


МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ИНСТИТУТ ГОСУДАРСТВА И ПРАВА
Кафедра государственного и муниципального управления

РЕКОМЕНДОВАНО К ЗАЩИТЕ В ГЭК
Заведующий кафедрой
канд. юрид. наук, доцент
 О.В. Алиева
2021 г.

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
магистерская диссертация

**АНТИМОНОПОЛЬНЫЙ КОНТРОЛЬ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ
КОНЦЕНТРАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ФРАНЦИИ И ЕГИПТА)**

38.04.04 Государственное и муниципальное управление
Магистерская программа «Управление государственным заказом и
антимонопольное регулирование»

Выполнил работу
студент 2 курса
очной формы обучения



Альмогахед
Махер Мохаммед Яхья Муршед

Научный руководитель
канд. юрид. наук



Кузнецов Андрей Витальевич

Рецензент
Начальник отдела контроля
органов власти Тюменского
УФАС России



Москвичева Ольга Николаевна

Тюмень
2021

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1. КОНТРОЛЬ И ДОМИНИРУЮЩЕЕ ПОЛОЖЕНИЕ	6
1.1. Определение контроля и доминирующего положения.....	6
1.2. Признаки доминирующего положения.....	29
ГЛАВА 2. МОНОПОЛИСТИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ.....	43
2.1. Соглашения, запрещенные антимонопольным законодательством ...	43
2.2. Злоупотребление доминирующим положением.....	56
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	73
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ.....	76

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. С 1990 года в Египте создаются экономические структуры, направленные на свободную рыночную экономику. Чтобы идти в ногу с глобальной экономикой, основанной на свободной конкуренции, государство сделало ставку на программы, направленные на развитие секторов экономики, привлечение прямых иностранных инвестиций и достижение экономического процветания в целом. До этого момента экономика Египта была монополизирована: была полная монополия на коммунальные услуги, включая электричество, воду, газ, телекоммуникации, железные и автомобильные дороги.

Для вступления Египта во Всемирную торговую организацию, необходимо было создать соответствующие условия, подготовить египетский рынок до того, как он выйдет на мировой рынок и сможет работать там с новыми механизмами в соответствии идеологией современного развития и глобализации. Все это стало причиной принятия Закона № 3 2005 года о защите конкуренции запрещении монополистической практик и закона о защите потребителей № 67 от 2006 года (в 2018 году принята новая редакция – закон № 181). Настойчивость египетского законодателя в продолжении развития привела к реструктуризации внутренней торговли, от которой зависит развитие конкуренции.

Одним из важнейших аспектов антимонопольного регулирования является контроль за экономической концентрацией. Его эффективное осуществление способствует поддержанию и развитию конкуренции, и сдерживанию монополизации экономики.

Актуальность темы исследования обусловлена необходимостью сравнения формирующихся законодательства и правоприменительной практики в области антимонопольного контроля экономической концентрации в Египте с аналогичными институтами во Франции.

Объект и предмет исследования. Объектом исследования стали общественные отношения, складывающиеся в процессе реализации антимонопольного контроля экономической концентрации в Египте и во Франции. Предмет исследования – деятельность органов государственной власти по осуществлению антимонопольного контроля экономической концентрации в Египте и во Франции.

Цели и задачи исследования. Целью исследования стало выявление общего и особенного в антимонопольном контроле экономической концентрации в Египте и во Франции. Для достижения поставленной цели были сформированы следующие задачи:

- 1) рассмотреть понятия контроля и доминирующего положения;
- 2) исследовать критерии доминирующего положения;
- 3) рассмотреть понятие и виды соглашений, запрещенных антимонопольным законодательством Египта и Франции;
- 4) исследовать понятие и признаки злоупотребления доминирующим положением.

Анализ литературы. Исследование антимонопольной конкурентной политики Египта и практики ее реализации можно найти в трудах таких авторов, как Халил Тадрос, Халдун Аль-Хамдани, Сами Абдель-Баки, Омар Мухаммад Хаммад, Кадри Абдель Фаттах Эль-Шахави и др.

Использованные источники. Информационную базу исследования составили нормативные правовые акты Франции и Египта, монографии, публикации в научных сборниках, материалы международных научно-практических конференций, публикации периодической печати, Интернет-ресурсы.

Методы исследования. Методологическую основу исследования составили общенаучные и специальные методы, среди которых метод системного анализа, статистический анализ, компаративистского и нормативно-правовой анализ, историко-генетический анализ, методы структурно-функциональной характеристики изучаемых процессов и систем.

Структура выпускной квалификационной работы. Структуру работы составляют введение, две главы, соответствующие основным аспектам, поднимаемым в работе, заключение, библиографический список.

ГЛАВА 1. КОНТРОЛЬ И ДОМИНИРУЮЩЕЕ ПОЛОЖЕНИЕ

1.1. Определение контроля и доминирующего положения

Хотя небольшие развивающиеся страны сталкиваются с особыми структурными проблемами в связи с конкуренцией, их экономики, как правило, очень открыты, и специализируются на небольшом количестве точек производства, сильно зависят от импорта, когда они не могут производить на своем внутреннем производстве, внутренний рынок может быть слишком мал, чтобы обеспечить процветание более чем одного или двух предприятий.

Результатом является то, что он достигает минимальной эффективной меры (минимальной эффективности). А когда придет время составить закон о конкуренции, государственные должностные лица или законодатели могут оказаться под давлением с целью ослабить пределы нормальной концентрации рынка для повышения эффективности. С другой стороны, закон о конкуренции ошибочно воспринимается и неправильно понимается, поскольку он всегда пытается помешать компаниям расти до точки достижения доминирующего положения.

Все вышеперечисленное руководило и приводило к злоупотреблению гегемонией, поэтому статья 82 (ранее статья 86) запрещает злоупотребление сложившейся ситуацией и перечисляет некоторые методы, которые представляют собой такие злоупотребления, к которым относится: установление несправедливых покупных или продажных цен или других условий обращения (прямо или косвенно), ограничение производства, рынков или технического развития в ущерб потребителям, например, дискриминация деловых партнеров в невыгодном конкурентном положении; подвергание заключения контрактов условиям, не связанным с предметом этих контрактов, при наличии доминирующего положения, и, таким образом, многие виды практики, наносящие вред другим сторонам на рынке, могут считаться неправомерными. Часто доминирующее положение предполагается, если доля рынка превышает 50%, и его можно определить на более низких уровнях в зависимости от других

факторов. Запрет может распространиться на злоупотребления несколькими предприятиями, действующими согласованно, даже если ни одно из них само по себе не будет занимать высокую долю рынка.

Французское законодательство занимает иную позицию, разрешая практику, которая считается злоупотреблением доминирующим положением, если она соответствует тем же критериям исключения, которые применяются к ограничительным соглашениям, запрещенным при условии, что они гарантируют «экономический прогресс», и при условии, что они сохранят пользователям - справедливую долю полученной прибыли, не давая заинтересованным компаниям возможности устранить конкуренцию за большую часть задействованных продуктов. Опять же, эти стандарты применимы напрямую, без необходимости предварительного разрешения (или инициирования процедуры). Однако доминирующая фирма обязана продемонстрировать соответствие этим критериям.

Законодатель также направлен на уточнение сферы контроля за слияниями. Таким образом, понятие концентрации определяется в основном критериями доминирующего влияния (статья 1. 430-1). Мы также отмечаем, в соответствии с прецедентной практикой Госсвета, что общий филиал нескольких субъектов не может считаться контролирующим центром, если он не выполняет все функции независимого экономического субъекта на постоянной основе. Аналогичным образом, порог осуществления контроля больше не относится только к обороту соответствующих предприятий, у которых мировой оборот превышает 150 миллионов евро, по крайней мере, два из них во Франции имеют оборот более 15 миллионов евро (статья 39).

Если для нас допустимо сосредоточиться на этом исследовании на определение контроля и доминирующего положения в первом требовании, то мы чувствуем отголоски форм и индикаторов доминирующего положения во втором требовании.

Неудивительно, что политика или философия любого предприятия в отношении слияния или контроля является расширением или дополнением к его

политике монополизации или ограничения конкуренции, учитывая, что законодатель отслеживает действия, которые приводят к ограничению или избеганию конкуренции в попытке распространить конкуренцию на рынке, и, следовательно, слияние в его узком юридическом смысле. Точно так же приобретений недостаточно для покрытия действий, которые могут быть предприняты для контроля над рынком, и эти меры включают контроль одной компании над другой, будь то путем покупки ее активов или «приобретением» большинства из них, или путем покупки и контроля их акций. И это осуществляется посредством наблюдения за руководством компании или влияния на решения общего собрания, и нет никаких различий в юридических принципах, которым подчиняются слияния и поглощения, и их сила не ведет к экономической концентрации на рынке, будь то формирование монополии, ограничение конкуренции или ее избежание.

В качестве доказательства вышеизложенного, это требование разделено на две части для достижения своей цели: первая посвящена определению контроля и доминирующего положения, а вторая предназначена для определения форм доминирующего центра.

Первое: определение контроля и доминирующего положения.

В этом разделе рассматриваются два вопроса: первый - это определение контроля со ссылкой на его объем, а второй - определение контролирующей позиции в египетском и французском регионах.

А- Определение контроля:

Слово «контроль», которое очень распространено, имеет два разных значения. Есть контроль, который французское командование взяло на себя, и «контроль» в английском смысле означающее «блок управления»: говорят, что пилот управляет своим самолетом, и это означает, что диспетчер должен понимать это слово здесь, а не в своей стране.

Есть еще один термин для контроля - монопольная власть. Следовательно, это можно определить как «Компания или коммерческое учреждение, обладающее большой рыночной властью, которая позволяет ей контролировать

этот рынок путем сокращения производства, повышения цен, устранения существующих конкурентов и предотвращения их появления». Выход на этот рынок потенциальных или новых конкурентов, с целью увеличения прибыли и увеличения своей доли на этом рынке.

Это ситуация, в которой человек или группа людей, работающих вместе, могут фактически контролировать долю рынка, составляющую более 30% рынка товаров и услуг производителей. Это может привести к акценту на постоянную смену контроля путем критического влияния на независимую организацию.

Контроль в сфере коммерческих компаний бывает двух типов: фактический контроль, что означает возможность контролировать ведение дел компании, например (определение ее стратегических целей и принятие основных решений, связанных с ее деятельностью), и достигается посредством приобретения большей части капитала, но это не окончательное доказательство наличия контроля. Обе стороны составляют большую часть капитала, но они не могут на основании договорных соглашений с другими сторонами (меньшинством) принимать конкретные решения без согласия этого меньшинства. Это доказывает покупателю приобретающей компании, что он владеет менее чем половиной ее капитала и доказал эффективный контроль над ней. Без всяких разумных сомнений доказано, что лицо контролирует компанию, не имея необходимости владеть большей частью ее капитала, поскольку это лицо часто владеет 10% или 15% уставного капитала акционерного общества, чтобы получить контроль над ним.

С юридической точки зрения, человек имеет меньшую долю, чем большую часть капитала, но он может контролировать все решения, связанные с компанией, представляя его перед самым большим числом директоров или посредством договорных соглашений с другими акционерами.

Это доказывает покупателю приобретаемой компании, что он владеет более чем половиной капитала приобретаемой компании, то есть принятие количественного критерия для достижения юридического контроля, который составляет 50% или более капитала приобретаемой компании.

Принимая во внимание текст статьи (13) Закона № 3 от 2005 г.: любому, кто имеет контроль над определенным рынком, запрещается выполнять одно из следующих действий:

А- Любая процедура, которая приводит к остановке производства, производства или распространения продукта полностью или частично на определенный период или периоды. Указанный период или периоды означают период, достаточный для предотвращения, ограничения или нанесения ущерба свободе конкуренции.

В - Воздержание от заключения сделок по продаже или покупке продукта с любым лицом или прекращение отношений с ним таким образом, который ограничивал бы его свободу, вход на рынок или выход из него в любое время, включая введение произвольных или незнакомых финансовых условий, обязательств или договорных условий в отношении рассматриваемой деятельности.

Согласно положениям предыдущей статьи, любому лицу, владеющему акциями и контролирующему их покупку, не разрешается монополизировать какие-либо процедуры, упомянутые в предыдущей статье, которые могли бы предотвратить, ограничить или даже нанести вред свободе конкуренции. С другой стороны, посредством ограбления он должен воздерживаться от заключения сделок по продаже или покупке продукта с любым лицом или прекращение отношений с ним таким образом, чтобы ограничить его свободу и поставить товар под забор на рынке, который он не может сломать.

Итак, есть два способа понять валютный контроль: один означает контроль, а другой - власть или гегемонию. Чтобы объяснить это, термин «контроль» во французском понимании этого слова означает обеспечение уважения основных свобод, составляющих экономический рынок. Это простая идея, которую нужно отслеживать и улучшать. Согласно этому французскому значению, государство не вмешивается, кроме как ради компенсации, и поэтому государство вмешивается только для регулирования рынка и временно. Напротив, государство могло бы вмешаться гораздо более амбициозно,

установив контроль над английским смыслом этого слова. Соответственно, правительство контролирует идею доминирования на рынке, возможно, имея скрытые мотивы, чтобы подавить его на более длительный или более короткий период. В этом случае продолжают авторитарные решения.

Однако в законодательстве в отношении контролируемых компаний позиции разошлись:

Египетский законодатель сослался на статью (16) Закона о коммерческом секторе при определении дочерней компании, которая требует, чтобы холдинговая компания приобрела не менее 51% своего капитала, чтобы установить контроль над ним со стороны холдинговой компании, то есть, взять на себя юридический контроль.

Что касается французского законодательства, статьи (354-359) Закона о компаниях 1966 года предусматривают, что лицо приобретает 50% или более капитала целевой компании, контролируя ее, то есть принимая на себя юридический контроль, а затем возвращаясь в Закон о компаниях № 705 1985 г. в статье (355) / 1). Лицо должно владеть частью капитала целевой компании, чтобы большинство голосов на общем собрании давало ему определенный процент. Чтобы доказать, что он контролирует его, то есть берет на себя фактический контроль.

Теперь у контроля есть три общих условия: для того, чтобы слияние перешло под контроль французских властей, оно должно сначала не подпадать под исключительную юрисдикцию Европейской комиссии, а затем - общий мировой оборот без НДС., слияние компаний должно быть больше 150 миллионов евро, а общий оборот французской компании должен превышать, как минимум, две компании-участницы на сумму 15 миллионов евро. Также были изменены сроки и процедуры. Все это во исполнение французской системы 1986 года.

Мы также видим, что параграф (е) статьи 8 Закона № 3 2005 г., как и Статья 13 Исполнительного регламента гласит, что «любому лицу, контролирующему определенный рынок, запрещается предпринимать какие-либо действия». Далее

в статье содержится четкий запрет на все последующие операции, которые выполняются лицом, контролирующим соответствующий рынок. Затем появился параграф (Е), в котором оговаривается одна из запрещенных практик, заключающаяся в различении продавцов или покупателей, чьи коммерческие позиции схожи по ценам, независимо от того, покупают ли они или продают, или по любым условиям, связанным со сделкой купли-продажи.

Компания контролируется другой компанией, в то время как контролирующий институт может иметь решающее влияние на деятельность контролируемой организации. Этот потенциал должен быть реальным, но нет необходимости доказывать, что решающее воздействие действительно или произойдет.

Понятия «контроль» и «решающее влияние» специфичны для закона о контроле за интеграцией на национальном и общественном уровнях, который частично перекликается с этим. Например, понятие «контроль» в Национальном законе о контроле за слияниями не соответствует понятию «контроль» в смысле корпоративного права. Также следует отметить, что концепция «идентификации воздействия» не идентична концепции «значительного влияния», используемой при объединении счетов. Контроль может быть исключительным, то есть приобретаться через предприятие, действующее самостоятельно или совместно, то есть приобретаться несколькими ассоциированными фирмами.

Комментарий статьи 8 Закона Египта и статьи 13 Правил исполнительной власти:

1. Египетский закон гласит, что в обоих случаях практикующий специалист по ценовой дискриминации контролирует соответствующий рынок, чтобы считать эту процедуру незаконной.

2. В египетском законодательстве ничего не говорится об определении сферы его применения в отношении любых товаров без услуг, поскольку продукты в египетском законодательстве определяются как включающие товары и услуги вместе.

3. Египетский закон регулирует запрещенную ценовую дискриминацию продавцов или покупателей в одних и тех же торговых центрах. В интересах покупателей и продавцов не подвергать опасности эту ценовую дискриминацию, поскольку она снижает их конкурентоспособность или ведет к их исключению с рынка.

4. В египетском законодательстве не уделялось внимания положению лица, получившего дискриминационную цену, независимо от того, знал он об этом или нет, потому что это считалось нарушением закона или нет.

5- Египетское законодательство подпадает под действие запрета на совместную покупку и продажу.

Объем контроля:

Французский законодатель определяет объем контроля. Пункт (3) статьи (7) гласит, что его положения применяются ко всем компаниям, участвующим в слиянии, независимо от того, являются ли они сторонами ликвидации или объектом аудита, а также к компаниям, которые юридически связаны с ними. Или бизнес, связанный с этим экономически. Законодатель также хотел исключить из сферы контроля экономическую концентрацию, являющуюся результатом внутреннего роста компании или увеличения значения той же компании в результате экономического прогресса или технического прогресса. Однако законодатель предпочел, чтобы за любой сделкой, которая представляла собой внешний рост компании, осуществлялся контроль. В случае корпоративного слияния, продажа дочерней компании материнской компанией, приобретение контракта или контроля могут рассматриваться как действия, ведущие к концентрации.

Антимонопольное законодательство считает, что существует нарушение закона, когда достигается монопольный контроль или делается попытка добиться этого контроля; или сговор с целью монополизировать контроль над определенным бизнесом или экономической деятельностью.

Попытка осуществлять монопольный контроль:

Антимонопольное законодательство также запрещает попытки монопольного контроля со стороны компаний, которые не обладают монопольным правом, но проявляют антиконкурентное поведение, направленное на усиление этой власти. Необходимо продемонстрировать, что рассматриваемая компания намеревается достичь рыночной монополии и что она действовала неконкурентным образом с намерением нанести вред существующим или потенциальным конкурентам, и что существует высокая вероятность того, что конкурентная сила будет фактически достигнута. Фирмы с большой монопольной властью в развитых странах испытывают дефицит в этом секторе. Большинство обвинений сегодня направлено на попытки добиться монопольной власти, когда их монопольная власть используется во вред рынку. На рынке преобладает монополистическая конкуренция, если выполняются следующие два условия:

1. Число продавцов увеличилось до такой степени, что каждый из них стал независимым от своего поведения, независимо от влияния его политики на политику его конкурентов.

2. Отличать товары разных продавцов друг от друга. Это означает, что покупатели предпочитают, чтобы каждая сторона взаимодействовала с конкретным продавцом. Следовательно, можно сказать, что у каждого производителя есть какая-то монополия на свой продукт, но он встречает своего конкурента у других производителей, которые продают полные продукты, альтернативные его продуктам.

В- Определение доминирующего положения:

В юриспруденции некоторые определяют доминирующее положение следующим образом:

«Экономическая мощь или потенциал, которыми обладает данное предприятие для установления цен, производства, распределения и контроля произведенных объемов, а также противодействия реальной конкуренции на соответствующем рынке». Это означает, что субъектный центр является

монополистом или контролером, если именно это предприятие контролирует производство и соответствующий географический рынок.

Юриспруденция пыталась определить статус монополии, чтобы понять, существует ли монополия. Мнения по этой теме разделились на узкие и широкие. Некоторые утверждают, что центр монополии существует, когда компания не имеет конкурентов и не подвергается реальной конкуренции со стороны кого-либо, в то время как другие утверждают, что центр монополии состоит из определенных уровней важности компании или группы компаний на рынке. Соответственно, предположение о контроле устанавливается, когда этот уровень является вредным. Дело закончилось определением монопольного центра с исчерпывающим определением, которое «доступно, когда компания или коммерческое учреждение обладает значительной рыночной властью, что позволяет им контролировать этот рынок путем сокращения производства, повышения цен, устранения существующих конкурентов и предотвращения конкуренции. Увеличение прибыли и увеличение своей доли на рынке. Это произойдет только на определенном рынке.

Французский совет по конкуренции также последовал той же тенденции в своем решении от 19 ноября 1991 г., в котором он отказался применять термин «субъектная группа» к небольшому количеству субъектов, между которыми нет финансовой или организационной связи.

Было решено, что установление экономической интеграции между двумя или более субъектами не означает, что они подпадают под понятие связанных субъектов, потому что вместе они занимают доминирующее положение на определенном рынке. Поскольку необходимо установить финансовые отношения между этими компаниями или регулярные отношения между ними, чтобы их можно было рассматривать как подпадающие под понятие.

Концепция доминирующего положения над субъектом:

Это доминирующее положение в законодательстве о конкуренции, возможно, потому что мы контролируем поведение структур. Предложения некоторых экономистов, хотя и разные, могут вызывать опасения по поводу

экономического господства. В структурной концепции конкуренции, когда страна достаточно близка к идее чистой и совершенной конкуренции, основное внимание уделяется причинно-следственной связи между структурой рынков и уровнем экономического благосостояния. Таким образом, промышленные монополии или олигополии - это прецеденты, несовместимые с коллективной эффективностью. Напротив, атомарная структура рынка приведет к децентрализации принятия решений относительно экономических факторов и распределения власти. В этом анализе целевые индикаторы позволяют делать предположения об антиконкурентном поведении. Правовым последствием, конечно же, будет строгий и автоматический контроль как самих процессов концентрации, так и злоупотребления доминирующим положением.

Некоторые предприятия занимают доминирующее экономическое положение на рынке. Некоторые из этих фирм могут использовать свое доминирующее положение для создания монополий и ограничения конкуренции, чтобы они могли получать огромные прибыли, навязывая рынку свою экономическую политику.

Соответственно, доминирование понимается как ситуация, в которой коммерческое предприятие, независимо или работая с каким-либо другим коммерческим предприятием, способно контролировать соответствующий рынок для конкретного продукта или услуги или для определенной группы товаров и услуг.

С другой точки зрения, монополия или центр контроля определяет «способность организации контролировать цены на товары или услуги или избегать конкуренции, независимо от заинтересованности в ужесточении этого контроля». Для получения доминирующего положения на рынке.

В условиях контроля он должен иметь возможность практиковать свое экономическое поведение независимо от своих конкурентов и потребителей в отношении своей продукции на рынке и использовать эту способность для достижения стабильности в уровнях производства или качества безотносительно к конкурентам и потребителям.

Позиция египетского законодателя по определению доминирующего положения.

Концепция доминирования относится к идее рынка и априори приводит к анализу рынка, то есть только в отношении горизонтальных отношений между конкурентами.

Египетский законодатель работал над определением доминирующего положения в статье (4) Закона о защите конкуренции и запрещении монополистической практики № 3 от 2005 г., утверждая, что «способность лица, доля которого превышает 25% этого рынка, чтобы иметь эффективное влияние на цены или предложение на нем без того, чтобы его конкуренты имели власть, что означает, что египетский законодатель ограничил начало деятельности человека определенной частью, когда он ею владеет, и он контролирует рынок через себя, при условии что ожидаемый результат состоит в том, что эта способность влияет на цены или размер предложения на рынке с контролем некоторой доли крупных конкурентов на рынке или цены.

Соответственно, мы полагаем, что существует преобладающее мнение о том, что, когда предприятие имеет менее 25% доли рынка, оно не занимает доминирующего положения и его методы не наносят вред интересам потребителей. Таким образом, меры по защите конкуренции и уполномоченные на ее защиту стороны не привлекли внимания только потому, что были какие-то субъекты, занимающие доминирующее положение на рынке, но в то же время это было предпосылкой для разговора о нарушениях.

Что касается доли субъекта на соответствующем рынке и его позиции по отношению к другим конкурентам - конкурентных действий на соответствующем рынке в предыдущий период - количества людей, конкурирующих на соответствующем рынке, и его негативного влияния на структуру этого рынка с учетом возможности каждого субъекта и его конкурентов получить доступ к материалам, необходимым для производства. Необходимо обращать внимание на то, есть ли препятствия для выхода других на соответствующий рынок.

Законодательство Египта также определило доминирующее положение следующим образом: «Экономический потенциал, которым обладает организация, который позволяет ей создавать препятствия для поддержания эффективной конкуренции на соответствующем рынке, предоставляя ей независимую возможность в масштабе, позволяющем оценивать направление движения своих конкурентов. И их клиентов и потребителей, в конце концов».

Доминирующее положение выражает экономическую мощь или способность, которые позволяют его владельцу контролировать цены, препятствовать и предотвращать конкуренцию, а также действовать независимо от своих конкурентов и потребителей, не обращая внимания на их реакцию. Доминирующее положение имеет власть и контроль над рынком без конкурентов. Совет по конкуренции пришел к выводу, что предприятие, на долю которого приходится 80% общего оборота рынка, находится под контролем.

Контрольный сайт может принадлежать к группе субъектов, которые независимы друг от друга, но связаны с важными, прямыми и стабильными финансовыми отношениями. Соответственно, Технический комитет в своем заключении 17.10.1973 решил, что маловероятно, что центр будет доминировать над тремя независимыми компаниями на рынке пластиковых труб из-за сложности доказательства создания важного и непосредственного учреждения и стабильные финансовые отношения между тремя компаниями, производящими эти трубки в течение определенного периода, когда комитет контролировал бизнес этих компаний.

Таким образом, это было определено как ситуация, которая имеет разумный эффект при установлении или повышении цен выше конкурентной границы без потери доли рынка или даже возможности полностью избежать конкуренции.

Позиция египетского законодателя в этом отношении была прецедентом для его французских, американских и европейских коллег, которые столкнулись с четким и ясным определением гегемонии.

Исходя из вышесказанного, доминирующее положение зависит от финансовых возможностей и контроля над ценами.

Таким образом, во всех случаях необходимо учитывать, нарушает ли контроль над предприятием на рынке правила конкуренции, за исключением случаев, когда можно доказать, что его экономические методы являются неправильными и вредными для потребителей.

Прикладные исследования доминирования на египетском рынке:

- Управление по конкуренции Египта представило концепцию доминирования в своем отчете о причинах высоких цен на арматуру на египетском рынке, поскольку оно рассмотрело три условия, которые должны быть соблюдены вместе, чтобы рассматривать субъект в доминирующем положении. Это увеличение доли субъекта до 25% на соответствующем рынке, его способность эффективно влиять на цены на продукцию или объем ее предложения и, наконец, неспособность конкурирующих субъектов снизить эффективное влияние на соответствующий субъект.

В отчете говорится, что касается первого условия увеличения доли субъекта с 25% соответствующего рынка, при изучении компаний, производящих арматуру на египетском рынке, стало ясно, что «Al-Ezz Group - единственный человек, которому с 2002 по 2006 год принадлежало более 25% рынка арматуры в Египте, в то время как у остальных конкурентов их доля не превышала 25% соответствующего рынка. Следовательно, единственный человек, который имеет первый элемент контроля над рынком, путем приобретения законной доли, является Al Ezz Group, за исключением других компаний.

Что касается второго условия, связанного со способностью субъекта эффективно влиять на цены продуктов или объем их предложения на соответствующем рынке, то из документов, полученных Агентством от заинтересованных компаний, было установлено, что Антимонопольный орган продемонстрировал свое эффективное влияние при определении объема

поставки арматуры, сравнив фактическое производство Al Ezz Group с производством других компаний.

Что касается третьего и последнего условия, а именно неспособности конкурентов ограничить эффективное влияние человека на цены или предложение на соответствующем рынке, было обнаружено, что рынок арматуры характеризуется экономической концентрацией; Доля четырех крупнейших участников рынка в 2006 году составляла около 85%, что указывает на то, что большое количество конкурентов само по себе не является ограничением для поведения Al Ezz Group, и, следовательно, небольшое количество конкурентов с их небольшим рынком по сравнению с долей Al Ezz Group не препятствует доминированию из-за неспособности конкурентов Al Ezz Group ограничить свое эффективное влияние, будь то на цены или предложение продукции.

В дополнение к вышесказанному, было обнаружено, что существует ряд барьеров, препятствующих входу новых конкурентов на рынок. После изучения законодательной базы для импорта арматуры в течение исследуемого периода стало ясно, что существует ряд юридических ограничений, которые серьезно препятствуют процессу импорта, такие как демпинговые пошлины, таможенные правила для арматуры и ее компонентов, а также импортные пошлины для фурнитуры. Что касается создания нового завода как одного из способов выхода на рынок, исследование показало огромные затраты на создание новых заводов.

При наличии третьего условия контроля было доказано, что Al Ezz Group контролирует производство арматуры в Египте. Отчет продолжил расследование злоупотребления группой своим доминирующим положением на рынке и пришел к выводу, что не было нарушения статьи 8 Закона о защите конкуренции и запрета монополистической практики.

Фактически, невозможно объяснить результат, достигнутый Агентством по защите конкуренции, поскольку само государство не может способствовать усилению доминирующего положения Ezz Al-Duhailah, закрывая источники импорта арматуры. Затем эта компания нарушает свое доминирующее

положение на рынке, необоснованно повышая цены на свою продукцию, и, в конце концов, агентство по конкуренции отрицает, что вышеупомянутая компания нарушает закон. Такой результат может быть оправдан только недостаточной автономностью устройства, необходимой для его корректной работы. Это требует принятия необходимых мер по усилению независимости органа от исполнительной власти.

Позиция французской судебной системы в определении доминирующего положения.

Французские судебные органы классифицировали компании - контролируемое предприятие, то есть группу компаний, между которыми имеются организационные или финансовые отношения устанавливаются как близкие к описанию доминирующего положения. Его также можно расширить, включив в него субъекты, которые имеют семейные отношения между ответственными за них, и это также может означать субъекты, которые были связаны ограничительным соглашением о конкуренции с намерением контролировать рынок, а затем использовать это доминирующее положение на рынке для достижения своих личных целей, интересов, искажающих механизмы конкуренции на соответствующем рынке.

Комиссия продолжала требовать установления прямых и стабильных финансовых связей между группой лиц до 1979 года, когда в том же году Комиссия отказалась от этого условия, которое считалось необходимым для того, чтобы группа компаний вместе занимала доминирующее положение на рынке. Комитет решил, что доминирующее положение может возникнуть из группы несвязанных юридических или финансовых субъектов, независимо от того, объединены ли они ограничительным соглашением.

Прежде чем мы представим позицию французской судебной системы по определению доминирующего центра, перейдем к области юриспруденции. Из определения доминирующего положения, мы находим сторону юриспруденции, которая идентифицирует ее как четкое сосредоточение экономической власти в руках компания, которая позволяет этой компании оказывать давление на

конкуренцию, навязывая свое мнение своим конкурентам и навязывая свои условия своим поставщикам и клиентам, и это побуждает бывших производителей искать альтернативы.

Если комиссия по конкуренции обнаруживает, что существует концентрация, которая приводит к злоупотреблению доминирующим положением, то в соответствии со статьей (20) Закона о конкуренции в заявлении, поданном заинтересованными сторонами министру торговли, делается предложение об изменении, исправлении или прекращении действий, которые могут привести к концентрации. Условие контроля можно увидеть, когда существует независимый контроль над коммерческой емкостью рынка путем установления цен и попыток нанести ущерб конкуренции таким образом, чтобы устранить конкуренцию или вынудить конкурентов либерализовать рынок. Конкретный коэффициент, позволяющий предприятию доминировать на рынке.

С этой целью французские судебные органы приняли то же определение, что и Европейский суд, включая решение Апелляционного суда Парижа, в котором он постановил, что субъект занимает доминирующее положение на рынке, если он не заботится в значительной степени о стратегии конкурентов из других субъектов на рынке.

Случаи злоупотребления при использовании доминирующего положения:

Препятствие конкуренции - экономический синдром доминирующего положения предприятия. Французский закон о конкуренции не запрещает доминирующее положение как таковое.

Разумно, что хозяйствующий субъект не следует осуждать просто потому, что его экономические показатели превосходят конкурирующие хозяйствующие субъекты, так что это превосходство позволяет ему доминировать на рынке. Вместо этого доминирующая организация должна использовать свое доминирующее положение на рынке для искажения правил свободной конкуренции. Она достигает своих целей за счет общественных интересов. В первом абзаце статьи 8 для установления незаконной эксплуатации, которая

запрещена, требуется представить субъект, чтобы контролировать незаконное поведение и, таким образом, доказать, что центр контроля, занимаемый предприятием, является тем центром, который позволил ему практиковать незаконное поведение.

В недавнем постановлении суда французские судебные органы склонны рассматривать злоупотребление контролем; Каждое действие препятствует и ограничивает конкуренцию.

Во-вторых: формы доминирующего положения

Эти видения, направленные на контроль, разделяются и умножаются, и из этого возникает источник контроля, а также естественная и юридическая гегемония. С точки зрения субъекта, занимающего эту позицию, локус контроля, полученный одним предприятием, является локусом контроля, полученным несколькими предприятиями. Формы субъектного контроля над рынком «означают формы, в которых осуществляется контроль», что означает, что эти предприятия становятся владельцами доминирующего положения на этом рынке.

В 1963 году французский законодатель внес поправки в декрет-закон, обнародованный в июне 1945 года, что привело к четкому видению доминирующего положения предприятия на рынке, которое может занять монополию на этом рынке, что приведет к монопольному положению. Или концентрация экономического потенциала предприятия как форма контроля.

А- Типы доминирующего положения с точки зрения источника контроля: естественная монополия и законное доминирующее положение

Соответственно, естественная монополия появляется, когда определенный хозяйствующий субъект (путем сквоттинга) повышает авторитет в определенной сфере деятельности, и потребность в нем уменьшается, так что низшие и высшие предприятия становятся неспособными конкурировать, чтобы удовлетворить спрос. Для товара или продукта примером доминирующего естественного положения является контроль над производством электроэнергии, газа или воды через государственные субъекты с отдельным юридическим лицом.

Что касается Апелляционного суда Парижа, он сослался на заявление о том, что владелец доминирующего положения имеет финансовую и экономическую возможность оказывать свое эффективное влияние на рынок и что в соответствии с этой способностью он может контролировать рынок и предотвращать эффективную конкуренцию и давление на другие субъекты, работающие в этой сфере.

Проблема заключается в том, что этот хозяйствующий субъект контролирует предоставление этой услуги благодаря его способности предоставлять продукт по самым низким ценам, потому что производственные затраты постоянно снижаются с увеличением объема производства. Доминирующее положение, которое обычно имеет место в крупных хозяйствующих субъектах, является крупнейшим по размеру хозяйствующим субъектом. Размер хозяйствующего субъекта - первая гарантия низких производственных затрат, и это касается железнодорожного транспорта.

В результате, если будет сделана попытка установить принцип свободной конкуренции, единственный выход - столкнуться с уходом всех других субъектов с соответствующего рынка, а также предотвратить выход новых субъектов. Потому что невозможно достичь желаемого количества и качества продукции с теми же затратами, которые естественно понесло бы доминирующее предприятие.

Обобщая вышесказанное, становится ясно, что естественная монополия делится на три разных типа:

Первый тип включает центры естественной монополии, которые контролируются отдельными лицами, подчиняющимися частному праву. Этот тип монополии основан не на юридических текстах, как в случае с юридической монополией, а скорее является продуктом естественных условий, представленных в существовании. Один субъект для рассматриваемого продукта, например, субъекты разработки карьеров и рудников.

Второй тип отражен в доминирующем положении государства или любого лица, подчиняющегося публичному праву, что отражено в монополии компании Hawamdia Sugar Company на сахарную промышленность Египта.

Третий тип содержит смешанные доминирующие позиции, которые сочетают в себе характеристики доминирующего естественного положения, занимаемого лицом частного права, и доминирующего положения, занимаемого государством или лицом публичного права. Это доминирующее положение означает обязанность государства или одного из его институтов или органов перед лицом частного права, право концессии на использование субъекта общественного характера.

Есть несколько причин, поддерживающих и подтверждающих естественное доминирование, например, наличие множества барьеров, препятствующих выходу на рынок новых конкурентов, имидж которых превращается в препятствия естественного и правового характера. Таким образом, эта первая картина становится ясной, что один субъект, у которого есть только источники сырья, имеет право монополизировать их и действовать как дамба для предотвращения выхода на рынок других новых конкурентов. Это изображение показано для транспортных расходов и таможенных налогов, как если бы на рынке существовал бизнес, который естественным образом контролировал производство продукта. В то же время существует альтернатива этому продукту на другом рынке, и в этом случае контролирующее учреждение не может осуществлять свою монополию и в этом случае доминирующий субъект не может реализовать свою монополию и свои полномочия в отношении этого товара-заменителя на другом рынке, поэтому у него не будет другого выбора, кроме как продать по более высокой цене, чем цена контролируемого товара, чтобы иметь возможность покрывать расходы на транспортировку и таможенные пошлины.

Что касается юридических препятствий, они очевидны в законодательстве, которое дает субъекту естественный центр контроля, например, в патентном праве, которое дает изобретателю право монополизировать использование

патента в течение определенного периода времени или законодательства, регулирующего товарные знаки.

Юридическая монополия: этот тип возникает у истоков этих отношений, то есть чем выше степень концентрации в отрасли, тем выше степень монополии в ней и что из этого возникнет, если в отрасли имеется небольшое количество конкурентов. Или, если рыночные доли внутри одной отрасли сильно различаются, например, если одна компания или ограниченное количество компаний приобретают высокие доли рынка, в то время как остальные компании в той же отрасли не достигают скромных или немногих долей, или если группа компаний на рынке, чтобы ограничить доступ на рынок для новых конкурентов, или если существует негласное или открытое соглашение между некоторыми производителями. Следовательно, могут возникнуть сомнения относительно попыток снизить давление конкуренции на рынке и занять монопольные позиции. Этот компонент относится к рыночной силе продавца.

В - Типы доминирующего положения с точки зрения субъекта, обретающего контроль: индивидуальное доминирующее положение и коллективное доминирующее положение:

Как в статье 4 Закона Египта № 3 от 2005 г., так и в статье 420/2 Закона о торговле Франции приняты определения статуса индивидуального доминирования и статуса коллективного доминирования.

Статья 4 египетского закона гласит, что «контроль над конкретным рынком - это сила доминирования». Чтобы прояснить это и подтвердить то же значение, в статье 2 того же закона говорится, что под словом «лица» подразумеваются «физические и юридические лица», а также коммерческие организации, союзы, финансовые общества, ассоциации и группы лиц с разными способами регистрации и другие связанные стороны...»

На уровне Франции статья 420/2 Торгового кодекса Франции гласит, что доминирующее положение, которое может занимать субъект, также может принадлежать группе компаний.

Отдельный субъект может привести к созданию центра управления, который будет доминировать на рынке в конкретной области продукта или услуги, в соответствии с тем, что указано в статье (8) французского Указа 1/12/1986, так что один центр будет следовать из этого субъекта и доминировать на рынке. Некоторые считают, что в случае, если материнская компания и ее дочерние компании занимают доминирующее положение, можно использовать термин «индивидуальный доминирующий центр», поскольку он рассматривается как одна экономическая единица, и является уникальным в принятии решения и рассматривается как отдельной единицы.

Из вышесказанного ясно, что:

1. Индивидуальное доминирующее положение – это положение, принадлежащее единственному субъекту, который контролирует рынок и контролирует его, препятствуя или предотвращая конкуренцию. Следовательно, ни один из конкурирующих субъектов не осмелится выйти на рынок и не сможет предложить варианты или альтернативы решения для продукта или услуги, предоставляемых субъектом, контролирующим рынок. Ситуация, при которой доминирующее предприятие защищено от конкуренции с другими предприятиями, достигается, когда одно предприятие контролирует цену или предложение и, таким образом, составляет соответствующий план для этого, и закрывает глаза на реакцию других конкурентов.

2 - Коллективное доминирующее положение - это центр, принадлежащий группе организаций, связанных друг с другом, с экономическими возможностями, которыми они обладают, что позволяет им контролировать рынок, работать независимо и полностью использовать их со стороны конкурентов или других клиентов.

Субъект может достичь способности контролировать рынок благодаря своему коммерческому опыту или эффективности производства, или благодаря секрету производства, которого нет ни у одного другого субъекта, например, патенту.

- Он также может достичь этой способности, используя современные технологии и высокие технологии, которых до него никто не использовал, и все это в рамках закона. Однако, если он совершает противозаконное поведение, то такое поведение считается злоупотреблением своим положением.

- Существуют условия, ограничивающие существование коллективного доминирующего положения, первое из которых состоит в том, что в случае коллективного доминирующего центра контроль распространяется на все субъекты и не контролируется одним субъектом над другим, что означает, что экономическая способность, которой обладают все субъекты между собой с их взаимозависимостью и координационными отношениями. Презумпция существования параллельных и совместимых отношений между субъектами и наличия воли к участию в одной стратегии, которая может быть воплощена в правовых и договорных отношениях, и все это не является окончательной презумпцией.

Это то же самое, что доминирующее положение является горизонтальным, что означает, что оно возникает между субъектами, работающими на одном уровне производства, такими как соглашение между конкурентами о контроле над рынком, или что доминирующее положение является вертикальным, что относится к субъектам, которые находятся не на уровне производства, а на разных уровнях. Например, соглашение одного из производителей и одного или нескольких дистрибьюторов о контроле цен или аспектов поставки и распределения. После чего было решено, что коллективное доминирующее положение может возникать в результате субъектов или компаний, которые не связаны с юридической точки зрения, особенно со стороны Комитета по конкуренции, где это было принято в некоторых случаях, это мягкая позиция, поскольку она требует только наличия связи, даже если не конкретная, между соответствующими субъектами. В своем заключении от 24 января 1980 г. он признал существование коллективного доминирующего положения среди субъектов, в которых одна компания владеет менее 50% акций другой компании.

1.2. Признаки доминирующего положения

Поскольку доминирование связано с влиянием продавца на рынке, степень этого влияния зависит от разницы на рынках, на которых продавец выполняет свою работу. Осуществление доминирования не подлежит одним и тем же соображениям или заявлениям во всех ситуациях и обстоятельствах. Вместо этого проверка этой позиции основана на индикаторах и сигналах, которые она прогнозирует до ее появления, с преобладающим убеждением, что эти индикаторы различаются от случая к случаю.

И руководствуясь этим, индикаторы, которые ведут и помогают определить, была ли установлена доминирующая позиция, «то есть рыночная доля, которую продавец получает на рынке, за которой следует наличие препятствий для входа конкурентов на рынок». Это соответствует количественной перспективе доминирования, и это то, что нас беспокоит (это то, что нуждается в исследовании, не обращая внимания на другие второстепенные или дополнительные показатели, которые являются качественными индикаторами, такими как контроль или зависимость от производителей или финансистов и наличие конкурентных преимуществ, которыми обладает доминирующий субъект, и то, достигнуты ли результаты или субъект завершается этим, что служит индикатором существования доминирующего положения или нет, и, наконец, анализ поведения контролирующего субъекта, независимо от того, является ли он предсказывает существование доминирующего положения или нет). Чтобы прояснить это, два показателя будут представлены соответственно как два основных индикатора наличия или отсутствия доминирования:

Первый: доля рынка: *La part de marché*.

Доля рынка - это самый большой признак, с помощью которого можно определить, существует ли доминирующее положение или нет, а размер рыночной доли размер рыночной доли колеблется от большой до маленькой, что лишь указывает на то, что доля на рынке и доминирование являются

неотъемлемыми частями. Чем выше доля рынка, тем больше вероятность, что компания займет доминирующее положение. Напротив, чем меньше доля рынка, тем выше вероятность достижения доминирующего положения, и что между ними существуют положительные отношения.

Для определения доминирующего положения на основе размера рыночной доли ее формируют в трех формах: первая - большая доля рынка, что само по себе указывает на доминирующее положение, вторая - небольшая доля, что само по себе указывает на отсутствие доминирующего положения, а третья - это соотношение, которое указывает на то, что доминирующее положение было достигнуто, если не доказано иное.

- Определение размера доли рынка, согласно которому наличие доминирующего положения определяется на 85% или более в соответствии с этой долей, поскольку это показатель наличия экономической способности и степени влияния продавца на рынке, что, конечно, дает ему право действовать независимо, не обращая внимания на своих конкурентов или клиентов.

Возможно, это то, что побудило законы о конкуренции устанавливать процентные значения, говорящие о существовании монопольной власти, и эти процентные значения в большинстве случаев находятся в диапазоне от 30% до 40%.

- На основании статьи 2, параграфа (с) субъекта закона об организации конкуренции и предотвращении монополистической практики, и того, что указано в этой статье относительно необходимости учитывать то, что принимается во внимание при измерении доли контроля более 35% объема производства или общего размера рынка общества, включая производство невидимых (нелицензионных субъектов), однако, большая доля компании на рынке не является достаточным доказательством монополии, поскольку эта компания может получить 90%, но она будет не монополизировать этот рынок, потому что причина этого процента - качество его продукта, а взамен он может снизить этот процент, но он использует все незаконные средства, которые приводят к монополии.

- Рыночная власть – это начало монопольной власти, а рыночная власть представляет собой контроль производителя над значительной долей рынка соответствующего продукта, а также способность производителя повышать цены или создавать препятствия и барьеры для выхода на рынок. Новые производители выходят на рынок или исключают конкуренцию на соответствующем рынке на длительный период времени. Другие производители предоставляют альтернативные продукты, приемлемые для потребителя.

По этому поводу всегда возникает очень важный вопрос. Какая доля рынка считается достаточной, чтобы рассматривать ее держателя в ситуации рыночной власти, которая может привести к монопольной власти? Где доля рынка - первый признак наличия такой силы.

Таким образом, рыночная доля субъекта часто является важным показателем рыночной власти субъекта. Доля субъекта на соответствующем рынке измеряется одним из двух методов. Первый подход основан на измерении объема продаж субъекта на основе количества или стоимости. Что касается второго подхода, он учитывает производственные мощности продавца для рассматриваемого продукта. Некоторые считают, что первый подход больше отражает реальность воздействия субъекта на рынок, чем второй подход. Потому что продавец может производить больше, чем требует рынок, и не сможет продавать излишки продукции, которые не могут быть учтены в его рыночной доле.

Признано, что критерий доли рынка зависит не от политической власти или социального положения, а, скорее, от экономической емкости на рынке, и было обнаружено, что рыночная доля коммерческого предприятия измеряется путем разделения продукции объекта под вопросом по совокупному производству других учреждений на том же рынке.

- Помимо всего вышеперечисленного, недостаточно, чтобы продукт обладал монопольным правом, что считается нарушением закона, но он должен приобрести эту монополистическую власть способами, которые нарушают закон, или с целью образования монополии.

Рыночная власть определяется как способность компании или группы компаний повышать цены и удерживать их выше уровня, который будет преобладать в конкурентной среде в течение длительного периода времени, и это также известно как монопольная власть, когда компания получает прибыль, доминирующее положение и занимает значительную долю на соответствующем рынке, или, когда она намного превышает свою долю на рынке, долю своего крупнейшего конкурента. В конкурентных отраслях компания не может полностью влиять на цены через свой бизнес, в отличие от тех случаев, когда компания владеет 15% или 20% от общей суммы, как General Motors и Ford, две крупнейшие компании в мире. Они производят почти треть коммерческих автомобилей, а пять крупнейших компаний в мире производят половину от общего объема, что позволяет им полностью контролировать уровень цен, преобладающий на автомобильном рынке.

Таким образом, рыночная доля используется для определения конкурентной структуры отрасли и, соответственно, для определения монополии, а также для определения того, когда акции предприятий выпускаются на этом рынке, в соответствии с чем определяется наличие монополии или нет, и если доля конкретного предприятия превышает определенную долю, оно будет считаться монополистическим и потребует вмешательства регулирующих органов. Чтобы уменьшить контроль этой организации над рынком.

С другой стороны, чем больше размер доли рынка, тем сильнее она влияет на структуру рынка и конкурентов, потому что размер сам по себе является источником силы, и этот размер обеспечивает защиту от сильной конкуренции.

Индекс Хиршмана обычно используется для измерения концентрации рыночной власти и, таким образом, помогает интерпретировать рыночные данные. Индекс Хиршмана рассчитывается путем возведения в квадрат рыночных долей каждого отдельного акционера, а сфера рыночного фокуса делится в соответствии с индексом, состоящим из трех частей, его можно охарактеризовать как недостаток внимания, если он составляет менее 1000%, или

как относительную концентрацию от 1000% до 1800%, или как высокую концентрацию, если он составляет более 1800%, если мы, например, предположим, что рынок состоит из четырех компаний с рыночными долями, каждая из которых оценивается в 30% для первой и второй компании и 20% для третьей и четвертой компании; Согласно немецкому индексу 2600, этот рынок будет в центре внимания.

Соответственно, для определения доминирующего положения на основе размера рыночной доли необходимо различать эти акции следующим образом:

А- Большая доля рынка - явный признак доминирования:

Чтобы определить размер рыночной доли, нужно полагаться на правовые условия и характеристики рынка. Но этому предшествует знание того, как измерить долю рынка.

Как рассчитать свою долю рынка:

Было решено, что субъект с долей (90%) или (95%) на соответствующем рынке, несомненно, будет доминирующим положением, поскольку у него есть экономические возможности, позволяющие контролировать цены. И установить свой контроль над рынком, который вредит другим. В случае с Michelin предприятие владеет примерно (80%) рассматриваемого рынка, в то время как его конкуренты владеют только (12%). Большая доля рынка является хорошим критерием для создания доминирующего положения на стороне субъекта, но могут возникнуть особые или исключительные обстоятельства, которые нарушат нормальный ход или ход процесса конкуренции, поэтому доля рынка теряет свое значение как единственный индикатор установления доминирующего положения, а затем необходимо обратиться к другим дополнительным критериям.

В связи с этим мы обнаруживаем, что одна из двух вещей, на которые можно положиться, как мы упоминали ранее, - это вычисление объема продаж на основе количества или стоимости, и поэтому самый продаваемый субъект находится в лучшем положении, чем наименее продаваемый субъект. Это означает, что для предприятия, занимающегося продажами 20%, его рыночная

доля составляет 20%. Второе воплощается в производственной способности продавца: у более продуктивного продавца больше экономических возможностей, которые составляют основу его доминирующего положения, чем у продавца, который производит меньше. Это означает, что если предприятие производит 50% от общего объема производства товара или продукта, то его рыночная доля составляет 50%.

Сосредоточение внимания на подсчете продаж на основе количества или стоимости является самой сильной экономической возможностью которыми обладает доминирующий субъект. Чем выше объем продаж, тем выше показатель того, что контролирующее предприятие имеет большие экономические возможности, что обязательно влечет за собой его влияние на рынок и считается высшим законом. Это контрастирует с акцентом на измерение емкости как критерия для определения размера рыночной доли, и это связано с тем, что субъект может производить больше, чем требует рынок, и не может продавать некоторые товары, что приводит к невозможности посчитать невыплаченные товары в рамках рыночной доли этого субъекта.

Примером большой доли рынка является Национальное метеорологическое бюро Франции, которому принадлежит до 97% всего рынка по предоставлению метеорологических услуг и, соответственно, по мнению Кассационного суда Франции, оно занимает доминирующее положение.

Но все это не является концом, но необходимо учитывать юридически определенные характеристики рынка. Несмотря на это было доказано, что субъект, получивший большую долю на юридически признанном рынке, не рассматривается. Доля рынка важна только как индикатор доминирования, и для этого необходимо полагаться на другие дополнительные критерии для измерения достижения доминирующего положения на рынке.

Объясняя это, некоторые юристы считают, что размер доли рынка не должен быть привязан к конкретному проценту соответствующего рынка, и что это показатель наличия экономической емкости субъекта, или что размер доли субъекта относительно невелик, например, около (20%). Однако субъект

оказывает влияние на конкурентный рынок, а затем оказывается в реальной ситуации, и это тот случай, когда этот субъект имеет возможность сокращать производство и устанавливать цены в определенной географической зоне. Эта монополистическая практика несовместима с субъектом - это желание его участников подать свои заявки на другую заявку на субъект за пределами этого географического охвата. Эти методы совместимы или несовместимы со способностью свободного предпринимательства за пределами географического охвата удовлетворять потребности клиентов монопольного субъекта.

В соответствии с французским законом, мы обнаруживаем, что он не дает четкого определения концепции рынка. Только статья 38 французского указа гласит, что его положения применяются на местном рынке к альтернативным товарам, продуктам или услугам или к значительной части этого рынка. Этот двумерный эталонный рынок включает, с одной стороны, соответствующие товары, продукты и услуги.

В - Доля малого рынка:

Небольшая доля на рынке указывает на отсутствие доминирующего положения, и это означает, что субъект, имеющий долю рынка менее 10%, не считается занимающим доминирующее положение, поскольку такая слабая доля исключает существование такой позиции, за исключением особых обстоятельств, которые дают этому субъекту возможность оказать эффективное влияние на цены товаров или объем их поставок.

Если мы можем представить позицию средней рыночной доли. Это не для большой доли в размере 80% и 90%, и не для небольшой доли в размере, например, 10%, а скорее это средняя доля не более 50% и не менее более 40%.

Барьеры для входа конкурентов

Доля компании на рынке известна как градусник (компас), измеряющий ее монопольную власть на рынке, но этого недостаточно, чтобы говорить об этом. Вместо этого следует закрыть ворота на рынок перед лицом новых конкурентов. Создавая барьеры, препятствующие их выходу на рынок, или препятствуя их

расширению и развитию до такой степени, которая ограничивает их возможности.

Таким образом, основным элементом установления монополии является устранение конкурентов, присутствующих на определенном товарном рынке, и предотвращение выхода на этот рынок потенциальных и новых конкурентов, и это достигается с помощью двух типов препятствий и препятствий, которые ослабляют конкурентоспособность, что приводит к созданию монополии. Эти препятствия бывают двух типов: юридические и естественные.

Из вышеперечисленного становится ясно, что определение «входных барьеров» звучит как «барьеры и препятствия, которые намеренно помещаются в доминирующее положение на конкретном рынке, чтобы исключить его конкурентов или помешать новым конкурентам войти на него, чтобы быть уникальным на этом рынке». Египетский Закон о защите конкуренции и предотвращении монополистической практики гласит, что «любому, кто контролирует конкретный рынок, запрещается делать следующее: А ... б - воздерживаться от заключения сделок по продаже или покупке продукта с любым лицом или препятствовать свободе входить или выходить из рынка в любое время».

Среди наиболее важных монополий и запрещенных методов конкуренции:

- Заключение договоров любым способом или способом, который ведет к ограничению или сокращению конкуренции. В частности:

1) удержание или воспрепятствование другим входа на рынок или выхода из него.

2) отказ предоставить товары или услуги другому лицу с целью не допустить его выхода с рынка.

3) ограничение или запрещение учреждения или его участия в разработке, производстве, производстве или сбыте товаров или услуг.

- Совершение действий, представляющих собой неправомерное использование или злоупотребление доминирующим положением на рынке, которым пользуется учреждение или группа учреждений.

Соответственно, такое поведение считается недобросовестной конкуренцией.

Принятие мер по предотвращению или исключению предприятий от выхода на рынок, что означает, что конкурентный рынок не характеризуется препятствиями или ограничениями, которые не позволяют новым конкурентам войти на него или остаться на нем конкурентами, и это может привести к степени влияния коммерческих институтов, позволяя им создавать постоянные барьеры для новых предприятий, стремящихся выйти на этот рынок. Соответственно, организация, желающая выйти на рынок, должна сначала подтвердить наличие таких барьеров.

Причиной предотвращения выхода на рынок новых конкурентов могут быть «препятствия, созданные государством», например, трудности с получением государственных лицензий, необходимых для выхода на рынок. Что касается препятствий, создаваемых конкурентами, которые могут быть в форме горизонтального ограничения или в форме ограничения конкурентного капитала, путем предотвращения выхода новых конкурентов на рынок или исключения некоторых из них с рынка. Это достигается за счет продажи по более низкой цене, чем затраты, чтобы предотвратить конкуренцию (снижение цен), но если снижение цены имеет другую цель, то это не считается нарушением конкуренции (например, если организации нужна ликвидность, а затем продать по цене ниже себестоимости).

В этой связи мы не можем не упомянуть о барьерах, которые препятствуют выходу конкурентов на рынок, законным и естественным образом, соответственно, и, следовательно, мы должны упомянуть о снижении эластичности спроса и предложения

А - Барьеры для выхода на рынок конкурентов.

Барьеры, препятствующие выходу на рынок новых конкурентов, включают:

Правовые барьеры:

Это то, что государство устанавливает с точки зрения законов и постановлений, регулирующих работу компаний на рынке, а также их выход на этот рынок, так что работа или выход на этот рынок ограничиваются этими законами, постановлениями и законодательством. и стоит отметить, что существуют другие названия, присвоенные этим препятствиям, такие как термин «юридическая монополия», «организованная монополия» или «противоестественная монополия», который во всех случаях является той монополией, организованной компетентными органами в стране, где регулируется вход или выход на рынок определенного продукта или услуги определенными законами и постановлениями, будь то в форме прав франчайзинга или вытекающие из привилегий, предоставляемых законами, регулирующими права интеллектуальной собственности, например, патенты. Эти правовые барьеры являются наиболее серьезными ограничениями для выхода новых учреждений на рынок, и наиболее важными из этих юридических препятствий являются:

1) Публичная концессия: это особое право, предоставляемое государством компании, которая производит конкретный товар или услугу, так что производство этого товара или услуги ограничивается этой компанией, а не другими, что в результате предоставления этой концессии юридической монополии, государство обычно предоставляет общие концессии компаниям государственного сектора в отношении коммунальных услуг, таких как электричество и вода.

2) Государственные лицензии: это лицензии, предоставляемые государством для выполнения определенных работ и профессий, так что эти рабочие места или профессии не могут практиковаться без получения этих лицензий, таких как лицензия на занятие адвокатской деятельностью. Предоставление этих лицензий должно регулировать конкуренцию, а не создавать монополию, то есть регулировать конкуренцию между владельцами одной и той же профессии и предотвращать въезд других лиц, не имеющих

лицензии на занятие той же профессией, что является юридическим ограничением для других заниматься этой профессией.

3) Патенты и авторское право: это право человека владеть тем, что его разум создал из продукта (интеллекта, искусства или промышленного производства). Он имеет право монополизировать и использовать его в случае нападения посредством правовой защиты в течение ограниченного периода времени. Важность этого типа правовой монополии проистекает из желания поощрять новые изобретения и инновации с целью защиты прав изобретателей и создателей.

Это проявляется в неспособности производить продукт, который, например, защищен патентом или какими-либо правами интеллектуальной собственности, а также подпадает под действие юридических препятствий для получения государственной лицензии на ведение бизнеса или предоставление монопольных привилегий.

- Различия в товаре в глазах покупателей, например, если продавец запрашивает преувеличенную рекламу продукта, который он продает, чтобы добиться хорошей репутации или отличительной характеристики среди покупателей, отличая его от других эквивалентных товаров.

- Альтернативные стоимость и означает ценность, от которой продавец отказывается, чтобы получить другую возможность, что означает потерю возможности для продавца (бизнеса), чтобы получить другую возможность (другой бизнес). И если ценность, от которой продавец отказывается, чтобы приобрести что-то еще, более ценна, чем ценность чего-то еще, это представляет собой препятствие для выхода на другой рынок труда.

Поведение продавца и последствия на рынке. Диапазон юридических препятствий расширился, чтобы включить поведение и эффективность продавца на рынке, если он начинает предпринимать действия, указывающие на недобросовестную конкуренцию, и, как описано выше, была принята доминирующая позиция.

Барьеры для выхода на рынок также включают для коммерческих фирм с монопольной властью подготовку сложных исследований и разработок, в которых они могут контролировать рынок и вытеснять текущих и потенциальных конкурентов. Среди барьеров для входа компания также считает, что у нее больше технических знаний, чем у ее конкурентов, включая патентные лицензии, которые позволяют ей постоянно повышать цены без ее участия.

Барьеры для входа на рынок могут возникать из-за экономических возможностей контролирующего лица, будь то шаги, которые он предпринимает для рекламы продукта, повышающего спрос на него, или снижение цены на продукты по аналогичным причинам.

Естественные препятствия.

1 - Экономическая градация: это означает способность компании производить в больших количествах, что ведет к более низким затратам, поэтому чем выше объем производства, тем ниже затраты и наоборот, и это, естественно, ведет к естественной монополии. Компания последовательно снижает цены на предлагаемые товары и является естественным препятствием для выхода на рынок большой фирмы с небольшим производством.

2 - Технологическое превосходство: когда компания, обладающая технологическим превосходством, способна устранить любого потенциального конкурента и сохранить свое монопольное положение благодаря своему технологическому превосходству и концепции технического или технологического прогресса. Это одна из составляющих экономического прогресса по повышению качества или снижению его стоимости.

В - Низкая эластичность спроса и предложения.

Первым фактором, необходимым для существования рынка, является сближение спроса и предложения на товар. С другой стороны, если рассматриваемый продукт или услуга не представлены, тогда мы не находимся - вначале - по отношению к рынку, поэтому нет необходимости об определении масштабов конкурентного рынка для этого товара или услуги.

Соответственно, товары или услуги, производимые предприятием для собственного использования, не считаются частью определенного рынка этих товаров или услуг. С другой стороны, цена продукта не может быть выражением равновесия сил спроса и предложения на продукт, как в случае обязательного ценообразования на определенные товары и услуги, которые в обязательном порядке определяются по смыслу закона о конкуренции.

Кроме того, снижение эластичности спроса и предложения из-за отсутствия доступных альтернатив продукту на рынке указывает на появление монополии этой фирмы на рынке.

Это означает, что эта компания, обладающая монопольной властью, должна хорошо изучить этот рынок, а также добавить некоторые монопольные характеристики и супер-преимущества своему продукту, чтобы сделать его лучше других аналогичных продуктов и, таким образом, помешать другим коммерческим компаниям достичь этого преимущества, поскольку ее потребители не могут отказаться от этого продукта и перенаправить свой спрос на альтернативные. Этот рынок считается подходящим рынком, чтобы навязать ему свою монополию. Эта компания руководствовалась тенденцией и сделала себя спросом и местом назначения.

С другой стороны, есть и другие признаки, которые добавляются к рыночной доле и экономическим возможностям субъекта, чтобы судить о контроле соответствующего субъекта над рынком, включая технологические и технические достижения, которыми обладает субъект, что позволяет сократить производство, стоимость желаемого продукта, возможности рыночных конкурентов и потенциальной конкуренции, а также предпочтения потребителей, нормальную или чрезмерную прибыли, стабильности акций на рынке, а также некоторые виды вредного поведения, например, продажу в убыток или повышение цен на основании того факта, что контролирующее лицо является единственным, кто имеет возможность вести себя таким образом, который наносит ущерб конкуренции и репутации продукта, продаваемого другим лицам. Это является свидетельством.

Из вышеизложенного мы делаем вывод, что оценка доминирующей позиции субъекта должна учитывать несколько факторов и не ограничиваться долей рынка, а также определять соответствующую позицию субъекта в свете его текущих и потенциальных конкурентов, и также посмотрите на репутацию субъекта, коммерческую значимость, сеть точек распространения, продажи и т.д.

В связи с этим судебная власть несет тяжелое бремя оценки степени контроля или отсутствия контроля в свете обстоятельств дела и в свете предыдущих факторов и данных.

Мы также обнаружили, что некоторые продавцы могут прибегать к соглашениям, ограничивающим конкуренцию, только для того, чтобы возразить против закона спроса и предложения, который играет роль в уравнивании производства и потребления, чтобы уменьшить предложение товаров на рынке и получить высокую цену на эти продукты с целью достижения нехватки предложения и увеличения спроса, что приведёт к потере возможности клиентов получать товары или услуги по разумной цене, а также для обеспечения того, чтобы продавец оставался на рынке, это побуждает покупателей покупать товары по завышенной монопольной цене.

В заключение, есть показатели доминирования или индикаторы качества, такие как экономическая или потребительская зависимость от производителей или финансистов.

Экономическая зависимость означает неспособность зависимого предприятия отказаться от зависимости и их последствия. У доминирующего субъекта есть конкурентное преимущество.

ГЛАВА 2. МОНОПОЛИСТИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

2.1. Соглашения, запрещенные антимонопольным законодательством

Статья 66 Закона № 3 от 2005 года предусматривает запрещение соглашений и процедур, которые нарушают правила свободной конкуренции и, таким образом, оказывают негативное влияние на ведение экономической деятельности, и это включает:

- соглашения между людьми, конкурирующими на соответствующем рынке (горизонтальные соглашения);
- соглашения между человеком и любым из его поставщиков или любым из его клиентов (вертикальные соглашения);
- злоупотребление доминирующим положением лицом, контролирующим соответствующий рынок.

Чтобы прояснить некоторые концепции, нам нужно различать антиконкурентную и ограничительную конкурентную практику:

Пункт 2 статьи L. 420-2 Торгового кодекса Франции повторяет термин «запрещенный» как для антиконкурентной, так и для ограничительной практики, поскольку это может повлиять на функционирование рынка или структуру конкуренции, а также на произвольное использование компанией или группой компаний в ситуации экономической зависимости, когда компания или поставщик является клиентом в этом отношении. Этот первый текст подтверждает предыдущие доминирующие решения о том, что антиконкурентная практика должна иметь полное экономическое воздействие на рынок. Антиконкурентная практика направлена на искажение конкуренции, в то время как ограничительная практика будет иметь эффект ограничения конкуренции, фактически не искажая ее. И это не обязательно его главная цель. Однако это различие неверно, поскольку определение антиконкурентной практики включает такие действия, как картели, влияние которых на конкуренцию не доказано, и так называемые ограничительные практики,

которые включают процессы, которые явно предназначены для ограничения конкуренции.

Любая политика ограничения конкуренции на рынке считается злоупотреблением с момента, когда она исходит от компании, обладающей рыночной властью на этом рынке или на соседнем рынке, например, «давая ей возможность поддерживать эффективную конкуренцию на соответствующем рынке, предоставляя ей возможность независимого поведения в отличие от своих конкурентов или клиентов, как это определено в коллективном прецедентном праве. Обычно это одностороннее поведение компании с доминирующим положением (в исключительных случаях могут иметь место нарушения «коллективного» доминирующего положения).

Ограничительная практика (картель) также отличается от монополии тем, что первая требует заключения соглашения между конкурентами, чьи интересы находятся в конфликте, для поиска общей цели между ними, поскольку в таком соглашении нет срочной необходимости в монополии, потому что общая цель, ради которой борются ограничительные методы, достигнута, фактически достигнута монополистом. Кроме того, картель требует одобрения группы дилеров, а монополист - это одно лицо.

Если критерии для определения доминирования на рынке одинаковы в контексте наказания за злоупотребление доминирующим положением в контексте доминирующего слияния, с этого момента необходимо проводить различие между доминирующими истеблишментом, которые имеют место. В рамках контролируемых слияний - от злоупотребления доминирующим положением - в соответствии с Рамочным законом о антиконкурентной практике.

Короче говоря, создание доминирующего положения и, в более общем плане, ограничение конкуренции посредством продвижения одного или нескольких субъектов на рынке в результате таких транзакций, как приобретение, слияние или создание нового предприятия, короче говоря, , «структурными» процессами.

Компетентные органы часто являются политическими (например, министр экономики Германии или Франции, министр промышленности Великобритании) и контролируют слияния.

Таким образом, мы находим критерии, которые приводят к менее строгим запретам на концентрацию, чем антиконкурентная практика, поэтому соглашение о ценообразовании будет жестким, даже если оно касается только небольшой части рынка, при этом требуя строгих ограничений для конкуренции на рынке. Более того, «безопасное» сосредоточение на других критериях анализа может быть проще, чем сосредоточение внимания, на таких как «широкая общественность» в Соединенном Королевстве или экономический и социальный бюджет во Франции, что может оправдывать обязательное сосредоточение внимания с отрицательным конкурентным балансом.

С другой стороны, может существовать много типов монополистической практики, которую некоторые производители услуг и товаров применяют для достижения своего монопольного положения на рынке, и многие из этих практик могут быть результатом недавних интеллектуальных, экономических и политических событий. В последнее время, эта практика имеет несколько форм, таких как горизонтальный контроль, вертикальный контроль, а также операции по слиянию и поглощению.

Закон гласит, что его положения применяются ко всем видам деятельности, наносящим ущерб конкуренции, независимо от того, осуществляются ли они в стране или за границей, и препятствуют движению и росту египетского экспорта. Закон также перечислил запрещенные методы и выделил некоторые из них. В этих запрещенных практиках было оговорено, что они должны выполняться лицами, занимающими доминирующее положение на рынке, и эти лица были определены как работающие вместе и владеющие долей более тридцати процентов товарного рынка или стоимости, определенной Агентством, в зависимости от того, что меньше.

Определение договоров:

В статье 85 Римской конвенции (в настоящее время статья 81) говорится, что она «несовместима с общим рынком и запрещает все соглашения между субъектами, а также все решения и практики соответствующих органов власти и практики, которые могут повлиять на торговлю между государствами-членами с целью предотвращения или ограничения конкуренции на рынке».

Что касается статьи (10) исполнительных положений Закона о конкуренции Египта, в ней говорится, что «соглашения и контракты, заключаемые между лицами, конкурирующими на соответствующем рынке, включают письменные и устные соглашения и контракты».

Основная идея этих текстов и всех правовых систем заключается в том, что соглашения и консультации между предприятиями на соответствующем рынке не запрещены, если только они не приводят к ограничению или предотвращению конкуренции на рынке и превышению определенного предела. Это допустимо в связи с тем, что какое-либо соглашение не регулирует, не ограничивает и не запрещает конкуренцию. Между заинтересованными субъектами были заключены некоторые соглашения, которые не считаются неполными или антиконкурентными, и поэтому они не подпадают под запрет, как если бы соглашение было между некоторыми субъектами, доля рынка которых не превышает 10%, это неэффективное и невидимое соглашение на рынке.

Соглашение между субъектами зависит от трех элементов: соглашения, заключаемого между конкурентами, и его целью является организация конкуренции между ними. Это равнозначно тому, является ли соглашение явным или подразумеваемым, прямым или косвенным, если его основной целью является блокирование или ограничение конкуренции на соответствующем рынке.

Этим постановлением 4 мая 1993 г. Французский кассационный суд постановил, что запрет, предусмотренный статьей 7 Декрета 1/12/1986, применяется только в том случае, если соглашение оказывает существенное влияние на конкуренцию.

Следует отметить, что статья (81) Конвенции освобождена от запрета и запрещения соглашений, если они приводят к увеличению уровня производства, распространения или технического прогресса. Такое же исключение предусмотрено в статье 420/4 Торгового кодекса Франции.

Кроме того, каждое соглашение, ограничивающее конкуренцию, обязательно подразумевает проявление независимой воли с целью создания единой системы поведения на конкретном рынке, независимо от места ведения бизнеса на этом рынке, и что такое поведение ведет или направлено на искажение конкуренции на этом рынке. Соответственно, текст французского законодательства запрещает соглашения, регулируемые деньгами, и соглашения, регулируемые продуктами и услугами, которые направлены на фиксирование цен или ограничение производства или на реализацию любой политики, которая ограничивает или нарушает правила свободной конкуренции.

Согласно заключению технического комитета конвенций, законодательное регулирование договоров распространяется на все, что подлежит экономической оценке, что может быть предметом производства или обмена.

До принятия Закона о доверительном управлении в коммерческих сделках (67-835) 28 сентября 1967 года действие закона от 30 июня 1945 года не применялось к соглашениям о недвижимости и передаче, а также к соглашениям, заключенным в отношении передаваемых ценностей, в соответствии с буквой закона.

Ввиду общего характера текста после поправки к закону, принятой в 1967 году, стало разрешено включать операции, связанные с недвижимостью, а также операции, связанные с движимыми ценностями.

Из этого ясно, что монополистические практики, в свою очередь, делятся на два типа: первая в первом разделе, которая представляет собой горизонтальные практики и вторая во втором разделе, которая представляет собой вертикальные практики.

Первая разновидность: горизонтальные соглашения

Незаконные соглашения изначально подпадали под действие положений статьи 419 Уголовного кодекса Франции и статьи 50 (59 ожидающих поправок) закона от 30 июня 1945 года, а затем эти соглашения вступили в силу после издания закона № 86-1243 от 1 декабря 1986 года о свободных ценах и свободной конкуренции.

С точки зрения экономического статуса сторон соглашения делятся на горизонтальные и вертикальные со следующими деталями:

Горизонтальные соглашения

Это соглашения, заключаемые между заинтересованными предприятиями на одном уровне производства или распределения и производства аналогичных товаров, то есть соглашения, заключаемые между конкурентами в той же деятельности или в той же области. С целью предотвращения конкуренции на рынке, ограничения производства, разделения рынков и установления между ними сфабрикованных цен. Это соглашения, в соответствии с которыми группа участников организации собирается, чтобы создать иллюзию конкуренции на рынке. Дело в том, что у клиентов нет реального выбора и они только могут принять цену, установленную сторонами договора.

То же самое относится к соглашениям между юридическими или физическими лицами. Это то, что постановил Апелляционный суд Парижа 3 мая 1990 года, заявив, что «добровольные соглашения и союзы, которые выходят на рынок и которые запрещены, могут быть доступны не только между субъектами, но также между юридическими или физическими лицами, участвующими в некоторой экономической деятельности, и они имеют право по соглашению между ними изменять естественные условия рынка».

Таким образом, горизонтальный контроль означает: соглашения и союзы, в рамках которых учреждения, производящие аналогичные или похожие товары на одном рынке, могут ограничивать производство или устанавливать цены на определенном уровне, который союзники считают подходящим и не отражающим реальность спроса и предложения на рынке, и такого рода союзы и

соглашения могут быть задокументированы и записаны и могут быть подразумеваемыми.

Нет никаких сомнений в том, что рост конкуренции между коммерческими предприятиями может привести к снижению цен на товары и услуги, предлагаемые этими учреждениями, что, в свою очередь, приведет к тому, что конкурирующие коммерческие предприятия заключат соглашения и союзы, содержание которых состоит в ограничении производства, определении цены или разделе рынка с целью контроля рынка, с одной стороны, и достижения высокого уровня прибыльности, с другой стороны.

Таким образом, такие соглашения и союзы между коммерческими предприятиями могут устранить конкуренцию в конкретной отрасли и достичь монопольного положения, в результате чего эти предприятия получают монопольную прибыль, которую они могли бы не достичь в условиях конкуренции.

Тогда предыдущее определение совпадает с фразой, что «все соглашения, заключенные между двумя или несколькими субъектами, находятся на равной основе или на одном уровне экономического процесса, например соглашения между несколькими субъектами, каждый из которых производит один и тот же товар или каждый из них распространяет один и тот же продукт».

Горизонтальные соглашения не вызывали разногласий - ни на уровне юриспруденции, ни на уровне судебной системы - потому что предприятия, которые находятся на одном экономическом уровне, например, как, например, группа производителей одного товара, фактически являются конкурирующими субъектами, поэтому соглашение, объединяющее эти субъекты с целью ограничения конкуренции, запрещено в соответствии со Статьей 7 (ранее Статьей 50).

Позиция французского права в этом отношении соответствует европейскому праву, а горизонтальные соглашения запрещены статьей 85 Римской конвенции.

Подтверждая вышесказанное, они представляют собой соглашения и союзы, в которых компании, производящие аналогичные или похожие товары, вступают в сговор на одном рынке, чтобы ограничить производство или установить цены на уровнях, которые отражают волю альянсов и не отражают реальные силы спрос и предложения. Этот тип может принимать форму импортных или экспортных картелей и связанных с ними соглашений или международных картелей.

Таким образом, горизонтальные соглашения, ограничивающие конкуренцию и способствующие формированию монополий, могут быть охарактеризованы следующим образом:

1- соглашения об установлении цен, включая цены на импортируемые или экспортируемые товары;

2- сговор между предприятиями;

3- соглашения и договоренности о разделении рынков и клиентов, письменные или подразумеваемые;

4- соглашения о разделе продукции или продаж между участниками рынка в соответствии с определенными квотами;

5- принятие коллективных мер для предотвращения работа с конкретным местным или иностранным предприятием.

Вторая разновидность: вертикальное соглашение

Это соглашения, которые заключаются между субъектами на разных уровнях, например, соглашение между поставщиками и потребителями. Они похожи на соглашения между фирмами, работающими на одном рынке, и не конкурирующими друг с другом, что создает угрозу закону спроса и предложения. Эти соглашения направлены на контроль определенных аспектов контрактов на поставку и продажу, установление более низкой цены или повышение цены и т.д.

Под вертикальным контролем понимаются соглашения между фирмами, занимающими разные позиции в цепочке производства и распределения, эти

договоренности влияют на торговлю; когда учреждения не имеют доступа к распределительным сетям.

Эти соглашения отражаются в так называемой территориальной ограниченности, которая представляет собой соглашение, запрещающее дистрибьюторам размещать товары за пределами заранее определенных географических областей или путем ограничения продаж, и это соглашение, которое делает покупку одного продукта условием покупки другого. Продукт с той же торговой маркой, и первый продукт - это так называемая политика продаж.

А также исключительное требование ведения бизнеса, которое представляет собой договоренность, ограничивающую деятельность в определенной области определенным учреждением, и это приводит к тому, что другие дистрибьюторы не могут продавать свои товары и, наконец, выплачивать суммы или предлагать стимулы в форме снижения цен в обмен на отказ распространять и продавать продукцию конкурирующих организаций.

Глядя на прошлые соглашения и процедуры, мы обнаруживаем, что они представляют собой группу с одной облигацией, которая контролирует рынок через союзы и соглашения между покупателями и продавцами, и где они могут быть лидерами с точки зрения ценообразования или выявления дилеров. Рынок и эти практики сосредоточены на увязке одной проблемы с другой, например, требуя, чтобы все продукты предлагались конкретному покупателю, покупая конкретный продукт, предлагая продукт при покупке другого продукта, который может быть в стагнации или депрессии, или предлагая продукт на условиях перепродажи по цене не ниже определенной наценки. Это достигается за счет ряда соглашений, наиболее важными из которых являются:

Выплата определенных сумм или предоставление стимулов в виде низких цен в обмен на отказ от распространения продукции конкурентов. Региональные ограничения, которые не позволяют дистрибьюторам продавать продукцию за пределами заранее определенных географических регионов.

Исключительная коммерческая оговорка, запрещающая дистрибьюторам продавать продукцию

- Ограничение продаж таким образом, что покупка продукта становится условной покупкой другого продукта с той же этикеткой, что и первый продукт, в так называемой политике «загрузки» при продаже.

Вертикальный контроль: это соглашение между рядом конкурентов о разделении рынка на определенные регионы в соответствии с объемом продаж и местонахождением потребителей, а ценовая дискриминация относится к случаям монополистической практики.

Это относится к тем соглашениям, которые объединяют два (или более) субъекта, каждый на разном уровне экономического процесса. Например, соглашения между производителем продукта, с одной стороны, и дистрибьютором продукта, произведенного первым, с другой, или между производителем продукта и несколькими дистрибьюторами, или между группой производителей, с одной стороны, и с другой стороны, группой дистрибьюторов.

Частично судебная практика рассматривала вертикальные соглашения, выходящие за рамки применения статьи 50 в прошлом (недавно статья 7), и они опротестовали это, заявив, что присутствие сторон соглашения в разных уровнях производственного процесса предотвращает конкуренцию между ними и, следовательно, препятствует заключению соглашения в том смысле, который предусмотрен законом.

Это мнение возникло на основании решения Апелляционного суда Парижа по делу Николаса Брандта, согласно которому суд отказался подчинить одно из вертикальных соглашений пунктам 2-3 статьи 59 (которая позже стала статьей 50 Указ от 30 июня 1945 г., а затем статья 7 закона от 1 декабря 1986 г.).

Соглашение об ограничении конкуренции было заключено в связи с соглашением о франшизе, поскольку это соглашение включало условия, которые считались ограничивающими конкуренцию на рынке, и суд постановил, что соглашение о франшизе, включая ограничительные условия конкуренции, содержащиеся в этом соглашении, не являются при условии юридических

соглашений, и это заявление подтверждается Соглашением, имеющим обязательную силу для компании.

Этот аспект юриспруденции был основан на доводах в его пользу, что он имеет исковую силу, то есть что французское право должно соответствовать и гармонизироваться с европейским законодательством о конкуренции, если европейское законодательство о конкуренции подчиняется правилу статьи 85 Римского закона. Соглашение такое же, как и для горизонтальных соглашений; Во французском праве нет оправдания этому различию.

Похоже, что это мнение было принято французским законодателем с тех пор, как был издан последний французский закон об организации соревнований, а именно законодательный указ, изданный 1 декабря 1986 года, в полном соответствии с европейским законодательством.

Кроме того, предыдущее постановление, названное «Николас Брандт», было отменено постановлением, вынесенным 11 июля 1962 года Кассационным судом Франции, из-за отсутствия причинно-следственной связи.

С другой стороны, мнения Французского комитета, а затем Французского совета по конкуренции пришли к выводу, что тенденция к стандартизации правил как для горизонтальных, так и для вертикальных соглашений поддерживается. Технический комиссар по конвенциям придерживался этой точки зрения в 1974 году в деле о взимании платы за проезд.

Комиссар постановил в своем годовом отчете за 1974 год, что пункт 2 статьи 59 (которая стала статьей 50) применяется к вертикальному соглашению между группой производителей определенного товара или услуги, с одной стороны, и дистрибьюторами в отношении этого продукта, с другой стороны, в той степени, в которой эти соглашения подпадают под действие статьи 59, параграфа 2 является таким же в отношении соглашений, заключенных между несколькими производителями определенного продукта или услуги, или соглашений, заключенных между дистрибьюторы этих услуг.

Другими словами, вертикальные соглашения подлежат законодательному регулированию конвенций, как и горизонтальные соглашения.

Вертикальные соглашения ограничивают конкурентоспособность компаний, владеющих правами на франчайзинг или торговую лицензию и несущих ответственность за распространение товаров или услуг, производимых производителем, которые заключают с ним эти соглашения. Эти соглашения обычно содержат условия, связанные с конкуренцией, обязательно включающие ограничения на нее, такие как указание географической зоны или, например, запрещение дистрибьюторам продавать товары другим производителям.

Запрет горизонтальных и вертикальных соглашений, негативно влияющих на конкуренцию:

Египет издал Закон о защите конкуренции и запрещении монополистической практики № 3 от 2005 года, чтобы рыночные механизмы выполняли свои функции в свете преобразований Египта и принятия рыночной экономики в качестве альтернативы экономике, ориентированной на защиту. Конкуренция путем установления набора правил и положений, издаваемых правительством в отношении соглашений между компаниями, которые ограничивают конкуренцию или поощряют злоупотребление монополистическим и доминирующим положением на рынке.

Одной из наиболее важных особенностей египетского закона о конкуренции является то, что он криминализирует действия, которые могут нанести ущерб конкуренции, поскольку он запрещает соглашения или контракты между конкурентами, которые могут повлиять на конкуренцию или ограничить ее.

Любое соглашение или контракт между конкурирующими сторонами является формой горизонтального соглашения, и именно этому следовали французский законодатель и Римская конвенция 1957 года, учредившая Европейское экономическое сообщество. Оно также запрещает любые соглашения или контракты между лицом и любым из его поставщиков или клиентов. Если это ограничивает конкуренцию, то любое соглашение или контракт между человеком и любым из его клиентов, который снижает

конкуренцию, считается запрещенным, а вертикальное соглашение наносит ущерб конкуренции.

Соответственно, 4 мая 1993 г. Французский кассационный суд постановил, что запрет, предусмотренный статьей 7 Декрета 1/12/1986, применяется только в том случае, если соглашение оказывает значительное влияние на конкуренцию. Следует отметить, что статья 81 Римской конвенции включала исключение для соглашений, если они приводят к повышению уровня производства, распределения или технического прогресс, как предусмотрено в том же исключении в статье 420/4 Торгового кодекса Франции.

Французское законодательство посредством статьи 1-420L Торгового кодекса Франции запрещает ряд видов экономической деятельности и методов, которые могут повлиять на конкуренцию на рынке или нанести ей вред, и к ним относятся следующие:

Все процедуры, соглашения и все явные и подразумеваемые союзы, даже те, которые возникают при прямом или косвенном посредничестве компании, связанной с субъектом за пределами Франции, когда они нацелены или могут каким-либо образом повлиять на предотвращение, ограничение или нарушение передвижения конкуренции на рынке, и, в частности, когда:

- ограничивают доступ на рынок или свободное осуществление конкуренции для других фирм;
- препятствуют формированию цен, которое происходит в результате свободного и естественного движения рыночных механизмов, путем искусственных попыток их повышения или понижения;
- приводят к перераспределению рынков или источников поставок.

Поскольку горизонтальные соглашения не заключались между прямыми конкурентами, они, как правило, были менее строгими с точки зрения антимонопольного законодательства, чем горизонтальные соглашения, а некоторые вертикальные практики применялись суровыми санкциями.

Как упоминалось ранее, все соглашения, ограничивающие конкуренцию, горизонтальную или вертикальную, запрещены, и это то, к чему стремился

египетский законодатель с момента принятия Закона о конкуренции, который предусматривает, что уведомления должны поступать от людей, как только они их получают.

Именно это постановил Европейский суд, заявив: «Статья 85 Римской конвенции (теперь статья 81) четко относится ко всем соглашениям, которые влияют на конкуренцию на рынке, и не проводит различия между этими соглашениями, независимо от того, были ли они заключены между конкурентами в одной и той же области или между конкурирующими участниками торгов. Кроме участников торгов, которые находятся на разных уровнях, и, следовательно, вертикальные и горизонтальные соглашения подпадают под действие правила данной статьи».

2.2. Злоупотребление доминирующим положением

Закон о конкуренции касается только запрета компаний, злоупотребляющих своим доминирующим положением, но не самого доминирующего положения. То есть порог, при котором наблюдается доминирование и, таким образом, может быть визуализировано потенциальное злоупотребление, варьируется и может быть выше в небольших странах. Однако во многих коммерческих секторах внутренний рынок малых и средних экономик слишком мал, чтобы позволить даже одной компании достичь минимального эффективного диапазона. Эти производители должны продавать свою продукцию как на внутреннем, так и на международном рынке. Поэтому в небольших странах экспорт - это норма. Целью закона о конкуренции является обеспечение того, чтобы успешные иностранные компании не вели себя анти конкурентным образом и не использовали потребителей в своих странах.

Другая концепция конкуренции заключается в том, чтобы видеть только один способ достижения определенных целей, а именно - достижение общего благосостояния (высшая роскошь) и лучшего распределения ресурсов. Таким

образом, инновации и технологический прогресс должны быть беспроигрышными для инновационной компании. Следовательно, обязательно существует разрыв между инновациями и утверждением лидерства. Поэтому крайне важно защитить его от конкурентов, даже если он занимает доминирующее положение или находится наравне с другими компаниями. Закон о конкуренции является необходимым препятствием для практики конкуренции, не препятствуя инновациям. Мы понимаем, что эта концепция используется именно в случае злоупотребления доминирующим положением со стороны могущественных корпораций.

Возможно, то, что это понимал египетский законодатель, что и сделало это гарантией выживания доминирующего положения, и нужно стремиться выяснить, является ли осознание этого злоупотребления его намерением или нет. Это не означает, что коммерческая компания имеет монопольную власть на подходящем рынке, но это обязательно означает, что она осуществляет незаконную монополию. Суть этой власти заключается в естественной монополии или пользовании юридической привилегией, предоставленной ей правительством, или даже в том, что ее продукт имеет определенные характеристики, которые отличают его от других.

Не говоря уже о том, что египетский законодатель в статье 5 законосубъекта, регулирующий конкуренцию и предотвращающий монополистическую практику, упомянул некоторые примеры злоупотребления монопольной властью, такие как отказ проводить сделки, обязательные соглашения, дискриминационное ценообразование и препятствия для выхода на рынок.

Определение злоупотребления доминирующим положением

Что касается французского законодателя, то в статье (420/2) Торгового кодекса Франции не было определения понятия незаконного использования позиции, контролирующей рынок. Вместо этого в нем указывались действия, которые субъект по наблюдению за рынком может предпринять, чтобы препятствовать конкуренции со стороны других фирм. Примеры таких процедур

включают (отказ от продажи без уважительной причины, продажа на произвольных условиях, дискриминация в отношении различных субъектов, участвующих в субъекте контроля над рынком, произвольное прекращение коммерческих отношений).

Это монополистическая антиконкурентная практика, направленная на сохранение, укрепление или использование доминирующего положения. Сильной стороной этой доминирующей компании является способность заключать соглашения со своими конкурентами из малого бизнеса и играть доминирующую роль на рынке, предоставляя въездные визы новым компаниям, конкурируя или обходя некоторые монополистические методы, чтобы уйти от конкуренции на рынке.

Необходимо различать злоупотребление доминирующим положением и критерий контроля как инструмент оценки негативных последствий процесса экономической концентрации. В первом случае приобретение контрольной площадки самим субъектом не запрещено или незаконно, скорее, нарушение заключается в неправильном использовании этого условия контроля, тогда как в случае контроля операций экономической концентрации с использованием стандарта контроля создание или укрепление самого центра контроля запрещено, независимо от того, используется это условие контроля или нет.

Неправильное использование центра управления - это форма незаконной практики, которая требует выполнения определенных условий или конкретной рыночной ситуации, занимаемой физическим лицом или компанией, чтобы иметь возможность внедрить эту практику и наиболее важные условия, которые должны быть выполнены. Это компания или лицо, обладающее рыночной властью, с помощью которой он может контролировать или влиять на цену рассматриваемого продукта.

Злоупотребление доминирующим положением или практика исключения: когда компания настолько сильна, что может работать, не учитывая и не исключая своих конкурентов. Злоупотребление методами доминирования и исключения может включать в себя повышение цен (меньше, чем затраты на

устранение конкурентов с рынка и последующее их устранение после того, как они уйдут) или перегрузку торговых сетей (дистрибьюторам не разрешается предлагать продукцию конкурентов), за исключением конкурентов с рынка, не позволяя конкурентам добраться до основных объектов (чтобы транспортная компания не могла выгружать товары около адресата).

Таким образом, лицо считается контролирующим соответствующий рынок согласно египетскому законодательству, если оно выполняет в общей сложности три условия:

1- увеличение доли физического лица до (25%) на соответствующем рынке, и эта доля рассчитывается на основе двух компонентов этого рынка: связанных продуктов и географического охвата вместе, в течение определенного периода времени;

2- способность человека эффективно влиять на цены продуктов или объем их предложения на соответствующем рынке;

3 - никакие конкуренты не могут ограничивать свое эффективное влияние на цены или предложение продуктов на соответствующем рынке.

Кроме того, контролер на соответствующем рынке должен принять меры, которые могут отрицательно повлиять на конкуренцию, чтобы криминализовать это действие в соответствии с законом. Таким образом, контроль над рынком сам по себе не является запрещенным действием, скорее, контролирующему лицу запрещено злоупотреблять этим контролем.

Условия для достижения злоупотребления доминирующим положением:

Первое условие: наличие доминирующего положения.

Второе условие: наличие монополистической практики, представляющей собой конкурентное правонарушение.

Третье условие: преступление наносит ущерб торговле.

Четвертое условие: нарушение должно предотвращать, ограничивать или наносить ущерб соревнованиям.

Следует отметить, насколько важно определить предполагаемую монопольную власть производителя, без которой он не может осуществлять монополистические меры, влияющие на рынок рассматриваемого продукта.

Случай монополистической конкуренции:

Эта ситуация воплощается в присутствии большого количества мелких продавцов, производящих похожие, но асимметричные товары, и этот случай считается показателем существования конкуренции между большими группами товаров. В одном районе около 100 небольших продуктовых магазинов. Магазины, продающие аналогичные товары. Товары могут быть одинаковыми, но различия в обслуживании и местоположении могут сделать эти товары отличными друг от друга. В этом случае каждый продавец конкурирует с другим продавцом.

Формы злоупотребления доминирующим положением (монопольной властью)

Монопольная власть существует тогда, когда у компании нет конкурентов, и она не подвергается реальной конкуренции ни с кем. Хотя некоторые считают, что монопольная власть состоит из определенных уровней важности компании или группы компаний на рынке, что приводит к презумпции установления контроля, когда этот уровень является вредным. Подобно тому, что видят другие, монопольная власть означает, что компания может действовать свободно, не придавая веса конкурентам, потребителям или даже дистрибьюторам. Путем сокращения производства и повышения цен, устранения существующих конкурентов и предотвращения выхода потенциальных или новых конкурентов на этот рынок с целью увеличения прибыли и увеличения своей доли на рынке.

Пример:

Подобно злоупотреблению монопольной властью, коммерческая фирма с монопольной властью и желанием создать монополию или сохранить существующую монополию снижает цену на свой продукт, что само по себе является законным методом, но иногда это так. Незаконный метод стремления компании к монопольной власти включает в себя устранение своих конкурентов

и поднесение крупных убытков, поскольку эта компания производит сырье, которое одна или несколько компаний используют для производства товара, поэтому компания, обладающая монопольной властью, сокращает свое производство и поднимает цену на этот товар по мере его продажи. По цене ниже, чем цена на сырье, которое компания покупают у других конкурентов, и этот метод называется сжиганием цен, и тогда эти конкурирующие компании оказываются в беде. Незавидное положение между высокой стоимостью производства и низкой ценой на рынке вынуждает их покинуть этот рынок и, таким образом, эта компания добивается монополии на этом рынке.

Злоупотребление монопольной властью варьируется от неправомерного использования патентов, когда коммерческая фирма, обладающая монопольной властью на подходящем рынке, намеревается приобрести права на использование всех патентов, которые появляются в ее сфере деятельности, чтобы предотвратить появление новых конкурентов. Войдите на рынок и усилите контроль над этим рынком.

Однако это относится к злоупотреблению монопольной властью в связи с тем, что компания, обладающая монопольной властью, угрожает потребителям ответными мерами, если они прибегнут к покупке продукции конкурентов.

Определение объема, в котором будет измеряться степень достигнутого им контроля в соответствии с требованиями различных законов о конкуренции.

Хотя статья 8 законодательного указа, изданного 1 декабря 1986 года, не приняла во внимание формулировку, принятую законодателем в 1963 году, которая включала запрет на злоупотребление доминирующим положением в статье 50 закона 1963 года. Эта формулировка определяет, что доминирующее положение предприятия на рынке принимает форму монополии или явной концентрации экономических возможностей.

Доли рынка также могут контролироваться, в зависимости от обстоятельств, лицом, которое уже контролирует (независимо или совместно) другую компанию, или, в качестве альтернативы, несколькими людьми (которые фактически контролируют другую компанию) в сотрудничестве с фирмами. В

этом контексте термин «лицо» включает органы общего права, органы частного права и физических лиц. Считается, что конфискация имущества отдельными лицами приводит к постоянному изменению структуры соответствующих предприятий только в том случае, если они осуществляют другие виды экономической деятельности за свой счет или если они контролируют хотя бы еще один субъект.

Первое: значение злоупотребления

Злоупотребление можно определить как «действия организации, занимающей доминирующее положение на рынке, по ограничению или подрыву конкуренции». Или это «методы и процедуры, которые в первую очередь вредят процессу конкуренции. Некоторые определили злоупотребление как нарушение и злоупотребление правом и причинение вреда другим».

До тех пор, пока роль юриспруденции не пришла к определению понятия преступления «как объективной идеи, связанной с процедурами контролирующего органа, которые могут влиять на структуру рынка таким образом, чтобы ослаблять и препятствовать или предотвращать конкуренцию. Рост за счет использования средств, отличных от тех, которые используются в нормальной конкуренции или в нормальных рыночных условиях».

Это не было конечной точкой, но другая сторона заявила, что «это коммерческая практика препятствует конкуренции, которую может принять доминирующая фирма для сохранения или усиления своего положения на рынке».

И чтобы объяснить это, он призван прояснить идею, что злоупотребление – это не то, что приводит к намерениям преступника, а, скорее, действия ответственного предприятия (злоупотребление доминирующим положением). Как неизбежное следствие этого, организация, занимающая доминирующее положение, имеет право присутствовать на арене конкуренции и применять соответствующие правовые методы конкуренции, которые не являются препятствием для легитимности.

Это также было определено как практика, которая соответствует по своему характеру и результату применения освобожденных дискриминационных соглашений, суждением, но отличается от нее только источником. Есть типы преступлений, которые являются законными, допустимыми, например:

1) злоупотребление, возникшее в результате применения положения закона, то есть в связи с прямым юридическим обязательством;

2) злоупотребления, ведущие к экономическому развитию, которое принесет пользу потребителям и пользователям соответствующих продуктов и услуг;

3) деятельность лиц публичного права в качестве объектов общественного пользования или стратегических и важных объектов.

Статьи 85 и 86 относятся к ограничительной и неправомерной практике, но не к межсубъектным концентрациям. Даже если в ходе этого разбирательства Европейский суд признал юрисдикцию статьи 86 при определенных обстоятельствах, это не выглядело безразличным. Необходимо было иметь общий текст, позволяющий общественности контролировать фокус между субъектами, поскольку процессы реструктуризации были предусмотрены после завершения работы на местном рынке в 1993 году. Не следует позволять компаниям создавать или расширяться путем отказа в сделках (слияниях, поставках и т. д.) совместные предприятия с доминирующими позициями, препятствующих эффективной конкуренции. Чтобы гарантировать, что эти доминирующие позиции не будут признаны, по их решению можно предоставить группе (комитету) полномочия контроля над ожидаемыми операциями корпоративной концентрации. После двусторонних переговоров текст был окончательно принят (под председательством Франции); Он вступил в силу 21 сентября 1990 года.

Кроме того, предварительная фиксация системы мониторинга отныне требует, чтобы для каждого субъекта, сосредоточенного на внутренних аспектах (статья 1 Положения о вооружениях), комитет должен был быть проинформирован, чтобы принять решение о «совместимости операции». с

общим рынком» (статья 6). Процесс рассмотрения дела может быть осуществлен до этого уведомления или в течение трех недель с даты. Комитет может продлить срок еще раз для принятия решения (статья 7).

В - Правовое обоснование определения

Исходя из приведенного выше определения злоупотреблений, становится ясно, что правовая основа понятия преступления может базироваться на двух осях, а именно на существовании договора об уважении и нарушении закона.

Злоупотребление доминирующим положением и договор о соответствии:

Пока мы не перейдем к описанию злоупотребления доминирующим положением как договора о согласии, это заявление не решит проблему без определения и преимуществ договора. Чтобы показать, насколько это применимо к поведению, содержащему злоупотребления.

Определение договора о соответствии в египетском законодательстве:

Египетский гражданский закон определяет его как «контракт, в котором арестованное лицо выполняет согласованные условия, установленные должником, и не допускает обсуждения в отношении продукта или необходимого предмета, который является предметом юридической или фактической монополии или конкуренция ограничена по своему объему.

Определение договора о соответствии во французском праве:

При сравнении этих двух соглашений соглашение о соответствии напоминает доминирующее положение, поскольку каждое включает юридическую или фактическую монополию на конкретный продукт, будь то товар или услуга, и что контракты, заключенные с другими в отношении них, включают произвольные условия в результате неравной договорной способности между двумя сторонами, что дает право слабой стороне требовать изменения эти условия путем их увеличения, уменьшения или полного исключения. Если только нельзя сказать, что эта адаптация страдает недостатками. Потому что действия, представляющие собой злоупотребления, не ограничиваются заключением договоров. Скорее, злоупотребление

регуляторной ситуацией является примером воздержания от заключения сделок по продаже или покупке продукта с кем-либо или прекращения отношений с ним таким образом, который ограничивает его свободу входить или выходить на рынок в любое время или различать между продавцами и покупателями по продажным или покупным ценам.

Кроме того, «договор представления является действующим договором, если он заключен добросовестно и без нарушений, а именно воли должника и воли акцептанта, в то время как процедуры, отражающие нарушение, могут быть недействительными».

Отсюда следует, что такая адаптация и использование ее не может объяснить наказание, предусмотренное законами, регулирующими конкуренцию, а именно недействительность монополистической практики, которая связана со злоупотреблениями, и что каждый договор о представлении включает произвольные условия равносильно злоупотреблению в использовании доминирующей ситуации.

Злоупотребление доминирующим положением и злоупотребление правом:

Как упоминалось выше, очевидно, что одной из форм злоупотреблений является намерение причинить вред другим, и это намерение не распространяется на монополистические практики, которые вызывают злоупотребление доминирующим положением - реальный ущерб доминирующему положению на рынке - и потому что идея злоупотребления - это объективная идея. Он фокусируется на действиях, выполняемых доминирующим предприятием, и на том, могут ли они нанести вред конкуренции, независимо от намерений доминирующего предприятия, и нацелены ли эти действия на причинение вреда другим. Здесь нам не нужно не нужно принимать во внимание наличие намерения причинить вред другим или нет, как форму злоупотребления, в дополнение к незаконности интереса, которого правообладатель стремится достичь как форму произвола, реализуемого на стороне доминирующего субъекта, потому что за этим

поведением и своими монополистическими практиками, представляющими собой злоупотребление эксплуатацией его доминирующего положения, он стремится монополизировать рынок и не допускать на него входа конкурентов, а затем получать прибыль. Он не может достичь этого без злоупотребления им и, таким образом, использует свое право для достижения незаконных интересов.

В заключение, применение текстов о злоупотреблениях связано с предварительным определением рынка, на котором доминирующий субъект проявляет свою силу и злоупотребляет этой ситуацией и стремится получить неоправданное конкурентное или экономическое преимущество, которое причиняет вред своим нынешним и потенциальным конкурентам, а также потребителям. Однако суждение о произволе или злоупотреблениях основано на изучении данных о поведении субъекта в свете требований этого рынка.

Если мы примем более агрессивный подход, доминирование «присутствует, но оно также влияет на рынок». Следовательно, злоупотребление оценивается объективно, в принципе, отдельно от какой-либо этической коннотации и предназначено исключительно в отношении злоупотреблений на рынке.

Именно это и оценивается, прежде всего, на основе экономического анализа. Таким образом, понятие преступления не подразумевает намерения причинить вред, ни в праве сообщества, ни во французском внутреннем праве. Статья 82 Договора о Европейском союзе фактически запрещает злоупотребление доминирующим положением «в той мере, в какой это может повлиять на торговлю между государствами-членами», в то время как статья 420-2 Торгового кодекса Франции (бывшая статья 8 Закона 1986 года) запрещает злоупотребление доминирующим положением «на внутреннем рынке или в значительной его части». В этих двух текстах ссылка на любой субъективный критерий фактически заменена объективным анализом рыночного распределения, что может показаться очень опасным.

Однако, если злоупотребление является объективным понятием, его оценка колеблется между анализом с точки зрения структур и другим с точки

зрения поведения, причем последний обеспечивает дозу сострадания. Прецедентное право изначально усугубляло «структурную» концепцию, утверждая, что создание или укрепление доминирующего положения таким образом было оскорбительным. Волнения на рынке при определенных обстоятельствах, особенно в отношении структуры, могут быть результатом исключительного доминирования предприятия, даже если оно само по себе не совершает никаких противоправных действий. Ясно, что некоторые методы менее влиятельных фирм на рынке будут приняты конкурентными властями, которые, с другой стороны, осуждают те же методы просто за их гегемонию. Поэтому на самых сильных операторов накладываются определенные обязательства. Этот анализ может привести к предъявлению обвинения компании на основании структурной оценки рыночных долей.

Во-вторых: незаконное злоупотребление

А - Определение злоупотребления с точки зрения законодателя:

В дополнение к общему правилу, запрещающему использование доминирующего положения на рынке, злоупотребления в отношении цен также рассматриваются отдельно. Злоупотребление доминирующим положением на французском рынке в значительной степени запрещено (статья LL 420-2). Закон предусматривает неполный перечень злоупотреблений: отказ от продажи связанных продаж, дискриминационные условия продажи и навязывание необоснованных коммерческих условий. Неоправданно высокие или низкие цены не включены в список, но все эти методы могут считаться необоснованными согласно толкованию аналогичных законов в других странах. Последний пункт Закона о конкуренции (статья L410-2), электроснабжение регулируется в соответствии с декретом о ценовой монополии.

Позиция египетского законодателя.

Египетский законодатель не закрепил определение злоупотребления доминирующим положением, а только привел примеры поведения, которые можно было бы рассматривать как злоупотребление этим положением.

Злоупотребление доминирующим положением очевидно в результате одного или нескольких действий контролирующего лица Закона № 3 от 2005 года в статье 8 Закона. В качестве ограничения предлагаются:

1 - действие, приводящее к остановке производства или распространению продукта, полностью или частично, на ограниченный период или периоды. Фиксированные периоды означают периоды, достаточные для предотвращения, ограничения свободы конкуренции;

2 - воздержание от заключения сделок по продаже или покупке продукта с любым лицом или прекращение взаимодействия с ним таким образом, который ограничивает его свободу входа на рынок или выхода из него в любое время, включая введение произвольных или незнакомых финансовых условий, обязательств или договорных условий в отношении рассматриваемой деятельности. За исключением случаев, когда для этого есть оправдание;

3 - процедура, которая приводит к исключительному распределению продукта на основе географических регионов, центров распределения, клиентов или сезонных периодов времени между людьми, имеющими вертикальные отношения. Вертикальные отношения здесь означают отношения между контролирующим лицом и любым из его поставщиков, а также между ним и любым из его клиентов;

4 - приостановление действия контракта или соглашения о продаже или покупке продукта при условии принятия обязательств или продуктов, которые по своему характеру или в соответствии с коммерческим использованием продукта не связаны с ним или с местом первоначальной транзакции или соглашения;

5 - проведение различия между продавцами и покупателями, чье коммерческое положение схоже с точки зрения продажных или покупных цен или с точки зрения коммерческих отношений, таким образом, чтобы ослабить конкурентоспособность друг друга по сравнению с другими или привести к вытеснению некоторых из них с рынка;

6 - воздержание от производства или представления дефицитного продукта, когда его производство или наличие экономически целесообразно. Предлагаемый продукт означает продукт, доступность которого составляет лишь часть спроса на соответствующем рынке;

7 - тот, кто имеет с ним дело, не должен позволять участнику использовать то, что ему нужно, из его объектов или услуг. Хотя сделать такое использование экономически целесообразным;

8 - продажа товаров по цене ниже их предельной стоимости или средней переменной стоимости;

9 - обязательство поставщика не иметь дело с конкурентом. Неспособность заключить сделку означает отказ поставщика вести дела с конкурентом или уменьшить объем сделок с ним до такой степени, что это исключает его с рынка или препятствует выходу потенциальных конкурентов на рынок.

Позиция французского законодателя.

Следуя подходу египетского законодателя, его французский коллега придерживался того же подхода. Статья 420/2 Торгового кодекса Франции не содержит определения этой идеи. Тем не менее, ему достаточно было упомянуть несколько примеров практик, которые могут быть реализованы контролирующим субъектом и которые являются воплощением злоупотреблений.

Примеры представлены в виде ряда поведенческих моделей, таких как отказ от продажи, продажа, связанная с условиями, различие между обработкой различных субъектов контролирующим предприятием и прекращение договорных или коммерческих отношений произвольным образом.

Злоупотребление доминирующим положением, поскольку иностранная конкуренция не всегда является эффективной противодействующей силой. Доминирование было определено, как и в случае прецедентного права в Европейском Союзе, как способность действовать независимо, независимо от поведения или реакции конкурентов. Актуальны как рыночные условия, так и состояние компании. Доминирование может быть результатом монополии,

обусловленной юридическими привилегиями или рыночной властью из-за большой доли рынка. Другие соображения могут привести к доминированию, включая членство в большой группе, слабых конкурентов, технологическое преимущество или конкретные знания. Признана даже коллективная гегемония, но в обстоятельствах, когда коллективные действия больше похожи на соглашение о разделе рынка.

Например, споры об условиях усиления конкуренции в сетях исторических монополистов указывают на множество нарушений. Во Франции это часто происходило в сфере телекоммуникаций. В нескольких случаях Совет принимал меры, чтобы наказать исторический продукт или ценовую стратегию оператора France Télécom, которые угрожают заблокировать любую реальную возможность конкуренции за предоставление высокоскоростного Интернета или звонков.

В - Последствия злоупотребления

Когда компании удастся сформировать или занять доминирующее положение на рынке, она начинает использовать эту экономическую мощь и возможность, чтобы избежать конкуренции или устранить конкурентов, чтобы достичь монополии.

Контролирующий центр в «доминирующем положении» на рынке: контролирующая позиция на рынке обычно связана с размером экономической способности, которой обладает конкретный хозяйствующий субъект, так что эта экономическая способность позволяет эффективно влиять на объем или количество предложения. Товары или услуги или их цены. Это то, что заставляет субъект контролировать движение рынка и, таким образом, препятствовать и разрушать любую конкуренцию, которая может попытаться возникнуть из других субъектов.

Эта проблема, вызванная принципом комиссии, возникла в последние годы в связи с все более широким использованием понятия «доминирующий коллектив». Он больше не учитывает отдельные позиции различных фирм на определенном рынке, но риск того, что новая рыночная структура, которая возникнет в результате слияния, заставит их занять общую, а не конкурентную

позицию. Таким образом, это всегда происходит в контексте упреждающей оценки эффектов слияния, но распространяется на заинтересованность или стимул к сговору с «монополистической» практикой. Проблема здесь более серьезная: правда, олигополисты всегда заинтересованы в координации своих действий, чтобы назначать более высокие цены. Но вопрос в том, возможно ли такое действие? Подчеркивалось, что риск состоит в том, чтобы предотвратить любое слияние, ведущее к «материальной монополии», даже до того, как оно получило четкие доказательства. Кроме того, предстоящее решение Европейского суда о запрете слияний на основе этого аргумента, несомненно, окажет серьезное влияние на развитие европейской практики, и, если Комиссия осуждает его, следует вернуться к более конкретному определению. Это позиция жесткого доминирования.

Соответственно, группа связанных вместе субъектов может быть обозначена юридическим понятием термина "группа". Также возможно создать или укрепить доминирующее положение на рынке, не препятствуя эффективной конкуренции, и это уже было сделано в случае (Newscorpt / Telepiu) в 2004 году, когда две итальянские медиа-компании сделали специальные предложения. В мире для трансляции телеканалов, которые монополизируют некоторые программы, представляющие интерес для потребителей, футбольные матчи и премьеры фильмов, Европейская комиссия санкционировала слияние двух компаний после того, как две компании взяли на себя обязательство создать систему непрерывного мониторинга и специальная система контроля, а также прямая юрисдикция Министерства связи Италии по мониторингу конкурентного поведения на рынке.

Первоначально слияния не подлежали контролю, с упором на области согласования и контроля, а также через Технический комитет по ограниченным соглашениям и центрам контроля. Это ограничивалось практикой ограничительных соглашений и доминирующим положением со злоупотреблением доминирующим положением в соответствии с законом,

изданным 2 июля 1963 года, и законодателя не волновали слияния как нечто желанное и необходимое для построения рынка.

В то же время важность мониторинга мер по слиянию объясняется экономической целесообразностью слияния и тем, насколько процесс слияния оказывает положительное или отрицательное влияние на экономику страны. Слияние, естественно, приводит к большей концентрации возможностей сливающихся фирм и их способности более активно конкурировать. Следовательно, государство должно убедиться, что оно заинтересовано в мониторинге процессов и процедур слияния, чтобы убедиться, что с вытекающими из них последствиями оно привело к возрождению и укреплению национальной экономики или, по крайней мере, к возрождению неустойчивых хозяйствующих субъектов и попытаться найти подходящие решения, отвечающие интересам общества к национальной экономике в целом.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате проведенного исследования получены следующие выводы.

Индивидуальное доминирующее положение – это положение, принадлежащее единственному субъекту, который контролирует рынок и контролирует его, препятствуя или предотвращая конкуренцию. Следовательно, ни один из конкурирующих субъектов не осмелится выйти на рынок и не сможет предложить варианты или альтернативы решения для продукта или услуги, предоставляемых субъектом, контролирующим рынок. Ситуация, при которой доминирующее предприятие защищено от конкуренции с другими предприятиями, достигается, когда одно предприятие контролирует цену или предложение и, таким образом, составляет соответствующий план для этого, и закрывает глаза на реакцию других конкурентов.

Коллективное доминирующее положение - это положение, принадлежащий группе организаций, связанных друг с другом, с экономическими возможностями, которыми они обладают, что позволяет им контролировать рынок, работать независимо и полностью использовать их со стороны конкурентов или других клиентов.

Субъект может достичь способности контролировать рынок благодаря своему коммерческому опыту или эффективности производства, или благодаря секрету производства, которого нет ни у одного другого субъекта, например, патенту. Он также может достичь этой способности, используя современные технологии и высокие технологии, которых до него никто не использовал, и все это в рамках закона. Однако, если он совершает противозаконное поведение, то такое поведение считается злоупотреблением своим положением.

Существуют условия, ограничивающие существование коллективного доминирующего положения, первое из которых состоит в том, что в случае коллективного доминирующего центра контроль распространяется на все субъекты и не контролируется одним субъектом над другим, что означает, что

экономическая способность, которой обладают все субъекты между собой с их взаимозависимостью и координационными отношениями. Презумпция существования параллельных и совместимых отношений между субъектами и наличия воли к участию в одной стратегии, которая может быть воплощена в правовых и договорных отношениях, и все это не является окончательной презумпцией.

Оценка доминирующей позиции субъекта должна учитывать несколько факторов и не ограничиваться долей рынка, а также определять соответствующую позицию субъекта в свете его текущих и потенциальных конкурентов, и также с учетом репутации субъекта, коммерческой значимости, сеть точек распространения, продажи и т.д.

В связи с этим судебная власть или антимонопольные органы несут бремя оценки степени контроля или отсутствия контроля в свете обстоятельств дела и в свете предыдущих факторов и данных.

Горизонтальные соглашения – это соглашения, заключаемые между заинтересованными предприятиями на одном уровне производства или распределения и производства аналогичных товаров, то есть соглашения, заключаемые между конкурентами в той же деятельности или в той же области. С целью предотвращения конкуренции на рынке, ограничения производства, разделения рынков и установления между ними сфабрикованных цен. Это соглашения, в соответствии с которыми группа участников организации собирается, чтобы создать иллюзию конкуренции на рынке. Дело в том, что у клиентов нет реального выбора и они только могут принять цену, установленную сторонами договора.

Вертикальные соглашения - это соглашения, которые заключаются между субъектами на разных уровнях, например, соглашение между поставщиками и потребителями. Они похожи на соглашения между фирмами, работающими на одном рынке, и не конкурирующими друг с другом, что создает угрозу закону спроса и предложения. Эти соглашения направлены на контроль определенных

аспектов контрактов на поставку и продажу, установление более низкой цены или повышение цены и т.д.

Важность мониторинга мер по слиянию объясняется экономической целесообразностью слияния и тем, насколько процесс слияния оказывает положительное или отрицательное влияние на экономику страны. Слияние, естественно, приводит к большей концентрации возможностей сливающихся фирм и их способности более активно влиять на рынок. Следовательно, государство заинтересовано в мониторинге процедур слияния, чтобы убедиться, что с вытекающими из них последствиями эта процедура привела к возрождению и укреплению национальной экономики или, по крайней мере, к возрождению неустойчивых хозяйствующих субъектов и попытаться найти подходящие решения, отвечающие интересам общества и национальной экономики в целом.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Нормативные правовые акты Египта

1. Law No. 3 of 2005 on the Protection of Competition and the Prohibition of Monopolistic Practices / <https://wipolex.wipo.int/ru/legislation/details/7409>
2. Law No. 67 of 2006 on the Consumer Protection (утратил силу) / <https://wipolex.wipo.int/ru/legislation/details/7422>
3. Law No. 181 of 2018 on Consumer Protection / <https://wipolex.wipo.int/ru/legislation/details/19866>
4. Закон №159/1981 «О Компаниях»
5. Закон № 17 /1999 «О коммерции»

Нормативные правовые акты Франции

6. Code de Commerce de France. 1807.
7. Code de Commerce. 2000.
8. Ордонанс № 45-1484 «Об установлении, преследовании и пресечении правонарушений в сфере хозяйственного законодательства»
9. Закон № 77-806 от 19 августа 1977 г. «О контроле за хозяйственной концентрацией и пресечении незаконных соглашений и злоупотреблений доминирующим положением»
10. Ордонанс № 86-1243 от 1 декабря 1986 г. «О свободе цен и конкуренции»
11. Закон № 66-537 от 24 июля 1966 г. «О торговых товариществах»
12. Закон № 85-705 от 12 июля 1985 г. «О компаниях»

Научная литература

13. Ахмед Абдель Рахман Аль-Мельхем, Монополия и монополистические действия, сравнительное аналитическое исследование американского, европейского и кувейтского права, юридический факультет Кувейтского университета, первое издание 1997 года.

14. Аль-Хайтам Омар Салим, Защита потребителей от монополистической практики в отношении залога, первое издание, Дар Аль-Нахда аль-Арабия, 2013.
15. Амаль Мухаммад Шалаби, Уменьшение механизмов монополии, предотвращение демпинга и монополии с юридической точки зрения, The New University House, 2006.
16. Айман Саад Селим, Произвольные условия в контрактах, Дар ан-Нахда Аль-Арабия - Каир, 2011 г.
17. Хусейн Аль-Махи, Организатор конкурса, Дом Аль-Нахда, первое издание, 2003 г.
18. Халил Тадрос, Доминирующее положение субъекта на рынке в свете положений законов о защите конкуренции и предотвращении монополистической практики, сравнительное исследование. Дар Аль-Нахда Аль-Арабия.
19. Халдун Аль-Хамдани, Правовые последствия корпоративных слияний для прав кредиторов, сравнительное исследование, Дар Аль-Котоб Аль-Арабия, 2011.
20. Сами Абдель-Баки, Злоупотребление доминирующим положением в коммерческих отношениях, Дар Аль-Нахда Аль-Арабия, 2011-2012 гг.
21. Сайед Таха Бадави, Экономическое законодательство в соответствии с последними законодательными поправками, Дар Аль-Нахда Аль-Арабия, 2-е издание, 2005 г.
22. Сафват Абдель Салам Аль Ваджиз, Экономическое законодательство в соответствии с последними законодательными поправками, Дар Аль-Нахда Аль-Арабия.
23. Омар Мухаммад Хаммад, Монополия и недобросовестная конкуренция, сравнительный анализ, Дар Аль-Нахда Аль-Арабия, первое издание, 2009 г.
24. Кадри Абдель Фаттах Эль-Шахави, Разъяснение Закона о защите конкуренции и запрета монополистической практики, его Исполнительных положений, Закона о защите потребителей и Пояснительной записки к нему в

египетском, арабском и иностранном законодательстве, сравнительное исследование, первое издание, Дом арабского возрождения, Каир, 2006 г.

25. Мохамед Ибрагим Мусса, Слияние банков и борьба с последствиями глобализации, The New University House, 2008 г.

26. Мухаммад Салман аль-Гариб, Монополия и недобросовестная конкуренция, Дар аль-Нахда аль-Арабия, 2004 г.

27. Мухаммад Анвар Хамид, Защита законной конкуренции в свете монополии и демпинга, Сравнительное исследование исламского права и статутного права, Дар ан-Нахда аль-Арабия 2006.

28. Нихад Ахмед Аль-Сайед, Приобретение коммерческих компаний, Дар Аль-Нахда Аль-Арабия, 2014 г.

29. Назих Мухаммад ас-Садик: Общая теория приверженности - Часть 1 - Источники приверженности, Дар аль-Нахда аль-Арабия, 2002 г.

30. Осама Фати Убада Юсеф, Правовая система для процессов экономической концентрации в законодательстве о конкуренции, сравнительное аналитическое исследование, докторская диссертация, Университет Мансура, Дар аль-Фикр и право, первое издание 2014 г.

31. Амира Абдель Гаффар Мохамед Абу Зейд, Правовые средства борьбы с монополистической практикой и защиты конкуренции, сравнительное исследование египетского законодательства и соответствующего американского законодательства, докторская диссертация, юридический факультет Каирского университета, 2010 г.

32. Джассим Мухаммад Ясин, Проявления монополистического поведения и способы борьбы с ним в законодательстве Кувейта и Египта, докторская диссертация, юридический факультет Каирского университета, 2011 г.

33. Саут Джахид, Правовая защита свободной конкуренции и контроль над монополиями, Сравнительное исследование, докторская диссертация, факультет права и политологии, Университет Мулуда Маммери Тизи Узу, 2018-2019.

34. Ала Аль-Дин Аль-Сайед Кутб, Правовое регулирование ограниченных практик в международной конкуренции, докторская диссертация, юридический факультет Университета Айн-Шамс, 2015.

35. Фуад Мохсен Ямаан, Доминирующее положение в законе о защите конкуренции и предотвращении монополистической практики как в египетском, так и в йеменском законодательстве, магистерская диссертация, Институт арабских исследований и исследований, Лига арабских государств, 2017.

36. Лина Хасан Заки, Практики, ограничивающие конкуренцию, и правовые средства, необходимые для противодействия ей, докторская диссертация, юридический факультет Хелуанского университета, 2004 г.

37. Мухаммад Али Аль-Шаяб, Доминирующая ситуация и ее влияние на конкуренцию, магистерская диссертация, юридический факультет, Университет Ярмук, 2010 г.

38. Мухаммад Метвалли Мохамед Абдель-Гавад Конкуренция и монополия между шариатом и экономикой, докторская диссертация, факультет шариата и права, Университет Аль-Азхар, Каир, 1983.

39. Валид Эззат Эль-Десуки, доминирующее положение в законе о защите конкуренции и предотвращении монополистической практики, сравнительное исследование египетского, американского и европейского законодательства, докторская диссертация, юридический факультет, Университет Менуфия, без года публикации.

40. Юсеф Хасан Хеба, Государственный контроль над коммерческими компаниями, Сравнительное исследование двух йеменских законов, докторская диссертация, юридический факультет Университета Айн-Шамс, 2012 г.