



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة محمد خيضر - بسكرة -
كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير
قسم: العلوم التجارية



الموضوع

دور أعوان الرقابة التجارية في حماية المنافسة
-دراسة حالة مديرية التجارة لولاية بسكرة-

مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية
تخصص: تجارة دولية

الأستاذ المشرف:

إعداد الطالب:

أ. براهيمى فاروق

بو عافية نسيم

<http://www.univ-biskra.dz>

...../2017	رقم التسجيل :
.....	تاريخ الإيداع

الموسم الجامعي: 2016-2017

قسم: العلوم التجارية

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الإهداء

له الملك و له الحمد و هو على كل شيء قدير بسم الله و الحمد و الشكر لله وحده لا شريك له ،

و الصلاة و السلام على أشرف خلق الله ، السيدنا المنير سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم و على آله و صحبه

أجمعين

تتدفق المشاعر و تعجز الكلمات ، أجد نفسي في أكثر أيام مجزي عن التعبير ماذا أقول

لن أوفيك حقك و لو أردت منبع العنان و الإلهام كم صبرتك و كم عانيت

أمي الغالية

يهون عني كل شيء لو أدركت أنبي للحظة واحدة رسمت البسمة على شفاهك

إلى أعظم من أعرفه ، إلى استاذي الأول في الحياة ، إلى من لم يدخر جهدا في سبيل راحتي و لم

يدخر سببا لنجاحي لك أبي رحمك الله

أتمنى أنبي جعلتك تفخر ولو للحظة لأن فخرك من أعظم أسباب نجاحي ، فأنا وما أملك لك أبي

إلى كل من : زوجتي ولداي جاد وايد و أخوتي و أخواتي و عائلتي الكريمة

إلى الأصدقاء المقربين وأصدقاء الدراسة

لكم جميعا أهدي هذا العمل المتواضع

شكر وتقدير

الحمد لله بهذا كثيرا طيبا مباركا فيه

انطلاقا من العرفان بالجميل، فإنه ليسرني وليثلج صدري أن أتقدم بالشكر والامتنان إلى
أستاذي ومشرفي الأستاذ الدكتور براهمي فاروق الذي مدني من منابع علمه بالكثير،
وحمد الله بأن يسرت في دربي ويسر بها أمري وعسى أن يطيل عمره ليبقى نبهاسا في نور
العلم والعلماء.

واتقدم كذلك بجزيل الشكر إلى كل الاسرة الجامعية في جامعتي الغالية جامعة محمد خيضر
بسكرة، وبالخصوص جميع أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

وأتقدم بالشكر للجنة المناقشة على تفضلهم بقبول مناقشة البحث

وفي النهاية يسرني أن أتقدم بجزيل الشكر إلى كل من مد لي يد العون

في مسيرتي العلمية من قريب أو بعيد ولو حتى بكلمة

ملخص:

إن التحول الإقتصادي الذي تبنته منذ أكثر من عشرية من الزمن أدى بها الى الإنسحاب التدريجي من القطاع الاقتصادي، حيث فرض هذا التحول على الدولة ضرورة وضع وسائل فعالة لضمان منافسة نزيهة من شأنها حماية القدرة الشرائية للمستهلك، كونه الطرف الضعيف من العلاقة الإقتصادية. و عليه فوضع حماية شاملة للمستهلك يتوقف أساسا على الوسائل و الآليات التي من شأنها حماية مصالح المستهلك و ضمان علاقة تجارية متوازنة أمام المحترفين. و في سبيل اصفاء معامل التوازن للدراسة، تم ادراج فعالية مبادئ الشفافية و النزاهة و ما تكلفه من ضمانات بشكل خاص للمستهلك و بشكل مضاعف للوعون الإقتصادي ، وهنا تم استجلاء أهمية مبدأ الشفافية الذي كلفه المشرع من خلاله حق الإعلام و التبصر بأهم العناصر التي تنير اختيار المستهلك رضاه.

الكلمات المفتاحية: المنافسة، قانون المنافسة، مبادئ الشفافية، المستهلك

Résumé:

La transformation économique qui a adopté plus d'un point décimal du temps les a conduit au retrait progressif du secteur économique, où l'imposition de ce changement d'affirmer la nécessité de développer des moyens efficaces pour assurer une concurrence loyale protégera le pouvoir d'achat du consommateur, en tant que partie faible de relations économiques.

Et il Mettre une protection des consommateurs complète dépend principalement des moyens et des mécanismes qui permettront de protéger les intérêts des consommateurs et d'assurer une relation d'affaires équilibrée professionnelle.

Afin de donner l'équilibre à l'étude des plantes, l'efficacité des principes de transparence et d'intégrité, et le coût des garanties, en particulier pour le consommateur et un multiplicateur de l'aide économique inclus, et ici était de préciser l'importance du principe de la transparence, ce qui lui a coûté le législateur à partir duquel le droit d'information et un aperçu des éléments les plus importants qui mettent en lumière le choix des consommateurs satisfaction.

Mots-clés: concurrence, droit de la concurrence, les principes de transparence, des consommateurs

فهرس المحتويات

الصفحة	العناوين
	الإهداء
	التشكر
	الملخص
	فهرس المحتويات
	فهرس الأشكال
أ-ز	المقدمة
02	الفصل الأول: الاطار النظري و التشريعي للمنافسة
02	تمهيد
03	المبحث الأول: ماهية المنافسة (التنافسية)
03	المطلب الأول: تعريف المنافسة
04	المطلب الثاني: مؤشرات المنافسة
07	المطلب الثالث: ماهية الميزة التنافسية
12	المبحث الثاني: قانون المنافسة.
12	المطلب الأول: نشأة وتطور قانون المنافسة الجزائري.
15	المطلب الثاني: أهداف قانون المنافسة والأنواع الواردة فيه.
21	المطلب الثالث: مجلس المنافسة
24	المبحث الثالث: الممارسات المقيدة للمنافسة و مجال تطبيق أحكام قانون المنافسة
24	المطلب الأول: الممارسات المقيدة للمنافسة
25	المطلب الثاني: مجال تطبيق قانون المنافسة
27	المطلب الثالث: أحكام قانون المنافسة
36	خلاصة الفصل
38	الفصل الثاني: أعوان الرقابة التجارية (دراسة حالة مديرية التجارة بسكرة)
38	تمهيد
39	المبحث الأول: مديرية التجارة لولاية بسكرة
39	المطلب الأول: الوزارة الوصية
42	المطلب الثاني: الفرق المختلطة واللجان المشتركة

46	المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي لمديرية التجارة ولاية بسكرة.
51	المبحث الثاني : أعوان الرقابة وسير التحقيقات في مجال المنافسة
51	المطلب الأول: الرقابة حسب النصوص التشريعية
52	المطلب الثاني: الأعوان المكلفون بالرقابة والتحقيقات الاقتصادية
57	المطلب الثالث: سير التحقيقات
66	المطلب الرابع: معاينة المخالفات
73	خلاصة الفصل
76	خاتمة
81	المصطلحات
85	قائمة المراجع

قائمة الأشكال

قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
05	طريقان لتنافسية المؤسسة	01
50	هيكل التنظيمي لمديرية التجارة لولاية - بسكرة -	02

مقدمة

ان التغييرات التي تشهدها الجزائر في شتى المجالات خاصة التغييرات الجذرية التي يشهدها اقتصادها استجابة لمتطلبات الفترة الراهنة بالتوجه الى اقتصاد السوق و تستلزمه هذه الفترة الانتقالية من ضرورة ادخال تغييرات و ميكانيزمات جديدة على مختلف القطاعات الاقتصادية الوطنية و كافة هياكلها، بالإضافة الى المؤسسات الادارية و الاقتصادية الفاعلة، اذ ان التوقيع على اتفاق مع الاتحاد الاوروبي و الانضمام المقبل للجزائر الى المنظمة العالمية للتجارة يقتضي عليها الاندماج في الاقتصاد العالمي و الذي لا يمكن أن يتجد إلا باتخاذ الاجراءات اللازمة و التي تهدف الى تحرير المبادلات التجارية اي التحول عن المذهب الحمائي المعتمد في ظل النظام الاشتراكي الذي كان ينادي بتقييد التبادل مع الخارج و اتباع المذهب الليبرالي الذي ينادي بأن تكون التجارة الدولية حرة خالية من القيود و العقبات التي تعيق تدفق و انتقال السلع عبر الحدود سواء كانت في شكل واردات او صادرات.

هذا وقد استتبع الانفتاح الاقتصادي في الجزائر و ما يسوده من تحرير الأسواق الى ظهور منتجات متنوعة في الأسواق الوطنية الغرض منها هو اشباع حاجيات المستهلك، الا ان هذا الاخير اصبح محل خطر نتيجة لوجود سلع قد تمس بصحته و سلامته ناهيك عن وجود مناورات و تلاعبات من قبل فئة التجار الذي لا يؤمنون الا بالريح السريع نتيجة للجشع الذي يرتابهم بعيدا على كل روح تنافسية شريفة؛ هذه الروح التنافسية التي سعي المشرع الجزائري الى تنظيمها و تأطيرها قصد تحقيق الفعالية الاقتصادية من خلال وضع تسهيلات للانضمام الى الأسواق سواء كانت سوقا للسلع أو الخدمات.

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، و لقد 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 استمر العمل بالقوانين الفرنسية إلا ما تعارض منها مع السيادة الوطنية حسب 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.

منذ عام 1988 بادرت الجزائر إلى تغيير المحيط القانوني لاقتصادها جذريا و تبنت نظام اقتصاد

السوق القائم على المنافسة الحرة (تحويل المؤسسات العمومية الاقتصادية إلى هيئات اقتصادية تحت نظام

مستقل تسييرها قواعد التجارة وفق قوانين 1988).

و قد أدت هذه المتغيرات في حقل القانون إلى جعل العقد ، أي الالتزامات الإرادية أهم قواعد اللعبة

الاقتصادية مما يعني تراجع التشريع الأحادي المركزي في الحقل الاقتصادي و حلول العقد محله.

أمام هذا التوجه الجديد كان لزاما على المشرع الجزائري تبني وسائل قانونية نافعة تتماشى و النهج الجديد و تؤكد

ذلك بصدور دستور 1989 الذي هجر بصفة رسمية تعاليم النظام القديم و كرس مبدأ حرية التملك، و في نفس

السنة صدر قانون الأسعار و هو أول قانون اهتم بحرية المنافسة بالإضافة إلى قانون الصفقات العمومية لعام

1991 ، لكن هذه القواعد لم تجد صداها في التطبيق الميداني نتيجة للمرحلة الانتقالية الصعبة التي مرت بها

الجزائر.

نشير هنا 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 ، و إن كان المشرع الجزائري قد كرس من قبل النتائج المترتبة على هذا المبدأ من حرية للمنافسة و الأسعار و هذا يخالف المبدأ الذي يعطي الدور الأول للقاعدة الدستورية التي بمقتضاها يتم الإعلان عن المبدأ و تبنيه ثم تترك التفاصيل فيما بعد للمشرع للتنظيم بمقتضى قوانين تتماشى و المبادئ و الأحكام العامة المنصوص عليها في الدستور ، بمعنى ضرورة وجود الأصل أولا ثم الفرع بعد ذلك ليلتبعه.

لقد تضمن القانون الاقتصادي الجزائري 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 دور الأليات التي توليها الدولة الجزائرية في حماية المنافسة؟"

والذي يتفرع بدوره إلى الأسئلة الفرعية التالية:

- ماهية المنافسة و قانون المنافسة و مجال تطبيقه؟
- كيف تتم التحقيقات في مجال المنافسة؟
- هل وازن المشرع الجزائري من خلال تكريسه للأليات لحماية المنافسة؟

الفرضيات:

- يعتبر قانون المنافسة الوسيلة الفعالة لحماية و تحديد المنافسة ذاتها وقد وسع مجال تطبيقه على الاشخاص او النشاطات.
- ان حشد الاليات التي تسهم في التنسيق بين مختلف الجهات لمواجهة التداول غير الآمن للسلع، و الممارسات التي تعبر عن حالات الغش و التدليس التي تلحق الضرر بسلامة المستهلك و تستنزف مدخوله، خاصة ان السوق الجزائرية تنافسية و ليست احتكارية و أمام المستهلك خيارات عديدة لتقويت الفرصة على من يحاول التلاعب به.

أهداف الدراسة :

- التعرف على قانون المنافسة وما يتضمنه .
- كشف العلاقة بين المجال الاقتصادي والقانوني .
- كشف القواعد والإجراءات التي تحكم آليات أجهزة الرقابة .

أهمية الدراسة:

- تسليط المزيد من الضوء على مجال التنافس .
- كشف جانب من علاقة القانون بالإقتصاد .
- معرفة الأدوات والطرق التي تضمنه منافسة شرعية وحقوق كل طرف .
- التطرق إلى الإجراءات القانونية التي تحكم المنافسة .

أسباب اختيار الدراسة :

لقد تم اختيار هذا الموضوع لاعتبارات :

- الرغبة الشخصية .
- كشف حيثيات قانون المنافسة ودوره على مستوى المنظمة والأسواق .
- موضوع يجمع بين مجالين مختلفين ظاهريا من جهة ومن جهة أخرى يرتبطان ارتباطا وثيقا .
- معرفة الضوابط القانونية للأسواق .

_ التمييز بين المنافسة غير المشروعة والمنافسات الأخرى من خلال القانون .

منهج الدراسة :

فيما يتعلق بالمنهج فقد تم اللجوء بشكل أساسي إلى المنهج الوصفي الذي يعتمد على تجميع الحقائق والمعلومات ،ومقارنتها وتحليلها وتفسيرها، أما بالنسبة للدراسة الميدانية فستتم على مستوى مديرية التجارة بسكرة .

صعوبات الدراسة :

- صعوبة الإلمام بجوانب قانون المنافسة نظرا لكونه خارج مجال التخصص.
- صعوبة الربط بين تخصصين مختلفين .
- قلة المراجع والدراسات.
- تشعب قانون المنافسة من حيث الأوامر والمواد .
- التداخل بين القوانين، فمثلا البيوع تدخل ضمن مختلف الممارسات.
- قانون المنافسة الجزائري مقتبس من عدة قوانين، خاصة القانون الفرنسي.
- عدم وجود كتاب جزائرين في هذا المجال لحدثة القطاع، وغموضه أحيانا.

هيكل الدراسة:

لقد عمدنا في دراستنا إلى طرح الموضوع في سياق فصل نظري وآخر تطبيقي، فبعد مقدمة تعرضنا فيها خاصة إلى أهمية هذه الدراسة في الوقت الحالي ، وأهم الإشكاليات المطروحة فيها تم تقسيم الدراسة فصلين. تطرقنا في الفصل الأول منهما إلى الاطار النظري و التشريعي للمنافسة والذي قسم بدوره إلى ثلاث مباحث جاء فيها ماهية المنافسة و قانون المنافسة والممارسات المقيدة و مجال تطبيق أحكام المنافسة. وفي الفصل الثاني، تطرقنا الى مديرية التجارة و أعوان الرقابة و دورهم وفق التشريع و التنظيم المخول .

الدراسات السابقة :

الدراسات المتعلقة بقانون المنافسة:

" مدى تأثير المنافسة الحرة بالممارسات الحرة, أطروحة دكتوراه في القانون " , كلية الحقوق مولود عمر تيزي وزو /2011 /2012, من إعداد الباحث جلال مسعد. تمحورت هذه الدراسة على الممارسات ذات التأثير الخطير على المنافسة الحرة وقد بدأ دراسته بالتعرض إلى مفهوم الأسواق التنافسية. ثم تطرق إلى عرض مدى تقاربها في أساليب ممارستها وفي أثارها, وطرح أيضا أهم الوسائل القانونية لحماية المنافسة الحرة وقد توصلت الدراسة إلى عدة نقاط أساسية من بينها:

- ينبغي إعادة النظر في بعض الأحكام المنصوص عليها في القانون المتعلق بالمنافسة بشكل يدعم استقلالية مجلس المنافسة وبتالي فعاليته و صرامته في الأداء مهامه المختلفة.
- لابد من إزالة الغموض والتناقض والثغرات القانونية التي تعاني منها النصوص القانونية الجزائرية عامة وقانون المنافسة خاصة والعمل على الإنسجام النصوص القانونية بشكل يسمح بتحقيق العدالة بين المتقاضين.
- العمل على إزالة الحواجز أمام عملية ضبط السوق والقضاء على ظاهرة الأسواق غير الرسمية السائدة في الجزائر.
- التدعيم الفعلي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومحاربة مختلف الإحتكارات التي تشهدها السوق الجزائرية.
- "الإختصاص في مجال المنافسة" من إعداد بوحلايس إلهام، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية الحقوق، جامعة منتوري قسنطينة 2005. وقد تطرقت الباحثة إلى الاختصاص الأصلي لمجلس المنافسة، بالإضافة إلى مضمون القرارات الصادرة عنه. وقد انتهت الباحثة إلى نتائج منها: ضرورة إدراك الهيئات المختصة الدور الممنوح لها والسعي لتطوير نشاطها وتفعيل تدخلها عن طريق تضمين قرارها أسبابا كافية وشروحا وافية يمكن اعتبارها بمثابة إجتهدات في مجال المنافسة تساعد على التطوير المستمر للتشريعات المتعلقة بالمنافسة. العمل على نشر ثقافة قانونية تنافسية تهدف إلى تحقيق المعادلة القائمة على حرية المنافسة وشفافيتها.
- "حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة" من إعداد الباحث زوبير أرزقي، مذكرة ماجستير، غير منشورة، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري تيزي وزو 2011. حاول الباحث الإجابة عن الإشكالية أين تكمن الحماية التي توليها الدولة الجزائرية للمستهلك في ظل المنافسة الحرة. وقد عرج إلى دراسة مبدأ المنافسة وأثرها في ظهور حركات حماية المستهلك، بالإضافة إلى الممارسات المخالفة للتجارة كمخالفة قواعد النزاهة و أسعار غير شرعية. ومن بين النتائج التي إستخلصت إليها الدراسة أن حماية المستهلك

مرهونة بتنظيم المنافسة وضبطها ، حيث لابد من إعادة النظر في هذا المجال قصد خلق نوع من التوازن في الحقوق و الإلتزامات، فلا يكفي وجود قانون لحماية المستهلك وقمع الغش للتحدث عن وجود حماية كافية في حين أن المخالفات نصوص هذا القانون من قبل الأعوان الاقتصادية صريحة جدا .

الفصل الأول

الاطار النظري و التشريعي

للمنافسة

تمهيد:

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

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 أعمال 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 ، و التي يكون الغرض منها ضبط التنافس فيما بينها الجدير بالملاحظة أن السوق بمفهوم قانون المنافسة ليس هو السوق بالمفهوم المكاني الذي يعني الأمكنة المعدة لممارسة التجارة؛ وعليه سننتظر في هذا الفصل الى التقسيم الآتي:

المبحث الأول: ماهية المنافسة.

المبحث الثاني: قانون المنافسة.

المبحث الثالث: الممارسات المقيدة و مجال تطبيق أحكام المنافسة.

المبحث الأول: ماهية المنافسة (التنافسية)

شهد محيط المؤسسات في الآونة الأخيرة موجة من التغيرات والتطورات السريعة جعلت من عملية تأقلم المؤسسة أمرا صعبا ومعقدا، ونتيجة لهذه التطورات ظهرت عدة مفاهيم جديدة وبرز مصطلحات دقيقة 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 للتنافسية من حيث تعريفها، مؤشراتها.

المطلب الأول: تعريف المنافسة

تعددت تعريف التنافسية و اختلفت حسب آراء الاقتصاديين و فيما يلي مجموعة من هذه التعاريف نتعرض إليها باختصار في النقاط التالية:

تعرف بأنها "التنافس بين أعضاء مجموعة اقتصادية واحدة من أجل التعامل مع أعضاء مجموعة اقتصادية أخرى"¹. و تعنى المجموعة الاقتصادية الواحدة مثلا مجموعة من البائعين يتنافسون على التعامل مع المشترين. كذلك يقصد بها: "التقاء العارضين و الطالبين في سوق معينة مما ينتج عنه التنافس الذي يؤدي حتما إلى تخفيض السعر يتساوى مع التكلفة المتوسطة".

و تعني المنافسة كذلك: "التنافس بين البائعين أو بين المشترين على نفس المنتج".

كما عرفه 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"².

¹ صلاح الشنواني: دراسات في اقتصاديات الأعمال، دار النهضة العربية، 1970، ص 126.
² قويد محمد، و صاف سعدي: مرتكزات تطوير الميزة التنافسية للاقتصاد الجزائري، مجلة العلوم الإنسانية و الاجتماعية، العدد 9 جانفي، ص 116.

الإطار النظري و التشريعي للمنافسة.....

"و تعرف 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 القادرة على زيادة ربحيتها من خلال رفع الإنتاجية أو خفض تكاليف الإنتاج أو تحسين الجودة أو كل ذلك معا"¹.

و عليه فإن التنافسية ما هي إلا ذلك التحدي الذي تسعى من خلالها المنظمة إلى تحسين أدائها عن طريق زيادة الإنتاجية و الرفع من مستوى الجودة من أجل تلبية حاجات المستهلكين بشكل أكثر كفاءة مقارنة مع المنظمات الأخرى.

و من خلال هذه التعاريف يمكن استخلاص أنه من الصعب التوصل إلى تعريف شامل للتنافسية إلا أنه يمكن استنتاج بعض الحقائق المتعلقة بها و أهمها²:

أ - التنافسية ليس لها مفهوم مطلق.

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

ج - الزبون يعد محور التنافسية.

المطلب الثاني: مؤشرات المنافسة

يمكن معرفة موقع المؤسسة من التنافسية بشكل نسبي بالاستناد إلى الثنائية فعالية- إنتاجية، و كذا من خلال مقارنة أداء المؤسسة في السوق بأداء منافسيها.

1 - الثنائية فعالية- إنتاجية

أ - **الفعالية**: نقول عن المؤسسة أنها فعالة إذا تمكنت من تحقيق الهدف أو الأهداف المسطرة لها، و يمكن حساب الفعالية من خلال النسبة بين النتائج المحصل عليها و النتائج المنتظرة.

ب **الإنتاجية**: هي السمة بين النتائج المحصل عليها و الوسائل المسخرة لتحقيقها³

¹ نفس المرجع، ص 117.

² Perverou Roger : "**Enterprise, Gestion et compétitivité**", économique, 1984, P 53.

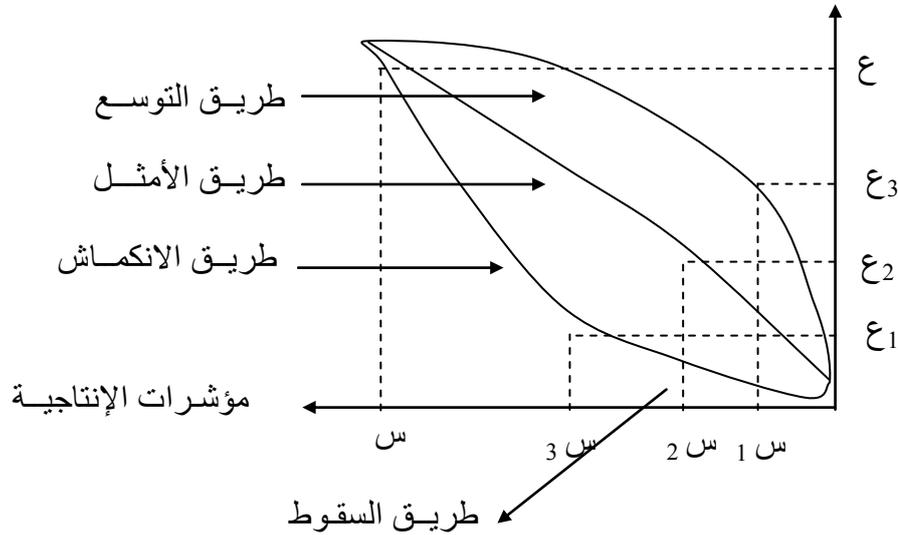
³ G.Lavette et M. Niculescu: les strategies de croissance ed, d'organisation, 1999, PP 220- 225.

ج -الفعالية- الإنتاجية: طريقان نحو التنافسية.

يمكن اعتبار التنافسية كمحصلة التوليف بين الفعالية و الإنتاجية، و يمكن توضيح ذلك من خلال الشكل

رقم -1-

الشكل رقم -01-: طريقان لتنافسية المؤسسة



المصدر: G. Lavette et M. Niculescu, Op cit, P227.

إن معرفة الطريق المؤدي إلى اقتحام سوق تنافسية، ستخذ من خلال حساب المرونة (و التي تساوي

$$\frac{\Delta ع}{ع}$$

$\frac{\Delta س}{س}$ الإنتاجية بالنسبة للفعالية و نجد هنا ثلاث حالات:

أ - إذا كانت المرونة أكبر من الواحد، فهذا يوافق الطريق المسمى بالتوسع.

ب إذا كانت المرونة تساوي الصفر، فهذا يوافق الطريق الأمثل.

ج إذا كانت أقل من الواحد، فهذا يوافق الطريق المسمى بالانكماش

ففي مواجهة وصفية اقتصادية صعبة تتجه المؤسسات نحو البحث عن توازن جديد بالاعتماد على وفورات

في الإنتاجية، و حتى يتسنى ذلك يتم اللجوء إلى التخلي عن اليد العاملة لأن هذه العملي تكون تقنيا أسهل و

لذلك سميت هذه الطريقة بالانكماش، إلا أن هذا الاختيار قد ينطوي على مخاطر كبيرة على المدى الطويل

الإطار النظري و التشريعي للمنافسة

باعتبار أن عملية التخلي هذه مست المهارات التي تدرت في المؤسسة و التي يصعب تفويضها مستقبل بخلاف الطريق الأول، فإن الطريق الثاني يعد الأفضل باعتبار أنه يعمد إلى بناء قوة تنافسية متنامية في بيئة معقدة، حيث يتم ذلك من خلال الرفع من النتائج، حيث يتم ذلك بواسطة كسب طلبت جديدة و استغلال فعال للوسائل المتاحة يقترض الطريق الثاني، و هو طريق التوسع وجود تفكير تسويقي شامل متجه نحو إرضاء المتعاملين (الزبائن الموردين ، و البنوك ، مقدمي الخدمات... الخ)

وجعلهم أكثر مؤشرات الفعالية كما نجد الإشارة إلى أنه إذا تم التمادي في البحث عن الإنتاجية على حساب الفعالية، فإن هذا يؤدي - احتمال كبير - إلى انحراف هذا الطريق، و من ثم السقوط. يستدعي البحث عن الطريق المؤدي إلى التنافسية التعرف على المؤشرات المعبرة و التي تفسر الإنتاجية و الفعالية، حتى يتسنى متابعتها خلال الزمن¹.

2- قياس المنافسة مقارنة بالمنافسين

يعتمد هنا على مقارنة أداء المؤسسة بأداء المنافسين في السوق و يمكن تقويم هذا الأداء من خلال حساب حصة السوق النسبية و التي هي النسبة بين حصة سوق المؤسسة و حصة سوق المنافس الأحسن أداء، حيث نجد ثلاث حالات:

أ - حصة السوق النسبية أكبر من الواحد: هذا يعني أن أداء المؤسسة يضاهي أداء المنافس.

ب حصة السوق النسبية تساوي الواحد: هذا يعني أن للمؤسسة أداء يماثل أداء المنافس.

ج حصة السوق النسبية أقل من الواحد: هذا يعني أن للمؤسسة أداء أقل من أداء المنافسين.

تتجم عن هذه المقارنة نتيجتين إيجابيتين:²

1 - تسمح بالتموقع بين أحسن النتائج.

2 - تدفع المؤسسة للعمل على تحسين أداءها، و من ثمة تنمية تنافسياتها

¹ Ibid, P 229.

²عمار بوشناق: الميزة التنافسية في المؤسسة، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، 2002، ص11.

الإطار النظري و التشريعي للمنافسة.....

ينظر الى عملية القياس من زاويتين مختلفتين لكنهما متكاملتين حيث تعتمد الأولى على القياس الداخلي بواسطة الثنائية فعالية- إنتاجية و تعتمد الثانية على القياس الخارجي من خلال مقارنة أداء المؤسسة بأداء المنافس في السوق، إن الازدواجية في النظرة تمكن من معرفة الموقع التنافسي بصفة منتظمة، و بشكل يسمح بالتصرف في الوقت المناسب

لا يمكن حصر التنافسية في قائمة من العوامل فحسب، بل هي إدراك و معرفة و إصغاء دائم بكل ما يحيط بالمؤسسة من تغيرات، و بناءا على ذلك يتم وضع معايير معبرة و قواعد مضبوطة تساعد على معرفة درجة التنافسية مقارنة بجماعة المنافسين، قصد تحسين الأداء التنافسي، و ضمان استمرارية النشاط.

المطلب الثالث: ماهية 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 .

1- 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.

أولاً: يعتبر porter الميزة التنافسية على أنها: "العنصر الحرج الذي يقدم فرصة جوهرية لكي تحقق المؤسسة ربحية دائمة مقارنة بمنافسيها¹.

كما يضيف بأن تحقيق الميزة التنافسية يكون من عدة جوانب:

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).

¹M.porter : "l'avantage concurrentiel", Dunod édition , paris, France, 1999, PP 41- 42.

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"¹، 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"².

فالإستراتيجية التنافسية تتحدد من خلال ثلاث مكونات أساسية و هي³:

- 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.
- ثانياً:** تعرف الميزة التنافسية كذلك على أنها: "حد لجل الخصائص و الصفات التي يحوزها المنتج أو العلامة التي تعطي للمؤسسة بعض الأفضلية عن المنافسين المباشرين"⁴.

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

¹ Ibid, P 42.

² نبيل مرسي خليل: الإدارة الإستراتيجية- تكوين و تنفيذ إستراتيجيات التنافس- دار المعارف للنشر، الإسكندرية، مصر، 1995، ص 227.

³ نفس المرجع، ص 228.

⁴ Jean Jacques Iambin; le marketing stratégique, sconsé édition, Paris, France, 2eme éditions, 1993, PP209-210.

المؤسسات الصناعية تسعى جاهدة إلى تحقيق المزايا التنافسية من خلال ما تقدمه العمليات، إذ تشير الميزة التنافسية على وجه العموم إلى المقدرة على تحقيق حاجات المستهلك أو القيمة التي يتمنى الحصول عليها من ذلك المنتج.

2- مصادر الميزة التنافسية وأنواعها

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

وكذا أنواع هذه الميزة

أ- 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 مستقبلا.

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

كما أن هناك شروطا أساسية لكي تؤدي الميزة التنافسية إلى تحسين الأداء المالي و التنافسي للمؤسسة

و هي:¹

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

✓ أن تكون مستمرة و متواصلة نسبيا و بمعنى عدم إمكانية تقليدها بسهولة من جانب المؤسسات

المنافسة الأخرى.

✓ أن يكون أثرها ملموسا و ملحوظا.

¹ نبيل مرسي خليل، الميزة التنافسية في مجال الأعمال، الدار الجامعية للطباعة، الإسكندرية، مصر، 1996، ص 85.

و على هذا الأساس تتمثل المصادر المحققة للميزة التنافسية مايلي: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.

❖ **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 أسواق، 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.

❖ **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.

3- 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

¹ 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.

الإطار النظري و التشريعي للمنافسة

تحقق هذه الميزة من خلال: تملكها للتكنولوجيا الفضل مصادر للمواد الأولية، الاستغلال الفضل للطاقات الإنتاجية، كفاءة العمليات التسويقية فعالية نظم الإنتاج و نظم الصيانة¹.

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 تنفرد 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 السلعة²

¹ داسي حسين وهيبة، إدارة المعرفة ودورها في تحقيق الميزة التنافسية، رسالة ماجستير، جامعة دمشق، 2006-2007، ص 79.

² المرجع نفسه، ص 81.

المبحث الثاني: قانون المنافسة.

يرتبط ظهور قانون المنافسة في الأنظمة القانونية عموما بانتهاج اقتصاد حر تكون المنافسة احدى 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: نشأة وتطور قانون المنافسة الجزائري.

ظهور قانون المنافسة سببه تحرير القطاعات من إحتكار الدولة والتوجه لنظام الرأسمالي، وتم ذلك بعد

فتح مجال المنافسة تدريجيا.

1- ظهور المنافسة في الجزائر.

معلوم بأن الجزائر بعد الإستقلال لم تنتهج الإقتصاد الحر، لكونها خرجت محطة من الإستعمار، ولا تمتلك المؤسسات حينها، وأنه من ركائز الإقتصاد الحر وجود حرية للقطاع الخاص من أجل المنافسة ونشير إلى أن الإقتصاد الجزائري مر بمرحلتين :

أ- تشريع المنافسة قبل سنة 1986.

الفترة هذه عرفت سيادة الإشتراكية، التي ظهرت في النظام الإقتصادي الإشتراكي، فقد وجدت الجزائر في مبادئه النظام الأمثل لإتباعه، والمنافسة هنا ظهرت هذه الفترة كان بين المؤسسات العمومية، بصفة أدق في ظل دستور 1976 القائم أساسا على إحتكار الدولة لجميع القطاعات الإقتصادية، سواء تعلقت المسألة بمرحلة الإنتاج أو التوزيع للسلع والخدمات فإنه لا مجال أبدا للحديث عن المنافسة، وقد تلميح للمنافسة كمصطلح في قوانين الصفقات العمومية، حيث جاء في المادة 03 من الأمر 67-90 المؤرخ في 17 يونيو 1976 المتضمن قانون الصفقات العمومية على أنه: " تبرم الصفقات العمومية بصفة عامة بعد نداء للمنافسة".

تبنى الجزائر للنظام الإقتصادي الإشتراكي إمتد إلى أواخر الثمانينات، حين قررت الجزائر تغيير سياستها

الإقتصادية، إذ تجسدت النية في دستور 1986، الذي كيفه الفقه الجزائري على أنه دستور ذو إتجاه ليبرالي

حيث أقر صراحة في المادة 49 منه أن " الملكية الخاصة مضمونة" و بذلك يكون المشرع قد إعتترف بمبدأ حرية التملك، ومهد لإرساء نظام إقتصادي حر¹.

ب-تشييع المنافسة بعد سنة 1986.

عرفت الجزائر في هذه الفترة بعض الإنفتاح، والتوجه للسوق، وإلغاء النظام الإشتراكي.

➤ **مرحلة تنظيم السوق.**

وهو ما جاء به قانون 88-202² الذي يتعلق بالتخطيط، إذ نصت المادة 30 منه " يقضي تطبيق أهداف

التخطيط الوطني من أجل الفعالية الشاملة لتوجيه السياسة الإقتصادية والإجتماعية والثقافية المتوسطة الأمد

على الخصوص ما يأتي : تنظيم السوق وتطوير الشروط التي من شأنها أن تدعم دورها في ضبط الوتيرة".

➤ **مرحلة إلغاء سيطرة النظام الإشتراكي على الأنشطة التجارية.**

ظهر ذلك في مرسوم 88-201 الذي تضمن إلغاء جميع الأحكام التنظيمية التي تخول للمؤسسات

الإشتراكية ذات الطابع الإقتصادي التفرد بأي نشاط إقتصادي وإحتكار التجارة³.

➤ **مرحلة الإهتمام بالمنافسة.**

تجسد ذلك في القانون 89-12 المتعلق بالأسعار⁴ وهو يعتبر أول قانون إهتم بالمنافسة.

2- ظهور قانون المنافسة.

✓ الأمر 95-06⁵ الذي يهدف لتحرير أسعار السلع و الخدمات، والذي ألغي بموجب الأمر 03-03.

✓ الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة. والذي عرف بدوره عدة تعديلات هي :

✓ القانون رقم 08-12 المتعلق بالمنافسة⁶.

¹ مزغيش عبير، **التعسف في إستغلال وضعيبة التبعية الإقتصادية كممارسة مقيدة للمنافسة**، مجلة الفكر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خبضر بسكرة، الجزائر، العدد 11، ص 495.

² قانون رقم 88-02 مؤرخ في 12 جانفي 195، يتعلق بالمنافسة، ج ر عدد 9، الصادر في 22 فيفري 1988.

³ مرسوم رقم 88-201 مؤرخ في 18 أكتوبر 1988، يتضمن إلغاء جميع الأحكام التنظيمية التي تخول المؤسسات الإشتراكية ذات الطابع الإقتصادي التفرد بأي نشاط إقتصادي أو إحتكار للتجارة، ج ر عدد 42، الصادر في 19 أكتوبر 1988.

⁴ قانون 89-12 مؤرخ في 5 جويلية 1989 يتعلق بالأسعار، ج ر عدد 29، الصادر في 19 جويلية 1989.

⁵ الأمر رقم 95-06 يهدف لتحرير أسعار السلع والخدمات، المؤرخ في 25 جانفي 1995، يتعلق بمنافسة، ج ر العدد 42 الصادر في 1995 .

⁶ قانون رقم 08-12 مؤرخ في 25 يونيو 2008 يعدل ويتم الأمر 03-03، ج ر عدد 11، الصادر في 2 يونيو 2008.

✓ القانون رقم 10-05. المتعلق بالمنافسة¹.

تشير أن المنافسة الحرة، تعد حديثة في السوق الجزائرية، وذلك لحدثة ظهورها، فهي ظهرت فقط بعد توجه الجزائر للنظام الرأسمالي وفتح المجال أمام المؤسسات الخاصة في المجالات الاقتصادية، ومع ذلك احتفظت الدولة ببعض المجالات الإستراتيجية.

بعد إمامنا بمبادئ المنافسة، ويقانون المنافسة، وهذا الأخير سنتعرف أكثر عليه في المبحث التالي من خلال أهدافه ومجال تطبيقه.

3 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".

¹ قانون رقم 10-05 مؤرخ في 15 أوت 2010، يعدل ويتم الأمر رقم 03-03 والمتعلق بالمنافسة، ج ر عدد 46 المؤرخ في 18 أوت 2010.

الإطار النظري و التشريعي للمنافسة

وعليه لم يظهر أي نص قانوني للمنافسة إلا بعد تغيير النهج الاقتصادي الجزائري قد إصدار سنة 1995 الأمر 06-95 المؤرخ في 1995/01/25 المتعلق بالمنافسة و الذي الغي بالأمر 03-03 المؤرخ في 2003/07/19 المتعلق بالمنافسة و ذلك للدوافع التالية¹:

➤ 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.

➤ 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 عصرنة التكيف التشريعي الوطني المتعلق بالمنافسة.

المطلب الثاني: أهداف قانون المنافسة والأنواع الواردة فيه.

1- 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:

أ- **حماية المنافسة:** تتجلى أهمية قانون المنافسة من خلال حمايته مبدأ حرية المنافسة فس 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

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

الإطار النظري و التشريعي للمنافسة

المديرة و الاتفاقيات الصريحة أو الضمنية عندما تهدف أو يمكن ان تهدف الى عرقلة حرية المنافسة او الحد منها او الإخلال بها بنفس السوق أو في جزء جوهري منه.¹

ب- **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 03-03.²

ج- **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.

2 أنواع المنافسة الواردة في القانون.

للمنافسة في القانون عدة أشكال، وذلك لتعدد سلوكيات المؤسسات الناشطة في السوق، وقد صنفها

القانون للتمييز بين ما يضر بالإقتصاد عن غيره، وذلك وفق نتائجها، وفق شكلها.

أ- المنافسة المشروعة.

المنافسة المشروعة، هي المنافسة التي تتم وفق مبادئ المنافسة، والتي لم يقم القانون بحظرها، فهي لا ينجم عنها ما يضر بالمتنافسين، و تقتضي المنافسة المشروعة عدم التأثير السلبي على المنافسين والإقتصاد ككل.

ب- المنافسة غير المشروعة.

المنافسة غير المشروعة لم نعثر لها على قانون ينص صراحة على تعريف هذا المصطلح، إذ أن إعطاء تعريف محدد للمنافسة غير المشروعة سوف يجعل هذا المصطلح أكثر جمودا بحيث لا ينسجم تعريفه في مجتمع يسوده التطور العلمي والفني في مجال إبتكار الحيل وأساليب الغش، كما أن تشريع القانون في فترة

¹ المادة 6 من الأمر 03-03 المؤرخ في 19-07-2003، الجريدة الرسمية، العدد 2003، 43، ص 27.
² المادة 6 من الأمر 03-03، نفس المرجع.

الإطار النظري و التشريعي للمنافسة

معينة قد لا يتناسب تطبيقه بعد مرور السنين فقد يتخللها حصول التطور والتغيير وإتباع وسائل غير مشروعة قد لا تكون معروفة لدى المشرع عند سن القانون¹.

لكن هناك من أعطى بعض التعاريف للمنافسة غير المشروعة منها "الإستخدام الشخصي لطرق ووسائل منافية للقانون أو العرف أو العادات أو الشرف"²

التعريف هنا ركز على الجانب الشخصي، من ممارسات تخالف القانون وكل ما تعارف عليه من مبادئ المنافسة.

أما بالنسبة للقانون الجزائري، فقد عرفتها الأستاذة نادية فضيل بأنها "إستخدام التاجر لأساليب غير سليمة بقصد التأثير على العملاء وإجتذابهم"³.

القانون الجزائري عرف المنافسة غير المشروعة من ناحية تأثيرها على الزبائن، فهي تؤثر عليهم بطريقة غير شرعية من أجل جذبهم.

➤ معيار التمييز بين أعمال المنافسة المشروعة وغير المشروعة.

لكي يمكننا إيجاد الحد الفاصل بين ما هو مشروع وغير مشروع، أو متى يعتبر نشاط التاجر غير مشروع، وإجابة عن هذه التساؤل سنستعرض الإتجاهات الفقهية التي بحثت في هذا الشأن⁴.

✓ الإتجاه الأول، معيار الخطأ.

غالبية الفقهاء قد رجحوا معيار الخطأ بوصفه الحد الفاصل بين النوعين، وحثهم في ذلك أن نظرية المنافسة غير المشروعة ما هي إلا نظرية المسؤولية التقصيرية (الفعل الضار) لكون الخطأ هو (عيب يشوب مسلك الإنسان لا يأتيه رجل عاقل متبصر بحق الغير سواء أوقع تحت طائلة القانون الجنائي أم لم يقع).

¹ زينب غانم، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية، دار ومكتبة الحامد، مصر، ط1، 2000، ص23.

² جابر فهمي عمران، المنافسة في منظمة التجارة العالمية، دار الجامعة الجديدة، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2011، ص330.

³ الهام زعموم، حماية المحل التجاري، دعوى المنافسة غير المشروعة، مذكرة ماجستير، فرع حقوق، جامعة الجزائر، الجزائر، 2004، ص34.

⁴ زينب غانم، مرجع سابق، ص32.

الإطار النظري و التشريعي للمنافسة

ازاء هذه الصعوبات لا بد من التحاكم إلى العرف العادات التجارية الخاصة بنوع التجارة والتي تختلف باختلاف الزمان والمكان ولهذا السبب كان للقضاء سلطة واسعة في الحكم، إذ أن للقاضي صلاحية مطلقة في تحديد ما إذا كانت الأساليب الصادرة من المنافسين ضارة أولاً، وله أيضاً تحديد المسلك الذي يمكن أن يسلكه رجل عاقل متبصر لكي يقارن فعله بمسلك مسؤول.

✓ الإتجاه الثاني: معيار الأخلاق.

فكرة التمييز بين المشروع وغير المشروع، على أساس أخلاقي، وبعبارة أخرى جعل من المنافسة غير المشروعة إخلالاً بآداب العامة، أما أساسها القانوني يكون بالرجوع إلى مبادئ القانون العامة وقواعد العدالة إن هذا الإتجاه وسع من الإطار المتضمن المنافسة غير المشروعة لكي يضم كل أساليب الإحتيال التي تتنافى مع الإعتبارات السائدة في التجارة والصناعة.

ذلك لأن الواجب الخلقى للفرد لا يتلقاه من القانون مباشرة، بل أن مقتضيات الحياة ومسيرتها قد تفرض عليه أعرافاً وعادات يجب الإلتزام بها. وإن ما يدخل ضمن قواعد الأخلاق في مجتمع قد لا يكون كذلك في مجتمع آخر.

✓ الإتجاه الثالث: العادات التجارية.

يذهب هذا الإتجاه في تحديد نطاق المنافسة إلى العادات والشعائر السائدة في الوسط التجاري، فإن وصف فعل المنافسة مشروع أو غير مشروع يتوقف على إستجابة هذا الوسط بما يقره عن هذا الفعل أو يستكره، والملاحظ على هذا الرأي أنه يعطي المنافسة الكثير من المرونة بما يساير حاجات التجارة والمجتمع وظروف الحال.

لكن ما يعاب على هذا الإتجاه، أنه لا يعطي القاضي معيار دقيق يستطيع بواسطته الحكم لأن الرجوع إلى المشاعر السائدة والعادات المعروفة قد يكون مضللاً في الكثير من الأحيان فضلاً عن أن هذه العادات يمكن أن تفرض نفسها كقواعد قانونية.

✓ الإتجاه الرابع: النصوص التشريعية.

يعتمد هذا الإتجاه على النصوص التشريعية لإعتبار الفعل مشروع أو غير مشروع، بحيث يرسم للقاضي مسلكا محددًا لا يمكن أن يتعداه للتعرف على ما يعد من قبيل الأفعال غير المشروعة .

ثالثًا: المنافسة الممنوعة.

تعرف على أنها " تلك المنافسة التي تهدف إلى حظر القيام بنشاط معين، إما بمقتضى نص في القانون أو بالإتفاق بين المتعاقدين"¹.

عرفت المنافسة الممنوعة هي نشاط مخالف للقانون، وذلك بسبب بوجود حظر قانوني يمنع ممارسة هذا النشاط.

وعرفت بأنها: " قيود قانونية تحظر الإتجار على الموظفين وأصحاب المهن الحرة، فمن مارس التجارة برغم هذا الحظر يعد منتهكا للقانون الداخلي المنظم للمهنة ويتعرض للجزاء الذي يحدد قانون المهنة التي ينتمي إليها"². لضمن عدم إستفادتهم من مناصبهم والتأثير على المنافسة أو لضمان عدم تقصيرهم في مهامهم.

ورد في هذا التعريف أنه يحظر الإتجار وجاء كنوع من أنواع النشاطات الإقتصادية، وهذا الحظر جاء بسبب قيود قانونية، وهو يطبق على الجميع، فمن خالف هذا الحظر وقام بالتجارة، فتعتبر هذه الأخيرة ممنوعة بنص القانون.

وكمثال عن القيود القانونية، مهنة الصيدلي التي تستوجب الحصول على درجة من العلم وحياسة شهادة من الجهات العلمية المتخصصة حتى يسمح لصاحبها الإتجار بالأدوية، فمن مارس مهنة الصيدلة دون أن يكون صيدليا لا يعد عمله منافسة غير مشروعة، إنما منافسة ممنوعة³.

¹ زينب غانم، مرجع سابق، ص39.

² محمد حسين عباس، الملكية الصناعية والمحل التجاري، دار النهضة العربية، 1969. ص485. نقلا عن الهام زعموم مرجع سابق، ص26،

³ زينب غانم، مرجع سابق، ص28.

➤ معيار التفرقة بين المنافسة المشروعة والمنافسة الممنوعة.

للمنافسة المشروعة إنعكاسات دور في نمو وإزدهار الإقتصاد الوطني، غير أن المنافسة في بعض الأحيان رغم كونها مشروعة إلا أنها تكون مع ذلك ممنوعة حيث يمنع الشخص من ممارسة التجارة أصلاً حتى ولو كانت بوسائل مشروعة، وتتدخل الدولة بقوانين خاصة تمنع بها المنافسة تلك القوانين التي تحدد أسعار بعض السلع أو تتحدد طريقة توزيع السلع الغذائية في ظروف معينة ففي مثل هذه الحالات تخرج السلع التي حددت الدولة أسعارها من دائرة المنافسة المشروعة، ويكون للدولة في هذه الحالة مواجهة التاجر المخالف للتسعيرة بدعوى المنافسة الممنوعة¹.

➤ معيار التفرقة بين المنافسة غير المشروعة والمنافسة الممنوعة.

يمكن التفريق بين المنافسة غير المشروعة والممنوعة من عدة أوجه، وسنذكر بعضها:

- ✓ يرى الفقيه روبيير، أن المنافسة الممنوعة تختلف عن النظام القانوني للمنافسة غير المشروعة، لأننا في حالة الأولى أمام منافسة غير مسموح بها، أما في الحالة الثانية فتكون بصدد منافسة مباحة لكل الوسائل التي إستخدمها التاجر في ممارسة هذه المنافسة تعد في عرف المنافسة التجارية غير مشروعة.
- ✓ المنافسة غير المشروعة تكون الأساليب فيها مشروعة في الأصل، إلا أن التاجر قد تجاوز الحدود المسموح بها، بينما المنافسة الممنوعة تقيم المسؤولية على المخالف من خلال منع التنافس، أي بمجرد وقوع الأعمال بغض النظر عن مشروعيتها أو عدمه.
- ✓ المنافسة الممنوعة يقوم بمقتضاها الشخص بعمل تنافسي على شكل تصرف بدون حق، أما في المنافسة غير المشروعة فن الشخص يفرط في إستخدام حريته.
- ✓ الممنوع في المنافسة الممنوعة هو النشاط التنافسي في حد ذاته، أما في حالة المنافسة غير المشروعة يكون الممنوع هي الوسائل المستخدمة في ذلك².

¹ اسراء خضر العبيدي، المنافسة والممارسات المقيدة لها في ضوء أحكام قانون المنافسة ومنع الإحتكار العراقي رقم 14 سنة 2010، فرع قانون، مذكرة

ماجستير، غير منشورة، الجامعة الإسلامية العراق، العراق، بدون سنة نشر، ص 18.

² نفس المرجع السابق، ص 38.

الإطار النظري و التشريعي للمنافسة.....

القيود التي وضعها المشرع، جاءت لتنظم المنافسة في السوق ولتمنحها شرعية وصبغة قانونية، وهي بذلك تدرأ أو تدفع أشكال الفوضى.

ج- المنافسة غير الشريفة.

يقصد بها تلك التي تعتمد على عنصر الخطأ غير العمدي، وبالتالي إنعدام عنصر سوء النية فكلما قام التاجر بعمل دون قصد الإضرار بمنافسه، ونجم عنه ضرر لم يكن مرتباً لمنافسة غير مشروعة ولكن لمنافسة غير شريفة نتجت عن إهماله أو عدم حيلة منه.

➤ معيار التفرقة بين المنافسة غير المشروعة والمنافسة غير الشريفة.

تكمن الصعوبة دوماً في تحديد خصائص كل من الدعويين لتشابههما معاً ولإعتمادهما على نفس المصدر، وهو المسؤولية التقصيرية غير أن التمييز قد يتضح فيما يخص الجزاءات، بحيث دعوى المنافسة غير المشروعة لا تقتصر على إصلاح الضرر، أي التعويض فقط بل تمتد آثارها إلى المستقبل، ولها دور وقائي، أي منع وقوع الضرر مستقبلاً. بينما دعوى المنافسة غير الشريفة ليس لها هذا الدور الوقائي، ولا يصدر الحكم فيها بالتعويض إلا إذا كان الضرر قد وقع فعلاً¹.

د- المنافسة الطفيلية.

استعار رجال القانون والإقتصاد فكرة التطفل الإقتصادي والتجاري من ظاهرة التطفل التي تتم في الطبيعة، حيث يستفيد الطفيل التجاري من نشاط الآخرين بدون تعب أو نفقة، حيث يستطيع الطفيل ممارسة نشاطه التنافسي وجذب العملاء مستفيداً من الشهرة التي حققها مشروع آخر نتيجة تطور قيم المنافسة التي يستخدمها في جذب العملاء.

المطلب الثالث: مجلس المنافسة

تنفيذاً لسياسة الإصلاحات الاقتصادية التي شرعت الجزائر في تطبيقها لمواكبة النظام الاقتصادي الرأسمالي، فإنها أوكلت مهمة تنظيم المنافسة و ضبطها لهيئة إدارية مستقلة تدعى "مجلس المنافسة".

¹ اسراء خضر العبيدي، مرجع سابق، ص38.

1 - مفهوم مجلس المنافسة:

سلطة إدارية تتمتع بالشخصية القانونية و الاستقلال المالي يكون مقرها بالجزائر العاصمة، يتكون مجلس المنافسة من 12 عضو، حيث يعين أعضاء المجلس المنافسة بما فيه رئيس و نائبه بموجب مرسوم الرئاسي لمدة 05 سنوات قابلة للتجديد و تنتمي مهامهم بنفس الشكل.

2 - سير مجلس المنافسة :

✓ يرفع مجلس المنافسة تقارير سنويا عن نشاطه إلى الهيئة التشريعية وإلى رئيس الحكومة وإلى الوزير المكلف بالتجارة

✓ ينشر تقرير نشاطه بالنشرة الرسمية للمنافسة كما يمكن نشره كليا و مستخرجات منه بأي وسيلة إعلامية أخرى ملائمة.

✓ يشرف على أعمال مجلس المنافسة الرئيس أو النائب الرئيس الذي يكلفه في حالة غيابه أو حدوث مانع له.

✓ تصح جلسات مجلس المنافسة بحضور ثمانية أعضاء على الأقل.

✓ جلسات مجلس المنافسة ليس علانية ، و تتخذ قراراته بالأغلبية البسيطة، و في حالة التساوي عدد الأصوات يكون صوت الرئيس مرجح.

✓ يستمع مجلس المنافسة حضوريا إلى الأطراف المعنية في القضايا المرفوعة إليه و التي يجب عليها التقديم مذكرة بذلك، و يمكن أن تعين هذه الأطراف ممثل عنها أو تحظر مع محاميها أو مع أي شخص تختاره.

3 - صلاحية مجلس المنافسة:

✓ يتمتع مجلس المنافسة بسلطة اتخاذ القرار و الاقتراح و إبداء الرأي بمبادرة منه او بطلب من وزير

التجارة أو كل طرف آخر معني بهدف :

لـ تشجيع و ضمان ضبط الفعال للسوق بأي وسيلة ملائمة.

لـ اتخاذ قرار في كل عمل أو تدبير من شأنه ضمان السير الحسن للمنافسة و ترقيتها في المناطق

الجغرافية أو قطاعات نشاط التي تنعدم فيها المنافسة أو تكون غير متطورة بما فيه كفاية.

الإطار النظري و التشريعي للمنافسة

- ✓ اتخاذ كل تدبير يشكل نظام أو تعليم أو مرسوم ينشر في النشرة الرسمية للمنافسة.
- ✓ الاستعانة بأي خبير و الاستماع إلى أي شخص بإمكانه تقديم معلومات له.
- ✓ القيام بالتحقيقات حول شروط تطبيق النصوص التشريعية و التنظيمية المتعلقة بالمنافسة
- ✓ طلب إجراء كل تحقيق أو خبرة حول مسائل المندرجة ضمن اختصاصات المصالح المكلفة بالتحقيقات الاقتصادية.

- ✓ يستشار مجلس المنافسة في كل مشروع نص تشريعي و تنظيمي له صلة بالمنافسة.
- ✓ إبرام الاتفاقيات التي تنظم علاقاته بالسلطات الأجنبية المكلفة بالمنافسة التي لها نفس الاختصاص بشرط الضمان السر المهني

- ✓ إنشاء وتوطيد علاقات التعاون والتشاور والتبادل المعلومات مع سلطات الضبط

4 - سلطات الضبط:

هي سلطة إدارية تتمتع بالشخصية القانونية و الاستقلال المالي تهدف إلى انفتاح القطاع الذي تشرف عليه من خلال تزويده بالوسائل المادية و البشرية التقنية اللازمة، و المرافق المتعاملين وتوجيههم و تقديم مساعدة التقنية لهم.

أ - دور سلطات الضبط: يتمثل دورها في ما يلي:

- ✓ ضمان فتح السوق: هذا الدور هو الهدف الأساسي لسلطات الضبط، حيث تكون بصدد تفعيل المنافسة في القطاع

- ✓ ضمان توازن السوق: يتمثل هذا الهدف في حل النزاعات و توقع العقوبات المقررة ضد المخالفين، ووضع دفاتر الشروط، ومرافق المتعاملين وتوجيههم وتقديم المساعد التقنية لهم.

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

إن اللجوء الأعوان الاقتصاديين الى اتخاذ بعض الأساليب لبيسط 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

والمتمثل في¹:

1- الممارسات و الأعمال المدبرة و الاتفاقيات و الاتفاقات التصريحية أو التنظيمية عندما تهدف أو يمكن أن تهدف إلى عرقلة حرية المنافسة أو الحد منها أو الإخلال بها في نفس السوق أو في جزء جوهري منه²؛ و التعسف الناتج عن وضع الهيمنة على السوق أو الاحتكار لها أو على جزء منها، لا سيما عندما ترمي إلى³ :

- ✓ 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.

¹ زويبير ارزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة مولود

معمر، تيزي وزو، 2011، ص 94.

² المادة 6 من الأمر 03-03 المؤرخ في 19-07-2003، الجريدة الرسمية، العدد 2003، 43، ص 27.

³ المادة 7 من الأمر 03-03 المؤرخ في 19-07-2003، ، الجريدة الرسمية، العدد 2003، 43، ص 27.

الإطار النظري و التشريعي للمنافسة

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

5 - تعسف المؤسسة في استغلال وضعيتها التبعية لمؤسسة أخرى بصفتها زبون أو مأمونا إذ كان ذلك ليخل بقواعد المنافسة يتمثل هذا التعسف على الخصوص في²:

✓ 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 مرتبط

بطبيعة الممارسات في حد ذاتها

1- 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

¹ المادة 10 متممة بالقانون 08-12 المؤرخ في 19-07-2008 المعدل و المتمم لأمر رقم 03-03
² المادة 11 من الأمر 03-03 المؤرخ في 19-07-2003،، الجريدة الرسمية، العدد 2003، 43، ص 27.

الإطار النظري و التشريعي للمنافسة

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 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.

2- 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

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

الإطار النظري و التشريعي للمنافسة

هوامش الريح 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 الريح 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 لتحقيقها¹.

المطلب الثالث : أحكام قانون المنافسة

يستند قانون المنافسة عموما إلى فكرة الحرية التنافسية ، و التي يحاول المشرع تكريسها قانونيا 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 تكثيف 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 ، و تلك التي تهدف إلى تكريس الحرية التنافسية بما يضمن حماية السوق.

1-الأحكام الخاصة بحماية المؤسسة

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

¹ المادة 03 من القانون 03-03 المؤرخ في 20-07-2003 يتعلق بالمنافسة ، الجريدة الرسمية، العدد 2003، 43، ص26.

يمكن أن تقع تحت طائلة حظر قانوني تكون غايته حماية مصالح المؤسسات المتضررة ، و قد تتحقق حماية

المؤسسة وفقا لهذا المنوال من خلال إما إبرام اتفاقات عدم المنافسة *Conventions de nonconcurrency*

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

أ- اتفاقات عدم المنافسة

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

✓ **التعريف باتفاقات عدم المنافسة:** يعتبر اتفاق عدم المنافسات من أهم مظاهر الخروج عن مبدأ حرية

المقابلة و التعاقد، باعتباره اتفاق بين طرفين يلتزم بمقتضاه أحدهما بالألا يمارس نشاطا محددًا ينافس به نشاط

الطرف الآخر، و يرد على الغالب النص عليه بمقتضى شرط ضمن عقد سابق بين الطرفين ، وعلى هذا

الأساس قد يسمى كذلك شرط عدم المنافسة.

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 تأدية النشاط ذاته داخل المنطقة نفسها كفيل 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

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*

الإطار النظري و التشريعي للمنافسة

✓ 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 اعتبرت¹ 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 حريته 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.

✓ **تحديد اتفاق عدم المنافسة:** المقصود بالتحديد وضع حيز زمني و مكاني لعدم ممارسة النشاط محل الاتفاق ، يسترد خارجهما المدين بالشرط حريته 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.

¹ المادة 06 من القانون 03-03 المؤرخ في 20-07-2003 يتعلق بالمنافسة، الجريدة الرسمية، العدد 43، 2003، ص27.

الإطار النظري و التشريعي للمنافسة

✓ **تبرير اتفاق عدم المنافسة** تتقرر غاية اتفاق عدم المنافسة بحماية مصالح الدائن لاسيما المرتبطة بعنصر العملاء ، و عليه فلا يمكن له أن يتقرر 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 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 عاتق سائق سيارة الأجرة لفائدة شركة موضوعها الاجتماعي تقديم خدمات الاتصال بالزبائن لمصلحة سائقي سيارات الأجرة.

ب - 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

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

↳ **تشويه سمعة العون الاقتصادي المنافس¹:** ورد في المقطع الأول من نص المادة 27 من القانون

02/ 04 ضمن مجموع الممارسات التجارية غير النزيهة" :تشويه سمعة عون اقتصادي منافس بنشر معلومات سيئة تمس بشخصه أو بمنتجاته أو بخدماته "...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

¹ المادة 27 من القانون 02-04 المؤرخ في 23-06-2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية، العدد 41، 2004، ص.6.

الإطار النظري و التشريعي للمنافسة

خدماتها مرتفعة ، أو أنها مدعى عليها في دعوى تقليد علامة تجارية ، كما أن التشويه قد يتحقق إيجاباً 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.

لـ التشهير : 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.

ينبغي أن تخص المعلومات منافساً بذاته ، أما المعلومات المقدمة بشكل عام فلا يمكن لها أن تعد تشويهاً، غير أنه لا يشترط التعيين الصريح للمؤسسة المعنية بالمعلومات المشوهة ، حيث يكون الإيحاء كافياً إذا ما كان لم يكن ثمة مجال للشك في المؤسسة المقصودة بالمعلومات.

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 بصبغة التشويه ، وهو المذهب الذي اعتمدته محكمة النقض الفرنسية بمناسبة ما يعرف بقضية كارفور.

✓ زرع الشكوك في ذهن المستهلك حول هوية المؤسسة : ورد بيان هذه الحالة في المقطع الثاني من المادة من المادة 27 من القانون 04/02 سالفة الذكر¹ ، حيث أقحم 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

¹ المادة 27 من القانون 04-02 المؤرخ في 23-06-2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية، العدد 2004، 41، ص6

الإطار النظري و التشريعي للمنافسة

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 استفيد العون الاقتصادي المتضرر إلى من دعوى المنافسة غير المشروعة.

✓ **إحداث خلل في تنظيم المؤسسة المنافسة:** ورد في المقطع 5 من المادة 27 سالفه الذكر ضمن حالات الممارسات التجارية غير النزيهة "إحداث خلل في تنظيم عون اقتصادي منافس ، و تحويل زبائنه باستعمال طرق غير نزيهة ، كتهديد أو تخريب وسائله الإشهارية ، و اختلاس البطاقات أو الطلبيات ، و السمسرة غير القانونية ، و إحداث اضطراب بشبكته 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

لـ **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 لتشغيلهم ، بما يعني

الإطار النظري و التشريعي للمنافسة

إحداث خلل في نظامها ، و إن كانت هذه المسألة تخضع في تقييمها لقضاة الموضوع من حيث تأثيرها على المساواة التنافسية على المؤسسات المتنافسة.

✍ **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.

✓ **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 بثمن 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 الأعمال المخلة بتنظيم السوق كل الممارسات غير القانونية التي تكون الغاية منها تحويل غير مشروع للزبائن داخل السوق بما في ذلك التهرب الضريبي الذي من شأنه التأثير في مبدأ المساواة بين المؤسسات المتنافسة.

2- دعوى المنافسة غير المشروعة: ما تجدر الإشارة إليه بالنسبة لدعوى المنافسة غير المشروعة هو تحديد طبيعتها القانونية من جهة ، و من جهة ثانية شروط و إجراءات تحريكها.

أ- الطبيعة القانونية لدعوى المنافسة غير المشروعة

انقسم الفقه بصدد تحديد الطبيعة القانونية لدعوى المنافسة غير المشروعة فئتين ، تعتقد أولاهما باستقلاليتها عن غيرها من الدعاوى ، بينما تذهب الفئة الثانية إلى الاعتقاد بأنها شكل من دعوى المسؤولية التقصيرية أدعوى المنافسة غير المشروعة دعوى مستقلة بذاتها :يقف الفقيهان الفرنسيان Roubier و Ripert موقفا ينظر من خلاله إلى دعوى المنافسة غير المشروعة على أنها مستقلة بذاتها عن غيرها من الدعاوى ، لاسيما دعوى المسؤولية التقصيرية ، و مرد هذه الخصوصية الاعتقاد بأن غاية دعوى المنافسة غير المشروعة ليس جبر الضرر مثلما هو الحال بالنسبة لدعوى المسؤولية التقصيرية ، و إنما استرجاع عنصر الزبائن باعتباره من ضمن عناصر المحل التجاري ، و.معاينة المؤسسة المتنافسة عن الممارسات المتنافية مع نزاهة الممارسات التجارية ، و الكف عنها بدعوى المنافسة غير المشروعة شكل من دعاوى المسؤولية التقصيرية، يذهب أنصار هذا الموقف ، لاسيما الفقيه Blaise إلى أن ما يقوم عليه الموقف الأول قاصر بالنظر إلى أن عنصر الزبائن لا يمكن أن يكون مختلطا بالمحل التجاري ، بل مجرد عنصر من عناصره ، قابل للتغيير ، بحيث لا يرتبط الزبائن به إلى ارتباطا مؤقتا ، و إلى كان الأمر مدعاة لإلغاء المنافسة في ذاتها ، حتى و إن كان القول بخصوصية دعوى المنافسة غير المشروعة جائز ، لاسيما في ما يتعلق بارتباطها بالممارسات التجارية غير النزيهة ، إلى أن هذه الخصوصية لا تكون مسوغا للقول باستقلاليتها عن دعوى المسؤولية التقصيرية ، و هو الموقف الذي يدعمه القضاء الفرنسي الذي يخضع دعوى المنافسة غير المشروعة لنص المادة 1382 من القانون المدني المتعلقة بالمسؤولية التقصيرية ، حتى و إن تعامل مع هذا النوع من الدعاوى بمراعاة خصوصيتها

✓ شروط دعوى المنافسة غير المشروعة: يشترط موضوعيا لتحقيق المنافسة غير المشروعة توافر شروط

المسؤولية التقصيرية من خطأ و ضرر و علاقة سببية بينهما

الإطار النظري و التشريعي للمنافسة

❖ **الخطأ:** يتمثل الخطأ بالنسبة لدعوى المنافسة غير المشروعة في الممارسة غير النزيهة و المخالفة للأعراف التجارية، سواء كان مقصودا أو ناجما عند محيطية وحذر، وعليه ينبغي التمييز في هذا الوضع بين دعوى المنافسة غير المشروعة، والقائمة على أساس المسؤولية التقصيرية ، و دعوى عدم المنافسة المستندة إلى المسؤولية التعاقدية لارتباط عدم المنافسة باتفاق بين الطرفين.

❖ **الضرر:** يتمثل الضرر في فقدان العون الاقتصادي المتضرر لميزة اقتصادية جراء الخطأ الذي أتاه العون المسؤول ، مثل فقدانه جزء من عنصر الزبائن حوله العون المنافس لمصلحته بدون وجه حق ، و الذي يترجم بانخفاض في رقم الأعمال ، كما يمكن أن يتحقق الضرر من خلال حرمان العون الاقتصادي المتضرر من إمكانية رفع عدد الزبائن ، الذي يؤدي بالضرورة إلى رفع رقم الأعمال، و هو ما يقابل في النظرية العامة تفويت الفرصة، على أن يكون ذلك محقق الحدوث ، كما أن خصوصية دعوى المنافسة غير المشروعة قد تظهر في هذه الحالة بالنظر لتضمن القرار القضائي الكف عن المنافسة غير المشروعة، وليس مجرد التعويض عن الضرر.

❖ **علاقة السببية:** بالرغم من صعوبة التثبت من علاقة السببية بين الخطأ والضرر بمناسبة دعوى المنافسة غير المشروعة إلا أن القضاء بشكل عام يربط على الغالب بين تحقق شروط المنافسة غير المشروعة وانخفاض رقم الأعمال ، حتى وإن كان تقدير الضرر في هذا الوضع لا يخضع لمقياس محدد ، حيث يمكن للقضاء الأخذ بمعيار انخفاض رقم الأعمال للعون المتضرر ، أو يستند إلى الأرباح التي حققها العون المدين.

خلاصة الفصل الأول

المستهلك بالمنافسة 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 المنافية 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 ورقابة النشاط الاقتصادي؛ و هذه الأخيرة التي سنتناولها في الفصل الثاني.

الفصل الثاني

أعوان الرقابة التجارية

(دراسة حالة مديرية التجارة - بسكرة -)

.....أعوان الرقابة التجارية (دراسة حالة مديرية التجارة بسكرة)

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 مديرية التجارة لولاية بسكرة.

المبحث الثاني: أعوان الرقابة و دورهم وفق التشريع و التنظيم المخول.

.....أعوان الرقابة التجارية (دراسة حالة مديرية التجارة بسكرة)

المبحث الأول: مديرية التجارة لولاية بسكرة

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.

1 خبذة تاريخية عن الوزارة الوصية:¹

نشأت الوزارة الوصية الحالية 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 قبل أن يتم التعديل بموجب المرسوم التنفيذي رقم 90-189 المؤرخ في أول ذي الحجة عام 1410 هجرية الموافق 23 يونيو سنة 1990 ميلادية وكانت وزارة التجارة تعمل على تسيير شؤونها ومصالحها وفق أحكامه.

ومنذ 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 بالخبزينة)؛ من سنة 1994 إلى سنة 2000 تحولت وزارة الاقتصاد إلى وزارة التجارة من

¹ - www.decommer-biskra.com.22/04/2017.10:30

.....أعوان الرقابة التجارية (دراسة حالة مديرية التجارة بسكرة)

جديد؛ من سنة 2000 إلى سنة 2009 بقيت الوزارة محتفظة بتسمية وزارة التجارة، وهي اليوم تحت إشراف وزير التجارة بالنيابة السيد: عبد المجيد تبون.

2 - نبذة تاريخية عن مديرية التجارة لولاية بسكرة:

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 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.

أ - التعريف بالمديرية:

.....أعوان الرقابة التجارية (دراسة حالة مديرية التجارة بسكرة)

مديرية التجارة لولاية بسكرة هيئة تابعة لوزارة التجارة، وهي كذلك مديرية ولائية تتمتع بالشخصية المعنوية والذمة المالية ، وقد تم هيكلة المديريات الولائية للتجارة بموجب القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 16 رمضان عام 1432 هجرية الموافق 16 غشت سنة 2011 ميلادية، المتضمن تنظيم المديريات الولائية للتجارة والمديريات الجهوية للتجارة في مكاتب وفقا لأحكام المرسوم التنفيذي رقم 09-11 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.¹

ب - مهام المديرية:

حسب المرسوم التنفيذي رقم 09-11 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:

- 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.

¹ - www.decommer-biskra.com.02/05/2017.10:30

.....أعوان الرقابة التجارية (دراسة حالة مديرية التجارة بسكرة)

- 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 الثاني: الفرق المختلطة واللجان المشتركة¹

يبرز دور مصالح مديرية التجارة الثنائية او المشتركة في الاهمية التي يحتلها قطاع التجارة كقطاع محوري في شتى الميادين النشاط التجاري والاقتصادي، وهذا ما يبين أهمية الأراء والاقتراحات الخاصة بالملفات المعروضة، والتي غالبا ما تؤخذ بعين الاعتبار، بما ان مصالح التجارة تبدي موافقتها بناء على النظرة التقنية التي تدخل في صلاحيتها استنادا على النصوص القانونية المعمول بها.

1 - الفرق المختلطة " ضرائب - جمارك - تجارة"

تأسست هذه الفرقة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 97-290 المؤرخ في 22 ربيع الأول عام 1418 الموافق لـ 27 يوليو 1997 يتضمن تأسيس لجان التنسيق والفرق المختلطة للرقابة بين مصالح وزارة المالية ووزارة التجارة وتنظيمها.

توجد على مستوى ولاية بسكرة لجنة تنسيق ولائية بين مصالح الضرائب والجمارك والتجارة وتتشكل هذه اللجنة من؛ أعضاء دائمين (مديرية الضرائب بالولاية، رئيس قطاع مكافحة الغش أو رئيس مفتشية قسم

¹ - وفاء بجاوي، مديرية التجارة بسكرة، تربص ميداني، بسكرة، 2013/2014، ص 15.

.....أعوان الرقابة التجارية (دراسة حالة مديرية التجارة بسكرة)

الجمارك بالولاية، مديرية التجارة بالولاية، اما بالنسبة للأعضاء الاضافيين يتم تعيينهم من قبل الأعضاء الدائمين.

أ مهام اللجنة :

تضمن ارسال المعلومات و تبادلها بين مصالح الادارات المعنية على مستوى الولاية.

تضبط برنامج الأعمال المشتركة في مجال الرقابة.

تسهل على انجاز برامج التدخل.

تطبق الاجراءات المقررة بصفة مشتركة .

تعد حصيلة سداسية عن أشغالها.

أما بالنسبة للفرقة المختلطة " ضرائب-جمارك-تجارة"؛ فهي تكلف بتنفيذ مقررات و برامج المراقبة التي

أعدتها لجان التنسيق فإن تدخلاتها وضبط نتائج تحرياتها تتم تبعا للإجراءات التشريعية والتنظيمية الخاصة بكل

إدارة من الإدارات المعنية.

تكلف الفرق المختلطة للرقابة على الخصوص، بعمليات الرقابة لدى الأشخاص الطبيعيين والمعنويين

الذين ينجزون عمليات استيراد وتسويق بالجملة أو التجزئة، بصفة عامة، لدى كل شخص ينشط ضمن

الدورات التجارية وهذا قصد التأكد من تطابق هذه العمليات مع التشريعات الجبائية والجمركية والتجارية الجاري

العمل بها.

2 - الفرق المختلطة تجارة - صحة:¹

¹ - وفاء يحيوي، مرجع سابق، ص 17.

.....أعوان الرقابة التجارية (دراسة حالة مديرية التجارة بسكرة)

تأسست بناء على المقررة الوزارية المشتركة رقم 49 المؤرخة في 23/06/1996 والمتضمنة انشاء

تعاون بين مصالح الصحة و السكان و وزارة التجارة فيما يخص مراقبة نوعية المواد الصيدلانية، وفي اطار

المهمة الموكلة لهم، فأعضاء الفرقة المختلطة تتمثل مهامها في:

التكفل بإقتطاع العينات للأدوية المستوردة.

تنظيم عملية تفتيش المتعاملين الاقتصاديين على مستوى السوق الداخلية.

تنظيم التسيير المتبادل للمعلومات.

تنظيم الأيام الدراسية والتكوينية.

أ - فرقة مراقبة الحدود تتكون من:

عون من الديوان الوطني للقياسات القانونية.

عون من المخبر الوطني لمراقبة المواد الصيدلانية.

اعوان المفتشيات الحدودية لمراقبة النوعية وقمع الغش للمراكز المينائية و المطارية.

تتضمن مهمة هؤلاء في مراقبة وسائل القياس، والوزن لنموذج معتمد قبل دخولها الى التراب الوطني،

أما بالنسبة للمراقبة الداخلية فتشمل كافة المتعاملين الاقتصاديين وبواسطة فرق جهوية أو ولائية في المساحات

والفضاءات المفتوحة للجمهور، ويمكن أن تتبع هذه المراقبة عمليات حجز المواد المغشوش في وزنها أو

الوسائل الوزن حتى التي لم يرد ذكرها في القانون 90-18 المؤرخ في 13 جويلية 1990 وتحرير محاضر

بذلك تسلم المحجوزات الى مصالح أملاك الدولة لبيعها لمصلي أجهزة القياس المعتمدين اذا كانت حالة

الأجهزة تسمح بإعادة مطابقتها وتعد هذه الفرق جدولا زمنيا للقاءاتها لوضع برامج التدخلات وتبادل الخبرات

في مجال قمع الغش.

.....أعوان الرقابة التجارية (دراسة حالة مديرية التجارة بسكرة)

3 - الفرق المختلطة واللجنة الولائية للتنسيق: (تجارة-مصالح فلاحية):¹

تأسست بناء على القرار الوزاري المشترك رقم 204 المؤرخ في 1996/04/04 تشكيل اللجنة الولائية

للتسيق؛ مديرية المصالح الفلاحية، المديرية الولائية للتجارة، مفتش الحماية النباتية، المفتش البيطرية للولاية.

أ - مجال المراقبة البيطرية ومراقبة النوعية

أولاً: على المستوى السوق الوطني:

- مراقبة المذابح ومواقع المذابح.
- مراقبة أماكن ومواقع تخزين مواد ذات الأصل الحيواني.
- مراقبة الذبح الغير مشروع.
- مراقبة أماكن الاستغلال الفلاحي المختص لإنتاج الحليب.
- مراقبة وحدات التحويل.
- مراقبة تجارة الجزارة و باعة الدجاج.
- مراقبة انتاج و توزيع الأدوية البيطرية.
- مراقبة تجارة الجملة وتعاونيات البيع للأدوية البيطرية.

ثانياً: على مستوى الحدود (الإستيراد والتصدير)

مراقبة المواد الحيوانية وذات الأصل الحيواني

مراقبة الأدوية البيطرية.

¹ - وفاء يحيى، مرجع سابق، ص 20.

.....أعوان الرقابة التجارية (دراسة حالة مديرية التجارة بسكرة)

4 الفرقة المختلطة: تجارة - مكتب الوقاية و حفظ الصحة العمومية

تأسست هذه الفرقة بناء على المرسوم التنفيذي رقم 146/87 المؤرخ في 1987/06/30 المتضمن

إنشاء مكاتب الوقاية وحفظ الصحة البلدية، توجد على مستوى ولاية بسكرة لجنة تنسيق ولائية بين مكتب الولاية

وحفظ الصحة البلدية ومختلف القطاعات المعنية، وتتشكل هذه اللجنة من الأعضاء التاليين:

- ممثل البلدية.
- طبيب بيطري.
- ممثل الري.
- ممثل الصحة.
- ممثل التجارة.
- مستشار فلاح.
- مفتش التعمير.

المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي لمديرية التجارة ولاية 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:

1 - مصلحة ملاحظة السوق والاعلام الاقتصادي: سأتطرق الى تقديم مكاتب ومهامهم هذه المصلحة، من

أجل توضيح موضوع الدراسة، حيث تتكون من ثلاثة مكاتب :

.....أعوان الرقابة التجارية (دراسة حالة مديرية التجارة بسكرة)

أ مكتب ملاحظة السوق والإحصائيات: ومن مهامه¹

- كشف الأسعار اليومي وارسالهم للمديرية التجارة الجهوية كل يوم قبل 9:30 .
- وضعية انتاج انتاج ومخزون السميد والحصيلة الاسبوعية ،كل أسبوع.
- متابعة التموين والمشروبات الغازية وحركة الحبوب للمطاحن،كل شهر.
- لوحات الاشهار، كل ثلاثي.

ب مكتب تنظيم السوق و المهن المقننة²: 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 المرسوم التنفيذي 11-112 (الفترة) شهري(تاريخ الارسال) اليوم الموالي لنهاية الشهر، تطبيق أحكام المرسوم التنفيذي 12-111 (الفترة) شهري (تاريخ الموالي) نهاية الثلاثي، الاجتماعات الدورية لانشغالات قطاع التجارة (الفترة) شهري (تاريخ الارسال) اليوم الموالي لنهاية الشهر.
- متابعة التظاهرات الاقتصادية الدورية (الفترة) سنوي (تاريخ الارسال) قبل 25 ديسمبر من كل شهر.

ج - مكتب ترقية التجارة الخارجية وأسواق المنفعة العمومية: ومن مهامه:¹

¹ - بالاعتماد على المعلومات المقدمة في مقابلة مع رئيس المكتب مكتب ملاحظة السوق و الاحصائيات - مديرية التجارة بسكرة، بتاريخ:2017/3/12.

² - بالاعتماد على المعلومات المقدمة في مقابلة مع رئيس محقق رئيسي للمنافسة و التحقيقات الاقتصادية مديرية التجارة بسكرة، بتاريخ:2017/3/12.

.....أعوان الرقابة التجارية (دراسة حالة مديرية التجارة بسكرة)

اولا: التقارير المرسلّة الي المديرية الجهوية

- حصول 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 لدفتر الشروط (تاريخ الارسال) اليوم الموالي لنهاية الفترة .
- متابعة عملية الإستيراد (الفترة) شهري (تاريخ الإرسال) اليوم الموالي لنهاية الفترة.
- الصادرات خارج المحروقات غير الخاضعة لدفتر 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.

ثانيا: برنامج العمل الرقابي

- متابعة ملف التطهير التجاري للمستودين والمتعاملين الاقتصاديين متابعة مستمرة.
- متابعة المتعاملين الناشطين في مجال بيع وعرض السيارات متابعة مستمرة.

2 -مصلحة مراقبة الممارسات التجارية والمضادة للمنافسة، وتضم :

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

3 - مصلحة حماية المستهلك وقمع الغش، وتضم :

- مكتب مراقبة المنتوجات الصناعية والخدمات.

¹ - بالاعتماد على المعلومات المقدمة في مقابلة مع رئيس محقق رئيسي للمنافسة و التحقيقات مديرية التجارة بسكرة، بتاريخ:2017/3/12.

.....أعوان الرقابة التجارية (دراسة حالة مديرية التجارة بسكرة)

- مكتب مراقبة المنتوجات الغذائية.

- مكتب ترقية الجودة والعلاقات مع الحركة الجمعوية.

4 - مصلحة المنازعات والشؤون القانونية ، وتضم :

- مكتب منازعات الممارسات التجارية.

- مكتب منازعات قمع الغش.

- مكتب الشؤون القانونية ومتابعة التحصيل.

5 - مصلحة الإدارة والوسائل، وتضم :

- مكتب المستخدمين والتكوين.

- مكتب المحاسبة، الميزانية والوسائل.

- مكتب الإعلام الآلي والوثائق والأرشيف.

6 - المفتشيات الإقليمية للتجارة:¹

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

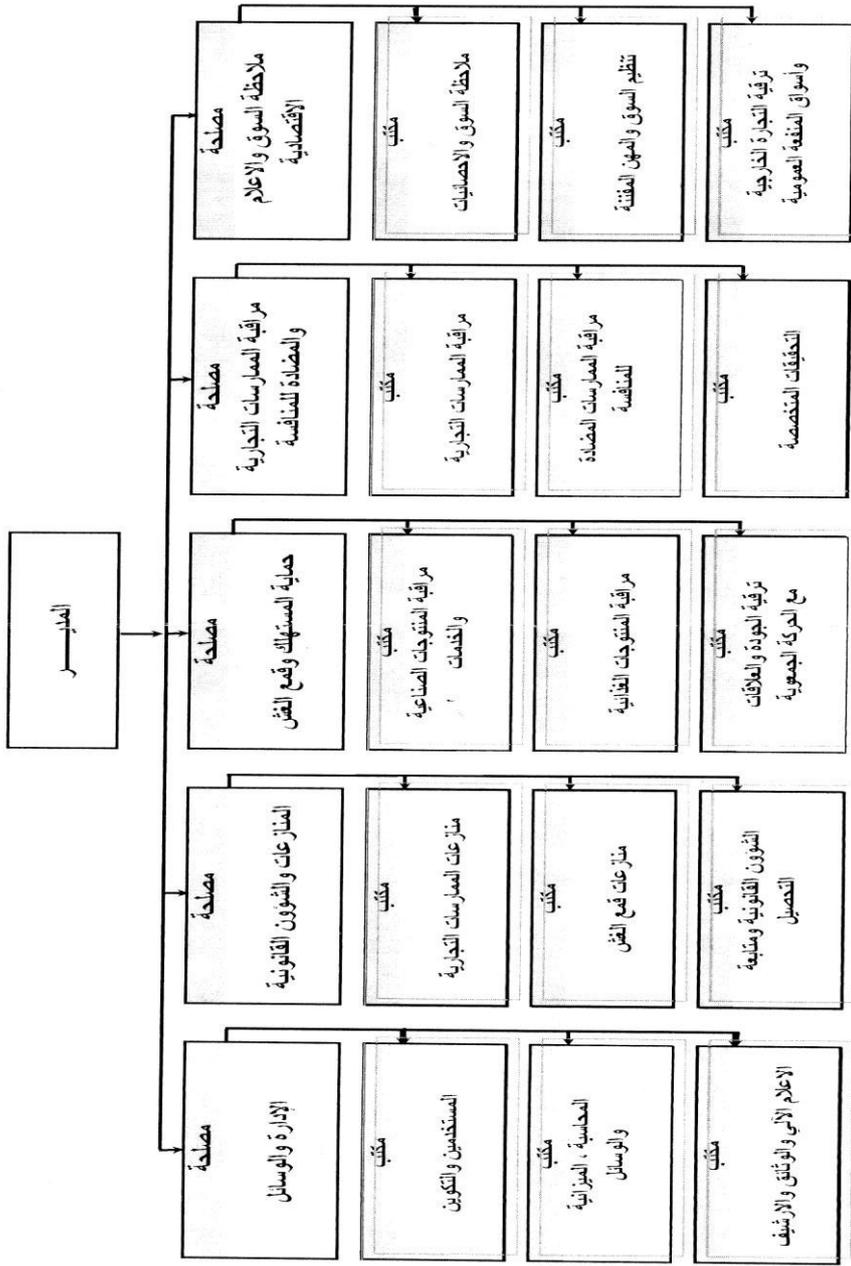
خيذر ببسكرة.

الشكل: رقم 02 هيكل التنظيمي لمديرية التجارة لولاية - بسكرة -

¹ - www.decommer-biskra.com.16/03/2017.10:30

.....أعوان الرقابة التجارية (دراسة حالة مديرية التجارة بسكرة)

الهيكل التنظيمي للمديرية لولاية بسكرة



المصدر : www.decommerce_biskra.dz

.....أعوان الرقابة التجارية (دراسة حالة مديرية التجارة بسكرة)

المبحث الثاني : أعوان الرقابة وسير التحقيقات في مجال المنافسة

تم إنشاء هيكل تنظيمي لوزارة التجارة متكون 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 وتنظم نشاطات مراقبة الممارسات التجارية و المضادة للمنافسة وبرمجتها وتقييمها، والمساهمة في الأعمال المنجزة في إطار مكافحة الغش و التهرب الجبائي.

المطلب الأول: الرقابة حسب النصوص التشريعية

1- الهدف من الرقابة:

- حماية صحة و أمن المستهلك.
- حماية الاقتصاد الوطني.
- السهر على تطبيق الأحكام و النصوص التشريعية و التنظيمية السارية المفعول.

2- النصوص التشريعية:

أ- القانون 04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية

المعدل والمتمم.

يهدف هذا القانون إلى تحديد قواعد ومبادئ، شفافية ونزاهة الممارسات التجارية التي تقوم بين الأعوان الاقتصاديين وبين هؤلاء والمستهلكين وكذا حماية المستهلك وإعلامه ، ويطبق على نشاطات الإنتاج بما فيها النشاطات الفلاحية وتربية المواشي ، وعلى نشاطات التوزيع ومنها تلك التي يقوم بها مستوردو السلع لإعادة بيعها على حالها والوكلاء ووسطاء بيع المواشي وبائعو اللحوم بالجملة ، وكذا على نشاطات الخدمات و الصناعة التقليدية والصيد البحري التي يمارسها أي عون اقتصادي مهما كانت طبيعته القانونية.

.....أعوان الرقابة التجارية (دراسة حالة مديرية التجارة بسكرة)

ب-القانون رقم 04-08 المؤرخ في 14 أوت 2004 المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية المعدل

والمتمم:

يهدف هذا القانون إلى تحديد شروط ممارسة الأنشطة التجارية.

المطلب الثاني: 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.

1-صلاحيات أعوان الرقابة¹

-طلب تدخل وكيل الجمهورية المختص إقليميا (المادة 49 الفقرة 04 من ق 02-04).

-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

02-04).

-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 02-04).

¹ القانون 02-04 المؤرخ في 23 جوان 2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

.....أعوان الرقابة التجارية (دراسة حالة مديرية التجارة بسكرة)

2- مهام أعوان الرقابة في مجال المنافسة والتحقيقات الاقتصادية:¹

أ- 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:

❖ 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.

❖ 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 التموين 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.

¹ 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.

.....أعوان الرقابة التجارية (دراسة حالة مديرية التجارة بسكرة)

- 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 ب:

- القيام بكل دراسة تتعلق بتطور السوق ووضع المنافسة.

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

المتخصصة.

- إنجاز دراسات تهدف إلى ترقية المنافسة.

❖ سلك مفتشي المنافسة والتحقيقات الاقتصادية:¹

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 ب:

- تقييم درجة فعالية التنظيم التجاري.

- إنجاز دراسات تهدف إلى ترقية المنافسة.

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

¹ 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.

.....أعوان الرقابة التجارية (دراسة حالة مديرية التجارة بسكرة)

رتبة مفتش قسم للمنافسة والتحقيقات الاقتصادية: زيادة على مهام رئيس المفتشين الرئيسيين للمنافسة والتحقيقات

الاقتصادية يكلف مفتش قسم للمنافسة والتحقيقات الاقتصادية في ميدان تخصصه ب:

-الاستكشاف و التقدير والتوجيه.

❖ مهمة للمنافسة والتحقيقات الاقتصادية: و هذا المنصب مدرج ضمن المناصب العليا و يكلف ب:

-تأطير نشاطات التفنيش والتحقيقات والرقابة وتنظيمها وتقييمها.

-تطبيق مخططات العمل.

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

-تنسيق أنشطة الأعوان المكلفين بالرقابة والتحقيقات وتوجيهها ومتابعتها.

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

ب-المراقبة والتحقيق الاقتصادي¹

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:

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

.....أعوان الرقابة التجارية (دراسة حالة مديرية التجارة بسكرة)

أ - برمجة عمليات المراقبة :

قصد تفادي التدخلات العشوائية وتحسين نوعية المراقبة لابد من تحضير وإثراء برامج المراقبة مع مراعاة ما

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 :

- حياة 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.

- 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

.....أعوان الرقابة التجارية (دراسة حالة مديرية التجارة بسكرة)

1- طلب فتح تحقيق

أ- 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.

ب- 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 أو 07 من الأمر 03-03¹

• وكذلك إذا وجد نص تنظيمي.

2-إعداد 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.

¹ الجريدة الرسمية العدد 43 القانون رقم 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بالمنافسة، 2003، ص 27

.....أعوان الرقابة التجارية (دراسة حالة مديرية التجارة بسكرة)

- طبيعة الوثائق و العناصر التي يجب جمعها .
- أماكن التدخل.
- الجدول الزمني للتدخلات و ترتيبها .
- نوع و طبيعة المعلومات و الوثائق و العناصر الإثباتية الواجب البحث عنها .
- الاستفسار المستخدم في إطار سماع مسؤولي المؤسسات أو الهيئات المعنية بالتحقيق.

3-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).
- الحدث (في حالة زيادة حادة في أسعار المواد الأولية).
- 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.
- تسجيل لتذكير: ما هو المطلوب ؟ عن ماذا نبحث؟ ماهي الممارسة المعنية؟ من هم المؤسسات أو الهيئات المعنية المتسببة؟ ماهي الوسائل المادية الممكنة للممارسة المعنية؟

.....أعوان الرقابة التجارية (دراسة حالة مديرية التجارة بسكرة)

- في حالة الشكوى: يتم اعداد تسلسل زمني للوقائع بشكل يسمح باستهداف اولئك الذين هم على الأرجح المتسببين أولاً.

4- إجراءات و استراتيجيات التحقيق

أ- إجراءات التحقيق

تعريف بموضوع التحقيق: يستنتج من خلال طلب فتح تحقيق، الوارد من الإدارة المركزية مثلا، 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 طبقا لنفس الشروط و الاشكال التي تم تحديدها في القانون رقم 02_04 المؤرخ في 23 جوان 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، للإشارة هذه النصوص لم تشير إلى إمكانية إجراء تدخلات في اماكن السكن و اجراء عملية التفتيش.

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

ب- إستراتيجية التحقيق

❖ 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.....

❖ 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 مكملة ومحينة (إثبات أو

احتمال نهاية حدوث ممارسات كان في وقتها الشاكي ضحية).

.....أعوان الرقابة التجارية (دراسة حالة مديرية التجارة بسكرة)

يتم تحديد هذا الاختيار أيضا وفقا لدرجة ضلوع المؤسسات في الممارسات المزعومة فالمعلومات الأولى تمكن في البداية التعرف أكثر على القطاع المعني بالتحري.

❖ 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 تفيد 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.....).

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

اخرى تبينت أنها غير مفيدة.

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

.....أعوان الرقابة التجارية (دراسة حالة مديرية التجارة بسكرة)

ج- التحريات¹

❖ 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 وتتنقل غير مجدي؛ لأجل تسهيل عملية سماع مسؤولي المؤسسة وربح الوقت ، تحضير بعض المعلومات العامة المتعلقة بالمؤسسة ، العقود العامة للبيع الخاصة بها ، نموذج من العقود الخ يمكن طلبها مباشرة عن طريق البريد.
- ❖ 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.....).
- المعلومات و الوثائق القابلة للجمع
- العناصر العامة
 - التنظيم الهيكلي للمؤسسة.
 - لوحة تقديم المؤسسة.
 - منشورات دعائية للمنتوجات.
 - عقد التأسيس .

¹ خنيسة علي، كيفية سير التحقيقات في مجال المنافسة، التكوين الخاص بأعوان مديريات التجارة، المديرية الجهوية باتنة، 2013، ص24.

.....أعوان الرقابة التجارية (دراسة حالة مديرية التجارة بسكرة)

- جدول الحصائل المالية TCR.
- التقرير السنوي.
- الموقع الالكتروني(انترنت).
- 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.

.....أعوان الرقابة التجارية (دراسة حالة مديرية التجارة بسكرة)

وفي أية حالة من الأحوال قائمة الوثائق المراجعة 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.

❖ تحرير المحضر¹:

- ينبغي في بداية الحوار وبعد تقديم بطاقة التفويض بالعمل، اعلام المعني بموضوع التحقيق، السند القانوني للتدخل (احكام الامر 03_03 المعدل و قانون 02_04) 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
- 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 لا بد ان يكون معللا إلا في حالة نية افرار المحضر من محتواه، و في حالة الخلاف يمكن للمعني رفض الإمضاء مع ذكر ذلك في المحضر .

❖ 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 الأخيرة قد أدلى بها بالفعل من قبل المسؤول " لا يمكن قبوله" .

¹ خنيسة علي، كيفية سير التحقيقات في مجال المنافسة، المرجع السابق، ص26.

.....أعوان الرقابة التجارية (دراسة حالة مديرية التجارة بسكرة)

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.

د- استغلال النتائج و اعداد تقرير التحقيق¹

❖ 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 لا بد أن يكون لدينا العناصر التي تسمح بإثبات هذه الادلة.
- مثلا: حينما يتعلق الامر باتفاقات لا بد 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.

❖ 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.

لهذا يجب بالإضافة الى سرد الوقائع (تصرفات المؤسسات)، ذكر العناصر التي تسمح من جانب اظهار الاتفاق أو التعسف في استغلال وضعيتها الهيمنة وأنها حقيقة تتعلق بأحكام مادتي 06 و 07 من الأمر

¹ خنيسة علي، كيفية سير التحقيقات في مجال المنافسة، المرجع السابق، ص26.

.....أعوان الرقابة التجارية (دراسة حالة مديرية التجارة بسكرة)

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

المتدمات 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 تتسبب فيها الممارسات المقيدة للمنافسة؛

- حساب العقوبة، تحدد العقوبة بحسب خطورة الممارسة ومدتها(من صلاحيات مجلس المنافسة).

هـ-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.

المطلب الرابع: معاينة المخالفات¹.

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

أ-شفافية الممارسات التجارية (من المادة 04 إلى المادة 13):

¹الجريدة الرسمية رقم 41، القانون 02-04 المؤرخ في 23 جوان 2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، 2004، ص4.

.....أعوان الرقابة التجارية (دراسة حالة مديرية التجارة بسكرة)

لعدم الإعلام بالأسعار والتعريفات وشروط البيع: يجب على البائع إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع

والخدمات وبشروط البيع (المادة 04)

لعدم 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 .

ب-نزاهة الممارسات التجارية (من المادة 14 إلى المادة 30):

للممارسات التجارية غير الشرعية: ونبين هذه الممارسات على النحو التالي¹:

- 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 النزاهة 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.

¹ الجريدة الرسمية رقم 41، القانون 02-04 المؤرخ في 23 جوان 2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، 2004، ص5.

.....أعوان الرقابة التجارية (دراسة حالة مديرية التجارة بسكرة)

لـ 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 طبقاً للتشريع والتنظيم المعمول بهما.

• تشجيع غموض الأسعار و المضاربة في السوق .

• إنجاز معاملات تجارية خارج الدوائر الشرعية للتوزيع .

ج- الممارسات التجارية التدليسية:¹

• دفع أو استلام فوارق مخفية للقيمة.

• تحرير فواتير وهمية او مزيفة.

• إتلاف الوثائق التجارية و المحاسبية و إخفائها أو تزويرها.

• حيازة التجار منتجات مستوردة أو مصنعة بصفة غير شرعية أو لمخزون من المنتجات بهدف تخفيض

الارتفاع غير المبرر للأسعار أو لمخزون من المنتجات خارج موضوع تجارتهم الشرعية قصد بيعه.

د -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 .

¹ الجريدة الرسمية رقم 41، القانون 04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، 2004، ص6.

.....أعوان الرقابة التجارية (دراسة حالة مديرية التجارة بسكرة)

- 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.
- و - الممارسات التعاقدية التعسفية: و تتعلق بالعقود المبرمة بين المستهلك و البائع الذي تمنح له¹:
 - 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.
 - 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.

¹ الجريدة الرسمية رقم 41، القانون 02-04 المؤرخ في 23 جوان 2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، 2004، ص7.

.....أعوان الرقابة التجارية (دراسة حالة مديرية التجارة بسكرة)

• المماثلة و عرقلة إنجاز التحقيقات.

• إهانة و تهديد أعوان الرقابة.

• العنف و التعدي الجسدي ضد أعوان الرقابة أثناء تأدية مهامهم.

2- المخالفات المتعلقة بالقانون 04-08 المؤرخ في 14 أوت 2004 المعدل و المتمم¹ :

- 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

3- الإجراءات التحفظية:

أ- الحجز:

طبقا 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 اوت 2010 يمكن لأعوان الرقابة حجز السلع والبضائع عند

مخالفة أحكام القوانين والتشريعات السارية المفعول، كما يمكنهم حجز العتاد والتجهيزات التي استعملت في

¹ الجريدة الرسمية رقم 52، القانون 04-08 المؤرخ في 14 أوت 2004 يتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية.

.....أعوان الرقابة التجارية (دراسة حالة مديرية التجارة بسكرة)

ارتكاب المخالفة، على أن تكون المواد المحجوزة موضوع محضر جرد و هو نوعان: حجز عيني وهو حجز 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.

ب- **الغلق الإداري**¹: في حالة مخالفة العون الاقتصادي لأحكام مواد القانون **04-02** المعدل و المتمم و القانون **04-08** 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.

ج- **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.

د- **اقتراح الشطب من السجل التجاري**²: يمكن لأعوان الرقابة تقديم اقتراح شطب العون الاقتصادي من السجل التجاري لدى الجهات القضائية (المواد من **38** إلى **41** من ق **08/04**)

هـ- **إعداد و تحرير التقارير**:

¹ الجريدة الرسمية رقم 52، القانون 08-04 المؤرخ في 14 أوت 2004 يتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية، 2004، ص 8.
² لقانون 08-04 المؤرخ في 14 أوت 2004 يتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية، المرجع السابق، ص 9.

.....أعوان الرقابة التجارية (دراسة حالة مديرية التجارة بسكرة)

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.

و-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.

ي-مهام إدارية أخرى:

المشاركة في اللجان القطاعية: يمكن لأعوان الرقابة المشاركة في اللجان الولائية المشتركة والتي تضم عدة

قطاعات مثل : الفرقة المختلطة - ضرائب - جمارك -تجارة.

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 .

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.

خاتمة

وضع المشرع عدد من النصوص التشريعية بغية حماية المستهلك و من ثم حماية الاقتصاد الوطني،و الذي يعتبر قفزة نوعية مقارنة بالوضع الذي كان سائد في السابق.

إذا اردنا تقييم دور وعمل هذه الهيئات فلا بد من الرجوع الى السوق باعتباره المرآة الحقيقية للاقتصاد الوطني و المكانة التي وصل اليها، 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 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، هذا و يمكن الاعتماد في هذا الصدد على جمعيات حماية المستهلك المنشئة لهذا الغرض مع اعطائها الامكانيات اللازمة و حمايتها قانونا من كافة الضغوطات التي تعترض انشائها أو عند القيام بمهامها في مواجهة الأعوان الإقتصادية.

مر قانون المنافسة العديد من التعديلات، التي كان الغرض منها مسايرة التطورات الإقتصادية الوطنية وذلك من أجل تجسيد مبادئ المنافسة في مختلف القطاعات، وبمختلف الهيئات، سواء مجلس المنافسة أو سلطات الضبط، عن طريق القانون المتعلق بالمنافسة 03-03 وما يتضمنه من تشريعات، وجعلته من القطاعات الحيوية في الساحة الاقتصادية الوطنية، حيث يعتبره الأخصائيون مثالا في إفريقيا من واقع الديناميكية التنافسية التي يشهدها، هذه الديناميكية ناتجة عن المنافسة القوية بين المتعاملين الثلاث في احتلال مركز القيادة، مما 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:

- ✓ يعتبر أعوان الرقابة من أدوات تدخل الدولة من اجل تنظيم الأسواق.
- ✓ يسعى اعوان الرقابة تطبيق قانون المنافسة لتجسيد مبادئ المنافسة المشروعة في الأسواق.
- ✓ يسعى قانون المنافسة لمنع كل ما من شأنه التأثير على إخراج المنافسة عن إطارها المشروع.
- ✓ احيانا تتدخل الدولة بسلوكيات تنافي مبادئ المنافسة، مثل تقنين الأسعار ولكن ذلك يكون في حالات الخاصة مثل القطاعات الإستراتيجية.

- ✓ القانون 03-2000 يتضمن بعض الغموض فيما يخص مفهوم المنافسة المشروعة، لذلك لابد من الرجوع لقانون المنافسة، وبالرغم من وجود سلطة ضبط، خاصة بكل قطاع، إلا أنه يمكن رفع المنازعات إلى مجلس المنافسة للفصل فيها.

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

نتائج إختبار الفرضيات:

وبعد اختبار صحّة الفرضيات فقد تم التوصل إلى النتائج التالية:

- 1-الفرضية الأولى، والتي مفادها، تؤثر الممارسات المقيدة للمنافسة سلبا على تنافسية المؤسسة، تحققت لأن تنافسية المؤسسة تتأثر فعلا بالممارسات المقيدة للمنافسة، فهذه الأخيرة تعتبر منافية لمبادئ المنافسة، وتضر بالمؤسسات، مثل هيمنة جازي في قطاع الهاتف المحمول، وتبعية موبليس، فهذه الممارسات تقيد سلوك المؤسسات وتجعل المنافسة غير مشروعة.

2- أما الفرضية الثانية والتي مفادها، الممارسات التسعيرية تؤثر سلبا على تنافسية المؤسسة، فالأسعار في قطاع الهاتف المحمول لا تخضع لحرية المنافسة، بل تخضع لسلطة الضبط وذلك لإعتبار هذا القطاع قطاع إستراتيجي، ولكونه يخضع لإحتكار القلة، وهو يعتبر منافيا للمنافسة لمبدأ حرية الأسعار، ما يجعل موبليس مضطرة لجعل عروضها تخضع لهذه الأسعار مثل باقي المتعاملين، وهذا يمنعها من طرح عروض معينة بسبب قيد الأسعار، ويمكن لموبليس التحرك ضمن حدود الأسعار فقط إذا أرادت التميز عن منافسيها.

3- أما فيما تعلق بالفرضية الثالثة، تأثير الممارسات غير النزيهة سلبا على تنافسية المؤسسة ، فلم تتحقق هذه الفرضية، بالرغم أن هذه الممارسات غير النزيهة من الأمور التي تنجم عنها تعدي المتعاملين على ممتلكات بعضهم مثل نقاط البيع، أو زرع لبس لدى الزبون، فهي تجعل المنافسة غير مشروعة، و تجعل القطاع غير منظم، وتمكن عميل من الإستفادة من ممتلكات غيره بدون صفة مشروعة، وتسبب خسائر للمؤسسة، فهي لم تحصل فعلا لأن القانون منعها ولن القطاع يضم ثلاث مؤسسات فقط.

التوصيات المقترحة:

- ✓ لا بد من توضيح أكثر لمواد قانون المنافسة الجزائري وكيفية تطبيقه.
- ✓ يجب مراجعة التكرارات 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 وفتح المجال أكثر لتنمية الأداء الفعال.
- ✓ إقامة ندوات وملتقيات وطنية في مجال المنافسة.
- ✓ تنمية الكوادر البشرية الخاصة بقطاع التجارة.

✓ فاق البحث.

تعتبر هذه الدراسة حديثة ولذلك يمكن التوسع فيها خاصة في المجال القانوني والإستراتيجي، وكونها تسعى لتطبيق قانون المنافسة ، ومع ذلك نتمنى وجود بحوث أخرى تكمل تفصيلا جوانب من هذا البحث لهذا تم

اقترح المواضيع التالية:

- ✓ تأثير قانون المنافسة على الإقتصاد الوطني.
- ✓ تأثير الممارسات المقيدة للمنافسة على الأسواق.
- ✓ دور مبادئ المنافسة في نجاح الإستراتيجيات التنافسية.

قائمة المراجع

المراجع باللغة العربية:

الكتب:

1. جابر فهمي عمران، المنافسة في منظمة التجارة العالمية، دار الجامعة الجديدة، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2011، ص330.
2. زينب غانم، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية، دار ومكتبة الحامد، مصر، ط1، 2000، ص23.
3. صلاح الشنواني، دراسات في اقتصاديات الأعمال، دار النهضة العربية، 1970.
4. عمار بوشناف، الميزة التنافسية في المؤسسة، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، 2002.
5. نبيل مرسي خليل، الإدارة الإستراتيجية - تكوين و تنفيذ استراتيجيات التنافس - دار المعارف للنشر، الإسكندرية، مصر، 1995 .
6. نبيل مرسي خليل، الميزة التنافسية في مجال الأعمال، الدار الجامعية للطباعة، الإسكندرية، مصر، 1996، .

المذكرات

1. اسراء خضر العبيدي، المنافسة والممارسات المقيدة لها في ضوء أحكام قانون المنافسة ومنع الإحتكار العراقي رقم 14 سنة 2010، فرع قانون، مذكرة ماجستير، غير منشورة، الجامعة الإسلامية العراق، العراق، بدون سنة نشر.
2. داسي حسين وهيبة، إدارة المعرفة و دورها في تحقيق الميزة التنافسية، رسالة ماجستير، جامعة دمشق، 2006-2007.
3. رتيبة نحاسية، أهمية اليقظة التنافسية في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة، مذكرة ماجستير، تخصص تسيير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير جامعة الجزائر .
4. زوبير ارزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011.
5. الهام زعموم، حماية المحل التجاري، دعوى المنافسة غير المشروعة، مذكرة ماجستير، فرع حقوق، جامعة الجزائر، الجزائر، 2004.

النصوص القانونية:

1. قانون رقم 88-02 مؤرخ في 12 جانفي 195، يتعلق بالمنافسة، ج ر عدد9، الصادر في 22 فيفري 1988.
2. مرسوم رقم 88-201 مؤرخ في 18 أكتوبر 1988، يتضمن إلغاء جميع الأحكام التنظيمية التي تخول المؤسسات الإشتراكية ذات الطابع الإقتصادي التفرد بأي نشاط إقتصادي أو إحتكار للتجارة، ج ر عدد 42، الصادر في 19 أكتوبر 1988.
3. قانون 89-12 مؤرخ في 5 جويلية 1989 يتعلق بأسعار، ج ر عدد 29، الصادر في 19 جويلية 1989.
4. الأمر 95-06 المؤرخ في 25/01/1995 المتعلق بالمنافسة و الذي الغي بالأمر 03-03 المؤرخ في 19/07/2003 المتعلق بالمنافسة.
5. الأمر رقم 95-06 يهدف لتحرير أسعار السلع والخدمات، المؤرخ في 25 جانفي 1995، يتعلق بمنافسة، ج ر العدد 42 الصادر في 1995 .

6. المادة 6 من الأمر 03-03 المؤرخ في 19-07-2003، الجريدة الرسمية، العدد 43،2003.
7. المادة 6 من الأمر 03-03 المؤرخ في 19-07-2003، الجريدة الرسمية، العدد 43،2003.
8. المادة 7 من الأمر 03-03 المؤرخ في 19-07-2003. ، الجريدة الرسمية، العدد 43،2003، ص27.
9. المادة 11 من الأمر 03-03 المؤرخ في 19-07-2003،، الجريدة الرسمية، العدد 43،2003، ص27.
10. المادة 03 من القانون 03-03 المؤرخ في 20-07-2003 يتعلق بالمنافسة ، الجريدة الرسمية، العدد 43،2003، ص26.
11. المادة 06 من القانون 03-03 المؤرخ في 20-07-2003 يتعلق بالمنافسة، الجريدة الرسمية، العدد 43،2003.
12. المادة 27 من القانون 04-02 المؤرخ في 23-06-2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية، العدد 41، 2004.
13. المادة 27 من القانون 04-02 المؤرخ في 23-06-2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية، العدد ،2004.
14. قانون رقم 08-12 مؤرخ في 25 يونيو 2008 يعدل ويتم الأمر 03-03 ، ج ر عدد 11، الصادر في 2 يونيو 2008.
15. المادة 10 متممة بالقانون 08-12 المؤرخ في 19-07-2008 المعدل و المتمم لأمر رقم 03-03
16. القانون 02-04 المؤرخ في 23 جوان 2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.
17. الجريدة الرسمية رقم 41، القانون 02-04 المؤرخ في 23 جوان 2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، 2004.
18. الجريدة الرسمية رقم 41، القانون 02-04 المؤرخ في 23 جوان 2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم،2004.
19. الجريدة الرسمية رقم 41، القانون 02-04 المؤرخ في 23 جوان 2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم،2004.
20. الجريدة الرسمية رقم 41، القانون 02-04 المؤرخ في 23 جوان 2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، 2004
21. قانون رقم 10-05 مؤرخ في 15 أوت 2010، يعدل ويتم الأمر رقم 03-03 والمتعلق بالمنافسة، ج ر عدد 46 المؤرخ في 18 أوت 2010.
22. الجريدة الرسمية العدد 43 القانون رقم 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بالمنافسة،2003.
23. الجريدة الرسمية رقم 52، القانون 08-04 المؤرخ في 14 أوت 2004 يتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية،2004.
24. الجريدة الرسمية رقم 52، القانون 08-04 المؤرخ في 14 أوت 2004 يتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية.

25. 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.
26. 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.

المجالات:

1. قويد محمد، وصاف سعدي، مرتكزات تطوير الميزة التنافسية للاقتصاد الجزائري، مجلة العلوم الإنسانية و الاجتماعية، العدد 9 جانفي.
2. مزغيش عبير، التعسف في إستغلال وضعية التبعية الإقتصادية كممارسة مقيدة للمنافسة، مجلة الفكر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خبضر بسكرة، الجزائر، العدد 11.

تربصات ميدانية:

1. خنيسة علي، كفايات سير التحقيقات في مجال المنافسة، التكوين الخاص بأعوان مديريات التجارة، المديرية الجهوية باتنة، 2013.
2. وفاء يحيوي، مديرية التجارة بسكرة، تربص ميداني، بسكرة، 2014/2013.

المراجع باللغة الأجنبية:

1. G.Lavette et M. Niculescu: les strategies de croissance ed, d'organisation, 1999, –.
2. Jean Jacques lambin; le marketing stratégique, sconse édition, Paris, France, 2eme éditions, 1993.
3. M.porter : "l'avantage concurrentiel", Dunod édition , paris, France, 1999,.
4. Perverou Roger : "Enterprise, Gestion et compétitivité", économique, 1984.

المواقع الإلكترونية:

www.decommer-biskra.com.

بعض المصطلحات

المنافسة: هي وضعية سوق من خلالها يقوم التجار ببيع منتوجاتهم أو خدماتهم محاولين زيادة مبيعاتهم و كذا الحفاظ على مكانتهم أو تعزيز مكانتهم بعرض منتجاتهم أو خدمات بأسعار أقل و جودة أحسن في إطار احترام قواعد المنافسة المحددة في القانون .

الهدف منه : خفض السعر وتحسين نوعية المنتج أو الخدمة المقدمة مع توسيع امكانية الزبون في الاختيار.

عون اقتصادي: كل منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم خدمات أيا كانت صفته القانونية، يمارس نشاطه في الإطار المهني العادي أو بقصد تحقيق الغاية التي تأسس من أجلها.

المستهلك: كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت و مجردة من كل طابع مهني.

مؤسسة: كل شخص طبيعي أو معنوي أيا كانت طبيعته يمارس بصفة دائمة نشاطات الإنتاج أو التوزيع أو الخدمات.

سوق: كل سوق للسلع أو الخدمة معنية بممارسات مقيدة للمنافسة و كذلك التي يعتبرها المستهلك مماثلة أو تعويضية لاسيما بسبب مميزاتها و أسعارها و الاستعمال التي خصصت له و المنطقة الجغرافية التي تعرض فيها المؤسسات السلع أو الخدمة.

الصفقات العمومية: عقد كتابي حرر لأجل انجاز أعمال ، اقتناء أشياء أو خدمة ، دراسة لحساب المتعاقد.

السوق المعنية (Marche pertinent): سوق من خلاله تستطيع تقييم أثر (l'effet) الممارسات المقيدة للمنافسة

التي وضعت للمعاينة.

حصة السوق (Part de marche): حصة مؤسسة في نشاط أو سوق معين مقارنة بالإنتاج أو المبيعات أو القدرة

الانتاجية لمجموع المؤسسات لهذا النشاط أو السوق.

وضعية الهيمنة: هي الوضعية التي تمكن مؤسسة ما من الحصول على مركز قوة اقتصادية في سوق معين من شأنها

عرقلة قيام منافسة فيه، كما تعطى إمكانية القيام بتصرفات منفردة إلى حد كبير إزاء منافسيها أو زبائنها أو ممونيها.

وضعية التبعية الاقتصادية: هي العلاقة التجارية التي لا يكون فيها لمؤسسة ما حل بديل إذا أرادت رفض التعاقد

بالشروط التي تعرضها عليها مؤسسة أخرى سواء كان زبونا أو ممونا.

السوق القبلية (Amont): سوق يوجد في المرحلة الأولى من سلسلة الإنتاج أو التوزيع.

مثال: سوق الإنتاج، التوزيع بالجملة متواجدة في المرحل الأولى التي تسبق البيع بالتجزئة (بيع هذه المنتجات

للمستهلك).

السوق البعدية (Aval): سوق توجد في المرحلة التالية من سلسلة الإنتاج والتوزيع.

مثال : سوق التوزيع و بيع السيارات الى المستهلك ، توجد في المرحلة الثانية التي تلي انتاج هذه السيارات .

السوق ذات صلة (Connexé): سوق لمنتوج أو خدمة لا يعتبر جزء من السوق الأصلي لكن هذه الأخير يمكن أن

يؤثر عليه و كذلك العكس ، مثال : سوق قطع غيار السيارات هو سوق له صلة بسوق السيارات ، كلا من هذه

الاسواق يمكن لها أن تنقسم الى سوق الانتاج، التوزيع بالجملة، سوق البيع بالتجزئة.

منتجات مماثلة أو تعويضية: قياس من خلاله، منتجات يمكن لها أن تكون قابلة للاستبدال من وجهة نظر البائع أو

المستهلك لاسيما بسبب مميزاتا ، أسعارها و الاستعمال الذي خصصت له، و يعتبر سوق واحد.