

**ممارسات الجمعيات التعاونية واتحاد  
الجمعيات التعاونية الاستهلاكية في دولة  
الكويت في ضوء قانون حماية المنافسة**  
**The Activities of Cooperatives Societies  
and Consumer Cooperative Societies in  
the light of Competition**

**إعداد**

**د. / فاطمة عبدالله الشريعان**  
أستاذ مساعد في القانون التجاري  
قسم القانون الخاص – كلية الحقوق  
جامعة الكويت

**Drfaalsh@gmail.com**

**Dr. Fatemah Alshuraian**  
*Assistant Professor in Commercial Law*  
*Private Law Department – School of Law*  
*Kuwait University*  
**Drfaalsh@gmail.com**

## ممارسات الجمعيات التعاونية واتحاد الجمعيات التعاونية الاستهلاكية في دولة الكويت في ضوء قانون حماية المنافسة

### الملخص

اهتمت دولة الكويت بالحركة التعاونية وسمحت بتشكيل اتحاد يشمل الجمعيات التعاونية الاستهلاكية، والذي يهدف بالدرجة الأولى إلى توفير السلع الضرورية الاستهلاكية بأجود الأسعار، مع الاتفاق على تثبيت أسعارها وتوحيدها بين الجمعيات التعاونية؛ بما يحقق حماية للمستهلك في نهاية المطاف، وفي الوقت ذاته حرص المشرع الكويتي على توفير الروح التنافسية بين التجار ومنع الممارسات التي من شأنها أن تحد أو تمنع من المنافسة؛ وذلك حتى لا يستأثر أحد التجار دون غيره من المنافسين في السوق المعني. وتحاول هذه الدراسة الإجابة عن سؤال مفاده: هل تعد ممارسة الاتحاد وأهدافه بشأن تثبيت الأسعار وتوحيدها من الممارسات الضارة بالمنافسة والمحظورة وفقاً للقانون رقم ٧٢ لسنة ٢٠٢٠؟ واتبعت الدراسة المنهج التحليلي الاستقرائي. وخلصت إلى أن اتحاد الجمعيات من المخاطبين بهذا القانون، وأن اتفاق الاتحاد على تثبيت الأسعار وتوحيدها يكيف على أنه من الاتفاقات الأفقية المحظورة وفقاً للقانون في شأن حماية المنافسة. وعليه؛ فهناك تعارض بين كفة حماية المستهلك وفقاً للاتحاد وكفة المحافظة على المنافسة؛ ومن ثم، أوصت الدراسة بضرورة تدخل المشرع لإعادة النظر في هذا التعارض القانوني وحل ما قد ينجم عن ذلك من مشكلات في الواقع العملي.

**الكلمات المفتاحية:** المنافسة، قانون رقم ٧٢ لسنة ٢٠٢٠ في شأن حماية المنافسة، الجمعيات التعاونية، اتحاد الجمعيات التعاونية الاستهلاكية.

---

**Abstract**

Kuwait gave light special attention to the cooperative movement, allowing the forming of a union that includes consumer cooperative societies. The aim of the former is to ensure essential products at optimum prices, whilst specifying and unifying prices between the cooperative societies in order to protect the consumer. On the other hand, Kuwait legislation also ensured the competitive spirit between merchants and limited activities that may affect fair competition, this ensures that no merchant can dominate a specific market. This research studies whether these cooperative societies, with their aim to specify and unify prices are considered an activity that has a negative impact on competition and forbidden according to law no. 72 of 2020. This research follows an inductive analytical method to answer the question. It was found that cooperative societies are targeted by this law, and that the cooperative agreement to specify and unify prices is considered a forbidden agreement according to the aforementioned law. Therefore, there is a conflict between the aim to protect the consumer according to the cooperation and the aim to ensure fair competition. It is recommended that the legislator be involved to look into this

conflict in the law in order to resolve any issues that may result in the practical field.

**Keywords:** Competition, Law no. 72 of 2020 on Protection of Competition, Cooperatives Societies, Consumer Cooperative Societies.

## المقدمة

دعمت دولة الكويت الحركة التعاونية الاستهلاكية، وحرص صاحب السمو أمير البلاد الراحل الشيخ صباح الأحمد - رحمه الله - على دعمها ورعايتها، وقد نظّمها في بادئ الأمر القانون رقم ٢٠ لسنة ١٩٦٢، وبعدها صدر مرسوم بالقانون رقم ٢٤ لسنة ١٩٧٩ في شأن الجمعيات التعاونية؛ ومن ثم توالى تأسيس الجمعيات في محافظات الكويت ومناطقها. وفي عام ١٩٧١ أنشئ اتحاد الجمعيات التعاونية الاستهلاكية ليكون بداية العمل الجماعي في قطاع التعاون الاستهلاكي<sup>(١)</sup>، وأعقبه انضمام الكويت إلى الحلف التعاوني العربي؛ ومن ثم الحلف التعاوني الدولي، عام ١٩٨١<sup>(٢)</sup>.

وشهد القطاع التعاوني في الكويت تطوراً مشهوداً، حتى يمكن القول: إن الجمعيات التعاونية الاستهلاكية تعدّ ركيزة أساسية لكل فرد فيها. والجمعية التعاونية - كما هو معروف وملاحظ على أرض الواقع - هي أسواق مركزية متعددة الأقسام، أنشأتها الحكومة الكويتية؛ لضمان توفير السلع الاستهلاكية والمواد الغذائية الأساسية للأفراد داخل المناطق السكنية؛ بما يلبي حاجات المواطنين بكل سهولة ويسر. وانتشرت هذه الجمعيات في مختلف مناطق الكويت، حتى بلغ عددها في عام ٢٠١٨ ما يقارب ٧٥ جمعية، فضلاً عن الفروع التي أنشئت في كلٍ منها، وهي تمثل نحو ٧٠% من تجارة التجزئة في دولة الكويت<sup>(٣)</sup>.

(١) انظر تاريخ الحركة التعاونية تاريخ الحركة التعاونية - اتحاد الجمعيات التعاونية الاستهلاكية ([kuccs.com.kw](http://kuccs.com.kw)) (آخر زيارة ١٢ يناير ٢٠٢٣).

(٢) انظر أيضاً الحلف التعاوني الدولي ICA | Our history (آخر زيارة ١٢ يناير ٢٠٢٣).

(٣) انظر الجمعيات التعاونية ارتفعت إلى ٧٥ تعاونية في ٢٠١٨ ([alqabas.com](http://alqabas.com)) (آخر زيارة ٢٤ ديسمبر ٢٠٢٢).

ولا يغيب عن الذكر دعم الدولة للحركة التعاونية من خلال الأنظمة واللوائح الوزارية، ولا سيما ما يصدر عن وزارة الشؤون الاجتماعية التي تنضوي هذه الحركة تحت إشرافها<sup>(١)</sup>. وقد أنشأت الوزارة جهازاً متخصصاً للتسجيل والإشراف والرقابة على الجمعيات التعاونية وحساباتها، كما أن لوزارة التجارة والصناعة دوراً أساسياً في تطوير هذه الجمعيات وتدعيم أعمالها، من خلال إصدار تراخيص الاستيراد؛ ومن ثم إصدار التعليمات بشأن أسعار المواد المدعمة من الدولة وحصصها، بالإضافة إلى أن الوزارة تقوم - بالتنسيق والتعاون مع اتحاد الجمعيات - على حماية المستهلك ومراقبة الأسعار والتحقق من جودة السلع ومواصفاتها<sup>(٢)</sup>.

وتجدر الإشارة إلى أن اتحاد الجمعيات التعاونية الاستهلاكية حين أنشئ - كما سبق ذكره - في عام ١٩٧١، إنما يستهدف توفير العمل الجماعي في قطاع التعاون الاستهلاكي، وحماية المستهلك من خلال استقرار الأسعار وثباتها، والتعاون والتنسيق بين الجمعيات التعاونية وتوحيد أسعار البيع فيها.

وبالنظر إلى التشريعات الخاصة بالحركة التعاونية، فقد حرص المشرع الكويتي على توفير السلع الأساسية للمواطنين والمقيمين في دولة الكويت وبأسعار محددة وموحدة في الجمعيات التعاونية، وذلك من خلال اتحاد الجمعيات التعاونية الاستهلاكية، ومن جانب آخر نجده - في الوقت نفسه - حرص على توفير البيئة التنافسية في السوق الكويتي من خلال إصدار قانون خاص لحماية المنافسة؛ ومن ثم، فهو يدعم الجمعيات التعاونية وتوحيد الأسعار، ومن ناحية أخرى يسعى إلى المحافظة على الروح التنافسية بين التجار، ومحاربة أية عمليات من شأنها أن تضر بالمنافسة كتقييدها أو منعها.

(١) انظر موقع وزارة الشؤون الاجتماعية

[https://mosa.gov.kw/webcenter/portal/extranet/pages\\_about\\_ministry/introduction](https://mosa.gov.kw/webcenter/portal/extranet/pages_about_ministry/introduction) (آخر زيارة ٢٤ ديسمبر ٢٠٢٢).

(٢) هذا بالإضافة إلى دور وزارات: المالية والأشغال العامة والإعلام وبلدية الكويت، راجع دعم الدولة - اتحاد الجمعيات التعاونية الاستهلاكية (kuccs.com.kw) (آخر زيارة ٢٤ ديسمبر ٢٠٢٠).

### • مشكلة الدراسة:

وتعزيزاً لروح المنافسة أصدر المشرع القانون رقم ٧٢ لسنة ٢٠٢٠ في شأن حماية المنافسة، وفيه يؤكد أهمية الحفاظ على المنافسة في الأسواق المعنية، ويحظر العديد من الممارسات الضارة بها، كما وصفها. وبنظرة أولية في هذا القانون، نجد أنه يستهدف الحفاظ على المنافسة، من خلال منع مجموعة من الممارسات، منها الاتفاقات الخاصة بتحديد الأسعار وتثبيتها؛ ومن ثم يثار في هذا الخصوص التساؤل الآتي: هل يتعارض قانون حماية المنافسة مع غاية المشرع في توفير السلع الاستهلاكية الضرورية للمستهلك وحماية أسعارها وثباتها وتوحيدها؟

من ثم، تأتي هذه الدراسة لتعرض لمحور أساسي، هو الجمعيات التعاونية واتحاد الجمعيات التعاونية الاستهلاكية وما يهدف إليه من منع المنافسة، وفق ما ورد في النص صراحة بالقول: "... لتتولى توزيع السلعة والخدمات الأخرى دون أية منافسة من قبل أية جهة أخرى؛ فقد قررت الدولة عدم السماح للأفراد والشركات والمؤسسات التجارية بفتح محلات تجارية تمارس نفس أنشطة الجمعيات التعاونية، وقد صدر قرار من مجلس الوزراء ١٩٧٨/١/٨م بإلغاء الدكاكين في مناطق السكن النموذجية ومناطق سكن الدخل المحدود والسكن الخاص، على أن تقوم الجمعيات التعاونية بتغطية هذه الخدمات"<sup>(١)</sup>.

### • أهمية الدراسة:

وبذلك تستمد هذه الدراسة أهميتها من أهمية الموضوع الذي عرضت له، وهو دور الحركة التعاونية في حماية المستهلك من ناحية، وإذكاء روح التنافس بين التجار من ناحية أخرى؛ إذ إن المستهلك في دولة الكويت يعتمد - بالدرجة الأولى - على الجمعيات

(١) من صور دعم الدولة انظر دعم الدولة - اتحاد الجمعيات التعاونية الاستهلاكية (kuccs.com.kw) (آخر زيارة ٢٤ ديسمبر ٢٠٢٠).

التعاونية في توفير حاجاته من السلع الاستهلاكية، وقد أدرك المشرع أهمية ذلك؛ ومن ثم نصّ على حمايتها وضرورة توفيرها بأحسن الأسعار، غير أنه نصّ في الوقت نفسه تعزيز الروح التنافسية في السوق الكويتي؛ وهو ما قد يظهر أنه في إقراره لهذه التنافسية ينسف حماية المستهلك وتأمين حاجاته بأقل الأسعار، وهو ما سنتناقشه هذه الدراسة.

#### • هدف الدراسة:

وبناء على ما سبق تحاول الدراسة الإجابة عن التساؤلات الآتية:

- هل الجمعيات التعاونية واتحاد الجمعيات التعاونية مخاطبان بقواعد القانون رقم ٧٢ لسنة ٢٠٢٠ بشأن حماية المنافسة؟
- هل للجمعية التعاونية واتحاد الجمعيات التعاونية مركزان مهيمنان في السوق المعني؟
- هل يمارس اتحاد الجمعيات التعاونية أعمالاً ضارة بالمنافسة، وفقاً للقانون رقم ٧٢ لسنة ٢٠٢٠؟

#### • منهجية الدراسة:

وللإجابة عن هذه التساؤلات تتبّع الدراسة المنهج التحليلي الاستقرائي للقانون رقم ٧٢ لسنة ٢٠٢٠ بشأن حماية المنافسة، فضلاً عن الإشارة إلى العديد من الأحكام القضائية الدولية الخاصة بالمنافسة ومنع الاحتكار، بالإضافة إلى مدى إمكانية إسقاط هذا القانون على المحور الأساسي للدراسة، ألا وهو الجمعيات التعاونية في دولة الكويت المنظمة بالمرسوم بقانون رقم 24 لسنة ١٩٧٩ في شأن الجمعيات التعاونية، واتفاقات اتحاد هذه الجمعيات التعاونية الاستهلاكية. ويستمد البحث أصالته من أنه عرض لموضوع لم يسبق – بحسب علم الباحث – أن تناوله أي من الباحثين، وهو موضوع الجمعيات التعاونية واتحادها، والتعارض بين اتحاد الجمعيات التعاونية الاستهلاكية مع القانون رقم ٧٢ لسنة ٢٠٢٠ في شأن حماية المنافسة، وهو ما سيكون عوناً للمشرع في

تعرف أوجه التعارض إن وجدت؛ ومن ثم إجراء التعديلات اللازمة إن لزم، بما يكفل فك التعارض أو التناقض بين الحمايتين.

### • تقسيم الدراسة:

في ضوء ما تقدم تبني الدراسة على مطلبين، يتناول المطلب الأول قانون حماية المنافسة، وتعرف مدى إمكانية تطبيق هذا القانون على الجمعيات التعاونية واتحاد الجمعيات الاستهلاكية، في حين يتناول المطلب الثاني مدى هيمنة اتحاد الجمعيات في السوق المعني؛ توصلنا إلى الممارسات الضارة بالمنافسة، وذلك على التفصيل الآتي:

- المطلب الأول - قانون حماية المنافسة وسوق الجمعيات التعاونية.
- الفرع الأول - الفكرة التي يقوم عليها قانون المنافسة.
- الفرع الثاني - هل الجمعيات التعاونية واتحاد الجمعيات التعاونية الاستهلاكية مخاطبان بالقانون رقم ٧٢ لسنة ٢٠٢٠ في شأن حماية المنافسة؟
- الفرع الثالث - سوق الجمعيات التعاونية.
- المطلب الثاني - اتحاد الجمعيات التعاونية الاستهلاكية والممارسات الضارة بالمنافسة
- الفرع الأول - من هو صاحب المركز المهيمن؟
- الفرع الثاني - هل الجمعيات التعاونية أو اتحاد الجمعيات التعاونية الاستهلاكية صاحب مركز مهيمن؟
- الفرع الثالث - ممارسات اتحاد الجمعيات التعاونية الضارة بالمنافسة وفقاً لقانون رقم ٧٢ لسنة ٢٠٢٠.

## المطلب الأول

### قانون حماية المنافسة وسوق الجمعيات التعاونية

يعرّف هذا المطلب الفكرة التي يقوم عليها قانون حماية المنافسة، وتقييده أو منعه لأية ممارسات، من شأنها أن تضر بالمنافسة؛ وذلك تمهيداً لتطبيق هذا القانون على سوق الجمعيات التعاونية؛ وثم نحاول الإجابة عن التساؤل الآتي: ما مدى خضوع الجمعيات التعاونية واتحاد الجمعيات للقانون رقم ٧٢ لسنة ٢٠٢٠، هذا بالإضافة إلى تعيين وتحديد سوق الجمعيات التعاونية؛ وعليه يقسم هذا المطلب إلى ثلاثة أفرع، الأول يعرض للفكرة التي يقوم عليها قانون المنافسة، والثاني يبحث في مدى خضوع الجمعيات التعاونية لقانون المنافسة، في حين يعرض الثالث لتعيين سوق الجمعيات التعاونية.

### الفرع الأول - الفكرة التي يقوم عليها قانون المنافسة

تقوم فكرة المنافسة على تعدد التجار أو المشروعات لنشاط اقتصادي معين في سوق ما مع القدرة على استمرارية هذا التنافس<sup>(١)</sup>. ومما لا شك فيه أن المنافسة تهيب جواً

(١) انظر أسامة فتحي عبادة يوسف، النظام القانوني لعمليات التركيز الاقتصادي في قانون المنافسة (دراسة تحليلية مقارنة)، المنصورة: دار الفكر والقانون (٢٠١٤)، صفحة ٤١، انظر أيضاً حسام توكّل موسى، إساءة استغلال المركز المسيطر في السوق التنافسية (دراسة تحليلية مقارنة في ضوء القرارات والدراسات الصادرة عن جهاز حماية المنافسة المصري، المؤلف هو الناشر (٢٠٢٢)، صفحة ٣، انظر أيضاً في نظرية المنافسة:

Richard Whish and David Bailey, Competition Law, Oxford University Press, 7th edition (2012), page 3.

من التطوير والإبداع في أساليب التصنيع والإنتاج وزيادة جودة المنتجات<sup>(١)</sup>؛ وهو ما يؤدي في النهاية إلى التقدم الاقتصادي<sup>(٢)</sup>. ولتحقيق المنافسة المشروعة لا بد أن يكون التنافس وسط أجواء من الشرف والأمانة، وأن تكون أدوات التاجر لجذب العملاء مشروعة، وألا يترتب على ذلك إضرار بالمنافسين له في السوق.

إن بعض التجار قد يلجأ إلى ممارسات، من شأنها تقييد الجو التنافسي؛ ليستأثر بالأرباح الممكنة من هذا المشروع؛ ومن ثم يكون قادراً على نذب منافسين في السوق وإبقاء آخرين<sup>(٣)</sup>، مستنداً في ذلك إلى مبدأ حرية التجارة وحرية الاختيار للعملاء<sup>(٤)</sup>. غير أنه من غير المقبول التعويل دائماً على حرية التجارة؛ إذ إن حرية التجارة تفترض وجود قواعد تحفظ المنافسة الشريفة والمشروعة، ولا تضر بالمتنافسين في السوق، ولا تؤدي إلى تقييد الدخول إلى السوق أو منعه؛ ومن ثم لا يكفي مجرد قواعد الشرف والأمانة لضمان المنافسة الشريفة، بل يجب أن يتدخل المشرع لحظر الممارسات التي قد تمنع

(1) See Cosmo Graham, EU and UK Competition Law, UK: Pearson Education Limited, 2nd edition (2013), page 1. See also Valentine Korah, An Introductory Guide to EC Competition Law and Practice, UK, Hart Publishing Oxford, 6th edition (1997), page 27.

(٢) انظر عبد الرحيم عنتر عبدالرحمن، المنافسة في ظل اتفاقية التريبس وأثرها على المعلومات غير المفصح عنها، جمهورية مصر العربية: مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى (2015) صفحة ٧، انظر أيضاً

Richard A. Posner, Economic Analysis of Law, Wolters Kluwer Law & Business, 8th edition, page 1.

(3) See Cosmo Graham, *ibid*, page 1, See also Richard Whish and David Balley, *ibid*, page 1.

(٤) انظر ناقل عبد الكريم العقلة الفالح، أحكام ودعاوى المنافسة غير المشروعة وفق قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية الأردني رقم ١٥ لسنة ٢٠٠٠، مصر: المصرية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى (٢٠١٨)، صفحة ٨٧.

وجود التنافس في السوق، وهي الممارسات التي يطلق عليها الضارة بالمنافسة، وتعدّ استثناء من الأصل العام، وهو حرية التجارة.

ومن هذا المنطلق، تسارعت التشريعات المقارنة لتنظيم حرية التجارة، ونصبت استمرارية وجود المنافسة والمحافظة عليها هدفاً رئيساً لا استغناء عنه، وجعلتها مقيدة بعدم الإضرار بالغير المتنافسين في السوق<sup>(١)</sup>؛ ومن ثم، من المهم في هذا الشأن تدخل المشرع لضبط مبدأ حرية التجارة من خلال فرض الأحكام المنظمة للمنافسة، وتحديد الممارسات التي من شأنها أن تقيد أو تمنع التنافس الحر؛ إذ إن الاستثناء من الأصل العام - وهو حرية المنافسة - لا يكون إلا بتشريع واضح وصريح يحدد هذه الممارسات بصريح النص.

وتجدر الإشارة إلى أن الدستور الكويتي كفل مبادئ حرية التجارة في المواد ١٦-٢٠<sup>(٢)</sup>؛ وبذلك يكون قد وضع حجر الأساس للمشرع في إصدار التشريعات التي من شأنها أن تحقق الازدهار الاقتصادي<sup>(٣)</sup>. واستجابة للرغبة السامية في تحويل الكويت إلى

(١) انظر أحمد عبدالرحمن الملحم، الاحتكار والأفعال الاحتكارية (دراسة مقارنة في القانون الأمريكي والأوروبي والكويتي)، (مجلس النشر العلمي - جامعة الكويت، الطبعة الأولى (١٩٩٧)، ص ٧، انظر أيضاً عبد الرحيم عنتر (مرجع سابق)، صفحة ٧، انظر أيضاً محمد مهدي شمس الدين، الاحتكار في الشريعة الإسلامية (بحث فقهي مقارن)، بيروت: المؤسسة الدولية، الطبعة الثانية (١٩٩٨)، صفحة ٣٠.

(٢) انظر دستور دولة الكويت الصادر بتاريخ ١١ نوفمبر ١٩٦٢، المنشور في جريدة الكويت اليوم، الجريدة الرسمية لحكومة دولة الكويت تصدرها وزارة الإعلام، عدد خاص، السنة الثامنة، ص ١.

(٣) صدر قانون التجارة الكويتي بقانون رقم ٦٨ لسنة ١٩٨٠، ولكنه لم ينظم فكرة المنافسة في بادئ الأمر، وفي عام ١٩٩٦ أضاف المشرع مادة جديدة رقم ٦٠ مكرر أ، ب، ج، د، هـ، على قانون التجارة ونظمت المنافسة غير المشروعة والاحتكار وفق قانون رقم ١٣ لسنة ١٩٩٦. ومن جانب آخر نظم المشرع المدني عقد الإذعان في المواد ٨٠، ٨١، ٨٢ من المرسوم بقانون رقم ٦٧ لسنة =

مركز مالي وتجاري<sup>(١)</sup>، أصدر المشرع الكويتي - في الأونة الأخيرة - لزمة من القوانين لتعزيز التجارة والاقتصاد في الكويت<sup>(٢)</sup>، منها القانون رقم ٧٢ لسنة ٢٠٢٠ بشأن حماية المنافسة<sup>(٣)</sup>، وأكد في المادة (٢) منه أهمية المحافظة على حرية ممارسة النشاط التجاري أو الاقتصادي للجميع، وبشكل لا يؤدي إلى تقييد المنافسة أو منعها أو الإضرار بها.

وعليه؛ هدف القانون رقم ٧٢ لسنة ٢٠٢٠ في شأن حماية المنافسة إلى تنظيم حرية التجارة، وحظر الممارسات التي من شأنها أن تضر بالمنافسين في السوق المعني، وهو بهذا التوجه يغلب المصلحة العامة للأسواق والاقتصاد ككل على المصلحة الخاصة للتاجر؛ إذ حظر في الفصل الثاني من القانون مجموعة من الممارسات، التي كيفها بأنها ضارة بالمنافسة؛ ومن ثم، فهو من جانب نص في المادة (٥) على حظر مجموعة من

١٩٨٦ بإصدار القانون المدني، هذا بالإضافة إلى الدستور الكويتي، الذي نص في المادة ١٥٣ على أن "كل احتكار لا يمنح إلا بقانون وإلى زمن محدود".

(١) رغبة صاحب السمو أمير البلاد الراحل الشيخ صباح الأحمد الجابر الصباح لتحويل دولة الكويت إلى مركز مالي وتجاري، انظر رؤية الأمانة العامة (آخر زيارة ٢٤ ديسمبر ٢٠٢٢). <http://www.da.gov.kw/ara/hhamir/vision.php>

(٢) على سبيل المثال وليس الحصر القانون رقم ٧ لسنة ٢٠١٠ بشأن إنشاء هيئة أسواق المال وتنظيم نشاط الأوراق المالية، والقانون رقم لسنة ٢٠١٦ بإصدار قانون الشركات، والقانون رقم ١٣ لسنة ٢٠١٦ بتنظيم الوكالات التجارية، وقانون رقم ١٣ لسنة ٢٠١٥ بشأن العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربي، والقانون رقم ٩ لسنة ٢٠١٩ بشأن تنظيم تبادل المعلومات الائتمانية.

(٣) أصدر المشرع هذا القانون في تاريخ ٢٧ أكتوبر ٢٠٢٠، والذي نشر في جريدة الكويت اليوم، العدد ١٥٠٧، السنة السادسة والستون، في تاريخ ٢٠٢٠/١١/١، والحقيقة أنها لم تكن المحاولة الأولى للمشرع الكويتي؛ إذ أفرد قانوناً خاصاً لحماية المنافسة، وهو القانون رقم ١٠ لسنة ٢٠٠٧ في شأن حماية المنافسة، الذي بدوره ألغى المادة رقم ٦٠ مكرر من قانون التجارة، التي كانت تنظم المنافسة غير المشروعة والاحتكار وفقاً للقانون رقم ١٣ لسنة ١٩٩٦.

الاتفاقات، واعتبرها - بحد ذاتها - اتفاقات ضارة بالمنافسة، بصرف النظر عما يلحق من الاتفاقات من ضرر للمتنافسين، وهي الاتفاقات الخاصة بالمتنافسين في مستوى واحد في السوق المعني، وهم أصحاب العلاقات الأفقية<sup>(١)</sup>.

ومن جانب آخر استخدم المشرع عبارات مطاطة في الحظر للأشخاص المخاطبين في هذا القانون؛ إذ نص في المواد (٦، ٧، ٨) على حظر أية اتفاقات، من شأنها أن تخل بالمنافسة أو تحظرها أو تحد منها، سواء كانت هذه الاتفاقات بين الأشخاص المرتبطين بعلاقات رأسية<sup>(٢)</sup> أم كانت أفقية أم صادرة عن صاحب مركز مهيم<sup>(٣)</sup>؛ فأكد عدم جواز إساءة استغلال صاحب الوضع المهيمن وعدم قيامه بأي ممارسة من شأنها أن تؤدي إلى منع المنافسة أو تقييدها أو الحد منها، وهو يرمي - في نهاية المطاف - إلى توفير بيئة تنافسية بعيدة عن الممارسات التي قد تحد أو تمنع

(١) انظر في العلاقات الافقية

Richard Whish and David Bailey, *ibid*, page 512, see also Cosmo Graham, *ibid*, page 320.

(٢) انظر في العلاقات الرأسية

Christopher Bellamy and Graham D. Child, *Common Market Law of Competition*, London: SWEET & MAXWELL, (1991) page 49, see also Richard Whish & David Bailey, *ibid*, page 594.

(٣) انظر في الوضع المهيمن حسين الماحي، حماية المنافسة (دراسة مقارنة)، القاهرة: دار النهضة العربية، الطبعة الثانية (٢٠١٧/٢٠١٨)، صفحة ١٤٣، انظر سامي عبد الباقي أبو صالح، إساءة استغلال المركز المسيطر في العلاقات التجارية (القانون رقم ٣ لسنة ٢٠٠٥ الخاص بحماية المنافسة والممارسات الاحتكارية - دراسة تحليلية مقارنة)، القاهرة: دار النهضة العربية، (٢٠٠٥)، صفحة ٢٥، انظر ايضا حسام توكل موسى، مرجع سابق، صفحة ١٥، انظر أيضا

Cosmo Graham, *ibid*, page 120, see also Richard Whish & David Bailey, *ibid*, page 721.

من هذه المنافسة، وبعبارة أدق يسعى إلى حماية التاجر من غيره من التجار في السوق المعني.

ورجوعاً إلى موضوع الجمعيات التعاونية، التي نُظمت بالمرسوم بقانون رقم ٢٤ لسنة ١٩٧٩ في شأن الجمعيات التعاونية، فهو يهدف إلى توفير السلع للمستهلك في دولة الكويت بأجود الأسعار، وهنا يثار تساؤل، مفاده: هل الجمعيات التعاونية أو اتحاد الجمعيات التعاونية الاستهلاكية مخاطبان بالقانون رقم ٧٢ لسنة ٢٠٢٠ في شأن حماية المنافسة؟ أي هل يسري عليهما الحظر الخاص بالممارسات الضارة بالمنافسة؟ وهو السؤال الذي يجاب عنه في الفرع القادم.

### الفرع الثاني - هل الجمعيات التعاونية واتحاد الجمعيات التعاونية

#### الاستهلاكية مخاطبان بقانون حماية المنافسة؟

حظر القانون رقم ٧٢ لسنة ٢٠٢٠ في شأن حماية المنافسة القيام بأية ممارسات، قد تمنع أو تحد أو تضر بالمنافسة. والسؤال الذي يتبادر إلى الذهن بهذا الصدد هو: من المخاطبون بهذا القانون؟ أو من المتنافسون؟ أهم التجار الأفراد، أم الشركات؟ أم المشروع الاقتصادي أم المشروع التجاري؟ وهل يمتد هذا التنظيم إلى أشكال أخرى كالجمعيات والاتحادات؟

وفي ذلك عرّف المشرع المتنافسين، في المادة الأولى وفقاً لهذا القانون، بأنهم "الأشخاص الذين يمارسون نشاطاً اقتصادياً أو تجارياً أو خدمياً أو فعلياً، في السوق المعنية، أو من المحتمل أن يمارسوا هذا النشاط في المستقبل". ومن الملاحظ أن المشرع نص على مصطلح الأشخاص، وعرّفهم بأنهم "أي شخص طبيعي أو اعتباري يمارس نشاطاً اقتصادياً أو تجارياً، بغض النظر عن شكله القانوني، ويشمل التجار، والشركات،

والجمعيات، والاتحادات، والمؤسسات وغيرها من الأشخاص والروابط، أو تجمعات الأشخاص، أو أي كيانات اقتصادية أو تجارية أخرى تكون تحت سيطرته المباشرة أو غير المباشرة"، ومن خلال ذلك نجد أن مساحة تطبيق القانون واسعة جداً؛ لتشمل جميع ما سبق وتكليفه على أنه منافس في السوق.

وفي ضوء ما سبق، فإن المشرع قطع الشك باليقين حيث نص صراحة على الجمعيات والاتحادات في القانون رقم ٧٢ لسنة ٢٠٢٠ وبكل وضوح، وكان المشرع قد عرّف الجمعيات التعاونية في القانون رقم ٢٤ لسنة ١٩٧٩ في شأن الجمعيات التعاونية بأنها "كل جمعية ينشئها أشخاص طبيعيون أو اعتباريون طبقاً لأحكام القانون - لمدة محددة أو غير محددة- بقصد الارتفاع بالمستوى الاقتصادي والاجتماعي للأعضاء عن طريق اتباع المبادئ التعاونية التي تنص عليها اللائحة التنفيذية لهذا القانون"، ونص القانون في المادة ٢٩ منه على أنه "يجوز لثلاث جمعيات تعاونية ... على الأقل أن تكون بينها اتحادات تعاونية"، وقد أنشئ بالفعل اتحاد للجمعيات التعاونية الاستهلاكية؛ ومن ثم تكتسب الجمعيات التعاونية المشتركة والاتحادات التعاونية الشخصية الاعتبارية بشهر نظامها وتسجيلها بوزارة الشؤون الاجتماعية<sup>(١)</sup>.

ومن جانب آخر افترض المشرع في القانون رقم ٧٢ لسنة ٢٠٢٠ ممارسة تلك الأشخاص للنشاط التجاري أو الاقتصادي. وتؤكد المادة ٣ من قانون التجارة رقم ٦٨ لسنة ١٩٨٠ أن أعمال الجمعيات التعاونية ونشاطاتها هي أعمال ونشاطات تجارية، وقد عرّفها بأنها "الأعمال التي يقوم بها الشخص بقصد المضاربة، ولو كان غير تاجر"<sup>(٢)</sup>.

(١) انظر المادة ٣٠ من القانون رقم ٢٤ لسنة ١٩٧٩ في شأن الجمعيات التعاونية.

(٢) انظر المادتين ٣ و ٤ من قانون التجارة، اللذان وضعا معيار المضاربة.

وتطبيقاً لمعيار المضاربة، فلا غبار على أن ممارسات الجمعيات التعاونية هي ممارسات تجارية، وإن كانت ترمي إلى حماية المستهلك - في نهاية المطاف - بتوفير السلع الاستهلاكية بأجود الأسعار، وهذا لا يمنع من غايتها المتمثلة في الربح والمضاربة؛ ومن ثم تجارية أعمالها<sup>(١)</sup>.

وعليه؛ فإن كلاً من الجمعيات التعاونية واتحاد هذه الجمعيات، يعدّ شخصية اعتبارية كما يعدّ مخاطباً بالقانون رقم ٧٢ لسنة ٢٠٢٠ بشأن حماية المنافسة؛ ومن ثم يجب أن يطبق عليهما الحظر الخاص بالممارسات الضارة بالمنافسين معهم في السوق المعني، وكما سبق تبيانه بأن المنافسين وفقاً لهذا القانون هم "الأشخاص الذين يمارسون نشاطاً اقتصادياً، أو تجارياً أو خدمياً أو فعلياً في السوق المعنية، أو من المحتمل أن يمارسوا هذا النشاط في المستقبل".

الحقيقة أن نشاط الجمعيات التعاونية يتمثل في توفير السلع الاستهلاكية الضرورية للمستهلك، وهناك العديد من المراكز التجارية التي تقوم بالنشاط نفسه، وهي منتشرة في مختلف مناطق دولة الكويت؛ ومن ثم، فهي تعدّ منافساً لهذه الجمعيات، وبمفهوم المخالفة يمكن القول: إن الجمعيات التعاونية عليها التزام بعدم القيام بأية ممارسات، من شأنها أن تضر بهؤلاء المنافسين في السوق المعني، وهو ما سيوضحه الفرع الآتي.

(١) في ذلك يقول الدكتور أحمد الملحم: "لا مرأى في أن الجمعيات التعاونية الاستهلاكية في الكويت تزاول أعمالاً تجارية؛ لأنها تشتري السلع من أجل بيعها بقصد تحقيق الربح"، راجع أحمد الملحم، التقييد الأفقي للمنافسة مع التركيز على اتفاق تحديد الأسعار (دراسة تحليلية مقارنة)، ١٩٩٥، مجلة الحقوق جامعة الكويت - مجلس النشر العلمي، مجلد ١٩، عدد ٤، ديسمبر (١٩٩٥)، صفحة ٧٤.

### الفرع الثالث - سوق الجمعيات التعاونية

يعدّ تحديد السوق المعني للمنافسين مهماً لتطبيق قواعد الحظر الخاصة بالمنافسة<sup>(١)</sup>؛ ومن ثمّ، يجب تمهيداً تعيين حدود السوق<sup>(٢)</sup>؛ إذ إن غاية قوانين حماية المنافسة هي الرقابة على الممارسات الضارة بالمنافسة وضبط الحركة التنافسية في الأسواق ذات الصلة<sup>(٣)</sup>. وتحديد السوق ليس غاية، وإنما وسيلة لقياس مدى سيطرة المشروع المعني على السوق، ومقدرته على التحكم بالأسعار، ومنع دخول غيره من المنافسين؛ ومن ثمّ لا يتمّ التنافس إلا في ظل وجود سوق<sup>(٤)</sup>.

وفي ذلك نصّ المشرع الكويتي في المادة ١ من القانون ٧٢ لسنة ٢٠٢٠ على تعريف السوق المعنيّ بأن "السوق المعنية تتشكل من عنصرين، هما المنتجات المعنية والنطاق الجغرافي المعني"<sup>(٥)</sup>. والمنتجات، كما عرفها القانون، هي السلع المحلية والمستوردة والخدمات؛ ومن ثمّ يمكن القول: إن السوق المعني له بعدان، الأول يتعلق بالمنتجات، سواء كانت سلعاً أو خدمات محل منافسة، وهو البعد السلعي، والآخر هو البعد الجغرافي الذي يمارس فيه صاحب المشروع الاقتصادي نشاطه المتعلق بالمنتج

(١) انظر حسين الماحي (مرجع سابق)، صفحة ٤٩.

(٢) انظر أسامة فتحي (مرجع سابق)، صفحة ٢٧٢، انظر أيضاً

David Macdonald, 'Product Competition in The Relevant Market Under The Sherman Act', 53 Mich. L. Rev. 69 (1954-1955), page 69.

(٣) انظر أسامة فتحي (مرجع سابق)، صفحة ٢٧٠.

(٤) انظر وليد عزت الجلاّد وخالد عبد الله جمعة السليطي، المركز المسيطر في قانون حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية (دراسة مقارنة)، القاهرة: دار النهضة العربية، الطبعة الأولى (٢٠١٩)، صفحة ٩١.

(٥) انظر المادة ١ من القانون رقم ٧٢ لسنة ٢٠٢٠.

محل المنافسة، وعليه؛ يحسن تحديد سوق الجمعيات التعاونية؛ لتعرف مدى إمكانية تطبيق القانون رقم ٧٢ لسنة ٢٠٢٠ على الجمعيات التعاونية من الناحيتين السلعية والجغرافية.

#### أ - البعد السلعي:

البعد السلعي هو المنتج الخاص المقدم من المشروع المعني. ولتحديد ذلك من المهم دراسة أثر مرونة العرض والطلب على هذا المنتج لمعرفة حجم سوق المشروع<sup>(١)</sup>. وتقاس مرونة الطلب بدرجة التبادل بين المنتجات؛ أي بمرونة الطلب على السلعة أو الخدمة والاستبدال بها أخرى، تحل محلها في مشروع آخر<sup>(٢)</sup>. ولتحقيق ذلك ينظر من زاوية المنتج وقابليته للاستبدال به منتجاً آخر، له المواصفات أو المميزات نفسها لدى المستهلك<sup>(٣)</sup> Interchangeability؛ أي مرونة تبديل العميل أو المستهلك بين المنتجات؛ بحيث تلبي الاحتياجات نفسها<sup>(٤)</sup>، وهذا يعني إمكانية استغناء العميل عن سلعة أو خدمة معينة والاستبدال بها سلعة أو خدمة أخرى غيرها بالمواصفات نفسها وتحقق الغرض نفسه.

ومن ثم؛ كلما توافرت المرونة، وكانت درجة التبادل بين المنتجات كبيرة، أمكن القول إن هذه المنتجات يجمعها سوق واحد. وعلى العكس يمكن القول أيضاً: إذا كان الطلب على هذا المنتج غير مرن؛ أي لا توجد منتجات بديلة تلبي الطلب ذاته

(1) See Valentine Korah, ibid, page 79.

(٢) انظر احمد الملحم، الاحتكار والافعال الاحتكارية (مرجع سابق)، صفحة ٣٣.

(٣) انظر أسامة فتحي (مرجع سابق)، صفحة ٢٧٢.

(٤) انظر المرجع السابق، صفحة ٢٧٥.

للعامل، فإن حجم السوق يكون محدوداً؛ وبناء عليه يصبح المشروع صاحب مركز مهيم في السوق المعني. وفي ذلك استندت محكمة العدل الأوروبية في تحديد درجة التبادل بين الفواكه في القضية *United Brands v Commission*، إلى أن الموز له سوق واحد ولا توجد فاكهة بديلة عنه؛ ومن ثم، فإن الطلب على الموز لا يتصف بالمرونة؛ إذ إنه لا يمكن الاستبدال به فاكهة أخرى<sup>(١)</sup>.

ولقياس مرونة الطلب، يمكن التعويل على طريقتين، الأولى: الأسلوب المباشر، وهذا يقوم على ملاحظة المستهلكين واستطلاع آرائهم بوساطة الاستبانات، والأخرى: الأسلوب غير المباشر، وهو يقوم على المنتجين، ويعكس طلبات المستهلكين<sup>(٢)</sup>، وفي ذلك عرفت المفوضية الأوروبية السوق النوعي بأنه<sup>(٣)</sup>:

*'A relevant product market comprises all those products and/or services which are regarded as interchangeable or substitutable by the consumer, by reason of the products' characteristics, their prices and their intended use'*.

(1) Check Case 27/76 [1978] ECR 207.

(٢) انظر أسامة فتحي (مرجع سابق)، صفحة ٢٧٥.

(3) See Official Journal of European Communities, Commission Notice, C 372/5, on the definition of relevant market for the purposes of Community competition law (97/C 372/03) check [EUR-Lex - 31997Y1209\(01\) - EN - EUR-Lex \(europa.eu\)](#) (last visited ٢٤ Dec ٢٠٢٢).

من خلال هذا التعريف يمكن القول: إن المعايير أو المعطيات التي تقرب المنتج إلى سوق واحد هي درجة التبادل بين المنتجات بالنسبة للمستهلك، مع مراعاة المواصفات المادية للمنتج: سعره، والغرض من استعماله<sup>(١)</sup>.

كما تعدّ مرونة العرض أيضاً عاملاً مهماً في تحديد السوق السلعي، ويعتمد ذلك على مرونة عرض المنتج للاستبدال<sup>(٢)</sup>؛ فإذا كان ارتفاع سعر منتج معين نتيجة قلة العرض، فإن ذلك يؤدي إلى تشجيع التجار الآخرين على الدخول إلى السوق لتوفير هذا المنتج (المثيل أو المشابه) لتغطية الطلب<sup>(٣)</sup>، وهو ما يسمى (مرونة العرض)؛ أي مدى استجابة عارضي المنتج للتغيرات التي تحدث في ثمنه.

وبعبارة أخرى يقوم هذا المعيار على مرونة دخول تجار جدد لتوفير المنتج الأصلي أو البديل عنه في حالة ارتفاع سعره، وهذا يعني أنه يعتمد على عرض المنتج في السوق؛ ومن ثم، كلما كانت الإمكانية متاحة أمام دخول منافسين جدد إلى السوق لإنتاج منتجات مماثلة أو مشابهة للمنتج الأصلي، ابتعد المشروع الأصلي للمنتج عن مركز الهيمنة في السوق<sup>(٤)</sup>، وهو ما يعني إمكانية تحويل العملاء بين المشروعات المتنافسة، وزيادة فرصة المنافسة بين المشروعات.

(١) ففي قضية *United States v du Pont de Nemours* خاصة بالورق الشفاف، حكم القاضي بأن سوق الورق الشفاف داخل في نطاق سوق الورق المستعمل للتغليف، وعليه حتى يمكن تقرير ممارسة السيطرة يجب أن تشمل سوق ورق التغليف ككل وليس فقط الورق الشفاف راجع 351 US 377 (1956), see also *AB Volvo v Erik Veng*, case 238/87 [1989] ECR 6211.

(٢) انظر أسامة فتحي (مرجع سابق)، صفحة ٢٨١.

(٣) انظر احمد الملح، الاحتكار والافعال الاحتكارية (مرجع سابق)، صفحة ٣٦.

(٤) انظر المرجع السابق، صفحة ٦٨، انظر أيضاً أسامة فتحي (مرجع سابق)، صفحة ٢٨٢.

وفي ذلك رأَت المفوضية الأوروبية أنه على الرغم من وجود نوعين من المستخدمين لمادة (البوتاس) - الأول يستخدم بودرة البوتاس، والآخر يستخدم حبيبات البوتاس في الإنتاج الزراعي - فإن المفوضية انتهت إلى أن النوعين يضمهما سوق نوعي واحد؛ استناداً إلى أن المنتج في كلا النوعين يمكن له إنتاج السلعة في النوع الآخر<sup>(١)</sup>، وفي قضية Tetra Pak v Commission قررت المحكمة أيضاً استقلال سوق التعبئة المعقمة للحليب عن سوق التعبئة غير المعقمة، استناداً إلى أن التحول في الإنتاج غير مرن، ويتطلب سنوات طويلة<sup>(٢)</sup>.

#### ب- البعد الجغرافي:

في البعد الجغرافي للمشروع، من اللازم تعيين المنطقة الجغرافية التي يمارس فيها المشروع نشاطه من بيع منتجات أو تقديم خدمات، وطلب المستهلكين لهذا النشاط<sup>(٣)</sup>؛ أي النطاق الجغرافي للسوق الذي يمارس فيه المشروع نشاطه وتحكمه ظروف تنافسية واحدة<sup>(٤)</sup>؛ وذلك لتعرف مقدار الحصة السوقية للمشروع ومقدار هيمنته وقيامه بممارسات تضر بالمنافسة، وكلما كانت الحدود الجغرافية للسوق ضيقة، كان من الأسهل إثبات هيمنة المشروع المعني على السوق. وعلى العكس، فإنه كلما اتسع محيط السوق أصبح من الصعب الهيمنة والإضرار بالمنافسة في السوق<sup>(٥)</sup>. وقد يكون السوق محلياً وطنياً أو

(١) انظر أسامة فتحي (المرجع السابق)، صفحة ٢٨٢.

(2) Check (Tetra Pak II), case C-333/94/P [1996] ECR I-5951 (ECJ) 129.

(٣) انظر وليد الجلاذ وخالد السليطي (مرجع سابق)، صفحة ١١٦.

(٤) انظر احمد الملحم، الاحتكار والافعال الاحتكارية (مرجع سابق)، صفحة ٤٢، انظر وليد الجلاذ وخالد السليطي (مرجع سابق)، صفحة ١١٦.

(٥) انظر احمد الملحم، الاحتكار والافعال الاحتكارية (مرجع سابق)، صفحة ٤٣.

إقليمياً عالمياً<sup>(١)</sup>، فضلاً عن أن الدولة قد تنقسم إلى العديد من الأسواق الجغرافية، ومن المهم المحافظة على المنافسة في جميع هذه الأسواق<sup>(٢)</sup>.

وفي هذا الخصوص نرى أن المشرع الكويتي عرّف النطاق الجغرافي للسوق المعني في المادة الأولى بـ "المنطقة التي يتم فيها استبدال المنتجات التي يعد كل منها بديلاً عن الآخر". وعليه، فإن الحدود الجغرافية للسوق هي محصورة في حدود دولة الكويت فقط، وعليه؛ فإن السوق - وفقاً لقانون حماية المنافسة - سوق محلي فقط؛ ومن ثم لم يحاول المشرع توسعة رقعة السوق إلى الخليج مثلاً، بل حصره في الكويت فقط، ولم يفرق بين المحافظات، ونصّ صراحة في المادة الخامسة على حظر "اقتسام أسواق المنتجات أو تخصيصها على أساس من المناطق الجغرافية أو مراكز التوزيع أو نوعية العملاء أو السلع أو المواسم أو الفترات الزمنية بقصد الإضرار بالمنافسة". وعليه؛ لم يسمح المشرع بتقسيم السوق الكويتي أو تخصيصه، وإنما جعله رقعة واحدة.

ومن المهم تطبيق ما سبق على سوق الجمعيات التعاونية وتعرّفه وتحديد بعديه: السلعي والجغرافي، فهو من الناحية السلعية سوق لجميع السلع الاستهلاكية الضرورية، التي أسست الجمعيات التعاونية لتوفيرها للمستهلك، وبعبارة أخرى هو سوق للمنتجات

(١) انظر أسامة فتحي (مرجع سابق)، صفحة ٢١٩.

(٢) وفي ذلك اكدت محكمة العدل الدولية على ضرورة معرفة حدود السوق الجغرافية الخاص بالمنتج أو التاجر، وفي قضية *United Brands v Commission* تم حصر السوق الجغرافية للشركة المدعى عليها وتم استبعاد الدول التي يوجد بينها اتفاقيات خاصة لتسويق واستيراد الموز مثل المملكة المتحدة وفرنسا وإيطاليا، فعليه سوق هذه الدول غير متجانس مع سوق دولة المدعى عليها راجع

Case 27/76 [1978] ECR 207.

الأساسية الضرورية، التي قد توفرها الجمعيات التعاونية أو المراكز التجارية المنافسة لها.

ويمكن القول بهذا الصدد: إنه لظالما كانت هذه السلع المعروضة في الجمعيات التعاونية متنوعة ويمكن الاستبدال بها سلعاً أخرى، تحقق الحاجات نفسها عند ارتفاع أسعارها؛ ومن ثم، فإن هذا السوق له بعد سلعي واسع جداً ليشمل جميع السلع الاستهلاكية وبدائلها. وحقيقة الأمر أن ما تقدمه الجمعيات التعاونية من سلع استهلاكية ضرورية هي سلع متنوعة وليست حكرًا على الجمعيات، ولها كثير من البدائل التي تحقق الحاجات نفسها، وبذلك من الصعب القول إن سوق الجمعيات التعاونية ضيق، يمكن الجمعية من الهيمنة والسيطرة عليه؛ ومن ثم، من الصعب القيام بالممارسات الضارة بالمنافسين للجمعيات، ولا سيما المراكز التجارية.

أما من الناحية الجغرافية؛ فإنه على الرغم من أن المشرع في القانون رقم ٢٤ لسنة ١٩٧٩ في شأن الجمعيات التعاونية كان يرمي إلى إنشاء جمعية تعاونية لكل منطقة سكنية في دولة الكويت، فإن ذلك لا يحصر سوق الجمعية بالمنطقة السكنية فقط من ناحية جغرافية؛ إذ إن سوق الجمعية التعاونية - وإن كان خاصاً بمنطقة واحدة - لا تقتصر خدماته على قاطني المنطقة، فهو يستقبل جميع قاطني الكويت، ومن مختلف المحافظات والمناطق، التي يوجد فيها أسواق ومراكز تجارية، تقدم السلع والخدمات نفسها.

واستناداً إلى ما سبق، فإن سوق الجمعيات التعاونية هو سوق لجميع السلع الاستهلاكية الضرورية، ويشمل جميع مناطق دولة الكويت، وعلى الرغم من حجم الحصة الكبير لحصته السوقية، واتساع رقعته الجغرافية للجمعيات، التي تشمل جميع

مناطق الكويت، وما يتبع ذلك من اقترابه من الوضع المهيمن، فإنه يجب التروي في إطلاق صفة الهيمنة على الجمعيات التعاونية، والبحث ابتداءً في مفهوم المركز المهيمن؛ وذلك للتحقق من مدى هيمنة الجمعيات التعاونية على السوق المعني، وهو ما سنتناوله في المطلب الآتي.

## المطلب الثاني

### اتحاد الجمعيات التعاونية الاستهلاكية والممارسات الضارة بالمنافسة

يتناول هذا المطلب - بداية - التعريف بصاحب المركز المهيمن؛ ليتسنى تطبيق هذا المفهوم على الجمعيات التعاونية أو اتحاد الجمعيات؛ وذلك وصولاً إلى بحث الممارسات الضارة بالمنافسة من قبل هذا الاتحاد، وعليه؛ ينقسم هذا المطلب إلى ثلاثة أفرع، الأول خاص بتعريف صاحب المركز المهيمن، والثاني يبحث في مدى هيمنة الجمعيات التعاونية أو الاتحاد، في حين يتناول الثالث تعيين ممارسات الاتحاد الضارة بالمنافسة.

#### الفرع الأول - من هو صاحب المركز المهيمن؟

لتطبيق قانون المنافسة، يجب - بداية - فهم صاحب المركز المهيمن وتحليله<sup>(١)</sup>. وقد خاطب المشرع في القانون رقم ٧٢ لسنة ٢٠٢٠ صاحب المركز المهيمن، وحظر عليه الممارسات الضارة بالمنافسة المنصوص عليها في الفصل الثاني من القانون، وعرفه بأنه "الوضع الذي يمكن أي شخص من خلال نفسه أو غيره من الأشخاص الآخرين من التحكم أو التأثير على السوق المعنوية والتصرف إلى حد كبير بشكل مستقل

(١) لا يغيب عن الذكر أن مصطلح المركز المهيمن من المصطلحات الجديدة في القانون الكويتي؛ فالقانون القديم رقم (١٠) لسنة ٢٠٠٧ نص على مصطلح السيطرة، وعرفها بأنها وضع يتمكن من خلاله شخص أو مجموعة أشخاص تعمل معاً، بشكل مباشر أو غير مباشر، من التحكم في سوق المنتجات، وذلك بالاستحواذ على نسبة تجاوز ٣٥% من حجم السوق المعنية. انظر المادة ١ من القانون السابق.

عن منافسيه. أو عملائه، أو عن المستهلكين". ومن ثم؛ فالهيمنة قد يصل إليها أي من الأشخاص المصنفين في نص القانون، سواء بأنفسهم أو بالاتفاق مع غيرهم<sup>(١)</sup>.

وليتسنى تطبيق نصوص القانون لا بدّ أن يكون هذا الشخص صاحب مركز مهيم، سواء كان الشخص نفسه أو بالاتفاق مع غيره من المتنافسين في السوق المعني؛ إذ إن الاتفاقات بين المتنافسين قد تكون وفقاً لعلاقات أفقية، وهي "الاتفاقات التي تبرم بين المتنافسين في مستوى واحد من الإنتاج أو سلسلة التوزيع في السوق المعنية"<sup>(٢)</sup>، وقد تشكل علاقات رأسية، وهي "الاتفاقات التي تبرم بين المتنافسين في مستويات مختلفة من الإنتاج أو سلسلة التوزيع في السوق المعنية"<sup>(٣)</sup>. والسؤال الذي يطرح هنا هو: من هو صاحب الوضع المهيمن<sup>(٤)</sup>؟ وكيف يمكن قياسه؟

بالنظر في التشريعات يلاحظ أنها انتهجت المنهج التحليلي للوقائع لتحديد المركز المهيمن، ولم تعرّف صاحب المركز المهيمن، ولم تضع معياراً صريحاً لذلك.

(1) See Richard Whish & David Bailey, *ibid*, page 756, see also Valentine Korah, *ibid*, page 76.

(2) See Christopher Bellamy and Graham Child, *ibid*, page 49, see also Richard Whish & David Bailey, *ibid*, page 545.

انظر ايضاً أحمد عبد الرحمن الملحم، "التقييد الأفقي للمنافسة مع التركيز على اتفاق تحديد الأسعار (دراسة تحليلية مقارنة)" (مرجع سابق)، صفحة ٣٧.

(٣) انظر أحمد عبد الرحمن الملحم، "مدى تقييد القصر للمنافسة الرأسية (دراسة تحليلية مقارنة في القانونين الأمريكي والأوروبي مع العناية بالوضع في الكويت)"، مجلة الحقوق جامعة الكويت – مجلس النشر العلمي، مجلد ٢٠، عدد ١ (مارس ١٩٩٦)، صفحة ١٣.

(٤) مصطلح المركز المسيطر أكثر شيوعاً في الاستخدام من المركز المهيمن، وهو المصطلح الذي نصت عليه اتفاقية السوق الأوروبية ولم تحدد المقصود به، إلا أنها تناولت مسألة إساءة استغلال المركز المسيطر في المادة ٨٦، انظر خليل فكتور تادرس، المركز المسيطر للمشروع في السوق المعنية على ضوء احكام قوانين حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية، القاهرة: دار النهضة العربية، (٢٠٠٧)، صفحة ٢٢.

وفي ظلّ غياب للمنهج التشريعي، ظهر خلاف بين فقهاء التشريع في تحديد معايير لصاحب المركز المهيمن<sup>(١)</sup>، فمنهم من اعتمد على عدد المشروعات في السوق، ومنهم من عول على الحصة السوقية، ومن جانب آخر هناك من أكد أهمية وجود قوة اقتصادية مؤثرة على السوق لتحقيق الهيمنة، ويمكن اختصار تلك المعايير بمعياريين: كمي وكيفي.

أما المعيار الكمي؛ فيقاس من ناحية عدد المشروعات، أو من ناحية الحصة السوقية في السوق المعني؛ فمن حيث عدد المشروعات كمعيار عددي، فإنه كلما قل عدد المشروعات المنافسة اقترب المشروع المعني من الهيمنة<sup>(٢)</sup>. وحسناً كان موقف المشرع الكويتي حين لم يأخذ بالمعيار العددي للمشروع؛ وذلك لإمكانية تحقق السيطرة لعدة مشروعات في الواقع العملي، إذا ما تم الاتفاق بينها؛ ومن ثم وسّع من مفهوم الهيمنة ليشمل الاتفاقات<sup>(٣)</sup>، التي تبرم وفقاً لعلاقات أفقية أو لعلاقات رأسية<sup>(٤)</sup>. وعليه؛ يمكن تحقق الهيمنة ولو تعددت المشروعات في السوق المعنيّة في حال وجود اتفاقات بطريق مباشر أو غير مباشر.

أما معيار الحصة السوقية؛ فيستند إلى تقييم الحصة السوقية للمشروع لتحديد صاحب المركز المهيمن في السوق<sup>(٥)</sup>؛ ومن ثم، تعد حصة المشروع من السوق المعني

(1) See Valentine Korah, *ibid*, page 76.

(٢) انظر احمد الملحم، الاحتكار والافعال الاحتكارية (مرجع سابق)، صفحة ٨٤.

(٣) انظر المادة ١ من القانون رقم ٧٢ لسنة ٢٠٢٠.

(٤) انظر المادة ١ من القانون رقم ٧٢ لسنة ٢٠٢٠.

(٥) وفي هذا الشأن نجد أن المشرع الأمريكي والمشرع الأوروبي لم يتصد إلى تحديد النسبة السوقية، وترك الامر لتقدير القضاء لكل دعوى على حدة، وبالنظر إلى القضاء الأمريكي يمكن استنتاج انه عول على نسبة ٧٠% فما فوق للحصة التي يستحوذ عليها المشروع في السوق المعني بتحقيق المركز الاحتكاري للمشروع، وفي دعوى *United States v American Tobacco Co.*

=

مؤشراً مهماً لمعرفة مدى تحقق الهيمنة وفقاً لهذا المنهج، وتقاس الحصة السوقية للمشروع مقارنةً بمنافسيه في السوق<sup>(١)</sup>، وكلما زادت هذه الحصة اقترب المشروع إلى الهيمنة<sup>(٢)</sup>.

وبالنظر في القانون رقم ٧٢ لسنة ٢٠٢٠ في شأن حماية المنافسة، يلاحظ أنه لم يتطرق لتحديد نسبة معينة يمكن التعويل عليها لقياس مدى هيمنة المشروع على السوق<sup>(٣)</sup>، بل نصّ فقط على "التحكم أو التأثير على السوق". وبذلك ترك الأمر للدراسة والتقدير لكل واقعة على حدة، وهذا التوجه نجده أكثر انسجاماً مع القوانين المقارنة؛ إذ إن الهيمنة قد تتحقق بنسبة حصة سوقية بسيطة، غير أن هذا لا يمنع من القول: إن الحصة السوقية قد تعتبر مؤشراً للهيمنة، التي قد لا تتحقق إلا بالتمكن من السيطرة على الأسعار أو تجنب المنافسة؛ وبناءً على ذلك ظهر المعيار الكيفي<sup>(٤)</sup>.

استندت المحكمة إلى الحصة السوقية للمشروع والتي كانت ٨٦% بانها دليل على ان الشركة تتمتع بمركز احتكاري ويمكن لها التأثير على الشركات المنافسة، راجع Case 221 U.S. 106 (1969).

انظر أيضاً في النسبة المنوية في دعوى

Hiland Dairly v Kroeger 402 F. 2d. 968 (8th Cir. 1968)

(١) في القانون الكويتي السابق لسنة ٢٠٠٧، أخذ المشرع بمعيار الحصة السوقية وحددها بنسبة ٣٥% في السوق المعني. انظر المادة ١ من قانون رقم ١٠ لسنة ٢٠٠٧ في شأن حماية المنافسة، انظر أيضاً أسامة فتحي (مرجع سابق)، صفحة ٤١٣.

(٢) انظر حسين عمر، المنافسة والاحتكار: دراسة تحليلية رياضية، القاهرة: دار النهضة العربية، الطبعة الأولى، (١٩٦٠)، صفحة ١٥٣، مشار إليه في أحمد الملحم، الاحتكار والافعال الاحتكارية (مرجع سابق)، صفحة ٨٥.

(٣) اتبع المنهج نفسه للتنظيم القديم للمنافسة في المادة رقم ٦٠ مكرر ب؛ حيث نصت على أن "يكون التاجر في مركز احتكاري إذا أصبحت لديه المقدرة على التحكم في أسعار السلع والخدمات".

(٤) انظر أسامة فتحي (مرجع سابق)، صفحة ٣١٧.

فنظراً لقصور المعيار الكمي في تحديد المركز المهيمن، ظهر المعيار الكيفي، وهذا يقوم على التقييم الاقتصادي للمشروع؛ إذ لا يكفي الاستناد إلى عدد المشروعات في السوق ولا إلى الحصة السوقية للمشروع؛ ومن ثم، لا بد أن يكون لهذا المشروع تأثير حقيقي على السوق؛ مما يعوق دخول غيره من المنافسين إلى السوق المعني<sup>(١)</sup>. وقد برز هذا المعيار - وهو القدرة الاقتصادية للمشروع، وقدرة التأثير على السوق، والقدرة على تحديد الأسعار - باستقلال عن منافسيه؛ وبذلك لا يتطلب الأمر الاحتكار الكامل كما هو مشار إليه في المعيار الأول، بل على عكس ذلك، يمكن أن تتحقق الهيمنة من مشروع بنفسه أو بالاشتراك مع غيره، عند توافر قدرة التأثير على الأسعار.

ومن معالم القوة الاقتصادية للمشروع وجود عوائق تمنع دخول المنافسين إلى السوق المعني<sup>(٢)</sup>؛ وهو ما يعني أن هذا المشروع يتمتع بحصة سوقية كبيرة لعدم وجود منافسين له، وقد تكون العوائق قانونية؛ بحيث يعطي القانون امتيازات لهذا المشروع؛ كإعطاء الامتياز بالاحتكار، أو صعوبة الحصول على ترخيص من قبل الدولة للدخول إلى السوق المعني.

ومن ملامح القوة الاقتصادية التي تعزز المركز المهيمن للشخص، قدرة صاحب المشروع على التصرف باستقلالية دون أية حسابان للمنافسين أو العملاء، وما يعزز ذلك نظرة هؤلاء العملاء أو المستهلكين إلى المشروع؛ بحيث يستمر الإقبال على الشخص بغض الطرف عن السعر، وقد يصل الأمر إلى غض الطرف عن الجودة، ومن أمثلة ذلك أن يحمل المشروع علامة تجارية تتمتع بأسلوب جذاب للدعاية والتسويق، ومنها

(١) انظر أسامة فتحي (مرجع سابق)، صفحة ٣١٧.

(2) Hugin Kassaregister v Commission, case 22/78 [1979] ECR 1-4287 81.

العلامة التجارية لموز تشكيتا وإقبال المستهلكين عليه في سوق الموز يجعله في مركز مهيم<sup>(١)</sup>.

وبالنظر إلى المشرع الكويتي في تعيينه لصاحب المركز المهيم نجد أنه أخذ بمقياس سلوك صاحب المنتج في نطاقه العريض، وهو قدرة صاحب المشروع على التحكم بالسوق أو التأثير فيه، سواء بنفسه أو بالاتفاق مع غيره من المشروعات. ومن المهم التأكيد في هذا الشأن أن الوصول إلى المركز المهيم غير محظور لذاته، وإنما المحظور هو إساءة المشروع في استغلال هذا المركز المهيم والقيام بممارسات ضارة بالمنافسة، وهذه الممارسات قد يقوم بها صاحب المركز المهيم وحده، أو عن طريق الاتفاقات لأصحاب العلاقات الرأسية أو الأفقية في السوق، التي تشكل اتفاقاً محظوراً، بحد ذاتها.

وما يعنينا في هذه الدراسة - على وجه الخصوص - هو التساؤل الخاص بشأن اتحاد الجمعيات التعاونية أو الجمعية التعاونية، ومفاده: هل لديهما قدرة اقتصادية تجعلهما في مركز مهيم؟ وهل يمكن لهما التصرف باستقلالية عن منافسيهما في السوق؟ أو هل اتحاد الجمعيات يمثل اتفاقاً أفقياً محظوراً؟ وهو ما سنجيب عنه فيما يأتي.

### الفرع الثاني - هل الجمعيات التعاونية أو اتحاد الجمعيات التعاونية الاستهلاكية صاحب مركز مهيم؟

سبق القول إن المشرع عول على المعيار الكيفي لتقدير الهيمنة، وهو قدرة صاحب المشروع على التحكم بالسوق؛ لما يتمتع به من معالم قوة اقتصادية. وقد دعم المشرع الكويتي الحركة التعاونية، وخصّ الجمعيات التعاونية بنصيب وافر من

(1) United Brands v Commission, case 27/76 [1978] ECR 207.

المميزات<sup>(١)</sup>، في مقدمتها أن الدولة تتولى بناء الجمعيات التعاونية على نفقتها، وتخصص لها أراضي في المناطق السكنية، لا تقل مساحتها عن ١٠٠٠ متر مربع، ناهيك عن التسهيلات الحكومية التي تحظى بها؛ مثل إعفائها من بعض الرسوم الجمركية أو كلها، وغير ذلك من الرسوم<sup>(٢)</sup>؛ وهو ما يعطي الجمعيات قوة اقتصادية وميزة قانونية دون غيرها المتنافسين في السوق<sup>(٣)</sup>.

فضلاً عن ذلك منعت الدولة - إلى حد كبير - منافسة هذه الجمعيات في المناطق السكنية؛ إذ نصّ المشرع بكل صراحة على هيمنة الجمعية في المناطق السكنية ومنع منافستها حين قررت الدولة في هذا الشأن عدم السماح للأفراد والشركات والمؤسسات التجارية بفتح محالّ تجارية، تمارس النشاط ذاته الذي تمارسه الجمعيات التعاونية؛ ومن ثم ألغيت الدكاكين في المناطق السكنية، وبذلك تحتكر الجمعيات تقديم المنتجات الاستهلاكية لأصحاب المنطقة<sup>(٤)</sup>.

وكل المميزات والتسهيلات السابقة تعزز المركز المهيمن للجمعية التعاونية في الكويت، وتعطيها مركزاً أفضل بكثير من غيرها من المنافسين. ومما لا شك فيه أن الجمعية التعاونية لها القدرة على التحكم والتأثير على السوق المعني والتصرف - إلى حد كبير - بشكل مستقل عن منافسيها، ولها الغلبة - إلى حد كبير - في تغطية السوق المعني

(١) انظر دعم الدولة - اتحاد الجمعيات التعاونية الاستهلاكية (kucss.com.kw). (آخر زيارة ١٢ يناير ٢٠٢٣).

(٢) انظر المادة ٣٩ من القانون رقم ٢٤ لسنة ١٩٧٩ في شأن الجمعيات التعاونية.

(٣) وهناك أيضاً الكثير من الامتيازات الأخرى تقدم من وزارة الشؤون الاجتماعية ووزارة التجارة، راجع دعم الدولة - اتحاد الجمعيات التعاونية الاستهلاكية (kucss.com.kw) (آخر زيارة ١٢ يناير ٢٠٢٣).

(٤) انظر قرار مجلس الوزراء بإلغاء الدكاكين في المناطق السكنية الصادر في ٨ يناير ١٩٧٨.

الكويتي في توفير السلع الاستهلاكية؛ إذ إنه على الرغم من وجود منافسين فإن الجمعيات لها مزايا اقتصادية تحد المنافسة مع غيرها في السوق المعني.

ترتيباً على ما سبق، يمكن القول: إن الجمعيات التعاونية واتحاد الجمعيات يقتربان - إلى حد كبير - من المركز المهيمن في السوق المعني، إلا أن الوصول إليه لا يعد محظوراً لذاته، كما سبق القول، وإنما المحذور هو الإساءة في استغلال هذا المركز والقيام بممارسات ضارة بالمنافسة، ومن الجدير ذكره أن هذه الممارسات قد تكون من صاحب المركز المهيمن أو عن طريق الاتفاقات لأصحاب العلاقات الرأسية أو الأفقية في السوق.

ومن جانب آخر، فإن اتحاد الجمعيات التعاونية، يتم تكييفه على أنه من الاتفاقات الأفقية التي نص عليها المشرع صراحة، وهي العلاقات التي تبرم بين المتنافسين في مستوى واحد من مراحل الإنتاج، أو سلسلة التوزيع في السوق المعنية، وفي هذا الشأن أسس اتحاد الجمعيات ليشمل أغلب الجمعيات التعاونية، التي هي على مستوى واحد في تقديم السلع الاستهلاكية الضرورية في السوق المعني في الكويت<sup>(١)</sup>، ويهدف هذا الاتحاد إلى حماية المستهلك؛ بوضع سياسة وضوابط يتم وفقها العمل التعاوني الاتفاقي لتحقيق أغراض الاتحاد<sup>(٢)</sup>.

وبالفعل أقر مجلس إدارة الاتحاد سياسته التي وضعت منذ عام ١٩٧٩، وهي ترمي إلى مجموعة من الأهداف، من بينها استقرار أسعار السلع الاستهلاكية وثباتها إلى أطول فترة زمنية ممكنة، فضلاً عن توحيد الأسعار للسلع الاستهلاكية في جميع

(١) انظر تاريخ الحركة التعاونية - اتحاد الجمعيات التعاونية الاستهلاكية (kuccs.com.kw). (آخر زيارة 12 يناير ٢٠٢٣).

(٢) انظر المادتين ٢٨ و ٢٩ من المرسوم بقانون رقم ٢٤ لسنة ١٩٧٩ في شأن الجمعيات التعاونية.

الجمعيات التعاونية الخاضعة لهذا الاتحاد<sup>(١)</sup>، ناهيك عن الأهداف الأخرى، التي تندرج تحت النطاق العريض لحماية المستهلك، وهنا يمكن أن يثار تساؤل، مفاده: هل يعدّ الاتحاد - باعتباره اتفاقاً أفقياً - بهذه الغاية محظوراً بحد ذاته؟ وهو ما سنجيبه في الفرع الآتي.

### الفرع الثالث

#### ممارسات اتحاد الجمعيات الضارة بالمنافسة وفقاً لقانون حماية المنافسة

باستعراض نصوص قانون حماية المنافسة نجد أن المشرع خصص الفصل الثاني - بالتفصيل - للممارسات الضارة بالمنافسة؛ حيث حظر القيام بأي عمل أو اتفاق، من شأنه الحد أو الإخلال أو منع المنافسة، هذا بالإضافة إلى أنه أفرد مجموعة من الاتفاقات المحظورة لذاتها، والصادرة عن العلاقات الأفقية، وقد كيّف هذه الاتفاقات بأنها ممارسات ضارة بالمنافسة؛ فالحظر ينصب على الاتفاق ذاته دون البحث عن تأثيره السلبي الفعلي على المنافسين في السوق المعني، وفي ذلك نصت المادة ٥ على أن:

"يحظر على الأشخاص القيام بأية اتفاقات أو أعمال مرتبطة بعلاقات أفقية على النحو التالي:

أ- تحديد أسعار المنتجات محل التعامل بشكل مباشر أو غير مباشر بالرفع أو الخفض أو التثبيت، أو فرض أي شروط تجارية مقيدة فيما يتعلق ببيع، أو توزيع سلعة، أو توريد خدمة، أو بأية صورة أخرى بما يتعارض مع آلية السوق.

(١) انظر اهداف الاتحاد - اتحاد الجمعيات التعاونية الاستهلاكية (kucss.com.kw) (آخر زيارة ١٢ يناير ٢٠٢٣).

- ب- تقسيم أو اقتسام أسواق المنتجات، بحسب المناطق أو بحسب حجم المبيعات أو المشترية، أو بحسب نوع المنتجات المبيعة أو بأي وسيلة أخرى.
- ج. تثبيت كمية الإنتاج، أو التوزيع، أو البيع بالنسبة للسلع، أو تحديد طريقة أو وسيلة لتقديم الخدمات.
- د. تقييد التطور التقني أو الاستثمار بالنسبة لإنتاج، أو توزيع، أو بيع سلعة، أو تقديم خدمة.

هـ. التواطؤ في تقديم العطاءات أو العروض لبيع، أو شراء، أو توريد أي منتجات".

وتطبيقاً لهذا النص على اتحاد الجمعيات التعاونية، نجد أن اتحاد الجمعيات الذي يشكل الاتفاقات الأفقية التي نص عليها القانون، وأهدافه في حماية للمستهلك من تثبيت للأسعار وتوحيد لها، هي محظورة وفقاً لنصوص قانون المنافسة رقم ٧٢ لسنة ٢٠٢٠؛ إذ نص القانون صراحة على عدم جواز مثل هذه الاتفاقات، حتى وإن لم يثبت لها ضرر فعلي للمنافسين.

وبالفعل أقر مجلس إدارة الاتحاد سياسته التي وضعت منذ عام ١٩٧٩، وهي ترمي إلى مجموعة من الأهداف، من بينها استقرار أسعار السلع الاستهلاكية وثباتها إلى أطول فترة زمنية ممكنة، بالإضافة إلى توحيد أسعار البيع للسلع الاستهلاكية في جميع الجمعيات التعاونية الخاضعة لهذا الاتحاد<sup>(١)</sup>؛ ومن ثم، فالاتفاق بين الجمعيات التعاونية تحت ظل اتحاد الجمعيات التعاونية بشأن تثبيت الأسعار وتوحيدها، لهو اتفاق ضار بالمنافسة، وضار بالمنافسين لهذه الجمعيات، وهم المراكز التجارية في السوق المعني.

(١) انظر أهداف الاتحاد - أهداف الاتحاد - اتحاد الجمعيات التعاونية الاستهلاكية (kuccs.com.kw) (آخر زيارة ١٢ يناير ٢٠٢٣).

ودون الخوض في النوايا الحسنة لاتحاد الجمعيات من توفير السلع الاستهلاكية الضرورية في دولة الكويت، ورغبته في عدم توافر المنافسة في السوق الاستهلاكي لضمان توفير حاجات المستهلك بعيداً عن المنافسة التجارية، التي قد تضر بالمستهلك على حد توقع المشرع الكويتي - فإن هذا الاتحاد وغايته يعتبران من الممارسات المحظورة قانوناً، ناهيك عن الأهداف الأخرى، التي تندرج تحت النطاق العريض لحماية المستهلك؛ وعليه، فهذه الأهداف تضر بالمنافسين في السوق المعني.

ومما تقدم نجد أن مجرد الاتفاق على تحديد أسعار المنتجات أو توحيدها أو تثبيتها، يعد - بكل صراحة - من الممارسات الضارة بالمنافسة، وقد نص القانون على حظر الاتفاقات المرتبطة بعلاقات أفقية، من شأنها الإخلال بالمنافسة أو الحد منها أو منعها<sup>(١)</sup>، وهذا الاتحاد - بحد ذاته - شكّل ضرراً بالمنافسين مع الجمعيات في السوق، ووضع الجمعيات في موضع أفضل، وكأن المشرع يراعي فكرة الحركة التعاونية القائمة على توفير الحاجات الأساسية للمستهلك، ويجعل لها أفضلية على تحقيق الروح التنافسية في السوق الاستهلاكي.

(١) انظر المادة ٦ من قانون رقم ٧٢ لسنة ٢٠٢٠ في شأن حماية المنافسة.

## الخاتمة

تناولت هذه الدراسة البحث في فكرة الحركة التعاونية بدولة الكويت. وقد حرص المشرع على توفير الحاجات والسلع الاستهلاكية الضرورية للمستهلك، من خلال القانون رقم ٢٤ لسنة ١٩٧٩ في شأن الجمعيات التعاونية، والتوجه العام لإنشاء اتحاد لهذه الجمعيات؛ ليكون الأرض الخصبة لتنسيق العمل التعاوني وتنظيمه، والذي توصل إلى إقرار مجموعة من الأهداف، من بينها استقرار أسعار السلع الاستهلاكية وثباتها.

من جانب آخر تطرقت هذه الدراسة للقانون رقم ٧٢ لسنة ٢٠٢٠ في شأن حماية المنافسة، وذلك لبحث الممارسات المحظورة الضارة بالمنافسة، والتي تحد أو تمنع نشاط المتنافسين في السوق، أو تضر بهم؛ ومن ثم يتطلب ذلك تعيين السوق المعني لتحديد مساحة تطبيق قواعد قانون المنافسة، ومعرفة المتنافسين في السوق، بالإضافة إلى تبيان صاحب المركز المهيمن، وكيف يمكن تحقق الهيمنة، سواء من شخص واحد مهيم أو من خلال اتفاقات بين المتنافسين في السوق.

وحاولت الدراسة إسقاط قواعد القانون رقم ٧٢ لسنة ٢٠٢٠ في شأن حماية المنافسة، على ممارسات الجمعيات التعاونية واتحاد الجمعيات التعاونية الاستهلاكية، التي تهدف - كما سبق القول - إلى تحقيق حماية المستهلك في دولة الكويت من خلال الاتفاق على تثبيت أسعار السلع الاستهلاكية واستقرارها في الجمعيات التعاونية؛ وذلك لتعرّف طبيعة هذا الاتفاق إذا ما كان محظوراً وفق قانون حماية المنافسة أم غير محظور، وتوصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

- ١- الجمعيات التعاونية مخاطبة بصراحة النص بالقانون رقم ٧٢ لسنة ٢٠٢٠ في شأن حماية المنافسة، وعمل هذه الجمعيات التعاونية هو عمل تجاري وفقاً لقانون التجارة الكويتي رقم ٦٨ لسنة ١٩٨٠.
- ٢- اتحاد الجمعيات التعاونية الاستهلاكية مخاطب أيضاً بالقانون رقم ٧٢ لسنة ٢٠٢٠ في شأن حماية المنافسة؛ إذ إن المشرع نص صراحة على أن الاتحادات هي من الأشخاص الخاضعين لهذا القانون.
- ٣- السوق المعني في دراسة سوق الجمعيات التعاونية هو سوق السلع الاستهلاكية الضرورية للمستهلك، ويشمل جميع مناطق دولة الكويت من ناحية جغرافية.
- ٤- يركز تعريف المركز المهيمن في القانون الكويتي على معيار القدرة الاقتصادية للمشروع، وعليه؛ استندت الدراسة إلى الامتيازات التي خص بها المشرع الجمعيات التعاونية في إسباغ صفة الهيمنة لهذه الجمعيات في السوق المعني.
- ٥- على الرغم من وصول الجمعيات التعاونية إلى المركز المهيمن فإن الوصول إليه لا يعتبر محظوراً بحد ذاته، وإنما المحظور هو الإساءة في استغلال هذا المركز المهيمن.
- ٦- من الممارسات الضارة بالمنافسة الاتفاقات بين الأشخاص المخاطبين وفق هذا القانون، الذين تجمعهم علاقات أفقية؛ بمعنى أنهم يشتركون بمستوى واحد من التوزيع أو الإنتاج، وهي اتفاقات تنص على توحيد أسعار بيع المنتجات وتثبيتها بين هؤلاء الأشخاص أصحاب العلاقات الأفقية.
- ٧- الاتفاق على تثبيت أسعار بيع المنتجات أو تحديدها هو اتفاق محظور بحد ذاته، وفقاً للقانون رقم ٧٢ لسنة ٢٠٢٠، بصرف النظر عما ينتج عن هذا الاتفاق من ضرر للمتنافسين في السوق المعني.

٨- اتفاق اتحاد الجمعيات التعاونية الاستهلاكية هو اتفاق يشمل الجمعيات التعاونية، التي يجمعها علاقات أفقية؛ ومن ثم هو اتفاق محظور وفقاً لنص المادة ٥ من الفصل الثاني من القانون رقم ٧٢ لسنة ٢٠٢٠.

مما سبق يمكن الوصول إلى أن نوايا المشرع كانت حسنة في تحقيق حماية للمستهلك في دولة الكويت من خلال تنظيم عمل الجمعيات ودعمها، وفتح المجال لها بتشكيل اتحادات وإصدار قرارات لتوفير تلك الحماية، إلا أنه، حين نظم المنافسة، غفل عن استثناء هذا الهدف وهذا التنظيم الخاص للجمعيات التعاونية من إخضاعه لقانون حماية المنافسة.

وكان من الأجدر للمشرع تغليب كفة على كفة بحسب تقديره، سواء حماية المستهلك بالدرجة الأولى، أو المحافظة على الروح التنافسية في سوق السلع الاستهلاكية، وكان يستوجب عليه، حين نظم قانون المنافسة، النص صراحة على استثناء تطبيق قواعد المنافسة على الجمعيات التعاونية واتحاد الجمعيات، حتى لا يثار مثل هذا التناقض بين أحكام القوانين، أو إلغاء جميع الاتفاقات التي تشكل ممارسات محظورة وفقاً لقانون المنافسة؛ ومن ثم، توصي الدراسة المشرع الكويتي بإعادة النظر في هذه المسألة وتنظيمها؛ لحل ما يترتب على هذا التناقض من مشكلات في الواقع العملي.

## قائمة المراجع

### • القوانين:

- دستور دولة الكويت.
- القانون رقم ٢٤ لسنة ١٩٧٩ في شأن الجمعيات التعاونية.
- القانون رقم ٧٢ لسنة ٢٠٢٠ في شأن حماية المنافسة.
- قانون التجارة رقم ٦٨ لسنة ١٩٨٠.
- قانون رقم ١٠ لسنة ٢٠٠٧ في شأن حماية المنافسة (ملغي).

### • المراجع العربية:

- أحمد عبد الرحمن الملحم، الاحتكار والأفعال الاحتكارية (دراسة مقارنة في القانون الأمريكي والأوروبي والكويتي)، مجلس النشر العلمي - جامعة الكويت، الطبعة الأولى (١٩٩٧).
- أسامة فتحي عبادة يوسف، النظام القانوني لعمليات التركيز الاقتصادي في قانون المنافسة (دراسة تحليلية مقارنة)، المنصورة، دار الفكر والقانون (٢٠١٤).
- حسام توكل موسى، إساءة استغلال المركز المسيطر في السوق التنافسية (دراسة تحليلية مقارنة في ضوء القرارات والدراسات الصادرة عن جهاز حماية المنافسة المصري، المؤلف هو الناشر (٢٠٢٢).
- حسين الماحي، حماية المنافسة (دراسة مقارنة)، القاهرة: دار النهضة العربية، الطبعة الثانية (٢٠١٧/٢٠١٨).

- حسين عمر، المنافسة والاحتكار: دراسة تحليلية رياضية، القاهرة: دار النهضة العربية، الطبعة الأولى (١٩٦٠).
- خليل فكتور تادرس، المركز المسيطر للمشروع في السوق المعنية على ضوء احكام قوانين حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية، القاهرة، دار النهضة العربية (٢٠٠٧).
- سامي عبد الباقي أبو صالح، إساءة استغلال المركز المسيطر في العلاقات التجارية (القانون رقم ٣ لسنة ٢٠٠٥ الخاص بحماية المنافسة والممارسات الاحتكارية – دراسة تحليلية مقارنة)، القاهرة: دار النهضة العربية (٢٠٠٥).
- عبد الرحيم عنتر عبدالرحمن، المنافسة في ظل اتفاقية التريبس وأثرها على المعلومات غير المفصح عنها، جمهورية مصر العربية: مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى (٢٠١٥).
- محمد مهدي شمس الدين، الاحتكار في الشريعة الإسلامية (بحث فقهي مقارن)، بيروت: المؤسسة الدولية، الطبعة الثانية (١٩٩٨).
- نافل عبد الكريم العقلة الفالح، أحكام ودعاوى المنافسة غير المشروعة وفق قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية الأردني رقم ١٥ لسنة ٢٠٠٠، مصر: المصرية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى (٢٠١٨).
- وليد عزت الجلاد وخالد عبد الله جمعة السليطي، المركز المسيطر في قانون حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية (دراسة مقارنة)، القاهرة: دار النهضة العربية، الطبعة الأولى (٢٠١٩).

## • الأبحاث العربية:

- أحمد عبد الرحمن الملحم، التقييد الأفقي للمنافسة مع التركيز على اتفاق تحديد الأسعار (دراسة تحليلية مقارنة، مجلة الحقوق جامعة الكويت – مجلس النشر العلمي، مجلد ١٩، عدد ٤، (ديسمبر ١٩٩٥)، صفحة ٧٤.
- أحمد عبد الرحمن الملحم، "مدى تقييد القصر للمنافسة الرأسية (دراسة تحليلية مقارنة في القانونين الأمريكي والأوروبي مع العناية بالوضع في الكويت)"، مجلة الحقوق جامعة الكويت – مجلس النشر العلمي، مجلد ٢٠، عدد ١، (مارس ١٩٩٦)، صفحة ١٣.

## • المراجع الأجنبية:

- Christopher Bellamy and Graham D. Child, Common Market Law of Competition, London: SWEET & MAXWELL, (1991).
- Cosmo Graham, EU and UK Competition Law, UK: Pearson Education Limited, 2<sup>nd</sup> edition (2013).
- Richard A. Posner, Economic Analysis of Law, Wolters Kluwer Law & Business, 8<sup>th</sup> edition.
- Richard Whish and David Bailey, Competition Law, Oxford University Press 8<sup>th</sup> edition.

- 
- 
- Valentine Korah, An Introductory Guide to EC Competition Law and Practice, UK: Hart Publishing Oxford, 6<sup>th</sup> edition (1997).

• الأبحاث الأجنبية:

- David Macdonald, 'Product Competition in The Relevant Market Under The Sherman Act', 53 Mich. L. Rev. 69 (1954-1955) page 69.

• الأحكام القضائية:

- United Brands v Commission, case 27/76 [1978] ECR 207.
- United States v du Pont de Nemours, case 351 US 377 (1956).
- Hiland Dairy v Kroeger, case 402 F. 2d. 968 (8<sup>th</sup> Cir. 1968).
- Hugin Kassaregister v Commission, case 22/78 [1979] ECR 1-4287 81.
- AB Volvo v Erik Veng, case 238/87 [1989] ECR 6211.
- (Tetra Pak II), case C-333/94/P [1996] ECR I-5951 (ECJ) 129.
- United States v American Tobacco Co., case Case 221 U.S. 106 (1969).

• المواقع الإلكترونية:

- موقع اتحاد الجمعيات التعاونية الاستهلاكية: اتحاد الجمعيات التعاونية الاستهلاكية (kuccs.com.kw) (آخر زيارة ١٢ يناير ٢٠٢٣).
  - موقع جريدة القبس: (alqabas.com) (آخر زيارة ١٢ يناير ٢٠٢٣).
  - موقع وزارة الشؤون الاجتماعية: [https://mosa.gov.kw/webcenter/portal/extranet/pages\\_about\\_ministry/introduction](https://mosa.gov.kw/webcenter/portal/extranet/pages_about_ministry/introduction) (آخر زيارة ١٢ يناير ٢٠٢٣).
  - موقع الديوان الاميري – دولة الكويت الرؤية (da.gov.kw) (آخر زيارة ١٢ يناير ٢٠٢٣).
  - Official Journal of European Communities: [EUR-Lex](http://eur-lex.europa.eu) - 31997Y1209(01) - EN - EUR-Lex (europa.eu) (last visited 12 Jan. 2023).
  - موقع الحلف التعاوني الدولي
- International Cooperative Alliance | ICA (last visited 12 Jan. 2023).**