

منتدى المنافسة العربي الخامس

23-22 أيار/مايو 2024
تونس



E/ESCWA/CL6.GCP/2024/ACF/Infographics/Rev.1

آفاق المنافسة في المنطقة العربية: نشر ثقافة المنافسة



التصورات العامة



الأنظمة



السياسات

يساهم نشر ثقافة المنافسة على نحو أساسي في تعزيز السوق التنافسية في المنطقة العربية من خلال التأثير بشكل استراتيجي على السياسات والأنظمة والتصورات العامة.

- ينطوي نشر ثقافة المنافسة على بذل الجهود لتعزيز بيئة تنافسية باتباع نهج مبتكرة غير قائمة على الإنفاذ، مثل إقامة الشراكات مع الكيانات الحكومية والخاصة، وزيادة الوعي العام بفوائد المنافسة، وتحديد عوائق المنافسة وإزالتها.
- من خلال التأثير على البيئة التنظيمية وتعزيز المنافسة العادلة، يمكن للجهود الرامية إلى نشر ثقافة المنافسة أن تكون ركيزة للنمو الاقتصادي المستدام والابتكار والازدهار في جميع أنحاء المنطقة العربية.

إطار نشر ثقافة المنافسة

يحدّد الإطار الخاص بنشر ثقافة المنافسة¹ استراتيجية شاملة لتعزيز المنافسة وتحقيق أفضل النتائج في السوق. ويرتكز الإطار على نهج منظم يوائم بين الأهداف والتحليل الشامل باستخدام مجموعة متنوعة من الأدوات لتنفيذ مبادرات نشر ثقافة المنافسة على نحو فعال. ويقرّ الإطار باختلاف الولايات التي تضطلع بها سلطات المنافسة على الصعيد العالمي، ويؤكد على أهمية وضع استراتيجيات مصمّمة لضمان نجاح الجهود الرامية إلى نشر ثقافة المنافسة وتحقيق الأهداف الشاملة.

- تغيير التدخلات الحكومية في السوق
- زيادة المعرفة بسياسة المنافسة
- تغيير سلوكيات الشركات الخاصة وامثالها

أهداف
نشر ثقافة
المنافسة

مجالات التحليل العامة لنشر ثقافة المنافسة

- الإصلاحات التنظيمية والاستراتيجيات الاقتصادية
- حوافز الاستثمار والمساعدات العامة
- رفع القيود أو تقديم مقترحات بشأن التنظيم
- الشركات المملوكة للدولة والحياد التنافسي
- سياسة المنافسة عبر القطاعات
- التقيّد بالأنظمة في القطاعين العام والخاص

الأدوات اللازمة لنشر ثقافة المنافسة

- عمليات تقييم أثر المنافسة
- تقييم شروط الخصخصة والتصميم
- التحليل قبل تغيير ولاية الشركات المملوكة للدولة
- المبادئ التوجيهية المتعلقة بالتجارة وجمعيات الأعمال، إلخ

الولاية الخاصة بنشر ثقافة المنافسة

- إصدار الآراء
- إجراء دراسات السوق أو الاستقصاءات عن القطاعات
- إبداء الرأي قبل اتخاذ القرارات والإجراءات

استراتيجيات نشر ثقافة المنافسة

- اعتماد الحلول التكنولوجية
- المشاركة المبكرة واستباق النتائج
- الاستفادة من التوجهات الاقتصادية والسياسية
- التركيز على جدوى الإصلاح
- تشكيل فريق مستقل لتقييم المعلومات

العناصر الرئيسية المطلوبة لنشر ثقافة المنافسة بفعالية

■ سلطات مستقلة للمنافسة

- تكفل السلطات المستقلة منافسةً عادلة، وتتيح تنفيذ الأنظمة بنزاهة، وتعزيز كفاءة السوق ورفاه المستهلكين من خلال الإشراف على السوق من دون تحيّز والدعوة إلى وضع سياسات وأنظمة مؤاتية.
- يبلغ عدد سلطات المنافسة المستقلة في المنطقة العربية حتى عام 2024، 13 سلطة من أصل 20 سلطة معنية بالمنافسة، في حين أنّ بقية السلطات تابعة لوزارات حكومية².



■ سلطة مستقلة ■ سلطة تابعة لوزارة ■ لا سلطة

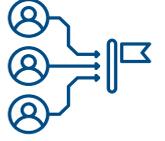


سلطات عربية معنية
بالمنافسة وضعت
استراتيجيات فعّالة لنشر
ثقافة المنافسة وتقوم حالياً
بتنفيذها.

7

■ استراتيجيات لنشر ثقافة المنافسة

● وضع استراتيجية فعّالة لنشر ثقافة المنافسة
أمرٌ بالغ الأهمية لتعزيز المنافسة وتهيئة بيئة
مؤاتية للنمو الاقتصادي والابتكار³.



دولة عربية تشارك في
منتدى المنافسة العربي
السنوي.

22

دولة عربية هي أعضاء في
شبكة المنافسة العربية.

17

■ التعاون الدولي

● يُعَدّ التعاون وتبادل أفضل الممارسات
بين سلطات ومنظمات المنافسة الدولية
عنصرين حيويين في نشر ثقافة المنافسة،
وذلك لتيسير الاستفادة من الخبرات العالمية
ومواءمة سياسات المنافسة من أجل تشجيع
المنافسة العادلة على نطاق عالمي⁴.



دولة عربية اعتمدت أحكاماً
تمكّن سلطاتها من نشر
ثقافة المنافسة وتعزيزها.

20

■ وجود ثقافة مؤاتية للمنافسة

● الثقافة المؤاتية للمنافسة ضرورية لتمكين
سلطات المنافسة من نشر ثقافة المنافسة
وتنميتها داخل المجتمعات.
● لا بدّ من أن ترسخ سلطة المنافسة دورها
كجهة موثوقة ومحيدة ترعى المنافسة
العادلة.



دول عربية عدّلت تشريعاتها
المتعلقة بالمنافسة بين
عامي 2020 و2024.

8

■ أطر تنظيمية متينة

● يوفّر تحديث تشريعات المنافسة وتعديلها
الإطار القانوني اللازم لنشر ممارسات
المنافسة العادلة وتحقيق كفاءة السوق
بما يتماشى مع أفضل الممارسات.



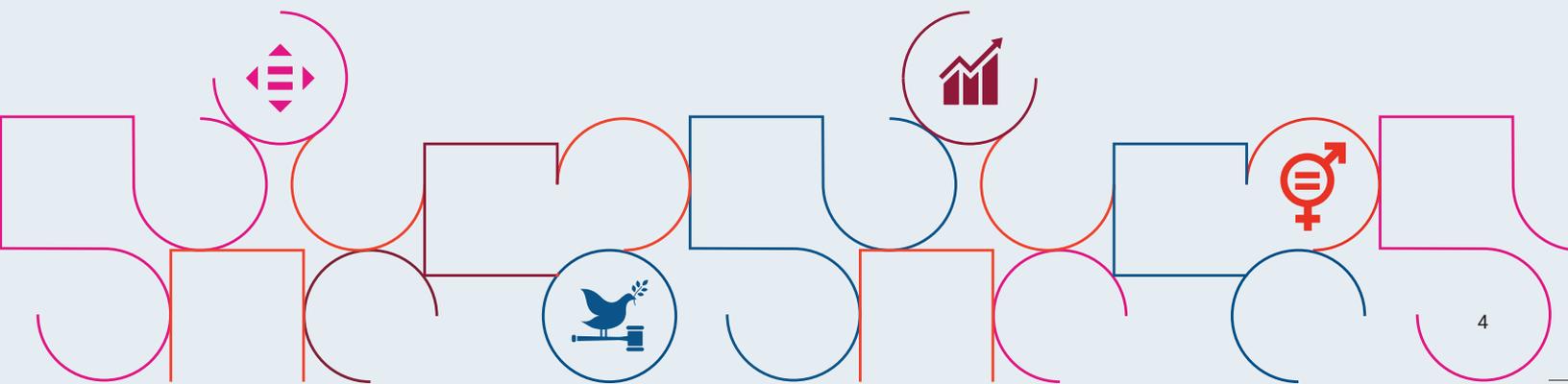
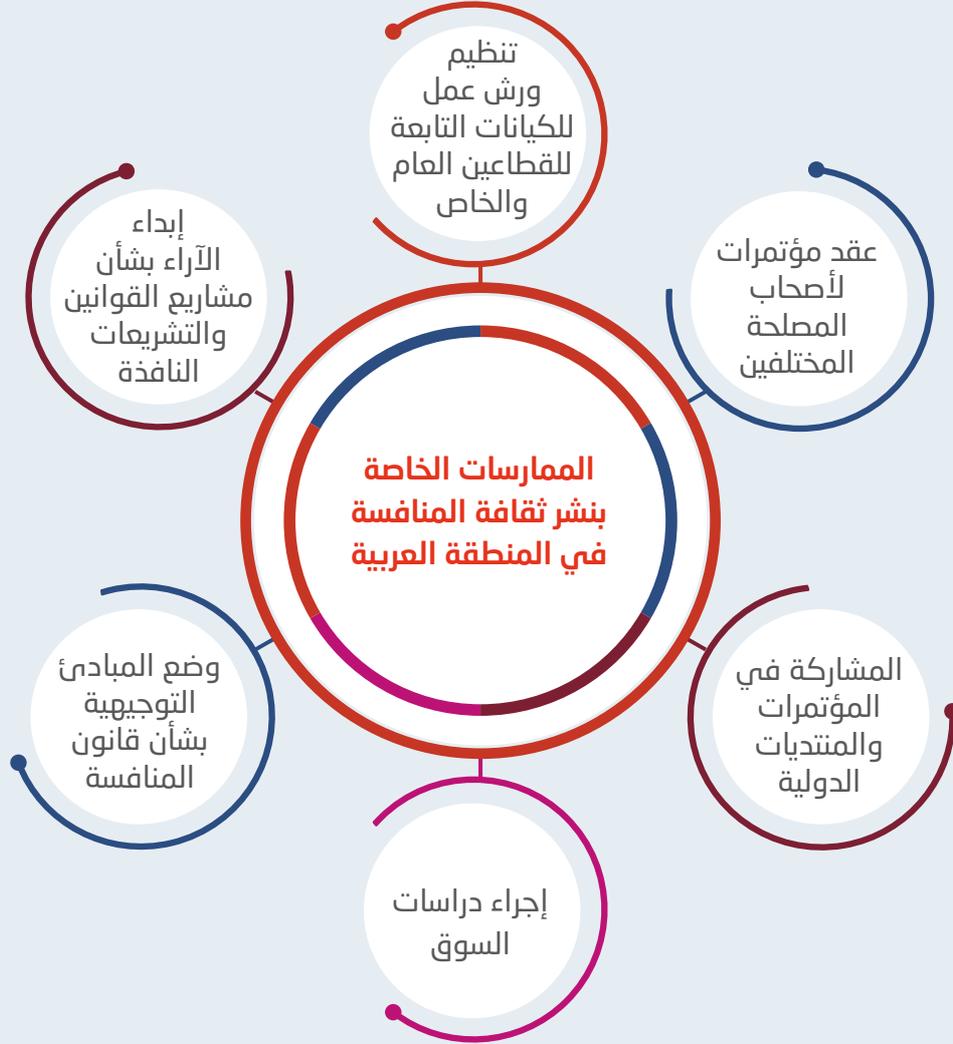
■ موارد كافية

● يتطلّب نشر ثقافة المنافسة على نحو فعّال
توفير موارد كافية للسلطات بهدف تمكينها
من أداء أدوارها وتنفيذ الخطة المعنية بنشر
ثقافة المنافسة⁵.



نشر ثقافة المنافسة في المنطقة العربية

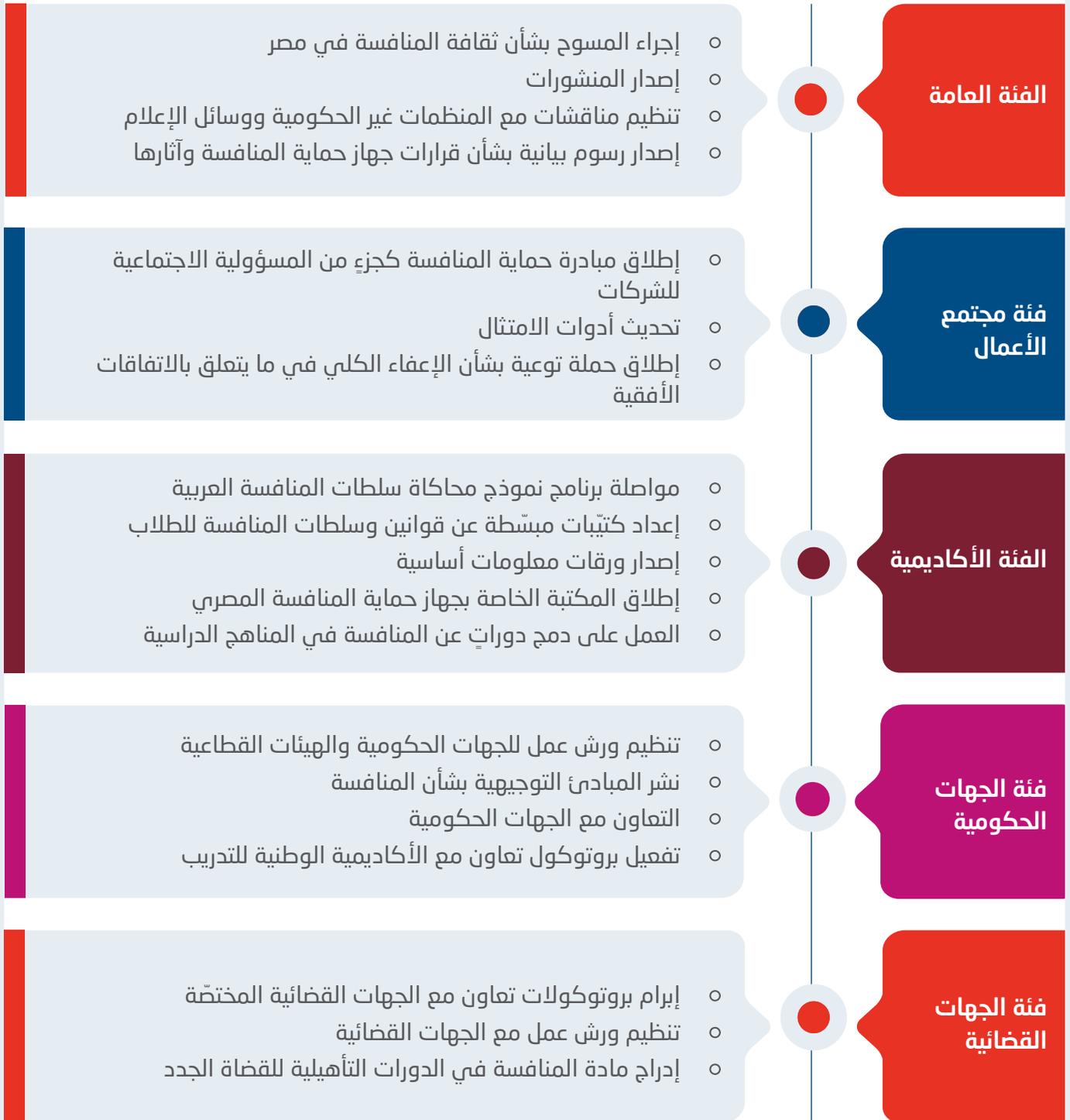
يبين الشكل أبرز الأنشطة التي تضطلع بها سلطات المنافسة العربية لنشر ثقافة المنافسة.



أفضل الممارسات من المنطقة العربية

استراتيجية جهاز حماية المنافسة المصري لنشر ثقافة المنافسة

لا بدّ من تعزيز فهم فوائد المنافسة على نطاق واسع من أجل ضمان الإنفاذ الفعّال لقانون المنافسة، وتحقيقاً لهذه الغاية، وضع جهاز حماية المنافسة المصري الاستراتيجية التالية لنشر ثقافة المنافسة:



المصدر: استراتيجية جهاز حماية المنافسة المصري (2021-2025). https://eca.org.eg/getattachment/f2e7cde8-b662-4b72-93b6-8a178338213b_جهاز-حماية-المنافسة-2021-2025.pdf

عمل الإسكوا على نشر ثقافة المنافسة في المنطقة العربية

تساعد الإسكوا الدول الأعضاء في جميع أنحاء المنطقة العربية في تعزيز سياساتها وأطرها المتعلقة بالمنافسة، اعترافاً منها بتأثير هذه السياسات والأطر على الاقتصادات والمستهلكين. وعملت الإسكوا، بصفتها الجهة الداعية إلى عقد المؤتمرات، على تعزيز التعاون والتنسيق على الصعيدين الوطني والإقليمي للنهوض بسياسة المنافسة من خلال تبادل أفضل الممارسات وبذل الجهود المشتركة. وقدمت الإسكوا أيضاً برامج متنوعة لبناء القدرات، وأنشطة لتعزيز الوعي، وموارد تهدف إلى نشر المعرفة وتعزيز سياسة المنافسة في جميع أنحاء المنطقة العربية⁶.

- منتدى المنافسة العربي الأول
- منتدى المنافسة العربي الثاني
- منتدى المنافسة العربي الثالث
- منتدى المنافسة العربي الرابع
- منتدى المنافسة العربي الخامس

إتاحة منبر
سنوي لتبادل
المعرفة

- ندوة عبر الإنترنت بشأن فهم الحياد التنافسي
- مؤتمر وطني في الكويت بعنوان «تعزيز المنافسة: التحديات والتموج»
- حلقة عمل بشأن قوانين وسياسات المنافسة أثناء جائحة كوفيد-19 وما بعدها

تنظيم
ندوات عبر
الإنترنت
وحلقات عمل
لبناء القدرات

- حوار إقليمي بشأن دور سياسة المنافسة في دعم التعافي الاقتصادي للشركات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة بعد أزمة كوفيد-19
- نشر مقاطع فيديو قصيرة عن المنافسة باللغة العربية
- دورة عبر الإنترنت بشأن مكافحة التلاعب بالعملاء في المشتريات العامة
- مجموعات واتساب (WhatsApp) ولينكد إن (LinkedIn) من أجل التشبيك بين سلطات المنافسة العربية

تبادل
المعرفة
والتشبيك

- ندوة عن قوانين وسياسات المنافسة في الجامعة الأميركية في بيروت
- مبادرة تحدي المنافسة للشباب العربي

تعزيز الوعي
بالمنافسة

- تقرير «الأطر التشريعية لبيئة الأعمال في البلدان العربية» لتسليط الضوء على نقاط الضعف في تشريعات المنافسة العربية (2020-2023)
- بوابة التشريعات العربية التي تضم أكثر من 500 قانون متعلق ببيئة الأعمال في البلدان العربية
- أوراق بحثية بشأن المنافسة في لبنان، والتجارة والمنافسة في المنطقة العربية

إجراء البحوث
وتقييم
الأنظمة لتعزيز
المنافسة

الحواشي

- 1 World Bank Group, *Transforming markets through competition*, 2016.
- 2 اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا (الإسكوا)، الأطر التشريعية لبيئة الأعمال في البلدان العربية 2023، 2024.
- 3 تتنوع الإسكوا لمواقع سلطات المنافسة العربية عبر الإنترنت.
- 4 للتعرف على أعضاء شبكة المنافسة العربية، يمكن الاطلاع على الرابط: <https://eca.org/eg/ar-eg/جهاز-حماية-المنافسة/>
- 5 عززت الإسكوا الجهود الرامية إلى بناء القدرات وتعزيز المؤسسات لتمكين أصحاب المصلحة من تنفيذ سياسات المنافسة بشكل فعال على الصعيدين الوطني والإقليمي.
- 6 الإسكوا، تحسين المنافسة وحماية المستهلك.

