جـامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة

كلية الحقوق والعلوم والسياسية

قسم: الحقوق

**الموضوع:**

# الإطار القانوني لترقية المنتوج الوطني

**مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في الحقوق**

**تخصص: قانون الأعمال**

من إعداد الطّالبين:

-عاتي زين العابدين

- ابتسام يلس

تحت إشراف الأستاذ:

- د/ مالك عليان

**لجنة المناقشة**

د/ نوي عبد النور: أستاذ محاضر"أ"- جامعة الجيلالي بونعامة- ..... رئيسا

د/ عليان مالك : أستاذ محاضر"أ"- جامعة الجيلالي بونعامة- ..... مقررا

د/ بلقاضي بقاسم: أستاذ محاضر"أ"- جامعة الجيلالي بونعامة -..... ممتحنا

**السنة الجامعية 2022/2021**

# إهداء

إلى من أحمل اسمه بافتخار أبي أطال الله في عمره .....

إلى نبع الحنان وشمس حياتي ونور عيني أمي أطال الله في عمرك ....

إلى إخوتي والعائلة الكريمة التي ساندتني ولا تزال .....

إلى كل الأصدقاء والأهل والأحبة الذي شجعوني .....

إلى كل من لهم أثر على حياتي وإلى من احبهم .....

ابتسام

# إهداء

أحمد الله عزوجل الذي أنعم علي بفضله وأعانني على إنهاء هذا العمل وصلى الله على محمد وعل آله وصحبه أجمعين.

إلى رمز الحب والوفاء، من أعطت ولا تزال تعطي دون انتظار المقابل، بلسم جراحي، سندي في هذه الحياة بعد الله أمي الغالية....

إلى من أحمل اسمه بكل افتخار، إلى والدي حفظه الله....

إلى عائلتي فردا فردا....

إلى أصدقائي وأحبائي....

إلى كل من ساندني ولو بكلمة ومد لي يد العون في هذا البحث مع خالص الشكر....

**زين العابدين**

# الشكر

نتوجه بالشكر إلى الله على ما منحنا من إرادة وعلم لإنجاز هذا العمل فله الشكر أولا وأخيرا.

اعترافا بالفضل وتقديرا الجميل لا يسعنا ونحن أنهينا من إعداد هذا البحث إلا أن نتوجه بجزيل شكرنا وامتناننا.

إلى الأستاذة الفاضل " مالك عليان " لقبوله الإشراف على هذا العمل ونصائحه وتوجيهاته

وعلى ما تكرم علينا ومن سعة صدر ونصح وإرشاد.

كما نتقدم بالشكر الجزيل إلى كل الأساتذة على مساعدتهم لي في هذا العمل.

إلى كل من علمنا حرفا فصرنا على ما نحن عليه وكل معلمي في مسيرتنا الدراسية

ونشكر كل من بث في نفوسنا حافزا للصبر والمثابرة من قريب أو بعيد بدعاء أو بكلمة طيبة راجين من المولى أن يجازيهم أفضل جزاء.

"عسى الله أن يوفقنا لما فيه خير لنا"

# مقدمة

## مقدمة:

يشهد العالم تغيرات وتطورات متزايدة في مختلف جوانب الحياة خاصة منها الاقتصادية فرضت على المنظمات بمختلف تخصصاتها مواجهة عدة تحديات و ضغوط تمارس عليها متطلبات و عالمية المنافسة و التحولات الاقتصادية و الاجتماعية، كما يشهد العديد من التقلبات التي ترجع أساسا إلى تعقد الحياة الاقتصادية في جميع دول العالم، نظرا لتوسع المعاملات التجارية بينها. فالجزائر كباقي الدول السائرة في طريق النمو يعرف اقتصادها تحولات جوهرية و تغيرات جديدة على مختلف القطاعات الاقتصادية الوطنية ، و هيكلها بالإضافة إلى المؤسسات الإدارية و الاقتصادية الفعالة.

إذن فإن الانفتاح الاقتصادي وتحرير الأسواق يلقي بضلاله على المنتوج الوطني، حيث يجد هذا الأخير نفسه في منافسة شرسة أمام المنتوجات الأجنبية المستوردة الأقوى منه، مما يستوجب تدخل الدولة عن طريق آليات مختلفة بغية ترقيته وتقوية تنافسيته في السوق الوطنية والدولية، من خلال القيام بالعديد من الإصلاحات على رأسها تعديل وإصدار العديد من القوانين التي لها علاقة مباشرة بالمنتوج الوطني، حيث انتهجت الجزائر نظام إصلاحي يغلب عليه الطابع الحمائي من جهة ومحاولة تطوير المنتوج الوطني من جهة أخرى.

حيث ركزت الجزائر مؤخرا اهتمامها على ترقية المنتوج الوطني لأنه يعد الحل الأنجع للخروج من التبعية الريعية والتبعية للواردات للوصول لاقتصاد منتج للثرة ومن أحادية التصدير للتنويع في التصدير، ومن أجل ذلك اعتمدت على آليات مختلفة لترقية المنتوج الوطني. أيضا تظهر أهمية الإطار القانوني لترقية المنتوج الوطني في ظل اقتصاد السوق، كون المنتوج الوطني هو شريان الاقتصاد الوطني ويعد السبيل الوحيد لتنويع الصادرات والتخلي النهائي عن التبعية الريعية والتبعية للواردات التي أثقلت كاهل الخزينة العمومية الجزائرية.

ومن هنا بدأت الجزائر تشق طريقها بخطى ثابتة متجهة نحو العولمة متخذة في ذلك جميع السبل والطرق التي يمكن أن تحقق طموحها، إلا أن هناك مشكلة جوهرية وقفت في وجه مسار الانفتاح الاقتصادي الجزائري ألا وهي واقع الإنتاج الوطني الذي يعتبر في مرحلة بدائية مقارنة بما وصلت إليه الدول الأخرى من تقدم تكنولوجي في هذا المجال، وكذا فيما يتعلق بالتعامل بالمقاييس والمعايير العالمية

الخاصة بالنوعية والجودة وفقا للقواعد والتنظيمات الدولية، إذ أنه من اللازم تهيئة مناخ مناسب لتحفيز زيادة الإنتاج وتحسينه حتى يتمكن من الصمود أمام السيل الجارف للمنافسة الدولية الشرسة.

**أهمية دراسة الموضوع:**

إن هذا الموضوع متشعب وواسع جدا يدخل في اختصاص قانون الأعمال لكونه يمس مختلف القطاعات المتصلة بالأعمال كالبنوك والجمارك وهو جديد يستوجب البحث والدراسة والتعمق فيه لإثراء المجال العلمي والمساهمة في تحصيل دراسة مفيدة ومتخصصة للأبحاث القادمة.

**دوافع اختيار الموضوع :**

دوافع موضوعية ودوافع شخصية فالموضوعية تكمن في كون حماية المنتوج المحلي في ظل نقص التشريعات صعبة خصوصا أن المحيط الدولي يمتاز بالتجربة والاحترافية الشيء الذي يفتقر إليه المتعاملين الاقتصاديين الجزائريين.

حيث تبلور ميولنا الشّخصية ورغبتنا في إشباع معارفنا العلمية منه ومعاينة ما يطرحه من تحدّيات عمليّة وعلميّة بالوقوف على مضامينه ومرتكزاته.

**أهداف الموضوع:**

وقد انصرفت هذه الدراسة إلى تحقيق عدة أهداف أهمها:

- التعرف على المنتوج وعناصره.
- بيان الإطار العام للمنتوج الوطني وترقيته.
- تبيان آليات والأجهزة التي تعمل لحماية المنتوج الوطني وترقيته.
- مدى إمكانية تحقيق الاستثمار الأجنبي لترقية المنتوج الوطني.

**الإشكالية:**

**ما مدى إمكانية الآليات التشريعية لتحقيق ترقية وحماية المنتوج الوطني ؟**

وهذا الإشكال الرّئيسي، تنبثق منه أسئلة فرعيّة عدّة، أبرزها:

- ماهي العوامل المؤثرة في ترقية المنتوج الوطني؟

- ما هي الإجراءات التحفيزية لترقية المنتوج الوطني محليا و دوليا؟

**المنهج المعتمد:**

وفي سبيل تحقيق أهداف البحث فقد فرضت طبيعة هذا الموضوع الركون إلى استخدام جملة من المناهج العلمية المختلفة، في مقدّمتها المنهج الوصفيّ الّذي قوامه وصف خصائص عناصر الشيء الموصوف، وإظهارها والموظّف في محطّات عديدة من هذا البحث ،لاسيّما عرض حال: التّعاريف المتباينة، ليتمّ بعدها التطرق إلى تحليلها بالمنهج التحليلي، ومن ثَمّ استخلاص النّتائج المتعلقة بالموضوع، ولن يكون هذا إلا بالمنهج الاستدلاليّ الذي قوامه المساند والبراهين، كما لا يفوتنا قبل هذا كلّه التطرق إلى بعض الجوانب التاريخية من حيث النشأة مثلا أو التعديلات التي خصّه به المشرع الجزائري باستعمال المنهج التاريخي.

**تقسيم الدراسة:**

وقد قسمنا بحثنا هذا بطريقة ثنائية، تقوم على فصلين كما يلي:

- الفصل الأوّل: تناولنا فيه ماهية الإطار العام لترقية المنتوج الوطني، أين عرجنا فيه على ماهية المنتوج في المبحث الأول وكذا ماهية ترقية المنتوج الوطني ونطاقه في المبحث الثاني.
- الفصل الثّاني: وضّحنا فيه الإجراءات التحفيزية لترقية المنتوج الوطني، أين تكلّمنا عن الإجراءات على المستوى المحلي المبحث الأول وعلى الإجراءات الحمائية لترقية المنتوج المبحث الثاني.

# الفصل الأول:

# الإطار العام لترقية المنتوج

# الفصل الأول: الإطار العام لترقية المنتوج الوطني

## تمهيد:

إن سياسة تدعيم وتشجيع المنتوج الوطني عن طريق ترقيته أصبحت حتمية لابد منها، نظرا لضرورة النهوض بالاقتصاد الوطني، وذلك من خلال الاعتماد على سياسة إحلال الواردات وسياسة تشجيع الصادرات، فالريع البترولي أثبت منذ زمن أنه ليس الحل، لذلك يجب على السلطات في الدولة التوجه إلى ترقية المنتوج المحلي لأنه الحل لكل الظروف والأوقات، المنتوج المحلي المقصود هنا كل المنتوجات خارج مجال المحروقات، فالمشرع لم ينظم موضوع المنتوج الوطني ودعمه وتشجيعه لينافس المنتوج الأجنبي بقانون مستقل، وإنما آليات تدعيمه وتحسين تنافسيته في مختلف القوانين الوطنية، وهذا ما سنتم التطرق إليه ماهية المنتوج ( الفرع الأول) وماهية ترقية المنتوج الوطني ونطاقه ( الفرع الثاني).

## المبحث الأول: ماهية المنتوج

مما لاشك فيه أن الإنسان يحتاج إلى منتوجات و خدمات، تساعده على استمرار حياته وتضمن له الراحة والرفاهية، إلا أن بعض المنتوجات أصبحت تطرح مشاكل تمس بصحة وسلامة المستهلك بفعل الآثار الجسيمة التي تخلفها، لذا استوجب على المشرع الجزائري وضع قواعد قانونية تساهم في توضيح مفاهيم و خصوصيات المنتوج بغية رفع اللبس على المستهلك وبناء ثقافة استهلاكية تساعده على التعرف بالمنتوجات الصحية للحفاظ على حياته.

### المطلب الأول: مفهوم المنتوج

يعتبر المنتوج مصطلحا اقتصاديا، أدخل مؤخرا في القانون المدني الذي تعود على استعمال مصطلح "المال" أو "الشيء." وهذا ما سنتم التطرق إليه في تعريف المنتوج ( الفرع الأول) وخصائص المنتوج (الفرع الثاني).

#### الفرع الأول:تعريف المنتوج

يعرف المنتوج على أنه:" مجموعة من الصفات الملموسة وغير الملموسة يضمها الغلاف، اللون، السعر، وشهر المنتج، وخدمات المنتج والتي يقبلها الزبون على أنها تشبع حاجاته ورغباته.[1]

عرضت الجمعية الأمريكية للتسويق المنتوج بأنه:" مجوعة من الصفات والخصائص الملموسة وغير الملموسة التي يقبلها المشتري مثل عبوة المنتج ولون المنتج ومكانة الشركة ومستوى البائع وخبرته والخدمات المصاحبة وغيرها من الخصائص المصاحبة للمنتج".

كما عرف المنتوج على أنه:" المصدر لإشباع الحاجات والرغبات الاستهلاكية، كما أنه مصدر للربح الذي يسعى إليه كل من الموزع والمنتج، وبهذا المضمون السلعي العام لا يقتصر على الجوهر المادي للمنتج، بل يتعدى إلى كل الأبعاد التي يمكن أن تحقق للمستهلك المنافع التي سعى إلى تحقيقها".[2]

[1] طلعت أسعد عبد الحميد، التسويق الفعال، دار النهضة العربية، مصر، 2002، ص228.

[2] عبد الإله سيف الدين ساعاني، مبادئ التسويق، دار حافظ للنشر، عمان، الأردن، 2014، ص90.

أيضا يعرف المنتوج على أنه مجموعة من العناصر المادية وغير المادية تنجز بوظائف الاستعمال، التشغيل ووظائف تقديرية بحيث المستهلك يرغب في الخدمات التي تقدمها وقدرتها على الإشباع.[1]

**تعريف المنتوج عند الإقتصاديين:**

يعرف بأنه كل شئ معروض للسوق من جانب منظمة معينة ليستخدم في إشباع حاجة معينة من خلال بعض الفوائد التي يمكن الحصول عليها.

ما يلاحظ على هذا التعريف أنه لم يميز بين المنتوج والخدمة أولا واعتبر أن الهدف منه هو إشباع رغبات أو حاجات المستهلك مقابل عائد مادي معين.

كما عرف أيضا بأنه: "كل شيء ملموس أو غير ملموس يلبي حاجة معينة لدى المستهلك، كالتلفاز، الهاتف...إلخ، ويصنف المنتوج إلى مادي كالأشياء التقنية، المواد الغذائية، ولا المادي كالخدمات بصفة عامة".

**تعريف المنتوج عند القانونيين:**

يعد القانون 89-02[2] المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك ، هو أول قانون استعمل مصطلح منتوج.

عرف القانون المدني الجزائري بموجب نص المادة 140 مكرر، المنتوج كما يلي:" يعتبر منتوجا كل منقول ولو كان متصلا بعقار، لاسيما المنتوج الزراعي، والمنتوج الصناعي وتربية الحيوانات والصناعة الغذائية والصيد البري والبحري والطاقة الكهربائية".

بالرجوع للقانون 32-30 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش نجد أن المشروع ف المنتوج قد عرف بأنه "كل سلعة أو خدمة يمكن أن يكون موضوع تنازل بمقابلّ أو مجانا."

[1] محمد تريش، سمية طالب، سياسات المنتجات بالمؤسسات الإنتاجية مع دراسة شركة خزف تافنة بمغنيةCERTAF ، مجلة مجاميع المعرفة، العدد 1، أفريل 2016. ص71.

[2] القانون رقم 89-02 المؤرخ 1 رجب 1409 الموافق 7 فبراير 1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك

نلاحظ من تعريف المشرع أنه فتح مجالا واسعا لمفهوم المنتوج وهي السلع بأنواعها سواء كانت مادية (كالمواد الغذائية) أو معنوية كبراءات الاختراع، وأضاف إليها أيضا الخدمات أنه اعتبر الخدمة منتوج.[1]

و عرفته أيضا المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266[2] المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات على أنه :" ما يقتنيه المستهلك من منتوج مادي أو خدمة"

**الفرع الثاني: خصائص المنتوج**

إن الخصائص هي السمات الوصفية التي تميز المنتج ما يعتقده المستهلك حول ماهية المنتج وما الذي يتضمنه شراء هذا المنتج أو استهلاكه.

**خصائص مرتبطة بالمنتج**

هي عبارة عن المكونات الضرورية للمنتج حتى يؤدي وظيفته المطلوبة من قبل المستهلك وبالتالي ترتبط المكونات المادية للمنتج وتتباين وفقا لصنفه، ويعتقدAaker أن أفضل استراتيجية لبناء مكانة مدركة للعلامة التجارية هو ربطها ذهنيا بإحدى الخصائص الهامة للمنتج لأنه يمكن حينها ترجمة هذه الارتباطات الذهنية مباشرة إلى سبب شراء أو عدم شراء العلامة التجارية.[3]

ولقد حدد المشرع الجزائري جملة من الخصائص للبضائع والمنتوجات في الفصل الأول من قانون الجمارك وهي على النحو التالي:

[1] مقراني خلود، استثمار التكنولوجي كآلية لترقية المنتوج الوطني، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، المجلد 30، العدد 32 ، ديسمبر 2. ص316-317.

[2] المرسوم التنفيذي رقم 90-266 مؤرخ في 15 سبتمبر 1990 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات، جريدة رسمية، عدد 40 المؤرخة في 19 سبتمبر 1990.

[3] بورقعة فاطمة وآخرون، تأثير خصائص المنتج على ولاء المستهلك للعلامة، المجلة العربية المغاربية للإقتصاد والمانجمنت، عدد 2، سبتمبر 2016. ص43.

- **أولا: منشأ البضاعة:** هو بلد إنتاجها سواء كانت من المحصولات الزراعية، أو الصناعة وتحدد بقرار مشترك بين الوزير المكلف بالمالية والتجارة وتحدد القواعد التي تعين منشأ البضاعة المادة 14 من قانون الجمارك[1]، ويسأل عن المنشأ للإفادة عن المكان التي أنتج فيه الشيء لأجل تحديد قيمة هذا الشيء ولإبعاد الخداع والتلاعب في الأسعار لذلك فإن شهادة المنشأ تلعب دورا هاما في هذا المجال.
- **ثانيا: مصدر البضاعة:**

هو البلد الذي استوردت منه مباشرة ويعتبر بلد المصدر البلد الذي ترسل منه البضاعة بصفة مباشرة إلى الإقليم الجمركي بحسب ما جاءت به المادة 15 قانون الجمارك.[2]

- **ثالثا: نوع البضاعة:**

ويحدد بالتسمية المبنية بجدول التعريفة الجمركية وإذا لم يوجد به تسمية خاصة للبضاعة الواردة إلا أنها تطابق التعريفة الجمركية وتصنف ضمن الأصناف الأقرب والمتشابهة.

- **رابعا: قيمة البضاعة:**

هي القيمة الفعلية مضافا إليها جميع التكاليف والمصروفات الفعلية المتعلقة بالبضائع وهي الحقوق والرسوم الجمركية ونوع الضريبة المطبقة عليها.[3]

وحسب المادة 1/16 قانون الجمارك: "عبارة القيمة لدى الجمارك" القيمة التي تؤخذ بعين الاعتبار لتطبيق التعريفة الجمركية".[4]

---

[1] القانون رقم 98-10 المؤرخ في 22 غشت 1989 المعدل والمتمم للقانون رقم 79-07 المؤرخ في 21 يوليو 1979، المتضمن قانون الجمارك، جريدة رسمية، عدد 61، الصادرة بتاريخ 23 غشت 1998.

[2] القانون رقم 98-10 ، نفس المرجع.

[3] مجدي محب حافظ، الموسوعة الجمركية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2005، ص 79-80.

[4] القانون رقم 98-10، نفس المرجع.

## المطلب الثاني: عناصر المنتوج

يكتسي المنتوج صفته النهائية ويكون جاهز للتسويق والاستهلاك النهائي، يجب أن يخضع لمقومات وضعها القانون على شكل التزامات على عاتق كل عون اقتصادي وكل متدخل في عملية وضع المنتوجات للاستهلاك.

### الفرع الأول: العناصر الشكلية

بعد أن انتقلت الجزائر من الاقتصاد الموجه إلى الاقتصاد الحر، ازداد تدفق المنتوجات الأجنبية المتعددة الأوصاف والمصادر 3 ، مما ألزم المهنيين عموما على احترام الحد الأدنى من الشروط الشكلية الواجب توفرها في المظهر الخارجي للمنتوج[1].

فالشكل الخارجي للمنتوج يؤثر في قرار الشراء بشكل كبير ويزيد من قيمة المنتوج في السوق وفي مواجهة المستهلكين. لذا نجد أن المشرع أعطى طابع قانوني للغلاف الخارجي عن طريق وضع ضوابط قانونية لتغليف المنتوجات عن طريق الوسم والعلامة التجارية اللذان يشكلان معا الغلاف الخارجي للمنتوج.

وذلك من خلال إمكانية معرفة منافع المنتوج والمعلومات اللازمة كطريقة استعماله ومدة صلاحيته وطريقة تخزينه، فكل هذه البيانات نجدها في الوسم المدون على الغلاف الخارجي للمنتوج .إضافة إلى العلامة التجارية التي تخدم الجانب التجاري والاقتصادي للمنتوج، بحيث تمكن العلامة من تمييز منتوج عن الآخر من خلال الغلاف الخارجي دون فتحه واستعماله إضافة إلى كونها وسيلة وقائية لحفظ الحقوق المالية والمنافسة المشروعة للمنتج. لذا أقر المشرع بوجوب إعلام المستهلك عند وضع المنتوجات في السوق عن طريق الوسم وعن طريق العلامة التجارية التي تميز كل منتوج عن آخر[2].

**أولا: الوسم:** إن مصطلح الوسم يعتبر مصطلح اقتصادي قبل أن يكون مصطلح قانوني، فيعرف الوسم في الفقه الاقتصادي على أنه:" مجموع المعلومات التي يزود بها المستهلك أو المستعمل الصناعي والمثبتة على غلاف المنتوج موضحا له نوعية المنتوج وشكله وجودته وكيفية استعماله وفترة الاستعمال[3]."

---

[1] ماني عبد الحق، الحماية القانونية للالتزام بالوسم، دراسة مقارنة بين التشريعين الفرنسي والجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في الحقوق تخصص قانون الأعمال، جامعة محمد خيضر بسكرة ، 2015-2016، ص 18.

[2] نموشي أمال، مبادئ التسويق، دار هومه، الجزائر ، 2011، ص154-155.

[3] ماني عبد الحق، مرجع سابق، ص 35.

أما في الفقه القانوني، فيعتبر الوسم من المصطلحات الجديدة والدخيلة عليه كونه لازال مصطلح غامض في المجال القانوني إلى غاية صدور القوانين المتعلقة بحماية المستهلك وقمع الغش التي تولت مهمة التعريف بالوسم.

ولكن بالرغم من هذا نجد بعض التعريفات الفقهية للوسم، فيعرفه البعض على أنه" **جملة من البيانات** التي تحدد محتوى المنتوج"، كما يعرفه البعض الآخر على أنه" مجموعة من البيانات والتنبيهات الإلزامية الواجب إظهارها على المنتوج المعروض للبيع و اللصيقة به[1]."

كما عرفه أيضا المرسوم 39 – 90 المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش[2]، وهو تقريبا نفس التعريف السابق" : الوسم هو جميع العلامات والبيانات وعناوين المصنع أو التجارة والصور والشواهد والرموز التي تتعلق بمنتوج ما ، والتي توجد في أي تغليف أو وثيقة أو كتابة أو وسمة أو خاتم أو طوق يوافق منتوجا ما أو خدمة أو يرتبط بهما".

**أ- البيانات الأساسية الواجب توفرها في الوسم:**

لقد تولى المشرع الجزائري بصفة دقيقة المعلومات التي يجب أن ترد على كل منتوج معروض للاستهلاك حتى يتسنى للمستهلك ابرم عقد الاستهلاك بكل حرية[3]، لذا هناك عدة بيانات ورموز ترد على الوسم نذكر أهمها :تسمية المبيع، الكمية الصافية للمنتوج دون التعبئة والتوضيب، اسم الشركة وعنوانها، بلد المنشأ أو البلد الأصلي في حالة منتوج مستورد، قائمة المكونات، رقم الحصة، طريقة الاستعمال واحتياطات الاستعمال وأخيرا تاريخ الإنتاج و تاريخ انتهاء الصلاحية .

لذا فإن الفقه الفرنسي ربط بين الوسم وسلامة المنتوج وذلك من خلال طريقة عرضه للاستهلاك، فقد اعتبر كل نقص في البيانات المشار إليها في الوسم عيبا في المنتوج نفسه.[4] من هنا نستنتج أن الوسم من المقومات الأساسية التي يرتكز عليها أي منتوج، فثقة المستهلك بالمنتوج تتولد من صحة البيانات التي يحتويها الوسم الظاهر على غلاف المنتوج.

---

[1] المرجع السابق، ص37.

[2] المرسوم التنفيذي رقم 39 – 90 – المؤرخ في 30 جانفي 1990 المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش، جريدة رسمية صادرة في 31 جانفي 1990 ، عدد 05.

[3] حامق ذهبية، الالتزام بالإعلام في العقود، رسالة من أجل الحصول على دكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1 ، السنة الجامعية 2009 – 2008 ، ص166.

[4] حامق ذهبية، مرجع سابق، ص172.

**ب- الجزاء المترتب عن عدم وسم المنتوجات:**

يعتبر الإعلام بمكونات المنتوج عن طريق الوسم التزاما أساسيا ووجوبيا على عاتق المهني وبالتالي يرتب الإخلال به جزاء مدنيا و جزائيا في نفس الوقت.

- **الجزاء المدني:**

طبقا لما نص عليه القانون المدني فإن إعلام المستهلك يدخل في ركن الرضا كون أنه إذا كان المستهلك عالما بالمنتوج علما كافيا يكون رضاه سليما أي خالي من عيوب الإرادة (كالغلط، التدليس)، وبالتالي فإن عدم إعلام المستهلك عن طريق الوسم سيؤدي حتما إلى إبطال عقد الاستهلاك لعدم الإعلام بمكونات المنتوج وذلك لانعدام الرضا بين الطرفين، كما يمكن المطالبة بالتعويض عن الضرر المادي او المعنوي الذي يمكن أن يلحق بالمستهلك من جراء عدم إعلامه[1].

- **الجزاء الجزائي:**

كلا من المرسومين المتعلقين بالوسم للمنتوجات المنزلية والمنتوجات الغذائية أحالا كيفية المعاقبة الجزائية لعدم وسم المنتوجات لقانون حماية المستهلك وقمع الغش، وعلى هذا الأساس نصت المادة68 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش على معاقبة كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المستهلك حول كل البيانات الأساسية للمنتوج بما فيها كمية المنتوج، تاريخ الصلاحية وطريقة الاستعمال واحتياطاته اللازمة.

كما نصت المادة 68 من قانون الممارسات التجارية على إمكانية رفع دعوى من طرف جمعيات حماية المستهلكين في حالة عدم قيام المهني بالإعلام سواء عن طريق الوسم أو عن طريق الأسعار[2].

**ثانيا: العلامة التجارية**

الظهور الحقيقي والمتميز للعلامة كان خلال الثورة الصناعية في بداية القرن التاسع عشر أين ظهرت المنتوجات الصناعية الحديثة وحلت محل المنتوجات البدائية القديمة، وبالتالي كان من الضروري الاعتماد على العلامة لتمييز المنتوجات عن بعضها البعض وإيصالها للمستهلك.[1]

---

[1] المواد من 81 – إلى 91 من قانون المدني.

[2] القانون رقم 02 – 04 – المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية الصادر في 23 جوان 2004 ، جريدة رسمية عدد 41 الصادرة في 27 جوان 2004 المعدل والمتمم بالقانون رقم 06 – 10 الصادر في 15 أوت 2010 جريدة رسمية صادرة في 18 أوت 2010 ، عدد46

فتعتبر العلامة التجارية العنصر الأساسي لنجاح أي منتوج، فهي جزء من التصميم الخارجي الذي يكون من جهة مطابق لطبيعة المنتوج ونوعيته ويراعي أيضا رغبات ومتطلبات المستهلكين، ومن جهة أخرى يجب أن يكون مطابقا للمعايير والمقاييس القانونية والدولية.

فالمستهلك يهتم بالمظهر الخارجي للمنتوج أكثر من اهتمامه بتركيبته ومحتواه، ويقصد بالتصميم الخارجي للمنتوج كل من الشكل واللون وحجم الغلاف أو أي رمز أو رسم مهما كان. فالتصميم الخارجي للمنتوج أول ما تقع عليه عين المستهلك ويعتبر من الدوافع الرئيسية لعملية الشراء وإبرام عقد الاستهلاك.

- **الحماية القانونية للعلامة التجارية :**

أعطى المشرع الجزائري تعريفا قانونيا للعلامة وذلك من خلال نص الفقرة الأولى من المادة الثانية للأمر رقم 06 – 03 المتعلق بالعلامات [2] والتي اعتبرها " كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام والرسومات والصور والأشكال المميزة للسلع أو توضيبها والألوان بمفردها أو مركبة التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن خدمات غيره"

- **شروط اكتساب العلامة التجارية:** لقد حدد القانون مدة تسجيل العلامة بعشر سنوات تسري بأثر رجعي ابتداء من تاريخ إيداع الطلب، وهذه المدة تكون قابلة للتجديد لفترات متتالية، كل فترة مدتها دائما بعشر سنوات تبدأ من تاريخ انقضاء التسجيل الأول[3].

---

[1] حاجي كريمة، إستراتيجية توقع العلامة في محيط تنافسي، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم التجارية تخصص تسويق كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة الجزائر 3، السنة الجامعية 2015-2016، ص 92-93.

[2] الأمر رقم 06 – 03 – المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بالعلامات، جريدة رسمية صادرة في 23 جويلية 2003 ، عدد 43.

[3] الأمر رقم 48 – 66 – الصادر في 25 فبراير 1966 المتضمن انضمام الجمهورية الجزائرية الديموقراطية الشعبية إلى اتفاقية باريس المؤرخة 20 مارس 1883 المتعلقة بحماية الملكية الصناعية، جريدة رسمية صادرة في25 فبراير 1966، عدد 16.

كما يراعي في اكتساب الحق في العلامة مبدأ الأولية، أي تكون العلامة ملك للشخص الذي أودع طلب التسجيل أولا، ولو تنازع شخصان حول اكتساب علامة معينة يتم الرجوع للأقدمية في إيداع طلب التسجيل وهذا وفقا لاتفاقية باريس المصادق عليها من طرف الجزائر والمتعلقة بحماية الملكية الصناعية[1].

- **وسائل حماية العلامة التجارية:**

**الحماية المدنية :**

ويقصد بها الحماية المقررة لجميع الحقوق المتعلقة بالعلامة مهما كان نوعها، سواء كانت العلامة مسجلة أو غير مسجلة، فلا يعتبر التسجيل شرطا للحماية المدنية بينما يعتبر شرطا أساسي للحماية الجنائية[2].

فإذا وقع تعدي على علامة تجارية سواء كانت مسجلة أو غير مسجلة بأي صورة كانت، يمكن لكل من أصابه ضرر ناتج عن التعدي رفع دعوى مدنية للمطالبة بالتعويض طبقا للمسؤولية المدنية للقواعد العامة للقانون المدني ، وهذا لضمان مصلحة مالك العلامة من جهة، وحماية المستهلك من جهة أخرى[3].

ويتم المطالبة بالتعويض عند الاعتداء على العلامة عموما من خلال دعوى المنافسة غير المشروعة التي يلجأ إليها عندما لا تتوفر شروط الدعوى الجزائية[4].

- **الحماية الجنائية:**

إضافة إلى الحماية المدنية، قرر المشرع حماية جنائية عند الاعتداء على العلامة التجارية، وهي حماية ذات فعالية أكثر وتكفل حماية أكبر للعلامة كونها تمتاز بقوة الردع والزجر إضافة إلى سرعة الإجراءات[5].

---

[1] الأمر رقم 48 – 66 – الصادر في 25 فبراير 1966 المتضمن انضمام الجمهورية الجزائرية الديموقراطية الشعبية إلى اتفاقية باريس المؤرخة 20 مارس 1883 المتعلقة بحماية الملكية الصناعية، جريدة رسمية صادرة في25 فبراير 1966، عدد 16.

[2] محمد علي الرشدان، العلامات التجارية، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن2009، ص13.

[3] محمد علي الرشدان، نفس المرجع، ص16.

[4] صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، الطبعة الأولى، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2000، ص 243.

[5] ناصر محمد عبد الله سلطان، حقوق الملكية الفكرية، الطبعة الأولى، إثراء للنشر والتوزيع، الأردن 2009، ص 295.

ويتجسد الاعتداء على العلامة جنائيا في صورة جريمة التقليد وذلك عند اكتمال الأركان الأساسية المعروفة للجريمة وهي :الركن الشرعي والمادي والمعنوي.

كما يشترط لقيام دعوى التقليد أن تكون العلامة التجارية مسجلة، فترتكز دعوى التقليد أساسا على شرطين أساسيين:

- ✓ أن يكون الحق محمي بقانون العلامات.
- ✓ أن يتم الاعتداء على هذا الحق بعينه[1].

**الفرع الثاني: العناصر الموضوعية:**

كما هو معروف ومعمول به، تأتي العناصر الموضوعية بعد استيفاء العناصر الشكلية، إذ أنها تأتي بعد انجذاب المستهلك للشكل الخارجي للمنتوج، فهي إذن النقطة الفاصلة في اتخاذ قرار الشراء من عدمه، وبالتالي فإن العناصر الموضوعية أكثر أهمية من وجهة نظر المستهلك. فتتجلى العناصر الموضوعية للمنتوج في قدرته التنافسية في السوق والتي تكتمل في اتحاد عنصرين مهمين هما :الجودة والسعر المعقول ، فالمستهلك يبحث عن المنتوج الذي يرضيه من حيث الجودة والسعر معا، فهو المنتوج الأمثل في نظره. ولكن رغم هذا فإن الجودة والسعر تبقى أمور نسبية تتغير من منتوج لآخر وقد تتغير لنفس المنتوج من وجهة نظر مستهلكين مختلفين[2].

لذا فهناك معايير قانونية ودولية لتحديد جودة المنتوجات وكذا أسعارها والتي لابد على المنتجين الاطلاع عليها واحترامها ، من أجل ذلك سنحاول التعمق في مفهوم الجودة وفقا للمعايير الدولية، ثم إلى مفهوم السعر وكيفية تحديده قانونيا.

**أولا: الجودة**

**مفهوم الجودة:** إن المنتوج الذي يتمتع بالجودة والنوعية هو المنتوج الذي يناسب الاستعمال الذي أعد من أجله، إذ أن القانون لم ينص صراحة على علامات الجودة ولكن الفقه سار على استنتاجها من كل رسالة مختصرة موجهة إلى جمهور المستهلكين تكون في غالب الأحيان على الوسم الملحق بالمنتوج

[1] ناصر محمد عبد الله سلطان، نفس المرجع، ص301.

[2] موهوبي كمال، البعد الاقتصادي لاتفاق الشراكة بين الجزائر والمجموعة الأوروبية، أطروحة لنيل شهادة في القانون العام، كلية الحقوق بن عكنون الجزائر، السنة الجامعية 2012 – 2011 ، ص34.

والذي يكون في شكل كلمة، أو مجموعة الكلمات، أو شعار يعبر على أن منتوجا ما يحمل بعض الصفات والضمانات الصادرة عن المؤسسة المنتجة[1].

فيعرف بعض الفقه الجودة على أنها "ملائمة المنتوج للمستخدم " أو" تحقيق رغبة المستهلك"، كما يعتبر الفقه أيضا أن الجودة هي" الملائمة للاستعمال "أي يجب أن يكون المنتوج ملائم للتوقعات المنتظرة من طرف المستهلك، فالجودة إذن حسب المنظور الفقهي هي " مجموعة من الخصائص المميزة للسلع والخدمات المؤثرة على تلبية احتياجات المستهلك[2] ."

أن المشرع الجزائري اعتبر جودة المنتوج هي نفسها مطابقته للرغبات المشروعة للمستهلك، كون أن وجود عيب في المنتوج أو عدم مطابقته لرغبات المستهلك يشكل لنا أثر واحد ألا وهو عدم تحقيق الفائدة المرجوة من المنتوج، هذا ما يفسر لنا الموقف الذي تبناه المشرع الجزائري [3].

**ثانيا السعر:**

يعتبر السعر العنصر الثاني والأهم من العناصر الموضوعية المحددة للمنتوج، كونه يهم العون الاقتصادي والمستهلك في آن واحد فكل منهما يبحث عن تحقيق مصلحته.

إن تحديد السعر من أصعب القرارات التي تواجه الأعوان الاقتصاديين لأنه يجب الأخذ بعين الاعتبار القدرة الشرائية للمستهلك من جهة، وتحقيق أرباح للمؤسسة الاقتصادية التي يسيرها من جهة أخرى، لذا فقد حظي السعر باهتمام كبير من طرف الباحثين سواء الاقتصاديين أو القانونيين[4].

فيعرف الباحثين الاقتصاديين السعر على أنه" القيمة المحددة للمنافع التي يتحصل عليها الفرد من السلع و الخدمات"، كما هو " تعبير عن قيمة السلعة أو الخدمة أو لكليهما لكل من البائع والمشتري[5]."

أما من الناحية القانونية، فنجد أن مصطلح " السعر "يعادله مصطلح " الثمن"، فيعرف الفقه القانوني الثمن على أنه "مبلغ من النقود يدفعه المشتري للبائع مقابل انتقال ملكية المبيع إليه[1]"

---

[1] بودالي محمد ، مرجع سابق، ص57 .

[2] عبد المجيد قدي، إدارة الجودة الشاملة وتحقيق تنافسية المؤسسة في ظل التحولات الاقتصادية، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة الجزائر03، 2010-2011، ص 06.

[3] أمازور لطيفة، "العلاقة بين عدم مطابقة المبيع للمواصفات والعيب الخفي"، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، عدد 2012/03 ، سبتمبر 2012 ، ص241 .

[4] بيان هاني حرب، مبادئ التسويق، الوارثة للنشر، الطبعة الأولى، الأردن 1999 ، ص162 .

[5] بيان هاني حرب، نفس المرجع ، ص162.

**كيفية تحديد السعر :**

وفقا لما هو معمول به في القواعد العامة، فإن ثمن أي منتوج يجب أن يحدد عند انعقاد العقد من طرف المتعاقدان أي من طرف البائع والمشتري، لأن عدم تحديد الثمن سيؤدي حتما إلى بطلان العقد برمته وذلك لإغفال ركن أساسي من أركان العقد ألا وهو المحل[2].

غير أنه بالرجوع إلى أحكام المادة 357 من القانون المدني[3] قد أتاحت للمتعاقدين الاعتماد على السعر المتداول في التجارة أو على السعر الذي جرى التعامل به بينهما، كما نجد أيضا المادة55 من اتفاقية البيع الدولي للبضائع قد أقرت أنه في حالة عدم تحيد الثمن صراحة وقت انعقاد العقد فيكون الطرفان قد أحالاه ضمنا للسعر الاعتيادي لمنتوجات مماثلة وفي نفس نوع التجارة، وهذا خدمة لسرعة المعاملات التجارية ودفع العجلة الاقتصادية إلى الأمام خاصة في ظل النظام الاقتصادي الجديد ألا وهو نظام اقتصاد السوق.

وبما أن الجزائر انتهجت نظام اقتصاد السوق منذ سنة 1989 الذي يرتكز أساسا على تحرير التجارة الخارجية، فإن هذا اتبعه بطبيعة الحال مبدأ حرية الأسعار وشفافيتها كأحد مبادئ المنافسة الحرة، وقد تم تجسيد هذا المبدأ في الأمر الصادر في 1995 المتعلق بالمنافسة والممارسات التجارية من خلال الباب الثاني المعنون بتحرير الأسعار والتي نصت المادة 04 منه على أنه ": **تحدد بصفة حرة أسعار السلع والخدمات اعتمادا على قواعد المنافسة**[4]."

وعليه، فإن حرية لعبة المنافسة تعني " منافسة سليمة ونزيهة" ، لذا فإن حرية الأسعار يجب أن تستجيب لبعض الشروط :فمن جهة يجب أن تكون عادلة، ومن جهة أخرى يجب أن يحترم فيها مبادئ الإنصاف والنزاهة، وهذه المبادئ يمكن استخلاصها من نص المادة 04 من قانون المنافسة لسنة

---

[1] وليد علي محمد عمر، الثمن في عقد البيع الدولي للبضائع كأحد الالتزامات الجوهرية للمشتري، المكتب الفني للإصدارات القانونية، مصر 2002، ص34.

[2] علي فيلالي، الالتزامات النظرية العامة للعقد موفم للنشر، الجزائر،2012، ص236.

[3] انظر النص الكامل للمادة 357 من القانون المدني المعدل والمتمم.

[4] الأمر 06 – 95 الصادر في 25 جانفي 1995 المتعلق بالمنافسة والممارسات التجارية، جريدة رسمية صادرة في 22فيفري 1995، عدد90 .

20102التي تنص صراحة على أنه ": تتم ممارسة حرية الأسعار في ظل احترام أحكام التشريع والتنظيم المعمول بهما وكذا على أساس قواعد الإنصاف والشفافية.[1]

[1] الأمر رقم 03 – 03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بالمنافسة، جريدة رسمية صادرة في 20 جويلية 2003عدد43 .

## المبحث الثاني: ماهية ترقية المنتوج الوطني ونطاقه

المنتوج هو ثمرة العملية الانتاجية ، حيث يعتبر المنتوج الوطني الدعامة الأساسية للاقتصاد، الوطني، فنجد معظم دول العالم تتسابق لترقية منتوجها ، والجزائر باعتبارها بلدا ناميا أدركت أهمية المحافظة على منتوجها وضرورة حمايته وترقيته بشتى الطرق وبناء اقتصاد سوق ممتاز ، من خلال هذا سنتطرق إلى مفهوم ترقية المنتوج الوطني ( المطلب الأول) والعوامل المؤثرة في ترقيته ( المطلب الثاني)

### المطلب الأول: مفهوم ترقية المنتوج ونطاقه

#### الفرع الأول: تعريف ترقية المنتوج الوطني

**أولا: تعريف المنتوج الوطني**

المنتوج الوطني ورغم شيوع هذا اللفظ إلى أنه لم تضبط محدداته بل كثيرا ما تستعمل ألفاظ متعددة للدلالة عنه مثل منتوج محلي، منتوج المنطقة، منتوج الإقليم لا يزال يشهد بلورة مفاهيمية تكيفا مع التغيرات الدولية والمحلية والتيارات الداعية لتعزيز المحلية ضمن أطر العولمة أو ما يعرف بالمحلي الجديدة التي دعى لها الفيلسوف الفرنسي Pascal Engel والذي أكد على ضرورة التركيز على الجهود المحلية قبل العالمية، والغاية هي الرفع من جودة بناءا على معيشة محلية قائمة على الجهد الجماعي للإنتاج المسخر لسياسة التقارب. و أساسا لذلك يستعمل لفظ محلي ( ذو الأصل اليوناني Locus بمعنى مكان وموضع) للدلالة على المنتوج الوطني الذي أنتج في رقعة جغرافية محددة.[1]

لم يوضح المشرع الجزائري معنى وخصوصيات المنتوج الوطني عبر مختلف القوانين والتنظيمات التي ذكره فيها، حيث اكتفى بتعريف كلمة "منتوج" في القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، كما أن المنتوج المحلي أو الوطني في حقيقة الأمر هو المنتوج الجزائري الذي يعكس أصل المنتوج ومنشأه وجنسيته الاقتصادية، ولقد حددت بعض الاتفاقيات الدولية على غرار اتفاقية كيوتو واتفاقات

[1] بن سفيان الزهراء، حقانة ليلى، المنتوج الوطني وسياسات مزيجه التسويقي- مع الإشارة للمؤسسة الوطنية للصناعات الإلكترونية، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجاري، المجلد 14، العدد1، 2021.ص 78.

الشراكة التي أبرمتها الجزائر مع شركائها من بينهم دول المجموعة الأوروبية والدول العربية، حددت قواعد المنشأ ولغرض تطبيق التعريفة الجمركية ومتطلبات الخارجية.[1]

**ثانيا: مفهوم ترقية المنتوج الوطني**

إن ترقية المنتوج جزء من التنمية الاقتصادية والتي يعتبرها الاقتصاديون التقليديون بمثابة تغيير هيكلي مخطط يعتمد على توسيع القطاع الصناعي وتمكين المستهلك من امتلاك منتوجات تحقق الرفاهية المرجوة وهذا وفقا لما جاءت به نظرية المنفعة، بينما يرى الفقيه أمارتيا سن أن ترقية المنتوج لا تعتمد فقط على الرفاهية التي يحصل عليها الفرد من الاستهلاك وإنما هو مرتبط بعدة عوامل شخصية واجتماعية وسياسية.[2]

ويعتبر موضوع ترقية المنتوج الوطني من المواضيع التي تكافح بشأنها العديد من الدول خاصة الدول الأخذة في النمو والتي تستقي أهدافها من تجارب الدول التي خاضت مرحلة لتصنيع الذاتي في القرون السابقة ووصلت إلى درجة من التطور والرفاهية مثل بريطانيا، فرنسا، ألمانيا، الولايات المتحدة الأمريكية واليابان. هذا ما تنبأ له "**كارل ماركس**" في القرن الماضي أن الأمم تستطيع بل ويجب أن تتعلم من تجارب بعضها بعضا، كما قال أيضا" أن صورة الدول المتقدمة صناعيا، تعطي للدول الأقل تطورا صورة لمستقبلها نفسه".[3]

**المفهوم القانوني لترقية المنتوج الوطني:** إن ظهور مفهوم ترقية المنتوج الوطني كمفهوم جديد في المجال القانوني، الذي يعتبر أكثر دقة من المجال الاقتصادي، مرتبط بالدور الذي تلعبه الدولة في الحقل الاقتصادي بحيث أدى توسع نطاق تدخل الدولة في المجال الاقتصادي إلى بروز مفاهيم وصيغ قانونية جديدة تؤطر هذا التدخل.[4]

---

[1] مجاج ناصر، مفهوم المنتوج المحلي ( الوطني) في القانون الجزائري، مجلة صوت القانون، العدد 7، 2017. ص257.

[2] فريد بشير طاهر، التنمية الاقتصادية والتخطيط " رؤية إسلامية"، مكتبة دار المتنبي، الطبعة الأولى، لمملكة العربية السعودية، 2017، ص9-8.

[3] سمير التنير، الإستراتيجية المستقبلية للاقتصاد اللبناني بعد الحرب، دار المنهل اللبناني، الطبعة الأولى، لبنان، 2007، ص 45.

[4] منصور داود، الآليات القانونية لضبط النشاط في الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة،2016-2015، ص3.

يمكن القول أن مفهوم " ترقية المنتوج الوطني" مشتق من القانون الاقتصادي ويعتبر أحد مصطلحاته المتداولة حديثا، فالقانون الاقتصادي إذن هو أحد الفروع القانونية المستحدثة الذي جاء تزامنا مع الأفكار الاقتصادية الحديثة والتغيرات المصاحبة له، مما هيأ المناخ المناسب لميلاد مبادئ وأفكار قانونية ذات صلة مباشرة بالاقتصاد كقانون الاستثمار وقانون الأعمال وقانون الصفقات العمومية.

نستخلص من هذا التعريف أن القانون الإقتصادي ينظم بصفة خاصة نشاطات "الإنتاج والتسويق والبيع"، وبالتالي فهو ينظم حتما عملية " ترقية المنتوج الوطني" التي تتخذ إجراءات معينة سيتم دراستها الحقا، كما نستخلص أيضا أن عملية الترقية تتعدى حدود التجارة الداخلية وتشمل حتى التجارة الخارجية، كما أخذت العقود سواء الداخلية أم الدولية مساحة لا بأس بها لدفع عجلة التنمية إلى الإلمام والرقي بالإنتاج الوطني كونها أصبحت الأداة المفضلة لتنظيم العلاقات الاقتصادية مما يعكس مدى تأثير نظرية العقد ومبدأ سلطان الإرادة على تنظيم السوق الحر والمنافسة الحرة.[1]

وبالتالي فباعتبار أن مفهوم ترقية المنتوج الوطني منبثق من القانون الاقتصادي وجزء لا يتجزأ منه تؤثر عليه جميع فروع القانون سواء فروع القانون الخاص كالقانون المدني والتجاري وقانون المنافسة وحماية المستهلك وقمع الغش، بالإضافة إلى فروع القانون العام كالقانون الإداري والجزائي وقوانين التجارة الدولية، فمهما أثرت حرية التعاقد على تنظيم نشاطات الإنتاج والتوزيع والتسويق باعتبار أن حرية السوق من حرية التعاقد لا ينفي تدخل الدولة لتنظيم المعاملات الاقتصادية وتوجيه عملية الترقية توجيها صحيحا بما يتلاءم مع مخططات الدولة، بحيث تسعى هذه الأخير ة إلى ضمان التوازن بين المتعاملين الاقتصاديين[2] سواء كانوا أشخاص من القانون العام أو من القانون الخاص من جهة، وبين المصلحة العليا للدولة من جهة أخرى.

إن المفهوم القانوني لترقية المنتوج الوطني في منظور قانون الصفقات العمومية يتلخص في منح الأفضلية للمتعاملين الاقتصاديين الوطنيين في الحصول على أكبر نصيب ممكن من الصفقات العمومية المعروضة، ولكن منح الأفضلية وحدها قد لا تحقق الغاية المنشودة ولا تصل إلى جوهر الترقية الحقيقي

[1] عبد المجيد الصغير بيرم، الوجيز في القانون الاقتصادي، جامعة محمد بوضياف المسيلة ، 2016- 2017، ص6.
[2] عبد المجيد الصغير بيرم، نفس المرجع، ص7.

رغم المنظومة القانونية المتكاملة للصفقات العمومية عبر التعديلات المتعاقبة.[1] فالصفقات العمومية يمكن أن تكون وسيلة لترقية المنتوج الوطني إذا كان المتعاملين الاقتصاديين الوطنيين قادرين على الإستجابة لمتطلبات السوق وتلبية الحاجات الواجب تلبيتها.

**الفرع الثاني: مجالات ترقية المنتوج الوطني**

تتطور وتتفرع مجالات ترقية المنتوج مواكبة لتطور وازدهار المجالات الاقتصادية ككل، فبعدما كان الاهتمام ينصب فقط على توفير الغذاء والكسوة للسكان والتي كان مصدرها الوحيد المنتوج الزراعي الناتج عن الفلاحة وتربية المواشي، امتد الأمر إلى الاهتمام بمنتوجات باطن الأرض كالحجارة والمعادن والفحم والبترول والتي أصبح ريعها في ت ا زيد مستمر، فتحول الاهتمام من الزراعة البسيطة التي توفر الحاجات الأساسية للأفراد إلى صناعة ثقيلة ذات قيمة في السوق الاقتصادية العالمية.

أن ترقية المنتوج الوطني في الاقتصاد الجزائري ترتكز على مجالين رئيسيين: مجال قطاع المحروقات والذي يشمل كل ما يستخرج من باطن الأرض من غاز وبترول و كذا الصناعات الثقيلة التي تنتج عن ذلك.

**أولا: قطاع المحروقات**

هذا القطاع العمود الفقري للاقتصاد الجزائري كما يعتبر أيضا من المقومات الاجتماعية والسياسية للشعب الجزائري، إذ يعد ما يسمى بالريع البترولي مصدر الرزق الوحيد للجزائريين إن صح القول والممول الرسمي للخزينة العمومية التي تتولى دفع أجور الموظفين ودعم المشاريع التنموية[2].

يعرف مصطلح الريع: مصطلح " الريع "على أنه " ذلك المبلغ المدفوع مقابل شيء يكون عرضه محدود سواء بسبب طبيعته أو بسبب المهارات الإنسانية."

أما التعريف الاقتصادي فهو فائض في الدخل الناتج عن عدم مرونة السوق سواء بسبب امتلاك سلعة نادرة أي بناء على معيار الندرة أو بسبب ميزة خاصة في المنتوج تجعله غير قابل للإنتاج مرة أخرى.

للريع عدة أنوع مختلفة تمثلت في:

[1] تياب نادية، آليات مواجهة الفساد في مجال الصفقات العمومية، رسالة لنيل شهادة دكتوراه علوم تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2012 – 2013 ،ص9.

[2] عجة الجيلالي، الكامل في قانون الاستثمار، الكامل في القانون الجزائري للاستثمار الأنشطة العادية و قطاع المحروقات، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2006 ، ص 696 .

أنواع عامة وهي تتكون من 3 أنواع رئيسية حسب أصلها أو مصدرها وهي:

- **الريع الناتج عن الثروات الباطنية:**

ويشمل كل ما يستخرج من باطن الأرض كالمحروقات، معادن كالذهب والألماس.

- **الريع الناتج عن الثروات الطبيعية:**

وتتمثل في كل ما تنتجه الطبيعة من ثروات كالثروة الغابية والنباتية، والثروة الزراعية والحيوانية.

- **الريع الناتج عن المجهودات الإنسانية :**

يشمل كل المناطق السياحية، والعملات الأجنبية التي تدخل إلى لوطن عن طريق رعايا مغتربين في الخارج.[1]

الريع البترولي من المنظور القانوني هو كل عمليات استغلال المحروقات الموجودة على التراب والوطني بغرض تحقيق إيرادات مالية للدولة، فزيادة الإيرادات النفطية تعتمد أساسا على زيادة الإنتاج ولكن كلما زاد الإنتاج النفطي تناقصت الاحتياطات الطبيعية، هذا ما أدى إلى التناقص المستمر لمخزون النفط في معظم بلدان العالم مما أدى إلى الإقبال الكبير على الغاز الطبيعي، باعتباره ثاني أكثر المحروقات استهلاكا، بحيث أصبح يحظى باهتمام واسع في جميع البلدان كونه صديق للبيئة أكثر من البترول ، كما هو سهل الاستخراج و بالتالي أقل تكلفة.[2]

**ثانيا: مجال خارج قطاع المحروقات**

لا يزال الاعتماد على مجال خارج المحروقات جد محتشم وهذا للذهنيات الراسخة في عقول الجزائريين على أن المحروقات هي مصدر رزقهم الوحيد وحتى كبار أرباب العمل لا يزالون يتخوفون من الإنتاج والتصدير لاعتقادهم أن ذلك يحتاج لتكنولوجيا عالية وأموال طائلة .

وعليه يتمثل مجال خارج قطاع المحروقات في ثلاث قطاعات رئيسية :القطاع الزراعي عي وهو القطاع الأهم، ثم يليه قطاع الصناعات الصغيرة والمتوسطة أو ما يسمى بالصناعات المصغرة، وفي الأخير نجد القطاع السياحي وهو قطاع لا يزال مهمش إلى حد اليوم.

---

[1] قدال زين الدين، تحليل الجباية النفطية البترولية وأثرها على الاقتصاد الجزائري، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية، علوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة وهران، السنة الجامعية2013 – 2012، ص30-31.

[2] Renar Garifullin, Evolution récente et perspectives d'évolution de l'industrie pétrolière en fédération de Russie, Thèse de Doctorat , Ecole du pétrole et des moteurs, Université de Bourgogne, Paris 2002, p11.

**أ- القطاع الزراعي:**

وهو قطاع جد مهم حيث يعتبر ثاني قطاع بعد قطاع المحروقات بالنسبة للاقتصاد الجزائري، كما يمثل في الدول النامية القاعدة الأساسية للاقتصاد ككل فالزراعة هي من أساسيات المعيشة التي تمد المواد الاستهلاكية كما أنه تساعد على تطوير السياحة الريفية. رغم هذه الميزة لكن في الجزائر لايزال قطاع مهمش و مهمل بسبب نزوح الناس إلى المدينة فنتج عن هذا نقص اليد العاملة.

ومن سمات الزراعة فهي نشاط منفرد لا يشبه باقي النشاطات أيضا شمل قطاع الزراعة على الحبوب الجافة كالقمح والشعير وغيره لا على الخضر والفواكه فحسب.[1]

نجد أن الزراعة تلعب دورا كبيرا في تحقيق ترقية المنتوج الوطني حيث عرت الزراعة في الجزائر تحولات بعد الخروج من النظام الاشتراكي الذي كان فيه هذا القطاع مسير ومخطط من طرف الدولة التي أعطت الأولوية للقطاع الصناعي على حساب القطاع الزراعي، ثم نجد أن الدولة الجزائرية رجعت إلى هذا القطاع والاعتماد عليه بعد تراجع قطاع المحروقات إلا ان هناك بعض العراقيل والصعوبات تواجه هذا القطاع. [2]

من خلال هذا نتوصل إلى نقاط تساهم بها الزراعة في ترقية المنتوج الوطني وهي كالآتي:

- تزويد السوق المحلية بالمنتوجات الاستهلاكية اللازمة لإشباع حاجات الأفراد.
- تزويد القطاع الصناعي باليد العاملة اللازمة.
- توسيع حجم الأسواق المحلية يتنوع المنتوجات المعروضة فيها.
- الزيادة في مدخرات الدولة وإثراء الخزينة العمومية؛
- مضاعفة مخزون الصرف الأجنبي.

[1] لخضر مرغاد، التسويق الدولي للمنتوج الزراعي كأداة لتنمية الصادرات الجزائرية خارج المحروقات، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه علوم في التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة السنة الجامعية 2015 - 2016، ص164.

[2] محمد العربي ساكر،" الفلاحة والأمن الغذائي في الجزائر"، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم الإدارية جامعة الجزائر، الجزء 39 رقم 2001 - 01 ، ص85 .

**ب- قطاع الصناعات المصغرة:**

يعتبر مفهوم الصناعات المصغرة من المفاهيم النسبية وذلك لعدم اتفاق الفقهاء والمختصين حول إيجاد مفهوم محدد وشامل لها، وذلك لأنه يخضع لعدة معايير تختلف باختلاف الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية من بلد لآخر، وكذا باختلاف مستوى التطور التكنولوجي والعلمي وكذلك المستوى المعيشي للأفراد في كل دولة.[1]

ترمي الصناعات المصغرة إلى تحقيق أهداف عديدة تصب كلها في مرمى واحد ألا وهو ترقية المنتوج الوطني وتأهيله للتصدير، نذكر منها:

- مواجهة المتطلبات الجديدة للمبادلات التجارية خصوصا في إطار دخول الجزائر في مجال الشراكة الدولية وتحرير التجارة الخارجية.
- تعزيز الصناعات الصغيرة والمتوسطة بالأساليب التكنولوجية العالمية الحديثة .
- العمل على توفير الدعم المالي للصناعات الصغيرة والمتوسطة عن طريق وضع خطط وسياسات لضمان التمويل من خلال التعامل مع البنوك وتحفيز الاستثمار الأجنبي للاستفادة من التمويل الأجنبي[2].

وقد حدد الباحثون ثلاث شروط نوعية لاعتبار الصناعة مصغرة وهي:

محدودية الحصة التسويقية : وهي أن الصناعة الصغيرة أو المتوسطة تحتل حصة تسويقية محدودة لا تأثر في الأسعار وتقلبات السوق.

استقلالية المشروع :أي أن المشروع الصغير أو المتوسط يتمتع باستقلالية تامة ولا يكون تابع لمشروع أكبر وأضخم منه وإلا لا نعتبره مشروع مستقل بذاته.

فردية وشمولية الإدارة :أي أن صاحب الصناعة المصغرة ينفرد في إدارته لمشروعه وهو حر في إتباع أي نمط إداري وتجاري يريده دون استشارة أي مؤسسة أخرى[3].

---

[1] هايل عبد المولى طشطوش، مرجع سابق، ص 17.

[2] خبابة عبد الله وخبابة صهيب، مداخلة تحت عنوان " المسؤولية المجتمعية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة( حالة الجزائر ، الملتقى الدولي الثالث، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بشار، المنعقد في 14 و15 فيفري 2012 ، ص10 .

[3] هايل عبد المولى طشطوش، مرجع سابق، 23.

أن الصناعات المصغرة أو ما يسمى أيضا الدعم المطلوب والعناية اللازمة، فلكي تنمو وتزدهر مثل هذه الصناعات تحتاج إلى مسيرين أكفاء قادرين على مواجهة التغيرات والأزمات الاقتصادية، كما تحتاج أيضا للابتكار والإبداع المستمرين حتى يتوسع إنتاجها بالصناعات الصغيرة والمتوسطة أداة فعالة لترقية المنتوج الوطني إذا ما تحصلت على ويستمر ويندمج في السوق ابتداء من التغليف والتعليب وصولا إلى العناية والسهر على جودة المنتوج بحد ذاته.

**ج- القطاع السياحي:**

وتعرف السياحة على أنها "جميع أشكال السفر والإقامة للسكان غير المحليين، فهي عبارة عن انتقال الأفراد خارج الحدود السياسية للدولة التي يعيشون فيها مدة تزيد عن أربع وعشرين ساعة وتقل عن عام واحد، على أن لا يكون الهدف من وراء ذلك الإقامة الدائمة أو العمل أو الدراسة أو مجرد عبور للدولة أخرى مجاورة"،[1] كما أن لها العديد من الخصائص الإيجابية والمتمثلة في:

- **الإيجابية:**

- تأثيرها الكبير على الدخل الفردي حيث تساهم في تنمية الاقتصاد.
- المحافظة على البيئة والموارد الطبيعية وتحسينها.
- تعزيز التواصل بين الشعوب في أنحاء العالم.
- المحافظة على التراث الثقافي والعمراني.

- **السلبية:**

- صعوبة التنقل والوصول لبعض المناطق .
- اختلاف خدمة السياحة من مكان لأخر رغم تطابق الخصائص المادية.

وفي الأخير نستخلص أن على الدولة الاستفادة من مميزات هذا القطاع ومعالجة السلبيات الموجودين للتحسين منه .

حيث نستنتج مما سبق من مميزات وخصائص قطاع السياحة عدة أنواع للسياحة تتمثل في:

[1] عميش سميرة، دور وإستراتيجية الترويج في تكييف وتحسين الطلب السياحي الجزائري مع مستوى الخدمات السياحية المتاحة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتورا علوم في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس سطيف1 ، السنة الجامعية 2015 - 2014 ، ص20.

**1- السياحة التي تعتمد على الموارد الطبيعية:**

وهذا النوع يعتمد على المناطق التي تتوفر فيها مناظر طبيعية الجاذبة للسياح كالغابات والجبال و البحر.

**2- السياحة التي تعتمد على التراث العمراني والثقافي:**

وهذا يعتمد بالأكثر على الأماكن التاريخية كالمتاحف وبقايا الحضارات والمعالم الأثرية.

3- السياحة التي تعتمد على البني التحتية والتجمعات البشرية:

يرتكز هذا النوع من السياحة على نوع الخدمات فكثيرا ما نرى فئة من السياح يستعملون المركبات السياحية الفخمة وكل ما هو فخم حيث هناك تكون الخدمة المقدمة جيدة و يكون هناك حسن استقبال من طرف العمال.[1]

حيث نجد أن الجزائر تمتلك الإمكانيات المادية وحتى البشرية لذلك كلفت أشخاص خاصين بهذا القطاع للتطوير، إلا أن حقيقة الأمر هذا القطاع ما يزال مهمش رغم توفر الجزائر على كل الإمكانيات القادرة على تطويره وجعله من أهم القطاعات.

## المطلب الثاني: العوامل المؤثرة في ترقية المنتوج الوطني

### الفرع الأول: التعايش بين القطاع العام والخاص في عملية الإنتاج

**أولا: التخلي عن احتكار القطاع العام لوسائل الإنتاج**

يعتبر القطاع العام أداة لتحقيق العدل والمساواة في المجتمع عن طريق توفير المنتوجات التي يحتاجها المستهلك بأسعار منخفضة، وكذا توفير الخدمات المجانية كالصحة و والتعليم.[2]

والتعريف القانوني للقطاع العام يتمثل في: كان القطاع العام الاقتصادي مرادفا للنظام الاشتراكي السائد سابقا، هذا ما أكدته المادة 02 من القانون88-01[3] المتضمن القانون التوجيهي للمؤسسات العمومية الاقتصادية والتي تنص على: "المؤسسات العمومية الاقتصادية هي مؤسسات اشتراكية تكتسي الأشكال

[1] المرسوم التنفيذي رقم 08-302 المؤرخ في 28 سبتمبر 2008 المتعلق بمفتشي السياحة 2008، جريدة رسمية صادرة في 28 سبتمبر 2008، عدد56.

[2] عبد الرزاق زويتن، دروس في القانون العام الاقتصادي، جامعة الإخوة منتوري قسنطينة، 2016 ، ص 20.

[3] قانون رقم 88-04 مؤرخ في 12 يناير سنة 1988 يعدل و يتمم الأمر رقم 75-59 المؤرخ في 26 سبتمبر سنة 1975 و المتضمن القانون التجاري، و يحدد القواعد الخاصة المطبقة على المؤسسات العمومية الاقتصادية.

القانونية التي ينص عليها هذا القانون و القوانين الخاصة التي تسري على الإعلام و على نمط تقويم الثروات الوطنية و لاسيما تلك المتعلقة بالمحروقات".

**وضعية القطاع العام الاقتصادي في الجزائر:**

بعد الاستقلال، وجدت الجزائر نفسها أمام واقع اقتصادي غير منظم وشبه مدمر موروث عن الاستعمار الذي دام أكثر من قرن من الزمن.

فأول ما كان يجب فعله هو إعادة النظر في المؤسسات الاقتصادية الوطنية وفصلها عن النظام الاستعماري وذلك عن طريق استرجاع الثروات المسلوبة كالمحروقات، فرض السيادة الوطنية على المؤسسات الصناعية والبنكية مع إنشاء عملة وطنية وتنظيم التجارة الخارجية، ولتحقيق ذلك أصدرت الجزائر ترسانة من الأوامر والمراسيم لمنع انتقال أموال وممتلكات الأوروبيين ومؤسساتهم إلى ملكية الأفراد حفاظا على الاقتصاد الوطني مع إعطاء الأولوية للملكية الجماعية لوسائل الإنتاج عن طريق تفضيل المؤسسة العمومية الإدارية والاقتصادية باعتبارها الأداة الأكثر ضمانا لتمكين الدولة من التدخل المباشر في النشاط الاقتصادي.[1]

وتعد فكرة التخلي عن احتكار القطاع العام لوسائل الإنتاج من أهم العوامل المؤثرة والمحفزة للوصول لترقية الإنتاج الوطني، نظرا لما تعرفه المؤسسات العمومية من تذبذب في التسيير وقلة الإنتاج والمردودية وهذا راجع للنظام الاقتصادي المتبع وهو النظام المخطط الذي كان يعطي الأولوية للصناعات الثقيلة.

**مفهوم الاحتكار:**

المقصود باحتكار القطاع العام لوسائل الإنتاج سيطرة المؤسسات العمومية الاقتصادية على وسائل الإنتاج التي تتكفل بمعظم الصناعات الثقيلة والمشاريع الكبرى في النظام المؤسساتي الجزائري ، لهذا السبب يحظى هذا النوع من المؤسسات بمكانة معتبرة و أهمية قصوى.[2]

كما أن الاحتكار هو عبارة عن فكرة اقتصادية يخول من خلالها حق الدولة في التدخل في النشاطات الاقتصادية والانفراد بتسييرها، وذلك لضخامة الأموال التي تتطلبها هذه الأخيرة مع تقديمها لخدمة عمومية

[1] محمد الصغير بيرم، مرجع سابق، ص26-27.

[2] جزار مهدية، "تذبذب النظام القانوني للمؤسسة العمومية الاقتصادية في ظل تنظيم الصفقات العمومية"، مجلة بحوث العدد 08، 2015 ،جامعة الجزائر1، ص 44.

أكيدة، و من أجل ذلك نجد أن الدولة تسهر دائما على إنشاء مؤسسات تستجيب لمتطلبات المصلحة العامة.[1]

يعتبر الاحتكار شرطا من شروط القطاع العام بمفهومه التقليدي أي في عهد النظام الاشتراكي بحيث يمكن الاحتكار من السيطرة التامة على وسائل الإنتاج الخاصة بالمؤسسات العمومية وكذا متابعة دقيقة لمدى مردوديتها مع إمكانية التحكم في تسييرها وإدارتها أو بقائها دائما تحت النظر[2]، هذا ما جاء في ميثاق التنظيم الاشتراكي للمؤسسات الذي اعتبر أن " **أساس النظام الاشتراكي هو الملكية العامة لوسائل الإنتاج**"، إذ يقصد من هذا احتكار القطاع العام لوسائل الإنتاج بحيث أصبح العامل في القطاع العام هو المنتج في نفس الوقت[3].

نستنتج من هذا التعريف أن الاحتكار ما هو إلا أداة في يد الدولة لبسط الرقابة على القطاع العام الاقتصادي بحيث كان لمسؤولي هذا القطاع الحرية المطلقة في تسيير وتنظيم الممتلكات العمومية وكذا اختيار طرق ووسائل الإنتاج الأكثر فعالية مع الحفاظ على ثروات البلاد وحسن استغلالها، فكان الاحتكار يرفع تحدي واضح ألا وهو" **تطوير الاقتصاد ومضاعفة الإنتاج بالتقيد بميزانية محدودة**" ،[4] هذا للاعتقاد السائد في العهد الاشتراكي أن الاحتكار هو الوسيلة الوحيدة لحماية المنتوج الوطني وترقيته، لكن سرعان ما تلاشى هذا المعتقد أمام فشل تحدي الاحتكار ووصوله بالاقتصاد الوطني لطريق مسدود. فكان الهدف من احتكار وسائل الإنتاج والتصنيع إنشاء قاعدة اقتصادية متينة ومتكاملة في فترة السبعينات إلا أن الأهداف المسطرة لم تكلل بالنجاح بل أدت إلى وجود عدة مشاكل في القطاع العام الاقتصادي منها:

- نقص وعجز في الإنتاج بصفة عامة.
- مضاعفة تكاليف الإنتاج وتبديد الثروات الطبيعية.
- حدوث عدم توازن في الأجهزة الهيكلية الداخلية والخارجية.
- التبعية الاقتصادية اتجاه المحروقات أو ما يسمى باقتصاد الريع.

[1] عبد الرزاق زويتن، مرجع سابق، ص 25.

[2] هايل عبد المولى طشطوش، المشروعات الصغيرة ودورها في التنمية، دار الحامد، عمان، الأردن ،ص25.

[3] معمر داود، منظمات الأعمال، الحوافز والمكافآت، دار الكتاب الحديث، عنابة، الجزائر، 2008، ص211.

[4] معمر داود، نفس المرجع، ص201.

لذا أصبحت المؤسسات العمومية تعاني من عجز مالي فادح بسبب اعتمادها على احتكار وسائل الإنتاج وأصبح الاقتصاد الوطني يعتمد أساسا على عائدات المحروقات دون الأخذ بعين الاعتبار ما تحققه المؤسسات العمومية الاقتصادية من إنتاج، هذا ما أدى إلى ظهور أزمة اقتصادية حقيقية خاصة مع انهيار أسعار النفط في الأسواق العالمية الذي تولد عنه عجز الدولة عن تمويل المؤسسات العمومية الاقتصادية[1].

في الأخير يمكن القول الاحتكار لم ينتج الثمار المرجوة منه مما أدى إلى حتمية الخروج منه، هذا ما أدى إلى صدور المرسوم التنظيمي رقم 20 – 88 المؤرخ في 18 أكتوبر 1988 المتضمن إلغاء جميع الأحكام التنظيمية التي تخول للمؤسسات الاشتراكية ذات الطابع الاقتصادي التفرد بأي نشاط اقتصادي أو احتكار للتجارة أو تسويق المنتوجات والخدمات .[2]

**أنواع الإحتكار:**

يمكن أن يمارس الاحتكار عن طريقتين المتمثلتين في: احتكار الدولة للثروات الطبيعية للبلاد أو ما يسمى أيضا بالاحتكار الطبيعي، واحتكار الدولة للتجارة الخارجية.

- **الإحتكار الطبيعي:**

وهو ذلك الاحتكار الذي تمارسه الدولة على الموارد الطبيعية للبلاد كالمياه والغاز والكهرباء، بحيث أن المنشآت التي تقدم هذه الخدمات للمستهلكين تتطلب أموالا طائلة وتكاليف ضخمة، لذا من المستحسن إبقائها في يد الدولة لمنع أي منافسين لها في السوق كون أنه في حالة فتح المجال أمام إنشاء منشآت صغيرة الحجم لإنتاج وتوزيع الموارد الطبيعية سيزيد من حجم التكاليف ويرفع من أسعار هذه المواد الأساسية الناتج عن وجود منافسة بين تلك المنشآت الصغيرة، وبالتالي فمن المصلحة العامة إبقاء إنتاج هذه المواد الأساسية محتكرة من طرف الدولة التي تضمن للمستهلك توفير تلك المنتوجات بسعر أقل لكون التكلفة أقل أيضا[3] .

[1] معمر داود، نفس المرجع، ص204.

[2] انظر الجريدة الرسمية الصادرة في 19 أكتوبر 1988، عدد42.

[3] فريد بشير طاهر، مرجع سابق، ص216.

- **احتكار التجارة الخارجية:**

يعرف هذا النوع من الاحتكار على أنه " :مجموعة من التنظيمات التي تضبط وظيفة الاستيراد ووقف تدفق السلع المستوردة ومنحها حق الدخول إلى تراب دولة ما طبقا لقنوات توزيع محددة مسبقا"، هذا التعريف تعرض للنقد اللاذع كونه لم يعرف طبيعة هذه التنظيمات ولا الجهة المؤهلة للممارسة الاحتكار. كما يعرف أيضا على أنه " :نظام لتسيير وتنظيم وظيفة الاستيراد، ليس بهدف تحقيق أرباح ولكن للحفاظ على السيادة الوطنية، هذا التعريف أيضا تعرض للنقد كونه ربط بين الاحتكار والسيادة، فالتنازل عن الاحتكار لا يعني بالضرورة التنازل عن السيادة، بل بالعكس يمكن أن تحافظ الدولة على سيادتها الكاملة بدون ممارسة أي احتكار[1].

إن احتكار القطاع العام لوسائل الإنتاج باعتباره ظاهرة اقتصادية وقانونية مدروسة، فإنها لا تتم بطرق عشوائية وإنما تخضع لإجراءات محكمة تترجم على شكل استراتيجيات يتبعها البيروقراطيين أو المسيطرين على القطاع العام بحيث يسعى هؤلاء إلى انفرادهم في تسيير وسائل الإنتاج وبسط الرقابة عليها وفقا للمبدأ القائل " الكل أولا شيء"[2].

وتتجلى إجراءات الاحتكار أولا في التحكم في تسيير المؤسسات العمومية الاقتصادية ثم في فرض الرقابة على سير تلك المؤسسات وعدم إفلاتها من الاحتكار[3].

**ثانيا: القطاع الخاص**

يعتبر القطاع الخاص مرآة نظام اقتصاد السوق بحيث يعكس آلياته ومبادئه، و الركيزة الأساسية لنظام اقتصاد السوق الذي يتسم بكثرة الأعوان الاقتصاديين وتنوع المنتوجات المعروضة في السوق.

ومن أسباب اللجوء إلى هذا القطاع سنبينها فيما يلي:

---

[1] عجة الجيلالي، التجربة الجزائرية في تنظيم التجارة الخارجية من احتكار الدولة إلى احتكار الخواص، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الجزائر، 2017، ص46.

[2] كازيفي غريف تعريب محمد الصغير جاري، البيروقراطية في التحليل الاقتصادي حول اقتصاد عمومي جديد وتصرف أمثل اقتصاد السوق دولة الرفاهية قطاع خاص قطاع عام ، دار النشر Economica باريس1987 ، ص51.

[3] عجة الجيلالي، التجربة الجزائرية في تنظيم التجارة الخارجية، نفس المرجع، ص51 -52 .

- الأسباب السياسية:

فشل التوجه الاشتراكي والشيوعي في أغلب بلدان العالم، حيث تحول العالم من الثنائية القطبية إلى الأحادية القطبية وهي النظام الليبيرالي والرأسمالي بامتياز، وبالتالي فإن القطاع العام الخاص يمثل تجسيد القطيعة مع النظام الاشتراكي السابق وتبني النظام الجديد ألا هو نظام اقتصاد السوق.

إلا ان الوضع لا يختلف في الجزائر عن البلدان الأخرى فبعد الاستقلال تم الاعتماد على النظام الاشتراكي من طرف الدولة الجزائرية، وكان هذا التبني بمثابة انتقام ورد اعتبار للدولة الجزائرية بحث تم اعتبار كل الثروات والأملاك الموجودة على التراب الوطني ملك للدولة وحدها.

بالرغم من هذا فإن الرغبة في الاعتماد على القطاع الخاص كانت موجودة في نفوس القادة الجزائريين آنذاك رغم التشدد الظاهر عليهم بحيث اعتبروا أن اللجوء للقطاع الخاص" شر لابد منه" لأنهم كانوا على يقين بأهمية هذا الأخير في عملية التنمية رغم نبذه واستبعاده ظاهريا.[1]

- الأسباب الاقتصادية والاجتماعية:
- مردوديتها وزيادة نفقاتها وبالتالي من الأحسن تحولها للقطاع الخاص.
- أن القطاع الخاص سيؤدي إلى خفض العجز المالي الذي تعاني منه ميزانية الدولة كونه يضمن عائدات مالية أكيدة للدولة باعتبار أن القطاع الخاص يعمل بفاعلية أكثر من القطاع العام وهذا متفق عليه بالإجماع؛
- أن القطاع الخاص يساير التحرر الاقتصادي وقاعدة السوق المعروفة بالعرض والطلب، كما يساهم في إثراء السوق المالية المحلية؛[2]
- أن القطاع الخاص يحد من تدخل الدول في الاقتصاد أي بعبارة أخرى يؤدي إلى الفصل بين السياسة والاقتصاد؛

وفي الأخير فإن القطاع الخاص يؤدي إلى تحقيق الرفاهية الاجتماعية المرجوة في المجتمع.

يعرف القطاع الخاص قانونا على أنه" :مجموعة من القوانين والأنظمة والإجراءات التي تتولى نقل ملكية أو إدارة بعض أصول ووحدات القطاع العام إلى القطاع الخاص"، كما يعرف أيضا بأنه " : قيام الدول

[1] عجة الجيلالي، الكامل في قانون الاستثمار، للاستثمار: الأنشطة العادية وقطاع المحروقات ، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2006 ، ص26.

[2] معمر داود، مرجع سابق، ص 225-226.

بتحويل ثلاثة أنواع من الحقوق للقطاع الخاص، وهي حق الملكية، وحق ممارسة النشاط وحق التطوير، واستنادا إلى شكل التحول المتبع يكتسب القطاع الخاص أيا من الحقوق أو جميعها[1]."

مميزات القطاع الخاص:

يعتبر القطاع الخاص وليد نظام اقتصاد السوق وتحرير التجارة الخارجية، لذا فهو يتميز بمميزات وخصائص تتماشى مع متطلبات هذا النظام الجديد إلا أنه لا يخلو من بعض العيوب، هذه المزايا والعيوب ندرجها فيما يلي:

**المزايا:**

- يمتاز القطاع الخاص بالمرونة في تنظيم التجارة الخارجية بحيث يعمل على تدفق رؤوس الأموال من الخارج.
- ينفرد القطاع الخاص بمنح مسؤولية كبيرة للأعوان الاقتصاديين خاصة من خلال تمكينهم من التعامل مع الدول الأجنبية كالوكلاء المعتمدين وإعطاء فرصة أكثر لصغار المستثمرين والمشروعات الصغيرة والمتوسطة، مما يساعد على إعطاء فعالية أكثر للاقتصاد الوطني.
- يعمل القطاع الخاص على ترقية الإنتاج الوطني عن طريق توسيع القدرات الإنتاجية للبلاد بضمان تموينه المستمر بالمواد الأولية المستوردة واغتنام الفرص المتاحة على مستوى السوق الدولية، وبالتالي فهو يساهم بشكل فعال في تطوير الصناعة المحلية والنهوض بالمنتوج الوطني،وهذه الأخيرة تعتبر أهم ميزة من ميزات القطاع الخاص.[2]
- يساعد القطاع الخاص على إحداث التوازن بين الأسعار المحلية والأسعار الدولية، وذلك لكونه دائم التواصل مع الاقتصاد الدولي هذا ما يضمن مواكبة الجزائر لنظيراتها من الدول الأجنبية في مجال الأسعار والعملة.

**العيوب:**

رغم الميزات التي يتمتع بها القطاع الخاص، إلا أنه لا يخلو من بعض العيوب التي لا تنقص من قيمته وفعاليته في الاقتصاد تتمثل في:

[1] مهند إبراهيم علي فندي الجبور، النظام القانوني للتحول إلى القطاع الخاص "الخصخصة "دراسة مقارنة ، دار الحامد للنشر والتوزيع الطبعة الأولى، الأردن، 2008، ص20.

[2] عجة الجيلالي، التجربة الجزائرية في تنظيم التجارة الخارجية، مرجع سابق، ص208.

- القطاع الخاص قد يؤدي إلى تدني السوق المالية الوطنية وذلك بسبب بيع الأوراق المالية والسندات التجارية بأسعار متدنية بسبب الضرورة والحاجة إلى سيولة خاصة فيما يتعلق ببيع الأسهم المملوكة للدولة.
- فتح الباب على مصراعيه للقطاع الخاص قد يؤدي إلى سيطرة الشركات الأجنبية على المشروعات الوطنية وبالتالي تهميش المنتوجات الوطنية وكذا العمال المحليين، كما قد تفقد الدولة السيطرة عليه مما يفتح المجال للتجاوزات والانتهاكات التي تضر بالاقتصاد الوطني.[1]

يمكن القول أن مزايا القطاع الخاص لها إمكانية التغلب على العيوب المتوفرة فيه، كما أن هذه العيوب يمكن تجنبها باتخاذ جملة من الاحتياطات والتدابير الحمائية.

**الفرع الثاني: تحرير التجارة الخارجية**

اعتبر تحرير التجارة الخارجية لمدة سنوات عديدة المفتاح السحري للقضاء على كل الأزمات الاقتصادية وتحقيق التنمية المستدامة وترقية المنتوجات الوطنية، ولتحقق تحرير التجارة فعليا يجب التركيز على نقطتين مهمتين تهدفان إلى تحقيق المسعيين الداخلي والخارجي في نفس الوقت ألا وهما :أولا يجب السعي للاندماج في الاقتصاد العالمي والذي لا يتحقق إلا بالاتفاق مع الأنظمة الاقتصادية والتجارية العالمية و مبدأ المنافسة الحرة بين الأعوان الاقتصاديين.

**أولا:الاتفاق مع الأنظمة التجارية والاقتصادية العالمية**

**1- المنظمة العالمية للتجارة:**

إن المنظمة العالمية للتجارة OMC هي منظمة اقتصادية عالمية النشاط ظهرت في 01 جانفي 1995 بموجب إعلان مراكش كهيئة مستقلة تتمتع بشخصية قانونية مستقلة، مقرها بجنيف في سويسرا .

إذ تهتم بالقوانين الدولية الخاصة بالتجارة بين الدول،[2] وهي منظمة دولية متخصصة في مجال تنظيم التجارة الخارجية. بحيث تمثل مؤسسة من المؤسسات المحورية للنظام الاقتصادي العالمي المعاصر إلى جانب كل من صندوق النقد الدولي والبنك الدولي. كما تعمل على إقامة أسس ودعائم لتنظيم التجارة الدولية أيضا تعمل على السهر على حسن سير النظام الدولي للتجارة وكذا العمل على تقويته من خلال

[1] مهند إبراهيم علي فندي الجبور، مرجع سابق، ص26-27.

[2] إبراهيم أحمد خليفة، النظام القانوني لمنظمة التجارة العالمية، دار الجامعة الجديدة ،الإسكندرية ، مصر، ص14.

تشجيع وتسهيل المبادلات التجارية بين الدول. إذ أنها بذلت مجهودات كبيرة من أجل التوصل إلى تخفيض ملموس وكبير في الرسوم الجمركية[1].

- **أهداف منظمة العالمية للتجارة:**

إن الهدف الرئيسي الذي تصبو إليه المنظمة العالمية للتجارة هو تحرير التجارة العالمية من القيود التعريفية وغير التعريفية، كما تعمل جاهدا إلى رفع مستويات المعيشة للدول النامية على وجه الخصوص وذلك من خلال تأمين حصولها على نصيب عادل من التجارة العالمية[2].

وسنذكر منها ما يلي:

- زيادة نطاق التجارة العالمية من خلال خلق أنماط جديدة للعمل الدولي وتقنيات الإنتاج.
- توفير الحماية المناسبة للسوق الدولية عن طريق تنظيم التجارة الدولية في ظل النظام العالمي الجديد وذلك عن طريق تكريس وسائل التنمية الملائمة والعمل في بيئة مناسبة.
- العمل على مساعدة الدول النامية وإشراكها في التجارة الدولية ودعمها تقنيا وتكنولوجيا لكي تتمكن من تلبية احتياجات تنميتها الاقتصادية.
- الحد من الطرق الحمائية العدوانية المضرة بالاقتصاد العالمي التي قد تلجأ إليها بعض لحماية اقتصادها الداخلي. [3]
- العمل على تطوير العلاقات بين الدول الأعضاء واللجوء إلى التحكيم لحل المنازعات التجارية بين الدول. [4]

- **انضمام الجزائر للمنظمة العالمية للتجارة:**

لقد أبدت الجزائر رغبتها في الانضمام للمنظمة العالمية للتجارة من خلال مشاركتها في دورة أوروغواي " أين وقعت على الوثيقة الختامية لإعلان مراكش القاضي بإنشاء المنظمة العالمية للتجارة وكان ذلك من خلال الطلب الذي تقدمت به الحكومة يوم 25 سبتمبر 1995 أو الذي اتبعه تقديم تقرير مفصل عن المخططات الجزائرية يخص تطوير المبادلات التجارية مستقبلا.

---

[1] شعباني إسماعيل،" إمكانيات الجزائرية الزراعية في مواجهة الأسواق العالمية في إطار المنظمة العالمية للتجارة"، حوليات جامعة الجزائر ، العدد 12 الجزائر، 1999 ، ص238.

[2] جابر فهمي عمران ، منظمة التجارة العالمية نظامها القانوني ودورها في تطبيق التجارة العالمية، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2009 ، ص98.

[3] إبراهيم أحمد خليفة ، مرجع سابق، ص 16 .

[4] إسماعيل شعباني، مرجع سابق ، ص23.

باشرت الجزائر منذ بداية الألفية الثالثة بتحضير ملفها من أجل الانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة مدركة تماما كل العقبات والتحديات التي يمكن أن تواجهها في ذلك، وكذا مختلف المكاسب التي سوف تجنيها من خلال انضمامها إلى هذا الجهاز الدولي المتخصص، كون أن عملية الانضمام سوف تتطلب القيام بالعديد من الإجراءات التي تفرضها المنظمة، إضافة إلى الدخول في سلسة شاقة من المفاوضات، يتم فيها مناقشة العديد من القضايا ذات الصلة بإمكانيات الاقتصاد الجزائري و وضعيته[1].

ومن انعكاسات الانضمام للمنظمة العالمية للتجارة على الاقتصاد الوطني أنه سيوقع اثأرا مختلفة منها ايجابية التي تعود بالفائدة على السياسة الجزائرية بأكملها وكذا على حركة التجارة الخارجية سواء الصادرات أو الواردات، والآثار السلبية التي لا مفر منها نظرا للعقبات التي ستواجه الجزائر للتمكن من الانضمام وعجزها على الاندماج الكلي في الاقتصاد العالمي ومواكبة نظيراتها من الدول المتقدمة والسائرة في طريق النمو على حد سواء وما سينتج عن ذلك من منافسة حادة على المنتجات الجزائرية.

من أهم المكاسب التي ستجنيها الجزائر من انضمامها للمنظمة العالمية للتجارة:

- الإمكانية من الاندماج الكلي في نظام اقتصاد السوق.
- تطوير وسائل الإنتاج ونوعية المنتوجات.
- الاستفادة من المزايا التي تقدمها المنظمة للدول النامية.[2]

أما عن سلبيات انضمام الجزائر للمنظمة العالمية للتجارة فتتمثل في:

- عدم التكافؤ الاقتصادي بين الدول الأعضاء في المنظمة.
- خطر وقوع الجزائر في عجز مالي.[3]

**2- صندوق النقد الدولي**

- **نشأته:**

أنشأ صندوق النقد الدولي بمقتضى الاتفاقية التي توصل إليها مؤتمر النقد والمال المنعقد في "بروتن ودتز "بولاية نيوهاتشير في الولايات المتحدة الأمريكية في 22 جويلية 1944 ودخلت تلك الاتفاقية حيز النفاذ في 27 ديسمبر 1945 وذلك بعد قامت الدول التي تمتلك 80% من الموارد الأساسية للصندوق

[1] مياسي إكرام، مرجع سابق، ص230.

[2] جمال محمود الكردي، حق المؤلف في العلاقات الخاصة الدولية والنظرة العربية الإسلامية للحقوق الذهنية في منظومة الاقتصاد العالمي الجديد، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية، مصر 2003 ، ص177.

[3] إسماعيل شعباني، مرجع سابق، ص244.

وثائق التصديق على الاتفاقية، وقد شارك في مؤتمر"بروتن ودتز 44 "دولة وذلك من أجل إعداد الخطط والتدابير التي يجب اتخاذها لحل المشاكل الاقتصادية التي ستواجه دول العالم حتما بعد انتهاء الحرب العالمية الثانية[1].

- **أهدافه:**

يمكن أن نلخصها في خمس أهداف أساسية:

- إيجاد الحلول بشأن المسائل النقدية الدولية.
- المساهمة في تنمية للتجارة الدولية.
- استقرار أسعار الصرف الدولية.
- إقامة نظام مالي متعدد الأطراف.
- تعزيز التعاون الدولي في المجال النقدي والمالي.[2]

- **تعاون صندوق النقد الدولي مع الجزائر:**

انضمت الجزائر إلى صندوق النقد الدولي بعد الاستقلال مباشرة وكان ذلك في تاريخ26 سبتمبر 1963 وكانت حصتها آنذاك تقدر ب 623,1 مليون وحدة حقوق سحب خاصة لترفع في أوت 1964إلى 941,1وحدة حقوق سحب خاصة، إلا أن الجزائر لم تلتجأ للصندوق إلا في سنوات الثمانينات على إثر تفاقم الأزمة المالية ونقص السيولة اللازمة لدفع الديون الخارجية.

**3- البنك الدولي للإنشاء و التعمير**

- **مفهوم البنك الدولي للإنشاء والتعمير:**

يعتبر البنك الدولي للإنشاء والتعمير منظمة دولية متخصصة تابعة لهيئة الأمم المتحدة، مقرها بمدينة واشنطن بالولايات المتحدة الأمريكية، تتمتع بالشخصية القانونية وبالاستقلال المالي.

أنشأ البنك الدولي بالتزامن مع صندوق النقد الدولي وفقا لنفس المؤتمر وهو المؤتمر المالي والنقدي الدولي المنعقد في "بروتن وودز "سنة 1944 ، وذلك بموجب اتفاقية خاصة بإنشائه تمت صياغتها بعد اتفاقية صندوق النقد الدولي مباشرة هذا ما يؤكد الترابط بين الهيئتين.[3]

---

[1] محمد عبد الستار كامل نصار، دور القانون الدولي العام في النظام الاقتصادي العالمي الجديد، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية ، مصر ،2007،ص93 .

[2] محمد عبد الستار كامل نصار،نفس المرجع، ص70- 71.

[3] محمد عبد الستار كامل نصار، نفس المرجع ، ص109 .

**أهدافه:**

تتجلى أهداف البنك الدولي في النقاط التالية :

- تشجيع الاستثمار الدولي لمساعدة الدول النامية في الاندماج في اقتصاد السوق والاقتصاد العالمي ككل؛
- العمل على تنمية الموارد الإنتاجية للدول الأعضاء والحفاظ على ميزان المدفوعات مع ضمان نمو مستقر للتجارة الدولية.
- فرض نظام مالي دولي لتحرك رؤوس الأموال والعملات الأجنبية لضمان تنمية اقتصادية دولية سليمة.
- إعادة بناء اقتصاديات الدول التي عانت من الحروب والمساعدة في تعمير أقاليم الدول الأعضاء.
- تصنيف المشاريع حسب درجة نفعها للدولة العضو وللاقتصاد العالمي و إعطائها الأولوية في الاستفادة من القروض والتسهيلات المالية والاستثمارية[1].

**استعانة الجزائر بالبنك الدولي للإنشاء والتعمير:**

باعتبار أن البنك الدولي أكثر مؤسسة مالية دولية متعاونة مع الدول النامية والتي تعاني من أزمات مالية واقتصادية، فإن الجزائر على غرار مثيلاتها من الدول النامية لم تتوار في الاستعانة به منذ انضمامها إليه بعد الاستقلال مباشرة، وذلك من أجل إعادة بناء اقتصادها من خلال مرحلتين رئيسيتين في تاريخها نذكرها بإيجاز فيما يلي[2] :

- **مرحلة ما قبل الأزمة المالية:**

وتمتد هذه المرحلة من بعد الاستقلال، أي منذ انضمام الجزائر للبنك الذي كان في سنة 1963 ، إلى غاية بداية التسعينات بحيث تميزت هذه المرحلة بإعادة بناء الاقتصاد الوطني بعدما كان شبه مدمر بعد الاستعمار، لذا كانت للبنك الدولي مساهمة فعالة مع الجزائر من خلال منحها قروض لدعم القطاعات الحساسة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية خاصة قطاع التعليم وقطاع الصحة، بالإضافة إلى المساهمة في تكوين الإطارات في مختلف الميادين المهنية.

[1] صخري محمد،" بحث حول البنك الدولي"، مجلة الدراسات الاقتصادية والعولمة، الموسوعة الجزائرية للدراسات السياسية والإستراتيجية ، مجلة الكترونية، مقال منشور في 18 أكتوبر 2017 في الموقع الالكتروني www.Polliticsdz.com :، ص 6.

[2] صخري محمد، نفس المرجع ، ص8-10.

- **مرحلة الأزمة المالية**

بدأت هذه المرحلة في بداية التسعينات أين واجهت الجزائر أزمة مالية صعبة، بحيث تكتلت الديون الخارجية عليها وعجزت عجزا تاما عن تسديدها نظرا للتدهور الرهيب لأسعار النفط، لذا كانت الجزائر مجبرة على تطبيق توصيات البنك الدولي المفروضة عليها وذلك ضمن مخطط سمي آنذاك "بمخطط التسوية"، وبدأت الجزائر على إثر ذلك تخرج من الأزمة تدريجيا إلى غاية بداية الألفينيات.

ولكن بالرغم من ذلك، بقيت الجزائر تتعاون مع البنك الدولي لتطوير اقتصادها ومسايرة النظام العالمي الجديد من خلال تشجيع الاستثمار في القطاع الخاص وخلق مناصب الشغل وكذا تنويع الصادرات خارج نطاق المحروقات لترقية المنتوج الوطني مواكبة لنظام اقتصاد السوق.

**ثانيا: تبني مبدأ حرية المنافسة**

إن مبدأ حرية المنافسة هو الوجه الثاني لمبدأ حرية التجارة الصناعة، إذ تم تكريسه بموجب الأمر – 95 06المتعلق بالمنافسة الصادر في 25 جانفي 1995 المتعلق بالمنافسة والممارسات التجارية[1] أي سنة قبل تكريس مبدأ" حرية التجارة والصناعة "في دستور 1996.

أما المنافسة من حيث مبدأ الحرية فهي تقوم على أسس تكرس هذه الحرية في السوق، ولكن هذه الحرية ليست مطلقة وإنما وضع لها المشرع قيود لمنع التجاوزات والتعسف في استعمال مبدأ حرية المنافسة.

**أولا: أسس مبدأ حرية المنافسة**

تتفرع أسس مبدأ حرية المنافسة إلى أساسين مهمين أو مبدأين رئيسين منصوص عليهما في قانون المنافسة وكذلك في قانون القواعد المطبقة على الممارسات التجارية وهما :أولا مبدأي النزاهة والشفافية في السوق، وثانيا مبدأ حرية الأسعار.

**1- إرساء مبدأي النزاهة والشفافية:**

**1-1- مبدأ الشفافية:**

[1] الأمر رقم 06 – 95 المؤرخ في 25 جانفي 1995 المتعلق بالمنافسة والممارسات التجارية، جريدة رسمية صادرة في 22فيفري 1995 ، عدد9 .

إن مبدأ الشفافية من أهم المبادئ التي تقتضيها حسن النية في العقود عامة، بحيث تنطوي على الصدق والصراحة والإفصاح بكل المعلومات للطرف الآخر في العقد[1].

لذا يعتبر مبدأ الشفافية من أهم الأسس التي تقوم عليها المنافسة الحرة فهو الذي يساعد المستهلك في اتخاذ قرار الشراء وحتى العون الاقتصادي في قرار البيع وذلك من خلال المعلومات المفيدة المتداولة في السوق والتي يسهل على شخص الحصول عليها واستيعابها نظرا لوضوحها ومصداقيتها، فتتجلى مظاهر الشفافية في السوق في النقاط التالية:

- تعدد المنافسين والمستهلكين في السوق الواحدة، وهذا المستهلكين الحرية التامة في اتخاذ قرارهم ولا يحق لأي متنافس أو حتى مستهلك التأثير على من باب الشفافية والمنافسة الحرة، فقد يتعدد المتنافسون حول سلعة واحدة ولكن يترك المستهلكين الحرية التامة في اتخاذ قرارهم ولا يحق لأي متنافس أو حتى مستهلك التأثير على مستهلك آخر.[2]
- من مظاهر الشفافية أيضا المساواة بين المتنافسين، بحيث كل واحد منهم لديه نفس الحقوق ونفس الواجبات داخل السوق دون أي تمييز أو تفضيل لمتنافس عن الآخر، فنظام السوق يخضع لقاعدة العرض والطلب لا غير والكل يسعى في الأخير لتحقيق هدف واحد ألا وهو تصريف المنتوجات وتحقيق الربح ولكن دون الإضرار بالمتنافسين الآخرين.[3]

**1-2- مبدأ النزاهة:**

تعرف النزاهة عموما في الفقه الإسلامي على أنها فضائل الصدق والأمانة في التجارة وفي كل الأعمال المتصلة بها، فالعون الاقتصادي الناجح يتفوق على غيره من المنافسين بما يتميز به من صدق وأمانة ولباقة في التعامل والقدرة على الإقناع إضافة إلى الحرص على جودة المنتوج والسعر المعقول، هذا ما يعد

[1] خديجي أحمد، قواعد الممارسات التجارية في القانون الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم حقوق، جامعة الحاج لخضر، باتنة ، نوقشت في 12 ماي 2016 ، ص 10.

[2] إسراء خضر العبيدي، المنافسة والممارسات المقيدة لها في ضوء أحكام قانون المنافسة ومنع الاحتكار العراقي، كلية القانون، الجامعة الإسلامية، العراق، 2010 ، ص54 .

[3] أحمد محمد محرز، الحق في المنافسة المشروعة في مجالات النشاط الاقتصادي ( الصناعة التجارة الخدمات) ، كلية الحقوق، جامعة القاهرة ، فرع بني سويف، 1994 ، ص 24.

من قبيل المنافسة المشروعة والالتزام بمبدأ النزاهة ، أما استعمال الأساليب الملتوية والخادعة لجذب العملاء والزبائن فيعتبر حتما منافسة غير مشروعة و إخلال بمبدأ النزاهة[1].

وبالتالي يتجسد مبدأ النزاهة في مجموعة الممارسات التي يجب على العون الاقتصادي تفاديها من باب النزاهة ، لذا قام المشرع بتسطيرها من خلال القانون رقم 02 – 04 المتعلق بالممارسات التجارية السالف الذكر، بحيث قام بتحديد الممارسات غير النزيهة بكل وضوح لكي لا يتحجج أي عون اقتصادي بجهلها، نذكر أهمها في النقاط التالية[2] :

- تعتبر من الممارسات غير النزيهة تلك التي ترمي إلى دفع أو استلام فوارق مخفية القيمة أو تحرير فواتير وهمية أو مزيفة، وكذا العمل على إتلاف أو إخفاء أو تزوير الوثائق التجارية قصد التهرب من الكشف عن حقيقة المعاملات التجارية، إضافة إلى حيازة منتوجات مستوردة أو مصنعة بصفة غير شرعية أو إخفاء مخزون لمنتوجات خارج تجارة العون الاقتصادي بهدف بيعه فورا أو لاحقا من أجل تحفيز ارتفاع الأسعار.
- العمل على تشويه سمعة عون اقتصادي منافس بنشر معلومات سيئة تمس بشخصه أو بمنتوجاته.
- القيام بتقليد علامة مميزة لعون اقتصادي آخر أو تقليد منتوجاته أو إشهار تابع له، وذلك بهدف الاستيلاء على زبائنه.
- الإساءة دون وجه حق لعون اقتصادي آخر بهدف تحقيق الربح على حسابه وذلك عن طريق استغلال مهاراته التقنية دون إذن منه، أو عن طريق القيام بالاستحواذ على اليد العاملة التابعة له من خلال إغرائهم بمرتبات عالية، قصد الاستفادة من خبرتهم ومن أسرارهم المهنية، كما قد تكون الإساءة عن طريق إحداث خلل في طريقة عمل عون اقتصادي كتحويل زبائنه وتخريب وسائله الإشهارية.

[1] أمل أحمد محمود الحاج حسن، المنافسة التجارية في الفقه الإسلامي وأثرها على السوق، أطروحة دكتوراه في الفقه والتشريع، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح نابلس فلسطين 2012 ، ص 71 و73.

[2] القانون 02 – 04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية مؤرخ في 23 يونيو سنة 2004.

**2- مبدأ حرية الأسعار:**

لقد تبنت الجزائر مبدأ حرية الأسعار انطلاقا من الأمر 06 - 95 المتعلق بالمنافسة السالف الذكر والذي ألغى القانون رقم 89-12 الذي كان يعتمد أساسا على سياسة تقنين الأسعار والأسعار المصرح بها لتمكين الدولة من مراقبة الأسعار السلع والخدمات وكذا هوامش الربح[1] ، غير أن هذا المبدأ لم يبرز بوضوح إلا من خلال الأمر المتعلق بالمنافسة 03 -03 المعدل والمتمم، إذ تنص المادة 04 منه في فقرتها الأولى على ما يلي " **:تحدد أسعار السلع والخدمات بصفة حرة وفقا لقواعد المنافسة الحرة والنزيهة**".

فيتجلى مضمون مبدأ حرية الأسعار في إعطاء الحرية الكاملة للعون الاقتصادي في تحديد سعر منتوجه المعروض للاستهلاك.

أن مبدأ حرية الأسعار هو أساس مبدأ المنافسة الحرة التي تعتبر العمود الفقري لاقتصاد السوق، فمن بديهيات هذا الأخير عدم تقييد إرادة العون الاقتصادي في تحديد أسعار منتوجاته المعروضة في السوق إلا بما يخالف القانون وقواعد المنافسة العادلة، لذا تعتبر مسألة حرية الأسعار من العوامل المؤثرة في ترقية المنتوجات بحيث تزيد من حدة المنافسة الشريفة الرامية للحصول على منتوج جيد وذو سعر معقول ويلقى استحسان المستهلك كونه هو المستفيد من تحسين جودة المنتوجات وأسعارها لما يساهم ذلك في تحسين معيشته وتحقيق رفاهيته[2].

**ثانيا: القيود الواردة على مبدأ حرية المنافسة**

إن التسليم بمبدأ حرية التجارة يعني بالضرورة التسليم بمبدأ حرية المنافسة، وهذا تبعا لما يفرضه نظام اقتصاد السوق، كونه يفتح المجال لخلق جو من المنافسة بين الأفراد والأعوان الاقتصاديين الذي يعتبر سلوكا تفرضه الطبيعة البشرية، ولكن من غير المعقول والمنطقي أن يترك مبدأ المنافسة الحرة دون قيود تبين الخطوط الحمراء التي لا يجب على الأعوان الاقتصاديين تجاوزها، وتتجلى هذه القيود أولا في حظر الممارسات المقيدة للمنافسة و تجريم بعض الممارسات غير المشروعة.[3]

---

[1] القانون 12 - 89 المؤرخ في 05 جويلية المتعلق بالأسعار 1989، جريدة رسمية صادرة في 02 أوت 1989، عدد 29.

[2] لياس بروك، " تحرير الأسعار كضابط من ضوابط الممارسات التجارية"، مجلة جامعة 08 ماي 1945 ، قالمة، العدد 03، 2007، ص 203-205.

[3] حسن ماحي، حماية المنافسة، المكتبة العصرية، الطبعة الأولى، مصر، 2007 ، ص50 .

- **حظر الممارسات المقيدة للمنافسة:**

يقصد بالممارسات المقيدة للمنافسة مجموعة السلوكات الخطيرة والمضرة بالمنافسة التي قد يقوم بها بعض الأعوان الاقتصاديون بغرض التأثير على السوق، فقد تظهر مثلا على شكل تعسف في الهيمنة على السوق أو على شكل اتفاقات وأعمال مدبرة تهدف إلى استبعاد أحد المنافسين والانفراد بالسوق، كم حدد قانون المنافسة المعدل والمتمم الممارسات المحظورة بقوة القانون والتي اعتبرها مقيدة لمبدأ حرية المنافسة والدخول إلى السوق، بحيث حددها بخمسة ممارسات رئيسية التي لا تعتبر محظورة بطبيعتها ولكنها تعد كذلك عندما تقترن بتعسف أو فعل مخل بمبدأ نزاهة وشفافية السوق وهي كالآتي:

- الأعمال المدبرة والاتفاقات الصريحة والضمنية؛
- التعسف في وضعية الهيمنة على السوق.[1]
- التعسف في استغلال وضعية التبعية الاقتصادية.[2]
- العقود الإستئثارية.
- البيع بأسعار منخفضة.

- **الجزاءات الواردة على الممارسات المقيدة للمنافسة:**

أقر القانون لمرتكبيها جزاءات جزائية وأخرى مدنية تقررها الجهات القضائية المختصة وكونها هي وحدها التي لديها الصلاحية المطلقة لذلك تمثلت في:

**الجزاء الجزائي:**

تم النص على عقوبة جزائية موحدة لكل تلك الممارسات المقيدة للمنافسة بموجب المادة 56 من قانون المنافسة أيضا والتي تتمثل في غرامة مالية لا تفوق 12% من رقم الأعمال الذي حققه العون الاقتصادي في الجزائر خلال آخر سنة مالية مختتمة دون احتساب الرسوم، أو قد تكون العقوبة عبارة عن غرامة مالية أيضا تساوي على الأقل ضعفي الربح المحقق بمناسبة هذه الممارسات على أن لا تتجاوز هذه الغرامة أربعة أضعاف الربح المحقق، وللقاضي الجزائي الحرية التامة في الاختيار بين العقوبتين.

---

[1] جلال مسعد زوجة محتوت، مدى تأثر المنافسة الحرة بالممارسات التجارية، رسالة لنيل درجة الدكتوراه في القانون، فرع " قانون الأعمال"، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، تم مناقشتها بتاريخ 2012 – 12 – 06 ، ص 140.

[2] غيش عبير، " التعسف في استغلال وضعية التبعية الاقتصادية كممارسة مقيدة للمنافسة"، مجلة الفكر، العدد11، الصادر في 22 سبتمبر 2014، جامعة محمد خيضر، بسكرة، ص506.

ولكن يمكن أن لا يكون للعون الاقتصادي المرتكب لهذه المخالفات رقم أعمال محدد، لذا حددت نفس المادة الغرامة الواجبة التطبيق على هؤلاء الأعوان الاقتصاديين وهي ستة ملايين دينار 6000 000 دج[1].

كما تعاقب المادة 56 بغرامة قدرها مليوني دينار جزائري 000 2000 دج لكل شخص طبيعي ساهم بصفة شخصية وعن طريق الاحتيال في تنظيم تلك الممارسات المقيد للمنافسة وفي تنفيذها أيضا.

**الجزاء المدني:**

من الناحية المدنية، تعتبر كل العقود والاتفاقيات وكذا الالتزامات والشروط التعاقدية الناتجة عن أي ممارسة من الممارسات المقيدة للمنافسة المذكورة أعلاه باطلة بطلان مطلق وفقا للمادة 13 من قانون المنافسة[2].

- **منع الممارسات غير المشروعة:**

**1- مفهوم الممارسات غير المشروعة:**

يقصد بالممارسات غير المشروعة أو الممارسات المشكلة لمنافسة غير مشروعة بوجه عام، كل ما يصدر عن الأعوان الاقتصاديين من أعمال وتصرفات تؤدي إما إلى عرقلة حرية المنافسة في السوق أو الحد منها أو حتى الإخلال بها، وتكون آثار هذه الأعمال والتصرفات من شأنها الإضرار بالمنافسين الآخرين وبالمستهلكين على حد سواء، وحتى بالنشاط الاقتصادي ككل. فيعرفها بعض الفقه على أنها ": مجموع الممارسات والإجراءات التنافسية المنافية للقانون والأعراف التجارية، التي تشكل خطأ مقص ود أو غير مقصود من طبيعته أن يسبب أضرار للمتنافسين[3]".

نفهم من هذا التعريف أن الممارسات غير الشرعية هي البوابة الرئيسية للمنافسة غير المشروعة، فباعتبار أن مبدأ حرية المنافسة ومبدأ حرية التجارة وجهان لعملة واحدة كما أسلفنا، يكون الأثر السلبي لكلا المبدأين واحد ألا وهو ظهور منافسة غير مشروعة بين الأعوان الاقتصاديين، المحليين منهم والأجانب على حد سواء.

---

[1] الأمر 03-03 المتعلق المنافسة المعدل والمتمم، والمعدلة بموجب القانون12 – 08.

[2] المادة 13 الأمر رقم 03 – 03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بالمنافسة، جريدة رسمية صادرة في 20 جويلية عدد43.

[3] J. Agéma, Le droit de français de la concurrence, PUF, 1989, N°131, p 99.

فتعرف المنافسة غير المشروعة فقها على أنها ":تجاوز أحد أطراف المنافسة للحدود المسموح بها، وذلك باستخدامه أساليب ملتوية غير سليمة خارجة عن عادات التجار وأعرافهم وتقاليدهم وأخلاقهم، فهي إذن كل الأعمال التي تلحق أضرارا بالآخرين[1]."

**2- طرق المتابعة القضائية للممارسات غير المشروعة:**

**المتابعة المدنية:**

طبقا للقواعد العامة للقانون المدني، فإن أي إخلال بالت ا زم تعاقدي ينتج حق المتضرر ببطلان التصرف والمطالبة بالتعويض، أما في إطار المنافسة الحرة فقد فتح المجال للطرف المتضرر من جراء منافسة غير مشروعة بالمطالبة بالتعويض عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة[2].

ويكمن أساس هذه الدعوى في التعسف في استعمال الحق وفقا للقواعد العامة للقانون المدني، ويتجلى ذلك في التعسف في استعمال حرية التجارة والصناعة وكذا حرية المنافسة التي هي حقوق مكرسة دستوريا لأي تاجر أو عون اقتصادي وأي إخلال لها يعد من قبيل التعدي على الحريات العامة وحرية الاقتصاد تحديدا[3] .

من ثم يكون الجزاء المترتب عن دعوى المنافسة غير المشروعة هو بطلان كل العقود والاتفاقات والشروط المنافية للممارسات التجارية المشروعة دون أي قيد أو شرط[4].

**المتابعة الجزائية:**

تعتبر المتابعة الجزائية نابعة عن اعتبار الممارسات غير المشروعة مخالفات يعاقب عليها القانون وقد تصل إلى درجة الجنح في حالة تفاقم الضرر وانتشاره، لذا تكون العقوبة الجزائية على شكل تعويض يدفع للدولة مقابل الإضرار بمصالحها الاقتصادية، وعلى هذا الأساس تكون الغرامة المالية العقوبة

---

[1] أمل أحمد محمود الحاج حسن، المنافسة التجارية في الفقه الإسلامي وأثرها على السوق، أطروحة دكتوراه في الفقه والتشريع، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح نابلس فلسطين 2012، ص80.

[2] خديجي أحمد، قواعد الممارسات التجارية في القانون الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم حقوق، جامعة الحاج لخضر باتنة ، نوقشت في 2016 - 05 - 12 ، ص 175

[3] MENOUER Mustapha, MENOUER Mustapha , Droit de la concurrence ,BERTI Editions Alger 2013., p 73.

[4] خديجي أحمد، نفس المرجع، ص176.

الأساسية كنتيجة للمتابعة الجزائية وقد تكمل ببعض العقوبات الإدارية التكميلية كالحجز على البضاعة والغلق المؤقت أو النهائي للمحل التجاري.

وقد تولى القانون المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية تحديد العقوبات المقررة على الممارسات غير المشروعة وكان ذلك من خلال المادتين 35 و 36 منه، فتعاقب المادة 35 على عدم اكتساب صفة التاجر والبيوع التمييزية بأنواعها الثلاث بغرامة مالية تتراوح من مائة ألف دينار ( 100 000دج )إلى ثلاثة ملايين دينار ( 3000 000دج )[1]. أما المادة 36 فتعاقب على ممارسة الأسعار غير الشرعية بغرامة مالية تتراوح من عشرين ألف دينار ( 20 000دج ) إلى عشرة ملايين دينار ( 10 000 000دج).[2]

[1] المادة 35 من القانون 02 - 04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

[2] المادة 36 من القانون 02 - 04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

**خلاصة الفصل الأول:**

لبلوغ ترقية جيدة وسليمة لابد أولا من الفهم الجيد لمعنى المنتوج، والتمعن في تركيبته الشكلية والموضوعية من خلال معرفة أهم العناصر المكونة له والتركيز على العناصر المؤثرة في عملية الترقية كالوسم ولعلامة التجارية بالإضافة للسعر والجودة.

كما إن لتحقيق ترقية المنتوج الوطني تمتد إلى مختلف القطاعات لا على قطاع المحروقات فقط ورغبة تبيان أهمية القطاع الزراعي وإلزامية الاعتماد عليه فقد تكون مجل خصب لعملية ترقية المنتوج.

# الفصل الثاني:

# وسائل وإجراءات ترقية المنتوج الوطني

## الفصل الثاني: وسائل وإجراءات ترقية المنتوج الوطني

إن صورة المنتوج الوطني على الصعيد الدولي تعكس مدى التنمية الاقتصادية والتطور التكنولوجي الذي وصلت إليه الدولة، لذا من الضروري البدء في اتخاذ إجراءات تحفيزية على الصعيد الخارجي أولا كونها بمثابة مرآة حقيقة تعكس طيفها على ترقية المنتوج على المستوى الوطني وتزيد من فرص تقدمه وتطوره عن طريق احتكاكه بالتكنولوجيا العالمية وطرق التصنيع الحديثة والمتطورة.

وتتمثل الإجراءات التحفيزية المتخذة لترقية المنتوج الوطني في مجموعة من الإجراءات الإيجابية ذات طابع تشجيعي والتي من شأنها أن تدفع بعجلة الترقية إلى الأمام.

كما أنه لا يمكن لأي دولة أن تترك تجارتها حرة طليقة من كل قيد نظرا للأخطار المتوقعة من ذلك، لذا ينبغي أن تقيدها بوسائل الحماية المختلفة لرعاية مصالحها وأهدافها، ولتحقيق ذلك، يتعين إتباع سياسة تجارية حمائية معينة.

والجزائر سارت على هذا المسار، واتبعت منهج الحماية الذي لا مناص منه في ظل الانفتاح المفروض بحيث أن موضوع حماية المنتوج الوطني بات يشغل بال السلطات الجزائرية أين أصبح يحظى بنفس الاهتمام الذي حظي به موضوع تحرير التجارة الخارجية الجزائرية، حتى يتسنى لها الوقوف على قدميها والتكيف مع الوضع العالمي الجديد، وهذا من أهم المبادئ التي كرستها المنظمة العالمية للتجارة.

## المبحث الأول: الإجراءات التحفيزية لترقية المنتوج الوطني

إن مسار ترقية المنتوج الوطني لابد أن يمر بإجراءات تحفيزية، وهي من أهم الإجراءات، التي تعمل على تطويره وازدهاره سواء على الصعيد الخارجي أو الداخلي.

وعلى هذا الأساس سنقوم في هذا المبحث على التعرف للإجراءات التحفيزية من جانبين: على المستوى المحلي (المطلب الأول) وعلى المستوى الدولي (المطلب الثاني).

### المطلب الأول: على المستوى المحلي

تعتبر الإجراءات التحفيزية التي تقوم بها أي دولة على الصعيد الداخلي بمثابة مؤشر على مدى تمكن تلك الدولة من الاندماج في الاقتصاد العالمي، كما يعتبر من المعايير الهامة التي تعتمد عليها الدول المتقدمة في اتخاذ قرارات الاستثمار في الدول النامية.

#### الفرع الأول: دعم التصنيع الداخلي

لقد وجهت الجزائر اهتمامها في الآونة الأخيرة نحو تشجيع التصنيع المحلي الذي يعتمد أساسا على المؤسسات الصغيرة و المتوسطة.

**أولا: تحفيز المؤسسات الصغيرة و المتوسطة**

تتميز المؤسسات الصغيرة والمتوسطة عن غيرها من المؤسسات بجملة من الخصائص جعلت منها محل اهتمام الباحثين وواضعي السياسات حيث أثبتت الدراسات والتقارير بان خلق وإنشاء[1] المناصب يتحقق بشكل أكبر عن طريق خلق مؤسسات صغيرة ومتوسطة ، ومن المزايا التي تحققها مشروعات الأعمال الصغيرة والمتوسطة ما يلي:[2]

[1] منى مسغوني، نحو أداء تنافسي متميز للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، مجلة الباحث، العدد 10، 2012، ص125.

[2] فلاح حسن حسني، إدارة المشروعات الصغيرة –مدخل استراتيجي للمنافسة والتميز–، الطبعة الأولى، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2006 ،ص26-27.

**سهولة توقع الأرباح:** من خلال تحديد وتحليل حجم المبيعات المتوقعة في ضوء الخبرة السابقة وبالتالي القدرة على تحديد الأرباح المتوقعة خلال الفترة القادمة .

**إمكانية تحديد وتوقع الثروة المستقبلية:** والتي ترتبط بالأرباح المتوقعة، حيث يتمكن أصحاب المؤسسة من تحديد الإضافات والنمو الذي يمكن أن يتحقق في أموالهم .

**قدرة المالكين على معرفة الأنشطة الخاصة بمشروعاتهم:** بحكم إدارتهم لهذه المؤسسات وما يمتلكونه من خبرة في هذا المجال .

**المالكون هم الذين يمتلكون القدرة على الإدارة:** حيث أنهم يتصفون بالتمييز والقدرة على توجيه هذه المؤسسات نحو إنجاز أهدافها .

**وجود خطوط مباشرة للاتصال بين المالكين والعاملين:** مما يضمن التوجيه السريع وضمان الرقابةالفعالة .

**الرضا عن العمل:** يتمكن أصحاب المؤسسة من تحقيق بيئة عمل جيدة وإمكانية تحقيق الرضا والقناعة للعاملين وذلك من خلال الاتصال المباشر بينهم ودراسة احتياجاتهم.

إضافة إلى مزايا أخرى تمثلت في:

**مزايا الجبائية:**

وفقا لقانون الاستثمار09 – 16 منح المشرع للاستثمارات المحلية التي تنجزها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ذات الأهمية بالنسبة للاقتصاد الوطني معاملة جبائية خاصة مقارنة بالاستثمارات الأجنبية، هذا ما يجعل المؤسسات الوطنية في مركز أفضلية وذلك بهدف تحفيزها وتشجيعها على الإنتاج في أنشطة معينة وفي أماكن معينة، وفقا لخطة تنموية منتهجة من طرف الدولة لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والوصول إلى ترقية المنتوج الوطني. وتتمحور هذه المزايا خاصة خلال مرحلتي إنجاز واستغلال المشاريع الاستثمارية المنجزة من طرف هذه المؤسسات[1].

[1] عبد المجيد شنتوفي، المعاملة الإدارية والضريبية للاستثمارات في الجزائر، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2017، ص 318.

**المزايا الاستثنائية:**

تعتبر المزايا الاستثنائية الممنوحة لمالكي المؤسسات الصغيرة والمتوسطة امتداد للمزايا الأصلية التي سبق التطرق إليها، وتكون عندما يتعلق الأمر بمشاريع تخدم بصفة مباشرة الاقتصاد الوطني وتنميته، كالمشاريع المتعلقة بالنشاطات السياحية والنشاطات الفلاحية والنشاطات الصناعية بطبيعة الحال[1].

**الفرع الثاني: دعم الصادرات خارج مجال المحروقات**

إن دعم الصادرات خارج المحروقات من أفضل السبل لتطوير المنتوج الوطني ويعد أسمى هدف تصبو إليه معظم الدول النامية والمتقدمة على حد سواء، كون أن التوصل إلى تحقيق نسبة عالية من الصادرات في بلد يعتمد اقتصاده أساسا على المحروقات من أكبر الرهانات الاقتصادية التي يمكن أن تحققها أي دولة.

**أولا: أنظمة دعم التصدير خارج المحروقات**

قامت الجزائر بإعداد إستراتيجية محكمة تهدف إلى بلوغ المنتوجات الجزائرية الأسواق العالمية وكان ذلك من خلال وضع إطار تنظيمي ومؤسساتي يدعم القطاعات المعنية بالتصدير وينظمها، مستندة في ذلك إلى المادة 19 من دستور 1996 التي استخلفتها المادة 21 من دستور 2016 التي منحت الدولة سلطة تنظيم التجارة الخارجية بحيث تولد عن ذلك إنشاء هيئات إدارية جديدة تهتم بالتصدير[2].

رغم أن الجزائر لم تستطع لحد الآن من التخلص الكلي من التبعية اتجاه المحروقات، إلا أنها تبذل مجهودات في تنويع صادراتها خارج المحروقات ولو بنسب ضئيلة. ومن تلك المجهودات استحداث أجهزة جديدة تهتم بالتصدير وتطويره عن قرب، وكذا بابتكار أنظمة جمركية جيدة تسهل عملية التصدير كنظام القبول والتصدير المؤقت.

**استحداث أجهزة جديدة لدعم التصدير:**

اتخذت الجزائر منذ سنة 1991 مسار قانوني مغاير تماما لذلك الذي كان منتهجا في ظل النظام الاشتراكي ، يتمثل في تكريس تحرير التجارة الخارجية والاهتمام بانشغالات اقتصادية جديدة تتعلق بحماية

[1] المادة 16 من القانون رقم 09 – 16المؤرخ في 03 أوت 2016 المتعلق بترقية الاستثمار، جريدة رسمية صادرة في 03أوت 2016 ، عدد46.

[2] خلاف عبد الجابر خلاف، القيود الجمركية وتطور التجارة الخارجية للدول الآخذة للنمو، دار الفكر العربي، القاهرة ، مصر، ص118.

الإنتاج الوطني وترقية الصادرات خارج المحروقات، وذلك بتفعيل إجراءات جديدة تتوافق مع المساعي الجزائرية في الالتزام بقواعد التجارة الدولية، كان الهدف منها إعطاء إطار قانوني لتدخل الدولة من أجل تشجيع الصادرات الجزائرية خارج المحروقات.

تبعا لذلك، كانت سنة 1996 سنة حافلة بالتغيرات الهيكلية إذ أنها شهدت غزارة من حيث المراسيم التنفيذية المنشئة لهيئات إدارية وأجهزة اقتصادية تهتم بالتصدير، البعض منها لديه جانب تمويلي وتأميني للتصدير، والبعض الآخر لديه جانب إداري واستشاري، ولكنها تصب كلها في مجرى واحد وهو الوصول بالمنتوج الوطني للأسواق العالمية[1].

**ثانيا: التسهيلات الممنوحة للمصدرين**

بغية تسهيل عملية ولوج المنتوج الوطني للأسواق الدولية، اهتمت الج ا زئر على غ ا رر قريناتها من الدول السائرة في طريق النمو بالتصنيع من أجل التصدير.

وذلك على إثر تحرير التجارة الدولية من القيود الجمركية وحتى الإدارية والمالية خاصة للمنتوجات الجاهزة للاستهلاك ونصف مصنعة كالمنتوجات الزراعية والملابس والمنسوجات والمنتوجات الإلكترونية، إذ كانت هذه الأخيرة محل إعفاءات وامتيازات لتشجيع الدول الضعيفة التصدير.[2]

فسياسة التصنيع من أجل التصدير سياسة انتهجتها أغلب الدول النامية وذلك بعد أن سئمت من التبعية اتجاه الواردات واختلال ميزانها التجاري، هذه السياسة طرحت في بادئ الأمر كفكرة لأول مرة في مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية سنة 1964 ، ثم تبلورت وتوسعت لتصبح سياسة قائمة بذاتها متبعة في أغلب دول العالم نظرا لثبوت نجاعتها وفعاليتها الاقتصادية، كونها تقوم بنقلة نوعية للمنتوج الوطني من المحلية إلى الأسواق العالمية وحصول الدولة على نصيب من التجارة الدولية[3] .

---

[1] زواوي فضيلة، " إشكالية الصادرات خارج قطاع المحروقات في الجزائر وإجراءات ترقيتها"، مجلة أبعاد اقتصادية، العدد 06 سنة 2016 ، ص382.

[2] محمد حافظ عبده الرهوان وأحمد جامع، العلاقات الاقتصادية الدولية، شركة مطابع– الطوبجي، الإسماعلية ، مصر 2004، ص 403 – 404.

[3] بوعمامة زكريا، الحماية القانونية للمنتوج الوطني ن غير المحروقات وحرية التجارة الخارجية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في القانون الخاص، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق ، جامعة الجزائر 1 ، السنة الجامعية 2017 2018، ص 224 –225.

لذا نجد أن الجزائر لم تتوار في تقديم الدعم اللازم للمنتجين المحليين وصغار المصدرين وفتح المجال أمامهم عن طريق منحهم التسهيلات اللازمة لنجاح عمليات تصدير المنتوج الوطني ووصوله للأسواق الخارجية.

تتمثل هذه التسهيلات في التسهيلات الإدارية أولا كاستفادة المنتجين المحليين من صفقات عمومية بصفة حصرية، وكذا الاستفادة أيضا من الامتيازات الضريبية.وثانيا تقديم التسهيلات الجمركية اللازمة والمعروفة لدعم التصدير كالإعفاء من بعض الرسوم واستخدام المستودعات الجمركية بغرض التصدير.

**المطلب الثاني: على المستوى الدولي**

إن تمتع الجزائر بفوائض مالية كبيرة شجعها على إمكانية التوسع في النفقات العامة ومحولة النهوض بالاقتصاد وذلك من مدخل الاستثمار الأجنبي المباشر، حيث لا يمكن إنكار الدور الهام الذي يلعبه في تمويل وتحقيق التنمية للأقطار، وعليه نعرف الاستثمار الأجنبي :" على أنه الاستثمار الذي يتم للحصول على مصلحة مستمرة في مشروع يقوم بعمليات في إطار اقتصادي خلاف اقتصاد المستثمر الذي يستهدف المستثمر به الحصول على الحق في القيام بدور فعال في إدارة المشروع.[1] .وسنتطرق إلى جذب الاستثمار الأجنبي المباشر ( الفرع الأول) و تشجيع الشراكة الأجنبية ( الفرع الثاني)

**الفرع الأول: جذب الاستثمار الأجنبي المباشر**

**تتنوع آليات جذب الاستثمار المباشر وتمثلت في الآتي:**

**أولا : ضمانات ممنوحة للمستثمر الأجنبي**

- **ضمانات قانونية:** مجموعة الضمانات المنصوص عليها في القانون الوطني للدولة المضيفة للاستثمار أي بموجب تشريعاتها الداخلية.[2] وتتمثل هذه الضمانات في :

أ- ضمان مبدأ حرية الاستثمار.

ب- ضمان الاستقرار التشريعي ( الثبات التشريعي).

[1] قادر محمد الطاهر و آخرون، واقع الاستثمار الأجنبي المباشر في الجزائر ودوره في ترقية الصادرات خارج المحروقات، مجلة التنوير، العدد 2، جوان 2017،ص136.

[2] لعماري وليد، الحوافز والحوافز القانونية للاستثمار الأجنبي في الجزائر، مذكرة ماجستير في القانون تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر 01 ، 2011 - 2010 ، ص15.

ج- ضمان مبدأ المساواة في المعاملة وعدم التفريق بين المستثمر الوطني والمستثمر الأجنبي.

- **ضمانات مالية:** إن سياسة ترقية وتشجيع الاستثمار الأجنبي المباشر في الجزائر أعدت بطريقة تستجيب لحاجات السوق الجزائرية المتنامية ومتطلبات الاستثمارات المحتملة وقواعد القدرة التنافسية والمنافسة الدولية، وهي عبارة عن ضمانتين:
  - ضمان تحويل رؤوس الأموال وعائداتها.
  - ضمان التعويض عند نزع الملكية.[1]
- **ضمانات قضائية:** منح المشرع ضمانة قضائية للمستثمر الأجنبي وهي ضمانة التحكيم التجاري الدولي، فعوض اللجوء إلى القضاء الوطني لحل النزاعات المتعلقة بالاستثمار، سمح المشرع لأطراف النزاع اللجوء إلى التحكيم إذا أرادوا هم ذلك. [2]
- **المزايا الجبائية:** يقصد بالتحفيز الجبائي" :إجراء خاص وغير إجباري لسياسة اقتصادية، تستهدف الحصول من الأعوان الاقتصاديين المستهدفين على سلوك معين يوجه إلى الاستثمار في ميادين أو مناطق لم يفكروا فيها في إقامة مشروعاتهم واستثماراتهم من قبل، في مقابل الاستفادة من امتيازات معينة[3]"

وتجدر الإشارة إلى أن هاته الامتيازات تتمثل في إعفاءات و/أو تخفيضات ضريبية وجمركية لمدة معينة وتتمثل في :

- المزايا المشتركة لكل الاستثمارات .
- المزايا الإضافية لفائدة النشاطات ذات الامتياز و/أو المنشأة لمناصب الشغل.
- المزايا الاستثنائية لفائدة الاستثمارات ذات الأهمية الخاصة للاقتصاد الوطني[4].

---

[1] عبيوط محند وعلي، الاستثمارات الأجنبية في القانون الجزائري، دار هومة ،2012 ، ص263.

[2] هوام علاوة، أوراغ آسيا، الضمانات والحوافز التشريعية لجذب الاستثمار في ظل القانون 09 / 16 جامعة عباس الغرور، خنشلة، العدد 11، جانفي 2019، ص165.

[3] ناصر مراد، فعالية النظام الضريبي بين النظرية والتطبيق، مطبعة دار هومة، الجزائر، 2003 ، ص69 .

[4] القانون16-09 المؤرخ في 03 أوت 2016 المتعلق بترقية الاستثمار، جريدة رسمية صادرة في 03 أوت 2016، عدد 46.

- **الحوافز الإدارية:**

تتمثل أساسا في إنشاء أجهزة تتكفل بمتابعة وترقية الاستثمار، إضافة إلى استحداث إجراءات إدارية تقلل من البيروقراطية ، فالمستثمرون الأجانب دائما ما يبحثون عن أحسن معاملة إدارية للاستثمار في بلد معين.

**الهيئات المكلفة بترقية وتطوير الاستثمار:**

وهي كالآتي:

- الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار.
- الشبك الوحيد اللامركزي.
- المجلس الوطني للاستثمار.[1]

**الإجراءات الإدارية المستحدثة:**

فإن القانون 09 – 16 نص صراحة على الاستثمار أصبح يتم عن طريق التسجيل لدى الوكالة الوطنية بتطوير الاستثمار ممثلة في الشباك الوحيد اللامركزي وهذا طبقا لنص الم 26 من القانون 16-09.[2]

وتسجيل الاستثمار هو الإجراء المكتوب الذي يعبر من خلاله المستثمر عن إرادته في إنجاز استثمار في نشاط اقتصادي لإنتاج السلع أو الخدمات.

مما سبق نخلص إلى أن الاستثمار الأجنبي المباشر أهمية كبرى في عملية النمو الاقتصادي حيث أن التراكم الرأسمالي والتقدم في فنون الإنتاج من أهم العوامل لتحقيق التقدم الاقتصادي، وعلى العكس فإن انخفاض حجم الاستثمار يؤدي إلى انخفاض الناتج القومي الإجمالي، الأمر الذي يترتب عليه تعثر جهود التنمية.[3]

---

[1] عائشة موازوي، القوانين والأجهزة المنظمة للاستثمار في الجزائر إشارة لقانون رقم 09 – 16 مؤرخ في 29 شوال عام 1437 الموافق ل 03 غشت سنة 2016 يتعلق بترقية الاستثمار، مجلة آفاق علوم الإدارة والاقتصاد، العدد 2017 / 02 ، ص144.

[2] القانون 16-09 المؤرخ في 03 أوت 2016 المتعلق بترقية الاستثمار، جريدة رسمية صادرة في 03 أوت 2016، عدد46.

[3] إبراهيم متولي حسن المغربي، دور حوافز الاستثمار في تعجيل النمو الاقتصادي من منظور الاقتصاد الإسلامي والأنظمة الاقتصادية المعاصرة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2011 ، ص 29.

**الفرع الثاني: تشجيع الشراكة الأجنبية**

يعتبر إرساء روابط التعاون مع بلدان شمال إفريقيا من المسلمات في نظر دول العالم بصفة عامة وفي نظر دول الاتحاد الأوروبي وجامعة الدول العربية بصفة خاصة وهذا راجع لما تمتاز به من أهمية اقتصادية كبرى نظرا لموقعها الاستراتيجي كونها تقع بين الشرق والغرب من جهة، وكذا إلى سوقها الاستهلاكية الواسعة وإمكانية تصريف مختلف المنتوجات فيها من جهة أخرى. وباعتبار أن تفعيل الشراكة الأجنبية من الوسائل الضرورية لتحقيق التنمية في البلدان العربية والإفريقية، كونها بلدان سائرة في طريق النمو وهي في حاجة للاحتكاك بدول أجنبية حتى تتوفر لديها عوامل الإنتاج الضرورية لإقامة اقتصاديات قوية.[1]

فالعمل في إطار التكتلات التجارية الإقليمية والعالمية وكذا التركيز على تشكيل شركات متعددة الجنسيات، يدخل ضمن العمل الاستراتيجي الاقتصادي العالمي المشترك ويعزز عملية التنمية التي تخوضها كل دولة على حدى[2]، ويحفز الإنتاج الوطني من خلال الاستفادة من المزايا الإنتاجية للدول الأخرى الداخلة في إطار الشراكة التجارية والتكتل الاقتصادي.

**أولا: الشراكة في إطار التكتلات الإقليمية**

أصبحت الاتجاهات العالمية الحديثة تسير نحو تشكيل تكتلات اقتصادية لتسهيل تحرير التجارة على المستوى العالمي، لذا فقد حققت اتفاقيات الشراكة رهان حقيقي في القانون الدولي المعاصر والمتمثل في التوصل إلى تجميع عدد معتبر من الدول المختلفة الأنظمة والديانات والأجناس في إطار قانوني موحد، فأصبح اللجوء إلى إبرام مثل هذه الاتفاقيات لا مناص منه للتمكن من الاندماج في الاقتصادي العالمي الراهن.

والجزائر مثلها مثل أغلب الدول النامية تحاول إيجاد مكان لها ولمنتوجها الوطني على المستوى الدولي والتجارة الدولية في ظل التحولات الاقتصادية العالمية المتسارعة التي لابد من مواكبتها ،[3]لهذا السبب

---

[1] محمد حافظ عبده الرهوان وأحمد جامع، العلاقات الاقتصادية الدولية، شركة مطابع الطوبجي، الإسماعلية ، مصر 2004.، ص 273.

[2] عبد الله الصعيدي، العلاقات الاقتصادية الدولية، ديوان المطبواعت الجامعية لجامعة عين شمس، القاهرة مصر، ص 255.

[3] بهلولي فيصل،" التجارة الخارجية بين اتفاق الشراكة الأورو متوسطية والانضمام إلى منظمة التجارة العالمية"، مجلة الباحث، العدد 2012 / 11 ، ص111.

أقدمت على فتح باب الشراكة التجارية والانضمام للتكتلات التجارية الإقليمية، سواء الثنائية أو المتعددة الأطراف، وذلك ضمن مساعيها الدولية لتحفيز منتوجها الوطني وإيصاله للأسواق العالمية.

**اتفاقية الشراكة الجزائرية التونسية:**

لقد سعت معظم الدول العربية على غرار الجزائر إلى إبرام اتفاقيات ثنائية كان البعض منها على سبيل المجاملة السياسية، والبعض الآخر كان يتضمن أقصى درجات التعاون ، كون أن التعاون في إطار الاتفاقيات الثنائية يعتبر سهلا بالمقارنة مع اتفاقيات الشراكة المتعددة الأطراف باعتبارها تتم بين دولتين تجمع بينها سواء روابط إقليمية أو دينية وعرقية وتقاليد قديمة هذا ما يضاعف حجم الامتيازات والتفضيلات بين البلدين ، كما قد لا تكون هناك روابط أبدا والتعاون يكون على أساس مصالح اقتصادية بحتة، فمثلا إبرام الاتفاقيات الثنائية بين الدول العربية يرجع إلى التاريخ المشترك بين هذه البلدان وتعرضها إلى الاستعمار الموحد من طرف الدول الأوروبية وأبرز مثال على ذلك الجزائر وتونس[1].

**اتفاقية الشراكة الأورو متوسطية:**

تعتبر الاتفاقيات المتعددة الأطراف المظهر الثاني من اتفاقيات الشراكة وهي تتشابه إلى حد كبير مع الاتفاقيات الثنائية من حيث كونها اتفاق دولي هدفه التعاون وتسهيل عملية المبادلات التجارية، إلا أن الفرق يكمن في أن في الاتفاقيات المتعددة الأطراف تجتمع فيه إرادة أكثر من دولة أي تضم عدد كبير من الدول كما هو الحال مع اتفاقية الشراكة الأورو متوسطية.

فيمكن تعريف الشراكة الأورو متوسطية على أنها " تجمعا إقليميا يشمل جميع الدول الواقعة على البحر الأبيض المتوسط سواء كانت أوروبية أو آسيوية أو إفريقية، وتضم هذه الشراكة دول الاتحاد الأوروبي في شمال المتوسط سواء كانت متوسطية أو ليست متوسطية طالما أنها أعضاء في الاتحاد الأوروبي، وجميع الدول العربية في شرقه وجنوبه إضافة إلى تركيا[2]."

كون أن هذه الاتفاقية لا تعتبر اتفاقا تجاريا عابرا، وإنما هي إطار شاملا متعدد الأطراف هدفه السير نحو مصير مشترك يشمل كل الجوانب السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، كما يمثل إحدى الأدوات الرئيسية لتجسيد التعاون الحقيقي بين الاتحاد الأوروبي وكل الدول المتوسطية المشاركة من أجل مواجهة

[1] خلاف عبد الجابر خلاف، مرجع سابق، ص 195 .

[2] مياسي إكرام، الاندماج في الاقتصاد العالمي وانعكاساته على القطاع الخاص في الجزائر ، دار هومه الجزائر 2011 ، ص197.

التغيرات التي يعرفها المجتمع الدولي المعاصر[1] فالجزائر باعتبارها دولة متوسطية، لم تتوان لكي تكون جزء من هذه المجموعة، لذا فقد بادرت بالمشاركة في مؤتمر برشلونة وإبرام اتفاق الشراكة الأورو–جزائرية الذي هو جزء لا يتجزأ من الاتفاقية الأورو متوسطية.

**ثانيا: الشركات المتعددة الجنسيات**

تعد الشركات المتعددة الجنسيات أو التي تسمى أيضا الشركات ذات الاقتصاد المختلط دعامة قوية لتنمية الاقتصاد الوطني وتعزيز مسار ترقية المنتوج الوطني على الصعيد الخارجي، فهي مؤسسات عملاقة ونشاطها الصناعي والتجاري يغطي أكثر من بلد.

فمن المنظور القانوني هي عبارة عن " **شخص قانوني لديه عدة فروع لها أنشطة اقتصادية في أكثر من دولة، والقيام بهذه الأنشطة يستوجب كيانات قانونية منفصلة يتم إنشاؤها وفقا لكل دولة يتواجد بها نشاط معين.**"

نفهم من هذا التعريف القانوني أننا لسنا أمام شركة واحدة وإنما أمام مجموعة من الشركات ترتبط فيما بينها بروابط قانونية، وأن تسمية " متعددة الجنسيات "جاءت من كون أن هذه الشركات تحمل جنسيات مختلفة تبعا للدول التي تمارس فيها نشاطها باعتبارها لا تعمل ضمن حدود دولة واحدة، وإنما تنتشر في دول متعددة عبر العالم.[2]

ونظرا للدور المحوري الذي تلعبه هذه الشركات على مستوى الاقتصاد العالمي، فهي ذات أهمية عارمة في تنمية اقتصاديات الدول النامية كالجزائر كون أنه لا مفر من الاعتماد عليها للنهوض بالاقتصاد الوطني.

بالرغم من الجانب الإيجابي الذي تتمتع به الشركات المتعددة الجنسيات وما لها من أهمية بالغة لتنمية الاقتصاد الوطني وتطويره، إلا أنه قد يكون لها جانب سلبي يؤثر على ترقية المنتوج الوطني لما لهذه الأخيرة من سلطة مهيمنة على السوق ونشاطها الواسع إضافة إلى سرعتها الفائقة في الإنتاج وغزارة منتوجاتها، هذا ما يعرض المنتوج الوطني للتهميش والاضمحلال ويجعل الشركات الوطنية في منطقة الظل مقارنة بضخامة الشركات المتعددة الجنسيات.

---

[1] مياسي إكرام ، مرجع سابق، ص198.

[2] أحمد عبد الستار كامل نصار، دور القانون الدولي العام في النظام الاقتصادي العالمي الجديد، مرجع سابق، ص 480.

فتعمل هذه الشركات مع مرور الزمن على إضعاف ميزان المدفوعات الوطني وكذا إنقاص مستوى أنشطة البحث ولتطوير، لاتكال المنتجين وحتى المستهلكين على التكنولوجيا الجديدة والمستحدثة الواردة عبر الأجانب عن طريق تلك الشركات.

وأكثر من ذلك، قد تفرض الشركات المتعددة الجنسيات سياستها وقوانينها على الدول النامية كالجزائر، هذا ما لا يخدم الاستقلالية الوطنية ومبدأ المساواة بين المستثمرين المحليين والأجانب، كما لا يتفق أساسا مع مبدأ السيادة الوطنية[1].

[1] هايل عبد المولى طشطوش، مرجع سابق، ص550.

## المبحث الثاني: الإجراءات الحمائية لترقية المنتوج

أصبحت حماية المنتوجات الوطنية من بين الأولويات الحكومية، على الرغم من تخصيص المشرع للمنتوج الوطني بعدة وسائل للحماية إلا أنها تبقى غير كافية فوجب تخصيص آليات خاصة لتوفير حماية كافية للمنتوج الوطني وعدم تقليده وهذا ما سنتطرق إليه في الحماية الخاصة لترقية المنتوج ( المطلب الأول) و الحماية العامة لترقية المنتوج ( المطلب الثاني).

### المطلب الأول: الحماية الخاصة لترقية المنتوج

لابد من مسايرة نظام حماية المنتوجات عن طريق براءة الاختراع لهذا التطور المتسارع لتصبح وسيلة لدعم القدرة التنافسية للمنتوج وزيادة فرص تسويقه بدلا من كونها وسيلة حماية فحسب، وبهذا أصبح لحماية براءة الاختراع أثر مزدوج على المنتوج الوطني وعلى الاقتصاد ككل يتناسب مع التغيرات التكنولوجية الراهنة. وكذا الالتزام بسلامة المنتوج.

**الفرع الأول: المنتوج الوطني لبراءة الاختراع**

**أولا: طرق حماية براءة الاختراع**

إن الهدف من وضع نظام قانوني لحماية الحقوق الناشئة عن براءة الاختراع هو تحديد نطاق المنافسة المشروعة الناتجة عن هذه الحقوق وعدم الخروج عن الحدود المرسومة قانونا لها. لذا فإن القانون الجزائري كرس نظام حماية مزدوجة تتمثل في المتابعة المدنية للمعتدي على هذه الحقوق متى سبب ضررا لصاحبه، ومتابعة جزائية عندما يشكل ذلك التعدي جريمة يعاقب عليها القانون.

**أ- الحماية المدنية:**

تعتبر الحماية المدنية حق من الحقوق التي يتمتع بها مالك براءة الاختراع ، فإذا وقع ضرر أدى إلى إعاقة الاستغلال الأمثل لحقوقه الاستئثارية منح له القانون الحق في رفع دعوى قضائية على أساس المنافسة غير المشروعة طبقا للمادة 58 من الأمر المتضمن براءة الاختراع[1].

[1] الأمر 07 – 03 المتعلق ببراءات الاختراع المؤرخ في 19 جويلية 2003، جريدة رسمية صادرة في 23 جويلية2003، عدد44.

ولكن لممارسة حق الحماية المدنية المكرسة قانونا لصاحب براءات الاختراع لابد من توافر شروط معينة تتمثل في:

- إلزامية وقوع الضرر بعد الحصول على براءة الاختراع وليس قبل ذلك.
- منافسةغير مشروعة من جهة وتكون منافية للقوانين والأعراف وقواعد النزاهة الشرف المعمول بهم في السوق من جهة أخرى.
- وجود علاقة سببية بين الأفعال التي تشكل منافسة غير مشروعة والضرر اللاحق بالمخترع صاحب البراءة.[1]

ب- الحماية الجنائية:

أقصى حماية براءة الاختراع والحقوق التي تخولها لمالكها ويكون ذلك عندما يشكل الاعتداء عليها جريمة يعاقب عليها القانون، ولعل جريمة التقليد هي أكثر الجرائم المنتشرة والماسة ببراءة الاختراع بحيث أصبحت الأسواق الحالية تعج بالمنتوجات المقلدة وأصبح المستهلك لا يفرق بين المنتوج الأصلي والمقلد بل وقد يكون المنتوج المقلد يضاهي الأصلي في السعر.[2]

**ثانيا: أثار حماية براءة الاختراع على دعم المنتوج الوطني**

فوجود نظام براءات فعال يشجع الروح الإبداعية لدى المنتجين ويزيد من ارتياحهم في نشر وتطبيق اختراعاتهم ، كما يؤدي إلى منافسة نزيهة مشروعة هدفها زيادة جودة المنتوج الوطني والتقليل من تكلفة إنتاجه وسعره، فحماية البراءة تؤدي بصاحبها إلى التشجع لترويج وتسويق منتوجه الجديد المخترع وتحمل مخاطر ذلك بما سيضمن تحصله في النهاية على عائدات استغلال اختراعه وإنتاجه وتسويقه وفقا لنظام براءات الاختراع. [3]

كما يمكن تبيان أثر حماية براءة الاختراع على دعم المنتوج الوطني في ما يلي:

---

[1] بن دريس حليمة، حماية حقوق الملكية الفكرية في التشريع الجزائري ، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة أبي بكر بلقايد ، تلمسان، السنة الجامعية 2014 – 2013 ، ص131.

[2] المادة 61 من الأمر 07 – 03 المتعلق ببراءات الاختراع المؤرخ في 19 جويلية 2003 ، جريدة رسمية صادرة في 23جويلية 2003 ، عدد44.

[3] رحماني أسماء، دور براءة الاختراع في دعم تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مذكرة لنيل درجة الماجستير في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة أحمد بوقرة بومرداس، السنة الجامعية 2008-2009 ، ص87.

- دعم القدرة التنافسية للمنتوج الوطني.
- توسع مجال استغلال المنتوج الوطني المخترع.
- إدماج المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الأسواق العالمية.
- الحد من المنتوجات المقلدة المنافسة للمنتوج الوطني. [1]

**الفرع الثاني: سلامة المنتوج**

**أولا: إلزامية سلامة المنتوج**

يعد الالتزام بسلامة المنتوج التزاما حصريا يقع على المنتج هدفه الأساسي توفير الأمن والأمان للمستهلك بحيث لا يجب أن ينطوي المنتوج على أية خطورة، فالمنتج إذن ملزم بوصول منتوجه للمستهلك الأخير دون أن يسبب أي ضرر.

من أجل ذلك أولت معظم التشريعات اهتماما بالغا بالالتزام بالسلامة وأدخلته ضمن المسؤولية المدنية التي تقع على المنتج، كون أن الأضرار الناجمة عن عدم سلامة المنتوج لا تكمن فقط في وجود عيب أو خلل فيه وإنما يتعدى الأمر إلى الخطورة الكامنة في استعمالاته العادية أي دون وجود أي عيب يذكر.[2]

فالالتزام بالسلامة إذن " هو عبارة عن سيطرة فعلية على كل عناصر المنتوج التي يمكن أن تسبب ضررا للمستفيد من السلعة أو الخدمة." [3]

**ثانيا: مسؤولية المنتج في تحقيق سلامة المنتوج ورقابته**

تعتبر مسؤولية المنتج نمط جديد من أنماط المسؤولية مقارنة بتقسيمات المسؤولية التقليدية إلى عقدية وتقصيرية ، أيضا أن مسؤولية المنتج نظام جديد لتحقيق الحماية للمنتوج الوطني والتأكد من سلامته بغض النظر عن العلاقات العقدية التي ينظمها القانون المدني، بحيث تعتبر هذه المسؤولية أكثر مهنية

---

[1] عمار طهرات، فعالية حماية حقوق الملكية الفكرية في الجزائر ودورها في تطوير بيئة- الاستثمار الأجنبي المباشر، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة وهران، السنة الجامعية 2012-2013، ص32-33.

[2] موفق حماد عبد، الحماية المدنية للمستهلك في التجارة الإلكترونية، مكتبة السنهوري، منشورات زين الحقوقية، مصر، ص297.

[3] مواقي بناني أحمد، " الإلتزام بضمان السلامة ( المفهوم، المضمون، أساس المسؤولية")، مجلة الفكر، العدد العاشر، 2018، ص417.

وواقعية وتحقق حماية مزدوجة للمنتوج وللمستهلك في آن واحد، فهي تخدم أكثر التطورات الاقتصادية والصناعية الحديثة وكثرة وتنوع المنتوجات المعروضة في السوق كونها تلحق أي خلل في المنتوج بمنتجه مباشرة[1].

لضمان سلامة المنتوج الوطني وفقا لمسؤولية المنتج لابد من إثبات أركان مسؤولية المنتج والتي تحقق بوجود عيب في المنتوج وضرر يقع على المستهلكين وعلاقة سببية بينهما.

و لتفادي عبء المسؤولية التي ستقع على عاتق المنتج في حالة وجود عيب في المنتوج، أوجب القانون إخضاع كل المنتوجات إلى الرقابة قبل وضعها للتداول والاستهلاك، فلا يجوز تسبيق مبدأ حرية المنافسة ومبدأ الاقتصاد الحر على مبدأ صحة وأمان الأشخاص.

فتعرف الرقابة على أنها خضوع شيء معين لسلطة هيئة أو جهاز يحدده القانون من أجل البحث والتحري والكشف عن الحقائق وفقا للقانون. والرقابة عن سلامة المنتوجات قد تكون إجبارية خاصة في بعض المنتوجات الحساسة كالأدوية مثلا تباشرها السلطات التابعة للدولة خدمة للمصلحة العامة، كما يمكن أن تكون الرقابة اختيارية يلجأ إليها المنتجون لإضفاء المصداقية والثقة على منتوجاتهم قبل عرضها في السوق[2].

[1] حامق ذهبية، الالتزام بالإعلام في العقود، رسالة من أجل الحصول على دكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، السنة الجامعية 2008-2009 ، ص304.

[2] زهية حورية سي يوسف، المسؤولية المدنية للمنتج ، دار هومه للنشر والتوزيع2009، ص174.

## المطلب الثاني: الحماية العامة لترقية المنتوج

بعد تغير النظام الاقتصادي المتبع من طرف الجزائر من نظام الاقتصاد الموجه إلى نظام الاقتصاد الحر، تغير معه دور الدولة من دولة متدخلة إلى دولة ضابطة مما أدى إلى ضرورة فرض سيطرتها على المواد المادية والبشرية من سلع وخدمات لضمان إشباع حاجات المستهلكين وتوفير حد أدنى من الحماية للمنتوج الوطني وتشجيع الإنتاج المحلي عموما، ووسنتم التطرق إلى وسائل الحماية العامة المتمثلة في الرقابة الإدارية والمالية ( الفرع الأول) و التدابير الوقائية الجمركية ( الفرع الثاني).

### الفرع الأول: الرقابة المالية والإدارية

#### أولا: الرقابة المالية

فكرة الرقابة على الصرف أو النقد ترتبط أساسا بالنظام الاقتصادي المتبع من طرف الدولة، فتتسع في النظام الاشتراكي وتضيق في نظام اقتصاد السوق للمحافظة على المنافسة الحرة باعتبارها السمة الأساسية لهذا النظام، كما أن نظام الرقابة على النقد قد يتسع ويتزايد في الدول ذات الاقتصاد الضعيف ويتناقص ويضيق بالنسبة للدول القوية اقتصاديا، فدرجة الرقابة تتفاوت من دولة إلى أخرى فتتراوح بين الرقابة الشديدة والمحكمة إلى الرقابة الميسرة والنطاق الموسع في التعامل بالنقود وتتلخص الرقابة هنا في بعض القيود القانونية لا غير[1].

ولفرض الرقابة على الصرف أو النقد فإن الفكر الاقتصادي توصل إلى نظريتين :النظرية الكنزية التي تفضل الرقابة الضريبية كونها الأسرع والأنجع، والنظرية النقدية التي تتماشى أكثر مع نظام العولمة وانتشار العملات الأجنبية الداخلة والخارجة من الوطن التي من الضروري وضعها تحت دائرة الضوء.

أما بالنسبة للجزائر فهي تعتمد على السياستين معا لما تحققان من تكامل بينهما، فلتعزيز إيرادات الخزينة العمومية تكون الضرائب الأداة الفعالة لذلك، أما للحفاظ على استقرار ميزان المدفوعات وزيادة رصيد العملات الأجنبية للبنوك فتكون الرقابة النقدية التي تمارسها البنوك هي الملاذ الوحيد.

[1] أسامة توفيق عبد الهادي، قانون النقد في ضوء الفقه والقضاء والتشريعات الاقتصادية، ص 22 –24.

إن الدولة مجبرة على فرض رقابة صارمة عليها وعلى كيفية تداولها وذلك من خلال تكليف أجهزة متخصصة لذلك عادة ما يكون البنك المركزي والأجهزة التابعة له متبعين في ذلك عدة كيفيات وآليات لتفعيل هذه الرقابة.

**أ- الأجهزة البنكية المكلفة بالرقابة النقدية:**

- البنك المركزي أو بنك الجزائر.
- بنك الجزائر الخارجي.
- القرض الشعبي الجزائري.

**ب- آليات الرقابة النقدية:**

يتميز النظام الرقابي المصرفي الجزائري بالحدة والصرامة وتتعدد بذلك الأنماط الرقابية الممارسة والإجراءات القانونية المتعلقة بالنقد والقرض المطبقة لأجل ذلك، غير أنه نميز بين شكلين أساسين للرقابة المصرفية وهما :الرقابة الوقائية والرقابة الردعية أو ما يسمى بالرقابة الكاشفة للأخطاء البنكية.

- **الرقابة الوقائية:** تعتمد الرقابة الوقائية على أجهزة المصارف الداخلية إذ أنها تعتبر كرقابة ذاتية تمارسها البنوك على نفسها تفاديا للوقوع في الأخطاء والمخالفات البنكية، ولتحقيق رقابة وقائية فعالة لابد من وجود نظام إداري داخلي واضح ومكتوب، إضافة إلى نظام حسابي فعال يعتمد على التكنولوجيات الحديثة دون الاستغناء عن المستندات البنكية المهمة التي تفي بالغرض[1].
- **الرقابة الردعية:** تقوم الرقابة الردعية على كشق الأخطاء والمخالفات البنكية والعمل على معالجتها مع تعديل الضوابط المعمول بها لتفادي الوقوع في مثل تلك الأخطاء مستقبلا.

فيتعين على البنوك والمؤسسات المالية اتباع النظام الذي يحدده مجلس النقد والقرض الذي يتصرف كهيئة إدارية وقضائية في نفس الوقت للسهر على احترام مقاييس التسيير الموجهة لضمان سيولة المصارف والبنوك وقدراتها على الوفاء تجاه الم ودعين والغير، وكذا الحفاظ على بنيتها المالية[2].

وفي حالة مخالفة هذه الواجبات، يكون البنك أو المصرف الممثل من رئيس مجلس الإدارة وأعضائه معرض لعقوبات صارمة قد تصل إلى عقوبة الحبس من سنة إلى عشر سنوات وغرامات مالية تتراوح من

[1] عبد الرزاق سلام، مرجع سابق، ص. 226 .

[2] الأمر 11 - 03 المؤرخ في 26 أوت 2003 المتعلق بالنقد والقرض.

05ملايين إلى 10 ملايين دينار جزائري ، في حالة تبديد أموال البنوك أو اختلاسها أو استعمال أموال البنوك لأغراض شخصية على حساب العملاء والاقتصاد الوطني ككل.[1]

**ج- الرقابة الضريبية:**

إن نظام الضرائب عموما ليس وليد اليوم وإنما موجود على مر العصور القديمة منذ وجود سلطة عامة تحكم المجتمع، وهذا لأهمية هذا النظام ودوره الفعال في ضبط المبادلات التجارية والتجارة الخارجية خاصة.

لذا فمن الضروري في أي دولة وجود نظام رقابي ضريبي محكم لما لهذا الأخير من تأثير على الاقتصاد الوطني وما يوفره من حماية للتجارة الخارجية، فهو أداة في يد الدولة لتحقيق التنمية الاقتصادية ناهيك عن دورها الأساسي في توفير الإيرادات الضرورية للخزينة العمومية وتدعيم القدرة الشرائية للمستهلك عن طريق التوزيع العادل للمداخيل[2].

لذا لابد أن تكون هناك رقابة صارمة على كيفية تحصيلها بمختلف الأشكال وبإتباع شتى الإجراءات المنصوص عليها قانونا، وقبل هذا لابد من تحديد الأهداف المتوخاة من الرقابة الضريبية والإحاطة بها بدقة وأحكام حتى لا تشكل عبء وإجحاف في حق المستهلكين والأعوان الاقتصاديين على حد سواء.

تم تفعيل نظام جديد للرقابة الضريبية منذ سنة 2005 وهو نظام المعاينات الضريبية، هذا النوع من الرقابة لابد أن يتم في إطار قانوني منظم، كون أن هذه المعاينات بمثابة تفتيش رسمي يمارسه أعوان إدارة الضرائب المؤهلين لذلك، والهدف الأساسي منه هو كشف وضبط الغش الضريبي ومكافحته.

ويمكن أن تتم عمليات المعاينة الضريبية سواء في المحلات المهنية والتجارية للمكلف بالضريبة أو مسكنه الشخصي ويمكن أن تمتد حتى لمحلات أو مستودعات تابعة للغير ولكنها تحتوي على منتوجات وبضائع تابعة للمكلف بالضريبة بشرط أن يكون الأمر القضائي الخاص بالمعاينة يحدد بدقة الأسماء والأماكن المعنية بها، فلا يجوز في أي حال من الأحوال أن تتجاوز المعاينة الضريبية للأشخاص والأماكن المرخص بها.

---

[1] المادتين 131 و 132 من الأمر 11 – 03 المؤرخ في 26 أوت 2003 المتعلق بالنقد والقرض.

[2] وحادي حليم، دور الضريبة في ترقية الاستثمار الخاص الوطني في الجزائر دراسة حالة وكالة ترقية الاستثمارات ودعمها ومتابعتها، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية فرع إدارة أعمال كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، السنة الجامعية 2003 – 2002، ص11.

أن المعاينة الضريبية إجراء حساس وفيه مساس بالحريات المكفولة دستوريا للمواطنين لاسيما حرية الحياة الشخصية وحرمة المسكن الشخصي، هذا ما يفسر إخضاعه إلى ترخيص صادر بموجب أمر قضائي. وتهدف المعاينة الضريبية إلى مراقبة وفحص كل مستند أو وثيقة أو أي شيء مادي آخر من شأنه أن يثبت الغش الضريبي أو يحتج به بعدم دفع الضريبة اللازمة أو التهرب منها مع إمكانية تشميعها وحجزها[1].

أن إجراء المعاينة الضريبية هو إجراء استثنائي ذو طابع حمائي ووقائي بحت الهدف منه إعطاء المصداقية للرقابة الضريبية عن طريق الرقابة المستمرة التي تبعث الخوف والرهبة في نفوس التجار والمستوردين خاصة لتفادي الغش الضريبي الذي يعتبر فيروس فتاك قد ينخر الاقتصاد الوطني والتجارة الخارجية باختلال ميزان المدفوعات إذا لم يتم مكافحته.

**ثانيا : الرقابة الإدارية**

تقوم على الأنشطة الاقتصادية على آلية حديثة تسمى ب " الضبط الاقتصادي "الذي يعد مصطلح حديث وشكل جديد من أشكال تدخل الدولة في الحقل الاقتصادي غير الضبط الإداري المعهود في القانون الإداري والمعمول به في الفقه الإداري كالإدارات المركزية واللامركزية وكذا الهيئات العمومية المختلفة.

تنقسم سلطات الضبط الاقتصادي هذه حسب نوع الرقابة التي تمارسها إلى نوعين أساسيين:

- سلطات الضبط العمودي أو ما يسمى بالضبط القطاعي، بحيث كل نشاط اقتصادي لديه ضبط اقتصادي خاص به ويتجلى في سلطة ضبط إدارية ذات طابع تجاري.
- سلطات الضبط الأفقي والتي تشمل رقابتها كافة القطاعات الاقتصادية دون استثناء والتي يجسدها أساسا مجلس المنافسة إلى جانب جمعيات المستهلكين في بعض الأحيان.

وتتنوع سلطات الضبط الإدارية المستقلة في الجزائر وتكاد تمس كل القطاعات الاقتصادية الحساسة خاصة تلك التي لديها علاقة وطيدة بالتجارة الخارجية والمالية أهمها : مجلس النقد والقرض، اللجنة

[1] Bachir YELLES CHAOUCHE, Les mutations du droit fiscal algérien", Algérie cinquante ans après - La part du droit – ouvrage collectif, Editions AJED, Tome 2, p 759.

المصرفية، لجنة تنظيم ومراقبة عمليات البورصة، لجنة ضبط البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، لجنة ضبط الكهرباء والغاز.[1]

لكن رغم تعدد هذه السلطات واختلافها حسب القطاعات المراد ضبطها، إلا أنها تشترك في اختصاصات أساسية لا يمكن الاستغناء عنها حتى ولو ظهرت اختصاصات فرعية لكل سلطة على حدى، وتتمثل هذه الاختصاصات في: اختصاص التنظيم وإصدار القرار، اختصاص البحث والتحقيق واختصاص القمع وتوقيع الجزاء.[2]

**الفرع الثاني: التدابير الوقائية الجمركية**

لقد اهتمت اتفاقية الجات ومن بعدها المنظمة العالمية للتجارة على منح الدول النامية بعض الاستثناءات عن القاعدة العامة لتحرير التجارة العالمية نظرا للظروف الاقتصادية التي تمر بها تلك الدول، بحيث تمنح لها هذه الاستثناءات فرصة لاستدراك تأخرها الاقتصادي وتحصين نفسها من أخطار التدفق التجاري الغزير، وذلك عن طريق تمكينها من حماية منتوجها الوطني وتحقيق المنافسة العادلة عن طريق قواعد جمركية وتدابير حمائية نصت عليها الاتفاقات الملحقة بمنظمة التجارة العالمية لسنة 1994 والتي طبقتها تشريعات الدول النامية على غرار الجزائر بكل أمانة و إخلاص.

**أولا: التدابير المستوحاة من الاتفاقيات الدولية**

من أجل تحقيق تكافؤ الفرص في التجارة الدولية بين المنتوجات المحلية والمنتوجات الأجنبية وعدم سيطرة هذه الأخيرة على سوق الدول النامية، قررت منظمة التجارة العالمية حماية التجارة الخارجية لهذه الدول عن طريق السماح باتخاذ إجراءات حكومية لمواجهة الزيادة على الواردات عندما تصبح مضرة للاقتصاد الدولة المستوردة وصناعاتها المحلية وتمكينها من تعديل ميزانها التجاري،[3] حيث هناك مجموعة من التدابير الناتجة عن تفعيل تحرير التجارة الخارجية والتي من شأنها الإضرار بالمنتوج الوطني والحط من

[1] القانون رقم 01 – 02 – المتعلق بالكهرباء والغاز بواسطة القنوات والمؤرخ في 05 فيفري 2002 ، جريدة رسمية صادرة في 06 فيفري 2002 ، عدد 08 ، الذي كيفها كهيئة مستقلة تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي.

[2] منصور داود، الآليات القانونية لضبط النشاط الاقتصادي في الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، السنة الجامعية 2016 – 2015، ص111.

[3] مصطفى رشدي شيحة ، اتفاقات التجارة الدولية في عصر العولمة، الإسكندرية، مصر، 2003، ص40.

قيمته في السوق الدولية والتي تتمثل في مكافحة الإغراق، تفعيل الدعم والرسوم التعويضية وكذا إلزامية احترام قواعد المنشأ.

مكافحة الإغراق: يعد الإغراق أو ما يسمى بالتحديد ب "" الإغراق التجاري "من أخطر الممارسات وأشدها إضرارا بالمنتوج الوطني، بحيث يسعى ممارسوه إلى الالتفاف على مبدأ حرية التجارة وانتهاك قواعده بغية السيطرة على سوق معينة. [1]

**ولمكافحة الإغراق وجب توفر عدة شروط نذكرها كما يلي:**

- يجب أن يكون فتح التحقيق مقترنا بطلب مقدم من قبل فرع الإنتاج الوطني أو باسمه الذي يجب أن يكون مدعما بمساندة من منتجين وطنيين، كما تقوم السلطة المكلفة بالتحقيق بدراسة الطلب والذي يجب أن يكون مدعما بمستندات كما تقوم أيضا بفحص صحة الأدلة المقدمة في الطلب ومدى كفايتها لفتح تحقيق، ولا يتم الإعلان عن طلب فتح التحقيق إلا بعد اتخاذ القرار النهائي بإجرائه. [2]
- يجب ثبوت وجود تهديد بإلحاق ضرر كبير حتى يتم فتح تحقيق والتأكد من حجم الضرر.
- يجب أن يكون التهديد بوجود إغراق مبني على وقائع فعلية وليس على مجرد ادعاءات تخمينات.

**ثانيا: أنظمة الرقابة الجمركية**

أن أنظمة الرقابة الجمركية المتمثلة في نظام التراخيص الإدارية، نظام الحصص، ونظام الرسوم الجمركية هي من قبيل وسائل الدفاع التجاري المباحة دوليا، فهي تصب في مسعى واحد يهدف إلى تقييد التجارة الخارجية وعمليات الاستيراد والتصدير المتعلقة بالمنتوجات، فالأصل أن هذه الأخيرة تمارس بكل حرية.

**أ- نظام التراخيص:**

يعد الأنظمة الحمائية الشائعة بين مختلف دول العالم والتي تتجلى بتقسيم كمية المنتوج المسموح باستيرادها بين المستوردين الوطنيين الراغبين في استيراد نفس المنتوج.

---

[1] على فوزي الموسوي والست عبير سامي هادي، " الحماية المدنية من الإغراق التجاري"، مجلة مداد الآداب، العدد العاشر، كلية القانون، جامعة بغداد، العراق، ص803 .

[2] المواد 6 و9 القرار المؤرخ في 03 فبراير 2007 ، الذي يحدد كيفيات وإجراءات تنظيم التحقيق في مجال تطبيق الحق ضد الإغراق، جريدة رسمية صادرة في 28 مارس 2007 ، عدد21.

كما يعتبر نظام إداري تلجأ إليه الدولة لحماية منتوجها الوطني من غزارة المنتوجات المستوردة.[1] حيث نستخلص من هذا أن تراخيص الاستيراد ماهي إلا شكل من أشكال الضبط الإداري الممارس على حرية التجارة الخارجية، بحيث تتمكن الدولة من خلالها بسط رقابتها السابقة وحتى اللاحقة على المبادلات التجارية الفردية وحتى الجماعية .

**ب- نظام الحصص:**

إن نظام الحصص أو القيود الكمية أو ما يسمى أيضا بنظام تسقيف الاستيراد من التدابير الوقائية المحفوظة دوليا، التي يمكن لأي دولة أن تلجأ إليها من أجل الحفاظ على صناعتها المحلية منأثر زيادة الواردات واحداثها لأضرار جسيمة يستوجب جبرها. وبالتالي فإن المنظمة العالمية للتجارة قد خصت نظام التدابير الوقاية باتفاق منفصل وهو اتفاق الحماية لسنة 1994.[2]

قامت وزارة التجارة بإصدار قرار يحدد كيفيات وإجراءات تنظيم التحقيق في مجال تطبيق التدابير الوقائية والذي جاء كتكملة للمرسوم التنفيذي المتعلق بتحديد شروط تنفيذ التدابير الوقائية وكيفياتها.

حيث نجد أننا لكي نطبق أي تدابير أو إجراءات وجب توفر شروط وهنا سنذكر أهم هذه الشروط منها:

- **شكلية:**

- إخضاع كل تدبير للتحقيق حيث لا تتجاوز مدته 40 يوما ويمكن تمديدها بكلمة من وزير التجارة الخارجية؛ إلزامية الكتم على المعلومات وسريتها، حتمية الوصول لنتيجة تزايد الواردات في السوق الوطنية.
- مدة تطبيق التدبير الوقائي وهنا لا يجب أن تتجاوز مدة التحقيق04 سنوات إلا لبعض الاستثناءات كأنه لا يزال من الضروري تمديد المدة لإصلاح الضرر بحيث لا تتجاوز المدة كاملة 8 سنوات، أيضا لا يطبق التدبير على منتوج مستورد من دولة نامية.[3]

[1] المرسوم التنفيذي رقم 306 – 15 المؤرخ في 06 ديسمبر 2015 الذي يحدد شروط وكيفيات تطبيق أنظمة الاستيراد والتصدير للمنتوجات والبضائع، جريدة رسمية صادرة في 09 ديسمبر 2015 ، عدد66.

[2] مصطفى سلامة، منظمة التجارة العالمية النظام الدولي للتجارة الدولية، الإسكندرية، مصر، الطبعة الأولى 2006، ص 188.

[3] المرسوم التنفيذي رقم 220 – 05 المؤرخ في 22 جوان 2005 الذي يحدد شروط تنفيذ التدابير الوقائية وكيفياتها، جريدة رسمية صادرة في 22 جوان 2005، عدد43.

- **موضوعية:**

هي عبارة عن شرط واحد وهو وجوب اعتماد التحقيق على وقائع حقيقية وهذا لإثبات العلاقة السببية بين تزايد الواردات والضرر بالمنتوج الوطني وهذا كله من خلال تقييم العوامل التي تحدد الضرر، معاينة السوق الوطنية من حيث تغير مستوى مبيعات المنتوجات الوطنية.

**ج- نظام الرسوم الجمركية:**

هو نظام حمائي وهو عبارة عن ضريبة تفرضها الدولة على المنتوجات العابرة لحدودها دخولا أو خروجا.[1]

وهو ضريبة غير مباشرة تطبق على الواردات فقط وهذا لأنها تأثر على الاقتصاد وتساهم في ترقية المنتوج الوطني. [2]

ويتم الحصول على الرسوم الجمركية من عند جهاز الجمارك وتنقسم إلى ما يلي:

- الرسم الجزافي: وهذا عندما يتعلق الأمر بمنتوجات وبضائع مجردة من طابع تجاري وهي على شكل ارساليات صغيرة بين أفراد نجدها كثيرا في حقائب المسافرين.
- الرسوم الداخلية: يطبق على المنتوجات البترولية وما شابهها ويتم تحصيلها من قبل إدارة الجمارك أيضا.

الرسم على القيمة المضافة: ضريبة استهلاك البضائع والسلع والخدمات ضمن أراضي الدولة، سواء كانت مصنعة محليا أو مستوردة[3]".

[1] خلاف عبد الجابر خلاف، مرجع سابق، ص28.

[2] عبد الله الصعيدي، مرجع سابق، ص89.

[3] ناديا خالد نعمان ثابت، الرسوم الجمركية في ظل تحرير التجارة الخارجية وإمكانية تطبيق ضريبة القيمة المضافة كبديل عنها في سورية، بحث مقدم لنيل درجة الماجستير في الاقتصاد، جامعة تشرين، كلية الاقتصاد، قسم الاقتصاد والتخطيط سوريا السنة الجامعية2006 – 2005 ، ص82.

**خلاصة الفصل الثاني:**

الإجراءات والتدابير في مجال حماية المنتوج الوطني هي أحد أهم الاستراتيجيات التي يتبناها الدولة وتعول عليها من أجل بناء اقتصاد وطني حقيقي متنوع وفكرة حماية المنتوج الوطني بشكلها العام هي إجراء يجد له المبرر والأساسي القانوني ضمن القواعد التي تحكم سير المنظمة العالمية للتجارة التي تمنح الدول استثناء وبصفة مؤقتة وانتقالية تبني سياسات اقتصادية من أجل حماية منتجاتها وفق شروط ومتطلبات محددة سلفا ريثما المنتجات المحلية تحس قدراتها التنافسية.

إن التدابير التي اتخذتها الدولة في هذا المجال بالذات تتباين من حيث التوافق والتنافر مع مبادئ المنظمة العالمية للتجارة، بالرغم من سعي الدولة المستمر إلى تكريس قواعد ومبادئ المنظمة العالمية في قوانينها الداخلية المتعلقة أساسا بالتجارة الخارجية.

# خاتمة

## خاتمة:

تشكل حماية المنتوجات الوطنية إحدى الركائز الأساسية لترقية الاقتصاد الوطني، ولعل أول خطوة في تكريس الحماية هي وضع مفهوم دقيق وشامل للمنتوج الوطني، إلا أن الملاحظ على المشرع الجزائري عزوفه عن تعريف المنتوج الوطني، والاكتفاء بالإشارة إلى ترقيته في عدة نصوص قانونية، وفي المقابل فإننا نجده يستعمل عبارة المنتجات ذات المنشأ الوطني، ومنه فانه من اجل تحديد المنتجات الوطنية لابد من العودة لقواعد المنشأ المكرسة في الاتفاقيات الدولية التي أبرمتها الجزائر وكذا قانون الجمارك الجزائري وفي سبيل حماية المنتوج الوطني أقرت الجزائر جملة من التدابير وبينها تلك التي تطبق على الصعيد المالي، حيث عملت الجزائر ولمدة طويلة على تخفيض سعر الصرف، ذلك أن من بين النتائج التي يحققها تقليص استيراد المنتوجات الأجنبية التي لا يمكن للمنتوج الوطني منافستها، كما اقر المشرع الجزائري جملة من التدابير للرقابة على الصرف ومن بينها إلزامية التوطين البنكي وهذا للمحافظة على احتياط الصرف و كذا تقييد عمليات الاستيراد.

من خلال الدراسة توصلنا إلى النتائج التالية:

- تخلي المشرع عن تقديم تعريفات خاصة بالمنتوج الوطني.
- تخفيض سعر العملة الوطنية و إتباع أسلوب التعويم المرن ساهم في تدهور الاقتصاد الوطني و من خلاله المنتوج الوطني، إذ أن تخفيض العملة لابد أن يتبعه تحكم في الأسواق الموازية.
- إقرار إجراء التوطين البنكي و على الرغم من كونه ساهم في ترشيد الاستيراد إلا انه من جانب أخر ساهم في عرقلة استيراد المواد نصف المصنعة التي تعتمد عليها بعض الصناعات التحويلية في الجزائر.

و عليه نقترح ما يلي :

- وجوب تحديد مفهوم المنتوج الوطني خاص به .

- التخفيف من القيود المفروضة على إنشاء المؤسسات المالية الخاصة و البنوك و السماح بإنشاء مكاتب الصرف و هذا لامتصاص السيولة النقدية في الأسواق الموازية، مما يعزز سعر الصرف

## خاتمة:

–التركيز على الرفع من جودة المنتوج الوطني بدل اللجوء للقيود المختلفة والتي تحرم المنتوج الوطني من المنافسة الإيجابية.

# قائمة المصادر والمراجع

## أولا: المراجع باللغة العربية:

### 1- النصوص القانونية والتنظيمية:

### القوانين والأوامر:

- **القوانين:**


1. قانون رقم 88-04 مؤرخ في 12 يناير سنة 1988 يعدل ويتمم الأمر رقم 75-59 المؤرخ في 26 سبتمبر سنة 1975 والمتضمن القانون التجاري، ويحدد القواعد الخاصة المطبقة على المؤسسات العمومية الاقتصادية.
2. القانون رقم 89-02 المؤرخ 1 رجب 1409 الموافق 7 فبراير 1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك.
3. القانون 12 - 89 المؤرخ في 05 جويلية المتعلق بالأسعار 1989 ، جريدة رسمية صادرة في 02أوت 1989، عدد 29.
4. القانون رقم 98-10 المؤرخ في 22 غشت 1989 المعدل والمتمم للقانون رقم 79-07 المؤرخ في 21 يوليو 1979، المتضمن قانون الجمارك، جريدة رسمية، عدد 61، الصادرة بتاريخ 23 غشت 1998.
5. القانون رقم 01 - 02 - المتعلق بالكهرباء والغاز بواسطة القنوات والمؤرخ في 05 فيفري 2002، جريدة رسمية صادرة في 06 فيفري 2002 ، عدد 08، الذي كيفها كهيئة مستقلة تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي.
6. القانون رقم 02 - 04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية الصادر في 23 جوان 2004، جريدة رسمية عدد 41 الصادرة في 27 جوان 2004 المعدل والمتمم بالقانون رقم 10 06 -الصادر في 15 أوت 2010 جريدة رسمية صادرة في 18 أوت 2010، عدد46.
7. القانون16-09 المؤرخ في 03 أوت 2016 المتعلق بترقية الاستثمار، جريدة رسمية صادرة في 03أوت 2016، عدد46 .

8. الأمر رقم 48 – 66 الصادر في 25 فبراير 1966 المتضمن انضمام الجمهورية الجزائرية الديموقراطية الشعبية إلى اتفاقية باريس المؤرخة 20 مارس 1883 المتعلقة بحماية الملكية الصناعية، جريدة رسمية صادرة في25 فبراير 1966 ، عدد 16.
9. الأمر رقم 06 – 95 – الصادر في 25 جانفي 1995 المتعلق بالمنافسة والممارسات التجارية، جريدة رسمية صادرة في2 2فيفري 1995 ، عدد90.
10. الأمر رقم 03 – 03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بالمنافسة، جريدة رسمية صادرة في 20 جويلية عدد43 .
1. الأمر رقم 06 – 03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بالعلامات، جريدة رسمية صادرة في 23جويلية 2003، عدد 43 .
2. الأمر 07 – 03 المتعلق ببراءات الاختراع المؤرخ في 19 جويلية 2003، جريدة رسمية صادرة في 23 جويلية 2003 ، عدد44 .
1. القرار المؤرخ في 03 فبراير 2007، الذي يحدد كيفيات وإجراءات تنظيم التحقيق في مجال تطبيق الحق ضد الإغراق ، جريدة رسمية صادرة في 28 مارس 2007، عدد21.

**النصوص التنظيمية:**

**المراسيم التنفيذية:**

1. المرسوم التنفيذي رقم 90–266 مؤرخ في 15 سبتمبر 1990 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات، جريدة رسمية، عدد 40 المؤرخة في 19 سبتمبر 1990.
2. المرسوم التنفيذي رقم 39 – 90 المؤرخ في 30 جانفي 1990 المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش، جريدة رسمية صادرة في 31 جانفي 1990، عدد05 .

**الكتب:**

1. أحمد محمد محرز، الحق في المنافسة المشروعة في مجالات النشاط الاقتصادي ( الصناعة التجارة الخدمات) ، كلية الحقوق، جامعة القاهرة ، فرع بني سويف،1994.
2. أحمد عبد الستار كامل نصار، دور القانون الدولي العام في النظام الاقتصادي العالمي الجديد.

3. إسراء خضر العبيدي، المنافسة والممارسات المقيدة لها في ضوء أحكام قانون المنافسة ومنع الاحتكار العراقي، كلية القانون، الجامعة الإسلامية، العراق، 2010 .
4. إبراهيم أحمد خليفة، النظام القانوني لمنظمة التجارة العالمية، دار الجامعة الجديدة ،الإسكندرية ، مصر.
5. إبراهيم متولي حسن المغربي، دور حوافز الاستثمار في تعجيل النمو الاقتصادي من منظور الاقتصاد الإسلامي والأنظمة الاقتصادية المعاصرة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2011.
6. بيان هاني حرب، مبادئ التسويق، الوارثة للنشر، الطبعة الأولى، الأردن 1999.
7. جمال محمود الكردي، حق المؤلف في العلاقات الخاصة الدولية والنظرة العربية الإسلامية للحقوق الذهنية في منظومة الاقتصاد العالمي الجديد، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية، مصر 2003.
8. جابر فهمي عمران ، منظمة التجارة العالمية نظامها القانوني ودورها في تطبيق التجارة العالمية ، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2009 .
9. حسن ماحي، حماية المنافسة، المكتبة العصرية، الطبعة الأولى، مصر، 2007 .
10. خلاف عبد الجابر، خلاف القيود الجمركية وتطور التجارة الخارجية للدول الآخذة للنمو، دار الفكر العربي، القاهرة ، مصر.
11. زهية حورية سي يوسف، المسؤولية المدنية للمنتج ، دار هومه للنشر والتوزيع2009 .
12. سمير التنير، الإستراتيجية المستقبلية للاقتصاد اللبناني بعد الحرب، دار المنهل اللبناني، الطبعة الأولى، لبنان، 2007.
13. صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، الطبعة الأولى، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن،2000 .
14. طلعت أسعد عبد الحميد، التسويق الفعال، دار النهضة العربية، مصر، 2002.
15. عبد الإله سيف الدين ساعاني، مبادئ التسويق، دار حافظ للنشر، عمان، الأردن، 2014.
16. عبد المجيد الصغير بيرم، الوجيز في القانون الاقتصادي، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2016- 2017.

17. عجة الجيلالي، الكامل في قانون الاستثمار، للاستثمار: الأنشطة العادية وقطاع المحروقات ، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر،2006 .

18. عجة الجيلالي، التجربة الجزائرية في تنظيم التجارة الخارجية من احتكار الدولة إلى احتكار الخواص، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الجزائر، 2017.

19. عبد الرزاق زويتن، دروس في القانون العام ا لاقتصادي، جامعة الإخوة منتوري قسنطينة، 2016.

20. علي فيلالي، الالتزامات النظرية العامة للعقد موفم للنشر، الجزائر2012 .

21. عبيوط محند وعلي، الاستثمارات الأجنبية في القانون الجزائري ، دار هومة ،2012 .

22. فلاح حسن حسني، إدارة المشروعات الصغيرة مدخل استراتيجي للمنافسة والتميز، الطبعة الأولى، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2006 .

23. فريد بشير طاهر، التنمية الاقتصادية والتخطيط " رؤية إسلامية"، مكتبة دار المتنبي، الطبعة الأولى، لمملكة العربية السعودية، 2017.

24. كازيفي غريف تعريب محمد الصغير جاري، البيروقراطية في التحليل الاقتصادي حول اقتصاد عمومي جديد وتصرف أمثل اقتصاد السوق دولة الرفاهية قطاع خاص قطاع عام ، دار النشر Economica باريس 1987.

25. معمر داود، منظمات الأعمال، الحوافز والمكافآت، دار الكتاب الحديث، عنابة، الجزائر، 2008.

26. مصطفى رشدي شيحة ، اتفاقات التجارة الدولية في عصر العولمة، الإسكندرية، مصر، 2003 .

27. موفق حماد عبد، الحماية المدنية للمستهلك في التجارة الإلكترونية، مكتبة السنهوري، منشورات زين الحقوقية، مصر.

28. مجدي محب حافظ، الموسوعة الجمركية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2005.

29. محمد علي الرشدان، العلامات التجارية، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن2009 .

30. مياسي إكرام، الاندماج في الاقتصاد العالمي وانعكاساته على القطاع الخاص في الجزائر، دار هومه الجزائر 2011 .

31. محمد حافظ عبده الرهوان وأحمد جامع، العلاقات الاقتصادية الدولية، شركة مطابع الطوبجي، الإسماعلية ، مصر،2004 .

32. مهند إبراهيم علي فندي الجبور، النظام القانوني للتحول إلى القطاع الخاص " الخصخصة "دراسة مقارنة ، دار الحامد للنشر والتوزيع الطبعة الأولى، الأردن، 2008 .

33. ناصر محمد عبد الله سلطان، حقوق الملكية الفكرية، الطبعة الأولى، إثرا للنشر والتوزيع، الأردن ، 2009.

34. نموشي أمال، مبادئ التسويق، دار هومه ، الجزائر، 2011.

35. ناصر مراد ، فعالية النظام الضريبي بين النظرية والتطبيق، مطبعة دار هومة، الجزائر، 2003.

36. هايل عبد المولى طشطوش، المشروعات الصغيرة ودورها في التنمية، دار الحامد، عمان، الأردن.

37. وليد علي محمد عمر، الثمن في عقد البيع الدولي للبضائع كأحد الالتزامات الجوهرية للمشتري، المكتب الفني للإصدارات القانونية، مصر2002.

**مذكرات التخرج:**

**رسائل دكتوراه:**

1. أمل أحمد محمود الحاج حسن، المنافسة التجارية في الفقه الإسلامي وأثرها على السوق، أطروحة دكتوراه في الفقه والتشريع، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح نابلس فلسطين2012.

2. بوعمامة زكريا، الحماية القانونية للمنتوج الوطني من غير المحروقات وحرية التجارة الخارجية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في القانون الخاص، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق ، جامعة الجزائر 1، السنة الجامعية2018 – 2017 .

3. بن دريس حليمة، حماية حقوق الملكية الفكرية في التشريع الجزائري ، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة أبي بكر بلقايد ، تلمسان، السنة الجامعية 2013 – 2014.
4. تياب نادية، آليات مواجهة الفساد في مجال الصفقات العمومية، رسالة لنيل شهادة دكتوراه علوم تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2012 – 2013 .
5. جلال مسعد زوجة محتوت، مدى تأثر المنافسة الحرة بالممارسات التجارية، رسالة لنيل درجة الدكتوراه في القانون، فرع " قانون الأعمال"، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، تم مناقشتها بتاريخ 2012 – 12 – 06 .
6. حامق ذهبية ، الالتزام بالإعلام في العقود، رسالة من أجل الحصول على دكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1 ، السنة الجامعية 2008–2009.
7. حاجي كريمة، إستراتيجية توقع العلامة في محيط تنافسي، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم التجارية تخصص تسويق كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة الجزائر 3 ، 2015–2016.
8. خديجي أحمد، قواعد الممارسات التجارية في القانون الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم حقوق، جامعة الحاج لخضر، باتنة ، نوقشت في 12 ماي2016 .
9. عمار طهرات ، فعالية حماية حقوق الملكية الفكرية في الجزائر ودورها في تطوير بيئة–الاستثمار الأجنبي المباشر، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة وهران، السنة الجامعية 2012–2013.
10. عبد المجيد قدي، إدارة الجودة الشاملة وتحقيق تنافسية المؤسسة في ظل التحولات الاقتصادية، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة الجزائر03، 2010–2011.

11. عبد المجيد شنتوفي، المعاملة الإدارية والضريبية للاستثمارات في الجزائر، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2017.

12. قدال زين الدين، تحليل الجباية النفطية البترولية وأثرها على الاقتصاد الجزائري، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية، علوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة وهران ، السنة الجامعية2013 – 2012 .

13. لخضر مرغاد، التسويق الدولي للمنتوج الزراعي كأداة لتنمية الصادرات الجزائرية خارج المحروقات، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه علوم في التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة السنة الجامعية 2016-2015 .

14. منصور داود، الآليات القانونية لضبط النشاط الاقتصادي في الجزائر ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، السنة الجامعية 2016 – 2015 .

15. ماني عبد الحق، الحماية القانونية للالتزام بالوسم، دراسة مقارنة بين التشريعين الفرنسي والجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في الحقوق تخصص قانون الأعمال، جامعة محمد خيضر بسكرة ، 2015-2016.

16. موهوبي كمال، البعد الاقتصادي لاتفاق الشراكة بين الجزائر والمجموعة الأوروبية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون العام، كلية الحقوق بن عكنون الجزائر، السنة الجامعية 2012 – 2011.

**مذكرات ماجستير:**

1. رحماني أسماء، دور براءة الاختراع في دعم تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مذكرة لنيل درجة الماجستير في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة أحمد بوقرة بومرداس، السنة الجامعية2008 -2009 .

2. لعماري وليد، الحوافز والحوافز القانونية للاستثمار الأجنبي في الجزائر ، مذكرة ماجستير في القانون تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر 01 ، 2010 2011.

3. وحادي حليم، دور الضريبة في ترقية الاستثمار الخاص الوطني في الجزائر دراسة حالة وكالة ترقية الاستثمارات ودعمها ومتابعتها، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية فرع إدارة أعمال كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، السنة الجامعية 2003 -2002 .

**المجلات والملتقيات:**

1. أمازور لطيفة، "العلاقة بين عدم مطابقة المبيع للمواصفات والعيب الخفي"، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، عدد 2012/03 ، سبتمبر 2012 .
2. بورقعة فاطمة وآخرون، تأثير خصائص المنتج على ولاء المستهلك للعلامة، المجلة العربية المغاربية للإقتصاد والمانجمنت، عدد 2، سبتمبر 2016.
3. بن سفيان الزهراء، حقانة ليلى، المنتوج الوطني وسياسات مزيجه التسويقي- مع الإشارة للمؤسسة الوطنية للصناعات الإلكترونية، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجاري، المجلد 14، العدد1، 2021.
4. بهلولي فيصل،" التجارة الخارجية بين اتفاق الشراكة الأورو متوسطية والانضمام إلى منظمة التجارة العالمية"، مجلة الباحث، العدد 2012 / 11.
5. جزار مهدية، "تذبذب النظام القانوني للمؤسسة العمومية الاقتصادية في ظل تنظيم الصفقات العمومية"، مجلة بحوث العدد 08 ، 2015 ،جامعة الجزائر1.
6. زواوي فضيلة، " إشكالية الصادرات خارج قطاع المحروقات في الجزائر وإجراءات ترقيتها"، مجلة أبعاد اقتصادية،العدد 06 سنة 2016.
7. شعباني إسماعيل،" إمكانيات الجزائرية الزراعية في مواجهة الأسواق العالمية في إطار المنظمة العالمية للتجارة"، حوليات جامعة الجزائر ، العدد 12 الجزائر،1999.
8. صخري محمد،" بحث حول البنك الدولي"، مجلة الدراسات الاقتصادية والعولمة، الموسوعة الجزائرية للدراسات السياسية والإستراتيجية ، مجلة الكترونية، مقال منشور في 18 أكتوبر 2017في الموقع الالكتروني www.Polliticsdz.com :.

9. عائشة موازوي، القوانين والأجهزة المنظمة للاستثمار في الجزائر إشارة لقانون رقم 09 – 16 مؤرخ في 29 شوال عام1437 الموافق ل 03 غشت سنة 2016 يتعلق بترقية الاستثمار، مجلة آفاق علوم الإدارة والاقتصاد، العدد 2017 / 02 .

10. على فوزي الموسوي والست عبير سامي هادي، " الحماية المدنية من الإغراق التجاري"، مجلة مداد الآداب، العدد العاشر، كلية القانون، جامعة بغداد، العراق .

11. غيش عبير، " التعسف في استغلال وضعية التبعية الاقتصادية كممارسة مقيدة للمنافسة"، مجلة الفكر، العدد11 الصادر في 22 سبتمبر 2014 ، جامعة محمد خيضر، بسكرة.

12. قادر محمد الطاهر و آخرون، واقع الاستثمار الأجنبي المباشر في الجزائر ودوره في ترقية الصادرات خارج المحروقات، مجلة التنوير، العدد 2، جوان 2017.

13. لياس بروك، " تحرير الأسعار كضابط من ضوابط الممارسات التجارية"، مجلة جامعة 08ماي 1945 ، قالمة، العد 03 ،2007 .

14. محمد تربش، سمية طالب، سياسات المنتجات بالمؤسسات الإنتاجية مع دراسة شركة خزف تافنة بمغنيةCERTAF ، مجلة مجاميع المعرفة، العدد 1، أفريل 2016.

15. مقراني خلود، استثمار التكنولوجي كآلية لترقية المنتوج الوطني، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، المجلد 30، العدد 32 ، ديسمبر 2.

16. مجاج ناصر، مفهوم المنتوج المحلي ( الوطني) في القانون الجزائري، مجلة صوت القانون، العدد 7، 2017.

17. منى مسغوني، نحو أداء تنافسي متميز للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، مجلة الباحث، العدد 10 ،2012 .

18. محمد العربي ساكر،" الفلاحة والأمن الغذائي في الجزائر"، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم الإدارية جامعة الجزائر، الجزء 39 رقم 01 . 2001

19. مواقي بناني أحمد، " الإلتزام بضمان السلامة ( المفهوم، المضمون، أساس المسؤولية")، مجلة الفكر، العدد العاشر، 2018.

20. هوام علاوة، أوراغ آسيا، الضمانات والحوافز التشريعية لجذب الاستثمار في ظل القانون 09 / 16جامعة عباس الغرور، خنشلة، العدد 11 ، جانفي 2019.

21. خبابة عبد الله وخبابة صهيب، مداخلة تحت عنوان " المسؤولية المجتمعية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة( حالة الجزائر) ، الملتقى الدولي الثالث، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بشار، المنعقد في 14 و15 فيفري 2012 .

## مراجع باللغة الفرنسية:

Bachir YELLES CHAOUCHE . Les mutations du droit fiscal algérien", Algérie cinquante ans après - La part du droit – ouvrage collectif, Editions AJED, Tome 2.

J. Agéma, Le droit de français de la concurrence, PUF, 1989, N°131,

MENOUER Mustapha, MENOUER Mustapha , Droit de la concurrence ,BERTI Editions Alger 2013

. Renar Garifullin, Evolution récente et perspectives d'évolution de l'industrie pétrolière en fédération de Russie, Thèse de Doctorat , Ecole du pétrole et des moteurs, Université de Bourgogne, Paris 2002

# الفهرس

## الفهرس


| الموضوع | الصفحة |
|---|---|
| **الشكر** | – |
| **إهداء** | – |
| **مقدمة** | أ–ت |
| **الفصل الأول:** الإطار العام لترقية المنتوج | 1 |
| **المبحث الأول:** ماهية المنتوج | 2 |
| **المطلب الأول:** مفهوم المنتوج | 2 |
| **الفرع الأول:** تعريف المنتوج | 2 |
| **الفرع الثاني:** خصائص المنتوج | 4 |
| **المطلب الثاني:** عناصر المنتوج | 6 |
| **الفرع الأول:** العناصر الشكلية | 6 |
| **الفرع الثاني:** العناصر الموضوعية | 11 |
| **المبحث الثاني:**ماهية ترقية المنتوج ونطاقه | 15 |
| **المطلب الأول:** مفهوم ترقية المنتوج ونطاقه | 15 |
| **الفرع الأول:** تعريف ترقية المنتوج الوطني | 16 |
| **الفرع الثاني:** مجالات ترقية المنتوج الوطني | 18 |
| **المطلب الثاني:** العوامل المؤثرة في ترقية المنتوج | 23 |
| **الفرع الأول:** التعايش بين القطاع الخاص والعام في عملية الإنتاج | 23 |
| **الفرع الثاني:** تحرير التجارة الخارجية | 30 |
| **خاتمة الفصل الأول.** | 43 |
| **الفصل الثاني: وسائل وإجراءات ترقية المنتوج الوطني** | 45 |
| **المبحث الأول: الإجراءات التحفيزية لترقية المنتوج الوطني** | 45 |
| **المطلب الأول:** على المستوى المحلي | 45 |
| **الفرع الأول:** دعم التصنيع الداخلي | 46 |
| **الفرع الثاني:** دعم الصادرات خارج المحروقات | 48 |
| **المطلب الثاني:** على المستوى الدولي | 50 |
| **الفرع الأول:** جذب الاستثمار الأجنبي | 50 |

| | |
|---|---|
| **الفرع الثاني:** تشجيع الشراكة الأجنبية | **53** |
| **المبحث الثاني: الإجراءات الحمائية لترقية المنتوج** | **57** |
| **المطلب الأول:** الحماية الخاصة لترقية المنتوج | **57** |
| **الفرع الأول:** المنتوج الوطني لبراءة الاختراع | **57** |
| **الفرع الثاني:** سلامة المنتوج | **59** |
| **المطلب الثاني:** الحماية العامة لترقية المنتوج | **61** |
| **الفرع الأول:** الرقابة المالية والإدارية | **61** |
| **الفرع الثاني:** التدابير الوقائية الجمركية | **65** |
| **خلاصة الفصل الثاني.** | **69** |
| **خاتمة.** | **71** |
| **قائمة المصادر والمراجع.** | **74** |
| **الفهرس.** | **85** |