

UNITED ARAB EMIRATES
MINISTRY OF ECONOMY & TOURISM



الإمارات العربية المتحدة
وزارة الاقتصاد والسياحة

دليل ارشادي حول عملية تحديد السوق المعنية

يوليو 2026

قائمة المحتويات

<u>الصفحة</u>	<u>المحتويات</u>
4	تمهيد
4	تحديد الفئات المستهدفة من الدليل
7	التعريفات
8	تقديم
10	الجزء الأول - المبادئ الأساسية لعملية تحديد السوق المعنية
10	القسم الأول - مبدأ مدى توفر قيود وضغوطات تنافسية
10	1 - مبدأ قابلية الاستبدال من ناحية الطلب
10	▪ شروط وخصائص الاستبدال
11	▪ مزايا قابلية الإستبدال
11	▪ الأساليب الفنية المعتمدة في تقييم إستبدال الطلب
12	▪ اختبار الزيادة الصغيرة ولكن مؤثرة وغير مؤقتة في الأسعار
15	▪ اختبار المرونة السعري للطلب
16	▪ اختبار الانخفاض الطفيف والمؤثرة وغير المؤقت في الجودة
16	2 - مبدأ قابلية الاستبدال من ناحية العرض
18	3 - مبدأ المنافسة المحتملة
19	القسم الثاني - مبدأ مدى توفر ظروف منافسة متجانسة أو متشابهة
21	الجزء الثاني - عملية تحديد السوق المعنية: المراحل والإجراءات
21	القسم الأول - مرحلة تجميع المعلومات والمعطيات الأساسية
24	القسم الثاني - مرحلة تحديد السوق المعنية
25	الباب الأول - تحديد سوق المعنية
25	أولا - مفهوم المنتجات المعنية
26	ثانيا - عناصر التحقق المعتمدة في تحديد المنتجات المعنية
28	1 - خصائص المنتج
28	2 - أوجه الاستعمال
29	3 - السعر
30	4 - تفضيلات العملاء
31	5 - دليل الاستبدال في الماضي القريب
31	6 - العوائق والتكاليف المرتبطة بقرارات تحويل الطلب نحو بدائل محتملة
33	7 - التمييز السعري بين فئات مختلفة من العملاء

34	8 - دليل سهولة الإستبدال
35	9 - الدليل المتعلق بالإمكانات المادية والمالية للمنشأة الاقتصادية
35	10 - دليل العوائق والحواجز القانونية والتنظيمية أو الفنية
37	الباب الثاني - النطاق الجغرافي للسوق المعنية
37	أولا - مفهوم النطاق الجغرافي
37	بالنسبة للنطاق الجغرافي الوطني أو المحلي
38	بالنسبة للنطاق الجغرافي الإقليمي أو الدولي
38	ثانيا - عناصر التحقق المعتمدة في تحديد السوق الجغرافية المعنية
39	1 - دليل التحقق بشأن تحول وجهة الطلب أو العرض نحو بدائل بمناطق مجاورة نتيجة للزيادة في الأسعار
40	2 - أدلة التحقق المتعلقة بتكاليف ومسافة التنقل والزمن المستغرق
41	3 - أدلة التحقق المتعلقة تفضيلات العملاء وسلوكهم الشرائي أو الاستهلاكي
42	4 - أدلة التحقق بشأن العوائق والحواجز المتعلقة بتحويل وجهة العرض نحو المناطق الجغرافية موضوع النظر
43	5 - أدلة التحقق بشأن الواردات

تمهيد

يندرج إعداد هذا الدليل في إطار تطبيق أحكام المرسوم بقانون اتحادي رقم (36) لسنة 2023 في شأن تنظيم المنافسة ولائحته التنفيذية وكل القرارات الصادرة تنفيذا لهما.

ولغاية هذه الارشادات يأتي الدليل الحالي لضمان توشي منهج سليم وفعال لحسن تطبيق هذه الأحكام.

إذ تعيّن تبسيط المفاهيم والآليات المعتمدة في مجال تطبيق قانون المنافسة بما يساعد الجهات المستفيدة على إنجاز المتطلبات القانونية والفنية بشأن معاملاتها مع الإدارة سواء تعلّق الأمر بطلب التحري حول الممارسات مشتبّه بمخالفتها لقواعد المنافسة الحرة والعادلة أو بشأن الطلبات المتعلّقة بإعفاء بعض الاتفاقات أو بالموافقة على عمليات التركيز الاقتصادي أو بكل المسائل ذات الصلة بقطاع المنافسة، ومن بينها مفهوم السّوق المعنية.

مع الإشارة إلى أنّ هذا الدليل لا يشكل بديلا عن الإطار القانوني لتنظيم المنافسة الجاري به العمل حاليا، ولكن يتناول بشكل عام شرح لمختلف المراحل والإجراءات الأساسية التي يتعيّن اعتمادها عند تحديد السّوق المعنية لما لها من تأثير بالغ الأهمية على سير ومثال كل طلب.

تحديد الفئات المستهدفة من الدليل

لغاية هذه الارشادات يعدّ الدليل الحالي وسيلة عملية ومرجعية لمساعدة الفاعلين الإقتصاديين على الإلمام بمنهجية تحديد السّوق المعنية وعلى سبل تطويرها في مراحل لاحقة.

وتعتبر الجهات الآتية، أهم الفئات المستفيدة من هذا الدليل:

■ المنشآت الاقتصادية الناشطة بالسوق:

يساعد الدليل الحالي المنشآت الاقتصادية على توليها تحديد السوق المعنية بشكل ذاتي بشأن الممارسات أو التصرفات التي تروم تقديم شكوى بشأنها إلى الجهات الحكومية أو القطاعية المذكورة.

وكذلك بشأن طلباتها حول الموافقة على منحها إعفاء بشأن الممارسات المقيدة التي ترى فيها فائدة على المصلحة الاقتصادية أو على مصلحة المستهلك، أو بشأن الموافقة على عمليات التركيز الاقتصادي التي تود اتمامها مع المنشآت الأخرى.

حيث تشكل الإرشادات الحالية وسيلة مهمة لهذه المنشآت لإدراك حدود الأسواق التي تنشط بها وحول سبل تحديد حصصها السوقية بها بما من شأنه أن يساعد سلطات المنافسة والجهات الحكومية أو القطاعية على رصد كل المعلومات الأساسية للنظر في هذه الطلبات والبت فيها على وجه السرعة.

■ مكاتب الاستشارات القانونية ومكاتب دراسات السوق:

تعدّ مكاتب الاستشارات القانونية والمحاماة وكذلك مكاتب دراسات السوق من بين أبرز الفاعلين، إذ يتدخلون كنظراء لسلطات المنافسة لتمثيل موكلهم من المنشآت الاقتصادية أو كل من له مصلحة للتعامل في الشؤون المتعلقة بالمنافسة. ونظرا إلى تواتر عدد الاستشارات الوافدة من هذه المكاتب حول مختلف المفاهيم المتعلقة بالمنافسة وخاصة حول الإشكاليات المتعلقة بكيفية بتحديد السوق المعنية وكيفية احتساب الحصص السوقية، فإنّ هذا الدليل سيشكل لها مرجعية أساسية لاعتمادها في دراسة طلبات عملائهم وعلى تمثيلهم التمثيل الجيد لدى هذه السلطات ومختلف الجهات الحكومية المختصة وتقديم ملفاتهم بما يستجيب للاشتراطات القانونية والفنية المنصوص عليها بالنصوص القانونية النافذة في الدولة وكذلك بما يتماشى واخلاقيات المهنة لديهم.

■ عموم المستهلكين:

رغم أنّ قانون المنافسة يتعلّق أساساً بالمنشآت الاقتصادية الناشطة بقطاعات اقتصادية تتعلّق بعمليات الإنتاج أو التوزيع أو توفير المنتجات والسلع أو إسداء الخدمات في الدولة فإن استفادة عموم المستهلكين من هذا الدليل يعدّ مهماً من خلال تمكينهم من كسب معرفة أو مهارات حول تحديد طبيعة المنتجات التي يتقاضونها ومصدرها وطبيعة أسعارها أو حجم السوق التي ينشط بها الموردون، وبالتالي تمكينهم من جملة من الأساليب التقييمية.

كما أنّ من شأن المعرفة المكتسبة والتوعية بها أن تمكّن المستهلك من توفير معلومات أو معطيات مهمة للسلطات والجهات الحكومية المختصة بالمنافسة حول وجود شبهات أو احتمالات ارتكاب هؤلاء الموردين أو الناشطين بها لممارسات مخلة بالمنافسة.

خاصة وأنّ المرسوم بقانون اتحادي لسنة 2023 في شأن تنظيم المنافسة قد مكن بمقتضى بعض أحكامه كل ذي مصلحة من تقديم بيانات أو مستندات بشأن بعض الطلبات.

هذا وتجدر الإشارة إلى أنّ الحماية التي يوفرها قانون المنافسة للسوق لا تشكل غاية في حدّ ذاتها بل وسيلة من أجل تحقيق التوازن العام لهذه السوق ولكل الناشطين بها بما يخدم المصلحة الاقتصادية للدولة وكذلك الحفاظ على مصلحة المستهلك.

■ أهداف بيداغوجية: تعليمية وتوعوية

للإرشادات الحالية حول منهجية ومبادئ تحديد السوق المعنية أهداف إضافية بيداغوجية وتعليمية أو توعوية بالأساس من شأنها التعريف بأهمية قواعد المنافسة في الدولة وأهمية الآليات المعتمدة لتحقيق الأهداف العليا لقانون المنافسة ومنها آليات تحديد السوق المعنية.

حيث يمكن أن يمثل هذا الدليل وسيلة توجيهية ومصدر معلومات مهم لكل الفئات المذكورة أعلاه وفئات أخرى على غرار طلاب والأساتذة بالجامعات الإماراتية المتخصصين في الدراسات المتعلقة بقانون المنافسة والعلوم الاقتصادية.

التعريفات

الدولة	:	الإمارات العربية المتحدة.
الوزارة	:	وزارة الاقتصاد.
الإدارة المعنية	:	الإدارة المعنية بالمنافسة بالجهة الحكومية الاتحادية أو المحلية.
المنشآت الاقتصادية المعنية	:	وهي في مفهوم هذا الدليل المنشآت الاقتصادية موضوع شكاوى حول الممارسات المخلة بالمنافسة أو موضوع طلبات منح إعفاء هذه الممارسات أو طلبات الموافقة على عمليات التركيز الاقتصادي.
القطاع المعني	:	وهو في مفهوم هذا الدليل القطاع الإقتصادي موضوع نشاط المنشآت الاقتصادية أو موضوع الممارسات موضوع النظر.
الطلبات المعنية	:	وهي في مفهوم هذا الدليل الطلبات المتعلقة بمنح إعفاء الاتفاقات أو الممارسات أو بالموافقة على عمليات التركيز الاقتصادي.
المنتجات موضوع النظر	:	وهي في مفهوم هذا الدليل المنتجات التي تندرج في إطار نشاط المنشآت المعنية.
الممارسات المعنية	:	وهي الممارسات المشار إليها بالمواد (5) و (6) و (7) و (8) من المرسوم بقانون اتحادي رقم (36) لسنة 2023 في شأن تنظيم المنافسة والتي يمكن أن تكون محل شكاوى أو طلبات إعفاء.
الممارسات والطلبات موضوع النظر	:	ويقصد بها في هذا الدليل الممارسات المعنية والطلبات المعنية المشار إليها بهذه التعريفات.
العميل أو المستهلك	:	ويعتبر وفقا لهذه الدليل أحد العناصر الرئيسية للطلب، ويكون إما عميلا أو المستهلك نهائيا بالنظر لمنتجات وخدمات المنشأة الاقتصادية معيّنة.
المنطقة الجغرافية موضوع النظر	:	وهي في مفهوم هذا الدليل المنطقة أو المناطق الجغرافية التي تنشط بها المنشآت الاقتصادية المعنية التي تقوم بإنتاج أو ترويج منتجات موضوع النظر لفائدة العملاء والمستهلكين المتواجدين بهذه المنطقة أو اللذين يرتادون على هذه المنطقة لتلبية احتياجاتهم. وهي كذلك المنطقة موضوع الممارسات والطلبات موضوع النظر.
المرسوم بقانون	:	المرسوم بقانون اتحادي رقم (36) لسنة 2023 في شأن تنظيم المنافسة.

تقديم

تمثل الارشادات الحالية إطار نظري وعملي متكامل حول شرح منهجية تحديد السّوق المعنية عند تطبيق أحكام قانون المنافسة داخل الدولة من قبل الناشطين بالأسواق الاقتصادية.

لذلك فإنّ من أبرز أهداف هذه الارشادات هو رفع مستوى الشفافية من خلال السّعي نحو ملائمة وموائمة تطبيق معايير وأساليب متقاربة أو مشتركة بين مختلف هذه الأطراف لتحديد السّوق المعنية عند انجاز معاملاتها مع الإدارة كتقديم شكاوى لغاية التحقيق في الممارسات المخلة بالمنافسة أو بمناسبة طلبات إعفاء بعض الممارسات المقيّدة التي تنفذها في إطار نشاطها الاقتصادي أو الموافقة على عمليات التركيز الاقتصادي وفقا لأحكام المرسوم بقانون ولائحته التنفيذية وكل القرارات الصادرة تنفيذا لهما.

نظريا، يختلف مصطلح "السّوق المعنية" عن مصطلحات أخرى مثل "السّوق" أو "السّوق دولية" أو "السّوق الداخلية" أو "السّوق المحلية" أو "السّوق المشتركة" أو "السّوق الخليجية" أو "القطاع".

كما أنّ مختلف المصطلحات المستعملة في التجارب المقارنة على غرار مصطلح "السّوق ذات الصلة" أو "السّوق المرجعية"، وعلى اختلافها تؤدي دائما نفس المعنى المتعلق بالسّوق المعنية.

عمليا، تتكوّن السّوق عموما، من مجموع البائعين والمشتريين بمنطقة جغرافية معيّنة، ومع ذلك فإنّ مفهوم السّوق المعنية دلالات ومنهجية محددة في قانون المنافسة تتعلّق أساسا بضرورة تحديد المنتجات المعنية التي توفرها منشآت اقتصادية معنية لفائدة عملاء معينين داخل نطاق جغرافي معي.

ويختلف تحديد السّوق المعنيّة، عمليا، باختلاف عدّة عناصر مؤثرة كطبيعة المعاملة أو الطلب. فتحديد السّوق المعنية في إطار نزاعات الممارسات المخلة بالمنافسة يختلف عن تحديد السّوق المعنية في إطار دراسة عمليات التركيز الاقتصادي أو دراسة طلبات الإعفاء، وذلك بحكم موضوع ووقائع كل طلب وطبيعة الممارسات المثارة وتاريخ ارتكابها وآثارها الممتدة في الزمان والمكان.

لذلك يجمع فقهاء وخبراء قانون المنافسة على أنّ تحديد السّوق المعنية ولئن يستعمل منهجية وأساليب ومبادئ متقاربة إلا أنّه يخضع لدراسة كل حالة على حده أو دراسة كل طلب حالة بحالة (Case by Case basis).

ولأغراض هذه الإرشادات يتضمّن الدليل الحالي الحد الأدنى المشترك من الإجراءات والأساليب والمراحل الممكن اعتمادها عند

تحديد السّوق المعنية.

وتعتبر عملية تحديد السّوق المعنية ركيزة أساسية في دراسة مختلف الطلبات إذ أنّها تساعد على تحديد الحدود التي تمارس في

إطارها المنشآت الاقتصادية نشاطها الاقتصادي.

كما من شأنها أن تساعد على تحديد مدى توفر قيود تنافسية بها ومدى خضوع المنشآت وكل الفاعلين الاقتصاديين إلى

ضغوطات تنافسية داخلها بما يساعد على تحقيق أهداف التقييم التنافسي والقانوني لاحقا.

كما يعتبر تحديد السّوق المعنية مرحلة أساسية إذ من شأنه الكشف عما إذا كانت الممارسات والاتفاقات الصادرة عن المنشآت

الاقتصادية تشكل إخلالا بقواعد المنافسة أو أنّ سلوكها بالسّوق ناتجا عن قوتها السّوقية بها، مما يساعد على رصد مؤشرات

مهمة حول احتمالات إساءة استغلالها لمركزها المهيمن بها أو لاستغلالها لوضعية تبعية اقتصادية أو لطرحها أسعار بالغة

الانخفاض بالسّوق أو لإتمامها لاتفاقات مخلة بقواعد المنافسة الحرة بما يهدد التوازن العام للسّوق وحسن سير آلياتها.

كما تساعد عملية تحديد السّوق المعنية من هذه الناحية على تحديد المنشآت الاقتصادية المعنية والمنافسين بالسّوق وإجمالي

مبيعاتهم بها بما يمكن لاحقا من حساب حصصهم السّوقية بها، وتقييم مدى تأثيرها على وضعية المنافسة داخلها واستخلاص

كل النتائج القانونية والفنية الممكنة.

الجزء الأول

المبادئ الأساسية لعملية تحديد السوق المعنية

لغاية الارشادات الحالية، يتعين التساؤل حول المتطلبات الأساسية التي المهم اعتمادها وأخذها بعين الاعتبار عند تحديد السوق المعنية بشأن تقييم التصرفات والممارسات موضوع النظر.

وبهذا الشأن يتعين الالتزام بجملة من المبادئ الأساسية التي تعتبر الإطار النظري والعملي الرئيسي لعملية تعريف وتحديد السوق المعنية والتي من شأنها أن تفضي أيضا إلى تحديد وتقييم أبعاد كل سوق ومدى تنافسيتها.

القسم الأول

مبدأ مدى توفر قيود وضغوطات تنافسية

لا يمكن الإقرار بتنافسية سوق معينة إلا بناء على ضرورة توفر قيود وضغوطات تنافسية تخضع لها جميع المنشآت الاقتصادية الناشطة والفاعلة بها.

حيث يعتبر مبدأ مدى توفر هذه القيود والضغوطات الأساس الأول في تحديد السوق المعنية. فكلما غابت هذه الضغوطات كلما كانت هنالك شكوك حول معرفة أبعاد السوق موضوع النظر وكذلك شكوك حول سلوكيات وتصرفات الناشطين بها بما يمكن أن يشكل مؤشر أولي حول ارتكاب ممارسات المنافية للمنافسة الحرة والعادلة.

وبشكل عام تخضع المنشآت الاقتصادية الناشطة بالسوق إلى ثلاثة مصادر كبرى من القيود التنافسية:

1 – مبدأ قابلية الاستبدال من ناحية الطلب:

تعتبر الامكانية والخيارات المتاحة للمستهلكين حول قابلية استبدالهم للمنتجات المطروحة على السوق الأكثر أهمية التي يتعين الأخذ بها عند تحديد السوق المعنية.

■ شروط وخصائص الاستبدال:

- الفاعلية
- الفورية

تعتبر فاعلية وفورية الاستبدال من أهم شروط وخصائص ضغوطات السوق (effective and immediate competitive constraints) ولهاتين الخاصيتين أهمية بالغة من حيث أنّ لهما تأثير كبير في القرارات التي ستتخذها المنشآت الاقتصادية الفاعلة والنّاشطة بالسّوق (العرض) من حيث ضبط أسعار منتجاتهم أو خدماتهم، ممّا لا يمكنها من ممارسة تأثير على شروط بيع هذه المنتجات إذا أُتيح للعملاء والمستهلكين (الطلب)، التزوّد دون عناء أو تكاليف إضافية، بمنتجات أخرى بديلة مطروحة بنفس السوق أو بأسواق أخرى متاخمة.

كما يكون هنالك استبدال فوري وفعال كلما كان القرار الصادر عن الطلب نحو التوجه لبدائل فعلية أو محتملة معروضة بهذه السوق مباشرة.

وبشكل عام كلما كانت قابلية استبدال المنتجات المتاحة للطلب فعالة وفورية كلما شكلت قيودا وضغوطات تنافسية على المنشآت الاقتصادية الناشطة بها.

■ مزايا قابلية الإستبدال

من شأن قابلية الاستبدال من ناحية الطلب توفير معلومات مهمة حول السوق ومنها:

- حجم السوق
- مدى توفر منتجات بديلة.
- الكشف عن مصادر التوريد (سوق داخلية - واردات).

وتساعد هذه المعلومات على تقييم درجة الإستبدال بين منتجات موضوع النظر وبدائلها المحتملة بما يتيح معرفة توجهات الطلب والعرض الحالية أو المستقبلية وكذلك من الوصول إلى يقين حول الأبعاد الفعلية والحقيقة للسوق موضوع النظر من حيث المنتجات والنطاق الجغرافي لها.

وتشكل هذه المعلومات أدلة تحقق مباشرة وغير مباشرة حول عملية الإستبدال، والتي سيقع التطرق لها بالتحليل في القسم الثاني من الجزء الثالث من هذا الدليل.

■ الأساليب الفنية المعتمدة في تقييم إستبدال الطلب:

يعتمد تقييم مدى قابلية استبدال على جملة من العناصر والاختبارات انطلاقاً من تحديد نطاق المنتج أو مجموعة المنتجات التي تعد بدائل محتملة من وجهة نظر الطلب.

عملياً تقوم أغلبية اختبارات استبدال الطلب لتحديد السوق المعنية بالأساس على عامل السعر الذي يعتبر حاسماً في هذا المستوى. حيث تعتمد ردود الفعل من قبل العميل/المستهلك إزاء ارتفاع الطفيف والمستمر في سعر المنتج أو الخدمة كأحد أهم الأساليب في تحديد الطلب البديل.

ولكن التطورات الحاصلة في مجال تحليلات المنافسة بشأن الممارسات والطلبات موضوع النظر اقتضت اعتماد أساليب أخرى.

اختبار الزيادة الصغيرة ولكن مؤثرة وغير مؤقتة في الأسعار:

يعد اختبار "الزيادة الصغيرة ولكن مؤثرة وغير مؤقتة في الأسعار" والمسمى أيضاً باختبار المحتكر الافتراضي، (SSNIP)¹ من الأساليب النظرية المشتركة والشائعة بين سلطات المنافسة في عملية تقييم مدى قابلية استبدال الطلب وأحد أساليب التحقق بشأن تحديد السوق المعنية، ويساعد بشكل عام في تحديد نطاق المنتجات موضوع النظر وبدائلها المحتملة التي يمكن أن تشكل سوقاً معنية.

يتأسس هذا الاختبار على افتراض وجود محتكر لمنتج أو خدمة بمنطقة جغرافية معينة. وتكون نقطة انطلاق هذا الاختبار بالتساؤل عن الإمكانات المتاحة لهذا المحتكر للترفيه في أسعار منتجاته في مستوى فوق تنافسي (supra-competitive level). ويستخدم هذا الاختبار، بناءً على ذلك، لفحص درجة تحول الطلب (العميل/المستهلك) إلى بدائل محتملة من المنتجات المعروضة بالمنطقة الجغرافية موضوع النظر أو المتوفرة في مناطق جغرافية أخرى في حال قام المحتكر الافتراضي بالترفيه

¹ - SSNIP (Small but Significant Non-Transitory Increase in Price).

بنسب طفيفة ولكن مؤثرة في أسعار منتجاته في حدود 5 % إلى 10 % فوق مستويات السّعر التنافسي الراجح بالسّوق.

ومن شأن هذا الاختبار أن يبيّن بشكل كاف إن كان قرار الترفيع في أسعار المنتجات موضوع النظر فوق مستويات أسعار السّوق

سيكون مربحا بالنسبة للمنشأة أو المنشآت الاقتصادية المعنية أم لا.

وبناء على هذا الاختبار تتكوّن مؤشرات أولية حول تحديد السّوق المعنية كالآتي:

- إذا تبين أنّ قرار الترفيع في سعر منتج المحتكر الافتراضي من بين مجموعة المنتجات موضوع النظر غير مجدي له،

لوجود قيود وضغوطات تنافسية نتيجة لعرض بدائل محتملة لها وسهولة النفاذ إليها فإنّ هذه المنتجات والبدايل

المحتملة بالمنطقة الجغرافية موضوع النظر والمناطق الجغرافية الأخرى تشكل إجمالا سوقا معنية.

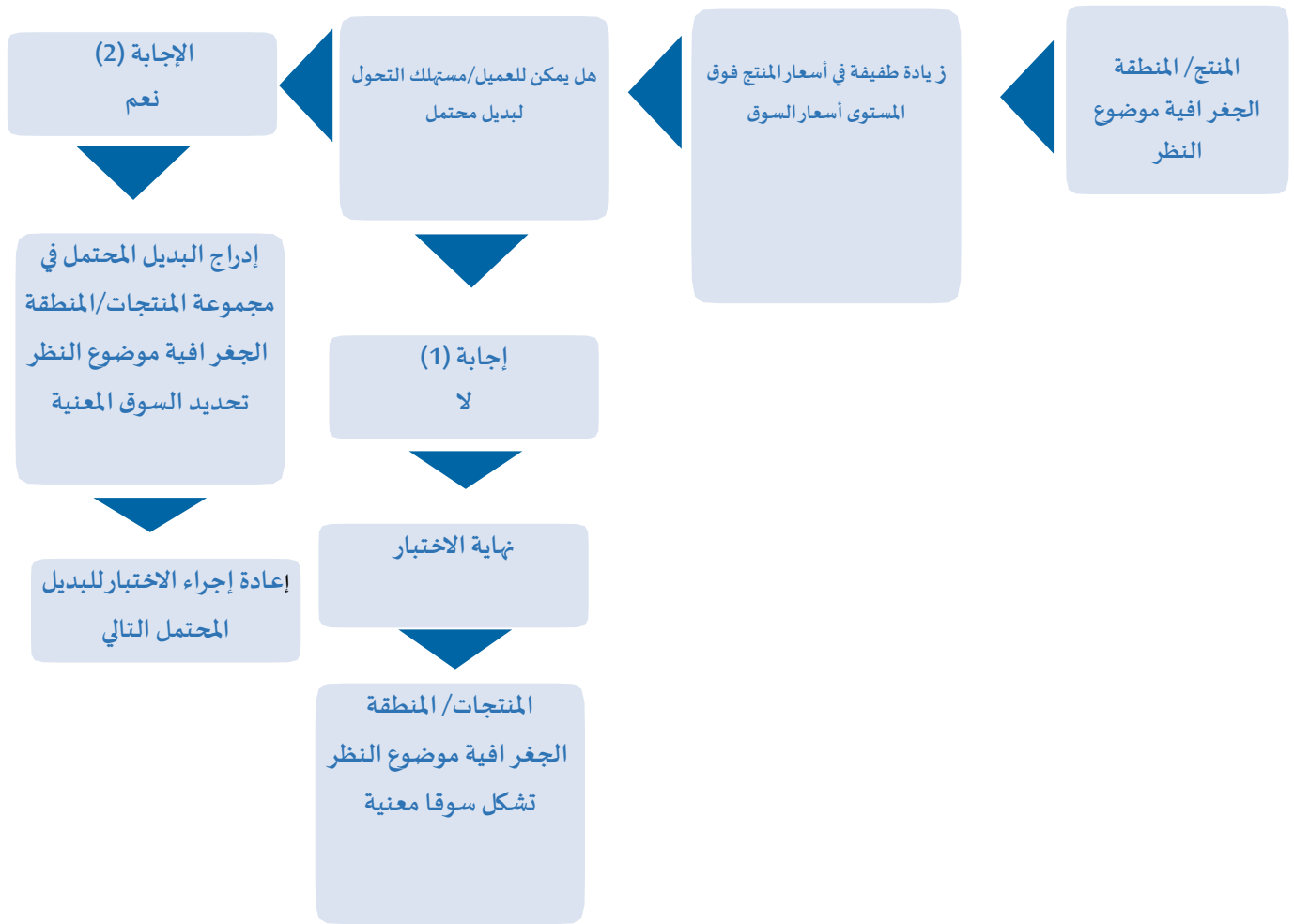
- إذا تمكّن المحتكر الافتراضي من الحفاظ على أسعار منتجاته في إطار مجموعة المنتجات موضوع النظر في مستويات

فوق تنافسية لأسعار السّوق ولمدّة نسبيا ممتدة في الزمن دون فقدان جزء مهم من العملاء، فإنّ مجموعة المنتجات

موضوع النظر لا يمكن إدراجها في عملية تحديد السّوق المعنية وفي هذه الحالة يمكن أن يشكل منتج المحتكر

الإفتراضي سوقا معنية مستقلة بذاتها نظرا لعدم وجود ضغوطات تنافسية من شأنها أن تقيم الدليل على وجود

بدائل محتملة. ويبين الرّسم البياني التّالي المنهجية العملية لاختبار المحتكر الافتراضي:



قد تكون هناك صعوبات عملية لإجراء هذا الاختبار باعتبار أنه يتطلب الحصول على الكثير من المعلومات والتفاصيل الاحصائية لتطبيق المعادلات الكمية أو إجراء استبيانات ميدانية في بعض الحالات. لذلك ينصح عند دراسة قابلية استبدال الطلب بالعمل بالملاحظات الآتية:

- تحديد المنتج موضوع النظر في إطار التحري والتحقيق بشأن ممارسات منشأة إقتصادية معنية أو في إطار دراسة الطلبات المتعلقة بالإعفاء أو بالموافقة على عمليات التركيز الاقتصادي.

- دراسة إن كانت هناك بدائل محتملة للمنتج موضوع النظر الذي تنتجه أو تروجه المنشأة أو مجموعة المنشآت الاقتصادية المعنية بقصد تحديد مجموعة المنتجات التي تدخل في عملية تحديد السوق المعنية.
- رصد تطور أسعار هذه المنتجات وكمياتها المروجة بالسوق خلال السنوات المالية الثلاثة الأخيرة على قدر المعلومات المتوفرة وتحديد مصدرها والمناطق الجغرافية المروجة بها.
- إجراء استبيانات ميدانية عند الاقتضاء لرصد تطلعات وتوجهات الطلب والاستهلاك ورصد المزيد من المعلومات.
- استخلاص المؤشرات والنتائج الأولية الآتية:
- كلما كانت المنشأة الاقتصادية غير قادرة على الترفيع في أسعار منتجاتها أو في جزء منها المعروض بالسوق، كلما كان ذلك مؤشرا على خضوعها لضغوطات تنافسية داخلها. وعليه يتعين إدراج البدائل المحتملة التي تشكل مصدر هذه القيود والضغوطات بالسوق المعنية.
- كلما تبين أن المنشأة الاقتصادية حافظت خلال السنوات الأخيرة على استقرار أسعار منتجاتها فوق مستويات أسعار السوق أو تبين أنها قادرة على الترفيع فيها في المستقبل دون تحول العملاء لمنتجات أخرى وفقدان نصيب مهم منهم، كلما تعين اعتبار منتجات هذه المنشأة كمجموعة مستقلة بشكل يجعلها تشكل سوقا معنية في حد ذاتها.

مثال عملي (1)

سوق ترويج المشروبات الغازية

لنفترض على سبيل المثال نزاعا تعلق بسوق ترويج المشروبات الغازية: شركة (أ) تقوم بترويج مشروبات من نوع (A)، شركة (ب) تقوم بترويج مشروبات (B) وشركة (ج) تقوم بترويج مشروبات (C).

وتعلق المنتج المتنازع بشأنه بمشروبات (A). وتعين لتحديد السوق المعنية التساؤل إن كانت المشروبات الغازية الأخرى التي توفرها الشركة (ب) والشركة (ج) تشكل بدائل محتملة لمنتجات الشركة (أ) وتدرج في مجموعة المنتجات السوق المعنية.

ويتطلب تطبيق اختبار المحتكر الافتراضي النظر فيما إذا كانت المنشأة التي تروج مشروبات (A) من الممكن أن ترفع/أو رفعت في الماضي القريب في أسعار منتجاتها في فوق مستويات الأسعار التنافسية لبقية المنتجات المروجة بالسوق.

فإذا تبين أن أسعار المحتكر الافتراضي لهذا المنتج حافظت خلال فترة ممتدة من الزمن على مستوى أسعارها أو هناك احتمال مواصلة العمل بهذه المستويات في المستقبل دون استجابة العملاء لهذا الظرف والتحول نحو البدائل المحتملة على غرار (B) و(C)، فإن منتج (A) يكون غير قابل للاستبدال مع بقية المنتجات الأخرى ويشكل تبعا لذلك سوقا مستقلة بذاتها.

في حين إذا تبين أن تحول العملاء والطلب عموما نحو البدائل الأخرى (B) و(C) بمفعول عامل السعر فإن هذه البدائل تدرج في مجموعة المنتجات التي تدخل في عملية تحديد سوق المنتجات المعنية.

مثال عملي (2)

حالة تركيز قوة الشراء

يمكن اعتماد اختبارات استبدال الطلب أيضا في الأسواق التي تربط منشأه اقتصادية شرائية (مراكز التجميع التي تعمل لفائدة المساحات التجارية الكبرى والمتوسطة أو الموزعين بالجملة) (أ) بالموارد عميل (ب) (منتج أو مصنع). حيث يمكن اعتماد التحليل المبني على عامل السعر في دراسة حالات تركيز الطلب بيد عدد قليل من المشتريين. ويعتبر المورد نقطة الانطلاق بالتساؤل حول إذا كانت له مسالك ومنافذ توريد وتوزيع بديلة لمنتجاته في حالة التغيير النسبي في الأسعار نحو تخفيض سعر البيع (هوامش خلفية كبيرة – Back margin).

فإذا تبين من الوقائع أنّ الموزع أو مركز الشراء (أ) كمحتكر افتراضي، تمكن في الماضي القريب من فرض هوامش ربح خلفية كبيرة على منتجات المورد أو أن يحافظ على مستويات هذه الهوامش فوق مستويات أسعار السوق دون أن تتوفر للعميل (المورد) (ب) حلول بديلة لترويج وبيع منتجاته عبر مسالك توزيع أخرى، فإنّ المسلك عن طريق مركز الشراء أو الموزع بالجملة يشكل سوقا مستقلة لغياب ضغوطات تنافسية يمكن أن تمارسها المسالك الأخرى.

في حين إذا تبين من الوقائع أنّ مركز الشراء أو الموزع (أ) يتعامل مع المورد (ب) وفقا لهوامش خلفية عادية تعكس أسعار السوق السائدة دون استغلال قوته الشرائية على المورد لوجود ضغوطات سوق تمارسها مسالك توزيع أخرى فإنّ هذه الأخيرة تدرج مع المسلك موضوع النظر وتدخل كبداية عند تحديد السوق المعنية.

اختبار المرونة السّعرية للطلب:

يمكن الاعتماد على اختبار المرونة السّعرية للطلب، لدراسة درجة استبدال الطلب.

فمن المعلوم اقتصادياً أنّ مرونة السّعرية للطلب تفسّر بوجود علاقة عكسية بين سعر المنتج والكمية المطلوبة، والإختلاف في الكميات المطلوبة يرجع إلى عدّة عوامل وأهمّها عامل السّعر. فسعر المنتج من شأنه أن يؤثر على الكمية المطلوبة وبالتالي فإنّ تغير السّعر يعمل على تغيير الكمية المطلوبة تغييراً عكسياً.

ويمكن أن يساعد هذا الاختبار الكمي على دراسة مدى توجه الطلب نحو بدائل محتملة في صورة ترفيع في الأسعار المنتجات موضوع النظر.

حيث يمكن استخلاص نتائج مهمة في صورة انخفاض الكميات المطلوبة لمنتج (أ) نظراً للترفيغ في أسعاره لفائدة منتج آخر (ب) بعد ارتفاع كمياته المقتنية لاستقرار أسعاره، ومدى علاقة هذه النتائج باستبدال الطلب.

عامل السّعر وإن كان الأهم في تحديد السّوق المعنية إلا أنّه ليس الوحيد باعتبار أنّ خيارات المستهلك قد تتأسّس على عوامل أخرى مثل الجودة، تفضيلات المستهلك (...). وهو ما كان سبباً في بروز ونشأة اختبارات جديدة خاصة في قطاع الصناعات المبتكرة كالقطاعات الرقمية مثلاً.

اختبار الانخفاض الطفيف والمؤثرة وغير المؤقت في الجودة:

يعد اختبار "الزيادة الانخفاض الطفيف والمؤثر وغير المؤقت في الجودة" والمسعى أيضاً باختبار المحتكر الافتراضي، (SSNDQ)² من الأساليب الحديثة تم اعتماده من قبل المفوضية الأوروبية عند نظرها في النزاعات المتعلقة بجودة الخدمات الرقمية. ويفضي هذا الاختبار إلى التساؤل حول ما إذا كان التخفيض النسبي في جودة المنتجات التي يعرضها المحتكر الافتراضي أجدى له من الناحية الاقتصادية.

² - SSNDQ (Small but Significant Non-Transitory Decrease of Quality).

حيث يمكن اعتماد هذا الاختبار خاصة عند دراسة النزاعات المتعلقة بإساءة بعض المنشآت الاقتصادية في استغلال وضعها المهيمن بالسوق من حيث أنّ تخفيض المفرط في أسعار منتجاتها بقصد إقصاء المنافسين يقترن في مرحلة لاحقة بالتخفيض في جودة هذه المنتجات لعدم الاستثمار في الابتكار وهو ما يؤدي بدوره إلى إنعدام البدائل أمام الطلب. ورغم تطبيقه إلا أنّ هذا الاختبار يواجه صعوبات عملية لتقييم مدى قابلية استبدال الطلب كأسلوب تحقق في عملية تحديد السوق المعنية لعدم التوصل إلى حل نهائي حول كيفية قياس درجة جودة المنتجات.

كما أنه لا يعكس حقيقة الأوضاع، ففي مثال الإساءة في استغلال الوضع المهيمن قد يؤول هذا الاختبار إلى اعتبار منتج المنشأة المهيمنة سوقاً مستقلة بذاتها إذا تبين استقرار الطلب على هذا المنتج رغم قلة جودته والحال أنّ واقع السوق قد يبرّر وجود بدائل حقيقية للمنتج ولكن التصرفات التي تهدف إلى إقصاء المنافسة الحالية والمحتملة أو التي تؤول إلى فرض علاقات حصرية، حالت دون التوصل لهذه البدائل.

2 – مبدأ قابلية الاستبدال من ناحية العرض:

يعتبر مبدأ قابلية الاستبدال من ناحية العرض أقل أهمية من المتطلب المتعلق بمبدأ الاستبدال من ناحية الطلب عند تحديد السوق المعنية.

ويستدل بهذا المبدأ ضمن هذه الارشادات لتعميم الفائدة العلمية والعملية له، إذ يؤخذ بهذا المتطلب عند دراسة ممارسات أو طلبات معنية حالة بحالة.

وتتعلق قابلية الاستبدال من جانب العرض بمدى استعداد المنشآت الاقتصادية، المنتجين مثلاً، لتحويل الطاقة الإنتاجية من تصنيع أو توفير منتج إلى آخر استجابة للتغير النسبي في السعر، دون تكبد أي تكاليف أو مخاطر إضافية كبيرة، شريطة أن تتم الاستجابة للطلب في فترة زمنية وجيزة.

تنشأ هذه الوضعية عادة عندما تقوم المنشآت الاقتصادية بتسويق مدى واسع من أصناف ذات جودة مختلفة لمنتج واحد، (مثال قطاع تصنيع الورق: ورق عادي - ورق مقوى - ورق لاستعمالات فنية - ورق لاستعمالات مدرسية).

من وجهة نظر الطلب يشكل المنتج المعروض سوقا مستقلة بذاتها باعتبار عدم وجود بدائل من هذه الناحية. ولكن من جهة العرض فإن الضغوطات التنافسية التي يخضع لها ترويج منتج من قبل المنشأة الاقتصادية المعنية والمتمثلة في وجود منشآت اقتصادية أخرى تنشط وتتنافس معها في السوق ولديها القدرة أيضا على تحويل طاقتها الإنتاجية نحو تصنيع وترويج منتجات معينة للعملاء خلال فترة زمنية وجيزة، تجعل من هذه منتجات الأخيرة قابلة للاستبدال من جهة العرض وبالتالي تدخل في تحديد السوق المعنية.

مثال عملي

سوق إنتاج الورق

في هذه السوق اعتبرت المفوضية الأوروبية في العديد من قراراتها أن اختلاف جودة الورق حسب كل صنف واختلاف الهدف من استعمالها من ناحية الطلب، لا ينظر إليها كمنتج مستقل من ناحية العرض عند تحديد السوق المعنية بل تعتبر مختلف التصنيفات المورد منتجا واحدا وتعد مبيعاتها مبيعات المنتج الواحد أيضا، إذ تبين من الوقائع أن للمورد القدرة على توفير مختلف هذه الأصناف في آن واحد ودون تكاليف إنتاج إضافية كبيرة أو تحمل مخاطر استثمارية بشأنها والاستجابة لطلبات العملاء حسب كل صنف من المنتجات في فترة زمنية وجيزة.

ويفهم من ذلك، أنه حينما تستلزم قابلية الاستبدال من ناحية العرض حاجة المنشأة الاقتصادية إلى اتخاذ قرارات استراتيجية جديدة باعتماد استثمارات إضافية قد تعرضها لمخاطر استثمارية واقتصادية وتأخيرات زمنية بشأن إنتاج منتج ذو تصنيفات متعددة، فإنه لن يؤخذ بها المنتج في تحديد السوق المعنية ولكن يمكن دراسته في إطار حواجز الدخول للسوق المهنية في مراحل متقدمة من التحليل التنافسي بشأن النظر في الممارسات المخلة بالمنافسة أو في الطلبات المتعلقة بالإعفاء أو بالموافقة على عمليات التركيز الاقتصادي بعد تحديد السوق المعنية.

ملاحظات إضافية:

في حال اعتماد مبدأ قابلية الاستبدال من ناحية العرض للتحقق من أنه يشكل أحد القيود التنافسية فإنه من المهم التحري والتمييز بين حالتين:

- حالة التي تعكس قدرة المنشآت الاقتصادية على عرض منتجاتها بطريقة فورية وفعالة والاستجابة للطلب خلال فترة زمنية وجيزة دون تكبد تكاليف إضافية. هذه الحالة يمكن اعتمادها في دراسة استبدال العرض لتحديد السوق المعنية.
- حالة المنشآت الاقتصادية التي لا تستجيب لشروط استبدال العرض ولكن لديها القدرة لاحقا بعد القيام بجملة من الاستثمارات من الاستجابة لهذا الطلب. هذه الحالة تدخل في دراسة المنافسة المحتملة التي يمكن النظر فيها عند تقييم حواجز الدخول للسوق المعنية أي في إطار التحليل التنافسي للممارسات والطلبات المعنية بعد تحديد السوق المعنية.

3 – مبدأ المنافسة المحتملة:

من الممكن أن تشكل المنافسة المحتملة مصدرا من مصادر القيود والضغطات التنافسية، وهي تتعلق أساسا بالمنافسين المحتملين الذين من الممكن أن يدخلوا في عملية المنافسة بالسوق المعنية.

هذا المبدأ ولئن يعد مهما في عملية تقييم وتحليل المنافسة بالأسواق إلا أنه لا يؤخذ في الاعتبار عند تحديد السوق المعنية إلا عند الاستجابة لشرطي الفورية والفاعلية التي تشكل ضغوطات لتقييد المنافسة كما هو الحال بالنسبة لقابلية الاستبدال من ناحية الطلب أو العرض.

في حين وكما تمت الإشارة إليه سابقا، فإنّ الحالات التي لا تشكل فيه المنافسة المحتملة قيда تنافسيا فعلا ومباشرا على المنشآت الاقتصادية المعنية والناشطة بالسوق، لا يمكن ان تعتمد عند تحديد السوق المعنية.

إذ يمكن دراستها عند تحليل الظروف والعوامل المتعلقة بشروط الدّخول للسوق وهي مسائل يتم التعرض إليها في مرحلة لاحقة بعد تحديد المنشآت الاقتصادية المعنية وكل المنشآت المنافسة لها الناشطة بالسوق المعنية وتحديد حصصها السوقية بها والتأكد من أنّ المنافسة المحتملة من شأنها أن تثير مخاوف المنشآت الاقتصادية المعنية، إلى حدّ احتمال أنّها يمكن أن تشكل ضغوطات جديدة للسوق المعنية.

كما أنّ تحديد السوق المعنية يفترض عمليا تحديد مبيعات منجزة فعليا لمنشأة اقتصادية ناشطة فعليا بالسوق، وعليه لا يمكن اعتماد مقاربات مبيعات لمنافس متوقع أو محتمل دخوله للسوق، لذلك يصعب اعتماد المنافسة المحتملة في تحديد السوق المعنية.

القسم الثاني

مبدأ مدى توفر ظروف منافسة متجانسة أو متشابهة

يتم اعتماد هذا المبدأ خاصة عند دراسة تحديد النطاق الجغرافي المعني. حيث يقتضي إدراج منطقة جغرافية، مغايرة للمنطقة التي تتواجد بها المنشآت المعنية والمنتجات أو الخدمات التي تقوم بترويجها، بالنطاق الجغرافي المعني أن تتوفر فيها شروط وظروف منافسة متجانسة مماثلة للظروف المتوفرة بالمنطقة الجغرافية موضوع النظر.

ولا يمكن مبدئياً تحديد السوق المعنية من الناحية الجغرافية إلا بناء على خضوع المنشآت الاقتصادية المعنية والمنافسة لها إلى ظروف منافسة متجانسة أو متماثلة.

وبعني مفهوم تجانس ظروف المنافسة مبدئياً، غياب كل اختلافات من حيث الشروط الإدارية والفنية أو حتى المتعلقة بالبنية التحتية التي تخضع لها المنشآت الاقتصادية عند مزاوله أنشطتها الاقتصادية كضرورة حصولها على موافقات أو تراخيص معينة تتعلق بممارسة هذه الأنشطة أو ضرورة الاستجابة لشروط فنية معينة.

فعلى سبيل المثال إذا تطلبت ممارسة نشاط اقتصادي بمنطقة جغرافية (أ) حصول المنشأة على موافقة وترخيص مسبق من قبل جهة إدارية مختصة (كممارسة الأنشطة الاقتصادية في قطاع الصناعات الصيدلانية أو توفير المستلزمات الطبية مثلاً)، في حين تمارس منشأة أخرى نفس هذا النشاط في منطقة جغرافية مغايرة (ب) دون قيود أو اشتراطات معينة، فإنّ كلي المنشأتين لا يخضعان مبدئياً لظروف منافسة متجانسة ويتعيّن تبعاً لذلك عدم اعتبار المنطقتين الجغرافيتين سوقاً جغرافية معينة.

كما يعني مفهوم تجانس ظروف المنافسة غياب الاختلافات المتعلقة بالأنظمة القانونية المالية والاقتصادية التي تخضع لها هذه المنشآت داخل القطاعات الاقتصادية التي تنشط في إطارها كالنظر في مدى خضوع ضبط أسعار المنتجات أو الخدمات المعروضة إلى مبادئ حرية المنافسة والحرية الاقتصادية. أو كالنظر في مدى تمتع المنشآت الاقتصادية بإعفاءات ضريبية أو بمساعدات من قبل الدولة.

فإذ تبين على سبيل المثال:

أنّ أسعار منتج أو خدمة تضبط في منطقة جغرافية (أ) وفقاً لمبادئ الحرية الاقتصادية، في حين تتدخل الدولة أو سلطة محلية في تحديدها لنفس المنتج أو منتج مماثل في منطقة جغرافية مغايرة (ب).

فإن وجود هذه الاختلافات في أنظمة تحديد أو ضبط الأسعار المطبقة بين المنطقتين لا يمكن من إدراجهما بالنطاق الجغرافي المعني لعدم وجود ظروف منافسة مماثلة أو متجانسة.

كما أن تمتع منشأة اقتصادية بمنطقة جغرافية (أ) بإعفاء من دفع الضريبة على الأرباح بشأن توفير منتج معين لا يضاهيه إجراء مماثل بشأن منتج مثيل أو بديل له بمنطقة جغرافية مغايرة (ب) يجعل من المنطقتين سوقين مختلفين عن بعضهما البعض لعدم توفر ظروف منافسة متشابهة ولوجود معاملة تفضيلية قد تعد تمييزية تتوفر في منطقة دون أخرى.

وتبعاً لذلك، تعتبر ظروف المنافسة متجانسة إذ لم تكن هذه الظروف أو الشروط المتعلقة بها حاجزاً أو عائقاً من شأنه عرقلة نشاط المنشآت الاقتصادية بالسوق المعنية وعرقلة دخولها إليها أو خروجها منها.

عملياً، يساعد هذا المفهوم في تحديد مدى قابلية الاستبدال بين الأسواق جغرافياً. كمعرفة درجة استبدال الأسواق المحلية (كأسواق الخضار أو أسواق السمك) مدى اعتبارها سوقاً جغرافية واحدة.

في بعض الحالات قد تشكل بعض المناطق وحدة اقتصادية متكاملة بما يجعلها سوق مستقلة جغرافياً بذاتها على غرار، مراكز التسوق التي يمكن أن تكون قابلة للاستبدال بمراكز تسوق أخرى إذا كانت توفر نفس الاحتياجات للمستهلك من ناحية الطلب.

- حيث لا يتم تقييم مدى وجود تنافسية بين المنشآت الاقتصادية أو العلامات التجارية الواقعة داخل هذا المركز، وإنما يتم تقييم المنافسة بين مركز التسوق كوحدة إقتصادية تتنافس مع مراكز تسوق أخرى يمكن أن تشكل بديلاً لها.

- كما يمكن أن تكون المناطق الحرة مثلاً سوقاً مستقلة جغرافياً بذاتها باعتبارها تخضع لظروف وشروط منافسة مغايرة عن الشروط التي تخضع لها بقية الشركات الناشطة خارجها.

- كما يمكن أن تشكل الدولة نطاقاً جغرافياً معنياً إذا كانت كل الشركات لها نشاط ممتد يشمل كامل الدولة أو أجزاء مهمة منها وكانت تخضع تقريباً لنفس لشروط منافسة القانونية والفنية متجانسة أو متشابهة على حدّ ما.

وبشكل عام يمكن أن تشكل ظروف المنافسة المتجانسة ضغطاً تنافسياً على المنشآت المعنية إذا كانت في مواجهة كل المنشآت المنافسة الأخرى الناشطة بآماكن ومناطق جغرافية مغايرة والتي توفر منتجات بديلة مما يجعلها تنتهي لنفس سوق المنتجات المعنية ولنفس النطاق الجغرافي.

الجزء الثاني

عملية تحديد السوق المعنية

المراحل والإجراءات

القسم الأول

مرحلة تجميع المعلومات والمعطيات الأساسية

تعتبر مرحلة تجميع المعطيات والمعلومات حول قطاع اقتصادي معيّن أو سوق مرحلة أولية لتحديد السوق المعنية، إذ يتعيّن بهذا الشأن رصد أكثر ما يمكن من المعلومات والبيانات حول الممارسات أو التصرفات التي يمكن أن تكون موضوع شكاوى تتقدم بها المنشآت الاقتصادية أو موضوع طلبات إعفاء أو الموافقة على عمليات تركيز اقتصادي كما تم تحديدها بموجب المرسوم بقانون.

ويمكن للمنشآت الاقتصادية التي تروم تقديم شكاوى حول ممارسات مخلة بالمنافسة في سوق تنشط فيها أو تقديم طلب منح إعفاء ممارساتها أو طلب الموافقة على عملية تركيز اقتصادي التي تكون طرفاً فيها أن تعتمد عند تحديدها للسوق المعنية على المصادر الآتية:

مصدر رقم (1) - التحديد الذاتي للسوق المعنية من خلال دراسات السوق التي تعدّها المنشآت الاقتصادية المعنية:

يمكن للمنشآت الاقتصادية المعنية أن تعتمد على ما لديها من دراسات اقتصادية سابقة، إن وجدت، ذات صلة بالقطاع الذي تنشط فيه. إذ يمكن أن توفر لها جزء من المعلومات التي قد تستعملها عند تحديد السوق المعنية.

ويعتبر التحديد الذاتي للسوق المعنية خطوة مهمّة من جانبها في إطار سعيها لتحديد كل متطلبات معاملتها (شكاوى – طلب منح إعفاء أو الموافقة على تركيز اقتصادي) المراد إنجازها من قبل الإدارة المعنية أو الجهاز القطاعي في أسرع الأوقات.

فانطلاقاً من درايتها بطبيعة هذه السوق وطبيعة المنتجات أو الخدمات التي توفرها بها، وطبيعة المنتجات البديلة المطروحة من قبل منافسيها بها، يمكن لهذه المنشآت التوصل لحلول قد تستوفي الشروط الفنية الدنيا المتعلقة بتحديد السوق المعنية.

وهو ما سيساهم في توفير الجهد والوقت على المنشأة الاقتصادية المعنية وكذلك على الإدارة المعنية أو الجهاز القطاعي عند النظر ودراسة الطلبات في أفضل الظروف والأجال الممكنة.

مصدر رقم (2) – مخاطبة الإدارة المعنية والأجهزة التنظيمية القطاعية:

في إطار سعيها لاستيفاء كل المتطلبات والشروط المتعلقة بمعاملتها وخاصة فيما يتعلق بحسن إدارة تحديد السوق المعنية موضوع نشاطها، يمكن للمنشآت الاقتصادية المعنية طلب استشارة أو الحصول على معلومات لدى الإدارة المعنية أو الجهاز القطاعي تساعد على إمكانية تحديد السوق المعنية.

لأغراض هذا الدليل الإرشادي، فإن مرحلة تجميع المعلومات والمعطيات التي تساعد على فهم وتحديد السوق المعنية تنقسم حسبما تم بيانه إلى ثلاثة أصناف من المصادر:

المصدر رقم (5) – الإستشارات العامة واستطلاعات الرأي:

تعتبر الاستشارات العامة وإجراءات تعميم الاستبيانات لاستطلاع رأي العموم أو فئات خاصة من المصادر الهامة التي تمكن من رصد معلومات حول سوق تروم الإدارة المعنية تحديدها سواء في إطار الشكاوى أو الطلبات المعنية الواردة عليها أو في خارج هذه الإجراءات.

وفي إطار الاستئناس بالتجارب المقارنة أطلقت سلطة المنافسة الفرنسية سنة 2022 استشارة لاستطلاع رأي العموم بشأن المنافسة في قطاع الحوسبة السحابية (Cloud computing) وكان الهدف من الاستشارة تحديد السوق أو الأسواق المعنية بغاية حصر الممارسات التي يمكن أن تخل بها وبالمنافسة فيها.

المصدر رقم (6) - الدراسات الاقتصادية القطاعية:

تعتبر الدراسات الاقتصادية القطاعية من المصادر المهمة في توفير معلومات حول قطاع معني. حيث يمكن الرجوع إلى الدراسات المنشورة التي أنجزت من قبل الإدارة المعنية والأجهزة التنظيمية القطاعية على المستوى الحكومي أو المنجزة من قبل المكاتب الاستشارية المتخصصة في دراسات السوق.

كما يمكن الاستئناس بالدراسات القطاعية المنجزة من قبل سلطات المنافسة الأجنبية واعتماد مقارباتها على وجه المقارنة. وبشكل عام تساعد هذه الدراسات في توفير المعلومة الاقتصادية حول القطاع المعني والناشطين فيه وخاصة إذا ما تعلقت ببعض التفاصيل على غرار حجم الاستثمارات وتطور الأسعار وطبيعة المنشآت الناشطة به وحجمهم الاقتصادي بما يساعد لاحقا على دراسة القوة السوقية لهم وعلى تحديد وآليات السوق المعنية كعناصر العرض والطلب.

المصدر رقم (7) – التجارب المقارنة الدولية:

تتبع أغلب سلطات المنافسة وطنية كانت أو أجنبية على منهجية تحليل متقاربة، على غرار اختبارات الاستبدال ودراسة هيكلية السوق حسب آليات العرض والطلب (...)، وهي تشكل من هذا المنطلق قاسما مشترك بينهما في تحديد السوق المعنية. وبناء على هذا تعدّ القرارات والآراء أو الصادرة عن سلطات المنافسة الوطنية والأجنبية بشأن نظرها في الممارسات المنافسة للمنافسة الحرة والعادلة أو بشأن دراسة عمليات التركيز الاقتصادي ومدى تأثيرها في السوق المعنية أو دراسة أي من المسائل الأخرى المتعلقة بمجال المنافسة، مرجعا مهما يمكن الرجوع إليه خاصة للاستئناس بالمبادئ المستخلصة لهذا الغرض. ويساعد توخي هذه المقاربات على إيجاد حلول منطقية في تحديد السوق المعنية وعلى تكوين رصيد يتضمن جملة من المعايير والآليات المعتمدة حسب أفضل الممارسات حول كيفية تحديد وتحليل الأسواق ذات الصلة.

المصدر رقم (8) – النصوص القانونية المنظمة للقطاع المعني:

تعتبر النصوص القانونية الوطنية اتحادية كانت أو محلية وكذلك الإقليمية والدولية في بعض الحالات، مرجعا أساسيا لفهم ودراسة قطاع اقتصادي معين، إذ تساعد على الإلمام بمختلف الإجراءات المتعلقة به وبالأنشطة الاقتصادية التي تمارس في إطاره، كما تساعد على معرفة ما إذا كان القطاع المعني يعدّ من قبيل القطاعات التي تخضع لمبادئ الحرية الاقتصادية بمختلف مكوناتها على غرار حرية المنافسة وحرية الاستثمار وبعث منشآت اقتصادية وحرية تنقل البضائع والموارد البشرية أم لا.

كما يمكن الرجوع لمختلف النصوص القانونية ذات العلاقة بالقطاع المعني من معرفة القيود والحواجز المتعلقة بالدخول للسوق على نحو فرض شروط كمية أو نوعية أو فرض جملة من المتطلبات على غرار ضرورة الحصول على موافقات إدارية مسبقة لمزاولة نشاط اقتصادي معين، وكذلك معرفة إن كانت المنتجات والخدمات المتداولة في إطاره تخضع لنظام حرية تكوين الأسعار أو تتطلب تدخل الإدارة لتحديدتها على غرار الموافقة مسبقة على الزيادة في أسعار السلع الأساسية.

القسم الثاني

مرحلة تحديد السوق المعنية

يعتبر تحديد السوق المعنية من أهم المراحل على الإطلاق عند إثارة الممارسات المشار إليها سابقا.

ولتحديد السوق المعنية أثر بالغ الأهمية على مجرى ومثال التحقيق في الطلبات المذكورة، لذلك فهو يساعد على تنظيم عملية التحليل والتقييم التنافسي القانوني والاقتصادي المعتمد في دراسة هذه المعاملات.

ولغاية هذه الارشادات وبغاية الإلمام بمختلف التفاصيل المتعلقة بمفهوم السوق المعنية تعين تعريف السوق المعنية وتحديد أبعادها ومختلف أصنافها.

ولغاية هذه الارشادات وبغاية الإلمام بمختلف التفاصيل المتعلقة بمفهوم السوق المعنية، يقصد بالسوق المعنية السوق التي تم تعريفها بالمادة الأولى من المرسوم بقانون اتحادي رقم (36) لسنة 2023 في شأن تنظيم المنافسة كالآتي:

السوق المعنية: السوق التي تقوم على أساس عنصرين وهما:

1. المنتجات المعنية:

تشكل من كل سلعة أو خدمة أو مجموع السلع أو الخدمات التي تكون على أساس سعرها وخصائصها وأوجه استعمالها قابلة للاستبدال فيما بينها لتلبية حاجة معينة للمستهلك.

2. النطاق الجغرافي المعني:

ويقصد به المكان المادي أو الرقعي الذي يتلاقى فيه العرض والطلب حول منتج أو خدمة تكون فيه المنافسة متشابهة أو متجانسة.

ويتضح من خلال هذا التعريف أنّ للسوق المعنية بعدين، بعد مادي يقتضي تحديد سوق المنتجات من السلع والخدمات.

وبعد جغرافي يقتضي تحديد النطاق الجغرافي المعني الذي تعرض بداخله المنتجات المذكورة في إطار آليات السوق المتعلقة بالعرض والطلب.

الباب الأول

تحديد سوق المنتجات المعنية

أولا - مفهوم المنتجات المعنية

تعتبر السّوق المعنية بشكل عام المكان الذي يتقابل فيه العرض والطلب بشأن كل السلع أو الخدمات التي يعتبرها المشتري أو المستعمل قابلة للإستبدال ومعوّضة لبعضها البعض على أساس خصائصها أو أسعارها أو الاستخدام المقصود منها. ويعتبر الاستبدال، في قانون المنافسة، الامكانية المخولة لكل منتفع أو مستعمل لإستبدال منتج معين بآخر، يوفر له نفس الحاجة أو على الأقل نسبة قوية منها.

ورغم أنّ مفهوم قابلية الاستبدال بين المنتجات موضوع النظر مسألة جوهرية في تحديد المنتجات المعنية وتحديد السّوق المعنية، إلا أنّه لا يخلو من الصّعوبات من الناحية العملية، فهو مسألة نسبية وذاتية تختلف بحسب وضعية كل منتفع أو مستعمل وبحسب طبيعة المنتجات أو طبيعة الموردين لها، إذ يمكن لمنتجين مختلفين الإلتواء لنفس السّوق إذا اعتبرهما المستهلك أو المنتفع معوّضين لبعضهما، في حين يمكن لمنتجين متجانسين أو متشابهين عدم الإلتواء لنفس السّوق إذا تبيّن أنّهما لا يوفران نفس الحاجة أو نسبة ضئيلة له.

لذلك تقتضي عملية تحديد سوق المنتجات المعنية تحديد المنتجات التي من المحتمل أن تشكل بدائل من وجهة نظر الطلب (الاستهلاك) والعرض بناء على جملة من عناصر ووسائل التحقق التي ستتم دراستها لاحقا.

وكنتيجة لاختبار قابلية الاستبدال فإنّ كل المنتجات التي تبين أنّها تشكل بدائل قوية للمنتج أو المنتجات موضوع النظر تنتمي تبعا لذلك لنفس سوق المنتجات المعنية باعتبارها تعكس مدى توافر ضغوطات وقيود تنافسية على المنتجات المتعلقة بنشاط المنشآت المعنية بالنظر

ثانيا - عناصر التحقق المعتمدة في تحديد المنتجات المعنية

تقتضي عملية تحديد السوق المعنية من الناحية المنتج تقييم مجموعة واسعة من العناصر والأدلة وذلك بناء على كل المعلومات والمعطيات والمؤشرات المتحصل عليها أو التي يمكن الوصول إليها، كما سبق بيانه.

وعادة ما تكون المعلومات والمؤشرات التي ترصدها المنشآت الاقتصادية المعنية وأصحاب المصلحة هي نقطة انطلاق البحث في هذه الأدلة بما يساعد هذه الأطراف على تحديد المنتجات التي تدخل بشكل رئيسي في تحديد السوق المعنية

ويقصد بعناصر أو أدلة التحقق، العوامل المؤثرة في ضغوطات السوق التي يخضع لها نشاط المنشآت الاقتصادية المعنية. وهي العناصر التي تثبت إن كانت السوق موضوع النظر والدراسة تشكل سوقا تنافسية أم لا، بما يساعد لاحقا على تحديد كل الآثار والاحتمالات الممكنة.

ولأغراض هذه الإرشادات سيتم تحديد أهم أدلة التحقق المعتمدة في تحديد المنتجات المعنية من ناحية الطلب والعرض.

ولكن تعتبر قابلية استبدال المنتجات من ناحية الطلب أساسية إن لم تكن حاسمة في تحديد السوق المعنية لارتباطها المباشر والوثيق بحاجيات المستهلك، حيث غالبا ما يطرح الإشكال حول ما إذا كان المنتج (أ) والمنتج (ب) ينتميان أو لا لنفس السوق المعنية.

عمليا، وبعد التحقق قد يكون إدراج المنتج (ب) كافيا لإزالة المخاوف المتعلقة بالمنافسة. وليس من الضروري البحث فيما إذا كانت السوق تتضمن منتجات إضافية إلا إذا استجابة أيضا لشرطي الفورية والفاعلية المشار إليها بالقسم الأول من الجزء الأول من هذا الدليل.

ويقتضي تطبيق اختبار مدى قابلية الاستبدال في هذا المستوى، الإنطلاق من سوق المنتجات التي تنتجها أو تروجها المنشآت الاقتصادية المعنية كأصغر سوق متوفرة. وعادة ما يقع اختيار منتج أو عدة منتجات لدراستها ومن ثمة يتوسع البعد المادي للمنتج ليشمل كل المنتجات البديلة المحتملة بناء على العوامل والأدلة الآتية:

1 - خصائص المنتج

وفقا للمرسوم بقانون يمكن للمنتجات أو الخدمات التي على أساس خصائصها تلبي نفس الحاجة أو حاجة معينة للمستهلك أن تكون قابلة للاستبدال فيما بينها.

ويسمح تحليل خصائص ومميزات المنتج، كخطوة أولى، بتحديد مجال أو نطاق البدائل المحتملة. ويقصد بالخصائص، الخصائص الفنية أو الفيزيائية أو الوظيفية للمنتج موضوع نشاط المنشآت الاقتصادية المعنية، حيث يتم التّنظر في مدى وجود تشابه في خصائص البدائل المحتملة مقارنة بالمنتج موضوع الممارسات والطلبات موضوع النظر. وكمنهجية لدراسة وتحليل هذه الخصائص يحدّد الإنطلاق ممّا هو عام وصولاً إلى أدقّ التفاصيل. حيث يمكن لوجود اختلاف، ولو بسيط، حول تفصيل دقيق أن يشكّل مرحلة فارقة في تحديد مدى قابلية الإستبدال بين المنتجات بما من شأنه أن يؤثر على عملية تحديد السّوق المعنية.

ويقترح في هذا الإطار اتخاذ الخطوات الآتية:

- رصد كل المعلومات الفنية حول المنتجات موضوع نشاط المنشآت الاقتصادية المعنية.
- دراسة وتحديد الخصائص الفنية والوظيفية للمنتجات موضوع نشاط المنشآت الاقتصادية المعنية.
- رصد كل المعلومات الفنية حول المنتجات البديلة المحتملة.
- دراسة وتحديد الخصائص الفنية والوظيفية للمنتجات البديلة المحتملة.
- مقارنة الخصائص الفنية والوظيفية للمنتجات المعنية والبدايل المحتملة واستخلاص أوجه التشابه وأوجه الاختلاف.
- إمكانية الاستعانة بخبير فني في قطاع معين وطلب رأيه حول منتج معيّن (مثال طلب رأي خبير طبي حول الخصائص الفنية والوظيفية والعلاجية لمستحضر دوائي ينتجه مخبر صيدلاني لتحديد مدى قابلية استبداله بمنتج صيدلاني آخر مطروح بالسّوق).

وتمكن عملية دراسة وتحليل الخصائص الفنية للمنتجات أو الخدمات من معرفة إن كانت تنتمي كلها لنفس سوق المنتجات المعنية أو أنّها تشكل منتجات مستقلة عن الأخرى إذا كانت من قبيل المنتجات المتميزة مثلا (Differentiated products) التي يمكن أن تشكل أسواق مستقلة في حد ذاتها.

مثال عملي (1)

قطاع الصناعات الصيدلانية:

يسمح تحليل الخصائص الفنية لمستحضرين دوائيين من معرفة إن كان ينتميان لنفس السوق المعنية أم لا:

- المستحضر (أ) مستحضر مرجعي (originator) لمعالجة ارتفاع ضغط الدم وقصور القلب والشرابين

- المستحضر (ب) مستحضر جنيس (generic) لمعالجة ارتفاع ضغط الدم وقصور القلب والشرابين.

إذ يمكن لمستحضرين دوائيين أن ينتميا لنفس السوق المعنية رغم إختلاف طبيعتهما وذلك بناء على إحتوائهما لنفس

الخصائص الصيدلانية والكيميائية من حيث التركيبة والشكل والمادة الفعالة المتكونة منهما.

كما يمكن أن يحدث بأن يشكل كل واحد من المستحضرين الدوائيين سوقا مستقلة بذاتها، رغم تلبية نفس الغاية ومعالجة

نفس الحالة المرضية (ارتفاع ضغط الدم وقصور القلب والشرابين)، وذلك بعد تحليل خصائصهما الكيميائية والصيدلية

المذكورة وتبين أنهما لا يتكونان من نفس المادة الفعالة (Active Pharmaceutical Ingredient).

مثال:

المستحضر (أ) يتركب في المثال الراهن من المادة الفعالة (P)، في حين يتكوّن المستحضر (ب) من المادة الفعالة (R)، بشكل

يجعل من قابلية الإستبدال بينهما صيدليا وطبيا صعبة.

2 - أوجه الاستعمال

يتعين تحديد دواعي استعمال المنتج. وطرح عدّة أسئلة التي تساعد على معرفة ما إذا كانت مختلف المنتجات البديلة توفر حلا للعميل أو المستهلك النهائي وتلبي حاجته رغم اختلاف أوجه إستعمالها.

كما يتعين النّظر فيما إذا كان منتج معيّن سيتم إستعماله كمدخل (Input) يدخل في صناعة أو ترويج منتج نهائي أم أنّه يستعمل كمنتج نهائي، إذ تساعد هذه العملية في معرفة وتحديد مختلف الأسواق (حالة أسواق المنبع وأسواق المصبب - Upstream Market - Downstream Market) ومختلف الناشطين بها، والتي بدورها تساعد في مرحلة أخيرة على تحديد السّوق المعنية. ويمكن تصنيف أوجه الاستعمال بحسب إن كان المنتج يلبي حاجة يومية، وما يعبر عنها بالمنتجات الاستهلاكية سريعة الحركة (Fast-Moving Consumer Goods) أو أنّه يلبي حاجة مستدامة أو طويلة المدى (كاقتناء منزل مثلا).

وتختلف أوجه إستعمال المنتجات باختلاف طبيعة المنتج وطبيعة مكوناته وتركيبته والمجال الذي تستعمل في إطاره.

مثال عملي (2)

قطاع الصّناعات الصّيدلانية:

استعمالات المنتجات وقابليتها للاستبدال يمكن لمنتجين دوائيين، المنتج A والمنتج B، صادرين عن علامات تجارية ومصنّعين مختلفين، أن يلبيّا نفس الحاجة بالنسبة للمستهلك النهائي (المريض) من خلال علاج نفس الحالة المرضية، حتى وإن اختلفت طرق استعمالهما أو إعطاءهما.

على سبيل المثال:

• المنتج A: تركيبة سائلة تُعطى عن طريق الفم.

• المنتج B: تركيبة صلبة (على شكل حبيبات) أو تُعطى عن طريق الحقن.

ورغم الاختلاف في التركيبة أو طريقة الإعطاء، يمكن اعتبار هذين المنتجين قابلين للاستبدال، طالما أنّهما يحققان نفس النتيجة العلاجية بالنسبة للمريض. وبالتالي، قد يُعتبران ضمن نفس السوق المعنية.

ويُبرز هذا المثال أن قابلية الاستبدال في الأسواق الدوائية لا تُحدّد فقط بناءً على شكل المنتج أو طريقة استعماله، وإنما أساسًا بناءً على قدرته على تلبية نفس الحاجة الطبية، وهو ما يُعد عنصرًا جوهريًا في تحديد السوق المعنية من منظور الطلب.

من شأن أدلة التحقق المذكورة أن تمكّن من حصر نطاق المنتجات البديلة قدر الإمكان والتي يمكن أن تشكل حدود ومضمون سوق المنتجات المعنية.

إلا أنّ مسألة تحديد مدى قابلية الاستبدال قد تظهر أنّ التشابه في الخصائص الفنية وأوجه الاستعمال قد لا يكون كافياً لتأكيد إنتماء هذه المنتجات لنفس السوق، والعكس كذلك ممكن، فوجود فوارق بين هذه المنتجات لا يعني عدم إنتماء هذه المنتجات لنفس السوق.

فعوامل مثل السعر وتفضيلات العملاء قد تؤثر في مدى قابلية الإستبدال.

3- السعر:

يعتبر السعر من العوامل الرئيسية والحاسمة في أغلب الأحيان في تحديد مدى قابلية استبدال المنتجات من ناحية الطلب وعاملاً مؤثراً في اختيارات العميل أو المستهلك.

إذ يمكن لبعض المنتجات أن تشكل بدائلًا محتملة للمنتجات التي تنتجها أو تروجها المنشآت الاقتصادية المعنية موضوع النظر، وذلك بناءً على أسعارها المعلنة.

ويمكن بهذا الشأن القيام بدراسة مقارنة كالآتي:

- مقارنة سعر المنتجات موضوع النظر بأسعار المنتجات التي من الممكن أن تشكل بدائلًا محتملة لها باعتبار قابلية تلبيةها لنفس حاجيات العميل أو المستهلك.
- مقارنة أسعار البدائل المحتملة.

ومن شأن هذه المقارنة الأولية أن تساعد في الكشف عن:

- مدى أهمية الفوارق السعرية لنفس المجموعة من المنتجات أو مجموعة منتجات متقاربة من حيث خصائصها وأوجه استعمالها.
- إن كان الترفيع في أسعار المنتجات موضوع النظر تعكس زيادة طبيعية في الأسعار أم أنّها تشكل زيادة اصطناعية لأسعار فوق تنافسية (Prices above competitive levels) لا تمت لواقع السوق بأي صلة ولا تعكس السعر الناتج عن لعب آليات السوق دورها الطبيعي بناءً على قاعدة العرض والطلب.

في مرحلة متقدمة، يمكن، بعد الحصول على معلومات كافية، دراسة هيكله الأسعار لمختلف العناصر التي تكون السعر عند البيع والذي يشمل:

- التكاليف القارة أو التشغيلية.
- التكاليف المتغيرة.
- هوامش الربح الموظفة على السعر.

ومن ثمة يتم القيام بمقارنة بين هيكله أسعار المنتجات موضوع النظر وبقيّة المنتجات البديلة المحتملة.

حيث تمكّن هذه العملية من معرفة مصادر وأسباب الترفيع الرئيسية في أسعار هذه المنتجات.

كما يمكن أيضا في إطار تعميق التقييم القائم على أسعار المنتجات، أن يتم اللجوء إلى بعض المعادلات الحسابية الاقتصادية على غرار معادلة مرونة الطلب السعرية (Price elasticity of Demand) وذلك بإدراج عنصر الكمية في هذه الدراسة. حيث تفسر المرونة السعرية اقتصاديا بوجود علاقة عكسية بين سعر المنتج والكمية المطلوبة. إذ يمكن لعامل السعر أن يؤثر على الكمية المطلوبة وبالتالي فإن تغير السعر يعمل على تغيير الكمية المطلوبة تغييراً عكسياً.

والأصل أنه كلما حافظت أسعار المنتجات على استقرارها أو انخفضت، كلما زاد الطلب على هذه المنتجات. في حين يمكن لارتفاع أسعار منتج أن تؤول إلى تسجيل تراجع في الكميات المقترية لتحول جزء من الطلب لبدائل أخرى³. ويمكن لمعادلات مرونة الطلب السعرية أن تساعد على قياس درجة قابلية الاستبدال الراهن.

وعلى إثر هذه الدراسة يمكن استخلاص النتائج الآتية:

- السبب الرئيسي وراء إستبدال الطلب، يمكن أن يفسّر في أغلب الحالات كردة فعل عن إرتفاع أسعار المنتجات موضوع النظر.
- التقارب الحاصل في أسعار بعض المنتجات موضوع البحث عن بدائل محتملة يمكن أن يشكل دليلا ومؤشرا قويا حول إعتبار هذه المنتجات، بدائل حقيقية للمنتجات موضوع النظر التي يتعيّن إدراجها في تحديد السوق المعنية.
- الفرق الحاصل في أسعار البدائل المحتملة مقارنة بأسعار المنتجات موضوع النظر دون وجود استبدال فعلي لفترة طويلة من الزمن (تتجاوز السنة) يشكل مؤشرا على عدم إدراج هذه المنتجات عند تحديد السوق المعنية.

³ - دراسة المرونة السعرية تكون نسبية بشأن بعض القطاعات وبعض المنتجات على غرار المنتجات الطبية التي تكون موضوع وصفات خطية من الطبيب المباشر للمريض.

4 - تفضيلات العملاء

قد يصعب في بعض الحالات تجميع كافة تفضيلات العملاء أو المستهلكين خاصة إذا تعلّقت ببعض الأسواق على غرار أسواق السلع الاستهلاكية.

لذلك قد تشكل العناصر الآتية أدلة تحقق لدراسة قابلية الإستبدال من ناحية الطلب:

- الدراسات التسويقية التي تقوم بها المنشآت الاقتصادية الناشطة بالسوق فهي تعد آلية تساعد على اتخاذ قرارات استراتيجية بشأن تسويق المنتج وخاصة بشأن ضبط السعر المناسب له.
- الاستبيانات التي تجريها هذه المنشآت أو استبيانات المستهلكين التي تعدّها بعض المكاتب الاستشارية المتخصصة في دراسات السوق، والتي من شأنها أن تعكس مختلف أنماط الشراء للمستهلك ومختلف خياراته.
- مرثيات تجار الجملة وتجار التجزئة.

حيث يمكن لهذه العناصر أن تبين ما إذا كانت قابلية استبدال المنتجات أو جزء معين من المنتجات من وجهة نظر الطلب تتجه نحو العوامل السعرية بالأساس أو نحو عوامل أخرى على غرار الجودة أو أهمية العلامة التجارية لها أو مدى أهمية المنتج الوطني والمحلي مقارنة مع المنتج المستورد.

5 - دليل الاستبدال في الماضي القريب

يعتمد هذا الدليل على دراسة بعض الأحداث الواقعة في الماضي القريب والتي تعكس توجه جديد للطلب والاستهلاك نتيجة لتغيرات نسبية أو كلية في أسعار بعض المنتجات والتي آلت بدورها على إحلال الاستبدال.

حيث يتعيّن في هذا السياق البحث في الأسباب والعوامل الرئيسية التي كانت وراء هذا التوجه ومنها على سبيل المثال:

- إطلاق منتج جديد بالسوق في الماضي القريب من شأنه أن يوفر معلومات مهمة حول الاستبدال. إذ يمكن أن يكون الاستبدال في بعض الحالات فورياً.

كمثال لذلك، طرح دواء جديد بالسوق لعلاج حالات مرضية معينة كان سببها في توجه الطلب (المجال الطبي – المريض كمستهلك نهائي) إلى اعتماده كبديل عن دواء جنيس متوفر بالسوق.

ويعتمد للتحقق من هذه الحالات على اختبارات اقتصادية كمية وكذلك على اختبارات رصد تحركات تطور الأسعار بمرور الزمن التي يتعيّن أن تبين بوضوح وجود علاقة مباشرة بين ارتفاع الكميات المطلوبة للمنتج الجديد البديل وتراجعها في نفس الوقت بالنسبة للمنتج القديم.

- كما يمكن التحقق من هذا الدليل عند ملاحظة توجه الطلب نحو منتج معيّن كبديل لمنتج كان متوفر بالسوق نتيجة لخروج منتج أو مورد من السوق.

6 - العوائق والتكاليف المرتبطة بقرارات تحويل الطلب نحو بدائل محتملة

تمثل العوائق والتكاليف المرتبطة بقرارات الطلب نحو التوجه لبدائل محتملة أحد حدود مبدأ قابلية الاستبدال وأحد القيود المسلطة عليه. لكن يستدل بهذا الدليل لفائدته العملية في تحديد السوق المعنية.

وتتعلق هذه العوائق والحواجز أساسا بالتكاليف التي قد يتكبدها ويتحملها العميل أو المستهلك نتيجة لقراره بالتحوّل نحو منتج آخر.

قد يصعب حصر الحواجز التي يمكن أن تعيق عملية الإستبدال والتحول ولكن يمكن ذكر على سبيل المثال العوائق الآتية:

- وجود التزامات تعاقدية قد لا تساعد العميل على التحول نحو منتج بديل.
- ارتفاع تكاليف البحث عن منتج بديل. (حالة المنتج الذي يعتمد كمدخل في إنتاج أو صناعة منتج نهائي).
- وجود شكوك حول جودة وسمعة منتج بديل أو سمعة الموردين بالسوق.
- ارتفاع تكاليف الإستثمار في طرق إستخدام منتجات بديلة أخرى أو المتعلقة بموائمة مسار إنتاج منتج.
- الحواجز القانونية والتنظيمية.
- تأثيرات الشبكة، حيث قد يصعب للعملاء وخاصة المستهلك النهائي التحول لشبكة أخرى نتيجة لفقدان الإمتيازات التي توفرها الشبكة الحالية.

مثال عملي (1)

وجود التزامات تعاقدية

قد تعرقل الالتزامات التعاقدية قدرة عميل منشأة إقتصادية من التحول إلى المنتجات التي توفرها منشأة أخرى، إذا كانت من قبيل الالتزامات الحصرية.

حيث اثبتت بعض التجارب العملية أنّ بنود التعامل الحصري مع بعض المنشآت والمنصات الرقمية كانت سببا مباشرا في عدم قدرة العملاء على اتخاذ قرارات التوجه نحو بدائل محتملة متوفرة في السوق مما يعيق عملية الاستبدال.

مثال عملي (2)

الحواجز القانونية والتنظيمية

قد يصعب أحيانا على العملاء من التوجه نحو منتجات بديلة، نظرا لخضوع هذه الأخيرة لعدّة متطلبات واشتراطات إدارية كالترخيص والموافقات المسبقة التي قد لا تتوفر في المنتج الحالي. بالتالي يمكن لهذه الاشتراطات أن تعيق عملية الاستبدال الفعال والمباشر بما يؤول على استبعاد هذه المنتجات عند تحديد السوق المعنية.

مثال:

بعض المستحضرات المتكونة من الفيتامينات، تعتبر من قبيل الأدوية التي يتطلب إنتاجها أو ترويجها الحصول على موافقات وتراخيص مسبقة من عدّة جهات وأهمّها وزارة الصحة وهي اشتراطات قد لا تتوفر في ترويج تركيبات صيدلانية مشابهة لا تصنف كأدوية ولكن كمكملات غذائية.

مثال عملي (3)

تأثيرات الشبكة (Network Effect):

قد يعيق التواجد بشبكة معينة من قابلية إستبدال بين الخدمات التي توفرها مقارنة بخدمات أخرى. وكمثال على ذلك اشتراك عميل في شبكة اتصالات معينة (أ) قد لا يمكنه من التحول إلى شبكة اتصالات أخرى (ب) إذا كانت الشبكة (أ) توفر مزايا اقتصادية ورقمية يصعب التخلي عنها للتحول لشبكة اتصالات أخرى.

حيث أنّه من المعلوم في منظومات الاتصالات والخدمات الرقمية أنّ العملاء يستفيدون مباشرة من اتساع الشبكة بدخول عملاء جدد مما ينعكس ايجابيا على مستوى أسعار الخدمات المروجة وهو ما يعبر عنه اقتصاديا بتأثيرات الشبكة بشكل يجعل من قرار التخلي عن هذه الشبكة أمرا صعبا.

وكنتيجة لهذه العوائق فإنه يصعب في بعض الحالات إدراج المنتجات التي كان من المفترض أن تكون قابلة للإستبدال من وجهة نظر الطلب في دراسة تحديد السوق المعنية.

7 - التميز السعري بين فئات مختلفة من العملاء

يمكن لفئة أو مجموعة معينة أو متميزة من العملاء للمنتج ذات الصلة أن تشكل سوقا مستقلة بذاتها حين يستخلص أنّ منشأة إقتصادية قادرة على تطبيق أسعار تمييزية على مجموعة معينة من العملاء.

حيث تؤول هذه الحالة إلى تضيق نطاق سوق المنتجات موضوع النظر واختزالها في المنتجات الخاصة بهذه المجموعة.

وتتأتى قابلية تطبيق أسعار تمييزية من قبل المنشأة بناء على عدّة عوامل ومنها:

- في حال كان من الصّعب تحول الطلب نحو بدائل محتملة بناء على إرتفاع التكاليف المرتبطة به.

- في حال اختلاف الطلب على مدخل بناء على الغرض الذي يتم استخدامه من أجله.

عمليا، في مثل هذه الحالات يتعيّن تحليل وضع العميل لتحديد السوق المعنية والنّظر إذا كان من السهل إدراجه في المجموعة أو فئة العملاء الخاصة والتي يمكن أن تعتبر سوقا مستقلة بذاتها بناء على قيمة الأسعار المطبقة عليها أو لا.

مثال عملي (1)

سوق خدمات الوكالات السياحية للأسفار والطيران

حيث جرت العادة أن تقوم الوكالات السياحية للأسفار والطيران بالتمييز بين المسافرين خلال موسم الذروة (فترة العطل الموسمية أو الدراسية) والمسافرين الذين ينجزون رحلات خلال فترات خارج موسم الذروة (خلال فترات السنة الدراسية مثلا). وبناء على هذا التمييز تطبق الوكالات السياحية صنفين من الأسعار تختلف باختلاف المواسم المذكورة بشكل يجعل من الخدمات المسداة في إطار كل مجموعة من العملاء سوقا مستقلة بذاتها عن الأخرى.

مثال عملي (2)

سوق الخدمات الفندقية

لا يختلف هذا المثال عن المثال الأول، حيث تقوم العديد من الفنادق من تطبيق صنفين من الأسعار تختلف باختلاف الفترات الموسمية التي يقوم العملاء بحجز إقامات خلالها. حيث عادة ما ترتفع أسعار الاقامات خلال الفترات الموسمية كالأعياد مثلا بنسب متفاوتة مقارنة بالإقامات والحجوزات خلال الفترات العادية من السنة. وكل صنف من خدمات الإقامة يشكل سوقا مستقلة بذاتها عن الأخرى لإختلاف طبيعة العملاء وفترات الحجوزات ونظام الأسعار المعمول به.

8- دليل سهولة الاستبدال

من ناحية الطلب تتمثل سهولة الاستبدال في الإمكانية المتاحة للعميل أو المستهلك في اتخاذ قرار مباشر وفوري لاستبدال منتج بآخر دون تكبد تكاليف معينة (كالنقل أو ابرام عقود مسبقة للنفاد لسوق قصد الاختيار بين المنتجات كحالة النفاد عبر المواقع الإلكترونية أو تطبيقات الهواتف الذكية).

أما من ناحية العرض فتقتضي سهولة الاستبدال في قدرة المنشأة الاقتصادية أو المورد على تحويل الطاقة الإنتاجية من تصنيع منتج إلى آخر وعرضه خلال فترة زمنية وجيزة دون تكبد أي تكاليف أو مخاطر إضافية إستجابة لتغير في أسعار أو وجهة الطلب نحو منتج معين.

فيتعين بالتالي النظر فيما إذا كان هذا التحول ممكناً من الناحية الفنية والمالية. والعنصر الرئيسي للتحقق في هذا الدليل هو ما إذا كان سيكون من المفيد تحويل الإنتاج لوجود زيادة في الأسعار بنسبة معينة (من 5 % إلى 10 %) فوق مستوى السعر التنافسي بالسوق.

9 - الدليل المتعلق بالإمكانيات المادية والمالية للمنشأة الاقتصادية

يتعلق هذا الدليل بدراسة مستوى عرض المنشآت الاقتصادية بالسوق، حيث يمكن للبعض منها أن تواجه صعوبات تتعلق بنقص في إمكانياتها المادية وفي كفاءة مواردها البشرية حول وسائل وطرق التحويل لإنتاج منتج معين لعملائها من الطلب. أو كأن تواجه هذه المنشآت صعوبات بشأن التزود بالمدخلات الضرورية لتحويل عملية الإنتاج مما قد يكبدها تكاليف واستثمارات مالية جديدة غير متوقعة. وعليه متى توفرت هذه الصعوبات فإن قابلية الاستبدال من حيث العرض تكون نسبية للغاية ولا يتعين الأخذ بها عند تحديد السوق المعنية.

10 - دليل العوائق والحواجز القانونية والتنظيمية أو الفنية

حيث يمكن أن يتطلب التحويل لعرض منتج معين يستجيب لحاجيات الطلب الحصول على موافقات وتراخيص إدارية وإلى استيفاء جملة من الإجراءات والإجراءات مما قد لا يساهم في تحقيق استبدال العرض حسب شروط الفاعلية والفورية في فترة زمنية وجيزة.

فكلما تعددت الاشتراطات والموافقات المسبقة كلما استبعد منتج العرض من نطاق تحديد السوق المعنية.

ملاحظات خاصة بشأن عناصر التحقق من قابلية الاستبدال من ناحية الطلب والعرض

ملاحظة عامة بشأن أدلة التحقق من مدى قابلية استبدال من ناحية الطلب

إنّ تقييم القيود وضغوطات السّوق التي يمكن أن تواجهها المنشآت الاقتصادية المعنية يختلف باختلاف طبيعة السّوق وطبيعة النشاط الاقتصادي وطبيعة الممارسات أو الطلبات موضوع النظر. قد يكفي في بعض الحالات تحديد السّوق المعنية بناء على دليل واحد قوي، ولكن قد يتطلب الأمر في حالات أخرى جمع أكثر ما يمكن من الأدلة. وبشكل عام كلما توفرت أدلة حول وجود بدائل محتملة للمنتجات موضوع النظر، كلما كانت هنالك خيارات أكثر للطلب كلما كان قرار الترفيع في الأسعار المنتجة من قبل المنشآت الاقتصادية المعنية أو المنشأة الاقتصادية التي تتمتع بقوة اقتصادية بالسّوق أمرا صعبا الشيء الذي يستخلص معه إدراج هذه البدائل في عملية تحديد السّوق المعنية.

ملاحظة بشأن قابلية الاستبدال من ناحية العرض

إذا كانت هنالك شكوك قوية حول ما إذا كانت الأدلة المتوصّل إليها تشكل قيودا وضغوطات تنافسية وبالتالي تدخل في عملية تحديد السّوق المعنية أو أنها تشكل حواجز ومعوّقات المنافسة المحتملة للدخول للسّوق التي يتعين أن يشملها التقييم التنافسي للممارسات والطلبات موضوع النظر عند تحليل الآثار هذه الممارسات ومدى تأثيرها في وضعية المنافسة وفي التوازن العام للسّوق موضوع النظر، فإنّه يتعيّن تبعا لذلك تحديد السّوق المعنية بناء على قابلية الاستبدال من جانب الطلب فقط.

الباب الثاني

النطاق الجغرافي للسوق المعنية

أولا - مفهوم النطاق الجغرافي

بشكل عام يمكن أن يكون النطاق الجغرافي للسوق المعنية نطاقا وطنيا أو محليا أو حتى أقل بكثير من ذلك. في حين يمكن أن يتخطى هذه الابعاد ليكون سوقا إقليمية أو عالمية في بعض الحالات.

ويشمل النطاق الجغرافي المعني المنطقة أو المناطق التي تنشط داخلها المنشآت الاقتصادية المعنية وتتنافس مع غيرها بشأن عمليات العرض والطلب على أن تخضع لشروط وظروف منافسة متجانسة أو متشابهة تميزها عن مناطق أخرى تكون فيها هذه الظروف مختلفة.

وبهذا الشأن، فإن المرسوم بقانون الجديد في شأن تنظيم المنافسة قد أدرج مفاهيم جديدة تدخل في تحديد النطاق الجغرافي المعني. فالبعد المكاني يمكن أن يكون ماديا أو رقميا وافتراضيا.

حيث يمكن أن تشكل المنصات الرقمية (Digital Platforms) والأسواق التجارية الالكترونية (Online Marketplaces) ومختلف الوسائط الرقمية على سبيل المثال نطاقا جغرافيا معنيا.

■ بالنسبة للنطاق الجغرافي الوطني أو المحلي

تجدر الإشارة بهذا الشأن إلى أنّ المرسوم بقانون قد نصّ صراحة على ما يلي:

تنظر الجهة المعنية في الممارسات المخلة بالمنافسة وطلبات الاعفاء المتعلقة بها وطلبات الموافقة على عمليات التركيز الاقتصادي التي من شأنها التأثير في وضعية المنافسة وفي التوازن العام للسوق المعنية على مستوى الإمارة في حال تحقق الشرطين الآتيين:

أ. أن تكون المنشآت المعنية متواجدة فقط في نفس الإمارة.

ب. ألا يتجاوز أثر هذه الممارسات نطاق حدود الإمارة.

وفيه من هذه الأحكام أنّ النطاق الجغرافي يكون وطنيا في حال كانت المنشآت الاقتصادية المعنية تنشط بأكثر من إمارة وكان أثر ممارساتها يتجاوز نطاق حدود الإمارة الواحدة (كقيام منشأة اقتصادية بتوريد وتوزيع منتجات للعملاء أو المستهلكين بعدة إمارات داخل الدولة).

■ بالنسبة للنطاق الجغرافي الإقليمي أو الدولي

علاوة على الشروط والمعايير التي سيتم التعرض إليها لاحقا ضمن هذا الدليل، فإنّه يتعيّن عند تحديد النطاق الجغرافي المعني الأخذ في الاعتبار بما ورد من أحكام بالمادة (3) من المرسوم بقانون اتحادي رقم (36) لسنة 2023 في شأن تنظيم المنافسة، والمتعلّق بسريان أحكام هذا المرسوم على جميع المنشآت فيما يتصل بأنشطتها الاقتصادية في الدولة وعلى استغلال حقوق الملكية الفكرية داخل الدولة وخارجها، وكذلك على الأنشطة الاقتصادية التي تمارس خارج الدولة وتؤثر على المنافسة داخلها. لذلك يتعيّن النظر في مصدر ممارسات هذه المنشآت الاقتصادية ومدى تأثيرها على سير العادي للسّوق داخل الدولة وفقا لمبادئ المنافسة الحرة والعادلة.

إذ يساعد هذا التحليل على معرفة البعد الحقيقي للسّوق إن كان يشكل سوقا وطنية (اتحادية أو محلية) أو سوقا تتجاوز حدود الوطن لتكون إقليمية أو عالمية إذا كانت تستجيب للشروط المذكورة أعلاه وخاصة فيما يتعلّق بمدى خضوع المنشآت الاقتصادية المعنية لظروف منافسة متشابهة أو متجانسة.

ثانيا - عناصر التحقق المعتمدة في تحديد السّوق الجغرافية المعنية

تماشيا مع ما تم العمل به بشأن تحديد سوق المنتجات المعنية، فإنّ عملية تحديد النطاق الجغرافي للسّوق المعنية تخضع أيضا إلى تقييم مدى توفر ظروف المنافسة بها.

وعادة ما يتعلّق تحديد النّطاق الجغرافي المعني بالنّظر في المنطقة أو المناطق الجغرافية التي تتم في إطارها عمليات إستبدال المنتجات. لذلك يتعيّن النظر في كل المناطق الجغرافية القابلة للإستبدال فيما بينها والتي يمكن أن تنجز في إطار حدودها هذه العمليات وفقا لشروط معيّنة.

وبهذا الشأن متى توقّرت للعميل أو المستهلك القدرة على التنقل لإقتناء منتجات في مناطق جغرافية مجاورة أو أخرى نتيجة لارتفاع أسعارها في المنطقة مكان تواجده والتي وتعرض فيها هذه المنتجات فإنّ المناطق المجاورة والأخرى تعدّ مناطق بديلة وتدرج تبعا لذلك السّوق الجغرافية المعنية.

وإذا تبين أيضا، في المقابل، أنّ المنشآت الاقتصادية النّاشطة بمناطق أخرى تقوم بعرض منتجاتها بالمنطقة الجغرافية موضوع النظر لارتفاع أسعار المنتجات المطروحة بها فإنّ مناطق نشاط هذه المنشآت تدرج أيضا في تحديد السّوق الجغرافية المعنية.

ويتعين تقييم هذه العناصر بناء على مدى توفر ظروف منافسة متجانسة أو متشابهة داخل هذه المناطق.

فمن المرجح أن تزود العملاء المتواجدين بمناطق جغرافية مختلفة بالمنتجات البديلة أو المتشابهة التي تعرضها منشآت اقتصادية لا تتفاوت حصصها السوقية، فإن هذا يعدّ مؤشرا قويا على توفر ظروف منافسة متجانسة يتعين معه اعتماد هذه المناطق في عملية التحديد لتشكل سوقا جغرافية معنية.

كما أنه من المرجح أيضا أن تقارب أسعار بيع البدائل المعروضة بمختلف هذه المناطق يعدّ مؤشرا على توفر ظروف منافسة متجانسة أو متشابهة بها.

عمليا، يتعين التساؤل بهذا الشأن إن كانت هناك مناطق جغرافية مجاورة أو أخرى تعرض فيها بدائل محتملة للمنتجات المعروضة بمنطقة تواجد المورد والعميل أو المستهلك. بمعنى البحث فيما إذا كان هناك موردين آخرين للبدائل المحتملة بمناطق جغرافية أخرى غير المنطقة موضوع.

كما يتعين تحديد ما إذا كان التقييم يعتمد على منطقة تواجد المورد أم منطقة العميل أو المستهلك. حيث جرى العمل بهذا الخصوص أن يتم تحديد السوق الجغرافية المعنية من الناحية الطلب بناء على مكان تواجد المنشأة أو المنشآت الاقتصادية المعنية ولكن قد يتطلب في حالات أخرى تحديد هذه السوق بناء على موقع العميل أو المستهلك.

وبشكل عام فإن المنهجية المعتمدة في تحديد النطاق الجغرافي المعني تقتضي المراحل الآتية:

- تحديد المنطقة الجغرافية موضوع النّظر الذي من المحتمل أن تترتب في إطاره آثار حول المنافسة.
- نقطة الإنطلاق عادة ما تكون مكان تواجد أو نشاط المنشأة أو المنشآت الاقتصادية المعنية أو مكان تواجد العميل أو المستهلك.
- النّظر في مدى توفر شروط منافسة بهذه المنطقة من خلال تقييم مدى خضوعه لقواعد المنافسة بناء على آليات العرض والطلب.
- النّظر في مدى توفر شروط منافسة متجانسة أو متشابهة بالمناطق الجغرافية المجاورة أو الأخرى مقارنة بما هي عليه بالمنطقة الجغرافية موضوع النّظر.

ويمكن تحديد السّوق الجغرافية المعنيّة بنفس طريقة تحديد سوق المنتجات المعنيّة مع الأخذ في الاعتبار ببعض الخصوصيات، بالاعتماد على العناصر وأدلة التحقق الآتية:

1- دليل التحقق بشأن تحول وجهة الطلب أو العرض نحو بدائل مجاورة نتيجة للزيادة في الأسعار

نقطة الإنطلاق تكون من منظور أضيق سوق ممكنة وهي ما يعبر عنها بالمنطقة البؤرية، ويتم هنا البحث فيما إذا كان الترفيع في أسعار المنتجات المروّجة داخل حدودها ولو بنسب طفيفة من شأنه أن يؤوّل إلى تحوّل وجهة الطلب نحو بدائل محتملة في مناطق جغرافية متاخمة أو مغايرة.

فإذا تبين من تقييم هذا الدليل أنّ عدد هام من العملاء والمستهلكين قد تحولوا لإقتناء حاجياتهم في مناطق جغرافية أخرى فإنّ ذلك يعدّ مؤشرا حول وجود قيود وضغوطات تنافسية بالنسبة للموردين والمنشآت الاقتصادية المعنية بشكل لا يمكّنهم من اتخاذ قرارات زيادة الأسعار أو التراجع عنها داخل هذه المنطقة.

فالتّمط الجغرافي لمشتريات العملاء من شأنه أن يساعد على تحديد السّوق الجغرافية المعنيّة وعلى اتخاذ قرار إدراج المناطق الجغرافية الأخرى المجاورة من عدمه.

عمليا، يمكن الإستدلال بالعناصر الآتية في تقييم هذا الدليل:

- رصد ومتابعة حركة الأسعار المنتجات بشكل عام والمنتجات الشبيهة أو البديلة بمختلف المناطق الجغرافية، إذ من شأن هذه المتابعة أن تساعد على معرفة ما إذا كانت هذه التطورات تشمل مناطق محددة (مثال داخل الإمارة الواحدة أو بين عدّة إمارات) أو أنها تشمل كامل النطاق الجغرافي الوطني (اتحادي).
- تحديد كميات المنتجات موضوع التّظر ومقارنتها بكمية البدائل بين مختلف المناطق الجغرافية المذكورة أعلاه، إذ من شأن المعادلات الاقتصادية الكمية أن تمكّن من معرفة ما إذا كانت المنتجات المعروضة بالمناطق المجاورة تشكل بدائل فعالة ومباشرة بما يساعد على استخلاص مدى توفر وجود قيود تنافسية وكذلك مدى توفر ظروف منافسة متجانسة.

وتوازي قدرة توجه الطلب نحو بدائل محتملة بمناطق جغرافية مغايرة قدرة الموردین الناشطين بمناطق جغرافية أخرى على تحويل عرض منتجاتهم نحو المناطق الجغرافية محلّ تواجد العملاء لتلبية حاجياتهم وتوفير بدائل محتملة لهم.

حيث يشكل وجود هذا الصنف من الموردین دليلاً حول أحد أبرز مظاهر المنافسة المحتملة ومصدراً لمبدأ القيود والضغوطات التنافسية المسلطة على نشاط المنشآت الاقتصادية المعنية.

ويقتضي تقدير إدراج المناطق الجغرافية، مكان تواجد هؤلاء الموردین، عند تحديد السّوق الجغرافية المعنية النظر في مدى استجابتهم لطلبات العملاء خلال فترة زمنية وجيزة ودون تحمّل تكاليف عالية.

وفي حالة استوجبت تلبية حاجيات العملاء قيام الموردین باستثمارات هامة لتحويل وجهة العرض نحو هذه المناطق، دون توفر شرطي الفورية والفاعلية، فإنّه ينظر لهذه الإستثمارات على أنّها حواجز ومعوّقات لا تجيز عملية ضمّ المناطق الجغرافية المذكورة في السّوق الجغرافية المعنية.

2 - أدلة التحقق المتعلقة بتكاليف ومسافة التنقل والزّمن المستغرق:

يتعلّق التقييم في شأن تحديد النطاق الجغرافي المعني بدراسة وضعية المنافسة للموردین أو المنشآت الإقتصادية المعنية بناء على عوامل المسافة الفاصلة بين المورد والعميل والزّمن المستغرق للتنقل والتكاليف المتعلقة بها.

وتعتبر هذه العوامل مهمّة للغاية في تقدير القيود والضغوطات التنافسية داخل منطقة أو المناطق الجغرافية موضوع النّظر، ولذلك فإنّ تواجد الموردین على مسافة قريبة من العملاء يشكل ميزة تنافسية بالنّسبة إليهم.

وعادة ما تتم دراسة العوامل المتعلقة بتكاليف النقل عند تحديد حالات معينة من السّوق الجغرافية على غرار مناطق الاستقطاب التجاري (Catchment area) في إطار دراسة وتقييم عمليات التركيز الاقتصادي أو طلبات إعفاء ممارسات المنشآت الاقتصادية خاصة في قطاعات التجارة بوجه عام أو في قطاع التوزيع عبر المساحات التجارية الكبرى والمتوسطة وعبر منافذ البيع بشكل خاص.

ويقصد بمنطقة الاستقطاب التجاري من منظور المنافسة، المسافة القصوى التي على أساسها يتخلى المستهلك عن أداء مشترياته إذا ما تجاوزها وذلك لأسباب تتعلق بتكاليف التنقل أو لإستغراق حيّز هام من الزّمن للتنقل إلى نقطة أو منفذ البيع. وقد تشكل مناطق الإستقطاب في بعض الحالات أسواق جغرافية معنية في حدّ ذاتها، التي من خلالها يمكن تحديد الموردين داخلها ومختلف المنافسين وحصصهم السّوقية بها وطبيعة العملاء المتواجدين داخلها ومختلف عاداتهم أو سلوكهم الإستهلاكي إزاء تحقيق حاجياتهم.

وعليه، كلّما تمكّن العملاء من التنقل لمناطق جغرافية مجاورة أو إلى مناطق استقطاب تجاري أخرى لتلبية حاجياتهم كلّما شكّلت هذه القدرة قيودا تنافسية مسلطة على المنشآت الاقتصادية الناشطة بها والتي من خلالها يمكن استخلاص أيضا وجود ظروف منافسة متجانسة بما يتعيّن معه إدراج مختلف هذه المناطق في السّوق أو النطاق الجغرافي المعيّن.

3 - أدلة التحقق المتعلقة تفضيلات العملاء وسلوكهم الشرائي أو الإستهلاكي:

يمكن الإستدلال بنمط الاستهلاك والسلوك الشرائي للعملاء من خلال دراسة تفضيلاتهم. وبناء على عوامل مختلفة يمكن أن تنشأ تفضيلات ذات طابع جغرافي أو انتمائي مثل التفضيلات الوطنية أو المحلية (...) وذلك بناء على طبيعة المنتج (منتج محلي أو وطني) أو مصدره (انتاج وطني أو محلي – منتج مستورد) أو علامته التجارية (مثل تفضيل المنتجات الوطنية على المنتجات المستوردة).

قد يحمل هذا العامل مختلف المنشآت الاقتصادية على تمييز منتجاتهم حسب مختلف هذه التفضيلات، مما قد يشكل عائقا للبعض منهم على التواجد بمناطق جغرافية مختلفة باستثناء المنشآت القادرة بعد القيام بجولة من الاستثمارات، غير مؤثرة على نشاطها، على توفير مسالك توزيع لترويج منتجاتها داخلها بشكل فوري وفعال. (الإستبدال من ناحية العرض).

ولكن بشكل عام إذا تمكن العملاء من تلبية حاجياتهم بمختلف التفضيلات لديهم من خلال المنتجات التي توفرها المنشآت الاقتصادية المعنية أو المنافسين على المستوى الوطني فإنّ السوق الجغرافية المعنية تكون السّوق الوطنية في مثل هذه الحالة وتكون كذلك محلية إذا لم تتجاوز حدود الإمارة الواحدة أو تجمع بعض من الإمارات.

4 - أدلة التحقق بشأن العوائق والحواجز المتعلقة بتحويل وجهة العرض نحو المناطق الجغرافية موضوع النظر:

السؤال الذي يتعين طرحه للتحقق من هذه الأدلة يقترن بمدى قدرة المنشآت الاقتصادية المعنية والموردون من المناطق الجغرافية الأخرى على تلبية حاجيات الطلب والإستهلاك وفقا لذات الشروط التنافسية أو أنّ هنالك عوائق وحواجز من شأنها أن تعرقل هذه العملية.

لذلك يتعين الأخذ بالأدلة الآتية للتحقق من مدى توفر عوائق أو حواجز تحويل وجهة العرض:

- تكاليف إشهار المنتجات بالمناطق الأخرى.
 - تكاليف تسويق المنتجات بالمناطق الأخرى.
 - تكاليف التنقل (كلما كانت تكاليف التنقل مرتفعة أمام الطلب والعرض كلما كانت السوق الجغرافية المعنية محدودة).
 - عدم العثور على قنوات ومسالك سريعة وفعالة لتوزيع المنتجات بالمناطق الأخرى.
 - عدم القدرة على الإستجابة الفورية لتفضيلات العملاء.
 - وجود حواجز ذات طبيعة قانونية وتنظيمية (مثل وجود اشتراطات معينة مسلطة على منتج أو على طرق ترويجه أو تسويقه بالمناطق الجغرافية الأخرى أو فرض نظام حصص على توريد منتج نحو مناطق أخرى (Quota regime) أو كذلك ضرورة الحصول على موافقات إدارية مسبقة على نشاط التوريد والتزويد داخل هذه المناطق).
 - وجود ضوابط مواصفات فنية معينة مسلطة على طبيعة منتج أو على نشاط معين.
- وتعتبر هذه المعوقات قيودا كمية ونوعية من شأنها أن تشكل ضغوطات تنافسية قد تواجهها المنشآت الاقتصادية المعنية في مواجهة الموردين المحتملين الذين لديهم القدرة على تحويل منتجاتهم نحو مناطق جغرافية أخرى.
- في حين لا تعتبر هذه القيود ضغوطات تنافسية على السوق إذا حالت دون قدرة المنشآت الاقتصادية المعنية أو قدرة الموردين بالمناطق الجغرافية الأخرى على عرض منتجاتهم كبدايل محتملة بها بشكل متبادل فوري وفعال. ممّا من شأنه يجعل من كل منطقة جغرافية سوقا مستقلة بذاتها عن الأخرى.

5 – أدلة التحقق بشأن الواردات:

أهمية المنتجات المستوردة يمكن أن تكون دليلاً ومؤشراً على أنّ النطاق الجغرافي قد يتجاوز حدود الإمارة أو حدود الدولة.

تنجز واردات المنتجات التي تروّج بالسّوق الداخلية من قبل موردين محليين من خلال عمليات التجارة الدولية أو من قبل الموردين الدوليين الناشطين خارج الدولة. ولا يمكن لهؤلاء الموردين أن يشكلوا قيداً تنافسياً على المبيعات وعلى المنشآت الاقتصادية الناشطة داخل الدولة إلا في حال إزاحة كل المعوقات والحواجز المذكورة سابقاً وكذلك الآتية:

لتوريد منتجاتهم على نطاق أوسع، يحتاج هؤلاء الموردين الدوليين إلى القيام باستثمارات كبيرة حول:

- إنشاء شبكات أو قنوات أو مسالك توريد وتوزيع.
- الإستثمار في عوامل التسويق وترويج المنتجات.

وفي ضلّ وجود هذه المعوقات لا يمكن اعتبار أسواق بلد التصدير مناطق جغرافية بديلة يمكن إدراجها ضمن تحديد السّوق الجغرافية المعنية.

وتبقى مسألة الواردات مسألة مهمّة من جانب دراسة الأنشطة الاقتصادية التي تمارس خارج الدولة وتؤثر على المنافسة في الدولة.