



جهاز حماية المنافسة  
COMPETITION PROTECTION AGENCY



## الدليل الإرشادي

لقطاع خدمات توصيل الطلبات الاستهلاكية

عبر المنصات والتطبيقات الذكية

2026

## الفهرس

- 1 المقدمة..... 1
- 2 التعريفات ..... 2
- 3 السوق المعنية ..... 3
- 4 الاتفاقات الأفقية (الاتحادات الاحتكارية)..... 4
- 5 الاتفاقات أو الممارسات المنسقة أو الأعمال المرتبطة بعلاقات أفقية ..... 4
- 6 الاتفاقات الرأسية: الاتفاقات المنسقة وفق المادة 6 ..... 5
- 7 إساءة استغلال الوضع المهيمن ..... 6
- 8 معايير الوضع المهيمن ..... 7
- 9 آليات المتابعة والرقابة ..... 8
- 10 الإجراءات التصحيحية ..... 8
- 11 الخاتمة ..... 10

## المقدمة

في ضوء ما أظهرته الدراسات التي أجراها جهاز حماية المنافسة حول سوق خدمات توصيل الطلبات الاستهلاكية في دولة الكويت، وما رصدته الجهاز من شكاوى متعددة من المتعاملين تتعلق بممارسات من شأنها التأثير سلباً على المنافسة، جاء هذا الدليل الإرشادي ليكون إطاراً استرشادياً يوجه جميع الأطراف في السوق نحو الالتزام بمبادئ المنافسة الحرة والعادلة.

ويهدف الدليل الإرشادي إلى توعية المنصات وبائعي المنتجات ومقدمي خدمات التوصيل والمستهلكين بأحكام قانون حماية المنافسة رقم (72) لسنة 2020 ولائحته التنفيذية، وتعريفهم بأبرز الممارسات التي قد تُعد مقيدة للمنافسة، مع تقديم إرشادات عملية لتفاديها، بما يحقق توازناً مستداماً بين المتعاملين في السوق.

كما يستند الدليل الإرشادي إلى أفضل الممارسات الدولية والإقليمية في تنظيم الأسواق الرقمية، وإلى التجارب السابقة التي خضع بعضها لتدخل الجهاز من خلال دراسات السوق والتحقيقات والشكاوى، لتكون أداة توجيهية تساهم في تعزيز الشفافية ورفع كفاءة السوق وتشجيع الابتكار والاستثمار في قطاع توصيل الطلبات الاستهلاكية عبر المنصات الإلكترونية والتطبيقات الذكية.

ولا يُعد هذا الدليل الإرشادي حصراً لكافة أشكال الممارسات التي قد تكون مخالفة للقانون، وإنما توضح أمثلة استرشادية وتوعوية عن أبرز تلك الممارسات على النحو المبين.



## التعريفات

مع مراعاة ما ورد في المادة الأولى من قانون حماية المنافسة رقم 72 لسنة 2020 ولائحته التنفيذية الصادرة بالقرار رقم 25 لسنة 2021 وتعديلاتها، يقصد بالألفاظ والمصطلحات الآتية - ما لم يقتض السياق غير ذلك - المعاني المبينة قرين كل منها:

- **الجهاز:** جهاز حماية المنافسة بدولة الكويت.
- **القانون:** قانون حماية المنافسة رقم 72 لسنة 2020.
- **اللائحة التنفيذية:** اللائحة التنفيذية للقانون.
- **المنصة/المنصات:** التطبيقات أو المواقع الإلكترونية التي تعمل كوسيط بين بائعي المنتجات ومقدمي الخدمة وبين المستهلك النهائي.
- **بائعو المنتجات:** الأشخاص الذين يعرضون منتجاتهم عبر المنصات.
- **مقدمو الخدمات:** الأشخاص الذين يوفر خدمات التوصيل للمستهلك النهائي.
- **المستهلك:** كل شخص طبيعي أو اعتباري يشتري سلعة أو خدمة بمقابل أو يستفيد من أي منهما بغرض الاستهلاك أو يجري التعامل أو التعاقد معه بشأنها.

## 1- الأهداف

- تهيئة بيئة منافسة لقطاع منصات توصيل الطلبات الاستهلاكية.
- التوعية بالممارسات التجارية بين المنصات وبائعي المنتجات ومقدمي خدمات التوصيل بما يتوافق مع قانون المنافسة ولائحته التنفيذية.
- تحديد المبادئ العامة التي تعزز كفاءة السوق وتمنع الممارسات الضارة بالمنافسة.
- رفع مستوى الشفافية والإفصاح وتشجيع الابتكار.
- الحد من عوائق الدخول أو التوسع في السوق المعني، خصوصاً تلك التي تؤثر على بيئة الأعمال والمنشآت الصغيرة والمتوسطة.



## 2- القواعد العامة

- ضرورة استناد الممارسات التجارية بين المنصات وبأئعي المنتجات إلى مبادئ المنافسة الحرة والعدالة.
- تعزيز التنافس على الجودة والكفاءة والابتكار بدلاً من الممارسات الضارة بالمنافسة.
- الالتزام بأحكام قانون حماية المنافسة ولائحته التنفيذية عند إبرام أو تعديل عقود التعامل بين المنصات وبأئعي المنتجات أو مقدمي الخدمات.
- الالتزام بالشفافية والإفصاح عن الرسوم والعمولات وأية تعديلات عليها.
- الالتزام بالشفافية فيما يتعلق بشروط التعاقد مع بأئعي المنتجات ومقدمي الخدمة.

## 3- السوق المعنية

- يقصد بالسوق المعنية في هذا القطاع الإطار الذي يلتقي فيه العرض والطلب لسلمة أو خدمة محددة في نطاق جغرافي على النحو المبين في المادة (1) من قانون حماية المنافسة، ويتحدد في بعدين:
- ♦ **المنتج المعني:** يشمل كافة المنصات الرقمية التي تعمل كوسيط بين بأئعي المنتجات ومقدمي الخدمة والمستهلكين، ويُستثنى من ذلك:

- منصات توصيل الطلبات الاستهلاكية الخاصة بالمنتجين الذين يقدمون منتجاتهم حصراً عبر قنواتهم المباشرة.
- خدمات التوصيل التقليدية غير المرتبطة بعرض منتجات عبر المنصات.
- الطلبات المباشرة المقدمة من قبل بأئعي المنتجات أو بالهاتف دون وساطة المنصة.

- ♦ **النطاق الجغرافي المعني:** توصيل الطلبات الاستهلاكية عبر المنصات والتطبيقات الذكية داخل حدود دولة الكويت.



#### 4- الاتفاقات الأفقية (الاتحادات الاحتكارية)

- تحظر المادة 5 من القانون قيام أشخاص متنافسة في سوق معينة بالاتفاق أو القيام بأعمال مرتبطة بعلاقات أفقية من شأنها إحداث أياً مما يأتي؛

- أ. تحديد أسعار المنتجات محل التعامل بشكل مباشر أو غير مباشر بالرفع أو الخفض أو التثبيت، أو فرض أي شروط تجارية مقيدة فيما يتعلق ببيع، أو توزيع سلعة، أو توريد خدمة، أو بأية صورة أخرى بما يتعارض مع آلية السوق.
- ب. تقسيم أو اقتسام أسواق المنتجات، بحسب المناطق أو بحسب حجم المبيعات أو المشترية، أو بحسب نوع المنتجات المباعة أو بأي وسيلة أخرى.
- ج. تثبيت كمية الإنتاج، أو التوزيع، أو البيع بالنسبة للسلع، أو تحديد طريقة أو وسيلة لتقديم الخدمات.
- د. تقييد التطور التقني أو الاستثمار بالنسبة لإنتاج، أو توزيع، أو بيع سلعة، أو تقديم خدمة.
- هـ. التواطؤ في تقديم العطاءات أو العروض لبيع، أو شراء، أو توريد أي منتجات.

- ومن ذلك تبادل المتنافسين بشكل مباشر أو غير مباشر معلومات تجارية حساسة (مثل الأسعار أو العمولات أو التكاليف أو قوائم العملاء أو غيرها).
- قيام المنصة بسؤال بائعي المنتجات عن تعاملاتهم مع المنصات المنافسة وتفصيلات ذلك.
- قيام بائع المنتج بسؤال المنصة عن معلومات عن بائعي المنتجات المتنافسين.

#### 5- الاتفاقات أو الممارسات المنسقة أو الأعمال المرتبطة بعلاقات أفقية

- تنص المادة (6) من القانون على أنه: (يحظر على الأشخاص القيام بأية اتفاقات أو ممارسات منسقة أو أعمال مرتبطة بعلاقات أفقية يكون من شأنها الإخلال بالمنافسة، أو الحد منها أو منعها).



## 6- الاتفاقات الرأسية (الاتفاقات المنسقة وفق المادة 6)

- يتعين على الأشخاص العاملين في السوق المعنية في حال عدم توافر الهيمنة الالتزام بأحكام قانون حماية المنافسة ولائحته التنفيذية لاسيما نص المادة (7).
- حيث تنص المادة (7) من القانون على أنه: (يحظر على الأشخاص المرتبطين بعلاقة رأسية القيام بأي اتفاقات أو ممارسات منسقة يكون من شأنها تقييد المنافسة، أو الحد منها أو منعها....).
- يرى الجهاز أن بعض الممارسات قد تشكل مخالفة لأحكام القانون حتى في غياب الهيمنة، متى كان من شأنها الحد من المنافسة أو إقصاء المنافسين إذا كان منها ما يلي؛

1. القيام بصورة مباشرة أو غير مباشرة بتحديد أو فرض أسعار المنتجات أو وضع حد أدنى لأسعار أو شروط إعادة بيعها.

2. التسعير الافتراضي: بيع الخدمة أو المنتج بسعر أقل من تكلفتها الحدية أو متوسط تكلفتها المتغيرة.

3. شروط MFN: إلزام بائعي المنتجات بعدم تقديم أسعار أو شروط أفضل على المنصات المنافسة أو أي قنوات أخرى.

4. العقود الحصرية: فرض التزام على بائعي المنتجات أو مقدمي الخدمات بعدم التعامل مع منصات منافسة.

5. التمييز: فرض عمولات أو شروط متباينة بين متاجر متشابهة.

6. التفضيل الذاتي: منح المنصة معاملة أفضل لمنتجاتها أو خدماتها على حساب المنافسين.

7. ربط المنتجات: إلزام بائعي المنتجات بمنتجات إضافية غير مرغوبة.

8. رفض التعامل غير المبرر: الامتناع عن التعامل دون سبب موضوعي.

9. فرض شروط تجارية غير عادلة.



## 7- إساءة استغلال الوضع المهيمن

تنص المادة (8) من القانون على أنه: (يحظر على أي شخص إساءة استغلال الوضع المهيمن، وتعد إساءة استغلال للوضع المهيمن أي ممارسة تؤدي إلى منع المنافسة في السوق المعنية أو تقييدها أو الحد منها).

يحظر على الشخص المهيمن إساءة استغلال الوضع المهيمن والذي من شأنه الحد من المنافسة أو تقييدها أو منعها، ويدخل في ذلك - على سبيل المثال - ما يلي:

1. القيام بصورة مباشرة أو غير مباشرة بتحديد أو فرض أسعار المنتجات أو وضع حد أدنى لأسعار أو شروط إعادة بيعها.
2. القيام بسلوك يؤدي إلى عرقلة دخول شخص آخر إلى السوق أو إقصائه منه أو تعريضه للخسائر. وعلى سبيل المثال قد يكون هذا الفعل ما يلي؛

أ. التسعير الافتراسي: بيع الخدمة أو المنتج بسعر أقل من تكلفتها الحدية أو متوسط تكلفتها المتغيرة.

ب. شروط MFN: إلزام بائعي المنتجات بعدم تقديم أسعار أو عروض ترويجية أو غيرها من العروض أو شروط أفضل على المنصات المنافسة أو أي قنوات توريد أخرى.

ج. التفضيل الذاتي: منح المنصة معاملة أفضل لمنتجاتها أو خدماتها على حساب المنافسين لحجبهم وإعطاء نفسها ميزة تنافسية مقارنة بباقي المتنافسين.

د. فرض شروط تجارية غير عادلة، وفي هذا الإطار قد يقوم الشخص المهيمن بفرض شروط تعجيزية أو غير مبررة أو غير ضرورية على المتعاملين معه.

3. افتعال عجز أو وفرة غير حقيقية للمنتجات.

4. التمييز بين العملاء في العقود المتشابهة بالنسبة لأسعار المنتجات أو شروط بيعها وشرائها أو أي صورة أخرى، كنسب العمولات المحصلة من بائعي المنتجات أو أجور التوصيل أو غيرها من شروط التعامل، ويجب معاملة جميع المتعاملين ذوي المراكز التجارية المتشابهة بشروط مماثلة.

5. إلزام العميل بالامتناع عن التعامل مع شخص متنافس معه من خلال التزامات عقدية أو غيرها من القيود بشكل مباشر أو غير مباشر. وعلى سبيل المثال، فرض التزام على بائعي المنتجات أو مقدمي الخدمات بعدم التعامل مع منصات منافسة.



6. حجب المنتجات المتاحة في السوق المعنية بصورة كلية أو جزئية.
7. رفض التعامل مع عميل معين بالشروط التجارية المعتادة وذلك دون سبب مشروع.
- تعليق إبرام عقد أو اتفاق على شرط قبول التزامات تكون بطبيعتها أو بموجب الاستخدام التجاري غير مرتبطة بمحل التعامل الأصلي أو الاتفاق.

## 8- معايير الوضع المهيمن

- الوضع المهيمن:** الوضع الذي يمكن أي شخص بنفسه أو بالاشتراك مع غيره من الأشخاص الآخرين من التحكم أو التأثير على السوق المعنية والتصرف إلى حد كبير بشكل مستقل عن منافسيه، أو عملائه، أو عن المستهلكين.
- ويعد تعريف السوق المعني (بعنصرية) ركناً أساسياً لتقييم مدى اعتبار الشخص مهيمناً مع إمكانية تقييم أفعاله وفقاً للمادة (8) من قانون حماية المنافسة.
- ويؤخذ في بعض الأحيان حال تقييم الوضع المهيمن بعضاً أو أياً من المعايير التالية:

1. الحصة السوقية للشخص المهيمن في السوق المعني
2. الحصة السوقية لباقي المتنافسين
3. الطاقة الاستيعابية لحجم الطلبات على المنصة
4. الطاقة الاستيعابية الفعلية للمنصة
5. كفاءة خدمة التوصيل وانتشارها
6. الملاءة المالية
7. أرباح المنصة المهيمنة مقارنة بباقي المنصات خلال فترة زمنية محددة
8. التكامل الرأسي (إن وجد)
9. القدرة على الوصول إلى التمويل
10. عوائق دخول السوق
11. القوة التفاوضية للمتعاملين مع المنصة



## 9- آليات المتابعة والرقابة

تتعدد صور الآليات التي يستطيع بها الجهاز من المتابعة والرقابة على السوق وفقاً لما يلي؛

1. إعداد دراسات سوقية دورية لقياس مستويات التركيز وتحليل تطور المنافسة في القطاع.
2. استقبال الشكاوى والمبادرة من قبل الجهاز.
3. مبادرة الجهاز من تلقاء نفسه.
4. فرض مجلس إدارة الجهاز إجراءات تصحيحية.
5. اتخاذ ما يلزم قانوناً لردع المخالفات في حال اثباتها.

## 10- الإجراءات التصحيحية

ينص قانون حماية المنافسة على مجموعة من الإجراءات لضبط السوق وضمان التزام الأشخاص بأحكامه لمواجهة أية ممارسات ضارة بالمنافسة قد تتم في السوق المعني.

**فعلى سبيل المثال، يمكن للجهاز القيام بالإجراءات التالية؛**

1. إلزام الأشخاص المخالفة القيام بفعل أو الامتناع عن آخر وفقاً لمقتضيات حماية المنافسة في السوق المعني.
2. تعديل أو إزالة البنود التعاقدية المخالفة.
3. إلزام المنصات أو الأشخاص المخالفة بتنفيذ برامج توعوية لتعزيز ثقافة المنافسة.
4. منح فترة للتصحيح وفقاً للمعايير المنصوص عليها في المادة (29) من القانون.



## 11- الخاتمة

إن الالتزام بما ورد في هذا الدليل الإرشادي يعزز وعي المتعاملين في السوق ويرسخ بيئة أعمال تنافسية فعالة ومستدامة، ويدعم كفاءة سوق توصيل الطلبات الاستهلاكية عبر المنصات والتطبيقات الذكية، ويساهم في تحقيق التوازن بين مصالح المستهلكين وبائعي المنتجات والمنصات، مما يعزز بدوره الابتكار والاستثمار في هذا القطاع الحيوي ويعود على المستهلك بالرفاهية في ظل وجود بدائل وخدمات مقدمة بجودة عالية.

لزيارة موقعنا يرجى الضغط على الشعار



جهاز حماية المنافسة  
COMPETITION PROTECTION AGENCY