

جامعة محمد خيضر - بسكرة  
كلية الحقوق والعلوم السياسية  
قسم الحقوق



عنوان المذكرة

## دور أعوان الرقابة التجارية في حماية المنافسة

مذكرة مكملة لمتطلبات نيل شهادة الماستر في الحقوق  
تخصص : قانون الأعمال

تحت إشراف:

الأستاذ/ طيار محمد السعيد

إعداد الطالب:

براهمي خالد

الموسم الجامعي: 2017-2018

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿ قَالَ رَبِّ اجْعَلْ لِي صَدْرِي (25) وَيَسِّرْ لِي أَمْرِي (26) وَاجْلُزْ عُنُقَهُ مِنَ لِسَانِي (27) يَفْقَهُوا قَوْلِي (28) ﴾

﴿ قَالَ رَبِّ اجْعَلْ لِي صَدْرِي (25) وَيَسِّرْ لِي أَمْرِي (26) وَاجْلُزْ عُنُقَهُ مِنَ لِسَانِي (27) يَفْقَهُوا قَوْلِي (28) ﴾

﴿ قَالَ رَبِّ اجْعَلْ لِي صَدْرِي (25) وَيَسِّرْ لِي أَمْرِي (26) وَاجْلُزْ عُنُقَهُ مِنَ لِسَانِي (27) يَفْقَهُوا قَوْلِي (28) ﴾

صدق الله العظيم

سورة طه - الآيات من 25 إلى 28

# شكر وعرfan

«كن عالما... فإن لم تستطع فكن متعلما... فإن لم تستطع فأحب العلماء... فإن لم تستطع فلا تبغضهم»

بعد رحلة بحث وجهد واجتهاد تكلفت بإنجاز هذا البحث، نحمد الله عز وجل على نعمه التي من بها علينا فهو العلي القدير، كما لا يسعنا إلا أن نخص بأسمى عبارات الشكر والتقدير لما قدم لنا من جهد ونصح ومعرفة طيلة انجاز هذا البحث

الأستاذ/ طيار محمد السعيد.

كما نتقدم بالشكر الجزيل لكل من أسهم في تقديم يد العون لإنجاز هذا البحث، ونخص بالذكر أستاذتنا الكرام الذين أشرفوا على تكوين دفعة

قانون أعمال.

إلى الذين كانوا عوننا لنا في بحثنا هذا ونورا يضيء الظلمة التي كانت تقف أحيانا في طريقنا. إلى من زرعوا التفاؤل في دربنا وقدموا لنا المساعدات والتسهيلات والمعلومات، فلهم منا كل الشكر.

شكرا جزيلا

# الأهداء

أحمد الله عز وجل على منه وعونه لإتمام هذا البحث  
إلى الذي وهبني كل ما يملك حتى أحقق له آماله، إلى من كان  
يدفعني قدما نحو الأمام لنيل المبتغى، إلى الذي سهر على تعليمي  
بتضحيات مترجمة في تقديسه للعلم، إلى مدرستي الأولى في الحياة  
أبي الغالي على قلبي أطال الله في عمره.

إلى التي وهبتي كل العطاء والحنان، إلى التي صبرت على كل  
شيء، التي رعيتي حق الرّعاية، وكانت دعواها لي بالتوفيق، تتبعنتي  
خطوة خطوة في عملي، إلى نبع الحنان أمي جزاها الله عني خير  
الجزاء في الدارين.

أهدي هذا العمل المتواضع إلى إخوتي وأخواتي الذين تقاسموا معي  
عبء الحياة.

وإلى كل الأصدقاء والأحباب  
أهدي هذا العمل المتواضع

# خطة البحث

## مقدمة

### الفصل الأول: ماهية المنافسة والاطار القانوني المنظم لها

المبحث الأول: مفهوم المنافسة

● **المطلب الأول: تعريف المنافسة**

- **الفرع الأول: تعريف المنافسة لغة واصطلاحاً**

- **الفرع الثاني: أهمية ووظائف المنافسة**

- **الفرع الثالث: أنواع المنافسة**

- **الفرع الرابع: المنافسة في ظل الاقتصاد الإسلامي**

● **المطلب الثاني: مفهوم الميزة التنافسية**

- **الفرع الأول: تعريف الميزة التنافسية**

- **الفرع الثاني: مصادر الميزة التنافسية**

- **الفرع الثالث: أنواع الميزة التنافسية**

المبحث الثاني: الاطار القانوني لقانون المنافسة

● **المطلب الأول: التطور التاريخي لقانون المنافسة**

- **الفرع الأول: تطور قانون المنافسة في النظام الاسلامي**

- **الفرع الثاني: تطور المنافسة في النظام الرأسمالي**

- **الفرع الثالث: تطور المنافسة في النظام الاشتراكي**

● **المطلب الثاني: تعريف قانون المنافسة**

● **المطلب الثالث: أهداف قانون المنافسة**

- **الفرع الأول: حماية المنافسة**

- **الفرع الثاني: حماية المؤسسة**

- الفرع الثالث: حماية المستهلك

المبحث الثالث: الممارسات المقيدة للمنافسة ومجال تطبيق أحكام قانون المنافسة

● المطلب الأول: الممارسات المقيدة للمنافسة

- الفرع الأول: مجال تطبيق قانون المنافسة من حيث النشاط الاقتصادي

- الفرع الثاني: مجال تطبيق قانون المنافسة من حيث الأشخاص

● المطلب الثالث: أحكام قانون المنافسة

- الفرع الأول: اتفاقات عدم المنافسة

- الفرع الثاني: المنافسة غير المشروعة

### الفصل الثاني: الهيئات المكلفة بضبط المنافسة

المبحث الأول: الوزارة الوصية والمديريات الولائية التابعة لها.

● المطلب الأول: الوزارة الوصية

- الفرع الاول : نشأة وزارة التجارة

● المطلب الثاني: نشأة المديرية الولائية للتجارة

- الفرع الاول : التعريف بالمديرية

- الفرع الثاني: مهام المديرية

● المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي لمديرية التجارة لولاية بسكرة

- الفرع الاول: مصلحة ملاحظة السوق والاعلام الاقتصادي

- الفرع الثاني: مصلحة مراقبة الممارسات التجارية والمضادة للمنافسة

- الفرع الثالث: مصلحة حماية المستهلك وقمع الغش

- الفرع الرابع: مصلحة المنازعات والشؤون القانونية

- الفرع الخامس: مصلحة الإدارة والوسائل

- الفرع السادس: المفتشيات الاقليمية للتجارة

المبحث الثاني: مجلس المنافسة

● المطلب الأول: نشأة و تطور مجلس المنافسة في القانون الجزائري

- الفرع الاول: مجلس المنافسة في إطار الأمر رقم 06/95
- الفرع الثاني: مجلس المنافسة في إطار الأمر رقم 03/03
- المطب الثاني: تشكيل مجلس المنافسة
  - الفرع الاول: فئة الأعضاء
  - الفرع الثاني: فئة المقررين
  - الفرع الثالث: فئة ممثلي جمعيات حماية المستهلكين
- المطب الثالث : الإجراءات المتبعة أمام مجلس المنافسة
  - الفرع الاول: الإخطار
  - الفرع الثاني: إجراء التحقيق
  - الفرع الثالث: الفصل في القضية
- المطب الرابع: صلاحيات مجلس المنافسة
  - الفرع الاول: الصلاحيات الاستشارية
  - الفرع الثاني: الصلاحيات التنازعية
- المبحث الثالث: أعوان الرقابة ودورهم وفق التشريع والتنظيم المعمول به
  - المطب الاول: الأعوان المكلفون بالرقابة والتحقيقات الاقتصادية
    - الفرع الاول : صلاحيات أعوان الرقابة
    - الفرع الثاني: مهام أعوان الرقابة في مجال المنافسة والتحقيقات الاقتصادية
  - المطب الثاني: سير التحقيقات
    - الفرع الاول: طلب فتح تحقيق
    - الفرع الثاني : اعداد مخطط التدخل لسير التحقيق
    - الفرع الثالث : برمجة العمل
    - الفرع الرابع: إجراءات واستراتيجيات التحقيق
  - المطب الرابع: معاينة المخالفات



- الفرع الأول: المخالفات المتعلقة بالقانون 04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004 المعدل  
والمتمم

- الفرع الثاني: المخالفات المتعلقة بالقانون 04-08 المؤرخ في 14 أوت 2004 المعدل و  
المتمم

- الفرع الثالث: الإجراءات التحفظية

● الخاتمة

● الفهرس

● الملاحق

# مقدمة

إن الجزائر بعد فشل نظامها الاقتصادي القائم على احتكار الدولة لمعظم الأنشطة الاقتصادية ، وبالتالي انعدام المبادرة الفردية و المنافسة ، انتهجت نظاما جديدا هو نظام اقتصاد السوق ، الذي يرتبط بتطبيق قواعد قانونية في المجال التجاري و الإقتصادي و تكون أكثر تفتحا و تتماشى مع التغيرات الجديد في العالم .

ومما لا شك فيه أن فتح النشاط الاقتصادي سيعود بالفائدة و يحقق تنمية للإقتصاد الوطني ، ولكن بالمقابل ستنجح سلوكات أو ممارسات غير تجارية و غير مشروعة تضر بمبدأ حرية المنافسة طبقا للمقولة " المنافسة تقتل المنافسة" لذا يجب خلق آليات مناسبة تتولى تسيير السوق وضبطه وبالتالي الحفاظ على حرية الجميع في التجارة والصناعة، وذلك بوضع تشريعات تهدف إلى إقامة هياكل أكثر استجابة لمتطلبات الاقتصاد الحر، وكذلك وضع قوانين تراقب الممارسات التي يمكن أن تتجم عن تطبيق مبدأ حرية المنافسة ، وبالتالي معاقبة السلوكات التي يمكن أن تخرج المنافسة عن مجراها الطبيعي.

وفي هذا المسعى اتجهت الجزائر إلى إجراء إصلاحات اقتصادية أدت إلى ظهور قانون المنافسة بموجب الأمر 06/95 الذي كرس أسس المنافسة ، والذي اعترف ضمنا بمبدأ المبادرة قبل أن يكرسه دستور 1996 في المادة 37 منه بصفة صريحة .

ويعتبر قانون المنافسة فرع من فروع قانون الأعمال، و هذا الأخير هو القانون التجاري في ثوبه الجديد الذي هو مجموعة من القواعد القانونية المنظمة للأنشطة التجارية التي في جوهرها أنشطة تتعلق بصفة أساسية بالصناعة و الخدمات و يتبع في شأنها طريقة الإنتاج الرأسمالية، ولقد قيل بحق أن المنافسة هي قانون التجارة ، و قانون المنافسة هو مزيج من عدة قوانين ( القانون التجاري ، القانون الاقتصادي ، القانون الجنائي . . . ) ، إلا أنه يحمل في طياته خصوصيات يتميز بها عن هذه القوانين كونه يطبق على فئة معينة و هم الأعوان الاقتصاديون و على مجال معين هو الأعمال التجارية.

فقانون المنافسة له علاقة وطيدة بحماية المستهلك، إذ يهدف أساسا لحمايته و إشباع حاجاته و رغباته بأقل تكلفة و في أحسن الظروف، وهو الهدف الذي يصبوا إليه كل اقتصاد، حيث في الجزائر و غداة الاستقلال مباشرة استمرت في العمل بالقوانين الفرنسية إلا ما تعارض منها مع السيادة الوطنية ويتجلى ذلك في أحكام القانون رقم 62-157 إلى غاية صدور الأحكام القانونية ذات المرجعية الاشتراكية التي أظهرت و بوضوح وجهة المشرع الجزائري ، و من ثم لم يعرف الاقتصاد الجزائري عمليات المنافسة إلا في منتصف عقد

التسعينات من القرن الماضي، حيث كانت تعتمد النهج الاقتصادي الأحادي الذي كان قائما على الاحتكار الذي لا يمكن إقرار نقيضه وهو المنافسة.

بالإضافة إلى أن هذا القانون استند إلى الأمرين الفرنسيين الذين كانا مطبقين في الجزائر إبان الاحتلال الفرنسي في الجزائر و هما الأمر رقم 45-1483 و الأمر رقم 45-1484 ، يتعلق الأول بالأسعار و الثاني بمعاينة و متابعة و معاقبة مخالفات التشريع الاقتصادي المعمول به آنذاك ، و استند أيضا إلى القانون الصادر عام 1905 المتعلق بقمع الغش، هذه القوانين نجدها كلها جاءت لتكريس مبدأ حرية الصناعة و التجارة الذي كرسه المشرع الفرنسي في أواخر القرن 18 في قانون 1791 و هو المبدأ الذي تم تكريسه في الجزائر بمقتضى دستور 1996 و ذلك تحديدا في المادة 37 منه .

ولتحقيق هاته القوانين للغاية المرجوة منها كان لزاما على الدولة أن توكل لمجموعة من الهيئات مهمة فرض هاته القوانين والسهر على التطبيق السليم لها وهاته الهيئات تتمثل في المديريات الولائية للتجارة ومجلس المنافسة والتي بدورها تركز عدة مبادئ تحكم المنافسة تتمثل في مبدأ شفافية الممارسات التجارية و مبدأ نزاهة الممارسات التجارية و لعل أهم هذه المبادئ على الإطلاق نجد مبدأ حرية الأسعار؛ و ترتيبا لما تم التوصل اليه فإن الاشكالية المطروحة تتمحور في " ما مدى فعالية رقابة أعوان التجارة والهيئات الاخرى في حماية السوق من المنافسة الغير مشروعة ؟"

و هذه الإشكالية بدورها تتفرع إلى الأسئلة الفرعية التالية:

- ماهية المنافسة و قانون المنافسة و مجال تطبيقه؟
- ما هي صلاحية مجلس المنافسة وكيف تتم التحقيقات في مجال المنافسة؟
- ما هي الآليات التي كرسها المشرع لحماية المنافسة ؟

**أهمية الدراسة :**

- التعرف على قانون المنافسة وما يتضمنه .
- كشف العلاقة بين المجال الاقتصادي والقانوني.
- كشف القواعد والإجراءات التي تحكم آليات أجهزة الرقابة.
- تسليط المزيد من الضوء على مجال التنافس.
- معرفة الأدوات والطرق التي تضمن منافسة شرعية وحقوق كل طرف.

أسباب اختيار الدراسة: لقد تم اختيار هذا الموضوع لاعتبارات ذاتية وأخرى موضوعية:

### 1- الأسباب الذاتية:

- الرغبة الشخصية التي تتبع من طبيعة تخصصي قانون الاعمال.
- تنمية المعارف الذاتية حول موضوع المنافسة.

### 2- الأسباب الموضوعية :

- كشف حيثيات قانون المنافسة ودوره على مستوى السوق.
- معرفة الضوابط القانونية للأسواق.
- إبراز دور اعوان الرقابة في ضبط السوق .
- إبراز دور مجلس المنافسة و الهيئات الأخرى في ضبط المنافسة.

### منهج الدراسة :

فيما يتعلق بالمنهج فقد تم اللجوء بشكل أساسي إلى المنهج الوصفي التحليلي حيث إعتدنا في الفصل الأول على المنهج الوصفي وذلك من خلال وصف المنافسة و مختلف القوانين التي تضبطها و في الفصل الثاني إعتدنا على المنهج التحليلي وذلك من اجل تحليل مختلف النصوص القانونية المنظمة للمنافسة،

و عليه إرتأينا لدراسة هذا الموضوع تقسيم الدراسة إلى فصلين :

**الفصل الأول ماهية المنافسة والإطار القانوني المنظم لها و الذي بدوره قسمته إلى ثلاث مباحث، المبحث الأول مفهوم المنافسة، المبحث الثاني الإطار القانوني لقانون المنافسة، المبحث الثالث الممارسات المقيدة للمنافسة ومجال تطبيق أحكام قانون المنافسة.**

**الفصل الثاني الهيئات المكلفة بضبط المنافسة و الذي بدوره قسمته إلى ثلاث مباحث، المبحث الأول الوزارة الوصية والمديريات التابعة لها ، المبحث الثاني مجلس المنافسة، المبحث الثالث أعوان الرقابة ودورهم وفق التشريع والتنظيم المعمول به .**

الفصل الأول:

ماهية المناقشة

والأطار القانوني المنظم لها

## تمهيد:

إن الإصلاحات الاقتصادية التي شرعت فيها الجزائر في أواخر الثمانينات قد توجت بإصدار العديد من النصوص التشريعية تجسيدا للتوجه الجديد، لعل من بين هذه النصوص نذكر قانون 89-02 المتعلق بحماية المستهلك. لكن وبالرغم من صدور هذا القانون سنة 1989 إلا أن تطبيقه بقي مرهونا بصدور نصوص قانونية أخرى مكلمة له، من شأنها أن تسمح له بأن يتجسد في أرض الواقع؛ لذلك كان من الوجوب انتظار سنة 1995 أين صدر قانون المنافسة والذي ألغيت أحكامه بموجب الأمر 03-03، حيث جاءت قواعده من أجل تأكيد ممارسة الحريات التي تضمنتها السياسة الاقتصادية القائمة على حرية التعاقد، حرية الأسعار... كما تضمن قانون المنافسة أحكاما تخص حماية المستهلك من الممارسات المقيدة للمنافسة.

وترتبط المنافسة الحرة ارتباطا وثيقا بالاقتصاد الحر، حيث لا يمكن أن نتصور واحد منهما دون الآخر، فلا اقتصاد منفتح دون منافسة الحرة و العكس صحيح كما لا يمكن اعتبار لجوء دولة ما إلى تبني الاقتصاد الحر في حين لا تزال تشرف و توجه اقتصادها وفقا للمبادئ التقليدية الموروثة عن النظام الاشتراكي.

كما يقصد بالمنافسة وضعية تنافس اقتصادي بين مؤسسات متميزة بصدد عرض نفس المنتج السلعي أو الخدمي داخل سوق واحد ، تلبية للحاجات ذاتها ،على أن تكون لكل مؤسسة نفس الحظ من الربح أو الخسارة ، و هي الوضعية التي تقابل وضعية الاحتكار ، سواء كان هذا الاحتكار لمصلحة الدولة ، حيث لا يمكن في هذا الوضع إعمال قواعد المنافسة ، و لكن قواعد التخطيط ، أو كان الاحتكار أو شبه الاحتكار لمصلحة مؤسسة خاصة ، فنكون أمام وضعية هيمنة اقتصادية لا تتحقق معها ظروف المنافسة الحرة ، و على هذا الأساس يكون المقصود بقانون المنافسة مجموعة الأحكام القانونية و التنظيمية المطبقة على المؤسسات في إطار نشاطاتها داخل السوق؛ وعليه سنتطرق في هذا الفصل الى مفهوم المنافسة وذلك في المبحث الاول ، وفي المبحث الثاني الى الاطار القانوني لقانون المنافسة ، اما في المبحث الثالث سنتطرق الى الممارسات المقيدة للمنافسة ومجال تطبيق أحكام قانون المنافسة .

## المبحث الأول: مفهوم المنافسة

شهد مناخ المؤسسات في الآونة الأخيرة موجة من التغيرات والتطورات السريعة جعلت من عملية تأقلم المؤسسة أمرا صعبا ومعقدا، ونتيجة لهذه التطورات ظهرت عدة مفاهيم جديدة وبروز مصطلحات ذات تأثير كبير على إعادة هيكلة العلاقات الاقتصادية سواء كان هذا على مستوى الدول أو على مستوى المؤسسات، وتعتبر التنافسية من أهم هذه المفاهيم والتي حظيت باهتمام متزايد من قبل المسيرين لكونها الوسيلة الأساسية لضمان مكانة المؤسسة في السوق، وعليه سنحاول من خلال هذا المبحث التطرق للمنافسة من حيث تعريفها وأهميتها وبيان أنواعها

### المطلب الأول: تعريف المنافسة

تعددت تعريف المنافسة واختلفت حسب آراء الفقهاء والاقتصاديين ورجال القانون وفيما يلي مجموعة من هاته التعاريف نتعرض اليها باختصار في النقاط التالية :

الفرع الأول: تعريف المنافسة لغة واصطلاحا :

أولاً: لغة : المنافسة لغة : يقال (نَفَسَ) الشيء صار مرغوبا و(نافسَ) في الشيء (منافسة) إذا رغب فيه على وجه المباراة و (النفيس) المال الكثير ، و (نَفَسَ عليه الشيء نفاسة) لم يره اهلا له<sup>1</sup> ، والمنافسة نزعة فطرية تدعو إلى بذل الجهد في سبيل التفوق ، وهي تقابل التنافس<sup>2</sup> ويقال تنافسنا ذلك الامر وتنافسنا فيه بمعنى تحاسدنا وتسابقتنا ، وفي التنزيل العزيز حيث قال الله عز وجل (ختامه مسك وفي ذلك فليتنافس المتنافسون)<sup>3</sup> أي في ذلك فليترغب المترغبون وفي حديث الرسول صلى الله عليه وسلم " أخشى أن تيسط الدنيا عليكم كما بسطت على من كان قبلكم فتنافسوها كما تنافسوها"<sup>4</sup> أي ترغبون فيها كما رغبوا كما تطلق المنافسة على الشيء النفيس الجيد في نوعه .

كما تطلق أيضا على المباراة والمسابقة من غير إلحاق الضرر بالغير يقال فلان ينافس فلانا في كذا أي سابقه وباراه من غير أن يلحق الضرر به وتنافس القوم في كذا تسابقوا فيه وتباروا دون أن يلحق بعضهم الضرر ببعض<sup>5</sup>

<sup>1</sup> زينة غانم عبد الجبار الصغار، المنافسة الغير مشروعة للملكية الصناعية،دراسة مقارنة،دار الحمد للنشر و التوزيع، الطبعة الثانية، الأردن، ص 23.

<sup>2</sup> مجمع اللغة العربية، المعجم الوجيز، الطبعة الأولى، مصر 1980، ص 18.

<sup>3</sup> الآية 26 من سورة المطففين.

<sup>4</sup> [ ص : 1152 ] 2988 ، محمد بن اسماعيل البخاري الجعفي ، صحيح البخاري ، دار بن كثير للطباعة والنشر ، دسنة 1414 هـ .

<sup>5</sup> الدكتور حسن محمد بودي، حرية المنافسة التجارية وضرورة حمايتها من الممارسات الإحتكارية، دراسة فقهية مقارنة، دار الجامعة الجديدة، 2015، الإسكندرية مصر. ص ص 10-09.

والمنافسة في التجارة تبنى على طلب المباراة نحو المال الكثير أو الريح الذي يراه التاجر المنافس من حقه ولا يرى أحد غيره أهلا له وعليه يتمحور معنى المنافسة والتنافس لغة ، بين ارتفاع القيمة والمبالغة في الشيء والترغيب فيه والتسابق إليه على نحو الاستحقاق وبذل الجهد في سبيل التفوق .

كما أن المنافسة تكون بين طرفين أو أكثر يتسابقان ويتباريان ، بحيث يبذل كل منهم جهده من أجل التفوق على الطرف الآخر .

ان كلمة منافسة باللغة العربية تقابلها كلمة concurrence باللغة الفرنسية ، وأصل هذا الاصطلاح concurrence مشتق من الاصطلاح اللاتيني cum-ludere والذي يعني jouer-ensemble ، أي يلعب في جماعة أو يجري مع avec courir أو يسرع في جماعة accourir ensemble ، لهذا السبب فإن مفهوم المنافسة في بداية شيوعه كان يعني حالة خصومة وتنافس وصراع وحالة عدااء مستمرة<sup>1</sup> .

وتعتبر المنافسة بين البشر من الامور الطبيعية التي تتفق مع الفطرة السوية فمن المعتاد أن يتنافس كل من يمارسون نوعا

**ثانيا: اصطلاحا:** أول ما يمكن قوله هو أن المنافسة تعد مفهوما اقتصاديا حيث أن الاقصاديين أسهموا أكثر من القانونيين في إيجاد تعريف مضبوط لها<sup>2</sup>. فاقترنت المنافسة بالنشاط الاقتصادي ، حتى تم وصفها بأنها أحد الشروط اللازمة لاحترافه ، وأنها أمر طبيعي ومبدأ أساسي في عالم الاقتصاد<sup>3</sup>.

حيث أن اشكالية المنافسة تعتبر كباقي إشكالات النظرية الاقتصادية، ليست إحصائية ولكنها نموذج ديناميكي ، فالمنافسة في هذا المعنى لا تقتصر على مجرد حضور عدد من البائعين في السوق و يمكن تعريفها على أنها كإمكانية تضمن حرية و تحريك عجلة العمل و رؤوس الاموال<sup>4</sup> .

وتعتبر المنافسة بين البشر من الامور الطبيعية التي تتفق مع الفطرة السوية فمن المعتاد أن يتنافس كل من يمارسون نوعا معينا من التجارة أو مهنة معينة حيث يقوم كل منهم بعرض ما يتميز به من منتجات أو خدمات بهدف جذب العملاء<sup>5</sup> .

<sup>1</sup> عبير مز غيش ، الآليات القانونية لحماية المنافسة الحرة من الممارسات المقيدة للمنافسة والتجميعات الاقتصادية ، مذكرة لنيل شهادة دكتوراه ، قسم الحقوق ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة محمد خيضر بسكرة 2015-2016 ص 5.

<sup>2</sup> أحمد عبد الرحمن الملحم، الإحتكار المحظور و محظورات الإحتكار في ظل نظرية المنافسة التجارية، مجلة القانون و الإقتصاد، عدد 63 الكويت، سنة 1993م، ص 380.

<sup>3</sup> أحمد محمد محرز، الحق في المنافسة المشروعة في مجالات النشاط الإقتصادي الصناعة، التجارة، الخدمات، (د د ن)، القاهرة 1994، ص: 7.

<sup>4</sup> François SOUTY, Le Droit de la concurrence de l'union européenne . montchrestien. 2<sup>e</sup> édition ; paris 1999 ; p 73.

<sup>5</sup> وليد عزت الدسوقي الجلال ، حماية المستهلك وحماية المنافسة رفع الممارسات الاحتكارية ، دار الحكيم للطباعة ، القاهرة ، دون سنة النشر ، ص 7.



و في هذا الإطار عرفها الأستاذ France S Walker في أواخر سنة 1888 على أنها " العمل للمصلحة الشخصية للفرد وذلك بين الباعين والمشتريين في أي منتج وأي سوق " ويستنتج من هذا التعريف ، أن أي شخص يعمل لمصلحته الذاتية في التبادل والتداول بهدف الحصول على أقصى منفعة من غيره ، في مقابل إعطاء أقل شيء للآخرين ، وهذا ما يحيلنا إلى ضرورة إعلاء وسيادة حرية التفاوض أو حرية التعاقد القائمة على مبدأ تنازع المصالح في العقود ، وما يمكن استنتاجه كذلك من السلوكات التي تهدف إلى تقييد حرية الأشخاص في التفاوض وانتزاع ما من شأنه تحقيق مصالحهم من الأطراف الآخرين<sup>1</sup>.

وقد عرفت المنافسة أيضا على أنها : " تلك الوضعية التي يكون فيها المتعاملون الاقتصاديون أحرار لعرض بضاعتهم وخدماتهم في السوق ، واختيار المتعاملين الذين يحصلون إلى جانبهم على سلع وخدمات ، وبالتالي يكون العارضون في تنافس لكي يتم تفضيلهم من طرف المستهلكين وهؤلاء الآخرون في تنافس للوصول إلى العروض المحدودة " <sup>2</sup>.

كما عرفت المنافسة على أنها : " تزامم التجار أو الصناع على ترويج أكبر قدر من منتجاتهم أو خدماتهم من خلال جذب أكبر عدد من العملاء ، وما يمكن قوله في هذا الاطار هو أن المتنافسين - تجار أو صناع - ليس لهم سبيل للوصول إلى تحقيق غايتهم ،وهي جذب أكبر عدد من العملاء سوى الاستناد إلى حرية المنافسة فيما بينهم ، وحرية الاختيار لدى جمهور المستهلكين ، كما أن هذا التنافس إذا تحقق بشرف وأمانة ووفقا لأحكام القانون والعادات التجارية و الاتفاقيات ، يؤدي لا محالة إلى تحقيق مزايا اقتصادية عديدة منها على سبيل المثال انخفاض الاثمان<sup>3</sup>.

وتعرف أيضا على أنها : " الحالة التي تقوم فيها مواجهة حرة ، كاملة ، صادقة لجميع الفاعلين والاقتصاديين ، على صعيد العرض والطلب للسلع والخدمات وثمرات الانتاج ورؤوس الاموال"<sup>4</sup>.

وقد عرفت على أنها : " تسابق التجار والمنتجين على بذل غاية جهدهم في سبيل جلب وإنتاج أجود السلع والبضائع والمنتجات بالسعر المناسب وبما يحقق مصالح المستهلكين وفقا للقواعد والاصول الشرعية"<sup>5</sup>.

كما عرفت أيضا على أنها : " حالة الصراع بين المنتجين الذين يعرضون منتجات متماثلة أو متقاربة في نفس السوق " وبالتالي فإن هذا التعريف يفيد أن المنافسة في السوق تتحدد على أساس الثنائية (منتج - سوق )<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> أحمد عبد الرحمن اللحام ، المرجع نفسه، ص 380.

<sup>2</sup> محمد تيورسي، الضوابط القانونية للحرية التنافسية في الجزائر، دار هومة، الجزائر، 2013. ص:32.

<sup>3</sup> عبد الفتاح مراد، شرح قانون حماية المنافسة و منع الممارسات الإحتكارية، (دون ذكر دار و تاريخ النشر) ص 17.

<sup>4</sup> محمد نصر محمد ، الحماية الدولية و الجنائية من المنافسة التجارية غير المشروعة و الإحتكار، مركز الدراسات العربية ، ط 1

،جمهورية مصر العربية ، 2016، ص :17.

<sup>5</sup> محمد نيورسي ، مرجع سابق ، ص 29.

كما تعرف المنافسة بأنها : " المحرك الاول لاقتصاد السوق والميكانيزم التام لتنظيم الاقتصاد والديناميكية التي يمكن من خلالها تحقيق أقصى ربح ممكن في ظل أقصى حرية "

وتعرف المنافسة أيضا على أنها : "النظام المثالي المناسب للصراع وروح المبادرة ومورد التطور والنمو"<sup>2</sup>. وبالاطلاع على هاته التعريفات ، نستنتج أن المنافسة هي الوسيلة والأداة الافضل لتنظيم وتطوير الاقتصاد ، وتشجيع روح الابداع لدى المؤسسات ، بهدف الوصول إلى تحسين الوضعية الاقتصادية للدول . و تعني المنافسة كذلك: "التنافس بين البائعين على نفس المنتج"؛ وتعرف كذلك على أنها: " القدرة على الصمود أمام المنافسين بغرض تحقيق الأهداف من ربحية و نمو و استقرار واسع و ابتكار و تجديد المنشأة التنافسية و هي المنشأة المربحة و القدرة على زيادة ربحيتها من خلال رفع الإنتاجية أو خفض تكاليف الإنتاج أو تحسين الجودة أو كل ذلك معا".

كما عرفها مجلس السياسة التنافسية الأمريكية على أنها: " قدرة الدولة على إنتاج السلع و الخدمات التي تقابل الأذواق في الأسواق العالمية و في نفس الوقت تحقيق مستوى معيشة متزايدة على المدى الطويل"<sup>3</sup>. وتعرف بأنها "التنافس بين أعضاء مجموعة اقتصادية واحدة من أجل التعامل مع أعضاء مجموعة اقتصادية أخرى"<sup>4</sup>، و تعنى المجموعة الاقتصادية الواحدة مثلا مجموعة من البائعين يتنافسون على التعامل مع المشترين. كذلك يقصد بها: "النقاء العارضين و الطالبين في سوق معينة مما ينتج عنه التنافس الذي يؤدي حتما إلى تخفيض السعر يتساوى مع التكلفة المتوسطة".

و من خلال هذه التعاريف يمكن استخلاص أنه من الصعب التوصل إلى تعريف شامل للمنافسة إلا أنه يمكن استنتاج بعض الحقائق المتعلقة بها و أهمها:  
أ- المنافسة ليس لها مفهوم مطلق.

ب-المنافسة ليست مفهوم ثابت بل متغير نتيجة لارتباطها بالظروف الاقتصادية و ظروف السوق العالمي سريعة التغير.

ج- الزبون يعد محور المنافسة.

<sup>1</sup> مليكة هلالى، أهمية الجودة و مواصفات الإيزو في تنافسية المؤسسات، دراسة حالة ،مؤسسة صناعة الكوابل بسكرة. مذكرة ماجستير ،غير منشورة، فرع تسيير المؤسسات الصناعية،قسم علوم التسيير ،كلية الحقوق و العلوم الاقتصادية، جامعة محمد خيضر بسكرة ، 2004/2003 ص 77.

<sup>2</sup> Mohamed ACHOCBE .contrubution a l »analyse de la compititivité d'une entreprise publique industrielle essai théorie entreprise BCR .Mémoire de magestere non publier ferhat anes stif 1997, p -77 .

<sup>3</sup> قويد محمد، و صاف سعدي: مرتكزات تطوير الميزة التنافسية للاقتصاد الجزائري، مجلة العلوم الإنسانية و الاجتماعية، العدد 9 جانفي، ص 116.

<sup>4</sup> صلاح الشنواني: دراسات في اقتصاديات الأعمال، دار النهضة العربية، 1970، ص 126.

هذا وتعرف المنافسة أيضا على أنها : "مكون أساس للنظام التسويقي وتتعلق بالمؤسسات التي تنتج نفس السلعة ، أو السلع الشبيهة لها ، ودرجة المنافسة تؤثر بشكل كبير على قدرة المؤسسة في اختيار السوق المستهدفة ، الوسطاء ، الموردين ، المزيج التسويقي ، مزيج المنتج<sup>1</sup> .

حسب هذا التعريف نصل إلى أن السوق يقوم على أساس المنافسة ، كما أن هذه المنافسة هي التي تتحكم في الاستراتيجية التي ستختارها المؤسسة وكذا المتعاملين معها .

وعليه صار مفهوم المنافسة يتصرف إلى كل عملية تأصيل وانتقاء وتصنيف ، نظرا لتأنيده معنى المنافسة لكل مجال يقصده المتنافسون ، أيا كان عددهم ومجال نشاطهم حتى يكتب البقاء للأصلح<sup>2</sup> .

وإلى جانب مصطلح المنافسة، نجد أنه يزاحمه في الميدان الاقتصادي مصطلحين آخرين، على درجة من الأهمية وهما التنافسية والميزة التنافسية ، ولكل منهما مدلول يميزه من غيره من المفاهيم<sup>3</sup> .

أما من الناحية القانونية : فإن معنى المنافسة يتمحور في حظر كل فعل من شأنه إعاقة التجارة ، ذلك أن المنافسة تتعطل عند إعاقة التجارة ، وذلك بصرف النظر عن مصدر هذه الإعاقة ، سواء أكان العقد أو الاتفاق الذي أبرم طواعيه بين التجار ، يقول لورد دينغ LORD Denning ان كل شخص في المجتمع ، له الحق بالإشتغال بأي طريقة يعتقد انها تحقق له مصلحته ، شريطة ان لا تكون مخالفة للقانون ، وهذا على اساس ان كل عقد يعيق حريته في الاتجار والعمل ، ويقيده في تجارته لمصلحة آخرين ، وبذلك يعتبر إعاقة للتجارة<sup>4</sup> وما يستنتج من هذا التعريف أنه لا يركز على المنافسة ذاتها ، حيث يبين فقط ما يضيق من مداها ، في حين انه لا بد من التركيز عليها .

كما يعرفها بعض القانونيين على أنها : المناورات في التجارة والصناعة والمضاربة في الأسعار بقصد تحقيق الأرباح<sup>5</sup>

أما عن القوانين المنافسة في الجزائر، فإن كلا من الأمر 95-06 المتعلق بالمنافسة والملغى وكذا الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة والساري المفعول ، جميعها لم تعطى تعريفا للمنافسة ، وفي الأخير يمكن القول أن : المنافسة هي جملة الأفعال والممارسات والسلوكات ، الصادرة عن المؤسسات ، التي تمارس نشاطها في سوق واحد وفي مجال واحد ، حيث أنها تهدف من خلال هذه الأعمال والممارسات والسلوكات ، إلى الحصول

<sup>1</sup> توفيق محمد عبد المحسن ، بحوث التسويق و تحديات المنافسة الدولية، دار النهضة العربية ، بيروت 2001 ، ص :152.

<sup>2</sup> صوي مصطفى حسن السبك ، دعوى المنافسة غير المشروعة كوسيلة قضائية لحماية المحل التجاري ، دراسة مقارنة ، مكتبة

الوفاء القانونية ، الاسكندرية ، مصر ص 26

<sup>3</sup> عبيد مزغيش ، مرجع سابق ، ص 8 .

<sup>4</sup> أحمد عبد الرحمن الملحم ، المرجع السابق، ص 381.

<sup>5</sup> محمد نصر محمد ، المرجع السابق، ص 18

على أكبر قدر من ذلك السوق ، وذلك من خلال تطوير المنتجات وتخفيض الأسعار ، ويراعي في هذه اللعبة ( لعبة المنافسة ) الامتثال للأحكام القانون وال أنظمة السائدة<sup>1</sup> .

### الفرع الثاني: أهمية ووظائف المنافسة

تبدو المنافسة للبعض كما لو أنها ظاهرة أساسية ، لا يمكن تجاهلها أو القضاء عليها ، في حين ينكر عليها البعض أهميتها وجدواها ، بل وينكر حتى ماضيها ومستقبلها ، وبغض النظر عن الاختلاف في الرأي والتناقضات في اتجاهات بين فقهاء الاقتصاد والقانون ، فإن الاعتقاد الثابت الذي لا يتزعزع هو أن المنافسة تتطوي على فوائد كبيرة لا يمكن إنكارها<sup>2</sup> ، ونذكر منها مثلا :

المنافسة المشروعة تعتبر كأفضل حماية للمستهلك وبمفهوم أوسع تعد كعنصر ضروري ولازم من أجل تطوير اقتصاد متوازن ومتوافق ومنسجم<sup>3</sup> .

والمنافسة في صالح المستهلك دائما ، لكونها توقع المنتجين تحت ضغط شديد لانها تفرض عليهم تقديم ما يرغبه المستهلكون ، فالمنتج الذي يقدم نوعية رديئة من السلعة بسعر مرتفع ، يدفع المستهلك للتحويل عنه واللجوء الى منتجين آخرين<sup>4</sup> ، وبذلك فالمنافسة تستبعد المنتج غير الكفاء ، الذي لا يقدر على تقديم نوعية جيدة من السلع التي يرغبها المستهلك ، مقابل سعر مناسب ، ولاشك ان المؤسسات المتنافسة تهدف إلى تحقيق أقصى ربح ممكن ، إلا أن المنافسة هي التي تجبرها على تلبية رغبات المستهلكين مقابل تكلفة ممكنة وفي ذلك قال آدم سميث : " اننا لا نتوقع الحصول على ما نريده من غذاء وشراب منحة او هبة من المنتج ولكن يحدث من خلال مصالحهم الذاتية وليس بدافع الانسانية<sup>5</sup> .

كما تعد المنافسة امرا مستحبا ومرغوبا فيه ، إذ لها قدرة خلاقية تدعو للابتكار ، وتحفز على الابداع وترتقي إلى التطور والازهار في الميدان التجاري والصناعي ، وتعطي دائما أطيب النتائج ، كما أنها تعتبر الوسيلة التي تكفل تقديم أحسن الخدمات للعميل وتحقيق جودة المنتج ، مع السعي نحو تخفيض الاسعار ، وحتى تتم في إطارها القانوني المشروع والنزيه.

إن المنافسة التي تتم وفق طوابط يحكمها القانون والعادات التجارية والاتفاقات الخاصة ، وذلك بشرف وأمانة ، تؤدي حتما إلى تحقيق مزايا اقتصادية عديدة أبرزها انخفاض الائتمان وارتفاع القيمة الحقيقية للنقود وتحقيق جودة عالية للسلع والخدمات ، وبالتالي ازدهار التجارة ورفاهية واضحة للجمهور ، فالتنافس الدائر بين الشركات مثلا على المستهلكين أو أموالهم يدفع الى تقديم جودة أعلى وبأسعار أقل وبالتالي يفرض هذا التنافس على كل

<sup>1</sup> عبير مزغيش ، المرجع السابق ، ص 9 .

<sup>2</sup> محمد سلمان الغريب ، الاحتكار والمنافسة الغير مشروعة ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 2004 ، ص 35 .

<sup>3</sup> Stephane CHATTILON droit des affaires internationales ,vuibert.ée édition ;paris.1999.p139

<sup>4</sup> Stephna CHATTiLON opste p 65.

<sup>5</sup> أحمد عبد الرحمن الملحم ، المرجع السابق ، ص 382

شركة التدقيق في اجراءاتها للتأكد من استخدامها لكافة الموارد وبأكبر كفاءة ممكنة ، وعليه يخفض بهذه الوسيلة الاستخدام غير الكفاء للموارد ، وتضع بذلك حدا للتبذير وتقلص من التكاليف<sup>1</sup> .

ومن هنا يمكن القول ان المنافسة هي وسيلة لتحقيق النمو والرفاهية حيث ان المنافسة المشروعة تعمل على ازالة الشعور بالغرور والسمو والعلو على الاخرين ، وهو شعور التاجر المنافس الذي يعتبر نفسه الملك وحده على الساحة<sup>2</sup>.

وما تجدر الاشارة إليه هو أن الاهداف المتوخاة من المنافسة تختلف ضيقا واتساعا، تبعا لاختلاف السياسات والنظم المتبعة من قبل الدول

من هذا المنطلق فان المنافسة تلعب دورا فعالا في الدول التي تنتهج نظام السوق الحرة ( اقتصاد السوق ) ، اذ ترتبط المنافسة بهذا النظام ارتباطا وثيقا ، وتدور معه وجودا وعدما ، وبالتالي يتقلص دور الدولة ، وإرساء لمبدأ " دعه يعمل دعه يمر" ، فإنه يمتنع على الدولة التدخل في الميدان والنشاط التجاري ، مخلفة وراءها أفرادا يتولون زمام هذه المهمة من منافسة وتنافس<sup>3</sup> .

غير أنه وفي ظل الافكار الاشتراكية تبرز فكرة حتمية رعاية أنها منعدمة في الدول التي تتبع النهج أو النظام الاشتراكي ، وان مجالها محدود ، حيث ان لكل مشروع اقتصادي دور معين في تنفيذ الخطة الاقتصادية ، والهدف من وراء ذلك هو القضاء على المنافسة ، باعتبارها معركة ترمي إلى كسب الزبائن واجتياح السوق والاستحواذ عليه ، اذ تعد المنافسة كعامل محرك للانتاج بشرط انطوائها ضمن الحدود المرسومة للمخطط الاقتصادي الاشتراكي .

وعليه ومهما تضاربت الآراء واختلفت ، حول جدوى المنافسة وفعاليتها، فإن المنافسة كقيمة ليست هي المنفعة المرجوة ، وانما المعول عليه هو تلك الآثار التي ترتبها على الاداء الاقتصادي في أي دولة أو تكتل والتي تتجلى خاصة فيما يلي<sup>4</sup> :

- سباق المتنافسين في اختصار الوقت مع كل ابتكار وتقديم لمنهج جديد ، ولا تكمن الميزة التي يسعى إليها المتنافسون في هذا الطرح حول خفض تكلفة الانتاج وتقديم أسعار تنافسية ، بل في تلبية التنوع والتغيير السريع في رغبات وأذواق العملاء.

- سباق المتنافسين في تحسين جودة المنتج ، إذ تعد الجودة شرطا جوهريا لقبول المنتج ، سواء كان ذلك بالسوق المحلية أو بالسوق الخارجية ، كما أنها شرط أساسي لزيادة القدرة التنافسية للأفراد والمؤسسات .

<sup>1</sup> عبير مزغيش ، المرجع السابق ، ص 10.

<sup>2</sup> صوي مصطفى حسن السك ، مرجع سابق ، ص 29.

<sup>3</sup> أحمد عبد الرحمن الملحم ، المرجع السابق ، ص 382

<sup>4</sup> محمد نيورسي ، المرجع السابق ، ص ، ص 32-33 .

• سباق المتنافسين في خفض التكلفة ، حيث تلعب التكلفة كسلاح تنافسي دورا هاما ، إذ لا يمكن تحديد أسعار تنافسية دون ضبط مستمر للتكاليف ، إذ تتسابق المؤسسات فيما بينها في خفض عناصر التكلفة وخفض التكاليف ، ولو لم يؤدي إلى خفض قيمة الانتاج فإنه يساهم في زيادة القيمة المضافة والارباح المحققة ،ومن ثم تعزيز القدرة التنافسية للمشروع في السوق التنافسية.

### الفرع الثالث: أنواع المنافسة :

إذا عملنا على تأصيل الوسائل الحديثة للمنافسة التي أفرزتها العوامل الاقتصادية والاجتماعية والقانونية ، لوجدنا أنها تشترك في أن المقاصد منها هي التفوق و إثبات الوجود داخل السوق من خلال القوة المالية والاقتصادية ، ولما كانت السوق تشتمل على العديد من الممارسات التنافسية المتنوعة ، فهذا ما يدفعنا إلى ضرورة اعتماد التحليل الاقتصادي لظاهرة المنافسة ، واستقراء هذا التحليل حتى نتمكن من تأصيل المنافسة التأصيل القانوني الشامل والواضح المعالم .

وبالتالي سنتطرق الى ابراز مفهوم كل من المنافسة الكاملة والغير كاملة والخصائص كل منهما وذلك من اجل ازالة الغموض وادراك البعد الاستراتيجي من تنظيم المنافسة قانونا .

**أولاً: المنافسة الكاملة ( البحتة ):** توصف المنافسة الكاملة بوجود عدد كبير من البائعين والمشتريين في السوق وكذلك وجود سلعة متجانسة وعدم وجود العوائق أمام الدخول والخروج من السوق .

يمكن تعريف المنافسة الكاملة من خلال التطرق الى خصائصها والتي تتمثل في يلي :

- وجود عدد كبير من البائعين والمشتريين في السوق ، وهذا يعني وجود عدد كبير من المستهلكين الذين يطلبون السلعة ، وعدد كبير من المنتجين الذين يعرضونها .

- التجانس في السلعة التي ينتجها المنتجون ويبيعونها في السوق ، وعلى أساس ذلك تعد سلعة كل منتج بديل لمنتج آخر ، وعليه يستطيع المستهلك أن يتحول من منتج لآخر وهذا يعني - بالإضافة للخاصية الاولى - أن الطلب على سلعة كل منتج في السوق هي طلب غير نهائي .

- عدم وجود عوائق دخول الى السوق أو خروج منه وحرية المنتج من الدخول والخروج من السوق وتعني هذه الخاصية سهولة انتقال عناصر الانتاج من سلعة الى أخرى ومن منطقة جغرافية الى أخرى ، اي أنه لا توجد عوائق لانتقال عناصر الانتاج بين الاستعمالات المختلفة البديلة .

- إحاطة المستهلك بأسعار السلع التي يعرضها المنتجون ، وبالتالي لا يستطيع هؤلاء المنتجون استغلال جهل المستهلكين ومطالبتهم بسعر أعلى وهكذا فإن هذا الشرط يفتقر للواقعية .<sup>1</sup>

وبعد استعراض هذه الخصائص نجد أن من الصعب وجود أسواق تنطبق عليها جميع شروط المنافسة الكاملة، ولكن هناك سببان لدراسة هذا السوق.الاول أن سوق المنافسة الكاملة يمثل وضعاً نموذجياً يمكن استخدامه

<sup>1</sup> معين فندي الشناق ، الاحتكار والممارسات المقيدة للمنافسة في ضوء قوانين المنافسة والاتفاقيات الدولية ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان الطبعة الاولى 2010 ، ص 32-33 .

لمقارنة الاسواق من حيث سلوكها وأدائها والآخر أن هناك بعض الاسواق التي تقترب من كونها منافسة كاملة مثل أسواق الخضار والفواكه وتجارة التجزئة والاسواق المالية المتطورة ، وفي هذه الحالة فإن دراسة نموذج المنافسة الكاملة يساعدنا على فهم تلك الاسواق المشابهة .

وبهذه الخصائص الاربعة تقوم المنافسة البحتة في السوق ، ومن خلال هذه الخصائص نجد ان الاقتصاد الامريكي يقترب في بعض اجزائه الى المنافسة البحتة .

ونخلص الى أن وجود منافسة كاملة يعني استحالة وجود وضعية هيمنة في السوق من قبل تاجر أو مؤسسة ، حيث من أهم خصائص المنافسة الكاملة وجود عدد كبير من البائعين ، وهذا يتنافى مع وجود وضعية هيمنة وما يتبعها من اساءة استغلال مثل تلك الوضعية

### ثانياً: المنافسة غير الكاملة

يتضح جليا من التسمية ، أن المنافسة الغير كاملة هي منافسة موجودة إلا أنها تفتقر أحد العناصر المذكورة سلفا ، والتي تمكن من خلق مناخ للمنافسة التامة ، وعليه فالمنافسة الغير كاملة ، هي منافسة قائمة على تخلف أحد الشروط اللازمة لتمامها ، هذا النوع من المنافسة يدفعنا إلى التعرف على نوعين من المنافسة المتصلين بنظام المنافسة الغير تامة ، وهما احتكار القلة والمنافسة الاحتكارية.

غير انه لتوضيح هذين النوعين يتطلب الأمر التطرق إلى ماهية الاحتكار باعتباره احد ابرز ، المظاهر والنتائج المترتبة عن المنافسة الناقصة. فالاحتكار بحسب ما يعرفه الفقه ، هو كل فعل أو اتفاق أو تفاهم صادر عن شخص طبيعي أو اعتباري أو ممن توسط بينهم للتحكم في السعر أو نوعية السلع أو الخدمات ، بما يؤدي إلى إلحاق الضرر بالمجتمع.

وعليه فالاحتكار هو كل فعل يؤدي إلى السيطرة والنفوذ بغية إحداث اضطرابات واختناقات في معدلات وفرة السلع وأسعارها ، وذلك عن طريق إلغاء المنافسة أو إجبار المتنافسين على إخلاء السوق ، و إقصائهم منه وينطبق هذا السلوك على مستوى التجارة الدولية حيث تعتمد الشركات المتعددة الجنسيات عادة نحو اقتسام الأسواق فيما بينها عن طريق التفاهم المسبق أو الغش في العطاءات بخصوص المناقصات الدولية بحيث تحاول توزيع مزايا هذه الصفقات بالترتيب بينها من خلال اقتسام الأسواق والتداول فيما بينهم بدل التنافس وهي احد الممارسات الاحتكارية المقيدة للمنافسة<sup>1</sup> .

كما أن عدم وجود بدائل للمنتج الذي يوفره المحتكر ، يؤدي ذلك حتما إلى الوقوع في نظام للمنافسة الغير كاملة ، ولا يفوتنا القول أنه من الأسباب المؤدية إلى صيغة الاحتكار هو وجود عوائق رئيسية تمنع دخول

<sup>1</sup> قادري لطفي محمد الصالح ، آليات حماية المنافسة في التجارة الدولية ، أطروحة دكتوراه تخصص قانون أعمال ، قسم الحقوق ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، بدون سنة الطبع ، ص 35

مؤسسات جديدة إلى السوق وهي أحد الأسباب التي تحول المنافسة الكاملة إلى منافسة احتكارية ، أو على الأقل منافسة غير تامة.

أما احتكار القلة فيتميز هذا النظام من المنافسة بوجود عدد قليل من المشروعات التي تستأثر فيما بينها على الجزء الجوهري أو الأعظم من السوق ، بينما تتقاسم بقية المشروعات التي تمارس نشاطها في ذات السوق على الجزء الثانوي منه ، أو بعبارة أخرى عدد قليل من المؤسسات التي تتحكم بسعر سلعة نتيجة احتكار سوق سلعة ما فيكون في السوق عدد قليل من المنتجين أو العارضين يقابلهم عدد كبير من المشترين أو ما يعبر عنه زيادة في كتلة الطلب.

كما تتصف صناعة احتكار القلة بوجود عدد قليل من البائعين ، بحيث أن نشاط البائع الواحد يعد ذا أهمية كبيرة بالنسبة لغيره من البائعين ، وعليه فإن التغييرات التي تطرأ على الكمية المنتجة والسعر الذي تبيع به المنشأة الفردية سوف يؤثر في الكميات التي يمكن للمنشآت أن تنتجها ، وهذا يشير أن البائعين في سوق الاحتكار المتعدد ليسوا مستقلين عن بعضهم تماما كما هو الحال في سوق المنافسة الكاملة وعادة ما تقوم منشآت صناعة احتكار القلة بإنتاج وبيع سلع مميزة ورغم تباين منتجات هذه المنشآت إلا أنها تعتبر بدائل جيدة لبعضها البعض.

وما نود الإشارة إليه ، في هذا النوع من الاحتكار أنه يمثل الصفة الغالبة في غالبية الاقتصاديات الرأسمالية ، في العصر الحديث وهذا بحكم وجود الشركات الكبرى التي تلجأ إلى الاندماجات فيما بينها والتركز قصد الاستحواذ على أكبر حصة في السوق بإتباع أساليب تتفق أحيانا مع قواعد المنافسة السارية المفعول ، وبطرق مناهضة للمنافسة حيناً آخر ويتجلى هذا الأداء التنافسي بكثرة في نطاق التجارة الدولية ، حيث الشركات المتعددة الجنسيات التي تستثمر في مجال الصناعات الإستراتيجية كالنفط والدواء والسيارات.... الخ

أما المنافسة الاحتكارية ، فهي منافسة تقع بين المنافسة الكاملة والاحتكار التام ، حيث يتضح من التسمية ، أن المنافسة الاحتكارية هي تجمع بين المنافسة التامة والاحتكار الكامل ، ويمكن إعطاء مقارنة أكبر بالنسبة لهذه المنافسة مفادها أنها تقترب أكثر من المنافسة التامة مع بروز بعض مظاهر الاحتكار ، ويغلب على هذا النوع من المنافسة الاحتكارية الطابع العددي للمشروعات التي تعمل في سوقها مما يتيح بروز حالة من المنافسة القوية ، لكن هذه المشروعات من حيث العدد هي أقل مما هو عليه الحال في المنافسة الكاملة ، الأمر الذي يجعل من حصة كل مشروع في السوق تكون قليلة نسبياً دون أن يكون لها تأثير فاعل في سوق السلعة<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> قادري لطفي محمد الصالح ، المرجع السابق ، ص ص 36 - 37



كما يتميز هذا النوع من المنافسة بأن السلع فيها تكون متميزة وذلك عن طريق جعل السلعة تبدو مختلفة ومتميزة في عيون المستهلكين ، مما يمكن المشروعات من رفع أسعارها دون أن تخشى خطر ، انصراف العملاء عنها إلى المؤسسات المنافسة ، وعلى الرغم من الآثار السلبية التي تنتج عن هذا النوع من المنافسة الاحتكارية ، إلا أن وجود عدد كبير للمؤسسات التي تنتج تشكيلة متنوعة من السلع أو الخدمات يتيح للمستهلك خيارات متعددة في إشباع حاجياته من هذه البضائع والسلع.

حتى ولو أدى هذا النوع من المنافسة إلى الاحتكار لأن الاحتكار الذي يترتب بصورة عادية وبشكل طبيعي عن طريق استخدام المشروع لوسائل مشروعة ومتنوعة لا تخالف العادات والأصول المتعارف عليها في الفضاء التجاري، لا يعد محظورا في حد ذاته ، بل قد يصبح واقعا مفروض لا بديل عنه ، منه عندما لا يستوعب السوق إلا تاجر واحدا ، لكن المحذور كما سنأتي على بيانه لاحقا ، هو التوصل إلى المركز الاحتكاري عن طريق القيام بأعمال تعد من قبيل الممارسات التجارية الضارة والغير مشروعة.

كما تتشابه المنافسة الاحتكارية مع المنافسة الكاملة بخصوص حرية النفاذ إلى الأسواق ، حيث يمكن للشركات المتعددة الجنسيات ووفقا لمبادئ المنظمة العالمية للتجارة وانطلاقا من مبدأ حرية التجارة الدولية التي تعد أحد الأهداف الجوهرية لقيام المنظمة ، يمكنها مثل غيرها من المنظمات الاقتصادية والشركات الاستثمارية ، أن تدخل إلى الأسواق الوطنية متى تشاء ، ولها كذلك الحق في الانسحاب دون عوائق إستراتيجية أو جمركية متى امتثلت للاتفاقيات الدولية وما تمليه مبادئ النظام العام الدولي للأعمال<sup>1</sup>.

وما نود الإشارة إليه قبل أن نختم كلامنا حول المنافسة الاحتكارية ، بأنها من أكثر أنواع المنافسة شيوعا في الواقع العملي ، لان المنافسة الكاملة نادرا ما نجد تطبيقات لها خصوصا في الدول النامية ، بل حتى في الدول المتقدمة اقتصاديا ، وهذا بحكم عدم تحرير بعض القطاعات من السياسة الاقتصادية للدولة كقطاع النقل وقطاع العمالة والمواصلات.

أما المنافسة القائمة على الاحتكار النسبي فهي شائعة لأنها إحدى النتائج الملموسة من تحرير التجارة واستخدام التجار لشتى أنواع الوسائل قصد بلوغ الذروة في مجال الأعمال ، من خلال اجتذاب العملاء والحفاظ عليهم حتى ولو كلفهم ذلك الإنفاق أكثر على تحسين جودة المنتج وتخفيض السعر بما لا يجعله يبتعد كثيرا عن سعر التكلفة الحقيقي.

<sup>1</sup> قادري لطفي محمد الصالح ، المرجع السابق، ص 38 .

الفرع الرابع: المنافسة في ظل الإقتصاد الإسلامي

لا تعتبر المنافسة وليدة الأسواق النظام الرأسمالي ، ولا تعد القوانين لوضعية في السياقة في سن وتنظيم تشريعات المنافسة ، بل عن النظام الإقتصادي الإسلامي بتنظيمها بفضل الدولة الإسلامية منبثق من المنافسة الحرة والتشريع الإسلامي زاخر بالعديد من التطبيقات في هذا المجال .

أولاً: خصائص المنافسة في ظل الإقتصاد الإسلامي :

تتركز المنافسة في ظل الإقتصاد الإسلامي ، على العديد من الخصائص وهي :

✓ **الخلق الحسن في المنافسة :** كالصدق و الأمانة والقناعة والوفاء بالوعد والحقوق وانتظار المعسر

.....إلخ ، فالأخلاق الحسنة هي قوام الدين والدنيا ، وفي ذلك قوله عز وجل ( ياأيها الذين امنوا اتقوا الله

وكونوا مع الصادقين )<sup>1</sup> وقوله عز وجل ( إن الله يأمركم ان تؤدوا الأمانات إلى أهلها )<sup>2</sup> وفي ذلك قول

الرسول صلى الله عليه وسلم " التاجر الصندوق الأمين مع النبيين والصديقين والشهداء " وقوله ايضا قوله

صلى الله عليه و سلم " رحم الله رجلا سمحا إذا باع ، وإذا اشترى ، وإذا اقتضى "<sup>3</sup> .

✓ إن المنافسة الإسلامية قوامها روح التكافل والمودة والتراحم والتعاون بين الأفراد المجتمع:

وذلك امتثالاً لأمر الله عز وجل ( و تعاونوا على البر والتقوى ولا تعاونوا على الإثم والعدوان ) .

✓ ضرورة ممارسة المنافسة في جو من الأخوة و التسامح و التعاون: مصداقاً لقوله عز وجل ( إنما المؤمنون إخوة )<sup>4</sup>

✓ / التعامل في الطيبات : إذا أحل الله لعباده الطيبات وحرّم عليهم الخبائث ، لذا لا تصح التجارة في

المحرمات كالخمر ، الميتة لحم الخنزير .... إلخ ، وفي ذلك قوله عز وجل ( ويحل لهم الطيبات ويحرم

عليهم الخبائث ويضع عنهم إصرهم والأغلال التي عليهم فالذين امنوا به وعزروه ونصروه واتبعوا النور

الذي أنزل معه أولئك هم المفلحون )<sup>5</sup> ، وقوله عز وجل ( قل لا يستوي الخبيث والطيب ولو أعجبك كثرة

الخبث فاتقوا الله يا أولوا الألباب لعلكم تفلحون )<sup>6</sup> .

✓ النية الصالحة : وفي ذلك قوله عز وجل "إنما الأعمال بالنيات وإنما لكل امرئ ما نوى " ويراد بها في

هذا المقام نية الخير لنفسه و للآخرين .

✓ إجتناّب أكل أموال الناس بالباطل : مصداقاً لقوله عز و جل : ( ياأيها الذين ءامنوا لا تأكلوا أموالكم بينكم

بالباطل الا أن تكون تجارة عن تراض منكم )<sup>7</sup>.

<sup>1</sup> الآية 119 من سورة التوبة .

<sup>2</sup> الآية 58 منسورة النساء .

<sup>3</sup> عبد الله المصلح ، صلاح الصاوي ، ما لا يبيع التاجر جهله ، دار المسلم ، مؤسسة الرسالة للنشر ، لبنان ، 2005 ، ص 08

<sup>4</sup> الآية 02 من سورة المائدة .

<sup>5</sup> الآية 157 من سورة الاعراف .

<sup>6</sup> الآية 100 من سورة المائدة .

<sup>7</sup> الآية 29 من سورة النساء .

وعليه فإن المنافسة الإسلامية هي تلك التي تمارس في إطار من التعاون والعدل ، الذين يكفلان حصول كل ذي حق حقه ، في جو تسوده المحبة الإخاء ، حيث أن الإسلام يحث على ان تكون المنافسة بناءة ، تتصب على التسابق في إجادة العمل ، وإجادة المنتجات وتفوقها ، وأن تكون المنافسة خيرة لا يترتب عليها أضرار ، كما أن الإسلام الحنيف يدعو إلى التسابق والتنافس في العمل الصالح ، وهو في مجال النشاط الإقتصادي ، تحسين طرق الإنتاج وخفض التكاليف وتحقيق جودة الإنتاج ، مما يتيح للمستهلك مطالبه من السلع والخدمات ، ذات الجودة العالية والأثمان القليلة<sup>1</sup> .

✓ لا يترتب عليها أضرار بأفراد المجتمع ، حيث أنها تتسم بالشفافية والبيان وعدم الاحتكار .

✓ المنافسة المشروعة وسيلة التعمير في الأرض<sup>2</sup> .

**ثانياً: آثار المنافسة في ظل الاقتصاد الإسلامي :**

تتجلى آثار المنافسة الإسلامية فيما يلي :

- في ظل المنافسة الإسلامية ، ينعم كافة المتنافسون بالراحة والطمأنينة وانشراح الصدر والرضا ، مما يؤدي إلى استقرار السوق وعدم تعرضه للتقلبات المستمرة .

- تؤدي المنافسة الإسلامية إلى تحقيق الرخاء للمستهلكين .

- تحقيق الإكتفاء الذاتي للأمة .

- تماسك أعضاء المجتمع بكل فئاته من المنتجين ومستهلكين

**المطلب الثاني: مفهوم الميزة التنافسية**

يعتبر التنافس من أسس النجاح أو الإخفاق في أي منظمة، و تعتبر الإستراتيجية التنافسية هي العملية

التي تسعى من خلالها المنظمة للحصول على ميزة تنافسية بهدف تأسيس مكانة راسخة تضمن للمنظمة البقاء و الاستمرار .

**الفرع الأول: تعريف الميزة التنافسية:**

إن أهمية تعريف الميزة التنافسية يأتي من الدور الحاسم الذي تلعبه في حياة المنظمات باعتبارها

العنصر الاستراتيجي الحرج الذي يقدم فرصة جوهرية للمنظمات، و فيما يلي أهم المفاهيم.

يعتبر porter الميزة التنافسية على أنها: "العنصر الحرج الذي يقدم فرصة جوهرية لكي تحقق المؤسسة ربحية دائمة مقارنة بمنافسيها.<sup>3</sup>

كما يضيف بأن تحقيق الميزة التنافسية يكون من عدة جوانب:

<sup>1</sup> محمد أنور حامدي على ، الإغراق من صور المنافسة غير مشروعة ، دراسة المقارنة بين الشريعة الإسلامية والقانون الوضعي ، دار النهضة العربية مصر ، 2010، ص :42 .

<sup>2</sup> محمد نصر محمد ، المرجع السابق ، ص 55 .

<sup>3</sup>M.porter : "l'avantage concurrentiel", Dunod édition , paris, France, 1999, PP 41- 42.

- أ- التركيز على قطاعات سوقية معينة (التركيز).  
 ب- تقديم منتجات مختلفة عن منتجات المنافسين (التمييز).  
 ج- استخدام عمليات التصنيع و منافذ توزيعية بديلة (السيطرة على التكلفة).  
 د- استخدام هياكل مختلفة للتكلفة (السيطرة على التكلفة).  
 و يؤكد Porter بأن: "الميزة التنافسية تنشأ من مجموع وظائف المؤسسة و المرتبطة بالتصميم، الصنع، التسويق، التوزيع و تطوير المنتج، و لتحليل مصادر الميزة التنافسية، و يجدر بالمؤسسة تشخيص - و بصفة دقيقة- لكل نشاطاتها"<sup>1</sup>، و يشير إلى تحليل سلسلة القيمة.  
 فالتعريفان السابقان يركزان على أن تحقيق الميزة التنافسية تتم من خلال تطبيق إستراتيجية تنافس معينة و التي تعرف على أنها، "مجموعة متكاملة من التصرفات تؤدي إلى تحقيق ميزة متواصلة و مستمرة عن باقي المنافسين"<sup>2</sup>.

فالإستراتيجية التنافسية تتحدد من خلال ثلاث مكونات أساسية و هي<sup>3</sup>:

- 1- **طريقة التنافس:** و تشمل إستراتيجية المنتج، الموقع، التسعير، التوزيع، التصنيع...
- 2- **حلبة التنافس:** و تتضمن اختيار ميدان التنافس، الأسواق و المنافسين.
- 3- **أساس التنافس:** و يشمل الأصول و المهارات المتوفرة لدى المؤسسة و التي تعتبر أساس الميزة التنافسية الدائمة، و يقصد بالأصل ما تحوز عليه المؤسسة مثل اسم العلامة أو الولاء للعلامة أو الموقع، أما المهارات فهي عنصر ما تقوم به المؤسسة مثل الإعلان و التصنيع بكفاءة أو جودة عالية.  
 تعرف الميزة التنافسية كذلك على أنها: "حد لجل الخصائص و الصفات التي يحوزها المنتج أو العلامة التي تعطي للمؤسسة بعض الأفضلية عن المنافسين المباشرين"<sup>4</sup>.

من خلال ما سبق يمكننا القول بأن مفهوم الميزة التنافسية أصبح يشكل ثورة حقيقية في إدارة الأعمال على المستوى الأكاديمي العلمي، و يمكن استنتاج أن الميزة التنافسية هي القوة الدافعة أو قيمة أساسية تتمتع بها المؤسسة و تؤثر على سلوك العملاء في إطار تعامله معها و قد تستمر لفترة طويلة بغض النظر على طول أو قصر دورة حياة السلعة التي تقدمها هذه المؤسسة، و بشكل عام نجد بأن جل الإدارات العليا في كافة المؤسسات الصناعية تسعى جاهدة إلى تحقيق المزايا التنافسية من خلال ما تقدمه العمليات، إذ تشير الميزة

<sup>1</sup> M.porter : "l'avantage concurrentiel",P42.

<sup>2</sup> نبيل مرسي خليل ، الإدارة الإستراتيجية- تكوين و تنفيذ استراتيجيات التنافس- دار المعارف للنشر، الإسكندرية، مصر، 1995، ص 227.

<sup>3</sup> نبيل مرسي خليل ، المرجع نفسه، ص 228.

<sup>4</sup> Jean Jacques lambin; le marketing stratégique, sconsé édition, Paris, France, 2eme éditions, 1993, PP209- 210.

التنافسية على وجه العموم إلى المقدره على تحقيق حاجات المستهلك أو القيمة التي يتمنى الحصول عليها من ذلك المنتج.

### الفرع الثاني: مصادر الميزة التنافسية

سنحاول في هذا الفرع تقديم كل من المصادر التي يمكن أن تستخدمها المؤسسة لاكتساب ميزة تنافسية، وكذا أنواع هذه الميزة

#### أولاً: مصادر الميزة التنافسية

تقوم المؤسسة بتنفيذ إستراتيجية تنافس محققة للقيمة و هذا باستيفائها معيارين هما:

✓ عدم تطبيق هذه الإستراتيجية من جانب أي منافسيها الماليين أو المحتملين مستقبلاً.

✓ عدم قدرة المؤسسة المنافسة الأخرى على تحقيق نفس مزايا تلك الإستراتيجية.

كما أن هناك شروطاً أساسية لكي تؤدي الميزة التنافسية إلى تحسين الأداء المالي و التنافسي للمؤسسة و هي:<sup>1</sup>

✓ أن تكون الميزة بدرجة من الكبر بحيث تمكن المؤسسة من تحقيق مزايا.

✓ أن تكون مستمرة و متواصلة نسبياً و بمعنى عدم إمكانية تقليدها بسهولة من جانب المؤسسات المنافسة الأخرى.

✓ أن يكون أثرها ملموساً و ملحوظاً.

و على هذا الأساس تتمثل المصادر المحققة للميزة التنافسية مايلي:<sup>2</sup>

1. **الابتكار:** أن تزايد عدد المؤسسات و الذي نجم عنه زيادة حدة التنافس على المستوى العالمي، أدى إلى تصاعد اهتمام المؤسسات بالابتكار إلى درجة اعتباره الحد الأدنى في الأسبقيات التنافسية إلى جانب التكلفة و الجودة.

2. **الزمن:** يعتبر الوقت سواء في إدارة الإنتاج أو في إدارة الخدمات ميزة تنافسية أكثر أهمية مما كان عليه في السابق، فكسب أكثر عدد من العملاء يعتبر ميزة تنافسية، و تتمثل الميزات التنافسية التي تعتبر جوهر المنافسة على أساس الوقت فيما يلي:

1- تخفيض من تقديم المنتجات الجديدة إلى الأسواق، و ذلك من خلال إحضار زمن دورة حياة المنتج.

2- تخفيض زمن دورة التصنيع للمنتجات.

3- الالتزام بجداول زمنية محددة و ثابتة لتسليم المكونات الداخلة في عملية التصنيع.

<sup>1</sup> نبيل مرسي خليل، المرجع السابق، ص 85.

<sup>2</sup> رتيبة نحاسية: أهمية اليقظة التنافسية في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة، مذكرة ماجستير، تخصص تسيير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير جامعة الجزائر، 2003، ص ص 59- 61.

### 3. المعرفة:

إذا كانت المعرفة هي حصيلة أو رصيد خبرة و معلومات و تجارب و دراسات فرد أو مجتمع معين في وقت محدد فإننا نعيش حتما حالة "انفجار المعرفة" حيث أصبحت هذه الأخيرة المورد الأكثر أهمية في خلق الميزة التنافسية، وفي ظروف التطور السريع في السواق و التكنولوجيا و المنافسين، فالمؤسسات الناجحة هي التي تنشأ بشكل متكامل المعرفة الجديدة و تجسدها فعليا.

#### الفرع الثالث: أنواع الميزة التنافسية:

يرى مايكل بورتر أن هناك نوعين رئيسيين من الميزة التنافسية و هما:

أ- قيادة التكلفة أو السيطرة عن طريق التكاليف: تتميز بعض الشركات بقدرتها على إنتاج أو بيع نفس المنتجات بسعر أقل من المنافسين، هذه الميزة تنشأ من قدرة الشركة على تقليل التكلفة و يمكن للمؤسسات أن تحقق هذه الميزة من خلال: تملكها للتكنولوجيا الفضل مصادر للمواد الأولية، الاستغلال الفضل للطاقات الإنتاجية، كفاءة العمليات التسويقية فعالية نظم الإنتاج و نظم الصيانة<sup>1</sup>.

ب- التميز عن طريق الاختلاف أو التميز: شركات أخرى تتميز بقدرتها على إنتاج منتجات أو تقديم خدمات فيها شيء ما له قيمة لدى العملاء بحيث تفرد به عن المنافسين مثال ذلك شركة سوني، و هذا التمييز يكون مستوى الجودة، الإبداع التكنولوجي أو خدمات ما بعد البيع و إمكانية الحصول على السلعة في أي مكان، التميز في طريقة صنع السلعة<sup>2</sup>

<sup>1</sup> داسي حسين وهيبية، إدارة المعرفة و دورها في تحقيق الميزة التنافسية، رسالة ماجستير، جامعة دمشق، 2006-2007، ص

79.

<sup>2</sup> داسي حسين وهيبية، المرجع نفسه، ص 81.

### المبحث الثاني: الاطار القانوني لقانون المنافسة.

يرتبط ظهور قانون المنافسة في الأنظمة القانونية عموماً بانتهاج اقتصاد حر تكون المنافسة إحدى مقوماته، و على هذا الأساس لم يكن من المتوقع ظهور قانون المنافسة في الجزائر خلال مرحلة ما قبل تسعينات القرن الماضي، على اعتبار سيادة النهج الاشتراكي آنذاك، أي نظام اقتصادي احتكاري تزاوّل من خلاله الدولة نشاط الإنتاج، استيراد و التوزيع دون اشتراك القطاع الاقتصادي الخاص.

### المطلب الأول: التطور التاريخي لقانون المنافسة:

ان مفهوم المنافسة تضرب جذوره في أعماق التاريخ الانساني الذي يكون السلوك الانساني محور تفاعلاته وتعد المنافسة من سنن الفطرة الكونية للبشر ، غايتها التفوق في مجالات الاعمال والانشطة أيا كانت طبيعتها ، وقد لازمت المنافسة النشاط الاقتصادي خاصة ، حتى اتصفت بكونها أحد الشروط اللازمة لاحترافه. كما تعد الرغبات الانسانية الدافع الرئيس أو القوة الدافعة لأي نشاط اقتصادي وتجاري ، حيث ان ازدياد الرغبات الانسانية على مر العصور يتأتى من الاشياء التي يحتاج إليها الانسان ليمارس نشاطه ككائن حي وفق مقتضيات اجتماعية لتوفير عناصر الحياة المريحة مثل السلع والخدمات .

وقد لعبت التجارة على مر العصور دورا كبيرا في حياة البشر ، كما برزت أهميتها في مجال التنمية الاقتصادية. حيث بدأ التاجر يمارس تجارته متجولا بين أفراد المجتمع عارضا عليهم بضائعه، ثم أخذ يقف في حيز مادي في الطرق و الممرات والأزقة، ثم مالبت أن ظهرت حاجة التاجر الى مكان (محل) يتواجد فيه و الى أدوات يستخدمها و الى سلع يبيعها، ثم الى شركات أو مصانع تقوم بانتاج السلع.

### الفرع الأول: تطور قانون المنافسة في النظام الاسلامي

عني النظام الاسلامي بتنظيم المنافسة و التسعير والتمن في مجال الاقتصاد الاسلامي، حيث ان المنافسة الحرة هي الأصل في الدولة الاسلامية ولكن هذا الأصل مقيد وليس مطلق. ويزخر التشريع الاسلامي بالعديد من التطبيقات التي تؤمّ الغلو في استعمال الحق. فقد استقر الفقه الاسلامي على عدم جواز التعسف في استخدام الحق، فاذا كان ثمة ضرر يمكن أن يلحق بالغير، يكون على صاحب الحق أن يوازن بين المصلحة المشروعة التي يريد الحصول عليها وبين الضرر الذي يترتب على استعماله لحقه.

فاذا ما رجح جانب الاضرار بالغير، قيد حقه مما يرفع هذا الضرر اعمالا للحديث النبوي الشريف "لا ضرر و لا ضرار"<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> د : معين فندي الشناق ، المرجع السابق ، ص ص 43-44

وقد ذهب العلامة الدكتور عبد الرزاق السنهوري الى أن نظرية التعسف في استخدام الحق في القانون المدني المصري نجد أصلها في نظرية التعسف في استخدام الحق في الشريعة الإسلامية.

وعليه يكون النظام الإسلامي قد استند الى قاعدة " أن الضرورات تبيح المحضورات" و قاعدة " رفع الحرج على الناس شرعا" فسعر السوق اذا في الدولة الإسلامية هو السعر الجاري طبقا لحالة المنافسة الحرة شريطة ألا يؤدي هذا الى الاضرار بالناس صعودا أو هبوطا، أي ان الدولة الإسلامية تتدخل ليس لانقاص السعر فقط بل لزيادته أيضا، اذا ترتب على الانقاص ضرر بمجموع الناس، أو بفتنة من الناس والعبرة هنا في تفاوت المصالح و المضار، فيقدم دفع الضرر على جلب المنفعة، وتقدم المصالح الأهم على المصالح الأقل أهمية. وعليه كان للدولة الإسلامية دور كبير في التدخل في المنافسة الحرة، اذا أدت هذه المنافسة الى الاضرار بمجموع الناس.

ويوجب الإسلام أن تكون منافسة بناءة (إيجابية نافعة) تنصب على التسابق في إجادة العمل والمنتجات وتفوقها، لتؤدي في النهاية إلى تقليل الفاقد في الموارد والوقت وزيادة الكفاية الانتاجية وتحقيق الاهداف المنشودة بفاعلية أكبر كما يوجب أن تكون منافسة خيرة فلا يترتب عليها الإضرار بالغير.

ولما كان التشريع الإسلامي الحنيف لم يمنع الاحتكار الا ضمن شروط، فانه لا مانع من أن يوجد الى جانب سعر المنافسة الحرة سعر آخر احتكاري، بالنسبة للسلع التي لا يمنع التشريع الإسلامي من احتكارها وهي السلع التي لا يؤدي احتكارها الى الاضرار بمجموع الناس، ومما يجب أن يلاحظ هنا أن الدولة الإسلامية فيها مطلق الحرية في حدود المصلحة الشرعية في اعتبار بعض السلع الضرورية أو الغير ضرورية.

### الفرع الثاني: تطور المنافسة في النظام الرأسمالي

وعند الحديث عن الاحتكار و تنظيمه والعمل على مكافحته بما أولاه القانون الأمريكي من اهتمامه يتبين أن جذوره في هذا المجال قديمة تعود الى القرن الثامن عشر حيث ترجع بداياته الى ما قامت به المؤسسات الحكومية التي عملت جاهدة على مكافحة الاحتكار و كان لها الدور الأكبر في ضبط الأداء الاقتصادي من خلال ذلك.

ومع تطور الأمور أصبحت هناك مؤسسات كثيرة تعمل على احتكار السوق لذلك أدركت حكومة الولايات المتحدة الأمريكية ضرورة سن قانون لمنع الاحتكار الذي تقوم به تلك المؤسسات فقامت باصدار قانون شيرمان عام 1890 الذي عمل على ضبط الأوضاع الاقتصادية غير القانونية في السوق، سواء أكانت المعلنة أو غير المعلنة كان لها أكبر الآثار في الاقتصاد الأمريكي<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> د : معين فندي الشناق ، المرجع السابق ، ص ص 45 - 46



وقد برز دور هذا التشريع بعد الثورة الصناعية التي حدثت في البلاد بعد الحرب الأهلية، حيث انتشرت الأسواق ونمت الصناعات وأصبح هناك استقرار ورخاء اقتصادي في البلاد، وقد انتشرت الكثير من الصناعات هناك مثل الصناعات النفطية و اللحوم و الصناعات الزراعية، ولذلك عملت الشركات على ضبط الأسعار لديه ولكن بعض المؤسسات أصبحت تتجاوز حدود القانون، لذلك عملت الحكومات على تأسيس المؤسسات التي تعمل على ضبط المؤسسات الاقتصادية، وعلى ضبط الأسعار لحماية المؤسسات من الاحتكار من خلال ذلك بحيث تعمل على توزيع الأرباح بين كل المؤسسات في السوق. وقد بدأ القانون بفرض عقوبات اقتصادية على المؤسسات المخالفة بحيث وصل مداها الأقصى الى خمسين ألف دولار آن ذاك، وقد حاز القانون الموافقة بالاجماع دون مخالفة من أحد في مجلس الكونغرس و تم اقراره في العام نفسه لكي يتم تطبيقه أن ذاك وبالتالي كانت هناك قيود على حركة المؤسسات و سياستها في السوق من خلال ذلك.

ولم يمض وقت طويل على قانون 1890، حتى تمت مهاجمته ببيان أنه يعاني من بعض العيوب في هذا الميدان مثل عدم وضوح الخطوات المتخذة عند تطبيقه، وعدم وضوح الأهداف من خلاله، و عدم لعبه دورا بارزا في محاربة الاحتكار. لذلك بدت الحاجة الى تطبيقه مع بعض التعديلات لكي يتناسب مع وضع السوق بشكل مباشر من خلال ذلك.

فكانت هناك تعديلات للقانون من خلال البنود 15، 39، 329 عام 1895 لكي يتم ضبط ذلك القانون، حيث كانت أولى الحالات التي تم تطبيق القانون المعدل عليها قطاع صناعة السكر، حيث كانت هناك بعض المؤسسات التي تمارس سلوكيات اقتصادية غير قوية في الميدان بحيث تضبط الأمور بشكل مباشر.

واستمرت الشكوى من هذا القانون الى أن تم تعديله في عام 1950، بناء على مراجعة بعض البنود و القوانين، لكي يتم تعديل ذلك القانون حيث ركز القانون على التعامل بشكل حازم مع الحالات التالية المخالفة للقانون:

- سياسات التمييز السعري الذي يتم بموجبه بيع السلعة نفسها بعدد من الأسعار، اذ يعد ذلك مخالفا للقانون.
- العقود التحالفية التي يتم بموجبها عمل عقود يشترط فيها المنافس توقف الزبون عن التعامل مع منافسيه.
- التحالفات المشتركة، التي يتم بموجبها شراء الشركات المنافسة لبعضها البعض.<sup>1</sup>

وضمن المسار القانوني نفسه ظهر قانون التجارة الدولية عام 1914، الذي عمل على تطوير العديد من النظريات القانونية التي تعمل على انشاء القوانين المناسبة لذلك و التي تعمل على مكافحة قانون الاحتكار لكي يكون هناك أفضل الصيغ القانونية التي نشأت بعد قانون شيرمان، بحيث أرادت المحافظة على استقلالية القوى الاقتصادية و الاجتماعية والسياسية من خلال المحافظة على أوضاع السوق وعدم استغلال الشركات الاحتكارية للقطاعات السابقة في الميدان.

<sup>1</sup> د : معين فندي الشناق ، المرجع السابق، ص ص 46-47

وعلى المستوى الأوروبي نجد أن القانون الأوروبي المتمثل في المادة 86 من اتفاقية السوق الأوروبية المشتركة يطبق بشكل مباشر على كل الدول المنظمة الى الاتفاقية دونما حاجة الى اتخاذ أي إجراء، اذ انها تتشا حقوقا والتزامات مباشرة للدول والأفراد سواء بسواء وفي حال تعارض أحكام المادة 86 مع القوانين الوطنية للدول الأعضاء تشمل المادة 86 عليها. كما نجد أن المادة الثالثة من إتفاقية روما التي تأسست بمقتضاها المجموعة الاقتصادية الاوربية قد أكدت في فقرتها التاسعة على ضرورة إحترام المنافسة في الاقليم الداخلي لكل دولة من الدول الاعضاء في المجموعة الاقتصادية الاوربية.

وقد ظهر هناك الكثير من التشريعات التي تضبط الممارسات التجارية من الناحية القانونية ، حيث تضبط أية محاولة لتجميع الرساميل الضخمة أو تثبيت الاسعار والاحتكار لتلك الاقتصاديات لكي تؤدي إلى تعزيز المنافسة التي تشجع الانتاج من خلال ذلك ، والهدف الاساسي هو تخفيض سعر السلع التي يتم بيعها والخدمات المقدمة للآخرين.

ولذلك فإن قانون مكافحة الاحتكار يعمل على مكافحة أي إحتكار أو تجمع رأسمالي يؤثر في الاقتصاد ، حيث يعزز الكفاءة من خلال تنظيم المنافسة بين المؤسسات الاقتصادية . والذي يعمل على منع أية تأثيرات سلبية للتجمعات الاقتصادية الكبيرة ، من خلال تنظيم الاقتصاد أو القطاع الصناعي الامريكي الذي تعزز التجارة الحرة من خلاله.

وبعد انتهاء الحرب العالمية الثانية ظهرت ثلاثة أسباب أو عوامل رئيسية تستدعي قيام الدول الصناعية بعمل لتنظيم الاقتصاد العالمي لفترة ما بعد الحرب، هذه العوامل تتمثل في تحديد سعر الصرف للعمالات وإعادة الإعمار وتنظيم التجارة العالمية في السلع.

وفي عام 1944 قام الحلفاء بوضع خطة للاستجابة لهذه المطالب وتم على ضوء ذلك إنشاء ثلاث منظمات عالمية، هي صندوق النقد الدولي والبنك الدولي للإنشاء والتعمير ومنظمة الجات .

وقد جاء مصطلح الـ GATT من General Agreement on Trade and Tariffs، وهو ما عرف باسم اتفاقية الجات التي تهدف الى تحرير التجارة عن طريق تخفيض الحواجز الجمركية والمساهمة في إيجاد اقتصاد متحرر الجوانب ، وقد وقعت الاتفاقية من قبل 23 دولة وكان تطبيقها اختياريا، وبمرور الزمن زاد عدد الموقعين عليها والمعروفين باسم الاطراف المتعاقدة (contracting parties)<sup>1</sup>.

وفي عام 1986 بدأ ما يعرف بجولة الأورجواي واستمرت الى عام 1994، عندما تم وضع أول مسودة لنظام التجارة العالمي وبدأت سلسلة من المفاوضات والاجتماعات لمناقشة الاتفاق و تم من خلال ذلك اقتراح انشاء

<sup>1</sup> د : معين فندي الشناق ، المرجع السابق ، ص ص 48-49 .

منظمة التجارة العالمية، وفي 15 /4/ 1994 تم الاجتماع في مدينة مراكش وتم توقيع اتفاقية جولة الاورجواي و انشاء منظمة التجارة العالمية بتوقيع 125 دولة.

وقد جاءت الأونكتاد "UNCTAD" (مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة و التنمية) لتولي عناية خاصة بالمنافسة على المستوى الدولي، حيث كانت الدول النامية في عقد السبعينات قلقة من الممارسات المخلة بالمنافسة، حيث ساد الشعور لدى المجتمع الدولي بالحاجة الى وجود قواعد دولية لتنظيم تلك الممارسات فتم وضع قواعد لسلوك الممارسات التجارية التي أقرت في كانون الأول من عام 1989 من خلال نشاطات منظمة الأونكتاد.

### الفرع الثالث: تطور المنافسة في النظام الاشتراكي

و بخصوص النظام الاشتراكي حيث جاء رد فعل "ثورة" على وسائل الرأسمالية في استثمار المال، و على طابعها الخاص من السيطرة على الحكم والتوجيه. وانه لتأكيد أن هذا النظام أيضا لا يعبر الا عن مدنية حسية ومادية خالصة، ولا يعرف دينا سوى دين واحد هو التعبد بالرقى المادي مع اختلاف طفيف يتلخص بأن النظام الأول (الرأسمالي) دينه التعبد للرقى المادي على مستوى الأفراد، بينما النظام الاشتراكي على مستوى المجتمع ككل، منترعا حق الملكية الفردية، رافضا لمبدأ الحرية و الديمقراطية بالمفهوم الرأسمالي، مؤكدا حق الملكية للدولة فقط، فارضا سيطرته على السوق، لا يوجد أثر لمبدأ العرض والطلب كآلية لتحديد الأثمان والقيم العليا فقتل في نفوس أفرادها الحافز نحو العمل والتنافس فيه .

والنظام الاشتراكي لايعترف بمبدأ العرض و الطلب كآلية لتحديد السلع والخدمات في السوق، كونه يعد في نظره مبدأ العرض و الطلب أحد مداخل الاستغلال في النظام الرأسمالي، وقد يكون وسيلة للاحتكار، ومن ثم يصبح وسيلة لقلّة العرض فيزداد الطلب، وتبعاً لزيادة الطلب ترتفع الأسعار ويحصل أصحاب رؤوس الأموال بسبب ذلك على أرباح خيالية، ولايعنيهم معنى خلقي، كما لا تقف في طريق استغلالهم عقبة من قانون أو سلطة تنفيذية طالما أن المال يحقق مالا سواء بالرشوة أو بالبيع و الشراء.<sup>1</sup>

ومن هنا يمكن القول أن أولى بؤادر قانون المنافسة إلى نهايات القرن التاسع عشر بالولايات المتحدة، وهي فترة بداية صدور القوانين التي تحظر الممارسات الاحتكارية و المتنافية مع حرية المنافسة، وهي بالخصوص ثلاثة قوانين، عرفت بقوانين حظر التجمعات الاحتكاريةLois antitrust فصدر سنة 1896 ما، أضحي يعرف بقانون شارمان Sherman act الذي يحظر الاحتكار، ثم قانون كلايتون Clayton act سنة 1914 و الذي يحظر اللجوء للأسعار التمييزية، و بمقتضاه صدر في ذات السنة القانون المؤسس للجنة التجارة الفيدرالية Federal trade commission act الذي يحظر اللجوء لأعمال المنافسة غير المشروعة.

<sup>1</sup> د : معين فندي الشناق، المرجع السابق، ص ص 50 - 51.

أما في أوروبا فإن قانون المنافسة يعد أكثر حداثة ، على اعتبار أنه متزامن مع إنشاء السوق الأوروبية المشتركة سنة 1958 بمقتضى اتفاقية روما لسنة 1957 وإن تأخر بالنسبة للقانون الفرنسي حتى سنة ، 1986 و هي سنة صدور أمر 1 ديسمبر ، الذي أدمج ضمن المواد 410 وما يليها من القانون التجاري الفرنسي، حتى و إن كان القضاء الفرنسي قد عرف دعوى المنافسة غير المشروعة قبل هذا التاريخ، من خلال دعوى المنافسة غير المشروعة تأسيسا على مبادئ المسؤولية التقصيرية، و أحكام المسؤولية الجنائية لاسيما فيما يتعلق بتحويل العملاء عن طريق تقليد المنتج أو العلامة التجارية للمتعامل المنافس.

### المطلب الثاني: تعريف قانون المنافسة

يمكن تعريفه على انه مجموعة القواعد القانونية التي تتحكم في التنافس او التزاحم بين المتعاملين الاقتصاديين في المحافظة على الزبائن.  
وهو مجموعة القواعد المطبقة على السوق، و التي تتضمن البحث عن الزبائن و المحافظة عليهم من جهة السوق.

وهو جزء من القانون الاقتصادي و البديل لقانون السوق، و يقصد به كذلك النصوص التي تمنع الممارسات المنافية للمنافسة، سواء فريدة أو جماعية، و خصوص المنافسة غير المشروعة.  
ويضم كذلك قانون الضبط و يعتبر المنافسة وسيلة فعالة لحماية تحديد منافس ذاتها، و قانون 05/10 المتعلق بالمنافسة قد وسع مجال تطبيقه سواء على الأشخاص أو النشاطات وأعطى الإمكانية للدولة في التدخل من اجل مراقبة و تحديد أسعار المواد واسعة الاستهلاك.  
ويعرف " أيضا مجموعة الاحتكام القانونية و التنظيمية تطبق على المؤسسات في إطار نشاطاتها داخل السوق، و التي يكون الغرض ضبط التنافس فيما بينها".

وعليه لم يظهر أي نص قانوني للمنافسة إلا بعد تغيير النهج الاقتصادي الجزائري قد إصدار سنة 1995 الأمر 95-06 المؤرخ في 1995/01/25 المتعلق بالمنافسة و الذي الغي بالأمر 03-03 المؤرخ في 2003/07/19 المتعلق بالمنافسة و ذلك للدوافع التالية<sup>1</sup>:

- ضرورة فصل القواعد المتعلقة بالمنافسة ( اتفاقات و اتفاقيات غير شرعية و التعسف في وضعية الهيمنة والتجميعات) بتلك التي ترتبط بالممارسات التجارية.
- إلزامية وضع الآليات التي تمكن من العمل المشترك القائم على التنسيق بين ادارة التجارة، مجلس المنافسة، المؤسسات قصد التأقلم مع وضع الجديد.

<sup>1</sup> الأمر 95-06 المؤرخ في 1995/01/25 المتعلق بالمنافسة و الذي الغي بالأمر 03-03 المؤرخ في 2003/07/19 المتعلق بالمنافسة.

➤ ملائمة تشكيل مجلس المنافسة مع دور المنوط بيه و الذي يعتبر أكثر ديناميكي في ضبط السوق و ترقية المنافسة.

➤ مراعاة متطلبات التي يرفضها اندماج بلدنا الاقتصاد الجهوي والدولي و الذي يستلزم عصره التكيف التشريعي الوطني المتعلق بالمنافسة.

### المطلب الثالث: أهداف قانون المنافسة.

يهدف هذا الأمر الى تحديد شروط المنافسة في السوق و تفادي الممارسات المقيدة للمنافسة و مراقبة التجميعات الاقتصادية، قصد زيادة الفعالية الاقتصادية و تحسين ظروف المعيشة للمستهلكين حيث يسعى الأمر 03-03 الى تحقيق:

**الفرع الأول: حماية المنافسة:** تتجلى أهمية قانون المنافسة من خلال حمايته مبدأ حرية المنافسة في حد ذاته، و بالتالي حماية السوق باعتباره مجالاً لها، و تظهر هذه الحماية من خلال الحظر الممارسات المقيدة للمنافسة بغرض النظر عن أثارها و الفعالية على السوق بنص المادة 06 من الأمر 03-03: " تحظر الممارسات و الأعمال المدبرة و الاتفاقيات الصريحة أو الضمنية عندما تهدف او يمكن ان تهدف الى عرقلة حرية المنافسة او الحد منها او الإخلال بها بنفس السوق أو في جزء جوهري منه".<sup>1</sup>

**الفرع الثاني: حماية المؤسسة:** تتحقق من خلال حماية الأعوان الاقتصاديين داخل السوق، لاسيما أمام بعض تصرفات منافسيهم، و يندرج في هذا الإطار حظر التعسف الناتج عن الوضعية الهيمنة و التعسف في استغلال الوضعية التبعية الاقتصادية بصفتها زبون أو مأمونا التي قد تأخذ عدة أشكال أوردتها المادة 11 من الأمر 03-03.<sup>2</sup>

**الفرع الثالث: حماية المستهلك:** إن حماية المنافسة و المؤسسات داخل السوق قد تتعدى بضرورة الى حماية المستهلك، و يتضح ذلك من خلال حظر عمليات الاحتكار التي ترمي إلى رفع الأسعار، و البيع بالخسارة الذي قد يعرقل منافسة و يؤدي إلى انسحاب الأعوان الاقتصاديين الأقل قدرة على المنافسة من السوق، الشيء الذي يؤدي بضرورة الى ارتفاع الأسعار بشكل غير مبرر اقتصاديا و يضعف بالقدرة الشرائية للمستهلك.

<sup>1</sup> المادة 6 من الأمر 03-03 المؤرخ في 19-07-2003، الجريدة الرسمية، العدد 2003، 43.

<sup>2</sup> المادة 6 من الأمر 03-03، .

### المبحث الثالث: الممارسات المقيدة للمنافسة و مجال تطبيق أحكام قانون المنافسة

إن اللجوء الأعوان الاقتصاديين الى اتخاذ بعض الأساليب لبسط نفوذهم في السوق و كذا تحقيق الربح السريع على حساب المستهلك بالدرجة الأولى، على حساب الأعوان الاقتصاديين الآخرين دفع بالمشرع إلى اتخاذ التدابير اللازمة لوقف هذه الأعمال غير شرعية، فقد أصدر بموجب قانون المنافسة العديد من القواعد التي تحظر اللجوء إلى استعمال مثل هذه الأنشطة و أعطى صلاحية مراقبة و متابعة ذلك لمجلس المنافسة.

#### المطلب الأول: الممارسات المقيدة للمنافسة

إن لجوء الأعوان الإقتصاديين إلى إتخاذ بعض الأساليب لبسط نفوذهم في السوق وكذا تحقيق الربح السريع على حساب المستهلك بالدرجة الأولى أو على حساب الأعوان الإقتصاديين الآخرين دفع بالمشرع إلى إتخاذ التدابير اللازمة لوقف هذه الأعمال غير الشرعية، فقد أصدر بموجب قانون المنافسة العديد من القواعد التي تحظر اللجوء إلى إستعمال مثل هذه الأنشطة وأعطى صلاحية مراقبة و متابعة ذلك لمجلس المنافسة<sup>1</sup>.

وعليه فمن الممارسات المنافية للمنافسة التي جاء بها قانون المنافسة الجزائري نذكر:

1- الممارسات و الأعمال المدبرة و الاتفاقيات و الاتفاقات التصريحية أو التنظيمية عندما تهدف أو يمكن إن تهدف إلى عرقلة حرية المنافسة أو الحد منها أو الإخلال بها في نفس السوق أو في جزء جوهري منه<sup>2</sup>؛ و التعسف الناتج عن وضع الهيمنة على السوق أو الاحتكار لها أو على جزء منها، لا سيما عندما ترمي إلى<sup>3</sup> :

- ✓ الحد من الدخول في السوق أو من ممارسة النشاطات التجارية فيها.
- ✓ تقليص أو مراقبة الإنتاج أو منافذ التسويق أو الاستثمارات أو التطوير التقني.
- ✓ اقتسام الأسواق أو مصادر التمويل.
- ✓ عرقلة تحديد الأسعار حسب قواعد السوق للتشجيع المصطنع لارتفاع الأسعار و انخفاضها.
- ✓ تطبيق شروط غير متكافئة لنفس الخدمات اتجاه الشركات التجاريين، مما يحرمهم من منافع المنافسة.
- ✓ إخضاع إبرام العقود مع الشركات لقبولهم لخدمات إضافية ليس لها صلة بالموضوع هذه العقود سواء بحكم طبيعتها أو بحسب الأعراف التجارية.
- ✓ السماح بمنح صفة عمومية لفائدة أصحاب هذه الممارسات المقيدة.

<sup>1</sup> زوبير أرزقي ، حماية المستهلك في ظل المنافسة ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير – فرع "المسؤولية المهنية " جامعة مولود معمري – تيزي وزو ، سنة 2011 ، ص 94

<sup>2</sup> المادة 6 من الأمر 03-03.

<sup>3</sup> المادة 7 من الأمر 03-03.

2- عرقلة حرية المنافسة: تعتبر عرقلة حرية المنافسة أو الحد منها أو الإخلال بها و يحظر، كل عمل وأو عقد مهم كان طبيعته و موضوع يسمح للمؤسسة باستئناف ممارسة النشاط يدخل في مجال تطبيق هذا الأمر.<sup>1</sup>

3- تعسف المؤسسة في استغلال وضعيتها التبعية لمؤسسة أخرى بصفتها زبون إذ كان ذلك ليخل بقواعد المنافسة يتمثل هذا التعسف على الخصوص في<sup>2</sup>:

✓ رفض البيع بدون مبرر شرعي.

✓ البيع المتلازم أو المتميز.

✓ البيع المشروط باقتناء كمية دينية.

✓ الإلزام ببيع بسعر أدنى:

✗ قطع العلاقة التجارية بمجرد رفض متعامل لخضوع لشروط تجارية غير مبررة.

✗ كل عمل آخر من شأنه أن يقلل أو يلغي المنافع للمنافسة داخل السوق.

4- عرض الأسعار أو ممارسة أسعار بيع مخفضة بشكل تعسفي للمستهلكين مقارنة بتكاليف الإنتاج أو التحويل أو التسويق.

5- الحظر المقصود بالنسبة للأسعار المخفضة: هو تعميم استعمال الأسعار المخفضة كسياسة تجارية ينتهجها العون الاقتصادي، وليس مجرد منافسات منفردة مفتقدة للتعميم.

### المطلب الثاني: مجال تطبيق قانون المنافسة

يتحدد مجال تطبيق قانون المنافسة بالاستناد إلى معيارين: أولهما النشاط الاقتصادي ، و ثانيهما مرتببطبيعة الممارسات في حد ذاتها

#### الفرع الأول: مجال تطبيق قانون المنافسة من حيث النشاط الاقتصادي

إن فكرة النشاط الاقتصادي التي أقرتها المادة 2 من قانون المنافسة لا تعني بالضرورة أن يكون ثمة مقابل مالي للنشاط ، و تكون العبرة في مدى تأثير النشاط على سوق السلعة و الخدمة ، من ذلك ما ذهب إليه القضاء في فرنسا من أن "إعارة الشركات المنتجة للوقود لموزعي منتجاتها المعتمدين خزانات الوقود بدون مقابل مالي يخضع لأحكام الأمر المتضمن قانون المنافسة". بل أن مجال قانون المنافسة قد يمدد إلى تجمعات غير ربحية مثل النقابات و التعاونيات ، متى كان لنشاطها تأثير على سوق الخدمة أو السلعة ، مثلما هو الأمر بالنسبة لقرار تنظيم نقابي بمقاطعة بضاعة معينة ، حيث قد يعتبر ذلك من الأعمال المدبرة حسب مفهوم المادة

<sup>1</sup> المادة 10 من القانون 12-08 المؤرخ في 25-06-2008 المعدل و المتمم لأمر رقم 03-03 الجريدة الرسمية عدد 36 ص 12.

<sup>2</sup> المادة 11 من الأمر 03-03 .

من القانون و التي قد تهدف إلى عرقلة حرية المنافسة أو الحد منها ، أو الإخلال بها من خلال التأثير على مستوى الطلب ، كما يعتبر من قبيل الأعمال المدبرة الاتفاقات المعقود بين المؤسسات الاستشفائية حول أسعار الخدمات الطبية ، و عليه يكون معيار أعمال قانون المنافسة هو مدى تأثير النشاط الاقتصادي على السوق إن القول بمعيار تأثير النشاط الاقتصادي على السوق كأساس لإعمال قواعد حماية المنافسة كفيل بإخراج بعض الأنشطة الاقتصادية من مجال الخضوع لقانون المنافسة متى لم تؤثر على السوق محل الحماية ، ويدخل في هذا الإطار اتفاقات التصدير إذا كان محل الاتفاق موجها لغير السوق الوطنية ، حتى وإن تم الاتفاق بين أعوان اقتصاديين وطنيين.

### الفرع الثاني: مجال تطبيق قانون المنافسة من حيث الأشخاص

أورد المشرع الجزائري من خلال المادة الثانية من قانون 03/ 03 بيان النشاطات المشمولة بمقتضيات القانون ، حيث " يطبق هذا الأمر على نشاطات الإنتاج و التوزيع و الخدمات بما فيها تلك التي يقوم بها الأشخاص العموميون ، إذا كانت لا تندرج ضمن إطار ممارسة صلاحيات السلطة العامة أو أداء مهام المرفق العام ". و عليه يكون النشاط الاقتصادي الصرف ، سواء الإنتاجي أو التوزيعي أو الخدمي هو العبرة عند تحديد مجال أعمال قانون المنافسة ، بغض النظر عن طبيعة العون الاقتصادي الممارس لهذا النشاط ، من حيث كونه شخصا خاصا أو عاما ، فيما عدا الحالات التي يتدخل فيها هذا الأخير باعتباره سلطة عامة<sup>1</sup>

حسبما يتضح في قانون الصفقات العمومية في الكثير من الأحكام ، كالامتيازات الممنوحة للمنتج الجزائري على حساب المنتجات الأجنبية ، أو الشركات الجزائرية على حساب الشركات الأجنبية ، و كذلك الأمر بالنسبة للاستثناءات المقررة قانونا لمصلحة دعم أسعار السلع للمنتجات واسعة الاستهلاك ، أو التدابير المتضمنة تحديد هوامش الربح للسلع التي تعرف ارتفاعا مفرطا و غير مبرر لأسعارها مثلما ورد بمقتضى الفقرة الأولى من المادة 5 من قانون 03/ 03 المعدلة بمقتضى المادة 4 من قانون 05/10 حيث "... :يمكن أن تحدد هوامش الربح و أسعار السلع و الخدمات أو الأصناف المتجانسة من السلع و الخدمات أو تسقيفها أو التصديق عليها عن طريق التنظيم "... بما من شأنه أن يشكل استثناء عن مبدأ حرية الأسعار و المنافسة الحرة.

إن اصطلاح المؤسسة بمفهوم قانون المنافسة لا يمكن قصره على الأشخاص الطبيعية أو المعنوية الخاصة ، بل يمتد إلى كل شخص يمارس نشاطات الإنتاج و التوزيع و الخدمات حسب المفهوم الوارد في المادة 3 من قانون 03 / 03 متى ثبت قيامه بنشاط اقتصادي متمثل في منح سلعة أو تقديم خدمة داخل نطاق سوق معين، ما لم يتقرر ارتباط النشاط بمصلحة عامة ، أو كان ضروريا لتحقيقها

<sup>1</sup> المادة 02 من الأمر 03-03 .



المطلب الثالث: أحكام قانون المنافسة

يستند قانون المنافسة عموماً إلى فكرة الحرية التنافسية ، و التي يحاول المشرع تكريسها قانونياً من خلال أحكام تبتعد بالنشاط الاقتصادي عن التقييد ، حتى و إن كانت الحرية المطلقة لا يمكن إعمالها بالنظر إلى ما يمكن أن تخلفه من آثار على مستوى السوق قد تحد من غاية إقرارها ، و على هذا الأساس حاول المشرع تكيف هذه الأحكام مع خصوصيات بعض النشاطات و الأوضاع التي قد لا تحقق المنافسة الحرة غاياتها النهائية ، و على هذا الأساس سوف نتطرق إلى أحكام المنافسة من خلال الغايات النهائية لهاته الأحكام ، حيث يمكن التمييز بين تلك التي تهدف لتضييق المنافسة و حماية المؤسسة أمام المنافسة في حد ذاتها ؛ حيث يعتبر عنصر العملاء جوهر نشاط أي مؤسسة و غاية وجودها ، بحيث يقع التنافس بين المؤسسات داخل السوق لأجل إما المحافظة عليه ، أو تحويل عملاء المؤسسات الأخرى بوسائل قد تكون مشروعة ، كما يمكن أن تقع تحت طائلة حظر قانوني تكون غايته حماية مصالح المؤسسات المتضررة ، و قد تتحقق حماية المؤسسة وفقاً لهذا المنوال من خلال إما إبرام اتفاقات عدم المنافسة *Conventions de nonconurrence*

أو حمايتها أمام المنافسة غير المشروعة *Concurrence déloyale* أو ضد التطفل التجاري *Parasitisme commercial*

الفرع الأول: اتفاقات عدم المنافسة

نتطرق بصدد اتفاقات عدم المنافسة إلى بيان المقصود بها ، و مجالها ، ثم توضيح شروط نفاذها

**أولاً: التعريف باتفاقات عدم المنافسة:** يعتبر اتفاق عدم المنافسة من أهم مظاهر الخروج عن مبدأ حرية المقابلة و التعاقد، باعتباره اتفاق بين طرفين يلتزم بمقتضاه أحدهما بالألا يمارس نشاطاً محدداً ينافس به نشاط الطرف الآخر، و يرد على الغالب النص عليه بمقتضى شرط ضمن عقد سابق بين الطرفين ، و على هذا الأساس قد يسمى كذلك شرط عدم المنافسة.<sup>1</sup>

يتحقق شرط عدم المنافسة في العديد من الوضعيات ، لاسيما عند التنازل عن المحلات التجارية ، بحيث يغلب في مثل هذه الحالة أن يورد الطرفان شرط امتناع المحيل عن ممارسة النشاط ذاته ضمن حدود معينة ، ولمدة متفق عليها ، على أساس أن عنصر العملاء هو أهم عناصر المحل التجاري المتنازل عنها ، و أن استمرار المحيل في تادية النشاط ذاته داخل المنطقة نفسها كفيلاً بأن يحرم المالك الجديد من هذا العنصر بالنظر لاحتمال ارتباط هؤلاء العملاء بالمحيل ، غير أن خطورة هذا الشرط بالنسبة لحرية المنافسة تستدعي القول بضرورة إخضاعه لجملة من الشروط ، كما قد يتضمن عقد العمل مثل هذه الاشتراطات ، و التي تسري

<sup>1</sup> المادة 03 من الامر 03-03 .

بعد انقضاء العقد للحيلولة دون تحويل العامل لعملاء رب العمل بفضل سبق معرفته بهم ، و الأمر ذاته بالنسبة لعقود التوزيع ، لاسيما في عقد الترخيص التجاري *Contrat de franchise* التمثيل التجاري ، *Contrat de représentation commerciale* عقد الوكالة التجارية *commercial Contrat d'agence* أو عقد الامتياز التجاري *Contrat de concession commerciale*

ثانيا: شروط صحة اتفاق عدم المنافسة: إن خطورة اتفاقات عدم المنافسة على المنافسة أوجبت التدخل لأجل تقييدها بشروط ، و تحديد تطبيقاتها بالحالات التي تستدعي حماية مصالح و حقوق المؤسسات التي قد تتضرر من حرية المنافسة لا يمكن إعمال اتفاق المنافسة بشكل مطلق و دونما أية شروط ، على اعتبار تعارض ذلك مع أهم عناصر الحرية الاقتصادية ، و المتمثلة في حرية المقاول ، حسب ما يفهم من نص المادة 6 من القانون 03/03 التي اعتبرت<sup>1</sup> الحد من الدخول السوق أو في ممارسة النشاطات التجارية شكلا من الممارسات المقيدة للمنافسة ، و إنما ينبغي أن يحدد مجال هذا الاتفاق بما هو لازم لحماية المؤسسة من التحويل غير المشروع لعملائها أسهم القضاء المقارن بشكل كبير في بلورة نظرية المنافسة غير المشروعة ، و ذلك من خلال إقرار عديد الأحكام التي أضحت من المبادئ المستقر عليها في هذا الشأن ، بحيث لا يمكن تقبل امتداد شرط أو اتفاق عدم المنافسة لمدى غير محدود ، الأمر الذي قد يشكل تنازلا كاملا للمدين بالشرط عن حرته في التعاقد أو العمل، أو المقاول، إذ من شأن ذلك أن يمثل خرقا لأبرز أشكال الحريات الاقتصادية ، وفي هذا الصدد يمكن أن نميز بين شرطين لصحة اتفاق عدم المنافسة: تحديد مجال الاتفاق ، وتبريره.

ثالثا: تحديد اتفاق عدم المنافسة: المقصود بالتحديد وضع حيز زمني و مكاني لعدم ممارسة النشاط محل الاتفاق ، يسترد خارجهما المدين بالشرط حرته في التعاقد و العمل و المقاول ، غير أن هذا الشرط يقع تحت رقابة القضاء من حيث تناسبه مع طبيعة المصالح المراد حمايتها ، حيث لا ينبغي للشرط أن يمتد لأجل أطول مما تتطلبه مصلحة الدائن به ، أو لمدى مبالغ فيه ، و في هذا الشأن ذهب القضاء في فرنسا بمناسبة النظر فيما يعرف بقضية مركز المعالجة بمياه البحر، حيث ورد في اتفاق التنازل عن أسهم المحيل في مركز خاص بالمعالجة بمياه البحر شرط امتناعه عن العمل في موضوع نشاط الشركة أو أي عمل مرتبط به ، لاسيما تقديم الاستشارات في هذا المجال و لمدة 20 سنة ، فألغت محكمة النقض الفرنسية هذا الشرط على أساس أن من نتائج الشرط عرقلة المدين به عن أي نشاط مرتبط باختصاصه المهني.

رابعا: تبرير اتفاق عدم المنافسة تنقرر غاية اتفاق عدم المنافسة بحماية مصالح الدائن لاسيما المرتبطة بعنصر العملاء ، و عليه فلا يمكن له أن ينقرر بشكل مستقل ، بل ينبغي أن يكون ملحقا بعقد رئيسي مثل عقد عمل ، أو عقد توزيع ، أو عقد تنازل عن محل تجاري ، على أن تكون متناسبة و مرتبطة بالمصلحة المراد

<sup>1</sup> المادة 06 من الامر 03-03.

حمايتها ، و في هذا الصدد يكون باطلا شرط عدم المنافسة إذا كان النشاط محل الاتفاق متميزا عن العقد الأصلي ، مثل ما ذهب إليه القضاء الفرنسي من أن شرط عدم المنافسة الممتد لثلاثة سنوات ، و لمدى ثلاثين كيلومترا الموقع على عائق سائق سيارة الأجرة لفائدة شركة موضوعها الاجتماعي تقديم خدمات الاتصال بالزبائن لمصلحة سائقي سيارات الأجرة.

**الفرع الثاني: المنافسة غير المشروعة:** تقتضي حرية المنافسة فسخ المجال أمام الأعوان الاقتصاديين للوصول إلى العملاء بكل الوسائل التسويقية أو القانونية المتاحة ، ما لم يستند في ذلك إلى أساليب غير مشروعة ، أو غير قانونية ، و عليه فإن لحرية المنافسة حدودا ينبغي التوقف عندها ، تتمثل على الخصوص في بعض الوضعيات لا تستجيب مع ما يفترض في الممارسة التجارية من نزاهة ، كما أن المنافسة غير المشروعة إذا استوفت شروط تحققها يمكن لمن يأتيتها أن يكون محل متابعة قضائية من خلال ما يعرف بدعوى المنافسة غير المشروعة

**أولا: صور المنافسة غير المشروعة:** يمكن في هذا الصدد التمييز بين أربعة صور للمنافسة غير المشروعة

1- **تشويه سمعة العون الاقتصادي المنافس:** ورد في المقطع الأول من نص المادة 27 من القانون /04-02 02 ضمن مجموع الممارسات التجارية غير النزيهة: "تشويه سمعة عون اقتصادي منافس بنشر معلومات سيئة تمس بشخصه أو بمنتجاته أو خدماته..." و الظاهر أن الهدف من التشويه بالشكل المنصوص عليه في المادة السابقة هو تحويل الزبائن عن المنافس المتضرر بشكل غير مشروع ، و هو الوضع الذي لا يتحقق إلا باستيفاء شروط يمكن تفصيلها فيما يلي نشر معلومات مسيئة عن مؤسسة منافسة أو منتجاتها أو خدماتها ، و ذلك بغض النظر عن صدق هذه المعلومات ، بحيث تكون العبرة بمدى تأثير هذه المعلومات على زبائن المنافس ، مثل الإدعاء بأن المؤسسة لا تحترم شروط النظافة ، أو أن أسعار خدماتها مرتفعة ، أو أنها مدعى عليها في دعوى تقليد علامة تجارية ، كما أن التشويه قد يتحقق إيجابا بنشر المعلومات بين الزبائن و العملاء ، أو بشكل سلبي مثل السكوت عن تساؤل أحد العملاء حول حقيقة ما يشاع عن عدم احترام المنافس لشروط النظافة.

2- **لتشهير :** والمقصود به نشر المعلومات بين العموم ، أو النية في نشرها بين العموم ، أما إذا قدمت المعلومات بشكل خاص ، أو من خلال الهاتف بما لا يفهم منه الرغبة في نشرها بين العموم فإن التشويه لا يتحقق في هذا الوضع<sup>1</sup>. ينبغي أن تخص المعلومات منافسا بذاته ، أما المعلومات المقدمة بشكل عام فلا يمكن لها أن تعد تشويها ، غير أنه لا يشترط التعيين الصريح للمؤسسة المعنية بالمعلومات المشوهة ، حيث يكون الإيحاء كافيا إذا ما كان لم يكن ثمة مجال للشك في المؤسسة المقصودة بالمعلومات.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> المادة 27 من القانون 04-02 .

<sup>2</sup> [www.dr.sassane.over.blog.com](http://www.dr.sassane.over.blog.com) ، د. ساسان ، محاضرات في القانون المنافسة الجزائري ، يوم 2018/05/10 ، 09:30.

ينبغي لهذه المعلومات أن تخص مؤسسة منافسة و إلا لم تتحقق شروط التشويه باعتباره منافسة غير مشروعة لعل من أكثر أشكال التشويه الشائعة هو الإشهار القائم على المقارنة ،حيث يقوم العون الاقتصادي بالمقارنة بين منتجاته أو خدماته و منتجات أو خدمات مؤسسة منافسة ، لاسيما من حيث درجة الجودة ، أما من حيث السعر فإن مقتضيات شفافية الأسعار باعتبارها إحدى مقومات حرية المنافسة قد تحول دون إصباغ الإشهار في هذه الحالة بصيغة التشويه ، وهو المذهب الذي اعتمدته محكمة النقض الفرنسية بمناسبة ما يعرف بقضية كارفور .

**3- زرع الشكوك في ذهن المستهلك حول هوية المؤسسة :** ورد بيان هذه الحالة في المقطع الثاني من المادة من المادة 27 من القانون 04/02 سالف الذكر ، حيث أقرم المشرع ضمن الممارسات التجارية غير النزيهة : "تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتجاته أو خدماته أو الإشهار الذي يقوم به ، قصد كسب زبائن هذا العون إليه بزرع شكوك و أوهام في ذهن لمستهلك " . فيكون على هذا زرع الشك في ذهن المستهلك هو النقيض لتشويه سمعة العون الاقتصادي ، و يتحقق من خلال قيام العون الاقتصادي بالظهور بمظهر العون الاقتصادي المنافس عن طريق تقليد علامته التجارية أو اسمه التجاري أو أي عنصر من عناصر الملكية الصناعية ، و في هذا الصدد ينبغي التنبيه أن زرع الشكوك في ذهن المستهلك بهذا المفهوم من حيث مواجهته يختلف بالنظر إلى كون حقوق الملكية الصناعية مسجلة أو غير مسجلة ، فإذا كانت هذه الحقوق مسجلة فإنها تحظى بحماية مضاعفة ، حيث يمكن أن تكون محل دعويين مستقلتين :دعوى تقليد العلامة التجارية ، و دعوى المنافسة غير المشروعة ، أما إذا كانت العلامة غير مسجلة فال يستفيد العون الاقتصادي المتضرر إلى من دعوى المنافسة غير المشروعة.<sup>1</sup>

**4- إحداث خلل في تنظيم المؤسسة المنافسة :**ورد في المقطع 5 من المادة 27 سالف الذكر ضمن حالات الممارسات التجارية غير النزيهة "إحداث خلل في تنظيم عون اقتصادي منافس ، و تحويل زبائنه باستعمال طرق غير نزيهة ، كتبديد أو تخريب وسائله الإشهارية ، و اختلاس البطاقات أو الطلبيات ، و السمسرة غير القانونية ، و إحداث اضطراب بشبكتة للبيع " .و يستوي أن تترتب هذه الأعمال بشكل مقصود أو غير مقصود ، إذ أن العبرة في ذلك بتأثيرها على القوة التجارية للمنافس بما قد ينشأ عنه تحويل للزبائن لكن بكيفية غير مشروعة ، حيث أن الأصل أن الزبائن ليسوا ملكا لأحد ، و أنهم يرتبطون بالمؤسسة الأكثر قدرة في لحظة معينة على جلبهم ، غير أن جلب الزبائن بوسائل غير نزيهة هو الذي يكون محل حظر ، حتى و إن كانت هذه الوسائل غير محددة بشكل دقيق ، إلى أنه يمكن لنا تمييز أهمها<sup>2</sup>

<sup>1</sup> [www.dr.sassane.over.blog.com](http://www.dr.sassane.over.blog.com) المرجع لسابق.

<sup>2</sup> المادة 27 من القانون 04-02 .

**5- جلب عمال المؤسسة المنافسة:** لا ينبغي لحرية المنافسة أن تكون سببا لإلغاء حرية العمل بالنسبة للعمال ، بحيث يمكنهم الانتقال إلى مناصب أخرى قد يمنحون فيها شروط عمل أفضل ، و هو الأمر ذاته بالنسبة للمؤسسة المشغلة ، بحيث تقوم بالبحث عن العمال المهرة لأجل تحسين مركزها التنافسي داخل السوق ، غير أن استمالة عمال مرتبطين بمؤسسة منافسة بمقتضى شرط عدم منافسة هو ما يمكن أن يمثل شكلا من المنافسة غير المشروعة ، كما أن التوظيف المكثف لعمال مصلحة معينة أو ورشة بذاتها تابعة لمؤسسة منافسة من شأنه التأثير على قدرة هذه الأخيرة داخل السوق ، أو حتى الاكتفاء بتوجيه طلب لتشيغيلهم ، بما يعني إحداث خلل في نظامها ، و إن كانت هذه المسألة تخضع في تقييمها لقضاة الموضوع من حيث تأثيرها على المساواة التنافسية على المؤسسات المتنافسة.

**6- إحداث خلل في نظام إنتاج مؤسسة منافسة:** يتحقق الخلل في هذه الحالة من خلال استعمال عون اقتصادي لوسائل غير مشروعة لأجل الحصول على المعارف المهنية و طرق الصنع ، و نظم الإنتاج لعون اقتصادي منافس عن طريق الحيلة ومثل القرصنة الصناعية ، غير أن استعمال المعارف المهنية و طرق الصنع ، و نظم الإنتاج لا يمكن أن يكون سببا لرفع دعوى المنافسة غير المشروعة إذا تولى العون الاقتصادي المتضرر ذاته نشرها أو الإفصاح عنها و تعميمها ، و الملاحظ في هذا الشأن أن المقصود في ذلك ليس حقوق الملكية الفكرية و الصناعية التي تحظى بحماية قانونية بفضل تسجيلها ، حيث لا يتعلق الأمر في حال لاعتداء عليها بدعوى المنافسة المشروعة ، و لكن بدعوى حماية حقوق الملكية الفكرية والصناعية.<sup>1</sup>

**7- إحداث خلل في السوق بوجه عام:** إن ما يميز إحداث الخلل في السوق بشكل عام عن إحداث الخلل في تنظيم مؤسسة منافسة ، أنه في الحالة الأولى لا تكون الأفعال غير المشروعة التي يأتيها العون المسؤول عن الخلل موجهة لمؤسسة بعينها ، على خلاف الحالة الأولى ، و إنما يلحق الضرر كل المؤسسات داخل السوق ، و هو الأمر المنصوص عليه بمقتضى المادة 27/7 من القانون المتضمن القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، حيث جاء فيها ضمن الممارسات التجارية غير النزيهة: "الإخلال بتنظيم السوق و إحداث اضطرابات فيها ، بمخالفة القوانين و/أو المحظورات الشرعية ، و على وجه الخصوص التهرب من الالتزامات و الشروط الضرورية لتكوين نشاط أو ممارسته و إقامته ". و يتحقق هذا الوضع من خلال بعض الممارسات المحظورة قانونا ، لاسيما تلك المنصوص عليها في المادة 19 من القانون السالف الذكر ، والمتعلقة بإعادة بيع السلع بثمان أقل من سعر التكلفة الحقيقي المتضمن سعر الشراء و الرسوم و النقل ، والأمر ذاته بالنسبة للإشهار التجاري التضليلي حسب ما هو منظم في المادة 28 من ذات القانون ، وعلى العموم يدخل ضمن نطاق

<sup>1 1</sup> [www.dr.sassane.over.blog.com](http://www.dr.sassane.over.blog.com) ، المرجع السابق.

الأعمال المخلة بتنظيم السوق كل الممارسات غير القانونية التي تكون الغاية منها تحويل غير مشروع للزائن داخل السوق بما في ذلك التهرب الضريبي الذي من شأنه التأثير في مبدأ المساواة بين المؤسسات المتنافسة<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> المادة 27 من القانون 04-02 .

### خلاصة الفصل الأول

المستهلك بالمنافسة علاقة جد وطيدة، فكل منهما يؤثر في الآخر و يتأثر به وسواء كان ذلك التأثير ايجابيا نظرا لما توفره المنافسة من المنتجات.

أما بالنسبة للأنشطة الاقتصادية، فلا يزال إلى غاية الآن البحث عن السبل القيمة لإضفاء الحماية القانونية للمستهلك في مواجهة الممارسات غير شرعية و المنافسة للمنافسة التي أصبحت تهدد أمن و صحة المستهلك و تتعداه حتى إلى جانب المالي أكثر من أي وقت سبق، والسبب في ذلك لا يعود إلى غياب النصوص القانونية التي تبين التزامات المحترف او غياب الأجهزة المكلفة بمتابعة و رقابة النشاط الاقتصادي؛ و هذه الأخيرة التي سنتناولها في الفصل الثاني.

الفصل الثاني:

الهيئات المكافئة

بضبط المناقشة



تمهيد:

في مجال تأطير الاقتصاد الوطني أعطى التشريع الجزائري أهمية لقطاع التجارة من خلال وضع آليات لحماية المستهلك ومكافحة الممارسات التجارية غير الشرعية و الممارسات المضادة للمنافسة ، وهذا تحت إشراف وزير التجارة الذي خولت له صلاحيات واسعة لاسيما في مجال الرقابة الاقتصادية وقمع الغش ونوردها في المباحث التالية:

المبحث الأول : الوزارة الوصية والمديريات الولائية التابعة لها .

المبحث الثاني: مجلس المنافسة.

المبحث الثالث: أعوان الرقابة و دورهم وفق التشريع و التنظيم المعمول به .

المبحث الأول: الوزارة الوصية والمديريات الولائية التابعة لها.

### المطلب الأول: الوزارة الوصية

تعمل الجزائر على تطوير اقتصادها من خلال تحسين منتوجاتها والرفع من مستوى الصادرات والتحكم في مستوى الواردات، كما تسعى إلى تطوير علاقاتها الاقتصادية الخارجية والداخلية؛ وتعتبر وزارة التجارة الهيئة الحكومية المكلفة بكافة المعاملات الاقتصادية والإجراءات الخاصة بالتجارة داخليا أو خارجيا وتختلف مهامها حسب هيئاتها الإدارية.

#### الفرع الأول : نشأة وزارة التجارة<sup>1</sup>:

نشأت الوزارة الوصية الحالية ( وزارة التجارة ) بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 94-207 المؤرخ في 7 صفر عام 1415 هجرية الموافق 16 يوليو سنة 1994 ميلادية، بعدما كانت تحت وصاية وزارة الاقتصاد وكانت وزارة التجارة تعمل على تسيير شؤونها ومصالحها وفق أحكامه.

حيث منذ سنة 1963 بدأت التحولات تطرأ عليها نستعرضها فيما يلي في تلخيص تسلسلي تاريخي يبين تلك التحولات التي جرت عليها منذ الاستقلال إلى غاية يومنا هذا؛ من سنة 1963 إلى سنة 1965، أصبحت وزارة التجارة تحت اسم وزارة الاقتصاد وهذه الأخيرة تضم كل من وزارة المالية، وزارة التجارة، وزارة الصناعة وكانت آنذاك تحت إشراف السيد بشير بومعزة -رحمه الله؛ من سنة 1965 إلى سنة 1990 تحولت وزارة الاقتصاد إلى وزارة التجارة؛ من سنة 1990 إلى سنة 1994 عادت وزارة التجارة إلى تسميتها الأولى وزارة الاقتصاد وتحتوي هذه الأخيرة على هيئتين وزاريتين ( الوزير المنتدب المكلف بالتجارة بالإضافة إلى الوزير المنتدب المكلف بالخزينة )؛ من سنة 1994 إلى سنة 2000 تحولت وزارة الاقتصاد إلى وزارة التجارة من جديد؛ من سنة 2000 إلى سنة 2009 بقيت الوزارة محتفظة بتسمية وزارة التجارة، وهي اليوم تحت إشراف وزير التجارة السيد: سعيد جلاب

#### المطلب الثاني : نشأة المديرية الولائية للتجارة ( لولاية بسكرة )<sup>2</sup>:

إنّ مديرية التجارة لولاية بسكرة الحالية، هي ناتج تطور حاصل في الهيكلة الإدارية للجماعات المحلية وكذا التنظيمات المختلفة لإقليم التراب الوطني، فهي منبثقة مع إنشاء الولاية كإقليم ترابي والناتج عن التقسيم الإداري لعام 1974 (التنظيم الإقليمي للولايات)، ولم تكن آنذاك تحمل هذه التسمية، فقد كانت تدعى بمديرية التجارة والأسعار والنقل إلى غاية سنة، 1983 حيث وقع انفصال بين التجارة والنقل واستمر الوضع كذلك حتى سنة 1986، حيث أعيد إدماج مديرية التجارة هذه المرة بمصلحة التسويق والأسعار بقسم التنظيم الاقتصادي وتمثل التجارة مصلحة من المصلحتين المكونتين لهذا القسم إلى جانب مصلحة التخطيط، وقد

<sup>1</sup> - [www.dcwiskra.com](http://www.dcwiskra.com) ، 2018/04/22 ، 10:30.

<sup>2</sup> [www.dcwiskra.com](http://www.dcwiskra.com) مرجع نفسه.

استقلت بذاتها منذ صدور المرسوم التنفيذي رقم 91-91 المؤرخ في 21 رمضان عام 1411 هجرية الموافق 6 أبريل سنة 1991 ميلادية والمتضمن تنظيم المصالح الخارجية للمنافسة والأسعار وصلاحياتها وعملها المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 92-111 المؤرخ في 9 رمضان عام 1412 هجرية الموافق 14 مارس سنة 1992 ميلادية وبذلك أخذت التسمية الجديدة مديرية المنافسة والأسعار وأصبحت هيئة تابعة لوزارة التجارة مستقلة بذاتها تقوم بمتابعة ومراقبة النشاط التجاري والاقتصادي عبر تراب الولاية.

وفي أواخر سنة 2003 أصدر المرسوم التنفيذي رقم 03-409 المؤرخ في 10 رمضان عام 1424 هجرية الموافق 5 نوفمبر سنة 2003 ميلادية، الذي تضمن إعادة هيكلة و تنظيم المصالح الخارجية بوزارة التجارة وصلاحياتها وعملها، فأصبحت تحمل اسم مديرية التجارة لولاية بسكرة وتابعة للمديرية الجهوية للتجارة لولاية باتنة التي تشرف على المتابعة التقنية لعملها. وفي 23 يناير سنة 2011 ميلادية، أصدر المرسوم التنفيذي رقم 11-09 المؤرخ في 15 صفر عام 1432 هجرية الموافق 20 يناير سنة 2011 ميلادية، الذي تضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعملها.

#### الفرع الاول : التعريف بالمديرية:

مديرية التجارة لولاية بسكرة هيئة تابعة لوزارة التجارة، وهي كذلك مديرية ولائية تتمتع بالشخصية المعنوية والذمة المالية ، وقد تم هيكلة المديرية الولائية للتجارة بموجب القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 16 رمضان عام 1432 هجرية الموافق 16 غشت سنة 2011 ميلادية، المتضمن تنظيم المديرية الولائية للتجارة والمديرية الجهوية للتجارة في مكاتب وفقا لأحكام المرسوم التنفيذي رقم 11-09 المؤرخ في 15 صفر عام 1432 هجرية الموافق 20 يناير سنة 2011 ميلادية. وحددت المصالح ومكاتبها على مستوى المديرية الولائية ، حيث جاء في المادة 2 من نفس القرار الوزاري المشترك المذكور أعلاه أن مديرية التجارة لولاية بسكرة تحتوي على خمس (5) مصالح ، كل مصلحة تضم ثلاث (3) مكاتب<sup>1</sup>.

#### الفرع الثاني : مهام المديرية:

حسب المرسوم التنفيذي رقم 11-09 المؤرخ في 15 صفر عام 1432 هجرية الموافق 20 يناير سنة 2011 ميلادية، تتمثل مهام المديرية الولائية للتجارة في تنفيذ السياسة الوطنية المقررة في ميادين التجارة الخارجية والمنافسة والجودة وحماية المستهلك وتنظيم النشاطات التجارية والمهن المقننة والرقابة الاقتصادية وقمع الغش؛ وتكلف بهذه الصفة بما يأتي<sup>2</sup>:

<sup>1</sup> [www.dcwbskara.com](http://www.dcwbskara.com) المرجع السابق.

<sup>2</sup> المرسوم التنفيذي رقم 11-09 المؤرخ في : 09/01/2011 المتضمن تنظيم المصالح الخارجية لوزارة التجارة و صلاحياتها و عملها، الجريدة الرسمية عدد 4.

- السهر على تطبيق التشريع والتنظيم المتعلق بالتجارة الخارجية والممارسات التجارية والمنافسة والتنظيم التجاري وحماية المستهلك وقمع الغش.
- المساهمة في وضع نظام إعلامي حول وضعية السوق بالاتصال مع النظام الوطني للإعلام.
- اقتراح كل التدابير ذات الطابع التشريعي والتنظيمي المتعلقة بممارسة وتنظيم المهن المقننة.
- اقتراح كل التدابير التي تهدف إلى تحسين ظروف إنشاء وإقامة وممارسة النشاطات التجارية و المهنية.
- المساهمة في تطوير وتنشيط كل منظمة أو جمعية التي يكون موضوعها ذا صلة بصلاحياتها.
- وضع حيز التنفيذ كل نظام محدد من طرف الإدارة المركزية في مجال تأطير وترقية الصادرات.
- اقتراح كل التدابير الرامية إلى تطوير الصادرات.
- تنسيق وتنشيط نشاطات الهياكل والفضاءات الوسيطة ذات المهام المتصلة بترقية التبادلات التجارية الخارجية.
- المساهمة في إعداد نظام معلوماتي متعلق بالمبادلات التجارية الخارجية.
- وضع حيز التنفيذ برنامج الرقابة الاقتصادية وقمع الغش واقتراح كل التدابير الرامية إلى تطوير ودعم وظيفة الرقابة.
- ضمان تنفيذ برامج النشاط ما بين القطاعات بالتعاون مع الهياكل المعنية.
- التكفل بمتابعة النزاعات المرتبطة بنشاطاتها.

### المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي لمديرية التجارة لولاية بسكرة.\*

في إطار تنفيذ المهام المذكورة أعلاه يكلف المدير الولائي للتجارة بضمان التنسيق بين مختلف المؤسسات والهيئات التابعة لقطاع التجارة وتمثيلها على المستوى المحلي؛ طبقاً للقرار الوزاري المشترك المؤرخ في 16 رمضان عام 1432 هجرية الموافق 16 غشت سنة 2011 ميلادية، المتضمن تنظيم المديرية الولائية للتجارة والمديريات الجهوي للتجارة في مكاتب؛ تنظم مديرية التجارة لولاية بسكرة على النحو الآتي<sup>1</sup>:

**الفرع الأول : مصلحة ملاحظة السوق والاعلام الاقتصادي:** سأتطرق الى تقديم مكاتب ومهامهم هذه المصلحة، من أجل توضيح موضوع الدراسة، حيث تتكون من ثلاثة مكاتب :

**أولاً : مكتب ملاحظة السوق والإحصائيات:** ومن مهامه<sup>2</sup>

- كشف الأسعار اليومي وارساله لمديرية التجارة الجهوية كل يوم قبل 9:30 .
- وضعية انتاج ومخزون السميد والحصيلة الاسبوعية ،كل أسبوع.

\* أنظر الملاحق

<sup>1</sup> 10 :00 - 25/04/2018 www.dcwiskra.com

<sup>2</sup> - بالاعتماد على المعلومات المقدمة في مقابلة مع رئيس المكتب مكتب ملاحظة السوق و الاحصائيات – مديرية التجارة بسكرة، بتاريخ: 2018/3/12.

- متابعة التموين والمشروبات الغازية وحركة الحبوب للمطاحن، كل شهر.
- متابعة لوحات الاشهار، كل ثلاثي.

**ثانيا : مكتب تنظيم السوق و المهن المقننة<sup>1</sup>: ومن مهامه**

- الحصيلة الثلاثية للبيع بالتخفيض.
- الحصيلة الثلاثية الخاصة بمتابعة الأسواق المنظمة والموازية.
- تقرير شهري حول مراقبة احترام شروط وكيفيات انشاء وتنظيم الفضاءات التجارية وممارسة بعض الانشطة التجارية .
- متابعة التظاهرات الاقتصادية الدورية (الفترة) سنوي (تاريخ الارسال) قبل 25 ديسمبر من كل شهر.

**ثالثا : مكتب ترقية التجارة الخارجية وأسواق المنفعة العمومية: ومن مهامه:<sup>2</sup>**

**1: التقارير المرسلّة الي المديرية الجهوية**

- حصيلة طلبات الاعفاء الجمركي ( الفترة) اسبوعي، شهري، سنوي (تاريخ الارسال) الاسبوعي كل خميس قبل الساعة 11:00 (تاريخ الارسال) الشهري والسنوي اليوم الموالي لنهاية الفترة.
- تصدير بعض المواد والبضائع الخاضعة لدقتر الشروط (تاريخ الارسال) اليوم الموالي لنهاية الفترة .
- متابعة عملية الإستيراد (الفترة) شهري (تاريخ الإرسال) اليوم الموالي لنهاية الفترة.
- الصادرات خارج المحروقات غير الخاضعة لدقتر الشروط (الفترة) شهري (تاريخ الارسال) اليوم الموالي لنهاية الفترة.
- متابعة الواردات المعفاة من الحقوق الجمركية (الفترة) ثلاثي، سداسي، سنوي (تاريخ الارسال) اليوم المالي لنهاية كل فترة.

**الفرع الثاني : مصلحة مراقبة الممارسات التجارية والمضادة للمنافسة، وتضم<sup>3</sup>:**

- مكتب التحقيقات المتخصصة.
- مكتب مراقبة الممارسات المضادة للمنافسة.
- مكتب مراقبة الممارسات التجارية.

<sup>1</sup> - بالاعتماد على المعلومات المقدمة في مقابلة مع رئيس مكتب تنظيم السوق و المهن المقننة مديرية التجارة بسكرة، بتاريخ: 2018/3/12.

<sup>2</sup> - بالاعتماد على المعلومات المقدمة في مقابلة مع رئيس مكتب ترقية التجارة الخارجية وأسواق المنفعة العمومية مديرية التجارة بسكرة، بتاريخ: 2018/3/12.

<sup>3</sup> 11 :00 - 02/05/2018 www.dcwbsk.ra .com

الفرع الثالث: : مصلحة حماية المستهلك وقمع الغش، وتضم<sup>1</sup>:

- مكتب مراقبة المنتجات الصناعية والخدمات.
- مكتب مراقبة المنتجات الغذائية.
- مكتب ترقية الجودة والعلاقات مع الحركة الجمعوية.

الفرع الرابع: مصلحة المنازعات والشؤون القانونية ، وتضم<sup>2</sup>:

- مكتب منازعات الممارسات التجارية.
- مكتب منازعات قمع الغش.
- مكتب الشؤون القانونية ومتابعة التحصيل.

الفرع الخامس: مصلحة الإدارة والوسائل، وتضم<sup>3</sup>.

- مكتب المستخدمين والتكوين.
- مكتب المحاسبة، الميزانية والوسائل.
- مكتب الإعلام الآلي والوثائق والأرشيف.

الفرع السادس : المفتشيات الإقليمية للتجارة:<sup>4</sup>

زيادة على ذلك، تضم المديرية الولائية للتجارة لولاية بسكرة ثلاثة ( 03 ) مفتشيات إقليمية للتجارة وهي:

أ- المفتشية الإقليمية للتجارة بسيدي عقبة.

ب- المفتشية الإقليمية للتجارة بطولقة.

ج- المفتشية الإقليمية للتجارة القنطرة...

د- المديرية الولائية المنتدبة للمقاطعة الادارية اولاد جلال.

كما تم إستحداث مفتشية لمراقبة الجودة وقمع الغش على مستوى الحدود الجوية الخاصة بمطار محمد

خيذر ببسكرة.

<sup>1</sup> نفس المرجع . 2018/05/02 ، 11 :15 .

<sup>2</sup> نفس المرجع . 2018/05/02 ، 11:30 .

<sup>3</sup> نفس المرجع . 2018/05/02 ، 11:40 .

<sup>4</sup> 12 :00 - 02/05/2018 . www.dcwbskara .com

## المبحث الثاني: مجلس المنافسة

لقد شهد النظام الاقتصادي إصلاحات عميقة بهدف مسايرة وتنشيط عملية الاندماج في الحركة الاقتصادية الإقليمية و العالمية ، و أمام هذا التغيير الجذري من الانغلاق إلى الانفتاح وتطور و نمو الحركة التجارية ، و بهدف السيطرة والتنظيم المحكم للسوق ، عمد المشرع الجزائري إلى إخضاع هذه الحركة التجارية إلى نظام قانوني مساير لهذا التغيير .

و بانتهاج الدولة اقتصاد السوق ألزمتها تكليف أجهزة متخصصة في متابعة الممارسات المقيدة للمنافسة ، و بعد إصدار الأمر 03 03 المتعلق بتحديد قانون المنافسة في التشريع الجزائري و إنشاء السلطة التي تنظم قواعده ممثلة في مجلس المنافسة ، هذا الجهاز الذي يسهر على حماية المنافسة الحرة من كل القيود والعراقيل و يلعب دورا مهما في إشرافه على التنظيم و السير الحسن للسوق و النشاط الاقتصادي بأكمله ، و هذا لأن مبدأ المنافسة هو عماد اقتصاد السوق<sup>1</sup> .

لقد نقل المشرع الجزائري معظم الأحكام التشريعية الفرنسية المتعلقة بالمنافسة لاسيما تلك المتعلقة بإنشاء مجلس المنافسة ، الذي يعتبر سلطة تمارس مهمة الصالح العام بالدرجة الأولى بمعنى مهمة حماية الصالح العام الاقتصادي قبل كل شيء بالإضافة إلى مهة حل المنازعات بين المتعاملين الاقتصاديين .

حيث نجد أن المشرع الجزائري تناول مجلس المنافسة في الأمر 03 03 قبل التعديل وتناوله في القانون 08 12 المعدل و المتمم للأمر السابق ، وتحدث عن الاختلاف في مجلس المنافسة في ظل الأمر 03 03 ، و القانون 08 12 ، حيث أن المجلس في ظل الأمر 03 03 كان ينشأ لدى رئيس الحكومة<sup>2</sup> ، و في ظل القانون 08 12 تغير ذلك ، ليصبح هذا المجلس ينشأ لدى الوزير المكلف بالتجارة<sup>3</sup>

وقد أكدت ذلك المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 11 241 بقولها " : مجلس المنافسة سلطة إدارية مستقلة يتمتع بالشخصية القانونية والاستقلال المالي ويوضع لدى الوزير المكلف بالتجارة " <sup>4</sup> .

من خلال استقراء نص المادة السابق نجد أن مجلس المنافسة يتميز بخاصيتين أساسيتين الأولى أنه سلطة إدارية مستقلة يتمتع بالشخصية القانونية و الاستقلال المالي ، فالخاصية الأولى تعبر عن أن مجلس المنافسة ليس مجرد سلطة استشارية فقط بل إنما هو سلطة فعلية ، بالإضافة إلى طابعه الإداري الذي يؤكد معياران نستنتج من خلالهما أن للمجلس طابع إداري :

<sup>1</sup> سلطان عمار . الطبيعة القانونية لمجلس المنافسة . مذكرة لنيل شهادة الماجستير . جامعة منتوري قسنطينة . السنة الجامعية 2010 - 2011 ، ص6.

<sup>2</sup> المادة . 23 الأمر . 03 03 مرجع سابق . ص28 .

<sup>3</sup> المادة . 9 القانون 08-12 . مرجع سابق . ص12

<sup>4</sup> المادة . 2 المرسوم التنفيذي 11 241 المؤرخ في 10 يوليو . 2011 يحدد تنظيم مجلس المنافسة و سيره . الجريدة الرسمية ، العدد 39 ، ص 18 .

\_ من حيث المهام الموكلة لمجلس المنافسة ، والتي تتجسد في شكل قرارات إدارية إلزامية.

\_ من حيث خضوع قراراته لرقابة القضاء الإداري<sup>1</sup> .

أما الخاصية الثانية فهي استقلالية مجلس المنافسة وهو ما أكدته المادة 9 من القانون 08-12 المعدلة لأحكام المادة 23 من الأمر 03 03 بقولها " : تنشأ سلطة إدارية مستقلة تدعى في صلب النص " مجلس المنافسة" تتمتع بالشخصية القانونية و الاستقلال المالي ، توضع لدى الوزير المكلف بالتجارة ... " .

### المطلب الأول: نشأة و تطور مجلس المنافسة في القانون الجزائري:

إن الدولة الجزائرية طرأ عليها جملة من التحولات المؤسساتية خلال العشرية الأخيرة، أين إنسحبت بصفة تدريجية من الحقل الإقتصادي متوجهة إلى نظام ليبرالي، و هذا يعبر عن الإنتقال من صفة الدولة المتدخلة إلى الدولة الضابطة، نظرا لأن الإدارة الكلاسيكية لم تعد قادرة اليوم لمواجهة الأوضاع فيما يخص ضبط النشاطات الإقتصادية و المالية ، فإبتداءا من دستور 1989 شهدت الجزائر تحرير الإقتصاد و كان أول دعامة له قانون تحرير الأسعار الذي تبعه دستور 1996 في مادته 37 التي تنص على " أن حرية الصناعة و التجارة مضمونة تمارس في إطار القانون".

و حفاظا على المنافسة الحرة و ترقيتها في إطار إقتصاد السوق إستحدث لأول مرة مجلس المنافسة سنة 1995 ، و تواصلت الإصلاحات بفتح المنافسة تدريجيا للخدمات مثل المواصلات السلكية و اللاسلكية و النقل... إلخ، و تم وضع هيئات و سلطات ضبط تتمثل مهمتها في السهر الحسن للمنافسة في الأسواق و مساندة لهذا الوضع أصدر المشرع الأمر 03/03 من أجل تعزيز صلاحيات مجلس المنافسة.

### الفرع الاول : مجلس المنافسة في إطار الأمر رقم 06/95 :

إن صدور الأمر 06/95 المؤرخ في 25 جانفي 1995 جاء لوضع الأسس و القواعد المنظمة لتصرفات الأعوان الإقتصاديين في محيط يسوده التنافس بعدما تم تحرير التجارة الخارجية .

و إن وضع هذه المنظومة التشريعية أصبح أمرا لا بد منه، خاصة نحن الآن أمام مرحلة تتميز بإنقضاء و زوال إحتكار الدولة على معظم النشاطات الإقتصادية مما يستدعي الأخذ بنظام إقتصادي جديد تكون فيه حريات التعاقد و التنافس بمثابة أسس له ، و إن ممارسة هذه الحريات بصفة عامة تجد إطارها التنظيمي المرجعي في الأمر 06/95 المتعلق بالمنافسة و الذي يهدف إلى حماية و تطوير المنافسة عن طريق إنشاء مجلس المنافسة .

و إن تخصيص هذا الجهاز بضبط المنافسة أملت عدة أسباب و عوامل منها عدم ملائمة المحاكم الجزائرية لمتابعة الممارسات المقيدة للمنافسة لأن القاضي لا يملك كل المعطيات و الإعلام و التكوين

<sup>1</sup> خميلية سمير . سلطة مجلس المنافسة في ضبط السوق . مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون. جامعة مولود معمري تيزي وزو .



الضروري، و لا سيما عندما يتعلق الأمر بظاهرة إقتصادية، إلى جانب عامل إزالة التنظيم في الإقتصاد و إزالة الوصف الجزائي عن هذه النشاطات الإقتصادية التي تتسم بالحركية و التعقيد (1).

إذن فإنّ الفصل الرئيسي في إنشاء مجلس المنافسة يعود للإطار التشريعي 06/95 ، إلا أنّ المشرع لم يتم بتعريف هذا الجهاز، بحيث سار مسار المشرع الفرنسي الذي ترك مسألة تكيفه للفقهاء، ومن جهة أخرى فإنّ هذا القانون يعاني من عدة نقائص مما دفع بالمشرع إلى إدخال تعديلات الهدف منها هو تعزيز صلاحيات مجلس المنافسة .

### الفرع الثاني: مجلس المنافسة في إطار الأمر رقم 03/03 :

إنّ هذا الأمر جاء بقواعد لتزيد من الفعالية الإقتصادية وتحسين ظروف معيشة الفرد و ترفع من القدرة الإنتاجية للمؤسسات وتحمي المستهلك من تواطؤ الأعوان الإقتصاديين .

و كان الهدف من وضع هذا النص الجديد هو توسيع الطابع التنافسي للأسواق و الأنشطة الإقتصادية عن طريق تدعيم القواعد الهادفة إلى تصحيح الممارسات التي من شأنها عرقلة المنافسة .  
و خلافاً للأمر السابق رقم 06/95 فإنّ الأمر 03/03 المتعلق بالمنافسة جعل المشرع مجلس المنافسة سلطة إدارية تنشأ لدى رئيس الحكومة<sup>1</sup> تتمتع بالشخصية القانونية و الإستقلال المالي مع الإعتراف له بممارسة السلطة القمعية لضبط ميدان المنافسة وقد اختلفت في القانون 08-12 حيث أصبحت تنشأ لدى الوزير المكلف بالتجارة<sup>2</sup>.

### المطلب الثاني : تشكيل مجلس المنافسة

تنص المادة 24 من الأمر 03 03 على أنه يتشكل مجلس المنافسة من 09 أعضاء ، يكونون على الشكل التالي:

\_ عضوان يعملان أو عملا في مجلس الدولة أو في المحكمة العليا أو في مجلس المحاسبة بصفة قاض أو مستشار .

\_ سبعة أعضاء يختارون من ضمن الشخصيات المعروفة بكفاءتها القانونية أو الاقتصادية أو في مجال المنافسة و التوزيع و الاستهلاك من ضمنهم عضو يختار بناء على اقتراح الوزير المكلف بالداخلية .

ويصدر القانون 08-12 المعدل والمتمم للأمر 03 - 03 تغييرت التشكيلة ليصبح تعداد أعضاء مجلس المنافسة اثني عشر عضواً ، و كثرة الأعضاء قد يفسر بنية المشرع في تدعيم المجلس بالطاقتين البشرية الكافية

(1) محمد الشريف كتو- الممارسات المنافسة للمنافسة في القانون الجزائري . أطروحة لنيل درجة دكتوراه الدولة في القانون . السنة الجامعية 2003 / 2004 .

ص 263.

<sup>1</sup> الأمر 03-03 ، المرجع السابق .

<sup>2</sup> قانون 08-12 المرجع السابق .

الذي يمكنه من أداء المهام الملقاة على عاتقه و هي ليست بالقليلة ولا الهينة<sup>1</sup>، وجاء التشكيل الجديد على النحو الآتي وفقا للمادة 10 من القانون السالف الذكر " : يتكون مجلس المنافسة من اثني عشر ( 12 ) عضوا ينتمون إلى الفئات الآتية:

\_ ستة ( 6 ) أعضاء يختارون من ضمن الشخصيات و الخبراء الحائزين عل الأقل شهادة الليسانس أو شهادة جامعية ممتثلة و خبرة مهنية مدة ثماني ( 8 ) سنوات على الأقل في المجال القانوني أو الاقتصادي و التي لها مؤهلات في مجال المنافسة و التوزيع والاستهلاك ، وفي مجال الملكية الفكرية .

\_ أربعة ( 4 ) أعضاء يختارون من ضمن المهنيين المؤهلين الممارسين أو الذين مارسوا نشاطات ذات مسؤولية و الحائزين شهادة جامعية ولهم خبرة مهنية مدة خمس ( 5 ) سنوات عل الأقل في مجال الإنتاج و التوزيع والحرف ، والخدمات و المهن الحرة.

\_ عضوان ( 2 ) مؤهلان يمثلان جمعيات حماية المستهلكين.

يمارس أعضاء مجلس المنافسة وظائفهم بصفة دائمة<sup>2</sup> "

ومن خلال المادة السابقة الذكر يمكن تقسيم أعضاء هذا المجلس إلى ثلاث فئات ، الأولى فئة الأعضاء ، الثانية المقررين ، الثالثة جمعية ممثلي المستهلكين.

### الفرع الاول : فئة الأعضاء.

استنادا إلى المادة 10 القانون 12 08 فإن أعضاء مجلس المنافسة يشكلون 12 عضوا ، يعينون بموجب مرسوم رئاسي وهو ما أكدته المادة 11 من نفس القانون و التي جاء فيها " يعين رئيس المجلس و نائبا الرئيس و الأعضاء الآخرون لمجلس المنافسة ، بموجب مرسوم رئاسي، تنتهي مهامهم بالأشكال نفسها..."<sup>3</sup> و يتم تجديد عهدة أعضاء مجلس المنافسة كل أربع سنوات في حدود نصف أعضاء كل فئة من الفئات المذكورة في المادة 10 من القانون 12 08 السابق الذكر.

الملاحظ في هذا الصدد التغيير الكبير الذي أحدثه المشرع على مستوى أعضاء مجلس المنافسة ، كذلك الصفات الواجب توفرها في هؤلاء الأعضاء ، حيث أنه في ظل الأمر 03-03، كان عدد الأعضاء 09 و وجوب أن يكون عضوان يعملان أو عملا في مجلس الدولة ، أو في المحكمة العليا أو في مجلس المحاسبة بصفة قاض أو مستشار<sup>4</sup> ، حيث أسقط المشرع الجزائري صفة القضاء عن أعضاء مجلس المنافسة ، وهذا مخالف مع الأحكام القانونية في ظل الأمر 03-03 التي استمد منها المشرع الجزائري قواعد قانون المنافسة هذا من جهة ، و من جهة أخرى نلاحظ أن المشرع الجزائري قام بالنص على المعايير و الشروط الواجب توافرها في

<sup>1</sup> سلطان عمار . المرجع السابق ، ص 87

<sup>2</sup> المادة . 10 القانون 08-12 . مرجع سابق . ص12 .

<sup>3</sup> المادة . 11 القانون 08-12 . مرجع سابق . ص12 .

<sup>4</sup> المادة . 11 القانون 08-12 ، المرجع السابق . ص12 .

الأعضاء المكونين للمجلس باستخدام عبارات تحمل معاني عامة وهذا يمنح السلطة المختصة بالتعيين سلطة تقديرية واسعة في اختيار الأعضاء بناء على معايير ذاتية لا تضمن استقلالية المجلس و لا فعاليته فعلى سبيل المثال ، لم يكتف القانون 03 03 المتعلق بالمنافسة في المادة 24 بالنص على معايير تعيين أعضاء سلطة المنافسة بل إضافة إلى ذلك ، فهو يضع شرط العمل في مجلس الدولة أو المحكمة العليا أو في مجلس المحاسبة بصفة قاض أو مستشار<sup>1</sup> ، وفي التعديل الأخير أصبح بإمكانهم ممارسة نشاطهم بصفة دائمة<sup>2</sup> .

### الفرع الثاني : فئة المقررين.

تنص المادة 12 من القانون 08-12 المعدلة والمتممة للمادة 26 من الأمر 03 03 على أنه :  
 "يعين لدى مجلس المنافسة أمين عام و مقرر عام و خمسة ( 5 ) مقررين ، بموجب مرسوم رئاسي.  
 يجب أن يكون المقرر العام و المقررون حائزين على الأقل شهادة الليسانس أو شهادة جامعية مماثلة وخبرة مهنية مدة خمس ( 5 ) سنوات على الأقل تتلاءم مع المهام المخولة لهم طبقا لأحكام هذا الأمر".  
 و يكون هؤلاء المقررين خارج التشكيلة و يكلف المقرر بمهام لها صلة بمجلس المنافسة من طرف رئيس مجلس المنافسة للتحقيق في العرائض ، ومن صلاحيات المقرر من الخمس السابق ذكرهم الاستماع إلى أي شخص يرى هذا الأخير إفادته بالمعلومات التي تدور حول الملف المنسب له ، و لإضفاء الشفافية و بموجب قرار يعين الوزير المكلف بالتجارة ممثلا دائما له و آخر مستخلف له لدى مجلس المنافسة ، ويشركان في أشغال مجلس المنافسة دون أن يكون لهم الحق في التصويت ، وقد سكت المشرع عن صلاحياتهم داخل المجلس كي لا يمس بالاستقلالية<sup>3</sup>

### الفرع الثالث : فئة ممثلي جمعيات حماية المستهلكين.

بالرجوع لأحكام المادة 10 من القانون 08-12 في الفقرة الأخيرة : "... عضوان ( 2 ) مؤهلان يمثلان جمعيات حماية المستهلكين".

ولقد عرفت المادة 21 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش ، جمعيات حماية المستهلكين بأنها:

<sup>1</sup> محمد الشريف كتو . قانون المنافسة و الممارسات التجارية. وفقا للأمر 03-03 والقانون 02-04 ، منشورات بغدادي الجزائر، سنة 2010 . ص 61

<sup>2</sup> المادة . 05 القانون 10-05 مؤرخ في 15 غشت سنة . 2010 يعدل ويتمم الأمر 03 03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 والمتعلق بالمنافسة . الجريدة الرسمية . العدد 46 . ص 11 .

<sup>3</sup> حسين شرواط . شرح قانون المنافسة. على ضوء الامر 03-03 المعدل والمتمم بالقانون 08-12 والمعدل والمتمم بالقانون 10-05 ووفقا لقرارات مجلس المنافسة ، دار الهدى الجزائر ، سنة 2012 ، ص 47

"جمعيات حماية المستهلكين هي كل جمعية منشأة طبقاً للقانون ، تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه وتحسيسه و توجيهه و تمثيله"<sup>1</sup> ، فهي تهدف إلى حماية و تمثيل المستهلك من خلال تحسيسه و توعيته ، وبما أن قانون المنافسة من القوانين الهادفة إلى ذلك ، فقد دفع المشرع إلى إشراك هذه الفئة في مجلس المنافسة

### المطلب الثالث : الإجراءات المتبعة أمام مجلس المنافسة.

يعتبر مجلس المنافسة جهازاً أساسياً و محورياً لتنظيم وضبط المنافسة الحرة وهو بذلك يتمتع بصلاحيات واسعة و يتميز بخصائص عديدة تجعله قادراً على تقديم آراء استشارية إذا طلبت منه ، وقادراً كذلك على الكشف عن الممارسات المخالفة لقانون المنافسة و إثبات وجودها ولا يتسنى ذلك إلا بتضافر جهود الأطراف المعنية بحماية المنافسة و ضمان حسن سيرها<sup>2</sup> .

وقد سعى المشرع الجزائري لإعطاء مجلس المنافسة مجموعة من القواعد الاجرائية المفصلة في مباشرة دعوى المنافسة أمام مجلس المنافسة للفصل فيها ، بداية من إجراء أولي يتمثل في الإخطار الذي يسمح بإعطاء صورة أولية عن موضوع القضية ، ثم تأتي بعدها مرحلة التحري والتحقيق بشأن الوقائع و بانتهاء التحقيق يتم الفصل في القضية .

### الفرع الأول : الإخطار.

جاء في نص المادة 08 من المرسوم التنفيذي 11-241 يخطر مجلس المنافسة بعريضة مكتوبة ترسل إلى رئيسته<sup>3</sup> ، كما نصت المادة 16 من المرسوم الرئاسي رقم 96 - 44 على ما يلي:

"ترسل عريضة الإخطار و الوثائق الملحقة بها في أربع نسخ إلى مجلس المنافسة إما في ظرف موصى عليه مع وصل الإشعار بالاستلام ، وإما بإيداعها مصلحة الإحاراءات مقابل وصل استلام ... "

و تتضمن العريضة التي يجب تحديد موضوعها بيان الأحكام القانونية و التنظيمية و عناصر الإثبات التي تؤسس عليها الجهة المخطرة طلبها.

وتبين العريضة عندما يكون العارض شخصاً طبيعياً ، اسمه ، و لقبه ، و مهنته ، و موطنه ، و عندما يكون العارض شخصاً معنوياً ، تسميته و شكله و مقره ، و الجهاز الذي يمثله"<sup>4</sup>

<sup>1</sup> المادة . 12 القانون رقم 09 03 مؤرخ في 25 فبراير سنة 2009 ، المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش . الجريدة الرسمية . العدد 15 . ص 16 .

<sup>2</sup> جلال مسعد زوجة محتوت . مدى تأثير المنافسة الحرة بالممارسات التجارية . رسالة لنيل درجة الدكتوراه في القانون فرع قانون الأعمال .. جامعة مولود معمري تيزي وزو . السنة الجامعية 2011-2012 . ص 317

<sup>3</sup> المادة 08 من المرسوم التنفيذي 11-241 .

<sup>4</sup> المادة . 16 المرسوم الرئاسي 96 - 44 مؤرخ في 17 يناير سنة 1996 . يحدد النظام الداخلي في مجلس المنافسة . الجريدة الرسمية . العدد 5 . ص 5 ، 6 .

يعد الإخطار بمثابة الاجراء الأولي الذي تبدأ به الاجراءات الإدارية أمام مجلس المنافسة الذي لا يخص سوى الوقائع التي لم تتجاوز مدتها ثلاث سنوات ، وهو ما نصت عليه المادة 44 فقرة 4 من الأمر 03 03 و التي جاء فيها: " لا يمكن أن ترفع إلى مجلس المنافسة الدعاوى التي تجاوز مدتها ثلاث ( 3 ) سنوات إذا لم يحدث بشأنها أي بحث أو معاينة أو عقوبة " <sup>1</sup>

و عن الجهات التي لها حق إخطار مجلس المنافسة تنص المادة 44 فقرة 1 من الأمر 03-03 على أنه : " يمكن أن يخطر الوزير المكلف بالتجارة مجلس المنافسة . ويمكن المجلس أن ينظر في القضايا من تلقاء نفسه أو بإخطار من المؤسسات أو بإخطار من الهيئات المذكورة في الفقرة 2 من المادة 35 من هذا الأمر ، إذا كانت لها مصلحة في ذلك... " ، وتتمثل الهيئات المذكورة في المادة 35 من الأمر السالف الذكر الجماعات المحلية ، الهيئات الاقتصادية والمالية والمؤسسات والجمعيات المهنية و النقابية و كذا جمعيات المستهلكين .

بالنسبة للإخطار من الوزير المكلف بالتجارة الذي خول له المشرع الجزائري إخطار مجلس المنافسة وذلك بموجب المادة السابقة ، حيث يقوم مسؤول المفتشية العامة للتحقيقات الاقتصادية و قمع الغش لدى وزارة التجارة بالجزائر إجراء الإخطار عن طريق رسالة يحررها و يوقعها بناء على تفويض و إمضاء الوزير المكلف بالاقتصاد <sup>2</sup> .

بالنسبة للإخطار من المؤسسات الاقتصادية ، و يقصد بها كل شخص طبيعي أو معنوي أيا كانت طبيعته يمارس بصفة دائمة نشاطات الإنتاج أو التوزيع أو الخدمات أو الاستراد ، وعليه فكل عون اقتصادي ( مؤسسة) يتضرر من جراء الممارسات المنافية للمنافسة يحق له إخطار مجلس المنافسة .  
تعد جمعيات حماية المستهلكين من الأشخاص المؤهلين لإخطار مجلس المنافسة و ذلك بموجب المادة 35 فقرة 2من الأمر 03 03 ، وذلك لأن هاته الأخيرة تهدف إلى حماية المستهلك.

كذلك الجماعات المحلية و الجمعيات النقابية ، فالأولى تخطر المجلس إذا ألحقت أضرار بالمصالح التي تكفلها ، و الثانية يمكن أن تخطر المجلس بناء على المصالح التي تولت الدفاع عنها .  
كذلك يمكن يخطر مجلس المنافسة من تلقاء نفسه وهذا ما جاء في المادة 44 السابقة ، يمكن أن ينظر مجلس المنافسة في القضايا من تلقاء نفسه.

<sup>1</sup> المادة 44. الأمر 03-03 . مرجع سابق . ص 30 .

<sup>2</sup> جلال مسعد زوجة محتوت . مرجع سابق . ص 322 .

الفرع الثاني: إجراء التحقيق .

باستثناء الإخطار الشروط الشكلية و الموضوعية، فإن مجلس المنافسة يصرح بقبوله وكنتيجة لذلك يقوم باجراء التحري والتحقيق فيما ورد فيه من وقائع للتأكد من صحة وقوع ممارسات مقيدة للمنافسة<sup>1</sup>، ولقد تناول المشرع الجزائري إجراءات التحقيق في المواد من 50 الى 55 الأمر 03-03 فوفقا للمادة 50 من الأمر السابق على أنه يسند رئيس مجلس المنافسة للمقرر التحقيق في الطلبات و الشكاوي المتعلقة بالممارسات المقيدة للمنافسة<sup>2</sup>، ويتم التحقيق في القضايا التي لسلطة الضبط الأخرى سلطة عليها بالتنسيق مع المصالح المعنية، كما لا يمكن الإحتجاج امام المقرر أثناء تحريه بالسر المهني من طرف المؤسسات المعنية بالتحقيق<sup>3</sup>، حيث جاء في المادة 51 فقرة 1 من الامر 03-03 ما يلي: "يمكن المقرر القيام بفحص كل وثيقة ضرورية للتحقيق في القضية المكلف بها دون أن يمنع من ذلك بحجة السر المهني..."

ويمكن للمقرر ان يستلم أية وثيقة حيثما وجدت ومهما تكن طبيعتها، وحجز المستندات التي تساعده على أداء مهامه وتضاف المستندات المحجوزة الى التقرير او ترجع في في نهاية التحقيق، كذلك يطلب المقرر كل المعلومات الضرورية لتحقيقه من المؤسسات او أي شخص اخر وله ان يحدد الاجال التي تسلم له فيها<sup>4</sup>. بعد ذلك يحرر المقرر تقريرا اوليا يتضمن عرضا للوقائع، ويبلغ رئيس المجلس التقرير الى الأطراف المعنية والى الوزير المكلف بالتجارة والى من له مصلحة، ولهم ثلاثة اشهر لابداء ملاحظاتهم المكتوبة وتحرر جلسات الاستماع التي قام بها المقرر في محضر موقع من قبل الأشخاص الذين استمع اليهم وفي حالة رفضهم التوقيع يثبت ذلك في المحضر، يقوم المقرر عند اختتام التحقيق بايداع تقرير معلل لدى مجلس المنافسة يتضمن المآخذ المسجلة ويتضمن التقرير كذلك المخالفات المرتكبة واقتراح القرار، كما يمكنه ان يقترح تدابير وفق ما هو منصوص عليه في المادة 37 من الامر 03-03<sup>5</sup>.

بعد ذلك يبلغ التقرير الى الأطراف المعنية والى الوزير المكلف بالتجارة والذين لهم الحق في ابداء ملاحظات مكتوبة في اجل شهرين ويحدد لهم تاريخ الجلسة المتعلقة بالقضية وللأطراف الاطلاع على هاته الملاحظات قبل 15 يوما من تاريخ الجلسة طبقا لاحكام المادة 55 من الامر السابق.

الفرع الثالث: الفصل في القضية:

يتم الفصل في القضية المرفوعة امام مجلس المنافسة عن طريق الجلسات، فحسب المادة 24 من المرسوم الرئاسي 96-44 يحدد رئيس مجلس المنافسة رزنامة الجلسات وجدول اعمال كل جلسة وتبلغ الرزنامة الى

<sup>1</sup> خمايلية سمير . مرجع سابق . ص 65 .

<sup>2</sup> المادة 50 . الأمر 03 03 . مرجع سابق . ص 31 .

<sup>3</sup> شرواط حسين . مرجع سابق . ص 54 .

<sup>4</sup> خمايلية سمير . مرجع سابق . ص 67 .

<sup>5</sup> المادة 37 ، الامر 03-03 ، المرجع السابق .

أعضاء مجلس المنافسة وممثل الوزير المكلف بالتجارة والمقررين، كما يرسل جدول الاعمال الى أعضاء المجلس والأطراف المعنية مصحوبا بالاستدعاء قبل ثلاثة أسابيع من انعقاد الجلسة<sup>1</sup>.

ويستمع مجلس المنافسة حضوريا الى الأطراف المعنية في القضية المرفوعة إليه ، كما يمكن لهم تعيين ممثلا عنهم أو الحضور رفقة محامي أو مع أي شخص تختاره ، و تكون التدخلات الشفوية أثناء الجلسة على النحو الآتي: المقرر ثم ممثل الوزير المكلف بالتجارة فالأطراف المعنية<sup>2</sup>.

ولا تصح جلسات المجلس الا بحضور ثماني أعضاء على الأقل بعد ان كانوا ستة أعضاء في ظل المادة 28 من الامر 03-03 وتكون الجلسات سرية حسب نص المادة 28 من نفس الامر، الا ان المشروع نص في المادة 10 منه من المرسوم التنفيذي 11-241 على: "يمكن ان يدرس المجلس الملفات المعروضة عليه في إطار لجان مصغرة قبل دراستها في جلسة علنية...". وهو ما يشكل تناقضا مع المادة 28 من الأمر 03-03 .

تنظم جلسات مجلس المنافسة الجزائري من طرف الرئيس الذي يمارس سلطته في إطار السهر على حسن سير الجلسة فهو الذي يحدد نظام وقت التدخلات كما يمكن له ان يوقف الجلسة ان اقتضى الامر.

بعد انتهاء أشغال الجلسة ينسحب المجلس لاجراء المداولة وإصدار القرار الذي يتخذ بالأغلبية البسيطة للاعضاء وفي حالة التساوي يكون صوت الرئيس مرجحا، ولا يمكن لاي عضو المشاركة في المداولة التي له فيها مصلحة ويشارك ممثل الوزير المكلف بالتجارة في أشغال المجلس دون ان يكون له الحق في التصويت<sup>3</sup>، بعد ذلك يحزر كل مقرر او رأي صادر عن مجلس المنافسة في نسخة اصلية واحدة تحفظ مع محضر الجلسة تحت مسؤولية الأمين العام، ويصدق الأمين العام على مطابقة نسخ القرارات و الآراء، وتبلغ المقررات الى الأطراف المعنية في رسالة موصى عليها مع وصل الإشعار بالاستلام مع تحديد آجال الطعون وترسل إلى الوزير المكلف بالتجارة الذي يسهر على تنفيذها ونشرها في النشرة الرسمية<sup>4</sup>.

تكون قرارات مجلس المنافسة قابلة للطعن أمام مجلس قضاء الجزائر من الأطراف المعنية أو من الوزير المكلف بالتجارة وذلك في أجل لا يتجاوز شهرا واحدا ابتداء من تاريخ استلام القرار ويرفع الطعن في الإجراءات المؤقتة المنصوص عليها في المادة 46 من الامر 03-03 في اجل عشرين يوما.

يرفع الطعن من قبل اطراف القضية وبمجرد الإيداع ترسل نسخة منه الى رئيس مجلس المنافسة ونسخة الى الوزير المكلف بالتجارة اذا لم يكن طرفا في القضية وعند الاستلام من رئيس مجلس المنافسة يتولى المستشار

<sup>1</sup> المادة 24 . المرسوم الرئاسي 96 -44 . المؤرخ في 17 يناير 1996 الذي يحدد النظام الداخلي في مجلس المنافسة ، الجريدة الرسمية ، العدد 5 ، ص 6.

<sup>2</sup> المادة 14 . القانون رقم 08-12 مرجع سابق . ص 13 .

<sup>3</sup> خمائية سمير ، مرجع سابق ، ص 68 -69

<sup>4</sup> المواد 31،30،29 ، المرسوم الرئاسي رقم 96-44 مرجع سابق ص 7.6 .

المقرر ارسال نسخة من الوثائق الجديدة و المطروحة من طرف اطراف القضية الى الوزير المكلف بالتجارة والى رئيس مجلس المنافسة للتشاور وابداء ملاحظاتهم المكتوبة في آجال يحددها المستشار المقرر، كما امكن المشرع الأطراف المعنية الدخول في خصومة رغم انهم ليسوا أطرافا في الطعن وفي أي مرحلة من مراحل الإجراءات طبقا لاحكام قانون الإجراءات المدنية و الإدارية<sup>1</sup>.

وفي الأخير ترسل القرارات الصادرة عن مجلس قضاء الجزائر الى الوزير المكلف بالتجارة والى رئيس مجلس المنافسة<sup>2</sup>.

### المطلب الرابع: صلاحيات مجلس المنافسة :

قد يتدخل مجلس المنافسة تلقائيا او بطلب من الأشخاص المؤهلة قانونا في جميع المسائل التي تدخل في اختصاصه ومن أجل تحقيق مهامه يجب ان يمارس سلطاته التي منحها منها إياه المشرع بموجب قانون المنافسة، كسلطة ابداء الرأي واتخاذ القرار المادة 34 من الامر 03-03 المتعلق بالمنافسة والى جانب ذلك فان مجلس المنافسة يلعب دور هيئة استشارية، كما يتطلع الى مهام أخرى يتعلق بالوظيفة التنافسية<sup>3</sup>.

### الفرع الاول : الصلاحيات الاستشارية :

يعتبر مجلس المنافسة بمثابة الخبير المختص في مجال الاحتكار، حيث له أن يبدي رأيه بشأن نصوص حيز التحضير أو حول المسائل التي لها صلة بالمنافسة و تعد الاستشارة أمام مجلس المنافسة وسيلة في متناول جميع المشاركين في الحياة الاقتصادية و الاجتماعية داخل الدولة ابتداء من السلطة العامة إلى المواطن البسيط عبر جمعيات المستهلكين و الجمعيات المهنية وغيرها من الأشخاص التي لها أن تستشير مجلس المنافسة حول الأمور التي لها علاقة بالمنافسة<sup>4</sup>، ومن هنا يمكن تقسيم الاستشارة إلى نوعين:

### اولا : الاستشارة الوجدية .

وتتضح لنا بمقتضى المادة 19 من القانون 08-12 المعدلة و المتممة للمادة 36 من الأمر 03-03 والتي جاء فيها: " يستشار مجلس المنافسة في كل مشروع نص تشريعي و تنظيمي له صلة بالمنافسة أو يدرج تدابير...." ، ويستدل على الوجوب من خلال لفظ " يستشار " فبعدما كان مجلس المنافسة يستشار فقط في كل نص تنظيمي متعلق بالمنافسة ، أصبحت استشارته وجوبية فيما يخص النصوص التشريعية<sup>5</sup> ، وهي صلاحية واسعة تخول مجلس المنافسة مراقبة كل النصوص التي يتم سنها ، و تكون الاستشارة وجوبية لاسيما في:

\_ يستشار المجلس وجوبا في كل نص تشريعي يصدر من البرلمان ممثلا في السلطة التشريعية.

<sup>1</sup> شرواط حسين ، المرجع السابق ، 69 .

<sup>2</sup> المادة 70 ، الامر 03-03 مرجع سابق ، ص 33

<sup>3</sup> شرواط حسين ، مرجع سابق ، ص 56 .

<sup>4</sup> خمانيبة سمير ، مرجع سابق ، ص 34 .

<sup>5</sup> المادة 19 ، قانون 08-12 ، مرجع سابق ، ص



\_ يستشار المجلس وجوبا حول كل مشروع تنظيمي ، صادر عن الهيئة التنفيذية هذا المرسوم يحدد أسعار بعض السلع و الخدمات التي تعتبرها الدولة ذات طابع استراتيجي و هذا بتقدير الدولة التي تراعي التطورات الاقتصادية و الاجتماعية<sup>1</sup>.

كانت هذه التدابير الاستثنائية لا تتخذ إلا لمدة أقصاه سنة 6 أشهر وذلك بعد أخذ رأي مجلس المنافسة و يتم ذلك عن طريق التنظيم ، إلا أنه و بعد تعديل المادة 4 و 5 بموجب القانون 10-05 المتعلق بالمنافسة تم إلغاء الاستشارة الوجوبية و استبدلت باقتراحات تدابير تحديد هوامش الربح و أسعار السلع و الخدمات أو تسقيفها على أساس اقتراحات يمكن أن تتقدم بها القطاعات المعنية إذا توفرت الأسباب المحددة قانونا<sup>2</sup>.

### ثانيا : الاستشارة الاختيارية :

تنص المادة 35 من الأمر 03 03 على أنه " : يبدي مجلس المنافسة رأيه في كل مسألة ترتبط بالمنافسة إذا طلبت الحكومة منه ذلك ، ويبدي كل اقتراح في مجالات المنافسة... " ، ومن هنا يظهر جليا أن الاستشارة اختيارية إن هو طلب منه ذلك.

يقصد بالاستشارة الاختيارية إمكانية اللجوء إلى مجلس المنافسة بكل حرية أو الامتناع عن ذلك دون أن يترتب أي أثر على ذلك ، فهي مسألة متروكة للجهات المعنية بذلك<sup>3</sup>.

- استشارة من طرف الحكومة.

\_ استشارة من الجماعات المحلية.

\_ استشارة المؤسسات والجمعيات المهنية والنقابية.

\_ استشارة جمعيات المستهلكين.

\_ استشارة من طرف الجهات القضائية.

### الفرع الثاني : الصلاحيات التنافسية .

يمارس مجلس المنافسة صلاحيات تنافسية ، تظهر من خلال قيام المشرع بتزويده باختصاصات واسعة تهدف أساسا إلى ضبط النشاط الاقتصادي ، وقمع الممارسات المنافية للمنافسة .

و لمجلس المنافسة أن يتدخل في إطار الممارسات المنصوص عليها في المواد 6 ، 7 ، 8 ، 9 ، 10 ، 11 ، 12 من الامر 03-03 المتعلق بالمنافسة ، فهي تمثل الإطار العام للممارسات المنافية للمنافسة ، والذي يشكل بدوره مجال الصلاحيات التنافسية لمجلس المنافسة ، و أهم المحاور التي تشكل هذه الاختصاصات توقيع عقوبات مالية على مرتكب الممارسات التالية:

\_ الأعمال و الاتفاقات غير المشروعة.

<sup>1</sup> شرواط حسين ، مرجع سابق ، ص 57 .

<sup>2</sup> جلال مسعد زوجة محتوت ، مرجع سابق ، ص 274 .

<sup>3</sup> خمانيبة سمير ، مرجع سابق ، ص 35 .

التعسف في استعمال القوة الاقتصادية.

ممارسة أسعار بيع منخفضة بشكل تعسفي<sup>1</sup>

**المبحث الثالث : أعوان الرقابة و دورهم وفق التشريع و التنظيم المعمول به.**

تم إنشاء هيكل تنظيمي لوزارة التجارة مكون من عدة مديريات عامة تنظم وتوجه وتضع حيز التنفيذ المراقبة و مكافحة الممارسات التجارية غير الشرعية والممارسات المضادة للمنافسة و الغش المرتبط بالجودة والتقليد التي تقوم بالسهر على تطبيق التشريع والتنظيم المتعلقين بشروط ممارسة النشاطات التجارية و باحترام قواعد المنافسة وتنظيم نشاطات مراقبة الممارسات التجارية و المضادة للمنافسة وبرمجتها وتقييمها، والمساهمة في الأعمال المنجزة في إطار مكافحة الغش و التهريب الجبائي.

**المطلب الاول: الأعوان المكلفون بالرقابة والتحقيقات الاقتصادية**

حسب ما ورد في نص المادة 49 من القانون 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية

المعدل والمتمم و كذا نص المادة 30 من القانون 08/04 المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية ، يؤهل

للقيام بالتحقيقات و معاينة المخالفات المتعلقة بالممارسات التجارية:

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

**الفرع الاول : صلاحيات أعوان الرقابة<sup>2</sup>**

- طلب تدخل وكيل الجمهورية المختص إقليميا ( المادة 49 الفقرة 04 من ق 04-02 ) .
- تفحص كل المستندات الإدارية أو التجارية أو المحاسبية والوسائل المغناطيسية أو المعلوماتية دون أن يمنعوا من ذلك بحجة السر المهني كما يمكنهم اشتراط استلامها حيثما وجدت والقيام بحجزها ( المادة 50 من ق 04-02 ) .
- الدخول إلى المحلات التجارية والمكاتب والملحقات وأماكن الشحن أو التخزين وبصفة عامة إلى أي مكان باستثناء المحلات السكنية التي يتم دخولها طبقا لأحكام قانون الإجراءات الجزائية ( المادة 52 من ق 04-02 ) .
- يمارس الأعوان أعمالهم خلال نقل البضائع ويمكنهم فتح أي طرد أو متاع بحضور المرسل أو المرسل إليه أو الناقل ( المادة 52 من ق 04-02 )

<sup>1</sup> المواد من 6 الى 12 ، الامر 03-03 مرجع سابق ص 27 .

<sup>2</sup> القانون 02-04 المؤرخ في 23 جوان 2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

الفرع الثاني: مهام أعوان الرقابة في مجال المنافسة والتحقيقات الاقتصادية:<sup>1</sup>

أولا : المهام حسب الأسلاك والرتب:

طبقا لأحكام المرسوم التنفيذي 415/09 المؤرخ في 16 ديسمبر 2009 المتضمن القانون الأساسي الخاص المطبق على الموظفين المنتمين للأسلاك الخاصة بالإدارة المكلفة بالتجارة الذي فصل مهام أسلاك أعوان الرقابة في مجال المنافسة والتحقيقات الاقتصادية حسب الأسلاك والرتب كما يلي:

### 1- سلك مراقبي المنافسة والتحقيقات الاقتصادية :

رتبة مراقب المنافسة والتحقيقات الاقتصادية : يكلف بالبحث عن أية مخالفة للتشريع والتنظيم المعمول بهما ومعاينتها والأخذ عند الاقتضاء بالإجراءات التحفظية المنصوص عليها في مجال المنافسة و التحقيقات الاقتصادية.

### 2- سلك محققي المنافسة والتحقيقات الاقتصادية :

✓ رتبة محقق المنافسة والتحقيقات الاقتصادية: يكلف بـ :

- البحث عن أية مخالفة للتشريع والتنظيم المعمول بهما ومعاينتها والأخذ عند الاقتضاء بالإجراءات التحفظية المنصوص عليها في مجال المنافسة و التحقيقات الاقتصادية.

- وضع التشريع والتنظيم المتعلقين بالممارسات التجارية والممارسات المضادة للمنافسة حيز التنفيذ.

- متابعة تغيرات السوق في مجال التمويل والأسعار، وكذا جمع المعطيات المرتبطة بها واستغلالها.

- إنجاز التحقيقات الاقتصادية.

- متابعة تطور الأسعار عند الإنتاج وعند مختلف مراحل التوزيع وإنجاز الحصائل الإحصائية.

✓ رتبة المحقق الرئيسي للمنافسة والتحقيقات الاقتصادية: زيادة على مهام محقق المنافسة والتحقيقات الاقتصادية يكلف المحقق الرئيسي للمنافسة والتحقيقات الاقتصادية بـ:

- إنجاز التحقيقات الاقتصادية الخصوصية المرتبطة بميدان نشاطه.

- إعداد تقارير و مذكرات ظرفية وبصفة دورية.

✓ رتبة رئيس المحقق الرئيسي للمنافسة والتحقيقات الاقتصادية: زيادة على مهام المحقق الرئيسي للمنافسة والتحقيقات الاقتصادية يكلف رئيس المحقق الرئيسي للمنافسة والتحقيقات الاقتصادية بـ:

- القيام بكل دراسة تتعلق بتطور السوق ووضع المنافسة.

- إنجاز دراسات حول تطور الأسعار والوضع الراهن بالتنسيق عند الاقتضاء مع المؤسسات والهيئة

المتخصصة.

<sup>1</sup> المادة 55 من أحكام المرسوم التنفيذي 415/09 المؤرخ في 16 ديسمبر 2009 المتضمن القانون الأساسي الخاص المطبق على الموظفين المنتمين للأسلاك الخاصة بالإدارة المكلفة بالتجارة، ص27.

- إنجاز دراسات تهدف إلى ترقية المنافسة.

### 3- سلك مفتشي المنافسة والتحقيقات الاقتصادية:<sup>1</sup>

✓ رتبة مفتش رئيسي للمنافسة والتحقيقات الاقتصادية: يكلف بالبحث عن أية مخالفة للتشريع والتنظيم المعمول بهما ومعاينتها والأخذ عند الاقتضاء بالإجراءات التحفظية المنصوص عليها في مجال المنافسة و التحقيقات الاقتصادية، ويكلف بهذه الصفة لاسيما بما يأتي :

- إعداد تقارير ومذكرات ظرفية وبصفة دورية.

- إنجاز تحقيقات اقتصادية تكتسي طابعا خاصا.

- القيام بدراسات حول سلوك المتعاملين الاقتصاديين وعند الاقتضاء كل عملية تجميع أو اتفاق يمكنها عرقلة حرية المنافسة.

✓ رتبة رئيس مفتش رئيسي للمنافسة والتحقيقات الاقتصادية: زيادة على مهام المفتش الرئيسي للمنافسة والتحقيقات الاقتصادية يكلف رئيس المفتش الرئيسي للمنافسة والتحقيقات الاقتصادية بـ:

- تقييم درجة فعالية التنظيم التجاري.

- إنجاز دراسات تهدف إلى ترقية المنافسة.

- المساهمة في دورات التكوين وتجديد المعلومات وتحسين المستوى لفائدة الأعوان.

✓ رتبة مفتش قسم للمنافسة والتحقيقات الاقتصادية: زيادة على مهام رئيس المفتشين الرئيسيين للمنافسة والتحقيقات الاقتصادية يكلف مفتش قسم للمنافسة والتحقيقات الاقتصادية في ميدان تخصصه بـ:

- الاستكشاف و التقدير والتوجيه.

### 4- مهمة للمنافسة والتحقيقات الاقتصادية:

و هذا المنصب مدرج ضمن المناصب العليا و يكلف بـ:

- تأطير نشاطات التفتيش والتحقيقات والرقابة وتنظيمها وتقييمها.

- تطبيق مخططات العمل.

رئيس تحقيق للمنافسة والتحقيقات الاقتصادية: و هذا المنصب مدرج ضمن المناصب العليا و يكلف بـ:

- تنسيق أنشطة الأعوان المكلفين بالرقابة والتحقيقات وتوجيهها ومتابعتها.

- الإشراف على البرامج القطاعية وما بين القطاعات والمشاركة في تنفيذها.

<sup>1</sup> المادة 66 من أحكام المرسوم التنفيذي 415/09 المؤرخ في 16 ديسمبر 2009 المتضمن القانون الأساسي الخاص المطبق على الموظفين المنتمين للأسلاك الخاصة بالإدارة المكلفة بالتجارة، ص29.

ثانيا : المراقبة والتحقيق الاقتصادي<sup>1</sup>

من أجل الوصول إلى تحقيق الفعالية في عمليات المراقبة والتمكن من جمع كافة المعلومات الخاصة بالتحقيق الاقتصادي ولأجل الوصول إلى أحسن النتائج لابد على العون التريث وإتباع منهجية محكمة للرقابة وهي على مراحل :

1- المراقبة العادية والتحقيق الاقتصادي:

- أ - المراقبة العادية: وفيها يقوم العون بكشف المخالفات عن طريق المعاينة المباشرة.
- ب - التحقيق الاقتصادي : وفيها يقوم العون بكشف المخالفات عن طريق تحريات تتعدى إلى زبائن ومموني العون الاقتصادي محل التحقيق و جمع كافة المعلومات والبيانات لدى مختلف الهيئات و الإدارات العمومية ( الضرائب ، الجمارك ، المركز الوطني للسجل التجاري، بنوك ، وكيل عبور ،....)

2- البرمجة:

وتتعلق عمليات البرمجة ب:

أ - برمجة عمليات المراقبة :

قصد تفادي التدخلات العشوائية وتحسين نوعية المراقبة لآبد من تحضير وإثراء برامج المراقبة مع مراعاة ما يلي :

يلي :

- توجيهات وتوصيات الإدارة المركزية لوزارة التجارة.
- خصوصيات ومزايا النسيج الاقتصادي والتجاري للمنطقة.
- مختلف المواسم والأعياد الدينية و الاجتماعية ( شهر رمضان، الدخول المدرسي، الموسم الصيفي....)
- أن يمس البرنامج مختلف القطاعات ( إنتاج، استيراد، توزيع، جملة، تجزئة).
- ب - برمجة التحقيقات الاقتصادية:

يمكن برمجة فتح تحقيق اقتصادي للكشف عن ممارسات تجارية مخالفة للقوانين والتشريع الساري المفعول، وتعذر معاينتها عن طريق المعاينة المباشرة.

3 - التدخلات:

قبل أي عملية تدخل لا بد من اتباع الخطوات التالية :

- حيازة أعوان الرقابة لجميع الوثائق المنصوص عليها في أحكام القانون المحدد لقواعد الممارسات التجارية، حتى يتسنى لهم أداء مهامهم.
- ضرورة تحديد مجال التدخلات وذلك عن طريق: تحديد المنطقة الجغرافية ، أو التعيين المسبق للمتعامل الاقتصادي، أو التحديد المسبق للمنتج أو للمخالفات.

<sup>1</sup> أحكام المرسوم التنفيذي 415/09 المؤرخ في 16 ديسمبر 2009، المرجع السابق، ص 30

• تعيين الفرقة أو الفرق المكلفة بالمراقبة أو التحقيق مع تعيين رئيس الفرقة المتكونة من عونين اثنين على الأقل.

• التدخل المباشر بانتقال الأعوان إلى عين المكان أو التدخل غير المباشر وذلك باستدعاء العون الاقتصادي المعني بالأمر عن طريق البريد.

### المطلب الثالث: سير التحقيقات

#### الفرع الأول : طلب فتح تحقيق

اولا : مصدر الطلب:

طبقا لمحتوى المنشور 01 المؤرخ في 05 ديسمبر 2004، بعد موافقة وزير التجارة بالشروع في التحقيق، تقوم المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش (D.G.C.E.R.F) بالتنسيق مع المديرية الجهوية (D.R.C) والمديرية الولائية للتجارة (D.C.W) إعداد مخطط التدخل.

يكيف مخطط التدخل حسب أهمية التحقيق و بعده ( الوطني ،الجهوي أو المحلي)

• البعد الوطني: يتم إعداد مخطط التدخل على مستوى D.G.C.E.R.F

• البعد الجهوي و المحلي :على مستوى D.R.C

وفي الحالة الأخيرة يجب على D.R.C إخطار D.G.C.E.R.F بمخطط التدخل قبل بدء التحقيق.<sup>1</sup>

#### ثانيا : محتوى الطلب:

قبل تقديم مخطط التدخل، في المرحلة الأولى يذكر في طلب فتح تحقيق:

- الوقائع(التي هي أصل الطلب) مرفقة بالتحليل للوضعية التنافسية لها و التي أدت إلى الافتراض بأن الممارسات قابلة ان تسقط في طائفة المواد 06 ، 07 من الأمر 03-03<sup>2</sup>
- وكذلك إذا وجد نص تنظيمي.

#### الفرع الثاني : اعداد مخطط التدخل لسير التحقيق

سواء تم إعداده من طرف الإدارة المركزية أو من طرف المديرية الجهوية ، يجب يوضح بالخصوص العناصر التالية:

- مصلحة التحقيق المعنية.
- المسؤول المكلف بتوجيه العملية على مستوى المديرية الجهوية للتجارة.
- طبيعة الوثائق و العناصر التي يجب جمعها .
- أماكن التدخل.

<sup>1</sup> خنيسة علي، كفيات سير التحقيقات في مجال المنافسة، التكوين الخاص بأعوان مديريات التجارة، المديرية الجهوية باتنة، 2013، ص 20

<sup>2</sup> الأمر رقم 03-03، المرجع السابق، ص 27

- الجدول الزمني للتدخلات و ترتيبها .
- نوع و طبيعة المعلومات و الوثائق و العناصر الاثباتية الواجب البحث عنها .
- الاستفسار المستخدم في إطار سماع مسؤولي المؤسسات أو الهيئات المعنية بالتحقيق.<sup>1</sup>

#### الفرع الثالث : برمجة العمل:

لإنجاز تحقيق يتطلب وضع منهجية للعمل من طرف المحققين و مسؤولهم المباشر المكلف بقيادة و

تنسيق التحقيق (المسؤول عن العملية) مع تحديد الأوليات بحسب خصوصيات و أهمية الموضوع مثل:

- خطر ضياع الأدلة.
- وجود شكوى من طرف مؤسسة، حيث أن نشاطها يصبح في خطر في حالة تأخر التدخل (مؤسسة في حالة تبعية اقتصادية مع مموليها).
- وفي الوقت الذي يتم فيه تعيين المكلف بالملف و الشروع في التحريات ، من الضروري:
- القراءة الجيدة و المتمعنة في طلب التحقيق و الوثائق الملحقة به.
- التحقق ما إذا كان الطلب قد تم معالجته من قبل إحدى المديريات و ما هي النتائج المتوصل إليها قد تكون مفيدة إذا كانت غير قديمة.
- في حالة الحاجة إلى معلومات ضرورية على القطاع ، من المفيد الاتصال بالمكتب المختص على مستوى الإدارة المركزية.
- في حالة الشكوى: يتم اعداد تسلسل زمني للوقائع بشكل يسمح باستهداف اولئك الذين هم على الأرجح المتسببين أولاً.

#### الفرع الرابع : إجراءات و استراتيجيات التحقيق

##### أولاً : إجراءات التحقيق

تعريف بموضوع التحقيق: يستنتج من خلال طلب فتح تحقيق، الوارد من الإدارة المركزية مثلاً، كما يجب الإشارة إليه في المحاضر أنه تم إعلام الشخص المعني بموضوع التحقيق.

اختيار المؤهلون لإجراء التحقيق : المؤهلون لإجراء التحقيق هم الذين تم ذكرهم في المادة 49 مكرر من الأمر 03\_03 و طبقاً لنفس الشروط و الاشكال التي تم تحديدها في القانون رقم 04\_02 المؤرخ في 23 جوان 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، للإشارة هذه النصوص لم تشير إلى إمكانية إجراء تدخلات في أماكن السكن و اجراء عملية التفتيش.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> خنسة علي، المرجع السابق، ص 21.

<sup>2</sup> خنيسة علي، المرجع السابق، 22.

الحاجة الى طلب تدخل المديرية الأخرى: في حالة وجود مؤسسات خارج اقليمي الاختصاص و في حالة ضرورة اجراء تدخلات في وقت واحد.

ثانيا : إستراتيجية التحقيق

1- البحث عن الوثائق :

فحص مراجع بنك المعطيات للحصول على معلومات حول القطاع وأيضا حول المؤسسات المعنية كذلك عن طريق التحريات، كما يمكن الحصول على معلومات أخرى عن طريق استغلال الصحف، الصحف المهنية، الانترنت، الدراسات.....إلخ.

2- استهداف المؤسسات و الامر بالتدخل:

اختيار التحريات الأولى مهم جدا ، ففي حالة وجود شكوى الاتصال بصاحبها في البداية هو مفيد جدا للتأكد من أن شكواه مؤسسة و كذلك للحصول منه على معلومات أخرى مكتملة ومحيطة (إثبات أو احتمال نهاية حدوث ممارسات كان في وقتها الشاكي ضحية).  
يتم تحديد هذا الاختيار أيضا وفقا لدرجة ضلوع المؤسسات في الممارسات المزعومة فالمعلومات الأولى تمكن في البداية التعرف أكثر على القطاع المعني بالتحري.

3- تحضير جدول الأسئلة (الاستفسار):

- هي وسيلة جد مهمة، لأنها تسمح بهيكله المحادثة دون اهمال أو نسيان أية نقطة، و من المعلوم أن هناك تغييرات قد تحدث بحسب طبيعة التحقيقات لكن بعض المعلومات الاساسية يجب جمعها مثل :
- تنظيم المؤسسة: ( القانون الأساسي، عدد العمال، النشاط، رقم الأعمال المحقق خلال 03 سنوات الاخيرة، انتمائها إلى مجمع، استقلالية المؤسسة.....)
- السوق: أهم المنافسين، مكانة المؤسسة في السوق، العراقيل الخاصة (تطور أسعار المواد الاولية)، شروط الدخول أو الخروج.
- ممارسات المؤسسة: متغيرة حسب الملف.
- معلومات أخرى تجمع لدى متدخلين آخرين في القطاع نقيده في إعداد التقرير حول السوق.
- شروط الشراء ( نسخ من الفواتير)
- وجود عقد التوزيع (نسخ من العقود و الملحقات)
- منطقة التوزيع.
- السياسة الترويجية.
- ماهي أشكال الضغوط الممكنة ( نقص البيع، تأخر في استلام السلع، الغاء بعض الامتيازات.....)<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> خنيسة علي ، المرجع السابق ، ص ص 23-24..



هذه الاسئلة يمكن لها أن تتغير حسب تطور التحقيق سواء بإضافة أسئلة أخرى مفيدة أو الاستغناء عن أخرى تبين أنها غير مفيدة.

في اطار الاستغلال الفعال لهذه الأسئلة، تبلغ هذه التغييرات بدون تأخر الى كافة المشاركين في التحقيق.

### ثالثاً- التحريات<sup>1</sup>

#### 1-أخذ موعد:

• معدل اللقاءات: اللقاءات المتقاربة تسمح بالاستغلال الفوري للمعلومات المجمعة كما تسمح كذلك بربح الوقت.

• اختيار المحاور *Choix de l'interlocuteur*، يختلف بحسب الملف:

- الذي نحاوره ليس بالضرورة أن يكون مسؤول المؤسسة ، الا أن اللقاء الاول معه يكون ضروري قبل سماع مسؤول المصلحة الذي نود محاورته؛

- نحدد بدقة مدة الحوار والتي هي حوالي ساعة في الفترة الصباحية وهذا ليكون المحاور جاهزا لذلك.

• أخذ موعد يكون بكل الوسائل الممكنة مع تأكيده لتفادي أي خطأ وتقل غير مجدي؛ لأجل تسهيل عملية سماع مسؤولي المؤسسة وريح الوقت ، تحضير بعض المعلومات العامة المتعلقة بالمؤسسة ، العقود العامة للبيع الخاصة بها ، نموذج من العقود الخ يمكن طلبها مباشرة عن طريق البريد.

#### 2- جمع المعلومات داخل محلات المؤسسة:

الامكانيات المخولة للمحقق و التي تسمح له بالدخول إلى كل محلات المؤسسة المعنية بالتحقيق ولا شيء يمنعه من التنقل داخل المكاتب التجارية، المحاسبية و مصالح أخرى لفحص الوثائق فيها والتي هو بحاجة إليها (عقود، فواتير.....). و مختلف المعلومات و الوثائق القابلة للجمع و التي من بينها:

#### • العناصر العامة

- التنظيم الهيكلي للمؤسسة.

- لوحة تقديم المؤسسة.

- منشورات دعائية للمنتجات.

- عقد التأسيس .

- جدول الحصائل المالية TCR.

- التقرير السنوي.

- الموقع الالكتروني(انترنت).

<sup>1</sup> خنيسة علي، المرجع السابق ص24.

• الوثائق المتعلقة بالأسعار

- جدول الاسعار.
  - الشروط العامة للبيع.
  - الشروط الخاصة للبيع.
  - نموذج من فاتورة.
  - نسخ من فواتير لكل فئة من الزبائن.
  - منشورات موجهة إلى الزبائن.
- المعلومات المتعلقة بالإحصاء
- رقم الاعمال المحصل مع أهم الزبائن.
  - احصاء المبيعات لكل فئة من الزبائن (خاص/عمومي\_ تقليدي/التوزيع الواسع...).
  - احصاء المبيعات لكل منتج.

• على مستوى شبكة التوزيع

- عقد يربط الموزع بالممون.
- طريقة تقديم الطلبات.
- نسخ من وصل الطلبات.
- نسخ من وصل التسليم.
- وسم خاص بالسعر étiquette de prix.

وفي أية حالة من الأحوال قائمة الوثائق المجموعة تدون في المحضر ، حتى الوثائق التي سوف تسلم لاحقا تذكر في المحضر مع آجال تسليمها، هذه الأخيرة لا تكون من الوثائق المهمة و القابلة لتغيير أو تبديل المعلومات فيها.

3- تحرير المحضر<sup>1</sup>:

ينبغي في بداية الحوار وبعد تقديم بطاقة التفويض بالعمل، اعلام المعني بموضوع التحقيق، السند القانوني للتدخل (احكام الامر 03\_03 المعدل و قانون 04\_02) و الإشارة إليها في المحضر كذلك الإشارة إلى الظروف التي جرت فيها التحريات بما في ذلك التصريحات التي تكون موضوع المحضر يتم منح نسخة منه للمعني، وهذا من أجل تقادي تراجع المعني عن تصريحاته أثناء امضاء المحضر.

- عدة طرق ممكنة لتحرير المحضر - أخذ نقاط خلال الحوار وتسجيلها فيما بعد في المحضر

<sup>1</sup> خنيسة علي ، المرجع السابق، ص26.

- تسجيل التصريحات مباشرة في المحضر بالتعاقب (حسب المواضيع المتناولة)، التدخل لفرقة متكونة من محققين اثنين يسهل عملية السماع و تحرير المحضر.
- حسب طبيعة التصريحات يجب ان تكون دائمة متبوعة بوثيقة متعلقة بها (فاتورة، عقد.....).
- في الاخير يعرض على المعني امضاء المحضر، وكل طلب تغيير لابد ان يكون معللا إلا في حالة نية ا فراغ المحضر من محتواه، و في حالة الخلاف يمكن للمعني رفض الإمضاء مع ذكر ذلك في المحضر.

#### 4- حضور المحامي:

حضوره لم تشير إليه النصوص القانونية، و في أية حال إذا حضر فدوره هو تقديم المشورة لموكله عن حقوقه، ولا يمكنه أن يكون بديلا لموكله فيما يخص التصريحات المقدمة للمحققين، نفس الشيء تدخل المحامي أثناء توقيع المحضر و الذي من شأنه أن يؤدي الى التغيير في طبيعة التصريحات رغم أن هذه الاخيرة قد أدلى بها بالفعل من قبل المسؤول " لا يمكن قبوله" .

كما أشرنا سابقا المسؤول يمكنه رفض الامضاء ( مع تسجيل عبارة رفض الامضاء في المحضر)، كما يمكنه بعد امضاء المحضر تقديم توضيحات اضافية عن طريق البريد، ترسل الى مصلحة التحقيقات حيث يتم ارفاقها كملحق الى الاجراء.

#### رابعا: استغلال النتائج و اعداد تقرير التحقيق<sup>1</sup>

##### 1- استغلال النتائج

- تفحص و قراءة الوثائق بتمعن لحصر العناصر التي تدخل في اثبات الممارسة أو الممارسات المقيدة للمنافسة؛
  - نسخ صفحات ( المستندات، المحاضر، العقود....) التي تحتوي على معلومات ( العناصر) واعداد حافظات (chemises) توضع فيهم هذه العناصر مع تزويدها مع تطور التحقيق.
  - يكون التقرير دائما يهدف إلى جلب أدلة لممارسات مقيدة للمنافسة و لهذا لابد أن يكون لدينا العناصر التي تسمح بإثبات هذه الادلة.
- مثلا: حينما يتعلق الامر باتفاقات لابد أن يكون هناك اتفاق إرادي ما بين مؤسسات مستقلة في وضع حيز التنفيذ لممارسة أو ممارسات تهدف أو من شأنها أن تهدف إلى عرقلة أو الحد من حرية المنافسة في سوق معين.

##### 2- إعداد التقرير:

التقرير يهدف الى نقل المعلومات التي تم جمعها بصفة قانونية و نزيهة خلال التحقيق (دون الحكم أو التقييم الشخصي لها)، في شكل يسمح لمقرر مجلس المنافسة أن يستنتج وجود ممارسات مقيدة للمنافسة وتبليغها الى أعضاء الاتفاق أو الى المؤسسة التي مارست تعسفا باستغلال وضعيتها الهيمنة في السوق.

<sup>1</sup> خنيسة علي، المرجع السابق، ص 27..

لهذا يجب بالإضافة الى سرد الوقائع ( تصرفات المؤسسات )، ذكر العناصر التي تسمح من جانب اظهار الاتفاق أو التعسف في استغلال وضعية الهيمنة وأنها حقيقة تتعلق بأحكام مادتي 06 و 07 من الأمر 03\_03 و من جانب آخر أن هذه الممارسات تهدف أو من شأنها أن تهدف الى عرقلة حرية المنافسة في السوق التي يتم تعريفها أيضا.

تعريف السوق يسمح:

- بتحديد و تطويق المحيط الذي بداخله تمارس المنافسة ما بين المؤسسات.
- يسمح بتحديد منافسي المؤسسة و كذلك الاسواق القبلية و البعدية، الأسواق ذات الصلة أو المتممات التي على مستواها يمكن أن تمارس ضغوط.
- قوة المؤسسات في السوق: المرحلة الأساسية التي يمكن من خلالها لمؤسسة استغلال وضعية الهيمنة.
- تقييم الأضرار التي لحقت بالاقتصاد و التي تنتسب فيها الممارسات المقيدة للمنافسة؛
- حساب العقوبة، تحدد العقوبة بحسب خطورة الممارسة ومدتها(من صلاحيات مجلس المنافسة).

خامسا: إرسال الملخص التحليلي للتحقيق و التقرير:

يرسل الملخص التحليلي للتحقيق مرفق بكل العناصر الإثباتية ، المحاضر و التقرير الأولي المعد من طرف المديرية الجهوية للتجارة إلى المديرية العامة للرقابة الاقتصادية و قمع الغش، حيث تقوم هذه الأخيرة بإعداد التقرير النهائي للتحقيق يوجه إلى مجلس المنافسة بعد الفحص و إبداء الرأي من طرف المديرية العامة لضبط النشاطات و تنظيمها.<sup>1</sup>

المطلب الرابع: معاينة المخالفات 2.

الفرع الأول: المخالفات المتعلقة بالقانون 04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004 المعدل والمتمم:

أولا: شفافية الممارسات التجارية (من المادة 04 إلى المادة 13 ):

1. عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات وشروط البيع: يجب على البائع إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات وبشروط البيع ( المادة 04 )
2. عدم الفوترة : يجب أن يكون كل بيع سلع أو تأدية خدمات بين الأعوان الاقتصاديين مصحوبا بفاتورة أو وثيقة تقوم مقامها، كما يقبل وصل التسليم بدل الفاتورة في المعاملات التجارية المتكررة والمنظمة عند بيع منتجات لنفس الزبون مع وجوب تحرير فاتورة إجمالية شهرية تكون مراجعها وصولات التسليم المعنية .

<sup>1</sup> خنيسة علي ، المرجع السابق ، ص 28.

<sup>2</sup> القانون رقم 02-04 المؤرخ في 2004/06/23 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل و المتمم، الجريدة الرسمية عدد

ثانيا : نزاهة الممارسات التجارية (من المادة 14 إلى المادة 30) :

1. الممارسات التجارية غير الشرعية: ونبين هذه الممارسات على النحو التالي<sup>1</sup>:

- ممارسة أعمال تجارية دون اكتساب الصفة التي تحددها القوانين المعمول بها.
- رفض بيع سلعة أو تأدية خدمة بدون مبرر شرعي إذا كانت السلعة معروضة للبيع أو كانت الخدمة متوفرة.
- بيع سلعة أو أداء خدمة مشروط بمكافأة مجانية من سلع أو خدمات إلا إذا كانت من نفس السلع أو الخدمات موضوع البيع أو تأدية الخدمة وكانت قيمتها لا تتجاوز 10 % من المبلغ الاجمالي.
- البيع المشروط بشراء كمية مفروضة أو اشتراط البيع بشراء سلع أخرى أو خدمات.
- ممارسة عون اقتصادي نفوذا على عون اقتصادي آخر بدون مبرر حقيقي يتلاءم مع ما تقتضيه المعاملات التجارية النزيهة والشريفة.
- إعادة بيع سلعة بسعر أدنى من سعر تكلفتها الحقيقي، باستثناء السلع سهلة التلف ، و السلع التي بيعت بصفة إرادية أو حتمية بسبب تغيير النشاط أو إنهائه أو إثر تنفيذ حكم قضائي، والسلع الموسمية، و السلع التي تم التموين منها أو يمكن التموين منها بسعر أقل، والمنتجات التي يكون فيها سعر إعادة البيع يساوي السعر المطبق من طرف الأعوان الاقتصاديين الآخرين.
- إعادة بيع المواد الأولية في حالتها الأصلية الموجهة للتحويل باستثناء حالات توقيف النشاط أو تغييره أو حالة القوة القاهرة.

2. ممارسة أسعار غير شرعية:

- عدم احترام الأسعار المقننة.
- التصريح المزيف بأسعار التكلفة .
- القيام بكل ممارسة ترمي إلى إخفاء زيادات غير شرعية في الأسعار.
- عدم تجسيد أثر الانخفاض المسجل لتكاليف الإنتاج والاستيراد والتوزيع على أسعار البيع و الإبقاء على ارتفاع أسعار السلع والخدمات المعنية.
- عدم إيداع تركيبة الأسعار المقررة طبقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما.
- تشجيع غموض الأسعار و المضاربة في السوق.
- إنجاز معاملات تجارية خارج الدوائر الشرعية للتوزيع.

<sup>1</sup> المرجع نفسه، ص5.

ثالثا: الممارسات التجارية التديسية:<sup>1</sup>

- دفع أو استلام فوارق مخفية للقيمة.
  - تحرير فواتير وهمية أو مزيفة.
  - إتلاف الوثائق التجارية و المحاسبية و إخفائها أو تزويرها.
  - حيازة التجار منتجات مستوردة أو مصنعة بصفة غير شرعية أو لمخزون من المنتجات بهدف تحفيز الارتفاع غير المبرر للأسعار أو لمخزون من المنتجات خارج موضوع تجارتهم الشرعية قصد بيعه.
- رابعا: الممارسات التجارية غير النزيهة: تعتبر ممارسات تجارية غير نزيهة في حالة تعدي عون اقتصادي على مصالح عون أو عدة أعوان اقتصاديين آخرين لا سيما :
- تشويه سمعة عون اقتصادي منافس.
  - تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتجاته او خدماته.
  - استغلال مهارة تقنية أو تجارية مميزة دون ترخيص من صاحبها.
  - إغراء مستخدمين متعاقدين مع عون اقتصادي منافس.
  - الاستفادة من الأسرار المهنية قصد الإضرار بصاحب العمل.
  - إحداث خلل في تنظيم عون اقتصادي منافس وتحويل زبائنه باستعمال طرق غير نزيهة.
  - الإخلال بتنظيم السوق وإحداث اضطرابات فيها.
  - إقامة محل تجاري في الجوار القريب لمحل منافس.
  - الإشهار غير الشرعي ( التضليلي ) الذي من خلاله قد يؤدي إلى الالتباس مع بائع آخر أو مع منتجاته أو خدماته أو نشاطه.

خامسا: الممارسات التعاقدية التعسفية: و تتعلق بالعقود المبرمة بين المستهلك و البائع الذي تمنح له<sup>2</sup>:

- أخذ حقوق و/ أو امتيازات لا تقابلها حقوق و/ أو امتيازات مماثلة معترف بها للمستهلك.
- فرض البائع التزامات فورية ونهائية على المستهلك في العقود.
- امتلاك حق تعديل عناصر العقد الأساسية أو مميزات المنتج المسلم أو الخدمة المقدمة دون موافقة المستهلك.
- تفرد البائع بحق تفسير شرط أو عدة شروط من العقد.
- إلزام المستهلك بتنفيذ التزاماته دون أن يلزم نفسه بها.
- رفض حق المستهلك في فسخ العقد إذا أخل هو بالالتزام أو عدة التزامات في ذمته.
- التفرد بتغيير آجال تسليم منتج أو آجال تنفيذ خدمة.

<sup>1</sup> القانون 02-04 ، المرجع السابق، ص6.

<sup>2</sup> القانون 02-04 ، المرجع السابق، ص7.

- تهديد المستهلك بقطع العلاقة التعاقدية لمجرد رفض المستهلك الخضوع لشروط تجارية جديدة غير متكافئة.
- رفض تقديم الوثائق.
- معارضة أداء الوظيفة.
- رفض الاستجابة عمدا لاستدعاء أعوان الرقابة.
- توقيف النشاط قصد التهرب من المراقبة.
- المماطلة و عرقلة إنجاز التحقيقات.
- إهانة و تهديد أعوان الرقابة.
- العنف و التعدي الجسدي ضد أعوان الرقابة أثناء تأدية مهامهم.

#### الفرع الثاني: المخالفات المتعلقة بالقانون 04-08 المؤرخ في 14 أوت 2004 المعدل و المتمم<sup>1</sup> :

- ممارسة نشاط تجاري قار دون التسجيل في السجل التجاري.
- ممارسة نشاط تجاري غير قار دون التسجيل في السجل التجاري.
- الإدلاء بتصريحات غير صحيحة بهدف التسجيل في السجل التجاري.
- تقليد وتزوير مستخرج السجل التجاري أو الوثائق المرتبطة به.
- عدم إشهار البيانات القانونية للأشخاص الاعتباريين.
- عدم إشهار البيانات القانونية للأشخاص الطبيعيين.
- عدم تعديل بيانات مستخرج السجل التجاري في الآجال المحددة.
- منح وكالة لممارسة نشاط تجاري باسم صاحب السجل التجاري لشخص آخر.
- ممارسة نشاط تجاري دون حيازة محل.
- ممارسة نشاط تجاري أو مهنة مقننة خاضعة للتسجيل في السجل التجاري دون الرخصة أو الاعتماد المطلوبين.

- ممارسة تجارة خارج موضوع السجل التجاري

#### الفرع الثالث: الإجراءات التحفظية:

##### أولاً: الحجز:

طبقاً لأحكام المادة 39 من القانون 04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004 و المعدلة بالمادة رقم 08 من القانون رقم 10-06 المؤرخ في 15 أوت 2010 يمكن لأعوان الرقابة حجز السلع والبضائع عند مخالفة أحكام القوانين والتشريعات السارية المفعول، كما يمكنهم حجز العتاد والتجهيزات التي استعملت في ارتكاب المخالفة، على أن تكون المواد المحجوزة موضوع محضر جرد و هو نوعان: حجز عيني وهو حجز

<sup>1</sup> القانون 08-04 المؤرخ في 14 أوت 2004 يتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية. لجريدة الرسمية رقم 52،

مادي للسلع و البضائع التي كانت موضوع المخالفة و حجز إعتباري وهو كل حجز يتعلق بسلع لا يمكن مرتكب المخالفة أن يقدمها بسبب ما .

في حالة الحجز العيني يكلف مرتكب المخالفة بحراسة المواد المحجوزة عندما يمتلك محلات للتخزين حيث تشتمل المواد المحجوزة بالشمع الأحمر من طرف الأعوان و توضع تحت حراسة مرتكب المخالفة، أما في حالة عدم امتلاك العون الاقتصادي المخالف محلات للتخزين يمكن للأعوان حراسة الحجز إلى إدارة أملاك الدولة التي تقوم بتخزين المواد المحجوزة في أي مكان تختاره لهذا الغرض.

أما في حالة الحجز الاعتباري تحدد قيمة المواد المحجوزة على أساس سعر البيع المطبق من طرف مرتكب المخالفة او بالرجوع إلى سعر السوق، و يدفع المبلغ الناتج عن بيع السلع موضوع الحجز الاعتباري إلى الخزينة العمومية.

### ثانيا: الغلق الإداري

في حالة مخالفة العون الاقتصادي لأحكام مواد القانون 04-02 المعدل و المتمم<sup>1</sup> و القانون 04-08<sup>2</sup>: المعدل و المتمم يمكن لأعوان الرقابة تقديم اقتراح غلق إداري للمحل التجاري للعون الاقتصادي المخالف لمدة أقصاها (60) يوما (المادة 46 من القانون 04-02)، حيث يصدر الوالي قرار الغلق بناء على اقتراح المدير الولائي المكلف بالتجارة.

### ثالثا: التسجيل في البطاقة الوطنية للغشاشين:

إضافة إلى المحضر الذي يتم تحريره من طرف الأعوان، يمكنهم القيام بتقديم اقتراح لدى مصالح الضرائب قصد تسجيل العون الاقتصادي المخالف في البطاقة الوطنية للغشاشين.

### رابعا: اقتراح الشطب من السجل التجاري:<sup>3</sup>

يمكن لأعوان الرقابة تقديم اقتراح شطب العون الاقتصادي من السجل التجاري لدى الجهات القضائية

( المواد من 38 إلى 41 من ق 08/04 )

### خامسا: إعداد و تحرير التقارير:

بعد انتهاء عملية المراقبة يقوم رئيس الفرقة بإعداد بطاقة المراقبة التي تحتوي على المعلومات الخاصة بجميع الأعوان الاقتصاديين الذين تمت مراقبتهم، كما يمكن لرئيس الفرقة أن يقوم بإعداد تقرير عن التحقيق الاقتصادي المفتوح و يكون إما أوليا أو نهائيا.

<sup>1</sup> المادة 46 من القانون 02/04 ، مرجع سابق ص 8

<sup>2</sup> المادة 31 من القانون 08-04 المرجع السابق، ص 8.

<sup>3</sup> القانون 08-04 ، المرجع السابق، ص 9.



سادسا: تحرير المحاضر وتحويلها إلى الهيئات القضائية:

عندما يسجل الأعوان مخالفات للقواعد المنصوص عليها في القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم وكذا مخالفات أحكام القانون 04-08 المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية يجب أن تثبت في محاضر رسمية طبقا لنص المادة 55 من القانون 04-02، وترسل إلى الهيئات القضائية ، أما في حالة خضوع المخالفة لغرامة المصالحة وموافقة العون الاقتصادي المخالف عليها فإنه لا يتم إرسال المحاضر إلى الهيئات القضائية بشرط تسديد المخالف للغرامة في أجل أقصاه 45 يوما طبقا للمادة 61 من القانون 04-02.

سابعا: مهام إدارية أخرى:

1. المشاركة في اللجان القطاعية: يمكن لأعوان الرقابة المشاركة في اللجان الولائية المشتركة والتي تضم عدة قطاعات مثل : الفرقة المختلطة - ضرائب - جمارك - تجارة.
2. تمثيل وزير التجارة في لجان الصفقات العمومية: في إطار الصفقات التي تقوم بإبرامها الإدارات العمومية ومختلف الهيئات المنصوص عليها في المادة رقم 02 من المرسوم الرئاسي 10-236 المؤرخ في 07 أكتوبر 2010 يتضمن تنظيم الصفقات العمومية المعدل والمتمم، يمكن لأعوان الرقابة تمثيل وزير التجارة في لجان الصفقات العمومية طبقا لأحكام المادة 134 و 149 و 150 من المرسوم الرئاسي 10-236 .

## خلاصة الفصل

لقد تبين لنا من خلال ما قمنا به أثناء التريص الميداني والمعلومات المقدمة والمساعدات الممنوحة من طرف المسؤولين في مديرية التجارة لولاية بسكرة.

تعرفنا على كيفية تسيير و عمل هذه الهيئات و العمل على اعطائها الوسائل المادية و البشرية التي تتمتع بالكفاءة اللازمة في البحث و معاينة المخالفات الاقتصادية، اما بالنسبة للجهات القضائية فعليها أن تساهم في حماية المستهلك من خلال تفعيل دور محاربة الممارسات غير المشروعة و القيام بالتحقيقات المعمقة لإكتشاف الجرائم الاقتصادية و السرعة في تنفيذها، أضف الى ذلك يقع على الدولة فتح على مستوى هذه الجهات القضائية أقسام تتولى الفصل و البحث في النزاعات التي يكون المستهلك أحد أطرافها.

# الخاتمة

لقد كرس المشرع منضومة من النصوص التشريعية بغية حماية المستهلك من المنافسة الغير مشروعة و من ثم حماية الاقتصاد الوطني، من الممارسات الغير نزيهة التي تخلق إضطراب في السوق مما يعيق عجلة تنمية الإقتصاد.

و اذا اردنا تقييم دور وعمل الهيئات التي تضطلع بهذه الحماية فلا بد من الرجوع الى السوق باعتباره المرآة العاكسة للاقتصاد الوطني ، قصد اعادة النظر في كيفية تسيير و عمل هذه الهيئات و العمل على اعطائها الوسائل المادية و البشرية التي تتمتع بالكفاءة اللازمة في البحث و معاينة المخالفات الاقتصادية، اما بالنسبة للجهات القضائية فعليها أن تساهم في حماية المنافسة من خلال تفعيل دور محاربة الممارسات غير المشروعة و القيام بالتحقيقات المعقدة لإكتشاف الجرائم الاقتصادية و السرعة في تنفيذها،

مر قانون المنافسة العديد من التعديلات، التي كان الغرض منها مسايرة التطورات الإقتصادية الوطنية وذلك من أجل تجسيد مبادئ المنافسة النزيهة في مختلف القطاعات، وبمختلف الهيئات، سواء مجلس المنافسة أو سلطات الضبط ، عن طريق الامر 03-03 المتعلق بالمنافسة وما يتضمنه من تشريعات وتلاه قانون 08-12 ، حيث يعد قانون المنافسة أو بالاحرى قطاع المنافسة في الجزائر من القطاعات الحيوية في الساحة الاقتصادية الوطنية ، وجعلته من القطاعات الحيوية في الساحة الاقتصادية الوطنية، حيث يعتبره الأخصائيون مثالا في إفريقيا من واقع الديناميكية التنافسية التي يشهدها، حيث يعتبره الاخصائيون مثالا هاما من واقع الديناميكية التنافسية التي تشهدها الدول الافريقية ، هذه الديناميكية ناتجة عن المنافسة القوية بين المتعاملين الاقتصاديين في احتلال مركز الريادة في هذا المجال ، وهذا ما فتح المجال نحو إستراتيجية التمييز بالمنتجات على نحو يزيد من القيمة المضافة للمستهلك الجزائري .

## النتائج.

في هذا السياق فإننا نستعرض أهم النتائج المتوصل إليها من خلال هذا البحث ، وما يستند إليها من توصيات في هذا الشأن ،فضلا عن الآفاق التي تشكل مجالات محتملة لمواصلته.

لقد أفضت هذه الدراسة التي إهتمت بدور أعوان الرقابة في حماية المنافسة بالنتائج التالية:

- ✓ ان جهاز الرقابة التجارية يعتبر أداة من أدوات تدخل الدولة من اجل تنظيم الأسواق.
- ✓ يسعى اعوان الرقابة دائما الى تطبيق قانون المنافسة لتجسيد مبادئ المنافسة النزيهة في السوق .

✓ يسعى قانون المنافسة لمنع كل التجاوزات التي من شأنها التأثير المنافسة وإخراجها من إطارها المشروع.  
✓ احيانا قد تتبع الدولة بعض الاستراتيجيات قد تتفاي مع مبادئ المنافسة، مثل تقنين الأسعار و التي تكون في السلع الواسعة الاستهلاك .

✓ قانون المنافسة يتضمن بعض الغموض فيما يخص مفهوم المنافسة المشروعة، لذلك لابد من الرجوع الى القوانين الاخرى لتفسير ذلك الغموض.

✓ هناك بعض التجاوزات في قانون المنافسة، بسبب الثغرات القانونية، التي يرجع سببها لقلة الخبرة في مجال المنافسة، ولأن القانون مقتبس من القوانين الأخرى.

### التوصيات المقترحة:

- ✓ لابد من توضيح أكثر لمواد قانون المنافسة الجزائري وكيفية تطبيقه.
- ✓ يجب مراجعة التعديلات الموجودة في قانون المنافسة.
- ✓ يجب ضبط المصطلحات بشكل أكثر دقة، خاصة فيما يتعلق بأنواع المنافسة.
- ✓ يجب تنفيذ القانون بشكل صارم، من أجل ضمان نزاهة المنافسة.
- ✓ لا بد من تكوين ورسكلة المراقبين خاصة في قطاع التجارة.
- ✓ تقوية مراقبين التجارة من خلال توسيع القدرات الخاصة بهم و فتح المجال اكثر لتنمية الأداء الفعال.
- ✓ اقامة ندوات و ملتقيات وطنية في مجال المنافسة.
- ✓ تنمية الكوادر البشرية الخاصة بقطاع التجارة.
- ✓ على الدولة إنشاء أقسام على مستوى الجهات القضائية تتولى الفصل و البحث في النزاعات التي يكون المستهلك المتضرر من المنافسة الغير مشروعة أحد أطرافها .
- ✓ تفعيل دور جمعيات حماية المستهلك لحماية المنافسة مع اعطائها الامكانيات اللازمة و حمايتها قانونا من كافة الضغوطات التي تعترض لها عند القيام بمهامها في مواجهة الأعوان الإقتصاديين.
- ✓

• **القرآن الكريم**

• دستور سنة 1996 المؤرخ في 08/12/1996 المتضمن دستور الجمهورية الديمقراطية الشعبية ، الجريدة الرسمية رقم 76 .

• **الأوامر:**

1. الأمر 06-95 المؤرخ في 25/01/1995 المتعلق بالمنافسة والذي الغي بالأمر 03-03 المؤرخ في 19/07/2003 المتعلق بالمنافسة.

2. الأمر 03-03 المؤرخ في 19-07-2003، الجريدة الرسمية، العدد 2003، 43.

• **القوانين:**

1. القانون 12-08 المؤرخ في 25-06-2008 المعدل والمتمم لأمر رقم 03-03، الجريدة الرسمية عدد 36 .

2. القانون 05-10 مؤرخ في 15 غشت سنة . 2010 يعدل ويتمم الأمر 03 - 03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 والمتعلق بالمنافسة . الجريدة الرسمية . العدد 46.

3. القانون رقم 03 - 09 مؤرخ في 25 فبراير سنة 2009 ، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش . الجريدة الرسمية . العدد . 15 .

4. القانون رقم 02-04 المؤرخ في 23/06/2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل و المتمم، الجريدة الرسمية عدد 41 ، ص 4

5. القانون 08-04 المؤرخ في 14 أوت 2004 يتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية. لجريدة الرسمية رقم 52،

• **المراسيم الرئاسية :**

1. المرسوم الرئاسي 96 - 44 مؤرخ في 17 يناير سنة 1996 . يحدد النظام الداخلي في مجلس المنافسة . الجريدة الرسمية . العدد 5 .

2. المرسوم الرئاسي 96 - 44 . المؤرخ في 17 يناير 1996 الذي يحدد النظام الداخلي في مجلس المنافسة ، الجريدة الرسمية ، العدد 5 .

• **المراسيم التنفيذية :**

1. المرسوم التنفيذي رقم 11-241 المؤرخ في 10 يوليو . 2011 يحدد تنظيم مجلس المنافسة و سيره . الجريدة الرسمية ، العدد 39 .

2. المرسوم التنفيذي 09/415 المؤرخ في 16 ديسمبر 2009 المتضمن القانون الأساسي الخاص المطبق على الموظفين المنتمين للأسلاك الخاصة بالإدارة المكلفة بالتجارة،.

3. المرسوم التنفيذي رقم 11-09 المؤرخ في : 23/01/2011 المتضمن تنظيم المصالح الخارجية لوزارة التجارة و صلاحيتها و عملها.، الجريدة الرسمية عدد 4 .

قائمة المراجع:

1. أحمد عبد الرحمن الملحم، الإحتكار المحظور و محظورات الإحتكار في ظل نظرية المنافسة التجارية، مجلة القانون و الإقتصاد، عدد 63 الكويت، سنة 1993م.
2. أحمد محمد محرز، الحق في المنافسة المشروعة في مجالات النشاط الإقتصادي الصناعة، التجارة، الخدمات، (د ذ ن )، القاهرة، 1994 .
3. توفيق محمد عبد المحسن ، بحوث التسويق و تحديات المنافسة الدولية، دار النهضة العربية ، بيروت 2001 .
4. حسن محمد بودي، حرية المنافسة التجارية وضرورة حمايتها من الممارسات الإحتكارية، دراسة فقهية مقارنة ، دار الجامعة الجديدة، 2015 ، الإسكندرية مصر .
5. حسين شرواط . شرح قانون المنافسة. على ضوء الامر 03-03 المعدل والمتمم بالقانون 08-12 والمعدل والمتمم بالقانون 10-05 ووفقا لقرارات مجلس المنافسة ، دار الهدى الجزائر ، سنة 2012 .
6. زينة غانم عبد الجبار الصغار، المنافسة الغير مشروعة للملكية الصناعية، دراسة مقارنة ، دار الحمد للنشر و التوزيع، الطبعة الثانية، الأردن
7. صلاح الشنواني: دراسات في اقتصاديات الأعمال، دار النهضة العربية، 1970.
8. صوي مصطفى حسن السبك ، دعوى المنافسة غير المشروعة كوسيلة قضائية لحماية المحل التجاري ، دراسة مقارنة ، مكتبة الوفاء القانونية ، الاسكندرية ، مصر .
9. عبد الفتاح مراد، شرح قانون حماية المنافسة و منع الممارسات الإحتكارية، (دون ذكر دار و تاريخ النشر) .
10. عبد الله المصلح ، صلاح الصاوي ، ما لا يسع التاجر جهله ، دار المسلم ، مؤسسة الرسالة للنشر ، لبنان ، 2005 .
11. مجمع اللغة العربية، المعجم الوجيز ، الطبعة الأولى ، مصر 1980.
12. محمد الشريف كتو . قانون المنافسة و الممارسات التجارية. وفقا للامر 03-03 والقانون 04-02 ، منشورات بغدادي الجزائر، سنة 2010.
13. محمد أنور حامدي على ، الإغراق من صور المنافسة غير مشروعة ، دراسة المقارنة بين الشريعة الإسلامية والقانون الوضعي ، دار النهضة العربية مصر ، 2010.
14. محمد بن اسماعيل البخاري الجعفي ، صحيح البخاري ، دار بن كثير للطباعة والنشر ، دسنة 1414 هـ
15. محمد بن اسماعيل البخاري الجعفي ، صحيح البخاري ، دار بن كثير للطباعة والنشر ، دسنة 1414 هـ .
16. محمد تيورسي، الضوابط القانونية للحرية التنافسية في الجزائر، دار هومة، الجزائر، 2013.
17. محمد سلمان الغريب ، الاحتكار والمنافسة الغير مشروعة ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 2004 .

18. محمد نصر محمد ، الحماية الدولية و الجنائية من المنافسة التجارية غير المشروعة و الإحتكار ، مركز الدراسات العربية ، ط 1 ، جمهورية مصر العربية ، 2016.
19. معين فندي الشناق ، الاحتكار والممارسات المقيدة للمنافسة في ضوء قوانين المنافسة والاتفاقيات الدولية ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان الطبعة الاولى 2010 .
20. نبيل مرسي خليل ، الإدارة الإستراتيجية- تكوين و تنفيذ استراتيجيات التنافس- دار المعارف للنشر ، الإسكندرية، مصر ، 1995.
21. وليد عزت الدسوقي الجلاذ ، حماية المستهلك وحماية المنافسة رفع الممارسات الاحتكارية ، دار الحكيم للطباعة ، القاهرة ، دون سنة النشر

• مراجع باللغة الأجنبية :

- 1- François SOUTY, Le Droit de la concurrence de l'union européenne . montchrestien.2<sup>e</sup> édition ; paris 1999 .
- 2- Mohamed ACHOCBE .contrubution a l'analyse de la compititivité d'une entreprise publique industrielle essai théorie entreprise BCR .Mémoire de magestere non publier ferhat anes stif 1997.
- 3- Stephane CHATTILON droit des affaires internationales ,vuibert.ée édition ;paris.1999.
- 4- M.porter : "l'avantage concurrentiel", Dunod édition , paris, France, 1999.
- 5- Jean Jacques lambin; le marketing stratégique, sconse édition, Paris, France, 2eme éditions, 1993.

• الرسائل العلمية:

1. قادري لطفي محمد الصالح ، آليات حماية المنافسة في التجارة الدولية ، أطروحة دكتوراه تخصص قانون أعمال ، قسم الحقوق ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، بدون سنة الطبع .
2. محمد الشريف كتو- الممارسات المنافية للمنافسة في القانون الجزائري . أطروحة لنيل درجة دكتوراه الدولة في القانون . السنة الجامعية 2003 / 2004 .
3. جلال مسعد زوجة محتوت . مدى تأثير المنافسة الحرة بالممارسات التجارية . رسالة لنيل درجة الدكتوراه في القانون فرع قانون الأعمال .. جامعة مولود معمري تيزي وزو . السنة الجامعية 2011-2012 .
4. عبير مزغيش ، الأليات القانونية لحماية المنافسة الحرة من الممارسات المقيدة للمنافسة والتجميعات الاقتصادية ، مذكرة لنيل شهادة دكتوراه ، قسم الحقوق ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة محمد خيضر بسكرة 2015-2016 .
5. خمايلية سمير . سلطة مجلس المنافسة في ضبط السوق . مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون.جامعة مولود معمري تيزي وزو . سنةالجامعية 2012-2013 .

6. سلطان عمار . الطبيعة القانونية لمجلس المنافسة . مذكرة لنيل شهادة الماجستير . جامعة منتوري قسنطينة . السنة الجامعية 2010 -2011 .
7. زوبير أرزقي ، حماية المستهلك في ظل المنافسة ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير - فرع "المسؤولية المهنية " جامعة مولود معمري - تيزي وزو ، سنة 2011 .
8. داسي حسين وهيبة، إدارة المعرفة و دورها في تحقيق الميزة التنافسية، رسالة ماجستير، جامعة دمشق، 2006-2007.
9. رتيبة نحاسية: أهمية اليقظة التنافسية في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة، مذكرة ماجستير، تخصص تسيير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير جامعة الجزائر، 2003.
10. خنيسة علي، كفايات سير التحقيقات في مجال المنافسة، التكوين الخاص بأعوان مديريات التجارة، المديرية الجهوية باتنة، 2013.
11. مليكة هلالي، أهمية الجودة و مواصفات الإيزو في تنافسية المؤسسات، دراسة حالة ،مؤسسة صناعة الكوابل بسكرة. مذكرة ماجستير ،غير منشورة، فرع تسيير المؤسسات الصناعية، قسم علوم التسيير ،كلية الحقوق و العلوم الاقتصادية، جامعة محمد خيضر بسكرة ، 2003/2004.

### • المجلات :

1. قويد محمد، و صاف سعدي: مرتكزات تطوير الميزة التنافسية للاقتصاد الجزائري، مجلة العلوم الإنسانية و الاجتماعية، العدد 9 جانفي.

### • المقابلات:

- 1- بالاعتماد على المعلومات المقدمة في مقابلة مع رئيس المكتب مكتب ملاحظة السوق و الاحصائيات - مديرية التجارة بسكرة، بتاريخ: 2018/3/12.
- 2- بالاعتماد على المعلومات المقدمة في مقابلة مع رئيس المكتب مكتب ملاحظة السوق و الاحصائيات - مديرية التجارة بسكرة، بتاريخ: 2018/3/12.
- 3- بالاعتماد على المعلومات المقدمة في مقابلة مع رئيس مكتب تنظيم السوق و المهن المقننة مديرية التجارة بسكرة، بتاريخ: 2018/3/12.
- 4- بالاعتماد على المعلومات المقدمة في مقابلة مع رئيس مكتب ترقية التجارة الخارجية وأسواق المنفعة العمومية مديرية التجارة بسكرة، بتاريخ: 2018/3/12.

### • مواقع الإنترنت:

- 1- [www.dcwbskra.com](http://www.dcwbskra.com)
- 2- [www.dr.sassane.over\\_blog.com](http://www.dr.sassane.over_blog.com)



الفردوس

الصفحة	العنوان	الرقم
	البسمة	01
	شكر و عرفان	02
	الإهداء	03
	خطة البحث	04
أ - ج	مقدمة	05
	الفصل الأول : ماهية المنافسة و الإطار القانوني المنظم لها	06
04	تمهيد الفصل	07
05	المبحث الأول: مفهوم المنافسة	08
05	المطلب الأول: تعريف المنافسة	09
10- 05	- الفرع الأول: تعريف المنافسة لغة و إصطلاحا	10
12- 10	- الفرع الثاني: أهمية ووظائف المنافسة	11
15 - 12	- الفرع الثالث: أنواع المنافسة	12
17- 16	- الفرع الرابع: المنافسة في ظل الإقتصاد الإسلامي	13
17	المطلب الثاني : مفهوم الميزة التنافسية	14
19 - 17	- الفرع الأول: تعريف الميزة التنافسية	15
20 - 19	- الفرع الثاني: مصادر الميزة التنافسية	16
20	- الفرع الثالث: أنواع الميزة التنافسية	17
21	المبحث الثاني : الإطار القانوني لقانون المنافسة	18
21	المطلب الأول: التطور التاريخي لقانون المنافسة	19

22- 21	- الفرع الأول: تطور قانون المنافسة في النظام الإسلامي	20
25 - 22	- الفرع الثاني: تطور المنافسة في النظام الرأسمالي	21
26 25	- الفرع الثالث: تطور المنافسة في النظام الإشتراكي	22
27- 26	المطلب الثاني: تعريف قانون المنافسة	23
27	المطلب الثالث: أهداف قانون المنافسة	24
27	- الفرع الأول: حماية المنافسة	25
27	- الفرع الثاني : حماية المؤسسة	26
27	- الفرع الثالث: حماية المستهلك	27
28	المبحث الثالث: الممارسات المقيدة للمنافسة و مجال تطبيق أحكام قانون المنافسة	28
29 - 28	المطلب الأول: الممارسات المقيدة للمنافسة	29
29	المطلب الثاني: مجال تطبيق أحكام قانون المنافسة	30
30 - 29	- الفرع الأول: مجال تطبيق قانون المنافسة من حيث النشاط الإقتصادي	31
30	- الفرع الثاني: مجال تطبيق قانون المنافسة من حيث الاشخاص	32
31	المطلب الثالث: أحكام قانون المنافسة	33
33 - 31	- الفرع الأول: إتفاقات عدم المنافسة	34
36-33	- الفرع الثاني: المنافسة الغير مشروعة	35
37	حلاصة الفصل	36
	<b>الفصل الثاني : الهيئات المكلفة بضبط المنافسة</b>	37
38	تمهيد الفصل الثاني	38
39	المبحث الأول: الوزارة الوصية و المديرية الولائية التابعة لها	39
39	المطلب الأول: الوزارة الوصية	40

39	- الفرع الأول: نشأة وزارة التجارة	41
40- 39	المطلب الثاني: نشأة المديرية الولائية للتجارة (ولاية بسكرة)	42
40	- الفرع الأول: التعريف بالمديرية	43
41- 40	- الفرع الثاني: مهام المديرية	44
41	المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي	45
41	- الفرع الأول: مصلحة ملاحظة السوق و الإعلام الإقتصادي	46
42	- الفرع الثاني: مصلحة مراقبة الممارسات التجارية و المضادة للمنافسة .	47
43	- الفرع الثالث: مصلحة حماية المستهلك و قمع الغش	48
43	- الفرع الرابع: مصلحة المنازعات و الشؤون القانونية	49
43	- الفرع الخامس: مصلحة الإدارة و الوسائل	50
43	- الفرع السادس: المفتشيات الإقليمية للتجارة	51
45- 44	المبحث الثاني: مجلس المنافسة	52
45	المطلب الأول: نشأة و تطور مجلس المنافسة في القانون الجزائري	53
46- 45	- الفرع الأول: مجلس المنافسة في إطار الأمر 06/95	54
46	- الفرع الثاني: مجلس المنافسة في إطار الأمر رقم 03/03	55
47 - 46	المطلب الثاني: تشكيل مجلس المنافسة	56
48- 47	- الفرع الأول: فئة الأعضاء	57
48	- الفرع الثاني: فئة المقررين	58
49- 48	- الفرع الثالث: فئة ممثلي جمعيات حماية المستهلكين	59
49	المطلب الثالث: الإجراءات المتبعة أمام مجلس المنافسة	60
50- 49	- الفرع الأول: الإخطار	61

51	- الفرع الثاني: إجراء التحقيق	62
53- 51	- الفرع الثالث: الفصل في القضية	63
53	المطلب الرابع : صلاحيات مجلس المنافسة	64
54- 53	- الفرع الأول: الصلاحيات الإستشارية	65
55- 54	- الفرع الثاني : الصلاحيات التنازعية	66
55	المبحث الثالث: أعوان الرقابة و دورهم وفق التشريع و التنظيم المعمول به	67
55	المطلب الأول: الأعوان المكلفون بالرقابة و التحقيقات الإقتصادية	68
55	- الفرع الأول: صلاحيات أعوان الرقابة	69
59- 56	- الفرع الثاني: مهام أعوان الرقابة في مجال المنافسة و التحقيقات الاقتصادية	70
59	المطلب الثالث: سير التحقيقات	71
59	- الفرع الأول: طلب فتح التحقيق	72
60- 59	- الفرع الثاني: إعداد مخطط التدخل لسير التحقيق	73
60	- الفرع الثالث: برمجة العمل	74
65- 60	- الفرع الرابع: إجراءات و إستراتيجيات التحقيق	75
65	المطلب الرابع: معاينة المخالفات	76
68- 65	- الفرع الأول: المخالفات المتعلقة بالقانون 02/04	77
68	- الفرع الثاني: المخالفات المتعلقة: بالقانون 08/04	78
70 - 68	- الفرع الثالث: الإجراءات التحفظية	79
71	خلاصة الفصل	80
73- 72	الخاتمة	81
77- 74	قائمة المراجع	82

83- 78	الفهرس	83
	الملاحق	84

المال

الهيكل التنظيمي الفاعل لمديرية التجارة لولاية بسكرة

