المنظومة
ALMANDUMAH

العنوان:	حماية المستهلك من الممارسات الاحتكارية: بين النص والممارسة
المصدر:	مجلة الاجتهاد القضائي
الناشر:	جامعة محمد خيضر بسكرة - كلية الحقوق والعلوم السياسية - مخبر أثر الاجتهاد القضائي على حركة التشريع
المؤلف الرئيسي:	حجازي، محمد
المجلد/العدد:	ع14
محكمة:	نعم
التاريخ الميلادي:	2017
الشهر:	أبريل
الصفحات:	467 - 488
DOI:	10.37136/0515-000-014-025
رقم MD:	821372
نوع المحتوى:	بحوث ومقالات
اللغة:	Arabic
قواعد المعلومات:	EcoLink, IslamicInfo
مواضيع:	القوانين والتشريعات، الاحتكار التجارى، حماية المستهلك، الجزائر
رابط:	http://search.mandumah.com/Record/821372

© 2025 المنظومة. جميع الحقوق محفوظة.
هذه المادة متاحة بناء على الإتفاق الموقع مع أصحاب حقوق النشر، علما أن جميع حقوق النشر محفوظة. يمكنك تحميل أو طباعة هذه المادة للاستخدام الشخصي فقط، ويمنع النسخ أو التحويل أو النشر عبر أي وسيلة (مثل مواقع الانترنت أو البريد الالكتروني) دون تصريح خطي من أصحاب حقوق النشر أو المنظومة.

للإستشهاد بهذا البحث قم بنسخ البيانات التالية حسب إسلوب الإستشهاد المطلوب:

إسلوب APA

حجازي، محمد. (2017). حماية المستهلك من الممارسات الاحتكارية: بين النص والممارسة.مجلة الاجتهاد القضائي، ع14، 467 - 488. مسترجع من http://search.mandumah.com/Record/821372

إسلوب MLA

حجازي، محمد. "حماية المستهلك من الممارسات الاحتكارية: بين النص والممارسة."مجلة الاجتهاد القضائيع14 (2017): 467 - 488. مسترجع من http://search.mandumah.com/Record/821372

© 2025 المنظومة. جميع الحقوق محفوظة.
هذه المادة متاحة بناء على الإتفاق الموقع مع أصحاب حقوق النشر، علما أن جميع حقوق النشر محفوظة. يمكنك تحميل أو طباعة هذه المادة للاستخدام الشخصي فقط، ويمنع النسخ أو التحويل أو النشر عبر أي وسيلة (مثل مواقع الانترنت أو البريد الالكتروني) دون تصريح خطي من أصحاب حقوق النشر أو المنظومة.

حماية المستهلك من الممارسات الاحتكارية

- بين النص والممارسة -

تاريخ استلام المقال: 01 مارس 2017 تاريخ القبول النهائي: 16 مارس 2017

الدكتور محمد حجازي

أستاذ محاضر "أ"

hadjarimohamed @yahoo.fr

جامعة معسكر (الجزائر)

الملخص:

يمثل الاحتكار الوضع المقابل للمنافسة، وأشكاله تتفاوت من حيث طبيعة المحتكر، ومن حيث عددهم، ومهما كان فإن ما ينتج عن الاحتكار من خسارة صافية في الرفاهية الاجتماعية، وهو ما يضر بالمستهلك، كما أن ضمان المحتكر لأرباح كبيرة قد يجعله لا يسعى إلى التجديد والابتكار، كما يؤدي إلى سوء توزيع الدخل والثروة في المجتمع. لذلك تعددت الآليات القانونية والاقتصادية لمواجهة الاحتكار أو التقليل من آثاره. فكانت مظاهر ذلك في تكريس المنافسة كمظهر لمنع الاحتكار، وذلك لمنع خلق أوضاع احتكارية جديدة بمسمى المنافسة.

كلمات مفتاحية: المنافسة- الاحتكار- المستهلك- الآليات القانونية- التنظيمية- السوق.

Résumé:

Représente un monopole situation inverse de la concurrence, et les formes varient en fonction de la nature du monopoleur, et en fonction de leur nombre, et quel que soit le monopole résultant de la perte nette de la protection sociale, ce qui nuit au consommateur, et assurer le monopole des grands profits peut faire qu'elle ne cherche pas à innover, car elle conduit suivant une mauvaise répartition des revenus et de la richesse dans la société. Il y avait donc de nombreux mécanismes juridiques et économiques pour contrer le monopole ou de minimiser ses effets. Il était la manifestation de celle de la consécration de la compétition comme un aspect de l'anti-trust, de manière à empêcher la création de nouvelles conditions sous le nom de la concurrence monopolistique. En raison de la concurrence déloyale sont étroitement liés à un monopole, en dépit du fait que la libre concurrence légitime peut parfois conduire suit monopole.

Mots-clés: concurrence- monopole- consommateur- mécanismes juridiques- réglementaire- marché.

أ- مدخل إلى الموضوع وأهميته:

إن تحرير التجارة والاندماج في السوق العالمية يقتضي تحديثا في نظم وسياسات التجارة الداخلية التي تهدف إلى ضمان تحقيق المنافسة ومنع الاحتكار، وذلك في إطار عمليات الإصلاح الاقتصادي والالتزام بقواعد اقتصاد السوق الحر، حيث تعد المنافسة ركنا أساسيا من أركانه، وعنصرا فعالا لضمان استمرارية هذا النظام الاقتصادي، وذلك بما تعكسه من منافع لكافة أطراف السوق سواء بالنسبة للمستهلكين الذين يحصلون على السلع والخدمات بأسعار أقل وجودة أعلى، أو بالنسبة للمنتجين من خلال ما تقتضيه المنافسة من حصول على نصيب أكبر من السوق، علاوة على ما توفره من حافز لاستمرارية التطوير والابتكار، ممّا يساعدهم على توسيع نطاق أسواقهم رأسيا وأفقيا، أو بالنسبة للمجتمع ككل، بما توفره المنافسة من استخدام أمثل للموارد المتاحة.

والمنافسة الكاملة رغم صعوبة تحقيقها تمثل الوضع الأمثل في الاسواق، ولا شك أن تحقيق السوق في ظل المنافسة الكاملة يحقق ربحا عادلا للمنتج من ناحية وسعرا عادلا للمستهلك من ناحية أخري. وبالرغم من أن النظرية الاقتصادية وضعت شروطا لتحقيق المنافسة الكاملة إلا أن الواقع أثبت صعوبة تحقيق هده الشروط.

ويعتبر الوضع المقابل للمنافسة هو الاحتكار، وأشكال الاحتكار تتفاوت من حيث طبيعة المحتكر، ومن حيث عددهم، ولا يخفى ما يؤديه الاحتكار من خسارة صافية في الرفاهية الاجتماعية، لأن المحتكر يتحكم في الثمن أو الكمية المعروضة أو المنتجة، بحيث يحقق أقصى ربح أو إيراد احتكاري، وهو ما يضر بالمستهلك، كما أن ضمان المحتكر لأرباح كبيرة قد يجعله لا يسعى إلى التجديد والابتكار، كما يؤدي إلى سوء توزيع الدخل والثروة في المجتمع. لذلك فإن تزايد صور وأغراض المنتجات، وازدياد حجم ونطاق التعاملات أدى لازدياد الاهتمام بحماية المستهلك واتساع نطاقه ليشمل عقودا لم يألفها من قبل، بقصد تحقيق التوازن العقدي بين المتعاقدين، خاصة في مجال عقود الاستهلاك. وأساس حماية المستهلك في العقد هو اختلال التوازن بين المستهلك والمهني أو المحترف الذي يقدم السلعة أو الخدمة، باعتبار هذا الأخير هو الطرف الأقوى اقتصاديا، والذي يفرض شروطه على المستهلك.

وقد تعددت السياسات الاقتصادية لحماية المستهلك من الممارسات الاحتكارية، ومنها تدخل الدولة في تحديد الاسعار، أو فرض ضرائب على المحتكرين، أو إحلال الاحتكار الحكومي محل الاحتكار الخاص عن طريق سياسة التأميم. ولأن هذه الوسائل لم تعد مقبولة في ظل تغير دور الدولة وتراجع درجة تدخلها في النشاط الاقتصادي، لذلك تم اتباع مجموعة من السياسات للحفاظ على المنافسة ومنع الاحتكار، ووضع القوانين والتنظيمات التي تنظم

الأسواق، وإنشاء الأجهزة التي تشرف على تنفيذ تلك السياسات، حيث طبقت قوانين لحماية المنافسة ومنع الاحتكار من خلال أجهزة متخصصة في هذا الجانب، كل ذلك في إطار سياسة الإصلاح الاقتصادي، أو في إطار التوافق مع قواعد منظمة التجارة العالمية – WTO.

وتكمن أهمية دراسة موضوع حماية المستهلك من الممارسات الاحتكارية من حيث:

1- حماية رضا المستهلك الحفاظ من خلال تحكم مشروعات موجودة في السوق في السعر أو نوعية المنتج، أو غيرها من الممارسات غير المشروعة.

2- أهمية مصاحبة سياسة حماية المنافسة ومنع الاحتكار لآليات حماية المستهلك، وذلك لمنع خلق اوضاع احتكارية جديدة بمسمى المنافسة.

3- أهمية دراسة الآليات التي يمكن أن تخلق أوضاعا احتكارية في الاقتصاد الجزائري وكيفية تنظيمها من خلال سياسات المنافسة، وإلى أي مدى يمكن وضع حدود لتدخل الدولة في النشاط الاقتصادي والتجاري، حماية للمستهلك من جهة وضمانا للمنافسة من جهة أخرى.

4- أهمية معرفة الجهات، الإدارية أو المستقلة، المخولة بحماية المستهلك للممارسات الاحتكارية الضارة بالمستهلك، لحماية المستهلك منها، فضلا عن التفرقة بين ما يعد احتكارا وممارسة مضادة بالمنافسة، وما يعتبر منافسة مشروعة.

وتبعا لما سبق، فإنه ستتم دراسة موضوع حماية المستهلك من الممارسات الاحتكارية في الجزائر، ومن جانبه القانوني تحديدا، بالتعرف على الآليات القانونية والتنظيمية لحماية المستهلك من هذه الممارسات في الجزائر، ومدى تحقيقها للنتائج المرجوة منها، نظرا لتشعب أبعاده الاقتصادية والسياسية، فضلا أن دراسة تجارب دولية وتحليلها، وكيفية الاستفادة منها تحتاج لمؤلف مستقل أو دراسات بحثية متعددة.

ولما كان هدف القوانين هو استقرار المعاملات وضمان صحة العقود، وتجنب المنازعات الناشئة بصدد تنفيذها – والذي لا يتأتى إلاّ باحترام القواعد القانونية المتعلقة بركن الرضا- فحرصت على حماية رضاء المستهلك، بل لم يدخر رجال القانون والقضاء جهدا في توفير تلك الحماية القانونية، وذلك من خلال تطويع القواعد القانونية النافذة، وقد تزايدت تلك الجهود في ظل اللجوء المتنامي لعقود الاستهلاك، الذي يستلزم الاحترام التام للمستهلك وحمايته من كل ممارسة احتكارية. حيث يمثل ركن الرضا في مجال التعاقد عنصرا هاما، ويرجع ذلك لكون الإرادة جوهر العقد وأكثر موضوعاته حاجة للبيان، ولا عجب أن تكون إرادة المتعاقد في حاجة للحماية والتبصير حين يتعلق الأمر بعقود الاستهلاك التي تحمل مخاطر عديدة لغير المهني، والمعلوم أن الأمر يحتاج لقدر كاف من التوازن العقدي، بما يضمن صحة العقد ويحقق العدالة العقدية.

ب- إشكالية البحث:

يحاول البحث الإجابة عن تساؤلات يثيرها الموضوع تتعلق بالآثار الاقتصادية والاجتماعية للممارسات الاحتكارية، ودور سياسات حماية المنافسة ومنع الاحتكار في ظل سياسات الإصلاح الاقتصادي؟ وماهي المناهج التي تقوم عليها قوانين حماية المنافسة ؟

وإلى أي مدى يمكن توفير حماية أنسب وأوسع للمستهلك من الممارسات الاحتكارية ؟ وما هو نطاق ومضمون هذه الحماية، وهل يمكن تطبيق الأحكام العامة ؟ وما هي ضمانات المستهلك في العقود ؟ وهل وفر القانون الجزائري تلك الضمانات أمام التطور الحاصل، وهل وفق في التفرقة بين الممارسات الاحتكارية والممارسات المشابهة التي لا تتعارض مع سياسات المنافسة ؟

فضلا عن البحث في الإطار التنظيمي والقانوني والتنظيمي لحماية المستهلك من الممارسات الاحتكارية في الجزائر، وهل حققت الآليات القانونية الأهداف المبتغاة منها من خلال مراعاة طبيعة الاقتصاد الجزائري، ومن خلال الاستفادة من التجارب الدولية ؟

جـ - منهج البحث وتقسيم:

البحث هو دراسة تأصيلية تطبيقية، لأنه يتناول الربط بين الجانب التأصيلي والواقع العملي، ولذلك كان أسلوب المنهج الاستقرائي أو الوصفي هو الأنسب، بحيث يعتمد على الملاحظة واستقراء الواقع حول ظاهرة معينة. وميزة هذا المنهج أنه غير مقيد بنموذج معين، حيث يكون الباحث حرا في بيان أي ملاحظات يرى أن لها صلة بالقضية محل الدراسة. وفي ضوء ذلك تم تناول الدراسة على النحو الآتي:

أولا: تعريف عقود الاستهلاك وخصائصها:

يحسن بنا بدءا تعريف عقد الاستهلاك، وهو الاتفاق الذي يتم بين المهني والمستهلك بشأن سلعة أو خدمات يقدمها الأول للثاني لإشباع حاجاته الشخصية أو العائلية[1]. وسواء تم التعاقد بطرق عادية أو بوسيلة إلكترونية. فيتضمن هذا التعريف العناصر التي تميز عقود الاستهلاك من حيث كونها تبرم بين مهني ومستهلك، وترد على منتجات تلزم الأخير أو أفراد أسرته من أجل إشباع الحاجات الشخصية التي لا صلة لها بحرفته أو مهنته. ولا تقتصر عقود الاستهلاك على عقود البيع فقط، بل تشمل كافة العقود التي يمكن أن ترد على السلع والخدمات، أو على المنتجات كما عرّفها قانون حماية المستهلك.

ويمكن استخلاص أهم خصائص عقود الاستهلاك من نواحي عدّة:

---

(1) مصطفى أحمد أبو عمرو، الالتزام بالإعلام في عقود الاستهلاك، دراسة مقارنة، مطبعة جامعة طنطا، 2008، ص 28، 29.

1- من حيث محل التعاقد: فيتمثل محلها في المنتجات والخدمات اللازمة لإشباع الحاجات الشخصية والعائلية للمستهلك، والتي لا علاقة لها بنشاطه المهني، كشراء مواد غذائية، أو استئجار مسكن، أو طلب الحصول على خدمة كمشاهدة قنوات أو برامج تلفزيونية معينة أو الإنترنت..وقد يتمثل هذا العقد في التأمين أو في العلاج الطبي أو الاستشارات الفنية أو القانونية.

2- من حيث التوازن العقدي بين الطرفين: إن السبب في تنظيم عقود الاستهلاك ووجود تشريع خاص بحماية المستهلك تتمثل في كون المستهلك كأحد طرفي العقد، هو الطرف الضعيف في الرابطة العقدية، والذي يحتاج إلى الحماية بصورها المختلفة، وذلك نتيجة عدم التوازن المعرفي والقانوني والاقتصادي بين طرفي العقد، فالأول وهو الحرفي والمهني يتمتع بقدرة ومكنة اقتصادية وقانونية وفنية، كما يحيط علما بالبيانات والمعلومات الجوهرية التي من شأنها التأثير في قرار التعاقد أو مضمونه. وزيادة على ذلك فإنّ عقد الاستهلاك قد يرد على سلعة أو خدمة يحتكرها المهني أو المحترف، بحيث لا يجد المستهلك بديلا عن التعاقد معه بشأنها، بل قد يلجأ المنتج في سبيل ترويج منتجاته لوسائل الدعاية التي من شأنها أن تخلق لديه الرغبة في اقتناء تلك المنتجات نتيجة وسائل الإغراء المتنوعة التي يستحدثها المنتج اتجاه المستهلك[1]، ونتيجة لظهور فكرة الائتمان الاستهلاكي انتشر الإقدام على الاستهلاك غير المحسوب، وإبرام العديد من عقود الاستهلاك دون تروّ أو تدبر واعي لقرار التعاقد.

3- من حيث التنظيم القانوني: نتيجة لما تتميز به عقود الاستهلاك عن باقي العقود من حيث طبيعة محلها أو صفة أطرافها، حرصت الدول، ومنها معظم الدول العربية على سن تشريع خاص بها، بحيث يعد الشريعة الخاصة بشأنها[2]. وتتسم القواعد الخاصة بحماية المستهلك بالطابع الآمر لكونها تنتمي لفكرة النظام العام الحمائي[3]، وذلك بهدف حماية المستهلك من خلال إكسابه بعض الحقوق أو إلزام المتعاقد معه (المهني) بالعديد من الالتزامات، كالالتزام بالإعلام سواء قبل إبرام العقد أو أثناء تنفيذه، والالتزام بأمن المنتوجات، والضمان والخدمة ما بعد البيع...

---

(1) وقد تتمثل تلك الوسائل في الوعد بجوائز مالية أو تقديم كميات من السلع والخدمات المجانية، أو منح المستهلك تسهيلات في السداد.

(2) وتبقى أحكام القانون المدني أو التجاري واجبة التطبيق حال خلو التشريع الخاص من حكم للمسألة المثارة.

(3) محمد حسين منصور، المسؤولية الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة، 2003، ص 134.

ثانيا: تعريف الاحتكار وصوره:

يعرف الاحتكار في علم الاقتصاد بأنه الانفراد بسوق سلعة أو خدمة في يد واحدة، أو هو فعل يؤدي إلى السيطرة والنفوذ بهدف إحداث اختناقات في معدلات وفرة السلع وجودتها وأسعارها بغرض إلغاء المناقشة أو إجبار المتنافسين على إخلاء السوق[1]. وللاحتكار أنواع وصور متعددة تختلف باختلاف وجهات النظر إليها، ويمكن تحديد أهمها في:

1- احتكار البائع أو المنتج: وهو الأكثر شيوعا، ويعني انفراد شخص أو هيئة بإنتاج وبيع سلعة معينة بكميات معينة في السوق وبالتالي في أسعارها،

2- احتكار المشترى: ومثاله المنتج الوحيد لسلعة معينة لها خدمات ليس لها استخدام بدل فيكون محتكرا لشراء تلك الخامات. وقد يكون الغرض من هذا الاحتكار مقاومة احتكار آخر كوّنه البائعون، ومثاله احتكار بعض الشركات بيع السكر، فتحتكر بسبب ذلك شراء القصب.

وتتنوع درجات ومستويات الاحتكار:

1- الاحتكار الأحادي: حيث يتحكم فرد أو منشأة واحدة في الكمية المتداولة في السوق بيعا وشراء. حيث تختفي المنافسة تماما بانفراد منتج واحدد بإنتاج سلعة ليس لها بديل، وإذا كان يندر، في الواقع، وجود محتكر لا يقابل أية منافسة له، لأن السلع تتنافس فيما بينها، ولا توجد سلعة لا بديل لها, ولذلك لا وجود لاحتكار تام أو خالص، وإنما احتكار بسيط[2].

2- الاحتكار الفئوي: حيث يتحكم عدد محدود في السوق، وذلك بما لا يلغي القدرة التحكمية لأي منهم في السعر تماما، وإن قلت درجة الهيمنة أو التحكم لأي منهم عما يتحقق في سوق المحتكر الأحادي. وهذه الحالة التي تسود الاقتصاديات المعاصرة.

وبالنسبة لمقاييس درجة الاحتكار، فلم يعد الحجم الكبير للمنتجات مجرّما في حد ذاته، وإنما المجرم هو إساءة استغلال هدا الحجم للإضرار بالآخرين، سواء كانوا مستهلكين أو منافسين حاليين أو متوقعين. وهده الطريقة لا تهتم بنصيب المنشآت في السوق، وإنما تركز على سلوك هده المنشآت، حيث تهتم بتصرفات الشركات في السوق من حيث ابرام اتفاقات فيما بينها لتقديم منتجات بكميات معينة أو بسعر معين، أو لتقاسم الاسواق، أو لتقسيم المستهلكين جغرافيا فيما بينها، حيث أن هده التصرفات تعتبر مضادة للمنافسة وتستوجب تدخل السلطات المنظمة للمنافسة لمعاقبة هده المنشآت.

---

(1) هشام جاد، الاحتكار، سهم في قلب المسيرة الاقتصادية، مكتبة الأسرة، القاهرة، 2002، ص 33، 34.

(2) مصطفى حسني مصطفى، التحليل الاقتصادي، الكتاب الأول، التحليل الاقتصادي الجزئي، دار النهضة العربية، القاهرة، 2003، ص 370.

R. Barre: Economie Politique, T1,10 éme éd, P.UF, Paris, 1975, p 598.

ورغم مزايا هذه الطريقة في كونها لا تجرم الاحتكار في حد ذاته، ولكنها تجرم سوء استغلال هده الاحتكار للإضرار بالغير أو لتحقيق أرباح غير عادية، إلا أنه من الصعب الاستدلال على سلوك هده المنشآت والاتفاقيات المبرمة بينها، والتي قد لا تكون مكتوبة أحيانا.

ونظرا لتداخل الموضوع وصعوبته، فقد حدد البنك الدولي بعض الظواهر التي يمكن من خلالها الاستدلال على الممارسات الاحتكارية، وتتمثل في[1]:

- ارتباط الإنتاج بتملك مادة خام رئيسية بنسبة عالية أو أن تعمل الشركات عند اقصى حدود طاقتها الإنتاجية.
- انعدام مرونة الطلب على المنتجات نظرا لصعوبة إحلال المنتج محل الاحتكار بغيره من المنتجات.
- أن يكون السوق غير ديناميكي ومستقرا وتقليديا.
- وجود فرق كبير بين نصيب الشركة الأكبر في السوق ونصيب الشركة التي تليها مباشرة.
- وجود صعوبة او استحالة غب الدخول إلى السوق.
- عدم وجود أية ابتكارات أو منتجات اخرى جديدة في السوق.
- وجود محدودية كبيرة في إحلال الواردات او أنها غير مجدية اقتصاديا عند اللجوء إليها.

وإذا كانت هده هي الظواهر او الأعراض التي يمكن من خلالها الاستدلال على الممارسات الاحتكارية في السوق، فإن التساؤل الدي يطرح نفسه هنا ماهي العلاقة بين المنافسة غير المشروعة والممارسات الاحتكارية؟ وهذا ما سنتناوله في المطلب الموالي.

ثالثا: العلاقة بين المنافسة غير المشروعة والاحتكار:

يطلق على المنافسة[2] الاحتكارية كل وضع يتحقق ما بين الاحتكار والمنافسة الكاملة، حيث يتعدد البائعون لسلعة واحدة وإن كانت غير متجانسة الصفات فيما بينهم، وفي هذه الحالة يحتفظ البعض منهم بتميز في نوعية السلعة أو صنعها أو درجة الجودة بما يتيح درجة من التحكم والتميز في السعر. ويحقق المحتكر في جميع حالاته أرباحا غير عادية (احتكارية) دون

(1) مغاوري شلبي علي، حماية المنافسة ومنع الاحتكار بين النظرية والتطبيق، تحليل لأهم التجارب الدولية والعربية، دار النهضة العربية، 2005، ص 42،41.

(2) المنافسة Concurrence اصطلاحا مشتق من الاصطلاح اللاتيني Cum-Ludere والتي تعني Jouer ensemble بمعنى يلعب في جماعة أو يجري مع Courir avec لدا كان مفهوم المنافسة في بداية شيوعه، يعني حالة خصومه، وتنافس وصراع وحالة عداء مستمرة. وتعني المنافسة العلاقة بين التجار والمنتجين في صراعهم على العملاء. أحمد محرز، الحق في المنافسة المشروعة، دار النهضة العربية،القاهرة، ص 7.

الاهتمام بجودة المنتج وذلك على حساب المستهلك، وهو ما قد يؤدي إلى سوء استخدام الموارد والحد بشدة من الاختيارات المتاحة للمستهلك.

إن المنافسة بين البائعين أو المنتجين تؤدي دائما إلى حماية المستهلك من السلوك التحكمي للبائع الفرد، أمّا في حالة الاحتكار فليس أمام المستهلك أي خيار سوى الشراء من المحتكر وقبول خدماته الهزيلة، وأسعاره المرتفعة، أو عدم الشراء مطلقا مع الحاجة الشديدة ربما لذلك المنتج أو الخدمة.

وفضلا عن تلك المساوئ يؤدي الاحتكار إلى كبح الابتكار أو التجديد، لأن المحتكر لا يخشى أية منافسة من الآخرين، كما أنه يؤدي إلى عدم الاستغلال الكامل للطاقة الإنتاجية، حرصا من المحتكر على تجميد العرض وتثبيته حتى لا ينخفض السعر. كما يؤدي الاحتكار إلى تخصيص غير كفء للموارد الاقتصادية، لأنه طبقا للنظريات الاقتصادية يتوقف المحتكر عند مستوى إنتاج أقل من المستوى الحدّي ليحافظ على الإيراد الحدّي بمستوى يزيد عن التكاليف الحدية. بالإضافة إلى أن المحتكر يضع السوق في حالة عجز مستمر وذلك بتخفيض العرض، ويعمل كل جهده للتدخل في السياسات الاقتصادية التي تتعارض مع أهدافه في تحقيق أقصى ربح سواء في وضع حدود للأسعار أو رفع أجور العمال[1].

وترتبط المنافسة غير المشروعة ارتباطا وثيقا بالاحتكار، بالرغم من أن المنافسة الحرة المشروعة قد تؤدي في بعض الأحيان إلى الاحتكار، وذلك عندما يتفوق التاجر أو المنتج على منافسيه وينصرف المستهلكين إليه، نظرا لكفاءته أو حسن خدماته. ومع ذلك يتعين منع وصول التاجر إلى مركز احتكاري بعمل من أعمال المنافسة غير المشروعة، ومن ثم كان عمل له مردودات اقتصادية واجتماعية سلبية. لذلك كان البحث عن معيار محدد للفصل بين ممارسات تجارية تعد من قبيل المنافسة المشروعة وبين تلك التي تعد من جنس الممارسات غير المشروعة كأسلوب الإغراق[2] أو خفض الاسعار في السوق بهدف إزاحة المنافسين والانفراد به مستقبلا[1].

---

(1) مصطفى حسني مصطفى، المرجع السابق، ص 382. محمد سلمان الغريب، الاحتكار والمنافسة غير المشروعة، دار النهضة العربية، 2004، ص132، 133.

(2) يقصد بالإغراق بيع سلعة في سوق أجنبية بأسعار أقل مما تباع في السوق المحلية، أو استيراد سلعة من الخارج بثمن أقل من ذلك الذي يضمن للمنتجين المحليين ربحا معقولا. ويتضرر المستهلك الوطني نتيجة ممارسة دولته أو المؤسسات الاقتصادية فيها لسياسة الإغراق، حيث يتحمل هو الخسائر التي تعد مكسبا للمستهلك الأجنبي، الذي قد يتمتع لفترة طويلة بالأسعار الرخيصة الناتجة من ممارسة الإغراق، وقد تطول هذه الفترة أو تقصر تبعا لنوع الإغراق ولشدة وقوة المنافسين المحليين في السوق التي تهاجم بالإغراق أو المصدرين الاجانب لهذه السوق المغرقة، وينتهي الأمر باستئثار أحد المنافسين بالسوق وحده ويتحقق له ما سعى إليه، ويتغير الحال بالمستهلك=

إن حرية التجارة والمنافسة وجهان لعملة واحدة[2]، إلا أن هناك بعض الأعمال التجارية، والتي يبتكرها التجار للاستحواذ على الأسواق والزبائن، يتعذر بشأنها التفرقة من حيث كونها أفعالا مشروعة أو محظورة، وقد لا يتمكن العرف والعادات التجارية من مجاراة مثل تلك الأساليب الاحتكارية، في إرشاد القاضي إلى مدى مشروعية أفعال صاحب المركز الاحتكاري. لذا يتوجب على القانون أن يطال تلك الممارسات الاحتكارية.

رابعا: الآثار الاقتصادية للاحتكار:

ليس غريبا أن نجد آراء تدافع عن الاحتكار وترى له مزايا، وهي آراء ذات أثر محدود، حيث أن القناعة في علم الاقتصاد أن الاحتكار شر لا يمكن الدفاع عنه. وهو ما دفعنا للوقوف عند آثار الاحتكار على وفرات الإنتاج، وعلى الرفاهية الاجتماعية.

أ- آثار الاحتكار على وفرات الإنتاج والتقدم الاقتصادي:

تفرض الشركات الكبيرة غي الغالب سيطرتها على منافسيها من الشركات الصغيرة عن طريق تحديد السعر، أو توزيع الأسواق، أو تقاسم المستهلكين والعملاء، أو عن طريق تخفيض

=الدي كان يتمتع بأسعار رخيصة إلى مستهلك لسلعة احتكارية تباع بأسعار مرتفعة. د. محمد محمد الغزالي، مشكلة الإغراق، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية 2007، ص 21.

(1) والبيع بسعر معين يضر بالمنافسة يقتضي توفر شرطين، أولهما البيع بسعر أقل من مستوى تكلفة المنتج، وهي التكلفة المتوسطة المتغيرة كما حددها القضاء في الإتحاد الأوربي والولايات المتحدة الأمريكية، لأنه لا توجد مصلحة للمشروع في البيع بهذا السعر إلا استبعاد المنافسين من السوق. أما الشرط الثاني فهو إثبات نية المشروع المهاجم للإضرار بالمنافسين، ويكفي الشرط الأول كقرينة على توفر هده النية، او قرائن أخرى كأن يترتب على هدا السعر استبعاد المنافسين الحاليين، أو الحد من نشاطهم، أو منع دخول المنافسين المحتملين للسوق، أو حصول التخفيض عند دخول منافسين جدد، أو قيام المشروع المدعى عليه برفع غير عادي للأسعار بعد انفراده بالسوق. وعلى هدا الأخير أن يثبت عكس دلك كان يثبت أن تبنيه للسعر الاقل من تكلفة الإنتاج المتوسطة لم يكن بنية الإضرار بالآخرين وغنما كان لأسباب تتعلق بظروف وضغوط السوق، أو لانخفاض تكاليف الإنتاج الخاصة به، أو قرب انتهاء صلاحية المنتج، وأن السعر تم تطبيقه لفترة قصيرة. مغاوري شلبي علي، المرجع السابق، ص 152 وما بعدها. عبد الباسط وفا، المرجع السابق، ص 61.

(2) وقرر لذلك أن الضرر الناشئ عن المنافسة المشروعة يعتبر ضررا مشروعا، وأن حالة المنافسة التجارية من الحالات التي يتجاوز فيها القانون عما قد يلحق بالغير من ضرر، متى كانت التجارة والتجارة مشروعة، وتقوم على الذكاء والعمل، وعلى استغلال فرص النجاح. أكثم أمين الخولي، الوسيط في القانون التجاري، ج3 الأموال التجارية، مطبعة نهضة مصر، القاهرة 1964، ص 370 .

حجم الإنتاج، وهدفها من دلك هو تعظيم الأرباح. ومن ثم فإن كبر حجم المنشأة يؤدي إلى قلة الكفاءة الاقتصادية[1].

ب- آثار الاحتكار على الرفاهية الاجتماعية:

الهدف من المنافسة الكاملة هو حصول المستهلكين على المنتجات بأسعار مساوية لتكلفة إنتاجها المتوسطة، وبدلك يكون هدف السوق تحقيق أقصى إشباع ورفاهية للمستهلكين، بحصول المستهلك على أكبر كمية من المنتجات بأسعار منخفضة نسبيا. وفي المقابل كلما قلت درجة المنافسة واتجه السوق نحو الاحتكار كلما اتجهت الأسعار إلى الارتفاع ويقل الإنتاج مقارنة بحالة المنافسة الكاملة، وتزيد صعوبة الدخول إلى الأسواق، لأن المحتكر يكون أمامه خيارين، فإما أن يقرر بطريقة تحكمية ثمن المنتج ويترك للمشترين أن يقرروا الكمية التي يرغبون في شرائها عند هدا المستوى من الثمن، وإما أن يقرر الكمية التي يرغب في بيعها ويترك تحديد الثمن الدي يحفز المشترين على شراء هده الكمية للسوق والمشترين، فإدا فضل المحتكر الخيار الأول فإنه يحدد الثمن عند دلك المستوى الدي يحقق له أقصى ربح ممكن، وهو ما يسمى بـ"الإيراد الاحتكاري". وهدا السعر المرتفع يتضمن جزءا يمثل ضريبة على المستهلكين يفرضها المحتكر انطلاقا من استغلال وضعه الاحتكاري. ويمكن حصر الآثار السلبية للممارسات الاحتكارية في[2]:

- ارتفاع اسعار مستلزمات الإنتاج محل الاحتكار، وامتداد الأثر الاحتكار إلى النشاط الإنتاجي، الأمر الدي ينعكس في النهاية على الأسعار.

- التحكم في عرض السلعة في السوق، وافتعال الأزمات وهو ما لا يعكس الصورة الحقيقية للعرض والطلب، ما ينتج عنه في الأخير تأثيرا على الأسعار وسلوك المستهلكين. وقد ينتهي الامر بالمستهلك لشراء سلعة لا يرغب فيها أو لا يكون في حاجة إليها، وقد لا يستهلكها بسبب قيام المحتكر بإغراق السوق بسلعة راكدة أو غير مرغوبة على سلعة أخرى مرغوبة، الأمر الدي يعد إتلافا للموارد المالية بالمستهلك من غير جدوى، وفي دلك إضرار بالسلوك الرشيد له.

- عدم الاهتمام من جانب المنتج المحتكر بمستويات الجودة، وهو ما يحمل المستهلك بمنتجات اقل جودة او منتجات معيبة في بعض الأحيان، وفي دلك إضرار بالاقتصاد الوطني.

---

(1) موريس جرجس، آليات دعم القدرة التنافسية في القطاع الصناعي في دول مجلس التعاون لدول الخليج العربية، مجلة التنمية والسياسات الاقتصادية، العدد الأول، المجلد 3، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، ديسمبر 2000، ص 21-23. مغاوري شلبي علي، المرجع السابق، ص 58.

(2) محمد فريد خميس، دراسة عن تنظيم المنافسة ومنع الاحتكار مع مقترحات لمشروع القانون المصري، دون ناشر، 2002، ص 18-19.

– الإضرار بأصحاب المشاريع الصغيرة العاملين في الصناعة محل الاحتكار، فقد يؤدي سلوك المحتكر إلى خروجهم من السوق، وهو ما يلحق ضررا بالاقتصاد الوطني، حيث تمثل الصناعات المتوسطة والصغيرة هي رافد الاقتصادات العالمية.

خامسا: سياسة حماية المنافسة ومنع الاحتكار:

لم تعد الأسواق المحلية اليوم منعزلة عن الأسواق الدولية، كما لم تعد الأسعار المحلية تتحدد بمعزل عن الأسعار الدولية، وبالتالي فإن أدوات الحماية التي كانت تستخدم في الماضي لم تعد قائمة في ظل سياسة الانضمام لمنظمة التجارة العالمية، وزيادة الانفتاح والارتباط بين الأسواق، والاندماج بين الشركات العالمية، حيث تكثر الممارسات التجارية غير التنافسية، الأمر الدي جعل عملية صياغة سياسات لحماية المنافسة ومنع الاحتكار أكثر تعقيدا.

جميع هده الظروف والمتغيرات جعلت الفكر الاقتصادي يعترف بدور جديد للدولة في رسم سياسات حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية الضارة بالمستهلك، حيث لم يعد التركيز على إحياء فكرة "دعه يعمل دعه يمر"، ولكن أصبح أكثر تفهما للدور الفعلي الدي يمكن أن تلعبه الدولة في هدا المجال، ودلك بتحقيق التوازن بين فلسفة تدخل الدولة من ناحية وفلسفة التوازن التلقائي للأسواق من ناحية أخرى [1].

(1) حيث اختلفت السياسات الاقتصادية لمنع الممارسات الاحتكارية وحماية المنافسة من فلسفة اقتصادية إلى أخرى:

– ففي ظل فلسفة تدخل الدولة هناك أسلوب فرض الثمن العادل على المنتجات محل الاحتكار، وهو مجرد أسلوب تنظيمي يتم في في الغالب بطريقة تحكمية، لأن المشكلة تكمن في الطريقة التي يكون فيها الثمن عادلا من وجهة نظر المستهلكين ومحققا للجدوى الاقتصادية بالمنتج. كما ان هناك أسلوب فرض الضرائب النوعية والإجمالية على المحتكر. وهدا الأسلوب أيضا قد يواجهه المحتكر بالتهرب من الضريبة، أو ينقل عبء الضريبة إلى المستهلك. ويبقى الأسلوب الأخير وهو إحلال الاحتكار العمومي محل الاحتكار الخاص من خلال سياسة التأميم. وهذه الطريقة لم تعد مقبولة في الظروف الدولية وخوفا من تأثيرها على مناخ الاستثمار ومصداقية سياسات الإصلاح والتحرر الاقتصادي التي تتبعها معظم دول العالم. كما أن التحول من الاحتكار الخاص إلى احتكار عام لا يعني سوى تغييرا للأدوار فقط، مع فيه من اضرار بالمنافسة والمستهلك.

– وفي ظل فلسفة الإقتصاد الحر فإن المعيار الوحيد لتجريم الاحتكار هو وضع عقبات أمام دخول المنافسين إلى السوق، لأن هذه العقبات هي التي تمكن المحتكر من تحقيق أرباح احتكارية، لأنها إدا لم تفعل دلك فستفقد وضعها المسيطر في السوق، والمنافسة المحتملة هي التي تحول دون حدوث أي أضرار من الأوضاع الاحتكارية. والحقيقة ان الضرر الأكبر سيلحق بالمستهلك عند قيام المحتكر باستغلال وضعه المسيطر بالسوق من خلال إبرام عقود لإعاقة دخول المنافسين كإبرام عقود طويلة الأجل مع العملاء لغلق الأسواق أمام هؤلاء المنافسين، وهو ما يقتضي=

لقد أصبحت سياسة حماية المستهلك من الممارسات الاحتكارية تتم من خلال إطار مؤسسي يتكون من القوانين والأجهزة التي تنظم المنافسة في الأسواق، وتحول دون تكوين الاحتكارات المضرة، وتجرم الممارسات الاحتكارية المضادة للمنافسة. والسؤال الدي يطرح نفسه هنا هل أثرت تلك القوانين وما يرتبط بها من إجراءات على التصرفات الاحتكارية ؟

سادسا: آليات حماية المستهلك من الوسائل الاحتكارية:

تقوم الدولة بالتركيز على تنظيم المنافسة ومنع الاحتكار من خلال وضع قوانين وإجراءات لمنع السلوك والممارسات الضارة بالمنافسة، من خلال التركيز على حجم الإنتاج والأسعار التنافسية، والتمييز في الأسعار والممارسات والاتفاقيات التي تؤثر على المنافسة بشكل مباشر أو غير مباشر، فضلا عن القيود التي تحول دون دخول المنشآت الجديدة إلى السوق. وهده السياسة لا تمنع من الحجم الكبير للمشروعات وإنما تمنع إساءة استغلال هدا الحجم الكبير للإضرار بالمنتجين الأخرين وبالمستهلكين. لكن تبقى الصعوبة في تنفيد هدا المنهج هو صعوبة تحديد مستوى الأسعار التنافسي من الاجهزة المكلفة بتطبيق القانون، كما ان دلك يحتاج إلى كفاءات عالية.

تمثل قوانين حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية مواكبة للاتجاهات العالمية في هذا الصدد، وذلك لأن تطبيق اتفاقيات التجارة الدولية (الجات GAT) تلزم الدول الموقعة عليها باتباع سياسة للمنافسة ومنع الاحتكار من ناحية، بالإضافة إلى تعاظم دور القطاع الخاص في ظل إتباع سياسة الخصخصة وهو الأمر الذي أدى إلى ظهور تكتلات كبيرة، وقد تسعى إلى احتكار السوق والسيطرة عليه والتأثير على قواعد المنافسة المتعارف عليها من ناحية أخرى.

لذلك تم إصدار قانون المنافسة رقم 03/03 الصادر بتاريخ 2003/06/19 المعدل والمتمم بالقانون رقم 12/08 المؤرخ في 2008/7/19، وتضمن هذا القانون العديد من المميزات التي تعمل على توفير المناخ الملائم لتشجيع المنافسة ومنع الاحتكار في الأسواق، ومنها:

1- إرساء القواعد العادلة لحماية المنافسة.

=إجراءات من الدولة لحماية جمهور المستهلكين. وليس صحيحا أن السوق له قدرة ذاتية تصحح أي انحراف، وهو ما عبر عنه باليد الخفية التي تقوم بتصحيح وعلاج الأزمات الاقتصادية التي تلحق بالأسواق.

أنظر في ذلك: عبد الباسط وفا، سياسة تحطيم المشروعات من خلال الأسعار وانعكاساتها على الأسواق التنافسية، دار النهضة العربية، 2001، ص 104-115. حسين عمر، المنافسة والاحتكار، دراسة تحليلية رياضية، ذار النهضة العربية، القاهرة 1960، ص163-168. هشام طه، سياسات منع الاحتكار بين النظرية والتطبيق، مجلة السياسة الدولية، العدد91، 2000، ص182، 185.

2- التشجيع على تكوين كيانات كبيرة على نحو يمكن من الاستفادة من اقتصاديات الحجم الكبير، وبالتالي يعود بالنفع على المستهلكين من خلال توفر السلع والخدمات بأسعار مناسبة.

3- تحقيق الانضباط السعري للسلع والخدمات في الأسواق ومواجهة أية آثار سلبية ناجمة عن التحرر الاقتصادي، ومنع أي محاولات احتكارية للسلع، خاصة السلع والخدمات الاستراتيجية التي تمثل الاستهلاك الأساسي للطبقات محدودة الدخل، وبما يؤدى في النهاية إلى تحسن الأداء الاقتصادي.

4- تحقيق مصالح كبرى للمستهلك الذي يمكنه المفاضلة في اختيار السلعة سواء من ناحية السعر أو الجودة.

5- تعظيم العوائد المستقبلية من الأخذ بآليات السوق والعمل على تشجيع الاستثمار، وذلك من خلال وضع القواعد المنظمة للمنافسة وحماية المستهلك، من خلال نشاطات الإنتاج والتوزيع والخدمات بما فيها الاستيراد.

6- تنظيم المنافسة بحظر أي عمل أو عقد مهما كانت طبيعته وموضوعه يسمح لمؤسسة بالاستئثار في ممارسة نشاط معين يعرقل أو يحد أو يخل بآليات المنافسة.

7- حرص القانون على أن تكون العقوبات جنائية يمكن التصالح فيها بدفع غرامات مالية[1]، وذلك للتوفيق بين هدفي منع الممارسات الاحتكارية من جهة، وعدم الإضرار بمناخ الاستثمار من جهة أخرى.

ومن أجهزة الرقابة الإدارية التي أوكلت لها مهمة تنظيم المنافسة وحركة السلع في السوق، هو مجلس المنافسة، وهو هيئة إدارية مستقلة تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، ويتمتع بسلطة اتخاذ القرار والاقتراح وإبداء الرأي بمبادرة منه أو بطلب من وزير التجارة، أو كل طرف آخر معني بهدف تشجيع وضمان الضبط الفعال للسوق، أو اتخاذ القرار في أي عمل أو تدبير من شأنه ضمان السير الحسن للمنافسة وترقيتها في المناطق الجغرافية، أو قطاعات النشاط التي تنعدم فيها المنافسة، أو تكون غير متطورة بما فيه الكفاية.كما يمكن

---

(1) حيث تقضي نصوص قانون المنافسة بأن لا تفوق الغرامة 12% من مبلغ رقم الأعمال من غير الرسوم، المحقق في الجزائر خلال آخر سنة مالية مختتمة، أو بغرامة تساوي على الأقل ضعفي الربح المحقق بواسطة هذه الممارسات، على ألا تتجاوز هذه الغرامة أربعة أضعاف هذا الربح، وإذا كان مرتكب المخالفة لا يملك رقم أعمال محدد، فالغرامة لا تتجاوز ستة ملايين دينار(6.000.000 دج)، هذا فضلا عن الغرامات التهديدية. كل ذلك تبعا لخطورة الممارسة المرتكبة، والضرر الذي لحق بالاقتصاد، والفوائد المجمعة من طرف مرتكبي المخالفة، ومدى تعاون المؤسسات المتهمة مع مجلس المنافسة خلال التحقيق في القضية، وأهمية وضعية المؤسسة المعنية في السوق.

للمجلس أن يطلب من المصالح المكلفة بالتحقيقات الاقتصادية، لاسيما تلك التابعة لوزارة التجارة إجراء كل تحقيق أو خبرة حول المسائل المتعلقة بالقضايا التي تندرج ضمن اختصاصه[1].

إلا أن الحاصل هو تغييب كلي لنشاط مجلس المنافسة، وهو ما نتج عنه حالات مختلفة للهيمنة الاقتصادية، والاحتكار التعسفي الذي أصبح يطبع السوق، وتسبب في تضرر المستهلك، بصرف النظر عن الخسائر المعتبرة التي يتكبدها الاقتصاد الوطني. هذا بالرغم من توفر أجهزة رقابة مشابهة، على غرار هيئة ضبط البريد وتكنولوجيات الاتصال السلكية واللاسلكية، وهيئة ضبط المحروقات.

وإذا نظرنا إلى قانون المنافسة ذاته نجده لا يجرم الهيمنة الاقتصادية إلا في حالة واحدة، وهي لجوء المتعامل إلى التعسف في استخدام نفوذه وإمكاناته الإنتاجية بغرض الضغط على منافسيه وإخراجهم من السوق.

وفي السياق ذاته تم إصدار القانون رقم 02/04 بتاريخ 2004/06/23 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ويهدف إلى:

- تحديد قواعد ومبادئ شفافية ونزاهة الممارسات التجارية التي تقوم بين الأعوان الاقتصاديين، وبين هؤلاء والمستهلكين، وكذا حماية المستهلك وإعلامه.

- توافق الأسعار أو التعريفات المعلنة المبلغ الإجمالي الذي يدفعه الزبون مقابل اقتناء سلعة أو الحصول على خدمة[2].

- منع بيع سلع أو تأدية خدمات لا تخضع لنظام حرية الأسعار، ولا يمكن أن تتم إلا ضمن احترام نظام الأسعار المقننة طبقا للتشريع المعمول به [3].

وأي ممارسة لأسعار غير شرعية تعد مخالفة يعاقب عليها بغرامة من عشرين ألف دينار (20.000 دج) إلى مائتي ألف دينار (200.000 دج)، فضلا عن إمكانية حجز البضائع والعتاد والتجهيزات موضوع المخالفة[4].

([1]) المادة 34، 37 من قانون المنافسة.

([2]) المادة 06 من القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

([3]) المادة 22 من القانون أعلاه.

([4]) المادة 36 من نفس القانون.

– منع أي ممارسات أو مناورات من شأنها أن تؤدي إلى تصريحات مزيفة بأسعار التكلفة فصد التأثير على أسعار السلع والخدمات غير الخاضعة لنظام حرية الأسعار. أو من شأنها أن تؤدي إلى إخفاء زيادات غير شرعية في الأسعار[1].

ومع هذه فلم تسلم هذه القوانين من النقد، إذ تعد معظم الأفعال التي حظرها القانون في الأساس أفعالا تنافسية ومشروعة من حيث المبدأ، ومن ثم كان يتعين على القائمين على تنفيذ أحكام هذا القانون أهمية وضع الحدود بدقة للتفرقة بين الممارسات التي تعد من قبيل الممارسات الاحتكارية وغير المشروعة، وبين ما هو تنافسي ومشروع.

ورغم محاربة القانون لكافة أنواع الاحتكار، إلا أنه في بعض الأحيان قد تفرض طبيعة الصناعة أن تكون المشاركة فيها قاصرة على أقلية محدودة إذا كانت تلك الصناعة مكلفة أو تتطلب خبرات ذات كفاءة عالية ونادرة، وهو ما يؤكد على أهمية تطبيق ما جاء في نص المادة التاسعة بحرفية وكفاءة من قبل القائمين على الجهاز.

كما أقر القانون منح استثناء أي من الأنشطة التي يقوم بها القطاع الخاص من أحكام هذا القانون إذا كانت المنفعة للمستهلك تفوق الضرر من الممارسات الاحتكارية، وهذا قد يفتح الباب الخلفي أمام الاستثناءات من تطبيق القانون، وهو ما يتطلب وضع ضوابط محددة لهذه الاستثناءات، بهدف الحيلولة دون سوء استغلالها.

ولا يخفى، فإن تحديد فوائد المشروع بنسبة من السوق لا تكفي وحدها لأن تكون معيارا للسيطرة، إذ قد تنتج السيطرة عن عوامل أخرى، كانتماء المشروع إلى مجموعة قوية تمكنه من الحصول على المواد الأولية، أو تصريف منتجاته أو خدماته في السوق، وقد تنتج السيطرة من الشهرة التي تكتسبها المنتجات أو ضعف منافسيها. وعليه كان من الأفضل الأخذ بمعيار موضوعي واقعي يسمح للجهة الفنية المختصة بتقدير وجود السيطرة في كل حالة، وهو قدرة المشروع على إحداث تأثير فعال في السوق (عرض، طلب، أسعار..) دون أن تكون لمنافسيه أو لعملائه أو للمستهلكين القدرة على الحد من ذلك.

قد تكون العقوبات المالية المفروضة من قبل القانون غير كافية خاصة وإن كانت العوائد المتحققة من تلك الممارسات أكبر بكثير من الغرامات، وقد كان من الأحرى أن يرد بالقانون بطلان كل اتفاق أو شرط ناشئ عن إساءة استغلال المركز المسيطر في السوق، أو وضع بعض العقوبات الاقتصادية حتى تكون رادعة بالنسبة للمحتكرين.

([1]) المادة 23 من نفس القانون.

سابعا: آليات حماية المستهلك من الممارسات الاحتكارية في ضوء قانون حماية المستهلك:

يعد قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 03/09 المؤرخ في 2009/04/25 الذي ألغى القانون رقم 02/89 المؤرخ في 1989/02/07 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك من القوانين المكملة لقانون المنافسة، حيث ناط بجمعيات حماية المستهلكين دورا في اكتشاف الممارسات الاحتكارية، والتي من شأنها المساس بالمستهلك، حيث أورد في المادة 21 بعضا من أهدافها في ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه وتحسيسه وتوجيهه وتمثيله، وكأحد مظاهر هذه الحماية بأنه: "عندما يتعرض مستهلك أو عدة مستهلكين لأضرار فردية تسبب فيها نفس المتدخل([1]) وذات أصل مشترك، يمكن جمعيات حماية المستهلك أن تتأسس كطرف مدني"[(2)].

وبالرغم من صدور قانون حماية المستهلك وقمع الغش فإنه مازالت العديد من الممارسات الضارة التي أفسدت آليات تداول السلع في السوق، الأمر الذي ساهم في ارتفاع الأسعار بشكل عشوائي انعكس سلبا على الحياة اليومية للمواطن..وإزالة المعوقات أصبح ضرورة ملحة الآن لتحقيق الهدف المنشود ووقف الممارسات الاحتكارية التي أفسدت ميزة الاقتصاد المفتوح، ومن الوسائل القانونية التي صدرت أخيرا، والتي سعت من خلالها الدولة لتفعيل هذا القانون، وتعظيم الاستفادة منه في ظل الممارسات الاحتكارية، هو تلك المراسيم التنفيذية التي ما فتئت تصدر بين أزمة استهلاك وأخرى، كان آخرها المرسوم التنفيذي رقم 108/11 المؤرّخ في 2011/03/06 الذي يحدد السعر الأقصى عند الاستهلاك وكذا هوامش الربح القصوى عند الإنتاج والاستيراد وعند التوزيع بالجملة والتجزئة لمادتي الزيت الغذائي المكرر العادي والسكر الأبيض.

واقترح البعض فتح الأسواق أمام الجميع للقضاء على الممارسات الضارة مؤكدين أنه مازال هناك قطاعات مغلقة بالكامل على فئة محددة الأمر الذي يؤدي للاحتكار والممارسات الضارة التي تضر بمصلحة السوق. كما حذر الخبراء من الاكتفاء بالعقوبات المالية في المراسيم التنفيذية الجديدة مؤكدين أن العقوبة المالية لا يتحملها في النهاية سوى المستهلك، فالأمر يحتاج لمواد وبنود تمثل عنصر ضغط على المتلاعب للاعتدال. ولاشك فإن تغليظ العقوبة في التعديلات سيساهم في ضبط السوق خاصة زيادة قيمة الغرامة.

([1]) المتدخل هو كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتوجات للاستهلاك، وهي مجموع مراحل الإنتاج والاستيراد والتخزين والنقل والتوزيع بالجملة وبالتجزئة (المادة الأولى من قانون حماية المستهلك).

([2]) المادة 23 من قانون حماية المستهلك.

ولعل منح الصلاحية لجهاز حماية المنافسة كالجمعيات وغيرها الحق في تحريك الدعاوي الجنائية فور ثبوتها وعدم انتظار الحصول على تفويض من المستهلك، قد يحقق مصلحة للمستهلك. فالمتعاملين مع شركات الإسمنت مثلا، يحق لهم المطالبة بالتعويض عن الممارسات الاحتكارية التي قامت بها هذه الشركات والتي حرمتهم من المنافسة العادلة في السوق، ويمكن لجمعيات حماية المستهلك القيام بذلك دون تفويض من المتعاملين. كما أن المراسيم الظرفية لتنظيم المنافسة ومنع الاحتكار مليئة بالثغرات خاصة العقوبات المالية، فالعقوبة المالية لابد أن تتناسب مع قيمة الأموال والأرباح المحققة من الاحتكار، فهناك ممارسات تدر دخلا كبيرا على المحتكر في حين أن العقوبة المالية لا تمثل شيئا بالنسبة للأرباح والأموال التي حصل عليها.

إن قانون حماية المستهلك وقمع الغش، والنصوص التطبيقية له مازالت قاصرة في تحقيق الهدف المنشود بسبب غياب المعلومات والبيانات الخاصة بالأسواق، فالمطلوب تعديلات جديدة في القانون تضمن عدم تدخل الحكومة في الأسعار، ويكون دورها رقابيا فقط إلا في حالات خاصة يكون ذلك من خلال الأسعار الاسترشادية، كما يحدث في أسواق الإسمنت ومواد البناء، وغيرها من السلع الإستراتيجية الأخرى مثل السكر والزيت.. وذلك بإعادة النظر في المنظومة التي تقوم بها الدولة لتشجيع المنافسة ومنع الاحتكار.. فلابد أن يكون هناك تعديل في القانون ولائحته التنفيذية وأن تتضمن هذه التعديلات إعفاء المبلغ عن أي ممارسات خاطئة بالأسواق لتشجيع المستهلك فور حدوث المخالفة، وباختلاف الآليات المعمول بها في مجال المنافسة ومنع الاحتكار وأن يكون للحكومة دور فعال في التصدي لهذه الممارسات الضارة.

وبهذه الصورة فإن قانون حماية المستهلك وقمع الغش والنصوص التنفيذية له لا تستطيع السيطرة على السوق في الوقت الراهن في ظل وجود مناخ غير مهيأ لتغيير الوضع الحالي بالإضافة إلى وجود قوي احتكارية لها قوة سياسية. وكأحد وسائل العلاج المقترحة هو إعادة النظر في برامج الخصخصة التي أدارتها الحكومة بشكل خاطئ ومنح المستثمر الجزائري فرصة في المشاريع الاستثمارية الجديدة، فبرامج الخصخصة التي أدارتها الدولة بشكل خاطئ مكنت المستثمر الأجنبي من السيطرة علي المصانع والشركات الوطنية مثل الإسمنت وجعلته الآن لا يهتم بصانع القرار الجزائري ولا المستهلك.. وكل هدفه ينصب في تحقيق مكاسب مالية كبيرة على حساب السوق.

إن هذا القانون وحده لا يستطيع وحده السيطرة على السوق، خاصة أننا نعيش في مناخ غير تنافسي وبه قوى احتكارية لها قوة سياسية أيضا، لذلك فإن الجهاز والقانون يفشلان في تغيير الأوضاع الحالية للسوق. وهناك من عارض ضد إصدار مثل هذه النصوص التنظيمية

للسوق، لأنها تقام علي أساس غير سليم وفي مناخ غير ملائم. فهي لا تخدم حاليا مصالح المستهلك في ظل المنافسة غير المتكافئة بين المتعاملين الوطنيين والأجانب، وفي ظل القوانين التي تقيد عمله مثل الضرائب والجمارك. وهو ما يطرح مسألة في غاية الأهمية وهي إلى أي مدى نجحت الدولة من توظيف القاعدة القانونية في الحياة الاجتماعية توظيفا جيدا، سيما ما يتعلق بالقانون الاقتصادي، وقانون حماية المستهلك.

إن آليات الدعم من طرف الجهة التنفيذية قد لا تصل بالدعم إلى أصحابه بطريقة سليمة، بسبب ما يسمى فوضى الأسعار وعمليات الغش المنظمة، والمضاربة واحتكار بعض المواد الغذائية من طرف شركات خاصة، استغلت الخروج غير المنظم للدولة من العملية التجارية منتصف التسعينات لتحول الاحتكار العمومي إلى احتكار خاص

ثامنا: ضبط أسعار الخضر والفواكه في ضوء الإصلاحات الاقتصادية:

بدأت بوادر تنظيم وضبط أسواق الخضر والفواكه، كما، ونوعا، وسعرا، من خلال سياسة فلاحية وريفية جديدة بدءا من سنة 2000، وكان الهدف منها رفع مردودية القطاع الفلاحي يكون أثرها إيجابيا على المستهلك باعتباره آخر حلقات السلسلة. وتم ذلك من خلال المخطط الوطني للتنمية الفلاحية PNDA، والهدف من هذا المخطط هو تحسين مستوى الأمن الغذائي بشكل عام، من خلال توفير المنتجات الفلاحية والحيوانية للجميع، وفي جميع المناطق[1]. ورافق هذا البرنامج تأطير تقني ومالي من خلال مختلف الصناديق الوطنية، وتأطير تنظيمي يشرف عليه مدراء المصالح الفلاحية ومحافظي الغابات لتنفيذ برامج التنمية الفلاحية.

وبخلاف برامج الدعم السابقة – التي كان هدفها دعم المستهلك بطريقة مباشرة– فهو يهدف إلى الدعم بطريق غير مباشر، من خلال مرحلة الإنتاج، مرورا بمرحلة التوزيع وصولا لمرحلة الوفرة، والتي يمكن الحديث معها عن تحقيق الحاجيات بل حتى الرغبات، كما هو الحال في الدول المتقدمة دون حاجة لتعطيل الحركة الاقتصادية والتجارية، أو مساس بقواعد المنافسة.

---

(1) كما كان له أهداف أخرى كتكييف أنظمة استغلال الأراضي في المناطق الجافة وشبه الجافة، والمهددة بالجفاف. فضلا عن توسيع
الأراضي الصالحة للفلاحة عبر استصلاح الأراضي الفلاحية عن طريق الامتياز، ورفع نسبة التشجير في شمال البلاد.

وجاءت بوادر نتائج المخطط إيجابية من خلال زيادة في الإنتاج[1]، تقتضي وفرة في الأفق وأسعار مناسبة أو مستقرة، إلا أن النتائج جاءت على عكس ما كان مخططا لها من خلال ارتفاع الأسعار بشكل قياسي أحيانا. ويمكن رد أسباب ذلك إلى:

– مشكل المضاربة، حيث أصبحت المنتجات توزع عبر شبكات موازية بعيدة عن أي رقابة، فضلا أن أغلب المنتجين ليسوا من الفلاحين، وهم تجار يغتنمون دعم الدولة، ويتدوال بذلك المنتج بين أكثر من متعاملين قبل وصوله للمستهلك.

– غياب التنسيق بين وزارتي الفلاحة والتجارة، فالأولى تؤكد أن إنتاج البطاطا – على سبيل المثال– تضاعف ويغطي السوق الوطنية ويزيد، وهو ما طرح على وزارة التجارة مسؤولية ضبط أسواق الجملة ومراقبة غرف التبريد.

الأمر الذي أدى بوزارة الفلاحة إلى إقامة نظام ضبط المنتجات الفلاحية ذات الاستهلاك الواسع، من خلال تخزين الكميات في غرف التبريد، ومن ثم محاولة ضبط السعر وتفادي الاضطرابات في السوق، وطرح هذا النظام إشكاليات تتمثل في عدم تسديد مستحقات الفلاحين من طرف بعض أجهزة التبريد، وتداول المنتج بين أكثر من متعامل كشكل من أشكال المضاربة الضارة بالمستهلك.

وكمحاولة لضبط توزيع وتصريف المنتجات، والتي قد يعجز أمامها نظام ضبط المنتجات الفلاحية واسعة الاستهلاك، تم وكآلية قانونية تم إصدار مرسوم تنفيذي رقم 182/09 المؤرخ في 2009/05/12 المتضمن تحديد شروط وكيفيات إنشاء وتهيئة الفضاءات التجارية وممارسة بعض الأنشطة التجارية[2]، ويتعلق الأمر بالمنشآت التي تمارس فيها مبادلات تجارية بالجملة أو التجزئة، ومنها أسواق الجملة والتجزئة، الأسبوعية ونصف الأسبوعية، للخضر والفواكه. ومن المسائل ذات الصلة بالبحث ما أشار إليه المرسوم حيث اوجب على مسير السوق جمع المعلومات بالتدفقات للخضر والفواكه وأسعارها يوميا، وكل ما يتعلق بذلك وإبلاغ مديرية التجارة للولاية، وعند الاقتضاء إلى الهيئات العمومية المعنية. والهدف من هذا هو ضبط المعلومة بهدف التنسيق بين شبكات التخزين والتوزيع، وضبط التوزيع بين الفلاح أو المنتج وصولا إلى المستهلك. إلا أن ثمار هذه الآليات التنظيمية تحتاج لموارد بشرية وتقنية قادرة على التحقيق في حركة

(1) من خلال زيادة عدد البيوت البلاستيكية، وحجم المساحات المسقية، وتكييف أنظمة الإنتاج بحسب طبيعة الأرض. أنظر في تفصيل ذلك: سعيد منصور فؤاد، الإصلاحات الزراعية وأثرها على ضبط سوق الخضر والفواكه بالجزائر، المجلة الجزائرية للاقتصاد والإدارة، مجلة مخبر البحث في التنمية المحلية وتسيير الجماعات المحلية، جامعة معسكر، العدد 2، 2011، ص 156.

(2) جريدة رسمية، العدد 30 الصادر في 30 ماي 2009.

المنتجات بين الأسواق كما ونوعا، قبل وأثناء وبعد مرحلة الإنتاج، وصولا إلى التوزيع حركة المنتجات بين الأسواق المختلفة، وهي حلول جدية لو وضعت كجزء من مجموع المنظومة الاقتصادية لحماية المستهلك من جهة، وترشيد استهلاكه من جهة أخرى، لا كحلول ظرفية فقط.

خاتمة:

بلغ تضخم أسعار المستهلكين في الجزائر، حسب أرقام رسمية، 5.7% سنة 2009 مقارنة مع 4.4 % سنة 2008، لكن أسعار بعض المواد الغذائية سجلت ارتفاعا بأكثر من 10 %، وذلك نتيجة اعتماد الجزائر على الأسواق الخارجية لسد عجزها الغذائي وما يصاحبه من تضخم مستورد، إضافة إلى الارتفاع المفرط في أسعار المنتجات الفلاحية المحلية. ولعل الحل الأنجع للتحكم في أسعار المواد الاستهلاكية وغيرها يكمن في دعم الإمكانيات العمومية ورسم استراتيجيات واضحة تضمن النهوض بالاقتصاد الوطني، في ظل نوايا وجود استثمار لإنتاج بعض السلع الاستراتيجية. ويجب أن يواكب ذلك نصوص لائحية للتعريف بهوية السوق وشروط العمل بها، وذلك في سياق عصرنة وتنظيم هذا القطاع، الذي يشهد فراغا كبيرا في مجال النصوص اللائحية والتنظيمية، سيما في علاقة المنتج بالوسطاء وتجار التجزئة، ومعدلات الفائدة وهوامش الربح، وأن يواكب ذلك عمل جدي من الأجهزة المختصة لحل مشكلة الأسواق الفوضوية وعصرنة الأسواق الموجودة، بما يضمن استقطاب الأسواق الفوضوية التي أصبحت تشكل أحد روافد السوق الموازية، وما يمثله من عبء على مصالح الرقابة وقمع الغش، ومن ضرر على المستهلك.

وبالرغم من توفر بعض النصوص القانونية والغير محيّنة – أحيانا- مع عدد من المستجدات، فإنها تبقى غير مفعّلة من طرف من يفترض فيهم السهر على ذلك، كما أنها مجهولة من طرف الجمهور، ولا يتم الإشارة إليها ليتطلع عليها المستهلك ويطالب باحترامها، فضلا عن بعض العادات الاستهلاكية في المجتمع شبه مطمئنة إلى الوضع الحالي، حيث لا يهتم البعض بالموضوع ولا يعتبره أولوية.

المراجع:

1- أكثم أمين الخولي، الوسيط في القانون التجاري، ج3 الأموال التجارية، مطبعة نهضة مصر، القاهرة 1964.

2- حسني مصطفى، التحليل الإقتصادي، الكتاب الأول، التحليل الإقتصادي الجزئي، دار النهضة العربية، القاهرة، 2003.

3- سعيد منصور فؤاد، الإصلاحات الزراعية وأثرها على ضبط سوق الخضر والفواكه بالجزائر، المجلة الجزائرية للاقتصاد والإدارة، مجلة مخبر البحث في التنمية المحلية وتسيير الجماعات المحلية، جامعة معسكر، العدد 2، 2011.

4- د. محمد حسين منصور، المسؤولية الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة، 2003.

5- محمد سلمان الغريب، الاحتكار والمنافسة غير المشروعة، دار النهضة العربية، 2004.

6- د. مصطفى أحمد أبو عمرو، الالتزام بالإعلام في عقود الاستهلاك، دراسة مقارنة، مطبعة جامعة طنطا، 2008.

7- هشام جاد، الاحتكار، سهم في قلب المسيرة الاقتصادية، مكتبة الأسرة، القاهرة، 2002.

8- R. Barre: Economie Politique, T1,10 éme éd, P.UF, Paris, 1975.

9- القانون رقم 02/89 المؤرخ في 1989/02/07 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك.

10- قانون المنافسة رقم 03/03 الصادر بتاريخ 2003/06/19 المعدل والمتمم بالقانون رقم 12/08 المؤرخ في 2008/7/19.

11- القانون رقم 02/04 بتاريخ 2004/06/23 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

12- قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 03/09 المؤرخ في 2009/04/25.

13- المرسوم تنفيذي رقم 182/09 المؤرخ في 2009/05/12 المتضمن تحديد شروط وكيفيات إنشاء وتهيئة الفضاءات التجارية وممارسة بعض الأنشطة التجارية .

14- المرسوم التنفيذي رقم 108/11 المؤرّخ في 2011/03/06 الذي يحدد السعر الأقصى عند الإستهلاك وكذا هوامش الربح القصوى عند الإنتاج والاستيراد وعند التوزيع بالجملة والتجزئة لمادتي الزيت الغذائي المكرر العادي والسكر الأبيض.