



جامعة أبو بكر بلقايد – تلمسان

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم الحقوق



دور الدولة في حماية السوق
أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم
تخصص: قانون خاص

من إعداد الطالبة:

بنور زينب

تحت إشراف:

الدكتور بمرزوق عبد القادر

لجنة المناقشة:

<u>الاسم واللقب:</u>	<u>الدرجة:</u>	<u>المؤسسة:</u>	<u>الصفة:</u>
- دايم بلقاسم	أستاذ التعليم العالي	جامعة تلمسان	رئيسا
- بن مرزوق عبد القادر	أستاذ محاضر قسم "أ"	جامعة تلمسان	مشرفا مقرا
- ميزاولي محمد	أستاذ محاضر قسم "أ"	جامعة بشار	مناقشا
- قوراري مجدوب	أستاذ محاضر قسم "أ"	جامعة بشار	مناقشا
- جارد محمد	أستاذ محاضر قسم "أ"	جامعة بشار	مناقشا

السنة الجامعية: 2019/2018

إهداء خاص

إلى والدي الحبيين

إلى أمي التي كل آمالها في الحياة اختصرتها في فلدات كبدها
تلك العزيزة الغالية التي سعادتها في سعادتنا، ونجاحها في نجاحنا، أطال الله
عمرها للخير وشافاها

إلى من غيبه الثرى منذ أيام قلائل

أهديك أبي رسالتي هاته ، فقد كنت اناملك الطيبة لتقدم لي لحظات من السعادة
ومهدت لي طريق العلم، وكان كل أملك أن تراني أنهل من هذا المنهل،
وأسير في درب النجاح، وأصل الى هذه المرتبة
أبي الحبيب لم يمهلك الموت حتى ترى ابنتك على أبواب التخرج
أنا اليوم أقف على هذه المنصة وكلي امل أن أحقق لك امنية طالما حلمت بها
نم قرير العين يا ابي ما ضاع جهدك الذي بذلته من اجلنا انا وإخوتي
أهديك رسالتي هاته يا من علمتني العطاء بلا حدود، يا من علمتني الصمود مهما
كانت الصعوباتفأسأل الله عز وجل ان يضيء قبرك بالأنوار
ويدخلك فسيح جناته رفقة حبيبنا المصطفى عليه أفضل الصلة والسلام
أهديها إلى عائلتي كلها فردا فردا ، صغيرا وكبيرا، رجلا وامرأة
وأتمنى من المولى عز وجل أن يحفظهم من كل شر ويبارك فيهم

شكر وتقدير

من لا يشكر الناس لا يشكر الله

أشكر جامعة أبو بكر بلقايد عامة، وكلية الحقوق خاصة على جهودها لرعاية طلبة العلم، والعناية بتأهيلهم تاهيلا علميا سديدا.

أخص بالشكر والتقدير وكل الامتتان للأستاذ الدكتور بن مرزوق، الأستاذ المشرف على البحث، أنحني تواضعا وخجلا أمام عمله ومقامه المحفوظ في ذاكرة كل من تعامل معه من طلبة العلم، ولا يكفيني شكره مقارنة مع ما بذله معي من جهد ووقت ورعاية علمية.

أسأل الله العظيم رب العرش العظيم أن يحفظه ويبارك في علمه وعمله، وأهله وولده، وانه سميع الدعاء

لا يكتمل الشكر إلا بالاعتراف بفضل اللجنة الموقرة التي قبلت وتفضلت بمناقشة هذه الاطروحة، باذلين في ذلك علمهم، ووقتهم، كل حسب مقامه: وموقعه، فلهم مني انحناءة شكر وإجلال لمقامهم العالي، واسأل رب السماوات ان يجازيهم خير الجزاء.

لا أنسى توجيه التقدير لكل شخص قدم لي يد العون، أو ساندني ولو بكلمة تشجيع، أو حتى تمنى لي حظا طيبا، إليهم كلهم مني كل باسمه ومقامه كل الشكر والتقدير والعرفان جازاهم الله خيرا عني

أولاً: باللغة العربية

ص:	الصفحة
ط:	الطبعة
ج:	الجزء
ج.ر:	الجريدة الرسمية
ق.م.ج:	قانون مدني جزائري
ق.ت.ج:	قانون تجاري جزائري
ق.ع.ج:	قانون عقوبات جزائري
ق.إ.م.إج:	قانون إجراءات مدنية وإدارية جزائري
ق.إ.ج.ج:	قانون إجراءات جزائية جزائري
إلخ	إلى آخره

ثانياً: باللغة الفرنسية

P:	Page
Edit:	Edition
Ibid:	Ibidem (au même en droit)
Op. cit:	Référence précédemment citée
J.o:	Journal officiel
Art:	Article

المقدمة :

وقفت النظم الاقتصادية المعاصرة مواقف شبه متناقضة من تدخل الدولة في الاقتصاد، إذ نرى الدولة في الاقتصاد الاشتراكي¹ تعتمد التدخل الكلي المباشر في الاقتصاد، بالتخطيط المركزي الذي يوجه ويتدخل في جميع الأنشطة الاقتصادية، معتمدا على فكرة ملكية الدولة لعناصر الانتاج الأساسية، التي بدورها تنظم وتقود الاقتصاد.

يهدف التخطيط الاقتصادي الاشتراكي إلى قيام الدولة بالمشروعات التنموية الأساسية، وتحقيق معدلات مرغوبة في النمو الاقتصادي وتوجيه الاستشارات لتحقيق أهداف الدولة، في إطار الإنتاج والاستهلاك وإعادة توزيع الناتج القومي.²

إن التخطيط الاقتصادي الاشتراكي كان شاملا للاقتصاد القومي كله (القطاع الحكومي/القطاع التعاوني)، ففي سوق السلع والخدمات -موضوع البحث- تحدد سلطات التخطيط المركزية الأسعار ومعاييرها، وحدودها، بحيث لا يمكن لها أن تتغير تلقائيا، كما أن الهدف من تخطيط الاستهلاك والانتاج تحقيق المستوى المناسب، وتوفير احتياجات المواطنين بالسعر المناسب في الضروريات، أما الكماليات فيرفع سعرها لتحقيق فائض لدعم الانتاج.

أما النظام الرأسمالي فهو نظام المشروع الفردي، الذي تسوده المنافسة الحرة بين الأفراد في سبيل كسب عيشهم، ومما يميز هذا النظام مايلي:

¹ الاشتراكية اسم يطلق على كل ما يصدر من النزعة الجماعية، وهي ترجمة لمصطلح المجتمعية، أي تقديم مصلحة المجتمع على مصلحة الافراد.

راجع أحمد محمد خليفة: المنهج العلمي الاشتراكي، الدار القومية للطباعة والنشر، القاهرة، ص 47.

² حسن حسين أحمد البشايرة: سياسة تدخل الدولة في سوق السلع والخدمات في الاقتصاد الإسلامي، عماد الدين للنشر والتوزيع، الأردن، ص 412 وما يليها.

• الملكية الخاصة لوسائل الانتاج، حيث أن أهم السلع الرأسمالية، وأغلب السلع الاستهلاكية مملوكة للأفراد.

• حرية النشاط الاقتصادي بحيث يمكن للفرد الانتاج، الاستهلاك، التوزيع.... الخ باعتباره الخلية الأساسية التي يكمن داخلها ضعف النظام أو قوته، وهذا مبدأ غالبا ما يتسبب في الأزمات الاقتصادية التي تجعل الأسواق تفقد توازنها.

• وجود المؤسسات الخاصة التي تملك حق الانتاج بشكل عام، إلا في حالات خاصة جدا.

• الربحية كمحرك للنشاط الاقتصادي والمصلحة الخاصة.

• الرقابة على هذا النظام تكون بواسطة جهاز الثمن كمرآة تعكس رغبات المستهلكين إلى المنتجين -التوازن التلقائي-.

• المنافسة الحرة التي يقوم عليها السوق لا يحددها سوى ضرورة كونها شريفة وشرعية، فتكون دافعا أساسيا للمنتجين في تحسين نوعية الانتاج تلبية لرغبات المستهلكين، مع خفض الأسعار بشكل يحقق مصلحة كل المتعاملين الاقتصاديين على وجه السواء، وكذلك الحد من ظاهرة الاستغلال والاحتكار¹.

تتدخل الدولة في النظام الرأسمالي لتلبية الحاجات العامة للجماعة²، وتهدف من خلال تدخلها في النشاط الاقتصادي إلى معالجة الأزمات الاقتصادية، فتسعى إلى الحفاظ على الاستقرار الاقتصادي، وتحقيق قدر من العدالة في توزيع الدخل القومي، وضمان الاستخدام الكفؤ للموارد و دعم النمو الاقتصادي باستخدام الاستثمار العام، وتحقيق توفير الخدمة العامة للمواطنين (الكهرباء، المياه، الصحة....)، كما تتدخل أيضا في المشروعات المتعلقة بالأمن القومي كالصناعات العسكرية، أيضا تحقيق البنى التحتية (الطرق، الموانئ، الطاقة...)، وأخيرا تتدخل للحفاظ على البيئة.

دخلت الجزائر منذ أواخر الثمانينات مرحلة حاسمة وحساسة من تاريخها الاقتصادي، باتجاهها إلى منظمة التجارة العالمية، وهذا بعد عدة اجراءات من الاصلاحات والتعديل الهيكلي لاقتصادها لعشرية كاملة، حيث بدأت إصلاحات استقلالية المؤسسات العمومية وعلاقتها بأجهزة الدولة في التسيير، وخصائص معاملاتها، ودورها الاقتصادي طبقا للقوانين المختلفة، ثم جاءت إجراءات التعديل الهيكلي المصاحبة لإعادة

¹ لبيب شقير: تاريخ الفكر الاقتصادي، مطبعة نهضة مصر، القاهرة، 1956، ص 77.

² عاطف صدقي، مبادئ المالية العامة، ج2، دار النهضة العربية، القاهرة، 1969، ص 250

جدولة الديون الخارجية للجزائر، بمساهمة صندوق النقد الدولي والبنك الدولي، وهو ما ضمن التوازن داخليا وخارجيا¹.

شهدت الجزائر تغيرات جمة في ظل اقتصاد السوق، حيث أكد دستور 96 على حرية التجارة والصناعة في مادته 37، فتحررت الأسواق، وصدر أول قانون للمنافسة، حيث تحول دور الدولة من الحارسة إلى الدولة الضابطة، ففتح المجال أمام ما يسمى بالمنافسة الحرة كتحد كبير، وصاحبها إنشاء سلطات ضبط مستقلة هدفها احترام شروط النشاط، وتنظيم المنافسة على مستوى كل قطاع اقتصادي تشرف عليه، ثم استحدث مجلس المنافسة في السوق، مما أدى إلى ظهور إشكالات قانونية في هذا المناخ المؤسسي الجديد، كتداخل الاختصاص بين السلطات الادارية ومجلس المنافسة، وعدم وضوح طبيعة العلاقة بين هذه السلطات والمجلس، وحول طرق الفصل في النزاعات التي يمتد فيها الاختصاص إلى القضاء.

إن حماية المستهلك وتنظيم المنافسة هما أهم أهداف الرقابة على الأسواق، وهذا لا يعني أبدا التدخل في عمل الأسواق وإنما هو لمواجهة الممارسات المقيدة للمنافسة الحرة، وما ينتج عن ذلك من آثار سلبية تضر بالمستهلك والمنتجين المستهدفين على حد سواء، حيث ان المنافسة في تقديم السلع والخدمات أدى إلى ممارسات منافية لقواعد التجارة والمنافسة النزيهة.

إن دور الدولة يعني المجهودات التي تقوم بها هذه الأخيرة، سواء من ناحية سن القوانين، أو الآليات التي يحتاجها السوق، أو من ناحية دورها الرقابي على تلك الأسواق وقمع ما يمكن أن يحدث فيها من تجاوزات تزعزع استقرار الأسواق، الذي بدوره يحدث أزمة في الاقتصاد، الذي يعتبر دعامة رخاء وتنمية للدولة.

أما الدولة فمعروف في القانون الدستوري أنها تقوم على ثلاثة ركائز:

- الشعب: نقصد به فئة المستهلكين.

¹ طواهر التهامي وناصر دادي عدون: تقييم نتائج برنامج التعديل الهيكلي على الاقتصاد الجزائري خلال فترة 1994-1998، وآفاقه، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية، الاقتصادية، السياسية، عدد 04، 2001.

• الإقليم : يندرج تحت مفهومه الاستيراد والتصدير ، ومنهما إلى التهريب داخل وخارج الإقليم الجمركي للدولة.

• السلطة : بأقسامها الثلاث لكل منها مهمة بالغة الأهمية في حماية وضبط الأسواق، وما تكلمنا عنه حول حدود التدخل في الاقتصاد هو من صلاحيات السلطة، أضف إلى ذلك مختلف القوانين الحمائية للسوق وعناصره والآليات المستحدثة لذلك.

تعتبر كلمة الحماية مصطلحا قانونيا يقصد به كيفية الإحاطة بالشيء بكل الوسائط الممكنة، كما ان للحماية مراحل أولها الوقائية، وفي الأسواق مختلف القوانين وما جاء فيها من توضيح إنما هو بمثابة التحذير والوقاية، ثانيها التعامل مع المشكلة المطروحة، والواقعة المادية التي حدثت لا بد من تقنينها، وتوضيح كيفية التعامل معها بدقة لكيلا تتماهى المشكلة أكثر، وكذا الحفاظ على ما تبقى من حقوق، وآخرها توقيع الجزاء سواء كان مدنيا أو جزائيا وهذه المرحلة هي مرحلة الردع.

للسوق¹ مقومات أساسية لا بد منها، كالمكان والزمان، السلع والخدمات، وسائل الدفع، أدوات القياس، البائعين والمشتريين والقائمين على الأسواق، ولقد اختلف مفهوم المكان في السوق عما كان قديما معروفا بأنه البقعة من الأرض التي تجتمع فيها المقومات المذكورة، حيث أن مفهومه يتغير اتساعا وضيقا، قريبا وبعدا، كما وكيفا، حسب طبيعة الاعمال المنوطة به (السوق الإلكترونية، البورصة، أسواق الجملة، أسواق العقارات.....) كلها أسواق.

كان الخلفاء الراشدون يكثر من التجوال في الأسواق ويراقبونها باستمرار نظرا لأهميتها ودورها في النشاط الاقتصادي، فهي كالرئة في الجسم، وهي كذلك مؤشر حيوي على سلامة الحياة الاقتصادية، وهي سنة الأنبياء، قال تعالى: " وَقَالُوا مَالِ هَذَا الرَّسُولِ يَأْكُلُ الطَّعَامَ وَيَمْشِي فِي الْأَسْوَاقِ " ² ، وجاء في تفسير القرطبي أن دخول الأسواق مباح للتجارة وطلب المعيشة.

¹ إن السوق التي حددناها موضوعا للبحث هي سوق السلع والخدمات

² سورة الفرقان، الآية 07.

يعتبر انتشار الأسواق وتعددتها، وضخامة المعاملات التجارية، من بين أهم الأسباب التي جعلتها عرضة لانعدام الاستقرار على أرض الواقع، والأزمات الاقتصادية المتكررة التي تقوض أقوى أنواع الاقتصاد في الدول.

نتطلع كذلك أن يساهم هذا البحث في وضع أطر مستمدة من النظم القانونية المقارنة، وكذا النظام الإسلامي الشرعي لضبط توازن الأسواق، والتعرف على استجابة السوق الآني إلى ما يواجهه من تحديات، ومنافسة شرسة.

إن من أهم الأهداف المرجوة من دراستنا ما يلي :

- محاولة التعرف على الإطار القانوني الضابط للأسواق وأركانها من خلال عملية مسح للقوانين المشرفة لذلك (وضعيًا/ شرعيًا)، إضافة إلى دراسة مختلف الآليات العملية التي أنشئت لذلك.

- محاولة الوقوف على أهم المشاكل التي تواجه الأسواق في ظل النظام الاقتصادي الجديد

- التعرف على مدى تأثير التحولات الاقتصادية العالمية على الدور الذي تلعبه الأسواق، بشكل خاص في الجزائر التي انتقلت من الاقتصاد المخطط إلى الاقتصاد الحر، ومدى مساهمة الأسواق في تحقيق التنمية الفعلية.

- إثراء المكتبة القانونية بدراسة نتمنى أن تساهم ولو باليسير في مجال البحث العلمي.

من بين أهم ما دفعنا إلى إختيار هذا الموضوع الأسباب التالية:

- البحث المعمق عما يتطلبه اقتصاد السوق، الذي تتجه الجزائر نحوه، لإعادة بعث النشاط الاقتصادي، مع ضبط مختلف المفاهيم الاقتصادية التي تدور حول السوق.

- تزايد الإدراك والوعي في مختلف الدول بأهمية المحافظة على توازن قوى السوق في الاقتصاد.

- ما يمكن للقوانين إذا ما عدلت حسب متطلبات السوق ومستجداتها، أن تساهم فيه من إرساء التوازن داخلها، وذلك يعني تطوير الاقتصاد بالضرورة.

- كما يعتبر مجال المنافسة داخل الأسواق بين التجار والمحترفين لتصريف منتجاتهم وخدماتهم، وما يقومون به من تجاوزات داخل تلك الأسواق تضر المستهلكين من جهة، وتقضي على المنافسين الآخرين من جهة أخرى، والرغبة في الإطلاع على ما يستجد في هذا الموضوع وطنيا ودوليا، كلها شكلت هاجسا يدفع بنا إلى طرق هذا الموضوع.

إن من أهم ما أعاق تقدم بحثنا اتساع الموضوع، كونه فضفاضا يطرق مختلف نواحي القانون المدني، التجاري، الجزائي، الإجراءات بشقيها، إلى مختلف القوانين الحمائية كقانون حماية المستهلك، قانون المنافسة والأسعار، وقانون الجمارك... إلخ، ليست هذه وحسب وإنما كان لا بد من التطرق إلى مختلف الآليات الشرعية الاقتصادية التي عالجت موضوع ضبط الأسواق، ولا يخفى الجهد اللازم بذله للتكلم في المسائل الشرعية، وتوخي الدقة.

من الصعوبات أيضا كان ندرة المراجع المتخصصة، التي تتناول الدراسة بكل جزئياتها، وبشكل خاص المراجع الوطنية، على اعتبار أنه موضوع فضفاض وشاسع.

اعتمدنا في دراستنا على المنهج المقارن، كمنهج أساسي الذي يقوم على دراسة الأنظمة القانونية المنظمة للأسواق في الجزائر، فرنسا، ومصر من جهة، ومن جهة ثانية مقارنتها بين القانون الوضعي والشريعة الإسلامية، حيث تمت المقارنة في مواطن مختلفة من البحث، التي تم فيها تحديد موضوع المقارنة، ونطاقها، ثم تتبع مستويات الاتفاق والاختلاف سواء من حيث الشكل أو الموضوع، وكان التركيز على عملية المقارنة الاعتيادية بين حادثتين أو أكثر (البيوع الممنوعة قانونا/ البيوع المحظورة شرعا مثلا).

بطبيعة الحال المقارنة وحدها ليست كافية لدراسة بحث شاسع كهذا، فكان للتحليل والتفسير أيضا دور هام للوصول إلى النتائج المرجوة، فجمع المعلومات ليس كافيا ويحتاج إلى التحليل القانوني، على سبيل المثال ما ورد من تحليل بعض المواد القانونية، وشرح وتفسير الأحكام القانونية التي تعني الموضوع.

تدافع الرؤية الحاضرة للتوازنات السوقية إلى أهمية فهم الآليات المحققة لهذا التوازن -علاقات توازن العرض والطلب- وهو ما يرتبط بتساعد عناصر معينة، وتجميد عناصر أخرى، في إطار المتغيرات التي تطرأ على حركة السوق، خاصة ما يحدث في القوانين المتحركة في تفاعلات هذه الحركة، وما نتسائل حوله هو: كيفية وضع آليات للتحكم في الأسواق وإعادة التوازن لها؟ و إلى أي مدى وفقت الدولة في هذا الدور؟!!

كما تتفرع عن الاشكال الأساسي اشكاليات فرعية أخرى تتمثل فيما يلي:

- لماذا يبقى المستهلك معزولاً في مواجهة المنتجين والموزعين؟
- إلى أي مدى هي ضرورة الموازنة بين مصالح المهنيين والمستهلكين؟
- مع التطور السريع الحاصل في التكنولوجيا، والتدفق الهائل للسلع والخدمات داخل الأسواق، هل الممارسات المنافسة للمنافسة المقننة وحدها كافية للحد من هذه الظاهرة المؤذية للأسواق؟
- ما طبيعة الحماية التي توليها الدولة للمستهلك في ظل المنافسة الحرة؟
- الجدل دار حول التسعيرة الجبرية بين فريق مؤيد وآخر معارض، وثالث متخوف من مدى توفر الأدوات والآليات التي تتيح للدولة تطبيق هذه التسعيرة؟
- دور جهاز حماية المنافسة، ومنع الممارسات الاحتكارية في ضبط أسعار الأسواق، وتنظيمها؟ وما مدى فعاليته في الميدان؟
- ما هي المشاكل التي يواجهها مراقبو الأسواق؟

للإجابة على الاشكاليات المطروحة، تم تقسيم البحث إلى بابين، تطرقنا في الباب الأول إلى آليات حماية المستهلك في ظل المنافسة الحر، والذي قسم بدوره إلى فصلين، خصصنا الأول للآليات القانونية التي وضعها المشرع لحماية المستهلك، أما الثاني فتناولنا فيه قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار.

أما الباب الثاني فتطرقنا إلى الآليات العملية لسياسة تدخل الدولة في السوق، بحيث تم تخصيص الفصل الأول إلى دراسة دور أجهزة الرقابة الشرعية لحماية السوق، أما الفصل الثاني فتعرضنا فيه إلى دور أجهزة الرقابة القانونية في حماية المستهلك وضبط الأسواق

وأخيراً ختمنا بملخص تناول فيها أهم النتائج التي أسفرت عنها الدراسة، وكذا الإشارة إلى بعض التوصيات في هذا الخصوص.

الباب الأول : آليات حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة:

إذا حاولنا رسم خارطة اقتصادية تجارية للقرن الواحد والعشرين فإننا لن نحتار كثيرا في ملامح جديدة تفرض نفسها على الواقع الاقتصادي التجاري الدولي، فمن أسواق محلية إلى أسواق عالمية أُرست دعائمها المنظمات التجارية الدولية، ومن عميل محلي إلى عميل عالمي بفعل ثورة الاتصالات الحادثة، ومن معايير محلية إلى معايير جودة عالمية، إضافة، إلى السعي من الشركات الكبرى إلى التحالف والاندماج، بعدما كانت متصارعة ومتنافسة.

ومن هنا صعبت مهمة البحث عن نقطة توازن بين امرين هامين هما: مبدأ حرية التجارة من ناحية، وضرورة ضبط حركة السوق الوطنية بما يكفل تحقيق الصالح العام -مصالح المستهلكين- من ناحية أخرى، يقودنا ذلك حتما إلى نظام اقتصاد السوق -الليبرالية- وترك آليات ذلك النظام تعمل بحرية، فنجد أنفسنا نربط بين اقتصاد السوق، وحقوق الانسان، حيث أن حرية التجارة تعني لا محالة حرية تداول الأموال، وانتقال الاشخاص، وحق الملكية، والتعاقد وهذا هو معنى اقتصاد حر يعمل من خلال نظام السوق.¹

تستند المنافسة إلى مبدأ حرية التجارة الذي يعد من أهم دعائم الاقتصاد الرأسمالي، حيث لكل تاجر الحق في ممارسة الاعمال التي يراها مناسبة للترويج للسلعة أو الخدمة التي يقدمها الجمهور، إلا ان تلك الحرية ليست مطلقة، حيث أن قوانين المنافسة تستلهم أحكامها من مبادئ حرية التجارة والصناعة والمساواة، بمعنى أنه ضروري كفالة ممارسة وآليات السوق لدورها إلى الحد الذي لا يمس الصالح العام.

إن الأصل في قانون المنافسة أنه يهدف إلى وضع ضوابط تنظم المنافسة بين المتعاملين الاقتصاديين، والحيلولة دون التجاوزات التي قد تنتج عنها، أما الهدف الاساسي والبعيد هو خدمة المستهلك، حيث أن حماية السوق من التجاوزات هو تمهيد لها، ليلجأ إليها المستهلك مطمئنا.²

¹ حسين الماحي: حماية المنافسة (دراسة مقارنة في ضوء أحكام القانون المصري)، ط1، المكتبة العصرية، مصر، 2007، ص05.

² شهيدة قادة: قانون المنافسة بين تكريس حرية المنافسة وخدمة المستهلك، الملتقى الوطني: الاستهلاك والمنافسة في القانون الجزائري، مخبر القانون الخاص الأساسي، كلية الحقوق، جامعة أبي بكر بالقايد، تلمسان، 14-15 أبريل 2001.

الباب الأول: آليات حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة

معروف بأن الدعامة الأساسية للسوق هي طبقة المستهلكين اقتصاديا، حيث أن إنتاج السلع، وتوزيعها على الأسواق، وكل الحركات التجارية مهما بلغ حجمها وضخامتها، كما وأن التنافس بين المنتجين ليس إلا لتقديم أفضل المنتجات بأحسن الأسعار، وكل ذلك يستهدف فئة واحدة هي المستهلكين الذين يحتاجون إلى حماية بالضرورة لمواجهة هول وتبعات المنافسة داخل الاسواق، وإعطائهم الثقة اللازمة التي تدفعهم إلى الاستهلاك.

وللتفصيل في كل ماسبق قسمنا البحث هنا إلى فصلين:

نتطرق في الأول إلى الآليات القانونية التي وضعها المشرع لحماية المستهلك، وفي الثاني إلى قانون المنافسة ومنع الاحتكار.

الفصل الأول: الآليات القانونية التي وضعها المشرع لحماية المستهلك

الفصل الأول: الآليات القانونية التي وضعها المشرع لحماية المستهلك

تدفع الحاجة، واشباع الحاجات الضرورية الفرد للاستهلاك، ومن ثمة إلى التعاقد مع مقدمي السلع، وعارضي الخدمات الذين يعتبرون محترفين، ومع الثورة العلمية والصناعية عرف الفرد نقلة نوعية في حياته، ونمط معيشته امتازت بإدراج التطور الآلي في النشاط الإنساني والرفاهية، لكن ومع ذلك التطور لا يمكننا نسيان المخاطر والحوادث التي أصبح الفرد المستهلك يتعرض لها، وهو باق كما هو في مكانه في حالة تبعية لتلك المنتجات والخدمات.

كل ذلك يفرض أن اطراف العلاقة لا يكونان في ذات المستوى، فيصبح هناك مستهلك جاهل وضعيف، أمام محترف عالمي ومتمكن بكل خبايا سلعته وما يقدمه، باختصار علاقة القوي بالضعيف، كل ما سبق في ظل فلسفة المساءلة في القانون المدني، القائمة على مفاهيم أخلاقية وفردية بالدرجة الأولى تؤدي إلى إناطة عبء الإثبات على المضرور في الدعوى -نظرا لضعفه-، وتحصر دين التعويض بذمة المسؤول وحده، وتربطه بالمسؤولية الفردية للمتسبب في الضرر.

تلك الفلسفة لم تعد مجدية في هذا النوع من التعاملات، ولم تعد تتسجم مع واقع المخاطر والحوادث التي يشهدها هذا النشاط المهني، حيث أصبح واقع المخاطر من مستلزمات النشاط المهني وكامنا في طبيعته، أمام هذا الوضع أصبح ممكنا توقع حدوث تحولات بداخل أطر مساءلة الأطراف المهنية في القوانين المعاصرة، بالتوازي مع حجم الخطر الذي تفرزه هذه الأنشطة.

كما ويلزم أن تقام فلسفة قانون المسؤولية المدنية للمهني على التوازن بين مصلحتين، رغبة المنتجين في الانتاج والاكتشاف والتطوير، وكذا حقوق المستهلكين على متطلباتهم في ظل الحماية الكاملة لسلامتهم، فقسما الفصل إلى مبحثين:

الأول: رهانات التوفيق بين مصالح المهنيين وحماية المستهلكين.

الثاني: الحماية الجزائية لجرائم الاستهلاك.

المبحث الأول: رهانات التوفيق بين مصالح المهنيين وحماية المستهلكين

قبل الولوج الى الموضوع كان لابد من التعرف على بعض المصطلحات القانونية المهمة فيه كتعريف المستهلك لغة: المستهلك إسم فاعل من استهلك بضم الميم وكسر اللام، وهي بالفرنسية consommateur، والمستهلك في اللغة مأخوذة من مادة هلك، يهلك، واستهلك المال أي أنفقه وأنفذه.¹

عند الاقتصاديين: يعرف بأنه " كل من يحصل من دخله على سلع ذات طابع استهلاكي كي يشبع

حاجاته الاستهلاكية اشباعا حالا ومباشرا".²

الاستهلاك في علم الاقتصاد يمثل المرحلة الأخيرة من العملية الاقتصادية في استخدام ناتج العمل لإشباع الحاجات، وعنده تنتهي عملية التداول.

أما عند أصحاب القانون فهناك اتجاهان لدى الفقه القانوني نلخصهما فيما يلي:

أولاً: الاتجاه الموسع: ظهر هذا المفهوم مع بداية ظهور الدعوة إلى حماية المستهلك، حيث رأى

الرئيس الأمريكي كيندي "أن المستهلكين هم نحن جميعا"³

يعتبر مستهلكا كل شخص يتعاقد بغرض الاستهلاك، أي بغرض اقتناء أو استعمال مال أو خدمة، وفقا لهذا يعتبر مستهلكا المحترف الذي يتصرف خارج مجال اختصاصه المهني بل ونادى البعض بتوسيع دائرة الحماية لتشمل كل المتعاقدين الأضعف اقتصاديا.⁴

¹ ابن منظور: لسان العرب المحيط، دار لسان العرب، بيروت، ص820.

² نصيف محمد حسين: النظرية العامة للحماية الجنائية للمستهلك، رسالة دكتوراه، كلية الدراسات العليا بالشرطة، 1997، ص04.

³ بودالي محمد: حماية المستهلك في القانون المقارن، دار الكتاب الحديث، الجزائر 2600، ص22.

⁴ بودالي محمد: المرجع نفسه، ص23.

الفصل الأول: الآليات القانونية التي وضعها المشرع لحماية المستهلك

ثانيا: الاتجاه الضيق: المستهلك هو الزبون غير المحترف للمؤسسة أو المشروع، وهو الشخص الطبيعي أو الاعتباري للقانون الخاص الذي يقتني أو يستعمل الأموال أو الخدمات لغرض غير مهني، أي لإشباع حاجاته الشخصية أو العائلية، أو في حالة ما إذا تصادف وجود محترف في وضعية ضعف فإنه وجبت حمايته بنصوص خاصة لا بإدخاله في طائفة المحترفين.¹

بالنسبة للمشرع الجزائري المستهلك عرف في نص المادة 03-01 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش أنه هو: "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا، سلعة أو خدمة تلبية لحاجاته الشخصية، أو تلبية لحاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به"².

كما وجاء في نص المادة 02/03 من القانون 02/04 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، أن المستهلك هو " كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت، ومجردة من كل طابع مهني"³.

استنتجا من التعريفين، نجد أن المستهلك النهائي " هو من يقتني أو يستعمل منتج أو خدمة لأغراض شخصية بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، فهو بذلك يشبع حاجة غير تجارية".

أما المحترف (المهني): فإنه وإن اشترى منتوجا أو خدمة إلا أنه يفعل ذلك بغرض تصنيعها أو استعمالها في إنتاج سلع أخرى، أو إعادة بيعها، أي أنه مشروع صناعي أو تجاري أي بقصد الربح.

¹ بودالي محمد: المرجع السابق، ص25.

² قانون رقم 03/09، المتعلق بحماية وقمع الغش الصادر في 25/02/2009، الصادر في ج. ر عدد 15، بتاريخ 08/03/2009.

³ القانون رقم 02/04 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الصادر في 23 يونيو 2004، الصادر في ج.ر عدد 41، المؤرخة في 27 يونيو 2004.

الفصل الأول: الآليات القانونية التي وضعها المشرع لحماية المستهلك

معيار التفرقة إذن هو الاستهلاك أو الاستعمال النهائي للمنتج، والفكرة أن المحترف عادة يكون على اطلاع واسع ومنظم في مناقشة البائع أحسن من المستهلك العادي.

إشكالية حماية المستهلك؟:

بما أن المستهلك كما سبق هو الدعامة الثالثة للاقتصاد بعد الانتاج والتوزيع، والأخيرة في التداول، وبما أن المستهلك هو المركز الأساسي للسوق، حيث أن الرضا والثقة التي يشعر بها هذا الأخير هما اللذان يدفعانه للاستهلاك، أي الطلب، والعكس صحيح، حيث أن توقف المستهلك عن الاستهلاك سيحدث خلا في القوى الاقتصادية، وبعدم التوازن في السوق إذا كان الانتاج (العرض) في تزايد مستمر، الطلب (الاستهلاك) في تراجع مستمر، للحفاظ على ذلك التوازن كان الداعي الأساسي لفرض حماية كافية لذلك المستهلك، والحفاظ على توازن السوق.

باعتبار أن ما تقوم به الدولة أيضا من سن للقوانين كقانون حماية المستهلك وما يتبعه، قانون المنافسة بما فيه من منع للتصرفات المسماة بالمنافسة غير المشروعة: منع الاحتكار، التبعية الاقتصادية، الهيمنة ولسن التسعير ... إلخ، كل ذلك كان لخدمة ذلك الهدف.

تعتبر الالتزامات أحد أهم الآليات القانونية الحديثة في مجال حماية المستهلك، وبشكل خاص في معالجة الصور الحديثة لعدم التوازن العممي في العقود الاستهلاكية، وهو التزام أخلاقي يقتضي حسن النية والنزاهة لدى المتعاقد عند إبرام العقد.

تلك الالتزامات هي المساهم الأساسي، والضامن لتوازن علاقة أطراف التعاقد مع بعضهم، فلا يصبح هنالك أفضلية لطرف على آخر، ويتساوى موقع كل منهما في العقد اتجاه الطرف الآخر، حيث معلوم لنا ان المحترف بمختلف فئاته يملك قوة، لا يملكها المستهلك الضعيف، تلك القوة تتلخص في كل

الفصل الأول: الآليات القانونية التي وضعها المشرع لحماية المستهلك

ما يلم به المحترف من معلومات وخصائص، مزايا وعيوب، وتفاصيل جوهرية تخص السلعة أو الخدمة المقدمة، فضلا عن قدرته على وضع السعر المناسب لما يعرضه وفقا لما هو موجود من الطلب في السوق. إن ما حاولناه في هذا الفصل هو تبين أم الالتزامات الواقعة على المحترف، التي كلفه بها القانون، لكن لم نغفل الدور الفعال للمشتري -المستهلك- باعتباره أصبح الآن يعتبر من المتعاملين الاقتصاديين، فضعفه لا يعني مطلقا أنه معفى من بعض تلك الالتزامات، ولا يعني أيضا ان الحماية القانونية وجبت له منفردا، دون الطرف الثاني الذي نتصوره أيضا يحتاج إلى الحماية في حالة التعدي عليه، أو اضطراره إلى اللجوء إلى القضاء.

نشير أخيرا إلى المسؤولية الجنائية في جرائم الاستهلاك ومن الذي يتحملها، مع تبين صور أهم المخالفات والجنح المعاقب عليها وفقا للقوانين.

المطلب الأول: الالتزامات في عقود الاستهلاك

تنقسم الالتزامات الواقعة على عاتق المحترفين وفقا للمبادئ الأساسية الثلاثة لحماية المستهلك في كل التشريعات، إلى ثلاثة فئات مهمة من الالتزامات، منها ما يكون لحماية صحة المستهلك وسلامته، ومنها ما يكون لحماية المصالح الاقتصادية للمستهلك، ومنها ما يعني بحماية الإدارة التعاقدية لذات المستهلك.

تقع تلك الالتزامات بشكل طبيعي على عاتق المحترفين في علاقتهم مع غير المحترفين -المستهلكين- لتشكل إحدى ميكانيزمات التوازن العقدي المتعلقة بالجودة والسعر، إلى جانب استعمال المنتج أو الانتفاع بالخدمة.

إن التدفق الهائل للسلع داخل الأسواق في مقابل زيادة الطلب عليها، وكذا التطور التكنولوجي حيث أصبح المنتج يدرس احتياجات المستهلك قبل الانتاج، كشف كل ذلك عن علاقة وإمكانات مالية ضخمة، والمستهلك الذي إذا ما قارناه بسابقة يعتبر ضعيفا مغلوبا على أمره.

الفصل الأول: الآليات القانونية التي وضعها المشرع لحماية المستهلك

ومن هنا كانت الالتزامات تفرض على الطرف القوي، حماية للطرف الضعيف وحفاظا على مصلحته.

الفرع الأول: الالتزامات الهادفة إلى حماية الإرادة التعاقدية للمستهلك.

أولا: الالتزام بالإعلام:

الاختلال في التوازن العقدي بين المحترفين والمستهلكين، إنما سببه الرئيسي عدم المساواة في الإعلام، حيث أنه في وقت إحاطة المحترف بكل المعلومات الخاصة بالمنتجات والخدمات المقدمة في السوق، فإن المستهلك يجهل تماما ما هو ضروري من تلك المعلومات والتفاصيل، باعتبار أن تلك التفاصيل تساعد وتوجه إرادته نحو أحسن المنتجات واختيار أياً أكثر مناسبة لرغبته.¹

لا شك أن المحترف هو أكثر الأشخاص المعنيين بتقنية هذا الالتزام، ومهما كانت صفته بائعا أو منتجا أو موزعا، فهو يعلم ويحيط بكل تفاصيل السلع أو الخدمات المعروضة، لكن يكون تقديم ذلك الإعلام للمستهلكين بشكل موضعي ومعلومات حقيقية حيث أنه يمكن أن يقدم المحترف للمستهلك فقط مزايا ومحاسن المنتجات أو الخدمات - وهذا ما يقوم به الاشهار - فيما يُغفل ذكر العيوب التي لو علمها المستهلك لما تعاقد.

يعود الفضل في الكشف عن هذا الالتزام إلى القضاء الفرنسي، وكان ذلك بهدف ضمان رضا سليم لدى المتعاقدين الآخر، وقد استخلصته المحاكم وتمثل في التزام عام بالاعلام، أو الإخبار أو

الإفشاء l'obligation générale d'information ou de renseignement

¹ بودالي محمد: المرجع السابق ص62.

الفصل الأول: الآليات القانونية التي وضعها المشرع لحماية المستهلك

1- الالتزام ما قبل التعاقد بالإعلام:¹

وجد الفقه صعوبة في التمييز بين الالتزام بالإعلام التعاقد والالتزام قبل التعاقد بالإعلام، رغم الفروق الظاهرة من التسمية، وفي محاولة لإيجاد أساس قانوني للالتزام بالإعلام العام، قدم الفقه والقضاء الفرنسيين أسسا مختلفة أهمها:²

* من الفقهاء من اعتبر أن الضرر الناتج عن الاخلال بالالتزام بالإعلام، يجب أن يعاقب عليه بموجب قواعد المسؤولية التقصيرية ما دام أن الخطأ ارتكبه المتعاقد خارج إطار تنفيذ العقد.

* منهم من فسر هذا الالتزام استنادا إلى نظرية عيوب الرضا وخاصة التدليس والغلط.

* هناك من الفقهاء من ذهب إلى اعتبار الالتزام بالإعلام ليس سوى تطبيق لنظرية العيوب الخفية مستندين في ذلك إلى بعض الأحكام القضائية، على أساس أن العيب يكون خفيا لعدم قيام البائع بالكشف عنه للمشتري، قبل إبرام العقد، الأمر الذي يجعل الضمان جزاء لعدم القيام بالإعلام، وهذا ما تنجز عنه المسؤولية العقدية.

* هناك من الفقهاء من اعتبر هذا الالتزام إنما هو تطبيق لقاعدة حسن النية في تنفيذ العقود الواردة في نص المادة 3/1134 (ق م ف)، إلا أنهم تراجعوا عن هذا الطرح باعتبار أن حسن النية مبدأ ليس محددًا في القانون لنجعله مصدرا مباشرا للالتزام بالإعلام.

¹ الإعلام لغة: هو تحصيل حقيقة الشيء ومعرفته والتيقن منه أو هو توصيل الأفكار والأحداث لعلم الجمهور عن طريق وسائل عديدة سواء كانت مسموعة أو مرئية أو مكتوبة، يشترط فيه المصدقية والوضوح.

أما اصطلاحا فهو تقديم أخبار محايد موضوعي، راجع علي بولحية بن بوخميس: القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى، الجزائر، 2000، ص 50.51.

² بودالي محمد: المرجع السابق ص 63 وما يليها.

الفصل الأول: الآليات القانونية التي وضعها المشرع لحماية المستهلك

أضعف هذا الاختلاف بين الفقهاء الفرنسيين الالتزام قبل التعاقد بالإعلام، وذلك سيؤدي حتما إلى عدم تعميمه.¹

أ- موقف المشرع الجزائري من الالتزام قبل التعاقد بالإعلام:

أخذ المشرع الجزائري بالالتزام بالإعلام بطريقة غير مباشرة في نص المادة 02/86 (ق م ج)² المتعلقة بالتدليس - الكتمان التدليسي - فإنه يجيز للمتعاقد المضرور أن يطلب إبطال العقد والتعويض على أساس المسؤولية التقصيرية المنصوص عليها في المادة 124 (ق م ج) وهذا في مرحلة إبرام العقد، إضافة إلى ذلك منح المشرع للمستهلك المضرور "دعوى عدم العلم الكافي" وفقا لنص المادة 352 (ق م ج)، وهو حق مستمد من الشريعة الإسلامية << خيار الرؤية >> ويعرف كما يلي: << هو حق يثبت بقتضاه لأحد العاقدين أن يفسخ العقد أو يمضيه عند رؤية محل العقد، إذا لم يكن قد رآه وقت التعاقد أو قبله بوقت لا يتغير فيه >>³، المعنى المستفاد هنا أن ثبوت حق فسخ العقد من عدمه متوقف على رؤية المبيع عند التعاقد أو قبله، والوصف مهما بلغت دقته لا يبلغ مبلغ العلم به عن طريق الرؤية⁴، و هو الطريقة لتوفر العلم الكافي .

إن الالتزام بالإعلام قبل التعاقد من وجهة نظر بعض الفقهاء هو عمل وقائي، بقي المتعاقدين من الفسخ أو البطلان بعد انعقاد العقد، وهذا هو الأمر الذي يجعل المعلومات كلها تكون على مسؤولية البائع

¹ هناك من الفقهاء من أكد على استقلالية هذا الالتزام، بل واعتباره ضروريا لضمان توازن العقد، وأرجعوا ذلك إلى أن المحترف الذي كان يعلم أو من المفروض أن يعلم، إذا ما نظرنا إلى تأهيله المهني، بواقعه يدرك جيدا أهميتها الحاسمة لدى المشتري، فإنه يقع عليه عبئ إعلام هذا المشتري لأنه استحالة عليه أن يستعلم بنفسه.

² انظر الأمر رقم 58/75 المؤرخ في 26 سبتمبر 1957 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم بالقانون رقم 05/07 المؤرخ في 13/05/2007، الصادر في ج ر عدد 31 المؤرخة في 13/05/2007.

³ عبد الكريم زيدان: المدخل لدراسة الشريعة الإسلامية، ط 6، مكتبة القدس، دار الرسالة، بيروت. بغداد، 1981، ص 382.

⁴ الرؤية هنا يراد بها إدراك محل العقد والعلم به والوقوف على حاله، وذلك يتم بإحدى الحواس. فكل شيء يدرك بما يناسبه. كما لا يشترط رؤية كل المبيع إذا كانت رؤية البعض منه تؤدي إلى معرفة الكل، ويثبت خيار الرؤية في العقود التي يكون محلها معينا أي شخصا، ويكون قابلا للفسخ.

الفصل الأول: الآليات القانونية التي وضعها المشرع لحماية المستهلك

قبل إتمامه، لأن هذه المرحلة من التعاقد هي التي تحدد ما إذا كان المبيع يناسب احتياجات المشتري أم لا، وكل ذلك يتوقف على صدق البائع، ثم إن صب هذه المعلومات كلها على المشتري بعد إبرام العقد لا فائدة منه لأنه سيظل العقد أو يفسخه لا محال، حيث أنه لو عَلِمَهَا قبل التعاقد لما أقدم على إتمام العقد.¹

تضيف نص المادة 352 (ق م ج) السابقة أسلوبين آخرين لتحقيق العلم بالمبيع:

- أن يشتمل عقد البيع على بيان المبيع، وأوصافه الأساسية بيانا يُمكن من التعرف عليه.
- إقرار المشتري في عقد البيع بأنه عالم بالمبيع كأن سبق له رؤيته...إلخ.
- نضيف أن نص المادة بهذين الأسلوبين ينطبق فقط عقود البيع دون سواها.

ب- المعلومات التي ينبغي إعلامها للمستهلك قبل التعاقد:

تتمثل تلك المعلومات فيما يلي²:

- تسمية المبيع وطبيعة المنتج.
- اسم الشركة أو العلامة المسجلة
- عنوان المنتج أو المستورد أو الموزع.
- الوزن الحقيقي للمنتج (العدد، الكيل، الحجم).
- إذا كان بالمبيع مواد خطرة، يكتب عليه ما يدل على ذلك.³
- المعلومات الخاصة بالسلعة (طريقة الاستعمال/ الأضرار).
- مدة صلاحية المبيع.

¹ إسلام هاشم عبد المقصود سعد: قواعد الحماية القانونية للمستهلك بين القانون المدني والفقہ الإسلامي، رسالة دكتوراه في الحقوق، جامعة حلوان، 2010-2011، ص180.

² إسلام هاشم عبد المقصود: المرجع نفسه، ص181.

³ .مثلا أن يكتب عليه << يحتفظ به بعيدا عن تناول الأطفال >>.

الفصل الأول: الآليات القانونية التي وضعها المشرع لحماية المستهلك

- مصاريف تسليم السلع¹، طريقة التسليم.

- مدة الصلاحية وتاريخ الإنتاج.²

- مكونات المنتج.

هذه أهم المعلومات التي نصت عليها مختلف قوانين حماية المستهلك ويبقى أهمها على الإطلاق وأولها السعر، وقد نص عليه المشرع الجزائري في نص المادة 4 من ق 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية والمتمم ليتابع بعدها طريقة الإعلان عن تلك المعلومات الملزمة للبائع وجوبا عن طريق وضع علامات وسم أو معلقات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة.

وهنا نتوقف عند نقطتين هامتين:

الأولى: الوسم l'étiquetage حيث نص عليه المشرع في القانون 09/03 المتعلق بحماية

المستهلك³، حيث عرفته المادة 04/03 بما يلي: <<كل البيانات أو الكتابات أو الإشارات أو العلامات أو المميزات أو الصور، أو التماثيل أو الرموز المرتبطة بسلعة، تظهر على كل غلاف أو وثيقة أو لافتة أو سمة أو ملصقة أو بطاقة أو ختم أو معلقة مرفقة، أو دالة على طبيعة منتج مهما كان شكلها أو سندها، بغض النظر عن طريقة وضعها>>.

¹ تلك المصاريف تصبح إلزامية معرفتها من المستهلك خاصة إذا كان يتعاقد عن بعد-البيع الإلكتروني- فهناك ما يسمى مصاريف الشحن التي يتحملها المشتري.

² مدة الصلاحية أو تاريخ الإنتهاء يكون ضروريا في سلع معنية كالمواد الغذائية أو الأدوية أو مواد التجميل والتنظيف، وهذا لأنها تصبح سامة وخطرة على صحة وسلامة المستهلك بعد ذلك.

³ القانون رقم 03/09 المؤرخ في 25 فبراير سنة 2009، يتعلق بحماية المستهلك، الصادر ج ر عدد 15، الصادرة في 08 مارس 2009، راجع أيضا المرسوم التنفيذي 367/90 المؤرخ في 10/11/1990 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها.

الفصل الأول: الآليات القانونية التي وضعها المشرع لحماية المستهلك

الثانية: اشتراط الوضوح من المحترف في المعلومات الواجب الإدلاء بها، واستعمال اللغة المتداولة في البلد، حيث أن الإعلام يجب أن يكون واضحاً ودقيقاً¹، بالنسبة للمشرع الجزائري نص على ذلك في المادة 18 من ق 03/09 التي نصت على <حجوب تحرير بيانات الوسم وطريقة الاستخدام، ودليل الاستعمال، وشروط ضمان المنتج وكل معلومة أخرى منصوص عليها في التنظيم الساري المفعول باللغة العربية... وبطريقة مرئية ومقروءة ومتعذر محوها>.

بالنسبة لهذا النوع من الإعلام - قبل التعاقد - نشير إلى أن المعلومات التي أوردناها سابقاً أوردتها المشرع على سبيل المثال لا الحصر ويبقى للقاضي السلطة في تقدير المعلومات التي تعتبر ضرورية للعلم بها قبل التعاقد.

ج- التزام الموجب (المعلن) بتبصير المستهلك في العقود الالكترونية²:

تستوجب التنظيمات القانونية بشأن التعاقد عن بعد مع المستهلكين تبصيره لكي يصدر قبوله وهو على بينة من أمره، ففي تعليمات الإتحاد الأوروبي بشأن البيع عن بعد فقد ألزمت الموردين بتزويدهم بمعلومات في التعاقد معهم، ومن تلك المعلومات مثلاً شخصية المورد، عنوانه، والخصائص الأساسية للسلع والخدمات المعروضة، أثمانها، تدابير الدفع و التسليم، ومدى حق المستهلك في الرجوع على التعاقد، كذلك تكاليف الاتصال التسليم وخدمات ما بعد البيع والضمانات .

أما القانونين الإنجليزي والفرنسي فهما يستوجبان في الإعلان أن يكون قانونياً و دقيقاً و شريفاً و صادقاً، ويتضمن كل من المعلومات التالية: الاسم الكامل للمعلن وعنوانه، الخصائص الأساسية للسلعة أو الخدمة،

¹ ملاح الحاج: حق المستهلك في الإعلام، الملتقى الوطني حول المنافسة في القانون الجزائري، يومي 14. 15 أفريل 2001، ص08.

² يقصد بالعقود الإلكترونية تبادل القيم (سلع وخدمات بمقابل نقدي أو عيني، باستخدام تقنيات نقل بيانات التعاقد في إطار فضاء إلكتروني يدور في فلك شبكة من شبكات المعلومات والاتصال كالأترنت، حيث أن التقاء إدارات أطراف العقد عبر الشبكة لتكوين عقد أو تنفيذه. انظر: أحمد شرف الدين: قواعد تكوين العقود الإلكترونية وبنود التحكيم، ط 2 ، (بدون مطبعة) رقم الإيداع:2013/15698، القاهرة، 2013، ص 05.

الفصل الأول: الآليات القانونية التي وضعها المشرع لحماية المستهلك

مقدار تكاليف النقل وسم القيمة المضافة، إظهار أي قيود أو شروط للعرض، إمكانية رد السلعة، بيان مكتوب عن تدابير المدفوعات والإئتمان والتقسيط، الحق في سحب القبول أو إلغائه، مدة

سريان العرض بطريقة واضحة.¹

2- الالتزام بالإعلام التعاقدية:

إن هذا النوع من الالتزامات يتفرع عن العقد نفسه، وهو يتعلق بمرحلة تنفيذه، وعلى هذا الأساس فإن هناك من رأى في الإلتزام العام بالإعلام التزاماً عقدياً واحداً، وهناك من اعتبره التزاماً تبعياً للإلتزام الأصلي بالتسليم، أو تطبيقاً للمبدأ العام القاضي بحسن النية في العقود، بالنسبة للمشرع الجزائري فقد نص عليه في المادة 107 (ق م ج) التي تنص على: >> لا يقتصر العقد على إلزام المتعاقد بما ورد فيه فحسب، بل يتناول أيضاً ما هو من مستلزماته وفقاً للقانون والعرف والعدالة، بحسب طبيعة الإلتزام<<. وهو يقابل النص الفرنسي 1135 (ق م ف).

أ. المعلومات التي ينبغي إعلامها للمستهلك بعد التعاقد:

من بين المعلومات التي يجب على المحترف الإدلاء بها للمستهلك بعد أن يتعاقدا - أثناء عملية تنفيذ العقد - مايلي²:

- كيفية الاستعمال: وهو من البيانات التي اشترطها المشرع في وسم كل أنواع المنتوجات، بل أنه

ألزم المحترفين أن يرفقوا منتجات محددة بدليل الاستعمال في ملحق لقرار وزاري صادر بتاريخ 05/10/

¹ كمثال على هذا الشرط أن يكون العرض متضمناً أن الإيجاب يسري إلى غاية نفاذ المخزون، اعتبره القانون الفرنسي شرطاً غير قانوني ما دام العرض على شبكة اتصال إلكترونية، فإنه يستحيل التأكد من ذلك مادياً، وهذا معناه استحالة تحديد تاريخ بداية ونهاية لسريان هذا العرض بدقة. راجع: نبيل محمد أحمد صبيح: حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية، مجلة الحقوق، تصدر عن المجلس العلمي لجامعة الكويت، العدد الثاني، 2008، ص 186.

² ملاح الحاج: المرجع السابق، ص 10.

الفصل الأول: الآليات القانونية التي وضعها المشرع لحماية المستهلك

1994 يتضمن المعلومات التالية: الرسم البياني الوظيفي للجهاز، التركيب والتنصيب والاشتغال والاستعمال والصيانة، التعليمات الأمنية، صورة أو رسم للنموذج المضمن.

- **الضمان:** أزم المشرع المحترفين بتقديم شهادة ضمان بالنسبة للمنتجات التي تحدد قائمتها بقرار وزاري مشترك بين وزير التجارة والوزراء المعنيين، ومن المعلومات الواجبة في شهادة الضمان إدراج العبارة التالية: << يطبق الضمان القانوني في جميع الأحوال >>¹.

ب. المدينين بهذا الالتزام:

• **البائع:** يعتبر عقد البيع في صدارة العقود التي تُنشئ إلتزاما بالإعلام، حيث يقع على البائع المحترف - كما سبق ووضحنا- واجب توضيح طريقة استعمال الشيء المباع للمشتري، والاحتياطات الواجبة الإلتخاذ... إلخ، بدون أن ننسى المنتجات الخطيرة التي يجب عليه أن يحذر الزبائن من مخاطر استعمالها، فإذا لم يقم البائع بذلك عدّ مسؤولاً عن الأضرار التي تلحق بالمشتري.²

بالنسبة لوسيلة نقل المعلومات فتكون بالكاتالوجات Catalogue، أو دليل الاستعمال أو البطاقات.³

• **الصانع أو المنتج:** إن البائع في أغلب الأحيان ليس هو صانع الشيء المباع، وإنما هو فقط معيد للبيع revendeur، اشترى المباع من منتج ليعيد بيعه، وهذا ما جعل القضاء يحمل المنتج أن يورد مع المنتج تحذيرا من المخاطر المحتملة التي قد تنشأ عن استعماله، إضافة إلى طريقة استعمال، احتياطات الاستعمال... إلخ، بشكل مفصل ودقيق، وإلا عدّ مسؤولاً بشكل مباشر قبل المشتري النهائي، وهي مسؤولية

¹ الهدف من فرض تلك العبارة هو أن أغلبية المستهلكين يجهلون وجود ضمان قانوني، ويقتصر العلم لديهم على الضمان الإتفاقي الذي يمنحه لهم المحترف المكلف بالضمان، فإذا انعدم الضمان الإتفاقي يعتمد المستهلك أنه قد تجرد من حقة في الضمان، ولذلك جعل المشرع تلك العبارة إجبارية في شهادة الضمان.

² بودالي محمد: المرجع السابق، ص 68.

³ راجع المادة 04-01/05 من القانون 02 /04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، كذلك المادة 18 من القانون 03/09 المعدل والمتمم، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

الفصل الأول: الآليات القانونية التي وضعها المشرع لحماية المستهلك

عقدية، لكن باعتبار أن المنتج والمستهلك لا يوجد بينهما عقد لنتصورها مسؤولية عقدية، فقد تجاوز الفقهاء

أنواع المسؤولية المعروفة إلى القول بأنها مسؤولية مهنية *une responsabilite professionnelle*.¹

نشير إلى أنه قد يتبادر إلى ذهن المتصفح للبحث أن ما ذكرناه من معلومات يلتزم بها البائع هي

نفسها التي ألزم القضاء بها المصنع، فما وجه الاختلاف بينهما إذن؟

إن ما يلتزم به البائع هو محض إظهار لتلك المعلومات التي تكون مرفقة بالسلعة أساساً من المنتج،

أي أن هذا الأخير كما سبق وأوضحناه. يلتزم بإرفاق سلعته بما يلزم من معلومات تخص الاستعمال،

التركيب، المخاطر المحتملة، والضمان، ويكون ذلك في كتيبات أو بطاقات حسب ما يراه مناسباً، ولكن

البائع إذا كان معيداً للبيع لا يخلي مسؤوليته من هذا الالتزام، لكنه يلتزم بدوره بالاستعلام من المنتج ويلتزم

هو اتجاه المستهلك لإعلامه لأنه المتعامل المباشر معه.

ج. الدائن بهذا الالتزام: نقصد بالدائن المشتري أو المستهلك، والحديث هنا يستهدف المشتري الذي

يكون محترفاً لكن يتعاقد خارج نطاق اختصاصه، وما مدى تحمله المسؤولية إلى جانب المحترف؟

نتكلم هنا عن التزام بالاستعلام الذي يكون من المشتري الذي يعتبر محترفاً، فإن صفته تلك لا تمنع

من كونه غير محترف بالنسبة للمنتج الذي يشتريه، وهذا جعل القضاء لا يستبعد قيام مسؤولية البائع أو

المصنع قبله كما لو أنه مستهلك عادي.²

لم يعد الالتزام بالإعلام التزاماً من جانب واحد، والاتجاه القضائي الحديث يميل إلى القول بوجود

التزام بالتعاون بين أطراف العقد، الذي يستوجب من البائع المحترف إعلام المشتري بما يعلمه من معلومات،

ويقابل ذلك التزام المستهلك بإعلام المحترف عن رغباته، وما يحتاج ويأمله من السلعة أو الخدمة المقدمة،

¹ بودالي محمد: المرجع السابق، ص 70.

² بودالي محمد: المرجع نفسه، ص 72.

الفصل الأول: الآليات القانونية التي وضعها المشرع لحماية المستهلك

ويتركز هذا الالتزام خاصة في عقود البناء، وأجهزة الإعلام الآلي، ثم عممه القضاء على كل العقود التي يكون محلها أموال مخصصة لإشباع حاجة خاصة بالمشتري.¹

ثانيا: الالتزام بالنصيحة أو تقديم المشورة:

يعني هذا الالتزام أن المحترف لا يلتزم بمجرد إعلام المتعاقد الآخر، وإنما يجب عليه أن يعرض عليه الحل الأوفق لمصالحه، فيكون المحترف ملتزما ببذل عناية أكبر، وكذلك مدى ملاءمة القرارات المتخذة من الزبون، بتبيين له الطريق الأفضل لاتباعه، فهو في حقيقة الأمر مشورة بالقيام بعمل أو الامتناع عنه، كإعطاء الزبون نصيحة بإبرام عقد، أو عدم إبرامه، أو قيام سمسار تأمين بإجراءات معينة من أجل الحصول على شروط تعاقدية جيدة لزبونه، أو قيام الموثق بأبحاث حول وضعية عقار سيتم التعاقد حوله.... إلخ، ويعتبر الإلتزام بالنصيحة أعم من الإلتزام بالإعلام.

1. نطاق تطبيقه:

أ- **الأشياء المعقدة:** les choses complexes، أي السلع التي تعكس التكنولوجيا الحديثة، بشكل خاص مجال الإعلام الآلي، وفرض هذا الإلتزام هنا ليتسنى للزبون اختيار النظام الآلي الأكثر ملاءمة له، وتمكينه من الاطلاع حول أداء الأجهزة المعروضة وعيوبها، تركيبها، والمصاعب المرتبطة بها، فيمتد هنا الإلتزام بالنصح ليصبح التزاما بمساعدة الزبون ² Une Obligation d'assistance du client، مساعدته في اختيار أي الأجهزة أكثر ملاءمة لإحتياجاته.

¹ بوعزة ديدن: الإلتزام بإعلام في عقد البيع، الملتقى الوطني حول المناقشة والاستهلاك في القانون الجزائري، المنعقد في 14. 15 أفريل 2001، ص 39.

² بودالي محمد: الإلتزام بالنصيحة في نطاق عقود الخدمات (دراسة مقارنة)، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005، ص 25.

الفصل الأول: الآليات القانونية التي وضعها المشرع لحماية المستهلك

ب- بعض المهن:

كان الموثق محل أول اعتراف من القضاء بوجود التزام بالنصح، على عاتقه، حيث جاء في نص المادة 12 من القانون 02/06 المتضمن تنظيم مهنة الموثق أن القانون يفرض عليه التزاما بالنصيحة ومساعدة الزبون بهدف إعطائه الحل الملائم، ثم انتشر هذا الالتزام ليشمل المحضرين القضائيين، المحامين، الوكلاء، العقاريين، و الخبراء المحاسبين.

إن المحامي يظهر واجب النصيحة لديه أكثر في الاستشارة القانونية منه في وكرالته للخصومة، فإذا كان مستشارا فإن واجبه بالنصح سيظهر في العمليات المتعلقة بالشركات والمحل التجاري...إلخ.

ويكون التزاما ببذل عناية، أما إذا كان وكيلا في الخصومة - اتفاقيا - فيجب عليه اخطار زبونه بكل طرق الطعن والأجال المحددة لذلك...الخ، وبالنسبة إلى الإثبات في حالة الإخلاء بهذا الواجب فإنه يقع على عاتق المدين به (المحامي) من أجل إعادة التوازن إلى العلاقة بين المحترف والمستهلك، وذلك بكافة وسائل الإثبات بما فيها القرائن.

بالنسبة إلى محترفي التأمين فإن واجب النصيحة بالنسبة لهم يتمثل في تحذير الزبون، ويعتبرون مسؤولين عن التأخير والإهمال.

أما المؤسسات المالية أو مؤسسات الائتمان، فيقع عليها الالتزام بواجب النصيحة في عمليات الائتمان والإقراض، واكتتاب التأمين الجماعي، فالبنك يعتبر مسؤولا لمجرد ارتكابه لخطأ أو اهمال أو تقصير¹، ونجد حالات الخطأ في نص المادة (288 ق ع ج)².

¹ تظهر المسؤولية في الحالات التالية: - حالة تمويل البنك لعملية ترخيص تجاري دون القيام بدراسة تتعلق بمدى صلاحية المشروع، ودون تحذير المرخص له بمدى المخاطر التي يتعرض لها . حالة عدم قيام البنك بإعلام الكفيل حول وضعية المدين المالية المثقلة بالديون.

- حالة منح البنك قروض متتالية مع علمه بالوضعية المعسرة للمستفيد ويبقى البنك مدانا ما دام يعلم المستفيد شخصيا وليس وكيله.

² بودالي محمد: المرجع السابق، ص38 وما يليها.

الفصل الأول: الآليات القانونية التي وضعها المشرع لحماية المستهلك

2. طبيعة هذا الالتزام: يجمع الفقه والقضاء على اعتباره التزاما يبذل عناية، ويبرر هذا بحكم أن المحترف لا يتحكم في نتيجة النصائح التي يقدمها، فهو لا يستطيع إلزام المستهلك باتباعها، ويبقى القرار النهائي بيد الزبون.

في حالة ادعاء الاخلال بهذا الالتزام يجب على الزبون أن يقيم الدليل على عدم تلاؤم أو كفاية ما قدمه المحترف من نصائح أو عدم قيامه بتقديمها أصلا، وهذا النوع من الاثبات صعب لأنه يتعلق بإثبات عمل سلبي.¹

الفرع الثاني: الالتزامات الهادفة إلى حماية المصالح الاقتصادية للمستهلكين.

أولا: الالتزام بضمان العيوب الخفية²: ظهر التزام الضمان خاصة مع التطور التكنولوجي والصناعي، في المنتجات الاستهلاكية التي أصبح المستهلكون يستعملونها بشكل أساسي، بما حققته لهم من اشباع لحاجاتهم ورفاهيتهم، إلا أنها في نفس الوقت قد زادت من المخاطر التي تهددهم خاصة في أموالهم.

نظم المشرع الجزائري أحكام ضمان العيوب الخفية في المادة 379 (ق م ج)³، حيث يقوم هذا الضمان في عقود المعاوضة، فلا يقوم إلا بالاتفاق عليه صراحة، وهو من القواعد العامة التي يجوز للمتعاقدین الاتفاق على مخالفتها بالزيادة في الضمان أو انقاصه أو حتى اسقاطه، وفقا للمادة 377 (ق م ج)⁴، هذه النصوص مع الوقت أثبتت قصورها على تحقيق حماية فعالة للمستهلك، باعتبار أنها نصوص ذات طبيعة اتفاقية من جهة، ولما يتميز به المنتج أو الخدمة المعروضين من تقنيات وفنيات تكنولوجية يجد المستهلك

¹ بودالي محمد: المرجع السابق، ص 27.

² راجع نص المادة 19 من الق 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش في الفصل السادس المعنون بالمصالح المادية والمعنوية للمستهلكين المعدلة بالقانون 09/18.

³ العيب الخفي هو عدم قابلية المبيع للاستعمال المعد له بحسب طبيعته أو تبعا لإرادة الطرفين. أو ذلك النقص اللاحق به بحيث ماكان المشتري ليرضي به، أو ما كان ليعطي فيه إلا ثمنا قليلا لو علم به.

⁴ الأمر رقم 58/75 المتضمن القانون المدني الجزائري.

الفصل الأول: الآليات القانونية التي وضعها المشرع لحماية المستهلك

العادي نفسه عاجزا عن فهم مكوناتها، وقد يستغل المحترف ذلك أما المشرع الجزائري فقد نص على الزامية الضمان و الخدمة ما بعد البيع في الفصل الرابع من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش في المواد 13، 14، 15، حيث أن كل منتج أو خدمة يستفيد مقتنيها من الضمان بقوة القانون، إلا أنه تُشترط شروط في العيب ليصبح محلا للضمان منها:

- أن يكون العيب قديما: بمعنى أن يكون موجودا وقت تسلّم المشتري للمبيع، وللقاضي السلطة التقديرية لإثبات صفة القدم في العيب¹، كما أن عبء الاثبات يقع على المشتري في العيب الخفي لأنه هو من يتمسك به.

- أن يكون العيب خفيا: بمعنى ألا يكون ظاهرا للمشتري الذي يتوجب عليه فحص ما يقتنيه بعناية الرجل العادي، وإلا سقط حقه في الضمان إلا إذا أثبت أن البائع أكّد له خلوه من العيوب، أو تعمد إخفاءه²، ويكون عيبا خفيا ما لا يمكن تبينه من العيوب حتى لو فحص المشتري السلعة وبذل عنايته إلا أنه لا يمكن أن يكتشفه إلا خبير أو ذي اختصاص.

- أن يكون العيب مؤثرا: الصلاحية هي المعيار في هذه الحالة، ونقصد بها توفر المنتج على المواصفات والمقاييس القانونية والتنظيمية التي تهمة وتُميّزه، واستجابة المنتج أو الخدمة للطلبات المشروعة للمستهلك³، ونشير أن العيب يكون مؤثرا إذا أنقص من قيمة المبيع، أو الانتفاع به بحسب الغاية المقصودة منه.

¹ بمعنى يستخلص الاثبات من العيب نفسه، ففساد نظام المكابح هو عيب قديم وانفجار التلّافز بعد فترة وجيزة من تشغيله أيضا، أو انفجار هاتف نقال بعد وضعه في الشحن مثلا كم حدث مع شركة سامسونج قبل سنتين، في جهاز (Not.5) الذي تبين أنه ينفجر بعد وضعه في الشحن، فتم سحبه من السوق وتعويض المشتريين بجهاز آخر سليم من نوع (S08).

² عبد الرزاق سنهوري: الوسيط في شرح القانون المدني الجديد، البيع، والمقايضة، ج4، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 1998، ص 723.

³ علي بو لحية بن بو خميس: المرجع السابق، ص 40. راجع أيضا نص المادة 01/379 (ق م ج).

الفصل الأول: الآليات القانونية التي وضعها المشرع لحماية المستهلك

بخصوص المشرع الفرنسي فهو لا يختلف مع المشرع الجزائري خاصة بالنسبة للشروط إلا أنه أضاف أمران ففي حالة توافر شروط الضمان السابقة، فإن المشتري لديه الخيار بين إقامة دعوى رد المبيع واسترداد الثمن، وبين استبقاء المبيع واسترداد جزء من الثمن الذي يحدده الخبير (تخفيض). أما الأمر الثاني فإن القانون الفرنسي لم يحدد وقت معلوم لتقادم دعوى الضمان، واكتفى بقوله: <حجوب رفع دعوى في وقت قصير>¹.

1. العيوب المستثناة من الضمان:²

أ. سوء الاستخدام ومخالفة التعليمات: وذلك إذا لم يحترم المشتري كيفية الاستعمال والتركيب الصحيحة وتسبب هو بظهور ذلك الخلل في المبيع، أو إذا استعمله فيما لم يُعدُّ له.
ب. خطأ الغير أو القوة القاهرة: أي العيوب التي تحدث خلال نقل المنتج، أو توزيعه، أو تخزينه، بمعنى خارج نطاق التصنيع.

2. أطراف الضمان:³

أ. المدين بالضمان: المحترف هو المدين بضمان العيوب الخفية، بقوة القانون، وقد يكون المحترف، البائع، أو المنتج، أو الوسيط، أو الموزع... إلخ حسب ما تقتضيه المعاملة.
ب. الدائن في الضمان: المستهلك هو الدائن في الضمان، الذي ينتقل إليه بانتقال الملكية، وينتقل كذلك للخلف العام - الورثة - ، أو الخلف الخاص - المستهلك اللاحق -

3. آثار الضمان: يجب على المستهلك أن يُخطر المحترف بالعيوب بمجرد ظهوره خلال مدة معقولة

بحسب طبيعة السلعة، وإلا اعتبر قابلاً لما فيه من عيوب، ولا يشترط شكلاً معيناً للإخطار، وفي حالة عدم

¹ راجع محمد بودالي: حماية المستهلك في القانون المقارن، المرجع السابق، ص 356.

² على بولحية بن بوخميس: المرجع السابق، ص 41.

³ على بولحية بن بوخميس: المرجع نفسه، ص 42.43.

الفصل الأول: الآليات القانونية التي وضعها المشرع لحماية المستهلك

قيام المحترف بتنفيذ الزامية الضمان أو عدم اتفاقهما، في أجل يتفق مع أعراف المهنة يمكن للمستهلك أن يرفع دعوى ضمان لدى المحكمة المختصة في أجل محدد قانوناً بـ 6 أشهر من يوم التسليم الفعلي للمنتج. أما عن طبيعة هذا الالتزام فهو التزام قانوني¹، أو تعاقدي وقد استقر المشرع الجزائري على اعتباره التزاماً بتحقيق نتيجة - تصليح الخلل بالمنتج وإعادته إلى وظيفته المألوفة - .

في الأخير نشير إلى أن الالتزام بالضمان ليس فقط لضمان العيب الخفي في المبيع، وقد يلتزم به المنتج من تلقاء نفسه وهو ما يسمى بخدمة ما بعد البيع **seroice après-vente** كتكفل المحترف بداية بتشغيل المبيع، أو تركيبه، أو إصلاحه مجاناً لفترة معينة، أو استبدال قطع غيار تستهلك بسرعة، لكن على الأغلب يكون ذلك بمقابل ولا تدخل في ثمن البيع.

إن الهدف من ضمان المحترف لهذه الخدمة بعد البيع هو ضمان حسن عمل للجهاز المبيع طوال المدة العادية لبقائه، إلا أن الأصل في هذه الخدمة يكون في عقود المقاوله.²

ثانياً: الالتزام بالإعلان عن الأسعار:

1. الالتزام باحترام الأسعار المعلنة:

يعتبر اشهار الأسعار التزاماً يجمع بين حماية الإرادة التعاقدية للمستهلك، وحماية المصلحة الاقتصادية له حيث أنه يصبح بإمكانه أن يختار بين مختلف السلع والخدمات المعروضة وفقاً لقدرة الشرائية، وإمكاناته المادية المتاحة.

نص المشرع الجزائري على هذا الالتزام في قانون 02/04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية في الباب الثاني المسمى بشفافية الممارسات التجارية، في الفصل الأول منه المعنون بالإعلام بالأسعار والتعريفات وشروط البيع، تحديداً في المواد 04، 05، 06، 07، 09.

¹ راجع نص المادة 13 من قانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

² بودالي محمد: المرجع السابق، ص 386.387.

الفصل الأول: الآليات القانونية التي وضعها المشرع لحماية المستهلك

كذلك نصت على هذا الالتزام المادة 04 من الق 05/10 المتعلق بقانون المنافسة¹ والمادة 05 منه

في الباب الثاني << مبادئ المنافسة >> تحت الفصل الأول << حرية الاسعار >>.

ما تجب الاشارة إليه، أنه باستقراء النصوص السابقة، نجد أن المشرع بين طرق الإعلان عن الأسعار في العلاقات بين المحترفين أو المؤسسات نفسها وهي تتم بواسطة جداول الأسعار أو نشرات أو دليل الأسعار، أما إذا كان هذا الإعلان نحو المستهلك فهو يتم عن طريق وضع علامات أو ملصقات أو الوسم أو التغليف أو أية وسيلة يستطيع المستهلك أن يعلم بالسعر منها بصفة مقروءة وواضحة، ويكون ذلك بوضع السعر مقروءاً بالأرقام²، وبالنسبة للخدمات فإنها تخضع لنفس الطرق، ونفس الأحكام³.

يتبع الحديث عن الالتزام بإعلان الأسعار، الالتزام باحترام تلك الأسعار المعلنة، فالإعلان عن سعر سلعة أو خدمة ما هو بمثابة إيجاب لا ينقصه سوى صدور قبول أحد المشتريين لينعقد العقد، وكل هذا منصوص عليه في القواعد العامة في نصوص المواد من 59 إلى 70 (ق. ج. م)⁴، أما عن كيفية تحديد أسعار المنتجات والخدمات، ومن الذي يحددها هل هو المحترف أم يمكن للدولة أن تتدخل في ذلك؟ فإننا سنتعرض لهذا كله بالتفصيل في الفصل الموالي - بإذن الله-.

2. الإلتزام بالفوترة:

أخيراً في نفس سياق الحديث عن الإلتزام بإعلان الأسعار، واحترامها يتبعه الأخذ بعين الاعتبار الإلتزام بالفوترة، وقد نص عليها المشرع الجزائري في الفصل الثاني من القانون 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، في المادة 10 منه، من استقراء نص المادة نجد أنه ألزم المحترفين إذا كانوا

¹ الأمر 03/03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بقانون المنافسة المعدل والمتمم بالقانون رقم 05/10 المؤرخ في 15 غشت 2010، الصادر في ج ر 46 المؤرخة في 18/08/2010.

² في حالة استعمال التجار عبارات ك <<أسعار مغرية>>، <<تخفيضات>>... ألخ، فإن ذلك لا يجعله ينفك من الإلتزام بإعلان سعر المنتج، وإلا تعرض للمساءلة القانونية.

³ مثلاً المرسوم التنفيذي رقم 96/04 المؤرخ في 15 يناير 1996، المتعلق بتعريفات نقل الركاب في سيارات الأجرة.

⁴ القانون رقم 58/75، المتضمن بالقانون المدني الجزائري.

الفصل الأول: الآليات القانونية التي وضعها المشرع لحماية المستهلك

يتعاقدون مع أعوان اقتصاديين - أي مؤسسات - سواء كان محل التعاقد سلعة أو خدمة، بتقديم الفاتورة، ثم ألزم كل من البائع والمشتري بتلك الفاتورة على وجه السواء، أما إذا كان التعاقد مع مستهلك عادي فإن المحترف ملزم بتقديم وصل أو سند يبرر العقد، أما الفاتورة فيبقى الالتزام بها من المحترف مرهونا بطلب المستهلك.

والملاحظ ان المشرع الجزائري لم يفرق بين السلعة والخدمة، عكس المشرع الفرنسي الذي جعل الفاتورة اختيارية لدى اقتناء منتجات للمستهلكين لكنها اجبارية حتما بالنسبة للخدمات المقدمة لهم.¹

الفرع الثالث: الالتزامات الهادفة إلى حماية صحة وسلامة المستهلك:

أولاً: الالتزام بالسلامة:

إن الالتزام بضمان سلامة المستهلك يقع على عاتق المحترف لصالح المستهلك، هدفه الأساسي توفير الأمان، وضمان حصول المستهلك على سلعة لا تتطوي على خطورة يمكن أن تسبب له ضرراً أو للمحيطين به.²

وتتلخص الشروط الواجب توفرها في هذا الالتزام فيما يلي³:

- وجود خطر يهدد أحد المتعاقدين في سلامته الجسدية.

¹ الحديث هنا عن الخدمات لان معايير تحديد سعر لخدمة معينة ليس نفسه لخدمة أخرى، وأحياناً في ذات الخدمة قد تكون الظروف مختلفة من مكان إلى مكان فمثلاً عامل في البناء يختلف ما يقدمه عن الكهربائي، وعامل البناء إذا كان ما يؤديه هو ترميم لبناء متهاك فأكيد سيختلف الأمر كثيراً عن اصلاح بناء حديث أو بناء منزل وحفر أساس في أرض رطبة ليس كحفره في أرض حجرية، وهكذا هذا ما جعل القضاء والقانون الفرنسي يعتمدان معيار تقديم المحترف للمقاييس un devis التي يعمل بها قبل أداء الخدمة، وهو ما يسمح ويسهل على المستهلك معرفة الأسعار. راجع بودالي محمد: المرجع السابق، ص 536 وما يليها.

² محمد حسين منصور: أحكام البيع التقليدي والالكترونية وحماية المستهلك، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، 2006، ص41.

³ عبد الفتاح بيومي حجازي: حماية المستهلك عبر شبكة الانترنت، ط1، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، 2006، ص 75.

الفصل الأول: الآليات القانونية التي وضعها المشرع لحماية المستهلك

- أن يكون الحفاظ على السلامة الجسدية لأحد المتعاقدين موكلاً للآخر، وبحكم جهل المستهلك بتكوين السلع والمنتجات خاصة الكيميائية منها، والمعقدة التركيب، فإنه يُترك أمر ضمان سلامتها لمُنْتَجِها.

- لا بد من توفر صفة المهنية في المحترف - خاصة البائع - لأن اقدام المستهلكين على التعامل معه يرجع إلى خبرته ودرابته بأصول مهنته.

إن السلع الخطيرة بنوعيتها سواء كانت السلعة خطيرة بسبب طبيعتها كالمخدرات والأسلحة، أو بسبب عيب فيها كالمواد الغذائية الفاسدة، أو الأجهزة الكهربائية المعيبة... إلخ، لكن هذا التمييز لم يعد ذا أهمية بالنسبة لفقهاء والقضاء لأن كلا النوعين يستوجب الحماية.

إن هذا الالتزام كان للقضاء الفرنسي الفضل في انشائه، وأول ظهوره كان في عقود النقل في صورة التزام الناقل بضمان سلامة الراكب بموجب القرار الشهير لمحكمة النقض الفرنسية المؤرخ في 1911/11/21¹، ثم امتد إلى عقود أخرى منها عقد العمل انتهاءً بعقود البيع.

نص المشرع الجزائري في القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش في الفصل الثاني من الباب الثاني على إلزامية أمن المنتجات² في المادة 09 و 10 منه.

¹ بودالي محمد: المرجع السابق، ص 402.

² جاء في نص المادة 03 من القانون 09/03 المتعلق بحماية المستهلك تعريف المصطلحات التالية: . منتج سليم وقابل للتسويق: منتج خال من أي نقص أو عيب خفي يضمن عدم الاضرار بصحة وسلامة المستهلك أو مصالحه المادية والمعنوية.

. منتج مضمون: كل منتج في شروط استعماله العادية أو الممكن توقعها، بما في ذلك المدة، لا يشكل أي خطر أو يشكل أخطاراً محدودة في أدنى مستوى تتناسب مع استعمال المنتج، وتعتبر مقبولة بتوفير مستوى حماية عالية لصحة وسلامة الأشخاص.

. منتج خطير: كل منتج لا يستجيب لمفهوم المنتج المضمون المحدد أعلاه.

. الأمن: البحث عن التوازن الأمثل بين كل العناصر المعنية بهدف تقليل أخطار الاصابات في حدود مايسمح به العمل. الملاحظ من استقراء المادة أن كل التعاريف لمست نقطتين: الأولى كون المنتج خطراً، والثانية اضراره بصحة وسلامة المستهلك.

الفصل الأول: الآليات القانونية التي وضعها المشرع لحماية المستهلك

نشير إلى أنه حتى يتم تحقيق سلامة المنتجات والخدمات، فإنه لا يجب ترك الأمر لحرية المنافسة، بل نجد أنه من الضروري تدخل الدولة لفرض قواعد ملزمة، حيث أنه ليس أمراً يسيراً مراقبة جميع المنتجات والخدمات المعروضة، لأنه وببساطة لا يمكن وضع رقيب وراء كل محترف¹، فنظام الحماية المدني والجزائي ليس كافياً، وهذا يحيلنا إلى ضرورة تطبيق ما يلي:

1. مراقبة دخول المحترف إلى السوق: حيث نظم المشرع العديد من الحرف والمهن بتنظيمات خاصة لأجل الحماية والإشراف، وتحديد نطاقها، كل ذلك بفرض شروط شخصية على المحترفين كالأطباء، الصيادلة... إلخ، والحرفيين بل وأحياناً تتعدى الشروط إلى منع المحكوم عليهم سابقاً جزئياً، بمزاولة نشاط معين، وهناك أيضاً الشروط المادية تكون بفرض وجود منشآت وهياكل معينة لدى المحترفين إما لسلامة المنتجات بحد ذاتها، أو لسلامة الأشخاص، كما يمكن فرض ضمانات مالية في صورة تأمينات شخصية أو عينية.

2. مراقبة دخول المنتجات والخدمات إلى السوق: الأصل هو حرية تداول المنتجات والخدمات في السوق، إلا أن المشرع يمكن أن يتدخل أحياناً لمنع إنتاج أو توزيع مادة معينة، بهدف حماية سلامة وصحة المستهلكين، كمنع تداول بعض الأدوية مثلاً وسحبها من السوق، وتلجأ الإدارة أحياناً إلى إخضاع دخول بعض المنتجات لإذن خاص منها، أو تصريح مسبق من المنتج أو المستورد.

هذا ولا يفوتنا أن نحدد معنى كلمة السوق سواء لدى القانونيين أو لدى علماء الإقتصاد حيث أن كلمة السوق قديمة قدم التاريخ البشري، منذ بدأ التبادل التجاري (البيع والشراء)، فالمفهوم الشائع لكلمة السوق: هو المكان الذي يلتقي فيه المشتري والبائع لتبادل السلع والخدمات.

¹ بودالي محمد: المرجع السابق، ص 405.

الفصل الأول: الآليات القانونية التي وضعها المشرع لحماية المستهلك

يعرفه الأستاذان **alain jolibert/ pierre lios duboi** على أنه: "مجموعة المنتجات المحددة، والمرتبطة المختارة من الزبون، وأنه مجموعة من الأفراد الحاليين الذين لهم علاقة بالمنتجات الموجودة في مكان معين"¹.

يعرفه الأستاذ **lasary** بأنه: "مجموعة الزبائن الذين لهم الإمكانيات ويريدون القيام بعملية التبادل التي تسمح لهم بتلبية حاجاتهم ورغباتهم"²

يعرفه الأستاذ **daniel** على أنه: "مكان التقاء العرض والطلب"³

يعرفه الأستاذ حسين محمود حامد على أنه: "هو التنظيم الذي بمقتضاه يتم الاتصال الوثيق بين البائع والمشتري، أو المنتج والزبون، أو العرض والطلب"⁴

يعرفه رجال التسويق على أنه "مجموعة المشتريين الحاليين والمرقبين من ذوي الحاجات أو الرغبات غير المشبعة ويمتلكون القدرة الشرائية، ويمكن إشباعها بالسلع والخدمات"⁵.

يعرف السوق في العرف التجاري على أنه "المكان الذي يكون فيه البائعون والمشترون على اتصال تام ووثيق ببعضهم، أو هو مكان التقاء العرض بالطلب، أو هو العلاقة التبادلية بين الباعين (العارضين) والمشتريين (الطالبين)".⁶

¹ Pierre louis Dubois et Alain Joliber: le marketing fondments pratiques, paris, 1998, p24.

² lasay : le marketing c'est facile, Alger, 2001, p37

³ .Daniel Dufour : Marketing , paris , 1997 , p9.

⁴ حسين محمود حامد: النظام الاقتصادي المالي في الاسلام، دار النشر الدولي، الرياض، السعودية، 2000، ص153.

⁵ عبد الكريم رياض جبوري: التسويق الناجح، دار التسيير، بيروت، لبنان، 2000، ص07.

⁶ عبد اللطيف بن عبد الله: الإيجاز في مبادئ الاقتصاد الاسلامي، دار ابن الجوزي، السعودية، 1997، ص77.

الفصل الأول: الآليات القانونية التي وضعها المشرع لحماية المستهلك

عرفته أيضا الجمعية الأمريكية للتسويق على أنه "مجموعة القوى أو الشروط، التي على ضوءها

يتخذ المشترون والبائعون قرارات ينتج عنها انتقال السلع والخدمات"¹

من خلال ما سبق من التعاريف يستنتج ما يلي:

- السوق تتكون من متعاملين اقتصاديين يبيعون ويشتررون.
- موضوع التعامل هو السلع والخدمات.
- السوق تتحكم في قوى العرض والطلب.
- السوق تنتقل فيه الملكية من طرف لآخر.
- الهدف من وجود السوق تلبية حاجات المستهلك.

أخيرا عرفه المشرع الجزائري في نص المادة 03-02 من قانون المنافسة على أنه "السوق: كل

سوق للسلع والخدمات المعنية بممارسات مقيدة للمنافسة، وكذا تلك التي يعتبرها المستهلك مماثلة أو

تعويضية، لا سيما بسبب مميزاتها وأسعارها والاستعمال الذي خصصت له، والمنطقة الجغرافية التي

تعرض المؤسسات فيها السلع والخدمات المعنية"².

أخيرا لا ننسى أن المشرع نص في قانون حماية المستهلك في الفصل الأول من الباب الثاني على

إلزامية النظافة والنظافة الصحية للمواد الغذائية وسلامتها. ضمن المواد من 04 إلى 08³، وعلى الرغم

من كل ذلك إلا أنه في الجزائر وباستقراء المادة 02/08 من القانون السابق، التي تحيلنا إلى التنظيم، فإن

¹ الأمر رقم 03/03 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424هـ الموافق لـ 19 يوليو 2003 يتعلق بالمنافسة، الصادر بالج.ر عدد 43، المؤرخة في 20/07/2003 المعدل والمتمم بالقانون رقم 10/05 المؤرخ في 5 رمضان 1431 الموافق لـ 15 غشت 2010، الصادر في ج.ر عدد 46 المؤرخة في 18/08/2010.

² الأمر رقم 03/03 المتعلق بالمنافسة.

³ القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش.

الفصل الأول: الآليات القانونية التي وضعها المشرع لحماية المستهلك

هذا المجال تنقسمه على الأقل ثلاثة وزارات: وزارة الصحة، وزارة التجارة، ووزارة الفلاحة، وهذا يؤدي إلى

تبعثر الجهود حتماً، نذكر على سبيل المثال بعض القرارات التي تنظم كل مادة على حدى: كالبين¹، مسحوق

الحليب الاصطناعي²، منتجات الصيد البحري، الدواجن³، الفواكه الطازجة⁴.

أما ما يخص المواد الغذائية المستوردة تخضع جبراً للمقاييس في الدليل الغذائي الصادر عن المنظمة

العالمية للتغذية، والمنظمة العالمية للصحة.⁵

ويمارس الرقابة على احترام هذه القواعد من حدهم المشرع في نص المواد من 25 إلى 28 من قانون

03/09 السابق.

ثانياً: مطابقة المنتجات و الخدمات لمقاييس الجودة:

أدى تحرير الأسواق إلى ظهور منتجات متنوعة في الأسواق الوطنية بغرض اشباع حاجيات

المستهلك، إلا أن هذه المنتجات لا تخلو من خطورتها، خاصة مع التطور التكنولوجي، بدون اغفال جانب

المنافسة بين المحترفين، وهذا ما جعل المساعي على المستوى الدولي وليس الوطني فقط تتجه إلى ضبط

تلك المنافسة بقوانين تحمي مصلحة المستهلكين من شتى المخاطر، بتوفير جودة أكبر، وبأقل الأسعار.

في هذا الموضوع سيكون الحديث عن ثلاث نقاط:

¹ المرسوم التنفيذي رقم 30/92 المؤرخ في 1992/01/20 المتعلق بخصائص أنواع البن وعرضها.

² قرار مؤرخ في 1999/09/27، يتعلق بمواصفات مسحوق الحليب الصناعي وشروط عرضه وحيازته واستعماله وكيفيات ذلك.

³ القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 1995/07/02 المتعلق بوضع الدواجن المذبوحة رهن الاستهلاك عُدل بالقرار الوزاري المشترك المؤرخ في 2001/05/26.

⁴ قرار وزاري مشترك مؤرخ في 1994/01/08 يتعلق بنوعية الفواكه والخضر الطازجة الموجهة للاستهلاك وعرضها.

⁵ قرار وزاري صادر في 1995/11/07 المتعلق بالمواصفات التقنية التي تطبق على المواد الغذائية المستوردة.

الفصل الأول: الآليات القانونية التي وضعها المشرع لحماية المستهلك

1. المواصفات القانونية: هي مجموعة الخصائص التي يجب على المتدخل احترامها في المنتج

سواء كان سلعة أو خدمة طول فترة الانتاج حتى الاستهلاك. قصد التأكد من جودتها والاطمئنان على تحقيق الرغبات المشروعة للمستهلك وهي أنواع¹:

أ. **المواصفات الجزائرية:** تتضمن على وحدات القياس، شكل المنتجات، تركيبها، أبعادها، خاصيتها الطبيعية والكيميائية، نوعها، التمثيل الرمزي، طرق الحساب، الاختيار، المعايير، القياس، الأمن، الصحة، وسم المنتجات، طريقة استعمالها وهي نوعان:

• **المواصفات المصادق عليها:** ملزمة التطبيق، وتطبق بأثر فوري.

• **المواصفات المسجلة:** اختيارية التطبيق، تسجيل في سجل لدى هيئة التقييس.

ب. **مواصفات المؤسسة:** تعد تلك المواصفات بمبادرة المؤسسة المعنية، ولا يجوز أن تكون مناقضة

لخصائص المواصفات الجزائرية كما يجب أن توضع نسخة من مقاييس المؤسسات لدى الهيئة المكلفة بالتقييس بصفة إلزامية وبدون مقابل، وهذه الهيئة مخولة لإجراء تحقيقات لدى كل متعامل عمومي وخاص، كما تراقب مدى مطابقة مواصفات المؤسسة للمواصفات الجزائرية الجاري بها العمل، بل وتبقى مرتبطة بها، والهدف هنا هو توحيد الجهود بين الهيئات المكلفة بتنظيم عمليات التقييس والمؤسسات الاقتصادية.

2. المقاييس القانونية²: هي الأعمال التقنية التي تحتوي عليها المنتجات والخدمات التي تميزها عن

غيرها وهي كالتالي:

أ. **الخصائص التقنية:** الوثيقة التي تحدد الخصائص التقنية المطلوبة في المنتج كمستوى الجودة،

المهارة، الأمن، الأبعاد، التغليف، نظام العلامات والبطاقات، وطرق الاختيار.

¹ علي بن بولحية بن بوخميس: المرجع السابق، ص 30-31.

² علي بن بولحية بن بوخميس: المرجع السابق، ص 27.

الفصل الأول: الآليات القانونية التي وضعها المشرع لحماية المستهلك

ب. المواصفات القياسية: الخصائص التقنية أو أي وثيقة أخرى توضع في متناول جميع المتعاملين الاقتصاديين، ثم إعدادها بتعاون الأطراف المعنية.

ج. الإشهاد على المطابقة¹: هي إجراء إداري تمنحه الهيئة المكلفة بالتقييس، حيث يرمز للمنتج المطابق للمواصفات بعلامة "ت ج" والتي تعني "تقييس جزائري"، وهذه العلامة هي ملك مقصور وحصري للمعهد الجزائري للتقييس، ويتم الإشهاد على مطابقة المنتج للمواصفات الجزائرية بوسطة علامة أو علامات وطنية المطابقة أو بواسطة رخصة استعمال وضع العلامات الوطنية، ويتم إيداع طلب العلامة الوطنية عند السلطات المختصة بالتقييس والتي لها الصلاحيات التالية:

✓ دراسة طلبات منح الرخص.

✓ تنفيذ عمليات تقييم المصانع وتفتيشها.

✓ مراقبة الاستخدام الحسن للعلامة.

✓ إجراء التحاليل والاختبارات الأخرى للمواد المعنية بالرخصة.

نص المشرع الجزائري في قانون 03/09 المعدل والمتمم بالقانون رقم 09/18 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش²، في الفصل الثالث المعنون بإلزامية مطابقة المنتوجات، في المادة 11 منه على: >> يجب أن يلبي كل منتج معروض للاستهلاك الرغبات المشروعة للمستهلك {...} من حيث الأخطار الناجمة عن استهلاكه كما يجب أن يحترم المنتج المتطلبات المتعلقة بمصدره، والنتائج المرجوة منه والمميزات التنظيمية من ناحية تغليفه وتاريخ صنعه والتاريخ الأقصى لاستهلاكه {...} والرقابة التي أجريت عليه.

¹ علي بن بولحية بن بوخميس: لمرجع السابق، ص 28.

² القانون رقم 03/09 المؤرخ في 25/02/2009، المعدل والمتمم بالقانون رقم 09/18 المؤرخ في 10 يونيو 2018، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الصادر في ج ر 35، المؤرخة في 13 يونيو 2018.

الفصل الأول: الآليات القانونية التي وضعها المشرع لحماية المستهلك

تحدد الخصائص التقنية للمنتجات التي تتطلب تأطيرا خاصا عن طريق التنظيم>.

باستقراء نص المادة السالفة، نستنتج أن هناك عدة معاني للمطابقة، **أولها**: مطابقة المنتجات للقواعد الآمرة الخاصة بالموصفات. **وثانيها**: وجوب مطابقة تلك المنتجات أو الخدمات للخدمة المشروعة للمستهلك. إن الكلام عن رغبة المستهلك المشروعة يفتح التساؤل حول المعيار الذي يمكن أن يحدد تلك الرغبة؟، أترأه المعيار الموضوعي الذي يتم تحديدها حسب المستهلك المتوسط، أم المعيار الذاتي الذي يُرجع فيه إلى الشخص نفسه المستهلك؟، هنا كان الميل الراجع لأغلبية الشراح بالمعيار الأول على أساس استحالة مراعاة المحترف لرغبات كل المستهلكين في وقت تتكدس فيه السلع كماً ونوعاً في الأسواق.¹

3. المعهد الجزائري للقياس: أنشئ المعهد بموجب المرسوم 69/98²، وقد نص في مواده على اعتباره مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري، يخضع لقواعد القانون التجاري في علاقاته مع الغير، كما وخولته المادة 07-01 حق إعداد المقاييس الجزائرية ونشرها وتوزيعها.

إضافة إلى نظام التقييس الخاص بكل دولة هناك نظام تقييس دولي تشرف عليه منظمة **ISO** المعروفة باسم **International Standard Organtsation** وقد نص المرسوم التنفيذي السابق على أن المعهد الجزائري للقياس يشارك في أشغال المنظمات الدولية والجهوية للقياس، ويمثل الجزائر فيها.³ أخيرا نشير إلى أن المشرع الجزائري، وحتى مع تعديل لبعض المواد في قانون حماية المستهلك وقمع الغش، إلا أنه بين خجلا في أغلب الأحيان - على النحو السابق بيانه - من استقراء نصوص المواد القانونية.

¹ بودالي محمد: المرجع السابق، ص 283-284.

² المرسوم رقم 69/98 المؤرخ في 21 فبراير 1998، المتضمن إنشاء المعهد الجزائري للقياس.

³ المشرع الفرنسي عهد بمهمة التقييس إلى الجمعية الفرنسية للقياس **Anfor** وجعلها تخضع لرقابة الوزير المكلف بالصناعة ويعمل تحت إشرافها عدة مكاتب للقياس مختصة في مختلف المجالات، ما يقابله لدى المشرع الجزائري بعض اللجان التقنية فقط.

المطلب الثاني: وسائل دفاع المحترفين:

تقوم فلسفة قانون المسؤولية المدنية للمنتج على ضمان التوازن بين مصلحتين رغبة المنتج في الإنتاج والاكتشاف والتطوير، وفي المقابل مصلحة مجتمع المستهلكين لتلك المنتجات، وحقهم في الحماية الكاملة، والسلامة.

إن المتصفح للكتب والمراجع في هذا المجال، فإن أغلب ما سيجده من عناوين تتمحور حول الحماية للمستهلك، على اعتبار أنه الطرف الضعيف في المعادلة، وأنه جاهل لكل ما يعمله المحترف، وهذا ما يفقد العقود توزنها، ويجعل المستهلك يفقد الثقة في الاستهلاك، وهذا ليس في مصلحة المحترفين بالتأكيد. ما نتساءل حوله هو مدى امكانية عكس المعادلة؟ لو أصبح المحترف مظلوما ومعتدى عليه في هذه العلاقة التعاقدية؟ فهل سيجد نصوصا وسبلا قانونية تكفل له حقوقه، وضمان مصالحه؟

الفرع الأول: الحق في اللجوء إلى القضاء

أولاً: حق المحترف في اللجوء إلى القاضي الاستعجالي

أجاز المشرع الفرنسي في قانون الاجراءات المدنية للمحترف أن يلجأ إلى قاضي الاستعجال، الذي تتميز اجراءاته بالسرعة، في حال وجود خطر حَالّ، أو من أجل وقف تعرض غير مشروع.¹ وهذه هي شروط رفع الدعوى، إذا توفرت جاز للمحترف أن يرفع دعوى في الاستعجالي، لكن ما لا يقبل هو النظر في موضوع الدعوى إذا كان تنفيذ أحد الالتزامات مثلاً، لأن المحكمة الاستعجالية كما هو واضح لا تفصل في أصل الحق، وإنما هي اجراء وقائي يحافظ على ذلك الموضوع إلى غاية الفصل فيه من محكمة الموضوع المختصة.²

¹ نص على ذلك في المادة 303 ق م ج، راجع أيضا القانون رقم 09/08 المؤرخ في 18 صفر عام 1429، الموافق 25 فبراير 2008، يتضمن قانون الاجراءات المدنية الجزائري.

² بودالي محمد: المرجع السابق، ص105.

الفصل الأول: الآليات القانونية التي وضعها المشرع لحماية المستهلك

بالنسبة إلى المشرع الجزائري فإن قاضي الاستعجالي لا يستجيب لطلب المحترف إذا رأى أن الهدف من النقد هو إعلام المستهلكين، والعبرة في الموضوع أن هذا القاضي لا يمكن أن يتعمق في الخطأ ليستخلصه إلا إذا كان وضحا جليا، ولا يحتاج إلى وقت، لأن البحث الذي يحتاج وقت هو مساس بموضوع الدعوى وهذا ليس من اختصاصه، إلا أنه يجوز أن يلجأ المحترف المضروب إلى القضاء الاستعجالي لالزام المجلة أو الصحيفة أو أية وسيلة إعلامية أخرى لتمكينه من الرد أو التصحيح وهي حقوق تضمنتها المادة 100 من قانون الإعلام.¹

أيضا المادتين 106-03، و 108 من نفس القانون أجازتا اللجوء إلى القاضي الاستعجالي. ومن بين الطلبات الممكنة أمام هذا القاضي كطلب منع نشر نقد معين من منتجاته، أو طلب حجز مجلة تسيء لسمعة علامته التجارية مثلا.

ثانيا- حق المحترف في رفع دعوى تعويض: إن لجوء المحترف إلى قاضي الموضوع هو للمطالبة بالتعويض عن الاضرار التجارية التي قد تصيبه من جراء النقد الخاطئ حسبما جاء في نص المادة 1382 قانون مدني فرنسي.

وكما هو الحال في الدعاوى المدنية فإنه يقع على المحترف إثبات أركان المسؤولية التقصيرية، وهي الخطأ والضرر، والعلاقة السببية، وهذا معناه وجوب إثبات سوء نية أو إهمال، أو عدم تبصر المنتقد²، أما فيما يخص الضرر فإن إثباته مع العلاقة السببية صعب نسبيا، حيث أن انخفاض رقم الأعمال والأرباح بالنسبة للمحترف هما اللذان يستدل عليهما بالضرر، لكن الواجب هو تحديد ما فاتته من كسب وما لحقه من خسارة بشكل دقيق، ثم كيف يمكن أن ينسب ذلك إلى النقد الخاطئ أو اعتباره أحد آثاره.

¹ القانون العضوي رقم 05/12 المؤرخ في 18 صفر 1433، الموافق 12 يناير 1012، المتعلق بالإعلام.

² كأن يثبت المحترف أن الناقد نشر بدون أن يقوم بتحقيقات معمقة، ودقيقة.

الفصل الأول: الآليات القانونية التي وضعها المشرع لحماية المستهلك

نظرا إلى كل ما سبق تمنح السلطة التقديرية للقاضي، الذي يميل إلى التقريب لا التدقيق، ويكون الحكم في الغالب على الناقد التعويض بمبالغ مالية معتبرة، أو الزامه بنشر الحكم، أو ادراج تصويب للنقد، وهذه الأحكام غالبا ما تجعل جمعيات حماية المستهلكين تبقى مهددة بسبب قلة إمكانياتها مقارنة مع المحترف.¹

أما بالنسبة للمشرع الجزائري فقد أجاز المشرع اللجوء إلى القسم المدني بالمحكمة للمطالبة بالتعويض على أساس نص م¹²⁴ (ق م ج) إذا لحق به جراء نشر نقد خاطئ ضرر مادي أو معنوي. يمكن لقاضي الموضوع أن يمس بأصل الحقوق، ويبحث في الأدلة التي أثبت بها المحترف أركان المسؤولية التقصيرية، وبشكل خاص ركن الخطأ - عدم صحة النقد-، نضيف أنه من خلال نص المادة 182 (ق م ج) التي تشير إلى أن معيار تحديد الضرر يكون بتقدير ما فات المحترف من كسب، وما لحقه من خسارة، ويكون ذلك وفقا لرقم أعمال المعني المصرح به.

أما بالنسبة إلى الضرر المعنوي فإنه لا يوجد نص صريح لتقديره لدى مشرعنا، على عكس المشرع المصري الذي حدد عدة معايير لتقديره، وهذا ما يجعل المحاكم تحتاط لدى تقدير الضرر الأدبي لانعدام النص الصريح.³

¹ بودالي محمد المرجع السابق، ص106.

² هذه المادة جاءت في ظل قانون 58/75 كما يلي: >> كل عمل أيا كان يرتكبه المرء ويسبب ضررا للغير، يلزم من كان سببا في حدوثه بالتعويض <<، أما في تعديل القانون رقم 10/05، جاء نصها كما يلي: >> كل فعل أيا كان يرتكبه الشخص بخطئه ويسبب ضرر للغير يلزم من قام سببا في حدوثه بالتعويض<<، كلمة خطأ وقعت في النقل عن القانون المصري والفرنسي، واستمر ذلك سنوات إلى أن استدرك أخيرا المشرع، أن الخطأ هو أحد أركان المسؤولية التقصيرية ولا يمكن الاستغناء عنه. راجع القانون 10/05، المؤرخ في 20 يونيو 2005 الصادر في ج ر عدد 44، المعدل والمتمم للأمر 58/75، المتضمن الق المدني الجزائري.

³ القرار الصادر عن الغرفة المدنية رقم 67، 551 المؤرخ في 1990/09/24، القضية رقم 250، >> قرار المحكمة العليا بإبطال أحكام قضت بالتعويض المعنوي لصالح أقارب الضحية البالغين رغم مخالفة ذلك للأمر 15/74 المتعلق بالتعويض عن حوادث المرور، راجع أحمد طالب: نظام تعويض الأضرار الناجمة عن حوادث المرور في الجزائر، ج2، المجلة القضائية، ع2، ص 323.

الفصل الأول: الآليات القانونية التي وضعها المشرع لحماية المستهلك

ثالثا: ممارسة المحترف لدعوى القذف:

يثار التساؤل حول مدى اعتبار عدم صحة معلومات منشورة في مجلة للمستهلكين جريمة جزائية؟ أو يمكن اعتبارها إشهارا كاذبا؟.

يرى بعض الفقهاء الفرنسيين، وقد ساندتهم في ذلك تشريع الاستهلاك الفرنسي في نص المادة

L121-1، أن الإعلام الذي ينشره المعهد الوطني للاستهلاك وجمعيات المستهلكين يعتبر اشهارا،

وفي حالة أعاد المحترف نشره يعتبر اشهارا كاذبا يعرض صاحبه للعقاب، أما المحترفون فيرون أن هناك تشابه بين الاشهار الكاذب والنقد الكاذب.¹

بالنسبة إلى القانون الفرنسي أن النقد إذا بلغ حدًا من الجسامة أعتبر قذفا، ويستوي فيه أن يكون المقذوف شخصا طبيعيا أو اعتباريا، كما يستوي أن يكون القذف يستهدف حياته الخاصة أو المهنية، مع اشتراط مساسه بالاعتبار والشرف والسمعة، وذلك يعني أن تكون الكلمات الموجهة للمقذوف تستهجنه وتعنيه.²

من نصوص جريمة القذف في القانون الفرنسي نستنتج القرائن التالية³:

أولاً: افتراض النقد أنه ادعاء خاطئ، وزعم كاذب، وهذا ما يُلزم الفاعل بإثبات صحة الواقعة.

ثانياً: افتراض أن الفاعل سيئ النية، وهذا يجعله مكلفا بنفي سوء النية.

ثالثاً: المسؤولون في هذه الحالة هم: مدير النشر، الكاتب، الطابع.

أخيرا إن النيابة العامة لا يمكنها تحريك الدعوى إلا بناء على شكوى المضرور، ويمكن لهذا الأخير

ممارسة الدعوى المدنية أو الدعوى الجزائية أمام قضاة الموضوع (المدني أو الجزائي)، فالقذف في حالة

¹ بودالي محمد: المرجع السابق، ص 106.

² راجع نص المادة 29 من قانون الاعلام الفرنسي، الصادر في 1881 /07/29 وقد قضي باعتبار واقعة إهمال سلامة المجلات التي ادعاها صحفي فرنسي ضد المنتج قذفا، في قضية kleber.

³ راجع نص المادة 35 من القانون الفرنسي للإعلام.

الفصل الأول: الآليات القانونية التي وضعها المشرع لحماية المستهلك

إثباته يعتبر خطأ في القانون المدني الفرنسي، كما أن القذف الذي يرتكبه شخص عادي يختلف تماماً عن القذف عبر وسائل الإعلام، حيث أنه في الحالة الأخيرة يذيع وينتشر في نطاق واسع، وهو ما يسبب ضرراً أكبر للصحبة.

الفرع الثاني: حق المحترف في الرد والتصحيح:

أجاز المشرع الجزائري للمحترف سواء كان شخصاً طبيعياً أو اعتبارياً الحق في طلب التصحيح إذا سبق لأية مجلة أو صحيفة، أو إذاعة، أو قناة تلفزيونية - سمعية كانت أو بصرية- إذا أوردت خبراً خاطئاً يتعلق بمنتج أو خدمة يقدمها.

ويستوي أن يكون النقد موجهاً إلى المنتج أو الخدمة، أو إلى المنتج، لأن كلاً منهما يدل على الثاني بالضرورة، وقد نظم ذلك في الباب السابع تحت مسمى << حق الرد والتصحيح >> ضمن قانون الإعلام الجزائري، وكان النص كما يلي¹:

- وجوب تحمل مسؤولية النشر بصورة غير صحيحة على المدير المسؤول ومجاناً.

- من يحق له الحق في الرد الشخص المقذوف.

- من يحق له ممارسة حق الرد والتصحيح.

- محتوى طلب الرد، وإجراءاته، ومدته.

- شكل الرد في المجلة أو أياً كانت الوسيلة، وأجله.

- امكانية الاتجاه إلى القضاء الاستعجالي إذا رفض المسؤول نشر الرد.

إن أهم النقاط التي يركز عليها المشرع في هذه المسألة أن ينشر الرد في أسرع وقت ممكن بعد

النقد، وذلك لحساسية موقف المحترف - سمعته-، وكذلك وجوب أن يتم ذلك الرد في نفس المجلة أو

¹ راجع نصوص المواد من 100 إلى 114 في قانون الإعلام الجزائري.

الفصل الأول: الآليات القانونية التي وضعها المشرع لحماية المستهلك

الصحيفة أو القناة، وفي نفس التوقيت، وبنفس الكيفية، ليحقق الهدف منه، إضافة إلى الزامية نشر الرد أو التصحيح مجاناً وبدون مقابل، ويجوز لكل شخص طبيعي معنوي الحق في الرد إذا كان مستهدفاً، بل ويمكن أن يمثل نائبه القانوني.

وفي حالة عدم قبول المسؤول لنشر الرد، أعطى المشرع للمضرر حق التوجه إلى القضاء ليحصل على مبتغاه، إضافة إلى أن الحق في الرد لا يمنح إلا إذا كان الكلام الموجه للمحترف في النقد يمس شرف وسمعة واعتبار هذا الأخير.¹

الفرع الثالث: استثناء فكرة مخاطر التطور من التامين على مسؤولية المنتج.

مؤكد أن التطور التكنولوجي والعلمي لا يحمل للإنسان الرفاهية والنماء فقط، بل أن البحوث العلمية الجديدة أكدت على حقيقة المخاطر التي تجلبها التقنيات الحديثة للمستهلك، وهذا ما يجعل فكرة التوازن بين مصلحتين تطرح: رغبة المنتجين في الاكتشاف والتطور، وإرادة مقابلة للمجتمع في الحصول على حاجياته في ظل الحماية الكاملة لسلامة أفرادهم.²

لقد نصت المادة **1386 - L1** فقرة **4** من القانون **389/98** المتعلق بالمسؤولية عن فعل المنتجات المعيبة الفرنسي، التي منحت المنتج إمكانية دفع مسؤوليته، بإثباته أن حالة المعرفة الفنية والعلمية وقت طرحه المنتج للتداول لم تسعفه في اكتشاف العيب، ما يعني أنه وضع مخاطر التطور على عاتق المستهلك. حرصت محكمة العدل الأوروبية على إخضاع هذا الاعفاء إلى شروط صارمة، أدت إلى تغليب التفسير الضيق له، فذهبت إلى أنه من أجل إعفاء المنتج فإنه لا يجب فقط إثبات عدم علمه بوجود عيب

¹ راجع بودالي محمد: المرجع السابق، ص 104، ص 112.

² شهيدة قادة: فكرة مخاطر التطور: رهانات الموزنة بين مصالح المهنيين وحقوق المستهلكين في الحماية، مجلة دراسات قانونية، عدد 2، جامعة تلمسان. كلية الحقوق، ديسمبر 2005، ص 51.

الفصل الأول: الآليات القانونية التي وضعها المشرع لحماية المستهلك

في المنتج، وإنما إثبات أنه وقت عرض المنتج للتداول لم تسمح له حالة المعارف العلمية والتقنية في أعلى مستوياتها من معرفة العيب، أو لم يكن بمقدوره إدراكها.¹

نذكر أن المشرع الفرنسي لم يأخذ بالإعفاء على إطلاقه، بل اعتبره سببا نسبيا، يمكن إسقاطه لسببين:

الأول: لا يجوز التمسك بالإعفاء لمخاطر النمو إذا كان الضرر ناجما عن عناصر أو منتجات جسم

إنساني.²

ثانيا: لا يجوز للمنتج التمسك بالإعفاء إذا لم يتم بعد 10 سنوات من عمله بالعيب الفني والتقني

بإصلاحه بالاجراءات المناسبة للحد من أخطاره.

كل الكلام السابق يضيف على عاتق المنتج التزاما جديداً هو **الالتزام بالمتابعة** **Obligation de**

.suivi

وعلى الرغم من هذه الشروط، إلا أن توفرها يعفي المنتج من المسؤولية، وهذا يطرح تساؤلا حول من

يتحمل المسؤولية؟ ومن يعرض ضحايا مخاطر التطور؟.

يأتي الحديث هنا عن شركات التأمين، ومدى إمكانية مساهمتها في حل هذا الإشكال، إلا أنه وبالرغم

من وجود بوليصات تأمين تغطي عقود الضمان، إلا أن شركات التأمين طرحت أكثر خمسة أسانيد وجيهة

لنتهرب من المسؤولية، ومن تغطية هذا النوع من الأخطار، مفادها أن المخاطر غير محددة، ولا يمكن

التنبؤ بها، وغير مستقرة، وهذا كله يتنافى مع طبيعة عقود التأمين، إلا أن أغلب الفقهاء الفرنسيين والأوروبيين

حملوها المسؤولية³ لاعتباريين:

¹ بودالي محمد: المرجع السابق، ص 474.

² راجع نص المادة 12/1386 من القانون 389 /98 الفرنسي، وجاء هذا الاستثناء نتيجة للأضرار الكارثية التي خلفتها

قضية الدم الملوث بفيروس السيدا في منتصف الثمانينات، من مراكز نقل الدم التي لم يكن ليقتبل إعفاءها من المسؤولية

الرأي العام، وهو ما أكدته محكمة النقض الفرنسية.

³ شهيدة قادة: المرجع السابق، ص 55 وما يليها.

الفصل الأول: الآليات القانونية التي وضعها المشرع لحماية المستهلك

الأول: تحميل المنتج المسؤولية سيجعله يحدُّ من روحه الاستكشافية خوفاً من المسؤولية، وهذا سيقف حتماً في وجه تطور الاتحاد الأوروبي.

الثاني: إذا كنا نعفي المنتج، فإنه من غير المعقول أن نترك المستهلك ضحية تلك المخاطر يتخبط وحده في مواجهة الأضرار التي تعرض لها، ولهذا كان لا بد من تحميل شركات التأمين المسؤولية.

المبحث الثاني: المسؤولية المترتبة عن الإخلال بالالتزامات في عقود الاستهلاك

نمهد للكلام عن المسؤولية في قانون حماية المستهلك بوضعها في مكانها مقارنة مع غيرها من أنواع المسؤولية الأدبية، المدنية، الجنائية .

يمكن أن نعرف المسؤولية بوصف عام بأنها " الحالة التي يؤاخذ عليها الشخص عن عمل أتاه ، يفترض إخلالاً بقاعدة أخلاقية أو قانونية تستتبع قيام مسؤولية أخلاقية أو قانونية¹."

المسؤولية عموماً تفترض وقوع خطأ ومجازات مرتكبة ، والخطأ قد يكون أدبياً وقد يكون قانونياً وهذا ما يستتبع قيام المسؤولية.

موضوعنا هو استقراء قواعد المسؤولية القانونية بنوعيتها، إذا كان الحديث عن عقد استهلاك ومتعاملين اقتصاديين أخطأ أحدهما في حق الثاني ، فمن يتحمل آثار الخطأ، وكيف يمكن تدارك الوضع المؤذي للمتضرر ؟ .

المطلب الأول : المسؤولية المدنية في قانون حماية المستهلك

سن كل المشرعين الفرنسي والجزائري مجموعة من التدابير الوقائية ، والعقوبات التي من شأنها أن تقلل من حجم الحوادث التي تسببها المنتجات والخدمات ، وكذا ما يمكن أن يسببه عدم التزام المحترفين بما فرض عليهم اتجاه المشتري قانوناً من التزامات ، وتسبب ذلك في الإضرار بالمصالح الاقتصادية

2 عاطف النقيب : النظرية العامة للمسؤولية الناشئة عن الفعل الشخصي، ط1 ، منشورات عويدات ، 1983 ، ص15.

الفصل الأول: الآليات القانونية التي وضعها المشرع لحماية المستهلك

المادية أو التأثير على حريتهم التعاقدية - وفقا لما سبق - ، إلا أن النظام العقابي وحده غير كاف ، ويجب إكماله بنظام حماية وقواعد مسؤولية مدنية ، تسمح بتعويض الضحايا والمتضررين من الخدمات والمنتجات.

الفرع الأول : أحكام عامة

تقوم المسؤولية المدنية في أحكامها العامة على أساس الضرر الذي يصيب الفرد ، ويكون جزاؤها التعويض ويختص بطلب ذلك التعويض المضرور نفسه أو من ينوب عنه ، ويجوز التنازل والصلح في المسؤولية المدنية لأنها حق خاص للفرد .

كما أن العقوبة في المسؤولية المدنية تترتب على عمل غير مشروع دون الحاجة إلى نص يبين تلك الأعمال بشكل محصور ، والنية غير مشترطة لقيام المسؤولية لأن الخطأ المدني مبني على الإهمال لا العمد إنما يهم حقا في المسؤولية المدنية هو الضرر الذي يحدثه الغير ويستوجب التعويض كاملا .

إن عناصر المسؤولية المدنية في الأحكام العامة ثلاثة هي :

*الخطأ: هو العمل الضار المخالف للقانون، أو كما عرّفه الفقيه بلانيول << الإخلال بالتزام سابق >>¹

*الضرر: هو واقعة مادية يجوز إثباتها بكافة الطرق كالقرائن ، والبيئة ... الخ ، كما يصيب الشخص

في جسمه أو ماله ² .

*العلاقة السببية: تكون بأن كون خطأ الغير هو السبب المباشر لإحداث الضرر للضحية³.

1 قد يكون الخطأ في المسؤولية المدنية إيجابيا وقد يكون سلبيا ،سواء نسب إلى المحترف أو لشخص يخضع لرقابته ،كالإخلال بأحد الالتزامات المفروضة عليه مثلا ، أو عدم مطابقة ما يقدمه من منتوجات للمواصفات القانونية ... الخ ،ولم يشترط المشرع واجب إثبات الخطأ، بل ألزم المحترف بإثبات انعدام الخطأ من جانبه .

2 الضرر يصيب الشخص في حق من حقوقه أو في مصلحة مشروعة له ، وهو شرط لازم لتحقيق المسؤولية المدنية ، ويستوجب التعويض ،كما أن الهدف في قانون حماية المستهلك هو تقادي ذلك الضرر .

3 الصلة السببية التي تربط ركني المسؤولية المدنية السابقين الخطأ و الضرر، بالنسبة للمشرع الجزائري أعفى المستهلك حفاظا عليه من إثبات العلاقة السببية ،وألزمه بإثبات الضرر فقط الذي تعرض له ، فذلك كاف لقيام المسؤولية .راجع بخصوص الأحكام العامة للمسؤولية المدنية راجع عبد الرزاق السنهوري : الوسيط في شرح القانون المدني ، نظرية الالتزام بوجه عام مصادر الالتزام ، ج1 ، منشورات الحلبي، بيروت ، 1998 ، ص743 وما يليها .

الفصل الأول: الآليات القانونية التي وضعها المشرع لحماية المستهلك

بمجرد توفر الأركان تتحقق المسؤولية المدنية ، وتترتب عليها آثار أهمها¹:

*دعوى المسؤولية : تتحقق الدعوى المدنية بتقديم شكوى من المضرور الذي أخطأ في حقه، ولها

أطراف:

-المدعي : هو الشخص المضرور ، ويمكن لنائبه كالولي أو الوصي أو القيم أن يقوم مقامه ، أو وكيله

(المحامي)، كما يجوز للخلف العام (الورثة) أن يطالبوا بالتعويض .

-المدعى عليه : هو المحترف (المسؤول عن الضرر) أو نائبه وإذا تعدد المسؤولون عن نفس الضرر،

كانوا متضامنين في التزامهم بالتعويض، والمضرور في هذه الحالة اختيار رفع الدعوى ضدهم مجتمعين ،

أو ضد أحدهم فقط .

-التعويض : ينشأ الحق في التعويض من وقت توافر الأركان السابقة ، ويقدر التعويض على قدر الضرر

الذي أصاب المضرور ، كما يكون الضرر المباشر سواء كان متوقعا أو لا ، ويمكن التعويض أن يكون

عينيا كإصلاح منتج ، أو تحمل كل المصاريف ، أو استبداله ، أو إصلاحه كما استوجب القوانين².

سبق أن فصلنا في أنواع الالتزامات المفروضة على المحترف، وبقي لنا الآن التفصيل فيما يترتب عن

الدائنين بها من مسؤولية في مواجهة المستهلك ، وسنتكلم عما يلي:

أولا: الجزاءات المدنية لعدم مطابقة المنتجات والخدمات

1-عيوب الإرادة : وردت تلك الجزاءات في الأحكام العامة ونذكر منها :

4 عاطف النقيب : المرجع السابق ،ص298 .

² المرسوم التنفيذي رقم 90 / 266 مؤرخ في 05 سبتمبر 1990 يتعلق بضمان المنتوجات و الخدمات الصادر في ج. ر

العدد 40 المؤرخة في 29 صفر 1411 .

راجع المواد 05، 07، 08، 09 من المرسوم .

الفصل الأول: الآليات القانونية التي وضعها المشرع لحماية المستهلك

أ-الغلط¹: بالنسبة إلى المشرع الجزائري ، فقد أخذ بمعيار الغلط الجوهري >> إذا بلغ حدا من **الجسامة** << بحيث يتمتع المتعاقد عن إبرام العقد لو لم يقع في هذا الغلط ، وهو ما يعني أن مشرعنا تبنى المفهوم الشخصي للغلط ، عكس المشرع الفرنسي تبنى النظرية الموضوعية.

نشير إلى أن النجاح في الحصول على التعويض باستعمال هذه الدعوى أمر احتمالي لأن شروطها صعبة الإثبات.

ب-التدليس : نص عليه المشرع الجزائري في القانون المدني ، وهو يتكون من عنصرين ، عنصر نفسي هو نية الخداع ، وعنصر مادي وهو الحيلة والكذب والكتمان حسب ما ذهبت إليه محكمة النقض الفرنسية .

بالنسبة للكتمان التدليسي فقد تكلمنا عنه سابقا ، فيما يخص واجب الإعلام لكن يلتزم المستهلك بإثبات العنصر النفسي ، وأن ذلك التدليس هو الذي دفعه إلى التعاقد .

يجب على المستهلك أن يرفع دعوى الإبطال للعينين السابقتين أمام المحكمة المدنية خلال 10 سنوات من يوم اكتشاف العيب ، أو 15 سنة من يوم تمام العقد .

2--المسؤولية العقدية

أ-عدم تنفيذ المحترف لالتزاماته التعاقدية

وهذا الإخلال يتمثل في صورتين : إما أن لا يقدم المحترف ما كان يجب عليه تقديمه للمستهلك (التسليم) ، وإما أن يسلمه المنتج أو يؤدي الخدمة غير مطابقة لما اتفق عليه في العقد ، كما يجوز للمستهلك ما يلي :

¹ الغلط هو وهم يقوم في ذهن الشخص فيصور له الأمر على غير حقيقته ، قيد فعله إلى التعاقد تحت وطأته بحيث ما كان ليتعاقد لو علم بحقيقته، راجع بودالي محمد : عيبا الغلط والتعريف في القوانين الوضعية والفقهاء الإسلامي (دراسة مقارنة)، رسالة ماجستير ،الجامعة الأردنية، 1989، ص 13 .

الفصل الأول: الآليات القانونية التي وضعها المشرع لحماية المستهلك

✓ الدفع بعد التنفيذ: أي أن يمتنع عن تنفيذ التزامه بأداء السعر مثلا إلى حين تنفيذ المحترف التزامه

1 .

✓ إجبار المحترف على التنفيذ العيني متى كان ذلك ممكنا² .

✓ يجوز للمستهلك طلب فسخ العقد ، فيعود المتعاقدان إلى الحالة التي كانا عليها قبل التعاقد

✓ يجوز أن يطلب المستهلك الإبقاء على العقد مع طلبه للتعويض عما أصابه من ضرر جراء الإخلال

بالتزامات المحترف، ويمكن أن يكون ذلك بتخفيض السعر. إن هذه الدعوى مثل سابقتها، لا تحقق للمستهلك

فائدة كبيرة، فالمحترفون اعتادوا على تضمين العقود شروطا ترمي إلى حرمان المستهلك من العديد من

حقوقه، رغم أن القانون الفرنسي منعها، واعتبرها شروطا تعسفية³

ب- التأخير في تنفيذ المحترف لإلتزاماته .

قد يتأخر المحترف عن تسليم المبيع أو أداء الخدمة في الوقت المتفق عليه ، وجب على

المستهلك اعذاره بالتنفيذ وذلك لمصلحته التي تقضي الإثبات في تقصير المحترف في الوفاء بالتزامه رغم

الإعذار فيكون للمحترف أحد الأمرين :

1 راجع نص المادة 123 من ق م ج ، حيث يمكن للمستهلك أن لا يدفع الثمن ، وأن لا يستلم المبيع الذي ليس مطابقا لما اتفق عليه .

2 .راجع نص المادة 164 ق م ج .

³ عرفها القانون الفرنسي رقم 23/ 78 الصادر في 10/ 01/ 1978 الخاص بإعلام المستهلكين للسلع والخدمات في المادة 35 منه على أنها >> تلك الشروط التي تبدو مفروضة بواسطة المحترف ، على غير المحترف ، أو على المستهلكين من خلال التعسف في استخدام التفوق الاقتصادي ، وتسمح بحصول المحترف على ميزات مبلغ فيها << ، ويقول بعض الفقهاء بأن الشرط يعدّ تعسفا إذا جاء متنافيا مع ما ينبغي أن يسود التعامل مع روح العدل والحق ، ومن شروط توافره :

- التعسف في استعمال القوة أو السلطة الاقتصادية للمهني .

- الميزة المفرطة والمتجاوزة التي حصل عليها المهني بمناسبة التعاقد .

الخلاصة أن المحترف يمكنه التفوق في القوة الاقتصادية أو القوة القانونية - ما يناسبه من شروط كالشرط الجزائي لا يفهمهما المتعاقد الآخر - أو القوة الفنية - الحنكة والتجربة والخبرة .

راجع إدريس الفاخوري : حماية المستهلك من الشروط التعسفية ، مجلة طنجيلس للقانون والاقتصاد ، العدد 03 ، جامعة عبد الملك السعدي ، مطبعة النجاح الجديدة ، طنجة ، 2003 ، ص65 وما يليها .

الفصل الأول: الآليات القانونية التي وضعها المشرع لحماية المستهلك

1. إما أن يتمتع عن التنفيذ فتطبق عليه الأحكام السابقة .

2. إما أن ينفذ متأخرا عن الأجل المتفق عليه ، هنا يختار المستهلك ما يناسبه إما الإبقاء على العقد

أو فسخه¹.

نشير إلى أنه إضافة إلى الشروط التعسفية التي يمكن أن يوردها المحترف في العقد بهذا الشأن ،

يوجد أيضا مشكلة صعوبة تقدير التعويض في حالة التأخير هذه.

كما أن المشرع الجزائري بين خجلا فيما يخص قاعدة أعمال الشرط الجزائي في العقود ، الذي

يقضي بإمكانية فسخ العقد تلقائيا لصالح المشتري الذي تضرر من تأخر البائع بتنفيذ التزامه ، بقوة القانون

ودون إعداره ، لكن ما نص عليه مشرعنا هو العكس حيث أعطى للبائع هذا الحق ، ومنع منه المشتري (

المستهلك) الذي هو أولى به².

ثانيا : الجزاءات الواردة في عقد البيع

إضافة إلى القواعد العامة للعقد - التي سبق بيانها - يمكن للمستهلك أن يتمسك بالقواعد الخاصة

بعقد البيع ، والتي نوجزها فيما يلي :

¹ ينص المحترفون عادة من قبيل الشروط التعاقدية على أن الأجل الوارد العقد على سبيل الذكر ، وإما بالنقص على استبعاد أو تخفيض من مسؤولية المحترف في حالة التأخير ، وهذان يعدان أيضا من الشروط التعسفية التي منع القانون إيرادها في العقود .

²بودالي محمد : حماية المستهلك في القانون المقارن ، مرجع سابق ، ص 349 .

الفصل الأول: الآليات القانونية التي وضعها المشرع لحماية المستهلك

1- الضمان القانوني للعيب الخفي¹ :

أ- الضمان القانوني في القانون المدني :

بالنسبة إلى المشرع الجزائري اشترط على المستهلك كي يستفيد من الضمان أن يفحص المبيع ويعاينه بعد تسلمه بنفسه أو يستعين بخبير، ثم إنه يتوجب عليه أيضا بعد اكتشاف العيب أن يخطر البائع فوراً، وإلا اعتبر المبيع غير معيب ، واعتبر المشتري راضيا بالعيب ، ويقع على المشتري عبء إثبات قيامه بالإخطار بكل طرق الإثبات².

يصبح للمشتري الحق في الرجوع على البائع بدعوى الضمان التي يراعى فيها أمران :

* إذا كان العيب جسيما بحيث لو علم به المشتري وقت البيع لما تعاقد فيكون مخيراً بين ردّ المبيع

المعيب وما استفاده منه للبائع ، وبين المطالبة بالتعويض مع استبقاء المبيع .

* إذا لم يكن العيب جسيما فإن المشتري يصبح لديه فقط حق المطالبة بالتعويض عن الأضرار

التي أصابته كما أن دعوى الضمان يجب أن ترفع خلال سنة واحدة من وقت التسليم الحقيقي للمبيع .

بخصوص الخيار بين دعوى الضمان ودعوى الإبطال للغلط ، فإن المشرع_الجزائري ترك الاختيار

للمستهلك بن أجد الدعويين ، حيث لا يجوز الجمع بينهما³.

¹ يعرف العيب في الفقه الإسلامي بأنه >> ما تخلو منه الفطرة السليمة ، وينقص القيمة ، وعرفه الفقه القانوني بأنه عدم قابلية المبيع للإستعمال المعدّ له بحسب طبيعته ، أو تبعا لإرادة الطرفين ، أو ذلك النقص اللاحق به ، بحيث ما كان ليرضى به المشتري ، أو ما كان ليعطي فيه إلا ثمناً قليلا.

راجع الرزقا مصطفى : شرح القانون المدني السوري - العقود المسماة عقد البيع والمقايضة . ، ط6 ، مطابع فتي العرب ، دمشق 1965 ، ص192 .

² عبد الرزاق السنهوري : المرجع السابق ، ص337 .

³ هذه الحرية في اختيار أحد الدعويين تترك للمستهلك منفذا لعدم سقوط حقه في التقاضي بالإستفادة من الأجل الطويل في دعوى الإبطال للغلط ، في حالة ما إذا فقد حقه في الدعوى الأولى لفوات الأجل سنة واحدة . أو عدم إخطار البائع بالعيب .

الفصل الأول: الآليات القانونية التي وضعها المشرع لحماية المستهلك

ب- الضمان القانوني في قانون حماية المستهلك :

أعطى المشرع الجزائري للمستهلك في المادة 05 من المرسوم التنفيذي 266/90¹، أن ينفذ الضمان على أحد الوجوه الثلاثة :

* **إصلاح المنتج** : إذ كان قابلا للإصلاح ، ولم يكن العيب جسيما ، فيلتزم المحترف بإصلاح العيب مجانا ابتداء بمصاريف النقل إلى اليد العاملة إلى قطع الغيار ، بحيث يصبح المنتج بعد إصلاحه سليما ، من أي عيب يجعله غير صالح للإستعمال المخصص له، أو أي خطر ينطوي عليه عند تسليمه ثانية للمستهلك².

* **استبدال المنتج** : إذا تعدّر إصلاح المنتج يحق للمستهلك أن يطالب باستبدال المنتج المعيب بأخر سليم بشرط أن يكون العيب جسيما يحول دون استعماله كليا أو جزئيا ، ويقدم هذا الطلب في أجل معقول متعارف عليه³، ويكون الاستبدال أيضا مجانا وبدون زيادة في السعر.

* **استرداد الثمن** : هو آخر خيار للمستهلك ، لا يتاح له إلا إذا فشل الخيارين السابقين - الإصلاح ثم الإستبدال - ، فيلتزم المحترف بإرجاع الثمن للمستهلك كاملا إذا كان المنتج غير صالح للإستعمال كليةً ، ويمكن للمستهلك استبقاء المبيع إذا كان غير قابل للإستعمال جزئيا ، مع استرجاع جزء من الثمن يعادل درجة العيب .

أبطل المشرع كل الشروط التعسفية التي تسقط الضمان، أو تحدّ من مسؤولية المحترف اتجاه التزامه بقوة القانون والخيارات الثلاثة السابقة لا تسقط من حق المستهلك في طلب التعويض عما أصابه من أضرار

¹ المرسوم التنفيذي رقم 266/90 المؤرخ في 25 صفر عام 1411 الموافق ل15 سبتمبر 1990 ، المتعلق بضمان المنتجات والخدمات ، الصادر في ج ر عدد 40 ، المؤرخة في 29 صفر 1411 .

² راجع نص المادة 03 من المرسوم 266/90 ، المتعلق بضمان المنتجات والخدمات .

³ راجع نص المادة 07 من المرسوم 266/90 ، المتعلق بضمان المنتجات والخدمات .

الفصل الأول: الآليات القانونية التي وضعها المشرع لحماية المستهلك

من العيب الذي وجده في المنتج كعدم سلامة المنتج و أمنه ، أو تفويت الفرص على المستهلك جزاء الوقت الضائع للحصول على المنتج... الخ .

يكون من حق المستهلك توجيه إنذار إلى المحترف الذي رفض الضمان بعد طلبه في الوقت المحدد، فيحق للمستهلك بعد 7 أيام من تاريخ تسلم الإنذار رفع دعوى ضمان ضده لإجباره على تنفيذ التزامه ، وبعد الإنذار شرط شكلي لقبول الدعوى .

3- الضمان الإتفاقي¹ للعيب الخفي :

أ- في القانون المدني²: نص المشرع على جواز الاتفاق على الضمان ، بين أطراف العقد سواء كان ذلك بالزيادة أو الإنقاص أو الإسقاط ، إلا أن الشككين الأخيرين قيدهما المشرع بشرط عدم تعمد البائع إخفاء العيب في المبيع غشاً منه ، وهذا ما يعتبر سوء النية .

كما أن الدعوى الناشئة عن الضمان الاتفاقي لا ينطبق عليها الأجل القصير المنصوص عليه في الضمان القانوني ، إضافة إلى مدة التقادم أيضا .

في حالة اشترط البائع عدم ضمانه للخسائر الناتجة عن سوء الاستعمال ، فإنه يقع عليه إثبات إساءة الاستعمال وعلاقة السببية بينه وبين قيام العيب .

ب- الضمان الإتفاقي في قانون حماية المستهلك :

نص قانون حماية المستهلك على إسقاط الشروط الاتفاقية في العقد التي تتضمن إسقاط الشروط أو الإنقاص من الضمان ، في المرسوم رقم 266/90³.

¹ الضمان الإتفاقي يكون باتفاق أطراف العقد على جواز تعديل أحكام الضمان القانوني إما بالزيادة كتوسيع أسباب الضمان ، وتطويل مدة الضمان، أو الإنقاص كاشتراط البائع عدم ضمانه لعيب معين بالذات ، أو الإسقاط كاشتراط البائع على المشتري أنه لا يضمن أي عيب يكتشفه في المبيع.

² راجع المادة 178 ق م ج .

³ راجع نص المادة 10 من المرسوم 266/90 ، المتعلق بضمان المنتجات والخدمات .

أما الزيادة فأجازها بشرطين¹:

- أن تكون الزيادة بدون مقابل (مجانا)

- أن يكون أنفع من الضمان القانوني (لمصلحة المستهلك)

يعتبر من بين مزايا هذا النوع من الضمان أنه لا يتطلب إقامة الدليل على وجود العيب عند التسليم بل ، يقوم بمجرد ظهور العيب بصفة تلقائية .

الفرع الثاني : المسؤولية المدنية للمحترف المترتبة عند انعدام السلامة في المنتجات والخدمات

طبق المشرع -حسب ما سبق- أحكام الضمان على الأضرار الناجمة عن المنتجات الخطرة ، بموجب المادة 12/03 إلى 19 ، والمادة 13 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش وكذا نص المادة 03 من المرسوم 266/90 المتعلق بضمان المنتجات والخدمات ، طبق عليها أحكام الضمان .

تشير إلى أن المشرع الجزائري فرق بين مبدأ السلامة ، ومطابقة المنتجات في ق 03/09 المعدل حيث كرس كل منها في فصل منفرد عن الآخر .

أولا : ما تقدمه دعوى الضمان في مجال الحماية من أضرار المنتجات الخطرة

1-معنى المحترف : يقع الالتزام بالسلامة على جميع البائعين ، بدءا بالمنتج والصانع ، وصولا إلى

البائع النهائي ، وهذا ما يجعل للمستهلك الحرية في الرجوع على أي واحد منهم ، بشرط إثبات إخلال

ذلك المحترف بالتزامه بالسلامة².

¹ راجع نص المادة 11 من المرسوم 266/90 ، المتعلق بضمان المنتجات والخدمات .

² راجع نص المادة 140 مكرر الواردة في القانون 10/05 المتضمن القانون المدني الجزائري .

2- معنى الأضرار :

يقصد بالعيب المؤثر ذلك العيب الذي يكون من شأنه أن يجعل مما يصنعه المنتج شيئاً خطراً بطبيعته، أو يزيد مما يمكن أن يكون لهذا الشيء من خطورة في ذاته¹، سواء لحقت تلك الأضرار بالأشخاص أو بالأموال، مع اشتراط وجود رابطة عقدية².

3 - خطأ المنتج : كما سبق و أسلفنا ، أن المبدأ العام يقضي بإثارة المسؤولية عقدية كانت أو

تقصيرية يستدعي إثبات المضرور لخطأ المسؤول عن الضرر ويكون كما يلي :

* في المسؤولية العقدية : إخلال المنتج بالتزامه (بذل عناية أو تحقيق نتيجة) .

* في المسؤولية³ التقصيرية : إخلال المنتج بالتزام قانوني (عدم الإضرار بالغير) .

إن المستهلك المتضرر مطالب بإثبات انحراف المنتج ومن في حكمه (الموزع ، المستورد ، البائع بالجملة) في سلوكه المطلوب ، وعدم توخيه باليقظة ، والحرص والتبصر الموازي لمثله من المهنيين في مواجهة المستهلك المفتقد للدراية الفنية الكافية⁴ .

خفف المشرع الفرنسي عبء الإثبات على المضرور ، فاعتبر القضاء أنه بمجرد تسليم المستهلك منتج معيب ، فهذا كاف لإثارة مسؤولية المنتج ، والدلالة على خطئه، وكذلك المشرع الجزائري نقل عبء الإثبات إلى المحترف ، وألزمه أن يثبت أنه لم يرتكب خطأ .

¹ راجع المادة 12/3 قانون حماية المستهلك وقمع الغش .

² بودالي محمد : المرجع السابق ، ص 480 .

³ شهيدة قادة : المسؤولية المدنية للمنتج دراسة مقارنة . ، أطروحة دكتوراه ، القانون الخاص ، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان ، كلية الحقوق ، 2004 - 2005 ، ص 163 - 164 .

الفصل الأول: الآليات القانونية التي وضعها المشرع لحماية المستهلك

ثانيا : تأسيس مسؤولية خاصة للمنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته الخطرة .

إن دعوى ضمان العيوب الخفية لا يمكن أن تغطي مسؤولية المنتج عما تسببه منتجاته الخطرة

للأسباب التالية : - دعوى الضمان تتكفل فقط بالأضرار التجارية .

- لا يمكن الإحتجاج بهذه الدعوى إذا كان المضرور من الغير

- تحميل المستهلك عبئ إثبات الخطأ من المنتج

كل هذه الأسباب التي جعلت من المستهلك وغيره من المتضررين من المنتجات ضحايا تعجز

دعوى الضمان عن إنصافهم كما يجب ، وظهر نوع جديد من المسؤولية ، هي مسؤولية موضوعية تقوم

على أساس **تحمل التبعة** ، تقوم مهما كانت صفة المضرور (مستهلك، محترف ، أو من الغير) ، ومهما

كانت طبيعة الأضرار الحاصلة سواء مسّت بسلامة الأشخاص أو الأموال¹ .

كما يجب على المشرع الإعتراف للمنتج بجواز إعفائه من المسؤولية التي تنشأ عن الالتزام بالسلامة

بإثبات **السبب الأجنبي** المتمثل في :

***خطأ المضرور : كإستعمال الخاطئ للمنتج**

***مخاطر النمو LE RISQUE DE DEVELOPPEMENT** : وذلك لعدم عرقلة النمو الصناعي

، باستثناء بغض المنتجات كالأدوية .

ثالثا : تعويض الأضرار التي تسببها أداء الخدمات

تختلف القواعد بين الخدمات الخاضعة للقانون العام ، والخاضعة للقانون الخاص، ولكل من

الفرعين قواعد خاصة بها ، كما أن القضاء الفرنسي لم يصل على توحيد طبيعة الالتزام بالسلامة حيث أن

هناك من الخدمات ما يعتبر التزاما ببذل عناية ، وهناك نوع آخر يعتبر التزاما بتحقيق نتيجة .

1 بودالي محمد : المرجع السابق ، ص481-482 ، راجع أيضا

شهيدة قادة : المرجع السابق ، ص173 وما يليها.

1- الأضرار الواقعة بمناسبة النقل

نصت المادة 62 من القانون التجاري الجزائري على أنه: << يجب على ناقل الأشخاص أن يضمن أثناء مدة النقل سلامة المسافر... >>¹. وهذا معناه التزام قانوني يفرض على الناقل إيصال الراكب سليماً بالنسبة للضحية (المتضرر) يكتفي بإثبات الضرر الجسدي الذي أصيب به ، فإن مسؤولية الناقل تقوم مباشرة إلا إذا أثبت أن الحادث وقع نتيجة قوة قاهرة ، خطأ الراكب أو الغير². بالنسبة إلى القضاء الفرنسي قرر أن يضيق إلى الالتزام بتعويض المضرور ، تعويض أقاربه في حالة الوفاة عن الأضرار التي تصيبهم ، إضافة إلى أعمال قواعد مسؤولية حراسة الأشياء ، وبالتحديد تجنب الشروط المعفية أو المحددة للمسؤولية في عقد النقل ، التي نص عليها المشرع الجزائري في المادة 65 (ق ت ج)، وهذا فيما يخص النقل البري .

أما النقل الجوي ، سواء كان داخلياً أو خارجياً فإنه يخضع للتنظيم الخاص به³. ونفس الشيء بالنسبة للنقل البحري⁴، حيث كلاهما نص على التزام الناقل بسلامة الراكب .

كما أن نصوص القانون التجاري نصت على ترتيب مسؤولية الناقل إزاء المسافر ابتداءً من تكلفة به << **Apartir la prise en charge de celui** >> ، والمشرع الجزائري اعتبر التزام الناقل هو التزام بتحقيق نتيجة ، كما نص القانون 06/99 المحدد لقواعد نشاط وكالة السياحة والأسفار⁵، على التزام وكالة

¹ الأمر رقم 95/75 مؤرخ في 20 رمضان 1395 الموافق لـ 26 سبتمبر المتضمن القانون التجاري الجزائري .

² راجع نص المادة 63 من ق ت ج .

³ راجع نصوص القانون 06/98 المؤرخ في 27/06/1998 المعدل والمتمم بقوانين آخرها القانون رقم 14/15 المؤرخ في 15/07/2015 الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالطيران المدني ، الصادر في ج ر عدد 41 ، المؤرخة في 29/07/2015.

⁴ راجع نصوص القانون 80/76 المؤرخ في 23/07/1976 المعدل والمتمم بالقانون 04/10 المؤرخ في 15 غشت 2010 المتضمن القانون البحري ، الصادر في ج ر عدد 46 .

⁵ القانون رقم 06/99 المؤرخ في 04/04/1999 يحدد القواعد التي تحكم نشاط وكالة السياحة والأسفار ، الصادر في الجريدة الرسمية ع 24 .

الفصل الأول: الآليات القانونية التي وضعها المشرع لحماية المستهلك

السياحة باتخاذ كل الإجراءات والاحتياطات اللازمة لتوفير الأمن للزبون وممتلكاته ، وحملها مسؤولية الأضرار التي تصيبه نتيجة إخلالها بالتزاماتها العقدية .

2- الأضرار الناجمة عن العلاج الطبي :

أ.مسؤولية الأطباء : هي مسؤولية طبية تستند إلى وجود عقد بين المريض أو ممثله القانوني، وبين

الطبيب .

إن أول التزام يتحمله الطبيب هو إعلام المريض إعلاماً أميناً وواضحاً ومتناسباً مع حالته ، وإذا أخلّ بهذا الالتزام وتحقق الخطر فإنه مسؤول عن الضرر الحاصل ، حتى وإن لم يرتكب خطأ ، باعتبار أنه بعده إعلامه بمخاطر العلاج أو العملية مثلاً ، فوّت عليه فرصة تجنب ذلك الخطر ، وهذا هو أحد محددات التعويض - تقدير الفرصة الضائعة - .

كما أن التزام الطبيب¹ هو التزام ببذل عناية²، ولإثبات هذا الالتزام التعاقدية يجب على الضحية إثبات خطأ الطبيب -تقصيره في العناية الطبية كالخطأ في التشخيص **erreur de diagnostic** ونعني بالطبيب كل الأطباء .

غالباً ما يتلقى الخطأ المدني مع الخطأ الجزائي في المسؤولية الطبية، وهذا يستدعي الإدعاء المدني أمام المحكمة الجزائية، وهو ما يجعل النيابة العامة تتولى إثبات خطأ الطبيب المدني بدلاً من الضحية إلى جانب إثبات الاتهام ضده .

¹ المقصود بالطبيب كل من الأطباء العامون والمختصون ، والجراحون ، والأطباء المخدرون ، أطباء الأسنان .

² هناك حالات يصبح التزام الطبيب فيها التزاماً بتحقيق نتيجة :

- إذا كان الضرر ناجماً عن فعل أدوات وأجهزة طبية يستعملها الطبيب كإسقاط حقة في عضلة المريض مثلاً .

- حالة التعفن بمناسبة العلاج

في الحالتين تقوم مسؤولية الطبيب تلقائياً ، ويعفى المريض من إثبات الخطأ ، ولا يمكنه دفع تلك المسؤولية إلا بإثبات السبب الأجنبي ، وهناك أيضاً العمليات التجميلية التي يلتزم فيها الطبيب بتحقيق نتيجة .

الفصل الأول: الآليات القانونية التي وضعها المشرع لحماية المستهلك

ب. مسؤولية المستشفيات العامة :

✓ المسؤولية القائمة على الخطأ : المشرع الجزائري ، أقامها على الخطأ الجسيم إذا تعلق الأمر بالعمل الطبي ،والخطأ البسيط إذا تعلق الأمر بالتنظيم (العمل العلاجي) ، لكن المشرع الفرنسي بعد سنة 1992 تخلى عن تلك التفرقة واعتبر كل خطأ مهما كان فإنه يؤدي إلى قيام مسؤولية المستشفى سواء كان خطأ طبيًا أو جراحيا أو مساعدة طبية إستعجالية ... الخ.¹

✓ المسؤولية دون خطأ : اكتشف هذا النوع من المسؤولية القضاء الإداري الفرنسي ، وذلك باستعمال المستشفى لطريقة علاجية تنشئ خطرا على المرضى الذين تطبق عليهم ،فإن المضاعفات المترتبة عنها بصورة مباشرة تعقد مسؤولية المرفق الإستشفائي في غياب أي خطأ² .

ج . مسؤولية المستشفيات الخاصة :

المسؤولية عن خطأ الطبيب :الطبيب رغم استقلالته كمهني³ ، إلا أنه يمكن اعتباره تابعا لمرفق ما حسب نص المادة 136 (ق م ج) كالطبيب المخدر، الجراح والقابلة ،إن القاعدة العامة تقول بانعدام مسؤولية العيادة أو المشفى الخاص عن أعمال الطبيب أو الجراح المهنية باستثناء الطبيب الأجير **mèdecin salarié** الذي تربطه بالعيادة علاقة عمل ، فتتعقد مسؤولية المستشفى عن خطأ الطبيب استنادا إلى العقد بين المريض و العيادة و الطبيب اذا كان أجيرا وإلا فإنه يمكن الرجوع على المشفى بالمسؤولية العقدية إذا قصرت في تنفيذ التزاماتها ، أما الطبيب فإم مسؤوليته تكون تقصيرية .

1 بودالي محمد : المرجع السابق ، ص495 .

2 قرار المحكمة العليا الغرفة الإدارية . ملف رقم 235-55 صادر بتاريخ 11/03/1989 نصه << ... ومن المستقر عليه قضاء أن مسؤولية الإدارة تقوم حتى في حالة انعدام الخطأ اتجاه الأشخاص ،ضحايا الحوادث ...>> .

3 راجع نص المادة 86 من المرسوم التنفيذي 276/92 << لا يجوز للطبيب أو جراح الأسنان أن يقبل أجرا مبنيا على اعتبار مقاييس منتوجية ، أو مردود زمني تكون عواقبه الحد من استقلاله المهني أو التخلي عنه >>

المرسوم التنفيذي رقم 92-276 المؤرخ في 06 جويلية 1992 ، المتضمن مدونة أخلاقيات الطب ، الصادرة في ج ر عدد 52 المؤرخة في 08 جويلية 1992 .

الفصل الأول: الآليات القانونية التي وضعها المشرع لحماية المستهلك

تسري على مسؤولية المشفى الخاص القواعد العامة للمسؤولية ، و منها الإخلال بالتزاماتها العقدية قبل زياتها ، الناجم إما عن سوء التنظيم (كعدم وجود مداومة خاصة بالتخدير) ، و إما عدم كفاية أو انعدام التجهيزات ، وإما عن أخطاء العاملين ¹ .

المطلب الثاني : المسؤولية الجزائية في قانون حماية المستهلك.

تقوم المسؤولية الجنائية على أن هناك ضرر أصاب المجتمع ، ويكون جزاؤها عقوبة، المطالبة به من اختصاص النيابة العامة - باعتبارها ممثلة للحق العام -

تتطوي العقوبة على واجب حصر الجرائم والعقوبات ، فلا جريمة ولا عقوبة بغير نص، كما أن النية هي من الأركان الواجبة في العمل غير المشروع ، ويجب أن يكون لها مظهر خارجي يستدل عليها به ، كما أنه يلزم لإتمام الجريمة ركن مادي متمثل في الفعل المخالف للقانون الماس بمصالح الفرد أو المجتمع. تقوم المسؤولية الجزائية - كما سبق - على أساس مخالفة التزام قانوني يمس بمصلحة الفرد والمجتمع، وهذا ما جعل المشرع يتدخل ليضع نصوصا قانونية خاصة ،تختلف عن القواعد العامة في القانون.

إن الخطأ في المسؤولية الجزائية وكركن فيها مفترض في جانب المحترف أو كل متدخل في عملية العرض ، حتى وإن لم يسبب ضررا للمستهلك .

الخطأ في المسؤولية الجزائية : يقصد به الإخلال بالتزام يفرضه القانون ، سواء كان عمديا أو غير عمدي فكلاهما يعاقب عليه ، ويستوي كذلك أن يكون الخطأ إيجابيا أو سلبيا ، كالإخلال بقاعدة أمر ، كما أنه يتصور صدوره عن المحترف أو عن شخص خاضع لرقابته تنفيذا لتعليمات صادرة إليه من المحترف متى كان التابع ملزما بالتنفيذ ² .

1 بودالي محمد : المرجع السابق ،ص 492 وما يليها .

² علي بولحية بن بوخميس: مرجع سابق، ص 88 .

الفصل الأول: الآليات القانونية التي وضعها المشرع لحماية المستهلك

الفرع الأول: الأسس التي تبنى عليها الجرائم المتعلقة بالمستهلك:

باستقراء نصوص قانون حماية المستهلك، ومختلف النصوص القانونية المتعلقة به نجد أن الجرائم

المتعلقة بالمستهلك تتمحور حول ما يلي:¹

أولاً: عدم توضيح بيانات السلع والمنتجات باللغة العربية حسب المواصفات القياسية المفروضة، أو

اللوائح التنفيذية، بشكل واضح ويسهل قراءته على النحو الذي يتحقق به الغرض من تلك البيانات.

ثانياً: عدم تحديد مقدم الخدمة بوضوح، وأسعارها ومميزاتها وخصائصها.

ثالثاً: عدم وضع بيانات المورد التي من شأنها تحديد شخصيته خاصة بيانات قيده في السجل

التجاري، ونشاطه، وعلامته التجارية.

رابعاً: عدم تقديم الفاتورة إلى المستهلك بناء على طلب متضمنة كل المعلومات والبيانات اللازمة

لإثبات التعامل.

خامساً: عدم إعطاء المحترف المعلن للمستهلك المعلومات الصحيحة عن طبيعة المنتج وخصائصه،

وخلق إنطباع لديه غير حقيقي، أو تضليله، أو إيقاعه في الغلط.

سادساً: عدم إبلاغ المحترف عن العيب الذي اكتشفه في المنتج، وأضراره المحتملة، خاصة تلك

التي تتعلق بصحة أو سلامة المستهلك.

سابعاً: عدم التزام المنتج بإبداله السلعة أو ردها، أو إصلاح العيب حسب الإتفاق، في الآجال

القانونية المفروضة.

ثامناً: عدم إعلان المنتج توقفه عن إنتاج المنتج المعيب، وتحذيره المستهلكين بعدم استعمال المنتج.

¹ محمد أحمد عبد الحميد احمد: الحماية المدنية المستهلك التقليدي والإلكتروني، دار الجامعة الجديدة الإسكندرية، 2015، ص 412 وما يليها.

الفصل الأول: الآليات القانونية التي وضعها المشرع لحماية المستهلك

تاسعا: عدم التزام مقدم الخدمة بإعادة مقابلها أو مقابل ما يجبر النقص فيها، في حالة وجود عيب أو نقص بها، وفقا لطبيعة الخدمة وشروط التعاقد عليها، والعرف التجاري.

عاشرا: عدم التزام المورد في البيع بالتقسيط بتقديم كافة البيانات المقررة قانونا للمستهلك قبل التعاقد. أصبح الآن التوجه إلى الإهتمام بتجديد المواصفات القياسية،¹ وعلامات الجودة والامان للسلع والخدمات بشكل يؤدي إلى توجيه إرادة المستهلك توجيهها صحيحا، فيختار السلع والخدمات ذات الطبيعة الامنة والمستوى الجيد، حيث لم يعد السعر هو المعيار الوحيد الذي يدل على الجودة.² فضلا عن أن معايير الأمان والجودة تعد أحد أهم اساليب الوقاية من المخاطر المحتملة، إلا أنها أيضا تمثل معيارا منضبطا لمسألة المقصرين المتعمدين، أو الإهمال الذي يؤدي إلى إلحاق الأضرار بالمستهلكين.³

الفرع الثاني: صور بعض الجرائم الواقعة على المستهلك

أولا: جنحة الإعلان الكاذب

لم يعد المبدأ القائل « أن السلعة الجيدة تتحدث على نفسها» فعلا الآن لأن التطور التكنولوجي الحاصل والكم الهائل من السلع والخدمات المتدفقة في الأسواق وكثرة المنافسة بين المنتجين والمصنعين، وإنما أصبح الإعلان والإشهار أحد أهم الأنشطة التسويقية في ظل اقتصاد السوق، والرأسمالية الاقتصادية، مما يؤدي الى خلق الطلب على المنتجات والخدمات.⁴

¹ راجع المبحث الثاني من الباب الثاني في هذا البحث

² الصغير محمد مهدي: قانون حماية المستهلك (دراسة تحليلية مقارنة)، دار الجامعة الجديدة الإسكندرية، 2015، ص39.
³ راجع محتوى المرسومين التنفيذييين رقم 464/05 المؤرخ في 2005/12/06 المتعلق بتنظيم التقييس وسيره، والمرسوم رقم 465/05 المؤرخ في 04 ذي القعدة 1426 هـ الموافق ل 2005/12/06 المتعلق بتقييم المطابقة، الصادرات في ج. ر عدد 800 المؤرخة في 2005/12/11.

⁴ عباد نبيل محمد أحمد صبيح: حماية المستهلك في التعاملات الإلكترونية، مجلة الحقوق، جامعة الكويت، مجلس النشر العلمي، العدد 2، 2008، ص202

الفصل الأول: الآليات القانونية التي وضعها المشرع لحماية المستهلك

تلك الأهمية تستدعي مراعاة بعض القواعد في الإعلان لكي لا يخرج عن هدفه السوي، الا كونه مخالفة قانونية تؤذي المتعاملين الإقتصاديين سواء كان مستهلكين أو بقية المتنافسين ومنها:

- يجب أن يكون الإعلان متفقا مع القانون، وصادقا، و ألا يخل بالثقة التي يوليها الجمهور.
- يجب عدم استغلال مشاعر الخوف لدى الجمهور، وان يبتعد عن الخرافات، ومشاعر عدم الوعي.
- يجب ألا يشير الى العنف.
- يجب تجنب الكذب في الإعلان حتى وإن كان بالمبالغة أو الغموض، وكذا كل ما من شأنه تضليل وخداع المستهلك في خصائص المنتج أو قيمته وتسليمه، أو الضمان، الرد أو الإصلاح... الخ.
- الإعلان « هو الإخبار، يتولاه شخص محترف بقصد التعريف بمنتج أو خدمة معينة، بإبراز مزاياها، ومدح محاسنها، بغرض ترك إنطباع مقبول عنها لدى الجمهور، يؤدي الى إقبالهم على اقتناء المنتجات والخدمات محل الإعلان» .

من التعريف نستنتج أن للإعلان عنصرين، الأول مادي هو استخدام أدوات التعبير كالصحافة المكتوبة، أو الإعلان السمعي البصري، أو الإعلانات الثابتة في اللوحات والملصقات الإعلانية أو أي وسيلة أخرى كواجهات المحلات أو الكتيبات الإعلانية... الخ، أما العنصر الثاني هو العنصر المعنوي كون الغرض من الإعلان هو تحقيق الربح.

كل تلك المبادئ السابقة إذا خرج المنتج عنها أصبح ذلك يسمى اشهارا كاذبا أو خادعا، ويستهدف ارادة المستهلك مباشرة وفي ذلك يستوجب تجريمه على النحو التالي:

1- اعتبار الإعلان الخادع من جرائم النصب¹: قد يشكل الإشهار التجاري وسيلة ابتزاز ونصب

على الأموال، حيث ميزة هذه الجريمة المتمثلة في الكذب تتحقق بمختلف الوسائل الإشهارية عادة

¹ يعرف النصب بأنه « الإستلاء على مال الغير باستعمال الحيلة بنية تملكه، واستعمال الحيلة يقصد به التدليس الجنائي، راجع نص المادة 372 من قانون العقوبات تقابلها المادة 1-313 قانون العقوبات الفرنسي

الفصل الأول: الآليات القانونية التي وضعها المشرع لحماية المستهلك

ومع ذلك لتكلم عن جريمة النصب وجب تحقق أركانها:

أ- الركن المادي: ويتعلق توفر الركن بتحقق عنصرين هما :

✓ استعمال وسائل احتيالية: بالنسبة للمشرع الجزائري لم يعرف الطرق الاحتيالية، مكتفيا بتحديدتها من حيث النوع و الغرض منها.

أما من حيث النوع، فيجب أن يكون الجانب قد استعمل طرقا وأساليب ذات مظهر خارجي احتيالي، ينسج بها ما يغطي كذبة حيث يصبح بمثابة حقيقة، ما نشير اليه ان الكذب المجرد- الكذب العادي لا يكفي لتكوين الإحتيال، ولا مجرد الكتمان انما يصل الكذب الى مصاف الطرق الاحتيالية، إن إقترن بأعمال مادية أو وقائع خارجية، او نوع من الحب المسرحي يحصل على الإعتقاد بصحته¹.

من بين أهم الطرق الإحتيالية استعمال أسماء أو صفات كاذبة، ولا يشترط أن تكون أسماء او صفات حقيقية، كما أن الإحتيال شفويا أو كتابة لا يهم أيضا، غير أن الكتابة تجعل من جريمة النصب تتعدى إلى جريمة التزوير.

من أمثلة استعمال الإسم المزور أن يقدم الجاني نفسه باسم غير اسمه، أما الصفة المزورة في إدعاء وظيفة وهمية أو مهنة أو جنسية كاذبتين.

كذلك من بين الطرق الإحتيالية المجرمة أيضا المناورات الإحتيالية التي يكون هدفها اقناع الضحية بوجود مشاريع كاذبة، سلطة خيالية، اعتماد مالي وهي وقوع حادث أو أية واقعة أخرى مهمة، أو إحداث أمل بالفوز بأي شئ أو التعرض لخسارة، وهذا كلها أغراض استعمال الوسائل الإحتيالية.

يمكن أيضا أن يكون هناك تدخل من شخص أو طرف ثالث ليدعم ادعاءات الجاني، وجعلها أقرب الى التصديق، كالإعلانات المكتوبة في الصحف والمسموعة إذا اتخذت شكل التحقيق الصحفي، واعتبار

¹ بودالي محمد: الحماية القانونية للمستهلك عن الإشهار الخادع أو الكاذب، مجلة العلوم القانونية والإدارية، جامعة جيلالي اليابس - سيدي بلعياص، العدد 06 ، مكتبة الرشاد للطباعة والنشر، 2009، ص20 .

الفصل الأول: الآليات القانونية التي وضعها المشرع لحماية المستهلك

الإعلانات من هذا النوع مهما كان نوعها نصباً لأنها تستغل الثقة القائمة بين القارئ أو المستمع، ووسيلة الإعلان، فتعطى الكذب قوة وتجعله أجدى للتصديق¹.

✓ وجود شيء محل الإستلام : يقصد به من استقرأ المادة 372 (ق ع ج) السابقة الذكر-

كل الأموال أو المنقولات، أو السندات ، التصرفات القانونية كالبيع أو الوعد بالبيع، أو الإيجار...الخ

✓ أو أوراق مالية، أو مخالفات أو إبراء من إلتزامات، كما يشترط الأستلام المادي للشيء

محل النصب.

ب- الركن المعنوي: النصب جريمة عمدية، تتطلب القصد الخاص المتمثل في سلب الجاني جزء

من مال المجني عليه، فلا يكفي أن يكون الأول عالماً بأن ما يقوم به هو إحتيال، أضف الى ذلك توجه

ارادته الى إحداث أحد الأغراض من استعمال الطرق الإحتيالية السابقة².

ج- العقوبة المقررة في القواعد العامة: ورد في نص المادة 372 (ق ع ج) أنه يعاقب على جريمة

النصب بالحبس من سنة إلى خمس سنوات، وغرامة من 500 دج إلى 20.000 دج، إضافة إلى إمكانية

الحرمان من الحقوق الواردة في نص المادة 14 من نفس القانون، والمنع من الإقامة 5 سنوات على الأكثر

وهذا في الحالة العادية.

إذا توافرت ظروف التشديد فترتفع عقوبة الحبس إلى 10 سنوات على الاكثر والغرامة

إلى 200.000 دج إضافة إلى الحرمان من الحقوق في المادة 14 والمنع من الإقامة لخمس سنوات³.

¹بودالي محمد: حماية المستهلك في القانون المقارن، مرجع سابق، ص 193 .

² بودالي محمد: الحماية القانونية للمستهلك عن الإشهار الكاذب أو الخادع، المرجع السابق، ص 23

³ راجع المادة 72 من الأمر رقم 156/66 الذي يتضمن قانون العقوبات الجزائري المعدل والمتمم.

الفصل الأول: الآليات القانونية التي وضعها المشرع لحماية المستهلك

تتقدم جريمة النصب بمضي 3 سنوات ابتداء من تاريخ وقوعها، ولكونها تمس بالنظام العام فإن لوكيل الجمهورية متابعة الجاني حتى وإن لم يقدم الضحية شكوى، بل وحتى إن تم إسترداد الشيء المسلوب، وتختص بالنظر في الدعوى محليا كل محكمة إرتكب في دائرة إختصاصها ركن من أركان الجريمة.

2- إعتبار الإعلان الخادع من جرائم الخداع: الخداع هو «القيام بأعمال وأكاذيب من شأنها إظهار

الشيء على غير حقيقته، أو إلباسه مظهر يخالف ما هو عليه في الحقيقة والواقع»¹

بالنسبة للمشرع الجزائري إعتبر أن هذه من بين الممارسات التجارية الغير نزيهة، وأطلق عليها تسمية «الإشهار التضليلي»² publicité trompeuse، وتكون ترجمتها بالإشهار الخادع وليس المضلل، حيث أننا إذا إستقرأنا فقرات المادة 28 من القانون 02/04 نجدها كلها تشير إلى نفس الشيء إستعمال الكذب بهدف خداع المتعاقد بحد ذاته - كما سبق.

فيما يخص الجزاء الذي قرره لهذه الجريمة فإن المشرع في قانون 02/04 نص في المادة (38) منه على أنه يعاقب على الإشهار المضلل كما سماه بإعتباره ممارسة تجارية غير نزيهة بغرامة من (50.000 دج الى 5000.000 دج)، وأضاف إمكانية حجز البضائع³ موضوع المخالفة، وكذا العتاد والتجهيزات المستعملة في إرتكابها وفقا لنص المادة 39 من نفس القانون، أيضا يمكن للقاضي مصادرة السلع المحجوزة وفقا لنص المادة (44) من قانون 02/04 ولا تزال هناك إمكانية العقوبة الإدارية بقرار الوالي غلق المحل التجاري لمدة لا تتجاوز 90 يوما وردت في نص المادة 46 من نفس القانون.

¹ راجع نصوص الأمر 155/66 المؤرخ في 08 يونيو 1966 ، المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية المعدل والمتمم .

² راجع نص المادة (28) من القانون 02-04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

³ يمكن أن يكون الحجز إما عينيا أو إعتباريا وفقا للمواد 40، 41، 42 ، 43 من قانون 02/04 السابق

الفصل الأول: الآليات القانونية التي وضعها المشرع لحماية المستهلك

أما الجزاء المقرر في القواعد العامة، ويشكل خاص قانون العقوبات الجزائري في المادة (429)¹ منه فقد نصت على « العقوبة بالحبس من شهرين إلى 3 سنوات، وغرامة من 2000 دج إلى 20.000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المتعاقد» أما ظروف التشديد فنصت عليه المادة (430) منه.

3- مقارنة بين الخداع وجريمة النصب:

أ- **أوجه التشابه:** كلا الجريمتين يتطلب وجود حيلة أو كذب من شأنه التأثير على إرادة المتعاقد وإيقاعه في الغلط، وكلاهما يتطلب فعلا إيجابيا.

ب- أوجه الاختلاف:

- ✓ من حيث الغرض: حددت النصوص الجزائية- السابقة- الغرض من جريمة النصب على سبيل الحصر، أما الخداع فغرض الجاني فيه ترك عاما ولم يأت على سبيل الحصر بل المثال.
- ✓ من حيث التدليس: في جريمة النصب يشترط أن يدعم الكذب بمظاهر خارجية تعززه، أما في الخداع فيكفي صدور الأقوال أو الأفعال أو حتى الإيحاءات الكاذبة.
- ✓ من حيث محل الجريمة: سبق وان عددناها حسب ما اورد المشرع من منقولات، نقود، سندات... الخ، أما الخداع فيقع الفعل على شخص متعاقد وإرادته بحد ذاته، ولا يستهدف الشيء المباع.
- ✓ من حيث النشاط الإجرامي: في جريمة النصب يشترط وجود فعل إيجابي فقط، أما في الخداع فيستوي توفر الفعل الإيجابي أو السلبي.
- ✓ من حيث الهدف: النصب يهدف الجاني إلى الإستلاء على كل أو بعض ثروة المجني عليه، أما الخداع فيهدف الجاني إلى تحقيق ربح مشروع نتيجة إيقاع المتعاقد الآخر في الغلط.

¹ المادة 429 معدلة، ألغيت وعوضت بالأمر رقم 47/75 المؤرخ في 17 يونيو 1975 ، الصادر في ج ر : العدد 53

الفصل الأول: الآليات القانونية التي وضعها المشرع لحماية المستهلك

✓ من حيث العقوبة: طبعا عقوبة جريمة الخداع أخف بكثير من عقوبة النصب للإعتبارات السابقة.

ثانيا: جزاء عدم مطابقة المنتجات

1- **جحة الغش:** أوردت محكمة النقض الفرنسية تعريفها للغش بأنه « كل لجوء إلى التلاعب أو المعالجة غير المشروعة التي لا تتفق مع التنظيم، وتؤدي بطبيعتها إلى التحريف في التركيب المادي للمنتج»¹.

أ- **الركن المادي للغش:** يتكون حسب نص المادة 31 (ق ع ج) من ثلاث صور:

• **إنشاء مواد أو سلع مغشوشة:** أي كل تغيير أو تشويه يقع على جوهر المادة أو تكوينها الطبيعي، بتغيير الشيء ذاته أو خلطه بمنتجات أخرى أو تعديله بشرط أن يكون المبيع معدا للبيع.

باعتبار أن الغش يفترض بتدخل بشري، فإن الصانع أو المنتج هو المعني بهذه المخالفة القانونية بالدرجة الأولى، حيث ذهبت محكمة النقض الفرنسية إلى صناعة المنتجات في ظروف لا تتطابق والتنظيم المعمول به يشكل غشا².

يكون الغش بأحد الوسائل التالية³:

* **الإضافة أو الخلط (falsification par addition):** يخلط سلعة بأخرى من نفس الطبيعة، أو من طبيعة مختلفة لكن بجودة أقل، ولا يشترط الإضرار بالصحة كنتيجة حيث الخلط وحده كاف لقيام الغش.

* **الإنقاص (falsification par retrait):** بإنقاص أحد مكونات المنتج الأصلي بالتغيير أو التعديل في الوزن أو المكونات مع بقاء هيئة السلعة الخارجية كأنها أصلية.

¹ يتخذ النشاط المادي للغش إما بالإضافة، أو الإنقاص أو الإستعاضة والتحريف، راجع بودالي محمد: حماية المستهلك في القانون المقارن، مرجع سابق، ص 317 .

² أنظر بودالي محمد: المرجع السابق، ص 320 .

³ حسني الجندي : الجندي في شرح قانون قمع التدليس والغش، ط 3 ، دار النهضة ، القاهرة، 2000 ، ص 160 ، راجع أيضا نص المادة 431 ق ع ج .

الفصل الأول: الآليات القانونية التي وضعها المشرع لحماية المستهلك

* **الغش بالصناعة falsification par fabrication** : بالإستحداث الكلي أو الجزئي لمواد لا تدخل في التركيب العادي لسلعة ما، وفقا للنصوص التنظيمية أو العادات المهنية، كالعصير المصنوع من مواد كيميائية دون فواكه.

* **العرض أو وضع للبيع أو البيع**: إذا قام المحترف بعرض المنتجات أو بيعها فعلا وهو على علم بأنها مغشوشة.

و تلك الأوصاف الثلاثة تعتبر سلوكا ماديا في الجريمة، مع ملاحظة أن العرض والوضع للبيع هما نفس الفعل، فكان من الأجدى بالنسبة المشرع الجزائري أن يضيف «الصنع» بدل التكرار كما فعل المشرع المصري بالقانون 81 لسنة 1994 .

كما يكفي أن تكون السلعة في مكان يصله الجمهور، لتعتبر معروضة للبيع.

* **التعامل في مواد خاصة تستعمل في الغش والتحريض على إستعمالها**: أحاط المشرع هذه النقطة رغبة منه في حماية الصحة العامة للمستهلكين قبل حماية التجارة، بتجريم إستعمال الوسائل والأجهزة التي تسهل الغش للجاني.

من بين تلك الوسائل الكتيبات، المنشورات، النشرات، المعلقات، الإعلانات، التعليمات... الخ، كما جرم المشرع التحريض على إستعمال تلك المواد في الغش حتى وإن لم يترتب عنه أثر¹.

ب- **الركن المعنوي للغش**: هي جريمة عمدية تفترض توفر القصد الجنائي المتمثل في الإدارة والعلم بالنسبة للصانع أو المنتج ، بتوفر القصد بالعلم بالصفة غير المشروعة للغش، ويستدل على ذلك بالقرائن، فتقوم مسؤوليته بإثبات قيامه بتغيير المنتج وأن ذلك المنتج موجه للبيع، أما البائع فيستلزم توفر القصد لديه بإثبات عمله فعلا مع إستبعاده للإثبات بالقرائن².

¹ بودالي محمد: المرجع السابق، ص 321 .

² حسني الجندي: المرجع السابق، ص 208 .

الفصل الأول: الآليات القانونية التي وضعها المشرع لحماية المستهلك

ج- العقوبة: عاقب المشرع الجزائري بالحبس من سنتين إلى 5 سنوات وغرامة من 10.000

دج إلى 50.000 دج كل من قام بالغش على النحو السابق بيانه¹.

كما لم يكتف المشرع بذلك فنص في المادة 432 ق ع ج تشديد في العقوبة بالحبس من 5 سنوات إلى 10 سنوات وغرامة من 500.000 دج إلى 1000.000 دج إذا ألحقت المادة الغذائية الفاسدة أو الطبية المغشوشة أو الفاسدة بالشخص الذي تناولها مرضا أو عجزا عن العمل، بل وضاعف العقوبة من 10 سنوات إلى 20 سنة سجن مع غرامة مالية من 1000.000 دج إلى 2000.000 دج إذا تسببت تلك المادة بمرض غير قابل للشفاء أو فقد إستعمال أحد الاعضاء أو عاهة مستديمة وأخيرا السجن المؤبد إذا تسببت المادة بموت الإنسان².

بل وألحق العقوبة بالمتصرفين والمحاسبين الذين قاموا بأعمال الغش، أو وزعوا عمدا مواد مغشوشة.

2-جنحة الحيازة لغرض غير مشروع: إعتبر المشرع الجزائري أن حيازة مواد ومنتجات مغشوشة

وفاسدة أو سامة، او المواد المستعملة في الغش بين أيدي التاجر هو دليل قاطع على إقباله في القيام بالأعمال غير مشروعة فجرمها قبل وقوعها³.

أ. **الركن المادي:** يتمثل في فعل الحيازة⁴ على تلك المواد أي أن العقوبة تلحق من توجد بين يديه

السلعة المغشوشة أو الفاسدة، بدون النظر إلى الحيازة القانونية، إذا كان الجاني مالكا فعليا للسلعة، ومدى صحة ملكيته لها⁵، إضافة إلى شرط أن تكون تلك الحيازة لغرض مشروع.

¹ المادة 431 ق ع ج المعدلة بالقانون رقم 82-04 المؤرخ في 13 فبراير 1982 الصادر في ج ر عدد 7 .

² المادة 432 ق ع ج المعدلة بالقانون رقم 23/06 المؤرخ في 20 ديسمبر 2006 ، الصادر في ج ر عدد 84 .

³ راجع نص المادة 434 ق ع ج المعدلة بالقانون رقم 04/82 .

⁴ الحيازة في القانون الجنائي تعرفها محكمة النقض المصرية « الإستتار بالشيء على سبيل الملك والإختصاص، ولا يشترط فيها الإستيلاء المادي »أنظر النقض المصري: 1950/05/27 ،مجموعة أحكام النقض، رقم 119 ، ص 356 .

⁵ إن غاية المشرع من توسيع دائرة الحيازة بما يخالف قاعدة التفسير الضيق للنص العقابي، إنما تتمثل في قمع كل تصرف يمكن أن يؤدي إلى الغش كمثال على هذا التوسيع، أن يعتبر حائزا المودع لذه المواد المغشوشة.

الفصل الأول: الآليات القانونية التي وضعها المشرع لحماية المستهلك

ب. الركن المعنوي: هي جريمة عمدية تستلزم وجود القصد الجنائي المتمثل في الحيازة مع العلم بأن تلك المواد فاسدة أو مغشوشة، وهو إفتراض يقبل لإثبات العكس.

كما أن حيازة الجاني لأدوات الوزن أو القياس هو قرينة على الغش، وهذا يسمى العلم المفترض بحيث تعفى جهة الاهتمام بإثبات ذلك .

ج- العقوبة: عاقب المشرع الجزائري بالحبس من (شهرين) إلى (3 سنوات) وبغرامة من (2000 دج إلى 20.000 دج) كل من حاز لغرض غير مشروع دون سبب شرعي.

- مواد لتغذية الإنسان أو الحيوان، أو مشروبات، أو منتجات فلاحية، طبيعية يعلم أنها مغشوشة.
- مواد طبية مغشوشة.

- مواد خاصة تستعمل في غش مواد صالحة لتغذية الإنسان.

- موازين أو مكاييل خاطئة أو آلات غير مطابقة لوزن أو كيل السلع¹.

3-المسؤولية الجزائية للأشخاص المعنوية في جرائم الغش والخداع:

أ-في القانون المصري: يقر القانون المصري المسؤولية الجنائية المباشرة للشخص المعنوي، وبطريقة مستقلة عن مسؤولية الشخص الطبيعي، مع اشتراط أن ترتكب الجريمة لحسابه أو بإسمه، بواسطة أحد عماله أو ممثليه، أو الأجهزة العاملة لديه، على إعتبار أنه يغلب في هذا النوع من الجرائم أن يكون الجاني شخصا معنويا، ولقد تم النص على هذا بموجب المادة 06 من القانون 281 لسنة 1994 المتضمن قانون قمع الغش والتدليس².

ب-في القانون الجزائري: بالنسبة للمشرع الجزائري فقد أقر مبدأ المسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية إذا خالفت القانون، كما أنه لم ينص على إمكانية توقيع عقوبات أصلية ضدها، ولا حتى تبعية،

¹ راجع نص المادة 433(ق ع ج).

² بودالي محمد: المرجع السابق، ص 336 .

الفصل الأول: الآليات القانونية التي وضعها المشرع لحماية المستهلك

وأكتفى بالنص على العقوبات التكميلية فقط في نص المادة 09 من (ق ع ج) بالحكم بإغلاق المؤسسة ثم المادة 16 مكررة ق ع ج التي تنص على أن الأثر المترتب على غلق المؤسسة هو منع المحكوم عليه من ممارسة النشاط الذي ارتكبت الجريمة بمناسبةه، ويكون الغلق إما بصفة نهائية وهذا إعدام لنشاط الشخص المعنوي، أو مدة 10 سنوات في الجنايات و5 سنوات في الجنح- محل الدراسة -.

أما في حالة خرق المحكوم للإلتزامات المفروضة عليه- سابقا - فإنه يعاقب بالعقوبات المقررة في المادة 16 مكررة ق ع ج ، كما أنه يترتب على المنع من ممارسة النشاط ، تصفية أموال الشخص المعنوي¹.
نشير إلى أن هناك نصوصا في قانون الإعلام الجزائري في المادة 116 تنص على معاقبته.

¹ راجع نص المادة 17 (ق ع ج).

الفصل الثاني: قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار

الفصل الثاني: قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار.

يعتبر كل من القانونين - سواء قانون المنافسة أو قانون الاستهلاك - منتبياً إلى نفس العائلة هي عائلة القانون الاقتصادي، بحيث يكونان معاً أداتين جوهريتين للسياسة الاقتصادية التي تنتجها الدولة، التي يكون هدفها إعادة انعاش وتدعيم النشاط التجاري والصناعي في السوق الوطني.

تتولى الدولة من خلال قانون الاستهلاك حماية المستهلك من الاستغلال، الذي يمكن أن يتعرض له من المشروعات التجارية، والصناعية التي تمارس نشاطها في السوق الوطنية، والتي يكون هدفها الأساسي زيادة أرباحها دون الاهتمام بمصلحة المستهلك، أما قانون المنافسة فتتولى الدولة من خلاله حماية ذلك السوق الوطني بكل مكوناته من التلاعب في الأثمان، وما يستتبعه من استخدام وسائل تمنع تحقيق حجم الانتاج الأمثل في السوق، الذي يعتبر العامل الجوهري لتحقيق تنميته واستقراره.

يتطلب مبدأ حرية التجارة أن يكون تنظيم وممارسة النشاط الاقتصادي بهدف إشباع حاجيات المستهلك، ويتلخص دور المنافسة في إيصال السلع والخدمات إليه بأقل الأثمان وأعلى جودة >> **ثمن أقل** **وجودة أكبر**<<، وهذا ما يجعل كل قاعدة من قانون المنافسة تمس المستهلك ولو بشكل غير مباشر.¹

يمثل تجمع التجار في الأسواق جماعات ضغط خبيثة هدفها الأساسي تحقيق مصالحها دون الاهتمام بالصالح العام، حيث أن المواطن البسيط لا يدرك مدى الخطر أو الضرر الذي يحيط به جراء ممارستهم التي تؤثر بالدرجة الأولى على الاقتصاد الوطني قبل جماعة المستهلكين، ما يوجب تدخل الدولة بتجريم تلك الممارسات التي تضر بالمنافسة، والحد من إساءة استخدام القوة أو السيطرة الاقتصادية من هؤلاء.

¹ لينا حسن زكي: مرجع سابق، ص 16.

الفصل الثاني: قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار

تعتبر النظرية الاقتصادية أن الوضع المقابل للمنافسة هو الاحتكار، وأن أشكال الاحتكار تتفاوت، كما أوضحت آثاره السلبية على الكفاءة الاقتصادية من جهة ورفاهية المستهلك من جهة أخرى، وكذا الأثر على المنتجين الحاليين والمنتجين المحتملين، كما وقد دار جدل بين الاقتصاديين بشأن آثار الاحتكار على الاقتصاد والسوق باعتباره الحالة المعاكسة للمنافسة.¹

نحاول في هذا الفصل الإجابة على عدد من التساؤلات أهمها ما يلي:

1. ما هو الاطار التنظيمي والقانوني الذي يوضح انتهاج الجزائر لسياسة حماية المنافسة ومنع

الاحتكار؟

2. ماهي المعايير الاقتصادية التي يمكن الاستعانة بها لتحديد الممارسات المنافية للمنافسة؟ وبشكل

خاص الممارسات السعرية؟ وكيف نفرق بينها وبين الممارسات المشابهة التي لا تتعارض مع المنافسة

الحرّة؟

¹ معاويزي شلبي علي: حماية المنافسة ومنع الاحتكاريين النظرية والتطبيق، دار النهضة العربية، القاهرة، 2005، ص 01.

الفصل الثاني: قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار

المبحث الأول: حظر الممارسات المقيدة للمنافسة.

تعرف المنافسة لغةً: بأنها من مصدر التنافس، انفس الشيء أنفاساً: أي نفس تنافس القوم في الشيء بمعنى رغبوا فيه، ونافس في الشيء منافسة: إذا رغب فيه على وجه المباراة، وهو عند العلماء: المسابقة إلى الشيء وكراهة أخذ غيرك إياه، وهو أولى درجات الحسد.¹

المنفس هو المال الذي له قد، يقال: نفس عليه الشيء أي ظن عليه به، ولم يره يستأهله.²

قال تعالى: " في ذلك فليتنافس المتنافسون"³

قال عليه الصلاة والسلام: " فوالله ما الفقر أخشى عليكم، ولكنني أخشى أن تبسط الدنيا عليكم كما بسطت على من قبلكم، فتتافسوها كما تنافسوها فتهلككم كما أهلكتهم"⁴

الخلاصة من المعنى اللغوي أن المنافسة والتنافس يدور معناها بين ارتفاع القيمة، والمبالغة في الشيء، والترغيب فيه، والتسابق إليه أعلى نحو الاستحقاق، وبذل الجهد على سبيل التفوق، كما أنها لا تتصور إلا بين طرفين فأكثر.

أما اصطلاحاً المنافسة هي باختصار أحسن علاقة ممكنة بين كل من السعر والجودة، ويمكن القول بأنها: "عملية المواجهة Conforntation بين رغبات وتوجهات ثلاثة أطراف: المتعاملون الاقتصاديون في

¹ سعدي أوحبيب: القاموس الفقهي، ج1، ط2، دار الفكر، دمشق ، 1988، ص356.

² ابن منظور: لسان العرب، ج6، ط1، دار صادر، بيروت، ص233.

³ سورة المطففين، الآية26.

⁴ رواه ابن ماجة في سننه، كما رواه الترميذي في الجامع.

الفصل الثاني: قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار

بحثهم عن أكبر ربح ممكن، العمال في سعيهم للحصول على أكبر راتب ممكن، والمستهلكين بتحقيق اشباع رغباتهم بأقل تكلفة، هذا إذا نظرنا للمنافسة كنمط لتنظيم السوق، وليس كظاهرة طبيعية.¹

من القوانين المقارنة كلها تقريبا لم تتضمن تعريفا محددًا لكلمة "منافسة" لكن مجلس المنافسة الفرنسي مع ذلك عرفها بأنها: « la concurrence et le mode d'organisation sociale dans lequel l'initiative décentralises des gents économique est de nature a assurer la meilleur efficacité dans l'allocation des ressources rares de la collectivité ».

أما الفقهاء فعكس المشرعين أغنوا المكتبات القانونية بتعاريف كثير منها: " المنافسة هي عملية تأصيل وانتقاء وتصنيف"².

تعرف أيضا: " هي تلك الوضعية التي يكون فيها المتعاملون الاقتصاديون احرارا لعرض بضائعهم وخدماتهم في السوق، واختيار المتعاملين الذين يحصلون إلى جانبهم على سلع وخدمات، وبالتالي يكون العارضون في تنافس لكي يتم تفضيلهم من المستهلكين، وهؤلاء الآخرون في تنافس للوصول إلى العروض المحدودة".

نستنتج من كل ما سبق ان المنافسة تقوم على الأسس التالية:

1- التسابق المشروع يكون بين التجار والمنتجين، باعتبارهم المعنيين بتوفير السلع والخدمات في الأسواق.

¹ Gérard Farjat ; Pour un droit économique, paris, 1994, p45.

² تيورسي محمد: قواعد المنافسة والنظام العام الاقتصادي (دراسة مقارنة)، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه، كلية العلوم القانونية والإدارية، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2010. 2011، ص11.

الفصل الثاني: قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار

2- أن يكون التنافس ببذل الجهد من أجل التوصيل إلى الجودة في السلع والخدمات ومن ثم تحقيق أرباح.

3- أن يخلو ذلك التنافس من قصد إلحاق الضرر بالغير المتنافس.

4- ان يترتب عن هذا التنافس والتسابق تحقيق مصالح الأمة ممثله في الأغلبية وهم قطاع المستهلكين، بتوفير خدمات ومنتجات جيدة، بأسعار معقولة.¹

تلعب كل من التجارة والصناعة دورا مهما ورئيسيا في حياة الشعوب في الوقت الحاضر، وهذا ما يجعل التنافس بين التجار والمصنعين دافعا إلى التطور، وحافزا على الإبداع والتقدم والازدهار لكلا المجالين. تقوم المنافسة على فكرة جذب أكبر عدد ممكن من العملاء. إلا أنهم لا يلتزمون بالاستمرار في التعامل مع محل دون غيره من المحال التجارية، >> بل يكون العميل حرا في أن يترك هذا المحل إلى غير حسب ما تستريح له نفسه، ويهديه إليه تفكيره وتقديره <<.²

تخلق المنافسة التوازن بين الانتاج والاستهلاك، بل وتدفع إلى زيادة الانتاج مع تخفيض الاسعار والحفاظ على جودة السلع والخدمات، وهو ما يصب في مصلحة المستهلك، وهذا ما يجعلها خير و نفع للاقتصاد، فهي تتعشه باعتبارها تستهدف الأسواق التي تعتبر المحرك الأساسي للاقتصاد.

تكون المنافسة مستحبة ومشروعة إذا كان نشاط التجار والمصنعين يهدف إلى خدمة العملاء، وما داموا لم يرتكبوا الاخطاء في حق أحد، أما إذا انحرفت المنافسة عن المسار السليم، >> وأصبحت صراعا بين التجار، يندرع فيه كل من منهم بشتى الوسائل حتى الخبيث منها، للقضاء على غيره <<³، هنا تصبح

¹ تيوريسي محمد: المرجع نفسه، ص12

² محمد سليمان الغريب: الاحتكار والمنافسة غير المشروعة، ط1، دار النهضة العربية، القاهرة، 2004، ص35.

³ محمد سليمان الغريب: المرجع نفسه ، ص36.

الفصل الثاني: قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار

المنافسة ضارة، ومخلّة باستقرار و توازن الاسواق، ومصالح بقية المتعاملين الاقتصاديين، وأصبح من الواجب مكافحتها، حيث تعتبر حينئذ منافسة غير مشروعة.

المطلب الأول: مفهوم الاتفاقات غير المشروعة.

تحتل اليوم فكرة المنافسة غير المشروعة أهمية كبيرة في مختلف القوانين، وهي تتسع بسرعة بسبب طبيعتها، وكذا صعوبة تحديدها، وهذا يكون بسبب التغيرات الكبيرة والمستمرة في المجال الاقتصادي في الوقت المعاصر.

تتحقق التغيرات المستمرة تلك خاصة في المجال التنافسي، إذ أن أي نظام اقتصادي في أي دولة ينبغي أن يركز على عناصر عدّة، أهمها: الثقة في السوق، حيث أن أصغر هزة أو بلبلة داخله قد تُفوّض النظام الاقتصادي كله.¹

تقضي دراسته التنظيم القانوني للاتفاقات غير المشروعة - المقيدة للمنافسة - أولاً تحديد تعريف واضح لها، ثم تبين أهم الشروط اللازم توافرها لنشأة تلك الاتفاقات، والتي لا يقوم الاتفاق إلا بها، ثم توضيح مفصل لأهم أنواع تلك الممارسات الضارة.

الفرع الأول: تعريف الاتفاقات غير المشروعة.

يقصد بالاتفاقات الاقتصادية **L'entente economique** المقيدة للمنافسة كل تنسيق في السلوك بين المشروعات، أو أي عقدة أو اتفاق ضمني أو صريح، أو أيًا كان الشكل الذي يتخذه هذا الاتفاق، إذا كان محله، أو كانت الآثار المترتبة عنه، من شأنها أن تصنع أو تقيد أو تحرّف المنافسة.²

¹ لعل ما يحدث الآن في سوق السيارات الجزائرية خير دليل على ذلك، فضائح مصانع تركيب السيارات، التي تلخصت في قضية الأسعار المعلن عنها للسيارات هي أسعار مضخمة مقارنة مع الدول المصنعة لتلك السيارات، إضافة إلى أنها مصانع اقتصرت على تركيب عجلات السيارات فيها أن النشاط الرسمي المسجل لتلك المصانع هو تركيب السيارات... الخ، ما نتج عنه حملة واسعة في نطاق المستهلكين لمقاطعة اقتناء السيارات، ما يعني بالضرورة كساد السلع، ويسبب انخفاض الطلب.

² لينا حسن زكي: المرجع السابق، ص 41.

الفصل الثاني: قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار

تتمثل الاتفاقات الاقتصادية في التحالفات التي تتم بين مشروعين، أم أكثر من المشروعات التي تمارس نشاطها اقتصاديا في سوق معين¹، والتي يستهدفون بها تحريف القواعد الطبيعية للسوق، فيصبح ذلك السوق غير خاضع لقوى العرض والطلب.²

يشتمل مصطلح الاتفاقات المقيدة للمنافسة على كل العمليات التي تتم بالتنسيق بين مشروعين أو أكثر، من المتعاملين في سوق السلع أو الخدمات، وكذا السلع البديلة لتلك السلعة - يمكن أن تحل محلها - على أن يكون هذا السوق محكوما بقواعد المنافسة الحرة³، كما أنه يجب تحقق الهدف من تلك العمليات، الذي هو تغيير شكل المنافسة في ذلك السوق باستخدام وسائل متعددة - سيتم توضيحها لاحقا -.

يقصد أيضا بالاتفاقات المقيدة للمنافسة >> كل تنسيق في السلوك بين المشروعات أو أي عقد، أو اتفاق ضمنى، أو صريح، أو أيًا كان الشكل الذي يتخذه هذا الاتفاق إذا كان محله، أو كانت الآثار المترتبة عنه، من شأنها أن تصنع أو تقيد أو تحرف المنافسة.>>⁴.

¹ تقسم النظرية الاقتصادية الاسواق تبعا لهياكلها إلى عدة تقسيمات وفقا للفروق بين مختلف الصناعات كما يلي:

- (1) أسواق ذات كثرة في عدد البائعين تعرف بأسواق المنافسة الكاملة. تكون المنتجات متجانسة.
- (2) أسواق ذات كثرة في عدد البائعين تعرف بأسواق المنافسة الاحتكارية. تكون المنتجات فيها متنوعة.
- (3) أسواق ذات قلة في عدد البائعين تعرف بأسواق احتكار القلّة. تكون المنتجات متجانسة.
- (4) أسواق ذات قلة في عدد البائعين تعرف بأسواق احتكار القلة مع تنوع المنتج. تكون المنتجات متنوعة.
- (5) أسواق لا يوجد بها سوى بائعين فقط تعرف بأسواق الاحتكار الثنائي..
- (6) سواق فيها بائع واحد فقط تعرف بأسواق الاحتكار المطلق..

راجع: معاويزي شلبي علي: المرجع السابق، ص 17.18

² راجع تعريف السوق سبق ذكره في البحث.

³ لينا حسن زكي: المرجع السابق، ص 41.

⁴ معين فندي الشناق: الاحتكار والممارسة المقيدة للمنافسة في ضوء قانوني المنافسة والاتفاقية الدولية، دارالثقافة، الأردن، ص 133.

الفصل الثاني: قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار

قضي بأن اتحاد الإيرادات الذي يمثل اتفاقا محظورا يمكن أن يتم بين المشروعات، كما يمكن أن يتم بين أي من الأشخاص المعنوية، أو الطبيعية، منذ اللحظة التي يثبت فيها ممارستها لنشاط اقتصادي ما دام في استطاعتهم، عن طريق ذلك الاتفاق بتغيير أو تحريف، أو محاولة تحريف القواعد الطبيعية للسوق.¹ كما أنه يمتد مفهوم الاتفاقات ليشمل تلك التي تتم في شكل بنية قانونية كالعقد مثلا، أو أية بنية أخرى، وكذلك الاتفاقات التي تتمثل في مجرد تنسيق مشترك في السلوك بين المشروعات.

تنص كذلك المادة 06 من الأمر 03/03² المتعلق بالمنافسة خطر هذه الاتفاقات بقولها >> تحظر الممارسات والأعمال المدبرة والاتفاقيات الصريحة أو الضمنية عندما تهدف إلى عرقلة حرية المنافسة أو الحد منها أو الإخلال بها في السوق، أو في أي جزء جوهري منه لاسيما عندما ترمي إلى:

- الحد من الدخول إلى السوق أو في ممارسة النشاطات التجارية فيها.
- تقليص أو مراقبة الانتاج أو منافذ التسويق بالتشجيع المصطنع، لارتفاع الاسعار أو انخفاضها.
- تطبيق شروط غير متكافئة لنفس الخدمات اتجاه الشركاء التجاريين، مما يحرمهم من منافع المنافسة.

- إخضاع إبرام العقود مع الشركات لقبولهم خدمات إضافية ليس لها صلة بموضوع هذه العقود سواء بحكم طبيعتها أو حسب الأعراف التجارية>>.

ما ينتج عن عدم صحة تلك الاتفاقات هو الأهداف التالية:

¹. la concours de volontés que caractérise la concertation reprehensible peut être réalisé non seulement entre des entreprises, mais aussi entre des personnes morales et des personnes physiques dès lors qu'elle exercent une activité économique et peuvent par leur accord modifier ou tenter de modifier les conditions normales du marché.

D. Bailly. Caplan: confederation nationale des syndicats dentaires et autre, paris, 3 Mai 1990

² الامر 03/03 المتعلق بالمنافسة.

الفصل الثاني: قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار

* **الاحتكار لغة:** هو الحكر، الجمع، الامساك، والحكر اسم من الاحتكار، يقال: حكره يحكره، حكرا:

أي ظلمه، وأساء عشرته، الاحتكار من الحكرة، وهو السيطرة¹

أما اصطلاحا: فهو حبس الطعام أو كل ما يضر الناس ويشعر عليهم وقت الحاجة الماسة، متى تكون قليلة أو نادرة -أي السلعة- حتى يرتفع ثمنها فيبيعها.

نستنتج أن ظاهرة الاحتكار مفهوم مطلق شامل يتصل بحياة الناس ومعاشهم، وانتظام أمور حياتهم من طعام، لباس، وقود، دواء، آلات، تجهيزات وسائر السلع التي يمكن حبسها مع حاجاتهم لها فعلا بحيث يؤدي ذلك إلى نذرتها وافتقار الناس لها.²

وفي المصطلح القانوني يعرف بأنه قدرة التاجر على الهيمنة على السوق والوصول إلى قوة إحتكارية يتمكن من خلالها التحكم في الاسعار أو الخدمات مما يؤدي إلى تقييد مبدا المنافسة.³

* **الإغراق:** هو بيع السلعة في سوق أجنبية بسعر أكثر انخفاضا من السعر الذي يفرضه المحتكر في السوق المحلية.⁴

حظر الاتفاقات ليس مبدأ مطلق بل يرد عيه استثناء، نص عليه المشرع الجزائري بموجب المادة 09 من الأمر 03/03⁵ التي تقضي بمشروعية الاتفاقات في حالتين: <<لا تخضع لأحكام المادتين 06 و 07 أعلاه الاتفاقات والممارسات الناتجة عن تطبيق نص تشريعي، أو نص تنظيمي اتخذ تطبيقا له.

¹ معين فندي الشناق: المرجع السابق، ص 27.

² عماد عفاف: حكم الاحتكار في الفقه الاسلامي، مداخلة في الملتقى الفقهي، مجلة رسالة الإسلام، عدد 11.

³ معين فندي الشناق: المرجع السابق، ص 28.

⁴ محمد أنور حامد علي: الإغراق من صور المنافسة غير المشروعة (دراسة مقارنة بين الشريعة الإسلامية والقانون الوضعي) ، كلية الحقوق، جامعة بني سويف، رسالة دكتوراه (غير منشورة) ، سنة 2010، ص 95.

⁵ الامر 03/03 المتعلق بالمنافسة.

الفصل الثاني: قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار

يرخص بالاتفاقات والممارسات التي يمكن أن يثبت اصحابها انها تؤدي إلى تطور اقتصادي أو تقني، أو تساهم في تحسين التشغيل، أم من شأنها السماح للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بتعزيز وضعيتها التنافسية، لا تستفيد من هذا الحكم سوى الاتفاقات والممارسات التي كانت محل ترخيص من مجلس المنافسة<<.

نستخلص من النص ضرورة وجود علاقة سببية بين النص التشريعي أو النص التنظيمي وبين الاتفاق المحظور، إضافة إلى أن التشريعات كلها تتفق حول إمكانية تصحيح الاتفاق المقيد للمنافسة، متى كان محققا لنتائج اقتصادية تعود بالمنفعة على المجتمع، وتعرف باسم الاتفاقات المقيدة للمصلحة العامة.

الأساس القانوني للاتفاقات المحظورة لدى المشرع الجزائري:

1- قبل صدور الأمر 06/95 المتعلق بالمنافسة¹:

جاء في نص المادة 172 من قانون العقوبات² الجزائري ما يلي: >> يرتكب جريمة المضاربة غير المشروعة ويعاقب بالحبس من شهرين إلى سنتين، وبغرامة من 500 دج إلى 1000.00 دج كل من أحدث بطريقة مباشرة أو غير مباشرة أو عن طريق وسيط رفقاً أو خفصاً مصطنعاً في أسعار السلع أو البضائع أو الأوراق المالية أو الخاصة أو شرع في ذلك:

- بترويج أخبار أو أنباء كاذبة أو مغرصة عمداً بين الجمهور.
- أو بطريق عروض في السوق بغرض أحداث اضطراب في الاسعار.
- أو بتقديم عروض اسعار مرتفعة عن تلك التي كان يطلبها البائعون.

¹ الأمر 06/95 المتعلق بالمنافسة، المؤرخ في 23 شعبان 1415، الموافق لـ 1995/01/25، الصادر في ج ر العدد 09، الصادرة في 1995/02/22.

² الأمر رقم 156/66 المتضمن قانون العقوبات، المؤرخ في 18 صفر 1386 الموافق لـ 8 يونيو 1966، الصادر في ج ر العدد 49، سنة 1996.

الفصل الثاني: قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار

- أو بالقيام بصفة فردية أو بناء على اجتماع أو ترابط بأعمال السوق أو الشروع في ذلك بغرض الحصول على ربح غير ناتج عن التطبيق الطبيعي للعرض والطلب أو بأية طرق أو وسائل احتيالية>>.

كما جاء في نص المادة 26 المتضمنة في الباب الرابع المتعلق بالقواعد المتعلقة بالممارسات التجارية، من القانون 12/89 المتعلق بالاسعار.¹

جاء فيها ما يلي: >> تعتبر لا شرعية ويعاقب عليها طبقا لأحكام هذا القانون الممارسات والعمليات الهادفة إلى:

- تقليص عرض المنتجات و منافذ تسويقها والاستثمارات بصفة إرادية ومدبرة.
 - عرقلة التطور التقني.
 - خلق أسواق مغرية أو مصادر مغرية للتموين>>.
- 2- بعد صدور الامر 06/95 المتعلق بالمنافسة²:

كان هذا أول قانون ينظم المنافسة في الجزائر حيث جاء في نص المادة 06 منه مايلي: >> تمنع الممارسات والأعمال المدبرة والاتفاقات الصريحة أو الضمنية عندما تهدف أو يمكن أن تهدف إلى عرقلة أو الحد أو الإخلال بحرية المنافسة في سوق ما، لاسيما عندما ترمي إلى:

- تقليص الدخول الشرعي في السوق أو تقليص الممارسة الشرعية للنشاطات التجارية من طرف منتج أو موزع آخر.

- تقليص أو مراقبة الانتاج أو منافذ التسويق أو الاستثمارات أو التطور التقني.
- اقتسام الاسواق أو مصادر التموين.

¹ القانون رقم 12/89 المتعلق بالاسعار، المؤرخ في 02 ذي الحجة 14099، الموافق ل 05 يوليو 1989، الصادر في ج ر العدد 26، سنة 1989.

² الأمر 06/95 المتعلق بالمنافسة الملغى.

الفصل الثاني: قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار

- عرقله تحديد الأسعار حسب قواعد السوق بالتشجيع المصطنع لارتفاع الأسعار وانخفاضها>>.

تم إلغاء الأمر 06/95 المتعلق بالمنافسة سنة 2003 بموجب الأمر 103/03¹، وقد تم حظر الممارسات المنافسة للمنافسة في نص المادة 06 منه السالفة الذكر.

الفرع الثاني: شروط حظر الاتفاقات غير المشروعة.

حتى يدخل الاتفاق المقيد للمنافسة نطاق تطبيق الحظر عليه في التنظيم التشريعي للمنافسة، لابد من توافر شروط معينة في ذلك الإتفاق، وتنقسم تلك الشروط إلى مجموعتين:

أولاً: الشروط المتعلقة بالاتفاق ذاته.

تتمثل هي الأخرى في أنواع ثلاثة من الشروط هي كالتالي:

(1) أطراف الاتفاق:

يقصد بأطراف الاتفاق المشروعات² التي اتخذت إرادتها معا بقصد تحريف المنافسة في السوق، رغبة منها في تحقيق أرباح غير مشروعة، ودون النظر إلى الأضرار التي يمكن أن تقع على الاقتصاد الوطني من أضرار تتجم عن ذلك الاتفاق.³

فأطراف الاتفاق غير المشروع متعددة ومستقلة عن بعضها البعض.⁴

¹ الأمر 03/03 المتعلق بالمنافسة.

² مصطلح المشروع يجد أصله في المادة 85 من اتفاقية روما التي تأسست بموجبها المجموعة الاقتصادية الأوروبية الاتجاه الأوروبي الحالي..، حين نصت على اتفاقات محظورة بأنها > الإتفاقات التي تتم بين مشروعين أو أكثر على تحديد الأثمان {.....}> لكن الاتفاقية، لم تحدد تعريفا واضحا لمصطلح المشروع، الذي ورد في الفقرة أعلاه، إلا أن محكمة العدل الأوروبية حددت مدلوله في الأحكام التي أصدرتها بمناسبة الدعاوى التي فصلت فيها والتي تعلقت باتفاقات مقيدة للمنافسة بقولها > يقصد بالمشروع كل وحدة تقوم بالنشاط الاقتصادي تجاريا كان أو صناعيا على أن تكون تتمتع في قيامها بنشاطها بلاستقلالية في اتخاذ القرارات التي تتعلق بإدارة نشاطها التجاري أو الصناعي، حتى ولو لم تكن متمتعة بالشخصية المعنوية> هذا التعريف تبنته المفوضية الفرنسية للمنافسة، والمفوضية الفنية للاتفاقات، ومجلس المنافسة الفرنسي أيضا.

³ لينا حسن زكي: المرجع السابق، ص73.

⁴ معين فندي الشناف: المرجع السابق، ص73.

الفصل الثاني: قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار

نشير إلى أنه ضمن النصوص القانونية لم تتم الإشارة بشكل صريح أو ضمني إلى ما يمكن أن يستدل منه على الشكل القانوني لأطراف الاتفاق المقيد للمنافسة، إلا أن ذلك السكوت كان متعمداً من المشروع ليجنب كل تحديد للشكل القانوني للذي يمكن أن تتخذه المشروعات التي قامت بالاتفاقات المحظورة حتى ولو لم تكن تتمتع بالشخصية القانونية.

كما أن الوكيل التجاري باعتباره تابعا للشركة التي يمثلها، لأنه يعمل باسمها ولحسابها، فالاتفاقات التي يقوم بها مع تلك الشركة لا تعد من قبيل الاتفاقات المحظورة، بسبب أن ذلك الوكيل ليس مستقلا في اتخاذ قراراته الاقتصادية¹.

تتم أيضا الاتفاقات المقيدة للمنافسة بين الشركات - أيا كان شكلها القانوني-، أو أية تنظيمات مهنية، أو نقابات²، أو أي تجمعات ذات مصلحة اقتصادية واحدة **Groupement Binteret Economiqui** ، كما يمكن أيضا تصور قيام هذا النوع من الاتفاق بين مشروعات فردية أو بين أشخاص طبيعيين حتى ولم يكونوا يمارسون نشاطهم الاقتصادي في مشروع منظم³.

يُعدّ وفقا للمفوضية الفرنسية للمنافسة كل من شارك في الاتفاق، ليس فقط الفاعلون الأصليون للممارسات المحظورة، وإنما كل من ساهم ولو بشكل غير مباشر فيها، بل و ذهبت إلى أبعد من ذلك باعتبار العلم الحقيقي بالاتفاق المحظور مع عدم اتخاذ أي إجراء يدل على معارضة الاتفاق المخالف للمنافسة لدى

¹ يشترط أن تتمتع كل مؤسسة أو مشروع باستقلالية لكي يعتبر شريكا في الاتفاق المحظور، والاستقلالية تكون قانونية واقتصادية وأن تتحمل مخاطر العمليات التي تيرمها.

راجع: مجلة الدراسات والابحاث، جامعة وهران، العدد24، 2015.

² المنافسات المقيدة للمنافسة الناشئة عن اتفاق يجمع بين جمعيات تعاونية للعمال تختلف في طبيعتها عن تلك التي يمكن أن تنشأ بين نقابات حرفية أو مهنية، راجع لينا حسن زكي: المرجع السابق، ص75.

³ Tall est tout cas la solution retenue par la commition a propos D' une personne phisique qui avoit accorde une licence a des tieres.

الفصل الثاني: قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار

المتعامل الاقتصادي يعتبر مشاركة في ذلك الاتفاق، حتى أن مكتب المحاماة الذي أبرم الاتفاق هو أيضا شريك.

تكون المؤسسة كطرف في الإتفاق ويقصد بأطراف الإتفاق المقيد للمنافسة الاشخاص المرتبطين بالسوق المعني، سواء كان سوق الانتاج أو تصدير أو تسويق، طالما كان الهدف وراء الاتفاق تقييد المنافسة، كما ينصرف المعنى أيضا إلى المشروعات التي اتحدت إرادتها معا بقصد تقييد المنافسة في السوق.

بإسقاط هذا التعريف على الأمر 3/3 المتعلق بالمنافسة، نجد أن مصطلح مشروع ينصرف إلى المؤسسة، تحديد في نص المادة 3/3 المعدلة والمتممة بالقانون 12 /08 : >> المؤسسة كل شخص طبيعي أو معنوي أيا كانت طبيعته يمارس بصفة دائمة نشاطات الإنتاج أو التوزيع أو الخدمات أو الاستيراد¹.

ولا ننسى الإشارة إلى أنه يشترط سلامة رضا أطراف الاتفاق من العيوب التي يمكن أن تشوبه.

(2) وجود اتفاق:

لتحديد مفهوم الاتفاقات الواردة في نص المادة 06 من الأمر 03/3²، لابد من دراسة هذه الإتفاقات والممارسات.

أ- شكل الاتفاقات: فالاتفاقات المقيدة للمنافسة تتخذ أشكالا عديدة ، فحسب مفهوم نص المادة 06 السابقة يعتبر اتفاقا مقيد للمنافسة كل اتفاق لم يتخذ شكلا قانونيا كاتخاذ سلوك موحد بين مشروعين مثلا، و يعتبر الاتفاق قائما بمجرد تبادل الايجاب والقبول مهما كان الشكل الذي يتخذه، سواء كان صريحا

¹ الأمر 03/03 المتعلق بالمنافسة، المعدل والمتمم بالقانون 12/08.

² الأمر 03/03 المتعلق بالمنافسة.

الفصل الثاني: قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار

أو ضمناً أو عملاً مدبراً، أو حتى مناقشات لعرقلة المنافسة ، وبهذا حذا المشروع الجزائري حذو المشروع الأوروبي عامة والفرنسي خاصة على النحو السابق توضيحه.

✓ الاتفاقيات الصريحة أو الضمنية: تعرف بأنها الاتفاقات القانونية التي تفرغ في قالب قانوني معين.¹

• الاتفاقات التعاقدية: هي الاتفاقات التي تأخذ شكل العقد²، فتولد التزامات متبادلة بين الأعوان

المعنيين، وقد تكون صريحة بإبرام العقد، وقد تكون ضمنية بأن لا تكتسي شكلاً قانونياً واضحاً.

• الاتفاقات العضوية: يقصد بها الاتفاقات المنشئة للشخص المعنوي، والاتفاقات التي تتم من خلال

بنية قانونية قائمة بالفعل كالنقابات، التجمعات الشركات....الخ سواء الاتفاق غير المشروع متزامناً مع

الاتفاق المنشأ للمشروع أولاً، والعبارة تكون بجوهر الاتفاق وليس بالشكل الذي يتخذه.

✓ الممارسات والأعمال المدبرة:

وهي الممارسات والأعمال التي يعتني بها صاحبها وينظمها ويديرها، ويقوم بها بعد التفكير والنظر على

عواقبها لأجل هدف معين، إلا أنه لم ينص على تعريفها المشروع، ولا مجلس المنافسة الجزائريين.

¹ راجع المادة 1/03 من قانون 02/04 المؤرخ في 23 يونيو 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الصادرة في الجريدة الرسمية عدد 41، المؤرخة في 27 يونيو 2004، تنص المادة على: << عون اقتصادي: كل منتج أو تاجر أو حر في مقدم خدمات أياً كانت صفته القانونية، يمارس نشاطه في الإطار المهني العادي أو بقصد تحقيق الغاية التي تأسس من أجلها.>>.

² يمتلك العقد دوراً ووظيفة فعالة في مجال المنافسة، باعتبار أن العقد ليس مجرد أداة للمبادلات داخل الأسواق، والتواجد فيه، بل هو آلية لضبط السوق وتوازنه، ووسيلة لتسوية منازعات المنافسة في السوق، وفي ظل نظام اقتصاد السوق نعمل بمبدأ سلطان الإدارة وحرية التعاقد لكن دون مخالفة النظام العام التنافسي، في نص المادة 06 من الأمر 03/03 المتعلق بالمنافسة، كما أن العقد يعتبر فضاء لقواعد خاصة في السوق تصنعها إرادة الأعوان الاقتصاديين، ومجال ذلك واسع لا يحُدُّه، إل مخالفة القواعد العامة:

. العقد شريعة المتعاقدين م 106 ق مدني جزائري.

. يطبق العقد طبقاً لما اشتمل عليه، وبحسن نية م 107 ق م ج.

. مبدأ حرية التجارة والصناعة م 37 دستور 96.

الفصل الثاني: قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار

كما عرفها الفقه الفرنسي >> بأنها ذلك النشاط التعاوني القائم بين الملتزمين بالخفاء، ويكشفه الواقع العملي دون أن يرقى هذا السلوك إلى الاتفاق.<<

تعرف أيضا >> بأنها التنسيق بين المشروعات، واتخاذ سلوك موحد يربط فيما بينها الغرض من تقييد المنافسة¹<<

تعرف أيضا بأنها >> شكل من أشكال التنسيق بين المؤسسات، لا يصل إلى اتفاق بالمعنى المحدد، وهذا التعاون يكون ذو طبيعة عملية بحيث يجنب الأطراف أخطار المنافسة<<².

يرى مجلس المنافسة الفرنسي استنادا إلى نص المادة 07 من الأمر 1243 /86 المتعلق بحريات الاسعار والمنافسة، التي تقابلها المادة 06 من الأمر 03/03 المتعلق بالمنافسة الجزائري أن الأعمال المدبرة هي: >> سلوكات وأعمال تتأتى نوعا ما بصفة عفوية وتلقائية، ويكون الإقتداء بها متبادل بين مختلف المؤسسات المتواجدة في السوق بالنسبة لخط السير الموحد والمتفق عليه ولو بصفة ضمنية<<.

نفهم مما سبق أن الأعمال المدبرة هي مجرد تفاهم ضمني حول تحديد الأسعار، أو حجم الانتاج مثلا، لا يرقى إلى درجة الاتفاق أو العقد.³

تقوم الأعمال المدبرة على ركنين هما:

• **الركن المادي:** اتخاذ المؤسسات -المشروعات- سلوكا غير تنافسي في سوق معينة مثل تحديد السعر.

• **الركن المعنوي:** نستخلصه من كلمة مدبرة، أي وجود إرادة مشتركة للقيام بنفس الفعل الهادف إلى تقييد المنافسة.

¹ معين فندي الشناق: المرجع السابق، ص142.

² تيروسي محمد: مرجع سابق، ص 142.

³ حسين محمد فتحي: الممارسات الاحتكارية والتحالفات التجارية لتفويض حريتي التجارة والمنافسة، دار النهضة العربية، القاهرة، 1998، ص72.

ب- إثبات الاتفاق:

يكون الإثبات على وجه الخصوص بالدليل المادي بكل الوثائق والمعاینات التي يقوم بها محققي إدارة التجارة أو مقرري مجلس المنافسة، ويكون الإثبات كذلك مبني على تصريحات الأطراف أو الغير، المدونة في المحاضر كما يمكن الاعتماد على الخبراء، أو الاستعانة بأي شخص بإمكانه تقديم معلومات حول الموضوع، كما يمكن أيضا الاعتماد على القرائن أو المؤشرات التي تثبت في مجموعها وجود اتفاق محظور.

تکمن الصعوبة في كيفية إثبات الاتفاقات الضمنية، إلا أنه يمكن الاستدلال على وجود هذا الاتفاق الضمني من خلال الظروف والملابسات المصاحبة لكل حالة، فعلى سبيل المثال قد تتجه جميع الشركات والمشروعات الموجودة في السوق إلى زيادة أو تثبيت الأسعار أو تخفيضها لسلعة ما¹، في نفس الوقت فإن هذا يعد قرينة على وجود اتفاق ضمني بينها، لأن أي شركة لا تتبع هذا الإجراء إلا إذا كانت تعلم أن الشركات الأخرى تتبعه.

الفرع الثالث: أنواع الاتفاقات غير المشروعة:

Les ententes économiques anticoncurrentielles تتطلب الاتفاقات المقيدة للمنافسة

وجود اتحاد إرادات ينتج عنه فعل جماعي، يجمع بين مشروعين فأكثر، بهدف إحداث تغييرات معينة تقيد المنافسة في السوق السلع والخدمات التي تقدمها تلك المشروعات.

الاتفاق يتطلب بطبيعته توافق إرادتي مشروعين أو أكثر على إحداث أضرار تضر بالمنافسة ويمكن أن تخص الاتفاقات أعوانا اقتصاديين من نفس مستوي الإنتاج والتسويق (الاتفاقات الأفقية)، أو تتم في مستويات مختلفة (الاتفاقات العمودية).

¹ أمل محمد شلبي: الحد من آليات الاحتكار من الوجهة القانونية، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة الاسكندرية، 2005، ص171.

أولاً: الاتفاقات الأفقية: Les ententes horisontales

يقصد بها تلك الاتفاقات التي تتم بين مشروعين أو عدة مشاريع يقفون جميعاً على قدم المساواة أو على نفس المستوى من العملية الاقتصادية كالاتفاقات التي تتم بين عدة مشروعات كل منهم يقوم بإنتاج نفس السلعة، أو كل منهم يتولى توزيع نفس المنتج.¹

في هذه الحالة يتم تموين السوق من مؤسسات عديدة متواجدة في نفس المستوى، كذلك التي تبيع سيارات مثلاً من طراز متشابه، فبدل منافسة بعضها البعض يقوم منتجوا السيارات بتحديد الأسعار التي تضمن لهم الأرباح الأكثر ارتفاعاً (حسب الأحوال)، فالاتفاق هنا أفقي حول توزيع السوق بينهم وإقصاء المؤسسات الأخرى.²

كما ولم تثر الاتفاقات الأفقية أي جدل - سواء على مستوى الفقه أو القضاء - باعتبار أن المشروعات من نفس المستوى الاقتصادي - كمجموعة منتجين لنفس السبعة أو الخدمة - وكان الأصل بين هذه المشروعات التنافس في السوق، وذلك ما جعل الاتفاق بينها يهدف إلى تقييد المنافسة الذي يعتبر محظوراً.

ثانياً: الاتفاقات الرأسية Les ententes verticaux

يقصد بها تلك الاتفاقات التي تجمع بين مشروعين أو أكثر، يقف كل منها على مستوى مختلف من العملية الاقتصادية، كالاتفاقات التي تتم بين منتج لحدى السلع من جهة، وموزع لتلك السلعة من جهة أخرى، أو بين منتج السلعة وعدة موزعين، أو بين مجموعة منتجين ومجموعة موزعين.³

¹ لنا حسن زكي: المرجع السابق، ص 78.

² تيورسي محمد: المرجع السابق، ص 14.

³ Veroniaue Selinsler: Le specificité des accode verticaux au regard du droit de la concurrence, Rec Dalloz, 1992,cahir.chr, p 41.

الفصل الثاني: قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار

بالنسبة إلى الاتفاقات الرأسية كان هناك اختلاف بين الفقه والقضاء من حيث اعتبارها اتفاقات منافية للمنافسة باعتبار اختلاف المستويات الاقتصادية للمؤسسات -المشاريع- إلا أنه تم تدارك ذلك الاختلاف باعتبار الاتفاقات الرأسية تحد من القدرة التنافسية للمشروعات الحائزة لحقوق الامتياز، أو الترخيص التجاري، والتي تتولى توزيع السلعة أو الخدمة التي ينتجها المنتج الذي يبرم معهم تلك الاتفاقات، إذ عادة ما تتضمن شروطا تتعلق بالمنافسة، وتتضمن بالضرورة تقييدا لها، كتحديد النطاق الجغرافي يقوم الحاصل على حق الامتياز -مثلا- بالتوزيع فيه، فلا يسمح له أن يتعداه، أو عدم السماح للموزعين بالتسويق لمنتجات آخرين.

إن عدم التفرقة بين الاتفاقات الأفقية والرأسية يستند أساسا على عدم وجود أسباب قانونية أو منطقية يمكن الاستناد عليها لتقرير تلك التفرقة، كذا مد مظلة الحماية التشريعية لتشمل حماية التجارة من أي اتفاقات تقيد المنافسة مهما كان نوعها.¹

المطلب الثاني: الممارسات التعسفية المؤدية إلى احتكار الأسواق

يعود السبب الرئيسي لقيام الاحتكار هو القضاء على المنافسين الموجودين في سوق معين ومنع دخول المنافسين المحتملين والجدد إلى هذه السوق، فتوضع العوائق والعراقيل التي تضعف من قدرة المنافسة على التوسع، أو بدء أعمال جديدة في سوق منتج معين، تتمتع فيه شركة معينة بقوة احتكارية، وهي ما يطلق عليها علماء الاقتصاد بعوائق الدخول إلى السوق، وتكون تلك العوائق نوعان²:

أولاً: عوائق قانونية: وهي التي تضعها الأنظمة والقوانين لتنظيم عمل الشركات بالأسواق، وتتمثل في:

¹ لينا حسن زكي: المرجع السابق، ص 80.

² أمل محمد شلبي: المرجع السابق، ص 4-5.

الفصل الثاني: قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار

1- الامتياز العام : حق خاص تمنحه الحكومة لشركة ما تقوم بإنتاج سلعة أو خدمة معينة ، فيقتصر إنتاج السلعة أو الخدمة على هذه الشركة دون غيرها ، وهو احتكار قانوني منتشر ومعروف كمنح الإمتيازات لشركات القطاع العام كالكهرباء ، والغاز ، والمياه...إلخ، واحتكارها إنما هو لخدمة المصلحة العامة للمواطنين.

2- التراخيص الحكومية: تراخيص تمنحها الحكومة لمزاولة أشغال ومهن معينة، فلا يمكن مزاولتها دون ترخيص مثل: ترخيص الطب، الحاماة ، أو مزاولة نشاط صناعي معين.

3- براءات الاختراع وحقوق النشر: هي حق خاص تمنحه الحكومة لمخترع خدمة أو منتج معين ، أو نشر يخص مؤلف أو ملحن...إلخ.

ثانيا: العوائق الطبيعية: حيث تتمكن شركة واحدة في السوق من إنتاج كل المنتج في السوق من سلعة أو خدمة معينة، لأحد السببين:

1- التدرج الاقتصادي: كلما زاد حجم الإنتاج تنخفض تكاليف الإنتاج، نظرا لحجم الشركة الكبير الذي لديه ميزة تكلفة على المنافس الأصغر¹.

2- التفوق التكنولوجي: تستطيع الشركة القضاء على أي منافس محتمل والحفاظ على مركزها الاحتكاري بفضل تفوقها التكنولوجي².

لا يتم المساس بالمنافسة بالاتفاقات فحسب، بل أيضا بوسائل أخرى خاصة عند امتلاك المؤسسة لقوة اقتصادية معتبرة في السوق، ورغم التشابه الكبير بين الحالة الأخيرة وبين الاتفاقات غير المشروعة باعتبارهما يشكلان خرقا صارخا لقواعد المنافسة، إلا أن هناك فرق جوهري بين الصنفين.

¹ مثلا توجد شركة كبيرة تنتج 2 مليون وحدة بتكلفة إنتاج 205د لكل وحدة، وشركة أخرى أصغر تنتج 1 مليون وحدة، بتكلفة 3د للوحدة الواحدة، النتيجة إذا عرضت الشركة الكبيرة إنتاجها بسعر أعلى من 205د وأقل من 3د فإنها ستبعد الشركة الصغيرة من السوق، فينشأ الاحتكار طبيعيا. باعتبار التدرج الحجم. يشكل عائقا فعالا لمنع دخول السوق.

² مثلا شركة ميكروسوفت الأمريكية احتكرت السوق العالمية في مجال الإعلام الآلي، فتفوقها في هذا المجال جعلها تحتكر نصيب كبير من سوق الإعلام الآلي.

الفصل الثاني: قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار

إذا كانت الاتفاقات يمكن أن تبرم بين كل الفاعلين الاقتصاديين من مقاولات وجمعيات وتعاونيات... الخ، فإن الاستغلال التعسفي للقوة الاقتصادية عموما ما لا يمكن أن يصدر إلا عن مقولة أو مجموعة مقاولات فقط لا غير¹.

بالرجوع إلى المشرع الجزائري في القانون المنظم للمنافسة نجد أن هذا الأخير قد حدد هذه الحالة في صنفين من الممارسات، إضافة إلى بعض الممارسات التي يتعدى ضررها إلى المستهلك خاصة ما يتعلق بأسعار البيع.

الفرع الأول: حظر التعسف في استغلال وضعية التبعية الاقتصادية

إن الحجم الكبير للمؤسسة التجارية أو الاقتصادية الذي يسمح لها باكتساب مركز قوي في السوق غير ممنوع بحد ذاته، وإنما يمنع القانون التعسف في استعمال هذه القوة الاقتصادية.

أولاً: مفهوم حظر التعسف في استغلال وضعية التبعية الاقتصادية:

1. التعريف اللغوي:

التسعف: هو السير بغير هداية ويقال عسف فلانا أي ظلمه وجارَ عليه².

الاستغلال: يستغل الرجل أي ينتفع منه بغير حق إما لجأه أو نفوذه³.

وضعية: جمع أوضاع، والوضع هيئة الشيء التي يكون عليها⁴.

¹ Jean Jak Burst et Robert Kovar: droit de la concurrence, economica, 1981, p285.

² ابن منظور الافريقي المصري: لسان العرب، دار المعارف، المجلد الخامس، ج37، باب الغين ، بيروت، 1989، ص3288.

³ محمود المسعدي: القاموس الجديد للطلاب معجم عربي مدرسي ألفبائي، ط7، باب الألف، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1991، ص46.

⁴ محمود المسعدي: المرجع نفسه، باب الواو، ص89.

الفصل الثاني: قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار

التبعية: تبع الشيء جعله تابعا وألحقه، قال تعالى: << فأتبعهم فرعون بجنوده فغشيهم من اليم ما غشيهم >>¹.

2. التعريف القانوني: يعتبر التعسف في استغلال وضعية التبعية الاقتصادية

L'exploitation abusive de l'état de dépendance économique

من الممارسات التي تنص عليها لأول مرة ضمن الأمر 03/03 المتعلق بالمنافسة، في نص المادة 11 منه كما يلي: <<يحظر على كل مؤسسة التعسف في استغلال وضعية التبعية لمؤسسة أخرى بصفتها زبونا أو ممونا إذا كان يُخلُّ بقواعد المنافسة.

يتمثل هذا التعسف على الخصوص في:

- رفض البيع بدون مبرر شرعي.
- البيع المتلازم أو التمييزي.
- البيع المشروط باقتناء كمية دنيا.
- الإلزام بإعادة البيع بسعر أدنى.
- قطع العلاقة التجارية لمجرد رفض المتعامل الخضوع لشروط تجارية غير مبررة.
- كل عمل آخر من شأنه أن يقلل أو يلغي منافع المنافسة داخل السوق.>>²

نفس الموقف اتخذته المشرع المغربي في نص المادة 07 من قانون حرية الأسعار و المنافسة المغربي في اعتبار التعسف في استغلال وضعية التبعية الاقتصادية محظورا، أما المشرع المصري فقد حظر في المادة 07 من القانون 03 لسنة 2005 المتعلق بالمنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية، كل اتفاق أو عقد

¹ سورة طه، الآية 78.

² المادة 11 من الأمر 03/03 المتعلق بالمنافسة هذا والفقرة الأخيرة من نص المادة بقول المشرع << كل عمل آخر من شأنه أن يقلل أو يلغي منافع المنافسة >> يدل على فتحه الباب أمام مجلس المنافسة لكل ما يمكن أن يكون ضارا من الممارسات غير المشروعة، وظهر شجاعة في هذه النقطة.

الفصل الثاني: قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار

بين الشخص وأي من مورديه أو عملائه، إذا كان من شأنه الحد من المنافسة، فيشترط لتحقيق حالة التبعية وجود علاقة عقدية بين المؤسسة وعملائها ومُؤنّيها، على خلاف المشرع الجزائري الذي لم يشترط ذلك.¹ بالنسبة إلى قانون المجموعة الأوروبية لم يعرف ولم ينص على حظر الاستغلال التعسفي لحالة التبعية الاقتصادية على أساس أنه يهتم أكثر بغاية القانون. لا البحث عن تحقيق توازن العدالة العقدية بين المؤسسات، وبالتالي عدم حظر تلك الممارسات إلا إذا انجر عنها الإضرار بالمنافسة الحرّة.

لا تنشأ حالة التبعية الاقتصادية بمناسبة العلاقات الاقتصادية الأفقية Les rapports horisantaux ، وإنما تنشأ بمناسبة العلاقات الاقتصادية الرأسية، بين المتعاملين التجاريين Les agents Commerciaux الذين يقفون على مستويين مختلفين من العملية الاقتصادية. كم سبق و أوضحنا سابقا. قام مجلس المنافسة الفرنسي بتحديد مفهوم حالة التبعية الاقتصادية، وذلك في قراره الصادر في دعوى شركة <Mercedes Benz> حيث قرر أن تبعية الموزع الاقتصادية لأحد المنتجين يتم تقديرها في ضوء:

1- أهمية نصيب المورد من رقم أعمال الموزع.

2- شهرة العلامة التجارية للموزع Notoriété de la marque.

3- حجم نصيب المشروع المورد من السوق.

4- امكانية حصول الموزع على منتجات معادلة من ذات السوق < Produits équivalents > من موزعين آخرين.

كما وقرر مجلس المنافسة الفرنسي أن تلك المعايير تراكمية، بمعنى وجوب توافر عدد كافي منها حتى

يمكن الحكم بوجود حالة التبعية الاقتصادية.²

¹ تيورسي محمد: المرجع السابق، ص 166.

² لنا حسن زكي: المرجع السابق، ص 228.

الفصل الثاني: قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار

ثانياً: شروط حظر التعسف في استغلال وضعية التبعية الاقتصادية:

حتى يتحقق التعسف كممارسة مقيدة للمنافسة لا بد من توفر شروط تستقرأ من نص المادة 11 من الأمر 03/03¹ كما يلي:

1- وجود وضعية التبعية الاقتصادية:

إن وضعية التبعية الاقتصادية هي >> بمثابة قوة اقتصادية يجوزها مشروع معين تمنحه القدرة على وضع العوائق أمام المنافسة الفعلية في السوق المعنية، وتمكنه من اتخاذ القرارات من جانب واحد في مواجهة منافسيه وعملائه، وكذلك المستهلكين<<²

وعليه يمكن القول أن وضعية التبعية الاقتصادية هي >> بمثابة قوة اقتصادية يجوزها مشروع معين تمنحه القدرة على وضع العوائق أمام المنافسة الفعلية في السوق المعنية، وتمكنه من اتخاذ القرارات من جانب واحد في مواجهة عملائه، وكذلك المستهلكين<<³

أن يكون طرف من أطراف العقد تابع تبعية اقتصادية تامة للطرف الآخر بموجب العقد المبرم بينهما، فلا يكفي أن تكون بنود العقد بصفة عامة محققة لمصلحة لطرف أكثر من الطرف الآخر، وإنما يجب أن تكون العلاقات التعاقدية بينهما لازمة لبقاء الطرف الضعيف في السوق، وبحيث لا يتمتع ذلك الأخير بخيارات أخرى، وهو ما يعرف بانعدام الحل المعادل.⁴

صنف مجلس المنافسة الفرنسي وضعية التبعية الاقتصادية معتمداً على مؤشرين، الأول فإنه يظهر ويبين بأن قطع العلاقات من شأنه أنه يؤدي إلى ضياع وخسارة النشاطات المهمة، أما الثاني فيفيد بوجود

¹ الأمر 03/03 المتعلق بالمنافسة.

² تعريف محكمة العدل الأوروبية، راجع لنا حسن زكي: المرجع السابق، ص 178.

³ تيروسي محمد: المرجع السابق، ص 167.

⁴ يتمثل الحل المعادل في أن يتمتع المشروع التابع بحرية متابعة نشاطاته الاقتصادية بشكل طبيعي، على الرغم من كون المشروع في حالة تبعية اقتصادية يمارس في مواجهته ممارسات مقيدة للمنافسة، راجع لنا حسن زكي: المرجع السابق، ص 237.

الفصل الثاني: قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار

مؤسسة في حالة تبعية اقتصادية لمؤسسة أخرى، حيث تظهر المؤسسة المهيمنة غير قادرة على تعويض خسارة النشاط الناجمة عن قطع العلاقات.

تفرض وضعية التبعية الاقتصادية كذلك وجود علاقة تجارية، تكون فيه المؤسسة إما تابعاً أو متبوعاً:

- أ- حالة تبعية الموزع للممّون: في هذه الحالة يجب الأخذ بعين الاعتبار عنصر الشهرة، العلامة التجارية، حصة السوق العائدة للممّون، إضافة إلى غياب الحل البديل للمؤسسة الموزعة.¹
- ب- حالة تبعية الممّون للموزع: تراعي حصة رقم الأعمال المحققة من الممّون مع الموزع، وتركيز منتجات الموزع لدى الممّون، مع غياب الحل البديل.²

2- الاستغلال التعسفي لوضعية التبعية الاقتصادية:

لا يكفي وجود مؤسسة في حالة تبعية، بل يلزم أن يتم الاستغلال التعسفي لحالة التبعية الاقتصادية من المؤسسة المتبوعة.

يجب أن تكون الشروط المفروضة على الطرف الضعيف - المؤسسة التابعة - بمقتضى العلاقة العقدية بينها حيث ما كان ليقبلها ذلك الأخير، لو كان يتمتع باستقلاله الاقتصادية اتجاه الشريك الاقتصادي.³

يعتبر الاستغلال التعسفي لوضعية التبعية شرطاً جوهرياً، وهو ليس معاقباً عليه لذاته، ذلك أن قضاة الموضوع يملكون سلطة واسعة لتقدير العناصر المكونة للتعسف، مع الأخذ بعين الاعتبار السلوك المنتهج من المؤسسة المعنية، حيث أن واقعة عرقلة المنافسة **Les entraves** يمكن أن تنشأ من الممارسات

¹ تيروسي محمد، المرجع السابق، ص 170.

² يقع عبء الإثبات في الحالتين على المدعي لوقوع التعسف حسب وضعية التبعية الاقتصادية سواء تموينية أو توزيعية.

راجع تيروسي محمد: المرجع نفسه، ص 170.

³ لينا حسن زكي: المرجع السابق، ص 224.

الفصل الثاني: قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار

المعتادة، والتي تعتبر بحد ذاتها غير مشروعة، كما يمكن أن تكون نتيجة للهيمنة على السوق وحدها. دون أن يصحبها أي عمل غير مشروع.¹

ثالثا: صور التعسف في استغلال وضعية التبعية الاقتصادية:

نجد في المادة 02/11 من الأمر 03/03² مجموعة من الأعمال والممارسات، كُيِّفت على أنها صور للتعسف في استغلال وضعية التبعية، أما في القانون 02/04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، اعتبرها أعمالا تجارية غير مشروعة ولذلك سنقسمها إلى:

1- الأعمال والممارسات التعسفية المتعلقة بالأسعار وشروط البيع:

أ- رفض البيع بدون مبرر شرعي³:

ينبغي لمتابعة مرتكب الممارسة الممنوعة لرفض البيع ورفض أداء الخدمات توفر شرطين:

* اقتضاء وجود الطلب.⁴

* رفض بيع السلعة بالرغم من جاهزيتها، ورفض أداء الخدمة بالرغم من توفر هذه الأخيرة.

نُصَّ صراحة على شرط رفض البيع أو رفض أداء الخدمة في المادة 02/15 من القانون 04-02⁵:

يمنع رفض بيع سلعة أو تأدية خدمة بدون مبرر شرعي {...}<<، وذلك على عكس الشرط الأول -

اقتضاء وجود الطلب- إلا أنه من البديهي حدوث واقعة رفض البيع أو أداء الخدمة، دون أن يكون قد سبقه

واقعة طلب لتلك السلعة أو طلب تأدية الخدمة من قبل، سواء من المستهلك أو العون الاقتصادي.

¹ محمد بودالي: حماية المستهلك في القانون المقارن، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2006، ص 527.

² الأمر 03/03 المتعلق بالمنافسة.

³ الشرعية في المعنى القانوني أي ما ينص عليه القانون، وبالتالي المبرر الشرعي هو المبرر القانوني.

⁴ بمعنى أن هذه السلعة أو الخدمة يوجد عليها طلب من المستهلكين في السوق، ذلك الطلب يكون متلائما مع الاحتياجات الضرورية والطلب هو أحد العناصر المتحركة في توازن السوق، بشكل خاص سعر السلع والخدمات، بحيث غيابها يعني فقدان توازن قوى السوق.

⁵ القانون 02/0 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

الفصل الثاني: قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار

كما أنه واضح استبعاد المادة من مجال تطبيقها الرافض الذي يكون له مبرره الشرعي، كما ونشير إلى أن المشروع لم يضع مفهوما مضبوطا في نصوص القوانين - بشكل خاص المادة 11 من القانون 03/03¹ - **للبيع بدون مبرر شرعي**² **Un refas de vonte sans motif légitime** كوجه عام للرفض النهائي لبيع سلعة أو أداء خدمة موجودة لدى البائع ماديا وقانونيا، والرفض هنا يكون مؤسسا على سبب غير مشروع.

فإذا استقرنا المادة 11 من الأمر 03/03 -السابق- نقول أن رفض البيع بدون مبرر مشروع هو أن ترفض المؤسسة (البائع) بيع سلعة أو أداء خدمة بدون مبرر مشروع - أي قانوني- لمؤسسة أخرى (المشتري)، مستغلة في ذلك تواجد المؤسسة الثانية (المشتري) في وضعية تبعية اقتصادية لها - المؤسسة البائعة- وهو أحد الممارسات المقيدة للمنافسة متمثلة في التعسف في استغلال وضعية التبعية الاقتصادية. **ب- البيع المتلازم والتمييزي:**

✓ **البيع المتلازم:** نصت عليه المادة 02/11 من الأمر 03-03³، ويعرف هذا البيع على أنه >> ذلك الأسلوب التجاري الذي تلجأ إليه المؤسسة الممونة والتي تكون في مركز قوة من أجل إلزام المؤسسات التابعة لها اقتصاديا على قبول شروطها التعسفية و المتمثلة في بيع أحد المنتجات مرفقا لمنتوج آخر، والذي يكون من نوع مخالف.<<

¹ القانون 03/03 المتعلق بالمنافسة.

² حدد المشروع الفرنسي شروطا يلزم توفرها لاعتبار رفض البيع ممنوعا قانونا: . ألا يكون محل بيع البضائع محجوز عليه، أو كانت سلع للعرض فقط وليست للبيع. . ألا يكون رفض البيع مبنيا على عادات وأعراف تجارية. . ألا يكون طلب الشراء مقترنا بسوء النية.

راجع : محمد السيد عمران: حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، دراسة مقارنة، منشأ المعارف الاسكندرية، ص21.

³ القانون 03/03 المتعلق بالمنافسة.

الفصل الثاني: قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار

هذا النوع من البيوع من الأساليب التجارية التي تلجا إليه المؤسسات - المشاريع - في حالة كساد بضاعتها من أجل التخلص منها، فنقوم ببيعها مع سلعة أخرى أكثر رواجاً.

اعتبر المشرع الجزائري هذا النوع من البيوع من صور التعسف في استخدام وضعية التبعية الاقتصادية، واخلالاً بقواعد المنافسة.

✓ **البيع التمييزي Conditions de ventes dixerminatiores**: هو ذلك البيع الذي تحصل بموجبه المؤسسة الموجودة في وضعية تبعية اقتصادية بمعاملة تمييزية مقارنة مع المؤسسات الأخرى في مواجهة المؤسسة المتبوعة.

نص المشرع المصري في نص المادة 05-05 يحظر على الأشخاص ذوي السيطرة إساءة استخدامها بالقيام بأي من الممارسات التالية:

{...} 5- اهدار تكافؤ الفرص بين المتنافسين بتمييز بعضهم عن البعض الآخر في شروط صفقات البيع أو الشراء دون مبرر على الأشخاص ذوي السيطرة في التاريخ العمل بهذا القانون اخطار الجهاز بذلك خلال ثلاث أشهر من هذا التاريخ¹

صدر في هذا الشأن عن مجلس المنافسة قرار مؤرخ في 23 جوان 1999 ضد المؤسسة الوطنية للصناعات الالكترونية لتمييزها بين الزبائن من حيث الكميات المسلمة لهم، إذ لا تستجيب لطلبات البعض، وقد اعتبر المجلس أن التذرع بعدم توفر المنتجات لتبرير عدم تلبية طلبات زبون، في الوقت الذي تسلم فيه لزبون آخر يُعدُّ رفضاً مقنعاً للبيع.²

¹ مشروع قانون تنظيم المنافسة ومنع الاحتكار المصري، راجع محمد سليمان الغريب: المرجع السابق، ص 248 وما يليها.

² راجع تيروسي محمد: المرجع السابق، ص 169.

الفصل الثاني: قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار

ج- البيع المشروط باقتناء كمية دنيا والالتزام بإعادة البيع بسعر أدنى:

✓ - البيع المشروط باقتناء كمية دنيا:

نص عليه المشرع الجزائري، وأدرجه في صور التعسف في استغلال وضعية التبعية الاقتصادية، في المادة 11-02 من قانون المنافسة.¹

هو ذلك البيع الذي تفرض فيه المؤسسة المتبوعة على المؤسسة التابعة لها اقتصاديا، اقتناء كمية دنيا من المنتج، تحددها المؤسسة المتبوعة - المسيطرة² - فلا تترك المؤسسات التابعة الحرية في تحديد الكميات التي تحتاج اقتناءها من المنتج، أو ما يتطلب السوق فعلا من ذلك المنتج وفقا لعامل الطلب الذي يعتبر المحدد الأساسي لتدفق المنتجات وعرض الخدمات في الأسواق.

✓ الإلزام بإعادة البيع بسعر أدنى:

أشارت إليها المادة 11/02 من الامر 03/03³، حيث تفرض فيه المؤسسة المتبوعة على المؤسسة التابعة لها إعادة بيع منتجاتها بسعر أدنى، وتجبرها على الالتزام بتلك الأسعار. البيع بسعر أدنى يتمثل في التخلي عن الربح الحالي من أجل تعظيم الأرباح في المستقبل، أي قبول ربح منخفض لكن أعلى من تكاليف الإنتاج.

¹ القانون رقم 03/03 المتعلق بالمنافسة.

² يعد كلا من البيع المشروط باقتناء كمية دنيا، أو اشتراط البيع بسعر أدنى من المخالفات القانونية الصارخة، المنتهكة لروح قانون المنافسة وآلية السوق، وكذا فيها تحديد لمبدأ حرية الأسعار. راجع شهيدة قادة : قانون المنافسة بين تكريس حرية المنافسة وخدمة المستهلك، الملتقى الوطني للاستهلاك والمنافسة في القانون الخاص الأساسي، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2001، ص 79.

³ الأمر 03/03 المتعلق بالمنافسة.

الفصل الثاني: قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار

إذا لم يكن ذلك كافيا للإضرار بالمنافسين فقد يقوم المشروع بالبيع و إلزام تابعيه بالبيع بأقل من تكاليف

الانتاج وهو ما يدعى - البيع بالخسارة¹

قد يكون البيع بسعر أدنى كافيا للإضرار بآخرين وإزاحتهم من السوق، وقد لا يكون ذلك كافيا، حيث يتطلب البيع بأقل من تكلفة الانتاج وتحمل الخسارة، ما ينتج عنه الاضرار بالمنافسين وإخراجهم من السوق، أو منع دخولهم إليه، ثم قام المشروع بعد انفراده بالسوق برفع الأسعار لتعويض الخسائر، فلا يجرم البيع بسعر منخفض طالما كان هذا السعر أعلى من التكاليف، حتى لو تسبب ذلك في الإضرار ببقية المنافسين.²

2- الأعمال والممارسات التعسفية المتعلقة بالعلاقات التجارية المقللة أو الملغية لمنافع المنافسة:

كثيرا ما يلجأ المهنيون إلى ممارسات تكون محصلتها التأثير على السوق بالتضييق، معززة لمركزهم في مقابل ازدياد حالة الضعف لدى المستهلك تدفعه إلى الإذعان إلى مشاطرتهم³.

بالنسبة للمشرع الجزائري، نص على هذه الأعمال في الأمر 03/03 المتعلق بالمنافسة في نص

المادة 02/11، واعتبر تعسفا في استعمال الوضعية التبعية كما يلي:

أ- قطع العلاقة التجارية لمجرد رفض المتعامل الخضوع لشروط تجارية غير مبررة:

تتجسد في صورة قطع العلاقة التجارية لمجرد رفض المتعامل الخضوع لشروط تجارية غير مبررة، في أن المؤسسة تقوم بفرض شروط تجارية غير مبررة على المؤسسة التابعة لها، والمتواجدة في وضعية تبعية اقتصادية إزاءها، فإذا تمسكت هذه الأخيرة في مواجهة المؤسسة المتبوعة، برفض الخضوع لتلك الشروط التجارية، يكون الموقف المقابل للمؤسسة المتبوعة وتعسفا منها بقطع العلاقة التجارية بينهما.

¹ يلجأ هذا المشروع إلى هذا النوع من البيوع مجبرا لأنه يتعرض لظروف صعبة كأن يكون معرضا للإفلاس، أو لديه مشاكل مع الدائنين، أو لأن السوق يمر بطرف صعبة، فيفضل البيع بالخسارة على الخروج من السوق أو التوقف عن الانتاج الذي سيحمل المشروع خسائر أكبر من حالة البيع بالخسارة، فيرضى بتغطية تكاليفه الثابتة.

راجع مغاوري شلبي علي: المرجع السابق، ص 163.

² مغاوري شلبي علي: المرجع نفسه، ص 165.

³ شهيدة قادة: المرجع السابق، ص 78.

الفصل الثاني: قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار

وعليه يجب التمييز بين حالتين¹:

✓ **تبعية الموزع للمُؤن:** يؤخذ بعين الاعتبار شهرة العلامة التجارية، وحصة السوق العائدة للمُؤن، ونسبة مواد المُؤن في رقم أعمال الموزع على الأقل 25%، إضافة إلى غياب الحل المعادل أو البديل للمؤسسة الموزعة.

✓ **تبعية الممؤن للموزع:** يجب مراعاة حصة رقم الأعمال المحققة من الممؤن مع الموزع، وكذا تركيز بيع منتجات الموزع لدى الممؤن، مع غياب الحل البديل.

✓ **يقع عبء إثبات الاستغلال التعسفي** في كلتا الحالتين على من يدعي وقوع التعسف حسب الوضعية التبعية (تموينية أو توزيعية) كما ويعتبر هذا النوع من الممارسات المنافية للممارسة بالذات تكريسا واضحا للإذعان والتعسف في فرض الشروط التعسفية، وهو ما يمنعه القانون².

ب- كل عمل من شأنه أن يقلل أو يلغي المنافسة:

نص المشرع الجزائري في المادة 02/11 من الأمر 03/03 المتعلق بالمنافسة: <<... يتمثل هذا التعسف على الخصوص في كل عمل آخر من شأنه أن يقلل أو يلغي منافع المنافسة داخل السوق>> من خلال استقراء الفقرة نجد أن المشرع وسع من مجال الأعمال التي يمكن اعتبارها تعسفا في استغلال وضعية التبعية، فما أورده من سابق الحالات المدروسة لم يكن على سبيل الحصر، بل المثال، مما يجعل تكييف الممارسات المستجدة التي يمكن اعتبارها تعسفا من صلاحيات مجلس المنافسة، مع اشتراط إثباتها حيث لا يكفي مجرد الإدعاء بها.

¹ راجع تيورسي محمد: المرجع السابق، ص 170.

² شهيد قادة: المرجع السابق، ص 79.

الفصل الثاني: قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار

بالرجوع أيضا إلى القانون رقم 02/04¹ نجده ينص في الفصل الأول منه على مجموعة من الممارسات التجارية غير الشرعية، حيث يبدوا لنا لأول وهلة أنها نفس الممارسات التي نُصَّ عليها في الأمر 03/03 في نص المادة 02/11 - سابقة الذكر - إلا أنها في واقع الأمر ليست كذلك، إنما هي ممارسات غير شرعية.

الفرع الثاني: حظر الممارسات المتعلقة بالهيمنة الاقتصادية:

تعد الولايات المتحدة الأمريكية أولى الدول التي بادرت إلى منع ممارسات التعسف في استخدام الهيمنة على السوق، بعد أن تبنت 15 ولاية من الو.م.أ أول قوانين المنافسة سنة 1980 قبل صدور قانون شيرمان 1890 المتعلق بتريم الاحتكار².

أما في القانون الفرنسي فقد منع التعسف في وضعية الهيمنة سواء كان مقصودا أولا، نفس المنع ورد في القانون الأوربي في المادة 82 من قانون المجموعة الأوربية.

<<...est interdit; dans la mesure ou le commerce entre les états membres est
suxeptible d'en être affect>>

أما المشرع الجزائري فهو أيضا منع التعسف في المادة 04 من الأمر 03/03 المتعلق بالمنافسة بقولها:

<< يحظر كل تعسف ناتج عن وضعية الهيمنة في السوق، أو احتكار لها أو على جزء منها قصد:....>>

¹ القانون رقم 02/04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

² في أواخر القرن 19 قام مجموعة من كبار رجال الصناعة في الو.م.أ بجمع شمل المجموعات المتنافسة التي يتعاملون معها في تنظيم مُوحَّد سُمِّي بالاتحاد الاحتكاري، وكانت أول خطواتهم تخفيض الاسعار الذي ادى إلى انهيار معظم المجموعات التجارية الصغرى، ثم قامو بعد ذلك برفع الأسعار وتحديد كميات المنتجات، ما نتج عنه موجة احتجاج شعبية ضد تلك الممارسات الظالمة، وهو ما نتج عنه صدور قانون شيرمان الذي حرَّم أي عقد أو تحالف مشترك، أو تواطؤ يلحق ضررا بالتجارة، كما يصنع أي شخص أو مجموعة تجارية من احتكار أو محاولة احتكار أية سوق تجارية.

راجع: عمر محمد حمادة: الاحتكار والمنافسة غير المشروعة، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، قسم القانون التجاري، جامعة القاهرة، 2008، ص 227.

الفصل الثاني: قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار

وضعت محكمة العدل الدولية تعريفا للاستغلال التعسفي لوضعية الهيمنة، في قضية Hoffmann La Roche فقضت بأن: >> فكرة الاستغلال التعسفي فكرة موضوعية تتعلق بالتصرفات التي تقوم بها المؤسسة المهيمنة والتي تؤدي بطبيعتها إلى التأثير على هيكل السوق الذي تكون فيه درجة المنافسة قد ضعفت وتقلصت، بالتحديد إثر تواجد المؤسسة المعنية حيث يكون من شأن هذه التصرفات التأثير على درجة المنافسة التي كانت موجودة في السوق بتقييدها وبذلك بالجوع إلى استخدام وسائل مختلفة، عن تلك الوسائل المستخدمة التي تحكم المنافسة العادية للمواد والخدمات المقدمة، من الأعدان الاقتصاديين وهذا الأمر يمنع نمو المنافسة.<<.

سيوضح أكثر مفهوم وضعية الهيمنة بعد تحديد المقصود بالسوق ثم التعرض إلى المقاييس التي تبين أن العون الاقتصادي في وضعية الهيمنة.

أولاً: تحديد السوق المعنية:

السوق عموماً هي >> كل سوق سلع أو خدمات المعنية بممارسة مقيدة للمنافسة، وكذا تلك التي يعتبرها المستهلك مماثلة أو تعويضية، لاسيما بسبب مميزاتها وأسعارها والاستعمال الذي خصصت له، والمنطقة الجغرافية التي تعرض المؤسسات فيها السلع أو الخدمات المعنية.<<¹

يقصد بالسوق المعنية فضاء التقاء العرض من الطلب أو الخدمات القابلة للاستبدال، والتي يعتبرها المشترون كبديلة فيما بينهم، فمعيار المبادلة يشكل العنصر الأساسي في تعريف السوق المعنية.²

بالرجوع إلى المرسوم التنفيذي رقم 314/2000 المحدد لمقاييس اعتبار العون الاقتصادي في وضعية هيمنة، وكذا الأعمال الموصوفة بالتعسف في وضعية الهيمنة، كما يلي: >> يقصد بالسوق أو جزء من

¹ راجع نص المادة 03/03 من الأمر المتعلق بالمنافسة، راجع كذلك تعريف السوق بشكل مفصل في الصفحات من هذا البحث.

² تيورسي محمد: المرجع السابق، ص 48.

الفصل الثاني: قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار

السوق الرجعي لتحديد وضعية الهيمنة، السلع والخدمات البديلة التي يمكن أن يحصل عليها المتعاملون أو المنافسون في نفس المنطقة الجغرافية»¹

ثانيا: معايير تحديد السوق:

1- معيار المبادلة: إذا ما قسمنا مقدار المنافسة الحالية أو المحتملة فإن ذلك يسمح لنا بالتعرف على حجم الهيمنة بالنسبة لمؤسسة - مشروع - ما، وهذا المعيار يُعدُّ عاملا مشتركا بين العرض والطلب، فهو يعني مدى امكانية استبدال منتج بآخر، أو خدمة بأخرى إذا كان سعر هذه الأخيرة في ارتفاع، ويجب التمييز بين مصطلحين:

أ- **الطلب البديل:** حيث يتوجه العملاء إلى طلب سلع أخرى تقوم مقام السلعة الأصلية.

ب- **العرض البديل:** ينظر إلى مدى استعداد المتعاملين الاقتصاديين الآخرين على توفير السلع أو الخدمات البديلة أو الأصلية.

2- معيار التحديد الجغرافي: كما سبق - وأشرنا - أنها مكان تلاقي العرض بالطلب، وليتمكن مجلس المنافسة التحقق من توفر وضعية الهيمنة، وجب تحديد رقعة جغرافية محددة لهذه السوق، وعلى حسب سعة نشاط المؤسسة - المشروع - يتسع مجال السوق الجغرافي²، ولتحديد الاطار المكاني - الجغرافي - للسوق أهمية في التحقق من وضعية الهيمنة على السوق، إذ كلما اتسع مجال السوق كلما زادت فرص المؤسسات الكبيرة في الهيمنة عليه.

ثالثا: مقاييس الهيمنة: وهي المؤشرات الدالة على امكانية وجود هيمنة في السوق نقسمها إلى:

¹ راجع نص المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 314/2000 المحدد للمقاييس، التي تبين أن العون الاقتصادي في وضعية هيمنة وكذلك معايير الأعمال الموصوفة بالتعسف في وضعية الهيمنة، المؤرخ في 14 أكتوبر 2000، الصادر في ج.ر عدد 61 لسنة 2000 الملغى بموجب الأمر 03/03 المتعلق بالمنافسة.

² إذا كان توزيع الانتاج، وتقديم الخدمات من المؤسسات، في إقليم الدولة فهذا يعتبر امتدادا اقليميا وتسمى سوق محلية، أما إذا كان المنتوجات تستورد من الخارج، وتوزع منتجاتها أو تعرض خدماتها في أقاليم دول مختلفة.

1- المقاييس الكمية:

أ- **الحصة في السوق:** إذا كانت المؤسسة -المشروع- تملك نسبة مئوية عالية من المبيعات مقارنة بحجم المبيعات، وهذا ما قررته المحكمة الابتدائية للاتحاد الأوربي TPICE حيث أن امتلاك حصة تتراوح بين 70 إلى 80 % يشكل وحده مؤشرات على قيام وضعية الهيمنة.

مقياس رقم الأعمال *chiffre d'affaire*

في المرسوم التنفيذي 314/2000 الملغى كان يعتمد المشرع الجزائري هذا المعيار، ويقصد برقم الاعمال حجم المبيعات مقوماتها مالياً.¹

بالنسبة للمشرع الجزائري بعد إلغاء المرسوم التنفيذي، فأصبح يعتمد رسمياً على معيار الحصة السوقية، ولم يشر إلى معيار رقم الاعمال، لكن مجلس المنافسة يعمل بهذه الأخير في تحديد مبلغ العقوبة.

ب- معيار القوة الاقتصادية والمالية

نقاس تلك القوة رقم الاعمال الخاص بالمؤسسة المعنية المهيمنة مقارنة مع ارقام اعمال بقية المؤسسات المنافسة.²

2. **المعايير الثانوية (النوعية):** تعتبر مقاييس استثنائية كمؤشرات تدل على وضعية الهيمنة.

أ. الوضعية التنافسية *la situation concurrantielle*

ونتكلم عنها إذا كانت مؤسسة ما لا تملك حصة سوقية كبيرة لكنها تتمتع بقدر كبير من الاستقلالية لمواجهة منافسيها، وهذا يدل على هيمنتها على السوق، وهذا ما يوجب تحليل الوضعية التنافسية في أي قطاع.

¹ لينا حسن ذكي: المرجع السابق، ص 253، و هذا التعريف في قرار مجلس المنافسة الفرنسي رقم 92- - 26 المؤرخ في 31 مارس 1992.

² قرر مجلس المنافسة الفرنسي في دعوى تتعلق بقطاع السينما أن القوة الاقتصادية لشركة يتم تقديرها بالنظر إلى عدد الشركات وكذا عدد العقود التي تبرمها مع شركات الإنتاج، وهي شركة "الت ديزني" في تلك الدعوى، أو مع شركات التسويق السينمائي وعددها خمسون شركة توزيع في نفس الدعوى.

ب. معايير نوعية اخرى:

* الامتيازات التجارية المالية أو التقنية التي تتمتع بها المؤسسة في مواجهة منافسيها.

* استعمار المنتج التجاري للشركة مهما كان سببه.

* قدرة المؤسسة على الاحتفاظ بمستوى أسعار خاصة إذا كان أعلى من مستوى أسعار المنافسة.

رابعا- الاستخدام التعسفي لوضعية الهيمنة:

إن الفعل الغير مشروع لا يتمثل في مجرد الاحتكار أو الهيمنة على سوق ما، وإنما في سوء استغلال هذه الهيمنة في حد ذاتها، فيمنع التعسف في استغلالها كل ذلك لأجل هدف تحقيق التوازن العقدي، بين أطراف غير متكافئة في التفاوض، خاصة مع ظهور مؤسسات قوية في التوزيع والانتاج، وهو ما يتطلب توفير الحماية للطرف الضعيف من الشروط التعسفية التي تنتج عن الهيمنة.

بالنسبة للمشرع الجزائري في نص المادة 07 من القانون المتعلق بالمنافسة¹، ونص الحالات المذكورة في نص المادة 06 التي تكلمت عن الاتفاقات المحظورة نشير أيضا أن المشرع في هذه النوع من الممارسات الغير مشروعة حذف مصطلح التعسف abus في المرسوم التنفيذي رقم 175/50² الذي يلجأ إليه في حالة طلب أحد الاعوان الاقتصاديين من مجلس المنافسة.

عرفت المادة 03/3 من قانون المنافسة الجزائري وضعية الهيمنة كما يلي: "هي الوضعية التي تمكن مؤسسة ما من الحصول على مركز قوة اقتصادية في السوق المعينة، وتعطيها امكانية القيام بتصرفات منفردة إلى حد معتبر إزاء منافسيها أو زبائنها أو ممونيها"³.

¹ الأمر 03/03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم بمقتضى القانون رقم 10-05.

² المرسوم التنفيذي رقم 175/05 الصادر في 12/05/2005 المحدد لأشكال الحصول على التصريح بعدم التدخل المتعلقة بالاتفاقات ووضعية الهيمنة في السوق.

³ نص المادة 03/03 من الأمر 03/03 المنظم للمنافسة.

الفصل الثاني: قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار

عرفت المجموعة الأوروبية الوضع المهيمن أيضا بأنه: " وضع قوة اقتصادية تحتفظ بها مقابلة وبمقتضاها تستطيع وضع عراقيل تحول دون تحقيق منافسة فعالة في سوق ما والقيام بتصرفات انفرادية إزاء المنافسين والزبائن والمستهلكين" نفس التعريف تبنته الاتجاهات القضائية الفرنسية.

إن عملية الهيمنة ليست مجرمة ولا مرفوضة في حد ذاتها، وإنما المرفوض المجرم في التجاوز و

التعسف في استعمالها *abus de position dominante*

خامسا: شروط حظر التعسف في استغلال وضعية الهيمنة

1. وجود مؤسسة مهيمنة:

بالرجوع إلى القرارات الصادرة عن محكمة العدل الأوروبية، والقرارات الصادرة عن اللجنة الأوروبية، القضاء ومجلس المنافسة الفرنسيين يتلخص لنا المسيطر، هي التي تمارس أنشطة بطريقة مستقلة. تقوم وضعية التعسف باستغلال الهيمنة الاقتصادية إما لمؤسسة واحدة أو عدة مؤسسات تمارس أنشطة الإنتاج، التوزيع، أو تقديم الخدمات بشرط التحقق من الحيز الذي تحتله تلك المؤسسة في السوق.

2. وجود ممارسة احتكارية تجسد التعسف

حتى يتحقق التعسف يجب إقامة الدليل على وجود ممارسة احتكارية من الممارسات التي ذكرتها المادة 07 من الأمر 03/03 المتعلق بالمنافسة وبناء على ذلك فإن كل تصرف من المؤسسة المهيمنة يكون الهدف منه تقييد المنافسة أو تعطيلها، يشكل تعسفا في استغلال وضعية الهيمنة.¹

أشارت المادة 07 من الأمر 03/03 المنظم للمنافسة الجزائري إلى ممارسة الاحتكار، إلا أن المشرع

نفادى أن يحدد المقصود به، لكن بالرجوع إلى الفقه فقد أسس وجود الاحتكار على شرطين:

- وجود شركة واحدة في السوق تقوم بكل انتاج هذه السوق من سلعة وخدمة.

¹ في هذه النقطة عندما وسع المشرع بالنص القانوني أظهر شجاعة بعدم حصره للممارسات الاستغلالية لوضعية الهيمنة، وفتح الباب مرة ثانية أمام مجلس المنافسة لتكييف الحالات المعروضة امامه على معايير - سبق ذكرها-

الفصل الثاني: قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار

- أن تقدم هذه الشركة المحكرة منتجا فريدا ومميزا من هذه السلعة أو الخدمة بحيث لا يوجد لها بدائل أخرى.¹

3. ضرورة أن يؤدي التعسف إلى منع وتقييد المنافسة داخل السوق:

بالنسبة إلى المشرع الفرنسي اشار إلى هذا الشرط عندما وحد بين شروط منع الاتفاقات والممارسات الاحتكارية، التي تشكل تعسفا في استغلال وضعية الهيمنة،² أما المشرع الجزائري فلم يولي اهتمام لهذه النقطة في نص المادة 07 من قانون المنافسة، وركز على حظر كل تعسف في استغلال وضعية الهيمنة إذا توفر القصد.³

سادسا: مفهوم حظر التعسف او عرض ممارسة أسعار بيع منخفضة

اعتمدت الجزائر في أواخر الثمانينيات النظام الرأسمالي ومن بين القوانين التي صدرت أنذاك قانون رقم 12/89 المتعلق بالأسعار، الذي أورد في مادته 10 مجموعة من الممارسات التي اعتبرها غير شرعية، فجاء في نصها: "لا يمكن أن تكون أسعار المنتج في جميع الأطوار أقل من سعر التكلفة أو سعر الشراء الفعلي إذا أدى ذلك للإساءة إلى المنافس، أو إذا كان يرمي إلى تحقيق تحويلات غير شرعية القائمة بين المؤسسات لتخفيض الاعباء الجبائية..."⁴.

¹ راجع مجدي محبوب شهاب واسامة محمد الفولي: اساسيات الاقتصاد السياسي، دار الجامعة الجديدة، 2003، الاسكندرية، ص 650.

² نص المادة 02-420 من القانون الفرنسي المتعلق بالمنافسة.

³ يتم اثبات التعسف بطريقتين:

- إما من التصرفات والسلوكات التي تنتجها المؤسسة بهدف تضيق المنافسة أو اقضاء المتنافسين من السوق
- إما بالنظر إلى وضعية الهيمنة المحققة التي تتمتع بها المؤسسة في السوق، بحيث أن مثل تلك السلوكات لم تكن لتحدث لولا تلك الوضعية المهيمنة في السوق.

⁴ المادة 10 من الأمر 12/89 المتعلق بالأسعار الملغى.

الفصل الثاني: قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار

ثم جاء الأمر 06/95 المتعلق بالمنافسة الذي أعتبر في المادة 10 منه أن كل نوع اقتصادي يمنع عليه بيع سلعة بسعر أقل من سعر التكلفة الحقيقي، إذا كانت هذه الممارسات قد حددت قواعد المنافسة في السوق، أو يمكن أن تحد منها، وصنفها ضمن الممارسات المنافية للمنافسة¹.

ثم بصدر الأمر 03/03 المتعلق بالمنافسة نص في المادة 12 منه على: "يحظر عرض الأسعار أو ممارسة الأسعار أو ممارسة أسعار بيع منخفضة بشكل تعسفي للمستهلين مقارنة بتكاليف الانتاج والتحويل والتسويق إذا كانت العروض أو الممارسات تهدف أو يمكن أن تؤدي إلى أبعاد مؤسسة أو عرقلة أحد منتجاتها من الدخول إلى السوق"².

نفس الموضوع تطرق له القانون 02/04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية في نص المادة 19 منه: "يمنع إعادة بيع سلعة بسعر أدنى من سعر تكلفتها الحقيقي..."

نشير إلى لأن تعديل القانون السالف الذكر بالقانون 06/10 يمس هذا نص المادة 19 منه.

-شروط حظر عرض أو ممارسة أسعار منخفضة:

عرض أسعار بيع منخفضة: بمعنى عقد البيع الذي يربط المؤسسة مع الزبون الذي هو في واقع

الأمر عقد الاستهلاك³.

-الخفض التعسفي لأسعار البيع: لا يكون عرض أسعار بيع منخفضة محظورا إلا إذا كان تعسفيا

لا يتناسب مع تكاليف الانتاج والتوزيع والتسويق.

¹ المادة 10 من الأمر 06/95 المتعلق بالمنافسة الملغى بالأمر 03/03 المتعلق بالمنافسة في الفصول الثلاثة الأولى منه، وبالقانون 02/04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية الذي ألغيت الفصول الثلاثة الأخيرة منه.

² رغم التعديلات الواردة على الأمر 03/03 بموجب القانون 12/08 والقانون 05/10 إلا أن هذه التعديلات تمس المادة 12 من الأمر 03/03.

³ بما أن موضوع الممارسة هو الأسعار، فهو يقودنا إلى القانون 02/04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية الذي ينص على مبدأ شفافية الأسعار، والمرسوم التنفيذي 65/09 المؤرخ في 2009/02/07 الذي يحدد الكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الاسعار المطبقة في قطاعات النشاط، أو بعض الخدمات والسلع المعينة، ج ر عدد 15 سنة 2009.

الفصل الثاني: قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار

-توجيه أسعار البيع للمستهلك: كل ما جاء في نص المادة 12 من الأمر 03/03 المتعلق بالمنافسة هو امتداد لقانون المستهلك.

-إخلال عرض أسعار البيع المنخفضة تعسفا بالمنافسة وتقييدها: بما أن الأسعار تمس المستهلك مباشرة، فقد اعتبر المشرع في نص المادة 12 -سابقة الذكر- أن عرض أسعار بيع منخفضة مقيدا وماسا بالمنافسة، بشكل خاص في حالة سوء النية، لأجل الإضرار بمؤسسة أخرى تنافسها.

المبحث الثاني: البيوع الممنوعة

منع المشرع بعض أنواع البيوع لما تتطوي عليه من ضرر ، إما للمستهلك أو المنافسين، وكان الفقه الإسلامي السباق في تحريم بعض المعاملات التي تضر بالسوق وبأركانها وسنذكر بعضها كما يلي :

المطلب الأول: البيوع المحظورة لدى الشريعة الإسلامية

حرصت الشريعة الإسلامية على النهي عن بعض أنواع البيوع، والتي تكون ذريعة للوصول إلى الإحتكار، والاضرار بالسوق والمتعاملين فيه، من تجار ومستهلكين، تلك البيوع إنما حرمت لعدة الضرر الذي تلحقه بالأسواق وتوازنها، ويختلف حظرها إما بسبب الثمن أو بسبب السلعة في حد ذاتها وهذا هو التقسيم الذي صنفنا حسبه تلك البيوع.

الفرع الأول: حظر البيع بسبب الثمن

أولا - بيع الحاضر للبادي¹ : المقصود بهذا البيع اصطلاحا هو أن يتولى الحاضر بيع سلعة البادي حسب معرفته ليبيعهها له بثمن أعلى²، وهو بيع منهى عنه عند جمهور الفقهاء، لوجود أدلة كثيرة من السنة تنهي عنه، وصاحبه آثم³.

1 الحاضر هو من كان من أهل الحضر ، ساكن المدينة والقرية ، أي الأرض التي يكون فيها عادة زرع خصب...الخ ،أما البادي فهو ساكن البادية ،وهي خلاف الحاضرة ، وهي الأرض التي لا حضر فيها ،أي التي سكنها الخيام والمضارب ،والتي سكانها لا يستقرون في موضع.

راجع مجمع اللغة العربية : المعجم الوسيط ، ج1 ، ط4 ،مكتبة الشروق الدولية ،2004 ،ص87.

2. كمال لدرع : حماية المستهلك من المعاملات التعسفية ، مجلة العلوم القانونية والإدارية ، عدد خاص ، مكتبة الرشد للطباعة والنشر والتوزيع ، ابريل 2005 ،ص185.

3 عند الحنفية البيع مكروه كراهة تحريمية ، لكن إذا تم البيع كان صحيحا ، لأن النهي خارج عن صلب العقد - الإضرار بأهل البلد.

الفصل الثاني: قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم عن جابر رضي الله عنه - " لا يبيع حاضر لباد، دعوا الناس يرزق الله بعضهم من بعض ¹" ، وعن ابن عباس رضي الله عنه - أن النبي (صلى الله عليه وسلم) قال : "... ولا يبيع حاضر لباد" فقيل لابن عباس : ما قوله { لا يبيع حاضر لباد } ، قال : لا يكون له سمساراً².
ثانياً - **بيع تلقي الركبان**³: هو خروج المتلقي إلى الركبان (الجالبين) قبل دخولهم البلد ، يشتري سلعهم منهم ، ويبيعها بسعر مرتفع لأهل السوق ، أو يحبسها حتى تغلوا أسعارها ⁴ .

هذا البيع من البيوع المنهي عنها، والنهي هنا يفيد التحريم لدى جمهور الفقهاء ، أما الحنفية فهو مكروه كراهة تحريمية ، لأن الدليل الذي ثبت به ظني ، لأن الجمهور يرى العقد إذا تم فهو صحيح مع تحمل الجالب للإثم ، ووجب فسخه ديانة لا قضاءً ، فالنهي هنا لأمر خارج عن البيع - الضرر - وأركان العقد وشروطه موجودة وصحيحة ⁵ .

عن عبد الله - رضي الله عنه - قال كنا نتلقى الركبان فنشتري منهم الطعام فنهانا النبي صلى الله عليه وسلم ، أن نبيعه حتى يبلغ به سوق الطعام ⁶ .

عن أبي هريرة - رضي الله عنه - أن النبي صلى الله عليه وسلم نهى عن تلقي الجلب، فإن تلقاه متلقٍ مشتر فاشتره فصاحب السلعة بالخيار إذا وردت السوق⁷.

1 رواه مسلم : كتاب البيوع ، باب تحريم بيع الحاضر للبادي ، ج5 ، ص06.

2 والسمسار هو الدال ، وهو لوسيط بين البائع والمشتري ، أو هو الدال على مكان السلعة وصاحبها، راجع رواية مسلم ، المرجع السابق ، ص05.

3 الركبان هم من يجلبون البضائع المعدة للتجارة لبيعها ، أي القوافل التي تأتي بالبضائع من بلد إلى بلد ، والراكب هو من يركب بعيراً ، والركبان جماعة فوق العشرة. راجع عبد الحلیم منصور : فقه المعاملات التجارية في ميزان الشريعة الإسلامية ، ط1، دار الفكر الجامعي ،الإسكندرية ، 2010 ، ص57.

4 إسلام هاشم عبد المقصود سعد : قواعد الحماية القانونية للمستهلك بين القانون المدني والفقه الإسلامي ، رسالة دكتوراه في الحقوق ، جامعة المنوفية ، 2010. 2011 ، ص139.

5 كمال لدرع : المرجع السابق ، ص183.

6 صحيح البخاري : باب النهي عن تلقي الركبان ، ج3 ، رقم الحديث 2166 ، ص72.

7 سنن أبي داود ، ج2 ، ص990 ، حديث صحيح.

الفصل الثاني: قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار

إن الذي يتلقى الجلب عاص آثم وفعله هذا خداع والخداع لا يجوز ، وإثبات الخيار يدل على انعقاد البيع صحيحاً¹.

ثالثاً - البيع على البيع: صورته أن يقول لمن اشترى سلعته في زمن الخيار²، افسخ لأبيعتك بأنقص ، أو بأجود بنفس الثمن ، أو افسخ لأشترى منك بأزيد - البيع أو الشراء سواء - ، وهذا مجمع على تحريمه لما جاء فيه من نهى صريح في النص³ .

عن أبي هريرة رضي الله عنه قال : " نهى رسول الله صلى الله عليه وسلم - أن يبيع حاضر لباد ، ولا تتاجشوا ، و لا يبيع الرجل على بيع أخيه ..."⁴ .

قال جمهور الفقهاء بصحة البيع المذكور مع تأثيم فاعله.

رابعاً - بيع النجش⁵: بمعنى الزيادة في ثمن السلعة ممن لا يريد شراءها ليقع غيره فيها، فهو يثير الرغبة في السلعة وقد يقع بأن يخبر البائع بأنه اشترى السلعة بأكثر مما اشترىها به، أو أنه أعطي بها كذا ليغر غيره بذلك ، وهذا ما يسمى تحايلاً و خديعة ، وهو محرم بالإجماع ، لكن اختلف في صحته من فساده⁶.

¹ حمد بن حماد بن عبد العزيز الحماد : من فقه السنة دراسة فقهية لبعض الأحاديث في البيوع ، ط1 ، مكتبة الدار بالمدينة المنورة ، 1405 ، ص49.50.

² الخيار هو طلب خير الأمرين من الإمضاء أو الإلغاء ، وفي اصطلاح الفقهاء هو أن يكون لأحد العاقدين أو لكليهما حق فسخ العقد أو إمضائه ، والخيار نوعين لدى الفقهاء :

. نوع يثبت فيه الخيار بإرادة المتعاقد التعيين / الشرط.

. نوع يثبت فيه الخيار بحكم الشارع الرؤية/ العيب.

راجع قادة بن علي : حماية المستهلك في مجال أحكام البيع ، مجلة العلوم القانونية والإدارية ، العدد الثاني ، ص110.

³ حمد بن حماد بن عبد العزيز الحماد : المرجع السابق ، ص 58.

⁴ رواه البخاري : شرح فتح الباري ، رقم الحديث 2140.

⁵ النجش لغة هو تنفير الصيد ، واستثارته من مكانه ليصاد.

⁶ حمد بن حماد بن عبد العزيز الحماد : المرجع السابق ، ص46.

الفصل الثاني: قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار

خامسا- بيع العينة¹: عن ابن عمر رضي الله عنهما قال: " سمعت رسول الله - صلى الله عليه وسلم - يقول: إذا تبايعتم بالعينة وأخذتم أذناب البقر ورضيتم بالزرع وتركتم الجهاد سلط الله عليكم ذلا...² .

حرم الجمهور هذا البيع واعتبره من الذرائع الربوية التي يجب أن تسدّ.

سادسا- الربا³: عن جابر رضي الله عنه قال: " لعن رسول الله - صلى الله عليه وسلم - آكل الربا وموكله وكتابه وشاهديه " وقال: " هم سواء " وهو الزيادة في أشياء مخصوصة ، أو عقد على عوض مخصوص غير معلوم التماثل في معيار الشرع حالة العقد أو مع تأخير في البدلين أو أحدهما ، قال تعالى: " وأحل الله البيع وحرم الربا "⁴.

الفرع الثاني: حظر البيع بسبب السلعة

أولا - بيع الغرر⁵: هو كل بيع فيه ثغرة للتنازع ، بسبب جهالة في المبيع يؤدي إلى الخصومة بين الطرفين أو غبن أحدهما للآخر ، فنهي عن بيع ما في بطن الناقة ، أو الطير في السماء ، أو السمك في الماء ، وعن كل ما فيه جهالة وعدم تحديد ، وقد نهى النبي - عليه الصلاة والسلام - عن بيع الثمار حتى يبدو صلاحها ، و النهي في هذه المعاملة إنما هو من باب سدّ الذريعة⁶.

ثانيا - بيع الحصاة: نهى أيضا عن بيع الحصاة ، وهو من البيوع التي اشتهرت في الجاهلية ومن صورته - أن يقول : بعثك من هذه الأثواب ما وقعت عليه الحصاة التي أرميها ، أو بعثك من هذه الأرض من هنا إلى ما انتهت إليه الحصاة .

¹ العينة هو بيع سلعة بثمن مؤجل ثم يعود بائعها فيشتريها بثمن أقل ، وسميت كذلك لأن البائع يعود له عين ماله ، والعين هو النقد.

² رواه أبو داود ، حديث ضعيف.

³ الربا من الزيادة ، واللعن هو الطرد من رحمة الله - أي يصبح هو والعدم سواء.

⁴ سورة البقرة ، الآية 270.

⁵ الغرر هو الخطر والغرور والخداع.

⁶ قادة بن علي : المرجع السابق ، ص108.

الفصل الثاني: قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار

- أن يقول: بعتك على أنك بالخيار إلى أن ارمي بهذه الحصة .

- أن يجعل نفس الرمي بالحصة بيعا فيقول: إذا رميت هذا الثوب بالحصة فهو مبيع منك بكذا¹.

هذا البيع غير جائز، فعن أبي هريرة - رضي الله عنه - قال: " نهى رسول الله - صلى الله عليه وسلم - عن بيع الحصة وعن بيع الغرر"².

ثالثا- تحريم تطفيف الكيل والميزان: أمر الله سبحانه وتعالى بإيفاء الكيل والميزان فقال في كتابه: " وأوفوا الكيل والميزان بالقسط"³، وقال أيضا: " وأوفوا الكيل إذا كلتم وزنوا بالقسطاس المستقيم ذلك خير وأحسن تأويلا"⁴، وقال أيضا: " ويل للمطففين الذين إذا اكتالوا على الناس يستوفون وإذا كالوهم أو وزنوهم يخسرون ألا يظن أولئك أنهم مبعوثون ليوم عظيم يوم يقوم الناس لرب العالمين"⁵ وعن أبي هريرة- رضي الله عنه - أن رسول الله - صلى الله عليه وسلم -قال: " من اشترى طعاما فلا يبيعه حتى يكتاله"⁶، وجاء بلفظ آخر " حتى يستوفيه"⁷، ولفظ " حتى يقبضه"⁸، والكيل أي استيفاءه بالكيل ، أما القبض فيقصد به حيازة الشيء .

نفهم من كل ما سبق أن هناك خلاف في حكم المبيعات حسب أصنافها، فمن الفقهاء من قال بأن القصد فقط في الطعام بخصوص الكيل و الوزن ، وهناك من أشمل كل أصناف السلع ، أما القبض فمجمع على بطلان البيع قبل قبض السلعة⁹.

¹ حمد بن حماد عبد العزيز الحماد : المرجع السابق ، ص36.

² صحيح مسلم : كتاب البيوع ، رقم 1153 ..

³ سورة الأنعام ، الآية 152.

⁴ سورة الإسراء ، الآية 35.

⁵ سورة المطففين ، الآيات من 1 إلى 06.

⁶ صحيح مسلم : كتاب البيوع ، رقم 1162.

⁷ صحيح مسلم : المرجع نفسه ، رقم 1160.

⁸ صحيح مسلم : المرجع نفسه ، رقم 1160.

⁹ حمد بن حماد بن عبد العزيز الحماد : المرجع السابق ، ص 40 وما يليها.

الفصل الثاني: قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار

رابعا- بيع المصاراة¹: ومعناه ربط أخلاف الناقة أو الشاة وترك حلبها حتى يجتمع فيها لبن كثير، فيظن المشتري أن ذلك عادتها، فيزيد في ثمنها لما يرى من كثرة لبنها .

عن أبي هريرة رضي الله عنه - أن النبي صلى الله عليه وسلم قال: " لا تصر الإبل والغنم فمن ابتاعها فهو بخير النظرين بعد أن يحلبها، إن شاء أمسكها، وإن شاء ردّها وصاعا من تمر ²"

المطلب الثاني: البيوع المحظورة قانونيا

الحظر نوعان، حظر بسبب السلع (مشروعيتها) والتعامل في هذه البيوع التي محلها سلعا غير مشروعة يعرض صاحبه الى المتابعة الجزائية، والهدف من حظرها هو الحفاظ على الصحة العامة، ولأغراض حمائية ونذكر ما يلي³:

- بيع الأسلحة والمتفجرات وأدوات الحرب

- بيع المواد والاسلحة النووية

- بيع الأدوية المقننة بصرامة في أماكن غير الصيدليات وأسرار العلاج، والمواد السامة

- بيع المخدرات والمواد المهلوسة.

- بيع بعض أنواع الكحول... الخ.

ان المحترفين الذين يبيعون هذه المنتجات المحظورة، أو يقدمون خدمات ممنوعة، يعرضون أنفسهم

الى عقوبات قانونية صارمة.

¹ التصرية حبس الماء ، وذكر الإبل والغنم إنما جاء لغلبتهما عندهم وإلا فالبقر في معنى الإبل والغنم ، أما الخيار فمعناه أن يختار أما يراه خيرا له من إمساك المبيع أو ردّه ، والتمر إنما ذكر لأنه كان غالب قوت أهل المدينة ، وكان الأمر عند اختيار ردّ المبيع مع صاع التمر في مقابل الحليب الذي انتفع به ، ويسترد الثمن.

² رواه مسلم : كتاب البيوع ، رقم الحديث 1155.

³ Luc bihl : le droit pénale de la consommation ,édition Dominique, Morel , Nathan , p 68.

الفصل الثاني: قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار

أما النوع الثاني من الحظر، فيخص أنواعا معينة من البيوع تكون عادة تسبب اضرارا إما للمستهلكين - المشتريين - او المتنافسين في السوق.

وهذا هو سبب حظرها من المشرع نذكر منها:

الفرع الأول: حظر البيوع التي تسبب ضررا للمستهلك

أولا : حظر الارسال الجبري

القصد منه هو ارسال المحترف للبضائع و المنتجات الى شخص ما مصحوبة بمراسلة تتضمن جواز قبول الشيء المرسل مقابل ثمن محدد أو إعادته إليه، وهو ما يجعل المرسل إليه يقبل الشيء المرسل إليه من باب الإحراج، وإن يكن بحاجة إليه، ويعرف باسم الإرسال الغير مطلوب ¹ l'envoi non demandé وهذا وقد نص المشرع الجزائري في المادة 03/444 (ق ع ج) ² على العقوبة.

و التي نصت على « يعاقب بالحبس من 10 أيام على الأقل الى شهرين على الأكثر، وبغرامة من 100 الى 1000 دج أو بإحدى العقوبتين:....»

- كل من أرسل الى شخص أي شيء مصحوب برسالة يذكر فيها أنه في إمكانية قبول مقابل دفع ثمنه المحدد، أو إعادته الى مرسله حتى ولم تكن إعادته على نفقة المرسل إليه، وذلك لم يكن الأخير قد سبق له أن طلبه».

المادة هذه جاءت من أصل المادة 2- 635 من (ق ع ف) ، وما نشير له أن المشرع تبنى هذه المخالفة في قانون العقوبات، وهي تخص العقود الالكترونية ، والبيع عن بعد، فيما لم يكن لديه قانون يخص التجارة الالكترونية بعد، أما الآن فقد أفرج المشرع أخيرا عن تقنين ينظم تلك المعاملات ، وقد جاء

¹ راجع بودالي محمد، المرجع السابق، ص 165 .

² القانون رقم 156/66 المؤرخ في 08 يونيو 1996 ، المتضمن قانون العقوبات، المعدل والمتمم بالقانون رقم 04/82 المؤرخ في 13 فبراير 1982 ، الصادر في ج ر 07 .

الفصل الثاني: قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار

في المادة 21 ما يلي: « عندما يسلم المورد الالكتروني منتوجا أو خدمة يتم طلبها من المستهلك الالكتروني، لا يمكن المطالبة بدفع الثمن أو مصاريف التسليم»¹.

ثانيا: البيع على طريقة كرة الثلج: la vent a la boule neige

هذه الطريقة في البيع فعالة غالبا، لأن المحترف يلجأ فيها الى اشراك المحترف في توزيع السلع والخدمات، ويكون البيع كالتالي:

يجند المحترف 10 مشترين، الذين يجندون بدورهم 10 مشترين آخرين، وهكذا الى أن تتشكل شبكة موزعين متسلسلة، لكنهم ليسوا محترفين، وهذه الطريقة تعتمد على العمولة التي يستفيد منها المشترك كلما كانت المبيعات أكبر، وتجنيد مشتركين أكثر، اضافة الى أن كل مشترك في التوزيع يكون لديه أمل في الحصول على السلعة بسعر أقل.

هذا النوع من البيع على الرغم من نجاحه في تسويق المنتجات إلا أنه عمليا ليس في مصلحة المستهلكين، حيث أن المستهلك يجد نفسه يشتري سلعا أو خدمات هو ليس بحاجة لها أصلا، وبأسعار باهضة لكثرة الوسطاء، أما المستهلك المشترك في التوزيع فإنه حتما سيجد نفقاته أكبر بكثير من مداخيله. إن البيع بهذه الطريقة يعتبر جنحة بالنسبة للمشرع الفرنسي معاقب عليه بالحبس والغرامة في نص المادة 1-313 (ق ع ف).

ثالثا: البيوع المتلازمة

لهذا البيع مظاهر عدة منها اشتراط المحترف على المستهلك شراء كمية معينة، أو شراء مجموعة منتجات أو خدمات ترافقها بالضرورة، بمعنى أن المستهلك إذا أراد شراء منتج معين، يلزمه المحترف بأن يفتتي معه منتجا آخر أو خدمات معينة².

¹القانون رقم 05/18 المؤرخ في 10 ماي 2018 المتعلق بالتجارة الالكترونية، المصادر في ج ر عدد 28 المؤرخ في 16 ماي 2018 .

² .luc bich, op –cit, p 8

الفصل الثاني: قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار

هذه الممارسة تعتبر من الخطورة بمكان حيث تقيم إرادة المستهلك وتوجهها، بل وتفرض عليه شراء ما لا يحتاجه أصلا، ولهذا نص المشرع الجزائري على غرار المشرع الفرنسي على تحريمها، بل والمعاقبة عليها بالغرامة والحبس، إضافة إلى إمكانية الحكم بمصادرة السلع المحجوزة، ويمكن الأمر بغلق المحل من الوزير المكلف بالتجارة¹.

إن الضرر الذي تسببه هذه البيوع لا يقتصر على المستهلك وحده إنما أيضا يؤدي المنافسين في السوق².

رابعا: اليانصيب loteries : تعتبر من بين الإمتيازات الإحتماالية التي تمثل عنصرا قويا في التحريض على الإستهلاك، ويبقى المستهلك على أمل الحصول على الإمتياز، والذي هو دافعه الى التعاقد، واليانصيب لعبة تعتمد على الحظ والصدفة، وهي تكون في الغالب إشهارا لمنتج ما، أو خدمة ما. اعتبرت محكمة النقض الفرنسية ما يفعله بعض المحترفين من إرسال وثيقة أو رسالة للمستهلك بأنهم محظوظون للفوز في اللعبة، يعتبر خطأ كبيرا، ومن الإشهار الكاذب.

وقد ميز المشرع الفرنسيين نوعين من اليانصيب، فإنه كان يستوجب دفع مقابل، فإن ذلك جائز، أجازة أيضا اليانصيب الخيري الموجه الى الجمعيات وأعمال الفن والرياضة. أما المشرع الجزائري فقد عاقب بالغرامة أو الحبس كل من أقام أو وضع ألعابا لليانصيب أو غيرها من ألعاب القمار في الشوارع أو الطرق أو الساحات والأماكن العمومية بموجب نص المادة 451-05(معدلة) من (ق ع ج)³.

¹ راجع نص المادة 11، 14، 56 من القانون 03-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالمنافسة الصادر في ج ر عدد 43 المؤرخ في 20-07-2003 .

² enfin ,sur le marché du produit lié, les vent liée de Microsoft conspuaient une pratique commercial déloyale puisqu'elle restreignaient concurrence et obligeaient par les consommateurs à acheter le system d'exploitation associé a WMS ?WMP, ou Messenger

³ القانون 04/82 المتعلق بقانون العقوبات الجزائري، ورغم المنع والعقوبة ، إلا أنه تم إنشاء ما يعرف بالرهان الرياضي بموجب الأمر رقم 314/66 المؤرخ في 14/10/1966

الفصل الثاني: قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار

الفرع الثاني: حظر البيوع التي تسبب ضررا للمتنافسين الاقتصاديين

أولا: البيوع المباشرة للمستهلك les vents direct aux consommateur

اكتسبت هذا الاسم لأن المحترف (المنتج / الصانع) يبيع فيها منتجاته مباشرة الى المستهلك، فيستفيد المستهلك من الشراء بسعر المصنع الذي ينقص كثيرا عن سعر السوق، وهذا البيع وإن كان لمصلحة المستهلك، إلا انه يضر التجار العاديين، والبائعين الموجدين في السوق، إذا كانوا يبيعون نفس المنتجات في سوق مجاورة.

ما نذكره بالنسبة لهذا البيع أن المشرع الفرنسي لم يعتبره بيعا محظورا تماما لأنه يأتي لمصلحة المستهلك، لكنه أخضعه الى الترخيص المسبق من البلدية ليحاول جره وحصر هذه الممارسات، والإنقاص منها، إضافة الى أن الترخيص لا يمكن أن يتجاوز شهرا، وكل ذلك لأجل حماية مصالح الموزعين والتجار المجاورين¹.

ثانيا: البيوع الواقعة في الطريق العام

ويقصد به الطريق العام، بمعنى البيع وعرض المنتجات والخدمات في الشارع العام، والشراء في نفس الأماكن كالثوارع والشواطئ الخ، وهذا ما جعل المشرع ينص على منع مزاولة النشاط التجاري بهذه الطريقة إلا بترخيص من البلدية أو الولاية.

من مساوئ هذا البيع أيضا أنه شكل من أشكال المنافسة الغير مشروعة حسب اصحاب المحلات باعتبار ان البائع في الطرقات متحرر من كل الاعباء التي تنطبق على التاجر العادي، وتنتقل كاهله، فأطلق عليها الفرنسيون اسم (les vents sauvage)².

¹ Luc bihl : op cit, p 85.

² بودالي محمد، المرجع السابق، ص 160، راجع أيضا، luc bich,opcit,p 84

الفصل الثاني: قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار

المشرع الجزائري نص على منع البيع في العام تحت طائلة الحبس والغرامة إذا كان بدون الحصول على إذن أو تصريح قانوني¹.

ثالثا: بيع الحصص *vent par lots ou par grandes quantités*

هي أحد الأساليب التي يلجأ إليها المنتجون والموزعون لتصريف السلع، حيث يجمع عددا من السلع، وبييعها عن طريق عرضها بالحصصة.

كبيع حصصة من الجبن، أو حصصة من مواد التنظيف.... الخ، فيخلق هذا البيع لدى المستهلك رغبة في شراءها لكسب الوقت، وانخفاض الثمن، إلا أنه في الواقع قد يكون المستهلك في غنى عن السلع كلها، ولا يقبل البائع فصلها، وهنا يكمن الضرر، إضافة إلى الضرر الذي تسببه لبقية المنافسين في السوق فافتقير المشرع بإشتراط عرضها بصفة منفردة في نفس المحل وهذا لا يعتبر حظرا لهذا البيع، إنما تقييد له فقط.

رابعا: بيع الصولد *vents solde* وبيع التصفية *les liquidation*

توهم هذه البيوع المستهلك بأنه سيتفقد من أسعار منخفضة، وهذا ما يجعلها تستقطب أعدادا كبيرة من المستهلكين الذين يشترون دون تفكير، والهدف من هذا البيع هو التصريف المكثف للسلع والمنتجات المخزنة بتخفيض أسعارها، وهذا ما يجعل الزبائن يتهافتون عليها، ويضر المتنافسين آخرين الذين يتحول عنهم زبائنهم.

والمشترط بالنسبة للمشرع الفرنسي لجواز هذه البيوع أن تكون مسبقة بإشهار، ولا يجب أن تكون إلا مرتين في السنة، وألا تتجاوز في كل مرة ستة أسابيع²، والبيع الذي يخالف الشروط السابقة يتعرض صاحبه إلى جزاءات عقابية-الغرامة-.

¹ راجع نص المادة 451 ق ج في فقرته الخامسة

² أنظر الملحق رقم (1).

الفصل الثاني: قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار

تختلف التصفية عن الصولد في أن الأولى يكون تصريف السلع تبعا لقرار إنهاء النشاط التجاري، أوقفه مؤقتا، أو تخييره، ويمنح لصاحبه ترخيص تجرد فيه كل السلع المراد تصفيتها لمدة لا تتجاوز شهرين¹.

خامسا: بيوع المكافآت أو الجوائز *ventes avec prime*

هي بيوع ممنوعة كأصل عام، ويشترط المنع أن تكون هناك عملية شراء أو أداء خدمة، وإلا إعتبر الأمر وكأنه تقديم هدية للمستهلك دون إلزامه بالشراء، كما نصبت المنع على المكافآت العينية فقط، ولا ينطبق على وصولات التخفيضات التي يمنحها المنتج للزبائن، وعلى الأشياء التافهة القيمة ولأي خدمات ما بعد البيع.

عدم إحترام النصوص يشكل جريمة جزائية (مخالفة من الدرجة الخامسة) ويعاقب على مجرد عرض المنتجات أو الخدمات بهذا الشكل².

سادسا: تقديم الإمتيازات العينية

هو أسلوب لجذب الزبائن يستعمله التجار، بتقديم سلع أو خدمات على سبيل التبرع، كتقديم زجاجة عطر دون مقابل، أو علبة جبن لكل زبون يشتري كمية من سلع معينة وهكذا.

هذه البيوع تجعل المستهلك يبني اختياراته على غير معايير الجودة والتمن، ويشترون بدون تفكير، إضافة الى التجار الصغار الذين يعجزون عن مجاراة هذه الأساليب.

¹ بودالي محمد: المرجع السابق ، ص 211 وما يليها

² . Luc bihl : op. cit, p 96

الفصل الثاني: قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار

الفرع الثالث: المقارنة بين البيوع المحظورة شرعا والممنوعة قانونا

أولاً: أوجه التشابه: القاعدة العامة الشرعية والقانونية تحظر الضرر ، حيث (لا ضرر ولا ضرار) فلا يجوز الإضرار بالغير سواء كان ذلك الغير المستهلك (المشتري) بالتأثير على إرادته وتقويت مصالحه، أو دفعه نحو الشراء الذي لا يحتاجه، أو التجار والمنافسين داخل السوق بالممارسات الغير مشروعة التي تتسبب في تحويل زبائنهم عنهم، أو حرمانهم من هامش الربح المشروع الذي يحقونه عادة، أو حتى إبعادهم عن السوق ، وكذلك الأمر يخص المنتجين والمصنعين الذين تتداول سلعهم وخدماتهم داخل الأسواق نجد كل أنواع البيوع والمعاملات التي ذكرناها أن السبب الرئيسي لمنعها هو وقوع الضرر على احد المتعاملين داخل السوق وتأخذ على سبيل المثال:

- بيع حاضر وبيع تلقي الركبان يقابلهما في القانون البيوع المباشرة للمستهلك، ففي الحالتين يحل المشتري على السلعة من مصادرها، وقبل طرحها للتداول في السوق، فيستفيد من الثمن منزوع تكاليف النقل... الخ، ويتشارك في الضرر الذي يسببانه للمتنافسين الآخرين داخل السوق.

- بيعو اليانصيب تقابلها ما يسمى بالرهان والقمار في الشريعة الإسلامية وهما محرمان شرعا، لأنهما يعتمدان على الحظ والصدفة، وهذا يستنزف أموال المستهلكين بشراء ما لا حاجة لهم به على أموال الفوز بالإمتياز.

خلاصة الموضوع أنه في الشريعة فتح باب الإجتهد والقياس، لإجازة أو تحريم بيعو ومعاملات راهنة، تتشابه مع البيوع المحرمة بالنص ذات العلة (الضرر)، إذا كانت تخالف مقاصد الشريعة الإسلامية الخمس، ولعل في المعاملات الربوية كثيرة هي البيوع التي حرمت وألحقت بالربا مثلا.

ثانيا أوجه الاختلاف: الإختلاف الجوهرى عموما ما بين الشريعة والقانون الوضعي ، هو ان الشريعة الإسلامية تستند على الروحانية، وهذا معناه أن البشر مكلفين بأحكامها يرتبطون ارتباطا دينيا، روحيا بأحكامها، فيكون لطاعتها سببين، الأول هو حب الخالق ، وطاعته، وابتغاء مرضاته بهدف الفوز بالجزاء

الفصل الثاني: قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار

الذي وعد به، أما الثاني فهو الخوف من غضب الخالق وسخطه، والعقاب الذي توعدهم به إذا خالفوا الأحكام وهذا كله نطلق عليه اسم التربية الدينية بإعتماد أسلوب الترهيب وإبعاد الناس عن المحرمات، وهذه النقطة غير موجودة في القوانين الوضعية.

الشريعة الإسلامية لا تسارع إلى إلحاق العقوبة المادية بالشخص حتى تستنفذ معه كل أساليب الوعظ والإرشاد، والإستثابة من المخالفة الشرعية والذنب المرتكب، ليتراجع المخالف عنه، فإذا ثبت بعد ذلك أنه لم يتراجع عنه، وأصر عليها استخفافاً بأحكام الشرع انتقلنا إلى الزجر المادي.

بالنسبة للقوانين الوضعية فإنها تعتمد أسلوب الإعذار وترك الفرصة للتراجع في الأحكام المدنية فقط، أما في الأحكام الجنائية فتطبق على المخالف مباشرة العقوبة دون انذار، وهذه نقطة.

النقطة الثانية أن القوانين إنا سميت بالوضعية لأنها من صنع البشر، بهدف تنظيم حياتهم مع بعضهم وضمان استقرارهم، وعدم اعتداء البعض على الآخرين، وخلوها من الجانب الروحي يجعلها جافة ومرتبطة بسلطة الدولة وقهرها، وهذا وحده ليس كافياً للتقليل أو القضاء على المخالفات.

الباب الثاني: الآليات العملية لسياسة تدخل الدولة في السوق

يعتبر الإنسان-المستهلك- المستفيد الأول والنهائي من المنافسة الحرة عندما تسود الأسواق، لكنها في ذات الوقت قد تزعج بعض المتعاملين الاقتصاديين حيث تجعلهم دائما مجبرين على بذل جهود أكبر لإرضاء المستهلكين، وهذا هو الدافع الذي يجعل البعض من المحترفين يزيحون منافسيهم من طريقهم بكل الطرق، أو يضيقون عليهم إلى أن ينسحبوا من تلك السوق.

تتدخل الدولة في مثل تلك الحالات إلزاما لضبط المنافسة داخل الأسواق، ويكون تدخلها بوضع قوانين وقواعد لحماية المنافسة وردع من يمس بها، إلى جانب وضع الآليات القانونية المؤسساتية التي تسهر على حسن تطبيق تلك القوانين، وقبل ذلك الوقاية من تلك الأفعال التنافسية الغير مشروعة، إضافة إلى الشق العقابي لكل تلك الأفعال.

تصنف الآليات القانونية المؤسساتية المتوفرة لتنفيذ قواعد المنافسة وكذا مراقبة النظام العام التنافسي في الأسواق إلى شكلين رئيسيين سنتطرق لكلاهما في هذا الباب من البحث:

*الأجهزة الإدارية.

*التدخل القضائي.

الفصل الأول: دور أجهزة الرقابة في الشريعة الإسلامية لحماية السوق

تحقيق التوازن الإقتصادي مطلب شرعي، وللدولة الإسلامية مناهج محددة، ووسائل واضحة لتحقيق هذا التوازن تصنف إلى:

أولاً: وسائل منصوص عليها شرعا بشكل توقيفي لا مجال للإجتهد فيها كالزكاة، الميراث، الكفارات.
ثانياً: وسائل إجتهادية منوط أمرها لولي الأمر لمعالجة الظروف الطارئة، وفق قواعد منضبطة بالنسبة لأهل الإختصاص بشرط إنسجامها مع مقاصد الشريعة.

ينشد الإسلام إلى توازن إقتصادي يقوم على اساس التوزيع العادل للدخل والثروة، مع مراعاة مبدأ تكافؤ الفرص، مع الإشارة إلى أن التفاوت في الدخل الفردي ليس المقصود وهو مزية تدفع لتحسين الإنتاج وخلق الحوافز والإبداع.

إلا انه من المطلوب أيضا أن يكون التفاوت معقولا، تقاديا لظهور طبقات غنية ومترفة، وأخرى فقيرة معدومة الأمر الذي ينتج عنه نمطين من الإستهلاك الأول نمط كمالى يتوجه نحو معظم الموارد الإقتصادية، أما الثاني فنمط شعبي محض يهدف إلى تحقيق الكفاف من العيش¹.

يعتبر التفاوت في الأرزاق دافعا قويا للإزدهار والمنافسة الشريفة بين الخلق، كل يعمل في مجال تخصصه، وإنما كان ذلك الفرق لينتفع الناس بعضهم ببعض، كما قال تعالى في كتابه «أهم يقسمون رحمة ربك نحن قسمنا بينهم معيشتهم في الحياة الدنيا ورفعنا بعضهم فوق بعض درجات ليتخذ بعضهم بعضا سخريا، ورحمة ربك خير مما يجمعون»².

¹حسن أحمد البشايرة: سياسة تدخل الدولة في سوق السلع والخدمات في الإقتصاد الإسلامي، عماد الدين للنشر والتوزيع،

الأردن، ص 138

² سورة الزخرف، الآية 32 .

المبحث الأول: الحسبة في الإسلام

قد يلجأ التجار من منتجين وبائعين إلى إنقاص الوزن أو تغيير مواصفات السلع أو الغش في التركيب باستخدام مواد رخيصة ودون مراعات الشروط الصحيحة، وغيرها من الممارسات التي قد تضر بالمتنافسين داخل السوق، أو المستهلكين مما يوجب تدخل الدولة لحماية هؤلاء وهو واجب شرعي تقوم به لتحقيق العدل في المعاملات المالية.

قديمًا كانت الدولة الإسلامية تتدخل عبر جهاز يسمى الحسبة الذي يعد نظام الردع والمراقبة وضبط المعاملات، حيث انه يحول دون وقوع كل ما من شأنه أن يحدث ضررًا أو خللاً للفرد أو المجتمع، كما أن هذا الجهاز هو عمل إجرائي تقوم عليه الدولة بإعتبارها المكلفة بحماية المجتمع.

المطلب الأول: مفهوم الحسبة

الحسبة نظام وظيفة مراقبة التعاملات الجارية بين أهل البلد التي لا يتم التهدن إلا بها، تقوم على قانون العدل بحيث يتم التراضي بين المتعاملين كل ذلك يتم بالأمر بالمعروف والنهي عن المنكر بحيث يمنع وقوع منازعات بين الناس¹.

الفرع الأول: تعريف الحسبة

أولاً لغة: الحسبة اسم من الإحتساب، يقال « فلان حسن الحسبة » أي « حسن التدبير والنظر، مصدر » وهي كذلك مصدر « احتسابك الأجر »، نقول « احتسب فيها احتساباً » أي « طلب الأجر » واحتسب فلان على فلان أي أنكر عليه².

¹ شتوان بلقاسم: رقابة الأعمال التجارية في الفقه الإسلامي عن طريق جهاز الحسبة.

² ابن منظور: مرجع سابق، ص 866 .

الفصل الأول: دور أجهزة الرقابة الشرعية لحماية السوق

تفيد الحسبة معنى الإختيار، فيقال « احتسبت فلانا» أي « احتسبت ما عنده»، ويقال « النساء يحتسبن ما عند الرجال لهن» أي « تختبرن»¹

تفيد أيضا معنى الإنكار، يقال احتسب فلان على فلان أي أنكر عليه قبيح عمله، والمحتسب ينكر على الناس قبيح أعمالهم.²

تفيد أيضا معنى الظن، وقد ورد هذا في قوله تعالى: « ومن يتق الله يجعل له مخرجا ويرزقه من حيث لا يحتسب»³ ، وقوله تعالى « وبدا لهم من الله ما لم يكونوا يحتسبون»⁴.

يفيد أيضا معنى الإعتداد فيقال « فلان لا يحتسب به» أي لا يعتد به، ومعنى الإكتفاء فيقال «احتسبت بكذا» أي « إكتفيت به»، يقولون « فلان حسن الحسبة» أي « الكفاية والتدبير»⁵.

ثانيا: إصطلاحا:

عرفها الإمام الماوردي⁶ بأنها الأمر بالمعروف إذا ظهر تركه والنهي عن المنكر إذا أظهر تركه⁷.
عرفت بأنها: « مشاركة السوق، والنظر في مكاييله وموازينه ومنع الغش والتدليس فيما يباع ويشترى من مأكول ومصنوع، ورفع الضرر عن الطريق بدفع الحرج عن السابلة من المغادرين والرائحين، وتنظيف

¹ ابن منظور، المرجع نفسه، ص 631 .

² ابن منظور، المرجع السابق، ص 632 .

³ سورة الطلاق، الآيتان 2 و 3 .

⁴ سورة الزمر، الآية 47

⁵ جار الله الزمخشري: أساس البلاغة، تحقيق عبد الرحيم محمود، دار المعرفة، بيروت، 1402 هـ ، ص 83 .

⁶ أبو الحسن علي محمد الماوردي: الأحكام السلطانية والولايات الدينية، ج 1 ، ط 3 ، مطبعة مصطفى البابي الحلبي وأولاده، مصر، 1973 ، ص 240 .

⁷ المعروف هو إسم لكل فعل يعرف بالحسن أو العقل كأركان الإيمان مثلا والطاعات، والآداب الواجبة بين الناس، أما المنكر فصد المعروف، أعظمه الشرك بالله تعالى، وأكل أموال الناس بالباطل، أو البيوع المنهي عنها... إلخ، راجع شيخ الإسلام ابن تيمية، تحقيق صلاح المنجد: الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، ط 1 ، دار الكتاب الجديد، بيروت، 1396 ص 15 وما يليها.

الشوارع والحارات والأزقة... الخ»¹

عرفها أبو حامد الغزالي بقوله « الحسبة عبارة عن المنع عن منكر لحق الله، صيانة للمنوع عن مفارقة المنكر»².

عرفها ابن خلدون بقوله « هي وظيفة دينية من باب الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر»³ التعريف ناقص من جهتين ، الأولى انه ركز على المحتسب رسمياً، وأغفل المحتسب المتطوع، الثاني أنه لم يبين متى يكون المحتسب الأمر بالمعروف أو النهي عن المنكر هل عند ظهور الأول وترك الثاني أو مطلقاً؟. عرفها الشيخ محمد المبارك بقوله « رقابة إدارية تقوم بها الدولة عن طريق موظفين خاصين على نشاط الأفراد في مجال الأخلاق والدين والإقتصاد أي في المجال الإجتماعي بوجه عام، تحقيقاً للعدالة والفضيلة، وفقاً للمبادئ المقررة في الشرع الإسلامي، والأعراف المألوفة في كل بيئة وزمن»⁴

عرفها الشيخ عبد العزيز بن محمد بن مرشد بأنها «رقابة إدارية تقوم بها الدولة لتحقيق المجتمع الإسلامي الى ما فيه صلاحهم، وإبعادهم عما فيه ضرر لهم وفقاً لأحكام الشرع»⁵

¹ إسلام هاشم عبد المقصود سعد: قواعد الحماية القانونية بين القانون المدني والفقہ الإسلامي، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة المنوفية، 2010 ، ص 195 .

² إعتبر تعريفاً ناقصاً من أهم عناصر الحسبة وهما الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، إلا المنكر المتعلق بحق الله تعالى، أما المتعلق بحقوق الناس أو الحقوق المشتركة فلا يتطرق إليه، وهما من أهم أنواع الحقوق داخل الحسبة، راجع أبو الحسن الماوردي، المرجع السابق: ص 247 . راجع أيضاً أبو حامد الغزالي: إحياء علوم الدين، دار المعرفة، بيروت، ، 1403 هـ، ص 212 .

³ فضل إلهي: الحسبة (تعريفها، مشروعيتها، حكمها)، ط 1 ، دار الفرقان للنشر والتوزيع، الرياض، 1410 هـ - 1990 ، ص 10 .

⁴ يلاحظ على التعريف النقائص التالية: 1- إطالة التعريف-2- إطلاقه للأعراف المألوفة مع أن الشرع ينكر بعضها-3- أهمل الجانب التطوعي للحسبة-4- حصر الحسبة في الجانب الإجتماعي وهي تتعدى لغيره، راجع فضل إلهي، المرجع نفسه، ص 12 .

⁵ يعاب على هذا التعريف أنه ليس فيه ما يميز الحسبة من غيرها من الولايات الإسلامية، وأنه يهمل الحسبة التطوعية، راجع محمد المبارك: الدولة ونظام الحسبة عند ابن تيمية، ط 1 ، دار الفكر، 1387 ، ص 15 .

عرفها أيضا الدكتور محمد كمال الدين إمام بقوله « هي فاعلية المجتمع في الأمر بالمعروف إذا ظهر تركه، والنهي عن المنكر إذا ظهر فعله تطبيقا للشرع الإسلامي¹ »

التعريف الراجح: خلاصة الكلام أن تعريف الماوردي- السابق- للحبسة هو أرجح التعاريف بإعتبار أن نطاقه يشمل المحتسب المتطوع والسلامة أساسه لإرتكازه على جوهر الحسبة وهو الامر بالمعروف والنهي عن المنكر وإنضباط عباراته، وسلامة أسلوبه المستوحى من الكتاب والسنة².

إن الأساس الديني للحسبة مستوحى من النصوص الشرعية من أجل بناء مجتمع إسلامي يقوم على معايير متميزة وقواع أخلاقية تمكنه من تخطي كل المشكلات الإقتصادية والإجتماعية الحديثة. أولى الكثير من العلماء المحدثين عناية بالغة للحسبة، فأضافوا عليها صفة الرقابة الإدارية، التي تحفظ المجتمع المدني، وتصون الآداب العامة فيه وترعاها³.

الفرع الثاني: مشروعية وجوبها

أولا: القرآن الكريم: هناك نصوص كثيرة تأمر بالمعروف وتنهى عن المنكر نذكر منها:

1- قال تعالى: « كنتم خير أمة أخرجت للناس تأمرون بالمعروف وتنهون عن المنكر، وتؤمنون

بالله»⁴.

2- قال تعالى: « المؤمنین والمؤمنات بعضهم أولياء بعض يأمرون بالمعروف وينهون عن المنكر»⁵.

¹ يلاحظ على هذا التعريف أنه اضاف عبارة « فاعلية المجتمع» في البداية حتى يستوعب الإحتساب الذي هو ولاية الحبسة، الذي يقوم به الأفراد امتثالا للواجب الشرعي وأضاف « تطبيقا للشرع الإسلامي» لأن أساس الحبسة الشرع وغايتها حمايته، راجع محمد كمال الدين إمام: أصول الحبسة في الإسلام، ط1 ، دار الهداية، مصر، 1406 هـ ، ص 16 .

² فضل إلهي: المرجع السابق، ص 16 .

³ حسني حسين أحمد البشايرة: مرجع سابق، ص 311- 312 .

⁴ سورة آل عمران، الآية 110.

⁵ سورة التوبة، الآية 71.

3- قال تعالى: «الأمرون بالمعروف والناهون عن المنكر والحافظون لحدود الله»¹.

قال تعالى: «ولتكن منكم أمة يدعون إلى الخير ويأمرون بالمعروف وينهون عن المنكر وأولئك هم المفلحون»².

4- قال تعالى: «يا بني أقم الصلاة وأمر بالمعروف وأنه عن المنكر»³.

5- قال تعالى: «أوفوا الكيل ولا تكونوا من المخسرين، وزنوا بالقسطاس المستقيم و لا تبخسوا الناس أشياءهم، ولا تعتوا في الأرض مفسدين»⁴.

6- قال تعالى: «ويل للمطففين الذين إذا اكتالوا على الناس يستوفون وإذا كالوهم أو وزنوهم يخسرون»⁵.

7- قال تعالى: «ومن أهل الكتاب من إن تأمنه بقنطار يؤده إليك ومنهم من تأمنه بدينار لا يؤده إليك إلا ما دمت عليه قائما»⁶

8- نلاحظ ان نصوصا قرآنية كثيرة ألزمت الناس بضرورة ضبط الموازين والمكاييل، حرصا على سلامة السوق، وحقوق المشتريين وبيئت أيضا في مواضع أخرى مظاهر الزيف والانحراف وخيانة الأمانة عند بعض أهل الكتاب.

إن مثل هذه النصوص الشرعية تدعو إلى الأمانة والحرص على سلامة الموازين والمكاييل، والإبتعاد عن التلاعب بها، كان عاملا مهما في إنضاج فكرة وجود جهاز أو هيكل تنظيمي مهمته مراقبة الأسواق وضبط ما يتم فيها من معاملات.

¹ سورة التوبة، الآية 112 .

² سورة آل عمران، الآية 104.

³ سورة لقمان، الآية 17.

⁴ سورة الشعراء، الآية 181 .

⁵ سورة المطففين، الآيات من 1- 3

⁶ سورة آل عمران، الآية 75 .

ثانيا : السنة النبوية

قال عليه الصلاة والسلام: « من رأى منكرا فليغيره بيده، فإن لم يستطع فبلسانه، فإن لم يستطع فبقلبه، وذلك أضعف الإيمان»¹.

يشير الحديث النبوي إلى أن المسؤولية عامة لتغيير المنكر بل وتحت طائلة الإلزام والوجوب، لكن كل حسب طاقته، ومن تحليل مصطلحات الحديث الشريف، إن كلمة (بيده) تشير إلى القوة والتغيير الجبري، وهذا لا يكون إلا للدولة في الأعم الأغلب ومن بين ما تزيله من منكرات، منكرات الأسواق.

عن الحذيفة بن اليمان أن رسول الله صلى عليه وسلم قال: « لتأمرن بالمعروف ولتنهون عن المنكر أو ليسلطن عليكم شراركم ثم يدعوا خياركم فلا يستجاب لهم»² في هذه الصيغة الأمر تحذير للأمة من ترك هذا الواجب، الذي تترتب عليه عقوبة دنيوية وأخرى عاجلة، وأخرى أخروية.

كما يشمل معنى الحبسة حديثه صلى الله عليه وسلم عن ابن سعد الخدي رضي الله عنه قال: « لا ضرر ولا ضرار»³ بمعنى لا يحق لأحد أن يلحق ضررا بغيره، كما لا يحق لأحد أن يقابل الضرر بالضرر.

كما قال عليه الصلاة والسلام: « إياكم والجلوس في الطرقات، فقالوا: ما لنا به، إنما هي مجالسنا نتحدث فيها، فقال: فإذا أبيتم إلا المجالس فأعطوا الطريق حقها، قالو: وما حق الطريق، قال غض البصر، وكف الأذى، ورد السلام، والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر».

¹ رواه مسلم، عن أبي هريرة رضي الله عنه، راجع محي الدين بن شرف النووي: صحيح مسلم بشرح النووي، ج2 ، دار إحياء التراث العربي، بيروت، (دون سنة أو دور نشر)، ص 22 .

² حسن حسين البشاييرة: المرجع السابق، ص 315 .

³ رواه ابن ماجه حديث حسن

الضرر في اللغة ضد النفع أي لا يضر الرجل أخاه فينقص شيئا من حقه، أما الضرار فعل من الضرر أي لا يجازيه على إضراره بإدخال الضرر عليه.

ثالثاً: الإجماع

الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر قد يكون فرض عين أو فرض كفاية وفقاً للإعتبارات الشرعية، وبما أن الحسبة تندرج تحت هذه القاعدة، فقد أجمع علماء الأمة على وجوب الحسبة، وهي من وظائف الدولة صاحبة السلطان والقدرة.

جعل الله تعالى واجب الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر واجبا تكليفيا على المسلمين كافة، وجعله كذلك علامة تفرق بين المسلمين وغير المسلمين¹.

يبين الإمام ابن تيمية أن الذي يتولى الحسبة هو السلطان لأنه أقدر من غيره، وعليه من الوجوب ما لا ينطبق على غيره، إلا أنه يجوز له أن ينيب غيره لولاية الحسبة لكي يتفرغ هو لوظائف أخرى، ويطلق عليه « المحتسب »².

رابعاً: شروط المحتسب أو متولي الحسبة³

بما أن الحسبة واجبة، وبما أنها اعتبرت نوع من أنواع الشهادة، فإنه يشترط فيها ما يلي:

- أن يكون المحتسب مكلفاً وهو شرط وجوب، وشرط تولية.
- أن يكون المحتسب مسلماً وهو شرط صحة ووجوب.
- أن يكون المحتسب من المشهود لهم بالعدالة هو شرط تولية.
- أن يكون لديه العلم ما يعرف به المنكر فينهى عنه، ويعرف المعروف فيأمر به، بالموازن الشرعية وهو شرط تولية، وصحة وجوب.
- أن تكون له القدرة على الإحتساب باليد واللسان، وهو شرط تولية.

¹ هذا نستفيده من الأدلة القرآنية التي تنص على الحسبة.

² السيد محمد الجوهري: دور الدولة في الرقابة على مشروعات الإستثمار، ط1، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2009 ، ص 109 .

³ السيد محمد الجوهري: المرجع السابق، ص 160.

- أن يكون عفيفا عن أموال الناس هو شرط تولية.

- أن يكون ذكرا وهذا اشرط الصفة لرفع دعوى الحبسة وهو شرط صحة¹.

الفرع الثالث: حكم الحسبة

بخصوص وجوب الحسبة إنقسم الفقهاء الى قسمين كالاتي:

أولا- الحسبة فرض كفاية

من العلماء الذين قالوا بأن الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر فرض كفاية كالإمام النووي، والغمام ابن تيمية، واستدلوا بقوله تعالى: « ولتكن منكم أمة يدعون إلى الخير ويأمرون بالمعروف وينهون عن المنكر وأولئك هم المفلحون²»، فكلمة (منكم) تفيد التبويض، وهذا يدل أن الحسبة فرض كفاية، كذلك إستدلوا بقوله تعالى « وما كان المؤمنون لينفروا كافة، فلولا نفر كل فرقة منهم طائفة ليتفقهوا في الدين ولينذروا قومهم إذا رجعوا إليهم لعلهم يحذرون³»، فالله تعالى طلب طائفة من المؤمنين لتخرج وليس جميعهم للتفقه، استدلوا أيضا بقوله تعالى: « الذين إن مكناهم في الأرض أقاموا الصلاة وآتوا الزكاة وأمروا بالمعروف ونهوا عن المنكر والله عاقبة الأمور⁴» وهنا عين الله تعالى للإحتساب من مكن في الارض وهم بعض الناس وليس كلهم، وبهذا قال الإمام القرطبي⁵.

إن كون الحسبة فرض كفاية يعني أنه إذا قام به البعض سقط عن الباقيين كالجهاد، وغسل الموتى وتكفينهم، والصلاة عليهم ودفنهم.

¹ تتقسم شروط المحتسب إلى شروط صحة، وشروط للوجوب، وشروط واجبة لتولية ذلك المنصب.

² الآية 104، سورة آل عمران.

³ الآية 122، سورة التوبة.

⁴ الآية 41، سورة الحج

⁵ لو بدأ عامة الناس بإمرور بالمعروف وينهون عن المنكر، فيخشى أن يأمرورا بالمنكر وينهون عن المعروف، ويغلظوا في مكان يقتضي اللين، ويلينوا في مكان يقتضي الشدة، وبذلك يكون ضررا احتسابهم أكثر من نفعه، راجع في ذلك فضل إلهي: مرجع سابق، ص 44 وما يليها.

ثانيا: الحبسة فرض عين

من العلماء القائلين بأنها فرض عين ابن حزم، وابن كثير، وحمد ابن زهرة، ومحمد رشيد رضا..الخ، مستدلين بذلك بقوله تعالى: « ولتكن منكم أمة يدعون إلى الخير ويأمرون بالمعروف وينهون عن المنكر وأولئك هم المفلحون¹»، فإن كلمة(منكم) جاءت للتبيين وليست للتبويض بمعنى « كونوا كلكم أمة تدعون إلى الخير وتأمرون بالمعروف..»، كما أن (من) قد تفيد الجنس بمعنى« أن على الأمة أن تدعوا كل العالم إلى الخير، فيدعون الكفار للإسلام، والعصاة إلى الطاعة..»، كما أن قوله تعالى في آخر الآية« أولئك هم المفلحون» فإن الفلاح يختص بأولئك المتصفين بالصفات المذكورة في الآية، والفلاح الحصول عليه واجب عيني، ولهذا يكون الاتصاف بتلك الصفات واجب عيني أيضا وفقا للقاعدة الفقهية« ما لا يتم الواجب إلا به فهو واجب²»

استدلوا أيضا بقوله تعالى« كنتم خير أمة أخرجت للناس تأمرون بالمعروف وتنهون عن المنكر وتؤمنون بالله³»، حيث أن من شروط الإنتماء لهذه الأمة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر والإيمان بالله تعالى، وهو واجب عيني، فالإتصاف بتلك الصفات أيضا واجب عيني طبقا لنفس القاعدة الفقهية.

المطلب الثاني: الأعمال الرقابية التي يقوم بها المحتسب

يتمتع المحتسب بإختصاصات شاملة لكل جوانب الحياة في المجتمع سواء كانت إقتصادية، أو إجتماعية، أو مالية طالما أنها تدخل ضمن باب الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر.

¹ الآية 104 ، سورة آل عمران.

² ما يؤكد أن الفلاح صفة مقتصرة على الذين يتصفون بتلك الصفات قوله تعالى:« والعصر إن الإنسان لفي خسر إلا الذين آمنوا وعملوا الصالحات وتواصوا بالحق وتواصوا بالصبر» فالتواصي هو الامر والنهي بأداء الطاعات، سورة العصر، الآيات 1-3 .

³ سورة آل عمران، الآية 110.

الفصل الأول: دور أجهزة الرقابة الشرعية لحماية السوق

تكون وظيفة الحسبة في الوقت الحاضر مزيجا من سلطات رجال الشرطة، ورجال القانون (القضاء) وموظفي الصحة، والشؤون البلدية، والمصالح الإنتاجية، والديوان الوطني لمراقبة المواصفات والمقاييس، ورجال الجمارك، كل هؤلاء يمارسون الرقابة على الأسواق والاعمال التجارية كل في إطار اختصاصه. كما أن المحتسب هو ليس إسم لشخص، وإنما هو اصطلاح لنظام متكامل، فإن الفقه أوجب على المحتسب أن يستعين بالخبراء في مختلف التخصصات، والحرف لكي يتمكنوا من إكتشاف الغش والتدليس في الأسواق، خاصة ما خفي منه¹.

الفرع الأول: الرقابة الإقتصادية

تكون الرقابة الإقتصادية للمحتسب منصبة على الاسواق وتكون وفقا للصور التالية:

الصورة الأولى: التدخل لمنع التعامل بالعقود المحرمة²، من الأمور الواجبة على المحتسب أن يتدخل ليمنع التعامل بالعقود التي حرمها الشرع كعقود الربا وبيع الغرر... الخ من مختلف العقود التي فصلنا فيها سابقا.

الصورة الثانية: مراقبة الأسواق ويكون من مهام المحتسب منع كل المخالفات التي تحدث أي اضطراب في الأسعار، أو غلو في التسعير، أو إحتكار السلع.

الصورة الثالثة: مراقبة الجودة وإنتاج السلع والخدمات، فالمحتسب يتابع أداء العمال، وتأهيلهم الأخلاقي والفني للإنتاج.

الصورة الرابعة: مراقبة الأسعار، يراقب المحتسب الأسعار متى دعت الحاجة إلى ذلك كما يمكنه أن يحدد الأسعار في حالات معينة لمنع تلاعب التجار والمهنيين بها³.

¹ شتوان بلقاسم: مرجع سابق، ص 202 .

² إرجع للفصل الأول، المبحث الثاني، المطلب الثاني منه تحت عنوان « البيوع المحظورة شرعا »

³ السيد محمد جوهري: المرجع السابق، ص 161 وما يليها.

مقارنة بين الرقابة الاقتصادية في الشريعة الإسلامية والقانون الوضعي:

أولاً: أوجه التشابه

كل صور الرقابة الاقتصادية السابقة موجودة في كل من النظامين، حيث أن السوق في كل منها هو دعامة الإقتصاد الأساسية، فيما يعتبر الإنتاج والتوزيع من أهم دعائم الأسواق¹، ما ينتج عنه أنه من الضرورة أن تتم الرقابة على هذه العناصر تصاعدياً لضمان بناء إقتصاد قوي، كما ان المقصد الأساسي لكل منهما هو الحفاظ على مصالح المستهلك وحمايته.

ثانياً: أوجه الاختلاف

1- بالنسبة للشريعة الإسلامية فإن الرقابة هي ضمن مهام منصب المحتسب الذي يعينه الحاكم أما في القانون الوضعي فإن مهام الرقابة سخرت لها آليات قانونية مختلفة، وأجهزة عديدة تتنوع بين أجهزة قمع الغش، وإدارة الجمارك إلى مجلس المنافسة، والأنظمة القضائية ومختلف الجمعيات المعنية بحماية المستهلك.

2- لا يجرم القانون ، ولا يحرم كل العقود والتي تحرمها الشريعة الإسلامية، فهناك عقود جائزة قانوناً تراها الشريعة إنتهاكاً للسوق ومستخدميه كالربا.

الفرع الثاني : الرقابة على المرافق العامة ومالية الدولة

أولاً: الرقابة على المرافق العامة

يكون ذلك بتوفير الموارد المالية اللازمة لذلك من بيت مال المسلمين، وصيانتها إذا احتاجت لذلك. يقول الإمام الماوردي: « كالبلد إذا تعطل شربه أو إستهدم سوره، أو كان يطرقه بنو السبيل من ذوي الحاجات، فكفوا عن معونتهم فإن كان في بيت مال لم يتوجه فيه ضرر، أمر بإصلاح شربهم، وبناء

¹ العقد هو المحرك الأساسي لتبادل السلع والخدمات في كل من النظامين كما أنه يكرس الحرية الاقتصادية من خلال مبدأي حرية التعاقد وحرية المنافسة.

سورهم]..] وكذلك لو إستهدمت جوامعهم ومساجدهم، فإذا أعوز بيت المال كان الأمر ببناء سورهم، وإصلاح شريهم، وعمارة مساجدهم وجوامعهم]...] وجاز فيما خص من المساجد في العشائر والقبائل ألا يستأذنوه، وعلى المحتسب أن يأخذهم ببناء ما هدموه وليس أن يأخذهم ببناء ما هدموه وليس أن يأخذهم بإتمام ما إستأنفوه¹»

ثانيا: الرقابة على مالية الدولة

المحتسب من مهامه أيضا مراقبة أموال الزكاة، باعتبارها من إيرادات الدولة المهمة، بل ويحق للمحتسب أخذها ممن إمتنع عن آدائها غصبا وجبرا، ويجب عليه مباشرة نفقات الدولة في الأماكن المخصصة لها، ويكشف ما فيه الإسراف والتبذير².

يعين المحتسب بمرسوم صادر من السلطان، يبين له فيه مسؤولياته، ومهام عمله، والصلاحيات المعطاة له، فيكون بذلك نائبا عن السلطان، ويصف حسب رأي الإمام ابن تيمية في درجة العلماء ويعقد محاكماته في المسجد، أو مكانه المخصص له، وله أعوان يعينونه في تنفيذ ما يراه، وله الإستعانة بوالي الشرطة، ويجوز له التعزيز بالسجن، أو التشهير، أو الضرب بالسوط، أو إتلاف المحتسب فيه، أو مصادرتة إن رأى ذلك³.

إن من وظائف الحسبة ما يختص بمجال المعاملات فيكون من واجب المحتسب مراقبة الأسواق وإختيار مواضعها، وتنظيم شؤونها، ومراقبة البيوع والتجارة والكشف عن المكابيل والموازنين بإختبارها، ومعاينة

¹ أبي الحسن بن محمد بن حبيب الماوردي: الأحكام السلطانية والولايات الدينية، تحقيق الدكتور أحمد مبارك البغدادي، ط1، مكتبة دارين قنتبية، الكويت، 1989، ص 322 وما يليها .

² أبي حسن الماوردي: المرجع نفسه، ص 324-325 .

³ ناجي بن حسن بن صالح حضييري: الحسبة النظرية والعملية عند شيخ الإسلام ابن تيمية، ط1، دار الفضيلة للنشر والتوزيع، الرياض، 2005، ص 52 .

الفصل الأول: دور أجهزة الرقابة الشرعية لحماية السوق

من يعيث بها، والإشراف على الحرف والصناعات المختلفة ومنع الغش فيها، فضلا عن محاربة الإحتكار والتسعير وقت المجاعة وغلو الأسعار ومراقبة النقود من التزوير¹.

كما أنه على المحتسب آداب عليه التحلي بها ومن أهمها ما يلي²:

1. **الإخلاص**: فيكون إحتسابه لوجه الله تعالى وحده، لا لشيء سواه من الرزق، أو سمعة، أو جاه أو منصب، فيكون همه أن تكون كلمة الله هي العليا.
2. **العمل بما علم**: فالعلم بلا عمل كالثمر بلا شجر، حيث يعمل بما يأمر الناس به، وينتهي عما ينهاهم عنه، قال تعالى: « **أتأمرون الناس بالبر وتنسون أنفسكم وأنتم تتلون الكتاب أفلا تعقلون** »³.
- فالعبرة حسب القاعدة الشرعية بعموم اللفظ لا بخصوص السبب.
3. **الورع** عن أموال الناس وأعراضهم، فلا يقبل الهدايا، والرشوة.
4. **الحزم**: بمعنى ضبط الامر، والأخذ فيها بثقة، وإتقان فلا مجال للتردد، أو الهيبة، أو التقصير، أو المحاباة، حتى يكون مهيبا في نفوس الناس ومطاعا.
5. **الرفق والحلم**: أي اللطف ولين الجانب، مع العقل والوقار، فلا يتعجل العقاب، لأن مهمته وفي الأساس هي الإصلاح ، وتحقق ذلك الرفق واللين أحسن من تحقيقه.
6. **الحكمة**: أي وضع الأمور في موضعها من الشدة والرفق، والعفو والعقوبة، لكي لا يفسد أثر مما يصلح
7. **العدل**: ألا يكون جائرا بتضخيم المنكر أو نسيان حسنات المحتسب عليه والعدل هو عدم التعدي.
8. **الصبر**: أي ألا يجزع عنه رؤية المنكرات، والصبر على الأذى.

¹ ناجي بن حسن بن صالح حضيبي: المرجع السابق، ص 53 .

² راجع حسن حسين أحمد البشايرة: مرجع سابق، ص 343 وما يليها، انظر أيضا ناجي بن حسن الخضيبي : المرجع السابق، ص 103 وما يليها .

³ سورة القرة الآية 44 .

9. **العفو والصفح:** فإذا كان قد ناله أذى في نفسه أو ماله فعليه أن يعفو، يقول الإمام ابن تيمية:

«فالذي ينبغي في هذا الباب أن يعفو الإنسان عن حقه، ويستوفي حقوق الله بحسب المكان»¹.

10. أن يكون قدوة: فيراقب أقواله وأفعاله لتكون مطابقة للشرع.

الفرع الثالث: الإحتساب ودرجاته

أولاً: **مجالاته:** على المحتسب أن يحتسب في كل ما يراه مصلحة للمسلمين، وأن ينظر في جميع

الأمور الجليلة والحقيرة، ومن مهامه ما يلي²:

1. **الإشراف على تنظيم الأسواق:** بداية من إختيار الأماكن المناسبة لها حيث أنه كل صناعة أو

حرفة تحتاج إلى سوق يناسبها وموقع خاص به حيث تتوفر أسباب السلامة المهنية والصحية، كما يقيد

أسماء الحرفيين واصحاب المهن وعناوينهم ليسهل الوصول إليهم، ونلاحظ أن هذا هو نفسه ما يحصل

في القوانين الوضعية من قيد السجلات التجارية.... الخ، وهو ما جاء في الإسلام قبل قرون من الآن.

2. **المحافظة على البيئة من التلوث:** وذلك بما يمكن أن يلوثها من دخان أو وقود أو مياه قذرة،

والنفايات الضارة، وبقايا الذبائح في الأسواق.

3. **رعاية النظام والأعراف العامة في الأسواق:** حيث لا يجوز الإعتداء على الشارع العام، ولا

يمكن للمحلات أن تتجاوز الحدود المرسومة لها، ويمنع كل ما يمكن أن يضر مستعملي السوق، أو المارة

مهما كان، أما الأعراف فهي ما يتحاكم إليه اصحاب التجارة، باعتبارها تحتاج إلى السرعة والإئتمان.

¹ ناجي بن حسن حضيبي: المرجع السابق، ص 112 .

² حسن حسين أحمد البشاييرة: المرجع السابق، ص 354 وما يليها.

راجع أيضا بوزيان امحمد: مبادئ حماية المستهلك في التشريع الغلامي وتطبيقاته من خلال فقه المعاملات المالية، مجلة العلوم القانونية والإدارية، عدد خاص، جامعة جيلالي اليابس، سيدي بلعباس، أبريل 2005 ، ص 101

4. **ضبط الموازين والمكاييل:** فيجب أن تكون المادة المصنوعة منها الموازين غير قابلة للتآكل،

وأن يضبط مواصفة الميزان وكيفية الكيل به، فيكون ذلك بشكل دقيق دقة متناهية¹.

5. **الرقابة الحثيثة للتأكد من صحة الوزن والكيل:** ويكون ذلك بالجولات التفتيشية على الأسواق

فيكون لديهم موازين ومكاييل خاصة بهم يتأكدون بها من صحة الميزان لدى التجار في السوق.

6. **الإشراف على النقد ومراقبة الصيرافة:** فيشرف على سلامة النقود من الغش، وعدم التلاعب

بها، ومراقبة الصيرافة من البيوع الربوية.

7. **ضبط الأسعار ودفع أسباب الغلاء:** الأصل عدم التدخل في الأسعار لأنها يحكمها العرض

والطلب، في ظل التنافس الشريف، لكن إذا احتلت هذه القاعة وحدث الاحتكار والإستغلال والريح الفاحش

ضعف الوازع الديني في النفوس، مع حاجة الناس الشديدة للسلع فإنه يجب على المحتسب حينها التدخل

لإعادة السوق إلى وضعه الطبيعي بالتسعير².

8. **منع العقود والمعاملات المحرمة:** وهي ما يطلق عليه منكرات الأسواق، التي يترتب عنها مفسد

كثيرة، فيكون من مهام المحتسب تصويب الوضع، وتكون العقوبة حسب الفعل ومدى خطورته خاصة

المستهلك³.

9. **الرقابة على الصحة العامة:** وذلك بالعناية بالجانب الوقائي ثم العلاجي ومن صورها:

أ- الرقابة على الخبازين.

¹ يقول الشيرزي: « المكيال الصحيح ما استوى أعلاه وأسفله في الفتح، والسعة، من غير أن يكون محصرا ولا أزوارا، ولا ينزل فينقص، وينبغي للمحتسب أن يحدد المنتظر في المكاييل، ويراعي ما يطفون به المكيال» والأزور هو المائل أي عدم اشراء جوانب المكيال.

² راجع المبحث الثاني من هذا الفصل بعنوان: التسعيرة كأداة لضبط المنافسة

³ ذكر ابن تيمية: « ويدخل في المنكرات ما نهى عنه رسوله صلى الله عليه وسلم من العقود المحرمة، مثل الربا، والميسر، وriba الفضل، وبيع الغرر، وكحل الحبل، والملامسة والمناذة، وriba النسيئة وriba الفضل، والنجش وبيع الغرر، وسائر أنواع التديليس».

الفصل الأول: دور أجهزة الرقابة الشرعية لحماية السوق

ب- الرقابة على السائقين.

ج- الرقابة على الصيادلة والعقاقير.

د- الرقابة على الأطباء.

ثانيا: مراتب الإحتساب ودرجاته

المرتبة الأولى: الإنكار بالقلب ببعض المنكرات وكرهتها، وهو واجب لأنه لا ضرر في فعله، ولا عذر

في تركه إلا نقص الإيمان وضعفه.

المرتبة الثانية: الإنكار باللسان وهو درجات:

أ. **البيان والتعريف:** أي يعرف المحتسب للمحتسب عليه ويبين له المنكر، والمعروف فلربما إنتهى

بمجرد بيانه وتعريفه

ب. **الوعظ والتخويف:** بعد أن يعرف المنكر وبصر عليه فإن المحتسب بين خطورة الفعل وعاقبته في

الدارين برفق ولين.

ج- **التقريع والتعنيف:** إذا لم يستجوب المحتسب عليه للوعظ فالمحتسب أن ينهره ويعنفه، ويزجره.

د. **التهديد والوعيد:** إذا لم تفد الدرجة السابقة، إنتقل المحتسب ليهدد المحتسب عليه بالعقوبة التي

ستلحقه بعد إزالة المنكر باليد.

المرتبة الثالثة: الإحتساب باليد وهي أيضا درجات:

أ- **إزالة المنكر:** كأن يتلق المحتسب المحتسب فيه (السلع) أو مصادرتة.

ب- **الضرر والحبس:** إذا عاند المحتسب عليه ودافع عن منكره، فإنه يجوز للمحتسب ضربه

أو حبسه حسب قدرته.

ج- **الإستعانة بالأعوان من الجند:** أي الشرطة أو المحاكم.

ملاحظة: ينبغي على المحتسب أن يتدرج في مراتب الإحتساب فلا ينتقل إلى مرتبة إذا لم يستوفى كافة درجات سابقتها، كما أنه يذكر على المعلن للمنكر علانية والمتستر عليه سرا¹.

المبحث الثاني: التسعير كأداة قانونية لضبط المنافسة

يعني السعر شيئاً واحداً للمستهلك، فهو عبارة عن تكلفة الأشياء التي يقوم بشرائها لكن بالنسبة للبائع فالسعر يمثل العائد، أو المصدر الرئيسي للربح ومن هنا يمكن القول بأن تحديد الأسعار هو من أهم التحديات التي تواجه مديري التسويق.

لغة: التسعير هو تقدير السعر، بكسر السين وهو ما يقوم عليه الثمن، وجمعه أسعار، وسعر الشيء تسعيراً أي: اتفقوا على سعر، وجعلوا له سعراً معلوماً.²

قانوناً: السعر هو المقابل الذي يتم دفعه أثناء عملية المبادلة بغرض الحصول على سلعة أو خدمة ما، وبالتالي فإن السعر قد يكون هو النقود التي يتم دفعها لإتمام عملية تبادل السلع والخدمات.³

تساهم قوى العرض والطلب في ظل نظام السوق -كأصل عام- في تحديد أسعار المنتج أو الخدمة، فكل بائع يسعى إلى بيع سلعته أو خدمته بأعلى سعر لتحقيق أقصى ربح ممكن، وفي المقابل يسعى كل مشتر قد الإمكان للحصول على تلك السلعة أو الخدمة بأقل الأسعار، وهكذا تتغير الأسعار صعوداً و نزولاً إلى أن يتم التوازن بين رغبة الطرفين، وذلك عند السعر المناسب لكلاهما.⁴

¹ ناجي بن حسن حضيري: المرجع السابق، ص 141 وما يليها.

² ابن منظور: لسان العرب: المرجع السابق، ص443.

³ محمد عبد العظيم أبو النجا: أسس التسويق الحديث، ط1، الدار الجامعية، للنشر، الاسكندرية، 2010، ص303.

⁴ تيورسي محمد: المرجع السابق، ص180.

الفصل الأول: دور أجهزة الرقابة الشرعية لحماية السوق

يلاحظ اهتمام المستهلكين دائماً بالحصول على ما يسمى بالسعر العادل، وهذا السعر يعبر عن القيمة التي يراها المستهلك مناسبة للمنتج محل التعامل¹، فالحقيقة هي أن السعر يعتمد بصورة أساسية على الرضا المتوقع من المستهلكين، وليس الرضا الفعلي.

كما ان السعر يكتسي أهمية بالغة بالنسبة للمستهلكين والمتعاملين الإقتصاديين على حد سواء حيث تمثل الاسعار العنصر الرئيسي للإيرادات التي يتم تحقيقها والتي تمثل بدورها أيضا العنصر الأساسي للأرباح التي يمكن بلوغها.

فالإيراد هو عبارة عن سعر بيع الوحدة من السلع او الخدمات لا عدد الوحدات المباعة فعلا للمستهلكين، ويسعى مديروا التسويق إلى تحديد السعر بطريقة تمكنهم من تحقيق مستوى ربح معقول أو مرضي.

التسعير له أهميته في تحقيق الاستقرار، والعدل في السوق، وهو ظرف استثنائي لأن الأصل في أسعار السلع والخدمات تتحدد في ظروف الطبيعة عن طريق تفاعل قوة العرض والطلب، إذ أن جهاز الأسعار يأخذ دوره الطبيعي بالنسبة لتخصيص الإنتاج وتوزيعه، لكن الإشكال يكمن في إنقاص العرض من أجل ارتفاع الاسعار بصورة تعسفية أو نقصه بسبب ظروف استثنائية كالحروب والكوارث... إلخ، هنا يجب على الدولة التدخل، أو قد يكون هناك فائض زراعي مثلا، إذا تدخلت الدولة في تحديد السعر يحافظ على مصلحة المنتج والمستهلك في آن واحد.²

¹ تلك القيمة تعكس المنافع المرتبطة بالمنتج وليس فقط المكونات المادية له، لكن أيضا في نواحي عديدة كشهرة المنتج، والمنافع النفسية لاقتنائه، وكذا الخدمات المقدمة معه، راجع محمد عبد العظيم أبو النجا: المرجع السابق، ص303.

² محمد عبد العظيم أبو النجا، المرجع نفسه، ص276.

الفصل الأول: دور أجهزة الرقابة الشرعية لحماية السوق

تختلف طرق الاحتكار وتتعدد، لكن هنالك رابط مشترك يجمع بينهما جميعاً، وهو سعي المحتكرين إلى القضاء على كل منافسة موجودة بغية زيادة أنصبتهم في السوق، وبالتالي تعظيم هامش أرباحهم، ولا يخفى ما ينطوي على ذلك من آثار اقتصادية واجتماعية سيئة، وهو ما جعل كل التشريعات، ومن بينها تنظيم قانون المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية تتصدى لتلك الممارسات.

يعد السعر اقوى سلاح فعال في المنافسة، لذلك كثيراً ما تلجأ الشركات والمشروعات ذات القوة الاحتكارية إلى استخدام عنصر الاسعار، للمحافظة على ذلك المركز، واكتساب أكبر نصيب ممكن في هذه السوق، وصولاً إلى احتكارها، بهدف رفع أرقام مبيعاتها للوصول إلى أقصى ربح ممكن، وفي المقابل يسعى كل مشتر - مستهلك - قدر الامكان، الحصول على سلع الخدمات بأقل الأسعار، وهكذا تتغير الأسعار صعوداً وهبوطاً إلى أن يتم التوازن بين العرض والطلب، عند سعر معين يرضيه الجميع.

والإشكال الذي يطرح هنا حول الدور الذي يسند إلى جهاز السعر لتحقيق التوازن داخل السوق؟ وإلى اي مدى يمكن للتسعير أن يضبط تلك الأسواق؟

المطلب الأول: العوامل المؤثرة في تحديد السعر

عند القيام بتحديد الاسعار -سواء من المنتج أو الدولة- يجب مراعاة جانبي العرض والطلب، فلكي تكون للسلعة قيمة تبادلية لا بد أن تكون مطلوبة اجتماعياً، كما وأن هناك فرق بين القيمة والتمن فالتمن يدور حول القيمة زيادة ونقصاً بتأثير عوامل طبيعية أو عوامل موضوعية.

تواجه المؤسسات المنتجة العديد من التحديات عند تحديد السعر المناسب، وهذا راجع إلى تعدد الطرق المتبعة، والعوامل المؤثرة على تحديد السعر، هذه التحديات تأتي من محيط المؤسسة الخارجي، أو الداخلي، ويمكن ان تحدد العوامل المؤثرة في تحديد السعر كما يلي:

الفرع الاول: تكاليف الانتاج والتسويق

التكاليف هي مجمل النفقات أو المصاريف المتعلقة بالإنتاج والتسويق، حتى تصل إلى المستهلك النهائي أو المستعمل الصناعي، فالإنفاق على المواد الأولية، واليد العاملة، والتوزيع والترويج له تأثير قوي على الأسعار النهائية على الرغم من صعوبة التحكم فيها.

الفصل الأول: دور أجهزة الرقابة الشرعية لحماية السوق

يتضح لنا أن عامل النفقات يؤثر على المنتج والزيون في نفس الوقت، ففي حالة انخفاض تكلفة المواد الأولية فإن ذلك يستنتج عنه زيادة إيرادات ومداخيل المؤسسة، الأمر الذي سيشجعها على تخفيض أسعارها وهو ما سيدفع بالزبائن إلى زيادة مشترياتهم.

نشير إلى أن المؤسسة المنتجة إذا كانت ستطرح منتجاتها في السوق بسعر مرتفع نظراً لإرتفاع تكاليف الإنتاج، فإنه يتوجب عليه أن تميز تلك المنتجات بجودة عالية، وحملة ترويجية واسعة لإقناع المستهلكين المستهدفين، وكذا تقديم منتجاتها في أغلفة جذابة، واختيار قنوات التوزيع المناسبة.

إن جميع المؤسسات تسعى إلى تحديد السعر الذي يغطي تكاليف الإنتاج والتوزيع والبيع¹

إضافة إلى اعتبار سعر التكلفة عامل مؤثراً على السعر فهو طريقة معتمدة لتحديده أيضاً، ويتم التسعير وفقاً للتكلفة وفقاً للمعادلة التالية²: $\text{سعر بيع السلعة} = \text{سعر التكلفة} + \text{القيمة المضافة}$.

فالمؤسسة تقوم بإضافة نسبة مئوية إلى سعر تكلفة السلعة، بحيث تغطي تلك النسبة نفقات الإنتاج والتسويق، وتحقق قدراً مناسباً من الربح، وتختلف هذه النسبة طبعاً من سلعة إلى أخرى، وفقاً لكمية الإنتاج، وسرعة الدورة الإنتاجية، وتختلف من مؤسسة إلى أخرى حسب مكانتها وقدرتها في السوق.

هذه الطريقة في التسعير تتميز ببساطتها وسهولة تحديد السعر، أما العيب الرئيسي لها فهو كونها تتجاهل ظروف الطلبة، الأمر الذي قد يؤدي إلى تسعير المنتج بشكل غير مناسب إما بأسعار مرتفعة أو منخفضة.³

من خلال المعادلة السابقة نجد ثلاث متغيرات هي: سعر البيع، سعر التكلفة، النسبة المضافة، ومنه إذا أمكننا معرفة أحدها استطعنا تحصيل المتغيرين الباقيين.⁴

¹- Philip Kotler et bernard dubois:Marketing management, 10 eme edition,frence ,2000, p469.

² محمود عساف: المنهج الإسلامي في إدارة الأعمال، مكتبة الخدمات الحديثة، جدة، 2001، ص210.

³ محمد عبد العظيم أبو النجا: المرجع السابق، ص318.

⁴ معنى ذلك أن الموزع إذا عرف سعر الشراء السلعة، وحده سعر البيع الذي يخدمه يستطيع أن يتعرف على المبلغ المضاف ومن ثم أمكنه المقارنة واختيار المورد الذي يحقق له أكبر قدر من الفائدة.

الفصل الأول: دور أجهزة الرقابة الشرعية لحماية السوق

بالنسبة إلى الشريعة الإسلامية فقد روي أنه في عهد عمر بن الخطاب - رضي الله عنه - فرض لعمر بن العاص والي مصر عطاءً، وخاطبه قائلاً: (وقد عملت أن مؤثماً تلزمك، فوقر الخراج وخذه من حقه، ثم اعف عنه بعد جمعه، فإذا حصل إليك وجمعته، أخرجت العطاء وما تحتاج إليه مما لا بد منه، ثم انظر فيما فضل بعد ذلك فأجمله إلي).

من استقراء هذه الرسالة اعترف عمر بن الخطاب - رضي الله عنه - بخصم التكاليف التي يحتاجها والي مصر، ورد ما بقي إلى الخليفة، وهذا ما يدل على أنه حدد التكلفة.

الفرع الثاني: طلب الزبون

يطلب الزبائن¹ عادة السلع والخدمات التي تشبع حاجاتهم وتلبي رغباتهم، وبالتالي كلما استطاعت المؤسسات المنتجة طرح منتجات وخدمات تحقق تلك المنافع المطلوبة، أصبح أمامها المجال واسعاً في تحديد السعر الذي تطمح إليه.

يفهم من كل ما سبق أن الزبون عامل مهم في تحديد السعر، والقائم على التسعير - سواء كان المنتج أو الدولة - عليه أن يدرك العلاقة بين الزبون والسعر، وبشكل أدق العلاقة بين حجم مشتريات الزبائن وبين أسعار السلع التي يريدون شراءها، أي أن المسعر عليه ان يفهم علاقة السعر بالطلب.

تمثل الاعتبارات الخاصة بالطلب على السلعة أو الخدمة المحدد الأساسي للسعر، وذلك في حالة تبني أهداف التسعير ذات التوجيه بالمبيعات.

يعرف الطلب بأنه "الكمية التي يمكن بيعها من المنتج في السوق عند مستويات سعرية مختلفة، وخلال فترة زمنية محددة".²

¹ الزبائن أصناف منهم: الزبائن التقليديون: هم الذين يهتمون بقيمة المشتريات، ويكونون حساسين اتجاه الأسعار النوعية. أصحاب الشخصية الأنيفة: يعتمدون على شكل المنتجات والخدمات، وشهرة المؤسسة بغض النظر عن الأسعار الزبائن الأخلاقيون: يضحون بكل الامتيازات من أجل دعم مؤسسة منتجة صغيرة.

الزبائن غير المبالون: يهتمون أساساً براحتهم في الحصول على السلع والخدمات، بغض النظر عن الأسعار.

² -محمد عبد العظيم أبو النجا: المرجع السابق، ص 316.

الفصل الأول: دور أجهزة الرقابة الشرعية لحماية السوق

نعني بالتسعير على أساس الطلب بأن يتم تحديد السعر بشكل يعتمد على مدى استعداد المستهلك على دفع سعر معين مقابل حصوله على السلعة او الخدمة، فيحدد السعر الذي تتوقع عنده الشركة حجم معين من الطلب يحقق لها الاهداف المتعلقة بالوصول إلى حجم المبيعات المخطط لها.

ما يبحث عنه الزبون فضلا عن اشباع حاجياته، الأسعار المناسبة لدخله، وذوقه، وقدرته الشرائية، فكلما استطاع المنتج توفير منتجات تتناسب مع هذه العوامل حظي بكثرة الطلب على المنتجات، والطلب

يتوقف على مقياسين:¹

***إمكانية التعويض:** أي وجود سلع متشابهة يستطيع الزبون الاختيار و المفاضلة بينها.

* **الحاجة إلى السلعة:** إذا أدرك الزبائن أنهم بحاجة إلى عملية الشراء، أو أن لهذه السلعة خصائص فريدة.

نشير إلى أن الشريعة الاسلامية فيما يخص الطلب فإن هنالك شروطا: منها ألا يكون المنتج أو الخدمة حرام، وأن تحقق المنتجات المطلوبة مصلحة المتعاملين في السوق على حد سواء، أي ان المنتج والموزع، والمستهلك معا، وأن يكون الطلب على السلع بشكل معتدل حسب سلم الاولويات مبتعدين عن الاسراف و التبذير.

الفرع الثالث: المؤسسات المنافسة

يجب مراعاة أسعار المؤسسات المنافسة الموجودة في السوق إذا كانت السلع المنتجة متجانسة، أي تشبع نفس الحاجة. عند وضع الأسعار، ويجب على المؤسسة المنتجة أن تسعر منتجاتها على أساس السعر المحدد من المؤسسات الرائدة وذات السبق في الانتاج والتسويق لذات المنتج، ولا يهم الزيادة أو النقصان الطفيفين حسب الموقع الفعلي للمؤسسة في السوق، وتؤثر البيئة التسويقية على عملية التسعير في الحالات التالية².

¹ محمد جودت ناصر: الاصول التسويقية في إدارة المحلات والمؤسسات التجارية، دار مجدلاوي، عمان، 1997، ص

² Daniel Durfur : Marketing, Dunod, paris, 1997, p 95.

الفصل الأول: دور أجهزة الرقابة الشرعية لحماية السوق

أولاً-تحكم السوق في السعر: تقوم كل مؤسسة منتجة من تحديد أسعار لسلعها أو خدماتها، لوجود مؤسسات كثيرة في السوق تنتج سلعا متجانسة، بحيث لا يمكن لأي واحدة منها الانفراد بوضع السعر، ما ينتج عنه أن كل المؤسسات في النهاية ستبيع بذات السعر الذي يتحكم فيه السوق بقانون العرض والطلب¹.

ثانياً-تحكم المنتج في السعر: بمعنى أن المنتج هو الذي يحدد السعر لعدم وجود منافسة شديدة وذلك لأن المؤسسات تنتج سلعا متباينة فيما بينها، يمكن للمؤسسة أن ترفع أسعارها، وذلك اعتمادا على أن زبائنها يهتمون بالعلامة التجارية، أو لاهتمامهم بخدمات قبل وبعد عملية البيع².

ثالثاً-تحكم الحكومة في الأسعار: يمكن للدولة أن تتدخل في تحديد السعر النهائي، وإذا ادعت الضرورة، أو يمكنها فقط توجيه تلك الأسعار دون تحديدها.

من كل ما سبق ومهما كانت طريقة التسعير، فإنه يتوجب الاعلان عن الاسعار والتعريف بها، حتى لا يقع الزبون فريسة يستغل من المؤسسات الوسيطة أو الموزعة.

المطلب الثاني : استراتيجيات التسعير³:

تمكن استراتيجيات التسعير من دراسة وتوقع التغيرات المحتملة في السوق، ما يؤدي إلى فهمها ، وإمكانية التعامل معها بكفاءة، وهذا يعني أن التسعير ليس مجرد رد فعل.

¹ طاهر مرسي عطية: التسويق، المكتبة الأكاديمية، مصر، 1993. ص 259.

² كمثال على ذلك شركات الآلات الكهرو منزلية " LG " الكورية مثلا، أو " SEB " العلامة التجارية، حيث يتوجه إليها الزبائن في الاسواق رغم معرفتهم بغلاء أسعارها، نظرا للعلامة التجارية العالمية المعروفة: أو توجه الطبقة الغنية من المجتمع إلى اقتناء سيارات "مرسيدس " نظرا لمكانتها الاجتماعية بموديلاتها الحديثة، وذلك رغم أسعارها المرتفعة جدا، مقارنة بسيارات ماركات أخرى لها نفس الخصائص.

³ كل مؤسسة سواء كانت منتجة أو لا تضع إستراتيجية تتفق مع طبيعة نشاطها وتؤدي في نفس الوقت الأهداف المرجو تحقيقها على المدى البعيد، وتعرف الإستراتيجية بأنها خطة صممت لتحقيق الأهداف طويلة الأجل التي تسعى المؤسسة إلى تحقيقها.

الفصل الأول: دور أجهزة الرقابة الشرعية لحماية السوق

يتوجب على القائم على عملية التسعير أن يكون ملما بالاستراتيجيات التي يمكن اعتمادها من المؤسسة، كما يجب عليه مراعاة مصالح المتعاملين مع المؤسسة، كما يجب عليه مراعاة مصالح المتعاملين مع المؤسسة كالموزعين، والمسوقين... الخ.

يمكن اعتبار إستراتيجية التسعير دليلا عمليا لحل المشاكل الناتجة عن الأسعار المفروضة حاليا على السلع والخدمات،¹ لأن تلك الأخيرة تزود الإدارة بالأساليب الممكن تنفيذها لإنجاز أهداف التسعير الموضوعة، وتساعد أيضا على تشكل الاستراتيجيات العامة للتسويق.

الفرع الأول : كشط السوق:²

تتركز هذه الإستراتيجية على وضع سعر مرتفع نسبيا للمنتج مقارنة مع أسعار منتجات منافسة أخرى مستهدفة بذلك الزبائن ذوي الدخل العالية والمرتفعة، ويكون هذا النوع من الزبائن مستعدا لشراء بتلك المبالغ المرتفعة وهذا هو السبب الذي يجعل المؤسسة تحصل على إيرادات كبيرة في وقت قصير، أما إذا رأت المؤسسة بعد ذلك انخفاضا في المبيعات فإنها تقوم بتخفيض أسعارها للزبائن ذوي الدخل المتوسطة، ثم تخفض إلى الزبائن ذوي الدخل الضعيفة، وذلك في المراحل المتأخرة لدورة حياة المنتجات الخاصة بها، حتى يمكنها الوصول إلى قطاعات سوقية أكبر.

ويمكن أن تطبق هذه الإستراتيجية وتنجح في الحالات التالية:

أولا: عندما يكون الزبائن على استعداد لشراء المنتج حتى ولو كان سعره أعلى من متوسط السعر السائد فيه.

¹ محمد ابراهيم عبيدات: مبادئ التسويق، دار المستقبل، عمان، الاردن، 1999، ص 249.

² اصطلاح كشط السوق هو كتعبير يستخدم بسبب توجيه هذا السعر إلى الفئة الأولى في السوق التي ترغب في السلعة أيا كان سعرها، ويستخدم عادة هذا النوع من الإستراتيجيات في المنتجات الجديدة.

الفصل الأول: دور أجهزة الرقابة الشرعية لحماية السوق

ثانياً: تنتج في حالات وجود صعوبات لدخول منافسين جدد إلى السوق، وتقل درجة نجاحها مع ارتفاع المنافسة.

ثالثاً: تنتج في حالة وجود طلب على المنتج يفوق العرض المتاح.

رابعاً: تنتج في حالة انخفاض المرونة السعرية للطلب على المنتج.

يتوجب أيضاً لضمان نجاح هذه الإستراتيجية اعتماد حملات ترويجية ملائمة ومناسبة، إلا أن هذه الإستراتيجية تطبقها المؤسسة في حالة وجود طاقة إنتاجية كبيرة تمكنها من طرح كميات كبيرة من المنتجات خلال فترة زمنية قصيرة، أو إن كانت المؤسسة الوحيدة التي تنتج وتسوق هذه المنتجات في حين أن بقية المؤسسات المنافسة لا تستطيع طرح منتجات بديلة للسوق على المدى القصير.¹

هذه الإستراتيجية محرمة شرعاً، حيث يحرم أكل أموال الناس بالباطل، وحرمة مال المسلم كحرمة دمه.²

الفرع الثاني: إستراتيجية التمكّن أو غزو السوق

تدعى أيضاً اختراق السوق، وهي عكس الإستراتيجية السابقة، تعتمد المؤسسة هنا إلى تحديد سعر منخفض لجذب أكبر عدد ممكن من الزبائن في أقصر وقت ممكن، وتوزيع أكبر كمية من المنتجات في قطاعات السوق الأكثر حساسية للسعر، والهدف الواضح هنا هو السيطرة على جزء كبير من السوق، وضمان نموه.

يسعى مديرو التسويق في هذه الحالة إلى الحصول على أعلى حصة سوقية، مما يعني محاولة السيطرة على كافة الحصص السوقية، أو السوق الكلية، كما انه يتم اعتماد هذا النوع من الإستراتيجيات في حالة وجود منتجات بديلة عن منتجاتها، فتفرض على المؤسسات المنافسة سعر مساوياً لها أو أقل منه.³

¹ بيان هاني حرب: مبادئ التسويق، مؤسسة الوراق، عمان ، الأردن، 1999، ص 173.

² عبد الله المصلح وصلاح الصاوي: ما لا يسع التاجر جهله، مؤسسة الرسالة، الرياض، 2001، ص 14.

³ بيان هاني حرب: المرجع السابق، ص 174.

الفصل الأول: دور أجهزة الرقابة الشرعية لحماية السوق

تعتبر هذه الإستراتيجية هجوم من أجل جلب أكبر عدد ممكن من الزبائن، ولا تشجع المنافسة على دخول السوق، الأمر الذي من شأنه تقليل درجة المنافسة.

هذا وتستعمل هذه الإستراتيجية في الحالات التالية:

أولاً: عندما تزيد حساسية السوق للسعر المنخفض، عدد كبير من الزبائن في السوق

ثانياً: في حالة اتجاه تكلفة إنتاج وتسويق الوحدة للانخفاض مع زيادة الكميات المباعة

ثالثاً: عدم وجود زبائن من ذوي المداخل المرتفعة التي تمكنهم من الشراء بأسعار مرتفعة.

رابعاً: الاستعداد لمواجهة منافسة سعرية قوية حالية أو محتملة، فالسعر المنخفض سوق لا يدفع إلى منافسة سعرية في السوق نتيجة تقديم منتجات وخدمات بديلة.

خامساً: الرغبة في الحصول على حصة سوقية كبيرة في وقت قصير، لأن كثير من الزبائن سيشترون بالثمن المنخفض.

سادساً: استثمار طاقة إنتاجية غير مستثمرة لدى المؤسسة مما يؤدي إلى استغلال شبه كامل لمختلف الطاقات الإنتاجية، وإلى تخفيض كلفة الوحدة الواحدة إلى أدنى حد ممكن¹.

يتطلب تنفيذ هذه الإستراتيجية تحقيق حجم كبير من المبيعات مقارنة بحجم المبيعات الذي يمكن أن يتطلبه استخدام الإستراتيجية الأولى -كشط السوق. وذلك لتعويض انخفاض ربح الوحدة المباعة عند سعر منخفض فإذا كان الوصول إلى حجم مبيعات كبير يأخذ وقتاً طويلاً فإن معدل تغطية تكاليف تنمية وتقديم المنتج سيكون بطيئاً أيضاً.²

تخفيض الأسعار تصاحبه بالضرورة زيادة حجم المبيعات، والحصة السوقية المنتج، بسبب ارتفاع مرونة الطلب، ولكن يصبح صعباً فيما بعد القيام بإجراءات تخفيضات سعرية.

¹ محمد ابراهيم عبيدات: المرجع السابق، ص 251

² محمد عبد العظيم أبو النجا: المرجع السابق، ص 334.

الفصل الأول: دور أجهزة الرقابة الشرعية لحماية السوق

الفرع الثالث: التسعير على أساس الأسعار السائدة

تسعر المؤسسة في هذه الحالة وفقا لأسعار السوق السائدة فيه، وهذا بهدف مواجهة الشركات المنافسة، لكن رغم بساطة هذه الإستراتيجية إلا أنها تتجاهل عنصري الطلب والتكاليف، وهما كما سبق من العناصر المهمة في تحديد الأسعار، لكن من مميزات أنها تضمن توفير الأمان، البقاء والاستمرار، خاصة للشركات الصغيرة الحجم على الأجل الطويل.

إضافة إلى هذه الاستراتيجيات هنالك استراتيجيات أخرى يمكن الاعتماد عليها في القيام بعملية

التسعير كما يلي:

أولاً: أسعار المكانة

يقصد بالمكانة، مكانة السلعة لدى الزبائن، فكما سبق وبيننا أنواع الزبائن، يوجد فئة تهتم بشراء السلعة التي تدل على علامة تجارية معينة أو مكانة اجتماعية معينة، كما وهناك من الزبائن من يعتقد إن ارتفاع السعر يعني الجودة العالية، وهنا تقوم المؤسسة بتسعير منتجاتها لهذه الفئة بأسعار مرتفعة. لا يعكس ارتفاع الأسعار في هذه الحالة أن المؤسسة تحقق أرباحا مرتفعة، بل يعني بأنها تقوم بإنتاج سلع خاصة، وهذا يتطلب تكاليف إنتاج جد مرتفعة لتحقيق الجودة العالية التي يهدف إليها الزبون. المغزى أن كل زبون يستهلك وفقا لقدراته وإمكاناته، وللزبائن الذين لا يهتمون بالجودة ويهتمون بالسعر الأقل، توجه لهم منتجات أقل جودة بأسعار تتناسب مع دخولهم.

ثانياً: الأسعار النفسية

يقصد بذلك استعمال الحيلة النفسية اتجاه الزبائن عند وضع الأسعار بتخفيض جزء يسير عن الثمن، بحيث يدفع الزبائن على التفكير بان أسعار السلعة هو أقل من السعر المعتاد في السوق، كتسعير منتج بـ 99.5 دج عوضا عن 100 دج.

الفصل الأول: دور أجهزة الرقابة الشرعية لحماية السوق

يعطي هذا الأسلوب نتائج إيجابية في تصريف السلع، خاصة في حالة الكساد الاقتصادي. وتستعمل هذه الإستراتيجية خاصة لدى تجار التجزئة، وتستقطب عدد كبير من الزبائن.

ثالثا: تسعير مجموعة من السلع:

تعتمد هذه الاستراتيجية في نقاط البيع خاصة بحيث تقدم العديد من السلع البديلة داخل كل مجموعة سلعية، تكون مترابطة مع بعضها البعض من حيث الطلب والنفقات، فتحدد سعرا موحدا لكل مجموعة. إن الترابط بين السلع يعني أن التغيير في إنتاج سلعة معينة داخل المجموعة يؤثر على نفقات السلعة الأخرى، حيث أن انخفاض حجم مبيعات السلعة (س) يؤدي إلى انخفاض السلعة (ع) وهو مما يعني ارتفاع تكلفة الوحدة الواحدة من السلعة ومنه ارتفاع اسعارها نتيجة لتوزيع النفقات الثابتة على عدد قليل من الوحدات المنتجة منها¹.

الفرع الرابع: أهم الاستراتيجيات السعرية في المنهج الاسلامي :

- سلع تقتضي المصلحة العامة للمجتمع التدخل في اسعارها ، تحقيقا لسياسات اقتصادية عامة ، سواء برفع أو بخفض أسعارها.
- سلع تواجه خطرا، يكون تدخل ولي الامر هنا بالتسعير بوضع سعر معين ، فيزال الخطر فور التدخل.
- سلع متروك تحديد أسعارها تماما لتراضي البائع والمشتري، وهي الحالة الأصلية التي يتحدد فيها السعر وفق قوى العرض والطلب، كما أنها الحالة التي يجب أن تغلب على السوق.²

¹ نذكر على سبيل المثال جمع مجموعة من مركبات التنظيف بشريط واحد، ووضع سعر موحد لها مخفض خاصة في المراكز التجارية الكبيرة

² طاهر مرسي عطية: المرجع السابق، ص 291.

المطلب الثالث: تدخل الدولة في تحديد السعر:

يعد تدخل الدولة عاملاً خارجياً يؤثر على المؤسسة في تحديد الأسعار، وهذا معناه أن حرية المؤسسات الإنتاجية والتسويقية يمكن أن تكون مقيدة ومحدودة من القوانين الحكومية. تجسد قواعد قانون المنافسة ذات الطابع الموضوعي توجه الدولة نحو الليبرالية الاقتصادية كخيار اقتصادي، إلا أن جانباً آخر من تلك القواعد لازال يحتفظ للدولة بحقها في التدخل لتوجيه عمليات النشاط الاقتصادي ومراقبتها وذلك لاستحالة استيفاء شروط المنافسة التامة.¹

إن عملية تحديد الأسعار والحد من ارتفاعها ليس سوى ظاهرة استثنائية ففي ظل اقتصاد السوق القائم على مبدأ حرية الأسعار، يصطلح على هذا النوع من التدخل بالتسعير الجبري، ومعناه: " هو آلية في يد أولى الأوامر ضماناً لصد الاجحاف بحق طائفة من التجار من جهة، والمستهلكين من جهة أخرى وسداد لمقتضيات ومتطلبات مرافق الدولة نجد عملية تحديد الأسعار وضبطها والحد من ارتفاعها"² وعرف في الاصطلاح القانوني " هو السعر الذي يفرضه القانون بحيث لا يمكن تجاوزه".

نشير أيضاً إلى أن السلع محل التسعير حسب أهميتها وضرورتها، خاصة ما يتعلق منها بالاستهلاك الشعبي الواسع، وقائمة تلك السلع، وقائمة تلك السلع تضيق وتتسع حسب الظروف، و وفرتها أو ندرتها، ومدى الحاجة إليها³، وهذا الشيء الذي تم توضيحه في المذكرتين الإيضاحيتين لمشروع قانوني المنافسة رقم **03/30**، والممارسات التجارية رقم **02/04** وجاء فيها :

1- تدعيم تدخلات الدولة وجعلها أكثر فعالية في مجال تحديدي ومراقبة أسعار وهوامش السلع والخدمات ، لاسيما فيما يخص المواد والخدمات الضرورية.

¹ تيورسي محمد :مرجع سابق ، ص 244.

² تيورسي محمد : المرجع نفسه، ص 244.

³ كـبعض السلع ذات الطابع الاستراتيجي كالحليب والخبز والغاز... الخ ، وهذا يكون مبرر تدخل الدولة قويا.

الفصل الأول: دور أجهزة الرقابة الشرعية لحماية السوق

- 2- تزويد الدولة بجهاز قانوني منسجم وآليات تدخل فعالة لضبط ومراقبة الأسواق.
- 3- تثبيت استقرار السوق من خلال تطهير هوامش وأسعار السلع والخدمات الضرورية ذات الاستهلاك الواسع.
- 4- ضمان أكثر شفافية ونزاهة في انجاز المعاملات التجارية بهدف استقرار السوق، ولاسيما تلك التي تتعلق باحترام الأسعار المقننة...

الفرع الأول: دور الدولة الاستثنائي في تحديد الأسعار

للتسعير الجبري مزايا، يتلخص أهمها في الحد من جشع التجار واستغلالهم لاحتياجات المستهلكين، وهو ما يحقق العدالة الاجتماعية، إضافة إلى تحقيق استقرار وثبات الأسعار سيساعد المستهلك من وضع تخطيط لنفقاته وفقا لما يناسب إمكانياته، وهذا سيحقق ترشيد الاستهلاك.

كما لا يخلو التسعير الجبري من العيوب تتلخص فيما يلي:

- يخالف التسعير الجبري نظرية العرض والطلب.
- يؤدي في أغلب الأحيان في حالة انخفاض العرض السلع إلى ظهور السوق السوداء ، واختفاء بعض السلع رغم حاجة المستهلك لها.
- تحديد الأسعار، يفتح المجال أمام المنتجين للتلاعب بتكاليف الإنتاج والاستيراد.

كما قلنا سابقا تتدخل الدولة لتنظيم أو تحديد أسعار السلع والخدمات وذلك في حالتين:

أولا: تحديد أسعار بعض السلع والخدمات ذات الطابع الاستراتيجي:

استنادا لنص المادة 05 فقرة 01 من الأمر المتعلق بالمنافسة¹، فإنه يجوز التنظيم -السلطة التنفيذية- بعد الإطلاع على رأس رأي مجلس المنافسة تحديد أسعار السلع والخدمات الإستراتيجية، أو تحديد حدود قصوى للربح لهذا النوع من المنتجات.

¹ القانون رقم 05/10 المعدل والمتمم للأمر 03/03 المتعلق بالمنافسة.

الفصل الأول: دور أجهزة الرقابة الشرعية لحماية السوق

نذكر على سبيل المثال بعض المنتجات كالورق والكراريس، السميد العادي، مسحوق الحليب، حليب الأطفال، الادوات والكتب المدرسية، البترول والبنزين المكرر، الغاز، الدقيق والخبز، مياه الشرب، الأدوية المستعملة للطب البشري، الحليب المبستر، وكذا خدمات نقل الركاب والمسافرين والبضائع بالسكك الحديدية، والحافلات الكبيرة والصغيرة، وسيارات الأجرة، وكذا نسب الإيجار المطبقة على محلات ذات الاستعمال الرئيسي في السكن التي تملكها الدولة، والجماعات المحلية والمؤسسات والهيئات التابعة لها.¹

ثانيا: حالات الارتفاع المفرط للأسعار:

نصت المادة **05** **فقرة 02** من الأمر المتعلق بالمنافسة²، اتخاذ اجراءات استثنائية للحد من ارتفاع الأسعار، أو تحديد الأسعار المرتفعة بشكل مفرط، إما بسبب أزمة أو كارثة، أو صعوبات مزمنة في التمويل لقطاع نشاط ما أو في منطقة جغرافية معينة، أو في حالات الاحتكار.

كل ذلك يكون بموجب مرسوم لمدة أقصاها **06** أشهر بعد استشارة مجلس المنافسة.

نذكر أن المشرع الجزائري لم يذكر أبدا أية حالة انخفاض الاسعار من ضمن حالات التسعير

الجبري، على عكس المشرع الفرنسي الذي أجاز تدخل الدولة لتنظيم الأسعار في حالتين:

1- عدم كفاية المنافسة.

2- حالة الارتفاع أو الانخفاض المفرطين للأسعار دائما فيما يخص المشرع الفرنسي، شمل تدخل

الدولة برمته في النشاط الاقتصادي بما في ذلك القطاع العام فتتدخل الدولة لتنظيم الاسعار

لحالتين:

أ- حالات الاحتكار كالكهرب، الغاز، والماء مثلا.

¹ كل من هذه المنتجات والخدمات ونظمه المشرع بمراسيم تنفيذه سنة 1996 على حدى، راجع محمد بودالي: حماية المستهلك في القانون المقارن، مرجع سابق، ص 534.

² الأمر 05/10 المعدل والمتمم للأمر 03/03 المتعلق بالمنافسة.

الفصل الأول: دور أجهزة الرقابة الشرعية لحماية السوق

ب- ما يتعلق بالأحكام التشريعية أو التنظيمية كقطاع الصيدلة ، سيارات الأجرة ، الطرق

السريعة مدفوعة الأجرة...؟

ويمكن للحكومة تجميد الأسعار ، مراقبتها ، وتحديد هوامش الربح ، أو هوامش ارتفاع الأسعار ، فيما تتدخل الحكومة الفرنسية لتسعير المنتجات بقرارت، و¹للدولة أن تقرر الوسائل اللازمة لمنع التلاعبات بالأسعار ، فإذا سعت بسعر معين وجب على الباعة الالتزام به وإلا سئلوا قانونيا لتلك المخالفة²

تنص المادة 07 من القانون المتعلق بالممارسات التجارية 04 / 02 الجزائري: تعدل أحكام المادة 36 كمايلي " تعتبر ممارسات أسعار غير شرعية كل مخالفة لأحكام المادة 22 و 22 مكرر، و 23 من هذا القانون ، ويعاقب عليها بغرامة من 20.000 دج إلى 10.000.00 دج ملايين "

أما المادة 39 تنص على: " يمكن حجز البضائع عند مخالفة المواد 4،5،6،7،8،9،10،11، 22 مكرر ،... إلى المادة 28 من هذا القانون أيا كان ما كان وجودها، كما يمكن حجز العتاد والتجهيزات التي استعملت في ارتكابها، مع مراعاة حقوق الغير ذوي حسن النية "

نضيف المادة 44 من نفس القانون نصت على إمكانية مصادرة القاضي للسلع المحجوزة ، أما المادة 46 فنصت على إمكانية فرض عقوبات إدارية من الوالي المختص كغلق المحلات التجارية مدة 60

¹ بودالي محمد : المرجع السابق ، ص 536 .

² جاء في المذكرة الإيضاحية لمشروع المتعلق بالقواعد المطبقة في الممارسات التجارية ما يلي:

- التلاعبات التي تهدف إلى عدم تجسيد أثر الانخفاض المسجل في تكاليف الإنتاج والاستيراد والتوزيع على الأسعار ، والإبقاء بشكل عمدي على ارتفاع أسعار السلع والخدمات .
- عدم إيداع هياكل الأسعار المستحدثة بفضل الإجراء المشار إليه لاحقا.
- تشجيع غموض الأسعار والمضاربة في السوق، وانجاز معاملات خارج الشبكات القانونية للتوزيع .
- تشديد العقوبات المطبقة في حالة عدم احترام الالتزامات القانونية المنصوص عليها في هذا المجال، المتمثلة في الغرامات والتدابير الإدارية (غلق المحلات التجارية) والعقوبات المتمثلة في منع ممارسة النشاط وتلك السالبة للحرية.

راجع تيورسي محمد : المرجع السابق ، ص 257-258 .

الفصل الأول: دور أجهزة الرقابة الشرعية لحماية السوق

يوما في المدة القصوى بل يمكن منع العون المحكوم في حالة العود إلى المنع من ممارسة أي نشاط مذكور في المادة 02 من نفس القانون ، لمدة لا تزيد عن الـ 10 سنوات .

كل ذلك يضاف إليه العقوبات الجنائية التي تتراوح بين 03 أشهر، و 05 سنوات حبسا في نص المادة 47 فقرة 04 من نفس القانون.

الفرع الثاني: السعر العادل:

يتم التخفيف وحتى القضاء على ظاهرة الاحتكار عبر تدخل الدولة ، في تحديد السعر العادل وذلك من أجل مراقبة التغيرات الحاصلة في السعر داخل السوق¹

يحدد السعر العادل من أهل الخبرة بحسب متوسط سعر السوق، و وفقا لكل الاستراتيجيات والمعايير السابقة الذكر، ويُلجأ إليه في حالات محددة، والأصل أن البيع لا يكون بالإكراه بل بتراضي المتعاملين، واهم ما يساعد على تحديد السعر العادل هو قانون العرض والطلب بوضع الربح على قدر رأس المال، نشير إلى أنه لم يتم تحديد مقدار الربح لا في زمن الرفاه ، ولا في زمن الشدة.

يتوجب على الدولة عند تحديد التسعير للسلع والمنتجات أن تحدد سعرا عادلا فلا تتحاز لأي طرف و لا تظلم، فتحدد مقدار التكاليف والجهد الذي بذل في إنتاج السلعة وتسويقها ، وذلك لعدم الإجحاف في حق البائع أو المنتج ، أما إذا كانت الدولة في ذاتها المنتج فإنها تحدد أسعارا تتناسب القدرات الشرائية للمشتري .

كذلك لا ننسى الاحتكار، أن تدخل الدولة لمنعه يكون بفرض سعر عادل مؤقت فلا يقضي على

المنافسة في السوق².

¹ Pierre louis dulios et jolibert – alain fondements et pratiques .du marketing– paris . 1998 . p348 .

² تحديد سعر السلعة يربح البائع والمشتري معا ، فنجد بعض الباعة يرفع السعر ثم يساوم حتى يصل إلى سعر الحقيقي ، وكذلك بعض المشتريين يخفض السعر الحقيقي ويساوم إلى أن يصل إلى السعر الحقيقي ، وكل ذلك مربوط بمهارات التعامل.

الفصل الأول: دور أجهزة الرقابة الشرعية لحماية السوق

يغطي السعر العادل تكليف الإنتاج، مع هامش ربحي مناسب، ويتحقق في هذا الثمن العدل مصلحة المنتج والمستهلك معا في الفكر الإسلامي بخلاف الفكر الاقتصادي الوضعي الذي يراعي مصالح المستهلك فقط.¹

الربح في علم المحاسبة هو الفرق بين مجموع الإيرادات التي تحصل عليها المنشأة ومجموعة النفقات التي تتحملها في سبيل إنتاج وبيع السلع والخدمات في كل فترة معلومة.² أما في علم الاقتصاد فهو ثمن المخاطرة، نظرا للمخاطر التي تتعرض لها المشروعات كما أنه جزاء المنظم للمشروع مقابل قيامه بأعماله.³

وهذا الجزاء يتمثل في الفرق بين ثمن البيع ونفقة الإنتاج، إذ هو زيادة في قيمة بيع السلعة عن ثمن تكلفته

الفرع الثالث: التحكم في الأسعار

إذا راجعنا نص المادة 54 من الأمر 03/03 المتعلق بالمنافسة نجدها تنص على: "تحدد بصفة حرة أسعار السلع والخدمات، اعتمادات على قواعد المنافسة" لاستطعنا القول بأن تلك الحرية هي أحد دعائم النظام الاقتصادي الحر -اقتصاد السوق-، ونتيجة منطقية للمبدأ الأساسي السائد القاضي بحرية التجارة والصناعة.

لكن سرعان ما يتضح أن هذا مجرد مبدأ عام، يتم العمل به ما دامت قوى العرض والطلب في السوق تحدد الأسعار وفقا لقواعد الشفافية والنزاهة والتنظيم، حيث يرد استثناء على الأصل في المادة الموالية

¹ حسين أحمد حسين أحمد البشاييرة : سياسة تدخل الدولة في سوق السلع والخدمات في الاقتصاد الإسلامي ، عماد الدين للنشر والتوزيع ، الأردن ، بدون سنة نشر ، ص303.

² حمزة الدهومي : عوامل الانتاج في الاقتصاد الاسلامي دار الانتصار ، القاهرة ، ط 1، 1987 ، ص 28 .

³ حمزة الدهومي : المرجع نفسه ، ص 28 .

الفصل الأول: دور أجهزة الرقابة الشرعية لحماية السوق

م 05 من الأمر 03/03 المتعلق بالمنافسة، يجعل الدولة لا تقف موقف المتفرج، وإنما يعترف لها بدور في تحديد تلك الأسعار، وكل ذلك بهدف تنظيم المنافسة.

إضافة إلى الدور الغير مباشر الذي تمارسه الدولة في تحديد هوامش الربح أو الأسعار والخدمات، فإنها تتدخل أحيانا استثنائيا لتلافي الارتفاع المفرط والانخفاض المفرط للأسعار، أو الظروف الاستثنائية¹... إلخ، نعود إلى نقطة البداية لنقول بأن الدولة تتحكم بالأسعار عبر آليات اقتصادية شتى، سنوجزها فيما يلي:

أولا: الدولة تتحكم في الأسعار من خلال التحكم في شبكة التوزيع.

لا تزال الدولة من المساهمين في المجال الاقتصادي عن طريق المؤسسات العمومية التي تتخذ صفة الشركات التجارية²، وهي تعتبر وظيفة استغلال للدولة، نذكر على سبيل المثال: شركات انتاج الكهرباء والغاز تسيير قطاع المحروقات عن طريق التسيير الخاص للاملاك الوطنية عن طريق نظام الامتياز "سونطراك"، كذلك ما يتعلق بالأملاك المنجمية، قطاع البريد والاتصالات، الجزائرية للمياه³... إلخ، وكذا الدواوين المهنية، كالديوان الوطني المشترك للخضر واللحوم⁴ الذي تم إنشاؤه.

¹ راجع نص المادة 05 من الامر 03/03 المتعلق بالمنافسة.

² « L'expression d'état actionnaire englobe donc dorénavant les deux figures de l'état tuteur, à l'égard des entreprises publiques qui ont la qualité d'établissement public, et de l'état actionnaire stricto sensu, à l'égard des entreprises publiques en forme de société ».

m. lombard : les conséquences juridiques du passage de l'état propriétaire a l'état actionnaire « les contraintes du droit de la concurrence », RFAP, n° 124, 2007, p 576.

³ المرسوم التنفيذي رقم 101/01، المؤرخ في 21 ابريل 2001، المتضمن انشاء الجزائرية للمياه، الصادر في الجريدة الرسمية، عدد 34، الصادرة في 2001.

⁴ المرسوم التنفيذي رقم 309/09، المؤرخ في 2009/12/23، يتضمن انشاء الديوان الوطني المشترك للخضر واللحوم، الصادر في الجريدة الرسمية، عدد 55، الصادرة في 2009.

الفصل الأول: دور أجهزة الرقابة الشرعية لحماية السوق

لا بد للدولة باعتبارها مساهما اقتصاديا من تصريف منتجاتها داخل الأسواق الوطنية أو الخارجية، وتصريف المنتجات يقودنا إلى التوزيع، وتظهر أهمية اختيار قنوات التوزيع، من أجل تحقيق الفاعلية داخل قناة أو منفذ التوزيع.¹

إن الدولة تتحكم بشكل محكم في كل شبكة التوزيع بشكل منظم ومضبوط وبمساعدة هيئات ضبط أخرى - سنتعرف عليها لاحقا - وذلك لتصريف المنتجات بشكل عادل عبر كل الأسواق المتاحة وفقا للطلب عليها في تلك الأسواق.

ثانيا: القوانين

وهو دور الدولة الضابطة، كونها هي المكلف بوضع القوانين والقواعد التنافسية، وهذا باعتبارها هي المنظم بإصدارها القواعد المنظمة للسوق بالنسبة لكافة المتعاملين فيه، وأحيانا يحدث أن تتخذ الدولة الضابطة تدابير ليست في مصلحة المتعاملين الاقتصاديين.

يعكس ظهور سلطات الضبط التحول الحاصل في نموذج الدولة الراعية وهو ما يمكن ملاحظته من خلال وجود حركة في تقليص مكانة الهيئات العمومية في النظام المؤسسي، وكذا حجم تدخلها والسماح بمجال أوسع من الحرية، واللجوء إلى أشكال جديدة لتسيير المرفق العام.

يساهم إنشاء سلطات ضبط في مجال الصفقات العمومية الصناعية والتجارية، للانتقال إلى اقتصاد السوق، من الاحتكار إلى المنافسة حيث تهدف وظيفة الضبط في هذه القطاعات إلى تحديد شروط قيام وتطوير سوق تنافسي، والوقاية من الممارسات المنافية للمنافسة للمتعاملين الموجودين في وضعية هيمنة، وكذا تسهيل دخول متعاملين جدد للسوق مع أولوية حماية المستهلك، وضمان الاستغلال الأمثل للموارد.

¹ نعيمة غلاب: قنوات التوزيع، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2013، ص 15.

الفصل الأول: دور أجهزة الرقابة الشرعية لحماية السوق

كذلك فيما يخص النظام المالي والمصرفي، تم فك إحتكار السوق النقدي، وتحقيق استقرار في النظام المالي المصرفي، إنطلاقا من فتحه أمام الاستثمار الخاص بموجب قانون النقد الصرف 10/90.¹ نشير أيضا إلى ان الدولة كما سبق باعتبارها صاحب السيادة، وأحد سلطاتها مخولة بوضع القوانين بالتشارك مع السلطة التنفيذية، فإن التحكم في الأسعار ومراقبة الأسواق، عن طريق ترسانة من الأوامر والقوانين والمراسيم، واللوائح والقرارات بشكل مباشر.

كما يمكن ان يتم كل ذلك بطريقة غير مباشرة كالضرائب²، والضرائب نوعان:

1. الضرائب المباشرة: تفرض مباشرة على رأس مال الفرد، أو على دخله دون التواء، وتنقسم الضريبة

المباشرة بحسب طبيعة المادة الخاضعة لها إلى نوعين:

أ- الضرائب على الدخل

ب-الضرائب على رأس المال

2. الضرائب الغير مباشرة: تفرض بصورة غير مباشرة على الافراد نتيجة الاستهلاك اليومي للمواد

والسلع والخدمات، وهي التي لا يدفع فيها الممول الضرائب بنفسه، لكن عن طريق الوسيط، ولا

يحق له الطعن فيها وتنقسم إلى قسمين:

أ- **الضرائب على الاستهلاك:** وهي تستهدف استهلاك بعض البضائع المستوردة، والضرائب العامة

على إنفاق الفرد، ولها صور أيضا:

• الضريبة على رقم الأعمال: تخص انتقال البضائع بين المنتج، الوسيط، المستهلك كالصناعات

التحويلية.

¹ القانون رقم 10/90 المؤرخ في 14/04/1990، المتضمن قانون النقد والصرف، الصادر في ج.ر، عدد ، الصادرة في راجع محفوظ لعشب: الوجيز في القانون المصرفي، ط2، ديوان المطبوعات الجزائرية، الجزائر، 2006، ص 44.

² الضريبة هي اقتطاع إلزامي ونهائي من المال، محدد سلفا، ودون مقابل، يقع على كاهل الذمة المالية لبعض الجماعات والافراد من أجل تحقيق نفع عام، وتغطية النفقات العامة.

الفصل الأول: دور أجهزة الرقابة الشرعية لحماية السوق

- الضريبة على القيمة المضافة للبضاعة: تقتطع من القيمة المضافة للبضاعة أثناء انتقالها من المنتج وصولاً إلى المستهلك.
 - الضريبة على الإنتاج والاستهلاك: تفرض على البضائع أثناء هذه المراحل.
- ب- الضرائب على التداول: تفرض على واقعة انتقال حقوق الثروات، وتداولها، وكل التصرفات القانونية التي تكون الأموال محللاً لها.¹

¹ كل التصرفات القانونية كالبيع، الوصية، الهبة، ... إلخ وتترتب رسوم التسجيل العقاري، الرسوم القضائية، رسوم نقل ملكية السيارة ... إلخ.

الفصل الثاني: دور أجهزة الرقابة في حماية المستهلك وضبط السوق.

أصبح الفقهاء حديثًا يعتبرون قانون المنافسة، أداة فعالة لتنظيم وتنمية الأسواق، وكذا تفعيل نشاطها الاقتصادي، كما وصار جليا أن الهدف من ذلك القانون تعدى مجرد رعاية السير الحسن للأسواق، إلى كونه الدافع الأساسي إلى التنمية الاقتصادية للدولة¹.

تتقاسم أطراف عديدة مسؤولية حماية المستهلك - باعتباره الطرف الأضعف في الحلقة الاقتصادية- ، وحماية المتعاملين الاقتصاديين داخل الأسواق وتعتبر مسؤولية جماعية للأجهزة الرسمية التابعة للدولة، والاتحادات المهنية، والحركات الجمعوية غير الرسمية.

وجب على الدولة إلزاما وضع آليات تشريعية، وتطويرها لممارسة الرقابة على الأسواق، وذلك كنتيجة طبيعية لرغبة الجزائر في الانضمام لمنظمة التجارة العالمية، ومنظمة التبادل الحر الأرومتوسطية.

¹ تيورسي محمد: مرجع سابق، ص 323.

المبحث الأول: أجهزة الرقابة الإدارية

تتميز جرائم الغش والتدليس الواقعة داخل الأسواق، عن غيرها من الجرائم، وقد تطلب لمكافحتها إنشاء أجهزة إدارية تماثلها في الخصوصية.

نستنتج من تحليل النصوص القانونية الخاصة بالمنافسة، وحماية المستهلك، أن للإدارة دوران¹:

الأول: بحث ومعاينة المخالفات الماسة بقانون حماية المستهلك.

الثاني: التدخل لوضع حد للأعمال الغير مشروعة.

المطلب الأول: سلطات الضبط الإدارية الرسمية وغير الرسمية

تتنوع الأجهزة الإدارية التي استحدثتها الدولة لمراقبة الأسواق إلى رسمية بنصوص قانونية فعلتها، وضبطت مهامها.

وأخرى غير رسمية كالجمعيات التي تعنى بحماية المستهلكين، أو الجمعيات المهنية للدفاع عن حقوق المحترفين، والتي تساهم في كل من الجانب التوعوي قبلا، ثم الدفاع كطرف فعال عن حقوق المستهلكين أمام الجهات الرسمية.

تملك كل هيئة من أجهزة الضبط الإدارية سلطة ضبط القطاع الخاص بها، سواء بالتنظيم أو الرقابة اللاحقة، أو حتى السلطة القمعية -العقوبات- المخولة لها، أضف إلى ذلك الدور الاستشاري الذي تلعبه في اقتراح نصوص القوانين أو تعديلها.

كما خول المشرع بعضا من هذه الهيئات سلطة اصدار أنظمة بهدف تحقيق الضبط الاقتصادي بوضع مجموعة قواعد تسمح بتطبيق نصوص تشريعية سابقة فسامها البعض بالسلطات التنظيمية التطبيقية².

¹ بودالي محمد: مرجع سابق، ص668.

² .Zouaimia : les autorité administratives indépendantes et la régulation économique en Algérie , édition Houma , Alger, 2005, p72 .

الفرع الأول: الأجهزة الإدارية المكلفة بالرقابة

يعتبر الضبط الاقتصادي من فروع القانون الجديدة التي تجمع بين قواعد القانون العام، والخاص، > وهو مجموعة القواعد القانونية التي ينحصر موضوعها في القطاعات التي تقتضي ضبطها نظرا لخضوعها لقانون المنافسة ولأهداف أخرى تتميز بطابعها غير اقتصادي.¹

وتعتبر المنافسة أهم أهداف الضبط، والأساس الذي تتمحور حوله كل اختصاصات سلطات الضبط ، ولتدخل سلطات الضبط هدفان اقتصاديان هما :

-أولا: ضمان منافسة مشروعة.²

-ثانيا: ضمان عدم تحطيم المنافسة لذاتها.³

سنلخص اهم المهام التي توكل بها سلطات الضبط على الرغم من اختلافها فيما يلي:

1. تنظيم الخروج من الوضعيات الاحتكارية خاصة لدى مؤسسات الدولة التي كانت تسيطر على قطاعات مهمة خاصة قطاع الخدمات العمومية .
2. تنظيم حرية الدخول إلى السوق عن طريق رفع الحواجز التي تعيق الدخول إليه .
3. ضمان مبدأ المساواة في الدخول للأسواق
4. رقابة المنافسة ووضعيات الهيمنة في السوق.
5. الموازنة بين المنافسة ومنطق السوق ومقتضيات المصلحة العامة .

¹ وليد بوجملين : قانون الضبط الاقتصادي في الجزائر، دار بلقيس، الجزائر، 2011، ص66

² راجع الفصل الثاني من الباب الاول في هذا البحث ويكون ضمان المشروعية للمنافسة بتصحيح النقائص الموجودة في السوق ، ومحاربة كل الممارسات المنافية للمنافسة .

³ بالنسبة للمستهلك ، والمؤسسات التنافسية داخل الاسواق .

الفصل الثاني: دور أجهزة الرقابة في حماية المستهلك وضبط السوق

6. ضمان التوازن بين الأهداف الاقتصادية (ضمان حرية المنافسة) والأهداف غير الاقتصادية (ضمان حماية مصالح المستهلك)¹.

حرص المشرع على التنوع في أجهزة الضبط الإدارية التي تراقب سير الأسواق وفق مختلف القواعد والتوازنات التي تبناها قانون المنافسة، وقانون حماية المستهلك ، ومختلف القوانين التي تعني الأسواق. وسنتطرق إلى أهمها كما يلي:

أولاً: مصالح مراقبة الجودة وقمع الغش²:

يعتبر أعوان قمع الغش من الموظفين المنوط بهم بعض مهام الضبط القضائي وفقاً لأحكام المادة 14 ق إ ج ج³، وتم تحديدهم بموجب أحكام المادة 25 من القانون 403/09. حددت مهام هؤلاء الأعوان في الباب الثاني من المرسوم التنفيذي رقم 415/09⁵، وكذا ضباط الشرطة القضائية المكلفون بالبحث والمعاينة.

يعتبر أعوان قمع الغش مساعدين قضائيين بمهمة قضائية بحتة، ويكونون ملزمين قبل مباشرة مهامهم بآداء اليمين أمام المحكمة الإدارية محل إقامتهم، والتي تقوم بدورها بتحرير وتسليم اشهاد بذلك، ويوضع على بطاقة التفويض بالعمل خاصتهم⁶.

¹ بمعنى التوازن بين مصالح المتعاملين الاقتصاديين، ومصالح المستهلك، فمهمة الضبط تكون بالمحافظة على حسن سير السوق بضمان منافسة مشروعة بين المتعاملين.

² انظر الملحق رقم 3.

³ القانون رقم 155/66، المتضمن قانون الاجراءات الجزائية .

⁴ الأمر رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

⁵ مرسوم تنفيذي رقم 415/09 المؤرخ في 16/12/2009، المتضمن القانون الاساسي الخاص المطبق على العمال المنتمين إلى الأسلاك الخاصة بالإدارة المكلفة بالتجارة

⁶ راجع القرار المؤرخ في 15 غشت 2012، يحدد نموذج بطاقة التفويض بالعمل وكيفية اصدارها وسحبها للموظفين المنتمين للأسلاك الخاصة بإدارة المكلفة بالتجارة، الصادرة في ج ر عدد13، المؤرخة في 06 مارس 2013.

الفصل الثاني: دور أجهزة الرقابة في حماية المستهلك وضبط السوق

يتمتع أعوان قمع الغش بالحماية القانونية من جميع أشكال الضغط والتهديد التي تشكل عائقا في أداء مهامهم، ويمكنهم كذلك طلب تدخل أعوان القوة العمومية الذين وجب عليهم الاستجابة لهذا الطلب، بل ويمكنهم اللجوء عند الحاجة إلى السلطات القضائية متمثلة في وكيل الجمهورية أو النائب العام¹.

1. مهامهم:

تلخص مهمة هذا الجهاز في مراقبة مطابقة المنتجات والخدمات الموجهة للمستهلك بمقابل أو مجانا في مختلف مراحل وضعها للاستهلاك، قصد البحث والمعينة عن المخالفات التي من شأنها أن تشكل خطرا على صحة وأمن المستهلك، أو تلحق ضررا بمصالحه المادية واتخاذ الإجراءات القانونية اللازمة لحمايته².

2. صلاحيتهم:

أ. حرية الدخول نهارا أو ليلا، بما في ذلك أيام العطل، إلى المحلات التجارية والمكاتب والملحقات و محلات الشحن والتخزين وبصفة عامة إلى أي مكان، باستثناء المساكن³.

ب. المراقبة أثناء نقل المنتجات في الطرقات.

ج. فحص الوثائق أو سماع المتدخلين المعنيين في جميع مراحل وضع المنتج للإستهلاك.

د. فحص كل الوثائق الغدارية، التقنية، التجارية، المالية أو المحاسبية، وكل وسيلة معلوماتية في أي

يد وجدت دون الاحتجاج ضدهم بالسر المهني، والقيام بالحجز إذا تطلب التحقيق ذلك.

هـ. المعاينة المباشرة بالعين المجردة أو بأجهزة القياس، لكل المنتجات، ويمكنها اخذ عينات لاجراء

تحاليل أو تجارب .

¹ راجع المادة 26 من القانون 03/09 المتعلق بقانون حماية المستهلك.

² راجع المواد 27، 28 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك.

³ تفتيش المساكن يخضع في اجراءاته واحكامه لقانون الاجراءات الجزائية.

الفصل الثاني: دور أجهزة الرقابة في حماية المستهلك وضبط السوق

و. اتخاذ التدابير التحفظية الضرورية إزاء المنتجات المشكوك في مطابقتها بهدف حماية صحة

المستهلك أو سلامته أو مصالحه المادية.¹

3. واجباتهم²: ما يجب عليهم الالتزام به عند ممارسة مهامهم مايلي:

أ. احترام السر المهني.

ب. تبيان الوظيفة وإطارها التفويض بالعمل.

ج. الالتزام الصارم بالاجراءات القانونية للرقابة، وتحرير محاضر بكل اجراء يتخذ.

د. احترام حقوق الدفاع للخاضعين للمراقبة.

هـ. العمل أيام العطل وخارج أوقات العمل الرسمية عند الحاجة.

و. الكشف عن المخالفات المتعلقة بالممارسة والأنشطة التجارية.³

¹ . التدابير التحفظية هي :

- رفض الدخول المؤقت أو النهائي كالمنتجات المستوردة عند الحدود
- السحب المؤقت للمنتجات عند مختلف مراحل عملية العرض للاستهلاك
- الحجز أو السحب النهائي للمنتوج
- الامر باسترجاع المنتجات .
- تغيير اتجاه المنتجات
- إعادة توجيه المنتجات لاستعمالها بعد التحويل
- إتلاف المنتجات
- التوقيف المؤقت للنشاط
- الأمر باعادة التصدير .

² الموقع الإلكتروني لمديرة التجارة لولاية معسكر www.dcmascaRa.gov.dz، تاريخ الزيارة: 15 أبريل 2018، ساعة

الزيارة : 23:08

³ راجع المادة 49 من القانون رقم 02/04 المؤرخ في 23 جوان 2004، الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

4. من هم أعوان الرقابة وقمع الغش¹؟

في إطار تطبيق القانون، يؤهل للقيام بالتحقيق ومعاينة مخالفات أحكامه، الموظفون الآتيون:

1. ضباط وأعوان الشرطة القضائية المنصوص عليهم في قانون الإجراءات الجزائية.
2. المستخدمون المنتمون إلى الأسلاك الخاصة بالمراقبة التابعون للإدارة المكلفة بالتجارة.
3. الأعوان المعنيون التابعون لمصالح الإدارة الجبائية.
4. أعوان الإدارة المكلفة بالتجارة المرتبون في الصنف 14 على الأقل المعنيون لهذا الغرض.

ثانيا: مخابر تحليل النوعية:

بعض المنتجات يحتاج إلى التحليل في المخابر بأخذ عينات منها، لأنها منتجات خطيرة².

وتصنف مخابر تحليل النوعية إلى 3 فئات:

1. المخابر التي تعمل لحسابها الخاص، وهي من قبيل الرقابة الذاتية التي يقوم بها المحترفون استكمالاً لنشاط رئيسي، ويكون التحليل كخدمة ذاتية لمنتجاتها.
2. مخابر خاصة لتقديم الخدمات لحساب الغير.
3. المخابر المعتمدة في إطار قمع الغش، وتهدف إلى تحسين النوعية، وتحاليل الجودة، وتقديم كل خدمات المساعدة التقنية للمستهلكين وإعلامهم، وتحسين نوعية المنتجات، ويكون موضوعها المنتجات المستوردة والمنتجة محليا على حد سواء.

هناك شبكة خاصة من المخابر تابعة للوزارات التالية:

5. وزارة الدفاع الوطني - وزارة الداخلية - المالية - الصناعة وإعادة الهيكلة - الطاقة والمناجم - الاتصال والثقافة - وزارة التعليم العالي والبحث العلمي - الفلاحة والصيد البحري - الصحة والسكان -

¹ راجع الموقع الإلكتروني لمديرية التجارة لولاية معسكر: مرجع سابق.

² علي بولحية بن بو خميس: مرجع سابق، ص 62.

الفصل الثاني: دور أجهزة الرقابة في حماية المستهلك وضبط السوق

العمل والحماية الاجتماعية - التكوين المهني - البريد والمواصلات - وزارة السكن - وزارة التجارة - وزارة النقل - التجهيز والتهيئة العمرانية - المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

شبكة مخابر التجارب وتحليل النوعية¹:

هي مجلس يضم 65 عضواً، ورئيس، وخمسة نواب ينتخبون 3 سنوات، وتنقسم إلى 5 لجان يشرف عليها نواب الرئيس:

6. لجنة تأمين النوعية.

7. لجنة الصيانة والتجهيز.

8. لجنة الإعلام العلمي.

9. لجنة القياس والموازن.

10. لجنة طرق التحليل.

مهمة هذه اللجان وضع مخطط عمل يعرض على المجلس لينافس ويثري، ويصادق عليه، كما تهدف هذه الشبكة إلى حماية الاقتصاد الوطني، وضمان أمن وصحة المستهلك.

ثالثاً: المجلس الوطني لحماية المستهلكين:

في فرنسا أنشئت لجنة سلامة المستهلكين بقانون 1983/07/21، نقلا عن نموذج الولايات المتحدة الأمريكية المنشأ عام 1973 تحت اسم: Safety Commission Consomer Product ، ومن أهم مهام هذه اللجنة جمع المعلومات حول المخاطر التي قد تنشأ عن المنتجات أو الخدمات، وإعلام الجمهور بها، وتقتراح ما تراه مناسباً من تدابير للوقاية من تلك المخاطر².

¹ الموسم التنفيذي رقم 96 / 355 المؤرخ في 19/10/1996، يتعلق بإنشاء شبكة مخابر التجارب والتحليل النوعية وتنظيمها وسيرها، الصادر في ج. ر عدد 62.

² بودالي محمد: مرجع سابق، ص 417.

الفصل الثاني: دور أجهزة الرقابة في حماية المستهلك وضبط السوق

في الجزائر ما يلعب ذلك الدور هو المجلس الوطني لحماية المستهلكين¹، وهي هيئة استشارية، ومن أهم مهامه إبداء الرأي في التدابير الكفيلة بالمساهمة في تحسين الوقاية من المخاطر التي يمكن أن تسبب فيها السلع والخدمات المعروضة في الأسواق، من أجل حماية مصالح المستهلكين المادية والمعنوية.²

يتكون المجلس من لجتين هما:

1. لجنة نوعية المنتجات والخدمات وسلامتها.

2. لجنة إعلام المستهلك.

يتشكل المجلس الوطني لحماية المستهلك من جميع الوزارات وممثلين عن الجمعيات وخبراء مؤهلين في ميدان نوعية المنتجات والخدمات، يختارهم الوزير المكلف بالتنوع، الذي يبقى هذا الجهاز استشاري بالنسبة للوزير.

أما عن مكان اجتماعه فيكون بمقر المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرمز، الذي يتولى الأمانة التقنية لأشغالها.³

رابعا: الهيئات الموكلة بحماية العلامة التجارية:

عرفها المشرع الجزائري بأنها >> كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص، والأحرف، والأرقام والرسومات، أو الصور، والأشكال المميزة للسلع، أو توضيبيها والألوان بمفردها...<<⁴

تكتسب العلامة التجارية بتسجيلها لدى الجهات المخولة قانونا بذلك، وهذا ما يمنحها الحماية القانونية، وتكون العلامة صناعية كشركات صناعة السيارات MERCEDEC مثلا، أو تجارية تشير إلى أحد التجار

¹ المرسوم التنفيذي رقم 92 / 272 المؤرخ في 1992/07/6، الذي يحد تكوين المجلس الوطني لحماية المستهلك.

² راجع المادة 03 من المرسوم التنفيذي 272/92 السابق.

³ راجع بودالي محمد: مرجع سابق، ص418-419، راجع أيضا علي بولحية بن بوخميس: مرجع سابق، ص64.

⁴ راجع المادة 01/02 من الأمر 03/06 المؤرخ في 19 يونيو 2003، المتعلق بالعلامات التجارية.

الفصل الثاني: دور أجهزة الرقابة في حماية المستهلك وضبط السوق

كشعار NIKE مثلا، وهذا كله معناه أن العلامة هي أداة لتمييز المنتجات عن بعضها، وهو ما يسهل عملية الاختبار للمستهلك، إلا أن تقليد السلع والمنتجات يشكل عائقا للتمييز، وهو ما يؤدي إلى تضليل المستهلك وجداعه.¹

لتوفير الحماية اللازمة للعلامات التجارية نجد العديد من الهيئات منها:

1. وزارة التجارة: كهيئة عامة يوكل إليها العديد من مهام حماية مصالح المستهلكين²، ومن بين

مهامه ما يلي:

- يقترح ويتابع كل إجراء يهدف إلى تحسين الجودة من خلال إقرار منظمات العلامات التجارية وحماية العلامات المميزة، والتسميات الأصلية.

2. مديرية المنافسة: هي إحدى 08 مديريات تحتويها وزارة التجارة، تضم 3 أقسام:

- المديرية الفرعية لقانون المنافسة.

- المديرية الفرعية لتطوير المنافسة.

- المديرية الفرعية للمنازعات.

3. مديرية الجودة والمنتجات: تضم:

- المديرية الفرعية لتقنين الجودة وأمن السلع والخدمات.

- المديرية الفرعية للمناهج والأنظمة.

- المديرية الفرعية لترقية الجودة.³

¹ بن داود إبراهيم: قانون حماية المستهلك وفق أحكام القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك، ط1، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2016، ص93.

² راجع المرسوم 207/94 المتعلق بصلاحيات وزير التجارة المؤرخ في 16 جويلية 1994، المعدل بالمرسوم التنفيذي رقم 453/02 المؤرخ في 21 ديسمبر 2002 الصادر في الجريدة الرسمية المؤرخة في 22 ديسمبر 2002، العدد 85.

³ كل هذا الأجهزة يتمثل دورها في تحقيق الحماية الكافية للمستهلك، بالبحث عن جودة الخدمات والمنتجات، وقمع الغش والممارسات غير النزيهة، ومن ضمنها تقليد العلامة التجارية سواء كليا أو جزئيا.

4. المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزوم¹

وهو يشكل أعلى هيئة لنظام البحث والرقابة والتحقيق على المستوى الوطني، وهو هيئة مستقلة مالياً، وتتمتع بالشخصية المعنوية، وتعمل تحت وصاية وزير التجارة.

5. المفتشية المركزية للتحقيقات الاقتصادية وقمع الغش:

تقوم بمهمة التحقيق وقمع الغش، وكل ما يستدعي ذلك من تحقيقات خاصة بمساعدة موظفي إدارة المنافسة، والأسعار، والجودة، وقمع الغش، ويمكن أن تتعاون المفتشية مع المصالح الجهوية للمنافسة في ميدان رقابة الممارسات التجارية.

6. المصالح الخارجية لوزارة التجارة²: ونجد من ضمنها ما يلي:

أ. المديرية الولائية للتجارة³: وهي تضم المصالح التالية:

- مصلحة الإدارة والوسائل.
- مصلحة الجودة.
- مصلحة تنظيم السوق.
- مصلحة المراقبة والمنازعات.

وتنشأ على مستوى الحدود البرية والبحرية والمطارات.

ب. المديرية الجهوية للتجارة⁴: توجد 09 مديريات على المستوى الوطني، وتضم 03 مصالح:

- مصلحة الإدارة والوسائل.

¹ راجع المرسوم التنفيذي 147/89 المؤرخ في ، المتعلق بإنشاء المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزوم.

² راجع المرسوم التنفيذي 409/03 المؤرخ في 5 نوفمبر 2003 يتضمن المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعملها، الصادر في ج ر المؤرخة في 9 نوفمبر 2003، العدد 68.

³ نظمها نفس المرجع السابق.

⁴ نظمها نفس المرسوم السابق.

الفصل الثاني: دور أجهزة الرقابة في حماية المستهلك وضبط السوق

- مصلحة المتابعة والتخطيط والمراقبة وتقييمها.

- مصلحة الإعلام الإقتصادي والتحقيقات المتخصصة، وتفتيش مصالح مديريات التجارة.¹

خامسا: الهيئات المحلية ذات الاختصاص العام:

1. الوالي²: يكون الوالي مسؤولا عن اتخاذ الإجراءات اللازمة للدفاع عن مصالح المستهلكين على

مستوى إقليم ولايته، إضافة إلى الدفاع عن حقوق ومصالح المستهلكين بالإشراف على المديريات الولائية للمنافسة والأسعار، والعديد من الهيئات في مكاتب التحقيقات الإقتصادية.

يتلخص دور الوالي في فرض تطبيق السياسة الوطنية في مجال قمع الغش وحماية الجودة والمستهلك،

كما من صلاحياته اتخاذ الإجراءات الوقائية التي تدرأ الخطر الذي يترصد للمستهلك.³

2. رئيس المجلس الشعبي البلدي: يمتلك هذا الأخير صفة الضبطية الإدارية، والإستهلاكية

المعرضة للاستهلاك حماية المستهلك مما قد يحيط به من مخاطر المنتجات، ويملك سلطة الرقابة في أماكن التصنيع، أثناء التخزين والنقل، وعرضها للاستهلاك، والتأكد من مدى مطابقتها للمواصفات والمقاييس القانونية، واتخاذ القرارات المناسبة في ذلك، وإحالة المخالفين على العدالة.⁴

تخول الولاية البلدية في إطار التشريع صلاحية القيام بأي عطل يستهدف تنمية الأعمال التجارية

والمهنية، والخدمات، وتشجيعها عبر التراب الوطني، وتسهر على توفير احتياطات السكان وحماية قدرتهم الشرائية.⁵

¹ تتولى هذه المديريات تقييم وتنشيط المديريات الولائية للتجارة التابعة لاختصاصها الإقليمي، وانجاز جميع التحقيقات الإقتصادية الخاصة بالمنافسة والتجارة الخارجية، والجودة، وأمن المنتجات بالاتصال مع الهياكل المركزية لوزارة التجارة. راجع في ذلك: بن داود إبراهيم: المرجع السابق، ص 97-98.

² راجع كل من: علي بولحية بن بوخميس: مرجع سابق، ص 63-64. بن داود إبراهيم: مرجع سابق، ص 98.

³ راجع أحكام المادة 46 من القانون 02/04، الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

⁴ علي بولحية بن بوخميس: مرجع سابق، ص 63. راجع أيضا بن داود إبراهيم: مرجع سابق، ص 98.

⁵ راجع المواد 123، 129، 154 من القانون رقم 11/10 المؤرخ في 22 يونيو 2011، يتعلق بالبلدية.

الفصل الثاني: دور أجهزة الرقابة في حماية المستهلك وضبط السوق

من بين أهم الهيئات التابعة للولاية في الجزائر، المديرية الولائية للمنافسة والأسعار، والتي تتمثل مهمتها في تنفيذ السياسة الوطنية المقررة في ميادين المنافسة والأسعار والتنوع والتنظيم التجاري، وقد حدد لها حوالي 16 مهمة تحرص على تنفيذها.¹

كما أن مهمة حماية وترقية الصحة تلتزم بها كل أجهزة الدولة المحلية، بتطبيق تدابير النظافة ومحاربة الأوبئة، ومكافحة تلوث المحيط، وتطهير ظروف العمل والوقاية العامة، كما وتنشأ مكاتب حفظ الصحة البلدية بقرار مشترك بين وزير الداخلية، ووزير المالية، ووزير الصحة العمومية، ووزير الري والبيئة والغابات، بناء على اقتراح الولاية.²

الفرع الثاني: الأجهزة غير الرسمية (الجمعيات):

أولاً- مفومها:

يعد تكوين الجمعيات حق مكفول دستورياً، وشروط وإنشائها محددة قانونياً، ويكون إنشاؤها لأجل تحقيق أهداف محددة، ولا تكون تسعى إلى تحقيق الأرباح كالمؤسسات الاقتصادية والتجارية، إلا أنه يمكنها ذلك مع تخصيصها لإنجاز المشاريع المسطرة في برامجها السنوية.

يعتبر عمل الجمعيات تطوعي في الأساس، فهي تعبر عن حقوق فئة من المجتمع في مجال معين، ومن تلك الفئات المستهلكين، فأصبح وجوه تلك الجمعيات ضرورة نظراً لانفتاح الاقتصاد الوطني على الأسواق على سلع وخدمات متنوعة، مقدمة من منتجين محليين وآخرين أجانب.³

ايضا المواد 01،33،76،82 من القانون رقم 12-07 المؤرخ في 21 فبراير 2012 يتعلق بالولاية الصادر في ج ر المؤرخة في 29 فبراير 2012، العدد 12.

¹ المرسوم التنفيذي رقم 91/91 المؤرخ في 06 أبريل 1991 يتضمن تنظيم المصالح الخارجية للمنافسة والاسعار وصلاحياتها وعملها، الصادر في ج ر المؤرخة في 10 أبريل 1991 العدد 16، في المادة 03 منه.

² آغا جميلة: دور الولاية والبلدية في حماية المستهلك، مجلة العلوم القانونية والإدارية، عدد خاص، كلية الحقوق، جامعة جيلالي اليابس، منشورات مكتبة الرشد للطباعة والنشر والتوزيع، 2005، سيدي بلعباس، ص242 وما يليها.

³ هامل الهواري:، مرجع سابق.

الفصل الثاني: دور أجهزة الرقابة في حماية المستهلك وضبط السوق

يقصد بجمعيات حماية المستهلكين حسب المشرع المصري في القانون رقم 67 لسنة 2006 ما يلي:
>> الجمعيات والمؤسسات الأهلية واتحاداتها المشهورة وفقا لأحكام قانون الجمعيات والمؤسسات الأهلية، والتي تعني بحماية المستهلك سواء بصفة أساسية أو تبعية¹
تخضع هذه الجمعيات في الجزائر من حيث انشائها وتنظيمها وتسييرها إلى قانون رقم 06/12²، وفي مادته الثانية يعرف الجمعية بانها >> تجمع أشخاص طبيعيين و/أو معنويين على أساس تعاقدى لمدة محددة أو غير محددة...<<

يمكن أن يكون نشاط الجمعية وطنيا أو محليا، حسب ميدان عطلها ونشاطها الجغرافي، وتعمل على مساعدة أجهزة الدولة الرسمية، وتطهيرها من اي منتج لا يطابق المواصفات والمقاييس القانونية.
يتلخص هدفها في تحقيق التوازن داخل الأسواق بين مصالح المستهلكين والمهنيين³، بمعنى أنها تشجع المنتجين (المحترفين) على عرض منتجات وتقديم خدمات صالحة، سليمة ذات نوعية جيدة وصحية لإنعاش الاقتصاد الوطني من جهة، ومن ناحية أخرى ضمان حق المستهلك في استهلاك منتجات لا تشكل خطرا على صحته، أو تهدد حياته، أو تبتدد امكاناته المادية.⁴
اعترف المشرع الجزائري بدور جمعيات حماية المستهلكين في القانون 02/89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك الملغى بقانون 03/09.

¹ جاء التعريف في نص المادة 10 من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك الصادرة بالقرار رقم 886 لسنة 2006 المصري . راجع محمود عبد الرحيم الدين: الحماية المدنية للمستهلك (دراسة مقارنة)، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2011، ص89.

² القانون رقم 6/12 المؤرخ في 12 يناير 2012، يتعلق بالجمعيات، الصادرة في ج ر عدد 02 المؤرخة في 15 يناير 2012.

³ راجع الفصل الأول من الباب الأول من هذا البحث.

⁴ هامل هوارى: المرجع السابق، ص224.

ثانيا: وظائف جمعيات حماية المستهلكين:

1-التحسيس والتوعية (التدخل الوقائي):

يعتبر من بين أهم واجبات الجمعيات تحسيس المواطنين بالمخاطر التي تهدد أمنه، وصحته، وماله، بل ويمتد دورها إلى توعية المحترفين المنتجين بأهمية الإجراءات الوقائية التي يجب عليهم اتخاذها.¹ يتلخص التحسيس في تعليم المستهلكين وتنبههم إلى قواعد النظافة، وترشيد الاستهلاك وتعريفهم بحقوقهم، والدفاع عنهم، والتصرف بيقظة أكبر اتجاه التجار، ويكون قرب تلك الجمعيات من السكان والمستهلكين أفضل لجعل صوتها مسموع، كما يمكن أن تكون حملات التحسيس بإقامة معارض أو أجنحة تحسيسية في الاسواق، أو عبر الصحافة، والبرامج الإذاعية، أو المقالات... الخ²

2-إعلام المستهلكين: التحسيس بالمخاطر يكون باستخدام وسائل الإعلام المكتوبة والمرئية، والمسموعة، أو القاء محاضرات، أو بالملصقات والمنشورات، أو المطويات، أو عبر الموقع الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي المنتشرة، أو برسائل قصيرة في أجهزة الهواتف النقالة، بالندوات والأيام التحسيسية... الخ.

يعتمد كل ما تنتشره الجمعيات على جمع المعلومات أولا، ثم معالجتها وتحليلها، ثم نشرها في الوقت المناسب على أوسع نطاق³، وكل ذلك يعتبر من قبيل حقها في نقد وتقييم المنتجات والخدمات بشكل فعال. تعتبر المجالات المتخصصة هي أكثر الوسائل التي تساهم في إعلام المستهلك، إلا أنها تخضع وجوبا إلى الرقابة، بإجراءات معينة وآجال محددة، تحت طائلة العقوبة لتلك النشريات.⁴

¹ علي بولحية بن خميس: المرجع السابق، ص66.

² وزارة التجارة، مديرية التجارة لولاية بسكرة، جمعيات حماية المستهلكين الرابط: WWW.dCWbiskra.dz تاريخ الزيارة 20/04/2018 الساعة: 00:44.

³ علي بولحية بن بوخميس: المرجع السابق، ص66.

⁴ راجع نصوص المواد : 08، 11، 12، 13، 67، 92، 116، من القانون العضوي رقم 05/12 المؤرخ في 12 يناير 2012، يتعلق بقانون الإعلام، الصادر في ج ر عدد 02، المؤرخة في 15 يناير 2012.

الفصل الثاني: دور أجهزة الرقابة في حماية المستهلك وضبط السوق

3- مراقبة الاسعار والجودة: يشبه هذه الدور دور مصالح قمع الغش، فالمشرع اعترف للجمعيات

هذه بالمنفعة العامة وفقا للشروط والتنظيمات القانونية المعمول بها.

تعمل جمعيات حماية المستهلكين على مراقبة الأسواق إلى جانب أجهزة الدولة الرسمية، بصفة خاصة

عنصر الأسعار فيها الذي يشكل أهمية كبرى لضباطها وموازتها كتسقيف الأسعار مثلا.

4- الدفاع عن حقوق المستهلكين:

أ. التمثيل أمام الهيآت الاستشارية¹

ونقصد بها السلطات العمومية متمثلة في:

✓ المجلس الوطني لحماية المستهلكين.

✓ لجنة البنود التعسفية في وزارة التجارة.

✓ التمثيل أمام المحاكم: فنتأسس كطرف مدني بإسم مستهلك أو عدة مستهلكين ألحقت بهم أضرار

فردية بسبب نفس المتدخل، أمام القاضي الجزائي، كما يمكنها رفع دعوى مدنية أصيلة أمام القاضي المدني،

ويمكن أن يكون الدفاع كما يلي:

*الدفاع عن المصلحة الفردية للمستهلكين:

استنادا لنص المادة 23 من قانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، يمكن للجمعيات

رفع دعاوى للدفاع عن المصلحة الفردية للمستهلكين بشروط ذكرت في نفس المادة.

*الدفاع عن المصالح المشتركة للمستهلك:

راجع ايضا: بودالي محمد: مرجع سابق، ص108.

¹ مديرية التجارة لولاية معسكر، مرجع سابق.

الفصل الثاني: دور أجهزة الرقابة في حماية المستهلك وضبط السوق

يمكن كما سبق وأوضحنا. أن تأسس جمعية حماية المستهلك كطرف مدني أمام القاضي الجزائري بشروط.¹

ب-الدعوى إلى المقاطعة أو الاشهار المضاد:

إلى جانب الدعاوى القضائية يمكن لهذه الجمعيات استخدام المقاطعة عبر اصدار تعليمة لكافة المستهلكين لما له من عواقب وخيمة على المهنيين، وتهديد رادع لهم يجعلهم يحترمون رغبات المستهلكين. كما يمكنها أن تقوم بإشهارات مضادة لسلع أو منتجات تراها تهدد أمن وسلامة صحة، أو مال المستهلك، وهو عمل وقائي لأنه يهدف إلى كشف حقيقة السلعة أو الخدمة للمستهلك، وهي أيضا وسيلة في يد الجمعيات للتعبير عن رفضها كل من يمكن أن يمس سلامة وأمن المستهلك.

المطلب الثاني: إدارة الجمارك

يعتبر قطاع الجمارك من أهم قطاعات الدولة، لكونه أحد الركائز التي يقوم عليها الإقتصاد الوطني، لاسيما ما توفره هذه الهيئة من حماية، ومراقبة للتجارة الخارجية، ومكافحة الجرائم الإقتصادية في ظل عولمة الإقتصاد والتطور التكنولوجي في مختلف وسائل ، والنقل.

يشجع التوجه الإقتصادي الحالي، الانفتاح على التجارة الخارجية والاستثمارات، والصادرات...الخ، حيث أصبح ضروري إيجاد قواعد تنظم وتسهل حركة انتقال السلع والمنتجات بين المتعاملين الإقتصاديين، وقد كان من بين تلك المساعي عقد الجزائر لاتفاقية (ستاند باي) سنة 1994، وماتبع ذلك من عقود أبرمت مع صندوق النقد الدولي، وما تبع ذلك من تحرير للتجارة الخارجية والأسعار، ومن ثمة البحث عن أنظمة جمركية اقتصادية تتماشى مع التطور الاقتصادي.²

¹ راجع المادة 23 من قانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلكين وقمع الغش، وكالمادة 76 من قانون إج ح.
² مبارك بن الطيبي: نظرة حول الأنظمة الإقتصادية الجمركية في التشريع الجزائري ، مجلة دفاتر السياسة والقانون،

الفصل الثاني: دور أجهزة الرقابة في حماية المستهلك وضبط السوق

إن الحديث عن تحرير التجارة ليس ممكنا بدون التركيز على إدارة الجمارك، فهي الموجودة على النقاط الحدودية، وهي المخولة بمراقبة تدفق السلع من و إلى الإقليم الجمركي.¹ ، كما أنه كان من الواجب لتحرير التجارة و الأسواق تبني إجراءات جمركية تحفيزية توجه أساسا لتسهيل إجراءات التخزين، والتحويل، والعبور، وهو ما جعل إدارة الجمارك تتجاوز دورها التقليدي في الجباية إلى المشاركة في تطوير والحفاظ على الأمن الاقتصادي .

الفرع الأول : مفهوم الأنظمة الاقتصادية الجمركية

أولا : تعريفها: النظام الجمركي هو تلك " الإجراءات الجمركية التي تخضع لها البضائع الموجودة تحت مراقبة الجمارك ² ."

يعرفها بعض الفقهاء كما يلي :

« هي تلك الأنظمة الموجهة لتشجيع بعض الأنشطة الاقتصادية كالاستيراد والتصدير، عن طريق استعمال ميكنزمات معينة تتغير حسب النشاط المعني، كوقف الضرائب، أو الإعفاء منها إلى جانب الرسوم الجمركية (...)³

ومنه يكون النظام الجمركي عبارة عن جملة من الإعفاءات الواردة على السلع والبضائع عند دخولها أو خروجها من الإقليم الجمركي، وتكون الإعفاءات في إحدى الصور التالية :

1. الإعفاء من إجراءات الرقابة الخارجية والصرف.

¹التصويت على قانون جمارك جديد: فعالية وتفتح على المحيط ، أخبار الجمارك الدورية تصدر عن المديرية العامة للجمارك الجزائرية ، عدد1، 2017، ص04.

² هذا التعريف لم يغطي كل الوضعيات القانونية للنشاطات الاقتصادية، خاصة وضعية البضائع ، هذا التعريف خاص بالمنظمة العالمية للتجارة .

OMC ;GLOSSAIRE DES TERMES DOUJASSIERS INTERNATION.AUX,1995

³ Cloud. j. Berr et Henri trumeau. Le droit douanier ;2éd ;paris. LGdJ ;1981 ;P230.

الفصل الثاني: دور أجهزة الرقابة في حماية المستهلك وضبط السوق

2. الإعفاء الكلي أو الجزئي من بعض الضرائب والرسوم المختلفة

3. الإعفاء من الضمان الجمركي بناء على المعاهدات والاتفاقيات الدولية..

تعتبر الأنظمة الاقتصادية الجمركية مفيدة المصدر على العديد من الأصعدة، حيث أنها توفر حوافز

جبائية ومالية وإدارية.¹

عرفها أيضا المشرع الجزائري في المادة 115 من قانون 10/98، المتضمن قانون الجمارك²

كالآتي:

«تمكن الأنظمة الجمركية الاقتصادية من تخزين البضائع وتحويلها واستعمالها أو نقلها بتوقيف

الحقوق الجمركية والرسوم الداخلية للاستهلاك، وكذا كل الحقوق والرسوم الأخرى، وتدابير الحظر ذات

الطابع الاقتصادي الخاضعة لها .»

إذن الأصل في دخول البضائع إلى الإقليم الجمركي لدولة ما، أن يدفع صاحبها الرسوم والحقوق

الجمركية الواجبة قانونا، غير أنها إذا وضعت رهن نظام اقتصادي جمركي فإن تلك الحقوق توقف لا تدفع

من المستورد إلى غاية وضعها تحت نظام الاستهلاك.

تتلخص أهداف هذا النظام في تشجيع الاستثمار الأجنبي داخل الدولة ، وكذا تشجيع المنتج

الوطني وتدعيمه، وتسهيلا للتبادلات التجارية مع دول الجوار.³

¹. للإطلاع على أهم التسهيلات الجمركية راجع: التسهيلات الجمركية في الموقع: WWW.Algex.dz، تاريخ الزيارة

2018/04/27

² القانون رقم 79/0 ، المؤرخ في 21 يوليو 1979 المتضمن قانون الجمارك، الصادر في ج ر عدد30، المؤرخة في 24 يوليو 1979 المعدل والمتمم .

³ نأخذ على سبيل المثال: نظام القبول المؤقت /نظام التموين بالإعفاء/ نظام العبور.

ثانيا- الخصائص العامة للأنظمة الجمركية:

1. وضع تصريح مفصل: هو وثيقة رسمية تحدد واجبات ومسؤولية الخاضع للضريبة اتجاه إدارة الجمارك، حيث تسمح تلك الوثيقة بتحصيل كافة الحقوق والرسوم الجمركية عن كل البضائع المعدة للتصدير أو الاستيراد .
2. اعتبار البضاعة خارج الإقليم الجمركي: أي إقليم الدولة برا وبحرا وجوا، وكل البضائع المعدة للاستيراد أو التصدير تعتبر خارج الإقليم.
3. توقيف الحقوق الجمركية¹: أي أن توقف إدارة الجمارك تحصيل تلك الحقوق والرسوم.
4. الخضوع للتعهد المكفول: وذلك بهدف ضمان الوفاء بالالتزام الواقعة على عاتق المتعهد له، والمستفيد من الأنظمة الاقتصادية الجمركية المنصوص عليها في قانون الجمارك².

ثالثا: أنواع الأنظمة الجمركية:

- 1- نظام العبور: تعفى فيه البضائع العابرة من الرسوم الجمركية، وهو نظام يشجع حركة النقل، ماعدا البضائع المحرمة دوليا، أو المتجهة إلى دول عدوة، وقد نص عليه المشرع الجزائري في قانون الجمارك.

¹ الحق الجمركي هو الضريبة على السلع المستوردة في بلد ما، تحصلها المصالح الرسمية للجمارك على مستوى نقاط العبور (tarif douanier)

² مبارك بن الطيبي: المرجع السابق، ص531.532

الفصل الثاني: دور أجهزة الرقابة في حماية المستهلك وضبط السوق

2- نظام المستودع : وهو نظام جمركي يمكن من تخزين البضائع تحت المراقبة الجمركية في الأماكن المخصصة من إدارة الجمارك مع توقيف الحقوق والرسوم وتدابير الحظر ذات الطابع الاقتصادي وهو أنواع¹:

3- نظام القبول المؤقت: إدخال بضائع معينة إلى المنطقة الجمركية بإعفاء مشروط من الضرائب (كلياً أو جزئياً) ويجب للإعفاء:

- أن تستورد البضائع بغرض التصدير.

- أن تكون المدة محددة مسبقاً.

- ألا تطرأ على تلك البضائع تغييرات باستثناء النقص العادي بنتيجة الاستعمال²

4- نظام إعادة التموين بالإعفاء: أي الإعفاء كلياً أو جزئياً من الضرائب والرسوم في حالة استيراد

بضائع متجانسة، مع بضائع طبقت في السوق الداخلية، واستعملت للحصول على منتجات سبق تصديرها بشكل نهائي، وهناك شروط قانونية لهذا الإعفاء.³

5- نظام المصنع الخاضع للمراقبة الجمركية: هو نظام يهدف إلى تخفيف تكاليف الإنتاج، وتخفيف

العبء الجبائي عن المؤسسات الوطنية، بهدف تحفيز الأعوان الاقتصاديين.⁴

¹ يوجد المستودع العمومي وهو مخصص للاذخار العمومي ومخصص للاحتياجات العامة، والمستودع الخاص يمنح للخواص (أشخاص طبيعيين أو معنويين) في انتظار إلحاقهم بنظام جمركي آخر مرخص به، وهناك المستودع الصناعي، ويكون في البضائع التي تجرى عليها عمليات تحويل أو تصنيع أو معالجة، أو التي يجري استخدامها على حالها، راجع مبارك الطيبي : المرجع نفسه ، ص533.

² اصطلح على هذا النظام المشرع الجزائري اسم "الإدخال المؤقت" من أجل الاستعمال pour utilisation

³ راجع نص المادة 174 من قانون الجمارك.

⁴ تطرقت إلى هذا النوع من المصانع المواد 165 إلى 171 باعتبارها وحدات صناعية تستفيد منتجاتها من امتيازات جمركية من قانون الجمارك .

الفصل الثاني: دور أجهزة الرقابة في حماية المستهلك وضبط السوق

6- نظام التصدير المؤقت: هو ذلك النظام الذي يسمح بتصدير البضائع المعدة لإعادة استيرادها بهدف معين، وفي أجل محدد دون تطبيق تدابير الحظر ذو الطابع الاقتصادي، إما على حالتها دون أن يحدث لها تغيير، أو بعد تعرضها لتحويل أو تصليح في إطار تحسين الصنع، كما يشترط اكتتاب تصريح لدى الجمارك يتضمن تعهدا بإعادة الاستيراد.

رابعاً: الوظائف الرئيسية للأنظمة الجمركية:

1- وظيفة النقل : تنقل البضائع من نقطة جمركية إلى أخرى وفق إجراءات رقابة صارمة لتفادي الإخلال بالالتزامات أو تحويل وجهة البضائع داخل الإقليم الجمركي (برا وبحرا وجوا) عن طريق نظام العبور.

2- وظيفة التحويل: وذلك وفقا لنظام المستودع الجمركي مع نظام إعادة التموين بالإعفاء، والقبول المؤقت -السابق الذكر-

3- وظيفة التخزين: تخزين البضائع تحت المراقبة الجمركية بنظام المستودع الجمركي.

4- وظيفة الاستعمال: يسمح في هذا المجال بتصدير البضائع أو استيرادها لإنتاج المنتجات المعروضة، أو لانجاز أعمال كبرى وذلك بنظام القبول المؤقت أو التصدير المؤقت.

الفرع الثاني : دور الجمارك في حماية الأسواق

أولاً: المنظمة العالمية للجمارك (OMD)¹ organisation mondiale des douanes

1- تعريفها: هي هيئة حكومية دولية تمثل 162 إدارة جمركية في شتى أرجاء العالم اقترحها

مجلس التعاون الجمركي L'opération douanière إلى جانب العديد من المنظمات الدولية

¹ راجع <https://comtext.reverso.net>، 2013.2019

تاريخ الزيارة: 02/01/2019

ساعة الزيارة: 20:00 h

الفصل الثاني: دور أجهزة الرقابة في حماية المستهلك وضبط السوق

الأخرى، تلك المنظمة استطاعت الحصول على مركز المراقب -observation- في منظمة

الأمم المتحدة¹، ويجري العمل على الانتهاء من اختبار أداة Outil de

communication sécurisé (CEN comm

كما أن المنظمة موقع مهم إزاء المجتمع الدولي، وتوصي بتنفيذ معيار موحد للبيانات الإلكترونية

والرسوم بالتوقيع على إطار المعايير المعتمدة من المنظمة، وتلتزم جميع الأطراف بتنفيذ أحدث التوصيات

(les derières recommandations)، كما أنه من بين مهام OMD ترويج وإدارة عملية موائمة

القوانين والإجراءات الجمركية بين أعضائها

«L'OMD encourage et administre l'harmonisation de législations et

procedures douanières parmi ses membre.»

تعنى بكل ما يتعلق بالتشريعات والمساطر الجمركية التي تنظم التجارة بين البلدان، وتهدف إلى رفع

فعالية المصالح الجمركية عبر العالم وضمان جودة خدماتها، إضافة إلى تمكينها من أداء وظائفها فيما

يخص تسهيل المبادلات التجارية دولياً وتأمينها².

تأسست هذه المنظمة سنة 1952 تحت اسم "مجلس التعاون الجمركي" ضم في البداية 17 بلداً أوريبيا

، وافتتح أولى دورانه في بروكسل بتاريخ 1953/01/16 ومع الوقت وصل عدد أعضائها إلى 180 دولة

¹ بتاريخ 28 تونيو حزيران 2003 صدر قرار عن مجلس OMD المنعقد في المغرب قرار يرمي إلى كفالة مركز المراقب في الجمعية العامة .

² راجع: Aljazeera.net شبكة الجزيرة الإعلامية 2013

تاريخ الزيارة: 2019/01/02.

ساعة الزيارة: 20:15

الفصل الثاني: دور أجهزة الرقابة في حماية المستهلك وضبط السوق

تمثل 98% من التجارة العالمية، كما تعتبر الهيئة الدولية الوحيدة المختصة في هذا الشأن، وتعتبر الناطق الرسمي للجمارك في المحافل الدولية.

2- أهدافها الإستراتيجية :

- تعزيز الأمن وتيسير التجارة الدولية.
- تبسيط النظم الجمركية وتوحيدها
- الحث على تحصيل الإيرادات بشكل عادل وفعال وناجع
- حماية المجتمع الدولي، والصحة العامة والسلامة
- محاربة الغش
- تعزيز قدرات المصالح الجمركية الوطنية لبناء معايير جمركية عصرية
- التشجيع على تبادل المعلومات والتجارب.
- رفع مستوى كفاءة الجمارك وتحسين أدائها.
- إجراء الأبحاث والتحليل بشأن البضائع المتداولة دولياً.¹

¹ راجع موقع : شبكة الجزيرة الإعلامية، مرجع سابق.

الفصل الثاني: دور أجهزة الرقابة في حماية المستهلك وضبط السوق

ثانيا: الإعفاءات التي تستفيد منها الجزائر في إطار المنظمة العالمية للتجارة¹:

تعتبر المزايا التي تمنحها OMC للدول الأعضاء بمثابة دوافع ومحفزات للانضمام إليها ، والجزائر كغيرها من الدول النامية تسعى للانضمام إليها بهدف الاستفادة من تلك المزايا كعضو، واحدة تلك الدول النامية.

تنقسم الدول العضوية في منظمة التجارة العالمية إلى دول متقدمة، ودول نامية، ومن غير المعقول أن نلغي الدول النامية القيود الجمركية في مواجهة السلع ذات المنشأ للدول المتقدمة قد تقضي تماما على المنتجات المحلية في ظل المنافسة السائدة، وهذا ما جعل المنظمة تستحدث نظاما تفضيليا يقتصر تطبيقه فقط على الدول النامية.

من بين المزايا التي تمنح للدول النامية العضوية في المنظمة حماية المنتج الوطني من المنافسة على المدى القصير خاصة، وذلك بالسماح لها بالإبقاء على التعريفات الجمركية² المرتفعة نوعا ما، وكذلك مدة التحرير التي قد تصل إلى 10 سنوات بدلا من 6 سنوات للدول المتقدمة.

يمنح أيضا الانضمام إلى OMC بالنسبة إلى الجزائر الاستفادة من الإعفاءات الخاصة بالدول النامية، والتي تمس عدة قطاعات منها الفلاحة، التي تصل فيه مدة الإعفاء إلى 10 سنوات ، كذلك تدابير الصحة النباتية التي تمس السلع المستوردة، إضافة إلى إجراءات الاستثمار المتصل بالتجارة بحيث يؤجل

¹ ظهرت OMC إلى حيز الوجود في 1995/01/01 بعد اتفاقيات جولة الأورغواي (المفاوضات المتعددة الأطراف)، التي اعتبرت المصدر المنشأ للمنظمة، وتعتبر الإطار المؤسسي المشترك لسير العلاقات التجارية بين أعضائها، مع الأدوات القانونية المتصلة بها، فأصبحت الإطار الموسع الذي يؤطر المبادلات التجارية ، ويحول دون النزاعات راجع: ناصر دادي عمون، منتاوي محمد : انضمام الجزائر إلى المنظمة العالمية للتجارة (الأهداف والعراقيل)، مجلة الباحث ، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة ، عدد 03/2004، ص 67.

² راجع دليل أعمال اتفاقيات منظمة التجارة الدولية ، أمانة الكومنويلث ، مركز التجارة الدولية،

الأونكتاد /م.ت.ع، 1995.

الفصل الثاني: دور أجهزة الرقابة في حماية المستهلك وضبط السوق

تطبيق إجراءات الاستثمار المتصل بالتجارة وبأحكام ميزان المدفوعات إلى 50 سنوات ، ويمكن أن تصل إلى 7 سنوات بطلب من البلد المعني.¹

إن قاعدة التفصيلات ليست على إطلاقها ، حيث يختلف مقدار التفصيلات بحسب كل اتفاقية، ففي اتفاق شراكة الجزائر مع الإتحاد الأوربي مثلا، تعفى من الحقوق الجمركية المنتجات الزراعية ومواد الصيد ذات لمنشأ الجزائري منذ يوم وضع اتفاق الشراكة حيز التنفيذ، أما المنتجات ذات المنشأ الأوربي فمنتظر من الجزائر تخفيض التعريفات الجمركية من 25% وصولا إلى 100% .

نفس الفكرة تطبق على المنتجات الصناعية الجزائرية المصدرة للدول الأوربية تكون معفاة من الرسوم الجمركية، أما منتجات الدول الأوربية الموجهة إلى الأسواق الجزائرية فتخضع لجدول التخفيضات المتفق عليه في الشراكة .

المبحث الثاني: أجهزة الرقابة القانونية

لا يعتبر الاطلاع والتعرف على النصوص التي تنظم المنافسة، كافيا لتطبيق قانون المنافسة، إذ لا بد من إخضاع السوق للرقابة، ومعرفة مدى المساس الفعلي والمحتمل، فلا يمكن ان يكون تطبيق القانون عفويا.

وتدخل المشرع فضلا عن النصوص القانونية الحمائية لمصالح المتعاملين الاقتصاديين، داخل الأسواق، من التجاوزات والممارسات التنافسية غير المشروعة في مجال السلع والخدمات المعروضة، فسخر الأدوات القانونية التي تكفل ضبط حركة السوق، فأنشأ مجلسا للمنافسة الذي يعتبر هيئة إدارة مستقلة له مهمة وقائية ضد الممارسات التعسفية المحتملة، إضافة إلى إمكانية التدخل المباشر في المتعاملين داخل السوق بهدف التوصل إلى منافسة حقيقية فيها.

¹ ناصر دادي عدون ،منتاوي محمد : مرجع سابق ، ص71، راجع أيضا : عياش قويدر ، إبراهيمي عبد الله ، آثار انضمام الجزائر إلى المنظمة العالمية للتجارة ، بين التفاؤل والتشاؤم، مجلة اقتصاديا شمال إفريقيا، عدد2، ص61.62.

الفصل الثاني: دور أجهزة الرقابة في حماية المستهلك وضبط السوق

أضف إلى ذلك هيئة القضاة الضامنة لحقوق المتعاملين الاقتصاديين بتطبيق القانون، والوقوف على توقيع العقوبات على مخالفه.

المطلب الأول: مجلس المنافسة

إعتبار الخصوصيات التي يتميز بها قانون المنافسة أحدث التشريعات خاصة ليست ذات طابع قضائي، تتميز عن بقية الأجهزة الرقابية للنشاطات الاقتصادية، تتميز بالسرعة والنجاعة في المعالجة، أنشأت مؤسسة حديثة سميت بـ "مجلس المنافسة" بموجب الامر رقم 06/95¹ في الجزائر، الذي ألغي فيما بعد بنص الامر 03/03

الذي تبني نفس المبادئ والقواعد الخاصة بالمنافسة مع توضيح المفاهيم الخاصة، وإضافة قواعد جديدة تمنع ممارسات كثيرة لم ترد في القانون الأول تفيد بالمنافسة.

الفرع الأول: التعريف بالجهاز

أولاً- تعريفه:

عرف مجلس الدولة الفرنسي مجلس المنافسة بأنه: "جهاز إداري مستقل ذو طبيعة غير قضائية ينصب كسلطة لمراقبة الأسواق".²

أما المشرع الجزائري فقد أشار الامر 06/95³ المتعلق بالمنافسة الملغى في المادة 16 منه، إلى بعض خصائص المجلس التي يتمتع بها منها تمتعه بالشخصية المعنوية، والاستقلالية الإدارية، ما يستفاد منه انه لم يعرفه ولم يتعرض إلى طبيعته القانونية.

¹ الأمر رقم 06/95 المؤرخ في 25/01/1995، المتعلق بالمنافسة الملغى بالأمر رقم 03/0 المؤرخ في 19 يوليو 2003، المتعلق بالمنافسة، الصادرة في ج- ر عدد 43 المؤرخة في 20-07-2007، المعدل والمتمم بالقانونين 08/12 و 05/10.

² تيورسي: مرجع سابق، ص 327.

³ الأمر 06/95 المتعلق بالمنافسة الملغى

الفصل الثاني: دور أجهزة الرقابة في حماية المستهلك وضبط السوق

أما المادة 23 من الامر 03/03¹ فقد نصت على: "نشأت سلطة إدارية مستقلة تدعى في صلب النص "مجلس المنافسة" تتمتع بالشخصية القانونية والاستقلال المالي، توضع لدى الوزير المكلف بالتجارة.² يكون مقر مجلس المنافسة في مدينة الجزائر"³، كما أن النص السابق يضع مجلس المنافسة تحت وصاية الوزير المكلف بالتجارة، دون المساس باستقلاله في اتخاذ القرار علما انه قبل ذلك كان مرتبطا بمصالح ورئاسة الجمهورية مباشرة.

بخصوص المشروع المصري فقد نص قانون المنافسة رقم 03 لسنة 2005 على إنشاء جهاز المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية في مواده من المادة 11 إلى المادة 20، كذلك اللائحة التنفيذية رقم (1316) لسنة 2005 تكلمت عن هذا المجلس في المواد 21 إلى 45 منها.

فالمشروع الجزائري حذا حذو المشروع المصري بعدم تعريفه للمجلس والاكتفاء بخصائصه.

ثانيا - طبيعته القانونية

1. الطابع الإداري: كما هو واضح من النصوص القانونية كون المجلس ذو طابع إداري، وما يؤكد تلك الصيغة الإدارية هو انعدام وجود نظام التدرج السلمي الذي تخضع له مختلف الهيئات التابعة للسلطة التنفيذية ، وهذا معناه عدم تلقيه الأوامر من أي جهة ، لكن تبقى تلك الاستقلالية مشكوك فيه لإعتبارات منها:

- أ. بعد تعديل 2008 في الجزائر وضع الجهاز تحت وصاية وزارة التجارة، وهي تعمل تحت وصاية الحكومة؟
- ب. ما تملكه السلطة التنفيذية من حق في تعيين بعض أعضاء المجلس عكس ما هو موجود في فرنسا؟
- ج. كون النظام الأساسي للمجلس وتنظيمه وطريقة عمله تتم بموجب مرسوم؟

¹ الأمر 03/03 المتضمن قانون المنافسة.

² المادة 23 من القانون 03/03 المتضمن قانون المنافسة المعدل بالقانون 08-12 .

³ اسلام هاشم عبدالمقصود سعد: مرجع سابق، ص 119.

الفصل الثاني: دور أجهزة الرقابة في حماية المستهلك وضبط السوق

د. التقرير السنوي الذي يرفعه المجلس عن نشاطه إلى رئاسة الحكومة أليس من قبيل الرقابة المباشرة على أعماله؟

ه. الحق الذي منح لرئيس الحكومة بالترخيص لعملية التجميع في حالة صدور قرار بالرفض من المجلس؟

3- الطابع القضائي:

نظرا لكل الأسباب المذكورة سابقا -نسبة الاستقلال الإداري-، ومن جهة أخرى ما يتمتع به المجلس من اختصاصات تنازعية -سنوضحها لاحقا- هنالك من الفقهاء من يرجع طابعه الشبه قضائي الأسباب التالية:

أ. ما منحه المشرع للمجلس من صلاحيات تنازعية¹

ب. تمتع المجلس بسلطة اتخاذ قرارات وعقوبات مالية بغرض وضع حد الممارسات المنافية للمنافسة -سلطة العقاب-²

ت. بعد استحداث هذا الجهاز، نزع صفة التجريم عن الممارسات المنافية للمنافسة وأصبحت من مهام المجلس التدخل لقمع تلك التجاوزات، وزود بنفس السلطات التي كانت للقاضي الجزائي قبلا.

ث. يثار التساؤل حول طبيعة المقررات التي تصدر عن المجلس؟

ج. ما اظهرته السلطات القضائية من قصور بخصوص المنازعات المتعلقة بالمنافسة³

¹ تيورسي محمد: المرجع السابق، ص 327 وما يليها.

² راجع نصوص المواد 44-45-46 من الأمر 03/03 المتعلق بالمنافسة.

³ راجع نصوص المواد 36 (ق 08 / 12)، المادة 45، 46، والفصل الرابع من الأمر 03/03 المتضمن قانون المنافسة تحت عنوان "العقوبات المطبقة على الممارسات المقيدة للمنافسة والتجميعات".

الفصل الثاني: دور أجهزة الرقابة في حماية المستهلك وضبط السوق

أمام حجج الموقفين، فإن ما تبناه العديد من الفقهاء في الجزائر، هو أن مجلس المنافسة هو هيئة ذات طبيعة خاصة تجمع بين الصبغة الإدارية والصفة القضائية، حيث يعتبر "سلطة إدارية شبه مستقلة، وشبه قضائية" فهو جهاز إداري شبه مستقل مزود بوظيفة قضائية تنظيمية.¹

ثالثا: تشكيلة جهاز المنافسة

1- لدى المشرع الجزائري: يتشكل المجلس من 12 عضواً²، يعينهم رئيس الجمهورية بمرسوم رئاسي، وبنفس الطريقة تنهى مهامهم، ويكون تعيينهم لعهد مدتها (04) سنوات ويتم تجديدهما لنصف أعضاء كل فئة من فئاته.³

أ. الفئة المكلفة بتسيير المجلس:

• الأعضاء: وهم (06) أعضاء يختارون من الشخصيات والخبراء الحائزين على شهادة جامعية أو خبرة مهنية (08) سنوات في مجال القانون ، أو الاقتصاد ولهم مؤهلات في مجالات المنافسة والتوزيع والاستهلاك ، والملكية الفكرية.

(04) أعضاء من المهنيين المؤهلين الممارسين أو الذين مارسوا ولهم خبرة (05) سنوات في الانتاج

أو التوزيع أو الحرف ، والخدمات والمهن الحرة.

عضوان مؤهلان يمثلان جمعيات حماية المستهلكين⁴.

¹ تيورسي محمد: المرجع السابق، ص 330-131.

² . Bennadji cheril , le dispositif légal relatif à la concurrence (les voies de recours contre les décisions du conseil de la concurrence), la lettre juridique n0 22 février 1995, p 9 à 11.

³ لقد كان مجلس المنافسة في ظل الأمر 95-06 المنشأ له (12) عضواً، تقلص إلى (09) أعضاء بموجب الأمر 03/03 المتضمن لقانون المنافسة، ليرجع بعدها العدد إلى ما كان عليه قبلاً، وهو (12) عضواً بصدر القانون 12/08 المعدل والمتمم للقانون 03/03.

⁴ راجع نص المادة 24 من القانون 12/08 المعدل والمتمم للقانون 03/03 المتضمن قانون المنافسة.

الفصل الثاني: دور أجهزة الرقابة في حماية المستهلك وضبط السوق

ما نلاحظه في نص المادة 24 من القانون 08/12 أن إضافة فقرة لها بموجب القانون 10/05 وهي تتضمن : " يمكن لأعضاء المجلس المنافسة ممارسة وظائفهم بصفة دائمة " وهذا معناه ان عهدة الاعضاء مدتها . كما سبق . 04 سنوات قابلة للتجديد ، إلا انهم خلال فترة مدة عملهم لا يمكن إقالتهم أو تبديلهم وهم ملزمون بأداء واجبهم كما يجب ما داموا يتمتعون بالحماية من الضغوطات¹ .

• **المقررون** : نص المشرع في المادة 26 من القانون 12/08 المعدل للقانون 03/03، لتعيين أمين عام مقرر للمجلس ، إلى جانب (05) مقررين بشروط معينة يجب ان تتوفر فيهم أهمها خبرة (05) سنوات على الأقل² ، ويعتبرون خارج التشكيلة ، ويكلفون بمهام ، ذات صلة بالمجلس من رئيس المجلس كالتحقيق في العرائض ، والاستماع إلى الشخصاخاص الذين يرون فائدة إفادتهم للملفات المطروحة أما المقرر العام فهو مساعد مباشر لرئيس المجلس. كما أن هناك ممثلان يعينهما وزير التجارة له ، أحدهما دائم ، والثاني مستخلف له ، ومشاركتها في أشغال المجلس مجردة من حق التصويت.

ب/ الفئة المكلفة بالتسيير الإداري:

• **الأمين العام** : يعينه رئيس الجمهورية بمرسوم رئاسي ، وتصنف وظيفته وفقا لما ورد في المادتين 12 - 13 من القانون الداخلي للمجلس³ ، يشارك في أشغال لمجلس لكن ليس له الحق في التصويت كما يكلف بالمهام التالية:

- مراقبة نشاطات المصالح الداخلية للمجلس، والعمل على التنسيق بينها

¹ راجع نص المادة 24 الفقرة 05 المضافة بالقانون 05/10 المعدل والمتمم للقانون 03/03 المتضمن قانون المنافسة.

² إن شرط الخبرة ضروري لأنها تساعد المقررين في مهامهم (إجراءات التحقيق) التي تتسم بالحركية والتعقيد راجع محمد الشريف كتو: الممارسات المنافية للمنافسة في القانون الجزائري، أطروحة دكتوراه في القانون، 2004/2003، ص 263.

³ المرسوم الرئاسي رقم 44/96 المؤرخ في 17/01/1996 يحدد النظام الداخلي لمجلس المنافسة، الصادر في الجريدة الرسمية عدد 05 المؤرخة في 21/01/1996.

الفصل الثاني: دور أجهزة الرقابة في حماية المستهلك وضبط السوق

- حفظ النسخة الاصلية للمقرر الصادر عن المجلس مع محضر الجلسة.

- التصديق على مطابقة نسخ القرارات وآراء المجلس¹

- مديرو المصالح: يوجد أربع مصالح على رأس كل مصلحة مدير كما يلي :

- مدير مصلحة الإجراءات

- مدير مصلحة الوثائق والدراسات والتعاون

- مدير مصلحة التسيير المالي والإداري

- مدير مصلحة الاعلام الالي

يعين هؤلاء المدراء رئيس المجلس بمقرر تعيين، وتعتبر وظيفة المدير بنفس رتبة المدير في الادارة

المركزية ، ويختارون من نفس فئات المقررين والأمين العام²

• المستخدمون الإداريون والتقنيون وأعوان الخدمات:

هم رؤساء المصالح، المحاسبون ، الموثقون ، تقنيو الإعلام الآلي ، أعوان الهاتف ، أعوان الرقابة

يكون توزيعهم عبر مختلف المصالح في المجلس ، يستفيدون من التعويض المنصوص عليه في التنظيم

المعمول به ، المطبق على المستخدمين التابعين لمصالح الرئاسة ، وفي حالة الإخلال بواجباتهم يعاقبون

وفقا للتنظيم المطبق على الأسلاك المشتركة التابعة للإدارة العمومية³ .

2- لدى المشرع المصري: ينشأ لإدارة الجهاز مجلس ادارة ، يصدر تشكيلة بقرار من الوزير المختص

، يتكون من رئيس و(14) عضوا ، وتكون مدة المجلس (04) سنوات قابلة للتجديد لمدة واحدة

، ويحدد قرار التشكل المعاملة المالية لهم ، ويكون التشكيل كآآتي⁴:

¹ راجع المواد 05-29-30 من المرسوم الرئاسي السابق.

² راجع المواد 06 و 12، 13 من المرسوم الرئاسي السابق.

³ راجع المادتين 14-15 من المرسوم 44/96 الذي يحدد النظام الداخلي في مجلس المنافسة.

⁴ إسلام هشام عبد المقصود سعد: مرجع سابق، ص 199.

الفصل الثاني: دور أجهزة الرقابة في حماية المستهلك وضبط السوق

- رئيس متفرغ من ذوي الخبرة المتميزة.

- مستشار من مجلس الدولة بدرجة نائب رئيس يختاره مجلس الدولة.

- ثلاثة من المختصين وذوي الخبرة .

- أربعة يمثلون الوزارات المعنية.

- ستة يمثلون الاتحاد العام للغرف التجارية، واتحاد الصناعات المصرية ، واتحاد البنوك ، والاتحاد

العام للجمعيات الأهلية ، الاتحاد العام لحماية المستهلك ، الاتحاد العام لعمال مصر ، على ان يختار كل

اتحاد من يمثلته يكون للجهاز مدير تنفيذي متفرغ يعينه الوزير المختص بناء على ترشيح من رئيس الجهاز

ويكون المدير التنفيذي الممثل القانوني للجهاز أمام الغير ، والقضاء ، ويحضر اجتماعات المجلس دون

أن يكون له الحق في التصويت¹

3- مقارنة بين تشكيل المجلس بين الجزائر ومصر:

أ/ أوجه التشابه: من حيث شرط الخبرة في الأعضاء المنتمين للمجلس مطلوب في كل قانوني

البلدين ومن حيث الفئة المكلفة بالتسيير الإداري تتشابه في كلا البلدين الى حد كبير، كما وان المسيرين

التنفيذيون لم يمنحوا الحق في التصويت لدى كل منهما دوناً عن حضور الجلسات .

ب/ أوجه الاختلاف: في نقاط كثيرة منها :

1- عدد أعضاء المجلس في مصر (14) أكثر منه في الجزائر (12) عضو .

2- لا يزال يحتفظ بقاوض ضمن تشكيلة مجله المشرع المصري فيما استغنى عنهم المشرع

الجزائري في الامر 03-03 ، واستعاض بهم بالشهادة الجامعية زائد الخبرة .

¹ إسلام هشام عبد المقصود سعد: مرجع سابق، ص 199.

الفصل الثاني: دور أجهزة الرقابة في حماية المستهلك وضبط السوق

3- حضور الوزارات في المجلس المصري طاغ، وفعل أكثر بكثير من الجزائري الذي اقتصر على ممثل واحد فقط ومستخلف له من وزارة التجارة مع سلبه حق التصويت.

4- حرص المشرع المصري على وجود ممثلين لمختلف الاتحادات التي لها صلة مباشرة بالاقتصاد والمنافسة داخل الاسواق، وكذلك تملك طابعا نقابيا وحمائيا فيما اقتصر المشرع الجزائري على ممثلين فقط من جمعية حماية المستهلك.

5- كان تركيز المشرع الجزائري في مجمله على الاعضاء الذي ينتمون الى السوق مباشرة - المتعاملين الاقتصاديين - بمختلف فئاتهم.

رابعا : التنظيم المصلحي لمجلس المنافسة : يتشكل المجلس من 04 مديريات تعمل مباشرة تحت سلطة رئيس المجلس الذي يساعده الامين العام والمقررون وذلك بهدف ضمان السير الحسن للمجلس.

1- مديرية الاجراءات ومتابعة الملفات : من مهامها مايلي:

- استلام الاخطارات وتسجيلها.

- معالجة البريد

- اعداد الملفات ومتابعتها في مختلف المستويات

- تحضير جلسات المجلس.¹

2- مديرية الدراسات والوثائق وانظمة الاعلام والتعاون²

تعتبر ذاكرة المجلس ، وتتلخص مهمها في :

- جمع الوثائق والمعلومات ذات الصلة بنشاط المجلس وتوزيعها

¹ راجع نص المادة 43 من الامر 03/03 المتضمن قانون المنافسة

² هذا الاسم ورد في المرسوم التنفيذي 241/11 المؤرخ في 10 يوليو 2011، يحدد تنظيم مجلس المنافسة وسييره ، الصادر في الجريدة الرسمية عدد 39 الصادر في 13 يوليو 2011.

- وضع نظام للاعلام والاتصال

- تسيير برامج التعاون الوطنية والدولية

- ترتيب الارشيف وحفظه.¹

3- مديرية الإدارة والوسائل :

ينحصر نشاطها داخل المجلس ومن مهامها:

- تسيير الموارد البشرية والوسائل المادية للمجلس.

- تحضير ميزانية المجلس وتنفيذها.

- تسيير وسائل الاعلام الآلي للمجلس.²

- القيام بتحليل الاسواق في مجال المنافسة.

- انجاز ومتابعة التحقيقات المتعلقة بشروط تطبيق النصوص التشريعية والتنظيمية ذات الصلة بالمنافسة.

الفرع الثاني: صلاحيات مجلس المنافسة:

يعتبر الهدف الاساسي لمجلس المنافسة هو ترقية وحماية المنافسة، وبالتالي ضمان حماية

المستهلك، وكل المتعاملين الاقتصاديين ، داخل السوق ، وهذا ما يتطلب منح صلاحيات لهذا المجلس

تضمن تحقيق الهدف يمارسها من خلال ما كلف به هذا الاخير من مهام ، ووفقا لمختلف التشريعات

والقوانين التي تحيط بالمنافسة ومجلسها.

¹. راجع المادة 03 من المرسوم التنفيذي السابق.

² راجع نفس المادتين نفس المرسوم.

أولاً: الصلاحيات ذات الطابع الاستشاري:

يستشار المجلس ويبيدي رأيه في كل مسألة لها علاقة بالمنافسة، ولمجلس المنافسة نوعين من

الاستشارة:

1- استشارة اختيارية: من يحق لهم طلب الاستشارة هم (الحكومة الجماعات المحلية الجمعيات

المهنية والنقابية¹)، كما يجوز للمجلس ابداء رأيه في كل المسائل التي يرى ارتباطها بالمنافسة،

و يتمتع مجلس المنافسة بسلطة اتخاذ القرار، وابداء الرأي، والاقتراح بمبادرة منه او بطلب من الوزير

المكلف بالتجارة ، او كل طرف آخر معني ، بهدف تشجيع وضمان الضبط الفعال للسوق²

نشير إلى ان هذا النوع من الاستشارة الاختيارية ليس ملزماً ولا يترتب عليه اي أثر قانوني في حالة

عدم اخذ برأي المجلس

2- الاستشارة الاجبارية الالزامية: يجب الاخذ برأي المجلس في حالة اتخاذ التدابير، وتحديد اسعار

السلع والخدمات وتسقيفها او التصديق عليها باعتباره الخبير الرسمي في هذا المجال، اضافة الى انه يستشار

المجلس في كل نص تشريعي وتنظيمي له صلة بالمنافسة او يدرج تدابير من شأنها³ :

1- اخضاع ممارسة مهنة ما او نشاط ما ، أو دخول لسوق ما الى قيود من ناحية الكم

2- وضع رسوم حصرية في بعض المناطق والنشاطات.

3- فرض شروط خاصة لممارسة نشاطات الانتاج وتوزيع الخدمات.

4- تحديد ممارسات موحدة في ميدان شروط البيع

¹ سميت بالاستشارة الاختيارية لأن لكل طرف الحرية في طلب استشارة المجلس من عدمه، راجع نص المادة 35 من الامر 03/03 المتعلق بالمنافسة.

² راجع لويس فوجال، ترجمة منصور القاضي: المطول في القانون التجاري، ط1، ج1، المجلد1، مجلد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، لبنان، 2007، ص 972 وما يليها.

³ المادة 18 من القانون 12/08 المدخل للقانون 03/03 المتعلق بالمنافسة.

ثانيا : الوظيفة الردعية للمجلس :

هدفها الاساسي هو ضبط النشاط الاقتصادي¹ ، وهي محددة في الفصل الرابع من القانون 03/03 تحت عنوان " العقوبات المطبقة على الممارسات للمنافسة والتجميعات" ونشير الى ان بعض مواد هذا الفصل معدلة بالقانون 12/08

خول المشرع لمجلس المنافسة صلاحية وضع حد للممارسات الضارة بالمنافسة الحرة ، إلا ما استثنى منها بنص قانوني² ، وذلك لضمان أكبر شفافية مكنة للسوق .

منح أيضا مجلس منافسة السلطة ومراقبة التجميعات الاقتصادية، وفي حالة اي اخلال صادر منها تصدى لها المجلس بالردع الذي يناسب المخالفة³، وقيام مجلس المنافسة لدوره سواءً استشاري او ردعي هو حماية اضافية للمستهلك والسوق التنافسية معا.

ثالثا : اختصاصات مجلس المنافسة المصري:

منح القانون المصري صلاحيات لهذا الجهاز منها مايلي⁴:

1- الأفعال المنصوبة تحت دائرة تقييد المنافسة المذكورة في قانون المنافسة، يمكن للجهاز بناءً على طلب ذوي الشأن أن خرج عن نطاق الحظر تلك الممارسات إذا كانت تحقق منافع المستهلك تفوق آثار الحد من حرية المنافسة.

2- ترقى طلبات بإجراء تحقيقات، والتقصي حول الممارسات الضارة بالمنافسة .

3- اعداد قاعدة بيانات ومعلومات متكاملة عن النشاط الاقتصادي وتحديثها.

¹ راجع نص المادة 19 من القانون السابق.

² تيروسي محمد: مرجع سابق، ص 330.

³ راجع الفصل الأول، من الباب الأول من هذا المبحث.

⁴ تشير عناية القارئ إلى انه ليس كل ما يتعلق بالممارسات المقيدة للمنافسة هي من اختصاص مجلس المنافسة، وإنما هناك حالات بالرغم من كونها تدخل في إطار تطبيق المواد من 06 إلى 12 من قانون المنافسة، إلا انها تخرج من دائرة اختصاص مجلس المنافسة.

الفصل الثاني: دور أجهزة الرقابة في حماية المستهلك وضبط السوق

4- اعداد قاعدة بيانات واجراء دراسات للكشف عن الحالات الضارة بالمنافسة.

5- ابداء الرأي في مشاريع القوانين المتعلقة بتنظيم المنافسة.

6- التنسيق مع الاجهزة النظيرة في الدول الاخرى، بالنسبة للأمور ذات الاهتمام المشترك¹.

7- اصدار نشرات دورية تتضمن قرارات، وتوصيات والتدابير التي يتخذها الجهاز.

8- اعداد تقرير سنوي عن نشاطه المستقبلي يعرضه على الوزير المختص.

9- ابداء الرأي لمجلس الوزراء في تحديد سعر بيع منتج اساسي او أكثر لفترة زمنية محددة.

10- يجوز له قبول المنح والهبات التي تقدم له.

11- وضع اللوائح التنظيمية لعمل الجهاز (المالية والادارية) دون التقيد بالنظم المقررة للعمال

المدنيين بالدولة.

12- اقتراح أسماء العاملين بالجهاز المطلوب منحهم صفة الضبطية القضائية في تطبيق احكام

القانون.²

نشير عناية القارئ الى ان المشرع الجزائري نصَّ على كل الصلاحيات التي نص عليها المشرع

المصري وهذا ليس بالغريب فالقانون المصري هو احدى المرجعيات المهمة للتشريع الجزائري اما المشرع

الفرنسي فإنه نص على انه ليس من صلاحيات مجلس المنافسة النظر في الممارسات التي إذا كانت

العلاقات التعاقدية بين المورد والموزع، أو بين مقدم المهارة المستفيدين منها هم فقط المعنيون بالتجاوز

وكانت تلك الممارسات لا تتعدي على السوق³

¹ القانون رقم 03 لسنة 2005 المعدل بالقانون رقم 190 لسنة 2008، الصادر في الجريدة الرسمية عدد 25، المؤرخة في

22 يونيو 2008، راجع أيضا اسلام هشام عبد المقصود، مرجع سبق، ص 201 وما يليها.

² نفس الصلاحيات بشأن التعاون مع الدول الأجنبية نص عليها أيضا المشرع الجزائري في المادة 40 من الامر 03/03

المتضمن لقانون المنافسة.

³ لويس قوجال: مرجع سابق، ص 971.

الفصل الثاني: دور أجهزة الرقابة في حماية المستهلك وضبط السوق

كذلك نص المشرع الفرنسي على صلاحية الاستشارة الاختيارية، والاجبارية

المطلب الثاني: جهاز القضاء¹

ليس معنى تخويل المجلس المنافسة السلطة اصدار الاوامر، وتوقيع الجزاءات المالية، قصرًا لاختصاص عليه ينظر دعاوى الممارسات المنافسة للمنافسة، ولا على الباقي الهيئات القطاعية الأخرى، ويظل للقضاء مدني تجاري دور في نظر الدعاوى التي يكون موضوعها خرق للمنافسة الحرة ، الشريفة، المشروعة ،وقمع كل ما يمكن أن يشكل تجاوزًا لتلك المنافسة

تعتبر تلك التجاوزات محلاً لدعاوى تعرض على المحاكم كي يثبت فيها (مدنيا، إداريا، أو جزئيا) حسب المسائل الاختصاص ، كما وتمثل تلك الازدواجية في المسألة ضبط السوق من الهيئات (الادارية - مجلس المنافسة - الردع القضائي - السلطات القضائية) خصوصية يتميز بها السوق.

الفرع الأول: دور مختلف الجهات القضائية في معالجة الممارسات المقيدة للمنافسة

يعتبر دور القضاء في هذا الفرع من القانون - القوانين الجنائية- مميّزا ، على اعتبار أن القاضي مكلف بضبط العلاقة بين المتعاملين الاقتصاديين بالفصل في نزاعاتهم ، بما هو متوفر له من قوانين ، وفي حالة غيابها وجب عليه اللجوء إلى متطلبات الأعمال (الأعراف التجارية) وهو ما يسمى بالاجتهادات القضائية ، ولا شك مطلقا أن قانون المنافسة كما سبق و أوضحنا ، هو قانون القواعد القضائية.²

¹ بالنسبة للجزائر فإن القانون رقم 11/05 المؤرخ في 17-جويلية - 2005 المتعلق بتنظيم القضائي الجزائري، الصادر في ج ر عدد 20

حيث قسم الى قضاء عادي (المحاكم -المجالس القضائية -المحكمة العليا)، والنظام القضائي الاداري (المحاكم الادارية - مجلس الدولة)، واخيرا محكمة التنازع .

² تم اكتشاف نظرية المنافسة غير مشروعة في القرن التاسع عشر ، من القضاء الفرنسي ، من خلال قواعد المسؤولية المدنية ، على اعتبار ان المحاكم سبقت التقنيات ، ووضعت قواعد القانون المفصلة ، راجع Amel laminai . le rôle du juge en matière de régulation de la concurrence . revue marocaine de droit économique . n 01 .octobre. 2007 . p17.

راجع أيضا : تيورسي محمد : مرجع سابق ، ص 336 .

الفصل الثاني: دور أجهزة الرقابة في حماية المستهلك وضبط السوق

أضف إلى ذلك اعتبار التطور السريع والمتنامي، والدائم للتعاملات التجارية، الأعمال داخل الأسواق ، والمنافسة في حد ذاتها ، وبذلك اعتُبر قانون المنافسة اقتصاديا ، ما يجعل القاضي ملزما بمتابعة تطور النشاط الاقتصادي ، وتكييف القواعد المتوفرة ، فيكون بذلك الحلقة الأولى لبناء القاعدة القانونية ، بسبب أن النزاعات تعرض عليه أولا.

يطرح التساؤل حول مدى اختصاص المحاكم بأنواعها في ضمان تحقيق وتطبيق قواعد المنافسة؟ وما حدود ذلك الاختصاص؟ وما صورته ؟ .

أولا: القضاء المدني:

يبقى القضاء التجاري مختصا بنظر الدعاوى التي ترفع أمامه لطلبه بطلان العقود ، أو أي تصرف قانوني مضاد للمنافسة في السوق ، أيضا الدعاوى المتعلقة بطلب إبطال الشروط المقيدة للمنافسة التي تتضمنها العقود المبرمة بين المتعاملين الاقتصاديين داخل السوق.¹

يعد القاضي الوحيد الذي يمارس الرقابة على قرارات مجلس المنافسة، حسب ما جاء في نص المادة 63 من قانون المنافسة²

التي تقول: " تكون قرارات مجلس المنافسة المتعلقة بالممارسات المقيدة للمنافسة قابلة للطعن أمام مجلس قضاء الجزائر الذي يفصل في المواد التجارية من الأطراف المعنية (...)" باستقراء نص المادة السالف الذكر ، نجد أن مجلس المنافسة اعتُبر كدرجة أولى للنزاع ، ومجلس قضاء الجزائر هو ثاني درجة للتقاضي ، وهذا معناه أن للغرفة التجارية الاختصاص بالنظر في الطعون بالاستئناف ، المرفوعة ضد قرارات مجلس المنافسة.

¹ لينا حسن زكي : مرجع سابق ، ص 357 .

² الأمر 03 /03 المتضمن قانون المنافسة الجزائري .

الفصل الثاني: دور أجهزة الرقابة في حماية المستهلك وضبط السوق

نشير أيضا إلى أنه يجوز للجهات القضائية طلب رأي مجلس المنافسة فيما يخص معالجة القضايا المتصلة بالممارسات المقيدة للمنافسة وهذا منصوص عليه لدى كل من المشرعين الجزائري ، والفرنسي¹ كما أنه أعتبر باطلا- بقوة القانون- كل اتفاق يتعلق بالممارسات المحظور والمقيدة للمنافسة.²

يحق لكل ذي مصلحة إثارة البطلان أمام المحكمة ، كما يحق لكل متضرر أن يطلب التعويض عما أصابه من أضرار لحقت به جراء تلك العمال المحظورة ، وإن كان المشرع الجزائري لم ينص على ذلك صراحة ، عكس المشرع الفرنسي الذي نص على هاتين النقطتين صراحة في الفقرة (04) من الفصل 06 و 07 من الأمر المنظم للمنافسة .

نسير إلى أن القضاء الفرنسي تردد كثيرا في قبول دعاوى التعويض على الاتفاقيات المضادة للمنافسة ، وإساءة استخدام القوة الاقتصادية من المشروعات التي تتمتع بمركز مسيطر على السوق ، وتبني المشرع الفرنسي في قانون 27 ديسمبر 1973 ، صراحة التعويض عن الأضرار الصادرة عن الاتفاقات المنافية للمنافسة من القاضي.³

ثانيا: القضاء الجنائي :

تخضع كل المخالفات الجنائية بدون استثناء إلى افتراض وجود الخطأ لأجل معابنتها ووضع حد لها، إلا أن هذا الافتراض غير متصور وجوده (الخطأ) فيما يتعلق بالممارسات المنافية للمنافسة ، وهذا ما يجعلها لا تملك طابعا جنائيا⁴. la dépénalisation de ces règle .

يمكن أن تكيف المخالفات التي تمس المنافسة على انها انتقاص، أو انتهاك للنظام الاقتصادي العالم ، وبالإضافة إلى الغرامة المالية المقررة قانونا لتلك الممارسات الممنوعة يمكن ووفقا لنصوص

¹ راجع نص المادة 38 من الأمر 03/03 المتضمن قانون المنافسة الجزائري ، والمادة 26 فقرة 02 من قانون المنافسة الفرنسي .

² راجع نصي المادتين 13 ، 14 من الأمر 03 /03 المتضمن قانون المنافسة الجزائري .

³ لبنا حسن زكي : مرجع سابق ، ص 359 .

⁴ إذا كيفنا المخالفة المنافية للمنافسة على أساس افتراض وجود الخطأ ، فهذا معناه عرقلة السير الحسن للمنافسة داخل الأسواق الذي يُعدُّ الهدف الأبرز للمنافسة ، راجع تيورسي محمد ، مرجع سابق ، ص 339

الفصل الثاني: دور أجهزة الرقابة في حماية المستهلك وضبط السوق

القوانين الخاصة وقانون العقوبات في حالة تكييف الفعل مخالفة جنائية ، كالتدليس ، أو الغش ، أو نشر معلومات كاذبة تقرير عقوبات جنائية أخرى لها كالحبس ...الخ¹

كما أن المشرع الفرنسي نص في القانون الصادر في 1986 المنظم للمنافسة صراحة على اختصاص القاضي الجنائي بالنظر في طلبات التعويض التي تقدم له بمناسبة دعوى ينظرها تتعلق بالممارسات التي تعتبر انتهاكا للمنافسة ، وفي 1992/12/16 صدر قانون آخر ، أعطى امتدادا لنفس المادة أن تطبق على الأشخاص المعنوية الخاصة والعامة² يعتبر القضاء الجزائري صاحب الصلاحية للنظر في الدعاوى المتاحة ضد أي شخص طبيعي يمارس نشاطا احتياليا بصفة شخصية وحاسمة في التنظيم ، أو أعمالا للممارسات المقصودة في .³ L.2-420.L.1-420

تحلى المشرع الجزائري في الأمر 03/03 المتعلق بالمنافسة عن الجزاء الجنائي كعقوبة تسلط على مرتكبي الممارسات المقيدة للمنافسة، واكتفى بالعقاب المالي (الغرامة المالية) وذلك لتعزيز دور المنافسة ، غير انه لم يمنح إمكانية متابعة الجاني الذي قام بمضاربة غير مشروعة⁴

ثالثا : الجهات القضائية الإدارية :

يهتم قانون المنافسة بكل مجالات النشاط الاقتصادي (تجارة ، صناعة ، خدمات توزيع...) ومن هذه المجالات ما يتم غالبا من مرافق عمومية خاصة في مجال الخدمات كمؤسسات توزيع الماء، الكهرباء، البريد....الخ ، وهذا يعني إمكانية اشتراك القاضي الإداري في تطبيق قانون المنافسة.⁵

إنه من الجلي للقارئ كون المشرع الجزائري خصص حيزا هاما للسلطة التنفيذية وعلى رأسها رئيس الحكومة (الذي يمثل سلطة إدارية) ، في مراقبة وفحص كل ما يصدر من ممارسات بخصوص الأسواق

¹ راجع الباب الأول من هذا البحث .

² لينا حسن زكي : المرجع السابق ، ص 360 .

³ Dekeuver-Defosseg – la responsabilité pénale des personnes morales a la lumière éphémère de l'article 17-1 de l'ordennace du 1er decembre 1986 relative ce la Douvreleur. Droit de la défence et concurrence pratique anticoncurentielles en droit francais . E1 . I G D J . 2000 . P 356 . -420.

⁴ راجع نصوص المواد 172 ، 173 ، 174 ، من الأمر رقم 155/66 ، المتضمن قانون العقوبات الجزائري .

⁵ تيورسي محمد : المرجع السابق ، ص 340 .

الفصل الثاني: دور أجهزة الرقابة في حماية المستهلك وضبط السوق

، إضافة إلى الاختصاص المؤكّل قانونا لمجلس الدولة الجزائري ، لينظر في الدعاوى المقدمة أمامه بشأن التجميعات¹

أما بالنسبة للمشرع الفرنسي في نص المادة 410-1 L. التي حدد حقل تطبيق قواعد المنافسة ، على رقابة الأعمال الإدارية هي مبدئيا من صلاحية القاضي الإداري " وقد طبقت محكمة حل الخلافات التي نصت مراجعتها عدة مرات في هذا الشأن القواعد التقليدية لتوزيع الصلاحية بين الأنظمة القضائية ، واعتبرت أن مجلس المنافسة لا يسعه النظر إلا في صحة الأعمال التي لا تقحم ممارسة امتياز السلطة العامة"²

رابعا : شرط التحكيم :

يجوز للمتعاقدين، في مواد المنافسة ، إدراج شرط التحكيم فيما يبرمونه من عقود ، ويكون ذلك أثناء التعاقد (مسبقا) ، أو ما يُتَّفَق على المحكمين لاحقا ، ومعناه أن الأطراف يتفقون على عرض النزاع على محكمين إذا حدث تحيد المسائل التي يشملها التحكيم مكتوبا تحت طائلة البطلان.³

إن شرط التحكيم يقتصر على العقود التجارية دون المدنية⁴ ، وباعتبار المنازعات المتعلقة بالمنافسة منازعات اقتصادية تجارية، فإنه يلحقها جواز الاتفاق عليه ، كما تجوز احالة في العقد إلى وثيقة منفصلة تتضمن شرط التحكيم بشرط أن تكون الاحالة واضحة.

يعتبر التحكيم من الاجراءات البسيطة والسريعة التي تتماشى مع خصوصية المعاملات التجارية، إضافة الى انه ليس مكلفا ، ويلعب دورا هاما في الحفاظ على أسرار المهنة ، كما انه في حالة الاتفاق على التحكيم فإنه يصبح أمرا ملزما للأطراف ، ولا يصبح هناك مجال لباقي وسائل الضبط ، ولا حتى القضاء حتى وإن كان النزاع مرفوعا أمامه.⁵

¹ راجع نص المادة 19 الفقرة 3 من قانون المنافسة الجزائري .

² لويس قوجال : مرجع سابق ، ص 947 .

³ تيورسي محمد : المرجع السابق ، ص 341 .

⁴ راجع نص المادة 444 من قانون الإجراءات المدنية والتجارية المصري .

⁵ نظرا للأهمية التي اكتسبها التحكيم في المعاملات التجارية عامة ، والمنافسة خاصة فإن الجزائر انضمت إلى عدة اتفاقيات في هذا الشأن منها اتفاقية نيويورك المتعلقة بالتحكيم الدولي . راجع تيورسي محمد : المرجع السابق ، ص 342 .

الفرع الثاني: إعداد ملف المنازعة للمتابعة القضائية

أولاً: مرحلة الإعداد الإداري لملف المتابعة القضائية:

يمكن تلخيص الإجراءات الواجب اتباعها عند إعداد ملف المتابعة القضائية في مجال حماية المستهلك وقمع الغش سواء كانت المخالفة المعايينة معنية بغرامة الصلح أم لا فيما يلي:

1- الإجراءات التي تقع على عاتق عون قمع الغش ومصلحة المراقبة:

يتكفل عون قمع الغش بمفرده أو مع عون آخر من الأعوان الذين تكفلوا بمهمة المراقبة ، بالقيام بكل الإجراءات اللازمة للإعداد الإداري لملف المتابعة القضائية وذلك خلال كافة مراحل الرقابة والتدابير الإدارية التحفظية، حيث يلتزم العون باحترام النصوص القانونية الخاصة بكل إجراء كما يتوجب عليه عند تحرير أي محضر أو وثيقة تدرج في الملف ، الكتابة بخط واضح دون شطب أو حشو أو إضافة.

إضافة إلى الإجراءات التي يجب عليه إتباعها خلال كل مرحلة من مراحل ممارسة الرقابة والإجراءات الإدارية التحفظية حسب كل حالة، فيقوم العون بما يلي¹:

- التسجيل الإداري في حينه على السجلات المخصصة لذلك في كل المحاضر المحررة خلال مختلف مراحل المراقبة (المعايينة، الإيداع، السحب المؤقت أو النهائي، الحجز، الإتلاف...)
- استدعاء المتدخل المعني لتحرير محضر المخالفة وتبليغه بمبلغ غرامة الصلح وإدراج اقواله فيه وإمضائه عليه بعد الانتهاء من التدابير التحفظية المتعلقة بالملف.
- إدراج كل الوثائق الإثباتية للمخالفات المعايينة والإجراءات المتخذة
- جرد كل الوثائق المكونة للملف قبل إحالته الى مصلحة المنازعات
- تحويل الملف من رئيس مصلحة المراقبة الى مصلحة المنازعات بموجب جدول إرسال تجرد عليه كل الوثائق المتضمنة في الملف ويحتفظ بنسخة منه مختومة من طرف مسؤول المصلحة المستقبلية.

¹ راجع دليل مفتش قمع الغش، الصادر عن المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش، وزارة التجارة، الجزائر، ص

2- الإجراءات الواقعة على عاتق مصلحة المنازعات:

بمجرد استلامها للملف تتكفل هذه المصلحة بفحصه للتأكد من مطابقته لكل الإجراءات القانونية المعمول بها من حيث الشكل والمضمون.

أ- من حيث الشكل :

يجب التأكد مما يلي :

- احترام الإجراءات والتدابير القانونية المناسبة لإثبات المخالفة المعايينة والإجراءات المتخذة.
- عدم وجود شطب أو حشو أو إضافة في المحاضر.
- إمضاء كل المحاضر من عون أو أعوان قمع الغش المعنيين وكذا المتدخل المعني.
- وجود عبارة (رفض الإمضاء) أو عبارة (في غياب المعني) في حالة استدعائه وعدم حضوره
- تحرير محضر المخالفة وإدراج أقواله فيه مع ضرورة إدراج نسخة من الاستدعاء في الحالة الأخيرة .

ب- من حيث المضمون :

الحرص على ما يلي :

- التكييف الجيد لطبيعة المخالفة والعقوبات المطبقة عليها وذكر النصوص القانونية المناسبة¹
- عدم وجود تناقض في الحثيات والمعاينات والإجراءات المتخذة المذكورة في مختلف المحاضر والوثائق المدرجة في الملف.

إذا تبين لمصلحة المنازعات بان الملف مطابق للإجراءات القانونية المعمول بها، ولا يلاحظ فيه أي نقص يسجل الملف في سجل المنازعات حسب الحالات التالية :

- متابعة إجراءات غرامة الصلح وفق الخطوات المحددة قانوناً، في حالة المخالفات المعينية بهذه الإجراءات.

- في حالة رفض أو عدم تسديد غرامة الصلح في الآجال القانونية المحددة، أو في الحالات التي لا تطبق فيها إجراءات غرامة الصلح، يدرج في الملف الكشفيين (أ) و (ب) الخاصين بنتائج الأحكام القضائية وتقوم هذه المصلحة بإعداد تقرير ارسال الى وكيل الجمهورية

¹ راجع الملحق رقم (4)

الفصل الثاني: دور أجهزة الرقابة في حماية المستهلك وضبط السوق

وعرضه على المدير الولائي للتجارة قصد امضائه قبل إحالته على وكيل الجمهورية المختص إقليمياً.

أما إذا اتضح خلال فحص الملف من مصلحة المنازعات احتوائه على نقائص في الشكل أو المضمون يتم ارجاعه وبنفس الإجراءات إلى مصلحة المراقبة لإتخاذ الاجراءات القانونية المناسبة وإعادته الى مصلحة المنازعات بعد ذلك¹

تبدأ هذه المرحلة بمجرد تسجيل الملف في سجل المنازعات المرقم والمؤشر عليه من قبل رئيس المحكمة المختص إقليمياً وفقاً للإجراءات المعمول بها ثم إما مباشرة اجراءات غرامة الصلح أو ارسال الملف الى وكيل الجمهورية وذلك حسب الحالة.

ثانياً : إجراءات غرامة الصلح :

هدف هذه الإجراءات التسوية الودية لملفات المنازعات² بسبب بعض المخالفات المنصوص عليها في أحكام قانون حماية المستهلك وقمع الغش بفرض غرامة صلح على من يرتكب المخالفة، فيقوم بتسديدها في الآجال والشروط المحددين في أحكام المادة 29 من قانون 09-03 المذكور اعلاه، والتي بموجبها تنقضي الدعوة العمومية وتتوقف المتابعة القانونية، أما في حالة عدم تسديد غرامة الصلح في الآجال المحددة قانوناً، يرسل الملف الى وكيل الجمهورية قصد المتابعة القضائية، وهذا يعني اعطاء فرصة للمتنازعين.

1- المخالفات المعنية بغرامة الصلح :

تتمثل الحالات المعنية بغرامة الصلح في كل المخالفات المنصوص عليها في أحكام القانون 03/09³، باستثناء الحالات التالية :

¹ راجع دليل مفتش قمع الغش، المرجع السابق ص 34.

² راجع الملحق رقم (2).

³ القانون رقم 09-03، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

الفصل الثاني: دور أجهزة الرقابة في حماية المستهلك وضبط السوق

- إذا كانت المخالفة المسجلة تعرض مرتكبها إما الى عقوبة أخرى غير العقوبة المالية (الإعدام، السجن المؤبد، السجن المؤقت، الحبس¹)، أو ينجر عنها تعويض ضرر مسبب للأشخاص أو الممتلكات.
- تسجيل أكثر من مخالفة، واحدة على الأقل تنطبق عليها الحالة الأولى
- حالة العود كما هي معروفة في أحكام قانون العقوبات²
- في حالة رفض المخالف غرامة الصلح يتم اللجوء الى القضاء مباشرة
- في حالة استجابة المخالف لاستدعاء أعوان المراقبة لحضور تحرير محضر المخالفة ولكن يرفض التوقيع عليه.
- المحاضر التي حررتها مصالح المساعدة دون تطبيق إجراءات الصلح المنصوص عليها قانونا وعدم إمكانية القيام بها من مصالح المنازعات عند تجاوز الأجل القانونية.

2- تبليغ إجراء غرامة الصلح:

يتم هذا الإجراء أثناء عملية تحرير محضر المخالفة حيث يبلغ عون المراقبة المخالف، بمبلغ غرامة الصلح المحدد قانونا، وبالرجوع للمخالفة المعاينة³ ، و بحضور المخالف الذي يمكن أن يقبل أو يرفض تسديدها مع تدوين ذلك على المحضر.

أما اذا حرر المحضر في غياب المخالف، يذكر ذلك في المحضر و ينذر المخالف من مصلحة المنازعات في أجل لا يتعدى سبعة أيام ابتداء من تاريخ تحرير المحضر، بأنه ملزم بدفع غرامة الصلح الذي يحدد مبلغها في الإنذار، والذي يرسل للمخالف ببرقية موصى عليها مع إشعار باستلام.

3- تخليص غرامة الصلح :

إن مبلغ غرامة الصلح الذي تم تبليغه للمخالف غير قابل للطعن قصد تخفيضه كونه محدد قانونا، كما يجب دفعه مرة واحدة لدى قابض الضرائب بمكان إقامة المخالف أو مكان ارتكاب المخالفة في أجل أقصاه ثلاثون يوما التي تلي تاريخ استلام الإنذار بمبلغ غرامة الصلح.

¹ راجع أحكام المادة 5 (ق ع ج).

² راجع أحكام المادة 54 مكرر 4 (ق ع ج).

³ أنظر الملحق رقم (3)

الفصل الثاني: دور أجهزة الرقابة في حماية المستهلك وضبط السوق

عند استلام مصلحة المنازعات بإشعار و وصل بتسديد الغرامة من المخالف في الآجال والشروط المحددة، تنقضي الدعوى العمومية ويحفظ الملف.

أما في حالة عدم استلام تلك المصلحة لإشعار تسديد الغرامة في أجل أقصاه 45 يوما ابتداء من تاريخ وصول الانذار للمخالف، ترسل مصلحة المنازعات الملف للجهة القضائية المختصة إقليمياً¹.

ثالثاً : إجراءات المتابعة على مستوى المحاكم :

تتكفل بهذه المهمة مصلحة المنازعات ، وتبدأ بمجرد إحالة الملف الى وكيل الجمهورية المختص إقليمياً ، حيث يعين على الأقل إطار مختص لمتابعة الملفات على مستوى كل هيئة قضائية (محكمة أو مجلس قضائي).

يجب على الإطار المعين لمتابعة ملفات المتابعات القضائية سواء على مستوى المحاكم أو المجالس، أن يكون على اتصال دائم بمصالح وكلاء الجمهورية والنيابة العامة ، حسب مستوى التقاضي، لمتابعة الملفات المحالة على الهيئات القضائية، لا سيما معرفة تواريخ الجلسات، والحصول على الأحكام الصادرة بشأنها.

يفصل وكيل الجمهورية في مصير الملف عن طريق إما الشروع في المتابعة القضائية أو فتح تحقيق قضائي أو حفظ الملف، كما أن مصالح حماية المستهلك وقمع الغش لا تكون طرفاً في القضايا المتعلقة بالمخالفات التي يقومون بمعابنتها في إطار القيام بمهامهم، بل يعتبرون أعوان قضائيين يقومون بمهام الضبطية القضائية تحت سلطة وكيل الجمهورية²، كما لا يحق لمصالح حماية المستهلك وقمع الغش الطعن في الأحكام الصادرة بخصوص القضايا التي قاموا بتحويلها إلى الهيئات القضائية لأن ذلك من صلاحيات النيابة العامة.

يمكن لمدير التجارة لفت انتباه وكيل الجمهورية أو النائب العام إلى عدم تناسب الأحكام الصادرة مع العقوبات المنصوص عليها قانوناً بخصوص المخالفات المرفوعة من أعوان قمع الغش لحثه على الطعن فيها.

¹ دليل مفتش قمع الغش: المرجع السابق، ص37.

² يعتبر حضور الإطار المكلف بمتابعة الملفات الخاصة بالمخالفات المتعلقة بحماية المستهلك وقمع الغش لجلسات المحاكمة، بغرض تقديم توضيحات تقنية بطلب من القاضي أو النيابة فقط لا غير.

الخاتمة:

خلصنا في نهاية الدراسة إلى أن الوسائل القانونية والمؤسسية لحماية المستهلك والسوق معا عديدة ومتنوعة، نذكر منها:

✓ إلزامية النظافة الصحية للمواد الغذائية وسلامتها

✓ إلزامية أمن المنتجات

✓ إلزامية مطابقة المنتجات للمقاييس القانونية

✓ إلزامية الضمان وخدمة ما بعد البيع

✓ إلزامية إعلام المستهلك... الخ

كما أن هناك أجهزة ضبط ورقابة وضعها المشرع لحماية المستهلك من جهة، وحماية المتعاملين الإقتصاديين داخل الأسواق من جهة ثانية، خوفا من مختلف الممارسات الغير شرعية للمنافسة، وما ينتج عنها من هيمنة أو احتكار للأسواق من المؤسسات الأقوى التي تزيح الأضعف.

إن القانون لا يتوقف عند حماية المستهلك كمتعاقد من مختلف العيوب الخفية كالغبن و الإكراه، بل يتعداها إلى عيب اخر هو الإغراء، ما جعل من واجب الدولة بنظامها العام الإقتصادي حماية المستهلك من تصرفاته وقراراته المرتجلة والسريعة، التي تؤدي به إلى إبرام عقود لا حاجة له بها، وهذا ما يمنحه الحق في التراجع، خاصة في العقود الالكترونية وهو ما تضمنه تعديل المادة 19 من قانون حماية المستهلك بالقانون 09/18.

يجب على المشرع أن يستفيد من تجارب الآخرين في مجال الحماية بشكل خاص القانون الفرنسي، الذي قطع شوطا كبيرا في مجال ضبط الأسواق، وأن يكثف من المعاهدات والاتفاقيات خاصة تلك التي توطر عمل الجمارك والرقابة على الحدود أثناء الاستيراد والتصدير، ومنحهم صلاحيات واستقلالية أكبر مع إمكانات أكثر لممارسة مهامهم بشكل صارم ، حيث أنهم يعتبرون الهيئة الرقابية الوقائية للسوق

الخاتمة

أصبح الاحتكار و الهيمنة عليها اقتصاديا، أو جعلها في وضعية تبعية اقتصادية هو الطابع الغالب على ما يحدث في الأسواق، حيث أن التدفق الهائل للمنتجات، والعرض المكثف للخدمات مع ما يصاحبه من إعلانات وإشهارات كثيرة تكون في معظمها مضللة، يضرب توازن السوق ويسبب في أغلب الاحيان أزمات اقتصادية كبيرة يعود ضررها سواء على الدولة بشكل عام أو على جماعة المستهلكين بشكل خاص، وهي في الأساس تصرفات تمس بالمنافسة الشريفة وتضر بقية المتنافسين داخل مجال السوق المعنية.

لا نغفل عن أن الشريعة الاسلامية منذ 14 قرنا اهتمت بالأسواق وأعطتها مكانتها اللاتقة، بل وسن من التشريعات الربانية ثم النبوية ما يكفل تنظيم عملها وسيرها، بما يحفظ مصالح كل المتعاملين فيها من جهة، وضمان استقرارها وتوازنها مبني على مبدأ العدالة والمساواة والحرية الاقتصادية المضبوطة بمنع وتحريم بعض التصرفات والمعاملات، التي تخل بقواعد المنافسة الشريفة والنزيهة وتضر المتنافسين داخل تلك الأسواق.

كما فتح الباب على مصراعيه للاجتهد في مختلف المسائل المستجدة من معاملات وعقود وتصرفات، بل وشرعت هيئة لمتابعتها أثناء عملها سميت بالحسبة ، حيث يقوم المحتسب على رقابة الأسواق والاشراف عليها بشكل مستمر، وردع مختلف التصرفات المحرمة التي تضر بها، ومن باب تدخل الدولة كذلك منح الحاكم سلطة التسعير الذي يستعمل في حالات معينة كأداة فعالة لحماية وضبط الأسعار في الأسواق.

أخيرا نتمنى أن تكون دراستنا هذه قد ساهمت ولو بشكل يسير في البحث العلمي ، ويبقى التساؤل في أذهاننا قائم حول الإصلاحات القادمة في المنظومة القانونية وبشكل خاص في المجال الاقتصادي-التجاري، هل ستحرر الأسواق الجزائرية من احتكر السلطة العامة لها؟ وما مدى تغلغل تلك الإصلاحات لإنعاش المنافسة الحرة النزيهة في الأسواق، وبعث روح الاستثمار الحر من جديد والنهوض بالاقتصاد الجزائري بالشكل الذي يتلائم مع إمكانياته المتنوعة المتاحة؟؟؟

النتائج:

- * هناك انعدام في التجانس بين الآليات الاقتصادية، التجارية، والسياسية للجزائر كدولة نامية.
- * غياب المنافسة النزيهة يؤدي إلى الاحتكار الذي يجعل السوق ينحرف عن هدفه الأساسي، وهو ما يغلب مصلحة الأفراد الشخصية على المصلحة العامة.
- * الإحتكار وكل الممارسات المنافسة للمنافسة تؤثر بالسلب على الاقتصاد الداخلي أو الخارجي، وفي نهاية الدورة الاقتصادية تصبح كل الفوائد التي تنجم عن الحرية الاقتصادية تعود إلى أرباب الأعمال (المحتكرين) دون أن تمتد إلى الاقتصاد الوطني.
- * المنافسة النزيهة هي الضمان الصحي الذي يوفر المناخ اللازم لتوسيع نطاق الأسواق، ودعم الاستثمارات الجديدة، مما يعود بالمنفعة على المستهلك الذي يعد هدفا لكل نشاط اقتصادي.
- * اطمئنان وراحة المستهلك للاستهلاك سواء من ناحية الجودة والتنوع في المنتجات والخدمات، أو من جهة مناسبة الأسعار لقدرته الشرائية، هو الصمام الأول والأخير لتحريك عجلة الاقتصاد عن طريق بعث الحياة والنشاط في الأسواق.
- * جاءت سلطات الضبط في إطار سياسة عدم تدخل الدولة في الاقتصاد، كما أن إنشاءها مرتبط أساسا بالحاجة إلى التخصص والخبرانية، وكان رد على المتطلبات التالية:
 - **كضمان لفتح السوق:** وهي محاولة لتفعيل المنافسة وليس لتنظيمها، حيث أن دور قانون المنافسة هو في الواقع ثانوي.
 - **كضمان لتوازن السوق:** بحل النزاعات وتوقيع العقوبات المقررة للأشخاص المخالفين، حيث أن مجلس المنافسة يوقع العقوبات فقط، أما السلطات الإدارية فتعمل على مرافقة المتعاملين وتقديم المساعدة التقنية لهم وتوجيههم.

الخاتمة

* لم تحظ العلاقة بين مجلس المنافسة وسلطات الضبط المستقلة في الجزائر بالعناية الكافية من الفقه، ربما كان ذلك امتداد لسكوت المشرع عن تفاصيل هذه العلاقة، وربما يعزى إلى عدم ظهور حالات لتنازع الاختصاص بعد.

* إنشاء سلطات الضبط المستقلة لا بد أن يتم بناء على دراسة كافية، ولا بد أيضا من الوصول إلى قناعة مفادها أن إمكانات مجلس المنافسة لا تسمح له بالحفاظ على المنافسة في سوق معينة، ولا بد لها من سلطة ضبط مختصة.

التوصيات:

* تعديل المادة 88 من القانون 03/09 بتخفيض قيمة غرامة الصلح لترغيب التجار في دفعها عوض الذهاب إلى القضاء .

* ضرورة إعادة النظر في النصوص القانونية التي تنظم العلاقة بين مجلس المنافسة وسلطات الضبط الأخرى، وذلك بشكل أكثر تفصيلا مع تحديد قنوات الوصل وآليات التعاون.

* في حالة الفصل التام في الاختصاص لا بد من ترسيم ذلك بنصوص قانونية واضحة.

* تكوين الأعدان الخاصين بالرقابة في معاهد متخصصة تحت إشراف وزارة التجارة.

* هناك عدة خدمات تقدمها المصالح المعنية بمراقبة الأسواق مجانا، يمكن فرض رسوم رمزية

على تلك الخدمات كطلبات الإعفاءات الجمركية، وشهادة حسن السلوك والسيارة للمستوردين، وذلك لأجل تدعيم خزنة المديرية العامة للتجارة.

* غياب التعامل بالفواتير على طول سلسلة البيع من الفلاح إلى غاية المستهلك يفتح باب

المضاربة، وهو ما يساهم في ارتفاع الأسعار، حيث أنه لا يمكن معرفة كميات التموين المتاحة في أسواق الجملة، وبالتالي لا يمكن التحكم في الأسعار.

الخاتمة

- * هناك غموض بخصوص فوترة الخدمات رغم إلزاميتها.
- * الحرص على مشاركة المستهلكين في إعداد المقاييس القانونية، وتدعيم نظام الغرامة في مجال حماية المستهلك كما هو معمول به في قانون المنافسة.
- * تدعيم المنظومة القانونية في الجزائر بالتجارب الأجنبية في مجال المنافسة خاصة ما يتعلق بتنفيذ دور المؤسسات الرقابية ومنحها الاستقلالية التامة عن السلطة .
- * تدعيم المنظومة القانونية بالأنظمة الواردة في الشريعة الإسلامية، خاصة في مجال الرقابة والعقود المحرمة التي تفقد السوق توازنها تلقائيا.

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التجارة

- بلاغ -

ليكن في علم جميع المتعاملين الاقتصاديين والمستهلكين بأن عملية البيع بالتخفيض للموسم الصيفي لسنة 2019 ستنتقل حسب الجدول المرفق عبر كل الولايات ابتداء من شهر جوان و تمتد إلى غاية شهر سبتمبر سنة 2019.

تم تحديد تواريخ سريان هذه البيوع للفترة الصيفية على مستوى كل ولاية ، بموجب قرار من الوالي و هذا تطبيقا لأحكام المرسوم التنفيذي رقم 215/06 المؤرخ في 18/06/2006 و المحدد لشروط و كيفيات ممارسة البيع بالتخفيض و البيع الترويجي و البيع في حالة تصفية المخزونات و البيع عند مخازن المعامل و البيع خارج المحلات التجارية بواسطة فتح الطرود.

يتيح تنظيم هذه البيوع فرصة للتجار من أجل تنشيط و ترقية نشاطاتهم و يسمح للمستهلكين بالاستفادة من وفرة السلع و الخدمات بأسعار ترويجية.

تبقى مصالح وزارة التجارة (الإدارة المركزية، المديرية الجهوية و المديرية الولائية)، في خدمتكم من أجل التكفل بكل طلب استعلام أو توضيح عبر خلية الإصغاء لوزارة التجارة من خلال الموقع الإلكتروني www.commerce.gov.dz

جدول يتعلق بتواريخ ممارسة عملية البيع بالتخفيض على مستوى كل ولايات الوطن للفترة الصيفية 2019

تواريخ ممارسة عملية البيع بالتخفيض بعنوان الفترة الصيفية	الولايات	المديرية الجهوية للتجارة وههران	تواريخ ممارسة عملية البيع بالتخفيض بعنوان الفترة الصيفية	الولايات	المديرية الجهوية للتجارة بشار
01 جوان 2019 - 11 اوت 2019	وهران		28 جويلية 2019 - 08 سبتمبر 2019	أدرار	
20 جوان 2019 - 30 اوت 2019	تلمسان	20 جويلية 2019 - 31 اوت 2019	بشار		
21 جوان 2019 - 31 اوت 2019	عين تيموشنت	15 جويلية 2019 - 25 اوت 2019	البيضاء		
21 جوان 2019 - 31 اوت 2019	مستغانم	20 جويلية 2019 - 30 اوت 2019	النعامة		
20 جوان 2019 - 31 اوت 2019	سيدي بلعباس	20 جوان 2019 - 30 جويلية 2019	تندوف		
21 جويلية 2019 - 31 اوت 2019	سطيف	15 جويلية 2019 - 31 اوت 2019	قالمة	المديرية الجهوية للتجارة عنابة	
21 جويلية 2019 - 31 اوت 2019	بجاية	14 جويلية 2019 - 24 اوت 2019	سكيكدة		
14 جويلية 2019 - 24 اوت 2019	جيجل	18 جويلية 2019 - 31 اوت 2019	عنابة		
14 جويلية 2019 - 24 اوت 2019	ميلة	09 جويلية 2019 - 19 اوت 2019	سوق أهراس		
07 جويلية 2019 - 17 اوت 2019	مسيلة	17 جويلية 2019 - 27 اوت 2019	الطارف		
21 جويلية 2019 - 31 اوت 2019	برج بوعرييج				

الملاحق

تواريخ ممارسة عملية البيع بالتخفيض بعنوان الفترة الصيفية	الولايات	المديرية الجهوية للتجارة ورقطة	تواريخ ممارسة عملية البيع بالتخفيض بعنوان الفترة الصيفية	الولايات	المديرية الجهوية للتجارة البلدية
26 جوان 2019 - 07 اوت 2019	ورقطة		21 جويلية 2019-31 اوت 2019	البلدية	
07 جويلية 2019 - 21 اوت 2019	غرداية		21 جويلية 2019-31 اوت 2019	تيزي وزو	
21 جويلية 2019 - 31 اوت 2019	الأغواط		15 جويلية 2019-30 اوت 2019	البويرة	
15 جويلية 2019 - 25 اوت 2019	الوادي		15 جويلية 2019-31 اوت 2019	المدية	
07 جويلية 2019 - 17 اوت 2019	تمنراست		14 جويلية 2019-24 اوت 2019	عين الدفلى	
14 جويلية 2019-24 اوت 2019	البيزي		26 جوان 2019-07 اوت 2019	الجلفة	
14 جويلية 2019 - 25 اوت 2019	سعيدة		08 جويلية 2019-11 اوت 2019	أم البواقي	
20 جويلية 2019-31 اوت 2019	معسكر		21 جويلية 2019-31 اوت 2019	باتنة	
21 جويلية 2019 - 31 اوت 2019	غليزان		1 جويلية 2019-11 اوت 2019	بسكرة	
21 جويلية 2019 - 31 اوت 2019	تيارت		15 جويلية 2019-25 اوت 2019	تبسة	
07 جويلية 2019 - 18 اوت 2019	تيسمسيلت		1 جويلية 2019-11 اوت 2019	قسنطينة	
21 جويلية 2019 - 31 اوت 2019	الشلف		15 جويلية 2019-31 اوت 2019	خنشلة	

الملاحق

تواريخ ممارسة عملية البيع بالتخفيض بعنوان الفترة الصيفية	الولايات	المديرية الجوية للشركة الجزائرية
02 جويلية 2019 - 13 اوت 2019	بومرداس	
21 جويلية 2019 - 31 اوت 2019	الجزائر	
07 جويلية 2019 - 18 اوت 2019	تيبازة	



جدول يحدد مبلغ غرامة الصلح حسب المخالفة المرتكبة في القانون رقم
03-09 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش

المادة المحددة لها	مبلغ غرامة الصلح المفروضة (دج)	المادة المحددة لها	المخالفة
88 من القانون 03-09	300.000	71 و 4	عدم إحترام إلزامية سلامة المواد الغذائية في مجال الخصائص الميكروبيولوجية.
	300.000	71 و 5	عدم إحترام إلزامية سلامة المواد الغذائية في مجال الملوثات المسموح بها.
	200.000	72 و 6	عدم إحترام إلزامية النظافة والنظافة الصحية خلال عملية وضع الأغذية للإستهلاك.
		72 و 7	عدم إحترام إلزامية النظافة والنظافة الصحية في مجال المواد والتجهيزات والعتاد المخصصين لملامسة المواد الغذائية.
	300.000	73 و 10	عدم إحترام إلزامية أمن المنتج الموضوع للإستهلاك.
	300.000	74 و 12	عدم إحترام إلزامية رقابة المطابقة المسبقة (المراقبة الذاتية قبل وضع المنتج للإستهلاك).
	300.000	75 و 13	عدم إحترام إلزامية الضمان أو تنفيذه.
	50.000	76 و 15	عدم إحترام إلزامية تحريم المنتج عند طلب المستهلك لذلك.
	10 % من ثمن المنتج المقتني	77 و 16	عدم إحترام إلزامية تنفيذ الخدمة ما بعد البيع.
	200.000	78 و 17	عدم إحترام إلزامية وسم المنتج الموضوع للإستهلاك لغياب بيانات إجبارية للوسم.
78 و 18		عدم إحترام إلزامية وسم المنتج الموضوع للإستهلاك بسبب عدم تحرير بيانات الوسم و/أو طريقة الإستخدام و/أو دليل الإستعمال و/أو شروط الضمان باللغة العربية وبطريقة مرئية ومقروءة ومتعذر محوها.	

جدول يلخص طبيعة المخالفات والعقوبات المقررة في القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش

العقوبات التكميلية	العقوبات		المخالفات	
	ع.م.م	العقوبة المنصوص عليها	ع.م.م	تعيين المخالفة
مصادرة المنتج.	429 من ق.ع	الحبس من شهرين إلى ثلاثة سنوات و غرامة من 20.000 إلى 100.000 دج أو إحدى هاتين العقوبتين.	68 و 11	1. خداع أو محاولة خداع المستهلك حول كمية المنتوجات المسلمة.
				2. خداع أو محاولة خداع المستهلك حول تسليم منتوجات غير تلك المعينة مسبقاً.
				3. خداع أو محاولة خداع المستهلك حول قابلية إستعمال المنتج.
				4. خداع أو محاولة خداع المستهلك حول تاريخ أو مدة صلاحية المنتج.
				5. خداع أو محاولة خداع المستهلك حول النتائج المنتظرة من المنتج.
				6. خداع أو محاولة خداع المستهلك حول طرق إستعمال أو الإحتياجات اللازمة لإستعمال المنتج.
مصادرة المنتج.	69 من ق.ح.م.م و ق.ع	خمس سنوات (05) حبسا و غرامة قدرها 500.000 دج.	69 من ق.ح.م.م و ق.ع	7. خداع أو محاولة خداع المستهلك باستعمال: - الوزن أو الكيل أو بأدوات مزورة أو غير مطابقة؛ - طرق ترمي إلى التغييظ في عمليات التحليل أو المقدار أو الوزن أو الكيل أو التغيير عن طريق الغش في تركيب أو وزن أو حجم المنتج؛ - إشارات أو ادعاءات تدليسية؛ - كتيبات أو منشورات أو النشرات أو المعلقات أو إعلانات أو بطاقات أو أية تعليمات أخرى.

العقوبات التكاملية	العقوبات		المخالفات	
	ع.م.م	العقوبة المنصوص عليها	ع.م.م	تعيين المخالفة
مصادرة المنتج والأدوات.	431 و 432 ع.ق.ع و82 و83 ق.ح.م. ق.غ	- الحبس من سنتين إلى خمس سنوات و غرامة من 20.000 إلى 100.000 دج - إذا ألحق المنتج مرضاً أو عجزاً، الحبس من خمس (05) سنوات إلى عشر سنوات (10) و غرامة من 500.000 إلى 1.000.000 دج؛	70 الفقرة 2	8. تزوير المنتجات الموجهة للاستهلاك أو للاستعمال البشري أو الحيواني.
		- إذا تسبب المنتج في مرض غير قابل للشفاء أو في فقدان استعمال عضو أو في الإصابة بعاهة مستديمة، الحبس من عشر (10) سنوات إلى عشرين (20) سنة و غرامة من 1.000.000 إلى 2.000.000 دج؛	70 الفقرة 3	9. عرض أو وضع للبيع أو بيع منتج للاستعمال البشري أو الحيواني و هو يعلم بأنه مزور أو فاسداً أو ساماً أو خطيراً.
مصادرة المنتجات والأدوات.	ق.ح.م. ق.غ	- إذا تسبب المنتج في وفاة شخص أو عدة أشخاص السجن المؤبد.	70 الفقرة 4	10. عرض أو وضع للبيع أو بيع، مع العلم بوجهتها، لمواد أو أدوات أو أجهزة أو كل مادة خاصة من شأنها أن تؤدي إلى تزوير أي منتج موجه للاستعمال البشري أو الحيواني.
مصادرة المنتج.	71 ق.ح.م.	غرامة من 200.000 إلى 500.000 دج.	71 و 4	11. عدم إحترام إلزامية سلامة المواد الغذائية في مجال الخصائص الميكروبيولوجية.
مصادرة المنتج.	ق.غ	غرامة من 50.000 إلى 1.000.000 دج.	71 و 5	12. عدم إحترام إلزامية سلامة المواد الغذائية في مجال الملوثات المسموح بها.
التوقيف المؤقت للنشاط.	72 ق.ح. م.ق.غ.	غرامة من 50.000 إلى 1.000.000 دج.	72 و 6	13. عدم إحترام إلزامية النظافة والنظافة الصحية خلال عملية وضع الأغذية للاستهلاك.

الملاحق

العقوبات التكاملية	العقوبات		المخالفات	
	ع.م.م	العقوبة المنصوص عليها	ع.م.م	تعيين المخالفة
التوقيف المؤقت للنشاط	72 ق.ح	غرامة من 50.000 إلى 1.000.000 دج.	7 و 72	14. عدم إحترام إلزامية النظافة والنظافة الصحية في مجال المواد والتجهيزات والعتاد المخصصة لملامسة المواد الغذائية.
مصادرة المنتج والتجهيزات المستخدمة في الغش.	73 ق.ح.م.م. ق.غ	غرامة من 200.000 إلى 500.000 دج.	73 و 10	15. عدم إحترام إلزامية أمن المنتج الموضوع للإستهلاك من حيث إعلام المستهلك ب: - مميزاته وتركيبته وتغليفه وشروط تجميعه وصيانته ؛ - تأثير المنتج على المنتجات الأخرى عند توقع استعماله مع هذه المنتجات ؛ - عرض المنتج و اسمه و التعليمات المحتملة الخاصة باستعماله و إتلافه و كذا كل الإرشادات أو المعلومات الصادرة عن المنتج؛ - فئات المستهلكين المعرضين لخطر جسيم نتيجة استعمال المنتج خاصة الأطفال.
	83 من ق.ح.م. ق.غ	غرامة من 500.000 إلى 1.000.000 دج	10 و 83 من ق.ح.م. ق.غ	16. غش أو عرض أو وضع للبيع أو بيع منتج مزور أو قاسد أو سام أو لا يستجيب لإلزامية الأمن أو يلحق بالمستهلك مرضا أو ضررا .
	74 ق.ح.م. ق.غ	غرامة من 50.000 إلى 500.000 دج.	74 و 12	17. عدم إحترام إلزامية رقابة المطابقة المسبقة (المراقبة الذاتية قبل وضع المنتج للإستهلاك).
استبدال المنتج أو إرجاع ثمنه أو تصليحه أو تعديل الخدمة على نفقته.	75 ق.ح.م. ق.غ	غرامة من 100.000 إلى 500.000 دج.	75 و 13	18. عدم إحترام إلزامية الضمان أو تنفيذه.
	76 ق.ح.م. ق.غ	غرامة 50.000 إلى 100.000 دج.	76 و 15	19. عدم إحترام إلزامية تحريم المنتج عند طلب المستهلك لذلك.

الملاحق

العقوبات التكميلية	العقوبات		المخالفات	
	ع.م.م	تعيين العقوبة	ع.م.م	تعيين المخالفة
	77 ق.ح.م. ق.غ	غرامة من 50.000 إلى 1.000.000 دج.	77 و 16	20. عدم إحترام إلزامية تنفيذ الخدمة ما بعد البيع.
مصادرة المنتج.	78 ق.ح.م. ق.غ	غرامة من 100.000 إلى 1.000.000 دج.	78 و 17	21. عدم إحترام إلزامية وسم المنتج الموضوع للاستهلاك لغياب بيانات إجبارية للوسم.
			78 و 18	22. عدم إحترام إلزامية وسم المنتج الموضوع للاستهلاك بسبب عدم تحرير بيانات الوسم و/أو طريقة الإستخدام و/أو دليل الإستعمال و/أو شروط الضمان باللغة العربية وبطريقة مرئية ومقروءة ومتعذر محوها.
	81 ق.ح.م. ق.غ	غرامة من 500.000 إلى 1.000.000 دج.	81 و 20	23. عدم إحترام الإلتزامات المتعلقة بعروض قرض الإستهلاك.
تدخل المبالغ المحصلة من البيع للخزينة العمومية.	79 و 80 ق.ح.م. ق.غ	الحبس من 6 أشهر إلى 3 سنوات و غرامة من 500.000 إلى 2.000.000 دج أو يأخذى هاتين العقوبتين.	79	24. عدم إحترام إجراء التوقيف المؤقت للنشاط أو بيع منتج : • مشمع؛ • مودع لضبط المطابقة؛ • مسحوب مؤقت من عملية العرض للاستهلاك.
	435 ق.ع	الحبس من شهرين إلى سنتين و بغرامة من 100.000 إلى 20.000 دج.	84	25. عرقلة إتمام مهام المراقبة التي يجريها الأعوان المؤهلين قانوناً.

م.م.ع: المادة المنصوص عليها

ق.ع: قانون العقوبات

ق.ح.م.ق.غ: قانون حماية المستهلك و قمع الغش

ملاحظة :

إذا كان المخالف في حالة عود، تضاعف الغرامات و يجوز للمحكمة أن تعلن شطب المخالف من القيد في السجل التجاري (المادة 85 من القانون رقم 09-03 المذكور أعلاه).

قائمة المراجع

المصادر:

- 1- القرآن الكريم
- 2- الأحاديث النبوية الشريفة
- 3- ابن منظور: **لسان العرب المحيط**، ج 6، دار صادر، بيروت، (بدون سنة نشر).
- 4- ابن منظور الفريقي المصري: **لسان العرب**، دار المعارف، المجلد 5، ج 7، باب الغين، بيروت 1989.
- 5- محمود المسعدي: **القاموس الجديد للطلاب**، معجم مدرسي ألفبائي، ط 7، باب الألف، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1991.
- 6- مجمع اللغة العربية، **المعجم الوسيط**، ج 7، ط 4، مكتبة الشروق الدولية، 2004.

الكتب العامة.

1. الصغير محمد مهدي: **قانون حماية المستهلك (دراسة تحليلية مقارنة)**، دار الجامعة الجديدة الإسكندرية، 2015
2. بودالي محمد: **حماية المستهلك في القانون المقارن**، دار الكتاب الحديث، الجزائر 2600
3. تيورسي محمد: **قواعد المنافسة والنظام العام الاقتصادي (دراسة مقارنة)**، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه، كلية العلوم القانونية والإدارية، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2010. 2011.
4. وليد بوجملين : **قانون الضبط الاقتصادي في الجزائر**، دار بلقيس، الجزائر، 2011.
5. أبو الحسن علي محمد الماوردي: **الأحكام السلطانية والولايات الدينية**، ج 1 ، ط 3 ، مطبعة مصطفى البابي الحلبي وأولاده، مصر ، 1973.
6. أبو حامد الغزالي: **إحياء علوم الدين**، دار المعرفة، بيروت، ، 1403 هـ.
7. أبي الحسن بن محمد بن حبيب الماوردي: **الأحكام السلطانية والولايات الدينية**، تحقيق الدكتور أحمد مبارك البغدادي، ط 1 ، مكتبة دارين قتيبة، الكويت، 1989.
8. أحمد شرف الدين: **قواعد تكوين العقود الإلكترونية وبنود التحكيم**، ط 2، (بدون مطبعة) رقم الإيداع: 2013/15698، القاهرة، 2013.
9. أحمد محمد خليفة: **المنهج العلمي الاشتراكي**، الدار القومية للطباعة والنشر، القاهرة.
10. بن داود إبراهيم: **قانون حماية المستهلك وفق أحكام القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك**، ط 1، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2016.
11. بودالي محمد: **الالتزام بالنصيحة في نطاق عقود الخدمات (دراسة مقارنة)**، ط 1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005.

قائمة المصادر والمراجع

12. بيان هاني حرب: مبادئ التسويق، مؤسسة الوراق، عمان ، الأردن، 1999.
13. جار الله الزمخشري: أساس البلاغة، تحقيق عبد الرحيم محمود، دار المعرفة، بيروت، 1402 هـ.
14. جار الله الزمخشري: أساس البلاغة، تحقيق عبد الرحيم محمود، دار المعرفة، بيروت، 1402 هـ.
15. حسن حسين أحمد البشايرة: سياسة تدخل الدولة في سوق السلع والخدمات في الاقتصاد الإسلامي، عماد الدين للنشر والتوزيع، الأردن.
16. حسني الجندي : الجندي في شرح قانون قمع التدايس والغش، ط 3 ، دار النهضة ، القاهرة، 2000.
17. حسين الماحي: حماية المنافسة(دراسة مقارنة في ضوء أحكام القانون المصري)، ط1، المكتبة العصرية، مصر، 2007.
18. حسين محمد فتحي: الممارسات الاحتكارية والتحالفات التجارية لتقويض حريتي التجارة والمنافسة، دار النهضة العربية، القاهرة، 1998
19. حسين محمود حامد: النظام الاقتصادي المالي في الاسلام، دار النشر الدولية، السعودية، 2000.
20. حمد بن حماد بن عبد العزيز الحماد : من فقه السنة دراسة فقهية لبعض الأحاديث في البيوع ، ط1، مكتبة الدار بالمدينة المنورة ، 1405.
21. حمزة الدهومي: عوامل الانتاج في الاقتصاد الاسلامي دار الانصار ، القاهرة ، ط 1، 1987.
22. دليل أعمال اتفاقيات منظمة التجارة الدولية ، أمانة الكومنويلث ، مركز التجارة الدولية، الأونكتاد /م.ت.ع، 1995
23. مفتش قمع الغش، الصادر عن المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش، وزارة التجارة، الجزائر
24. الزرقا مصطفى : شرح القانون المدني السوري - العقود المسماة عقد البيع والمقايضة ، ط 6 ، مطابع فتى العرب ، دمشق 1965.
25. سعدي أوحبيب: القاموس الفقهي، ج1، ط2، دار الفكر، دمشق ، 1988
26. السيد محمد الجوهري: دور الدولة في الرقابة على مشروعات الإستثمار، ط1، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2009.
27. شيخ الإسلام ابن تيمية، تحقيق صلاح المنجد: الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، ط1، دار الكتاب الجديد، بيروت، 1396
28. طاهر مرسي عطية: التسويق، المكتبة الأكاديمية، مصر، 1993.
29. عاطف النقيب : النظرية العامة للمسؤولية الناشئة عن الفعل الشخصي، ط1، منشورات عويدات، 1983.
30. عاطف صدقي، مبادئ المالية العامة، ج2، دار النهضة العربية، القاهرة، 1969.
31. عبد الحلیم منصور : فقه المعاملات التجارية في ميزان الشريعة الإسلامية، ط1، دار الفكر الجامعي ،الإسكندرية، 2010.
32. عبد الرزاق السنهوري : الوسيط في شرح القانون المدني ، نظرية الالتزام بوجه عام مصادر الالتزام، ج1، منشورات الحلبي، بيروت ، 1998.
33. عبد الرزاق سنهوري: الوسيط في شرح القانون المدني الجديد، البيع، والمقايضة، ج4، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 1998.
34. عبد الفتاح بيومي حجازي: حماية المستهلك عبر شبكة الانترنت، ط1، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، 2006.
35. عبد الكريم رياض جبوري: التسويق الناجح دار التسيير، بيروت، 2000.

قائمة المصادر والمراجع

36. عبد الكريم زيدان: المدخل لدراسة الشريعة الإسلامية، ط 6، مكتبة القدس. دار الرسالة، بيروت. بغداد، 1981.
37. عبد اللطيف بن عبد الله: الأيجاز في مبادئ الاقتصاد الإسلامي، دار ابن الجوزي، السعودية، 1997.
38. عبد الله المصلح وصلاح الصاوي: ما لا يسع التاجر جهله، مؤسسة الرسالة، الرياض، 2001.
39. علي بولحية بن بوخميس: القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى، الجزائر، 2000.
40. فضل إلهي: الحسبة (تعريفها، مشروعيتها، حكمها)، ط 1، دار الفرقان للنشر والتوزيع، الرياض، 1410 هـ/1990.
41. كمال الدين إمام: أصول الحسبة في الإسلام، ط 1، دار الهداية، مصر، 1406 هـ.
42. ليبي شقير: تاريخ الفكر الاقتصادي، مطبعة نهضة مصر، القاهرة، 1956.
43. ليبي شقير: تاريخ الفكر الاقتصادي: مطبعة نهضة مصر، القاهرة، 1965.
44. لويس فوجال، ترجمة منصور القاضي: المطول في القانون التجاري، ط 1، ج 1، المجلد 1، مجلد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، لبنان، 2007.
45. مجدي محبوب شهاب واسامة محمد الفولي: أساسيات الاقتصاد السياسي، دار الجامعة الجديدة، 2003، الاسكندرية
46. محفوظ لعشب: الوجيز في القانون المصرفي، ط 2، ديولن المطبوعات الجزائرية، الجزائر، 2006.
47. محمد إبراهيم عبيدات: مبادئ التسويق، دار المستقبل، عمان، الأردن، 1999.
48. محمد أحمد عبد الحميد احمد: الحماية المدنية للمستهلك التقليدي والإلكتروني، دار الجامعة الجديدة الإسكندرية، 2015.
49. محمد السيد عمران: حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، (دراسة مقارنة)، منشأ المعارف الاسكندرية.
50. محمد السيد عمران: حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، دراسة مقارنة، منشأ المعارف الاسكندرية.
51. محمد المبارك، الدولة ونظام الحسبة عند ابن تيمية، ط 1، دار الفكر، 1387.
52. محمد بودالي: حماية المستهلك في القانون المقارن، دار الكتب الحديث، الجزائر، 2006.
53. محمد جودت ناصر: الاصول التسويقية في إدارة المحلات والمؤسسات التجارية، دار مجدلاوي، عمان، 1997.
54. محمد حسين منصور: أحكام البيع التقليدية والإلكترونية وحماية المستهلك، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، 2006.
55. محمد سليمان الغريب: الاحتكار والمنافسة غير المشروعة، ط 1، دار النهضة العربية، القاهرة، 2004.
56. محمد عبد العظيم أبو النجا: أسس التسويق الحديث، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2010/2011.
57. محمود المسعدي: القاموس الجديد للطلاب معجم عربي مدرسي ألفبائي، ط 7، باب الألف، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1991.
58. محمود عبد الرحيم الدين: الحماية المدنية للمستهلك (دراسة مقارنة)، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2011.
59. محمود عساف: المنهج الإسلامي في إدارة الأعمال، مكتبة الخدمات الحديثة، جدة، 2001.
60. محي الدين بن شرف النووي: صحيح مسلم بشرح النووي، ج 2، دار إحياء التراث العربي، بيروت، (دون سنة).
61. معين فندي الشناق: الاحتكار والممارسة المقيدة للمنافسة في ضوء قانوني المنافسة والاتفاقية الدولية، دارالثقافة، الأردن

قائمة المصادر والمراجع

62. مغاوري شلبي علي: حماية المنافسة ومنع الاحتكاريين النظرية والتطبيق، دار النهضة العربية، القاهرة، 2005.
63. ناجي بن حسن بن صالح حضيبي: الحبسة النظرية والعملية عند شيخ الإسلام ابن تيمية، ط1، دار الفضيلة للنشر والتوزيع، الرياض، 2005.
64. نعيمة غلاب: قنوت التوزيع، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2013.

الأطروحات:

65. بودالي محمد، عيبا الغلط والتغريب في القوانين الوضعية والفقہ الإسلامي (دراسة مقارنة)، رسالة ماجستير، الجامعة الاردنية، 1989.
66. نصيف محمد حسين: النظرية العامة للحماية الجنائية للمستهلك، رسالة دكتوراه، كلية الدراسات العليا بالشرطة، 1997
67. محمد الشريف كتو: الممارسات المنافسة للمنافسة في القانون الجزائري، أطروحة دكتوراه في القانون، 2004/2003
68. شهيدة قادة : المسؤولية المدنية للمنتج دراسة مقارنة . ، أطروحة دكتوراه ،القانون الخاص ، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان ، كلية الحقوق ، 2004 – 2005 .
69. شهيدة قادة: المسؤولية المدنية للمنتج (دراسة مقارنة)، أطروحة دكتوراه ،القانون الخاص، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، كلية الحقوق ، 2004 – 2005.
70. أمل محمد شلبي: الحد من آليات الاحتكار من الوجهة القانونية، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة الاسكندرية، 2005.
71. عمر محمد حمادة: الاحتطار والمنافسة غير المشروعة، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، قسم القانون التجاري، جامعة القاهرة، 2008.
72. عمر محمد حمادة: الاحتطار والمنافسة غير المشروعة، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، قسم القانون التجاري، جامعة القاهرة، 2008، ص227.
73. إسلام هاشم عبد المقصود سعد : قواعد الحماية القانونية للمستهلك بين القانون المدني والفقہ الإسلامي ، رسالة دكتوراه في الحقوق ، جامعة المنوفية ، 2010. 2011.
74. محمد أنور حامد علي: الإغراق من صور المنافسة غير المشروعة دراسة مقارنة بين الشريعة الإسلامية والقانون الوضعي، كلية الحقوق، جامعة بني سويف، رسالة دكتوراه غير منشورة، سنة 2010
75. محمد أنور حامد علي: الإغراق من صور المنافسة غير المشروعة دراسة مقارنة بين الشريعة الإسلامية والقانون الوضعي، كلية الحقوق، جامعة بني سويف، رسالة دكتوراه غير منشورة، سنة 2010.
- 76.

المقالات العلمية:

1. طواهر التهامي وناصر دادي عدون: تقييم نتائج برنامج التعديل الهيكلي على الاقتصاد الجزائري خلال فترة 1998/1994 وآفاقه، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية، الاقتصادية، السياسية، عدد 04، 2001.
2. إدريس الفاخوري: حماية المستهلك من الشروط التعسفية ، مجلة طنجيس للقانون والاقتصاد، العدد 03، جامعة عبد الملك السعدي ، مطبعة النجاح الجديدة ، طنجة ، 2003.
3. ناصر دادي عمون، منتأوي محمد : انضمام الجزائر إلى المنظمة العالمية للتجارة(الأهداف والعراقيل)، مجلة الباحث ، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة ، عدد 03/2004
4. كمال لدري: حماية المستهلك من المعاملات التعسفية، مجلة العلوم القانونية والإدارية، عدد خاص ، مكتبة الرشاد للطباعة والنشر والتوزيع، ابريل 2005.
5. بوزيان امحمد: مبادئ حماية المستهلك في التشريع الإسلامي وتطبيقاته من خلال فقه المعاملات المالية، مجلة العلوم القانونية والإدارية، عدد خاص، جامعة جيلالي اليابس، سيدي بلعباس، أبريل 2005.
6. شهيدة قادة: فكرة مخاطر التطور، رهانات الموزنة بين مصالح المهنيين وحقوق المستهلكين في الحماية، مجلة دراسات قانونية، عدد 2، جامعة تلمسان. كلية الحقوق، ديسمبر 2005.
7. آغا جميلة: دور الولاية والبلدية في حماية المستهلك، مجلة العلوم القانونية والإدارية، عدد خاص، كلية الحقوق، جامعة جيلالي اليابس، منشورات مكتبة الرشاد للطباعة والنشر والتوزيع، 2005، سيدي بلعباس.
8. نبيل محمد أحمد صبيح: حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية، مجلة الحقوق، تصدر عن المجلس العلمي لجامعة الكويت، العدد الثاني، 2008.
9. عباد نبيل محمد أحمد صبيح: حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية، مجلة الحقوق، جامعة الكويت، مجلس النشر العلمي، العدد 2 ، 2008.
10. بودالي محمد: الحماية القانونية للمستهلك عن الإشهار الخادع أو الكاذب، مجلة العلوم القانونية والإدارية، جامعة جيلالي اليابس/ سيدي بلعباس، العدد 06 ، مكتبة الرشاد للطباعة والنشر، 2009.
11. مجلة الدراسات والابحاث، جامعة وهران، العدد 24، 2015.
12. التصويت على قانون جمارك جديد: فعالية وتفتح على المحيط ، أخبار الجمارك الدورية تصدر عن المديرية العامة للجمارك الجزائرية ، عدد 1، 2017.
13. مبارك بن الطيبي: نظرة حول الأنظمة الاقتصادية الجمركية في التشريع الجزائري ، مجلة دفاتر السياسة والقانون، العدد 19، ورقلة ، 2018.
14. هامل الهواري: دور الجمعيات في حماية المستهلك: مجلة العلوم القانونية والإدارية.
15. أحمد طالب، نظام تعويض الأضرار الناجمة عن حوادث المرور في الجزائر، ج2، المجلة القضائية، العدد 2.
16. عماد عفان: حكم الاحتكار في الفقه الإسلامي، مداخلة في الملتقى الفقهي، مجلة رسالة الإسلام، عدد 11
17. قادة بن علي : حماية المستهلك في مجال أحكام البيع ، مجلة العلوم القانونية والإدارية ، العدد الثاني.

قائمة المصادر والمراجع

18. عياش قويدر ، إبراهيمي عبد الله ، آثار انضمام الجزائر إلى المنظمة العالمية للتجارة ، بين التفاؤل والتشاؤم، مجلة اقتصاديا شمال إفريقيا، عدد2.

المدخلات في الفعاليات العلمية:

1. بوعزة ديدن: الالتزام بإعلام في عقد البيع، الملتقى الوطني حول المنافسة والاستهلاك في القانون الجزائري، المنعقد في 14. 15 أبريل 2001.
2. شهيدة قادة: قانون المنافسة بين تكريس حرية المنافسة وخدمة المستهلك، الملتقى الوطني للاستهلاك والمنافسة في القانون الخاص الأساسي، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 14/15 أبريل 2001.
3. ملاح الحاج: حق المستهلك في الإعلام، الملتقى الوطني حول المنافسة في القانون الجزائري، يومي 14. 15 أبريل 2001.

الأحكام والقرارات القضائية:

1. قرار المحكمة العليا الغرفة الإدارية ملف رقم 55/235 صادر بتاريخ 11/03/1989. القرار المؤرخ في 15 غشت 2012، يحدد نموذج بطاقة التفويض بالعمل وكيفية إصدارها وسحبها للموظفين المنتمين للأسلاك الخاصة بإدارة المكلفة بالتجارة، الصادرة في ج ر عدد13، المؤرخة في 06 مارس 2013.

النصوص التشريعية:

1. القانون العضوي رقم 05/12 المؤرخ في 12 يناير 1012، المتعلق بالإعلام، الصادر في الجريدة الرسمية المؤرخة في 15 يناير 2012 العدد 21.
2. القانون رقم 156/66 المؤرخ في 08 يونيو 1966 ، المتضمن قانون العقوبات، المعدل والمتمم بالقانون رقم 04/82 المؤرخ في 13 فبراير 1982 - الصادر في ج ر العدد 07.
3. القانون 80/76 المؤرخ في 23 أكتوبر 1976 الصادر في ج ر المؤرخة في 10 أبريل 1977 العدد 29 المعدل والمتمم بالقانون 04/10 المؤرخ في 15 غشت 2010 المتضمن القانون البحري ، الصادر في ج ر عدد 46.
4. القانون رقم 07/79 ، المؤرخ في 21 يوليو 1979 المتضمن قانون الجمارك، الصادر في ج ر عدد30، المؤرخة في 24 يوليو 1979 المعدل والمتمم بالقانون رقم 04/ 17 المؤرخ في 16 فبراير 2017 الصادر في الجريدة الرسمية المؤرخة في 19 فبراير 2017، العدد 11 .
5. القانون رقم 12/89 المتعلق بالاسعار، المؤرخ 05 يوليو 1989، الصادر في الجريدة الرسمية العدد26، سنة 1989، الملغى بموجب المادة 97 من الأمر رقم 06/95 المتعلق بالمنافسة (الملغى) بالأمر 03/03 المتعلق بالمنافسة.
6. القانون رقم 10/90 المؤرخ في 14 أبريل 1990، المتضمن قانون النقد والصرف، الصادر في ج.ر، عدد16 المؤرخة في 23 رمضان 1410.

قائمة المصادر والمراجع

7. القانون رقم 06/99 المؤرخ في 04 أبريل 1999 يحدد القواعد التي تحكم نشاط وكالة السياحة والأسفار ، الصادر في الجريدة الرسمية المؤرخة في 7 أبريل 1999، ع 24.
8. قانون 02/04 المؤرخ في 23 يونيو 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الصادر في الجريدة الرسمية عدد 41، المؤرخة في 27 يونيو 2004.
9. القانون رقم 09/08 المؤرخ في 25 فبراير 2008، يتضمن قانون الاجراءات المدنية الجزائري، الصادر في الجريمة الرسمية المؤرخة في 23 افريل 2008 العدد 21
10. القانون رقم 03/09 المؤرخ في 29 صفر عام 1430 الموافق ل 25 فبراير سنة 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الصادر بالجريدة الرسمية عدد 15، الصادرة في 08 مارس 2009.
- 11.
12. القانون رقم 10 /11 المؤرخ في 22 يونيو 2011، المتعلق بالبلدية.
13. القانون رقم 06/12 المؤرخ في 12 يناير 2012، يتعلق بالجمعيات، الصادر في ج ر عدد 02 المؤرخة في 15 يناير 2012.
14. القانون رقم 07/12 المؤرخ في 21 فبراير 2012 يتعلق بالولاية، الصادر في الجريدة الرسمية المؤرخة في 29 فبراير 2012، العدد 12.
15. القانون 06/98 المؤرخ 27 يونيو 1998 المعدل والمتمم بقوانين آخرها القانون رقم 14/15 المؤرخ في 15 يونيو 2015 الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالطيران المدني ، الصادر في ج ر عدد 41 ، المؤرخة في 29 يوليو 2015.
16. القانون رقم 05/18 المؤرخ في 10 ماي 2018 المتعلق بالتجارة الالكترونية، الصادر في ج ر عدد 28 المؤرخة في 16 ماي 2018.
17. القانون رقم 03/09 المؤرخ في 25/02/2009، المعدل والمتمم بالقانون رقم 09/18 المؤرخ في 10 يونيو 2018، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الصادر في ج ر 35، المؤرخة في 13 يونيو 2018. المعدل بالقانون 09/18 المؤرخ في 10 يونيو 2018، الصادر في الجريدة الرسمية عدد 35 المؤرخة في 13 جوان 2018.
18. القانون 08/18 المؤرخ في 10 يونيو 2018 المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية، الصادر في الجريدة الرسمية المؤرخة في 13 جوان 2018، عدد 35.
19. الأمر 155/66 المؤرخ في 08 يونيو 1966 ، المتضمن قانون الإجراءات الجزائية المعدل والمتمم بالقانون رقم 22/06 المؤرخ في 20 ديسمبر 2006 الصادر في الجريدة الرسمية المؤرخة في 24 ديسمبر 2006، العدد 49
20. الأمر رقم 156/66 المتضمن قانون العقوبات، المؤرخ في 8 يونيو 1966، الصادر في الجريدة الرسمية العدد 49، سنة 1966.
21. الأمر رقم 314/66 المؤرخ في 14/10/1966 المتضمن الرهان الرياضي، الصادر في الجريدة الرسمية العدد المؤرخة في

قائمة المصادر والمراجع

22. الأمر 58/75، المتضمن الق المدني الجزائري. الصادر في 26 سبتمبر 1975 المعدل والمتمم بالقانون 10/05، المؤرخ في 20 يونيو 2005 الصادر في ج ر عدد 44،
23. الأمر رقم 95/75 مؤرخ في 20 رمضان 1395 الموافق لـ 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون التجاري الجزائري، الصادر في الجريدة الرسمية المؤرخة في 19 ديسمبر 1975، العدد 101، المعدل والمتمم
24. الأمر 06/95 المتعلق بالمنافسة، المؤرخ في 25/01/1995، الصادر في الجريدة الرسمية العدد 09، الصادرة في 22/02/1995 (ملغى).
25. الأمر 03/03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالمنافسة الصادر في ج ر عدد 43 المؤرخة في 20 يوليو 2003.
26. الأمر 06/03 المؤرخ في 19 يونيو 2003، المتعلق بالعلامات التجارية، الصادر في الجريدة الرسمية المؤرخة في 23 يوليو 2003، العدد 44.
27. الأمر رقم 03/03 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 هـ الموافق لـ 19 يوليو 2003 يتعلق بالمنافسة، الصادر بالج.ر عدد 43، المؤرخة في 20/07/2003 المعدل والمتمم بالقانون رقم 05/10 المؤرخ في 5 رمضان 1431 الموافق لـ 15 غشت 2010، الصادر في ج.ر عدد 46 المؤرخة في 18/08/2010.
28. المرسوم الرئاسي رقم 44/96 المؤرخ في 17/01/1996 يحدده النظام الداخلي لمجلس المنافسة، الصادر في الجريدة الرسمية عدد 05 المؤرخة في 21/01/1996.
29. المرسوم التنفيذي رقم 266/90 المؤرخ في 15 سبتمبر 1990، لمتعلق بضمان المنتجات والخدمات، الصادر في ج ر عدد 40، المؤرخة في 19 سبتمبر 1990.
30. المرسوم التنفيذي 367/90 المؤرخ في 10/11/1990 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها، الصادر في الجريدة الرسمية المؤرخة في 4 جمادى الأولى 1411 عدد 50.
31. المرسوم التنفيذي رقم 91/91 المؤرخ في 06 أبريل 1991 يتضمن تنظيم المصالح الخارجية للمنافسة والأسعار وصلاحياتها وعملها، الصادر في الجريدة الرسمية المؤرخة في 10 أبريل 1991 العدد 16.
32. المرسوم التنفيذي رقم 30/92 المؤرخ في 20/01/1992 المتعلق بخصائص أنواع البن وعرضها، الصادر في الجريدة الرسمية رقم 6 المؤرخة في 1992
33. المرسوم التنفيذي رقم 272/92 المؤرخ في 6/07/1992، الذي يحد تكوين المجلس الوطني لحماية المستهلكين واختصاصه، الصادر في الجريدة الرسمية المؤرخة في 7 محرم 1413، العدد 52.
34. المرسوم التنفيذي رقم 276/92 المؤرخ في 06 جويلية 1992، المتضمن مدونة أخلاقيات الطب، الصادرة في ج ر عدد 52 المؤرخة في 08 جويلية 1992.
35. المرسوم التنفيذي رقم 04/96 المؤرخ في 15 يناير 1996، المتعلق بتعريفات نقل الركاب في سيارات الأجرة.
36. المرسوم التنفيذي رقم 31/96 المؤرخ في 15 يناير 1996 يتضمن كيفية تحديد أسعار بعض السلع والخدمات الإستراتيجية، الصادر في الجريدة الرسمية رقم 04 المؤرخة في 17 جانفي 1996.

قائمة المصادر والمراجع

37. الموسم التنفيذي رقم 96 / 355 المؤرخ في 19/10/1996، المتعلق بإنشاء شبكة مخابر التجارب والتحليل النوعية وتنظيمها وسيرها، الصادر في ج. ر المؤرخة في 7 جمادى الثانية 1417 عدد 62.
38. المرسوم رقم 69/98 المؤرخ في 21 فبراير 1998، المتضمن إنشاء المعهد الجزائري للتقييس، المؤرخ في 21 فبراير 1998 الصادر في الجريدة الرسمية المؤرخة في 2 ذو القعدة 1418 العدد 11.
39. المرسوم التنفيذي رقم 05 / 464 المؤرخ في 6 ديسمبر 2005 يتعلق بتنظيم التقييس وسيره الصادر في الجريدة الرسمية المؤرخة في 11 ديسمبر 2005 عدد 80، المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي 110/2000 المؤرخ في 5 أكتوبر 2000 الصادر في الجريدة الرسمية العدد 28 المؤرخة في 2000.
40. المرسوم التنفيذي رقم 01/101، المؤرخ في 21 أبريل 2001، المتضمن انشاء الجزائرية للمياه، الصادر في الجريدة الرسمية، عدد 24، المؤرخة في 22 أبريل 2001.
41. المرسوم 207/94 المتعلق بصلاحيات وزير التجارة المؤرخ في 16 جويلية 1994، المعدل بالمرسوم التنفيذي رقم 453/02 المؤرخ في 21 ديسمبر 2002 الصادر في الجريدة الرسمية المؤرخة في 22 ديسمبر 2002، العدد 85.
42. المرسوم التنفيذي 03/409 المؤرخ في 5 نوفمبر 2003 يتضمن المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعملها، الصادر في الجريدة الرسمية المؤرخة في 9 نوفمبر 2003، العدد 68.
43. المرسوم التنفيذي 89/147 ، المتعلق بإنشاء المركز الجزائري لمراقبة النوعية والوزن. المعدل بموجب المرسوم التنفيذي رقم 03/318 المؤرخ في 30 سبتمبر 2003 .
44. المرسوم التنفيذي رقم 05/465 المؤرخ في 06 ديسمبر 2005 يتعلق بتقييم المطابقة ، الصادر في الجريدة الرسمية المؤرخة في 11 ديسمبر 2005، العدد 80.
45. والمرسوم التنفيذي 09/65 المؤرخ في 07/02/2009 الذي يحدد الكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الاسعار المطبقة في قطاعات النشاط، أو بعض الخدمات والسلع المعينة، ج ر عدد 10 المؤرخة في 11 فبراير 2009.
46. المرسوم التنفيذي رقم 09/309، المؤرخ في 23/9/2009، يتضمن انشاء الديوان الوطني المهني المشترك للخضر واللحوم، الصادر في الجريدة الرسمية، عدد 55، الصادرة في 27 سبتمبر 2009.
47. المرسوم تنفيذي رقم 09/415 المؤرخ في 16/12/2009، المتضمن القانون الاساسي الخاص المطبق على العمال المنتمين إلى الأسلاك الخاصة بالإدارة المكلفة بالتجارة، الصادر في الجريدة الرسمية المؤرخة في 20 ديسمبر 2009 ، العدد 75.
48. المرسوم التنفيذي 11/241 المؤرخ في 10 يوليو 2011، يحدد تنظيم مجلس المنافسة وسيره ، الصادر في الجريدة الرسمية عدد 39 الصادر في 13 يوليو 2011.
49. قرار وزاري مشترك مؤرخ في 08/01/1994 يتعلق بنوعية الفواكه والخضر الطازجة الموجهة للاستهلاك وعرضها.
50. القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 02/07/1995 المتعلق بوضع الدواجن المذبوحة رهن الاستهلاك عُدل بالقرار الوزاري المشترك المؤرخ في 26 / 05 / 2001.

قائمة المصادر والمراجع

51. قرار وزاري صادر في 07/11/1995 المتعلق بالموصفات التقنية التي تطبق على المواد الغذائية المستوردة القرار الصادر عن الغرفة المدنية رقم 67، 551 المؤرخ في 24/09/1990، القضية رقم 250.
52. قرار وزاري مؤرخ في 27/09/1999، يتعلق بـموصفات مسحوق الحليب الصناعي وشروط عرضه وحيازته واستعماله وكيفيات ذلك.

القوانين المصرية :

1. القانون رقم 886 لسنة 2006 بشأن اصدار لائحة تنفيذية لقانون حماية المستهلك الصادر بالقانون رقم 67 سنة 2006.
2. القانون رقم 03 لسنة 2005 المعدل بالقانون رقم 190 لسنة 2008، الصادر في الجريدة الرسمية عدد 25، المؤرخة في 22 يونيو 2008، المتضمن أحكام قانون المنافسة ومنع الإحتكار المصري.

المواقع الالكترونية:

1. الموقع الإلكتروني لمديرية التجارة لولاية معسكر www.dcmascaRa.gov.dz، تاريخ الزيارة: 15 أبريل 2018، ساعة الزيارة : 23:08
2. وزارة التجارة، مديرية التجارة لولاية بسكرة، جمعيات حماية المستهلكين الرابط: WWW.dCWbiskra.dz تاريخ الزيارة 20/04/2018 الساعة: 00:44.
3. أهم التسهيلات الجمركية راجع: التسهيلات الجمركية في الموقع: WWW.Algex.dz، تاريخ الزيارة 27/04/2018، ساعة الزيارة 16:30
4. Aljajeera.net شبكة الجزيرة الإعلامية 2013 ، تاريخ الزيارة: 02/01/2019. ساعة الزيارة: 20:15
5. <https://comtext.reverso.net>، 2013.2019، تاريخ الزيارة: 02/01/2019، ساعة الزيارة 21:45

ثانيا: المراجع باللغة الفرنسية.

Les livres :

- 1- Cloud. j. Berr et Henri trumeau. Le droit douanier ;2éd ;paris. LGdJ ;1981 ;P230.
- 2- Jean Jak Burst et Robert Kovar: droit de la concurrence, economica, 1981,
- 3- Dekeuver/Defosseg – la responsabilité pénale des personnes morales a la lumière éphémère de l'article 17/1 de l'ordennace du 1er decembere 1986 relative ce la

- Douvreleur. Droit de la défense et concurrence pratique anticoncurrentielles en droit français . E1 .I G D J . 2000 . P 356 . /420.
- 4- D. Bailly. Caplan: confederation nationale des syndicats dentaires et autre, paris, 3 Mai 1990.
 - 5- Veroniaue Selinsler: Le specificité des accode verticaux au regard du droit de la concurrence, Rec Dalloz, 1992,cahir.chr, p 41.
 - 6- Gérard Farjat ; Pour un droit économique, paris, 1994, p45.
 - 7- Daniel Durfur : Marketing, Dunod, paris, 1997
 - 8- Pierre louis dulios et jolibert / alain fondements et pratiques .du markiting/ paris 1998
 - 9- Philip Kother et bernnard dubois:Marketing management, 10 eme edition,frence,2000,
 - 10- Douvreleur. Droit de la défense et concurrence pratique anticoncurrentielles en droit français . E1 .I G D J . 2000 . P 356 .
 - 11- lasary : le markiting c'est facile, Alger, 2001.
 - 12- Zouaimia : les autorité administratives indépendantes et la régulation économique en Algérie , edition Houma , Alger, 2005, p72
 - 13- Luc bihl : le droit pénale de la consommation ,édition Dominique, Morel , Nathan

Les revues scientifiques :

1. Bennadji cheril , le dispositif légal relatif à la concurrence (les voies de recours contre les décisions du conseil de la concurrence), la lettre juridique n0 22 février 1995.
2. Amel laminai . le rôle du juge en matière de régulation de la concurrence . revue marocaine de droit économique . n 01 .octobre. 2007 . p17.
3. m. lombard : les conséquences juridiques du passage de l'état propriétaire a l'état actionnaire « les contraintes du droit de la concurrence », RFAP, n° 124, 2007, p 576
4. OMC ;GLOSSAIRE DES TERMES DOUOUASSIERS INTERNATION.AUX,1995

فهرس المحتويات

	البسمة
	الإهداء
	شكر وتقدير
	قائمة المختصرات
	المقدمة
11	الباب الأول: آليات حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة
14	الفصل الأول: الآليات القانونية التي وضعها المشرع لحماية المستهلك
15	المبحث الأول: رهانات التوفيق بين مصالح المهنيين وحماية المستهلكين
18	المطلب الأول: الالتزامات في عقود الاستهلاك
19	الفرع الأول: الالتزامات الهادفة إلى حماية الإرادة التعاقدية للمستهلك.
19	أولا : الالتزام بالإعلام
20	1- الالتزام ما قبل التعاقد بالإعلام
21	أ- موقف المشرع الجزائري من هذا الالتزام
22	ب- المعلومات التي ينبغي إعلامها للمستهلك قبل التعاقد
24	ج- التزام الموجب (المعلن) بتسيير المستهلك في العقود الالكترونية
25	2- الالتزام بالإعلام التعاقدية
25	أ- المعلومات التي ينبغي إعلامها للمستهلك بعد التعاقد
26	ب- المدينين بهذا الالتزام
27	ج- الدائن بهذا الالتزام
28	ثانيا : الالتزام بالنصيحة أو تقديم المشورة
28	1- نطاق تطبيقه
28	أ- الأشياء المعقدة
29	ب- بعض المهن
30	2- طبيعة هذا الالتزام
30	الفرع الثاني: الالتزامات الهادفة إلى حماية المصالح الاقتصادية للمستهلكين.
30	أولا : الالتزام بضمان العيوب الخفية
32	1- العيوب المستثناة من الضمان

فهرس المحتويات

32	أ- سوء الاستخدام و مخالفة التعليمات
32	ب- خطأ الغير أو القوة القاهرة
32	2- أطراف الضمان
32	أ- المدين بالضمان
32	ب- الدائن في الضمان
32	3- آثار الضمان
33	ثانيا : الالتزام بالإعلان عن الاسعار
33	1- الالتزام باحترام الاسعار المعلنة
34	2- الالتزام بالفوترة
35	الفرع الثالث: الالتزامات الهادفة إلى حماية صحة وسلامة المستهلك
35	أولا : الالتزام بالسلامة
37	1- مراقبة دخول المحترف الى السوق
37	2- مراقبة دخول المنتجات والخدمات الى السوق
40	ثانيا : مطابقة المنتوجات والخدمات لمقاييس الجودة
40	1- المواصفات القانونية
41	أ- المواصفات الجزائرية
41	• المواصفات المصادق عليها
41	• المواصفات المسجلة
41	ب- مواصفات المؤسسة
41	2- المقاييس القانونية
41	أ- الخصائص التقنية
42	ب- المواصفات القياسية
42	ج- الاشهاد على المطابقة
43	3- المعهد الجزائري للتقييس
44	المطلب الثاني: وسائل دفاع المحترفين
44	الفرع الأول: الحق في اللجوء إلى القضاء
44	أولا : حق المحترف في اللجوء الى القضاء الاستعجالي
45	ثانيا : حق المحترف في رفع دعوى تعويض
47	ثالثا : ممارسة المحترف لدعوى القذف

فهرس المحتويات

48	الفرع الثاني: حق المحترف في الرد والتصحيح
49	الفرع الثالث: استثناء فكرة مخاطر التطور من التأمين على مسؤولية المنتج.
52	المبحث الثاني: المسؤولية المترتبة عن الإخلال بالالتزامات في عقود الاستهلاك
52	المطلب الأول: المسؤولية المدنية في قانون حماية المستهلك
53	الفرع الأول: أحكام عامة
54	أولاً : الجزاءات المدنية لعدم مطابقة المنتجات والخدمات
54	1- عيوب الارادة
55	أ- الغلط
55	ب- التدليس
55	2- المسؤولية العقدية
55	أ- عدم تنفيذ المحترف لالتزاماته التعاقدية
56	ب- التأخير في تنفيذ المحترف لالتزاماته
57	ثانياً : الجزاءات الواردة في عقد البيع
58	1- الضمان القانوني للعييب الخفي
58	أ- الضمان القانوني في القانون المدني
58	ب- الضمان القانوني في قانون حماية المستهلك
59	• اصلاح المنتج
59	• استبدال المنتج
59	• استرداد الثمن
60	2- الضمان الاتفاقي للعييب الخفي
60	أ- في القانون المدني
60	ب- في قانون حماية المستهلك
61	الفرع الثاني: المسؤولية المدنية للمحترف المترتبة عند انعدام السلامة في المنتجات والخدمات
61	أولاً : ما تقدمه دعوى الضمان في مجال الحماية من أضرار المنتجات الخطرة
61	1- معنى المحترف
61	2- معنى الاضرار
62	3- خطأ المنتج
62	• في المسؤولية العقدية
62	• في المسؤولية التقصيرية

فهرس المحتويات

62	ثانيا : تأسيس مسؤولية خاصة للمنتج عن الاضرار التي تسببها منتجاته الخطرة
63	ثالثا : تعويض الأضرار التي يسببها أداء الخدمات
63	1- الاضرار الواقعة بمناسبة النقل
65	2- الاضرار الناجمة عن العلاج الطبي
65	أ- مسؤولية الأطباء
66	ب- مسؤولية المستشفيات العامة
66	ج- مسؤولية المستشفيات الخاصة
67	المطلب الثاني : المسؤولية الجزائية في قانون حماية المستهلك.
70	الفرع الأول: الأسس التي تبنى عليها الجرائم المتعلقة بالمستهلك:
70	أولا : جنحة الاعلان الكاذب
71	1- اعتبار الاعلان الخادع من جرائم النصب
71	أ- الركن المادي
73	ب- الركن المعنوي
73	ج- العقوبة المقررة
73	2- اعتبار الاعلان الكاذب من جرائم الخداع
74	3- مقارنة بين الخداع وجريمة النصب
74	أ- أوجه التشابه
75	ب- أوجه الاختلاف
75	ثانيا: جزاء عدم مطابقة المنتوجات
75	1- جنحة الغش
75	أ- الركن المادي
77	ب- الركن المعنوي
77	ج- العقوبة
78	2- جنحة الحيازة لغرض غير مشروع
78	أ- الركن المادي
78	ب- الركن المعنوي
79	ج- العقوبة
79	3- المسؤولية الجزائية للأشخاص المعنوية في جرائم الغش والخداع
79	أ- في القانون المصري

فهرس المحتويات

79	ب-في القانون الجزائري
81	الفصل الثاني:قواعد حماية المنافسة ومنع الاحتكار
83	المبحث الأول: حظر الممارسات المقيدة للمنافسة.
86	المطلب الأول: مفهوم الاتفاقات غير المشروعة.
87	الفرع الأول: تعريف الاتفاقات غير المشروعة.
90	الأساس القانوني للاتفاقات المحظورة لدى المشرع الجزائري
90	1- قبل صدور الأمر 06/95 المتعلق بالمنافسة
91	2- بعد صدور الأمر 06/95 المتعلق بالمنافسة
92	الفرع الثاني: شروط حظر الاتفاقات غير المشروعة.
92	أولا : الشروط المتعلقة بالاتفاق ذاته
92	1- أطراف الإتفاق
95	2- وجود اتفاق
95	أ- شكل الإتفاقات
95	الإتفاقات الصريحة أو الضمنية
95	• الإتفاقات التعاقدية
96	• الإتفاقات العضوية
96	الممارسات و الأعمال المديرة
97	ب- إثبات الإتفاق
98	الفرع الثالث: أنواع الاتفاقات غير المشروعة:
98	أولا : الإتفاقات الأفقية
99	ثانيا : الإتفاقات الرأسية
100	المطلب الثاني: الممارسات التعسفية المؤدية إلى احتكار الأسواق:
100	- عوائق الدخول إلى السوق
100	• عوائق قانونية
100	• عوائق طبيعية
102	الفرع الأول: حظر التعسف في استغلال وضعية التبعية الاقتصادية:
102	أولا : مفهوم حظر التعسف في إستغلال وضعية التبعية الإقتصادية
102	1- التعريف اللغوي
102	2- التعريف القانوني

فهرس المحتويات

104	ثانيا : شروط حظر التعسف في إستغلال وضعية التبعية الإقتصادية
104	1- وجود وضعية التبعية الإقتصادية
105	أ- حالة تبعية الموزع للممون
105	ب- حالة تبعية الممون للموزع
106	2- الإستغلال التعسفي لوضعية التبعية الإقتصادية
106	ثالثا : صور التعسف في إستغلال وضعية التبعية الإقتصادية
106	1- الأعمال والممارسات التعسفية المتعلقة بالأسعار وشروط البيع
107	أ- رفض البيع بدون مبرر شرعي
108	ب- البيع المتلازم والتمييزي
109	ج- البيع المشروط باقتناء كمية دنيا والالتزام بإعادة البيع بسعر أدنى
111	2- الأعمال والممارسات التعسفية المتعلقة بالعلاقات التجارية المقللة أو الملغية لمنافع المنافسة
111	أ- قطع العلاقة التجارية لمجرد رفض المتعامل الخضوع لشروط تجارية غير مبررة.
112	ب- كل عمل من شأنه أن يقلل أو يلغي المنافسة
113	الفرع الثاني: حظر الممارسات المتعلقة بالهيمنة الاقتصادية:
114	أولا : تحديد السوق المعينة
115	ثانيا : معايير تحديد السوق
115	1- معيار المبادلة
115	أ- الطلب البديل
115	ب- العرض البديل
115	2- معيار التحديد الجغرافي
115	ثالثا : مقاييس الهيمنة
115	1- المقاييس الكمية
115	أ- الحصة في السوق
116	ب- معيار القوة الاقتصادية والمالية
117	رابعا : الإستخدام التعسفي لوضعية الهيمنة
118	خامسا : شروط حظر التعسف في استغلال وضعية الهيمنة
119	سادسا : مفهوم حظر التعسف أو عرض ممارسة أسعار بيع منخفضة
121	المبحث الثاني: البيوع الممنوعة

فهرس المحتويات

121	المطلب الأول: البيوع المحظورة شرعا
122	الفرع الأول: حظر البيع بسبب الثمن
122	أولا : بيع الحاضر البادي
122	ثانيا : بيع تلقي الركبان
123	ثالثا : البيع على البيع
124	رابعا : بيع النجش
124	خامسا : بيع العينة
124	سادسا : الربا
125	الفرع الثاني: حظر البيع بسبب السلعة
125	أولا : بيع الغرر
125	ثانيا : بيع الحصة
125	ثالثا : تحريم تطفيف الكيل والميزان
126	رابعا : بيع المصاراة
127	المطلب الثاني: البيوع المحظورة قانونيا
128	الفرع الأول: حظر البيوع التي تسبب ضررا للمستهلك
128	أولا : حظر الإرسال الجبري
129	ثانيا : البيع على طريقة كرة الثلج
129	ثالثا : البيوع المتلازمة
130	رابعا : اليانصيب
131	الفرع الثاني: حظر البيوع التي تسبب ضررا للمتنافسين الاقتصاديين
131	أولا : البيع المباشرة للمستهلك
131	ثانيا : البيوع الواقعة في الطريق العام
132	ثالثا : بيوع الحصص
132	رابعا : بيوع الصولد وبيوع التصفية
133	خامسا: بيوع المكافآت أو الجوائز
133	سادسا : تقديم الامتيازات العينية
134	الفرع الثالث: المقارنة بين البيوع المحظورة شرعا والممنوعة قانونا
134	أولا : أوجه التشابه
134	ثانيا : أوجه الاختلاف

فهرس المحتويات

136	الباب الثاني: الآليات العملية لسياسة تدخل الولة في السوق
137	الفصل الأول : دور أجهزة الرقابة في الشريعة الإسلامية لحماية السوق
137	المبحث الأول : الحسبة في الإسلام
138	المطلب الأول : مفهوم الحسبة
138	الفرع الأول : تعريف الحسبة
138	أولاً : لغة
139	ثانياً : اصطلاحاً
141	الفرع الثاني : مشروعية وجوبها
141	أولاً : القرآن الكريم
143	ثانياً : السنة النبوية
144	ثالثاً : الإجماع
144	رابعاً : شروط المحتسب أو متولي الحسبة
145	الفرع الثالث : حكم الحسبة
145	أولاً : الحسبة فرض كفاية
146	ثانياً : الحسبة فرض عين
147	المطلب الثاني : الأعمال الرقابية التي يقوم بها المحتسب
147	الفرع الأول : الرقابة الاقتصادية
148	الصورة الأولى : التدخل لمنع التعامل بالعقود المحرمة
148	الصورة الثانية : مراقبة الأسواق
148	الصورة الثالثة : مراقبة الجودة
148	الصورة الرابعة : مراقبة الأسعار
148	• مقارنة بين الرقابة الاقتصادية في الشريعة الإسلامية والقانون الوضعي
148	أولاً : وجه المقارنة
148	ثانياً : أوجه الاختلاف
149	الفرع الثاني : الرقابة على المرافق العامة ومالية الدولة
149	أولاً : الرقابة على المرافق العامة
149	ثانياً : الرقابة على مالية الدولة
151	الفرع الثالث : الاحتساب ودرجاته
151	أولاً : مجالاته

فهرس المحتويات

151	1- الإشراف على تنظيم الأسواق
152	2- المحافظة على البيئة من التلوث
152	3- رعاية النظام والأعراف العامة في الأسواق
152	4- ضبط الموازين والمكاييل
152	5- الرقابة الحديثة للتأكد من صحة الوزن
152	6- الإشراف على النقد ومراقبة الصيارفة
152	7- ضبط الأسعار ودفع أسباب الغلاء
153	8- منع العقود والمعاملات المحرمة
153	9- الرقابة على الصحة العامة
153	ثانيا : مراتب الاحتساب ودرجاته
155	المبحث الثاني : التسعير كأداة قانونية لضبط المنافسة
157	المطلب الأول : العوامل المؤثرة في تحديد السعر
157	الفرع الأول : تكاليف الإنتاج والتسويق
159	الفرع الثاني : طلب الزبون
160	الفرع الثالث : المؤسسات المنافسة
160	أولا : تحكم السوق في السعر
161	ثانيا : تحكم المنتج في الأسعار
161	ثالثا : تحكم الحكومة في الأسعار
161	المطلب الثاني : استراتيجيات التسعير
162	الفرع الأول : كشط السوق
163	الفرع الثاني : استراتيجية التمكّن أو غزو السوق
165	الفرع الثالث : التسعير على أساس الأسعار السائدة
165	أولا : أسعار المكانة
165	ثانيا : الأسعار النفسية
166	ثالثا : تسعير مجموعة من السلع
166	الفرع الرابع : أهم الاستراتيجيات السعرية في المنهج الإسلامي
167	المطلب الثالث : تدخل الدولة في تحديد السعر
168	الفرع الأول : دور الدولة الاستثنائي في تحديد الأسعار
168	أولا : تحديد أسعار بعض السلع والخدمات ذات الطابع الاستراتيجي

فهرس المحتويات

169	ثانيا : حالات الارتفاع المفرط
171	الفرع الثاني : السعر العادل
173	الفرع الثالث : التحكم في الأسعار
173	أولا : الدولة تتحكم في الأسعار من خلال التحكم في شبكة التوزيع
174	ثانيا : القوانين
175	1- الضرائب المباشرة
175	أ- الضرائب على الدخل
175	ب-الضرائب على رأس المال
176	2-الضرائب الغير مباشرة
176	أ- الضرائب على الإستهلاك
176	ب-الضرائب على على التداول
177	الفصل الثاني : دور أجهزة الرقابة في حماية المستهلك وضبط السوق
178	المبحث الأول : أجهزة الرقابة الإدارية الرسمية وغير الرسمية
179	الفرع الاول: الاجهزة الإدارية المكلفة بالرقابة
180	أولا : مصالح مراقبة الجودة وقمع الغش
181	1- مهامهم
181	2- صلاحياتهم
182	3- واجباتهم
183	ثانيا : مخابر تحليل النوعية
184	ثالثا : المجلس الوطني لحماية المستهلكين
186	رابعا: الهيئات الموكلة بحماية العلامة التجارية
186	1- وزارة التجارة
186	2- مديرية المنافسة
187	3- مديرية الجودة والمنتجات
187	4- المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزق
187	5- المفتشية المركزية للتحقيقات الإقتصادية وقمع الغش
187	6- المصالح الخارجية لوزارة التجارة
187	أ- المديرية الولائية للتجارة
188	ب-المديرية الجهوية للتجارة

فهرس المحتويات

188	خامسا : الهيئات المحلية ذات الاختصاص العام
188	1- الوالي
189	2- رئيس المجلس الشعبي البلدي
190	الفرع الثاني : الأجهزة غير الرسمية (الجمعيات)
190	أولا : مفهومها
191	ثانيا : وظائف جمعيات حماية المستهلكين
191	1- التحسيس والتوعية
192	2- إعلام المستهلكين
192	3- مراقبة الأسعار والجودة
192	4- الدفاع عن حقوق المستهلكين
192	أ- التمثيل أمام الهيئات الإستشارية
193	ب- الدعوى إلى المقاطعة أو الإشهار المضاد
194	المطلب الثاني : إدارة الجمارك
195	الفرع الأول : مفهوم الأنظمة الاقتصادية الجمركية
195	أولا : تعريفها
196	ثانيا : الخصائص العامة للأنظمة الجمركية
196	1- وضع تصريح مفصل
196	2- اعتبار البضاعة خارج الإقليم
197	3- توقيف الحقوق الجمركية
197	4- الخضوع للتعهر المكفول
197	ثالثا: أنواع الأنظمة الجمركية
197	1- نظام العبور
197	2- نظام المستودع
197	3- نظام القبول المؤقت
198	4- نظام إعادة التموين بالإعفاء
198	5- نظام الصنع الخاضع للمراقبة الجمركية
198	6- نظام التصدير المؤقت
198	رابعا : الوظائف الرئيسية للأنظمة الجمركية
198	1- وظيفة النقل

فهرس المحتويات

198	2- وظيفة التحويل
198	3- وظيفة التخزين
199	4- وظيفة الاستعمال
199	الفرع الثاني : دور الجمارك في حماية الأسواق
199	أولا : المنظمة العالمية للجمارك OMD
201	ثانيا : الإعفاءات التي تستفيد منها الجزائر في إطار المنظمة العالمية للتجارة
203	المبحث الثاني : أجهزة الرقابة القانونية
203	المطلب الأول : مجلس المنافسة
204	الفرع الأول : التعريف بالجهاز
204	أولا : تعريفه
205	ثانيا : طبيعته القانونية
205	1- الطابع الإداري
206	2- الطابع القضائي
207	ثالثا : تشكيلة جهاز المنافسة
207	1- لدى المشرع الجزائري
207	أ- الفئة المكلفة بتسيير المجلس
208	ب- الفئة المكلفة بالتسيير الإداري
209	2- لدى المشرع المصري
210	3- مقارنة بين تشكيل الجهاز لدى المشرعين المصري والجزائري
210	أ- أوجه التشابه
210	ب- أوجه الاختلاف
211	رابعا : التنظيم المصلي لمجلس المنافسة
211	1- مصلحة مديرية الإجراءات ومتابعة الملفات
211	2- مديرية الدراسات والوثائق وأنظمة الإعلام والتعاون
212	3- مديرية الإدارة والرسائل
212	الفرع الثاني : صلاحيات مجلس المنافسة
212	أولا : الصلاحيات ذات الطابع الاستشاري
212	1- الإستشارة اختيارية
213	2- الإستشارة الإجبارية

فهرس المحتويات

213	ثانيا : الوظيفة الردعية للمجلس
214	ثالثا : اختصاصات مجلس المنافسة المصري
216	المطلب الثاني : جهاز القضاء
216	الفرع الأول : دور مختلف الجهاز القضائية في معالجة الممارسات المقيدة للمنافسة
217	أولا : القضاء المدني
218	ثانيا : القضاء الجنائي
219	ثالثا : الجهات القضائية الإدارية
220	رابعا: شرط التحكيم
221	الفرع الثاني : إعداد ملف المنازعة للمتابعة القضائية
221	أولا : مرحلة الإعداد الإداري لملف المتابعة القضائية
221	1- الإجراءات التي تقع على عاتق عون قمع الغش ومصلحة المراقبة
222	2- الإجراءات الواقعة على عاتق مصلحة المنازعات
222	أ- من حيث الشكل
222	ب- من حيث المضمون
223	ثانيا : إجراءات غرامة الصلح
223	1- المخالفات المعنية بغرامة الصلح
224	2- تبليغ إجراء غرامة الصلح
224	3- تخليص غرامة الصلح
225	ثالثا : إجراءات المتابعة أمام المحكمة
226	الخاتمة
231	الملاحق
241	قائمة المراجع
253	الفهرس

ملخص:

يعد تنظيم المنافسة وحماية المستهلك من اهم اهداف الرقابة على الأسواق، وهذا لا يعني تدخل في عمل تلك الأسواق وإنما هو لمواجهة الممارسات المقيدة للمنافسة الحرة، وما ينتج عن ذلك آثار سلبية تضر بالمستهلك. كانت الفكرة السائدة هي الاحتكار الطبيعي والقانوني خلال المرحلة الانتقالية في الجزائر، ومن ثمة فتح المجال أمام ما يدعى "بالمنافسة الحرة" كتحد، ما صاحبه إنشاء سلطات ضبط مستقلة هدفها احترام شروط النشاط، وتنظيم المنافسة على مستوى كل قطاع اقتصادي تشرف عليه. إن فكرة دسترة فكرة حرية التجارة والصناعة لا تدعونا إلى الالتفات عن حماية النظام العام الاقتصادي الذي تركز إليه فكرة المنافسة، بما يفضي إليه من حماية توازن السوق وسيره النظامي بما يخدم مصالح الأعوان الاقتصاديين، وكذا حقوق المستهلكين.

الكلمات المفتاحية:

السوق - المنافسة - ضبط السوق - حماية المستهلك - النظام الاقتصادي - السلطات العمومية

Résumé :

La régulation de la concurrence et la protection du consommateur sont les principaux visés du contrôle du marché et cela ne veut nullement dire que c'est une ingérence dans le travail de ces marchés, mais pour parer aux agissements restrictifs de la libre concurrence et ce qui en résulte d'effets néfastes vis-à-vis du consommateur.

L'idée préconçue était le monopole naturel et légal durant la phase transitoire en Algérie, et du fait, l'ouverture devant ce qu'on pourrait appelé (la libre concurrence) comme enjeu majeur parrainé à la création d'autorités indépendantes de régulations dans le but de veiller aux respect de conditions de l'activité et la régulation de la concurrence au sein du secteur économique qu'elles gèrent.

L'idée de constitutionnalisation du libre commerce et l'industrie nous amène à nous pencher sur la protection du système économique général sur lequel repose l'idée de la concurrence aboutissant à la protection de l'équilibre du marché et son cours réglementaire qui profite aux acteurs économiques ainsi que le consommateur.

Mots-clés :

Marché- Concurrence- Régulation du marché- Protection du consommateur- Le système économique général- Autorités publiques.

Abstracte :

Competition regulation and consumer protection are the main targets of market control and this does not mean that it is an interference in the work of these markets, but to counter the restrictive actions of free competition. and the result is a negative impact on the consumer. The preconceived idea was the natural and legal monopoly during the transitional phase in Algeria, and therefore, openness to what could be called (free competition) as a major issue sponsored to the creation of independent regulatory authorities in the to ensure compliance with business conditions and the regulation of competition within the economic sector they manage. The idea of the constitution of free trade and industry leads us to look at the protection of the general economic system on which the idea of competition is based, leading to the protection of the balance of the market and its regulatory price benefits economic actors as well as consumers.

Keywords:

Market- Competition- Market régulation -Consumer protection- the general economic system- Public Authorities.