

مفهوم المنافسة التجارية ودورها في دعم الاقتصاد

م.م. اية احمد جاسم
قانون تجاري / جامعة بغداد
مجلس شؤون المنافسة ومنع الاحتكار
Aya.a.alasady@gmail.com

أ.د. مصطفى ناطق صالح
استاذ القانون التجاري
كلية الحقوق-جامعة الموصل
dr.mustafa.n@uomosul.edu.iq

المستخلص:

تمثل المنافسة مبدأ أساسيا وحرية مهمة في مجال ممارسة الأنشطة التجارية على الرغم من ان ممارسة الاعمال التجارية لا تكون بالمطلق بل تحكمها عدة قيود اساسية، وان المنافسة التجارية تمثل فلسفة مهمة لا بد ان يتم اشاعتها بشكل واسع بين المتخصصين والمعنيين في هذا المجال وتوفير الدعم اللازم لتعزيز المنافسة وافكارها الاساسية من خلال جهات محلية واقليمية ودولية تمارس عملها في سبيل تحقيق المنافسة التجارية ونشر اهميتها الضرورية بهذا الخصوص، لذلك ظهرت التشريعات والقواعد القانونية التي تتلائم مع هذا الوضع المهم تلبية لاحتياجات التجارة والمتعاملين فيها وايضا ظهور جهات معينة محلية ودولية تستهدف تعزيز ونشر المنافسة ومراقبة الأنشطة التجارية التي لها مساس بذلك لكي تبعد الواقع التجاري مع أي منافسات غير مشروعة وضارة تهدد الامان والثقة التجارية.

كلمات مفتاحية: "منافسة، تجارة، المعاملة، مجلس شؤون المنافسة، افعال"

ABSTRACT

Competition represents a basic principle and an important freedom in the field of practicing commercial activities, although practicing commercial activities is not absolute, but rather governed by several basic restrictions, and commercial competition represents an important philosophy that must be widely disseminated among specialists and those concerned in this field and provide the necessary support to enhance competition and its basic ideas through local, regional and international bodies that practice their work in order to achieve commercial competition and spread its necessary importance in this regard. Therefore, legislation and legal rules have emerged that are compatible with this important situation to meet the needs of trade and those dealing in it, as well as the emergence of specific local and international bodies that aim to enhance and spread competition and monitor commercial activities that have a bearing on it in order to distance commercial reality from any illegal and harmful competition that threatens commercial security and confidence.

Keywords: "Competition, Trade, Transaction, Competition Council, Actions

المقدمة:**اولا: التعريف بموضوع البحث واهميته.**

إن قوام المنافسة يتمثل في السباق بين التجار لاجتذاب العملاء ذلك لان الغرض من المنافسة هو الحصول على اكبر عدد من العملاء تمهيداً للحصول على أعلى الارباح, وتحظى المنافسة بأهمية واسعة في الاقتصاد القومي, وتقديراً لذلك فقد حاول المشرع العراقي أن يغطي النقص الذي اعترى القانون التجاري في تنظيمه للمنافسة غير المشروعة، وذلك بتشريعه لقانون المنافسة ومنع الاحتكار رقم ١٤ لسنة ٢٠١٠ .

ولما كانت حرية الأشخاص في النشاط التجاري قد ترد عليها بعض القيود تفرضها الضرورات العملية وحماية المصلحة العامة، فانه من الضروري ان يتدخل المشرع في تنظيم المنافسة لغرض حماية المشروع التجاري والافراد على حد سواء.

فالمنافسة متاحة لكل وهي حق للتجار إلا أنها لا بد أن تسير في سبيل تحقيق التنمية والتطوير الاقتصادي في الدولة وهذه الأخيرة وحدها لا يمكن ان تتولى هذا الأمر بل لابد من نشر ثقافة المنافسة التجارية الواضحة ونبذ الاحتكارات وهذا الأمر لا يتحقق إلا بوجود جهود كبيرة من جهات عديدة كما في جهات معنية بالمنافسة كأجهزة خاصة او الجامعات ومنظمات المجتمع المدني لكي يفهم المواطن ما يمتلكه من حقوق وما عليه من التزامات وتعرفه على الامور الدقيقة في المنافسة وليعلم العاملين في التجارة والاستثمار أسس المنافسة الحقيقية المشروعة مع العلم أن المنافسة لا تقتصر على مجال واحد بل هي تمتد الكثير من القطاعات المهمة والحيوية في أي دولة كما في المصارف والشركات وتجار المفرد وتجار الجملة وغيرهم.

وان وجود مجلس المنافسة باختصاصاته القانونية وصلاحياته في العديد من الدول ومنها العراق له أثر كبير في تحقيق الرقابة والمتابعة على النشاط التجاري والاستثماري المتنوع والقضاء على أي تجمعات غير مشروعة على مستوى التجارة تضر بالتجار والعاملين في هذا المجال أو تضر العملاء والزبائن المستهلكين بذات الوقت .

ثانيا: مشكلة البحث.

سوف يستعرض البحث مواطن قصور الثقافة القانونية للمنافسة لدى ابناء المجتمع العراقي والعاملين في المجال التجاري، وضرورة وضع التشريعات الخاصة والمتطورة الملائمة لكي تتوافق مع قانون المنافسة العراقي، وضرورة تدخل جهات متنوعة لبيان مفهوم المنافسة المشروعة سواء كانت هذه الجهات محلية ام دولية وتوفر الدعم للتجار لتحقيق غايات سياسات المنافسة بغية تحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة في الدولة.

ثالثا: تساؤلات البحث.

- ١- ماهو مفهوم المنافسة التجارية؟
- ٢- بماذا تتميز المنافسة التجارية من غيرها؟
- ٣- ما اهميتها للواقع التجاري والتجار؟
- ٤- كيف يمكن تعزيز ثقافة المنافسة بين كل افراد المجتمع؟

رابعا: منهج البحث وخطته.

سيتم بحث الموضوع من خلال بيان موقف المشرع العراقي وبعض من التشريعات العربية وبعض المنظمات الدولية التي لها علاقة بموضوع المنافسة من خلال عرض الافكار والنصوص وتحليلها والوقوف على اهم المعالجات المطلوبة ومن خلال الخطة الاتية:

المبحث الاول: مفهوم المنافسة التجارية

المطلب الاول: التعريف بالمنافسة التجارية واهميتها

المطلب الثاني: صور المنافسة التجارية

المبحث الثاني: جهات تعزيز حق المنافسة التجارية

المطلب الاول: دور مجلس شؤون المنافسة ومنع الاحتكار العراقي

المطلب الثاني: دور الجهات الدولية في تعزيز حق المنافسة التجارية

المبحث الاول**مفهوم المنافسة التجارية**

ان مصطلح المنافسة من المصطلحات المهمة التي لابد ان يسبر غورها بشكل واضح من خلال المفهوم الاصطلاحي والتشريعي وتوضيح اهم عناصر وخصائص المنافسة التجارية واهم صورها الاساسية واهميتها في الميدان التجاري وذلك من خلال المطالب الاتية:

المطلب الاول**التعريف بالمنافسة التجارية وخصائصها**

من الضروري هنا توضيح تعريف المنافسة وبيان عناصرها وخصائصها المميزة ليتضح لنا الاطار الاساسي للموضوع وذلك من خلال الفرعين الآتيين:

الفرع الاول

تعريف المنافسة التجارية وعناصرها

عرفت المنافسة بانها: نوع من الحرية في ممارسة النشاط الإنساني بصفة عامة والنشاط التجاري بصفة خاصة، والتي يعترف بها المشرع ويضع لها ضوابطها^(١).

وعرفت ايضا: "تنافس بين عدة متعاملين في نفس السوق بغية الوصول إلى الزبائن لإشباع حاجاتهم من المنتجات والخدمات"، فظاهرة المنافسة لا يمكن أن نتصورها إلا في ظل اقتصاد السوق المتمركز على آلية العرض والطلب، وفي مناخ يوفر للمتعاملين هامشا من الحرية، من خلال إتاحة الفرص أمامهم للتعبير عن مبادراتهم الإنتاجية، وإمكانية تطويرها^(٢).

وبناء على ما سبق ان المنافسة تستند على مبدأ حرية المنافسة والاختيار لدى المستهلكين وتزاحم التجار على ترويج أكبر قدر من منتجاتهم أو خدماتهم بشرف وأمانة ووفقا لأحكام القانون والعادات التجارية والاتفاقات الخاصة.

اما من الناحية التشريعية فقد عرف قانون المنافسة ومنع الاحتكار العراقي رقم ١٤ لسنة ٢٠١٠ في المادة الاولى منه عند توضيحه لمصطلح المنافسة بقوله بان المنافسة هي: "الجهود المبذولة في سبيل التفوق الاقتصادي".

يلاحظ ان التعريف انه لم يكن دقيقا بالمعنى القانوني والفني ومنتقد لان المنافسة ليست الجهود عامة كما حددها القانون انما هي الافعال التي تساهم في تحسين المركز الاقتصادي للشخص الذي يمارس اي من الأنشطة الاقتصادية المتنوعة سواء كان هذا النشاط تجاري ام صناعي ام خدمي وايضا ان لفظة الجهود جاءت عامة فقد تكون مشروعة وغير مشروعة وهذا الامر لا يستقيم هنا مع حرية المنافسة التجارية المشروعة، كما ان لفظ المنافسة يدل على التزاحم والمزاحمة وهو الادق^(٣).

واشارت المادة الثانية من القانون العراقي على ان من اهدافه تنظيم المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية الضارة بالمجتمع، وذلك باعتبار أن أعمال المنافسة أمر صحيح ومشروع

^١ د.محمد سعيد، المنافسة غير المشروعة دراسة قانونية وشرعية، مجلة جنوب الوادي، مصر، ع ٦، ٢٠٢١، ص ٣١٠

^٢ د.طيطوس فتحي، حرية المنافسة التجارية: حق بقيود قانونية، مجلة المعيار، الجزائر، م ٢٥، ع ٥٦، ٢٠٢١، ص ٥٢٩.

^٣ د. فاروق ابراهيم جاسم ورؤى محمد، ملاحظات نقدية في قانون المنافسة من الاحتكار رقم ١٤ لسنة ٢٠١٠، مجله الحقوق، كلية القانون الجامعة المستنصرية، العدد ٤٧، ٢٠٢٤، ص ١٠٢. وايضا: د.اكرم محمد حسين، التنظيم القانوني للمنافسة التجارية في القانون العراقي، بحث منشور في مجلة العلوم القانونية، جامعة بغداد، م ٣٠، ع ٢٤، ٢٠١٥، ص ٤

لابد من تنظيمه بشكل دقيق وبالتالي منع الأفعال الضارة وتصرفات غير القانونية التي تضرب المتنافسين في المجال التجاري.

وعرف القانون الاتحادي الاماراتي رقم ٣٦ لسنة ٢٠٢٣ بشأن تنظيم المنافسة مصطلح المنافسة^(١) بأنه مزاوله الأنشطة الاقتصادية وفقا لآليات السوق دون تأثير او تقييد لتلك الآليات يلحق آثارا ضارة التجارة والتنمية ومصلحة المستهلك .

وأشارت المادة الثانية من القانون اعلاه الى ان هدف هذا المرسوم هو حماية وتعزيز المنافسة ومكافحة الممارسات الاحتكارية من خلال توفير البيئة المحفزة للمنشآت وتعزيز الفاعلية والتنافسية ومصلحة المستهلك وكذلك المحافظة على سوق تنافسية محكومة بآليات السوق وما يتفق مع مبدأ الحرية الاقتصادية من خلال حظر الاتفاقات وحظر الأعمال وتصرفاته تفضي الاسياد استغلال الوضع معين و مراقبة عمليات التركيز الاقتصادي وغيرها.

ويتضح لنا أن وجود المنافسة التجارية المتحققة بقيام التجار من أجل ترويج تجارتهم، واجتذاب اكبر عدد للمستهلكين، تؤدي إلى ابتكار التجار لمنتجات وخدمات جديدة وايضا ستساهم في تحسين مستويات إنتاجهم، وخفض الأسعار، مما سيخدم المجتمع .

ونقترح هنا ان يكون تعريف المشرع العراقي للمنافسة بانها بذل الجهود المشروعة وفق القانون واليات تعامل السوق لممارسة الأنشطة الاقتصادية من دون ان يلحق أي اثار ضارة وغير مشروعة على التجارة والمستهلك.

وللمنافسة التجارية عناصر اساسية تتمثل بوجود نشاطان متماثلان ينتجان سلعة أو خدمة متماثلة، وأن يتم ارتكاب الأعمال لمصلحة نشاط آخر، أي بمعنى أن يكون النشاطان قائمين في وقت ارتكاب العمل ويجب أن يكون لمرتكب العمل نشاط يهدف إلى تحقيق مصلحة وإلا غاب عنصر المنافسة ولكي يتوفر عنصر المنافسة لا بد أن يكون لمرتكب العمل مصلحة في تحويل عملاء المحل ضحية العمل إلى محله التجاري الخاص^(٢).

ويتجه اخر لتحديد العناصر بالاتي^(٣):

١-عناصر المتجر المادية والمتمثلة بالبضائع والسلع والخدمات وغيرها .

^١ المادة (١) من القانون .

^٢ د.طيطوس فتحي ، مصدر سابق، ص٥٣٤ . وايضا: د. أحمد عبد الحسين كاظم الياسري و حسن ضعيف حمود المعموري، الحماية القانونية من المنافسة غير المشروعة دراسة في القانون العراقي، مجلة المحقق الحلي للعلوم القانونية والسياسية العدد الثالث، ٢٠٢٠، ص٣١٨ .

^٣ حسام محمد عمر أبو هلال، المنافسة غير المشروعة للعلامات التجارية دراسة مقارنة، رسالة ماجستير، القدس فلسطين، ٢٠٢١، ص١٠.

٢-العناصر المعنوية وحق المنافسة عنصر لصيق بالتاجر، ويمثل إبداعه وأفكاره في استغلال عناصر المتجر الأخرى المادية منها والمعنوية لتكوين سمعه تجارية له يجذب بها الزبائن .

الفرع الثاني

خصائص المنافسة التجارية

تتمثل اهم خصائص المنافسة التجارية بالتالي:

- ١- تكون المنافسة مشروعة عندما تنبع من الحق الأصل الذي يتمتع به كل إنسان في ممارسة التجارة، فطالما كانت ممارسة التجارة بعمل كل ما هو مشروع أمرا فإنه يجب التسليم بحرية الأفراد والمشروعات التي تمارس هذه التجارة بكل ما هو مشروع لجذب العملاء^(١).
- ٢- يفرض حق المنافسة نفسه باعتبارها قيمة موضوعية، والحق في المنافسة تفترض وجود عدد كبير جدا من المشاريع، ليس لكل منها تأثير بمفرده على قوى السوق نظرا لصغر حجم كمية المنتجات التي ينتجها كل مشروع.
- ٣-حرية المنافسة هي التي تسمح للتجار باللجوء إلى السوق للتنافس مع الآخرين.
- ٤-إن حرية المنافسة تتجسد في الواقع العملي في جذب الزبائن، وحرية المنافسة وهي حق يؤكد القانون لكن ليس بصفة مطلقة بل ترد عليه قيود تحد منه وذلك لتفادي الاستعمال السيئ والسلوكيات الغير مشروعة لبعض المتعاملين في السوق فمبدأ حرية المنافسة لا يسمح باستعمال كل الوسائل للتنافس بل لابد من احترام الممارسات التجارية المشروعة^(٢).
- ٥- إن مبدأ المنافسة يمنح كل تاجر لحق في استعمال كل الوسائل التي يراها مناسبة لاستقطاب الزبائن، وذلك ببحثه المتواصل لإيجاد افضل الطرق لتحسين منتوجه و خدمته.
- ٦-إن حرية المنافسة من المبادئ المستقر عليها في الأنشطة التجارية، إلا أن هذه الحرية لا تترك على إطلاقها بل لا بد من تقيدها وذلك لتفادي المنافسة الغير مشروعة ويتم ذلك بمقتضى القانون الذي يوفر للتجار الحرية مما يتيح الفرص أمامهم من أجل عرض مبادراتهم الإنتاجية من نشاطات الإنتاج والتوزيع والخدمات قصد تموين المستهلك بحاجاته، ويتم ذلك في إطار قانوني منظم^(٣).

^١ بهذا المعنى يراجع: حسنين مكي، الممارسات التجارية الحسنى بين الدولة والقطاع الخاص كوسيلة لمكافحة الفساد في شركات القطاع الخاص، مجلة الكوفة، جامعة الكوفة كلية القانون، م٤٤، ٢٤، ٢٠٢٠، ص٢٩٤

^٢ د.اكرم محمد حسين، التنظيم مصدر سابق، ص٥

^٣ د.طيطوس فتحي، مصدر سابق، ص٥٣٤. وايضا: د. فاروق ابراهيم جاسم ورؤى محمد، مصدر سابق، ص٩٧ و١٠١.

المطلب الثاني

اهمية وجود المنافسة التجارية وصورها

يتطلب البحث هنا بيان اهمية المنافسة واهم صورها ووفقا للفرعين الآتيين:

الفرع الاول

اهمية المنافسة التجارية

ان وجود المنافسة في العمل التجاري لم يأت من فراغ بان يبرز لنا اهمية هذا المبدأ والحق في الميدان التجاري وكما يلي:

١- لا يخفى على أحد ما لهذه المنافسة من آثار حسنة تتجلى في تقدم التجارة، وازدهارها وفي تعميم الرفاه وتحسين الإنتاج لأنها تقوم على الأخلاق والشرف والاستقامة والخلق والإبداع، إلا أن المنافسة كعمل مشروع، قد تتعدى حدودها الطبيعية لتتحول إلى عمل غير مشروع نتيجة لجوء البعض إلى وسائل تنافى وأعراف وعادات التجارة وتنافى والشرف المهني، وهنا تكون أمام ما يسمى بالمنافسة الغير مشروعة^(١).

٢- تؤدي المنافسة الى تحقيق مزايا اقتصادية عديدة أبرزها انخفاض الأثمان، وارتفاع القيمة الحقيقية للنقود وتحقيق جودة عالية للسلع والخدمات وبالتالي ازدهار التجارة ورفاهية الجمهور^(٢).
٣- إن المنافسة تتعلق بآداب السلوك، اذ اطلق عليها ديمقراطية النشاط الاقتصادي، إذ يجب أن تسود مبادئ الديمقراطية الثلاثة: الحرية، العدالة، والمساواة فالمنافسة المشروعة تعمل على ازالة الشعور بالغرور والسمو، أي شعور التاجر المنافس كأنه هو الملك وحده على الساحة، وبذل الجهد في سبيل التفوق فالمنافسة تؤدي إلى ازدهار المشاريع وتقدمها، وهي دافع للابتكار ومحفز للإبداع، فالهدف منها اجتذاب أكبر عدد من العملاء حتى يتسنى بيع منتجات و سلع أكثر^(٣)

٤- تعد المنافسة روح التجارة بل هي محرك الحريات الاقتصادية للأفراد والجماعات، ورغم تواجدها بين التجار والمنتجين في ميدان التجارة والصناعة فهي ضرورية لتقدم الإنتاج في ميادينه المختلفة ولنمو التجارة الداخلية والخارجية^(٤)

^١ د. رحاب محمود، القانون التجاري السعودي، ط١، مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع، مصر، ٢٠١٦، ص ١١٣.

^٢ د. محمد سعيد، مدر سابق، ص ٣١١

^٣ د. نعيم جميل صالح سلامة، الاطار القانوني للمنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية، بحث منشور في مجلة العلوم القانونية/ كلية القانون - جامعة بغداد / العدد الثاني ٢٠١٩، ص ١٣٤

^٤ د. لطيف جبر كوماني، القانون التجاري، مكتبة السنهوري، بغداد ٢٠١٨، ص ١٥٣.

الفرع الثاني صور المنافسة التجارية

تتركز صور المنافسة التجارية^(١) بالآتي:

- ١- المنافسة المباشرة: عندما تقوم الشركات المتنافسة ببيع نفس المنتج أو الخدمة مثال: عندما يكون المستهلك عطشاً ويرغب في شراء المياه، يكون لديه الخيار لشراء علامة تجارية من ٣ أو ٤ علامات تجارية مختلفة متوفرة بالسوق .
 - ٢- منافسة غير مباشرة: عندما تقوم الشركات المتنافسة ببيع المنتجات والخدمات التي تلبي حاجة معينة في تخصص دائرة أوسع.
- اذ عندما يكون الزبون عطشاً، يكون لديه الخيار لشراء الماء أو العصير أو المياه الغازية. الشركات المنتجة لهذه المنتجات هي منافسة غير مباشرة.

المبحث الثاني

جهات تعزيز حق المنافسة التجارية

ان حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية تتوقف على دور الجهة الإدارية المختصة بتنفيذ القواعد الخاصة بالمنافسة، وتتباين القوانين في تحديد الجهة المختصة بتنفيذ قواعد المنافسة بالنظر الى الظروف الخاصة بكل دولة، والتي تتحكم في تحديد آلية عمل الجهة الإدارية والصلاحيات التي تمارسها في التحقق من وجود اخلافاً بقواعد المنافسة التجارية.

وسنخصص هذا المبحث لبيان التشكيل الإداري لمجلس شؤون المنافسة وآلية عمله في المطلب الأول، ونبحث في المطلب الثاني دور الجهات الدولية في تعزيز حرية المنافسة التجارية.

المطلب الأول

دور مجلس شؤون المنافسة ومنع الاحتكار

ان وجود جهات إدارية متخصصة في المجال التجاري والاقتصادي تقوم مقام الدولة بمتابعة الأنشطة التجارية، وفرض الرقابة عليها وضبط سلوكها في السوق يحتاج لبيان مفهوم هذه الجهات من خلال التعرف على جذور نشأتها الأولى ومن ثم التركيز على بيان صلاحياتها، وذلك من خلال الفرعين الآتيين:

الفرع الأول: تأسيس مجلس شؤون المنافسة ومنع الاحتكار

الفرع الثاني صلاحيات مجلس شؤون المنافسة ومنع الاحتكار

^١ رأفت أبو شعبان، المنافسة التجارية، مقالة منشورة بتاريخ ٢٠٢٢/٠٧/١٠ وعلى الموقع:

<https://riable.com/read/competition/ar>

الفرع الأول

تأسيس مجلس شؤون المنافسة ومنع الاحتكار

أنشئ مجلس شؤون المنافسة ومنع الاحتكار سنة ٢٠٢٣، ويهدف المجلس الى ضمان حرية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية بكافة اشكالها، والعمل على ضمان الالتزام بأحكام قانون المنافسة العراقي، وهو جهة رقابية تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي والإداري^(١) ويرتبط بمجلس الوزراء بشكل مباشر، وهو أنشئ ليكون الجهة المسؤولة عن تطبيق قانون المنافسة ومنع الاحتكار في الأسواق، والتأكد من أن العاملين بالسوق يمارسون النشاط الاقتصادي على النحو الذي لا يضر بالمنافسة، وأن الأدوات التنظيمية والتشريعات القانونية الصادرة من قبل الجهات الحكومية والتشريعية في الدولة ليست من شأنها الضرر بالمنافسة أو بمبدأ الحياد التنافسي. وان مسألة الاستقلال الإداري والمالي لهيئات المنافسة او مجالس المنافسة تعد من جانب اخر مسألة نسبية بين الدول، فمن الدول من يمنح الاستقلالية التامة لهذه السلطات، ومنها من تمنحها استقلالية شبه تامة أو متعلقة بمجالات محددة^(٢) وقد عرف الفقه المجالس و الهيئات الإدارية المستقلة بانها عبارة عن هيئات وطنية لا تخضع لا لسلطة رئاسة الدولة ولا للوصاية الإدارية وتمتع بالاستقلالية التامة من جميع النواحي وعن كل سلطات الدولة الثلاث (التشريعية، التنفيذية، القضائية) مع خضوعها للرقابة القضائية^(٣)

ويلاحظ ان الطبيعة المستقلة لمجالس وهيئات المنافسة تجعلها تتمتع بالسلطة، وهذه السلطة تنصرف للتسلط والسيطرة والتحكم^(٤) أي ان هذه الهيئات والمجالس لا تكون جهة استشارية بل تتمتع بعدة صلاحيات متنوعة ومختلفة للقيام بوظيفتها المكلفة بها، من خلال فرض سلطتها بالرقابة والردع وضبط السوق، فهي قد تباشر صلاحيات تشريعية، من خلال ما تصدره من قرارات وتعليمات تنفيذ القانون، وقد تباشر صلاحيات تنفيذية تعجز عن ادارتها السلطة التنفيذية مفردا لذا تمنح لمجالس المنافسة كجهة متخصصة إدارة قطاع او مرفق معين، وتمارس ايضاً صلاحيات قضائية عن طريق اصدار بعض التدابير الأولية ومناقشة توصيات معينة مع المخالفين^(٥) أي

(١) انظر المادة (٤/أولاً) من قانون المنافسة ومنع الاحتكار رقم ١٤ لسنة ٢٠١٠ والتي تنص على "يشكل مجلس يسمى مجلس شؤون المنافسة ومنع الاحتكار يتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي ويرتبط برئاسة الوزراء"

(٢) تجدر الإشارة ان النموذج الأوروبي والامريكي لهذه السلطات توسع في منح الاستقلالية بعكس الدول العربية
(٣) عز الدين العيساوي، المكانة الدستورية للهيئات الإدارية المستقلة، بحث منشور في مجلة الاجتهاد القضائي، ص ٢٠٤

(٤) ارشد إبراهيم عبد الملاك، الطبيعة القانونية لأجهزة حماية المنافسة، بحث منشور في المجلة القانونية، كلية الحقوق- جامعة الزقازيق، ص ٤٠

(٥) موسى الكحال، مجلس المنافسة وضبط النشاط الاقتصادي، رسالة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة محمد بوقوة بومرداس، ٢٠٠٩، ص ٣٧

تتعدد الصلاحيات الفعلية لمجالس المنافسة حيث ان هذه المجالس تباشر مجموعة من السلطات التشريعية والتنفيذية والقضائية التي تتواجد في مدار عملها، وهذا يمكن عدة من وجهة نظرنا استثناء عن الأصل الذي يذهب الى عدم جواز الجمع بين السلطات بيد جهة واحدة، ومع ذلك يبرر منح هذه المجالس مثل تلك الصلاحيات الواسعة والاستثنائية لكي تتمتع بقدر من المرونة والكفاءة العالية لأداء دورها في القطاعات التي تتولاها^(١) ومن المبررات الأساسية لوجود الاستقلال لمجالس المنافسة تتمثل في تنوع وتعقد المشكلات على الصعيد الاقتصادي مما يستوجب الابتعاد عن القيود الإجرائية القضائية وإيجاد حلول سريعة ومناسبة للتصدي لها.

اما بخصوص تشكيل مجلس شؤون المنافسة ومنع الاحتكار، فيتكون المجلس من رئيس بدرجة وكيل وزير وثلاثة أعضاء بدرجة مدير عام يمثلون عدد من الوزارات، فضلا عن عضو بدرجة خبير يمثل الجهاز المركزي للتقييس والسيطرة النوعية، وأربعة أعضاء يمثلون جهات مختلفة، ليكون مجموع أعضاء المجلس بعد إضافة نائب رئيس المجلس الذي يعينه رئيس مجلس الوزراء (١٠) أعضاء، استناداً الى المادة (٤/ثانياً) من قانون المنافسة رقم ١٤ لسنة ٢٠١٠ والتي تنص على

"ثانيا - يرأس المجلس شخص متفرغ بدرجة وكيل وزارة له خبرة كافية في شؤون السوق والامور المتعلقة بالمنافسة ومنع الاحتكار وتطبيقاتها القانونية ويحمل شهادة جامعية اولية في الاقل ولرئيس مجلس الوزراء اختيار نائب لرئيس المجلس .

ويتألف المجلس من :

١ - اعضاء بدرجة مدير عام يمثلون الجهات الاتية :

١ - وزارة الصناعة والمعادن .

٢ - وزارة التجارة .

٣ - وزارة الاتصالات .

ب- عضو بدرجة خبير او ما يعادله يمثل الجهاز المركزي للتقييس والسيطرة النوعية / وزارة التخطيط والتعاون الانمائي .

ج - اعضاء يمثلون الجهات الاتية :

١ - اتحاد الغرف التجارية والصناعية .

٢ - اتحاد الصناعات العراقي .

(١) ياسر باسم ذنون، السلطات الإدارية المستقلة ودورها في حسم المنازعات (مجلس المنافسة انموذجاً) دراسة مقارنة، مجلة كلية القانون للعلوم القانونية والسياسية، كلية القانون، جامعة الشارقة، ص ٢١٠

٣- مجلس حماية المستهلك .

٤- نقابة المحاسبين والمدققين العراقية .

٥- موظف من ذوي الخبرة والاختصاص يعينه رئيس المجلس ويكون مقررا لها ."

يلاحظ تغلب الجانب الحكومي المتمثل بوزارة الصناعة والتجارة و الاتصالات وكذلك عضو بدرجة خبير يمثل وزارة التخطيط في تشكيل المجلس على أي جانب آخر، كما ان القانون فسح المجال امام الجهات ذات العلاقة بالمنافسة والمتمثلة باتحاد الغرف التجارية والصناعية واتحاد الصناعات العراقية ومجلس حماية المستهلك واخيراً نقابة المحاسبين والمدققين العراقية من المشاركة في تشكيل المجلس.

ونتفق مع المشرع العراقي في ذكر صفات الشخص الذي يتولى رئاسة المجلس بضرورة ان يكون على معرفة ودراسة بشؤون السوق، وامور المنافسة، وان يكون حاصل على شهادة أولية وهو من طبائع الأمور كون المجلس يعنى بتنظيم المنافسة التجارية، لكن نختلف مع المشرع العراقي بسبب غياب التشكيل القضائي في المجلس لاسيما ان الطبيعة القضائية والقانونية للمجلس تغلب الطبيعة الإدارية، فكيف يكون جميع أعضاء المجلس من الجهات الإدارية في الدولة، ولا يتفق موقف المشرع مع غيره من قوانين المنافسة الأخرى، على سبيل المثال نصت المادة (II-١-٤٦١ L) من القانون الفرنسي على ان يضم مجلس المنافسة ستة أعضاء من القضاة من اصل سبعة عشر عضواً الامر الذي يجعل من مجلس المنافسة هيئة قانونية قضائية وان تخلله أعضاء من غير القضاة، ومن الجدير بالذكر ان العديد من القوانين العربية نهجت ذات النهج، فبحسب ما جاء في المادة (١١/ب) من قانون المنافسة السوري، يتألف مجلس المنافسة من ثلاثة عشر عضواً، ويجب ان يعين ثلاثة من أعضائه من بين القضاة حصراً، لذا نرى ضرورة وجود عدد من القضاة ضمن تشكيل مجلس شؤون المنافسة ومنع الاحتكار.

كما يتضح ان القانون لم يحدد الجهة التي تتولى تعيين أعضاء المجلس باستثناء نائب الرئيس الذي نصت المادة الرابعة تعيينه من قبل رئيس مجلس الوزراء، ولم يحدد القانون الشروط الواجب توافرها في أعضاء المجلس، وبما ان عمل المجلس ذو طابع قانوني اقتصادي، فنرى ضرورة ان يشترط في الأعضاء ان يحملوا شهادة جامعية عليا في القانون والاقتصاد وان يمتلكوا خبرة في مجال عمل المجلس.

الفرع الثاني

صلاحيات مجلس شؤون المنافسة ومنع الاحتكار

حددت المادة (٧) من قانون المنافسة العراقي اختصاصات مجلس شؤون المنافسة ومنع الاحتكار وهي كالآتي :

اولا : اعداد الخطة العامة للمنافسة ومنع الاحتكار ومشروعات التشريعات ذات الصلة بالمنافسة ومنع الاحتكار مع الجهات ذات العلاقة .

ثانيا : العمل على نشر ثقافة المنافسة ومنع الاحتكار وحمايتها وتشجيعها .

ثالثا : تقصي المعلومات والممارسات المخلة بقواعد المنافسة ومنع الاحتكار بالتعاون مع الجهات ذات العلاقة وفق احكام التشريعات .

رابعا : اجراء التحقيقات في الممارسات التي تكشفها او بناء على ما تتلقاه من شكاوي واخبارات او تلك التي تكلفها بها المحكمة واعداد التقارير عن نتائجها .

خامسا : اصدار توجيهات بالمسائل المتعلقة بعملها وذلك من تلقاء نفسها او بناء على طلب من الجهات ذات العلاقة .

سادسا : اصدار دليل بكل ما يتعلق بقضايا الاحتكار والاندماج والممارسات التجارية المقيدة .

سابعا : الاستعانة بالخبراء او المستشارين لانجاز اي من الاعمال التي تدخل ضمن اختصاصها .

ثامنا : التنسيق والتعاون مع الجهات المماثلة خارج العراق في مجال تبادل المعلومات والبيانات وما يتعلق بتنفيذ قواعد المنافسة ومنع الاحتكار في حدود ما تسمح به المعاهدات الدولية شرط المعاملة بالمثل .

تاسعا : رفع تقرير سنوي الى مجلس الوزراء عن وضع المنافسة ومنع الاحتكار .

يلاحظ من المادة المذكورة أعلاه، يتمتع مجلس شؤون المنافسة ومنع الاحتكار العراقي بصلاحيات عديدة منها، صلاحيات إدارية تتمثل باعداد الخطة العامة للمنافسة وعمل دراسات واقتراح التشريعات ذات الصلة بالمنافسة ومنع الاحتكار مع الجهات ذات العلاقة، اما فيما يتعلق بصلاحيات المجلس باجراء التحقيق وكشف الممارسات الضارة والتي تشكل اخلافاً بالمنافسة، يلاحظ ان المشرع العراقي في قانون المنافسة رقم ١٤ لسنة ٢٠١٠ لم يبين إجراءات البحث والتقصي، اذ يخلو القانون من مادة مستقلة تبين فيها الإجراءات الواجب اتباعها لتحقيق من وقوع مخالفات لنصوص القانون^(١).

(١) اسراء خضر العبيدي، المنافسة والممارسات المقيدة لها في ضوء احكام قانون المنافسة ومنع الاحتكار رقم ١٤ لسنة ٢٠١٠، ص ٢١

لكن يمكن الاستناد لبعض الفقرات لبيان دور مجلس شؤون المنافسة ومنع الاحتكار في التحقق من وقوع الممارسات الضارة بالمنافسة، فالفقرة الثالثة من المادة المذكورة أعلاه نصت على "تقصي المعلومات والممارسات المخلة بقواعد المنافسة ومنع الاحتكار بالتعاون مع الجهات ذات العلاقة وفق احكام التشريعات" وبهذا يكون على المجلس القيام بإجراءات البحث والتقصي عن المعلومات الضرورية لكشف الممارسات الضارة بالمنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية، وعلى الجهات سواء كانت حكومية او غير حكومية التعاون مع المجلس في سبيل الحصول على تلك المعلومات، اذ تحتاج الجهة المختصة في المجلس عن إجراءات البحث والتقصي الاطلاع على المستندات او السجلات ذات العلاقة بعمل الجهة.

وكذلك يفهم من الفقرة الرابعة من المادة السابقة والتي قررت قيام المجلس بإجراء التحقيقات في الممارسات التي تكشفها او بناء على ما تتلقاه من شكاوى واخباريات او تلك التي تكلفها بها المحكمة واعداد التقارير عن نتائجها، وبهذا فإن قيام المجلس بإجراء التحقيق يكون بناء على طلب ثلاث جهات، الأولى من المجلس نفسه اذ يقوم بإجراء الكشف والتفتيش من تلقاء نفسه عند وجود مؤشرات على وقوع ممارسات ضارة بالمنافسة، والثانية عن طريق البلاغات المقدمة اليه من قبل الآخرين ، والأخيرة تكون من قبل المحكمة التي تكلف المجلس بإجراء التحقيق بشأن مخالفة معينة تحتاج فيها الى تدخل المجلس.

واعطت المادة (٨) من قانون المنافسة ومنع الاحتكار رقم ١٤ لسنة ٢٠١٠ الحق للجان الدخول خلال ساعات العمل الى المحال التجارية والمكاتب والشركات ذات العلاقة لإجراء المعاينة والتفتيش والاطلاع على السجلات والمستندات بما فيها ملفات الحاسوب والاحتفاظ بأي منها او بنسخ عنها مقابل اشعار بالتسليم على ان يثبت ما يتم الاحتفاظ به بمحضر واعادتها عند الانتهاء من تدقيقها خلال ٣٠ يوماً من تاريخ التسليم، ويلاحظ ان ذات الوظائف هذه قد منحتها القوانين المنافسة في الدول الأخرى صفة الضبط القضائي للمختصين من القانونيين القائمين بها، لكن لم ينظم المشرع العراقي في قانون المنافسة منح صفة الضبط القضائي.

المطلب الثاني

دور الجهات الدولية في تعزيز حرية المنافسة التجارية

مما لا شك فيه ان حرية المنافسة التجارية اصبحت اليوم اساساً ومحركاً للحياة الاقتصادية، وان الاسواق التنافسية هي المحققة لمصالح المستهلكين والمنتجين على حد سواء، فهي التي تسمح للمستهلك بالحصول على سلع ذات الجودة العالية بأفضل الاسعار، كما ان توفر مبدأ حرية المنافسة هو الذي يعطي للمنتج الدافع والحافز لرفع مستويات انتاجه عن طريق ادخال المستلزمات والتقنيات الحديثة والمتطورة في الانتاج لتحسين ورفع درجة الجودة والنوعية للسلع المنتجة، لذلك اصبحت الحاجة ملحة للعمل على حماية حرية المنافسة المشروعة، وعليه قسمنا المطلب على فرعين، نبحت في الفرع الاول عن مفهوم حرية المنافسة، ونخصص الفرع الثاني لبيان دور الجهات الدولية وسلطات المنافسة في حماية حرية المنافسة.

الفرع الاول

مفهوم حرية المنافسة

ان حرية المنافسة تعني السماح للشركات بالتنافس بحرية في السوق باستخدام وسائل مشروعة يكون الغرض منها جذب العملاء لشراء منتجاتهم المتميزة بجودتها واسعارها المناسبة دون استخدام وسائل تضليل او استعمال وسائل غير مشروعة او تعني السماح للشركات بالتوسع في السوق وزيادة حصتهم السوقية وذلك نتيجة تفوقهم الاقتصادي^(١).

ومن الجدير ذكره، يترتب على حرية المنافسة تحقيق منافع لبعض المشروعات المتنافسة مما يؤدي ذلك الى تحقيق اضرار للبعض الاخر من تلك المشروعات، لكن ان مثل تلك الاضرار لا يمكن الاستناد اليها لتوجيه اللوم والعقاب ويرجع ذلك الى ان المنافسة هنا قد تمت بوسائل قانونية ودون الاخلال بالعادات والاعراف التجارية ومن ثم فهي منافسة مشروعة لا يعاقب عليها القانون ولا يعتبر فاعلها مرتكباً للخطأ بل على العكس من ذلك يشجع الافراد والمشروعات ويحثهم عليها لما ينتج عن ذلك نتائج ايجابية بالنسبة للاقتصاد القومي للبلاد^(٢).

ويظهر التكريس الفعلي لمبدأ حرية المنافسة من خلال مظهرين يعدان عماد نظام اقتصاد السوق الحر، وهذان المظهران يتمثلان في حرية التجارة وحرية الاسعار، وسيتم بيان المقصود بحرية التجارة وحرية الاسعار:

(١) ندئ كاظم المولى، المنافسة المشروعة والمنافسة الغير مشروعة، ص ٢٢٣
(٢) احمد سالم البيضا، المنافسة الغير مشروعة والحماية القانونية للمتضرر منها في التشريعات الأردنية، ٢٠٠٧، ص ١٠

أولاً: حرية التجارة

ان مبدأ حرية التجارة معناه ان يكون لكل شخص حرية الاتجار متى توافرت الشروط اللازمة لذلك، وينعكس هذا المبدأ على حرية المنافسة التي تؤتي ثمارها وتنعكس فوائدها على المستهلك والتاجر والمجتمع في ان واحد، وكان الظهور الاول لمبدأ حرية التجارة في فرنسا وهو يعتبر من نتائج المرحلة الثورية، حيث ظهر هذا المبدأ بعد الثورة مباشرة من خلال قانون جبائي وهو القانون الصادر مابين ١٧/٢ مارس ١٧٩١ المعروف بمرسوم AIIATRDES والذي يعتبر اول نص مؤسس لهذا المبدأ في القانون الوضعي، اضافة الى قانون CHAPELIER الصادر ما بين ١٧/١٤ يونيو ١٧٩١ والذي ساهم في تأكيد هذا المبدأ، وهو يندرج ضمن نفس المرحلة الثورية^(١).

وان القيمة القانونية لمبدأ حرية التجارة تتغير وفقاً لسياسة اقتصادية لكل دولة، ففي بعض الاحيان يمنع الشخص من ممارسة التجارة اصلاً حتى لو كانت بوسائل مشروعة ويحدث ذلك عندما تتدخل لدولة بقوانين خاصة تمنع بها المنافسة قاصدة من وراء ذلك حماية المستهلك، ولعل من اهم صور تدخل الدولة لمنع المنافسة تلك القوانين التي تحدد اسعار بعض السلع والخدمات في ظروف معينة، وهذا ما اقتضت به الفقرة الثانية من المادة الثالثة من قانون المنافسة العراقي رقم ١٤ لسنة ٢٠١٠ بعد ان بينت في الفقرة الأولى نطاق سريان هذا القانون على أنشطة الانتاج والتجارة والخدمات التي يقوم بها الاشخاص الطبيعية والمعنوية داخل العراق او اية أنشطة اقتصادية تتم خارج العراق وتترتب عليها اثار داخله، حيث جاءت الفقرة الثانية ونصت على يستثنى من حكم البند (اولا) من هذه المادة القرارات التي تصدرها وزارة الصناعة والمعادن ووزارة التجارة بناء على تخويل من مجلس الوزراء في تحديد اسعار السلع والخدمات الأساسية بناء على قيام ظرف استثنائي طارئ وللمدة التي يتطلبها ظرف المذكور

يلاحظ ان مبدأ حرية التجارة والمنافسة ذو مفهوم واسع ومتغير وفقاً للطبيعة الاقتصادية لكل دولة، فأن السماح للأشخاص الطبيعية والمعنوية في الدخول للأسواق وممارسة الأنشطة الاقتصادية دون قيد او شرط لا يمنع الدولة من وضع استثناء محدد بوقت معين ومرهون بتحقيق ظروف طارئة يمنعهم من المنافسة و التجارة وان كانت الوسائل المستخدمة مشروعة.

(١) رافع لموي، مبدأ حرية المنافسة في التشريع الجزائري، بحث منشور في مجلة الشريعة والاقتصاد، المجلد الثامن، العدد الأول، سنة ٢٠١٩، ص ٣٣٣

ثانياً: حرية الاسعار

يعتبر مبدأ حرية الاسعار من اهم المبادئ التي تقوم عليها حرية المنافسة، اذ يعتبر السعر هو المتحكم الاول في المنافسة والمنسق بين المنتجين والمستهلكين، ويقصد بالسعر هو تلك القيمة النقدية المعطاة لسلعة او خدمة معينة، حيث تتمثل فيه قيمة التكلفة وهامش الربح بمعنى ان سعر السلعة هو التعبير النقدي من جانب العرض وللسعر اهمية بالغة في المنافسة اذ يؤثر في كمية المبيعات كما يعد مؤشر على الجودة لذلك كثير ما تلجأ الشركات والمؤسسات ذات القوة الاقتصادية الى استخدام السعر للمحافظة على قوتها ولاكتساب اكبر نصيب ممكن في السوق وصولاً الى احتكارها، فقواعد المنافسة تحقق الموازنة بين حرية الأسعار من جهة وبين عدم استخدام حرية التسعير للوصول الى اهداف احتكارية لذلك حظرت قوانين المنافسة الممارسات التسعيرية الضارة والتي تؤدي الى تضيق المنافسة التجارية، حيث اصبح تحديد السعر لا يخضع الى العملية الحسابية بل الى عملية معقدة يخذ في الحسبان سلوك المستهلك والمتنافسين وطبيعة السوق^(١).

الفرع الثاني

دور الجهات الدولية وسلطات المنافسة في حماية حرية المنافسة

للجهات الدولية دوراً مهماً في تعزيز حرية المنافسة على المستوى العالمي، وذلك من خلال وضع الأطر القانونية والتنظيمية التي تضمن بيئة تنافسية عادلة وفعالة، فضلاً عن الدور التعاوني لسلطات المنافسة، وعليه سيتم بيان اهم الجهات الدولية ذات الصلة بالمنافسة أولاً، ومن ثم نبحت في دور سلطات المنافسة.

اولاً :- الجهات الدولية ذات الصلة بالمنافسة

١. الاتفاقات الدولية مثل ميثاق هافانا واتفاقية روما كانت من أوائل الجهود لتعزيز حرية المنافسة، ميثاق هافانا، الذي تم تبنيه في عام ١٩٤٧، وضع أسساً لمنع الممارسات التجارية التقييدية التي تؤثر على التجارة الدولية واتفاقية روما لعام ١٩٥٧، التي أسست السوق الأوروبية المشتركة، تضمنت مبادئ لحماية المنافسة ومنع الاحتكار، مما ساهم في تعزيز حرية المنافسة داخل الدول الأعضاء.

(١) الهام بوجلاس، الحماية القانونية للسوق في ظل قواعد السوق، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الاخوة المنتوري، ٢٠١٦ ٢٠-٧ ص ٤٣

٢. منظمة التجارة العالمية (WTO) تلعب دوراً مهماً في تنظيم المنافسة العادلة على المستوى الدولي، إذ تهدف المنظمة الى حرية التجارة بين الدول الأعضاء وضمان عدم وجود ممارسات تقييدية ضارة بالمنافسة، وتعمل المنظمة على وضع قواعد ومبادئ تضمن حرية التجارة والمنافسة بين الدول.

٣. مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (UNCTAD) يعمل مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية على وضع قواعد ومبادئ لتنظيم التجارة الدولية وتعزيز المنافسة، يهدف المؤتمر الى ضمان عدم وجود ممارسات احتكارية ضارة بالمنافسة العادلة، مما يسهم في تعزيز حرية التجارة الدولية

٤. اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا (الإسكوا) تعمل الإسكوا على تعزيز سياسات المنافسة في المنطقة العربية من خلال تنظيم منتديات مثل منتدى المنافسة العربي، وتهدف هذه المنتديات إلى تبادل المعرفة وأفضل الممارسات بين الدول الأعضاء، وتعزيز التعاون والتنسيق في مجال المنافسة.

٥. منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي (OECD) تساهم منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي في تعزيز المنافسة من خلال وضع معايير وسياسات تساعد الدول الأعضاء على تحسين قواعد المنافسة، وتعمل المنظمة على تقديم توصيات وسياسات تساعد في منع الممارسات الاحتكارية وتعزيز المنافسة العادلة^(١).

ثانياً:- الدور التعاوني لسلطات المنافسة

تعزيزاً لدور مجالس وهيئات المنافسة في تحقيق اسمى أهدافها المتمثلة بحماية حرية المنافسة التجارية، فقدت عمدت التشريعات على منح سلطات المنافسة صلاحية التعاون والتنسيق مع الجهات المماثلة في مجال مكافحة الممارسات الاحتكارية الضارة مثل الاتفاقيات الافقية والرأسية، وكذلك تبادل المعلومات والخبرات التي تساهم في رفع قدرة العاملين ضمن أجهزة المنافسة، فقد نص المشرع الفرنسي بموجب المادة (٩/٤٦٣) من القانون التجاري على "يجوز لهيئة المنافسة في حدود اختصاصها وبعد الحصول على معلومات مسبقة من وزير الاقتصاد ان ترسل المعلومات او الوثائق التي تجمعها الى المفوضية الاوربية او الى هيئات المنافسة في الدول الأخرى بناءً على طلبها، شريطة المعاملة بالمثل"

(١) هيثم هاني ابوكركي، تنظيم المنافسة ومنع الاحتكار ضمن اتفاقية منظمة التجارة العالمية، أطروحة دكتوراه مقدمة إلى كلية القانون، كلية الدراسات العليا، الأردن، ٢٠١٥، ص ١٠٢

وقد أجاز المشرع العراقي لمجلس المنافسة في المادة (٧/ثامناً) صلاحية التعاون والتنسيق مع الجهات المماثلة الخارجية وذلك في مجال التبادل المعلوماتي وكذلك في الجوانب المتعلقة بتنفيذ قواعد المنافسة ومنع الاحتكار شرط الالتزام بما تسمح به المعاهدات الدولية ومبدأ المعاملة بالمثل. يلاحظ ان صلاحية التعاون والتنسيق بين مجالس المنافسة صلاحية مهمة جدا للحد من الممارسات الضارة بالمنافسة والعابرة للحدود أي التي تمتد اثارها الى حدود دول اخرى ولتوفير اكبر قدر من الحماية والتي لا يمكن تحقيقها دون وجود دور تعاوني لسلطات المنافسة.

الخاتمة

اولاً: النتائج.

- ١-عالج المشرع العراقي المنافسة بقانون خاص منذ عام ٢٠١٠ وتشكل مجلس شؤون المنافسة عام ٢٠٢٣ .
 - ٢-عرف المشرع العراقي المنافسة بتعريف غير واضح يكتنفه الغموض.
 - ٣-تمثل المنافسة اهمية كبرى واساسية في ايجاد جهات معينة اساسية لنشر وتعزيز المنافسة بين افراد المجتمع والمتخصصين في هذا المجال.
 - ٤-حرية المنافسة يمثل اساسا واقعا وعملي وهو مبدا ليس بالمطلق انه يتقيد بقيود مهمة اساسية وهي عدم التجاوز والاضرار بالآخرين لتحقيق المنافسة غير المشروعة
- #### ثانياً: التوصيات.

- ١-ضرورة تعديل نص المادة الاولى من قانون المنافسة ومنع الاحتكار العراقي ليكون تعريف المشرع العراقي للمنافسة بانها بذل الجهود المشروعة وفق القانون واليات تعامل السوق لممارسة الانشطة الاقتصادية من دون ان يلحق أي اثار ضارة وغير مشروعة على التجارة والمستهلك.
- ٢-تعزيز جهود مجلس المنافسة العراقي في تفعيل ادوات الرقابة والارشاد في مجال الانشطة التجارية لتفعيل ثقافة المنافسة التجارية من خلال الورش والمؤتمرات العلمية .
- ٣-نشر ثقافة المنافسة التجارية الحرة المميزة بعيدا عن الافعال غير المشروعة من خلال مؤسسات الدولة المعنية ذات الشأن والجامعات من خلال اقامة الورش والندوات والمؤتمرات التي تهتم بمجال المنافسة وتوضيح مفاهيمها العامة والدقيقة للكافة.
- ٤-توظيف وسائل الاعلام المختلفة في الدولة لتوعية المستهلك والجمهور باهمية المنافسة التجارية المشروعة ودورها المهم في الحياة الاقتصادية للدولة

- ٥- نقترح منح صفة الضبط القضائي للمختصين من القانونيين القائمين بوظائفهم في مجال تعزيز المنافسة التجارية والقضاء على الأفعال والمنافسة غير المشروعة.
- ٦- نوصي بضرورة ان يشترط في الأعضاء حملهم شهادة جامعية عليا في القانون والاقتصاد وان يمتلكوا خبرة في مجال تخصصهم لا تقل عن ٥ سنوات.
- ٧- وضع نصوص قانونية خاصة لإجراءات البحث والتقصي عند وجود المخالفات لوجود نقص تشريعي بذلك والتي هي من صلب عمل مجلس شؤون المنافسة.

المصادر

أولاً: الكتب.

- ١- احمد سالم البياضة، المنافسة الغير مشروعة والحماية القانونية للمتضرر منها في التشريعات الأردنية، ٢٠٠٧
- ٢- د. رحاب محمود، القانون التجاري السعودي، ط١، مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع، مصر، ٢٠١٦
- ٣- د. لطيف جبر كوماتي، القانون التجاري، مكتبة السنهوري، بغداد ٢٠١٨
- ثانياً: البحوث.
- ٤- د. اكرم محمد حسين، التنظيم القانوني للمنافسة التجارية في القانون العراقي، بحث منشور في مجلة العلوم القانونية، جامعة بغداد، م٣٠، ع٢، ٢٠١٥
- ٥- د. أحمد عبد الحسين كاظم الياسري و حسن ضعيف حمود المعموري، الحماية القانونية من المنافسة غير المشروعة دراسة في القانون العراقي، مجلة المحقق الحلي للعلوم القانونية والسياسية العدد الثالث، ٢٠٢٠
- ٦- ارشد إبراهيم عبد الملاك، الطبيعة القانونية لأجهزة حماية المنافسة، بحث منشور في المجلة القانونية، كلية الحقوق- جامعة الزقازيق
- ٧- اسراء خضر العبيدي، المنافسة والممارسات المقيدة لها في ضوء احكام قانون المنافسة ومنع الاحتكار رقم ١٤ لسنة ٢٠١٠
- ٨- حسنين مكي، الممارسات التجارية الحسنى بين الدولة والقطاع الخاص كوسيلة لمكافحة الفساد في شركات القطاع الخاص، مجلة الكوفة، جامعة الكوفة كلية القانون، م٤٤، ع٢، ٢٠٢٠
- ٩- رافع لموي، مبدأ حرية المنافسة في التشريع الجزائري، بحث منشور في مجلة الشريعة والاقتصاد، المجلد الثامن، العدد الأول، سنة ٢٠١٩
- ١٠- د. فاروق ابراهيم جاسم وروى محمد، ملاحظات نقدية في قانون المنافسة من الاحتكار رقم ١٤ لسنة ٢٠١٠، مجله الحقوق، كلية القانون الجامعة المستنصرية، العدد ٤٧، ٢٠٢٤
- ١١- د. طيطوس فتحي، حرية المنافسة التجارية: حق بقيود قانونية، مجلة المعيار، الجزائر، م٢٥، ع٥٦، ٢٠٢١
- ١٢- عز الدين العيساوي، المكانة الدستورية للهيئات الإدارية المستقلة، بحث منشور في مجلة الاجتهاد القضائي م٣ ع٤، ٢٠٠٨.

١٣- د. محمد سعيد، المنافسة غير المشروعة دراسة قانونية وشرعية، مجلة جنوب الوادي، مصر، ع ٦، ٢٠٢١

١٤- د. نعيم جميل صالح سلامة، الاطار القانوني للمنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية، بحث منشور في مجلة العلوم القانونية/ كلية القانون - جامعة بغداد / العدد الثاني ٢٠١٩

١٥- ياسر باسم ذنون، السلطات الإدارية المستقلة ودرها في حسم المنازعات (مجلس المنافسة انموذجاً) دراسة مقارنة، مجلة كلية القانون للعلوم القانونية والسياسية، كلية القانون، جامعة الشارقة
ثالثاً: الرسائل والاطاريح.

١. الهام بوجلاس، الحماية القانونية للسوق في ظل قواعد السوق ، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة الاخوة المنتوري، ٢٠١٦

٢. حسام محمد عمر أبو هلال، المنافسة غير المشروعة للعلامات التجارية دراسة مقارنة، رسالة ماجستير، القدس فلسطين، ٢٠٢١

٣. موسى الكحال، مجلس المنافسة وضبط النشاط الاقتصادي، رسالة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة محمد بوقوة بومرداس، ٢٠٠٩

٤. هيثم هاني ابوكركي، تنظيم المنافسة ومنع الاحتكار ضمن اتفاقية منظمة التجارة العالمية، أطروحة دكتوراه مقدمة الى كلية القانون، كلية الدراسات العليا، الأردن، ٢٠١٥

رابعاً: مواقع الانترنت.

١. رأفت أبو شعبان، المنافسة التجارية، مقالة منشورة بتاريخ ٢٠٢٢/٠٧/١٠ وعلى الموقع:

<https://riable.com/read/competition/ar>

خامساً: التشريعات

١. قانون المنافسة ومنع الاحتكار رقم ١٤ لسنة ٢٠١٠.

٢. القانون الاتحادي الاماراتي رقم ٣٦ لسنة ٢٠٢٣ بشأن تنظيم المنافسة.