



شهادة نشر في مؤلف جماعي دولي

سلمت هذه الشهادة للسيد(ة)

حمزة فيشوش

نحن الموقعين أدناه، نشهد أن السيد(ة): حمزة فيشوش، أستاذ محاضر، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة - الجزائر -، قد نشر له (أ) بحث محكم في المؤلف الجماعي الدولي الموسوم "اقتصاد السوق والمنافسة الحرة"، المنشور بالمملكة المتحدة تحت رقم: 9-47459-304-1-978 تحت عنوان: اقتصاد السوق مقارنة نظرية.

د. عبد الله أحمد محمد عليوه

رئيس المركز المغاربي شرق أدنى للدراسات الإستراتيجية



المملكة المتحدة في: 2024/04/10

أ.د. محمد الخير إبراهيم جيرو

نائب رئيس جامعة



إشراف : أ.ديابلو محمد نجيب

اقتصاد السوق والمنافسة الحرة



اقتصاد السوق و المنافسة الحرة
مؤلف ديابلو محمد

محتاور هذا الكتاب

- 1 المفاهيم العامة لاقتصاد السوق
- 2 الممارسة المقيدة للمنافسة الحرة
- 3 دور البيئة الرقمية في دعم المنافسة الحرة





كتاب جماعي دولي

اقتصاد السوق

والمنافسة الحرة

معلومات الكتاب

اقتصاد السوق و المنافسة الحرة	عنوان الكتاب
الدكتور/ناصر موسى	رئيس اللجنة العلمية
الأستاذ/ديابلو محمد نجيب	المشرف العام على الكتاب
الدكتور طارق قادري	المنسق العام للكتاب
أفريل 2024	تاريخ النشر
المملكة المتحدة-بريطانيا-	بلد النشر
المركز المغاربي-شرق أدنى للدراسات الإستراتيجية	الناشر
الأولى	الطبعة
978-1-304-47459-9	ردمك

فهرس الكتاب

الرقم	عنوان المداخلة	أسماء المؤلفين	الصفحة
المحور الأول : المفاهيم العامة لاقتصاد السوق			
1	التأصيل النظري لاقتصاد السوق و دوره في التنمية	ط.د.بوعقال سماح	01
2	اقتصاد السوق مقارنة نظرية	د.حمزة فيشوش وط.د.حمزة بوبعاية	08
3	الضبط الاقتصادي دعامة للحفاظ على السوق	أ.د.إرييل الكاهنة ود.براهيمي صفيان	15
4	The basics of market economics: an overview of concepts and principles.	Dr.Boubegra Nacer & Dr.Hassani Omar	20
5	Reflection on the dilemma of competition and capitalism	Dr.Hammache Souria & Dr. Cherrou Kahina	30
6	إشكالية تنافسية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في ظل اقتصاد السوق	بن ساحة زهرة وحجار اسية	39
المحور الثاني : الممارسات المقيدة للمنافسة الحرة			
7	قيود ممارسة المنافسة الحرة في النظام القانوني الجزائري	د.بليلي أسماء	62
8	الاستغلال التعسفي لوضعية الاحتكار كممارسة مقيدة للمنافسة في القانون الجزائري	د.غالية قوسم	74
9	الرقابة القضائية على الممارسات المقيدة للمنافسة	د.درويش حفصة ود.مالح زهرة	94
10	تحت غطاء الهيمنة : تقييم أثر السيطرة غير المشروعة على التنافسية الاقتصادية	ط.د.نوي أحمد ود.قدواري فاطمة الزهرة	113
11	التصريح بعدم التدخل كإجراء للوقاية من المتابعة من الممارسات المقيدة للمنافسة في ظل القانون الجزائري	د.أوباية مليكة	128
12	المتابعة الإدارية للممارسات المقيدة للمنافسة : أي دور لمجلس المنافسة ؟	د.مخلوف باهية	138

149	ط.د.ادريس سلاطي وط.د.بادة عبد الكامل	حظر ممارسة أسعار بيع مخفضة تعسفا للمستهلك وفقا لقانون المنافسة الجزائري	13
المحور الثالث : دور البيئة الرقمية في دعم المنافسة الحرة			
165	د.عبد الله أحمد محمد عليوه	أ الاستراتيجيات التشريعية الموائمة للبيئات التكنولوجية في اقتصاد السوق الرقمي	14
180	د.محمد قدامان	تمثلات التحول الرقمي في بيئة الأعمال (تحديات ورهانات مستقبل الإستدامة للمنافسة الحرة)	15
191	Dr.Benahmed Kafia & Dr.Berrahrah Siham	Transformation digitale et compétitivité : entre atouts et défis Cas du secteur bancaire en Algérie	16
202	ط.د.تاج براهيم	أهمية التجارة الالكترونية في دعم المنافسة الحرة	17



M N E C S S

Maghreb-Near east Center For Strategic Studies

المحور الأول

المفاهيم العامة لاقتصاد السوق

التأصيل النظري لاقتصاد السوق ودوره في التنمية

The theoretical foundation of the market economy and his role in development.

ط. د: بوعقال سماح

جامعة باجي مختار عنابة.

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى عرض التأصيل النظري لاقتصاد السوق باعتباره النظام المسيطر حالياً على أغلب اقتصاديات دول العالم خاصة تلك الأكثر نمواً وقوة في الساحة العالمية، كالاقتصاد الولايات المتحدة والصين، ولتحقيق هذا الغرض تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي لأنه الأنسب لمثل هذه الدراسات، وتكمن أهمية هذه الدراسة في الوقوف على أهم الفرضيات التي قام عليها اقتصاد السوق عند ورواد الفكر الاقتصادي، وأهميتها في تحقيق التنمية، وقد توصلت هذه الدراسة إلى أن التحرير المطلق للنشاط الاقتصادي حالة مثالية غير واقعية قد تنجم عنها نتائج عكسية لذلك يجب أن تتدخل الحكومات لإعادة التوازنات الكلية على أن يضمن هذا التدخل انسيابية السوق وتقليل من عوامل فشل السوق كالاختكار وعدم توفر المعلومات للمتعاملين الاقتصاديين.

الكلمات المفتاحية: التنمية، اقتصاد السوق، النظام الاقتصادي، الدولة.

Abstract:

This study aims to present the theoretical foundation of the market economy as the system that currently dominates most of the economies of the countries of the world. Especially those that are most developed and powerful in the global arena, such as the economies of the United States and China. To achieve this purpose, the descriptive analytical method was relied upon because it is the most appropriate for such studies. The importance of this study lies in identifying the most important hypotheses on which the market economy was based among the pioneers of economic thought, and their importance in Achieving development. This study concluded that absolute liberalization of economic activity is an unrealistic ideal state that may result in adverse results. Therefore, governments must intervene to restore overall balances, provided that this intervention ensures market smoothness and reduces market failure factors such as monopoly and lack of information for economic operators. .

Keywords: development, market economy, economic system, state.

المقدمة:

يسيطر النظام الاقتصادي السوقي أو ما يعرف في الأدبيات الاقتصادية باسم اقتصاد السوق (Market Economy)، على كبرى الاقتصادات في العالم، كالاقتصاد الولايات المتحدة الأمريكية، سويسرا، هونكونغ، سنغافورة، ونيوزيلاندا، بريطانيا... حتى تلك الدول التي كانت تتبع نظام الاقتصاد الاشتراكي أو الشيوعي كالصين وروسيا (الاتحاد السوفياتي سابقا) توجهت إلى اقتصاد السوق وبدأت تدريجيا في إحلال الدور الحكومي لإدارة الاقتصاد إلى السوق سواء كان ذلك جزئيا (اقتصاد مختلط) أو كليا (رأسمالية)، وذلك لما أثبتته اقتصاد السوق من نجاعة في تحقيق ازدهار تنموي ونمو اقتصادي قوي جعلها تسيطر على أكثر من نصف ثروة العالم.

ومن هنا نطرح الإشكالية التالية: ما هو دور اقتصاد السوق في تحقيق التنمية الاقتصادية ؟

وللإجابة على هذه الإشكالية نطرح الأسئلة الفرعية التالية:

ما هو اقتصاد السوق ؟ كيف نشأ ؟ وما هي أهم النظريات المفسرة لاقتصاد السوق ؟ وما هو دوره في التنمية ؟

فرضية الدراسة: اقتصاد السوق هو حجر الأساس في بناء اقتصاد قوي وعماد التنمية الاقتصادية.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في توضيح معالم اقتصاد السوق من خلال عرض التأصيل النظري لاقتصاد السوق ودوره في التنمية وفقا للنظريات الاقتصادية التقليدية (أدم سميث، ريكاردو) والحديثة (ألفريد مارشال، جوزيف شومبيتر، بيتر دراكر). هذا ما يسمح باستنباط أهم متطلبات إرساء اقتصاد السوق الحر في دولة ما، وفي سياق التحولات الدولية والعالمية الراهنة.

منهج الدراسة:

المنهج المعتمد في هذه الدراسة هو المنهج الوصفي التحليلي، انطلاقا من مراجعة الأدبيات النظرية لاقتصاد السوق، وصولا إلى أهم متطلباته وقواعده في ظل الظروف الراهنة.

تعريف اقتصاد السوق:

السوق هو مكان تلاقي وتفاعل بين قوى العرض والطلب، ويلعب السوق دورا محوريا في التغييرات التي عرفتها الأنظمة الاقتصادية في العالم. ويعرف السوق على أنه " هو محل التقاء العرض والطلب على السلع والخدمات"¹

¹ هند وليد سعيد العبيدي، مبادئ علم الاقتصاد: مفهوم السوق ووظائفه وأنواعه، الجامعة المستنصرية، ص 7، تاريخ الاطلاع : https://uomustansiriyah.edu.iq/media/lectures/11/11_2020_05_04!12_15_18_PM.pdf الرابط: 2024/02/02

ويمثل السوق مصطلحا يستخدم لوصف الاتصالات بين المشتريين والبائعين في المعاملات الاقتصادية وبالتالي فهو لا يشير إلى مكان أو موقع مادي أو جغرافي محدود. "فقد يتسع السوق إقليمياً أو حتى العالم كله، فيقال مثلاً سوق التمور في البصرة أو سوق السيا ارت في العراق أو سوق القمح في العالم".²

فالسوق نظام يسهل عمليات التبادل بين مختلف الوحدات الاقتصادية: كالأسر والأفراد ومنشآت الأعمال والحكومة والمنظمات غير الربحية.

إن نظام السوق أو اقتصاد السوق لم ينشأ من تصور لمفكر ما ولم يتم فرضه أو اعتماده من قبل سلطة حكومية أو قرار سياسي إنما هو ثمرة تطور اجتماعي بطيء ومتدرج.

و"تعود الدعوات الأولى للتحرير الاقتصادي إلى الفيزيوقراطيين رداً على أفكار ومخلفات الماركنتيليين الذين طالبوا بتقييد التجارة داخليا وخارجيا ومن خلال تدخل الدولة في النشاط الاقتصادي".³

ومن أبرز هؤلاء المفكرين الداعين لاقتصاد السوق:⁴

1- جاك تيرغو (R. A. Turgot Jacques 1727-1781): حيث أكد تيرغو على عدم فعالية تسيير الدولة للاقتصاد وأهمية التدخل الفردي في بلوغ الأشباع العام.

2- آدم سميث (Adam Smith 1776): يعتبر الأب الروحي لاقتصاد السوق حيث أكد على ضرورة تحرير النشاط الاقتصادي وانسحاب الدولة من الأنشطة الاقتصادية، حيث أن المصلحة الفردية تؤدي إلى تحقيق المصلحة العامة، حيث أنه وبالاعتماد على آلية الأسعار يتحقق التوازن العام للسوق وسمى هذه الآلية اليد الخفية.

3- وقد أيد كل من دافيد ريكاردو (Ricardo David 1817) وجون باتيست ساي أفكار آدم سميث وقد ركز جان باتيست ساي على كون اقتصاد السوق يعتمد على مسألة انسيابه الأسواق، والتي لا يمكن أن تتحقق بصورة عامة ودائمة إلا بواسطة الاعتماد الاختياري الفردية في ظل أسعار حرة ما يدفع لاستخدام أمثل لعوامل الإنتاج عند الاستجابة لطلب المستهلكين.

وفي نفس السياق ركز رواد المدرسة السويسرية لوزان على رأسهم ليون والراس على التحليل لحركة الأسواق.

كما دافع منظور المدرسة النمساوية على رأسهم فريدريك هايك (Hayek Friedrich) على أهمية آليات السوق حيث أن اقتصاد السوق يعمل حسب مجموعة من القواعد المنظمة عفويا وليس عن تنظيم محدد مسبقا، ثم إن كل القرارات التي

² هند وليد سعيد العبيدي، نفس المرجع السابق، ص 7.

³ عبد القادر مشدال، تجربة الجزائر في الانتقال إلى اقتصاد السوق واشكالية تطور الصناعة، جامعة التكوين المتواصل، مجلة انسانية،

الصفحة 2، الرابط: <https://www.enssea.net/enssea/majalat/2308.pdf>

⁴ عبد القادر مشدال، نفس المرجع السابق، ص 4-5.

يسترشد بها الأعوان الاقتصاديون مبنية على المعطيات المحصلة من السوق وبالتالي فالقرار الاقتصادي يستند لمعلومات تم جمعها من أسواق السلع والخدمات وأسواق عناصر الإنتاج.

فاقتصاد السوق يسمح بتدخل وحيد للدولة وهو التدخل الذي يضمن الانسياب الطبيعي لقوى السوق، أما كل أشكال التدخل الأخرى فإنها تؤدي إلى انعكاسات سلبية على الأداء الاقتصادي كالندرة، التضخم، والبيروقراطية، الحمائية الضارة لحرية السوق.

لقد أكدت التجارب على صعوبة بلوغ هذه الحالة المثالية من الحرية في ممارسة الأنشطة الاقتصادية، "حيث أكدت التجربة الرأسمالية الأولى خلال القرن 19م، لما اقترنت من الحرية المطلقة للسوق أدت إلى نتائج معاكسة تماما لما دعا له آدم سميث (الكلاسيك)، حيث عرفت السوق الحرة في أمريكا حالة من الفوضى، ظهرت في شكل أزمات اقتصادية دورية، وتبذير للموارد النادرة والتفرقة العنصرية والتناقض ما بين الثراء الفاحش والفقر المدقع، وانتشار الرشوة من قبل جماعات الضغط للسياسيين وموظفي الإدارة، وتعويض المنافسة بالاحتكار.⁵

وظائف السوق الحرة:⁶

إن المجتمعات الإنسانية في إطار مواجهتها للمشكلة الاقتصادية بركنها الندرة والاختيار تلخصها 3 أسئلة:

ماذا ننتج من سلع وخدمات ؟ كيف ننتج ؟ لمن ننتج ؟

إن المجتمعات التي تبنت النظام الاشتراكي تجيب عن هذه الأسئلة من خلال آلية التخطيط المركزي، أما المجتمعات التي تبنت النظام الرأسمالي تجيب عن هذه الأسئلة من خلال آلية التسعير السوقي، حيث أن:

- ✓ السلع والخدمات التي تنتج يكون المستهلكون راغبين وقادرين على شرائها.
- ✓ تنتج السلع والخدمات باستخدام أساليب الإنتاج التي تمكن المنتجين من إتمام عمليات الإنتاج بأعلى مستوى من الكفاءة وصولاً إلى تحقيق غرضهم من العملية الإنتاجية وهو تعظيم الربح.
- ✓ توزع السلع والخدمات المنتجة بصورة عامة على الناس الذين ساهموا في عملية الإنتاج بصورة فعلية.

النظرية الاقتصادية لاقتصاد السوق:

النظرية الاقتصادية التي شرحت كيفية عمل اقتصاد السوق استندت على الفرضيات التالية والتي تؤدي إلى التوزيع الأمثل للموارد الاقتصادية:

- ✓ سيادة الملكية الخاصة لوسائل الإنتاج.

⁵ Paul A. Samuelson, L'économie 1, Armand Colin, Paris, 1982, P: 209.

⁶ طالب عبد الصالح، اقتصاد السوق: بحث في أصوله وأسباب تجدد الدعوة إليه والدور المتغير للدولة في ظلّه، مجلة العلوم الاقتصادية والادارية المجلد 13، عدد 48، لسنة 200، جامعة النهرين- كلية العلوم السياسية، ص: أنظر الرابط:

<https://www.iasj.net/iasj/download/1f9eae31d81eb2af>

- ✓ التخصص وتقسيم العمل.
- ✓ التبادل النقدي السلعي على نطاق واسع.
- ✓ حرية التملك والعمل والإنتاج والتبادل في إطار التشريعات النافذة.
- ✓ سيادة المنافسة.

نظرية فشل السوق:⁷

تعتبر هذه النظرية أن اخفاق السوق في تحقيق التوزيع الأمثل للمواد الاقتصادية ينجم عنه حالة تعرف بفشل السوق، ويظهر فشل السوق نتيجة لأربع حالات هي:

1-التأثيرات الخارجية: إن التأثيرات الخارجية تحصل عندما تؤثر عمليات الإنتاج والتبادل في رفاهية الآخرين بدون موافقتهم أو إرادتهم، والتأثيرات الخارجية يمكن أن تكون سلبية أو موجبة، والتأثيرات الخارجية توصف بالتكاليف الخارجية ومثال على ذلك مصنع للحديد والصلب الذي يخرج غازات وأبخرة تلوث الهواء، فيؤدي إلى فرض تكاليف خارجية على الساكنين قرب المصنع الذي يفضلون هواء نقي.

أما إذا أدت التأثيرات الخارجية إلى زيادة رفاهية الأفراد المتأثرين دون إرادتهم فتوصف بالمنافع الخارجية، مثال على ذلك حديقة ورود التي ينشئوها فرد فيستمتع بمنظرها ورائحة ورودها أفراد آخريين.

في حال وجود تأثيرات خارجية فإن الأسعار السوقية لا تعطي إشارات صحيحة لكل من المنتجين والمستهلكين، وهنا ينشأ فشل السوق.

2-السلع والخدمات العامة:

كما ينجم فشل السوق عن تلك السلع والخدمات الأساسية للمجتمع التي لا ينطبق عليها مبدأ القصر وهي السلع والخدمات التي متى قدمت لفرد استفاد منها آخرون من دون تكلفة إضافية مثل خدمة الدفاع والأمن والنظام القضائي أو إقامة سدّ لتحكم في مياه الأنهار، كما لا يمكن توفيرها لشخص معين دون بقية الأشخاص الآخرين، وهنا فإن النظام السوق لا يصلح لتوفير هذا النوع من الخدمات.

3-الاحتكار:

يبيّن آدم سميث أن المحتكر يمكن أن يضع السوق في حالة عجز مستمرة وذلك من خلال الامتناع عن عرض منتجاته بالكامل مما يمكنه من بيعها لسعر أكثر من سعرها الاعتيادي وتمثل هذه الحالة صورة للتخصيص غير الكفاء للموارد.

4-الافتقار إلى المعلومات:

⁷ عبد القادر ميشدال، نفس المرجع السابق، ص 6.

حين لا يتوفر المتعاملون في السوق على المعلومات الكاملة حول نوعية السلعة وأسعار المنتجات البديلة أو الموارد الإنتاجية والتأثيرات الخارجية فإن من شأن ذلك أن يؤدي إلى اتخاذ قرارات خاطئة لا تتوافق مع مبدأ التوزيع والتخصيص الأمثل للموارد.

دور اقتصاد السوق في التنمية:

إن فشل الأنظمة الاقتصادية غير تلك التي تبناها اقتصاد السوق كالشيوعية والاشتراكية، وعدم صلاحية سياساتها الاقتصادية في تحقيق التنمية الاقتصادية فرض ضرورة تغييرها إلى نظام اقتصاد السوق، وهناك ثلاث حجج تبرر تفضيل آلية السوق وتخصيص الموارد هي:⁸

يستطيع السوق تخصيص الآلاف من المنتجات المختلفة بين المستهلكين استناداً إلى تفضيلاتهم والآلاف من المدخلات الإنتاجية (عناصر الإنتاج) بين المنتجين للحصول على الإنتاج الأعظم من المدخلات المتوفرة.

إن الأسواق غالباً ما تكون أكثر مرونة من الحكومات وإن الأسواق قادرة على نحو أفضل أن تتكيف مع تغيير الحالات والشروط وتوفر حوافز تلقائية للنمو والابتكار والتغيير الهيكلي بينما لا تستطيع الحكومات أن تدبر ذلك.

إن الاعتماد على الأسواق يشجع النشاط الاقتصادي وينشر ويوسع القدرة الشرائية، وقد انتصر اقتصاد السوق على اقتصاد الأوامر في المبادرة الاقتصادية للإنتاجية والتحديث، وأثمرت عولمة اقتصاد السوق وظائف أفضل وأعلى إنتاجية وقد أسهمت في تقرير الفقر العالمي.

إن اقتصاد السوق يحمل بدائل ويتيح خيارات ويخلق إمكانيات تحقيق التنمية، كما يسمح بالاستفادة من الظروف الدولية الجديدة.

خاتمة:

ظهرت أولى بوادر نظرية اقتصاد السوق مع كتابات المفكرين الفيزيوقراطيين رداً على الماركنتيلين في القرن الوسيط إلا أن أسسها وأركانها اكتملت مع مفكري المدرسة الكلاسيكية، إلا أن النظرية الاقتصادية لاقتصاد السوق لا تخرج عما قدمه آدم سميث حول اليد الخفية للسوق، لكن التحرير المطلق للنشاط الاقتصادي هو حالة مثالية غير واقعية قد تنجم عنها نتائج عكسية، لذا فإن تدخل الحكومات لإعادة التوازنات الكلية أمر ضروري خاصة في فترة الأزمات التي يمر بها الاقتصاد العالمي أو الوطني على أن يضمن هذا التدخل انسيابية السوق وتقليل عوازل فشل السوق كالاختكار وعدم توفر المعلومات للمتعاملين الاقتصاديين.

المراجع:

⁸ عبد القادر ميشدال، نفس المرجع السابق، ص 9.

المراجع باللغة العربية:

1. هند وليد سعيد العبيدي، مبادئ علم الاقتصاد: مفهوم السوق ووظائفه وأنواعه، الجامعة المستنصرية. تاريخ الاطلاع: 2024/02/02 الرابط : https://uomustansiriyah.edu.iq/media/lectures/11/11_2020_05_04!12_15_18_PM.pdf
2. عبد القادر مشدال، تجربة الجزائر في الانتقال إلى اقتصاد السوق واشكالية تطور الصناعة، جامعة التكوين المتواصل، مجلة انسانية. الرابط : <https://www.enssea.net/enssea/majalat/2308.pdf>
3. طالب عبد الصالح، اقتصاد السوق: بحث في أصوله وأسباب تجدد الدعوة إليه والدور المتغير للدولة في ظلّه، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية المجلد 13، عدد 48، لسنة 200، جامعة النهرين- كلية العلوم السياسية. أنظر الرابط: <https://www.iasj.net/iasj/download/1f9eae31d81eb2af>

المراجع باللغة الأجنبية:

1. Paul A. Samuelson, L'économie 1, Armand Colin, Paris, 1982, P: 209.

اقتصاد السوق مقارنة نظرية.

الاسم واللقب: عصام بوبعاية

الاسم واللقب: حمزة فيشوش

الرتبة العلمية: طالب دكتوراه

الرتبة العلمية: أستاذ محاضراً

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

مخبر الاستراتيجيات والسياسات الاقتصادية في الجزائر

مؤسسة الانتساب: جامعة محمد بوضياف المسيلة

البريد الإلكتروني: hamza.fichouche@univ-msila.dz

الملخص:

تهدف هذه المداخلة إلى تسليط الضوء على اقتصاد السوق الذي على ينطوي على مفاهيم، ومحتويات وعلى مجموعة من الخصائص ويمكن تلخيص ذلك في أن اقتصاد السوق هو نظام اقتصادي يتم من خلاله ومراقبة النشاط الاقتصادي من خلال الأسواق وتحدد الأسعار من خلال آلية جهاز الثمن، ويتميز هذا النظام بالملكية الخاصة لوسائل الانتاج وحرية النشاط الاقتصادي والسعي لتحقيق الربح

وقد لعبت المؤسسات الدولية دورا كبيرا في الترويج لاقتصاد السوق وضرورة التوجه والعمل بآليات اقتصاد السوق وفق اجراءات تحمل الكثير من الأفكار الرأسمالية، التي تدعو أساسا إلى التحرر التجاري والمالي وتهدف إلى التحول من القطاع العام إلى القطاع الخاص عن طريق الخصخصة.

ومع سيطرة اقتصاد السوق على مجمل الحياة والأنشطة الاقتصادية العالمية فقد كشف عن كثير من الانحرافات والنقائص الاجتماعية والكثير من المشاكل الاقتصادية حيث أفرزت الأزمات المالية التي يشهدها العالم اليوم.

كلمات مفتاحية: اقتصاد السوق – الخصخصة – المنافسة الكاملة.

Abstract:

This intervention aims to shed light on the market economy, which involves concepts, contents, and a set of characteristics. This can be summarized as a system in which economic activity is conducted through markets, prices are determined by the mechanism of supply and demand, and private ownership of the means of production, along with the freedom of economic activity and the pursuit of profit, are emphasized.

International institutions have played a significant role in promoting the market economy and the necessity of adopting its mechanisms, often aligned with capitalist ideas. These ideas primarily advocate for trade and financial liberalization and aim to transition from the public sector to the private sector through privatization.

With the dominance of the market economy over global life and economic activities, many social deviations and economic problems have been revealed, especially through the financial crises witnessed worldwide today.

Keywords: Market Economy - Privatization - Perfect Competition

01-مقدمة:

إن التطورات الاقتصادية المعاصرة التي بدأت تجتاح العالم مؤخراً في مختلف الميادين ألفت بظلالها على اقتصاديات دول العالم الثالث، فلقد أعادت العديد من هذه الدول النظر في تنظيمها الاقتصادي، خاصة بعد فشل الاقتصاد الاشتراكي بسبب كثرة مشاكله ونتائجه السلبية من جميع النواحي الاقتصادية، الاجتماعية والسياسية، فأصبح من الضروري التوجه إلى اقتصاد السوق أي التحول من الاقتصاد الموجه الذي يسيره التخطيط المركزي إلى الاقتصاد الذي يعمل بآليات السوق، وسعت هذه الدول إلى تنسيق سياستها التجارية والاقتصادية بإقامة تكتلات اقتصادية جهوية من مستوى رفاهيتها.

1.1. إشكالية الدراسة:

انطلاقاً مما سبق تبلور السؤال الرئيسي لهذه الدراسة كما يلي:

- ما المقصود باقتصاد السوق؟ وما هي أهم معالمه؟
- من خلال هذه الإشكالية يتم طرح العديد من التساؤلات الفرعية التالية:
- ما هي الأسس العقائدية لاقتصاد السوق؟
- ما هي أهم مرتكزات وميكانيزمات اقتصاد السوق؟
- ما هي الأطراف المتعاملة في اقتصاد السوق؟
- ما هي إيجابيات وسلبيات التوجه إلى نظام اقتصاد السوق؟

2.1. فرضيات الدراسة:

- للإجابة عن الإشكالية المطروحة تم صياغة الفرضيات التالية:
- تطلق عبارة اقتصاد السوق على الاقتصاد الرأسمالي، الذي يستند على الملكية الخاصة لوسائل الإنتاج، كما يوصف بأنه اقتصاد العرض والطلب والمنافسة الحرة وتحرير الأسعار؛
- الأساس الفكري الذي يقوم عليه نظام اقتصاد السوق يعتمد أساسه على مصادر متعددة؛
- الدعوة إلى تطبيق اقتصاد السوق وفق أطراف وآليات ثابتة؛
- تجسيد الأفكار والمبادئ النظرية لاقتصاد السوق في واقع الحياة الاجتماعية والاقتصادية قد كشف عن مجموعة من الإيجابيات وكثير من الانحرافات.

3.1. أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة من الأهمية التي يحظى بها موضوع اقتصاد السوق والمنافسة الحرة، حيث أنه يلقي الكثير من الاهتمام من الدول والمؤسسات والأفراد لمواجهة تحديات العولمة، وما يزيد من أهمية الدراسة دور اقتصاد السوق في تعزيز التحول نحو الأنظمة الاقتصادية السائدة والاندماج في الاقتصاد العالمي.

4.1. أهداف الدراسة:

يتجسد الهدف الرئيس للبحث في دراسة المفاهيم المتعلقة باقتصاد السوق، وذلك سعياً نحو تحقيق الأهداف

الفرعية التالية:

- التعرف على مفهوم اقتصاد السوق ومتطلباته؛ - بيان أسس ومبادئ اقتصاد السوق؛ - تحديد أسس نظام اقتصاد السوق وآليات عمله؛ - تحديد إيجابيات وسلبيات التحول إلى نظام اقتصاد السوق.

5.1. منهجية الدراسة:

من أجل الوصول إلى أهداف الدراسة اعتمدنا على المنهج الوصفي لعرض وتوضيح ماهية اقتصاد السوق ومتطلباته، ووصف مراحل نشأته، بالإضافة إلى التعرف على أهم مبادئ وأسس نظام اقتصاد السوق، كما تم استخدام هذا المنهج للتعرف على إيجابيات وسلبيات نظام اقتصاد السوق.

1.6- هيكل الدراسة:

وسيتيم عرض هذه الورقة البحثية من خلال المحاور التالية:

- المحور الأول: مفهوم اقتصاد السوق؛

- المحور الثاني: أسس وأركان اقتصاد السوق؛

- المحور الرابع: تقييم نظام اقتصاد السوق.

المحور الأول- مفهوم اقتصاد السوق

- يشير المعنى الأدبي لاقتصاد السوق إلى اقتصاد يشتغل على أساس الالتقاء بين قوى العرض والطلب لمختلف السلع والخدمات، أي أن كميات وأسعار السلع والخدمات المتبادلة تحدّد بالتقاء العرض والطلب على هذه السلع والخدمات (بلوناس ، 2005)؛

- أما اقتصاد السوق حسب بول سامويلسون P.A. Samuelson فيقوم فيه الأفراد والمؤسسات الخاصة باتخاذ القرارات الرئيسية حول الإنتاج والاستهلاك ونظام الأسعار، والأسواق، والأرباح والخسائر، والحوافز والمكافآت، وبالتالي تقرير الإجابة على الأسئلة "أي" و "كيف" و "لمن"، فالمؤسسات تنتج سلعا تعطي أعلى ربح "أي" باستخدام تقنيات الإنتاج الأقل تكلفة "كيف"، والاستهلاك تحدده قرارات الأفراد حول كيفية إنفاق أجورهم وعوائد أملاكهم التي جنوها بعملهم من استثمار أملاكهم "لمن" (Samuelson & Nordhous, 1996) ؛

- أما حسين عمر في الموسوعة الاقتصادية فيعرفه بأنه النظام الذي يستخدم الجزء الأكبر من موارده في الصناعات التي يمتلك فيها الأفراد أدوات الإنتاج المادية، أو يؤجرون هذه الأدوات لحسابهم الخاصة، وهؤلاء الأفراد هم الذين يتحكمون في هذه الأدوات الإنتاجية بغية الوصول إلى بيع السلع التي ينتجونها من أجل الكسب المادي (حسين، 1992)؛

- ويعرف أيضا بأنه اقتصاد يتميز بتداوله أسعار حقيقية تعكس مختلف تفاعلات قوى السوق، وبوجود وساطة مالية متطورة وبهيمنة الملكية الخاصة (Bouzidi, 1999) .

من خلال هذه التعاريف المتعددة والمختلفة يمكن القول بأن اقتصاد السوق يقوم على أسس الحرية الاقتصادية، المنافسة والسوق بمعنى ممارسة الحرية الاقتصادية من قبل المنتجين في إنتاج وبيع والخدمات في السوق، وقيام المنافسة فيما بينهم بغية تحقيق أقصى ربح ممكن، وكذلك ممارسة الحرية الاقتصادية من قبل المستهلكين في استهلاك السلع والخدمات، المعروضة في السوق وقيام المنافسة فيما بينهم بغية تحقيق أقصى إشباع ممكن ولا يتحقق هذا إلا في ظل عدم تدخل الدولة في عمليات السوق (فيشوش، 2018).

ويستند الأساس الفكري الذي يقوم عليه نظام واقتصاد السوق من عدة مصادر أهمها:

-القانون الطبيعي: انطلق الفكر الطبيعي (الفيزوقراطي) عموما من ثلاث أعمدة النظام الطبقي أي احترام الملكية الفردية، وأن الأرض مصدر الإنتاج بالإضافة إلى العلاقات الاقتصادية بين الطبقات الاجتماعية (خالفي، 2009)، وأن القانون الطبيعي متفوق على أي قانون وضعي، وهذا ما عبر عنه آدم سميث بفكرة اليد الخفية التي تنظم الحياة الاقتصادية في

المجتمع كما تنظم الحياة السياسية والاجتماعية وذلك في أواخر القرن 18م وقد عبر هذا الفكر عن الاتجاه الرأسمالي (الثورة الصناعية):

-الرشاد والعقلانية: أي سلوك الإنسان الأسى إلى تحقيق نفعه الخاص ويحرص على أن يأتي هذا السلوك منطقيا وعقلانيا ومراعيا للتناسق والتوافق بين الرغبات والأفعال والأهداف والوسائل الفردية (عوض الله و آخرون، 2000)؛
- النفعية: يستمر اقتصاد السوق بقيام الفردية كفلسفة تهتم بالفرد (الإنسان) وإنما ليس بالفرد بصفة عامة، وإنما بالفرد الذي ينتهي إلى طائفة معينة من الأفراد، الفرد الناجح، ثم تحليل الفردية بعد ذلك الطبيعة الإنسانية وتجد جذورها في الإنسانية والمصلحة الشخصية والأمر هنا متعلق بالمظهر النفعي (دويدار ، 1999)؛
- الليبرالية (الحرية): نجد في اقتصاد السوق انه يجب ترك الأفراد أحرارا لتحقيق مصالحهم الشخصية فهم من يختارون حرفتهم أو نشاطهم، ولهم حرية التملك وحرية العمل (يوسف ، 1998).

المحور الثاني . أركان اقتصاد السوق

لقد بينا الأساس العقائدي لاقتصاد السوق، ونستعرض في هذا المحور أسس والأركان الاقتصادية لنظام اقتصاد السوق، وأهم تلك الأركان.

01-03- الملكية الخاصة لعوامل الإنتاج الملكية الفردية:

وهي تتضمن حق الفرد أو مجموعة من أفراد المجتمع امتلاك الأموال المادية وغير المادية، والتصرف بها بالطرق التي يسمح بها القانون، ويعد هذا الركن الأساس في نظام اقتصاد السوق- النظام الرأسمالي- كما لها وظائف رئيسية ولما يترتب عنها من أركان اقتصادية أخرى (طاهر و آخرون، 2002).

02-03- حرية النشاط الاقتصادي:

ينطلق مفهوم حرية الإنتاج والاستهلاك في نظام اقتصاد السوق من مبدأ الملكية الفردية لعوامل الإنتاج، ذلك أن الحرية نتيجة طبيعة الاعتراف بحق الملكية، وتعني أن للفرد الحرية الاقتصادية المطلقة ليزاول ما شاء من الأعمال بالأسلوب الذي يستخدم ما يشاء من أدوات الإنتاج، وأن يستثمر أمواله بالشكل الذي يريد، وفي أوجه الاستثمار التي يختارها، فكل أوجه الاستثمار أو تنمية المال مشروعة، وليس للدولة أي ممارسة لها، كما ليس أن توجهه إلى أية وجهة تخالف أو تنحرف به في طريقه الذي خصه لنفسه (العسال و عبد الكريم، 1985).

03-03-حافز الربح:

يعد الكسب المادي الهدف الأساسي من ممارسة النشاط الاقتصادي في النظام الرأسمالي ويكون في صورة دخل أو ربح، أي أن قرارات الإنتاج تهدف إلى تحقيق أقصى ربح ممكن حتى ولو كان على حساب المستهلكين، أي أن الحاجات لا يتم إشباعها إلا بقدره شرائية، وإذا لم تتوفر هذه لا تتحقق الحاجات (خالفي، 2009).

04-03- جهاز الأثمان:

تتم كافة العمليات الاقتصادية من إنتاج واستهلاك وتوزيع من خلال قوى السوق وجهاز الأثمان في اقتصاد السوق فلما كانت وسائل الإنتاج مملوكة ملكية خاصة ويخضع توظيفها لسلطان الإرادة الحرة لمالكها، أصبحنا بصدد كم هائل من القرارات الفردية التي تحتم وجود كيفية ما للتنسيق بينها، وهذا ما يقوم به جهاز الأثمان وقوى السوق، وتفاعل قوى العرض والطلب فيه، فالمنتج يحددها نتيجة الكمية التي ينتجها، وكمية عناصر الإنتاج التي يستخدمها، والأثمان التي سيبيع بها، والأماكن التي سيبيع فيها وفقا لمستويات الأثمان السائدة (أو المتوقعة) في السوق والتفاعل بين قوى العرض والطلب (عوض الله و آخرون، 2000).

05-03- المنافسة الحرة:

يقصد بهذا الركن أن يسير النشاط الاقتصادي في السوق الرأسمالي بطريقة معينة هي التنافس بين مختلف الوحدات الاقتصادية ولكي توجد المنافسة بالمعنى الدقيق في سوق سلعة معينة أو عنصر معين من عناصر الإنتاج أن تتوفر مجموعة من الشروط تكون ما يعرف بشروط المنافسة الكاملة إلا أنه ثمة منافسة بحتة تتم بشروط أساسية سابقة على تحقق المنافسة الكاملة ليعقبها الشروط الإضافية لتحقيق المنافسة الكاملة (فيشوش، 2018).

المحور الثالث - تقييم نظام اقتصاد السوق

نستخلص من خلال الأسس الاقتصادية لاقتصاد السوق إن لهذا النظام إيجابيات ومزايا نذكر منها بإيجاز ما يلي (جريشة ، 1990):

- إن أخذ اقتصاد السوق بمبدأ الفردية المطلقة الخالية من كل القيود والضوابط استلزم اعترافه بالفرد وشخصيته وحقوقه وهي أمور لا بد منها لتحقيق إنسانية الإنسان؛

- إن التجربة الواقعية قد كشفت عن ظاهرة وفرة الإنتاج وجودته في ظل اقتصاد السوق؛

- إن اقتصاد السوق تقترب من الفطرة البشرية عندما يحترم غرائز الإنسان في مجال حب التملك، واعتبار المصلحة الفردية حافزا على الإنتاج وغيرها.

01-04- الجوانب السلبية لاقتصاد السوق:

إن تجسيد الأفكار والمبادئ النظرية لاقتصاد السوق في واقع الحياة الاجتماعية قد كشف عن كثير من الانحرافات والنقائص الاجتماعية تمثلت في سوء التوزيع والموارد الاقتصادية وكثير من المشاكل الاقتصادية وغيرها من السلبيات في البلدان الرأسمالية.

01-01-04- سوء توزيع الدخل وسوء التخصيص الموارد الاقتصادية:

ينعى البعض على المجتمع الرأسمالي بالتفاوت الكبير في توزيع الثروات والدخول، بمعنى إن الثروة والدخل يتركزان في أيدي عدد قليل من أفراد المجتمع، ويلعب نظام الملكية الخاصة الدور الرئيسي في هذا التفاوت (حسين، 1992)، بالإضافة إلى استخدام نظام اقتصاد السوق للفنون الإنتاجية الحديثة بدلا من الأيدي العاملة تمكن الرأسماليين من الحصول على الأرباح بينما الأجور لم تعرف الزيادة وهو ما جعل الطبقة المالكة لرؤوس الأموال تزداد غنى والطبقة العاملة تزداد فقرا.

02-01-04- الاحتكار:

في ظل الرأسمالية- اقتصاد السوق - يكون الموقف التنافسي في صالح الأقوى، فكلما كبر حجم المشروع وزادت ملائمة المنتج، زادت قدرته على إزاحة من هو أقوى منه في السوق، انه قادر على تخفيض ثمن السلعة لفترة دون معاناة تذكر، بينما ذلك يمزج المنتج الصغير من سوق السلعة لعدم قدرته على الاستمرار، وبهذا ينفرد القوي بالسوق ليفرض شروطه بعد ذلك، فيزيد السعر ليحقق أكبر قدر من الربح (يوسف ، 1998).

03-01-04- سعر الفائدة:

ارتبط نظام اقتصاد السوق بسعر الفائدة أو الربا ارتباطا عضويا، واعتبر آلية الفائدة هي قوام سوق المال بسوقيه؛ سوق النقد وسوق رأس المال؛ وأسر هذا النظام الدول والشعوب بفعل الديون التي تروج لها المصاريف التقليدية وتتعدد مطالب - سلبيات - سعر الفائدة ، فهو لا يعتبر على المستوى العملي أداة فعالة لتخصيص الموارد بصفة عامة والأموال القابلة للاستثمار على وجه الخصوص، لأنه يسبب استخدام رأس المال إلى حد كبير بين قطاعات الاقتصاد والاستثمارات، كما أنه ليس حافزا رئيسيا للدخار، وثبت عجزه عن توجيه المدخرات نحو الاستخدامات الأكثر إنتاجية (دوابه ، 2010).

04-01-04- ظاهرة التضخم:

تحول التضخم من خلل طارئ يصيب اقتصاد السوق في أوقات معينة يحتل فيها التوازن بين التدفقات النقدية غير المحدودة إلى آلية أساسية من آليات تصحيح عملة اقتصاد السوق، وأصبح آلية لتصحيح ميل معدل الربح للانخفاض، ولقد برزت هذه الآلية في التطبيق أعقاب ارتفاع أسعار النفط ابتداء من عام 1974 من ثلاث دولارات للبرميل في العام السابق إلى 36 دولارا في عام 1980 وأصبح التضخم ملحوظا في كل مراحل الدورة الاقتصادية وتحوله من ظاهرة طارئة قد تكون موسمية أو دورية إلى عامل دائم التأثير في عملية الإنتاج وإعادة الإنتاج، وتحول التضخم في الواقع إلى ظاهرة هيكلية تتسع تشمل مرحلة الركود والكساد (مرسي، 1990).

05-01-04- البطالة والأزمات الدورية:

لقد ساد الاعتقاد بان جهاز الثمن يمكن أن يحقق الاستخدام الأمثل للموارد إلا أن واقع اقتصاد السوق أدى إلى ظهور البطالة والأزمات الدورية فقد ترتب عن توسعة وازدياد الأرباح عدم الزيادة في دخول العمال ومعنى هذا أن القوة الشرائية لم تتزايد بالقدر الكافي لاستيعاب الزيادة في الطاقة الإنتاجية وهو ما أدى إلى التنافس فيما بينهم للحصول على العمل وهو ما يجعل الأجور تميل إلى الانخفاض وهذا يؤدي إلى زيادة حدة أزمة البطالة (خالفي، 2009)، وتعرضت المجتمعات الرأسمالية لازمات اقتصادية دورية، بمعدل يتراوح بين كل ثمانية وعشرة سنوات، وتتميز اللازمة في المجتمع الرأسمالي بكساد الأعمال، وإفلاس بعض المؤسسات وتدهور الأسعار وانتشار البطالة.

05-خاتمة:

اقتصاد السوق ينطوي على مفاهيم، ومحتويات وعلى مجموعة من الخصائص ويمكن تلخيص ذلك في أن اقتصاد السوق هو نظام اقتصادي يتم من خلاله ومراقبة النشاط الاقتصادي من خلال الأسواق وتحدد الأسعار من خلال آلية جهاز الثمن، ويتميز هذا النظام بالملكية الخاصة لوسائل الانتاج وحرية النشاط الاقتصادي والسعي لتحقيق الربح.

ومع سيطرة اقتصاد السوق على مجمل الحياة والأنشطة الاقتصادية العالمية فقد كشف عن كثير من الانحرافات والنقائص الاجتماعية والكثير من المشاكل الاقتصادية حيث أفرزت الأزمات المالية التي يشهدها العالم اليوم.

المراجع

Samuelson, P., & Nordhous, w. (1996). *Economie* . Paris , France: edition Economica .

Bouzidi, A. (1999). *les années 90 de l'économie algérienne-les limitent des politiques onjonctinelles-*. Alger: ENAG.

زينب حسين عوض الله، و آخرون. (2000). *أصول الاقتصاد السياسي*. الاسكندرية، مصر: دار الجامعة الجديدة للنشر.

عبد الله علي جريشة . (1990). *الاتجاهات الفكرية المعاصرة*. المنصورة، مصر: دار الوفاء.

أحمد محمد العسال، و فتحي أحمد عبد الكريم. (1985). *النظام الاقتصادي في الإسلام (مبادئه وأهدافه)*. القاهرة، مصر: مكتبة وهبة.

أشرف محمد دوابه . (2010). *الاقتصاد الإسلامي مدخل ومنهج*. مصر: دار السلام للنشر والتوزيع.

حمزة فيشوش. (2018). *الأزمة المالية العالمية بين اقتصاد السوق واقتصاد المشاركة التدايعيات والحلول - دراسة مقارنة*

- *أطروحة دكتوراه علوم تجارية*. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف

بالمسيلة، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، الجزائر، الجزائر: كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم

التسيير، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة.

عبد الله طاهر ، و آخرون. (2002). *مبادئ الاقتصاد السياسي*. عمان، الاردن: دار وائل للنشر.

عبد الله بلوناس . (2005). الاقتصاد الجزائري الانتقال من الخطة إلى السوق ومدى انجاز أهداف السياسة الاقتصادية. أطروحة دكتوراه علوم اقتصادية. كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، جامعة الجزائر، الجزائر: كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر.

علي خالفي. (2009). المدخل إلى علم الاقتصاد مفاهيم- مصطلحات- أسئلة. الجزائر: دار أسامة للطبع والنشر والتوزيع.

عمر حسين. (1992). الموسوعة الاقتصادية طبعة موسعة. مصر: دار الفكر العربي.

فؤاد مرسي. (1990). الرأسمالية تجدد نفسها. الكويت: عالم المعرفة.

كمال محمد يوسف. (1998). فقه اقتصاد السوق. مصر: دار النشر للجامعات.

محمد دويدار. (1999). مبادئ الاقتصاد السياسي. الاسكندرية، مصر: دار الجامعة الجديدة للنشر.

الضبط الاقتصادي دعامة للحفاظ على السوق.

Economic regulation is a pillar of maintaining the market.

من إعداد: أ.د. إريزيل الكاهنة

كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو.

د. براهيم صفيان

كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو

مقدمة:

شكل الضبط الاقتصادي مفهوما جديدا لدور الدولة انتقلت بمقتضاه من الأشكال التقليدية في تدبير الشأن العام إلى صيغة أخرى منحها إمكانية إبداع آليات بديلة. ويهتم الضبط الاقتصادي بأسباب ونتائج التدخل العمومي للسلطات العمومية في المجال الاقتصادي لغرض تحقيق المصلحة العامة. فالتحرير الاقتصادي الذي نعيشه حاليا هو الذي أوجد هذا القانون باعتباره مجموعة من القواعد التي تتدخل بموجبه السلطات العمومية بصفة مباشرة أو غير مباشرة في المجال الاقتصادي وفرض وجودها فيه.

يتطلب بناء اقتصاد السوق من الدولة أن تنسحب من المجال الاقتصادي، وأن تفتح المجال أمام المبادرة الخاصة، وذلك بتكريس مجموعة من المبادئ كحرية التجارة والصناعة وإزالة الاحتكارات العمومية ومبدأ إزالة التنظيم ومبدأ حرية التعاقد وإلغاء القوانين المقيدة للاستثمار وتكريس مبدأ تحرير التجارة الخارجية... الخ. وتكريس هذه المبادئ كلها تتطلب آليات تستدعي بدورها وجود إطار قانوني يضمها ويسهر على تنفيذها. في خضم هذه المعطيات يجب التساؤل حول كيف يساهم الضبط الاقتصادي في تكريس قواعد السوق؟

في سبيل الإجابة على هذا التساؤل لابد وضع خطة تتمحور حول:

أولا: علاقة الضبط الاقتصادي باقتصاد السوق.

ثانيا: آثار الضبط الاقتصادي على اقتصاد السوق.

أولا: علاقة الضبط الاقتصادي بالسوق:

تتجلى العلاقة القائمة بين الضبط الاقتصادي والسوق في مجموعة من المعطيات أبرزها أن الضبط الاقتصادي وسيلة للحفاظ على الحريات الاقتصادية القائمة في السوق (1) كما أن الضبط الاقتصادي وسيلة لضبط الممارسات التي قد تؤدي إلى عرقلة السوق (2).

1- الضبط الاقتصادي وسيلة للمحافظة على الحريات والقواعد القائمة في السوق: لقد اعتبرت الحريات الاقتصادية من حيث المبدأ، بداية من حرية التجارة والصناعة مروراً بحرية المبادرة وصولاً إلى حرية المنافسة والاستثمار حريات ذات طابع خاص وأساس الأنظمة الاقتصادية الحرة. حيث تم تكريسها بالأصل من قبل الدساتير والتشريعات

لمختلف البلدان كحريات عامة أساسية تضاف إلى الحريات العامة المكرسة في مجال حقوق الإنسان بشكل عام فرضها منطلق الاقتصاد الحر المبني على ضرورة ترك الفرد لحيته في ممارسة أي نشاط اقتصادي يرغب فيه في ظل احترام المشروعية القانونية .

وهو ما يلاحظ على القوانين والتشريعات السابقة إلى الاعتراف بهذه الحريات⁽⁹⁾ على غرار القانون الفرنسي الذي يشهد له كتجربة رائدة في مجال وضعه لتلك الحريات منذ نجاح الثورة الصناعية فيه والذي صاحبه أيضا نجاح الثورة الفرنسية لسنة 1889 والتي حملت مبادئ كبرى وهي استقلالية القضاء. وفي المجال الاقتصادي تم وضع مرسوم تاريخي سمي بمرسوم *ALLARD* لسنة 1791 والذي تضمن حرية التجارة والصناعة⁽¹⁰⁾ والذي نتج عنه قوانين أخرى على غرار القانون الصادر سنة 1982 الخاص بتكريس حرية المبادرة⁽¹¹⁾ ثم قانون في سنوات التسعينات خاص بحرية المنافسة.

لذا فالتعدي على هذه الحريات مسألة لا يمكن قبولها وهو ما يفسر تدخل الدولة لحمايتها باعتبار الدولة هنا الضامنة لتلك الحقوق بواسطة أسلوب تدخلها. تطبيقا لذلك فقد تم تحديد نطاق تدخل الدولة في الحياة الاقتصادية من خلال تكريس مبدأ التنافس الحر بين الأعوان الاقتصاديين والخواص والعموميين. ثم أن الدولة باعتبارها ضامنة للمصلحة العامة فهي ضامنة لعدم التعدي على حرية التنافس وحرية التجارة والصناعة.

كما أن مجلس الدولة الفرنسي أكد على أن النشاط التجاري مبدأ يجب أن يمارس فقط من قبل المبادرة الخاصة. فتدخل السلطات العامة في المجال الاقتصادي من خلال تقديم الخدمات أو الموارد تختلف كثيرا عن تلك التي تقدم من قبل الخواص، لكن يمكن أن تعطي نفس النتائج. بمعنى أن تدخل السلطات العامة في السوق يجب أن يكون محدداً ويبرر بهدف تحقيق المصلحة العامة مادام المصلحة الخاصة لا يمكن لها أن تلي احتياجات العامة. لذا فوجود عملية الضبط الاقتصادي عن طريق أسلوب الدولة للتدخل في المجال الاقتصادي هو الذي يكفل احترام الحريات المذكورة آنفا.

كما أنه بواسطة الضبط الاقتصادي يتم حماية الملكية الخاصة للمتعامل الاقتصادي من خلال منع كل أشكال التعدي عليها، هذا من جهة. من جهة أخرى يتم بواسطة الضبط الاقتصادي تحقيق مبدأ المساواة من حيث منع كل أشكال التمييز بين المتعاملين الاقتصاديين عند الدخول إلى الأسواق وحتى عند تواجدهم في السوق.

2- الضبط الاقتصادي وسيلة لضبط الممارسات التي تضر بالسوق: إن الضبط الاقتصادي له دور آخر يؤديه وهذا باعتباره وسيلة لضبط كيفية استغلال تلك الحريات الاقتصادية المشار إليها أعلاه من قبل المتعاملين الاقتصاديين وهذا بمنع التعسف في استعمالها. فأحيانا استعمال تلك الحريات من قبل المتعاملين الاقتصاديين تكون ذريعة لفرض الاحتكار وتكريس وضعية الهيمنة على السوق الأمر الذي قد يشكل ممارسات منافية لقواعد المنافسة الحرة والنزاهة.

في هذا الإطار تتدخل الهيئات الضابطة لقمع تلك الممارسات حفاظا على النظام العام للسوق عن طريق أساليب وأدوات تستعملها في هذا المجال. فعلى سبيل المثال فعند إبرام اتفاقات أو عقود من شأنها أن تؤدي إلى عرقلة الدخول إلى الأسواق يمكن لهيئة الضبط المختصة والتي يختلف وصفها من بلد إلى آخر أن تتدخل لمنعها. وفي هذا الشأن يؤكد مجلس الدولة الفرنسي على مشروعية القرارات الإدارية التي تتخذها هيئات الضبط الاقتصادية في المجال الاقتصادي إذا كانت

⁹ - لمزيد من التفاصيل حول الحريات الاقتصادية راجع: حساين سامية، مفهوم الحريات الاقتصادية بين المؤشر الاقتصادي والتكريس القانوني، مجلة السياسات العالمية، العدد 2، ديسمبر 2019، ص.ص. 38-8. راجع الموقع الإلكتروني: www.cerist.asjp.dz

¹⁰ - BRACONNIER Stephane, Droit public de l'économie, Thémis droit, PUF, Paris, 2015, P. 21.

¹¹ - Decision n 81-132 DC du 16 janvier 1982 : Loi de nationalisation, conseil constitutionnel, journal officiel du 17 janvier 1982. . www.legifrance.gouv.fr

تستند إلى المشروعية والملائمة وتبرره المصلحة الاقتصادية. وبالتالي يشمل ذلك القرارات التي تتخذها تلك الهيئات بمناسبة ضبطها للاتفاقات والعلاقات العقدية التي تعيق المنافسة أو تشكل ممارسة مقيدة للمنافسة⁽¹²⁾.

كما أكد المجلس على ضرورة المحافظة على النظام العام الاقتصادي بمناسبة اتخاذ إحدى القرارات الإدارية من قبل هيئات الضبط الاقتصادية من خلال محاولة تكريس موازنة بين المصلحة العام الاقتصادية وحقوق المتعامل الاقتصادي. وهنا أقر في إحدى قراراته القضائية على مشروعية النصوص التي تحد من الحريات الاقتصادية لغرض تحقيق المصلحة الاقتصادية⁽¹³⁾.

ثانياً: أثار الضبط الاقتصادي على السوق:

بالنظر إلى أهمية الضبط الاقتصادي باعتباره أداة في يد الدولة لضمان الحقوق والالتزامات التي تلقى على المتعاملين الاقتصاديين فذلك ذات أثر كبير على السوق وهذا من خلال الآليات التي تستعملها الهيئات الضابطة لحماية السوق والتي تتمثل في:

1- بسط الرقابة على السوق: تعتبر آلية الرقابة من أكثر الوسائل المتاحة للقيام بعملية الضبط والتي تختص بها بالأصل السلطات الضابطة في المجال الاقتصادي من حيث تطبيق الأحكام القانونية من قبل الأشخاص الخاضعة لها والمتمثلة في المتعاملين الاقتصاديين. وتمارس هذه الرقابة على مرحلتين هما:

أ- مرحلة قبل الدخول إلى السوق: وتسمى بالرقابة السابقة وتمارس في مجال الضبط في قطاعات اقتصادية دون الأخرى وذلك لضرورة معينة. ومن القطاعات التي تمارس فيها هذه الرقابة نذكر القطاع المصرفي وقطاع المواصلات السلكية واللاسلكية وقطاع التأمينات وقطاع البورصة. وتؤدي هذه الرقابة السابقة من خلال تدخل السلطات الضابطة للمجال الاقتصادي في رقابة الدخول إلى الأسواق من حيث استعمال أسلوب الترخيص والاعتماد والرخصة. فممارسة بعض الأنشطة يتوقف على الحصول المسبق على الترخيص أو الاعتماد على حسب الأهمية.

ب- مرحلة بعد الدخول إلى السوق: تسمى بالرقابة اللاحقة. ويقصد بها تدخل السلطات الضبطية للرقابة على نشاطات المتعاملين الاقتصاديين في السوق فيما إذا كانوا سيطبقون القوانين التي تنظم أنشطتهم أم لا على أساس أن هناك مجالات لا تستدعي الرقابة السابقة، مثلاً نشاط الإنتاج والتوزيع الذي لا يحتاج فيها المتعاملين الحصول على رخصة والاعتماد حيث يكفي بعض الشروط لممارسة النشاط.

وهذه الرقابة اللاحقة تمارس عادة وفق ثلاثة أساليب:

- أسلوب الفحص: يقصد به تولي السلطات الإدارية المستقلة بتفحص الوثائق والمستندات المتعلقة بالنشاط الخاضعة لموضوع الضبط.
- القيام بالمعاينة: معناه تولي السلطات الإدارية المستقلة التنقل إلى مكان تواجد المتعاملين الاقتصاديين للإطلاع على صيرورة نشاطهم وهذا بإرسالها بعثات دورية تقوم بمهمة المعاينة والتي تحرر بشأنها نحاضر المعاينة.

¹² - محمد محمود سلامة جبر، الدور الاقتصادي للقاضي الإداري في مصر وفرنسا (دراسة مقارنة)، رسالة دكتوراه في الحقوق، كلية الحقوق، قسم القانون العام، جامعة عين الشمس، 2014، ص. 901.

¹³ - CE, 24 juin 1960, Chambre syndical des negocians en pax, AJDA, 1961. P. 103.

• التحقيق: يعتبر التحقيق من أخطر وسائل الرقابة التي تمارسها سلطات الإدارية المستقلة كونها تنطوي على التأكد الدقيق من تطبيق النصوص القانونية. وفي هذا الإطار يتعين هذه السلطات الضابطة للمجال الاقتصادي تفحص كل المعطيات الدقيقة حول طبيعة النشاط وعمل المتعاملين الاقتصاديين⁽¹⁴⁾.

2- فرض العقاب على المتعامل الاقتصادي: من الآثار الأخرى للضبط الاقتصادي على السوق هي قمع الممارسات التي قد تضر به من خلال تدخل هيئات الضبط الاقتصادية لفرض العقاب على المتعاملين الاقتصاديين المخالفين لقواعد السوق من خلال أسلوب أو آلية العقاب. يقصد بآلية القمع تدخل السلطات المختصة في الضبط الاقتصادي لتوقيع العقوبات على المتعاملين الاقتصاديين نتيجة مخالفتهم للقانونية المقررة في القوانين التي تنظم نشاطاتهم الاقتصادية. مع التذكير فقط أن آلية القمع في مجال الضبط الاقتصادي تعبر عن مفهوم جديد وهو مفهوم *إزالة التجريم*. وتمارس هذه الآلية من قبل العديد من الهيئات نذكر منها وفي القانون الجزائري مجلس المنافسة، إذ يتولى سلطة القمع حيث تم نقل هذا الاختصاص من القاضي الجزائي لصالحه لغرض ضبط كل الممارسات التي قد تؤدي إلى عرقلة الدخول أو لتواجد في السواق. وهو ما يظهر من خلال العديد من المواد الموجودة في قانون المنافسة التي تنص على اختصاص مجلس المنافسة في توقيع العقاب. فمجلس المنافسة يعتبر أداء لحماية السوق من الممارسات المخلة بالمنافسة الحرة بضبطه وتنظيمه للحياة الاقتصادية التي تسود فيها المنافسة الحرة من خلال تدخله لوضع حد لكل من يتعدى عليها. والذي يتجلى بعمله على تطبيق قانون المنافسة وتوقيع العقوبات على الأعوان الاقتصاديين لذا يطلق عليه البعض تسمية *قاضي قانون المنافسة*⁽¹⁵⁾.

مع التذكير فقط أن ممارسة آلية العقاب من قبل هيئات الضبط الاقتصادية مرهون باحترام جملة من الضمانات أبرزها احترام مبدأ التناسب وحقوق والدفاع وتسبب القرارات الإدارية وكفالة حق الطعن القضائي⁽¹⁶⁾. وبالنسبة لطبيعة العقوبات التي يتم فرضها على المتعامل الاقتصادي فهي تتراوح بين الإنذار والتوبيخ والغرامات المالية قد تصل إلى التوقيف عن النشاط.

خاتمة:

في ختام هذه الورقة البحثية نتوصل إلى أن الضبط الاقتصادية أداة للحفاظ على توازن الأسواق والمنافسة الحرة والنزاهة وذلك بإلزام المتعاملين الاقتصاديين باحترام القوانين والتنظيمات. كما أن الضبط هي وسيلة لردع كل المخالفات التي من شأنها الإضرار بالأسواق وكذا انتقاء المتعاملين الذين سيتواصلون في الأسواق. إلا أن تحقيق هذه المكانة للضبط الاقتصادي في السوق مرهون بتوافر جملة من العوامل وبالأخص بالنسبة للبلدان التي استقبلت هذا المفهوم للضبط الاقتصادي على غرار المشرع الجزائري يمكن إبرازها في:

¹⁴ - لمزيد من التفاصيل عن الرقابة اللاحقة راجع: حدري سمير، السلطات الادرية المستقلة الفاصلة في المواد الاقتصادية والمالية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم التجارية، جامعة أمحمد بوقرة، 2006، ص 112 وما يليها.

¹⁵ - بوحلايس الهام، الاختصاص في مجال المنافسة، مذكرة ماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة، 2004-2005، ص. 58 و 77.

¹⁶ - BRISSON Jean-François, Les pouvoirs de sanction des autorités de régulation : les voies d'une juridictionnalisation, P.60, in www.gip-recherche-justice.fr

أولاً: توفير المناخ الاقتصادي الملائم لممارسة عملية الضبط الاقتصادي من خلال خلق سوق تنافسية حقيقية من حيث القضاء على بعض العوائق على غرار القضاء على السوق الموازية وتأهيل المؤسسات الاقتصادية وجعلها قادرة على المنافسة.

ثانياً: ضرورة منح الوسائل الضرورية لهيئات الضبط الاقتصادية لكي تؤدي عملها بالشكل المنوط ورفع كل أشكال تدخل السلطة التنفيذية في عملها برفع أية وصاية على عمل تلك الهيئات الضابطة وحتى في جانبها العضوي.

The basics of market economics: an overview of concepts and principles.

Dr. Boubegra nacer ¹

Dr. Hassani Omar ²

Abdelhamid Ibn Badis, University of Mostaganem

Abstract::

This intervention aims to know the basic principles of market economics and the most important general concepts that would enhance the importance of free competition, as well as the importance of the balance of supply and demand, pricing mechanisms, and the role of competition in driving innovation and economic efficiency. Increasing understanding of these concepts seeks to enhance a competitive environment that benefits consumers as well as economic operators through choice, quality, and affordability.

This intervention concluded with the basic principles of the market economy, showing how economic forces work and the interaction of individuals and companies in the market.

Keywords: economy; market; supply; demand, free competition.

ملخص

تهدف هذه المداخلة إلى معرفة المبادئ الأساسية لإقتصاديات السوق وأهم المفاهيم العامة والتي من شأنها أن تعزز أهمية المنافسة الحرة وكذا أهمية توازن العرض والطلب وآليات التسعير ودور المنافسة في دفع الابتكار والكفاءة الإقتصادية . كما أن زيادة فهم هذه المفاهيم يسعى إلى تعزيز بيئة تنافسية تفيد المستهلكين وكذا المتعاملين الإقتصاديين من خلال الإختيار والجودة والقدرة على تحمل التكاليف .

وخلصت هذه المداخلة على أن المبادئ الأساسية لإقتصاد السوق تبين كيفية عمل القوى الإقتصادية وتفاعل الأفراد والشركات في السوق.

كلمات مفتاحية: إقتصاد، السوق، العرض، الطلب، المنافسة الحرة.

Introduction:

Market economics, also known as free market economics or capitalism, is an economic system that emphasizes voluntary exchange and competition in the allocation of resources it is based on the principles of supply and demand where prices are determined by market forces and individuals act in their self- interest to maximize their utility.

In market economics resources are privately owned and individuals are free to engage in the production consumption, and exchange of goods and services. The interaction of buyers and sellers in the marketplace sets prices, determines quantities, and ultimately allocates resources. This decentralized decision-making process is believed to result in an efficient allocation of resources that matches societal needs and desires.

The foundation of market economics lies in the concept of supply and demand. Supply refers to the quantity of goods or services that producers are willing and able to provide at various price levels. Demand represents the quantity of a good or service that consumers are willing and able to purchase at different price levels.

The intersection of supply and demand determines the equilibrium price and quantity for a particular product or service competition is a central element of market economics. it encourage

producers efficiency, and offer competitive prices to attract consumers. The presence of multiple producers In a market creates competition, which benefits consumers by providing more choices and better quality products at lower prices.

The role of government in market economics is limited with intervention typically limited to protecting property rights, enforcing contracts and ensuring faire competition. The market mechanism is seen as the most effective is seen as the most effective way to allocate resources. As it allows individuals to make decisions according to make decisions according to their preferences and incentives.

Critics of market economics argue that it can lead to income inequality market failures and externalities. However proponents argue that market economics promotes economic growth, efficiency and individual freedom.

The following research paper is an attempt to highlight the most important concepts and basic principles of market economy and their connection to promoting free competition. This is done by addressing the following problem:

How do the basic principles of market economics support free competition?

To provide more insight into the main topic and problem, the following sub-questions were posed:

- What are the most important general concepts of market economics?
- What are the most important basic principles of market economics?

Research aims:

The objectives of studying the subject of the basics of the market economy lie in understanding how goods, services and resources are exchanged between individuals and companies in the market, as well as the concepts related to supply and demand and their impact on pricing and the quantity of products offered in the market, as well as predicting the behaviors of individuals in the market, understanding economic crises and turmoil, and the factors affecting the labor market, competition, and economic growth. Using the basic concepts and principles of the market economy works to improve the management of economic resources and achieve economic efficiency.

Research importance:

The market economy and free competition aim to enhance economic efficiency by achieving optimal use of resources and achieving the highest level of productivity. It also works to provide products and services at competitive prices and high quality to consumers and allows flexibility in choosing and providing a wide range of products and services that will meet their needs and increase their well-being through Providing a suitable and stimulating environment for companies and investors by protecting freedom of competition and intellectual property rights and promoting investment and economic growth.

The Methodology Used:

To reach the objectives of the study and try to answer the problem at hand, the descriptive approach was adopted by interpreting and explaining the subject of the basics of the market economy, as well as clarifying the most important basic concepts and principles that govern the behavior of individuals, while trying to describe the mechanisms and requirements of the market economy in achieving competition.

Previous studies:

- **“the wealth of nations” by Adam smith:** published in 1776, this seminal work by Adam smith is considered the foundation of modern economics , smith provided a

comprehensive analysis of market economies, emphasizing the role of self-interest, division of labor, and the invisible hand as mechanism for promoting economic growth.

- **“Keynesian economics”** by John Maynard Keynes: he said the role of government intervention, his work particularly the general theory of employment, interest and money, revolutionized economic policy during the great depression.
- **“Capitalism and freedom”** by Milton Friedman 1962: this paper explores the relationship between economic freedom and political freedom, arguing that free market, is necessary for a prosperous society.
- **“The great escape”** by Angus Deaton, 2013: explore the relationship between economic growth, income inequality, and the challenges and opportunities of market economies.

Study structure:

To understand the concepts and basics of the market economy, as well as its relationship to encouraging free competition, we decided to divide this study into three axes as follows:

- **General concepts about the market economy**
- **The role of the market economy in achieving free competition**

1. General concepts about the market economy:

The market economy is an economic system where the prices of goods and services are the result of decisions made freely by individuals and businesses.

1.1 Market definition:

A market can be defined as a framework or environment where buyers and sellers interact to exchange goods, services, or resources. It is a dynamic system that facilitates transactions and allows for the allocation of resources based on supply and demand.

In a market, buyers express their preferences and demand for certain products or services, while sellers offer their goods or services to meet this demand. The interaction between buyers and sellers establishes prices, quantities, and ultimately determines the market equilibrium. Markets are divided into different sections according to the purposes they serve. “In terms of their continuity, they may be permanent, such as the stock market, or temporary, such as village markets and fairs, or limited in time (daily markets, weekly markets...etc.), and in terms of their breadth, they may be local, such as markets.” Cities (neighborhood markets), or international markets such as the sugar market. In terms of the types of goods traded, the markets are divided into various sections. Each commodity or group of commodities has its own market, including real estate markets, foreign exchange markets, markets for agricultural crops such as wheat and rice, and markets for industrial products such as iron and steel. In terms of the purpose of using the commodity to the production goods market and the consumer goods market, and in terms of the quantities traded in the market to the wholesale market and the retail market,...etc.¹⁷

1.2 Definition of market economy:

A market economy is defined as a system where the production of goods and services are set according to the changing desires and abilities of the market players. It allows the market to operate freely in accordance with the law of supply and demand, set by individuals and corporations, as opposed to governments.

¹⁷ [Dennis W Carlton](#), Market definition: use and abuse, university of Chicago, 2007, p3

A market economy is an economic system in which the decisions regarding investment, production and distribution to the consumers are guided by the price signals created by the forces of supply and demand. The major characteristic of a market economy is the existence of factor markets that play a dominant role in the allocation of capital and the factors of production.¹⁸

1.3 Characteristics of the market economy:

The market economy is an economic system that relies on market forces to determine the prices of goods and services and distribute resources. Its most important characteristics are the following: ¹⁹

- **PRIVATE PROPERTY:** Labor resources, natural resources, capital resources (e.g., equipment and buildings), and the goods and services produced in the economy are largely owned by private individuals and private institutions rather than by government. This private ownership combined with the freedom to negotiate legally binding contracts permits people, within very broad limits, to obtain and use resources as they choose. People have the right to acquire, use, and dispose of their property.
- **LIMITED GOVERNMENT:** a competitive market economy promotes the efficient use of its resources. As a self regulating and self adjusting economy, no significant economic role for government is necessary. However, a number of limitations and undesirable outcomes associated with the market system result in an active, but limited economic role for government. Roles include protection of people and property and enforcement of contracts.
- **ECONOMIC FREEDOM** market economies promote economic freedom, allowing individuals and businesses to make their own economic decisions, this includes the freedom to choose what to produce, how to produce and where to invest capital. It also grants individuals the freedom to choose their occupation, and engage in voluntary exchange.²⁰
- **MOTIVE OF SELFINTEREST:** The "Invisible Hand" that is the driving force in a market economy is each individual promoting his or her self-interest. Consumers aim to get the greatest satisfaction from their budgets; entrepreneurs try to achieve the highest profits for their firms; workers want the highest possible wages and salaries; and owners of property resources attempt to get the highest possible prices from the rent and sale of their resources.
- **COMPETITION:** Economic rivalry means that buyers and sellers are free to enter or leave any market and that there are buyers and sellers acting independently in the marketplace. It is competition, not government regulation, that diffuses economic power and limits the potential abuse of that power by one economic unit against another as each attempts to further its own self-interest.
- **Adaptability and efficiency:** Market economies are known for their adaptability and efficiency in allocating resources market forces drive the reallocation of resources,

¹⁸ Gregory and Stuart, Paul & Robert . *Comparing Economic Systems in the Twenty-First Century (7th ed.)*. 2004., p. 538.

¹⁹ <https://www.heritage.org/index/pdf/2015/book/chapter1.pdf> , Date of visiting the site web: 15/02/2024.

²⁰ daniel niemert, success factors of the social market economy ,friedrich naumann foundation for freedom, new york university, 2020, p 09.

technological advancements, and shifts in supply and demand. This flexibility enables rapid adjustments and promotes economic growth²¹.

1.4 The Theory of the Market Economy:

The theory of the market economy revolves around the concept of the free market, where prices are determined by the force of supply and demand. It emphasizes individual economic freedom, private ownership of resources and voluntary exchange. This theory promotes competition and efficiency with the belief that market forces will lead welfare maximization.

One fundamental principle of the market economy is that individuals and firms are driven by self-interest. It assumes that individuals are rational decision-makers who seek to maximize their own well-being and firms strive to maximize profits. This self-interest is harnessed through the price mechanism, where prices act as signals that guide resource allocation.

Supply and demand are key drivers within the market economy. Producers supply goods and services, while consumers demand them. Prices adjust based on the balance between supply and demand. If demand exceeds supply, prices rise, incentivizing producers to increase output, conversely if supply exceeds demand, prices fall, motivating producers to reduce output or exit the market. The interaction between supply and demand leads to price equilibrium, where the quantity demanded equals the quantity supplied.

Another aspect of the market economy is competition between firms, which drives innovation, efficiency and quality. When firms compete they strive to offer better products or services at lower prices to attract customers. Competition not only benefits consumers by providing greater choice and lower prices, but it also fosters dynamic efficiency within the economy.

The market economy theory recognizes the role of government, mainly to establish and enforce a legal and regulatory framework. Governments may intervene to address market failures such as externalities (example pollution) or monopolies that hinder competition. Additionally, governments may provide public goods and services that the market alone may not adequately provide, such as infrastructure, healthcare, or education.

Overall, the theory of the market economy asserts that free markets, driven by competition and self-interest, can lead to efficient resource allocation, economic growth, and individual prosperity. However, critics argue that it can lead to income inequality, market failures and other social concerns. Finding the right balance between market freedom and necessary government intervention remains an ongoing challenge in modern economic systems.²²

1.5 Advantages and disadvantages of a market economy:

1.5.1 Advantages of market economy:

The market economy is characterized by several advantages, including the following:²³

- Increased efficiency in the production of goods and services due to business competition.
- Encourages innovation, which keeps the market evolving.

²¹<https://www.cbsd.org/cms/lib/PA01916442/Centricity/Domain/1949/Unit%20III%20introduction%20packet.pdf>, Date of visiting the site web: 15/02/2024

²² Williamazonick, the theory of the market economy and the social foundations of innovative enterprise, journal economic and industrial democracy, vol 24, no 01, London. 2003, p15.

²³ <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/economics/definition-market-economy/>, Date of visiting the site web: 15/02/2024

- People work harder to maintain their livelihood and prevent losing their jobs.
- Growing markets attract foreign investors.
- Wider variety of consumer goods available.
- Encourages entrepreneurship and new ventures.
- Decreased state bureaucracy, as some public sector activities can be taken over by private entities.

1.5.2 Disadvantages of a market economy:

The market economy is characterized by several disadvantages, including the following: ²⁴

- Inevitable periods of economic crisis due to the usual business cycle ebb and flow
- Possibly higher unemployment levels as compared to command economies
- Wider economic and social gaps
- Possible exploitation of labor
- Basic necessities may be harder to provide, as they are affected by demand and supply
- profiteering is favored over social welfare

2. The role of the market economy in achieving free competition:

The market economy plays a crucial role in achieving free competition, free competition refers to an economic environment where multiple firms can freely enter and exit the market, without any artificial barriers or monopolistic practices hindering. It is characterized by open access choice and a level playing field for businesses.

2.1 Mechanisms to enhance the market economy for free competition:

Here are some ways in which the market economy promotes free competition: ²⁵

- **Price determination:** in a market economy, price are determined by the forces of supply and demand. This means that firms compete with each to offer goods or services at competitive prices ,if a firm charges prices that are too high consumers have the freedom to choose alternative products from other competition. This incentivizes firms to offer better quality and lower prices to attract customers.
- **Entry and exit of firms:** A market economy allows firms to freely enter and exit the market. This ensures that new firms have an opportunity to compete with established players in the industry. If existing firms fail to satisfy consumer demands or provide competitive prices, new entrants can step in, bringing innovation, variety, and increased competition.
- **Incentive for efficiency:** Competition in the market economy creates incentives for firms to be more efficient and productive. To gain a competitive edge, firms strive to improve their technology, streamline their processes, and reduce costs. This leads to higher productivity, innovation, and ultimately better products and services for consumers.
- **Consumer choice:** Market economies offer consumers a wide range of choices. When multiple firms compete, consumers have the freedom to compare products or services based on quality, features, and prices. This competition pushes firms to continually

²⁴ <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/economics/definition-market-economy/> , Date of visiting the site web: 15/02/2024

²⁵ bodo b, Gemper, the market system structural change and efficient economies, USA, 1990.P 15.

improve their offerings to attract and retain customers. The ability to choose encourages innovation and variety, catering to diverse consumer preferences.

- **Innovation and entrepreneurship:** In a market economy, free competition fosters innovation and entrepreneurship. Entrepreneurs are motivated to develop new ideas, technologies, and business models that disrupt existing markets. They are driven by the potential rewards and market advantages that come from successfully meeting consumer needs and outperforming competitors.

While the market economy is instrumental in achieving free competition, it is essential to have appropriate regulatory frameworks in place. These frameworks address issues like anti-competitive behavior, monopolies, consumer protection, and ensuring fair trade practices. By maintaining a balance between market freedom and regulation, societies can promote a healthy environment of competition that benefits both businesses and consumers.

2.2 The role of supply and demand in a market economy:

Supply and demand are the foundational concepts that govern a market economy. They play a crucial role in determining the prices of goods and services and the allocation of resources within an economy. Here is a brief overview of how supply and demand interacts in a market economy: ²⁶

Supply is considered refers to the quantity of a good or service that producers are willing and able to offer for sale at different price levels. In general, producers are more willing to supply goods at higher prices because it allows them to cover their costs and make a profit.

Demand is considered refers to the quantity of a good or service that consumers are willing and able to buy at different price levels. Consumers generally demand more of a good or service at lower prices because it becomes more affordable to them.

At for Equilibrium The interaction between supply and demand determines the equilibrium price and quantity in a market. When supply and demand are in balance, the market reaches equilibrium, where the quantity that producers are willing to supply equals the quantity that consumers are willing to buy at a particular price level.

Here the price mechanism comes into play In a market economy, prices act as signals that convey information about the relative scarcity or abundance of goods and services. When the demand for a product increases relative to its supply, the price tends to rise, signaling to producers that they should increase production to capitalize on the higher prices. On the other hand, if demand decreases relative to supply, prices tend to fall, which signals to producers to reduce production.

Allocation of resources the price mechanism helps in the efficient allocation of resources in the economy. Prices guide producers to allocate resources to produce goods and services that are in high demand and are valued by consumers. This ensures that resources are allocated to their most efficient uses, maximizing societal welfare.

Supply and demand are constantly changing in response to various factors such as changes in consumer preferences, technology, input prices, and government policies. These shifts in

²⁶ Kiseleva, Irina Anatolievna . ["Simulations of Supply and Demand Forecasting in A Market Economy"](#). *Revista Gestão Inovação e Tecnologias*. 11 (4),2021 p 1669-1684.

supply and demand lead to changes in prices and quantities, enabling markets to adjust to changing conditions over time.

Overall, the interplay between supply and demand is essential for ensuring a well-functioning market economy where resources are allocated efficiently and goods and services are produced and consumed at the right quantities and prices.

2.3 Factors for the success of a market economy:

There are several factors that contribute to the success of a market economy:²⁷

- **Competition:** A competitive market encourages innovation, efficiency, and lower prices for consumers. It drives businesses to constantly improve products and services to stay ahead in the market.
- **Property Rights:** Clear and secure property rights are essential for a market economy to function efficiently. This allows individuals and businesses to own, use, and transfer property as they see fit, providing incentives for investment and wealth creation.
- **Rule of Law:** A strong legal framework that ensures contracts are enforceable and disputes are resolved fairly is crucial for a market economy. This instills confidence in businesses and consumers to engage in economic activities.
- **Free Trade:** Access to a broader market through free trade agreements can lead to increased competition, lower prices, and more choices for consumers. It also allows businesses to specialize in what they do best and benefit from economies of scale.
- **Government Regulation:** While too much regulation can stifle innovation and growth, some level of regulation is necessary to prevent market failures, protect consumers, and ensure fair competition.
- **Infrastructure:** Efficient infrastructure, such as transportation networks, communication systems, and utilities, is vital for the smooth functioning of a market economy. It reduces transaction costs and enables businesses to operate more effectively.
- **Education and Innovation:** A well-educated workforce and a culture that values innovation and entrepreneurship can drive economic growth in a market economy. Investing in education and research and development can lead to new technologies and industries.
- **Financial System:** A stable and efficient financial system that facilitates investment, savings, and access to credit is essential for the functioning of a market economy. It allows businesses to fund their operations and individuals to make productive investments.

These are just some of the key factors that can contribute to the success of a market economy. Each factor plays a critical role in creating an environment that encourages economic growth, innovation, and prosperity.

Conclusion:

Market economics is a fundamental concept in the field of economics, focusing on how goods and services are exchanged in a market system. At its core, market economics is driven

²⁷ <https://www.wallstreetmojo.com/economic-factors/>, Date of visiting the site web: 15/02/2024 .

by the forces of supply and demand, where prices are determined based on the interaction of these two forces.

Key concepts in market economics include competition, efficiency, and the role of government. Competition among buyers and sellers helps allocate resources efficiently and drives innovation and productivity. Efficiency is achieved when resources are utilized in a way that maximizes overall well-being. While market economies are often efficient in allocating resources, they are not without limitations. Market failures can occur due to factors such as externalities, information asymmetry, and public goods. In such cases, government intervention may be necessary to correct these market failures and ensure economic stability.

Overall, understanding the basics of market economics is essential for policymakers, businesses, and individuals to make informed decisions about resource allocation, production, and consumption in an economy. By grasping these concepts, one can better appreciate the complexities and dynamics of market systems and work towards creating more efficient and sustainable econ.

Market principles also contribute to encouraging free competition through customer choice, including stimulating creativity and innovating new methods of production, which leads to improving the quality of products and enhancing economic development.

According to the results obtained, the following recommendations can be proposed:

- The need to understand the relationship between supply and demand and how each affects the formation of prices and the allocation of resources.
- The need to think away from excessive government intervention and think about solutions that enhance competitiveness and economic sustainability
- The need to focus on enhancing personal freedom and empowering individuals to make the right economic decisions.

References:

1. [Dennis W Carlton](#), Market definition :use and abuse, university of Chicago, 2007 ,p3
2. *Gregory and Stuart, Paul & Robert . Comparing Economic Systems in the Twenty-First Century (7th ed.). 2004,. p. 538.*
3. <https://www.heritage.org/index/pdf/2015/book/chapter1.pdf> , Date of visiting the site web: 15/02/2024.
4. Daniel Niemen, success factors of the social market economy ,friedrich naumann foundation for freedom, new yrk university, 2020, p 09.
5. <https://www.cbsd.org/cms/lib/PA01916442/Centricity/Domain/1949/Unit%20III%20introduction%20packet.pdf>, Date of visiting the site web: 15/02/2024
6. William lazonick, the theory of the market economy and the social foundations of innovative enterprise, journal economic and industrial democracy, vol 24.no 01 , London. 2003, p15.
7. <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/economics/definition-market-economy/> , Date of visiting the site web: 15/02/2024
8. <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/economics/definition-market-economy/> , Date of visiting the site web: 15/02/2024
9. bodo b, Gemper, the market system structural change and efficient economies, USA, 1990.P 15.

10. Kiseleva, Irina Anatolievna . *"Simulations of Supply and Demand Forecasting in A Market Economy"*. Revista Gestão Inovaçãoe Tecnologias. **11** (4),2021 p 1669-1684.
11. <https://www.wallstreetmojo.com/economic-factors/> , Date of visiting the site web: 15/02/2024 .

Reflection on the dilemma of competition and capitalism

*Hammache Souria, University of Tizi-Ouzou (Algeria), souria.hammache@ummto.dz
Cherrou Kahina, University of Tizi-Ouzou (Algeria), kahina.cherrou@ummto.dz*

Introduction

The long-standing debate on the relationship between competition and capitalism has been recently revived due to the growing interest of competition authorities in the so-called “non-price effects” of mergers. The European Commission, for example, has taken actions in several merger cases on the grounds of an adverse impact on investments in innovation. Notable examples include the mergers between Medtronic and Covidien (2014), Novartis and GSK (2015), and Pfizer and Hospira (2015) in the pharmaceutical and medical devices sector, and those between Dow and Dupont (2017), Bayer and Monsanto (2018), and Bayer and BASF (2018) in the agricultural products industry. All these mergers have been cleared under the condition that remedies addressing concerns about innovation incentives are implemented. Similar concerns have been raised over the last few years in the context of digital markets, where incumbents have engaged in a large number of acquisitions of innovative startups.²⁸

While the benefit of competition for consumers and society is manifested in the form of greater innovation leading to better products and services for customers, the question arises: do producers or business owners generally want to compete? Past business history, with its many examples of companies in various industries attempting to become a monopoly, forming cartels, or engaging in monopolistic behavior, i.e., monopolization, suggests that the answer to this question is most likely no. Indeed, if we take the view of Adam Smith that people work primarily with their self-interests in mind, it can be argued that no business owner would want more competition that may result in lower profits and in some cases their own destruction. As economist Jeremy Rifkin noted, a small number of enterprises in mature industries that have succeeded in cornering much of the market or have established themselves in a position of monopoly or oligopoly “have every interest in blocking further economic progress in order to protect the value” of the capital they had already invested in outdated technology. In this particular context the question of the free market and the competition laws has been raised. Today, especially in developing countries, we are witnessing the rise of monopolies and oligopolies, particularly in the digital sector. The growing development of e-commerce following the COVID 19 pandemic has led to market concentrations that run counter to the rules of market competitiveness. Thus, the aim of this paper is to reflect on the ongoing debate on competition and capitalism.

1. Capital and competition: Marx perspective

²⁸ Yassine Lefouili, Leonardo Madio, Market Structure and Investments: A Progress Report, working paper, Toulouse School of Economics, 2023.

To get to a position of monopoly or oligopoly an entrepreneur must continuously out compete all other enterprises. To outcompete, the entrepreneur must accumulate enough profits that will allow her/him to reinvest these in activities such as expanding production and producing superior products (in terms of price, quality, and performance) and services.²⁹ Through this process of competition leading to the accumulation of profits and capital which is imperative for all enterprises, other companies are either absorbed or eliminated. In this respect, it may be argued that unfettered capitalism, within which competition is allowed to naturally run its course (i.e., in a *laissez faire* situation without any government intervention in the form of laws or rules in effect to regulate it), contains an inherent, self-contradictory or self-destructive nature. Inter-company competition driven by the forces of survival and self-interest may ultimately lead to the decline of competition as smaller companies are either driven out of business or are acquired by larger, more powerful companies resulting in the concentration of capital and a situation of a monopoly or an oligopoly, a tendency which was observed and pointed out by Marx. In his *Capital* he wrote that, in the battle of competition that is fought by the “cheapening of commodities...the larger capitals beat the smaller” and that, as the minimum amount of individual capital necessary to continue business increases with the development of the capitalist mode of production, competition always results in the “ruin of many small capitalists, whose capitals partly pass to the hands of their conquerors” or of one capitalist killing many leading to the centralization of capital and the expansion in the rate of capital accumulation for large-scale enterprises. That is, it is because of competition that enterprises are forced to do what would spell the ruin for many: invest in churning out products more cheaply than their rivals. Consumers may benefit from this, but as the lowering of prices depends on labor productivity and the scale of production, the producers who are able to produce commodities the most cheaply are the ones who are able to accumulate and deploy the largest amount of capital. Apart from this development, an altogether new force emerges with capitalist production: the credit system. Marx goes on to say that “the credit system becomes a new and terrible weapon in the competitive struggle” that transforms itself “into a vast social mechanism for the centralization of capital.” Despite this destructive aspect of competition resulting in the centralization of capital, the elimination of small enterprises, and the creation of monopolies, Marx acknowledges the power of the centralization of capital and the resultant innovation in large-scale planning and logistics by observing that, “The world would still be without railroads if it had to wait for accumulation to build up a few capitals to the point where railroad construction could be undertaken. Centralization, on the other hand, accomplished this in a flash by means of the joint stock company.” As the number of enterprises diminishes and a few capitalists monopolize production and capital, however, misery, oppression, and exploitation would increase, leading to a crisis of capitalism and a revolt of the working class. For Marx, however, not only did too much competition lead to monopoly and the agony of laborers. As competition compels enterprises to compete by producing lower priced goods which is accomplished by expanding the scale of production, what inevitably occurs is an “epidemic of over-production” leading to “too much industry, too much commerce.” Another crisis for capitalism will occur, predicted Marx, in this case originating from its unplanned nature leading to over-production and under-consumption. Faced with diminishing rates of

²⁹ Ko Unoki, *Competition Laws, National Interests and International Relations*, Routledge Edition, New York, 2020.

profit, enterprises will attempt to escape from this crisis by conquering new markets and forcing those people to adopt their products, exploiting current markets more thoroughly, or by destroying the means that created the crises of over-production to begin with: the forces of production.

2. Market concentration: An imposing reality

In a study by Gustavo Grullon, Yelena Larkin and Roni Michaely³⁰, they reach the conclusion that over a 20-year period from 1997 to 2007 more than 75% of industries in the US have experienced an increase in the ratio of market concentration (i.e., the ratio of the combined market share of a given number of companies to the entire market size) with one of the adjoining manifestations being an approximately 50% decline in the number of publicly traded companies. Firms in industries with the largest increases in product market concentration have enjoyed higher profit margins, positive abnormal stock returns, and more profitable M&A deals, suggesting that market power is becoming an important source of value. The authors looked at data on stock market reactions to mergers and acquisitions. If firms are more profitable in concentrated markets because they face less competition, the authors reasoned that "the market should react more positively to announcements of transactions that further erode product market competition." Indeed, they found that the market reaction to mergers was more positive when the merger involved firms in concentrated industries. In November 2018 the Open Markets Institute³¹ released data that largely corroborated earlier research by showing that the market shares of the two largest companies in more than 15 different US industries have increased from the early 2000s to 2018. The essential message from this data was that big companies have become much more dominant than they were over that time span.

Evidence obtained in a study on market concentration undertaken on a more global level by the Organization for Economic Co-operation and Development (OECD) suggested that between 1997 and 2007 there has been a "moderate increase" in market concentration in at least the US and Japan though not in the European countries³²

Aside from the above studies, a survey of the US economy undertaken by The Economist suggests that there is an emerging consensus among economists that competition has weakened significantly.³³ This view is based on the following developments: First, the number of new, small companies coming into existence is currently at its lowest level since the 1970s. Second, since the 1990s, two thirds of approximately 900 different industries have become more concentrated. Indeed, according to a survey by the US Census Bureau, all sectors of the US retail industry, such as food and beverage stores, health and personal care

³⁰ Gustavo Grullon, Yelena Larkin and Roni Michaely, Are US Industries Becoming More Concentrated? 2017, <https://www.stern.nyu.edu/sites/default/files/assets/documents/Michaely%20Roni%20-%20Are%20US%20Industries%20Becoming%20More%20Concentrated.pdf> (consulted: 12/01/2024).

³¹ <https://www.openmarketsinstitute.org/>

³² Organization for Economic Co-operation and Development (OECD), Market Concentration, Issues paper by the Secretariat, 2018, [https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/WD\(2018\)46/en/pdf](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/WD(2018)46/en/pdf)

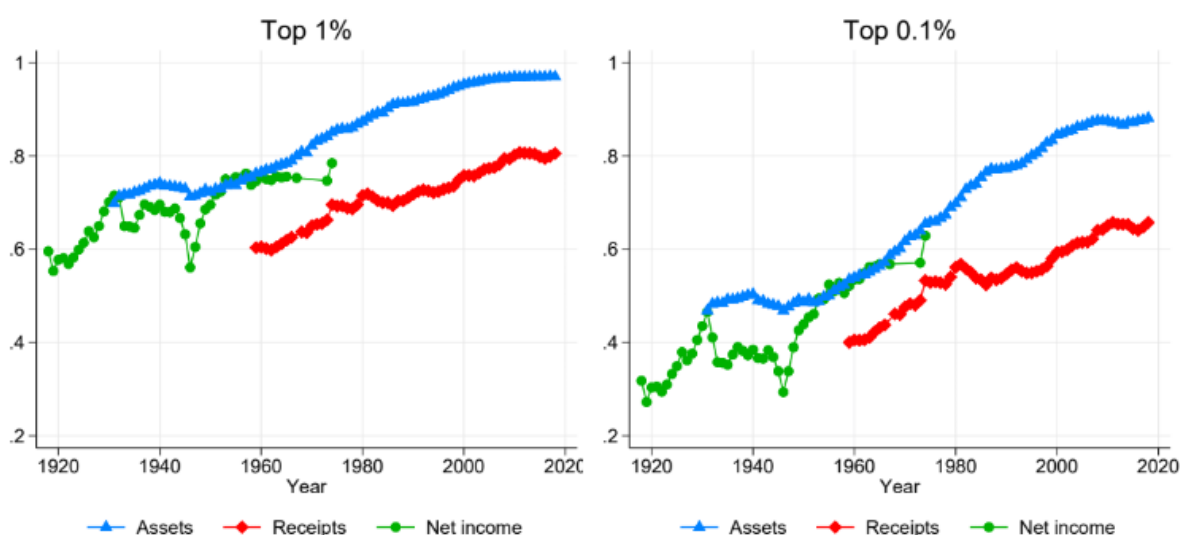
³³ The Economist, Crony Capitalism, April 15, 2017

stores, general merchandise stores, supermarkets, bookstores, and computer and software stores, have seen a significant increase in the concentration ratio or the percentage of sales for the four largest firms from 1992 to 2007. For example, in the merchandise stores sector, while the industry concentration ratio was 47.3% in 1992, in 2007 it was 73.2%, a ratio that was largely fueled by the chain store Walmart. For bookstores, the concentration ratio in 1992 was 41.3%. In 2007 this had jumped to 71%.³⁴

Fourth, certain companies, particularly the five Internet platform companies of Alphabet (Google), Amazon, Apple, Facebook, and Microsoft, while admittedly innovative, have behaved in a manner that suggests the possibility of stifling the entry of new players into the market by buying up 519 small, often embryonic rival companies as well as by newly acquiring patents of other companies with huge amounts of money not readily available to new market entrants. A conspicuous example of this would be Facebook's acquisition of a potential rival, Instagram, in 2012, and WhatsApp in 2014.

In 2011, Apple, Microsoft, and others acquired through auction some 6,000 patents of the bankrupted telecommunications and data networking equipment manufacturer Nortel, worth US\$4.5 billion; Google purchased the American telecommunications company Motorola's subsidiary Motorola Mobility for US\$12.5 billion, acquiring in the process 17,000 patents; Microsoft purchased 925 patents from the online service provider and web portal AOL for US\$1.1 billion; and Facebook purchased 650 patents from Microsoft for US\$550 million.³⁵ According to an interesting study from Spencer Y. Kwon and all in 2023³⁶, there is persistent rise in concentration in USA economy.

Figure 1: The shares of the top 1% and the top 0.1% corporations



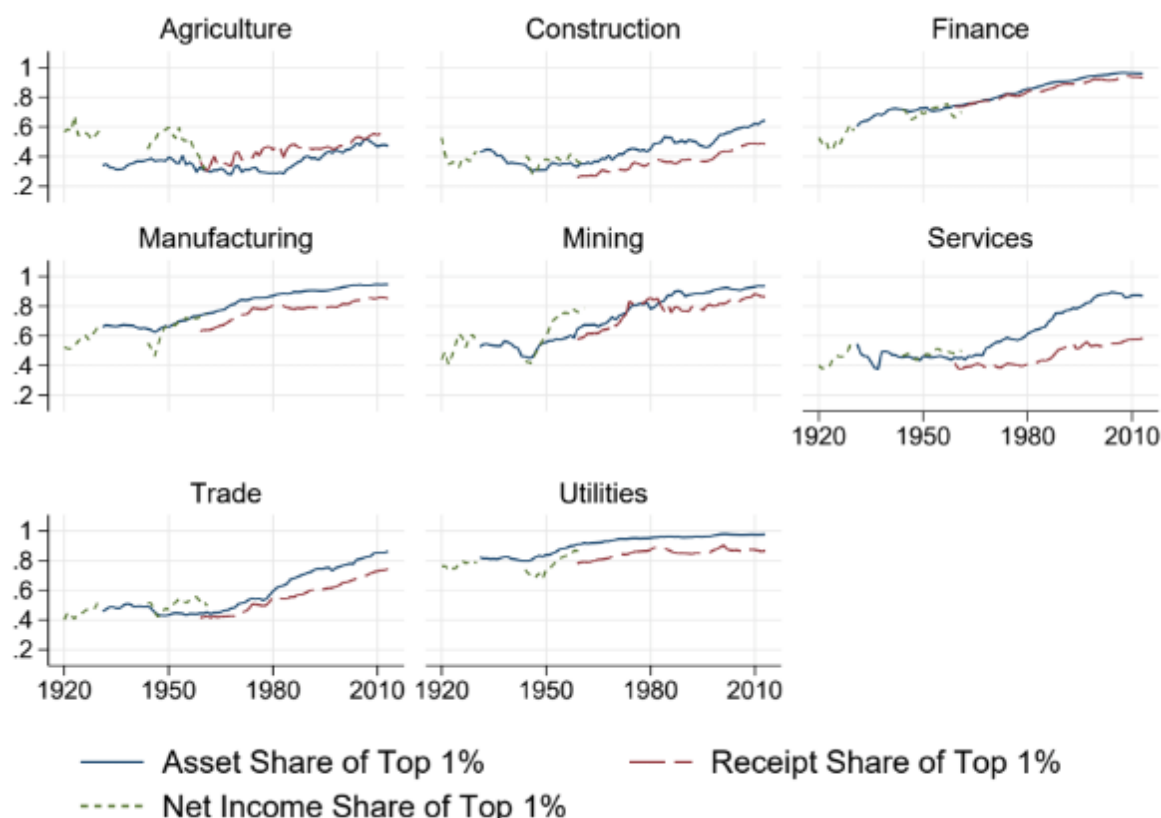
³⁴ US Census Bureau, Concentration Ratios, Online. Available <https://www.census.gov/econ/concentration.htm> (accessed 01/2024)

³⁵ Rifkin, Jeremy, *The Zero Marginal Cost Society*, Palgrave Macmillan, 2014, p.7.

³⁶ Spencer Y. Kwon, Yueran Ma† Kaspar, Zimmermann, 100 Years of Rising Corporate Concentration, Chicago university, 2023. <https://www.dropbox.com/s/04vi33osojfpeb0/Concentration100Years.pdf?e=2&dl=0>

The data reveals a persistent rise in the dominance of the top 1 percent and top 0.1 percent of businesses in the US. From 1918 to 1975, the SOI provided size groups sorted by net income (green line with circles). Starting in 1959, the SOI also provided size groups sorted by sales (red line with diamonds). The longest and most comprehensive size groups are sorted by assets, available since 1931 (blue line with triangles). No matter the measure you choose, the long-run increase in corporate concentration is clear.

Figure 2: Top 1% Shares: By Assets, Receipts, and Net Income by sector



Source: Y. Kwon, Yueran Ma,† Kaspar, Zimmermann, 100 Years of Rising Corporate Concentration, Chicago university, 2023.
<https://www.dropbox.com/s/04vi33osojfpeb0/Concentration100Years.pdf?e=2&dl=0>

At the industry level, we also observe a general increase in concentration. However, the timing of rising concentration differs across industries. For example, concentration in the manufacturing and mining sectors increased substantially before the 1970s, while for services, retail, and wholesale, rising concentration occurred primarily after the 1970s.

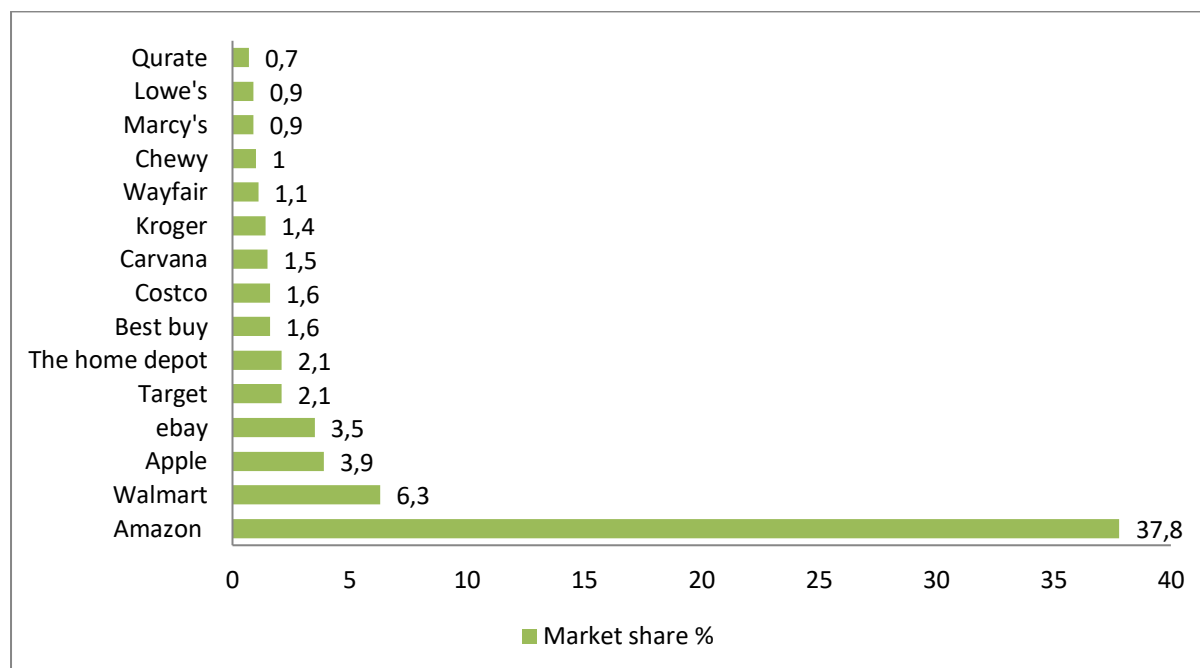
In this context, new companies will be unable to compete owing to monopolistic barriers to entry such as lack of economies of scale or control over key intellectual property rights thrown up by the incumbent monopolies. Sooner or later monopolies will raise prices. The rise was stronger in manufacturing and mining in earlier decades, and stronger in services, retail, and wholesale in later decades. They also find that the timing and the degree of rising concentration in an industry align closely with the intensity of IT and R&D and the prevalence of fixed costs.

So the main reason of the concentration is economies of scale. It is also possible that regulatory policies or business environments have been more favorable to larger companies in recent years.

3. Concentration market: case of Unite State E-commerce market

According to the top company concentration rate of the top 1 (Amazon) in the U.S. e-commerce market is 37.8%, and the top 4 (Amazon, Walmart, Apple, eBay) concentrate alone 51.5% of the market share.

Figure1: Market share of top companies in the U.S. e-commerce market in 2022



Source: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/united-states-e-commerce-market>

It is no doubt that Amazon.com, Inc. is a leader in online retail. The company first began as an online bookstore, but it now offers more than 562 million products on its website (as of January 2018), Today, the company is a popular choice for online shopping in the country, as it boasts a large pool of customers in US online retail. Amazon's \$99-a-year signature membership program, Prime, has around 85 million subscribers equivalent to two-thirds of US households. Its popularity can be seen further where 55% of US online shoppers begin their product searches on Amazon, while only 26% for Google and 16% for other online retailers. The company even managed to capture 44 percent of all US e-commerce sales throughout 2017, surpassing all its other competitors.³⁷

As Amazon grew over the years, they became capable of developing similar products to its competitors and undercut them on price. When this happens, Amazon has reduced competition by making it harder for new products, startups, and creators to find an audience. Small

³⁷ Youngbeom Kim, Analyzing the Monopoly Status of the U.S. e-Commerce Market and Deducing Policy Implications, Preliminary Working Draft,

businesses are then faced with limited options, particularly two: be acquired by Amazon to sustain its business or perish from not being able to grow large enough to compete with the big tech. In theory, it leaves little room for new entrepreneurship and innovation in the marketplace, and the existence of a startup decline could support that theory.

4. Big Data and anti competitiveness practices

Globalization and digitization have favored the birth of a new market on a global scale, namely the Digital Market. In this new market, a series of companies have developed which, by taking advantage of the tools offered by the market, have succeeded in a short time, but not with little effort, in reaching a size such as to acquire greater weight in terms of market influence, compared to their competitors

Given the amount of activity carried out by BigTecs, the amount of information they possess, as well as the benefits that can be derived from anti-competitive practices, it is not difficult to imagine that they are very often accused of anti-competitive attitudes.

Amazon has been accused many times of anti-competitive practices because of the way it manages the American market relative to online purchases and uses the data of the companies that sell through its channels to develop its own line of products that it puts in competition with those of its customers. Amazon is not the only company in a dominant position in diversified markets to worry the Authorities.

Three other American companies are constantly under the antitrust lens and are commonly referred to as the "Big Four Tech" or "GAFA", which stands for Google, Apple, Facebook and Amazon.

Apple is under indictment for its overbearing and opaque management of the app store. Through the Apple Store, in fact, the company has the possibility to impose on apps developer's advantageous conditions, exploiting its ecosystem and market share. In this regard the Committee has opted for a policy of non-discrimination towards apps developers.

While Facebook and Google are now considered quasi-monopolies of social networks and search engines, Google, conversely, is being watched for control of the Android ecosystem. In addition, there is a lot of concern about the increasing monopoly of web search, through products like Google Maps or Google Shopping. In particular, in recent years, with the explosion of Big Data and algorithm optimization, these companies have raised concerns about the risk of possible abuse or malfeasance to the detriment of competition. The U.S. House Judiciary Committee recently compiled a report analyzing these competitive conditions of Bigtech. The article by Berti and Zumerle ³⁸ outlines the main implications for the companies involved

³⁸ R. Berti, F. Zumerle, "Big tech, una sola etichetta per tanti abusi diversi: quali rimedi per l'antitrust Usa", Network Digital 360, 202

Among the report's most interesting proposals regarding the containment of these monopoly implications are:

- "Structural separation" policies, to prevent big tech from competing on its own platforms and outbidding its suppliers
- Greater attention to privacy, seeking to align with Europe.

The finger is also pointed at Amazon, accused of investing in startups in order to absorb technologies and know-how, replicating innovation with its own products and making these small companies leave the market.

Conclusion

In this article, we have tried to reflect on the virulent debate on competition and capitalism, the aim of this paper is to understand the sometimes contradictory interaction between capitalism, which encourages competitiveness, and the quest for profit, which steers the market towards greater concentration, thus creating situations of monopoly and oligopoly that are incompatible to the principle of capitalism.

It has been analyzed that the e-commerce market is a "market maker" platform, where network effects are powerful, and data such as customer purchase patterns and reviews are robust, so there is a high probability that the market can be formed into a monopoly. And it is obvious the technological changes lead to an increase of larger enterprises and higher production concentration.

Monopoly situations can be very dangerous for the prosperity of consumers and the economy in general, so the authorities must take appropriate measures to curb the proliferation of unfair practices.

References

- Berti R, F. Zumerle, "Big tech, una sola etichetta per tanti abusi diversi: quali rimedi per l'antitrust Usa", Network Digital 360, 2022.
- Gustavo Grullon, Yelena Larkin and Roni Michaely, Are US Industries Becoming More Concentrated? 2017, <https://www.stern.nyu.edu/sites/default/files/assets/documents/Michaely%2C%20Roni%20-%20Are%20US%20Industries%20Becoming%20More%20Concentrated.pdf> (consulted: 12/01/2024).
- <https://www.openmarketsinstitute.org/>
- US Ecommerce market size and share analysis - Growth Trends & Forecasts (2024 - 2029) <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/united-states-ecommerce-market>
- Ko Unoki, Competition Laws, National Interests and International Relations, Routledge Edition, New York, 2020.
- Organization for Economic Co-operation and Development (OECD), Market Concentration, Issues paper by the Secretariat, 2018, [https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/WD\(2018\)46/en/pdf](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/WD(2018)46/en/pdf)
- Rifkin, Jeremy, The Zero Marginal Cost Society, Palgrave Macmillan, 2014, p.7.

- Spencer Y. Kwon, Yueran Ma, Kaspar, Zimmermann, 100 Years of Rising Corporate Concentration, Chicago university, 2023.
<https://www.dropbox.com/s/04vi33osojfpeb0/Concentration100Years.pdf?e=2&dl=0>
- The Economist, Crony Capitalism, April 15, 2017
- US Census Bureau, Concentration Ratios, Online. Available <https://www.census.gov/econ/concentration.htm> (accessed 01/2024)
- Yassine Lefouili, Leonardo Madio, Market Structure and Investments: A Progress Report, working paper, Toulouse School of Economics, 2023.
- Youngbeom Kim, Analyzing the Monopoly Status of the U.S. e-Commerce Market and Deducing Policy Implications, Preliminary Working Draft,

اشكالية تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ظل اقتصاد السوق.

The competitiveness of small and medium enterprises in a market economy.

بن ساحة زهرة¹، حجاراسية²

¹ جامعة عبد الحميد بن باديس .مستغانم (الجزائر)، zohra.bensaha.etu@univ-mosta.dz

² جامعة عبد الحميد بن باديس .مستغانم (الجزائر)، asia.hadjar@univ-mosta.dz

الملخص:

نظرا لما تتمتع به المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر من أهمية بالغة في بنية الاقتصاد الوطني، و نتيجة انفتاح الاقتصاد الجزائري على اقتصاد السوق والأسواق الدولية أصبح لذا ما على هذا النوع من المؤسسات اكتساب مزايا تنافسية تمكنها من الرفع من قدراتها التنافسية . و عليه تهدف الدراسة إلى التعرف على تداعيات تبني الجزائر لنظام اقتصاد السوق ، من خلال اتفاق الشراكة الأورو-متوسطة، وكذا الانضمام المرتقب للمنظمة العالمية للتجارة، وتأثيراته على تنافسية المؤسسات الاقتصادية الجزائرية عموما، وعلى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خصوصا، كونها أصبحت توجها وبديلا استراتيجيا من قبل الدولة الجزائرية. و نظرا لحدة المنافسة، فإن السبيل -إن لم يكن الوحيد- لتطوير القدرات التنافسية لهذه المؤسسات هو تأهيلها و إرساء مسار الجودة و السماح لها بتصدير منتوجاتها نحو الخارج . و خلصت الدراسة إلى أن وضعية هذه المؤسسات لا تزال جد هشّة ، حيث ان حصيلة مختلف برامج التأهيل جد متواضعة، وعمليات التأهيل لم تتقدم بشكل قوي. الكلمات المفتاحية: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ، التنافسية، برامج التأهيل ، اقتصاد السوق.

Abstract:

In view of the critical importance of Algeria's small and medium-sized enterprises in the national economic architecture, and as a result of the Algerian economy's openness to the market economy and international markets, it is necessary for such enterprises to gain competitive advantages that enable them to increase their competitiveness.

The study aims to identify the implications of Algeria's adoption of the market economy system, through the Euro-Mediterranean Partnership Agreement, as well as the prospective accession of the World Trade Organization, and its effects on the competitiveness of Algerian economic institutions in general and on small and medium enterprises in particular, as they have become a strategic orientation and alternative by the Algerian State.

Given the intensity of competition, the only way - if not the only - to develop the competitiveness of these enterprises is to qualify them, establish a course of quality and allow them to export their products abroad.

The study concluded that the status of these institutions remains very fragile, as the outcome of the various rehabilitation programs is very modest, and the rehabilitation processes have not progressed significantly.

Keywords: small and medium enterprises, competitiveness, qualification programs, market economy.

مقدمة :

تحظى المؤسسات الصغيرة و المتوسطة بأهمية بالغة في اقتصاديات الدول لدورها الفعال والمساهمة الإيجابية التي تحددها الكثير من المؤشرات الاقتصادية الهامة. فقد أثبتت هذه المؤسسات قدرتها وكفاءتها كتوفير الشغل للأيدي العاملة بمختلف مستوياتها المهنية وزيادة الناتج المحلي الإجمالي وترقية الصادرات و الرفع من قيمة الدخل والمستوى المعيشي للفرد و نسبة الاستثمار القليلة مقارنة بتلك الكبيرة منها. فأخذت معظم الدول النامية تشجيع إنشاء المؤسسات الصغيرة و المتوسطة .

و الجزائر كغيرها من الدول تسعى الى تعزيز دور هذه المؤسسات في إرساء ركائز التنمية الاقتصادية و الاجتماعية و ذلك انطلاقا من القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة الذي تم إصداره سنة 2001 الذي اعتمدته الدولة الجزائرية، بـ برامج تنموية عديدة للنهوض بهذا القطاع .

و نتيجة التحولات التي تشهدها الجزائر في سياستها القومية وتوجها من الاقتصاد المبني على التخطيط والتوجه نحو اقتصاد السوق ومحاولة الاندماج في الاقتصاد العالمي . المجسد في اتفاق الشراكة الأورو متوسطية و الانضمام المرتقب للمنظمة العالمية للتجارة، أفرزت تحديات ورهانات ألزمت إيجاد بدائل على مباشرة إصلاحات اقتصادية و تنموية حيث راهنت على تطوير قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسط لما له من دور كبير في التنمية الاقتصادية والاجتماعية. و نظرا لحدة المنافسة ، فإن تأهيل هذه المؤسسات يعد السبيل إن لم يكن الوحيد لتطوير قدراتها التنافسية و إرساء مسار الجودة و السماح لها بتصدير منتوجاتها نحو الخارج .

الإشكالية: و بناء على ما سبق ارتأينا طرح الإشكالية التالية :

كيف تساهم برامج التأهيل في تحسين تنافسية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في ظل اقتصاد السوق؟

خطة البحث: بغرض معالجة موضوع البحث والإجابة على إشكاليته المصاغة في السؤال أعلاه، تم تقسيمه إلى ثلاثة محاور أساسية:

المحور الأول: المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و أهميتها في الاقتصاد الجزائري.

المحور الثاني: تنافسية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة.

المحور الثالث: القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة الجزائرية في ظل اقتصاد السوق.

أهمية البحث: تدعو الضرورة في البداية إلى الإحاطة بالأهمية العلمية، والفائدة العملية من القيام بهذا البحث، والتي تنبثق من حيوية الموضوع الذي يتناوله، من خلال وعي الدول المتقدمة والنامية على حد سواء بأهمية و دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الحركة الاقتصادية.

أهداف البحث: تهدف هذه الورقة البحثية لتحقيق ما يلي:

- بيان مفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، بمختلف تصنيفاتها؛ وأهميتها في الاقتصاد الجزائري.
 - بلورة أهم الايجابيات و السلبيات من اتفاق الشراكة الأورو متوسطية و الانضمام المرتقب لمنظمة التجارة العالمية.
 - الوقوف على تأثيرات اقتصاد السوق على تنافسية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر .
 - تسليط الضوء على عملية التأهيل بالإضافة إلى إبراز أهدافه، بالإضافة إلى أهم البرامج التي طبقت في الجزائر.
- منهج البحث:** تم الاعتماد على المنهج الوصفي لتأصيل المفاهيم الخاصة بموضوع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و اشكالية تنافسيتهما في ظل تحولها إلى اقتصاد السوق .

المحور الأول: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وأهميتها في الاقتصاد الجزائري

1. مفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

اختلف الباحثون والمختصون حول إيجاد تعريف موحد للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة يتفق عليه كل الأطراف والجهات المهتمة بشؤون قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. بالرغم من دورها الريادي في التنمية و الأهمية البالغة التي تكتسبها.

1.1. تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

اعترف العديد من الباحثين و المؤسسات و مسير الهيئات الدولية على صعوبة الوصول إلى ضبط تعريف موحد ومحدد للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بسبب اختلاف وجهة النظر لهذه الأخيرة، وعموما يمكن إجمال مختلف هذه التعاريف فيما يلي:

- تعريف لجنة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية في الدول النامية: عرفت المؤسسة الصغيرة على أنها تلك المؤسسة التي ينشط فيها ما بين 15 و 19 عامل، والمؤسسة المتوسطة هي المؤسسة التي تشغل ما بين 20 و 99 عامل، في حين المؤسسة الكبيرة يعمل فيها أكثر من 100 عامل³⁹ .

- تعريف البنك الدولي: اعتمد في تعريفه للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة على الثلاثة معايير كمية هي: عدد العمال وإجمالي الأصول بالإضافة إلى حجم المبيعات السنوي⁴⁰.

الجدول رقم (01): تصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب البنك الدولي.

نوع المؤسسة	عدد العمال	إجمالي الأصول	حجم المبيعات السنوية
-------------	------------	---------------	----------------------

³⁹ محمد عبد الحليم عمر. التمويل عن طريق القنوات التمويلية غير الرسمية. الدورة الدولية حول: تمويل المشروعات الصغيرة والمتوسطة وتطوير دورها في الاقتصاديات المغاربية سطيف: جامعة فرحات عباس. (25-28 ماي، 2003). ص3.

⁴⁰ بعبط أمال. برامج المرافقة المقاولانية في الجزائر - واقع و آفاق. ، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه علوم التسيير. كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير. جامعة باتنة. (2017). ص109.

مؤسسة مصغرة	أقل من 10 عمال	أقل من 100 ألف دولار أمريكي	أقل من 100 ألف دولار أمريكي
مؤسسة صغيرة	أقل من 50 عامل	أقل من 3 ملايين دولار أمريكي	أقل من 3 ملايين دولار أمريكي
مؤسسة متوسطة	أقل من 300 عامل	أقل من 15 مليون دولار أمريكي	أقل من 15 مليون دولار أمريكي

المصدر: ياسر عبد الرحمن، برثن عماد الدين، قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر الواقع والتحديات، مجلة نماء للاقتصاد والتجارة، جامعة الجزائر، العدد 03، 2018، ص 17⁴¹

-تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجريدة الرسمية للاتحاد الأوروبي جاء على النحو التالي ³:

- المؤسسة المصغرة: هي مؤسسة تشغل أقل من 10 عمال ولا يتجاوز رقم أعمالها السنوي أو مجموع ميزانيتها السنوية 02 مليون أورو؛

- المؤسسة الصغيرة: هي المؤسسة التي تشغل أقل من 50 عاملا، ولا يتجاوز رقم أعمالها السنوي أو مجموع ميزانيتها السنوية 10 ملايين أورو؛

- المؤسسة المتوسطة: هي المؤسسة التي تشغل أقل من 250 عامل، ولا يتجاوز رقم أعمالها السنوي 50 مليون أورو، أو لا يتعدى مجموع ميزانيتها السنوية 43 مليون أورو.

بالإضافة إلى شرط الاستقلالية، حيث لا يمكن اعتبارا مؤسسة ضمن فئة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إذا كان يتم التحكم في 25% أو أكثر من رأس المال أو حقوق التصويت فيها، بصورة مباشرة أو غير مباشرة، من خلال واحد أو أكثر من المؤسسات العامة أو السلطات العمومية، بشكل فردي أو معا⁴².

ويمكن توضيح تعريف الاتحاد الأوروبي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجدول الموالي:

الجدول رقم (02): تعريف الاتحاد الأوروبي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

نوع المؤسسة	عدد العمال	إجمالي الأصول	حجم المبيعات السنوية
مؤسسة مصغرة	أقل من 10 عمال	أقل من 02 مليون أورو	أقل من 02 مليون أورو
مؤسسة صغيرة	من 10 إلى 49 عامل	أقل من 10 مليون أورو	أقل من 10 مليون أورو
مؤسسة متوسطة	من 50 إلى 250 عامل	أقل من 50 مليون أورو	أقل من 43 مليون أورو

المصدر: p17; 2005; OCDE. Edition OCDE sur les PME et l'entreprise. OCDE

⁴¹Journal officiel de l'Union européenne. (25 février 2004). RÈGLEMENT (CE) No 364/2004 DE LA COMMISSION, du 25 février 2004[extrait de la commission du 06/05/2003 concernant la définition des petites et moyennes entreprises JO L(124 du 20/05/2003) article 2.p 27.

⁴² op-cit. article 3.p 27.

-تعريف حسب المشرع الجزائري: عرفت المادة 05 من القانون رقم: 02/17 المتضمن القانون التوجيهي لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة هذه المؤسسات مهما كانت طبيعتها القانونية على أنها: "تعرف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مهما كانت طبيعتها القانونية بأنها مؤسسة إنتاج السلع و/أو الخدمات والتي تشغل من 01 إلى 250 شخص ولا يتجاوز رقم أعمالها السنوي 04 مليار دينار، أو لا يتجاوز مجموع حصيلتها السنوية مليار دينار، كما تستوفي معايير الاستقلالية⁴³.

الجدول رقم (03): تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب المشرع الجزائري

نوع المؤسسة	عدد العمال	إجمالي الأصول	حجم المبيعات السنوية
مؤسسة مصغرة	من 01 إلى 09 عامل	أقل من 40 مليون دج	أقل من 20 مليون دج
مؤسسة صغيرة	من 10 إلى 49 عامل	لا يتجاوز 400 مليون دج	أقل من 200 مليون دج
مؤسسة متوسطة	من 50 إلى 250 عامل	ما بين 400 مليون دج إلى 4 مليار دج	ما بين 200 مليون دج إلى 1 مليار دج.

المصدر: القانون رقم: 02-17. بتاريخ 10 يناير 2017، الجريدة الرسمية العدد 02.

2.1. أهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة: أن أهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة نابعة من الأمور التالية⁴⁴:

- دورها في التوظيف؛
- ارتفاع حجم مساهمتها في القيمة المضافة؛
- أهمية حجم استثمارات في تكوين الاقتصاد الحر؛
- اعتبارها العمق الاستراتيجي للمؤسسات الكبيرة المساهمة في تلبية بعض احتياجات الصناعات الكبيرة سواء بالمواد الأولية أو الاحتياطية
- كونها ذات ميزة تنافسية نسبية يمكن للشركات الكبرى الاستفادة منها، (تسويق بضائع من خلالها)؛
- مهاراتها التنظيمية (نظرا لصغر حجمها)؛
- قدرتها على الابتكار، (استخدام التكنولوجيا المحلية)؛
- التعرف على أحوال السوق لقربها من المتعاملين؛
- قدرتها على الإنتاج سلع وخدمات تعتبر مدخلا لإنتاج سلع وخدمات أخرى؛
- مساهمتها في تحقيق استراتيجية التنمية السكانية لكونها تتسم بالمرونة في التوظيف.

2. مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الاقتصاد الجزائري:

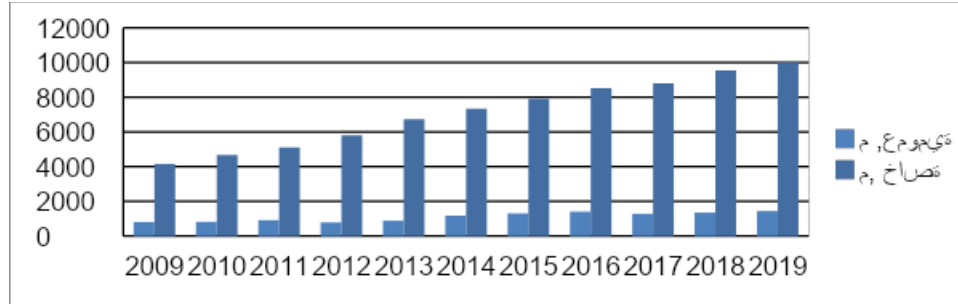
⁴³ الجريدة الرسمية. المادة 07 من القانون رقم 01-18 المؤرخ في 12/12/2001، المتضمن القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الجريدة الرسمية العدد 77، (15، 12، 2017)، ص 06.

⁴⁴ مصطفى يوسف كافي.. بيئة وتكنولوجية إدارة المشروعات الصغيرة والمتوسطة، مكتبة المجمع العربي للنشر. عمان، (2014)، ص 36.

تؤدي المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أدواراً تنموية على درجة كبيرة من الأهمية في الدول النامية والمتقدمة على حد سواء، إذ تعد من أهم مكونات النشاط الاقتصادي التي لا يمكن الاستغناء عنها في أي مرحلة من مراحل التنمية الاقتصادية في أي بلد.

1.2. مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في توفير مناصب الشغل:

الشكل رقم (01) مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في توفير مناصب الشغل في الجزائر للفترة 2004-2019

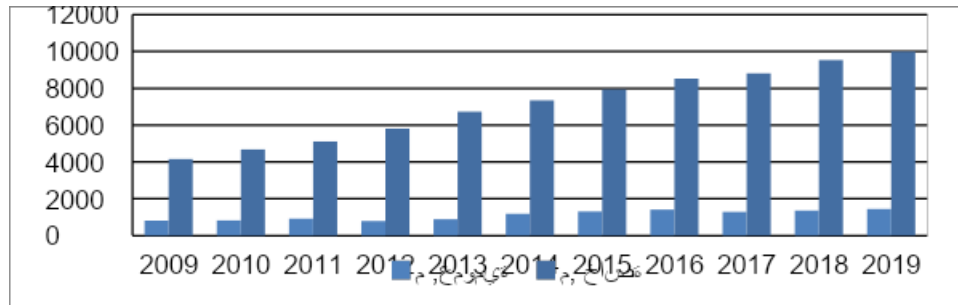


المصدر: من إعداد الباحثة بناء على (نشرية المعلومات الإحصائية لوزارة الصناعة و المناجم)

من الشكل نستنتج المساهمة الكبيرة والفعالة للقطاع الخاص في توفير مناصب العمل، ما يدل على الأهمية الكبيرة والدور الفعال للقطاع الخاص ضمن هيكل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. ويعود ذلك إلى الاهتمام الكبير الذي توليه الدولة في سبيل ترقية وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مقارنة بالقطاع العام الذي يسجل انخفاضا في توفير مناصب الشغل، نظرا لتناقص عددها نتيجة الخصخصة.

2.2. مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الناتج الداخلي الخام:

الشكل (02): مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الناتج الداخلي الخام خارج قطاع المحروقات للفترة 2004-2019

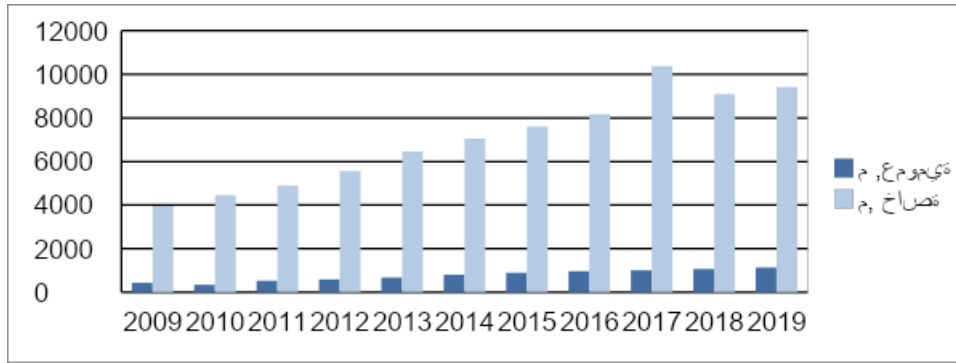


المصدر: من إعداد الباحثة بناء على (نشرية المعلومات الإحصائية لوزارة الصناعة و المناجم)

من خلال الشكل يظهر لنا استحواذ القطاع الخاص على نسبة المساهمة الأكبر، وقد ارتفعت من 2146.7 مليار دينار إلى 10001.3 مليار دينار سنة 2019 و هذا راجع إلى زيادة عدد المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و إلى زيادة اهتمام الدولة بهذا القطاع، بهدف تفعيل مساهمته في التنمية الاقتصادية كبديل لقطاع المحروقات، أما بالنسبة للقطاع العام بنسبة مساهمته قليلة في الناتج الداخلي الخام نظرا لقلّة عدد المؤسسات العمومية نتيجة الخصخصة و غلق المفلسة منها.

3.2. مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في القيمة المضافة:

الشكل(03): مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في القيمة المضافة للفترة 2004-2019



المصدر: من إعداد الباحثة بناء على (نشرية المعلومات الإحصائية لوزارة الصناعة والمناجم)

يتضح من الشكل أعلاه، ارتفاع نسبة مساهمة القطاع الخاص الكبيرة مقارنة بالقطاع العام في القيمة المضافة، حيث ارتفعت القيمة من 3954.5 مليار دينار سنة 2009 إلى 9417,79 مليار دينار سنة 2019، وهذا يعود إلى زيادة عددها وتحسين إنتاجها.

المحور الثاني: تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

1. مفهوم الميزة التنافسية:

لقد شغل مفهوم التنافسية حيزاً ومكانة هامة، بالرغم من عدم اتفاق الكتاب حول تعريف موحد حول مضمونها، بحيث يختلف مفهومه باختلاف محل الحديث عنها، إلا أنهم اتفقوا جميعاً أنها تمثل العنصر الاستراتيجي الذي يقدم فرصة جوهرية للتقدم وتحقيق ربحية أكبر. ومن أهم التعاريف المتعلقة بالتنافسية:

1.1. تعرف التنافسية بأنها القدرة على الصمود أمام المنافسين بغرض تحقيق الأهداف من ربحية، النمو، استمرار، التوسع، ابتكار وتجديد، حيث تسعى المؤسسات ورجال الأعمال بصفة مستمرة وتحقق التنافسية من خلال مجموعة متغيرات منها: التحكم في عناصر التكلفة، إدارة الجودة الشاملة، تجديد المنتجات والتعبئة والتغليف، تخفيض الأسعار، إرضاء العملاء، والبحث عن عملاء جدد، الاتصالات التوسعية، الخ⁴⁵.

2.1. تعريف الميزة التنافسية:

يمثل امتلاك الميزة التنافسية هدفاً استراتيجياً تسعى جميع المؤسسات باختلاف أنواعها وأحجامها خصوصاً المتوسطة والصغيرة منها، لتحقيقه في ظل التحديات التنافسية الشديدة المناخ الاقتصادي الحالي، مثل الجودة، أو السعر المنخفض، فهي إذن نحو السعي الدائم لاستغلال الموارد المالية، والمادية، والبشرية، والتكنولوجية بهدف إنتاج قيمة للمستهلكين تلبي احتياجاتهم، وبالتالي التميز عن المنافسين.

⁴⁵ هشام جرير، بوشمال عبد الرحمن، "التسويق كمدخل لتحسين القدرة التنافسية للمؤسسة"، مكتبة الوفاء القانونية، ط 1، مصر، (2014)، ص 135-136.

يرى Porter: أن الميزة التنافسية لا تختص بالدولة وإنما بالمؤسسة: في الميزة التنافسية تنشأ أساساً من القيمة التي استطاعت مؤسسة ما أن تخلقها لزبائنها بحيث يمكن أن تأخذ شكل أسعار أقل بالنسبة لأسعار المنافسين بمنافع متساوية، أو بتقديم منافع متفردة في المنتج تعوض بشكل واسع الزيادة السعرية المفروضة⁴⁶. كما يشير تعريف آخر للميزة التنافسية: بأنها قدرة المؤسسة على صياغة وتطبيق الاستراتيجيات التي تجعلها في مركز أفضل بالنسبة للمؤسسات الأخرى العاملة في نفس النشاط⁴⁷. الميزة التنافسية حسب PORTER " فإنها تنشأ بمجرد وصول المؤسسة إلى اكتشاف طرق جديدة أكثر فعالية مقارنة بتلك المستعملة من قبل المنافسين ، و ذلك بإحداث المؤسسة لعملية الإبداع "⁴⁸. و تعرفها (معالي حيدر) بأنها " قدرة المنظمة على صياغة وتطبيق الاستراتيجية التي تجعلها في مركز أفضل بالنسبة للمنظمات الأخرى العاملة في نفس النشاط "⁴⁹.

2. أهمية الميزة التنافسية:

في ظل ما تعرفه بيئة الأعمال اليوم من تغيرات متلاحقة وسريعة انفجار معرفي كبير، فإنه بات من الضروري بالنسبة للمؤسسات الراغبة في البقاء امتلاك مزايا تنافسية تميزها عن غيرها من المنافسين، تلعب دوراً بارزاً وأهمية بالغة في نجاحها وتفوقها وذلك عن طريق اختيارها وتنفيذها استراتيجية قادرة على الاحتفاظ وإدامة موقعها في السوق، يمكن تحديد أهمية الميزة التنافسية في النقاط التالية⁵⁰:

- زيادة ربحية المؤسسة: تؤدي الميزة التنافسية إلى تحقيق أرباح تفوق تكلفة المواد المستخدمة.
- رفع القدرات التنافسية: أن تركز نشاط المؤسسة على المجالات التي تتميز فيها بقدرات عالية على منافستها بما يؤدي إلى تحسين أدائها ورفع كفاءتها وفعاليتها في اكتساب الموارد.
- كسب ولاء العميل: التركيز على خدمة العملاء من الجوانب التي تتفوق وتتميز فيها المؤسسة على غيرها من المؤسسات يؤدي إلى تحسين صورة المؤسسة من وجهة نظر العملاء ويزيد من ثقتهم في المؤسسة.
- تسهيل تلبية حاجيات العميل: إن تفرغ المؤسسة لخدمة عملائها من جوانب محددة والتي تمتاز بتفوق وفعالية في أداء أنشطتها، يزيد في خبرة المؤسسة ودراساتها بحاجاتهم و ينمي لديهم القدرة على الإبداع والابتكار في هذه المجالات بما يخدم حاجات و رغبات العملاء.
- المحافظة على الحصة السوقية: تفيد الميزة التنافسية المؤسسة في الحفاظ على حصتها السوقية وتوسيعها في ظل التغيرات البيئية وذلك من خلال ارتفاع العائد والمردود.

⁴⁶ Michael Porter. (2000). L'avantage concurrentiel. Dunod , Paris, France.p.

⁴⁷ قدور بن فالة. "المعلومات مدخل لتحقيق الميزة التنافسية". مداخلة ضمن الملتقى الدولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات، (2006)، ص.

⁴⁸ M.PORTER. (1998). " Avantage concurrentiel des nations". inter édition, paris.p 48.

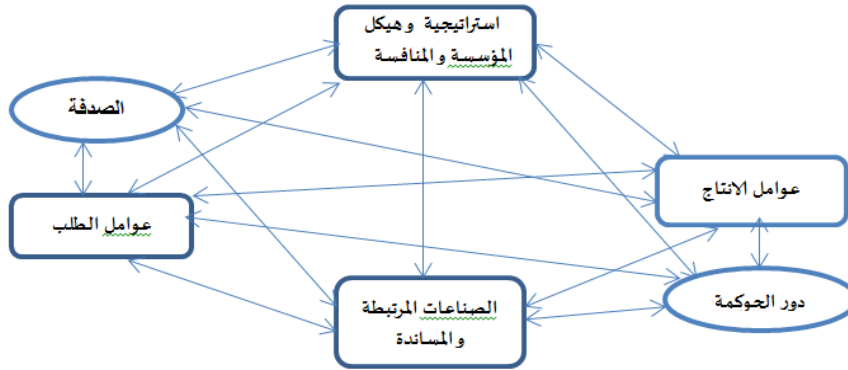
⁴⁹-معالي فهد حيدر. نظم المعلومات ،مدخل لتطبيق الميزة التنافسية " . ،الدار الجامعية ، الإسكندرية ، مصر، (2002)، ص 8.

⁵⁰ عتيقة حرارية. الميزة التنافسية. مجلة دراسات في علم اجتماع المنظمات والمناجمت، العدد 06 ، جامعة الجزائر ،(2015)، ص97-98.

3. محددات الميزة التنافسية:

قدم "Porter" أربعة محددات رئيسية، واعتبر أن لها تأثير حاسم على الميزة التنافسية في إطار ما يعرف بالنموذج الماسي أو النظرية الماسية " The Diamond Theory " وتتمثل هذه المحددات الأساسية الأربع التي يتوقف عليها تحقيق المؤسسة للميزة التنافسية في : عوامل الإنتاج – عوامل الطلب – الصناعات المرتبطة والمساندة - استراتيجية وهيكل المؤسسة والمنافسة ،

الشكل رقم (04): النموذج الخماسي لـ Porter



المصدر: Michael Porter, New Global Strategies for Competitive Advantage, Planning Review, May/June : 1990,

ABI/INFORM Trade & Industry, P8

1.3.أ. ظروف عوامل الإنتاج:

يعتبر مفهوم عوامل الإنتاج من منظور Porter أكثر شمولاً من المفهوم التقليدي المتداول، فهو يتضمن بالإضافة إلى عوامل الإنتاج التقليدية من موارد بشرية وطبيعية ورأس مال، عوامل أخرى كالبنية التحتية وعوامل متقدمة كالمعرفة التكنولوجية والفنية والخبرات الإدارية الحديثة⁵¹.

2.3. ظروف الطلب المحلي: حيث يشير هذا المحدد إلى هيكل الطلب ومعدل نموه ومدى توافقه مع الطلب العالمي، فإن كان هيكل الطلب المحلي يتميز بارتفاع الأهمية النسبية للسلع كثيفة التكنولوجيا، فإن ذلك يحفز المؤسسات على تطوير المنتجات و رفع مستوى جودتها، مع تحقيق ميزة تنافسية لهذه المنتجات في السوق العالمي⁵².

3.3. الصناعات المرتبطة والمساندة: ويقصد بالصناعات المرتبطة تلك الصناعات التي تشترك مع الصناعة التي تنشط فيها المؤسسة سواء من حيث المدخلات أو التكنولوجيا المستخدمة أو قنوات التوزيع وكذا الصناعات التي تنتج مواد مكملة لهذه الصناعة، أما الصناعات المساندة فهي تلك التي تقدم الدعم للصناعة المعنية من حيث المدخلات التي تتطلبها العملية الإنتاجية.

⁵¹ احمد بلايلي، "الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية بين مواردها الخاصة وبيئتها الخارجية"، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية،

كلية الاقتصاد وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، (2007)، ص. 95.

⁵² عمر صقر، "العولمة و قضايا إدارية معاصرة"، الدار الجامعية، الإسكندرية مصر، (2003)، ص. 93.

4.3. إستراتيجية وهيكل المؤسسة والمنافسة: إن المحدد الرابع للميزة التنافسية في نموذج Porter هو الاستراتيجية والهيكل التنافسي بين المؤسسات داخل دولة ما، وأن الدول في سعيها لاكتساب مزايا تبني إيديولوجيات ومناهج إدارية مختلفة من شأنها أن تنعكس على استراتيجية مؤسساتها.

إن المحددات الأربعة السابقة تعتبر محددات رئيسية تشكل كما أطلق عليها " Porter قطعة الماس " إضافة إلى عنصرين ثانويين ومساعدتين هما:

- دور الصدفة: مثل ظهور اختراع جديد أو التقلبات العالمية المفاجئة في الطلب وأسواق المال والصرف، يمكن أن تخلق فجوات تسمح بحدوث تغيرات في المزايا التنافسية للدول التي لديها قدرة على تحويل هذه الصدفة إلى ميزة تنافسية.
- دور الحكومة: متمثلاً في خلق البيئة المؤسسية والتشريعية وسياساتها المتعلقة بجذب الاستثمار وتقديم الخدمات من شأنه أن يحسن أو يعرقل الميزة التنافسية.

4. القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

كغيرها من المؤسسات تسعى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بمختلف أشكالها وأنواعها إلى مواجهة التحديات التي تشهدها الأسواق في المرحلة الأخيرة، أين اشتدت المنافسة بين مختلف المؤسسات وعلى جميع المستويات محلياً أو دولياً خاصة مع التطورات والتغيرات المتسارعة التي تشهدها الساحة الاقتصادية من تحرير للتجارة وانفتاح للأسواق، لذلك تهدف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إلى كسب حصتها السوقية والعمل على تنميتها ولن يتأتى لها ذلك إلا من خلال تطوير قدرتها التنافسية والعمل على تحسينها من أجل الصمود أمام مختلف هذه التحديات والمحافظة على استمراريته.

1.4. علاقة التنافسية بأداء المؤسسة: إن القدرة التنافسية تنشأ من الأداء المتميز والمنفرد للمؤسسة بالمقارنة مع بقية المنافسين، والذي يكون نتاج الاستغلال الأمثل للموارد الذي يلعب دوراً كبيراً في صناعة القدرة التنافسية، على هذا فإن تحسين مؤشرات الأداء والإنتاجية، الابتكار، الإبداع والجودة يعد تدعيم التنافسية والاستمرار في تحسينها هو بمثابة الحفاظ عليها وتطويرها، كما أن التنافسية للمؤسسة تقاس من خلال مؤشرات الأداء حيث أن لتلك المؤشرات عالقة مباشرة مع التنافسية فهي تؤثر فيها وتتأثر به⁵³.

2.4. القدرة التنافسية للمؤسسات: لقد أحدثت بيئة المنافسة الشرسة والشديدة تغيرات مهمة في ماهية القدرة التنافسية على مستوى المؤسسة، إذ لا تعني القدرة التنافسية للمؤسسات حصول هذه الأخيرة على مركز تنافسي مؤقت مقارنة بالمؤسسات المنافسة لها سواء على المستوى المحلي أو الأجنبي فقط. بل تعني تحسين المؤسسة ومركزها التنافسي بطريقة تضمن نموا مستداما في الدخل، فحسب تصنيف مايكل بورتر للعوامل، كما يوضحه لنا الجدول، لا تؤدي العوامل الأساسية والعامة إلى استدامة القدرة التنافسية، ويمكن أن تتآكل المزايا التنافسية في هذه العوامل بسرعة، خاصة مع التقدم الفني والتكنولوجي مقارنة بالعوامل المتقدمة والمتخصصة.

الجدول رقم (04) : تصنيف بورتر للعوامل.

العوامل الأساسية	العوامل المتقدمة
------------------	------------------

⁵³ معاطي عبد القادر، الأهمية التنافسية للمناولة الصناعية وأثرها على المنافسة، الملتقى الدولي الرابع حول: المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية"، جامعة شلف، الجزائر. 2010. ص 10.

هي عوامل ترثها الدولة ولا تحتاج الى تطويرها من خلال السياسات و تتضمن: - الموارد الطبيعية ، الموقع ، المناخ ، العمال غير المهرة، و متوسط و المهارة. -بنية أساسية للاتصالات متعددة البيانات الرقمية ، -قوة عاملة على درجة عالية من التعليم ،بحوث جامعية في فروع متطورة.	هي عوامل يجب ان يتم بناؤها على مراحل و تتضمن: -بنية أساسية للاتصالات متعددة البيانات الرقمية ، -قوة عاملة على درجة عالية من التعليم ،بحوث جامعية في فروع متطورة.
العوامل العامة	العوامل المتخصصة
يمكن أن تستخدم في نطاق واسع من الصناعات و تتضمن: -نظم الطرق العامة. -نظام الإمداد برأس المال المقترض. -مجموعة من الموظفين المثقفين الحاصلين على شهادات جامعية	تقتصر على صناعات معينة من أمثلتها: -موانئ متخصصة في مناولة كميات كبيرة من المواد الكيميائية. -معاهد عالية على درجة عالية من التخصص، -إطار من الأفراد على درجة عالية من المهارة والتخصص،

المصدر: تعزيز القدرة التنافسية للمنشآت الصغيرة والمتوسطة في مصر -إطار سياسي عام و خطة عمل-،(نوفمبر 2004)،وزارة المالية، جمهورية مصر العربية،ص41،

المحور الثالث: تنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائية في ظل اقتصاد السوق.

1.اقتصاد السوق:

يعرف اقتصاد السوق بأنه اقتصاد تقوم فيه آليات السوق بتفرعاتها المختلفة والمعروفة بالتوفيق بين الحاجات غير المحدودة للإنسان وموارده المحدودة، وبذلك يكون اقتصاد السوق يعني أن غالبية فعالياته الإنتاجية والمادية وغير المادية إن لم تكن كلها يقودها منطق السوق القائم على العرض والطلب، التبادل ، الربح والخسارة، المنافسة وحسابات تكلفة الفرصة البديلة...الخ⁵⁴.

اقتصاد السوق لا يعني ترك ادارة النشاط الاقتصادي أو غالبيته للقطاع الخاص، هو نظام متكامل بأبعاده الاقتصادية والاجتماعية والسياسية ويفترض توفر المعلومات وسرعة حرية تداولها حيث تكون الأسواق الحرة ، والوصول إليها متاح لجميع المتعاملين، كما أن وجود نظام السوق يجب أن يتيح المنافسة⁵⁵.

2.طرق الانتقال إلى اقتصاد السوق:

عمدت السياسات التي طبقت في دول أمريكا اللاتينية ثم في الدول الانتقالية إلى تشجيع وتطوير القطاع الذي يضمن الحاجيات الحقيقية لهذه البلدان ولتحقيق ذلك يجب توفير محيط نقدي مستقر تعكس فيه الأسعار الندرة

⁵⁴ نادر ادريس التل.. آفاق اقتصاد السوق. مديرية المكتبات والوثائق الوطنية، الأردن.(1991)،ص 116 .

⁵⁵ مصطفى عبد الله الكفري.. عولة الاقتصاد والتحول إلى اقتصاد السوق في الدول العربية. منشورات اتحاد الكتاب العرب سوريا،(2008)،ص 62.

النسبية لعوامل الإنتاج، ومن بين السياسات التي تم تطبيقها في هذا الجانب تحرير الأسعار مما يسمح للاقتصاديات المتحولة الولوج إلى الاقتصاد السوق⁵⁶.

1.2 طريقة المعالجة بالصدمة: أن المعالجة بالصدمة تعني تسليط الضوء على الطابع المتداخل والتفاعلي للعلاقات الاقتصادية وفحواها أنه ينبغي اجراء اصلاحات في وقت واحد، أو هي استبدال النظام والمؤسسات القائمة بمؤسسات جديدة و ادخل اقتصاد السوق بدون أجل وتحفظ، لأن هذه الدول ليس لها الوقت و يجب ان تتخلص بسرعة من اثار الماضي و القضاء على كل المؤسسات القديمة و استبدالها بمؤسسات و طرق عمل جديدة، حيث تستند مقارنة المعالجة بالصدمة على مفهوم "التدمير الخلاق شومبيتر" فعندما تدمر المؤسسات القائمة أي المؤسسات الموروثة من التخطيط المركزي فيظهر السوق و مؤسساته بعفوية و كل تجانس.

كما تقضي هذه المقاربة بضرورة القيام بإصلاحات قوية وسريعة للتخلص من النظام القديم المبني على التخطيط ومن بين الدول التي انتهجت هذا المسار وطبقت هذه المقاربة نجد كل من روسيا و بلغاريا وتشيكوسلوفاكيا في بداية التسعينيات من القرن الماضي.

غير أن طريقة المعالجة بالصدمة طرحت مشاكل لان فاتورة التحول باهظة جدا على الصعيدين الاقتصادي والاجتماعي، في تحطيم الهياكل الإنتاجية أدى الى ركود الإنتاج من جهة ومن جهة أخرى فإن البطالة والقدرة الشرائية المتدنية هي المرافقة لعملية التحول .

2.2. الطريقة التدريجية: تعتبر هذه الطريقة أن عملية الانتقال تتم بصفة تدريجية وسليمة، حيث يقترح أنصار هذه الطريقة أن يتعايش النظامين معا يتنافسان إلى غاية انتصار النظام الجديد وهذا في الأجل الطويلة. تستند هذه الطريقة على أفكار المدرسة المؤسسية والتطويرية التي تعتبر السوق هو مؤسسات وثقافة المشاركين في اتخاذ القرار ويشارك بعض الاقتصاديين مبدأ إعطاء الأولوية للسوق ، لكنهم يؤكدون على القيام بالإصلاحات الليبرالية بالتدرج مع مراعاة المقاومة لدى الأفراد.

يرى أنصار هذه الطريقة أن القضاء على هياكلها واستبدالها بأخرى واستحداث أنشطة جديدة يتطلب الحذر ووضع استراتيجية مرافقة وعليه بتغيير نظام تخصيص الموارد يتطلب على الأقل ثلاثة عناصر:

- الأدوات: تتمثل في الأسعار الحرة، النقود الفعالة ، التجارة الخارجية؛
- المؤسسات: التي توزع سلطة تخصيص الموارد (الدولة ، المؤسسات، العائلات)؛
- المرجعيات الثقافية: التي تخص الوسائل والغايات (الحريات، الثراء الشخصي)؛

3.تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر في ظل اقتصاد السوق:

⁵⁶ Maurel héritages, réformes institutionnelles, un bilan de quinze années de transition. Revue des études comparatives et ouest, volume 3(03, 2006)..p98.

من أجل العمل على تكريس نظام اقتصاد السوق ، رأت الجزائر أنه من الضروري العمل على تحرير التجارة ، أن الخارجية كمبدأ من مبادئ نظام اقتصاد السوق، وبالتالي إدماج الاقتصاد الجزائري في الاقتصاد العالمي، لهذا قامت الجزائر بسلسلة من الإجراءات من أجل الانفتاح الاقتصادي، تتجلى مظاهرها من خلال:

1.3. تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية في ظل الشراكة الأورو - جزائرية:

وقعت الجزائر على اتفاقية الشراكة مع الاتحاد الأوروبي بالأحرف الأولى في 2001/12/19 ، بعد 17 جولة من المفاوضات بين سنتي 1997-2001 مع فترة توقف في الفترة الممتدة من ماي 1997 إلى أفريل 2000 حيث كان التوقيع الرسمي على الاتفاقية بمدينة فالنسيا الأسبانية يوم 2002/04/22 ، وقد دخلت الاتفاقية حيز التنفيذ في 1 سبتمبر 2005 ، والتي تركز على الرفع التدريجي للقيود الجمركية على السلع والخدمات، والذي يهدف بدوره إلى الوصول إلى منطقة التبادل الحر في 2017.

إن اتفاق الشراكة بين الجزائر والاتحاد الأوروبي يسمح للمؤسسات الجزائرية الاستفادة من بعض الفرص ، وتمثل في ما يلي⁵⁷:

- فتح السوق الأوروبية أمام المنتجات الجزائرية .
- احتكاك المؤسسات الجزائرية مع المؤسسات الأوروبية ذات الخبرة والكفاءة في الإدارة.
- وضع المؤسسات الجزائرية أمام الأمر الواقع ، والمتمثل في المنافسة الشرسة من المؤسسات الأوروبية مما يشجعها و يحثها على تعزيز قدراتها التنافسية⁵⁸ .
- تقليص تكاليف الإنتاج في المؤسسات الجزائرية ، الناتج عن انخفاض أسعار الواردات من المواد الأولية والوسيطات والسلع النصف مصنعة ، وذلك بسبب التخفيض المرحلي في التعريفات الجمركية .
- تشجيع الاستثمار في مجال البحث والتطوير، واثمين الموارد البشرية وجعلها عاملا في خلق المزايا التنافسية للمؤسسات الجزائرية.
- اتفاق الشراكة يدعم تدفق التقنيات والتكنولوجيات الحديثة .
- الاستفادة من البرامج والمساعدات المالية التي يقدمها الاتحاد الأوروبي، واستخدامها في تأهيل المؤسسات.
- كما إن اتفاق الشراكة بين الجزائر والاتحاد الأوروبي له عدة تحديات و انعكاسات سلبية على المؤسسات الجزائرية ، وتمثل في ما يلي⁵⁹ :
- أن المؤسسات الجزائرية ستواجه منافسة شرسة من طرف نظيرتها الأوروبية، مما يهدد بفقدان حصصها من السوق الوطنية وحتى إلى زوال بعضها.

⁵⁷ بضياف صالح. اتفاقية الشراكة بين الجزائر والاتحاد الأوروبي خلال الفترة (2005-2019) بين الواقع والمأمول، مجلة معهد العلوم الاقتصادية المجلد 32 العدد: 23 السنة: 2020، ص 1116.

⁵⁸ ليلى قطاف ، اتفاقية الشراكة الأوروبية-الجزائرية، الملتقى الدولي حول آثار و انعكاسات اتفاق الشراكة على الاقتصاد الجزائري و على منظومة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، جامعة فرحات عباس. سطيف: (13-14 نوفمبر 2006). ص 3.

⁵⁹ بابا عبد القادر، مقومات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومعوقاتها في الجزائر، الملتقى حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، المنظم بجامعة الشلف، يومي 17 و 18 أفريل 2006 ، ص 152.

- ضعف جودة منتجات الكثير من المؤسسات الجزائرية، وعدم تطابقها مع المواصفات الدولية عكس نظيراتها الأوروبية ، وهو ما يعرف بان حواجز غير الجمركية، الأمر الذي سيخلق صعوبات جمة للمؤسسات الجزائرية في دخول الأسواق الأوروبية ، وكذا مواجهة المؤسسات الأوروبية

- إن إلغاء القيود الجمركية، سيتيح للمستهلك الجزائري خيارات أوسع بسبب المنتجات المستوردة ذات جودة و أسعار معقولة، مما قد يؤدي إلى تحوله لاقتنائها على حساب المنتجات الوطنية ، وبالتالي انخفاض الحصة السوقية للمؤسسات الجزائرية.

2.3. تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية في ظل الانضمام المرتقب لمنظمة التجارة العالمية:

أبدت الجزائر نيتها في الانضمام الى نظام التجارة متعددة الأطراف الذي جسده الاتفاقية العامة حول التعريف الجمركية والتجارة GATT حيث تم إنشاء فريق عمل حول دخول الجزائر إلى GATT سنة 1987. ومع إنشاء المنظمة العالمية للتجارة OMC سنة 1995 ، تحول فريق العمل إلى فريق عمل حول دخول الجزائر للمنظمة ، إن طلب الانضمام للمنظمة يؤكد عزم الجزائر المضي قدما الى الأمام في مسعى الانفتاح و التحرر الاقتصادي، ويؤدي إلى توسيع نطاق الفرص و التحديات التي تواجه المؤسسات الجزائرية.

يعتبر انضمام الجزائر إلى المنظمة العالمية للتجارة سلاحا ين، يجب استغلال نتائجه الإيجابية ومحاولة ذو حد تفادي نتائجه السلبية، وتوضيح الرؤية أكثر ندرج الايجابيات والسلبيات الناتجة عن انضمام الجزائر إلى المنظمة العالمية للتجارة وهي:

من بين الآثار الإيجابية نذكر ما يلي⁶⁰:

- تحسين كفاءة وفعالية المؤسسات الإنتاجية الوطنية في ظل المنافسة الأجنبية.
- الاستفادة من التطور التكنولوجي الذي تعرفه الصناعة الأجنبية من أجل تطوير الصناعة المحلية.
- توفير السلعة الصناعية وتنويعها وبجودة عالية.
- تشجيع وزيادة الاستثمار الأجنبي.
- تطوير الجهاز الإنتاجي الوطني، واكتساب خبرات جديدة من خلال الاحتكاك بالأجانب، لتحسين القدرات التنافسية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة.
- خلق مجالات إنتاج جديدة، بتكثيف عدد المؤسسات ص و م، والذي يؤدي إلى توفير مناصب الشغل وبالتالي التخفيف من معدّل البطالة.
- زيادة حدة المنافسة من خلال الدعاية والإشهار والترويج وبالتالي التخفيف من معدل البطالة.
- إعفاء بعض المؤسسات الصناعية نهائيا من الرسوم الجمركية، وبالتالي سوف تصبح منتجات هذه المؤسسات قادرة على فرض وجودها في الأسواق العالمية.
-
- انفتاح الاقتصاد الجزائري من خلال الانضمام إلى OMC ، سيسمح بإنشاء مشاريع ومؤسسات مصغرة وفتح المجال أمام المستثمر الأجنبي للاستثمار في الجزائر.

⁶⁰ توفيق ايت مجير.. أثر برامج التأهيل و دورها في رفع القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر. أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، (2015-2016)، ص149.

السلبيات: ينتج عدة سلبيات على انضمام الجزائر إلى المنظمة العالمية للتجارة، نوجز بعضها فيما يلي:

- سيؤدي الانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة إلى فتح الأسواق الجزائرية أمام أعضاء المنظمة، وهذا ما يعني إغراق السوق بالسلع الأجنبية، الذي يؤدي بدوره إلى كساد الصناعة الجزائرية بسبب تفضيل المنتج الأجنبي من قبل المستهلك.
- يلعب قطاع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الدول المتقدمة دورا رياديا وأساس الصناعات المحلية على عكس ما هو في الجزائر.
- ارتفاع تكاليف الإنتاج للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة، وذلك يعود لضعف في استعمال التكنولوجيا المتطورة وغياب الخبرات اللازمة.
- وأخيرا، يسعى الجزائر للانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة، يحتم عليها تأهيل أدواتها الانتاجية، من خلال القيام باتخاذ إجراءات تطوير مؤسساتها في أقرب الآجال.

4. سبل تدعيم وتطوير القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

إن الاهتمام بتعزيز القدرة التنافسية للصناعات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر يمكنها من الصمود و منافسة المنتجات الأجنبية في الأسواق المحلية و الدولية، وذلك من خلال إجراء فحص و تشخيص دقيق لكافة العقبات و العراقيل التي تحد من قدرة هذه الصناعات على المنافسة والعمل بجدية لإيجاد حلول ناجعة و عملية تتعدى النصوص القانونية بما يؤدي إلى تعزيز قدراتها التنافسية و ضمان بقائها في السوق، و من المفيد التذكير هنا بأن تطوير القدرة التنافسية لهذه المؤسسات يعتمد بشكل كبير على التأثير على المحددات المختلفة للقدرة التنافسية:

- العمل على تخفيض تكاليف الإنتاج وتحسين جودته، و الاهتمام بنشاط البحث و التطوير و الإبداع و تكنولوجيا الإنتاج والتسويق، وهو ما يساعد على تنمية الصادرات وتنويعها وخلق صناعات تصديرية ذات ميزة تنافسية عالية في الأسواق العالمية باعتبار أن التصدير هو الأداة الأساسية لزيادة معدل النمو الحقيقي و الارتقاء بمستوى معيشة الأفراد وإيجاد فرص عمل جديدة و الحصول على موارد بالعملة الصعبة، كما أن التصدير يعد من الحلول العملية لمشكلة ضيق الأسواق المحلية و انخفاض متوسط الدخل الفردي مقارنة مع الدول المتقدمة، و تعد تجربة دول جنوب شرق آسيا و كوريا الجنوبية مثال يحتذى به في هذا المجال.
- التوجه بالدرجة الأولى إلى إنشاء و تدعيم الصناعات الصغيرة والمتوسطة التي تعتمد على عوامل إنتاج محلية، و التي تستخدم بكثافة عنصر العمل استفادة من انخفاض تكلفته مقارنة نظيره في الدول المتقدمة، و لتقليص استيراد مدخلات الإنتاج، و من ثم بناء نسيج صناعي مرتبط بالخارج و تطبعه مظاهر التبعية.
- تطوير الصناعات الصغيرة والمتوسطة بإشراك القطاع الخاص الوطني بالدرجة الأولى و إدماجها للاستثمار في هذا القطاع الحساس عوض التركيز على القطاع العام، والقطاع الخاص بإمكانه الاستثمار في هذا النوع من المؤسسات لعدة اعتبارات منها: لا يتطلب كثافة رأسمالية عالية، تكنولوجيا يمكن التحكم فيها، سريع دوران رأس المال.
- العمل على جذب الاستثمارات الأجنبية في الصناعات الصغيرة و المتوسطة و تسهيل إجراءات دخولها و ممارسة نشاطها لما توفره من امتيازات صناعاتنا الناشئة، على غرار التجربة التونسية و المغربية من خلال جذب المستثمرين الأجانب إلى هذه الصناعات، الصناعات النسيجية والغذائية،

- في الجزائر و نتيجة لانفتاح السوق و دخول اتفاق الشراكة مع الاتحاد الأوروبي حيز التنفيذ بداية من أول سبتمبر 2005 ، و اقتراب الانضمام بصفة عضو إلى المنظمة العالمية للتجارة، فإن هناك صناعات صغيرة ومتوسطة ستزول بحكم عدم قدرتها على منافسة المنتجات المثلثة المستوردة في إطار إعفاء ضريبي كلي أو متدرج نحو الإلغاء، و هناك أخرى يمكنها الصمود غير أنه يجب على السلطات العمومية دعمها و إعادة تأهيلها لزيادة قدرتها على المنافسة،

- إزالة القيود والمعوقات الإدارية و ذلك بتوفير البنية التحتية من طرق و مواصلات و تدريب، تأمين التمويل • عملت السلطات الجزائرية على وضع عدة آليات و صناديق دعم مثل: صندوق ضمان قروض الاستثمار لفائدة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة ممول برأس مال قدره 30 مليار دينار، و يضمن الاستثمارات التي تبلغ قيمتها القصوى 50 مليون دينار إلى حد 80 % عندما يتعلق الأمر بإنشاء مؤسسة و إلى 60 % عندما يتعلق الأمر بتوسيع للنشاط،

- إنشاء صندوق رأس مال مخاطر لفائدة هذه المؤسسات، حيث تتولى الخزينة العمومية والبنوك إقامته باعتماد مالي قدره 5.3 مليار دينار. هاتين المؤسستين تسهلا على هاته المؤسسات الوصول إلى القرض المصرفي و يخففان من غلاء التأمينات والضمانات التي تشتريها البنوك⁶¹ .

- من أهم الشروط العامة اللازمة لتنظيم القدرة التنافسية للمؤسسات هو توفر عنصر الاستقرار في النظام الاقتصادي و السياسات المالية و النقدية للحكومة، و الشفافية في اتخاذ القرارات و سهولة معرفة مستقبل مسيرة الحكومة و الاقتصاد، و معاملة الجميع بإنصاف و التأكيد على مصداقية ذلك باستمرار⁶².

5. برامج تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر ودعم جهود التنافسية:

1.5. تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

بغية مواجهة التقلبات الاقتصادية العالمية و الرفع من تنافسية فقد أصبحت ترقية و تأهيل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة ضرورة حتمية حيث أصبح هناك اهتمام بالغ بتأهيل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة نظرا للمكانة التي أصبحت تحظى بها في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية ، و من هذا المنطلق:

يمكن تعريف برنامج تأهيل المؤسسات على أنها: "مجموعة الإجراءات التي تحتل على تحسين تنافسية المؤسسة، أي أن البرامج منفصلة عن سياسة ترقية الاستثمارات وحماية المؤسسة التي لها صعوبات"⁶³.

و هو أيضا "عبارة عن مجموعة الإجراءات التي تتخذها السلطات بهدف تحسين موقع المؤسسة في إطار الاقتصاد التنافسي، ورفع أدائها الاقتصادي والمالي على المستوى الدولي"⁶⁴.

⁶¹ Ministère de la PME/PMI. <https://www.industrie.gov.dz>.

⁶² موريس جرجس. "آليات دعم القدرة التنافسية في القطاع الصناعي في دول مجلس التعاون الخليجي العربية"، مجلة التنمية والسياسات الاقتصادية، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، (2000/01/12). ص 17.

⁶³ عبد اللطيف بلغرس. المؤسسة الاقتصادية الجزائرية في ظل الإصلاحات المالية والمصرفية، دراسة تحليلية ورؤية مستقبلية، الملتقى الوطني حول المؤسسة الاقتصادية الجزائرية و تحديات المناخ الاقتصادي الجديد، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة. (22-23 أبريل، 2003)، ص 100 .

⁶⁴ نجار حياة مليكة. إشكالية تأهيل المؤسسات الاقتصادية في عصر العولمة، الملتقى الوطني الأول حول المؤسسة الاقتصادية الجزائرية و تحديات المناخ الاقتصادي الجديد، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة. (22-23 أبريل، 2003)،

حسب منظمة الأمم المتحدة التنمية الصناعية ONUDI "التأهيل هو عبارة عن مجموعة برامج وضعت خصيصا الدول النامية التي هي في مرحلة الانتقال من أجل تسهيل اندماجها ضمن الاقتصاد الدولي الجديد والتكيف مع مختلف التغيرات"⁶⁵.

ومن جهة أخرى "تأهيل مؤسسة هو عبارة عن مجموعة من الإجراءات والتدابير تهدف إلى تحسين وترقية فعالية أداء المؤسسة على مستوى منافستها الرائد في السوق."⁶⁶

2.5. أهداف سياسة التأهيل⁶⁷:

بما أن التأهيل هو مجموعة الإجراءات والتدابير التي تساهم في زيادة وتقوية تنافسية المؤسسات، فإن عملية التأهيل تهدف أساسا إلى:

- تحسين القدرة التنافسية للمؤسسات: يمكن الوصول إلى تحقيق هذه الأخيرة عن طريق:
- تكيف المؤسسات مع الظروف الحديثة للتسيير والتنظيم، خاصة التحكم في نوعية المنتجات والخدمات، ويقتضي هذا وجوب خضوع المؤسسات لمقاييس الدولية الخاصة بالنوعية (مقاييس الإيزو).
- تدعيم مؤهلات المديرين، المسيرين، المستخدمين المنقادين في الوظائف الإنتاجية والتجارية ويتعمق الأمر هنا بتدعيم القدرة التسييرية لدى مسيري المؤسسات.
- قابلية استمرار المؤسسة: تهدف التنافسية إلى السماح للمؤسسات بصيانة حصتها في السوق الداخلية، كمرحلة أولى، واقتحام الأسواق الدولية في مرحلة ثانية ومن أجل تجسيد ذلك يجب:
- تحديد الاحتياجات الحقيقية للمستهلك والمنتج المحلي والأجنبي.
- تشخيص المجالات ذات القدرات العالية.
- العمل على تخصص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، من أجل التحكم في التكاليف.
- تطوير الشراكة الدولية، بغية الاندماج الحقيقي في الاقتصاد العالمي
- مساعدة المؤسسات على إعادة إنشائها وفروعها.

- خلق مناصب شغل: يهدف تأهيل المؤسسات إلى الحفاظ على مناصب الشغل الحالية من جهة، والرفع من فرص الشغل (أي التخفيض من نسبة البطالة إلى أقصى نسبة ممكنة)، ونظرا لأهمية هذا العنصر (العمل) يمكن اعتباره كعامل أساس بالإضافة إلى المعايير الأخرى التي يجب أن تراعى في عملية التأهيل. كما أن توفير العديد من فرص العمل الجديدة للحد من مشكل البطالة الناجمة عن الانتشار السريع للتقنية في مختلف القطاعات.

3.5. متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

⁶⁵ قوريش نصيرة، آليات وإجراءات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر. الملتقى الدولي حول: متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية. جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، (2006)، ص 1048.

⁶⁶ Abdelhak Lamiri. La mise à niveau des PME, revue des sciences commerciales et des gestions, école supérieure de commerce N2. (2003). p 42.

⁶⁷ دواس مريم وخروج رؤوف. إجراءات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التشريع الجزائري، الملتقى الوطني حول: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ظل مستجدات القانون الجزائري (28 نوفمبر، 2019)، ص 481-480.

لإعطاء عملية التأهيل أكثر فاعلية، يجب على الهيئات المشرفة على هاته العملية أن توفر مجموعة من المتطلبات لكي تسير العملية وفق مسار صحيح:

-التوجه الاستراتيجي: إن التوجه الاستراتيجي يسمح للمؤسسة وتحسين مردوديتها، كما يعتبر مورد من خلاله تستطيع المؤسسة أن تحقق ميزة تنافسية، كما يهدف إلى تحسين المردودية التنظيمية و يستخدم كأساس إعادة أدوات التسيير و تكييف خدماتها ونشاطاتها طبقا لاحتياجات السوق والزبائن.

-تأهيل العنصر البشري: لا يمكننا الحديث عن تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ظل اقتصاد المعرفة دون الإشارة إلى تأهيل العنصر البشري بما يعتبر هذا الأخير مورد يجب استغلاله وكذلك يجب اتخاذه عدة من الإجراءات تكوينه وتأهيله على المستويين الكلي والجزئي وذلك من خلال⁶⁸:

- إجراءات دورات تكوينية و رسكلة الموظفين لاكتساب التقنيات الحديثة في مجالات التسيير، الإنتاج، التسويق .. الخ؛

- القضاء على الظاهرة السلبية في التعامل مع الكفاءات والتمهيش، اللامساواة؛

- الاحتكاك مع المؤسسات الأجنبية للاستفادة من الخبرات و المعارف؛

-تدريس ثقافة التقاسم بين أفرادها وبعث فيهم روح التبادل؛

أما على المستوى الكلي فيجب على الهيئات المعنية إنشاء مراكز بحث و تأهيل.. الخ.

-العمل بمعايير وقياسات النوعية: حتى يتسنى للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة تحسين قدراتها التنافسية والارتقاء إلى مستوى المؤسسات الناجحة يتوجب عليها أن تلتزم بمواصفات قياسية محددة تخص مواصفات السلع والخدمات، حيث لا يمكن في يومنا هذا لأي مؤسسة من المؤسسات أن تحقق التنافسية بغياب مواصفات الجودة ومواصفات الموارد الأولية المصنعة وكذا مواد التعبئة والتغليف.

-التجديد التكنولوجي: إن التجديد التكنولوجي أصبح خيارا استراتيجيا لا بديل عنه، فهو السبيل الأمثل لرفع القدرة التنافسية للمؤسسة والاقتصاد ككل وعليه وجب أن يكون التجديد شاملا لمختلف الجوانب المتعلقة بإدارة المؤسسات ، كذلك يجب على أن مؤسستنا أن تحذو في هذا الجانب وذلك عن طريق التعاون مع مخابر متخصصة والتحالف مع مؤسسات ذات خبرة عالمية.

-التسويق: أصبح من واجب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تبني وظيفة التسويق كفلسفة جديدة لكسب ولاء المستهلكين، وضمان موقع تنافسي جيد مقارنة مع منافسيها، من خلال وضع سياسات تسويقية تتناسب وظروف المستهلك وذلك عن طريق:

- تطوير المنتجات لضمان تسويقها على أسس عملية مما يتلاءم ورغبات المستهلكين؛

- الاهتمام بالدعاية والاعلان لمنتجات المؤسسة؛

- العمل على تنشيط مبيعات منتجات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الأسواق المحلية والخارجية؛

- الاهتمام بتطوير وربط علاقات جيدة مع الزبائن من خلال تطبيق مفهوم تسيير علاقات الزبائن GRC.

⁶⁸ قوريش نصيرة، مرجع سبق ذكره، ص1050.

4.5. برامج تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر ودعم جهود التنافسية⁶⁹:

يشكل قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إحدى الأولويات التي أعطتها الحكومة الجزائرية أهمية كبيرة خصوصا في ظل التغيرات التي يعرفها الاقتصاد الوطني، وقد سجلت نسبة معتبرة من مجموع المؤسسات خارج المحروقات، و بغرض بناء سياسة متكاملة و تنميتها. قامت الجزائر الى تبني برامج خاصة لتأهيل وتطوير هذا النوع من المؤسسات. و اهمها :

- برنامج تأهيل المؤسسات الصناعية (2000-2006): أطلق البرنامج الوطني للتأهيل الصناعي من طرف وزارة الصناعة وإعادة الهيكلة، ويسعى إلى دعم ومرافقة المؤسسات الصناعية العمومية والخاصة التي تشغل على الأقل 20 عاملا ترقية التنافسية الصناعية، وذلك بتحسين كفاءاتها وتهيئة المحيط المباشر لها بتكليف جميع مكوناته من أنشطة مالية ومصرفية، جبائية، إدارية واجتماعية. وقد خصص لتمويل هذا البرنامج

مبلغ قدره 4 مليار دينار، خصص منها 2 مليار دينار لتأهيل المؤسسات، أما المبلغ المتبقي (2 مليار دينار)، فقد خصص لتحديث وإعادة تأهيل المناطق الصناعية، وقد انطلق هذا البرنامج سنة 2001.

- البرنامج الوطني لتأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (2006-2013): ان هذا البرنامج جاء نتيجة تشخيص وضعية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من مختلف الأوجه، والفئات المستهدفة من قبل هذا البرنامج و هي المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، المحيط القريب لهذه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وهياكل الدعم لها، وتجدر الإشارة إلى أن عملية التأهيل التي جاء بها البرنامج تخص المؤسسات التي تمتلك إمكانيات معتبرة تساعد على النمو واكتساب حصة في الأسواق المحلية أو الإقليمية، أن تكون ناشطة منذ سنتين، تتميز بوضع مالي متوازن، لها قدرة على تصدير منتجاتها، تمتلك قدرات تنموية أو لها معايير التنمية التكنولوجية.

- برنامج دعم وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (MPE ED 2002-2007) (وهو برنامج تموله المفوضية الأوروبية ووزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، في إطار الشراكة الأورو متوسطية بغلاف مالي قدره 57 مليون أورو، من طرف المفوضية الأوروبية، 4.3 مليون أورو من قبل الحكومة الجزائرية و5.2 مليون أورو تموله المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المستفيدة ، حددت مدة البرنامج بـ 5 سنوات، بداية من شهر سبتمبر 2002 إلى غاية ديسمبر 2007 ، و الهدف الرئيسي للبرنامج في تحسين القدرة التنافسية بشكل ملحوظ للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية من أجل ملاءمتها مع المعايير الدولية للتنظيم والتسيير.

- برنامج دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للتحكم في تكنولوجيا المعلومات والاتصال (2009-2014). أسس البرنامج بموجب اتفاقية بين وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمفوضية الأوروبية سنة 2009 ، مواصلة الأنشطة التي بدأت فعليا في برنامج دعم وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بطريقة أكثر استهدافا ،من أجل زيادة القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتمكينها من استعادة السوق الداخلية، وتطويرها على المستوى الدولي من أجل الاستفادة من الاتفاقيات المبرمة وتحرير السوق ، قدر المبلغ المخصص لهذا البرنامج بـ 44 مليون أورو حيث تساهم المفوضية بـ 40 مليون أورو وتساهم الجزائر بـ 4 ملايين أورو وذلك من خلال وزارة الصناعة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية

⁶⁹ سعاديدة وردة-بوضياف عبد المالك. برامج تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر. الافاق للدراسات الاقتصادية، العدد 01،

المجلد 08، السنة 2023، ص278-279.

الاستثمار ووزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال ووكالة ومنظمات تعمل تحت وصاية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية، وتم تحديد فترة البرنامج من 03 مارس 2008 إلى غاية 02 سبتمبر 2014، إلا أن الانطلاق الفعلي لهذا البرنامج كان في 09 ماي 2009.

6. المشاكل الناجمة عن التوجه إلى اقتصاد السوق⁷⁰:

- لقد أدى الاتجاه نحو اقتصاد السوق، إلى هيكلة هشّة للسوق الوطنية ببرز عدد من المشاكل:
- مشكلة اختلال هيكلية المؤسسات، حيث أن أكثر من 95 بالمائة منها، هي صغيرة الحجم، مما يجعل أن القدرة الاستيعابية الوطنية للمشاريع الكبرى المسجلة في مختلف المخططات، ضئيلة، ذلك أن تلك المؤسسات مقصية من إمكانية المشاركة في الإنجاز، لعدم كفاية قدراتها جراء ضعف حجمها.
 - مشكلة تحول المؤسسات الوطنية المنتجة إلى الاستيراد، وذلك للمصاعب التي تواجهها في تحقيق الربحية من نشاطها، وكذا للاستقطاب الذي يلعبه تحقيق الأرباح الفورية من ممارسة التجارة (الاستيراد أساسا).
 - مشكلة الإغراق (Dumping) الذي تعاني منه السوق الوطنية، نتيجة شراء منتجات رديئة، ذات منشأ غير رسمي يجعلها ذات تنافسية حصرية، أدت إلى توسيع قدرات الاقتصاد الموازي، وبالتالي إلى انحصار القدرات الإنتاجية الوطنية.
 - مشكلة الاحتكار ونشوء مجموعات الضغط. فمن جهة، بقيت السوق في أجزاء هامة منها، تحت سيطرة الاحتكارات الطبيعية للدولة، من مثل شركات قطاع الطاقة، وما ينجم عن ذلك من سوء تغطية حاجيات الأفراد والمؤسسات، حيث يمس نقص المنتج الوطني بصورة دورية، منتجات مثل الوقود والمشتقات النفطية مثل الزيوت، مما يدفع إلى تعميق التبعية للاستيراد أمام منتجات شركات دولية كبرى، سيطرت مع الوقت على المزيد من الأنصبة في السوق.
 - كما عرفت السوق بروز صيغ للسيطرة، أصبحت تضر بإمكانية استقرارها، فغالبا ما يلاحظ اتجاه أسعار المنتجات المستوردة نحو التماشي مع اتجاهاتها عندما تسير نحو الارتفاع، في حين أنها ال تأخذ نفس الاتجاه إذا ما تراجعت في الأسواق الدولية.
 - وهنا، تطرح مشكلة وظيفة التنظيم التي يجب أن تضطلع بها الدولة بكفاءة، في اقتصاد السوق، الشيء الذي يمثل نقصا واضحا في الأداء نتيجة التجربة الحديثة لتدخل الدولة في اقتصاد حر، وكذا نتيجة عمل مجموعات الضغط المدافعة عن حصتها في السوق، ومن خلالها عن حصة الشركات المتعددة الجنسيات التي تمثلها.

خاتمة:

نتيجة التحولات الاقتصادية التي يشهدها العالم، اضحى الانفتاح الاقتصادي و اقتصاد السوق خيار اختارته الجزائر، إيماناً منها أنه سوف يتيح لهم فرصاً أفضل لإنعاش اقتصادها وتطويره، من خلال اتفاق الشراكة الأورو متوسطية والانضمام المرتقب للمنظمة العالمية للتجارة. أفرز هذا الحول تحديات ورهانات ألزمت إيجاد بدائل الأمر الذي أجبر الجزائر على مباشرة إصلاحات اقتصادية و تنموية.

⁷⁰ عبد القادر مشدال، تجربة الجزائر في الانتقال إلى اقتصاد السوق وإشكالية تطور الصناعة. مجلة الأبحاث الاقتصادية المجلد 10 العدد 12، (2015)، ص 70.

فسعت الجزائر جاهدة للنهوض بقطاع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة إيماناً منها أنه المحرك الأساسي لعملية التنمية، حيث تنفرد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بميزات خاصة تبدأ ببساطة هيكلها التنظيمي وتسييرها الفعال، والسرعة اتخاذ القرارات الصائبة في وقتها المناسب، وهذا ما يتماشى مع التغيرات والمستجدات لتعزيز مكانة واستمرارية هذه المؤسسات .

مما لا شك فيه أن للانفتاح الاقتصادي انعكاسات إيجابية وأخرى سلبية على الاقتصاد الوطني عموماً وعلى قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خصوصاً، وإذا وجب على الجزائر أن تعمل ما بوسعها تعظيم استفادتها من هذا الخيار وأن تعمل جاهدة على ترقية القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وتأهيلها من خلال الدعم المقدم لها في جميع المجالات ، بما في ذلك البيئة التنظيمية، والتمويل والتدريب والدعم الإداري و نفاذها إلى الأسواق المحلية والأجنبية. ح تصبح قادرة على المنافسة في ظل الانفتاح الاقتصادي الجديد و الذي من مميزاته الأساسية التنافسية الشديدة. إن برامج التأهيل كأداة لتعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وحدها غير كافية، بل وجب القيام بمتابعة تطبيقها، وتحديد نتائجها وتقييمها، ومطابقتها بالأهداف المسطرة،

إن تطبيق أي برامج تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، مرهون بتوفير المناخ الاقتصادي، الإداري، الاجتماعي الذي يضمن نجاح تطبيق مثل هذه البرامج. إضافة إلى وجود إرادة وعزم من طرف مدراء مؤسسات ومسؤولي والهيئات المسؤولة على تطبيق هذه البرامج، مع تسطير استراتيجية واضحة من قبل الوزارة الوصية. إن مجموع المصاعب المطروحة أمام أداء السوق، يجعل من تطور الصناعة الوطنية، إشكالية حقيقية أمام كل من السلطات العمومية والمتعاملين الاقتصاديين على حد سواء. كما أن اختيارات المستهلكين، المتجهة في صالح المنتجات المستوردة، تخلق مصاعب إضافية أمام أي محاولة بروز جديد، لمنتجات صناعية وطنية تنافسية، وقادرة على احتلال أنصبة لها في السوق الوطنية، وذلك قبل البحث عن أي طموح لها في كسب موقع في الأسواق الأجنبية.

الاقتراحات:

- ضرورة الاستفادة من برامج التعاون والمساعدة الدولية التي تقدمها المنظمات الدولية مثل مركز التجارة الدولية ومؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الأونكتاد) ومنظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية اليونيدو، ومنظمة العمل الدولية .
- ضرورة الاستفادة من تجارب وخبرات الدول المتقدمة في مجال دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تطوير أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتحسين تسييرها.
- إنشاء شركات متخصصة في تصدير إنتاج المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- ضرورة توعية أصحاب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بأهمية الانخراط في برامج التأهيل من خلال التعريف بهذه البرامج،
- زيادة تفعيل دور برامج تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وإعطاء تسهيلات لتعظيم الاستفادة منها؛

الإحالات والهوامش:

-باللغة العربية:

- معاطي عبد القادر، الأهمية التنافسية للمناولة الصناعية وأثرها على المنافسة ، الملتقى الدولي الرابع حول: المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية"، جامعة شلف، الجزائر. 2010.

-دواس مريم وخروج رؤوف. (28 نوفمبر، 2019). الملتقى الوطني حول: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ظل مستجدات القانون الجزائري.

-قدور بن قالة. (2006). المعلومات مدخل لتحقيق الميزة التنافسية. مداخلة ضمن الملتقى الدولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات، محمد عبد الحليم عمر. (25-28 ماي، 2003). التمويل عن طريق القنوات التمويلية غير الرسمية. الدورة الدولية حول: تمويل المشروعات الصغيرة والمتوسطة وتطوير دورها في الاقتصاديات المغاربية سطيف: جامعة فرحات عباس.

-نجار حياة مليكة. (22-23 أفريل، 2003). إشكالية تأهيل المؤسسات الاقتصادية من العصرية العولمة.. الملتقى الوطني الأول حول المؤسسة الاقتصادية الجزائرية وتحديات المناخ الاقتصادي الجديد، الحقوق العلوم الاقتصادية.

-احمد بلالي. (2007). 'الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية بين مواردها الخاصة وبينتها الخارجية'.. أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية الاقتصاد وعلوم التسيير، جامعة الجزائر،،

-الجريدة الرسمية. (15/12، 2017). المادة 07 من القانون رقم 18-01 المؤرخ في 12/12/2001، المتضمن القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الجريدة الرسمية العدد 77.

-بعيط امال. (2017). برامج المرافقة المقاولاتية في الجزائر - واقع و آفاق. ، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه علوم التسيير. كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير. جامعة باتنة،،

-بن زيان ايمان -تيجاني وافية. (26-27 ماي، 2007). دور الاستراتيجيات الحديثة في تأهيل المؤسسات. ملتقى دولي حول تأهيل المؤسسات الجزائرية لمنطقة التبادل الحر.

-توفيق ايت مجبر. (2015-2016). أثر برامج التأهيل و دورها في رفع القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر. أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية

-جرجس، مورييس. (بلا تاريخ). " آليات دعم القدرة التنافسية في القطاع الصناعي في دول مجلس التعاون الخليجي العربية"، مجلة التنمية والسياسات الاقتصادية، المعهد العربي للتخطيط،،

-سعايدية وردة-بوضياف عبد المالك. (2023). برامج تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر. الافاق للدراسات الاقتصادية العدد 01-ملجلد 08 السنة 2023،

-بابا عبد القادر، مقومات تأهيل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة ومعوقاتهما في الجزائر، الملتقى حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، المنظم بجامعة الشلف، يومي 17 و 18 أفريل 2006

-عبد القادر مشدال. (30/06، 2015). تجربة الجزائر في الانتقال إلى اقتصاد السوق وإشكالية تطور الصناعة. مجلة الأبحاث الاقتصادية المجلد 10 العدد 12،

--عبد اللطيف بلغرسة. (22-23 أفريل، 2023). المؤسسة الاقتصادية الجزائرية في ظل الإصلاحات المالية والمصرفية، دراسة تحليلية ورؤية مستقبلية.. الملتقى الوطني حول المؤسسة الاقتصادية الجزائرية و تحديات المناخ الاقتصادي الجديد، الحقوق والعلوم الاقتصادية، ورقلة.

-عتيقة حرارية. (2015). الميزة التنافسية. مجلة دراسات في علم اجتماع المنظمات والمناجمنت، العدد 06، جامعة الجزائر،

-عمر صقر. (2003). ، العولمة و قضايا إدارية معاصرة، الإسكندرية، الدار الجامعية،

-مصطفى عبد الله الكفري. (2008). عولمة الاقتصاد والتحول إلى اقتصاد السوق في الدول العربية. منشورات اتحاد الكتاب العرب سوريا،

-مصطفى يوسف كافي. (2014). بيئة و تكنولوجيا إدارة المشروعات الصغيرة والمتوسطة. عمان: مكتبة المجتمع العربي للنشر.

-معالي فهي حيدر. (2002). نظم المعلومات مدخل لتطبيق الميزة التنافسية " .، الدار الجامعية ، الإسكندرية، مصر،

-نادر ادريس التل. (1991). آفاق اقتصاد السوق. مديرية المكتبات والوثائق الوطنية، الأردن،

-مشام جريز، بوشمال عبد الرحمن. (2014). التسويق كمدخل لتحسين القدرة التنافسية للمؤسسة، مكتبة الوفاء القانونية، ط1 مصر،

-بضياف صالح. اتفاقية الشراكة بين الجزائر والاتحاد الأوروبي خلال الفترة (2005-2019) بين الواقع والمأمول، مجلة معهد العلوم الاقتصادية المجلد 32 العدد: 23 السنة: 2020،
-ليلى قطاف ، اتفاقية الشراكة الأوروبية-الجزائرية، الملتقى الدولي حول آثار و انعكاسات اتفاق الشراكة على الاقتصاد الجزائري و على منظومة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، جامعة فرحات عباس. سطيف: (13-14 نوفمبر 2006).

-باللغة الأجنبية:

- Abdelhak Lamiri. (2003). a mise à niveau des PME, , revue de science commerciale et des gestions, école supérieur de commerce,
- Journal officiel de l'Union européenne. (25 février 2004). RÈGLEMENT (CE) No 364/2004 DE LA COMMISSION, du 25 février 2004[extrait de la commission du 06/05/2003 concernant la définition des petites et moyennes entreprises JO L(124 du 20/05/2003) article 2 ,article 3.
- M.PORTER. (1998). " avantage concurrentiel des nations". Inter édition , Paris .
- Maurel héritages. (03, 2006). réformes institutionnelles, un bilan de quinze années de transition. Revue des études comparatives et ouest, volume 3.
- Michael Porter. (2000). L'avantage concurrentiel. Dunod , Paris, France ،
- Ministère des PME/PMI.

المحور الثاني

الممارسات المقيدة للمنافسة الحرة

قيود ممارسة المنافسة الحرة في النظام القانوني الجزائري

Restrictions on free competition in the Algerian legal system

بليلى أسماء

أستاذة مؤقتة، دكتوراه تخصص نشاط ومسؤولية إدارية

جامعة محمد ملين دباغين سطيف2

مقدمة:

تعتبر المنافسة الحرة مبدأً أساسياً يحكم الحياة الاقتصادية من خلال ضبط النشاط الاقتصادي وتأطير المنافسة بين مختلف المؤسسات الاقتصادية وتعتبر المنافسة أهم العناصر الخارجية التي تحكم هذه المؤسسات واقتصاد السوق بصفة عامة ولهذا نجد المشرع الجزائري نص على حرية التجارة والاستثمار في الدستور الجزائري في المادة 61 منه¹، كما حدد الأطر القانونية التي يجب أن تمارس فيها المؤسسات الاقتصادية بمختلف أنواعها المنافسة الحرة، سواء على المستوى الجماعي أو الفردي، من أجل الحد من أي تعسف أو تجاوز من طرف هذه المؤسسات لقواعد المنافسة الحرة، ولهذا نجد المشرع وضع قيود قانونية خاصة وعامة تتعلق بمبدأ المنافسة الحرة.

من خلال هذه الدراسة سوف نحدد قيود المنافسة الحرة في النظام القانوني الجزائري بصفة عامة، خاصة النصوص القانونية التي تضمنها قانون المنافسة باعتباره المحدد للأطر التي يتم من خلالها المنافسة، وبالتالي نطرح الإشكالية التالية:

ماهي أهم القيود الواردة على حرية المنافسة في قانون المنافسة؟

وللإجابة على هذه الإشكالية تطرقنا لمختلف النصوص القانونية التي تحمي حرية المنافسة في الأمر 03_03² والتعديلات اللاحقة له، حيث قسمنا موضوع الدراسة إلى مطلبين:

تناول المطلب الأول الممارسات المقيدة للمنافسة ذات الطابع الفردي.

أما المطلب الثاني فخصصناه للممارسات المقيدة للمنافسة ذات الطابع الجماعي

¹ _ دستور الجمهورية الجزائرية لسنة 1996 المعدل والمتمم بالمرسوم الرئاسي رقم 442_20 مؤرخ في 15 جمادى الأولى 1442هـ، الموافق لـ 30 ديسمبر 2020، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية العدد 82 لسنة 2020.

_تنص المادة 61 من الدستور أعلاه على ما يلي: "حرية التجارة والاستثمار والمقاوله مضمونه، وتمارس في إطار القانون".

² _ أمر رقم 03_03 المؤرخ في 19 يوليو 2003، يتعلق بالمنافسة، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، عدد 43 مؤرخة في 20 يوليو 2003 معدل ومتمم.

المطلب الأول: الممارسات المقيدة للمنافسة ذات الطابع الفردي

يعتبر مجلس المنافسة³ سلطة إدارية مستقلة تتمتع بالشخصية القانونية والاستقلال المالي، وهيئة تنظيمية وضبطية لمبدأ المنافسة الحرة على المستوى الداخلي تنشأ لدى الوزير المكلف بالتجارة⁴، من خلال وضع إطار قانوني وأخلاقي ملزم لتأطير حرية المنافسة من الجانب الاقتصادي، أوكل المشرع لهذا المجلس ضبط حرية المنافسة في الأنشطة الاقتصادية من خلال وضع قيود من شأنها تأطير سلوك المؤسسات الاقتصادية في السوق وهذا ما أوضحته المادة 14 من الأمر 03_03 السابق الذكر حيث تنص هذه المادة على مجموعة من القيود الفردية التي حددها مجلس المنافسة على مبدأ حرية المنافسة الحرة والتي سوف نحددها في هذا المطلب .

تتعلق هذه الممارسات بالحالة التي يكون فيها العون الاقتصادي في وضعية قوة اقتصادية تسمح له باستغلال هذه القوى لصالحه مما يؤثر بالسلب على المتنافسين الاقتصاديين في النشاط الاقتصادي وبالضرورة يتضرر معه المستهلكين من هذا النشاط⁵، وهذه التصرفات تؤدي بالمهيمنة على السوق (الفرع الأول)، كما يمكن أن تكون في شكل تبعية إقتصادية أو إحتكار لسلعة أو تقنية (الفرع الثاني، أو تكون في صورة خفض لأسعار المنتجات والسلع الاقتصادية تعسفا (الفرع الثالث).

الفرع الأول: التعسف الناتج عن وضعية هيمنة السوق

بالرجوع إلى قانون المنافسة نجد المشرع الجزائري رف وضعية الهيمنة على السوق الاقتصادية من خلال المادة 30 فقرة 2 من الأمر 03_03 والتي جاء فيها ما يلي: "الوضعية التي تمكن مؤسسة ما من الحصول على مركز قوة إقتصادية في السوق المعني، من شأنها عرقلة القيام منافسة فعلية فيه، وتعطيها إمكانية القيام بتصرفات منفردة إلى حد معتبر إزاء منافسيها أو زبائنها أو ممونيه". كما أضافت المادة 58 من الأمر أعلاه بقولها: "العلاقة التجارية التي لا يكون فيها لمؤسسة ما حل بديل مقارن إذا أرادت رفض التعاقد بالشروط التي تفرضها عليها مؤسسة أخرى سواء كانت زبونا أو ممونا".

³ _ مجلس المنافسة: بالرجوع إلى الأمر 03_03 المذكور أعلاه نجد أن المشرع الجزائري ومن أجل ضبط السوق الاقتصادية والمعاملات التجارية أعطى مجلس المنافسة صلاحية تطبيق قانون المنافسة، وضبط مبدأ حرية المنافسة الحرة، فهذا الأمر حدد الأسس القانونية للمنافسة التي من شأنها تنظيم الممارسات وتصرفات الأعوان الاقتصاديين، فلمجلس المنافسة قانونيا سلطة اتخاذ القرار وإبداء الرأي حول جميع المسائل التي تدخل ضمن إختصاصه، سواء عن طريق التدخل التلقائي أو كلما طلب منه ذلك المادة 34 من الأمر 03_03، كما له الفصل في المنازعات المثارة أمامه أو التي بادر بالفصل فيها، كما له أيضا سلطة إتخاذ القرار المناسب وفقا لأحطام الأمر أعلاه والتعديلات المرتبطة به والتي تتضمن قانون المنافسة. كما له صلاحيات باعتباره هيئة إستشارية أما السلطات التنفيذية والتشريعية فيما يتعلق بمشاريع القوانين التي ترتبط بالمنافسة.

⁴ _ أنظر المادة 9 من قانون رقم 12_08 مؤرخ في 21 جمادى الثانية 1429 الموافق لـ 25 يونيو 2008 يعدل ويتمم الأمر 03_03 المؤرخ في 19 جمادى الأولى 1424 الموافق لـ 19 يوليو 2003 والمتعلق بالمنافسة. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية عدد 36 مؤرخة في 2 يوليو 2008.

⁵ _ كتو محند الشريف، الممارسات المنافية للمنافسة في القانون الجزائري، رسالة دكتوراه، تخصص قانون عام ، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2006، ص. 177.

ترتبط وضعية الهيمنة المنصوص عليها أعلاه في القوة الاقتصادية التي تعطى لمؤسسة أو عون إقتصادي تجعله قادر للتصدي للمنافسة الفعلية للسوق ضد منافسيه دون التأثير بإستراتيجيتهم، وبالرجوع إلى قانون المنافسة نجده حدد المعايير التي تحدد الهيمنة على السوق على سبيل المثال في المادة 2⁶ من قانون المنافسة.

ويتضمن هذا القيد عرقلة دخول المتنافسين الإقتصاديين إلى السوق من خلال وضع قيود خاصة تحدد مدى إمكانية الدخول للسوق بقصد مقاطعة مقابلة غير شرعية إلى الاتفاق، وهذا يؤدي إلى إقصاء منافسين في المجال التجاري والصناعي فالقانون يحضر كل المعاملات التي من شأنها المساس بالعلاقة بين المنتجين والموزعين الإقتصاديين فيما يتعلق بحرية التجارة⁷، فليس مثلاً للمنتج التدخل في الطريقة التي يحدد بها التجار ثمن إعادة البيع بالنسبة للزبائن. كما ليس لأي مؤسسة أن تهيمن على السوق حيث إشتراط المشرع على المؤسسات التي تشكل وشعية هيمنة على السوق ضرورة الحصول على التصريح بعدم التدخل بخصوص الاتفاقات ووضعية الهيمنة على السوق من طرف مجلس المنافسة⁸.

بالرجوع إلى المادة 7 من الأمر 03_03 نجد المشرع حدد صور الهيمنة على السوق حيث تنص المادة على مايلي:

"يحظر التعسف الناتج على وضعية هيمنة السوق أو احتكار لها أو على جزء منها قصد:

_ الحد من الدخول في السوق أو في ممارسة النشاطات التجارية فقط فيها،

_ تقليص أو مراقبة الإنتاج أو منافذ التسويق أو الاستثمارات أو التطور التقني،

_ اقتسام الأسواق أو مصادر التموين،

_ عرقلة تحديد الأسعار حسب قواعد السوق بالتشجيع المصطنع لارتفاع الأسعار ولا انخفاضها،

_ تطبيق شروط غير متكافئة لنفس الخدمات تجاه الشركاء التجاريين، مما يحرمهم من منافع المنافسة،

_ إخضاع إبرام العقود مع الشركاء لقبولهم خدمات إضافية ليس لها صلة بموضوع هذه العقود سواء بحكم طبيعتها أو حسب الأعراف التجارية".

⁶ _ "المقاييس التي تحدد وضعية هيمنة عون إقتصادي على سوق للسلع والخدمات أو على جزء منها هي على الخصوص ما يلي:
_ حصة السوق التي يحوزها العون الاقتصادي مقارنة إلى الحصة التي يحوزها كل عون من الأعوان الإقتصاديين الآخرين الموجودين في نفس السوق،

_ الإمتيازات القانونية أو التقنية التي تتوفر لدى العون الاقتصادي المعني،

_ العلاقات المالية أو التعاقد

ية أو الفعلية التي تربط العون الاقتصادي بعون أو عدة أعوان إقتصاديين والتي تمنحه إمتيازات متعددة الأنواع،

_ امتيازات القرب الجغرافي التي يستفيد منها العون الاقتصادي المعني".

⁷ _ نفس المرجع، ص. 60.

⁸ _ أنظر المرسوم التنفيذي 175_05 المؤرخ في 12 مايو 2005، الذي يحدد كيفية الحصول على التصريح بعدم التدخل بخصوص الإتفاقات ووضعية الهيمنة، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية عدد 35 مؤرخة في 18 ماي 2005.

الفرع الثاني: التعسف في إستغلال وضعية التبعية الاقتصادية لمؤسسة أخرى بصفتها زبونا أو ممونا

تتمثل هذه الصورة في إخضاع الشريك إلى شروط تجارية أو إقتصادية بصفة عامة أو إجبارية من مؤسسة بصفتها زبونا أو ممونا، بالرجوع إلة القانون الجزائري وخاصة قانون المنافسة نجد المشرع حدد هذا القيد في نص المادة 3 من الأمر 03_03 بقولها: "العلاقة التجارية التي لا يكون فيها لمؤسسة ما حل بديل مقارن، إذا أرادت رفض التعاقد بالشروط التي تفرضها عليها مؤسسة أخرى سواء كانت زبونا أو ممونا". كما أشار المرسوم 2000_314⁹ في مادته الخامسة على أن التعسف في إستغلال وضعية التبعية الاقتصادية يحدث في حالة غياب البديل.

من خلال المواد أعلاه نجد المشرع حضر على كل مؤسسة التعسف في وضعية التبعية الاقتصادية، وهذا ما وضحه المشرع في المادة 11 من الأمر المتضمن قانون المنافسة حيث أنه: "يحضر على أي مؤسسة التعسف في إستغلال التبعية لمؤسسة أخرى بصفتها زبونا أو ممونا إذا كان ذلك يخل بقواعد ويتمثل هذا التعسف على الخصوص ب:

_ رفض البيع بدون مبرر شرعي،

_ البيع التلازم أو التمييزي،

_ البيع المشروط إقتناء كمية أدنى،

_ قطع العلاقات التجارية بمجرد رفض المتعامل الخضوع لشروط غير مبررة،

_ كل عمل من شأنه أن يقلل أو يلغي منافع المنافسة داخل السوق". يتبين لنا من خلال المواد أعلاه أن شروط تحقق حالة التبعية الاقتصادية بصفة عامة تتحقق متى كان للموزع تبعية للممون، وتبعية الممون للموزع أو تبعية الشراء وتتحدد هذه الحال في عندما تكون العلاقة التعاقدية بين الممون والموزع لصالح هذا الأخير فتنتج تبعية الممون أي تبعية مؤسسة منتجة تجاه مؤسسة توزيع ضخمة نتيجة عدة معايير أهمها:

حصة رقم الأعمال المحققة من طرف الممون مع الموزع والتي يجب أن تكون معتبرة.

_ غياب الحل البديل فلا يوجد حل معادل وبديل لمؤسسة ممونة إلا إذا كان في مقدورها إيجاد المنافذ الضرورية لتصرف البضاعة المشابهة لتلك التي تحوزها¹⁰.

الفرع الثالث: البيع بأسعار مخفضة تعسفا

⁹ _ مرسوم تنفيذي رقم 314_2000 المؤرخ في 14 أكتوبر 2000، يحدد المقاييس التي تبين أن العون الاقتصادي في وضعية هيمنة وكذا مقاييس الأعمال الموضوفة بالتعسف في وضعية الهيمنة، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية عدد 61 مؤرخة في 18 أكتوبر 2000.

¹⁰ _ زهرة بن عبد الله، "التعسف في إستغلال وضعية التبعية الاقتصادية"، مجلة الشريعة والاقتصاد، عدد 11، الجزائر، 2017، ص.116، 117.

يتمثل هذا القيد في المنع من بيع سلعة بسعر أقل من التكلفة الحقيقية، أي البيع بالخسارة وتعتبر هذه العملية من القيود الواردة على حرية المنافسة في السوق، ونجد أساس هذا المنع من ضرور المعاملات الاقتصادية في السوق في نص المادة 10 من الأمر 95_06 المتعلق بالمنافسة وتقابله المادة 12 من الأمر 03_03 الذي ألغى الأمر السابق، حيث نجد المادة 12 تنص على أنه: "يحظر عرض الأسعار أو ممارسة أسعار بيع منخفضة بشكل تعسفي للمستهلكين مقارنة بتكاليف الإنتاج والتحويل والتسويق، إذا كانت هذه العروض أو الممارسات تهدف أو يمكن أن تؤدي إلى إبعاد مؤسسة أو عرقلة أحد منتوجاتها من الدخول إلى السوق".

بالنظر إلى المادة أعلاه نجد المشرع حدد الممارسات المحظورة في البيع وتتضمن:

_ عرض أسعار أو ممارسة أسعار بيع منخفضة بشكل تعسفي للمستهلكين.

_ إعادة بيع سلعة بسعر أدنى من سعر تكلفتها الحقيقية، حيث نجد المادة 19 من القانون 02_04 المعدل¹¹ عرفت سعر التكلفة بأنه: سعر الشراء بالوحدة المكتوب على الفاتورة، يضاف إليه الحقوق والرسوم، وعند الإقتضاء أعباء النقل".

ما تجدر الإشارة إليه أنه على خلاف المادة 12 من الأمر 03_03 نجد الأمر 95_06 الملغى حدد بعض الإستثناءات الواردة على قيد المنع من تخفيض الأسعار ونختصر هذه الإستثناءات في:

_ السلع سهلة التلف والمهددة بالفساد، وبيع السلع بصفة إرادة حتمية نتيجة تغيير النشاط أو إنهائه.

_ تنفيذ قرار قضائي وبيع السلع الموسمية وكذلك بيع السلع المتقادمة أو البالية تقنيا¹².

_ السلع التي تم التموين منها أو التي يمكن التموين منها من جديد وبسعر أقل، وفي هذه الحالة يكون السعر الحقيقي الأدنى لإعادة البيع يساوي سعر التموين الجديد.

_ المنتوجات التي يكون فيها سعر إعادة البيع يساوي السعر المطبق من طرف المنافسين بشرط ألا يقل سعر المنافسين عن حد البيع بالخسارة¹³.

المطلب الثاني: الممارسات المقيدة للمنافسة ذات الطابع الجماعي

بعد ما تطرقنا في المطلب الأول للقيود الفردية الواردة على حرية المنافسة، نحدد في هذا المطلب صور الممارسات الجماعية المقيدة للمنافسة وتتمثل هذه الصور في:

¹¹ _ قانون رقم 02_04 مؤرخ في 23 جوان 2004، المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية عدد 41 مؤرخة في 27 جوان 2004.

¹² _ الفرة 1 و2 من المادة 10 من الأمر 03_03.

¹³ _ نفس الأمر.

التعسف في إستعمال الإتفاقات المقيدة للمنافسة (الفرع الأول)، الإستثناء في ممارسة النشاطات الاقتصادية (الفرع الثاني)، التجمعات الاقتصادية (الفرع الثالث).

الفرع الأول: التعسف في إستعمال الإتفاقات المقيدة¹⁴ للمنافسة

يعتبر عمل المؤسسات الاقتصادية في شكل جماعي من الأعمال الاقتصادية المسموح بها قانوناً، ولهذا نجد المشرع في ظل قانون المنافسة حدد المظاهر التي تتخذها هذه التجمعات فلها أن تتخذ في شكل اتفاقات بين الأعوان الاقتصاديين لكن دون احتكار هذه المؤسسات للسوق، ولهذا نجد المشرع حدد قيود لهذه الاتفاقات التي تتخذها التجمعات الاقتصادية للمؤسسات، فبالرجوع للمادة 6 من الأمر المتضمن المنافسة تنص على أنه: "تحظر الممارسات والأعمال المدبرة والإتفاقيات والإتفاقات الصريحة أو الضمنية عندما تهدف أو يمكن أن تهدف إلى عرقلة حرية المنافسة أو الحد منها أو الإخلال بها في نفس السوق أو في جزء جوهري منه، لاسيما عندما ترمي إلى:

_ الحد من الدخول في السوق أو في ممارسة النشاطات التجارية فيها،

_ تقليص أو مراقبة الإنتاج أو منافذ التسويق أو الاستثمارات أو التطور التقني،

_ اقتسام الأسواق مصادر التمويل،

_ عرقلة تحديد الأسعار حسب قواعد السوق بالتشجيع المصطنع لارتفاع الأسعار أو لانخفاضها.

_ تطبيق شروط غير متكافئة لنفس الخدمات تجاه الشركاء التجاريين، مما يحرمهم من منافع المنافسة،

_ إخضاع إبرام العقود مع الشركاء لقبولهم خدمات إضافية ليس لها صلة بموضوع هذه العقود سواء بحكم طبيعتها أو حسب الأعراف التجارية.

كما أضافت المادة 5 من القانون 08_12¹⁵ المتضمن تعديل الأمر 03_03 مايلى:

_ السماح بمنح صفقة عمومية لفائدة أصحاب هذه الممارسات.

نستنتج من المواد أعلاه أن كل هذه التصرفات من قبيل الأعمال التي تمارسها مجموعة من المؤسسات وليس التاجر بصفته فرد، والهدف من ورائها أن تقوم هذه المؤسسات والتجمعات الاقتصادية بالإضرار بمؤسسات أخرى للتحكم في السوق الاقتصادية سواء في شكل عقود كالصفقات العمومية، أو إتفاقات.

¹⁴ _ يقصد بالاتفاقات المقيدة للمنافسة كل تنسيق في السلوك بين المشروعات أو أي عقد أو إتفاق ضمني أو صريح، وأيا كان الشكل الذي يتخذه هذا الاتفاق إذا كان محله أو الآثار المترتبة عنه من شأنها أن تمنع أو تقيد أو ترف المنافسة، لينا حسن زكي، الممارسات المقيدة للمنافسة والوسائل القانونية اللازمة لمواجهتها، رسالة دكتوراه، جامعة حلوان، مصر، ص.221.222.

¹⁵ قانون رقم 08_12 مؤرخ في 21 جمادى الثانية 1429 الموافق لـ 25 يونيو 2008 يعدل ويتمم الأمر 03_03 المؤرخ في 19 جمادى الأولى 1424 الموافق لـ 19 يوليو 2003 والمتعلق بالمنافسة. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية عدد 36 مؤرخة في 2 يوليو 2008.

ومن جهة أخرى نجد أن المشرع حدد الممارسات المقيدة للمنافسة والمتضمنة الاتفاقات على سبيل الحصر وتنقسم بدورها إلى أقسام:

أولاً_الاتفاقات التعاقدية: وتتضمن إتفاق بين عدة أعوان اقتصاديين أو عدة أطراف سواء بعقد مكتوب أو شفهي، كالاتفاقات التي تبرم بين المستخدمين وأرباب العمل فتخضع للمنع إذا أدت إلى تقييد المنافسة.

ثانياً_الاتفاقات العضوية: تنشأ للشخص المعنوي الذي يتمتع بالشخصية المعنوية وليس الطبيعي كالشركات التجارية بكل أنواعها¹⁶.

ثالثاً_الأعمال المدبرة: تتعلق هذه الأعمال بوجود نشاط بين مؤسستين يهدف إلى المساس بالمنافسة عبارة عن تفاهم ضمني حول تحديد الأسعار، أو حجم الإنتاج مثلاً، بين المؤسسات الاقتصادية الذي يؤدي إلى تقييد المنافسة أو الإخلال من حريتها¹⁷.

بالرجوع إلى المادة 6 من الأمر 03_03 نجدها تحدد حالات مساس الاتفاقات المحظورة بالمنافسة سواء في مجال الشروط التعاقدية، كتطبيق شروط غير متكافئة لنفس الخدمات تجاه الشركات التجارية¹⁸، أما فيما يتعلق بمساس المنافسة في مجال الأسواق، وتتضمن جملة من الأفعال منها الحد المباشر للدخول إلى الأسواق وممارسات النشاطات التجارية، أو الحد غير المباشر للدخول إلى السوق¹⁹. أما في مجال الأسعار فالمنافسة في هذا المجال تعتبر مبدئ دستوري حيث نجد المادة 4 فقرة 1 من الأمر 03_03 تنص على أنه: "تحدد بصفة حرة أسعار السلع والخدمات اعتماداً على قوانين المنافسة".

نجد المشرع حدد الأفعال التي تمس بالمنافسة في مجال الأسعار وتتعلق بـ:

_عرقلة تحديد الأسعار حسب قواعد السوق بالتشجيع المصطنع لارتفاع الأسعار أو انخفاضها.

_توحيد الأسعار في السوق الواحد من حيث التخفيضات، كذلك توحيد شروط البيع وتثبيت الأسعار ومنع تحريكها عن حد معين وذلك عن طريق تحديد هامش معين لربح وتحديد الأسعار بنفسها كفرض سعر أدنى لايجوز تخطيها²⁰.

الفرع الثاني: الإستثناء في ممارسة النشاطات الاقتصادية

¹⁶ _ مخلوفي حورية، "الإتفاقات المنافية للمنافسة بين الحظر والتبرير"، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، ص.230.231.

¹⁷ _ كتو محند الشريف، المرجع السابق، ص.181.

¹⁸ _ أنظر المادة 6 من الأمر 03_03.

¹⁹ _ العايب شعبان، مراقبة التجميعات الاقتصادية في القانون الجزائري، رسالة ماجستير في القانون، تخصص الهيئات العمومية والحوكمة، كلية الحقوق، جامعة بجاية، 2014، ص.45.

²⁰ _ تواتي نور الدين، الجمعيات وقانون المنافسة في الجزائر، رسالة ماجستير، تخصص قانون الأعمال، جامعة الجزائر، 2002، ص.165.166.

إضافة إلى القيود الممارسة على المنافسة المذكورة سابقا نجد أن المشرع حظر إستئثار أي عون إقتصادي أو مجموعة من الأعوان الإقتصاديين بممارسة نشاطات مشمولة بقانون المنافسة لأن ذلك قد يؤدي إلى إحتكارها وإقصاء منافسين آخرين من ممارستها، وهذا يعتبر عرقلة لحرية المنافسة والحد منها والإخلال بها.

يختلف الإستئثار في ممارسة النشاطات الاقتصادية بين:

_ الإستئثار المادي: ويتضمن حيازة الإمكانيات المادية والوسائل والمعدات.

_ الإستئثار المكاني: يتعلق بالنطاق الإقليمي، كاتفاقات التوزيع الحصري لمنتوج معين والتي ذكرته المادة 10 من الأمر 03_03 والتي تنص على: "يعتبر عرقلة لحرية المنافسة أو حد منها أو إخلال بها كل عقد شراء إستثنائي يسمح لصاحبه باحتكار التوزيع في السوق". كما نجد المادة 10 أيضا من القانون 12_08 السابق الذكر توسع من المجالات المشمولة بحظر الإستئثار، وتتعلق هذه المجالات بالأنشطة التي تدخل في نطاق تطبيق قانون المنافسة، فالمادة 10 تنص على ما يلي: "يعتبر عرقلة على حرية المنافسة أو الحد منها أو الإخلال بها ويحظر كل عمل أو عقد مهما كانت طبيعته وموضوعه يسمح لمؤسسة بالإستئثار في ممارسة نشاط يدخل في مجال تطبيق هذا الأمر".

الفرع الثالث: التجميعات الاقتصادية²¹

يتضمن التجميع الاقتصادي في قانون المنافسة الحالات الآتية:

_ إندماج مؤسستين أو أكثر كانت مستقلة من قبل.

_ إنشاء مؤسسة مشتركة تؤدي بصفة دائمة جميع وظائف مؤسسة مستقلة.

_ ممارسة الرقابة علة مستوى مؤسسة أخرى.

_ أما بالنسبة للرقابة على هذه التجميعات الاقتصادية فبالرجوع إلى المادة 15 فقرة 2 من الأمر 03_03 تنص على ما يلي: ".....شخص أو عدة أشخاص لهم نفوذ على مؤسسة على الأقل، أو حصلت مؤسسة أو عدة مؤسسات على مراقبة مؤسسة أو مؤسسات أو جزء منها بصفة مباشرة أو غير مباشرة عن طريق أخذ أسهم في رأس المال أو عن طريق شراء عناصر من أصول المؤسسة أو بموجب عقد أو بأي وسيلة أخرى"

حتى يقع التجميع تحت طائلة المراقبة يجب أن تتوفر عدة شروط بدونها لايمكن معه لمجلس المنافسة ممارسة الرقابة على التجميعات الاقتصادية، فيجب أن يصل التجميع إلى مدى إقتصادي معين من شأنه أن يعزز وضعية الهيمنة

²¹ _ يقصد بالتجميعات الاقتصادية هو اجتماع مؤسستين أو أكثر بغرض تكوين مؤسسة مستقلة عن المؤسسات المكونة لها، وتتخذ هذه التجميعات الاقتصادية عدة أشكال منها:

_ إنشاء مؤسسة جديدة.

_ الإندماج عن طريق الضم.

_ الإندماج عن طريق الانفصال. أنظر العايب شعبان، المرجع السابق، ص.09.

للمؤسسات المعنية والتي تؤدي إلى تقييد المنافسة هذا من جهة، ومن جهة أخرى يجب أن تؤدي عملية التجميع إلى المساس بالمنافسة في السوق²².

خاتمة:

على الرغم من القيمة الدستورية التي يتمتع بها مبدأ حرية الصناعة والتجارة المنصوص عليه في الدساتير الجزائرية، إلا أن المشرع وضع حد أو قيود على ملء حرية المنافسة في المجالات الاقتصادية في الدولة بما يمنع السيطرة أو الهيمنة على السوق الاقتصادية، وبالرجوع إلى النصوص القانونية المذكورة في هذه الدراسة نجد المشرع حدد بموجب قانون المنافسة الأمر 03_03 والتعديلات اللاحقة له أساليب متنوعة لحماية مبدأ المنافسة، متى نتج عن الأعوان الاقتصاديين والمنافسين تصرفات من شأنها المساس بالمبادئ المتعلقة بالمنافسة، حيث يمكن أن تكون هذه التصرفات جماعية، والتي يتفق من خلالها الأعوان الاقتصاديين فيما بينهم بهدف إقتسام الأسواق وزيادة قوتها ونفوذها الاقتصادي، كما يمكن أن تكون تصرفات فردية من خلال أفراد عون إقتصادي لوحده بتقييد المنافسة والإخلال بقواعد السوق.

من خلال دراستنا لموضوع قيود ممارسة حرية المنافسة في قانون المنافسة الجزائري نستخلص النتائج التالية:

_على الرغم من الدور الإيجابي الذي يتمتع به مجلس المنافسة في ضبط حرية المنافسة في المجال الاقتصادي الصناعي والتجاري، إلا أن الظاهر من خلال الواقع أن مجلس المنافسة ما هو إلا هيئة إستشارية لدى السلطات المركزية في الدولة، فالدولة في الأخير هي من تتحكم في السياسة الاقتصادية، وهذا ينعكس سلباً على حرية المنافسة بمفهومها العام، كما يعرقل أيضاً التطبيق الفعلي لقانون المنافسة بالشكل المنصوص عليه قانوناً، ومن هنا نستنتج أن مجلس المنافسة في الجزائر لا يتمتع بأي إستقلالية سواء سياسياً أو من حيث المتدخلين الاقتصاديين، مما يفتح المجال للدولة بتوجيه السياسة الاقتصادية مما لا يحقق معه مبدأ المنافسة الحرة في السوق الاقتصادية.

_ضرورة تفعيل الأجهزة المكلفة بضبط السوق وقمع الممارسات المترتبة على مبدأ حرية المنافسة، إضافة إلى العمل على إيجاد حلول ناجعة للنزاعات المتعلقة بها. لأنه بالرجوع للأمر المتضمن المنافسة نجد المشرع يسن النصوص الموضوعية دون الإجرائية لأن أغلب القيود الواردة على المنافسة في تطبيقاتها وإجراءات رقابة مجلس المنافسة عليها تخضع لقواعد

²² _ المادة 17 من الأمر 03_03 والتي تنص على أنه: "كل تجميع من شأنه المساس بالمنافسة، ولا سيما بتعزيز وضعية هيمنة مؤسسة على سوق ما، يجب أن يقدمه أصحابه إلى مجلس المنافسة الذي يبت فيه في أجل 3 أشهر".

المادة 18 من نفس الأمر والتي تنص على أنه: "تطبق أحكام المادة 17 أعلاه، كلما كان التجميع يرمي إلى تحقيق حد يفوق 40 بالمئة من المبيعات أو امشتريات المنجزة في السوق معينة.

المادة 19 والتي تنص على: "يمكن لمجلس المنافسة أن يرخص بالتجميع أو يرفضه بمقرر معلل بعد أخذ رأي الوزير المكلف بالتجارة والوزير المكلف بالقطاع المعني بالتجميع".

ويمكن أن يقبل مجلس المنافسة التجميع وفق شروط من شأنها تخفيف آثار التجميع على المنافسة، كما يمكن للمؤسسات المكونة للتجميع أن تلزم من تلقاء نفسها بتعهدات من شأنها تخفيف آثار التجميع على المنافسة".

قانون الإجراءات المدنية وليس قانون المنافسة، وهذا يعتبر نقص فادح في نصوص قانون المنافسة وعدم إهتمام المشرع بحماية مبدأ المنافسة والذي ينعكس سلباً على لإقتصاد الوطني.

_ ما نلاحظه على النصوص التشريعية الخاصة بالمنافسة كثرة التعديلات في المنظومة القانونية للمنافسة والذي بدوره يحول دون إستقرار هذه المنظومة على الرغم من أن إيجابيات التعديل هي مواكبة التطور الاقتصادي في العالم، إلا أن السلبية في هذه التعديلات تنعكس على المبدأ الدستوري المتضمن الأمن القومي.

_ غالبية القيود الواردة على المنافسة الحرة في الجزائر لا نجد لها تعريف في النصوص القانونية المتعلقة بالمنافسة، هذا من جهة، ومن جهة أخرى عدم وضوح المصطلحات المعتمدة من طرف المشرع في التفرقة بين الممارسات المقيدة للمنافسة والمنافسة لها، خاصة بين نصوص قانون المنافسة والقانون التجاري،

_ نلاحظ على الممارسات الفردية التي نص عليها المشرع في قيود المنافسة الحرة هي نفسها المذكورة في الاتفاقات المحظورة وهذا يؤثر على الجزاءات الموقعة على هذا النوع من القيود، وبالتالي ضرورة تحديد المصطلحات بدقة.

إضافة إلى النتائج المنصوص عليها أعلاه يمكننا وضع بعض المقترحات التي إرتؤينا أنها تساعد المشرع في تدارك النقائص الموجودة في النصوص الخاصة بقانون المنافسة والقوانين الآتية له وتمثل في:

_ إعادة صياغة نصوص المتعلقة بالأمر 03_03 والقوانين الآتية له، مع توضيح المصطلحات المتعلقة بالمنافسة الحرة والقيود الواردة كما هو الحال في النص الفرنسي.

_ إعطاء مبدأ المنافسة الحرة القيمة الدستورية التي يتمتع بها كل من حرية التجارة والصناعة، مما يساهم معه في القضاء على المنافسة الغير المشروعة التي تمس بهذا المبدأ الحساس في الدولة ومدة تأثيره على الاقتصاد الوطني في الدولة.

_ إدراج المعايير التي يتم على أساسها تقدير وضعية الهيمنة على السوق والاحتكار، ضمن القانون المتعلق بالمنافسة مع توضيح السوق المعنية بالممارسات المقيدة للمنافسة، ومطابقة السوق الموازية مع توسيع تطبيق قانون المنافسة ليشمل الممارسات التي تقوم بها المؤسسات خرج الوطن وإمتدادها داخله، إضافة إلى السوق الالكترونية التي أصبحت من ضرورات العصر الرقمي والرقمنة خاصة في المعاملات التجارية.

قائمة المراجع والمصادر:

النصوص القانونية:

_ دستور الجمهورية الجزائرية لسنة 1996 المعدل والمتمم بالمرسوم الرئاسي رقم 442_20 مؤرخ في 15 جمادى الأولى 1442هـ، الموافق لـ 30 ديسمبر 2020، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية العدد 82 لسنة 2020.

_ أمر رقم 03_03 المؤرخ في 19 يوليو 2003، يتعلق بالمنافسة، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، عدد 43 مؤرخة في 20 يوليو 2003 معدل ومتمم.

_ قانون رقم 12_08 مؤرخ في 21 جمادى الثانية 1429 الموافق لـ 25 يونيو 2008 يعدل ويتمم الأمر 03_03 المؤرخ في 19 جمادى الأولى 1424 الموافق لـ 19 يوليو 2003 والمتعلق بالمنافسة. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية عدد 36 مؤرخة في 2 يوليو 2008.

_ قانون رقم 05_10 مؤرخ في 5 رمضان 1431 الموافق لـ 15 غشت 2010، يعدل ويتمم الأمر رقم 03_03 المؤرخ في 19 جمادى الأولى 1424 الموافق لـ 19 يوليو 2003، والمتعلق بالمنافسة، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية عدد 46 مؤرخة في 18 غشت 2010.

_ القانون 09_08 المؤرخ في 18 صفر 1429 هـ الموافق لـ 25 فيفري 2008، يتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، الجريدة الرسمية عدد 21.

_ قانون رقم 02_04 مؤرخ في 23 جوان 2004، المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية عدد 41 مؤرخة في 27 جوان 2004.

_ المرسوم التنفيذي 175_05 المؤرخ في 12 مايو 2005، الذي يحدد كفاءات الحصول على التصريح بعدم التدخل بخصوص الإتفاقات ووضع الهيمنة، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية عدد 35 مؤرخة في 18 ماي 2005.

_ مرسوم تنفيذي رقم 314_2000 المؤرخ في 14 أكتوبر 2000، يحدد المقاييس التي تبين أن العون الاقتصادي في وضعية هيمنة وكذا مقاييس الأعمال الموضوفة بالتعسف في وضعية الهيمنة، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية عدد 61 مؤرخة في 18 أكتوبر 2000.
قائمة الكتب والمذكرات:

_ كتو محند الشريف، الممارسات المنافسة للمنافسة في القانون الجزائري، رسالة دكتوراه، تخصص قانون عام، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2006.

_ زهرة بن عبد الله، "التعسف في إستغلال وضعية التبعية الاقتصادية"، مجلة الشريعة والاقتصاد، عدد 11، الجزائر، 2017.

_ لينا حسن زكي، الممارسات المقيدة للمنافسة والوسائل القانونية اللازمة لمواجهتها، رسالة دكتوراه، جامعة حلوان، مصر.

_ مخلوفي حورية، "الإتفاقات المنافسة للمنافسة بين الحظر والتبرير"، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، جامعة زيان عاشور، الجلفة.

_العايب شعبان، مراقبة التجميعات الاقتصادية في القانون الجزائري، رسالة ماجستير في القانون، تخصص الهيئات العمومية والحوكمة، كلية الحقوق، جامعة بجاية، 2014.

_تواتي نور الدين، الجمعيات وقانون المنافسة في الجزائر، رسالة ماجستير، تخصص قانون الأعمال، جامعة الجزائر، 2002.

"الاستغلال التعسفي لوضعية الاحتكار كممارسة مقيدة للمنافسة في القانون الجزائري"

"The abusive exploitation of monopoly position as a practice restricting competition in Algerian law"

من إعداد الدكتورة: غالية قوسم ، أستاذة محاضرة " أ "

كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر

مقدمة

من بين الوسائل القانونية للانتقال من الاقتصاد الموجه إلى اقتصاد السوق، نجد قانون المنافسة باعتباره " مجموعة من القواعد القانونية التي تحكم التنافس بين المتعاملين الاقتصاديين في البحث والحفاظ على الزبائن".⁽²³⁾، إذ أن حرية المنافسة لا تعني الفوضى، فالصراع لكسب الزبائن يكون في نطاق القانون، لأن الحرية المطلقة فيها ضرر وتؤدي إلى التعسف، لذا لا بد من أساليب لحماية المنافسة، لذا نجد أن المشرع الجزائري أورد في المادة الأولى من الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003، المتعلق بالمنافسة، المعدل والمتمم⁽²⁴⁾، ما يلي:

" يهدف هذا الأمر إلى تحديد شروط ممارسة المنافسة في السوق وتفاذي كل ممارسات مقيدة للمنافسة ومراقبة التجميعات الاقتصادية، قصد زيادة الفعالية الاقتصادية وتحسين ظروف معيشة المستهلكين."

توجد في بعض الأسواق، مؤسسات تتمتع بقوة سوقية لدرجة تجعلها في وضعية الاحتكار، وتنشأ هذه الوضعية نتيجة عدة عوامل كثيرة منها: المؤسسة لها القدرة على الإنتاج بفعالية وبتكلفة أقل أو أنها تحوز على أجهزة حديثة، أو لها براءة الاختراع، أو لها حق حصري، أو لها إطرارات وعمال أكفاء ومتميزين قادرين على الإبداع والاختراع. تنص المادة 7 من الأمر رقم 03-03 المذكور أعلاه، على ما يلي:

" يحظر كل تعسف ناتج عن وضعية هيمنة على السوق أو احتكار لها أو على جزء منها قصد:

_ الحد من الدخول في السوق أو في ممارسة النشاطات التجارية فيها؛

_ تقليص أو مراقبة الإنتاج أو منافذ التسويق أو الاستثمارات أو التطور التقني؛

_ اقتسام الأسواق أو مصادر التمويل؛

_ عرقلة تحديد الأسعار حسب قواعد السوق بالتشجيع المصطنع لارتفاع الأسعار أو لانخفاضها؛

_ تطبيق شروط غير متكافئة لنفس الخدمات تجاه الشركاء التجاريين، مما يجرهم من منافع المنافسة؛

_ إخضاع إبرام العقود مع الشركاء لقبولهم خدمات إضافية ليس لا صلة بموضوع هذه العقود سواء بحكم طبيعتها أو حسب الأعراف التجارية."

نستخلص، انطلاقاً من نص المادة السابقة الذكر، أنه يحظر كل تعسف ناتج عن وضعية احتكار للسوق أو على جزء منها؛ إذ يؤدي هذا النوع من التعسف إلى الإضرار بالمنافسين والمستهلكين، وبالاقتصاد الوطني بشكل عام؛ ولهذا تدخل المشرع لوضع ضوابط وقيود بهدف ضمان عدم استغلال هذه الوضعية استغلالاً تعسفياً، حيث اعتبر هذا الاستغلال

²³ - BENNADJI Chérif, Le droit de la concurrence en Algérie, Revue algérienne des sciences juridiques économiques et politiques, n° 3, 2000, (pp. 143-160), p.143.

²⁴ - أمر رقم 03-03 مؤرخ في 19 جويلية 2003، يتعلق بالمنافسة، ج.ر.ج. عدد 43، الصادر في 20 جويلية 2003، معدل ومتمم بموجب القانون رقم 08-12 المؤرخ في 25 جوان 2008، ج.ر.ج. عدد 36، الصادر في 2 جويلية 2008 ثم بالقانون رقم 10-05 المؤرخ في 15 أوت 2010، ج.ر.ج. عدد 46، الصادر في 18 أوت 2010.

ممارسة مقيدة للمنافسة، وفقا للمادة 14 من الأمر نفسه⁽²⁵⁾. وبالتالي، نطرح الإشكالية القانونية التالية: ما مدى تكريس المشرع لمبدأ حظر التعسف في وضعية الاحتكار في قانون المنافسة الجزائري؟ وللإجابة عن الإشكالية المطروحة إرتأينا تقسيم دراستنا، إن شاء الله تعالى، إلى محورين أساسيين، نتناول في المحور الأول شروط تحقق حظر التعسف في وضعية الاحتكار (المبحث الأول)، و نتطرق في المحور الثاني إلى القيود الواردة على مبدأ حظره (المبحث الثاني)، وهذا كله وفقا للقانون المنافسة الجزائري.

المبحث الأول: شروط تحقق حظر التعسف في وضعية الاحتكار في الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة
نتوصل من خلال تحليل المادة 7 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، المذكورة أعلاه، والتي تعد الأساس القانوني لحظر التعسف في وضعية الاحتكار في القانون الجزائري، أن الشروط اللازمة لتحقيق هذا الحظر هي التأكد قبل كل شيء من تواجد المؤسسة المعنية في وضعية الاحتكار (المطلب الأول)، وأن يتم استغلال هذه الوضعية من قبلها استغلالا تعسفيا (المطلب الثاني).

المطلب الأول: تواجد المؤسسة في وضعية الاحتكار

اشترط المشرع الجزائري لحظر التعسف في وضعية الاحتكار تواجد المؤسسة في وضعية الاحتكار على السوق أو على جزء منها، لذا نتطرق في هذا المجال لمفهوم المؤسسة وفقا لقانون المنافسة الجزائري (الفرع الأول)، ثم نتعرض لمفهوم وضعية الاحتكار (الفرع الثاني) والتي تتمتع بها على السوق أو على جزء منها والتي تعرف بالسوق المرجعية (الفرع الثالث).

الفرع الأول: مفهوم المؤسسة وفقا لقانون المنافسة الجزائري

تنص المادة 3/1 من الأمر رقم 03-03، المعدلة و المتممة بموجب نص المادة 03 من القانون رقم 08-12 على ما يلي:

" يقصد في مفهوم هذا الأمر ما يأتي:

أ . المؤسسة: كل شخص طبيعي أو معنوي أيا كانت طبيعته يمارس بصفة دائمة نشاطات الإنتاج أو التوزيع أو الخدمات أو الاستيراد."

وتنص المادة 02 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، المعدلة و المتممة بموجب نص المادة 02 من القانون رقم 10-05 على ما يلي:

" بغض النظر عن كل الأحكام الأخرى المخالفة، تطبق أحكام هذا الأمر على ما يأتي:

- نشاطات الإنتاج بما فيها النشاطات الفلاحية وتربية المواشي ونشاطات التوزيع ومنها تلك التي يقوم بها مستوردو السلع لإعادة بيعها على حالها والوكلاء ووسطاء بيع المواشي وبائعو اللحوم بالجملة ونشاطات الخدمات والصناعة التقليدية والصيد البحري وتلك التي يقوم بها أشخاص معنوية عمومية وجمعيات ومنظمات مهنية مهما يكن وضعها القانوني وشكلها وهدفها.

- الصفقات العمومية ابتداء بنشر الإعلان عن المناقصة إلى غاية المنح النهائي للصفقة.

غير أنه، يجب ألا يعيق تطبيق هذه الأحكام أداء مهام المرفق العام أو ممارسة صلاحيات السلطة العمومية."

وبالرجوع إلى المادة 02 من الأمر رقم 03-03، يمتد مجال تطبيق الأحكام المتعلقة بقانون المنافسة بصفة عامة ولاسيما تلك المتعلقة بوضعية الاحتكار، إلى أشخاص القانون الخاص و أشخاص القانون العام الممارسة لنشاط اقتصادي على

²⁵ - حيث نصت المادة 14 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، المعدل والمتمم، على ما يلي:

" تعتبر الممارسات المنصوص عليها في المواد 6 و7 و10 و11 و12، أعلاه، ممارسات مقيدة للمنافسة."

حد سواء، فلا تشكل الطبيعة الخاصة أو العامة للمؤسسة معيار حاسم في تحديد مجال تطبيق قانون المنافسة، إذا كانت للمؤسسة العامة نشاط اقتصادي⁽²⁶⁾.

إن المؤسسة سواء منتجة لسلع أو موزعة لها أو مؤدية للخدمات بما فيها الاستيراد، والصفقات العمومية ابتداء من الإعلان عن المناقصة إلى غاية المنح النهائي للصفقة، تخضع لأحكام المتعلقة بقانون المنافسة، ويشترط أن يكون النشاط مزاولاً بصفة دائمة أما القيام بنشاط بصفة عرضية فلا يدخل في مجال تطبيق الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، المعدل والمتمم.

الفرع الثاني: مفهوم وضعية الاحتكار

ليس الاحتكار هو المحظور لأن المركز المحتكر هو الهدف الذي يسعى المتنافسون الوصول إليه داخل السوق، وأن حيابة المؤسسة لوضعية الاحتكار بحد ذاتها مشروعة طالما تم حيازتها والوصول إليها بطرق قانونية وغير ملتوية، وهذا ما يؤكد نص المادة 7 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، واعتبر المشرع الجزائري، من خلال النص السالف الذكر، حيابة المؤسسة لتلك الوضعية شرط أو ركن مفترض لتحقيق التعسف محل الدراسة. نشير بداية في دراسة المقصود من وضعية الاحتكار ثم نتطرق لأنواعها.

أولاً: المقصود من وضعية الاحتكار

يتضمن مصطلح « الاحتكار » في أصله اليوناني جزئين "polein" و "monos" ويعني البيع بمفرده، وإن كلمة المحتكر في أصلها اليوناني أيضاً تتضمن جزئين "polist" و "mono" أي بائع واحد، أي أن الاحتكار يعني وجود بائع واحد مسيطر على سوق منتج معين وينفرد بإنتاج أو بيع هذا المنتج الذي لا يوجد له بديل في هذه السوق⁽²⁷⁾. أما بالنسبة للمشرع الجزائري، فإن الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة (المعدل والمتمم) لم يقدم أي تعريف للاحتكار، رغم أنه تطرق لخمس تعريف ومفاهيم من خلال المادة 3 منه⁽²⁸⁾. لذا، نجد أن مجلس المنافسة الجزائري اقترح من خلال رأيه رقم 2016/04، المتعلق بالتعديلات الأساسية المقترحة لنصوص الأمر رقم 03-03 السالف ذكره إلغاء هذه المادة 3 لأنها لا تشمل كل المصطلحات والمفاهيم الخاصة بالمنافسة ويستحسن أن يتم وضع معجم مصطلحات خاصة بالمنافسة من قبل سلطة المنافسة، أي مجلس المنافسة⁽²⁹⁾.

ثانياً: أنواع وضعية الاحتكار

تتنوع درجات ومستويات الاحتكار فإلى جانب الاحتكار البحت (الاحتكار الكامل) monopole، نجد شبه الاحتكار quasi-monopole واحتكار القلة oligopole.

1- الاحتكار البحت

نجد في وضعية الاحتكار البحت أن مؤسسة واحدة تتحكم في الكمية المتداولة في السوق بيعاً وشراءً، إذ أن الاحتكار الكامل هو أقصى درجات الاحتكار، حيث يوجد بائع أو منتج واحد فقط للسلعة، لا توجد لها بدائل يمكن أن تحل

²⁶ - POILLOT PERUZZETTO Sylvaine, La politique de la concurrence, R.T.D.com., n° 01, Dalloz, Janvier/ Mars, 2002, p.385.

²⁷ - أمل محمد شبلي، الحد من آليات الاحتكار من الوجهة القانونية، رسالة للحصول على درجة الدكتوراه في الحقوق، كلية الحقوق، جامعة الاسكندرية، 2005، ص 05.

²⁸ - راجع نص المادة 3 من الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003، المتعلق بالمنافسة، المعدلة والمتمة بموجب المادة 3 من القانون رقم 12-08 المؤرخ في 25 جوان 2008، المرجع السابق ذكره.

²⁹ - Conseil de la concurrence algérien; Avis n° 04/2016 portant sur les principaux amendements proposés aux dispositions de l'ordonnance n° 03-03 du 19 juillet 2003, modifiée et complétée, relative à la concurrence; www.conseil-concurrence.dz/

محلها، وهذا المحترک يكون مهيمنا على السّوق ومتحكما في الكمية المعروضة والسعر المطروح للسلعة ولا يوجد له منافسين حاليين أو متوقعين نظرا للعوائق الكبيرة لدخول السّوق التي يتميز بها هذا المنتج⁽³⁰⁾.
فهنا تكون المؤسسة المحتكرة في وضعية هيمنة مطلقة في السّوق، فوضعية الاحتكار يمكن أن تنتج عن نصوص قانونية (الاحتكار القانوني) أو عن أوضاع أو ظروف السّوق واعتبارات واقعية (الاحتكار الفعلي)، كما قد تنتج عن أوضاع أو ظروف طبيعية (الاحتكار الطبيعي).

أ- الاحتكار القانوني

يعتمد الاحتكار القانوني في وجوده على أساس قانوني أو لائحي أو على مرسوم أو قرار إلى نحو ذلك، ومن ثمّ يجد هذا النوع من الاحتكار تبريره في استغلال مرفق عام أو مصلحة عامة، كاحتكار الدولة النشاط في مجال الكهرباء والمعادن، كما يظهر الاحتكار القانوني في مجال حقوق الملكية الصناعية، كبراءات الاختراع والرسوم والنماذج والعلامات التجارية حيث تعطي أصحابها حقوقا قاصرة الاستخدام ومقصورة من حيث المدّة، ممّا يمنع أي مؤسسة أخرى في السّوق من الانتفاع بها، وحقوق الملكية الفكرية⁽³¹⁾.

ب- الاحتكار الفعلي

ينتج الاحتكار الفعلي عن ظروف السّوق واعتبارات واقعية أو أعراف وممارسات معينة، أو تفوق تكنولوجي في واضح، أو قدرة مالية عالية تحوزها أو تمتلكها مؤسسة معينة تجاه المنافسين⁽³²⁾. كما يمارس الاحتكار الفعلي نتيجة عدم تطبيق القانون الذي ينص على حرية ممارسة النشاط من قبل المستثمرين الخواص مما يؤدي إلى وضعية احتكار لفائدة المؤسسات العمومية وذلك خارج النصوص القانونية⁽³³⁾، مثلما هو الحال في مجال النشاطات المرتبطة بالكهرباء والغاز⁽³⁴⁾.

ج- الاحتكار الطبيعي

ينشأ الاحتكار الطبيعي لما توجد مجالات لأنشطة معينة لا تتحمل إلا مؤسسة بمفردها، ويكون لديها القدرة على تلبية الطلبات الخاصة بالمنتج أو الخدمة محل العرض، وتقديمها بطريقة مقبولة وبأسعار معقولة، ومن أمثلة هذا النوع من الاحتكار مؤسسات النقل بالسكك الحديدية.

أشارت الفقرة الأخيرة من المادة 5 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدلة بموجب المادة 4 من القانون رقم 05-10 المؤرخ في 15 أوت 2010 إلى الاحتكارات الطبيعية دون تقديم المقصود بها⁽³⁵⁾، على خلاف المادة 4/5 من الأمر رقم 06-95 المتعلق بالمنافسة (الملغى)⁽³⁶⁾، والتي نصّت على ما يلي:

³⁰ - عبد الحكيم جمعة، الاحتكار وتأثيره على بعض قطاعات الاقتصاد المصري، دار النهضة العربية، القاهرة، 2012، ص 20.

³¹ - خليل فيكتور تادرس، المركز المسيطر للمشروع في السوق المعنية على ضوء أحكام قوانين حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية (دراسة مقارنة)، دار النهضة العربية، القاهرة، 2007، ص 15.

³² - المرجع نفسه، ص 12.

³³ - زوايميه رشيد، " أزمة سلطات الضبط المستقلة في القانون الجزائري"، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، المجلد 12، العدد 3، 2021، (ص ص. 13-40)، ص 29.

³⁴ - قانون رقم 01-02 مؤرخ في 5 فيفري 2002، يتعلق بالكهرباء وتوزيع الغاز بواسطة القنوات، ج.ج.ج. عدد 8، الصادر في 6 فيفري 2002، معدل ومتمم بالقانون رقم 10-14 المؤرخ في 30 ديسمبر 2014، المتضمن قانون المالية لسنة 2015، ج.ج.ج. عدد 78، الصادر في 31 ديسمبر 2014.

³⁵ - حيث نصت الفقرة الأخيرة من المادة 05 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة (المعدل والمتمم) على ما يلي:

« يقصد بالاحتكار الطبيعي حالات السوق أو النشاط التي تتميز بوجود عون اقتصادي واحد يستعمل هذا السوق أو قطاع نشاط معين ».

2- شبه الاحتكار

نشأت فكرة شبه الاحتكار لتعبّر عن معنى مؤداه هيمنة شبه كاملة على إنتاج سوق معينة، حيث أصبح الاحتكار المطلق نادرا، وهو أن تحوز المؤسسة المعنية نسبة 100% كحصة في السوق، ومن ثم بدأت تطفو على الساحة فكرة شبه الاحتكار، وهي أن تمتلك المؤسسة حصة في السوق وإن لم تكن كاملة إلا أنها في حكم الهيمنة شبه الكاملة. ويقول البعض (André DECOQC et Georges DECOQC) أنّ الخلاف بين هذا النوع والاحتكار التام ووضعية الهيمنة هو اختلاف في الدرجة وليس في الطبيعة⁽³⁷⁾.

3- احتكار القلة

إنّ احتكار القلة هو أحد أشكال الهيمنة على السوق، إذ يوجد في سوق احتكار القلة عدد قليل من البائعين يبيعون سلعا متجانسة أو سلعا مميزة تمثل بديلا قريبا لبعضها البعض⁽³⁸⁾، بمعنى أنّ كل بائع منهم، يتصرف على أنّه محتكر للسلعة، ويستطيع من الناحية النظرية تحديد سعر السلعة التي يبيعها ولكنه من الناحية العملية، يجب ألا يقتصر على ما قرره هو لوحده، وإنّما يجب أن يأخذ في حسبان ردة فعل الآخرين فيما يتعلق بالسعر. إنّ كل بائع في هذه السوق يحتل مركزا له أهميته وكل القرارات التي يتخذها سواء من ناحية تحديد كمية المعروض من سلعة ما أو سعرها يكون لها تأثيرها على باقي البائعين، ومن ثمّ، فإنّ القرارات غالبا ما يقابلها رد فعل من جانب هؤلاء البائعين، وعلى قدر الأثر الذي تحدثه هذه القرارات يكون ردّ الفعل⁽³⁹⁾.

الفرع الثالث: ماهية السوق المرجعية: السوق المعنية بوضعية الاحتكار

نتعرض من خلال تحديد ماهية السوق المرجعية لمفهومها ثم كيفية تحديد أبعادها وفق الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، المعدل والمتمم.

أولا: مفهوم السوق المرجعية

نتوصل إلى تحديد مفهوم السوق المرجعية من خلال التطرق إلى تعريفها وبيان أهمية تحديدها.

1- تعريف المشرع الجزائي للسوق المرجعية

« كما يمكن اتخاذ تدابير مؤقتة لتحديد هوامش الربح وأسعار السلع والخدمات أو تسقيفها، حسب الأشكال نفسها، في حالة ارتفاعها المفرط وغير المبرر، لاسيما بسبب اضطراب خطير للسوق أو كارثة أو صعوبات مزمنة في التموين داخل قطاع نشاط معين أو في منطقة جغرافية معينة أو في حالات الاحتكار الطبيعية ».

³⁶ - أمر رقم 06-95 مؤرخ في 25 جانفي 1995، يتعلّق بالمنافسة، ج.ج.ج. عدد 09، الصادر في 22 فيفري 1995 (ملغى).

³⁷ - خليل فيكتور تادرس، المركز المسيطر للمشروع في السوق المعنية على ضوء أحكام قوانين حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية (دراسة مقارنة)، المرجع السابق، ص. 18 – 19.

³⁸ - مغاوري شلي علي، حماية المنافسة ومنع الاحتكار بين النظرية والتطبيق (تحليل لأهمّ التجارب الدولية والعربية)، دار النهضة العربية، القاهرة، 2004 – 2005، ص. 27.

³⁹ - جلال مسعد/محتوت، مدى تأثر المنافسة الحرة بالممارسات التجارية، رسالة لنيل درجة الدكتوراه في القانون، فرع "قانون الأعمال"، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 06 ديسمبر 2012، ص. 129 – 130.

عرّف المشرع الجزائري ولأول مرة السوق المرجعية "Marché pertinent"، وذلك في المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 314-2000⁽⁴⁰⁾، كما يلي:

« يقصد بالسوق أو جزء من السوق المرجعي، لتحديد وضعية الهيمنة، السلع والخدمات التي يعرضها العون الاقتصادي والسلع أو الخدمات البديلة التي يمكن أن يحصل عليها المتعاملون أو المنافسون في نفس المنطقة الجغرافية ».

إلا أنّ هذا المرسوم تم إلغاؤه بموجب الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، وتجدر الإشارة هنا إلى أنّ هذا الأمر لم يذكر عبارة "السوق المرجعية"، بل استعمل المشرع الجزائري عبارة "السوق" فقط، ورغم أنه اكتفى بلفظ واحد إلا أنه قصد السوق المرجعية المتعارف عليها، حيث أنه عرف السوق في المادة 3/ب من الأمر رقم 03-03 المذكور بأنها:

« - السوق: كل سوق للسلع أو الخدمات المعنية بممارسات مقيدة للمنافسة وكذا تلك التي يعتبرها المستهلك مماثلة أو تعويضية، لاسيما بسبب مميزاتها وأسعارها والاستعمال الذي خصّصت له، والمنطقة الجغرافية التي تعرض المؤسسات فيما السلع أو الخدمات المعنية ».

بناء على هذا التعريف فإن مفهوم السوق في نظر قانون المنافسة يعتمد أساسا على ثلاثة معايير:

- * المعيار الأول: السلعة أو الخدمة المعنية.
- * المعيار الثاني: السلعة أو الخدمة التي يعتبرها المستهلك مماثلة أو التعويضية بنظر إلى مميزاتها والاستعمال التي خصّصت له.
- * المعيار الثالث: المنطقة الجغرافية التي تعرض المؤسسات فيها السلعة أو الخدمة المعنية⁽⁴¹⁾.

2- أهمية تحديد السوق المرجعية

يؤثر تحديد السوق المرجعية المعنية بكيفية حاسمة على تقدير قضية في مجال المنافسة، حيث يتم تحديد السوق المرجعية باعتبارها الإطار الذي فيه تمّ تقدير مشكلة خاصة والتي تطرح في مجال المنافسة بالربط بين السوق السلعية والسوق الجغرافية⁽⁴²⁾.

إنّ تحديد مفهوم السوق المرجعية ضروري للقضاء بخطورة الممارسة الماسية بالمنافسة، فكلّما كانت السوق المرجعية المتخذة ضيقة، كلّما كانت المؤسسات معرضة للخطر المتمثل في اعتبارها مثلا محتكرة، فبالفعل، إنّ خطأ في تحديد السوق يمكن أن يؤدي بسهولة إلى قلة تقدير أو زيادة في تقدير حصص المتعاملين المعنيين في السوق والزيادة في أخطار التعسفات في وضعية الاحتكار موضوع الدراسة.

رغم أن السوق عنصر مشترك في كافة الممارسات المقيدة للمنافسة، إلا أن تناولها يختلف من ممارسة إلى أخرى، فبالنسبة للتعسف في وضعية الاحتكار، فتعتبر السوق شرط لتكوين هذه الممارسة، إذ أن المحتكر يستحوذ على مجمل الطلب، وكل حصص السوق⁽⁴³⁾.

⁴⁰ - مرسوم تنفيذي رقم 314-2000 مؤرخ في 14 أكتوبر 2000، يحدد المقاييس التي تبين أن العون الاقتصادي في وضعية هيمنة وكذلك مقاييس الأعمال الموصوفة بالتعسف في الهيمنة، ج.ج. عدد 61، الصادر في 18 أكتوبر 2000 (ملغى).

⁴¹ - رأي مجلس المنافسة الجزائري رقم: 02/2020، الصادر في 26 فيفري 2020، المتعلق بمدى تمتع الشركة الجزائرية للمياه بوضعية احتكارية في مجال الربط والتزويد بالمياه الصالحة للشرب، النشرة الرسمية للمنافسة، رقم 23، الصادرة عن مجلس المنافسة الجزائري، 11 فيفري 2021، (ص ص. 36-40)، ص. 37، www.conseil-concurrence.dz.

⁴² - ZOUAIMIA Rachid, Le droit de la concurrence, Éditions Belkeise, Alger, 2012, p. 25.

⁴³ - في حين تنشأ الاتفاقات صحيحة ولا تعتبر مقيدة للمنافسة، إلا إذا انعكست سلبا على السوق، أما في التركيز الاقتصادي، فيتم تقييمه لمعرفة أثاره المحتملة، حيث عند رقابة التركيز أو التجميع الاقتصادي تظهر أهمية تحديد السوق المرجعية بذات أهمية تحديدها فيما يتعلق بالتعسف في وضعية الهيمنة أو الاحتكار، ما دام أن هذه الرقابة تهدف بالدرجة الأولى إلى منع الإخلال بالمنافسة، خصوصا عند إنشاء أو تعزيز

يعتبر تحليل السوق المعنية الخطوة الأولى لمجلس المنافسة حينما يقوم بدراسة الوضعية التنافسية في القطاع المعني.

ثانياً: تحديد السوق المرجعية

إن للسوق المرجعية حدّين، الحدّ الأول يتعلق بنوع السلعة أو الخدمة محلّ المنافسة وهذا ما يسمى بالتحديد المادي للسوق (السوق السلعية و/أو الخدماتية) والحدّ الثاني يتعلق بالتّطابق الجغرافي الذي تمارس فيه المؤسسة النشاط التجاري المتعلق بالسلعة أو الخدمات محلّ المنافسة، وهذا ما يسمى بالتحديد الجغرافي للسوق (السوق الجغرافية)، إذ لا تشمل السوق الجغرافية المناطق المجاورة والتي تختلف فيها ظروف المنافسة، وإنّما تشمل المناطق القريبة والتي تسودها نفس الظروف التنافسية، أمّا المناطق التي تختلف فيها شروط المنافسة وظروفها فهي لا تعد جزءاً من هذه السوق، وبعبارة أخرى، فالسوق الجغرافية تضم المناطق التي تتشابه فيها وتتجانس ظروف المنافسة وشروطها. أمّا ما عداها من مناطق فلا يدخل ضمن هذه السوق، ومن ثمّ لا يرجع إليها عند البحث عن وجود أو عدم وجود وضعية احتكار⁽⁴⁴⁾.

وفي الأخير، يجب أن نذكر ملاحظة هامة وهي أن لا يتمّ تقييم وتحديد السوق المرجعية من ناحية المنتوجات (سلع و/أو خدمات) ومن ناحية الجغرافية إلّا انطلاقاً من التحليلات المتوفرة في زمن الممارسات المقيّدة للمنافسة، وليس بالأخذ في الاعتبار معطيات سابقة. يستدعي تحديد الأسواق المرجعية التي تتغير عبر مرور الزمن، لاسيما في زمن التحول الاقتصادي الرقمي، حيث تتطور خصائص المنتوجات والخدمات وتتعدّل إمكانية الاستبدال من جانب الطلب أو العرض، تقدير معالم الأسواق المرجعية مع ظهور الأسواق الرقمية، وتحديد الوضعية التي تحتلها المؤسسة المعنية في الوقت الذي ترتبط هذه الأخيرة بالفعل الذي يفترض أنه تعسّفي، كما يجب تحديد السوق المعنية تبعاً لحالة الطلب وقت الأفعال بغض النظر عن تطورها اللاحق⁽⁴⁵⁾.

المطلب الثاني: ارتكاب الممارسات التعسفية الناتجة عن وضعية الاحتكار

لا يمكن إدانة مؤسسة محتكرة على السوق لمجرد أنها تحوز على هذه الوضعية، وإنّما لا بد أن يصدر منها سلوك أو فعل يتسم بالتعسف يخالف قانون المنافسة (الفرع الأول)، ويكون من شأن هذا السلوك أو الفعل أن يؤدي إلى تقييد المنافسة (الفرع الثاني).

الفرع الأول: الممارسات التعسفية للمؤسسة المحتكرة

يفهم من المادة 07 منه الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة أنّه يحظر كل تعسف ناتج عن وضعية احتكار للسوق أو على جزء منها قصد:

- الحدّ من الدخول في السوق أو في ممارسة النشاطات التجارية فيها،
- تقليص أو مراقبة الإنتاج أو منافذ التسويق أو الاستثمارات أو التطور التقني،
- اقتسام الأسواق أو مصادر التموين،
- عرقلة تحديد الأسعار حسب قواعد السوق وذلك عن طريق ممارسة التشجيع المصطنع لارتفاع الأسعار ولانخفاضها،

وضعية الهيمنة؛ حول هذه النقطة، أنظر، شيراز شقاهم، دراسة السوق في قانون المنافسة، مذكرة تربص، شهادة الدراسات العليا المتخصصة (نزاعات المؤسسة)، كلية الحقوق والعلوم السياسية، تونس، 1999، ص 18.

⁴⁴ - سامي عبد الباقي أبو صالح، إساءة استغلال المركز المسيطر في العلاقات التجارية (القانون رقم 03 لسنة 2005 الخاص بحماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية "دراسة تحليلية مقارنة")، دار النهضة العربية، القاهرة، 2005، ص 61.

⁴⁵ - Sur ce point, voir, VOGEL Louis, Code de la concurrence, Lawlex, Paris, 2009, pp. 163 – 164.

- حرمان الشركاء التجاريين من منافع المنافسة وذلك عن طريق تطبيق شروط غير متكافئة (تمييزية) لنفس الخدمات تجاههم،

- إخضاع إبرام العقود مع الشركاء لقبولهم خدمات إضافية ليس لها صلة بموضوع هذه العقود سواء بحكم طبيعتها أو حسب الأعراف التجارية.

وتتمثل الممارسات التعسفية التي يمكن أن تصدر عن المؤسسة المحتكرة في تلك السلوكيات التجارية التعاقدية أو ما قبل التعاقدية التي تتجاوز حدود المنافسة الاقتصادية العادية والطبيعية والتي ترتكها مؤسسة في وضعية احتكار، إذ لم يكن هدفها سوى الحفاظ على وضعيتها الاحتكارية على السوق المرجعية أو منع دخول إليها منافسين محتملين أو حيازتها لوضعية الاحتكار على الأسواق المجاورة أو الفرعية أو الحصول على امتيازات غير مبررة، ونظرا للضرر الاقتصادي الذي ترتبه هذه الممارسات اعتبرت ذات طابع غير عادي (46).

الفرع الثاني: مقياس تقدير التعسف في وضعية الاحتكار: المساس بالمنافسة في السوق

إن الممارسات التعسفية التي تقوم بها مؤسسة وهي في وضعية احتكار ليست محظورة، إلا إذا كانت تؤدي إلى المساس بالمنافسة في السوق وهذا طبقا لأحكام المادة 07 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة يعتبر المساس بالمنافسة كغريبال يميز بين الأعمال أو الممارسات التي تقوم بها المؤسسة المحتكرة تلك التي تعتبر تعسفية.

نصت المادة 07 من الأمر رقم 03-03 على أنه:

« يحظر كل تعسف ناتج عن وضعية هيمنة على السوق أو احتكارا لها أو على جزء منها قصد ... ».

استخدمت هذه المادة كلمة "قصد" التي يفهم منها أنه لا تكون الممارسات التعسفية الناتجة عن وضعية الاحتكار على السوق محظورة إلا إذا قصدت المؤسسة ارتكابها، فإذا لم يكن لها نية إتيانها فلا محل لإدانتها ومعاقبتها. الواقع أن هذا الاستنتاج خاطئ، لأنه إذا ثبت حصول الممارسات التعسفية، فإن قانون المنافسة يعاقب المؤسسة المرتكبة لها، سواء قصدت ذلك أم لم تقصد، طالما كان لهذه الممارسات أثر من شأنه أن يقيد المنافسة، وإدانة المؤسسة، إذن، لا يتوقف على وجود نية تقييد المنافسة لديها. وعند ملاحظة النسخة الفرنسية للأمر رقم 03-03 وبالضبط نص المادة 07 منه، فإن المشرع استعمل لفظ "رامية" "tendant" وهذا صحيح، ولعل صياغة المادة 06 من الأمر رقم 03-03 (47)، المذكور أعلاه، الخاصة بحظر الاتفاقات المقيدة للمنافسة تعتبر أكثر دقة من المادة 07 منه، لأنها نصت على حظر الممارسات « عندما تهدف أو يمكن أن تهدف إلى عرقلة حرية المنافسة »، حيث أشارت إلى منع الممارسات والاتفاقات التي لها غرض عرقلة المنافسة أو لها أثر يتنج عن ذلك.

أولاً: وجود المساس بالمنافسة

لإضفاء الصفة التعسفية على ممارسة صادرة عن مؤسسة محتكرة، يجب أن ينجم عن أثر هذه الممارسة أو عن هدفها مساسا بالمنافسة، وأن يكون هذا المساس محسوسا.

إذ لا يمكن إدانة مؤسسة محتكرة على السوق بمجرد أنها تحوز على هذه المرتبة، وإنما لابد أن يصدر منها سلوك أو فعل يتسم بالتعسف يخالف قانون المنافسة، ويكون من شأن هذا السلوك أو الفعل أن يؤدي إلى تقييد المنافسة.

ثانياً: ارتباط المساس بالمنافسة بوضعية الاحتكار

46 - كتنو محمد الشريف، قانون المنافسة والممارسات التجارية (وفقا للأمر 03-03 والقانون 02-04)، منشورات بغدادي، الجزائر، 2010، ص 48.

47 - حيث نصت المادة 06 من الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بالمنافسة، المعدل والمتمم، على ما يلي: « تحظر الممارسات والأعمال المدبرة والاتفاقيات والاتفاقات الصريحة أو الضمنية عندما تهدف أو يمكن أن تهدف إلى عرقلة حرية المنافسة أو الحد منها أو الإخلال بها في نفس السوق أو في جزء جوهري منه، لاسيما عندما تهيئ إلى ... ».

لإدانة التعسف في وضعية الاحتكار، لا يكفي أن تمتلك مؤسسة سلطة التأثير على السوق، وإنما زيادة على ذلك يجب صدور تصرف من شأنه عرقلة حرية المنافسة في السوق، وبعبارة أخرى، يجب أن تكون العرقلة التي أصابت السير العادي للسوق نتيجة سلطة التأثير التي استخدمتها المؤسسة⁽⁴⁸⁾.

يعتبر الفقهاء بالإجماع، أنه يجب أن يكون المنع مرتبطا بتواجد علاقة سببية بين الاحتكار والتعسف⁽⁴⁹⁾. وتثبت العلاقة السببية، عندما يتبين أن السوق خاضع للممارسات المفروضة من طرف المؤسسة المحتكرة، وأنه ليس ممكنا القيام بأي تبادل للمنتوج أو الخدمة، إلا وفقا للشروط التي حددتها المؤسسة المحتكرة، بالمقابل، إذا تبين أن شروط سير السوق قد لحقها تغيير ناتج، على الخصوص، عن تطور اقتصادي أو تقني أو تعديل في أذواق الجمهور وما إلى ذلك من التغييرات، فإن العلاقة السببية غير متوفرة، من الواضح أن المنافسة تأثرت هنا بأسباب أخرى خارجية، ليس لها أية علاقة سببية بالممارسات التعسفية، والتعسف لا يخضع بالتالي للإدانة⁽⁵⁰⁾.

المبحث الثاني: القيود الواردة على مبدأ حظر التعسف في وضعية الاحتكار

يتبين من دراسة القانون الجزائري في مجال المنافسة، أن مبدأ حظر التعسف في وضعية الاحتكار على السوق مؤكد فيه، إلا أنه ليس بمبدأ مطلق، بل ترد عليه قيود. وفي الجزائر، تتمثل هذه القيود في الاستثناءات المنصوص عليها في المادة 09 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة⁽⁵¹⁾ (المطلب الأول).

أورد المشرع الجزائري قيودا أخرى على مبدأ حظر التعسف في وضعية الاحتكار والمتمثل في التصريح بعدم التدخل المكرس ضمن المادة 08 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة السابق ذكره⁽⁵²⁾. يعتبر التصريح بعدم التدخل قيودا وارد على مبدأ حظر التعسف في وضعية الاحتكار لأنه بمثابة شهادة تمنح صاحبها الأمن القانوني اتجاه كل من يهاجمه بارتكابه للتعسف المحظور، وذلك طيلة فترة صلاحية الشهادة (المطلب الثاني).

المطلب الأول: الاستثناءات الواردة على حظر التعسف في وضعية الاحتكار

نصت المادة 09 من قانون المنافسة الجزائري لعام 2003 على أنه:

« لا تخضع لأحكام المادتين 6 و7 أعلاه، الاتفاقات والممارسات الناتجة عن تطبيق نص تشريعي أو نص تنظيمي

أُخذ تطبيقا له.

يرخص بالاتفاقات والممارسات التي يمكن أن يثبت أصحابها أنها تؤدي إلى تطور اقتصادي أو تقني أو تساهم في تحسين التشغيل، أو من شأنها السماح للمؤسسات الصغيرة أو المتوسطة بتعزيز وضعيتها التنافسية في السوق.

48 - توات نورالدين، الجمعيات وقانون المنافسة في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في قانون الأعمال، كلية العلوم القانونية والإدارية، جامعة الجزائر، 2002، ص 133.

49 - Véronique SELINSKY, « Concurrence (Les abus de domination) », Juris- classeur commercial, concurrence/ consommation, fascicule 315, (06 / 1988), p. 16.

50 - « même si les effets de cette évolution sont utilisés par les entreprises détenant une position dominante, dès lors du moins que l'action propre de ces entreprises ne vise pas à entraver le fonctionnement normal des marchés tel qu'il résulte des conditions économiques nouvelles » ; CTEPD, 22 novembre 1968, Films cinématographiques à la télévision ;

حول هذه النقطة، أنظر، كتو محمد الشريف ، الممارسات المنافية للمنافسة في القانون الجزائري (دراسة مقارنة بالقانون الفرنسي)، أطروحة لنيل درجة دكتوراه دولة في القانون، - فرع القانون العام -، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2004 - 2005، ص 183.

51 - أنظر المادة 09 من الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 والمتعلق بالمنافسة، المرجع السابق ذكره.

52 - اطلع على نص المادة 08 من الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 والمتعلق بالمنافسة، المرجع السابق ذكره.

لا يستفيد من هذا الحكم سوى الاتفاقات أو الممارسات التي كانت محل ترخيص من مجلس المنافسة». وعلى سبيل المثال، يقابل هذه المادة نص المادة L.420-4 من التقنين التجاري الفرنسي⁽⁵³⁾.

سنتطرق من خلال هذا المطلب إلى الاستثناءات التي تتقرر بموجب نص تشريعي أو تنظيمي، التي أدخلها المشرع الجزائري في قانون المنافسة لسنة 2003 في صلبه، بعدها إلى الاستثناءات التي تتم على أساس مساهمة التعسف في وضعية الاحتكار في التقدم الاقتصادي أو التقني (الفرع الثاني).

الفرع الأول: الاستثناء الناتج عن نص قانوني (تشريعي أو تنظيمي)

لا يمكن إدانة تعسف في وضعية الاحتكار إذا كان ناتجا عن نص تشريعي أو تنظيمي اتخذ تطبيقا له، وبناء عليه يمكن لمرتكي التعسف في وضعية الاحتكار تبرير مخالفته على أساس وجود نص تشريعي أو مرسوم أو قرار، مما يعفيهم من المتابعة، بشرط أن تتخذ هذه النصوص تطبيقا لنص تشريعي.

ولتطبيق هذا الترخيص، وضع القضاء الفرنسي قاعدتين أساسيتين وهما: أن تتوقّر بعض الشروط في النص المقرر للاستثناء من الحظر، أن تكون الممارسات المحظورة نتيجة مباشرة وضرورية (حتمية) للنصوص المتمسك بها للتبرير⁽⁵⁴⁾.

أولاً: الشروط المتعلقة بالنص المحتمل إثارته

نتطرق أولاً، في هذا الصدد، إلى طبيعة النص الذي يحتمل إثارته من أجل تبرير ممارسة التعسف في وضعية الاحتكار، وذلك من قبل المؤسسة المحتكرة، ثم نتناول مسألة حداثة هذا النص.

1 - طبيعة النص

يُخوّل المشرع الجزائري، وبموجب نص المادة 1/09 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، المذكورة آنفاً، لمرتكي التعسف في وضعية الاحتكار تبرير سلوكهم المحظور، وبالتالي إعفاءهم من المتابعات الإدارية والقضائية، على أساس وجود نص قانوني يتمثل في نص تشريعي أو نص تنظيمي (مرسوم أو قرار) يسمح بذلك، لكن مع ضرورة أن يكون هذا النص التنظيمي قد اتخذ تطبيقاً لنص تشريعي، نتيجة لكل ما سبق ذكره، لا يمكن أن تكون التصرفات التي لا تتمتع

⁵³ - L'article L.420-4 du code de commerce français, (www.legifrance.fr/), dispose :

« I – Ne sont pas soumises aux dispositions des articles L.420-1 et L.420-2 les pratiques :

1° - Qui résultent de l'application d'un texte législatif ou d'un texte réglementaire pris pour son application ;

2° - Dont les auteurs peuvent justifier qu'elles ont pour effet d'assurer un progrès économique, y compris par la création ou le maintien d'emplois, et qu'elles réservent aux utilisateurs une partie équitable du profit qui en résulte, sans donner aux entreprises intéressées la possibilité d'éliminer la concurrence pour une partie substantielle des produits en cause. Ces pratiques qui peuvent consister à organiser, pour les produits agricoles ou d'origine agricole, sous une même marque ou enseigne, les volumes et la qualité de production ainsi que la politique commerciale, y compris en convenant d'un prix de cession commun ne doivent imposer des restrictions à la concurrence, que dans la mesure où elles sont indispensables pour atteindre cet objectif de progrès.

II – Certaines catégories d'accords ou certains accords, notamment lorsqu'ils ont pour objet d'améliorer la gestion des entreprises moyennes ou petites, peuvent être reconnus comme satisfaisants à ces conditions par décret pris après avis conforme de l'Autorité de la concurrence.

III – Ne sont pas soumis aux dispositions de l'article L.420-2-1 les accords ou pratiques concertées dont les auteurs peuvent justifier qu'ils sont fondés sur des motifs objectifs tirés de l'efficacité économique et qui réservent aux consommateurs une partie équitable du profit qui en résulte ».

⁵⁴ - محمد الشريف كتو، الممارسات المنافية للمنافسة في القانون الجزائري (دراسة مقارنة بالقانون الفرنسي)، المرجع السابق، ص 142.

بطابع تشريعي أو تنظيمي من جهة، والنصوص التنظيمية التي لا تطبق مباشرة نصًا تشريعيًا من جهة أخرى، صالحة لإثارتها.

ويلاحظ هنا، أنه إذا كان لا يجوز معاقبة المؤسسة المحتركة عندما ترتكب تصرفًا يجسد تعسفًا في وضعية احتكار، إذا كان هذا التصرف تم تطبيقًا لنص تشريعي أو تنظيمي اتخذ تطبيقًا له، فإنه يمكن ملاحقة الدولة على أساس نظرية التعسف الآلي أو التلقائي، وعلى ذلك يقال أن التصرف الذي تقوم به المؤسسة المحتركة ويكون مفروضًا عليها قانونًا يُعفيها من العقاب ولكن لا يعفي الدولة، وإنما يمكن ملاحقتها على أساس النظرية السابقة الإشارة إليها⁽⁵⁵⁾.

2 - حداثة النص

ليس بإمكان مرتكبي التعسف في وضعية الاحتكار إثارة نص بصفة مجدية إلا إذا كان هذا الأخير ساري المفعول في الوقت الذي تبنيوا فيه تصرفهم المقيد للمنافسة، وبالتالي، لا يتم استبعاد التعسف في وضعية الاحتكار من مبدأ الحظر على أساس نص تم صدوره بعد وقوعه، في حين أنه يمكن أن يشكل ظرفًا مخففًا مُهماً لتحديد مبلغ العقوبة المالية بمجرد دخول هذا النص حيز التنفيذ بسرعة بعد وقوع التصرف المعاقب عليه. وتعبير آخر، إن النص اللاحق ليس فعالًا مبرر ولكن يستطيع أن يشكل عنصرًا (ظرفًا) لتخفيض مبلغ العقوبة المالية.

عدم إمكانية إثارة نص لاحق للوقائع المعاقب عليها، من أجل تبريرها، ليس بأمر غريب اتجاه مبدأ عدم رجعية القوانين الجديدة "non-rétroactivité des lois nouvelles"، وبذلك، يجب الإشارة إلى أن الرجوع لنص لاحق للوقائع المتنازع فيها يسمح بفقدان، وذلك بأثر رجعي، الطابع غير المشروع للتصرفات التي تمت معاينتها. وبالنتيجة، عدم تطبيق مبدأ الحظر⁽⁵⁶⁾.

ثانيًا: الشروط المتعلقة بالعلاقة بين التعسف في وضعية الاحتكار المقيد للمنافسة والنص المثار

عند قراءة نص المادة 1/09 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، تستبعد فقط الممارسات التعسفية في وضعية الاحتكار "الناجمة عن تطبيق" نص تشريعي أو تنظيمي اتخذ تطبيقًا له من مبدأ الحظر. يفترض تبرير المساس بالمنافسة بأمر من القانون معاينة العلاقة السببية بين الممارسة المقيدة للمنافسة والنص المثار. وبذلك، لا يكفي ادعاء مرتكبي التعسف في وضعية الاحتكار، بصفة غير ملموسة، تطبيق نص، بل يقع عليهم عبء إثبات بوضوح كيف تفرض متطلبات هذا النص عليهم تبني تصرفهم المحظور⁽⁵⁷⁾. وفي غياب ذلك، فإنه لا تطبق المادة 1/09 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة.

الفرع الثاني: الاستثناء الناتج عن مساهمة التعسف في وضعية الاحتكار في التقدم الاقتصادي والتقني

ترخص المادة 2/09 من قانون المنافسة الجزائري لسنة 2003 التعسف في وضعية الاحتكار لكن بشرط أن يساهم في التطور الاقتصادي والتقني، وهي تقابل المادة 4^{1,2}-L.420 من التقنين التجاري الفرنسي. يهدف المشرع من وراء قواعد المنافسة إلى ضمان تحقيق أمرين أساسيين في الوقت نفسه: إيجاد تلاؤم أفضل للإنتاج مع الاحتياجات، واستخدام أحسن للموارد من أجل إشباع حاجيات المستهلكين. ويمكن، في بعض الظروف،

⁵⁵ - سامي عبد الباقي أبو صالح، إساءة استغلال المركز المسيطر في العلاقات التجارية (القانون رقم 03 لسنة 2005 الخاص بحماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية "دراسة تحليلية مقارنة")، المرجع السابق، ص 199.

⁵⁶ - BARTHE Denis, «Faits justificatifs des pratiques anticoncurrentielles (C. com., art. L.420-4)», Juris-Classeur commercial, concurrence – consommation, Fasc. 320, 05/2009, (pp. 01 – 20), p. 05.

⁵⁷ - Cons. conc., décision n° 01-D-07 du 11 avril 2001, relative à des pratiques mises en œuvre sur le marché de la répartition pharmaceutique ; www.autoritedelaconcurrence.fr/

تحقيق الأهداف السابقة بواسطة الممارسات المقيدة للمنافسة بما فيها التعسّف في وضعية الاحتكار موضوع الدراسة، ولهذا ومن أجل أن يأخذ المشرّع بعين الاعتبار الجوانب الإيجابية لتلك الممارسات، يصحح تلك الممارسات لكونها تتفق مع المصلحة العامة وذلك لفترة معينة.

يصبح التعسّف في وضعية الاحتكار مبررا بواسطة القانون لأنّه يساهم في التقدم الاقتصادي ويمحو عنه الطابع المناهض

للمنافسة، ويعني هذا أن سبب الاستثناء أو الإعفاء أصبح هنا يلعب دورا أساسيا باعتباره أداة من أدوات السياسة الاقتصادية⁽⁵⁸⁾.

ومن أجل تقدير التقدم الاقتصادي، يتم إجراء حصيلة اقتصادية (un bilan économique) للتعسّف في وضعية الاحتكار وذلك عن طريق القيام بمقارنة بين إيجابياته وسلبياته.

يفهم من نصّ المادة 2/09 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة بأنّه يرخّص مجلس المنافسة التعسّف في وضعية الاحتكار الذي يمكن أن يثبت أصحابه أنّه يؤدي إلى تطور اقتصادي أو تقني أو يساهم في تحسين التشغيل، أو من شأنه السماح للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بتعزيز وضعيتها التنافسية في السوق.

فكما نلاحظ أنّ المادة 2/09 المذكور أعلاه حدّدت الآثار الإيجابية للتعسّف المعني دون أن تفصل في شروط تبرير هذه الممارسات، وهذا عكس ما فعل المشرّع الفرنسي من خلال نصّ المادة 4.420-4.120 من التقنين التجاري والذي يفهم منه بأنّه يتمّ السماح بالتعسّف في وضعية الهيمنة (الاحتكار أقصى درجات الهيمنة) ويصبح غير معاقب عليه، إذا كان من شأنه تحقيق التقدم الاقتصادي ويضمن للمستهلكين أو المستخدمين جزءا عادلا من المنفعة التي تتولد عنه، ولكن بشرط ألا يكون في مقدور المؤسسة المرتكبة للتعسّف المعني استبعاد المنافسة في جزء هام من سوق المنتجات محل الهيمنة. وقد أردفت المادة أنّه لا يجوز أن تقيّد هذه الممارسات المنافسة إلّا بالقدر اللازم لتحقيق هدف التقدم الاقتصادي⁽⁵⁹⁾.

لم يتحدّد مضمون فكرة التقدم أو التطوّر الاقتصادي إلّا بالتدرّج بفضل الاجتهاد القضائي وعمل مجلس المنافسة الفرنسيين. وقد اعتُمدت مجموعة من العناصر والعوامل لإبراز مغزى هذه الفكرة، كإحداث التعسّف في وضعية الاحتكار أثر يتمثل في تحسين الإنتاجية، التقدم التقني والابتكار أو تحسين ظروف السوق المرجعية أو خلق مناصب عمل جديدة.

المطلب الثاني: التصريح بعدم التدخل

يقع على كلّ مؤسسة تمارس نشاطات الإنتاج والتوزيع والخدمات بما فيها الاستيراد، التزام بعدم ارتكاب التعسّف في وضعية الاحتكار، وإلّا فإنّها تتعرض للعقوبات المقدرة في قانون المنافسة⁽⁶⁰⁾.

نظرا لخطورة تلك العقوبات على السمعة التجارية للمؤسسة، وتأثيرها السلبي على ذمتها المالية، أتى الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة بإجراء وقائي متمثل في التصريح بعدم التدخل، والذي من خلاله تستطيع المؤسسات التي يحتمل أن تكون تصرفاتها غير مطابقة لقواعد المنافسة، أن تطلب من مجلس المنافسة باعتباره سلطة ضبط، التحقق من أن الممارسة التي ترغب وضعها حيز التنفيذ مطابقة للقانون وتستفيد بذلك من التصريح بعدم التدخل.

⁵⁸ - محمد الشريف كتو، الممارسات المنافسة للمنافسة في القانون الجزائري (دراسة مقارنة بالقانون الفرنسي)، المرجع السابق، ص 145.

⁵⁹ - سامي عبد الباقي أبو صالح، إساءة استغلال المركز المسيطر في العلاقات التجارية (القانون رقم 03 لسنة 2005 الخاص بحماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية "دراسة تحليلية مقارنة")، المرجع السابق، ص 201.

⁶⁰ - راجع المواد (56 و 57 و 58 و 59 و 60) من الفصل الرابع (الخاص بالعقوبات المطبقة على الممارسات المقيدة للمنافسة والتجميعات الاقتصادية) من الباب الثالث من الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 والمتعلق بالمنافسة، المعدّل والمتّمم بموجب القانون رقم 12-08 المؤرخ في 25 جوان 2008، المرجع السابق ذكره.

حيث نصّت المادة 08 من الأمر المذكور أعلاه على ما يلي:

« يمكن أن يلاحظ مجلس المنافسة، بناءً على طلب المؤسسات المعنية واستنادًا إلى المعلومات المقدّمة له، أن اتفاقًا أو عملاً مدبراً أو اتفاقية أو ممارسة كما هي محدّدة في المادتين 6 و7 أعلاه، لا تستدعي تدخله.

تحدّد كميّات تقديم طلب الاستفادة من أحكام الفقرة السابقة بموجب مرسوم»⁽⁶¹⁾.

وبناءً على ذلك، صدر المرسوم التنفيذي رقم 05-175 المحدّد لكيفيات الحصول على التّصريح بعدم التّدخل بخصوص الاتّفاقات ووضعية الهيمنة على السّوق.

هذا وسنقوم بدراسة موقف قانون المنافسة الجزائري من موضوع التّصريح بعدم التّدخل باعتباره آلية لضبط السّوق، وذلك بالرجوع في بعض النقاط إلى المثال الذي اخترناه ألا وهو قانون الاتحاد الأوروبي للمنافسة من أجل الفهم الأوسع لفكرة التّصريح بعدم التّدخل، وهذا من خلال دراسة مفهومه (الفرع الأوّل) والآثار المترتبة عن قرار هذا التّصريح (الفرع الثّاني).

الفرع الأوّل: مفهوم التّصريح بعدم التّدخل

يعتبر نصّ المادة 08 من الأمر رقم 03-03 المتعلّق بالمنافسة والمذكور أنفا الأساس القانوني للتّصريح بعدم التّدخل في القانون الجزائري.

يُفهم من نصّ المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 05-175، السالف الذكر⁽⁶²⁾، أنّ التّصريح بعدم التّدخل هو تصريح يسلمه مجلس المنافسة (الجزائري) بناءً على طلب المؤسسات المعنية، يُلاحظ المجلس بموجبه عدم وجود داعٍ لتدخله بخصوص الممارسات المنصوص عليها في المادة 07 من الأمر رقم 03-03.

عرف قانون الاتحاد الأوروبي للمنافسة اتجاه مسألة التّصريح مرحلتين متميزتين بموقفين مختلفين هما:
المرحلة الأولى: ابتداءً من 13 مارس 1962 إلى غاية 01 ماي 2004: أصدر مجلس الوزراء للاتحاد الأوروبي النّظام رقم 62-17 المؤرخ في 06 فيفري 1962، الذي دخل حيز التنفيذ في 13 مارس 1962⁽⁶³⁾، وهذا الأخير نصّ في المادة 02 منه على طلبات التّصريح بعدم التّدخل (Les demandes d'attestation négative).

المرحلة الثّانية: ابتداءً من 01 ماي 2004: كان النّظام رقم 62-17 هو المطبق إلى غاية 01 ماي 2004، وهو تاريخ دخول النّظام رقم 2003/01 للمجلس الأوروبي المؤرخ في 16 ديسمبر 2002 المتعلّق بتنفيذ قواعد المنافسة المنصوص عليها في المواد 81 و82 من اتفاقية المجلس الأوروبي (المتعلّقتان على الترتيب بالاتّفاقات المحظورة والتعسّف في وضعية الهيمنة) حيز التنفيذ⁽⁶⁴⁾. لا ينصّ النّظام رقم 2003/01 بتاتا على طلبات التّصريح بعدم التّدخل.

ومع ذلك، لا بأس أن نرجع في بعض النقاط إلى الأحكام الخاصة بطلبات التّصريح بعدم التّدخل في ظل النّظام رقم 62-17 حتّى نتوصل إلى حصر وفهم التّصريح بعدم التّدخل. وهذا الأخير نصّ في المادة 02 منه على إمكانية تقديم طلب الحصول على التّصريح بعدم التّدخل⁽⁶⁵⁾. حيث تلاحظ اللّجنة الأوروبية، وذلك بناءً على طلب مؤسسات أو

⁶¹ - أمر رقم 03-03 مؤرّخ في 19 جويلية 2003، يتعلّق بالمنافسة، المرجع السابق ذكره.

⁶² - مرسوم تنفيذي رقم 05-175 مؤرّخ في 12 مارس 2005، يحدّد كميّات الحصول على التّصريح بعدم التّدخل بخصوص الاتّفاقات ووضعية الهيمنة على السّوق، ج.ر.ج. عدد 135، الصادر في 18 ماي 2005.

⁶³ - Règlement (C.E.E) n° 17-62 du conseil : premier règlement d'application des articles 85 et 86 du traité (actuellement articles 101 et 102 du TFUE), JOCE n° 13 du 21/02/1962 ; <http://eur-lex.europa.eu/>

⁶⁴ - Règlement (CE) n° 01/2003 du conseil, du 16 décembre 2002, relatif à la mise en œuvre des règles de concurrence prévues aux articles 81 et 82 du traité, JOCE n° L001 du 04/01/2003 ; Disponible sur www.europa.eu/

⁶⁵ - L'article 02 du règlement (C.E.E) n° 17-62 dispose :

« Attestation négative

مجموعة من المؤسسات المعنية، أنه لا داعٍ لتدخلها، من خلال العناصر التي تكون على علم بها، اتجاه ممارسة بموجب المادة 86 من اتفاقية روما لعام 1957 المتعلقة بالتعسف في وضعية الهيمنة⁽⁶⁶⁾. يقابل هذه المادة نص المادة 08 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة السالفة الذكر، في الجزائر.

يؤدي بنا التفسير الحرفي لنص المادة 08 إلى القول، بأن التصريح بعدم التدخل هو تصريح يلاحظ من خلاله مجلس المنافسة ودائما بناءً على طلب المؤسسات المعنية، واستنادا إلى المعلومات المقدمة له، أن اتفاقا أو عملا مديراً أو اتفاقية أو ممارسة كما هي محددة في المادتين 6 و 7 من الأمر نفسه والمتعلقين على الترتيب بالاتفاق المحظور والتعسف في وضعية الهيمنة أو الاحتكار، لا تستدعي تدخله؟! وهذا غير منطقي، لأنه بالعكس، فإن كل من الاتفاق المحظور والتعسف محل الدراسة يستدعيان بقوة تدخل مجلس المنافسة لقمعهما، وهذا باستثناء الإعفاء من الحظر بموجب نص قانوني أو تنظيمي اتخذ تطبيقاً له أو الترخيص من مجلس المنافسة، وذلك عندما يحقق الاتفاق أو التعسف في وضعية الهيمنة المحاسن المنصوص عليها في المادة 09/2 من الأمر نفسه⁽⁶⁷⁾.

لذا نجد صياغة نص المادة 02 من النظام رقم 17-62 المطبق لأحكام المادتين 85 و 86 من اتفاقية روما لعام 1957، السالف الذكر، أكثر دقة وصواب.

إن السلطة التنفيذية عند عنونها للمرسوم التنفيذي المذكور أعلاه كالآتي: « المرسوم المحدد لكيفيات الحصول على التصريح بعدم التدخل بخصوص الاتفاقات ووضعية الهيمنة على السوق »⁽⁶⁸⁾، لم توفق في استخدامها عبارة "الاتفاقات ووضعية الهيمنة على السوق"، إذ أنه ليس كل الاتفاقات محظورة، بل تلك التي لها أثر أو هدف المساس بالمنافسة، كما أن وضعية الهيمنة أو الاحتكار بحد ذاتها لا تعتبر وضعية محظورة، بل إنها مشروعة وهي الغاية التي يسعى المتعاملون الاقتصاديون الوصول إليها. فلا تستدعي وضعية الهيمنة أو الاحتكار، والاتفاقات غير المحظورة أصلاً تدخل مجلس المنافسة، فلماذا وما الغاية من لجوء المؤسسة إلى طلب التصريح بعدم التدخل في هذه الحالة؟ فمثلاً يسعى المتعامل الاقتصادي من وراء طلب التصريح بعدم التدخل أمام مجلس المنافسة، إلى التأكيد بأن الممارسة أو الممارسات التي يرغب في القيام بها وهو في وضعية احتكار، وإن كان تؤثر على المنافسة فإن ذلك ليس بدرجة يستدعي تدخل هذا الأخير، لذلك تم اعتبار التصريح بعدم التدخل كإجراء وقائي وبيداغوجي⁽⁶⁹⁾. حيث يؤثر مجلس المنافسة بإصدار التصريح أو رفض إصداره على سلوك المؤسسات. ففي حالة الرفض، فإنه يوجه سلوك المؤسسات نحو السياسة التي ترغب في وضعها موضع التنفيذ، وذلك في إطار الأحكام المنصوص عليها في القانون⁽⁷⁰⁾.

La commission peut constater, sur demande des entreprises ou association d'entreprises intéressées, qu'il n'y a pas lieu pour elle, en fonction des éléments dont elle a connaissance, d'intervenir à l'égard d'un accord, d'une décision ou d'une pratique en vertu des dispositions de l'article 85, paragraphe 1, ou de l'article 86 du traité ».

⁶⁶ - Voir l'article 02 du règlement (C.E.E) n° 17-62 précité.

⁶⁷ - يستحسن إعادة صياغة نص المادة 08 من الأمر رقم 03-03 كما يلي :

« يمكن أن يلاحظ مجلس المنافسة، بناءً على طلب من المؤسسات المعنية واستناداً إلى المعلومات المقدمة له، أنه لا داعٍ له أن يتدخل اتجاه اتفاق ما أو عملاً مديراً أو اتفاقية أو ممارسة بمقتضى أحكام المادتين 6 و 7 أعلاه ».

⁶⁸ - مرسوم تنفيذي رقم 05-175 مؤرخ في 12 ماي 2005 يحدد كيفيات الحصول على التصريح بعدم التدخل بخصوص الاتفاقات ووضعية الهيمنة على السوق، المرجع السابق ذكره.

⁶⁹ - « Relations entre les autorités de concurrence et les instances de réglementation sectorielles en particulier en ce qui concerne l'abus de position dominante, Communication de l'Algérie soumise à la Septième Session du Groupe Intergouvernemental d'Expert du Droit et de la Politique Session du Groupe CNUCED, Genève, 30 octobre 2006 » ; Sur la question , voir, Rachid ZOUAÏMIA, Le droit de la concurrence, op. cit., pp. 63 – 64.

⁷⁰ - جلال مسعد /محتوت، مدى تأثير المنافسة والممارسات الحرة بالممارسات التجارية، المرجع السابق، ص 246.

لذا يعتبر التصريح بعدم التدخل وسيلة قانونية يضبط بها مجلس المنافسة سلوك المتعاملين الاقتصاديين مع منحهم أمن قانوني بتقرير سلامة ممارساتهم وعدم تدخله اتجاه الممارسات محل التصريح، ففي حالة قبول الطلب، يقوم المجلس بإصدار قرار التصريح بعدم التدخل. أمّا في حالة رفض الطلب، فإن هذا الأخير يوجه سلوك المؤسسات نحو معنى اجتهاداته والنتيجة عن تفسير القانون المفروض على المتعاملين الاقتصاديين⁽⁷¹⁾. وإمّا أن تطلب المؤسسة أن تستفيد من أحكام المادة 09/2 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، وذلك إذا كان تصرفها يُجسد فعلاً تعسفاً في وضعية الاحتكار المنصوص عليه في المادة 07 من الأمر ذاته، إلّا أنه يجب أن تثبت المؤسسة المعنية أن لتصرفها هذا آثار إيجابية تغطي الأثر المقيد للتصرف ذاته⁽⁷²⁾.

الفرع الثاني: الآثار المترتبة عن قرار التصريح بعدم التدخل

نصّت المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 05-175 المحدّد لكيفيات الحصول على التصريح بعدم التدخل، بخصوص الاتفاقات ووضعية الهيمنة على السوق على ما يلي:

« التصريح بعدم التدخل المذكور في المادة الأولى أعلاه، تصريح يسلمه مجلس المنافسة بناءً على طلب المؤسسات المعنية، يلاحظ المجلس بموجبه عدم وجود داعٍ لتدخله بخصوص الممارسات المنصوص عليها في المادتين 6 و7 من الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق لـ 19 يوليو 2003 والمذكور أعلاه »⁽⁷³⁾.

يبدو من النصّ المذكور أعلاه أنّ للتصريح بعدم التدخل طابع نهائي، في حين أنّ الحقيقة غير ذلك، إذ أنّ للتصريح طابع ابتدائي غير نهائي، والدليل على ما قلناه، نصّ المادة 08/1 من الأمر رقم 03-03 الذي جاء فيه ما يلي:

« يمكن أن يلاحظ مجلس المنافسة، بناءً على طلب المؤسسات المعنية واستناداً إلى المعلومات المقدمة له أن اتفاقاً ما أو عملاً مديراً أو اتفاقية أو ممارسة كما هي محدّدة في المادتين 6 و7 أعلاه لا تستدعي تدخله »⁽⁷⁴⁾.

وبالتالي، سهت السلطة التنفيذية أن تدرج في نصّ المادة 02 المذكور أعلاه عبارة "واستناداً إلى المعلومات المقدمة له".

يتمثل غرض طلب التصريح في عدم التدخل صراحة في ملاحظة مجلس المنافسة أن ممارسة معينة لا تخالف من حيث غرضها أو أثارها المادة 07 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة. وبالتالي وضع المؤسسات المعنية في مأمن من التدخل من قبل مجلس المنافسة، وهذا إذا اتضح فعلاً أنّه لا يوجد أية ممارسة مقيدة للمنافسة.

انطلاقاً ممّا سبق ذكره، يمكن استخلاص آثار متعددة للتصريح بعدم التدخل وهي:

- للتصريح بعدم التدخل طابع ابتدائي غير نهائي، كما أنه لا يستطيع أن يعطي أي ضمان أو أمن نهائي للمؤسسات التي تستفيد منه. وبالتالي، فإن مجلس المنافسة لا يكون أو لم يعد مرتبط بقراره في حالة تقديم معلومات غير دقيقة أو مضللة حول المحتوى القانوني والاقتصادي للممارسة.

لهذا، يصحّ الملحق الأول للمرسوم التنفيذي رقم 05-175 المحدّد لكيفيات الحصول على التصريح بعدم التدخل على أهمية نوعية المعلومات، حيث أحال إلى المادة 59 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدّلة بموجب أحكام المادة 28 من القانون رقم 08-12، والتي يفهم منها أنه يمكن لمجلس المنافسة وبناءً على تقرير المقرر، إقرار غرامة لا تتجاوز مبلغ 800.000 دج ضد المؤسسات التي تتعمد تقديم معلومات خاطئة أو غير كاملة بالنسبة للمعلومات المطلوبة

⁷¹ - Rachid ZOUAIMIA, Le droit de la concurrence, op. cit., p. 64.

⁷² - راجع المادة 09/2 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، المرجع السابق ذكره.

⁷³ - مرسوم تنفيذي رقم 05-175 مؤرخ في 12 ماي 2005، المرجع السابق ذكره.

⁷⁴ - أمر رقم 03-03 مؤرخ في 19 جويلية 2003، يتعلق بالمنافسة، المرجع السابق ذكره.

أو تتهاون في تقديمها، طبقا لأحكام المادة 51 من هذا الأمر⁽⁷⁵⁾، أو التي لا تقدم المعلومات المطلوبة في الآجال المحددة من قبل المقرر.

ويمكن للمجلس أن يحكم كذلك بغرامة تهديدية لا تقل عن مائة ألف دينار (100.000 دج) عن كل يوم تأخير.

- لا يمنع التصريح بعدم التدخل من إجراء دراسة أو معاينة جديدة للحالة، إذا كانت هناك معلومات جديد في الواقع أو ببساطة ظهرت معلومات كانت مجهولة في الوقت الذي تم فيه إصدار التصريح بعدم التدخل، والتي يصبح مجلس المنافسة على علم بها بعد ذلك.

تؤكد المادة 3/04 من النظام الأوروبي رقم 94/3385 أيضا على أهمية نوعية المعلومات بفرضها التزاما على المؤسسات الطالبة للتصريح أن تقدم بكيفية عفوية للجنة كل تعديل أساسي للعناصر المدرجة في طلب التصريح بعدم التدخل⁽⁷⁶⁾. إن العقوبة المقررة لمثل هذا الإغفال محددة من طرف اللجنة ويتعلق بإبطال القرار المتحصل عليه على أساس الطلب الأصلي غير الكامل⁽⁷⁷⁾.

وما نلاحظه في هذا الصدد، أن المشرع الجزائري لم يرد التزام المؤسسات الطالبة للتصريح بتقديم بكيفية عفوية لمجلس المنافسة الجزائري كل تعديل أساسي للعناصر المدرجة في طلب التصريح بعدم التدخل والعقوبة المقررة للإخلال بهذا الالتزام رغم أهميته. حيث وإن أقر نص المادة 59 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة في الجزائر والمعدل بموجب أحكام المادة 28 من القانون رقم 12-08 عقوبات مالية إلا أنها تتعلق بتقديم معلومات خاطئة أو غير كاملة للمعلومات المطلوبة أو تتهاون في تقديمها (المعلومات المطلوبة) أو عدم تقديم المعلومات المطلوبة في الآجال المحددة من قبل المقرر، ولا تتعلق بالالتزام بتقديم بكيفية عفوية لمجلس المنافسة كل تعديل أساسي للعناصر المدرجة في طلب التصريح بعدم التدخل.

خاتمة

كرّس المشرع الجزائري مبدأ حظر التعسف في وضعية الاحتكار حماية للمنافسة الحرة ومنع تقييدها، وهذا من أجل تحقيق الفعالية الاقتصادية وتحسين مستوى معيشة المستهلكين إلا أنه ليس بحظر مفتوح أو مطلق، بل يرد عليه

⁷⁵ - نصت المادة 51 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة على ما يلي:

« يمكن المقرر القيام بفحص كل وثيقة ضرورية للتحقيق في القضية المكلف بها دون أن يمنع من ذلك بحجة السر المهني. ويمكنه أن يطالب باستلام أية وثيقة حيثما وجدت ومهما تكن طبيعتها وحجز المستندات التي تساعد على أداء مهامه. وتضاف المستندات المحجوزة إلى التقرير وترجع في نهاية التحقيق.

يمكن أن يطلب المقرر كل المعلومات الضرورية لتحقيقه من أية مؤسسة أو أي شخص آخر. ويحدد الآجال التي يجب أن تسلم فيها هذه المعلومات ».

⁷⁶ - L'article 04/3 du règlement (CE) n° 3385/94 de la Commission du 21 décembre 1994, concernant la forme, la teneur et les autres modalités des demandes et notifications présentées en application du règlement n° 17 du conseil, (JOCE n° L377 du 31/12/1994, pp. 28 – 58. eur-lex.europa.eu/) ; dispose :

« Des modifications essentielles des éléments indiqués dans la demande ou notification, dont le demandeur ou notifiant a connaissance ou devrait avoir connaissance, doivent être communiquées à la commission spontanément et sans délai ».

⁷⁷ - La Commission indique dans la note complémentaire au formulaire A/B (point E, dernier paragraphe), que :

« Il est important que les entreprises communiquent à la commission aussi les modifications essentielles des faits, y compris celles dont elles ont eu connaissance après le dépôt de la demande ou d'une notification (voir article 04 paragraphe 3 du règlement). Le fait de ne pas en informer la commission peut entraîner entre autres l'invalidité d'une décision d'attestation négative ou le retrait d'une décision d'exemption adoptée par la commission sur la base de la notification » ; Sur ce point, voir le formulaire A/B, JOCE n° L377 du 31/12/1994, pp. 31 – 51 ; <http://eur-lex.europa.eu/>

استثناءات عديدة أوردها المشرع، مراعاة منه لاعتبارات معينة، حيث أنه يمكن إعفاء أو ترخيص بعض الممارسات التعسفية إذا توفرت فيها الشروط التي يتطلبها القانون.

يعتبر التصريح بعدم التدخل والترخيص وسيلتين قانونيتين، يضبط بهما مجلس المنافسة السوق، حيث تُركت لمجلس المنافسة سلطة تقديرية واسعة تجعل منه سلطة ضبط، وهو ما يستدعي منه خرق السوق من خلال البت في طلبات الإعفاء وتحديد معايير قبولها، والتدقيق في محتوى مفهوم التقدم الاقتصادي والتقني، وبالتالي تحديد الثوابت المرتبطة بتحسين التشغيل والتأثير بشكل قطعي في نشاط المؤسسات.

يندرج كل من التصريح بعدم التدخل والترخيص ضمن القرارات الصادرة عن مجلس المنافسة عند غياب المخالفة " Décisions prononcées en l'absence d'infraction "، إذ يقصد من منح الترخيص أنّ الممارسة المعلن عنها لمجلس المنافسة تستجيب لكل الشروط اللازمة لتحقيق التعسف في وضعية الاحتكار المحظور، والمنصوص عليه في المادة 07 من قانون المنافسة الجزائري لسنة 2003، لكن ينتج عنها المحاسن المذكورة في المادة 09/2 من القانون ذاته والتي تسمح صفة الحظر عن تلك الممارسة وتجعلها قانونية، حيث يُرخص المجلس تلك الممارسة رغم حظرها في الأصل، ويتمثل جوهر فكرة هذا النوع من القرارات في عدم الإخلال بالممارسات المفيدة للاقتصاد في حين يصدر مجلس المنافسة القرار المتضمن التصريح بعدم التدخل، عندما يلاحظ عدم توفّر على الأقل إحدى الشروط اللازمة لتطبيق الحظر الوارد في المادة 07 المذكورة أعلاه، هذا يعني أنّ المؤسسة لم ترتكب تعسفاً في وضعية الاحتكار، مما يجعلها في مأمن قانوني طيلة صلاحية التصريح.

انطلاقاً من الدراسة، يمكن أن نقترح أهم التوصيات التي تعزز من فعالية وفعالية النصوص القانونية الخاصة بحظر الاستغلال التعسفي لوضعية الاحتكار والقيود الواردة عليه وهي:

- وضع معجم مصطلحات خاصة بالمنافسة، من بينها مصطلح "الاحتكار"، من قبل سلطة المنافسة أي مجلس المنافسة الجزائري، باعتباره سلطة ضبط السوق والمؤهل لذلك.
- تعديل نص المادة 7 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، المعدل والمتمم، وذلك بالنص على حظر التعسف في وضعية الهيمنة أو الاحتكار الذي يهدف أو له أثر تقييد المنافسة في السوق.
- تفصيل المشرع الجزائري في شروط تبرير التعسف في وضعية الاحتكار وحصول مرتكبه على الترخيص من قبل مجلس المنافسة، مما يعفيه من المتابعة وتوقيع العقاب عليه، لأن هذا التبرير يمثل استثناء وليس الأصل، إذ أصل التعسف في وضعية الاحتكار عدم مشروعيته لأنه يقيد المنافسة الحرة في السوق.
- اقتراح تغيير عنوان المرسوم التنفيذي رقم 05-175 المحدد لكيفيات الحصول على التصريح بعدم التدخل بخصوص الاتفاقات ووضعية الهيمنة على السوق، المذكور أعلاه، كما يلي: « المحدد لكيفيات الحصول على الشهادة السلبية بشأن الاتفاقات المحظورة والتعسف في وضعية الهيمنة أو الاحتكار ».

قائمة المراجع والمصادر:

أولاً: باللغة لعربية

1_ الكتب

- _ خليل فيكتور تادرس، المركز المسيطر للمشروع في السوق المعنية على ضوء أحكام قوانين حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية (دراسة مقارنة)، دار النهضة العربية، القاهرة، 2007.
- _ سامي عبد الباقي أبو صالح، إساءة استغلال المركز المسيطر في العلاقات التجارية (القانون رقم 03 لسنة 2005 الخاص بحماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية "دراسة تحليلية مقارنة")، دار النهضة العربية، القاهرة، 2005.
- _ عبد الحكيم جمعة، الاحتكار وتأثيره على بعض قطاعات الاقتصاد المصري، دار النهضة العربية، القاهرة، 2012.

_ كتو محمد الشريف، قانون المنافسة والممارسات التجارية (وفقا للأمر رقم 03-03 والقانون 02-04)، منشورات بغداد، الجزائر، 2010.

_ مغاوري شلي علي، حماية المنافسة ومنع الاحتكار بين النظرية والتطبيق (تحليل لأهم التجارب الدولية والعربية)، دار النهضة العربية، القاهرة، 2004 – 2005.

2_ الرسائل والمذكرات الجامعية:

أ_ الرسائل الجامعية

_ أمل محمد شلي، الحد من آليات الاحتكار من الوجهة القانونية، رسالة للحصول على درجة الدكتوراه في الحقوق، كلية الحقوق، جامعة الاسكندرية، 2005.

_ جلال مسعد/محتوت، مدى تأثير المنافسة الحرة بالممارسات التجارية، رسالة لنيل درجة الدكتوراه في القانون، فرع "قانون الأعمال"، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 06 ديسمبر 2012.

_ كتو محمد الشريف، الممارسات المنافية للمنافسة في القانون الجزائري (دراسة مقارنة بالقانون الفرنسي)، أطروحة لنيل درجة دكتوراه دولة في القانون، فرع القانون العام، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 5 ديسمبر 2004.

ب_ المذكرات الجامعية

_ توات نورالدين، الجمعيات وقانون المنافسة في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في قانون الأعمال، كلية العلوم القانونية والإدارية، جامعة الجزائر، 2002.

_ شيراز شقاهم، دراسة السوق في قانون المنافسة، مذكرة تربص، شهادة الدراسات العليا المتخصصة (نزاعات المؤسسة)، كلية الحقوق والعلوم السياسية، تونس، 1999.

3_ المقال

_ زوايميه رشيد، " أزمة سلطات الضبط المستقلة في القانون الجزائري"، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، المجلد 12، العدد 3، 2021، ص ص. 40-13.

4- النصوص القانونية

أ - النصوص التشريعية

_ أمر رقم 95-06 مؤرخ في 25 جانفي 1995، يتعلق بالمنافسة، ج.ر.ج. عدد 09، الصادر في 22 فيفري 1995 (ملغى).
_ قانون رقم 02-01 مؤرخ في 5 فيفري 2002، يتعلق بالكهرباء وتوزيع الغاز بواسطة القنوات، ج.ر.ج. عدد 8، الصادر في 6 فيفري 2002، معدل ومتمم بالقانون رقم 14-10 المؤرخ في 30 ديسمبر 2014، المتضمن قانون المالية لسنة 2015، ج.ر.ج. عدد 78، الصادر في 31 ديسمبر 2014.

_ أمر رقم 03-03 مؤرخ في 19 جويلية 2003، يتعلق بالمنافسة، ج.ر.ج. عدد 43، الصادر في 20 جويلية 2003، معدل ومتمم بموجب القانون رقم 08-12 المؤرخ في 25 جوان 2008، ج.ر.ج. عدد 36، الصادر في 2 جويلية 2008 ثم بالقانون رقم 10-05 المؤرخ في 15 أوت 2010، ج.ر.ج. عدد 46، الصادر في 18 أوت 2010.

ب – النصوص التنفيذية

_ مرسوم تنفيذي رقم 2000-314 مؤرخ في 14 أكتوبر 2000، يحدد المقاييس التي تبين أن العون الاقتصادي في وضعية هيمنة وكذلك مقاييس الأعمال الموصوفة بالتعسف في الهيمنة، ج.ر.ج. عدد 61، الصادر في 18 أكتوبر 2000 (ملغى).

_ مرسوم تنفيذي رقم 175-05 مؤرخ في 12 مارس 2005، يحدّد كفاءات الحصول على التصريح بعدم التدخل بخصوص الاتفاقات ووضعية الهيمنة على السوق، ج.ر.ج. عدد 135، الصادر في 18 ماي 2005 .

5_ رأي الصادر عن مجلس المنافسة الجزائري

_ رأي مجلس المنافسة الجزائري رقم: 02 / 2020، الصادر في 26 فيفري 2020، المتعلق بمدى تمتع الشركة الجزائرية للمياه بوضعية احتكارية في مجال الربط والتزويد بالمياه الصالحة للشرب، النشرة الرسمية للمنافسة، رقم 23، الصادرة عن مجلس المنافسة الجزائري، 11 فيفري 2021، (ص ص. 36-40)، ص. 37، www.conseil-concurrence.dz/.

ثانيا: باللغة الفرنسية

1_ Les ouvrages

_ VOGEL Louis, Code de la concurrence, Lawlex, Paris, 2009.

_ ZOUAIMIA Rachid , Le droit de la concurrence, Éditions Belkeise, Alger, 2012.

2_ Les articles

_ BARTHE Denis, « Faits justificatifs des pratiques anticoncurrentielles (C. com., art. L.420-4) », Juris-Classeur commercial, concurrence- consommation, Fasc. 320, 05/2009, pp. 01 – 20.

_ BENNADJI Chérif, Le droit de la concurrence en Algérie, Revue algérienne des sciences juridiques économiques et politiques, n° 3, 2000, pp. 143-160.

_ POILLOT PERUZZETTO Sylvaine, La politique de la concurrence, R.T.D.com., n° 01, Dalloz, Janvier/ Mars, 2002, p. 385.

_ Véronique SELINSKY, « Concurrence (Les abus de domination) », Juris- classeur commercial, concurrence/ consommation, fascicule 315, (06 / 1988), pp. 1-25.

3- Avis du conseil de la concurrence algérien

_ Conseil de la concurrence algérien ; Avis n° 04/2016 portant sur les principaux amendements proposés aux dispositions de l'ordonnance n° 03-03 du 19 juillet 2003, modifiée et complétée, relative à la concurrence ;

www.conseil-concurrence.dz/ 4- Divers

_ Code de commerce français ; www.legifrance.fr/

_ Règlement (C.E.E) n° 17-62 du conseil : premier règlement d'application des articles 85 et 86 du traité (actuellement articles 101 et 102 du TFUE), JOCE n° 13 du 21/02/1962 ; <http://eur-lex.europa.eu/>

_ Règlement (CE) n° 3385/94 de la Commission du 21 décembre 1994, concernant la forme, la teneur et les autres modalités des demandes et notifications présentées en application du règlement n° 17 du conseil, JOCE n° L377 du 31/12/1994, pp. 28 – 58. eur-lex.europa.eu/

_ Règlement (CE) n° 01/2003 du conseil, du 16 décembre 2002, relatif à la mise en œuvre des règles de concurrence prévues aux articles 81 et 82 du traité, JOCE n° L001 du 04/01/2003 ; Disponible sur www.europa.eu/

_ Cons. conc., décision n° 01-D-07 du 11 avril 2001, relative à des pratiques mises en œuvre sur le marché de la répartition pharmaceutique ; www.autoritedelaconcurrence.fr/

الرقابة القضائية على الممارسات المقيدة للمنافسة

Judicial Control over Restrictive Competition Practices

د/ درويش حفصة، أستاذ مساعد قسم ب، المركز الجامعي إليزي، الجزائر.

hafsa.drouiche@cuillizi.dz

د/ مالح زهرة، أستاذ محاضر قسم أ، جامعة الجزائر 1، الجزائر.

z.maleh@univ-alger.dz

الملخص:

إن حماية المنافسة من الممارسات المقيدة لها، أصبحت ذات بعد دولي، إذ أضحت من الالتزامات الأساسية الملقاة على عاتق الدولة والتي تفرضها عليها بعض المؤسسات والتجمعات الدولية كالاتحاد الأوروبي، حيث يعتبر تزويد الدولة بتشريع الحماية المنافسة شرط لنسج علاقة الشراكة معها وانضمام إليها، ونفس الشيء ينطبق بالنسبة للمنظمة العالمية للتجارة.

ولوضع حد لهذه الممارسات كان لا بد من إنشاء جهاز خاص و متمثل في مجلس المنافسة للتنظيم المنافسة وضبطها، إلا أنه رغم اعتباره هيئة مختصة و متخصصة منح لها صلاحيات واسعة، إلا أن نصوص قانون المنافسة، تؤكد أن مجلس المنافسة ليس الوحيد الذي يملك الاختصاص في تطبيق تشريع المنافسة، حيث منح الهيئات القضائية صلاحية حماية مبدأ حرية المنافسة، من خلال إخضاع الممارسات المقيدة للمنافسة للرقابة القضائية، وكذا القرارات الصادرة عن مجلس المنافسة، مادام أن مجلس المنافسة ملزم بممارسات صلاحياته في إطار القانون والمشروعية، مما يجعل خضوع مجمل قراراته للرقابة القضائية أمر منطقي.

وعليه كان من اللازم البحث على الحماية الكافية لمبادئ المنافسة الحرة المعبر عنها دستورا وقانونا، بحيث تضمن التصدي لكل ممارسة تعرقل السير الطبيعي للسوق والمعاملات التجارية، بغض النظر عن الشكل الذي تأخذه من خلال تدخل الهيئات القضائية في حمايتها.

إن الهدف من هذه الورقة البحثية، هو إبراز الممارسات المقيدة للمنافسة خاضعة لرقابة القضائية وذلك استنادا على النصوص القانونية المنظمة للمنافسة، وتحديد الجهات القضائية المختصة بالرقابة ومدى حدود اختصاصها في مجال تنظيم المنافسة، وبالتالي الحفاظ على استقرار السوق والاقتصاد.

الكلمات المفتاحية:

الممارسات المقيدة للمنافسة، المنافسة، اخلال، مؤسسات اقتصادية، رقابة قضائية.

مقدمة:

تخضع قرارات مجلس المنافسة لرقابة المشروعية ومدى الملاءمة وكذا لوجوب تأسيسها، ومن أجل ذلك تتطلب فعالية الرقابة القضائية أن يكون القاضي المختص بحد ذاته قادرا على النطق بالأحكام بشكل سريع وأن يكون متحكما ومستوعبا للنصوص التشريعية والتنظيمية الجديدة التي تمس المجالات الاقتصادية والتقنية والمالية وأن يلتزم بتعليل أحكامه وقراراته بدقة ووضوح، خاصة إذا ما علمنا بأن مجلس المنافسة يتمتع بسلطات واسعة للتدخل من أجل الرقابة وضمان حسن سير المنافسة في السوق بحيث يمكنه مثال اتخاذ تدابير مؤقتة للحد من الممارسات المقيدة للمنافسة لتفادي وقوع ضرر محقق غير ممكن إصلاحه عند الإضرار بالمصلحة العامة الاقتصادية، وفي مواجهة ذلك بإمكان القضاء مراقبة قرارات مجلس المنافسة تفاديا لافتراض تعسفه، فضلا عن الرقابة التي يمارسها على قرارات المجلس المأخوذة في إطار ممارسة دوره العقابي وبالتالي فإن مجلس المنافسة والقضاء هيئتان متناسقتان متكاملتان تضمنان

التطبيق السليم لقواعد قانون المنافسة. وعلى هذا الأساس فإن للهيئة القضائية دور مهم في ميدان المنافسة ويتجسد هذا الدور أكثر مع صدور الأمر 03-03 المعدل والمتمم⁷⁸، هذا الأخير الذي أقحم القضاء بشكل مباشر في مجال المنافسة على اختلاف فروعه وتخصصاته من أجل ضمان الأهداف التي يرمي إلى تحقيقها قانون المنافسة لعل أهمها حماية المنافسة ومتابعة كل المخالفات التي تؤدي لعرقلتها من خلال تقويم عمل مجلس المنافسة وتصحيحه إن استدعت الضرورة لذلك، بعبارة أخرى يختلف دور الهيئات القضائية في مجال المنافسة باختلاف فروع قانون المنافسة التي تتدخل من خلاله.

بناءً على ما سبق نطرح الإشكالية التالية: كيف نظم المشرع الجزائري رقابة القضاء على الممارسات المقيدة للمنافسة؟

وللإجابة على هذه الإشكالية تم الإعتماد بشكل أساسي على المنهج الوصفي التحليلي، عند التفصيل في النصوص القانونية المنصوص عليها في التشريع الجزائري والمتعلقة بحماية المنافسة بموجب الأمر 03-03 المعدل والمتمم. وتبعاً لذلك وللإجابة على الإشكالية سالفة الذكر، ارتأيت تقسيم موضوع البحث إلى مبحثين: المبحث الأول: تكريس الآلية القضائية لمواجهة مساس المؤسسات الاقتصادية بمبدأ المنافسة الحرة، المبحث الثاني: تكريس الآلية القضائية لمواجهة مساس مجلس المنافسة بمبدأ المنافسة الحرة.

المبحث الأول: تكريس الآلية القضائية لمواجهة مساس المؤسسات الاقتصادية بمبدأ المنافسة الحرة

يعد تحقيق الفعالية الاقتصادية من المقاصد الأساسية لقانون المنافسة، لذلك لا تقتصر مكافحة الممارسات المقيدة للمنافسة على مجلس المنافسة فحسب، وإنما تلعب الجهات القضائية دوراً أساسياً في هذا المجال، وعلى هذا الأساس إرتئيت تقسيم هذا المبحث إلى مطلبين كالتالي:

المطلب الأول: اختصاص القضاء العادي في إبطال الممارسات المقيدة للمنافسة

المطلب الثاني: دعوى التعويض عن الأضرار المترتبة عن الممارسات المقيدة للمنافسة.

المطلب الأول: اختصاص القضاء العادي في إبطال الممارسات المقيدة للمنافسة

لتحديد اختصاص القاضي العادي في مجال إبطال الممارسات المخالفة للتشريعات المنظمة لقواعد المنافسة، لا بد من معرفة مجال هذا البطلان أي أنه هل تبطل الممارسة كلها أم جزء منها؟ وكذلك تحديد طبيعة الأشخاص الذين يخول لهم القانون حق رفع دعوى الإبطال، لذلك قسم هذا المطلب لمجال تطبيق دعوى إبطال الالتزامات المتصلة بالممارسات المقيدة للمنافسة (الفرع الأول)، بالإضافة إلى تحريك دعوى البطلان (الفرع الثاني).

الفرع الأول: مجال تطبيق دعوى بطلان الالتزامات المتصلة بالممارسات المقيدة للمنافسة.

يشمل البطلان كل الممارسات المقيدة للمنافسة وفقاً لما نصت عليه المادة 13 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم بنصها: "دون الإخلال بأحكام المادتين 8 و9 من هذا الأمر يبطل كل اتفاقية أو شرط تعاقدية يتعلق بإحدى الممارسات المحظورة بموجب المادة 6 و7 و10 و11 و12 أعلاه".

⁷⁸ الأمر 03-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتضمن قانون المنافسة، ج ر عدد 43 الصادرة في، المعدل والمتمم بالقانون 12-08 المؤرخ في 25 يونيو 2008، ج ر عدد 36 الصادرة في 2 يوليو 2008، المعدل والمتمم بالأمر 05-10 المؤرخ في 15 غشت 2010، ج ر عدد 46 الصادرة في 18 غشت 2010.

فيبطل كل اتفاق أو شرط تعاقدى يكون موضوعه تقييد المنافسة، سواء تعلق الأمر باتفاقات محظورة، تعسف في استغلال وضعية هيمنة أو تبعية اقتصادية... إلخ، شرط ألا تكون هذه الممارسات محل تبرير بموجب نص المادة 8 و9 من نفس الأمر السالف الذكر ففي هذه الحالة تفلت من جزاء البطلان، ويتقرر البطلان حتى ولو لم يكن كل المتعاقدين مساهمين في هذه الممارسات أو لم يكن لهم علم بذلك وينتج عن ذلك أنه إذا كان الشرط باطلا فلا يحق لأحد أطراف العقد أن يطالب بتعويض الضرر الناتج عن عدم تنفيذ هذا الشرط الباطل⁷⁹.

والبطلان قد يشمل الاتفاق كاملا أو جزء منه فقط، وفي الحالة الأخيرة يبحث القاضي فيما إذا كان هذا البند يشكل شرطا جوهريا في الاتفاق أم لا، حيث يلجأ إلى إعمال نظرية السبب، فإذا تبين أن البند المتنازع فيه يشكل شرطا أساسيا في تكوين العقد أي أنه لو لاه لما أبرم الاتفاق أو العقد فإنه يترتب عن بطلانه بطلان الاتفاق ككل وفي هذه الحالة يكون البطلان كلياً⁸⁰، أما إذا اتضح للقاضي أن هذا البند ليس جوهريا في العقد فإنه يحكم ببطلان هذا البند فقط أما العقد فيكون صحيحا، ويكون البطلان في هذه الحالة جزئيا⁸¹.

فالبطلان عقوبة تهدف إلى حماية المصلحة العامة، لهذا يجوز لكل ذي مصلحة التمسك به، وهذا ما يستنتج من نص المادة 1/102 من القانون المدني الجزائري⁸²: "إذا كان العقد باطلا بطلانا مطلقا جاز لكل ذي مصلحة أن يتمسك بهذا البطلان وللمحكمة أن تقضي به من تلقاء نفسها ولا يزول البطلان بالإجازة"، وعليه فقد أجاز القانون لكل ذي مصلحة أن يلجأ إلى المحكمة لمطالبة بإبطال الاتفاق المقيّد للمنافسة، وبذلك يمكن رفع دعوى البطلان إما من طرف المؤسسات الاقتصادية التي أصابها ضرر من هذه البنود أو الاتفاقيات غير الشرعية، كما ويمكن لكل من تضرر من الممارسة المقيدة للمنافسة، أن يرفع دعوى قضائية وهذا ما أكدت عليه المادة 48 من الأمر 03-03 المعدل والمتمم، بالإضافة إلى ذلك يمكن لجمعية حماية المستهلك رفع دعوى البطلان أمام المحكمة المختصة للمطالبة بإبطال الممارسات المقيدة للمنافسة، على أساس أن حماية المنافسة في السوق ينتج عنها حماية المستهلك بطريقة غير مباشرة وذلك يعد من بين أهداف قانون المنافسة في تحسين الوضع المعيشي للمستهلك⁸³.

كما يمكن لمجلس المنافسة رفع دعوى بطلان على اعتبار أنه لا يختص بإبطال الممارسة المقيدة والمخالفة لقواعد المنافسة، وعلى اعتبار أنه مخول قانونا لحماية المنافسة الحرة في السوق من جميع أشكال القيود والعوائق، فإنه يجوز له أن يرفع دعوى البطلان أمام القضاء المختص⁸⁴، كما يحق للوزير المكلف بالتجارة أيضا رفع دعوى البطلان بصفته

⁷⁹ درويش حفصة، المنافسة في النشاط المصرفي وفقا للقانون الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه LMD في القانون، كلية الحقوق، جامعة الجزائر1، 2022، ص 277.

⁸⁰ La Cour d'appel de Paris estime qu' " il ressortait des termes mêmes de la convention, des actes de la procédure et des débats, que dans la commune intention des parties la clause d'exclusivité avait été la condition déterminante de leurs engagements réciproques. La multime de la clause emporte celle de la convention tout entière" Cour d'appel de Paris 20 décembre 1971, Gaz Pal 1972, p 702, note de, CLAUDEL EMMANUELLE, Ententes anticoncurrentielles et droit des contrats, Faculté de Droit, Université de Paris X-Nanterre, Thèse de doctorat, 1994, P 451.

⁸¹ موساوي ظريفة، دور الهيئات القضائية العادية في تطبيق قانون المنافسة، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير، قانون المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2010-2011، ص 11.

⁸² الأمر 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم.

⁸³ شفار نبية، الجرائم المتعلقة بالمنافسة في القانون الجزائري، رسالة لنيل شهادة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، 2012-2013، ص 145.

⁸⁴ موساوي ظريفة، المرجع السابق، ص 18.

ممثلاً للمصلحة العامة الاقتصادية، على أساس الضرر الذي لحق بالاقتصاد من جراء الممارسات المقيدة للمنافسة المرتكبة.

وبذلك فقد منح لها قانون المنافسة حق اللجوء إلى الهيئات القضائية للمطالبة بإبطال الممارسات المقيدة للمنافسة، ويكون ذلك وفقاً للإجراءات العادية للتقاضي والتي ينص عليها القانون 09-08 المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية المعدل والمتمم⁸⁵، إذ يشترط أن يتم رفع الدعوى من ذي صفة، مصلحة وأهلية وهو ما نصت عليه المادة 13 من القانون 09-08 سالف الذكر، ويقصد بالمصلحة المنفعة أو الفائدة التي يحققها صاحب المطالبة القضائية من التجاؤ للقاء، ويقال أن المصلحة هي مناط الدعوى، وترتبط على ذلك فالمصلحة في الدعوى لا تنشأ إلا بالادعاء بوجود الحق أو المركز القانوني ووقوع الاعتداء عليهما⁸⁶، في حين الصفة هي العلاقة التي تربط أطراف الدعوى بموضوعها والتي تثبت لصاحب الحق أو المركز القانوني المعتدى عليه⁸⁷.

ويتم رفع وسير الدعوى وفقاً للإجراءات العادية للتقاضي، وبعد تفحص المحكمة للعقود والاتفاقات والالتزامات الناتجة عن هذه الممارسات، ومدى تقييدها للمنافسة في السوق، وتوصلها إلى أنها مقيدة للمنافسة، أو أنها تتضمن شروطاً من شأنها المساس بالمنافسة وعرقلتها، يتولى القاضي القضاء ببطلانها، ولا يمكن للأطراف الاحتجاج بهذا البطلان في مواجهة الغير⁸⁸.

الفرع الثاني: تحريك دعوى بطلان الالتزامات المتصلة بالممارسات المقيدة للمنافسة

يقوم قانون المنافسة على مبدأ حماية المنافسة في السوق، ونتيجة لذلك فإن الجزاءات الواردة في قانون المنافسة تستهدف جبر الضرر اللاحق بالهيكل التنافسي للسوق وليس جبر الأضرار اللاحقة بالمؤسسات المتنافسة⁸⁹، وبناءً عليه تنص المادة 48 من الأمر 03-03 المعدل والمتمم على: "يمكن كل شخص طبيعي أو معنوي يعتبر نفسه متضرراً من ممارسة مقيدة للمنافسة، وفق مفهوم أحكام هذا الأمر، أن يرفع دعوى أمام الجهة القضائية المختصة طبقاً للتشريع المعمول به"، وبهذا فإن القاضي المدني ينظر في القضايا التي ترفعها الجهات المتضررة من الممارسات المقيدة للمنافسة. وبالرجوع إلى أحكام نص المادة 38 من الأمر السالف الذكر: "يمكن أن تطلب الجهات القضائية رأي مجلس المنافسة فيما يخص معالجة القضايا المتصلة بالممارسات المقيدة للمنافسة كما هو محدد بموجب هذا الأمر..."، فيفترض أن حكم المحكمة يتوقف على تكييف مجلس المنافسة، فإذا كان تكييفه للوقائع إيجابياً أي أنها تشكل ممارسات مقيدة للمنافسة، جاز للقاضي الحكم بالبطلان، أما في الحالة العكسية فإن الممارسة تخرج من دائرة البطلان والالتزامات تبقى صحيحة وناظرة، وتقتضي دعوى البطلان لتحقيقها أن تصدر تصرفات أو اتفاقات تعاقدية أو شرط تعاقدية أو ممارسات عن مؤسسة مصرفية تتعلق بإحدى الممارسات المحظورة المقررة بموجب نص المواد 6، 7، 10، 11، 12 من الأمر 03-03 المعدل والمتمم، ومن نفس النص يفهم أن رأي مجلس المنافسة لا يلزم القاضي كون استشارته تكون على سبيل الاستئناس، وبناءً عليه يمكن للجهة القضائية أن تفصل في دعوى البطلان دون استشارة مجلس المنافسة، إلا أنه يجب التنويه هنا أن تكييف القاضي منفرداً لوقائع القضية يمكن أن ينتج عنه تكييف تنقصه الدقة، خاصة في ظل

⁸⁵ القانون 09-08 المؤرخ في 25 فبراير 2008، المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، ج ر عدد 21 الصادرة في 23 أبريل 2008، المعدل والمتمم بالقانون 13-22 المؤرخ في 12 يوليو 2022، ج ر عدد 48 الصادرة في 17 يوليو 2022.

⁸⁶ زودة عمر، الإجراءات المدنية والإدارية-في ضوء آراء الفقهاء وأحكام القضاء-، دار هومة، 2021، الجزائر، ص 66.

⁸⁷ زودة عمر، المرجع السابق، ص 91.

⁸⁸ شفار نبية، المرجع السابق، ص 144.

⁸⁹ مخاضة آمنة، آليات تفعيل مبدأ حرية المنافسة -دراسة مقارنة بين التشريعين الجزائري والفرنسي-، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه ل م د، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1، 2016-2017، ص 426.

غياب قضاة متخصصين، والدليل على ذلك انعدام الاجتهادات القضائية في هذا المجال مما قد يلحق ضررا بالمؤسسات الاقتصادية من جهة، ومن جهة ثانية فإن الفصل في الملف وفقا لهذه الطريقة سيؤدي حقيقة إلى إبطال الممارسات المقيدة للمنافسة مع إفلات المؤسسات المخالفة من العقاب⁹⁰.

أضف إلى ذلك كله فعدم استشارة مجلس المنافسة حول مدى شرعية الممارسات المقيدة للمنافسة قد ينتج عنه تضارب في الأحكام الصادرة عن المحكمة والصادرة عن مجلس المنافسة نظرا لعدم تزامن الفصل أمامها في فترة متقاربة، وما يلاحظ على نص المادة 38 أعلاه أنه جاء عاما إذ لم تحدد الهيئات المختصة بإبطال تلك الممارسات دون سواها، وهو ما يعني أن الاختصاص بإبطال الالتزامات أو العقود أو الشروط المتعلقة بإحدى الممارسات المقيدة للمنافسة يكون من اختصاص جميع المحاكم القضائية المدنية والتجارية.

ولكون قواعد المنافسة تهدف إلى الحفاظ على الهيكل التنافسي للسوق فأى مساس بهذا النظام مصيره البطلان ويترتب على ذلك أن الدعوى المدنية المتعلقة ببطلان الالتزامات المرتبطة بالممارسات المقيدة للمنافسة يمكن أن يحركها كل ذي مصلحة تضرر من الممارسة أو الاتفاق، وفي غياب أي نص خاص فإن هذا البطلان لا يصحح ويمكن أن يحكم به ولو كانت الممارسة المعنية قد تم تصحيحها بواسطة إصدار أمر من طرف مجلس المنافسة.

المطلب الثاني: دعوى التعويض عن الأضرار المترتبة عن الممارسات المقيدة للمنافسة

يمكن لأي طرف تضرر من ممارسة مقيدة للمنافسة منصوص عليها في الأمر 03-03 أن يرفع دعوى أمام المحاكم العادية للمطالبة بالتعويض عن الأضرار التي لحقت به جراء الممارسة المقيدة للمنافسة، فمجلس المنافسة غير مختص في الحكم بالتعويضات لصالح المؤسسة الاقتصادية المتضررة⁹¹، وإنما يعود ذلك الاختصاص للهيئات القضائية العادية وهو ما تنص عليه المادة 48 من الأمر 03-03 السالف الذكر، إذ يمكن للمؤسسات الاقتصادية المطالبة بالتعويض عن الضرر الذي أصابها. وعلى هذا الأساس يقسم هذا المطلب إلى:

الفرع الأول: أصحاب الحق في رفع دعوى التعويض

الفرع الثاني: شروط رفع دعوى التعويض

الفرع الأول: أصحاب الحق في رفع دعوى التعويض

يرجع الحق في طلب التعويض للشخص المتضرر من الممارسات المقيدة للمنافسة، فقد وسع نص المادة 48 من الأمر 03-03 المعدل والمتمم من الأشخاص الذين يحق لهم المطالبة بالتعويض عن الأضرار التي تلحق بهم من جراء الممارسات المقيدة للمنافسة، إذ أن أطراف الممارسات المقيدة للمنافسة على علم بأنهم ساهموا في مخالفة القانون، وهذا ما يجعل منهم شركاء في هذه المخالفة ويحرمهم من التعويض، فمنطقيا ارتكاب المؤسسة لمثل هذه التصرفات تزيل عنها صفة المتضرر وتحرمها من المطالبة بالتعويض⁹²، غير أن هذا ليس صحيحا دائما، وإنما يمكن العمل بهذا المنطق في مجال الاتفاقات والأعمال المدبرة التي يتطلب قياسها توافق عدة إرادات في السوق، فيمكن للزبون أو المتعامل الخاضع لوضعية التبعية أن يطالب بالتعويض عن الأضرار التي لحقت به بسبب الشروط التعسفية التي فرضتها عليه المؤسسة الخاضع لها⁹³.

⁹⁰ درويش حفصة، المرجع السابق، ص 280-281.

⁹¹ شفار نبيهة، المرجع السابق، ص 145.

⁹² موساوي ضريفة، المرجع السابق، ص 22.

⁹³ MARIE CHRISTINE BOUTARD-LABARDE, GUY CANIVET, EMMANUELLE CLAUDEL, VALERIE MICHEL-AMSELLEM, JEREMIE VIALENS, L'application en France du droit des pratiques anticoncurrentielles, L.G.D.J., Paris, 2008, P 597.

ويمكن القول أنه بإمكان أي أطراف، والذي يعتبر نفسه متضرراً طلب التعويض عما لحقه من ضرر جزاء الممارسات المقيدة للمنافسة، ويبقى للقاضي سلطة تقديرية في الحكم بالتعويض، وقد جرى العمل بالمحاكم الفرنسية على جواز الحكم لمن ساهم في عمل غير مشروع باسترداد ما دفعه الطرف الآخر، ويتم تأسيس هذا الحكم بناء على ضغط الظروف الاقتصادية التي قد تدفع المؤسسة المتضررة على التعاقد⁹⁴.

الفرع الثاني: شروط رفع دعوى التعويض

دعوى التعويض عن الأضرار الناتجة عن الممارسات المقيدة للمنافسة، تحمل خصائص الدعوى التقصيرية في القانون المدني أي المسؤولية عن العمل غير المشروع أو العمل الضار طبقاً لما يحمله الرأي الراجح في الفقه والقضاء، وبالتالي فشروط دعوى التعويض هي شروط دعوى المسؤولية التقصيرية، وهي الخطأ، الضرر والعلاقة السببية بين الخطأ والضرر مع مراعاة الطبيعة الخاصة لهذه الدعوى⁹⁵.

أولاً: الخطأ

بناءً على نص المادة 124 من القانون المدني الجزائري لم يعرف المشرع الجزائري الخطأ، ذلك لأنه في كثير من الأحيان يصعب في الواقع تعريف مثل هذه المفاهيم المأخوذة من اللغة العادية، والتي تظهر لأول وهلة بسيطة المدلول⁹⁶. غير أنه يعرف فقها بأنه: "إخلال بالتزام سابق نشأ عن العقد أو عن القانون أو قواعد الأخلاق"⁹⁷، غير أن التيار الحديث يرى أن كل انحراف في السلوك أو إخلال بواجب تفرضه القواعد القانونية يكون كافياً لوجود الخطأ المدني⁹⁸. والتي من ضمنها الخطأ التنافسي، هذا الأخير يتكون من عنصرين، الأول هو العنصر الموضوعي ويتمثل في عدم مشروعية المنافسة، والثاني هو العنصر الشخصي ويتمثل في الإدراك، فالعنصر الموضوعي للخطأ هو الانحراف في السلوك التنافسي، لذلك القضاء نص على قياس هذا الانحراف بمقياس موضوعي مجرد وهو سلوك التاجر العادي، الذي يمارس نشاط التاجر والمسؤول نفسه، ويوجد في الظروف الخارجية التي وجد فيها، مع التجرد من الظروف الداخلية أو الذاتية لهذا التاجر المسؤول، كما يبحث القاضي فقط في مدى مراعاته لتقاليد التجارة، وله في ذلك الاستعانة بأهل الخبرة والأعراف التجارية إذ كان يصعب عليه تقدير هذا السلوك⁹⁹.

فالخطأ في دعوى التعويض عن الممارسات المقيدة للمنافسة يتطلب أن تكون هناك منافسة بين مؤسستين وأن ترتكب إحداهما خطأ في هذه المنافسة، ويتحقق الخطأ في عمل المنافس سواء حدث ذلك عمداً أو عن مجرد إهمال وعدم تبصر، أي سواء توافر لدى المنافس قصد الإضرار بالغير وسوء النية، أو كان الخطأ غير عمدي مصدره الإهمال بحقيقة نشاط المنافس¹⁰⁰.

يشترط لرفع دعوى التعويض عن الممارسات المقيدة للمنافسة وجود إخلال بهيكل السوق التنافسي¹⁰¹، ويتمثل عنصر الخطأ في الممارسات المقيدة للمنافسة والتي نصت عليها المادة 14 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل

⁹⁴ موساوي ضريفة، المرجع السابق، ص 23.

⁹⁵ سريست قادر حسين، الممارسات المخلة بالمنافسة في قطاع الاتصالات -دراسة قانونية-، منشورات زين القانونية، بيروت لبنان، ط1، 2018، ص 232.

⁹⁶ فيلاي علي، الإلتزامات -الفعل المستحق للتعويض-، موفم للنشر، ط5، الجزائر، 2014، ص 56.

⁹⁷ فيلاي علي، المرجع السابق، ص 57.

⁹⁸ فيلاي علي، المرجع السابق، ص 59.

⁹⁹ الشناق معين فندي، الاحتكار والممارسات المقيدة للمنافسة في ضوء قوانين المنافسة والإتفاقيات الدولية، دار الثقافة، ط1، الأردن، 2010، ص 232.

¹⁰⁰ العكيلي عزيز، شرح القانون التجاري، الجزء الأول، دار الثقافة، ط1، عمان، 2005، ص 246.

¹⁰¹ سريست قادر حسين، المرجع السابق، ص 235.

والمتنم التي تصدر عن إحدى المؤسسات الاقتصادية، وهذه الأفعال كما تم التطرق إليها سابقا تتخذ صورا عديدة تقع تحت الحصر في نص المادة السالفة الذكر، حيث يعتبر إخلالا بالمنافسة حينما يتم القيام بممارسات مقيدة للمنافسة، وتقدير ذلك متروك للقاضي، ويشترط في هذا الخطأ أن يكون موجها لمؤسسة أخرى تمارس نشاطا اقتصاديا مماثلا، إذ أن الضرر لا يمكن تصوره إلا في الأحوال التي يوجد فيها تماثل في النشاط الاقتصادي بين المؤسسات، كما لو صدرت اتفاقات بين شركتين حول تحديد سعر خدمة معينة، وأدى ذلك إلى حصول ضرر للمؤسسات الاقتصادية الأخرى، وهذا ما تسبب في تراجع عدد زبائنها الذين كانوا يتعاملون معها، بسبب هذا الاتفاق، وبما أن المنافس يعمل على اجتذاب عملاء منافسه من أجل تحقيق رقم مبيعات أكبر وزيادة الأرباح، فلا توجد منافسة إذا لم يهدف النشاط إلى تحقيق الربح¹⁰².

والخطأ في دعوى التعويض عن الممارسات المقيدة للمنافسة يتحقق بصور أفعال تنطوي على مخالفة نصوص الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتنم، ولا يشترط في هذه الدعوى أن يكشف العمل عن سوء نية فاعله، بل يشترط فقط لرفعها، أن يكون المدعى عليه أتى بممارسات تؤثر في السوق، تخل بالمنافسة وتسبب ضررا للمؤسسات الأخرى، فلا عبرة بسوء نية الفاعل بل يكفي قيامه بممارسة من الممارسات المقيدة للمنافسة، ولو لم تكن لديه نية الإضرار بمنافسه وأن المسؤولية تترتب على وقوع الخطأ بصرف النظر عما إذا كان هذا الخطأ متعمدا أي بسوء نية أو مجرد إهمال، فلا تقتصر هذه الدعوى على الحالة التي يقصد فيها المنافس الإضرار بمنافسه، مادام أن هذه الدعوى تستند إلى ذات الأساس الذي تستند إليه دعوى المسؤولية المدنية بصفة عامة¹⁰³.

ثانيا: الضرر

يعد الضرر هو الركن الثاني في المسؤولية المدنية سواء أكانت عقدية أو تقصيرية، وهو أذى يصيب الشخص في حق أو مصلحة مشروعة له وهو ركن أساسي في المسؤولية المدنية لأن المسؤولية بموجب القواعد العامة تعني التزاما بالتعويض والتعويض يقدر بقدر الضرر المتمثل في المحور الذي تدور معه المسؤولية المدنية، فإذا انتفى فقد انتفت معه المسؤولية ولا يبقى محل للتعويض ولا تكون مصلحة للمدعي في إقامة الدعوى استنادا على القواعد العامة في القانون المدني، ويعرف الضرر فقها بأنه: "الأذى الذي يصيب الشخص مما يلزم تعويضه لأنه يمس حق من الحقوق أو مصلحة مشروعة، سواء أكان هذا الحق أو تلك المصلحة متعلقا بالحياة كالحق في الحياة باعتباره من الحقوق الأساسية للصيقة بالإنسان أو الحق في السلامة البدنية أو حقه في عدم المساس بعواطفه أو ماله أو حريته أو شرفه أو غير ذلك"¹⁰⁴.

وقد سبق القول أن الرأي الراجح في الفقه والقضاء يذهب إلى أن دعوى التعويض عن الممارسات المقيدة للمنافسة تستند إلى نفس الأحكام التي تستند إليها دعوى المسؤولية التقصيرية الهادفة إلى تعويض الضرر الذي أصاب المتضرر والذي يعتبر شرطا لازما لنجاح الدعوى والحكم بالتعويض، لذلك فإن كثيرا من أحكام القضاء تعتبر الضرر شرطا من الشروط الموضوعية اللازمة للمسؤولية في دعوى التعويض¹⁰⁵، فلا يكفي لقيام المسؤولية المدنية توافر الخطأ، بل يجب أن ينجم عن الفعل ضرر، فإذا انتفى الضرر لا تقبل دعوى المسؤولية، لأنه لا دعوى بغير مصلحة، والمكلف بإثبات الضرر هو المتضرر طبعا، وله أن يثبته بكافة طرق الإثبات بما في ذلك البيئة والقرائن... وغيرها لأنه واقعة مادية¹⁰⁶.

¹⁰² درويش حفصة، المرجع السابق، ص 287.

¹⁰³ الدناصوري عز الدين، الشواربي عبد الحميد، المسؤولية المدنية في ضوء الفقه والقضاء، الجزء الأول، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2004، ص 2190.

¹⁰⁴ سريست قادر حسين، المرجع السابق، ص 240.

¹⁰⁵ الدناصوري عز الدين، الشواربي عبد الحميد، المرجع السابق، ص 2191.

¹⁰⁶ سريست قادر حسين، المرجع السابق، ص 241.

غير أن الضرر في مجال المنافسة مرتبط بحالة المنافسة وناتج عن صراع المتنافسين من أجل البقاء في السوق، وسواء أكان الضرر مادياً أو معنوياً فإن محكمة الموضوع تستخلصه من قيام الممارسات المقيدة للمنافسة والتي من شأنها إلحاق ضرر، وقد يكفي لإثبات الضرر إثبات وقوع هذه الممارسات، لذلك يلجأ قاضي الموضوع إلى تقدير التعويض تقديراً جزافياً مستخلصاً ذلك من طبيعة هذه الممارسات، وهناك بعض الحالات من الممارسات لا يترتب عليها أي ضرر وإنما تهدف الدعوى في هذه الحالة إلى إيقاف الممارسة بالنسبة للمستقبل وهو ما يسمى بوقف الاعتداء، وكذلك يحصل أن يكون من شأن هذه الممارسات إحداث اضطراب في السوق أي القيام بممارسات مقيدة للمنافسة تتأذى منها المؤسسات التي تقدم خدمة معينة دون أن يترتب على هذه الممارسات اجتذاب عملاء مؤسسة معينة، ففي هذه الحالة يكون لكل مؤسسة أن ترفع دعوى الإخلال بالمنافسة لإجبار المنافس على الكف عن الممارسات المقيدة للمنافسة دون أن يكلف بإثبات أي ضرر ولذلك ذهب البعض إلى أنه يكفي أن يكون الضرر محتمل الوقوع، وذلك لأن لهذه الدعوى وظيفة وقائية إلى جانب جبر الضرر وهو حماية المؤسسة المتنافسة من أي ضرر محتمل الوقوع بالنسبة للمستقبل¹⁰⁷.

فلا يلزم وقوع الضرر فعلياً في كل الأحوال في تأسيس دعوى التعويض عن الممارسات المقيدة للمنافسة، بل يكفي أن يكون محتمل الوقوع¹⁰⁸، فقد ترفع الدعوى من أجل المطالبة بوقف هذه الممارسات في المستقبل وفي هذه الحالة لا مجال للمطالبة بالتعويض النقدي بل توقف الممارسات المقيدة للمنافسة فقط، ومنع وقوع الضرر المحتمل الوقوع في المستقبل¹⁰⁹.

ولا يمكن الرجوع إلى دعوى التعويض عن الممارسات المقيدة للمنافسة إلا إذا كان الضرر ناشئاً من إحدى الممارسات التي تهدف إلى التأثير على المنافسة، أما إذا لم يكن ناشئاً من هذه الممارسات فإنه للمتضرر الرجوع بدعوى المسؤولية التقصيرية وليس بدعوى التعويض عن الممارسات المقيدة للمنافسة، ويكون للمتضرر من الممارسات المقيدة للمنافسة إثبات وقوع هذه الممارسات بكافة طرق الإثبات¹¹⁰.

ثالثاً: العلاقة السببية

يشترط لقيام المسؤولية أن يكون الخطأ هو السبب الذي ترتب عليه الضرر، وهذه هي الرابطة أو العلاقة السببية بين الخطأ والضرر، لذلك يلزم ارتباط الضرر بالعمل غير المشروع أو الخطأ أي ارتباط النتيجة بالسبب لكي تحكم المحكمة بالتعويض، ويقع عبء إثبات العلاقة السببية على المدعي لأن عليه إثبات قيام أركان المسؤولية، بيد أن إثباتها يكون في الغالب سهلاً عن طريق قرائن الحال، وقد تنتفي الحاجة إلى إثباتها لوضوح القرائن في أغلب الأحوال، فيتحول عبء الإثبات عندئذ من الدائن إلى المدين ليقع عليه عبء نفيها¹¹¹.

وإثبات الرابطة السببية في الممارسات المقيدة للمنافسة قد يكتنفها الكثير من الصعوبات وذلك لتعذر إثبات العلاقة السببية بين الخطأ والضرر، ولذلك فإن القضاء عادة ما يتساهل بشأن إثبات هذه الرابطة، وقد تحكم المحكمة بالتعويض تطبيقاً للقواعد العامة حال وقوع ضرر محقق يمكن للمدعي إثباته، ويمكنها فقط من الحكم بالتدابير التي تكفل منع وقوع ضرر محتمل في المستقبل دون الحاجة لإثبات رابطة السببية خصوصاً في الحالات التي يستحيل فيها إثبات هذه الرابطة بين ممارسات المدعى عليه والضرر الذي يمس مؤسسة بعينها كما هو الحال في الممارسات المقيدة

¹⁰⁷ درويش حفصة، المرجع السابق، 290.

¹⁰⁸ الدناصوري عز الدين، الشواربي عبد الحميد، المرجع السابق، ص 2192.

¹⁰⁹ سريست قادر حسين، المرجع السابق، ص 244.

¹¹⁰ الدناصوري عز الدين، الشواربي عبد الحميد، المرجع السابق، ص 2195.

¹¹¹ سريست قادر حسين، المرجع السابق، ص 244-245.

للمنافسة المتمثلة في ممارسات موجهة ضد مجموعة من المؤسسات الممارسة لنشاط مصرفي معين وتمثل اعتداء على الهيكل التنافسي للسوق¹¹².

وبالرجوع إلى القواعد العامة، فإن تقدير التعويض يعود للسلطة التقديرية للقاضي وذلك حسب الخسارة التي حلت بالمضروب وما فاتته من كسب، عملاً بأحكام نص المادة 182 من القانون المدني، الأمر الذي يستلزم عنه منح تعويض جبراً للضرر الحاصل بالمضروب وما يمكن ملاحظته، هو أنه بالرغم من تقادم الدعوى أمام مجلس المنافسة بفوات ميعاد رفعها، فإنه يبقى أمام المتضرر من الممارسات المقيدة للمنافسة الطريق القضائي لطلب التعويض عن الأضرار التي تلحق مصالحه من جراء هذه الممارسات، لأنه طبقاً لأحكام نص المادة 133 من القانون المدني الجزائري، فإن دعوى التعويض لا تسقط إلا بمرور 15 سنة من تاريخ وقوع الفعل الضار¹¹³.

وقد استقر الفقه الفرنسي على أنه لا بد من إثبات توفر العلاقة السببية عند المطالبة بالتعويض، ويعتبر الإثبات حاصلًا إذا تأكدت المحكمة من قيام علاقة بين تأسيس المؤسسة المنافسة وانخفاض قيمة أعمال المؤسسة المدعية ومن أن هذا الانخفاض لا يعود لأي سبب آخر، إلا أن هذا ليس بالأمر اليسير، فلا بد من إقامة الدليل على وجود ممارسة مقيدة للمنافسة أدت إلى التأثير على حرية خيار عملاء المدعي وتحويلهم إلى المدعى عليه، فهذه واقعة غير مستندة إلى عوامل ثابتة وسهلة التقويم، نظراً لطبيعة عنصر الزبائن، لذلك تستند المحكمة في بعض الأحوال إلى قرائن بسيطة لإثبات العلاقة السببية، والمحكمة كما تم التطرق إليه سابقاً تبدي مرونة كبيرة في هذا المجال، كما ذهب القضاء الفرنسي إلى الأخذ بالقرارات الصادرة عن سلطات المنافسة لإثبات هذه العلاقة السببية¹¹⁴.

وإذا كان الضرر محتملاً، فإنه من الصعوبة إثبات علاقة السببية في دعوى التعويض، وذلك للفجوة الواسعة بين ارتباط الخطأ بضرر لم يقع بعد، وعليه يمكن القول أنه في حالة الضرر المحتمل الوقوع أو الضرر المستقبلي يقتصر الأمر على صاحب المصلحة بالطلب من المحكمة وقف الممارسة المقيدة للمنافسة دون طلب التعويض طالما أن الضرر غير محقق الوقوع¹¹⁵.

المبحث الثاني: تكريس الآلية القضائية لمواجهة مساس مجلس المنافسة بمبدأ المنافسة الحرة

لا يمكن لوظيفة الضبط أن تكون شرعية ومتطابقة مع النظام القانوني الذي يحكمها إلا إذا كانت قرارات مجلس المنافسة خاضعة لمبدأ المشروعية والرقابة القضائية، هذا ما يتجلى من خلال تكريس حق الطعن، فانعدام هذه الوظيفة أو الانتقاص منها، يعد مساساً بمبدأ دستوري وهو حق التقاضي.

لذلك وفي حالة تجاوز مجلس المنافسة لسلطاتها فإنه يحق للمؤسسات المتنافسة رفع دعوى إبطال القرارات الصادرة عن هذه السلطات أمام الهيئات القضائية.

وعليه إرتأيت تقسيم هذا المبحث إلى 3 مطالب كالتالي:

المطلب الأول: الأسس القانونية لتدخل رقابة القاضي التجاري في قرارات مجلس المنافسة،

المطلب الثاني: شروط وإجراءات الطعن في القرارات المتضمنة ممارسة مقيدة للمنافسة،

المطلب الثالث: وقف تنفيذ قرارات مجلس المنافسة المتضمن ممارسة مقيدة للمنافسة.

المطلب الأول: الأسس القانونية لتدخل رقابة القاضي التجاري في قرارات مجلس المنافسة

¹¹² سريست قادر حسين، المرجع السابق، ص 246.

¹¹³ شفار نبية، المرجع السابق، ص 150.

¹¹⁴ درويش حفصة، المرجع السابق، ص 293.

¹¹⁵ الشناق معين فندي، المرجع السابق، ص 234.

مجلس المنافسة وتكييفه كسلطة إدارية مستقلة من طرف المشرع الجزائري، كان من المنطقي أن يعود اختصاص النظر في الطعون ضد قراراته إلى مجلس الدولة، مثل باقي قرارات السلطات الإدارية المستقلة الموجودة في الجزائر¹¹⁶، وذلك طبقاً لأحكام نص المادة 9 من القانون العضوي 01-98 المحدد لاختصاصات مجلس الدولة¹¹⁷ المعدل والمتمم، لكن الملاحظ أن المشرع الجزائري لم يدرج فئة السلطات الإدارية المستقلة في متن النص مما يدفع بالبحث عن الفئة التي يمكن أن تندرج ضمنها هذه السلطات، وفي حالة الطعون المقدمة ضد قرارات مجلس المنافسة الخاصة بالممارسات المقيدة للمنافسة أين يكون الاختصاص للغرفة التجارية لمجلس قضاء الجزائر العاصمة، وهذا الاختصاص تم تحديده بقانون عادي¹¹⁸، فيظهر هنا أن المشرع الجزائري قد تجاهل مبدأ تدرج القواعد القانونية¹¹⁹. وعليه، تكون هذه القرارات محل طعن على مستوى الغرفة التجارية على اعتبار أن نوع النزاع يندرج ضمن المنازعات الاقتصادية،

وبناء على نص المادة 63 من الأمر 03-03 المعدل والمتمم يبرز جلياً تدخل المشرع الجزائري لنقل اختصاص رقابة قرارات مجلس المنافسة فيما يخص الممارسات المقيدة للمنافسة من مجلس الدولة إلى القضاء التجاري، لكن المشكل الذي يطرح هنا هو أن اختصاص مجلس الدولة تم تحديده بقانون عضوي في حين أن إحالة الاختصاص لمجلس قضاء الجزائر تم تحديده بناء على أحكام الأمر 03-03 المعدل والمتمم المصادق عليه بموجب قانون عادي¹²⁰. وهو ما يؤكد أن المشرع تجاهل مبدأ تدرج القوانين الذي يحدد موقع القواعد القانونية في النظام القانوني، ففي القمة نجد الدستور، تليه القوانين العضوية ثم القوانين العادية، مخالفاً بذلك القاعدة الدستورية المتمثلة في ضرورة احترام مبدأ تدرج القوانين، مما يؤدي إلى القول بعدم دستورية عملية نقل الاختصاص التي قام بها المشرع الجزائري¹²¹. وبالرجوع إلى موقف المجلس الدستوري الجزائري، نجد أنه كرس سمو القانون العضوي على القانون العادي¹²²، وبناء عليه لا يجوز التشريع في المجالات المخصصة للقانون العضوي بموجب قانون عادي والعكس صحيح، وبالتالي فتحديد اختصاصات مجلس الدولة سواء بتجسيد اختصاصات جديدة أو بوضع استثناءات عليها لا يكون إلا بقانون عضوي وما يترتب على هذا المبدأ أن تعديل مضمون قانون عضوي بقانون عادي يعتبر مخالفاً للدستور، وهو الشيء الذي لم يراعيه المشرع الجزائري عند تدخله لمنح اختصاص رقابة قرارات مجلس المنافسة فيما يخص الممارسات المقيدة

¹¹⁶ "Le conseil de la concurrence étant qualifié par le législateur lui-Mêmes d'autorité administrative de manière expresse, le contentieux de ses décisions devait relever en toute logique de compétence du Conseil d'état". ZOUAIMIA RACHID, les autorités de régulation indépendantes dans le secteur financier en Algérie, édition belkeise, Alger, 2013, P 132.

¹¹⁷ القانون العضوي 01-98 المؤرخ في 30 مايو 1998 والمتعلق باختصاصات مجلس الدولة وتنظيمه وعمله للدستور، ج ر عدد 43، الصادرة في 3 غشت 2011، المعدل والمتمم بالقانون العضوي 02-18 المؤرخ في 4 مارس 2018، ج ر عدد 15 الصادرة في 7 مارس 2018، المعدل والمتمم بالقانون العضوي 11-22 المؤرخ في 9 جوان 2022، ج ر عدد 41 الصادرة في 16 جوان 2022.

¹¹⁸ الأمر 03-03 المتضمن قانون المنافسة المعدل والمتمم، المرجع السابق.

¹¹⁹ كدام صافية، الرقابة القضائية على قرارات مجلس المنافسة في التشريع الجزائري، مداخلة مقدمة في الملتقى الوطني حول قانون المنافسة بين تحرير المبادرة وضبط السوق، يومي 16 و 17 مارس 2015 بمجمع هيلوبوليس قالة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، ص 04.

¹²⁰ مسعد جلال، مدى تأثير المنافسة الحرة بالممارسات التجارية، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012، ص 400.

¹²¹ ZOUAIMIA RACHID, Les fonctions respectives des autorités administratives indépendantes statuant en matière économique, Revue Idara, volume 14, N 2, P 123.

¹²² رأي رقم 02/ر.م.د/11 المؤرخ في 6 يوليو 2011، المتعلق بمراقبة مطابقة القانون العضوي المعدل والمتمم للقانون العضوي 01-98 المؤرخ في 30 مايو 1998 والمتعلق باختصاصات مجلس الدولة وتنظيمه وعمله للدستور، ج ر عدد 43، الصادرة في 3 غشت 2011.

للمنافسة لمجلس قضاء الجزائر، وهو ما يؤكد أن تبني نفس حلول المشرع الفرنسي، لا يمكن أن يتم في التشريع الجزائري بصفة آلية دون أن يحدث مشاكل قانونية يصعب حلها.

وإذا كان المشرع الجزائري قد اعتمد نفس المبررات المأخوذ بها في فرنسا ليضمن تدخل القاضي العادي (الغرفة التجارية لمجلس قضاء الجزائر) في مجال المنافسة كمراقب لقرارات مجلس المنافسة ليضمن توحيد منازعات المنافسة تحت رقابة المحكمة العليا، إلا أن ذلك كله، يخالف أحكام القانون العضوي 01-98 المعدل والمتمم، مما أدى إلى الشك في دستورية عملية نقل الاختصاص التي قام بها، لعدم تحديد أساس واضح لهذا النقل، إضافة إلى ما يخلفه هذا النقل في الاختصاص من مشاكل قانونية مرتبطة بتفسير قواعد قانون المنافسة من طرف مختلف الهيئات القضائية¹²³ ومشاكل تنازع الاختصاص خاصة وأن العديد من سلطات الضبط القطاعية تختص بتطبيق قانون المنافسة وهي مسألة تؤدي بدورها إلى تناقض الأحكام القضائية وتنازع الاختصاص¹²⁴.

وبالرجوع إلى القانون الجزائري لا نجد فيه أي أساس لنقل الاختصاص من مجلس الدولة إلى مجلس قضاء الجزائر، إذ اكتفى المشرع الجزائري بالنقل الحرفي للنصوص القانونية الفرنسية دون أن يهتم بمدى تناسبها مع المنظومة القانونية الجزائرية أو أساس شرعيتها¹²⁵.

إلا أن الأمر يختلف بالنسبة للمشرع الجزائري، فتقليده للمشرع الفرنسي عند تكريس مبدأ نقل الاختصاص إلى القضاء العادي يحتمل خطرين قانونيين أولهما متعلق بالمساس بقاعدة أساسية يكرسها الدستور الجزائري وهي قاعدة توازي الأشكال وتدرج القوانين هذا من جهة، ومن جهة أخرى فإن القيام بتقليد القانون الفرنسي حرفيا لم يؤد إلى حل المشاكل القانونية بإحالة الاختصاص للقضاء العادي الذي كان من المفروض حلها والتي بسببها حدث هذا النقل¹²⁶.

وقد كان للأستاذ رشيد زوايمية اهتمام بهذا الموضوع، أين كان له دور معارض لهذه الإحالة، إذ اعتبر إحالة النظر في الطعون ضد قرارات مجلس المنافسة إلى الغرفة التجارية لمجلس قضاء الجزائر هو الإستثناء الذي أفلت من اختصاص القاضي الإداري إلى القاضي العادي، عكس ما هو عليه الحال بالنسبة لقرارات باقي السلطات الإدارية المستقلة التي يختص مجلس الدولة بالنظر في الطعون المرفوعة إليها، ما هو إلا إعادة صياغة لما توصل إليه المشرع الفرنسي حول نفس المسألة، دون أن يتفطن المشرع الجزائري بأن في ذلك مخالفة صريحة لقانون عضوي بموجب قانون عادي¹²⁷.

وكذلك وحسب رأيه فمنح الاختصاص لمجلس الدولة للنظر في منازعات السلطة الإدارية المستقلة بواسطة قوانين عادية لدليل على تجاهل المشرع للتوزيع الدستوري لمجالات القانون العضوي والقانون العادي، ولمبدأ تدرج القوانين الذي يحدد مكانة القواعد في التنظيم القانوني¹²⁸.

المطلب الثاني: شروط وإجراءات الطعن في القرارات المتضمنة ممارسة مقيدة للمنافسة

¹²³ ZOUAIMIA RACHID, De l'articulation des rapports entre le conseil de la concurrence et les autorités de régulation sectorielles en droit algérien, Revue Idara, N°33, P47-49.

¹²⁴ جلال مسعد، المرجع السابق، ص 18.

¹²⁵ كدام صفية، المرجع السابق، ص 8.

¹²⁶ جلال مسعد، المرجع السابق، ص 405.

¹²⁷ ZOUAIMIA RACHID, Les fonctions respectives des autorités administratives indépendantes statuant en matière économique, Op. Cit. p155.

¹²⁸ ZOUAIMIA RACHID, Le régime contentieux administratives indépendantes en droit Algerien, Revue Idara, N°1, 2005, P11.

نص المشرع الجزائري على إجراءات الطعن في قرارات مجلس المنافسة فيما يخص الممارسات المقيدة للمنافسة في الفصل الخامس من الباب الثالث من الأمر 03-03 المعدل والمتمم في المواد 63 إلى 70، وقد قام المشرع بتفصيل هذه الإجراءات، وأهم ما يلاحظ على هذه الإجراءات التي تتميز بطبيعة خاصة أنها أحالت فيما لم يرد بشأنه نص إلى قانون الإجراءات المدنية والإدارية.¹²⁹

والجدير بالذكر، أن إجراءات الطعن السابقة تختلف بحسب ما إذا كان القرار الصادر عن مجلس المنافسة يتعلق بالقرارات الصادرة في الموضوع أو بالإجراءات التحفظية، فالقرارات الصادرة في الموضوع هي تلك القرارات الصادرة عن مجلس المنافسة المتعلقة بالأول وجه للمتابعة والقرارات المتعلقة بتنفيذ الأوامر والمتعلقة أيضا برفض الإخطار وعدم قبوله، وهي كلها إجراءات ذات طابع إداري تتسم بالشككية والكتابة أساسا ونظمها المواد من 63 إلى 70 من الأمر 03-03 المعدل والمتمم ويحدد قانون الإجراءات المدنية والإدارية شروط رفع الطعن ضد هذه القرارات من قبل أطراف الدعوى التي بإمكانها التدخل في القضية ومتابعة إجراءات الطعن، وبالتالي يحق لكل شخص معني بالقرار مباشرة الطعن فيه أمام الغرفة التجارية لمجلس قضاء الجزائر فيما يخص الممارسات المقيدة للمنافسة، باعتباره معني بتنفيذ القرار، ومعني بمباشرة الإجراءات، وإلى جانبه نذكر الوزير المكلف بالتجارة الذي يحظى بمثل هذا الحق حتى وإن كان ليس هو المخاطر به، وهذا طبقا لما جاء في نص المادة 68 من الأمر 03-03 المعدل والمتمم.¹³⁰

هذا ويحق للأطراف المعنية بقرار من قرارات مجلس المنافسة والوزير المكلف بالتجارة أن يرفع طعنا ضد هذه القرارات أمام مجلس قضاء الجزائر العاصمة وذلك في أجل لا يتجاوز شهرا واحدا ابتداء من تاريخ استلام القرار، بعريضة يتم ايداعها بأمانة ضبط المجلس القضائي مع بيان الألقاب وأسماء الخصوم ورقم القضية وتاريخ أول جلسة¹³¹، وبمجرد ايداع الطعن، ترسل نسخة منه إلى رئيس مجلس المنافسة وإلى الوزير المكلف بالتجارة عندما لا يكون هذا الأخير طرفا في القضية ويرسل رئيس مجلس المنافسة ملف القضية موضوع الطعن إلى رئيس مجلس قضاء الجزائر في الأجل التي يحددها هذا الأخير.¹³²

وطبقا لنص المادة 66 من الأمر 03-03 المعدل والمتمم يرسل المستشار المقرر نسخة من جميع المستندات الجديدة المتبادلة بين أطراف القضية إلى الوزير المكلف بالتجارة وإلى رئيس مجلس المنافسة قصد الحصول على الملاحظات المحتملة، ويمكن الأطراف الذين كانوا معنيين أمام مجلس المنافسة والذين ليسوا أطراف في الطعن، التدخل في الدعوى، أو أن يلحقوا بها في أية مرحلة من مراحل الإجراء الجاري، طبقا لأحكام قانون الإجراءات المدنية وهو ما نصت عليه المادة 68 من الأمر 03-03 المعدل والمتمم.

أما بالنسبة للقرارات الفاصلة في طلبات التدابير المؤقتة أو التحفظية، فلا يقبل الطعن فيها أمام مجلس قضاء الجزائر العاصمة إلا إذا رفع في أجل 20 يوما ابتداء من تاريخ استلام القرار، أما بالنسبة للشكليات الأخرى المتعلقة بالعريضة وتمثيل الأطراف فهي ذاتها تلك الإجراءات المطبقة على الطعن العادي أو الرئيسي وتكون في أجل شهر ابتداء من تاريخ تسليم القرار.¹³³

¹²⁹ مخانشة أمانة، المرجع السابق، ص 459-460.

¹³⁰ درويش حفصة المرجع السابق، ص 302.

¹³¹ يجب على الطاعن القيام بالتبليغ الرسمي لعريضة الطعن إلى المطعون ضده طبقا لنص المواد 404 إلى 416 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية، وإحضار نسخة من محاضر التبليغ الرسمي والوثائق المدعمة للطعن في أول جلسة وفي حالة عدم القيام بذلك يمنح له أجل لذات الغرض، وإذا لم يقدم محضر التبليغ الرسمي والوثائق المطلوبة بعد فوات الأجل دون مبرر مقبول، تشطب القضية بأمر غير قابل للطعن.

¹³² هذا ما تنص عليه المادة 38 من الأمر 03-03 المعدل والمتمم، المرجع السابق.

¹³³ لخضاري أعمر، إجراءات الطعن في قرارات مجلس المنافسة، مداخلة مقدمة ضمن أعمال الملتقى الوطني حول: سلطات الضبط المستقلة في المجال الاقتصادي والمالي، كلية الحقوق والعلوم الادارية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 23 و 24 ماي 2007، ص 259-260.

والطعن في قرارات مجلس المنافسة المتعلقة بالممارسات المقيدة للمنافسة ليس له أثر موقوف للتنفيذ، وهذا ما يستخلص من نص المادة 63 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم¹³⁴، فالطعون ضد قرارات مجلس المنافسة كمبدأ عام غير قابلة للتوقيف، لكن هذا المبدأ يرد عليه استثناء، فيمكن لرئيس مجلس قضاء الجزائر أن يوقف تنفيذ التدابير التحفظية المنصوص عليها في المادتين 45 و46 من الأمر 03-03 المعدل والمتمم الصادرة عن مجلس المنافسة عندما تقتضي ذلك الوقائع والظروف الخطيرة، ويتم طلب وقف التنفيذ وفقا للأحكام المنصوص عليها في قانون الإجراءات المدنية والإدارية، ولا يقبل الطلب إلا بعد تقديم الطعن الذي يجب أن يرفق بقرار مجلس المنافسة، وعندما لا يكون الوزير المكلف بالتجارة طرفا في القضية يطلب رئيس مجلس قضاء الجزائر رأيه في طلب وقف التنفيذ¹³⁵.

فالقاضي يمتلك سلطة تقدير الوقائع والظروف، فإذا رأى أن الوقائع خطيرة أمر بوقف تنفيذ التدابير المتخذة، والعكس صحيح، وطلب وقف التنفيذ يجب أن يتفرع عن دعوى أصلية، أي رفع دعوى الإبطال أمام الغرفة التجارية لمجلس قضاء الجزائر في الأجل القانونية¹³⁶.

نظرا للخصوصيات التي تتميز بها منازعات قرارات مجلس المنافسة، كان من الضروري وضع مجموعة من الضمانات يستفيد منها المتقاضي أمام هيئة الطعن المختصة ويتعلق الأمر بضرورة احترام قواعد العدالة، وحماية السر المهني، كما يلتزم قاضي الغرفة التجارية لمجلس قضاء الجزائر بضمان محاكمة عادلة للمؤسسات الماثلة أمامه، على أن يتم ذلك ضمن السرية التي تتطلبها مثل هذه القضايا فعلى القاضي عدم المساس بسرية أعمال المؤسسات الاقتصادية، نظرا لما يكتسبه الموضوع من أهمية لكون الأمر يتعلق بمسائل حساسة يؤدي الكشف عنها إلى إلحاق ضرر بالغ بأصحابها بالنسبة لاحترام ضمانات جلسة عائلة واحترام حقوق الدفاع واحترام ضمانات الجلسة العادلة يتم كذلك بتبليغ كل الأطراف وايداع القرارات والمذكرات والوثائق المتعلقة بالطعن عن طريق رسائل موصى عليها مع وصل بالاستلام، كما يتم تبليغ الوزير المكلف بالتجارة بها، حيث يقوم المستشار المقرر بإرسال نسخة من جميع المستندات الجديدة المتبادلة بين أطراف القضية إلى الوزير المكلف بالتجارة، وإلى رئيس مجلس المنافسة قصد الحصول على الملاحظات المحتملة¹³⁷. وبذلك فالقاضي المختص برقابة قرارات مجلس المنافسة، ملزم بضمان تساوي المراكز القانونية بين الخصوم الماثلين أمامه، وتحقيق الوجاهية في جميع مراحل التقاضي.

وتبليغ الشخص المعني في أجل قصير لا يكفي لاكتمال حقه في الدفاع، بل يجب أن تمنح له فرصة لتقديم دفاعه¹³⁸، فهي مرحلة ثانية تمكن المؤسسة المصرفية من مناقشة الأفعال المنسوبة إليها أمام مجلس المنافسة، بالإضافة إلى ضرورة احترام مبدأ المواجهة، الذي أساسه أن تسير كافة إجراءات الدعوى في مواجهة جميع أطراف الدعوى، بحيث توضع جميع العناصر والمستندات المقدمة من أحد الأطراف في الدعوى تحت نظر الطرف الآخر للاطلاع عليها وإجراء ملاحظاته بشأنها حتى ينظم دفاعه¹³⁹.

¹³⁴ تنص المادة 63 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة على: "لا يترتب على الطعن لدى مجلس قضاء الجزائر أي أثر موقوف لقرارات مجلس المنافسة، غير أنه يمكن رئيس مجلس قضاء الجزائر، في أجل لا يتجاوز 15 يوما، أن يوقف تنفيذ التدابير المنصوص عليها في المادتين 45 و46 أعلاه، الصادرة عن مجلس المنافسة عندما تقتضي ذلك الظروف أو الوقائع الخطيرة".

¹³⁵ المواد 63 و69 من الأمر 03-03 المعدل والمتمم، المرجع السابق.

¹³⁶ تنص الفقرة 2 من المادة 69 من الأمر 03-03 على ما يلي: "يودع صاحب الطعن الرئيسي أو الوزير المكلف بالتجارة ملك وقف التنفيذ ولا يقبل الطلب إلا بعد تقديم الطعن الذي يجب أن يرفق بقرار مجلس المنافسة".

¹³⁷ المادة 66 من الأمر 03-03 المعدل والمتمم، المرجع السابق.

¹³⁸ جلال مسعد، المرجع السابق، ص 437.

¹³⁹ ZOUAMIA RACHID, Le droit de la concurrence, édition belkeise, Alger, 2012. P 223.

كما أن المشرع الجزائري لم ينص على سلطات الغرفة التجارية لمجلس قضاء الجزائر العاصمة عند الفصل في الطعون ضد قرارات مجلس المنافسة، واكتفى بالنص على إمكانية الطعن ضد قرارات مجلس المنافسة دون تحديد طبيعة الطعن، وهذا فراغ قانوني يتوجب ملئه خدمة لمصالح الأطراف المعنية، خاصة وأن الطعن بتعديل قرار مجلس المنافسة، يستلزم أن يكون القاضي التجاري الذي ينظر فيه يتمتع بقدر كاف من الخبرة، وفي هذا الإطار، ينص قانون الإجراءات المدنية والإدارية على أن الطعون بالاستئناف التي ترفع أمام المجالس القضائية، تهدف إلى مراجعة أو إلغاء الحكم الصادر عن المحكمة¹⁴⁰، إذ يهدف الاستئناف إلى مراجعة أو إلغاء الحكم الصادر عن المحكمة، وقياسا على ذلك يمكن القول أن الغرفة التجارية لمجلس قضاء الجزائر العاصمة تتمتع بسلطتين أساسيتين إحداها في إلغاء قرارات مجلس المنافسة والثانية تتمثل في مراجعة القرار وتعديله وذلك رغم أن الأمر لا يتعلق بالاستئناف، لأن مجلس المنافسة كما قلنا كيف على أنه هيئة إدارية مستقلة وليس هيئة قضائية، في حين أن المشرع الفرنسي أعطى إجابة صريحة بشأن هاته التساؤلات في المادة 7-464.L من القانون التجاري الفرنسي، على أن القرار الصادر عن محكمة استئناف باريس في الطعن سيتضمن إلغاء أو تعديل لقرارات مجلس المنافسة¹⁴¹.

وبما أن قرارات مجلس المنافسة، قرارات إدارية انفرادية، تصدر في إطار قيامه بصلاحياته كسلطة عامة، وبالرغم من كون مجلس قضاء الجزائر هيئة قضائية عادية، إلا أنه يمارس رقابة على مشروعية القرارات الإدارية التي يتخذها مجلس المنافسة، فهو يراقب المشروعية الخارجية والداخلية لهاته الأخيرة حتى يتمكن من إصدار قراره بإلغائها، إلا أنه يستخدم تقنيات الرقابة التي يستعملها القاضي الإداري. وعادة ما يكون طلب إعادة النظر في قرارات مجلس المنافسة في حالة ما إذا أغفل المجلس التعرض لبعض المسائل، أو لعدم احترامه لبعض القواعد الإجرائية، وفي هذه الحالة القاضي يستطيع تعديل قرار مجلس المنافسة، وفي حالة تأييد قرار مجلس المنافسة في حالة استيفائه لجميع الشروط الإجرائية والموضوعية، ما يقوم به القاضي في هذه الحالة هو تأييد موقف مجلس المنافسة في موضوع النزاع المعروض عليه، وما على الطاعن إلا تنفيذ قرار مجلس المنافسة¹⁴² أو الطعن بالنقص في قرار مجلس قضاء الجزائر في حالة توفر شروطه¹⁴³. وفيما يخص كيفية تنفيذ قرارات الغرفة التجارية لكل من مجلس قضاء الجزائر والمحكمة العليا في حالة الطعن بالنقص، فما يمكن استنتاجه من نص المادة 70 من الأمر 03-03 المعدل والمتمم، أن مجلس المنافسة هو من يقوم بنشر هذه القرارات في النشرة الرسمية للمنافسة طبقا لنص المادة 49 من الأمر 03-03 المعدل والمتمم، أما عن إرسال قرار مجلس قضاء الجزائر إلى مجلس المنافسة، فذلك يكون على أساس أنه صاحب القرار المطعون فيه، ولكي يأخذ بالإجتهاد القضائي في القضايا التي ستعرض عليه مستقبلا، وأخيرا حتى يتمكن مجلس المنافسة من الطعن في قرار مجلس قضاء الجزائر عن طريق الطعن بالنقض أمام المحكمة العليا.

كما أن مسألة الحكم بالتعويض من عدمه الناتجة عن أعمال مجلس المنافسة هو من اختصاص القضاء الإداري كأصل، ولا يختص القاضي التجاري إلا بالنظر في الطعون المقدمة ضد قرارات مجلس المنافسة الناجمة عن الممارسات الماسة بحرية المنافسة التي تتعلق بإحدى الممارسات المحظورة في أحكام قانون المنافسة، وفي ذلك يرى الأستاذ رشيد زوايمية، أن اختصاص مجلس قضاء الجزائر بإلغاء أو تعديل قرار مجلس المنافسة، لا يعدو أن يكون استثناء أقره

¹⁴⁰ المادة 332 من القانون 09-08 المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية المعدل والمتمم، المرجع السابق.

¹⁴¹ ZOUAIMIA RACHID, Remarques critiques sur le contentieux des décisions du conseil de la concurrence en droit Algérien, Revue du conseil d'état, n° 7, 2005, p 60.

¹⁴² وبهذا الخصوص صدر قرار عن مجلس قضاء الجزائر، أين تم من خلاله تأييد قرار مجلس المنافسة الذي فرض غرامة مالية قدرها 309143,03 دج على الشركة ذات المسؤولية المحدودة "إفري" إبراهيم وأبنائه والذي تم تحصيلها من الحزينة العمومية، القرار 13-2015 الصادر عن مجلس المنافسة الذي كان موضوع طعن أمام مجلس قضاء الجزائر، النشرة الرسمية لمجلس المنافسة، عدد 8، سنة 2016.

¹⁴³ درويش حفصة، المرجع السابق، ص 308.

المشرع الجزائري في قانون المنافسة، عن القاعدة العامة القاضية باختصاص الإداري بالنظر في الطعون المقدمة ضد القرارات الإدارية، لذا فإنه يجب على التوسع في تفسير النص القانوني الذي أورد هذا الاستثناء ليشمل أيضا مسألة الحكم بالتعويض، وطالما سكت المشرع الجزائري في قانون المنافسة بشأن هذه المسألة، يبقى الاختصاص قائما للقاضي الإداري، باعتباره من حيث الأصل يعود إليه اختصاص الحكم بالتعويض عن الأضرار الناتجة عن التصرفات الصادرة عن السلطات الإدارية.¹⁴⁴

ومن أجل توحيد الاختصاص، وعدم توزيع الدعاوى بين القضاء الإداري والقضاء العادي، فلما تلغي الغرفة التجارية لمجلس قضاء الجزائر قرارا لمجلس المنافسة لا يجب إحالة الطرف المعني للغرفة الإدارية لتنظر في دعوى التعويض، فهذا الاتجاه قد يؤدي إلى عدم توحيد الاجتهاد القضائي، وهذا ما سيؤدي إلى إصدار قرارات متناقضة في نفس القضية، ولتفادي مثل هذا الإشكال يرى أيضا الأستاذ رشيد زوايمية أن الحل الأمثل يكون في توحيد الجهة القضائية المختصة بالنظر في موضوع الطعن وكذا مسألة الحكم بالتعويض، وهذا من شأنه أن يضمن حقوق المتقاضين ويدعم هدف توحيد الاجتهاد القضائي في مادة المنازعات المتعلقة بالمنافسة بصرف النظر عن الجهة القضائية التي قدمت لها، هذا كله تحت رقابة المحكمة العليا.¹⁴⁵

المطلب الثالث: وقف تنفيذ قرارات مجلس المنافسة المتضمن ممارسة مقيدة للمنافسة

وقف تنفيذ قرار مجلس المنافسة تدبير كبقية التدابير الاستعجالية يستلزم بالدرجة الأولى توافر حالة العجلة لتحديد اختصاص القضاء المستعجل وإصدار الحكم (الأمر) على أساسها، وهو المقصود من وراء المشرع بقوله الظروف والوقائع الخطيرة، والتي يعود تقديرها إلى السلطة التقديرية إلى قاضي الاستعجال، غير أنه لا يمكن القول أن وقف التنفيذ مكنة مطلقة وإلا تحول قضاء الاستعجال إلى قضاء اختياري، وإنما يجب أن تحدده ضوابط أو شروط قانونية تتعلق بالقاضي في حد ذاته المدعي، المدعى عليه وفكرة العجلة في حد ذاتها لتحديد الاختصاص وتقدير الحكم بها.¹⁴⁶ هذا ما جعل المشرع الجزائري يبحث في الإجراءات الأجدى، فوجد ضالته في الإجراءات الاستعجالية وهو ما يسمى بالقضاء المستعجل والناظر فيها يسمى قاضي الأمور المستعجلة.¹⁴⁷

وتجدر الإشارة إلى أن المادة 63 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم قد تطرقت في نفس الوقت للطعن في قرارات مجلس المنافسة، وكذا الطعن في التدابير المؤقتة دون أن تبين أن الطعن في هذه الأخيرة يكون أمام الغرفة الاستعجالية لمجلس قضاء الجزائر أو لا، وهذا قد يوقع اللبس والغموض حول تطبيق هذه المادة خاصة وأن المادة ذكرت الجهة التي يتم الطعن فيها بالنسبة لقرارات مجلس المنافسة فيما يخص الممارسات المقيدة للمنافسة وهي الغرفة التجارية لمجلس قضاء الجزائر، فهذا قد يوحي إلى أن الطعن في التدابير المؤقتة يكون كذلك أمام الغرفة التجارية، إلا أن هذا القول لا يستقيم مع الطبيعة المؤقتة لهذه التدابير التي تتطلب وقت قصير للفصل فيها، وهذا هو المعمول به أمام الغرفة التجارية التي تأخذ وقتا طويلا للفصل في النزاعات المطروحة أمامها.¹⁴⁸

¹⁴⁴ ZOUAIMIA RACHID, Remarque critiques sur le contentieux des décisions du conseil de la concurrence en droit algérien, Op.Cit. p 61.

¹⁴⁵ ZOUAIMIA RACHID, Remarque critiques sur le contentieux des décisions du conseil de la concurrence en droit algérien, Op.Cit. p 62.

¹⁴⁶ فتحي وردية، وقف تنفيذ القرارات الصادرة عن السلطات الادارية المستقلة، مداخلة مقدمة ضمن أعمال الملتقى الوطني حول: سلطات الضبط المستقلة في المجال الاقتصادي والمالي، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة عبد الرحمان ميرة، يومي 23 و24 ماي 2007، ص331.

¹⁴⁷ جلال مسعد، المرجع السابق، ص451، 452.

¹⁴⁸ بن وطاس إيمان، مسؤولية العون الاقتصادي في ضوء التشريع الجزائري والفرنسي، دار هومة، الجزائر، 2012، ص193-194،

فوقف التنفيذ وإن كان لا يعتبر حق يجب الحصول عليه إلا أنه يعتبر ضرورة دستورية¹⁴⁹ وتؤكد القاعدة العامة بشأن القوة التنفيذية للقرارات الإدارية غير أنه يمكن للهيئة المختصة أن تأمر بناء على طلب الطرف المعني، بوقف تنفيذ القرار الإداري، فالأصل إذن هو الأثر غير الموقف للطعن في القرارات متعلق بالإدارة، وهذا هو الموقف الذي تبناه المشرع الجزائري في قانون الإجراءات المدنية والإدارية .

وبذلك كرس المشرع الجزائري مبدأ وقف تنفيذ قرارات مجلس المنافسة كاستثناء عن الأصل، الذي يقضي بأنه لا يترتب على الطعن ضد قرارات مجلس المنافسة لدى مجلس قضاء الجزائر أي أثر موقف، إلا أنه يمكن لرئيس هذا المجلس أن يوقف تنفيذ التدابير المنصوص عليها في كل من المادتين 45 و46 من قانون المنافسة، عندما تقتضي ذلك الظروف أو الوقائع الخطيرة، وقد تم تحديد إجراء وقف تنفيذ قرارات مجلس المنافسة وفقا للقواعد المنصوص عليها في الأمر 03-03 المعدل والمتمم.

وطبقا لنص المادة 63 من الأمر 03-03 المعدل والمتمم يعهد بالاختصاص في الفصل في الطعون ضد قرارات مجلس المنافسة إلى الغرفة التجارية لمجلس قضاء الجزائر، وإذا كان طلب وقف التنفيذ هو أمر متفرع عن دعوى الإلغاء، ولا يخرج اختصاص القاضي الاستعجالي الإداري عن اختصاص قاضي الإلغاء نوعيا، وإقليميا، فإن ما يأخذ على المشرع أنه لم يراعي ذلك التلازم بين الأصل قاضي الموضوع والفرع قاضي الاستعجال أي قاضي وقف التنفيذ، إذ جعل الفصل في الموضوع من اختصاص القاضي التجاري في حين الفصل في طلب وقف التنفيذ أناط به إلى رئيس مجلس قضاء الجزائر بوصفه ناظرا في القضايا الاستعجالية الخاصة بمنازعات مجلس المنافسة الخاصة بالتدابير التحفظية.¹⁵⁰

وقد قيد المشرع الجزائري اختصاص رئيس مجلس قضاء الجزائر بأن حصر اختصاصه في التدابير الصادرة عن مجلس المنافسة، والمنصوص عليها في المادتين 45 و46 من الأمر 03-03 عندما تقتضي ذلك الظروف أو الوقائع الخطيرة، فهو وإن كانت سلطته التقديرية بشأن تقدير الظروف والوقائع الخطيرة، للفصل في مدى توفرها من عدمه ضبطا للاختصاص وتقديرا للأمر بوقف التنفيذ، إلا أن سلطته مقيدة إذا ما كان الطلب الرامي لوقف التنفيذ موضوعه تدابير اتخذها مجلس المنافسة المنصوص عليها بموجب المادتين 45 و46 من قانون المنافسة.

ووفقا لما جاء في الفقرتين الأولى والثانية للمادة 69 من الأمر 03-03 المعدل والمتمم، يتم طلب وقف التنفيذ المنصوص عليه في الفقرة 2 من المادة 63 من نفس الأمر، طبقا لأحكام قانون الإجراءات المدنية والإدارية، ويودع صاحب الطعن الرئيسي أو الوزير المكلف بالتجارة طلب وقف التنفيذ ولا يقبل الطلب إلا بعد تقديم الطعن الذي يجب أن يرفق بقرار مجلس المنافسة.

وعند النظر في طلب وقف التنفيذ يطلب رئيس مجلس قضاء الجزائر العاصمة رأي وزير التجارة عندما لا يكون هذا الأخير طرفا في القضية (المادة 3/69 من الأمر 03-03) وطلب وقف تنفيذ قرارات مجلس المنافسة من الطلبات الوقتية المستعجلة السابقة على الفصل في الموضوع، ولهذا فإن الحكم الصادر بوقف التنفيذ يكون حكما مؤقتا من جهة وقطعيا من جهة أخرى، فهو حكما مؤقتا بمعنى أنه لا يقيد المجلس عند نظر أصل طلب الإلغاء، وحكم قطعي وله مقومات الأحكام وخصائصها، ويحوز قوة الشيء المقضي فيه، وبهذا يجوز الطعن فيه استقلالا شأنه في ذلك شأن أي حكم قضائي¹⁵¹.

¹⁴⁹ ZOUAIMIA RACHID, Les autorités administratives indépendantes et le régulation économique en Algérie, Op. cit, P118.

¹⁵⁰ هديلي أحمد، سلطات القضاء في مجال القوة التنفيذية لقرارات مجلس المنافسة، مداخلة مقدمة ضمن أعمال الملتقى الوطني حول سلطات الضبط المستقلة في المجال الإقتصادي والمالي، جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، 23 و 24 على 2007، الجزائر، ص 296.

¹⁵¹ هديلي أحمد، المرجع السابق، ص 298.

إلا أنه وفيما يخص القرارات الأخرى المتعلقة بممارسات مقيدة للمنافسة ما عدا تلك المنصوص عليها في أحكام المادتين 45 و46 من الأمر 03-03 المعدل والمتمم فإنها تخضع فيما يخص وقف تنفيذها للأحكام التي نص عليها قانون الإجراءات المدنية والإدارية باعتباره الشريعة العامة وفي ظل سكوت الأمر 03-03 المعدل والمتمم عن تحديد كيفيةها. أخيراً يمكن القول أن الأمر بوقف التنفيذ لا يقيد قاضي الإلغاء، بمعنى أن صدور الأمر بوقف التنفيذ لن يترتب عنه صدور قرار الإلغاء، فقاضي الغرفة التجارية قد يرفض إلغاء قرار مجلس المنافسة، وذلك بعد قيامه بتفحص موضوع الدعوى من كل جوانبها، هذا من جهة، ومن جهة ثانية فإن رفض طلب وقف التنفيذ لا يعني بالضرورة الحكم برفض دعوى الإلغاء، كما أن صدور قرار بإلغاء القرار المطعون فيه، سيلغي هذا الأخير ويعدمه ابتداءً من تاريخ صدوره، ما يعني استمرار نفاذ الأمر بوقف التنفيذ، باعتبار أن الأمر بوقف التنفيذ ما هو إلا إلغاء مؤقت لقرار مجلس المنافسة، أما إذا صدر قرار برفض دعوى الإلغاء، فإن الأمر بوقف التنفيذ ستنتهي آثاره ويصبح بلا موضوع، وتعود القوة التنفيذية إلى القرار الموقوف¹⁵².

الخاتمة:

يتضح مما سبق بأن الهيئات القضائية المدنية والتجارية، تتدخل لوضع جد للممارسات المقيدة للمنافسة، حيث تعتبر صاحبة الاختصاص دون سواها في إبطالها وكذا الفصل في دعوى التعويض التي يرفعها المتضررون من الممارسات المقيدة للمنافسة، ويكون الحكم سواء بالتعويض العيني أو النقدي، غير أنه ورغم فعالية الهيئات القضائية في مجال المنافسة، لاسيما قضايا التعويض، فإنها تصطدم بعدة عراقيل أهمها مشكلة تقدير التعويض، والاشكالات الناتجة عن كيفية اثبات الخطأ الموجب للتعويض.

واستحداث مجلس المنافسة كسلطة إدارية مستقلة مكلفة بضبط المنافسة لا يعني إقصاء دور القضاء الذي يبقى له دور تصحيحي لتقويم أعمال هذا الجهاز، وهذا ما يدفعنا للاعتقاد بأن علاقة مجلس المنافسة بالقضاء في الحقيقة هي علاقة تنسيق وتكامل من أجل الحفاظ على المنافسة والرقى بها.

ولكن من خلال الاطلاع على أحكام الأمر 03-03 المعدل والمتمم والمتضمن قانون المنافسة، لاسيما أحكام الطعن في قرارات مجلس المنافسة المتعلقة بالممارسات المقيدة للمنافسة ومن خلال التدقيق سجلنا بعض النقائص منها: -تناقض أحكام قانون المنافسة مع أحكام القانون العضوي 98-01 المحدد لاختصاصات مجلس الدولة بخصوص الجهة التي ينبغي أن تكون مختصة للنظر في الطعون تماشياً والمعياري العضوي إعمالاً بمبدأ تدرج القوانين. -تشبثت النظر في العون وكذا طلب التنفيذ بين أكثر من قاضي بالرغم من أنها تشمل نفس القضية وليس هناك من هو أدري من القاضي في الموضوع، ومع ذلك يمنح القانون اختصاص وقف التنفيذ يشترط طعناً في الموضوع، -لم يوضح نص المادة 63 من الأمر 03-03 المعدل والمتمم من أين يبدأ سريان أجل الطعن في التداير المؤقتة لكون الموضوع خطيراً ما دام يتعلق بحالات استعجالية، -حصر الطعن في قرارات مجلس المنافسة في أشخاص محددة ما يجعل الوضع غير مشجع على محاربة الممارسات المقيدة للمنافسة،

وتبعاً لهذه الملاحظات نأمل بأن يعيد المشرع الجزائري النظر فيها من أجل تسهيل مهمة القضاء العادي في القيام بدوره الرقابي على قرارات مجلس المنافسة.

قائمة المصادر والمراجع:

أ- قائمة المصادر:

¹⁵² هديلي أحمد، المرجع السابق، ص 299.

1. القانون العضوي 01-98 المؤرخ في 30 مايو 1998 والمتعلق باختصاصات مجلس الدولة وتنظيمه وعمله للدستور، ج ر عدد 43، الصادرة في 3 غشت 2011، المعدل والمتمم بالقانون العضوي 02-18 المؤرخ في 4 مارس 2018، ج ر عدد 15 الصادرة في 7 مارس 2018، المعدل والمتمم بالقانون العضوي 11-22 المؤرخ في 9 جوان 2022، ج ر عدد 41 الصادرة في 16 جوان 2022.
2. الأمر 58-75 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم.
3. الأمر 03-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتضمن قانون المنافسة، ج ر عدد 43 الصادرة في، المعدل والمتمم بالقانون 08-12 المؤرخ في 25 يونيو 2008، ج ر عدد 36 الصادرة في 2 يوليو 2008، المعدل والمتمم بالأمر 05-10 المؤرخ في 15 غشت 2010، ج ر عدد 46 الصادرة في 18 غشت 2010.
4. القانون 09-08 المؤرخ في 25 فبراير 2008، المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، ج ر عدد 21 الصادرة في 23 أبريل 2008، المعدل والمتمم بالقانون 13-22 المؤرخ في 12 يوليو 2022، ج ر عدد 48 الصادرة في 17 يوليو 2022.

ب- قائمة المراجع:

ب-1: المراجع باللغة العربية:

الكتب:

1. الدناصوري عز الدين، الشواربي عبد الحميد، المسؤولية المدنية في ضوء الفقه والقضاء، الجزء الأول، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2004، ص 2190.
 2. الشناق معين فندي، الاحتكار والممارسات المقيدة للمنافسة في ضوء قوانين المنافسة والاتفاقيات الدولية، دار الثقافة، ط1، الأردن، 2010.
 3. العكيلي عزيز، شرح القانون التجاري، الجزء الأول، دار الثقافة، ط1، عمان، 2005.
 4. بن وطاس إيمان، مسؤولية العون الإقتصادي في ضوء التشريع الجزائري والفرنسي، دار هومة، الجزائر، 2012.
 5. سريست قادر حسين، الممارسات المخلة بالمنافسة في قطاع الاتصالات -دراسة قانونية-، منشورات زين القانونية، بيروت لبنان، ط1، 2018.
 6. فيلاي علي، الإلتزامات -الفعل المستحق للتعويض-، موفم للنشر، ط5، الجزائر، 2014.
 7. زودة عمر، الإجراءات المدنية والإدارية-في ضوء آراء الفقهاء وأحكام القضاء-، دار هومة، 2021، الجزائر.
- أطروحات الدكتوراه ورسائل الماجستير:

1. درويش حفصة، المنافسة في النشاط المصرفي وفقا للقانون الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه LMD في القانون، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، 2022.
2. مخانشة آمنة، آليات تفعيل مبدأ حرية المنافسة -دراسة مقارنة بين التشريعين الجزائري والفرنسي-، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه ل م د، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1، 2016-2017.
3. مسعد جلال، مدى تأثير المنافسة الحرة بالممارسات التجارية، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012.
4. شفار نبية، الجرائم المتعلقة بالمنافسة في القانون الجزائري، رسالة لنيل شهادة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، 2012-2013.
5. موساوي ظريفة، دور الهيئات القضائية العادية في تطبيق قانون المنافسة، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير، قانون المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2010-2011.

المداخلات في الملتقيات:

1. كدام صفية، الرقابة القضائية على قرارات مجلس المنافسة في التشريع الجزائري، مداخلة مقدمة في الملتقى الوطني حول قانون المنافسة بين تحرير المبادرة وضبط السوق، بمجمع هيليوبوليس قلمة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، يومي 16 و 17 مارس 2015.
 2. فتحي وردية، وقف تنفيذ القرارات الصادرة عن السلطات الادارية المستقلة، مداخلة مقدمة ضمن أعمال الملتقى الوطني حول: سلطات الضبط المستقلة في المجال الاقتصادي والمالي، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، يومي 23 و 24 ماي 2007.
 3. لخضاري أعمر، إجراءات الطعن في قرارات مجلس المنافسة، مداخلة مقدمة ضمن أعمال الملتقى الوطني حول: سلطات الضبط المستقلة في المجال الاقتصادي والمالي، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 23 و 24 ماي 2007.
 4. هديلي أحمد، سلطات القضاء في مجال القوة التنفيذية لقرارات مجلس المنافسة، مداخلة مقدمة ضمن أعمال الملتقى الوطني حول سلطات الضبط المستقلة في المجال الاقتصادي والمالي، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية، 23 و 24 على 2007، الجزائر.
- ب-2: المراجع باللغة الأجنبية:

Les livres:

1. MARIE CHRISTINE BOUTARD-LABARDE, GUY CANIVET, EMMANUELLE CLAUDEL, VALERIE MICHEL-AMSELLEM, JEREMIE VIALENS, L'application en France du droit des pratiques anticoncurrentielles, L.G.D.J, Paris, 2008.
2. ZOUAIMIA RACHID, Le droit de la concurrence, édition belkeise, Alger, 2012.
3. ZOUAIMIA RACHID, les autorités de régulation indépendantes dans le secteur financier en Algérie, édition belkeise, Alger, 2013 .

Les thèses:

1. CLAUDEL EMMANUELLE, Ententes anticoncurrentielles et droit des contrats, Faculté de Droit, Université de Paris X-Nanterre, Thèse de doctorat, 1994.

Les articles:

1. ZOUAIMIA RACHID, De l'articulation des rapports entre le conseil de la concurrence et les autorités de régulation sectorielles en droit algérien, Revue Idara, N°33, 2007, Pages :117-140.
2. ZOUAIMIA RACHID, Le régime contentieux administratives indépendantes en droit Algérien, Revue Idara, N°1, 2005, Pages :57-100.
3. ZOUAIMIA RACHID, Remarques critiques sur le contentieux des décision du conseil de la concurrence en droit Algérien, Revue du conseil d'état, n° 7, 2005, Pages :51-62.
4. ZOUAIMIA RACHID, Les fonctions respectives des autorités administratives indépendantes statuant en matière économique, Revue Idara, volume 14, N 2, 2004, Pages : 123-165.

تحت غطاء الهيمنة: تقييم أثر السيطرة غير المشروعة على التنافسية الاقتصادية

"Under the Veil of Dominance: Assessing the Impact of Illegitimate Control on Economic Competitiveness"

د/قدواري فاطمة الزهرة

ط/د نوي أحمد

أستاذ مساعد ب

طالب دكتوراه

جامعة محمد خيضر بسكرة

المركز الجامعي بركة

fatmazohra.guedouari@univ-biskra.dz

ahmed.noui@cu-barika.dz

ملخص المداخلة:

تحمل وضعية الهيمنة الاقتصادية طابعاً استثنائياً في عالم الأعمال، حيث تمثل هدفاً مشروعاً تسعى إليه كل مؤسسة اقتصادية. لكن ينبثق التحدي الحقيقي عندما تترافق هذه الهيمنة بتعسف في استغلالها، مما يُشكل تجاوزاً لحدود المنافسة الصحيحة. يأتي هذا التجاوز في إطار المواد 07 و 14 من الأمر 03-03 المعدل والمكمل الخاص بالمنافسة.

وفي ظل الخطورة البالغة لممارسة التعسف المنبثقة عن وضعية الهيمنة الاقتصادية، يتجلى حرص القانون الجزائري في الحد من الآثار السلبية لها على حرية المنافسة وآليات السوق. يظهر هذا الحرص من خلال تحديد الأشكال المحتملة لهذا التعسف، وتوضيح الشروط التي يجب أن تتوفر لفرض حظر عليه، بالإضافة إلى تحديد العقوبات التي يمكن فرضها على المخالفين لتلك القواعد. وبفعل هذه التدابير القانونية، يتمكن المشرع الجزائري من ضبط التوازن بين تحقيق أهداف الهيمنة الاقتصادية الشرعية وضمان تحقيق التنافسية العادلة والصحيحة في سوق الأعمال.

الكلمات المفتاحية: وضعية الهيمنة الاقتصادية، التعسف في استغلال الهيمنة، المنافسة الصحيحة، آثار سلبية على حرية المنافسة، التوازن بين الهيمنة والتنافسية العادلة.

Abstract:

The economic dominance holds an exceptional status in the business world, representing a legitimate goal pursued by every economic institution. However, the real challenge emerges when this dominance is accompanied by arbitrariness in its exploitation, constituting a violation of the boundaries of fair competition. This transgression falls within the framework of Articles 07 and 14 of the amended and supplementary Order 03-03 related to competition.

Given the significant risks associated with arbitrary practices stemming from economic dominance, Algerian law demonstrates a commitment to mitigating their negative impacts on competition freedom and market mechanisms. This commitment is evident in specifying possible forms of such arbitrariness, elucidating the conditions for imposing a ban, and outlining the penalties that can be imposed on violators of these rules. Through these legal measures, the Algerian legislator can balance achieving legitimate economic dominance goals while ensuring fair and proper competitiveness in the business market.

Keywords: Economic dominance, Arbitrariness in dominance exploitation, Fair competition, Negative effects on competition freedom, Balance between dominance and fair competitiveness.

مقدمة

مبدأ حرية التجارة والاستثمار يشكل إحدى ركائز نظام اقتصاد السوق، حيث يتيح للمؤسسات الاقتصادية حرية ممارسة الأنشطة الاقتصادية والتنافس ضمن إطار المبادئ القانونية للمنافسة الحرة، دون قيود تعيق تطبيق هذه المبادئ. تتمثل أهمية هذا المبدأ في تحقيق التوازن بين مصالح المؤسسات ودور الدولة في الحياة الاقتصادية.

تُعتبر حرية المنافسة أساسًا لتحقيق النمو الاقتصادي والاجتماعي، حيث تُشجع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على تعزيز قدراتها التنافسية للبقاء والتأثير في السوق. تعتبر أيضًا ضمانًا أساسيًا ضد الآثار السلبية للهيمنة التي تفرضها المؤسسات الكبيرة، التي قد تحاول استبعاد المنافسة واحتكار السوق.

تجسيدًا لهذه الحرية، وضع المشرع الجزائري قواعد ومبادئ لتنظيم المنافسة الحرة وحمايتها بموجب الأمر 03-03 المعدل والمكمل. يهدف هذا الأمر إلى ضمان حسن سير المنافسة داخل السوق، حيث يحظر بوضوح الممارسات المقيدة للمنافسة، خاصة تلك التي تنشأ عن تعسف المؤسسات في استغلال هيمنتها الاقتصادية.

بناءً على ما تقدم، يمكن طرح الإشكالية التالية: كيف يمكن للهيمنة الاقتصادية أن تقوم بتقييد حرية المنافسة في السوق؟

ولرفع الغطاء عن هذا الموضوع والإجابة على هذه الإشكالية، ارتأينا تقسيم دراستنا إلى مبحثين متبعين في ذلك المنهج الوصفي التحليلي، في المبحث الأول، نتطرق إلى الأطار المفاهيمي لوضعية الهيمنة، أما المبحث الثاني، فيتناول الاستغلال التعسفي لوضعية الهيمنة وعلاقته بتقييد المنافسة.

المبحث الأول: الأطار المفاهيمي لوضعية الهيمنة

يعتبر فهم طبيعة وتأثيرات الهيمنة الاقتصادية أمرًا حيويًا لفهم ديناميكيات السوق وتأثيرها على المنافسة. تشكل الهيمنة الاقتصادية ظاهرة تتجلى في سيطرة فرد أو مؤسسة على سوق محدد، مما يمنحها القدرة على تحديد الأسعار والسلوك في السوق دون تدخل فعال للمنافسين الآخرين.

ارتأينا تقسيم هذا المبحث إلى ثلاثة مطالب، سنتناول في المطلب الأول معنى وضعية الهيمنة على السوق، أما المطلب الثاني نبرز فيه حالات حظر التعسف في وضعية الهيمنة والاستثناءات الواردة عليه

المطلب الأول: معنى وضعية الهيمنة على السوق

تعد وضعية الهيمنة على السوق من المفاهيم الاقتصادية الحديثة التي انعكست بشكل ملحوظ في المجال القانوني، خاصةً مع تطور أحكام قوانين المنافسة. يأتي هذا التطور في سياق توسيع أهداف تلك القوانين، حيث باتت تتنوع لتشمل حماية حرية المتنافسين من جهة، وحماية آليات السوق من جهة أخرى.

لفهم هذا المصطلح بشكل أوضح، يتعين أولاً توضيح مفهومه، ثم تحديد صوره وتحديد المعايير التي يمكن من خلالها تقدير هذه الوضعية الاقتصادية المحددة: وهذا ما سنتناوله من خلال هذا المطلب.

الفرع الأول: تعريف وضعية الهيمنة

في عالم الاقتصاد والتجارة، تعتبر وضعية الهيمنة من أحد المفاهيم الأساسية التي تلعب دوراً حاسماً في تحديد ديناميكيات السوق وسلوكيات المؤسسات الاقتصادية. تُعرف وضعية الهيمنة بأنها الوضعية التي تتسم بها مؤسسة معينة بقدرتها على التحكم والسيطرة في سوق معينة أو جزء منها، مما يمنحها ميزة تنافسية تسمح لها بتحقيق أهدافها الاقتصادية بشكل أفضل من منافسيها.

سنعرض في هذا الفرع التعريف القانوني ثم الفقهي وبعدها التعريف الاجرائي لوضعية الهيمنة

اولا: التعريف القانوني

عرّف المشرع الجزائري وضعية الهيمنة بموجب المادة 03، الفقرة ج، من الأمر 03-03، حيث وصفها بأنها "الوضعية التي تمكن مؤسسة ما من الحصول على مركز قوة اقتصادية في السوق، مما يعرقل قيام منافسة فعلية ويمنحها إمكانية القيام بتصرفات منفردة إزاء منافسيها أو زبائنها أو مموليها".¹⁵³ يتجلى من تعريف الهيمنة أنها ترتبط بحصول المؤسسة على السيطرة الاقتصادية، ورغم أنها تتطلب القوة الاقتصادية، فإن ممارسة الهيمنة تزيد من هذه القوة وتمنح المؤسسة القدرة على التصرف بشكل مستقل.

ومن خلال نص المادة 03، الفقرة ج، يبدو أن المشرع الجزائري حصر مفهوم الهيمنة في التصرفات المنفردة واعتبرها احتكاًراً، مستبعداً الهيمنة الجماعية. وتتعارض هذه الحالة مع الطبيعة الشاملة للهيمنة التي تتطلب السيطرة الاقتصادية سواء فردية أو جماعية، دون اشتراط الانفراد أو الاحتكار.

يُعتبر المشرع الجزائري ممارسة وضعية الهيمنة ذاتها ممارسة محظورة تعرقل المنافسة، لكنه أكد أنها لا تكون مقيدة للمنافسة إلا إذا كانت مصحوبة بالتعسف في استغلالها. يؤكد ذلك المادة 07 من الأمر 03-03، حيث يحظر بوضوح إساءة استغلال المركز المهيمن أو الاستغلال التعسفي لوضعية الهيمنة باعتبارها ممارسة مقيدة لحرية المنافسة.¹⁵⁴

ثانيا: التعريف الفقهي

تميل بعض الآراء في الفقه إلى ربط الهيمنة بالقوة الاقتصادية للمؤسسة، حيث تُعتبر هذه القوة الاقتصادية المكتسبة سبباً لسلطتها على المنافسين في نفس السوق. وفي رأي آخر، تُعتبر المؤسسة في وضعية هيمنة عندما تتمتع بقوة اقتصادية أو احتكار، وتسبب تغييراً واضحاً في عرض السوق. استناداً إلى ذلك، تتجلى وضعية الهيمنة من خلال القدرة الاقتصادية والمالية والإدارية للمؤسسة، مما يؤهلها للتفوق على المنافسين وتعطيل المنافسة الفعلية، مما يؤثر على علاقتها بالمتعاملين التجاريين والمستهلكين.¹⁵⁵

ثالثا: التعريف الاجرائي

¹⁵³ - المادة 3 من القانون رقم 12-08 مؤرخ في 25 جوان 2008، ج ر ع 36 مؤرخة في جويلية 2008، يعدل و يتمم الامر رقم 03-03 المؤرخ في

19 جويلية 2003 المعدل والمتمم، المتعلق بالمنافسة، ج ر ع 43 المؤرخة في 20 جويلية 2003

¹⁵⁴ - المادة 7 من الامر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المعدل والمتمم، المتعلق بالمنافسة، ج ر ع 43 المؤرخة في 20 جويلية 2003

¹⁵⁵ - سويلم فضيلة، اثار وضعية الهيمنة الاقتصادية على حرية المنافسة، المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية، المجلد 7، العدد 1،

2022، ص 25

وضعية الهيمنة على السوق تعبر عن حالة تمتلك فيها مؤسسة اقتصادية سيطرة استثنائية على السوق التي تعمل فيها. يتسم هذا الوضع بقوة اقتصادية ومالية تمكن المؤسسة من التحكم في تقديم السلع أو الخدمات وتوجيه سياسات الأسعار دون تدخل فعال من المنافسين. تؤثر وضعية الهيمنة على الديناميات السوقية وتقوم بتشويش على المنافسة الصحية، مما ينتج عنه تأثيرات كبيرة على المستهلكين وشركات أخرى في السوق.

الفرع الثاني: صور وضعية الهيمنة على السوق

يظهر وجود وضعية الهيمنة الاقتصادية على الساحة الاقتصادية بشكل فردي أو جماعي. في الحالة الفردية، تنشأ هذه الوضعية عندما تمتلك مؤسسة قوة اقتصادية فريدة تمكنها من التحكم في السوق، وتُعرف بوضعية الهيمنة الفردية. بينما في الحالة الجماعية، يتداخل عدة مؤسسات لتشكل كيانًا جماعيًا يحتل مركز هيمنة على السوق، وتُعرف هذه الوضعية بوضعية الهيمنة الجماعية.

أولاً: وضعية الهيمنة الفردية

تظهر المؤسسة في وضعية الهيمنة الفردية عندما تمتلك قدرة استثنائية على السوق، تمكنها من التصرف بشكل مستقل عن منافسيها وعملائها ومورديها. يمكن لهذه المؤسسة تحديد أسعارها بما يتجاوز الحد التنافسي وتقديم منتجات أو خدمات بجودة أقل، مما يؤثر على المنافسة الصحية في السوق¹⁵⁶.

ثانياً: وضعية الهيمنة الجماعية

تتجسد وضعية الهيمنة الجماعية عندما تتحد مؤسسات معاً، بفضل روابط اقتصادية متبادلة وتنسيق في الإستراتيجية، لتشكل كياناً جماعياً قادراً على التصرف بشكل مستقل عن المنافسين والعملاء. تستفيد هذه المؤسسات من تبادل الروابط والتنسيق لتحقيق هيمنة مشتركة، وتقوم بتوحيد نشاطاتها بصورة تكتيكية لتحقيق سياسة تجارية متناسقة¹⁵⁷.

الفرع الثالث: معايير تحديد وضعية الهيمنة على السوق

لتقدير وضعية الهيمنة الاقتصادية لمؤسسة في السوق، يعد تحديد المعايير الأساسية أمراً حيوياً لمجلس المنافسة. يتيح ذلك للمجلس تحديد وجود هذه الوضعية ومراقبة استغلال المؤسسة المهيمنة بطريقة تعسفية، ويمكنه من منح التصاريح اللازمة أو الالتزام بتقديم تصريح عدم التدخل عند توفر الشروط القانونية، كما توجد معايير إضافية لتحديد هذه الوضعية.

أولاً: المعايير الرئيسية

سنعرض في هذا العنصر المعايير الرئيسية التي لتقدير او تحديد وضعية الهيمنة

1-معيار القوة الاقتصادية

¹⁵⁶ - سويلم فضيلة، المرجع السابق، ص 26

¹⁵⁷ - سامي بن حملة، وضعية الهيمنة الجماعية مفهوم حديث يتطلب التقنين في قانون المنافسة الجزائري، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، جامعة تيزي وزو، المجلد 18، العدد 1، 2023، ص 428

يتعلق هذا المعيار بقدرة المؤسسات على فرض هيمنتها على السوق، سواء بشكل فردي أو جماعي، من خلال استخدام قوتها الاقتصادية والمالية. يُعتبر تفوق المؤسسة التقني والمالي، وقدرتها على تحديد الأسعار وسهولة الوصول إلى مصادر التمويل، مؤشرات على تمتعها بوضعية هيمنة¹⁵⁸.

2- معيار احتكار السوق

يركز هذا المعيار على وضعية الاحتكار التي تمارسها المؤسسة على السوق أو جزء منه، ويختلف عن وضعية الهيمنة التي لا تتطلب غياب المنافسة. تعتبر وضعية الهيمنة أقل درجة من الاحتكار، حيث يمكن للمؤسسة المهيمنة الاستفادة من وضعيتها التنافسية دون أن تنفرد بالسوق.¹⁵⁹

ثانياً: المعايير الإضافية

بالإضافة لما تم عرضه من معايير رئيسية تقدر وتحدد بها وضعية الهيمنة، فإنه توجد معايير إضافية سنعرضها تالياً:

1- معيار حصة السوق

يُعدّ معيار حصة السوق الأساس لتقدير وضعية الهيمنة الاقتصادية، حيث يتم تحديد مدى الهيمنة عبر استحواذ المؤسسة على نسبة معينة من حصة السوق. إذا كانت المؤسسة تحتكر أكثر من 50% أو 60% من حصة السوق، يُعتبر ذلك مؤشراً قوياً على وجود وضعية هيمنة. حتى في حالة استحواذ المؤسسة على حصة أقل، 30% أو 40%، قد تجعل توزيع باقي الحصص بين متدخلين آخرين المؤسسة في وضعية هيمنة نظراً لتركيب السوق.¹⁶⁰

2- معيار الامتيازات القانونية أو التقنية

يركز هذا المعيار على كيفية تحديد وضعية الهيمنة من خلال امتيازات قانونية أو تقنية. يشمل الامتيازات القانونية، مثلاً، إعفاء المؤسسة المهيمنة من الضرائب لمدة معينة. أما الامتيازات التقنية، مثل الشهرة والابتكار، فتعزز موقف المؤسسة من الناحية التقنية.¹⁶¹

3- معيار العلاقات المالية أو التعاقدية أو الفعلية

يُحدد هذا المعيار وضعية الهيمنة من خلال العلاقات المالية، التعاقدية، أو الفعلية بين المؤسسة المهيمنة وبقية المؤسسات المتعاملة معها. يمكن أن تنشأ من هذه العلاقات امتيازات مثل مجانية الإشهار وتكاليف النقل المجانية.¹⁶²

¹⁵⁸ - بلال سليمة، ضوابط استغلال وضعية الهيمنة بين المشروعية والحظر، مجلة القانون والعلوم السياسية، المجلد 8، العدد 1، 2022، ص 245

¹⁵⁹ - بعوش دليلا، المفهوم القانوني للتعسف في استغلال وضعية الهيمنة على السوق، مجلة البحوث في العقود وقانون الاعمال، العدد 1، ديسمبر 2016، ص 81-82

¹⁶⁰ - بن حملة سامي، مفهوم وضعية الهيمنة في قانون المنافسة، مجلة العلوم الانسانية، العدد 46، ديسمبر 2016، ص 269

¹⁶¹ - بلال سليمة، المرجع السابق، ص 243

¹⁶² - بن وطاس إيمان و عبد الله أوهابيه، العون الاقتصادي والتعسف في وضعية الهيمنة كممارسة مقيدة للمنافسة، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، جامعة زيان عاشور الجلفة، العدد 10، جوان 2018، ص 143.

4-معايير الامتيازات المتعلقة بالقرب الجغرافي

يعتمد هذا المعيار على قرب الموقع الجغرافي للمؤسسة من السوق التي تعمل فيها. إذا كانت المؤسسة قريبة جغرافياً من السوق، فإن هذا القرب يمنحها هيمنة على السوق، حيث يميل المتعاملون التجاريون إلى التعامل مع المؤسسة الأقرب لهم لتجنب مصاريف النقل.¹⁶³

المطلب الثاني: حالات حظر التعسف في وضعية الهيمنة والاستثناءات الواردة عليه

تعتبر قضايا حظر التعسف في وضعية الهيمنة أموراً حيوية في مجال حماية المنافسة وتعزيز النزاهة في الأسواق الاقتصادية. يتعامل القانون مع هذه الحالات بعناية خاصة، حيث يحدد الإطار القانوني للممارسات التجارية ذات الطابع الاحتكاري ويضع حدوداً لمنع استغلال وضعية الهيمنة بطرق تعسفية.

سنتعرض في هذا المطلب لحالات حظر التعسف في وضعية الهيمنة، بالإضافة إلى النظر في الاستثناءات المفروضة على الحظر، لضمان تحقيق توازن فعال بين تحفيز الابتكار وحماية حقوق المنافسة في السوق.

الفرع الأول: حالات حظر التعسف في وضعية الهيمنة

تشكل حالات حظر التعسف في وضعية الهيمنة جزءاً حيوياً من التشريعات التنظيمية في مجال الاقتصاد والمنافسة. تعكس هذه الحالات التحديات التي تواجهها الأسواق في ظل وجود مؤسسات تسعى لاستغلال وضعيتها الاقتصادية المهيمنة بطرق تعسفية، مما يهدد حرية المنافسة ويقيد فرص الدخول للمنافسين الآخرين.

1- هيمنة اقتصادية لمؤسسة على السوق أو جزء منه

الشرط الأول لحظر التعسف الاقتصادي يتعلق بوجود مؤسسة في وضعية هيمنة على السوق، حيث تكون لديها القوة الاقتصادية التي تمكنها من فرض شروطها والتحكم في آليات السوق. يجب تحديد السوق المرجعية لقياس هذه الهيمنة. المادة 2/03 من الأمر 03-03 تعرّف السوق كمكان يتم فيه لقاء العرض والطلب على السلع والخدمات، مع استناد إلى عدة معايير مثل السلع والخدمات المعروضة والمنطقة الجغرافية التي تُعرض فيها. يتم ربط مفهوم السوق بالمنطقة الجغرافية التي تتم فيها هيمنة المؤسسات الاقتصادية ومن الناحية الاقتصادية، يُعرّف السوق على أنه المكان الذي يلتقي فيه العرض والطلب على السلع والخدمات.¹⁶⁴

2- التعسف في استغلال الهيمنة الاقتصادية

تعسف المؤسسة في استغلال وضعيتها الهيمنة الاقتصادية يُعرف على أنه أي فعل أو تصرف يقوم بها المؤسسة المهيمنة لعرقلة المنافسة في السوق أو الحصول على امتيازات غير مبررة. يتضمن ذلك التصرفات التي تؤثر في هيكل السوق أو تعطل المنافسة، وتُعتبر المؤسسة متعسفة إذا استخدمت قوتها الاقتصادية للحصول على امتيازات تضر

¹⁶³ - سويلم فضيلة، المرجع السابق، ص 28

¹⁶⁴ - مريم تيانتي، وضعية الهيمنة على اقتصاد السوق في ظل قانون المنافسة الجزائري 03/03، مجلة الاجتهاد القضائي، المجلد 15،

العدد 1، مارس 2023، ص 308

بحرية المنافسة. يتمثل التعسف في التصرفات والسلوكيات التي تعترض على الحفاظ على المنافسة في السوق، ويمكن تعريفه بأنه "تصرف سلوكي" ينبغي أن يكون مستنداً إلى إرادة المؤسسة للقيام بتلك السلوكيات.¹⁶⁵

3- إعاقة حرية المنافسة بسبب سوء استخدام المؤسسة لهيمنتها الاقتصادية بطريقة تعسفية

تعتبر التعسف الناتج عن وضعية الهيمنة الاقتصادية عائقاً لحرية المنافسة أو تقييدها أو التداول بها. يتحقق هذا التعسف عندما تقوم المؤسسة، التي تتمتع بوضع هيمنة اقتصادية، بتجاوز حدود استخدام قوتها وهيمنتها بشكل تعسفي، مما يعرقل بشكل غير مبرر السير الطبيعي للمنافسة في السوق. ورغم أن المادة 07 من الأمر 03-03 لم تنص صراحة على هذا الشرط، إلا أنه يمكن الاستدلال عليه من مضمون المادة 14 التي تصنف تلك الممارسة كقيود على المنافسة، مما يعني أنها تعتبر عرقلة لحرية المنافسة أو تقييدها أو التداول بها.¹⁶⁶

الفرع الثاني: الاستثناءات الواردة على التعسف في وضعية الهيمنة

استثنى التشريع الجزائري تطبيق الحظر القانوني على التعسف الناتج عن وضعية الهيمنة في عدة حالات، نوجزها تالياً:

أولاً: الحالة الأولى

إذا تم الحصول على تصريح بعدم التدخل من مجلس المنافسة، بناءً على طلب المؤسسات المعنية، عندما يتبين للمجلس عدم حاجته للتدخل فيما يتعلق بالممارسات المنصوص عليها في المادة 07¹⁶⁷، ويتم طلب عدم التدخل وفقاً لأحكام المرسوم التنفيذي رقم 05-175 الذي يحدد كيفية الحصول على تصريح عدم التدخل بشأن الاتفاقيات ووضعية الهيمنة على السوق.¹⁶⁸

ثانياً: الحالة الثانية

إذا منح مجلس المنافسة إذنًا للممارسة التي أظهر أصحابها أنها تسهم في التطور الاقتصادي أو التقني أو الاجتماعي، أو تعزز وضعية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في السوق.¹⁶⁹

ثالثاً: الحالة الثالثة

إذا كانت الممارسة ناتجة عن تطبيق نص تشريعي أو تنظيمي¹⁷⁰؛ هذا البند يشير إلى حالة استثناء التعسف الناتج عن وضعية الهيمنة في حالة وجود تشريع أو تنظيم يسمح أو يقر بتلك الممارسة الهيمنة. ببساطة إذا كان هناك قانون أو نظام تنظيمي صدر ليسمح بالسلوك الذي يُعتبر تعسفياً بسبب الهيمنة، فيمكن استثناء المؤسسة من تطبيق الحظر القانوني.

¹⁶⁵ - مريم تيانتي، المرجع السابق، ص 308-309

¹⁶⁶ - سوليم فضيلة، المرجع السابق، ص 30-31

¹⁶⁷ - المادة 7 من الأمر 03/03، المصدر السابق

¹⁶⁸ - المرسوم التنفيذي رقم 05-175 المؤرخ في 12 ماي 2005، المتعلق بتحديد كيفية الحصول على التصريح بعدم التدخل بخصوص الاتفاقيات ووضعية الهيمنة على السوق، ج ر ع 35، مؤرخة في 18 ماي 2005.

¹⁶⁹ - المادة 2/9 من الأمر رقم 03/03، المصدر السابق

¹⁷⁰ - المادة 1/9 من الأمر رقم 03/03، المصدر السابق.

المبحث الثاني: الاستغلال التعسفي لوضعية الهيمنة وعلاقته بتقييد المنافسة

في عالم الأعمال والاقتصاد، يعد استغلال وضعية الهيمنة أحد الظواهر القائمة التي تثير القلق وتطلب الانتباه، حيث تصطدم مفاهيم الحرية والمنافسة العادلة بسلوكيات تعسفية تنطلق من الشركات أو المؤسسات التي تتمتع بسلطة اقتصادية مهيمنة.

ارتأينا تقسيم هذا المبحث إلى مطلبين، سنتناول في المطلب الأول صور الاستغلال التعسفي لوضعية الهيمنة، أما المطلب الثاني فخصصناه لبيان علاقة الاستغلال التعسفي بتقييد المنافسة.

المطلب الأول: صور الاستغلال التعسفي لوضعية الهيمنة

وفقاً للمادة 07 من الأمر 03-03، قدم المشرع الجزائري تصنيفاً لأنواع التعسف في استغلال وضعية الهيمنة الاقتصادية، حيث جمع بينها في فئتين. الفئة الأولى تتعلق بتأثير الأعمال على هيكل السوق، بينما ترتبط الفئة الثانية بالعلاقات بين المؤسسات المهيمنة والمتنافسة.

الفرع الأول: أشكال التعسف الناتج عن وضعية الهيمنة على مستوى السوق

باستنادنا إلى مضمون المادة 07 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة، يظهر أن التعسف الناتج عن وضعية الهيمنة الاقتصادية يُمارس بشكل فردي أو جماعي من قبل المؤسسات على سوق محددة. يتسبب هذا الاستعمال التعسفي للهيمنة الاقتصادية في تأثير سلبي على هيكل السوق نتيجة للتصرفات التي تتخذها المؤسسة بهدف تعزيز وتعزيز مكانتها في السوق، مما يعرقل بشكل ملحوظ دخول المنافسين الجدد.

أولاً: اقتسام الأسواق أو مصادر التمويل

تتم هذه العملية عبر تقسيم الأسواق جغرافياً وتحديد الحصص النسبية لكل مؤسسة في مجالات الإنتاج، التوزيع، أو تقديم الخدمات، وتحديد مصادر التمويل لكل منها. تهدف المؤسسات المهيمنة بشكل تعسفي من خلال هذا التقسيم الجغرافي إلى تقسيم الزبائن وحصص المؤسسات في السوق، حيث تخصص كل مؤسسة منطقة حصرية لممارسة نشاطها. يتسبب هذا التقسيم في تحديد المراكز الاقتصادية للمؤسسات المتنافسة في السوق، ويمنعها من ممارسة أنشطتها خارج الحدود المحددة لكل منها. وهذا يعيق بشكل حاد حرية المنافسة، سواء بالنسبة للمؤسسات المحلية أو لتلك التي تسعى للدخول إلى السوق.¹⁷¹

ثانياً: تقييد دخول السوق أو ممارسة النشاطات التجارية بها

تتجلى في أسلوبين: الأول يكون مباشراً ويتعلق بعرقلة دخول متعاملين جدد إلى السوق، حيث تفرض المؤسسة المهيمنة شروطاً تقييدية على المنافسين الجدد، مثل الحصول على تراخيص أو اعتمادات من النقابات، أو الامتثال لشروط محددة مسبقاً، وغيرها. أما الأسلوب الثاني، فيظهر بشكل غير مباشر، حيث تنشأ شبكات حصرية من قبل

¹⁷¹ - بن وطاس ايمان، عبد الله اوهابيه، المرجع السابق، ص 145

المؤسسات المهيمنة بشكل تعسفي، من خلال توقيع عقود توزيع تتضمن بنودًا حصرية تقيد حرية الموزعين في التعامل مع منافسين آخرين.¹⁷²

ثالثًا: تقليص أو مراقبة الإنتاج أو منافذ التسويق أو الاستثمارات أو التطور التقني

يتم هذا عن طريق تحديد حجم إنتاج أو تسويق معين لكل مؤسسة، وتحديد نطاق الاستثمار أو استخدام التكنولوجيا في وسائل الإنتاج لكل مؤسسة. وبالتالي، يتم منع المؤسسات ذات القوة الاقتصادية الضعيفة من إنتاج كميات أكبر أو تسويق منتجات لعملاء غير المتعاملين معهم، أو الاستثمار في مجالات أخرى غير المحددة لهم، أو اقتناء وسائل إنتاج أكثر تطورًا من تلك المسموح بها. وإلا ستتم محاكمتهم من قبل المؤسسة المهيمنة التي تفرض عليهم هذه القيود بقطع علاقتها معهم.¹⁷³

الفرع الثاني: أشكال التعسف الناتج عن وضعية الهيمنة على مستوى المؤسسات

تظهر صور التعسف الناتج عن وضعية الهيمنة الاقتصادية على مستوى المؤسسات المتنافسة في تصرفات تتجاوز حدود حرية المنافسة. يمكن للمؤسسة المتعسفة استغلال هيمنتها بشكل غير منصف، سواء تجاه المؤسسات المنافسة في السوق أو تلك التي تشارك معها، بهدف تعزيز مكانتها الاقتصادية وتقليص عدد المنافسين أو إقصائهم من تلك السوق.

أولاً: تقييد إبرام العقود مع الشركاء بالموافقة على خدمات إضافية غير متعلقة بمضمون تلك العقود، سواء من حيث طبيعتها أو وفقًا للأعراف التجارية

يتمثل هذا النوع من التصرفات في ربط المؤسسة المهيمنة إبرام العقد بشروط تفرض على الطرف الآخر الالتزام بأداءات أخرى غير مرتبطة بموضوع العقد، سواء من حيث طبيعتها أو وفقًا للأعراف التجارية. يُظهر ذلك في البيع المتلازم أو المترابط الذي يفرض ربط بيع السلعة المطلوبة بتقديم خدمات إضافية في نفس الوقت، دون وجود صلة واضحة بين هذه الخدمات وموضوع العقد. يُعتبر هذا التصرف تقييدًا لحرية المؤسسة المتعاقدة في إبرام العقود والحصول على احتياجاتها من السلع المطلوبة دون تعقيدات غير مبررة.¹⁷⁴

ثانيًا: عرقلة حرية الأسعار حسب قواعد السوق بالتشجيع المصطنع لارتفاع الأسعار أو لانخفاضها

وفقًا للمادة 04 من الأمر 03-03، يُحدد سعر السلع والخدمات بحرية وفقًا لقواعد المنافسة الحرة والنزيهة، ويُعتبر فرض هيمنة تعسفية على سوق معين في نشاط محدد من قبيل مؤسسة مفردة جريمة. يُعاقب القانون هذه السلوكيات، حيث تُعرّف ممارسات رفع وتخفيض الأسعار المصطنعة على أنها محاولة إقصاء منافس أو تثبيط دخوله للسوق، ويتم ذلك بفرض أسعار غير حقيقية لفترة مؤقتة بهدف استبعاد المنافسين وتحقيق أرباح عالية بعد ذلك. تهدف هذه الممارسات إلى تشويه قوى العرض والطلب في السوق، وقد اعترف مجلس المنافسة بوجود وضعية هيمنة في

¹⁷² - سويلم فضيلة، المرجع السابق، ص 31

¹⁷³ - بلال سليمة، المرجع السابق، ص 249

¹⁷⁴ - بن عبد القادر زهرة، حماية مبدأ المنافسة من التعسف في استغلال وضعية الهيمنة على السوق -دراسة تحليلية في التشريع الجزائري على ضوء نظيره الفرنسي-، مجلة الدراسات القانونية المقارنة، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، المجلد 05، العدد 01، جوان 2019، ص 46-47

سوق الهواتف المحمولة لشركة موبيليس، مما دفعها لطلب زيادة تصل إلى 45% في تسعيرتها، وهو ما اعتبر تعسفًا في استغلال الهيمنة وممارسة مقيدة للمنافسة.¹⁷⁵

ثالثًا: فرض شروط غير متكافئة على الشركاء التجاريين فيما يتعلق بنفس الخدمات، مما يحرمهم من فوائد المنافسة

فرض المؤسسة المهيمنة شروطاً غير متكافئة على شركائها التجاريين فيما يتعلق بنفس الخدمات يُعتبر تمييزاً في المعاملة، ما يؤدي إلى حرمان الشركاء الأقل قوة اقتصادية من فوائد المنافسة. تشمل هذه الممارسات رفض البيع أو فسخ العقود التجارية بشكل تعسفي، وفرض أسعار تمييزية أو تفضيل زبون على آخر من خلال تخصيص امتيازات، كالتخفيضات أو تسهيلات في الدفع.¹⁷⁶

المطلب الثاني: علاقة الاستغلال التعسفي بتقييد المنافسة

تأخذ السيطرة على السوق أشكالاً متعددة، ومن بينها وضعيتا الاحتكار والتبعية الاقتصادية، التي تتشابه إلى حد كبير مع وضعيتا الهيمنة الاقتصادية، خاصة فيما يتعلق بالمضمون وصور التعسف في استغلالها.

سنعرض في هذا المطلب لحالتين للتعسف، أولهما التعسف في وضعيتا التبعية الاقتصادية، ثم التعسف في وضعيتا الاحتكار.

الفرع الأول: الاستغلال التعسفي في وضعيتا التبعية الاقتصادية

يشكل الاستغلال التعسفي في وضعيتا التبعية الاقتصادية ظاهرة تثير الكثير من الاهتمام في مجال الاقتصاد والقانون، حيث يعبر عن تحديات خطيرة تواجه عملية المنافسة الصحيحة في الأسواق. تعكس هذه الظاهرة تفاوتاً في العلاقات التجارية بين المؤسسات، حيث يسعى البعض إلى استغلال قوتهم الاقتصادية لفرض شروط تعاقدية غير متكافئة على الأطراف التابعة لهم، مما يحد من حريتهم ويقيّد قدرتهم على المنافسة بشكل عادل وفي نفس الوقت يؤثر سلباً على الديناميات السوقية.

أولاً: العلاقة بين وضعيتا التبعية والهيمنة

يتبادل العون الاقتصادي الذي يتمتع بالهيمنة الاقتصادية مع العون الاقتصادي التابع لعلاقات تجارية، ويظهر تأثير هذه الهيمنة على ممارسات التعسف في استغلال وضعيتا التبعية الاقتصادية. يتعامل العون الاقتصادي المهيمن بطرق تعسفية في استفادته من وضعيتا التبعية الاقتصادية التي يتواجد فيها العون الاقتصادي التابع، وذلك بسبب الهيمنة الاقتصادية التي تمكنه من فرض شروط تعاقدية تخدم مصالحه على حساب المتعاملين الآخرين، مثل شروط توزيع السوق أو عدم التنافس.¹⁷⁷

¹⁷⁵ - شايب بوزيان، الاستغلال التعسفي لوضعيتا الهيمنة على السوق كممارسة مقيدة للمنافسة، مجلة القانون، المركز الجامعي أحمد

زبانه، غليزان، المجلد 06، العدد 08، جوان 2017، ص 89-91

¹⁷⁶ - بن وطاس إيمان، عبد الله أوهايبية، المرجع السابق، ص 147

¹⁷⁷ - سويلم فضيلة، المرجع السابق،

تتأتي وضعية التبعية الاقتصادية من قوة العون الاقتصادي المتبوع بالمقارنة مع العون الاقتصادي التابع، وتُمكنه من التفاوض بفعالية وفرض شروطه التعاقدية على الجهة الأخرى. يجب التنبيه إلى أن التبعية الاقتصادية نفسها لا تُحظر، بل يتم حظر استغلالها بشكل تعسفي للحصول على مزايا تعاقدية غير مبررة. يظهر تأثير الهيمنة الاقتصادية في قيود حرية المنافسة في سياق التبعية الاقتصادية، حيث تكون مؤسسة مهيمنة على مؤسسة تابعة لها اقتصاديًا، مما يُحد من حرية المنافسة ويعرقلها. تُعرّف المادة 4/03 من الأمر 03-03 وضعية التبعية الاقتصادية بأنها "العلاقة التجارية التي لا يكون فيها لمؤسسة ما حلاً بديلاً مقارناً إذا أرادت رفض التعاقد بالشروط التي تفرضها عليها مؤسسة أخرى سواء كانت زبوناً أو مموناً".¹⁷⁸

ثانياً: وضعية التبعية قانوناً

يظهر مفهوم التبعية الاقتصادية من خلال العلاقة التجارية بين مؤسستين، حيث لا يكون لأي منهما حلاً بديلاً إذا قررت الأخرى رفض التعاقد بالشروط المفروضة عليها، سواء كانت العلاقة بينهما تتمثل في دور زبون أو ممون.

وتُشير وضعية التبعية الاقتصادية، إلى وجود علاقات تجارية مسبقة تربط العون الاقتصادي المهيمن بالعون الذي يكون في وضع تبعية، حيث يكون استمرار نشاط العون الأقل قوة اقتصادية مرهوناً بعدم فسخ العلاقات التجارية التي تربطه بالعون المهيمن.¹⁷⁹

تُساهم التبعية الاقتصادية في خلق هيمنة اقتصادية، ولكن هذه الهيمنة تكون نسبية وليست مطلقة. إذ لا تعني وضعية التبعية أن المؤسسة تسيطر على السوق بأكمله أو جزء منه، بل تشير إلى هيمنتها على مؤسسة أخرى تابعة لها. يمكن اعتبار هذه التبعية كوضعية اقتصادية بدلاً من وضعية قانونية، حيث تتوقف على طبيعة العلاقة التجارية ومدى الهيمنة والقوة الاقتصادية التي تمتلكها المؤسسة في مواجهة شركائها التجاريين.

ثالثاً: حالات تحقق وضعية التبعية

سنتعرض في هذا العنصر للحالات التي تتحقق فيها وضعية التبعية الاقتصادية

1- التبعية للعلامة المشهورة

تظهر هذه الوضعية عندما يكون الموزع متوارثاً لممون وحيد يمتلك منتجات ذات علامة تجارية معروفة، ويقبل الموزع على العقود التي تفرضها عليه الشروط التعاقدية، مثل الحصرية، مما يضعه في وضع تعاقدية ضعيف قبل الممون.

2- التبعية في التوزيع

تحدث عندما يصبح المنتج تابعاً للزبون بسبب القوة الشرائية التي يتمتع بها، مما يجعل الممون معرضاً لشروط الزبون، مما يضعه في وضع اقتصادي ضعيف نسبياً.¹⁸⁰

¹⁷⁸ - المادة 3/4 من الامر رقم 03/03 ، المصدر السابق

¹⁷⁹ - قني سعدية و بلجاني وردة، شروط الاستغلال التعسفي لوضعية التبعية الاقتصادية في قانون المنافسة الجزائري، مجلة النبراس

للدراستات القانونية، المجلد 02، العدد 02، مارس 2017، ص 11

¹⁸⁰ - سويلم فضلية، المرجع السابق، ص 37

3- الممارسات التعسفية المترتبة عن وضعية التبعية

تشمل رفض البيع بدون مبرر والبيع التمييزي والبيع المشروط بكميات دنيا، وتهدف إلى حماية المتعاملين من الاستغلال، وتحد من حرية المنافسة¹⁸¹.

وضعية التبعية الاقتصادية تعكس القوة التي يمتلكها أحد الأطراف في العلاقة التجارية، وتحظر الممارسات التعسفية لحماية السوق.

الفرع الثاني: الاستغلال التعسفي في وضعية الاحتكار

تتسارع التطورات في الأسواق الاقتصادية، ومعها تظهر أنماطاً جديدة من التحكم والسيطرة تثير اهتمام؛ حيث يسعى البعض إلى تحقيق مكاسب غير مبررة من سيطرتهم على سوق معينة. ينطوي هذا الاستغلال على ممارسات تقوم على تحديد شروط التعاقد بطرق تُعتبر غير عادلة، ما يؤثر على المنافسة الحرة ويُعرض للخطر توازن القوى في هذه الأسواق.

أولاً: الاحتكار كممارسة مقيدة للمنافسة

أدرج المشرع الجزائري مصطلح الاحتكار في المادة 07 إلى جانب التعسف في وضعية الهيمنة على السوق، بهدف حماية حرية المنافسة بين الأطراف غير المتكافئة في القوة. يسعى المشرع إلى منع التعسف في استغلال القوة الاقتصادية التي يمتلكها الطرف القوي أو المحتكر لجميع حصص السوق أو جزء منها.

رغم عدم تقديم تعريف صريح للاحتكار، إلا أن الأمر الملغى 95-06 قدم تعريفاً يصفه كممارسة مقيدة للمنافسة في إطار حظره للاستغلال التعسفي للهيمنة الاقتصادية. في المقابل، عرّف الأمر الملغى الاحتكار كـ "كل حالات السوق أو النشاط التي تتميز بوجود عون اقتصادي واحد يستغل هذا السوق أو قطاع نشاط مُعين".¹⁸²

مما سبق يمكن تصوير الاحتكار على أنه "السيطرة والاستحواذ على السوق ومن ثم الاستئثار بعرض أو طلب السلع أو الخدمات في تلك السوق، مما يتيح للمؤسسة المحتكرة التحكم في أسعارها.

ثانياً: نطاق الاحتكار

ورغم حظر الاحتكار الذي فرضه المشرع الجزائري والذي يشمل المؤسسات الخاصة، استثنى من نطاق هذا الحظر الاحتكارات الطبيعية، مقتصرًا نطاق الحظر على الاحتكارات التي تنشأ عن المؤسسات الخاصة فقط، وليس على الدولة التي تسيطر على معظم القطاعات الاقتصادية الاستراتيجية. وقد أكد المشرع هذا الموقف من خلال المادة 02 من الأمر 03-03 المعدلة والمتمة بالقانون 08-12، حيث تم تحديد عدم تطبيق أحكام قانون المنافسة على القطاعات أو النشاطات التي تشكل احتكارات طبيعية للدولة. يأتي ذلك استناداً إلى الاعتبار بأن تطبيق قوانين المنافسة في تلك الحالات يعوق تنفيذ مهام المرفق العام وتمارس السلطة العامة صلاحياتها.¹⁸³

¹⁸¹ - المادة 11 من الامر 03/03، المصدر السابق

¹⁸² - المادة 4/5 من الامر رقم 95-06 مؤرخ في 25 جانفي، يتعلق بالمنافسة، ج ر ع 9 مؤرخة في 22 فيفري 1995. (ملغى)

¹⁸³ - بن حملة سامي، مفهوم وضعية الهيمنة في قانون المنافسة، المرجع السابق، ص 172

ثالثاً: الفرق بين الاحتكار والهيمنة

أوضحت محكمة العدل الأوروبية الفارق بين مفهومي الهيمنة والاحتكار، حيث أشارت إلى أن الهيمنة لا تستبعد وجود المنافسة في السوق، ولكنها تمنح المؤسسة المهيمنة تأثيراً كبيراً على شروط المنافسة وتمنحها قدرة على التصرف دون قيود كبيرة. وتحقق الوضعية المهيمنة عندما تكون المؤسسة قادرة على التحكم في نشاط السوق بشكل فردي أو جماعي، ولديها وضعية اقتصادية مفضلة تجعلها تتفوق على منافسيها¹⁸⁴.

تتحقق الهيمنة من خلال القدرة على التأثير في السوق بشكل فعال دون اشتراط غياب كامل للمنافسة. وعلى الجانب الآخر، يعتبر الاحتكار وضعية قانونية مصدرها التشريع أو التنظيم، حيث يتم منح المؤسسة الحق في ممارسة نشاط معين أو ينشأ بشكل طبيعي نتيجة لاستحواذ المؤسسة وسيطرتها على سوق معينة باستخدام وسائل مشروعة¹⁸⁵.

عموماً يمكن أن تكون المؤسسة المحتكرة وضعية هيمنة على السوق نتيجة احتكار كلي أو شبه كلي للحصص في السوق، ولكن العكس ليس ضرورياً.

الخاتمة:

يتضح أن الهيمنة الاقتصادية تعني وضعية تحكم في السوق أو جزء منه، وذلك بناءً على المكانة الاقتصادية التي تحتلها المؤسسة في ذلك السوق. تتيح هذه الوضعية للمؤسسة القدرة على التحكم في آليات السوق بشكل مستقل عن منافسيها وبقيّة الأطراف المشاركة فيه، مما يجعلها قادرة على اتخاذ القرارات وفرض الشروط دون التوجه للتفاوض مع الآخرين.

بناءً على ما سبق توصلنا للنتائج التالية:

- ✓ الهيمنة الاقتصادية تعتبر وضعية تعتمد على المكانة الاقتصادية للمؤسسة في السوق.
- ✓ القانون لا يمنع وضعية الهيمنة بحد ذاتها، ولكنه يحظر التعسف في استغلالها.
- ✓ التعسف في وضعية الهيمنة يشكل خطراً على حرية المنافسة ويخالف مبادئ حرية الاستثمار والتجارة.
- ✓ تحديد التعسف في وضعية الهيمنة يعتمد على تحديد السوق المرجعية وتقييم القوة الاقتصادية للمؤسسة.
- ✓ المؤسسة المهيمنة قد تستخدم ممارسات تعسفية لتأثير على هيكل السوق ومنع المنافسة الحقيقية.
- ✓ ممارسات التعسف تشمل إبعاد المنافسين وتحجيم مراكزهم في السوق وتأثير على حريتهم في التسعير والتعاقد.
- ✓ تقدير التعسف في وضعية الهيمنة يعتمد على تأثير الاستغلال التعسفي على المنافسة الحرة.
- ✓ التعسف في استغلال الهيمنة الاقتصادية يعرقل حرية المنافسة ويؤثر على الاقتصاد ورفاهية المستهلكين.
- ✓ الهيمنة الجماعية يجب أن تُصاغ صراحة في القوانين كوضعية تعتمد على وجود وحدة اقتصادية جماعية.
- ✓ تحديد عقوبات مالية للمؤسسات المتعسفة تعتمد على الأرباح والأضرار التي تسببت فيها.

كما نوصي بما يلي؛

- ✓ تصويب القانون ليصرح بوضعية الهيمنة الجماعية وتجريم التعسف في استغلالها.

¹⁸⁴ - سويلم فضيلة، المرجع السابق، ص 35-36

¹⁸⁵ - بن عبد القادر زهرة، المرجع السابق، ص 35

- ✓ تحديد عقوبات مالية تكميلية تشمل المنع المؤقت من ممارسة النشاط أو إغلاق المؤسسة مؤقتًا.
- ✓ تشديد شروط منح التراخيص لتجنب التعسف في استغلال الهيمنة الاقتصادية.
- ✓ حصر وتحديد حالات وضعية الهيمنة الاقتصادية بشكل دقيق.
- ✓ تشديد على عدم التدخل من قبل مجلس المنافسة في حالات وضعية الهيمنة الاقتصادية.
- ✓ تحديد وتوضيح العقوبات المالية المفروضة على المؤسسات المتعسفة.
- ✓ تعزيز شفافية السوق وتشجيع على المنافسة الحرة والنزيهة.
- ✓ تشجيع المنافسة الفعالة لتعزيز التنافس والتنمية الاقتصادية.
- ✓ زيادة الوعي بمخاطر التعسف في استغلال الهيمنة الاقتصادية.
- ✓ إجراء تقييم دوري لتقييم تأثير السياسات على منافسة السوق وضبطها. ضرورة تكثيف الجهود الحكومية لتحسين تطبيق الضمانات القانونية والدستورية لحقوق الإنسان.

قائمة المصادر والمراجع:

1- القوانين:

- ✓ الامر رقم 95-06 مؤرخ في 25 جانفي، يتعلق بالمنافسة، ج ر ع 9 مؤرخة في 22 فيفري 1995. (ملغى)
- ✓ الامر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المعدل والمتمم، المتعلق بالمنافسة، ج ر ع 43 المؤرخة في 20 جويلية 2003
- ✓ المرسوم التنفيذي رقم 05-175 المؤرخ في 12 ماي 2005، المتعلق بتحديد كفاءات الحصول على التصريح بعدم التدخل بخصوص الاتفاقات ووضعية الهيمنة على السوق، ج ر ع 35، مؤرخة في 18 ماي 2005.
- ✓ القانون رقم 08-12 مؤرخ في 25 جوان 2008، ج ر ع 36 مؤرخة في جويلية 2008، يعدل و يتمم الامر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المعدل والمتمم، المتعلق بالمنافسة، ج ر ع 43 المؤرخة في 20 جويلية 2003

2- المراجع:

- ✓ بعوش دليلة، المفهوم القانوني للتعسف في استغلال وضعية الهيمنة على السوق، مجلة البحوث في العقود وقانون الاعمال، العدد 1، ديسمبر 2016
- ✓ بلال سليمة، ضوابط استغلال وضعية الهيمنة بين المشروعية والحظر، مجلة القانون والعلوم السياسية، المجلد 8، العدد 1، 2022
- ✓ بن حملة سامي، مفهوم وضعية الهيمنة في قانون المنافسة، مجلة العلوم الانسانية، العدد 46، ديسمبر 2016
- ✓ بن حملة سامي، وضعية الهيمنة الجماعية مفهوم حديث يتطلب التقنين في قانون المنافسة الجزائري، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، جامعة تيزي وزو، المجلد 18، العدد 1، 2023
- ✓ بن عبد القادر زهرة، حماية مبدأ المنافسة من التعسف في استغلال وضعية الهيمنة على السوق -دراسة تحليلية في التشريع الجزائري على ضوء نظيره الفرنسي-، مجلة الدراسات القانونية المقارنة، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، المجلد 05، العدد 01، جوان 2019

- ✓ بن وطاس إيمان و عبد الله أوهابيه، العون الاقتصادي والتعسف في وضعية الهيمنة كممارسة مقيدة للمنافسة، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، جامعة زيان عاشور الجلفة، العدد 10، جوان 2018
- ✓ سويلم فضيلة، اثار وضعية الهيمنة الاقتصادية على حرية المنافسة، المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية، المجلد 7، العدد 1، 2022
- ✓ شايب بوزيان، الاستغلال التعسفي لوضعية الهيمنة على السوق كممارسة مقيدة للمنافسة، مجلة القانون، المركز الجامعي أحمد زبانة، غليزان، المجلد 06، العدد 08، جوان 2017
- ✓ قني سعدية و بلجاني وردة، شروط الاستغلال التعسفي لوضعية التبعية الاقتصادية في قانون المنافسة الجزائري، مجلة النبراس للدراسات القانونية، المجلد 02، العدد 02، مارس 2017
- ✓ مريم تياتي، وضعية الهيمنة على اقتصاد السوق في ظل قانون المنافسة الجزائري 03/03، مجلة الاجتهاد القضائي، المجلد 15، العدد 1، مارس 2023

التصريح بعدم التدخل كإجراء للوقاية من المتابعة من الممارسات المقيدة للمنافسة في ظل القانون الجزائري

The negative certificate as a measure to prevent the pursuit of restrictive practices under Algerian law

د. أوباية مليكة

أستاذة محاضرة (أ)

كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري-تيزي وزو

مقدمة:

يهدف قانون المنافسة إلى ضبط السوق وضمان منافسة حرة ونزيهة عبر مختلف مستوياتها وتفاذي كل الممارسات المقيدة لها، من خلال تحديد شروط ممارسة المنافسة فيها و فرض ضمان احترام الأعوان الاقتصاديين لها ،. لهذا قام بحظر الممارسات المقيدة للمنافسة، و اقر بعقوبات إدارية و مالية على مخالفيها ، فاعتمد سياسة الحظر النسبي بشأن بعض هذه الممارسات بان سمح بإمكانية تصحيحها ونقلها من دائرة اللامشروعية إلى دائرة المشروعية بإتباع إجراءات معينة ، فيما تبنى سياسة الحظر المطلق بالنسبة لبعضها الآخر، فمنح لمجلس المنافسة باعتباره سلطة ضبط السوق صلاحية التدخل لتوقيع الجزاءات على المخالفين لهذا الحظر لإعادة التوازن للسوق ولحماية المنافسة الحرة فيها⁽¹⁸⁶⁾.

في إطار الحظر القابل للتصحيح اعتمد بشأن الممارسات المحظورة حظ نسبي آليات الترخيص كاستثناء، تتحول بمقتضاها هذه الممارسات من أفعال مقيدة للمنافسة إلى أفعال مشروعة تسقط معها المساءلة والمتابعة والجزاء، الى جانب آلية التصريح بعدم التدخل "L'attestation négative" الذي يمتنع بموجبه مجلس المنافسة من التدخل كإجراء وقائي حيال المؤسسة التي حصلت عليه لأنها في وضعية قانونية ونشاطها لم يصل إلى درجة ارتكابها ممارسات مقيدة للمنافسة .

سيتم من خلال هذه المداخلة دراسة على هذه الآلية الوقائية لضبط الاقتصادي وإظهار كيف يسمح الحصول على التصريح بعدم التدخل للمؤسسة أو المؤسسات المعنية من الوقاية من المتابعة والمساءلة والعقاب رغم إمكانية الاعتداء ها على المنافسة بغرض حماية المنافسة ؟

186 - أمر رقم 03-03 مؤرخ في 19 يوليو 2023، يتعلق بالمنافسة ج ر عدد 43، صادر في 20 يوليو 2003، معدل و متمم بالقانون رقم 08-12 المؤرخ في 25 يونيو 2008 ج ر عدد 26، صادر في 2 يوليو 2008، و بالقانون 05-10 المؤرخ في 15 أوت 2010، ج ر عدد 46، صادر في 18 أوت 2010

تقتضي الإجابة على هذه الإشكالية التطرق للتصريح بعدم التدخل باعتباره أداة ضبط وقائية (المبحث الأول)، ثم تبيان كيف لهذا الإجراء أن يعفي من المسؤولية ويجعل مجلس المنافسة لا يتخذ إجراءات المتابعة حيال المؤسسة، حتى ولو وقعت في ممارسات مقيدة للمنافسة (المبحث الثاني).

المبحث الأول – التصريح بعدم التدخل أداة من أدوات الضبط الوقائية

يتمتع مجلس المنافسة باعتباره سلطة ضبط المنافسة بعدة آليات للتدخل لضمان فرض احترام قواعد المنافسة في السوق من طرف المؤسسات المتدخلة فيها، وإعادة التوازن إليها كلما حصل أي خلل فيها، بعض آليات تدخله علاجية، تهدف لإصلاح الضرر الذي وقع على المنافسة وتحقيق فكرة الردع العام وهو ما ينطبق على آلية العقاب، ولكن اعتبار حماية المنافسة وسيلة لتنظيم السوق وحماية المستهلك وليست غاية في حد ذاتها⁽¹⁸⁷⁾، استحدثت المشرع إلى جانب آلية العقاب، آليات ضبط أخرى وقائية تهدف لتفادي الوصول للعقاب، يندرج التصريح بعدم التدخل في إطار هذا النوع الأخير لأدوات الضبط، فبموجبه تقوم المؤسسة التي تشكل في إمكانية واحتمال أن تشكل تصرفاتها إخلالا بقواعد المنافسة وممارسات مقيدة لها، بإضفاء الشرعية عليها إذا ما كانت تندرج ضمن الممارسات المحظورة حظرا نسبيا (المطلب الأول)، فهو إجراء وقائي، تحصن بمقتضاه المؤسسات المعنية من إتباع حيالها إجراءات المتابعة وتوقيع العقوبات (المطلب الثاني).

المطلب الأول – التصريح بعدم التدخل إجراء وقائي في الممارسات المحظورة حذر نسبي:

يبني المشرع الجزائري لأول مرة تقنية التصريح بعدم التدخل في إطار الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، من خلال نص المادة 8 على أنه « يمكن أن يلاحظ مجلس المنافسة، بناء على طلب المؤسسة المعنية واستناداً إلى المعلومات المقدمة له أن اتفاقاً أو عملاً مديراً أو اتفاقية أو ممارسة كما هي محددة في المادتين 6 و7 أعلاه لا تستدعي تدخله

تحدد كفاءات تقديم طلب الاستفادة من أحكام الفقرة السابقة بموجب مرسوم».

حددت كفاءات تقديم هذا الطلب والشروط والإجراءات التي يتعين أن يستوفها بموجب المرسوم التنفيذي رقم 175-05 المحدد كفاءات الحصول على التصريح بعدم التدخل بخصوص الاتفاقات ووضع الهيمنة على السوق⁽¹⁸⁸⁾.

187 ZOUAIMIA Rachid, "L'exemption des pratiques restrictives de concurrence en droit Algérien", Revue Académique de la recherche juridique, N° 1, 2019, p 356

188 -مرسوم تنفيذي رقم 175-05 مؤرخ في 12 ماي 2005، يحدد كفاءات الحصول على التصريح بعدم التدخل بخصوص الاتفاقات ووضع الهيمنة على السوق، ج ر عدد 35، صادر في 18 ماي 2005

إنّ هذه الأداة للضبط وإن كانت جديدة نسبياً في القانون الجزائري، بحيث لم يعالجها و لو بالإشارة أول قانون للمنافسة تبناه المشرع الجزائري بمقتضى الأمر رقم 95-07 المتعلق بالمنافسة الملغى⁽¹⁸⁹⁾، إلا أنها معروفة في أوروبا منذ الستينات، فقد نقلها المشرع الجزائري عن نظام المجلس الأوروبي رقم 62/17 المؤرخ في 06 فيفري 1962، المتعلق بتنفيذ قواعد المنافسة المنصوص عليها في المواد 85 و 86 من اتفاقية المجلس الأوروبي و المتعلقة بالاتفاقات المحظورة و التعسف في وضعية الهيمنة، والذي يطلق عليها تسمية (La demande d'attestation négative) فجعل منها إجراء للوقاية من العقاب بشأن الممارسات المقيدة للمنافسة المنصوص عليها في المادتين 85 و 86 من اتفاقية المجلس الأوروبي⁽¹⁹⁰⁾.

تأثر المشرع الجزائري بأنظمة مجلس الاتحاد الأوروبي في مجال المنافسة، عند صياغته للأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، لاسيما في إطار الفصل الثاني منه المتعلق بالممارسات المقيدة للمنافسة، فجعل منها ممارسات محظورة وفي حال ارتكابها من قبل المؤسسات بمفهوم قانون المنافسة⁽¹⁹¹⁾، تتعرض هذه الأخيرة للعقوبات الإدارية و المالية المنصوص عليها في الفصل الرابع من أحكام نفس القانون، لكنه اختلف بشأن نوع الحظر المعتمد بشأنها، مما يسمح لنا بتمييز نوعين من الحظر:

- ممارسات محظورة حظر مطلق وتتعلق الأمر بالممارسات المنصوص عليها في المواد 10، 11، 12 - الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة أي العقود الاستشارية التي تسمح لصاحبها باحتكار التوزيع في السوق، التعسف في وضعية التبعية الاقتصادية لمؤسسة أخرى بصفتها زبونا لديها أو ممونا، من خلال رفض البيع لها بدون أي مبرر قانوني أو فرض عليها التعامل بالبيع المتلازم أو التمييزي أو بالبيع المشروط باقتناء كمية دنيا..إلى غير ذلك من مظاهر التبعية الاقتصادية المنصوص في المادة 11 السالفة الذكر، والبيع بأسعار منخفضة بشكل تعسفي إذا كان من شأنه إبعاد مؤسسة أو عرقلة إحدى منتوجاتها من الدخول إلى السوق، فهذه الممارسات إذا ما ارتكبتها المؤسسة أيّا كانت الظروف⁽¹⁹²⁾ تتعرض للمتابعة والعقاب من طرف مجلس المنافسة ولا تستفيد من الاستثناءات المنصوص عليها في قانون المنافسة.

- ممارسات محظورة حظر نسبي ويتعلق الأمر بالممارسات المقيدة للمنافسة المدرجة في المادتين 6 و 7 من قانون المنافسة أي الممارسات والأعمال المدبرة والاتفاقيات والاتفاقات الصريحة و الضمنية التي تهدف من خلالها المؤسسات

189 - أمر 95-06 مؤرخ في 25 جانفي 1995، يتعلق بالمنافسة، ج ر عدد 9 صادر في 22 فيفري 1995 (ملغى)

190 - Voir: Règlement (CEE) N° 17/16 du 6 Février 1962 relative l'application des articles 85 et 86 traité.

L'article 2 dispose que: " La commission peut constater sur demande des entreprises et associations d'entreprise intéressées qu'elle n ya pas leur pour elle en fonction des éléments dont elle a connaissance, d'intervenir à l'égard d'un accord d'une décision ou d'une pratique en vertu des dispositions de l'article 85 paragraphe 6 ou de l'article 86 du traité."

191 - تعرف المؤسسة بمفهوم الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة على أنها "كل شخص طبيعي أو معنوي أيّا كانت طبيعته يمارس بصفة دائمة نشاطات الإنتاج أو التوزيع أو الخدمات"

192 - أنظر المادتين 8 و 9 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة، السالف الذكر

أو من شأنها أن تهدف من ورائها إلى عرقلة المنافسة أو الحد منها في السوق أو في جزء منها ، وكذا التعسف الاستغلالي في لوضعية هيمنة مؤسسة ما على السوق أو الاحتكار الكلي لها أو لجزء منها عندما يكون الغرض الذي يهدف إليه هو الحد من المنافسة و القضاء عليها .

هذان الصنفين من الممارسات المقيدة للمنافسة رغم أنها محظورة طبقا للمادتين 6 و 7 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة ، إلا أن الحظر الذي فرض عليها حظر نسبي، لأنه ثمة حالات معينة يسمح فيها بتصحيح المركز القانوني لمرتكبيها، فتنتقل من دائرة الممارسات المقيدة للمنافسة إلى دائرة الأعمال المشروعة، والتي ينتفي بمزاولتها عنصر المساءلة والعقاب، ويعد التصريح بعدم التدخل إحدى هذه الآليات التي تسمح بهذا التصحيح، فنطاقه ينحصر في حدود هذه الممارسات؛ أي في الاتفاقات و الاتفاقيات المقيدة للمنافسة و الاستغلال التعسفي لوضعية الهيمنة و هو ما تؤكدته المادة 8 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة ، و أحكام المرسوم التنفيذي رقم 175-05 المحدد كفاءات الحصول على التصريح بعدم التدخل بخصوص الاتفاقات و وضعية الهيمنة على السوق ، ولا يمتد إلى تلك الواردة في المواد 19، 11، 12 من القانون نفسه لأنه كما سبق الإشارة إليه تخضع للحظر المطلق.

المطلب الثاني-مظاهر الطابع الوقائي للتصريح بعدم التدخل:

لا تهدف المؤسسة أو المؤسسات من طلب التصريح بعدم التدخل إلى إضفاء المشروعية على الممارسات المقيدة للمنافسة التي ارتكبتها و التي أخلت من خلالها بإحكام المادتين 6 و 7 من قانون المنافسة ، بل للوقاية من ارتكاب هذه الممارسات وإثبات حسن نيتها رغم إمكانية ارتكاب هذه الممارسات مقيدة للمنافسة. وإثبات أن الضرر الذي سوف تحدثه تلك الممارسات على المنافسة ليست بالقدر من الأثر السلبي ولا يصل لحد تقييد المنافسة ولا القضاء عليها مقارنة بالمزايا التي من المحتمل أن توفرها للمنافسة والمستهلك،⁽¹⁹³⁾، مما يجعل مجلس المنافسة يصرح بعدم تدخله بعد تأكد من عدم استيفاء الممارسات المرتكبة للشروط المحددة في المادتين 6 و 7 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة .

يظهر الطابع الوقائي لإجراء التصريح بعدم التدخل في كونه لا يصح وضع قائم و يقدم له العلاج بعد ارتكاب المؤسسات للمخالفات ،كما هو الشأن بالنسبة لنظام الترخيص ،بل إلى تفادي الوصول لذلك الوضع و الوقاية من وقوع المؤسسة في إحدى الممارسات المقيدة للمنافسة المنصوص عليها في المادتين 6 و 7 ،بالتالي الوقاية من العقاب المقرر بشأنها ،بغرض دراسة هذا الإجراء مقارنة بإجراء الضبط الثاني الذي يتخذه مجلس المنافسة في مواجهة الاتفاقيات المحظورة والتعسف في وضعية الهيمنة والمتمثل في إجراء الترخيص⁽¹⁹⁴⁾.

أكدت الطابع الوقائي لإجراء التصريح بعدم التدخل المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 175-05 المحدد كفاءات الحصول على التصريح بعدم التدخل بخصوص الاتفاقات ووضعية الهيمنة على السوق من خلال نصها «

- ZOUAIMIA Rachid, « L'attestation négative en droit algérien de la concurrence »,publier sur le blog de ZOUAIMIA Rachid- 193

<http://www.legavox.fr/blog/zouaimia-rachid> , consulter le 22/02/2024

194 - المادة 9 من الأمر رقم 03-03، المتعلق بالمنافسة، سالف الذكر.

التصريح بعدم التدخل المذكور في المادة الأولى أعلاه تصريح يسلمه مجلس المنافسة بناء على طلب المؤسسة المعنية، يلاحظ مجلس المنافسة بموجبه عدم وجود داعٍ لتدخله بخصوص الممارسات المنصوص عليها في المادتين 6 و7 من الأمر 03-03...».

وقد تم التأكيد على هذا الطابع الوقائي في المذكرة التي تقدمت بها الجزائر أمام مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية CNUCED، فاعتبره مجرد إجراء وقائي بيداغوجي يهدف إلى طلب من مجلس المنافسة ممارسة رقابة سابقة على اتفاقيات أو وضعية الهيمنة التي تحتلها المؤسسة للتأكد من أنها لا تشكل ممارسات مقيدة بمفهوم المادتين 6 و7 من قانون المنافسة، ولا يستوجب اتخاذ المتابعات حيالها ولا توقيع العقوبات بشأنها⁽¹⁹⁵⁾.

رغم تشابه التصريح بعدم التدخل مع إجراء الترخيص المنصوص عليه في المادة 9⁽¹⁹⁶⁾ من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة في كونهما أدوات ضبط يتخذها مجلس المنافسة كاستثناءات لتجاوز الحظر المقرر بشأن الاتفاقات المقيدة للمنافسة و التعسف في وضعية الهيمنة، لكن يختلف النظامين في عدة نقاط لعل أبرزها :

التصريح بعدم التدخل إجراء وقائي يقي المؤسسات من الوقوع في المخالفة التي قد ينجر عنها العقاب فهو لا يهدف إلى إضفاء الشرعية على ممارسات مقيدة للمنافسة التي ارتكبتها تحقيقا لاعتبارات معينة، بل لتأكيد عدم ارتكابها تلك المخالفات وتأكيد براءتها منها. فيما يعد إجراء الترخيص إجراء علاجي يهدف لإصلاح الوضع وإعفاء المؤسسات التي ارتكبت الممارسات المقيدة للمنافسة من العقاب، لأن تلك الممارسات وإن كان من شأنها المساس بالمنافسة ولكنها أيضا تحقق منافع اقتصادية، لذلك تغلب هذه المنافع على حماية المنافسة فيعفى أصحابها من التابعة و العقاب متى حصلوا على ترخيص من مجلس المنافسة .

يختلف وضع المؤسسة التي تطلب التصريح بعدم التدخل عن تلك التي تطلب الترخيص، في كونها لم ترتكب الممارسات المقيدة للمنافسة المنصوص عليها في المادتين 6 و 7، ولكنها تخشى ذلك لذا تطلب من مجلس المنافسة التأكد

195 - « Par ailleurs, l'ordonnance en vigueur intègre une nouvelle disposition qui consacre une mesure préventive et pédagogique en matière d'ententes et d'abus de position dominante, à travers l'instauration de l'attestation négative. En effet, en vertu de cette nouvelle procédure, les entreprises dont les comportements sont susceptibles d'être non conformes aux règles de la concurrence, peuvent demander au Conseil de la concurrence de vérifier si les pratiques ou accords qu'elles souhaitent mettre en œuvre peuvent être considérés comme compatibles avec cette loi et bénéficier ainsi d'une attestation négative. », « Relations entre les autorités de la concurrence et les instances de réglementation sectorielles en particulier en ce qui concerne l'abus de position dominante », communication de l'Algérie soumise à la septième session du groupe intergouvernemental d'experts du droit de la politique de la concurrence de la CNUCED, Genève, 30 octobre- 02 novembre 2006, <http://unctad.org/fr/>

196 -تنص المادة 9 على ما يلي "....يرخص بالاتفاقات والممارسات التي يمكن أن يثبت أصحابها أنها تؤدي إلى تطور اقتصادي أو تقني أو تساهم في تحسين التشغيل أو من شأنها السماح للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة تعزيز وضعيتها التنافسية في السوق، لا يستفيد من هذا الحكم سوى الاتفاقات والممارسات التي كانت محل ترخيص من مجلس المنافسة ".

من صحة وضعها وإنما لم تستوفي الشروط المقررة في المادتين السالفتين الذكر، و التصريح بأنه لا داعي لتدخله انه لا وجه لمتابعتها ولا لتوقيع العقوبات عليها، حتى وان كانت في سلوكها بعض التجاوزات فإنها لن تصل إلى درجة التأثير الجسيم على السوق لا للحد من المنافسة فيه أو تقيدها⁽¹⁹⁷⁾، ولهذا لا داعي لإقرار المتابعة بشأنها ولا لتوقيع عقوبات على مرتكبيها.

تلجأ المؤسسات إلى إجراء التصريح بعدم التدخل عندما تخشى الإخلال بقواعد المنافسة، لذلك تطلب من مجلس المنافسة النظر في مشروعية الممارسات الصادرة عنها، لتأكيد حسن نيتها⁽¹⁹⁸⁾، لكن إذا ثبت للمؤسسة ارتكابها لتلك الممارسات، فهنا لا جدوى من تقديم التصريح بعدم التدخل طبقا للمادة 8 من قانون المنافسة، وإنما يتعين عليها أن تستند إلى المادة 9 وتطلب الترخيص، مما يفرض عليها إثبات أمام المجلس أن الممارسات المقيدة للمنافسة التي ارتكبتها سوق تحقق منافع اقتصادية، وان من شأنها إما تحقيق تطور اقتصادي أو تقني، استحداث مناصب الشغل، تقرير الوضعية التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة حتى تتخلص من المسؤولية والمتابعة.

المبحث الثاني – التصريح بعدم التدخل يقي من المسألة والعقاب في الممارسات المقيدة للمنافسة

حتى تستفيد المؤسسة من إجراء التصريح بعدم التدخل وتعفي من المسؤولية في حال تخوفها من الوقوع في ممارسات المقيدة للمنافسة المتعلقة بالاتفاقات و الاتفاقيات المقيدة للمنافسة و الاستغلال التعسفي لوضعية الهيمنة على السوق أو على جزء منها، يتعين عليها أن تقدم طلب التصريح بعدم التدخل إلى مجلس المنافسة مستوفياً لكل الشروط المحددة في المرسوم التنفيذي رقم 05-175 المحدد كليات الحصول على التصريح بعدم التدخل بخصوص الاتفاقات ووضعية الهيمنة على السوق (المطلب الأول) وأن تثبت من خلال هذا الطلب المزاي التي من المحتمل أن توفرها الطلب للمنافسة والمستهلك حتى يتخذ المجلس في حقها التصريح بعدم التدخل يمنح لها الأمان الذي يقيها قانونا من المسألة و العقاب (المطلب الثاني).

المطلب الأول – شروط وإجراءات تقديم طلب التصريح بعدم التدخل:

يكيف التصريح بعدم التدخل ضمن أدوات الضبط الوقائية المقرر لمجلس المنافسة التدخل بمقتضاها عند غياب المخالفة⁽¹⁹⁹⁾، لذلك فهو إجراء لا يتخذه المجلس إلا بناءً على طلب من المؤسسة أو المؤسسات المعنية، يتعين أن يستوفي هذا الطلب، تحت طائلة رفضه جملة من الشروط الشكلية المحددة في المرسوم التنفيذي رقم 05-175 المحدد

197 ZOUAIMIA Rachid, « L'attestation négative en droit algérien de la concurrence », op cit

198 - مختور دليلة، تطبيق أحكام قانون المنافسة في إطار عقود التوزيع، أطروحة دكتوراه في العلوم، تخصص قانون، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو 2015، ص 210.

199 - LAURENT Philippe, Concurrence (Procédure individuelles d'application des articles 85 et 86 du trait de Rome, Juris classeur, Fasc 480/Mai 1983, pp 21 – 23.

كيفية الحصول على التصريح بعدم التدخل بخصوص الاتفاقات و وضعية الهيمنة على السوق، يمكن تلخيصها ضمن ما يلي :

يحرر طلب التصريح بعدم التدخل من المؤسسة أو المؤسسات المعنية أو ممثلها القانوني المخول له تفويضاً كتابياً، وعندما يتعلق الأمر بمؤسسة أجنبية، يجب إلى جانب فإنه يجب يتضمن طلبها تحديد عنوانها في الجزائر .

يرفق هذا الطلب بنسخة طبق الأصل مصادق عليها من القانون الأساسي للمؤسسة المعنية وبنسخ للحصول المالية الخاصة بها مصادق عليها من طرف محافظ الحسابات للثلاث سنوات الأخيرة من النشاط في حال ما إذا كانت المؤسسة موجود منذ أكثر من ثلاث سنوات، أما إذا كان وجودها مرتبط بمدة اقل من ثلاث سنوات، فلا تلتزم إلا بحصيلة السنة الأخيرة من نشاطها⁽²⁰⁰⁾.

تحرر الطلب وفق النموذج المقرر في الملحق الأول من المرسوم التنفيذي رقم 175-05 لذلك يجب أن يتضمن تحديد هوية صاحب الطلب ببيان تسمية المؤسسة وعنوانها الكامل بالإضافة إلى شكلها القانوني وعنوانها في الجزائر إذا كانت المؤسسة أجنبية، وعندما يكون الطلب مقدم من الممثل القانوني للمؤسسة فيجب أن يتضمن علاوة عن البيانات السابقة الخاصة بالمؤسسة تحديد لهوية هذا الممثل وعنوانه و وظيفته. عندما يتعدد المشاركين في الطلب فإنه يتعين أن تحدد هوية كل واحد منهم بالطريقة الموضحة أعلاه، كما يتعين توضيح إذا ما كانوا متفقين على مجموع ما جاء في الطلب أو على جزء فقط منه مع تحديد هذا الجزء بدقة، كما يحدد في الطلب موضوعه بدقة وتبيان ما إذا كان الأمر يتعلق باتفاقات أو بوضعية الهيمنة على السوق تحت طائلة رفض الطلب. ينتهي الطلب بتصريح من الموقعين يؤكدون فيه صحة البيانات و التقديرات و الأرقام التي أدرجت فيه و مطابقتها للواقع و أنهم على دراية بأحكام المادة 59 من الأمر 03-03، ويدركون أن تقديم معلومات كاذبة أو غير صحيحة أمام المجلس يشكل بحد ذاته مخالفة معاقب عليها⁽²⁰¹⁾.

يرفق الطلب باستمارة معلومات يتعين ان تتضمن كل البيانات المطلوبة⁽²⁰²⁾ يودع ملف طلب على تصريح بعدم التدخل لدى الأمانة العامة لمجلس المنافسة مقابل وصل، يعين المجلس بعد تلقيه الطلب مقرر لدراسته والتحقيق فيه، يضطلع هذا الأخير بسلطات واسعة تمكنه من طلب أية وثيقة أو مستند حيثما وجد، ومهما كانت طبيعته، إذا ما اعتبره ضروريا لإنجاز التحقيق الموكل له، ولا تستطيع المؤسسة رفض الامتثال لذلك بحجة السر المهني⁽²⁰³⁾، غير أنها عندما يطلب منها مستندات تعتبرها سرية لها أن ترسل هذه الوثائق بصفة منفصلة وتدون فوقها عبارة سرية الأعمال لضمان حماية الأسرار الواردة فيها⁽²⁰⁴⁾.

200 - انظر المادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 175-05، سالف الذكر.

201 - انظر الملحق الأول للمرسوم التنفيذي رقم 175-05، سالف الذكر.

202 - انظر بشأن هذه البيانات الملحق الثاني للمرسوم التنفيذي رقم 175-05، سالف الذكر.

203 - المادة 51 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، المعدل والمتمم.

204 - انظر المادة 7 من المرسوم التنفيذي رقم 175-05، سالف الذكر.

المطلب الثاني – ضرورة تأسيس الطلب على مبررات مقنعة:

حتى يقبل مجلس المنافسة طلب المؤسسة لا يكفي احترامه الشروط الشكلية السابق الإشارة إليها وإفراغه ضمن الشكل القانوني المطلوب، وإنما يتعين كذلك أن يحترم الشروط الموضوعية للتصريح بعدم التدخل، باعتباره إجراء لا يهدف إلى استبعاد تطبيق قانون المنافسة على المؤسسات الممارسة للممارسات المنافسة، بل يهدف إلى الوقاية من وقوع هذه المؤسسات في تلك الممارسات، والتأكد أنه حتى وإن تشكل تصرفاتها مخالفات بمفهوم المادتين 6 و 7 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة ولكنها ليست بالقدر الذي يعيق ويقضي على المنافسة في السوق، لذلك يجب على المؤسسة أو المؤسسات المعنية أن تؤسس طلبها من حيث الموضوع و تدعمه بمبررات كافية تسمح للمجلس بالتأكد من وضعية المؤسسة ومدى تأثير ممارستها على السوق، يتعين أن تركز هذه التبريرات على المحاور المحددة في الملحق الثاني من المرسوم التنفيذي رقم 05-175، وتبين ما يلي:

- تحديد بدقة موضوع طلب التصريح بعدم التدخل، وتبيان ما إذا كان الأمر يتعلق بالاتفاقات المقيدة للمنافسة أو بالتعسف في وضعية الهيمنة.. وغياب هذا التحديد يجعل المجلس يتخذ قرار سلبي فلا يمنح للمؤسسة المعنية التصريح بعدم التدخل. هو ما أكدته مجلس المنافسة في قراره الصادر في 13 مارس 2014 في القضية التي جمعت بين مؤسسة أسترا ASRTRA وهي إحدى فروع المؤسسة الفرنسية FIAT والمؤسسة العمومية ENAGEN⁽²⁰⁵⁾، والتي تتلخص وقائعها في فرض المؤسسة العمومية واشترائها قبل توقيع عقد شراء السيارات الصناعية مع شركة أسترا بعد فوزها بالمناقصة ضرورة الحصول على تصريح بعدم التدخل كما هو مقرر في المادة 8 من الأمر رقم 03-03 والمرسوم التنفيذي رقم 05-175، يؤكد فيه مجلس المنافسة أن الصفقة العمومية التي تجمع الطرفين لا تشكل اتفاقاً منافياً للمنافسة بمفهوم المادة 6 من قانون المنافسة، غير أن المجلس وعند فحصه للطلب واعتبر أن الصفقة التي تجمع بين الطرفين تخضع لدفتر الشروط المحدد من طرفهما، الأمر الذي نفى وجود أي اتفاق بين الطرفين بمفهوم المادة 6 من قانون المنافسة، فأكد من خلال هذه القضية على السلطات المخولة له في مجال التصريح بعدم التدخل، و من أنها تنحصر في التأكد من صحة الاتفاقية أو وضعية الهيمنة إذا لم تصل لدرجة المساس بأحكام المنافسة، وليس إثبات الممارسة في حد ذاتها أي ليس إثبات وجود الاتفاقية أو وضعية الهيمنة، بذلك وجد المجلس نفسه عاجزاً التأكد من عدم مخالفة المؤسستين للمادة 6 من قانون المنافسة في ظل غياب اتفاقية أو اتفاق بين الطرفين بمفهوم قانون المنافسة⁽²⁰⁶⁾، لذلك اعتبر المجلس طلب مؤسسة (ASTRA) غير مؤسس ورفض منحها التصريح بعدم التدخل⁽²⁰⁷⁾.

205 - Conseil de la Concurrence ,Rapport d'activité du Conseil de la Concurrence année 2014, p 51
www.conseil-concurrence.dz?p=366

206 - ZOUAIMIA Rachid, "L'exemption des pratiques restrictives de concurrence en droit Algérien", op cit, p 354.

207 - Conseil de la concurrence, op.cit, p 51.

إلى جانب تحديد موضوع الطلب يقع لزاما يتعين على المؤسسة أن تبين بدقة المزايا التي تسعى للحصول عليها من تقديمها لطلبها هذا ، والأسباب التي يمكن أن يمس فيها موضوع التصريح بعدم التدخل بقواعد المنافسة، وبيان أن تصرف المؤسسة لا يهدف إلى عرقلة حرية المنافسة في السوق⁽²⁰⁸⁾.

باعتبار المنافسة لا تشكل هدفا بحد ذاته، بل أداة لضبط السوق تسمح للدولة بضمان حرية المبادرة للأعوان الاقتصاديين والتوفيق بين مصالحهم ومصالح المستهلك⁽²⁰⁹⁾، لذلك وحتى يتم التنازل عن حماية المنافسة مقابل الغاية التي يصبوا إلى تحقيقها قانون المنافسة، يمنح المجلس التصريح بعدم التدخل، متى استطاعت المؤسسة مقدمة الطلب إثبات فيه المزايا التي يوفرها والتي يمكن أن تنعكس على المنافسة وعلى المستهلكين⁽²¹⁰⁾.

إذا تبين للمجلس بعد دراسة هذه التبريرات أن الممارسات موضوع الطلب لا تشكل ممارسات مقيدة بمفهوم المادتين 6 و 7 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، تتخذ في حق المؤسسة تصريح بعدم التدخل، مما يسمح لها بمزاولة نشاطها في كل أمان دون خوف من الوقوع في المخالفات والخضوع للعقاب. بينما يرفض طلبها في الحالة العكسية مما يجعله يوجه سلوكها نحو السياسة التي ترغب وضعها حيز التنفيذ في إطار الأحكام المنصوص عليها قانونا⁽²¹¹⁾

بالرجوع إلى المادة 8 من الأمر رقم 03-03 والمرسوم التنفيذي رقم 175-05 يتبين الطابع المؤقت وغير النهائي لهذا الأمان، فالتصريح بعدم التدخل يتخذ لمدة محددة، لذا يجب أن يتضمن الطلب الخاص به تحديدها بدقة ، لكن ما مصير المؤسسة بعد انتهاء تلك المدة، فهل تظل الوقاية و الأمان الذي تتمتع به قائما ، وهل يحميها هذا التصريح في حال خروجها عن أحكام قانون المنافسة و ارتكابها للممارسات أخرى منافية للمنافسة؟

لكن في إطار الفراغ القانوني الذي تميزت به طريقة تنظيم التصريح بعدم التدخل في القانون الجزائري، وتجاهلها الإشارة إلى العديد من النقاط المرتبطة بهذا الشكل لتدخل مجلس المنافسة ، كعدم الإشارة إلى إمكانيات وحالات سحب الإجراء أو إلغائه ، موقف مجلس المنافسة من المؤسسات التي أسست طلبها على مبررات مزيفة، فهل يتصدى لهذه الحالة بتوقيع مباشرة العقوبات المنصوص عليها في المادة 59 في ظل وجود تصريح بعدم التدخل كان يقمها من العقاب⁽²¹²⁾.. أم انه يباشر بإسقاط الأمان الذي منحه لهذه المؤسسة أولا فيلغى التصريح بعدم التدخل ، ثم يتدخل فيوقع الجزاءات المناسبة

تبقى تساؤلات كثيرة مطروحة دون أجوبة لها .مما يفرض تعديل وتتميم المرسوم التنفيذي 175-05 المحدد كفيات الحصول على التصريح بعدم التدخل بخصوص الاتفاقات و وضعية الهيمنة على السوق و تضمينه الأجوبة لكل

208 - انظر الملحق الثاني من المرسوم التنفيذي رقم 175-05 ، سالف الذكر.

209 - ZOUAIMIA Rachid, "L'exemption des pratiques restrictives de concurrence en droit Algérien", op.cit, p 356.

210 - انظر الملحق الثاني للمرسوم التنفيذي رقم 175-05 ، سالف الذكر.

211 - قوسم غالية ، "التصريح بعدم التدخل كألية لضبط السوق"، المجلة النقدية للقانون و العلوم السياسية ، المجلد 9 ، العدد 2 ، 2014

كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة مولود معمري ، 2014 ، ص 360

212 - . - ZOUAIMIA Rachid, L'attestation négative en droit Algérien de la concurrence, op.cit, .

التساؤلات المطروحة، لأنه عند الرجوع إلى نظام الاتحاد الأوروبي الذي استلهم منه المشرع الجزائري هذه الآلية للضبط يتأكد الطابع الابتدائي غير النهائي للإجراء، فاللجنة الأوروبية تبقى ملزمة بعدم التدخل طالما لم تظهر وقائع جديدة تستدعي تدخلها، غير أنها تستطيع فتح تحقيق جديد في أي وقت إذا تغيرت الظروف وقدم أمامها طلب بذلك⁽²¹³⁾.

الخاتمة:

يعد التصريح بعدم التدخل أداة ضبط وقائية تسمح للمؤسسة بإثبات حسن نيتها، ومن أنها لا تهدف إلى التعدي على قانون المنافسة، ولا إلى إبرام اتفاقات أو اتفاقيات محظورة، ولا للتعسف في وضعية الهيمنة الاقتصادية التي تتميز بها، فهي بمقتضى هذا الإجراء تحمي فقط نفسها من المتابعة والعقاب، وحتى وإن شكل نشاطها بعض التجاوزات، إلا أن مجلس المنافسة وبموازنته بين الآثار السلبية لهذه الممارسات التي لا تتميز بحجم من الخطورة يصل إلى الحد من المنافسة أو عرقلتها في السوق، وبين الآثار الإيجابية لها على المنافسة وعلى المستهلكين يغلب المصلحة العامة ومصلحة المستهلك على حساب سلبات تلك الممارسات، فيصرح بعدم تدخله، ويجعل المؤسسة تنشط في أمان وفي مآمن عن كل متابعة، ولكن لضمان فعالية أكثر لهذا الإجراء وحتى لا يتحول إلى أداة لتهرب المؤسسات من العقاب يتعين:

- أن يلعب مجلس المنافسة دوره كما يجب باعتباره سلطة ضبط المنافسة، ويتخلص من كل مظاهر التأثير والتبعية إزاء السلطة التنفيذية وإزاء المتعاملين في السوق.

- أن يتم سد الفراغات القانونية التي يثيرها التصريح بعدم التدخل، وتحدد في إطارها وبدقة سلطات مجلس المنافسة باعتباره سلطة ضبط المنافسة.

213 - Règlement (CEE) N° 17/16 du 6 Février 1962 relative l'application des articles 85 et 86 traité ,op cit

المتابعة الإدارية للممارسات المقيدة للمنافسة: أي دور لمجلس المنافسة؟ Administrative follow-up of practices restricting competition: What is the role of the Competition Council?

د. مخلوف باهية

أستاذ محاضر قسم "أ"

(كلية الحقوق والعلوم السياسية). المؤسسة: جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية

مقدمة

تشكل المنافسة الحرة إحدى الركائز الأساسية التي يقوم عليها اقتصاد السوق إلى جانب حريات اقتصادية أخرى كحرية المبادرة، حرية التجارة، حرية الاستثمار، حرية الأسعار وغيرها. ومما لا شك فيه أنّ تكريس حرية المنافسة من شأنه أن يعود بالفائدة على المتعاملين الاقتصاديين والمستهلكين والاقتصاد الوطني على حد سواء، لكن في المقابل من ذلك لا ينبغي ترك هذه الحرية على إطلاقها بل لا بد من رصد إطار تشريعي وتنظيمي يحول دون وقوع ممارسات تشوّه منها.

من بين الآليات التي تبناها المشرع الجزائري من أجل حماية المنافسة الحرة استحداث سلطة إدارية مستقلة ذات اختصاص ضبطي عام ألا وهي "مجلس المنافسة"، سلطة تسهر على حماية المنافسة وترقيتها في كل القطاعات الاقتصادية المفتوحة على المبادرة الخاصة. ولضمان هذه المهمة خوّل لها المشرع العديد من الاختصاصات والتي تتراوح بين الوظيفة الاستشارية والرقابية، وكذا الوظيفة القمعية التي تتدخل من خلالها لمتابعة الممارسات المقيدة للمنافسة وتوقيع العقوبات المناسبة على مرتكبيها.

ترتب عن إقرار المشرع الجزائري بالاختصاص القمعي لمجلس المنافسة تكريس مبدأ إزالة التجريم عن الممارسات المقيدة للمنافسة، والذي يقصد به إلغاء وصف الجريمة عنها وهذا ما يستتبع إلغاء العقاب الجزائي واستبعادها عن اختصاص القاضي الجزائي، لكن مع إبقاء عدم مشروعيتها القانونية الإدارية وتوقيع عقوبات إدارية من طرف مجلس المنافسة. ولعلّ مبرر استبعاده الممارسات المقيدة للمنافسة من دائرة اختصاص القاضي الجزائي أنّه لم يكن مهيأ للنظر في مثل هذه النزاعات الناجمة عن التفتح والتحرر على المنافسة وظهور كيانات في شكل شركات تجارية لها تعاملات دولية، إلى جانب افتقاده للتخصص والتكوين الذي يؤهله للنظر في القضايا المتسمة بالتقنية في العديد من المجالات الاقتصادية.

وفي هذا السياق نتساءل عن دور مجلس المنافسة في التصدي للممارسات المقيدة للمنافسة وفقا لقانون المنافسة الجزائري؟ وللإجابة عن هذا التساؤل سنبحث في الطبيعة القانونية لمجلس المنافسة (أولا)، ثمّ نبيّن إجراءات متابعة الممارسات المقيدة من طرف هذه السلطة (ثانيا)، وفي الأخير نسلط الضوء على مسألة تكريس ضمانات المحاكمة العادلة أثناء سير المتابعة (ثالثا).

أولا- الطبيعة القانونية لمجلس المنافسة

يعد مجلس المنافسة جهاز متخصص في مراقبة السير الحسن والفعال للمنافسة في السوق، ويعمل على بعث ثقافة التنافس بين المتعاملين الاقتصاديين، تزامن إنشائه - إلى جانب العديد من السلطات الإدارية المستقلة الأخرى²¹⁴- مع التحولات الجذرية التي شهدتها الدولة الجزائرية أواخر الثمانينات وبداية التسعينات والتي ترتب عنها الانتقال من دولة متدخلة إلى دولة ضابطة.

أنشئ مجلس المنافسة لأول مرة بموجب المادة 16 من الأمر رقم 95-06²¹⁵ المتعلق بالمنافسة التي تنص على أنه :

" ينشأ مجلس المنافسة ويكلف بترقية المنافسة وحمايتها، يتمتع مجلس المنافسة بالاستقلال الإداري والمالي".

ما يمكن ملاحظته من هذه المادة أن المشرع الجزائري لم يحدد بدقة الطبيعة القانونية للمجلس. لكنه استدرك الوضع من خلال النص القانوني الجديد المتعلق بالمنافسة الصادر سنة 2003، لتنص المادة 23 من الأمر رقم 03-03²¹⁶ المتعلق بالمنافسة على أنه: " تنشأ لدى رئيس الحكومة سلطة إدارية تدعى في صلب النص مجلس المنافسة تتمتع بالشخصية القانونية والاستقلال المالي".

وفي سنة 2008 قام المشرع بإدخال تعديلات على الأمر 03-03 بموجب القانون 08-12²¹⁷ والتي مست التنظيم القانوني للمجلس لتصبح المادة 23 منه تنص على أنه: " تنشأ سلطة إدارية مستقلة تدعى في صلب الموضوع مجلس المنافسة تتمتع بالشخصية القانونية والاستقلال المالي، توضع لدى الوزير المكلف بالتجارة ويكون مقر مجلس المنافسة بمدينة الجزائر".

أما عن التركيبة البشرية للمجلس فلقد حددتها المادة 24 من الأمر 03-03 المعدلة بموجب القانون رقم 10-05²¹⁸ فهو يتكون من 12 عضو ينتمون إلى الفئات الآتية:

- ستة (6) أعضاء يتم اختيارهم من ضمن الشخصيات والخبراء الحائزين على الأقل شهادة الليسانس أو شهادة جامعية مماثلة وخبرة مهنية لمدة ثمانية (8) سنوات على الأقل في المجال القانوني و/أو الاقتصادي والتي لها مؤهلات في مجالات المنافسة والاستهلاك والتوزيع والملكية الفكرية؛

²¹⁴ من أمثلة السلطات الإدارية المستقلة التي استحدثها المشرع الجزائري نذكر:

- لجنة تنظيم عمليات البورصة ومراقبتها بموجب المرسوم التشريعي رقم 93-10 مؤرخ في 23 ماي 1993، يتعلق ببورصة القيم المنقولة، ج ر عدد 34 مؤرخ في 23 ماي 1993؛ معدل ومتمم بالأمر رقم 96-10 مؤرخ في 10 جانفي 1996، ج ر عدد 03 مؤرخ في 14 جانفي 1996؛ و بالقانون رقم 03-04 مؤرخ في 17 جانفي 2003، ج ر عدد 11 مؤرخ في 19 فيفري 2003 (استدراك في جريدة رسمية عدد 32 مؤرخ في 07 ماي 2003).

- مجلس النقد والقرض (المجلس التقدي والمصرفي) واللجنة المصرفية بموجب القانون رقم 90-10 المؤرخ في 14 أفريل 1990، المتعلق بالنقد والقرض، ج ر عدد 16 مؤرخ في 18 أفريل 1990 (ملغى).

- سلطة ضبط البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية المستحدثة بالقانون رقم 03-2000 المؤرخ في 5 أوت 2000، يحدد القواعد العامة للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، ج ر عدد 48 مؤرخ في 6 أوت 2000 (ملغى).

- لجنة ضبط الكهرباء والغاز بموجب القانون رقم 01-2002 المؤرخ في 5 فيفري 2002، يتعلق بالكهرباء وتوزيع الغاز عبر القنوات، ج ر عدد 8 مؤرخ في 6 فيفري 2002، معدل ومتمم.

²¹⁵ أمر رقم 95-06 مؤرخ في 25 جانفي 1995، يتعلق بالمنافسة، ج ر عدد 09 مؤرخ في 08 فيفري 1995. (ملغى)

²¹⁶ أمر رقم 03-03 مؤرخ في 19 جويلية 2003، يتعلق بالمنافسة، ج ر عدد 43 مؤرخ في 20 جويلية 2003.

²¹⁷ قانون رقم 08-12 مؤرخ في 25 جوان 2008، يعدل ويتمم الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة، ج ر عدد 36 مؤرخ في 02 جويلية 2008.

²¹⁸ قانون رقم 05-10 مؤرخ في 15 أوت 2010، يعدل ويتمم الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، ج ر عدد 46 مؤرخ في 18 أوت 2010.

- أربعة(4) أعضاء يتم اختيارهم من ضمن المهنيين المؤهلين الممارسين أو الذين مارسوا نشاطات ذات مسؤولية والحائزين شهادة جامعية ولهم خبرة مهنية لمدة خمس(5) سنوات على الأقل في مجال الإنتاج والتوزيع والحرف، والخدمات والمهن الحرة؛

- عضوان مؤهلان يمثلان جمعيات حماية المستهلكين؛

من خلال المادة 23 من الأمر 03-03 المعدلة والمتممة يمكن أن نستخلص الطبيعة القانونية لمجلس المنافسة، فهو جهاز يثبت له الطابع السلطوي(1) والطابع الإداري(2)، كما يتمتع بالاستقلالية(3).

1- الطابع السلطوي

يعتبر مجلس المنافسة سلطة بأتم معنى الكلمة، فهو ليس مجرد هيئة استشارية تقدم الآراء والتوصيات. فهو يملك سلطة هامة في اتخاذ القرارات الملزمة والتي كانت تدخل في الأصل ضمن اختصاصات السلطة التنفيذية، فبعدما كان الضبط الاقتصادي للأسواق يدخل ضمن مهام الوزير المكلف بالتجارة حلّ محله مجلس المنافسة الذي أصبح هو المختص بمنع كل أشكال التلاعب بنظام السوق²¹⁹.

ومن مظاهر تتمتع مجلس المنافسة بالطابع السلطوي صلاحياته في إصدار قرارات تقضي بتوقيع الغرامات المالية على المتعامل الاقتصادي الذي يثبت ارتكابه إحدى الممارسات المقيّدة للمنافسة²²⁰.

2- الطابع الإداري

إنّ الطابع الإداري لمجلس المنافسة تعتبر مسألة محسومة بموجب المادة 23 من الأمر 03-03 المعدلة والمتممة، وذلك بعد أن وصفه المشرع صراحة بذلك بنصه " تنشأ سلطة إدارية مستقلة... ". ويترتب عن إضفاء الطابع الإداري على مجلس المنافسة نتيجتين أساسيتين هما:

- تمتعه بامتيازات السلطة العامة التي تؤهله لتنظيم السوق وحماية المنافسة وترقيتها، كإصدار قرارات إلزامية، وتوقيع العقوبات على المتعاملين الاقتصادي المرتكبين للممارسات المقيّدة للمنافسة، وفي هذا السياق قد يشكك البعض في الطابع الإداري لمجلس المنافسة على اعتبار أنّه يتمتع باختصاص قمعي وبهذا يكون أقرب من السلطة القضائية عن السلطة الإدارية، لكن يمكن الرد على هذا الرأي من زاويتين:

- الأولى أنّ العقوبات التي يوقعها مجلس المنافسة لا تصل إلى سلب الحرية فهي تتراوح بين توجيه الأوامر، غرامات مالية.
- الثانية أنّ المجلس لا يتدخل إلّا في حالة ثبوت ممارسات مقيّدة للمنافسة، فنطاق أعمال الاختصاص القمعي جدّ محدود، وهذا خلافاً للسلطة القضائية التي تتمتع بولاية عامة للنظر في كل المخالفات.

- خضوع القرارات التي تصدر عنه لاختصاص القاضي الإداري، لكن نجد بعض الخصوصية التي ينفرد بها مجلس المنافسة فيما يتعلق بمنازعات قراراته عن باقي السلطات الإدارية المستقلة. فالبنسبة لقرارات رفض التجميعات

²¹⁹ محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية وفقاً للأمر 03-03 والقانون 0402، منشورات البغدادي، الجزائر، 2010، ص 64.

²²⁰ تتمثل الممارسات المقيّدة للمنافسة وفقاً لقانون المنافسة الجزائري في: الاتفاقات والاتفاقيات المحظورة، التعسف في وضعية الهيمنة، التعسف في وضعية التبعية، البيع بأسعار منخفضة تعسفياً.

الاقتصادية يتم الطعن فيها أمام مجلس الدولة عملاً بنص المادة 19/3 من الأمر 03-03 المعدل والمتمم: "...يمكن الطعن في قرار رفض التجميع أمام مجلس الدولة". أما القرارات التي يصدرها المجلس بمناسبة الممارسات المقيّدة للمنافسة فيتم الطعن فيها أمام مجلس قضاء الجزائر العاصمة الذي يفصل في المواد التجارية وذلك حسب المادة 63 من الأمر 03-03 المعدل والمتمم: "تكون قرارات مجلس المنافسة المتعلقة بالممارسات المقيّدة للمنافسة قابلة للطعن أمام مجلس قضاء الجزائر الذي يفصل في المواد التجارية".

ما يمكن تسجيله كملاحظات فيما يتعلق بالاختصاص القضائي بالنسبة لمنازعات مجلس المنافسة فإنّه بعد التعديل الأخير لقانون الإجراءات المدنية والإدارية²²¹ بموجب القانون رقم 22-13²²² فإنّ قرارات مجلس المنافسة القضائية برفض التجميعات أصبحت تدخل ضمن اختصاص المحكمة الإدارية للاستئناف بالجزائر، وهذا عملاً بنص المادة 900 مكرر: "...وتختص المحكمة الإدارية للاستئناف بالجزائر بالفصل كدرجة أولى في دعاوى إلغاء وتفسير وتقدير مشروعية القرارات الصادرة عن السلطات الإدارية المركزية والهيئات العمومية الوطنية والمنظمات المهنية الوطنية". خاصة بعد اجتهاد المجلس الدستوري الذي حسم الموضوع حول اختصاصات مجلس الدولة بمناسبة مراقبة مطابقة القانون العضوي رقم 11-13²²³ المتعلق باختصاصات مجلس الدولة وتنظيمه وسيّره للدستور، فلقد أكد المجلس الدستوري في رأيه رقم 02/ر. م د/ 11²²⁴ بأنّ إضافة اختصاصات جديدة لمجلس الدولة بموجب نصوص خاصة يجب أن تكون هذه الأخير من نفس مرتبة القانون المنظم له أي يجب أن تكون قوانين عضوية، وما دام أنّ الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة هو قانون عادي فلا يمكن أن يمنح من خلاله المشرع اختصاص رقابة قرارات مجلس المنافسة لمجلس الدولة.

3- استقلالية مجلس المنافسة

تعدّ استقلالية مجلس المنافسة إحدى الشروط الأساسية للضبط الاقتصادي الحديث، إذ يجب أن تكون قراراته معفاة من أيّ ضغط خارجي، وبعيدة عن تأثير الأجهزة السياسية والحكومية. ومن الناحية القانونية استقلالية مجلس المنافسة يعني عدم خضوعه لا للرقابة الرئاسية ولا للوصاية الإدارية بغض النظر عن تمتعه بالشخصية المعنوية لأنّ ذلك ليس معياراً حاسماً للحكم على استقلاليته²²⁵.

²²¹ قانون رقم 08-09 مؤرخ في 20 جوان 2008، يتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، ج ر عدد 21 مؤرخ 23 أفريل 2008

²²² قانون رقم 22-13 مؤرخ في 12 جويلية 2022، يعدّل ويتم القانون رقم 08-09، ج ر عدد 48 مؤرخ في 17 جويلية 2022

²²³ قانون عضوي رقم 11-13 مؤرخ في 26 جويلية 2011، يعدّل ويتم القانون العضوي رقم 98-01 المؤرخ في 30 ماي 1998، المتعلق باختصاصات مجلس الدولة وتنظيمه وعمله، ج ر عدد 43 مؤرخ 3 أوت 2011

²²⁴ رأي رقم 02/ر. م د/ 11 مؤرخ في 6 جويلية 2011، يتعلق بمراقبة مطابقة قانون عضوي رقم 11-13 مؤرخ في 26 جويلية 2011، يعدّل ويتم القانون العضوي رقم 98-01 المؤرخ في 30 ماي 1998، المتعلق باختصاصات مجلس الدولة وتنظيمه وعمله، للدستور، ج ر عدد 43 مؤرخ 3 أوت 2011

²²⁵ ZOUAÏMIA Rachid, Les autorités administratives indépendantes et la régulation économique en Algérie, éd Houma,

Alger, 2005, p. 74.

أقرّ المشرع الجزائري باستقلالية مجلس المنافسة في نص المادة 23 من الأمر 03-03 المعدّل والمتّم "تنشأ سلطة إدارية مستقلة..." لكنها استقلالية ليس مطلقة بل نسبية، فهناك العديد من المؤشرات التي تؤكد ذلك سواء من الناحية العضوية (أ) أو الوظيفية (ب).

أ- **نسبية استقلالية مجلس المنافسة عضويا:** بالرغم من أنّ المجلس يتمتع بتركيبة جماعية وتّم الإقرار لأعضائه بعهدة تقدر بـ 4 سنوات وهي ضمانات من شأنها تدعيم استقلاليته، لأنّه كلّما تعدد الأعضاء كلما صعب التأثير عليهم كما يمنع عزلهم خلال عهدهم القانونية . فهناك مظاهر عديدة تحد من استقلاليته إزاء السلطة التنفيذية من الجانب العضوي من بينها:

- انحصار سلطة تعيين أعضائه في يد جهة واحدة : ينفرد رئيس الجمهورية بصلاحية تعيين الأعضاء الإثنا عشر المكونة لمجلس المنافسة بموجب مرسوم رئاسي، ومن شأن هذا الأسلوب أن يجعل هؤلاء الأعضاء يشعرون بالتبعية للجهة المعينة لهم، وكان من الأجدر توزيع صلاحية التعيين بين جهات مختلفة.

- وضع المجلس لدى وزير التجارة: مؤشر على عدم الاستقلالية تعي بأنّ المجلس مجرد جهاز إداري تابع للسلطة التنفيذية وخاضع لوصاية وزارة التجارة

ب- **نسبية استقلالية مجلس المنافسة وظيفيا:** يتمتع مجلس المنافسة بمجال اختصاص مستقل عن السلطة التنفيذية، لكن هناك من العوامل التي من شأنها أن تجعل استقلاليته عند ممارسته لهذا الاختصاص نسبية من بينها:

- إدراج ميزانية مجلس المنافسة ضمن أبواب ميزانية وزارة التجارة²²⁶، بالرغم من أنّ المادة 23 من الأمر 03-03 المعدّل والمتّم تقرر بتمتع المجلس بالاستقلال المالي.

- وضع النظام الداخلي للمجلس وتحديد نظام الأجور الخاصة بالأعضاء والأمين العام والمقررون بموجب مرسوم تنفيذي²²⁷.

- إمكانية تجاوز قرارات مجلس المنافسة من طرف السلطة التنفيذية. ففي حالة التجميع الذي كان محل رفض من مجلس المنافسة يمكن أن ترخص له الحكومة تلقائيا إذا اقتضت المصلحة العامة ذلك أو بناء على الأطراف المعنية²²⁸.

ثانيا- إجراءات متابعة الممارسات المقيّدة للمنافسة من طرف مجلس المنافسة

حتى يتمكن مجلس المنافسة من معاقبة الأعوان الاقتصاديين المرتكبين للممارسات المقيّدة للمنافسة، ينبغي عليه مراعاة مجموعة من الإجراءات الصارمة التي نص عليها المشرع في قانون المنافسة، وذلك من أجل حماية هؤلاء الأعوان المخالفين من خطورة الاختصاص القمعي.

²²⁶ أنظر المادة 33 من الأمر 03-03 المتعلّق بالمنافسة، مصدر سابق.

²²⁷ المادة 31 والمادة 32 من المصدر نفسه.

²²⁸ المادة 21 من المصدر نفسه.

تمر عملية متابعة الأعوان الاقتصاديين المرتكبين للممارسات المقيّدة للمنافسة بمراحل إجرائية تبدأ بإخطار مجلس المنافسة من الأشخاص المؤهلة قانوناً(1)، ثمّ التحقيق إذا استوفى هذا الأخطار الشروط القانونية(2) ليتم بعد ذلك عقد الجلسة للبت في القضية(3).

1- إخطار مجلس المنافسة

يشكل الإخطار الإجراء الأوّل الذي يتم به تحريك المتابعة الإدارية للممارسات المقيّدة للمنافسة أمام مجلس المنافسة، وذلك من خلال إعلامه بوقائع معينة حتى يتخذ الإجراءات التي يخولها له القانون²²⁹. ولقد منح المشرع الجزائري حق الإخطار لعدد من الأشخاص والهيئات(أ)، وحتى يتم قبوله لا بد من استقائه لمجموعة من الشروط(ب).

أ- الأشخاص المؤهلة لإخطار مجلس المنافسة: يمارس مجلس المنافسة الاختصاص القمعي بناء على الدعوى التي يقدمها أحد الأشخاص المحددة في نص المادة 1/44 من الأمر رقم 03-03 المعدّل والمتمم التي تنص: "يمكن أن يخطر الوزير المكلف بالتجارة. ويمكن للمجلس أن ينظر في القضايا من تلقاء نفسه أو بإخطار من المؤسسات أو بإخطار من الهيئات المذكورة في الفقرة 2 من المادة 35 من هذا الأمر إذا كانت لها مصلحة في ذلك". وعليه فإنّ الأشخاص المؤهلة لإخطار المجلس هي النحو التالي:

- مجلس المنافسة نفسه وهو ما يسعى بالإخطار التلقائي؛

- الوزير المكلف بالتجارة؛

- المؤسسات العمومية الناشطة في السوق المعنية؛

- الهيئات المذكورة في المادة 2/35 وهي: الجماعات المحلية، الهيئات الاقتصادية والمالية، الجمعيات المهنية والنقابية وجمعيات حماية المستهلكين.

والجدير بالإشارة إلى أنّ المشرع قد منح صلاحية إخطار مجلس المنافسة للأشخاص المذكورة في المادة 1/44 الذين جاء ذكرهم على سبيل الحصر، فلا ينعقد الاختصاص القمعي للمجلس إلّا إذا رفعت دعوى من أحدهم.

ب- شروط الإخطار: حتى يقبل مجلس المنافسة الإخطار المرفوع إليه من أحد الأشخاص المحددين في المادة 1/44 يجب أن يستوفي مجموعة من الشروط التي يمكن تصنيفها إلى عامة وأخرى خاصة.

• الشروط العامة للإخطار تتمثل في تلك الواجب توفرها لقبول الدعاوى أمام الجهات القضائية وهي شرط الصفة والمصلحة والأهلية.

• أما الشروط الخاصة تتمثل في تلك المنصوص عليها في المادة 44 من الأمر 03-03 المعدّل والمتمم وهي:

²²⁹ عيساوي محمد، القانون الإجرائي للمنافسة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة تيزي وزو، 2005، ص 84.

- دخول موضوع الإخطار ضمن نطاق اختصاص المجلس الذي انعقد إذا تعلّق الأمر بالاتفاقات والاتفاقيات المحظورة، التعسف في وضعية الهيمنة، التعسف في وضعية التبعية، البيع بأسعار منخفضة تعسفيا.
- إرفاق عريضة الإخطار بعناصر مقنعة كافية، بمعنى يجب على المدعي تقديم أدلة وأسانيد كافية تدعم إدعاءاته.
- تقديم الإخطار بشأن دعاوى لم تتقادم، ومدة التقادم قدرها المشرع بـ 3 سنوات ما لم يحدث بشأنها أيّ بحث أو معاملة أو عقوبة.
- إيداع الإخطار على مستوى مديرية الإجراءات ومتابعة الملفات بالمجلس أو إرساله عن طريق رسالة موصى عليها مع وصل الاستلام إلى عنوان مجلس المنافسة في أربع (4) نسخ²³⁰.

2- التحقيق في الممارسات المخاطرة

- إذا رأى مجلس المنافسة أنّ الإخطار قد توفرت فيه الشروط المطلوبة قانونا يصحّ بقبوله، ونتيجة لذلك يحيله إلى التحقيق للبحث والتحري عن صحة ما ورد فيه من إدعاءات. وفي هذا الجانب نجد بأنّ المشرع قد نظم إجراءات ومراحل التحقيق (ب) كما حدّد الأعوان المكلفين بهذه العملية (أ).
- أ- الأعوان المؤهلين بإجراء التحقيق في الممارسات المقيّدة للمنافسة: حدّدتهم المادة 49 مكرر من الأمر رقم 03-03 المعدّل والمتمم وهم على النحو التالي:
 - ضباط وأعوان الشرطة القضائية المنصوص عليهم في قانون الإجراءات الجزائية؛
 - المستخدمون المنتمون إلى الأسلاك الخاصة بالمراقبة التابعون للإدارة المكلفة بالتجارة؛
 - الأعوان التابعون لمصالح الإدارة الجبائية؛
 - المقرر العام والمقررون لدى مجلس المنافسة.
- والجدير بالإشارة إلى أنّ المشرع الجزائري قد أقر حماية قانونية لهؤلاء الأعوان أثناء القيام بمهامهم وذلك من خلال توقيع عقوبات جزائية على كل عون اقتصادي يعرقل أو يعارض عملية التحقيق²³¹، كما أقرّ لهم بسلطات واسعة أثناء البحث والتحري بحيث يتمتعون بسلطة التوغّل لأيّ مكان ماعدا المساكن، كما يملكون أيضا سلطة الإطلاع على أية وثيقة دون تمسك المتعامل الاقتصادي المخالف بالسر المهني، ولهم أيضا سلطة الحجز.
- ب- كيفية مباشرة التحقيق (من المادة 50 إلى المادة 55 من الأمر رقم 03-03 المعدّل والمتمم): تسند عملية التحقيق في الممارسات المقيّدة للمنافسة لمقرر ومقرري مجلس المنافسة بناء على طلب الرئيس الذي يقوم بتحويل المحاضر والتقارير التي تعين وقوع ممارسات مقيّدة للمنافسة، بعد الإطلاع عليها يقوم المقرر بتحرير تقرير أوليا يعرض فيه الوقائع والمآخذ المسجلة ضد المتعاملين الاقتصاديين المتهمين بارتكاب الممارسات المقيّدة للمنافسة، ويبلغه إلى كل من رئيس المجلس والأطراف المعنية من أجل إبداء ملاحظاتهم المكتوبة في مدو لا تتجاوز 3 أشهر.

²³⁰ المادة 7 من القرار رقم 01 المؤرخ في 24 جويلية 2013، المحدد للنظام الداخلي لمجلس المنافسة، www.conseil-concurrence.dz

²³¹ المادة 49 مكرر من الأمر رقم 03-03، المعدّل والمتمم، التي أحالتنا إلى القانون رقم 02-04 المؤرخ في 23 جوان 2004، المحدّد للقواعد المطبقة على المماريات التجارية، ج ر عدد 14 لسنة 2004.

بعد تلقي المقرر للملاحظات المكتوبة من الجهات المعنية وإطلاعه على مذكراتهم المتضمنة رداً على المآخذ المسجلة ضدهم، وبعد جلسات الاستماع التي يعقدها مع الأطراف المعنية، يقوم بتحرير تقرير نهائي معلل يدون فيه جميع الوقائع والمآخذ التي يتمسك بها في مواجهة الأطراف المعنية ومراجع المخلفات واقتراح القرار، ويبلغه لرئيس مجلس المنافسة والذي بدوره يقوم بتبليغه للأطراف المعنية وإلى الوزير المكلف بالتجارة من أجل إبداء مرة أخرى ملاحظاتهم المكتوبة في غضون شهرين، كما يحدد لهم أيضاً تاريخ الجلسة المتعلقة بالقضية.

3- البت في القضايا

بمجرد استكمال مرحلة التحقيق تكون القضية مهياً للفصل فيها، فتعقد جلسة لمجلس المنافسة وفقاً لجدول أعماله ليتم النطق بالقرار الفاصل في القضية.

أ- جلسات مجلس المنافسة: يتولى رئيس المجلس بضبط الرزنامة لتاريخ وساعات الجلسات ويقوم بتبليغ ملف القضية إلى الأعضاء وممثل وزير التجارة قبل 21 يوم عن التاريخ المقرر لانعقاد الجلسة، ويتم إرسال الدعوة لحضور الجلسات للأطراف المعنية وممثل الوزير المكلف بالتجارة²³².

في التاريخ المحدد للجلسة لا يفتتحها رئيس المجلس أو نائبه الذي يحل محله في حالة غيابه، إلا بعد التحقق من اكتمال النصاب المحدد في المادة 28 من الأمر رقم 03-03 المعدل والمتمم وهو حضور 8 أعضاء. ثم يقوم بمنح الكلمة للمقرر أو المقررين بعدها ممثل الوزير المكلف بالتجارة، ثم يتم الاستماع إلى الأطراف المعنية التي يمكن لها الاستعانة بمحامي أو أي شخص تختاره²³³.

ب - مداولات المجلس: تتم المداولة في جلسة مغلقة، ويشرف الرئيس على المناقشات ثم يعرض القرار أو الرأي على التصويت، ليتم اتخاذ الأغلبية البسيطة وفي حالة تساوي الأصوات يكون صوت الرئيس مرجحاً²³⁴، وقد كرس المشرع في هذا السياق مبدأ الامتناع بحيث يمنع مشاركة أي عضو في المداولة إذا ثبت وجود ومصلحة أو صلة قرابة إلى غاية الدرجة الرابعة بينه وبين أحد أطراف القضية.

كما تجرى مداولات جلسات مجلس المنافسة بسرية فلا يحضرها أطراف القضية وممثل الوزير المكلف بالتجارة استناداً لنص المادة 26 من الأمر 03-03 المعدل والمتمم.

ج- قرار المجلس: يفصل مجلس المنافسة في القضية المعروضة عليه بقرار ذو طبيعة إدارية مضمونه لا يخرج عن إحدى المسائل التالية:

- قرار انتفاء وجه المتابعة إذا لم يثبت التحقيق وجود ممارسة مقيدة للمنافسة
- قرار رفض الإخطار إذا كانت الوقائع المخاطر بها لا تدخل ضمن اختصاص مجلس المنافسة أو لم تمكن مدعمة بوقائع مقنعة أو تقادمت، أو لم يكن لصاحب الإخطار صفة أو مصلحة.
- قرار تعليق الفصل في القضية عندما يتطلب الوضع إجراء تحقيق تكميلي.

²³² المواد 31، 32 من القرار رقم 01 المؤرخ في 24 جويلية 2013، المحدد للنظام الداخلي لمجلس المنافسة، مصدر سابق.

²³³ المادة 36 من المصدر نفسه.

²³⁴ المادة 28 من الأمر 03-03، المتعلق بالمنافسة، معدل ومتمم، مصدر سابق،

- القرار التنازعي عندما يفصل المجلس في القضية ويحكم على الأطراف المعنية بالعقوبات المقررة للممارسات المقيّدة للمنافسة²³⁵ التي تتراوح بين إصدار الأوامر لوقف تلك الممارسات والعقوبات المالية. والجدير بالإشارة إلى أنّ قرارات مجلس المنافسة تنشر في النشرة الرسمية للمنافسة إضافة إلى إمكانية نشرها بواسطة أي وسيلة إعلامية أخرى.

ثالثا- مدى تكريس ضمانات المحاكمة العادلة أثناء متابعة الممارسات المقيّدة للمنافسة من مجلس المنافسة

إنّ تحويل اختصاص قمع الممارسات المقيّدة للمنافسة من القاضي الجزائي إلى مجلس المنافسة يجب أن يرافقه أيضا تحويل الضمانات الأساسية التي يقرها القانون للمتقاضين، وذلك من أجل إضفاء المشروعية على عمل مجلس المنافسة. وعليه ينبغي إحاطة الاختصاص القمعي لمجلس المنافسة بالضمانات الإجرائية المعترف بها للمتقاضين(1). إلى جانب إمكانية الطعن القضائي ضد القرارات التي يصدرها المجلس بمناسبة النظر في الممارسات المقيّدة للمنافسة(2).

1- الضمانات الإجرائية المقررة أمام مجلس المنافسة

بقيت السلطات الإدارية المستقلة المستحدثة في القانون الفرنسي لفترة طويلة مستبعدة من تكريس الضمانات الإجرائية الأساسية عند إعمالها لاختصاصاتها التنازعية، والحجة في ذلك أنّ السرعة والفعالية في تدخل هذه الهيئات يقتضي التقليل من ضمانات المحاكمة العادلة. غير أنّه كان لاجتهادات مجلس الدولة ومحكمة النقض تأثير كبير على موقف المشرع الفرنسي الذي بدأ شيئا فشيئا يخضع هذه السلطات لنظام إجرائي مماثل لذلك الذي تخضع له الهيئات القضائية²³⁶.

أما في الجزائر فنلاحظ تذبذب موقف المشرع الجزائري واختلاف درجة تكريس ضمانات المحاكمة العادلة السلطات الإدارية المستقلة، وعليه نتساءل عن الوضع بالنسبة لمجلس المنافسة من حيث مدى تكريس كل من مبدأ الحياد(أ) وحقوق الدفاع(ب).

أ- مدى تكريس مبدأ الحياد أمام مجلس المنافسة: إذا كانت استقلالية مجلس المنافسة يقصد بها انعدام أية تبعية تجاه السلطة التنفيذية (أشارنا أعلاه بأنّ المشرع نص صراحة على استقلالية مجلس المنافسة، غير أنّ هناك الكثير من العوامل التي تحد من هذا الاستقلالية). فإنّ حياد هذه الهيئة تعني انعدام أيّ تأثير من القطاع الذي تسهر على ضبطه. ومن أجل تعزيز حياد أعضاء مجلس المنافسة بمناسبة الفصل في الممارسات المقيّدة للمنافسة عادة ما يتم تكريس نظامي التنافي والامتناع.

²³⁵ كتمو محمد الشريف، مرجع سابق، ص 71.

²³⁶ CANIVET Guy, « Propos généraux sur les régulations et les juges », in FRISON ROCHE Marie- Anne(S/dir.), Les risques de régulation, v 3, Séries droit et économie de la régulation, Science po et Dalloz, Paris, 2005, p. 188-189.

• نظام التنافى: يقصد به عدم إمكانية الجمع بين العضوية في مجلس المنافسة وأداء مهام أو وظائف أخرى لدى جهات مختلفة، وتنص المادة 29 من الأمر رقم 03-03 المعدل والمتمم بأنه: " ... تنافى وظيفة عضو مجلس المنافسة مع أي نشاط مهني آخر". وعليه يكون المشرع قد أقرّ بنظام التنافى الجزئي بالنسبة لأعضاء مجلس المنافسة كون أنّه يمنع عليهم فقط ممارسة أي نشاط مهني دون الإشارة إلى أي منع للدخول في عهدة انتخابية أو ممارسة مهام التدريس.

غير أن المشرع في سنة 2007 قام بتوحيد النظام القانوني للسلطات الإدارية المستقلة في مجال التنافى بموجب الأمر رقم 01-07²³⁷، فهذا الأخير يمنع أعضاء السلطات الإدارية بما فيها مجلس المنافسة من امتلاك بأنفسهم أو بواسطة أشخاص آخرين داخل أو خارج الوطن مصالح لدى المؤسسات التي يتولون مراقبتها، ويمنع عليهم أيضا بعد انتهاء مهامهم ولمدة سنتين من ممارسة أي نشاط استشاري أو مهني مهما كانت طبيعته، ويعاقب كل من يخالف هذه الأحكام بعقوبات جزائية.

• نظام الامتناع: يقصد به منع أي عضو من أعضاء مجلس المنافسة من المشاركة في المداولات إذا كانت له مصالح مباشرة أو غير مباشرة في القضية المعروضة على المجلس، أو إذا كانت له علاقة قرابة إلى غاية الدرجة الرابعة مع أحد أطراف القضية²³⁸.

كرّس المشرع في المادة 29 من الأمر رقم 03-03 المعدل والمتمم نظام الامتناع بنصه على أن: "لا يمكن لعضو في مجلس المنافسة من المشاركة في مداولة تتعلق بقضية له فيها مصلحة أو يكون بينه وبين أحد أطرافها صلة قرابة إلى الدرجة الرابعة أو يكون قد مثل أو يمثل أحد الأطراف المعنية".

ب- مدى تكريس حقوق الدفاع أمام مجلس المنافسة: يعد الحق في الدفاع من الحقوق المكرّسة دستوريا²³⁹ ورد ذكره في الفصل المتعلق بالسلطة القضائية، وبالتالي هل بالإمكان إعماله أمام السلطات الإدارية المستقلة بصفة عامة ومجلس المنافسة بصفة خاصة؟

بالرغم من تكريس الدستور لحق الدفاع أمام القضاء، فهو أيضا حق مكرس أمام السلطات الإدارية المستقلة عند إعمالها للاختصاص القمعي وذلك من باب حماية حقوق الإنسان بصفة عامة.

يتحقق حق الدفاع من خلال تمكين الأطراف المعنية من الوجاهية وذلك بمنحهم من جهة فرصة الاطلاع على الملف وتنص المادة 30 من الأمر رقم 03-03 المعدل والمتمم في هذا الشأن على أنّه: " ... للأطراف المعنية وممثل الوزير المكلف بالتجارة حق الإطلاع على الملف والحصول على نسخة منه". وتمكينهم من جهة أخرى من تقديم ملاحظاتهم لتنص

²³⁷ أمر رقم 01-07 مؤرخ في 1 مارس 2007، يتعلق بحالات التنافى والالتزامات الخاصة ببعض المناصب والوظائف، ج ر عدد 16 مؤرخ في 7 مارس 2007.

²³⁸ DECOOPMAN Nicole, « Peut – on clarifier le désordre », in DECOOPMAN Nicole (S/ dir), Le désordre des AAI : l'exemple du secteur économique et financier, collection CEPISCA, Paris, 2002, p. 36.

²³⁹ المادة 175 من دستور الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الصادر بموجب المرسوم الرئاسي رقم 438-96 المؤرخ في 7 ديسمبر 1996، ج ر عدد 76 صادر في 08-12-1996؛ معدل ومتمم بالقانون رقم 03-02 مؤرخ في 10 أفريل 2002، ج ر عدد 25 صادر في 14-04-2002؛ معدل ومتمم بموجب القانون رقم 19-08 مؤرخ في 15 نوفمبر 2008، ج ر عدد 63 صادر في 16-11-2008؛ معدل ومتمم بموجب القانون رقم 01-16 مؤرخ في 6 مارس 2016 ج ر عدد 14 صادر في 07-03-2016؛ معدل في استفتاء أول نوفمبر 2020 الصادر بموجب المرسوم الرئاسي رقم 442-20، مؤرخ في 30 ديسمبر 2020، ج ر عدد 30 مؤرخ في 30 ديسمبر 2020.

المادة 55 " يبلغ رئيس مجلس المنافسة التقرير إلى الأطراف المعنية وإلى الوزير المكلف بالتجارة الذين يمكنهم إبداء ملاحظات مكتوبة في أجل شهرين". وكذا من خلال الاستعانة بمحامي (المادة 30).

2- الطعن القضائي ضد قرارات مجلس المنافسة الصادر في مجال الممارسات المقيدة للمنافسة

لا تتمتع قرارات مجلس المنافسة بحصانة قضائية، فمادام أنها ذات طابع إداري فهي تخضع لرقابة القاضي. وفي هذا السياق تنص المادة 63 من الأمر رقم 03-03 المعدل والمتمم، فإنّ الجهة المختصة بالنظر في الطعون المرفوعة ضد قرارات مجلس المنافسة الصادرة في مجال الممارسات المقيدة للمنافسة تتمثل في الغرفة التجارية لمجلس قضاء الجزائر العاصمة والتي يتم رفعها من الأطراف المعنية أو ممثل عن ممثل الوزير المكلف بالتجارة خلال شهر من تاريخ استلام القرار.

لكن السؤال المطروح همنا هو: على أيّ أساس يخضع المشرع قرارات تصدر عن سلطة إدارية لرقابة قضاء عادي؟ الأساس الذي اعتمده الفقه الفرنسي لتبرير سحب الاختصاص من القاضي الإداري إلى القاضي العادي في مجال المنافسة هو مبدأ حسن سير العدالة، فالنزاعات التي تنشأ بين المتعاملين الاقتصاديين هي من طبيعة تجارية تخضع للقانون الخاص والقاضي الطبيعي لها هو القاضي العادي، وبالتالي سحب الاختصاص من القاضي الإداري ومنحه للقاضي العادي يحقق التناسق والانسجام بين الطبيعة الحقيقية لنزاع المنافسة والقاضي الملائم له²⁴⁰.

خاتمة

يلعب مجلس المنافسة دورا هاما في حماية المنافسة وترقيتها لهذا نجد أنّ المشرع أهله باختصاصات متكاملة تعمل على تحقيق الغاية من استحداثه، فهو يعمل على حماية النظام العام التنافسي من خلال بسط سلطته الرقابية لكن في حالة ما إذا اعتدى أي متعامل اقتصادي عليه ينتقل إلى الردع من خلال أعمال اختصاصه القمعي.

إن نجاح مجلس المنافسة في حماية السوق من الممارسات المقيدة للمنافسة مرهون بفعالية التنظيم الإجرائي لمتابعتها، وفي هذا الصدد نجد بأن إجراءات المتابعة تبدأ بالإخطار ثم البحث والتحري في مدى وقوع مثل هذه الممارسات لتنتهي بإصدار القرار الفاصل في القضية.

²⁴⁰ للمزيد من التفصيل أنظر: كتو محمد الشريف، الممارسات المنافية للمنافسة في القانون الجزائري (دراسة مقارنة بالقانون الفرنسي)، أطروحة لنيل درجة دكتوراه في القانون، فرع القانون العام، كلية الحقوق، جامعة تيزي وزو، 2004-2005.

حظر ممارسة أسعار بيع مخفضة تعسفا للمستهلك وفقا لقانون المنافسة الجزائري

Prohibition of the practice of an arbitrarily selling at low prices to the consumer according to the ALGERIAN Law competition

الاسم واللقب : إدريس سلاطني

الدرجة العلمية : سنة ثانية دكتوراه

التخصص : القانون الاقتصادي

المؤسسة الجامعية : جامعة قاصدي مرباح - ورقلة - الجزائر -

البريد الإلكتروني selatni.idriss@univ-ouargla.dz

الاسم واللقب : بادة عبد الكامل

الدرجة العلمية : سنة ثانية دكتوراه

التخصص : القانون الاقتصادي

المؤسسة الجامعية : جامعة قاصدي مرباح - ورقلة - الجزائر -

مخبر : التحول السياسي والاقتصادي والاجتماعي في الجزائر

البريد الإلكتروني : bada.abdelkamel@univ-ouargla.dz

ملخص:

وفقا لمقتضيات تشريعات المنافسة بالجزائر يحظر عرض الأسعار أو ممارسة بيع منخفضة بشكل تعسفي للمستهلكين مقارنة بتكاليف الإنتاج والتحويل والتسويق ، إذا كانت هذه الممارسات تؤدي إلى إبعاد مؤسسة أو عرقلة أحد منتجاتها من الدخول إلى السوق وبالتالي فإن البيع بأسعار مخفضة تعسفا للمستهلك يشكل ممارسة مقيدة للمنافسة ، والذي من شأنه الإضرار بالمستهلك والمؤسسات والاقتصاد الوطني بشكل عام . ويظهر تضرر المستهلك من هذه الممارسة بعد استحواذ المؤسسة القائمة بعملية البيع على السوق أين يجعل منها مهيمنة ومحكرة للسوق ومنه يتم رفع الأسعار لتعويض الخسارة ، حيث يجد المستهلك نفسه مجبرا في اقتناء السلع دون وجود البديل ، وعليه سنتطرق في هذه الورقة البحثية إلى المقصود بحظر ممارسة أسعار بيع مخفضة بشكل تعسفي للمستهلك وتكييفها القانوني وشروط حظرها وصورها وكذا الجزاءات الموقعة من قبل مجلس المنافسة والقضاء في حق مرتكبيها .

الكلمات المفتاحية : الممارسات المقيدة للمنافسة ، التعسف ، البيع بسعر منخفض ، السوق .

Abstract :

According to the requirements of the competition legislation in Algeria, a price offer or an arbitrarily low sale practice is prepared for consumers compared to the costs of production, conversion and marketing, if these practices lead to the exclusion of an enterprise or obstruct one of its products from entering the market, and therefore selling at arbitrarily reduced prices to the consumer constitutes a restrictive practice of competition, which would harm the consumer, institutions and the national economy in general, and the consumer's harm from this practice appears after the acquisition of the institution involved in the sale process on the market, where it makes it dominant and monopolize the market, and from it prices are raised to compensate for the loss, where the consumer finds himself forced to acquire goods without an alternative. Therefore, in this research paper, we will discuss what is meant by the practice of arbitrarily reduced selling prices to the Consumer, their legal adaptation, the conditions for their prohibition, their forms, as well as the sanctions issued by the Competition Council and the judiciary against the perpetrators.

Keywords : restrictive practices of competition, arbitrariness, selling at a low price, the market

مقدمة

لقد سعت الجزائر على غرار كل دول العالم إلى بناء اقتصاد قوي بالاعتماد على الوسائل القانونية من خلال الانتقال من الاقتصاد المسير إلى اقتصاد السوق ، لنجد قانون المنافسة باعتباره مجموعة من القواعد القانونية التي تحكم التنافس بين المؤسسات والبحث والحفاظ على الزبائن والمستهلك .

ولقد حدد قانون المنافسة الجزائري من خلال المادة الأولى من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم شروط المنافسة في السوق وتفاذي كل ممارسة مقيدة للمنافسة ، ومن بين هذه الممارسات المقيدة للمنافسة نجد عرض أو ممارسة البيع بأسعار مخفضة بشكل تعسفي للمستهلكين وهي من الأساليب غير المشروعة التي يستعملها الأعوان الاقتصاديين لتقييد المنافسة الحرة ، وتهدف إلى احتكار السوق والتأثير سلبا في جودة المنتجات وعليه تم حظر هذه الممارسة بموجب المادة 12 من الأمر 03-03 السالف الذكر .

ويعتبر السعر عنصرا أساسيا في عملية البيع بحيث يشد انتباه المستهلك عند ولوجه إلى السوق ، وعليه فقد قيدها المشرع الجزائري بضوابط وشروط معينة كما وضع الجزاءات الموقعة على مرتكبيها.

وتتمثل أهمية دراستنا لهذا الموضوع في تحديد مدى خطورة هذه الممارسة وأثرها على المؤسسات والمستهلك على حد سواء وكذا الاقتصاد الوطني للدولة ، كما تبرز الأهمية في مدى فعالية الجهود التي قدمها المشرع الجزائري في سبيل تحقيق المنافسة الحرة وحماية المستهلك والمتعاملين الاقتصاديين .

كما تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على شروط قيام هذه الممارسة وتمييزها على ما يشابهها من الممارسات وكذا صورها والجزاءات المترتبة على مخالفتها، وعلى ضوء ما سبق نطرح الإشكالية التالية : إلى أي مدى تمكن المشرع الجزائري من حظر عرض الأسعار أو ممارسة بيع بأسعار مخفضة تعسفا للمستهلك باعتبارها ممارسة مقيدة

للمنافسة ؟ وللإجابة على هذه الإشكالية ضمن مداخلتنا الموسومة ب: حظر ممارسة أسعار بيع مخفضة بشكل تعسفي للمستهلك وفقا لقانون المنافسة الجزائري ، سنتبع المنهج التحليلي من خلال تحليل النصوص القانونية لهذه الممارسة ، وعليه ارتأينا تقسيم الدراسة إلى مبحثين على النحو الآتي :

المبحث الأول : الإطار المفاهيمي لممارسة البيع بأسعار مخفضة تعسفا للمستهلك .

المبحث الثاني : صور البيع بأسعار مخفضة تعسفا والجزاءات المترتبة عليه .

المبحث الأول : الإطار المفاهيمي لممارسة البيع بأسعار مخفضة تعسفا للمستهلك

يعتبر السعر أحد العناصر الأساسية المحددة للصراع التنافسي في السوق ، بحيث يمكن القول أن المنافسة من خلال الأسعار أحد عناصر اللعبة التنافسية ، وتعتبر وسيلة تعتمد عليها المؤسسات داخل السوق من أجل جلب أكبر عدد ممكن من الزبائن وبالتالي الحصول على الريادة في تلك السوق من خلال تقديم أفضل العروض بأقل الأسعار الممكنة ، غير أن تلك العروض في الغالب تستخدم من قبل المؤسسات من أجل إبعاد منافسيها ومنعهم من البقاء في السوق ،²⁴¹ وعليه سنتطرق في هذا المبحث إلى مفهوم عرض أو ممارسة البيع بأسعار مخفضة تعسفا في (المطلب الأول) وتمييزها عما يشابهها من ممارسات في (المطلب الثاني) .

المطلب الأول: مفهوم عرض أو ممارسة البيع بأسعار مخفضة تعسفا

نصت المادة 12 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم على أنه " يحظر عرض الأسعار أو ممارسة أسعار بيع مخفضة بشكل تعسفي للمستهلكين مقارنة بتكاليف الإنتاج والتحويل والتسويق ، إذا كانت هذه العروض يمكن أن تؤدي إلى إبعاد مؤسسة أو عرقلة أحد منتوجاتها من الدخول إلى السوق " .²⁴² وعليه يمكن القول بأنها ممارسة تهدف إلى تعزيز القدرة الشرائية للمستهلك غير أنه في حقيقة الأمر تضر بمصالحه الاقتصادية على المدى البعيد ، لأن الهدف منها هو خلق وضع احتكاري بالسوق ، من خلال إقصاء المنافسين ،²⁴³ ومنه ينبغي التطرق في هذا المطلب إلى تعريف ممارسة البيع بأسعار محفظة تعسفا في (الفرع الأول) وشروط حظرها في (الفرع الثاني) .

الفرع الأول : تعريف البيع بأسعار مخفضة تعسفا

²⁴¹ - بدوي عبد الجليل ، مكافحة الممارسات المقيدة للمنافسة في القانون الجزائري ، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه تخصص قانون عام اقتصادي ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة غرداية ، السنة الجامعية 2019-2020 ، ص 128 .

²⁴² - الأمر رقم 03-03 مؤرخ في 19 يوليو سنة 2003 ، يتعلق بالمنافسة ، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية العدد 43 ، المؤرخ في 20 يوليو 2003 .

²⁴³ - بوعولي نصيرة ، حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك في القانون الجزائري ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون تخصص القانون العام للأعمال ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية، السنة 2012 ص 48 .

إن المقصود بالبيع بأسعار مخفضة تعسفيا ، هو قيام العون الاقتصادي خاصة الموزعين الكبار ، سواء بصفة انفرادية أو جماعية بعملية بيع سلع ومنتجات للمستهلكين بأسعار تكون مخفضة إلى مادون سعر التكلفة الحقيقي للسلعة المعنية بالبيع . والقول بأن العملية تشكل بيعا بسعر مخفض تعسفيا ، هو على أساس أن العون الاقتصادي من خلال تخفيض السعر إلى ما دون تكلفة السعر المراد بيعها ، يرغب إما بإخراج عون اقتصادي آخر من السوق أو عرقلة دخول إحدى منتجاته إلى السوق .²⁴⁴

ولقد حظر المشرع الجزائري هذه الممارسة من أجل حماية مصالح المؤسسات المتنافسة من جهة لأنها كثيرا ما تصدر قصد تحقيق احتكار في السوق ، حيث تعتمد المؤسسة الخسارة إذ غالبا ما يكون التخفيض لا يؤثر سلبا عليها نظرا لقوتها الاقتصادية ، كما أنها على علم أنه بعد القضاء على المنافسة في السوق وفرض الهيمنة عليه بإمكانها رفع الأسعار حسب رغبتها ، ومن جهة أخرى حظرها المشرع من أجل حماية مصالح المستهلكين لأن هذه الممارسة وإن سمحت له في البداية اقتناء سلع بأسعار مخفضة إلا أن ذلك لا يدوم لفترة طويلة فبمجرد تحقيق المؤسسة أهدافها سترفع الأسعار .²⁴⁵

الفرع الثاني : شروط تحقق عرض أو ممارسة البيع بأسعار مخفضة تعسفيا

لتحقيق عملية عرض أو ممارسة البيع بأسعار مخفضة تعسفيا للمستهلكين كان لابد من توافر مجموعة من الشروط للقول بأن هذه الممارسة هي ممارسة مقيدة للمنافسة والتي تتمثل في

أولا : عرض أو ممارسة أسعار البيع

عرض أو ممارسة أسعار بيع يعد عرض أو ممارسة أسعار بيع مخفضة تعسفيا للمستهلكين من الممارسات المخلة بمبدأ شفافية الأسعار ، حيث نجد عادة أن هذه الممارسات تكون من طرف المؤسسات التي تنشط على مستوى الإنتاج ، حيث تقوم هذه المؤسسات ببيع منتجاتها بسعر منخفض انخفاضا غير عادي يصل إلى درجة البيع بسعر أقل من معدل التكلفة المتغير أو الإجمالي ، وقد حصر لنا المشرع الجزائري المجال الذي يكون فيه البيع بالتخفيض التعسفي والمنصوص عليه بمقتضى المادة 12 من الأمر رقم 03/03 المتعلق بالمنافسة .²⁴⁶

ويقصد بمصطلح العرض الذي تضمنته المادة 12 من الأمر 03-03 السالف الذكر ، الخطوة الأولى للتعبير عن الإرادة ، فبذلك المشرع لم يشترط أنه تم فعلا ممارسة البيع بسعر منخفض حقا ، أي لا يهم إذا كان العرض قد قبل أو البيع قد تحقق فبمجرد العرض تعد الممارسة مرتكبة ، وجعل المشرع الجزائري الحظر قائما سواء تحقق ركن الرضا " بتطابق

²⁴⁴ - رقراقي محمد زكرياء ، الممارسات المنافسة لمنافسة في الصفقات العمومية - دراسة مقارنة بين التشريعين الجزائري والفرنسي - أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في القانون فرع التجريم في الصفقات العمومية ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة جيلالي ليابس - سيدي بلعباس - ، السنة الجامعية 2017-2018 ، ص 166 .

²⁴⁵ - قابس رانيا ، حظر عرض أو ممارسة أسعار بيع مخفضة تعسفيا وفقا لقانون المنافسة الجزائري ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون تخصص قانون الأعمال ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة مولود معمري تيزي وزو ، السنة 2018 ص 11 .

²⁴⁶ - بوشريط حسناء ، دور مجلس المنافسة عند عرض الأسعار أو ممارسة أسعار بيع مخفضة تعسفيا للمستهلك ، مجلة العلوم الإنسانية ، المجلد 18 ، العدد 01 ، السنة 2018 ، ص 209 .

الإيجاب والقبول " أو بصدور الإيجاب من قبل المؤسسة دون أن يقترن بقبول أي مستهلك وهو ما يستفاد من عبارة عرض أي صدور الإيجاب ينتظر بدوره القبول ليصبح عقد البيع مستوفي لجميع الشروط والأركان.²⁴⁷

ثانيا : أن يكون السعر المعروض جد منخفض

الأصل أن السعر في قانون المنافسة الجزائري يحدد بصفة حرة وفقا لقواعد المنافسة الحرة والنزهاء وتتم ممارسة حرية الأسعار في ظل احترام أحكام التشريع والتنظيم المعمول بهما وكذا على أساس قواعد الإنصاف والشفافية . فإذا حال السعر عن هذا المبدأ شكل ممارسة غير شرعية من شاكلتها التعسف في عرض أو ممارسة أسعار بيع مخفضة تعسفيا ، فكل الأسعار التي تعرض وهي أقل من تكاليف الإنتاج والتحويل والتسويق هي ممارسة تعسفية مقيدة للمنافسة وقد عرف المشرع الجزائري سعر التكلفة الحقيقي بأنه " سعر شراء بالوحدة المكتوب في الفاتورة يضاف إليها الحقوق والرسوم وعند الاقتضاء أعباء النقل . " ²⁴⁸

ثالثا : أن يوجه البيع للمستهلك

يشترط لحظر التعسف في ممارسة أو عرض أسعار بيع مخفضة أن تصدر من مؤسسة اتجاه المستهلك فلقد ركز المشرع الجزائري على المستهلك كطرف جوهري في القضية لأن طرفا هذه الممارسة هو البائع الذي في الغالب تكون المؤسسة التي عرفها المشرع في المادة 03 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة ، والمشتري الذي هو المستهلك ولقد عرفه المشرع بموجب المادة 02 فقرة 02 من القانون 02-04 المتعلق بالممارسات التجارية المعدل والمتمم ، ومنه كل عرض أو ممارسة تتعلق بأسعار بيع مخفضة تعسفيا تخاطب المستهلك فهي محظورة وكل عرض أو ممارسة متعلقة بأسعار بيع مخفضة تعسفيا تخاطب المؤسسة تستبعد من الحظر وتخضع للمادة 19 من القانون 02-04 المتعلق بالممارسات التجارية.²⁴⁹

رابعا : الإضرار بالمنافسين وتقييد المنافسة

يطبق الحظر القانوني على ممارسة البيع بسعر منخفض تعسفيا إذا كان موضوعها أو أثرها تقييد المنافسة عن طريق إبعاد مؤسسة من الدخول إلى السوق أو عرقلة دخول منتوجاتها إليه وعلى ذلك ينبغي إثبات الطابع المقيد لهذه الممارسة فلا يكفي مجرد معاينة وجود أسعار بيع مخفضة عن تلك المعتادة في السوق²⁵⁰ ، ويعتبر الهدف من ممارسة البيع بسعر منخفض بشكل تعسفي ، هو إزاحة المنافسين ومنع دخول أي منافسين جدد إلى السوق ومنه تتمكن المؤسسة المرتكبة للمخالفة من تحقيق وضعية الاحتكار والإضرار بالمتعاملين الاقتصاديين وكذا المساس بمبدأ حرية المنافسة وتقييدها ،

²⁴⁷ - حوت فيروز ، حظر البيع بأسعار مخفضة تعسفيا ، مجلة دائرة البحوث والدراسات القانونية والسياسية ، المجلد 01 العدد 03 السنة 2017 ، ص 387 .

²⁴⁸ - بدوي عبد الجليل ، مرجع سابق ، ص 130

²⁴⁹ - لعور بدرة ، حماية المنافسة من التعسف في عرض أو ممارسة أسعار بيع مخفضة تعسفيا للمستهلكين وفقا لقانون المنافسة الجزائري ، مجلة المفكر ، المجلد 09 ، العدد 01 ، السنة 2014 ، ص 369 .

²⁵⁰ - الحاسي مريم ، حظر ممارسة البيع بسعر مخفض تعسفيا وفقا للأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة ، مجلة دفاتر الحقوق والعلوم السياسية ، المجلد 02 ، العدد 01 ، السنة 2021 ، ص 28 .

ووجب توافر ثلاثة شروط لتكون أمام هذه الممارسة وهي عرض بيع موجه للمستهلك ، عرض سعر غير كاف بالنظر إلى تكاليف الإنتاج والتحويل والتسويق والغرض أو القدرة على إبعاد أحد المنافسين أو أحد المنتجات المنافسة.²⁵¹

المطلب الثاني : تمييز البيع بأسعار مخفضة تعسفيا عن الممارسات المشابهة لها

لم ينص الأمر رقم 95-06 المتعلق بالمنافسة (الملغى) على حظر عرض أو تعسفيا ممارسة أسعار بيع مخفضة ، حيث نص هذا الأخير في المادة 10 منه على ممارسة البيع بالخسارة واعتبارها ممارسة منافية للمنافسة، ولكن في سنة 2003 بموجب الأمر رقم 03-03 تم حذف نص هذه المادة وتم استبدالها بنص المادة 12 من الأمر رقم 03-03 والتي نصت بدورها على عرض أو ممارسة أسعار بيع مخفضة تعسفيا، في حين كرست المادة 19 من القانون رقم 04 - 02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم ، مبدأ منع إعادة البيع بالخسارة ، فكل من عرض أو ممارسة أسعار بيع مخفضة تعسفيا والبيع بالخسارة وكذلك البيع بالتخفيض تعتبر مخالفات مرتبطة بالأسعار إلا أنه هناك إختلاف بينهم في عدة جوانب، وعليه في هذا المطلب الثاني سوف نتطرق لتمييز كل من عرض أو ممارسة أسعار بيع مخفضة تعسفيا عن ممارسة إعادة البيع بالخسارة في (الفرع أول) وتمييز عرض أو ممارسة أسعار بيع مخفضة تعسفيا عن البيع بالتخفيض في (الفرع ثاني) .

الفرع الأول : تمييز البيع بأسعار مخفضة تعسفيا عن إعادة البيع بالخسارة

نصت المادة 19 من القانون رقم 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية على أنه " يمنع إعادة بيع سلعة بسعر أدنى من سعر تكلفتها الحقيقي " وجاء في الفقرة الأخيرة من نفس المادة أيضا على أن " المنتجات التي يكون فيها سعر إعادة البيع يساوي السعر المطبق من طرف الأعوان الاقتصاديين الآخرين بشرط ألا يقل سعر البيع من طرف المنافسين حد البيع بالخسارة.²⁵² "

ويقصد بالبيع بالخسارة قيام عون اقتصادي بفرض أسعار مخفضة بشكل ملحوظ وأقل بكثير من سعر التكلفة الحقيقي لفترة مؤقتة ، بغية استبعاد منافسيه من السوق وجلب الزبائن ليتمكن بعدها من فرض أسعار غير قابلة للمنافسة والاستحواذ على كافة حصص السوق .²⁵³

أما بالنسبة للفرق بين البيع بأسعار مخفضة تعسفيا للمستهلكين والبيع بالخسارة فتتمثل فيما يلي :

أولا : من حيث التكييف القانوني

²⁵¹ - مختور دليلة ، حظر البيع بأسعار مخفضة بشكل تعسفي : استثناء حرية الأسعار ، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني المجلد 08 ، العدد 02 ، السنة 2017 ، ص 240 .

²⁵² - قانون رقم 04-02 مؤرخ في 23 يونيو 2004 ، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية ، العدد 41 ، المؤرخ في 27 يونيو 2004 .

²⁵³ - لعور بدرة ، مرجع سابق ، ص 364 .

يشكل البيع بأسعار مخفضة تعسفيا ممارسة مقيدة للمنافسة لخضوعه لأحكام الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة ، بينما يكيف البيع بالخسارة بأنه ممارسة تجارية غير شرعية تخضع لأحكام القانون رقم 04 – 02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية .

فعملية البيع بالخسارة ترمي إلى جلب أكبر عدد ممكن من الزبائن بواسطة الأسعار المنخفضة وبالتالي فهي وسيلة إسهارية تؤدي إلى ارتفاع المبيعات بعد ذلك .²⁵⁴

ثانيا : من حيث نطاق النشاط

إن التعسف في البيع بأسعار مخفضة يمكن ورودها في جميع مراحل العملية التجارية من مرحلة الإنتاج إلى التسويق مروراً بمرحلة التحويل ، بينما ممارسة إعادة البيع بالخسارة فهي محصورة في مرحلة واحدة فقط تتمثل في مرحلة التسويق فقط ، كما أن التعسف في ممارسة البيع بأسعار مخفضة يشمل جميع المنتجات بما في ذلك البيع بالخسارة فهي ممارسة تشمل بيع السلع فقط .

كما أنا الفرق بين الممارستين يكمن في كون حظر التعسف في البيع بأسعار منخفضة جاء بصيغة مطلقة لا حياد عنها ولا استثناء ، بمعنى أنه متى توفرت شروط الحظر تمنع تلك الممارسة، بينما بالنسبة إعادة البيع بالخسارة حظرها جاء نسبياً، بحيث لا يطبق هذا الأخير كأصل عام، إلا إذا تحققت بعض الحالات الاستثنائية التي تجعل من تلك الممارسة مسموحة وهي الحالات المتعلقة بسلع معينة نصت عليها المادة 19 من القانون رقم 02-04 السالف ذكره على سبيل الحصر وهي : السلع سهلة التلف والمهددة بالفساد السريع السلع التي بيعت بصفة إرادية أو حتمية بسبب تغيير النشاط أو إنهائه أو إثر تنفيذ حكم قضائي، السلع الموسمية وكذلك السلع المتقدمة أو البالية تقنيا، السلع التي تم التمويل منها أو يمكن التمويل منها من جديد بسعر أقل وفي هذه الحالة يكون السعر الحقيقي إعادة البيع يساوي سعر إعادة التمويل الجديد المنتجات التي يكون فيها سعر إعادة البيع يساوي السعر المطبق من طرف الأعوان الاقتصاديين الآخرين بشرط ألا يقل سعر البيع من طرف المنافسين حد البيع بالخسارة .²⁵⁵

ثالثا : من حيث الأسعار

أعطى المشرع الجزائري أهمية بالغة للسعر ، فعند إعادة البيع بالخسارة يكون إعادة بيع السلعة أقل من سعر تكلفتها الحقيقي ، ويقصد بسعر التكلفة الحقيقي في سعر الشراء بالوحدة المكتوب على الفاتورة يضاف إليها الحقوق والرسوم عند الاقتضاء أعباء النقل وهذا ما نصت عليه المادة 19 من القانون رقم 02-04 ، أما عند عرض البيع بأسعار مخفضة تعسفيا يكون سعر السلعة التي تباع إلى المستهلك أقل من

من تكاليف الإنتاج والتسويق والتحويل .²⁵⁶

الفرع الثاني : تمييز البيع بأسعار مخفضة تعسفيا عن إعادة البيع بالتخفيض

²⁵⁴ - ناصر نبيل ، المركز القانوني لمجلس المنافسة بين الأمر رقم 95-06 ، والأمر رقم 03-03 ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون فرع قانون الأعمال ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو ، السنة 2003-2004 ص 98.

²⁵⁵ - قابة صورية، الآليات القانونية لحماية المنافسة ، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون الخاص ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة ، السنة 2017 ، ص 140.

²⁵⁶ - قابس أنيا ، مرجع سابق ، ص 23 .

تشترك ممارسة أسعار بيع مخفضة للمستهلكين مع البيع بالتخفيض كمصطلح قانوني في أن كليهما يتعلق بعقد البيع ، وأن كليهما يتحدد فيه السعر بصورة أقل مما هي عليه في وضعها العادي ، وإن كان يظهر في الممارسة الأولى " مخفضة " هو إنقاص السعر بشكل عمدي مبالغ فيه يولد ضررا ، بينما البيع بالتخفيض ممارسة جائزة ومشروعة قانونا ، نص عليها المشرع في المادة 12 من القانون 04-02 السالف الذكر واستمر الحال إلى غاية 2006 أي صدور المرسوم التنفيذي رقم 06/2015 المؤرخ في 18 يونيو 2006 المحدد لشروط وكيفية ممارسة البيع بالتخفيض ويمكن تعريف البيع بالتخفيض " يشكل البيع بالتخفيض البيع المسبوق أو المرفق بالإشهار والذي يهدف عن طريق تخفيض في السعر إلى بيع السلع المودعة في المخزن بصفة سريعة ولا يجوز أن يشمل البيع بالتخفيض إلا السلع التي يشترها العون الاقتصادي منذ ثلاثة أشهر على الأقل ابتداء من تاريخ بداية فترة البيع بالتخفيض . "

ويستخلص من هذا التعريف أن هذه الممارسة مشروعة قانونيا لكن إذا توافرت الشروط اللازمة وهي التصريح بذلك من قبل الهيئات المخولة قانونا والفترات الزمنية المحددة قانونا .²⁵⁷

ويجب على العون الاقتصادي أن يعلن عن طريق الإشهار تواريخ بداية ونهاية البيع بالتخفيض والسلع المعنية والأسعار المطبقة سابقا والتخفيضات، كل ذلك على واجهة المحل نفسه الذي يمارس فيه نشاطه التجاري وأن يستخدم كل الوسائل الملائمة للإشهار والإعلان، كما يجب أن يفصل السلع موضوع التخفيض عن غيره وعلى مرأى الزبائن ،²⁵⁸ ويعتبر وجه الخلاف بين الممارستين هو أن عرض أو ممارسة البيع بأسعار مخفضة تعسفا يعتبر ممارسة مقيدة للمنافسة يحظر الإتيان بها ، في حين يعتبر البيع بالتخفيض ممارسة مشروعة ولا يحظر القانون الإتيان بها .²⁵⁹

المبحث الثاني : صور البيع بأسعار مخفضة تعسفا والجزاء المترتبة عليه

لقد تم حظر البيع بأسعار مخفضة تعسفا واعتبارها ممارسة مقيدة للمنافسة من طرف المشرع الجزائري إذا كانت هذه الممارسة تهدف إلى تقييد المنافسة ، ونية العون الاقتصادي خلال البيع بأسعار مخفضة تعسفا هي التي تدفع المشرع الجزائري إلى منع هذه الممارسة وحظرها ، وذلك أن البيع بأسعار مخفضة ليس ممنوعا ككل خصوصا أن كل الأعوان الاقتصاديون يقومون بتخفيض أسعار السلع في مواسم معينة بهدف تصفية السلع الكاسدة لديهم ، بغية التهرب من الخسارة الفادحة بمحاولة تعويضها بربح ضئيل ، لكن الممارسة الممنوعة حسب نص القانون هي التي يهدف من خلالها العون الاقتصادي إلى إبعاد منافسين آخرين عن السوق من أجل البقاء فيه وحيدا والاستحواذ عليه كليا .²⁶⁰

وكما تم توضيح ذلك سابقا فإن المشرع الجزائري قد منع هذه الممارسة بموجب المادة 12 من الأمر رقم 03-03 المعدل والمتمم ، والذي ينظم المنافسة الحرة ويهدف إلى ضمان المحافظة على النزاهة والشفافية في السوق بمنع كل الممارسات

²⁵⁷ - بدوي عبد الجليل ، مرجع سابق ، ص 135 ، ص 136 .

²⁵⁸ - أنظر المادة 05 من مرسوم تنفيذي رقم 06-215 مؤرخ في 18 يونيو 2006 ، يحدد شروط وكيفية ممارسة البيع بالتخفيض والبيع الترويجي والبيع في حالة تصفية المخزونات والبيع عند مخازن المعامل والبيع خارج المحلات التجارية بواسطة فتح الطرود ، الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية ، العدد 41 ، المؤرخ في 21 يونيو 2006 .

²⁵⁹ - عيبر مزغيش ، محمد عدنان ضيف ، حظر عرض أو ممارسة أسعار بيع مخفضة تعسفا ، أعمال الملتقى الوطني الافتراضي حول حماية السوق في ظل أحكام قانون المنافسة ، كلية الحقوق ، جامعة الجزائر 01 ، المنظمة يوم 2022/05/09 ، ص 78 .

²⁶⁰ - حوت فيروز ، مرجع سابق ، ص 378 .

التي من شأنها التأثير على المنافسة الحرة ، وقد حدد المشرع الجزائري كيفية حساب السعر الحقيقي للسلع بالعودة إلى تكاليف الإنتاج والتسويق والتحويل ، ومقارنتها بالسعر الذي يبيع به هذا العون الاقتصادي فإن كان السعر الذي وضعه للسلعة أقل من ثمن التكاليف التي ذكرت سابقا فإننا نكون بصدد بيع بأسعار مخفضة ، غير أن الواقع قد فرض علينا عدم اعتبار كل بيع بأسعار مخفضة ممارسة مقيدة للمنافسة، ويرد ذلك لكون الأعوان الاقتصاديين قد يضطرون في مواسم معينة لبيع سلعهم بأسعار مخفضة بغية التخلص من السلع الكاسدة لديهم ، وبالتالي فإن هذه الممارسة هي مما يفرضه واقع الحال وظروف التجارة ولا يمكن اعتبارها ممارسة مقيدة للمنافسة ، وذلك أن العون الاقتصادي في هذه الحالة لا يهدف إلى الإضرار بقواعد المنافسة الحرة وتقييدها من أجل الاستحواذ على السوق ، وإنما يهدف إلى التخلص من البضاعة والسلع الكاسدة لديها خصوصا إذا مرت المواسم التي تزدهر فيها التجارة ، ومما يجدر ذكره طبقا لما تم التطرق إليه فإن المشرع الجزائري ومن خلال المادة المذكورة سابقا قد حدد الأسباب التي يمنع من أجلها البيع بأسعار مخفضة تعسفيا ، بحيث حدد هذه الأسباب في هدفين ينوي العون الاقتصادي إلى تحقيقهما فقد يهدف العون الاقتصادي من خلال تخفيض السعر بشكل تعسفي إلى إبعاد مؤسسة اقتصادية أخرى من السوق كليا بغية الاستحواذ عليه ، أو عرقلة أحد منتوجاتها أو بعض منها ومنعها من الدخول للسوق بغية الأفراد بالمستهلك ورفع الأسعار عليه كما يحلو لهذا العون الاقتصادي دون رقيب أو رادع أو حتى منافس²⁶¹ ، وحسب ما تم ذكره سلفا فإن هذه الممارسة وإن كانت تحمل اسما واحدا وينطبق عليه نص قانوني واحد تم التطرق إليه سابقا ، إلا أنها تختلف اختلافا كبيرا من حيث تنفيذها وممارستها على أرض الواقع ، وبالتالي فإنها تقع بصور مختلفة ومتشعبة لكن الهدف منها يكون محددا بالإضرار بالمنافسة الحرة والنزاهة ومحاولة الاستفراد بالسوق ، ولما كان من الصعب الإحاطة بهذا الموضوع والإلمام به دون التطرق لصور البيع بأسعار مخفضة تعسفيا ، فإننا قد أفردنا جزء كبير في بحثنا لمحاولة تحديد وشرح صور البيع بأسعار مخفضة تعسفيا (المطلب الأول) ومن خلال نص المادة التي تم التطرق إليها ومحاولة تفسيرها سلفا يتضح لنا أن المشرع الجزائري قد منع هذه الممارسة بشكل صريح بغض النظر عن الصور المختلفة التي يمكن أن تطبق بها هذه الممارسة على أرض الواقع ، وقد رتب المشرع الجزائري جزاء رادع لكل من تسول له نفسه مخالفة أحكام المادة المذكورة سابقا ، وعدم الانصياع لأوامرها التي قضت بمنع هذه الممارسة إذا كانت تهدف إلى تقييد المنافسة وعدم احترام قواعد النزاهة والشفافية في السوق (المطلب الثاني) .

المطلب الأول: صور البيع بأسعار مخفضة تعسفيا .

إن البيع بأسعار مخفضة تعسفيا كممارسة مقيدة للمنافسة الحرة لا يرد وفق صيغة واحدة وصورة موحدة ، وإنما تختلف الصور التي يمكن أن تتحقق على أرض الواقع ، ويكون الهدف منها هو السيطرة على السوق بعد إضعاف المنافسين وإجبارهم على الاستسلام ومغادرة السوق كليا ، وهو ما يسمح لمن قام بهذه المنافسة بالسيطرة كليا على السوق ، ورفع أسعاره بعد انسحاب الأعوان الاقتصاديين بشكل كبير مما يؤدي إلى الإضرار بالمستهلك خصوصا أن المستهلك في هذه الحالة يكون مجبرا على اقتناء السلع والاستفادة من الخدمات ، نظرا لكون هذا الأخير قد أصبح لوحده في السوق ولا منافس له ، بعد انسحاب كل المنافسين له جراء قيامه بهذه الممارسة المقيدة للمنافسة ، ويظهر البيع بأسعار مخفضة

²⁶¹ - مختور دليلة، مرجع سابق، ص 226.

تعسفيا في مجموعة من الصور التي حددها المشرع الجزائري على سبيل المثال وقام بتنظيمها في قانون المنافسة وقانون الممارسات التجارية وقد حاول التصدي لها ومكافحتها وسنحاول فيما يلي التطرق إليها.²⁶²

الفرع الأول : الإغراق.

يعتبر الإغراق ممارسة مقيدة للمنافسة , وذلك لكون الآثار السلبية والمضرة الناجمة عنه كثيرة ومتعددة وقد قيل أن الإغراق هو سلاح الضعفاء.²⁶³

أولا : تعريف الإغراق

يمكن تعريف الإغراق بكونه هو ذلك البيع الذي يتم في الأسواق الخارجية , والذي تكون فيه الأسعار منخفضة عن السعر في السوق المحلية , وبالتالي فإن هذا البيع يكون أقل من سعر التكلفة للسلعة بحد ذاتها , لكن وإن كان هذا التعريف قد بأن الإغراق عادة ما يكون في الأسواق الخارجية , غير أن واقع الحال تفيد بأن الإغراق قد يحدث في بعض الأحيان داخل إقليم الدولة ولا يشترط فيه أن يتم في كل الأحوال على المستوى الدولي.²⁶⁴

ثانيا :أنواع الإغراق

إغراق داخلي : وهو ما يعني طرح السلع والمنتجات والخدمات من طرف الشركة في السوق المحلية , بسعر يقل عن تكاليف إنتاجها بهدف تحطيم عظام المنافسين , والاستفراد بالسوق بعد انسحاب المنافسين لوضع سعر عالي ولا يناسب المستهلك .

إغراق خارجي : يتجلى في حالة قيام دولة معينة بإغراق دول أخرى وعادة ما تكون الدول الأولى دولة قوية ومتطورة والدولة الأخرى دولة ضعيفة وقد قام المشرع الجزائري بتنظيمه من خلال المرسوم التنفيذي رقم 05-222 , حيث نصت المادة العاشرة منه على أن الإغراق الخارجي يتم حين تدخل سلعة معينة إلى بلد ما بسعر أدنى من القيمة العادية لمنتج مماثل .

إغراق مؤقت : وهو الإغراق الذي تلجأ إليه الدول عندما تمر بظروف اقتصادية صعبة مثل الكساد والأزمات ومن خلال كل ما تم التطرق إليه فيما سبق فإن الإغراق , وإن كان يبدو للمستهلك من أول وهلة أنه في صالحه إلا أن أضراره كبيرة ومتنوعة وليست في صالح المستهلك على المدى البعيد , ذلك أنه على المدى البعيد تقوم الجهات التي مارست الإغراق في البداية بإدخال سلع رديئة ولا تناسب السعر الذي يقابلها والذي تطلبه المؤسسات التي أبعدت بقية المنافسين بممارستها للإغراق .

ثانيا : التدعيم

نصت المادة 9 من المرسوم التنفيذي 05-221 "يعتبر الدعم موجودا إذا خول امتياز بالوقائع الآتية :

²⁶²- حوت فيروز , مرجع سابق , ص 378.

²⁶³- أيمن علي عمر , قرارات في سلوك المستهلك , الدار الجامعية , الإسكندرية (مصر) , 2006, ص 259.

²⁶⁴- عبد المنعم موسى إبراهيم , حماية المستهلك (دراسة مقارنة) , الطبعة الأولى , منشورات الحلبي الحقوقية , بيروت (لبنان) , 2007, ص 121.

مساهمة مالية من السلطات العمومية ، أي شكل من دعم السلطات العمومية للمداخل أو الأسعار و التخلي عن مداخل عمومية تكون عادة مستحقة التحصيل أو عدم تحصيلها ، تقديم السلطات العمومية أو شرائها سلعا أو خدمات بمقابل لا يتناسب مع شروط البلد المصدر .

يتبين من نص المادة أعلاه؛ أن موضوع تطبيق الحق التعويضي ينحصر في الدعم الخاص، ويعتبر دعما خاصا كل دعم خصص لمؤسسة أو مجموعة مؤسسات لفرع أو إنتاج أو مجموعة إنتاج ويكون التدعيم في نوع معين من السلع، حيث لا يتناسب سعر السلع المدعومة مع سعر السوق، بل نجد هناك فارق كبير (بين السلع المدعومة ومثيلتها من السلع في السوق)، مما يلحق ضررا بالمتنافسين الآخرين.²⁶⁵

شروط تحقق التدعيم:

يتحقق التدعيم إذا ألحق ضررا بالسوق ووجود واردات تحدث أو تهدد بحدوث الضرر لفرع إنتاج وطني قائم أو تأخر فرع إنتاج وطني انطلاقا من وقائع فعلية وكذا زيادة الصادرات المدعومة في السوق الوطنية وأثر الواردات المدعومة على الأسعار وتأثيرها في السوق الوطنية مع أثر الواردات كذلك على فرع الإنتاج الوطني للمنتوج المماثل والعوامل المؤشرات الاقتصادية الهامة التي تؤثر على وضعية الإنتاج الوطني أن يكون حجم الواردات معتبرا (أي ليس ضئيلا)، إذ يجب أن يفوق مستوى النزر اليسير ويتضح مما سبق أن التدعيم كي يكون ممارسة منافسة للمنافسة، لابد من أن يتوفر فيه : عنصر الضرر، حيث تشل حركة النشاط التجاري ويخرج المتعاملين من السوق، ناهيك عن مساسه بالمستهلك الذي لا يجد سلعا بديلة بعد الاستحواذ على السوق.²⁶⁶

المطلب الثاني : الجزاءات المترتبة على ممارسة البيع بأسعار محفظة تعسفيا

فرض المشرع الجزائري مجموعة من العقوبات على مرتكبي مخالفة البيع بأسعار مخفضة تعسفيا منها ما كانت من اختصاص مجلس المنافسة وهي عبارة على أوامر وتدابير مؤقتة وعقوبات مالية ، ومنها ما هو من اختصاص القضاء العادي والإداري .

الفرع الأول : اختصاص مجلس المنافسة في مكافحة البيع بأسعار مخفضة تعسفيا .

لقد نص قانون المنافسة رقم 03-03 المعدل والمتمم في مادته 23 على إنشاء هيئة إدارية مستقلة تتمتع بسلطات حقيقية ضبطية وتنظيمية وهي مجلس المنافسة والذي يعهد إليه بتنظيم وضبط المنافسة على المستوى الوطني عن طريق وضع إطار قانوني أخلاقي ملزم لتأطير عمل الأعوان الاقتصاديين وضمان حرية المنافسة ، وهذا عن طريق التحكيم والفصل في المصالح المتنازعة.

كما يصدر قراراته بفرض العقوبات التي قد تتمحور في شكل أوامر وتدابير مؤقتة أو غرامات مالية وتهديدية، هذا ويمكن القول في هذا الإطار أن المشرع الجزائري قد ساوى في العقوبة بين جميع الممارسات المقيدة للمنافسة والتي من

²⁶⁵- حوت فيروز ، المرجع السابق، ص 392 ، ص 393 .

²⁶⁶- مرسوم تنفيذي رقم 05- 221 ، مؤرخ في 15 جمادى الأولى 1426، موافق ل22 يونيو 2005، المحدد لشروط تنفيذ الحق التعويضي وكيفيةاته، ج ر ، العدد 43 صادرة في 15 جمادى الأولى 1426، موافق ل22 يونيو 2005 .

بينها محل الدراسة وهي عرض الأسعار أو ممارسة أسعار بيع مخفضة تعسفية،²⁶⁷ ولقد ظهر مجلس المنافسة لأول مرة في الجزائر عند صدور الأمر رقم 95-06 المتعلق بالمنافسة ومن أهم المهام التي أسندت إليه رقابة السوق والسيطرة على حسن سير اللعبة التنافسية²⁶⁸، وحسب نص المادة 26 من القانون 08-12 والمادة 56 من الأمر 03-03 : يعاقب على ارتكاب مخالفة الممارسات المقيدة للمنافسة المنصوص عليها في المادة 14 (المواد 06، 07، 10، 12، 11) بغرامة لا تفوق 12% من مبلغ رقم الأعمال خارج الرسوم المحقق خلال نهاية آخر سنة مالية مختتمة، أو بغرامة تساوي على الأقل ضعف الربح المحقق بواسطة هذه الممارسات شريطة أن لا تتجاوز قيمة هذه الغرامة 4 أضعاف هذا الربح، وإذا كان مرتكب المخالفة لا يملك رقم أعمال محدد فلا تتجاوز قيمة المخالفة (6.000.000 دج) وحسب نص المادة 57 من الأمر 03-03 يعاقب كل من ساهم بصفة احتيالية في تنظيم وتنفيذ الممارسات المقيدة للمنافسة بغرامة تقدر ب 2.000.000 دج

كما يمكن لمجلس المنافسة إذا لم تنفذ الأوامر والإجراءات المؤقتة المنصوص عنها في كلا من المادة 45 و 46 من الأمر 03-03 أن يحكم بغرامات تهديدية لا تقل عن 150000 دج عن كل يوم تأخير وإقرار غرامة لا تتجاوز 800.000 دج بناء على تقرير المقرر، ضد كل المؤسسات التي تعتمد تقديم معلومات خاطئة أو غير كاملة بالنسبة للمعلومات المطلوبة أو تهاون في تقديمها، طبقاً لأحكام المادة 51 من هذا الأمر، أو المؤسسات التي لا تقدم المعلومات في أجلها المحددة، كما يمكن لمجلس المنافسة أن يحكم بغرامة تهديدية لا تقل عن 100.000 دج عن كل يوم تأخير.²⁶⁹

الفرع الثاني : تدخل القضاء في مكافحة البيع بأسعار مخفضة تعسفية .

إن مخالفة العون الاقتصادي للنصوص القانونية المنظمة والمؤطرة للمنافسة، يعني بطلان كافة التصرفات والاتفاقيات المخالفة، مما يسمح لأصحاب الحق التمسك بالبطلان واللجوء إلى القضاء للمطالبة بتقريره، وتنص المادة 13 من الأمر رقم 03-03 المعدل والمتمم السالف الذكر أنه: «دون الإخلال بأحكام المادتين 8 و 9 من هذا الأمر، يبطل كل التزام أو اتفاقية أو شرط تعاقدية يتعلق بإحدى الممارسات المحظورة بموجب المواد 6 و 7 و 10 و 11 و 12 أعلاه .

يستخلص من استقراء البند أعلاه، أن جزاء البطلان ينصب على مجمل الممارسات المقيدة للمنافسة (أولاً)، مع استثناء تلك الممارسات المرخصة بموجب المادتين 8 و 9 من مجال البطلان (ثانياً).

أولاً - سريان البطلان على كافة الممارسات المقيدة للمنافسة :

يمكن أن تؤدي الاتفاقيات أو العقود التي يبرمها المتعاملون الاقتصاديون إلى الإخلال بالمنافسة والمساس بها، وهذا ما جعل المشرع الجزائري يقضي بتقرير جزاء البطلان بهدف إزالة كل الآثار التي قد تترتب عن مثل هذه الالتزامات، وعليه، فإنه يبطل بقوة القانون كل التزام أو اتفاقية أو شرط تعاقدية متعلق بإحدى الممارسات المحظورة بموجب المواد 6، 7، 10، 11 و 12، ويلاحظ من خلال التمعن في نص المادة 13 السابقة أن المشرع الجزائري لم يحدد بصدها الهيئات القضائية المختصة بتقرير هذا البطلان، ليفهم منها ضمناً أن الاختصاص بالإبطال لكذا تصرفات يعود إلى جميع المحاكم القضائية المدنية منها والتجارية.

²⁶⁷ - بوشريط حسناء، مرجع سابق، ص 212.

²⁶⁸ - بوعولي نصيرة، مرجع سابق، ص 95، ص 96.

²⁶⁹ - حاكمي براهيم، لخضري حفيظة، الآليات المقررة لقمع الممارسات الماسة بحرية المنافسة والأسعار، مجلة المشكاة في الاقتصاد التنموية والقانون، المجلد 07، العدد 03، السنة 2023، ص 58.

ثانيا . عدم سريان البطلان على الممارسات المرخصة :

إذا كان الأصل هو بطلان كل الممارسات المحظورة، ولاسيما منها تلك المحددة في المواد 6، 7، 10، 11 و 12 فإنه ثمة استثناء مطبق بهذا الشأن وهو إخراج الممارسات المنصوص عليها في المادتين 08 و 09 من مجال البطلان، وبالتالي إذا كان الأصل هو بطلان كل الممارسات المحظورة، ولاسيما منها تلك المحددة في المواد 6، 7، 10، 11 و 12، فإنه ثمة استثناء مطبق بهذا الشأن وهو إخراج الممارسات المنصوص عليها في المادتين 08 و 09 من مجال البطلان، وبالتالي الترخيص بها وجوازها ، وبالرجوع مثلا إلى نص المادة 09 من الأمر رقم 03-03 المعدل والمتمم، التي تنص انه: « لا تخضع لأحكام المادة 6 و 7 أعلاه، الاتفاقات والممارسات الناتجة عن تطبيق نص تشريعي أو نص تنظيمي أخذ تطبيقا له . يرخّص بالاتفاقيات والممارسات التي يمكن أن يثبت أصحابها أنها تؤدي إلى تطور اقتصادي أو تقني أو تساهم في تسيير شغل، أو من شأنها السماح للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بتعزيز وضعيتها التنافسية في السوق، ولا تستفيد من هذا الحكم سوى الاتفاقيات والممارسات التي كانت محل ترخيص من مجلس المنافسة » ، يفهم أنه لا تعد ممارسات مقيدة للمنافسة تلك الناتجة عن تطبيق نص تشريعي أو تنظيمي، أو تلك التي يرخّص بها بسبب آثارها الإيجابية ومساهمتها في التقدم الاقتصادي مثلما حددته الفقرة 02 من المادة 09 أعلاه.²⁷⁰

وقد ينصب على العقد بأكمله أو على جزء منه فقط، ليكون البطلان جزئيا أو كليا وبحسب الأحوال وتخضع دعاوى هذا البطلان، وبغض النظر عن نوعها، إلى مدة التقادم المعروفة في القواعد العامة وهي 15 سنة، طبقا للمادة 102 فقرة 02 من القانون المدني الجزائري.²⁷¹

خاتمة :

إن البيع بأسعار مخفضة تعسفيا يعتبر ممارسة مقيدة للمنافسة يهدف من خلالها الأعوان الاقتصاديين إلى إبعاد منافسيهم من السوق والتحكم فيه بحيث تتيح لهم هذه الممارسة الحصول على الهيمنة المطلقة والسيطرة كليا على السوق خصوصا بعد إزاحة كل المنافسين من السوق والاستفراد بالمستهلك ما يمكنهم من تحديد الأسعار دون رقيب أو رادع بعد ذلك ومنه التأثير على السوق والمؤسسات والمستهلك على حد سواء . ومن خلال ما تم التطرق إليه في هذه الورقة البحثية تم التوصل إلى مجموعة من النتائج سنوردها فيما يلي :

- 1- إن البيع بأسعار مخفضة تعسفيا تعتبر أحد الممارسات التي يلجأ إليها الأعوان الاقتصاديين من أجل إزاحة المنافسين من السوق والتحكم في تحديد الأسعار بكل حرية في ظل انعدام منافسة محتملة في السوق
- 2- إن هذه الممارسة قد تبدو في أول الأمر مفيدة للمستهلك بحيث تكون الأسعار المعروضة للسلع التي يقتنيها زهيدة ، لكن هذا الوضع لا يستمر بحيث أن العون الاقتصادي بعد نجاحه في إبعاد المنافسين يرفع الأسعار بشكل كبير لتعويض خسائره السابقة وهو ما يؤدي إلى الإضرار بالمستهلك .

²⁷⁰ - شيخ ناجية، دور الهيئات القضائية في حماية مجال المنافسة، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد 30، عدد 1، جوان 2019، ص 09 ، ص 10 .

²⁷¹ - الأمر رقم 75- 58 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395م وافق 26 سبتمبر سنة 1975 والمتضمن القانون القانون المدني الجديدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية ، العدد 78 ، المؤرخ في 30 سبتمبر 1978.

3- إن الجهة التي تم استحداثها بموجب قانون المنافسة هي المخولة كأصل عام بمكافحة الممارسات المقيدة للمنافسة لكن ذلك لا يمنع القضاء من التدخل في هذا المجال و القيام بمهمته في حل المنازعات الناجمة عن القيام بالممارسات المقيدة للمنافسة .

4- عدم وجود تعاون بين المواطن العادي و السلطات المكلفة بمكافحة مثل هذه الممارسات لكون المستهلك العادي قد ينخدع في بداية الأمر و يظن أن الأمر يصب في صالحه قبل أن تتضح نية الأعوان الاقتصاديين من ممارسة البيع بأسعار مخفضة تعسفيا وهي إبعاد المنافسين من أجل رفع الأسعار بعد القضاء على المنافسة المحتملة في السوق .
وعليه وبناء على هذه النتائج نقترح التوصيات التي تساعد في مكافحة هذه الممارسات من خلال :

وجوب تفعيل استقلالية مجلس المنافسة لكونها الجهة المخولة بمكافحة هذه الممارسات من طرف المشرع الجزائري والاستقلالية الشكلية التي تتمتع بها في ظل الوضع الراهن لا تساعد على القيام بمهامها على أكمل وجه مع توعية كل المواطنين بإخطار السلطات المعنية في ظل وجود مثل هذه الممارسات في السوق ليساهم المواطن في القضاء عليها مع السلطات المعنية ، كذلك وجوب تعديل إجراءات حل المنازعات المعروضة على مجلس المنافسة وتوحيدها في قانون معين مع القضاء على التذبذب الحاصل في الوضع الراهن بحيث أن تنظيمها في حالات معينة يكون طبقا لقانون المنافسة وفي حالات أخرى تتم الإحالة إلى القواعد العامة خصوصا الإجراءات التي تتعلق بالطعن أمام مجلس المنافسة ، مع ضرورة تكريس حقوق الدفاع والضمانات القانونية من طرف القضاء بغية مراقبة قرارات مجلس المنافسة وذلك من أجل منع التعسف في استعمال السلطات المخولة لمجلس المنافسة دون التدخل في الاستقلالية الممنوحة لهذه الهيئة التي تعتبر سلطة إدارية مستقلة تتمتع بالشخصية القانونية والاستقلال المالي .

قائمة المصادر والمراجع :

القوانين :

- 01- الأمر رقم 03- 03 مؤرخ في 19 يوليو سنة 2003 ، يتعلق بالمنافسة ، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية ، العدد 43 ، المؤرخ في 20 يوليو 2003 .
- 02- الأمر رقم 75- 58 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395الم وافق 26 سبتمبر سنة 1975 والمتضمن القانون القانون المدني ، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية ، العدد 78 ، المؤرخ في 30 سبتمبر 1978 .
- 03- قانون رقم 04- 02 مؤرخ في 23 يونيو 2004 ، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية ، العدد 41 ، المؤرخ في 27 يونيو 2004 .

المراسيم التنفيذية :

- 01- مرسوم تنفيذي رقم 06- 215 مؤرخ في 18 يونيو 2006 ، يحدد شروط وكيفية ممارسة البيع بالتخفيض والبيع الترويجي والبيع في حالة تصفية المخزونات والبيع عند مخازن المعامل والبيع خارج المحلات التجارية بواسطة فتح الطرود ، الجمهورية لجزائرية الديمقراطية الشعبية ، العدد 41 ، المؤرخ في 21 يونيو 2006 .
- 02- مرسوم تنفيذي رقم 05- 221 مؤرخ في 15 جمادى الأولى 1426، موافق ل22 يونيو 2005، المحدد لشروط تنفيذ الحق التعويضي وكيفياته ، الجمهورية لجزائرية الديمقراطية الشعبية ، العدد 43 الصادرة في 15 جمادى الأولى 1426 ، موافق ل22 يونيو 2005 .

الكتب :

- 01- أيمن علي عمر,قرارات في سلوك المستهلك ,الدار الجامعية ,الإسكندرية (مصر),2006 .
- 02- عبد المنعم موسى إبراهيم ,حماية المستهلك (دراسة مقارنة), الطبعة الأولى ,منشورات الحلبي الحقوقية ,بيروت (لبنان),2007.

الأطروحات والرسائل والمذكرات :

- 01- بدوي عبد الجليل ، مكافحة الممارسات المقيدة للمنافسة في القانون الجزائري ، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه تخصص قانون عام اقتصادي ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة غرداية ، السنة الجامعية 2019-2020 .
- 02- بوعولي نصيرة ، حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك في القانون الجزائري ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون تخصص القانون العام للأعمال ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية ، السنة 2012 .
- 03- رقراتي محمد زكرياء ، الممارسات المنافسة لمنافسة في الصفقات العمومية – دراسة مقارنة بين التشريعين الجزائري والفرنسي - أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في القانون فرع التجريم في الصفقات العمومية ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة جيلالي ليايس – سيدي بلعباس - ، السنة الجامعية 2017-2018.
- 04- قابة صورية، الآليات القانونية لحماية المنافسة ، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون الخاص كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة ، السنة 2017 .
- 06- قابس رانيا ، حظر عرض أو ممارسة أسعار بيع مخفضة تعسفيا وفقا لقانون المنافسة الجزائري مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون تخصص قانون الأعمال ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة مولود معمري تيزي وزو ، السنة 2018
- 07- ناصر نبيل ، المركز القانوني لمجلس المنافسة بين الأمر رقم 95-06 ، والأمر رقم 03-03 ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون فرع قانون الأعمال ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة مولود معمري تيزي وزو ، السنة 2003-2004 .

المقالات والمجلات العلمية :

- 01- بوشريط حسناء ، دور مجلس المنافسة عند عرض الأسعار أو ممارسة أسعار بيع مخفضة تعسفيا للمستهلك ، مجلة العلوم الإنسانية ، المجلد 18 ، العدد 01 ، السنة 2018 .
- 02- الحاسي مريم ، حظر ممارسة البيع بسعر مخفض تعسفيا وفقا للأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة ، مجلة دفاتر الحقوق والعلوم السياسية ، المجلد 02 ، العدد 01 ، السنة ، 2021 .
- 03- حاكمي براهيم ,لخضري حفيظة ,الآليات المقررة لقمع الممارسات الماسة بحرية المنافسة والأسعار مجلة المشكاة في الاقتصاد التنموية والقانون ,المجلد 07,العدد 03,السنة 2023 .
- 04- حوت فيروز ، حظر البيع بأسعار مخفضة تعسفيا ، مجلة دائرة البحوث والدراسات القانونية والسياسية ، المجلد 01 العدد 03 السنة 2017 .
- 05- شيخ ناجية ,دور الهيئات القضائية في حماية مجال المنافسة ,مجلة العلوم الإنسانية ,المجلد 30,عدد1,جوان 2019 .
- 06- لعور بدره ، حماية المنافسة من التعسف في عرض أو ممارسة أسعار بيع مخفضة تعسفيا للمستهلكين وفقا لقانون المنافسة الجزائري ، مجلة المفكر ، المجلد 09 ، العدد 01 ، السنة 2014 .
- 07- مختور دليلة ، حظر البيع بأسعار مخفضة بشكل تعسفي : استثناء لحرية الأسعار ، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني المجلد 08 ، العدد 02 ، السنة 2017 .

المداخلات في (الملتقيات الوطنية والدولية)

01- عبيد مزغيش ، محمد عدنان ضيف ، حظر عرض أو ممارسة أسعار بيع مخفضة تعسفيا ، أعمال الملتقى الوطني الافتراضي حول حماية السوق في ظل أحكام قانون المنافسة ، كلية الحقوق ، جامعة الجزائر 01 ، المنظمة يوم 2022/05/09 .

المحور الثالث

دور البيئة الرقمية في دعم المنافسة الحرة

الاستراتيجيات التشريعية الموائمة للبيئات التكنولوجية في اقتصاد السوق الرقمي

Legislative strategies adapted to technological environments in the digital market economy

د/ عبد الله أحمد محمد عليوه

دكتورة في القانون التجاري- مصر

الملخص

تضع الحكومات استراتيجيات ناجحة لتطوير البيئات الرقمية لتحقيق ميزة تنافسية في الاسواق الإلكترونية، واستفادة الشركات الناشئة من الانظمة التكنولوجية لتداول السلع والخدمات وتسجيل علامتها التجارية في الفضاء الالكتروني مما أدى إلي التقليل من الحدود الجغرافية وزيادة المنافسة الحرة بين الشركات العاملة في مجال الأعمال الالكترونية وانفتاح الاسواق العالمية واتاحة الفرص للمستهلكين للحصول علي المنتجات بصورة أكثر مرونة وشفافية لاختيار أجود السلع وأفضلها، وقام المستثمرين بضخ أموالهم في مجال التكنولوجيا لتحقيق الربحية من الأعمال الالكترونية وزيادة الشركات الناشئة في الاستثمار التكنولوجي لتحقيق التنمية المستدامة.

الكلمات المفتاحية:

الأعمال الالكترونية، اقتصاد السوق الرقمي، الشركات الناشئة، ميزة تنافسية، الفضاء الالكتروني.

Summary

Governments develop successful strategies to develop digital environments to achieve a competitive advantage in electronic markets, and for emerging companies to benefit from technological systems for trading goods and services and registering their trademarks in cyberspace, which has led to reducing geographical borders and increasing free competition between companies working in the field of electronic business, opening up global markets and making Opportunities for consumers to obtain products more flexibly and transparently to choose the finest and best goods, and investors have pumped their money into the field of technology to achieve profitability from electronic business and the increase in emerging companies in technological investment to achieve sustainable development.

Keywords:

E-business, digital market economy, startups, competitive advantage, cyberspace.

مقدمة

تدور الإستراتيجية حول تطوير حلول جديدة لخلق ميزة تنافسية، ويجب على المفكرين الاستراتيجيين البحث عن أساليب جديدة وتصور طرق أفضل للقيام بالأشياء، ويشير التفكير الإبداعي إلى النظر إلى شيء ما بطريقة جديدة، واستخدام التفكير الإبداعي غالباً ما يحقق نتائج استراتيجية غير متوقعة، ونجاح الأعمال الإلكترونية الأكثر قيمة قد تستمد من مؤسسيها الأفكار الإبداعية التي تقدم حلولاً لتلبية احتياجات المستهلكين.

تعد التكنولوجيا أحد أهم عوامل النجاح الحاسمة لاستراتيجية الأعمال الإلكترونية، ويعتمد نجاح الأعمال الإلكترونية على تطبيقات التكنولوجيا، مثل المنصات على الإنترنت، ويجب على الشركات توفير البنية التحتية المناسبة لنشر التقنيات من خلال بيئة تكنولوجية متطورة.

أن الفهم الشامل للبيئة التكنولوجية هو شرط أساسي لصياغة استراتيجية سليمة للأعمال الإلكترونية، وتعتبر البيئة التكنولوجية ذات أهمية كبيرة بالنسبة لمشاريع الأعمال التجارية الإلكترونية، وأدت الابتكارات التكنولوجية (مثل الإنترنت أو الأجهزة اللاسلكية) إلى ظهور فرص جديدة في السوق ونماذج أعمال.

أصبح المستهلكون قادرين على التسوق من خلال التطبيقات التكنولوجية والتقنيات المتطورة كأنظمة 4g للحصول على جميع أنواع المنتجات والخدمات في أي وقت وأي مكان، ويجب على تجار التجزئة ألا يفكروا في التجارة الإلكترونية فحسب، بل أيضاً في التجارة عبر الأجهزة المحمولة.⁽¹⁾

* مشكلة الدراسة:

- ما هو المقصود باقتصاد السوق والبيئة التكنولوجية.
- ما هو أثر البيئة الرقمية لزيادة المنافسة الحرة للشركات الناشئة في الأسواق الإلكترونية.
- ما هي المعايير القانونية المنظمة للبيئة التكنولوجية لتوسيع نطاق المنافسة بين الشركات العاملة في مجال التجارة الإلكترونية.
- ما هي مؤشرات تقييم اقتصاد السوق في البيئة الرقمية.
- ما هي آليات تحقيق الميزة التنافسية للعلامات التجارية للشركات عبر التطبيقات الإلكترونية.
- ما هي الصيغ الاستراتيجية الحاسمة لنجاح الشركات الناشئة لتطوير طرق المنافسة الحرة في اقتصاد السوق.

(1) المقابلة، علي حسين: التحول نحو اقتصاد السوق بين النظرية والتطبيق، اتحاد غرف التجارة والصناعة - مركز البحوث والتوثيق، مجلد ٦٥، العدد ٤٥، ٢٠١٢، ص ٥٢.

- ما هي العوامل المؤثرة علي القدرة التنافسية للمؤسسات الناشئة في الفضاء الالكتروني.
- ما هي الآثار المترتبة علي تحقيق الميزة التنافسية للشركات التكنولوجية في اقتصاد السوق.
- ما هي التحديات المحتملة التي تواجه الشركات الصغيرة والمتوسطة لتحقيق ميزه تنافسية لمنتجاتها في الأسواق الإلكترونية.

* أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلي وضع صيغ استراتيجية حاسمة لنجاح الشركات المتوسطة والصغيرة في تحقيق ميزة تنافسية لمنتجاتها وخدماتها في الاسواق الالكترونية، وتحديد تأثير البيئة الرقمية علي الشركات الناشئة لزيادة المنافسة الحرة في اقتصاد السوق.

* أهمية الدراسة:

تحولت الشركات من نموذج الاسواق التقليدية إلي التجارة الالكترونية في الفضاء الالكتروني والحوسبة السحابية والبلوكتشين مما أدى إلى إنتاج وتصدير السلع والخدمات ذات القيمة المضافة العالية، واحتلال الأسواق الرائدة للسلع والخدمات العلمية والتكنولوجية التي تعتمد على تقنيات الذكاء الاصطناعي.

* منهج الدراسة:

تم اختيار المنهج التحليلي لتحديد مشكلات البحث من خلال تحليل الموضوع واستخراج الحلول التي تسهم في معالجة المشكلات مع استنباط الأحكام للوصول إلي أهداف الدراسة ونتائجها.

* خطة الدراسة:

قوامها مقدمة ومبحثين ثم خاتمة البحث والنتائج والتوصيات ثم المراجع القانونية والأجنبية على النحو التالي:

المبحث الأول: المعايير القانونية المنظمة للبيئة التكنولوجية في اقتصاد السوق الرقمي.
المبحث الثاني: الآثارالعوامل الاستراتيجية الحاسمة لنجاح الشركات الناشئة في تطوير طرق المنافسة الحرة.

المبحث الأول

المعايير القانونية المنظمة للبيئة التكنولوجية في اقتصاد السوق الرقمي

تمهيد وتقسيم:

إن أهمية الأسواق الإلكترونية أمر بديهي، وتوفر الأسواق إيرادات وربحية للشركات، ويدفع التفكير الموجه نحو السوق كبار المديرين إلى اعتبار المنافسين والعملاء في السوق بمثابة عناصر تصميم استراتيجية في الأعمال التجارية الإلكترونية، ويتطلب الأمر من الشركات الناشئة تحديد وتقييم جوانب الأسواق المستهدفة وشاغليها والمنافسين المحتملين.

فما هو المقصود باقتصاد السوق والبيئة التكنولوجية؟ وما مؤشرات تقييم اقتصاد السوق في البيئة الرقمية؟ وهذا ما سنتناوله بشيء من التفصيل من خلال مطلبين كالتالي:

المطلب الأول: المقصود باقتصاد السوق والبيئة التكنولوجية.

المطلب الثاني: مؤشرات تقييم اقتصاد السوق في البيئة الرقمية.

المطلب الأول

المقصود باقتصاد السوق والبيئة التكنولوجية

أولاً- تعريف اقتصاد السوق الرقمي:

"هيكل أنماط التنمية المستدامة من خلال التخلص من النظام التقليدي للأنشطة الاقتصادية والتحول تدريجياً إلى المعارف التكنولوجية لتوفير المنافسة الحرة في الأسواق الرقمية".

ثانياً- تعريف المنافسة الحرة:

وردت عدة تعريفات للمنافسة الحرة علي النحو التالي:

"هي القدرة التنافسية للمؤسسات الحديثة التي تعتمد بشكل أكبر على قدرتها على خلق وإدخال الابتكارات باستمرار في الإنتاج والخدمات الإلكترونية عبر الوسائل التكنولوجية".

"هي الأساليب التي تحديد القدرة التنافسية للمؤسسات الفردية والصناعية والاقتصادية باعتبارها أحد أهم آلية السوق لتحقيق الربحية الانتاجية".⁽²⁾

"هي الظروف الجديدة التي تحدد ظروف المنافسة الناشئة والمتغيرة، والتي يكمن أساسها في الإنجازات المبتكرة والتقنية، وتعد أمراً أساسياً للاقتصاد الوطني لضمان النمو الاقتصادي".

ثالثاً-تعريف البيئة التكنولوجية:

(2) Maria Sh. Machabeli: Mechanisms for Increasing Industry Competitiveness in the Context National Innovation Systems, The International Scientific and Practical Forum "Industry. Science. Competence, 2019, p132.

هي البيئة المستخدمة في مشاريع الأعمال التجارية الإلكترونية من خلال الابتكارات التكنولوجية كالإنترنت والأجهزة اللاسلكية لتحقيق ازدهار وتنمية اقتصاد السوق الرقمي ونماذج أعمال".

رابعاً- أهمية المنافسة الحرة للمؤسسات الناشئة في اقتصاد السوق الرقمي:

- تسهم زيادة المنافسة الحرة في السياسات الصناعية للدولة واتخاذ التدابير التكنولوجية للتنمية المبتكرة لمواكبة الاقتصاد الرقمي.

- تطوير المنتجات والسلع والخدمات المعروضة عبر التقنيات التكنولوجية .

- تطوير الصناعات الخفيفة والفنون والبرامج الإلكترونية وصناعة المنتجات الرقمية وتطوير إنتاج المواد التقليدية والمبتكرة.

- المساعدة في تنفيذ المشاريع الاستثمارية ودعم مصنعي منتجات التكنولوجيا الفائقة في الصناعات المدنية.

- تعزيز الابداع والتطوير في الصناعات المدنية، وتطوير البنية التحتية الصناعية لدعم الأنشطة الصناعية.⁽³⁾

المطلب الثاني

مؤشرات تقييم اقتصاد السوق في البيئة الرقمية

أولاً-تعريف مؤشرات تقييم اقتصاد السوق الرقمي:

"هي المؤشرات المستهدفة لتحليل حالة القدرة التنافسية للصناعات والمنتجات في الاسواق الرقمية، وتقييم حجم الطلب على المنتجات التي تصنعها الشركات الناشئة في الأسواق الخارجية والمحلية لتحديد نظرة منهجية للوضع الحالي واتجاهات التنمية واستراتيجية تطوير المنافسة الحرة من خلال الأدوات التحليلية الكافية لتقييم هذه القدرة التنافسية ذاتها"

ثانياً-وسائل خلق قيمة تنافسية ومستدامة لاقتصاديات الأسواق الرقمية:

- يجب اندماج الصناعات في البيئة التكنولوجية العالمية من خلال الانظمة المبتكرة القادرة على التطوير الذاتي الفعال للخدمات والمنتجات الحديثة المتداولة عبر المواقع الإلكترونية.

رسالة ماجستير مقدمة (3) بندر، سمير خلف: التحول نحو اقتصاد السوق: دراسة في الانعكاسات الاقتصادية لبلدان نامية مختارة، الجامعة المستنصرية، كلية الادارة والاقتصاد، ٢٠٠٩، ص ١٢١.

<https://0810g4vw5-1106-y-https-search-mandumah-com.mplbci.ekb.eg/Record/808391> .

- تطوير وتطبيق التقنيات الصناعية المتقدمة التي تهدف إلى تكوين وتطوير الأسواق الرقمية للمنتجات المبتكرة.
- التركيز على خلق ميزة سوقية للشركات الصناعية الناشئة من خلال بناء استراتيجية لتطوير الصناعات التنافسية الحديثة.
- زيادة القدرة التنافسية للصناعات والمنتجات المبتكرة في سياق تعزيز مكانتها في اقتصاد السوق الرقمي.
- ضمان توحيد أنظمة تطوير الصناعات وزيادة قدرتها التنافسية لغطي مجموعة كاملة من المجالات ذات الصلة، بالاعتماد على نهج متكامل لتطوير الأنشطة المبتكرة وذات التقنية العالية.

ثالثاً- مؤشرات تقييم تطور اقتصاد السوق الرقمي:

- 1- التغيرات في مؤشرات التصنيع والإنتاجية حسب نوع النشاط الاقتصادي مقارنة بالعام السابق.
- 2- قياس الحجم المادي للاستثمارات في الأصول الثابتة، وزيادة الوظائف عالية الإنتاجية.
- 3- تحديد كثافة استخدام الطاقة في التصنيع وتحقيق الإنتاجية المطلوبة.⁽⁴⁾
- 4- توفير النفقات الداخلية للبحث والتطوير على حساب أموال الميزانية، والبحث عن مصادر للنفقات خارج الميزانية.
- 5- تقييم مستوى القدرة التنافسية للصناعات من العوامل المختلفة التي تؤثر كوضع الاقتصاد الكلي، والتكنولوجيا، والابتكار، والبنية التحتية، والميزانية، وما إلى ذلك.⁽⁵⁾

المبحث الثاني

العوامل الاستراتيجية الحاسمة لنجاح الشركات الناشئة في تطوير طرق المنافسة الحرة

تمهيد وتقسيم:

إن إنشاء الإستراتيجية عملية معقدة، ويمكن أن يكون هناك العديد من الفرص التجارية المتاحة للشركات الناشئة خاصة في صناعات التكنولوجيا المتطورة، ويعتمد اتخاذ الخيار الاستراتيجي على حاسة الرؤية الحادة والقدرة على استشراف المستقبل والتصميم المركز على تحقيق الأهداف المنشودة، ويتطلب التفكير القائم على الرؤية التركيز الدؤوب على العملاء واحتياجاتهم، وذلك تحقيق انتشار للمنتجات والخدمات الخاصة بالشركة عبر الأسواق الرقمية.

مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، العدد ٥، (4) بوجلال، مصطفى: تنظيم العلاقات الصناعية في ظل المحول إلى اقتصاد السوق، ٢٠١٥، ٢١٤.

<https://0810g4vw5-1106-y-https-search-mandumah-com.mplbci.ekb.eg/Record/652525>.

(5) بوشعور، محمد حريزي: واقع التجارة الالكترونية في ظل الاقتصاد الرقمي، الملتقى الدولي الثاني: المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف - كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، ٢٠١٧، ومساهمتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية، ص ٣١.

فما هو أثر البيئة الرقمية لزيادة المنافسة الحرة للشركات الناشئة في الأسواق الإلكترونية ؟ وما هي التحديات التي تواجه الشركات الصغيرة والمتوسطة لتحقيق ميزه تنافسية لمنتجاتها في الأسواق الإلكترونية ؟

وهذا ما سنتناوله بشيء من التفصيل من خلال مطلبين كالتالي:

المطلب الأول: أثر البيئة الرقمية لزيادة المنافسة الحرة للشركات الناشئة في الأسواق الإلكترونية.

المطلب الثاني: التحديات التي تواجه الشركات الصغيرة والمتوسطة لتحقيق ميزه تنافسية لمنتجاتها في الأسواق الإلكترونية.

المطلب الأول

أثر البيئة الرقمية لزيادة المنافسة الحرة للشركات الناشئة في الأسواق الإلكترونية

أولاً-عوامل النجاح الحاسمة لاستراتيجية الأعمال الإلكترونية

إن تحليل عوامل النجاح الحاسمة (CSFs) لاستراتيجية الأعمال الإلكترونية يمكن الشركات من تحديد الجوانب الرئيسية لاستراتيجية الأعمال الإلكترونية التي يجب عليهم دعمها أو تنميتها أو الدفاع عنها لتحقيق ميزة تنافسية لمنتجاتها وعلاماتها التجارية، وتحقيق ربحية في الأسواق الرقمية.

***هناك سبعة أنواع من CSF علي النحو التالي:**

1- التكنولوجيا

يعتمد نجاح الأعمال الإلكترونية على تطبيقات التكنولوجيا، مثل المنصات على الإنترنت، ويجب على الشركات توفير البنية التحتية المناسبة لنشر التقنيات، ويجب تخفيف مخاطر الأمن والخصوصية والسيطرة عليها قبل إطلاق تطبيقات تكنولوجيا المعلومات الجديدة، ويجب على الاستراتيجيين تحديد التقنيات المهمة في أعمالهم وتحسينها واستخدامها بشكل مستمر.

على سبيل المثال، تتطلب التقنيات تحديثات مستمرة، وتعمل جميع التطبيقات الشائعة تقريبًا داخل متجر Google Play على تحسين إدارة الإصدارات بشكل مستمر، وعلى سبيل المثال، إصلاح الأخطاء وتحسين تجربة المستخدم وإضافة ميزات أو محتوى جديد.

2- العملاء

يجب على جميع الشركات تحديد ومراقبة شرائح عملائها الرئيسية واحتياجاتهم وتفضيلاتهم ونقاط الضعف لديهم وغالبًا ما تفشل الأعمال الإلكترونية بسبب ضعف القيمة المقدمة للعملاء أو ضعف إدارة علاقات العملاء (CRM)، وقد يتكبرون تقنيات مثالية، لكنهم بعد ذلك يولون اهتمامًا أقل لمن سيدفع ثمنها.⁽⁶⁾

تمكن الإنترنت الشركة من الوصول إلى عملائها في جميع أنحاء العالم، ولكنها يمكن أيضًا أن تسمح للشركة بسهولة بتجاهل شرائح العملاء الرئيسية ومن ثم تفقد هؤلاء العملاء تدريجيًا وحصتها في السوق الناتجة.

يجب على الشركات أن تأخذ في الاعتبار استراتيجيات الاتصال واستراتيجيات إدارة علاقات العملاء عند وضع استراتيجيات الأعمال الإلكترونية.

3- الموردین والشركاء

أحدث الإنترنت ثورة في سلاسل التوريد للأعمال الإلكترونية ونماذج أعمالها، قبل أن تختار أي شركة استراتيجية جديدة للأعمال الإلكترونية، يجب عليها تقييم التأثير المحتمل على الموردين والشركاء والتأكد من أن لديهم أيضًا القدرة على العمل مع الاستراتيجية الجديدة.

على سبيل المثال، لتنفيذ جداول إنتاج مرنة "في الوقت المناسب" وتبادل المعلومات في الوقت الفعلي، يجب على الشركة تطوير علاقتها مع الموردين والشركاء وإنشاء قناة اتصال مباشرة مبسطة معهم للطلبات النادرة ذات الأحجام المختلفة.

4- الموظفين

غالبًا ما يُنظر إلى الموظفين على أنهم الأصول الأكثر أهمية للأعمال الإلكترونية، وتتطلب الأعمال الإلكترونية إلى تعيين موظفين يتمتعون بمهارات القراءة والكتابة الرقمية الذين يمكنهم استخدام الأنظمة أو الأدوات البرمجية ذات الصلة بثقة ومعرفة، وقد تواجه الأعمال التجارية الإلكترونية في المجالات المتخصصة أو الناشئة التحدي المتمثل في العثور على الموظفين المناسبين ذوي المهارات المناسبة وجذبهم والاحتفاظ بهم. لهذا السبب، تعمل الشركات الإلكترونية على توظيف أفضل الموظفين بغض النظر عن المكان الذي يعيشون فيه وتمكينهم من العمل عن بعد، ويجب أن تستثمر الشركات الإلكترونية في التدريب المستمر للموظفين للحفاظ على ملائمة المهارات.⁽⁷⁾

5- القيادة

(6) بن ديلي، إسماعيل: إسهامات التسويق الإلكتروني في زيادة القدرة التنافسية لمنظمات الأعمال المعاصرة، العدد ٥٤، مجلد ٣٢، ص ٢١.
<https://0810g4vw5-1106-y-https-search-mandumah-com.mplbci.ekb.eg/Record/570302>
(7) حلمي، عمرو مصطفى كمال: تطورات الاقتصاد العالمي والمؤثرات الجديدة، مؤسسة الاهرام، العدد ١٠٥، ٢٠١٨، ص ٢٣.

يتمثل دور القيادة في وضع الإستراتيجية والإشراف على تنفيذ تلك الإستراتيجية، ويقومون بتنسيق وتحفيز الفرق للعمل نحو تحقيق الأهداف، ويقوم القادة بإنشاء هيكل تقسيم العمل (WBS) لاستراتيجية الأعمال الإلكترونية وتصميم الأدوار والمسؤوليات المناسبة لتحقيق الاستراتيجية.

على سبيل المثال، خلال المرحلة الأولى من تنفيذ استراتيجية الأعمال الإلكترونية، قد لا يرى المستثمرون والمساهمون أرباحاً لأن بعض الأعمال التجارية الإلكترونية تحتاج إلى مهلة طويلة، ويتطلب هذا النهج قيادة قوية لتحفيز الأعمال التجارية الإلكترونية والتأكيد على أن الأعمال ستحقق الربح بالتأكيد في نهاية المطاف، ويجب أن تضع هذه القيادة نغمة إيجابية للمشاريع المنفذة.

6- إدارة البيانات والمعلومات والمعرفة

ستولد الأعمال الإلكترونية، وخاصة تلك التي تعتمد على خدمات البيانات أو المعلومات (على سبيل المثال، شركات البيانات الضخمة)، كمية كبيرة من البيانات والمعلومات والمعرفة، وهذا يتطلب من الشركة التعرف على البيانات وتطويرها واستخدامها وتحويلها إلى معرفة مفيدة، ويمكن للشركات إنشاء المزيد من القيمة والحصول عليها من خلال تطبيق النماذج المناسبة لتحليل البيانات، على سبيل المثال، تحديد أنماط سلوك المستهلك من خلال استخراج بيانات الاستهلاك.

7- تقييم الأداء الاستراتيجي

بمجرد اختيار الإستراتيجية المراد تنفيذها، يجب على المديرين تتبع وتقييم تقدمها وأدائها وفقاً لما تم التخطيط له، كلما تم تحديد أي انحرافات سلبية عن الخطة في وقت مبكر، كلما أمكن معالجتها بشكل أسرع وهم يفعلون ذلك من خلال وضع مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs)، وهي مهمة أساسية يتولها كبار المديرين، وتعد مؤشرات الأداء الرئيسية هي مقياس يستخدم لتقييم نجاح المنظمة و الفريق و الموظفين في تحقيق أهداف المؤسسة.

على سبيل المثال، يعد عدد تنزيلات التطبيقات وتبنياتها من مؤشرات الأداء الرئيسية الأكثر أهمية لناشري التطبيقات مقارنة بالشركات التقليدية لأن تطبيقاتهم هي المصدر الرئيسي للإيرادات.⁽⁸⁾

ثانياً-العوامل المؤثرة على القدرة التنافسية للمؤسسات الصناعية الخارجية والداخلية:

أ- تأثير العوامل الخارجية للمنافسة الحرة للشركات الناشئة:

- ضرورة مشاركة اندماج الدولة في المؤسسة الصناعية والاقتصاد الإقليمي والعالمي.

(8)Oksana V. Kachur: Analysis of the Current State of Investment Activity in the Conditions of Digitalization of Socio-economic Processes, https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-80485-5_20.

- انفتاح ودرجة تطور الأسواق الداخلية والخارجية للسلع الصناعية، والامتثال لمعايير الإنتاج الفني.

- توافر الطرق اللوجستية لتوريد المؤسسات الصناعية المصنعة.

- مستوى منتجات التكنولوجيا الفائقة المصدرة إلى الخارج.

- توافر البنية التحتية اللازمة لإنتاج المنتجات الصناعية ونقلها.

- المؤشرات الاقتصادية والإنتاجية للمؤسسات التي تنتج نفس المنتجات أو منتجات مماثلة.

ب- تأثير العوامل الداخلية للمنافسة الحرة للشركات الناشئة:

- مستوى التطوير الابتكاري للمؤسسات الناشئة.

- تقنيات الإدارة الفعالة.

- الوضع المالي المستقر للمؤسسة.

- قاعدة مادية وتقنية كافية.

- وجود ثقافة تشجع التطوير الابتكاري والإنتاجية العالية.

- الجودة العالية للمنتجات المصنعة.

- وجود استراتيجية لزيادة الجاذبية الابتكارية للمؤسسة.⁽⁹⁾

المطلب الثاني

التحديات التي تواجه الشركات الصغيرة والمتوسطة لتحقيق ميزه تنافسية لمنتجاتها في الأسواق الإلكترونية

أولاً: التحديات التي تواجه الشركات الصغيرة العاملة في مجال الأعمال الإلكترونية

أ- كثرة الشركات المنافسة في الأسواق الإلكترونية:

الملتقى الدولي (9) جمال الدين، محمد زرقون: التسويق الإلكتروني كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية في ظل اقتصاد المعرفة، الثاني: المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ومساهمتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية، جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف - كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، ص ٤٦٥.

إذا كان هناك العديد من المنافسين في صناعة أو قطاع أعمال معين، فقد ترغب الشركات الصغيرة في اتخاذ خطوة تنافسية، على سبيل المثال، عن طريق خفض الأسعار، ولقد أزالَت شبكة الإنترنت الحدود الجغرافية بين المنافسين مما أدى إلى زيادة التنافس على نطاق واسع داخل المنطقة وبما أن المنافسين اتخذوا العديد من الاستراتيجيات مثل خفض الأسعار وزيادة جودة المنتج وتطوير الخدمات لمواكبة احتياجات العملاء الحديثة، وأصبحت المنافسة أكثر حدة لانفتاح السوق عالمياً.

ب- ارتفاع تكاليف إنشاء بنية رقمية متطورة في الأسواق الرقمية:

تؤدي التكاليف الثابتة المرتفعة (مثل البنية التحتية المادية الواسعة النطاق) إلى خلق ضغوط قوية لتغطية الاعباء، وغالبًا ما تجد الشركات الصغيرة في حروب على الأسعار شديدة التنافسية، ويتطلب تطوير البرمجيات تكاليف عالية في البداية، ولكن مع تداولها عبر الأسواق الالكترونية تصبح التكاليف ضئيلة نسبيًا. ومن ثم، فإن التنافس في الصناعة يميل إلى الزيادة لأن مشاريع الأعمال التجارية الإلكترونية ترغب في تحقيق الاستخدام الأمثل لقدراتها.⁽¹⁰⁾

ج- الاستراتيجيات الناجحة لصناعة منتجات مبتكرة:

يزداد التنافس عندما يكون لدى الشركات حصة استراتيجية لتحقيق النجاح في صناعة معينة، وأحد أبرز الأمثلة على ذلك هو قرار مايكروسوفت في عام 1996 بتصميم جميع منتجاتها الجديدة للحوسبة القائمة على الإنترنت، وأدى هذا القرار إلى منافسة بين برنامج المتصفح الحالي لشركة نتسكيب وبرنامج Internet Explorer من Microsoft، وقامت شركة Microsoft من أجل التغلب على نتسكيب عرضت برنامج خادم الويب مجانًا الذي باعتته نتسكيب بمبلغ 1000 دولار، وكلفت ميكروسفت 800 شخص بالعمل على نسخة مطورة من إكسبلورر، في نهاية المطاف، قام Explorer بإخراج معظم المنتجات المنافسة من السوق.

وأصبح متصفح الإنترنت المهيمن في جميع أنحاء العالم. ومع ذلك، أدى إلى ظهور متصفح Firefox والإطلاق اللاحق لمتصفح Google Chrome.

د- تشابه المنتجات المعروضه في السوق:

يزداد التنافس أيضًا عندما يكون هناك تمايز قليل بين المنتجات، ويؤدي هذا الوضع إلى زيادة الاستبدال بين المنتجات المنافسة، وبالتالي زيادة القدرة التفاوضية للمستهلكين على سبيل المثال، صناعة شرائح الكمبيوتر حيث تكون الأرباح منخفضة مقارنة بالقيمة التي يتم إنشاؤها.

هـ- انخفاض معدل نمو الصناعة:

(10) Elena I. Larionova: Financial Stability, Competitiveness, and Industrial Enterprises' Innovation Capacity, The International Scientific and Practical Forum "Industry. Science. Competence, 2019, p154.

تعتمد شدة التنافس أيضًا على معدل نمو صناعة معينة، ويمكن للصناعات سريعة النمو أن تستوعب عددًا أكبر من مقدمي الخدمات، لأنه مع توسع الحجم الإجمالي للسوق، يؤمن كل منافس حصة من السوق، وفي الصناعات بطيئة النمو يميل التنافس إلى أن يكون شديدًا لأن النمو لا يمكن تحقيقه إلا على حساب المنافسين.

و- زيادة الشركات الناشئة العاملة في التجارة الإلكترونية:

عندما أصبح الإنترنت منصة للاستخدام التجاري، احتضنها العشرات من الشركات الناشئة في مختلف الصناعات، الأمر الذي أدى إلى منافسة شديدة للغاية، وقدم أصحاب رؤوس الأموال المغامرة وأسواق الأوراق المالية، الأمر الذي أدى إلى الإفراط في الاستثمار في شركات الإنترنت وبالتالي خلق قدرة فائضة.

ومع ذلك، لا تحتاج الشركات دائمًا إلى أن تكون منافسة، وهذا هو ما يجب فعله، ويتعاون بعض المنافسين مع بعضهم البعض، ومن هنا جاء مصطلح "المنافسة المشتركة"⁽¹¹⁾.

ثانياً: وسائل تحقيق ربحية للشركات الناشئة من المنافسة الحرة لاقتصاد السوق الرقمي:

- 1- يجب أن تكون الشركة قادرة على خلق قيمة أعلى من منافسيها.
- 2- يتعين على الشركة أن تكون قادرة على التقاط القيمة التي تخلقها في هيئة أسعار تتجاوز تكاليفها، وإذا تمكنت الشركة من فرض أسعار أعلى لمنتجاتها أو خدماتها مقارنة بتكاليفها، فإنها تحصل على أجزاء كبيرة من القيمة التي تخلقها.
- 3- توفير إطارًا توجيهيًا لاستدامة الأرباح في مواجهة المنافسة وقوة المساومة من خلال السمات الهيكلية التي تحدد جاذبية الصناعة والميزة التنافسية بوضع آليات لاجتياز حواجز الدخول، وتوفير المنتجات البديلة، والقدرة التفاوضية للمشتري والموردين.⁽¹²⁾

الخاتمة

في ختام هذه الدراسة فقد توصلنا إلى العديد من النتائج والتوصيات التالية:

النتائج:

المجلة المصرية (11) ابن تاج، لحمير عباس: أخلاقيات الأعمال الإلكترونية وتحديات الأمن المعلوماتي في ظل الاقتصاد الرقمي، للدراسات القانونية والاقتصادية، العدد ١٠، ٢٠١٨، ص ٣١٢.

12) Denis Yu. Taburov: The Changing Rules of Economic Competitiveness at the New Industrial Stage, https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-80485-5_31.

- تحولت الشركات من نموذج الاسواق التقليدية إلى التجارة الالكترونية في الفضاء الالكتروني والحوسبة السحابية والبلوكتشين مما أدى إلى إنتاج وتصدير السلع والخدمات ذات القيمة المضافة العالية، واحتلال الأسواق الرائدة للسلع والخدمات العلمية والتكنولوجية التي تعتمد على تقنيات الذكاء الاصطناعي.
- تلعب المنافسة الحرة دورا بالغ الأهمية للمؤسسات الفردية والصناعية والاقتصادية باعتبارها أحد أهم آليات السوق لتحقيق الربحية الانتاجية، وتعمل على تحديد القدرة التنافسية للإنجازات المبتكرة والتقنية، وتعد أمراً أساسياً للاقتصاد الوطني لضمان النمو الاقتصادي.
- تسهم زيادة المنافسة الحرة في السياسات الصناعية للدولة واتخاذ التدابير التكنولوجية للتنمية المبتكرة لمواكبة الاقتصاد الرقمي، وتطوير المنتجات والسلع والخدمات المعروضة عبر التقنيات التكنولوجية .
- أصبح الإنترنت منصة للاستخدام التجاري على نطاق واسع مما أدى إلى زيادة الشركات الناشئة العاملة في التجارة الالكترونية، مما ترتب على وجود منافسة شديدة للغاية بالاسواق الرقمية.
- يعتمد نجاح الأعمال الإلكترونية على تطبيقات التكنولوجيا، مثل المنصات على الإنترنت، ويجب على الشركات توفير البنية التحتية المناسبة لنشر التقنيات، ويجب تخفيف مخاطر الأمن والخصوصية والسيطرة عليها قبل إطلاق تطبيقات تكنولوجيا المعلومات الجديدة، ويجب على الاستراتيجيين تحديد التقنيات المهمة في أعمالهم وتحسينها واستخدامها بشكل مستمر.

التوصيات:

- أوصي بوضع استراتيجيات لتطوير حلول جديدة لخلق ميزة تنافسية، ويجب على المفكرين الاستراتيجيين البحث عن أساليب جديدة وتصور طرق أفضل للقيام بالأشياء، وأرتأي استخدام التفكير الإبداعي المنهجي لتحقيق نتائج استراتيجية ونجاح الأعمال الإلكترونية الأكثر قيمة التي تقدم حلولاً لتلبية احتياجات المستهلكين.
- أوصي بوضع أطار تنظيمي للشركات الناشئة لتحديد وتقييم جوانب الأسواق المستهدفة وشاغليها والمنافسين المحتملين لتحقيق ميزة تنافسية لمنتجاتها وخدماتها وتسجيل علاماتها التجارية بين الشركات الأخرى.
- أوصي بوضع صيغ استراتيجية حاسمة لنجاح الشركات المتوسطة والصغيرة في تحقيق ميزة تنافسية لمنتجاتها وخدماتها في الاسواق الالكترونية.
- أوصي بتحديد مدي تأثير البيئة الرقمية على الشركات الناشئة لزيادة المنافسة الحرة في اقتصاد السوق وامكانية تحقيق المؤسسات الصغيرة للربحية بين الشركات التكنولوجية الكبرى.
- أوصي بوضع تشريعات وطنية ودولية موحدة لمواجهة التحديات المحتملة التي قد تواجه الشركات الصغيرة والمتوسطة لتحقيق ميزه تنافسية لمنتجاتها في الأسواق الإلكترونية.

- أوصي بالتزام الشركات الناشئة بالمعايير القانونية المنظمة للبيئة التكنولوجية لتوسيع نطاق المنافسة بين الشركات العاملة في مجال التجارة الإلكترونية.
- أوصي بوضع الحكومات استراتيجيات ناجحة لتطوير البيئات الرقمية لتحقيق ميزة تنافسية في الأسواق الإلكترونية للشركات الناشئة من خلال الانظمة التكنولوجية لتداول السلع والخدمات وتسجيل علامتها التجارية في الفضاء الإلكتروني .
- أوصي بالتقليل من الحدود الجغرافية لزيادة المنافسة الحرة بين الشركات العاملة في مجال الأعمال الإلكترونية وانفتاح الأسواق العالمية لاتاحة الفرص للمستهلكين للحصول علي المنتجات بصورة أكثر مرونة وشفافية لاختيار أجود السلع وأفضلها.

• المراجع العربية والأجنبية:

المراجع العربية:

- بوجلال، مصطفى: تنظيم العلاقات الصناعية في ظل المحول إلى اقتصاد السوق، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، العدد ٥، ٢٠١٥، ٢١٤.
- المقابلة، علي حسين : التحول نحو اقتصاد السوق بين النظرية والتطبيق، اتحاد غرف التجارة والصناعة - مركز البحوث والتوثيق، مجلد ٦٥، العدد ٤٥، ٢٠١٢، ص ٥٢.
- بندر، سمير خلف: التحول نحو اقتصاد السوق: دراسة في الانعكاسات الاقتصادية لبلدان نامية مختارة، رسالة ماجستير مقدمة الجامعة المستنصرية، كلية الادارة والاقتصاد، ٢٠٠٩، ص ١٢١.
- بن ديلي، إسماعيل: إسهامات التسويق الإلكتروني في زيادة القدرة التنافسية لمنظمات الأعمال المعاصرة، العدد ٥٤، مجلد ٣٢، ص ٢١.
- حلي، عمرو مصطفى كمال: تطورات الاقتصاد العالمي والمؤثرات الجديدة، مؤسسة الاهرام، العدد ١٠٥، ٢٠١٨، ص ٢٣.
- بوشعور، محمد حريزي: واقع التجارة الإلكترونية في ظل الاقتصاد الرقمي، الملتقى الدولي الثاني: المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ومساهمتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية، جامعة حسينة بن بوعلي بالشلف - كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، ٢٠١٧، ص ٣١.
- ابن تاج، لحرر عباس: أخلاقيات الأعمال الإلكترونية وتحديات الأمن المعلوماتي في ظل الاقتصاد الرقمي، المجلة المصرية للدراسات القانونية والاقتصادية، العدد ١٠، ٢٠١٨، ص ٣١٢.
- جمال الدين، محمد زرقون: التسويق الإلكتروني كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية في ظل اقتصاد المعرفة، الملتقى الدولي الثاني: المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ومساهمتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية، جامعة حسينة بن بوعلي بالشلف - كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، ص ٤٦٥.

المراجع الأجنبية:

*Maria Sh. Machabeli: Mechanisms for Increasing Industry Competitiveness in the Context National Innovation Systems, The

International Scientific and Practical Forum "Industry. Science. Competence, 2019, p132.

* Elena I. Larionova: Financial Stability, Competitiveness, and Industrial Enterprises' Innovation Capacity, The International Scientific and Practical Forum "Industry. Science. Competence, 2019, p154.

* Denis Yu. Taburov: The Changing Rules of Economic Competitiveness at the New Industrial Stage, https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-80485-5_31.

* Oksana V. Kachur: Analysis of the Current State of Investment Activity in the Conditions of Digitalization of Socio-economic Processes, https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-80485-5_20.

تمثلاث التحول الرقمي في بيئة الأعمال (تحديات ورهانات مستقبل الإستدامة للمنافسة الحرّة)

Digital transformation in the business environment (Challenges and bets for the future
of sustainability for free competition

الاسم واللقب : محمد قدمان

الدرجة العلمية : دكتوراه علوم في علم الاجتماع (العمل والتنظيم).

المؤسسة الجامعية: جامعة وهران2_الجزائر

مخبر الإنتماء: الديناميات الحضرية والتطور الاجتماعي في الجزائر "DYNURES" جامعة

وهران2_الجزائر

البريد الإلكتروني godmane.mohammed@univ-oran2.dz

الملخص:

إن قياس مدى ترابط التحول الرقمي في بيئة الأعمال باليات المنافسة الحرّة لإقتصاد السوق، يتطلب منا قياس تمثلاث المعوقات البيئية و التكنولوجيا التي من شأنها أن تعترض مستقبل الإستدامة لبيئة الأعمال ، و التأثير على إقتصاد السوق و المنافسة الحرّة بفهم معطيات البيئة الإجتماعية للمجتمع، و خصائصه الموضوعية و التساؤل حول مدى إمكانية مسايرة التحول الرقمي العالمي، بهدف المساهمة في تطوير البنية التحتية للمجتمع. وبالتالي ضمان مستقبل الإستدامة لبيئة الأعمال وبالتالي دعم المنافسة الحرّة لإقتصاد السوق

فكيف نفسر تحديات التحول الرقمي في مجتمعنا الناتج عن الفجوة الرقمية للبيئة التكنولوجية وما هي رهانات مستقبل الإستدامة لبيئة الأعمال وللمنافسة الحرّة بها في ظل هذا التحول الرقمي و المعرفي لمجتمع المعلومات؟. سنحاول من خلال هذه الدراسة توضيح مدى تأثير البيئة التكنولوجية و إستخدام الذكاء الاصطناعي على جميع شرائح المجتمع، للوصول إلى محاولة فهم مستقبل الإستدامة لبيئة الأعمال ضمن معطيات البيئة الإجتماعية و البيئة التكنولوجية بدراسة تمثلاث البيئة الإجتماعية و التكنولوجيا و المتغيرات التي تطرأ على بيئة العمل في ظل مجتمع المعلومات الحديث .

تساهم الدراسة في إعطاء نظرة إستشرافية مستقبلية برسم خطة إصلاحية ممنهجة تساعد الفاعلين في هذا المجال على فهم مسار البيئة التكنولوجية في مجتمعنا، وما مدى تأثير تطبيق البيئة التكنولوجية و الذكاء الاصطناعي على خلق بعض التفاوتات بين بيئة الأعمال في مجتمعنا مقارنة بالمجتمعات الحديثة . وإشكالية ضمان ديمومة إقتصاد السوق و تفعيل المنافسة الحرّة به.

تمثيلات، التحول الرقمي، البيئة التكنولوجية، المنافسة الحرة، مستقبل الإستدامة.

Abstract:

Measuring the extent to which digital transformation in the business environment is interconnected with the mechanisms of free competition of the market economy requires us to measure the representation of three environmental and technological obstacles that will hinder the future sustainability of the business environment, and the impact on the market economy and free competition by understanding the data of the social environment of society, its objective characteristics and questioning the extent of the possibility of keeping pace with the global digital transformation, in order to contribute to the development of the infrastructure of society. Thus ensuring the future sustainability of the business environment and thus supporting the free competition of the market economy

So how do we explain the challenges of digital transformation in our society resulting from the digital divide of the technological environment and what are the stakes for the future of sustainability for the business environment and for free competition in light of this digital and cognitive transformation of the information society.

Through this study, we will try to clarify the extent of the impact of the technological environment and the use of artificial intelligence on all segments of society, to reach an attempt to understand the future sustainability of the business environment within the data of the social environment and the technological environment by studying the representations of the social and technological environment and the changes that occur in the work environment under the modern Information Society .

The study contributes to giving a forward-looking outlook by drawing a systematic reform plan that helps actors in this field to understand the course of the technological environment in our society, and the extent to which the application of the technological environment and artificial intelligence has created some disparities between the business environment in our society compared to modern societies . The problem of ensuring the sustainability of the market economy and activating free competition in it.

Key words: Representations, digital transformation, technological environment, free competition, the future of sustainability.

تمهيد:

يندرج نص المداخلة الوطنية الموسومة ب: تمثيلات التحول الرقمي في بيئة الأعمال (تحديات و رهانات مستقبل الإستدامة للمنافسة الحرة ضمن المحاور الرابع حول دور البيئة الرقمية في دعم المنافسة الحرة، و المنظم في سياق الملتقى العلمي الدولي للمركز المغاربي شرق أدنى للدراسات الإستراتيجية – المملكة المتحدة - بالتعاون مع جامعة الوفاق الدولية بالنيجر، حول إقتصاد السوق و المنافسة الحرة يوم 25 فيفري 2024.

1. مقدمة:

إن التطور الحضاري للشعوب والأمم، والتقدم في مختلف المجالات التي يشهدها العالم اليوم لم يأتي صدفة، كما أنه ليس وليد فترة أو حقبة زمنية معينة، إنما هو عبارة عن نتاج لمسار التحول من المجتمع الزراعي، حيث أن الزراعة كانت الرأسمال المسيطر والمهيمن على اقتصاد الشعوب. يليه المجتمع الصناعي حيث أعتبرت الصناعة أنها القوة المهيمنة على اقتصاد الدول. (محمد علي الحسيبي، 1987، صفحة 12) في حين ما يميز الرأسمال في العصر الحاضر هو عصر التسابق نحو إكتساب تكنولوجيا المعلومات، و التأسيس لمجتمع المعرفة حيث أن المعلومات والمجتمع المعلوماتي، هي القوة المهيمنة على اقتصاد الشعوب، لأن الدول فيه أصبحت تبني إقتصاد تطورها بتطور القاعدة التكنولوجية لمجتمع المعلومات و ما مدى إكتساح المعرفة لجميع شرائح المجتمع حتى تحقق نجاح في جميع مجالات الحياة عامة و إستقرار المؤسسات الناشئة و حاضنات الأعمال خاصة.

-وعليه يمكننا القول أن الثورة المعلوماتية الحديثة تمثل القوة التي يعتمد عليها اقتصاد الشعوب ورقمها في تعزيز الفكر المقاولاتي الحديث. إذ أن تطور وسائل الاتصال كالإنترنت أصبح يساهم في إنتاج المعلومات واستغلالها بشكل كبير و بالتالي يمكن اعتباره أهم عوامل اقتصاد الدول.

كما أنه من الناحية التقنية للمعلومات نجد كثير من الدول أنشأت بما يسمى بالحكومات الالكترونية والجامعات الافتراضية التي تعتمد على المعلومات بشكل أساسي وعلى وسائل الاتصالات الحديثة التي هي بالتالي تعتمد على وجود وسائل الإتصال المتاحة للشعوب واستيعاب الشعوب لهذه التقنيات الحديثة واستعمالها بالشكل الصحيح. (أماري الرمادي، 2010، صفحة 09) خدمة للتطور الفكري المسير للتطور الفكر المقاولاتي في ميدان بيئة العمل.

يتضح أنه لا يمكننا التحدث عن البيئة التكنولوجية و تطبيق الذكاء الاصطناعي بمفهومه الحديث في مجتمع يعاني من إختلالات في البنى التحتية للمجتمع، إذ أن درجة التطور التكنولوجي مرتبطة إرتباطا موضوعيا بتطور البنى التحتية للمجتمعات.

ففي الجزائر وعلى سبيل المثال لا نستطيع الحديث عن التكنولوجية المعلوماتية في ظل اللاتكافؤ في فرص إمتلاكها داخل مجتمعنا و صعوبة وصولها لكافة فئات المجتمع لجملة من الوقائع في البنى التحتية لمجتمعنا و التي أساسها

درجة التفاوت في مستوى التقدم (سواء بالاستخدام أو الإنتاج) في مجال الاتصالات وتكنولوجيا وعليه نلاحظ أنه يوجد داخل المجتمع الواحد فئتين الأولى المالكة للمعرفة والقدرة على استخدام التقنيات الحديثة، و الفئة الثانية هي فئة من لا يملكون هذه المعرفة وتلك القدرة. وعليه فالمعرفة المقاولاتية جزء لا يتجزأ من البيئة التكنولوجية الحديثة الممثلة في مجتمع المعلومات الحديث. واجمالا يمكننا القول بأن المجتمع أصبح ينقسم على هذا النحو بالاضافة الى اقساماته التقليدية الأخرى. (ياسين سعد غالب، 2006، صفحة 31)

و- بالتالي فالإشكالية التي انطلق منها الباحث و حاول حلها ندرجها كالتالي: هل يمكن الحديث عن تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في مجتمعاتنا التقليدية و مامدى تأثير سوء إستعمالها على مستقبل الفكر المقاوالاتي ؟ وماهي تحديات و رهانات مستقبل الإستدامة لبيئة الأعمال في الجزائر في ظل البيئة التكنولوجية لمجتمعنا؟.

وعليه نفترض أن سوء إستخدام و تطبيق تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات سيؤسس للتفاوت الاجتماعي داخل البيئة الإجتماعية للمجتمع الواحد بين مختلف المؤسسات الناشئة و حاضنات الأعمال المختلفة، بناءا على طرح نظرية الوظيفية البنائية، لدى إتجاه كنفزلي دافيس وولبرت موور، إذ تنص على أن التفاوت الاجتماعي يضع دورًا حيويًا لعمل المجتمع بشكل سلس. وترى فرضية دافيس-مور بأن المنصب لا يجلب القوة والنفوذ لأنه منصب هام من الناحية الوظيفية، ولوجود ندرة بشكل أو بآخر في الموظفين المتاحين لهذا المنصب. وتتطلب مستوى عال من التعليم لكي يؤديها الفرد، في حين لا توجد السيولة في المعلوماتية داخل المؤسسة حسيم و هو الذي يؤسس لمنطق التفاوت الاجتماعي بين الأفراد. (كمال عبد الحميد زيتوني، 2004، صفحة 22)

وعليه فالسيولة المعلوماتية من شأنها التأسيس لفكر مقاوالاتي يطور المؤسسة الناشئة و كذا يعمل على إستقرارها ، في حين يمكن أيضا إعتبار أن محددات البنية التحتية لمجتمع البحث هي مصدر الفجوة الرقمية وبالتالي صياغة الفوارق الإجتماعية بين الأفراد داخل المؤسسة الناشئة أو بين المؤسسات الناشئة ببعضها البعض.

وهنا يصف ماركس أيضًا طبقتين أخريين، هما الطبقة البرجوازية الصغرى، وطبقة ما دون البروليتاريا (اللومينبروليتريا). (EMILE DURKHEIM، 1974) البرجوازية الصغرى تشبه طبقة رجال الأعمال الصغيرة، الذين لا يراكمون ربحًا كافيًا في الواقع لكي يصبحوا جزءًا من البرجوازية يحاولون التأثير على الطبقة الكادحة حتى تندثر وتقصى. إذن من المفيد معرفة أن ماركس أدرك الاختلافات داخل الطبقات.

يستخدم ويفسر مفهوم التفاوت الاجتماعي غالبًا، بشكل مختلف ضمن نظريات معينة. ففي السوسيولوجيا على سبيل المثال، يقترح أنصار نظرية الفعل أن التفاوت الطبقي الاجتماعي موجود بشكل شائع في المجتمعات المتقدمة، إذ يصبح من الضروري وجود هيمنة هرمية لتدعيم النظام الاجتماعي والحفاظ على بنية اجتماعية مستقرة. فتشير ما تسمى بنظريات الصراع، مثل الماركسية، إلى عدم إمكانية الوصول للموارد، ونقص للحراك الاجتماعي الموجود في المجتمعات الطبقة. انتقد العديد من المنظرين السوسيولوجيين ذلك الواقع الذي يجعل الطبقات العاملة غير قادرة على الأرجح في إحراز تقدم اقتصادي واجتماعي، بينما يميل الأثرياء إلى الاحتفاظ بالقوة السياسية التي يستخدمونها لاستغلال البروليتاريا (الطبقة العاملة). (محمد مصطفى عبد السميع وآخرون، 2004، صفحة 44)

تنبثق أهمية هذه المداخلة الموسومة ب ضمن السياق العلمي و المعرفي للبحث التكنولوجي. بمعنى أنه على الباحث تقصي واقع البيئة الإجتماعية للمجتمع المصغر وقياس مدى توفر المؤهلات الذاتية و الموضوعية للبنى التحتية ، إنطلاقا من الممارسات اليومية التي ينشر من خلالها مفاهيم إجتماعية و يعيد صياغتها بنظرته الخاصة حول موضوع البحث.

-من خلال هذه المداخلات البحثية سنحاول التعرض لقضية التكنولوجيا المعلوماتية من منطلق عدم التكافؤ الاجتماعي. و عدم المساواة في وصولها داخل المؤسسات الناشئة بشكل متوازي بين المؤسسات.

من هنا جاءت أهمية تناول هذا المضمون البحثي، بالتركيز عن مدى إمكانية تطبيق التكنولوجيات الحديثة و تكنولوجيا الذكاء الاصناعي الحديث في تعزيز الفكر المقاوлатي، وذلك من خلال المداخلات الآتية: بمقاربة مفاهيمية حول التكنولوجيا البيئية و الفجوة الرقمية للوصول إلى الحديث عن رؤية لمستقبل التكنولوجيا العلمية في المؤسسات الناشئة بالجزائر. و بالتالي فإنه علينا إلزاما من خلال هذه المداخلات محاولة فهم مقومات الفجوة الرقمية السائدة بهدف دراسة الأطر و النظم المحددة لها ومحاولة تفسير التفاوت الاجتماعي في إكتساح تكنولوجيا الاتصالات للمؤسسات الناشئة إن وجد.

-سنحاول من خلال هذه المداخلات التطرق إلى محاور تتعلق بمعطيات التكنولوجيا المعرفية من منطلق أنها ليست فقط مجرد أدوات ،تقنيات وبرمجيات علمية ، بل هي أكثر من ذلك حيث أنها الطرق و المنهجية التي تقوم أساسا على تطبيق المعرفة القائمة على أسس علمية لعمليات التخطيط، التصميم، والإنتاج المعرفي، بضبط شامل في ضوء أهداف محددة للمؤسسة. هذا يعني أنها استراتيجية تتضمن مختلف العمليات التي يقوم عليها أي تخطيط، لضمان الفعالية والجودة.

2. معيقات تطبيق البيئة التكنولوجية في الجزائر:

"إن التطور السريع في تكنولوجيا المعلومات والاتصال من المفروض أنه لا يقدم فقط للمؤسسة الناشئة فرصا جديدة، ولكن أيضا اتجاها نحو ما يسمى(الطريق السريع للمعلومات) والأثار الاقتصادية والاجتماعية و التعليمية المرتبطة بها، قد يؤدي إلى تغيرات كثيرة في أشكال مدى التحكم فيها ، و درجة الإبداع من منطلق التعاون والمشاركة لإكتساح المعرفة، كما من المفروض أنه سيؤدي إلى المشاركة الواسعة والتطبيق على المستوى الوطني والإقليمي والدولي، في المؤسسات والمنظمات الدولية". (محمد مصطفى عبد السميع وآخرون، 2004، صفحة 13)

أما من الجانب العلمي التطبيقي للتكنولوجيا المعلومات و الإتصال فيعرف أنه "طريقة تحليلية للتخطيط ونظامية في التصميم، يضم مجموعة من العناصر التي تساعد في تحقيق الأهداف المنشودة ، و أيضا أنه: "علم يقوم على أطر نظرية وتطبيقية، تستقي من العلوم الأخرى مفاهيمها في مجال توظيف واستخدام الموارد ومصادر المعلومة في المستوى المتقدم من النظرية و التطبيق" (ارئي إيمان فاضل و الزغبي هيثم محمد ، 2004، صفحة 22) في حين نجد أن هناك من عرفها بأنها: "الأدوات والوسائل التي تستخدم لأغراض عملية تطبيقية، والتي تعين الإنسان في عمله لإكمال قواه وقدراته وتلبية تلك الحاجات التي تظهر في إطار ظروفه الاجتماعية ومرحلته التاريخية". (محمد مصطفى عبد السميع وآخرون، 2004) وبناء على مختلف التعاريف السابقة لتكنولوجيا الإتصال و المعلومة، يمكن إيجاز أهمها جاءت به تلك التعاريف في النقاط الآتية:

سنحاول من هنا التطرق لها أنها تهدف التكنولوجيا الإتصال داخل المؤسسة لإنتاج نمط مؤسسة ناشئة ذات فاعلية في المجتمع ، وتحفز على التميز و الإبداع لأن الفكر المقاوالاتي في هذا الصدد ذا معرفة نظرية بقدر ماهي معرفة تطبيقية، تعتمد على الوسائل والتقنيات تهتم بتطوير المؤسسة و نمط التكنولوجيا و الاتصالات فيها و بالتالي تساهم في الدفع في عجلة النمو نحو إستمراريتها و ضمان ديمومتها.

وفي هذا الصدد نلاحظ أنه يستخدم مصطلح "مجتمع المعلومات " من جانب الصحفيين والسياسيين والأكاديميين وغيرهم بمعان متعددة. وربما كان المصطلح مرتبط في أذهان الناس في الشبكة العنكبوتية (www) وبالاقتصاد الإلكتروني وبالتعلم عن بعد وبالألعاب الإلكترونية وبغير ذلك ما يرتبط بالحوسبة. (نهال فؤاد، 2012، صفحة 39،40) فمجتمع المعلومات مفهوم يرى التحول من مجتمع صناعي إلى مجتمع حيث المعلومات – في أكثر أشكالها اتساعاً وتنوعاً – وهي القوة الدافعة والمسيطرة. وهناك من يرى أنه المجتمع الذي ينشغل معظم أفراده بإنتاج المعلومات أو جمعها أو اختزانها أو معالجتها أو توزيعها. كذلك هو مجتمع تتاح فيه الاتصالات العالمية وتنتج فيه المعلومات بكميات ضخمة كما توزع توزيعاً واسعاً، وتصبح فيه المعلومات قوة لها تأثير على الاقتصاد. وهو أيضاً المجتمع الذي يعتمد في مجمل أنشطته حياته على الاستخدام والتعامل بغزارة مع المعلومات.

وعموماً هو: "ذلك المجتمع الذي يتعامل أفراده ومؤسساته مع المعلومات بشكل عام وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات بشكل خاص في تسيير أمور حياتهم في مختلف قطاعاتها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والتربوية والصحية." وقد أتى مجتمع المعلومات بعد مراحل متعددة مر بها التاريخ الإنساني، وتميزت كل مرحلة بخصائص ومميزات، حيث شهدت الإنسانية من قبل، تكنولوجيا الصيد ثم تكنولوجيا الزراعة، وبعدها تكنولوجيا المعلومات، التي رسمت الملامح الأولى لمجتمع المعلومات هذا الأخير تميز "بالتركيز على العمليات التي تعالج فيها المعلومات، والمادة الخام الأساسية به هي المعلومة، التي يتم استثمارها بحيث تولد المعرفة، معرفة جديدة. وهذا عكس المواد الأساسية في المجتمعات الأخرى، حيث تنضب بسبب الاستهلاك، أما في مجتمع المعلومات فالمعلومات تولد معلومات، مما يجعل مصادر المجتمع المعلوماتي متجددة ولا تنضب" الأمر الذي يفسر أهمية المعلومات، ومكانتها كأهم مادة أولية على الإطلاق وهوما يجعل المجتمع الجديد يعتمد في تطوره بصورة أساسية على هذا المورد ، وشبكات الاتصال والحواسيب، ويتميز بوجود سلع وخدمات معلوماتية لم تكن موجودة من قبل، إلى جانب اعتماده بصفة أساسية على التكنولوجيا " الفكرية" أي تعظيم شأن الفكر والعقل الإنساني بالحواسيب، والاتصال والذكاء الاصطناعي ونظم الخبرة. (محمد محمود الحيلة، 2004، صفحة 19)

(في حين أنه لا يجب إقصاء أن مجتمع المعرفة هو ذلك المجتمع الذي يقوم أساساً على نشر المعرفة وإنتاجها وتوظيفها بكفاءة في جميع مجالات النشاط الاجتماعي. وهو ما يتطلب دراسة إستشرافية و مشروع دولة للنهوض بالبيئة المعرفية و مسيرة التطور التكنولوجي و أنظمة الذكاء الاصطناعي الذي يميز المجتمع العالمي الحديث. إلا أنه في الجزائر وفي بيئتنا الاجتماعية لا يمكننا الحديث عن تطبيق البيئة التكنولوجية و فرض مسيرة تطورها داخل نسق المؤسسات الناشئة وهذا لبعض المعوقات الاجتماعية التي يلخصها الباحث في بعض النقاط :

- غياب الوعي لدى المجتمع بأهمية العلم والتكنولوجيا والمعرفة وإقصاء أهمية الكمبيوتر والإنترنت في كافة نواحي الحياة العلمية و المعرفة و جميع مجالات الحياة. مما يؤثر على مساهمة المؤسسة الناشئة.
- غياب الشفافية في نشر المعلومات يولد لدى المجتمع الإحساس بعدم الثقة مما يولد نقص المسؤولية إتجاه المؤسسات الناشئة.
- عدم وجود معالم سياسة واضحة تخدم المؤسسة الناشئة وحاضنات الأعمال بتوفير جودة الخدمات المتعلقة بتكنولوجيا الاتصالات حتى يتولد للعامة مجموعة من القنوات الذاتية و الإجتماعية بضرورة تعزيز الفكر المقاتلاتي.
- عدم وضوح معالم الثقافة المعرفية و تكنولوجيا المعلومات و بروز الفجوة الرقمية و زيادة حدة أثارها السلبية علي حياتنا الاقتصادية والاجتماعية.

والخلاصة أننا إذا أردنا نشر البيئة التكنولوجية في مجتمعنا لابد من مراعاة معايير القاعدة الإجتماعية و الإجابة عن متطلباتها الضرورية للحياة من منطلق حماية الملكية الفكرية وكفالة حرية الرأي والتعبير ، والتشجيع عن الإبداع ، والعمل على إنجاح الديمقراطية الحث على إشراك الفاعلين بالمجتمع في صنع واتخاذ القرار السياسي . جميع هذه المعطيات تؤسس لمجتمع معياري يساير المجتمع التكنولوجي الحديث.

: إتساع الفجوة الرقمية في الجزائر 3. تحديات الإستدامة لبيئة الأعمال في ظل و اقع

ينطلق الباحث من تناول محددات الفجوة الرقمية من جملة الأسباب التي أسست إلى بروزها ومظاهر إتساع الفجوة بين فئات المجتمع الواحد حتى يتوضح لنا ذلك ، فمن بين أهم المحددات المساهمة نذكر المحددات الاقتصادية لأن لا يجب إقصاء واقع أن البيئة التكنولوجية تتطلب توفر قاعدة بيئية إقتصادية و وجوب بنية تحتية لفرض مجتمع معلوماتي وتكنولوجي يواكب المجتمع العالمي الحديث. وهذا معناه أن غياب الإمكانيات المالية والاقتصادية تقصي نجاح البيئة التكنولوجية في مجتمع هش أو بعبارة أخرى لم يتمكن بعد من صياغة الأطر الأساسية للقاعدة التحتية لبناء المجتمع. وبالتالي يؤثر سلبا على هشاشة بيئة الأعمال الخاصة بالمؤسسات الناشئة.

ففي الجزائر مثلا يبدو أن هناك قلة الاهتمام بتمويل المشروعات المعلوماتية من القادة وأصحاب القرار وكذلك نلاحظ إقصاء في مجال تمويل البنية التحتية للمعلوماتية. وهذا راجع أن نمط الإنتاج السائد في مجتمعنا والذي يعتمد على إنتاج المواد الخام وعلى رأسها النفط وهو ما يسعى بالاقتصاد الريع البترولي هو ما يضعف الطلب على اقتصاد المعرفة ويهدر فرص إنتاجها محليا وتوظيفها بفاعلية في النشاط الاقتصادي. (محمد الثبتي، 2002، صفحة 11.10)

وعليه يمكننا القول أن أهم الأسباب الرئيسية للفجوة الرقمية هو انعدام معالم البنية التحتية للمجتمع التي تعتبر أساس لبناء مجتمع المعرفة والمجتمع المعلوماتي. إضافة إلى بعض المظاهر الأخرى يرى الباحث أن يلخصها في ما يلي:

- سوء التخطيط و عدم وضع خطة ممنهجة لبناء البنية التحتية و الركيزة الأساسية في المجتمع التي تسير متطلبات العولمة و البيئة التكنولوجية العالمية لمجتمع المعلومات.
- غياب الاستثمار الفعلي في الموارد البشرية خاصة و إشراك المورد البشري في النقلة التكنولوجية لمجتمع المعلومات داخل بيئة الأعمال و مقتضيات التسيير الفعلي للمؤسسات الناشطة.
- التقليل من قيمة و أهمية مجتمع المعلومات. و تقزيم تمويل المشاريع البحث العلمي و تكنولوجيا الاتصالات لتعزيز الفكر المقاوالاتي.
- إقصاء التحول للإصلاحات الاقتصادية لتحسين النمو الاقتصادي. و غياب الإستراتيجية الواضحة لذلك.
- غياب التشريعات و التنظيمات القانونية الداعمة للاقتصاد الرقمي و التي ستساهم في تحويل من اقتصاد الريع البترولي إلى اقتصاد السوق.
- عدم توفر تقنيات التكنولوجية العربية المسيرة لمجتمع المعرفة و مجتمع المعلومات وقلة البرامج البحثية لأن المكونات التقنية و التكنولوجية هي الحجر الأساسي لبنية التكنولوجيا في الدول الحديثة..
- نقص شبكة الاتصالات و رداءة نوعيتها و بطء في سيولة الشبكة العنكبوتية و تكاليف الإنترنت.
- عدم تحفيز الجامعات والمعاهد على إجراء الأبحاث العلمية لتطوير التكنولوجيا و مسايرتها و التأسيس لبيئة الأعمال في مجتمعاتنا بصفة واضحة.

خلاصة القول: نستنتج أن عدم قناعة العنصر البشري و الرأسمال البشري الوطني، بما ذكرناه سابقا أسست لهجرة الأدمغة، واستنزاف كفاءات الوطن من خلال هجرة كافة الإطارات و الباحثين نحو الدول المصدرة للتكنولوجيا، بهدف الاستفادة من تطوير الذات و الاستفادة من مسيرة التكنولوجيا و ضمان الإرتقاء و التطور الذاتي و المعرفي . وكذا إنشاء مؤسسات ناشئة في الدول التي تمهد الأرضية و تساهم في تطوير الكفاءات و تحسين المقاوالاتية فيه بهدف الإستثمار فيه.

4. رهانات مستقبل الإستدامة لبيئة الأعمال في ظل مخلفات نقل البيئة التكنولوجية في مجتمعنا:

إنطلاقا من الدراسات المعرفية السابقة، يمكننا الجزم أن نقل البيئة التكنولوجية من المجتمع المصدر نحو المجتمع الإستهلاكي جاء ضمن تيار العولمة التكنولوجية ، إذ إستلزم على جميع الشعوب السائرة في طريق النمو مسيرة النمط العالمي وركوب موجة التسابق نحو إكتساب التكنولوجيا في حين تم إهمال لب البنية التحتية للمجتمع و الذي هو أساس التغيير النوعي للإنتقال التدريجي في إكتساح نمط التكنولوجيا المعرفية و تطويرها ؛ و هذا ما يبرر ظاهرة الحتمية المجتمعية التي يقر بها "دوركايم"، في تفسيره للمجتمع ككل و لأعضائه المنتمين إليه، باعتباره إطارا مرجعيا يعود له الأفراد الاجتماعيون لبناء الحقيقة و فهم ما يجري في أوساطهم الاجتماعية، و يهدف حسب و جهة نظر "دوركايم" إلى تشكيل ما يسميه بالضمير الجمعي، كشكل من الإستشارك في التصورات و الأنساق الاجتماعية الأساسية و القيم السائدة {الدين – القانون – الأخلاق} المستقلة عن التصورات الفردية ؛ وبذلك ينتقل الضمير الجمعي من المستوى

السيكولوجي للجماعة إلى عالم الأفكار المتداولة بين الجموع، عبر تمثلاتهم لهذه الأنساق الاجتماعية الممارسة في الواقع الاجتماعي، و يعتبر الضمير الجمعي في هذا السياق الفاعل الجمعي الوحيد في شكل و بنية التمثلات الجمعية كما هي ممارسة اجتماعيا من طرف المجتمع كنظام لها. (زيد بن محمد الرماني، 2002)

أخيرا لا يمكن إعتبار أن السياسات الاجتماعية وصلت إلى نقل تكنولوجيا الإتصالات بأهدافها الأساسية بإقصاء واقع البنية التحتية للمجتمع دون الإعتناء بالعنصر البشري و إيلائه الأهمية الأساسية بوصفه الركيزة التي يعتمد عليها المجتمع في إستثماره الحديث أو مانسميه بالرأسمال البشري.

5. و اقع البيداغوجيا التكنولوجية في محيط بيئة الأعمال :

إن ما سنحاول توضيحه في هذا العنصر أنه يقصد بتمثلات العامة من خلال قياس جميع التصورات و الإيحاءات التي تصدر عن الأشخاص داخل النسق الجماعي بهدف تحديد و تصنيف وقائع البيئة الجامعية المعاشة . (PIERRE BOURDIEU، 2004)

فعلى سبيل المثال و في مجتمعنا يسود إنطباع الرأي العام أن المؤسسات التي تعاني من الفجوة الرقمية يعود أساس ذلك أنهم يجدون صعوبة في الوصول إلى التكنولوجيا الحديثة، مما يؤثر على فرصهم في المشاركة في المجتمع الرقمي، وهو ما يؤسس ل الالاعدالة الاجتماعية في عدم تكافؤ الفرص بين المجتمع الواحد. (Mohamed Louadi، 2004)

وعليه يمكننا القول أن غياب تطبيق البيئة التكنولوجية يؤثر إرتباطا موضوعيا على مردود المؤسسة إذا لم يكن هناك إمكانية الوصول العادل إلى التكنولوجيا، فإنهم قد يواجهون فجوة رقمية تؤثر على فرص الوصول إلى المعلومات كما يمكن أن يؤدي استخدام التكنولوجيا بشكل غير عادل إلى تعزيز الانقسامات الاجتماعية بين الطبقات والمجتمعات.

6. الخاتمة :

إن البيئة التكنولوجية تمثل أسلوبا جديداً لتقديم الخدمات للمواطن بهدف رفع كفاءة أداء الأفراد وخفض الإجراءات الروتينية التي يعاني منها المواطنون وتوفير تكنولوجيا المعلومات و المعارف بطريقة سهلة للاستفادة من الثورة الرقمية الهائلة، و يتطلب تطبيق ذلك جملة من الإمكانيات بهدف تقديم خدمة متميزة للمواطن و للمؤسسات الناشئة عن طريق تحقيق مستوى أداء مناسب للمجتمع.

لكن في مجتمعاتنا نجد أن هناك بعض العقبات التي تواجه تطبيقاتها ميدانيا من أبرزها ضعف البنية التحتية للمجتمع و سوء نظم الاتصالات والمعلومات وضعف الوعي العام بأهمية تطبيق البيئة التكنولوجية كأداة لتحسين جودة الخدمات ومن ثم التوجه نحو مجتمع المعلومات القائم على المعرفة المقاولاتية لبيئة العمل، لذلك يجب وضع رؤية و استراتيجية على مستوى الدولة وخطة عمل يقوم بها فريق عمل من جميع التخصصات، ولذلك نورد مجموعة من التوصيات الهامة والمتمثلة أساسا فيما يلي:

- تكثيف الدورات التكوينية للعاملين تماشياً مع التطورات التكنولوجية الحديثة، وهو ما يزيد ثقة العامل بنفسه بأنه بمستوى التحديات الجديدة، مما ينعكس إيجاباً على رفع الروح المعنوية وكفاءة أداء العمل. لدى الأفراد و المؤسسات.
- نشر الوعي الإلكتروني للعاملين وللمواطنين وتزويدهم بمعارف حديثة تسمح لهم بالانتقال إلى مجتمع المعرفة.
- دعوة أصحاب القرار على العمل على ترسيخ مفهوم التطوير وتفعيله ضمن ثقافة المجتمع، لأنه يعتمد أساساً على مدى تكيف واستجابة مختلف الأطراف الفاعلة له.
- تكثيف الدورات التكوينية داخل المؤسسات الناشئة ونشر المعلومة بهدف زيادة فاعلية الأداء و ضمان تطوير الكفاءات الذاتية للمؤسسة الناشئة.
- تفعيل الحوار البيئي مع ثقافة المؤسسة لفهم سياق الفكر المقولاتي و مدى مساهمته في نفس السياق،

المراجع والهوامش:

زيد بن محمد الرماني. (2002). *الفجوة الرقمية رؤى مختلفة*. السعودية: دار جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.

1. نهال فؤاد أماني الرمادي. (2010). *علم المعلومات وتطبيقاته في البيئة الرقمية*. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
2. كمال عبد الحميد زيتوني. (2004). *تكنولوجيا التعليم في عصر المعلومات والاتصالات*. القاهرة: عالم الكتب.
3. محمد علي الحسيني. (1987). *مفاهيم علم الاجتماع*. الدوحة: دار قطري بن الفجاءة.
4. نهال فؤاد. (2012). *تقنيات مجتمع المعلومات في البيئة الرقمية*. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
5. محمد مصطفى عبد السميع و آخرون. (2004). *تكنولوجيا التعليم مفاهيم وتطبيقات* (المجلد 01). الأردن: دار الفكر.
6. محمد محمود الحيلة. (2004). *تكنولوجيا التعليم بين النظرية والتطبيق*. الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
7. محمد الثبيتي. (2002). *ثورة المعلومات و أسباب تأخرها في الدول العربية*. الأردن: الموسوعة العربية للكمبيوتر والإنترنت.
8. ياسين سعد غالب. (2006). *أساسيات نظم المعلومات الإدارية وتكنولوجيا المعلومات*. الأردن: دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان.
9. ارثي إيمان فاضل، الزغبى هيثم محمد. (2004). *نظم المعلومات الإدارية*. الأردن: دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان.

10. EMILE DURKHEIM. (1974). *Représentations, individuelles et Représentations collectives. Dans « Sociologie et philosophie*. Paris,; PUF émoticône Tongue : 40.
11. Mohamed Louadi. (2004). *Introduction aux technologies de l'information et de la communication*. Tunis: Centre de Publication Universitaire.
12. PIERRE BOURDIEU. (2004). *LES CHAMPS DE LA CRITIQUE*. PARIS: PHILIPPE CORCUFF (DIR.), BIBLIOTHEQUE PUBLIQUE D'INFORMATION/CENTRE POMPIDOU.

Transformation digitale et compétitivité : entre atouts et défis

Cas du secteur bancaire en Algérie

Digital transformation and competitiveness: between assets and challenges

The case of Algeria's banking sector

BENAHMED Kafia

Maitre de conférences B, Université de Bejaia, Algérie
kafia.benahmed@univ-bejaia.dz

BERRAHRAH Siham

Laboratoire MAGIPO, Ecole Supérieure de Commerce, Algérie
s_berrahrah@esc-alger.dz

Résumé

L'objet de ce travail consiste à analyser l'incidence de la digitalisation sur la compétitivité des banques en Algérie. En se basant sur une étude descriptive, nous avons mobilisé une analyse des données tirées des sites de certaines institutions financières et de leurs rapports d'activité, une recherche documentaire des articles scientifiques et de rapports professionnels. L'objectif est d'analyser les changements induits par les évolutions technologiques récentes sur le marché bancaire, principalement, cerner les atouts potentiels et relever les défis qu'affrontent les banques face à cette transformation digitale en Algérie.

Mots clés : Banque, Services financiers, Digitalisation, Compétitivité, Algérie.

Abstract

The aim of this work is to analyze the impact of digitalization on the competitiveness of banks in Algeria. Based on a descriptive study, we mobilized an analysis of data drawn from the websites of certain financial institutions and their activity reports, a documentary search of scientific articles and professional reports. The aim is to analyze the changes brought about by recent technological developments in the banking market, and in particular, to identify the potential assets and challenges facing banks in Algeria as a result of this digital transformation.

Key-words: Bank, Digitalization, Financial services, Competitiveness, Algeria.

Introduction

Depuis plus de deux décennies, le développement technologique a pris de l'ampleur au sein des entreprises et de l'économie en général, phénomène qui a été accéléré par la crise du Covid 19 mettant en évidence l'importance de la digitalisation des processus, des activités et des pratiques au sein des organisations. À l'instar des autres secteurs économiques qui ont été

bouleversés par la technologie numérique, le secteur bancaire n'échappe pas à la règle, la révolution technologique a transformé l'activité et les métiers de la banque ainsi que la manière dont elle gère et analyse les données financières. Ce phénomène a permis toutefois, une amélioration de rendement, une réduction des coûts opérationnels ainsi qu'une diversité des produits et services bancaires offerts aux clients. Ce basculement numérique est mobilisé par une gamme d'outils technologiques manifestée par les réseaux sociaux, le cloud, le Big Data ainsi que des applications via des smartphones et tablettes servant à de nouveaux usages en mobilité.

Face à ce contexte, la capacité concurrentielle des banques se voit menacée et ce en raison de l'émergence de nouveaux acteurs non-bancaires qui offrent des produits et services bancaires innovants et adaptés aux nouvelles exigences et attentes des clients. Il s'agit des Fintechs startup et les acteurs du crowdfunding ainsi que le développement continu de nouvelles formes de services bancaires. À cet effet, les banques sont appelées à mettre en place des plans de transformation digitale pour diversifier leur offre de produits et services, améliorer la relation client et surtout garantir leur survie.

En Algérie, le secteur bancaire a enregistré ces dernières années un progrès en matière du numérique avec la mise sur le marché de nouveaux produits et moyens de paiement digitaux offerts aussi bien par les banques que par les non-banques. Plusieurs initiatives de promotion du passage vers un secteur financier digitalisé sont prises par le gouvernement, par la mise en place des projets d'exploitations de canaux alternatifs en proposant des solutions technologiques innovantes. En effet, la finance digitale est vue comme un marché émergent en Algérie, l'engagement affiché par les régulateurs, les fournisseurs de services financiers numériques visant à encourager l'utilisation active des services financiers numériques au sein du marché. Dans ce contexte, il est important de poser la question suivante : Que peuvent-être les incidences de la transformation digitale sur la compétitivité bancaire en Algérie ? Pour pouvoir répondre à cette question de recherche, celle-ci a été subdivisée en deux sous questions qui sont les suivantes :

- Quels sont les atouts qu'apporte la transformation digitale à la compétitivité des banques en Algérie ?
- Quels sont les défis qu'affrontent les banques en Algérie face à la transformation digitale ? »

Afin de répondre à notre problématique, une démarche descriptive et analytique est privilégiée. Il s'agit d'analyser les données tirées des sites de certaines institutions financières et de leurs rapports d'activité. Nous mobilisons une recherche documentaire des articles scientifiques et de presses actuelles ainsi que des rapports professionnels. Toutes ces sources ont été utilisées afin d'appréhender l'état des initiatives de promotion de la transformation digitale, d'identifier le potentiel de cette transformation au niveau du secteur bancaire en Algérie.

Ce travail est structuré en deux parties. Une partie théorique qui traite de la transformation digitale au sein des banques ainsi que son lien avec la compétitivité. Une partie empirique

consacrée à l'étude des effets de la transformation digitale sur la compétitivité des banques tout en développant les avantages et les menaces du numérique.

1.Cadre conceptuel et théorique de la digitalisation

Depuis plusieurs années, avec l'introduction puis la généralisation du digital, la banque fait face à un nouveau contexte client et se retrouve du fait dans une spirale ouvrant de nouvelles opportunités tout en ayant des défis à relever. En effet, la révolution technologique a profondément changé le comportement et les attentes du client de la banque et donc les produits et services financiers. En raison de cette situation, la banque devait repenser sa stratégie et réinventer son business model afin de faire face à cette nouvelle ère digitale.

1.1. La transformation digitale des banques

Plusieurs auteurs considèrent la transformation digitale comme l'introduction de la technologie numérique dans toutes les fonctions et processus d'une entreprise afin de modifier son fonctionnement et de générer de la valeur à la clientèle (Bouali & Ejbari, 2022, p 350). En effet, la transformation digitale se manifeste par la multiplication des outils qui permettent plus de mobilité et de fluidité ainsi que le recours à des compétences qui augmentent la réactivité de l'organisation aux nouvelles tendances de l'environnement. Cependant, la transformation digitale varie d'une entreprise à une autre, ce qui rend difficile de trouver une définition uniforme.

1.1.1. Définition de la transformation digitale

La transformation digitale au niveau de la banque peut se définir comme « *une révolution des pratiques, l'automatisation et la simplification des processus : vers une accélération et optimisation des flux d'échanges internes, et ceux entre la banque et ses clients ou partenaires. La digitalisation constitue un vecteur de création de valeur et d'opportunités commerciales* » Ait Ouhammou *et al.*, (2019, p 207). Cela signifie que l'intégration et l'exploitation des nouvelles technologies numériques constituent l'un des plus grands vecteurs du bouleversement de l'activité bancaire, dont l'un des éléments précurseurs de la transformation digitale bancaire est l'apparition de la monnaie électronique suivi par l'émergence de la technologie mobile manifestée par les smartphones et tablette ce qui aboutit à bouleverser les modes de transactions financières et réduit considérablement les coûts de transmission de fonds. Tekpanzo (2023, p 9), souligne que : « *une banque digitale est avant tout une banque entièrement optimisée pour le mobile, dotée d'une application Internet et rend les clients mieux informés et plus exigeants* », la digitalisation d'une banque est de ce fait une reconversion de ses processus et son mode de fonctionnement vers un modèle plus fluide, mobilisée par la technologie cloud, le big data, les réseaux et plateformes numériques ainsi que les applications mobiles.

Par ailleurs, Béziade & Assayag (2014), cité par Tekpanzo (2023, p 11), mettent l'accent sur quatre facteurs de la transformation digitale des banques : l'optimisation de l'expérience

client, la transformation des processus opérationnels, l'évolution des modes de fonctionnement et du business model. Ils distinguent le digital externe : présence de l'entité et visibilité sur les réseaux sociaux avec les interactions, le digital central : impact du digital sur l'écosystème de l'entité et le digital interne : impact du digital sur le personnel, l'organisation et les processus opérationnels.

1.1.2. Les canaux de la transformation digitale bancaire

Avec la transformation digitale, le comportement du client et ses attentes ont évolué en créant des opportunités et défis pour les acteurs bancaires. Par conséquent, les banques traditionnelles doivent repenser complètement l'expérience client et délivrer de nouvelles offres digitales

L'optimisation de l'expérience client : la gestion de la relation client est la capacité à identifier, à acquérir et à fidéliser les meilleurs clients dans l'optique d'augmenter le chiffre d'affaires et les bénéfices de la banque. Avec les avancées technologiques, les banques peuvent créer un avantage concurrentiel durable et fidéliser leurs clients à travers la mise en œuvre d'une stratégie digitale centrée sur l'expérience client et ses besoins fonctionnels, relationnels et émotionnels (Batat, 2018, cité par Ait ouhammou et al., p 211). En investissant dans la technologie digitale, les banques peuvent créer un modèle de distribution à faible coût basé sur des innovations technologiques et ouvrant des perspectives intéressantes sur de multiples leviers : réduction des coûts, part de marché et créativité.

Réinventer le service et mode de fonctionnement interne : avec l'introduction des nouvelles technologiques, les banques se retrouvent face à la nécessité de réinventer leur offre de service, de faciliter les usages digitaux et d'élargir le périmètre d'intervention, de proposer un accompagnement agile des services et des tarifs extrêmement compétitifs voire gratuits pour certains services. De même, les nouvelles technologies sont fortement sollicitées dans le cadre des processus liés au respect de la conformité, de détection des fraudes, d'analyse des risques financiers et sont très efficaces en matière de communication et d'une gestion optimale des flux d'information.

1.2. Digitalisation et compétitivité : approche théorique

En adoptant la numérisation, la banque développe sa relation avec son client en lui offrant des services plus poussées et accessibles ce qui favorise l'autonomie du client. En effet, les nouveaux moyens de paiement digitaux et les applications mobiles sont utilisés au quotidien et constituent les produits innovants efficaces et simplifiés. Cela d'un côté, et de l'autre côté, le numérique a permis à la banque de faire baisser les frais opérationnels grâce à l'automatisation du processus et l'indépendance croissante aux infrastructures.

1.2.1. Avantages du digital

Les banques ont réussi rapidement leur transformation digitale et les clients utilisent de plus en plus les nouvelles formules proposées par les banques, ce qui a stimulé la croissance du marché digital.

Il y a lieu de citer parmi les avantages tirés de l'utilisation des services digitaux pour la banque, la réduction des coûts opérationnels, l'open banking et la rapidité dans la mise des services sur le marché. Ajoutons à cela, le gain du temps, où un bon nombre de tâches a été délégué aux clients ou ces deniers peuvent désormais effectuer des paiements de manière autonome ou encore procéder au changement d'adresse via E-banking, ouvrir des comptes bancaires en ligne en utilisant des applications bancaires et avoir des informations sur les produits et services offerts directement sur le site internet de la banque.

1.2.2. Les défis du digital

En dépit des avantages tirés de la digitalisation, cette dernière constitue un défi pour la banque qui est, désormais, confrontée à des pannes de réseaux et des problèmes sécuritaires, ainsi qu'aux difficultés quant à l'intégration de nouvelles plateformes numériques en exploitant les systèmes déjà existants. Toutes ces situations, par conséquent, peuvent lui causer de graves pertes entravant du fait la croissance du marché (Mordor, 2023).

De même, la banque est confrontée à une nouvelle forme de concurrence provenant des start-ups proposant des produits financiers plus performants. De plus, le phénomène de cybercriminalité bloque les banques dans le développement du digital. Vu cette situation de risques, la réglementation devient de plus en plus répressive afin d'assurer la conformité des banques.

Dans ce contexte, pour garder leur place sur le marché et rester compétitives, les banques doivent réinventer en collaborant avec les entreprises innovantes dans les nouvelles technologies, chose qui leur permettent d'acquérir de nouvelles compétences nécessaires dans ce nouveau monde numérique. Cette transformation numérique a fait naître un nouveau style de concurrence qui met l'activité des banques en difficulté. Le marché bancaire a connu l'entrée de nouveaux acteurs non bancaires à l'instar des Fintechs qui sont des entreprises offrant des services financiers : de paiement, de financement et d'investissement. Mais aussi, nous avons les géants d'internet qui sont les GAFAM (Google, Amazon, Facebook, Apple et Microsoft) et les BATX (Baidu, Alibaba, Tencent et Xiaomi). En utilisant les nouvelles technologies entre autres l'intelligence artificielle, les technologies mobiles, le cloud computing et le big data, les entreprises innovantes ont pu créer des alternatives aux produits bancaires plus intéressantes pour les clients.

Pour faire face à cette situation de concurrence, les banques adoptent certaines stratégies envers ces Fintechs. La première consiste à racheter des concurrents, il s'agit du cas de la société Générale française par exemple. La deuxième stratégie est plutôt orientée vers une collaboration en contrepartie d'accompagner la Fintech dans son développement. Parmi les principaux concurrents, nous citons :

a) L'apparition des banques en ligne

Le développement du digital entraîne l'émergence de nouvelles sources de concurrence pour la banque. Le premier acteur qui a fait son entrée sur le marché est de nature bancaire, il s'agit de la banque en ligne ; une banque dite virtuelle ou encore une banque sans agence. Cette

banque offre à ses clients toute sorte de services offert par la banque classique mais accessibles uniquement par internet. Ces banques proposent des tarifs très attractifs par rapport aux autres banques, chose qui s'explique par leur capacité à faire réduire les coûts du fait de l'absence de réseau d'agence. D'où, ces banques constituent une menace pour les banques classiques.

b) L'émergence de la Fintech

La Fintech est la combinaison de deux mots : finance et technologie et se réfère à l'ensemble des entreprises ou startup utilisant les nouvelles technologies pour innover dans le secteur de la finance. En développant différentes applications, ces entreprises ont réussi à muter le monde de la finance ce qui leur permet de réaliser une croissance considérable et attirer plus d'investissement. La Fintech a plusieurs œuvres, entre autres l'ouverture des comptes en ligne, mise à disposition des clients des cartes bancaires, l'offre d'applications de transfert d'argent hors du circuit bancaire. De même, ces startups disposent des sites web dits crowdfunding permettant aux particuliers d'emprunter des fonds sans passer par la banque. Ces services répondant parfaitement aux attentes des clients connectés font des Fintechs une forme de concurrence croissante.

Plusieurs facteurs sont derrière l'avènement des Fintechs, la crise financière de 2008, insuffisance en matière d'octroi de crédit au profit des PME, la hausse de l'épargne, la généralisation de l'utilisation d'internet et dernièrement la crise sanitaire du Covid 19.

2. La transformation digitale en Algérie

Au cours de ces dernières années, l'activité digitale dans le domaine de la finance en Algérie a connu une évolution positive. Les citoyens qu'ils soient jeunes ou âgés utilisent des supports numériques quotidiennement ce qui oblige les banques de répondre à cette nouvelle tendance digitale. Les résultats de l'enquête menée par le ConsumerLab d'Ericsson en 2021 sur les tendances des consommateurs d'internet en Algérie ont révélé que ces derniers passent plus de temps en ligne, soit en moyenne 2 heures par jour que ce soit pour travailler ou pour être en contact avec l'entourage. Le résultat le plus attrayant de l'étude montre l'importance du taux de pénétration de smartphone, où plus de 80% des personnes détiennent un smartphone soit en moyenne un smartphone par foyer.

En période de la crise sanitaire, la vie économique et sociale en Algérie a été fortement digitalisée, la population utilisait de plus en plus des sites et des applications apparues pendant la même période et ce, au sein des différents domaines, économique, éducatif, sanitaire commercial et bancaire.

En introduisant les nouvelles technologies dans l'activité bancaire, les banques proposent une gamme de services numériques comprenant des applications et des cartes bancaires, la signature électronique et le call center ainsi que la messagerie électronique permettant de communiquer en interne et en externe. D'autres technologies sont aussi utilisées, il s'agit de l'intelligence artificielle, l'apprentissage automatique, l'automatisation des processus ainsi que l'analyse de données avancée. À noter que l'adoption des nouveaux moyens digitaux

permet d'améliorer les résultats comptables de la banque, en l'occurrence le produit net bancaire et le total du bilan.

Néanmoins, en dépit de la transformation digitale qui vient impacter le secteur bancaire et financier en Algérie, ce dernier manque d'infrastructures technologiques, d'un système de paiement avancé ainsi que des paiements électroniques, d'où le développement des nouvelles technologies reste timide comparativement aux pays développés et à nos voisins maghrébins. Pour ce qui est des Fintechs, il a été affirmé par Sekak (2022), qu'elles sont un territoire complètement inexploité bien que certaines œuvres d'un éventuel décollage sont présentes.

2.1. Atouts de la transformation digitale en Algérie

Il y a lieu de mettre en évidence l'importance de la technologie financière dans le développement de l'inclusion financière en Algérie. La Fintech contribue certainement à la bancarisation des ressources qui circulent en dehors du circuit bancaire et ce à travers l'adoption par les banques des solutions numériques offertes par les startups. Ajoutons à cela, l'investissement des banques dans les nouvelles technologies à travers la collaboration et la participation au capital de ces entreprises permet de développer l'inclusion financière.

Un autre avantage est lié au fait que la Fintech aide à réduire d'un côté, les fléaux relatifs à l'économie parallèle et de l'autre côté, l'exclusion financière ce qui permet une inclusion globale. D'où l'importance de mener des campagnes de sensibilisation et de vulgarisation des moyens et pratiques de la Fintech auprès des citoyens.

2.2. Les défis de la transformation digitale en Algérie

Propulsée par la révolution digitale, la Fintech est perçue comme un nouvel acteur envahissant le monde de la finance. Ces petites entreprises exerçant dans divers domaines de l'économie proposent des services financiers via un paiement électronique. Il s'agit entre autres de Coursa, Guidini, et yassir. D'autres formes et acteurs de la Fintech exercent sur le marché financier algérien :

2.2.1. Les Fintechs start-up

Parmi les Fintechs exerçant en Algérie, il y a lieu de citer *Digital Finance Algeria* (DFA) qui est une société spécialisée dans la mise en place de solutions financières digitales innovantes dans le domaine du conseil et d'accompagnement des banques. Cette société propose une plateforme bancaire numérique dont : Internet banking, Mobile banking, ATM, et des Services financiers mobiles : NETinfo MFS (dzpay.digital, 2023).

Une autre société dite « *BEYN* » a pour mission de favoriser la performance des banques et des institutions financières en enrichissant la relation avec leurs clients et en réduisant leurs coûts de traitement des opérations par la transformation digitale. Elle propose une large gamme de produits, notamment des solutions *banque digitale* (Sela, Kantara, Manara, Nazra) et des solutions de paiement électronique (Wimpay, Teqa, Surea) (beyn.io, 2023). Nous retrouvons également la plateforme de conseil en ligne Moustachir dont la mission principale

est de fournir des services de conseil professionnel de divers domaines : entrepreneurs, économie et finance, intelligence artificielle, ... etc. (moustachir.dz, 2023).

À noter que le secteur financier en Algérie a fait l'objet d'une transformation numérique donnant lieu à l'émergence des startups exerçant dans la technologie de l'assurance, il s'agit de ce que l'on appelle « Insurtech ou Assurtech ». Deux startups ont réussi leur programme Fintech Startup Challenge (Riad, 2023, p 517). La première startup créée en 2020 est Amentech consacrée aux déclarations des sinistres. Elle a pour proposition la dématérialisation de ces dernières, ce qui permettra d'éviter des pertes au niveau du chiffre d'affaires, augmenter la vitesse d'indemnisation et améliorer par conséquent, l'image de l'assurance auprès des clients. Parmi les solutions numériques proposées par cette startup, nous avons la souscription des contrats d'assurance, la consultation des garanties et les caractéristiques de la couverture et la simulation des devis. Un autre service dédié aux assurés automobiles leur permettant d'effectuer un constat en ligne en cas d'accident ou du vol de véhicule. La deuxième startup est B-link Solutions, créée en 2021 et apportant des solutions aux assureurs en matière de gestion des contrats et dossiers des clients. Il s'agit d'une plateforme modulaire contenant une base de données unique ainsi qu'un ensemble d'outils qui s'adaptent aux différentes entreprises traitant ainsi de l'assurance de personne, de l'assurance responsabilité civile, de la réassurance, ... etc.

2.2.2. Le crowdfunding :

Les acteurs de la fintech start-up ne constituent pas le seul défi concurrentiel aux banques traditionnelles en Algérie, le marché financier connaît un élargissement de ce qu'on appelle « le crowdfunding » qui constitue un appel ouvert, le plus souvent par l'intermédiaire d'Internet, à la fourniture de ressources financières soit sous forme de don, soit en échange d'un produit futur ou d'une forme quelconque de récompense pour soutenir un projet. Cette nouvelle activité a été réglementée en 2020 par la loi de finance complémentaire, puis elle est réglementée par la Commission de régulation et de suivi des opérations de bourse (COSOB) qui indiquera les conditions d'approbation de l'exercice et du contrôle de ces plateformes. Nous retrouvons, ainsi, quatre plateformes de crowdfunding en Algérie, à savoir : Twiiza (2013), Chriky (2014), Ninvesti (2019-2020) et Kheyima (2020). Une autre plateforme a été créée récemment (en 2023) mais peu de détails sont disponibles à son sujet, il s'agit de Algeria Donation Crowdfunding.

En plus de ces plateformes de crowdfunding exerçant en Algérie, des plateformes similaires exerçant à l'étranger. Il s'agit de Zoomal.com qui est une plateforme de crowdfunding couvrant la région MENA, la plateforme Kickstarter qui est une plateforme de crowdfunding américaine responsable du financement de 245507 projets jusqu'en 2023, leur financement en Algérie ne représente que 7 % (soit la troisième position dans la région du Maghreb en 2019) et enfin la plateforme Indiegogo qui est également une plateforme de crowdfunding américaine.

2.2.3. L'e-paiement

Les solutions de paiement électronique disponibles en Algérie comprennent les produits fournis par les opérateurs locaux. Il s'agit principalement de la CIB, les cartes mises à disposition par la SATIM dans presque toutes les banques locales, la carte EDAHABIA d'Algérie Poste et les cartes de crédit internationales tels que les cartes VISA et Mastercard. Ces cartes ont été introduites par plusieurs banques exerçant en Algérie (AGB, BEA, BNP Paribas El djazaïr, BDL, etc.).

Le paiement électronique est également possible via des applications de téléphonie mobile « M-paiement » sans l'utilisation des cartes CIB/EDAHABIA et via des plateformes internationales de paiement électronique comme PayPal, Stripe et PaySera, ces plateformes permettent à leurs clients de créer des portefeuilles numériques et de gérer leur argent. En plus du paiement électronique, la Fintech propose également une gamme d'applications mobiles, de sites Web, et d'autres solutions bancaires numériques citons : le service Baridimob d'Algérie Poste, des services bancaires comme Banxy (Groupe Natixis).

Ces services financiers numériques doivent permettre à la clientèle bancaire d'interagir avec les prestataires de services financiers, d'utiliser immédiatement les lignes de crédit existantes et d'accéder à des sources de financement alternatives qui pourraient compenser le manque de liquidité des institutions financières traditionnelles. En Algérie, Digital ID, qui a été lancé en 2016, a permis aux institutions financières d'embarquer efficacement les clients en conformité avec la lutte contre le blanchiment d'argent et d'autres exigences de connaissances du client ce qui améliore la rapidité et le coût des services financiers sans compromettre la sécurité et la fiabilité.

Conclusion

Le secteur bancaire qui était auparavant le seul canal de distribution des produits et services bancaires, traverse une étape de transition et de reconversion à travers les nouveaux moyens et pratiques digitales. Cette mutation dite transformation digitale, résulte de l'incorporation des nouvelles technologies dans le travail quotidien de la banque. L'adoption de ces technologies a fait changer le comportement du client devenu de plus en plus exigeant, et de plus en plus considéré. D'où les tarifs, la qualité de produit, le temps et la proximité deviennent les éléments clés de la réussite des banques.

La transformation digitale, consistant à utiliser les moyens numériques s'appuyant sur l'informatique, l'internet et des logiciels spécifiques, a pour objectif d'optimiser l'organisation et le développement de la banque. En effet, le digital permet une meilleure performance opérationnelle, une meilleure communication en interne et en externe, une gestion plus efficace des risques et une meilleure gestion des données. Toutefois, des défis provenant du digital sont aussi à relever. En effet, la transformation digitale a fortement affecté le secteur bancaire avec l'émergence des banques en ligne et l'expansion des services en ligne remplaçant les produits bancaires ouvrant par conséquent la voie à de nouveaux acteurs entre autres les Fintech qui rentrent en concurrence avec les banques classiques. Par

ailleurs, dans ce contexte de transformation du secteur bancaire, des établissements vont soit disparaître, soit s'adosser par voie de rapprochement. Ce qui revient à faire un arbitrage afin de réduire les capacités et les adapter au marché, et arrêter du fait les activités non rentables, pour céder des métiers ou pour reconstituer leur capital.

En Algérie, la crise sanitaire du Covid 19 était un catalyseur pour l'activité économique, elle a accéléré le processus de digitalisation et étant une opportunité pour tous les secteurs, en particulier celui des startups, elle a permis à ces dernières de développer des solutions dans le digital, et à long terme de participer la diversification de l'économie nationale. En dépit des efforts consentis en matière de digitalisation, beaucoup reste à faire, les banques doivent innover en vue de répondre aux nouvelles attentes des clients et pour rester compétitive. Le non accomplissement du processus de digitalisation en Algérie est dû à plusieurs contraintes, réglementaires, financières, en plus des problèmes de sécurité, d'infrastructure et d'adaptation aux changements.

Pour remédier aux différents problèmes liés à la digitalisation, il convient aux pouvoirs publics de mettre en place certaines mesures afin d'agir aussi bien sur la demande que sur l'offre. Côté demande, l'amélioration de l'inclusion financière et le renforcement de la confiance incitent la population à utiliser le commerce électronique. De même, il est nécessaire d'étendre l'accès à des connexions haut débit et de qualité aux régions rurales. L'action sur l'offre devrait réduire l'incertitude réglementaire afin de faciliter l'adoption de modèles économiques innovants et encourager par conséquent le développement des startups.

Bibliographie

- AIT OUHAMMOU, M, & AIT TALEB, N & KHARISS, M (2019) « La transformation digitale : quel impact sur les métiers bancaires ? Cas des banques marocaines », Revue Internationale du Marketing et Management Stratégique, Vol 1, n°1, pp 204-224.
- BOUALI, J & EJBARI, R (2022) « La transformation digitale des entreprises : Proposition d'un cadre théorique global de compréhension », International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics –IJAFAME, Vol 3, Issue 1-1, pp.348-366.
- KARIMI, D & SAID, K (2022) « Impact de la Digitalisation sur la Performance Bancaire dans la Prévention et la Lutte contre le Blanchiment de Capitaux », African Scientific Journal, Vol 3, n° 12, pp 461-476.
- MORDOR, (2023) « Analyse de la taille et de la part du marché des plateformes bancaires numériques - Tendances et prévisions de croissance (2023 - 2028) », in : <https://www.mordorintelligence.com/fr/industry-reports/digital-banking-platform-market>
- RIAD, M (2023) « Contribution de la Fintech au développement du secteur financier : Insurtech, une vision moderne d'un secteur algérien plutôt traditionnel », Revue innovation, vol 13, n°3, pp 508-523.
- SEKAK, R. (2020) Perspectives de développement de la FINTECH en Algérie : Sortir de l'archaïsme bancaire. » in <https://www.arabnews.fr/node/43196/mosa%C3%AFque>
- TEKPAZANO, L (2023) « Finance digitale et création de valeur dans le secteur bancaire au Bénin », Revue Africaine de Gestion (RAG) – Vol 4, n° 1, pp 3-26.

- <https://www.ericsson.com/fr/press-releases/2021/6/ericsson-consumerlab-pandemic-driven-online-adoption-habits-to-be-future-norm> consulté le 21/02/2024 à 13h00
- <https://dzpay.digital/> consulté le 21/02/2024 à 14h50
- <https://moustachir.dz/fr/> consulté le 21/02/2024 à 14h10
- <https://beyn.io/> consulté 21/02/2024 à 14h00

أهمية التجارة الالكترونية في دعم المنافسة الحرة

The importance of electronic commerce in supporting free competition

تاج براهيم ، طالب دكتوراه ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة الجليلي اليابس ، سيدي بلعباس ، الجزائر

الملخص

شهد العالم في السنوات الأخيرة ثورة رقمية هائلة في جميع المجالات والأصعدة ، وقد عرف المجال الإقتصادي والتجاري حركية في ظل هذه الثورة ، حيث ظهر ما يعرف بالتجارة الالكترونية ، وقد عملت هذه الأخيرة على تسهيل التعاملات التجارية مما سهل حياة البائع والمستهلك وهذا الأمر زاد من فعالية دعم المنافسة الحرة بين المتعاملين والمؤسسات .

Summary

In recent years, the world has witnessed an enormous digital revolution in all spheres and levels. The economic and commercial sphere has become dynamic under this revolution. The so-called electronic commerce has emerged. The latter has facilitated commercial transactions, facilitating the lives of the seller and consumer. This has made it more effective to support free competition between clients and institutions.

الكلمات المفتاحية : الثورة الرقمية ، التجارة الالكترونية ، المنافسة الحرة .

Keywords: digital revolution, electronic commerce, free competition.

مقدمة

يعد العصر الحالي عصر الثورة التكنولوجية ، حيث اثرت هذه الأخيرة وبشكل كبير على جميع مناحي الحياة بما في ذلك الحياة الاقتصادية والتجارية فظهر في هذا الصدد ما يعرف بالتجارة الالكترونية كمصطلح جديد يهدف الى تسهيل المعاملات التجارية وخلق جو من التنافس الحر متعدية بذلك حدود الزمان والمكان ما ترتب عليه تسهيل حياة المستهلك فقد أصبح بإمكانه المقارنة بين السلع والمنتجات و إختيار ما يناسبه من وجودة و أسعار .

وعليه فإن الدولة الجزائرية وفي إطار توجهها الى تطبيق مشروع الجوائر الالكترونية وتطبيق الرقمنة سعت الى تحقيق اقتصاد رقمي من خلال اعتماد التجارة الالكترونية وهذا ما تم فعلا من خلال اصدار المشرع الجزائري للقانون 05/18 المتعلق بالتجارة الالكترونية وذلك بهدف تحقيق الجودة و التنافسية بين المؤسسات وتسهيل الحياة التجارية سواء للبائع أو المستهلك.

وعليه و من هذا المنطلق يمكننا طرح الإشكالية التالية : كيف ساهمت التجارة الالكترونية في الجزائر في دعم المنافسة الحرة ؟

للإجابة على هذه الاشكالية سوف اتبع المنهج التحليلي والوصفي وأقسم دراستي الى مبحثين :

المبحث الاول : مفهوم التجارة الالكترونية

المبحث الثاني: دور التجارة الإلكترونية في دعم المنافسة الحرة في الجزائر

المبحث الاول : مفهوم التجارة الإلكترونية .

تعد التجارة الالكترونية من بين المصطلحات الحديثة التي ظهرت الى الوجود في العصر الرقمي حيث تهدف هذه الأخيرة إلى تسهيل الحياة التجارية بجميع ابعادها مما جعلها ركيزة اساسية لتحقيق الإقتصاد الرقمي.

و لتحديد مفهوم التجارة الالكترونية سأنتظر من خلال هذا المبحث الى تحديد تعريفها وخصائصها وانواعها.

المطلب الاول : تعريف التجارة الإلكترونية وخصائصها .

سيتم من خلال المطلب الاول من هذه الدراسة تسليط الضوء على تعريف التجارة الإلكترونية في الفرع الاول وبيان خصائصها في الفرع الثاني .

الفرع الاول : تعريف التجارة الإلكترونية.

ظهرت التجارة الالكترونية في فترة ليست بالبعيدة حيث تعددت تعاريفها وصورها واشكالها واشهر شكل كان لها التسوق عبر شاشات التلفزيون ولكنها لم تعرف فتلك الاونة بأنها شكل من أشكال التجارة الإلكترونية الى غاية ظهور الإنترنت و بداية استخدامهما في الأغراض التجارية فظهر شكل جديد للتجارة وهي التجارة عبر الانترنت ويعود بواحد ذلك لظهور التبادل الالكتروني للبيانات " EDI " الذي أخذت تتعامل به مختلف المنشآت الكبيرة في كافة القطاعات وقد أثير موضوع التجارة الالكترونية بصفة رسمية و لأول مره في منظمة التجارة العالمية باقتراح قدمته الولايات المتحدة الامريكية في إجتماع المجلس العام للمنظمة في فيفري 1998 وفي سنة 1999 أنشأت شركة جنرال موتورز اكثر من 18,000 صفحة من المعلومات على موقعها WWW.GM.COM¹³ وفي سياق البحث عن تعريف التجارة الالكترونية يمكننا تقديم التعاريف التالية :

¹³ مراوية صبرينة ، " الاطار المفاهيمي للتجارة الالكترونية " ، مجلة الحقوق والحريات ، جامعة محمد خيضر ، بسكرة ، المجلد 10 ، العدد 2 ، 2022 ، ص 955 .

تعرفها منظمة التجارة العالمية على ان مجموعة متكاملة من عمليات انتاج وتوزيع وتوثيق وتسويق وبيع المنتجات بوسائل إلكترونية¹⁴

ويمكن تعريفها ايضا بان عملية بيع أو شراء أو تبادل المنتجات والخدمات والمعلومات باستخدام شبكة الانترنت كما عرفت ايضا على انها مجموع المبادلات التجارية التي يتم من خلالها الشراء عبر شبكة الإتصالات عن بعد¹⁵

اما تعريفنا الخاص للتجارة الالكترونية فيمكننا القول بانها عملية تجارية تتم عبر وسائط الكترونية و يتم من خلالها عرض السلع والمنتجات والاسعار يتمكن من خلالها المستهلك من اختيار ما يناسبه وباقل جهد وتكلفة ممكنة.

الفرع الثاني : خصائص التجارة الالكترونية

تتميز التجارة الالكترونية بجملة من الخصائص التي تميزها عن التجارة في ظل البيئة التقليدية وتتمثل فيما يلي¹⁶:

اولا : التواصل الفعال مع العملاء

تتميز التجارة الالكترونية بانها تتخطى عنصري الزمان والمكان وبالتالي يتم تسهيل المعاملات مع العديد من الشركات سواء المحلية أو العالمية بكل سهولة ويسر.

ثانيا : توفير الجهد والوقت .

توفر التجارة الإلكترونية الكثير من الوقت و الجهد حيث يصبح الشخص او المستهلك او البائع او المشتري غير مضطر للسفر او الانتقال من مكان الى مكان حيث يتم اتمام الصفقة او شراء منتج معين من خلال نقرة واحدة تستطيع ان تشتري ما تريد من خلال البطاقات الائتمانية وعن طريق وسائل الدفع الالكتروني .

ثالثا : زيادة الارباح .

يوفر التسويق الإلكتروني العديد من الفرص لعرض المنتجات او الخدمات الخاصة بذلك سواء على موقعك الإلكتروني و حتى على المواقع الخاصة بالتجارة الالكترونية وغيرها مع ميزة تواجدهم بشكل مستمر ودائم على الانترنت كل تلك المميزات تعود بالايجاب على المنتجات سواء بزيادة الارباح للشركة أو زيادة الوعي بالعلامة التجارية الخاصة بك او بسهولة استقطاب عملاء جدد من جميع انحاء العالم .

المطلب الثاني : انواع التجارة الالكترونية

¹⁴ ريم هند ، بوجاني عبد الحكيم ، " التجارة الالكترونية " مجلة البصائر للدراسات القانونية والاقتصادية ، جامعة عين تموشنت ، دون مجلد ، عدد خاص ، 2021 ، ص 172 .

¹⁵ مراوية صبرينة ، المرجع السابق ، ص 957 .

¹⁶ الموقع الإلكتروني : <https://marketinglimited> ، أطلع عليه يوم 2024/02/17 على الساعة 15:00 .

يمكن تصنيف انواع التجارة الالكترونية حسب الاطراف المتدخلة الى اربعة انواع رئيسية تتمثل فيما يلي¹⁷:

- من التاجر إلى المستهلك (B2C) وذلك عندما تباع الشركة سلعة أو خدمة لمستهلك فردي على سبيل المثال يمكن شراء زوج من الاحذية من متجر عبر الانترنت.
- من تاجر الى تاجر (B2B) وذلك عندما تباع شركة ما السلع او خدمة الى شركة اخرى وكمثال على ذلك بيع برمجيات كخدمة للشركات الاخرى لاستخدامها.
- من مستهلك الى مستهلك (C2C) وذلك عندما يقوم المستهلك ببيع السلعة والخدمة إلى مستهلك اخر مثل بيع أثاثك القديم على ebay الى مستهلك اخر .
- من مستهلك الى تاجر (C2B) و ذلك عندما يبيع مستهلك منتجاته أو خدماته لشركة أو مؤسسة كمثال على ذلك يقوم الشخص باشهار الشركة على حسابه على الانستغرام.

المبحث الثاني : دور التجارة الإلكترونية في دعم المنافسة الحرة في الجزائر

عمل المشرع الجزائري كغيره من التشريع المقارن الى اعتماد التجارة الالكترونية كدعامة اساسية لدعم الاقتصاد الرقمي وفتح المجال للمنافسة الحرة بين الشركات والمؤسسات و المنتجين حيث صدر في هذا الاطار قانون خاص بالتجارة الالكترونية 05/18 ، حيث عرفها بأنها النشاط الذي يقوم بموجبه مورد الكتروني باقتراح ضمان او توفير سلع أوخدمات عن بعد إلى مستهلك الكتروني عن طريق الاتصالات الالكترونية¹⁸ .

وللوقوف على اهمية التجارة الالكترونية في دعم المنافسة الحرة في الجزائر ساقسم هذا المبحث الى مطلبين ، حيث سأنتطرق في المطلب الاول الى شروط ممارسة التجارة الالكترونية ومتطلباتها و سأخصص المطلب الثاني لدور التجارة الالكترونية في دعم المنافسة الحرة.

المطلب الاول : شروط ممارسة التجارة الالكترونية ومتطلباتها .

تخضع ممارسة التجارة الالكترونية في الجزائر الى جملة من الشروط التي حددها القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الالكترونية ومجموعة من المتطلبات من خلال الاتصال الالكتروني وهو ما سيتم تسليط الضوء عليه من خلال هذين العنصرين في الفروع الآتية :

الفرع الاول : شروط ممارسة التجارة الالكترونية في الجزائر.

¹⁷ الموقع الإلكتروني : <https://www.entaleq.online.com> ، أطلع عليه يوم 2024/02/17 على الساعة 15:00.

¹⁸ المادة 6 من القانون 05/18 المؤرخ في 24 شعبان 1439 الموافق ل 10 مايو 2018 المتعلق بالتجارة الالكترونية ، الجريدة الرسمية ، العدد

28 الصادرة في 16 مايو 2018، ص 5 .

نصت المادة 8 من القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الالكترونية على مجموعة من الشروط التي يجب مراعاتها لممارسة التجارة الالكترونية و تتمثل فيما يلي¹⁹:

- يخضع نشاط التجارة الالكترونية للتسجيل في السجل التجاري او في سجل الصناعات التقليدية والحرفية حسب الحالة ولنشر مواقع الالكترونية أو صفحة الالكترونية على الانترنت المستضاف في الجزائر بإمتداد "com.dz"
- يجب ان يتوفر الموقع الالكتروني للمورد الالكتروني على وسائل للتأكد من صحته.
- تنشأ بطاقة وطنية للموردين الالكترونيين لدى المركز الوطني للسجل التجاري ، تضم الموردين الالكترونيين المسجلين في السجل التجاري أو في سجل الصناعات التقليدية و الحرفية .
- لا يمكن ممارسة نشاط التجارة الالكترونية الا بعد ايداع اسم النطاق لدى مصالح المركز الوطني للسجل التجاري.
- نشر البطاقة الوطنية للموردين الالكترونيين عن طريق الإتصالات الالكترونية وتكون في متناول المستهلك الالكتروني.

الفرع الثاني : متطلبات التجارة الالكترونية في الجزائر

نصت المادة 10 و 11 من القانون 05/18 على مجموعة من المتطلبات بحيث يجب ان تكون كل معاملة تجارية الكترونية مسبقة بعرض تجاري الكتروني ويجب ان توثق بموجبه عقد يصادق عليه المستهلك الالكتروني ، كما يجب على المورد الالكتروني بالمقابل ان يقدم العرض التجاري الالكتروني بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة ويجب ان يتضمن على الاقل وليس على سبيل الحصر المعلومات التالية²⁰:

- رقم التعريف الجبائي والعناوين المادية والالكترونية ورقم هاتف المورد الالكتروني .
- رقم السجل التجاري أو رقم البطاقة المهنية للحرفي .
- طبيعة و خصائص اسعار السلع والخدمات المقترحة باحتساب كل الرسوم.
- حالة توفير السلع والخدمة .
- الشروط العامة للبيع لا سيما البنود المتعلقة بحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي .
- شروط الضمان التجاري و خدمة ما بعد البيع .
- طريقة حساب السعر عندما لا يكون تحديده مسبقا
- كيفيات و اجراءات الدفع
- شروط فسخ العقد عند الاقتضاء .
- وصف كامل لمختلف مراحل تنفيذ المعاملة الالكترونية

¹⁹ المادة 8 و 9 من القانون 05/18 المؤرخ في 24 شعبان 1439 الموافق ل 10 مايو 2018 المتعلق بالتجارة الالكترونية ، ص 6 ، السالف الذكر .

²⁰ المواد 10 و 11 من القانون 05/18 ، المتعلق بالتجارة الإلكترونية ، ص 6 ، السالف الذكر .

- مدة صلاحية العرض عند الاقتضاء
- شروط واجال العدول عند الاقتضاء .
- طريقة تأكيد الطلبية.
- موعد التسليم و سعر المنتج وموضوع الطلبية المسبقة وكيفية الغاء الطلبية المسبقة عند الاقتضاء.
- طريقه ارجاع المنتج او استبداله او تعويضه.
- تكلفة استخدام وسائل الاتصالات الالكترونية عندما تحسب على اساس اخر غير التعريفات المعمول بها .

كما تمر طلبية المنتج او الخدمة عبر ثلاث مراحل الزامية ، حيث توضع شروط تعاقدية في متناول المستهلك الالكتروني ويتم تمكينه من التعاقد بعلم ودراية تامة، كما يتم التحقق من تفاصيل الطلبية من طرف المستهلك الالكتروني لا سيما فيما يتعلق بماهية المنتجات والخدمات المطلوبة والسعر الاجمالي و الوجودي والكميات المطلوبة بغاية تمكينه من تعديل الطلبية والغائها وتصحيح الاخطاء المحتملة ، و بعد تأكيد الطلبية يتم تكوين العقد حيث يجب ان يكون الاختيار الذي يقوم به المستهلك الالكتروني معبر عنه صراحة ، كما يجب الا تتضمن الخانات المعدة للملء من قبل المستهلك الالكتروني أي معطيات تهدف الى توجيه اختياره²¹.

كما يجب ان يتضمن العقد الالكتروني على الخصوص المعلومات التالية²²:

- الخصائص التفصيلية للسلع والخدمات .
- شروط وكيفيات التسليم.
- شروط الضمان وخدمات ما بعد البيع.
- شروط فسخ العقد الالكتروني.
- شروط وكيفيات الدفع.
- شروط وكيفيات اعادة المنتج .
- كيفيات معالجة الشكاوي .
- شروط وكيفيات الطلبية المسبقة عند الاقتضاء.
- الشروط و الكيفيات الخاصة المتعلقة بالبيع التجريبي عند الاقتضاء.
- الجهة القضائية المختصة في حالة النزاع .
- مدة العقد حسب الحالة .

وفي حالة عدم احترام الشروط المذكورة سابقا من قبل المورد الإلكتروني يمكن للمستهلك الالكتروني ان يطلب ابطال العقد والتعويض عن الضرر الذي لحق به ، كما لا يمكن ان تكون الطلبية المسبقة محل دفع الا في حالة توفر المنتج في

²¹ المادة 12 من القانون 05/18 ، المتعلق بالتجارة الإلكترونية ، ص 7 ، السالف الذكر .

²² المادة 13 من القانون 05/18 ، المتعلق بالتجارة الإلكترونية ، ص 7 ، السالف الذكر .

المخزون ويقوم المورد الالكتروني في هذه الحالة بارجاع الثمن الذي دفعه المستهلك الالكتروني قبل توفر المنتج في المخزون²³.

المطلب الثاني : دور التجارة الالكترونية في دعم المنافسة الحرة في الجزائر

لقد ساهمت التجارة الالكترونية في الجزائر بالرغم من العقبات التي تواجهها في دعم المنافسة الحرة و إنتعاش التجارة ودعم الاقتصاد الرقمي ، ولتوضيح ذلك ساقسم هذا المطلب الى فرعين ، حيث سأتطرق في الفرع الاول الى دور التجارة الالكترونية في دعم المنافسة الحرة ، و أخصص الفرع الثاني لدور التجارة الالكترونية في دعم المؤسسات .

الفرع الاول : دور التجارة الالكترونية في دعم المنافسة الحرة

توفر التجارة الالكترونية مجموعة من الايجابيات على مستوى المؤسسات والشركات التجارية نذكر منها²⁴:

- تعمل التجارة الالكترونية على توسيع دائرة السوق المحلي وكذا النفاذ الى الاسواق العالمية وخلق اسواق جديدة كان متعذر ايجادها في ظل التجارة التقليدية لان ممارسة التجارة عبر شبكة الانترنت يجعل المنتجات من السلع والخدمات متاحة لأكبر عدد من المستهلكين.
- تعمل التجارة الالكترونية على تحسين الكفاءة والقدرة التنافسية بين المؤسسات بفعل دخول المعرفة والمعلومات كاصل مهم ورئيسي من اصول رأسمالية ، كما تتيح الفرصة لزياده حجم عمليات البيع من خلال الاستفادة من المقدرة عند التسوق عبر الانترنت طوال ساعات النهار والليل دون ان تزيد التجارة الالكترونية من الضغوط التنافسية للمؤسسات وذلك بفعل تحقيق تكلفة المنتجات.
- تمكن التجارة الالكترونية المؤسسات من تنسيق إستراتيجياتها ومواردها ومهاراتها بتكوين علاقات طويلة المدى ،
- لا سيما تلك المؤسسات والشركات التكنولوجية كثيفة المعلومات وذلك من خلال الشبكات الالكترونية التي تتيح تقاسم المعلومات و من ناحية اخرى تساهم في خفض التكاليف الادارية لدى المؤسسات في توزيع وخفض واسترجاع المعلومات الورقية .
- تساهم التجارة الإلكترونية في خفض المخزون عن طريق استعمال عملية السحب في نظام ادارة سلسلة التوريد

الفرع الثاني : دور التجارة الالكترونية في دعم المؤسسات

تعد التجارة الالكترونية احدى الادوات التي تحقق للمؤسسات القدرة على المشاركة في حركة التجارة الدولية بفعالية وكفاءة وذلك بفعل ما تقدمه من خفض التكاليف والدعاية والاعلان وتوفير الوقت ، كما تمكنهم من تسويق منتجاتها الى

²³ المواد 14 و 15 من القانون 05/18 ، المتعلق بالتجارة الإلكترونية ، ص 7 ، السالف الذكر.

²⁴ غالبية قوسم ، " أثر التجارة الإلكترونية على المنافسة في الجزائر " ، مجلة العلوم القانونية و السياسية ، جامعة الواد ، المجلد 3 ، العدد 2 ، 2023 ، ص 447-448 .

خارج حدود الدولة والوصول الى الاسواق البعيدة وايجاد موردين جدد في الخارج مما يعطيها فرصة اكبر للبقاء والاسهام بنجاحه: ²⁵

خاتمة

في ختام هذه الورقة البحثية يمكننا القول أن توجه الجزائر الى اعتماد التجارة الالكترونية كألية لتدعيم حركة الإقتصاد يعد اضافة ومكسب وطني يعول عليه في خلق ديناميكية جديدة للدخول في المنافسة سواء على المستوى الوطني او الدولي وهو ما يعزز أهمية هذا النوع من التجارة في في خلق اقتصاد رقمي تعول عليه الدولة الجزائرية ، غير ان هذا الامر لا زال مقيدا بمجموعه من العقبات و التحديات التي يجب الوقوف عليها حتى نتمكن من الوصول الى الهدف الحقيقي ، وعلى هذا الأساس يمكننا تقديم التوصيات التالية :

- ضرورة مراعاة الامن المعلوماتي وحماية المستهلكين من الاستغلال والتغليب الذي يتم على شبكة الانترنت من قبل موردين مزيفين .
- ضرورة عقد اتفاقيات دولية تهدف لتعزيز التعاون الدولي لمواجهة التحديات التي تطرحها التجارة الالكترونية.
- تحسيس المستهلكين بأهمية التجارة الالكترونية وفي نفس الوقت تزويدهم بالمعلومات اللازمة في حالة استغلالهم على شبكة الانترنت وانتهاك بياناتهم الخاصة بتعريفهم بالاجراءات اللازمة للقيام بها .
- ضرورة تعميم استخدام عملية الدفع الإلكتروني لتمكين الجميع من التعامل به .
- نشر الوعي والثقافة الالكترونية في المجتمع لتكوين مجتمع معلوماتي قادر على التعامل بالطريقة الالكترونية.

²⁵ غالبية قوسم ، المرجع نفسه ، ص 448- 449 .



MNCSS PUBLICATIONS
— E-book Publishing House —

جميع الحقوق محفوظة ©

ردمك : 978-1-304-47459-9