

الممارسات الموصى بها في تقييم المنافسة المؤتمر السنوي الثالث عشر لشبكة المنافسة الدولية

أبريل 2014

الهدف الأساسي لأجهزة المنافسة هو دعم الأسواق التنافسية وبالتبعية حماية المستهلك، وتقوم أغلب أجهزة المنافسة بذلك من خلال آليتين على الأقل : إنفاذ قانون المنافسة، والتوعية بالمنافسة .

يقصد بـ "التوعية بالمنافسة" مجموعة الأنشطة التي تقوم بها أجهزة المنافسة وتتصل بدعم البيئة التنافسية للأنشطة الاقتصادية عبر آليات غير تلك المتعلقة بإنفاذ قانون المنافسة، والتي تكون بشكل أساسي من خلال علاقات أجهزة المنافسة مع الأجهزة الحكومية الأخرى وتنمية الوعي العام بفوائد المنافسة.

هدف "التوعية بالمنافسة" هو تعزيز فهم العملية التنافسية، ووضع إطار للنظر في مسائل السياسة العامة من وجهة نظر المنافسة، وينصب جانب مهم من أنشطة "التوعية بالمنافسة" على مواجهة القيود العامة على المنافسة، وذلك من خلال قيام سلطات المنافسة بتقديم مساهماتها أو ملاحظاتها المتعلقة بمشروعات القوانين أو القوانين أو الأنظمة أو السياسات بما يؤدي إلى تفتادى القيود غير الضرورية التي تعوق المنافسة وتؤثر سلبا على الأسعار والجودة والابتكار أو اختيار المستهلك.

مع الاعتراف بأن التشريع واللوائح والسياسات قد تحد من المنافسة، حتى وإن كان ذلك بشكل غير مقصود، فإن أجهزة المنافسة تستطيع مساعدة صناع السياسات في تقييم أثر أي من السياسات، على سبيل المثال، فإن مشروع قانون يهدف إلى معالجة غاية محددة - مثل سياسة حماية المستهلك أو الاهتمامات البيئية - قد يؤدي إلى آثار سلبية غير ضرورية، أو غير متناسبة، أو غير متوقعة، على المنافسة، والآخر السلبي يكون مرجح الحدوث إذا كانت

هذه السياسات تفرض قيوداً معينة على السعر، والجودة، ودخول السوق أو الخروج منه، أو تتداخل مع الابتكار، ويمكن أن تقدم أجهزة المنافسة يد العون لتحديد الأضرار التي قد تلحق بالمنافسة نتيجة اقتراح معين، وتقديم توصيات محددة للمساعدة في تخفيضها، ليأخذها صانع السياسة في الاعتبار عند تقييم الأهداف العامة للسياسات محل المراجعة.

لذلك، فإن "تقييم المنافسة" يحدث إما بناء على طلب صانع السياسة أو بمبادرة من أجهزة المنافسة أو هيئة حكومية أخرى تقيم الآثار التنافسية للسياسة المقترحة أو القائمة، ويمكن لأجهزة المنافسة حث صناع السياسة، من خلال "تقييم المنافسة"، على الأخذ في الاعتبار الأثر المحتمل للسياسة على المنافسة، وتقييم ما إذا كانت هناك بدائل أقل تقييداً من شأنها تحقيق الهدف المنشود من السياسة العامة. وتستطيع سلطات المنافسة زيادة وعي صناع السياسة فيما يتعلق بالمنافسة ووضعها كأحد الأهداف العامة الأخرى للسياسة، وذلك من خلال تقديم الخبرات المتعلقة بالأضرار المترتبة على القيود المفروضة على المنافسة.

ومن الممكن أن يأخذ "تقييم المنافسة" عدة أشكال؛ بدءاً من التوصيات المستندة إلى نظرية اقتصادية عامة وانتهاءً بتقييمات الآثار التنافسية التي تتطلب مصادر أكثر كثافة، وفيما بين ذلك العديد من الأشكال الأخرى، حيث إن تلك الأشكال المختلفة لإجراء تقييم المنافسة قد تكون بذاتها أساليب توعية بالمنافسة، كما تقدم أساساً أو مساهمات وأساليب للتوعية بالمنافسة في المستقبل.

تهدف هذه التوصيات العملية إلى توجيه أجهزة المنافسة بشأن عملية تقييم المنافسة، ولا تشترط عليها ضرورة الانخراط في عملية التقييم، بما في ذلك ما يتعلق بأية قضية معينة أو قطاعات، على الرغم من أن هذه التوصيات العملية موجهة إلى أجهزة المنافسة، فإنه من المسلم به أن أية أجهزة حكومية أخرى يمكنها تنفيذ العمل المهم بتقييم المنافسة.

الإطار العام لتقييم المنافسة

1- يجب أن يتضمن تقييم المنافسة تحديد السياسة المقترحة أو القائمة التي قد تقيدها على نحو غير ملائم، وتقييم الأثر المحتمل لهذه السياسة عليها.

تعليق 1 : تقييم المنافسة هو مراجعة تشتمل على تحديد السياسات المقترحة أو القائمة التي قد تقيدها على نحو غير ملائم، وتقييم الأثر المحتمل لها ويمكن أن يجرى من قبل جهاز المنافسة أو أي جهاز حكومي آخر، غالباً ما يستند التقييم إلى مبادئ اقتصادية عامة، كما يمكن أن يستند أيضاً إلى الدراسات الموجودة، أو الخبرة التطبيقية، أو حتى في بعض الحالات إلى عمل تجريبي جديد مثل التقدير الكمي لتكاليف السياسة، ويتم استخدام آلية تقييم الآثار التنافسية لحث صناع السياسة على الأخذ في الاعتبار الأثر المحتمل لأحد السياسات على المنافسة لتحديد ما إذا كانت هذه السياسة هي المناسبة أم لا.

تعليق 2 : ينبغي إدراج تقييم المنافسة في مراجعة السياسات العامة بطريقة كافية وفعالة، وبما يتفق مع القيود المفروضة على المؤسسات والموارد.

تعليق 3 : ينبغي أن يتضمن تقييم المنافسة - كلما أمكن - اقتراحات لأساليب بديلة لتحقيق أهداف السياسة مع الحد من القيود المفروضة على المنافسة.

تعليق 4 : استعداد صناع السياسة لقبول التوصيات يمكن أن يؤخذ في الاعتبار عند تقرير ما إذا كان إجراء تقييم المنافسة مناسباً أم لا.

تعليق 5 : في حين أن السياسات المقترحة تكون محل اهتمام تقييمات المنافسة، فإن السياسات القائمة أيضا تعد أهدافاً ملائمة لهذه التقييمات، ويسمح هذا التقييم أيضا بالنظر في الآثار الحالية والحوافز الناتجة عن تنفيذ هذه السياسات، ويمكن أن يتم إجراء هذا التقييم بمبادرة من أجهزة المنافسة أو أي جهاز حكومي آخر أو صناع السياسة.

تعليق 6 : تقييم المنافسة بالنسبة للسياسات القائمة يمكن أن يبنى على "بند الانقضاء التلقائي" (هو نص ينتهي بمقتضاه العمل بقانون أو لائحة ما في تاريخ محدد ما لم يتقرر استمرار سريانه)، أو بناء على نص قانوني يلزم بإجراء تقييم الآثار التنافسية لقانون أو لائحة بعد فترة معينة، وفي بعض الدول قد يتم تكليف هيئة محددة في الحكومة أو السلطة التشريعية أو أية هيئات أخرى بتحديد أولويات لمراجعة السياسات العامة القائمة، ويمكن أن يتم إجراء هذا التقييم كجزء من التقييم الأشمل للسياسات العامة.

خلق بيئة مواتية لتقييم المنافسة

2- ينبغي على أجهزة المنافسة التوعية بالمنافسة من أجل خلق بيئة سياسية تشجع على أخذ مبادئ المنافسة في الاعتبار.

تعليق 1 : يجب أن تسعى أجهزة المنافسة، كجزء من مهمتها في التوعية بالمنافسة، إلى إقناع صناعات السياسة بخلق بيئة مؤسسية تيسر إدراج المنافسة في صناعة القرار وذلك حسب ظروف كل مؤسسة، مثلا هذه البيئة يمكن أن تشمل على الآتي:

- عملية واضحة لصياغة واعتماد سياسات جديدة مع إعطاء فترات مناسبة للمراجعة والتعليق من قبل الأطراف المعنية.
- إجراءات مكتوبة للنظر في تقييم الأثر التنظيمي للسياسات المقترحة.
- سلطة قانونية ملائمة لأجهزة المنافسة، أو لأي جهاز حكومي آخر عند الاقتضاء، لإجراء تقييم المنافسة بناء على إحالة أو مبادرة منها، والتي يمكن أن تشمل دور رسمي لأجهزة المنافسة في إبداء وجهة نظرها مبكراً في عملية صياغة السياسة.
- المشاركة المبكرة من قبل أجهزة المنافسة في هذه العملية.
- سبل أخرى تتمكن من خلالها أجهزة المنافسة من إبداء وجهات نظرها لأعضاء الحكومة والسلطة التشريعية أو غيرها من الهيئات، مثل جلسات الاستماع والدراسات أو الآراء.
- التزام الجهات الحكومية ذات الصلة بأخذ تقييمات المنافسة في الاعتبار، وكذلك أية توصيات مصاحبة لها.
- الانفتاح على الخبرات ذات الصلة سواء كانت من الأوساط الأكاديمية أو منظمات حماية المستهلك أو الهيئات المستقلة غير

الحكومية أو القطاع الخاص وكذلك التجارب المقارنة، ويشمل ذلك الإصلاحات الداعمة للمنافسة في الدول الأخرى ذات الصلة بتقييم المنافسة.

- نشر التوصيات الرسمية النهائية لتقييم المنافسة من أجل خلق حوار مجتمعي على هذه الأسس من قبل الحكومة والسلطة التشريعية أو أية هيئات أخرى.
- استجابة من صناع السياسة على تقييم المنافسة.

تعليق 2 : إن الاتصال المنتظم بين أجهزة المنافسة والجهات الحكومية الأخرى والسلطة التشريعية أو الهيئات الأخرى التي تدير أو تقرر السياسات يعطي أساسا جيدا للتوعية الفعالة لمبادئ المنافسة، وتقيم أجهزة المنافسة عادة شبكات تواصل رسمية أو غير رسمية وقوائم اتصال بالمهتمين بالتوعية بالمنافسة، وبمستويات صنع القرار وتنفيذه في داخل الحكومة والسلطة التنفيذية أو الهيئات الأخرى المسؤولة عن صياغة أو مراجعة السياسات القائمة، وقد تكون شبكة الموظفين السابقين في أجهزة المنافسة أو موظفي المكاتب الأخرى التي ساهمت في تبادل موظفين مع سلطة المنافسة أفضل المرشحين لإدراجهم في هذه الشبكات.

3- تقييمات المنافسة يجب أن تجرى بشفافية

تعليق 1 : ينبغي على أجهزة المنافسة أن تضع دليل أو أدوات لإجراء تقييمات المنافسة الخاصة بها أو لتقديم الدعم للآخرين للمشاركة في التقييمات اعتمادا على الأدوات الموجودة مثل أدوات تقييم المنافسة التي أعدتها منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية، ويمكن أن يستخدم هذا الدليل أو هذه الأدوات لمساعدة صناع السياسة على تحديد الموضوعات الرئيسية التي يجب تناولها كجزء من تقييم المنافسة، كما قد تشجعهم على القيام بأنفسهم بإجراء تقييمات داخلية للمنافسة .

حيثما كان ذلك مناسباً - عندما تضع أجهزة المنافسة مسودات الدليل - فإنه يجب أن تتناول بالشرح الجوانب والخطوات الرئيسية لتقييم المنافسة، والمعايير الموضوعية العامة المستخدمة لإجراء التقييم، وذلك عندما يتطلب أخذ رأي أجهزة المنافسة، وقد يصف الدليل أيضاً أنواع النصوص التي من المرجح أن تقيد المنافسة، وكيف يمكن تجنب هذه القيود واتخاذ إجراءات لتخفيفها، كما قد يتضمن أيضاً أمثلة (مثل تقييمات المنافسة السابقة، حالات واقعية، سوابق ذات صلة).

تعليق 2 : ينبغي على أجهزة المنافسة النظر في تحديد الأولويات علناً فيما يتعلق بتقييم المنافسة بالنسبة للسياسات المقترحة أو القائمة، وينبغي أن تنظر أيضاً في إتاحة معايير الاختيار، لصناع السياسة والأطراف المعنية الأخرى، التي يمكن أن تعزز التوعية بالمنافسة وتشجع أكثر على الإحالة لتقييم المنافسة.

تعليق 3 : ينبغي على أجهزة المنافسة أن تتيح المواد العامة المتعلقة بأنشطتها في تقييم المنافسة، بما في ذلك البيانات الصحفية والمقابلات وغيرها من المواد، وقد تضع سلطات المنافسة في اعتبارها أيضاً في إدراج أعمال تقييم المنافسة السابقة في التقارير الموجهة إلى الحكومة أو السلطة التشريعية أو الهيئات الأخرى أو في تقارير سنوية متاحة للجمهور أو تقارير التحقيقات القطاعية، وذلك حيث إن هذه التقارير قد تبرز أنشطة تقييم المنافسة بشكل أكثر وضوحاً، مع ملخصات لكيفية تغيير السياسات المقترحة أو القائمة، أو كيفية زيادة مستوى المنافسة في قطاع اقتصادي معين، بسبب تقييم المنافسة الصادر من أجهزة المنافسة، وإتاحة مثل هذه المواد من شأنه؛ زيادة مستوى المنافسة في قطاع اقتصادي معين، وزيادة الوعي بخبرات أجهزة المنافسة وأنشطة تقييم المنافسة، وتسهيل الضوء على الفوائد المحتملة لتقييم المنافسة،

وخلق اهتمام أكبر بهذه العملية وزيادة الرغبة في المشاركة فيها، وكل ذلك بفضل تقييم المنافسة الصادر من أجهزة المنافسة.

اختيار السياسات لتقييم المنافسة

4- في تقييمات المنافسة ينبغي على أجهزة المنافسة أن تركز على أنواع القيود التي تشكل التهديد الأكبر للمنافسة.

تعليق 1 : يجب إيلاء عناية خاصة للسياسات التي تحد من عدد أو تنوع العاملين في السوق، وتصرفاتهم، والحوافز التي تمنح لهم ليتصرفوا بطريقة تنافسية، وكذلك الخيارات والمعلومات المتاحة للمستهلكين، وتلك القيود هي من المرجح أن يكون لها تأثير كبير على المنافسة.

5- ينبغي على أجهزة المنافسة النظر في تحديد معايير الاختيار التي يمكن من خلالها تحديد أولويات تقييم المنافسة من بين الأنشطة الأخرى للتوعية بالمنافسة.

تعليق 1 : فيما يخص تحديد أولويات العمل في تقييم المنافسة، قد يكون من المفيد لأجهزة المنافسة أن تحدد معايير الاختيار، هذه المعايير يمكن أن تعتبر دليلاً لأجهزة المنافسة لتركيز عملها على المسائل الأكثر أهمية والنظر إلى التفاعل بين التوعية بالمنافسة وإنفاذ قانون المنافسة، وهذا أيضاً يتيح لصناع السياسة والجمهور فهم أنشطة تقييم المنافسة التي تقوم بها أجهزة المنافسة وطلب الدعم منها واستخدام هذه المعايير في أنشطتهم (مثال: اقتراح إجراءات تشريعية/ إدارية أو من أجل استخدامها في الدفاع في قضاياهم أمام المحاكم).

تعليق 2 : المعايير المناسبة لتحديد أولويات سياسات تقييم المنافسة من الممكن أن تتضمن عوامل مثل:

- الموارد المتاحة لأجهزة المنافسة والأولويات العامة.
- احتمالية اعتماد السياسة.
- التأثير التنافسي الحالي أو المحتمل لهذه السياسة، والذي يعتمد على مدى وطبيعة التقييد المحتمل للمنافسة، وعلى أهمية القطاع الاقتصادي أو الموضوع محل النظر.
- بالنسبة للاقتصاد الوطني: يمكن قياسه، على سبيل المثال، من خلال مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي، أو اتصاله بقطاعات اقتصادية أخرى كمقدم لإسهامات أو خدمات، أو أهميته للاستثمار والإنتاج، أو أثره المحتمل في تحقيق مكاسب أكبر من خلال الابتكار، أو تحسين التوزيع أو التجارة إذا ما تمت الإصلاحات الداعمة للمنافسة في هذا القطاع.
- بالنسبة للمستهلكين ودافعي الضرائب: يمكن قياسه، على سبيل المثال، من خلال المشاركة في النفقات الاستهلاكية للمنتجات أو الخدمات ذات الصلة، أو من خلال شراء السلع أو الخدمات بواسطة الحكومة، أو من خلال احتمال أن الإصلاحات المؤيدة للمنافسة يمكن أن تسهم في التخفيف من حدة الفقر أو تحسين نوعية حياة المستهلكين المعدمين؟.
- النظر بتفتح إلى تقييم المنافسة من صانعي السياسة.
- درجة تحرير السوق (التدخل قد يكون مفيداً على وجه الخصوص في بداية عملية التحرير).
- القيمة الناتجة عن تقييم ناجح للمنافسة بالمقارنة بأعمال التوعية بالمنافسة الأخرى أو كتكملة لإنفاذ قواعد المنافسة.

- التوعية السابقة بالمنافسة، أو رقابة، أو أنشطة إنفاذ قواعد المنافسة التي تشير، على سبيل المثال، إلى تاريخ الممارسات المقيدة للمنافسة أو إلى مخاوف تتعلق بالمنافسة أو إلى وجود نمط من ارتفاع الأسعار غير المبرر بالمقارنة باقتصاديات أخرى مشابهة أو إلى وجود تركيز عالي في السوق أو عوائق لدخول القطاع.
- نجاح الإصلاحات الداعمة للمنافسة أو تقييم المنافسة في بلاد أخرى في ذات القطاع.

6- فيما يتعلق بتحديد الغرض لتقييم المنافسة، ينبغي على أجهزة المنافسة النظر في الترتيبات المؤسسية والعلاقات مع صناع السياسات.

تعليق 1 : قد ترغب أجهزة المنافسة في الدخول في علاقات منظمة وطويلة الأمد مع الهيئات العامة ذات الصلة والهيئات الحكومية الأخرى، وذلك للتحديد المبكر للفرص المتاحة لتقييم المنافسة ودمجها في خططهم العامة.

تعليق 2 : قد ترغب أجهزة المنافسة في مراجعة جدول أعمال الحكومة والسلطة التشريعية لتحديد المجالات الممكنة لعمل تقييم المنافسة في المستقبل، وفي البلاد التي تتم فيها صناعة القرار في العديد من القطاعات الاقتصادية بطريقة لامركزية بحيث تكون الهيئات المحلية أو الإقليمية هي المسئولة عن صنع أو المشاركة في صنع السياسات/ القوانين، قد تقوم أجهزة المنافسة برصد التشريعات المحلية واللوائح لتلك الكيانات، في حدود الموارد المتاحة.

تعليق 3 : قد ترغب أيضا أجهزة المنافسة في إجراء مبادرات توعية محددة تتعلق بالحكومة (المركزية أو الإقليمية أو المحلية)، أو السلطة التشريعية، أو غيرها من الهيئات، على سبيل المثال، من خلال التدريب والمؤتمرات العامة والندوات والاجتماعات الرسمية وغير الرسمية والمشاركة المباشرة في صياغة أو مراجعة القوانين أو من خلال مجموعات عمل حكومة من أجل تحديد أفضل المجالات الممكنة لتقييم المنافسة.

تعليق 4 : قد تنتظر أجهزة المنافسة في تنسيق مهامها في التوعية بالمنافسة وأعمال تقييم المنافسة مع منظمي القطاعات على أساس نصوص تشريعية، أو مذكرات تفاهم، أو إجراءات غير رسمية.

تعليق 5 : المشاورات (والتي تكون في شكل منتدى دائم أو أحيانا ورش عمل ومؤتمرات حول موضوعات محددة) مع الأطراف المعنية، على وجه الخصوص مع منظمات المستهلكين، ومجتمع الأعمال، والمنظمات المستقلة غير الحكومية أو الخبراء، قد تعمل على تحديد الفرص المتاحة لتقييم المنافسة، وبالمثل المبادرات التطوعية (على سبيل المثال: في شكل شكاوى) من الأطراف المعنية قد توفر مؤشرات مفيدة لفرص تقييم المنافسة.

تعليق 6: الدراسات السوقية، والتحقيقات القطاعية، وغيرها من الدراسات على أسواق محددة أو قطاعات اقتصادية تجريها سلطة المنافسة أو غيرها والتي تحدد قيود المنافسة الناتجة عن السياسات قد تلفت نظر أجهزة المنافسة إلى اختيار تقييم المنافسة.

إجراء تقييم المنافسة

7- عند إجراء تقييم المنافسة، يجب النظر فيما إذا كان تقييد المنافسة معقولاً بالنسبة إلى أهداف السياسة محل المراجعة، وما إذا كانت هذه الأهداف يمكن تحقيقها دون الإضرار بالمنافسة أو بطريقة أقل تقييداً.

تعليق 1 : تتخذ سلطات المنافسة بشكل عام منهاجاً تدريجياً لتقييم المنافسة، يبدأ بالنظر في أهداف السياسة، وتقييم القيود التنافسية، وتحديد البدائل المحتملة الأقل تقييداً للمنافسة والتي يمكنها تحقيق أهداف السياسة.

8- تقييم المنافسة يجب أن يبدأ بتحديد غايات وأهداف السياسة محل المراجعة والنظر فيها، ويشمل ذلك مراجعة الأعمال السابقة في نفس المجال .

تعليق 1 : من المهم تحديد السياسة القائمة أو المقترحة إما مباشرة من خلال التواصل مع صناع السياسة أو من خلال مراجعة التصريحات والبيانات العلنية والأعمال التحضيرية أو المشاورات العامة، ويمكن أن يساعد تحديد الأهداف سلطة المنافسة على فهم الآثار المترتبة على السياسات.

تعليق 2 : عند إجراء التقييم يجب أن يؤخذ في الاعتبار التعليقات أو التحقيقات السابقة الخاصة بأجهزة المنافسة والتي تكون ذات صلة بالسياسة قيد المراجعة، وعمل أجهزة المنافسة في البلاد الأخرى يمكن أن يمد بأفكار قيمة ومعلومات أساسية.

9- لتحديد ما إذا كانت السياسة لها أثر مرجح الحدوث على المنافسة، فإنه من المهم النظر في كيفية التأثير المحتمل لقيود المنافسة على تكوين السوق وسلوك الشركات والعملاء في السوق (أو الأسواق) أو في الأسواق المجاورة.

تعليق 1 : عند إجراء تقييم المنافسة، ينبغي على أجهزة المنافسة النظر في الأشكال المتعددة التي يمكن أن تتخذها قيود المنافسة بالنسبة للسياسة محل المراجعة، ويعد الأثر الواقع على المنافسة أكثر أهمية من الشكل الخاص للقيود المفروض عليها.

تعليق 2 : عند إجراء تقييم المنافسة، ينبغي على أجهزة المنافسة أن تدرك أنه ليست كل القيود ضارة بالمنافسة وعليها أن تركز في المقام الأول على تقييم تكلفة القيود المفروضة على المنافسة وتسلط الضوء على سبل تحقيق الأهداف من خلال وسائل أقل ضرراً بالمنافسة.

تعليق 3 : عند إجراء تقييم المنافسة بواسطة أجهزة المنافسة، ينبغي عليها النظر في أنواع القيود الآتية التي يمكن أن يكون لها أثر كبير على المنافسة:

أ- ينبغي على أجهزة المنافسة أن تقوم بتحليل السياسات التي تزيد الحواجز المفروضة على دخول سوق أو التوسع فيه أو الخروج منه، والتي من المرجح أن تحد من المنافسة بشكل كبير.

ويمكن أن تشمل هذه القيود علي ما يلي:

- السياسات المانحة لحقوق حصرية لشركة ما عادة ما تخلق حاجزاً أمام دخول السوق، وأجهزة المنافسة قد ترغب في تحليل ما اذا كانت مثل هذه السياسات تخلق بشكل مباشر أو غير مباشر وضعاً يسمح لشركة واحدة أو مجموعة صغيرة من الشركات بتقديم بعض السلع أو الخدمات.
- وحتى عندما لا تمنح السياسات حقوقاً حصرية، فإنها أحياناً قد تقيد بدون داع شركات يمكنها المنافسة في السوق، على سبيل المثال، إذا كانت تلزم الشركات باتخاذ أشكال تنظيمية معينة أو أنماط عمل، أو تقيد بدون مبرر حقها في اختيار هيكلها وعملياتها بحرية.
- السياسات التي تقيد بشكل جوهري موارد الاستثمار أو الخبرات أو القدرات الفنية.
- السياسات التي تتطلب بدون داع من الشركات أن تتوافق مع متطلبات جودة مرتفعة أو تقديم حد أدنى إلزامي لمجموعة من الخدمات، أو تقلل من الخيارات المتاحة للمستهلك وربما تخفض من عدد الشركات العاملة في السوق إذا لم تستطع بعض الشركات تلبية معايير الجودة.
- السياسات التي تخلق بشكل مباشر أو غير مباشر حواجز أو تعوق حركة السلع والخدمات عبر الحدود أو تتطلب من الشركات إقامة منشأة أو تسهيلات محلية لتباشر عملها.
- السياسات التي تضع قيوداً على المهن التي تتطلب حد أدنى من التعليم أو الخبرة العملية، مثل هذه القيود قد تؤدي إلى استبعاد الممارسين ذوي الكفاءات أو المستثمرين.
- السياسات التي تخلق بشكل مباشر أو غير مباشر معايير قياسية يكون من شأنها فرض تكلفة كبيرة من أجل التوافق معها (على سبيل المثال، متطلبات صارمة لاختبار المنتج أو متطلبات لاعتماد تكنولوجيات محددة).

- سياسات من شأنها وضع قيود كبيرة على الاستثمارات.
- سياسات من شأنها خلق حواجز مقيدة للمنافسة، بشكل مباشر أو غير مباشر، من أجل الخروج من السوق، لأنها تزيد من المخاطر المرتبطة بالدخول إليه، وبالتالي تؤثر على قرار الوافد المحتمل إلى السوق.

ب- ينبغي على أجهزة المنافسة أن تحلل ما إذا كانت السياسات التي تحدد كيفية السماح للشركات بالمنافسة في أحد الأسواق ما من شأنها تقييد المنافسة بشكل كبير.

ويمكن أن تشمل هذه القيود علي ما يلي:

- السياسات التي تفضل بعض الشركات على البعض الآخر من شأن ذلك أن يتضمن معاملة تفضيلية للشركات المملوكة للدولة أو للاحتكارات القانونية، وكذلك وضع معايير لجودة المنتج بطريقة من شأنها تفضيل بعض الشركات على البعض الآخر .
- السياسات التي تطبق ما يطلق عليه "شروط الحفاظ على الحقوق المكتسبة" والتي قد تعفى الشركات أو الممارسين القائمين من المتطلبات الجديدة، مثل هذه الأحكام تفضل بطريقة غير عادلة قدامى الشركات القائمة في السوق على الوافدين الجدد.
- السياسات التي تحدد الأسعار، أو بمعنى آخر، تؤثر في الكيفية التي يتم من خلالها تحديد الأسعار.
- السياسات التي تتحكم بشكل مباشر أو غير مباشر في شروط البيع بخلاف السعر، مثل مدة العقد أو الضمان أو الخدمات في السوق.

- السياسات التي تفرض متطلبات جودة أكثر تقييداً مما تتطلب ضرورة حماية المستهلكين.
- السياسات التي تحدد بشكل مباشر أو غير مباشر قيوداً كمية على الإنتاج.
- السياسات التي تضع قيوداً غير ضرورية على الإعلان، تلك القيود المفروضة على الإعلان المقارن (مثال: عندما تقارن الشركات صراحة أسعارها أو جودتها مع عروض منافسيها) أو الإعلان غير المقارن (مثال: بيانات عامة عن منتجات الشركة بدون مقارنة مع الآخرين) من الممكن أن تقيد المنافسة بدون داع ويكون لها تأثير غير متناسب على الوافدين الجدد.

ج- ينبغي على أجهزة المنافسة أن تقوم بتحليل ما إذا كانت السياسات التي تقى الشركات من الضغوط التنافسية من المرجح أن تحد بشكل كبير من المنافسة.

ويمكن أن تشمل على ما يلي:

- السياسات التي تعفى صناعة معينة أو مجموعة من الشركات من الخضوع لقانون المنافسة.
- السياسات التي تسمح لشركات أو مهنيين بتبادل معلومات استراتيجية.
- السياسات التي تخلق مهن منظمة ذاتياً ولا تشتمل على ضمانات مرضية ضد السلوك الضار بالمنافسة.
- السياسات التي من شأنها الحد من الأرباح أو الحد من الحصة السوقية التي يمكن للشركات تحقيقها، على سبيل المثال: يمكن أن تحول دون استفادة الشركات من الكفاءة، أو المخاطرة، أو الابتكار، أو تحد من الحوافز التي تحثهم على القيام بذلك.

د- ينبغي على أجهزة المنافسة تحليل ما إذا كانت السياسات التي تحد من الخيارات المتاحة للمستهلكين من المرجح أن تقيد المنافسة بشكل كبير، وما إذا كانت السياسات التي تخلق وضعاً تكون فيه الخيارات المتاحة للمستهلكين بشكل مباشر أو غير مباشر محدودة تعد مثلاً على هذه القيود.

تقييم الأثر المحتمل على المنافسة

10 - بمجرد تحديد القيد وأثره المحتمل على المنافسة، ينبغي على السلطات المنافسة تقييم الآثار التنافسية مرجحة الحدوث وذلك على أسس نظرية سليمة، وكلما أمكن، على الأدلة التجريبية.

تعليق 1 : ينبغي على أجهزة المنافسة تقديم أساس معقول لتقييم المنافسة بالنسبة للسياسة محل المراجعة، ويجب أن يترك لأجهزة المنافسة اتخاذ المنهج الأنسب في هذه المسألة، أخذاً في الاعتبار الموارد والبيانات المتاحة.

تعليق 2 : كمسألة مبدئية، أجهزة المنافسة قد تختار أن تبني تقييمها للآثار التنافسية لسياسة ما فقط على المبادئ الاقتصادية العامة.

تعليق 3 : يمكن أن يستخدم العمل التجريبي القائم كأساس لتقييم المنافسة، وهو ما يتضمن البيانات، أو الدراسات التي تقوم بها هيئة إحصائية حكومية أو غيرها، أو البيانات أو الدراسات المعدة بواسطة هيئة حكومية مسؤولة عن الرقابة على السوق المعنية، على سبيل المثال هيئة قائمة على تنظيم قطاع معين، يمكن أيضاً أن تستخدم كأساس لتقييم المنافسة، ويكون هذا مفيد على وجه الخصوص في حالة وجود مصادر محدودة ووجود الدوائر التشريعية القصيرة نسبياً والتي

يكون من شأنها منع إجراء تقييمات تجريبية محددة وتقديرات كمية مفصلة للأثر المحتمل للتغيير المقترح.

تعليق 4 : انطلاقاً من كون تقييمات المنافسة مصدراً ثرياً ولازماً في حالات مختارة، فإن أجهزة المنافسة قد تسعى إلى تحديد تكلفة قيد معين، بحيث يمكن استخدام هذه التكلفة كأداة لتعزيز حجة إزالة هذا القيد المفروض على المنافسة أو تغييره، وعندما تقوم أجهزة المنافسة بتقييم الأثر التنافسي، ينبغي عليها النظر بعناية إلى الوسيلة التي سوف يستخدمونها للحصول على تقديرات عن الضرر الذي سيلحق بالمنافسة نتيجة السياسة محل المراجعة، مع الوضع في الاعتبار فوائد تلك الوسيلة والتي ينبغي أن تكون حيادية بالنسبة للقيود وتسمح بعقد مقارنة سهلة بين مختلف أنواع القيود

فيما يتعلق باختبار التقديرات، فإن تقييم الأثر التنافسي قد يبدو "كتجارب طبيعية" تستند إلى التغييرات التي حدثت في الأسواق حين لم تكن هذه السياسات مطبقة، ويوجد بديل آخر وهو العثور على مجموعة من الشركات التي لم تخضع لهذه السياسات، ومقارنة الاختلاف في الظروف قبل وبعد تطبيق السياسات، ويجب أن تعترف أجهزة المنافسة بأنه لا يوجد قياس أو تقدير دقيق بشكل تام، والتقديرات "المبدئية والمشروعة" لتأثير قيود المنافسة التي تثيرها السياسات المقترحة أو القائمة يجب أن تكون محل مراجعة مناسبة في ضوء المستجدات العلمية.

تقديم تقييم المنافسة

11- ينبغي على أجهزة المنافسة النظر بعناية في الشكل الأكثر ملائمة الذي ينبغي أن يقدم عليه تقييم المنافسة.

تعليق 1 : قد ترغب أجهزة المنافسة في تبادل خبراتها مع صناع السياسات من خلال المشاورات غير الرسمية وتقديم النصح، أو الآراء الرسمية المكتوبة العامة أو الخطابات (على سبيل المثال: من خلال الانخراط المباشر في جلسات أستماع أو اجتماعات خلال عملية صناعة القرارات)، أو من خلال دور له طابع أكثر رسمية (على سبيل المثال: من خلال لجنة تنظيمية محددة داخل الحكومة، أو السلطة التشريعية أو الهيئات الأخرى).

و تعد التعليقات الرسمية العامة أو الآراء أداة تواصل عملية موجهة إلى صناع السياسات والإعلام الذى يمكن أن يسهل انخراط الأطراف المعنية خارج سلطة المنافسة، في حين أن الآراء غير الرسمية يمكن أن تؤثر في اتخاذ القرار داخل الحكومة أو السلطة التشريعية أو الهيئات الأخرى، ويمكن أن تدعم دور أجهزة المنافسة كمستشار محل ثقة.

تعليق 2 : ينبغي أن يكون لأجهزة المنافسة سلطة اتخاذ قرار بإعطاء رأي رسمي أو غير رسمي، وإصدار قرار من عدمه وذلك لموازنة أنشطتها المتعلقة بتقييم المنافسة في حدود مواردها وأولوياتها بشكل عام.

تعليق 3 : القيام مجموعة كبيرة من أنشطة التوعية المتعلقة بتقييم المنافسة قد يساعد على تعزيز تقبلها من صناع السياسات.

12- ينبغي على أجهزة المنافسة أن تسعى إلى تقديم تقييم المنافسة في الوقت المناسب.

تعليق 1 : ينبغي على سلطات المنافسة أن تقصر من وقت تسليم تقييم المنافسة لضمان علم صناع السياسة بتوصية أجهزة المنافسة خلال فترة مناسبة لإجراء التعديلات المناسبة.

13- ينبغي على أجهزة المنافسة الانخراط مع الأطراف المعنية خارج سلطة المنافسة لتعزيز جذب أنظار صناع السياسات إلى تقييم المنافسة.

تعليق 1 : كما هو موضح في الممارسة الموصي بها رقم (5)، ينبغي على أجهزة المنافسة، حسب الاقتضاء، الحفاظ على علاقات مع المنظمات العامة ذات الصلة والسلطات المحلية النظيرة لدعم فرص تحديد تقييمات المنافسة المستقبلية وتقوية احتمال النظر بعين الاعتبار إلى تقييمات المنافسة أثناء عملية صنع القرار.

تعليق 2 : يمكن تعزيز نوعية وأثر تقييمات المنافسة التي تجريها أجهزة المنافسة من خلال المشاورات مع الأطراف المعنية. فيما يتعلق بتقييم مساهمات الأطراف المعنية، ينبغي على أجهزة المنافسة النظر إلى مصالح مقدميها ودوافعهم، ويساعد التشاور مع الأطراف المعنية سلطات المنافسة على توقع رد فعل الجمهور بشكل أفضل والتفكير في كيفية التعامل مع هذا النوع من ردود الأفعال، وقد تساعد هذه العملية في دعم الإصلاحات المقترحة من أجل بيئة اقتصادية أكثر تنافسية، ويمكن تنفيذ المشاورات أثناء إجراء تقييم المنافسة كما يمكن أن تشمل أيضاً على مؤتمرات عامة وندوات تنظمها سلطة المنافسة بعد تسليم تقييم المنافسة، وتسمح المشاورات للأطراف المعنية بتقديم وجهات نظرهم بشأن قضايا السياسة العامة وتوصيات أجهزة المنافسة.