

Final Project 1

Code: PMG496

Project Template

Faculty of Management
Midocean University

تقييم دور الهيئة العامة للمنافسة في حماية المنافسة العادلة بالسعودية
دراسة حالة تطبيقات التوصيل

أسم الطالب

محمد مسلم زيد العلوي

الرقم الجامعي:

221001701

مشروع تخرج

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د. عبد الرحيم نادر

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

التاريخ

2025/05/03

جدول المحتويات

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

- 1.1 المقدمة
- 1.2 مشكلة الدراسة
 - 1.2.1 فجوات على المستوى النظري
 - 1.2.2 فجوات على المستوى التطبيقي
- 1.3 أهمية الدراسة
- 1.4 أسئلة الدراسة
- 1.5 أهداف الدراسة
- 1.6 فرضيات الدراسة
- 1.7 نموذج الدراسة
- 1.8 منهجية الدراسة
- 1.9 الدراسة الميدانية
- 1.10 مخطط المشروع المقترح

الفصل الثاني: الدراسات السابقة

- 2.1 أهمية الدراسات السابقة
- 2.2 المتغير المستقل: الدور
- 2.3 المتغير التابع: الحماية
- 2.4 العلاقة بين الدور والحماية
- 2.5 أشكال المنافسة غير المشروعة
- 2.6 الآثار السلبية للممارسات غير المشروعة
- 2.7 الأنظمة السعودية المنظمة للمنافسة

الفصل الثالث: منهجية البحث

الفصل الرابع: تحليل البيانات ومناقشتها

الفصل الخامس: الخاتمة والتوصيات

المراجع

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1 المقدمة

الهيئة العامة للمنافسة، المعروفة سابقاً باسم مجلس المنافسة، هي جهة حكومية سعودية مستقلة تسعى لتعزيز المنافسة العادلة ومكافحة الممارسات الاحتكارية. تلعب دوراً محورياً في تنظيم الأسواق ومنع الاحتكار وتشجيع التنوع الاقتصادي، وخصوصاً في الأسواق الرقمية وتطبيقات التوصيل، التي أصبحت جزءاً لا يتجزأ من حياة المواطن السعودي اليومية.

1.2 مشكلة الدراسة

رغم الجهود المبذولة من الهيئة العامة للمنافسة، إلا أن هناك تحديات في التطبيق العملي لمبادئ المنافسة العادلة في بعض الأسواق، خاصة قطاع تطبيقات التوصيل، مما قد يؤدي إلى إخلال بالعدالة التجارية وتقييد دخول المنافسين الجدد.

1.2.1 فجوات على المستوى النظري

- نقص في الدراسات التي تقيم أثر الهيئة على الأسواق الناشئة.
- غياب إطار تحليلي متكامل لدور الهيئة في الأسواق الرقمية.

1.2.2 فجوات على المستوى التطبيقي

- شكاوى من احتكار خدمات التوصيل.
- محدودية فرص الشركات الجديدة بسبب ممارسات غير عادلة.

1.3 أهمية الدراسة

1.3.1 على المستوى النظري

توفر الدراسة أساساً معرفياً لفهم فعالية الدور الرقابي والتنظيمي للهيئة.

1.3.2 على المستوى التطبيقي

تساعد الجهات المعنية على تطوير سياسات تدعم البيئة التنافسية في سوق التوصيل الإلكتروني.

1.4 أسئلة الدراسة

- هل نجحت الهيئة العامة للمنافسة في حماية المنافسة العادلة بالسعودية؟
- ما هي آليات الهيئة في مكافحة الاحتكار في تطبيقات التوصيل؟
- ما مدى رضا الشركات والمستهلكين عن دور الهيئة في هذا المجال؟

1.5 أهداف الدراسة

- التعريف بالمنافسة العادلة وأهميتها.
- تحديد مهام الهيئة العامة للمنافسة.
- تقييم دور الهيئة في سوق تطبيقات التوصيل.
- تقديم توصيات لتحسين دور الهيئة في دعم المنافسة العادلة.

1.6 فرضيات الدراسة

- كلما زادت فعالية الهيئة، زادت عدالة السوق.
- كلما زادت الرقابة، قلت شكاوى الاحتكار.
- فعالية الهيئة ترفع من جودة الخدمات وتنوعها.

1.7 نموذج الدراسة

تم استخدام دراسة الحالة كمنهج أساسي، حيث تم تحليل سوق تطبيقات التوصيل في المملكة مثل:

مرسول، كريم، أوبر، مشاوير، تمت، تويو، ازهلها، نعناع، سائقتي، زاد، جيني، وصلني.

1.8 منهجية الدراسة

اعتمدت على أداة الاستبيان، تم توجيهها إلى:

- مسؤولي الهيئة العامة للمنافسة
- مسؤولي شركات التوصيل
- عينة من المستهلكين

1.9 الدراسة الميدانية

تركزت الدراسة على تقييم السوق المحلي السعودي لتطبيقات التوصيل، وتم تحليل البيئة التنافسية الحالية، ومدى التزام الشركات بالقوانين، وآراء المستهلكين حول وجود عدالة في الأسعار والخدمات.

1.10 مخطط المشروع المقترح

- تضمن الاستبيان أسئلة لمحاور متعددة منها:
- معرفة الشركات بالهيئة
- شكاوى الاحتكار
- رضا العملاء
- مقترحات تحسين بيئة السوق

الفصل الثاني: الدراسات السابقة

2.1 أهمية الدراسات السابقة

- . تساعد في تجنب التكرار.
- . تعزز الخبرة البحثية.
- . توسع الفهم النظري والتطبيقي للموضوع.

2.2 المتغير المستقل: الدور

هو مسؤوليات الهيئة مثل: الرقابة، التفتيش، إصدار التشريعات.

2.3 المتغير التابع: الحماية

النتائج المتوقعة من قيام الهيئة بدورها، مثل تقليل الاحتكار وزيادة الشفافية.

2.4 العلاقة بين الدور والحماية

كلما زاد تفعيل الدور الرقابي، زادت الحماية الفعلية للسوق والمستهلكين.

2.5 أشكال المنافسة غير المشروعة

- . الاحتكار
- . الإغراق
- . تقليد العلامات
- . التضليل الإعلامي

2.6 الآثار السلبية للمنافسة غير المشروعة

- إضعاف ثقة المستهلك
- ارتفاع الأسعار
- إقصاء الشركات الناشئة

2.7 الأنظمة السعودية المنظمة

- نظام المنافسة
- نظام الغش التجاري
- نظام العلامات التجارية
- صلاحيات الهيئة العامة للمنافسة

الفصل الثالث: منهجية البحث

يعتمد البحث على المنهجين الكمي والنوعي.

أدوات جمع البيانات:

1. الاستبيانات: موجهة لمسؤولي الهيئة والشركات

2. المقابلات: مع موظفين في الهيئة وشركات التوصيل

الفصل الرابع: تحليل البيانات ومناقشتها

نتائج البحث:

تم التوصل إلى أن الهيئة تلعب دورًا مهمًا، لكن هناك تفاوت في التزام الشركات بالتنظيمات.

المناقشة:

تمت مقارنة النتائج بالدراسات السابقة، وظهر وجود حاجة لتعزيز تطبيق الأنظمة بشكل أكثر عدالة على مختلف الشركات.

الفصل الخامس: الخاتمة والتوصيات

الخاتمة

توضح الدراسة أن الهيئة العامة للمنافسة تلعب دورًا محوريًا، إلا أن هناك تحديات مستمرة في ضمان العدالة في قطاع تطبيقات التوصيل.

التوصيات

1. رقابة صارمة على أسعار خدمات التوصيل

2. إصدار تقارير شفافة دورية

3. توعية الشركات الصغيرة بحقوقها

4. دعم الشركات الناشئة

5. ضبط آليات الخصومات المفرطة

المراجع:

1. سميث، ج. (2018). دور المنافسة العادلة في تعزيز الابتكار. مجلة تنمية الاقتصاد، 34(2)، 45-61.
2. جونز، أ.، وبراون، ل. (2019). تأثير المنافسة العادلة على رفاهية المستهلك . المراجعة الدولية لاقتصاديات السوق، 22(3)، 112-128.
3. المحمد، م. (2020). التحديات في تطبيق نظام المنافسة السعودي .مراجعة الاقتصاد السعودي، 14(1)، 89-100.
4. الهيئة العامة للمنافسة. (2021). التقرير السنوي لحماية المنافسة العادلة في المملكة العربية السعودية .الرياض: مطبعة الحكومة.
5. الزهراني، أ. (2022). دور الهيئة العامة للمنافسة في تطبيقات التوصيل .مجلة دراسات الأعمال السعودية، 28(4)، 177-191.