

## الفصل الأول: ماهية المنافسة غير المشروعة

تقوم التجارة على الثقة والائتمان لذا يفترض في التاجر أن يتمتع بالشرف و الصدق والائتمان في أعماله وأن يتمتع عن كل فعل يخالف أصول التعامل التجاري كما هو مستقر عليه في العرف التجاري.<sup>1</sup>

وتعد المنافسة روح التجارة بل هي محك الحريات الاقتصادية للأفراد و هي تعميم الرخاء و تحسين الإنتاج لأنها تقوم على الأخلاق و شرف و الاستقامة و الإبداع عندما يقوم التاجر أو الصناع بالتزام على ترويج أكبر قدر من منتجاتهم أو خدماتهم بجذب أكبر عدد ممكن من الزبائن .

و بوصفها عملاً مشروعاً و حقاً يحميه القانون إلا أنها في هذا العمل قد تتعدى حقوقها الطبيعية لتتحول من عمل مشروع إلى عمل غير مشروع و ذلك إذا استعملت في المنافسة وسائل و أساليب من شأنها مخالفة الأعراف التجارية النزيهة و النزاهة عد ذلك منافسة غير مشروعة.

و هذا ما سنتطرق له من خلال دراسة هذا الفصل و هو تعريف المنافسة غير المشروعة و تمييزها عما يشابهها من مصطلحات في المبحث الأول وأهداف المنافسة غير المشروعة و آثارها في المبحث الثاني.

1 د.معين فندي الشناق، الاحتكار والممارسات المقيدة للمنافسة، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2010، ص23.

## المبحث الأول: مفهوم المنافسة غير المشروعة و تمييزها عما يشابهه

تعتبر المنافسة أمراً ضرورياً و مطلوباً في ميدان النشاط التجاري و مما لا شك فيه ان تحرير النشاط الاقتصادي بإلغاء القيود على ممارسة النشاطين التجاري و الصناعي سيعود بالفائدة على الاقتصاد لكن في مقابل ذلك ينتج عن الحرية الاقتصادية المطلقة و غير المنافسة "

سنعالج في هذا المبحث تعريف المنافسة غير المشروعة و نذكر ما يميزها عما يشابهها من مصطلحات

## المطلب الأول: تعريف المنافسة غير المشروعة

جاء في القرآن الكريم أن الله – سبحانه و تعالى- حث على التنافس في عمل الخير بقوله جل و علا " خذتمه مسك و في ذلك فليتنافس المتنافسون "<sup>1</sup>

أي فليرغب الراغبون إلى طاعة الله تعالى و ذلك بغير اللجوء إلى أسلوب المراوغة و الخداع و عليه سنعرف المنافسة غير المشروعة و ذلك حسب التعريف القانوني و التعريف الفقهي و التعريف القضائي.

1 القرآن الكريم، سورة المطففين، آية رقم 26.

## الفرع الأول: التعريف القانوني للمنافسة غير المشروعة

تعد المنافسة من سنن الفطرية الكونية للبشر غايتها التفوق في مجالات الأعمال و الأنشطة أيا كانت طبيعتها و قد لازمت المنافسة النشاط الاقتصادي خاصة حتى اتصفت بكونها احد الشروط اللازمة لاحترافه.<sup>1</sup>

أما إذا تمت المنافسة بوسائل غير مشروع نجم عنها ضرر لتجارة شخص آخر أو لمحلته التجاري ففي هذه الحالة يحق للتاجر المتضرر من هذه المنافسة غير المشروعة أن يلجا إلى القضاء لصد هذا الاعتداء لان المشرع وفر الحماية القانونية للمحل التجاري فنص على منع المنافسة غير المشروعة على أن يكون هناك أفعال منافسة غير مشروعة و هي لا يمكن حصرها و بمعنى آخر كل الأعمال التي تلحق ضرر للغير في إطار منافسة حقيقية و التي يكون في الأخير تقديرها متروك للقضاء.<sup>2</sup>

نستعرض بعض النصوص القانونية التي تناولت المنافسة غير المشروعة فقد نصت المادة 33 من القانوني النموذجي للدول العربية بشأن العلامات التجارية و الأسماء التجارية و البيانات التجارية و أعمال المنافسة غير المشروعة "يعتبر غير مشروع كل عمل من أعمال المنافسة يتنافى مع العادات الشريفة في المعاملات الصناعية و التجارية".

و نصت المادة 05 من قانون المنافسة الأردني المؤقت لسنة 2002 "الممارسات المخلة بالمنافسة ا- يحظر – تحت طائلة المسؤولية- أي ممارسات أو تحالفات أو اتفاقيات صريحة أو ضمنية تشكل إخلالا بالمنافسة أو الحد منها أو منعها و بخاصة ما يكون...".

و جاءت المادة 08 من قانون تشجيع المنافسة و منع الاحتكار اليمني رقم 19 لسنة 1999 لتقضي ب " أ- يمنع القيام بأي تصرف قد يؤدي إلى الحد من المنافسة أو

1 د. أحمد محمد محرز، الحق في المنافسة المشروعة، بدون طبعة، منشأة المعارف، الإسكندرية مصر 2001، ص 07.

2 أ. عمور عمارة، العقود والمحل التجاري في القانون الجزائري، بدون طبعة، دار الخلدونية الجزائر، ص 163.

إضعافها أو إيجاد عقبات تحول دون دخول منشآت قائمة أو إخراج منشآت منافسة من السوق".

و نصت المادة 10 من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية في سنة 1925 بلاهاي " كل فعل مزاحمة مخالفة للعادات الشريفة في الصناعة أو التجارة يشكل مزاحمة غير مشروعة"<sup>1</sup>.

و نصت المادة 27 من القانون رقم 02/04 على تعريف المنافسة غير الشريفة من خلال صورها بأنها " تعتبر ممارسات تجارية غير نزيهة في مفهوم أحكام هذا القانون لاسيما منها الممارسات التي يقوم من خلالها العون الاقتصادي بما يأتي...."<sup>2</sup>.

نجد من خلال هذه التعاريف أن كل عمل كان من شأنه المساس بمصالح التجار او تهديدها يعد منافسة غير مشروعة متى كانت الوسيلة المستعملة تبتعد عن مبادئ و شرف مهنية التجارة و أخلاقياتها.

و يتضح أن هذا الانحراف عن السلوك السوي لم يحدد بصفة دقيقة و هذا طبعا يعود لصعوبة الأمر لذا ترك ذلك للسلطة التقديرية للقاضي ليقرر ما إذا كان فعل ما يشكل منافسة غير مشروعة أم لا .

1 أ. عمورة عمارة، المرجع السابق، ص 165.  
2 انظر نص المادة 27 من القانون رقم 02/04 المشار إليه أعلاه.

## الفرع الثاني: التعريف الفقهي للمنافسة غير المشروعة

لمعرفة التعريف الفقهي للمنافسة غير المشروعة يجب علينا التوضيح واستعراض التعريفات المختلفة لبعض الفقهاء القانون الغربي و العربي التي تناولت المنافسة غير المشروعة و نبدأ بفقهاء الغرب.

عرفها الفقيه "بوبيه" حيث قال " أن المنافسة غير المشروعة هي تلك التي تقوم على وسائل ملتوية و خادعة و دسائس ينبذها الشرف والاستقامة و رغم تعدد هذه الوسائل إلى ما لا نهاية فان الغاية تبقى دائما هي: تحويل زبائن الغير و استقطابهم و هذا ما يسهل التعرف عليها مهما كان الشكل الذي تتخذه ".<sup>1</sup>

أما الفقيه 'داراس' فقد عرفها " العمل المقترن عن سوء نية لإيقاع الالتباس بين منتجات صناعية أو تجارية أو الذي يسيء إلى سمعة مؤسسة منافسة " .

و ذهب الأستاذ 'لوتارنك' إلى الهدف من دعوى المنافسة غير المشروعة حيث قال " تهدف المنافسة غير المشروعة إلى معاقبة التجار و الصناعيين بسبب أخطاء ارتكبتها أثناء ممارسة نشاطهم المهني سعيا وراء فوائد غير شرعية على حساب مزاحمهم بشكل يضر بهؤلاء و على القاضي في هذا المجال الاعتماد بالأعراف المهنية لان انتهاكها يشكل أساسا للدعوى المذكورة " .

و عرفها الفقيه Allart بأنها " المنافسة غير المشروعة هي كل تصرف أو وسيلة مستعملة لتحقيق غرض معين و هو اغتصاب العملاء من منشأة صناعية أو محل تجاري " .

و نجد الفقيه Josserand الذي يرى بان " أعمال المنافسة غير المشروعة هي التي يستهجنها الضمير الاجتماعي و التي لا يتسامح عنها الصالح العام و لا يتجاوز عنها بشكل أو بآخر بل يضعها تحت صورة تامة من صور المسؤولية " .

1 أ. عمورة عمارة، المرجع السابق، ص 164.

أما الفقه العربي فقد عرفها الدكتور احمد شكري السباعي " أن المنافسة غير المشروعة هي التزام على الحرفاء أو الزبائن عن طريق استخدام وسائل منافية للقانون أو الدين أو العرف أو العادات أو الاستقامة التجارية أو الشرف المهني ".<sup>1</sup>

و قد عرفها الدكتور جوزيف نخله سماحه " أنها خطأ مهني يرتكبه تاجر أو صناعي سعياً وراء منافع غير المشروعة على حساب بقية منافسيه يخالف فيه المبادئ القانونية و الأخلاقية السائدة في التعامل و الاستقامة و الأمانة المفروضتين في العرف التجاري و موجب استعمال الحق في التجارة الحرة دون المس بحقوق بقية التجار".<sup>1</sup>

و نجد الأستاذ ادوار عيد يعرفها "تعد المنافسة غير المشروعة من قبيل التجاوز في استعمال الحرية الخاصة بممارسة النشاط التجاري الذي لا يكون ممنوعاً في الأصل إذا حصل القيام به بالطرق السلمية المعتمدة في التعامل التجاري".<sup>2</sup>

أما الأستاذ "علي حسين يونس" فقد حصرها بقوله "إذا انحرفت المنافسة عن الطريق السليم فلمعتد وسيلة لإجادة و الابتكار بل أصبحت تهدف إلى مجرد اقتناص العملاء الذين اعتادوا التعامل مع محل آخر فإن هذا العمل يعتبر منافسة غير مشروعة".

أما بالنسبة للقانون الجزائري فقد عرفت الأستاذة نادية فضيل المنافسة غير المشروعة بقولها " هي استخدام التاجر لأساليب غير سليمة بقصد التأثير على العملاء واجتذابهم".

1. عمورة عمارة، المرجع السابق، ص 164.

2 محمد الأمير يوسف وهبة، صور الخطأ في دعوى المنافسة غير المشروعة، رسالة دكتوراة، جامعة القاهرة، كلية الحقوق، 1990، ص 74.

### الفرع الثالث: التعريف القضائي للمنافسة غير المشروعة

بعد ذكر التعريف القانوني و التعريف الفقهي للمنافسة غير مشروعة سنتناول  
التعريف القضائي للمنافسة غير المشروعة.

فقد عرفتها محكمة النقض المصرية بقولها " تعد المنافسة التجارية غير المشروعة فعلا  
تقصيرا يستوجب مسؤولية فاعله عن تعويض الضرر المترتب عليه عملا بالمادة 163  
من القانون المدني المصري و يعد تجاوزا لحدود منافسة غير مشروعة ارتكاب أعمال  
مخالفة للقانون أو العادات واستخدام وسائل منافية لمبادئ الشرف والأمانة في المعاملات  
إذا قصد به إحداث ليس بين منشأتين تجاريتين أو إيجاد اضطراب بإحدهما متى كان من  
شانه اجتذاب عملاء إحدى المنشأتين للأخرى أو صرف عملاء المنشأة عنها".<sup>1</sup>

---

1 نقض 14 يونيو 1956، مجلة المحاماة، عدد 37 ص796، نقلا عن جمال الدين عوض، الوجيز القانون التجاري،  
الجزء الأول، دار النهضة العربية، 1975 ص 118.

**المطلب الثاني: تمييز المنافسة غير المشروعة عما يشابهها من مصطلحات**

بداية ينبغي أن نشير إلى أن المنافسة غير مشروعة ليست الحد الوحيد للحرية التنافسية بحيث توجد حدود أخرى لكنها كما سنلاحظ لا تتركز على ذات الأساس الذي يقوم عليه موضوع المنافسة غير المشروعة.

و من بينها المنافسة الممنوعة و الممارسات غير الشريفة و حقوق الملكية الصناعية و هذا ما سنتناوله في ثلاث فروع الآتية:

**الفرع الأول: المنافسة غير المشروعة و المنافسة الممنوعة**

تقتضي المنافسة الممنوعة حظر القيام بنشاط تجاري و هذا الحظر إما أن يكون في صورة نص قانوني أو في صورة اتفاق المتعاقدين على شرط أو التزام عدم المنافسة و يأخذ بالتالي شكل الالتزام العقدي.

إن المنافسة الممنوعة يكون أساسها نص قانوني محدد أي عبارة عن قيود قانونية كالقوانين التي تنظم مهمة معينة كمهنة الصيدلة التي تضع شروطا تتعلق بالكفاءة العلمية على من يريد أن يشتغل بها<sup>1</sup> فمن مارس التجارة برغم من هذا الحظر يعد انتهاكا لقانونه الداخلي المنظم للمهنة و يتعرض للجزاء الذي يحدده قانون المهنة التي ينتمي إليها.

مثال إذا قام شخص بمزاولة أعمال الصيدلة دون الحصول على الشهادة العلمية المطلوبة منه لذلك فانه يكون قد خالف نصوص القانون و اعتبر عمله من قبيل المنافسة الممنوعة بنص القانون.

وتتضح التفرقة هنا بين النوعين بحيث انه في المنافسة غير المشروعة يكون النشاط مسموحا به ( التجارة ) و لكن الوسيلة هي غير المشروعة و المربية بحيث أنها تؤثر على العملاء.<sup>2</sup>

1. عمورة عمارة، المرجع السابق، ص 165.

2 نادية فضيل، القانون التجاري الجزائري، العمال التجارية، التاجر، المحل التجاري، الطبعة الثالثة، ديوان المطبوعات الجامعية، 1999، ص 1983.

بينما في المنافسة الممنوعة لا ننظر إلى الوسيلة لان الأصل غير مباح و ممنوع ممارسة النشاط أصلا .

و إما يكون أساس المنافسة الممنوعة باتفاق الطرفين أي لاتفاق بعدم المنافسة و هو عقد يلتزم فيه طرف بعدم مباشرة نشاط تجاري معين قد ينتج من ورائه منافسة الطرف الآخر و هذه الاتفاقات عادة ما يطلق عليها اسم الالتزام لأنه يدرج كشرط خاص تابع للالتزام بعدم منافسة آخر أصلي أو أساسي.

ومن أمثلتها التزام العمال أو المستخدمين في العقد المبرم بينهم و بين رب عملهم بالامتناع عن مزاحمة هذا الأخير بإنشاء تجارة مماثلة أو العمل عند متجر منافس بعد تركهم العمل لديه أو التزام بائع المحل التجاري في العقد المبرم بينه و بين المشتري بالامتناع عن إنشاء تجارة مشابهة لنشاط المحل المبيع.

فأساس المنع للمنافسة الممنوعة بمقتضى اتفاق هنا هو نص العقد المبرم بين الأطراف و ليس نص القانون كما هو الحال في المنافسة الممنوعة بنص القانون حيث يقوم احد أطراف العقد بمخالفة ما تم الاتفاق عليه.<sup>1</sup>

و مثل هذه الشروط تعد صحيحة و موافقة للقانون و لكن يشترط أن لا تكون مطلقة لأنها قيود ترد على مبدأ حرية التجارة و لا يجوز أن تقيد الحرية بشكل مطلق.

لذا لا بد من أن يكون الشرط محدد من حيث المدة فلا يكون المنع لمدة غير محددة و يجب أن يرد الشرط محددًا من حيث نوع التجارة الذي تمنع ممارسته و أيضا محدد من حيث المكان.

1 . عمورة عمارة، المرجع السابق، ص 166.

الفرع الثاني: المنافسة غير المشروعة والممارسات غير الشريفة

يصعب الأمر أيضا في تحديد مفهوم كل من مصطلحي المنافسة غير المشروعة و المنافسة غير الشريفة ففي كثير من الأحيان نجد حتى أحكام المحاكم و آراء الفقهاء يطلقون نفس المصطلح إما للدلالة أحيانا على المنافسة غير المشروعة أو في أحيانا أخرى عن المنافسة غير الشريفة بالرغم من انه كان يلجأ لتطبيق قواعد المنافسة غير المشروعة متى كان بالعمل أو التصرف سوء نية واضحة قصد من ورائها الفاعل الإضرار بالغير فكان اقتضاء سوء نية الفاعل شرطا لقبول الدعوى .

إلا انه يمكن تعريف المنافسة غير الشريفة بأنها "تلك التي تعتمد على عنصر الخطأ غير العمدي و بالتالي انعدام سوء النية فكلما قام التاجر بعمل دون قصد الإضرار بمنافسه ونجم عنه ضرر لم يكن مرتكبا المنافسة غير المشروعة و لكن المنافسة غير الشريفة نتجت عن إهماله أو عدم حيطة منه.

و نجد أن التفرقة بين دعوى المنافسة غير المشروعة على أنها لا تقتصر على إصلاح الضرر أي تعويض فقط بل تمتد آثارها إلى المستقبل و لها دور وقائي أي منع وقوع الضرر مستقبلا بينما دعوى المنافسة غير الشريفة ليس لها هذا الدور الوقائي و لا يصدرأ لحكم فيها بالتعويض إلا إذا كان الضرر قد وقع فعلا و بهذا تعود لفكرة الخطأ فاعليتها دون البحث عن عنصر القصد العمدي فقد تحكم المحكمة بالإدانة بالرغم من عدم توافر سوء النية أو قد تمتنع عن الحكم بالإدانة بعدم توافر عنصر الخطأ بالرغم من أن هناك ضررا أصاب المدعي.<sup>1</sup>

و مهما يكن سواء اعتمدنا على دعوى المنافسة غير المشروعة أو دعوى المنافسة غير الشريفة فكلاهما تقودنا إلى تطبيق نص المادة 124 من التقنين المدني أي القواعد العامة للمسؤولية المدنية و التي يكون هدفها إصلاح الضرر الواقع فعلا أو محاولة تفادي وقوعه مستقبلا لما تتميز به هذه الدعوى من خاصية منفردة .

1 محمد الأمير يوسف وهبة، نفس المرجع، ص 127.

### الفرع الثالث: المنافسة غير المشروعة و حقوق الملكية الصناعية

تعتبر حقوق الملكية الصناعية تلك الحقوق المعترف بها لصالح كل شخص على نشاطاته الابتكارية و منجزاته الفكرية المستعملة في الصناعة أو التجارة و تشمل هذه الحقوق براءة الاختراع و العلامات التجارية (علامات الصنع ) و الرسوم و النماذج الصناعية.

و تعتبر الحقوق ذات الطبيعة معنوية لعدم تعلقها بأموال مادية و تمنح لصاحبها استثنائاً مؤقتاً لاستغلالها أو لاستعمالها و جني ثمار نشاطه المبتكر و تعويضاً لما صرفه من أموال و وقت من اجل انجاز تلك العناصر.<sup>1</sup>

إذ تهدف حقوق الملكية الصناعية إلى إيجاد مركز خاص يتمتع به المتحصل على هذا الحق و يحتم على غيره عدم منافسته فيه و كل شخص اعتدي عليه يتعرض للجزاء بفضل هذه الحماية التي اصبغها المشرع على صاحبها و هي دعوى الحق.

فمجال تطبيق دعوى المنافسة غير المشروعة أوسع بكثير من مجال تطبيق دعوى الحق لأن صورة الخطأ أو الاعتداء في دعوى المنافسة غير المشروعة عديدة و غير محددة حصراً و يمكن للقاضي الاعتداد بها و لو كانت معروضة عليه لأول مرة و هذا قياساً على حالات أخرى مشابهة لها.

و لهذا يمكننا القول بان دعوى الحق تمنح صاحبها حماية خاصة بينما دعوى المنافسة غير المشروعة تمنحه حماية عامة .

1 مقدم مبروك، المرجع السابق، ص42.

### المبحث الثاني: أهداف المنافسة غير المشروعة وآثارها

إن المنافسة غير المشروعة تقوم بين مجموعة من التجار يمارسون نفس النشاط أو المهنة، فالذي يقوم بالمنافسة غير المشروعة فإنه يسعى من ورائها إلى تحقيق أهداف معينة بحيث تترتب على هذه الأعمال غير المشروعة آثار مختلفة. وعليه سنتطرق في المطلب الأول إلى أهداف المنافسة غير المشروعة وآثارها في المطلب الثاني.

### المطلب الأول: أهداف المنافسة غير المشروعة

إذا كانت المنافسة التجارية من الأمور الهامة في تطوير النشاط التجاري فإنها ليست كذلك إذا ما انحرفت عن غايتها المشروعة و تحولت إلى صراع بين التجار لأنها ستعكس على الفرد المشتري الذي لن يكون المستفيد الأول بل سيكون الضحية بعد التاجر المتضرر و يمكن تلخيص أهم أهداف المنافسة غير المشروعة فيما يلي:

## الفرع الأول: تحويل عملاء المنافس

يعتبر العملاء هم العنصر الجوهرى للمتجر أو المنشأة التجارية فكلما زاد عددهم كان ذلك دليلا على نجاح التجارة و ازدهارها لذا كان التاجر من قديم الزمان يتنافسون لجذب هذا العنصر الجوهرى و يتخذون الوسائل المشروعة للمحافظة على العملاء و استقطاب عملاء جدد حتى لو اضر ذلك بالتجار الآخرين لان نجاح التاجر غالبا ما يكون على حساب سابقه او منافسه و هذا النجاح لا يكون سببا مسؤولية لان الضرر الناتج عن مجرد المنافسة لا يكون مبررا للدعوى لكن إذا انخرقت المنافسة عن طريق السليم و تخلت عن وسائل الإبداع و الابتكار و استخدمت وسائل تتضمن الخداع أو التدليس فان تحويل العملاء هنا يكون غير مشروع و مبررا لرفع الدعوى.<sup>1</sup>

ويعتبر تحويل العملاء من أهم أهداف المنافسة غير المشروعة بل إن هناك من جعله الهدف الوحيد و اعتبر أن أي ضرر آخر يلحق بالتاجر لا يخوله رفع دعوى لمنافسة غير المشروعة و إنما يرفع دعوى المسؤولية التقصيرية و لا اعتقد أن مثل هذا الحضر صحيح فإغلب أنظمة و القوانين حماية المنافسة تتضمن نصوصا لحماية العميل و آخر لحماية التاجر و السوق و كلها مختصة بدعوى المنافسة غير المشروعة.

و يكون تحويل العملاء على ثلاث صور هي:

أ. جذب العملاء: و هذه الصورة هي أوضح الأهداف لان بها يتحقق الربح للتاجر مرتكب المنافسة غير المشروعة فحينما يعمد التاجر إلى إيجاد لبس بين منشأته و منشأة تجارية معلومات غير صحيحة عن منتجاته فان هدفه إغراء عملاء التجار المنافسين و جلبهم إليه و هذا هدف اغلب التجار فهم يسعون لمنفعتهم الشخصية أكثر من قصد الإضرار بالمنافس .

ب. صرف العملاء عن المنافس: و هذا الهدف هو غاية المتنافسين في بعض صور المنافسة كالنيل من سمعة التاجر المنافس و تشويهها و أعمال الفوضى و التشويه

1 نادية فضيل، المرجع السابق، ط9، ص228.

الاضطراب في مشروعه فان استطاع التاجر الفوز بالعملاء فقد حقق هدفين الأول صرف العملاء عن منافسه والثاني جلبهم إليه و إن لم يستطع جلب العملاء و ذهبوا إلى تاجر آخرين منافسين المخالف.

ت. عدم إقبال عملاء جدد: قد لا يستطيع التاجر صرف عملاء منافسه لمعرفتهم و ثقتهم به و لكن قد يقوم بأساليب من شأنها عدم إقبال عملاء جدد و بالتالي يحاول محاصرة تجارة منافسه فمثلا حينما يدعي التاجر أن منافسه ينتمي إلى تيار سياسي معين أو انه غشاش فحينما تصل هذه الشائعات إلى العملاء الذين يعرفون التاجر جيدا و سبق لهم التعامل معه فإنهم لا يصدقونها و بالتالي لا يتضرر التاجر من جراء تلك الشائعات<sup>1</sup> و لكن حينما تصل إلى عملاء جدد لا يعرفونه فإنها قد تؤثر فيهم و بالتالي يتضرر التاجر من عدم إقبالهم و ربما استفاد التاجر المرتكب للمنافسة غير المشروعة من إقبالهم عليه.

و تجدر الإشارة هنا أن هذه الصورة لو تحققت دون ارتكاب أساليب غير مشروعة فليس من حق التاجر إقامة دعوى المنافسة غير المشروعة و ذلك لان التجار المتماثلين في النشاط يعرضون بضائعهم و خدماتهم على نفس الجمهور.

و بالتالي فان زيادة عملاء أي منهم ستكون على حساب آخر فليس من المنطق منع التاجر الجديد من دخول السوق أو منع التاجر من عمل تحسينات على منتجاته و ذلك حتى لا يتضرر منافسه لان النجاح الذي يتم على حساب الغير لا يكون سببا للمسؤولية ما دام في إطار المنافسة المشروعة فان وجد تجاوز بالأسلوب كان للتاجر الحق في المطالبة

1 . عبد القادر حسين العطير، الوسيط في شرح القانون التجاري، الطبعة الثانية مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان ، 1999، ص 176.

## الفرع الثاني: الهيمنة على السوق وإقصاء المنافس

يهدف بعض التجار من المنافسة التجارية غير المشروعة إلى السيطرة على السوق و هذه الهيمنة تبرز في الصورة الموجهة إلى السوق و التي لا يكون العمل فيها موجها ضد تاجر معين بل على السوق بأكمله فيقوم التاجر بالتواطؤ أو الاندماج أو أي وسيلة تزيل أو على الأقل تضعف منافسه .

ويقصد بالهيمنة حسب المادة 03 الفقرة 03 من الأمر 03/03 " الوضعية التي تمكن مؤسسة ما من الحصول على مركز قوة اقتصادية في السوق المعني من شأنها عرقلة قيام منافسة فعلية فيه و تعطيها إمكانية القيام بتصرفات منفردة إلى حد معتبر إزاء منافسيها أو زبائنها أو ممونيها"<sup>1</sup>.

يلاحظ على هذا التعريف انه اعتبر الهيمنة وضعية يترتب عنها حصول المؤسسة على مركز قوة اقتصادية في السوق غير انه الهيمنة الاقتصادية تعد في حد ذاتها القوة الاقتصادية التي تتمتع بها المؤسسة و ليست سبب لحصول المؤسسة عليها و تقوم المؤسسة التي تتمتع بوضعية الهيمنة الاقتصادية بتصرفات منفردة إزاء منافسيها أو زبائنها أو ممونيها .

إذ يعتبر إقصاء المنافس من الأهداف التي لا تخلو قوانين المنافسة من محاربتها و إن كان استخدام هذا الهدف اقل بالنسبة للأهداف السابقة و يكثر استخدامه بين المشاريع المتماثلة من حيث الحجم و التي تكون في موقع جغرافي لا يحتمل المنافسة أو أن وجود المنافس لا يحقق المردود المتوقع من المنشأة و يبرز هذا الهدف في البيع بأقل من التكلفة و إعاقة دخول أو خروج المنافسين أو منتجاتهم ونحوه .

1 بن وطاس إيمان، المرجع السابق، ص 51.

الفرع الثالث : الاستفادة من شهرة المنافس

قد يلجأ التاجر إلى أعمال تحتوي على اللبس و الخلط ، من ش أنها اجتذاب العملاء نحو منشاته التجارية ، بطريقة لا تتضمن إضراراً بغيره فيقوم بالاستفادة من شهرته و سمعة التاجر آخر ، اكتسبها بنشاطه و جهوده المشروعة .

كالاستفادة من الاسم التجاري ، أو العلامة التجارية<sup>1</sup> و يدخل في هذا الهدف جميع الصور التي سبق الإشارة إليها و التي تحتوي على اللبس و الخلط بين المؤسسات و المنتجات.

و تعتبر الأساليب المؤدية إلى الالتباس الأكثر استعمالاً في المنافسة غير المشروعة، لأنها تحقق هدف التاجر المخالف و تؤدي إلى خلط المستهلك بين المؤسستين أو البضاعتين المتنافستين<sup>2</sup>، و بالتالي تحول بعض العملاء إلى التاجر المرتكب للمنافسة غير المشروعة و يستفيد من شهرة منافسه ، لتحقيق أرباح بصورة غير سليمة .

واستغلال شهرة المنافس تفيد أيضاً في رفع أسعار المنتجات و السلع فعندما يلبس التاجر العملاء في أن المنتج من ماركة مشهورة ، فان بإمكانه جذب العملاء ، و رفع سلعة المنتج .

1 نادية فضيل، المرجع السابق، ص 232.

2 عمورة عمارة، المرجع السابق ص 174.

## المطلب الثاني: آثار المنافسة التجارية غير المشروعة

تؤثر المنافسة بشكل إيجابي على تطور الحياة الاقتصادية في الدولة، فمن خلالها يدور التاجر سلعه وخدماته، ويحرص على الإتقان ليتفوق على منافسيه، ويحاول معرفة أسباب التقصير ومبررات الفشل أو النجاح، ويجعل مشروعه أكثر احترافية، وبذلك ينمو المشروع ويزداد عدد العملاء ويستفيد العميل من تعدد التجار للحصول على المنتجات بجودة أفضل، وسعر أرخص، ولا يجبر على شراء السلعة من تاجر معين، فتزداد المشاريع ويزدهر اقتصاد الدولة بذلك.

فالمنافسة مفيدة للتجار والمستهلك و الاقتصاد في وقت واحد، لذا تبرز أهمية حمايتها من الوسائل غير المشروعة فبمجرد انحرافها عن مسارها الصحيح، فإن جميع العناصر المستفيدة ستتضرر وذلك بحسب الوسيلة والأساليب المستخدمة، كما سيأتي بيانه فيما يلي:

### الفرع الأول: آثارها على التاجر

لاشك أن التاجر هو المتضرر الأول و الدائم من المنافسة التجارية غير المشروعة وتبرز صور المنافسة غير المشروعة أن أعمالها موجهة في الغالب ضد التاجر، و ان لم يكن هو المستهدف فإن الإضرار به<sup>1</sup> هو الوسيلة للوصول إلى الهدف، سواء كان استقطاب العملاء أو غيره من الأهداف .

وبتبدأ الآثار على التاجر من إيقاف نمو المشروع مروراً بخسائر طفيفة ثم خسائر أكبر وصولاً في أسوأ الحالات إلى الإفلاس، لأن المنافسة المستعرة قد تؤدي إلى سبيل من الإفلاس، لذا فإن نظام المنافسة يتصدى للممارسات التعسفية فلا يسمح بالاحتكار ولا التمييز بين التاجر ولا المقاطعة و غيرها من الممارسات المضرة بالمنافسة .

1 نادية فضيل، المرجع السابق، ط9 ص 233.

## الفرع الثاني: آثار المنافسة غير المشروعة على المستهلك

تتنوع أضرار المنافسة غير المشروعة على المستهلك فمن أضرار اقتصادية كالارتفاع في التكلفة، وتقويت حق المستهلك في الحصول على السلع والبضائع بالجودة التي يريد وبالسعر الأفضل، لتصل إلى أضرار اجتماعية تؤثر على حياة المستهلك، وذلك لأن المنشآت التجارية حينما تلجأ إلى بعض الوسائل الملتوية في المنافسة من تواطؤ أو إغراق وغيرها، فأنها تسعى إلى إقصاء المنافسين، أو وضع عراقيل أمام ظهور منشآت صغيرة أو متوسطة لتتمكن من الاحتكار ومن ثم التحكم بكميات الإنتاج ورفع الأسعار والاهتمام بهامش الربح على حساب الجودة، وبالتالي يتضرر المستوى المعيشي للمستهلك فالدخل ثابت وجودة المنتجات في نزول، والأسعار في الارتفاع .

وقد يتسبب أيضا في المدى البعيد في عدم قدرة بعض المستهلكين على توفير متطلباتهم، مما قد ينشأ بعض الاضطرابات لتكون المشكلة اجتماعية وسياسية .

ومن الآثار أيضا تضليل المستهلك وعدم حصوله على المنتج الذي يريد، فقد يبحث عن اسم أو علامة تجارية معينة يرغب في شراءها فإذا وجدها أمامه في السوق اشتراها بمجرد وجود اسم الشركة أو علامتها على البضاعة، لما يعرفه عن سمعتها وجودتها، ويدفع مقابلها مبالغ كبيرة، مع وجود بدائل لها بسعر أرخص قد تعرض عليه لكنه يرفضها، ليفاجأ بعد ذلك أن المنتج الذي اشتراه يختلف عن المنتج الذي يبحث عنه لأن تاجرا آخر وجد لبس بين المنتجين، حيث قلد الاسم أو شكل العلامة، وبذلك يتضرر المستهلك من هذا التدليس، كما يتضرر المستهلك من هذا التدليس كما يتضرر التاجر الأصلي .

كما أن هناك أضرار تلحق بالفرد من جراء إغلاق بعض المشاريع من فقدان العمل، أو تقليص الرواتب، أو زيادة ساعات العمل وذلك لتقليص مصاريف الإنتاج، فمن هنا تبرز أهمية الحفاظ على المنافسة الشريفة درءا لمثل هذه الآثار السلبية.<sup>1</sup>

1 أ. عمورة عمارة، المرجع السابق، ص 176.

### الفرع الثالث: آثار المنافسة غير المشروعة على الاقتصاد

لايسلم الاقتصاد من التأثير السلبي للمنافسة التجارية غير المشروعة ،فعدم التصدي لأساليبها يؤثر على استقرار الأسواق ،وحسن سير العمل فيها ،لأنها شيء إلى نزاهة المتنافسين ،وتؤدي إلى اختلال التوازن بينهم وأن كانت بعض الوسائل تؤثر أكثر من غيرها .فآثار المنافسة غير المشروعة تبدأ على التاجر ،ثم على المدى القصير تضر بالمستهلك ،وفي النهاية يكون الضرر بالغاً على اقتصاد البلاد ،فالمشاريع ستتعرض ،وموارد البلاد لن تستغل ،والإنتاج سيقفل ،والبطالة ستزيد والتضخم سيرتفع ورؤوس الأموال سترحل ،والتنمية ستتراجع ،وكل ذلك سينعكس سلباً على المستوى المعيشي للمواطن .

فالشركات قبل أن تستثمر لابد لها من دراسة السوق و الأنظمة فإن لم توفر لها الحماية أو لم تجد التشجيع أو التسهيل ،الذي يعينها على الإنتاج ،أو لم تزال أمامها العقبات من فرض رسوم وضرائب تجعل تكاليف الإنتاج عالية ،وتفوق الأرباح المتوقعة أو لا تسمح لها بالمنافسة ،أو تحد من كمية إنتاجها فإن رؤوس الأموال حتما ستهاجر .

ولن يجذب البلاد أي استثمار أجنبي ،فالسوق الذي ترحلت عنه الاستثمارات المحلية ،لا يمكنه استقطاب الاستثمارات الأجنبية .

ويمكن إيجاز أضرار المنافسة التجارية غير المشروعة على الاقتصاد فيما يلي :

1- تعطل مشاريع، وإغلاق بعض المنشآت مما قد يتسبب في عجز البلاد عن تحقيق الاكتفاء الذاتي فبعض السلع.

2- التضخم في زيادة الأسعار، بسبب احتكار بعض الشركات للسلع أو ترشيد بعض شركات لمنتجاتها.

3- تراجع جودة المنتجات، وانتشار البضائع المغشوشة و المقلدة، وذلك لكي تستطيع الشركات المرتكبة للمنافسة غير المشروعة .

وبالتالي فقدان شريحة من المستهلكين الذين يبحثون عن الجودة وربما أدى تراجع الجودة إلى وجود كساد في السلعة وعدم تقبل المستهلكين بها.

4- تراجع التنمية، لعدم استغلال موارد البلاد الطبيعية، فالشركات الكبيرة لن تأتي للبلاد وهي تعلم أن حقوقها غير محفوظة.

5- انتشار البطالة، بسبب إحجام بعض التجار عن إنشاء المشاريع، وإغلاق بعض المشاريع التي خسرت بسبب المنافسة غير المشروعة.

6- رحيل رؤوس الأموال المحلية، وإحجامها عن الاستثمار داخل البلاد وبالتالي عدم قدرة البلاد على جلب الاستثمارات.