



جامعة باتنة -1- الحاج لخضر
كلية الحقوق و العلوم السياسية
قسم الحقوق



حدود مبدأ حرية الأسعار في ظل حماية المستهلك

مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق
تخصص : قانون أعمال

إشراف الأستاذ :
حامدي بلقاسم

إعداد الطالبتين :
بلوناس آية ياقوت
عكاش لينة

لجنة المناقشة

الاسم و اللقب	الرتبة العلمية	المؤسسة الجامعية	الصفة
بيطام أحمد	أستاذ التعليم العالي	جامعة باتنة 1	رئيس
حامدي بلقاسم	أستاذ التعليم العالي	جامعة باتنة 1	مشرف
زواغي موسى	أستاذ محاضر -أ-	جامعة باتنة 1	مناقش

دورة جوان

السنة الجامعية : 2024_2023

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

+

شكر ونفاق

إن خير فاتحة للشكر والتقدير تكون لله وحده عز وجل فالحمد لله حمدا كثيرا ونشكره شكر العاجز عن إعطاء فضله حمدا لمن علم بالقلم . الفضل فضله و العطاء عطائه . الحمد لله الذي أماننا على إتمام هذا العمل ، نسأله أن يكون خالصا لوجهه الكريم نحن الآن نطوي سهر الليالي وتعب الأيام، وخلاصة المشوار الدراسي في هذا العمل المتواضع

نتقدم بأسمى عبارات الشكر والامتنان والمحببة والتقدير إلى الذين مهدوا لنا طريق العلم والمعرفة و إلى كل من علمنا حرفه ، إلى جميع أساتذة قسم الحقوق بجامعة باتنة -1- وخاصة الأستاذ المشرف على هذا البحث حامدي بلقاسم على مساعدته لنا في إنجاز هذا العمل وعلى جميل صبره ونصائحه الطيبة ودقة ملاحظاته و لا يفوتنا أن نشكر اللجنة الموقرة على قبولها مناقشة هذه المذكرة .

أهدى

أهدى ثمرة جهدي

إلى كنتفي الثابت الذي لا يميل ولا يميل . سندي و مسندي و عزيزي و عزي . اتكائي و مائني . ملجأي من بعد الله .

الجيد الذي يحميني من كل عوارض الحياة بطلي الوحيد من أفتى عمره لراحتي أبي حبيبي

إلى جنتي التي تعلمت في مدرسة حبها الحب والصفاء والطهارة والصبر والإرادة التي يروي كل خط في وجهها حكاية عزم

وحكمة وحنان إلى من حفرني ووما لكل ما هو خير من حمتني بدعائها من تمنيت لو أنها بيننا لتكتمل فرحتي بوجودها

إلى النائمة طويلا ملاكي رحمها الله و جعلها في جنات النعيم أمي

إلى من تسعد عيني بروية وجوهم و يفرح فؤادي بسماع رنات ضحكك تحم إلى من يكملوني إلى عوني في الحياة المغتربين منكم

و الموجودين على أرض الوطن حفظكم الله أينما حلت خطاهم إخوتي و أخواتي زوجاتكم و أزواجهم و بناتكم

إلى من تطيب الأوقات بوجودهم و من وجدتهم جنبي إذا ضاقت بي الحياة جميع العائلة و أصدقاء المواقف

إلى شركاء الدرب الطويل من يهدأ ضجج القلب عند لقيائهم .

إلى الليدي التي لم تبخل يوما بالعطاء و لم تنرد بتقديم العون و لو للحظة أساتنتي الكرام الأستاذ حيرش عبد المالك و

الأستاذة صانا سيجام الأستاذة بوهنتالمة أمال . الأستاذ مزعاش رياض و إلى من شاركونا مقاعد الدراسة و كانوا خير

الزملاء

يا قوت

أحمد

أهدي هذا النجاح لنفسى أولاً ثم لى كل من سعى معى لإتمام هذه المسيرة و متم لى سندا لا عمر له
لى من أحمد اسمه بكل فخر لى من حصده الأشواك عن وبنى لى محمد لى طريق العلم بعد فضل الله ما أنا
فيه يعود لك يا أبا الرجل العظيم الرجل الذى سعى طوال حياته لى أن أكون أفضل و أسعد و أجمل
أميرة " أبى حبیبى و سندى و روحى " لى من جعل الله لى لى تحت أقدامها لى من حملتنى و هن على
و هن لى من كانت من أجلي للوصول لهذا اليوم لى من كان اسمى يذكر و أتمانى و عانها لى من
كانت تفرح لفرحى و تبكى لبكائى و فعلت المستحيل لى أن أكون أميرة الأميرات " أمى قلبى و نور
حياتى و حبيبة قلبى " لى السند و الكنف الثابت الذى إذا مالت الدنيا لا يميلون حبائب قلبى
إخوتى اعز و أغلى ما املك العين الأولى و الثانية " اشرف و وائل " لى رفيق الدرب و صديق الأيام
لى شريك حياتى و عزى و اعترازى و قرّة عينى " زوجى " بالرغم من أننى الأميرة الوحيدة لدى عائلتى
لى أن شاءت الأقدار و رزقتنى الأيام بأخت أحمد و احن صديقة لى رفيقة وبنى لى من كانت
نور وبنى و أيامى حبیبتى و غالىتى و سندى و مامن أسرارى يا أحمد أخت لى من تميزت بالوفاء
و العطاء " رشيدة الغالية " وفاء و تقدير منى بلحميد أتقدم بجزيل الشكر للأساتذة الكرام فأحمد الله

الذى بنعمته ثم الصلوات

لينة

قائمة المختصرات :

- جزء = ج

- طبعة = ط

- صفحة = ص

- جريدة رسمية = ج ر

- رقم = ر

- مجلد = م

- عدد = ع

مقدمة

في الفترة الأخيرة، شهدت الجزائر تحولات اقتصادية وسياسية مهمة وحساسة، بدءاً من سنة 1988 حيث صدر القانون رقم 04/88 الذي حدد القواعد المطبقة على المؤسسات العمومية الاقتصادية. وبموجب هذا القانون، أصبحت تلك المؤسسات تتبنى شكل الشركات التجارية وتخضع لأحكام القانون التجاري بشكل عام، كما حصلت على الاستقلال المالي، وذلك استعداداً للانتقال من النظام الاشتراكي الذي اعتمده بعد الاستقلال، والذي كان يتميز بتدخل الدولة في الجانب الاقتصادي والتدخل المستمر في جميع المجالات، إلى النظام الليبرالي الذي يعتمد على مبادئ اقتصاد السوق. هذه التحولات جاءت تلبيةً لمتطلبات العولمة الاقتصادية التي فرضت تحرير النشاط الاقتصادي والتجاري، ودعم المبادرة الفردية. وقد شهدت الدولة خلال هذه الفترة تحولاً من دولة محتكرة إلى دولة ضابطة أو مراقبة، حيث تم تقليص دورها في التدخل المباشر في الاقتصاد، مما أتاح للقطاع الخاص فرصاً أكبر للنمو والتطور.

حيث اضطر المشرع الجزائري إلى التدخل وسن قوانين تتبنى نظام السوق. وقد صدر الأمر 06/65 المتعلق بالمنافسة، الذي وضع قواعد وأسس المنافسة في إطار الحرية الاقتصادية، وأسس مجلس المنافسة لحماية المنافسة وتطويرها. ومع مساندة التطورات الاقتصادية الحادثة في الجزائر، تم إلغاء هذا الأمر بموجب الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل، والمتمم بموجب القوانين رقم 12/08 ورقم 05/10، الذي جاء لسد النقائص في النظام السابق. وتتضمن أهداف هذا الأمر تحديد شروط ممارسة المنافسة وقمع كل الممارسات المقيدة لها، ومراقبة التجمعات الاقتصادية لزيادة الفعالية الاقتصادية وتحسين الظروف المعيشية للمستهلك. تحقيقاً لهذا جاء الأمر بمبادئ عدة، من بينها مبدأ حرية الأسعار، والذي يعتبر محور دراستنا. وقد خصصت الممارسات التجارية بالقانون رقم 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل والمتمم بالقانون 06/10، والذي يهدف إلى تحديد قواعد ومبادئ شفافية الممارسات التجارية، وحماية المستهلك وإعلامه.

تم إصدار الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة بهدف دفع وتيرة النمو الاقتصادي وتحسين ظروف معيشة المستهلكين كما ذكرت سابقاً، حيث تُعتبر حماية المستهلك من الغش والتضليل والتلاعب أمراً ذو أهمية كبيرة في توجيه النشاط الاقتصادي في الوقت الذي يتطلب فيه إنتاج السلع المطلوبة دراسة لاحتياجات وطلبات المستهلكين، يظهر مدى أهمية دور المستهلك. ومع ذلك، يُعرض المستهلك اليوم لمخاطر الغش والتضليل والتلاعب، حيث يتعرض لأسعار غير ملائمة لمستوى دخله، ويُعرض لممارسات التحايل المختلفة. وهذا ما يجسد عدم توازن العقدي

بين المستهلك و المتدخل لذلك جاء القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش من قبل المشرع، بهدف حماية المستهلك من الأضرار التي يمكن أن يتعرض لها في السوق. يهدف هذا القانون إلى توفير حماية شاملة للمستهلك من خلال مجموعة متنوعة من الأجهزة الحكومية وغير الحكومية، بما في ذلك جمعيات حماية المستهلكين. تتمثل جهود الحماية في الأنشطة التوعوية والوقائية، بالإضافة إلى تمثيل المستهلكين أمام الهيئات العامة للدفاع عن حقوقهم. يتمثل الهدف الرئيسي لهذا القانون في ضمان حقوق المستهلك وضمان تجربة تسوق عادلة وآمنة للجميع.¹

يتجسد التلاحم بين قانون المنافسة وقانون حماية المستهلك في السوق من خلال تعزيز مبدأ حرية التجارة وتنظيم المنافسة في الأساس، وتأسيس أسس لضمان حماية المستهلك. يهدف النظامان إلى تحقيق رفاهية المستهلك من خلال توفير بيئة تسوق عادلة وآمنة. تتأثر كل قانون بالآخر وتتبادل التأثيرات بينهما، حيث تظهر هذه العلاقة التبادلية من خلال الوظائف التي تقوم بها قواعد كل قانون. فقواعد المنافسة تسعى لحماية المستهلك من الأضرار المحتملة، وعندما تكون الحماية غير كافية، تتدخل قواعد المنافسة بالتنسيق مع قواعد حماية المستهلك لتطبيق العقوبات وردع المخالفات.²

الأصل في قانون المنافسة أن يتنافس التجار فيما بينهم بكل حرية بشرط أن تكون هذه المنافسة شريفة تقوم على النزاهة و لا تمس بمصالح المستهلك و تسبب له ضرر حيث تضمن القانون الجزائري عدة مبادئ تحكم المنافسة، مثل مبدأ شفافية الممارسات التجارية ونزاهة هذه الممارسات. ومن بين أهم هذه المبادئ، يبرز مبدأ تحديد الأسعار الذي أصبح أساساً للمنافسة في الاقتصاد الجزائري، كما هو الحال في أي اقتصاد ليبرالي. هذا التجسيد القانوني لحرية تحديد الأسعار يتمثل في تحديد الأسعار وفقاً لقواعد السوق، مثل قانون العرض والطلب. و بموجب هذه القواعد، ينخفض السعر عندما يكون العرض أكبر من الطلب، ويزداد السعر عندما يزيد الطلب حتى يصل إلى مستوى يستقر فيه. و بالتالي، لا يوجد دور للإدارة العامة في تحديد الأسعار، ولا حتى للأفراد في التدخل في هذا القانون الطبيعي لتحديد الأسعار. ذلك ما يجعل المتعاملين الاقتصاديين يتعسفون في وضع أسعار لسلعهم و خدماتهم و إلحاق ضرر بالقدرة

1- تريشي احلام و بن سعيد كهينة ، حرية الاسعار و حماية المستهلك ، مذكرة ماستر ، جامعة مولود معمري تيزي وزو كلية الحقوق و العلوم السياسية ، قسم الحقوق ، تخصص قانون أعمال ، 2023 ، ص 1-2

2 - هجيرة دندوني ، قانون المنافسة و حماية المستهلك ، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية و الاقتصادية و السياسية ، كلية الحقوق جامعة الجزائر ، ج 39 ، ر 01 ، 2002 ، ص 8

الشرائية للمستهلك هذا ما اوجب على الدولة التدخل في تقنين الأسعار. رغم أن تحديد الأسعار يتبع عموماً قوانين المنافسة والسوق كأساس عام، إلا أنه لا يتم تطبيقه بشكل مطلق. في بعض الحالات الاستثنائية، تتدخل الدولة وتفرض قيوداً على حرية الأسعار، سواء بطرق غير مباشرة من خلال تنظيم قواعد المنافسة، أو بطرق مباشرة من خلال تقنين الأسعار. يمكن أن يحدث هذا التدخل في الظروف العادية للسلع والخدمات الإستراتيجية، أو عند اتخاذ تدابير استثنائية عند الضرورة. هذا النوع من التدخل يتماشى مع توجه الجزائر نحو اقتصاد السوق، وفي الوقت نفسه يحقق مصلحة المستهلك و حمايته ، حيث يهدف إلى ضمان استقرار الأسعار والحفاظ على مستوى معيشة مقبول للمواطنين.

ومن هذا المنطلق ارتأينا دراسة حرية الأسعار و حماية المستهلك وفقا للتشريع الجزائري و بالضبط التنظيم القانوني لحرية الأسعار وحماية المستهلك في مواجهة مبدأ حرية الأسعار .
أهمية الدراسة :

تكمن في إلقاء الضوء على موضوع ذو أهمية بالغة تتمثل في العلاقة المترابطة بين قانون المنافسة وقانون حماية المستهلك، حيث يهدف كلا القانونين إلى حماية المستهلك من الممارسات التجارية الضارة. يسعى كلاهما إلى منع الطرق التجارية العدوانية والظالمة، وبالتالي تحقيق التوازن بين حرية تحديد الأسعار من جهة وحماية المستهلك من جهة أخرى، بهدف تحقيق الاستقرار والمنافسة النزيهة في السوق.

أهداف دراسة :

الهدف هو التوصل لتحديد مجال تدخل الدولة في تقنين الأسعار و مدى فعالية هذا التدخل في حماية القدرة الشرائية للمستهلك .

أسباب اختيار الموضوع :

-الموضوعية : كون المنافسة و حماية المستهلك مجالاً خصباً للدراسة لما فيه من المستجدات المستمرة ولارتباطه بالنظام العام بشكل مباشر أيضاً محاولة البحث عن الحقيقة القانونية لحماية المستهلك من تحرير الأسعار في ظل التشريع الجزائري، ومحاولة الإلمام بأهم القواعد و الأصول القانونية التي تندرج في إطار هذا المبدأ.

-الشخصية : ميولنا و رغبتنا في معرفة حقوقنا كمستهلكين عند تقدمنا لاقتناء سلع أو خدمات و ما علينا من واجبات و كيف كرس لنا المشرع حماية من تحرير الأسعار كمبدأ لحرية المتعاملين الاقتصاديين في قانون المنافسة .

الصعوبات :

ما واجهنا من صعوبات في سبيل إنجاز هذا العمل فهي الخوف من الإخلال بالمعنى عند إعادة صياغة الاقتباسات في ظل تقادي استخدام الاقتباس المباشر و أيضا تقسيم الوقت بين إعداد المذكرة و الانشغالات الأخرى و العمل . إلا أنها لم تقف حائلا بيننا و بين إتمام هذا البحث و لم تحد من عزمنا في إتمام هذا البحث كون غايتنا كانت الوصول إلى إثراء المكتبة القانونية في هذا المجال ، فكل العقبات التي تقف في طريق البحث كان لا بد من تجاوزها و الوصول إلى الغاية المرجوة و هي إتمام الدراسة و إخراج هذا البحث إلى النور ، و هو ما يجعل من تلك الصعوبات التي تعترض طريقنا جزءا لتثمين البحث العلمي.

الدراسات السابقة :

نذكر منها مقال بعنوان تدخل الدولة في تقنين الأسعار في قانون المنافسة الجزائري لشاوش اسماء و مقال بعنوان تكريس مبدأ حرية الأسعار في التشريع الجزائري لمسكين حنان . و حرية الاسعار و حماية المستهلك مذكرة ماستر لطالبتين تريشي احلام و بن سعيد كهينة . أيضا حدود مبدأ حرية تحديد الأسعار في قانون المنافسة الجزائري مذكرة ماستر للطالب صفي الدين كرايمية

الإشكالية :

يطرح موضوعنا الإشكالية التالية

ما مدى تحقق مبدأ حرية الأسعار في ظل الحماية المقررة للمستهلك ؟

كما يطرح عديد من التساؤلات الفرعية تتمثل في :

- ما هي الجزاءات المقررة في حالة مخالفة القيود الواردة على مبدأ حرية تحديد الأسعار ؟

_ هل وفق المشرع الجزائري بين مبدأ حرية الأسعار و تدخل الدولة في تقنين الأسعار ؟

_ هل حقق المشرع الجزائري حماية القدرة الشرائية للمستهلك ؟

مناهج الدراسة :

كأي بحث أكاديمي كان لا بد من إتباع منهج علمي في دراسة الموضوع ، و لعل أبرز ما يجب الإشارة إليه في هذا الجانب أنه في مجال البحوث الأكاديمية أصبح من النادر الاعتماد على منهج وحيد في الدراسة ، حيث اتبعنا في بحثنا هذا على المنهج الوصفي لتناسبه مع مجال دراستنا من خلال التعريف بالمفاهيم المرتبطة بحماية المستهلك و مبدأ حرية الأسعار ، كما اعتمدنا على المنهج التحليلي من خلال استقراء و تحليل النصوص القانونية المختلفة و المنظمة

لما يلتزم به الأعوان الاقتصاديين تجاه المستهلكين و غيرها من النصوص و كذا الاستنباط من الدراسات السابقة في الموضوع.

الخطة :

و قصد الوصول إلى الإجابة على الإشكاليات المطروحة ارتأينا أن نتطرق إلى دراسة الموضوع وفق **خطة** مكونة من فصلين ، نتناول في الفصل الأول التنظيم القانوني لحرية الأسعار و حماية المستهلك من خلال مبحثين المبحث الأول تكريس مبدأ حرية الأسعار و المبحث الثاني المستهلك في التشريع الجزائري . أما في الفصل الثاني تناولنا حماية المستهلك في مواجهة مبدأ حرية الأسعار من خلال مبحثين المبحث الأول تدخل الدولة لتحديد الأسعار و المبحث الثاني الجزاءات المقررة لمخالفة تحديد و تنظيم الأسعار .

الفصل الاول : التنظيم القانوني لحرية الأسعار
و حماية المستهلك

بعد استقلال الجزائر انتقلت من المنهج الاشتراكي إلى المنهج الليبرالي هذه الخطوة لم تكن مجرد تغيير سياسي اقتصادي، بل كانت تحولاً شاملاً في الفكر والثقافة الاقتصادية للبلاد. بتبني مبادئ وأسس اقتصاد السوق، والذي يقوم على المنافسة الحرة والنزاهة، فإن الجزائر أرادت خلق بيئة اقتصادية تحفز على الابتكار والاستثمار، وتعزز من فرص المشاركة الاقتصادية والنمو المستدام. ومن هنا، جاء دور تشجيع حرية تحديد الأسعار، حيث يُمكن للمنافسين والمؤسسات الاقتصادية أن يتخذوا القرارات المناسبة بشأن الأسعار وفقاً لظروفهم الفردية والاقتصادية. يعتبر هذا التحول جزءاً من عملية الإصلاح الاقتصادي الشامل الذي تسعى الجزائر لتحقيقه لتعزيز تنافسية اقتصادها في السوق العالمية. من خلال قانون المنافسة، تسعى الجزائر لضمان حماية المستهلك وضمان حصوله على منتجات وخدمات ذات جودة عالية بأسعار معقولة. يعمل هذا القانون على منع التعسف والاحتكار في السوق، وتعزيز الشفافية والنزاهة في المعاملات التجارية. ومن هنا، يتم تلاقي مفهوم المنافسة مع حماية المستهلك الذي بدوره يهدف إلى حماية المستهلك و صحته و أمنه و ماله و حمايته من مخاطر السلع و الخدمات و الخداع و التضليل بشأنها، حيث يعمل كل منهما على تحقيق التوازن بين الحفاظ على سوق منافسة والحماية الفعالة للمستهلك.

بالتالي، يمكن القول إن الجزائر تسعى من خلال هذه الإصلاحات الاقتصادية والقوانين الجديدة إلى بناء اقتصاد قوي ومستدام يعتمد على مبادئ الحرية الاقتصادية والحفاظ على المستهلكين، مما يساهم في تعزيز التنمية الشاملة ورفاهية المجتمع.

و لهذا اعتمدنا هذا التقسيم فتكلمنا عن تكريس مبدأ حرية الأسعار في (المبحث الأول) و المستهلك في التشريع الجزائري في (المبحث الثاني) .

المبحث الأول : تكريس مبدأ حرية الأسعار

تحديد الأسعار عنصراً أساسياً في صياغة السياسات الاقتصادية للدول. في النظم الرأسمالية، تتمتع الأفراد بحرية في تحديد الأسعار وفقاً لقوانين العرض والطلب، أي توازنهم. فعندما يكون العرض أكبر من الطلب، ينخفض السعر، وعندما يكون العرض أقل من الطلب، يرتفع السعر. وعندما يتوازن العرض مع الطلب، يستقر السعر في مستوى معين. بينما في النظم الاشتراكية، غالباً ما تتدخل الدولة في تحديد الأسعار. أما عن الجزائر فشهدت السنوات الأخيرة تحولات اقتصادية كبيرة أهمها تبني اقتصاد السوق بالنظر إلى انعكاساته الإيجابية على المنافسة و اقتصاد الدولة، بحيث تقوم المعاملات التجارية في الأسواق على المنافسة الحرة و النزيهة ومنه حرية تحديد الأسعار لكن في بعض الأحيان تتدخل الدولة في تحديد أسعار بعض السلع الإستراتيجية بهدف حماية المستهلكين. يعود ذلك إلى دور السعر في التوازن بين المؤسسات الاقتصادية وحماية حقوق المستهلكين.

تهدف هذه الدراسة إلى إلقاء الضوء على مبدأ حرية الأسعار لذلك تطرقنا للإطار المفاهيمي لمبدأ حرية الأسعار (المطلب الأول) و مضمون مبدأ حرية الأسعار (المطلب الثاني).

المطلب الأول : الإطار المفاهيمي لمبدأ حرية الأسعار

مبدأ حرية الأسعار يسمح بتحديد الأسعار بشكل طبيعي من خلال عوامل العرض والطلب دون تدخل مباشر من الحكومة. يهدف هذا المبدأ إلى إنشاء توازن في السوق. كما ان الأسعار تتنوع وكل نوع يلعب دوراً مختصاً في تشكيل سوق معين وتأثيره على سلوك المستهلكين والمنتجين . لذلك سنتطرق لتعريف مبدأ حرية الأسعار (الفرع الأول) و أنواع الأسعار في (الفرع الثاني)

الفرع الأول : تعريف مبدأ حرية الأسعار

سنتطرق إلى تعريف الأسعار لغة و اصطلاحاً (أولاً) . و التعريف القانوني لمبدأ حرية الأسعار (ثانياً)

أولاً : تعريف السعر

١ - لغة : الثمن والقيمة، يقال: سعر الشيء، أي: ثمنه وقدره وحدد سعره، و قد أسعروا، وسعروا، تسعيراً ، أي: اتفقوا على سعر. والتسعير: تقدير السعر وتحديد، وأصل كلمة السعر: الارتفاع والاشتعال، ومنه سمي ثمن الشيء سعراً ؛ لأنه يرتفع ويعلو. وجمع السعر: أسعار.¹

¹ - الجمهرة معلمة مفردات المحتوى الإسلامي، السعر <https://islamiccontent.com/dictionary/word/5599>

بأبسط معانيه المبلغ الذي يدفعه مشتر لبائع مقابل سلعة أو خدمة
ب- اصطلاحاً :

من الناحية القانونية، لا يوجد تعريفات محددة للسعر. بل نعلم لتحديد السعر على مجموعة من القوانين والتشريعات المتعلقة بالمنافسة وحماية المستهلك وغيرها، على سبيل المثال، قوانين المنافسة قد تنظم الطرق و الأساليب العادلة لتحديد الأسعار ومنع الاحتكار، أما قوانين حماية المستهلك تقوم بضمان عدم تحديد أسعار استغلالية.

من الناحية الاقتصادية، يهتم المسوقون بالسعر كأصل أساسي في استراتيجيات التسويق واتخاذ القرارات الاقتصادية. فالسعر يعكس قيمة المنتج أو الخدمة عند المستهلكين ويؤثر بشكل شديد على قراراتهم الشرائية. كما أن تحديد السعر يعتبر عنصراً أساسياً في تحديد تنافسية المنتج أو الخدمة في السوق.

حيث يعرفه علم الاقتصاد بأنه: التعبير النقدي لقيمة السلع أو البضائع، يعني كلما ارتفعت قيمة السلعة ارتفع سعرها و العكس صحيح .

كما تم تعريف السعر كأنه القيمة المحددة للمنافع الذي يحصل عليها الفرد من السلع والخدمات.¹ وقال محمد عبيدات عن السعر أنه: هو الذي يمكن تغييره صعوداً وهبوطاً وفقاً لكافة المتغيرات البيئية المحيطة بعمل المؤسسات التسويقية بما يتلائم مع إمكانيات الشراء لدى المشتري وفقاً لأذواقهم².

و نستنتج أنه القيمة التي يتم تبادلها في سوق ما مقابل منتج أو خدمة معينة. ويشمل هذا التبادل تحديد كمية من النقود أو البضائع أو الخدمات التي يتم تبادلها بين البائع والمشتري. ويتأثر تحديد السعر بعوامل عدة منها العرض والطلب على المنتج أو الخدمة، وتكاليف الإنتاج، والتكلفة الفعلية للمنتج أو الخدمة، والمزيد من العوامل الاقتصادية والسوقية .

ثانياً : التعريف القانوني لمبدأ حرية الأسعار

تحدد المادة 4 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة بشكل واضح ومختصر حرية تحديد الأسعار وفقاً لقواعد المنافسة الحرة والنزيهة³. أي وفقاً لقواعد السوق (العرض و الطلب) كلما كان العرض أكثر من الطلب انخفض السعر في السوق و كلما نقص العرض و زاد الطلب زاد

1- كرايمية صفي الدين، حدود مبدأ حرية تحديد الأسعار في قانون المنافسة الجزائري، مذكرة ماستر، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، تخصص: قانون أعمال، 2018/2019، ص 5

2- كرايمية صفي الدين، المرجع نفسه، ص 6،

3-، المادة 4 من الأمر 03-03، المؤرخ في 19 جويلية 2003، المتعلق بالمنافسة، الجريدة الرسمية، العدد 47 صادرة في جويلية 2003 معدل و متمم، ص 26

السعر في السوق إلى حد بلوغ مستوى معين يستقر فيه السعر¹. هذا يعني أن السوق يجب أن يكون مفتوح للتنافس والتداول بحرية دون تحكم من جهات خارجية. في هذا السياق، فإن الأفراد والشركات لهم الحق في تحديد الأسعار المناسبة لسلعهم وخدماتهم، شرط الالتزام بقواعد المنافسة النزيهة و ممارسة النشاط الاقتصادي بطريقة لا تمس بالمنافسة وتمنع أي ممارسات غير عادلة تؤثر سلباً على السوق أو المستهلكين.

الفرع الثاني : أنواع الأسعار

تعتبر أنواع الأسعار عنصر هام في استراتيجيات التسويق والتجارة، حيث تتنوع هذه بتباينها وتطبيقاتها المتعددة. تشمل مجموعة واسعة، يستدعي فهم كل نوع من هذه الأسعار فهم عميق بسوق المنتجات وسلوك المستهلكين، لضمان تبني إستراتيجية تسعير فعالة .

التسعير النفسي : هو تلك السياسات التي تعتمد على التأثير على نفسية المستهلك لدفعه إلى الشراء نتيجة لرد فعل عاطفي أكثر من ما هو تفكير المنطقي².

نرى أن أسلوب التسعير النفسي يعتبر من الإستراتيجيات المستخدمة لتوجيه سلوك المستهلك وتسهيل عليه في اتخاذ القرار من خلال التقنيات النفسية. يهدف هذا الأسلوب إلى بناء علاقة تفاعلية و عاطفية بين المستهلك والمنتج، مما يزيد فرص الشراء. و يتوقف نجاح هذا الأسلوب على فهم عميق لعلم نفس المستهلك وتأثيره على قرار الشراء، حيث استخدمت هذه الطريقة بنجاح لسنوات عديدة من قبل الشركات.

السعر القيادي : يعتمد على هذا النوع نظراً لقوته الكبيرة وحصته السوقية المهمة غالباً تعتمد شركة مهيمنة على صناعة معينة أو رائدة في مجال عملها، فتقوم بتحديد الأسعار التي يستوحي منها المنافسون لها، مما يجعلها المرجع الأول للتحكم في الأسعار. أحياناً قد تقوم هذه المؤسسات بخفض الأسعار إلى حد يقلل من الأرباح لجذب عملاء جدد ولتحقيق أكبر حصة من السوق³. أسعار الاستدراج : أسلوب يتمثل في تحديد أسعار بعض المنتجات بأقل من تلك المعروضة في المتاجر الأخرى. يهدف هذا إلى إقناع المستهلكين بتنافسية أسعار هذا المتجر، مما يدفعهم لشراء معظم احتياجاتهم منه، وهو ما يؤدي لزيادة المبيعات والأرباح. يتبنى هذا النمط عادةً في

1- شاولي أسماء، تدخل الدولة في تقنين الأسعار في قانون المنافسة الجزائري، مجلة طبنة للدراسات العلمية الأكاديمية، جامعة خميس مليانة الجزائر، المجلد 05 العدد 01، 2022، ص 299

2- ربهام محسن السيد و رعدة محسن السيد، دور صورة العلامة التجارية بوصفها متغيراً معدلاً على العلاقة بين سياسات التسعير النفسي وسلوك التسوق عبر الانترنت دراسة تطبيقية على مستهلكي العلامات العالمية للملابس الرياضية في مصر، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية، كلية التجارة، جامعة دمياط، م الثاني، ع الأول، الجزء الثالث، جانفي 2021 ص 734،

3- صفى الدين كرايمية، المرجع السابق ص 7

السوبرماركت¹.

السعر الترويجي: ليس معرف بشكل محدد، إذ يتم تحديده طبقاً للغرض الذي يخدمه، مثل السلع والخدمات خارج موسمها، سواء في المبيعات من المنتجين أو بالجملة أو التجزئة. تُطبق هذه الأسعار بتخفيضها على السلع والخدمات خارج موسمها كما نرى في تخفيضات أسعار الملابس الصيفية في فصل الشتاء لتنشيط المبيعات، وفي فصل الصيف لزيادة حصة السوق².

السعر الرمزي: الهدف منه هو إنشاء سمعة إيجابية حول جودة ومزايا السلعة أو الخدمة في ذهن المشتريين والعملاء في الأسواق المستهدفة. و يقوم هذا الأسلوب على فكرة وجود تأثير إيجابي للسعر على جودة المنتج أو مكانته العلمية في نظر المستهلكين. هذا النوع من التسعير قد يؤثر بشكل واسع على السلوك الشرائي للأفراد ذوي الدخل المرتفع³.

السعر المهني: يطبق هذا الأسلوب على بعض الخدمات المهنية كالتب و المحاماة، هناك نوعان من الأساليب في هذا المجال وهي: التسعير الأدبي والأخلاقي. غالباً ما تكون تحت سيطرة الحكومة أو النقابات. إلا أنه في الأخير عادة يتحدد من قبل الفرد نفسه، وذلك لأن هذه التسعيرة تنطبق عادة على الخدمات يقدمها هو أي إنسانية كأجرة الطبيب⁴.

الأسعار المعتادة من طرف العرف: يحددها العرف تعتبر أسعار تقليدية كونها ثابتة لفترة طويلة. ويتعود عليها المستهلكون ويتوقعونها دائماً، كأسعار الخبز والحليب والمشروبات وغيرها من السلع الأساسية. يتميز هذا النوع من الأسعار بالثبات وعدم التغير الواضح في السوق. و تصبح صعبة التغيير من قبل المستهلكين،. هذا يعكس استجابة طبيعية لعادات الاستهلاك والتوقعات التي يتمتع بها المستهلكون.

و في هذه الحالة ، يقوم المنتجين إما بتغيير كمية المنتج أو جودته. كتغيير حجم العبوة أو جودة المنتج دون تغيير في السعر. هذا يمكنهم من الاستمرار في تلبية احتياجات المستهلكين وبقاء التنافس في السوق دون تغيير الأسعار المستقرة التي اعتادوا عليها.

المطلب الثاني: مضمون مبدأ حرية الأسعار

تعتبر عملية تحديد الأسعار أساسية في كل الأنظمة الاقتصادية، حيث تؤثر على توزيع الموارد

1- وسام أبو أمين، دور عوامل إستراتيجية التسعير في الحصة السوقية دراسة ميدانية على شركات الأدوات الكهربائية المنزلية، رسالة ماجستير، تخصص إدارة الأعمال، جامعة دمشق كلية الاقتصاد، 2013-2014 ص 48

2- صفى الدين كرايمية المرجع السابق، ص 8

3- عبد الصمد سهام، تغيرات الأسعار وأثرها على سلوك المستهلك، مذكرة ماستر، جامعة ابن خلدون، تيارت، كلية العلوم التجارية والاقتصادية وعلوم التسيير، قسم العلوم التجارية 2013-2012، ص 8

4- وسام ابو امين، المرجع السابق ص 52،

و اعتماد القرارات الاقتصادية. تشمل معايير تحديد الأسعار عدة دوافع، بما في ذلك التكاليف، الطلب والعرض، والمنافسة ...

مبدأ حرية الأسعار يعكس فكرة السماح للأسواق بتحديد الأسعار بناءً على تفاعل العرض والطلب دون تدخل واسع للحكومة. و يتم تطبيقه على مجموعة متنوعة من الأشخاص والنشاطات، بما في ذلك الأفراد والشركات والمؤسسات الاقتصادية. تشمل مجالات تطبيق مبدأ حرية الأسعار جميع القطاعات الاقتصادية كالصناعات التصنيعية، والخدمات، والزراعة، والتجارة، والسياحة، وغيرها، و يتم تحديد الأسعار بواسطة آليات السوق دون تدخل مباشر من الحكومة.

الفرع الأول : المعايير المتخذة لتحديد الأسعار

تنقسم لأسس الداخلية و أسس الخارجية يؤدي التوازن الجيد بين هذين النهجين لوضع إستراتيجية تسعير فعّالة تحقق التوازن بين الربحية وجذب العملاء.

أولاً : تبني أسس داخلية

الأهداف: غالباً يتوقف تحديد السعر على الغاية التي تسعى إليها استراتيجية التسعير، و دورها في إقرار أهداف المنظمة بشكل عام. فمثلاً، قد تؤدي رغبة المؤسسة في زيادة حصتها في السوق إلى تحديد أسعار منخفضة ، بينما قد تتضمن سياسة تعظيم الأرباح برمجة الأسعار المرتفعة للسلعة . الأهداف التي تحددها الشركة تعكس سلوكها التسويقي و الفشل و النجاح في تحقيقها. هناك أهداف كمية مثل المبيعات والربحية، والأهداف غير الكمية كإرضاء العميل والانطباعات الذهنية. قد تجمع بين الأهداف طويلة المدى لبناء سمعة ممتازة والأهداف القصيرة لتحقيق كمية معينة من المبيعات. التركيز على الأهداف طويلة الأجل و المرتبطة بالمنافسة والتفرد في السوق، بالإضافة إلى جلب واحتفاظ بالعملاء الجدد، يعتبر وسيلة نجاح، مثلما نلاحظ تجربة المؤسسات اليابانية الناجحة، التي ركزت على النمو أكثر من تحقيق الأرباح في المدة القصيرة. يتم تحديد الأسعار بمستويات ملائمة لتحقيق حصة السوق المرغوب فيها، مع نظم تسويق فعالة

لتلبية نقائص و حاجات السوق في ظل المنافسة الشديدة، بغض النظر عن التكلفة في المدى القصير.¹

¹-هادفي خالد ، دور المحاسبة التحليلية في تحديد سياسة التسعير للمؤسسة الاقتصادية ، دراسة حالة : مجموعة من المؤسسات الاقتصادية ، مذكرة ماجستير ، جامعة محمد خيضر – بسكرة- ، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير قسم علوم التسيير ، 2013/2012 ص 97

الموارد : تلعب القدرة المادية والبشرية والتكنولوجية دورًا في تحديد الأسعار، حيث تتوافق الأسعار بشكل مباشر مع تكلفة هذه الموارد. كلما انخفضت تكاليف هذه الموارد، انخفض السعر، والعكس صحيح. لذلك، تتجه بعض المؤسسات الكبرى نحو الصين و المغرب، كون التكاليف البشرية منخفضة، مما يدفع إلى تخفيض النفقات الإجمالية و يؤدي لجلب عملاء جدد إلى السوق.¹

التكاليف : تحديد التكاليف يعتبر الأساس المهم الذي يؤثر في قرارات التسعير. يجب أن يشمل السعر كافة تكاليف الإنتاج والتوزيع، إضافة إلى تحقيق عائد مقبول على الاستثمار للمؤسسة. كما قد تؤثر تكاليف الشركة أيضًا على إستراتيجيتها السعرية. بالرغم من أن خفض التكاليف لا يؤدي بالضرورة تخفيض الأسعار، إلا أن بعض الشركات التي تبقي التكاليف منخفضة يمكنها الحفاظ على تنافسيتها والتوصل لعوائد عالية من الاستثمار.²

درجة الاختلاف في السلعة : درجة الاختلاف في المنتجات هي العنصر الرئيسي لحرية المؤسسة في تحديد الأسعار. كلما كانت منتجات مؤسسة فريدة بمزايا تفوق منتجات المنافسين و ذات جودة كما انها تتميز بالشهرة والسمعة الممتازة ، كلما كان لها حرية أكثر في تحديد أسعارها. و قدرتها على فرض أسعار أعلى لمنتجاتها ، و كسب ثقة وولاء المستهلكين لها مع المحافظة على حصتها في السوق.

التنظيم : بعض الشركات تقوم بتفويض مدير التسويق والإنتاج بمسؤولية تحديد الأسعار ، فيقوم بتحديد التكاليف وهامش الربح. بينما تعتمد الشركات الأخرى تحديد السعر من قبل سلطتها المركزية تبعاً لنوعها وطبيعتها. بينما تعتمد أخرى على أسلوب اللامركزية، حيث يتم منح الحرية للبايعين ورجال التسويق لتحديد الأسعار وذلك من خلال مستويات دنيا من التنظيم في تحديد الأسعار.³

ثانياً: اعتماد أسس خارجية

الطلب : كون الطلب يقوم بدور هام في تحديد الأسعار، خاصة عند التسعير الأولي للسلع، فهناك عدة عوامل تؤثر على نمط الطلب على السلع، كمدخول المستهلك، والقوة الشرائية، وعدد المنافسين وغيرها. لذا يجب دراسة الطلب و مرونته عند تحديد سعر المنتجات، مع التركيز

1- طالب محمد كريم، تقييد المنافسة عن طريق الأسعار، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، جامعة تلمسان، 2018، ص 39

2- هادفي خالد ، المرجع السابق ص 98

3- محمد فريد الصحن، التسويق، د، ط، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2001، ص 280

على السلع ذات الحساسية العالية للمستهلكين وتلك التي تتعرض لمنافسة قوية من قبل كثير من المنافسين.¹

المنافسة : عند وجود المنافسة، يجب على الشركة شمل وتحليل جميع معلومات حول تكاليف وإيرادات وسياسات المنافسين الرئيسيين. تقوم إدارة التسويق بجمع هذه المعلومات من مصادر داخلية و خارجية، وتحليلها لتبيين نقاط قوة وضعف كل منافس. وبناءً عليها ، تحدد الأسعار الملائمة من قبل المؤسسة.²

التوزيع : عند تحديد أسعار السلع ، ينبغي على الشركة مراعاة تكاليف كل موزع و وسيط يساهم في توصيل المنتج للمستهلك النهائي. يجب دراسة هذه التكاليف واختزال جزء من فائدتهم في تحديد السعر، خاصة اذا كان هناك كثير من الوسطاء. لتجنب وصول السلعة بأسعار عالية تؤدي إلى خسارة حصة كبيرة في السوق. و اذا كان قليل من الوسطاء، فإن المؤسسة لها حرية أكثر في التحكم في الأسعار.³

الموردون : لسعر التوريد تأثير أساسي على تحديد سعر المنتجات خاصة المرتبطة بالمواد الأولية . لهذا فإن علاقات تجارية متينة مع الموردين تساهم في تخفيف تكاليف الإنتاج وتوفير فرص التنافسية. ومع ذلك، قرارات التسعير لها أن تتأثر أيضا بطريقة غير مباشرة بسلطة الموردين في تحديد أسعار المواد الأولية المستخدمة في الإنتاج (احتكار كلي أو نسبي) . فزيادة أسعار المواد الأولية من قبل الموردين ينقص من قدرة المؤسسات على تحديد أسعار منافسة، وقد يؤدي ذلك لتخفيض الربح لتجنب رفع الأسعار، أو استبدال المواد أو الموردين.⁴

الظروف الاقتصادية : تحديد الأسعار يتأثر بمجموعة عوامل، كالتضخم والكساد وندرة المواد الأولية، إلى جانب الحكومة والأخلاقيات. التضخم يؤدي إلى زيادة الأسعار، في حين يلزم الكساد الشركات على خفض أسعار سلعتها لتحريك المخزون وتوفير السيولة. ندرة المواد الأولية تزيد تكاليف الإنتاج وتؤثر مباشرة في سعر السلعة. وتتدخل الحكومة من خلال تشجيع الأسعار المنخفضة أو تقنينها بقوانين وقرارات لضمان التكامل بين الجوانب الإنتاجية والقانونية.⁵

التدخل الحكومي : له دور حاسم في تحديد الأسعار في عدة دول ، ففي بعضها تحدد الحكومة أسعارًا يجب على الشركات الالتزام بها و هذا فيما يتعلق بالسلع الإستراتيجية ، مما يحد قدرتها

1- صفي الدين كرايمية ، المرجع السابق ، ص 11

2- هادفي خالد، المرجع السابق ، ص 100

3-توفيق محمد عبد المحسن، التسويق، د،ط، دار النهضة العربية، مصر ، 1997، ص 195،

4- هادفي خالد ، المرجع السابق ، ص 103

5- صفي الدين كرايمية ، المرجع السابق ، ص 12

على تحديد الأسعار بشكل مستقل ، و يهدف التدخل الحكومي إلى منع محاولات الاحتكار وتنظيم أسعار المنتجات لحماية المواطنين.

الفرع الثاني : مجال تطبيق مبدأ حرية الأسعار

من خلال المادة 2 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة . يظهر مجال تطبيق مبدأ حرية المنافسة حيث تنص على انه تطبق أحكام هذا الأمر على ما يأتي:

- نشاطات الإنتاج، الفلاحية وتربية المواشي والتوزيع و التي يقوم بها مستوردو السلع لإعادة بيعها على حالها والوكلاء ووسطاء بيع المواشي وبائعو اللحوم بالجملة، الخدمات والصناعة التقليدية والصيد البحري، و التي يقوم بها أشخاص معنوية عامة وجمعيات، ومنظمات مهنية مهما يكن وضعها القانوني وشكلها وهدفها؛

- الصفقات العمومية، نشر الإعلان عن المناقصة حتى المنح النهائي للصفقة؛ كما يجب أن لا يؤدي تطبيق هذه الأحكام لعرقلة عمل المرفق العام أو ممارسة صلاحيات السلطة العامة . من خلال هذا النص يظهر أن مجال تطبيق مبدأ حرية الأسعار يتحدد من حيث الأشخاص أولاً، ومن حيث النشاطات ثانياً، وهو ما سيتم التطرق إليه فيما يلي:

أولاً : من حيث الأشخاص

قد أشار القانون 03-03 في المادة 03 إلى هذا المبدأ (مبدأ حرية الأسعار) باسم المؤسسة و عرفها بأنها كل الأفراد طبيعية أو معنوية، بغض النظر عن طبيعتهم، الممارسين بصفة دائمة نشاطات الإنتاج والتوزيع والخدمات أو الاستيراد .

في حين أن القانون 04-02 أطلق عليه تسمية العون الاقتصادي وعرفه بأنه كل منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم خدمات بغض النظر عن صفته القانونية، يمارس نشاطه في الإطار المهني العادي أو يسعى لتحقيق الهدف الذي تأسس من أجله.¹

من خلال النصوص القانونية يتضح أن مبدأ حرية الأسعار يطبق على عدة أشخاص، بما في ذلك التجار والمؤسسات التجارية، والجمعيات، والمؤسسات الحرفية، والأفراد الخاصة المستثمرة ضمن مهمة مرتبطة بالمرفق العام. يمكن أيضاً أن يكون المبدأ قائم على الأشخاص العامة كالمؤسسات العمومية الصناعية والتجارية، اذا وجدت منافسة في المجال الذي تعمل فيه. ومن المهم ذكر أن المرافق العامة لا تخضع لهذا المبدأ ما لم تقم بنشاط اقتصادي بصورة ثانوية،

¹- المادة 03 من الأمر رقم 04-02 المؤرخ في 23 جوان، 2004 المحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية، عدد، 41 صادر في جوان 2004 معدل ومتمم

مثل الإنتاج أو التوزيع أو الخدمات و غيرها من النشاطات المذكورة في المادة 02 من الأمر 03-03 ، شرط أن تكون ممارسة هذه الأنشطة اقتصادية بشكل دائم ومستمر .

ثانيا :من حيث النشاطات

يبدو واضحا من المادة 02 في الأمر 03-03 أن مبدأ حرية الأسعار يشمل الأنشطة الاقتصادية بصفة عامة. يعني أنه يطبق كمبدأ عام في كل الحالات التي ترتبط فيها الممارسات بمجالات الإنتاج والتوزيع والخدمات، اذ لا تهم هوية القائمين بها.

الإنتاج : عرفت المادة الثانية من المرسوم التنفيذي 39-90 المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش، نشاط الإنتاج بأنه كل الأنشطة التي تتمثل في تربية المواشي و المحصول الفلاحي و الجني و الصيد البحري، وذبح المواشي و صنع منتج ما و توضيبه ...¹

التوزيع :المشروع لم يحدد نشاط التوزيع، ولكنه يشير إلى أنه يتضمن عدة أنشطة مرتبطة بتنقل السلع والخدمات من مكان الإنتاج إلى مكان الاستهلاك، مع مراعاة الزمان والمكان المناسبين.يعتبر التوزيع واصل بين المنتج والمستهلك، ويشكل نظام التوزيع مجموعة من العناصر المترابطة التي تضمن توفير السلع ووصولها ليد المستهلك في السوق بعد اكمال التصنيع.²

الخدمات : من المادة 02 من المرسوم 39-90 المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش عرف الخدمة بأنها : كل مجهود يقدم إلا تسليم منتج حتى و كان هذا التسليم ملحقا أو داعما للمجهود المقدم.

نستنتج من المادة أن الخدمة تعني جهداً، يعني مجموعة متنوعة من المجالات. وما تطرحه الخدمات من مشاكل هي أن مجموعة القطاعات المتعلقة بهذا النشاط تنظمها قوانين خاصة، مثل المهن الحرة و الخدمات الفندقية والتأمين، والأنشطة المصرفية .

المبحث الثاني : المستهلك في التشريع الجزائري .

التشريع الجزائري يوفر حماية قانونية كاملة للمستهلك غايتها ضمان حقوقه ومصالحه أثناء الشراء والتعامل التجاري. يعد المستهلك أهم عنصر في النظام الاقتصادي والتجاري، لذا اعتبر التشريع الجزائري حمايته أولوية رئيسية .

تشمل حقوق المستهلك في القانون الجزائري مجموعة واسعة، مثل الحصول على معلومات دقيقة

1- المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 39-90 مؤرخ في 30 جانفي سنة 1990 يتعلق برقابة الجودة و قمع الغش، الجريدة الرسمية، عدد،5 الصادر في 31 جانفي 1990،

2- تريشي احلام و بن سعيد كهينة ، المرجع السابق ، ص 13 ،

وشفافة حول المنتجات والخدمات، وضمان حصوله على سلع وخدمات ذات جودة عالية وآمنة للاستخدام. أيضا يتمتع المستهلك بحق الحماية من الممارسات التجارية الضارة و الغير عادلة والاحتكارية. أما بالنسبة لحمايته في مجال الأسعار فأنها تتضمن قواعد شفافية الممارسات التجارية التي تحكم سلوك الشركات والأفراد في السوق التجارية. و تحقق المنافسة الصحيحة والنزيهة تضمن حقوق المستهلكين. تشمل هذه القواعد الحماية من الاحتكار، ومنع المعلومات الكاذبة أو المضللة، وتعزيز الشفافية في العمليات التجارية، وتطبيق معايير الجودة والسلامة على المنتجات والخدمات. و أيضا منع الممارسات المقيدة للمنافسة التي قد تضر بمصالح و حقوق المستهلك . يعتبر التشريع الجزائري للمستهلك إطار هام من الأطر القانونية التي غايتها التوصل للتوازن بين حقوق المستهلك ومصالح الأطراف التجارية الأخرى. تشمل هذه القوانين جملة من التدابير والإجراءات التي تعمل على تعزيز الثقة بين المستهلك والبائع وتحقيق التوازن في العلاقة التجارية بينهما.

المطلب الأول : مفهوم المستهلك في التشريع الجزائري

مفهوم المستهلك يتغير بين المجال القانوني والاقتصادي. في المجال القانوني، يركز على الأفعال القانونية التي يقوم بها الشخص الطبيعي أو المؤسسة لتلبية احتياجاتها الشخصية أو العائلية من السلع والخدمات. أما في المجال الاقتصادي، يركز على دور المستهلك في عملية التبادل الاقتصادي، حيث يشتري المنتجات والخدمات لتحقيق احتياجاته الشخصية رغباته. في السياق القانوني، يركز على الإجراءات القانونية التي يقوم بها الفرد أو الكيان القانوني لتحقيق حاجة شخصية أو عائلية، حيث حدد المشرع المستهلك في المادة 2 و 3 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش و وفقا لذلك تطرقنا لمفهوم المستهلك في قانون الاستهلاك (فرع أول). بينما يركز المجال الاقتصادي على دور المستهلك في العملية التجارية وتأثيره على السوق والاقتصاد بشكل عام لذلك تطرقنا لمفهوم المستهلك وفقا لقانون المنافسة (فرع ثاني)

الفرع الأول : مفهوم المستهلك وفقا لقانون الاستهلاك

تبين المادة 2 من القانون 09-03 أن أحكام هذا القانون تطبق على كل منتج أو خدمة مقدمة للاستهلاك سواء كانت بمقابل أو مجان وعلى كل متدخل وفي مختلف مراحل عملية العرض للاستهلاك.¹

¹- المادة 2 من القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فيفري 2009م، المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش جريدة رسمية، العدد 15 الصادر في 8 مارس 2009،

و المادة 3 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش : كل شخص طبيعي أو معنوي يشتري بمقابل أو مجانا، منتج أو خدمة للاستهلاك الخارجي النهائي من اجل تحقيق غرض أو حاجة شخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو لحيوان يكفله.

من خلال المادتين يتبين أن المشرع ادخل طائفة الأشخاص المعنوية ضمن دائرة المستهلكين باعتبارهم بحاجة ماسة للحماية . من ناحية أخرى، جعل المشرع معيار تحديد صفة المستهلك هو الغاية من الشراء و ألزم أن تكون السلعة أو الخدمة المقنتاة موجهة للاستعمال النهائي. و لذلك يُفترض أن يكون الغرض من شراء المنتج أو الخدمة هو تحقيق احتياج شخصي أو احتياج شخص آخر أو التكفل بحيوان، مما يعني أن الغرض لا يكون مهنيا ،يعني يعد مناف لصفة المستهلك شراء سلعة أو خدمة لأغراض مهنية أو استثمارية.

يدل هذا على أن المشرع الجزائري اخذ بالمفهوم الضيق .و قد وقع في تناقض عندما تم منح الشخص المعنوي صفة المستهلك، إذ أن الحاجات الشخصية أو العائلية تتناسب مع الأفراد الطبيعيين، و ليس للشخص المعنوي مثل هذه الحاجات.

الفرع الثاني : مفهوم المستهلك وفقا لقانون المنافسة

لم يحدد المشرع الجزائري تعريف قانوني للمستهلك، و قد قام بذلك الاقصاديين و عرفوه على أنه الشخص الذي يقوم بإقتناء سلع أو خدمات للاستهلاك الشخصي، أو الشخص الذي يحوز ملكية سلعة، بالإضافة إلى تعريف آخر الذي يعتبر المستهلك كل من يتحصل على منتجات استهلاكية من دخله، لتلبية احتياجات فورية و مباشرة.

يشمل المستهلك في المفهوم الاقتصادي :

استهلاك الأفراد و العائلات : هو تعبير يستعمل في الاقتصاد لوصف عملية استخدام الأفراد والعائلات للمنتجات والخدمات بغرض تلبية احتياجاتهم و رغباتهم.¹ عندما يقوم الأفراد بإقتناء الطعام والشراب، وشراء الملابس والأثاث لمنازلهم، فإنهم يقومون بعملية استهلاك تقوم على الإستخدام الشخصي بما في ذلك السلع المادية مثل السيارات والإلكترونيات والأدوات المنزلية. **الاستهلاك السوقي :** هو عملية استخدام السلع والخدمات الاقتصادية لتحقيق الأغراض، ويتم ذلك باقتنائها من الأسواق مقابل مبالغ نقدية.²

1- صياد الصادق ، محاضرة الثانية في قانون الاستهلاك لملقاء على طلبة الثانية ماستر قانون أعمال ، جامعة الشاذلي بن جديد- الطارف ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، 2023-2024 ، ص 7 ،

2- تريشي احلام و بن سعيد كهينة ، المرجع السابق ص 16،

تشير هذه العبارة إلى مفهوم الاستهلاك في الاقتصاد و يعتبر عملية تلبية الاحتياجات من خلال شراء المنتجات والخدمات التي يتم إنتاجها وتوفيرها في السوق للاستفادة منها. وهو عملية أساسية في دورة الاقتصاد كون الطلب على السلع والخدمات يحفز الإنتاج والنمو الاقتصادي. **الاستهلاك الذاتي** : هو عملية استخدام المنتجات والخدمات الاقتصادية التي ينتجها الأفراد أنفسهم دون عرضها في السوق ودخولها في عمليات التبادل النقدي.¹

عندما ينتج الأفراد السلع والخدمات بأنفسهم دون بيعها في الأسواق أو دخولها في نطاق التبادل النقدي، فإنهم يستعملونها لأغراضهم الشخصية أو لرفاهيتهم دون الحاجة إلى تبادلها بمال نقدي. مثال هذا النوع من الاستهلاك الزراعة الخاصة، يزرع الأفراد محاصيلهم للاستهلاك الشخصي، أيضا صناعة المنتجات المنزلية كالأثاث أو الملابس، أيضا في مجال الخدمات الشخصية كالعناية بالحديقة أو تصليح السيارات. يعكس هذا الاعتماد على الذات والقيام على تحقيق اغراض الفرد بدون الحاجة إلى اقتنائها من السوق، ويعتبر اقتصاد الغير رسمي أو منزلي.

الاستهلاك السلعي او الخدمي :

-الاستهلاك السلعي: استعمال المال لشراء سلع مادية، كالطعام والملابس والإلكترونيات ، بهدف تلبية حاجات الإنسان الأساسية مثل الغذاء والمأوى والملبس.

-الاستهلاك الخدمي: استعمال المال للحصول على خدمات لا تتمثل في سلع مادية، تكون استشارات أو خدمات يقدمها الأفراد المختصون، كاستشارة طبيب للعلاج أو استشارة محامي لتقديم المشورة القانونية.

نستنتج أن الاستهلاك السلعي يتعلق باقتناء منتجات لتحقيق احتياجات مادية، بينما الاستهلاك الخدمي يرتبط بالاستفادة من خدمات لتلبية اغراض غير مادية كالصحة أو القانون.

نتوصل إلى انه في علم الاقتصاد، يعد الاستهلاك نهاية مرحلة العملية الاقتصادية، ويختلف عن المراحل الأخرى (الإنتاج والتوزيع). ففي المراحل الأولى، يتم جمع الثروات وتوزيعها، بينما الاستهلاك يعني استعمال هذه الثروات لتحقيق الحاجيات. يعتبر المستهلك في علم الاقتصاد الشخص الذي يقتني المنتجات والخدمات لتحقيق ما يحتاجه ورغباته الشخصية، وليس بغاية التصنيع. بالتالي، تنتهي العملية التجارية معه كونه يشغل آخر موقع في دورة الاقتصاد.

المطلب الثاني : الحماية المقررة للمستهلك في التشريع الجزائري.

إن حماية المستهلك لم تقرها التشريعات و القوانين فقط بل أساسها شريعتنا شريعة الإسلام التي

¹-صياد الصادق ، نفس المرجع ، ص 8

دقت في جميع تفاصيل حياة المسلم بما في ذلك حماية المستهلك في القرآن الكريم و الأحاديث النبوية الشريفة في كثير من الآيات كقوله تعالى: (يا أيها اللذين آمنوا لا تأكلوا أموالكم بينكم بالباطل)¹ وقوله صلى الله عليه وسلم : (المسلم أخو المسلم ، و لا يحل لمسلم باع من أخيه بيعاً فيه عيب إلا بيته له)². أما عن التشريعات و القوانين الجزائرية فتضمنها القانون رقم 02-89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك . والمرسوم التنفيذي رقم 90-39 . والمتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، و القانون رقم 04-02 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش. الملغى للقانون 02-89 . تلتها مجموعة من المراسيم التنظيمية تم إصدارها بعد إلغاء بعض المراسيم التنظيمية التي صدرت وفقاً للقانون الذي ألغى. و لدراسة حماية المستهلك بتفصيل أكثر تطرقنا في (الفرع الأول) لمفهوم الحماية و مجالاتها و في (الفرع الثاني) حماية المستهلك في مجال الأسعار .

الفرع الأول : مفهوم الحماية و مجالاتها

حماية المستهلك تهدف إلى حماية حقوق المستهلكين في عمليات الشراء والبيع فهي تضمن أن يكون للمستهلكين حق المعرفة الكاملة حول المنتجات والخدمات المقدمة لهم وأن يكونوا محميين من الممارسات غير القانونية أو الغش . ذلك بهدف توعيتهم تثقيفهم للوصول بهم للحماية الذاتية و لجعل مؤسسات الأعمال تقبل طوعاً حمايتهم على عاتقها . وتشمل مجالات الإخلال بحماية المستهلك الغش التجاري، والإعلانات الخادعة، وسوء استخدام البيانات الشخصية، وعدم سلامة المنتجات، وعدم تقديم الخدمات بجودة مقبولة، وغيرها. و لتوضيح أكثر تطرقنا أولاً لتعريف حماية المستهلك و أهدافها و ثانياً لمجالات الإخلال بحماية المستهلك .

أولاً : تعريف حماية المستهلك و أهدافها

1- تعريف حماية المستهلك :

لغة : من الفعل (حمى) فيقال حمى الشيء فلانا، حمياً و حماية : منعه ودفع عنه ويقال حماه من الشيء وحماه الشيء.³

والحماية : احتياط يرتكز ، إذ يتجاوب مع من يحميه أو ما يحميه و يناظر عموماً واجباً لمن يؤمنه على وقاية شخص أو مال ضد الأخطار وضمان أمنه وسلامته عن طريق وسائل

¹-القرآن الكريم ، الآية 29 من سورة النساء،

²-الراوي : عتبة بن عامر،المحدث : الألباني،المصدر : صحيح الجامع،الصفحة أو الرقم 670 : خلاصة حكم المحدث

:صحيح،التخريج : أخرجه ابن ماجه (2246) واللفظ له، وأحمد (17487) بنحوه،

³-إبراهيم مصطفى و احمد حسن الزيات و آخرون ، المعجم الوسيط ، ج1 و ج2 ، د الدعوة ، تركيا ، بدون سنة طبعة ، ص

قانونية أو مادية ، تدل كذلك على عمل الحماية ونظامها على حد سواء (تدبير ، نظام) ومرادفها الوقاية.¹

اصطلاحاً: حماية المستهلك هي مجموعة السياسات والتشريعات التي تقوم بها الحكومات والهيئات الرقابية لضمان سلامة وحماية المستهلكين أثناء الشراء والبيع والاستهلاك. غايتها ضمان التوازن بين حقوق المستهلك والمصالح التجارية، و محاربة الغش التجاري والممارسات التجارية الغير عادلة.

- عرفتها الأستاذة بوهنتالة أمال على أنها . ضمان الأمان الشامل للمستهلك يعني ضمان توفير الحد الأدنى من متطلبات الحياة الكريمة، وذلك عبر الحفاظ على سلامة جسمه وصحته من جميع المخاطر التي قد تحدث نتيجة لاستعمال المنتجات المزيفة التي يُقدمها البائعون بغاية الربح، بما في ذلك العوامل الضارة بالصحة. و أيضا الممارسات التي قد تؤثر سلباً على مصالحه المالية.² يفهم أيضاً على أنها قواعد الاجتماعية والأخلاقية التي يجب أن يلتزم بها العاملين في المجال التجاري، مع احترام كافة فئات المستهلكين وتقديم السلع والخدمات لهم بطريقة شريفة وملائمة.³

ب- أهداف حماية المستهلك :

عديدة وتتنوع وفقاً لتنظيمات المستهلكين المختلفة. إلا أن هناك ثلاثة أهداف رئيسية لحركة حماية المستهلك، وتتمثل في:

توعية و تثقيف المستهلك⁴ : يجب توفير المعلومات للمستهلكين عند اتخاذ القرارات الصائبة. عندما يكون للمستهلكين المعلومات الشاملة حول المنتجات والخدمات المتاحة لهم، تكن لهم القدرة على اتخاذ القرارات التي تتوافق مع احتياجاتهم و تفضيلاتهم بشكل أفضل.

على سبيل المثال، عندما يعرف المستهلك من أين يستطيع إقتناء المنتجات بأفضل الأسعار والجودة، يمكنه اتخاذ القرار المناسب بالنظر لميزانيته و تفضيلاته الشخصية.أيضا عندما يكون لديه معرفة حول طرق قياس جودة المنتجات والخدمات، سواءً عبر مراجعات المنتجات أو التجارب الشخصية، يمكنه الاستفادة من الخصومات الحقيقية.

¹-جبرار كورتو ، ، معجم المصطلحات القانونية ، ط2 ، مجد للدراسات والنشر ، بيروت ، 2009 ، ص 726

²-أمال بوهنتالة، « قواعد حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة » ، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة باتنة1، العدد8، 2016، ص96،

³-جمعية حماية المستهلك ، مفهوم حماية المستهلك ، <https://cpakw.com/post/mfhom-hmay-almsthk> ، 03-20:56 ، 2024-05

⁴- منيرة بلورغي، « حركة حماية المستهلك في التشريع الجزائري » ، مجلة الحقوق و الحريات ، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة ، ع الرابع، 2017، ص178،

أيضا المعلومات الأخرى، مثل أسماء الموزعين أصحاب الثقة والذين يلتزمون بالأسعار، فإن هذه المعلومات تجنب وقوع المستهلكين في العروض الخادعة أو الاحتيالية .

باختصار، توفير المعلومات يساعد المستهلكين في اتخاذ قرارات أكثر صحة ، وبالتالي يساهم في تحقيق حماية حقوق المستهلك وتعزيز ممارسات التسوق السليمة.

الوصول بالمستهلك إلى مرحلة الحماية الذاتية¹ : يعني تمكينه من اتخاذ القرارات المستقلة والصحيحة بما يخدمه ويحميه من الممارسات الضارة. و من الوسائل التي تمكن المستهلك من تحقيق ذلك هي إرشاده لبعض الوكالات المعنية بقضايا المستهلك، والتي توفر له المساعدة والتوجيه في حال حدوث مشكل. علاوة على ذلك، يمكن للمستهلك أن يتخذ القرارات الصائبة، مثل عدم الإقتناء من بعض المحلات ذات سجل سلبي في العلاقة مع المستهلكين .

من جانبها، تدعم الجمعيات والمنظمات المدنية التشريعات والقوانين التي تحمي حقوق المستهلك وتضع حدود على الممارسات التجارية الضارة. بدعم هذه التشريعات، يمكن للمستهلكين الإستمتاع من بيئة تجارية أكثر شفافية وعدالة.

أيضا تنظيمات المستهلك تدعم التشريعات التي لها تأثير إيجابي على حقوق المستهلكين، بالتعاون مع الجهات ذات الصلة والمساهمة في وضع السياسات العامة التي تحفظ مصلحة المستهلكين وتضمن لهم بيئة تجارية مواتية.

بهذه الطرق، يمكن للمستهلك الوصول إلى مرحلة الحماية الذاتية والمساهمة في تعزيز حماية حقوق المستهلك بشكل عام.

قبول مؤسسات الأعمال المسؤولية الملقاة على عاتقها تجاه المستهلكين² : إن غاية مؤسسات الأعمال إضافة الى تحقيق الأرباح، تحمل المسؤولية الاجتماعية والحفاظ على البيئة و حقوق المستهلكين. يؤدي هذا إلى التوجه نحو استمرار الأعمال والتفاعل الإيجابي مع المجتمع والبيئة، ويزيد فهم المؤسسات بأن عملها يفوق الجوانب الاقتصادية ليشمل المساهمة الفعالة في تحقيق الرفاهية الاجتماعية والبيئية.

ثانيا : مجالات الإخلال بحماية المستهلك

في ظل التوازن العقدي بين المستهلك و المتدخل و لإضفاء حماية قانونية فعالة للمستهلك كطرف ضعيف في العلاقة التعاقدية مقابل المحترف كطرف قوي، أقر المشرع الجزائري

1- تريشي احلام وبن سعيد كهينة، المرجع السابق ص 19

2-ياسل يوسف محمد الشاعر، التدابير الاحترازية والتشريعية لحماية المستهلك في الفقه الإسلامي(دراسة مقارنة)، رسالة دكتوراه في الفقه وأصوله، جامعة الأردنية، كلية الدراسات العليا، 2004 ، ص 62 - 63 ،

تشريعات تهدف إلى ضمان حماية فعالة للمستهلك تتضمن هذه الحماية تدابير متعددة. يمكن أن تكون قبل التعاقد أو أثناء التعاقد أو أثناء تنفيذ العقد.¹ حيث أن هناك مجالات للإخلال بهذه الحماية خلال مراحل التعاقد

يمكن أن تكون مسبقة للتعاقد. لان مجال الإخلال هنا قد يكون من خلال الترويج فمثلا :
تنشيط المبيعات :و يشمل عدة ممارسات غير مشروعة كإدراج مسابقات وهمية بغاية دفع المستهلكين على اقتناء سلع لم تكن لهم نية شراؤها على أمل الربح ، بالرغم من عدم وجود مسابقة حقيقية. أيضا التحكم في الفائزين بأساليب مدروسة. و أو وضع تخفيضات وهمية في الأسعار.²

البيع الشخصي³ : يشمل انتهاكات تتمثل في:

-تخبئة معلومات أساسية عن المستهلك، سواء متعمدا أو بدون قصد، والتي إذا كان المستهلك يعرفها، قد يختلف قراره .

- تقديم معلومات غير فعلية حول السلع ، مثل بلد المنشأ.

- محاولة بيع سلع بغرض جمع بيانات من المستهلكين للقيام بأبحاث تسويقية.

الإعلان : يعتبر مضللا وخادعا عندما تكون النظرة المكونة في ذهن المستهلك من خلال

المعلومات المتضمنة في الإعلان مخالفة للواقع ، مما يؤثر سلباً على سلوك المستهلك.⁴

لذا اقر المشرع أولاً بإلزام المتدخل بالإعلام بما يتعلق بتوفير المعلومات الضرورية حول المنتجات التي يقدمها للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة هذا ما تضمنته المادة 17 قانون 09-03. و ثانيا حماية المستهلك من الإشهار التجاري المضلل الذي يغلطه و يغريه و عدد حالاته في المادة 28 من القانون 04-02 المعدل و المتمم وهي الإعلانات التي تحتوي على معلومات مضللة أو قد تؤدي إلى التضليل بشأن المنتجات أو الخدمات، والتي تثير الالتباس مع البائعين الآخرين او منتجاتهم أو خدماتهم، أو تتعلق بعروض لسلع أو خدمات دون توفر مخزون كافٍ أو قدرة على ضمان الخدمات المعلنة، تعتبر غير شرعية وممنوعة.⁵

1- بوهنتالة امال ، محاضرات في قانون الاستهلاك ، جامعة باتنة -1- كلية الحقوق و العلوم السياسية ، قسم الحقوق ، 2023-2022 ، ص 18،

2-تريشي احلام و بن سعيد كهينة ، المرجع السابق ، ص 21

3-تريشي احلام و بن سعيد كهينة ، نفس المرجع ، ص 21

4-منيرة بلورغي، المرجع السابق ، ص 179

5-المادة 28 من القانون 04-02 المؤرخ في 23 يونيو 2004 ،المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل و المتمم ، 2019

يمكن أيضا أن تكون أثناء التعاقد . لان مجال الإخلال هنا قد يكون من خلال المنتج وعموما مجالات الخداع و الإخلال بمبادئ حماية المستهلك في مجال المنتجات تشمل العناصر التالية **الأسعار** : يواجه المستهلك صعوبة في تكبد أسعار مرتفعة لا تتناسب مع قدرته المالية، إضافة إلى الممارسات غير المشروعة كالتلاعب في الأسعار أثناء البيع بالتقسيط أو التخفيضات والعروض الوهمية وغيرها من الأساليب الاحتيالية.¹

التعبئة والتغليف : قد يقوم العامل الإقتصادي باستعمال مواد غير صحية، مما يعرض المستهلك للمخاطر والأضرار .

المقاييس والأوزان : إن عدم وجود رقابة كافية يؤدي الى إلحاق الضرر بالمستهلك من خلال التلاعب في المقاييس والأوزان المتعلقة بالمنتجات، كالنقص في الوزن أو الحجم أو المكونات.²

النقل و التخزين : يجب اعتماد أفضل الطرق في مجال النقل والتخزين لأن عدم ذلك يمكن أن يسبب للمستهلك أضرارا صحية خاصة إذا كانت المواد تتلف بسرعة كالغذائية.

لذا اقر المشرع أولا إلزام المتدخل بضمان النظافة و النظافة الصحية للمواد الغذائية و سلامتها حيث يكون المستهلك أكثر عرضة للغش من طرف المتدخل كونه لا يملك خبرة لذلك تدخل المشرع الجزائري بموجب المواد 4.5.6.7.8 من قانون حماية المستهلك و قمع الغش لإقرار هذه الحماية حيث تتضمن هذه المواد إلزام المنتجين والمتعاملين في سلسلة التوريد للمواد الغذائية بالتأكد من أن المنتجات الغذائية آمنة للاستهلاك وتلبي معايير النظافة والصحة المطلوبة. هذا يشمل اتخاذ إجراءات للوقاية من التلوث والاحتفاظ بمعايير الجودة والسلامة في كل مرحلة من مراحل إنتاج وتوزيع الغذاء، مما يحمي صحة وسلامة المستهلك. ثانيا بإلزامه بأمن المنتجات وفقا للمواد 9 و 10 من قانون حماية المستهلك و قمع الغش حيث يجب أن لا ينطوي المنتج على أخطار و أضرار تهدد صحة و سلامة و مصالح المستهلك أو أن تكون هذه الأخطار بمستويات مقبولة . ثالثا بإلزامه بمطابقة المنتجات للشروط المتضمنة في اللوائح الفنية (المواصفات القياسية) و الرغبات المشروعة للمستهلك و ما تم التعاقد عليه و قد نصت على هذا الالتزام المادتين 11 و 12 من قانون حماية المستهلك و قمع الغش .

و تكون أيضا عند تنفيذ العقد أولا بإلزام المتدخل بالضمان و الخدمة ما بيع البيع أي ضمان القانوني استبدال المنتج في حال ظهور عيب فيه أو إرجاع ثمنه أو تصليح السلعة أو تعديل

¹-منيرة بلغوري ، المرجع السابق، ص 179،

²-تريشي احلام و بن سعيد كهينة ، المرجع السابق ، ص 21،

خدمة على نفقته خلال فترة زمنية معينة هذا ما تضمنته المادة 13 من قانون 09-03 السابق ذكره. أو ضمان إضافي حيث يقدمه المتدخل لفائدة المستهلك دون زيادة في التكلفة هذا ما نصت عليه المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327 يحدد شروط و كفاءات وضع ضمان السلع و الخدمات حيز التنفيذ¹. أما عن خدمة ما بعد البيع فيقوم المشرع الجزائري بإلزامه بخدمة ما بعد البيع التي تضمنتها المادة 16 من القانون 09-03 السالف ذكره حيث يقدمها المستهلك عند عرض السلعة للاستهلاك و تكون بمقابل أو مجانا . مثل خدمة التصليح . و ثانيا حماية المستهلك من الشروط التعسفية التي تؤدي للإخلال بالتوازن بين حقوق وواجبات أطراف العقد كأخذ حقوق أو امتيازات لا تقابلها أخرى للمستهلك أو امتلاك حق التعديل أو التغيير في العناصر الأساسية في العقد أو المنتج أو الخدمة دون موافقة المستهلك . أما ثالثا إعطاء المستهلك الحق في العدول الذي يكمن جوهره في إمكانية المستهلك إنهاء العقد خلال المدة المحددة والمطالبة بإعادة ما دفعه مقابل ذلك من المنتج، دون إلزامه بدفع تعويض بسبب ذلك، طالما لم يتجاوز حقوقه بشكل متعسف. ولا يحق للمستهلك المطالبة بتعويض عن الأضرار التي قد تلحق بالبائع جراء ممارسته لهذا الحق، لأنه مارس حقه كما يكفله القانون.²

تعرض المستهلك للمخاطر في جميع هذه المراحل، ولذا فإن المشرع فرض مجموعة من الالتزامات على المتدخل بهدف توفير حماية واضحة وشاملة.

الفرع الثاني : حماية المستهلك في مجال الأسعار

حماية المستهلك في مجال الأسعار يكون من خلال ضمان حرية المنافسة أي قواعد شفافية الممارسات التجارية و احترام قواعد المنافسة يعد هذا إطاراً قانونياً أساسياً لضبط السلوك التجاري و الحفاظ المنافسة النزيهة في الأسواق. تهدف هذه القواعد لتقديم إجراءات تضمن توفير معلومات كافية وصادقة للمستهلكين والشركات المنافسة. وتحظر مثل الاتفاقيات المشتركة بين الشركات لتحديد الأسعار أو تقسيم الأسواق و التعسف في استغلال وضعية الهيمنة والى غيرها من الممارسات (سنتطرق لممارسات المقيدة للمنافسة بالتفصيل في الفصل الثاني في المبحث الثاني في المطلب الثاني في الفرع الأول) ، و أيضا تحديد القواعد التي يجب إتباعها في السوق لضمان تشجيع المنافسة الصحيحة والعادلة و يكون ذلك عن طريق الالتزام بالإعلام

1- المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327 يحدد شروط وكفاءات وضع ضمان ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ ، مؤرخ في 20 ذي القعدة عام 1434 الموافق 26 سبتمبر 2013 ، الجريدة الرسمية ، ع 49 ،
2- عمار زعبي ، الحق في العدول عن التعاقد ودوره في حماية المستهلك ، مجلة الفكر ، ع التاسع ، جامعة محمد خيضر ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، بسكرة ، 2013 ، ص 123 ،

بالأسعار و التعريفات و هذا ما تطرقنا له (أولاً) أو عن طريق الفاتورة وهذا ما تطرقنا له (ثانياً)
أولاً : الالتزام بالإعلام بالأسعار و التعريفات :

يتحمل البائع مسؤولية عرض المنتجات والخدمات بأي وسائل الاتصال عن بعد، ويجب أن يكون دقيق وبأساليب تسهل إثباتها قبل إبرام العقد، وعلى الرغم من العوائق التي تواجه تنظيم السوق، إلا أن مبدأ الشفافية يفرض ضرورة إعلام المستهلكين بالأسعار و تعريفات عبر وضع علامات أو وسوم أو معلقات، أو باستخدام أي وسيلة مناسبة أخرى. يجب أن تكون الأسعار والتعريفات واضحة ومقروءة بشكل ملموس و مطابقة للمبلغ الإجمالي الذي يدفعه الزبون، بما يشمل الخدمة أيضاً وذلك لتحقيق حرية المنافسة.¹ و هذا بموجب المواد 4-5-6 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية .

أما المادة 07 من نفس القانون : في العلاقة بين الأعوان الاقتصاديون ، أو عندما يكون العون الاقتصادي زبوناً يتحمل البائع مسؤولية إعلام الزبون بالأسعار والتعريفات عند الطلب بواسطة جداول الأسعار أو النشرات البيانية أو دليل الأسعار أو بأي وسيلة أخرى مناسبة مقبولة بصفة عامة في المهنة. يظهر هنا تفريق المشرع الجزائري بين المستهلك العادي و العون الاقتصادي حيث أن إشعار الأطراف فيما بين الأعوان الاقتصاديين لا يكون تلقائي، بل يجب طلبه من العون الاقتصادي.

من خلال المواد السابقة :

- حددت المادة 05 من القانون 04-02 طرق الإعلام بالأسعار والتعريفات و هي كالتالي :
1- **عن طريق العلامات** : تشمل جميع الرموز القابلة للتمثيل الخطي، كالكلمات، أسماء الأشخاص، الأحرف، الأرقام، الرسومات، الصور والأشكال المميزة للسلع، وكذلك الألوان، التي تُستخدم جميعها لتفريق منتجات أو خدمات تقدم من شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات يقدمها آخرون، ويأتي هذا بموجب مضمون المادة 2 من الأمر رقم 03-06.² أضافت المادة 05 من القانون 04-02 يتوجب على البائع تحديد أوزان أو كميات السلع المقدمة للبيع، وضبطها بوضوح أمام المشتري. وفي حال كانت المنتجات في عبوات معدة مسبقاً أو تم وزنها أو قياسها، يجب وضع علامات على الحاويات توضح الوزن أو الكمية أو العدد المقابل للسعر المعلن.

¹- عبد المنعم موسى ابراهيم، حماية المستهلك (دراسة مقارنة)، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2007، ص364

²- المادة 02 من الأمر رقم 06/03 مؤرخ 19 جويلية 2003، يتعلق بالعلامات، جريدة رسمية، ع44، صادر في 23 جويلية 2003،

العلامات تستعمل لضبط أسعار السلع الصغيرة كالمجوهرات، توضع على المنتج أو بجواره يجب لصقها بدقة، و بطريقة تمنع الالتباس. يمكن وضع العلامات بشكل حروف مشفرة شريطة أن يستطيع المستهلك فهم الأسعار بسهولة من خلال القائمة.¹

ب- عن طريق الوسم : تشير المادة 03 في الفقرة 04 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش على أن الوسم يُعرف على أنه جميع البيانات أو الكتابات أو الإشارات أو المميزات أو الصور أو التماثيل أو الرموز المتعلقة بسلعة، والتي تظهر على أي غلاف أو وثيقة أو لافتة أو علامة أو ملصق أو بطاقة أو ختم أو ملصق مرفق أو معروض بأي شكل أو وسيلة، بغض النظر عن كيفية وضعها، وذلك لتوضيح طبيعة المنتج.

أضافت المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-367 المتعلق بوسم السلع الغذائية .الوسم أي نص مكتوب أو مطبوع أو عرض بياني يظهر على البطاقة، و يرفق بالمنتج أو بالقرب منه بهدف تعزيز عملية البيع.²

السلع المقدمة للمستهلك تعكس الرغبات الشرعية، وتليبتها تكون من خلال ملامحها الطبيعية والفئة التي تنتمي إليها ومصدرها وتركيباتها، وكل ميزاتها الأساسية، ويتم ذلك من خلال وسيلة الوسم.³

ج- عن طريق المعلقات : تعتبر المعلقات نوعاً من الطرق التقليدية يستعملها الإقتصاديون في المبيعات، حيث يعرضون مجموعة متنوعة من السلع على لوحة ورقية كبيرة أو صغيرة مع تبيين أسعارها.⁴

إلا انه حسب رأي الشخصي أن هذا الأسلوب لا يواكب تطورات الاقتصادية كون الأسعار تتغير باستمرار و أن العون الاقتصادي باستخدامه لهذا الأسلوب فإن أوراق الأسعار غالباً ما تتلاشى أو تتطاير لذلك لا بد من استخدام تقنيات حديثة.

د- عن طريق الوسائل المناسبة الأخرى : للبايع اختيار اي وسيلة ملائمة لإعلام المستهلكين، طبقاً لطبيعة المنتج أو الخدمة والتقدم التكنولوجي الحديث. الأمر ليس مقتصرًا على نوع الوسيلة،

1- سلمى بقر ، محاضرات في قانون الممارسات التجارية، مطبوعة لطلبة السنة الثانية ماستر - (السداسي الثالث) تخصص:

قانون الأعمال ، جامعة بومرداس ، كلية الحقوق والعلوم السياسية بودواو سنة 2020-2021 ، ص 17

2- المادة 02 من المرسوم التنفيذي 90-367 ، المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 المعدل والمتمم المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها ، الجريدة الرسمية ع 50،

3- ارزيل كاهنة، "الموازنة بين النشاط التنافسي و حقوق المستهلك"، أعمال الملتقى الوطني، المنافسة و حماية المستهلك، جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية، أيام 17- 18 نوفمبر، 2009 ، ص 7،

4- محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية وفقا للأمر 03-03 والقانون 04-02، منشورات البغدادي،

الجزائر، 2010، ص 82 ،

يعتمد على كفاءة الوسيلة في تحقيق للغاية المرجوة بطريقة فعالة ومناسبة. مع تطور وسائل الاتصال، يتطور البيع عن بعد مثل البيع عبر البريد، الصحف، أو التلفاز، مما يؤدي لتطور وسائل الإعلان.¹ أو الإعلام بالأسعار والتعريفات عبر الإنترنت والتجارة الإلكترونية، كعقود البيع الإلكتروني أي عن بعد، مما يعزز التبادل التجاري الحديث.²

وحددت المادة 07 من القانون 04-02 طرق الإعلام بين المتعاملين الاقتصاديين

أ- عن طريق جداول الأسعار والنشرات البيانية : يصنعها العامل الاقتصادي، تتضمن قوائم للسلع والخدمات المقدمة للبيع بجانب أسعارها. يجب أن تكون هذه الجداول مكتوبة بوضوح، دون أي تعديل أو إضافة يمكن أن يثير الشك حول طبيعة المنتج أو الخدمة، أو سعرها.³

ب- عن طريق دليل الأسعار : وثيقة تشمل تفاصيل تكوين الأسعار والخيارات الموجودة للعملاء المتعلقة بالمنتجات أو الخدمات ذات الصلة. يقدم هذا الدليل للعامل الاقتصادي في موقع البيع أو تقديم الخدمة، ويستعمل كثيرا عندما يكون المنتج معقد الاستعمال أو الخدمة معقدة تتطلب شروط معينة. مثال ذلك دليل أسعار وكالات السفر أو دليل أسعار السيارات من نفس الطراز، الذي يحتوي على أسعار كل فئة استنادا إلى خصائصها وما إلى ذلك.⁴

ج- عن طريق وسائل أخرى مناسبة : يجب أن تكون مقبولة ومعتمدة في مجال الصناعة، وفقاً للمادة 7 المشار إليها سابقا، وينبغي أن تتلاءم مع السرعة والمرونة اللازمة لعمليات التجارة. يقدم المشرع الفرصة للعامل الاقتصادي اختيار وسيلة من وسائل الإعلان عن الأسعار، بما في ذلك الطرق المتبعة عالميا، مع وجوب أن تكون هذه الوسيلة مقبولة وفعالة في التوصل للغاية، ويجب أن توضح الأسعار بشكل يجنب الالتباس.⁵

ثانيا : الفاتورة :

المشرع لم يحدد مفهوم الفاتورة بموجب القانون 04-02 أو النصوص التنظيمية المتعلقة بالفاتورة، ولهذا تم تقديم عدة تعاريف في هذا السياق : هي وثيقة تجارية إجبارية يقوم بها العامل الاقتصادي، تسجل تفاصيل عملية البيع أو تقديم الخدمة، وتقدم فور إكمال الصفقة إلى أطرافها، سواء كانوا أعوان اقتصاديين أو مستهلكين، مع الإلتزام بمتطلبات البيانات الضرورية طبقا

1- د،سلي بقر، المرجع السابق، ص 21،

2- نيل بن عديدة، الإلتزام بالإعلام وتوابعه في مجال قانون الاستهلاك، رسالة الدكتوراه في العلوم في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، 2017-2018، ص 180-181،

3- أحمد خديجي، قواعد الممارسات التجارية في القانون الجزائري، أطروحة دكتوراه علوم في القانون الخاص، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2016 ص 26،

4- أحمد خديجي، نفس المرجع، ص 26-27،

5- د،سلي بقر، المرجع السابق، ص 22،

للقانون.¹ اوهي وثيقة تحوي معلومات تشمل في الغالب سعر المنتج، يعتبرها البعض أنها وثيقة يدرج فيها البائع للمشتري شروط تقديم المنتجات في بيع التجزئة، شروط الدفع في حالة البيع بالتقسيط وتحديد الأسعار. الفاتورة هي نوع من الوثائق التي تصدر ضمن ممارسات الأعمال التجارية.²

وفقاً للمادة 12 من الأمر 04-02، الذي أشار إلى تحديد نموذج لفاتورة عن طريق التنظيم، تم إصدار المرسوم التنفيذي 468/05 الذي يحدد شروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكيفية ذلك. و أشار على وجوب احتواءها على بيانات المشتري والبائع، الاسم الكامل للأفراد، واسم الشخص القانوني أو عنوان العمل التجاري، والشكل القانوني للعامل الاقتصادي، وطبيعة النشاط التجاري.³ كما تعتبر الفاتورة وسيلة إثبات كونها سند رسمي.⁴

بناءً على المعلومات السابقة، يتضح أن الفاتورة لها دور كبير في حماية مصالح المستهلكين. فهي من جهة تحمي رضا المستهلك ومن جهة أخرى، تحمي مصالحه المالية.⁵

¹-مسكين حنان، تكريس مبدأ حرية الأسعار في التشريع الجزائري ، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية ، مجلد 06 / ع (خاص) 2023 ، ص 321

²-كيموش نوال، حماية المستهلك في إطار قانون الممارسات التجارية، مذكرة ماجستير في القانون الخاص ، كلية الحقوق، جامعة يوسف بن خدة ، الجزائر، 2011 ص 53

³-تريشي احلام ، بن سعيد كهينة ، المرجع السابق ص 26،

⁴- همام دمحم محمود زهران ، أصول الإثبات في المواد المدنية والتجارية، دار الجامعة الجديدة للنشر ، الإسكندرية، مصر ، 2002، ص 153،

⁵- طيب علوش، (26-27 فيفري، 2019)، ازدواج الحماية القانونية للمستهلك بين قانون حماية المستهلك وقانون المنافسة، مداخلة ملقاء بالملتقى الوطني حول المنافسة بين الحرية والتقيد، معهد الحقوق والعلوم السياسية، المركز الجامعي: مغنية، ص 10

ملخص الفصل الأول :

نستخلص من هذا الفصل أن مبدأ حرية الأسعار هو مفهوم في الاقتصاد يشير إلى الحق للأفراد والشركات في تحديد الأسعار للسلع والخدمات التي يقدمونها دون تدخل من الحكومة أو أي جهة أخرى. يعتمد هذا المبدأ على فكرة أن التدخل الحكومي في تحديد الأسعار يمكن أن يؤدي إلى تشويه السوق وتشويه آليات التخطيط الاقتصادي. كما أن الجزائر تبنت هذا المبدأ بعد استقلالها و انتقالها من النظام الاشتراكي إلى النظام الليبرالي بغيت تحرير المنافسة و لتحديد الأسعار يجب إتباع معايير تشمل التكاليف، العرض والطلب ، والأهداف الاقتصادية للشركات.... حيث أن الأسعار تختلف و هي أنواع عديدة كالسعر النفسي. السعر القيادي. سعر الاستدراج . السعر الترويجي . السعر الرمزي . السعر المهني و السعر المعتاد من قبل العرف و ما إلى ذلك من أسعار كل نوع من أنواع الأسعار التي ذكرتها له أهداف مختلفة ويتم استخدامها في سياقات محددة في الأعمال التجارية تهدف هذه الأنواع من الأسعار غالبا لتحقيق الربح، زيادة المبيعات، بناء العلامة التجارية، جذب العملاء، وتحقيق التفرد والتميز في السوق. أما عن مجال تطبيق مبدأ حرية الأسعار فيطبق من حيث الأشخاص على كل شخص طبيعي أو معنوي أيا كانت طبيعته يمارس بصفة دائمة نشاطات الإنتاج و التوزيع و الخدمات و من حيث النشاطات على نشاط الإنتاج و التوزيع و الخدمات .

يعتبر المستهلك الشخص أو الجهة التي تقوم باقتناء السلع أو استخدام الخدمات للاستهلاك. و هو الجزء الأساسي في دورة العرض والطلب في الاقتصاد، حيث تؤثر قراراته وسلوكاته على السوق وعلى الشركات والصناعات المختلفة. حيث يعتبر المستهلك الركيزة الاقتصادية للدول لذا اقر المشرع الجزائري حماية له من كل الجوانب تشمل حماية الصحة والسلامة، وحق المعرفة، وحق التعويض عن الأضرار. و ما إلى غير ذلك من حماية عبر مختلف مراحل التعاقد بل و أيضا تدخل حتى في حمايته في مجال الأسعار من خلال قواعد شفافية الممارسات التجارية كونها توفر معلومات صحيحة ومفهومة للمستهلكين حول المنتجات والخدمات. و تكون لهم الرضا الصحيح و حظر الممارسات التجارية الخادعة أو غير الشفافة مثل الترويج الزائف أو إخفاء المعلومات الضرورية. و أيضا الممارسات المنافية للمنافسة التي تهدف إلى تحديد الأسعار بشكل احتكاري أو تقييد التنافس. و الذي قد يؤدي للأضرار بالمستهلك .

الفصل الثاني : حماية المستهلك في مواجهة مبدأ حرية الأسعار

تطبيق مبدأ حرية التجارة والصناعة الذي يعكس التنوع في الممارسات الاقتصادية والمهنية، ويستند على مجموعة من المبادئ والقواعد المنصوص عليها في القانون الأساسي. هذه المبادئ تشمل مفهوم العدالة الاجتماعية والتي تشجع الدولة على النشاط في مراقبة وتنظيم النشاطات الاقتصادية، من أجل توجيه الاقتصاد نحو تحقيق الصالح العام وتلبية احتياجات المجتمع. ويشمل وضع سياسات وقوانين تحقق التوازن بين الحرية الاقتصادية والمسؤولية الاجتماعية، لكن لا تكون هذه الحرية مطلقة لتجنب الممارسات المنافية للمنافسة والتي تؤثر بشكل سلبي على اقتصاد الدولة وعلى المستهلكين، فأقر المشرع الجزائري قيوداً على مبدأ حرية الأسعار، وذلك من خلال القوانين والتشريعات، تشمل هذه الحماية فرض عقوبات على المخالفين والأفراد الذين يقومون بممارسات غير مشروعة في مجال الأسعار. يعتبر تدخل الدولة في تحديد أسعار السلع والخدمات ضروري في بعض الحالات، خاصة فيما يتعلق بالسلع والخدمات ذات الطابع الاستراتيجي خاصة السلع الأساسية والخدمات الحيوية التي تؤثر بشكل مباشر على حياة المواطن، كما يمكن أن يتم التدخل في حالات الطوارئ أو الاضطرابات الاقتصادية الشديدة مثل الحروب، والكوارث الطبيعية. يتم هذا التنظيم من خلال آليات قانونية معينة تهدف إلى تحقيق توازن بين حرية السوق و ضمان توفير السلع و خدمات الأساسية ويلعب مجلس المنافسة دور استشاري مهم في تعزيز و تحفيز الابتكار و يساهم في اتخاذ القرارات الاقتصادية و سياسة الحكومة كما يساهم في خلق بيئة اقتصادية عادلة و شفافة و تعزيز الثقة في السوق و تحقيق الاستقرار الاقتصادي.

وعليه سوف نتطرق في (المبحث الأول) إلى تدخل الدولة لتحديد الأسعار و في (المبحث الثاني) الجزاءات المقررة للممارسات المقيدة للمنافسة .

المبحث الأول : تدخل الدولة لتحديد الأسعار

يهدف مبدأ حرية الأسعار لتحقيق مصلحة المستهلك و ذلك من خلال تخفيض الأسعار، و نجد أن التشريع الجزائري يتخذ بالاعتبار الظروف الخاصة للاقتصاد الوطني لتنظيم حالات استثنائية في تحديد الأسعار. و الغاية من دخول الدولة في قيود حرية الأسعار على تحقيق استقرار الأسعار، إذ قد يؤدي عدم استقرارها إلى تعريض الاقتصاد ككل لصدمات قوية من خلال حدوث الكساد والتضخم، مما يستلزم تدخل الدولة من خلال سياستها المالية.¹ و يكون هذا بموجب قوانين و تنظيمات و آليات محددة، كما أن لمجلس المنافسة أيضا دور استشاري في ذلك سواء كانت استشارته وجوبية أو اختيارية . وقد حدد المشرع مجال تدخل الدولة في تحديد الأسعار (المطلب الأول) و التدابير المؤقتة ودور مجلس المنافسة في مجال تحديد الأسعار (المطلب الثاني) .

المطلب الأول : مجال تدخل الدولة في تحديد الأسعار

بالرغم من أن الأسواق تتبع قواعد المنافسة وحرية التحديد في التسعير، إلا الدولة وضعت استثناء بتنظيم الأسعار في بعض الحالات بموجب القوانين المتعلقة بالمنافسة، وتتدخل الدولة في تحديد أسعار السلع والخدمات ووضع آليات تدخل لتقنين الأسعار. وعليه تطرقنا في (الفرع الأول) لتدخل الدولة في تحديد الخدمات والسلع الضرورية. وفي (الفرع الثاني) لآليات تدخل الدولة في تقنين الأسعار.

الفرع الأول : تدخل الدولة في تحديد الخدمات و السلع الضرورية .

بموجب المادة 05 من الأمر 03-03 تضح أن الدولة يمكنها تنظيم أسعار السلع والخدمات ذات الطابع الاستراتيجي من خلال إصدار مرسوم وذلك بعد استشارة مجلس المنافسة، ويلاحظ تقديم خيار للدولة بالتدخل في تحديد الأسعار، وليس إجباراً. كما أن مجلس المنافسة يُعتبر جهاز استشاري.

وتم تعديل المادة أعلاه بموجب المادة 04 من القانون 05-10، لتوسيع نطاق تدخل الدولة في تحديد الأسعار لجميع السلع والخدمات بدون استثناء، مع الاعتماد على قائمة المنتجات الأساسية حسب الحاجة والقدرة الشرائية للمستهلكين.

و تتدخل الدولة في تحديد الأسعار بصفة عادية (أولاً) ، وتحديد الأسعار بصفة مؤقتة (ثانياً)

¹- قويدرمعيزي، تدخل الدولة في النشاط الاقتصادي في ظل اقتصاد السوق، مجلة الاقتصاد الجديد، جوان، 2013، ص 149،

أولاً : تحديد الأسعار بصفة عادية :

بناءً على المادة 04 من الأمر 05-10 المعدلة لأحكام المادة 05 من الأمر 03-03 ، يسمح بتحديد هوامش وأسعار السلع والخدمات، أو الأصناف المتجانسة منها، و يمكن تسقيفها أو التصديق عليها عبر التنظيم . فحددت المادة صيغ قانونية لتقييد حرية الأسعار .

في التعديل الأخير الذي تم إدخاله في المادة 04 من القانون المذكور سابقاً، و تم حذف عبارة الخدمات الإستراتيجية، يهدف إلى توسيع نطاق تدخل الدولة في تحديد الأسعار . سابقاً، فكانت هذه الخدمات مقيدة، ولكن مع التعديل الجديد منح القانون الدولة صلاحية التدخل لتحديد الاسعار، أو تسقيفها دون حصرها على الإستراتيجية فقط. ويكون تحديد الأسعار بموجب تنظيم، كأن تحدد الأسعار بتعليمية أو قرار من طرف وزارة التجارة. وألغى النص متطلب استشارة مجلس المنافسة، واكتفى بأن التحديد يتم استناداً على اقتراحات القطاعات ذات الصلة.

و في المادة 04 من الامر 05-10 يقتصر تحديد الأسعار على السلع ذات الأهمية الكبيرة، خاصة التي تؤثر بشكل على الحياة اليومية للمواطنين، و يتغير هذا التحديد وفقاً للظروف الاقتصادية، كتوافر السلع وندرته، وحاجة السوق، ويتمثل الهدف الأساسي لتقنين الأسعار التصدي للقلبات الغير متوقعة في قطاع الإنتاج عندما ترتفع أسعار المواد الأولية للقطاعات الحيوية. فتتدخل الدولة في هذه الحالات لتثبيت الأسعار، مما يضمن توفر المنتجات للمستهلكين والمنتجين بأسعار معقولة.

كما يهدف لتمكين الفئات ذات الدخل المحدود من اقتناء السلع والخدمات الأساسية وذلك بخفض أسعارها، و بتغطية الفارق بين السعر الفعلي والسعر المحدد وبالنظر إلى مستويات الدخل المنخفضة من قبل خزينة الدولة. فيُعرف هذا النوع من الدعم بالدعم المباشر.¹

كما تهدف إلى تحقيق شفافية ونزاهة في التجارة وذلك من أجل تحقيق استقرار السوق والحد من التقلبات في السوق، وخاصة التي يمكن أن تؤثر على قوة شراء المستهلكين، نتيجة للمضاربة في الأسعار.² ومن أكثر السلع استخداماً التي قننها المشرع الجزائري:

الحليب المبستر: في مرسوم تنفيذي رقم 01-50 أسعار الحليب المبستر والموضوع في الأكياس خلال مختلف مراحل التوزيع ويتم تحديد جميع الرسوم المتعلقة بالحليب.³

1- الجزيرة الدعم الحكومي للسلع <https://www.aljazeera.net/encyclopedia/2016/5/18/> ، 2024/05/02 ، 02،53

2- محمد تريوسي، المرجع السابق ، ص 184 – 185

3- المرسوم التنفيذي رقم 01 – 50 مؤرخ في 12 فيفري 2001 يتضمن تحديد أسعار الحليب المبستر و لموضب في الأكياس عند الإنتاج وفي مختلف مراحل التوزيع ، ج ر ، ع 11 ، الصادرة في 12 فيفري 2001،

مادة السكر والزيت: وذلك في المرسوم التنفيذي رقم 11 - 108 يحدد السعر الأقصى عند الاستهلاك وكذا هوامش الربح القصوى عند الإنتاج والاستيراد وعند التوزيع بالجملة والتجزئة لكلا المادتين.¹

مادة القمح: تتضمن أحكام المادة الأولى من المرسوم التنفيذي رقم 07 - 402 الذي يحدد أسعار السميد الناتج عن تحويل القمح الصلب عند الإنتاج وفي مختلف مراحل توزيعه بنوعيه العادي والرفيع. وتضمنت المادة 06 من ذات المرسوم الحد الأقصى لأسعار سميد القمح الصلب.²

خدمات النقل: حددها المرسوم التنفيذي رقم 02 - 448 والمتعلق بالتعريفات القصوى لنقل الركاب في سيارات الأجرة³. تمثل التعريفة سعر الكيلومتری لكل مقعد، وتحتسب تكلفة الأطفال الذين تتراوح أعمارهم بين أربع وعشر سنوات على أساس نصف سعر المقعد.

ثانياً: تحديد أسعار بصفة مؤقتة:

وفي حالة وقوع ظروف غير عادية تستدعي تدابير استثنائية مؤقتة لتحديد الأسعار، تتدخل الدولة في ذلك ويكون مرتبطاً بشروط معينة تتمثل في⁴ :
وجود ظرف غير متوقع يؤثر على وجود السلع والخدمات، مثل الكوارث الطبيعية، و الحروب، أو الأزمات الاقتصادية.

ارتفاع أو انخفاض غير متناسب في الأسعار نتيجة لتلك الظروف، وأن يكون هذا الارتفاع مبنياً على أسباب منطقية ويصل إلى مستوى جسيم.

بسبب عدم إمكانية تحقيق المنافسة الكاملة، فتتدخل الدولة في حالات استثنائية حيث تتجم ظروف تسبب ارتفاعاً أو انخفاضاً غير متوازن في الأسعار. ومنه، يُمنح الإدارة الحق في اتخاذ إجراءات مؤقتة لمواجهة تلك الظروف.⁵

ونجد في المادة 05 من القانون 05-10، بعد آخر تعديل أمر 03-03، والقانون 08-12، إمكانية اتخاذ تدابير في وجود اضطرابات خطيرة في السوق، أو حدوث كوارث، أو مشكلات مزمنة في التموين داخل قطاع نشاط محدد أو عند وجود حالات احتكار طبيعي يظل موضوعاً

1- المرسوم التنفيذي رقم 11 - 108 المؤرخ في 06 مارس 2011 ، ج ر ، ع15 ، صادرة في 09 مارس 2011،
2- المرسوم التنفيذي رقم 7- 207 ، المؤرخ في 25 ديسمبر 2007 ، يحدد أسعار سميد القمح الصلب عند الإنتاج في مختلف مراحل توزيعه ، ج ر ، ع80 ، الصادرة في 26 ديسمبر 2007،
3- المرسوم التنفيذي رقم 02-448، المؤرخ في 17 ديسمبر 2002 يتعلق بالتعريفات القصوى لنقل الركاب في سيارات الاجرة " تاكسي" ، ج ر ، ع85 ،
4- مسكين حنان ، المرجع السابق ، ص 324 ،
5- محمد تيروسي المرجع السابق ، ص255،

غير معروف بوضوح من خلال الأمر الحالي. وإذا كانت آلية السوق تعتمد على عرض وطلب السلع، وتعمل بسلاسة وفقاً للاسس الطبيعية، فلا حاجة للتدخل في ذلك.¹

الفرع الثاني: آليات تدخل الدولة في تقنين الأسعار

تتدخل الدولة بواسطة ثلاث آليات لتنظيم الأسعار. وهي: التحديد، التسقيف، التصديق تمثل هذه الآليات وسيلة لحماية المستهلك وتضمن حفظ قدرته، كما تضمن وصول السلعة إلى المستهلك بسعر معقول، وتهدف كذلك لضبط السوق وتحقيق استقراره.

أولاً: آلية التحديد

فالدولة تقوم بتحديد سعر ويتوجب على البائعين والمشتريين الالتزام به، كما تفرض عقوبات من يتجاوز السعر، وذلك عبر تنظيم محدد. تهدف الدولة من خلال هذه الآلية إلى تحديد أسعار بعض المواد والقطاعات التي إنتاجها يخدم حاجيات المستهلك، مثل الخبز والحليب والأدوية ومنتجات البترول، بالإضافة إلى خدمات نقل المسافرين والبضائع. كما تهدف إلى حماية من التلاعب الاقتصادي باستغلال حاجة المستهلك ورغبة الأطراف الاقتصادية في تحقيق أرباح على حسابهم.²

ثانياً: آلية التسقيف

يتمثل التسقيف بتحديد السعر الأقصى للمستهلكين، وتحديد الحد الأقصى للأرباح عند الإنتاج والاستيراد وعند التوزيع بالجملة والتجزئة للسلع وكذلك الخدمات ذات الصلة.³ ونجد في هذا النظام أن الأسعار تتمتع بحرية في التحرك دون السقف المحدد، حتى إذا ارتفعت تكاليف الإنتاج وتجاوز السعر المسقف، فتقوم الدولة بتعويض الفارق بين السعر الحقيقي والسعر المسقف من خلال وثيقة تسمى تركيبة الأسعار، فتوضح طبيعة وحقيقة السعر المكون، وتقدمها السلطات الاقتصادية إلى الجهات المعنية.⁴

من بين السلع التي تم تسقيفها لأدوية المستعملة في الطب البشري، السكر والزيت، الأسمدة.

ثالثاً: آلية التصديق

ويعني التصديق الموافقة على السعر المقترح من قبل الجهات المختصة أو الخبراء، فيما يتعلق

1- بدرة لعور، آليات مكافحة جرائم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2013 – 2014، ص 235

2- بدرة لعور، المرجع السابق، ص 236،

3- طالب محمد كريم، المرجع السابق، ص 272،

4- سيكوس ناجي، ترجمة محمد صقر، السياسة الاقتصادية الاشتراكية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1982، ص 121،

بقطاع محدد، لدى الجهات المعنية مثل الوزارة المعنية بالأمر أو وزارة التجارة.¹ ولتطبيق هذه الآليات من قبل العون الاقتصادي يجب اداع تركيبة أسعار السلع أو الخدمة لدى السلطة المختصة وتتألف من عدة عناصر تشكل السعر، كسعر التكلفة وسعر الاستيراد ولشحن والتأمين، بالإضافة إلى تكاليف أخرى. كما يتم تحديد شروط وكيفيات إيداع تركيبة الأسعار وفئات الأعوان الاقتصاديين المعنيين بها. ويوجد نموذج بطاقة لتركيبه الأسعار والسلطات المعنية المؤهلة التي يجب تقديمها للتنظيم، مثال صدر المرسوم التنفيذي رقم 11-108 في 06 مارس 2011، والذي يحدد السعر الأقصى للمستهلك، بالإضافة إلى الحد الأقصى للأرباح عند الإنتاج والاستيراد وعند التوزيع بالجملة والتجزئة لمادتي الزيت الغذائي المكرر العادي والسكر الأبيض. فتضمن المرسوم بطاقة تركيبة الأسعار وذلك وفقاً لنموذج مرفق في الملحق المتعلق بهذا المرسوم، ويحدد الجهة المؤهلة التي يتم تقديم طلب التعويض إليها، وتتمثل في النخبة الوزارية المشتركة.²

وفي الأخير يجب التأكيد على هدف هذه الآليات وهو توفير حماية للمستهلك، من خلال الحفاظ على قدرته الشرائية، وتجنب المضاربين والمحتكرين من التلاعب بالأسعار، كما يضمن وصول السلعة إليه بسعر مقبول. وهذا ما يؤدي إلى تصفية السوق من جميع أشكال المضاربة، كما يضبط السوق بالتحكم في أسعار السلع والخدمات الضرورية بالإضافة إلى تثبيت استقرار مستوياتها، هذا ما يساهم في إضفاء مصداقية أكبر على التنظيم والتوجيه والرقابة.³

المطلب الثاني: التدابير المؤقتة ودور مجلس المنافسة في مجال تحديد الأسعار

يلعب مجلس المنافسة دوراً استشارياً حيوياً في مراقبة تنظيم الأسعار ومراقبتها لضمان عدم انحرافها عن مسار النزاهة ومن أجل العدالة التنافسية. ويهدف الدور الاستشاري في تعزيز المنافسة الصحية وحماية حقوق المستهلكين. بفضل استشاراته الفنية والمستقلة، ويساهم المجلس في خلق بيئة أكثر عدالة وشفافية. وعليه تطرقنا في (الفرع الأول) التدابير المؤقتة للحد من ارتفاع الأسعار، وفي (الفرع الثاني) لدور الاستشاري لمجلس المنافسة في مجال الأسعار .

الفرع الأول: التدابير المؤقتة للحد من ارتفاع الأسعار

وسنتطرق إلى بعض الحالات التي اتخذت فيها الدولة التدابير المؤقتة للحد من ارتفاع الأسعار.

¹-دبيش رياض، الأسعار في الجزائر بين الحرية والتقييد، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والسياسية، جامعة الجزائر، المجلد 56، ع 01، 2019، ص 101 ،

²- صفي الدين كرايمية، المرجع السابق، ص 36-37،

³- بدرة لعور، المرجع السابق، ص 237 ،

أولاً: الحالة الأولى¹

شهدت أسعار البطاطا ارتفاعاً وغيّر مبرر في الأشهر الأخيرة من عام 2007، وأثر سلبيًا على القدرة الشرائية للمستهلك، حيث أن البطاطا تُعتبر منتجًا يُستهلك على نطاق واسع في الأسرة الجزائرية، هذا الارتفاع الكبير في سعر، دفع بالسلطات العمومية إلى التدخل العاجل لمعالجة هذه الوضعية.

تتمثل هذه إجراءات تدابير مؤقتة، حيث يتم تعليق فرض الرسوم على القيمة المضافة والرسوم الجمركية على البطاطا لفترة مؤقتة، بهدف تخفيف العبء عن المواطنين وتوفير البطاطا بأسعار معقولة، وطبق هذا الإعفاء خلال الفترة الممتدة من 20 أوت 2007 إلى غاية 20 نوفمبر 2007، وجاء ذلك وفقاً للأمر رقم 04-07 المؤرخ في 09 أوت 2007، والمتعلق بالإعفاء المؤقت لعمليات استيراد البطاطا الطازجة، أو المبردة والموجهة للاستهلاك من الحقوق الجمركية، ومن الرسم على القيمة المضافة.

ثانياً: الحالة الثانية

مع اقتراب نهاية عام 2010 وبداية عام 2011، شهدت السوق المحلية اضطراب خاصة في قطاع خاصة في المواد الغذائية ذات الاستهلاك الواسع، مما أدى إلى ندرة بعض هذه المواد. و أدى ذلك إلى ارتفاع أسعارها بشكل ملحوظ، مما جعلها تتجاوز القدرة الشرائية للمواطنين. وهي المواد الأساسية مثل السكر والزيت، حيث أصبحت الأسعار غير مستدامة وغير مقبولة للمواطنين، أدى ذلك لأثر سلبي على استقرار الاقتصاد والاجتماعي، اتخذت الحكومة إجراءات عاجلة لضبط الأسعار للمنتجات الاستهلاكية، وقد تمثلت هذه التدابير في تحديد سعر السكر الأبيض وتحديد سعر الزيت، وفقاً للمرسوم التنفيذي رقم 11-108 الصادر في 6 مارس 2011.²

يتضمن هذا المرسوم تحديد هوامش الربح المسموح بها بالنسبة للسكر والزيت، سواء كان المنتج أو المستورد أو بائع الجملة أو بائع التجزئة. كما يشمل المرسوم إعفاء استيراد جميع أنواع السكر وزيت الطعام الخام من حقوق الجمارك والرسوم على القيمة المضافة³. كما تم جرد لمخزون

1- سايح فاطيمة، مبدأ تحديد الأسعار في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، كلية الحقوق و العلوم السياسية، 2020-2021، ص 66-67،

2- سايح فاطيمة، المرجع السابق، ص 67

3- بيان إعلامي صادر عن وزارة التجارة، الجزائر 09 جانفي 2011

السكر وزيت الطعام المنتج قبل تاريخ 1 يناير 2011، حيث قامت الخزينة العمومية بتعويض المنتجين عن الفارق في السعر.¹

ثالثاً: الحالة الثالثة

في نص قانون المالية التكميلي لسنة 2011 على ضرورة إجراء متابعة يومية لتحديث أسعار جميع المنتجات الغذائية الأساسية من قبل مصالح وزارة التجارة، وبناءً على هذه المتابعة، تتدخل السلطات العمومية لتحديد الآلية المناسبة لتنظيم سعر أي منتج في حال الضرورة.² وتجدر الإشارة إلى أن المشرع أذن بتدخل الدولة في تحديد الأسعار، ويكون ذلك بناءً على أسباب بنيوية أو ظرفية.

1- الأسباب البنيوية: تتمثل في القيود التي تفرضها الظروف القانونية، أو الفعلية على المنافسة السعرية في بعض القطاعات أو المناطق الجغرافية التي تكون المنافسة السعرية، سواءً بسبب وجود حالات احتكار قانونية أو فعلية، أو بسبب صعوبات في التمويل، أو نتيجة لتشريعات أو تنظيمات قانونية. وعليه يمكن للدولة التدخل في تحديد الأسعار³

2- الأسباب الظرفية:

الحالة الأولى: في حالة حدوث كارثة عامة أو وضعية طارئة تؤدي إلى انخفاض مفاجئ في الأسعار، لها الدولة الحق في اتخاذ تدابير مؤقتة لتجاوز هذه الظروف الاستثنائية. يمكن أن تحدث هذه الظروف بسبب أسباب خارجية، مثل أزمة في التمويل لمادة البترول، أو بسبب أسباب وطنية داخلية غير متوقعة مثل زيادة في الجفاف بسبب ندرة المياه أو حدوث فيضانات غير متوقعة⁴

الحالة الثانية يتطلب من الدولة التدخل نظراً لعدم توازن قواعد المنافسة في حالة حدوث انخفاض أو ارتفاع مفاجئ في الأسعار بمستويات غير متوقعة،⁵

الفرع الثاني: الدور الاستشاري لمجلس المنافسة في مجال الأسعار

يجب التفريق بين نوعين من الاستشارات التي يقدمها المجلس، حيث نجد الاستشارة الإلزامية (أولاً) والاستشارة الاختيارية (ثانياً).

1- سايح فطيمة ، المرجع نفسه، ص67

2- قانون المالية التكميلي لسنة 2011 ، ج ر ، ع 40 الصادرة بتاريخ 20 جويلية 2017 ، ص 12،

3- سايح فطيمة ، المرجع السابق ، ص68،

4- سايح فطيمة ، نفس المرجع ، ص 69،

5- لطيفة بوخاري ، تدخل الدولة في تحديد الأسعار وآثاره على المنافسة : مذكرة ماجستير في القانون الخاص ، كلية الحقوق جامعة وهران ، ، 2012-2013 ص 72

أولاً: الاستشارة الوجوبية المجلس المنافسة في مجال تحديد الأسعار

نصت عليه المادة 36 من الأمر رقم 03-03 المعدل والمكمل إذ يتطلب استشارة مجلس المنافسة في كل مشروع تشريعي أو تنظيمي ذي صلة بالمنافسة، في الحالات ما إذا كانت تخضع ممارسة مهنة عينة أو سوق ما لقيود كمية ، وفي فرض رسوم حصرية على بعض المناطق ،في حالة فرض شروط خاصة على ممارسة أنشطة الإنتاج و التوزيع و الخدمات تعتبر هذه الحالات أمثلة ، نظراً للتغيرات السريعة في الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية.

ثانياً: الاستشارة الاختيارية

الاستشارة الاختيارية تعني أن الجهات المعنية لها حرية كاملة فيما إذا كانت ستتشاور مع مجلس المنافسة أم لا، دون أن يكون لهذا القرار تأثير على المسؤولية القانونية لها. يترك للجهات المعنية تقديم استشارة لمجلس المنافسة أو عدم ذلك وفقاً لتقديرها، حيث يُطلب من مجلس المنافسة إبداء رأيه في كل مسألة تتعلق بالمنافسة في السوق وتنظيمها.¹ تشير المادة 35 من القانون رقم 03-03 إلى أن مجلس المنافسة مطالب بإبداء رأيه في كل مسألة تتعلق بالمنافسة عندما تطلب ذلك منه الحكومة. ويمكنه أن يقدم اقتراحات في مختلف مجالات المنافسة. أيضا المادة 38 تشير إلى إمكانية الجهات القضائية طلب رأي من مجلس المنافسة فيما يتعلق بمعالجة القضايا المرتبطة بممارسات مقيدة بالمنافسة، ولكن يشترط أن يكون هذا الرأي مبنياً على إجراءات الاستماع الحضورى، ما لم يكن المجلس قد درس القضية المحددة مسبقاً.

نستنتج من خلال المواد الجهات التي يمكنها استشارة مجلس المنافسة تتمثل في: الاستشارة من طرف الحكومة فهي عملية التي تقوم بها الحكومة مع مجلس المنافسة فيما يتعلق بمشاريع القوانين أو النصوص التشريعية. يشترط أن يكون رأي مجلس المنافسة قد جاء بعد استشارة مسبقة من الحكومة، وتكون غالباً حول قضايا الأسعار.²

والجدير بالذكر أن الحكومة يمكن لها تعديل المشاريع بعد الحصول على رأي مجلس المنافسة، دون الحاجة إلى استشارتهم مرة أخرى.³

1- جواد عفاف، مداخلة بعنوان دور مجلس المنافسة في حماية المستهلك، الملتقى الوطني حول القانون المدني بين خصوصية المجتمع الجزائري و مواكبة حركة التشريع العالمية، كلية الحقوق، جامعة الإخوة منتوري، 01، قسنطينة، 2019، ص 15
2- بوفنش إيمان، فنيط نجوى، آليات حماية مصالح المستهلك من الأثار الضارة للممارسات المقيدة بالمنافسة، مذكرة ماستر في القانون الخاص، تخصص قانون خاص للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، 2016، ص81،

3- مهريس دلال، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة ماستر في الحقوق، تخصص قانون أعمال، معهد العلوم القانونية والسياسية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2016، ص57،

وتكون الاستشارة من طرف الأشخاص المؤهلة قانوناً، وفقاً للمادة 2/35 من القانون 03/03
ينضمن النص مجموعة متنوعة من الأطراف التي لها الحق في الاستشارة، وهي:

1- على مستوى الوطن الجماعات المحلية: البلديات والولايات.

2- الهيئات الاقتصادية والمالية : تضم مجموعة متنوعة من المؤسسات التي تعمل في ميدان
الاقتصاد والمالية

3- المؤسسات: وفقاً للمادة 03 من القانون رقم 03/03 المعدل بموجب القانون رقم 12/08.
تعتبر المؤسسة تشمل أي كيان يمارس نشاطاً اقتصادياً بشكل دائم، سواء كان شخصاً طبيعياً
كفرد أو معنوياً كشركة أو منظمة

4- الجمعيات: هي هيئات تتكون من مجموعة من الأفراد أو الشركات أو الهيئات الأخرى التي
تنظم نشاطاً مشتركاً لتحقيق أهداف محددة ، والتي لها الحق في استشارة مجلس المنافسة هي
الجمعيات المهنية، الجمعيات النقابية، جمعيات حماية المستهلك¹ .

حيث تعتبر جمعيات حماية المستهلك المستفيد الأول من هذا الحق، يعتبر استخدام هذا الحق
شكلاً من أشكال الحماية إذا تم استغلاله واستخدامه بشكل مناسب².

الاستشارة من طرف الجهات القضائية: في المادة 1/38 تمنح الهيئات القضائية الصلاحية
للاستشارة مجلس المنافسة فيما يتعلق بالقضايا المرفوعة أمامها والمتعلقة بالممارسات المقيدة.
وتنص على أنه لا يمكن لمجلس المنافسة التدخل تلقائياً أو بمبادرة ذاته في هذه القضايا، بل
يتوجب على الهيئات القضائية أن تطلب استشارته بشأن المسائل المتعلقة بالممارسات المقيدة³.

المبحث الثاني : العقوبات و الجزاءات المقررة لمخالفة تحديد و تنظيم الأسعار

بالرغم من تدخل الدولة في تحديد الأسعار، يلجأ العديد من العاملين في المجال الاقتصادي الى
ممارسة أنشطة غير مشروعة ويحاولون تقادي القيود المفروضة عليهم، فالمشكلة تكمن في
سلوك العاملين الذين ينتهكون قواعد حرية الأسعار، وهذه الانتهاكات تعتبر مخالفات جزائية⁴.
يمكن تصنيف المخالفات في مجال الأسعار إلى مجموعتين رئيسيتين. المجموعة الأولى تشمل
المخالفات التي تنطوي على تجاوز الأسعار المحددة وتتضمن ممارسة أسعار غير قانونية. أما

1- مهريس دلال، المرجع السابق، ص57،

2- بوفنش ايمان، فنيط نجوى، المرجع السابق، ص82،

3- مهريس دلال ، المرجع نفسه، ص58،

2- لحسن بوسقيعة ، مخالفة تشريع الأسعار : مذكرة ماجستير ، تخصص قانون ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، قسم
الحقوق ، جامعة قسنطينة ، سنة 1991 ، ص 13

المجموعة الثانية فتتمثل في المخالفات التي تهدف إلى التلاعب بالأسعار، هذه الممارسات التي تستهدف اعتداءً مباشرًا على استقرار الأسعار. تعتمد الدولة على الوسائل الضرورية والمناسبة لمنع هذه الممارسات و لضبط ومراقبة الأسعار وضمان المنافسة العادلة¹. و لذلك تطرقنا إلى ممارسات أسعار غير شرعية في (المطلب الأول) و الجزاءات المقررة للممارسات المقيدة للمنافسة في (المطلب الثاني) .

المطلب الأول : ممارسة أسعار غير شرعية

يولي المشرع الجزائري اهتماما كبيرا بضمان احترام نظام الأسعار المقننة في السلع والخدمات التي لا تخضع لنظام الحرية في الأسعار، مثل السكر والزيت والحليب. في الفصل الثاني من الباب الثالث من القانون رقم 04-02 ناقش المشرع الجزائري قضية ممارسة أسعار غير شرعية، ومنع المضاربة و جميع هذه الممارسات لتحقيق استقرار الأسعار في السوق وحماية المنافسة. وقد يرتكب العون الاقتصادي هذه الجريمة عن معرفة ودراية وبمحض إرادته، أو بسبب عدم معرفته بنظام تقنين الأسعار وتطبيق الربح، كما يمكن أن يكون عن جهل بالسلع والخدمات الخاضعة لهذا النظام.² تنص المادة 36 من القانون رقم 10-05 المعدل والمتمم للقانون رقم 04-02 على أن جميع ممارسات الأسعار غير المشروعة تعد مخالفة لأحكام المواد 22 و 22 مكرر و 23 من هذا القانون، ويُعاقب عليها بغرامة تتراوح بين عشرين ألف دينار وعشرة ملايين دينار³

إنطلاقا من نص المادة سنحاول التعرف على حالات ممارسة أسعار غير مشروعة في (الفرع الأول) و الجزاءات المقررة لذلك في (الفرع الثاني) (الفرع الأول : حالات ممارسة أسعار غير شرعية

إن المنع من طرف الأحكام العامة المنصوص عليها في القانون المدني، والتي تشمل إلزامية تنفيذ العقود بحسن النية. لإعتبار النزاهة جزءًا من العمل بصفة قانونية ، حيث تتجلى في تجنب الغش والتدليس في أي مرحلة من تنفيذ العقد. أما حظر ممارسة أسعار غير شرعية،

1- هباش عمران، مبدأ حرية الأسعار في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر في القانون، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة المسيلة، 2013-2014، ص71،

2- غزالي نصيرة ، عمران عائشة ، ممارسة أسعار غير شرعية في ظل القانون رقم 02/04 المعدل والمتمم، جامعة عمار تليجي الاغواط، الجزائر ، المجلة الاكاديمية للبحوث القانونية و السياسية ، المجلد : الخامس ، ع : الثاني ، 2021 ، ص 1428

3- المادة 36 القانون 10-06 مؤرخ في 15 أوت سنة 2010 ، يعدل و يتمم القانون رقم 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، الجريدة الرسمية رقم 46 المؤرخة في 18 أوت 2010،

فهو يهدف إلى وضع قواعد ومبادئ شفافية ونزاهة في الممارسات التجارية بين الأعوان الاقتصاديين فيما بينهم وبين المستهلكين، بالإضافة إلى حماية الزبائن وتوعيتهم بحقوقهم والقيام بإشعارات بالمخاطر المحتملة¹ التي قد يرتكبها الأعوان الاقتصاديين و هذا ما سنتطرق له تطبيق أسعار غير شرعية بطريقة مباشرة. (أولا) و المخالفات الملحقة بممارسات أسعار غير شرعية (ثانيا) .

أولا : تطبيق أسعار غير شرعية بطريقة مباشرة

تنص المادة 22 من قانون 02_04 على أنه: في مفهوم هذا القانون كل متدخل ملزم بتطبيق هوامش الربح و الأسعار المحددة أو المسقفة أو المصادق عليها طبقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما. من خلال نص هذه المادة، فإن عدم الالتزام بكل ما جاءت به المادة ، يعد من قبل ممارسة لأسعار غير شرعية . و ذلك بعدم تطبيق الثمن الشرعي، بإعتباره هو السعر الذي تحدده الحكومة عن طريق الآليات السابقة الذكر ليصبح ثمن مقنن.²

فبالأسعار المحددة، لا يمكن للمتدخلين تغييرها لا بزيادة ولا بنقصان ، لما في ذلك من ضرر للمستهلكين و الأعوان الاقتصاديين الآخرين أي المنافسين أو الاقتصاد الوطني بشكل عام، وان لقيام هذه الممارسة يشترط بعض الشروط وهي :

- تواجد نص تشريعي أو تطبيقي يقضي بتنظيم بعض أسعار السلع والخدمات : وفي حالة وجود نص قانوني يُحدد السعر أي انه نص أمر ، يُعتبر التجاوز عنه مخالفة قانونية.

-العلاقة التعاقدية :لا يمكن بيع السلع أو تقديم الخدمات دون وجود علاقة تعاقدية بين البائع والمشتري، أو بين مقدم الخدمات والمستفيد.

- تجاوز السعر :تجاوز الثمن بعد إصدار تسعيرة محددة في النص التنظيمي، سواء بزيادته أو تخفيضه، مخالفة، حيث أن النص يكون عامًا، مما يشمل كلا الحالتين. وبالتالي، يُعد أي سعر يختلف عن السعر المحدد غير مشروع ويعتبر مخالفة للأسعار الشرعية.

ثانيا :المخالفات الملحقة بممارسة أسعار غير شرعية

القانون الجزائري، في المادتين مُكرر 04 و 05 من القانون رقم 10-06 المعدل والمُتمم للقانون رقم 04-02، يعمل على منع الممارسات التجارية التي تستهدف تحقيق أسعار غير مشروعة للسلع والخدمات بشكل غير مباشر، من خلال تحديد الأسعار والهوامش الربحية.

1- سايح فطيمة ، المرجع السابق ، ص 74،

2- أحسن بوسقيعة، المرجع السابق، ص20

ويُلزم القانون أي متدخل بالامتثال لتسجيل تركيبة الأسعار والخدمات، ويمنع التلاعب بأسعارها.¹ كما تنص المادة 23 من القانون 04-02 على سلسلة من الأفعال وتعتبرها ممارسة لأسعار غير شرعية، على الرغم من عدم توجيهها مباشرة نحو رفع الأسعار أو خفضها، بل تستهدف استخدام تقنيات معينة للتأثير على الأسعار المحددة بشكل قانوني.

من المادتين نستخلص أنواع ممارسات أسعار غير شرعية بالطريقة الغير مباشرة و هي :
أ- القيام بتصريحات مزيفة بأسعار التكلفة للتأثير في هوامش الربح وأسعار السلع والخدمات المحددة أو المسقفة: يتم تسعير التكلفة بناءً على تكاليف الإنتاج والضرائب والرسوم والإتاوات المفروضة على السلع والخدمات. يتم تلاعب بأسعار التكلفة في التصريح الكاذب من خلال تخفيضها أو رفعها لتأثيرها على سعر البيع، و تستعمل عادةً لدى الجهات الرسمية التي تحدد سعر البيع.²

ب- إخفاء الزيادات الغير شرعية للأسعار: هذا النوع من الممارسات يحدث عندما يتجاوز العون الاقتصادي أو الشركة الحد الأقصى المسموح به للأسعار المحددة من قبل الجهات التنظيمية، ويقوم بذلك عادةً من خلال إخفاء الزيادات غير الشرعية في الأسعار.³ الهدف من ذلك هو زيادة الأرباح على حساب الزبائن الذين يضطرون إلى دفع أسعار مرتفعة تجاوزت الحد القانوني المسموح به.

ج--عدم تجسيد اثر الانخفاض المسجل لتكاليف الإنتاج والاستيراد و التوزيع على أسعار البيع و الإبقاء على ارتفاع أسعار السلع و الخدمات المعنية: في حالة تزايد أسعار السلع والخدمات بسبب زيادة تكاليف الإنتاج والاستيراد والتوزيع. عندما تخفض هذه التكاليف لاحقاً، يبقى العون الاقتصادي أو الشركة محافظ على الأسعار المرتفعة لتحقيق أرباح أكبر. هذا يعتبر ممارسة غير شرعية حيث يتم تجسيد الانخفاض في التكاليف ولكن لا يتم تحويلها إلى تخفيض في الأسعار للمستهلكين، للإستفادة من الفجوة بين التكاليف والأسعار لزيادة الأرباح.⁴

د- عدم إيداع تركيبة الأسعار المقررة طبقاً للتشريع و التنظيم المعمول بهما: تتضمن المادة 22 مكرر من القانون رقم 04-02 الالتزام بوضع تركيبة أسعار السلع والخدمات قبل البيع أو تقديم الخدمة، خاصة إذا كانت هذه السلع والخدمات موضوعة لتدابير تسقيف الأسعار وفقاً للتشريعات

1- غزالي نصيرة ، عمران عائشة ، المرجع السابق ص1429،

2- سايح فطيمة ، المرجع السابق ص 75،

3- احسن بوسقيعة ، المرجع السابق ، ص 22

4- سايح فطيمة ، نفس المرجع ، ص 75

والتنظيمات النافذة. يلتزم العون الاقتصادي بتقديم هذه التركيبة للسلطات المختصة قبل البيع أو تقديم الخدمة، وفقا لشروط محددة إذا كانت هذه السلع والخدمات محل تدابير تصديق على الهوامش والأسعار. في النص يفرض المشرع الجزائري على المستثمر الإيداع المسبق لتحديد أسعار السلع والخدمات بهدف معرفة التكاليف الحقيقية، خاصة للسلع والخدمات التي لا تخضع لحرية التسعير. هذا الإجراء يقيد حرية العون الاقتصادي في تحديد الثمن ليحدد له هامش ربح لا يحق له تجاوزه. عملية الإيداع تعتبر نوعًا من الرقابة القبلية على العون الاقتصادي، بتحديد شروط و كفاءات الإيداع والأشخاص المعنيين به، بما في ذلك نموذج بطاقة تحديد الأسعار والسلطات المؤهلة التي يجب تقديمها. ويلاحظ أنه لم يصدر بعد تنظيم يتعلق بهذا الموضوع، هذا ما عرض المشرع الجزائري الى العديد من الإنتقادات بسبب التأخير في إصدار التنظيمات اللازمة وعدم تعديلها عند إلغاء أو تعديل القوانين.¹

هـ- تشجيع غموض الأسعار و المضاربة في السوق :يحدث هذا في حالة عدم استقرار الأسعار و عدم وضوح في توقعات الأسعار في السوق، حيث يصبح من الصعب على التجار التسعير المستقبلي للمنتجات . وفي مثل هذه الحالات، يقوم بعض الأفراد بالاستفادة من هذا الغموض من خلال ممارسات غير مشروعة أو غير أخلاقية²، مثل المضاربة في السوق أو التلاعب بالأسعار . تتم بالقيام بتخزين السلع وزيادة الندرة بهدف زيادة الطلب وتحقيق أرباح أعلى. هذه السلوكيات قد تسبب اضطرابات في السوق بالتأثير سلبيًا على المستهلكين والاقتصاد بشكل عام. و-انجازصفقات تجارية تتجاوز شرعية التوزيع: يعمل المصنع على بيع المنتجات لتاجر الجملة دون دخول للأطراف الأخرى. ومع ذلك، يحدث أحيانًا أن يتعامل المنتج مباشرة مع طرف آخر غير التاجر الجملة، مما يؤدي إلى بيع المنتج من خلال وسيط أو سمسار خارج الدوائر الشرعية. ونتيجة لذلك، يمكن أن تحدث عمليات بيع بأسعار تفوق القيمة الحقيقية للمنتج، مما يؤدي إلى انحراف عمليات التجارة عن القواعد الشرعية. واضح أن القانون يلغي بعض الممارسات التي يقوم بها بعض الدخلاء، كتزوير تكاليف إنتاج السلع أو الخدمات لرفع الأسعار وتبرير بيعها بأسعار مرتفعة. هذا يشمل بعض المنتجات الضرورية مثل الحليب والخبز، التي لا تخضع لحرية التسعير³

شكل عام، المادة 23 تمنع بشمولية كافة الممارسات والتلاعبات التي تشتمل التحايل في الأسعار

1- غزالي نصيرة ، عمران عائشة ، المرجع السابق ص 1430،

2- صفي الدين كرايمية ، المرجع السابق، ص 43

3-صفي الدين كرايمية ، نفس المرجع ، ص44

المحددة للسلع أو الخدمات، مهما كان السبب .

الفرع الثاني : الجزاءات المقررة لممارسة أسعار غير شرعية

إن ممارسة أسعار غير شرعية تعد ممارسة غير نزيهة تمس بمصالح المنافسين و المستهلكين و بالصالح العام و الاقتصاد الوطني ز هذا سبب منع المشرع الجزائري اللجوء إليها ، وضح المشرع عقوبات الممارسين في قانون الممارسات التجارية رقم 04-02 المعدل والمتمم السالف الذكر إذا مارس العون الاقتصادي أسعار غير شرعية وتتعدد هذه العقوبات، فهناك عقوبات إدارية وعقوبات جزائية و قبل التطرق إلى العقوبات سنتطرق إلى المتابعة (أولاً) ثم العقوبات المقررة (ثانياً)

أولاً : المتابعة

المادة 55 من القانون 04-02 تنص بعد أن تثبت المخالفات، يجب إرسال المحاضرة المثبتة لها إلى المدير الولائي المكلف بالتجارة. ثم يُرسل المدير الولائي المحاضرة إلى الوكيل الجمهوري المختص إقليمياً. ويأتي هذا التدبير في إطار مادة 60 من نفس القانون التي تمكّن كل من المدير الولائي والوزير المكلف بالتجارة من اقتراح آليات كغرامة المصالحة مع المخالف¹. من المادتان 55 و 60 من قانون 04-02 تشيران إلى أن المخالفات التي يتم إثباتها يمكن معالجتها عبر المتابعة القضائية كخيار أساسي، أو عن طريق الصلح كخيار استثنائي (غرامة المصالحة).

أ- المتابعة القضائية :

في البداية، يتم الإجراء القضائي بإرسال الملف من المدير الولائي للتجارة إلى وكيل الجمهورية المختص إقليمياً. يكون للنيابة العامة صلاحية تبني القضية والبدء في متابعتها، حيث تمتلك الدعوى العمومية وتقوم بتحريكها ومتابعتها دون اللجوء إلى الإدارة المكلفة بالتجارة. يقوم وكيل الجمهورية بتقييم الملف وفصل في الحقائق وفقاً للسلطة المناسبة، ثم يُرسل الملف مرة أخرى إلى أمين الضبط لتسجيل تصرف وكيل الجمهورية في القضية. في معظم الحالات ، تُحال القضية إلى قسم المخالفات، حيث يرتب أمين الضبط المكلف بالقسم القضية ويسجلها ويحدد تاريخ الجلسة. بعد ذلك، يبلغ استدعاء للأطراف المعنية، ويُصدر الحكم الذي يمثل الغاية التي تسعى إليها النيابة العامة. وفقاً لما جاء في المادة 60 من نفس القانون .

ب- غرامة المصالحة :

¹ المادة 60 من القانون 04-02 نفس المرجع السابق

يحق في بعض الحالات، تجنب المتابعة القضائية للحفاظ على استقرار السوق عبر دفع المخالفة المفروضة، تتم من خلال اقتراح غرامة تسوية تسمى "غرامة مصالحة"، يقترحها الأعدان المؤهلون لذلك. هذا الحل الودي غير الملزم يتيح للإدارة المكلفة بالرقابة مرونة، حيث تحتوي المادة 60 على عبارة "يمكن"، مما يعني أن الإدارة غير ملزمة بالمصالحة ولكنها تحتفظ بالخيار في تطبيقها¹.

حيث تعرف غرامة المصالحة أنها اتفاقية التسوية بالتراضي بين الإدارة المختصة بمراقبة الممارسات التجارية وقمع الغش من جهة، والمدخل من جهة أخرى، وسيلة سريعة وفعالة وعادلة لحل النزاعات دون الحاجة إلى التدخل القضائي.

ثانياً : العقوبات المقررة لممارسة أسعار غير شرعية :

تجدر الإشارة إلى أن الفعل غير الشرعي يُعتبر جنحة، ويصنف فصلها ومحاكمتها بالقضاء العادي. تتم معاقبة هذه الجنح بغرامة جزائية، وتغطي جميع هذه العقوبات سواء كانت جزائية أو إدارية وفقاً للقانون 02-04.

1- **العقوبات الإدارية:** تُستخدم لتحقيق الانضباط والامتثال للقوانين واللوائح، وهي نفسها العقوبات المنصوص عليها في حالة مخالفة الالتزام بالإعلام بالأسعار والفواتير. لإحتوائها مجموعة من الإجراءات الموحدة في جميع هذه الممارسات

تُستعمل الجزاءات الإدارية كثيراً نظراً لسهولة تنفيذها وسرعة تحصيلها. لشموليتها على إقطاع من الشخص المخالف تكلفة مالية تعويضية عن الضرر المتسبب به، لكونها أهم العقوبات المفروضة في مجال قانون العقوبات الاقتصادية. ويعود ذلك لارتكاب معظم الجرائم الاقتصادية بغاية الطمع والرغبة في الربح السريع. ولهذا، يقوم المشرع بفرض عقوبات مالية على كل من ينتهك القوانين المتعلقة بحماية المستهلك، بما في ذلك مخالفة أسعار غير مشروعة².

1- الحجز: وفقاً لقانون الممارسات التجارية رقم 02-04 المعدل والمتمم، يحق تطبيق الحجز إما عينياً أو اعتبارياً، وهو يشير إلى منع التعامل الاقتصادي المخالف لأحكام معينة ومندرجة بوضوح ضمن القانون من التصرف في منتجاته أو سلعه حتى صدور قرار قضائي. ويتم الحجز بواسطة الأعدان المؤهلين قانوناً وفقاً للإجراءات القانونية المنصوص عليها³.

1- منشور وزاري رقم 01-2006 مؤرخ في 08 مارس 2006، يتعلق بكيفيات تطبيق احكام غرامة المصالحة: المصدر وزارة التجارة،

2- غزالي نصيرة، عمران عائشة المرجع السابق، ص 1432

3- غزالي نصيرة، عمران عائشة المرجع السابق، ص 1433

بموجب المادة 08 من القانون رقم 10/06 المعدلة للمادة 39 من القانون رقم 04-02 تحديد الاجراءات المطبقة على الممارسات التجارية التي نص عليها المشرع الجزائري على سبيل الحصر. يمكن ان تحجز عند ارتكاب إحدى المخالفات من طرف الأعوان المؤهلين البضائع المتعلقة بالمخالفة، بالإضافة إلى حجز العتاد والمعدات المستخدمة في ارتكابها، سواء كان ذلك جزئاً مباشراً (عينياً) أو غير مباشر (اعتباري) .

2-الغلق الإداري :الغلق الإداري يعد قراراً أمنياً عينياً، ويعتبر الوسيلة الفعالة الوحيدة للحد من ممارسة النشاط الغير مشروع و عدم تكرار الجريمة في المستقبل ،يحقق العدالة ويعيد التوازن بين المنافسين في نفس المجال. فإن هذا الإجراء إستراتيجية ضرورية من قبل الإدارة لقطع الظروف المساعدة التي تمكن المؤسسة من ارتكاب الجريمة، مما يعزز الامتثال للقوانين التجارية ويحافظ على النظام الاقتصادي¹

الغلق الإداري يتيح لوالي الولاية المختص إقليمياً، إصدار قرار إداري بغلق المحلات التجارية بناءً على اقتراح المدير الولائي للتجارة، تصل مدتها حتى 60 يوماً. مع إمكانية الطعن أمام القضاء، وفي حالة إلغاء القرار، للمتضرر المطالبة بالتعويض أمام الجهة القضائية المختصة. هذا الإجراء غايته فرض الالتزام التجاري وحماية حقوق المستهلكين، ويعكس السعي لتحقيق التوازن بين حماية المصالح العامة وحقوق الأفراد.²

3-نشر قرار الوالي :تنص المادة 48 على أن الوالي المختص إقليمياً له السلطة لنشر قراره كاملاً أو ملخصاً منه في وسائل الإعلام الوطنية، أو وضعه بأحرف بارزة في المواقع المحددة. تكون تكاليف نشر قرار الغلق على مرتكب المخالفة ، ويعد هذا الإجراء واجب في حالة العود لزيادة الرقابة وتوعية المجتمع بفائدة الامتثال للقوانين التجارية وحماية المستهلكين

ب-العقوبات الجزائية :

1-العقوبات الأصلية :تنص المادة 36 المعدلة على أن ممارسة أسعار غير شرعية تعاقب عليها بغرامة مالية تتراوح بين مائتي ألف دينار و عشرة ملايين ألف دينار . يجدر بالذكر أن القانون 06-10 المعدل والمتمم للقانون 04-02 قام بتشديد العقوبة وزيادة قيمة الغرامة، حيث كانت الغرامة قبل التعديل تتراوح بين عشرين ألف ومائتي ألف دينار .

1- سميحة علال: جرائم البيع في قانوني المنافسة والممارسات التجارية، مذكرة ماجستير في القانون، كلية الحقوق، جامعة منتوري، قسنطينة، 2005/2004 ،ص 147
2- عبد القادر زواري ، الحماية الجزائية للمستهلك في القانون الجزائري : أطروحة دكتوراه ، جامعة وهران ، 2015-2016 ، ص 98

2-العقوبات التكميلية: تتمثل في المصادرة و نشر الحكم

المصادرة : عقوبة مالية تستخدمها الدولة عبر سلطاتها لمواجهة ظروف محددة ، وذلك حسب شروط معينة وبناء على أحكام عامة. تتميز بخصائص عن الإجراءات الأخرى مثل الاستيلاء أو الحجز أو الغرامة المالية أو نزع الملكية للمصلحة العامة.¹ مكنت المادة 44 قاضي الحكم بمصادرة السلع المحجوزة ، و يصبح مبلغ بيع هذه السلع المحجوزة مكتسب للخزينة العمومية. نشر الحكم :وهو ما تم التطرق إليه في العقوبات الإدارية، من خلال نص المادة 48 من القانون 02-04 السالف الذكر.

3- العقوبات في حالة العود :في مفهوم القانون 02-04 المعدل و المتمم بالقانون 10-06. يعتبر قيام العون الاقتصادي بالعودة لمخالفة أخرى في نشاطه خلال السنتين التالية لانتهاء العقوبة السابقة ذات الصلة بنفس النشاط، حالة عود وتضاعف الجزاءات المقررة. يمكن للقاضي أن يمنعه من ممارسة أي نشاط لمدة لا تفوق عشر سنوات، زيادة لعقوبة الحبس من ثلاثة أشهر إلى خمس سنوات. وبموجب تعديل القانون رقم 10-06 للقانون رقم 02-04، لم يشطب حالة العود من السجل التجاري، وذلك ربما لحماية العون الاقتصادي والحفاظ على نشاطه.²

المطلب الثاني : الجزاءات المقررة للممارسات المقيدة للمنافسة

تعد الممارسات التي تحد من المنافسة في مجال الأسعار من بين أهم التحديات التي تواجه سوق الأعمال في العديد من الدول. تشمل هذه السلوكيات تنسيق الأسعار بين الشركات المنافسة، كما تشمل استغلال وضعية الهيمنة و التعسف في وضعية التبعية الاقتصادية بالإضافة إلى البيع بأسعار منخفضة بشكل تعسفي. تهدف هذه الممارسات إلى تقليص التنافس و تحقيق مزيد من الأرباح على حساب المستهلكين.

تهدف التشريعات الجزائية في مجال منافسة الأسواق إلى ضمان تعزيز المنافسة العادلة وتحقيق العدالة الاقتصادية. تشمل هذه التشريعات عقوبات صارمة تفرض على الشركات التي تنتهج ممارسات تقييدية للمنافسة. تتنوع هذه الجزاءات بين فرض غرامات مالية كبيرة و فرض عقوبات قانونية، بما يعكس قوانين الدولة و صرامتها في منع أي سلوك مخالف لقواعد المنافسة النزيهة و حماية حقوق المستهلكين والمشاركين في السوق.

لذلك تطرقنا في (الفرع الأول) للممارسات المقيدة للمنافسة في مجال الأسعار و في (الفرع

1- غزالي نصيرة ، عمان عائشة المرجع السابق ، ص 1432

2- صفي الدين كرايمية ، نفس المرجع السابق ، الصفحة 47،

الثاني) للجزاءات المقررة لهذه الممارسات.

الفرع الأول : الممارسات المقيدة للمنافسة المتعلقة بالأسعار

يشير القانون المتعلق بالمنافسة إلى مجموعة متنوعة من السلوكيات غير القانونية، مثل الممارسات التعسفية والمذبذبة، ووضعيات الهيمنة الاقتصادية والتبعية، والتي تعد مخالفة لقواعد المنافسة العادلة. يتم التحقيق في هذه الأعمال وفقاً لأحكام القانون، وتتخذ الإجراءات الضرورية لضمان سلامة السوق ومنع الاحتكار واستغلال السلطة الاقتصادية. هذه التدابير تشمل حظر بعض الأنشطة، مثل:

- 1- حظر الاتفاقيات المتعلقة بالأسعار : تنص المادة 06 من الأمر رقم 03/03 على أن يتم منع الممارسات والأعمال المذبذبة والاتفاقيات، سواء كانت صريحة أو ضمنية، عندما تؤول إلى تقييد حرية المنافسة أو الإخلال بها في السوق أو في جزء منه، وخاصة عندما تهدف إلى:
 - تقييد دخول الشركات إلى السوق أو ممارسة الأنشطة التجارية فيها.
 - تقييد الإنتاج أو مراقبته، كذلك تقييد قنوات التسويق أو الاستثمارات، أو التقدم التكنولوجي.
 - تقسيم الأسواق أو مصادر التمويل.
 - فرض شروط غير متكافئة على شركاء الأعمال، مما يعرقل قدرتهم على الاستفادة التامة من فرص المنافسة.

- إجبار الشركاء خلال إبرام العقود لقبولهم خدمات إضافية ليس لها علاقة بموضوع هذه العقود سواء بسبب طبيعتها أو حسب الأعراف التجارية.

النص يشير إلى اقتضاء وجود اتفاق و أن يكون هذا الاتفاق هدفه تعطيل المنافسة أو تقييدها وجود اتفاق : حيث يمكن أن يكون هذا الاتفاق صريحاً أو ضمنياً. لا يستوجب أن يكون هذا الاتفاق على شكل عقد، بل يمكن أن يكون تسويات ودية بين الأطراف أو سلوك مدبر. الأطراف يمكن أن تكون أفراداً أو مؤسسات اقتصادية، كما يمكن أن تتم الاتفاقيات بين أطراف متساوية في المستوى أو بين أطراف في مستويات مختلفة.¹

الإخلال بالمنافسة : سواء كان ذلك بتقييدها أو تخطيها أو تقليصها. يمكن أن تظهر هذه الآثار في حصر عدد المنافسين أو تقييد نشاط المنافسين.

ب- التعسف في وضعية الهيمنة على السوق : وضعية الهيمنة يقصد بها السلطة الاقتصادية التي تمتلكها مؤسسة معينة، والتي تمنحها صلاحية تحديد القواعد ووضع العقبات أمام المنافسة

1- كرايمية صفي الدين ، المرجع السابق ، ص24

الحرّة في السوق المعنوية، مما يجيز لها اتخاذ قرارات بمفردها بدون منافسة في مواجهة منافسيها وعملائها، وأيضًا بالنسبة للمستهلكين.¹

تم إدراج حظر التعسف في وضعية الهيمنة من قبل المشرع في المادة 7 من الأمر 03_03، حيث ينص على أنه يُحظر أي تعسف ناجم عن وضعية الهيمنة على السوق أو احتكارها، سواء كان ذلك للسوق بأكمله أو جزء منها.

فيما يتعلق بتحديد وضعية الهيمنة، يتم الاعتماد على معايير مضبوطة تشمل معيار حجم حصة السوق بالإضافة إلى معيار القوة الاقتصادية والمالية.

ج- التعسف في وضعية التبعية الاقتصادية: وضعية التبعية الاقتصادية تعني العلاقة التجارية التي لا يتاح لمؤسسة ما فيها أن تجد بديلًا مقبولًا إذا أرادت رفض التعاقد بالشروط التي تملئها عليها مؤسسة أخرى، سواء كانت زبونًا أو موردًا، وفقًا للمادة 03 من الأمر 03-03. وفي هذه الحالة، يتم تواجد وضعية التبعية بجانب وضعية الاحتكار.

المادة 11 من الأمر رقم 03-03 تنص على أن لا بد من توافر شرطين حتى تُعتبر ممارسة مقيدة للمنافسة. الشرط الأول هو وجود وضعية التبعية الاقتصادية، أما الشرط الثاني فهو الاستغلال التعسفي لوضعية التبعية الاقتصادية، ويشير إلى استخدام الوضعية التبعية بطريقة غير عادلة أو مسيئة لتحقيق مكاسب غير مشروعة.²

د- البيع بأسعار مخفضة تعسفيًا: يتمثل البيع بأسعار منخفضة في عمل يقوم به أحد الأطراف الاقتصاديين، سواء كان ذلك بشكل فردي أو مشترك، حيث يحدد السعر بطريقة تجعله يتنافس على الحد الأدنى من الأرباح، ويقوم بالتعامل بأسعار تُهدد كل منافسة وتصل إلى مرحلة الخسارة، وذلك عن طريق بيع السلع أو الخدمات بأسعار تقل عن التكلفة الحقيقية.³

المادة 12 من الأمر 03-03 تمنع عرض الأسعار أو ممارسة أسعار بيع منخفضة بشكل تعسفي للمستهلكين، مقارنة بتكاليف الإنتاج والتحويل والتسويق. وذلك في حالة توجيه هذه العروض أو الممارسات لهدف إقصاء مؤسسة معينة أو تعطيل دخول منتجاتها إلى السوق.

أهم المؤشرات في هذه المادة:

1. حظر ممارسة أسعار بيع منخفضة بشكل تعسفي.

1- عدنان باقي لطيف ، التنظيم القانوني للمنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية دراسة مقارنة ، دار الكتب القانونية ودار شتات للنشر والبرمجيات ، مصر الإمارات ، 2012 ، ص 130 ،

2- صفي الدين ، المرجع السابق ، ص 27

3- تريشي احلام و بن سعيد كهينة ، المرجع السابق ص 28 ،

2. توجيه الممارسة بين المؤسسة والمستهلك بهدف إلحاق الضرر بمؤسسة منافسة.
3. إتباع معيار الهدف لتحديد الممارسات أو العروض التعسفية، وذلك عندما تسعى إلى إبعاد مؤسسة معينة أو عرقلة دخول منتجاتها إلى السوق.
4. استخدام معيار تكاليف الإنتاج والتحويل والتسويق كمعيار لتحديد الأسعار المخفضة.
5. التأكيد على أن الممارسة يمكن أن تكون سلبية بشكل قطعي أو احتمالي، مما يجعلها جزءاً من الممارسات المحظورة للمنافسة.

الفرع الثاني : الجزاءات المقررة

تتمثل الممارسات المقيدة للمنافسة في الأنشطة أو السلوكيات التي تسعى إلى تقييد التنافس في سوق معينة، مما يؤدي إلى تشويه الآليات الطبيعية للعرض والطلب وتحديد الأسعار بشكل غير ناجع كما تمنع دخول المنافسين الجدد. و هي الممارسات السابقة الذكر. هذه الممارسات تعمل على قمع التنافس وتقليل الخيارات المتاحة للمستهلكين، مما ينتج عنه زيادة في الأسعار وتقليل الابتكار. و تعتبر غير قانونية في العديد من الدول، حيث تسعى السلطات التنظيمية والمنظمات الدولية، مثل هيئات حماية المنافسة، على مكافحة هذه السلوكيات وتطبيق العقوبات و الجزاءات اللازمة على المتورطين بها. هذه العقوبات التي تترتب عن مسؤولية العون الاقتصادي و تظهر عندما يقوم بأفعال تعتبر مخالفة لقواعد المنافسة، نصت عليها المادة 14 من الأمر 03-03 التي تتعلق بالمنافسة. يتم تمييز هذه العقوبات بين تلك التي يفرضها مجلس المنافسة (أولاً) وبين الجزاءات المدنية (ثانياً) التي تصدر عن السلطات القضائية العادية.

أولاً : العقوبات التي يصدرها مجلس المنافسة

عندما يثبت أن العون الاقتصادي قام بأحد السلوكيات المنافية للمنافسة التي تمت دراستها، يفرض عليه مجلس المنافسة عقوبات مالية تشمل غرامات مالية، و تعرف الغرامة المالية بالمبلغ الذي يفرضه القانون على الشخص المخالف، حيث تقوم السلطة الإدارية المختصة بتحديد هذا المبلغ وفقاً لنصوص القوانين المعمول بها. يُحدد النص القانوني عادةً حدوداً دنياً وقصوى للغرامة المالية، ويترك للسلطات الإدارية سلطة تقدير توقيع الجزاء على مرتكب المخالفة، و الذي يجب عليه دفعها إلى الخزينة العامة.¹ تكون قيمة الغرامة المالية متناسبة و خطورة

1- زاهية حورية سي يوسف: دراسة قانون رقم 03-09 المؤرخ في 25 فيفري 2019 المتعمق بحماية المستهلك الجزائري، دار بومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2017، ص80

المخالفة، تُعتبر من بين العقوبات الإدارية الأكثر استخدامًا بسبب سهولة تطبيقها وسرعة تحصيلها. و تنقسم إلى الغرامات المالية و الغرامات التهديدية.

أ- الغرامة المالية : تنص المادة 56 من الأمر 03-03 المعدل و المتمم بموجب القانون 12-08 على انه يتم معاقبة الممارسات القامعة للمنافسة وفقاً للمادة 14 من هذا الأمر، حيث يفرض غرامة لا تتجاوز 12% من إجمالي رقم الأعمال (باستثناء الرسوم) التي تم تحقيقها في الجزائر خلال السنة المالية الأخيرة، أو غرامة تعادل ما لا يقل عن ضعف الربح الناتج عن هذه الممارسات، و لا تتجاوز أربعة أضعاف الربح. وهنا مجلس المنافسة له حق الاختيار بين إحدى العقوبتين فهو الذي يقيم مقدار الضرر الذي حدث نتيجة الممارسة غير المشروعة و ما هو مواف لها. أما إذا لم يكن المخالف يمتلك رقم أعمال محدد، فإن الغرامة لا تتجاوز ستة ملايين دينار جزائري (6.000.000 دج) . حيث يعتبر هذا التعديل مشدد العقوبة كونها كانت لا تتجاوز 7% من رقم الأعمال و لا تتجاوز ثلاثة ملايين دينار (3.000.000 دج) .

أما المادة 57 من الأمر 03-03 فتتضمن على أن كل شخص طبيعي يساهم بشكل احتيالي في تنظيم الممارسات المقيدة للمنافسة وتنفيذها، سيتم معاقبته بغرامة قدرها مليوني دينار (2.000.000 دج)

تُعاقب كل مؤسسة أيضاً إذا قدمت معلومات خاطئة أو غير كاملة بالنسبة للمعلومة المطلوبة، أو تهاونت في تقديمها في الآجال المحددة، بغرامة لا تتجاوز ثمان مائة ألف دينار (800.000 دج)، كما هو مبين في المادة 59 من الأمر 03-03 المعدل بالقانون 12-08.

ب- الغرامة التهديدية: يتم فرض عقوبة مالية للضغط على المحكوم عليه لتنفيذ الحكم في أقرب الآجال، وتحدد قيمتها استناداً إلى عدد الأيام التي تأخر فيها التنفيذ¹. ويصدر مجلس المنافسة الغرامة التهديدية في حالة :

- عدم تنفيذ الأوامر والتدابير المؤقتة التي تسعى للحد من الممارسات المقيدة للمنافسة، كما هو منصوص عليه في المادتين 45 و 46 من الأمر 03-03، يستلزم على المخالف دفع غرامة لا تقل عن 150,000 دينار جزائري لكل يوم تأخير .

- عدم تقديم المعلومات المطلوبة أو تقديم معلومات غير تامة أو خاطئة، أو ليست في الآجال المحددة ينتج عنه فرض غرامة تهديدية لا تقل عن 100,000 دينار جزائري لكل يوم تأخير،

¹- بن وطاس إيمان، مسؤولية العون الاقتصادي في ضوء التشريع الجزائري والفرنسي، د، ط، دار هومة للطباعة و النشر ، الجزائر، 2012، ص 179 ،

و تكون هذه الغرامة إضافة إلى العقوبة المنصوص عليها من قبل المجلس هذا مت نصت عليه المادة 59 من الأمر 03-03 .

ج- طرق الطعن في قرارات مجلس المنافسة: تم تعديل المادة 63 من الأمر رقم 03-03 بموجب القانون رقم 12-08، حيث يخول لقرارات مجلس المنافسة المتعلقة بالممارسات المقيدة للمنافسة أن تستأنف و تطعن أمام مجلس قضاء الجزائر، والذي يقرر في المواد التجارية، من قبل الأطراف المعنية أو وزير التجارة، خلال شهر من تاريخ استلام القرار. يتم رفع الاستئناف في الإجراءات المؤقتة المنصوص عليها في المادة 46 خلال عشرين يوماً. ولا يؤدي الاستئناف و الطعن إلى تأجيل تنفيذ قرارات مجلس المنافسة، ولكن يمكن لرئيس مجلس قضاء الجزائر وقف تنفيذ التدابير المحددة في المواد 45 و 46 عند الضرورة أو الظروف الخطيرة خلال خمسة عشر يوماً . بمجرد إيداع الطعن ترسل نسخة منه إلى رئيس مجلس المنافسة و إلى الوزير المكلف بالتجارة عندما لا يكون طرفاً في القضية. و في الأخير جعل المشرع الجزائري الحسم في النزاع المتعلق بالممارسات المقيدة للمنافسة للجهات القضائية المختصة بالقانون الخاص فهو بالتالي نزاع من القانون الخاص، وهذا يدل على التوجه الليبرالي للاقتصاد الجزائري .

د- نشر القرارات: وفقاً لنص المادة 49 من الأمر 03-03 المعدل بالقانون 12-08 تُنشر القرارات الصادرة عن مجلس المنافسة، بالإضافة إلى قرارات مجلس قضاء الجزائر والمحكمة العليا، و مجلس الدولة والتي تتعلق بالمنافسة، في النشرة الرسمية للمنافسة. وتُنشر مستخرجات من هذه القرارات عبر وسائل الإعلام الأخرى، ولا تُنشر قرارات مجلس المنافسة أو أوامره إلا بعد تبليغها وحتى يتم تنفيذها.

ثانياً : الجزء المدني

تحدد المادة 13 من الأمر 03-03 أي التزام أو اتفاقية أو بند تعاقدى يخص أي من الممارسات المحظورة بموجب المواد 06 و 07 و 10 و 11 و 12 من الأمر، يُعتبر باطلاً. وتشمل هذه التصرفات الممارسات المتعلقة بالأسعار والتي قد تؤدي إلى قمع المنافسة. الغاية من هذا الإجراء هي حماية المصلحة العامة، وتعزيز حسن سير اقتصاد السوق. في حالة وجود شرط مختص في العقد، يُلغى هذا الشرط دون التأثير على صحة العقد بشكل عام. يُولى اختصاص إبطال هذه الاتفاقيات والشروط التعاقدية للجهات القضائية العادية مدنية كانت أو تجارية، وليس لمجلس المنافسة، على أن يُصدر قرار منه يُثبت وجود ممارسة مقيدة للمنافسة قبل إصدار

حكم البطلان.¹ ويمكن لأي شخص متضرر من هذه الممارسات المقيدة للمنافسة التماس التعويض أمام الجهات القضائية بناءً على المسؤولية التقصيرية، وفقاً للمادة 48 من الأمر 03-03.

1- صفي الدين كرايمية ، نفس المرجع السابق ، الصفحة 52،53 ،

ملخص الفصل الثاني :

يُعتبر تدخل الدولة في حماية المستهلك ووضع قيود على مبدأ حرية الأسعار استثناءً على القاعدة العامة و التي تقتضي حرية الأسعار لكن تدخل الدولة جاء في حالات محددة كالسلع و الخدمات الضرورية أو في الحالات الاستثنائية كحدوث اختلال في السوق. يعد تدخل الدولة في هذه الحالة أمراً هاماً في السياسات الاقتصادية لأغلب الدول. و لتلك القيود تأثيراً و دوراً هاماً يتجسد في حماية المستهلك حيث يعد تدخل الدولة في تنظيم الأسعار ووضع القيود على حرية التسعير جزءاً من جهودها لحماية حقوق المستهلك. فالتحكم في الأسعار يرمي إلى منع استغلال المستهلكين وتقادي ارتفاع الأسعار بشكل غير مبرر، مما يساهم في توفير السلع والخدمات بأسعار معقولة. و يساعد في ضمان وصول المواطنين إلى السلع الأساسية مثل الطعام والدواء والنقل، خاصة في الأوقات التي تشهد تقلبات اقتصادية أو أزمات. كما يُعتبر أداة لتحفيز الاستثمار وتعزيز المنافسة العادلة بين الشركات، مما يدعم الاقتصاد بشكل عام، و يكبح محاولات الشركات للسيطرة على السوق وتحديد الأسعار بمفردها، مما يحافظ على الاقتصاد المنظم ويضمن توزيعاً أكثر عدالة للثروة. كما يعد احد عوامل الاستقرار الاقتصادي، حيث يساهم في منع التضخم المفرط أو الانكماش الاقتصادي الحاد، مما يحقق استقرار الاقتصاد ورفاهية المجتمع.

باختصار، يُعد تدخل الدولة في حماية المستهلك ووضع قيود على حرية الأسعار أمراً ضرورياً لضمان توفير السلع والخدمات بأسعار معقولة، وتحقيق التوازن بين مصالح المستهلكين والشركات، وتعزيز الاستقرار الاقتصادي.

خاتمة :

مما تقدم و من خلال دراستنا و إجابة على الإشكاليات و التساؤلات المطروحة توصلنا إلى أن
المشرع الجزائري قد وفق بين حماية المستهلك و مبدأ حرية الأسعار إذ انه لم يقيد الأسعار إلا
تلك التي قد تؤثر على القدرة الشرائية للمستهلك. و هذا من خلال محاولته لإنشاء بيئة قانونية
تنظم وتدعم التوجه الاقتصادي الحر وفقا لمبادئ التي يقوم عليها هذا النمط الاقتصادي الحديث
نسبياً في الجزائر و أهمها مبدأ تحرير الأسعار الذي لم يكن وليد صدفة بل جاء نتيجة
الإصلاحات الاقتصادية التي تبنتها الجزائر كأحد أساسيات الاقتصاد الحر. ويشير إلى أن
التركيز على تحرير الأسعار يعكس توجهاً نحو اقتصاد يعتمد على السوق ويشجع على المنافسة
والابتكار، مما يساهم في تعزيز الديناميكية الاقتصادية وتحسين مستوى المعيشة في المجتمع.
اذ انه لا بد من ان المشرع الجزائري حقق فعالية في حماية المستهلك في مواجهة مبدأ حرية
الأسعار و جعل الاعتراف بالمبدأ لا يعني ترك المجال دون تنظيم، بل يُشير إلى ضرورة وجود
آليات قانونية تهدف إلى حماية الاقتصاد الوطني ومصالح المستهلك. فعلى الرغم من تبني مبدأ
حرية التسعير، يُدرك المشرع الجزائري أن هذا قد يؤثر على الاقتصاد الوطني وعلى المستهلك
بشكل خاص. ولذا، أنشأت السلطات القانونية أجهزة وآليات و ضوابط تهدف إلى توفير الحماية
الكاملة للمستهلك من الأضرار المحتملة التي قد تواجهه، خاصةً في ظل المنافسة المتزايدة بين
العوامل الاقتصادية التي تسعى لتحقيق الربح دون النظر إلى مصالح المستهلك. حيث يجب
على المتعاملين الاقتصاديين احترام مجموعة من الضوابط القانونية المنصوص عليها في
التشريع التنظيم المعمول بهما. تلك الضوابط تشكل مجموعة من الحدود القانونية التي يجب
الالتزام بها عند تحديد أسعار السلع والخدمات. إلا أنه تجدر الإشارة أن تدخل الدولة مقتصر
على السلع و الخدمات التي تعتبرها الدولة إستراتيجية هذا من خلال المادة 05 من الأمر 03-
03 المعدل و المتمم . حيث تعتبر الدولة الجهة الوحيدة المخولة لاتخاذ قرارات بشأن تصنيف
سلعة أو خدمة معينة كإستراتيجية، وفقاً لما تؤكد المادة المشار إليها. كما تُشير هذه المادة إلى
إمكانية اتخاذ تدابير استثنائية لتقييد حرية تحديد الأسعار في حال ارتفاعها، سواء كان هذا
الارتفاع نتيجة لاضطراب خطير في السوق أو لوقوع كارثة، أو نقص في التموين داخل قطاع
معين، أو في منطقة جغرافية محددة. حيث أن تدخل الدولة يكون تدخلاً مباشراً من خلال
آليات التحديد أو التسقيف أو التصديق، وقد يكون أيضاً في فرض قيود على بعض الممارسات
المقيدة للمنافسة، بالإضافة إلى تحديد مجموعة من الجزاءات العقابية في حالة ارتكاب أي من

تلك الممارسات . و بهذا يمكننا القول أن المشرع حقق حماية القدرة الشرائية للمستهلك . أما عن الجزاءات المقررة في حالة مخالفة القيود الواردة على مبدأ حرية تحديد الأسعار أي المخالفة سواء بممارسة أسعار غير شرعية بطريقة مباشرة عن طريق رفع أو خفض من السعر المقتن أو بطريقة غير مباشرة عن طريق القيام بتصريحات مزيفة بأسعار التكلفة قصد التأثير على هوامش الربح وأسعار السلع والخدمات المحددة أو المسقفة . عدم تجسيد اثر الانخفاض المسجل لتكاليف الإنتاج والاستيراد و التوزيع على أسعار البيع و الإبقاء على ارتفاع أسعار السلع و الخدمات المعنية . عدم إيداع تركيبة الأسعار المقررة طبقا للتشريع و التنظيم المعمول بهما . تشجيع غموض الأسعار و المضاربة في السوق . انجاز معاملات تجارية خارج الدوائر الشرعية للتوزيع ... و في حالة القيام بهذه المخالفات تتم المتابعة القضائية و يمكن تجنبها عن طريق توقيع غرامة المصالحة التي تمثل اتفاقية التسوية بالتراضي بين الإدارة المختصة بمراقبة الممارسات التجارية وقمع الغش من جهة، والمتعامل الاقتصادي من جهة أخرى، و توقيع عقوبات على هذه المخالفات إدارية كالحجز و الغلق الإداري و عقوبات جزائية أصلية و تكميلية كالصادرة وعقوبات في حالة العود . أما في حالة القيام بالممارسات المقيدة للمنافسة و المتعلقة بالأسعار كاستغلال وضعية الهيمنة في سوق و التعسف في وضعية التبعية الاقتصادية و الاتفاقات المتعلقة بالأسعار و البيع بأسعار مخفضة تعسفا . فهنا أقر المشرع جزاءات تنقسم لجزاءات يصدرها مجلس المنافسة كالغرامة المالية و الغرامة التهديدية و الجزاء المدني

وعليه تم التوصل مجموعة من النتائج تتمثل في :

- مبدأ حرية الأسعار جاء نتيجة لتبني المشرع لنظام اقتصاد السوق .
- قانون المنافسة و قانون حماية المستهلك كلاهما يهدفان لتحقيق الرفاهية و حماية المستهلك.
- أن المشرع الجزائري قد أعطى الحرية لقوى السوق لتحديد أسعار السلع والخدمات تبعا لقانون العرض والطلب.
- حرية الأسعار ليست مطلقة بل قيدها المشرع الجزائري من خلال حالات استثنائية تدخل الدولة في تقنين الأسعار سواء بطريقة مباشرة أو عن طريق منع الممارسات المقيدة للمنافسة المتعلقة بالأسعار .

- يوقع المشرع الجزائري عقوبات على كل من يخالف الضوابط القانونية المتعلقة بالأسعار وبناء على النتائج السابقة يمكن تقديم الاقتراحات التالية:

- يجب على الدولة زيادة جهودها لضمان حماية فعالة للمستهلكين من خلال السيطرة على السوق ومنع التلاعب بمصالحهم، لا سيما من خلال المضاربة التي تسبب في ارتفاع الأسعار بشكل متواصل و التي تؤدي إلى ارتفاع غير مبرر في أسعار السلع والخدمات، وذلك عبر تعزيز مشاركة المنتجين المحليين في دعم اختيار زبائنهم، خاصة تجار التجزئة، وتدرجياً عبر التنسيق مع مديريات مراقبة الأسعار لمحاسبة المتعاملين الاقتصاديين المتورطين في المضاربة و رفع الكميات الموزعة من قبل الشركات أو الشركاء في مراكز التوزيع التي يكون المنتج مطابق للسعر البيع.

- يجب اتخاذ إجراءات صارمة ضد الممارسات غير القانونية للأسعار في السوق، بالإضافة إلى توسيع نطاق الانتهاكات لتشمل تلك التي تؤثر سلباً على استقرار السوق.

- أيضاً على المشرع الجزائري أن يواكب التطورات الحديثة و القيام بتوسيع في قائمة السلع و الخدمات الإستراتيجية حسب ما يحتاجه المستهلكين الجزائريين.

-المراقبة و التحكم أكثر في عملية التوزيع.

- يجب النص و تنظيم الفواتير الإلكترونية استجابة لزيادة التعاملات الإلكترونية، مما يتطلب إنشاء منصة إلكترونية مخصصة للفوترة، تهدف إلى مراقبة حركة الأموال والأسعار.

- تعزيز وتنظيم وتطوير وتحديث عمليات الهياكل التجارية.

- تعزيز الرقابة الاقتصادية ومكافحة الغش.

- تنظيم الأسواق الوطنية وتسريع عملية تأسيس المناطق التجارية والأسواق الجملة والأسواق المحلية، وضمان توزيعها على نطاق واسع في جميع أنحاء البلاد، بهدف احتواء الأسعار و الحد من ارتفاعها.

- يجب تحقيق الالتزام العملي بالنصوص القانونية والتنظيمية، وضمان تنفيذها بفعالية.

- تعزيز التوعية لدى المستهلكين بحقوقهم وكيفية المطالبة بها. و القيام بدورات متخصصة في ذلك . و ترسيخ و تعزيز ثقافة الشكوى لدى المستهلك.

قائمة المصادر و المراجع

أولاً : المصادر

القرآن الكريم :

الاية 29 من سورة النساء .

الآحاديث النبوية :

الراوي : عقبه بن عامر | المحدث : الألباني | المصدر : صحيح الجامع | الصفحة أو الرقم | 6705 :
خلاصة حكم المحدث : صحيح | التخریج : أخرجه ابن ماجه (2246) واللفظ له، وأحمد (17487) بنحوه.

القوانين و الأوامر :

1- الامر 03-03. المؤرخ في 19 جويلية 2003 ، المتعلق بالمنافسة . الجريدة الرسمية . العدد 47
صادرة في جويلية 2003 معدل و متمم .

2- الأمر رقم 06/03 مؤرخ 19 يوليو 2003 ،يتعلق بالعلامات، جريدة رسمية، عدد44 ،صادر في 23
يوليو 2003.

3-الأمر رقم 04- 02 المؤرخ في 23 جوان ،2004 المحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية،
الجريدة الرسمية، عدد،41 صادر في جوان 2004 معدل ومتمم .

4- القانون رقم 03-09 المؤرخ في 25 فيفري 2009م، المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش جريدة
رسمية، العدد15 الصادر في 8 مارس 2009.

5- قانون رقم 10 - 05 مؤرخ في 5 رمضان عام 1431 الموافق 15 أوت سنة 2010 يعدل ويتمم
الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو سنة 2003 والمتعلق
بالمنافسة . الجريدة الرسمية العدد 46

6- الأمر رقم 08-12 المؤرخ في 25 جوان 2008. يعدل و يتمم القانون 03-03 المؤرخ في 19 جويلية
2003.و المتعلق بالمنافسة . الجريدة الرسمية . العدد 36.

7- القانون 10-06 مؤرخ في 15 أوت سنة 2010 ، يعدل و يتمم القانون رقم 04-02 الذى يحدد القواعد
المطبقة على الممارسات التجارية . الجريدة الرسمية رقم 46 المؤرخة في 18 أوت 2010.

8- قانون المالية التكميلي لسنة 2011 ، ج ر العدد 40 الصادرة بتاريخ 20 جويلية 2017

المراسيم التنفيذية :

1-المرسوم التنفيذي رقم 90-39 مؤرخ في 30 جانفي سنة 1990يتعلق برقابة الجودة و قمع الغش، الجريدة
الرسمية، عدد،5 الصادر في 31 جانفي 1.

2-المرسوم التنفيذي 90-367 . المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 المعدل والمتمم المتعلق بوسم السلع الغذائية
وعرضها . الجريدة الرسمية العدد 50

3-المرسوم التنفيذي رقم 98-44 الصادر بتاريخ 01 فبراير 1998 ، ج ر العدد 05 لسنة 1998 ، ص
23.

4- المرسوم التنفيذي رقم 01 - 50 مؤرخ في 12 فيفري 2001 يتضمن تحديد أسعار الحليب المبستر و الموضوع في الأكياس عند الإنتاج وفي مختلف مراحل التوزيع ، الجريدة الرسمية ، العدد 11 ، الصادرة في 12 فيفري 2001

5- المرسوم التنفيذي رقم 02-448 المؤرخ في 17 ديسمبر 2002 يتعلق بالتعريفات القسوى لنقل الركاب في سيارات الاجرة "طاكسي" . الجريدة الرسمية. العدد 85 .

6- المرسوم التنفيذي رقم 7- 207 ، المؤرخ في 25 ديسمبر 2007 ، يحدد أسعار سميد القمح الصلب عند الإنتاج في مختلف مراحل توزيعه ، الجريدة الرسمية ، العدد 80 ، الصادرة في 26 ديسمبر 2007 .

7- المرسوم التنفيذي رقم 09-243 الصادر بتاريخ 22 جويلية 2009 ، ح ر العدد 44 لسنة 2009 ، ص 22.

8- المرسوم التنفيذي رقم 11-108 الصادر بتاريخ 06 مارس 2011 ، ج ر العدد 15 لسنة 2011 ، ص 45.

9- المرسوم التنفيذي رقم 13-327 يحد يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع و الخدمات حيز التنفيذ . مؤرخ في

20 ذي القعدة عام 1434 الموافق 26 سبتمبر 2013 . الجريدة الرسمية . العدد 49

ثانيا :المراجع

1- المعاجم اللغوية :

- 1- كورتو جيرار ، معجم المصطلحات القانونية ، ط2 ، مجد للدراسات والنشر ، بيروت ، 2009 .
- 2- مصطفى إبراهيم و الزيات احمد حسن وآخرون ، المعجم الوسيط ، ج1 و ج2 ، دار الدعوة ، تركيا ، بدون سنة طبع .

الكتب :

- 1- الصحن محمد فريد ، التسويق، د، ط، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2001.
- 2- بن وطاس إيمان، مسؤولية العون الاقتصادي في ضوء التشريع الجزائري والفرنسي، د. ط، دار هومة للطباعة و النشر ، الجزائر، 2012.
- 3- توفيق محمد عبد المحسن، التسويق، د.ط، دار النهضة العربية، مصر ، 1997 .
- 4- تيورسي محمد ، الضوابط القانونية للحرية التنافسية في الجزائر ، دار هومة للطباعة والنشر ، الجزائر ، (د.ط) ، 2013 .
- 5- زهران همام محمد محمود ، أصول الإثبات في المواد المدنية والتجارية، دار الجامعة الجديدة للنشر ، الإسكندرية، مصر ، 2002.
- 6- سيكوس ناجي، ترجمة محمد صقر، السياسة الاقتصادية الاشتراكية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر،

1982

- 7- سي يوسف زاهية حورية .دراسة قانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فيفري 2019 المتعمق بحماية المستهلك الجزائري، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2017.
- 8- شرواط حسين ، شرح قانون المنافسة، دار اليدل، عين مليلة، الجزائر، 2012.
- 9- عدنان باقي لطيف ، التنظيم القانوني للمنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية دراسة مقارنة ، دار الكتب القانونية ودار شتات للنشر والبرمجيات ، مصر الإمارات ، 2012.
- 10- كتو محمد الشريف ، قانون المنافسة والممارسات التجارية وفقا للأمر 03-03 والقانون 04-02، منشورات البغدادي، الجزائر، 2010.
- 11- موسى ابراهيم عبد المنعم ، حماية المستهلك (دراسة مقارنة)، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2007.
- 2-الرسائل الأكاديمية :**
- أطروحات الدكتوراه :**

- 1- باسل يوسف محمد الشاعر، التدابير الاحترازية والتشريعية لحماية المستهلك في الفقه الإسلامي(دراسة مقارنة)، رسالة دكتوراه في الفقه وأصوله، كلية الدراسات العليا، جامعة الأردنية، 2004
- 2- بن عديدة نبيل ، الالتزام بالإعلام وتوابعه في مجال قانون الاستهلاك، أطروحة الدكتوراه في العلوم في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، 2017-2018
- 3- خديجي أحمد ، قواعد الممارسات التجارية في القانون الجزائري، أطروحة دكتوراه علوم في القانون الخاص، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2016
- 4- زواري عبد القادر، الحماية الجزائية للمستهلك في القانون الجزائري : أطروحة دكتوراه ، جامعة وهران ، 2015-2016.
- 5- طالب محمد كريم، تقييد المنافسة عن طريق الأسعار، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، جامعة تلمسان . 2018
- 6- لعور بدرة ، آليات مكافحة جرائم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري، أطروحة دكتوراه ، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2013
- رسائل ماجستير :**

- 1- أبو أمين وسام. دور عوامل إستراتيجية التسعير في الحصة السوقية دراسة ميدانية على شركات الأدوات الكهربائية المنزلية . رسالة ماجستير في إدارة الأعمال . جامعة دمشق كلية الاقتصاد . 2014-2013
- 2- بوخاري لطيفة ، تدخل الدولة في تحديد الأسعار وآثاره على المنافسة : مذكرة الماجستير في القانون الخاص ، كلية الحقوق جامعة وهران ، . 2012-2013
- 3- بوسقيعة لحسن ، مخالفة تشريع الأسعار : مذكرة ماجستير ، كلية الحقوق و العلوم السياسية .قسم الحقوق. جامعة قسنطينة ، سنة 1991
- 4- علال سميحة. جرائم البيع في قانوني المنافسة والممارسات التجارية، مذكرة الماجستير في القانون، كلية الحقوق، جامعة منتوري، قسنطينة، 2004/2005

5- كيموش نوال، حماية المستهلك في إطار قانون الممارسات التجارية، مذكرة الماجستير في القانون الخاص ، كلية الحقوق، جامعة يوسف بن خدة ، الجزائر، 2011

6- هادفي خالد . دور المحاسبة التحليلية في تحديد سياسة التسعير للمؤسسة الاقتصادية. دراسة حالة: مجموعة من المؤسسات الاقتصادية. مذكرة ماجستير. جامعة محمد خيضر - بسكرة - كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير قسم علوم التسيير. 2013/2012

مذكرات ماستر :

- 1- بوفنش إيمان، فنيط نجوى، آليات حماية مصالح المستهلك من الآثار الضارة للممارسات المقيدة للمنافسة، مذكرة ماستر في القانون الخاص، تخصص قانون خاص للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد الصديق بن يحي، بجبل، 2016
 - 2- تريشي احلام و بن سعيد كهينة . حرية الاسعار و حماية المستهلك . مذكرة الماستر . جامعة مولود معمري تيزي وزو كلية الحقوق و العلوم السياسية . 2023
 - 3- سايح فاطيمة . مبدأ تحديد الأسعار في التشريع الجزائري . مذكرة ماستر . جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم . كلية الحقوق و العلوم السياسية . 2021-2020
 - 4- عبد الصمد سهام . تغيرات الأسعار وأثرها على سلوك المستهلك . مذكرة ماستر . جامعة ابن خلدون. تيارت. كلية العلوم التجارية والاقتصادية وعلوم التسيير. قسم العلوم التجارية . 2013- 2012
 - 5- كرايمية صفي الدين. حدود مبدأ حرية تحديد الأسعار في قانون المنافسة الجزائري. مذكرة ماستر في الحقوق تخصص: قانون أعمال . جامعة العربي بن مهدي أم البواقي .كلية الحقوق والعلوم السياسية .قسم الحقوق. 2019/2018.
 - 6- مهريس دلال، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة ماستر في الحقوق، تخصص قانون أعمال، معهد العلوم القانونية والسياسية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2016
 - 7- هباش عمران، مبدأ حرية الأسعار في التشريع الجزائري، مذكرة الماستر في القانون، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة المسيلة، 2013-2014 .
- 3-المقالات العلمية :**

- 1- بلورغي منيرة ، « حركة حماية المستهلك في التشريع الجزائري » ، مجلة الحقوق و الحريات ، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة ،العدد الرابع، 2017
- 2- بوهنتالة آمال ، « قواعد حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة » ، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة باتنة 1، العدد 8، 2016.
- 3- دببش رياض، الأسعار في الجزائر بين الحرية والتقييد، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والسياسية، جامعة الجزائر، المجلد 56 ، العدد 01 ، 2019
- 4- دندوني هجيرة . قانون المنافسة و حماية المستهلك . المجلة الجزائرية للعلوم القانونية و الاقتصادية و السياسية . كلية الحقوق جامعة الجزائر . الجزء 39 . رقم 01 . 2002

- 5- زعبي عمار ، الحق في العدول عن التعاقد ودوره في حماية المستهلك ، مجلة المفكر ، العدد التاسع ، جامعة محمد خيضر ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، بسكرة ، 2013.
- 6- شاوش اسماء. تدخل الدولة في تقنين الاسعار في قانون المنافسة الجزائري.مجلة طبنة للدراسات العلمية الأكاديمية . جامعة خميس مليانة الجزائر . المجلد 05 العدد 01 . 2022
- 7- طالب محمد كريم . تدخل الدولة في تحديد الاسعار كاستثناء عن مبدأ حرية الاسعار . معهد الحقوق والعلوم السياسية، المركز الجامعي مغنية . مجلة القانون . العدد 07 . 2016.
- 8- غزالي نصيرة . عمران عائشة . ممارسة أسعار غير شرعية في ظل القانون رقم 02/04 المعدل والمتمم. جامعة عمار ثلجي الاغواط، الجزائر . المجلة الاكاديمية للبحوث القانونية و السياسية . المجلد : الخامس . العدد : الثاني . 2021
- 9- محسن السيد ريهام و محسن السيد رعدة. دور صورة العلامة التجارية بوصفها متغيرا معدلا على العلاقة بين سياسات التسعير النفسي وسلوك التسوق عبر الانترنت دراسة تطبيقية على مستهلكي العلامات العالمية للملابس الرياضية في مصر . المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية . كلية التجارة. جامعة دمياط . المجلد الثاني . العدد الأول . الجزء الثالث . يناير 2021
- 10- مسكين حنان. تكريس مبدأ حرية الأسعار في التشريع الجزائري . مجلة البحوث القانونية والاقتصادية . ملجلد 06 / العدد: (خاص) 2023
- 11- معيزي قويدر.(جوان, 2013 .)تدخل الدولة في النشاط الاقتصادي في ظل الاقتصاد السوق.مجلة الاقتصاد الجديد 04(02)
- 12- موالك بختة ، الحماية الجنائية للمستهلك في التشريع الجزائري، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، المجلد 36، العدد02، 1999
- 4-المداخلات :**
- 1- ارزيل كاهنة، "الموازنة بين النشاط التنافسي و حقوق المستهلك"، أعمال الملتقى الوطني، المنافسة و حماية المستهلك، جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية، أيام 17- 18 نوفمبر، 2009
- 2- بلحارث ليندة، "مداخلة بعنوان دور مجلس المنافسة في ضبط المنافسة الحرة"، الملتقى الوطني حول المنافسة و حماية المستهلك، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أكلي محند اولحاج، بويرة، 2016
- 3- بن عشي حفصية (18-17 مارس, 2015 .) وظيفة قانون المنافسة. مداخلة لمقاة في الملتقى الوطني حول قانون المنافسة بين تحرير المبادرة وضبط السوق ، 05.كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8 ماي 1945 :قائمة
- 4- جواد عفاف، مداخلة بعنوان دور مجلس المنافسة في حماية المستهلك، الملتقى الوطني حول القانون المدني بين خصوصية المجتمع الجزائري و مواكبة حركة التشريع العالمية، كلية الحقوق ،جامعة الإخوة منتوري، قسنطينة01 ، 2019

5- علوش طيب. (26-27 فيفري، 2019). ازدواج الحماية القانونية للمستهلك بين قانون حماية المستهلك وقانون المنافسة. مداخلة ملقاة بالملتقى الوطني حول المنافسة بين الحرية و التقييد ، 10.معهد الحقوق والعلوم السياسية، المركز الجامعي: مغنية

5-مواقع الكترونية :

1- الجزيرة . الدعم الحكومي للسلع / <https://www.aljazeera.net/encyclopedia/2016/5/18/> . 02.53 . 2024/05/02

2- الجمهرة معلمة مفردات المحتوى الإسلامي. السعر . <https://islamic-content.com/dictionary/word/5599> . 14:23 . 2024/03/09

3-جمعية حماية المستهلك . مفهوم حماية المستهلك . <https://cpakw.com/post/mfhom-hmay> . almsthk . 20:56 . 2024-05-03

6-محاضرات :

1- بقار سلمى . محاضرات في قانون الممارسات التجارية. مطبوعة لطلبة السنة الثانية ماستر - (السداسي الثالث) تخصص: قانون الأعمال . جامعة بومرداس . كلية الحقوق والعلوم السياسية بودواو سنة 2020-2021

2- بوهنتالة أمال . محاضرات في قانون الاستهلاك . جامعة باتنة -1- كلية الحقوق و العلوم السياسة . قسم الحقوق . 2023-2022

3- صياد الصادق . محاضرة الثانية في قانون الاستهلاك ملقاة على طلبة الثانية ماستر قانون أعمال . جامعة الشاذلي بن جديد- الطارف . كلية الحقوق والعلوم السياسية . 2024-2023

الفهرس

الصفحة	العنوان
	شكر و تقدير
	إهداء
8	مقدمة
11	الفصل الأول : التنظيم القانوني لحرية الأسعار و حماية المستهلك
13	المبحث الأول : تكريس مبدأ حرية الأسعار
13	المطلب الأول : الإطار المفاهيمي لمبدأ حرية الأسعار
13	الفرع الأول : تعريف مبدأ حرية الأسعار
13	أولا :تعريف السعر
14	ثانيا : التعريف القانوني لمبدأ حرية الأسعار
15	الفرع الثاني : أنواع الأسعار
17	المطلب الثاني : مضمون مبدأ حرية الأسعار
17	الفرع الأول : المعايير المتخذة لتحديد الأسعار
17	أولا : تبني أسس داخلية
19	ثانيا : اعتماد أسس خارجية
20	الفرع الثاني : مجال تطبيق مبدأ حرية الأسعار
20	أولا : من حيث الأشخاص
21	ثانيا : من حيث النشاطات
21	المبحث الثاني: المستهلك في التشريع الجزائري
22	المطلب الأول :مفهوم المستهلك في التشريع الجزائري
22	الفرع الأول :مفهوم المستهلك وفقا لقانون الاستهلاك
23	الفرع الثاني :مفهوم المستهلك وفقا لقانون المنافسة
25	المطلب الثاني : الحماية المقررة للمستهلك في التشريع الجزائري
25	الفرع الأول :مفهوم الحماية ومجالاتها
25	أولا :تعريف حماية المستهلك و أهدافها

27	ثانيا: مجالات الإخلال بحماية المستهلك
30	الفرع الثاني :حماية المستهلك في مجال الأسعار
30	أولا :الإلتزام بالإعلام بالأسعار و التعريفات
34	ثانيا :الفاتورة
35	ملخص الفصل الأول
37	الفصل الثاني :حماية المستهلك في مواجهة مبدأ حرية الأسعار
38	المبحث الأول :تدخل الدولة في تحديد الأسعار
38	المطلب الأول :مجال تدخل الدولة في تحديد الأسعار
38	الفرع الأول :الخدمات و المواد الضرورية
39	أولا :تحديد الأسعار بصفة عادية
41	ثانيا :تحديد الأسعار بصفة مؤقتة
42	الفرع الثاني :آليات تدخل الدولة في تحديد الأسعار
42	أولا :آلية التحديد
43	ثانيا :آلية التسقيف
43	ثالثا :آلية التصديق
44	المطلب الثاني: التدابير المؤقتة و دور مجلس المنافسة في مجال تحديد الأسعار
44	الفرع الأول :التدابير المؤقتة للحد من ارتفاع الأسعار
47	الفرع الثاني :الدور الاستشاري لمجلس المنافسة في مجال الأسعار
47	أولا: الاستشارة الوجوبية لمجلس المنافسة
48	ثانيا :الاستشارة الاختيارية لمجلس المنافسة
50	المبحث الثاني :العقوبات و الجزاءات المقررة لمخالفة تحديد و تنظيم الأسعار
50	المطلب الأول :ممارسة أسعار غير شرعية
51	الفرع الأول :حالات ممارسة أسعار غير شرعية
51	أولا :تطبيق أسعار غير شرعية بطريقة مباشرة
51	ثانيا: المخالفات الملحقة بممارسة أشغال غير شرعية
53	الفرع الثاني :الجزاءات المقررة لممارسة أسعار غير شرعية

54	أولاً: المتابعة
55	ثانياً: العقوبات المقررة
57	المطلب الثاني: الجزاءات المقررة للممارسات المقيدة للمنافسة
57	الفرع الأول: الممارسات المقيدة للمنافسة المتعلقة بالأسعار
59	الفرع الثاني: الجزاءات المقررة
59	أولاً: العقوبات التي يصدرها مجلس المنافسة
61	ثانياً: الجزاء المدني
62	ملخص الفصل الثاني
64	خاتمة
68	قائمة المصادر و المراجع
74	الفهرس
	الملخص

الملخص :

إن تشغيل التطور و الانفتاح الاقتصادي يقتضي على المشرع تكريس حرية المنافسة بشكل صريح و إزالة جميع القيود و من بينها تكريس مبدأ حرية الأسعار من أهم المبادئ التي جاء بها الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19/07/2003 المتعلق بالمنافسة المعدل و المتمم بالأمر رقم 10-05 المؤرخ في 18/08/2010 المتعلق بالمنافسة . و ذلك من اجل تحقيق الازدهار و توفير الرفاهية للمستهلك . ومع ذلك، ظهرت عدة ممارسات مقيدة للمنافسة، و خاصة المتعلقة منها بالأسعار و التي قد تمس بمصالح المستهلك و أمنه و صحته. مما دفع الدولة إلى التدخل في تقنين الأسعار في السوق، في ظل عدم التوازن العقدي و اعتبار المستهلك الطرف الضعيف في العقد وذلك بهدف حماية المنافسة والمستهلك و خاصة القدرة الشرائية للمستهلك . و ذلك عبر ضوابط قانونية و آلية و تنظيمات محددة و تقرير جزاءات على كل من خالفها .

الكلمات المفتاحية : حرية الأسعار . حماية المستهلك . الممارسات المقيدة للمنافسة . تدخل الدولة في تحديد الأسعار

Résumé :

Le fonctionnement du développement et de l'ouverture économique nécessite que le législateur consacre explicitement la liberté de la concurrence et supprime toutes les restrictions, y compris l'instauration du principe de liberté des prix, l'un des principes les plus importants énoncés dans l'ordonnance n° 03-03 du 07/19/2003 relatif à la concurrence, modifié et complété Par arrêté n° 10-05 du 18/08/2010 relatif à la concurrence. Ceci afin d'atteindre la prospérité et d'offrir du luxe au consommateur. Cependant, plusieurs pratiques restreignent la concurrence, notamment celles liées aux prix, qui peuvent nuire aux intérêts, à la sécurité et à la santé du consommateur. Ce qui a poussé l'État à intervenir dans la régulation des prix sur le marché, face au déséquilibre contractuel et au fait que le consommateur est considéré comme la partie faible du contrat, dans le but de protéger la concurrence et le consommateur, notamment son pouvoir d'achat. Cela se fait au moyen de contrôles légaux et automatisés et de réglementations spécifiques, et des sanctions sont imposées à quiconque les contreviendrait.

Summary :

Enabling development and economic openness requires the legislator to explicitly consecrate competition freedom and remove all restrictions, including establishing the principle of price freedom as one of the most important principles brought by Order No. 03-03 dated 19/07/2003 regarding competition and amended by Order No. 10-05 dated 18/08/2010 regarding competition. This is to achieve prosperity and provide welfare for consumers. However, several restrictive practices of competition have emerged, especially those related to prices, which may affect the interests, security, and health of the consumer. This

has led the state to intervene in regulating prices in the market, in light of contractual imbalance and considering the consumer as the weaker party in the contract, with the aim of protecting competition, consumers, and especially the purchasing power of the consumer. This is done through specific legal regulations, mechanisms, and regulations, and imposing penalties on those who violate them.