جامعة محمد خيضر بسكرة
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم الحقوق

مذكرة ماستر

الميدان: الحقوق والعلوم السياسية

الفرع: الحقوق

التخصص: قانون أعمال

رقم: .....

إعداد الطالبتين:
رواق فراح
بعزيز آية ملاك

يوم: 2025/06/04

النظام القانوني للتسعير في الجزائر

لجنة المناقشة:

د. مستاري عادل	أستاذ محاضر	جامعة بسكرة	رئيسا
د. عاشور نصر الدين	أستاذ محاضر أ	جامعة بسكرة	مشرفا
د. لمعيني محمد	أستاذ محاضر أ	جامعة بسكرة	مناقشا

السنة الجامعية: 2024-2025

﴿ يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ ﴾

صدق الله العظيم

سورة المجادلة الآية 11

شكر وعرفان

نحمد الله عز وجل على توفيقه في إتمام هذا العمل، لقوله تعالى:

﴿لَئِن شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ﴾

نتقدم بخالص الشكر والتقدير لكل من ساهم في إنجاح هذا المشروع، وعلى رأسهم أستاذنا المشرف الدكتور "**نصر الدين عاشور**" الذي كان له دور بارز في توجيهنا وإرشادنا خلال فترة إعداد هذه المذكرة وأتاح لنا الفرصة للعمل تحت إشرافه، ونشكر كل أعضاء لجنة المناقشة. كما نعبر عن امتناننا لأساتذتنا الكرام في كلية الحقوق والعلوم السياسية بجامعة بسكرة، الذين لم يبخلوا علينا بمعلوماتهم ولم يترددوا في مشاركة علمهم ومعرفتهم الواسعة معنا، بفضل توجيهاتكم تمكنا من بناء هذا العمل على أسس علمية متينة. ولا يفوتنا أن نشكر كل الموظفين في الكلية على جهودهم وتعاونهم، ونأمل أن نكون قد وفقنا فيما قدمناه وأن نواصل السير بخطى ثابتة نحو مستقبل واعد.

وفي الختام، نتمنى لجميع الأساتذة والزملاء وكل طالب حقوق دوام الصحة والتوفيق في مسيرتهم الأكاديمية والمهنية، ونسأل الله أن يوفقنا جميعًا لما فيه الخير.

إهداء

باسم الله الذي منحني القوة وهداني السبيل ومهد لي الطريق، له الحمد في السراء والضراء وله الشكر عند كل نهاية ...

إلى من غاب جسده وضل أثره حاضراً، إلى روح "**والدي**" الذي أعتز بحمل اسمه، رحلت عن الدنيا لكنك لا تزال حياً في دعائي وفي كل إنجاز أحققه. أسأل الله أن يجعل هذا العمل نوراً في قبرك. نجاحي اليوم هو ثمرة من غرسك. رحمك الله يا أبي وجعل الجنة دارك ومقامك.

إلى من كانت حضن الحياة وسند الروح، إلى "**أمي**" العظيمة التي لا يميل سندها، يعود الفضل لك وحدك بعد الله. أنت أساس قوتي وأجمل ما في هذا الوجود. لولاك ولولا حبك وتضحياتك لما كنت هنا اليوم. مهما قلت لن أستطيع أن أوفيك حقك. أدامك الله يا أمي وجعل كل أيامك مليئة بالسعادة والفرح. حفظك الله لي وأطال في عمرك.

إلى أخي العزيز "**صالح**"، فخر عائلتنا، كريم القلب ونبيل الروح، أتمنى لك التوفيق والسعادة في كل خطوة تخطوها. أسأل الله أن يملأ حياتك بالفرح والنجاح وأن يحقق لك كل ما تصبو إليه.

إلى أختي الغالية "**أحلام**" وأختي الحبيبة "**سلاف**"، أعز الناس في حياتي، رغم كل ما أقول لن أستطيع التعبير عن حبي لكما. أتمنى أن تبقى أيامنا مليئة بالحب والفرح، وأن يحقق الله لكما كل ما تتمنيان من آمال وطموحات. وإلى فرحة العائلة وأمل المستقبل "**ميار**" و"**محمد أمير**" أسأل الله أن يبارك فيكما ويحفظكما من كل سوء.

إلى جميع أساتذتي أشكركم على ما قدمتموه لي من علم ودعم. وإلى كل الزملاء خاصة "**ملاك**" مثالً للصداقة والوفاء. وإلى من كان دائماً بجانبي داعماً لي في كل خطوة وممدّاً لي بالطاقة الإيجابية في الأوقات التي كنت بحاجة فيها إلى التشجيع.

أنا اليوم ألمس ثمرة جهدي وأعيش لحظة حلمت بها كثيرا، لحظة النجاح أهديها لكم جميعا، لكم مني كل الحب والدعاء والامتنان.

فراح رواق

إهداء

(وَآخِرُ دَعْوَاهُمْ أَنِ الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ)

الحمد لله عند البدء وعند الختام، من قال أنا لها نالها، لقد كانت طريقا مليئة بالإخفاقات والنجاحات فخورين بكفاحنا لتحقيق أحلامنا، لحظة لطالما انتظرتها وحلمت بها في حكاية اكتملت فصولها.

إلى من علمني العطاء بدون انتظار إلى من أحمل اسمه بكل افتخار، إلى "**والدي العزيز**" يا من كنت سندي في كل مراحل حياتي علمتني الصبر وغرست في قلبي القوة والعزيمة كل نجاح أحققه هو ثمرة تعبك ودعائك ولو سجدت لك شكرا كل أيام عمري ماوفيتك حقك يا من كانت ابتسامتي أولويتك وسعادتي غايتك، علمتني أن الكرامة لا تشترى وأن الطيب لا يهزم فكبرت على مبادئك وكل ما أنا عليه اليوم من خير هو بفضلك بعد الله يا تاج راسي حفظك الله لي، يا أعظم نعمة وهبها الله لقلبي.

إلى ملاكي في الحياة ومعنى الحب وقرة عيني وأعز ما أملك، إلى بسمة الحياة وسر الوجود الى من كان دعائها سر نجاحي وحنانها بلسم جراحي الى غاليتي وجنة قلبي التي رافقتني وأرشدتني في كل مشاوير حياتي، مهما كتبت لن أوفيك حقك فكل حروف الدنيا تعجز عن وصف ما في قلبي لك، لك كل الحب وكل الامتنان وكل شيء جميل في هذا العالم.. **أمي الغالية.**

إلى من كانت دائما صديقتي الأولى ورفيقة دربي، إلى من شاركتني الضحكة والدمعة، الهمسة والسر، إليك يا أختي يا نعمة من الله وقطعة من روحي، وجودك في حياتي أمان وصوتك راحة وابتسامتك سعادة لا توصف، أنت الروح التي أفهمها من دون كلمات والقلب الذي أحبه من دون شروط، أدامك الله لي أختا ورفيقة العمر "**أختي الغالية رتاج**". إلى إخوتي الغاليين والسند في الحياة **وسيم** و**وائل عبد الرؤوف.**

إلى كل الأساتذة الأفاضل الذين قدموا لنا يد المساعدة وكل الزملاء بالأخص زميلتي **فرح** لقد كنت أختا وصديقة، لا أنسى وقوفك بجانبي في كل اللحظات سواء في السهل أو الصعب لك مني كل الشكر والتقدير، ودعواتي الصادقة لك بمستقبل مشرق مليء بالنجاحات..

لكم جميعا، كل المحبة والتقدير، ودعواتي الصادقة أن يجمعنا النجاح دائما، وتظل ذكرياتنا خالدة في القلب مهما باعدتنا الأيام.

آية ملاك بعزيز

قائمة المختصرات:

- ج	جزء
- ج ر	الجريدة الرسمية
- د ط	دون طبعة
- ص	الصفحة
- ص ص	صفحات متتالية
- ط	طبعة
- ع	عدد

مقدمة

تُعد الأسعار من العناصر الأساسية التي تسهم في تحقيق التوازن الاقتصادي والاجتماعي في أي دولة، كونها ليست مجرد مؤشر اقتصادي، بل تؤثر بشكل مباشر على مستوى معيشة الأفراد واستقرار الأسواق وعلى مردودية المؤسسات الاقتصادية وتعكس التوازن بين العرض والطلب. وبفعل آليات السوق وتغيرات البيئة الاقتصادية، شهدت الأسعار في الجزائر تقلبات في الاستقرار الاقتصادي والاجتماعي، لم يقتصر الأمر على السوق الوطنية فحسب بل امتد إلى المعاملات الدولية، مما أدى إلى بروز إشكاليات عديدة تتعلق بمدى شرعية تحديد الأسعار ومراقبتها وضرورة تدخل الدولة لضبطها وفق معايير قانونية واضحة.

وفي ظل هذه المعطيات بدأت الجزائر في تطبيق تشريع جديد يرتكز بشكل أساسي على تعزيز الحرية الاقتصادية، التي تُعتبر من أبرز سمات العولمة الاقتصادية. حيث لم يعد تحديد الأسعار مجرد مسألة تجارية تعتمد فقط على قواعد العرض والطلب، بل أصبح يخضع لإطار قانوني يهدف إلى تحقيق توازن بين مصالح المستهلكين من جهة ومصالح المنتجين والتجار من جهة أخرى. لذا تسعى الدولة في ظل الاقتصاد الحر إلى ضمان منافسة نزيهة ومنع الممارسات الاحتكارية التي قد تؤدي إلى رفع الأسعار بشكل تعسفي أو التلاعب بها بما يضر بمصلحة المستهلك.

وفي هذا الجانب تدخلت الدولة في تنظيم عمليات التسعير من خلال منظومة قانونية متكاملة، تتجلى في عدة قوانين وأوامر تهدف إلى ضبط السوق وضمان استقرار الأسعار، كما أن تدخلها في هذا المجال لا يقتصر على تحديد الأسعار المتعلقة ببعض المواد الأساسية فقط بل يمتد إلى مراقبة مدى احترام قواعد الشفافية والنزاهة، وفي هذا الإطار يبرز دور السلطات المختصة في مراقبة السوق والتدخل عند اللزوم لحماية القدرة الشرائية للمواطن وضمان العدالة الاجتماعية. لذلك فإن دراسة النظام القانوني للتسعير في الجزائر تكتسي أهمية بالغة خاصة في ظل التحديات الاقتصادية الراهنة

- **أهمية الدراسة:**

تكمن أهمية هذه الدراسة في الدور الجوهري الذي يلعبه النظام القانوني للتسعير في تحقيق التوازن بين مصالح المستهلكين والمنتجين، إذ يعد ضبط الأسعار أداة قانونية واقتصادية تهدف إلى حماية القدرة الشرائية للمواطنين وضمان المنافسة العادلة في السوق، كما يسهم فهم النظام القانوني للتسعير في الجزائر إلى تقييم مدى فعالية النصوص القانونية والتنظيمية الحالية ومدى

استجابتها للتحولات الاقتصادية وظروف السوق، مما يدعم جهود الدولة في الحد من الاحتكار والتلاعب بالأسعار ويعزز بناء بيئة اقتصادية أكثر استقرار وعدالة تشجع على الاستثمار وتحمي المستهلك في الوقت ذاته.

- **أسباب اختيار الموضوع:**

تم اختيار موضوع النظام القانوني للتسعير لما له من أهمية بالغة في ضبط الأسواق وتحقيق الاستقرار الاقتصادي في الجزائر خاصة في ظل التحديات الراهنة المتعلقة بارتفاع الأسعار وحماية المستهلك، كما أن الموضوع يلامس الواقع العملي للمؤسسات ويساهم في تقييم السياسات التسعيرية المعتمدة ومدى انسجامها مع متطلبات السوق، لذلك اخترنا هذا الموضوع بسبب اهتمامنا بفهم كيفية تأثير النظام القانوني على تنظيم الأسعار في السوق، ورغبتنا في دراسة كيفية تحقيق التوازن بين حقوق المستهلكين وحماية الاقتصاد الوطني، كما أننا نرى أن هذا الموضوع يعكس تحديات واقعية تؤثر على حياة الأفراد والمجتمع بشكل عام.

- **أهداف الدراسة:**

تهدف هذه الدراسة إلى:

- عرض التعريفات الفقهية والقانونية للتسعير وبيان طبيعته القانونية وأهميته في تحقيق التوازن بين مصالح المنتجين والمستهلكين.
- بيان الأسس والمبادئ القانونية التي يقوم عليها نظام التسعير في الجزائر.
- توضيح تدخل الدولة في تحديد الأسعار وأهمية ذلك على حماية المستهلك وتحقيق التوازن في السوق.
- دراسة النصوص القانونية والتنظيمية المتعلقة بتحديد الأسعار ومراقبتها.
- تحليل أبرز استراتيجيات التسعير المطبقة في السوق الجزائري.
- دراسة تطبيقات التسعير في قطاعات مختلفة مثل قطاع الصناعة والطاقة والتجارة.
- توضيح التحديات التي يواجهها نظام التسعير في ظل التحولات الاقتصادية.

- **الإشكالية:**

إن تطور الأنشطة التجارية وتنامي المبادلات الاقتصادية في ظل اقتصاد السوق، أدى إلى بروز العديد من الإشكاليات المرتبطة بتحديد الأسعار خاصة في ظل تباين قوى العرض والطلب، مما قد يؤدي إلى ممارسات ضارة بالمستهلكين أو بالمنافسة، ويعد النظام القانوني للتسعير في الجزائر من الانظمة التي تحاول التوفيق بين حرية التعاقد ومبدأ تدخل الدولة في ضبط الأسعار، وعليه يمكن طرح الإشكالية الأساسية لموضوعنا كما يلي: **كيف نظم المشرع الجزائري عملية التسعير لتحقيق التوازن بين حماية المستهلك وضمان حقوق المنتجين والتجار؟**

- **المنهج المتبع:**

يقتضي موضوع بحثنا حول النظام القانوني للتسعير في الجزائر توظيف المنهج الاستقرائي باعتباره المنهج الأنسب لاستقراء مختلف النصوص القانونية التي تناولت مسألة التسعير في القوانين المتعلقة بالمنافسة والأسعار وقانون حماية المستهلك منها القانون رقم 10_05 المتعلق المنافسة الذي تتبع عناصر موضوعنا.

كما اعتمدنا على المنهج الوصفي والتحليلي في معالجة عناصر موضوعنا، من خلال عرض الإطار النظري لمفهوم التسعير وأهميته وبيان الأحكام القانونية المتعلقة به، إضافة إلى تحليل أهم الآليات القانونية التي يعتمدها المشرع الجزائري لضبط الأسعار ومنع الاحتكار والممارسات التجارية غير المشروعة.

- **صعوبات البحث:**

أثناء قيامنا بهذا البحث واجهنا العديد من الصعوبات منها:

- حدودية الدراسات القانونية التي تناولت موضوع التسعير بشكل معمق.
- تداخل القوانين المتعلقة بالأسعار كقانون المنافسة وقانون حماية المستهلك.
- تأثر نظام التسعير بتقلبات السياسة الاقتصادية ما خلق صعوبة في تحديد توجه واضح.
- وجود فجوة بين النصوص القانونية والتطبيق الفعلي على أرض الواقع بسبب ضعف الرقابة.

- **خطة البحث:**

اعتمدنا في هذه الدراسة على الخطة الثنائية للإحاطة بجميع جوانب الموضوع بحيث قسمنا البحث إلى فصلين:

- **الفصل الأول: الإطار العام للنظام القانوني للتسعير في الجزائر**
- **الفصل الثاني: دراسة تحليلية لاستراتيجيات التسعير وتطبيقاتها في الجزائر**

الفصل الأول:

الإطار العام للنظام القانوني للتسعير في الجزائر

يُعتبر نظام التسعير من السياسات الاقتصادية التي تهدف إلى تحقيق استقرار السوق وضمان العدالة بين المنتجين والمستهلكين. ويتضمن هذا النظام عدة جوانب سنستعرضها في هذا الفصل والتي تتمثل في مفهوم التسعير كآلية لتحديد قيمة السلع والخدمات في السوق بما يعكس العلاقة بين العرض والطلب وأهدافه. كما يعتمد النظام على مجموعة من المبادئ القانونية التي تنظم عملية التسعير، بالإضافة إلى دراسة دور الدولة في تنظيم هذه العملية من خلال وضع القوانين التي تنظم الأسواق ومنع الممارسات الاحتكارية. وبناءً على ذلك قمنا بتقسيم هذا الفصل إلى ثلاث مباحث.

- المبحث الأول: ماهية التسعير
- المبحث الثاني: المبادئ التي تحكم نظام التسعير في الجزائر
- المبحث الثالث: دور الدولة في تنظيم عملية التسعير

المبحث الأول: ماهية التسعير

التسعير هو أحد العناصر الأساسية في المزيج التسويقي لأي منتج أو خدمة، فهو يتمتع بحساسية ومرونة كبيرة تسعى المؤسسات من خلاله لتحقيق أهدافها، ويُعد أداة حيوية تؤثر بشكل مباشر على نجاح الأعمال التجارية، إذ يلعب دورًا مهمًا في جذب العملاء وزيادة المبيعات وتشكيل صورة العلامة التجارية، كما يمكن أن يكون مؤشرًا على الجودة. ولفهم التسعير بشكل شامل، قمنا بتقسيم هذا المبحث إلى ثلاث مطالب:

- المطلب الأول: مفهوم التسعير
- المطلب الثاني: أهمية التسعير
- المطلب الثالث: أساليب تحديد التسعير

المطلب الأول: مفهـوم التسعير

يُعد السعر من الركائز الأساسية في عالم الأعمال، حيث يعتبر عنصرا في العمليات التجارية والتسويقية يؤثر على سلوك المستهلكين ويحدد مستوى التنافس بين الشركات، وقد حظي باهتمام واسع من قبل الباحثين سواء من الناحية الاقتصادية أو من منظور التسويق. لذا تعددت المفاهيم والتعاريف في مفهوم السعر، فهو: "**المبلغ المالي الذي يتم دفعه للحصول على منتج، سواء كان سلعة أو خدمة. ويعكس إجمالي القيم التي يكون العميل مستعدًا لتبادلها مقابل مجموعة من المزايا والفوائد المرتبطة بامتلاك أو استخدام المنتج.**"[1]، فهو بمثابة القوة الشرائية التي يظهرها المستهلك للحصول على المنتج أو الخدمة التي يرغب فيها. واستنادًا إلى هذا المفهوم يمكننا الانتقال إلى فكرة التسعير وسنتناولها في ثلاثة فروع:

[1] يوسف أبو فارة، **إدارة الأسعار في الأسواق التقليدية والالكترونية وأسواق المياه**، دار إثراء للنشر والتوزيع، الطبعة الاولى، الأردن، 2010، ص 37.

- الفرع الأول: التعريف اللغوي والاصطلاحي للتسعير
- الفرع الثاني: التعريف الفقهي للتسعير
- الفرع الثالث: التعريف القانوني للتسعير

الفرع الأول: التعريف اللغوي والاصطلاحي للتسعير

أولا: التسعير لغة

هو مصطلح مشتق من كلمة "**سعر**"، حيث تشير الحروف السين والعين والراء إلى معنى مشترك يدل على الاشتعال والاحتراق والارتفاع [1]. فعندما نقول "**سعرت الشيء**"، فإننا نعني أننا حددنا له سعرًا معينًا يمكن الوصول إليه. كما يمكن استخدام الفعلين "**اسعروا**" و"**سعروا**" بمعنى واحد، أي اتفقوا على سعر محدد [2].

ويكتسب الشيء سعرًا عندما ترتفع قيمته بينما يفقده عندما تنخفض قيمته بشكل كبير [3]. لذا فإن التسعير هو عملية تقدير السعر، فعندما نقول "**سعرت الشيء**" فإننا نعني أننا حددنا له سعرًا يمكن الوصول إليه.

ثانيا: التسعير اصطلاحا

في الاصطلاح يُعرَّف بتعاريف متشابهة منها ما يعرف بأنه:" **تقدير الحاكم أو ممثله لسعر معين يُفرض على الناس**" وأيضا أنه: " **تحديد قيمة شيء ما من قبل الحاكم أو نوابه**"، وفرض هذا التقدير على التعامل بين أفراد السوق مع منعهم من مخالفته سواء بالزيادة أو النقصان، وذلك لمصلحة تعود على المجتمع [4]. أي أن حاكم السوق يحدد مقدار المبيع المعروف مثل بائع المواد

[1] زكريا أحمد بن فارس أبي الحسين، **معجم مقاييس اللغة**، دار الفكر للنشر، الطبعة الاولى، بيروت،2001، ص 460.

[2] ابن منظور الافريقي، **لسان العرب**، دار المعارف، القاهرة، دون سنة النشر، ص 2015.

[3] أحمد عرفة أحمد يوسف، **التسعير وأحكامه دراسة فقهية مقارنة**، جامع الكتب الإسلامية للنشر، المجلد 1، الإسكندرية، 2021، ص 04.

[4] أحمد سعيد المجيلدي، **التسيير في أحكام التسعير**، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، د ط، الجزائر، 1981، ص 41.

الغذائية بمبلغ محدد[1]. يعني تحديد أسعار بعض السلع والخدمات من قبل الجهات المعنية وإلزام التجار بتلك الأسعار بهدف تحقيق المصلحة العامة.

الفرع الثاني: التعريف الفقهي للتسعير

استند فقهاء الشريعة الإسلامية في تعريف التسعير إلى حديث النبي صلى الله عليه وسلم الذي رواه أنس رضي الله عنه، حيث قال: "ارتفعت الأسعار في المدينة في زمن رسول الله صلى الله عليه وسلم، فقال الناس: يا رسول الله لقد ارتفعت الأسعار فحدد لنا سعراً." فرد عليهم النبي صلى الله عليه وسلم: "**إن الله هو المسعر القابض، الباسط، الرازق، وإني لأرجو أن ألقى الله وليس أحد منكم يطلبني بمظلمة في دم ولا مال.**"[2] فالتسعير في الشريعة الإسلامية لا يحدد المنتج أو البائع للأسعار، بل يتم تحديدها من قبل الإمام أو ولي الأمر، أي الحاكم أو من ينوب عنه. ويُفرض على جميع البائعين الالتزام بهذه الأسعار في السوق، وذلك لحماية حقوق المالك ومنع أي ظلم قد يتعرض له المشتري [3].

في هذا المجال اتفق الفقهاء على أنه عندما يكون التعامل في الأسواق مستقراً، حيث تتوفر السلع بأسعار معتادة ومعقولة ولا يوجد احتكار بين التجار، فإن التسعير في هذه الحالة يُعتبر محظوراً وغير جائز. أما إذا قام التجار بزيادة أسعار بعض السلع أو تواطؤوا فيما بينهم لتقليل ثمن سلعة معينة بحيث لا تُشترى إلا بسعر منخفض، فإن التسعير يصبح جائزاً وقد يصل إلى حد الوجوب لحماية مصالح الناس[4]. وإجازة التسعير ينبغي أن يكون ذلك مؤقتًا وليس دائمًا، حيث يستمر العمل به طالما أن الأسباب التي تستدعيه قائمة وتظل المصلحة العامة متحققة. ويجب أيضًا أخذ جميع ظروف إنتاج السلعة بعين الاعتبار، بما في ذلك التكاليف المباشرة وغير المباشرة

---

[1] أحلام حمدان سعيد العتيبي، **تحديد الأسعار والأجور وأحكامه في الاقتصاد الإسلامي**، مجلة كلية الدراسات الإسلامية بنين بأسوان، وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، الكويت، العدد 04، سنة 2021، ص 3634.

[2] ابن ماجة أبو عبد الله، **سنن ابن ماجة كتاب التجارات**، باب من كره أن يسعر، حديث رقم 2200، الجزء 2، ص 742.

[3] محمد زيدان، فاطمة مانع، **آلية التسعير بين الضوابط الشرعية والوضعية في المعاملات التجارية**، مداخلة ملقاة في الملتقى الدولي "الاقتصاد الإسلامي: الواقع والرهانات"، جامعة غرداية، الجزائر، 23-24 فيفري 2011، ص 08.

[4] رمضان علي السيد الشرنباصي، **حماية المستهلك في الفقه الإسلامي**، دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة للنشر، ط3، الإسكندرية، مصر، 2004، ص 60.

وجهود المنتج وعمله وهامش الربح المعقول له[1]. بهذه الطريقة يصبح التسعير وسيلة للحد من استغلال المحتكرين وارتفاع الأسعار من قبل التجار وأصحاب الصناعات.

الفرع الثالث: التعريف القانوني للتسعير

من المهم الإشارة إلى أن التشريعات لم تقدم تعريفًا شاملاً للتسعير، بل تركت ذلك للفقه. ومع ذلك تناول المشرع الجزائري موضوع التسعير في إطار مبدأ حرية أسعار السلع والخدمات كقاعدة عامة، وذلك وفقًا للمادة 03 من القانون 10_05 الذي يراعي قواعد المنافسة الحرة والنزيهة. لكن هذه الحرية تقيدها المادة 04 من نفس القانون التي تمنح الدولة الحق في تحديد أسعار بعض السلع والخدمات الأساسية التي يحتاجها المستهلك في حياته اليومية. ويتم ذلك وفقًا لظروف معينة باستخدام الآليات المحددة في القانون، حيث نصت الفقرة الأولى من المادة 04 من الأمر رقم 03-03 على:" **تحدد أسعار السلع والخدمات بصفة حرة وفقا لقواعد المنافسة الحرة والنزيهة**"[2]، وبموجب هذه المادة سمح للعون الاقتصادي وضع السعر الذي يراه يتوافق مع سلعته أو خدمته المقدمة للمستهلك وفقًا لقواعد المنافسة الحرة والنزيهة،

فالتسعير في القانون يُعرَّف على أنه: "**العملية التي يتم من خلالها تحديد قيمة نقدية للسلع والخدمات، وذلك من خلال تدخل تشريعي من الجهات المختصة في الدولة**". هذا التدخل يهدف إلى تنظيم الأسواق وتحقيق التوازن بين مصالح الأطراف المختلفة، سواء كانوا منتجين أو تجارًا أو مستهلكين[3].

بعد تقديم تعريف التسعير في اللغة والفقه والقانون، يمكننا أن نوضح الفرق بين السعر والتسعير، فالسعر هو المبلغ المالي الذي يتم تحديده لشراء منتج أو الحصول على خدمة معينة،

---

[1] حورية لشهب، نور الدين بن يعقوب، **ضبط الأسعار بين التشريع الوضعي والشريعة الإسلامية**، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، المجلد 14، العدد 04، سنة 2021، ص 246.

[2] المادة 03 من القانون رقم 10_05 المؤرخ في 15 أوت 2010 يعدل ويتمم الأمر رقم 03_03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 والمتعلق بالمنافسة، ج ر، عدد 46، الصادرة في 18 أوت 2010، ص 10.

[3] محمد إبراهيم عبيدات، أحمد محمود زامل، **سياسات التسعير الحديثة**، مدخل تسويقي، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2010، ص 15.

أما التسعير فهو العملية الشاملة التي يتم فيها تحديد السعر النهائي للمنتج أو الخدمة بناء على مجموعة من العوامل مثل التكلفة والطلب والعرض والمنافسة.

المطلب الثاني: أهمية التسعير

يُعد التسعير عنصرًا أساسيًا في النشاط الاقتصادي، حيث يؤثر على المستهلكين من خلال قدرتهم الشرائية وعلى الشركات من حيث الأرباح والمنافسة، كما يسهم في استقرار الاقتصاد عبر تحقيق التوازن بين العرض والطلب، لذا تتجلى أهمية في ثلاث جوانب سنستعرضها في ثلاث فروع:

- الفرع الأول: أهمية التسعير بالنسبة للمستهلك
- الفرع الثاني: أهمية التسعير بالنسبة للشركة (المؤسسة)
- الفرع الثالث: أهمية التسعير بالنسبة للاقتصاد

الفرع الأول: أهمية التسعير بالنسبة للمستهلك

بما أن التسعير من العوامل الأساسية التي تؤثر على قرارات الشراء لدى المستهلكين. فالسعر هو الذي يحدد قيمة المنتج مقارنة بالخيارات الأخرى المتاحة في السوق، ويؤثر بشكل كبير على القدرة الشرائية للمشتري، حيث يشكل جزءاً من دخله الفعلي. كما يلعب دوراً في تحديد كمية المشتريات التي تعكس مستوى الإشباع الذي يسعى إليه المشتري أو أسرته. فهو يسعى دائماً لتحقيق أقصى استفادة من المال الذي ينفقه، حيث يقوم بمقارنة الأسعار والمواصفات والجودة قبل اتخاذ قرار الشراء[1]، بمعنى أنه إذا شعر أن السعر عادل ويعكس جودة مناسبة فإنه يميل إلى تكرار الشراء من نفس العلامة التجارية، أما إذا كان السعر غير مناسب يمكنه التفاوض مع البائع للحصول على خصم.

[1] علي عبد رضا الجياشي، **التسعير مدخل تسويقي**، دار وائل للطباعة والنشر والتوزيع، ط2، عمان الأردن، 2010، ص 18.

الفرع الثاني: أهمية التسعير بالنسبة للشركة (المؤسسة)

التسعير من أبرز القرارات التي تتخذها الشركات، حيث يؤثر بشكل مباشر على الإيرادات والأرباح والقدرة التنافسية. فالتسعير الفعّال يساعد في تغطية التكاليف وتحقيق هامش ربح مناسب يضمن استمرارية الشركة ونموها من خلال تقديم أسعار جذابة مقارنة بالمنافسين مما يعزز مكانتها في السوق ويزيد من مبيعاتها. كما يلعب دورًا حيويًا في تشكيل صورة العلامة التجارية حيث تعكس الأسعار المرتفعة الجودة والفخامة، بينما تشير الأسعار المنخفضة إلى القيمة الاقتصادية. علاوة على ذلك يساهم التسعير في إدارة الطلب وتحفيز المبيعات من خلال استراتيجيات مثل الخصومات والعروض الترويجية [1]. من هذه الاستراتيجيات يمكن للشركات تحسين عمليات التسويق ودخول أسواق جديدة بمرونة ونجاح.

وفي ضوء أهمية التسعير بالنسبة للشركة يجب أن تكون لدينا فكرة واضحة عن الهدف من التسعير، لماذا تسعر منتجك؟ هل الهدف هو: زيادة الوعي بالعلامة التجارية؟ أو التوسع في السوق؟ أو زيادة هامش الربح؟

للإجابة على هذا السؤال، يجب أن نفهم أن الهدف من التسعير يؤثر بشكل كبير على الاستراتيجية المتبعة. إذا كان الهدف منه تعزيز الوعي بالعلامة التجارية، فإن الشركة قد تحدد سعرًا منخفضًا لجذب أكبر عدد ممكن من العملاء. أما إذا كان الهدف هو التوسع في السوق، فيتم استخدام تسعير تنافسي أو ترويجي. وفي حالة الرغبة في زيادة هامش الربح يتم تحديد سعر يعكس الجودة العالية والقيمة التي يقدمها المنتج [2]. لذلك يتفق العديد من الباحثين على أن الأهداف التسعيرية لمعظم الشركات يمكن أن تتنوع لتشمل أهدافًا ربحية، أو أهدافًا تتعلق بالمبيعات، أو أهدافًا تتعلق بالبقاء، أو الحفاظ على مستوى عالٍ من الجودة[3]. فهي تنظر للتسعير أنه الوسيلة التي ترجع بها تكاليفها وتحقق ربحا لقيامها بنشاطها واستمراريتها.

---

[1] هشام عبيد آدم عوض، حسين بشير حسن محمد، **أثر التسعير في المزيج التسويقي على زيادة القدرة التنافسية للمنشآت الصناعية في السودان**، دراسة حالة مصانع الزيوت من وجهة نظر العاملين بالقطاع، مجلة التحليل والاستشراف الاقتصادي، جامعة البطانة، السودان، المجلد02، ع 02، سنة 2021، ص 177.

[2] وسام أبو أمين، **دور عوامل استراتيجية التسعير في الحصة السوقية**، رسالة لنيل شهادة الماجستير في إدارة الاعمال، كلية الاقتصاد، جامعة دمشق، 2014/2013، ص 21.

[3] هدى طرابلسي، **استراتيجية التسعير بالمؤسسة الاقتصادية في ظل التنافسية**، مرجع سابق، ص 05.

الفرع الثالث: أهمية التسعير بالنسبة للاقتصاد

يُعتبر التسعير عنصراً أساسياً في النظام الاقتصادي، حيث يُشكل عاملاً رئيسياً في تحديد تكاليف المنتج النهائي ويتأثر بأسعار عناصر الإنتاج المستخدمة في تصنيع المنتج مثل أسعار المواد الأولية، وأجور العمال، والإيجارات، والفوائد المدفوعة للمؤسسات المالية نتيجة الاقتراض[1]. وبالتالي فإن أي تغيير في أسعار عناصر الإنتاج سيؤدي حتماً إلى تعديل سعر المنتج النهائي. بالإضافة إلى ذلك فإن وفرة أو نقص عناصر الإنتاج يؤثران على تكلفة الناتج القومي والقيمة الاقتصادية المضافة. كما يلعب دوراً مهماً في توزيع الموارد المحدودة بين أفراد المجتمع وفقاً للمذهب الاقتصادي الذي تتبعه الحكومات[2]، فهو يُعتبر عنصراً حاسماً في انتعاش أو انكماش الاقتصاد القومي، فضلاً عن تأثيره على مستويات التضخم، والقدرة الشرائية، والنمو الاقتصادي.

المطلب الثالث: أساليب تحديد التسعير

عملية تحديد السعر هي عملية معقدة تتطلب تحقيق توازن بين الربحية وجذب العملاء، مع مراعات المنافسة والظروف الاقتصادية، ويتطلب ذلك وجود مسؤول تسعير يمتلك مهارات تحليلية وخبرة في دراسة السوق والتكاليف وسلوك المستهلكين، لضمان تحديد الأسعار المناسبة من خلال طرق وأساليب متنوعة. وهذا ما سنستعرضه في هذا المطلب من خلال تقسيمه إلى ثلاثة فروع:

- الفرع الأول: الشروط الواجب توافرها في مسؤول التسعير
- الفرع الثاني: طرق التسعير
- الفرع الثالث: سياسات التسعير

[1] شرف الدين عبادية، أيوب مازوني، **نظام التسعير وتأثيره على المردودية للمؤسسة**، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2022/2021، ص 09.

[2] علي عبد رضا الجياشي، **التسعير مدخل تسويقي**، مرجع سابق، ص 17.

الفرع الأول: الشروط الواجب توافرها في مسؤول التسعير

على المؤسسة أن تختار بعناية الأشخاص المسؤولين عن تحديد الأسعار، وذلك لتحقيق أهدافها وتلبية احتياجات المستهلكين، بالإضافة إلى تعزيز أسس المنافسة النزيهة [1]، لكن قبل أن نتناول الشروط الواجب توافرها لدى مسؤول التسعير، يجب علينا أولا مناقشة أنواع الأسعار التي لا تملك المؤسسة صلاحية تحديدها، بالإضافة إلى الأسعار التي يمكنها تحديدها وهذه الأنواع كما يلي:

- **السعر السوقي:** يتم تحديد هذا السعر وفقا لتفاعل عوامل العرض والطلب في السوق، وفي هذه الحالة لا تتحمل المؤسسة المسؤولية ولا تمتلك السيطرة على تحديد الأسعار وذلك في ظل وجود منافسة كاملة [2].
- **السعر الحكومي:** تحدد هذه الأسعار من قبل الهيئات الحكومية، حيث تتدخل الدولة من خلال سلطاتها لتحديد السعر المناسب الذي يحافظ على القدرة الشرائية للمستهلك من جهة، ويمنع أي شكل من أشكال الاحتكار لسلعة معينة من جهة أخرى[3].
- **السعر المحدد:** هو القيمة التي تحددها المؤسسة نتيجة لأهدافها وقراراتها، حيث يتم عرض المنتج في السوق بهذا السعر ويكون للمستهلك الخيار الحر بين الشراء أو عدمه، وغالبًا ما تُحدد معظم الأسعار في الاقتصاد العالمي وفقًا لهذه الطريقة [4].

استنادًا إلى ما تم ذكره، فإن مسؤولية تحديد السعر تختلف من مؤسسة إلى أخرى:

- **في المؤسسات الصغيرة:** تكون مسؤولية التسعير على عاتق رئيس قسم التسويق والمبيعات، وقد تُحال إلى الإدارة العليا، حيث يُشرف رئيس المبيعات والعاملون في مجال البيع في تقديم الآراء والاقتراحات، بالإضافة إلى آراء العاملين في الأنشطة التسويقية.

---

[1] أحمد شاكر العسكري، **التسويق مدخل إستراتيجي للبيئة التسويقية وسلوك المستهلكين والمزيج التسويقي**، دار الشروق للنشر والتوزيع، د ط، الأردن، 2000، ص 173

[2] هدى طرابلسي، **استراتيجية التسعير بالمؤسسة الاقتصادية في ظل التنافسية**، مرجع سابق، ص 08

[3] عائشة عثماني، **دور التسويق في زيادة تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة**، دراسة حالة شركة سيتيفيس للمشروبات بولاية سطيف، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2011/2010، ص 14.

[4] هدى طرابلسي، مرجع نفسه، ص 09.

- **أما في المؤسسات الكبيرة:** تكون مسؤولية التسعير على عاتق مدير خط الإنتاج، بينما تُحدد الأهداف العامة للتسعير تحت إشراف الإدارة العليا.
- **أما في مؤسسات المساهمة:** تتولى الإدارة رسم السياسات العامة للأسعار، بينما تُترك مسؤولية تحديد الأسعار للموظفين المعنيين، وفي بعض الأحيان تُسند عملية التسعير إلى قسم مختص، خاصة في الصناعات التي يكون فيها السعر عاملاً أساسياً في نجاح المؤسسة، مثل شركات السكك الحديدية وشركات النفط. [1]

لذلك يجب أن تتوفر في مسؤول التسعير مجموعة من الشروط التي تضمن دقة وكفاءة القرارات المتخذة، وهي كالتالي:

1. من الضروري أن يمتلك مهارات وقدرات متخصصة في مجال التسعير، بالإضافة إلى التأهيل والتدريب المناسبين، مما يجب أن ينعكس في معرفتهم العلمية والعملية.
2. ينبغي أن تتوفر لديه خبرات كافية في تحليل الجوانب المالية والتسويقية، حيث ترتبط عملية تسعير السلع والخدمات ارتباطًا وثيقًا بقضايا التسويق والتحليل المالي.
3. يجب أن يمتلك القائمون على عملية التسعير مهارات كافية لفهم قضايا التكلفة بجوانبها المختلفة. [2]

بتوافر هذه الشروط يكون لمسؤول التسعير دورا حاسما في نجاح المؤسسة ويكون قادرا على اتخاذ قرارات استراتيجية تدعم نمو الشركة وتساهم في نجاحها وتقديم أسعار تنافسية في السوق.

الفرع الثاني: طرق التسعير

تشمل طرق التسعير مجموعة من الإجراءات المتبعة لتحديد الأسعار استنادًا إلى قاعدة معروفة، والتي تتضمن ما يلي:

---

[1] وهيبة ولد إبراهيم، **كيفية تحديد أسعار في المؤسسة الاقتصادية في منظور تسويقي**، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعة الجزائر، 2004، ص 63.

[2] محمد إبراهيم عبيدات، **أساسيات التسعير في التسويق المعاصر**، مدخل سلوكي، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط4، الأردن، 2020، ص ص 41_42.

أولا: تحديد السعر على أساس التكاليف:

يتم حساب السعر وفقًا للعلاقة التالية: **السعر = إجمالي التكاليف + هامش الربح**. وفي العديد من الشركات يعتمد تحديد السعر على التكاليف الكلية للإنتاج، حيث يخضع السعر المحدد لقوانين السوق[1]. وتعد هذه الطريقة واحدة من أبسط الطرق التي يمكن أن تتبناها العديد من الشركات في تسعير منتجاتها. حيث تعتمد على إضافة هامش محدد إلى إجمالي التكاليف خلال عملية الإنتاج، وقد يكون هذا الهامش أيضًا نسبة من سعر بيع المنتج ذاته، على سبيل المثال علبة عصير سعرها 300 فلس يمكن أن تباع ب 600 فلس مما يعني إضافة 100% إلى التكلفة وبهذا يكون إجمالي الربح 300 فلس [2]. لذا فإن معرفة التكاليف تعتبر ضرورية ومهمة للغاية في مجال التسويق إذ يجب تحديد التكلفة الكلية للمنتجات بدقة.

ثانيا: تحديد السعر على أساس المنافسة وأسعار السوق

يتحدد السعر وفقًا لهذه الطريقة بناءً على طبيعة الطلب على المنتجات في السوق أو بناءً على العرض المتاح للسلعة أو الخدمة، وتبرز أهمية الاعتماد على هذه الطريقة في ظل زيادة المنافسة في السوق، حيث ينبغي على الشركة مراعاة المنافسة في السوق دون الحاجة إلى اتباعها. إذ يمكنها الاستفادة من ميزة السعر أو من عوامل أخرى مثل الجودة، الخدمة المقدمة، والترويج. وهذا يعتمد على مدى أهمية هذه المؤشرات المختلفة بالنسبة للمشتري [3]، أما بالنسبة للأسواق التي تتميز بتنوع المنتجات، قد تتمتع بقدر أكبر من الحرية في تحديد الأسعار. فاختلاف المنتجات يساهم في شعور المستهلكين بوجود فارق في الأسعار لذا تفترض أن هناك شركات تضع أسعاراً مرتفعة، وأخرى أسعاراً متوسطة، وثالثة أسعاراً منخفضة [4] وهذا يجعلها قادرة على التكيف مع التغيرات التنافسية في الأسعار ضمن نطاق التسعير المحدد.

---

[1] عصام الدين أمين أبو علفة، **التسويق الدولي والاتجاهات الدولية المعاصرة**، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، 2004، ص185.

[2] حميد الطائي، وآخرون، **الأسس العلمية للتسويق الحديث**، مدخل شامل، دار اليازوري العملية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2007، ص 232.

[3] رضوان المحمود العمر، **مبادئ التسويق**، دار وائل للنشر والتوزيع، ط3، عمان، 2008, ص 214.

[4] زكي خليل المساعد، **التسويق في المفهوم الشامل**، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، 1997، ص291.

ثالثا: تحديد السعر على أساس الطلب

تعتمد طريقة التسعير على الطلب تحليل تأثير السعر على الكميات المطلوبة من المنتج، وذلك من خلال دراسة مرونة الطلب السعرية. فيمثل طلب المستهلك على سلعة أو خدمة قدرته ورغبته في الشراء بأسعار متنوعة خلال فترة زمنية محددة، وذلك عندما ينخفض سعر منتج معين يميل المستهلك إلى زيادة مشترياته منه والعكس صحيح. وبالتالي فإن العلاقة بين السعر والطلب تكون عكسية كما هو الحال في تسعير الأسواق المحلية إذ يلعب الطلب دورًا أساسيًا في تحديد أسعار المنتجات، ويعتبر من أهم العوامل المؤثرة في قرار التسعير، كما يتيح إمكانية إجراء مقارنة بين حجم المبيعات والأرباح. ففي حال ارتفاع المرونة السعرية يمكن للشركة أن تخفض أسعارها لزيادة الطلب على السلع، مما يؤدي إلى زيادة الكمية المطلوبة بنسبة تفوق نسبة الانخفاض في السعر[1]، وبالتالي تحقيق هامش ربح إجمالي أكبر.

الفرع الثالث: سياسات التسعير

تعتبر سياسات التسعير عنصرًا أساسيًا في نجاح الشركات، كونها تؤثر بشكل مباشر على قدرتها التنافسية ورضا العملاء، حيث يتطلب ذلك اعتماد سياسات تتماشى مع الظروف الاقتصادية والتغيرات في السوق وتوقعات العملاء، من أبرزها:

أولا: سياسة التسعير النفسي " السيكولوجي"

تستند هذه السياسة إلى التأثير النفسي الذي يمكن أن يتركه السعر على المستهلك. وتُستخدم بشكل أكبر في سوق السلع الاستهلاكية مقارنةً بسوق السلع الصناعية، حيث يعتقد بعض المستهلكين أن السعر المرتفع يعكس جودة المنتج، مما يدفعهم لشراء هذه السلع ليشعروا بالتميز عن الآخرين. لذلك يقوم منتجو هذه السلع بتحديد أسعار مرتفعة تعكس صورة من التفاخر أو

[1] تعرف مرونة الطلب بأنها: "التغير النسبي في الكمية المطلوبة من سلعة أو خدمة مقسومًا على التغير النسبي في سعر نفس السلعة أو الخدمة". نقلا عن: حسين شنيني، **التجارة الالكترونية كخيار استراتيجي في الأسواق الدولية**، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2014/2013، ص 63.

تدل على جودة عالية [1]. فاستخدام التسعير النفسي بذكاء يساعد على تعزيز المبيعات دون الحاجة إلى تخفيض حقيقي في السعر.

ثانيا: سياسة التسعير الترويجي

التسعير الترويجي هو الذي يكون الهدف الأساسي منه العمل على ترويج وتنشيط المبيعات، حيث تتبنى بعض المتاجر سياسة تسعير تُعرف باسم "**قادة الأسعار**" تقوم بتحديد أسعار بعض منتجاتها بشكل أقل من الأسعار السائدة في متاجر أخرى. بهدف إقناع المستهلك بأن أسعار هذا المتجر أكثر تنافسية، مما يشجعه على زيارة المتجر وشراء معظم احتياجاته منه[2]. وتُطبق هذه السياسة في نهاية الموسم للسلع الموسمية بهدف التخلص من المنتجات المتبقية حتى لا تبقى لفترة طويلة وتصبح قديمة.

ثالثا: سياسة التمييز في الأسعار

تعتمد سياسة التمييز في السعر على تقديم نفس السلعة بأسعار متفاوتة لمختلف القطاعات في السوق. ويُحدد هذا الاختلاف في الأسعار بناءً على قدرة كل مستهلك على التفاوض، بالإضافة إلى مستوى المنافسة السائد في السوق. ومع ذلك تُعتبر هذه السياسة غير محبذة لأنها قد تترك انطباعًا سلبيًا لدى المستهلكين الذين يشترون السلع بأسعار مرتفعة، مما قد يؤثر على رغبتهم في التعامل مع منتجات الشركة مرة أخرى. كما قد يكون من الصعب أحيانًا تحديد القطاعات السوقية التي يمكن بيع المنتجات فيها بأسعار مرتفعة وتلك التي يمكن بيعها بأسعار منخفضة [3].

رابعا: سياسة أسعار المزادات والمناقصات

تواجه الشركات تحديًا كبيرًا في تحديد الأسعار المناسبة التي يمكنها من خلالها الفوز بالمزادات أو المناقصات. حيث تتميز هذه الحالة بمنافسة قوية بين الشركات، ولكنها تعتمد على توقعات الشركات بدلاً من الحقائق الفعلية، فهي تفتقر إلى المعلومات الكافية حول الأسعار التي يقدمها

[1] محمد الصيرفي، **مبادئ التسويق**، مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الإسكندرية، 2005، ص415.

[2] زكريا أحمد عزام وآخرون، **مبادئ التسويق الحديث بين النظرية والتطبيق**، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة الأولى، عمان، 2008، ص48.

[3] ثابت عبد الرحمن إدريس، **التسويق المعاصر**، الدار الجامعية للنشر، الطبعة الأولى، الإسكندرية، 2005، ص 303.

المنافسون. وفي سياق المناقصات تسعى كل منظمة إلى تقديم سعر أقل من باقي المتقدمين[1]، ومع ذلك فإنها ليست مستعدة لتخفيض السعر إلا ضمن حدود معينة.

المبحث الثاني: المبادئ التي تحكم نظام التسعير في الجزائر

نظام التسعير في الجزائر يخضع لمجموعة من المبادئ الأساسية التي تهدف الى تحقيق التوازن بين مصالح المنتجين والمستهلكين وضمان العدالة الاقتصادية، ويؤدي تطبيقها بفعالية إلى تحفيز النمو الاقتصادي وجذب الاستثمارات وحماية حقوق جميع الأطراف المتعاملة في السوق، ولمعرفة هذه المبادئ بالتفصيل قمنا بتقسيم هذا المبحث إلى ثلاث مطالب

- المطلب الأول: مبدأ حرية الأسعار
- المطلب الثاني: مبدأ المساواة في المعاملة
- المطلب الثالث: مبدأ الشفافية

المطلب الأول: مبدأ حرية الأسعار

مبدأ حرية الأسعار هو أحد المبادئ الأساسية في الأنظمة الاقتصادية التي تعتمد على السوق الحر، ويشير إلى ترك تحديد أسعار السلع والخدمات لآليات العرض والطلب دون تدخل مباشر من الدولة أو السلطات العامة، وسيتم توضيح ذلك من خلال تقسيم هذا المطلب إلى ثلاث فروع

- الفرع الأول: مفهوم مبدأ حرية الأسعار
- الفرع الثاني: مضمون مبدا حرية الأسعار
- الفرع الثالث: القيود الواردة على مبدأ حرية الأسعار

[1] وسام أبو أمين، **دور عوامل استراتيجية التسعير في الحصة السوقية**، مرجع سبق ذكره، ص 52.

الفرع الأول: مفهوم مبدأ حرية الأسعار

تعتبر حرية الأسعار من المبادئ الأساسية لأي دولة تتبنى اقتصاد السوق يرتكز على حرية الاستثمار والتجارة، وهو ما نصت عليه المادة 43 من القانون رقم 16_01 التي جاء فيها:" **حرية الاستثمار والتجارة والمقاولة مضمونة وتمارس في إطار القانون.**"[1]، يلاحظ أن المشرع الجزائري سعى من خلال ذلك إلى توسيع مجال الحرية بشكل أكبر مما كان عليه في السابق، وذلك من خلال الاعتراف بحرية الاستثمار التي تعتبر أوسع من الصناعة التي تمثل جزءًا منها.

يقصد بمبدأ حرية الأسعار أن الأسعار تُحدد وفقاً لقوانين السوق، أي من خلال تفاعل العرض والطلب. فعندما يزيد العرض عن الطلب تنخفض الأسعار، بينما عندما يقل العرض عن الطلب ترتفع الأسعار. وتستمر هذه العملية حتى تصل الأسعار إلى مستوى معين يستقر عنده السوق[2]. في هذه الحالة لا يكون هناك تدخل من الإدارة أو السلطة العامة في تحديد الأسعار. وقد وضح المشرع الجزائري مبدأ حرية الأسعار ضمن المادة 03 الفقرة الثانية وما بعدها من القانون رقم 10_05 يعدل ويتمم الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة على: " **تتم ممارسة حرية الأسعار في ظل احترام أحكام التشريع والتنظيم المعمول بهما وكذا على أساس قواعد الانصاف والشفافية لا سيما تلك المتعلقة بما يأتي:**

- **تركيبة الأسعار لنشاطات الإنتاج والتوزيع وتأدية الخدمات واستيراد السلع لبيعها على حالها.**
- **هوامش الربح فيما يخص انتاج السلع وتوزيعها أو تأدية الخدمات.**
- **شفافية الممارسات التجارية** [3]

نجد أن المشرع الجزائري قد تبنى مبدأين أساسيين يعتبران ركيزتين للاقتصاد السوقي الحر لا يمكن الحديث عن وجود منافسة دون هذين المبدأين وهما مبدأ حرية التجارة والصناعة ومبدأ

[1] المادة 43 من القانون رقم 16_01 المؤرخ في 06 مارس 2016 يتضمن التعديل الدستوري، ج ر، العدد 14، الصادرة في 07 مارس 2016، ص 11.

[2] رياض دنش، **الأسعار في الجزائر بين الحرية والتقييد**، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسة، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف، المجلد 56، العدد01، سنة 2019، ص83.

[3] المادة 03 من القانون رقم 10_05 يعدل ويتمم الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، المصدر السابق، ص 10.

تحرير الأسعار، كما سعى إلى وضع إطار قانوني ينظم قواعد المنافسة وحماية قيمها الأساسية التي قد تؤدي إلى تهديد المنافسة في السوق وتشكل خطرًا على الاقتصاد الوطني للدولة.[1]

على الرغم من أن تحديد الأسعار يخضع لقوانين المنافسة والسوق كقاعدة عامة، إلا أن الأمر لا يُترك بالكامل دون رقابة. ففي بعض الحالات الاستثنائية يمكن للدولة أن تتدخل وتفرض قيودًا على مبدأ حرية الأسعار، يتم ذلك إما بشكل غير مباشر من خلال تنظيم قواعد المنافسة أو بشكل مباشر عبر تقنين الأسعار، سواء في الظروف العادية بالنسبة للسلع والخدمات أو من خلال اتخاذ تدابير استثنائية إذا لزم الأمر[2].

الفرع الثاني: مضمون مبدأ حرية الأسعار

استنادًا إلى أحكام الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم، يتحدد مضمون مبدأ تحرير الأسعار من خلال زاويتين: الأولى تتعلق باحترام تحديد أسعار السلع والخدمات، بينما تتعلق الثانية باحترام قواعد المنافسة:

أولا: احترام تحديد أسعار السلع والخدمات

يستدعي ذلك لضرورة خضوع تحديد أسعار السلع والخدمات لقواعد المنافسة وإرادة الأطراف المتعاقدة التي لا تخضع إلا للقواعد العامة في تحديد الأسعار. ويتضمن ذلك توسيع نطاق هذه الحرية وتقليص التدخل الإداري والتنظيمي في تحديد أسعار السلع والخدمات (الأسعار المقننة)، حيث تقوم العقود على مبدأ الرضائية مما يمنح الأطراف حرية كاملة في التفاوض حول شروط العقد خاصة فيما يتعلق بالسعر لدفع الأطراف للتعاقد[3]، لأن احترام تحديد الأسعار هو مسؤولية مشتركة بين الدولة والمنتجين والمستهلكين، سواء كان التسعير حرا أو منظما، فإن الالتزام به يساهم في تعزيز الثقة في الأسواق وتحقيق العدالة الاقتصادية وضمان استدامة النشاط التجاري.

---

[1] لطيفة بوخاري، **تدخل الدولة في تحديد الأسعار وآثاره على المنافسة**، رسالة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، 2012/2013، ص 11.

[2] حنان مسكين، **تكريس مبدأ حرية الأسعار في التشريع الجزائري**، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، جامعة الدكتور مولاي الطاهر، سعيدة، المجلد 06، سنة 2023، ص 316.

[3] لطيفة بخاري، **تدخل الدولة في تحديد الأسعار وآثاره على المنافسة**، مرجع سابق، ص 16.

ثانيا: احترام قواعد حرية المنافسة

تعتبر المنافسة الحرة من الركائز الأساسية لأي اقتصاد حديث، فهي تعني السماح لجميع الفاعلين الاقتصاديين (شركات، مؤسسات، أفراد) الدخول في السوق والعمل فيه دون قيود مع توفير فرص متساوية للجميع[1]، وقد حرص المشرع الجزائري على وضع الأطر القانونية اللازمة لضمان ممارسة تجارية مشروعة، وهو ما نصت عليه المادة الأولى من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم على: "**يهدف هذا الأمر إلى تحديد شرط ممارسة المنافسة في السوق وتفادي كل الممارسات المقيدة ومراقبة التجميعات الاقتصادية، قصد زيادة الفعالية الاقتصادية وتحسين ظروف معيشة المستهلكين**". سعى المشرع من خلال هذا النص إلى تحديد بدقة الحدود الفاصلة لتنظيم العلاقة بين الفاعلين الاقتصاديين وعلاقة المستهلك بالفاعل الاقتصادي.

الفرع الثالث: القيود الواردة على مبدأ حرية الأسعار

حدد المشرع الجزائري في المادة 04 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة مبدأ الأصل والاستثناء. حيث نصت الفقرة الأولى على الأصل وهو "**حرية الأسعار**"، بينما تناولت الفقرة الثانية الاستثناء وهو "**تحديد الأسعار**"، وقد أشارت إلى أنه يمكن للدولة تقييد المبدأ العام لحرية الأسعار وفقاً للشروط المحددة في المادة 05 مع الأخذ بعين الاعتبار الظروف الخاصة التي يمر بها الاقتصاد الوطني الجزائري، حيث تتدخل الدولة من خلال تنفيذ سياسة مالية تعتمد على الإنفاق الحكومي أو فرض الضرائب، بهدف التأثير على الطلب الكلي في الاتجاه المرغوب فيه [2]، ونجد أن المشرع قد اعتبر أن حرية الأسعار في بعض الحالات تؤدي إلى جعل تنظيم الأسعار من قبل الدولة غير فعال[3]. لذا تهدف الدولة من خلال تدخلها في تقييد هذه الحرية إلى تحقيق استقرار الأسعار، وأن عدم الاستقرار قد يعرض الاقتصاد ككل لاهتزازات عنيفة تؤدي إلى الكساد

[1] حنان مسكين، **تكريس مبدأ حرية الأسعار في التشريع الجزائري**، مرجع سابق، ص 319.

[2] قويدر معيزي، **تدخل الدولة في النشاط الاقتصادي في ظل اقتصاد السوق**، مجلة الاقتصاد الجديد، جامعة البليدة، العدد 08، ماي 2013، ص 149.

[3] محمد تيورسي، **قواعد المنافسة والنظام العام الاقتصادي**، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية العلوم القانونية والإدارية، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2011/2010، ص 189.

والتضخم[1]. لأن مبدأ حرية الأسعار في الجزائر هو مقيد وغير مطلق كونه يخضع كغيره من المبادئ إلى مجموعة من الضوابط التي تحكمه.

المطلب الثاني: مبدأ المساواة في المعاملة

يُعتبر مبدأ المساواة من المبادئ الأساسية التي اعتمدتها العديد من القوانين والتشريعات. ويعني أن جميع المشاركين في المجال الاقتصادي يتمتعون بنفس الحقوق والواجبات المتعلقة بأنشطتهم الاقتصادية. إن تطبيق هذا المبدأ وتجسيده في الواقع الاقتصادي أثناء ممارسة الأنشطة الاقتصادية يعد أمرًا بالغ الأهمية. بناءً على ذلك، سنستعرض في هذا المطلب فرعين:

- الفرع الأول: مفهوم مبدأ المساواة
- الفرع الثاني: الأساس القانوني لمبدأ المساواة

الفرع الأول: مفهوم مبدأ المساواة

مبدأ المساواة هو ضرورة معاملة كل فرد طبيعياً أو معنوياً بنفس الطريقة التي يُعامل بها أي شخص آخر في وضعية مشابهة. ومن الناحية الاقتصادية يشير إلى ضرورة تمتع المتعاملين الاقتصاديين بنفس الفرص في التنافس والتزاحم للقيام بمختلف الأنشطة الاقتصادية [2]. ويعني مبدأ المساواة حسب المادة 29 من المرسوم الرئاسي رقم 96_438 بأنه: " **كل المواطنين سواسية أمام القانون، ولا يمكن أن يتذرع بأي تمييز يعود بسببه إلى المولد، أو العرق، أو الجنس، أو الراي أو أي شرط أو ظرف اخر شخصي أو اجتماعي**"[3]، لذا يعتبر هذا المبدأ من

[1] الكساد هو: "وقت تتكرس فيه السلع لعدم وجود مستثمرين ويظل العمال عاطلين عن العمل لأنه مع وجود سلع كثيرة يتجاوز العرض المناسب وتضخم المخزون" نقلا عن: صلاح الدين طالبي، **تحليل الازمات الاقتصادية العالمية (الأزمة الحالية وتداعياتها –حالة الجزائر–)**، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2010/2009، ص80.

[2] صليحة خلاف، **مبدأ المساواة في تنظيم الصفقات العمومية**، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي, 2013, ص 13.

[3] المادة 29 من المرسوم الرئاسي رقم 96_438 المؤرخ في 07 ديسمبر 1996 يتعلق بإصدار نص تعديل الدستور المصادق عليه في استفتاء 28 نوفمبر 1996 في ج ر، العدد 76، الصادرة في 8 ديسمبر 1996، ص 11.

المبادئ العالمية، حيث تم تكريسه في الإعلان العالمي لحقوق الإنسان الذي يعزز مبدأ مساواة الأفراد بعضهم ببعض، حيث نصت المادة 02 منه على: " **لكل إنسان حق التمتع بجميع الحقوق والحريات المذكورة في هذا الإعلان، دونما تمييز من أي نوع لا سيما التمييز بسبب العنصر أو اللون أو الجنس أو اللغة أو الدين..** "[1]

الفرع الثاني: الأساس القانوني لمبدأ المساواة

أصبح مبدأ المساواة راسخًا في العديد من دول العالم، وارتقى ليصبح أحد المبادئ الدستورية في بعض الأنظمة القانونية. حيث يساهم في حماية جانب من جوانب ممارسة الحقوق المدنية للمواطنين، ويستند وجوده من:

أولا: من النصوص الدولية:

تم التأكيد على مبدأ المساواة في العديد من الاتفاقيات الدولية، ومن أبرز هذه الاتفاقيات: ميثاق الأمم المتحدة، الإعلان العالمي لحقوق الإنسان والمؤتمر العالمي لحقوق الإنسان، اتفاقية الاتحاد الإفريقي لمنع الفساد ومكافحته واتفاقية الشراكة بين الجزائر والاتحاد الأوروبي. إلا أن قانون الاتحاد الأوروبي كرس مبدأ المساواة وهو يشمل وجهتين يتعين معاملة مماثلة وعادلة لحالات متشابهة من جهة ويمنع معاملة مماثلة لحالات مختلفة أخرى[2]. وقد تم الإشارة إلى هذا المبدأ في السياق الغربي من خلال إعلان الاستقلال الأمريكي الذي صدر في عام 1776 حيث تم التطرق إليه بشكل واضح والتأكيد على مبدأ المساواة بين الأفراد من خلال الإشارة إلى بعض الحقوق الأساسية مثل حق الحياة وحق الحرية. وبعد ذلك صدر إعلان الدستور الأمريكي في عام 1787 الذي تضمن نصوصًا تتعلق بحقوق الإنسان بما في ذلك مبدأ المساواة [3].

---

[1] المادة 02 من الإعلان العالمي لحقوق الانسان الصادر في 1948/12/10 بقرار الجمعية العامة رقم 217 ألف (د3)، ص2.

[2] Braconnier Stéphane, droit public de l'économie, 2éme édition, PUF, paris,2017, p44.

[3] حسين طاهري، **القانون الإداري والمؤسسات الإدارية**، دراسة مقارنة، دار الخلدونية للنشر، الطبعة الأولى، الجزائر،2007، ص 98.

ثانيا: من الدستور

بالرجوع إلى القانون الداخلي، نجد أن جميع دساتير الجزائر نصت على مبدأ المساواة، من دستور 1963 نصت المادة 12 منه على:" **لكل مواطن من الجنسين نفس الحقوق ونفس الواجبات**"[1] وهي إشارة واضحة لمبدأ المساواة ولكن لم يأتي النص عليه صراحة. وفي دستور 1996 نص على مبدأ المساواة أمام القانون في المادة 29 منه والتي تنص على:" **كل المواطنين سواسية أمام القانون...**"، [2] كما نص على مبدأ المساواة أمام المرفق العمومي لضمان مساواة كل المواطنين والمواطنات في الحقوق والواجبات، ونص على مبدأ المساواة في تقلد الوظائف العامة في المادة 51 منه على:" **يتساوى جميع المواطنين في تقلد المهام والوظائف في الدولة دون اية شروط أخرى غير الشروط التي يحددها القانون**"[3]، كما نص على مبدأ المساواة أمام القضاء في المادة 140 منه على:" ... **الكل سواسية أمام القضاء، وهو في متناول الجميع ويجسده احترام القانون**"[4]

ثالثا: من التشريع

تنص التشريعات الجزائرية المختلفة على مبدأ المساواة، ومن أبرزها قانون المنافسة، قانون الاستثمار، وقانون الصفقات العمومية:

1. **قانون المنافسة:** يتطلب أن يخضع جميع الفاعلين الاقتصاديين لنفس القوانين وعلى قدم المساواة ولا يُسمح بتمييز أي منهم عن الآخر. ويفرض مبدأ المنافسة الحرة على الدولة الامتناع عن تقييد المنافسة أو تفضيل أي متنافس على الآخر [5]. ويعتبر قانون المنافسة في هذا السياق أداة لتنظيم سلوكيات الفاعلين الاقتصاديين في السوق، فهو يهدف إلى مكافحة الممارسات التي تعيق المنافسة الحرة كما هو موضح في المادة 06 من الأمر رقم 03_03

[1] المادة 12 من دستور 1963، المصادق عليه في استفتاء 1963/09/08 المنشور بموجب القانون رقم 63_316 المؤرخ في 1963/08/03 المتعلق بدعوة الهيئة الانتخابية وتنظيم الاستفتاء على الدستور خاصة المادتين 8 و11 من هذا القانون، ج ر، العدد 64، الصادرة في 10 سبتمبر 1963، ص 10.

[2] المادة 29 من دستور 1996، المصادق عليه في استفتاء 1996/11/28، بموجب المرسوم الرئاسي رقم 96-438 المؤرخ في 1996/12/07 يتعلق بإصدار نص تعديل الدستور، ج ر، العدد 76، الصادر بتاريخ 1996/12/08، ص 11.

[3] المادة 51، المصدر نفسه، ص 78.

[4] المادة 140، المصدر نفسه، ص 89.

[5] محمد تيورسي، **الضوابط القانونية للحرية التنافسية في الجزائر**، دار هومة للطباعة، الجزائر، 2015، ص 421

المتعلق بالمنافسة[1]، والتي تتناول عرقلة تحديد الأسعار وفقاً لقواعد السوق، بالإضافة إلى الممارسات التمييزية التي تتمثل بشكل خاص في تطبيق شروط غير متكافئة على نفس الخدمات تجاه الشركاء التجاريين وكذلك الأعمال التي تؤثر سلباً على المنافسة.

2. **قانون الاستثمار:** يتعلق الأمر بالمساواة في المعاملة بين المستثمرين الوطنيين والأجانب من حيث الحقوق والامتيازات، حيث تحتفظ الدولة المستقبلة لرؤوس الأموال الأجنبية بحق منح معاملة مميزة لمستثمر معين دون وجود نية للتمييز ضد المستثمرين الآخرين بهدف تحقيق أهدافها ومصالحها الاقتصادية [2]، وقد أكد المشرع الجزائري على مبدأ المساواة في المادة 14 الفقرة الأولى من الأمر رقم 01-03 المتعلق بتطوير الاستثمار كما يلي: "**يعامل الأشخاص الطبيعيين و المعنويين الأجانب بمثل ما يعامل به الأشخاص الطبيعيين و المعنويين الجزائريين في مجال الحقوق و الواجبات ذات الصلة بالاستثمار**"[3]. نصت المادة على مبدأ المساواة بين المستثمرين الوطنيين والأجانب من حيث الالتزامات والحقوق

3. **قانون الصفقات العمومية:** يعني مبدأ المساواة في مجال الصفقات العمومية توفير نفس الفرصة لجميع المتقدمين للمناقصات أو المزايدات دون أي تمييز بينهم. ويتطلب هذا المبدأ عدم إعفاء بعض المتنافسين من شروط معينة بينما يُفرض ذلك على آخرين، أو إضافة أو حذف أو تعديل الشروط بشكل غير متساوٍ. وبالتالي يجب أن يعامل جميع المشاركين بشكل متساوٍ من الناحيتين القانونية والعملية. وتُعتبر المساواة في هذا السياق أساسًا لتعزيز المنافسة، حيث تُعد ضمانة للمنافسة الحرة. ويتعين على الجهة المتعاقدة وضع معايير موضوعية تتعلق بشكل أساسي لشروط تقديم العروض التي تضمن الصفقات العمومية بالإضافة إلى معايير إرساء الصفقة. [4]

---

[1] أنظر المادة 06 القانون رقم 08 -12 المؤرخ في 25 جوان 2008 يعدل ويتمم الأمر رقم 03-03، ج ر، العدد 36، ص12.

[2] عيبوط محند وعلي، **الاستثمارات الأجنبية في القانون الجزائري**، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، ط 2، الجزائر، 2014، ص 80.

[3] المادة 14 من الأمر رقم 01-03 المؤرخ في 20 أوت2001 يتعلق بتطوير الاستثمار، ج ر، العدد 47، الصادرة في 22 أوت 2001، ص 07.

[4] سهام شقطمي، **الأعمال والتصرفات الاتفاقية**، مطبوعة بيداغوجية موجه لطلبة سنة أولى ماستر قانون إداري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باجي مختار، عنابة، 2023/2022، ص 47.

المطلب الثالث: مبدأ الشفافية

مبدأ الشفافية من الأسس التي تقوم عليها العلاقات التجارية بين الشركاء والعملاء، ويعني توفير كافة التفاصيل المتعلقة بالأسعار والرسوم بشكل واضح ودقيق، مما يمكن المستهلك من اتخاذ قرارات مدروسة، وهو ليس مطلقا كمبدأ حرية الأسعار بل يمكن للدولة التدخل لتحديد أسعار بعض السلع والخدمات وذلك بموجب المرسوم وأخذ رأي مجلس المنافسة [1]. وحتى يمكن معرفة تجليات مبدأ الشفافية لابد من تحديد النطاق الشخصي لتطبيق هذا المبدأ، فقد تطرق المشرع الجزائري للأشخاص المعنيين به من خلال القانون رقم 04_02 المتعلق بالممارسات التجارية[2] وحددها بالمستهلك والعون الاقتصادي، وكرس القواعد التي تجسد ممارسة شفافية الممارسات التجارية في الباب الثاني من نفس القانون. ولمعرفة تلك القواعد سنتطرق إليها في هذا المطلب من خلال تقسيمه إلى ثلاث فروع

- الفرع الأول: الالتزام بالإعلام عن الأسعار والتعرفة
- الفرع الثاني: الإعلام بشروط البيع
- الفرع الثالث: الالتزام بتسليم الفاتورة

الفرع الأول: الالتزام بالإعلام عن الأسعار والتعرفة

في إطار تعزيز الشفافية والنزاهة في الممارسات التجارية وضمان استقرار السوق، لم يتوانَ المشرع الجزائري في وضع نظام للأسعار يتأثر بعدة عوامل من أبرزها درجة المنافسة ومدى الاعتماد على السوق في تحديد الأسعار، بالإضافة إلى مستوى تدخل الدولة في السوق وفقاً لنهجها الاقتصادي. وقد تناول المشرع الجزائري هذا الالتزام من خلال المادة 04 من القانون 04_02 على:" **يتولى البائع وجوبا إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات وبشروط البيع**"[3]، تنص هذه المادة على ضرورة إبلاغ الزبون بأسعار وتعريفات السلع والخدمات. ولتمكين المستهلك من اختيار السلع بحرية في السوق فرض المشرع على العون الاقتصادي واجب إبلاغ

[1] وهيبة بلباقي، مديحة الفحلة، **مبدأ الشفافية في تسيير الشؤون العامة الإدارية**، مجلة الحقوق والحريات، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة طاهري محمد، بشار، المجلد 10، العدد 01، سنة 2022، ص 300.

[2] القانون رقم 04_02 المؤرخ في 23 جوان 2004 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر، العدد 41، الصادرة في 27 جوان 2004، ص 03.

[3] المادة 04 من القانون رقم 04_02، المصدر السابق، ص 02.

المستهلك بالأسعار. وقد أوضحت المادتان 05 و06 كيفية تنفيذ هذا الالتزام تجاه المستهلك، كما يلي:

1) **طريقة الاعلام:** نصت المادة 5 من فقرتها الأولى على الطريقة التي يتم بها تنفيذ هذا الالتزام على ما يلي: " **يجب أن يكون إعلام المستهلك بأسعار وتعريفات السلع والخدمات عن طريق وضع علامات أو الوسم أو معلقات أو بأية وسيلة أخرى كانت ويجب أن تبين الأسعار والتعريفات بصفة مرئية ومقروءة** "[1] وعليه:

أ- **العلامات:** يتم وضع علامات على جميع المنتجات والسلع المعروضة على الجمهور والموجهة للبيع ويجب أن تكون سهلة القراءة.

ب- **الوسم:** يخص السلع الموجودة داخل المحل، وإعلام المستهلك بسعرها يجب أن يكون عن طريق الوسم وأن يكتب بطريقة واضحة ويحتوي على جميع البيانات الضرورية.

ت- **المعلقات:** تعد إحدى الوسائل الفعالة لإعلام المستهلك بأسعار السلع والخدمات. وهي عبارة عن لوحات أو بطاقات توضيحية تعلق في أماكن عرض المنتجات أو في واجهة المحلات التجارية، تساعد المستهلك على اتخاذ قرارات الشراء بسهولة.[2]

2) **تحديد مقدار السلعة:** أوجب على العون الاقتصادي تحديد مقدار السلعة المقابل للسعر المعلن ونصت عليها المادة 5 في فقرتها الثالثة على ما يلي:" **يجب أن تعد أو توزن أو تكال السلع المعروضة للبيع سواء كانت بالوحدة أو الوزن أو بالكيل أمام المشتري وعندما تكون هذه السلع مغلفة ومعدودة أو موزونة أو مكيلة، يجب وضع علامات على الغلاف تسمح بمعرفة الوزن أو الكمية أو عدد الأشياء المقابلة للسعر المعلن**" من خلال هذا النص يتضح بأنه على العون الاقتصادي تحديد مقدار السلعة الموافق للسعر سواء عن طريق العد أي تحديد عدد الشيء مثل عدد حبات البيض، أو عن طريق الوزن مثلا الخضر والفواكه أو عن طريق الكيل [3].

---

[1] أنظر المادة 05 من نفس المصدر.

[2] محمد الشريف كتو، **قانون المنافسة والممارسات التجارية وفقا للأمر 03-03 والقانون 04_02**، منشورات بغدادي، الطبعة الأولى، الجزائر، 2010، ص ص 79-80.

[3] زاهية حورية سي يوسف، **المسؤولية المدنية للمنتج**، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2009، ص152.

3) **موافقة الأسعار والتعريفات المعلنة للمبلغ الإجمالي المدفوع:** نصت المادة 6 من القانون رقم 04_02 على ما يلي:" **يجب أن توافق الأسعار أو التعريفات المعلنة موافقة للمبلغ الإجمالي المدفوع مقابل اقتناء السلعة أو الحصول على خدمة** ". إذن فعلى العون الاقتصادي أن يحدد المبلغ الإجمالي الذي يدفعه المستهلك مقابل اقتناء السلعة أو الحصول على خدمة، هذا يدل على أن المبلغ تدخل فيه جميع مستلزمات البيع لا يجب أن يفاجئ المستهلك بمبلغ يفوق المبلغ المعلن عنه[1].

الالتزام بالإعلام عن الأسعار والتعرفة يساهم في تحقيق منافسة حرة من خلال تعزيز الشفافية في الأسعار. وهذه الشفافية تُعتبر شرطًا أساسيًا للمنافسة، حيث تساهم في حماية المستهلك وتمكنه من اتخاذ قرارات مستنيرة بناءً على مقارنة الأسعار المختلفة [2]. وبالتالي فإن العلم بالأسعار يضمن رضا المستهلك، ويُعتبر التزامًا واجبًا على عاتق الجهات الاقتصادية.

الفرع الثاني: الإعلام بشروط البيع

يعد الالتزام بشروط البيع أساسي لضمان شفافية المعاملات التجارية وحماية حقوق المستهلك، ويعني ضرورة تقديم البائع معلومات واضحة ودقيقة حول المنتج أو الخدمة بما في ذلك السعر والجودة وشروط الدفع وسياسة الإرجاع وتكاليف التوصيل إن وجدت، وهذا ما نصت عليه المادة 09 من القانون رقم 04_02 على:" **يجب أن تتضمن شروط البيع اجباريا في العلاقات بين الاعوان الاقتصاديين كيفيات الدفع، وعند الاقتضاء والتخفيضات والمسترجعات**"[3]، يتعلق الأمر بالالتزام بالإبلاغ أمام الوكلاء الاقتصاديين، حيث يجب أن تتضمن شروط البيع وسائل الدفع إضافة إلى الخصومات والتخفيضات والاستردادات عند الاقتضاء. وتعتبر وسيلة الدفع هي

[1] أحمد محمود علي خلف، **الحماية الجنائية للمستهلك في القانون المصري والفرنسي والشريعة**، دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2005، ص 136.

[2] ربيعة صبايحي، **فعلية أحكام وحماية المستهلك**، مداخلة ملقاة في الملتقى الوطني حول "المنافسة وحماية المستهلك"، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، يوم 18 نوفمبر 2009، ص 07.

[3] أنظر المادة 09 من القانون 04_02، المصدر السابق، ص 04.

الإجراء النهائي الذي يتفاوض عليه الطرفان عند إبرام عقد البيع، وهي ما يوفر خدمة مالية للعملاء[1].

الفرع الثالث: الالتزام بتسليم الفاتورة

تلعب الفاتورة دورًا حيويًا في تعزيز شفافية الأسعار، وتعرف أنها: "**وثيقة تجارية محاسبية ملزمة يُعدها العون الاقتصادي، حيث تُوثق من خلالها تفاصيل عملية البيع أو تقديم الخدمة، وتُسلم فور إتمام العلاقة التجارية إلى الأطراف المعنية أو إلى المستهلكين بناءً على الطلب، مع الالتزام بالبيانات الضرورية وفقًا لما يقتضيه القانون**" [2] ونظرًا لأهميتها جعل المشرع إصدارها إجراءً إلزاميًا يقع على عاتق العون الاقتصادي، وذلك وفقًا لنص المادة 03 من القانون رقم 10_06 الذي عدل أحكام المادة 10 من القانون رقم 04_02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية. حيث نصت المادة على أنه: "**يجب أن يكون كل بيع سلع أو تأدية خدمات بين الأعوان الاقتصاديين الذين يمارسون النشاطات المذكورة في المادة 2 محل إصدار فاتورة أو وثيقة تقوم محلها**"[3]، فالفاتورة تساهم في ضمان رضا المستهلك من خلال المعلومات التي تحتويها مثل اسم المنتج، كميته، وسعره، بالإضافة إلى تفاصيل الأقساط وآجال الدفع في حال كان البيع بالتقسيط. وهذا يجعل المستهلك على دراية كاملة بالسعر ومن جهة أخرى لحماية المصالح المالية للمستهلك من خلال تقديم معلومات عن سعر الوحدة والسعر الإجمالي ما يتيح له التحقق من توافق الأسعار[4].

---

[1] Hayat Hami, Restrictions on the principal of princes Freedom in algérien législation, the journal of Teacher resache of Legal and Political Studies, University benyoucef benkhedda, Algiers 1, vol 07, octobre 2022, p 633.

[2] حنان مسكين، **تكريس مبدأ حرية الأسعار في التشريع الجزائري**، مرجع سبق ذكره. ص 321.

[3] أنظر المادة 03 من القانون رقم 10_06 المؤرخ في 15 أوت 2010 يعدل ويتمم القانون رقم 04_02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر، العدد 46، الصادر في 18 أوت 2010، ص 12.

[4] سلمى بقار، سامية حساين، **الالتزام بالفوترة كمبدأ لشفافية الممارسات التجارية**، مجلة الدراسات الحقوقية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أمحمد بوقرة، بومرداس، المجلد 07، العدد 02، جوان 2020، ص 118.

بعد التطرق إلى القواعد التي تجسد ممارسة شفافية الممارسات التجارية إلا أن مخالفتها قد يترتب عليها عواقب قانونية، الأمر الذي يدفعنا للتساؤل ما هو جزاء مخالفة الالتزام بإعلام الأسعار وشروط البيع والفاتورة؟

وعليه حسب القانون رقم 04_02 في الباب الرابع منه نص المشرع على تصنيف المخالفات وتطبيق العقوبات كالتالي:

1. **عقوبة عدم الالتزام بإعلام الأسعار والتعريفات:** حسب المادة 31 يعتبر عدم الاعلام بالأسعار والتعريفات مخالفة لأحكام المواد 4 و6 و7 من هذا القانون، ويعاقب عليه بغرامة من خمسة آلاف دينار (5.000 دج) إلى مائة آلاف دينار (100.000 دج)[1]
2. **عقوبة عدم الإعلام بشروط البيع:** حسب المادة 32 يعتبر عدم الاعلام بشروط البيع مخالفة لأحكام المادتين 8 و9 من هذا القانون، ويعاقب عليه بغرامة من عشرة آلاف دينار (10.000 دج) إلى مائة ألف دينار (100.000 دج) [2]
3. **عقوبة عدم الفوترة:** نصت عليها المادة 33 حيث تعتبر عدم الفوترة مخالفة لأحكام المواد 10 و 11 و 13 من هذا القانون ويعاقب عليها بغرامة بنسبة 80% من المبلغ الذي كان يجب فوترته مهما بلغت قيمته، وحسب المادة 34 تعتبر فاتورة غير مطابقة كل مخالفة لأحكام المادة 12 من هدا القانون يعاقب عليها بغرامة من عشرة آلاف دينار (10.000) الى خمسين الف دينار (50.000 دج) بشرط ان لا تمس عدم المطابقة الاسم او العنوان الاجتماعي للبائع او المشتري وكذا رقم تعريفة الجبائي والعنوان ...، حيث يعتبر عدم ذكرها في الفاتورة عدم فوترة ويعاقب عليها طبقا لأحكام المادة 33 أعلاه .[3]

هذه العقوبات تعتبر أساسية، وقد أجاز المشرع إمكانية إضافة عقوبات اختيارية وتتمثل في حجز البضائع وغلق المحلات، حيث أنه يمكن للوالي المختص إقليميا بناء على اقتراح من المدير المكلف بالتجارة اتخاذ إجراءات غلق المحلات التجارية لمدة أقصاها 60 يوما ويكون قرار

[1] انظر المادة 31 من القانون 04_02، المصدر السابق، ص 07.

[2] انظر المادة 32 من نفس المصدر.

[3] انظر المادة 33 من نفس المصدر.

الغلق قابلا للطعن، وفي حالة إلغاء قرار الغلق بإمكان العون الاقتصادي المتضرر المطالبة بتعويض الضرر الذي لحقه [1].

المبحث الثالث: دور الدولة في تنظيم عملية التسعير

تلعب الدولة دورًا أساسيًا في تنظيم عملية التسعير من خلال وضع القوانين واللوائح التي تحمي حقوق المستهلكين وتضمن وجود منافسة عادلة بين الشركات. كما تتدخل في تحديد أسعار بعض السلع الأساسية لضمان توفرها بأسعار معقولة خاصة في أوقات الأزمات، وتسعى أيضًا لمكافحة التضخم من خلال السياسات النقدية والمالية، وتقوم بمراقبة الأسواق لمنع الاحتكار والتلاعب بالأسعار، بالإضافة إلى ذلك تشجع على الإنتاج المحلي للحد من تقلبات الأسعار الناتجة عن الاعتماد على الواردات، مما يسهم في تحقيق استقرار اقتصادي مستدام. ولتوسيع النقاش حول دور الدولة في تنظيم عملية التسعير قمنا بتقسيم المبحث إلى ثلاثة مطالب حيث تناولنا في:

- المطلب الأول: أهداف تدخل الدولة في تحديد الأسعار
- المطلب الثاني: أدوات تدخل الدولة في تحديد الأسعار
- المطلب الثالث: سلبيات وإيجابيات تدخل الدولة في تحديد الأسعار

المطلب الأول: أهداف تدخل الدولة في تحديد الأسعار

تلعب الأسعار دورًا أساسيًا في توجيه النشاط الاقتصادي وتحقيق التوازن بين العرض والطلب ما يجعل عملية التسعير من العوامل الرئيسية لاستقرار الأسواق. ومع ذلك قد تؤدي بعض العوامل مثل الاحتكار أو التضخم وتقلبات السوق إلى حدوث اختلالات في الأسعار، مما يستدعي تدخل الدولة في ضبطها، ويأتي هذا التدخل لعدة أسباب تدفع الدولة إلى استخدام آليات متنوعة للتحكم

[1] حياة سالمي، **مبدأ شفافية الممارسات التجارية**، مرجع سبق ذكره، ص 33.

في الأسعار بهدف تحقيق استقرار السوق وضمان العدالة الاجتماعية. وعليه سنتناول في هذا المطلب ثلاثة فروع.

- الفرع الأول: أسباب تدخل الدولة في تحديد الأسعار
- الفرع الثاني: آليات التحكم في الأسعار
- الفرع الثالث: الغاية من تدخل الدولة في تحديد الأسعار

الفرع الأول: أسباب تدخل الدولة في تحديد الأسعار

على الرغم من اعتماد مبدأ حرية الأسعار في إطار اقتصاد السوق، إلا أن الدولة تتدخل في بعض الحالات لضبط الأسعار، خاصة عندما تواجه الأسواق اضطرابات تؤثر على استقرارها، مما قد ينعكس سلبًا على المستهلكين والقطاعات الاقتصادية. وينقسم هذا التدخل إلى نوعين، الأول يتعلق بتحديد أسعار السلع والخدمات الأساسية لضمان توفرها بأسعار معقولة. أما النوع الثاني فيتمثل في التدخل خلال الأزمات الاقتصادية أو عند حدوث اختلالات في السوق تؤدي إلى ارتفاع غير مبرر في الأسعار[1]. وتُنفذ هذه التدابير من خلال مراسيم تنفيذية مثل المرسوم التنفيذي رقم 21_383 وحسب المادة 03 منه تحدد المنتجات المعنية مثل السكر والزيت والبيض[2] بهدف استقرار السوق من خلال توفير السلع والخدمات ومكافحة ارتفاع الأسعار وندرة السلع وحماية الطرف الضعيف[3]. بينما نصت المادة 05 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل بموجب القانون رقم 10_05 في فقرتها الثانية على:" **تتخذ تدابير تحديد هوامش الربح وأسعار السلع والخدمات على أساس اقتراحات القطاعات المعينة وذلك للأسباب الرئيسية الآتية:**

- **تثبيت استقرار مستويات أسعار السلع والخدمات الضرورية، أو ذات الاستهلاك الواسع في حالة اضطراب محسوس للسوق.**

---

[1] لطيفة بوخاري، **تدخل الدولة في تحديد الأسعار وآثاره على المنافسة**، مرجع سابق، ص 72.

[2] مرسوم تنفيذي رقم 21_383 المؤرخ في 08 أكتوبر 2021 يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 11_108 الذي يحدد السعر الأقصى عند الاستهلاك وكذا هوامش الربح القصوى عند الإنتاج والاستيراد وعند التوزيع بالجملة والتجزئة لمادتي الزيت الغذائي المكرر العادي والسكر والبيض، ج ر، العدد 77، الصادرة في 10 أكتوبر 2021، ص 18.

[3] عمران هباش، **القيود الواردة على مبدأ حرية الأسعار في القانون الجزائري**، مجلة الحقوق والعلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عباس لغرور، خنشلة، المجلد 10، العدد 02، سنة 2023، ص 884.

- **مكافحة المضاربة بجميع أشكالها والحفاظ على القدرة الشرائية للمستهلك..."**

من نص هذه المادة نستنتج أسباب تدخل الدولة في تحديد الأسعار، وتتمثل في مكافحة الاحتكار التعسفي والقضاء على المضاربة، وسنتناولها في نقطتين:

أولا: مكافحة الاحتكار التعسفي

لم يقدم المشرع الجزائري تعريفًا محددًا للاحتكار بينما علماء الاقتصاد عرفوه على أنه:" **الحالة التي يوجد فيها منتج واحد لسلعة ليس لها بدائل قريبة حالية أو محتملة، أو وجود منتج أو بائع واحد لسلعة أو خدمة ليس لها بديل ويستحوذ على سوق السلعة بالكامل**"[1]، من التعريف يمكن القول بأن الاحتكار يتجلى في السيطرة على سلعة أو خدمة في السوق والتأثير من أجل خلق اختناقات في وفرة السلع وجودتها وأسعارها بهدف القضاء على المنافسة أو إجبار المنافسين على مغادرة السوق. فهو يتسبب في عدم المساواة بين المتعاملين الاقتصاديين في الوصول إلى السوق بسبب سيطرة المحتكر على السوق، مما يمكنه من فرض أسعار مرتفعة رغم تساوي تكاليف الإنتاج. ورغم وجود تدابير قانونية تهدف إلى محاربة المنافسة غير المشروعة فإن التجاوزات التي تؤدي إلى الاحتكار تهدف إلى حماية الاقتصاد الوطني، بالإضافة إلى توفير السلع والمنتجات للمستهلكين، ما يؤدي إلى تقديم منتجات ذات جودة أعلى وأسعار أقل [2].

ثانيا: القضاء على المضاربة

تسعى الدولة أيضًا للتدخل للحد من الاختلالات التي تظهر في السوق نتيجة المضاربة على الأسعار وذلك من خلال تعزيز فعاليتها في تحديد الأسعار ومراقبتها. ويأتي هذا في إطار دعم جهودها لتأطير وضبط التعاملات التجارية بشكل أفضل[3]، وتُعد المضاربة سلوكًا تجاريًا مضللًا يمارسه المنتجون أو المستوردون أو المتعاملون الاقتصاديون بهدف إحداث تقلبات غير طبيعية في السوق لاستغلال الظروف المستجدة وتحقيق مكاسب ذاتية. وهذه الممارسة عادة ما تكون مرتبطة بندرة السلع المعروضة في السوق، ما يؤدي إلى تراجع حجم المعاملات دون أن يكون

[1] محمد كريم طالب، **تدخل الدولة في تحديد الأسعار كاستثناء على مبدأ حرية الأسعار**، مجلة القانون، معهد الحقوق والعلوم السياسية، المركز الجامعي مغنية، الجزائر، العدد 07، ديسمبر 2016، ص269.

[2] أحمد محمد محمود على خلف، **الحماية الجنائية للمستهلك في مجال عدم الاخلال بالأسعار وحماية المنافسة ومنع الاحتكار**، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، مصر، 2008، ص70.

[3] وليد بوجملين، **قانون الضبط الاقتصادي في الجزائر**، دار بلقيس للنشر، الجزائر، 2011، ص128.

للإنتاج علاقة مباشرة بذلك لا سيما فيما يتعلق بالسلع الأساسية ذات الاستهلاك الواسع ما يتسبب في ارتفاع أسعارها[1]. ومن بين الممارسات التي تعد من المضاربة ما ذكرته المادة 25 من القانون رقم 04_02 المعدل والمتمم ما يلي:" **يمنع على التجار حيازة منتوجات مستوردة أو مصنعة بصفة غير شرعية، ومخزون من المنتوجات بهدف تحفيز الارتفاع غير المبرر لأسعار، ومخزون من منتوجات خارج موضوع تجارتهم الشرعية قصد بيعه**" [2].

الفرع الثاني: آليات التحكم في الأسعار

بعد أن تتوفر للدولة مبررات تدخلها في النشاط الاقتصادي للسوق التنافسية من خلال تحديد الأسعار الذي يعتبر استثناءً عن القاعدة العامة المتمثلة في حرية التنافس وحرية الأسعار، فإن المشرع منحها القدرة على التدخل عبر ثلاث آليات لتقنين الأسعار وحددها على سبيل الحصر، وهذا انطلاقا من نص المادة 05 من الأمر رقم 03-03 التي تنص على:" **يمكن أن تحدد هوامش وأسعار السلع والخدمات أو الأصناف المتجانسة من السلع والخدمات أو تسقيفها أو التصديق عليها عن طريق التنظيم** ..."[3]، من نص المادة تتمثل هذه الآليات في:

أولا: آلية التحديد

هي تمكين الدولة من تحديد سعر معين وإجبار جميع الأطراف المعنية سواء كانوا بائعين أو مشترين بأن أي تجاوز لهذا السعر سيكون غير مقبول وذلك من خلال توقيع جزاء على كل من يتجاوزه عن طريق التنظيم. والهدف من اعتماد الدولة هذه الآلية هو وضع أسعار لبعض المواد أو الخدمات يكون إنتاجها استجابة لاحتياجات اجتماعية يصعب على المصالح الخاصة إدارة هذه القطاعات بشكل مباشر، لأنها تميل إلى زيادة أرباحها بينما يرفض المستهلك ذلك نظرًا

[1] محمد كريم طالب، **تدخل الدولة في تحديد الأسعار كاستثناء على مبدأ حرية الأسعار**، مرجع سابق، ص270.

[2] أنظر المادة 25 من القانون 04_02، المصدر السابق، ص 06.

[3] أنظر المادة 05 من الأمر 03_03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 يتعلق بالمنافسة، ج ر، العدد 43، الصادرة في 20 جويلية 2003، ص 26.

لأهمية هذه السلع والخدمات بالنسبة له[1]. من بين السلع والخدمات التي تم تحديد أسعارها، نجد الخبز والحليب وخدمات الماء والكهرباء.

ثانيا: آلية التصديق

التصديق هو قبول السعر الذي تقترحه الجهات المختصة أو ذوي الخبرة، مثل الديوان الجزائري المهني للحبوب، من قبل الجهات المعنية مثل وزارة التجارة أو الوزارة المسؤولة عن الموضوع [2].

ثالثا: آلية التسقيف

يشير التسقيف إلى وضع حد أقصى للأسعار المتعلقة بالاستهلاك، بالإضافة إلى تحديد حدود قصوى لهوامش الربح في مراحل الإنتاج والاستيراد والتوزيع، سواء كان ذلك بالجملة أو بالتجزئة للسلع والخدمات المعنية، ما يُسمح للأسعار بالتحرك بحرية ضمن السقف المحدد لكن لا يُسمح لها بتجاوزه حتى في الحالات التي تؤدي فيها زيادة تكاليف الإنتاج إلى تجاوز هذا الحد، لذا تتدخل الدولة لتعويض الفارق للجهات الاقتصادية المعنية. ويتم ذلك من خلال وثيقة رسمية تُعرف بـ "**تركيبة الأسعار**" [3] تبين طبيعة وحقيقة السعر يقدمها العون الاقتصادي إلى الجهات المعينة.

الفرع الثالث: الغاية من تدخل الدولة في تحديد الأسعار

تتدخل الدولة في تحديد أسعار السلع والخدمات لتحقيق مجموعة من الأهداف الاقتصادية وهي:

- تشجيع بعض القطاعات أو المناطق لتحقيق التوازن الاقتصادي العام للدولة.

---

[1] بدرة لعور، **آليات مكافحة جرائم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2014/2013، ص 236.

[2] أسماء شاوش، **تدخل الدولة في تقنين الأسعار في قانون المنافسة الجزائري**، مجلة طبنة للدراسات العلمية الأكاديمية، جامعة خميس مليانة، الجزائر، المجلد 05، العدد 01، سنة 2020، ص 304.

[3] محمد كريم طالب، **تدخل الدولة في تحديد الأسعار كاستثناء على مبدأ حرية الأسعار**، مرجع سابق، ص272.

- الحفاظ على القدرة الشرائية للأشخاص ذوي الدخل المنخفض وإدارة التعامل مع الكوارث والأزمات في حال حدوث مشكلة تتعلق بتمويل نشاط معين أو منطقة معينة.[1]
- منع الاحتكار من خلال وضع حدود للأسعار حتى تضمن بأن الشركات الكبرى لا تستغل موقعها في السوق لرفع الأسعار بشكل غير عادل.
- تتدخل في تحديد أسعار المنتجات الغذائية لضمان توفر السلع الأساسية للمواطنين بأسعار معقولة.
- تعزيز الشفافية والمنافسة من خلال تنظيم التسعير يمكنها من ضمان أن الشركات تلتزم بأسعار عادلة وشفافة وتمنع أي ممارسات تجارية غير أخلاقية.[2]

المطلب الثاني: أدوات تدخل الدولة في تحديد الأسعار

تلجأ الدولة إلى مجموعة من الأدوات والتدابير للتحكم في الأسعار من أجل تحقيق الاستقرار الاقتصادي وحماية المستهلكين، وتتنوع هذه الأدوات بين التحديد المباشر للسعر والتأثير على قوى العرض والطلب وأيضا من خلال مراقبة الأسواق وتشجيع المنافسة، وعليه سنتطرق إلى هذه الأدوات من خلال تقسيم هذا المطلب إلى فرعين

- الفرع الأول: التدخل المباشر
- الفرع الثاني: التدخل غير مباشر

الفرع الأول: التدخل المباشر

تتدخل الدولة مباشرة في تحديد الأسعار بفرض أسعار محددة لبعض السلع والخدمات من خلال:

[1] حسين شرواط، **شرح قانون المنافسة**، الجزء الأول، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، د ط، عين مليلة، الجزائر، 2012، ص 34.

[2] حنان مسكين، بن أحمد الحاج، **تدخل الدولة في عملية تحديد الأسعار كقيد لحرية المنافسة في التشريع الجزائري**، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة الدكتور مولاي الطاهر، سعيدة، الجزائر، المجلد 32، العدد 04، ديسمبر 2021، ص 558.

أولا: التسعير الجبري

وهو سياسة تتدخل الدولة بموجبها في الأسواق لتحديد حد أقصى أو أدنى للثمن ويكون ذلك في ظروف خاصة، حيث تحدد الثمن الذي تراه مناسبا وتفرضه على المتعاملين في السوق[1]. ولا يمكن أن تشمل جميع السلع في إطار التسعير الجبري بل يقتصر ذلك على مجموعة من السلع التي تتميز بأهميتها وضرورتها خاصة المتعلقة بالاستهلاك الشعبي الواسع. وهذا لا يعني أن عدد هذه السلع ثابت بل إن قائمتها تتغير (تتقلص أو تتوسع) وفقًا للظروف الاقتصادية من جهة ومدى توفر السلع أو ندرتها ودرجة الحاجة إليها من جهة أخرى[2]. تحدد الدولة هنا سعرا ثابتا لبعض السلع الأساسية مثل الخبز والوقود ...

ثانيا: ضبط الأسعار

تعتبر من المهام الأساسية التي يجب على الدولة وأجهزتها المختلفة العمل على تحقيقها. ولن يتحقق ذلك إلا من خلال توفير رقابة مستمرة وفعالة على السوق، حيث يتم ضبط الأسعار ومراقبتها من خلال فحص الأسعار المعروضة من قبل التجار ومتابعة دقيقة ودائمة للسوق مع التركيز على آلية العرض والطلب ومعايير المنافسة. لذا تتطلب هذه العملية فرض مجموعة من الالتزامات على المتدخلين في السوق الذين يقومون بتحديد أسعار السلع المعروضة أمام المستهلكين، فيجب على التاجر أن يوضح سعر السلع التي يقدمها، مما يتيح للجهات المختصة مراقبة مدى توافق الأسعار مع الحركة التجارية والاقتصادية في السوق[3].

الفرع الثاني: التدخل غير مباشر

لا تفرض الدولة هنا الأسعار بشكل مباشر ولكنها تستخدم أدوات تؤثر على السوق بطريقة غير مباشرة، ومن بين هذه الأدوات:

---

[1] سمير الأمير غادي عبد الحميد، **التسعير الجبري وحماية المستهلك في ظل الاقتصاد الحر**، المجلة العلمية للتجارة والتمويل، كلية التجارة، جامعة طنطا، مصر، المجلد 34، العدد 4، ديسمبر 2014، ص 100.

[2] محمد تيورسي، **الضوابط القانونية للحرة التنافسية في الجزائر**، مرجع سبق ذكره، ص 248

[3] حورية لشهب، عبد النور بن يعقوب، **ضبط الأسعار بين التشريع الوضعي والشريعة الإسلامية**، مرجع سبق ذكره، ص 239.

أولا: الدعم الحكومي

هو دعم تقدمه الحكومة سواء كان نقدياً أو عينياً للمنتجين في القطاع الخاص أو للمستهلكين مع أنها لا تتلقى أي تعويض مقابل ذلك، ولكن يُشترط أن يتم تقديم المساعدة بناءً على أداء محدد من قبل المستفيد بحيث يعتمد الدعم الحكومي في الجزائر على الإعانات الصريحة والضمنية المستمدة من عائدات النفط التي تشكل أساس الاقتصاد. وتُخصص هذه الإعانات لتغطية احتياجات الطاقة، والسكن، والغذاء، والتعليم، وأسعار الفائدة [1]. وأن الهدف من هذا الدعم هو تمكين الفئات ذات الدخل المنخفض من الحصول على السلع والخدمات الأساسية من خلال خفض الأسعار وذلك عبر آلية تقوم على تسديد خزينة الدولة للفارق بين السعر الحقيقي للمنتج أو الخدمة والسعر المحدد لها [2].

ثانيا: فرض الضرائب

الضريبة هي مبلغ مالي تفرضه الدولة على المكلفين بشكل إلزامي ونهائي دون أي مقابل وذلك لتغطية النفقات العامة[3]. فهي تخضع لمبدأ القانونية الذي ينص على أنه لا يمكن فرض ضريبة دون وجود قاعدة قانونية صادرة عن السلطة التشريعية تستند إلى المعطيات المالية والاقتصادية والاجتماعية للدولة. كما ترتبط بعدة ضوابط تهدف إلى تحقيق العدالة بين جميع المكلفين، ما يمكن الدولة بأن تعتمد نظامًا ضريبيًا موحدًا، حيث تفرض ضريبة واحدة من بينها ضريبة الدخل الإجمالي التي يحققها المكلف سواء كان شخصًا طبيعيًا أو معنويًا، بالإضافة إلى الضريبة على أرباح الشركات المفروضة على المداخيل التي تحققها. بالتالي هي ليست مجرد وسيلة لزيادة ارادات الدولة بل هي أداة اقتصادية مهمة تؤثر على الأسعار، فعندما تفرض الدولة ضرائب على السلع والخدمات فإن ذلك يؤثر على تكلفة الإنتاج والأسعار النهائية [4].

---

[1] عمارة البشير، **سياسة الدعم الحكومي في الجزائر**، مجلة نور للدراسات الاقتصادية، المركز الجامعي أفلو الأغواط، الجزائر، المجلد 05، العدد 02، ديسمبر 2019، ص ص 61-63.

[2] الدعم الحكومي للسلع، منشورة على الموقع الالكتروني Www. Aljazeera.net، 20 فيفري 2025، على الساعة 11:43.

[3] عباس مفرج الفحل، **الضريبة على الرواتب والأجور والمخصصات**، دراسة قانونية مقارنة، منشورات زين الحقوقية، الطبعة الأولى، 2016، ص 16

[4] محفوظ برحماني، **التشريع الضريبي الجزائري**، دار الجامعة الجديدة للنشر، الطبعة الأولى، القاهرة، 2018، ص 52.

المطلب الثالث: سلبيات وإيجابيات تدخل الدولة في تحديد الأسعار

تحديد الأسعار من قبل الدولة يحمل في طياته آثارًا إيجابية وسلبية على الاقتصاد والمجتمع، لذا يعتمد نجاح سياسة تحديد الأسعار على تحقيق توازن دقيق بين حماية حقوق المستهلكين وتحفيز المنتجين على الاستمرار في تقديم المنتجات بجودة جيدة. هذا ما سنتطرق إليه في هذا المطلب من خلال تحديد الفوائد التي يحققها التدخل في تحديد السعر من قبل الدولة وأيضا تبيين العيوب المحتملة ثم تقديم حل يوازن بين الإيجابيات والسلبيات، حيث قمنا بتقسيمه إلى ثلاث فروع

- الفرع الأول: إيجابيات تدخل الدولة في تحديد الأسعار
- الفرع الثاني: سلبيات تدخل الدولة في تحديد الأسعار
- الفرع الثالث: تدابير للحد من ارتفاع الأسعار

الفرع الأول: إيجابيات تدخل الدولة في تحديد الأسعار

تُعتبر سياسة تدخل الدولة في تحديد الأسعار من الأدوات الاقتصادية التي تُستخدم لتحقيق مجموعة من الأهداف الاجتماعية والاقتصادية. لذا فإن فهم الفوائد المرتبطة بهذه السياسة يُعد خطوة أساسية نحو إنشاء نظام اقتصادي متوازن. ومن هنا فإن تدخل الدولة في تحديد الأسعار له عدة إيجابيات منها:

- التدخل الواسع للدولة في الحياة الاقتصادية وازدياد حركة نمو التجارة وتراكم رأس المال بشكل كبير، يؤدي إلى حماية السوق المحلية من الواردات التي تنافس الصناعة الوطنية الناشئة، والعمل على تحقيق فائض في الميزان التجاري وزيادة نشاطها الاقتصادي في التجارة الدولية. كما يتطلب ذلك إشرافها على إنتاج السلع المخصصة للتصدير وتوفير الظروف المناسبة لزيادة الصادرات[1].

[1] رامي السيد فوزي محمود، **دور الدولة في التنمية**، دراسة حالة لدولة ماليزيا، رسالة مقدمة لاستكمال الحصول على الماجستير في العلوم السياسية، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة، 2011/06/06، ص 46.

- تدخل المباشر للدولة يؤدي إلى زيادة الإنفاق العام في مجالات الاستثمار، حيث يساهم في خلق فرص عمل جديدة ورفع مستوى الدخل، مما يؤدي بدوره إلى زيادة مستوى الإنفاق والطلب الكلي.
- تطبيق الدولة لنظام الضرائب يهدف إلى دعم الفئات الفقيرة التي تميل بشكل كبير للاستهلاك، مما يساهم في تمويل الخدمات العامة وتحقيق العدالة الاجتماعية.
- تدخل الدولة في تحديد السعر من شأنه تقديم الخدمات الأساسية مثل التعليم والرعاية الصحية بأسعار معقولة لتعزيز الاستهلاك الكلي
- إصدار الدولة تشريعات وقوانين لمكافحة الاحتكار بهدف خفض أسعار السلع الاستهلاكية وزيادة الطلب عليها يحفز المنتجين على تعزيز استثماراتهم اللازمة لهذا الإنتاج [1].
- تدخل الدولة في تحديد السعر والإشراف على سير المعاملات بشكل سليم في الأسواق ومراقبتها ومحاسبة المخالفين يهدف إلى حماية المستهلكين من ارتفاع الأسعار خاصة في السلع الأساسية [2].
- تدخل الدولة في تحديد الأسعار من شأنه الحفاظ على القدرة الشرائية للأشخاص ذوي الدخل المنخفض والتحكم في التعامل مع الكوارث والأزمات في حال حدوث مشكلة تتعلق بتمويل نشاط معين أو منطقة معينة [3].

الفرع الثاني: سلبيات تدخل الدولة في تحديد السعر

على الرغم من أن تدخل الدولة في تحديد الأسعار يتخذ أحيانا لحماية المستهلكين وتحقيق استقرار اقتصادي واجتماعي إلا أنه يحمل في طياته عدة سلبيات قد تؤثر على أداء السوق، ومن بعض الآثار السلبية المترتبة على هذا التدخل وهي:

---

[1] قويدر معيزي، **تدخل الدولة في النشاط الاقتصادي في ظل اقتصاد السوق**، مجلة الاقتصاد الجديد، جامعة البليدة، العدد 08، ماي 2013، ص 140-142.

[2] أحمد سبع، **دور الدولة في الاقتصاد بين الضرورة والحدود**، المجلة الجزائرية للعولمة والسياسات الاقتصادية، جامعة الجزائر 3، العدد 07، سنة 2016، ص 153.

[3] حنان مسكين، بن أحمد الحاج، **تدخل الدولة في عملية تحديد الأسعار كقيد لحرية المنافسة في التشريع الجزائري**، مرجع سابق، ص 558.

- تدخل الدولة في السياسات التجارية التي دعت إلى خفض أسعار السلع الزراعية بهدف دعم الصناعة وفرض قيود على حرية التجار والمنتجين أدت إلى تراجع الإنتاج الزراعي وساءت أوضاع المزارعين نتيجة انخفاض مدخولهم [1].
- تؤدي تدخلات الدولة في النشاط الاقتصادي واتباعها لسياسة تجارية حمائية إلى تراجع القدرة التنافسية للمؤسسات المحلية وتعزيز قوة النقابات العمالية. بالإضافة إلى ذلك قد يسفر التدخل عبر السياسات النقدية أو المالية عن عدم استقرار في السوق.
- تؤدي تدخلات الدولة إلى زيادة الإنفاق العام لمواجهة التكاليف المرتبطة بهذا التدخل. وهذا يستدعي البحث عن مصادر مالية إضافية، سواء من خلال فرض ضرائب جديدة، أو زيادة نسب الضرائب الحالية، أو الاقتراض من الخارج، أو الاعتماد على التمويل عن طريق التضخم.
- يمكن أصحاب المصالح سواء كانوا أفرادًا أو مؤسسات، استغلال تدخل الدولة في بعض المجالات لتعزيز نفوذهم وزيادة أرباحهم. لذا يجب منع استغلال النظام القانوني في الدولة لخدمة مصالح هؤلاء الأفراد أو المؤسسات على حساب المستهلكين.[2]
- سياسة الدعم الحكومي لها سلبيات أكثر من الإيجابيات فقد يؤدي التدخل الحكومي إلى اخلال في توازن العرض والطلب مما يؤدي سلبا على كفاءة السوق[3].
- تحديد الدولة للأسعار قد يقلل من التنافسية والابتكار في السوق حيث يصبح الهدف هو الالتزام بالسعر المحدد بدلا من تحسين جودة المنتج

الفرع الثالث: تدابير للحد من ارتفاع الأسعار

على عكس الحالة السابقة التي تتدخل فيها الدولة لتحديد الأسعار في الظروف العادية وبشكل دائم، فإن تدخل الدولة في هذه الحالة يعتمد على ظروف استثنائية تتطلب اتخاذ تدابير خاصة لمواجهتها، والتي تتمثل في الحد من ارتفاع الأسعار ومن بين هذه التدابير:

[1] قويدر معيزي، مرجع نفسه، ص 138.

[2] عبد المجيد قدي، **المدخل إلى السياسات الاقتصادية الكلية**، دراسة تحليلية تقييمية، ديوان المطبوعات الجامعية، ط 2، الجزائر، 2005، ص 50.

[3] البشير عمارة، **سياسة الدعم الحكومي في الجزائر**، مرجع سبق ذكره، ص 70.

- أن تستخدم الدولة أدوات السياسة النقدية لمعالجة التضخم، حيث تقوم برفع سعر الفائدة بهدف تقليل الائتمان الممنوح. ونتيجة ذلك ستنخفض مستويات الطلب الكلي وتتناقص معدلات التضخم مع افتراض بقاء بقية العوامل الأخرى ثابتة.
- اتفاق الدولة مع المتعاملين الاقتصاديين من خلال تحديد أسعار السلع والمنتجات وتقديم حوافز مثل الإعفاءات الضريبية أو الدعم المالي في مقابل تقليل الأسعار وزيادة الإنتاج المحلي [1].
- اتخاذ إجراءات قانونية عند مخالفة الالتزام بالسعر الذي تحدده الدولة وفرض جزاءات على المخالفات المرتكبة بفرض غرامات مالية على الشركات التي تتلاعب بالأسعار أو اغلاق المحلات التجارية أو سحب التراخيص وفي حالات أخرى قد يتم فرض عقوبة السجن، كل هذه الإجراءات تهدف الى حماية حقوق المستهلكين وضمان سير السوق بشكل عادل ومنظم[2]. الحد من ارتفاع الأسعار من خلال زيادة الكفاءة الإنتاجية للموارد المتاحة بما يضمن التوازن بين العرض والطلب، مع تعزيز سياسة تحقيق الاكتفاء الذاتي في السلع الأساسية وتقليل الاعتماد على الواردات [3].

[1] طالب عبد الكريم، **تدخل الدولة في تحديد الأسعار كاستثناء على مبدا حرية الأسعار**، مرجع سبق ذكره، ص 268.

[2] زكريا دمدوم، **الإصلاحات الراهنة في الاقتصاد الجزائري**، مذكرة تخرج لنيل الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2002، ص 12.

[3] مولود أرزيوقات، عبد الجليل بوداح، **ظاهرة غلاء الأسعار في الجزائر وعلاجها في منظور جهاز الحسبة الإسلامي**، مجلة المنهل، معهد العلوم الإسلامية، جامعة الوادي، الجزائر، المجلد 07، العدد 02، سنة 2021، ص 371.

خلاصة الفصل:

يمكننا أن نستنتج مما سبق أن التسعير يُعتبر أداة اقتصادية حيوية تُستخدم لتحديد أسعار السلع والخدمات، ويتأثر بعوامل السوق مثل العرض والطلب، بالإضافة إلى تدخل الدولة عند الحاجة. وفي الجزائر يعتمد النظام القانوني للتسعير على مبدأ حرية الأسعار كقاعدة عامة، مع إمكانية تدخل الحكومة لضبط الأسعار في حالات معينة مثل السلع الأساسية أو عند وجود تباينات في السوق. كما يُحكم هذا النظام بمبادئ الشفافية والمنافسة لمنع الاحتكار وضمان توازن الأسعار. وتلعب الدولة دورًا محوريًا من خلال آليات الرقابة، ووضع القوانين المنظمة، وتحديد الأسعار المرجعية لبعض المنتجات الحيوية، بهدف تحقيق العدالة الاقتصادية وحماية المستهلك.

الفصل الثاني:

دراسة تحليلية لإستراتيجيات التسعير وتطبيقاتها في الجزائر

يُعتبر التسعير عنصراً أساسياً لنجاح أي مؤسسة، حيث يُمثل الأداة المباشرة لتحقيق الأرباح وضمان الاستمرارية في الأسواق التنافسية. ويكتسب أهمية خاصة في أسواق مثل السوق الجزائري، الذي يتأثر بعوامل اقتصادية واجتماعية معقدة، كالقوة الشرائية للمستهلك، وتقلبات السوق، والسياسات الحكومية، ومستوى المنافسة. هذا الأمر دفع المؤسسات في الجزائر إلى اعتماد مجموعة من الاستراتيجيات لضمان التوازن بين تحقيق الأرباح وتلبية احتياجات السوق. وفي هذا الفصل سنقوم بتحليل استراتيجيات التسعير المطبقة في الجزائر، واستكشاف مدى فاعليتها في تحقيق الأهداف التجارية، مع التركيز على تطبيقاتها في مختلف القطاعات الاقتصادية. كما سنستعرض التحديات التي قد تواجهها هذه الاستراتيجيات، ونحلل تأثيرها على استقرار السوق ورفاهية المستهلك. وبناءً على ذلك سنقوم بتناول ثلاث مباحث في هذا الفصل.

- المبحث الأول: استراتيجيات التسعير.
- المبحث الثاني: تطبيق أنظمة التسعير في القطاعات الاقتصادية.
- المبحث الثالث: تحولات نظام التسعير وآليات ضبط السوق في ظل المتغيرات الاقتصادية الحديثة.

المبحث الأول: استراتيجيات التسعير

تحديد استراتيجيات التسعير تعتبر من أبرز مراحل عملية تحديد السعر كونها تتأثر بنوع السلعة أو الخدمة المقدمة، بالإضافة إلى السوق المستهدف والأهداف التي تسعى المؤسسة لتحقيقها، وتعرف هذه العملية بأنها مجموعة من الأساليب والخطط التي تعتمدها المؤسسات لتحقيق الأهداف والغايات الأساسية طويلة الأجل للمؤسسة، بالإضافة إلى اختيار خطط العمل وتخصيص الموارد اللازمة لتحقيق هذه الغايات[1]، فالمؤسسات في الجزائر تستخدم استراتيجيات تسعير متنوعة تتناسب مع طبيعة السوق المحلي والإطار القانوني والظروف الاقتصادية، وذلك لضمان تحقيق توازن بين جذب العملاء وتنظيم الأرباح. ولتسليط الضوء على هذه الاستراتيجيات، قمنا بتقسيم هذا المبحث إلى ثلاث مطالب.

- المطلب الأول: استراتيجية تحديد أسعار المنتجات الجديدة
- المطلب الثاني: استراتيجية تسعير خليط المنتج
- المطلب الثالث: استراتيجية تعديل الأسعار

المطلب الأول: استراتيجية تحديد أسعار المنتجات الجديدة

تُعدّ قرارات التسعير من أبرز العوامل التي تؤثر بشكل مباشر على نجاح المنتج في السوق. فالتسعير لا يقتصر فقط على تحديد قيمة مالية للمنتج، بل يُعتبر أداة استراتيجية تعكس مكانته وتؤثر على اختيارات المستهلكين. ومع ذلك قد تواجه الشركات صعوبة في تحديد أسعار منتجاتها عند إدخالها إلى السوق. في هذه الحالة يمكن اتباع إحدى الاستراتيجيات التي سنستعرضها في ثلاثة فروع:

- الفرع الأول: استراتيجية السعر الكاشطة
- الفرع الثاني: استراتيجية السعر الكاسح (اختراق السوق، التغلغل، التمكن)
- الفرع الثالث: استراتيجية التسعير لاسترداد السيولة

[1] هدى طرابلسي، **استراتيجية التسعير بالمؤسسة الاقتصادية في ظل التنافسية**، مرجع سبق ذكره، ص 94.

الفرع الأول: استراتيجية السعر الكاشط

يعرف باستراتيجية الاسترداد السريع، هي أحد أساليب تحديد المنتجات الجديدة التي تقوم على طرح المنتج بسعر مرتفع بهدف تحقيق أقصى قدر من الأرباح خلال المرحلة الأولى من دورة حياة المنتج خاصة عندما يكون المنتج فريدا أو يتميز بتنافسية قوية، وتعتمد هذه الاستراتيجية على استهداف شريحة المستهلكين المستعدين لدفع أسعار مرتفعة مقابل الحصول على المنتج الجديد قبل الآخرين، وتستخدم لفترة زمنية محدودة قبل دخول المتنافسين السوق مما يتطلب من الشركة مراقبة السوق بدقة والاستعداد لتعديل الأسعار لاحقا عند ظهور متنافسين [1]. ومن مميزاتها تحقيق أرباح إضافية لفترة محدودة وتغطية جزء من التكاليف بشكل أسرع [2]، أما سلبياتها تتمثل في احتمال تأخير دخول مستثمرين آخرين إلى السوق بسبب ارتفاع السعر وعدم إمكانية تطبيق الاستراتيجية على السلع القديمة فهي مخصصة فقط للسلع الجديدة [3].

الفرع الثاني: استراتيجية السعر الكاسح (اختراق السوق، التغلغل، التمكن)

تُعرف أيضًا باستراتيجية اختراق السوق، وتعتبر واحدة من الوسائل الفعّالة للحصول على حصة سوقية كبيرة في سوق المنتجات الجديدة. وتعتمد على تسعير منخفض يعزز الطلب على المنتج. هناك مجموعة من العوامل والظروف التي تدعم استخدام هذا النوع من الاستراتيجيات، وأهمها الحساسية العالية للأسعار حيث تستخدم بعض المؤسسات استراتيجية اختراق السوق من خلال تحديد سعر ابتدائي منخفض بهدف الدخول إلى السوق بسرعة وعمق، وهذا يهدف إلى جذب عدد كبير من المشترين في فترة زمنية قصيرة وكسب حصة سوقية كبيرة[4].

---

[1] رضوان المحمود العمر، **مبادئ التسويق**، دار وائل للنشر والتوزيع، ط 3، عمان، 2008، ص 276.

[2] خالد هادفي، **دور المحاسبة التحليلية في تحديد سياسة التسعير للمؤسسة الاقتصادية**، دراسة حالة مجموعة من المؤسسات الاقتصادية، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2013/2012، ص 166.

[3] إدريس ثابت وآخرون، **التسويق المعاصر**، مرجع سبق ذكره، ص 297.

[4] عز الدين فكري تهامي، **التكلفة المستهدفة كأداة لتسعير المنتجات الجديدة في ظل بيئة الاعمال الحديثة**، مجلة مركز صالح عبد الله كامل للاقتصاد الإسلامي، كلية التجارة، جامعة الأزهر، العدد14، سنة 2001، ص 191.

الفرع الثالث: استراتيجية التسعير لاسترداد السيولة

بعض المنشآت تشعر بعدم اليقين بشأن استدامة سوق منتجاتها على المدى الطويل، لأن الاستمرار في السوق ليس هدفًا رئيسيًا لها. وهذا يدفعها للتفكير في اعتماد استراتيجية تسعير تهدف إلى استعادة أكبر قدر ممكن من السيولة في أقصر فترة زمنية من خلال التركيز على المبيعات النقدية بأسعار جذابة تجمع بين استراتيجيات قشط السوق والاختراق. ويرتبط هذا النوع من الاستراتيجيات بحجم السوق المحتمل، سواء كان كبيرًا أو محدودًا، بالإضافة إلى حساسية العملاء المحتملين تجاه الأسعار ومرونة الطلب على المنتج[1]. وبالتالي هناك ظروف تحدد توجه المنشأة نحو اعتماد استراتيجية التسعير لاسترداد السيولة، وهذه الظروف تتعلق بالسوق والإنتاج والتكاليف.

المطلب الثاني: استراتيجية تسعير خليط المنتج

تُعتبر هذه الاستراتيجية واحدة من الأساليب التسعيرية التي تعتمد عليها الشركات لتحديد أسعار منتجاتها بهدف تحقيق أعلى مستويات الربحية وجذب السوق المستهدف. وترتكز على تنسيق الأسعار بين المنتجات المختلفة ضمن محفظة الشركة، حيث تعمل هذه المنتجات بشكل تكاملي، مما يسهم في تعزيز الطلب وزيادة الإيرادات. وتختلف طرق تطبيق هذه الاستراتيجية وفقًا لطبيعة المنتجات[2]، على سبيل المثال قد يتم تسعير المنتجات الأساسية بأسعار منخفضة لزيادة جاذبيتها مع تحقيق الأرباح من المنتجات التكميلية، أو من خلال تقديم حزم من المنتجات بأسعار مخفضة لتحفيز المبيعات. وسنحاول في هذا المطلب دراسة ثلاث حالات لتسعير خليط المنتج في ثلاثة فروع.

- الفرع الأول: تسعير المنتج الاختياري
- الفرع الثاني: تسعير المنتج المقيد
- الفرع الثالث: تسعير المنتج الثانوي

---

[1] علي عبد رضا الجياشي، **التسعير مدخل تسويقي**، مرجع سبق ذكره، ص303.

[2] خالد هادفي، **دور المحاسبة التحليلية في تحديد سياسة التسعير للمؤسسة الاقتصادية**، مرجع سابق، ص 148.

الفرع الأول: تسعير المنتج الاختياري

تعتمد العديد من الشركات على استراتيجية تسعير المنتجات الاختيارية، حيث يتم عرض المنتج الرئيسي بسعر أساسي مع توفير خيارات إضافية يمكن شراؤها. على سبيل المثال يمكن لمشتري السيارة اختيار إضافة نوافذ كهربائية أو مكيف هواء، مما يؤدي إلى زيادة السعر مع كل خيار إضافي. وتواجه الشركات تحديات في تحديد هذه الخيارات وتسعيرها، حيث تستخدم بعض العلامات التجارية استراتيجية تقديم المنتج الأساسي بسعر منخفض لجذب العملاء، ثم تعرض خيارات إضافية بأسعار أعلى. وقد أدى ذلك إلى تراجع بعض العملاء عن شراء المنتج الأساسي، مما دفع الشركات إلى إعادة تضمين بعض الخيارات ضمن الأسعار القياسية لتقليل الفجوة بين الأشكال المختلفة.[1]

الفرع الثاني: تسعير المنتج المقيد

تتبع العديد من المؤسسات استراتيجية تسعير المنتجات المقيدة عند إطلاق منتجها الرئيسي. حيث تركز هذه الاستراتيجية على تقديم أسعار منخفضة للسلع الأساسية لتسهيل وصولها إلى المستهلك مع تحديد أسعار أعلى للملحقات المرتبطة باستخدام هذه السلع. على سبيل المثال تقدم شركة "جيليت" آلات حلاقة بأسعار منخفضة، بينما تحقق أرباحها الرئيسية من شفرات الحلاقة القابلة للاستبدال[2]. كما أن بعض الشركات التي تنتج ماكينات القهوة تبيع الأجهزة بأسعار معقولة، لكنها تفرض أسعارًا مرتفعة على الكبسولات. وفي مجال ألعاب الفيديو، تُباع أجهزة مثل Xbox وPlayStation بأسعار تنافسية، بينما تكون أسعار الألعاب مرتفعة. ومن مميزات هذه الاستراتيجية أنها تجذب العملاء بسهولة، لكنها قد لا تناسب جميع المنتجات، خاصة تلك التي لا تتطلب ملحقات مثل الأجهزة المنزلية...

[1] فيليب كوتلر، جاري ارمسترونغ، **أساسيات التسويق**، تعريب محمد علي إبراهيم سرور، الكتاب الأول، دار المريخ للنشر، الطبعة الأولى، مصر، 2007، ص 631.

[2] رضوان المحمود العمر، **مبادئ التسويق**، دار وائل للنشر والتوزيع، ط2، عمان، 2005، ص278.

الفرع الثالث: تسعير المنتج الثانوي

هي استراتيجية تسعيرية تعتمد على إعطاء قيمة للمنتجات الفرعية أو المشتقة الناتجة عن تصنيع المنتج الرئيسي أو إعادة تدويره مما يحقق ميزة تنافسية للمنتج الأساسي في السوق، فبدلا من التخلص من المنتجات الثانوية الناتجة عن عملية التصنيع الأساسية للشركة يصبح بمقدورها تحقيق ميزة إضافية عبر بيع هذه المنتجات الثانوية أو تعويض جزء من تكلفة المنتج الرئيسي، ومن الأمثلة الشائعة على استخدام المنتجات الفرعية استخدام بقايا اللحوم كغذاء للحيوانات أو استخدام الجلود لصنع الحقائب والأحذية...، وهذه الاستراتيجية تكون مناسبة عندما يكون هناك سوق مستقر للمنتج الثانوي، وهي فعالة لتحسين الأرباح وتقليل الهدر فبدلا من التخلص من المنتجات الغير مقصودة عند تصنيع المنتج الرئيسي أو اعتبارها نفايات يتم بيعها لتحقيق إيرادات إضافية وتقليل تكلفة المنتج الأساسي [1].

المطلب الثالث: استراتيجية تعديل الأسعار

تُعتبر هذه الاستراتيجية وسيلة تعتمدها الشركات لتكييف أسعار منتجاتها أو خدماتها استنادًا إلى مجموعة من العوامل مثل تغيرات الطلب، المنافسة، التكاليف، والظروف الاقتصادية. وتهدف إلى تحقيق أعلى مستوى من الربحية وزيادة الحصة السوقية من خلال تقديم أسعار تنافسية تلبي احتياجات الفئات المستهدفة. ويعتمد نجاحها على تحقيق توازن دقيق بين زيادة الأرباح وجذب العملاء، مع الحفاظ على صورة العلامة التجارية بشكل إيجابي ومستدام. ولتوضيح استراتيجية تعديل الأسعار بشكل أفضل، سنتناول في هذا المطلب إلى ثلاثة فروع.

- الفرع الأول: في حال خصم الأسعار
- الفرع الثاني: في حال رفع الأسعار
- الفرع الثالث: في حال خفض الأسعار

[1] حميد الطائي، بشير العلاق، **تطوير المنتجات وتسعيرها**، دار اليازوري العلمية للطباعة والنشر، د ط، عمان، الأردن، 2008، ص 191.

الفرع الأول: في حال خصم الأسعار

عند تقديم الخصومات تحتاج الشركات إلى تعديل الأسعار بذكاء للحفاظ على الأرباح وجذب العملاء دون التأثير سلبا على قيمة المنتج أو العلامة التجارية [1]ويتم ذلك من خلال استراتيجيات محددة وهي كالتالي:

أولا: الخصم التجاري

يعرف أيضًا بالخصم الوظيفي، وهو خصم يمنحه التاجر للوسطاء مقابل أدائهم لبعض المهام التسويقية مثل النقل والتخزين، أو لتحفيزهم على القيام بمثل هذه المهام. ويتعلق حجم هذا الخصم بمكانة الوسيط في هيكل التوزيع، سواء كان تاجر تجزئة أو تاجر جملة. كما يرتبط أيضًا بنوع المهام التي يقوم بها كل وسيط، بالإضافة إلى العلاقة بين هذا الخصم والكمية التي يشتريها الوسيط. وتستند هذه السياسة إلى تقديم خصم تجاري لكل من تاجر الجملة وتاجر التجزئة[2].

ثانيا: الخصم الكمي

هو خصم يُمنح للمشتري نتيجة شراء كميات كبيرة، وعادة ما تكون نسبة الخصم متزايدة مع زيادة حجم الكمية المشتراة. ويُعتبر حافزًا قويًا للمشترين لزيادة حجم مشترياتهم. وهو نوعان، الخصم الكمي المتجمع والخصم الكمي غي المتجمع، الأول يتم تقديم الخصم عندما تزداد كمية الشراء خلال فترة زمنية محددة، وعادةً ما يُستخدم هذا النوع من الخصم في حالة السلع الاستهلاكية سريعة التلف مثل الألبان، والخضروات، واللحوم. أما الخصم الكمي الغير متجمع يعني تقديم خصم محدد على كل عملية شراء بشكل منفصل وذلك وفقًا للكمية المشتراة في كل مرة. فقد يقوم المنتج أو تاجر الجملة بمنح خصم للعميل بناءً على الكمية التي يتم شراؤها، حيث يتم تحديد الخصم وفقًا لكل كمية. والهدف من هذا النوع من الخصم هو تحفيز المستهلكين على شراء كميات أكبر مما يسهم في تقليل التكاليف المرتبطة بإصدار الفواتير وتكاليف النقل وغيرها[3].

---

[1] هدى طرابلسي، **استراتيجية التسعير بالمؤسسة الاقتصادية في ظل التنافسية**، مرجع سبق ذكره، ص 104.

[2] عبير فايد، **الخصومات والمسموحات**، محاضرة في محاسبة، قسم التسويق، كلية إدارة الاعمال، جامعة تبوك، المملكة العربية السعودية، 2017/2016، ص 10.

[3] محمد أمين السيد علي، **أسس التسويق**، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2012، ص 234.

ثالثا: الخصم النقدي

هو تخفيض في السعر يُمنح للمشتري إذا قام بإجراء عملية السداد خلال فترة محددة، ويأتي ذلك بعد الخصم التجاري وخصم الكمية. والهدف الأساسي من هذا التخفيض هو تشجيع المشتري على الدفع المبكر للمبالغ المستحقة عليه[1].

الفرع الثاني: في حال رفع الأسعار

في الآونة الأخيرة لجأت العديد من المؤسسات إلى زيادة أسعار منتجاتها على الرغم من إدراكها أن هذه الخطوة قد تؤدي إلى استياء المستهلكين وحتى وسطاء البيع الذين يتعاملون معها لكي تحقق نجاحا دون التأثير السلبي الكبير على قاعدتها الاستهلاكية، ويتعين عليها اعتماد استراتيجية الزيادة التدريجية، مثلا إذا كان هامش ربح إحدى المؤسسات هو 3% من إجمالي المبيعات، فإن رفع السعر بنسبة 1% فقط يمكن أن يساهم في زيادة الأرباح بنسبة تصل إلى 33% بشرط ألا يتأثر حجم المبيعات جراء هذا التغيير [2]. ومن الأسباب التي تساهم في زيادة الأسعار:

- **ارتفاع التكاليف:** إذا تبين للمسؤولين أن معدل أرباح المؤسسة قد انخفض نتيجة ارتفاع التكاليف، فمن المؤكد أنهم سيقومون باتخاذ قرار برفع أسعار منتجاتهم لتجنب الخسارة.
- **زيادة حجم الطلب:** أي عندما تواجه المؤسسة صعوبة في تلبية احتياجات عملائها، تلجأ إلى رفع أسعار منتجاتها.
- **زيادة قيمة المنتج لدى المستهلك:** وذلك أنه إذا رغبت المؤسسة في تقديم صورة أكثر فخامة لمنتجها، يمكنها ببساطة رفع سعرها وذلك انطلاقا من فكرة أن السعر يعكس جودة المنتج.[3]

---

[1] نظام موسى سويدان، شفيق إبراهيم حداد، **التسويق مفاهيم معاصرة**، دار حامد للنشر والتوزيع، ط2، عمان، 2006، ص 284.

[2] فيليب كوتلر وآخرون، **التسويق السلع والاسعار**، ترجمة مازن نفاع، دار علاء الدين للنشر والتوزيع والترجمة، ط4، دمشق، سوريا، 2017، ص 653.

[3] هدى طرابلسي، **استراتيجية التسعير بالمؤسسة الاقتصادية في ظل التنافسية**، مرجع سبق ذكره، ص 115.

الفرع الثالث: في حال خفض الأسعار

هي استراتيجية تعتمدها الشركات لطرد المنافسين من السوق من خلال تحديد أسعار منخفضة أو بيع المنتجات بأسعار تقل عن تكلفة الإنتاج الإضافية، حيث تقوم بتقليل تكاليفها لتصبح أقل من تكاليف المنافسين أو قد تبدأ في خفض أسعارها على أمل أن يسهم ذلك في زيادة حصتها في السوق. ومن أسبابها انخفاض الحصة السوقية نتيجة المنافسة السعرية كالشركات الأمريكية التي شهدت خسائر ملحوظة في حصتها السوقية لصالح الشركات اليابانية التي استطاعت تقديم منتجاتها بجودة عالية وبأسعار تنافسية، هذا دفعها إلى اتخاذ إجراءات سعرية عدوانية محاولة للحفاظ على مكانتها في السوق. في هذه الحالة تكون المؤسسة بحاجة إلى توسيع نطاق أعمالها[1].

[1] علي عبد رضا الجياشي، **التسعير مدخل تسويقي**، مرجع سبق ذكره، ص 323.

المبحث الثاني: تطبيق أنظمة التسعير في القطاعات الاقتصادية

تعتبر أنظمة التسعير عنصرًا أساسيًا في توجيه الاقتصاد، حيث تؤثر بشكل مباشر على قرارات الإنتاج والاستهلاك والاستثمار في مختلف القطاعات. ففي قطاع الطاقة غالبًا ما تُحدد الأسعار من قبل الحكومة مع إمكانية تقديم الدعم أو تنفيذ سياسات تسعيرية معينة. بينما في قطاع الصناعة يعتمد التسعير بشكل رئيسي على تكاليف الإنتاج ومستوى المنافسة وجودة المنتج. أما في قطاع التجارة فإن التسعير يلعب دورًا مهمًا من خلال تنوع الاستراتيجيات المعتمدة. لذلك، فإن دراسة التسعير في مختلف القطاعات تعزز من فهم ديناميكيات السوق، وتساعد في وضع سياسات فعالة توازن بين تحقيق الأرباح وتعزيز التنافسية مع ضمان تقديم أسعار عادلة للمستهلكين. ولتوسيع النقاش حول تطبيق أنظمة التسعير في كل قطاع قمنا بتقسيم المبحث إلى ثلاث مطالب.

- المطلب الأول: قطاع الطاقة
- المطلب الثاني: قطاع الصناعة
- المطلب الثالث: قطاع التجارة

المطلب الأول: قطاع الطاقة

يُعتبر قطاع الطاقة من العناصر الأساسية التي تؤثر بشكل مباشر على الاقتصاد العالمي، حيث يتأثر بعدة عوامل تشمل تكاليف الإنتاج، والتغيرات في العرض والطلب، والسياسات الحكومية. حيث تختلف آليات تسعير مصادر الطاقة حسب نوعها، فأسعار النفط والغاز تُحدد غالبًا بناءً على تحركات الأسواق العالمية والتغيرات الجيوسياسية، بينما تخضع أسعار الكهرباء للتنظيم الحكومي بهدف تحقيق استقرار السوق وحماية المستهلكين. بشكل عام يبقى التحدي الأكبر أمام الحكومات والشركات هو إيجاد توازن دقيق بين تحقيق أسعار عادلة وتعزيز الاستثمار

المستدام في قطاع الطاقة. ولتسليط الضوء أكثر على هذا المجال سنستعرض في هذا المطلب ثلاثة فروع:

- الفرع الأول: أنواع أنظمة التسعير في قطاع الطاقة
- الفرع الثاني: مصادر التمويل الوطنية للتحكم في الطاقة
- الفرع الثالث: التحديات التي تواجه التسعير في قطاع الطاقة

الفرع الأول: أنواع أنظمة التسعير في قطاع الطاقة

تتباين أنظمة التسعير بناءً على مصدر الطاقة وظروف السوق، حيث يسهم كل من الغاز الطبيعي والكهرباء والنفط في تلبية احتياجات الأفراد والصناعات. ومع ذلك تختلف آليات تحديد أسعار هذه المصادر وفقًا للعوامل الاقتصادية والسياسية والتكنولوجية. في هذا الفرع سنستعرض كيفية تسعير الغاز والكهرباء والنفط.

أولا: تسعير الغاز

يأتي في المرتبة الثالثة من حيث الأهمية في استهلاك الطاقة عالميًا، بعد الفحم والنفط، حيث يشكل حوالي 24% من إجمالي استهلاك الطاقة الأولية على مستوى العالم. وعلى غرار النفط، لا توجد حتى الآن نظرية شاملة تفسر بشكل كامل كيفية تكوّن الغاز عبر العصور[1]. وتُعتبر الجزائر واحدة من أكبر منتجي ومصدري الغاز الطبيعي في العالم، حيث تمتلك احتياطات ضخمة وتقوم بتصدير الغاز إلى العديد من الدول، خاصة أوروبا. ومع ذلك يختلف تسعير الغاز بناءً على نوع الضغط، سواء كان منخفضًا أو عاليًا أو متوسطًا.

- **تسعير الغاز ذو الضغط المنخفض:** يخص الزبائن الذين يستخدمون الغاز تحت ضغط منخفض، وينقسم تسعيره إلى التسعيرة M 23 وهي مخصصة للعملاء من النوع السكني.

[1] سميرة كسيرة، عادل مستوي، **الاتجاهات الحالية لإنتاج واستهلاك الطاقة الناضبة ومشروع الطاقة المتجددة فالجزائر**، رؤية تحليلية وآنية ومستقبلية، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، جامعة الجزائر 3، العدد 15، سنة 2015، ص 05.

وهنا تسعيرة NM 23 مخصصة للعملاء الذين يستخدمون غازًا ذو ضغط منخفض ومعدل تدفق أقل من 65 متر مكعب في الساعة.

- **تسعير الغاز ذو الضغط المتوسط:** يخص الزبائن الذين يستخدمون غاز ذو ضغط متوسط ومعدل تدفق بين 65 و2500 متر مكعب في الساعة
- **تسعير الغاز ذو الضغط العالي:** يخص الزبائن الذين يستخدمون غاز ذو ضغط عالي ومعدل تدفق أكبر من 2500 متر مكعب في الساعة [1].

وعند مراجعة المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 10_21 الذي يحدد كيفية وإجراءات ضبط سعر بيع الغاز دون رسوم في السوق الوطنية، نجد أنها تنص على آلية لحساب سعر الغاز خلال فترة انتقالية تمتد لأربع سنوات. حيث تعتمد على معدلات تأخذ سعر البيع في السنة الأولى ونسبة تغيره السنوي[2]، وتهدف هذه المادة إلى تحقيق استقرار الأسعار المحلية من خلال ضبطها بشكل تدريجي، مع مراعاة تقلبات الأسواق العالمية، مما يساعد في تجنب التأثيرات الاقتصادية المفاجئة وضمان توازن سوق الطاقة الوطنية.

وفقًا لوكالة الأنباء الجزائرية، أكد وزير الطاقة عبد المجيد عطار أن "**السعر المحلي للغاز أقل بعشر مرات من السعر الدولي، وذلك بفضل الدعم المالي الذي تقدمه الدولة**"، ودعا إلى اعتماد آليات جديدة لتوجيه هذا الدعم نحو الفئات الضعيفة [3]. وبالتالي يمكن القول إن الجزائر تتبنى نظام التسعير المزدوج في قطاع الطاقة (الغاز)، حيث يتم بيع الغاز بأسعار مدعومة محليًا تقل بشكل كبير عن الأسعار الدولية، وهو ما أشار إليه وزير الطاقة في عام 2021.

---

[1] شرف الدين عبادية، أيوب مازوني، **نظام التسعير وتأثيره على المردودية المالية للمؤسسة: دراسة حالة مؤسسة سونلغاز قالمة**، دراسة حالة مؤسسة سونلغاز قالمة، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2022/2021، ص ص 71-73.

[2] أنظر المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 10_21 المؤرخ في 12 جانفي 2010 يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 07_391 الذي يحدد كيفيات وإجراءات ضبط سعر بيع الغاز دون رسوم في السوق الوطنية، ج ر، العدد 04، الصادرة في 17 جانفي 2010، ص 10.

[3] وكالة الأنباء الجزائرية، طاقة، سعر الغاز أقل بعشر مرات من السعر المتداول محليا، منشورة على الموقع الالكتروني https://www.aps.dz/ar/economie/101501-2021-02-11-15-35-33، 01/03/2025، 10:30.

ثانيا: تسعير الكهرباء

تتمتع الجزائر بقاعدة عمالية مؤهلة وتكنولوجيا متقدمة، ما جعل تسعيرة الكهرباء من القضايا ذات الأهمية الكبيرة نظرًا لتأثيرها على جميع القطاعات. ووفقًا للتجارب الدولية تُعتبر الكهرباء سلعة يمكن للدولة توفيرها لضمان وصولها إلى جميع المواطنين بأسعار معقولة، كما يمكن أن يقدمها القطاع الخاص وفقًا لضوابط معينة. في هذا الإطار تسعى الجزائر إلى الانتقال من مفهوم التسعير العمومي إلى تحرير أسعار سوق الكهرباء تماشيًا مع متطلبات المنافسة التي فرضها صندوق النقد الدولي، وتعمل على وضع استراتيجية للتحول إلى هذا النظام بشكل تدريجي. [1]

تحدد تسعيرات الكهرباء وفقًا للقرار CREG رقم D/22-15CD الصادر في 29 ديسمبر 2015 عن لجنة ضبط الكهرباء والغاز والذي يتعلق بتحديد تسعيرات الكهرباء والغاز[2]. يستند هذا القرار إلى المرسوم التنفيذي رقم 07_310 الذي يحدد مستوى الاستهلاك السنوي من الكهرباء والغاز للزبون المؤهل وشروط عودته إلى نظام التعريفات. وتجدر الإشارة إلى أن تسعير الكهرباء يختلف بين التوتر المنخفض والتوتر العالي:

- **تسعير الكهرباء ذو التوتر المنخفض:** يخص الزبائن الذين يستخدمون كهرباء ذات توتر منخفض، سواء كان 220 فولت أحادي الطور أو 380 فولت ثلاثي الطور، ويقسم إلى مجموعات مختلفة منها تسعيرة M54 وهي مخصصة للعملاء من النوع السكني (الأسر). وتسعيرة NM54 تنصح للعملاء الذين يستخدمونها لأغراض غير منزلية، مثل الشركات الصغيرة كالمطاعم، إضافة إلى تسعيرة NM53 التي تُقدم تسهيلات للعملاء الذين يستهلكون كميات كبيرة من الكهرباء خلال ساعات الليل، مثل الإضاءة العامة والمخابز وغيرها.
- **تسعير الكهرباء ذو التوتر العالي صنف A:** تتعلق هذه الفئة بالعملاء الذين يستهلكون كهرباء بجهد أقل من أو يساوي 30 كيلو فولت.

[1] أمال بن عطاء، سمير جلطي، **واقع تسعيره الكهرباء في الجزائر**، دراسة مقارنة مع مصر وفرنسا، مجلة التنظيم والعمل، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة مصطفى اسطمبولي معسكر، الجزائر، المجلد 11، العدد 01، سنة 2022، ص 08.

[2] CREG : هي هيئة ضبط الغاز والكهرباء في الجزائر المسؤولة عن تنظيم قطاعي الكهرباء والغاز وضمان شفافية الأسواق (Commission de Régulation de l'électricité et du Gaz)

- **تسعيرة الكهرباء ذو التوتر العالي صنف B:** يتعلق بمستهلكي ضغط 60KVو 220KV أو 400KV، الذين يمتلكون قدرة تزيد عن 15000 KW مثل أصحاب الصناعات الكبرى [1]

يمكن الإشارة إلى أن تسعير الكهرباء في الجزائر يعتمد على سياسة التمييز السعري، حيث يتم تحديد أسعار مختلفة لنفس المنتج. ويعتمد ذلك على مستوى التوتر الكهربائي، وفئة المستهلك، بالإضافة إلى فترات الاستهلاك.

ثالثا: تسعير النفط

يُعتبر النفط المحرك الأساسي للاقتصاد العالمي، ويُصنف كواحد من أكثر السلع الاستراتيجية تداولًا على الصعيد العالمي، بتميزه بتقلب أسعاره المستمر بين الارتفاع والانخفاض، نتيجة ارتباط سعر برميل النفط بقوى العرض والطلب وآلية السوق الحر[2]. ويُعتبر تسعيره من المواضيع المثيرة للجدل والغموض بسبب تتداخل العديد من العوامل السياسية والاقتصادية، بالإضافة إلى عوامل المضاربة في تحديده، وسنستعرض هذه العوامل في النقاط التالية:

- **العوامل الاقتصادية** تتجلى في قوة العرض والطلب، حيث يؤدي ارتفاع معدلات النمو الاقتصادي وتوسع الأنشطة الاقتصادية الإنتاجية إلى زيادة الطلب مما يترتب عليه ارتفاع أسعار النفط والعكس صحيح [3].
- **عوامل سياسية:** تُعد التوترات والاضطرابات السياسية والنزاعات في مناطق إنتاج النفط وتكريره من العوامل الأساسية التي تؤثر على ارتفاع أسعاره. فهذه الظروف تهدد تدفق الإمدادات النفطية إلى الأسواق، مما يؤدي إلى زيادة الأسعار[4]. ومع ذلك يظل الوضع السياسي مرتبطًا بظروف معينة تتغير باستمرار.

---

[1] شرف الدين عبادية، أيوب مازوني، **نظام التسعير وتأثيره على المردودية المالية للمؤسسة**، مرجع سبق ذكره، ص ص 68-71.

[2] شعبان قصابي، رابح بلعباس، **أثر تقلبات أسعار النفط على الانفاق الحكومي في الجزائر**، دراسة قياسية باستخدام نموذج الانحدار الذاتي ذي الفجوات الزمنية الموزعة خلال 2000-2018، مجلة الاستراتيجية والتنمية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، المجلد 10، العدد 01، جانفي 2020، ص 326.

[3] محمد أحمد الدوري، **محضرات في الاقتصاد البترولي**، ديوان مطبوعات الجامعية، جامعة عنابة، الجزائر،1983، ص 47.

[4] صالح تومي، **دراسة قياسية وتنبؤية لأسعار النفط العالمية**، مجلة الباحث، العدد 16، سنة 2016، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الدكتور يحي فارس، المدية، ص 62.

- **عامل المضاربة:** تُعتبر ظاهرة المضاربة في الأسواق المالية من الظواهر التي بدأت تبرز بشكل ملحوظ في السنوات الأخيرة. حيث يُعتقد أن هذه الظاهرة تؤثر على جميع أسواق البورصات العالمية فلا يأخذ المتداولون في اعتبارهم السعر الحقيقي للنفط، بل يركزون على تقلبات الأسعار من ارتفاع وانخفاض، مما يتيح لهم الاستمرار في عمليات البيع والشراء. [1]

تعتمد الجزائر على نظام تسعير يرتبط بالأسواق المرجعية، حيث يتم تحديد سعر نفطها المعروف باسم "**مزيج الصحراء**" بناءً على خام برنت العالمي، كما يتم إضافة علاوة سعرية نظراً لكون الخام خفيفاً، مما يزيد من جاذبيته في الأسواق. ويُعتبر مزيج خام الصحراء الجزائري الأغلى بين الخامات النفطية العربية، حيث بلغ متوسط سعره 81.73 دولاراً للبرميل في عام 2024. [2]

الفرع الثاني: مصادر التمويل الوطنية للتحكم في الطاقة

في الجزائر هناك عدة مصادر تمويل وطنية للتحكم في الطاقة وتشمل عدة جهات وآليات تهدف لدعم مشاريع كفاءة الطاقة، ومن بينها:

أولا: الصندوق الوطني للتحكم في الطاقة والطاقات المتجددة والمشتركة "FNMEER"

تم إنشاءه بموجب المرسوم التنفيذي رقم 15_319 عنوانه " الصندوق الوطني للتحكم في الطاقة والطاقات المتجددة والمشتركة"[3]، ويعتبر هذا الصندوق نتيجة دمج كل من الصندوق

[1] إبراهيم بلقلة، أمين قسول، حسان بخيت، **نشاط المضاربة في الأسواق الآجلة للنفط ودوره في تقلبات أسعار النفط**، مجلة الاكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الاقتصادية والقانونية، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، المجلد 12، العدد 02، سنة 2020، ص 164.

[2] النفط الجزائري الأغلى عربيا في 2024، منشورة على موقع الالكتروني https://www.elkhabar.com/press/article, 01/03/2025, 12 :33

[3] أنظر مرسوم تنفيذي رقم 15_319 المؤرخ في 13 ديسمبر 2015 الذي يحدد كيفيات تسيير حساب التخصيص الخاص رقم 131_302 الذي عنوانه " الصندوق الوطني للتحكم في الطاقة والطاقات المتجددة والمشتركة"، ج ر، العدد 68، الصادرة في 27 ديسمبر 2015، ص 10.

الوطني للتحكم في الطاقة والصندوق الوطني للطاقات المتجددة والمشتركة [1]، فالصندوق الوطني للتحكم في الطاقة FNME يتم تمويله من الضرائب التي يتم جمعها من قبل شركة الوطنية للكهرباء والغاز (سونلغاز) وشركة البترول الجزائرية (سوناطراك)، وأيضا عن طريق الإعلانات الحكومية وحصيلة الرسوم المطبقة على الأجهزة المستهلكة للطاقة ...أما الصندوق الوطني للطاقات المتجددة والمشتركة FNER فهو يساهم في تمويل الأعمال والمشاريع المسجلة ضمن إطار تنمية الطاقات المتجددة والمشتركة له، كإنتاج الكهرباء من مصادر متجددة واقتناء سيارات كهربائية، حسبما تضمنه القرار الوزاري المشترك المنشور في العدد 21 من الجريدة الرسمية[2].

ثانيا: صندوق البيئة وإزالة التلوثFEDEP

حدد كيفية تنظيمه بموجب المرسوم التنفيذي رقم 98_147[3]، وهو يعتبر حساب خاص للخزينة وآلية تقنية لتمويل مشاريع مكافحة التلوث وحماية البيئة، ويتم تمويله من خلال المخالفات البيئية والضرائب المفروضة على الأنشطة الملوثة والقروض والمساهمات المختلفة، ويستخدم هذا الصندوق لدعم المنشآت القائمة نحو التكنولوجية النظيفة تماشيا مع مبدأ الاحتياط والوقاية وتمويل الدراسات والأبحاث وتعزيز التوعية البيئية، إضافة إلى تمويل التدخلات الطارئة لمعالجة الكوارث البيئية، كما يساهم في دعم المشاريع المشتركة بين القطاع العام والخاص بما يعزز التنمية المستدامة ويخفف الأعباء المالية المرتبطة بالتحولات البيئية والاقتصادية. [4]

[1] شهرزاد الوافي، **آليات التمويل الوطني للفعالية الطاقوية والطاقات المتجددة في الجزائر**، مجلة جديد الاقتصاد، جامعة قسنطينة 2، المجلد14، العدد01، سنة 2019، ص83.

[2] قرار وزاري مشترك المؤرخ في 23 فيفري 2022 الذي يحدد قائمة الارادات والنفقات المسجلة في حساب التخصيص الخاص رقم 131-302 الذي عنوانه "الصندوق الوطني للتحكم في الطاقة والطاقات المتجددة"، ج ر، العدد 21، الصادرة في 27 مارس 2022، ص 22.

[3] مرسوم تنفيذي رقم 98_147 المؤرخ في 13 ماي 1998 المحدد لكيفيات تسيير حساب التخصيص الخاص رقم 065-302 الذي عنوانه "الصندوق الوطني للبيئة"، ج ر، العدد 31، الصادرة في 17 ماي 1998.

[4] ميلود قايش، **النظام القانوني للتعريض عن الاضرار البيئية –صناديق التعويض نموذجا–**، مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، العدد 19، جانفي 2018، ص 139.

ثالثا: الصندوق الوطني لدعم الكهربة والتوزيع العمومي للغاز FNSIEDPG

هو آلية تمويل تهدف إلى توسيع شبكة الكهرباء والغاز خاصة في المناطق الريفية، فهو يساهم في تمويل مشاريع الكهربة الريفية لضمان وصول الكهرباء إلى السكان، كما يدعم توسيع شبكة توزيع الغاز الطبيعي لتحسين الظروف المعيشية وتقليل الاعتماد على مصادر الطاقة التقليدية، إضافة إلى ذلك فهو يساهم في تخفيض تكاليف الربط بالكهرباء والغاز مما يجعل هذه الخدمات أكثر توفرا وبأسعار معقولة، ودعم أيضا مشاريع الطاقة المستدامة لتعزيز التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وقد نصت عليه المادة 105 من القانون رقم 14_10 يتضمن قانون المالية لسنة 2015 يحرر كما يأتي: **يفتح في كتابات الخزينة حساب تخصيص خاص رقمه 137-302 وعنوانه "الصندوق الوطني لدعم الاستثمار للكهربة والتوزيع العمومي للغاز"...**[1]

لقد تناولنا أهم صناديق تمويل الوطنية للتحكم في الطاقة وهناك صناديق أخرى وهي:

- صندوق FAI خاص لدعم الاستثمارات
- صندوق الاستثمار الولائي FIW
- الصندوق المشترك للجماعات المحلية FCCL
- الصندوق الخاص لتطوير مناطق الجنوب FSDRS
- الصندوق الخاص للتنمية الاقتصادية للهضاب العليا FSDEHP[2]

الفرع الثالث: التحديات التي تواجه التسعير في قطاع الطاقة

يواجه قطاع الطاقة في الجزائر عدة تحديات تؤثر على استدامته ونموه سواء في مجال النفط أو الغاز أو الطاقات المتجددة، والتي تتطلب خطط وحلول جذرية لمواجهتها من أجل ضمان أمن الطاقة في البلاد، ومن أهم هذه التحديات:

[1] أنظر المادة 105 من القانون 14_10 المؤرخ في 30 ديسمبر 2014، يتضمن قانون المالية لسنة 2015، ج ر، العدد 78، الصادرة في 31 ديسمبر 2014، ص 37.

[2] شهرزاد الوافي، **آليات التمويل الوطني للفعالية الطاقوية والطاقات المتجددة في الجزائر**، مرجع سابق، ص ص 89-92.

أولا: عوائق أمنية

تُعتبر من أبرز العوامل التي تؤثر على عملية الاستثمار الأجنبي المباشر، حيث تُعد هذه العوامل من النقاط الأساسية التي تشغل بال المستثمرين وتحتل أولوياتهم. فالشركات متعددة الجنسيات لا تُوجه استثماراتها إلى أي بلد إلا إذا توفرت فيه مجموعة من الشروط الضرورية، ومن أهمها استقرار الأوضاع الأمنية والسياسية.. حيت تعتبر الأزمات التي مرت بها الجزائر منذ عام 1988 كأزمة "تيقنتورين" في 2013 وصولًا إلى أحداث "عين صالح" في 2016 بمثابة عائق تؤثر على الاستثمار الأجنبي وقد كان لهذه الأزمات تأثيرات كبيرة على صورة الجزائر على الصعيدين الإقليمي والدولي[1]. هذا ما جعل المستثمر الأجنبي لا يُقدم على المخاطرة بأمواله في دولة معينة دون أن يكون لديه تقييم شامل للوضع الأمني فيها

ثانيا: التحديات الاقتصادية

تتمثل في التقلبات المستمرة لأسعار الطاقة في السوق العالمية وعدم استقرارها، بالإضافة إلى صعوبة التحكم في الإنتاج العالمي الذي يسهم في هذه التقلبات. وهي تؤدي بالضرورة إلى تذبذب في ميزان المدفوعات للدول واختلال في سياساتها المالية والاقتصادية، مما يخلق فجوة مالية كبيرة نتيجة انخفاض نسبة الإيرادات من الصادرات وزيادة المدفوعات. ويُعتبر أكبر تحدٍ تواجهه الجزائر هو العمل الجاد على المستوى الدولي خاصة في إطار منظمة "أوبك"، لتحقيق توازن بين العرض والطلب من خلال التحكم في سياسات الإنتاج في الدول المنتجة، مما يسهم في استقرار الأسعار العالمية للمحروقات [2].

ثالثا: تحديات اجتماعية

تعتبر الجزائر واحدة من الدول التي تدعم أسعار الموارد الطاقوية بشكل كبير، انطلاقًا من أن هذه الموارد تنبع من باطن الأرض هي ملك لجميع المواطنين. وأنها وسيلة من وسائل تعزيز

[1] نبيل بن حمزة، **الأمن الطاقوي الجزائري بين التحديات والبدائل**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه تخصص دراسات استراتيجية، كلية العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة الجزائر 3، 2022/2021، ص 178.

[2] عواطف مومن، **الأمن الطاقوي في الجزائر: الرهانات والتحديات**، المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، جامعة عباس لغرور، خنشلة، المجلد 10، العدد 03، جويلية 2021، ص 130.

الحماية الاجتماعية وتخفيف الأعباء على المواطنين. إلا أن هذا الدعم لديه العديد من الآثار السلبية غير المتوقعة لأن التكاليف الاقتصادية للدعم غالبًا ما تتجاوز الفوائد المتوقعة منه، حيث أن الاستهلاك المفرط المستمر للموارد الطاقوية يؤدي إلى هدر منهجي لهذه الموارد في الدولة بالإضافة إلى سوء تخصيصها وهذا يساهم في اختلاف أسعار البترول المحلية ويعزز من ظاهرة التهريب ويؤثر سلبًا على الاقتصاد الوطني للدولة [1].

رابعا: تحديات خارجية

تتمثل في جميع الصعوبات التي تنشأ من تجاوز إرادة الدولة وسياساتها واستراتيجياتها، فهي تعكس تأثيرات تمتد خارج حدود الدولة ولها تأثير على القطاع الطاقوي في الجزائر. منها أسعار المحروقات والسوق العالمية، حيث يُعتبر تذبذب أسعار النفط والمنتجات الطاقوية في الأسواق الدولية من أبرز التحديات الخارجية التي تواجه نظام التسعير في الجزائر وتجعل من الصعب التنبؤ بها، مما يستدعي التعامل المستمر مع الأزمات المفاجئة التي قد تنجم عن هذا التذبذب وهذا بدوره يُعقّد عملية التحكم في الوضع الاقتصادي والسياسات والاستراتيجيات الطاقوية [2].

المطلب الثاني: قطاع الصناعة

قامت الجزائر بجهود ملحوظة في تطوير قطاعها الصناعي، خاصة في ظل التحديات الاقتصادية التي يواجهها الاقتصاد الوطني نتيجة انخفاض أسعار النفط. ويُعد هذا القطاع أحد الأعمدة الأساسية للاقتصاد الوطني ومحركًا رئيسيًا للتنمية الاقتصادية. ومع ذلك يواجه عدة

[1] سمير بن محاد، **الجزائر وتحديات الأمن الطاقوي بين استهلاك مصادر الطاقة الناضبة وتطوير الطاقات المتجددة**، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، العدد 15، سنة 2016، ص 118.

[2] نبيل بن حمزة، **الأمن الطاقوي الجزائري بين التحديات والبدائل**، مرجع سابق، ص 191.

تحديات مثل البيروقراطية ونقص التمويل، دفع الدولة إلى السعي نحو تنويع الاقتصاد وتقليل الاعتماد على المحروقات. ولدراسة هذا القطاع، قمنا بتقسيم المطلب إلى ثلاثة فروع.

- الفرع الأول: واقع القطاع الصناعي في الجزائر
- الفرع الثاني: دور قطاع الصناعة في الاقتصاد الوطني
- الفرع الثالث: العوامل المؤثرة في تطوير قطاع الصناعة في الجزائر

الفرع الأول: واقع القطاع الصناعي في الجزائر

تشخيص واقع الصناعة الجزائرية يعتمد على نتائج التغيرات والتحولات التي شهدها هذا القطاع، والتي تجسدت في إجراءات إعادة هيكلته ضمن برامج الإصلاح الهيكلي التي بدأت الجزائر في تنفيذها منذ بداية التسعينيات. وقد أثرت هذه الإصلاحات على القطاع من جوانب متعددة، مما أدى إلى اكتساب الصناعة الوطنية ميزات تختلف عن تلك التي كانت سائدة لفترة طويلة في ظل الاقتصاد الموجه. وبالتالي يمكن تلخيص واقع الصناعة في الجزائر حالياً في النقاط التالية:

- قدرات إنتاج هائلة لم تُستغل بالكامل، سواء بسبب محدودية السوق أو نتيجة للاستهلاك المتزايد للمعدات والتجهيزات في ظل نقص الاستثمار اللازم لتجديدها.
- مردودية ضعيفة ومعدلات نمو منخفضة أدت إلى إنتاجية غير كافية، وذلك نتيجة لعدم توافق المؤسسات الصناعية مع معايير التنافسية في السوق.
- زيادة تكلفة الإنتاج الصناعي نتيجة الاعتماد على التكنولوجيا المستوردة.
- اعتماد كبير على قطاع المحروقات أدى إلى قلة تنوع الصادرات.
- قلة استخدام التكنولوجيات المتقدمة في الصناعات الحديثة أدى إلى تدهور جودة المنتجات الصناعية.[1]

[1] فاتح حركاتي، **القطاع الصناعي الجزائري بديل تنموي خارج المحروقات**، المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر باتنة، المجلد 32، العدد 02، سنة 2018، ص 318.

من هذه النقاط تظهر أن الصناعة في هيكلها الحالي غير قادرة على الاستفادة من الفوائد المتوقعة من الاتفاقيات مع الاتحاد الأوروبي، وكذلك الانضمام إلى منظمة التجارة العالمية. فهي تواجه وضعًا حرجًا ما يجعل التفكير في تنميتها وإنعاشها أمرًا ضروريًا [1]. ومع ذلك يتمتع الاقتصاد الوطني بموارد طبيعية تتيح إمكانية إحياء الإنتاج الصناعي.

الفرع الثاني: دور قطاع الصناعة في الاقتصاد الوطني

يتمثل دور القطاع الصناعي الجزائري من خلال ثلاثة مؤشرات رئيسية وهي: مساهمة القطاع في نمو الناتج المحلي الجزائري، والمساهمة في تقليل معدلات البطالة، بالإضافة إلى دوره في تعزيز الصادرات غير النفطية:

أولا: مساهمة القطاع في نمو الناتج المحلي الجزائري

شهدت مساهمة القطاع الصناعي في الناتج المحلي الخام تراجعا ملحوظا بين الارتفاع والانخفاض خلال السنوات التالية متأثرة بتراجع عدد المؤسسات الصناعية، ورغم جهود الحكومة لرفع النسبة إلى ما بين 8% و 10% بحلول 2020 ظل القطاع يواجه تحديات تعيق نموه [2]، هذا ما وفر لنا رؤية واضحة حول مدى إسهام الصناعات الصغيرة والمتوسطة في تشكيل الناتج المحلي الإجمالي ونسبتها من الناتج الكلي، بالإضافة إلى دورها في تعزيز النمو الاقتصادي.

ثانيا: مساهمة القطاع في تقليل معدلات البطالة

يعتبر القطاع الصناعي من العوامل الرئيسية في توفير فرص العمل. وقد تم تعزيز هذا القطاع بشكل كبير من خلال استراتيجية وطنية تهدف أساسًا إلى تقليل معدلات البطالة وزيادة مساهمة القطاع في الناتج المحلي الإجمالي من خلال الحفاظ على أدوات الإنتاج وتنويع الهيكل

[1] نصيرة قوريش، **أبعاد وتوجهات استراتيجية إنعاش الصناعة في الجزائر**، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الشلف، الجزائر، العدد 05، سنة 2008، ص 93.

[2] زهير بن جدو، **دور الصناعات الصغيرة والمتوسطة في تعزيز النمو الاقتصادي في الجزائر**، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في الاقتصاد وتسيير المؤسسات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 8 ماي، قالمة، 2024/2023، ص 196.

الصناعي وتحديد الفروع الصناعية ذات النمو المرتفع مثل الصناعات الكيماوية والبتروكيمياء والصناعات الكهربائية والحديد والصلب والصناعات الغذائية. وقد أسهمت هذه العوامل في تطور القوى العاملة في القطاع الصناعي حيث ارتفع عدد العمال من 10,514 ألف عامل في عام 2007 إلى 12,117 عامل بنهاية عام 2016 ما يعكس تطور القوى العاملة الصناعية [1].

ثالثا: مساهمة القطاع في تعزيز التجارة الخارجية

سجلت الجزائر مستويات منخفضة في مساهمة القطاع الصناعي في إجمالي الصادرات، حيث تراوحت النسب بين 1.2% و 7.4%، ومع ذلك يجب الإشارة إلى أنها حققت نسبًا متزايدة في صادراتها الصناعية خارج قطاع المحروقات منذ عام 2009 وذلك بفضل دور القطاع الخاص في تنويع الصادرات. بالإضافة إلى أنها بذلت جهودًا كبيرة خلال السنوات الأخيرة لتطوير هذا القطاع الذي يعد أساسيًا في تعزيز التنمية الاقتصادية ومواجهة البطالة وخلق الثروة [2].

الفرع الثالث: العوامل المؤثرة في تطوير قطاع الصناعة في الجزائر

اتبعت الجزائر مجموعة من الاستراتيجيات خاصة بعد الصدمة النفطية بهدف تطوير القطاع الصناعي ومن أبرزها ما يلي:

أولا: تشجيع الاستثمار

تسعى إلى تشجيع الاستثمار في قطاع الصناعة من خلال إصدار قوانين تحفيزية مثل انشاء الوكالة الوطنية لدعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب المرسوم التنفيذي رقم 05_65 التي تم تكليفها بمهمة متابعة تنفيذ استراتيجية تعزيز المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتأهيلها وتطويرها بالإضافة إلى دعم الخبرات والاستشارات الموجهة إليها. بالإضافة إلى الأمر الرئاسي 06_08

[1] فاتح حركاتي، **القطاع الصناعي الجزائري بديل تنموي خارج المحروقات**، مرجع سابق، ص 320.

[2] سليم مخضار، **دراسة تحليلية لتنافسية القطاع الصناعي في الجزائر مقارنة ببعض الدول العربية**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2018/2017، ص 176.

المتعلق بتسهيل الاستثمار المحلي والاجنبي عبر الأطر القانونية من أجل تنويع الاقتصاد وتقليل الاعتماد على المحروقات [1].

ثانيا: حضر الاستيراد

فرضت الحكومة الجزائرية تدابير جبائية وتنظيمية لضبط الواردات وحماية المنتج المحلي، حيث قررت في جانفي 2008 منع استيراد قرابة 851 مادة تشمل مواد أولية ومنتجات غذائية وصناعية، كما فرضت ضرائب على استهلاك المنتجات المستوردة ورفعت الرسوم الجمركية إلى 129 منتجا لحماية الإنتاج المحلي، شملت ضرائب على الأجهزة الالكترونية والمكملات الغذائية والمشروبات [2] لتعزيز الصناعة الوطنية والحد من التبعية الخارجية.

ثالثا: تطوير المؤسسات

وذلك من خلال إعادة تأهيل المناطق الصناعية ومناطق الأنشطة وتعزيز تجمعاتها وتقريبها من بعضها البعض وربطها بمراكز البحث، كما يتم دعم التفاعل والتعاون بين مختلف الهيئات المعنية بالصناعة، إضافة إلى تعزيز الابداع وتطوير الموارد البشرية[3]، وأيضا توفير التمويل للمؤسسات.

من خلال دراستنا لقطاع الصناعة يمكن القول بأن نظام التسعير يعتمد على مزيج من تدخل الدولة وآليات السوق، حيث تتحكم الحكومة في أسعار المنتجات الأساسية بينما تحدد أسعار باقي المنتجات وفقا للعرض والطلب، كما تفرض ضرائب ورسوم لحماية الإنتاج المحلي مع دعم المؤسسات الصناعية لتعزيز تنافسيتها.

---

[1] سليم بوهيدل، **إشكالية تنمية القطاع الصناعي الجزائري في ظل التحولات الاقتصادية الدولية مع التطبيق على فرع الصناعات الغذائية – آفاق 2025**، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2017/2016، ص127.

[2] فاتح حركاتي، **القطاع الصناعي الجزائري بديل تنموي خارج المحروقات**، مرجع سابق، ص 327.

[3] وزارة الصناعة، مناح على الموقع https://www.industrie.gov.dz/presentation-ministere/ ، 2025/03/04. 14:23.

المطلب الثالث: قطاع التجارة

قطاع التجارة هو أحد الركائز الأساسية للاقتصاد الوطني، حيث يجمع بين الأنشطة المرتبطة بتبادل السلع والخدمات على المستويين المحلي والدولي. يُساهم هذا القطاع في تعزيز النمو الاقتصادي من خلال زيادة الناتج المحلي الإجمالي وخلق فرص عمل جديدة. كما يعمل على تحسين توزيع المنتجات وتلبية احتياجات المستهلكين، مما يعزز الكفاءة الإنتاجية ويساعد في نقل التكنولوجيا والخبرات الحديثة. ولتسليط الضوء بشكل أكبر على هذا القطاع، قمنا بتقسيم هذا المطلب إلى ثلاثة فروع.

- الفرع الأول: أهمية التجارة في دعم الاقتصاد الوطني
- الفرع الثاني: ضبط الأسعار التجارية وفق القوانين الجزائرية
- الفرع الثالث: آفاق تطوير التجارة الداخلية بالجزائر

الفرع الأول: أهمية التجارة في دعم الاقتصاد الوطني

في ظل التغيرات الاقتصادية العالمية والتحديات التي تواجه الاقتصادات المحلية، تعد التجارة ركيزة أساسية في دعم الاقتصاد الوطني وتحقيق التنمية المستدامة. إذ تشكل التجارة جسرا يربط بين الإنتاج المحلي والطلب العالمي، مما يساهم في تعزيز حركة السوق وتوسيع دائرة الاستهلاك والإنتاج، وتتجلى أهمية التجارة في دعم الاقتصاد من خلال:

- أن التجارة ارتبطت بكل من الرأسمالية الصناعية والتجارية، حيث سيطرت الرأسمالية التجارية على تحقيق أكبر قدر من الأرباح[1]، مما أدى إلى توسع التجارة وسيطرة القطاع على باقي القطاعات الأخرى.
- أن التجارة لا تقتصر فقط على نوع واحد من السلع التي قد تتوفر في منطقة دون أخرى بل تتعدى إلى أنواع أخرى من المنتجات التي تمكن الدولة الاعتماد على نفسها في إشباع

[1] ناصر الدين قريبي، **أثر التجارة الخارجية على النمو الاقتصادي في الجزائر دراسة قياسية خلال فترة 1970-2016**، مجلة الابعاد الاقتصادية، جامعة وهران 3، الجزائر، المجلد 10، العدد 01، سنة 2020، ص 159.

حاجياتها[1]. أي أن التجارة تتيح للدولة استغلال مواردها الانتاجية بأقصى كفاءة مما يعني تحقيق أكبر ناتج إجمالي ممكن من تلك الموارد

- مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في زيادة الناتج الداخلي الخام والناتج الوطني بحيث تسمح في زيادة حجم المعاملات على مستوى الاقتصاد الوطني.
- انفتاح الاقتصاد الوطني على العالم الخارجي عن طريق ولوج السلع والمنتجات الجزائرية للأسواق العالمية.

الفرع الثاني: ضبط الأسعار التجارية وفق القوانين الجزائرية

تسعى الجزائر إلى تنظيم وضبط الأسعار التجارية من خلال مجموعة من القوانين والتشريعات التي تهدف إلى تحقيق استقرار السوق وحماية المستهلكين، ومن بين هذه القوانين:

- ⇦ المرسوم التنفيذي رقم 22_186 مؤرخ في 15 ماي 2022 يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 01_50 المؤرخ في 12 فيفري 2001 والمتضمن تحديد أسعار الحليب المبستر والموضب في الاكياس عند الإنتاج وفي مختلف مراجل التوزيع [2].
- ⇦ المرسوم التنفيذي رقم 21_383 مؤرخ في 5 أكتوبر 2021 يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 11_108 المؤرخ في 6 مارس 2011 الذي يحدد السعر الأقصى عند الاستهلاك وكذا هوامش الربح القصوى عند الإنتاج والاستيراد وعند التوزيع بالجملة والتجزئة لمادتي الزيت الغذائي المكرر العادي والسكر والبيض [3].
- ⇦ المرسوم التنفيذي رقم 20_242 المؤرخ في 31 أوت 2020 يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 07_402 المؤرخ في 25 ديسمبر 2007 الذي يحدد أسعار سميد القمح الصلب عند الإنتاج وفي مختلف مراجل توزيعه [4].

---

[1] موسى مطر، **التجارة الخارجية**، دار صفاء للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2001، ص 16.

[2] انظر مرسوم تنفيذي رقم 22_186، ج ر، العدد 33، الصادرة في 17 ماي 2022.

[3] أنظر مرسوم تنفيذي رقم 21_383، ج ر، العدد 77، الصادرة في 10 أكتوبر 2021.

[4] انظر مرسوم تنفيذي رقم 20_242، ج ر، العدد 52، الصادرة في 02 سبتمبر 2020.

الفرع الثالث: آفاق تطوير التجارة الداخلية في الجزائر

تلعب التجارة الداخلية دورا مهما في الاقتصاد الجزائري، ولتطويرها يتطلب مجموعة من الإصلاحات والاستراتيجيات لمواكبة التطورات الاقتصادية وتحقيق التنمية المستدامة، يمكن تحديد أهم آفاق تطوير التجارة الداخلية على النحو التالي:

أولا: تطوير البنية التحتية التجارية

البنية التحتية هي كل ما تحت الأرض، تشمل جميع الشبكات التي توفر الاحتياجات الأساسية مثل المياه والاتصالات والكهرباء بالإضافة الى الطرق[1]، ولتطويرها سعت الجزائر إلى استخدام أساليب تمويل منها أسلوب "**BOT**" وهو أسلوب البناء والتشغيل ونقل الملكية، وذلك من خلال فتح المجال أمام القطاع الخاص لمشاركة القطاع العام في مشاريع كانت حكرا على القطاع العام[2]، إضافة إلى وجود قطاعات أخرى ساهمت في تعزيز التجارة الداخلية في الجزائر، بما في ذلك قطاع النقل الذي عملت الدولة على تحسين شبكات الطرق والسكك الحديدية والموانئ لتسهيل حركة البضائع والخدمات، [3]، كذلك إنشاء وتنظيم الفضاءات التجارية وهو عامل مهم لتطوير التجارة.

ثانيا: تعزيز التجارة الإلكترونية

رغم النقص الكبير في عدد الشركات الناشئة بشكل عام، إلا أن معظم الشركات الناشئة الحالية تعتمد بشكل كامل على التجارة الإلكترونية في أنشطتها التجارية. وهذا يشمل بشكل خاص التسويق والحجز والدفع الإلكتروني[4]، وعلى الرغم من هذا النفص إلا أن هناك أمل كبير في

---

[1] إبراهيم خالد كمال، **البنية التحتية**، مكتبة نور للنشر، د ط، مصر، 2023، ص 06.

[2] عبد الكريم البشير، محمد صلاح، **أسلوب البوت كآلية لتشييد مشروعات البنية التحتية –تجارب دولية وعربية مختارة–**، مجلة الأبحاث الاقتصادية والإدارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد 17، جوان 2015، ص 175.

[3] سمير بوختالة، محمد زرقون، نوال بن عمارة، **واقع وآفاق تطوير قطاع النقل في الجزائر ودوره في التنمية الاقتصادية**، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، العدد06، جوان 2017، ص 55.

[4] شريفة بو الشعور، **دور حاضنات العمال في دعم وتنمية المؤسسات الناشئة Startups**، دراسة حالة الجزائر، مجلة البشائر الاقتصادية، جامعة 20 أوت 1955، سكيكدة، المجلد 04، العدد 02، سنة 2018، ص427.

تجاوز هذه العقبات ومواكبة الدول الأخرى في هذا المجال، حيث يتعين عليها التخلي عن الأساليب الإدارية التقليدية واستبدالها بأساليب حديثة تعتمد على تكنولوجيا المعلومات والاتصال والاستفادة من تطبيقاتها [1]، وعلى الدولة تحسين شبكة الانترنت وتوسيع خيارات الدفع الالكتروني وتعزيز الثقة في المعاملات الرقمية لأنه لا يزال العديد من المستهلكين يعتمدون على الدفع النقدي عند الاستلام.

ثالثا: تعزيز الإنتاج المحلي ودعم الصناعات الوطنية

بدأت الجزائر منذ عام 2020 في تنفيذ استراتيجية قطاعية من خلال مجموعة متنوعة من تدابير الدعم التي تهدف إلى تطوير وتعزيز الإنتاج المحلي. وقد أسفرت هذه التدابير عن إطلاق ثلاثة برامج دعم تهدف إلى تشجيع وتعزيز الإنتاج المحلي، بالإضافة إلى تقديم مزايا ضريبية وإدارية للمستثمرين المحليين والأجانب[2]، وذلك من خلال:

1) **جمركة خطوط ومعدات الإنتاج التي تم تجديدها:** يخضع لأحكام المرسوم التنفيذي رقم 20_312 المتضمن شروط وكيفيات منح رخصة جمركة خطوط ومعدات الإنتاج التي تم تجديها في إطار نشاطات انتاج السلع والخدمات[3].
2) **نظام المعدات الالكترونية والكهرومنزلية:** يخضع إلى المرسوم التنفيذي رقم 20_313 يتعلق بممارسة شروط وكيفيات قبول المتعاملين الذين يمارسون أنشطة انتاج المنتجات الالكترونية والأجهزة المنزلية[4].

---

[1] سمية ديمش، **التجارة الالكترونية حتميتها وواقعها في الجزائر**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2010/2011، ص 203.

[2] وزارة الصناعة، التنمية الصناعية، منشورة على موقع الالكتروني، https://www.industrie.gov.dz/devt 2025/03/05، 12:17.

[3] أنظر مرسوم تنفيذي رقم 20_312 المؤرخ في 15 نوفمبر 2020 يتضمن شروط وكيفيات منح رخصة جمركة خطوط ومعدلات الإنتاج التي تم تجديدها في إطار نشاطات انتاج السلع والخدمات، ج ر، العدد 67، الصادرة في 15 نوفمبر 2020.

[4] أنظر مرسوم تنفيذي رقم 20_313 المؤرخ في 15 نوفمبر 2020 يحدد شروط وكيفيات قبول المتعاملين الممارسين لأنشطة إنتاج المنتجات والمعدات الالكترونية والكهرومنزلية للاستفادة من النظام الجبائي التفضيلي، ج ر، العدد 67، الصادرة في 15 نوفمبر 2020.

3) **نظام الدعم ومنح المزايا لفائدة المناولين:** هو نظام يهدف إلى دعم شركات المناولة والذي يخضع لأحكام المرسوم التنفيذي 20_311 الذي يمنح مزايا للاستفادة من الاعفاء من الحقوق الجمركية والرسم على القيم المضافة للمواد الأولية المستوردة [1].

يمكننا القول مما سبق أن قطاع التجارة في الجزائر يجمع بين التسعير الحر والمقنن، حيث يتم تحديد أسعار معظم السلع والخدمات بناء على آليات السوق وفقا للعرض والطلب مثل الأجهزة الالكترونية في المقابل تفرض الدولة تسعيرا مقننا على بعض السلع الأساسية مثل الحليب والخبز والزيت إضافة إلى الطاقة والوقود، وذلك لضمان استقرار الأسعار لحماية القدرة الشرائية للمواطنين.

[1] أنظر مرسوم تنفيذي رقم 20_311 المؤرخ في 15 نوفمبر 2020 يتعلق بالإعفاء من الحقوق الجمركية والرسم على القيم المضافة على المكونات والمواد الأولية المستوردة أو التي تم اقتناءها محليا من طرف المناولين في إطار نشاطاتهم، ج ر، العدد 67، الصادرة في 15 نوفمبر 2020.

المبحث الثالث: تحولات نظام التسعير وآليات ضبط السوق في ظل المتغيرات الاقتصادية الحديثة

نظام التسعير يعد عنصرا أساسيا في تنظيم الأسواق وضمان استقرارها خاصة في ظل المتغيرات الاقتصادية الحديثة التي تؤثر على آليات العرض والطلب، ومع تطور الأسواق وزيادة الانفتاح الاقتصادي أصبح من الضروري تعزيز آليات ضبط السوق لضمان التوازن بين مصالح المنتجين والمستهلكين، لذلك تتطلب هذه التحولات مراجعة مستمرة للسياسات التسعيرية وتطوير أدوات الرقابة لمواجهة التحديات المرتبطة بالمنافسة وحماية المستهلك من الممارسات الغير مشروعة، وفي هذا المبحث سنتناول الجوانب المختلفة لهذه التحولات في ثلاث مطالب التالية

- المطلب الأول: تأثير العولمة على نظام التسعير
- المطلب الثاني: تطوير آليات الرقابة على الأسواق
- المطلب الثالث: مستقبل التسعير بين الديناميكية والمرونة

المطلب الأول: تأثير العولمة على نظام السوق

مع تسارع وتيرة العولمة شهدت الأسواق تحولا جذريا في طريقة تحديد الأسعار، ولم تصبح العوامل المحلية وحدها هي المتحكم الأساسي في التسعير بل أصبحت تتداخل متغيرات عالمية معقدة. لذا فالعولمة بشكل عام تعني: "**اندماج أسواق العالم في حقول التجارة والاستثمارات وانتقال الأموال والقوى العاملة ضمن إطار رأسمالية حرية الأسواق**"[1]. ومن بين العوامل المؤدية للعولمة التحرير المالي وحرية انتقال رؤوس الأموال، فقد أصبحت الأسواق المالية تتجه نحو التوسع بشكل لا نهائي، إضافة إلى أنها تنطوي على العديد من التحديات التي تواجه تقريبا كل الدول والمجتمعات في ظل تسارع تطور تكنلوجيا العالم والاتصال، من بينها التحدي الاقتصادي

[1] عبد المنعم محمد الطيب حمد النيل، **العولمة وآثارها الاقتصادية على المصارف –نظرة شمولية–**، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، المعهد العالي للدراسات المصرفية والمالية الخرطوم، السودان، العدد 03، ديسمبر 2005، ص10.

وتقلبات العملة، حيث يمكن أن تتقلب أسعار الصرف بسرعة مما يؤدي الى عدم الاستقرار في الأسواق المالية ويؤثر على أسعار السلع وتدفقات التجارة وأيضا عدم الاستقرار المالي [1]. أما من ناحية التسعير فتتأثر المؤسسات الجزائرية بعدة عوامل منها ما هو ناجم عن المبادلات التجارية بين الجزائر وغيرها من الدول ومنها ما يتعلق بالإجراءات القانونية التي تضعها الدولة .فمن الناحية الأولى تعمل الجزائر على توفير شروط دخول منتجات مؤسساتها الى الاسواق الاوروبية بأسعار تنافسية مع الاستفادة من البرامج التي يقدمها الاتحاد الأوروبي والاستفادة من تخفيض الرسوم الجمركية، ومن الناحية الثانية تسعى الجزائر لتعزيز المنتوج المحلي وتقليل الاعتماد على الاستيراد [2]و تقديم تسهيلات مصرفية عن طريق الاعتماد المستندي الذي يتميز بتوسيع مصادر التموين.

المطلب الثاني: تطوير آليات الرقابة على الأسواق

هي من الأدوات الأساسية التي تعتمدها الحكومات لضمان استقرار الأسواق وحماية المستهلكين من الاستغلال والتلاعب بالأسعار، ومع تزايد التحديات الاقتصادية أصبح من الضروري تطوير آليات الرقابة بما يتماشى مع التحولات الرقمية والتطورات الاقتصادية العالمية. ويشمل تطوير آليات الرقابة على الأسعار في الأصل لمراقبة المنتجين والتجار في حد ذاتهم، ويتطلب ذلك الالتزام بمبدأ الشفافية والصدق والأمانة، والابتعاد عن المبالغة في الأسعار، من خلال وضع تسعيرات مناسبة للحفاظ على استقرار السوق وحماية المستهلكين[3]. ويتطلب تطوير آليات الرقابة في السوق الجزائري ما يلي:

---

[1] عبد المطلب عبد الحميد، **العولمة واقتصاديات البنوك**، مجموعة النيل العربية للطباعة والنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، 2003، ص 35.

[2] رابح نوار، **العولمة الاقتصادية وأثرها على استراتيجية التسعير – حالة الجزائر–**، مذكرة تدخل ضمن متطلبات لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر3، 2011/2010، ص 168.

[3] محمد سعيد محمد الرملاوي، **الرقابة على المنتجين والتجار وأثرها في تحقيق الجودة وتوازن الأسعار**، دراسة حول الرؤية الشرعية والجهود الحكومية والمجتمعية، مجلة دار الإفتاء المصرية، كلية الشريعة والقانون، جامعة الأزهر، القاهرة، المجلد 16، العدد 56، جانفي 2024، ص 49.

- إعادة النظر في النصوص القانونية المتعلقة بالنشاط الرقابي بما يتوافق مع متطلبات قواعد حماية المستهلك وشفافية ونزاهة الممارسات التجارية.
- تسريع إصدار النصوص التطبيقية المتعلقة بالوثائق الرسمية المستخدمة في الرقابة الاقتصادية ورقمنتها.
- التسريع في تعميم استخدام السجل التجاري الإلكتروني.
- توحيد المفاهيم المتعلقة باستخدام الفاتورة بين مصالح وزارة التجارة ووزارة المالية.
- تسريع إصدار الإطار القانوني للتجارة الإلكترونية.
- تمكين القطاعات المعنية من الوصول إلى قاعدة بيانات البطاقة الوطنية للغشاشين، من خلال إنشاء قاعدة بيانات آلية ومحدثة بشكل فوري.
- توعية المستهلكين بأهمية المشاركة في تعزيز العمل الرقابي من خلال الإبلاغ عن المخالفات التي تؤثر على صحتهم وأمنهم وحقوقهم المادية والمعنوية، وتكييف هذه العملية بما يتناسب مع التقنيات الحديثة في الإعلام والاتصال.[1]

المطلب الثالث: مستقبل التسعير بين الديناميكية والمرونة

مع التطورات الاقتصادية والتكنولوجية المتسارعة أصبح التسعير الديناميكي والمرن أكثر أهمية من أي وقت مضى، فالتسعير الديناميكي هو ممارسة تعديل سعر المنتج أو الخدمة في وقت فعلي يعتمد على عدة عوامل مثل طلب السوق والأسعار السائدة للمنتجات أو الخدمات، بالإضافة إلى المنافسة والظروف الأخرى المحيطة بالسوق. يمكّن الشركات من تحسين استراتيجيات التسعير الخاصة بها [2]، باختصار هو استراتيجية تسعيرية تقوم بموجبها الشركة بتغيير سعر المنتج أو الخدمة بناء على نوع الزبون وحجم الطلب في السوق، من أمثلة ذلك

[1] وزارة التجارة، **الرقابة الاقتصادية "واقع وآفاق"**، توصيات الملتقى الوطني تحت شار "معنا لحماية الاقتصاد الوطني والقدرة الشرائية للمواطن"، المنعقد بقصر الأمم، نادي الصنوبر، يوم 06 أفريل 2017، الجزائر، ص 06.

[2] طلعت أسعد عبد الحميد البنا، أحمد محمد السيد غنيم، **تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على رضا العملاء**، دراسة تطبيقية على عملاء المتاجر الالكترونية، المجلة المصرية للدراسات التجارية، كلية التجارة، جامعة المنصورة، مصر، المجلد 48، العدد 03، جوان 2024، ص 03.

أسعار الغرف الفندقية فهي ترتفع في فترات محددة مثل فصل الصيف بسبب زيادة الطلب أما في الفترات العادية تقوم بتخفيض الأسعار أو تقديم عروض خاصة لجذب الزبائن. أما التسعير المرن يرتكز على قدرة الشركات في ضبط أسعارها بما يتلاءم مع الظروف الاقتصادية المختلفة مثل التضخم أو التقلبات في تكلفة الإنتاج [1]، ويعتمد هذا النظام على نماذج مثل العروض الترويجية والخصومات بناء على احتياجات العملاء.

في المستقبل مع تزايد الاعتماد على الذكاء الاصطناعي في تحديد الأسعار، سيسمح للشركات بالتكييف الفوري مع متغيرات السوق وتحقيق أقصى قدر ممكن من الأرباح، مع الحفاظ على رضا العملاء، ويمكن القول أيضا أن التسعير الشخصي الذي يعتمد على تحليل سلوك المستهلكين سيكون له دور أساسي في تعزيز التنافسية، لذلك فإن النظر في مستقبل التسعير سيكون مزيجا بين الديناميكية والمرونة حيث ستتمكن الشركات من الاستجابة بسرعة للمتغيرات الاقتصادية وتحقيق توازن بين الأرباح وضمان ولاء العملاء.

[1] هدى طرابلسي، **استراتيجية التسعير بالمؤسسة الاقتصادية في ظل التنافسية**، مرجع سبق ذكره، ص 48.

خلاصة الفصل:

استنادًا إلى ما تم ذكره في الفصل الثاني، يشهد نظام التسعير تحولات كبيرة نتيجة للمتغيرات الاقتصادية الحديثة. فقد تأثرت آلياته بالعولمة التي عززت المنافسة الدولية وقلصت الحدود التجارية، مما أدى إلى تغيير أنماط التسعير على المستويين المحلي والعالمي. وفي هذا السياق أصبح من الضروري تطوير آليات الرقابة في السوق لضبط الأسعار ومنع الاحتكار، وذلك من خلال تعزيز التشريعات واستخدام التكنولوجيا في عمليات المراقبة. أما بالنسبة لمستقبل التسعير، فإنه يتجه نحو مزيد من الديناميكية والمرونة، مما يتيح التكيف مع التقلبات الاقتصادية والتغيرات في العرض والطلب، لضمان تحقيق التوازن بين مصالح المستهلكين والمنتجين.

الخاتمة

في هذه الدراسة تم التركيز على النظام القانوني للتسعير في الجزائر، كونه آلية هامة تسهم في تنظيم السوق وضمان المنافسة العادلة، بالإضافة إلى حماية المستهلك من الأسعار التعسفية وغير المبررة. حيث يُعتبر التسعير أداة قانونية واقتصادية تهدف إلى تحقيق توازن بين مصالح المنتجين والمستهلكين، مع الالتزام بقواعد الشفافية والعدالة. وقد أظهرت النتائج أن الدولة تلعب دورًا أساسيًا في ضبط الأسعار ومراقبتها، من خلال تدخلها عبر آليات قانونية تهدف إلى تحقيق التوازن بين العرض والطلب وضمان توفر السلع والخدمات بأسعار معقولة.

أظهرت الدراسة أيضا أن الإطار التشريعي في الجزائر يتضمن مجموعة من القوانين التي تنظم التسعير، سواء من حيث تحديد الأسعار أو الرقابة عليها، كما يوفر وسائل لحماية المستهلك من الاستغلال. ومع ذلك فإن هذه النصوص بحاجة إلى تحديث دوري لمواكبة التطورات الاقتصادية والتكنولوجية السريعة، خاصة في ظل التغيرات التي يشهدها السوقين الوطني والدولي.

في ختام دراستنا، توصلنا إلى مجموعة من النتائج والتوصيات، والتي نلخصها فيما يلي:

1. النتائج:

- يُعتبر النظام القانوني للتسعير في الجزائر أداة فعالة لمنع الممارسات الاحتكارية وتحقيق التوازن بين حماية المستهلك وضمان استقرار السوق.
- تؤدي الدولة دورا أساسيًا في تنظيم الأسعار ومراقبتها لحماية الفئات الهشة في المجتمع وتضمن التوازن الاقتصادي خصوصا في القطاعات الاقتصادية من خلال استخدام آليات الرقابة القانونية والتنظيمية.
- أن النظام القانوني للتسعير ساهم في تقليص ظاهرة المضاربة غير المشروعة من خلال فرض عقوبات قانونية صارمة على المخالفين.
- بينت الدراسة أن وجود نصوص قانونية منظمة للتسعير يعزز ثقة المستثمرين والفاعلين الاقتصاديين ويحد من النزاعات التجارية.
- اتضح أن النظام القانوني للتسعير يعاني من بعض الثغرات أبرزها ضعف آليات الرقابة الميدانية وغياب تحديث دوري يتماشى مع التغيرات الاقتصادية.

2. الاقتراحات:

- ضرورة مراجعة وتحديث الإطار القانوني للتسعير لمواكبة التغيرات الاقتصادية وتطورات السوق مع تعزيز آليات الرقابة والعقوبات على المخالفات.
- تفعيل دور الهيئات المختصة بمراقبة الأسعار وتوفير البيانات الاقتصادية الدقيقة لتعزيز الشفافية.
- تشجيع المنافسة الشريفة بين المتعاملين الاقتصاديين مع ضمان عدم تدخل الدولة في التسعير إلا في حالات الضرورة القصوى.
- تعزيز الوعي القانوني لدى المستهلكين بحقوقهم المتعلقة بالتسعير وسبل التظلم في حال تعرضهم للاستغلال.
- الاستمرار في البحث والتطوير في مجال تنظيم الأسعار من شأنه أن يسهم في تحقيق العدالة الاقتصادية والاستقرار الاجتماعي ويعزز من فعالية السوق ويضمن حقوق جميع الأطراف المتدخلة فيه.

قائمة

المصادر والمراجع

أولا: المصادر

1.الأحاديث النبوية:

1- أبو عبد الله ابن ماجة، **سنن ابن ماجة كتاب التجارات**، باب من كره أن يسعر، حديث رقم 2200، الجزء 2.

2.الدساتير:

1-دستور الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، المصادق عليه في استفتاء 08 سبتمبر 1963 المنشور بموجب القانون رقم 63_316 المؤرخ في 30 أوت 1963 المتعلق بدعوة الهيئة الانتخابية وتنظيم الاستفتاء على الدستور خاصة المادتين 8 و11 من هذا القانون، الجريدة الرسمية، العدد 64، الصادرة في 10 سبتمبر 1963.

2-دستور الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، المصادق عليه في استفتاء 28 نوفمبر 1996 المنشور بموجب المرسوم الرئاسي رقم 96_438 المؤرخ في 07 ديسمبر 1996 يتعلق بإصدار نص تعديل الدستور، الجريدة الرسمية، العدد 76، الصادرة في 08 ديسمبر 1996.

3.النصوص القانونية:

أ-القوانين:

1-القانون رقم 04_02 المؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1425 الموافق 23 يونيو سنة 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية، العدد 41، الصادرة في 27 يونيو 2004.

2-القانون رقم 08_12 المؤرخ في 21 جمادى الثانية عام 1429 الموافق 25 يونيو عام 2008، يعدل ويتمم الأمر رقم 03_03 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو 2003 المتعلق بالمنافسة، الجريدة الرسمية، العدد 36، الصادرة في 2 يوليو 2008.

3-القانون رقم 10_05 المؤرخ في 5 رمضان عام 1431 الموافق 15 غشت سنة 2010، يعدل ويتمم الأمر رقم 03_03 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو سنة 2003 والمتعلق بالمنافسة، الجريدة الرسمية، العدد 46، الصادرة في 18 غشت 2010.

4-القانون رقم 10_06 المؤرخ في 5 رمضان عام 1431 الموافق 15 غشت سنة 2010، يعدل ويتمم القانون رقم 04_02 المؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1425 الموافق 23 يونيو سنة 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية، العدد 46، الصادرة في 18 غشت 2010.

5-القانون رقم 14_10 المؤرخ في 8 ربيع الأول عام 1436 الموافق 30 ديسمبر سنة 2014، يتضمن قانون المالية لسنة 2015، الجريدة الرسمية، العدد 78، الصادرة في 31 ديسمبر 2014.

6-القانون رقم 16_01 المؤرخ في 26 جمادى الأولى عام 1437 الموافق 6 مارس 2016، يتضمن التعديل الدستوري، الجريدة الرسمية، العدد 14، الصادرة في 7 مارس 2016.

ب-الأوامر:

1- الأمر رقم 01-03 المؤرخ في أول جمادى الثانية عام 1422 الموافق 20 غشت سنة 2001 والمتعلق بتطوير الاستثمار، الجريدة الرسمية، العدد 47، الصادرة في 22 غشت 2001.

2- الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو سنة 2003، يتعلق بالمنافسة، الجريدة الرسمية، العدد 43، الصادرة في 20 يوليو 2003.

ت-المراسيم:

1- المرسوم الرئاسي رقم 96_438 المؤرخ في 26 رجب عام 1417 الموافق 7 ديسمبر 1996، يتعلق بإصدار نص تعديل الدستور، المصادق عليه في استفتاء 28 نوفمبر سنة 1996، في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 76، الصادرة في 8 ديسمبر 1996.

2- مرسوم تنفيذي رقم 98_147 المؤرخ في 16 محرم 1419 الموافق 13 مايو 1998، يحدد كيفيات تسيير حساب التخصيص الخاص رقم 065_302 الذي عنوانه "الصندوق الوطني للبيئة"، الجريدة الرسمية، العدد 31، الصادرة في 17 مايو 1998.

3- مرسوم تنفيذي رقم 10_21 المؤرخ في 26 محرم 1431 الموافق 12 يناير 2010، يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 07_391 المؤرخ في 3 ذي الحجة 1428 الموافق 12 ديسمبر 2007 الذي يحدد كيفيات وإجراءات ضبط سعر بيع الغاز دون رسوم في السوق الوطنية، الجريدة الرسمية، العدد 04، الصدرة في 17 يناير سنة 2010.

4- مرسوم تنفيذي رقم 15_319 المؤرخ في أول ربيع الأول 1437 الموافق 13 ديسمبر 2015، يحدد كيفيات تسيير حساب التخصيص الخاص رقم 131-302 الذي عنوانه "الصندوق الوطني للتحكم في الطاقة والطاقات المتجددة والمشتركة"، الجريدة الرسمية، العدد 68، الصادرة في 27 ديسمبر سنة 2015.

5- مرسوم تنفيذي رقم 20_242 المؤرخ في 12 محرم 1442 الموافق 31 غشت 2020 يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 07_402 المؤرخ في 16 ذي الحجة 1428 الموافق 25 ديسمبر 2007، الذي يحدد أسعار سميد القمح الصلب عند الإنتاج وفي مختلف مراحل توزيعة، الجريدة الرسمية، العدد 52، الصادرة في 2 سبتمبر 2020.

6- مرسوم تنفيذي رقم 20_311 المؤرخ في 29 ربيع الأول 1442 الموافق 15 نوفمبر 2020، يتعلق بالإعفاء من الحقوق الجمركية والرسم على القيمة المضافة على المكونات والمواد الأولية المستوردة أو التي تم اقتناؤها محليا من طرف المناولين في إطار نشاطاتهم، الجريدة الرسمية، العدد 67، الصادرة في 15 نوفمبر 2020.

7- مرسوم تنفيذي رقم 20_312 المؤرخ في 29 ربيع الأول 1442 الموافق 15 نوفمبر 2020، يتضمن شروط وكيفيات منح رخصة جمركة خطوط ومعدات الإنتاج التي تم تجديدها في إطار نشاطات إنتاج السلع والخدمات، الجريدة الرسمية، العدد 67، الصادرة في 15 نوفمبر 2020.

8- مرسوم تنفيذي رقم 20_313 المؤرخ في 29 ربيع الأول 1442 الموافق 15 نوفمبر 2020 يحدد شروط وكيفيات قبول المتعاملين الممارسين لأنشطة إنتاج المنتجات والمعدات

الالكترونية والكهرومنزلية للاستفادة من النظام الجبائي التنفيذي، الجريدة الرسمية، العدد 67، الصادرة في 15 نوفمبر 2020.

9- مرسوم تنفيذي رقم21_383 المؤرخ في 28 صفر عام 1443 الموافق 8 أكتوبر 2021، يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 11_108 المؤرخ في أول ربيع الثاني 1432 الموافق 6 مارس 2011 الذي يحدد السعر الأقصى عند الاستهلاك وكذا هوامش الربح القصوى عند الإنتاج والاستيراد وعند التوزيع بالجملة والتجزئة لمادتي الزيت الغذائي المكرر العادي والسكر الأبيض، الجريدة الرسمية، العدد 77، الصادرة في 10 أكتوبر 2021.

10- مرسوم تنفيذي رقم 22_186 المؤرخ في 14 شوال 1443 الموافق 15 مايو 2022 يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 01_05 المؤرخ في 15 ذي القعدة 1421 الموافق 12 يناير 2001 والمتضمن تحديد أسعار الحليب المبستر والموضب في الأكياس عند الإنتاج وفي مختلف مراحل التوزيع، الجريدة الرسمية، العدد 33، الصادرة في 17 مايو 2022.

ج-القرارات:

1-قرار وزاري مشترك مؤرخ في 22 رجب 1443 الموافق 23 فبراير 2022، يحدد قائمة الإيرادات والنفقات المسجلة في حساب التخصيص الخاص رقم 131-302 الذي عنوانه "الصندوق الوطني للتحكم في الطاقة والطاقات المتجددة والمشتركة"، الجريدة الرسمية، العدد 21، الصادرة في 27 مارس 2022.

د- اتفاقيات دولية:

1- الإعلان العالمي لحقوق الإنسان الصادر في 1948/12/10 بموجب قرار الجمعية العامة رقم 217 ألف (د3).

ثانيا: المراجع

1.الكتب:

1-إبراهيم خالد كمال، **البنية التحتية**، مكتبة نور للنشر، مصر، 2023.

2-ابن منظور الإفريقي، **لسان العرب**، دار المعارف، القاهرة، دون سنة نشر.

3-أبو علفة عصام الدين أمين، **التسويق الدولي والاتجاهات الدولية المعاصرة**، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، 2004.

4-أبي الحسين أحمد بن فارس زكريا، **معجم مقاييس اللغة**، دار الفكر للنشر، الطبعة الأولى، بيروت، 2001.

5-برحماني محفوظ، **التشريع الضريبي الجزائري**، دار الجامعة الجديدة للنشر، الطبعة الأولى، القاهرة، 2018.

6-بوجملين وليد، **قانون الضبط الاقتصادي في الجزائر**، دار بلقيس للنشر، الجزائر، 2011.

7-الجباشي علي عبد رضا، **التسعير مدخل تسويقي**، دار وائل للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة 2، عمان، الأردن، 2010.

8-د/أبو فارة يوسف، **إدارة الأسعار في الأسواق التقليدية والالكترونية وأسواق المياه**، دار إثراء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2010.

9-د/أحمد عرفة أحمد يوسف، **التسعير وأحكامه دراسة فقهية مقارنة**، جامع الكتب الاسلامية للنشر، المجلد 1، الإسكندرية، 2021.

10- د/أحمد محمد محمود خلف، **الحماية الجنائية للمستهلك في مجال عدم الاخلال بالأسعار وحماية المنافسة ومنع الاحتكار**، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2008.

11- د/أحمد محمد محمود علي خلف، **الحماية الجنائية للمستهلك في القانون المصري والفرنسي والشريعة**، دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2005.

12- د/إدريس ثابت عبد الرحمان، **التسويق المعاصر**، الدار الجامعية للنشر، الطبعة الأولى، الإسكندرية، مصر، 2005.

13- د/الصيرفي محمد، **مبادئ التسويق**، مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الإسكندرية، مصر، 2005.

14- د/تيورصي محمد، **الضوابط القانونية للحرية التنافسية في الجزائر**، دار هومة للطباعة، الجزائر، 2015.

15- د/حميد الطائي وآخرون، **الأسس العلمية للتسويق الحديث**، مدخل شامل، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2007.

16- د/حميد الطائي وبشير العلاق، **تطوير المنتجات وتسعيرها**، دار اليازوري العلمية للطباعة والنشر، عمان، الأردن، 2008.

17- د/رضوان المحمود العمر، **مبادئ التسويق**، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة 3، عمان، 2008.

18- د/رضوان المحمود العمر، **مبادئ التسويق**، دار وائل للنشر والتوزيع، ط2، عمان، 2005.

19- د/رمضان علي السيد الشرنباصي، **حماية المستهلك في الفقه الإسلامي**، دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة للنشر، الطبعة 3، الإسكندرية، مصر، 2004.

20- د/زاهية حورية سي يوسف، **المسؤولية المدنية للمنتج**، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2009.

21- د/زكريا أحمد عزام وعبد الباسط حسونة ومصطفى سعيد الشيخ، **مبادئ التسويق الحديث بين النظرية والتطبيق**، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة الأولى، عمان، 2005.

22- د/زكي خليل المساعد، **التسويق في المفهوم الشامل**، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، 1997.

23- د/عباس مفرج الفحل، **الضريبة على الرواتب والأجور والمخصصات**، دراسة قانونية مقارنة، منشورات زين الحقوقية، الطبعة الأولى، 2016

24- د/عبد المطلب عبد الحميد، **العولمة واقتصاديات البنوك**، مجموعة النيل العربية للطباعة والنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، 2003.

25- د/عيبوط محند وعلي، **الاستثمارات الأجنبية في القانون الجزائري**، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة 2، الجزائر، 2014.

26- د/محمد إبراهيم عبيدات وأحمد محمود زامل، **سياسات التسعير الحديثة**، مدخل تسويقي، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2010.

27- د/محمد إبراهيم عبيدات، **أساسيات التسعير في التسويق المعاصر**، مدخل سلوكي، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الطبعة 4، الأردن، 2020.

28- د/محمد الشريف كتو، **قانون المنافسة والممارسات التجارية وفقا للأمر 03-03 والقانون 04_02**، منشورات بغدادي، الطبعة الأولى، الجزائر، 2010.

29- د/محمد أمين السيد علي، **أسس التسويق**، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2012.

30- د/نظام موسى سويدان وشفيق إبراهيم حداد، **التسويق مفاهيم معاصرة**، دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة 2، عمان، الأردن، 2009.

31- شرواط حسين، **شرح قانون المنافسة**، الجزء الأول، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، بدون طبعة، عين مليلة، الجزائر، 2012.

32- طاهري حسين، **القانون الإداري والمؤسسات الإدارية**، دراسة مقارنة، دار الخلدونية للنشر، الطبعة الأولى، الجزائر، 2007.

33- العسكري أحمد شاكر، **التسويق مدخل استراتيجي للبيئة التسويقية وسلوك المستهلكين والمزيج التسويقي**، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، 2000.

34- فيليب كوتلر وآخرون، **التسويق السلع والاسعار**، ترجمة مازن نفاع، دار علاء الدين للنشر والطباعة والتوزيع، الطبعة 4، دمشق، سوريا، 2017.

35- فيليب كوتلر وجاري ارمسترونغ، **أساسيات التسويق**، تعريب د. سرور علي إبراهيم سرور، الكتاب الأول، دار المريخ للنشر، الطبعة الأولى، مصر، 2007.

36- قدي عبد المجيد، **المدخل إلى السياسات الاقتصادية الكلية**، دراسة تحليلية تقييمية، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة 2، الجزائر، 2005.

37- المجيلدي أحمد سعيد، **التسيير في أحكام التسعير**، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر. 1981.

38- مطر موسى، **التجارة الخارجية**، دار صفاء للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2001.

2.الرسائل والمذكرات الجامعية:

أ-أطروحات الدكتوراه:

1-بن جدو زهير، **دور الصناعات الصغيرة والمتوسطة في تعزيز النمو الاقتصادي في الجزائر**، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في الاقتصاد وتسيير المؤسسات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 8 ماي، قالمة، 2023/2024.

2-بن حمزة نبيل، **الأمن الطاقوي الجزائري بين التحديات والبدائل**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص دراسات استراتيجية، كلية العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة الجزائر 3، 2021/2022.

3-بوهيدل سليم، **إشكالية تنمية القطاع الصناعي الجزائري في ظل التحولات الاقتصادية الدولية مع التطبيق على فرع الصناعات الغذائية – آفاق 2025**، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2017/2016.

4-تيورسي محمد، **قواعد المنافسة والنظام العام الاقتصادي**، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية العلوم القانونية والإدارية، جامعة أبوبكر بلقايد، تلمسان، 2011/2010.

5-شنيني حسين، **التجارة الإلكترونية كخيار استراتيجي في الأسواق الدولية**، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2014/2013.

6-لعور بدرة، **آليات مكافحة جرائم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2014/2013.

7-مخضار سليم، **دراسة تحليلية لتنافسية القطاع الصناعي في الجزائر مقارنة ببعض الدول العربية**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2018/2017.

ب-رسائل الماجستير:

1- أبو أمين وسام، **دور عوامل استراتيجية التسعير في الحصة السوقية**، رسالة لنيل شهادة الماجستير في إدارة الأعمال، كلية الاقتصاد، جامعة دمشق، 2014/2013.

2- بخاري لطيفة، **تدخل الدولة في تحديد الأسعار وآثاره على المنافسة**، رسالة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، 2012/2011.

3- خلاف صليحة، **مبدأ المساواة في تنظيم الصفقات العمومية**، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي , 2013

4- ديمش سمية، **التجارة الإلكترونية حتميتها وواقعها في الجزائر**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2011/2010.

5- رامي السيد فوزي محمود، **دور الدولة في التنمية**، دراسة حالة لدولة ماليزيا، رسالة مقدمة لاستكمال الحصول على الماجستير في العلوم السياسية، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة، ،2011/06/16.

6- زكريا دمدوم، **الإصلاحات الراهنة في الاقتصاد الجزائري**، مذكرة تخرج لنيل الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2002.

7- طالبي صالح الدين، **تحليل الأزمات الاقتصادية العالمية (الأزمة الحالية وتداعياتها –حالة الجزائر–)**، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أبوبكر بلقايد، تلمسان، 2010/2009.

8- عثماني عائشة، **دور التسويق في زيادة تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة**، دراسة حالة شركة سيتيفيس للمشروبات بولاية سطيف، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف،2011/2010.

9- نوار رابح، **العولمة الاقتصادية وأثرها على استراتيجية التسعير – حالة الجزائر–**، مذكرة تدخل ضمن متطلبات لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2011/.2010

10- هادفي خالد، **دور المحاسبة التحليلية في تحديد سياسة التسعير للمؤسسة الاقتصادية**، دراسة حالة مجموعة من المؤسسات الاقتصادية، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2013/2012.

11- ولد إبراهيم وهيبة، **كيفية تحديد أسعار في المؤسسة الاقتصادية من منضور تسويقي**، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعة الجزائر،2004.

ج-مذكرات الماستر:

1-عبادية شرف الدين ومازوني أيوب، **نظام التسعير وتأثيره على المردودية للمؤسسة**، دراسة حالة مؤسسة سونلغاز -قالمة-، مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في شعبة العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 8 ماي 1945، قالمة،2022/2021.

3.المجلات العلمية:

1-بقار سلمى وحساين سامية، **الالتزام بالفوترة كمبدأ لشفافية الممارسات التجارية**، مجلة الدراسات الحقوقية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة احمد بوقرة بومرداس، الجزائر، المجلد 07، العدد 02، جوان 2020.

2-بلباقي وهيبة والفحلة مديحة، **مبدأ الشفافية في تسيير الشؤون العامة الإدارية**، مجلة الحقوق والحريات، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة طاهري محمد، بشار، المجلد 10، العدد01، سنة 2022.

3-بن عطاء أمال وجلطي سمير، **واقع تسعيرة الكهرباء في الجزائر**، دراسة مقارنة مع مصر وفرنسا، مجلة التنظيم والعمل، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة مصطفى اسطمبولي معسكر، الجزائر، المجلد 11، العدد 01، السنة 2022.

4-بن محاد سمير، **الجزائر وتحديات الأمن الطاقوي بين استهلاك مصادر الطاقة الناضبة وتطوير الطاقات المتجددة**، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، جامعة محمد بوضياف المسيلة، الجزائر، العدد 15، سنة 2016.

5-بوختالة سميرة وزرقون محمد وبن عمارة نوال، **واقع وآفاق تطوير قطاع النقل في الجزائر ودوره في التنمية الاقتصادية**، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، العدد 06، جوان 2017.

6-تومي صالح وجمعة رضوان، **دراسة قياسية وتنبؤية لأسعار النفط العالمية خلال الفترة 1970-2018**، مجلة الباحث، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الدكتور يحي فارس المدية، الجزائر، العدد 16، سنة 2016.

7-حركاتي فاتح، **القطاع الصناعي الجزائري بديل تنموي خارج المحروقات**، المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر، المجلد 32، العدد 02، سنة 2018.

8-د/أحلام حمدان سعيد العتيبي، **تحديد الأسعار والأجور وأحكامه في الاقتصاد الإسلامي**، مجلة كلية الدراسات الإسلامية بنين بأسوان، وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، الكويت. العدد04، سنة 2021.

9-د/البشير عبد الكريم ومحمد صلاح، **أسلوب البوت كآلية لتشييد مشروعات البنية التحتية -تجارب دولية وعربية مختارة-**، مجلة الأبحاث الاقتصادية والإدارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، العدد 17، جوان 2015.

10- د/البشير عمارة، **سياسة الدعم الحكومي في الجزائر**، مجلة نور للدراسات الاقتصادية، المركز الجامعي أفلو الأغواط، الجزائر، المجلد 05، العدد 02، ديسمبر 2019.

11- د/بلقلة إبراهيم وقسول أمين وبخيت حسان، **نشاط المضاربة في الأسواق الآجلة للنفط ودوره في تقلبات أسعار النفط**، مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الاقتصادية والقانونية، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، الجزائر، المجلد 12، العدد 02، سنة 2020.

12- د/بو الشعور شريفة، **دور حاضنات الأعمال في دعم وتنمية المؤسسات الناشئة Startups**، دراسة حالة الجزائر، مجلة البشائر الاقتصادية، جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة، الجزائر، المجلد 04، العدد 02، سنة 2018.

13- د/بوحفض حاكمي وقريبي ناصر الدين وبشرول فيصل، **أثر التجارة الخارجية على النمو الاقتصادي في الجزائر دراسة قياسية خلال الفترة 1970-2016**، مجلة أبعاد اقتصادية، جامعة وهران2، الجزائر، المجلد 10، العدد 01، سنة 2020.

14- د/رياض دنش، **الأسعار في الجزائر بين الحرية والتقييد**، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد لمين دباغ، سطيف، المجلد56، العدد01، سنة 2019.

15- د/سمير الأمير غازى عبد الحميد، **التسعير الجبري وحماية المستهلك في ظل الاقتصاد الحر**، المجلة العلمية التجارة والتمويل، كلية التجارة، جامعة طنطا، مصر، المجلد 34، العدد 04، ديسمبر 2014.

16- د/طلعت أسعد عبد الحميد البنا وأحمد محمد السيد غنيم، **تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على رضا العملاء**، دراسة تطبيقية على عملاء المتاجر الإلكترونية، المجلة المصرية للدراسات التجارية، كلية التجارة، جامعة المنصورة، مصر، المجلد 48، العدد 03، جوان 2024.

17- د/عبد المنعم محمد الطيب حمد النيل، **العولمة وآثارها الاقتصادية على المصارف -نظرة شمولية-**، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، المعهد العالي للدراسات المصرفية والمالية الخرطوم، جمهورية السودان، العدد 03، ديسمبر 2005.

18- د/عز الدين فكري تهامي، **التكلفة المستهدفة كأداة لتسعير المنتجات الجديدة في ظل بيئة الأعمال الحديثة**، مجلة مركز صالح عبد الله كامل للاقتصاد الاسلامي، كلية التجارة، جامعة الأزهر، العدد 14، سنة 2001.

19- د/قايش ميلود، **النظام القانوني للتعريض عن الأضرار البيئية -صناديق التعويض نموذجا-**، مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، الجزائر، العدد 19، جانفي 2018.

20- د/لشهب حورية وبن يعقوب نور الدين، **ضبط الأسعار بين التشريع الوضعي والشريعة الإسلامية**، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، المجلد 14، العدد 04، سنة 2021.

21- د/محمد سعيد محمد الرملاوي، **الرقابة على المنتجين والتجار وأثرها في تحقيق الجودة وتوازن الأسعار**، دراسة حول الرؤية الشرعية والجهود الحكومية والمجتمعية، مجلة دار الإفتاء المصرية، كلية الشريعة والقانون، جامعة الأزهر، القاهرة، المجلد 16، العدد 56، جانفي 2024.

22- د/معيزي قويدر، **تدخل الدولة في النشاط الاقتصادي في ظل اقتصاد السوق**، مجلة الاقتصاد الجديد، جامعة البليدة، العدد 08، ماي 2013.

23- د/هشام عبيد آدم عوض الكريم وحسين بشير حسن محمد، **أثر التسعير في المزيج التسويقي على زيادة القدرة التنافسية للمنشآت الصناعية في السودان**، دراسة حالة مصانع الزيوت من وجهة نظر العاملين بالقطاع، مجلة التحليل والاستشراف الاقتصادي، جامعة البطانة، السودان، المجلد 02، العدد 02، سنة 2021.

24- سبع أحمد، **دور الدولة في الاقتصاد بين الضرورة والحدود**، المجلة الجزائرية للعولمة والسياسات الاقتصادية، جامعة الجزائر 3، العدد 07، سنة 2016.

25- شاوش أسماء، **تدخل الدولة في تقنين الأسعار في قانون المنافسة الجزائري**، مجلة طبنة للدراسات العلمية الأكاديمية، جامعة خميس مليانة، الجزائر، المجلد 05، العدد 01، سنة 2022.

26- طالب محمد كريم، **تدخل الدولة في تحديد الأسعار كاستثناء على مبدأ حرية الأسعار**، مجلة القانون، معهد الحقوق والعلوم السياسية، المركز الجامعي مغنية، الجزائر، العدد 07، ديسمبر 2016.

27- قصابي شعبان وبلعباس رابح، **أثر تقلبات أسعار النفط على الإنفاق الحكومي في الجزائر**، دراسة قياسية باستخدام نموذج الانحدار الذاتي ذي الفجوات الزمنية الموزعة ARDL خلال الفترة 2000-2018، مجلة الاستراتيجية والتنمية، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، المجلد10، العدد01، جانفي 2020.

28- قوريش نصيرة، **أبعاد وتوجهات استراتيجية إنعاش الصناعة في الجزائر**، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الشلف، الجزائر، العدد 05، سنة 2008.

29- كسيرة سميرة ومستوي عادل، **الاتجاهات الحالية لإنتاج واستهلاك الطاقة الناضبة ومشروع الطاقة المتجددة في الجزائر**، رؤية تحليلية وآنية ومستقبلية، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، جامعة الجزائر 3، العدد 15، سنة 2015.

30- مسكين حنان وبن أحمد الحاج، **تدخل الدولة في عملية تحديد الأسعار كقيد لحرية المنافسة في التشريع الجزائري**، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة الدكتور مولاي الطاهر، سعيدة، الجزائر، المجلد 32، العدد 04، ديسمبر 2021.

31- مسكين حنان، **تكريس مبدأ حرية الأسعار في التشريع الجزائري**، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، جامعة الدكتور موالي الطاهر، سعيدة، المجلد 06، سنة 2023.

32- مولود أرزيوقات وعبد الجليل بوداح، **ظاهرة غلاء الأسعار في الجزائر وعالجها في منظور جهاز الحسبة الاسلامي**، مجلة المنهل، معهد العلوم الإسلامية، جامعة الوادي، الجزائر، المجلد 07، العدد 02، سنة 2021.

33- مومن عواطف، **الأمن الطاقوي في الجزائر: الرهانات والتحديات**، المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، جامعة عباس لغرور خنشلة، الجزائر، المجلد 10، العدد 03، جويلية 2021.

34- هباش عمران، **القيود الواردة على مبدأ حرية الأسعار في القانون الجزائري**، مجلة الحقوق والعلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عباس لغرور، خنشلة، المجلد 10، العدد 02، سنة 2023.

35- الوافي شهرزاد، **آليات التمويل الوطني للفعالية الطاقوية والطاقات المتجددة في الجزائر**، مجلة جديد الاقتصاد، جامعة قسنطينة 2، الجزائر، المجلد 14، العدد 01، سنة 2019.

4.الملتقيات والمؤتمرات:

1-د/زيدان محمد ومانع فاطمة، **آلية التسعير بين الضوابط الشرعية والوضعية في المعاملات التجارية**، مداخلة ملقاة في الملتقى الدولي "الاقتصاد الإسلامي: الواقع والرهانات"، جامعة غرداية، الجزائر، يومي 23 و24 فيفري 2011.

2-د/صبايحي ربيعة، **فعلية أحكام وحماية المستهلك**، مداخلة ملقاة في الملتقى الوطني حول "المنافسة وحماية المستهلك"، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، يوم 18 نوفمبر 2009.

3-وزارة التجارة، **الرقابة الاقتصادية "واقع وآفاق"**، توصيات الملتقى الوطني تحت شعار "معنا لحماية الاقتصاد الوطني والقدرة الشرائية للمواطن"، المنعقد بقصر الأمم، نادي الصنوبر، يوم 06 أفريل 2017.

5.المحاضرات:

1-د/شقطمي سهام، **الأعمال والتصرفات الاتفاقية**، مطبوعة بيداغوجية موجه لطلبة سنة أولى ماستر قانون اداري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باجي مختار، عنابة، 2023/2022.

2-د/عبير فايد، **الخصومات والمسموحات**، محاضرة في محاسبة، قسم التسويق، كلية إدارة الاعمال، جامعة تبوك، المملكة العربية السعودية، 2017/2016.

6.المواقع الالكترونية:

1-الخبر، النفط الجزائري الاغلى عربيا في 2024، منشورة على الموقع https://www.elkhabar.com/press/article ، تم الاطلاع عليه يوم 01 مارس 2025 على الساعة 12:33.

2-الدعم الحكومي للسلع، منشورة على https://www.aljazeera.net/encyclopedia، تم الاطلاع عليه يوم 20 فيفري 2025، على الساعة 11:43.

3-وزارة الصناعة، التنمية الصناعية، أنظمة الدعم الصناعي، منشورة على الموقع https://www.industrie.gov.dz/dev-indust/ ، تم الاطلاع عليه يوم 05 مارس 2025 على الساعة 12:17.

4-وزارة الصناعة، نبذة عن قطاع الصناعة، منشورة على الموقع https://www.industrie.gov.dz/presentation-ministere ، تم الاطلاع عليه يوم 04 مارس 2025 على الساعة 14:23.

5-وكالة الانباء الجزائرية، اقتصاد، الطاقة: سعر الغاز أقل بعشر مرات من السعر المتداول محليا، منشورة على الموقع الالكتروني https://www.aps.dz/ar/economie ، تم الاطلاع عليه يوم 01 مارس 2025، على الساعة 10:30.

7.المراجع باللغة الأجنبية:

1- Braconnier Stéphane, Droit public de l'économie, 2éme édition, PUF, paris,2017.
2- Dr. Hayat Hami, Restrictions on the principal of princes Freedom in algerian legislation, the journal of Teacher reseacher of Legal and Political Studies, University Benyoucef Benkhedda ,Algiers 1, vol 07, octobre 2022

المحتويات

المحتوى	الصفحة
شكر وتقدير	/
إهداء	/
قائمة المختصرات	/
مقدمة	أ
الفصل الأول: الإطار العام للنظام القانوني للتسعير في الجزائر	/
تمهيد	06
المبحث الأول: ماهية التسعير	07
المطلب الأول: مفهوم التسعير	07
الفرع الأول: التعريف اللغوي والاصطلاحي للتسعير	08
أولا- التعريف اللغوي	08
ثانيا- التعريف الاصطلاحي	09-08
الفرع الثاني: التعريف الفقهي للتسعير	10-09
الفرع الثالث: التعريف القانوني للتسعير	11-10
المطلب الثاني: أهمية التسعير	11
الفرع الأول: أهمية التسعير بالنسبة للمستهلك	11
الفرع الثاني: أهمية التسعير بالنسبة للشركة (المؤسسة)	12
الفرع الثالث: أهمية التسعير بالنسبة للاقتصاد	13

المطلب الثالث: أساليب تحديد السعر	13
الفرع الأول: الشروط الواجب توافرها في مسؤول التسعير	15-14
الفرع الثاني: طرق التسعير	15
أولا- تحديد السعر على أساس التكاليف	16
ثانيا- تحديد السعر على أساس المنافسة وأسعار السوق	16
ثالثا- تحديد السعر على أساس الطلب	17
الفرع الثالث: سياسات التسعير	17
أولا- سياسة التسعير النفسي "السيكولوجي"	18-17
ثانيا- سياسة التسعير الترويجي	18
ثالثا- سياسة التمييز في الأسعار	18
رابعا- سياسة أسعار المزادات والمناقصات	19-18
المبحث الثاني: المبادئ التي تحكم نظام التسعير في الجزائر	19
المطلب الأول: مبدأ حرية الأسعار	19
الفرع الأول: مفهوم مبدأ حرية الأسعار	21-20
الفرع الثاني: مضمون مبدأ حرية الأسعار	21
أولا- احترام تحديد أسعار السلع والخدمات	21
ثانيا- احترام قواعد حرية المنافسة	22
الفرع الثالث: القيود الواردة على مبدأ حرية الأسعار	23-22

المطلب الثاني: مبدأ المساواة في المعاملة	23
الفرع الأول: مفهوم مبدا المساواة	24-23
الفرع الثاني: الأساس القانوني لمبدأ المساواة	24
أولا- من النصوص الدولية	24
ثانيا- من الدستور	25
ثالثا- من التشريع	26-25
المطلب الثالث: مبدأ الشفافية	27
الفرع الأول: الالتزام بالإعلام عن الأسعار والتعرفة	29-27
الفرع الثاني: الإعلام بشروط البيع	30-29
الفرع الثالث: الالتزام بتسليم الفاتورة	31-30
المبحث الثالث: دور الدولة في تنظيم عملية التسعير	32
المطلب الأول: أهداف تدخل الدولة في تحديد الأسعار	32
الفرع الأول: أسباب تدخل الدولة في تحديد الأسعار	34-33
أولا- مكافحة الاحتكار	34
ثانيا- القضاء على المضاربة	35-34
الفرع الثاني: آليات التحكم في الأسعار	35
أولا- آلية التحديد	36-35
ثانيا- آلية التصديق	36

ثالثا- آلية التسقيف	36
الفرع الثالث: الغاية من تدخل الدولة في تحديد الأسعار	37-36
المطلب الثاني: أدوات تدخل الدولة في تحديد الأسعار	37
الفرع الأول: التدخل المباشر	37
أولا- التسعير الجبري	38
ثانيا- ضبط الأسعار	38
الفرع الثاني: التدخل غير مباشر	38
أولا- الدعم الحكومي	39
ثانيا- فرض الضرائب	39
المطلب الثالث: إيجابيات وسلبيات تدخل الدولة في تحديد الأسعار	40
الفرع الأول: إيجابيات تدخل الدولة في تحديد الأسعار	41-40
الفرع الثاني: سلبيات تدخل الدولة في تحديد الأسعار	42-41
الفرع الثالث: تدابير للحد من ارتفاع الأسعار	43-42
خلاصة الفصل	44
الفصل الثاني: دراسة تحليلية لاستراتيجيات التسعير وتطبيقاتها في الجزائر	/
تمهيد	46
المبحث الأول: استراتيجيات التسعير	47
المطلب الأول: استراتيجية تحديد أسعار المنتجات الجديدة	47

الفرع الأول: استراتيجية السعر الكاشط	48
الفرع الثاني: استراتيجية السعر الكاسح (اختراق السوق، التغلغل، التمكن)	48
الفرع الثالث: استراتيجية التسعير لاسترجاع السيولة	49
المطلب الثاني: استراتيجية تسعير خليط المنتج	49
الفرع الأول: تسعير المنتج الاختياري	50
الفرع الثاني: تسعير المنتج المقيد	50
الفرع الثالث: تسعير المنتج الثانوي	51
المطلب الثالث: استراتيجيات تعديل الأسعار	51
الفرع الأول: في حال خصم الأسعار	52
أولا- الخصم التجاري	52
ثانيا- الخصم الكمي	52
ثالثا- الخصم النقدي	53
الفرع الثاني: في حال رفع الأسعار	53
الفرع الثالث: في حال خفض الأسعار	54
المبحث الثاني: تطبيق أنظمة التسعير في القطاعات الاقتصادية	55
المطلب الأول: قطاع الطاقة	55
الفرع الأول: أنواع أنظمة التسعير في قطاع الطاقة	56
أولا- تسعير الغاز	57-56

ثانيا- تسعير الكهرباء	58-59
ثالثا- تسعير النفط	59-60
الفرع الثاني: مصادر التمويل الوطنية للتحكم في الطاقة	60
أولا- الصندوق الوطني للتحكم في الطاقة والطاقات المتجددة والمشتركة	60-61
ثانيا- صندوق البيئة وإزالة التلوث	61
ثالثا- الصندوق الوطني لدعم الكهرباء والتوزيع العمومي للغاز	62
الفرع الثالث: التحديات التي تواجه التسعير في قطاع الطاقة	62
أولا- عوائق أمنية	63
ثانيا- التحديات الاقتصادية	63
ثالثا- تحديات اجتماعية	63-64
رابعا- تحديات خارجية	64
المطلب الثاني: قطاع الصناعة	64
الفرع الأول: واقع القطاع الصناعي في الجزائر	65-66
الفرع الثاني: دور قطاع الصناعة في الاقتصاد الوطني	66
أولا- مساهمة القطاع في نمو الناتج المحلي الجزائري	66
ثانيا- مساهمة القطاع في تقليل معدلات البطالة	66-67
ثالثا- مساهمة القطاع في تعزيز التجارة الخارجية	67
الفرع الثالث: العوامل المؤثرة في تطوير قطاع الصناعة في الجزائر	67

أولا- تشجيع الاستثمار	68-67
ثانيا- حضر الاستيراد	68
ثالثا- تطوير المؤسسات	68
المطلب الثالث: قطاع التجارة	69
الفرع الأول: أهمية التجارة في دعم الاقتصاد الوطني	70-69
الفرع الثاني: ضبط الأسعار التجارية وفق القوانين الجزائرية	70
الفرع الثالث: آفاق تطوير التجارة الداخلية في الجزائر	71
أولا- تطوير البنية التحتية التجارية	71
ثانيا- تعزيز التجارة الالكترونية	72-71
ثالثا- تعزيز الإنتاج المحلي ودعم الصناعات الوطنية	73-72
المبحث الثالث: تحولات نظام التسعير وآليات ضبط السوق في ظل المتغيرات الاقتصادية الحديثة	74
المطلب الأول: تأثير العولمة على نظام السوق	75-74
المطلب الثاني: تطوير آليات الرقابة على الأسواق	76-75
المطلب الثالث: مستقبل التسعير بين الديناميكية والمرونة	77-76
خلاصة الفصل	78
الخاتمة	ب
قائمة المصادر والمراجع	/
قائمة المحتويات	/

الملخص	/

الملخص:

يُعد تنظيم الأسعار في الجزائر أحد الركائز الأساسية لضبط السوق وتحقيق الاستقرار الاقتصادي، حيث تسعى الدولة إلى إيجاد توازن بين مصالح المنتجين والمستهلكين من خلال آليات قانونية وتنظيمية تهدف إلى الحد من التقلبات السعرية وضمان شفافية المعاملات التجارية وذلك بفرض ضوابط على بعض السلع والخدمات التجارية، إلى جانب تفعيل آليات الرقابة الاقتصادية لمكافحة الاحتكار والممارسات التجارية غير العادلة.

ومع التحولات الاقتصادية الحديثة خاصة مع انتشار التجارة الالكترونية والانفتاح على اقتصاد السوق أصبح من الضروري تطوير استراتيجيات التسعير حتى تتماشى مع التطورات الاقتصادية والتكنولوجية لحماية المستهلك وتحقيق منافسة عادلة لضمان استقرار السوق بما يخدم التنمية الاقتصادية المستدامة.

Abstract:

The organization of price in algeria is considered one of the fundamental pillars for regulating the market and achieving economic stability. The state aims to create a balance between the interests of producers and consumers through legal and regulatory mechanisms designed to limit price fluctuations and ensure transparency in commercial transations , this includes implementing oversight mechanisms to combat monopolies and unfair trade practices.

With modern economic transformations, particulartly the rise of e-commerce and the openness to a market economy, it has become essential to develop long-term strategies that align with current variables. Strenthening the legal framework and adapting it to economic and technological devlopments, fostering fair competition, and ensuring market stability in way that serves sustainable economic development.