



وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة الجيلاي بونعامة خميس مليانة
كلية الحقوق و العلوم السياسية
قسم الحقوق



مبدأ حرية الأسعار في التشريع الجزائري

مذكرة التخرج لنيل شهادة الماستر تخصص القانون الأعمال

تحت إشراف:

د. رواب جمال

اعداد من طرف الطالبتين:

- بو شامة نسرين.
- ثابت سارة.

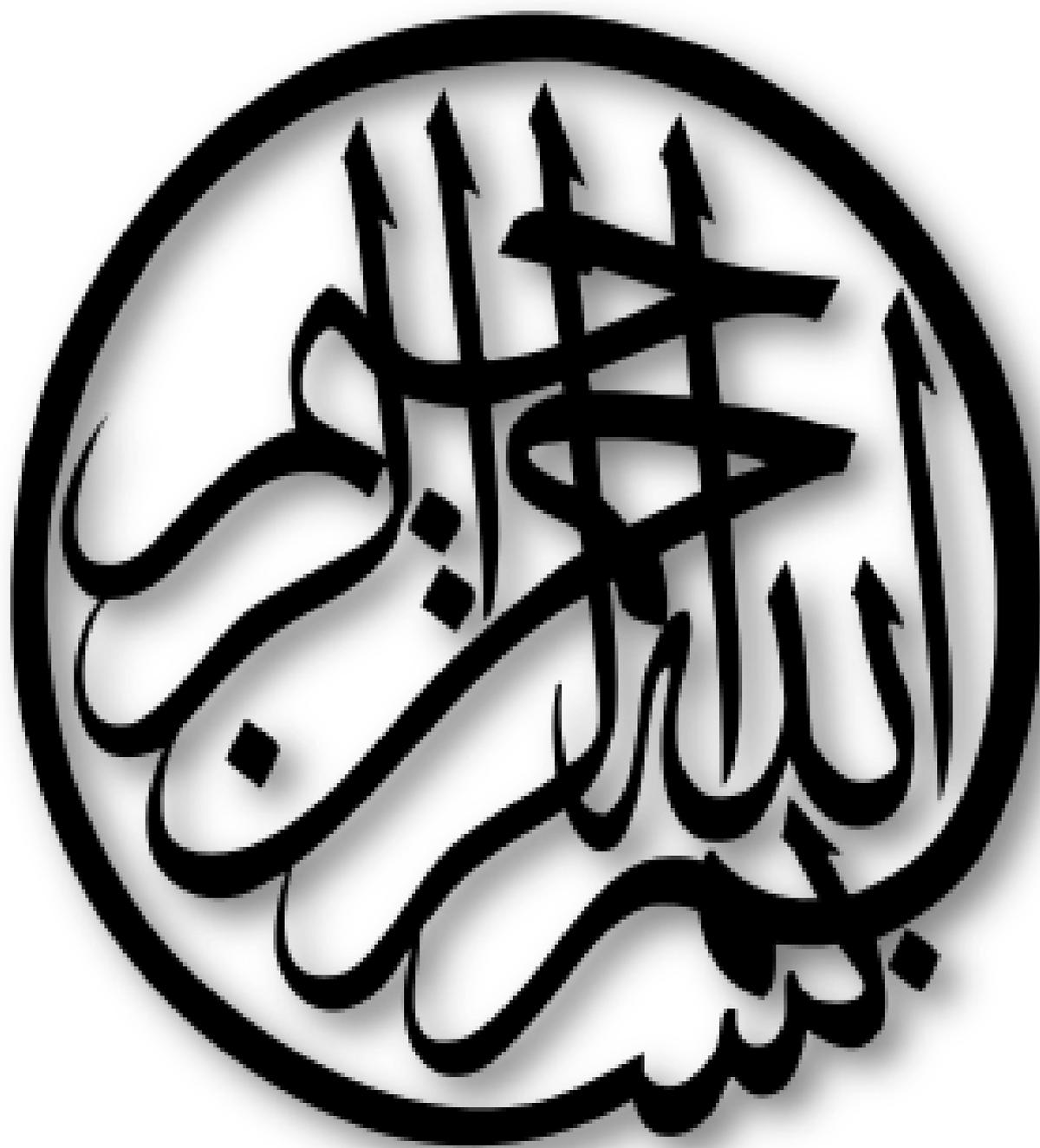
أعضاء اللجنة المناقشة:

د/كروتوس أنيسة.....رئيسا

د/رواب جمال.....مقررا

أ/ بونوة عبد القادر.....ممتحنا

السنة الجامعية: 2022/2021



شكر و عرفان

الحمد لله رب العالمين الذي وفقنا بإتمام هذه المذكرة، فله الشكر و الحمد الكثير على فضله و كرمه الذي غمرنا به حمدا كثيرا كما ينبغي لجلال وجهه و عظيم سلطانه ففوقنا إلى ما نحن فيه راجين منه دوام نعمه و كرمه، و الصلاة و السلام على الحبيب المصطفى خير الأنام أما بعد:

و انطلاقا من قوله صلى الله عليه و سلم: "من لا يشكر الناس لا يشكر الله"، لي عظيم الشرف أن أتقدم بكامل عبارات الشكر و التقدير و العرفان إلى الأستاذ المشرف الدكتور الفاضل "رواب جمال" الذي رافقنا أنا و زميلتي و ساعدنا في إعداد هذه المذكرة ولم يبخل علينا بتوجيهاته القيمة طيلة فترة إنجاز هذا العمل

كما أتقدم باسمي و اسم زميلتي بالشكر الجزيل إلى الأساتذة لجنة المناقشة الذين تقبلوا بصدر رحب هذه المذكرة، و لي الشرف بتقديم التقدير و الاحترام لهم و إلى كل أساتذة كلية الحقوق و العلوم السياسية.

و أتقدم بالشكر الى كل من ساعدني في انجاز هذه المذكرة من قريب أو بعيد

الإهداء

الحمد لله و كفى و الصلاة على الحبيب المصطفى و أهله ومن
وفى أما بعد:

الحمد لله الذي و فقنا لتثمين هذه الخطوة في مسيرتنا الدراسية
بمذكرتنا هذه ثمرة الجهد و النجاح بفضلته تعالى

أهدي مسعى جهدي إلى من كان سبب وجودي على هذه الأرض
التي من و وضعت الجنة تحت قدميها إلى من علمتني أن أرتقي سلم
الحياة بحكمة و صبر و إصرار وأن لا شيء مستحيل في الحياة،
ليس عندي شيء أعز من الروح و روعي مرهونة في يديك
" أمي الغالية " حفظها الله بحفظه

إلى من أدين له بحياتي إلى من ساندني و كان شمعة تحترق
لتضيء طريقي إلى من أكن له مشاعر الحب و التقدير و العرفان
"أبي الغالي" أطال الله في عمره

إلى من وهبني الله نعمة وجودهم سندي في الحياة أخواتي
" أميرة، نسيمه، إكرام "

إلى القلب النبيل الذي رافقتني في طريقي لنكمله سويا....
إلى صديقتي و زميلتي و رفيقتي التي شاركتني عناء إعداد المذكرة
"سارة"

إلى صديقات العمر و رفاق الدرب

نسرين

الإهداء

بسم الله أبدأ كلامي بفضلته وصلت لمقامي هذا و الحمد و الشكر على ما أتاني، الحمد لله
الذنب أنار دربنا و وفقنا في إنجاز هذا العمل راجين منه أن يكون بداية موفقة لمشوار
لاحق، أهدي ثمرة جهدي إلى من ساندتني في صلاتها و دعائها إلى من سهرت الليالي
لتتير دربي إلى نبع الحنان إلى أجمل ابتسامة في حياتي إلى أروع امرأة في الوجود

"أمي الغالية" حفظها الله

إلى الذي علمني أن الدنيا كفاح و سلاحها الفلاح، إلى الذي لم يبخل عليا بشيء، سندي
و قوتي إلى من سهر لأجل راحتني و نجاحي أعظم رجل في الكون

"أبي الغالي" أطال الله عمره

إلى من قال رب الكون فيهم "سنشد عضدك بأخيك" إلى من ظفرت بهم هدية من الأقدار
سندي و فخري إخوتي

"أمين، رشيد، إبراهيم"

إلى قرّة عيني زوجي

"تجيب"

إلى أخواتي " ابتسام، وفاء"

إلى صديقاتي و زميلات الدراسة

إلى من نساهم قلبي و لم ينسأهم قلبي

سارة



مقدمة:

يرتبط قانون منافسة في الأنظمة القانونية عموما بالاقتصاد الحر الذي تكون المنافسة داخله أهم مقوماته، حيث يقع التمييز نشأته و تطوره بين الوضع على مستوى الدولي، ثم الوضع بالنسبة للجزائر .

و تماشيا مع تبني النظام الليبرالي نم اصدار أول قانون منافسة في الجزائر ينص على مبدأ حرية المنافسة و ترقيتها و تحديد قواعد حمايتها فمن خلاله أراد مشرع الجزائري ترسيخ القواعد الآتية: مبدأ حرية الأسعار، مبدأ شفافية معاملات التجارية، مبدأ نزاهة المعاملات التجارية، وعليه معظم قواعد ذات طابع موضوعي في قانون منافسة تجسد توجه الليبرالي كخيار اقتصادي أخذت به الجزائر .

ولقد تضمن هذا القانون عدة مبادئ و أهم هذه المبادئ مبدأ حرية الأسعار، الذي جاء به الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المؤرخ في 20/07/2003، المتعلق بالمنافسة حيث يعد السعر هو القيمة المحددة للمنافع التي يحصل عليها الفرد من سلع وخدمات، لذلك فقد أقر المشرع الجزائري بحرية الاسعار المنتجات و خدمات كأصل عام على أنه تحدد بصفة حرة.

حيث نصت المادة 4 من الأمر 03-03 متعلق بالمنافسة أنه: " تحدد بصفة حرة أسعار السلع و الخدمات اعتمادا على قواعد المنافسة " في الباب الثاني "مبادئ المنافسة" الفصل الأول " حرية الأسعار". و في المقابل فقدت المادة 5 من نفس الأمر هذه الحرية وفسحت المجال لتدخل الدولة لتحديد الأسعار تماشيا مع أوضاع معينة و باستعمال آليات محددة بموجب القانون، و إذا ترك ها المبدأ على إطلاقه يؤدي إلى قضاء على منافسة الحرة لذلك وضع المشرع أحكام و قيود من أجل تحقيق أهداف اجتماعية و اقتصادية، حيث تمثلت هذه القيود في تدخل الدولة في ضبطها للأسعار حماية لمصلحة المستهلك من جهة و الى حماية الممارسات التجارية و شفافيتها و سوق اقتصادية من جهة أخرى

و رغم تحديد الأسعار يخضع لقوانين المنافسة و سوق كأصل عام الا أنه و مع ذلك مشرع جزائري لم يترك الأمر على اطلاقه.

ومن أبرز مظاهر تدخل دولة في نشاط الاقتصادي تقنينها و تحديد الاسعار و اعتبارات معينة ووفق آليات محددة قانونيا فبرغم من تكريس مشرع جزائري لمبدأ حرية الأسعار بمقتضى الأمر 03-03 متعلق بالمنافسة. الا أن هذه الحرية غير مطلقة إنما ترد عليها مجموعة من الاستثناءات.

ومن ها المنطلق ارتأينا دراسة نظام تحديد الأسعار في التشريع الجزائري و بالضبط مبدأ حرية الأسعار كحاصل عام و استثناءات واردة عليه.

تكمّن أهمية هذه دراسة باعتبارها تواكب تطورات مجتمع الجزائري و ارتباطه بموضع أساسي يمزج بين الأهمية القانونية والأهمية الاقتصادية و يفرض معايير للتحكم و الموازنة بين مبدأ حرية الأسعار وتقنين الأسعار ويبين لنا كيفية تكريس الدولة لمبدأ حرية الأسعار في الجزائر وقواعد الأساسية التي يخضع لها نظام الأسعار كما تظهر أهمية أنه يمكننا من الوقوف على آليات التدخل الفعالة لضبط ومراقبة السوق الاقتصادية و التي تحد من الاختلالات المسجلة بشكل يومي في السوق لاسيما تلك ناتجة عن المضاربة في الأسعار التي تصب بالقدرة الشرائية للمستهلك.

من بين أسباب التي دفعتنا للاختيار الموضوع حساسية الأسعار التي تواجه مستهلك وبالنسبة لسياسة الاقتصادية و المالية للدولة على حد سواء أيضا دافع لمعرفة النظام القانوني للأسعار على ضوء قانون جزائري سواء من خلال قانون المنافسة أو قانون المتعلق بقواعد المطبقة على ممارسات تجارية و تسليط الضوء على دور دولة الحارس و ضابط في هذا مجال.

كما لاحظنا وجود نقص في مراجع الوظيفة متخصصة في مجال قانون وكذا على مستوى رسائل دكتوراة ودراسات الأكاديمية والتي و التي تفتقر الى دراسة مفصلة لنظام تحديد الاسعار في قانون جزائري وهذه نقطة من اهم صعوبات التي تواجه الباحث القانوني في إعداد دراسته.

ايضا دراسة موقف المشرع عن الأمر متعلق بالمنافسة عامة و لمبدأ خاصة و حاجة المعرفة و توضيح مبدأ حرية الأسعار هو تدمير للحرية التنافسية او العكس.

تهدف دراسة الى توضيح الآثار القانونية المترتبة في تدخل دول في تحديد الأسعار في سوق خاصة على جذب الاستثمارات الأجنبية إلى الجزائر وهذا من خلال إبراز مكانة مبدأ حرية الأسعار وقيود واردة عليه وأغلب دول عالم تبنت نظام حرية اقتصادية تفتح مجال أمام خواص لتحديد أسعار منتجاتهم و خدماتهم في السوق لكن في مقابل تبقى دولة مجال مفتوح من أجل ضبط السوق.

اعتمدنا في دراستنا لهذا الموضوع على المنهج الوصفي من خلال تبيان القاعدة العامة للموضوع وتمثل في مبدأ حرية الأسعار وكذا الاستثناءات الواردة عليه، حيث قمنا بوصف دقيق لكل حالة على حدى.

استعملنا منهج تحليلي و الذي يتلائم و طبيعة الموضوع حيث استعرضنا موقف المشرع الجزائري في كل عنصر من عناصر دراسة من خلال تحليلنا لأحكام النصوص القانونية و التعليق عليها، حيث اعتمدنا على المنهج التحليلي في دراستنا لمختلف نصوص قانونية المتعلقة بالمبدأ و قانون المنافسة و استخلاص أهم الأحكام الواردة عليه.

يثير موضوع مبدأ حرية الأسعار إشكال قانوني كبير منه ما يتعلق بنطاق مبدأ حرية الأسعار و ضوابط التي تحد من نطاقه ومنه ما تنص على مدى تكريس هذا المبدأ ولعل تساؤلات التي تثار في هذا الصدد كثيرة تتمثل في ما هو أصل مبدأ حرية الأسعار في التشريع الجزائري و خاصة وفق قانون المنافسة

▪ ماهي الضوابط الواردة على مبدأ تحديد الأسعار؟

▪ كيف يتدخل مجلس منافسة في تحقيق حماية الإجرائية لمبدأ حرية الأسعار؟

▪ فيما يتمثل دور القضاء في حماية مبدأ حرية الأسعار؟

و إطلاقا من هذه التساؤلات نطرح الإشكالية الآتية:

إلى أي مدى وفق المشرع جزائري في تكريس مبدأ تحديد الأسعار في التشريع الجزائري و بين

ضبط و تنظيم السوق الاقتصادية؟

لاستخلاص أهم الأحكام الواردة عليه قسمنا موضوع دراستنا الى الخطة الثنائية مبنية على فصلين،

حيث تناولنا في الفصل الأول مبدأ حرية الأسعار في قانون المنافسة و قسمنا هذا الفصل الى مبحثين ، حيث تطرقنا في المبحث الأول الى محتوى وضوابط مبدأ حرية الأسعار الذي بدوره يحتوي على مطلبين، المطلب الأول محتوى و مضمون المبدأ أما المطلب الثاني تناولنا فيه ضوابط و محكمات مبدأ حرية الأسعار. في حين تطرقنا في المبحث الثاني الى ماهية الأسعار و أسس تحديدها، و احتوى

على مطلبين، مطلب الأول يدور حول مفهوم التسعير (أهمية، أنواع،) ومجال تطبيق مبدأ حرية الأسعار والمطلب الثاني يدور حول معايير وأسس تحديد الأسعار.

أما الفصل الثاني فقد خصصناه لدور الضابط لمبدأ حرية الأسعار في تنظيم السوق الاقتصادية و قسمناه كذلك الى مبحثين، حيث خصصنا المبحث الأول الى تدخل الدولة في تسعير السلع و الخدمات الذي بدوره يحتوي على مطلبين، المطلب الأول ضم أليات تدخل دولة في تسعير سلم و الخدمات أما المطلب الثاني تناولنا فيه تدابير المؤقتة للحد من الارتفاع المفاجئ للأسعار. في حين تطرقنا في المبحث الثاني الى الجزاءات المترتبة من مخالفة اجراء تحديد الأسعار و هذا المبحث بدوره قسمناه الى مطلبين: المطلب الأول تناولنا فيه ممارسة الأسعار الغير شرعية أما المطلب الثاني فخصصناه الجزاءات المترتبة عن الممارسات المنافية للمنافسات في مجال الأسعار.

الفصل الأول:

مبدأ حرية تحديد الأسعار في القانون الجزائري

الفصل الأول: مبدأ حرية تحديد الأسعار في القانون الجزائري

إن النص على مبدأ حرية الأسعار هو إقرار بمبدأ حرية المنافسة و هذا طبقا لما جاء في دستور¹ 1996 الذي اعترف صراحة بحرية التجارة والصناعة مادامت تمارس في الإطار القانوني وهو بذلك فتح مجال لممارسة حرية الأسعار، كما أن تحرير الأسعار من المبادئ التي يقوم عليها الاقتصاد الذي اتجهت نحوه الجزائر شيئا فشيئا منذ مطلع التسعينيات حيث تبنت الجزائر المبدأ من الأمر 95-06 المتعلق بالأسعار، ثم الأمر 03-03² الذي كرس هذا المبدأ حيث تنص مادة 04 في الفقرة 1 منه " أنه تحدد بصفة حرة أسعار سلع والخدمات اعتمادا على قواعد منافسة و حرية الأسعار»، و عادة ما يتحدد السعر على ضوء جملة من عناصر أهمها قيمة الشيء، هامش الربح الذي يعود به العون الاقتصادي المصاريف المختلفة مثل (الرسوم والضرائب).

و عليه سوف يتم البحث في هذا الفصل على محتوى و مضمون المبدأ و هذا في المبحث الأول وفي المبحث الثاني حول مفهوم الأسعار و أسس تحديدها.

¹ - دستور الجزائر لسنة 2020، المؤرخ في 30 ديسمبر 2020، الجريدة الرسمية الجزائرية، العدد 82، سنة 2020.

² - الأمر 03-03 المؤرخ في 19 جمادى الأولى 1424 الموافق ل 19 يوليو 2003، يتعلق بالمنافسة، المعدل و متمم، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 43 ل 20 جمادى الأولى 1424 الموافق ل 20 يوليو 2003.

المبحث الأول: محتوى و ضوابط مبدأ حرية تحديد الأسعار

نص المشرع الدستوري في ظل الدستور 2020 على الصناعة و التجارة كقاعدة دستورية الذي نتجت عنها حرية المنافسة و هذه الأخيرة تقوم على مبدأ أساسي و هو " مبدأ حرية تحديد الأسعار الذي جاء في الأمر 03-03 متعلق بالمنافسة المعدل و المتمم. و هو ما تؤكدته المادة 04 من قانون المنافسة الجزائري المعدل حيث نصت على "تحديد الأسعار السلع و خدمات بصفة حرة وفقا لقواعد المنافسة الحرة و النزاهة"¹ و لمعالجة هذا المبحث تم تقسيمه الى مطلبين مطلب الأول خصصناه لمحتوى و مضمون المبدأ و المطلب الثاني سوف نتطرق للضوابط التي تحكم هذا المبدأ.

المطلب الأول: محتوى مبدأ حرية الأسعار

تتم ممارسة حرية الأسعار في ظل احترام أحكام التشريع و التنظيم المعمول بهما وكذا على أساسين قواعد الأنصاف و الشفافية لاسيما تلك المتعلقة بتركيب الأسعار لنشاط الانتاج و توزيع و تأدية الخدمات و استرداد السلع لبيعها على حالها، أيضا الهوامش الربح فيما يخص انتاج سلع و توزيعها أو تأدية الخدمات، أيضا شفافية الممارسات التجارية.²

الفرع الأول: احترام حرية أسعار السلع و الخدمات

يتبين من المادة أن الأسعار تحدد بصفة حرة بشرط احترام قواعد المنافسة و أساسها، خاصة ما يتعلق بالنزاهة، فالمنافسة الحرة هي إحدى طرق التنظيم الاجتماعي الي يفرض على الأعوان الاقتصاديين³ مناهجا و مفاهيم محددة قانونا، و التي تهدف الى تشجيع التقدم الصناعي و التكنولوجي وتحسين طرق الانتاج و توزيع مواد نادرة بطريقة عقلانية.

¹ - المادة 03 من القانون 10-05 المؤرخ في 05 رمضان الموافق ل 15 غشت 2010 الذي يعدل و يتمم الأمر 03-03 المؤرخ في 19 جمادى الأولى 1424 الموافق ل 19 يوليو 2003 ، جريدة رسمية العدد 46 ، المادة 03 من القانون 10-05 معدلة للمادة 04 من أمر 03-03 متعلق بالمنافسة.

² - مادة 04 قبل التعديل" تحدد بصفة حرة أسعار سلع و خدمات اعتمادا على قواعد المنافسة" متعلق بقانون المنافسة 03-03.

³ - العون الاقتصادي عرفته الفقرة 1 من مادة 3 من القانون 04-02 أنه كل منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم خدمات أي كانت صفته القانونية ، يمارس نشاطه في إطار المهني العادي أ بقصد تحقيق الغاية التي تأسس من أجلها".

و نلاحظ أن تأثير المتبادل للعلاقات التي تطورت سواء في موضوعها أو أطرافها ، خاصة التطورات القانونية باعتبارها نظاما معياريا، فإنها تتأثر بالملكية الخاصة لوسائل الانتاج و التوزيع كظاهرة قانونية¹ من أجل احترام حرية تحديد الأسعار للقواعد التنافسية من جهة و ارادة الأطراف المتعاقدة من جهة أخرى الخاضعة لقواعد عامة في تحديد الأسعار لأن القاعدة العامة أن العقود ملزمة لطرفين أو لجانبيين حتى بالنسبة لعقود الانتفاع بشيء أو ما يسمى عقود ملكية فهي خاضعة لمبدأ تطابق إرادتين، إذن عليه يحدد السعر من جانب الطرفين التعاقدين و ذلك بتركيز على نقطة أساسية و هي توسيع نطاق هذه الحرية و تقليص صلاحيات جانب التنظيمي و اداري في آن واحد².

برجوع الى أصل العقود و الأحكام عامة في قانون مدني (droit civile) فالعقود تقوم على أساس التفاوض³ وهي مرحلة سابقة أو مرحلة تمهيدية للتعاقد و هي مرحلة لم ينضم مشرع جزائري أحكامها صراحة، تارك الأمر للقضاء و الفقه

في هذه مرحلة توجد متطلبات تقع على عاتق المهني فارضة على زبون بالمنتوج أو خدمة المعروضة عليه، و شرط التعاقد و مدى ملائمتها للنتائج موجودة وكذا حدود المسؤولية التعاقدية غير أن مشرع مدني اكتفى بالنص على أن العقود تتعقد بتبادل التغير عن القبول و الايجاب تطبيق المبدأ الرضائية و هو شرط جوهري في العقد الصحيح⁴.

وحسب السنهوري فتعين الثمن يجب ان يكون متفق عليه بين المبايعين فلا يستقل أحدهما دون الآخر حيث لا يستقل به البائع لأنه نشاط فيغبين المشتري، و لا يستقل به المشتري لأنه يبخرس الثمن

¹ - محمد شريف، كتو، أهداف المنافسة، ملتقى الوطني حول منافسة و حماية المستهلك، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، يومي 17-18 نوفمبر 2009، ص 03.

² - جمال رواب، علال طحطاح، مبدأ حرية الأسعار في تشريع الجزائري م غ م

³ - أسسا تقوم العقود بصفة عامة على التفاوض و استثناء بطريق الإذعان أي يفرض أحد الأطراف الشروط لا يقبل تناقش فيها.

⁴ - المادة 59 من قانون المدني الجزائري "يتم العقد بمجرد تبادل الطرفين التعبير عن إرادتيهما المتطابقتين دون الاخلال بالنصوص القانونية.

فيغبن البائع¹ ، "ومصطلح الغبن يكون في العقود الواردة في العقارات لأنها قائمة على أساسين مادي (عدم تكافؤ الثمن البيع العقار مع قيمة العقار وقت البيع"²

للأطراف الحرية المطلقة في التفاوض حول بنود العقد خاصة ما يتعلق بالسعر باعتباره موضوع دراسة، ومن جهة أخرى للأهمية البالغة في دفع متعاقد آخر بغض النظر عن صفته (زبون، مستهلك، مهني) وهذا من جهة أخرى، وعليه فإن السعر هو أحد العناصر المهمة الموضوعية للعقد سواء كان عقد مستهلك أو عقد تجاري.³

مثال ذلك عقد البيع باعتباره أكثر العقود بممارسة وإبرام فإن الثمن يجب أن يكون مقدار أو قابل للتقدير برقم معين قائم على بيان الأسس المقدرة عليها وهذا طبق لما نصت عليه المادة 356 من القانون مدني⁴

كسعر سوق مع بيان زمان و مكان هذا الأخير وفي حالة الغموض يفسر حسب إرادة الأطراف، فإذا لم يحدد يتوجب الجوع الى السعر السوق في المكان الذي يقضي العرف أن تكون أسعارها هي السارية وهذا عكس عقود النموذجية أو التمهيدية أو عقود الإذعان التي تكون معدة من قبل أحد أطراف مسبقا حيث الطرف الأخر من يستطيع المساومة و لا المنافسة، فإما يكون القبول الكلي أو الرفض الكلي مثل عقود تزوير بالغاز و الكهرباء وخدمة الهاتف و تأمين وغيرها من العقود،⁵ لأن في هذه حالة مقدم الخدمة أو بائع هو ينفرد بإعداد العقد وفق مصلحة وهذا يخلق لا توازن بين التزامات الطرفين، وهو ما تطلب ضرورة وجود قاعدة قانونية مضبوطة تحكمها، وبرغم من عدم وجود التلازم العقد مثل هذه العقود إلا أن المشرع اعتبر العقود حقيقية و هذا ما نصت عليه المادة 70 من قانون المدني.⁶ و بقصد إضفاء

¹ - عبد الرزاق السنهوري، مصادر الالتزام ، الجزء الأول، طبعة 3، دار النهضة العربية، القاهرة، ص370.

² - المادة 356 من القانون مدني. ج "إذا بيع العقار يزيد عن الخمس، فالبايع الحق في طلب تكملة الثمن إلى أربعة أخماس ثمن المثل.

³ - Rabih chendeb, le régime juridique ou contrat de consommation, étude comparative (droit français, libanais et Egyptien)

⁴ - أنظر المادة 356 قانون مدني جزائري.

⁵ - العربي أحمد بالحاج، الإطار القانوني لمرحلة السابقة على التعاقد في ضوء القانون المدني المقارن، دراسة مقارنة، دار الحافظ للنشر و التوزيع، الطبعة 01، ص54.

⁶ - أنظر المادة 70 من القانون المدني الجزائري.

إطار قانوني يسمح بمواجهة التعسف الناتج عن عقود الإذعان أجاز مشرع جزائري تدخل القاضي في التوفيق بين مصالح أطراف معنية بالأمر و هذا وفق مادة 110 من القانون المدني.¹

الحرية التعاقدية مستخلصة من مبدأ سلطان الإرادة يمكن أن تتصادم مع تلك القواعد المبادئ التي تجد مصدرها في فكرة مصلحة عاملة²، لأن تدخل و تأثير قواعد منافسة على نظرية العامة للعقود (بالأخص عقود البيع و توزيع) يقتصر منذ ولادة التعرف القانوني وقد يمتد الى قوة الملزمة للعقد،³ و أن تأثر قواعد منافسة على نظرية عامة للعقود يأخذ مظاهر عدة منها شفافية العرض، عدم التمييز، رفض البيع، عدم تحديد السعر في عقد الاطار للتوزيع وغيرها.

ونشير في هذا الصدد إلى أن مشرع الجزائري قد سبق و أن نظم الأسعار من خلال قانون 89-12 المتعلق بالمنافسة و الأسعار الملغى بموجب نص المادة 97 من أمر 95-06 متعلق بالمنافسة حيث نظم القانون مطلق على السلع و خدمات التي تنتج من طرف أشخاص ، وتوزع في سوق الوطنية من طرف أشخاص طبيعية وأشخاص اعتبارية يمارسون نشاط تجاري و لا يطبق على هذه نشاطات المدنية التي تخضع أسعارها لقواعد موجودة في تشريع الخاص، وهذا ما جاءت به المادة 02 من أمر 89-12 المشار اليه سابقا.⁴

وقد تبني قانون 89-12 مشار إليه مسبقا أنه تبني نظام حرية الأسعار وهذا ما نصت عليه المادة 11 حيث حددت نظامين هامين و رئيسيين في الأسعار وهما نظام الأسعار مقننة ونظام الأسعار الحرة المصرح بها طبق لنص مادة 18 منه " تخضع جميع سلع و خدمات التي تكون أسعارها غير مقننة لنظام التصريح بالأسعار"⁵

بالنسبة لأحكام الخاصة لهذا القانون 89-12 (ملغى) تحرير أسعار يهدف الى تقليص دعم الدولة وإعادة نظر في نظام الأسعار و امتد تطبيق حرية الأسعار إلى جميع منتجات التي لم ينص قانون على

¹ - أنظر المادة 110 من القانون المدني الجزائري.

² - المصلحة العامة : تشمل الأمن العام، الصحة العامة، السكينة العامة.

³ - محمد تيورسي، فكرة النظام العام الاقتصادي، كنقطة التقاء بين قواعد منافسة و حرية التجارية، مجلة القانون الأساسي، جامعة أبو بكر بالقائد، تلمسان، ص175.

⁴ - رواب جمال، طحطاح علال، مبدأ تحرير الأسعار في التشريع الجزائري، مقالة منشورة في الموقع <http://Sciencesjurudique.ablamontada.net/T436-Topic,14/04/2022,13> :25.

⁵ - رواب جمال، طحطاح علال، المرجع نفسه.

تحديدها و تطابق على منتجات لا تكون لديها خصوصية أساسية في الاقتصاد مثل منتجات الضرورية أو واسعة الاستهلاك¹.

نستنتج من المادة 04 من أمر 95-06 أن مشروع جزائري انتقل من نظام الأسعار المقننة إلى نظام الأسعار الحرة وذلك بتحريرها من القيود الواردة عليها، و أكد من جديد من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة الذي ألغى أمر رقم 95-06.

ومادة 04 من أمر 03-03 في فقرتها ثانية نصت على أنه تتم مختلف ممارسات حرية الأسعار بالنسبة للسلع و خدمات في ظل احترام التنظيمي والتشريعي المعمول بهما و أيضا على احترام قواعد الإنصاف و الشفافية.

وتنص مادة 05 من نص الأمر على أنه يمكن تحديد هوامش و أسعار سلع و خدمات أو الإنصاف المتجانسة من سلع و خدمات أو تسويقهما أو تصدق عليهما عن طريق تنظيم².

انطلاقا من ذلك يمكن القول أن المشرع تبنى مبدأ حرية الأسعار كأصل عام تارك بذلك مسألة تحديد السعر لمقتضيات اللعبة التنافسية في مجال الاقتصاد، و هذا احترام للمبادئ الجوهرية لقانون منافسة في إطار قانون العرض و الطلب.

فوق قانون العرض و طلب الأسعار تبقى في حالة تغير مستمرة فرغبة المستهلك بمنتج ماهي محددة لمقدار ما يشتريه وفق سعر معين، كما أن زيادة طلب على سلطة من قبل مستهلك تؤدي بارتفاع الأسعار و يعود هذا العامل نذكر منها :

- انعدام وجود السلع البديلة أو المماثلة.
- تغير رغبات و أذواق المستهلكين.
- نقص المادة الأولية.
- نقص المنتجين.
- زيادة الدخل³.

¹ - بخاري لطيفة، مرجع سابق ص16.

² - الأمر 03-03 متعلق بالمنافسة، مصدر سابق، ص 10-11

³ - المادة 05 من قانون أسعار 19/89 الملغى

و تكوين السعر عند انتاج يكون بعد تحديد:

- تكاليف انتاج و شروطه.
- الرسوم والضرائب و الإتاوات المفروضة على المنتج .
- مستوى هامش الذي يقابل المنتج.¹

إن السعر يحدد بعوامل كثيرة منها تكلفة المنتج، بنسبة الطلب و هو رغبة المسموحة بالمقدار على الشراء لكميات مختلفة من السلع بأسعار مختلفة، وكذا عوامل المنافسة كالترويج و الأشهار،² و منه منافسة تلعب دور هام في تحديد السعر، ذلك أن تحديدها من قبل أعوان اقتصاديين لا يتم بشكل مستقل عن الأسعار سلع مماثلة أو بديلة في سوق، و توجد عوامل أخرى تؤثر في السعر وذلك حسب استهلاك مجتمع لها بصفة عامة و أخرى بصفة خاصة، حيث نجد مستهلك الجزائري يزيد استهلاكه للمواد الغذائية في شهر رمضان مما يؤدي بارتفاع أسعارها و يتأثر بعوامل اجتماعية أخرى ككمية الاستهلاك وظروف مناخية و هذا حسب طلب و العرض لما لها من منحنى مغير للسعر³، و عليه نستنتج أن حرية الأسعار هي حرية اقتصادية حيث من أهمية البحث في توازن بين حرية اقتصادية ووقاية مصالح مؤسسات و ذلك من خلال ضمانات القانونية المؤطرة لها و المتمثلة في قانون المنافسة الذي يعمل على ضمان التوازن، و يحافظ على حرية منافسة في حد ذاتها لأن المنافسة تامة بدون حدود أو فيؤدي لإلغاء المنافسة.⁴

الفرع الثاني: احترام قواعد المنافسة

تعتبر المنافسة أداة لتفعيل النشاط الاقتصادي و السوق الاقتصادية و لفهم ظاهرة منافسة يعترض التركيز على مجموعة من قواعد التي تهدف إلى ضمان وجود المنافسة و حريتها و نزاهتها في السوق التي تنطبق عليها،⁵ ومن أبرز مبادئها حرية الأسعار التي تكون في إطار قانوني و شرعي متمثل في احترام قواعد المنافسة و أسسها و كل مخالفة لذلك تعتبر منافسة غير مشروعة لما تتطويعه من أساليب ووسائل تتنافى و العادات و القواعد الأمانة و الشرف، فتحديد الأسعار و إن كان حرا يجب عليه ألا

¹ - مادة 06 من نفس القانون.

² - إشهار عرفته المادة 04-02 المحددة للقواعد المطبقة على الممارسات تجارية على أنه " كل اعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة الى ترويج سلع و خدمات مهما كان مكان أو وسائل الاتصال المستعملة".

³ - رواب جمال، طحطاح علال مرجع سابق.

⁴ - G.Decop.commercial.hyper cours, 3eme Edition Dalloz, 2007, N278, p138.

⁵ - عطري مريم، قواعد منافسة في إطار صفقات عمومية وفق قانون الجزائري، مجلد النبراس للدراسات القانونية، المجلد 04، العدد 02، سبتمبر 2019، ص99.

احترام قواعد المنافسة و هذا يقتضي المنافسة بحرية وعدم عرققتها، لأن احتكار العون الاقتصادي واحد لسوق معين أو قطاع نشاط معين يجعله يتحكم في أسعار هذا المنتج، و لهذا سبب جاء القانون المنافسة ذلك لقضاء على حظر مثل هذه وضعيات.¹

حيث جاء في الأمر 03-03 من خلال مادة 06 التي أكدت على حظر الممارسات و الأعمال المدبرة و اتفاقيات الصريحة أو الضمنية، عندها يمكن أن تهدف إلى عرقلة حرية المنافسة أو الإخلال به في نفس السوق وذلك عندما ترمي إلى مجموعة من ممارسات الغير شرعية كعرقلة تحديد الأسعار بتشجيع المصطنع على ارتفاع أسعار أو انخفاضها و هذا وفق الأمر 03-03 السالف الذكر.²

أكد المشرع الجزائري أن عدم احترام أحكام متعلقة بالأسعار هو ممارسة غير شرعية للأسعار وهذا ما جاء في الأمر 02-04 في الباب الثالث المعنون (نزاهة الممارسات التجارية)، و حسب نص المادة 36 من نفس الأمر التي حددت عقوبة كل مخالفة تتعلق بالممارسة للأسعار غير شرعية حيث نصت على ما يلي "تضم ممارسات أسعار غير شرعية كل مخالفة لأحكام مادتين 22 مكرر و 23 من نفس القانون. ويعاقب عليها بغرامة مالية من عشرين ألف دينار إلى عشرة ملايين دج".³

مع حذف عقوبة الحبس التي كانت تتراوح ما بين شهر واحد الى سنة، و منعت مادة 07 من الأمر 03-03 كل تعسف في وضعية هيمنة على سوق أو احتكار لها أو على جزء منها قصد تحقيق مجموعة من الأهداف كعرقلة تحديد الأسعار حسب قواعد السوق.⁴

و حظرت مادة 11 من نفس الأمر أن كل مؤسسة تعسف في استغلال وضعية تبعية لمؤسسة أخرى بصفتها زبونا إذا كان ذلك يخل بقواعد المنافسة و من بين صور هذا التعسف الإلزام بإعادة البيع بسعر أدنى، و كذا كل عمل آخر من شأنه أن يلغي منافع منافسة داخل السوق.⁵

¹ - رواب جمال ،طحطاح علال، مرجع سابق.

² - الأمر 03-03 متعلق بالمنافسة مصدر سابق.

³ - الأمر 02-04 مؤرخ في 05 جمادى أول عام 1425 موافق ل 23 يوليو 2004 يحدد القواعد المطبقة على ممارسات تجارية المعدل و المتمم، منشور في جريدة رسمية عدد 41 ل 9 جمادى الأولى عام 1425 موافق ل 27 يونيو سنة 2004.

⁴ - الأمر رقم 03-03 مصدر سابق، مادة 7.

⁵ - مادة 11 من الأمر 03-03 مصدر سابق.

ونصت المادة 12 من نفس الأمر على حظر عرض الأسعار أو ممارسة أسعار بيع منخفضة بشكل تعسفي للمستهلكين مقارنة بتكاليف الانتاج و التحويل الاقتصادي و تسويق فإذا كانت هذه العروض تهدف أو بمعنى إبعاد مؤسسة عرقلة أحد منتجاتها من الدخول إلى السوق و هذا ما أكدته مادة 02-04 التي قصدت بسعر التكلفة الحقيقية، سعر الشراء بالوحدة المكتوب على الفاتورة، يضاف إليه حقوق و رسوم و عند الاقتضاء.¹

كما حظرت مادة 18 من نفس القانون أي عون ، يمارس نفوذ على أي عون اقتصادي آخر و أن يحصل منه على الأسعار أو آجال دفع أو شروط بيع أو كفيات بيع أو على شراء تمييزي لا يبرره مقابل حقيقي يتلائم مع ما تقتضيه معاملات تجارية نزيهة.²

و حددت المادة من 35 قانون 02-04 العقوبة على ممارسات تجارية الغير شرعية من بينها ممارسة عون اقتصادي لنفوذ عون آخر بعقوبة غرامة مالية من مائة ألف دينار (100.000دج) إلى ثلاث ملايين دينار (3.000.000دج)³

و بهذا فإن قانون المنافسة الجزائري تضمن قواعد تهدف إلى مكافحة أي تصرف صادر من عون اقتصادي من شأنه عرقلة الحرية التنافسية بين باقي الأعوان الاقتصاديين و الك من خلال حظر ممارسات المقيدة للمنافسة بشتى أنواعها و كذا مراقبة تجمعات الاقتصاديين التي تهدف من ورائها المؤسسات إلى تعزيز وضعيتها في السوق،⁴ بالإضافة إلى حظر عرض أسعار أو ممارسة أسعار بيع منخفضة بشكل تعسفيا. إلا أنه و نظرا لبعض الممارسات الاستغلالية أو التعسفية المسجلة وكذا الاعترافات اجتماعية أخرى، عمد المشرع إلى ادراج استثناءات على حرية الأسعار، وهذا بالرغم من وضعه قواعد قانونية ملزمة للشفافية و النزاهة في المعاملات التجارية و اقراره لعقوبات صارمة في حال مخالفاتها، وأقصى ما يمكن قبوله بهذا الصدد هو التدخل الاستثنائي للدولة بهدف تحسين معيشة المستهلكين، و كذا لمقتضيات المصلحة العامة.

¹ - رواب جمال، طحطاح علال، مرجع سابق.

² - أنظر المادة 33 من الأمر 02-04.

³ - المادة 35 من قانون 02-04. تعتبر ممارسات تجارية غير شرعية مخالفة لأحكام المواد 15 و16 و17 و18 و19 و20 من هذا القانون . و يعاقب عليها بغرامة من مائة ألف دينار (100.000دج) إلى ثلاث ملايين دينار (3.000.000دج).

⁴ - المادة 06 من قانون 06-10 معدل و متمم للقانون 02-04 و الذي يطبق القواعد المطلقة على الممارسات التجارية.

المطلب الثاني: ضوابط و محكمات مبدأ حرية تحديد الأسعار

القاعدة العامة أن المنافسة في الجزائر تخضع لمبدأ حرية تحديد الأسعار و لكن هذه حرية تخضع في طياتها إلى ضوابطها أساسية وهي قواعد الشفافية الممارسات تجارية و التي سوف نتطرق إليها في فرع الأول و قواعد حرية المنافسة التي سوف نتطرق إليها في فرع ثاني.

الفرع الأول: شفافية الممارسات تجارية

بين مشروع جزائري هذه قواعد في مواد من 04 إلى 13 في فصل الأول من باب الثاني معنون "ب" القواعد المطبقة على ممارسات التجارية"، تضمنت هذه مواد التزام هام و هو ضرورة إعلام مستهلك بالأسعار و التعريفات و شروط البيع و فاتورة¹، و نقصد بمصطلح الشفافية يعني الصفة التي تظهر للحقيقة الكاملة و هذا تعريف لغوي للمصطلح أما اصطلاحاً فتعني توفير مجموعة من معلومات الانسانية في كل وقت للزبون بخصوص أسعار كمية و نوعية السلع و خدمات بحيث يكون قرار الزبون نتيجة مباشرة لاطلاعه على هذه نقاط.

أولاً : الاعلام بالأسعار و التعريفات و شروط البيع

إن الالتزام بالإعلام هو التزام يفرض على أحد طرفي الاستهلاك إعلام الطرف الآخر بما يجعله من بيانات جوهرية مرتبط بالتعاقد وذلك في وقت مناسب مستخدماً في ذلك اللغة و الوسيلة الملائمة لطبيعة العقد و محله.²

و الاعلام بالأسعار و تعريفات و شروط بيع من أهم الضمانات التي كفلها المشرع الجزائري و حرم عدم الالتزام بها من قبل العون الاقتصادي، وهذا استناداً للفصل الأول للباب الثاني في قانون الذي يحدد قواعد المطبقة على ممارسات التجارية رقم 02/04 وكذا قانون 03-09 متعلق بحماية مستهلك و قمع الغش و يعد الإعلام بالأسعار التزام قانوني يقع على عاتق المهني سواء كان منتج أو بائع (بالجملة أو

¹ - أنساعد خولة، القيود الواردة على مبدأ حرية التجارة و صناعة، مذكرة لنيل شهادة ماستر ، تخصص إدارة أعمال، قسم الحقوق، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة جيلالي بونعامة، خميس مليانة، 2017/2018، ص 60.

² - مصطفى أحمد أوعمر، موجز أحكام قانون حماية مستهلك، منشور الحلبي الحقوقية، طبعة 1، لبنان، 2011، ص

بالتجزئة)¹، هو التزام مقرر لصالح كل مشتري أو طالب خدمة شراء لإعادة البيع أو للاستهلاك، ورغم أن المشرع أقر تحديد حرية الأسعار بصفة حرة إلا أنه قد ألزمه بضرورة إشهارها وهذا طبق للمادة 04 من قانون 02-04 " يتولى البائع و جوبا إعلام الزبائن بأسعار و تعريفات السلع و الخدمات و بشروط البيع" و أكدت كذلك المادة 17 من القانون 03-09 أن « يجب على كل متدخل أن يعلم مستهلك بكل معلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم و تضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة²

إذا الاعلام بالأسعار شرط ضروري لتحقيق الشفافية ممارسات تجارية و حماية المستهلك، و هذا ما أكدته مادة 04 من المرسوم تنفيذي 378/13، و مادة 05 من القانون رقم 02-04 الذي حدد طريقة الاعلام بالأسعار و شروط البيع و التعريفات على أنه يجب أن يكون اعلام المستهلك بالأسعار و تعريفات سلع و خدمات في طريق وضع علامات و رسوم أو المعلقات أو أي وسيلة أخرى.³

1- العلامات:

نصت المادة 02 من الأمر 03-06 مؤرخ في 19 يونيو 2003 متعلق بالمعاملات،⁴ على أنها "كل رموز القابلة للتمثيل الخطي لاسيما الكلمات بما فيها أسماء أشخاص و أحرف و أرقام و رسومات أو صور والأشكال المميزة للسلع أو توضيبيها و الألوان بمفردها أو مركبة التي تستعمل كلها لتميز سلع أو الخدمات شخص طبيعي أو معنوي لسلعة شخص أيا كانت طبيعته عن سلعة شخص آخر".

ونصت المادة 05 من الأمر 02-04 محددة للقواعد المطبقة على ممارسات تجارية على أنه يجب أن تعد أو توزن أو تكال السلع المعروفة للبيع سواء كانت بالوحدة أو بالوزن أو بالكيل أمام مشتري وعندما تكون هذه سلعة معلقة و معدومة او موزونة أو مكيلة يجب وضع علامات على غلاف تسمح بمعرفة الوزن و كمية أو عدد أشياء مقابلة للسعر المعلن.⁵

¹ - الأمر رقم 02-04 مؤرخ في 23 يونيو يحدد قواعد المطبقة على الممارسات التجارية، جريدة رسمية، عدد 4 صادر في 27 يونيو 2004 ، ص5-6.

² - أنساعد خولة، القيود الواردة على مبدأ حرية التجارة، مرجع سابق، ص60.

³ - أنظر المادة 5 فقرة 4 من قانون 02-04 مشار إليه مسبق.

⁴ - أنظر المادة 02 من أمر 06-03 مؤرخ في 19 يونيو 2003 المتعلق بالمعاملات جريدة رسمية عدد 44، 2003.

⁵ - قانون 02-04 مصدر سابق ص04.

2- الموسم :

هو وسيلة فعالة تخدم مستهلك بالدرجة الأولى إلى أن بعض أطلق عليه البائع الصامت وهو وسيلة ينقل المتدخل من خلالها اعلاما موضوعيا إلى المستهلك وهو يضمن بيان معلومات الأساسية التي يحتاجها ليكون على دراية وعلم بطبيعة ما يقتضيه من منتجات، و مشروع تولى تحديد وسم بدقة بعيدا عن كل دعاية تجارية أو إشهار مضلل و ناقص.¹

حيث طبق لمادة 17 من قانون 03-09 متعلق بحماية مستهلك وقمع الغش على أنه "يجب على متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات متعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم فالمشروع طبق نص هذه مادة ألزم متدخل بأن يعلم مستهلك بكل معلومات حول منتج المعروض عن طريق الوسم.

أيضا عرفته مادة 3 من قانون 03-09 متعلق بحماية مستهلك وقمع غش² على أن الوسم هو كل البيانات او الكتابات أو الاشارات أو العلامات أو المميزات أو الصور أو التماثيل أو الرموز المرتبطة بسلعة، تظهر على كل غلاف أو وثيقة أو لافتة او سمة أو ملصقة أو بطاقة أو ختم أو معلقة مرفقة أو دالة على طبيعة المنتج مهما كان شكلها او سدها بغض النظر عن طبيعة وضعها.

3- الاعلام بكل الوسائل المناسبة:

حددها مشروع جزائري على سبيل المثال لا الحصر بدليل أنه أعطى المهني اختيار أي وسيلة مناسبة لتنفيذ التزاميه، وبهذا تتم عملية الإعلام بالأسعار و تعريفات كل السلع و خدمات بين أعوان الاقتصاديين و يجب أن تبين هذه أسعار و تعريفات بصفة مرئية وهذا طبق لنص المادة5 فقرة 2 من القانون 02/04 حتى تسهل قراءتها، ويجب على البائع الكيل أمام مشتري، وفي حالة ما إذا كانت مكيلة فيجب وضع علامات تسمح بمعرفة ذلك.³

¹ - بوديسة مصطفى، حماية المستهلك من أخطر المنتجات الغذائية، مذكرة ماجستير كلية الحقوق و علوم سياسية ، جامعة الجزائر، 2014-2015، ص32.

² - أنظر مادة 03 من قانون 03-09 متعلق بالحماية مستهلك و قمع غش مشار اليه مسبق.

³ - نور ريمة، (جرائم منافسة و الأسعار)، مذكرة تكميلية لنيل شهادة ماستر تخصص قانون جنائي للأعمال ، شعبة حقوق و العلوم سياسية جامعة عربي بن مهدي أم البواقي 2013-2014، ص40.

لذا يجب أن توافر الأسعار أو التعريفات معلقة المبلغ الإجمالي الذي يدفعه زبون مقابل السلعة أو الحصول على خدمة كما يجب إلزام البائع في العلاقات بين الأعوان الاقتصاديين بالأعلام زبون بالأسعار و التعريفات عند طلبها ويكون هذا إعلام بواسطة جداول الأسعار أ نشرات البيانية أو دليل الأسعار أو بأية وسيلة أخرى، كما نصت المادة 08 من القانون 04-02 أن "بائع ملزم قبل افتتاح عملية البيع أخبار مستهلك بأي طريقة كانت وحسب طبيعة المنتج، بالمعلومات النزيهة أو الخدمة و شروط البيع الممارس وكذا حدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية لعملية البيع أو الخدمة.¹

4- المعلقات :

وهي وسيلة الإعلام مستهلك بخدمات المختلفة و يكون بوثيقة مكتوبة بخط واضح بحق واضح يحتوي على قائمة خدمات مقدمة و أسعار المقابلة لها و يجب أن تكون معلقة في أماكن التي تقدم فيها تلك الخدمة التي يسهل على مستهلك أو المشتري الاطلاع عليها.²

ثانيا: الفاتورة

تطرق المشرع الجزائري في الفصل الثاني من الباب الثاني من القانون 04-02 وكذا مرسوم تنفيذي رقم 05-468 الشروط تحرير الفاتورة و سند التحويل و وصل التسليم و الفاتورة الاجمالية بالإضافة إلى القانون 10-06 و يرجوع إلى قانون الجزائري، لم يتطرق إلى تعريف الفاتورة و لكن في مرسوم تنفيذي 05-468 الذي حدد شروط تحرير فاتورة ومن خلالها يمكن تعريف الفاتورة على أنها "وثيقة تجارية إجبارية تبرم بين أعوان الاقتصاديين وبين المستهلك و تسلم بمجرد إجراء البيع أو تأدية الخدمة.³

و تمكن هذه شفافية التي تبديها الفاتورة في حماية حقوق الأعوان الاقتصاديين وذلك بتمكينهم من معرفة حقوقهم من جهة أخرى و من جهة تقوم بإعلام المستهلك من كافة التحصيلات و الرسوم وكذا

¹ - عبدون نبيلة، عيدي كريمة (أثار المنافسة على مبدأ حماية المستهلك)، مذكرة لنيل شهادة ماستر في قانون تخصص قانون الأعمال، فرع قانون الأعمال ، قسم حقوق LMD كلية حقوق و العلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان بجاية، تاريخ مناقشة 18 جوان 2013 ص22.

² - مهري محمد أمين ، (نظام القانوني للممارسات التجارية أطروحة لنيل شهادة دكتوراه علوم في الحقوق، كلية حقوق ، جامعة الجزائر 1 بن يوسف بن خدة 2016-2017،ص21.

³ - مرسوم تنفيذي رقم 05-468 مؤرخ في 10 ديسمبر 2005، يحدد شروط تحرير الفاتورة التحويل ووصل تسليم و فاتورة الإجمالية وكيفيات ذلك - الجريدة رسمية عدد 20 صادر في 11 ديسمبر 2005.

المبالغ التي دفعها أو التي سيدفعها إذا كان البيع تم عن طريق فرض الاستهلاك الذي يكون فيه الدفع مسقطاً أو مؤجلاً أو مجزئاً.¹

حيث نصت مادة 10 من القانون 04-02 على أن فاتورة حق وضمانة للمستهلك لما تتضمنه من بيانات عن منتج من حيث الكمية و الثمن و المواصفات و الضمان كما بين لها بدائل على غرار وصل الصندوق و سند التسليم.²

وللفاتورة أهمية كبيرة في إثبات الأسعار و تعريفات و كذلك شروط البيع المعلن فيها، موافقة لها دفعه مستهلك خاصة في ميدان الخدمات أين يكون العون الاقتصادي ملزم بتسليم كشف قبل انجاز الخدمة للمستهلك يوضع فيه طبيعة لخدمة و العناصر المكونة للأسعار و التعريفات و كيفية دفع الثمن بها يعزز حق العلم بالنسبة للمستهلك.³

نصت مادة 25 من مرسوم 05-468 التي حددت شروط تحرير القانون وعلى مبدأ أن الفاتورة لا تسلم إلى مستهلك إلا إذا طلبها.⁴

ونصت مادة 03 من نفس المرسوم على البيانات الواجب تطبيقها و ذكرها عند تحرير الفاتورة،⁵ ولا تظهر أهمية الفاتورة بالنسبة للمستهلك إلا في موضوع إثبات التعاقد و إثبات وجود شروط التعسفية والاستفادة من أحكام الخدمات بينما أهميته بالنسبة للبائع أوسع من هذا فهي وسيلة محاسبة و رقابة في مجال الضريبي و وسيلة لتحقيق شفافية ممارسات تجارية و وسيلة ضمان للديون.⁶

كما ألزمت المادة 07 منه ذكر تكاليف النقل صراحة على هامش الفاتورة إذا لم تكن مفوترة على حدة، أو لا تشكل عنصراً من عناصر سعر الوحدة. أوجبت المادة 08 منه أن نذكر صراحة في الفاتورة الزيادات في السعر، لا سيما الفوائد المستحقة عند البيع بالأجال و التكاليف التي تشكل عبء استغلال

¹ - زهرة علاوي، الفاتورة وسيلة شفافية للممارسات التجارية، مذكرة لنيل ماجستير، كلية حقوق و العلوم السياسية، جامعة وهران، 2012-2013 ص 10.

² - المواد من 10-13 من قانون 04-02، مصدر سابق ص 4-5.

³ - محمد أمين مهري، نظام القانوني للممارسات التجارية في التشريع جزائري، مرجع سابق. ص 27.

⁴ - المرسوم التنفيذي 05-468 المحددة لشروط الفاتورة و سند التحويل و وصل التسليم و الفاتورة الإجمالية المؤرخ في 10 ديسمبر 2005، جريدة رسمية، عدد 80.

⁵ - أنظر المادة 35، الفقرة الأولى من مرسوم تنفيذي رقم 05-468 مؤرخ في 10 ديسمبر 2005.

⁶ - محمد أمين مهري، مرجع سابق، ص 20.

للبنائ كأجور الوسطاء و العمولات و السمسة و أقساط التأمين عندما يدفعها البائع و تكون مفوترة على المشتري.

و يعاقب كل مخالف لإلزامية الفوترة بغرامة بنسبة 80% من المبلغ الذي كان يجب فوترته مهما بلغت قيمته دون المساس بالعقوبات المنصوص عليها في التشريع الجبائي.¹

الفرع الثاني: قواعد حرية المنافسة

يتضمن قانون منافسة قواعد تهدف الى مكافحة أي تعرف صادر عن العون الاقتصادي من شأنه عرقلة الحرية التنافسية بين الأعوان الاقتصاديين و بين علاقة المستهلك بالعون الاقتصادي كما حرص مشرع جزائري على توفير الأطر القانونية الكفيلة للوصول بالممارسة التجارية و هذا ينعكس من خلال ضمانات مكرسة في الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة و كذا قانون رقم 04-02 متعلق بالممارسات التجارية.

أولا : عدم التعسف في استغلال وضعية الهيمنة:

عرف المشرع جزائري وضعية الهيمنة بأنها " وضعية الى تمكن مؤسسة ما من الحصول على مركز قوة اقتصادية في السوق المعني من شأنها عرقلة قيام منافسة فعلية فيه و تعطيتها إمكانية القيام بتصرفات منفردة إلى حد معتبر إزاء منافسيها، أو زبائنها أو مومنيها".²

و بتالي فإن المنع يرد على التعسف في استعمال وضعية الهيمنة و استغلالها مما ينتج أضرار للمنافسين و مستهلكين و بسعر العرض و جودته و بتالي تلحق أفراد السوق الاقتصادية.

و تعرف وضعية الهيمنة أنها قوة اقتصادية المحوزة من طرف مؤسسة اقتصادية، والتي بموجبها تستطيع إعاقة المنافسة الفعلية في السوق و انتهاج سلوك يتسم بقدر من الاستغلال بالنسبة للمنافسين و العملاء و بالنسبة للمستهلكين أيضا، حيث تفرض المؤسسة أو العون الاقتصادي ضغوطات و شروط بمقابل عدم امتلاك عدم منافسيها و زبائنها خيرات أخرى، لكن هذا لا يتعلق بالحالات الناشئة عن قدرة مؤسسة عن إنتاج بفاعلية و تكلفة أقل و أنها تحوز على أجهزة حديثة و عمال و إطارات يقومون بإنجاز

¹ - المادة 33 من القانون 02/04.

² - المادة 03 من الأمر 03-03 ، مرجع سابق، ص 26.

منتجات عالية الجودة، لذا فإن قانون المنافسة لم يمنع وضعيتي الهيمنة أو الاحتكار بحد ذاتها و إنما حظر الاستغلال و تعسف الناتج عنها.¹

و طبق لنص مادة 07 من قانون منافسة فان مشرع الجزائري قد أدرج فيها الاحتكار إلى جانب التعسف مع استغلال وضعية الهيمنة، رغبة منه في تحقيق توازن في العقود المبرمة بين أطراف الغير المتكافئة في القوة و هذا بواسطة منع إساءة في استعمال القوة الاقتصادية التي يحوزها الطرف القوي أو المحتكر لجميع حصص السوق أو جزء منها فهذا يمس بالأسعار لأنها تصبح محل تغيير دراسة كل مرة دون خضوعها لقانون العرض و طلب و ذلك بالنسبة للمنتجات ذات الأسعار الحرة.²

من المعايير المعتمدة في تحديد وضعية الهيمنة تتمثل في معيار السوق و معيار القوة الاقتصادية و المالية:

أ- معيار حصة سوق:

لم نجد مادة قانونية تحدد حصة السوق، كما تحسب هذه الحصة بواسطة حجم المبيعات المحققة و غالبا تفوق 50 %.

ب- معيار القوة الاقتصادية و مالية:

يستعمل هذا المعيار لقياس مدى حيابة مؤسسة لوضعية هيمنة وحسب محكمه استئناف باريس فإن الانتماء لمجموعة اقتصادية قوية، تتميز بوضع قيادي على مستوى الوطني في مجال اقتصادي.

وفي نفس سياق، صدر مرسوم تنفيذي 314-2000 المؤرخ في 14 أكتوبر 2000³، الذي حدد المقاييس التي تبين أن العون الاقتصادي في وضعية هيمنة، و كذا مقياس الأعمال الموصوفة بالتعسف في وضعية الهيمنة ، حيث أضاف مرسوم حالات أخرى تتمثل في ممارسات التي تستجيب على خصوص للمقاييس الآتية:

¹ - بخاري لطيفة، مرجع سابق، ص 43.

² - زبير أزرق، حماية المستهلك في ظل منافسة الحرة، مذكرة ماجيستر في القانون، فرع مسؤولية المهنية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011، ص 103.

³ - مرسوم تنفيذي رقم 314-2000 المؤرخ في 14 أكتوبر 2000، معدل و المتمم بالمرسوم تنفيذي، رقم 05- 175 مؤرخ في 12 ماي 2005 .

- المساس المتوقع العملي بالمنافسة.
- المداورات الى تهدف الى مراقبة السوق أو سيرها.
- غياب الحل البديل بسبب وضعية التبعية الاقتصادية و تعتبر هذه الحالة الوجه ثاني لحالة تعسف الناتج عن الهيمنة على السوق و عليه فإن ممارسات التي يسعى من خلالها أعوان للحصول على الامتيازات التجارية دون مبرر شرعي يمنحها القانون لما تلحقه من مساس بالمنافسة.¹

ثانيا: عدم تعسف في استغلال التنفيذ الاقتصادي

بمقتضى نص مادة 03 من الامر 03-03 فقد عرفت وضعية التبعية الاقتصادية أنها " العلاقة التجارية التي لا يكون فيها لمؤسسة ما حل بديل مقارن إذا أرادت رفض التعاقد بالشروط التي تفرضها عليها مؤسسة أخرى سواء كانت زبونا أو ممونا".² و هنا حالة التبعية تلتقي مع وضعية الاحتكار.³ و وضعية التبعية غير محظورة في حد ذاتها مثل باقي الممارسات المقيدة للمنافسة، فالنجاح وتفوق هو طموح أية مؤسسة تتعامل في مجال الاقتصادي و لكن الممنوع هو التعسف و الاحتكار في استغلال هذه الوضعية بشكل يحل بالقواعد التنافسية.⁴ كما أن الممارسة المحظورة بموجب المادة 11 من قانون منافسة لا تتعلق بوضعية تباعيه الاقتصادية، انما بتعسف في الاستغلال مؤسسة لمؤسسة أخرى بصفقتها زبونا أو ممونا إذا كان ذلك يخل بقواعد المؤسسة لهذا ركز المشروع الجزائري في طرف الضعيف في هذه العلاقة التجارية و ذلك أن هذا الأخير مجبر على التعاقد بشروط التي تضعها المؤسسة الأولى، في حين أنها لا تملك خيارات كافية أو حلول أخرى لرفض تلك الشروط، و هذا ما يؤدي إلى ارتفاع القيمة فيما لا يتناسب وقيمة التكلفة الحقيقية للمنتج من جهة و من جهة أخرى يؤدي هذا إلى ندرة السلع.⁵ و بالتالي كثرة الطلب.

ثالثا: ممارسة أسعار البيع المنخفضة بالتعسف:

يتمثل البيع بأنها منخفضة في العمل الذي يقوم به أحد أعوان الاقتصاديين من صفة منفردة أو مشتركة حيث يقوم متعامل بأنها تتعدى كل منافسة تصل حد الخسارة عن طريق البيع بأقل من سعر

¹ - المرسوم التنفيذي ملغى بالفقرة 03 من مادة 73 من قانون منافسة، جريدة رسمية رقم 6 الصادرة في أكتوبر 200.

² - المادة 03 من الأمر 03-03 لمتعلق بالمنافسة.

³ - زبير أزريقي، المرجع السابق، ص 104.

⁴ - داود منصور، الأليات القانونية لضبط النشاط الاقتصادي في الجزائر. ص 40

⁵ - نجاري لطيفة، مرجع سابق، ص 45.

التكلفة الحقيقية، هي في البداية تبدو أنها ممارسة تجارية لا عقلانية غير أنها ترمي إلى تحقيق أهداف معينة باستعمالها لجلب أكبر قدر ممكن من الزبائن فكثيرا ما تبدأ شركة أو مشروع تجاري ما إلى اتباع هذا السلوك بهدف طرد منافسها من السوق ومنع المنافسين المحتملين من الدخول و زيادة انتاجها.¹

و ذلك بهدف تفعيل الاحتكار في هذه السوق فيما بعد، و بتالي عرضها بالأسعار مرتفعة ذلك لتعويض الخسارة الى تكبدها من قبل أن تحرر هذا المركز الاحتكاري.

و ما دام الأمر كذلك فإن البيع بالخسارة لا يشكل طريقة بيع بالقدر ما يشكل ممارسة مقيدة للمنافسة الهدف منها إبعاد المنافسين عن الاستلاء في السوق و الرجوع إلى السعر العادي إن لم يكن أكثر ارتفاعا و يشترط في البيع بأسعار منخفضة تعسفا أن يكون موجه للمستهلك بسعر أقل من تكاليف الإنتاج و التسويق بشكل يؤدي إلى القضاء على المنافسة، ومنع هذه المنافسة منصوص في نص المادة 12 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة.²

حيث نصت " يحظر عرض الأسعار أو ممارسة أسعار بيع منخفضة بشكل تعسفي للمستهلكين مقارنة بتكاليف الإنتاج و التحويل و التسويق، إذا كانت هذه العروض أو الممارسات تهدف أو يمكن أن تؤدي إلى إبعاد مؤسسة أو عرقلة أحد منتوجاتها من الدخول إلى السوق".

و نستنتج من نص المادة 12 أمر 03-03 أن البيع بسعر أقل من سعر التكلفة الحقيقية هي ما يعرف بإغراء في التجارة الدولية و هو محظور بسبب مساسه بالمؤسسة.

رابعاً: اتفاقيات المحظورة حول الأسعار

إن هذه الاتفاقيات أو الأعمال مدبرة يمكن أن تتخذ عدة أشكال قانونية تهدف أو يمكن أن تهدف لعرقلة المنافسة أو الحد منها أو الإخلال بها

و لم يتعرض مشرع جزائري إلى تعريف الاتفاق المحصور و لكن نص على منع الاتفاقيات التي تكون بين التجار و مؤسسات و لكن تهدف الى الاقرار بالمنافسة في السوق التي تكون بين التجار ومؤسسات و التي تهدف أو يمكن أن تهدف بإقرار بمنافسة في السوق أو في جزء جوهري منه و قد سلك

¹ - أمال معهد شبلي، التنظيم القانوني للمنافسة و منع الاحتكار مكتب جامعي الحديث، مصر، 2008، ص 118.

² - مادة 12 من الأمر 03-03، مصدر سابق، ص 27.

في ذلك نفس الطريق الى سلكها المشرع الفرنسي، حيث أنه لا يوجد تعريف للاتفاق أو ممارسة المدبرة في قانون التجارة الفرنسي، فيما عرفه الفقه الفرنسي أنه " تلاقى ارادات عدة مؤسسات مستقلة عن بعضها بغرض تقرير سلوكها بصورة مستقلة في سوق،¹ ومن نشأة هذه الاتفاقية المحظورة في السوق لابد من توفير شرطين أساسين وهما تطابق ارادة مؤسستين على الأقل و شرط تقييد الاتفاق للمنافسة.

1- مضمون الاتفاق المحظور

و تقع تحت طائلة الحظر الوارد في مادة 06 من الأمر 03_03 جميع اتفاقيات مهما كان شكلها إذا كان هدفها هو التقييد للمنافسة أو إذا نجم عنها هذا الامر و يلاحظ من خلال مادة 06 أنها لم تقم بحظر جميع الاتفاقيات المقيدة للمنافسة بل أوردت مجموعة من الممارسات الأكثر شيوعا في عالم الأعمال و الأكثر انتشار بين منافسين التي قد ينجم عنها خطر المساس بالاقتصاد العام للدولة، حيث خص المشرع بالذكر بعض مضامين الاتفاقيات المحظورة التي تكون بين الاعوان الاقتصاديين و لعل ما دفع المشرع لذلك هو محاولة مساعدة السلعة المختصة بمجلس المنافسة في تصدي للمخالفات بعد إدراك حقيقة وجودها .

و إن محل أو مضمون الاتفاق المحظور قد ينص حول السعر أو السوق فالسعر أقوى سلاح فعال في المنافسة، لذلك كثيرا ما تلجأ الشركات و المشروعات إلى استخدام سلاح السعر للمحافظة على قوتها و الاكتساب أكثر منصب ممكن في السوق وصولا الى احتكارها و كمثال: قيام بعض شركات بالاتفاق على اغراق السوق بمنتجاتها مما ينتج عنه انخفاض كبير في أسعار هذه المنتجات، الأمر الذي يؤدي إلى إقصاء المؤسسات المنافسة في السوق.² ولا يقتصر محل اتفاق المحظور على السعر، بل قد ينصب على السوق التي ينشط فيها أطراف الاتفاق و من الامثلة ذلك أن تتفق بعض مؤسسات على التموين من مورد واحد ليتم اقصاء باقي الموردين من السوق.

2- اثبات الاتفاق المحظور

¹ - د.علي بن شعبان، مبدأ حرية المنافسة في التشريع الجزائري، مجلة الشريعة و الاقتصاد، مجلد الثامن، الاصدار الأول لسنة 2019، العدد 05 ، شوال 1440، جوان 2019، ص 343.

² - محمد الشريف تواتي، قمع الإتفاقيات في قمع المنافسة، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في القانون، فرع قانون أعمال، جامعة أمحمد بوقرة، بومرداس، كلية الحقوق و علوم السياسية، والعلوم تجارية، سنة الجامعية 2005-2006، ص25.

كما أن إثبات وجود الاتفاق المحظور ليس بالأمر الهين فإن كان من الممكن إثبات بعض الاتفاقيات عن طريق الدليل المادي و ذلك مثلا في حالة وجود اتفاق مكتوب يكون بذاته دليل واضح على قيام بهذه ممارسة، غير أن مثل هذه الدلائل قل ما يتوفر إذا أن الأطراف المعينة عادة ما تلجأ إلى الاتفاق و التواطؤ بطرق أخرى، و في هذه الحالة يكون من الصعب إثبات الاتفاق غير مشروع ، و مع ذلك يمكن الأخذ بجملة القرائن الجديدة المتوفرة و التي يعود للسلطة المختصة وحدها تقدير مدى دلالتها القاطعة على وجود الاتفاق.

وعلى هذا الأساس وجب الإثبات سواء كان بالدليل المادي كوثائق الاتفاق أو التحقيق من قبل مديريات التجارة أو مجلس المنافسة أو عن طريق الاعتماد على ما توفر من قرائن ومؤشرات مثبتة في مجموعها على وجود اتفاق محظور .

و الحالات الواردة في فقرات المادة¹06 جاءت على سبيل المثال لا الحصر و المبينة من عبارة "لا سيما عندما ترمى إلى" و على هاذا يمكننا التمييز بين² :

● **الاتفاقيات الرامية إلى تقليل عدد المتنافسين:**

تهدف أساسا لزيادة الحصة في السوق، و تكون في صورة اتفاقات متضمنة عرقلة الدخول للسوق كوضع قواعد خاصة تحدد مدى إمكانية الدخول إلى السوق، قصد مقاطعة مقابلة غير منتمية في الاتفاق.³

● **الاتفاقيات الرامية إلى تقييد نشاط المتنافسون:**

و تتمثل خصوصا في اتفاقيات حول أسعار السلع أو الخدمات ، سواء بتجميدها أو تصفيفها وهي أغلب الاتفاقيات التي تتم في السوق بغية اقضاء أي منافسة فيها.⁴ ومنه فإن الاتفاق حول عرقلة تحديد الأسعار حسب قواعد السوق وهي

¹ - و تقابلها المادة1- 420 من القانون التجاري الفرنسي المعدلة بالقانون 2001-420 المؤرخ في 15 ماي 2001.

² - مصطفى سنور، محاضرات في قانون المنافسة، سنة أولى ماجيستر، فرع علاقات الأعوان الاقتصاديين المستهلكين، 2011/2010.

³ - J.B.BLAISE. droit des affaire : commerçants, concurrence, distribution, manuel, LG, DJ ,2^{ème} édition 2000, N°785,p403.

⁴ - نبيل نصري، المركز القانوني لمجلس المنافسة بين الأمر رقم 06/95 و الأمر رقم 03/03، مذكرة ماجيستر، فرع قانون أعمال ، جامعة ، تيزي وزو، كلية الحقوق، 2004، ص70.

أكثر ما يهمننا تكون بالتشجيع المصطنع لارتفاع الأسعار أو لانخفاضها بعدة طرق، فالمنافسة تقوم على النزاهة و حرية الأسعار، إلا ما استثني بنص خاص، فالاتفاقيات لا تكون حول الأسعار المحددة من قبل الدولة إنما تلك الأسعار الناتجة عن المنافسة الحرة كما يجب أن تكون فعالة.¹

¹ - لطيفة بوخاري، تدخل الدولة في تحديد الأسعار وأثاره على المنافسة، مذكرة نيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق و العلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة وهران، السنة الجامعية: 2012/2013، ص 42.

المبحث الثاني: ماهية الأسعار و أسس تحديدها

تعتبر الأسعار و سياستها و القرارات المتعلقة بها من الأعمال و الأنشطة الى تزداد أهميتها يوم بعد يوم، فالقرارات المراد اتخاذها بالنسبة للأسعار هي قرارات إما تخضع لمنظمة الأعمال في مكانة تتقدم فيها أو في مكانة تؤدي بها إلى الانحدار و نهاية تلك منظمة من خلال نظام أو الفشل السلعة من خلال اقتناع المستهلك أو عدم اقتناعه بسلعة¹

كما أن عملية تحديد السعر ليست بمجرد عملية حسابية يقوم بها المتعامل الاقتصادي و ذلك بوضع سعر يغطي التكلفة و يحقق ربحا معيناً، كما أن قرار تحديد الأسعار يتأثر بعدة عوامل يجب أخذها و أخذ أثارها بعين الاعتبار، نذكر منها طبيعة السوق و سعر التكلفة للمنتجات، أهداف مؤسسة الخ ...

المطلب الأول: مفهوم الأسعار في التشريع الجزائري

لقد تم تعريف السعر من طرف عدة فقهاء سواء من ناحية الاقتصادية و الاجتماعية و لكن من ناحية القانونية لو نجد تعاريف خاصة بالسعر أو بالثمن، فلا القانون المدني تكلم عن ذلك و لا قانون المنافسة، كما أن للسعر أهمية بالغة لدخول لسوق، والمنافسة المتعاملين الاقتصاديين لما به من وضع خاص على مستهلك و هذا ما سوف نتعرض إليه في هذا المطلب من خلال تعريف بالسعر و تطرق إلى أهدافه و تميزه عن مصطلحات متشابهة له.²

الفرع الأول: تعريفات السعر

كما هو معتاد لتعريف أي مصطلح لا بد من تعريفه لغة أي معناه من الناحية الأدبية ثم اصطلاحاً أي كيفية تعريفه من طرف مختلف الفقهاء و هذا ما سوف نراه في الآتي:

أولاً : تعريف السعر لغة

¹ - خالد عبد المنعم البستنجي، التسعير بين النظرية و التطبيق ، دار وائل للنشر، عمان الأردن، الطبعة الأولى، سنة 2016، ص13.

² - حسن حسين السارة، سياسة تدخل دولة في الاقتصاد الاسلامي، الوراق للنشر و توزيع، طبعة أولى ، سنة 2015، ص22.

السعر هو التعبير النقدي لهيمنة السلعة في وقت و مكان معين و هو العنصر الوحيد من المزيج التسويقي الذي يمثل الإيرادات المنشأة.¹

كذلك يقال:

- سعر التسوق: أي الحالة التي يمكن أن تشتري بها الوحدة أو ما يشابهها في وقت ما.²
- سعر الصرف: سعر السوق بالنسبة للنقود الأعم.
- أسعار مدروسة: محسوبة على نحو يكون عادة أسعار قليلة الارتفاع نسبيا.
- حرب الأسعار: منافسة شديدة للهيئات قائمة على البيع بسعر منخفض.³
- سعر الطلب: أقل سعر بين مطلوب لورقة مالية ما في سوق الأوراق المالية أو هو السعر الذي يمكن للمستعر أن يشتري به ورقة مالية من سوق كما هي معروضة و يسما أيضا : سعر المعروض أو سعر العرض.
- مراقبة الأسعار: تحديد أسعار المواد و سلع لمنع حدوث تضخيم.
- السعر الأساسي: السعر الأقل الذي يمكن أن يباع له جزء من الملكية في مزاد العلني.
- حضر الأسعار: تجميدها ووقف ارتفاعها.⁴

ثانيا: تعريف التسعير

و يمكن تعريفه أيضا أنه:

1- التعريف التسعير لغة:

سعرت الشيء تسعيرا أي جعلت له سعرا معلوما ينتهي إليه و قد أسعروا و وسعروا بمعنى واحد، اتفقوا على السعر،

و التسعير هو تقدير، و السعر الذي يقوم عليه ثمن،⁵

¹ - دونالدس واتسن، ماري هولمن، ترجمة ضياء مجيد، نظرية السعر و استخدامها، مؤسسة شباب الجامعة، اسكندرية، جزء 2، سنة 2007، ص7.

² - دونالدس واتسن، ماري هولمن، نفس المرجع السابق، ص8.

³ - مجد الدين محمد بن يعقوب، الصور أنادي القاموس المحيط، دار الحديث، القاهرة، 2008، ص773.

⁴ - مجد الدين محمد بن يعقوب، مرجع سابق، ص773.

⁵ - سلماني حياة، مبدأ حرية الأسعار على ضوء قانون منافسة 03-03 مذكرة نيل شهادة ماستر سنة 2019-2020 ص40.

2- تعريف التسعير اصطلاحاً:

هو تحديد السعر الذي تلتقي عنده عروض البيع و طلبات الشراء.¹

و يعرف التسعير في الاصطلاح بعدة تعريفات منها:

هو أن يأمر السلطان أو نوابه أو كل من الوالي من الأمور المسلمين أمراً، أهل السوق أن لا يبيعوا أمتعتهم إلا بسعر كذا، فيمنع من الزيادة عليه أو النقصان لمصلحة.²

و يتفق كل من شرشل و بتير على عنصر المبادلة بالنقد أو بالسلع و خدمات و لا يشترط النقد كأساس من أجل امتلاك أو الخدمة التي استعملها، ولكن معظم حالات الغالبية و متعارف عليها في الوقت الحاضر هي تعبير عن السعر بعدد الوحدات النقدية.

ولقد عرف الاقتصاديون التسعير بأنه: تحديد الأسعار من قبل هيئة تتمتع باحتكار اجتماعي دون أن يكون للعرض و الطلب أي تأثير على الأسعار.

فالتسعير يكون في السلع و الخدمات التي يكون الناس في حاجة ماسة إليها و ضرورية لهم، هنا يجب على الدولة تسعيرها خشية استغلال التجار هذه الحاجة للسلعة فيرفعون سعرها، كما أنه إذا كان الأصل هو حرية البيع بسعر السوق و اللجوء إلى التسعير لا يكون إلا إذا دعت الضرورة، كان لابد من وضع شروط تعتبر بمثابة ضوابط للتسعير من بينها أن يكون التسعير بناء على دراسة مستفيضة و استشارات صادقة من الخبراء المختصين في مجال السلعة أو الخدمة محل التسعير، و يجب أن يكون السعر فيه مصلحة للبائع و المشتري.³

من خلال التعريفات السابقة يتضح لنا أنها متقاربة في المعنى، و هي جميعها منقطة على أن السلطة التي تتولى التسعير هي سلطة الدولة ممثلة في رئيسها أو من ينوب عنه، و هذه السلطة تستند في التسعير إلى ما تقتضيه مصلحة المستهلك من جهة و ذلك بمنع ارتفاع الأسعار ارتفاعاً مفرطاً و

¹ - مبارك بن سليمان بن محمد السليمان، أحكام التعامل في الأسواق المالية المعاصرة، دار كنوز الشيليا للنشر و التوزيع، المملكة العربية السعودية، الطبعة الأولى، 2005، ص 565-567.

² - العيد حداد، الحماية القانونية للمستهلك في ظل اقتصاد السوق، أطروحة دكتوراه، كلية حقوق جامعة الجزائر، 2002، ص 138.

³ - وسام أبو أمين، عوامل استراتيجية التسعير، رسالة لنيل درجة الماجستير في إدارة الأعمال، جامعة دمشق كلية الاقتصاد، السنة 2013-2014، ص 20.

مبالغ فيه، لأن مسألة التسعير ترتبط بالمستوى المعيشي للمواطن لا سيما ذو الدخل الضعيف، و من جهة أخرى رعاية حق العون الاقتصادي في أن يحقق له السعر المحدد ربحا معتادا.¹

و يعرف عالم الاقتصاد السعر او التسعير بانه التعبير النقدي لقيمة ما، وبالتالي " كلما ارتفعت قيمة السلعة ارتفع سعرها و العكس صحيح"، و ترد عند تطبيق ذلك أسئلة كثيرة منها على سبيل المثال:

هل السبب الذي يبنى عليه السعر يجب ان يكون القيمة الفردية أم القيمة الجماعية؟ أو لماذا تباع بعض البلدان منتجاتها في سوق دولية بأقل تكلفتها المحلية؟

فعلم الاقتصاد يقدم أجوبة عن هذه الاسئلة و غيرها و تسمى مجموعة من مبادئ و الأسس التي تلقي الضوء على هذه الموضوعات و ما يتعلق منها بتشكيل الأسعار Formation of prices وأسباب ارتفاعها و انخفاضها بتقديم الأسعار theory of prices أو سياسية الأسعار Policy of prices.

و يفرق عالم الاقتصاد سوق الحديث بين سياسية الأسعار في سوق، إذ تغلب على السوق شروط العرض و الطلب و يفعل قانونهما مفعوله كاملا و تبقى الأسعار بحاله من التعبير المستمر و فق شروط العرض و الطلب، و سياسة تشكل الأسعار في اقتصاد المخطط اذ يعد تشكل الأسعار عملية اقتصادية مخططة وواعية تقوم بها أجهزة التخطيطية المركزية و المحلية المنتشرة في قطاعات الاقتصادية و مؤسسات ووزارات و غيرها.

إن المؤشرات السعرية في نظامين كليهما تخضع للأسس لمراقبة النشاط الاقتصادي و مالي للمؤسسة ولرسم السياسة للدولة، فهي أداة توجيه فعالة للاقتصاد.

وعملية تشكيل الأسعار تحكمها قوانين اقتصادية المحددة في الزمان و المكان وطبيعية النظام كقانون العرض و الطلب الذي يحدد علاقة في السوق بين السعر و استعداد مشتريين وبائعين لتبادل كميات معينة من سلعة ما بسعر معين. وقانون قيمة الذي يعلم العلاقات بين مقادير العمل الاجتماعي المتمثل في السلع و ما يقابلها من نسب تبادل. و قانون متوسط معدل الربح، الذي يعبر عن العلاقات القائمة بين معدلات الأرباح التي يحققها الأفراد في ظل المنافسة الحرة، و تقوم هذه قوانين على أساس التجريد العلمي.

¹ - فتح الله و لعلو، مبادئ الاقتصاد السياسي، مدخل للدراسات الاقتصادية، دار الحداثة، بيروت، السنة 1981، ص 569-570.

كما يرى الاقتصادي البولوني أوسكار.... الذي ينطلق من استبعاد العلاقات طارئة غير جوهرية في أحوال معينة في علاقات ما بين عناصر العملية الاقتصادية و الواقعية فمثلا تعد القيمة الأساس الموضوعي و العلمي للسعر، و يعد السعر تعبيراً نقدياً عن القيمة، و لكن قد تقع بعض الانحرافات التي يكون مصدرها في اقتصاد السوق الطبيعية ذاتها و قانون العرض و الطلب الذي يحكمها، أما في الاقتصاد المخطط، الذي تسيطر به الدولة على الكميات و النسب الاقتصادية الأساسية و الإنتاج الاجتماعي عن طريق الخطة، فتحدث انحرافات بموجب سياسية واعية تتبعها دولة و ليس إجراءات عفوية لذلك يفعل قانون القيمة فعله كما يبدو في انحراف الأسعار عن القيم.¹

إن المؤشرات السعرية تجمع أسباب لمراقبة النشاط الاقتصادي و المالي للمؤسسة و للرسم السياسية الاقتصادية للدولة هي آداة توجيه فعالة للاقتصاد.²

و من خلال هذه التعريفات يظهر لنا أن سعر يتمثل في تلك الكمية المالية المترجمة لقيمة سلعة أو خدمة ما خلال فترة محددة من الزمن.³

و السعر يمكن أن يختلف باختلاف نظر المنتج و المسوق و من وجهة نظر المستهلك:

أ- سعر من وجهة نظر المنتج و المسوق:

إن السعر يعبر عن قيمة نقدية التي سيحصل عليها مقابل منتج، و سعرها يتضمن شروط التي بها يباع منتج، فالسعر في حالة بيع نقداً يختلف سعر في البيع بالآجال، و سعر المنتج محلياً يختلف عن سعر المنتج دولياً.

¹ - طالب محمد كريم، تقيد المنافسة عن طريق الأسعار، أطروحة الدكتوراه، تخصص قانون خاص، كلية حقوق و علوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، جامعة تلمسان، 2018، ص 14.

² - <http://memoireconomique.blogspot.com/2011/08/blog-post-9029.html> ,le 12/04/2022, à 11-45.

³ - محمد خطيب نصر، مذكرة ماجستير، اعتماد الأقسام المتجانسة في محاسبة التحليلية لتحديد السعر، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح، قالمة، نوقشت في 19 مارس 2006، ص 65.

ب- السعر من وجهة نظر المستهلك:

يمثل سعر الكلفة أو القيمة التي يدفعها مقابل حصول على منتج و إشباع حاجياته، و السعر يجب أن يساوي القدر الاجمالي من منافع التي يتوقعها المستهلك من حصوله على منتج و استخدامه له.¹

3- أهمية التسعير

للتسعير أهمية كبيرة بالنسبة للمستهلك و كذا للمؤسسة فقرات التسعير تعتبر من أكثر قرارات تأثيرا على جميع العناصر الأخرى للمزج التسويقي و منه يمكن ادراج أهمية السعر بالنسبة للمستهلك، وكذا بالنسبة للمؤسسة على النحو التالي:

أ- أهمية السعر بالنسبة للمستهلك:

تظهر أهمية السعر بالنسبة للمستهلك فيما يلي:

- يسهل عملية المقارنة بين المنتجات المتنافسة و يساعد في تقييم جودة المنتج.
- يعطي نظرة حول المنتج بالنسبة للمستهلكين و المحتملين

ب- أهمية السعر بالنسبة للمؤسسة:

يعتبر السعر مهما بالنسبة للمؤسسة للأسباب التالية:

- أن السعر من أسهل و أسرع عناصر المزيج التسويقي، تغييرا و تعديلا لمقابلة الطلب أو مواجهة تصرفات المنافسين
- يعد ارتفاع السعر مؤشرا على حدود من وجهة نظر بعض مستهلكين، فقد أثبتت بعض الدراسات أن هناك علاقة ايجابية بين السعر و الجودة.²
- وجود علاقة بين السعر و مقدار الايرادات المؤسسة و أرباحها، و هذا الأمر مهم بالنسبة للمؤسسة لأنها لم تحقق أرباح معينة فلن تستطيع الاستمرار.

¹ - بيومي محمد عمارة، سياسيات تسعير و خصومات البيع، برنامج مهارات البيع تسويقي، جامعة مركز تعليم المفتوح كلية التجارة، 2010/2009، ص 07.

² - المادة 04 من لقانون 05-10 مؤرخ في 15 أوت 2010، معدل و متمم للأمر 03-03، المتعلق بالمنافسة، جريدة رسمية، العدد 46، الصادرة في 18 غشت 2010.

- السعر يعد أهم مجالات التنافس بين المؤسسات، إذ يؤثر على مركز المالي للمؤسسة، ومن ثم تطويرها من حيث منتجات و تنويع خدماتها و توسيع في التسهيلات و المزايا التي تمنحها لعملائها.¹

وتزداد أهمية السعر كعنصر أساسي في المزيج التسويقي لأي شركة وذلك لعدة أسباب منها:

- السعر هو عنصر الوحيد من عناصر مزيج تسويقي Marketing mix يعتبر إيراد Revenue أما عناصر أخرى فتمثل تكاليف costs.
- السعر يعد الخاصية الوحيدة للسلعة، التي يسهل على أساسها مقارنة هذه السلعة مع غيرها من سلع حيث يمكن استخدامه كأساس للتنافس.
- و تعد أسعار في المنشأة أكثر تأثيرا بالأنظمة و قوانين التي تصدرها دولة، من أي مكون آخر من مكونات المزيج التسويقي، حيث تتدخل دولة أحيانا في ضبط هذه الأسعار و تقوم بتحديد سقف سعري لبعض السلع و أرضية سعرية لسلع أخرى و ذلك بحسب الضرورة
- أيضا للسعر دورا في تأثيره على كل من الإيرادات و المبيعات حيث أن الإيراد = السعر * كمية المبيعات.²

الفرع الثاني: أنواع التسعير

لكل مؤسسة الحرية في اختيار الأسعار المناسبة التي تغطي التكاليف الكلية و يعظم أرباحها وقد تباينت أنواع الأسعار، أهمها الأسعار الكسرية، الأسعار المحددة من قبل العرف، أسعار الاستدراج و الأسعار الموسمية.

أولا: أسعار القيادة

تلجأ بعض المؤسسات إلى هذا النوع نظرا لقدرتها العالية و حصتها الكبيرة في السوق، حيث تقوم بوضع أسعار تسترشد بها باقي المؤسسات المنافسة لها، فتكون ذات قدوة و الأولى من ناحية

¹ - مسكين حنان ، بن احمد الحاج، تدخل دولة في عملية تحديد الأسعار كقيد لحرية المنافسة في التشريع الجزائري، مجلة العلوم الانسانية، المجلد رقم 32، العدد04، ديسمبر، 2021، ص 553-564.

² - العسكري، أحمد شاكر، التسويق مدخل استراتيجي، الطبعة الأولى، دار شروق للنشر وتوزيع، عمان، الأردن، 2000، ص 173-174.

وضع السعر و التحكم فيه، و قد تلجأ في بعض الأحيان إلى تخفيض السعر إلى الحد الذي تتعدم فيه الأرباح، بغية جلب مستهلكين جدد، و الاستحواذ على أكبر حصة من السوق.¹

ثانيا: التسعير النفسي

يعتبر الكثير من المستهلكين السعر كمؤشر للنوعية، و هو ما يدعو المؤسسة إلى أن تحلل الجانب النفسي و ليس الاقتصادي فقط من أجل تحديد الأسعار، و هو ما نلاحظه في حالة بعض المنتجات الفاخرة كالعطور، المجوهرات، السيارات....الخ.²

و يندرج ضمن السعر النفسي الأسعار الكسرية و الأسعار التفاخرية.

1- الأسعار الكسرية

من أكثر الأسعار استخداما في النظام الرأسمالي الذي يتميز بالاقتصاد الحر، و بالخصوص لدى التجار التجزئة، و المقصود بهذا النوع من الاسعار هي تلك التي تظهر على شكل كسور عشرية.³

مثال: البيع بسعر 599.89 أو بسعر 599.88 دج.

و الهدف من استخدام الأسعار الكسرية هو:

أ- تمكين التاجر من تغيير الأسعار دون أن تكون هنالك فرصة للمستهلك لاكتشاف ذلك، أي مرونة الأسعار.

ب- يعطى هذا النوع من الأسعار انطباعا عاما بأنه أقل من حقيقته: مثال: السعر 5999.99 دج يعطى انطباعا عاما أنه أقل بكثير من السعر 600 دج.

2- الأسعار التفاخرية

يستخدم سعر المرتفع لدى بعض المستهلكين كمؤشرة للدلالة على جودة السلعة، فيقبلون على شرائها حتى يشعروا بتميزهم عن غيرهم في المجتمع، و هو ما يدفع بالمؤسسات باستخدام هذه الأسعار

¹ - صفي الدين كرايمية، حدود تحديد الأسعار في القانون المنافسة الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق و علوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة العربي بن المهدي أم البواقي، سنة 2018-2019 ، ص 07

² - طالب محمد كريم، تقيد المنافسة عن طريق الأسعار، نفس المرجع السابق، ص 25.

³ - صلاح الشنواني، الإدارة التسويقية الحديثة، المفهوم و الاستراتيجي، مؤسسة شباب الجامعة، الاسكندرية، مصر، 1983، ص 164

على بعض السلع، لتعبر عن سلع الطبقات العليا و الخاصة في المجتمع، بالرغم أنه في بعض الأحيان تكون الأسعار عالية بدون أن تناسب الجودة و مع ذلك توهم المستهلك أنها ذات جودة عالية.

ثالثا: الأسعار المحددة من طرف العرف

يتميز هذا النوع من الأسعار بالاستقرار لمدة طويلة من الزمن في السوق، و هي تلك الأسعار التي اعتاد المستهلك عليها، كالحب و المشروبات... الخ، و يتميز هذا النوع بالمرونة إذ يصبح السعر معتادا لدى المستهلك يصعب تغييره، و يلجأ المنتج في هذه الحالة إلى تغيير الكمية و الجودة.¹

رابعا: أسعار الاستدراج

يعتمد هذا النوع من الأسعار على تسعير المنتجات في المتجر بأسعار منخفضة قد لا تغطي التكاليف بدلا من القيام بالتسعير على أساس تحديد سعر يغطي القدر الكافي و المناسب من الربح، و يمكن تغطية التكاليف.²

و الهدف من هذا النوع هو الترويج للمتجر و جذب العملاء إليه، إقبالهم على شراء منتجات أخرى لم تنخفض أسعارها، و التي تحقق ربحها يغطي الخسارة الناتجة عن أصناف الاستدراج.

خامسا: الأسعار الموسمية

هي تلك الأسعار التي تطبق على المنتجات الموسمية، حيث تكون مرتفعة في بداية الموسم، ثم تتلوه تخفيضات طفيفة نوعا ما خلال موسم نفسه، و في النهاية يقوم البائع بتحديد أسعار جد منخفضة، حتى يتخلص من المنتجات بدلا من الاحتفاظ بها أو كسبها نتيجة لتغير أذواق المستهلكين أو تعرضها للتلف.³

مثال: أسعار منتج الفاكهة تكون مرتفعة في بداية الموسم، ثم تنخفض تدريجيا خلاله، و عند نهاية تكون الأسعار منخفضة جدا لأن البائع يفضل تصريف المنتج المعرض للتلف.

¹ - محمد فريد صحن، التسوق، دون طبعة، الدار الجامعية الجديدة، الاسكندرية، دون سنة النشر، ص 281.

² - صفي الدين كرايمية، حدود تحديد الأسعار في القانون المنافسة الجزائري، نفس المرجع السابق، ص 8

³ - محمد فريد صحن، نفس المرجع السابق، ص 280.

سادسا: الأسعار الرمزية

هو السعر الذي يعمل على احداث سمعة جيدة عند المستهلكين و العملاء من المنتج و سعره، من خلال وضع فكرة في أذانهم بأن السعر الرمزي يشير إلى الربح البسيط و السعر قريب من التكلفة، و يطبق هذا النوع على السلع الاستهلاكية و السلع الصناعية و في محلات التجزئة و محلات الجملة...الخ، و يهدف إلى تنشيط المبيعات، و من الأمثلة عليه سعر السلعة أو الخدمة سعر رمزي هو 20 دج فقط.¹

سابعا: السعر الترويجي

لا يوجد تعريف محدد لهذا النوع من الأسعار، لأن تعريفه يكون في الغرض الذي يستعمل من أجله، فهذا النوع يستخدم في المناسبات الوطنية و الشخصية، و للسلع و الخدمات في غير موسمها، و يطبق على السلع الاستهلاكية و السلع الصناعية في المحلات التجزئة و محلات الجملة و عند المنتجين، وعلى الخدمات أيضا. من خلال تخفيض الأسعار و الخدمات التي في غير موسمها، قصد تنشيط المبيعات و الاستحواذ على أكبر حصة سوقية للسلع، و مثال ذلك الملابس الصيفية أسعارها منخفضة في فصل الشتاء، و الهدف من ذلك تنشيط المبيعات، أما في فصل الصيف فالهدف من تخفيض أسعار الملابس هو الاستحواذ على أكبر حصة سوقية.²

ثامنا: الأسعار المهنية

هي تلك الأسعار التي تطبق على الخدمات المهنية المختلفة، مثل الطبيب و المحامي، المهندس...الخ، و ترتبط أسعاره هذه الخدمات بالجهد المبذول و الأدوات المستخدمة، و لا يطبق على السلع، و من أمثلة ذلك سعر رسم المهندس لمنزل من طابق واحد، أقل من سعر رسم المهندس لمنزل ذو طابقين.³

¹ - خالد عبد المنعم البستنجي، التسعير بين النظرية و التطبيق، نفس المرجع السابق، ص50

² - خالد عبد المنعم البستنجي، التسعير بين النظرية و التطبيق، نفس المرجع السابق، ص51.

³ - نفس المرجع، ص52.

الفرع الثالث: أهداف التسعير

يقوم المتعامل الاقتصادي بتحديد هدف أو أكثر لقراراته التسعيرية وفقا لأهدافها العامة و التي تشتق منها أهداف العملية التجارية و بالتالي أهداف التسعير بما يساعد على تحديد معالم النتائج الاولية لقرار السعر و تقييم هذه النتائج مقارنة بالهدف المحدد مسبقا، و تصنف أهداف السعر إلى ما يلي:

أولا: الأهداف المتعلقة بالربح

- تغطية التكاليف التي يتم انفاقها من أجل توفير المنتج وإتاحته إلى المستهلك، حيث يشمل تكلفة المواد الأولية و الوسائل المستعملة من أجل تحويلها وكذا تكلفة اليد العاملة، الضرائب المدفوعة.....
- تحقيق أهداف أصحاب رؤوس الأموال من عملية الاستثمار، وهذا في حالة إذا كان هنالك رؤوس أموال غير مملوكة للمؤسسة بل للمستثمرين آخرين فالسعر يجب أن يأخذ بعين الاعتبار هذه الأموال و الهدف من وراء منحها للمؤسسة.¹
- تحقيق عائد مناسب من الأموال التي تحتاج إليه المؤسسة، و هو من أهم أهداف المؤسسة وهذا تطبيقا لمعيار المضاربة لتمييز الأعمال التجارية عن الأعمال المدنية، و بالتالي فيجب أن تكون نسبة الربح تتناسب مع أهداف المؤسسة.²

ثانيا: الأهداف المتعلقة بالمبيعات

تتمثل هذه الأهداف فيما يلي:

1-زيادة كمية المبيعات:

أي تحديد أقصى إيرادات من المبيعات خلال أقصى حجم من البيع، حيث يجب أن يكون السعر البيع تنافسي و يستهوي المستهلك أو المشتري، لذلك فيجب على المتعامل الاقتصادي أن يتبع سياسة سعرية معينة من أجل تحقيق ها الهدف.

2-زيادة القيمة المالية للمبيعات:

¹ - محمد فريد صحن، نفس المرجع السابق، ص 281.

² - خالد عبد المنعم البستنجي، نفس المرجع السابق، ص 66.

يكون التركيز في هذا الأسلوب على زيادة الإيرادات المتحققة من المبيعات إلا أنه على عكس الأسلوب الأول فإن التركيز يكون على زيادة القيمة المالية المتحققة من هذه المبيعات، يرفع السعر لخلق انطباع مميز عن السلعة و توجيهها نحو شريحة من المستهلكين قادرة على دفع أسعار أعلى مقابل للحصول عليها، حيث أثبتت الدراسات على أن المستهلك يحدد جودة المنتج عن طريق سعره، فحسب اعتقاد معظم المستهلكين أن السلعة ذات السعر المالي تكون ذات جودة عالية.¹

3- زيادة الحصص السوقية:

عندما يزداد الحجم الكلي للمبيعات على مستوى السوق و يدخل منافسون جدد، يجب على المتعامل الاقتصادي أن يراقب نسبة مبيعاته في السوق حتى يتمكن من البقاء، و بالتالي إذا رأى أنه أن أسعار منافسيه أقل، فيجب عليه مراجعة سياسته السعرية من أجل المنافسة لكن مع الإشارة ألا تكون هناك مخالفات للمنافسة المشروعة و الشريفة مثل البيع بالخسارة و إن كان في صالح المستهلك، لكنه سوف يقتل المنافسة و يحقق ضرارا للمؤسسة المعنية و المتعاملين الاقتصاديين الآخرين.²

ثالثا: الأهداف المحافظة على الأوضاع الراهنة

يمكن احصاء عدة أهداف من أجل الاستقرار و المحافظة على الأوضاع الراهنة و الحالية، لكن في هذه الحالة إذا كانت المؤسسة في وضع صريح في السوق و الظروف لا تسمح بالتوسع أكثر، أما العكس فيجب عليها مراجعة سياستها السعرية. و من بين هذه الأهداف:

1- التوجه نحو المستهلك:

يعد هذا الهدف من الأهداف الحيوية كونه يضمن الولاء و استمرار شراء المستهلك لمنتجات المؤسسة و ذلك من خلال:

- مستويات سعر مناسب للمستهلك: حيث يجب أن يكون السعر المناسب للمستهلك و مستقر لكي يضمن ولاء المستهلك و عدم توجيهه إلى مؤسسة منافسة.

¹ - محمد ابراهيم عبيدات، سلوك المستهلك، دار الوال للنشر والتوزيع، عمان، الأردن ، ص61.

² - عامر لمياء، أثر السعر، على قرار الشراء، -دراسة حالة قطاع خدمة الهاتف - مذكرة نيل شهادة الماجستير، تخصص تسويق، كلية العلوم والاقتصادية، و العلوم التسيير، قسم العلوم التجارية، سنة 2005-2006، ص41.

- تأكيد سعة المؤسسة بين المستهلكين: وهذا لأن تغيير السعر نحو الأعلى بصفة مستمرة أو بزيادة كبيرة قد يؤدي إلى نفور المستهلك و عدم ثقته بالمؤسسة.
- خلق قيمة المستهلك مقابل المدفوع: أي يجب أن يكون المقابل الذي يدفعه المستهلك يتناسب مع السلعة أو منفعة الخدمة المؤدات.

2- المحافظة على حصة المؤسسة في السوق:

يمكن أن يكون هدف المؤسسة هو تحقيق حصة سوقية أعلى أو المحافظة على حصة السوقية الحالية، لذلك يكون السعر مدخلا ملائما من خلال ما يحققه السعر الأقل في توسيع سوق المنتج وزيادة عدد المشترين لفئات تكون خارج السوق نتيجة السعر.

3- مواجهة المنافسين:

قد تلجأ المؤسسة للحفاظ على وضعها، الابتعاد عن المواجهة السعرية مع المنافسين و الاعتماد على المنافسة الغير سعريّة و اللجوء إلى الترويج و تطوير المنتج، و يكون هذا في حالة عدم قدرة المؤسسة على خفض السعر أو خوف من الرد من طرف المنافسين بسعر غير تنافسي لا تقدر على مجابته من طرف المؤسسة.¹

4- المحافظة على صورة المؤسسة:

في هاته الحالة تحاول المؤسسة بالالتزام بالسياسة السعرية التي خلقت لها مكانة مميزة و صورة قوية في السوق، لأنه أي خرق لهذه السياسة قد يؤدي إلى اهتزاز مكانة هذه المؤسسة السوقية.²

5- البقاء:

يعتبر البقاء في ظل المنافسة الشرسة التي تعرفها الأسواق اليوم هدفا أساسيا عند وضع سياستها السعرية إلى درجة التسعير أحيانا بأسعار التكلفة، او حتى بأسعار تغطي التكلفة المتغيرة فقط و ذلك في الحالات التالية:

- المنافسة الحادة.
- وجود طاقة إنتاجية كبيرة معطلة.
- اضطراب أوضاع المؤسسة نتيجة ظروف اقتصادية طارئة.

¹ - عامر لمياء، أثر السعر، على قرار الشراء، -دراسة حالة قطاع خدمة الهاتف -، نفس المرجع السابق، ص41

² - نفس المرجع، ص42.

- تغير رغبات و أذواق المستهلكين.¹

المطلب الثاني: أسس و عوامل تحديد السعر

يعتبر السعر من العوامل الأساسية المؤثرة على نجاح ورواج سلعة أو خدمة ما، فعلى أساسه تتحدد طبيعة الطلب على سلعة أو خدمة في الأسواق.² و يمثل عامل نجاح أي سلعة، كما ترتبط المرودية به بشكل كبير و يؤثر في حصة المؤسسة في السوق.

تواجه عملية تحديد السعر و اتخاذ القرارات السياسية في سياسة التسعير عوامل ومنها ماهي داخلية (الفرع الأول) و منها ماهي خارجية (الفرع الثاني).

الفرع الأول: الأسس الداخلية لتحديد السعر

عرف هذا النوع من الأسس على أنه مجموعة العوامل التي يمكن للمؤسسة التحكم فيها، وهي كالاتي:

أولاً: الأهداف

إن تحديد السعر المناسب يتوقف في أغلب الأحيان على الأهداف التي يسعى لتحقيقها، من خلال تحديد السعر و المشاركة في تحقيق أهداف المؤسسة، فهنا إذا كانت المؤسسة تريد الزيادة في حصتها في السوق، فما عليها إلا تخفيض السعر من أجل جلب عملاء منافسيها، و بالتالي تكسب حصة زائدة في السوق، و يعكس ذلك إذا أرادت تحقيق أرباح أكثر و بسرعة، فقد تلجأ إلى رفع الأسعار على السلع، ولكن فيه مخاطرة بفقدان حصة مهمة في السوق وهروب العملاء إلى منافسين آخرين.³

ثانياً: الموارد

يقصد بها الامكانيات المادية والبشرية و التكنولوجية المستخدمة، فهذه الموارد كلها تتحكم في السعر فكلما كانت أقل كان السعر أقل والعكس كذلك، كلما كانت مرتفعة كان السعر مرتفعاً، لذلك نرى

¹ - نفس المرجع السابق ، ص42.

² - أمين عبد العزيز حسن، استراتيجيات التسويق ف القرن الواحد و العشرون، دون طبعة، دار قباء، القاهرة، مصر، ص210.

³ - محمد فريد الصحن، التسوق، نفس المرجع السابق، ص278.

أن عدة شركات عظمى تلجأ إلى الصين و المغرب لأن الموارد البشرية رخيصة وبالتالي سوف تؤثر في السعر، و هذا ما قد يجلب عملاء جدد في السوق.¹

ثالثاً: التكلفة

تعتبر التكلفة من أهم الأساسيات في تحديد الأسعار ، لأن المتعامل الاقتصادي لا يمكن أن يحدد السعر دون أن يعرف تكلفة السلعة، و هو ما ينطبق سواء بالنسبة للمنتج أو الوسيط التجاري، حيث أن هذا الأخير له تكاليف شراء السلعة و نقلها، فمن خلال احتساب التكاليف يبدأ حساب هامش الربح ، و كلاهما يشكلان السعر.² الكثير من الشركات تحدد سعرها عن طريق التكلفة الاجمالية الازمة لإنتاج المنتج و ذلك بإضافة هامش الربح معين على هذه التكلفة، و تأخذ التكلفة شكلين أساسيين:

1- **تكلفة ثابتة:** وهي غير معتبرة ولكن قد تتغير باختلاف مستوى الانتاج و مبيعات مثل تكلفة الانجازات و الانارة فوائد الفروض.

2- **التكلفة المتغيرة:** وهي تتغير باختلاف الذي يكون على مستوى الانتاج و مبيعات كالتكلفة المواد الأولية،

3- **التكلفة الكلية:** فهي مجموع التكلفة المتغيرة و الثابتة.

وبالتأثر سعر منتج بتكلفته، حيث منتج الذي تكون فيه تكاليف عالية يكون سعره مرتفع و لا يمكن لمخطط السعر أن يتجاهل هذه الكلفة لأنها تعد قاعدة أساسية في قرار التسعير في غالبية المنشآت، فمن خلال احتساب تكاليف يبدأ حساب هامش الذي يمثل السعر و بالتالي السعر يتأثر بالكلفة.

و لكن هناك اختلاف واضح في هيكل الكلفة وعناصرها من المنتج آخر حيث قد نجد كلفة منتج تتكون نسبة كبيرة منها من عنصر الكلفة ثابتة بينما تشكل التكاليف متغيرة جزء يعتبر من أجمالي كلفة المنتج، و بالتالي يصبح كل مخطط أن يأخذ ذلك في الاعتبار و تحديد سعر منتج، لما يحقق استعادة الكلفة

¹ طالب محمد كريم، تقييد المنافسة عن طريق الأسعار، نفس المرجع السابق، ص39.

² محمد الخطيب نمر، اعتماد الأقسام المتجانسة في المحاسبة التحليلية لتحديد الأسعار، مذكرة ماجيستر، قسم العلوم

الاقتصادية، جامعة قاصدي مرياح ، ورقة، ص67

ثابتة كاملة، إضافة إلى كلفة المتغير، ومن هنا تبرز أساسية التكلفة في أنها عنصر حيوي في تحديد سعر المنتجات.¹

رابعاً: درجة اختلاف في السلعة

كلما كانت منتجات المؤسسة متميزة و منفردة بمزايا تختلف عن منتجات المنافسين الآخرين، كلما كانت أكثر حرية في وضع الأسعار على سلعتها، حيث نجد أن المؤسسة ذات منتجات متميزة وذات جودة تفرض أسعارها أعلى من أسعار منافسيها، و مع ذلك دائماً ما تحافظ على حصتها في السوق، كما أن الشهرة أو العلامة المميزة هي وحدها التي تمكن المؤسسة من تحديد سعر مرتفع لمنتجاتها أمام منافسها، و هذا طبيعي نظراً لاكتسابها ثقة المستهلك وولائه.²

فكلما كانت منتجات شركة متميزة عن منتجات منافسة، كلما كانت حرة أكثر في تحديد أسعارها، ولكن لكن إذا كانت جميع منتجات متشابهة في خصائصها يصبح من صعب على أي شركة أن تخرج أسعار سائدة، و عندما نجد الشركة أنه من صعب عليها أن تميز انتاجها بخصائص تتفرد بها. تحاول أن تغير من صورة المنطبعة في ذهن المستهلكين عن الشركة، وعن التنظيم أن تكون سمعة و شهرة بين العملاء و المستهلكين.³

خامساً: التنظيم

نجد بعض مؤسسات توكل مهمة تحديد الأسعار إلى مدير التسويق و الإنتاج، فهو الذي يحدد التكاليف و هامش الربح، و في المؤسسات الأخرى تتبع سياسة التسعير المركزي، أي أن السعر يكون محدد من طرف السلطة المركزية للمؤسسة حسب نوعها إن كانت شركة أو مقاومة أو... الخ. كما أن هناك مؤسسات تتبع أسلوب اللامركزية، أي تترك الحرية للبائعين و رجال التسويق وذلك من خلال مستويات دنيا من التنظيم في تحديد الأسعار.⁴

¹ - الحياشي، عل مبدأ الرضا، التسعير مدخل تسويقي، عمان، دار جهيدة، الطبعة الأولى، 2007، ص 55-54.

² - طالب محمد كريم، تفيد المنافسة عن طريق الأسعار، المرجع السابق، ص 40.

³ - عبد الفتاح، محمد سعيد، ادارة تسويق، دار جامعية، بيروت، 1992، ص 378-197.

⁴ - محمد فريد الصحن، التسوق، نفس المرجع السابق، ص 280.

سادسا: الجودة

توجد علاقة قوية بين سعر المنتج و جودته فالأسعار المنتجات تميل غالبا إلى ارتفاع كلما ارتفعت جودتها، هناك بعض الشركات تقوم بتخفيض الأسعار رغم جودة سلعتها و خدماتها أملا في منافسة شركات أخرى، في هاذة الحالة قد يصل مستهلك على سلعة بمواصفات عالية لكن بأسعار منخفضة. و على أي حال فإن الاعلان و طمأنينة المستهلك أو شد انتباهه الى ذلك يقع على عاتق ومسئولية الشركة اضافة إلى ذلك فإن التحري عن الحقيقة من قبل مستهلك بخصوص المقارنة بين الجودة و السعر الحقيقي، لا يعقبه من مسؤولية ذلك. و الاعتقاد بأن الجودة عالية دليل سعر العالي أمر غير صحيح و لكن الجودة العالية دليل السعر العالي أمر مقبول.¹

الفرع الثاني: الأسس الخارجية لتحديد السعر

تعتبر الأسس الخارجية مجموعة العوامل التي لا يمكن مراقبتها و التحكم فيها من طرف المؤسسة، عكس الأسس الخارجية، لذا وجب أخذها بعين الاعتبار عند تحديد الأسعار العوامل الأتية:

أولاً: الطلب

نظرا لما يلعبه الطلب على السلع و الخدمات من دور مؤثر في تحديد السعر، و بصفة خاصة عند التسعير للولهة الأولى للمنتج، إذا فهناك عوامل كثيرة تشكل و تؤثر في نمط الطلب على سلعة معينة منها. دخل المستهلك، القوة الشرائية، عدد و قوة المنافسين...الخ، لذا يجب عند تحديد سعر السلعة، دراسة الطلب مرونته، حيث هناك بعض السلع التي تتميز بحساسية المستهلك تجاهها، سواء لأهميتها بالنسبة إليه أو لجودتها في السوق، هنالك سلع ذاتها تعرض من طرف عدة متنافسين، و بالتالي يجب دراسة حتى الأسعار التي يضعها المتنافسون.²

ثانيا: المنافسة

تعد المنافسة عامل مؤثر على قدرة الشركة على تحديد أسعارها، حيث يجب على كل شركة عند تحديد أسعارها، حيث يجب على كل شركة عند تحديد الأسعار ملاحظة أسعار منافسين و تنبؤ سلوك هؤلاء المنافسين، و هناك عديد من شركات التي تتبع مدخلا في التسعير يعتمد على تصرفات المنافسين

¹ - الراوي خالد و السند حمود، مبادئ التسويق الحديث، طبعة أولى، دار الميسرة للنشر و التوزيع و الطباعة، عمان ، الأردن، 2001، ص196-194.

² - طالب محمد كريم، تقيد المنافسة عن طريق الأسعار، نفس المرجع السابق، ص40-41.

و خاصة شركات التي تعتبر قادة في السوق، فالبعض منها يضع السعر أقل من الأسعار المنافسين أو في مستواهم أو أعلى من الأسعار السائدة.¹ لذا يجب معرفة أن كلما اشتدت منافسة في السوق كلها تقيد المنافسين في تحديد أسعار منتجاتهم و عكس صحيح، و ذلك لأن سعر يلعب دور هام في تقيد و زيادة من شدة المنافسة بين مقاييس الاقتصاديين ، و تلعب دور جوهري و ذلك عندما تقوم المؤسسة بتحديد أسعار المنتجات، لذا يجب على مؤسسة أن تكون على دراية بمنافسيها و هو الخطط التي تنتجها.²

ثالثا: الموردون:

يكون تأثير الموردون على أسعار السلع في حالة الزيادة في المواد الأولية بغية تعظيم أرباحهم، و بالتالي فإن هذا يؤدي إلى رفع التكاليف الخاصة بالإنتاج بالنسبة للمؤسسة، و بالتالي ترفع في الأسعار من أجل تعويض هذه الزيادة في أسعار المواد الأولية. و هناك بعض المؤسسات تستغل هذه الزيادة في المواد الأولية من أجل الزيادة في أرباحها، فمثلا: الزيادة في الواد الأولية تكون 5% و تقوم المؤسسة في الزيادة في الأسعار بنسبة 10%، ولكن هذه الحالة نجدها في المؤسسات التي تمتلك حصة هامة في السوق و لا تكون هناك منافسة حادة.³

رابعا: التوزيع

كل مؤسسة أخذت بعين الاعتبار عند تحديد منتجاتها ما سوف يأخذه وسطاء و موزعون حتى تصل سلعة الى المستهلك النهائي، حيث يجب حساب هذه التكاليف التي يأخذوها في تحديد السعر مع اختصار بعض أرباحهم، في حالة ما اذا كان مساره في هذه السلعة طويل، كيلا تصل للمستهلك بسعر باهض و بالتالي قد يؤدي الى خسارة جزء هام في السوق، أما اذا كانت السلعة تصل الى المستهلك النهائي بطريق يتضمن عند قليل من التجار، فتكون هنا المؤسسة أكثر حرية و لها مجال للمناورة في تحديد أسعارها.⁴

و لكل حلقة من قنوات التوزيع أهداف على الصعيد الأرباح و المبيعات، و تحاول التدخل في تحديد السعر بما يخدم أهدافها، هذا يمكن للمنتج التحكم بمستوى السعر (في علاقتها مع الوسطاء) من خلال :

¹ - طه طارق ، ادارة تسويق الاسكندرية، دار الفكر الجامعي، 2008، ص642.

² - طالب محمد كريم، تقيد المنافسة عن طريق الأسعار، نفس المرجع السابق، ص41-42.

³ - صفي الدين كرايمية، حدود تحديد الأسعار في القانون المنافسة الجزائري، نفس المرجع السابق، ص11.

⁴ - توفيق محمد عبد المحسن، التسويق، دون طبعة، دار النهضة العربية، مصر، 1997، ص 195.

- استخدام نظام مكثف للتوزيع الشامل.
- وضع بطاقة بالسعر على المنتج.
- امتلاك مراكز أو معارض لتوزيع منتجاته وخلق سمعة جيدة لمنتجاته.¹

أما الوسيط يمكنه فرض شروط سعرية على المنتج من خلال:

- إبراز أهميته كمشتري لكميات كثيرة.
- تقديم خدمات إضافية مثلا التوصيل و التركيب التدريب على استخدام و ذلك لتبرير زيادة السعر .
- رفض شراء السلع التي لا تحقق له الربح معقول لا التحول الى منافسين.

خامسا: الظروف الاقتصادية

تعتبر الظروف الاقتصادية من أهم العوامل المؤثرة في تحديد الأسعار و من أهمها: التضخيم، الكساد، ندرة المواد الأولية، الحوكمة، الأخلاقيات.

ففي التضخيم يكون هناك ارتفاع في الأسعار، و منه تلجأ المؤسسة إلى محاولة تثبيت هذا السعر أو اتباع سياسة المنتج البديل بسعر منخفض نسبيا.

أما مرحلة الكساد ، فتضطر المؤسسة إلى تخفيض أسعار منتجاتها، بغرض بيع مخزونها من السلع و توفير السيولة النقدية لاستعمالها في شراء مستلزمات الانتاج.

أما ندرة المواد الأولية فإنه يؤدي إلى ارتفاع هذه المواد، و بالتالي ارتفاع تكاليف الانتاج بالنسبة للمؤسسات المستهلكة لهذه المواد، و هو ما يؤثر مباشرة في سعر السلعة.²

¹ - عليان، ربحي مصطفى، أسس تسويق المعاصر، دار صفاء، عمان، 2009، ص 182-183.

² - محمد الخطيب نمر، اعتماد الأقسام المتجانسة في المحاسبة التحليلية لتحديد الأسعار، نفس المرجع السابق، ص 68.

و يكون تأثير الحكومة متجسدا من خلال ما تسنه الدولة من قوانين و قرارات متعلقة ببيع السلع، أما بتشجيع بيعها بأسعار منخفضة أو وضع سقف لها، أو تحديد سعرها، فلا يمكن بيعها بسعر لا يسعر أقل أو أكثر، إذا فقرار التسعير يتطلب أن يكون هناك تكامل من الجانب الانتاجي و القانوني.¹

سادسا: تدخل الدولة

يلعب التدخل الحكومي دورا هاما في قدرة المؤسسة على تحديد أسعار منتجاتها في كثير من الدول، ففي بعض الدول قد تقوم الحكومة بتحديد اسعار سلع معينة تلتزم بها المؤسسات، و بالتالي لا تجد هذه الأخيرة مفرًا من الخضوع إلى هذه الأسعار، أو أن تضع اطار معينًا للأسعار يمكن أن تتحرك في حدوده.²

و تظهر أهمية هذا العامل بصفة خاصة في الدول النامية، و في الأسواق التي تتميز بنقص المعروض من السلعة المطلوبة، فتدخل الحكومة من أجل منع أي محاولة احتكار لسلعة معينة، و فرض أسعار على المستهلكين، خاصة عندما يتعلق الأمر بالصحة و بمنتوج الدواء و كذا المواد الغذائية الضرورية، فتتدخل الدولة بتشريعات و تنظيمات و أوامر من أجل تحديد الأسعار.³

¹ - المرسوم التنفيذي 108-11 المؤرخ في أول ربيع الثاني 1432 الموافق ل 06 مارس 2011، الصادر في الجريدة الرسمية، العدد 15.

² - صفي الدين كرايمية، حدود تحديد الأسعار في القانون المنافسة الجزائري، نفس المرجع السابق ، ص12.

³ - نفس المرجع السابق، ص 13.

خلاصة الفصل الأول:

أن تكريس مبدأ حرية الاسعار في الجزائر، يقتضي من المشرع تفعيل حرية اقتصادية بشكل صريح وذلك من خلال دعائم حرة و نزيهة جاء بها قانون المنافسة و هو حرية الأسعار، حيث يعتبر هذا الأمر من أهم مبادئ المكرسة بمقتضى الأمر 03-03 مؤرخ في 20/07/2003 و المتمم بالقانون 05-10. حيث خصص المشرع الجزائري في الباب الثاني منه مبدئ الحرية المنافسة و الممارسات المقيدة للحرية المنافسة، حيث فعل المشرع حماية المبدأ حرية الأسعار في القانون 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل و المتمم بالقانون 06-10 و هذا من خلال مكافحة جرائم ممارسات التجارية اعتمادا على تكريس مبدأ الشفافية الممارسات التجارية و التي تقوم عليها شفافية الاعلام بالأسعار و الفوترة و التي من شأنها أن تمنح مصداقية في السوق التنافسية و تمنح للمستهلك الحرية في اقتناء ما يناسبه من سلع و خدمات.

تحظر أيضا الاتفاقيات المقيدة للمنافسة، و المتعلقة بالأسعار وكذلك التعسف في استغلال وضعية الهيمنة و تحظر أيضا تعسف في استغلال وضعية التبعية الاقتصادية، وكذا منع البيع بأسعار منخفضة تعسفا طبق نص المادة 12 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة.

و بمقتضى نص الأمر فإن السعر هو القيمة المحددة لمنافع التي تحصل عليها الفرد من سلع و خدمات و لذلك فقد أقر المشرع الجزائري بحرية الأسعار و أسعار منتجاتها و خدماتها كأصل عام و هذا بموجب نص المادة 04 من الأمر 03-03 التي نصت على ما يلي " تحدد أسعار السلع و الخدمات بصفة حرة وفق قواعد المنافسة الحرة و النزيهة" ، يعني أن للعون الاقتصادي كامل الحرية في تحديد الأسعار بالنسبة للسلع و الخدمات، و أن السلع يتحدد على ضوء جملة من العناصر أهمها قيمة الشيء، هامش الربح، كما أن قرار تحديد الأسعار يتأثر بعوامل عدة داخليا و خارجيا، أهمها طبيعة السوق و طبيعة المستهلكين و سعر التكلفة بالنسبة للمنتجات....الخ

الفصل الثاني:

الدور الضابط لمبدأ حرية الأسعار في تنظيم
السوق الاقتصادية

الفصل الأول: الدور الضابط لمبدأ حرية الأسعار في تنظيم السوق الاقتصادية

الأصل أن الأسعار تحدد بطريقة حرة دون تدخل أي طرف أجنبي، فمعظم التشريعات المقارنة تنص على مبدأ حرية الأسعار خاصة تلك التي تتبنى النظام الرأس مالي، و الأكثر من ذلك تحرم أي اتفاق أو تدخل في هذه الحرية و ذلك من خلال منع الاتفاقيات التي تهدف إلى تحديد الأسعار أو الاحتكار. ففي ظل الاقتصاد سوق تساهم قوى العرض و طلب كأصل عام في تحديد أسعار المنتجات أو الخدمات فكل بائع مثلا يسعى إلى بيع سلعته أو خدمته بأعلى الأسعار في سبيل تلقي أقصى ربح ممكن، و في المقابل يسعى مشتري قدر الإمكان إلى حصول على تلك السلعة أو الخدمة بأقل الأسعار الممكنة و هكذا تتغير الأسعار صعودا و هبوطا إلى أن يتم التوازن بين المعروض من تلك سلعة أو الخدمة و مطلوب منها، و ذلك عند سعر معين بتفريه الجميع و بعد اصدار الأمر 65-06 أراد مشرع جزائري ترسيخ القواعد ذات طابع موضوعي، تجسد التوجيه الليبرالي كخيار اقتصادي أخذت به الجزائر ، ولكن برغم من ذلك لم تترك الحرية مطلقة و ذلك حماية للمستهلك بالدرجة الأولى و ضبط السوق و استقراره ، خاصة بالنسبة للسلع و الخدمات الضرورية ذات الاستهلاك الواسع.

إن فعليه تحديد الأسعار و الحد من ارتفاعها تعدو أن تكون ظاهرة استثنائية في ظل اقتصاد السوق القائم على حرية الاسعار، و تبرر من خلال سلطة الدولة في فرض تواجدها، نظارا لاعتبارات مختلفة يقع على رأسها مالها رعاية المصلحة العامة للبلاد

لذلك اعتمدت الدولة عدة آليات لتحديد الأسعار و ضبطها مثل التصديق و التسقيف كما يمكن أن تتدخل الدولة لاتخاذ تدابير مؤقتة في حال ارتفاع الأسعار بصورة مفاجئة.

و عليه ارتئينا البحث في هذا الفصل حول تدخل الدولة في تسعير السلع و خدمات في المبحث الأول، وكذا الجزاءات المترتبة عن مخالفة إجراء تحديد الأسعار المبحث الثاني.

المبحث الأول: تدخل الدولة في تسعير السلع و الخدمات

بعد تعديل قانون المنافسة الأمر أدرج بند يمنح للدولة الحق في تحديد أسعار المواد الاستهلاكية الموجودة في وضعية الهيمنة و الاحتكار قصد مواجهة ظاهرة المضاربة و التلاعب على حساب جهود الدولة من جهة و من جهة أخرى القدرة الشرائية للمواطن، و ذلك بتحايل على القانون و تدخل لا يعني رجوع إلى عهد تحديد الأسعار في نظام الاقتصاد الموجه إنما يهدف إلى تنظيم و تسوية الاختلالات الواقعة في الأسواق بعض المنتجات،¹ و تدخل الدولة في تحديد أسعار هذه السلع و الخدمات باعتماد آليات قانونية مذكورة في قانون صراحة، و يمكن أن تتدخل باتخاذ تدابير مؤقتة في حال ارتفاع المفاجئ للأسعار.²

المطلب الأول : مجال و آليات تدخل الدولة في تسعير السلع و الخدمات

إن من مزايا مبدأ تحرير سعر تخفيض الأسعار، حيث يجب عدم تجاهل ما قد ينجر عن ذلك من ارادة لبعض المتعاملين الاقتصاديين من عالمي المال و الأعمال و ذلك لعدم قدرتهم على منافسة و الأخذ بعين الاعتبار الظروف الخاصة التي يمر بها الاقتصاد قد قيد حرية الأسعار بجملة من حالات يؤدي تحقيقها إلى جعل تنظيم الأسعار من طرف دولة مشروع.³

و نستخلص من مادة 05 من امر 03-03 معدلة بالقانون 05-10 أن تدخل دولة في تحديد الأسعار و خدمات ذات الاستهلاك الواسع، يكون بالاعتماد على وسائل وآليات تتمثل في تحديد و تسقيف و التصديق و قبل تطرق لآليات تدخل يجب التطرق إلى مجال تدخل الدولة في تسعير السلع و الخدمات.⁴

¹ - لطيفة بوخاري، تدخل الدولة في تحديد الأسعار وأثاره على المنافسة، نفس المرجع السابق، ص71.

² - خبابة عبد الله ، السياسة السعرية في إطار العولمة الاقتصادية، مؤسسة ثقافية الجامعية، الاسكندرية، سنة 2009، ص77.

³ - تيروسي محمد، قواعد المنافسة و نظام العام الاقتصادي، دراسة مقارنة، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، سنة جامعية، 2010/2011، ص179.

⁴ - أنظر المادة 05، من الأمر 03-03 معدل بالقانون 10-50، مشار إليه مسبقا.

الفرع الاول: مجال تدخل الدولة في تسعير السلع و الخدمات

يمكن القول أن مبدأ حرية الأسعار يجد مجاله أساسا في قطاعات التجارة عموما، الصناعة، الفلاحة، الاستيراد، و بالتالي يمكن القول أن حرية الأسعار و حرية المنافسة ينشطان في مجال واحد.

كما لا يمكن تجاهل تواجده في العقود سواء مدنية أو تجارية ، فيتأثر قانون عقود كل قانون منافسة قد اتخذ شكلا و مظهرا جعلت البعض يتحدث عن قانون مدني اقتصادي، بينما يرجع البعض الآخر لقواعد الحماية التي يتضمنها قانون المنافسة إلى تلك الروح المدنية التي لازمت هذا الاخير باعتبار أن القانون المدني يعد عند الكثيرين المدافع عن الحريات الفردية¹.

و يمكن اعتبار العقد القاعدي الجوهري لعملية تبادل السلع و الخدمات بين المتعاملين الاقتصاديين، لكن بشرط عدم مخالفة النظام العام التنافسي بما يضمن إرادة المتدخلين في ظل نظام اقتصادي².

ونجد أن المشروع الجزائري تدخل في تحديد أسعار، سواء بالنسبة للسلع أثناء الإنتاج أو التوزيع و كذلك بالنسبة للخدمات.

أولاً: السلع

و هي نشاطات مذكورة في المادة 02 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة وهي نشاطات الإنتاج و نشاطات التوزيع³.

1- الإنتاج

تقوم العمليات الخاصة بالإنتاج على تجميع العوامل الطبيعية و الأدوات الفنية مع العمل من أجل الحصول على السلع و الخدمات تخصص للاستهلاك، فالإنتاج يتضمن عمليات تحويل و عمليات نقل الموارد الاقتصادية .

¹ - محمد تيورسي، فكرة النظام العام الاقتصادي، كنقطة التقاء بين قواعد منافسة و حرية التجارة، نفس المرجع السابق ص177.

² - شهيدة قايدة، حدود التوجه التعاقدية في مجال منافسة، مجلة الدراسات القانونية، جامعة أبو بكر بالفايد، تلمسان، العدد04، 2007، ص85.

³ - أنظر المادة 02 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة.

و كما عرفت المادة الثالثة في الفقرة 09 منها من قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش في الانتاج على أنه العمليات التي تشمل تربية المواشي و جمع المحصول و الجني و الصيد البحري و الذبح و المعالجة و التصنيع و التجول و التركيب، و توضيب المنتج بما في ذلك تخزينه أثناء مرحلة التصنيع و هذا قبل تسويقه الأول.

كما أن الانتاج يشمل النشاطات الصناعية المتمثلة في صنع المنتج و توضيحه و تحويله، أيضا يشمل النشاطات الفلاحية بشقيها الزراعي و الرعوي أي تربية المواشي، الصناعة التقليدية و الصيد الرعوي.¹

و هو نفس تعريف المدرج في مرسوم تنفيذي رقم 39-90 المؤرخ في 30 جانفي 1990 المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش، و منتج يشمل كل شيء مادي قابل أن يكون موضوع معاملات تجارية طبق لنص مادة 02 من مرسوم تنفيذي 90-39 و هذه مادة تحصر مفهوم منتج في منقولات و بالتالي تقصي كل ما هو عقار غير أن هذا لا يعني استبعاد التعامل في العقارات كممارسة تخضع لحرية الأسعار.²

و يرجع لأحكام المادة 02 من قانون 89-12 مشار إليه مسبقا، نجد أنه يطبق على سلع و خدمات الي تنتج من طرف أشخاص طبيعيين و معنويين يمارسون أعمال تجارية و لا يطبق على النشاطات المدنية التي تخضع أسعارها لقواعد متضمنة في التشريع الخاص.

إذن من خلال هذه المادة نستنتج أن الانتاج إما أن يكون في صورة سلعة أو خدمة، و بالتالي فإن حرية الأسعار التي تمارس في جميع نشاطات الإنتاج الصناعية، منها أو الزراعية إلى جانب قطاع الخدمات.

¹ - جريدة الرسمية 05 ، صادرة في 31 جانفي 1990، و الملغى ضمنا بقانون حماية المستهلك و قمع الغش 09-03.

² - بختة موالك، الحماية الجنائية للمستهلك في التشريع الجزائري، مجلة الجزائرية للعلوم القانونية و الاقتصادية و السياسية، العدد 02، 1999، ص 37.

إن تقوم عمليات الإنتاج على تجميع العوامل الطبيعية أو الأدوات الفنية مع العمل من أجل الحصول على السلع و الخدمات تخصص للاستهلاك، فالإنتاج يتضمن عمليات تحويل و عمليات نقل موارد اقتصادية¹.

2- التوزيع:

يعد الإنتاج على مرحلة التسويق و المعرفة و هي مجموعة العمليات التي تتمثل في خزن منتجات بالجملة أو نصف الجملة و نقلها و حيازتها و عرضها قصد البيع أو التنازل عنها مجانا.

كما يمكن تعريفه على أنه مجموعة الأنشطة المتكاملة التي توجه من خلالها موارد مؤسسة ما.²

و يمكن تعريف التوزيع على أنه عملية اقتصادية تمثل المرحلة التي تتوسط الإنتاج و البيع النهائي أو الاستهلاك فهو مجموع العمليات المادية و القانونية التي تسمح بتسويق السلع و الخدمات بين الموزع و المستهلك المهني أو الغير مهني.³

و طبق لنص المادة 02 من القانون رقم 89-12 يطبق هذا الأخير على السلع و الخدمات التي تنتج من طرف اشخاص طبيعيين أو معنويين يمارسون أعمال تجارية، لا تطبق على نشاطات التي تخضع أسعارها لقواعد متضمنة في تشريع خاص.

و موزع يمكن له أن يكون وكيل بنشاط أو موزع معتمد، لكن غالبا ما يكون معيد بيع مع إلزامية توافر شروط تختلف باختلاف القطاع الذي يتم فيه التوزيع.⁴

إن يمكن القول أن توزيع هو عملية قد يقوم بها المنتج بنفسه من خلال اتصاله المباشر بالمستهلك النهائي أو المشتري المهني لتوزيع منتجاته على مؤسسات أخرى تتولى عملية إيصالها إلى المستهلك أو معيد البيع و بذلك يكون التوزيع غير مباشر من خلال ما يعرف بالوساطة لا علاقة لهم

¹ - أنظر المادة 02 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة.

² - المادة 2 من المرسوم التنفيذي 90-39 المؤرخ في 30 جانفي 1990، متعلق برقابة الجودة و القمع الغش، جريدة رسمية، رقم 05، مؤرخة في 04 رجب 1410 موافق ل 31 جانفي 1990، ص 202-207.

³ - بختة موالك، نفس المرجع السابق، ص 37.

⁴ - نوال ابراهيمي، الإتفاقيات المحظورة في القانون منافسة في جزائر، مذكرة ماجيستر في الحقوق، فرع قانون الأعمال، جامعة الجزائر، كلية الحقوق، 2004، ص 35.

بالإنتاج، قد يكونوا مصدرين أو مستوردين، بائع الجملة أو تجزئة، كما أن عقود التوزيع تيرم عادة بين مؤسستين تنتميان إلى طبقتين مختلفتين أي أن العقود تخص العلاقات العمودية لا الأفقية، و يمكن للمنتج وضع عدة نماذج من شروط التوزيع العامة خاصة ما يتعلق منها بالسعر، إذ كان كل واحد منها معدا لفئات مختلفة من معيدي البيع لذلك من الملائم وضع شروط توزيع تتلاءم و تتغير وفق العوامل:

إذا كانت موجهة إلى بائعين بالجملة أو موزعين صغار، أو تتعلق بموزعين يضعون في مناطق زبائن مختلفة لا يمارس النشاط فيها كل هذا دون المساس بقواعد المساواة.¹

و عليه للموزع كامل الحرية في تحديد سعر إعادة البيع بحيث يشمل الهوامش التجارية، بمقابل يمنع على ممون أن يشترط في عقد البيع التزام موزع باحترام الأسعار، إعادة البيع و محددة من قبل الممون أو يفرض عليه تعريفات أو جدال الأسعار وفقا للفقرة الأولى من المادة 11 من نفس القانون و التي تعتبر ممارسة مقيدة للمنافسة.

و حكم إعادة البيع بسعر أدنى هو نفس حكم البيع المشروط بكمية دنيا، لأنه يؤثر على إرادة المشتري بينما يلزم بتحديد السعر الأدنى لإعادة البيع، وفي هذا مخالفة صريحة لمبدأ حرية الأسعار، مما يؤدي للوفرة في إنتاجه إذا كان منتوجا جزائريا إلى الكثرة من استرداه إذا كان أجنبي، و بالتالي إلحاق الضرر بمنتجات المنافسين الآخرين و منع حاد سواء تمت الممارسة من قبل كل شخص يفرض بطريق مباشر أو غير مباشر سعر إعادة بيع المنتج أو إعادة تأدية خدمته، أو هامش ربح تجاري أو طابع منخفض و بالمقابل فرض سعر مرتفع لإعادة البيع.

فإذا أخذنا على سبيل المثال عقد إطار للتوزيع كما سبق و أشرنا فإن السعر لا يحدد فيه بالرغم من أن هذا المنتج لا يستجيب و بعد الاقتصادي الذي تحكمه طبيعة المنتجات و توزيعها و كذا العلاقات التعاقدية التي تقوم نشأ بها.²

أما قضاء فرنسي علي عكس قانون جزائري لم يشاطر هذا التصور و نظرا إلى مسألة من زاوية أحكام العامة المنصوص عليها في قانون القانون المدني خاصة تلك التي على وجوب تحديد ثمن البيع

¹ - نوال ابراهيمي، الاتفاقيات المحصورة في قانون المنافسة في الجزائر، مرجع سابق، ص35-36.

² - العربي أحمد بالحاج، الإطار القانوني لمرحلة السابقة على التعاقد في ضوء القانون المدني المقارن، نفس المرجع السابق، ص111.

و تعينه بواسطة الاطراف، فوسع في تطبيق هذا الشرط ليسري كذلك على عقد الإطار، وهو ليس عقد بيع بالمعنى الدقيق، فهو عقد لا ينشئ. في نهاية المطاف سوى الالتزام بالعمل أو الامتناع عن العمل.¹

ثانيا: الخدمات:

أما في مجال الخدمات ورد تعريف في المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش،² التي تعتبر كل مجهود يقدم ماعدا تسليم المنتج و لو كان هذا التسليم ملحقا بالمجهود المقدم أو دعما لها.³

و يلتزم مؤيدي الخدمات بما يلتزم به المنتج من إعلام بمضمون الخدمة، فإذا تعلق الأمر بتسليم مثلا وجب إعلام طالب الخدمة بالأجزاء الواجب إبدالها و أصل هذه الأجزاء و سعرها و ما إلى ذلك و يلتزم مؤيدي الخدمة أيضا بضمانها طبقا لما نص عليه المرسوم التنفيذي 90-266،⁴ و هو يخص ضمان المنتجات و الخدمات على حد سواء، و إذا كان لفظ خدمة لفظ اقتصاديا و لفظ ينتمي إلى قانون الاستهلاك و قانون المنافسة مثله في ذلك محل لفظ المنتج، فإنه في القانون المدني يحد مكانه في العقود الواردة على العمل، وهي عقد المقاولة و عقد الوكالة و عقد الوديعة و عقد الحراسة و عقد التسيير، فالخدمة تعتبر محلا لعقد المقاولة الذي يلزم المقاول بإنجاز عمل لصالح رب العمل كبناء منشآت أو ترميم بناء أو إصلاح... إلخ. و تكون محل لعقد وكالة مثلها، و هو الأمر بالنسبة إلى خدمات التي تؤديها الوكالات العقارية، أو محلا لعقد وديعة عندما تكون الوديعة بمقابل، مثل إيداع سيارة لدى صاحب مرأب يلتزم بتخصيص مكان أمن و المحافظة عليها، كما قد تكون محلا لعقد غير مسمى لعقد فندقية، و قد تقتزن بعقد بيع كالخدمات المتمثلة في تركيب الأجهزة.

¹ - العربي أحمد بالحاج، الإطار القانوني لمرحلة السابقة على التعاقد في ضوء القانون المدني المقارن، نفس المرجع السابق، ف87، ص111

² - مرسوم رقم 90-39 مؤرخ في 03 رجب 1410، موافق ل 30 يناير 1990 متعلق بالرقابة الجودة و قمع الغش، مصدر سابق، ص207.

³ - مواللك بختة، التعليق على أمر 03-03 صادر في 9 جمادى الأولى 1424 موافق ل 19 يوليو 2003، متعلق بمنافسة، جزء 01، مجلة الجزائرية للعلوم القانونية و الاقتصادية، عدد1، سنة 2004، ص 29.

⁴ - مرسوم تنفيذي 90-266 مؤرخ في 25 صفر 1411 موافق ل 15 سبتمبر، سنة 1990 متعلق بضمان منتجات و خدمات منشور في جريدة الرسمية، عدد 40 مؤرخة في 29 صفر 1990 الموافق ل 19 سبتمبر 1990، ص 1246-1248.

الفرع الثاني: آليات تقنين أسعار السلع و الخدمات الضرورية

من خلال المادة 05 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل المتمم و المذكور أعلاه، يتبين لنا أن تقنين أسعار السلع و الخدمات يتم وفق ثلاث آليات وهي آلية التحديد و التسقيف و التصديق، كما هناك تدابير أخرى أتى بيها المرسوم التنفيذي رقم 06-215 الذي ينظم نوع معين من مبيعات.

إن تأطير هوامش و أسعار السلع و الخدمات عن طريق هذه الآليات هو تكريس هام و صلاحيات الدولة في مجال الأسعار و بالتالي عمل الدولة على ضبط السوق و استقراره و حماية المنافسون و مستهلك بالدرجة الأولى، فتكون حماية المستهلك من خلال هذه الآليات، حيث تضمن حماية القدرة الشرائية للمستهلك بسعر مناسب، و بالتالي تطهير السوق من كل أشكال المضاربة و الاحتكار، كما تهدف إلى ضبط السوق و استقراره و بالتحكم في أسعار السلع و الخدمات الضرورية و تثبيت استقرار مستوياتها .

وتعتبر هذه الآليات قانونية منحها القانون للسلطات العمومية للسلطات العمومية حتى يسمح لها بتدخل لحماية الاقتصاد الوطني من كل التلاعبات في الأسعار قصد إضفاء مصداقية أكثر في التوجيه و التنظيم و المراقبة.¹

أولاً: التحديد

نقصد به تمكين الدولة من وضع سعر معين و إجبار البائعين و المشتريين على احترامه و توقيع الجزاء على كل من يتجاوز، و ذلك في طرق التنظيم، و الغاية أو الهدف من استعمال و استخدام آلية التحديد هو تحديد أسعار بعض من مواد أو خدمات قطاعات معينة و يكون إنتاجها استجابة لحاجيات اجتماعية، حيث يصعب على المصالح الخاصة تسير ذلك بصورة مباشرة، لأن هذه الأخيرة تميل إلى زيادة أرباحها عند أسعار إنتاجها في حين أن المستهلك يرفض ذلك نظراً للدور الذي تلعبه هذه السلع و الخدمات بالنسبة له.

و نذكر على سبيل المثال السلع و الخدمات التي سبق و أن تم تحديد أسعارها كالخبز و الحليب و مشتقاته و خدمة الماء و الكهرباء.

¹ - بو قطوف بهجت، مبدأ حرية الأسعار في القانون الجزائري، مذكرة ماجستير ، في قانون الأعمال، كلية حقوق، جامعة الجزائر 01، يوسف بن خدة، سنة جامعية 2012-2013، ص73.

من مظاهر تحديد الأسعار في الجزائر على سبيل المثال نذكر ما يلي:

المرسوم التنفيذي رقم 01-50 المؤرخ في 12-02-2004 المتضمن تحديد أسعار الحليب المبستر و الموضب في أكياس عند إنتاج و في مختلف مراحل التوزيع.¹

و باستقراء أحكام هذا المرسوم نجده قد حدد أسعار بيع الحليب المبستر و الموضب في أكياس، عند إنتاج و في مختلف مراحل التوزيع، وفق الجدول الملحق بهذا المرسوم.

حيث أن السعر حليب المبستر عند رصيف المصنع محدد ب 23.35 دج و حدد ربح التوزيع بالجملة 0.75 دج، كما حدد أيضا سعر بيع منتج المسلم للبائع بالتجزئة 24.10 دج، و حددت لهذا الأخير ربح التوزيع بالتجزئة ب 0.90 دج ليصل الحليب المبستر إلي المستهلك ب 25 دج.

و بهذا فإن أي مخالفة لأحكام هذا المرسوم التنفيذي تضع المخالف لمسؤولية المدنية و الجزائية وفق الأحكام و القواعد القانونية المتعلقة بالمنافسة الحرة و النزيهة.

و باستقراء أحكام مرسوم 16-87 المؤرخ في 01-03-2016 يعدل و يتم المرسوم التنفيذي رقم 11-108 المؤرخ في 06-03-2011 المتضمن تحديد السعر الأقصى عند المستهلك و كذا هوامش الربح القصوى عند إنتاج و استراد و عند التوزيع بالجملة و التجزئة لمادتي الزيت الغذائي المكرر العادي والسكر الأبيض.

نجد أنه قد حدد أسعار الزيت و السكر عند الاستهلاك مع احتساب جميع الرسوم كالتالي:

- السعر الأقصى للزيت عند الاستهلاك مع احتساب جميع الرسوم: صفيحة 05 لتر ب 600 دج.
- السعر الأقصى للسكر عند استهلاك مع احتساب جميع الرسوم 90 دج/ كغ للغير موضب و 95 دج/كغ للموضب.

و باستقراء أحكام المرسوم التنفيذي رقم 96-132 المؤرخ في 13-04-1996 المتضمن تحديد أسعار الدقيق و الخبز في مختلف مراحل التوزيع، أن قد تم تحديد أسعار بيع أنواع الدقيق العادي السائب و الموضب في مختلف مراحل توزيع كما يأتي :

¹ - مرسوم تنفيذي رقم 01-50 مؤرخ في 12-02-2001، متضمن تحديد أسعار الحليب المبستر و الموضب في أكياس عند إنتاج وفي مختلف مراحل التوزيع.

الفرينة:

- سعر البيع للخبازين 2000.00 دج
- سعر البيع لتجار التجزئة و جماعات و صناعات التحويلية و المستعملين الآخرين 2080.00 دج
- سعر البيع للمستهلكين 2180.00 دج¹.

الزيت و السكر:

المرسوم التنفيذي رقم 87/16 مؤرخ في أول مارس 2016 معدل و المتمم بمرسوم رقم 108/11 مؤرخ في 06 مارس 2011 الي يحدد السعر الأقصى عند الاستهلاك، وكذا هوامش الربح القصوى عند الانتاج و الاستيراد و عند التوزيع بالجملة و التجزئة لمادتي الزيت الغذائي المكرر العادي و السكر الأبيض.²

مرسوم التنفيذي رقم 108 /11 مؤرخ في 6 مارس 2011، يحدد السعر الأقصى عند الاستهلاك وكذا هوامش الربح القصوى عند الإنتاج و الاستيراد و التوزيع بالجملة و التجزئة لمادتي الزيت الغذائي المكرر و سكر العادي.³

ثانيا: آلية التسقيف

يقصد بها الآلية التي تحدد السعر الأقصى عند الاستهلاك و كذا هوامش الربح القصوى عند الإنتاج و الاستيراد و عند التوزيع بالجملة و التجزئة للسلع و الخدمات المعنية به.⁴

و تكون الأسعار في هذا النظام مجال حر للحركة دون السقف المحدد، لكن لا يمكن أن تتجاوز هذا السقف، و حتى في حالة إذا كانت تكاليف الإنتاج التي تدخل في تركيبة السعر المرتفعة و ربما تتجاوز السعر المسقف الذي حددته الدولة، فالعون الاقتصادي ملزم بعدم تجاوز السقف المحدد و تقوم

¹ - طالب محمد كريم، تدخل دولة في تحديد الأسعار كاستثناء على مبدأ حرية الأسعار، مجلة قانون العدد 07، ديسمبر 2016، ص271.

² - أنظر الجريدة الرسمية رقم 13 مؤرخ في 01 مارس 2016، معدل و المتمم بمرسوم رقم 108/11.

³ - أنظر الجريدة الرسمية رقم 15 مؤرخ في 09 مارس 2007.

⁴ - طالب محمد كريم، نفس المرجع، ص272.

الدولة بتعويضه في الفارق بين السعر الحقيقي و السعر المسبق و ذلك بموجب وثيقة تسمى تركيبة الأسعار، تبين طبيعة و حقيقة السعر المكون، يقدمها العون إلى جهات معينة¹.

و من مظاهر تسقيف الأسعار في الجزائر على سبيل المثال نذكر ما يلي:

المرسوم التنفيذي رقم 243-09 المؤرخ في 22-05-2009 المتضمن تحديد هوامش الربح القصوى بالجملة و التجزئة المطلقة على الإسمنت البوت لأندي المركب و الموضب .

و كما جاء في تحديد هوامش الربح القصوى الخام المطبقة عند تسويق الإسمنت في مراحل الجملة و التجزئة كما يلي :

- هوامش الجملة (دج) للقنطار: 80 دج.

- هوامش الجملة (دج) للكيس 50كلغ = 40دج.

- هوامش تجزئة (دج) للقنطار : 120 دج.

- هوامش تجزئة (دج) للكيس 50 كلغ: 60 دج.

الهامش	هوامش الجملة (دج)	هوامش التجزئة (دج)
القنطار	80	120
أو كيس 50 كلغ	40	60

الملحق 1: هوامش الربح القصوى الخام المطابقة عند التسويق الإسمنت في مراحل الجملة و التجزئة.

¹- بو قطوف بهجت، مبدأ حرية الأسعار في القانون الجزائري، نفس المرجع السابق، ص77.

و من بين السلع التي تم تسقيفها:

- الأدوات المستعملة في الطب البشري: بموجب المرسوم رقم 98-44 المؤرخ في 1 فيفري 1998 الذي يتعلق بحدود الريح القصوى عند الانتاج و التوضيب و التوزيع التي تطبق على الأدوية المستعملة في الطب البشري، السعر المكون يقدمها العون الاقتصادي الى الجهات المعنية.

- الإسمنت البوتلاندي الموضب: تم تسقيفه بموجب المرسوم التنفيذي رقم 09-243 المؤرخ في 22 جويلية 2009.¹

ثالثا: آلية التصديق

و هي الموافقة على سعر تقترحه الجهات المختصة أو ذوي الخبرة كالداوين المختصة بقطاع معين مثل الديوان الجزائري المهني للحبوب على الجهة المعنية و هي وزارة التجارة أو الحليب و مشتقاته على الجهة المعنية أو الوزارة المعنية بالأمر.

و بعد تطبيق هذه الآليات: التحديد ، التسقيف و التصديق من طرف العون الاقتصادي المرهون بإيداع و تركيب أسعار هذه السلع أو الخدمات المعنية بهذه التدابير لدى السلطات المعنية.²

و تهدف هذه الآليات إلى حماية المستهلك من خلال حماية القدرة الشرائية بتقويت الفرصة على المضاربين و المحتكرين من التلاعب بالأسعار و ضمان وصل السلع للمستهلك بسعر مناسب، و بالتالي تطهير السوق من كل أشكال المضاربة .

أيضا يهدف إلى ضبط السوق و استقراره بالتحكم في أسعار السلع و الخدمات الضرورية و تثبيت استقرار مستوياتها، و تعتبر هذه الآليات قانونية، منها قانون للسلطات العمومية بناء على اقتراح من القطاعات المعنية، حتى يسمح لها بالتدخل لحماية الاقتصاد الوطني من كل التلاعبات في الأسعار قصد إضفاء مصداقية أكثر في توجيهه و تنظيم الرقابة.³

¹- أنظر الجريدة الرسمية العدد 44 مؤرخة سنة 2004.

²- بدر لعور آليات مكافحة جرائم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق و العلوم السياسية جامعة محمد خيضر ، بسكرة، 2013-2014، ص 236-237.

³- بدر لعور آليات ، نفس المرجع السابق، ص 237-238.

فرع الثالث: شروط تدخل الدولة في تحديد الاسعار

أن تطبق هذه الاستثناءات جميعها من طرف الادارة رهينة بجملة من شروط و إجراءات لابد منها.

أولاً: تدخل الدولة بصورة انفرادية

إن مثل هذه التدابير الاستثنائية و ضمانا لاستقرار المقاولات عن طريق تجنبها اتخاذ قرارات تقنين الأسعار و تنظيم التموين في حقها، يجب أن تتخذ عن طريق التنظيم لأي تدخل بموجب المرسوم وللمدة المحددة.¹

مع الأخذ بعين الاعتبار مبدأ تركيب السعر، بمعنى تحديد أهم العناصر التي تدخل ضمن تركيبته و هي عوامل قابلة لتغير عامل الزمن.

إن تطبيق هذا الاستثناء من طرف الإدارة المنوط بالحصول على رأي مجلس المنافسة و استشارته للقيام بالتخفيضات في هذا المضمار، و ذلك للحيلولة دون تعسف من إدارة تقيد لحرية الأسعار دون وجود مبرر مقبول لذلك أنه و كما جار في كثير من الدول أنه إذا استمرت حالة الظروف الموحية لتحديد الأسعار لفترة طويلة، فانه أذاك يمكن اتخاذ تدابير أخرى بعد استشارة مجلس المنافسة دائم مفادها إخضاع القطاع و المنتج لتنظيم مستمر إلى أن تعود المياه إلى مجاريها الطبيعية.²

ثانياً: تدخل الدولة بالاتفاق مع المتعاملين الاقتصاديين

بالنسبة للمنظمات المهنية الأكثر تمثيلاً لأحد القطاعات، يمكن للإدارة أن تبرم اتفاق معها قصد تحديد أسعار المنتجات أو الخدمات التي تقوم بها، و في حالة عدم احترام هذا الاتفاق من طرف مهني هذا القطاع، فيمكن للإدارة تحديد الأسعار انفرادياً وفق الشروط المنصوص عليها في القانون، أي اتخاذ نص تنظيمي لهذا الغرض و سلوك نفس الخطوات المشار إليها سابقاً.³

¹ - المادة 5 الفقرة 3 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة.

² أنصر المواد 05 و 06 و 36 و 37 مكرر من أمر 03-03 متعلق بالمنافسة المعدل و المتمم، مصدر سابق.

³ - تيروسي محمد، قواعد المنافسة و نظام العام الاقتصادي، نفس المرجع السابق، ص 191

و يتضح إذن، أن تقييد مبدأ تحرير الأسعار يعتبر أمراً إلزامياً، و أنه ليس في ذلك إنقاص من مبدأ التحرير لذاته، بل أن الحفاظ على نشاطه التجاري في السوق و حماية السر العادي للمنافسة الحرة ذاتها يستدعيان مسك اللجام كلما حدث ما من شأنه أن يؤثر سلباً على الاقتصاد الوطني.¹

فرع 4: أسباب ضبط الدولة للأسعار

لقد أجاز المشروع الجزائري بموجب المادة 05 فقرة 1 من أمر 03-03 المتعلق بالمنافسة قبل التعديل، تقنين أسعار السلع و الخدمات الاستراتيجية، مع إمكانية اتخاذ إجراءات استثنائية للحد من ارتفاع الأسعار أو تحديدها في حالة ارتفاعها المفرط، إما بسبب اضطرابات في السوق، أو كارثة أو ضغوطات مزمنة في التموين لقطاع نشاط ما أو في منطقة جغرافية معينة أو في حالة الاحتكار الطبيعية.²

غير أنه بعد التعديل في 2010، فإن المشروع الجزائري أبقى على تحديد هوامش الربح و أسعار السلع و الخدمات أو تسقيفها على أساس اقتراحات القطاعات المعنية للأسباب التالية :

- خلق استقرار لأسعار المواد الضرورية في حالة الإضراب المحسوس في السوق.
- مكافحة المضاربة بجميع أشكالها للحفاظ على القدرة الشرائية للمستهلك.

غير أن المشروع لم يشر إلى اتخاذ مثل هذه الاجراءات في حالة الانخفاض المحسوس في الأسعار، بعكس المشروع الفرنسي ذلك أن ارتفاع الأسعار غالباً يؤثر على المستهلك لتبقى خياراته محدودة، أما الانخفاض فيؤثر على المتعاملين الاقتصاديين. و لكن غالب هو ارتفاع الأسعار، أو هو ما يمكن وصفه بحالة تضخم الأسعار، غالباً ما يكون سببه احتكار أو مضاربة، إلى جانب أهم سبب لتدخل الدولة وهو النظام العام الاقتصادي.

¹ - تيروسي محمد، قواعد المنافسة و نظام العام الاقتصادي، نفس المرجع السابق، ص 192.

² - أحمد محمود عل خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في مجال عدم الإخلال بالأسعار و حماية المنافسة و منع احتكار دار الجامعة، دار الجامعة، 2008، ص 70.

المطلب الثاني: تدابير مؤقتة للحد من ارتفاع مفاجئ للأسعار

تقوم الدولة باعتماد تدابير مؤقتة في حالة حصول ارتفاع على مستوى الأسعار، حيث شهدت أسعار السلع في الجزائر خلال الفترة الأخيرة، ارتفاع كبير، خاصة فيما يخص المواد والمنتجات الغذائية و لعل السبب وراء هذا الارتفاع هو انعدام الرقابة من طرف السلطات المعنية، أيضا نقص السلع في الاسواق يؤدي إلى ارتفاع المفاجئ للأسعار إذ أنه كلما كان طلب أكثر من العرض حدثت زيادة في الأسعار تلك منتجات و كلما كان العرض أكثر من طلب أي يفوقه ، حدث انخفاض على مستوى الأسعار.

و في هذا الصدد تبني تكتل للتجار و حرفيين في دولة من قبل وزارة التجارة، يستهدف فتح أسواق تعرض فيها منتجات محلية بأسعار مقننة من أجل المحافظة على قوة الشرائية للمواطن و دعم الانتاج المحلي، على سبيل المثال في شهر رمضان تنص الحكومة على فتح بما نسميه الأسواق الرحمة في مختلف أرجاء الوطن، حيث يعرض فيها المصنعون و المنتجون المحليون منتجات أكثر استهلاك في شهر رمضان، و يشترط في منتجات المسموح بعرضها أن تكون محلية المنشأ أي غير مستوردة، مثل خضر و فواكه و لحوم و مواد غذائية أخرى، على أن لا يتجاوز الربع 10% على اعتباره أن هذه منتجات تصل إلى مستهلك مباشرة دون حاجة للوسطاء. وهذه تعليمات وجهت لكل المحافظات و تلزمهم بتخفيض أربع مساحات على الأقل لهذه الأسواق و الهدف من ذلك ضمان الاستقرار للأسعار من خلال احداث توازن بين العرض و الطلب.¹

ومن التدابير التي تضعها الدولة للحد من ارتفاع الأسعار المفاجئ و ضبط السوق تقوم هيئات إدارية بمراقبة الأسعار.

كما ورد في المادة 05 من الأمر 95-06 الملغى، التي عرفت الاحتكار الطبيعي بأنه " حالات السوق أو نشاط التي تتميز بعون اقتصادي واحد يستغل هذا السوق أو هذا النشاط"، ومن الطبيعي أنه إذا ذكر احتكر شخص طبيعي كان أو معنوي نشاط معين من نشاطات الاقتصادية تحكم في الأسعار، لذلك

¹ - حمزة كحال ، مقال بعنوان ، هاجس الأسعار يورق الجزائريين قبيل رمضان، موقع الالكتروني ww.alaraby.co.ov ، اطلع عليه يوم 26-04-2022، على الساعة 04:28.

لا تتدخل دولة بمجرد وجود احتكار طبيعي لقطاع معين بل يشترط أن ينتج عنه ارتفاع مفرط في الأسعار.¹

و في هذه الحالة يكون ضبط و التنظيم مطلوبين لمنع استغلال صاحب الاحتكار أو البائع للقوة السوقية التي يتمتع بها لفرض أسعار فاحشة أو تقليل عرضه للسلطة أو خدمة لتحقيق ربح أكبر على حساب المستهلكين.²

إن المادة 05 سابقة الذكر كانت قبل التعديل تنفي على أن هذه الاجراءات أو التدابير المؤقتة تتخذ بموجب مرسوم المادة أقصاها 06 أشهر قابلة للتجديد بعد استشارة مجلس منافسة، أما بعد تعديل فقد تم بموجب مرسوم إلغاء مدة 6 أشهر و كذا التخلي في استشارة مجلس منافسة، كونها يفيدان تدخل دولة في هذا الميدان ، و أعطى للدولة سلطة انفرادية في اتخاذ هذه القرارات، و النص على هذه تدابير هو تأكيد على سلطة الممنوحة للدولة في تدخلها في مجال تحديد الأسعار و تأطير الهوامش في حالة ارتفاع المفاجئ و الغير مبرر.³

الفرع الأول: مهام هيئات الادارية في مراقبة الأسعار و ضبط السوق

أظهرت إحصائيات رسمية حديثة أن التضخم السنوي في الجزائر بلغ 6,4 % في مارس العام الماضي، لذا تحول الجزائر زيادة انتاجها المحلي و خفض فاتورة الواردات، سعيا للتأقلم مع الأزمة المالية التي تمر بها.

حيث أن صندوق النقد الدولي أكد أن الجزائر تتجه مباشرة نحو أزمة مالية متوقعة أن تتجاوز نسبة التضخم المستويات المعتادة، فوصلت مع نهاية مه نهاية السنة الماضية إلى 7,2 % و يتوقع أن تصل

¹ - موالك بختة، محاضرات أقيمت على طلبة ماجستير قانون الاعمال، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2008-2009، ص19

² - محمد شريف، كتو، قانون منافسة و ممارسات تجارية وفقا للأمر 03-03 و قانون 02-04 ، دون طبعة، دار البغدادي للنشر، الجزائر، ص13.

³ - محمد شريف نفس المرجع، ص13-14.

إلى 8,1 % هذا العام و 9 % العام المقبل، كما رجح أن تعجز مداخيل النفط عن إعادة التوازن إلى ميزانية مع ارتفاع الأسعار البراميل خلال الفترة الأخيرة.¹

و عرفت الجزائر خلال السنوات الماضية ارتفاع محسوس من خلال الزيادات في أسعار المواد الغذائية و كذا أسعار المواد الطاقوية، في حين أنه ستواجه أيضا هذه السنة ارتفاع محسوس في أغلب منتوجات الغذائية بسبب إجراءات التي سنتها الحكومة على قائمة المنتوجات الخاضعة للرسم الاضافي المؤقت المنصوص عليه في قانون المالية التكميلي لسنة 2018 و هذا تعويض الاجراءات السابقة التي لجأت إليها الحكومة و كما تم اصدار قائمة المعنية بالمنع مع الاستيراد، حيث ضمت حوالي 850 سلعة في مختلف الفروع الانتاجية، و أمام هذه الاجراءات فإن غالبية المنتوجات الغذائية نصت عليها رسوم جمركية قدرت ب 200% حيث يستحملها الحجم من الرسوم، فرض بيعها بأسعار جد مرتفعة محليا، الأمر الذي لا يتحملة المواطنون وي الدخل الضعيف في ظل التزايد المنتوجات الغذائية، و بقاء الراتب الشهري على حاله، ما يعكس تنامي خط الفقر، و ظهور آفات اجتماعية التي تدفع إلى انفجار للجبهة الاجتماعية حسب منظمة دفاع عن حقوق الانسان، بسبب ارتفاع الأسعار و تدني القدرة الشرائية، ودعمت الحكومة إلى تدخل بشكل مستعجل، وهذا من أجل محاولة التحكم في ضبط أسعار السوق الاقتصادية و السعي لتحقيق الاستقرار السعري.²

ومنذ أيام قليلة شهدت بعض من ولايات الوطن، موجة غضب لعد ارتفاع سعر الخبز لدى بعض الخبازين، هو ما نفاه اتحاد الخبازين ، مؤكدا أن القانون يفرض سعر 10 دينار بالنسبة للخبز العادي، أما باقي أنواع الخبز فلا تخضع لتسعير محدد، ومن الولايات التي رفضت هذا الارتفاع ولاية عين الدفلى و ولاية البليدة.³

¹ - حمزة كحال، مقال بعنوان، راتب الكرامة لمواجهة الغلاء، متوفرة على موقع الالكتروني www.alaraby.co.uv ، اطلع عليه يوم 26-04-2022، على الساعة 10:40.

² - حليلة الهلالي، مقال بعنوان ارتفاع كبير للأسعار مختلف السلع في 2019، متوفر على موقع www.elbiled.Net ، اطلع عليه في 26-04-2022 ، على الساعة 11:30.

³ - رزاقى جميلة، مقال بعنوان اتحاد الخبازين تبدي استيائها : الحكومة لم تفصل بعد في رفع هامش الربح، www.eldjazaironlin.Net ، 26 يوم -12-2022، على 11:45.

الفرع الثاني: أصول مراقبة الأسعار و أثره على ضبط سوق

تبين لنا المادة 05 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة، المعدلة بنص مادة 04 في فقرتها الثالثة من قانون رقم 10-05 المتعلق بالمنافسة، قيد آخر يرد على مبدأ حرية الأسعار، و المتمثل في اتحاد الدولة التدابير المؤقتة أو الاستثنائية عند الارتفاع الحاد للأسعار و الغير مبررة، نظرا لظروف و أوضاع معينة و التي من شأنها أن تمس بقطعات النشاط الاقتصادي، و تتمثل هذه الحالة الاستثنائية في اضطراب خطير في السوق ، أو كارثة أو صعوبات في التموين داخل قطاع النشاط معين، أو في منطقة جغرافية معينة، أو في حالات الاحتكار فإذا قام شخص طبيعي كان أو معنوي بنشاط اقتصادي معين، تحكّم في اسعاره و لذلك لا تتدخل الدولة بمجرد وجود احتكار طبيعي لقطاع معين بل يشترط أن ينجم عنه ارتفاع مفرط في الأسعار.¹

وبعد التعديل الذي طرأ على مادة 05 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة، تم إلغاء المادة المحددة ب 6 أشهر كحد أقصى، وتن التخلي عن استشارة مجلس منافسة، لأن قبل تعديل نصت على أن هذه الإجراءات و التدابير المؤقتة تتخذ بموجب مرسوم لمدة ست (6) أشهر قابلة للتجديد، وبعد استشارة مجلس منافسة الذي كان دوره يكمن في مجال الضبط الاقتصادي، حيث تم إلغائها لكونها يضيفان من تدخل الدولة في هذا الميدان و منح الدولة السلطة الوحيدة و الانفرادية في مجال تحديد الأسعار و الهوامش، في حالة الارتفاع المفرط ومفاجئ للأسعار، من أجل إصلاح ما هو غير مبرر، و إصلاح النقائص الخاصة بالسوق و حماية المستهلك و بث المنافسة من جديد مع تطبيق سياسة الإصلاحات التي أنتجتها الدولة في مجال الأسعار، أنشأت جهاز أو هيئة إدارية مستقلة، تدعى مجلس منافسة، تهتم بحماية المنافسة و لها صلاحيات في ضبط السوق الاقتصادية ومحاولة تنظيمها.²

الفرع الثالث: صلاحيات مجلس منافسة في مجال تحديد الأسعار

بحسب نص المادة 34 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة، يمكن لمجلس منافسة أن يتدخل تلقائيا أو بطلب من أشخاص المؤهلة قانونيا في جميع المسائل التي تدخل ضمن اختصاصه، و ذلك

¹ - موالك بختة، محاضرات ألقيت على طلبة ماجيستر قانون الاعمال، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2008-2009

² - محمد شريف، كتو، قانون منافسة وممارسات التجارية وفق الأمر 03-03 و قانون 04-02، المرجع السابق،

كسلطة إبداء رأي أو اتخاذ قرار، إلى جانب ذلك فإن مجلس المنافسة يلعب دور هيئة استشارية، كما يتطلع إلى مهمة أخرى يتعلق بالوظائف التنافسية.

أولاً: وظائف استشارية:

بالرجوع إلى نص المادة 36 من أمر 03-03 يستشار مجلس المنافسة في كل مشروع تنظيمي له صلة بالمنافسة، وتمنع مجلس هذا بصلاحيات الاستشارية، يعتبر بمثابة خبير المختص.

كما يتمثل مجال الاستشارة الوجوبية أو الإلزامية في حالة مذكورة في مادة 36 من قانون منافسة في كل مشروع نص تنظيمي أو تشريعي له صلة بالمنافسة يكون من شأنها:

- إخضاع ممارسة مهنة ما، أو نشاط ما، أو دخول السوق ما إلى قيود من ناحية الكم.
- وضع رسوم حصرية في بعض المناطق و النشاطات.
- فرض شروط خاصة لممارسة نشاطات الإنتاج و التوزيع و الخدمات.
- تحديد ممارسات موحدة في ميدان شروط البيع.

أما مجال الاستشارات الاختيارية فهو واسع، إذ يقدم مجلس منافسة الاستشارة للحكومة، إذا طلبت منه ذلك، وكذلك يمكن أن تستشير الجماعات المحلية و الهيئات الاقتصادية و المالية و المؤسسات و الجماعات المهنية و النقابية و كذا جمعية مستهلكين في كل موضوع له علاقة بالمنافسة حسب نص المادة 35 من قانون المنافسة.

كذلك يمكن للهيئات القضائية أن تطالب برأي مجلس منافسة، فيما يخص معالجة القضايا المتعلقة بالممارسات المقيدة للمنافسة، في هذه الحالة مجلس منافسة لا يبدي رأيه إلا في حالة سماع الأطراف المعنية بالقضية، و هذا طبق نص مادة 38 من قانون المنافسة.¹

ثانياً: الوظائف التنافسية

تدخل الصلاحيات التنافسية في إطار الممارسات المقيدة للمنافسة الذي جاء في نص المادة 44 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة، و تتمثل هذه الممارسات فيما يلي:

¹ - شروط حسين ، شرح قانون المنافسة، دون طبعة، دار الهدى للطباعة و النشر، الجزائر، 2012، ص60 - 61.

- الممارسات و الأعمال المدبرة و الاتفاقيات الصريحة و الضمنية حسب المادة 06 من الأمر 03-30 المتعلق بالمنافسة.
- التعسف الناتج عن الهيمنة على السوق المادة 07 من 03-30 المتعلق بالمنافسة.
- التعسف في استغلال وضعيية التبعية الاقتصادية لمؤسسة أخرى مادة 11 من نفس الأمر سالف ذكره.
- البيع بأسعار منخفضة بشكل تعسفي المادة 12 من نفس أمر سالف ذكره.¹

المبحث الثاني: الجزاءات المترتبة عن مخالفة إجراء تحديد الأسعار

اختلفت مقتضيات معالجة الإطار القانوني لمخالفات الخاصة بتنظيم الأسعار ما بين ما كان عليه في ظل الأمر 74-37، المتعلق بالأسعار و قمع المخالفات الخاصة بتنظيم الأسعار و بين ما هو عليه الآن، إذ تدعم و تعزز إطارها وأضحت أوسع بالنظر إلى التشريعات السارية لها العمل الآن و أوضحت تشمل ما يلي:

- البيع بسعر أعلى من السعر المقنن.
- التصريحات المزيفة لأسعار التكلفة.
- إخفاء الزيادات الغير الشرعية.
- الإبقاء على ارتفاع الأسعار، و هدم تجسيد أثر الانخفاض المسجل.
- عدم إيداع تركيبة الأسعار المقررة قانونيا.
- تشجيع غموض الأسعار و مضاربة في السوق.
- إنجاز المعاملات التجارية خارج الدوائر الشرعية للتوزيع.²
- حيازة مخازن من منتجات بهدف تحفيز ارتفاع غير مبرر للأسعار و هو ما سوف نحاول دراسته كل على حدى.

¹ - محمد شريف، محمد شريف، كتو، قانون منافسة وممارسات التجارية وفق الأمر 03-03 و قانون 04-02، المرجع السابق، ص15

² - المادة 22 من قانون 04-02 المؤرخ في 23 يونيو 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية، العدد 41، سنة 2004.

المطلب الأول: ممارسة الأسعار الغير شرعية

يجد ها المنع مصدره في الأحكام العامة الواردة في القانون المدني، الالتزام بتنفيذ العقد بحسن نية، و تعد النزاهة مظهرا من مظاهر حسن النية إذ تتجسد في تقادي الغش و التدليس في أي مرحلة من مراحل العقد.¹

أما عن حظر ممارسة أسعار غير شرعية فإن قانون 02-04 محدد لقواعد مطبقة على ممارسات التجارية، الملغي للقسم المتعلق بالممارسات التجارية التي جاءت في القسم الثاني،² من الأمر 06-95 متضمن قانون المنافسة الملغى، يهدف إلى تحديد قواعد مبادئ شفافية و نزاهة الممارسات التجارية، التي تقوم بين الأعوان الاقتصاديون و بين هؤلاء و المستهلكين، و كذا المستهلك و إعلامه.³

الفرع الأول: ممارسة الأسعار غير شرعية بطريقة مباشرة

حيث جاء في الفصل الثاني من الباب الثالث من قانون 02-04، حيث تتم سواء عن طريق رفع أو خفض الأسعار المقننة،⁴ و طبق لنص المادة 22، و هنا يشترط لقيام هذه الممارسة الغير شرعية ما يلي:

- فيما يتعلق بالأطراف: كان يقوم أي عون اقتصادي بغض النظر عن صفته منتجا كان أو موزع بمخالفة و الأمر كذلك بالنسبة للمتعاقد الأخر أي المقتني للسلعة أو المستفيد من الخدمة إذا كان مهنيا أو مستهلك، ذلك أن المواد المقننة تحدد هوامش الريح في كل مرحلة من بيعها سواء عند خروجها من مخزن مرورا بالمتدخلين في بيعها للمستهلك.
- فيما يخص العلاقة بين الأطراف: فقد تكون إما في شكل عقد بيع سلعة أو أداة للخدمة بمعنى آخر العلاقة التعاقدية القائمة بين البائع و مشتري أو بين مقدم الخدمة و المستفيد.

¹ - علي فيلالي، الالتزامات- النظرية العامة للعقد، موفم للنشر، 2008، ص 369.

² - ذلك أن الأمر في قسمه الثاني، المتعلق بالممارسات التجارية، ناتج عن أحكام قانون الأسعار الملغى رقم 89-12.

³ - المادة 01 من قانون 02-04 المؤرخ في 23 يونيو 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية،

سالف الذكر

⁴ - القانون 02-04 المؤرخ في 23 يونيو 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة

الرسمية، العدد 41، سنة 2004.

يلاحظ من هذا الصدد أن مادة 22 ذكرت مصطلح تطبيق الهوامش الربح و الأسعار المحددة، و يتبين من هذا أن المادة لم تتطرق لحكم حالة عرض أو اقتراح سعر سلعتها، أو خدمة بما يخالف الأسعار المقننة دون إجراء البيع أو التقديم الخدمة فعلا، لعل مشرع قصد بذلك التفرقة بين ممارسات غير شرعية، الواقعة على المستهلك قبل التعاقد و بعدها.

- فيما يتعلق بالسعر: وجب وجود نص تنظيمي أو تشريعي، يقنن الأسعار بغض السلع أو الخدمات أو يحدد هوامش ربح المطبقة عليها من جهة ومن جهة أخرى مخالفة العون الاقتصادي لنص محدد للسعر أو هامش الربح.¹

ومن هنا نستنتج أن المخالفة لا تقتصر على رفع من السعر فحسب و إنما تشمل كذلك التخفيض فيه و هذا ما يراه الأستاذ محمد شريف كتو.²

وبالنسبة لما جاء في المادة 22 مكر ، المتعلق بمدى إلزامية إيداع تركيبية أسعار السلع و الخدمات، التي نصت على ما يلي "تودع تركيبية أسعار السلع و الخدمات لاسيما تلك التي كانت محل تدابير تحديد أو تسقيف هوامش الربح أو الأسعار، طبق للتشريع و تنظيم المعمول بهما".

و كما أنه يطبق هذا الالتزام بإيداع تركيبية أسعار السلع و خدمات ضمن نفس الشروط، عندما تكون هذه السلع و الخدمات محل تدابير تصديق كل الهوامش و الأسعار.

حيث تحدد شروط و كفاءات إيداع تركيب أسعار سلع و الخدمات، و فئات الأعوان الاقتصاديين المعين به، و كذا نموذج بطاقة تركيب الأسعار و سلطات المؤهلة التي يجب أن تودع لديها عن طريق التنظيم.

و قد هدف مشرع الجزائري من خلالها إلى توسيع قائمة الممارسات التجارية الغير قانونية، وذلك بضم: عدم إسقاط انخفاض تكاليف الإنتاج و استيراد على أسعار البيع، وعدم تصريح بمكونات الأسعار و كذا قيام بمعاملات تجارية خارج الأطر القانونية للتوزيع.³

¹ - المرسوم التنفيذي رقم 01-05 مؤرخ في ديسمبر 2001، المصدر سابق

² - محمد شريف، كتو، المرجع السابق، ص 109.

³ - سميرة بلعمري، مراقبة الأسعار و إجراءات معاقبة الغش و مضاربة، جريدة الشروق اليومي، العدد 3045، بتاريخ

03 سبتمبر 2010.

إن على العون الاقتصادي إيداع تركيب أسعار السلع و خدمات، التي كانت محل هذه تدابير لدى سلطات المعنية قبل عملية البيع أو تأدية الخدمة.

ومنه يمكن القول أن مادة 22 و 22 مكرر تتعلقان بتطبيق أسعار غير شرعية بطريقة شرعية، فيما يخص الأسعار المقننة، بخلاف مادة 23 التي جاءت بالمخالفات الملحقة بالممارسة الأسعار غير شرعية بطريقة غير مباشرة.

الفرع الثاني: ممارسة الأسعار الغير شرعية بطريقة غير مباشرة

و هذا ما جاء في مادة 23 المعدلة بموجب مادة 06 من قانون 06-10 معدل للقانون 02-04 و تتم بتزييف أسعار السلع أو الخدمات، حيث تنص المادة 23 من نفس القانون على: " إذ تمنع الممارسات و مناورات التي ترمي لاسيما إلى:

- قيام بتصريحات مزيفة أسعار التكلفة قصد التأثير على هوامش الربح و أسعار سلع و خدمات المحددة أو مسقفة.
- إخفاء الزيادات غير شرعية في الأسعار.
- عدم تجسيد الانخفاض المسجل للتكاليف الإنتاج و الاستيراد و التوزيع على أسعار البيع و الإبقاء على ارتفاع أسعار سلع و خدمات معينة.
- عدم إيداع تركيبية الأسعار المقررة طبق لتشريع و تنظيم معمول بهما.
- تشجيع غموض أسعار المضاربة في السوق.
- إنجاز معاملات تجارية خارج الدوائر الشرعية للتوزيع.¹

و يتبين من خلال المادة أن المنع جاء بصورة عامة شاملة لكل الممارسات التي قد يقوم بها العون الاقتصادي و المتعلقة بالأسعار الحرة أو هوامش الربح فيها، كما وسع من قائمة الممارسات التجارية الغير القانونية بضم عدم إسقاط انخفاض تكاليف الإنتاج أو الاستيراد على الأسعار البيع، و عدم تصريح بمكونات أسعار وغيرها.²

¹ - المادة 06 من القانون 06-10 معدل بموجب مادة 23 من قانون 02-04.

² - موقع الرئاسة الجمهورية الجزائري،

يبدو أن المشرع جزائري أكد على تجريم المضاربة الغير مشروعة في نشر صورها ونشر أساليبها الاحتيالية، وهذا ما ينعكس على حماية المستهلك، بالإيجاب، فسعيه بمحاولة الإحاطة بمختلف أفعال سواء في القانون العقوبات، أو في قانون منافسة، لم يذكر مشرع حل الأساليب و ممارسات على سبيل الحصر إنما على سبيل المثال، و هذا يسهل عمل القاضي ، سلوك طريق الاجتهاد بالنسبة لما قد يظهر و يجد من ممارسات غير مشروعة، لم تكن من بين الممارسات المذكورة لفي التشريع أو المواد القانونية التي بين يديه.

و سواء كان الأمر بصفة فردية أو بين عدة أعوان اقتصاديين يأخذ شكل اتفاقيات المحظورة في قانون منافسة، و الواردة على سبيل المثال في المادتين 06 و 07 من أمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة قصد تأثير فغي أسعار مقننة أو الحرة.

و يكون ذلك باستعمال كثير من طرف، سواء عن طريق استغلال وضعية هيمنة أو اعتماد احتكار الأسواق مما يؤدي لاختلاف الندرة و مضاربة، و بالتالي تقييد النشاط المتنافسين، و إلحاق ضرر بهم و بالمستهلكين و يخالف مع نزاهة و شرط ذلك أن حرية التنافسية إذا لم تقم على تكافئ الفرص و مساواة بين الأعوان فقد نخرق هذه الحرية.

وفي نفس السياق منع القانون 04-02 احتباس مخزون بعدم عرضه بصورة عادية، وذلك بهدف تشجيع غير مبرر لارتفاع أسعاره، و بالتالي المضاربة الغير مشروعة سواء كان منتج محفوظا في محل تجاري أو ملحقاته أو في أي مكان مصرح به أو غير مصرح به.¹

الفرع الثالث: الجزاءات المقررة عند ممارسة الأسعار الغير شرعية

يتم الكشف المخالفات المنصوص عليها في القانون 04-02 بواسطة أعوان مذكورين في نص المادة 49 من هذا القانون التي نصت على " في إطار تطبيق هذا القانون التي نصت على" في إطار تطبيق هذا القانون التي نصت على" في إطار تطبيق هذا القانون يؤهل للقيام بالتحقيقات و معاينة مخالفات أحكامه، الموظفون الآتي ذكرهم:

- ضباط و أعوان الشرطة القضائية المنصوص عليهم في قانون إجراءات الجزائية.
- المستخدمون المنتمون إلى الأسلاك الخاصة بالمراقبة، التابعون للإدارة المكلفة بالتجارة.
- الأعوان المعنيون التابعون لمصالح الإدارة الجنائية.

¹ - المادة 25 من قانون 04-02 فقرة 2.

- الأعران إدارة المكلفة بالتجارة مرتبون في الصنف 14 على الأقل المعنيون لهذا الغرض.
- يجب أن يؤدي الموظفون التابعون للإدارة المكلفة بالتجارة و الإدارة مكلفة بالمالية اليمين و أن يفوضوا بالعمل طبق لإجراءات التشريعية و التنظيمية المعمول بها.
- يجب على موظفين المذكورين أعلاه، خلال القيام بمهامهم، و تطبيقا الأحكام هذا القانون، أن يبينوا وظيفتهم و أن يقدموا تفويضهم بالعمل.
- يمكن للموظفين المذكورين أعلاه الإتمام مهامهم، طلب تدخل وكيل الجمهورية المختص اقليميا ضمن احترام القواعد المنصوص عليها في قانون الإجراءات الجزائية.¹
- يلاحظ من خلال نص مادة 49 أن القانون قد منح للموظفين سأل في الذكر وهم بصدد معاينة الجرائم التي تقع مخالفة لأحكام الأمر 02-04 ومن بينها ممارسة أسعار الغير شرعية، الحق في الطلاع على الوثائق حجز البضائع و تفتيش المحلات المهنية، و تحرير محاضر الإثبات المخالفات.
- 1- حق الاطلاع على الوثائق: أعطى القانون حق للأعران بتفحص كل مستندات الإدارية أو التجارية أو المالية أو المحاسبية و كذا وسائل المغناطيسية و معلوماتية دون أن يمنعوا بحجة سرية المهنة.²
- 2- حق الحجز للسلع و العتاد و التجهيزات التي استعملت في ارتكاب المخالفة: طبق لنص مادة 39 و مادة 40 إلى مادة 43 أمر 02-04 يجوز لأعران المؤهلين القيام بالحجز السلع و بضائع في حالة ممارسة الأسعار الغير شرعية.
- و يجب أن تكون المواد المحجوزة موضع محضر جرد و حجز الذي يقوم به الأعران المؤهلين، إما أن يكون حجز عينيا أو اعتباريا بمعنى كل حجز يتعلق بسلع لا يمكن لمرتكب المخالفة أن يقدمها لسبب ما.³
- 3- الحق في تفتيش المحلات المهنية: منح قانون هذه حرية للموظفين المؤهلين و ذلك بدخول إلى محلات التجارية أو المكاتب و الملحقات و أماكن الشحن و تخزين، و بصفة عامة إلى أي مكان ماعد المحلات السكنية التي يتم دخول إليها بإذن من وكيل الجمهورية و بحضور ضابط شرطة قضائية، و للأعران المؤهلين ممارسة أعمالهم خلال نقل البضائع و يمكنهم قيام بفتح الطرود

¹ - المادة 49، من الأمر رقم 02-04 متعلق القواعد المطلقة على ممارسات التجارية، مصادر سابق.

² - أنظر المادة 50 من قانون 02-04 المشار إليه سابقا.

³ - أحسن بوسقيعة، الوجيز في القانون الجزائري الخاص، مرجع سابق، ص281.

و الأمتعة بحضور المرسل أو مرسل إليه، و إذا منعهم العون الاقتصادي من دخول إلى أي مكان غير محل السكن¹، أو رفضه تقديم الوثائق المطلوبة في تأدية مهامهم أو رفضهم الاستجابة للاستدعاءات الأعوان المخلفين بالرقابة.

تعتبر مخالفة وتوصف كمعارضة للمراقب و يعاقب عليها بالحبس من 6 أشهر إلى سنتين، و بغرامة مالية من مئة ألف دينار إلى مليون دينار أو بأحدي هاتين العقوبتين و هو ما أكدته مادة 53 من قانون 04-02².

4- تحرير المحاضر:

يتم تحرير المحاضر تثبت المخالفات دون شطب أو إضافة أو قيد في الهوامش و تبين تواريخ و أماكن التحقيقات المنجزة و المعايدات المسجلة و تتضمن هوية و صفة المواطنين الذين قاموا بالتحقيقات، و تتبين مودة مرتكب مخالفة أو أشخاص المعنيين بالتحقيقات، و تبين هوية مرتكب مخالفة أو أشخاص المعنيين بالتحقيقات و نشاطهم و عناوينهم.

تحضير المحاضر في ظرف 08 أيام ابتداء من تواريخ نهاية التحقيق، و يجب أن تكون موقعة من طرف الموظفين الذين عاينوا المخالفة، و ذلك تحت طائلة البطلان، و يبين في المحضر أن مرتكب الفعل قد تم اعلامه بتاريخ و مكان تحريرها، و يتم تبليغه بضرورة الحضور أثناء التحرير، و يوقع في حالة غياب المخالف أو حالة رفضه التوقيع غرامة المصالحة المقترحة يقيد ذلك في محضر، و بعد الانتهاء من تحرير المحضر، يوجه إلى مصلحة المنازعات المتواجدة على مستوى مديرية التجارة، حيث يتم تسجيله في سجل لهذا العرض موقع و مؤشر عليه حسب الأشكال القانونية، ثم يوجه المحضر إلى العدالة بموجب رسالة موقعة من مدير الولائي المكلف بتجارة و بدوره يرسلها إلى وكيل الجمهورية المختص إقليمياً.³

و نستنتج من خلال نص المادة 55 و 60 من قانون 04-02 لأن مخالفات التي تم اتباعها تكون

بطريقتين:

¹ - أنظر المادة 52 من القانون 04-02 مشار إليها سابقاً.

² - أنظر المادة 54 من قانون 04-02 مشار إليها سابقاً.

³ - أنظر المادة 56 من قانون 04-02 مشار إليه مسبقاً.

أ- الطريق القضائي: طبقا لنص مادة 60 من قانون 04-02 تكون مبادرة بمثابة وكيل الجمهورية صاحب الاختصاص الإقليمي الذي يتلقى المحاضر المثبتة للمخالفات و من المدير الولائي المكلف بالتجارة و يقرر ما يتخذه بشأنها، و تبقى النيابة العامة السلطة الملائمة للمتابعة فهي صاحبة الدعوى العمومية و هي من تباشرها فلا يعترف القانون للإدارة المعلقة بالتجارة بأي دور في المتابعة القضائية، ولا تخضع المتابعة بقيد ولائي إجراء مسبق.¹

ب- الطريق الودي أو بما يسمى المصالحة: طبقا لما جاء في نص مادة 60 من الامر 04-02 فإن مصالحة طريق استثنائي يمكن للمدير الولائي المكلف بالتجارة أن يقبلها من أعوان الاقتصاديين وذلك تفاديا للمتابعة القضائية و للمحافظة على استقرار السوق.

من خلال إجراء يتمثل في دفع المخالف لغرامة مقترحة عليه من طرف الأعوان المؤهلين بذلك و تسمى "غرامة المصالحة" و هذا ما نصت عليه المادة سابقة الذكر من نفس الأمر، و عليه إجراء غرامة المصالحة هو حل ودي غير ملوم للإدارة المكلفة بالرقابة حيث أن 60 التي تنص على هذا الإجراء تضمنت عبارة " يمكن " هذا أن الإدارة مكلفة بالرقابة غير ملزمة باتخاذ إجراء المصالحة أما بالنسبة للاختصاص إجراء المصالحة فهو بين المدير الولائي مكلف بالتجارة و الوزير المكلف بالتجارة.²

أما بالنسبة لأثار المصالحة فهي تنهي المتابعات القضائية طبق النص مادة 6 الفقرة 5 ، و المصالحة لا تعتبر عقوبة جزائية ومن ثم لا تدخل كأساس لحساب العودة و هو شيء المبين في المادة 11 من قانون 10-06.³

ثانيا: العقوبات الناتجة عن ممارسة الأسعار الغير شرعية.

تعد كل ممارسة غير شرعية جنحة معاقب عليها قانونا، و يعود اختصاص الفصل فيها إلى القضاء العادي و يعاقب عليها بغرامة مالية جزائية بالإضافة إلى عقوبات إدارية و هذه العقوبات نص عليها قانون رقم 04-02.

¹ - أحسن بوسقيعة، الوجيز في قانون الجزائري الخاص، مرجع سابق ص 285.

² - أنظر المادة 60 و الدة 62 من قانون 02-04 سالف الذكر.

³ - أنظر القانون 66-155 المؤرخ في يونيو 1966، يتضمن قانون 'إجراءات الجزائية، متمم بالأمر 11-02 مؤرخ

في 23 فيفري 2011 ج ر عدد 02، سنة 2011.

العقوبات الإدارية :

تتمثل هذه العقوبات أو الإجراءات الإدارية في:

أ- **الحجز**: أجازت المادة 39 المعدلة للأعوان المؤهلين بإمكانية حجز البضائع أو حتى مصادرتها عند المخالفة، و أيضا إمكانية حجز العتاد و التجهيزات التي استعملت في ارتكابها مع مراعاة حقوق الغير،¹ و يجب أن تكون المواد المحجوزة موضع محضر جرد وفق الإجراءات التي تحدد عن طريق تنظيم، و هذا ما ورد في المواد من 39 و 46 وفقا للمرسوم التنفيذي رقم 05-472 المتعلق بالمحجوزات.²

ب- **الغلق الإداري** : للوالي المختص إقليميا إمكانية الغلق الإداري لمدة أقصاها 60 يوم و يكون هذا الغلق بناء على اقتراح المدير الولائي المكلف بالتجارة، و تتخذ إجراءات الغلق وفق شروط خاصة و يمكن الطعن في هذا القرار أمام العدالة، و في حالة إلغاءه، للعون الاقتصادي الحق في طلب التعويض الناتج عن قرار الغلق.³

ت- **حرية النشر للقرار**: أعلنت المادة 48 للوالي المختص إقليميا الحق في نشر قراره كاملا أو خلاصة منه في الصحافة أو لصقها في الأماني التي يحددها، و يكون قرار الغلق على نفقة مرتكب المخالفة و بقرار إجرائي إلزامي في حالة العود.

العقوبات الجزائية:

ضمت العقوبات الأصلية و العقوبات التكميلية بالإضافة إلى العقوبات في حالة العود.

أ- **العقوبات الأصلية**: نصت عليها المادة 36 المعدلة التي جاءت بأن "تعتبر ممارسة الأسعار الغير شرعية كل مخالفة لأحكام المادتين 22 و 23 من هذا القانون، و يعاقب

¹ - منشور وزاري رقم 01-2006 مؤرخ في 08 مارس 2006، يتعلق بكيفيات تطبيق أحكام الغرامة المصاحبة، المصدر، وزارة التجارة.

² - المرسوم التنفيذي رقم 05-472 مؤرخ في 15 ديسمبر 2005، المتضمن جرد المواد المحجوزة، الجريدة الرسمية، رقم 08 الصادرة، في 14 ديسمبر 2005.

³ - قبل التعديل كان قانون 04-02 ينص على مدة الغلق هي 30 يوم و لكن بعد التعديل بموجب قانون 10-06 تم تسديد هذه العقوبة و أصبحت 60 يوم

عليها بغرامة مالية من عشرين ألف دينار جزائري (20000 دج إلى مئتين ألف دينار 200000 دج).

ب- العقوبات التكميلية: تتمثل هذه العقوبات في

- المصادرة: للقاضي إمكانية الحكم بمصادرة السلع المحجوزة و عند الحكم بمصادرة السلع المحجوزة، يصبح مبلغ بيع هذه السلع مكتسب للخزينة العمومية، و هذا طبقا لنص المادة 44.
- نشر الحكم: يجوز للقاضي و على نفقة المحكوم عليه أن يأمر بنشر الحكم أو خلاصة منه في صحافة الوطنية أو لصقه بأحرف بارزة في أماكن يحدده شخص.¹

1- عقوبات حال العودة:

نصت عليها المادة 44 المعدلة، وبقصد بهذه الحالة قيام العون الاقتصادي بمخالفة أخرى لها علاقة بنشاطه خلال السنتين التي تلي انقضاء العقوبة السابقة المتعلقة بنفس النشاط إن حالة العود تعتبر ظرف مشدد لذلك يضاعف العقوبات المقررة و يمكن للقاضي أن يمنع العون الاقتصادي المحكوم عليه من ممارسة أي نشاط بصفة مؤقتة لمدة تزيد عن 10 سنوات. و تضاعف هذه العقوبات عقوبة الحبس من 3 أشهر إلى 5 سنوات.

المطلب الثاني: الجزاءات المقررة للممارسات المقيدة للمنافسة في مجال الاسعار

باعتبار السعر أداة ضرورية في المعاملات التجارية، و أداة وحيدة لإتمام عملية البيع و الشراء و غيرها من المعاملات التي يقوم بها مستهلك بصفة دائمة، لتلبية احتياجاتها اليومية، إلا أنه يمكن أن يكون من ناحية ثانية، أداة لارتكاب العون الاقتصادي لعدة مخالفات تمس بالقواعد الخاصة بالمنافسة، و لهذا تدخل المشروع من أجل سن قواعد للمحافظة على المنافسة و منع ارتكاب مثل هذه المخالفات بفرض جزاءات على مرتكبيها.²

¹ - المادة 48 من قانون 04-02 المعدل و المتمم، مصدر سابق.

² - أحسن بوسقيعة، الوجيز في القانون الجزائري الخاص، مرجع سابق.

من أجل ذلك سوف نتطرق في هذا المطلب من خلال الفرع الأول إلى الأجهزة المكلفة بمتابعة الممارسات المقيدة للمنافسة، و إلى العقوبات الصادرة و المقررة من طرف مجلس المنافسة في الفرع الثاني، و في الاخير إلى الجزء المدني الذي تم تفصيله في الفرع الثالث.

الفرع الاول: الأجهزة المتعلقة بمتابعة الممارسات المقيدة للمنافسة

هناك عدة هيئات و أجهزة تتدخل بحكم اختصاصها في مجال محاربة الممارسات، التي تمر بالمنافسة و هو ما جاء في الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة و من بين الأجهزة المكلفة بالمتابعة نذكر :

أولاً: الادارة المكلفة بالمنافسة في وزارة التجارة

هناك هيئات متخصصة تسمح للوزارة من أداء دورها على أحسن ما يرام في مجال مراقبة المنافسة فيمكن ذكر :

- مديرية المنافسة في الوزارة.
- المفتشية المركزية.
- مصالح الخارجية، بدأ من مديرية المنافسة و الأسعار على مستوى كل ولاية إلى المتكشيات الجهوية التي تتواجد عبر سبع جهات من الاقليم الوطني، مهمتها الأساسية تكمن في حماية المنافسة و تطويرها و تحقيق المنافسة النزيهة بين جميع الأعوان الاقتصاديين، بالإضافة إلى هذه المصالح، يعين الوزير الأول المكلف بالتجارة ممثلاً واحداً و ممثلاً اضافياً لدى مجلس المنافسة، و يشارك هذا الممثل في أسعار المجلس دون حق التصويت، كما لوزير التجارة أن يحيل المسائل المتعلقة بالممارسات المناهية للمنافسة إلى مجلس المنافسة.¹

¹ - محمد شريف، كتو، حماية المستهلك من ممارسات المناهية، مرجع سابق، ص 67.

ثانيا: مجلس المنافسة

تم إنشاء بمقتضى الأمر 95-06 متعلق بالمنافسة و تم تحدد نظامه الداخلي بموجب المرسوم رقم 96-144 الذي يحدد النظام الداخلي في مجلس المنافسة.¹

حيث يمكن لهذا المجلس أن يصدر أوامر، و يتخذ تدابير تهدف إلى حماية المنافسة في قطاع معين، و يقوم المجلس بإصدار عقوبات مالية، كما له أن يتخذ عقوبات تكميلية في حالة عدم تنفيذ الأوامر في الآجال المحددة كإجراءات الغلق المؤقت للمحلات أو حجز البضائع و يمكنه عند الاقتضاء إلى وكيل الجمهورية، و تبلغ القرارات لوزير التجارة من أجل التنفيذ و يجوز استئناف المقررات الصادرة عن المجلس أمام مجلس الجزائر الفاصل في المواد التجارية وذلك في أجل شهر واحد من تبليغها.

كما يقوم المجلس باتخاذ أوامر ترمي إلى وضع حد للممارسات المعايينة و المقيدة للمنافسة عندما تكون العرائض و الملفات المرفوعة إليه من اختصاصه، كما يمكن للمجلس أن يقرر عقوبات مالية، إما نافذة فورا أو في الآجال التي يحددها عند عدم تطبيق الأوامر، و هذا ما نصت عليه المادة 45 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة.²

ثالثا: الهيئات القضائية

تساهم المحاكم إلى جانب مجلس المنافسة في تطبيق القواعد الخاصة بحماية المنافسة في مجال الأسعار على الوجه الآتي :

- مجلس الجزائر: يعتبر مختصا في النظر في الطعون المرفوعة ضد قرارات مجلس المنافسة.
- المحاكم المدنية: ترفع أمام هذه محاكم الدعاوي الصادرة من أشخاص الذين وقعوا ضحية للممارسات التجارية المنافية للمنافسة، الحق في المطالبة بإبطال تلك الممارسات، و طلب التعويضات المترتبة في الأضرار التي سببتها تلك الممارسات.

¹ - مرسوم رئاسي ، رقم 44-96، مؤرخ في 17 جانفي 1995، الذي يحدد النظام الداخلي في مجلس منافسة، جريدة رسمية، سنة 1996.

² - المادة 45 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة ، المشار إليها سابقا.

- **المحاكم الجنائية:** يمثل اختصاصا هذه المحاكم في مجال الممارسات المنافية في حالة التي يثبت فيها تورط شخص طبيعي في تطبيق إحدى الممارسات المنافية للمنافسة (التعسف في وضعية الهيمنة و الاتفاقيات)، و يمكن للقاضي أن يحكم بالحبس في هذه الحالة من شهر واحد إلى سنة واحدة ضد هؤلاء الأشخاص الطبيعيين، و هذا ما نصت عليه المادة 15 من قانون رقم 95-06.
- **المحاكم الادارية:** وهي محاكم مختصة في الدعاوي المتعلقة بالإلغاء للعقود الإدارية المبرمة من طرف المجموعات المحلية خلافا لقواعد المنافسة، و يمكن لهذه المحاكم طلب استشارة مجلس المنافسة لمعالجة القضايا المعروضة عليها.
- **المحكمة العليا:** يمكن اختصاص هذه المحكمة في الطعون ضد القرارات الصادرة عن مجلس المنافسة بالنقض في مجال الممارسات المقيدة للمنافس.¹

الفرع الثاني: العقوبات المقررة من طرف مجلس المنافسة

في حالة ما إذا تم اثبات قيام إحدى الممارسات السابقة المتعلقة بالأسعار يقوم مجلس المنافسة بإصدار عقوبات مالية.

أولاً: عقوبة الغرامة المالية

يقررها مجلس المنافسة و تطبق مباشرة، و عند عدم تطبيق الأوامر التي يمكن إصدارها في الآجال المحددة، و هذا في حق الأعوان الاقتصاديين المخالفين للقوانين التي تضبط المنافسة.²

حيث اعتمد مشروع جزائري في تحديد قيمة العقوبة، على أساس النسبة المئوية من رقم الأعمال المحقق في آخر سنة و هي 7 % بالمئة بموجب المادة 61 من الأمر 03-03، قبل أن تصبح 12% كحد أقصى تبعا لتعديل الوارد في المادة 56 من قانون 08-12 المعدل و المتمم للأمر 03-03 المعدل و المتمم.

¹ - محي الدين كرامية، حدود مبدأ حرية، تحديد الأسعار، في قانون منافسة الجزائر، مذكرة مكلمة لنيل شهادة ماستر في حقوق، تخصص ، قانون أعمال، جامعة العربي بن مهيدي، أم بواقي ، سنة جامعية 2018-2019.

² - خمابلية سمير، عن السلعة مجلس منافسة في ضبط السوق، رسالة ماجستير ، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2013، ص74.

و هذه العقوبة تخص كل الجرائم، و تتمثل في غرامة لا تتجاوز 12% من مبلغ رقم الأعمال من غير الرسوم، المحقق بواسطة هذه الممارسات، بشرط أن لا تتجاوز هذه الغرامة أربعة أضعاف هذا الربح، و في حالة عدم إمكانية تحديد رقم أعمال المعني بغرامة مالية فإن مشروع قد حدد الغرامة المالية بستة ملايين دينار (6000000 دج) كحد أقصى، كما يعاقب كل شخص طبيعي يساهم شخصيا بصفة احتيالية في تنظيم الممارسات المقيدة للمنافسة و في تنفيذها بغرامة مالية قدرها مليوني دينار (2000000 دج).¹ كما تنص المادة 59 من الأمر 03-03 أنه تعاقب كل مؤسسة تعتمد تقديم معلومات خاطئة أو غير كاملة بالنسبة للمعلومات المطلوبة أو تتهاون في تقديمها للمقرر في الآجال المحددة، بغرامة لا تتجاوز مبلغ ثمانمائة الف دينار (800000 دج).

ثانيا: الغرامة التهديدية

هي غرامة مالية تصدر من أجل ضغط كل الطرق المحكوم عليه لدفعه إلى تنفيذ الحكم في أقرب الآجال، و مبلغ هذه الغرامة يقدر بالنظر إلى عدد أيام التأخير في التنفيذ.²

و الحالات التي أقر لها المشروع لمجلس المنافسة إصدار الغرامات التهديدية متمثلة في :

- حالة عدم احترام الأوامر الإلزامية إلى و وضع حد للممارسات المقيدة للمنافسة المنصوص عليها في المادتين 45 و 46 من الأمر 03-03 فتكون الغرامة في هذه الحالة لا تقل عن مبلغ مائة و خمسون ألف دينار (150000 دج) عن كل يوم تأخير.³
- حالة عدم تقديم المؤسسات للمعلومات المطلوبة منها من طرف المقرر، أو كانت المعلومات غير كاملة أو خاطئة، أو كان المقرر قد قدر لها مهلة للقيام بهذا الواجب، فيقرر المجلس إلى جانب الغرامة المفروضة كعقوبة على المؤسسة بغرامة تهديدية لا تقل عن مئة ألف دينار 100000 دج في كل يوم تأخير.⁴

¹ - أنظر المادة 57 من الأمر 03-03 المشار إليه سابقا.

² - بن وطاس إيمان، مسؤولية العون الاقتصادي، ضوء التشريع الجزائري و الفرنسي، دون طبعة، الجزائر، 2012، ص 174.

³ - أنظر المادة 58 من الأمر 03-03 معدلة بالقانون 12-08 مشار إليه مسبقا.

⁴ - أنظر الفقرة 02 من المادة 59 من أمر 03-03 معدلة بالقانون 12-08 المشار اليه مسبقا.

و الغرامة التهديدية هي وسيلة غير مباشرة للتنفيذ الجبري و الإجباري للقرارات الصادرة عن مجلس المنافسة، و هذا دليل على جدية المشرع في تنفيذ مثل هذه القرارات، خاصة أنه غالبا ما تسعى المؤسسات إلى عدم تنفيذها و بذلك تعد هذه أحر عديمة الفعالية و هذا ما يؤدي إلى إنقاص من أهمية و دور مجلس المنافسة.¹

أما بالنسبة لطرق الطعن في القرارات الناشئة عن مجلس المنافسة، فهي قابلة للطعن أمام مجلس قضاء الجزائر يفصل في المواد التجارية، من الأطراف المعنية أو من الوزير المكلف بالتجارة من الأطراف المعنية أو من الوزير المكلف بالتجارة، و ذلك في أجل لا يتجاوز شهرا واحدا أبتدأ من تاريخ استلام القرار.²

فبمجرد ايداع الطعن ترسل نسخة منه إلى رئيس مجلس المنافسة و إلى الوزير المكلف بالتجارة عندما لا يكون هذا الأخير طرفا في القضية، لا يترتب على الطعن لدى قضاء الجزائر أي أثر موقف لقرار مجلس المنافسة و لا يملك رئيس المجلس القضائي للجزائر إيقافها و لذلك فان القرارات يتم تنفيذها من قبل صدور القرار النهائي.³

الفرع الثالث: الجزاء المدني

للقضاء المدني دور في قمع الممارسات المنافسة للمناقشة و ذلك من خلال الصلاحيات التي منحتها له المادة 48 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة حيث نصت على ما يلي "يمكن لكل شخص طبيعي أو معنوي يعتبر نفسه متضرر من ممارسة مقيدة للمنافسة وفق مفهوم أحكام هذا الأمر أن يرفع دعوى أمام الجهات القضائية المختصة وفقا للتشريع المعمول به." ⁴ بحيث ترفع أمام المحاكم المدنية و التجارية دعوتين، دعوى إبطال الالتزامات المتمثلة بالممارسات المقيدة للمنافسة و دعوى التعويض عن الأضرار عن الممارسات المقيدة للمنافسة و دعوى التعويض عن الأضرار في الممارسات المقيدة

¹ - بن وطاس إيمان، نفس المرجع السابق ص 176.

² - أنظر المادة 63 من الأمر 03-03 المصدر السابق.

³ - أ. حمزة، قوانين نظام الأسعار في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل مجيستير، في قانون أعمال كلية الحقوق، قاصدي مر باح، ورقلة، 2012-2013. ص54.

⁴ - المادة 48 من الأمر 03-03 متعلق بالمنافسة، مصدر سابق.

للمنافسة، فهي لا تملك سلطة إصدار عقوبات مالية ضد مرتكب الممارسة باعتبار ذلك من اختصاص مجلس المنافسة.

وفي الصدد تنص المادة 13 من الأمر 03-03 على أنه "دون الإخلال بالأحكام المادتين 08 و 09 من هذا الامر، يبطل كل التزام أو اتفاقية أو شرط تعاقدى يتعلق بإحدى الممارسات المحظورة بموجب المواد 6 و7 و10 و11 و12 أعلاه".

و طبقا لنص هذه المادة 13 فكل التصرفات التي تكون كأساس للقيام بإحدى الممارسات المقيدة للمنافسة، و كذلك التي يتم إبرامها نتيجة لها تكون باطلة بطلان مطلق، و ذلك حماية للمصلحة و هي حسن سير اقتصاد السوق و من بينها تلك المتعلقة بالأسعار، و يكيف هذا البطلان بأنه من نظام العام لذا لا يمكن تصحيحه.¹

ويتم طلب البطلان على مستوى المحكمة المختصة و هي المحكمة المدنية أو التجارية و يمكن لهذه الأخيرة أن تطلب رأي مجلس المنافسة.

في القضية المطروحة أمامها إذا لم يكن قد تولد دراستها، إلا أن المحكمة غير ملزمة بإتباع رأي مجلس المنافسة، إلا أنه و حتى يصدر حكم البطلان يشترط أن يصدر قرارا عن مجلس المنافسة يقر بوجود ممارسة مقيدة للمنافسة تعد مراعاة أحكام مادتين 08/09 من الأمر 03-03 التي نصت على الاستثناءات الواردة على الاتفاقيات المحظورة و التعسف في الاستغلال و وضعية الهيمنة .

باعتبار أن البطلان مطلقا جاز لكل من له مصلحة أن يتمسك بهذا البطلان و هذا منصوص في المادة 1/102 من القانون المدني التي جاءت بـ "إذا كان العقد باطلا بطلانا مطلقا جاز لكل ذي مصلحة أن يتمسك بهذا البطلان و للمحكمة أن تقضي به من تلقاء نفسها و لا يزول هذا البطلان بالإجازة".²

كما تنص المادة 48 من الأمر 03-03 على أنه "يمكن لكل شخص طبيعي أو معنوي يعتبر نفسه متضررا من ممارسته المقيدة وفق مفهوم أحكام هذا الأمر أن يرفع دعوى أمام الجهات القضائية المختصة طبق التشريع المعمول به"، و نستنتج من خلال نص المادة أنه يمكن للغير المتقرر من جراء

¹ - بن وطاس إيمان، المرجع السابق، ص210.

² - المادة 102 من قانون المدني الجزائري.

الممارسات المقيدة للمنافسة و من بينها المتعلقة بالأسعار أن يستند في طلبه بالتعويض على أحكام المادة 124 من القانون المدني التي تعد المبدأ العام للمسؤولية التقصيرية.¹

¹ - بن وطاس إيمان، مرجع سابق، ص 212.

خلاصة الفصل الثاني:

الأصل أن الاسعار تحدد بطريقة حرة دون تدخل أي طرف أجنبي، فمعظم التشريعات المقارنة تنص على مبدأ حرية الأسعار خاصة التي تبنت النظام الرأس مالي.

حيث أن عملية تحديد الأسعار و الحد من ارتفاعها تعدو أن تكون ظاهرة استثنائية في ظل اقتصاد السوق القائم على حرية الأسعار، و تبرر من خلال سلعة الدول في فرض تواجدها، نظرا لاعتبارات مختلفة يقع على رأسها رعاية المصلحة العامة للبلاد ، لذلك اعتمدت الدولة عدة آليات لتحديد الأسعار و ضبطها مثل آلية التحديد و نذكر على سبيل المثال السلع و الخدمات، التي تم تحديد أسعارها مثل الخبز و الحليب و خدمة الكهرباء و الماء، المرسوم التنفيذي رقم 04-50 متضمن تحديد أسعار الحليب المبستر و الموضب في أكياس عند الانتاج، كذلك المرسوم التنفيذي رقم 96-132 المتضمن تحديد أسعار الدقيق و الخبز في مختلف مراحل التوزيع. و آلية التسقيف و نذكر على سبيل المثال المرسوم التنفيذي رقم 09-243 المتضمن تحديد هوامش الربح و التجزئة المطلقة على الاسمنت البوت لأندي المركب و الموضب.

وفي الأخير آلية التصديق وهي موافقة على سعر تحديده و تقترحه الجهات المختصة مثل الديوان الجزائري المهني للحبوب، كما تهدف هذه الآليات إلى حماية المستهلك من خلال حماية القدرة الشرائية بتفويت الفرصة على المضاربيين و المحتكرين من التلاعب بالأسعار.

كما يمكن للدولة أن تتدخل باتخاذ تدابير مؤقتة في حال الارتفاع المفاجئ للأسعار عن طريق هيئات إدارية في مراقبة أسعار و ضبط السوق.

كما أن لمجلس المنافسة دور مهم في تنظيم السوق الاقتصادية، من خلال صلاحيات باعتبارها سلعة ذات اختصاص عام بحماية المنافسة إذ يعتبر من أهم الهيئات التي أنشأتها الدولة لحماية هذا الأخير .

وفي حالة مخالفة هذه الأحكام وضع مشروع اجراءات و عقوبات ردية اتجاه مرتكب المخالفة عند ممارسة الأسعار الغير شرعية بأي صفة كانت أو لأي سبب كان ، إلا إذا نص القانون على غير ذلك.



الخاتمة

من خلال دراسة هذا الموضوع تطرقنا الي أهم مبدأ في قانون المنافسة و هو مبدأ حرية الأسعار، و الدور الفعال الذي يلعبه في تنظيم السوق الاقتصادية .ورغم هذا التكريس القانوني لمبدأ حرية الأسعار نجد أنه لم يكرس بصفة فعلية في السوق نظرا للفوضى و الاحتكار و المضاربة و سوء الموازنة و الاختلالات في الأسعار تمثلت في ارتفاعها مما أضر بالقدرة الشرائية للمواطن و الاقتصاد على حد سواء، و هذا ما أدى بالمشرع الجزائري إلى إرساء أجهزة و آليات قانونية لحماية هذا المبدأ.

و عليه صدر الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة ليؤكد مبدأ حرية الأسعار صراحة، و جعل التحديد هو الأصل، وهو ما جاءت به المادة 4 منه مع احترام قواعد المنافسة الحرة و النزيهة ، لكن هذا المبدأ وضع له المشرع الجزائري قيد يتدخل الدولة في ضبط الأسعار الخاصة بالسلع و الخدمات كاستثناء وارد على هذا المبدأ، إضافة للحماية الإجرائية لهذا المبدأ منح المشرع لمجلس المنافسة صلاحيات تتمثل في صلاحيات استشارية من خلال إبداء رأيه في جميع المسائل ذات الصلة بالمنافسة في السوق و أخرى تنازعيه لتفادي الممارسات المقيدة بالمنافسة من أجل إرساء قواعد الشفافية، بالإضافة إلى صلاحيات تنظيم و الرقابة و بعد إتمام كافة الإجراءات يصدر مجلس المنافسة تدابير و عقوبات نتيجة السلطة التي منها له المشرع الجزائري.

إلى جانب اختصاص مجلس المنافسة نجد الهيئات القضائية العادية التي تختص بالحكم بالبطان أو بالتعويض عن أضرار مترتبة عن الممارسات المنافية للمنافسة.

وعليه توصلت إلى جملة من النتائج:

- ✓ إن مبدأ حرية الأسعار جاء نتيجة لتبني المشرع الجزائري لنظام السوق الاقتصادية القائمة على المنافسة و التي بدورها تقوم على مبدأ حرية تحديد الأسعار .
- ✓ جعل المشرع الجزائري تقنين الأسعار استثناء على مبدأ حرية الأسعار، لكن عبر عنه ضمنيا بإبقاء الأسعار المقننة بنصه صراحة في المادة 05 من الأمر 03-03 عندما اعتبرها استثناء.
- ✓ أبقى المشرع الجزائري على الأسعار المقننة من خلال حظر بيع السلع بسعر أدنى من سعر التكلفة.

- ✓ يجوز الدولة تدخل فقط في تقنين أسعار السلع و الخدمات ذات الطابع الاستراتيجي أو السلع ذات الاستهلاك الواسع و السلع الضرورية.
- ✓ التدخل الدولة في التسعير عن طريق التنظيم.
- ✓ أن حرية الأسعار ليست مطلقة، و إنما نسبية من خلال الإقرار لبعض الحالات الاستثنائية التي تتدخل فيها الدولة لتحديد هذه الأسعار إما بطريقة مباشرة أو عن طريق منح بعض الممارسات التي من شأنها المساس بحرية وضع الأسعار.
- ✓ أن المشرع وضع مجموعة من الجزاءات العقوبية، في حال مخالفة أحد الضوابط القانونية المتعلقة بمبدأ حرية الأسعار.

و بناء على النتائج السابقة يمكن تقديم الاقتراحات التالية:

- ✓ القضاء على كل أشكال المضاربة التي تتسبب في ارتفاع الأسعار السلع و الخدمات ، و ذلك من خلال مساهمة المنتجين المحليين من خلال دعم اختيار زبائنهم خاصة المتخصصين في إعادة البيع ، و القضاء تدريجيا بالتنسيق مع مديريات مراقبة الأسعار على الزبائن الذين يتعاطون المضاربة و الرفع من كميات الموزعة من قبل شركات أو شركاء في مراكز التوزيع التي تضمن المنتج فيها مطابقة سعر السوق
- ✓ -المعاقبة الصارمة على ممارسة الأسعار الغير شرعية التي يمكن ارتكابها في السوق و توسيع قائمة الممارسات إلى مخالفات التي لها أثر سلبي على استقرار السوق.
- ✓ التطبيق الفعلي للنصوص القانونية و التنظيمية العاملة على محاربة المخالفات المتعلقة بالأسعار .
- ✓ تجسيد التعاون العملي بين مجلس المنافسة و الهيئات القضائية.
- ✓ تفعيل دور مجلس المنافسة في مجال الحمائي لمبدأ حرية الأسعار.



قائمة المراجع

قائمة المراجع

أولاً: باللغة العربية:

1-المصادر (القوانين):

أ- الدستور:

❖ دستور الجزائر لسنة 2020، المؤرخ في 30 ديسمبر 2020، الجريدة الرسمية الجزائرية، العدد 82، سنة 2020.

ب- القوانين:

❖ أنظر الأمر 66- 155 المؤرخ في يونيو 1966، يتضمن قانون 'إجراءات الجزائية، متمم بالأمر 11-02 مؤرخ في 23 فيفري 2011 ج ر عدد 02، سنة 2011.

❖ الأمر 03-06 مؤرخ في 19 يونيو 2003 المتعلق بالمعاملات جريدة رسمية عدد 44، 2003.

❖ الأمر 03-03 المؤرخ في 19 جمادى الأولى 1424 الموافق ل 19 يوليو 2003، يتعلق

بالمنافسة، المعدل و متمم، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 43 ل 20 جمادى الأولى 1424 الموافق ل 20 يوليو 2003.

❖ الأمر 04-02 مؤرخ في 05 جمادى أول عام 1425 الموافق ل 23 يوليو 2004 يحدد القواعد

المطبقة على ممارسات تجارية المعدل و المتمم، منشور في جريدة رسمية عدد 41 ل 9 جمادى الأولى عام 1425 الموافق ل 27 يونيو سنة 2004

❖ القانون 10-05 مؤرخ في 15 أوت 2010، معدل و متمم للأمر 03-03، المتعلق بالمنافسة، جريدة رسمية، العدد 46، الصادرة في 18 غشت 2010.

❖ القانون 10-05 المؤرخ في 05 رمضان، الموافق ل 15 غشت 2010 الذي يعدل و يتمم الأمر

03-03 المؤرخ في 19 جمادى الأولى 1424 الموافق ل 19 يوليو 2003 ، جريدة رسمية العدد 46.

ت- المراسيم

- ❖ المرسوم التنفيذي 05-468 المحددة لشروط الفاتورة و سند التحويل ووصل التسليم و الفاتورة الإجمالية المؤرخ في 10 ديسمبر 2005، جريدة رسمية، عدد 80.
- ❖ المرسوم التنفيذي 11-108 المؤرخ في أول ربيع الثاني 1432 الموافق ل 06 مارس 2011، الصادر في الجريدة الرسمية، العدد 15.
- ❖ المرسوم التنفيذي 90-39 المؤرخ في 30 جانفي 1990، متعلق برقابة الجودة و القمع الغش، جريدة رسمية ، رقم 05، مؤرخة في 04 رجب 1410 موافق ل 31 جانفي 1990، ص 207-202.
- ❖ المرسوم التنفيذي رقم 05-472 مؤرخ في 15 ديسمبر 2005، المتضمن جرد المواد المحجوزة، الجريدة الرسمية، رقم 08 الصادرة، في 14 ديسمبر 2005.
- ❖ المرسوم التنفيذي ملغى بالفقرة 03 من مادة 73 من قانون منافسة، جريدة رسمية رقم 6 الصادرة في أكتوبر 200.
- ❖ مرسوم تنفيذي 90-266 مؤرخ في 25 صفر 1411 موافق ل 15 سبتمبر، سنة 1990 متعلق بضمان منتجات و خدمات منشور في جريدة الرسمية ، عدد 40 مؤرخة في 29 صفر 1990 الموافق ل 19 سبتمبر 1990، ص 1248-1246.
- ❖ مرسوم تنفيذي رقم 01-50 مؤرخ في 12-02-2001، متضمن تحديد أسعار الحليب المبستر و الموضوع في أكياس عند انتاج وفي مختلف مراحل التوزيع.
- ❖ مرسوم تنفيذي رقم 05-468 مؤرخ في 10 ديسمبر 2005، يحدد شروط تحرير الفاتورة التحويل ووصل تسليم و فاتورة الإجمالية وكيفيات ذلك - الجريدة رسمية عدد 20 صادر في 11 ديسمبر 2005.
- ❖ مرسوم تنفيذي رقم 2000-314 المؤرخ في 14 أكتوبر 2000، معدل و المتمم بالمرسوم تنفيذي، رقم 05-175 مؤرخ في 12 ماي 2005.
- ❖ مرسوم رقم 90-39 مؤرخ في 03 رجب 1410، موافق ل 30 يناير 1990 متعلق بالرقابة الجودة و قمع الغش، مصدر سابق، ص 207.
- ❖ مرسوم رئاسي ، رقم 44-96، مؤرخ في 17 جانفي 1995، الذي يحدد النظام الداخلي في مجلس منافسة، جريدة رسمية، سنة 1996.

- ❖ منشور وزاري رقم 01-2006 مؤرخ في 08 مارس 2006، يتعلق بكيفيات تطبيق أحكام الغرامة المصالحة، المصدر، وزارة التجارة.
- ❖ أحمد محمود عل خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في مجال عدم الإخلال بالأسعار و حماية المنافسة و منع احتكار دار الجامعة، دار الجامعة، 2008 .
- ❖ أمال معهد شبلي، التنظيم القانوني للمنافسة و منع الاحتكار مكتب جامعي الحديث، مصر، 2008 .
- ❖ أمين عبد العزيز حسن، استراتيجيات التسويق ف القرن الواحد و العشرون، دون طبعة، دار قباء، القاهرة، مصر.
- ❖ بن وطاس إيمان، مسؤولية العون الاقتصادي، ضوء التشريع الجزائري و الفرنسي، دون طبعة، الجزائر، 2012.
- ❖ توفيق محمد عبد المحسن، التسويق، دون طبعة، دار النهضة العربية، مصر، 1997.
- ❖ حسن حسين السارة، سياسة تدخل دولة في الاقتصاد الاسلامي، الوراق للنشر و توزيع، طبعة أولى ، سنة 2015.
- ❖ الحياشي، عل مبدأ الرضا، التسعير مدخل تسويقي ، عمان، دار جهيدة، الطبعة الأولى، 2007.
- ❖ خالد عبد المنعم البستجي، التسعير بين النظرية و التطبيق ، دار وائل للنشر، عمان الأردن، الطبعة الأولى، سنة 2016،
- ❖ خبايا عبد الله ، السياسة السعرية في إطار العولمة الاقتصادية، مؤسسة ثقافية الجامعية، الاسكندرية، سنة 2009،
- ❖ دونالدس واتسن، ماري هولمن، ترجمة ضياء مجيد، نظرية السعر و استخدامها، مؤسسة شباب الجامعة، اسكندرية، جزء 2، سنة 2007.
- ❖ الراوي خالد و السند حمود، مبادئ التسويق الحديث، طبعة أولى، دار الميسرة للنشر و التوزيع و الطباعة، عمان ، الأردن، 2001.
- ❖ صلاح الشنواني، الادارة التسويقية الحديثة، المفهوم و الاستراتيجي، مؤسسة شباب الجامعة، الاسكندرية، مصر، 1983،
- ❖ طه طارق ، ادارة تسويق الاسكندرية، دار الفكر الجامعي، 2008،

- ❖ عبد الرزاق السنهوري، مصادر الالتزام ، الجزء الأول، طبعة 3، دار النهضة العربية، القاهرة.
- ❖ عبد الفتاح، محمد سعيد، ادارة تسويق، دار جامعية، بيروت، 1992.
- ❖ العربي أحمد بالحاج، الإطار القانوني لمرحلة السابقة على التعاقد في ضوء القانون المدني المقارن، دراسة مقارنة، دار الحافظ للنشر و التوزيع، الطبعة 01.
- ❖ العسكري، ، أحمد شاكر، التسويق مدخل استراتيجي ، الطبعة الأولى، دار شروق للنشر وتوزيع ، عمان ، الأردن، 2000 .
- ❖ عليان، ريجي مصطفى، أسس تسويق المعاصر، دار صفاء، عمان، 2009، ص 182-183 .
- ❖ فتح الله و لعلو، مبادئ الاقتصاد السياسي، مدخل للدراسات الاقتصادية، دار الحداثة، بيروت، السنة 1981

2-الكتب:

- ❖ مبارك بن سليمان بن محمد السليمان، أحكام التعامل في الأسواق المالية المعاصرة، دار كنوز الشيليا للنشر و التوزيع، المملكة العربية السعودية، الطبعة الأولى، 2005.
- ❖ مجد الدين محمد بن يعقوب، الصور أنادي القاموس المحيط، دار الحديث، القاهرة، 2008.
- ❖ محمد ابراهيم عبيدات، سلوك المستهلك، دار الوال للنشر التوزيع، عمان، الأردن.
- ❖ محمد تيورسي، فكرة النظام العام الاقتصادي، كنقطة التقاء بين قواعد منافسة و حرية التجارية، مجلة القانون الأساسي، جامعة أبو بكر بالقائد، تلمسان.
- ❖ محمد سريف، كتو، أهداف المنافسة، ملتقى الوطني حول منافسة و حماية المستهلك، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، يومي 17-18 نوفمبر 2009.
- ❖ محمد فريد صحن، التسوق، دون طبعة، الدار الجامعية الجديدة، الاسكندرية، دون سنة النشر .
- ❖ مصطفى أحمد أوعمر، موجز أحكام قانون حماية مستهلك، منشور الحلبي الحقوقية، طبعة 1، لبنان، 2011.

3-المقالات:

- ❖ رواب جمال، طحطاح علال، مبدأ تحرير الأسعار في التشريع الجزائري، مقالة منشورة في الموقع
- ❖ - عطري مريم، قواعد منافسة في إطار صفقات عمومية وفق قانون الجزائري، مجلد النبراس للدراسات قانونية،

- ❖ حمزة كحال ، مقال بعنوان ، هاجس الأسعار يؤرق الجزائريين قبيل رمضان، موقع الكتروني www.alaraby.co.uv ، اطلع عليه يوم 26-04-2022، على الساعة 04:28.
- ❖ - د.علي بن شعبان، مبدأ حرية المنافسة في التشريع الجزائري، مجلة الشريعة و الاقتصاد، مجلد الثامن، الاصدار الأول لسنة 2019، العدد 05 ، شوال 1440، جوان 2019.
- ❖ - طالب محمد كريم، تدخل دولة في تحديد الأسعار كاستثناء على مبدأ حرية الأسعار، مجلة قانون العدد 07، ديسمبر 2016
- ❖ - بختة موالك، الحماية الجنائية للمستهلك في التشريع الجزائري، مجلة الجزائرية للعلوم القانونية و الاقتصادية و السياسية، العدد02، 1999،
- ❖ - شهيدة قايدة، حدود التوجه التعاقد في مجال منافسة، مجلة الدراسات القانونية، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، العدد04، 2007.
- ❖ - مسكين حنان ، بن احمد الحاج، تدخل دولة في عملية تحديد الأسعار كقيد لحرية المنافسة في التشريع الجزائري، مجلة العلوم الانسانية، المجلد رقم 32، العدد04، ديسمبر، 2021، ص 553-564.
- ❖ - بيومي محمد عمارة، سياسيات تسعير و خصومات البيع، برنامج مهارات البيع تسويقي، جامعة مركز تعليم المفتوح كلية التجارة، 2010/2009، ص07.
- ❖ <http://Sciencesjurudique.ablamontada.net./T436-Topic,14/04/2022,13> :25.
- ❖ موالك بختة، التعليق على أمر 03-03 صادر في 9 جمادى الأول 1424 موافق ل 19 يوليو 2003، متعلق بمنافسة، جزء 01، مجلة الجزائرية للعلوم القانونية و الاقتصادية، عدد1، سنة 2004،

4-الرسائل و المذكرات الجامعية:

أ- أطروحة الدكتوراه:

- ❖ بدر لعور آليات مكافحة جرائم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق و العلوم السياسية جامعة محمد خيضر ، بسكرة، 2013-2014.
- ❖ تيروسي محمد، قواعد المنافسة و نظام العام الاقتصادي، دراسة مقارنة، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، سنة جامعية، 2010/2011.

- ❖ طالب محمد كريم، تقيد المنافسة عن طريق الأسعار، أطروحة الدكتوراه، تخصص قانون خاص، كلية حقوق و علوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، جامعة تلمسان، 2018.
- ❖ العيد حداد، الحماية القانونية للمستهلك في ظل اقتصاد السوق، أطروحة دكتوراه، كلية حقوق جامعة الجزائر، 2002.
- ❖ مهري محمد أمين ، (نظام القانوني للممارسات التجارية أطروحة لنيل شهادة دكتوراه علوم في الحقوق، كلية حقوق ، جامعة الجزائر 1 بن يوسف بن خدة 2016-2017.

ب- ماجستير

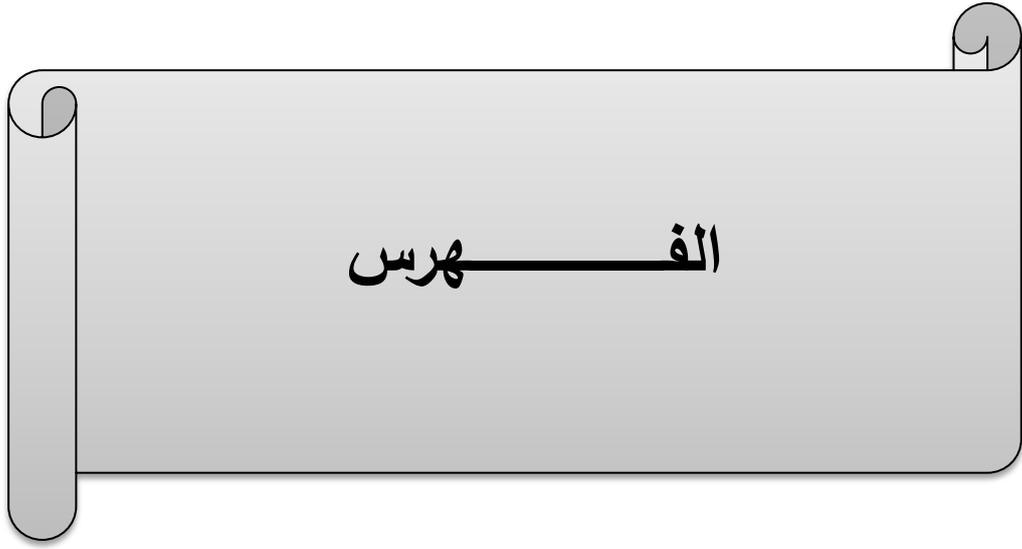
- ❖ أ. حمزة، قوانين نظام الأسعار في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل ماجستير، في قانون أعمال كلية الحقوق، قاصدي مر باح، ورقلة، 2012-2013.
- ❖ أنساعد خولة، القيود الواردة على مبدأ حرية التجارة و صناعة، مذكرة لنيل شهادة ماستر ، تخصص إدارة أعمال، قسم الحقوق، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة جيلالي بونعامة، خميس مليانة، 2017/2018.
- ❖ بو قطوف بهجت، مبدأ حرية الأسعار في القانون الجزائري، مذكرة ماجستير ، في قانون الأعمال، كلية حقوق، جامعة الجزائر 01، يوسف بن خدة، سنة جامعية 2012-2013.
- ❖ بوديسة مصطفى، حماية المستهلك من أخطر المنتجات الغذائية، مذكرة ماجستير كلية الحقوق و علوم سياسية ، جامعة الجزائر ، 2014-2015.
- ❖ محمد خطيب نصر، مذكرة ماجستير، اعتماد الأقسام المتجانسة في محاسبة التحليلية لتحديد السعر، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة قاصدي مرياح، قالمة، نوقشت في 19 مارس 2006،
- ❖ خميلية سمير، عن السلعة مجلس منافسة في ضبط السوق، رسالة ماجستير ، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2013.
- ❖ ريمة، (جرائم منافسة و الأسعار)، مذكرة تكميلية لنيل شهادة ماستر تخصص قانون جنائي للأعمال ، شعبة حقوق و العلوم سياسية جامعة عربي بن مهدي أم البواقي 2013-2014.
- ❖ زبير أزرق، حماية المستهلك في ظل منافسة الحرة، مذكرة ماجستير في القانون، فرع مسؤولية المهنية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011.
- ❖ زهرة علاوي، الفاتورة وسيلة شفافية للممارسات التجارية، مذكرة لنيل ماجستير ،كلية حقوق و العلوم السياسية، جامعة وهران، 2012-2013.

- ❖ سلماني حياة، مبدأ حرية الأسعار على ضوء قانون منافسة 03-03 مذكرة لنيل شهادة ماستر سنة 2019-2020 .
- ❖ صفي الدين كرايمية، حدود تحديد الأسعار في القانون المنافسة الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق و علوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة العربي بن المهدي أم البواقي، سنة 2018-2019 .
- ❖ عامر لمياء، أثر السعر، على قرار الشراء، -دراسة حالة قطاع خدمة الهاتف - مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص تسويق، كلية العلوم والاقتصادية، و العلوم التسيير، قسم العلوم التجارية، سنة 2005-2006،
- ❖ عبدون نبيلة، عيدي كريمة (أثار المنافسة على مبدأ حماية المستهلك)، مذكرة لنيل شهادة ماستر في قانون تخصص قانون الأعمال، فرع قانون الأعمال ، قسم حقوق LMD كلية حقوق و العلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان بجاية، تاريخ مناقشة 18 جوان 2013 .
- ❖ لطيفة بوخاري، تدخل الدولة في تحديد الأسعار وأثاره على المنافسة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق و العلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة وهران، السنة الجامعية: 2012/2013.
- ❖ -محمد الخطيب نمر، اعتماد الأقسام المتجانسة في المحاسبة التحليلية لتحديد الأسعار، مذكرة ماجستير، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة.
- ❖ محمد الشريف تواتي، قمع الإتفاقيات في قمع المنافسة، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في القانون، فرع قانون أعمال، جامعة أمحمد بوقرة، بومرداس، كلية الحقوق و علوم السياسية، والعلوم التجارية، سنة الجامعية 2005-2006،
- ❖ محي الدين كرامية، حدود مبدأ حرية، تحديد الأسعار، في قانون منافسة الجزائر، مذكرة مكلمة لنيل شهادة ماستر في حقوق، تخصص ، قانون أعمال، جامعة العربي بن مهدي، أم بواقي ، سنة جامعية 2018-2019.
- ❖ مصطفى ستور، محاضرات في قانون المنافسة، سنة أولى ماجستير، فرع علاقات الأعوان الاقتصاديةيين المستهلكين، 2010/2011.
- ❖ نبيل ناصري، المركز القانوني لمجلس المنافسة بين الأمر رقم 06/95 و الأمر رقم 03/03، مذكرة ماجستير، فرع قانون أعمال ، جامعة ، تيزي وزو، كلية الحقوق، 2004.

- ❖ نوال ابراهيمي، الإتفاقيات المحظورة في القانون منافسة في جزائر، مذكرة ماجستير في الحقوق، فرع قانون الأعمال، جامعة الجزائر، كلية الحقوق، 2004.
- ❖ وسام أبو أمين، عوامل استراتيجية التسعير، رسالة لنيل درجة الماجستير في إدارة الأعمال، جامعة دمشق كلية الاقتصاد، السنة 2013-2014.

ثانيا: باللغة الإنجليزية.

- ❖ G.Decop.commercial.hyper cours, 3eme Edition Dalloz, 2007, N278, p138.
- ❖ <http://memoireconomique.blogspot.com/2011/08/blog-post-9029.html> ,le 12/04/2022, à 11-45.
- ❖ -J.B.BLAISE. droit des affaire : commerçants, concurrence, distribution, manuel, LG, DJ ,2ème édition 2000, N°785,p403.
- ❖ Rabih chendeb, le régime juridique ou contrat de consommation, étude comparative (droit français, libanais et Egyptien)



الفهرس

مقدمة	ب
الفصل الأول: مبدأ حرية تحديد الأسعار في القانون الجزائري	7
المبحث الأول: محتوى و ضوابط مبدأ حرية تحديد الأسعار	8
المطلب الأول: محتوى مبدأ حرية الأسعار	8
الفرع الأول: احترام حرية أسعار السلع و الخدمات	8
الفرع الثاني: احترام قواعد المنافسة	13
المطلب الثاني: ضوابط و محكمات مبدأ حرية تحديد الأسعار	16
الفرع الأول: شفافية الممارسات تجارية	16
أولا : الاعلام بالأسعار و التعريفات و شروط البيع	16
الفرع الثاني: قواعد حرية المنافسة	21
أولا : عدم التعسف في استغلال وضعية الهيمنة:	21
ثانيا: عدم تعسف في استغلال التنفيذ الاقتصادي	23
ثالثا: ممارسة أسعار البيع المنخفضة بالتعسف:	23
رابعا: اتفاقيات المحظورة حول الأسعار	24
المبحث الثاني: ماهية الأسعار و أسس تحديدها	28
المطلب الأول: مفهوم الأسعار في التشريع الجزائري	28
الفرع الأول: تعريفات السعر	28
ثانيا: تعريف التسعير	29
الفرع الثاني: أنواع التسعير	34
أولا: أسعار القيادة	34
ثانيا: التسعير النفسي	35

36 ثالثا: الأسعار المحددة من طرف العرف
36 رابعا: أسعار الاستدراج
36 خامسا: الأسعار الموسمية
37 سادسا: الأسعار الرمزية
37 سابعا: السعر الترويجي
37 ثامنا: الأسعار المهنية
38 الفرع الثالث: أهداف التسعير
38 أولا: الأهداف المتعلقة بالربح
38 ثانيا: الأهداف المتعلقة بالمبيعات
39 ثالثا: الأهداف المحافظة على الأوضاع الراهنة
41 المطلب الثاني: أسس و عوامل تحديد السعر
41 الفرع الأول: الأسس الداخلية لتحديد السعر
41 أولا: الأهداف
41 ثانيا: الموارد
42 ثالثا: التكلفة
43 رابعا: درجة اختلاف في السلعة
43 خامسا: التنظيم
44 سادسا: الجودة
44 الفرع الثاني: الأسس الخارجية لتحديد السعر
44 أولا: الطلب
44 ثانيا: المنافسة
45 ثالثا: الموردون

45	رابعاً: التوزيع
46	خامساً: الظروف الاقتصادية
47	سادساً: تدخل الدولة
48	خلاصة الفصل الأول:
50	الفصل الأول: الدور الضابط لمبدأ حرية الأسعار في تنظيم السوق الاقتصادية
51	المبحث الأول: تدخل الدولة في تسعير السلع و الخدمات
51	المطلب الأول : مجال و آليات تدخل الدولة في تسعير السلع و الخدمات
52	الفرع الاول: مجال تدخل الدولة في تسعير السلع و الخدمات
52	أولاً: السلع
56	ثانياً: الخدمات:
57	الفرع الثاني: آليات تقنين أسعار السلع و الخدمات الضرورية
57	أولاً: التحديد
59	ثانياً: آلية التسقيف
61	ثالثاً: آلية التصديق
62	فرع الثالث: شروط تدخل الدولة في تحديد الاسعار
62	أولاً: تدخل الدولة بصورة انفرادية
62	ثانياً: تدخل الدولة بالاتفاق مع المتعاملين الاقتصاديين
63	فرع 4: أسباب ضبط الدولة للأسعار
64	المطلب الثاني: تدابير مؤقتة للحد من ارتفاع مفاجئ للأسعار
65	الفرع الأول: مهام هيئات الادارية في مراقبة الأسعار و ضبط السوق
67	الفرع الثاني: أصول مراقبة الأسعار و أثره على ضبط سوق
67	الفرع الثالث: صلاحيات مجلس منافسة في مجال تحديد الأسعار

68	أولاً: وظائف استشارية:.....
68	ثانياً: الوظائف التنافسية.....
69	المبحث الثاني: الجزاءات المترتبة عن مخالفة إجراء تحديد الأسعار.....
70	المطلب الأول: ممارسة الأسعار الغير شرعية.....
72	الفرع الثاني: ممارسة الأسعار الغير شرعية بطريقة غير مباشرة.....
73	الفرع الثالث: الجزاءات المقررة عند ممارسة الأسعار الغير شرعية.....
76	ثانياً: العقوبات الناتجة عن ممارسة الأسعار الغير شرعية.....
77	العقوبات الإدارية :.....
77	العقوبات الجزائية:.....
78	المطلب الثاني: الجزاءات المقررة للممارسات المقيدة للمنافسة في مجال الاسعار.....
79	الفرع الاول: الأجهزة المتعلقة بمتابعة الممارسات المقيدة للمنافسة.....
79	أولاً: الادارة المكلفة بالمنافسة في وزارة التجارة.....
80	ثانياً: مجلس المنافسة.....
80	ثالثاً: الهيئات القضائية.....
81	الفرع الثاني: العقوبات المقررة من طرف مجلس المنافسة.....
81	أولاً: عقوبة الغرامة المالية.....
82	ثانياً: الغرامة التهديدية.....
83	الفرع الثالث: الجزاء المدني.....
86	خلاصة الفصل الثاني:.....
88	الخاتمة.....
91	قائمة المراجع.....