعد لكل فترة على حدة أن يُمثل حساب التكاليف المحاسبية متوسط التكاليف المتزايدة على المدى الطويل، في حين أنه في منهج آخر قد تتأثر نتائج منهج التدفق النقدي المخصوم بحسب الفترة الزمنية التي يغطيها والقيمة النهائية للاستثمار قيد الدراسة.

¹⁸ قد تستند بيانات التكلفة إلى أسس محاسبية التكاليف التاريخية (HCA)، وبالرغم من أن هذا المنهج يعتبر المنهج الأكثر شيوعاً في إعداد المعلومات المحاسبية الداخلية، إلا أنه يجوز استخدام أسس بديلة لحساب التكلفة مثل التقييم القطري الموحد حسب الاقتضاء.

¹⁹ تم بيانها في هذا المستند تحت بند "التعريفات"

- اختيار المنتجات محل الدراسة: تحدد الهيئة أيضا – بحسب كل حالة على حدة وبحسب مستوى خط التوريد ونوع خط الإنتاج – المنهجية المتبعة لمقارنة الأسعار والتكاليف، أي أنه قد تقوم الهيئة بتقييم السلوك الاحتكاري على أساس:
 - مستوى المنتجات الفردية أو الجماعية
 - فئة العميل، وذلك في حال ما إذا كان من المحتمل أو من الواضح تأثر مجموعة معينة من المستهلكين بالسلوك قيد التحري.
 - مستوى السوق التي يُجرى بها الاختبار مقارنة بباقي الأجزاء الأخرى من السوق ذات الصلة.
- لذلك، ستعتمد الهيئة في اختيارها النهائي للسبل المزمع اتباعها بالتحقيق على تفاصيل الحالة والبيانات المتاحة، وستسعى لتطبيق الطريقة الأنسب لمعالجة القضايا المطروحة.

3.5 ما هي السلوكيات التي تُصنفها الهيئة على أنه تصرفات مُسيئة للوضع المهيمن؟

يُمكن للمنافسين المحتملين أو العملاء أو الموردين اقتراح سلوكيات مُسيئة لاستغلال وضعهم المهيمن بالسوق، وقد يُصنف هذا السلوك على أنه "إقصائي" أو "استغلالي" بناءً على الغرض المرجو منه.

- **إساءة استعمال تهدف إلى الإقصاء من السوق:** هو سلوك قد يمنع أو يقلص حجم المنافسة بالسوق الحالي أو المستقبلي ذو الصلة، من خلال عدة سبل منها – على سبيل المثال- إضعاف مركز المنافسين الحاليين، أو وضع عقبات تعرقل أو تمنع المنافسين الأخر من دخول السوق، وفي هذه الحالة لا تتشغل الشركات المهيمنة بالأرباح السريعة في مقابل سعيها لزيادة الأرباح البعيدة. ومن شأن هذا السلوك أن يضر بالمستهلك إذ إنه يقلص من حجم المنافسة مما قد يؤدي إلى رفع الأسعار، وتقليل الاختيارات المقدمة للعميل وتقليل دوافع الاستثمارات والمحفزات.
 - **إساءة استعمال تهدف إلى استغلال السوق:** هي سلوكيات تهدف إلى جني ربح من المستهلك أو المورد، ويمكن أن ترتبط هذه السلوكيات بالسعر أو الشروط الأخرى الغير متعلقة بالسعر التي يفرضاها المشغل المهيمن. فقد تستغل الشركة المهيمنة على سبيل المثال قوتها السوقية لتحميل المستهلك بأسعار مرتفعة جداً بشكل مبالغ فيه، مما يضر به بشكل مباشر.
- يمكن اعتبار سلوك ما على أنه إساءة استخدام للوضع المهيمن إذا ظهرت القوة السوقية والآثار المتعلقة بهذا السلوك على الأسواق الأخرى المختلفة، فعلى سبيل المثال قد يكون لسلوك صاحب الترخيص الذي يهيمن على سوق الجملة تأثير على الأسواق النهائية (أسواق ما بعد الإنتاج والتوزيع) أو السوق المجاورة ذات الصلة.
- فيما يلي أمثلة للسلوكيات الإقصائية والاستغلالية للسوق والتي قد تصل إلى حد إساءة استخدام المركز المهيمن، وسنقوم تباعاً بمناقشة كل نوع من أنواعها.
- تشتمل نماذج إساءة استعمال المركز المهيمن للتلاعب بالأسعار على:

- ضغط الهامش (القسم 2.5.3)
- وضع خصومات وعروض وبرامج مكافآت (القسم 3.5.3)
- فرض سعر غير منطقي أو تمييز غير سعري (القسم 4.5.3)
- الدعم المتبادل (القسم 5.5.3)
- التسعير المبالغ فيه (القسم 10.5.3)
- التسعير الافتراضي (القسم 10.5.3)

تشمل أمثلة السلوكيات المسيئة الغير متعلقة بالتسعير على ما يلي:

- رفض تقديم الخدمة (القسم 1.5.3)
- حزم المنتجات وتلازمها بما في ذلك التلازم الاقصائي (القسم 7.5.3)
- عقود تربط العميل للتلازم بشراء المنتج من بائع بعينه خلال مدة العقد (8.5.3)
- اتفاقات التوزيع الحصري (9.5.3)

وتعتبر هذه القائمة غير شاملة، أي أنه قد يكون هناك سلوكيات أخرى تصنف على أنها سلوكيات مُسيئة للوضع المهيمن خلاف تلك المذكورة صراحة

3.5.1 رفض توريد

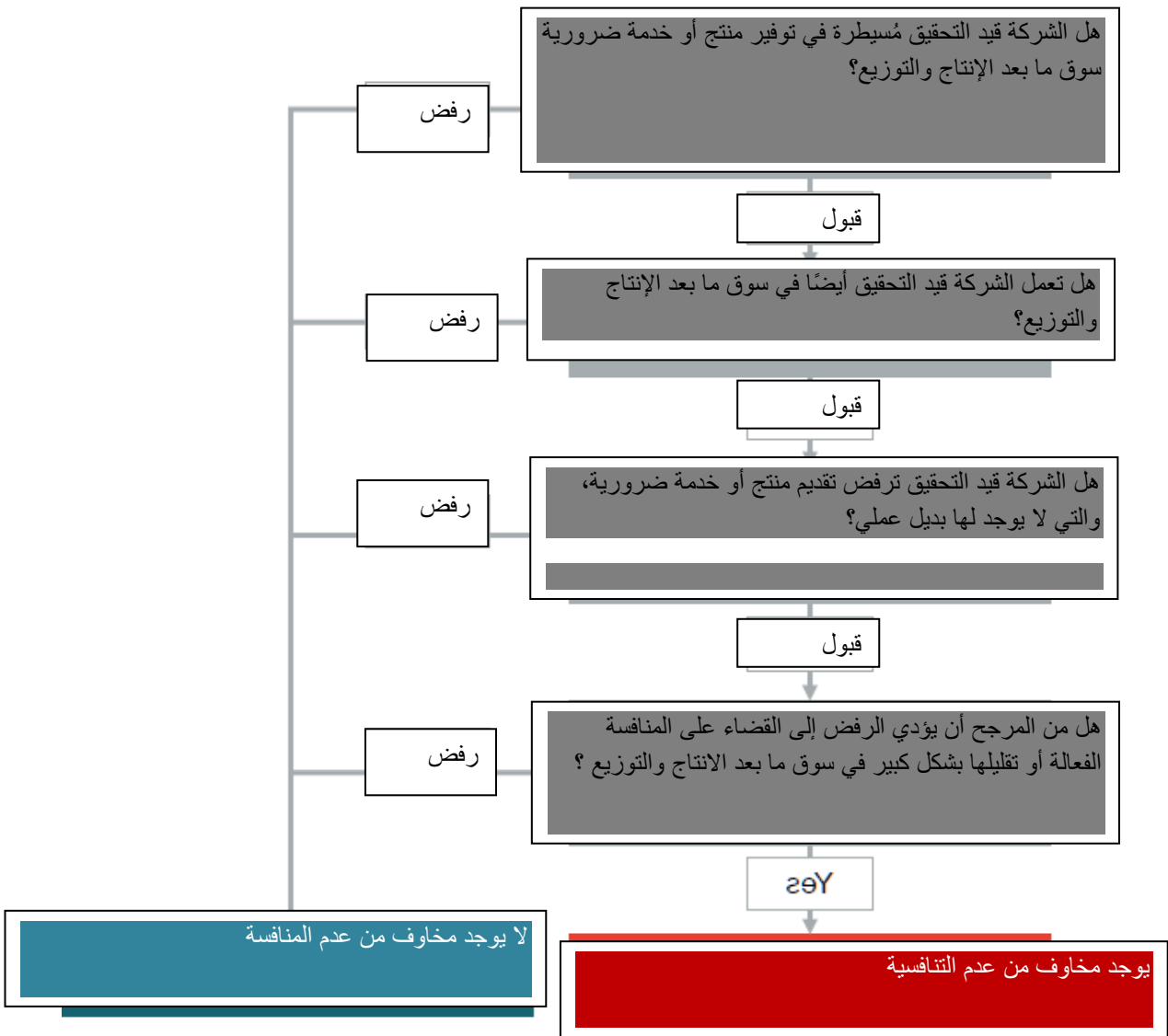
عادة ما يكون لدى الشركة – سواء أكانت أم لم تكن ذات قوة سوقية- حرية اختيار شريكها التجاري، إلا أن رفض الشركة المهيمن على السوق لتوريد منتج أو تقديم خدمة بشكل يؤدي إلى منع المنافسة أو تقليصها أو يحد من الابتكار يُعد إساءة استخدام للوضع المهيمن، وقد يلحق الضرر بالمستهلك إذ إنه يحد من الفرص والاختيارات المتاحة أمامه أو يسمح للشركة المهيمنة بزيادة سيطرتها على السوق وتحميل العميل بأسعار أعلى من الأسعار التنافسية.

قد يتولد لدى الهيئة مخاوف من أن يكون لرفض التوريد آثار اقصائية بالسوق إذا:

- هيمنت الشركة المدمجة أفقياً على سوق الأولية (سوق الإنتاج) التي تعتني بتوريد المواد الرئيسية إلى السوق النهائية (سوق ما بعد الإنتاج والتوزيع)؛ أو
- تعمل الشركة على السوق النهائية وتنافس نظيراتها على المستهلك النهائي؛ أو
- ترفض توريد المنتجات أو تقديم الخدمات الضرورية بشكلٍ موضوعي (أي ترفض –على سبيل المثال- تقديم منتج أو خدمة تُعد أساسية بالسوق النهائية ولا يوجد لها بديل فعلي)؛ أو
- قد يدفع هذا الرفض إلى منع المنافسة بالسوق الأولية أو تقليصها مما يحد من الضرر بالمستهلك.

يوضح الشكل 2 هذا الأمر

الشكل رقم 2: رسم توضيحي لعملية التحقيق في رفض العرض:



قد يكون رفض العرض "صريح" أو "بناء". ويحدث الرفض الصريح للتوريد عندما ترفض شركة مُسيطرَة توريد منتج أو خدمة ضرورية. ويشمل الرفض البناء للعرض تقديم شروط تداول غير معقولة، مثل التأخير أو إعاقَة توريد منتج أو خدمة بشكل غير مناسب أو فرض أسعار مرتفعة بشكل غير معقول.

يمكن أن يستهدف رفض العرض منافسين جدد أو حاليين، ويمكن أن يشمل مجموعة واسعة من الممارسات، بما في ذلك:

- **رفض إتاحة الوصول إلى مرفق أو شبكة:** حيث يكون الوصول إلى ذلك المرفق أو الشبكة أمراً ضرورياً لتمكين المنافسة في السوق ذات الصلة (سوق ما بعد الإنتاج والتوزيع)، وعدم السماح للمتنافسين باستخدام مرافق الشركة المسيطرة، وقيامها بإجبار المنافس على إيجاد مُورد بديل. ومع ذلك، فإنه إذا لم يكن المورد البديل غير متاح أو من غير الممكن توفيره، لأن استبدال هذا المرفق باهظ التكلفة، فيمكن أن يؤدي ذلك إلى إغلاق سوق ما بعد الإنتاج والتوزيع ذي الصلة. ويمكن أن ترقى الاحتياجات التي تفرضها الشركة المسيطرة على المنافس الأساسي، مثل إجبارها على الترابط في جميع المواقع بإحدى الشبكات المُسيطر عليها، إلى إساءة استعمال السلطة إذا كان هذا الالتزام غير ضروري أو غير معقول أو فرض تكاليف غير متكافئة على المنافس²⁰؛
 - **رفض تقديم المعلومات:** ويمكن أن يشمل ذلك المعلومات التي تولدها شبكة الشركة المسيطرة التي يحتاج إليها المنافس من أجل تقديم خدمة مماثلة لخدمة الشركة المسيطرة، مثل هوية المتصل على سبيل المثال. ويمكن أن يشمل أيضاً رفض توفير المعلومات الفنية الأساسية، مثل المواصفات الفنية أو المعلومات المتعلقة بالمكان الذي يمكن فيه للمشارك الجديد أن يترابط بشبكة مُسيطر عليها، والتي ستكون مطلوبة لمتنافس المناقصة لاتخاذ مدخلات بالجملة من الشركة المهيمنة أو تعريف خط مستأجر. ويمكن أن يشمل ذلك أيضاً عدم الموافقة، في غضون فترة زمنية معقولة، بشأن مواصفات فنية أو معلومات أخرى أساسية لتسويق المنتج بالجملة؛
 - **رفض توفير حقوق الملكية الفكرية:** يسعى قانون الملكية الفكرية بشكل عام إلى تشجيع الابتكار وتسويقه. ويحق لأصحاب حقوق الملكية الفكرية الذي يتمتع بسلطة في السوق أن يقرر من يمنحه ترخيصاً لاستخدام حقوق الملكية الفكرية الخاصة به. ومع ذلك، فمن الممكن أن تشتت الطريقة التي تمارس بها الشركة المسيطرة حقوق الملكية الفكرية على أسلوب تعسفي. وخير مثال على ذلك حالة ما إذا كان من اللازم الحصول على حق الملكية الفكرية من أجل العمل في السوق ولكنه يُستغل من قبل الشركة المسيطرة بغرض زيادة سلطتها من سوق لآخر أو لمنع تطوير سوق جديد.
- ستقرر الهيئة أن رفض العرض يشكل إساءة استخدام لسلطة المُسيطر إذا تم استيفاء الشروط التالية في وقت واحد:
- إذا تعلق الرفض بمنتج أو خدمة **ضرورية بشكل جوهري** كمساهمة في سوق ما بعد الإنتاج والتوزيع، كما هو الحال إذا كان من المستحيل أو من المتعسر العثور على مصدر بديل أو تكراره؛ و
 - إذا كان من المرجح أن يؤدي الرفض إلى القضاء على المنافسة الفعالة أو تقليلها بشكل كبير فيما بعد الإنتاج وتوزيع المصب؛ و
 - إذا كان من المرجح أن يتعرض المستهلكون للأذى:

عند تحديد ما إذا كان السلوك قيد التحقيق مناهضاً للمنافسة، تقوم الهيئة بفحص ما إذا كان قد تم استيفاء كل من هذه الشروط.

الضرورة الجوهرية

ستقوم الهيئة بتقييم الضرورة الموضوعية للمنتج أو الخدمة ذات الصلة من خلال تقييم:

- ما إذا كان المنتج أو الخدمة لا غنى عنها كمدخل لسوق المصب؛ و
- ما إذا كان من المجدي تقنياً واقتصادياً تكرار المنتج أو الخدمة؛ و
- ما إذا كان البديل القابل للحياة متاحاً بشكل فعال؛ و

²⁰ يرجى الأخذ في الاعتبار أن عدم الامتثال للالتزامات الربط البيني لا يجب تصنيفه على أنه رفض للعرض من أجل الإضرار بالمنافسة.

- تاريخ علاقات التوريد - ما إذا كانت هناك أي تكاليف غرقت والتي هي علاقة محددة، على سبيل المثال.

التأثير على المنافسة:

- ستقوم الهيئة بتقييم التأثير على المنافسة الذي قد ينتج عن رفض العرض، والذي يعتمد، على سبيل المثال لا الحصر، على ما يلي:
- الحصة السوقية للشركة المسيطرة في سوق ما بعد الإنتاج والتوزيع - فكلما ارتفعت الحصة السوقية، قلت المنافسة في هذا السوق؛
 - القيود الواقعة على سلطات الشركة المسيطرة - عند تخفيض القيود الواقعة على سلطات الشركة المسيطرة فإنها تُصبح أقرب من المنافسة في السوق النهائية، وعليه، تزداد احتمالية تحويل الطلب من المنافسين الذين لم يحالفهم الحظ في تلبيته إلى الشركة المسيطرة؛
 - إمكانية الاستبدال بين منتجات الشركة المسيطرة ومنتجات المنافسين - فإذا كانت البدائل متقاربة، فمن الأرجح أن يتم تحويل الطلب من المنافسين الذين لم يحالفهم الحظ في تلبيته إلى الشركة المسيطرة؛
 - نسبة المنافسين في سوق ما بعد الإنتاج والتوزيع التي تتأثر برفض العرض.

التأثير على المستهلكين

- ستقوم الهيئة بتقييم التأثير المحتمل على المستهلكين الناتج عن رفض العرض، والذي سيعتمد على الآثار التي قد يُحدثها رفض العرض:
- زيادة حصة الشركة المسيطرة في السوق وقدرتها على فرض أسعار أعلى من المستوى التنافسي؛
 - اختيار المستهلك؛ أو
 - التعاون.

إذا كان من الممكن لتصرفات الشركة التي تخضع للتحقيق أن تُفيد المستهلك من خلال خلق الكفاءة الفعالة فقد يُبرر سلوكها بشكل إيجابي وقد تقوم الهيئة من ثمّ بأخذ ذلك في الاعتبار عند التقييم العام للشركة المسيطرة (كما هو موضح في القسم رقم 3.6). يمكن للشركة التي تخضع للتحقيق إظهار فوائد الكفاءة التي تنطبق بشكل إيجابي على المستهلكين لتبرير سلوكها. ويمكن لها إظهار ذلك في تقييمها المقدم بشأن الرفض الذي يكون مبرره متعلق بالكفاءة، وستأخذ الهيئة ذلك في الاعتبار عندما تكون هذه الفوائد مدعومة بما يكفي من الأدلة.

مثال

رفض التوريد

اعتبرت الهيئة في حالة ما حديثة الوقوع- أن فسخ اتفاقية الوصول إلى البنية التحتية من جانب واحد هو بمثابة رفض تام للتوريد - وهو إجراء محظور بموجب المادة 43 (1) من قانون الاتصالات. حيث تكون الشركة المسيطرة هي المزود الوحيد لبنية الاتصالات السلكية واللاسلكية في جميع أنحاء قطر تقريباً. ويشكل رفض السماح لمنافسيها بالوصول إلى بنيته التحتية حاجزاً أمام الوصول لأنه يمنع المنافسة، وسيكون الاستبدال حينها أمراً غير عملي أو غير معقول. ونتيجة لذلك، فمن المرجح أن يؤدي رفض العرض إلى الإضرار بالمنافسة على حساب المنافسين وغيرهم من مقدمي الخدمات الذين يعتمدون على الشبكات الخاصة بالمنافسين، وكذلك المستهلكين في نهاية المطاف.

وبالإضافة إلى ذلك، فقد رأت الهيئة أن الشركة المسيطرة تتحمل مسؤولية خاصة بالألا تسمح بالإضرار بالمنافسة في سوق الاتصالات ذات الصلة.

وخلال التحقيق، تمكنت الهيئة من فحص الأدلة حول مدى استعداد أو عدم رغبة الشركة المسيطرة في توفير الخدمة أو المرافق الأساسية. وهو الأمر الذي مكنها من تقييم المعلومات المتعلقة بالمفاوضات بين الأطراف وأي شروط وقواعد تجارية مقترحة. وإذا واجهت الشركة المسيطرة أكثر من منافس واحد في السوق النهائي، فستكون تفاصيل أي اتفاقيات تجارية مع منافسين آخرين مفيدة أيضاً في عملية التحقيق.

قد يكون هناك مبرر لرفض بعض العروض، فعلى سبيل المثال قد يكون من أسباب الرفض ضعف القدرة الائتمانية للعميل أو نقص القدرة والكفاءة المتاحة لديه، فإن الشركة قيد التحقيق ستحتاج إلى تبرير سلوكها وفقاً للمعايير المنصوص عليها في القسم 3.6.

3.5.2 الاعتصار الهامشي (ضغط هامش ربح المنافسين)

يحدث الاعتصار الهامشي عندما تكون شركة مدمجة عمودياً نشطة على أكثر من مستوى واحد من سلسلة التوريد والتوزيع، وتوفر مدخلاً هاماً إلى المنافسين في السوق النهائية، وتضع الأسعار في سوق البيع بالجملة والتجزئة بحيث لا يستطيع منافس السوق النهائية ممارسة التجارة المربحة في سوق النهائية بطريقة دائمة.

وعلى وجه التحديد، تستنتج الهيئة أن " الاعتصار الهامشي " قد وقع، عندما تجد أن:

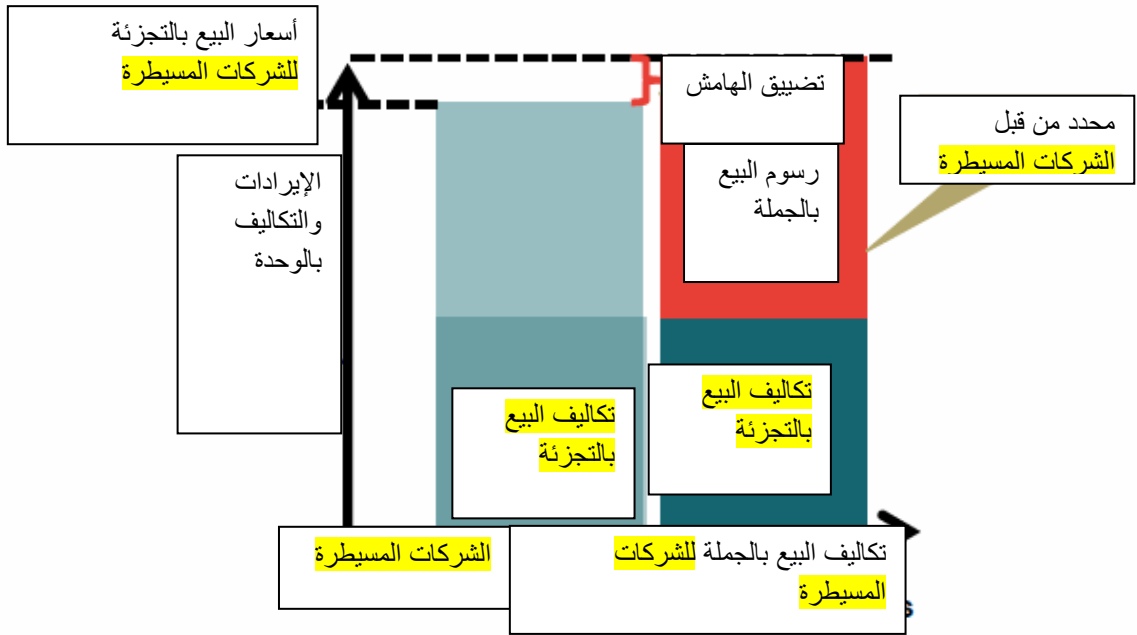
- الشركة المدمجة عمودياً هي الشركة المسيطرة في السوق الأولي لتوريد مدخلات مهمة للسوق النهائي؛ و
- وتعمل أيضاً في سوق النهائي حيث تتنافس مع المنافسين؛ و
- تقدم مدخلاً رئيسياً لمنافسيها في السوق النهائية، والتي لا يوجد لها بديل قابل للتطبيق اقتصادياً أو تقنياً؛ و
- أن تكون حددت الأسعار في السوق الأولي أو السوق النهائي، بحيث لا يسمح هامش ربح المنافسين الناتج عن البيع بالتجزئة وتكاليف البيع بالجملة وسعر التجزئة الذي تحدده الشركة المدمجة عمودياً بمنافسة فعالة في السوق.

يوضح الشكل 3 هذا النهج.

الشكل 3. رسم توضيحي لعملية التحقيق في الاعتصار الهامشي



الشكل رقم 4. رسم توضيحي لأسعار البيع بالتجزئة التي تؤدي إلى تضيق الهامش



ملاحظة: يستخدم هذا المخطط للأغراض التوضيحية فقط. وتقوم الشركات المنافسة بعرض مجموعة من تكاليف البيع بالتجزئة أو البيع بالجملة بالإضافة إلى مدخلات الجملة التي تقدمها الشركات المسيطرة. وتعمل "الهيئة" بوجه عام على تقدير التكاليف الخاصة بالشركات القادرة على المنافسة بصورة متساوية مع الاستعانة بتكاليف الشركات المسيطرة.

يُقصد بتضيق الهامش هو أن الضغط التنافسي الذي تواجهه الشركات في الأسواق النهائية يتناقص؛ إذ إنه لا يمكن للشركات المنافسة التي تكون على نفس القدر من الكفاءة وممن تقوم بشراء مدخلات التنافس بصورة فعالة وقد تضطر إلى الخروج من السوق. ويمكن أن يؤثر ذلك بزيادة الأسعار الموجهة للمستهلكين النهائيين، وكذلك قد يحد من اختياراتهم على المدى الطويل.

من ناحية أخرى، ستقوم الهيئة -لدى التحقق من تضيق الهامش المحتمل- بتقييم ما إذا كان هامش الفرق بين سعر المنتجات أو الخدمات الأولية وسعر سوق البيع بالتجزئة سيتيح للشركات المنافسة بنفس القدر وبصورة فعالة استرداد تكاليفه النهائية وتحقيق أرباح معقولة (كما هو مبين أدناه) خلال فترة زمنية معقولة أيضاً. يعتمد تحديد "الهيئة" لـ "الفترة الزمنية المعقولة" على الجوانب المحددة لإساءة الاستخدام والمنتجات والسوق، ويمكن أن تشمل دورة حياة المنتجات وعمرها أو دورة حياة العميل، وذلك لدى إجرائها للتقييمات الخاصة بها. يتطلب التحقق من تضيق الهامش أيضاً إجراء التقييم لمؤشر الربحية المناسب. وقد يختلف مؤشر الربحية هذا تبعاً لكل حالة على حدة وحسب السياق. كما، قد يشمل على معدل العائد الداخلي (IRR) والعائد على رأس المال المستخدم (ROCE) والعائد على معدل الدوران (ROT). هذا فضلاً عن أنه، يمكن لـ "الهيئة" - على وجه الإجمال عند تقييم تضيق الهامش- تقييم الربحية باستخدام عائد مناسب على رأس المال (والذي يمكن قياسه بالمقارنة مع شركات مماثلة، باستخدام حساب متوسط التكلفة المرجح لرأس المال (WACC)).

مثال:

البيع بالجملة لخدمات النفاذ إلى تدفق البتات للنطاق العريض أو فولاً للشركات المنافسة النهائية أو "وانادو إسبانيا" مقابل "تيليفونيكاً"²¹

كان الهامش بين أسعار التجزئة لشركة "تيليفونيكاً إسبانيا" وأسعار الجملة للنفاذ إلى النطاق العريض على كل من المستويين الوطني والإقليمي يُعد غير كافٍ لتغطية التكاليف التي يتحملها المشغل بنفس القدر من الكفاءة التي تتحملها "شركة" تيليفونيكاً" تلك التكاليف بُغية توفير خدمات النفاذ إلى النطاق العريض بالتجزئة، وذلك خلال الفترة من سبتمبر 2001 إلى ديسمبر 2006.

يفسح النفاذ بالجملة على المستوى الوطني المجال أمام المشغلين البدلاء لتقديم خدمات النطاق العريض بالتجزئة في كافة أنحاء الإقليم الإسباني دون الحاجة إلى إطلاق أي شبكة (أو بالكاد) من خلال الاتصال بنقطة نفاذ "وطنية" واحدة. أما فيما يتعلق بالنفاذ بالجملة على المستوى الإقليمي، فإنه يتطلب قيام المشغلين البدلاء بإطلاق شبكة بتكلفة أعلى يمكن أن تصل إلى 109 نقطة نفاذ "إقليمية". وكانت تعتبر شركة "تيليفونيكاً" هي الشركة المسيطرة في توفير كلا النوعين من النفاذ.

من ناحية أخرى، استخدمت اللجنة متوسط التكاليف الإضافية على المدى الطويل (LRAIC) في حساب التحليل الخاص بها. وعليه، خلصت إلى أن الشركات المنافسة التي تتمتع بدرجة مساوية من الكفاءة لم يكن بمقدورها تحقيق أرباح تجارية على أساس نهج الربحية الخاص بكل فترة على حدة والتدفقات النقدية المخصومة.

مثال

حزم متنوعة

تتألف حزم مقدمي الخدمة المتكاملين رأسياً من مدخلات الجملة. قد يكون -في بعض أسواق البيع بالجملة- مقدم الخدمة هو المسيطر (مثل: شبكة الخدمات الثابتة). وفيما يخص بعض المنتجات الأخرى، قد لا يكون مقدم الخدمة هو المسيطر (مثل: الاتصال الدولي المباشر)، بينما يمكن أن تقع بعض المنتجات خارج نطاق اختصاص السلطة التنظيمية (مثل: المحتوى الخاص بتلفزيون بروتوكول الإنترنت (IPTV) أو الهواتف).

لذا، تعمل "الهيئة" لزاماً على الوضع في الحسبان تكلفة وعائدات الحزمة بأكملها، وذلك من أجل تحديد ما إذا كان هناك تضيق للهامش فيما يتعلق بالمنتجات والخدمات التي تكون فيها مقدم الخدمة هو المسيطر.

3.5.3 التخفيضات والخصومات وبرامج الولاء

تُعد برامج الولاء والتخفيضات الخاصة بها والخصومات الإجمالية من ممارسات التسعير حيث يختلف سعر الوحدة بحسب حجم الإنتاج. وهي عبارة عن شكل معين لمخطط الخصم للعملاء حيث يتم منح المكافآت أو الخصومات للعملاء الذين يشترون كافة احتياجاتهم أو جزء منها من منتجات أو خدمات مقدمة من نفس الشركة. فيمكن على سبيل المثال تقديم تخفيضات للعملاء لتجاوز الحد الأدنى من عمليات الشراء. وفي حالة ما إذا كانت الشركة مسيطرة، فإن هذه الخصومات من شأنها أن تلزم العميل بشراء هذه المنتجات من بائع بعينه خلال مدة العقد؛ إذ إن سعر الوحدة الفعلي للإنتاج المتزايد (الذي يتجاوز حد الخصم) يمكن أن يكون منخفضاً.

Case COMP/38.784 ²¹

http://ec.europa.eu/competition/antitrust/cases/dec_docs/38784/38784_311_10.pdf

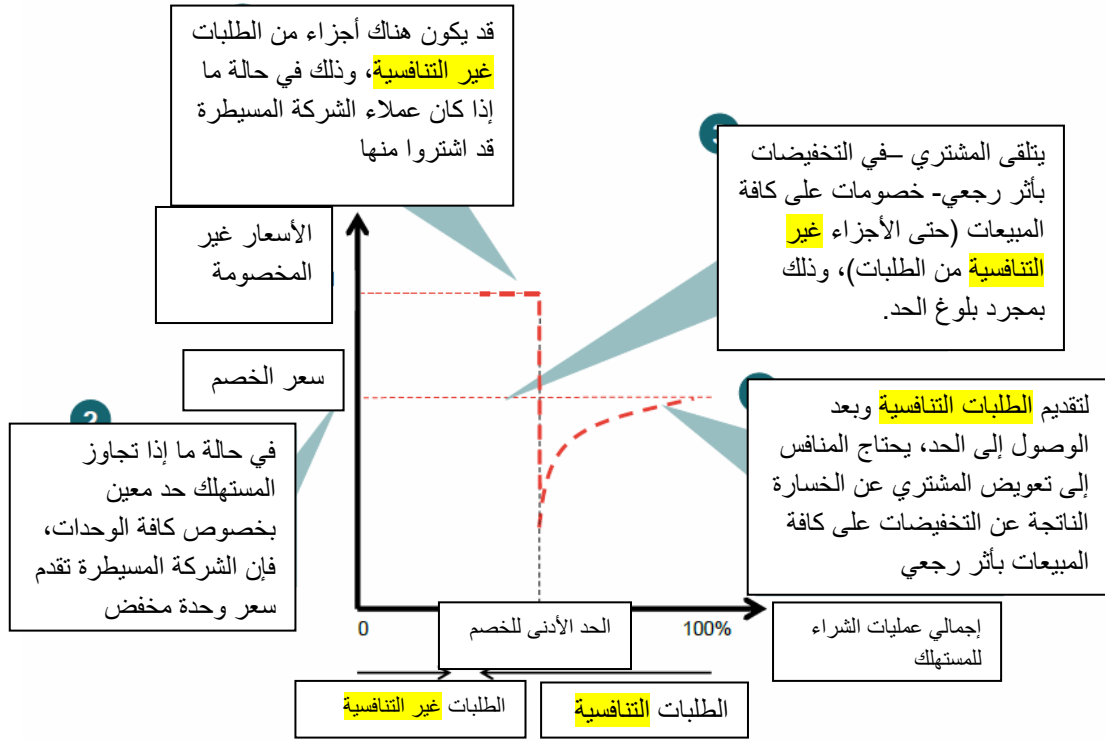
وفي بعض الحالات، قد يكون سعر الوحدة الفعلي للإنتاج المتزايد سلبياً. من ثم، لا ينصح للعملاء تلقي الخدمات من العديد من مقدمي الخدمات ويمكن أن يؤدي ذلك إلى الاستئثار بمدخلات الإنتاج وأن يشكل سوء استغلال للمركز المسيطر في حد ذاته.

تقلل التخفيضات الخاصة ببرامج الولاء هذه من السعر الفعلي المعروض على المشترين والذي يزيد عن حد أدنى معين للأحجام. وليس بالضرورة أن تشكل مثل هذه التخفيضات مشاكل متعلقة بالمنافسة، وذلك في حالة ما إذا تم تقديمها في بيئة تنافسية وتحقق موفورات في التكاليف الناتجة عن الأحجام الأكبر التي يقوم مقدم الخدمة ببيعها، غير إنه يمكن أن يكون لمثل هذه التخفيضات تأثيرات استثنائية وذلك متى جرى تقديمها من قبل مقدم خدمة مسيطر وفي حالة ما إذا لم تكن متعلقة بتحقيق موفورات في التكاليف.

كما أنهم يفسحوا المجال أمام الشركة المسيطرة -بصورة محددة- للاستفادة من الجزء "غير التنافسي" في طلب كل عميل (أي: الكمية التي سيقوم العميل بشراؤها من الشركة المسيطرة بأي حال من الأحوال) كأداة لتقليل السعر الذي يجب دفعه عن الجزء "التنافسي" من الطلب (أي: الكمية التي قد يفضلها العميل ويكون قادراً على إيجاد بدائل لها). تبعاً لذلك، فإنه تقل رغبة العميل في تحويل كميات صغيرة من الطلبات الخاصة به إلى مورد بديل.

يُعرض مثال على آثار التخفيضات الخاصة ببرامج الولاء في الشكل رقم 5. وفي حالة ما إذا حدد المشغل المسيطر سعر الخصم لكافة المبيعات بمجرد الوصول إلى الحد الأدنى، فإنه يكون سعر الوحدة الفعلي للإنتاج المتزايد فوق الحد الأدنى حينئذٍ منخفضاً، بما أنه يتضمن تأثيرات الخصومات التي قد تنطبق على كافة النواتج الخاصة بالعميل (حتى النواتج التي هي أقل من الحد الأدنى، يرجى الاطلاع على الشكل رقم 5).

شكل رقم 5. تأثيرات التخفيضات الخاصة ببرامج الولاء بأثر رجعي على أسعار الشركات المنافسة



يوضح المثال أن الشركة المسيطرة تقدم سعر مخفض على كافة الوحدات التي يشتريها العميل، وذلك في حالة ما إذا تجاوز العميل حداً معيناً. وفي حالة ما إذا كانت الشركة المسيطرة لديها أجزاء من الطلبات "غير تنافسية"، بما أن العملاء كانوا قد اشتروا منها، فعندئذ لا يمكن للمنافسين التنافس إلا على الطلبات "التنافسية" المتبقية. وفي حالة ما إذا سعى المنافسون إلى تقديم الطلبات التنافسية فقط، فإنهم بذلك يتنافسون مع السعر الفعلي للوحدات التي يمكن التنافس عليها بخصم مبلغ. ويمكن أن يكون سعر الوحدة الفعلي للطلبات التنافسية منخفضاً (بشكل خاص إذا تم تطبيق الخصم على كل إنتاج الشركة المسيطرة، أي خصم "بأثر رجعي")، وذلك استناداً إلى هيكل الخصم المقدم.

لذا، ستبحث "الهيئة" - عند التحقق من برامج التخفيضات- إلى أي مدى تم تنفيذ البرنامج وذلك بُغية منع العملاء من التحول إلى مورد بديل (ما يعرف بـ "تأثير الولاء") بدلاً من مجرد تحقيق الوفورات في التكاليف. كما أنها، ستعمل على التحقق مما إذا كانت الاستراتيجية ستمكن من الحد من التوسع أو دخول المنافسين ممن لديهم نفس الدرجة من الكفاءة بدرجة كبيرة من خلال جعل توفير جزء من طلبات المستهلكين من الأفراد أمراً أكثر تعقيداً بالنسبة لهم. وعليه، يتم تطبيق المنهجية المبينة في القسم رقم 3.2 وينظر بصفة خاصة إلى ما يلي:

- تقدير الأسعار التي سيحتاج الموردون المتنافسون إلى تقديمها للعملاء من أجل تعويضهم عن الخسائر الناتجة عن التخفيضات الخاصة ببرنامج الولاء؛ و
 - سواء أكان قد تم تقديم خصم لسعر الوحدة على المبيعات الإضافية فقط (حيث يتم تطبيق الخصم فقط على المبيعات الإضافية بما يتجاوز الحد الأدنى للخصم) أم "بأثر رجعي" (حيث يتم تطبيق الخصم بأثر رجعي على حجم المبيعات بأكملها). ومتى يتم تطبيق الخصم على المبيعات المتزايدة فقط بما يتجاوز الحد الأدنى للخصم، فإن أغلب الظن يمكن للمشاركين المنافسة. وكذلك، متى يتم تطبيق الخصم على كافة المبيعات (بما في ذلك المبيعات التي تقل عن الحد الأدنى)، فإنه يمكن أن يكون سعر الوحدة الفعلي فيما يتعلق بالوحدات الهامشية الذي يزيد عن الحد الأدنى للخصم منخفضاً جداً؛ و
 - تقييم قدرة المنافسين الحاليين على توسيع نطاق المبيعات وتقلباتها مع مرور الوقت متى توافرت البيانات؛ و
 - تطبيق الحد الأدنى للخصم سواء أكان مخصصاً أم عاماً. فعلى الأرجح يجعل الحد الأدنى للخصم المخصص التحول أمراً صعباً أمام مختلف مجموعات المستهلكين.
- ستقوم "الهيئة" أيضاً بتطبيق اختبار التسعير المُبعد للمنافسين الموضح في القسم 10.5.3 على أسعار الجزء التنافسي من طلب الشركة المسيطرة، وذلك عند تقييم ما إذا كانت الأسعار الناتجة عن التخفيضات الخاصة ببرنامج الولاء تعد سوء استغلال للسيطرة. وترجع احتمالية تصنيف هذا السلوك باعتباره كذلك في اختبار التكلفة ذات الصلة إلى ما يلي:
- يتم أخذ الأسعار التي تزيد على متوسط التكاليف الإضافية طويلة الأجل (LRAIC) للمشروع المسيطر في الاعتبار للسماح للشركات المنافسة ممن لديهم نفس القدر من الكفاءة بالتنافس مع تحقيق أرباح، وذلك بغض النظر عن هذه التخفيضات؛ و
 - يتم اعتبار الأسعار التي تقل عن متوسط التكاليف التي يمكن تجنبها (AAC) قادرة على منع المنافسين ذوي الكفاءة المتساوية؛ و
 - يُجرى المزيد من التحقق بشأن الأسعار التي تتراوح بين متوسط التكاليف الإضافية على المدى الطويل (LRAIC) ومتوسط التكاليف التي يمكن تجنبها (AAC) على أساس كل حالة بمفردها؛
- كما، تقوم "الهيئة" - كما هو موضح أعلاه في القسم رقم 3.4- بتطبيق المعايير ذات الصلة، على ضوء توافر البيانات والمعلومات، كما انه يجوز لها الاستعانة بوكلاء لكل معيار من معايير التكلفة، حيثما يكون ذلك مناسباً..

مثال

تخفيضات برنامج الولاء المناهضة للمنافسة أو تخفيضات برنامج الولاء

- يمكن لمقدم الخدمة المسيطر تقديم تخفيضات مناهضة للمنافسة، وذلك في حالة ما إذا تم -على سبيل المثال- منح عقود العمل الخاصة به مع برامج ولاء العملاء والتي تنحصر في:
- **تأمين الطلب:** يتم منح التخفيضات لأهداف الكمية المرجوة والمتوافقة مع طلب العميل بصورة كاملة أو شبه كاملة؛
 - **حسب المتطلبات:** يعتمد منح المكافآت والتخفيضات على أهداف الكمية التي تختلف بحسب كل مستهلك؛
 - **بأثر رجعي:** هي التخفيضات التي يتم تطبيقها على كافة المشتريات التي يقوم بها العميل عند بلوغ الحد الأدنى؛
 - **الخصومات المقدمة للعملاء المهمين:** وهي غير متناسبة مع الوفورات في التكاليف الناتجة عن حجم البيع؛ إذ إن الخصومات من هذا النوع: (أ) تحافظ على وجود هؤلاء العملاء المهمين (ب) تجعل المنافسين يتنافسون على العملاء الأقل أهمية.

3.5.4 التمييز السعري غير المبرر والتمييز غير السعري

يتحقق السعر غير المبرر أو التمييز غير السعري عندما تقوم شركة مسيطرة بتقديم منتجات مماثلة لنفس المجموعة من العملاء مع وجود اختلافات في شروط التبادل التجاري غير متعلقة بالفروق في تكاليف توفير السلع أو الخدمات، ومن ثم تضع المنافسين في موطن ضعف على صعيد التنافسية أو تستغل المستهلكين.

• يقع التمييز السعري عندما يحدث ما يلي وبدون وجود أية مبررات موضوعية:

- تحميل العملاء أسعار متباينة لنفس المنتجات أو الخدمات، أو

- تحميل نفس السعر على العملاء المختلفين حتى لو أن تكاليف توريد المنتج تختلف اختلافاً كبيراً.

أما التمييز غير السعري فإنه يتحقق لدى تقديم شروط وأحكام مختلفة على المنتجات أو الخدمات بدون وجود أية مبررات موضوعية. على سبيل المثال، من الممكن أن يصنف التباين في منح أولوية لعملاء مختلفين من أجل استخدام الشبكة للربط البيئي بنفس السعر وفي ظروف مشابهة على أنه تمييز غير سعري.

وذلك لا يعني أنه على الشركات المسيطرة معاملة كافة العملاء بالمثل، لذا يمكن أن يكون التمييز السعري -على وجه الخصوص- فعالاً. على سبيل المثال: في حالة ما إذا كان هناك تباين بين مجموعات العملاء في طلباتهم، فإنه قد يكون الأمر أكثر فعالية إذا نمت عملية استرداد التكاليف العامة والثابتة عن رغبتهم في الدفع. كما، تعد المطالبات بأن التمييز السعري أو التمييز غير السعري الذي يضع المنافسين في موقف ضعيف على صعيد التنافسية "فعالة"، وعليه يتم تبرير ذلك والنظر فيه باستخدام النهج على النحو المبين في القسم رقم 3.6.

واستناداً إلى مستوى السوق حيث يقع السلوك التمييزي، فإنه قد تخلص "الهيئة" إلى ما يلي:

• **التمييز في أسواق البيع بالجملة: وهو على الأرجح أن تقوم "الهيئة" بوضع افتراض "مسبق" بأن أي نوع من أنواع التمييز في أسواق الجملة من قبل الشركات المتكاملة رأسياً والمسيطرة على سوق الجملة يشكل سلوكاً مناهضاً للمنافسة (سواء أكان ذلك بين المشغلين النهائيين الآخرين المرخص لهم (OLOs) أم بين العمليات النهائية الخاصة بالشركة المسيطرة والمشغل النهائي الآخر المرخص له (OLO)).** ويُعزى السبب في ذلك إلى أن هذا التمييز يتيح للشركة المسيطرة الاستفادة من هذه السيطرة بين الأسواق ومن ثم فهي تُعد ضارة بالمنافسة. ويعود مثل هذا السلوك بمنافع كبيرة على الشركة المتكاملة رأسياً، في حين أن المنافع المحدودة (إن وجدت) من المحتمل أن تنصب في صالح المستهلكين. كما، يقع عبء تقديم الدلائل والبراهين على الشركة المسيطرة التي يجري التحقيق بشأنها وذلك في حالة ما إذا أرادت الادعاء بوجود مبررات موضوعية للسلوك الذي بدر منها.

• **التمييز في أسواق البيع بالتجزئة: قد يكون لبعض الحالات تأثيرات إيجابية للتمييز في أسواق البيع بالتجزئة على الرفاهية. لذا فلن تقوم "الهيئة" بوضع افتراضات "مسبقة" بأن أي تمييز في أسعار التجزئة هو أمر مناهض للمنافسة ويتم التحقيق في مثل هذا السلوك على أساس كل حالة بمفردها.**

وتبحث "الهيئة" فيما إذا كان يمكن تبرير هذا السلوك استناداً إلى أسباب معقولة من الناحية الفنية أو الاقتصادية أو التجارية. أما، في الحالات التي لا يمكن فيها تبرير الاختلافات في الأسعار أو المكونات غير السعرية من خلال الاختلافات في ظروف العمل الأساسية، فإنه يجوز لـ "الهيئة" اعتبار هذا السلوك ضاراً بالمنافسة وبالعملاء. وتبحث "الهيئة" أيضاً في الآثار المحتملة على المنافسة من العروض التمييزية الناتجة عن قدرة الموردين المتنافسين على تكرار العرض وقدرة العملاء على تبديل الموردين.

مثال

تسعير الخدمات المقدمة خارج الشبكة وداخلها

بواباج تيليكوم كاريبي مقابل الممارسات من قبل الشركات (أورانج الكاريبي وفرانس تيليكوم)²²

قام "مجلس المنافسة" - في عام 2004- بإجراء التحقيقات في الشكوى المقدمة من مشغل خدمات الهواتف الجوال "بواباج تيليكوم كاريبي". وتبين أن كل من "شركة أورانج الكاريبي" و"شركة فرانس تيليكوم" كانوا يسيئون استغلال مركزهم المسيطر في قطاع الاتصال بالهواتف الجوال والهواتف الثابتة، هذا فضلاً عن المشاركة في الممارسات المناهضة للمنافسة في الإدارات والأقاليم الفرنسية ما وراء البحار في مارتينيك وجواديلوب وغويانا.

وقد أدخلت "شركة أورانج الكاريبي" تعريفات مختلفة فيما يتعلق بالمكالمات داخل الشبكة (المكالمات التي يتم إجراءها داخل الشبكة الخاصة بها) والمكالمات خارج الشبكة (المكالمات الصادرة من مشترك في "أورانج" إلى مشترك آخر في "بواباج").

لذلك، أظهرت هذه "المغلاة في التسعير" للمكالمات خارج الشبكة "شركة بواباج" بصورة غير ملائمة وبأنها تقدم خدمات بأسعار مبالغ فيها من الناحية العملية، مما أدى بالعملاء ممن تمكنوا من التقليل من عمليات الشراء (الأفراد من نفس العائلة أو المجموعة أو الشركة، إلخ) إلى تركيز اشتراكاتهم على شبكة واحدة فقط وهي الأكبر (في هذه الحالة، هي "أورانج"). وارتبطت حصص السوق غير المتساوية بالأمر الصادر عن المحكمة؛ إذ إنه كان لدى "شركة أورانج الكاريبي" 82٪ من الحصص.

العلاقة بين رسوم المكالمات داخل الشبكة وأسعار إنهاء خدمات الاتصال بالهواتف الجوال

ينبغي أن تستند أسعار المنتجات والخدمات المقدمة في الأسواق ذات الصلة، حيث يتبين أن مقدم خدمة الاتصالات هو المسيطر، إلى تكلفة تقديم الخدمات بفعالية. ولا يجوز تحديد أسعار إنهاء خدمات الاتصال بالهواتف الجوال على أساس التكلفة بصورة محددة، وذلك لأسباب عدة.

وعليه، تطلب "الهيئة" من مقدمي الخدمة (SPs) الاحتفاظ بمدخلات الجملة (التي تستهلكها شركة أخرى) على صلة معقولة بتكاليف البيع بالجملة للمنتجات الداخلية الخاصة بهم، وذلك من أجل تفادي الآثار المناهضة للمنافسة، على سبيل المثال، الفروق في التسعير داخل الشبكة وخارجها. ويقصد بذلك وجوب أن يكون لأسعار إنهاء خدمات الاتصال بالهواتف الجوال علاقة معقولة بتكلفة الشبكة للمكالمات التي يتم إجرائها داخلها. كما تدرك "الهيئة" الحقيقة القائلة بأنه قد تكون هناك بعض الاختلافات في التكلفة، على سبيل المثال، نظراً لتحديد المسار.

وفي حالة السلوك المناهض للمنافسة المترتب على قيام مقدمي الخدمة بتحديد أسعار مختلفة للمكالمات التي يتم إجرائها داخل الشبكة وخارجها، فإن "الهيئة" تقضي بالآلا تتعدى مدخلات الجملة التي يستهلكها مقدم خدمة آخر (على سبيل المثال، كافة خدمات الإنهاء) نسبة 20٪ من تكلفة الشبكة التشغيلية للمنتجات الداخلية المكافئة (على سبيل المثال، نصف مكالمات يتم إجرائها داخل الشبكة). إلا أنه وعلى الرغم من ذلك، يتمكن مقدمو الخدمة من إبطال هذه الافتراضات.

تحميل أسعار مختلفة في مواقع جغرافية متعددة

سيتم اعتبار تحميل الرسوم الخاصة بالمكالمات الهاتفية العمومية على العملاء في المطارات بسعر مختلف بالمقارنة مع المكالمات الهاتفية العمومية في أي مكان آخر سلوكاً تمييزياً، حيث إنه من المرجح أن يكون العملاء الذين يطلبون خدمات إجراء المكالمات الهاتفية العمومية في المطار من "الجمهور الذي يمكن الاستحواذ على انتباهه".

²² يرجى الاطلاع على: http://www.autoritedelaconcurrence.fr/user/standard.php?id_rub=134&id_article=364

3.5.5 الدعم المتبادل

يتحقق الدعم المتبادل عندما تستخدم الشركة التي تتمتع بمركز مسيطر في أحد الأسواق الأرباح التي تتحصل عليها من السوق في سبيل تقليل أسعار المنتجات والخدمات التي تقدمها في الأسواق التي تواجه منافسة أكبر فيها. أي أن الشركة المسيطرة بمعنى آخر تخصص كافة التكاليف الخاصة بها أو جزء منها المتكبدة في تقديم منتج واحد أو خدمة واحدة في منطقة جغرافية واحدة إلى منتج أو خدمة أو في منطقة جغرافية أخرى. ويمكن أن يكون الدعم المتبادل استثنائياً في السوق التنافسية، وذلك في حالة ما إذا كان مرجحاً الإضرار بالمنافسة لأن المنافس الكفاء لا يمكنه التنافس على الأسعار المدعومة.

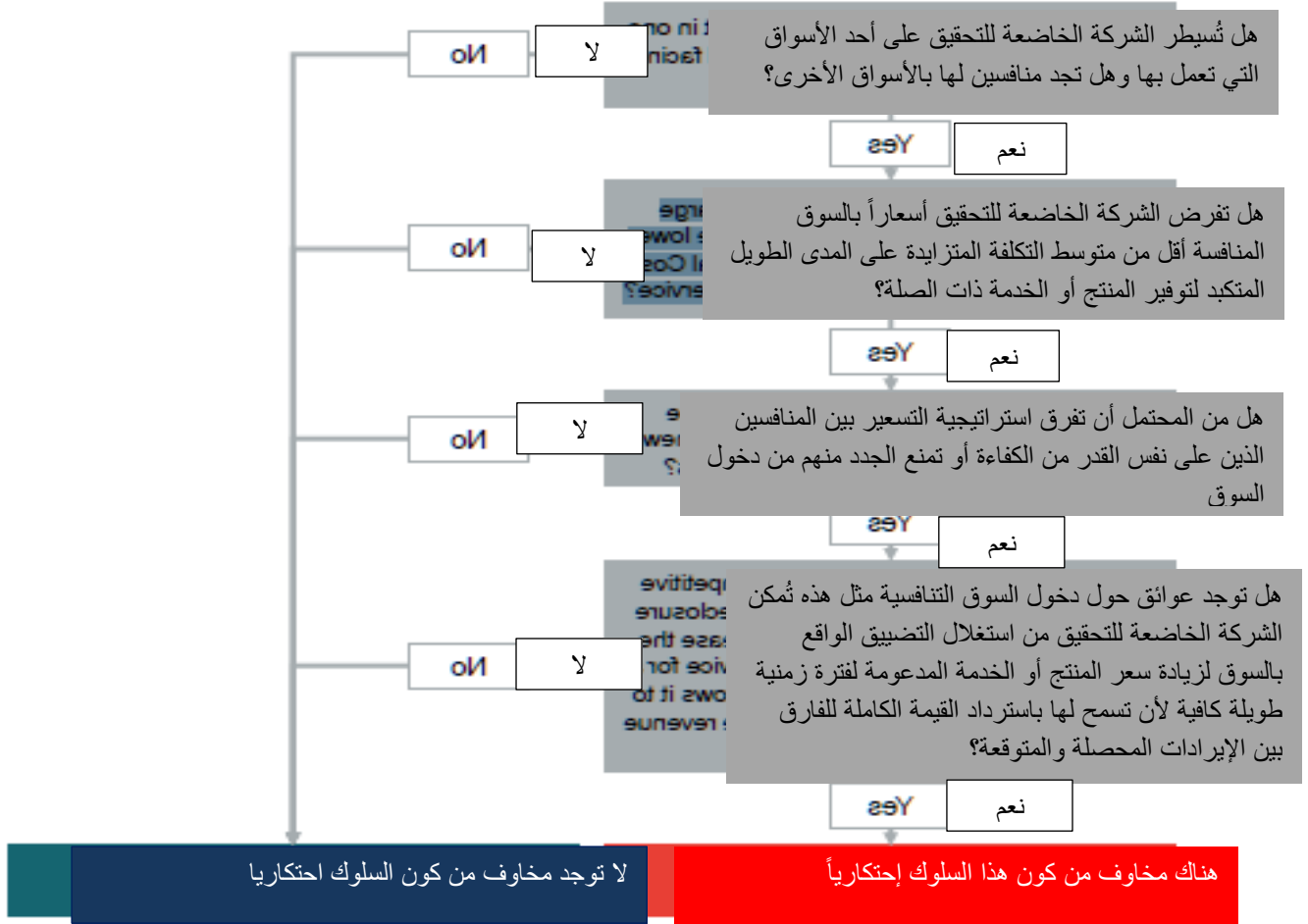
يجوز لـ "الهيئة" إجراء التحقيق في الدعم المتبادل المزعوم من خلال النظر في هيكل التكاليف الخاص بالشركة المسيطرة، وكيفية توزيع هذه التكاليف على الأسواق وتحديد مدى إمكانية أن يؤدي هذا التوزيع إلى التقليل من المنافسة بشكل غير معقول (أو ما إذا كان قد أدى إلى ذلك بالفعل). كما يجوز لها أن ترى احتمالية وجود آثار مناهضة للمنافسة ومبعدة للمنافين أو أنها موجودة بالفعل، حيث إن:

- الأسعار التي يتم فرضها على المنتجات أو الخدمات الخاضعة للمنافسة أقل من متوسط التكاليف الإضافية على المدى الطويل (LRAIC) لتوفير هذه المنتجات أو الخدمات؛
- استراتيجية التسعير هذه على الأرجح تحجب المنافسين الذين يتمتعون بنفس القدر من الكفاءة أو تمنع دخول منافسين جدد؛ و
- العوائق التي تحول دون الدخول إلى السوق هي أنه بعد القيام بالإغلاق على نحو ناجح، يمكن للشركة المسيطرة أن تزيد من سعر المنتجات أو الخدمات المدعومة لفترة زمنية طويلة بما فيه الكفاية للسماح باسترداد مبالغ الخسارة في الإيرادات السابقة على تلك المنتجات التي تكبدتها خلال فترة الدعم المتبادل بالكامل.

يرجى الانتباه إلى أن الاختبار مشابه لاختبار التسعير المبعد للمنافسين وغير مطابق له.

يوضح الشكل رقم 6 هذه العملية. وتقوم "الهيئة" - كما هو موضح أعلاه في القسم رقم 3.4- بتطبيق المعايير ذات الصلة، على ضوء توافر البيانات والمعلومات، كما أنه يجوز لها الاستعانة بوكلاء لكل معيار من معايير التكلفة، حيثما يكون ذلك مناسباً.

الشكل 6. يوضح إطار التحريات المُجرأة حول الدعم المتبادل



أمثلة

الدعم المتبادل بين الخطوط المؤجرة وخدمات الاتصالات المتنقلة

إذا كان مقدم الخدمة المسيطر يُهيمن على سوق الخطوط المؤجرة ويتشارك مع منافسين آخرين بسوق خدمات الاتصالات المتنقلة، فقد يفرض هذا المقدم بالسوق التي يُهيمن عليها أسعاراً أعلى من الأسعار التنافسية للخطوط الثابتة والمؤجرة حتى يعوض القيمة التي قد يخسرها نتيجة لتقديمه خدمات الاتصالات المتنقلة بالأسواق الأخرى بسعر أقل من منافسيه حتى يتفوق عليهم، مما قد يؤدي إلى تضييق خدمة الجوال بالسوق.

3.5.6 التسعير المبالغ فيه

يحدث ذلك حال قيام الشركة المهيمنة بفرض سعر مبالغ فيه مقارنة بالقيمة الاقتصادية للمنتج وهذا الأمر غير عادل، لذلك ففي حال ما إذا رأت الهيئة أن الأسعار المفروضة غير معقولة ومبالغ فيها مقارنة بتكلفة المنتج أو الخدمة المقدمة ستعتبر مثل هذا السلوك سلوكاً مُستغلاً للوضع المهيمن بالسوق.

درءً للشك، فإنه يحق للشركات جني ريع معقول بالنظر إلى خصائص السوق والمنتجات والوضع السوقي لهذه الشركات مقارنة بمنافسيها، فقد تنشأ الزيادة العالية في الأسعار نتيجة لصدمة العرض أو الطلب. قد تفرض - على سبيل المثال - احد الشركات أسعاراً مفرطاً ومعقولة بذات الوقت إذا كانت قد قامت بإعداد بحث خطير ومكلف أو ابتكرت طريقة سهلت عليها بالعمل بكفاءة أكبر (تكبد تكاليف أقل مثلاً).

يُقيم هذا الريع فيما إذا كان مفرطاً أم لا بحسب تفاصيل كل حالة على حدة وفقاً لأفضل الممارسات الدولية، وقد تختلف المعايير والاختبارات المتبعة في تقييم العوائد وفق الخصائص المحددة لكل حالة.

قد تشمل هذه المعايير:

- التكلفة الفعلية المتكبدة لتوريد منتج أو تقديم خدمة؛ و
- مقارنة الأسعار المفروضة بأخرى لسوق مغايرة - بها قدر أعلى من المنافسة- من حيث المنطقة الجغرافية أو فئة العملاء المستهدفين أو الوقت.
- الأسعار التي يفرضها المنافسين بالسوق ذاتها أو بالسوق النظيرة
- مجموعة من المعايير.

وعلى غرار معايير التكلفة التي سيتم مناقشتها في القسم 3.4 المعني بالمخالفات التسعيرية المحتملة للكيان المسيطر بالسوق، قد تُجري الهيئة بعض الاختبارات وتُطبق المعايير القياسية بناءً على خصائص كل حالة والبيانات الموفرة لديها.

تقوم الهيئة - خلال تحرياتها- بتطبيق واحدة أو أكثر من المعايير المعقولة الأكثر ملاءمة لتقييم العلاقة بين الأسعار والتكاليف بحسب بيئة السوق المحددة والبيانات المتاحة، فلا بد أن تتناسب الأسعار بشكلٍ معقول مع القيمة الاقتصادية للمنتج، على أن تتخذ الهيئة قرارها بالأخير حسب كل حالة إذ يتم تقييم سلوك كل حالة على حدة.

وفي هذا الإطار تعتقد الهيئة مسبقاً أن قيام الشركة المسيطرة على السوق بفرض أسعار أعلى من التكاليف بـ100% يُعد بمثابة سلوك غير تنافسي، وفي حال ما إذا تجاوزت هذه الشركة معدل الأسعار المشار إليه سلفاً، ستعرض للمسائلة لتبرير سبب فرضها لأسعار عالية. إلا أنه - اعتماداً على السياق الاقتصادي المحدد - قد لا تُعتبر الأسعار المفروضة -في بعض الحالات- مفرطاً حتى وإن لم تتجاوز الحد المذكور أعلاه، وفي حالات أخرى قد لا تُقيم بالمثل.

أمثلة

الممارسات الدولية المتعلقة بالتسعير المبالغ فيه

تبين الممارسات الدولية أنه لا يوجد حد يُمكن خلاله تقييم الإفراط في التسعير من عدمه، ففي القضية المرفوعة ضد دويتشه بوس (C-399/08 P) أعتبر فرض أسعار تتخطى تكلفة تقديم الخدمة بنسبة 25% تسعير مبالغ فيه،

بينما بقضية يوناييتد براندز اعتبر فرض رسوماً إضافية بقيمة 138% مقارنة بأسعار الأسواق الأخرى تسعير مبالغ فيه

(27/76 1978 ECR 207)

3.5.7 حزم المنتجات وتلازمها

يُشار بحزم المنتجات إلى بيع منتجين أو أكثر معاً كمجموعة متكاملة، وهناك أسباب تنافسية وراء تقديم الحزم المتكاملة من المنتجات او الخدمات، إذ انها قد تعكس -على سبيل المثال- اقتصادات النطاق وتقلل "تكاليف التسوق" وتوفر طريقة ملائمة للعملاء لشراء أكثر من منتج أو خدمة، إلا أنه قد تنشأ آثار احتكارية عن هذا السلوك في حال ما إذا كانت الشركة المعنية بتقديم هذه الحزم الشركة المسيطرة على السوق.

تتم عملية تحريم المنتجات خلال إبرام اتفاقات تعاقدية يُلزم المورد المستهلك بموجبها على شراء منتجين أو أكثر معاً، وقد تنشأ كذلك هذه الحزم بسبب بعض الاشتراطات الفنية التي ترجع إلى توافق منتج أو خدمة مع منتجات أحر أو خدمة أخرى بعينها.

يُمكن ان تكون هذه الحزم أو المجموعات متجانسة او متنوعة

- تتحقق **الحزم الخالصة** عندما يقدم الموردون عرضاً يشمل منتجين مختلفين (أ و ب) في شكل حزمة واحدة (أ مع ب)
- تتحقق **الحزمة المختلطة** عندما يقدم الموردون عرضاً يشمل منتجين مستقلين عن بعضهما وذلك في شكل حزمة مدمجة (أ مع ب)، في تلك الحالة سيكون سعر الحزمة المدمجة اقل تكلفة مقارنةً بسعر عناصر تلك الحزمة كل على حدة (أ + ب)²³

- يتحقق **التلازم** عندما يقدم المورد منتجاً واحداً (أ) على أساس مستقل (يُشار إليه بـ "المنتج المتلازم") ومنتجاً ثانياً مرتبطاً بالأول في شكل (أ مع ب)، شريطة أن يكون هذه المنتج الثاني(ب) لا يُقدم بشكلٍ مستقل (يُشار إليه باسم "المنتج المرتبط").
- ردءاً للشكوك، لاحظت الهيئة أنه في حال ما إذا أُورد مُقدم الخدمة المُسيطر حزمة تحوي خدمات اتصالات تخضع لقانون الاتصالات (حتى وإن كانت عناصرها لا تخضع لهذا القانون)، ففي هذه الحالة يقع على عاتق مقدمي الخدمات المسيطرين تقديم حزم الاتصالات هذه بطريقة لا تُسيئ - بموجب قانون الاتصالات- للمركز المُسيطر.

هناك نوعان من المخاوف المتعلقة بحزم المنتجات وتلازمها والمحتمل تأثيرها على بالمنافسة، سيتم توضيحها أدناه:

3.5.7.1 حزم التسعير الافتراضية (تخفيضات على المنتجات المتعددة)

يمكن أن تكون الحزمة مثلاً على "التسعير الافتراضي" في حال ما إذا:

- سيطرت شركة على واحد أو أكثر من أسواق حزمة المنتجات أو الخدمات
- قيام شركة أخرى منافسة بتكرار الحزمة من الناحية النظرية، وكان تسعير الحزمة لا يسمح للشركة المنافسة ذات نفس القدر من الكفاءة من التنافس بشكلٍ مُربح. في هذه الحالة سيتم إجراء الاختبار القياسي للتسعير "الافتراضي" على الحزمة لاختبار ما إذا كان سعرها عدواني وطارد للمنافسة أم لا.

أمثلة

الحزم المكونة من ثلاث منتجات أو أربعة

من الشائع أن يقوم مزودو الاتصالات بتجميع خدمات متعددة معاً، مثل النفاذ أو المكالمات الصوتية أو خدمات النطاق العريض أو التلفزيون أو خدمات الهاتف المحمول، وقد يكون الخصم المقدم على هذه المنتجات معاً مضافاً للمنافسة إذا كان كبيراً إلى حد يعجز المنافسين الذين يمتعون بنفس القدر من الكفاءة والذين لا يقدمون سوى بعض الخدمات الموجودة بالحزم (على سبيل المثال المكالمات الصوتية فقط) على منافسته.

²³ يمكن تقديم الخصومات أيضاً بحسب حجم المشتريات كنسبة للعميل من المشتريات. ويختلف هذا الأمر عن التحريم إذ تُقدم الخصومات هنا لاحقاً ويشار إلى هذا السلوك باسم "الخصومات الممنوحة على إثر ولاء العميل" ويتم مناقشتها في القسم الفرعي 3.5.3

إذا بقي السعر الإضافي الذي يدفعه العملاء مقابل كل منتج من منتجات الشركة المسيطرة في الحزمة (على سبيل المثال المكالمات الصوتية أو النطاق العريض) أعلى من متوسط التكاليف المتزايدة على المدى الطويل لمنتجات الكيان المسيطر بعد تضمينها بالحزمة، فمن غير المرجح أن يكون سعر الحزمة "إفتراسياً" إذ يجوز لشركة أخرى على ذات الكفاءة أن تنافس.

3.5.7.2 التلازم الإقصائي

قد يُصنف التلازم في بعض الحالات على أنه إساءة استغلال للوضع المسيطر، وقد يفضي عن نتائج إقصائية في حال ما إذا استغلته الشركة المسيطرة في سيطرتها على سوق المنتج المتلازم لزيادة حجم المبيعات في سوق المنتج المرتبط. وقد يواجه المنافسين تبعاً صعوبات في تكرار هذه الحزمة نتيجة لسيطرة هذه الشركة على سوق منتج المتلازم، مما قد يضيق السوق على المنافسين ذوي نفس القدرة من الكفاءة من المنافسة بسوق المنتج المرتبط، أو بوجه أخص من المحتمل أن تُصنف الهيئة سلوكاً معيماً بأنه يُشكل إساءة استغلال لوضعها المسيطر إذا كان نوعاً من التسعير "الإفتراسي"، أو إذا كان تلازماً إقصائياً، وهذا ما سيتم إيضاحه أدناه.

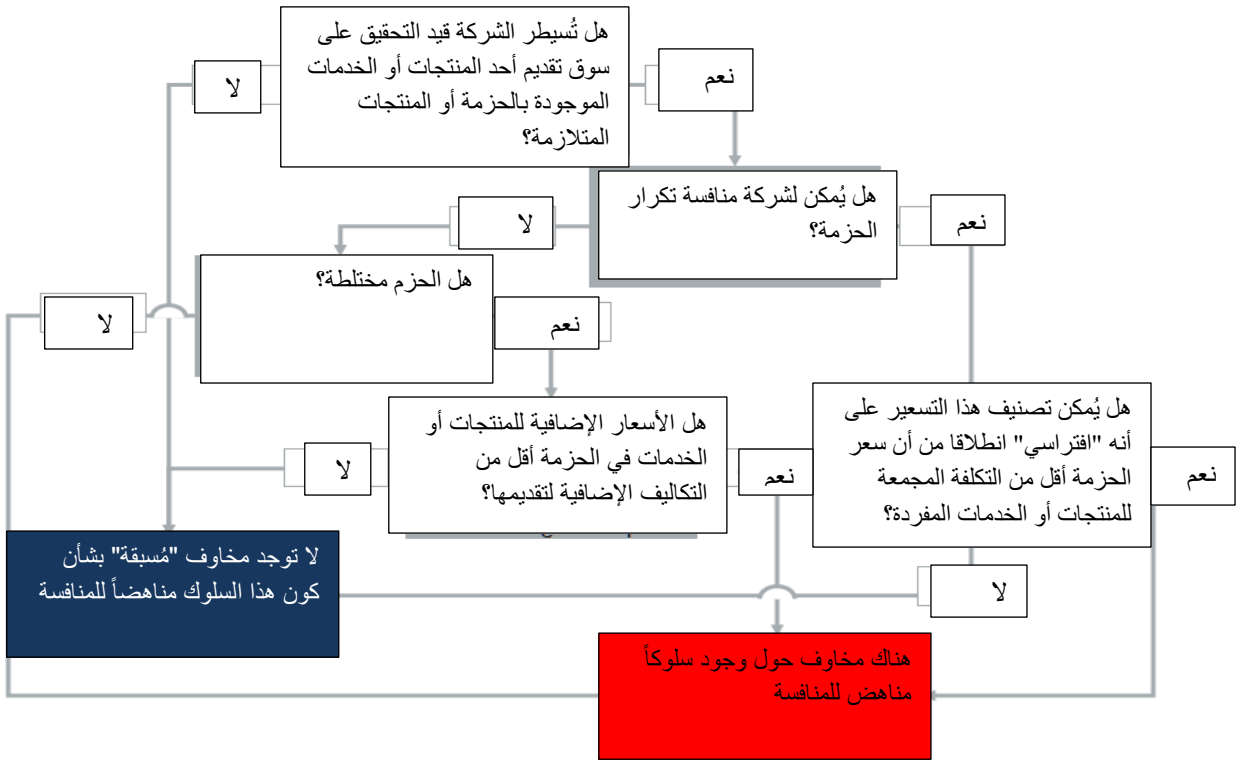
يُمكن أن تكون استراتيجيات الحزم إقصائية في حال ما إذا كانت:

- الشركة تُسيطر على سوق التلازم؛ و
- إذا كان المنتجين محل التلازم متميزين ومختلفين؛ و
- إذا كان من المحتمل أن يؤدي السلوك إلى تضيق التنافس.²⁴

²⁴ لاحظ أنه عندما تنشط الشركة المُصنعة للمنتجات المتلازمة في سوق منظم وغير منظم، يمكن أن يوفر التلازم للشركة المهيمنة فرصة للمشاركة في الدعم المتبادل عبر الحزمة - من خلال زيادة سعر المنتج "المرتبط" ليعوض هذا المنتج المرتبط الأرباح القليلة لسوق المنتج المتلازم.

يوضح الشكل 7 العملية التي سنتبعها الهيئة عند تحديد ما إذا كان التحريم أو التلازم إقصائياً.

يوضح الشكل 7. رسم توضيحي لعملية التحقيق في التحريم وعمليات التلازم المضادة للمنافسة



ملاحظة: يشمل التحريم المختلط حزماً يتم فيها عرض العناصر معاً على أساس فردي.

لتحديد ما إذا كانت المنتجات مختلفة أم لا، تضع الهيئة في اعتبارها إذا كان من الممكن – في حال غياب التلازم والتحريم – توفير أو توريد منتجي التلازم على أساس مستقل، وقد تشمل الأدلة التي تُشير إلى اختلاف المنتجات على الآتي:

- إذا مُنح العميل الاختيار، سيميل إلى شراء منتجات التلازم بشكلٍ منفصلٍ من موردين مختلفين
- هناك من يقدم من الموردين منتج الرئيسي من منتجات التلازم دون الآخر
- عدم ميل منافسي السوق (السوق الجغرافية الأخرى) الذين يملكون قوة سوقية صغيرة إلى تلازم أو حزم المنتجات.
- يمكن أن ينشأ تضيق سوق المنافسة نتيجة تحريم أو تلازم المنتجات بسوق المنتج الرئيسي، أو سوق المنتج المتلازم أو كلاهما في نفس الوقت. ومن المحتمل أن يحدث تضيق المنافسة بالسوق -على سبيل المثال- إذا كان:
- من الصعب عكس التلازم – كما هو الحال على سبيل المثال في الحزم التقنية- لتشكيل استراتيجية دائمة؛ و/أو
- حينما تحتل الشركة المركز المسيطر بسوق المنتجات أو الخدمات بما في ذلك الحزم المتلازمة.

مثال

الجمع بين خدمات الخطوط الثابتة وخدمات المحمول

في قطاع الاتصالات، قد يكون لمُقدم الخدمات مركز مهيم في توفير خدمات الخطوط الثابتة وخدمة "البرودياند"، ويواجه المنافسة في توفير خدمات المحمول. إذا كان يقدم خدماته الثابتة شريطة تجميعها مع خدمات المحمول، فإنه بذلك قد يؤدي إلى تقييد سوق خدمات الهاتف المحمول.

تجميع التطبيقات الفنية مع الخدمات التشغيلية

كما يتحقق التجميع المُنافي لقواعد المُنافسة إذا كان لدى أحد مُقدمي خدمات المحمول حقوق التوزيع الحصرية على جهاز مُعين يُقدِّره بشكل كبير المُستهلكين.

3.5.8 تقييد المُستهلك بسبب طول مدة العقد

تحد العقود طويلة الأجل من قدرة العملاء على التغيير من مُقدم خدمات لآخر، حيث أن تلك العقود تعمل على فرض غرامات إذا تم فسخ العقد في وقت مُبكر.

في السوق التنافسي، قد تزيد العقود الطويلة من الكفاءة من خلال السماح لمُقدمي الخدمات بتحصيل العوائد على التكاليف التي تم إنفاقها لاكتساب العملاء وتقديم المعلومات الفنية والمشورة، وعلى سبيل المثال نورد مثال أنشطة التسويق. في بعض الأسواق، يتعين على الأطراف استثمار مبالغ كبيرة، ويتم اللجوء إلى العقود الطويلة التي تُمكن الأطراف من الوصول إلى اتفاقيات لمشاركة المخاطر.

وبالرغم من المزايا التي أوردناها أعلاه، فإن العقود طويلة الأجل قد تعمل على الحد من قدرة العملاء على الاستجابة للعروض المُحسنة الأخرى، خاصةً في الأسواق التي يكون فيها أحد مُقدمي الخدمات قادراً على ممارسة سلطاته السوقية، بحيث يمكن أن تعمل العقود طويلة الأجل على "الحد" من اختيارات العملاء، وبالتالي تزيد من الحواجز أمام الدخول من خلال تصعيب دخول المنافسين الفعليين أو المحتملين في السوق للحصول على العملاء.

بناءً عليه، فإن طول العقد الأمثل يعتمد على تفاصيل السوق ذات الصلة، وبالتالي فإنه عند التحقيق فيما إذا كان طول العقد محل الدراسة يمكن أن يصل إلى درجة إساءة الاستخدام لتحقيق الهيمنة، ستقوم الهيئة بالمقارنة بين الفوائد المحتملة والأضرار المحتملة للشروط التعاقدية قيد التحقيق في السياق المحدد لتطور السوق، فيجوز لها - على سبيل المثال لا الحصر - النظر فيما يلي:

- العوائق في التغيير من مُقدم خدمات لآخر؛
- ما هي نسبة العملاء الذين يحصلون على العروض التي بدورها "تُقيدهم"؛
- توافر الخدمات ذاتها في عقود بديلة (في ذات الفترات الزمنية أو في فترات زمنية أخرى)؛ و
- التكاليف المدفوعة مُقدماً اللازمة لعرض المُنتج أو الخدمة محل الدراسة.

وتُشير الهيئة إلى أن هناك أيضاً تدابير سابقة على وقوع الانتهاك ذو الصلة "بتقييد" العملاء يُفرض بموجبها التزامات على المرخص لهم (مثل قانون المستهلك). كما وينبغي الأخذ في الاعتبار الأحكام اللاحقة على وقوع الانتهاك الواردة في لائحة المنافسة والتي تعمل على استكمال التدابير التنظيمية الأخرى التي تفرضها الهيئة، بما في ذلك اللوائح السابقة على وقوع الانتهاك المفروضة على مُقدمي الخدمات.

مثال

مدخل في العقود الطويلة نسبياً عند منح الرخص الجديدة: جيرسي تيليكوم²⁷

في أبريل 2006، أطلقت شركة "جيرسي تيليكوم" (المُشغل الحالي لخدمات الاتصالات الثابتة والمحمولة في الجزيرة) عقوداً مدتها 18 شهراً لخدمات الهاتف المحمول المتوفرة لديها، وقدمت خصومات على أجهزة المحمول تزيد عن ما كان متاحاً في عروض الخطط الممتدة لفترة 12 شهراً، حيث تبع ذلك منح التراخيص لأحد الوافدين الجدد على سوق الهاتف المحمول وكابل التلفاز وخدمات التلفاز اللاسلكية والتلفاز الهوائي.

3.5.9 اتفاقيات التوزيع الحصري

تتطلب اتفاقيات التوزيع الحصري من العميل الشراء بشكل حصري أو بنسب كبيرة من مورد واحد، وهي لا تشكل بالضرورة إساءة استخدام للمركز المهيمن. ومع ذلك، قد يكون لها آثار استيعادية عندما تكون الشركة المهيمنة - على سبيل المثال - شريكاً تجارياً لا يمكن تجنبه من قبل العملاء، ويؤدي فرض اتفاقية التوزيع الحصرية إلى عدم قدرة المنافسين على التنافس بشروط عادلة تُمكنهم من تلبية طلب كل عميل، مما قد يؤدي إلى منع دخول أو توسع الشركات المنافسة. لمزيد من التفاصيل يُرجى الرجوع إلى القسم 2.3.2.

مثال

عقود الشراء الحصري: فان دن بيرج فودز

قررت المفوضية الأوروبية أنه كان من قبيل سوء استخدام المركز المهيمن قيام شركة "فان دن بيرج فودز" بتوفير خزانات التجميد مجاناً لمنافذ البيع بالتجزئة بشرط استخدامها تلك الخزانات بشكل حصري في تخزين الأيس كريم الخاص بالشركة المذكورة، وهو الأمر الذي مكن شركة "فان دين بيرج فودز" من تحقيق الحصرية الذي استقرت المفوضية على أنه يُعد من قبيل إساءة استخدام المركز المهيمن.

3.5.10 التسعير الافتراضي

يتحقق التسعير الافتراضي عندما تتكبد الشركة خسائر قصيرة الأجل أو تتخلى عن أرباح على المدى القصير من أجل (احتمال) استبعاد أحد المنافسين (أو مجموعة من المنافسين) راميةً من خلال ذلك إلى تعزيز أو الحفاظ على قوتها السوقية فيما بعد.

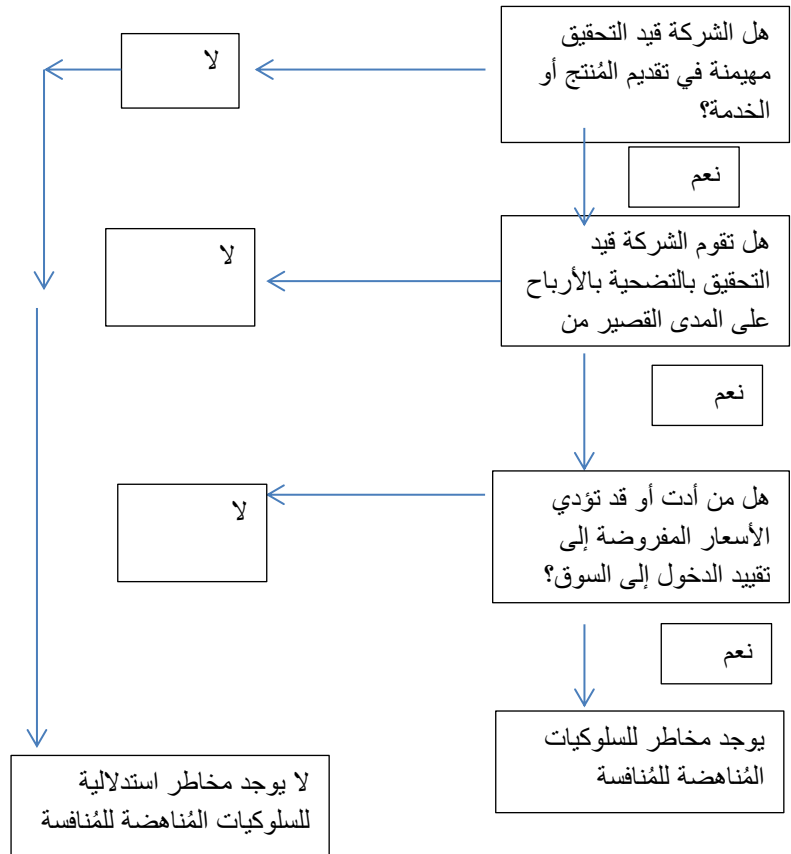
²⁷ للمزيد من المعلومات، يُرجى الاطلاع على "طلبات هيئة تنظيم الاتصالات بجيرسي المقدمة إلى شركة "جيرسي تيليكوم" المنطوية على سحب خطط الهاتف المحمول التي تبلغ مدتها 18 شهراً تحقيقاً لأغراض المنافسة ولمصالح العملاء.

كما يمكن استخدام تلك التسعيرات كاستراتيجية لمنع الدخول إلى السوق على المدى الطويل، ففي حال نجحت تلك الاستراتيجية، فإن ذلك قد يقلل بشكل كبير من المنافسة في السوق ذات الصلة، وبالتالي يمكن أن يؤدي ذلك إلى فقدان مصالح المستهلك، حيث إنه يمكن زيادة الأسعار - المُخفضة مؤقتاً - فوق المستوى التنافسي عندما لا تواجه الشركة المهيمنة المنافسة.

عند التحقيق في السلوك المُتمثل في التسعير الافتراضي، ستنظر الهيئة فيما يلي:

- كون الشركة التي فرضت التسعير الافتراضي هي ذاتها الشركة المهيمنة في السوق: حيث إنه في حال لم تكن الشركة التي فرضت التسعيرات الافتراضية هي ذاتها المهيمنة على السوق، فإنه من غير المحتمل أن تنجح استراتيجية التسعير الافتراضي في تعويض خسائرها في الفترة الثانية من خلال تحديد الأسعار المرتفعة.
- قيام الشركة التي فرضت التسعير الافتراضي بالتضحية بالأرباح على المدى القصير عن طريق تحديد أسعار أقل من التكاليف.
- تؤدي الاستراتيجية الافتراضية - أو قد تؤدي - إلى تقييد أو منع الدخول إلى السوق: حيث إنه إذا بقي المنافسون في السوق أو دخلت الشركات الجديدة السوق، فإنه لمن المستبعد أن تتمكن الشركة المهيمنة من زيادة الأسعار في الفترة الثانية إلى الحد الذي يُمكنها من استرداد خسائرها الناتجة عن فرض التسعيرات الافتراضية.

الصورة 8: صورة توضح عملية التحقيق في حالات فرض التسعيرات الافتراضية



تُشير إلى أنه حتى تتحقق فعالية الاستراتيجية الافتراضية، فإنه يجب أن تكون الشركة المهيمنة قادرة على تعويض الخسائر المُتكدبة من المرحلة الأولى من خلال كسب إيرادات أعلى في المرحلة الثانية. وعلى كافة الأحوال، فإن الهيئة لن تحاول أثناء التحقيق تحديد ما إذا كان السلوك يمثل ممارسة استيعادية فعالة و ما إذا تمكنت الشركة المهيمنة من تعويض الخسائر، ولكن ستقوم بدراسة السلوك المُتمثل في التسعير الافتراضي ونتائج الكامنة في إساءة استخدام المركز المهيمن على أساس الاستدلالات المُتصلة بتضحية الإيرادات واحتمال تقييد السوق. بناءً عليه، فإن الهيئة تُقرر افتراضية الأسعار المفروضة كلما وجدت أن الشركة المهيمنة قد سعت أقل من مقياس التكاليف ذي الصلة وأن السلوك الافتراضي المزعم أدى في الأجل القصير إلى انخفاض الإيرادات عن القيمة المنطقية المتوقعة الناتجة عن اتباع السلوكيات الأخرى الاقتصادية والعملية ذات الصلة (مما يعني أن المرخص له المهيمن قد تكبد الخسارة أو انخفاض الأرباح).

كقاعدة عامة، ستنظر الهيئة في التكاليف المعيارية التالية المتعلقة بممارسات فرض الأسعار المفترسة، وعند وجود نقص أو عدم اكتمال في البيانات، فإنه يجوز للهيئة تطبيق معايير مكافئة أو أسس وتقديرات معقولة عندما تكون البيانات متاحة (انظر القسم 4.3):

- **الأسعار أعلى من متوسط التكلفة الإجمالية،** (التي يمكن مُعادلتها بقيمة متوسط التكلفة المُتراكمة على المدى الطويل: لن تُعد من قبيل تسعيرات افتراضية؛

- قد تُعد الأسعار أقل من متوسط التكلفة الإجمالية ولكن فوق متوسط التكلفة التي يمكن تجنبها من قبيل التسعيرات الافتراضية، حيث إنه قد تُشير الأسعار الأقل من متوسط التكلفة الإجمالية إلى أن مُقدم الخدمات المهيمن لا يسترد جميع التكاليف الثابتة (المنسوبة) لإنتاج السلعة أو الخدمة ذات الصلة وإمكانية منع المنافس الكفاء الفعال من الدخول إلى السوق. بالتالي فإنه يتعين إجراء المزيد من التحقيقات في التسعيرات التي تتراوح بين متوسط التكلفة التي يُمكن تجنبها ومتوسط التكلفة المُتراكمة على المدى الطويل وفقاً لما هو موضح أدناه؛ و

- تُعد الأسعار أقل من متوسط التكلفة التي يُمكن تجنبها من قبيل التسعيرات الافتراضية، حيث إنها تشير إلى أن الشركة المهيمنة تقوم بالتضحية بالأرباح على المدى القصير من خلال عدم استرداد تكاليفها المتغيرة وأن المنافس الكفاء الفعال لا يمكنه التنافس بفعالية.

عند التحقيق في حالة تكون فيها الأسعار بين متوسط التكلفة التي يُمكن تجنبها ومتوسط التكلفة المُتراكمة على المدى الطويل، فإن الهيئة ستتبع المنهجية العامة المحددة في القسم 2.3 لتحديد مدى احتمال أن يكون سلوك الشركة المسيطرة له تأثيرات مضادة للمنافسة بما يؤدي إلى الإضرار بالمستهلك.

بالإضافة إلى ما سبق، فإنه يجوز لها الاستدلال بأي من الأدلة النوعية أو الكمية تالية الذكر كلما رأت ذلك مُناسباً بالنسبة للحالة قيد التحقيق:

- ما إذا كانت الشركة المهيمنة على علم أفضل بالتكلفة أو ظروف السوق الأخرى أو ما إذا كان بإمكانها تشويه مؤشرات السوق حول الربحية؛

- ما إذا كانت هناك قرائن على أن الشركة المهيمنة تحاول منع الدخول عن طريق بناء سمعة للسلوك الافتراضي في أسواق متعددة أو فترات متتالية من الدخول المحتمل؛

- ما إذا كان المنافسون المستهدفون يعتمدون على التمويل الخارجي، ومن شأن السلوك الافتراضي زيادة تكاليف الاقتراض في المستقبل؛

- ما إذا كانت أي وثائق داخلية توفر دليلاً على نية اتباع السلوك الافتراضي؛ و

- أدلة أخرى عند الاقتضاء.

يتعين على الشركة الخاضعة للتحقيق تقديم تبرير لاستراتيجية التسعير التي تجدها الهيئة تتسم بالافتراضية أو من المحتمل أن تكون مفترسة.

مثال:

التسعيرات الافتراضية لخدمات البرودباند: واندو²⁵

وفي عام 2003، وجدت مفوضية الاتحاد الأوروبي إلى أن شركة "واندو" شركة النفاذ إلى الإنترنت التابعة لشركة "تيليكوم فرانس" قد فرضت أسعاراً افتراضية على خدمات الوصول إلى الإنترنت "برودباند" للمستهلكين. ووجدت اللجنة أنه تم تحقق شروط التسعير الافتراضي:

تم تقرير أن شركة "واندو" مهيمنة على سوق البيع بالتجزئة؛

وُجد أن شركة "واندو" قد خفضت أسعارها بأقل من متوسط سعر التكلفة المتغير بين مارس وأغسطس 2001 وأقل من متوسط التكلفة الإجمالية بين أغسطس 2001 وأكتوبر 2002؛ و

تم العثور على الوثائق التي وفرت الأدلة على وجود نية مُناهضة للمنافسة.

3.6 الدفوع أو التبريرات للسلوك المناهض للمنافسة

عند التحقيق في الانتهاكات المزعومة لمركز مهيم، ستأخذ الهيئة في الاعتبار كافة الوقائع المُحددة المُتصلة بالقضية، بحيث يشمل ذلك أيضاً النظر في كافة المُبررات المعقولة للسلوك المشكوك في أمره، وفي حال تم إثبات وجود تبرير لائق فإنه قد يتم تقرير عدم وقوع الانتهاك. يُمكن تبرير السلوك المشكوك في أمره من خلال البنود التالية:

- إثبات القيام بالسلوك تحقيقاً لأغراض الضرورة الموضوعية، أو
- دحض السلوك على أساس مكاسب الكفاءة المُقام الدليل عليها والتي لم يكن من المُمكن تحقيقها إلا باتباع السلوك قيد الدراسة وبدونها لن تتحقق مصالح المُستهلكين.

3.6.1 تبرير الضرورة الموضوعية

لتبرير السلوك المُتسبب على أساس الضرورة الموضوعية، فإنه يتعين على الشركة المهيمنة إثبات البنود التالية في وقت واحد:

- السلوك الذي لا مفر من اتباعه لتوفير المنتج أو الخدمة ذات الصلة (على سبيل المثال: لأسباب فنية أو لأسباب تتعلق بالصحة والسلامة)؛ و
- كون التصرف مُتناسباً وفقاً للحدود اللازمة لتوفير المنتج أو الخدمة ذات الصلة، مما يعني أنه لا يمكن توفير المنتج أو الخدمة بطريقة أقل ضرراً على المنافسة.

3.6.2 تبرير الكفاءة

لتبرير السلوك المُتسبب على أساس مكاسب الكفاءة، ستحتاج الشركة المهيمنة إلى إثبات أن السلوك ينتج كفاءات تفوق الآثار المناهضة للمنافسة على المُستهلكين. تتحقق شروط هذه الحالة باجتماع المعايير الأربعة التالية في وقت واحد:

²⁵EC COMP/38.233

- على سبيل المثال: يحقق السلوك مكاسب الكفاءة من خلال تخفيض تكاليف توفير الخدمات ذات الصلة، وتنتقل بالتبعية مكاسب الكفاءة للمستهلكين؛
 - لا مناص من اتباع السلوك محل الدراسة لتحقيق مكاسب الكفاءة، مما يعني أنه لا غنى عن السلوك بالنسبة لمكاسب الكفاءة؛
 - تفوق مكاسب الكفاءة على الضرر الذي يلحق بالمنافسة والآثار السلبية على مصالح المستهلك الناتج عن السلوك المناهض للمنافسة؛
 - عدم استبعاد السلوك التعسفي للمنافسة الفعالة بما يحد من مصالح المستهلك على المدى الطويل.
- وتُشير الهيئة أن عبء الإثبات يقع على عاتق الشركة المهيمنة لإثبات أن السلوك المشكوك في كونه مُتعسفا والذي في الحالات الأخرى يُعتبر بمثابة إساءة استعمال لمركز الهيمنة تم اتباعه فقط لتحقيق الأغراض الموضوعية اللازمة أو أن اتباع مثل ذلك السلوك سيؤدي على المدى الطويل إلى تحقيق مكاسب الكفاءة.

مثال

وفورات الكفاءة التي قد تبرر السلوك المناهض للمنافسة

خصومات الولاء: يمكن النظر في أنظمة الخصم القائمة على الحجم والتي تحقق التكلفة أو المزايا الأخرى التي يتم نقلها إلى العملاء. على سبيل المثال: إذا كان الطرف قيد التحقيق يمكنه تقديم دليل على اقتصاديات الحجم.

رفض التوريد: قد تنشأ كفاءات إذا كان التصرف ضرورياً للسماح لمقدم الخدمات المهيمن بتحقيق عائد مناسب على الاستثمارات المطلوبة لتطوير مدخلات الأعمال، وبالتالي تغذية الحوافز لمواصلة الاستثمار في المستقبل مع الأخذ في الحسبان المخاطر الناشئة عن المشاريع الفاشلة.

من جانب آخر، يمكن تبرير رفض العرض إذا ما تأثر التجديد سلباً بالالتزام بالتوريد، أو أن التغييرات الهيكلية في ظروف السوق هي التي تفرض مثل هذا الالتزام - بما في ذلك تطوير الابتكار من قبل المنافسين - (شريطة أن يثبت الطرف الذي يطالب بالفعالية أن الكفاءات قابلة للتحقق ويمكن أن تفوق أي آثار ممانعة للمنافسة وأن السلوك لا غنى عنه لتحقيق الكفاءات المزعومة وأن السلوك لا يستبعد المنافسة).

التسعير الافتراضي: بشكل عام، من غير المحتمل أن يؤدي السلوك الافتراضي إلى خلق كفاءات. وعلى كافة الأحوال، فإنه من الجائز أن يدعم التسعير المنخفض الشركة المهيمنة على تحقيق وفورات الحجم أو الكفاءات المتعلقة بتوسيع السوق لصالح المستهلكين. بيد أنه إذا وردت مثل تلك الادعاءات، فإن عبء الإثبات يقع على عاتق الطرف الخاضع للتحقيق لإثبات أن الكفاءات قابلة للتحقق وأنه بإمكانها التفوق على كافة الآثار المناهضة للمنافسة، وأن السلوك لا غنى عنه لتحقيق الكفاءات المأمولة وأن مثل ذلك السلوك لا يستقصي المنافسة.

الربط أو التجميع: قد تؤدي ممارسات الربط والتجميع إلى وفورات في التكاليف في الإنتاج أو التوزيع والتي من شأنها أن تفيد العملاء. على سبيل المثال: يمكن تحقيق ذلك من خلال وفورات المجال، شريطة أن يتم نقل تلك الفوائد للمستهلكين.

4. الاندماج و تحويل السيطرة

4.1 مقدمة

يقدم هذا القسم معلومات عن النهج الذي تتعبه الهيئة في تقييم الاندماج أو تحويل السيطرة في قطاع الاتصالات، و يركز على مقدمي الخدمة المشاركين مباشرة في الاندماج و تحويل السيطرة و يرتبط بهم أكثر من غيرهم .

تنص المادة (47) من قانون الاتصالات على :

"وعلى الأمانة العامة، عند تقرير الموافقة على التحويل، أو الموافقة المشروطة، أو الرفض، أن تأخذ بعين الاعتبار آثار التحويل المقترح على أسواق الاتصالات في الدولة، وعلى الأخص آثاره على المنافسة في تلك الأسواق ومصالح العملاء والجمهور المتصلة بذلك.."

تحدد هذه الوثيقة المفسرة لسياسة المنافسة تقدير السلطة لتأثير الاندماج أو تحويل السيطرة (متضمنة مشروع مشترك كامل المهام) على المنافسة في الأسواق ذات الصلة .

يوضح باقي القسم العملية الواجب اتباعها من قبل الاطراف المشاركين مباشرة في الاندماج و تحويل السيطرة، و يوضح تقييم السلطة للآثار الناتجة على المنافسة.

4.2 الالتزامات بالإخطار

وفقا للمادة (47) من قانون الاتصالات، يتعين على الاطراف المشاركين مباشرة في الاندماج و تحويل السيطرة الإخطار بالمعاملة :

" لا يعتد بأي اجراء لتحويل السيطرة لمقدم خدمة بدون قيام طرف أو أكثر بإخطار الأمانة العامة خطيا بالمعاملة المزمعة." يجب ان يبلغ هذا الاخطار الهيئة بالاتي :

- **معلومات عن الاندماج :** اطراف الاندماج، نوع المعاملة و المقابل، وقت الاندماج و شروطه، و هيكل الملكية الناتج.
- **معلومات عن اطراف الاندماج و شروط المعاملة :** يتضمن ذلك الأشخاص المعنيين بالمراسلة، دورة رأس مال كل طرف من بيع المنتجات و تقديم الخدمات، و المعاملات الأخرى التي قام بها اطراف الاندماج في الأسواق هذه خلال العامين الماضيين.
- **ميررات الاندماج**

4.3 تقييم آثار نقل السيطرة على المنافسة

إن تقييم تأثير المنافسة بالاندماج أو نقل السيطرة يفاضل بين الآثار السلبية و الايجابية لها على السوق، و يتضمن تقييم الجانبين من الآثار اختيار مغايرة مناسبة و دقيقة. تتمثل الآثار السلبية على المنافسة بشكل اساسي في تقليل المنافسة الناتج عن الاندماج، مع الأخذ في الاعتبار أي قوة شرائية موازية، و تتمثل الآثار الايجابية على المنافسة بشكل اساسي في وفورات الكفاءة الناتج عنها.

4.3.1 تقييم الاندماج مقابل المغايرة حال عدم وجود اندماج

تقيس الهيئة أثار الاندماج بمقارنة النتائج التنافسية في الأسواق ذات الصلة حال حدوث الاندماج و حال عدم حدوثه، على سبيل المثال المغايرة²⁶ (بعد تحديد و تعريف الأسواق ذات الصلة). غالباً يقاس الأخير عن طريق الوضع القائم في السوق. بصيغة أخرى، يفترض أن النتائج التنافسية حال غياب الاندماج هي ذاتها للنتائج التنافسية الحالية.

مع ذلك اذا كان السوق متغير أو غير مستقر، فلا يكون هذا الافتراض دائماً انعكاس دقيق لوضع السوق حال غياب الاندماج. على سبيل المثال قد يكون ذلك ناتجاً عن شركات متعثرة، دخلاء جدد، أسواق متنامية و أخرى متدهورة. بصفة خاصة المغايرة التي تستند على وجود شركات متعثرة تتطلب اظهار ان النتائج قد تكون مماثلة أو أسوأ حال غياب الاندماج. يمكن دعم حالة وجود شركة متعثرة من خلال ادلة على وجود صعوبات مالية تتضمن خروجها من السوق أو خسارة اصولها من السوق حال استمرارها.

تتطلب الهيئة من اطراف الاندماج اخذ ذلك في الاعتبار كجزء من الالتزامات بالإخطار عند وضع مبررات الاندماج. تعكس الهيئة هذه الاعتبارات استقلاً عند تقييمها لما اذا كان اطراف الاندماج قد اختاروا مغايرة مناسبة ام لا، و عند عدم حدوث ما يجب ان تكون عليه المغايرة المناسبة.

4.3.2 هل يؤدي التحويل إلي " التخفيض الكبير للمنافسة "

يقصد بالمرحلة الأولى في تقييم الأثار التنافسية للاندماج فحص ما إذا كان ذلك سيؤدي إلي التخفيض الكبير للمنافسة

و يقصد بـ " التخفيض الكبير للمنافسة " تأثير التحويل علي نتائج المنافسة في السوق. و وصفتها المبادئ التوجيهية لتقييم عملية الاندماج في المملكة المتحدة بأنه " تأثير كبير علي التنافس مع مرور الوقت و من ثم علي الضغوط التنافسية علي الشركات لتحسن من عروضها للعملاء او لتصبح أكثر كفاءة او ابداعاً , و من المتوقع ان يؤدي الاندماج الذي يؤدي الي التخفيض الكبير للمنافسة الي تأثيرات سلبية علي العملاء ".

ووفقاً لهذا التعريف، تعتبر الهيئة ان تحويل السيطرة الذي يحد كثيراً من الضغوط التنافسية علي مقدمي الخدمات يخفض من المنافسة من الي حد كبير و تتوقع السلطة كذلك ان يكون لها أثار سلبية علي النتائج بالنسبة للمستهلكين.

و في تحليل ما اذا كان هناك انخفاض كبير في المنافسة، ستضع الهيئة بعين الاعتبار مدى الأثار الأحادية والأثار المنسقة و أثار الرهن. وفي هذا الجزء، تصف الهيئة ما يمكنها تحليله عند تقييم كل من هذه التأثيرات.

و قد يختلف تقييم الهيئة للنتائج التنافسية المتوقعة بعد الاندماج بناء علي طبيعته و تنشأ المخاوف التنافسية المختلفة بناء علي ما اذا كان الاندماج أفقياً أو رأسياً أو تكتلاً.

يتطلب التقدير الدقيق لأثر الاندماج فهم ديناميات السوق قبل الاندماج و بعده، و الذي يطلب عادة من الهيئة تحديد الأسواق ذات الصلة المتأثرة بالاندماج أو التحويل.

4.3.3 يشمل التقييم أيضاً تقييم الكفاءة المحتملة

يجب علي الهيئة ان تضع في عين الاعتبار أي أثار إيجابية ناجمة عن المنافسة داخل السوق وذلك لتقييم التأثير الكلي للاندماج في السوق. و يجب قياس أي تأثير إيجابي مقارنة بالوضع الافتراضي لتحديد ما إذا كان هذا التأثير ناتج تحديداً عن طريق الاندماج. بالإضافة إلي ذلك، سوف تنظر الهيئة ما إذا كان يمكن الحصول على الأثار الإيجابية من خلال وسائل أخرى غير طريق الاندماج.

²⁶ تلاحظ الهيئة عند تقييم الاندماج احتمالية وجود عدة افتراضات متوقعة

ان المصدر الرئيسي لهذه الآثار الإيجابية التي تنتظر لها الهيئة هي المكاسب الناتجة عن زيادة الكفاءة التي يمكن ان تنشأ عن طريق الاندماج وتم تقييمها بشكل منفصل في الفرع 9.4. وتتوقع الهيئة من مقدمي خدمات الاندماج ان يقدموا أدلة قوية على أي فوائد يدعون أنها ناجمة عن الاندماج.

4.4 تقييم الاندماجات الأفقية.

4.4.1 مقدمة

يشير الاندماج الأفقي إلى الاندماج بين مقدمي الخدمة المشتركين في نفس المرحلة من سلسلة التوريد و الذين يتنافسون مع بعضهم البعض في نفس السوق.

و ترى الهيئة ان الطريقتين الرئيسيتين يمكن ان تؤدي اليهما الاندماجات الأفقية الي تخفيض كبير في المنافسة هي الآثار الأحادية و الآثار المنسقة, ويرد وصف نهج الهيئة لتقييم كل من هذه الآثار ادناه.

4.4.2 الآثار الأحادية

يؤدي الاندماج الي الآثار الاحادية عندما يجد مقدم الخدمة المدمجة أنه من المربح زيادة الأسعار بصرف النظر عن تصرفات منافسيه . وتحدد الهيئة بعض المؤشرات الرئيسية لاحتمالية وجود الآثار الأحادية وحجمها:

- **تركيز السوق.** تقييم التغير في عدد المنافسين في السوق و حصصهم النسبية في يمكن ان يشير إلى نطاق الآثار الأحادية. وإذا كان السوق أكثر تركيزاً نتيجة للاندماج حيث يوجد عدد أقل من مقدمي الخدمات لديهم حصص نسبية أعلى في السوق, فقد يؤدي ذلك إلى زيادة في أسعار السوق.
- و تلاحظ الهيئة انه في حالة الاندماج الأفقي قد يتم استخدام الحدود القصوى للتقييم ما اذا كان تحويل السيطرة من المرجح ان يؤدي إلى انخفاض كبير في المنافسة.
- وذلك في حاله ان تكون حصة السوق للكيان المندمج بعد الاندماج تصبح اقل من 25% فعلى الأرجح ان لا يثير التركيز اي مخاوف.
- أو في حاله ان تكون حصة السوق للكيان المندمج بعد الاندماج أكبر من 50%, فعلى الأرجح أن يؤدي ذلك إلى انخفاض كبير في المنافسة.
- يجوز للهيئة أيضا النظر في الأدلة باستخدام مؤشر هرفندال- هيرشمان. وعلي وجه الخصوص, فإنه يعتبر من غير المرجح أن يكون هناك انخفاض كبير في المنافسة حسب مؤشر هرفندال – هيرشمان:
- أقل من 1000.
- بين 1000 و 2000 و الدلتا (مثل التغير في قبل و بعد الاندماج مؤشر هرفندال – هيرشمان) اقل من 250.
- أكبر من 2000 و لكن الدلتا أقل من 150.
- **تقارب نطاق المنافسة.** من المرجح أن تؤدي الاندماجات بين الأطراف القريبة بشكل خاص إلى آثار أحادية. أما من حيث الشكل العام، فان تقارب نطاق المنافسة يشير الي زيادة الآثار الأحادية المتوقعة من هذا الاندماج. ويمكن للهيئة تقييم مدى تقارب نطاق المنافسة بثلاث طرق:

- **أنماط التبديل المرصودة لدى العملاء.** إذا اعتبر العملاء أن منتجات موفرو الخدمة المدمجة هي بدائل قريبة ، فقد يعني ذلك أن التبديل كان مصدرًا هامًا للمنافسة في السوق بين موفري الخدمات المدمجة. ويمكن للهيئة مراقبة ذلك من خلال تفاعل العملاء مع تغيرات الأسعار بين موفري الخدمة المدمجة. كما يمكن استخدام بيانات العملاء وبيانات النقل لتحليل مدى اعتبار هذه المنتجات كبدايل وذلك من قبل عملاء الأطراف المدمجة.

- **تحليل شريحة العملاء.** من المرجح اعتبار موفرو الخدمات المدمجة والذين يستهدفون الشريحة نفسها من السوق منافسين متقاربين. كما أن منتجاتهم ليست مختلفة بشكل كبير ، وبالتالي فهي تشكل بدائل قريبة لبعضها البعض.

- **التفاعلات التنافسية.** من الممكن تحديد التفاعلات التنافسية بين موفري الخدمات المدمجة والتي يمكن أن تشير إلى قرب المنافسة بينهما. وقد يتضمن ذلك الاستجابات الاستراتيجية الخاصة بموفر واحد للخدمة للآخرين وذلك فيما يتعلق بالمنتج ، وأسعاره وطرق تسويقه. كما يمكن استخدام المعلومات التاريخية الخاصة بالاستراتيجيات التجارية لموفري الخدمات في السوق وذلك بخصوص تقييم الهيئة للتفاعلات التنافسية.
- **سهولة التبديل بين العملاء.** تحدث التأثيرات أحادية الجانب عند عدم توفر الخيارات الكافية للمورد البديل، على سبيل المثال بسبب مستوى تكاليف التبديل.
- **تغيرات الاسعار بعد الاندماج.** يمكن للهيئة استخدام الأدوات التحليلية لتقدير التغيير المباشر في الأسعار بعد الاندماج.
- **القضاء على قوة التنافس.** إذا قام أحد موفري الخدمات المدمجة بفرض قيود تنافسية قوية على السوق، فقد يؤدي الاندماج إلى القضاء على هذه القيود.
- **قياس مدى قدرات المنافسين والقيود المتعلقة بها.** تؤثر القدرات المتعلقة بجانب العرض الخاصة بالمنافسين الآخرين على قدرتهم على فرض قيود قوية على السوق الخاص بموفري الخدمات المدمجة. ويوجد عموماً لدى موفري الخدمات المدمجة حافز أكبر لفرض القيود على العرض وزيادة الأسعار، ويزداد هذا الحافز عند تعذر المنافسين للاستجابة وذلك عن طريق زيادة إنتاجهم.
- **الحواجز التي تحول دون التوسع.** قد يكون موفر الخدمات المدمجة في وضع أفضل لفرض قيود على العرض من المدخلات المطلوبة من قبل الموردين الآخرين في السوق. على سبيل المثال ، قد يمتلك موفرو الخدمات المدمجة أو يتحكمون في المدخلات الرئيسية المطلوبة من قبل المشغلين الآخرين. في هذه الحالة ، قد يكون موفر الخدمات المدمجة في وضع أقوى لمنع توسع المنافسين الآخرين عن طريق الحد من الوصول إلى هذه المدخلات. ويمكن أن يكون مثل هذا الإدخال هو الوصول إلى البنية الأساسية للشبكة ، والتي تتطلبها شركات أخرى من أجل بدء أو توسيع تقديم الخدمة.

مثال:

آثار الاندماج الناشئ عن استحواذ شركة هوتشيسون ثري جي على تليفونيكيا أيرلندا 27 28

خلال تقييم المفوضية الأوروبية الصادر عام 2014 بخصوص استحواذ هوتشيسون ثري جي على تليفونيكيا أيرلندا، أعربت عن قلقها بخصوص أن هذا الاندماج – حسب ما أخطر به في البداية - قد ألغى قوة تنافسية هامة من سوق الاتصالات المتنقلة في أيرلندا على حساب العملاء.

إذ أن هذا الاندماج سيجمع بين ثاني ورابع أكبر مشغلي شبكات المتنقلة. منذ دخولهم هذا الاندماج في عام 2005، فقد كان لشركة ثري جي قوة تنافسية مهمة في السوق الأيرلندية، وذلك من خلال تقديمها عروض بيانات مغرية للعملاء. وكان من شأن هذا الاندماج أن يزيل هذه القوة ويؤسس شركة أكبر تواجه منافسين فقط. بالإضافة إلى ذلك، فإن السوق تتسم بوجود حواجز كبيرة تمنع دخول المنافسين الجدد وتزيل قوة المشتري التعويضية من العميل النهائي. ومن ثم، فقد أعربت اللجنة عن مخاوفها بخصوص هذا الدمج - في شكله الأصلي - الذي كان من شأنه أن يؤدي إلى ارتفاع الأسعار وتقليل المنافسة.

من Telefónica Ireland ، "عمليات الدمج: تبرات لجنة الاستحواذ على 14/607 / IP- نشرة صحفية للمفوضية الأوروبية 27 ، مع مراعاة الشروط" ، 28 مايو 2014. Hutchison 3G. قرار اللجنة الصادر في 28-5-2014 ، ص. 160، COMP/M.6992، قضية المفوضية الأوروبية رقم 28

وتنبأت اللجنة من خلال تحليلها الكمي المستند على نسب التحويل والهوامش بأن متوسط الأسعار الخاص بجميع مشغلي الشبكات المتنقلة في القطاع الخاص سوف يزيد بنسبة 6% كما تنبأت بالزيادة في الأسعار في الأسواق على نطاق واسع في جميع قطاعات بنسبة 4% في الحالات الأساسية.

كما أعربت اللجنة عن قلقها من أنه بعد عملية الدمج، فقد تقوم شركة ثري بإنهاء أو فسخ اتفاقية مشاركة الشبكة المبرمة مع مشغل خدمة آخر. وهذا من شأنه أن يُحد من خيارات المنافسين لتحقيق تغطية وطنية وهي تشمل في ذلك نشر خدمات الجيل الرابع و(ال تي إي) تطور طويل الأمد (شبكات اتصالات).

4.4.3 الآثار المنسقة

وينتج عن الاندماج تأثيرات منسقة عندما تؤدي عملية الاندماج إلى التغيير في هيكل السوق مما يعني أن مقدم الخدمة المدمجة وواحد آخر على الأقل يحتمل يتوصلوا إلى اتفاق ضمني بعدم التنافس بقوة.

ومن خلال اتباع نهج مماثل لتقييمها للسيطرة الجماعية، فستقيم الهيئة احتمال حدوث آثار منسقة من خلال دراسة ثلاثة مجالات:

• ديناميكيات السوق:

- سيسهل اكتشاف اتفاق تواطئي في سوق التي تتميز بشفافية أكثر لأن مقدمي الخدمات يمكنهم مراقبة الإجراءات المتخذة من قبل بعضهم البعض. وهذا من شأنه تسهيل قيام مقدمي الخدمة بتحديد للنقطة المحورية المتعلقة بالتأمر. بالإضافة إلى ما سبق، فإن الشفافية تجعل من السهل على مقدمي الخدمات المنسقين مراقبة حالات الخروج عن الاتفاق الضمني.

• الاستدامة الداخلية للاتفاقية الضمنية وفقاً لما هو موضح من هيكل السوق:

- لكي يتمتع مقدمو الخدمات بالأسباب الملائمة للتنسيق، فإنهم يجب أن يمتلكوا الهياكل والاستراتيجيات المماثلة. ويقل احتمال اتخاذ إجراء مشترك بالنسبة لمقدمي الخدمات الذين يستهدفون فئات مختلفة من السوق أو الذين لديهم أهداف مختلفة. بالإضافة إلى ذلك، فإن وجود هيكل تكلفة مماثل يعد أمر مهم للحفاظ على سعر مشترك، وذلك لأن مقدمي الخدمات سيتأثرون بتقلبات التكلفة بنفس الطريقة.

- في حالة وجود العديد من الشركات في السوق، فعندئذ يكون تنسيق الأعمال أصعب.

- تعتمد استمرارية الأثر المنسق على قدرة مقدمي الخدمات على فرض العقوبة معقولة في حال الخروج عن أحكام الاتفاق الضمني. ولكي تكون الآثار المنسقة مجدية، فإنه يجب تفرض هذه العقوبة في الوقت المناسب وكبيرة بشكل كافٍ لردع مقدمي الخدمات عن المخالفة.

• الاستمرارية الخارجية للاتفاقية الضمنية

- ولكي توتي الآثار المنسقة بثمارها بشكل دائم، فإن السوق يجب أن تتميز بوجود حواجز عالية تمنع من الدخول وتفقر إلى قوة المشتري التعويضية. سيعملان هذان العاملان على زيادة تأثير الاتفاق الضمني، لأنه لا يحتمل يتم الإضرار به من خلال الضغط التنافسي الصادر من الوافدين الجدد أو من المشترين.

4.5 قوة المشتري التعويضية

يمكن أن يكون تحديد الآثار الأحادية أو المنسقة مقيداً بوجود قوة المشتري التعويضية. إذا كان للعملاء سلطة تفاوضية كافية، فقد يمكن أن تُفرض قيوداً تنافسياً على السوق إذ لا يستطيع مقدمو الخدمات المدمجة العمل بشكل تنافسي. تعدد الهيئة بثلاثة مصادر محتملة لقوة المشتري: أولاً يمكن للشركات تحويل مشترياتها بسهولة إلى موردين آخرين؛ ثانياً يمكن للشركات رعاية الدخول إلى السوق؛ وأخيراً يمكن للشركات أن تندمج عمودياً مع مورديها.

بالنسبة إلى قوة المشتري التعويضية (CBP) الموجودة، فيجب أن يكون لها تأثير على جميع العملاء في السوق. وعلى سبيل المثال لا الحصر يحتمل أن تنبع قوة المشتري هذه من كبار العملاء الكبار أو العملاء التجاريين المهمين.

يمكن أيضاً أن تظهر قوة المشتري التعويضية من خلال رفض المشتريين لشراء منتجات أخرى من مقدم خدمة مدمج. وبالتالي يمكن أن يكون لها تأثير على الأسواق الأخرى التي يكون فيها مقدم خدمة المُدمجة نشطاً.

4.6 عمليات الاندماج الرأسي

تشير عمليات الدمج الرأسية إلى عمليات الدمج بين الشركات المشاركة في مستويات مختلفة من سلسلة التوريد.

يقال احتمال أن تثير هذه الاندماجات شواغل تتعلق بالمنافسة إذ إن الشركات المُدمجة لا تعد منافسة مباشرة. غير أن الهيئة تحدد طريقتين يمكن لهذه الاندماجات الرأسية حينها أن تثير شواغل تتعلق بالمنافسة. وهذه هي الآثار المترتبة على الاستئثار بمدخلات الإنتاج والعميل

4.6.1 الاستئثار بمدخلات الإنتاج

وتظهر المخاوف التي قد تتعلق باستئثار المنتجات في حالة الاندماج الرأسي لمقدمي الخدمات الذين يتمتعون بقوة سوقية وأسباب تدفعهم لتقييد إمكانية الوصول إلى مستلزمات إنتاج مهمة. فعلى سبيل المثال يجوز لمقدمة الخدمة المُدمجة فرض قيود على المنافسين بالسوق النهائية. إذ ترى الهيئة أن هذا من شأنه أن يؤثر بشكل قوي وخاص على المنافسة إذا كان المقدم الأولي للخدمات قبل الدخول في عملية الاندماج السابقة مورداً مسيطراً لمستلزمات الإنتاج مما يعني أنه لا يوجد سوى عدد قليل من الموردين الأولين القادرين على البقاء.

4.6.2 الاستئثار بالعميل

تنشأ المخاوف المتعلقة بالاستئثار بالعميل في حالة الاندماج الرأسي لمقدمي الخدمات الذين يتمتعون بقوة سوقية وأسباب تدفعهم لتقييد إمكانية الوصول إلى العميل النهائي. فعلى سبيل المثال، يمكن منع منافس الأولي (المورد) من إمكانية الوصول إلى عملاء النهائيين الذين يعدون جزءاً من الشركة المُدمجة. إذ ترى الهيئة أن هذا من شأنه أن يؤثر بشكل قوي وخاص على المنافسة إذا كان المقدم النهائي للخدمات قبل الدخول في عملية الاندماج السابقة يعتبر مورداً مسيطراً في السوق مما يعني أنه لا يوجد سوى عدد قليل من العملاء النهائيين المتنافسين على مقدمي الخدمات النهائية.

4.7 اندماج كيانات متعددة الأنشطة

يشير مصطلح اندماج الشركات متعددة الأنشطة إلى عمليات الدمج بين الشركات التي لديها أنشطة في أسواق مختلفة لا ترتبط بعضها البعض بشكل عمودي. فعلى سبيل المثال، يمكن اعتبار الاندماج بين شركة موجودة في أسواق الاتصالات وشركة موجودة في أسواق التلفزيون بمثابة اندماج كيانات متعددة الأنشطة.

غير أن الهيئة ستنتظر فيما إذا كان من الممكن أن يتسبب هذا الاندماج في تقليل المنافسة بشكل كبير وذلك بسبب احتمالية حدوث الممارسات الاستبعادية. فعلى سبيل المثال، قد تحاول شركة مدمجة أن تغلق السوق عن طريق تجميع المبيعات في أسواقها أو ربطها. إذ يمكن استخدام هذه الاستراتيجية بشكل غير تنافسي لاستبعاد المنافسين. ستبحث الهيئة عند تقييمها ما إذا كان اندماج الكيانات متعددة الأنشطة سيقال المنافسة بشكل كبير الهيئة في الثلاث مراحل التالية:

- القدرة على الاستبعاد وإغلاق السوق؛
- الأسباب وراء إغلاق السوق،
- التأثير على المنافسة

قد يكون اندماج الكيانات متعددة الأنشطة القدرة على الاستفادة من موقعها من خلال التجمع معاً إذا كانت مسيطرة في سوق واحدة على الأقل. قد تحفزها أسبابها الدافعة لغلق السوق على تبعد عن منافسين المنتج الواحد بهدف الحصول على قوة السوق أو حمايتها.

ومن ثم، سيجري التقييم المحتمل لعمليات الدمج باستخدام إطار المتعلق بالتجميع المنصوص عليه في القسم 3.5.7. ستنتظر الهيئة فيما إذا كان الطرف الذي تم دمجها يمكن أن يستفيد من قوة السوق عن طريق هذا التجميع. يمكن أن تتسم الديناميكيات التنافسية المتعلقة بأثر التجميع بالتعقيد وكذلك تعتمد على الموقع النسبي للأطراف المندمجة في كل سوق. إلا إن الهيئة ترى أن العوامل التالية يمكن أن يكون لها صلة:

- يحتمل أن تشير السيطرة في سوق واحدة على الأقل إلى أن حدوث اندماج من شأنه أن يؤثر سلباً على المنافسة، على الرغم من أن هذه ليست الحالة هي الحالة الوحيدة
- يجب أن يكون تجميع منتجات الأطراف المدمجة مجدياً تقنياً واقتصادياً.
- ستنتظر الهيئة في ما إذا كان التجميع من المحتمل أن يكون استغلالي (أي إذا كان لدى الطرف المدمج أسباب تدفعه إلى التسعير بطريقة استغلالية).

4.8 المشاريع المشتركة العاملة ككيان اقتصادي مستقل

تطبق الهيئة نفس النهج لتقييم المشاريع المشتركة التي تؤدي وظائفها كاملة بصفتها كيان مستقل كما هو الحال في عمليات الدمج. يشير لفظ المشروع المشترك المذكور أعلاه إلى مشروع مشترك بين شركتين أو أكثر من الشركات المستقلة إدارياً. وهذا يعني أنه يحتمل أن يكون لديها مواردها ووظائفها، أي وكأنها كيان منفصل. ومن ثم، بعد تحديد ما إذا كان المشروع المشترك يمثل علاقة رأسية أو أفقية، فإنه سيتناول ما إذا كان المشروع المشترك من شأنه أن يؤدي حدوث تقليل المنافسة بشكل كبير. سيتطلب المشروع المشترك الرأسي النظر في الاستثناء بمدخلات الانتاج والاستثناء بالعملاء. أما المشروع المشترك الأفقي سيحتاج لتقييم الآثار الأحادية والمنسقة. في حالة قيام الهيئة بتقييم احتمالات تأثيرات التنسيق، عندئذ ستنتظر في إمكانية تدفق المعلومات بين الشركات المشاركة في المشروع والتي قد تؤثر على المنافسة في أي من الأسواق التي تكون فيها أي شركة من الشركات المعنية نشطية.

سيجرى تقييم المشاريع المشتركة التي لا تعد مستقلة إدارياً كاتفاقيات بين الشركات المعنية. ومن ثم، فهي لا تخضع لعملية الإخطار المنصوص عليها في القسم 4.2.

4.9 تقييم كفاءات الشركات المندمجة

في حين أنه قد ينتج عن عمليات الدمج أثر مُناهض للمنافسة على السوق مُتمثل في تقليل المُنافسة، ولكنها في ذات الوقت قد تولد منافع للمستهلكين. وتقوم الهيئة بتقييم كفاءات عمليات الدمج بناءً على ثلاثة مراحل أساسية:

1. تحديد نوع الكفاءات المُحتملة الناتجة عن عمليات الدمج؛
2. تقييم مدى التواجد والحجم وتوقيت الدخول في السوق (بدراسة الكفاءات على متوسط الفترة المُمتدة بين 12 - 24 شهراً بدءاً من تاريخ عملية الدمج)؛
3. تقييم الأثر الناتج على المُنافسة في السوق.

لكي تعند الهيئة بالكفاءات باعتبارها منافع ناتجة عن عملية الدمج، فإنه يتعين أن يكون الغرض من الاندماج هو الوصول للكفاءات (مما يعني أن الكفاءات لم تكن لتنشأ في غياب عملية الدمج، ولم يكن من المُمكن تحقيقها بوسائل أخرى)؛ فينبغي نقل تلك الكفاءات إلى المستهلكين وأن يكون من المُمكن التحقق منها من خلال تقييم وجودها المتوقع وحجمها. تقوم الهيئة بدراسة حوافز مقدم الخدمة المندمج في تحقيق وفورات الكفاءة ونقلها إلى المستهلكين والإطار الزمني الذي ستتحقق فيه مكاسب الكفاءة.

قد يسعى أطراف الشركة المندمجة إلى إثبات توليد مثل تلك المنافع والتأكيد على حسن النية في نقلها إلى المستهلكين. ومع ذلك، ستحتاج الهيئة إلى أدلة قوية ومفصلة لإثبات منافع الكفاءة الناتجة عن عملية الدمج، ولذلك فإنه يتعين على الأطراف المدمجة تقديم دليل على كيفية تحقيق مكاسب الكفاءة واحتمالية تحقيقها وتوقيت تحقيقها وحجمها، بالإضافة إلى توفير أدلة تتسم بالموثوقية عن كيفية نقلها إلى المستهلكين.

يمكن أن تنشأ الكفاءة المكتسبة من الاندماج في أشكال مختلفة، وقد حددت الهيئة بعض الأشكال التقليدية لمكاسب الكفاءة المحتملة المُبينة فيما يلي:

- **كفاءات التكلفة:** قد تكون الشركة المدمجة قادرة على تخصيص الإنتاج بطريقة أكثر كفاءة من شركات ما قبل عملية الاندماج، وهذا يمكن أن يقلل من التكاليف الهامشية. في حين أنه يُمكن أن يكون لها تأثير على التكاليف الثابتة، ولكنه من غير المرجح نقل هذه التكاليف الثابتة إلى بذات قدر الخصومات الناتجة عن توفير التكاليف الهامشية.
 - **اقتصاديات الحجم:** قد تحقق شركة مدمجة متوسط تكاليف وحدة أقل نتيجة لعملية الدمج، ويتم ذلك من خلال:
 - اقتصاديات الحجم قصيرة الأجل والتي يُمكن تحقيقها من خلال استبعاد مُضاعفة المهام؛ أو
 - اقتصاديات الحجم طويلة الأجل والتي يُمكن تحقيقها من خلال تحديد التخصص والاستثمار في المُعدات الأكثر إنتاجية والتسويق لعلامة تجارية مُشتركة.
- من المرجح أن يتم نقل المدخرات الناتجة عن اتباع اقتصاديات الحجم ذات الصلة إلى المستهلكين إذا تم تخفيض التكاليف المتغيرة بدلاً من التكاليف الثابتة.
- ولذلك، فإنه من المهم بالنسبة للأطراف المندمجة اظهار التكاليف المحددة التي يتم تخفيضها في عملية تحقيق اقتصاديات الحجم.
- **تبادل المعرفة:** يمكن أن يسمح الدمج للشركات ذات الصلة بتبادل المعلومات حول أفضل الممارسات بطريقة تمكنهم من خفض التكاليف. قد يكون لكل من الشركات المدمجة مجموعات أو قدرات معرفة مختلفة، مثل تلك المعلومات المحمية بحقوق الملكية الفكرية. وعند الدمج، يمكن أن تساعد مشاركة المعرفة على تمكين تضافر الجهود التي يؤدي إلى إنتاج مشترك أكثر كفاءة.
 - **الابتكار والبحث والتنمية:** يمكن أن يؤدي الاندماج إلى تحقيق الكفاءة من خلال التقدم التكنولوجي الذي يفوقه الابتكار بثلاث طرق:
 - يُمكن للشركة المُندمجة القيام بأعمال البحث والتنمية بتكلفة أكثر فعالية؛
 - كما يُمكنها خلق التضافر من خلال جمع الابتكارات الموجودة لدى أطراف الشركة المُندمجة؛ و
 - يُمكنها تحسين حوافز الاستثمار في البحث والتنمية من خلال استيعاب الآثار الفائضة الخارجية التي قد تُقيد عملية البحث والتنمية.
 - **زيادة القوة الشرائية:** قد تكون الشركة المندمجة الأكبر في وضع أفضل للتفاوض مع مورديها مقارنة مع شركات ما قبل الاندماج، وبذلك يمكن أن تقلل التكاليف عندما يكون الموردون للشركة المدمجة في سوق تنافسي غير مثالي. في مثل ذلك السيناريو، يمكن لشركة مدمجة أن تتمتع بالقوة الشرائية وتُمارسها في المفاوضات التي قد تمكنها من خفض تكاليفها.
- يعد تقييم وجود الكفاءات وحجمها المتوقع مهمة أكثر تعقيداً، وقد أدرجت الهيئة بعض الأشكال المحتملة لمكاسب الكفاءة، وفقد يحقق مزود الخدمة أشكالاً أخرى من مكاسب الكفاءة التي ستقوم الهيئة بتحليلها باستخدام إطار العمل الموصوف أعلاه.

مثال

كفاءة عملية الاندماج: استحواذ شركة "هوتشيسون ثري جي"²⁹ على شركة "تيليفونيك إيرلاند"

في التقييم المُقام في عام 2014 للدمج بين "تيليفونيك إيرلاند" و "هوتشيسون ثري جي"، قامت المفوضية الأوروبية بفحص أربعة أشكال من الكفاءة التي يمكن أن يولدها الدمج:

اقتصاديات حجم الكفاءة الشبكية: على كافة الأحوال، رأت اللجنة أنه من غير المحتمل أن تكون اقتصاديات حجم الكفاءة الشبكية لم تكن إلى حد كبير مُتصلة بنتائج عملية الدمج، حيث أنه كان من المُمكن تحقيق الوفورات المُشابهة من خلال اتفاقات تقاسم الشبكات الحالية. ولذلك، لم تعدد المفوضية بهذا البند على اعتبار أنه من ضمن الكفاءات ذات صلة في تقييم للأثار المناهضة للمنافسة.

اقتصاديات الحجم غير الشبكي: تُمكن الكفاءات المشاريع التجارية المشتركة من القيام باستثمارات أكبر من حيث جودة الخدمة وأفضل من فُدرة الأطراف المُنفردين في العمل بشكل مُستقل. مع ذلك، وجدت المفوضية أنه من غير المُرجح أن تنتقل كفاءات الحجم المُتصلة بالتكاليف الثابتة إلى المستهلكين، وبالتالي انتهت المفوضية إلى أن هذه الكفاءات ليست ذات صلة في تقييم للأثار المناهضة للمنافسة.

تغطية شبكة "التطور طويل الأمد" "إل تي إيه" أسرع وأكثر شمولية مما هي عليه في غياب الاندماج. ومع ذلك، لم يتمكن الطرفان من إثبات المعيار المناسب للدعاء بأن الكفاءات المزعومة قابلة للتحقق منها، ونتيجة عن الاندماج ومن شأنها أن تفيد المستهلكين.

سيكون الكيان المدمج أكثر قدرة على الحفاظ على خدمات "البرودباند" في المناطق الأكثر كثافة سكانية في "إيرلندا". ووجدت المفوضية أن هناك بعض المجالات للكفاءات، ولكن من غير المحتمل أن تكون كبيرة بما يكفي لتغلب على الأثار المناهضة للمنافسة.

4.10 العلاجات والتعهدات

يجوز للهيئة أن توافق على اندماج يخضع لشروط إضافية تعمل على حجب ومعالجة التناقض الكبير في المنافسة الذي قد ينتج عن الاندماج. يمكن أن تكون مثل هذه الشروط علاجات هيكلية، مثل تجريد بعض الأصول أو العلاجات السلوكية، مثل التعهدات أو الالتزامات.

تتوقف موافقة الهيئة على عملية الاندماج الخاضعة لمثل تلك الشروط الإضافية على ما إذا كانت تلك الشروط كافية لتعويض الانخفاض في المنافسة الناتج عن عملية الدمج.

مثال:

الحصول على التعويضات من "تيليفونيك إيرلاند" من قبل "هوتشيسون ثري جي"³⁰

في التقييم المُجرى في 2014 بخصوص الاندماج بين "تيليفونيك إيرلاند" من قبل "هوتشيسون ثري جي"، قبلت المفوضية الأوروبية الالتزامات من الأطراف التي وجهت إليهم مخاوفها، وبغياب تلك الالتزامات، كان من المُمكن أن يؤدي الاندماج إلى أسعار مُرتفعة وتخفيض مستوى المُنافسة.

وقد قامت "هوتشيسون ثري جي" بتقديم التزاماتها بناءً على عنصرين:

²⁹ المفوضية الأوروبية، القضية رقم COMP/m.6992 "قرار المفوضية الصادر بتاريخ 28 - 5 - 2014، الصفحات 174-5،

أولاً، عرضت "هوتشيسون ثري جي" حزمة تستهدف ضمان دخول مُشغلي شبكات محمولة افتراضيين، مع توفير الخيار لأحدهم بأن يُصبح مُشغل شبكات محمول بشكل كامل من خلال اكتساب الطيف الشبكي في مرحلة لاحقة. ثانياً، عرضت "هوتشيسون ثري جي" حزمة تستهدف ضمان المحافظة على شركة مُنافسة باعتبارها مُشغل شبكات محمولة مُنافس في "إيرلاند"

³⁰ المؤتمر الصحفي للمفوضية الأوروبية الرقيم IP/14/607، تحت عنوان "الشركات المُندمجة: توضح المفوضية عملية الاستحواذ على شركة "تليفونيكا إيرلاند" من قبل "هوتشيسون ثري جي" وفقاً للشروط ذات الصلة"، 28 مايو 2014.

بناءً عليه، فقد قررت المفوضية أن عملية الاندماج المعدلة وفقاً للالتزامات المُستحدثة لن تخلق مخاطر على المنافسة.

5. علاج انتهاكات جوانب المنافسة لقانون الاتصالات

5.1 الهدف

يعني هذا القسم بالإجراءات التصحيحية التي يمكن للهيئة اتباعها إذا انتهك مقدم خدمة حظر اساءة استخدام وضع المسيطر أو السلوكيات المخلة بالمنافسة الأخرى في تحقيق لاحق. تحدد الهيئة المعالجات التي يمكن تطبيقها، الظروف التي تنطبق خلالها، و كيفية تقدير الهيئة للعلاجات المناسبة. يوضح هذا القسم تحديدا كيفية تطبيق المعالجات السلوكية و الهيكلية.

5.2 المبادئ العامة

المعالجات التي تطبقها الهيئة، سواء كانت سلوكية أو هيكلية، تُوجه في ضوء الأهداف الأتية :

• **الفاعلية** : يجب أن تكون المعالجات المقترحة قادرة على حل مشاكل المنافسة بطريقة فعالة. يتضمن ذلك ضمان حسن توجيه المعالجات و امكانية تطبيقها عمليا.

• **المعقولية** : يتصل ذلك بالعبء التنظيمي الذي تفرضه المعالجات و مدى مناسبة درجة التدخل لإساءة استعمال القوة السوقية، و تضمن اعتبارات المعقولية أن تكاليف تطبيق الاصلاح لا تفوق الفوائد المتحققة منه.

يعني اعتبار هذه الاهداف ان تحديد مناسبة المعالجات يتحدد وفقا لكل حالة على حدى و لا ينطبق بشكل موحد.

5.3 الاطار القانوني

إن تطبيق المعالجات يكون بالتوافق مع قانون الاتصالات لسنة 2006، و لائحة قانون الاتصالات.

توضح المادة (4) من قانون الاتصالات ان الهيئة لديها سلطة فرض المعالجات لمواجهة السلوك المخل بالمنافسة :

" تتولى الأمانة العامة الصلاحيات والاختصاصات التالية: 4- وضع وتطبيق التدابير الملائمة لمنع مقدمي الخدمة من القيام أو الاستمرار بالقيام بممارسات غير تنافسية."

ثم تزيد المادة (46) من قانون الاتصالات ان هذه المعالجات يمكن ان تتضمن على سبيل المثال لا الحصر صور معينة من الالتزامات و الاحالة للنيابة العامة :

" للأمانة العامة، أن تصدر من القرارات ما تعالج به الممارسات غير التنافسية أو إساءة استخدام السيطرة، ولها على الأخص ما يلي :

1. إلزام الأشخاص المعنيين بإيقاف العمل أو النشاط المسبب لهذه الممارسة أو إجراء تغييرات محددة في هذا العمل أو

النشاطات لإلغاء أو تخفيف أثره السلبي على المنافسة.

2. إلزام مقدمي الخدمة المعنيين بتقديم تقارير دورية للأمانة العامة لتحديد مدى التزامهم بقراراته.

3. إحالة المخالف إلى النيابة العامة لاتخاذ الإجراءات الجنائية ضده."

تضيف المادة (76) من لائحة قانون الاتصالات انه يجوز للهيئة التشاور مقدمي الخدمة المعنيين عند تحديد العلاج المناسب، و يمكن أن يتضمن ذلك تصفية الأصول.

" بالإضافة إلى حكم المادة (٤٦) من القانون، و الى أية معالجات تحددها الأمانة العامة من وقت إلى آخر، وفقا لهذه اللائحة، يجوز لها أن تدعو مقدم الخدمة الذي قام بالأعمال إساءة استخدام الوضع المسيطر أو الممارسات غير التنافسية و الأشخاص المتأثرين بمثل هذه الأعمال أو الممارسات إلى الاجتماع لمحاولة وضع معالجات محددة لمثل هذه التصرفات أو الممارسات.

و يجوز للأمانة العامة، في حال تكرر عدم تنفيذ أي أمر صادر عنها بمنع مقدم الخدمة المسيطر من إساءة استخدام وضعه المسيطر أو القيام بأعمال أو نشاطات غير تنافسية، إصدار امر بإلزامه بالتخلي عن بعض مجالات الأعمال، مع مراعاة ما يلي:

1. إخطار مقدم الخدمة كتابة قبل إصدار هذه الامر لإبداء ملاحظاته في هذه الشأن.
2. أن يكون هذا الأمر، وفقا لتقديرها، هو الوسيلة الفعالة لمنع إساءة استخدام الوضع المسيطر أو الممارسات المخلة بالمنافسة." تتمتع الهيئة لذلك بالصلاحية لتطبيق المعالجات السلوكية مثل الالتزامات، و المعالجات الهيكلية مثل التصفية. هذه المعالجات مبنية و موضحة أدناه.

5.4 المعالجات السلوكية

تشير المعالجات السلوكية إلى الاشتراطات التي تفرض سلوك معين على مقدمي الخدمات المتورطين في انتهاكات أوجه المنافسة لقانون الاتصالات. تفرض هذه الالتزامات أكثر من اعلان نوايا بعدم تصرف مقدم الخدمة المتورط بطريقة معينة. ترتبط المعالجات السلوكية بمنع سلوكيات غير تنافسية معينة من قبل مقدم/مقدمي الخدمة المعنيين. تسعى هذه المعالجات لمنع الأنشطة التي تخلف آثار سلبية على المنافسة، و نتيجة لذلك تفيد قدرة مقدم/مقدمي الخدمة على اساء استخدام قوتهم السوقية. قد تتضمن المعالجات السلوكية اعطاء مقدم/مقدمي الخدمة التعليمات بخصوص الممارسات التي لا يمكنهم القيام بها، أو تفرض اشتراطات على مقدم/مقدمي الخدمة و تتضمن الأمثلة على ذلك، من بين أمور أخرى، اشتراطات بتقديم تقارير عن جودة الخدمة، و اشتراطات بنشر تقارير تنظيمية مستقلة.

عندما يعزو السلوك غير التنافسي إلى اتفاقية، يمكن ان يكون العلاج ازالة الجزء من الاتفاقية الذي تجد هيئة تنظيم الاتصالات انه مخل بالمنافسة، كما يمكن للهيئة تبديل البند المخل بالمنافسة ببند آخر يعالج الاثار المخلة بالمنافسة التي تم تحديدها.

تحدد الهيئة العلاج السلوكي المناسب تأسيسا على اهداف الفاعلية و المعقولية المذكورة اعلاه. لذلك تأخذ هذه الاهداف في عين الاعتبار خطورة السلوك غير التنافسي و قدرة مقدم/مقدمي الخدمة على ارتكاب سلوك مماثل في المستقبل، و كذلك العبء التنظيمي الذي يفرضه هذا العلاج، و ما اذا كانت الهيئة تراه مبررا بالمقارنة مع خيارات المعالجة البديلة.

تتمتع الهيئة بسلطة تقديرية واسعة لتطبيق العلاج السلوكي المناسب (وفقا لبيان سياسة التنافس و الوثيقة التوضيحية له) بغية الحد من الأثار غير التنافسية التي تم تحديدها. لذلك قد تصل المعالجات في بعض الحالات الى ما وراء مطالبة الطرف المعني بالتوقف عن السلوك، أو قد تؤثر على مسلكه فيما يتعلق بالمنتجات أو الخدمات الى ما وراء نطاق التحقيق.

يمكن ان تتضمن المعالجات فرض اشتراط تقديم المنتجات او الخدمات بسعر تحدده الهيئة، بحيث تحد من الاثار الضارة للسلوك المخل على المستهلكين.

5.5 المعالجات الهيكلية

تشير المعالجات الهيكلية الى تصفية اصول مقدم الخدمة، قد يتضمن ذلك فصل أنشطة تنظيمية محددة عن مقدم الخدمة أو تصفية اصول معينة.

إن المعالجات الهيكلية بشكل عام هي صورة أكثر تطرفا من التدخل التنظيمي عن المعالجات السلوكية. في هذا الصدد، لا يكون للهيئة بشكل عام سوء اللجوء الى المعالجات الهيكلية، حيث لا تتوافر معالجات سلوكية يمكنها انهاء السلوك المخل بشكل عملي و مناسب.

تهدف هذه المعالجات الى خلق هيكل سوق لديه القدرة الذاتية على حل المشكلات و تقويم السلوك غير التنافسي. على سبيل المثال، في حالة مقدم الخدمة المتكامل رأسيا، قد تتضمن المعالجات الهيكلية فصل الوظائف الابتدائية و النهائية في كيانات مختلفة.

تحدد الهيئة العلاج الهيكلية المناسب تأسيساً على أهداف الفاعلية و المعقولية. تتميز المعالجات الهيكلية بصفة عامة بدرجة أقل من العبء التنظيمي و لكن تفرض درجة أكبر من التدخل في السوق. لذلك تعني الهيئة بالمفاضلة بين العوامل (كذلك العوامل الأخرى المرتبطة بحالات معينة) عند تقدير تطبيق علاج هيكلية.

5.6 سبل الانتصاف المؤقتة

ستتظر الهيئة في الطلبات المقدمة من المشتكين لفرض العلاج السلوكي قبل التوصل إلى قرار في بعض الحالات. كما ستتظر في طلبات الحصول على سبل انتصاف مؤقتة حيث يجوز لمقدم الشكوى إثبات أن للضرر الكبير وغير القابل للإصلاح أثره في غياب سبل الانتصاف المؤقتة.

كما ترى الهيئة أن الأضرار الكبيرة قد تحدث عندما تكون التحديات في وضع تنافسي كبير، بما في ذلك حالات الخسارة المالية الكبيرة أو الضرر الذي يلحق بالسمعة.

ولا يمكن معالجة الضرر الغير قابل للإصلاح، في مرحلة لاحقة (مثل الإفلاس ، ولكن يمكن أن يشتمل أيضاً على ضرر أقل حدة).

5.7 إجراءات إصلاحية أخرى

قد تستجيب الهيئة أيضاً للسلوك المناهض للمنافسة مع اتخاذ الإجراءات الإصلاحية الأخرى. على وجه التحديد ، قد تقبل الهيئة التعهدات الملزمة، كما يجوز أن تطلب من الجهة المخالفة أن تقر وتعترف بقرار الهيئة. ويجوز لها أيضاً إصدار تحذير لمقدمي الخدمات المعنيين أو إحالة الأمر إلى المدعي العام.

5.7.1 التعهدات الملزمة بدلاً من توقيع المخالفة

قد تقرر الهيئة قبول التعهدات الملزمة التي تقدمها جهة ما بدلاً من توقيع المخالفة. و تكون هذه التعهدات ملزمة لهذه الجهة بمجرد قبولها من قبل الهيئة. ويكون لقرار الهيئة بقبول التعهدات نفس الأثر القانوني لقرار أو أمر توقيع المخالفة.

5.7.2 شروط إقرار الجهة المخالفة بقرار الهيئة

يجوز للهيئة مطالبة الجهات المخالفة بالتعهد، بالاعتراف علناً بقرار الهيئة وذلك عن طريق نشر إعلان في صحيفة محلية أو عن طريق أي منفذ آخر. ويخضع تصميم شكل الإعلان وصياغته لموافقة الهيئة ، ويجوز في بعض الحالات أن تصوغه الهيئة بنفسها.

5.7.3 التحذيرات

طبقاً للأهداف الواردة في القسم 2.5، قد تنظر الهيئة في بعض السلوكيات المناهضة للمنافسة بحيث لا تكون شديدة بما يكفي لتبرير العلاج السلوكي. في مثل هذه الحالات ، يجوز للهيئة إصدار تحذير لمقدمي الخدمات المعنيين بشأن سلوكهم المستقبلي في السوق.

5.7.4 المحاكمة الجنائية

وبالمثل ، يجوز للسلطة أن تعتبر أن بعض السلوكيات المناهضة للمنافسة تشكل انتهاكاً صارخاً للقانون. ووفقاً للمادة (46) من قانون الاتصالات لعام 2006 ، يجوز للسلطة إحالة هذه القضايا إلى النائب العام للتحقيق الجنائي.

المرفق الأول (التعريفات)

متوسط التكلفة الممكن تجنبها: هو متوسط التكاليف الممكن تجنبها إذا لم تنتج الشركة مبالغ مقتطعة من الناتج (الإضافي). أثناء التحقيق في التجاوزات المحتملة للمركز المسيطر، يمكن ان يكون هذا المبلغ هو موضوع السلوك التعسفي.

متوسط التكلفة المتغيرة: هو متوسط التكلفة المتغيرة للإنتاج. في معظم الحالات، يكون متوسط التكلفة الممكن تجنبها هو نفس متوسط التكلفة المتغيرة، حيث أنه غالباً ما يكون التكلفة المتغيرة الممكن تجنبها.

متوسط التكلفة الإجمالية: هي تكلفة الوحدة التي تشمل جميع التكاليف الثابتة وجميع التكاليف المتغيرة.

المشغل الفعال: هو مشغل (افتراضي) يتحمل نفس التكاليف من أجل توفير نفس المنتج أو الخدمة في ظل الظروف التي يمر بها السوق (اقتصادية وجغرافية وتنظيمية). ولا يتعين على المنافس الذي يتسم بنفس الكفاءة أن يمتلك نفس أصول الشركة المعنية (مثل شبكة الإنترنت) والتكنولوجيات ويجوز له أن يحقق نفس مستوى الكفاءة بطريقة مختلفة.

التكلفة الموزعة بالكامل على أساس محاسبة التكلفة التاريخية: هو أسلوب محاسبي لتحديد التكاليف المغطاة لجميع التكاليف (المشتركة المباشرة والمشاركة) وذلك بين مختلف منتجاتها وخدماتها.

معدل العائد الداخلي: هو سعر الخصم الذي يساوي مصادر الإيرادات لمشروع معين مع الاستثمار والتكاليف الأخرى للمشروع.

التكلفة المتزايدة على المدى الطويل: تشمل جميع التكاليف التي تتحملها الشركة من أجل إنتاج زيادة معينة في المنتج. وتتوافق التكاليف الإضافية مع الأفق الزمني حيث تكون جميع عوامل الإنتاج، بما في ذلك المعدات الرأسمالية، مختلفة وذلك استجابة لتغيرات الطلب نتيجة للتغيرات في الحجم أو في هيكل الإنتاج. لذلك تؤخذ جميع الاستثمارات على أنها تكاليف متغيرة. تأخذ هذه التكاليف في الاعتبار التغييرات التي تطرأ على تكاليف الإنتاج التي تستطيع المنظمات التنبؤ بها وحسابها. معدل التكلفة المتزايدة على المدى الطويل هو متوسط التكلفة المتزايدة على المدى الطويل لكل وحدة إنتاج للزيادة أو المنتجات المعنية.

عائد رأس مال العامل: هي نسبة الربح المحاسبي إلى رأس مال العامل

العائد على دوران رأس المال: هي نسبة الربح المحاسبي إلى أرباح المبيعات.

التكاليف المستقلة: هي التكاليف التي ستواجه الشركة عند إنتاج منتج معين، حيث لا تنتج الشركة أي سلع أخرى.