



CITRA

الهيئة العامة للاتصالات وتقنية المعلومات
COMMUNICATION & INFORMATION TECHNOLOGY REGULATORY AUTHORITY

مبادئ توجيهية للمنافسة وتقييم الهيمنة في اسواق الاتصالات قطاع السياسات والتنظيم

المحتويات

1	مقدمة	4
2	المصطلحات والتعريفات	4
3	المنهج الشامل لتحديد الهيمنة	7
4	تعريف الاسواق	7
4.1	تعريف سوق التجزئة مقابل سوق الجملة	8
4.2	تعريف سوق المنتج	8
4.2.1	اختبار SSNIP	9
	التقييم النوعي من جانب الطلب	10
	التقييم النوعي من جانب العرض	11
4.3	تعريف السوق الجغرافي	11
5	تحديد الحاجة إلى التنظيم المسبق	11
5.1	المعايير الثلاثة التي يتم النظر فيها في TCT	12
	المعيار الأول: عوائق الدخول العالية	12
	المعيار الثاني: عدم وجود ميل نحو المنافسة الفعالة وتحفيزها	13
	المعيار الثالث: تطبيق التدخلات والمعالجات التنظيمية اللاحقة	13
5.2	تطبيق TCT	13
6	تقييم الهيمنة	14
6.1	الهيمنة	14
	الحصة السوقية	15
	الحجم الإجمالي للشركة	15
	السيطرة على المرافق الأساسية	15
	درجة القوة التعويضية للمشتري (CBP)	15
	سهولة الدخول إلى السوق والتوسع	15
	معدل التغير التكنولوجي	16
7	تصميم العلاجات التنظيمية المسبقة	16
7.1	تحديد إخفاقات السوق	16
	التسعير المفرط	16

16.....	التسعير الجشع.....
17.....	ضغط الهامش.....
17.....	رفض العرض.....
17.....	التمييز غير المبرر
17.....	التجميع والخصم غير المبرر
17.....	7.2 مبادئ العلاجات التنظيمية المسبقة
18.....	7.3 العلاجات التنظيمية المسبقة الشائعة
19.....	7.3.1 العلاجات المتعلقة بخدمة البيع بالجملة الشائعة
19.....	التزام الشفافية
19.....	الالتزام بأنظمة محاسبية للتكاليف
19.....	الالتزام بعدم التمييز
20.....	التزامات توفير الوصول
20.....	ضوابط أسعار الجملة
20.....	6.3.2 العلاجات الشائعة للبيع بالتجزئة
20.....	التزام الشفافية
21.....	الالتزام بأنظمة محاسبية للتكاليف
21.....	موافقة الهيئة المسبقة كجهة رقابية ومنظمة
21.....	التزامات عدم التمييز.....
21.....	ضوابط أسعار التجزئة.....

1 مقدمة

تشكل هذه الوثيقة منهجاً نظرياً وتفسيراً لتقييم الهيمنة في قطاع الاتصالات الكويتي، مستندة بذلك على لائحة المنافسة لقطاع الاتصالات وأفضل الممارسات العالمية بهذا الخصوص، لتمكن الهيئة على اتخاذ الاجراءات التنظيمية المسبقة على حالات احتدام المنافسة التي تحددها والتي ترتفع فيها أخطار السلوك المنافس للمنافسة في الاسواق ذات الصلة.

حيث ستتطرق هذه الوثيقة إلى المنهج الشامل لكل خطوة من الخطوات الرئيسية في تقييم الهيمنة، وهي:

- تعريف الأسواق ذات الصلة
- تحديد الحاجة إلى التنظيم المسبق
- تحديد الهيمنة في كل سوق.
- تحديد الإجراءات التنظيمية اللازمة لمعالجة حالات احتدام المنافسة التي يتم تحديدها في كل سوق ذات صلة.

2 المصطلحات والتعريفات

الهيئة: تعني الهيئة العامة للاتصالات وتقنية المعلومات في دولة الكويت.

التواطؤ: يعني أي شكل من أشكال التنسيق بين الشركات المرخص لها أو بين الشركات والأشخاص والذي ينطوي على اتصال مباشر (صريح) أو غير مباشر (ضمني) أو اتصال بين الأطراف، يكون هدفه أو أثره إما للتأثير على سلوك شركة أو أكثر في سوق الاتصالات أو الكشف عن مسار السلوك الذي قررت الشركة تبنيه أو تفكر في اعتماده في سوق الاتصالات، في الحالات التي لم يكن فيها هذا الكشف قد تم في ظل ظروف المنافسة العادلة.

المنافسة: عبارة عن تنافس عادل وصحي ومستدام بين الشركات التي تباع منتجات وخدمات مماثلة بهدف تحقيق الإيرادات والأرباح ونمو حصتها في السوق.

المستخدم: الشخص الذي يستفيد من خدمة الاتصالات العامة أو التي يقصد استخدامها في أغراض خاصة.

قوة المشتري التعويضية: وتعني قدرة المشتري على ممارسة قوة ضغط سوقية على الشركة أو الشركات التي تزوده بالسلع والخدمات، بحيث قد يتمكن المشترون من الحصول على خصومات كبيرة أو شروط استخدام أفضل، مما يتعارض بشكل فعال مع القوة السوقية لتلك الشركات.

المشغل المهيمن: أي مرخص له يملك حصة سوقية أو يكون بوضع من القوة الاقتصادية يمكنه من منع وجود واستمرار المنافسة الفعالة في السوق المعنية من خلال قدرة المرخص له على أن يتصرف باستقلال لدرجة ملموسة عن المنافسين والمشاركين والمستخدمين نتيجة سيطرته على تسهيلات، ويقصد بتسهيلات الاتصالات الأساسية خدمة اتصالات عامة أو بنية أساسية تكون موفرة حصرياً أو بصورة أساسية من قبل مشغل خدمات واحد أو عدد قليل منهم ولا يمكن عملياً الاستعاضة عنها اقتصادياً أو تقنيا لتأمين الخدمة.

المركز المهيمن: يعني مركز القوة الاقتصادية للشركة المرخص لها الذي يمكنها، سواء بمفردها أو بالاشتراك مع مرخص لهم آخرين، من منع وجود واستمرار المنافسة الفعالة في السوق ذات الصلة، من خلال قدرة الشركة على التصرف بشكل مستقل إلى حد ملموس عن المنافسين والمشاركين والمستخدمين.

التسعير المفرط: هو الوضع الذي تكون فيه الشركة المرخص لها قادرة على فرض أسعار مرتفعة ليس لها علاقة بالقيمة الاقتصادية الأساسية أو تكلفة المنتج الذي يتم توفيره.

وفورات الحجم: هو الوضع الذي تنخفض فيه تكلفة إنتاج وحدة واحدة من المنتج ضمن نطاق عمليات الشركة المرخص لها، ذلك مما يمنح تميز للشركات الأكبر حجماً على شكل انخفاض تكاليف إنتاج الوحدة.

اقتصاديات النطاق: هو الوضع الذي يكون فيه متوسط تكلفة الوحدة لإنتاج سلعتين أو أكثر من السلع والخدمات معاً أقل من متوسط تكلفة الوحدة لإنتاج هذه السلع والخدمات بشكل منفصل، يمكن أن يكون هذا التوفير في التكاليف بسبب تكاليف الإنتاج المشتركة (أي يمكن لجميع السلع والخدمات استخدام نفس الآلات الموجودة) أو شبكات التوزيع المشتركة.

المرخص له أو مقدم الخدمة: الشخص الذي يرخص له بتقديم خدمة أو أكثر من خدمات الاتصالات للجمهور، أو يرخص له بإدارة، أو إنشاء، أو تشغيل شبكة اتصالات، أو

خدمة الانترنت لتوفير خدمات الاتصالات للجمهور، ويشمل مقدمي المعلومات أو المحتوى الذي يقدم بواسطة شبكة الاتصالات.

المرافق الأساسية: تعني المرافق التي تحددها الهيئة من وقت لآخر باعتبارها أساسية لتنافسية السوق ذات الصلة، المرافق الأساسية هي مرافق أو بنية تحتية أو بنية فوقية ضرورية للوصول إلى المستخدمين أو لتمكين المنافسين من تنفيذ أعمالهم، يعد المرفق أساسياً إذا كان ازدواجه مستحيلاً أو صعباً للغاية بسبب القيود المادية، أو الجغرافية، أو القانونية، أو الاقتصادية.

الترخيص: الاذن الممنوح من الهيئة أو العقد أو الاتفاقية الموقع أي منهما بين الهيئة والشخص للسماح له بإنشاء وتشغيل وإدارة شبكة اتصالات عامة أو تقديم خدمات اتصالات عامة أو استخدام ترددات راديوية وذلك وفقاً لأحكام هذا القانون والأنظمة الصادرة بموجبه.

ضغط الهامش: وهو الوضع الذي يمكن فيه لشركة متكاملة رأسياً أن ترفع أسعار بيع الجملة لمستوى مرتفع جداً أو تخفض أسعار بيع التجزئة إلى مستوى منخفض جداً، بحيث لا تستطيع الشركات الأخرى المتنافسة على البيع بالتجزئة من شراء الجملة بأسعار مرتفعة.

فشل السوق: أن تقوم الشركة أو الشركات بتوزيع غير فعال للسلع والخدمات في السوق بحيث يتم تحديد أسعار السلع والخدمات من خلال قوى العرض والطلب، وأي تغيير في إحدى القوى يؤدي إلى تغيير في السعر وتغير مماثل في القوة الأخرى.

القوة السوقية: تعني قدرة المرخص له أو عدد من المرخص لهم على رفع الأسعار والحفاظ عليها بشكل مربح فوق المستوى الذي قد يسود في ظل المنافسة العادلة، قد يمتلك المرخص له أو مجموعة من المرخص لهم قوة سوقية، لكنها لن تحتل مركزاً مهيماً في سوق ذات صلة إذا كان من الممكن تقييد سلوكها من قبل منافسين آخرين بمستويات مماثلة من القوة السوقية أو المستخدمين الذين يمتلكون قوة تعويضية أو شرائية معاكسة.

التسعير الجشع: وهو الوضع الذي يمكن فيه لشركة أن تحدد سعراً عند مستوى منخفض (قد يكون أقل من التكلفة) بحيث لا تستطيع المرخص لهم الآخرين في السوق التنافس مع هذا السعر المنخفض، وقد تضطر إلى الخروج من السوق، وقد يؤدي هذا السعر المنخفض أيضاً إلى منع دخول منافسين جدد محتملين إلى السوق.

السعر: يعني أي شكل من أشكال المقابل المقدم نظير أي خدمة اتصالات، أو سلع، أو مرافق، أو خدمات تستخدم جنباً إلى جنب مع أي خدمة اتصالات، سواء تم منح هذا المقابل أو المبلغ بالفعل أو تم الإعلان عنه أو ذكر على أنه مطلوب لتقديمه نظير هذه السلع أو المرافق أو الخدمات.

مصطلح SSNIP: يعني زيادة صغيرة، ولكنها مؤثرة وغير انتقالية في السعر، بشكل عام تتراوح بين خمسة إلى عشرة بالمائة (5 – 10 %) أو على النحو الذي تحدده الهيئة.

الشركة المتكاملة رأسياً: هو مصطلح يطلق على الشركة التي تتحكم في مراحل متعددة من الإنتاج أو سلسلة التوريد في سياق الاتصالات، عادةً ما تمتلك الشركة المتكاملة رأسياً البنية التحتية للاتصالات الخاصة بها بينما تقوم أيضاً بالبيع مباشرة إلى المستخدم النهائي بالإضافة إلى شركات اتصالات بالتجزئة الأخرى.

3 المنهج الشامل لتحديد الهيمنة

تتكون عملية تحديد الهيمنة من أربع مراحل، كما هو مبين في الشكل 1، وذلك بغرض احتمال فرض أو مراجعة أو إلغاء الإجراءات التنظيمية المسبقة في قطاع الاتصالات.



الشكل 1: المراحل الأربع لتحديد الهيمنة

4 تعريف الاسواق

ستقوم الهيئة بإجراء تحليل كمي ونوعي من أجل تحديد مدى القدرة على الاستبدال والاستعاضة من جانبي الطلب والعرض بين الخدمات و المنتجات وبين الخدمات و المنتجات في مناطق جغرافية مختلفة.

4.1 تعريف سوق التجزئة مقابل سوق الجملة

ستقوم الهيئة في تعريف اسواق الجملة و التجزئة لفهم العلاقة بينهم، علماً بأنه من المرجح ان يؤثر تعريف سوق التجزئة على تقييم ما اذا كان هناك قوة سوقية في سوق الجملة المعني.

عند تقييم اسواق الجملة، ستبدأ الهيئة في تعريف اسواق التجزئة و اسواق الجملة و ربطهما ببعض مع الاخذ بعين الاعتبار جميع مصادر القيود التنافسية التي تواجهها شركة البيع بالجملة التي يحتمل أن تتم بالهيمنة، ويمكن تقسيم هذه القيود والمعوقات إلى فئتين:

- قيود ومعوقات مباشرة تعكس قدرة مشتري منتج الجملة على التحول إلى مورد بديل لمنتج الجملة أو منتج جملة بديل.
- قيود ومعوقات غير مباشرة، تعكس قدرة المشترك في سوق التجزئة على التخلي عن شركة بديلة تقوم ببيع المنتج، في حال أدى ارتفاع سعر الجملة للمنتج المعني إلى زيادة في سعر التجزئة له.

4.2 تعريف سوق المنتج

بعد النظر فيما إذا كان التركيز يجب أن يكون على أسواق الجملة أو أسواق التجزئة، من المهم جداً تحديد المنتجات والخدمات التي تعتبر بدائل لبعضها البعض من قبل المستخدمين أو الموردين نتيجة لتشابه خصائص هذه الخدمات او المنتج أو الأسعار.

حيث إن قدرة الشركة بالتأثير على سعر الخدمة او المنتج ستعتمد على توافر وتسعير البدائل المحتملة لهذه الخدمات او المنتجات، مع النظر في كل من الطلب والعرض المماثلة المحتملة.

تبدأ تعريفات السوق المحدد في تحديد منتج محوري محدد، يتم بعد ذلك توسيع سوق تقديم هذا المنتج ليشمل جميع البدائل من جانب العرض والطلب والتي سيحتاج المحتكر الافتراضي إلى السيطرة عليها قبل أن يتمكن من رفع الأسعار بشكل مربح بمقدار صغير ومؤثر، وعلى وجه الخصوص ستقوم الهيئة بتحليل قوة الاستبدال والاستعاضة في جانب الطلب وجانب العرض.

بالإضافة إلى ذلك، يجوز للهيئة تقييم الأبعاد الأخرى ذات الصلة فيما يتعلق بتعريف سوق المنتج، بما في ذلك ما هو مذكور أدناه، علماً بأن هذه القائمة ليست شاملة ويجوز للهيئة تحليل عوامل أخرى إذا رأت أهميتها حسب ما تقتضيه الأسباب.

- شرائح المستخدمين – قد تنظر الهيئة فيما إذا كان ينبغي أن يتم تعريف وتحديد أسواق مختلفة لتقديم الخدمات لمجموعات معينة من العملاء.
- عروض الخدمات المجمعّة – غالباً ما تُباع خدمات الاتصالات مع منتجات اتصالات أخرى، ولذلك فمن المرجح أن تنظر الهيئة إلى أي مدى يمكن أن تؤدي أسعار مجموعة من المنتجات إلى تقييد أسعار المنتجات المستقلة.

4.2.1 اختبار SSNIP

يمثل هذا الاختبار المنهج لتقييم القوة من جانب الطلب ومن جانب العرض في تطبيق اختبار الزيادة الصغيرة، ولكن المؤثرة وغير المؤقتة في الأسعار (SSNIP)، والمعروف أيضاً باسم اختبار الاحتكار الافتراضي.

يتمثل الاختبار بتقييم قدرة المحتكر من الحفاظ على زيادة صغيرة، ولكن مؤثرة في السعر على مجموعة من الخدمات و المنتجات، يتضمن ذلك اختيار خدمة و منتج محوري في البداية والتحقق مما إذا كان من المربح للشركة المحتكرة من زيادة الأسعار (عادةً يتم تقديرها ما بين 5 إلى 10% لمدة عام واحد) عن مستوى السعر التنافسي.

إذا كان المحتكر قادراً على زيادة الأسعار بشكل مربح، فهذا يعني أنه لا توجد بدائل اقتصادية قريبة بما فيه الكفاية لهذا الخدمة والمنتج، ومن ثم يتم تعريف هذا الخدمة و المنتج المحوري على أنه السوق ذات الصلة.

إذا لم يكن المحتكر قادراً على زيادة الأسعار بشكل مربح، فهذا يعني إما أن المستخدمين ينتقلون بأعداد كافية إلى بدائل أخرى (جانب الطلب) أو أن الشركات الأخرى بدأت في تقديم خدمات و منتجات مماثلة (جانب العرض)، بحيث لا يمكن الحفاظ على ارتفاع الأسعار بشكل مربح، يتم بعد ذلك توسيع السوق ليشمل خدمات و منتجات البديلة الأخرى ويتم إعادة إجراء الاختبار باستخدام مجموعة أوسع، كما هو في الشكل 2 أدناه.

اختيار منتج محوري

زيادة السعر من 5

الشكل 2: عملية اختبار SSNIP

التقييم النوعي من جانب الطلب

يجوز للهيئة إجراء تقييم نوعي لقوة الاستبدال والاستعاضة من جانب الطلب، وذلك من خلال تحليل خصائص المنتجات وقدرة المستخدمين على الاستبدال بين الخدمات والمنتجات البديلة، كما يجوز للهيئة تحليل العوامل التالية على سبيل المثال لا الحصر:

- الاتجاهات التاريخية والمتوقعة في الطلب (وهذا يعطي مؤشراً لسلوك المستخدمين مع مرور الوقت).
- مستويات الأسعار النسبية وأنماط الاستبدال من قبل المستخدم بناءً على التغيرات في مستويات الأسعار النسبية.
- خصائص الخدمات و المنتجات وتصور المستخدمين حول ما إذا كانت تلبي نفس الوظائف وبأسعار متشابهة نسبياً.

- تكاليف التحويل بالنسبة للمستخدمين، بما في ذلك التكاليف الفعلية (مثل رسوم التركيب) أو تكاليف البحث (مثل الوقت اللازم للعثور على خدمة أو منتج بديل).

التقييم النوعي من جانب العرض

ستقوم الهيئة بتحليل مدى قدرة شركة أخرى على تحويل الخدمة أو المنتج الى خدمة أو منتج بديل مماثل خلال فترة زمنية قصيرة نسبياً وبتكلفة منخفضة نسبياً، ويمكن أن تشمل العوامل التي ستأخذها الهيئة في الاعتبار في هذا الصدد ما يلي:

- المعلومات التاريخية لدخول الشركات إلى السوق.
- معلومات من الشركات القائمة أو المحتملة حول استراتيجيات أعمالها، والقدرة التقنية على تبديل الوقت الذي سيستغرقه ذلك التبديل.
- مستوى القدرة الاحتياطية المتاحة للشركات.

4.3 تعريف السوق الجغرافي

ستفترض الهيئة فيما إذا كان السوق المعني على مستوى الدولة في نطاقه، ومن خلال القيام بذلك، ستقوم الهيئة أولاً بتقييم المعلومات التي يسهل الوصول إليها حول هذا الموضوع بما في ذلك تحديد ما إذا كانت الأسعار المقدمة من الشركات موحدة في جميع أنحاء الدولة، والاختلافات في مستوى التغطية أو حصة السوق لكل شركة.

إذا كان لدى الهيئة أسباب للاعتقاد بأن السوق قد لا يكون على مستوى الدولة في نطاقه، فسوف تنظر بعد ذلك في أي دليل قد يوضح ما إذا كانت الظروف التنافسية تختلف عبر مناطق جغرافية مختلفة داخل دولة الكويت.

5 تحديد الحاجة إلى التنظيم المسبق

بعد تحديد الأسواق المعنية، ستقوم الهيئة بفحص ما إذا كان كل سوق محدد يخضع للتنظيم المسبق أم لا، حيث سيتم القيام بذلك عن طريق تطبيق TCT، وهذا يعني أن الهيئة لن تعتبر السوق خاضعاً للتنظيم المسبق إلا إذا كان هذا السوق:

- يتمتع عوائق عالية للدخول فيه.
- لا يظهر أي ميل نحو المنافسة الفعالة ولا يحفز لها.

- أن تكون التدخلات والمعالجات التنظيمية اللاحقة غير كافية لمعالجة وحل مشاكل المنافسة في هذا السوق.

5.1 المعايير الثلاثة التي يتم النظر فيها في TCT

المعيار الأول: عوائق الدخول العالية

يقيس المعيار الأول مدى سهولة دخول المنافسين إلى السوق و ما اذا كان هنالك أي عوائق تمنع الدخول، يمكن أن تشمل عوائق الدخول:

- العوامل الهيكلية: تحمل الداخلين تكاليف كبيرة لدخول السوق.
- العوامل القانونية: براءات الاختراع التي تمنع المشغلين الآخرين من تقديم نفس المنتج.
- العوامل التنظيمية: التراخيص التي تمنح لشركات معينة.

كما ستنظر الهيئة الي في المؤشرات التالية عند تقييم العوائق:

- وجود تكاليف مرتفعة مثل تلك التي يمكن تكبدها لبناء شبكة اتصالات.
- ما إذا كانت الشركات الحالية في السوق قادرة على التحكم في البنية التحتية التي لا يمكن للداخلين الجدد تكرارها وانشاء مثيلها بسهولة، سواء لأسباب اقتصادية (مثل عدم ربحية تكرار شبكة الشركة القائمة) أو لأسباب أخرى (مثل قيود الترخيص، على سبيل المثال).
- ما إذا كانت الشركات القائمة في السوق تستفيد من المزايا التكنولوجية.
- ما إذا كانت الشركات القائمة في السوق تستفيد من الوصول السهل أو المتميز إلى رأس المال أو الموارد المالية.
- ما إذا كانت الشركات القائمة في السوق تستفيد من وفورات الحجم أو النطاق التي تخلق عوائق كبيرة أمام الدخول.
- التكامل الرأسي، لا سيما عندما يتحكم المورد المتكامل رأسياً في مدخلات مهمة في المصدر، يمكن أن يخلق عائقاً أمام الدخول.
- ما إذا كان الداخلون الجدد المحتملون سيواجهون عوائق في تطوير شبكات توزيع ومبيعات واسعة النطاق.
- إلى أي مدى يمكن لتنويع المنتجات أو الخدمات أن يخلق عائقاً أمام الدخول.

المعيار الثاني: عدم وجود ميل نحو المنافسة الفعالة وتحفيزها

ويقىس المعيار الثاني ما إذا كان السوق سيواجه خلال إطار زمني معقول نحو المنافسة الفعالة دون وجود تدخلات تنظيمية، وعليه، ستقوم الهيئة بفحص المؤشرات التالية على سبيل المثال:

- الحصص السوقية السابقة والحالية.
- اتجاهات الأسعار وسلوك التسعير.
- السيطرة على البنية التحتية التي لا يمكن تكرارها بسهولة.
- تنوع المنتجات أو الخدمات (مثل حزم المنتجات أو الخدمات).
- معوقات التوسع.
- المنافسة المحتملة.

المعيار الثالث: تطبيق التدخلات والمعالجات التنظيمية اللاحقة

يقيس المعيار الثالث ما إذا كانت سياسات المنافسة الحالية (اللاحقة) كافية لمعالجة أي ممارسة محتملة مانعة للمنافسة في السوق قيد النظر. حيث ستقوم الهيئة بتقييم هذا المعيار بناءً على مجموعة من المؤشرات:

- تكرار السلوكيات المنافية للمنافسة.
- السهولة والسرعة التي تستطيع بها الهيئة معالجة السلوكيات المنافية للمنافسة في السوق.
- ما إذا كان السلوك المنافي للمنافسة يؤدي إلى ضرر لا يمكن إصلاحه في الأسواق ذات الصلة أو المرتبطة بها.

5.2 تطبيق TCT

ستأخذ الهيئة في الاعتبار الأدلة المتعلقة بكل معيار وبشكل متوازن و منفصل، وما إذا كان السوق عرضة للتنظيم المسبق أم لا، ويجب استيفاءها جميعاً حتى يتمكن السوق من اجتياز الاختبار، وعندما يجتاز أي من الأسواق اختبار TCT، سيؤخذ ذلك بالاعتبار عند تقييم الهيمنة، ويجوز للهيئة وضع إجراءات تنظيمية مسبقة في هذا السوق، كما يجوز للهيئة إلغاء تلك الإجراءات التنظيمية المسبقة إذا لم يعد أي من المعايير الثلاثة قابلاً للتطبيق في السوق.

قد تكون هناك ظروف لا تقوم فيها الهيئة بوضع اجراءات تنظيمية مسبقة للسوق بالرغم من استيفاء جميع المعايير الثلاثة، لأن خطر تشويه السوق قد يكون مرتفعاً في ظل الطلب غير المؤكد والابتكار السريع، لذا يجوز للهيئة إجراء تقييمات إضافية للتحقق مما إذا كانت هذه الابتكارات ستميل نحو الهيمنة وإساءة استخدام السوق على المدى القصير أم لا، ويجوز للهيئة تأخير تقييم الهيمنة على هذه الأسواق حتى تتوفر المزيد من المعلومات حول الخدمات ذات الصلة.

6 تقييم الهيمنة

بمجرد إثبات الحاجة إلى التنظيم المسبق من خلال تطبيق اختبار TCT، ستقوم الهيئة بعد ذلك بالتحقق من علامات الهيمنة قبل وضع الاجراءات العلاجية المسبقة المناسبة.

6.1 الهيمنة

تحدث الهيمنة عادة عندما تمتلك الشركة درجة من القوة السوقية التي تسمح لها بالتصرف إلى حد كبير بشكل مستقل عن المنافسين والمستخدمين، لذا ستقوم الهيئة بتحليل مؤشرات السوق التالية على سبيل المثل وليس الحصر.



الشكل 4: مؤشرات السوق لتقييم الهيمنة

الحصة السوقية

ستأخذ الهيئة بالاعتبار تطور حصص السوق فيما يتعلق بعدد المشتركين والإيرادات المرتبطة بها مع مرور الوقت، حيث ستعتبر الهيئة أن الشركة التي تمتلك مركزاً مهيماً إذا كانت حصتها السوقية تزيد عن 50% لفترة. فإن الحصة السوقية الكبيرة التي ترتفع أو تستقر مع مرور الوقت يمكن أن تمثل إشارة أولية إلى أن الشركة قد تكون كبيرة بما يكفي لتحتل مركزاً مهيماً وتمارس قوة سوقية.

الحجم الإجمالي للشركة

ستقوم الهيئة بتقييم الحجم الإجمالي للشركة مقارنة بالشركات الأخرى في نفس السوق، ويمكن القيام بذلك من خلال تقييم المؤشرات المختلفة بما في ذلك الربحية والقيمة السوقية للشركات، حيث ستقوم الهيئة بتحليل المزايا التي ستتمتع بها الشركة الأكبر مقارنة بالشركات الأصغر، على سبيل المثال، كفاءة التكلفة نتيجة لوجود وفورات الحجم ووفورات النطاق وسهولة الوصول إلى التسهيلات الائتمانية من الأسواق المالية.

السيطرة على المرافق الأساسية

ستقوم الهيئة بتقييم ما إذا كانت الشركة قادرة على التحكم والسيطرة على المرافق والمنشآت الأساسية وتشغيلها لتقديم خدمات الاتصالات للمستخدمين، والتي تتضمن على البنية التحتية التي لا يمكن تكرارها بسهولة بسبب التكاليف المرتفعة المرتبطة بتطويرها.

درجة القوة التعويضية للمشتري

إن وجود مشتريين أقوياء وكبار يمكن أن يحد من قدرة الشركة المهيمنة في السوق على رفع الأسعار.

سهولة الدخول إلى السوق والتوسع

وستنظر الهيئة إلى أي مدى قد تزداد المنافسة المحتملة في المستقبل، فيما إذا كانت هناك أي عوائق إضافية أمام الدخول، كما ستقوم الهيئة بتحليل ما إذا كان هناك أيضاً مجال للشركات القائمة داخل السوق لتوسيع أعمالها من أجل التنافس مع الشركة المهيمنة، على سبيل المثال، إذا كان تشبع سوق المنتج قريباً من 100%، فقد يكون هناك مجال أقل لتوسع السوق.

معدل التغير التكنولوجي

ستقوم الهيئة بتحليل مدى احتمالية تغير التكنولوجيا خلال فترة مراجعة السوق، قد يؤدي ظهور تقنيات جديدة إلى تقييد الشركة المهيمنة إذا كانت هذه التقنيات الجديدة قادرة على تقديم خدمة أفضل بتكلفة أعلى أو نفس الخدمة بتكلفة أقل.

7 تصميم العلاجات التنظيمية المسبقة

بمجرد اعتبار مرخص له معين بأنه مهيمنًا، ستقوم الهيئة بفرض علاجات مسبقة لتقليل مستوى فشل السوق المرتبط بالهيمنة، من خلال إدخال معالجات تنظيمية تستهدف مصادر الهيمنة المذكورة أعلاه.

7.1 تحديد إخفاقات السوق

يجب أن تمنع العلاجات التنظيمية المسبقة المرخص له المهيمن من إساءة استخدام هيمنته على حساب المشتركين، كما ستنظر الهيئة في الضرر الذي يلحق المشتركين فيما يتعلق بتأثير إجراءات المرخص له المهيمن على توفر منتجات، وخدمات الاتصالات، وجودتها، وسعرها.

ومع ذلك، من المهم تحديد مصادر فشل السوق أو إساءة استخدام السوق أولاً قبل تحديد العلاج التنظيمي الذي سيتم فرضه.

التسعير المفرط

ويحدث هذا في الحالات التي يكون فيها المرخص له هو المهيمن في سوق الاتصالات ذات الصلة، وتشمل العلاجات المحتملة لذلك مراقبة الأسعار والالتزام بالشفافية (تسجيل الأسعار والموافقة على الأسعار).

التسعير الجشع

ويحدث هذا في الحالات التي يكون فيها المرخص له هو المهيمن في سوق الاتصالات ذات الصلة، وتشمل العلاجات المحتملة لذلك مراقبة الأسعار والالتزامات المتعلقة بمحاسبة التكاليف و الشفافية (تسجيل الأسعار والموافقة على الأسعار).

ضغط الهامش

ويحدث هذا في الحالات التي يكون فيها المرخص له المتكامل رأسياً هو المهيمن على سوق الجملة ويقوم بتوريد مدخلات الجملة إلى مؤسسات البيع بالتجزئة الأخرى، وتشمل العلاجات المحتملة لذلك مراقبة الأسعار والالتزامات المتعلقة بمحاسبة التكاليف والالتزامات الشفافية (تسجيل الأسعار والموافقة على الأسعار).

رفض العرض

ويحدث هذا في الحالات التي يكون فيها المرخص له المتكامل رأسياً هو المهيمن على سوق الجملة ويقوم بتوريد مدخلات ومنتجات الجملة إلى شركات البيع بالتجزئة الأخرى، وتشمل العلاجات المحتملة لهذا الأمر الالتزام بتوفير الوصول بشروط معقولة.

التمييز غير المبرر

ويحدث هذا في الحالات التي يكون فيها المرخص له المتكامل رأسياً هو المهيمن في أسواق الجملة ذات الصلة ويقدم منتجات بالجملة أو شروط وأحكام مختلفة للمرخص لهم الآخرين بدلاً من أعمال التجزئة النهائية الخاصة به، وتشمل العلاجات المحتملة لذلك الالتزام بعدم التمييز والشفافية (مثل نشر العروض المرجعية بالجملة).

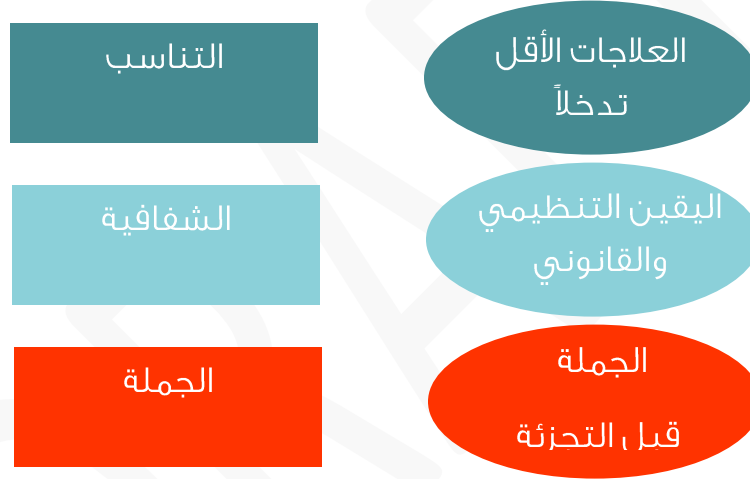
التجميع والخصم غير المبرر

ويحدث هذا في الحالات التي يعمل فيها المرخص له المهيمن في أسواق مختلفة، حيث يقدم خصومات للمستخدمين (على سبيل المثال، خصومات الولاء) التي قد تمنع المستخدمين من التحول إلى مرخص لهم منافسين آخرين، بحيث لا يستطيع المرخص لهم الآخرين (تقنياً و/أو اقتصادياً) تكرار تلك الخصومات والخدمات المجمعة وقد يكون هذا أيضاً حيث يكون المرخص له المهيمن قادراً على تجميع المنتجات بطريقة تمكنه من الاستفادة من قوته السوقية الحالية في سوق واحدة وتطبيقها على سوق أخرى لا يكون فيها مهيماً، وتشمل العلاجات المحتملة لذلك محاسبة التكاليف.

7.2 مبادئ العلاجات التنظيمية المسبقة

بعد التأكد من احتمال فشل السوق، ستقوم الهيئة بتحديد الحلول التنظيمية الأكثر ملاءمة المطبقة على كل مرخص له مهيمن بناءً على المبادئ التالية:

- التناسب: إن الهدف من التنظيم المسبق هو فرض علاجات لتصحيح فشل السوق، و التأكد من أن السوق يتصرف كما لو كان تنافسيًا، كما ستقوم الهيئة بفرض العلاجات خصيصًا لمعالجة المشكلة لتتناسب مع الضرر الناتج من الهيمنة حيث سيتم فرض العلاج الأقل تدخلًا والأقل تكلفة.
- الشفافية: ستضمن الهيئة أن فرض التدابير العلاجية سيتبع عملية شفافة تتجنب أي تأخير وتكاليف اضافية، من أجل تحسين اليقين التنظيمي والقانوني.
- التركيز على أسواق الجملة: ستقوم الهيئة أولاً بتطبيق الإجراءات التصحيحية المسبقة على أسواق الجملة، كما يجوز للهيئة فرض إجراءات تنظيمية مسبقة على سوق التجزئة إذا كانت التدابير العلاجية بالجملة غير كافية.



الشكل 4: مبادئ تحديد العلاجات التنظيمية المسبقة ذات الصلة

7.3 العلاجات التنظيمية المسبقة الشائعة

لدى الهيئة مجموعة متنوعة من العلاجات التنظيمية المحتملة التي يمكن تطبيقها على المرخص له المهيمن، ويجوز للهيئة أن تختار تطبيق هذه العلاجات بشكل منفصل أو بالاشتراك مع بعضها البعض، كما يجوز للهيئة أن تفرض علاجات غير تلك المحددة أدناه في الظروف الاستثنائية.

7.3.1 العلاجات المتعلقة بخدمة البيع بالجملة الشائعة

التزام الشفافية

يمكن للهيئة أن تفرض التزام الشفافية على المرخص له المهيمن، وهو ما يتطلب من المرخص له المهيمن نشر المعلومات بما في ذلك على سبيل المثال لا الحصر:

- العروض المرجعية للبيع بالجملة
- المعلومات المالية والمحاسبية ذات الصلة
- المواصفات الفنية لعروض منتجاتهم
- خصائص الشبكة
- شروط وأحكام استخدام منتجاتهم
- الأسعار

يتم تطبيق هذه المعالجة عادةً في الحالات التي لا يكون فيها لدى المستخدمين والهيئة ما يكفي من اليقين أو الوضوح بشأن الخدمات و المنتجات التي يقدمها المرخص له المهيمن، كما أن توفير الوضوح للمستخدم سيسمح له باتخاذ خيارات مدروسة بشكل أفضل وبالتالي زيادة المنافسة داخل سوق الاتصالات، كما أنه توفير المعلومات قد يردع المرخص لهم المهيمنين من الانخراط في ممارسات غير تنافسية مثل التسعير المفرط وضغط الهامش والتمييز غير المبرر.

الالتزام بأنظمة محاسبية للتكاليف

يمكن للهيئة فرض التزامات تتعلق بأنظمة محاسبية لتكاليف الجملة حيث يكون المرخص له المهيمن ملزماً بإعداد وتقديم المعلومات المحاسبية إلى الهيئة وفقاً للدورية والتوقيت والمحتوى وفصل التكلفة والإيرادات إلى فئات على النحو الذي تحدده الهيئة، وهذا سوف يساعد الهيئة بما يتعلق بتقييم الهيمنة ووضع الحلول والعلاجات، حيث ستكون بيانات التكلفة المحاسبية المفصلة حسب الخدمة مفيدة للهيئة في تقييم الربحية الزائدة ووضع ضوابط لأسعار الجملة، وهذا يمكن أن يردع الممارسات المنافية للمنافسة مثل التسعير الجشع وضغط الهامش.

الالتزام بعدم التمييز

يمكن للهيئة فرض التزام بعدم التمييز فيما يتعلق بجودة الخدمة وسعرها على المرخص له أو المرخص لهم المهيمنين، ويتطلب ذلك من المرخص لهم

المهيمنين توفير شروط الخدمة والمعلومات للشركات الأخرى بنفس السعر والشروط كما يفعل مع ذراع البيع بالتجزئة الخاص به أو خدماته الخاصة.

يتم تطبيق التزامات عدم التمييز هذه عادةً على الحالات التي يتعين فيها على شركات البيع بالتجزئة النهائية من شراء مدخلات بالجملة من المرخص له المهيمن المتكامل رأسياً بينما تتنافس أيضاً مع ذراع التجزئة النهائية للمرخص له المهيمن، يمكن أن تشمل التزامات عدم التمييز هذه تقديم منتجات بالجملة بنفس جودة الخدمة و المنتج والوظائف لشركات البيع بالتجزئة الأخرى التي يقدمها المرخص له المهيمن لذراع التجزئة الخاص به.

سيمنع التزام عدم التمييز المرخص له المهيمن من تقديم الخدمات و المنتجات بالجملة لصالح ذراع التجزئة الخاص به على حساب شركات البيع بالتجزئة الأخرى، وينبغي أن يؤدي هذا الالتزام إلى زيادة المنافسة واختيار الخدمة او المنتج داخل سوق التجزئة.

التزامات توفير الوصول

يمكن للهيئة تطبيق هذا الالتزام على المرخص لهم المهيمنين المتكاملين رأسياً والذين لديهم حوافز لرفض توريد شركات التجزئة الأخرى.

ضوابط أسعار الجملة

يمكن للهيئة فرض ضوابط على أسعار الجملة التي يتقاضها المرخص له المهيمن المتكامل رأسياً، يمكن للمرخص له المهيمن في هذا الحالة أن يحدد سعر جملة مرتفعاً (التسعير المفرط) بحيث لا تتمكن الشركات الأخرى من التنافس بشكل فعال مع ذراع البيع بالتجزئة للمرخص له المهيمن (ضغط الهامش).

ينبغي أن يؤدي إجراء تحليل التكلفة ومن ثم تحديد أسعار الجملة للمرخص له المهيمن إلى تقليل الأسعار المفرطة وضغط الهامش، مما يؤدي إلى زيادة المنافسة في سوق التجزئة.

6.3.2 العلاجات الشائعة للبيع بالتجزئة

التزام الشفافية

يمكن للهيئة أن تطلب من المرخص له المهيمن نشر شروط الاستخدام ومعلومات التسعير الخاصة به حتى يكون المستخدمون والهيئة على علم أفضل

بعروض خدمات و منتجات التجزئة التي يقدمها المرخص له، وبذات مبدأ الشفافية لمستوى البيع بالجملة، حيث سيساعد الهيئة في اكتشاف إساءة استخدام السوق مع السماح للمستخدمين باتخاذ خيارات أفضل تؤدي إلى تقليل الضرر الذي يلحق بالمستخدم.

الالتزام بأنظمة محاسبية للتكاليف

يمكن للهيئة فرض التزامات تتعلق بأنظمة محاسبية لتكاليف التجزئة حيث يكون المرخص له المهيمن ملزماً بإعداد وتقديم المعلومات المحاسبية إلى الهيئة وفقاً للفترة والتوقيت والمحتوى المطلوب، وفصل التكلفة والإيرادات إلى فئات على النحو الذي تحدده الهيئة، وهذا من شأنه أن يساعد الهيئة مرة أخرى في تقييم الهيمنة وتحديد الحلول والعلاجات.

موافقة الهيئة المسبقة كجهة رقابية ومنظمة

يمكن للهيئة فرض التزامات الحصول على الموافقة المسبقة منها على السعر والتعرفة من المرخص له المهيمن، وهذا يتطلب من المرخص له المهيمن إخطار الهيئة بالتغييرات المخطط لها على أسعار التجزئة قبل أن تدخل هذه التغييرات حيز التنفيذ، ويمكن للهيئة بعد ذلك أن تقرر ما إذا كانت هذه الأسعار الجديدة معقولة باستخدام اختبارات مثل اختبارات ضغط الهامش المسبقة، وهذا من شأنه أن يمنع المرخص له المهيمن من الانخراط في ممارسات غير تنافسية مثل التسعير الجشع وضغط الهامش.

التزامات عدم التمييز

يمكن للهيئة أن تفرض التزامات عدم التمييز على المرخص له المهيمن حيث يُطلب منه توفير شروط وأحكام متساوية لجميع عملائه من الأفراد، سيؤدي ذلك إلى منع المرخص له المهيمن من إساءة استخدام قوته السوقية من خلال تغيير الأسعار والجودة للمستخدمين التي لا علاقة لها بتكلفة تقديم هذه الخدمات أو المنتجات.

ضوابط أسعار التجزئة

ويمكن للهيئة أيضاً أن تضع ضوابط لأسعار التجزئة على المرخص له المهيمن، وهذا من شأنه أن يمنع المرخص له المهيمن مرة أخرى من الانخراط في ممارسات غير تنافسية مثل التسعير الجشع وضغط الهامش.