



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
المركز الجامعي المقاوم الشيخ أمود بن مختار- ايليزي



معهد الحقوق

مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في الحقوق

تخصص : قانون خاص معمق

بعنوان :

الممارسات المقيدة للمنافسة وأثرها على السوق

تحت إشراف الأستاذ:

د. محمد شعبان

من إعداد الطالبين:

عوامري عبد الحميد

عوامري يامينة

وتتكون لجنة المناقشة من الأساتذة:

مشرفاً	المركز الجامعي ايليزي	أستاذ محاضر	شعبان محمد
رئيساً	المركز الجامعي ايليزي	أستاذ محاضر	بن ساحة يعقوب
مناقشة	المركز الجامعي ايليزي	أستاذ محاضر	عبدو علي الطاهر

السنة الجامعية 2024-2025

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكرو عرفان

قال الله تعالى " ومن يشكر فأنا م يشكر لنفسه " سورة لقمان (الآية 12)، وقال رسوله الكريم " من لم يشكر الناس لم يشكر الله عز وجل."

بداية الشكر والثناء لله عز وجل أولاً على نعمة الصبر، والقدرة على انجاز هذا العمل.

ونتقدم بالشكر والامتنان الى الدكتور محمد شعبان الذي تفضل بإشرافه على هاته المذكرة وعلى ما قدمه من دعم وتوجيه وارشاد لإتمام هذا العمل، فله اسمى عبارات الثناء والتقدير.

ثم نتوجه بجزيل الشكر وعظيم الامتنان الى لجنة المناقشة الكرام الموقرين على قبولهم مناقشة مذكرتنا المتواضعة.

كما نتقدم بالشكر والعرفان الى كل من ساندنا طيلة مسيرتنا الدراسية، من أساتذة وطاقم إداري بكلية الحقوق والعلوم السياسية بالمركز الجامعي المقاوم الشيخ امود اليزي.

كما نتوجه بخالص الشكر الى كل من قدموا لنا المساعدة مهما كانت طبيعتها، وكل من قدم لنا التشجيع مهما بلغت درجته

عوامري عبد الحميد و يامينة

إهداء

لم تكن الرحلة قصيرة و لم يكن الحلم قريباً ولا الطريق كان مخفوفاً بالتسهيلات لكني فعلتها .

أهدي تخرجي إلى من احمل اسمه بكل فخر إلى من حصد الأشواك عن دربي ليمهد لي طريق العلم إلى "ابي الغالي

أطال الله عمره"

إلى التي جعل الله الجنة تحت أقدامها إلى الإنسانية العظيمة التي لطالما تمنيت أن تقر عينها لرؤيتي في يوم كهذا "أمي

الغالية رحمة الله عليها"

إلى ظلعي الثابت وأمان أيامي ، إلى من شددت عضدي بهم إلى خيرة أيامي وصفوتها " اخوتي وأخواتي " ، إلى أختي

الغالية التي لم تلدها أمي " زوجة أخي " .

إلى جميع الصديقات ، وإلى كل من لم نذكره بإسمه ولم تسعه هذه الورقة الصغيرة لكم في القلب منزلة ، وإلى جميع

الأهل والأحبة اهديكم هذا الإنجاز ، أخيراً الحمدأ حباً وإمتناناً ماكنت لأفعلها لولا توفيق من الله .



عوامري يامينة

إهداء

مرت قاطرة البحث بكثير من العوائق، ومع ذلك حاولنا أن نتخطاها بثبات بفضل من الله ومنه.

إلى آبائنا وإخواننا وأصدقائنا وزوجتي الذين كانوا بمثابة العضد والسند في سبيل استكمال البحث.

ولا ينبغي أن أنسى أساتذتي ممن كان لهم الدور الأكبر في مساندتنا ومدنا بالمعلومات القيمة...

أهدي لكم بحث تخرجنا...

داعياً المولى عز وجل أن يطيل في أعماركم ويرزقكم بالخيرات

عوامري عبد الحميد



قائمة المختصرات :

المختصر	المعنى
ص	صفحة
ج ر ج ج	الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية
op,cit	المرجع السابق

مقدمة

مقدمة:

تعد الممارسات المقيدة للمنافسة من بين اهم التحديات الكبرى التي تواجه الاقتصاديات الحديثة ، حيث تعيق كفاءة الاسواق وتضعف المنافسة العادلة ، مما ينعكس سلبا على المستهلكين والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة ، حيث تعتبر من القضايا الحيوية التي تؤثر بشكل مباشر على ميكانيزمات السوق ورفاهية المستهلكين ، وتتضمن هذه الممارسات مجموعة من الانشطة التي يسعى من خلالها بعض الافراد او الكيانات الاقتصادية الي تعطيل او تقليل مستوى المنافسة مما يؤدي الى خلق بيئة منافية للمنافسة ، خاصة في ظل العولمة وتشابك المصالح التجارية ، ففي خضم السعي لتحقيق الأرباح وتعزيز المواقع السوقية تلجأ بعض المؤسسات إلى إتباع أساليب غير مشروعة ، تحدد من المنافسة الحرة مما ينعكس سلبا على ديناميكية السوق ومصصلحة المستهلكين.

ومنه يمكن القول ان هذه الممارسات تشمل على سبيل المثال اتفاقيات الاحتكار والممارسات التجارية غير المشروعة والتلاعب بالأسعار وغيرها من الافعال التي تؤثر سلبا على قدرة الشركات على المنافسة بشكل عادل. وتترتب على هذه الممارسات عديد من الاثار الاقتصادية والاجتماعية مثل ارتفاع الاسعار وتقليل جودة المنتجات والخدمات وزيادة صعوبة دخول الشركات الجديدة الى السوق.

حيث ظهر مصطلح المنافسة أول مرة في أوروبا سنة 1951م ، من خلال معاهدة باريس والتي تم بمقتضاها إنشاء سوق أوروبية موحدة للفحم والفولاذ ، وذلك لتعزيز التنافسية بين الدول الأعضاء وامتداد معاهدة باريس ثم إبرام معاهدة روما سنة 1957 بمقتضاها تم إنشاء المجموعة الاقتصادية الأوروبية ، التي كانت ركيزتها حرية التنافسية والإشتغال داخل السوق .

أما في الجزائر إستحدث لأول مرة مجلس المنافسة سنة 1995 ، بموجب الامر 06/95 المؤرخ في 25 جانفي 1995 ، الذي جاء لوضع الأسس والقواعد المنظمة لتصرفات الاعوان الإقتصاديين في محيط يسوده التنافس بعدما تم تحرير التجارة الخارجية ، وشهدت الجزائر بعد استقلالها عام 1962 عدة مراحل سياسية واقتصادية بدءًا من تطبيق القوانين الفرنسية الموروثة ، ثم التوجه نحو النظام الاشتراكي في السبعينيات ، والذي انعكس على الجانب القانوني بتركيز سلطة الدولة وتقييد المبادرات الفردية .

كانت أزمة 1986 بمثابة نقطة تحول نحو تحرير الاقتصاد وتبني المنافسة النزيهة، تجلى ذلك في دستور 1989، وتبعه قانون 89-12 المتعلق بالأسعار ثم الأمر 95-16 الذي استحدث مجلس المنافسة. توج هذا التوجه بدستور 1996 الذي كرس حرية التجارة والصناعة، ثم الأمر 03-03 الذي يعتبر حجر الأساس للنظام التنافسي، والذي وسّع نطاق السلوكيات المحظورة، وتبعه تعديلات عبر القوانين 08-12 و 05-10.

يعتبر الأمر رقم 89/08 أول قانون جزائري ينظم المنافسة بشكل صريح، مُرسياً قواعدها الأساسية لحماية حرمتها وتنظيمها، ومشكلاً بذلك الأرضية القانونية لقانون المنافسة الحالي. وقد جاء هذا الأمر كأحد أهم النصوص القانونية في سياق التحول نحو الاقتصاد الحر، مع تأكيده على مبدأ حرية المنافسة وفصله بينها وبين الممارسات التجارية، التي أُفرد لها قانون خاص. وقد عدّل الأمر لاحقاً بموجب الأمر رقم 95/60 و 96/60، مع الإبقاء على جوهره القائم على احترام حرية المنافسة.

حيث ان المنافسة بضرورتها ومشروعيتها، تستلزم حدوداً وقيوداً يجب على المتعاملين الاقتصاديين احترامها، بتجنب الممارسات التي تمس بها، وفي هذا الإطار حظر المشرع الجزائري الأعمال المقيدة للمنافسة وحماية للسوق والاقتصاد الوطني ككل، ومن أبرز هذه الأعمال: الاتفاقات المحظورة، والأعمال التعسفية في وضعية الهيمنة، والتبعية الاقتصادية، إضافة إلى أعمال البيع الماسة بالمنافسة، مع التأكيد على ضرورة مراقبة التجمعات الاقتصادية التي تهدد بتقييد المنافسة وتأثيرها على السوق.

ولمكافحة هذه الممارسات وضع المشرع منظومة من الاجراءات وأنشأ جهازاً خاصاً مستقلاً، هو مجلس المنافسة، صاحب الاختصاص الأصيل في هذا المجال، إلى جانب الأجهزة القضائية التي تساهم في تطبيق قواعد المنافسة وتفرض الرقابة القضائية على قرارات المجلس.

تكمن أهمية هذه الدراسة في إبراز الممارسات المنافية للمنافسة وتأثيرها على السوق، والكشف عن الإجراءات التي إعتدها المشرع الجزائري لمكافحتها والحد منها، مع تسليط الضوء على دور مجلس المنافسة في ضبط السوق.

يرجع إختيارنا لهذا الموضوع إلى أسباب ذاتية، تتجلى في الميل الشخصي والرغبة في التعمق فيه نظراً لأهميته الواقعية، وأسباب موضوعية، تكمن في الإشكالات التي يطرحها خاصة تعدد صور الممارسات المقيدة للمنافسة وأثرها على السوق.

وتهدف هذه الدراسة الى :

- معرفة مدى نجاعة ودور قانون المنافسة في ضبط السوق.
- تحليل الممارسات المقيدة للمنافسة وتأثيراتها على السوق.
- السعي الى تاصيل موضوع قانون المنافسة من جميع جوانبه لإثرائه.
- معرفة مدى تأثير الممارسات المقيدة للمنافسة على الفاعلين الاقتصاديين والمستهلكين.

وهذا ما دفعنا ل طرح إشكالية البحث الرئيسية الآتية:

كيف ساهم قانون المنافسة في مواجهة الممارسات المقيدة للمنافسة وتأثيرها على السوق؟

تتفرع منها عدة تساؤلات فرعية أبرزها:

1. ما المقصود بالممارسات المقيدة للمنافسة؟
2. ما هي الاليات القانونية والمؤسسية لمكافحة هذه الممارسات؟
3. كيف تؤثر هذه الممارسات على الفاعلين الاقتصاديين والمستهلكين؟

وبغية الإجابة على الإشكالية المطروحة على هذه الإشكالية إعتمدنا على المنهج الوصفي والتحليلي، لما يتناسب مع طبيعة الموضوع التي تتطلب تحليل النصوص القانونية ووصف الممارسات المقيدة للمنافسة وأثرها على السوق والإجراءات المتبعة للحد منها.

الدراسات السابقة :

1. عيسى فخور، مكاشم موسى ، الجرائم الواقعة على حرية المنافسة في ظل القانون 03-03، مذكرة ماستر في الحقوق، تخصص قانون جنائي، المركز الجامعي المقاوم الشيخ امود، اليزي، السنة الجامعية 2023/2024.
2. محمد الخامس صياد ، عبد المجيد عبيدلي ، الممارسات المقيدة للمنافسة في القانون الجزائري ، مذكرة ماستر في الحقوق تخصص قانون العام الاقتصادي ، جامعة قاصدي مرباح ورقلة ، السنة الجامعية 2018 / 2019 .

من بين الصعوبات الجوهرية والعقبات الملموسة التي إعترضت مسار بحثنا في هذا الموضوع ، يبرز بشكل لافت ندرة المصادر والمؤلفات الوطنية المتخصصة التي تتناول الموضوع ويُعزى هذا الأمر بشكل أساسي إلى محدودية الإهتمام والبحث الأكاديمي الذي حظي به هذا المجال في الجزائر على نطاق واسع حتى الآن، هذه الوضعية تجعل من العسير للغاية العثور على مؤلفات متخصصة باللغة العربية أو حتى الفرنسية ، تتناول بشكل تفصيلي ومفصل جوانب التشريع الجزائري المتعلق بالمنافسة، وذلك مقارنة بوفرة المراجع والمصادر المتخصصة المتاحة في التشريعات المقارنة الأخرى، سواء كانت أجنبية أو غيرها.

تناولنا هذه الدراسة وفق خطة ثنائية ، اضافة الى مقدمة وخاتمة ، تطرقنا في الفصل الاول الى الاطار النظري للمنافسة والممارسات المقيدة لها ، ثم تقسيمه الى مبحثين ، تناولنا في المبحث الاول مفهوم المنافسة وأهميتها الاقتصادية وتناولنا في المبحث الثاني الممارسات المقيدة للمنافسة .

اما الفصل الثاني تضمن الاثار الاقتصادية والقانونية للممارسات المقيدة للمنافسة ، ثم تقسيمه الى مبحثين ، تناولنا في المبحث الاول الاثار على السوق ، اما المبحث الثاني تعرضنا فيه الى دور مجلس المنافسة واليات الرقابة.

الفصل الأول

الإطار النظري للمنافسة والممارسات المقيدة لها

تمهيد:

تعد المنافسة أحد الركائز الأساسية لنمو الاقتصاد وتطوير الأسواق ، حيث تتيح للشركات التنافس على تقديم أفضل السلع والخدمات بأعلى جودة وبأسعار تنافسية ، مما ينعكس إيجاباً على رفاهية المستهلكين ويحفز الابتكار والإنتاجية وتعتبر البيئة التنافسية الصحية وسيلة فعالة لتوزيع الموارد بكفاءة وتحفيز الفاعلين الاقتصاديين على تحسين الأداء والإستثمار في التطوير والتجديد ، الا أن هذه المنافسة قد تتعرض لممارسات تقيدها أو تعرقل فعاليتها سواء من خلال الاتفاقيات أو التحالفات بين الشركات الكبرى ، أو من خلال إساءة استغلال الوضع المهيمن في السوق ، أو عبر عمليات الاندماج و الاستحواذ التي تؤدي إلى تقليص عدد المنافسين وخلق كيانات احتكارية ، وتعرف هذه التصرفات في السياسات الاقتصادية والتنظيمية بـ " الممارسات المقيدة للمنافسة " ، وهي تشمل مجموعة من السلوكيات التي تهدف إلى الحد من التنافس الحر أو إقصاء المنافسين أو التحكم في الأسعار بشكل غير عادل .

فتطرقنا من خلال عرضنا هذا إلى تقسيم الفصل إلى مبحثين ، تناولنا في **المبحث الأول** مفهوم المنافسة وأهميتها الاقتصادية بداية ثم على أهم الممارسات الجماعية المقيدة لهذا النشاط من الناحية القانونية والاقتصادية ، على غرار الاتفاقات المحظورة والتجميعات الاقتصادية ، وتناولنا في **المبحث الثاني** الممارسات المقيدة للمنافسة أي تعسف في استعمال وضعية الهيمنة والبيع التخفيضي التعسفي والتبعية الاقتصادية.

المبحث الأول: مفهوم المنافسة وأهميتها الاقتصادية:

تعمل المنافسة النزيهة والمشروعة على نحو والقضاء على الشعور المغرور أي شعور العون الإقتصادي بأنه هو المسيطر على الساحة .

تتطرقنا في هذا المبحث إلى تعريف المنافسة وأنواعها (المطلب الأول) كما تناولنا أهمية المنافسة في اقتصاد السوق (المطلب الثاني)

المطلب الأول: تعريف المنافسة وأنواعها:

حيث سنتطرق في هذا المطلب إلى تعريف المنافسة (الفرع الأول) وأنواع المنافسة (الفرع الثاني) وتعرضنا كذلك إلى شروط قيام المنافسة الحرة والفعالة (الفرع الثالث) .

الفرع الأول: تعريف المنافسة:

المنافسة في جوهرها هي حالة من التنافس والصراع بين الأفراد أو المؤسسات للحصول على موارد محدودة ، أو لاكتساب حصة أكبر من السوق ، أو لتحقيق أهداف معينة. وفي سياق الاقتصاد تعني المنافسة وجود عدد كبير من البائعين والمشتريين في السوق يتنافسون على تقديم أفضل السلع والخدمات بأقل الأسعار.

ويمكن تعريف المنافسة أيضًا بأنها "سعي طرفين أو أكثر لتحقيق نفس الهدف ، مع إدراك كل طرف أن حصول الآخر على هذا الهدف سيؤدي إلى تقليل فرصه أو فرصته في تحقيقه"¹.

ويمكن تعريف المنافسة من خلال العناصر المكونة لها ، والمتمثلة في الدخول الحر للمؤسسات في السوق مع الأخذ بعين الاعتبار استقلاليتها الاقتصادية، وتمتع المستعملين أو المستهلكين بحرية الاختيار. وتعرف المنافسة كذلك بأنها " تسابق أو تضارب المصالح بين عدة أشخاص يتبعون نفس الهدف"². كما يعرفها البعض بأنها عملية التنافس

¹ Smith, Adam, An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations, published by W. Strahan and T. Cadell ,London, 1776,p 14.

² Smith, Adam, op,cit.,p 16

بين المؤسسات المتواجدة في نفس السوق والتي تمارس نفس النشاط الاقتصادي، والتي تهدف إلى جذب أكبر عدد من المستهلكين وإشباع حاجياتهم

من ناحية القانونية لقد تناول المشرع الجزائري موضوع المنافسة للمرة الأولى بموجب القانون رقم 12/89 المتعلق بالأسعار. ورغم أن هذا القانون لم يعرف المنافسة تعريفاً صريحاً إلا أنه قام بتنظيم كافة المخالفات المتعلقة بقوانين المنافسة اللاحقة.

وبالرجوع إلى دستور سنة 1996، نجد أنه قد نص على المنافسة بموجب المادة 37 منه، حيث تنص هذه المادة على أن: "حرية التجارة والصناعة مضمونة وتمارس في إطار القانون".¹ وبذلك، فقد منح المشرع حرية المنافسة للأشخاص مع مراعاة قوانين التجارة والضبط الاقتصادي. وبعد ذلك، توالى عدة تعديلات لقانون المنافسة في السنوات 2003 و 2008 و 2010. وتبقى المنافسة، في مدلولها القانوني العام، تعني المزاومة القائمة على الملكية الخاصة وحرية التجارة والصناعة. ونتيجة لذلك، يظهر جلياً أن المشرع الجزائري لم يضع تعريفاً جامعاً ودقيقاً للمنافسة، وإنما أشار إليها فقط في قوانين المنافسة اللاحقة وقرر أساليب الحماية لها من أي ممارسات تحد منها.²

أولاً: المنافسة الكاملة (المنافسة التامة):

تُعرف المنافسة الكاملة بأنها حالة السوق التي يوجد فيها عدد كبير من البائعين والمشتريين، حيث لا يتمكن أي فرد أو شركة من التأثير على سعر السلعة أو الخدمة. في هذا النوع من المنافسة، تكون المنتجات متجانسة، والمعلومات متاحة للجميع، ولا توجد حواجز لدخول السوق أو الخروج منه.

تعتبر المنافسة الكاملة نموذجاً نظرياً نادراً في الواقع العملي، ولكنها تُستخدم كمعيار لتحليل الأسواق.

ثانياً: المنافسة الناقصة (غير الكاملة):

1 المادة 37 من دستور 1996 المنشور بموجب المرسوم الرئاسي 96/438 المؤرخ في 07/12/1996 ج.ر.ج.د.ش، العدد 76، الصادرة في 08/12/1996.

2 ياسين قبيس، زقاغ الياس، احترام مبدأ المنافسة الحرة في ظل إبرام الصفقات العمومية، مذكرة لنيل شهادة ماستر حقوق تخصص قانون عام للأعمال كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية الجزائر 09 2012/2013

المنافسة الناقصة هي حالة السوق التي لا تتحقق فيها شروط المنافسة الكاملة. في هذا النوع من الأسواق، قد يكون هناك عدد قليل من البائعين أو المشترين، أو قد تكون المنتجات غير متجانسة، أو توجد حواجز لدخول السوق.

المنافسة الناقصة تشمل أشكالاً مختلفة مثل الاحتكار، احتكار القلة، والمنافسة الاحتكارية.

الفرع الثاني: أنواع المنافسة:

أولاً: الاحتكار:

الاحتكار هو حالة السوق التي يوجد فيها بائع واحد فقط لسلعة أو خدمة معينة، ولا يوجد بدائل قريبة لهذه السلعة. في هذه الحالة، يتمتع البائع بالسيطرة الكاملة على السعر والكمية المعروضة.

وفي علم الاقتصاد يقصد بالاحتكار وفقاً للمفهوم الاقتصادي: «الانفراد بسوق سلعة أو خدمة في يد واحدة». ¹ ويصفه الفقيه "هشام جاد" بأنه: « فعل يؤدي إلى السيطرة والنفوذ بهدف إحداث اختناقات في معدلات وفرة السلع وجودتها وأسعارها بغرض إلغاء المنافسة أو إجبار المتنافسين على إخلاء السوق

¹ Tirole, Jean (1988), op,cit,p 20.

يُعتبر هذا النوع من المنافسة محدود الانتشار، باستثناء بعض المؤسسات المتواجدة في البلدان التي ما زالت تنتهج¹ النهج الاشتراكي، حيث تقوم الدولة بدعم هذه المؤسسات ولا تسمح بالمنافسة فيها، سواء كانت مؤسسات وطنية أو دولية. ويمكن القول إن هذه الحالة تظهر بوضوح عندما تكون هناك مؤسسة واحدة تقدم السلعة أو الخدمة في دولة ما أو منطقة معينة، حيث يسيطر منتج واحد أو مؤسسة واحدة على السوق في مواجهة العديد من المشترين. وفي هذه الحالة، يكون المنتج دون منافس مباشر في صناعة المنتج لمدة محدودة، وهو ما يسميه البعض "احتكار المبدع".²

إن هذا النوع من المنافسة قد يكون نتيجة لبعض القوانين والقواعد الحكومية المنظمة للأعمال، أو لوجود براءة اختراع، أو اقتصاديات الحجم، أو غير ذلك من العوامل.

وبالطبع، وفي ظل غياب المنافسة أو وجود سلع بديلة تحقق إشباع نفس الحاجات التي تنتجها الشركة المحتكرة، فإن المحتكر سيصل إلى تعظيم الأرباح من خلال فرض أسعار مرتفعة دون اللجوء إلى تحمل مصاريف الإشهار والترويج لمنتجاته، ودون الإكثار من الخدمات المضافة للسلعة. وعادةً ما نجد هذا النوع من المنافسة في مرحلة الإطلاق من دورة حياة المنتج في القطاعات الجديدة المتميزة بالإبداعات التكنولوجية أو التعديلات المعتبرة في التكاليف بفعل ظهور عملية جديدة.

لكن في عالم الأعمال المعاصر، يمكن القول بأن المؤسسة المحتكرة المتمتعة بسلطة السوق العالية هي في صورة عابرة، لأنها مهددة باحتمال ظهور منافسين جدد نظراً للانتشار السريع الذي يشهده الإبداع التكنولوجي. ونتيجة لذلك، لا يمكن للمؤسسة الاحتفاظ لفترة طويلة باحتكارها للسوق. وعليه، يتحتم على المؤسسة المحتكرة الاستثمار المتواصل في التكنولوجيا والخدمات والبحث والتطوير من أجل وضع حواجز تمنع دخول منافسين جدد، والذين يتأثرون بالفرص المتوفرة في هذا السوق وجاذبيته الكبيرة والأرباح المعتبرة التي يمكن تحقيقها في حالة. يؤدي الاحتكار إلى ارتفاع الأسعار وتقليل الكميات المعروضة، والإضرار بالمستهلكين.

¹ عدنان باقي لطيف، التنظيم القانوني للمنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية - دراسة مقارنة-، دار الكتب القانونية - دار شتات للنشر والبرمجيات، القاهرة، 2012، ص 83.

² Tirole, Jean 1988,op.cit,p21.

ثانياً: احتكار القلة:

تتعدد المسميات التي تُطلق على هذه السوق، فمنها ما يُعرف باسم احتكار القلة، أو شبه الاحتكار، أو الاحتكار الثنائي، أو الاحتكار الثلاثي. وعلى الرغم من وجود عنصر الاحتكار، فإن الأسعار في هذه السوق قد تختلف. وتتميز سوق الاحتكار بالتجانس في المنتجات. وقد يكون الاحتكار من طرف مجموعة قليلة من الباعة كما قد يكون من طرف مجموعة قليلة من المشترين كما أنه قد يكون مشترك بين قلة من الباعة وقلة من المشترين.¹ ويتميز هذا النوع من السوق أيضاً بوجود عدد قليل من المنتجين في مقابل عدد كبير من المشترين، مع إمكانية أن تكون السلعة المنتجة متجانسة أو غير متجانسة. ومن الخصائص المميزة لهذه السوق صعوبة الدخول والخروج منها.²

يُعتبر احتكار القلة أحد أشكال السوق التي يسيطر فيها عدد صغير من المنتجين على سلعة معينة، ويتقاسمون فيما بينهم السيطرة على هذا السوق. تتشابه هذه الأسواق فيما بينها، كما تتشابه مع المنافسة الاحتكارية من حيث وجود اختلافات بين وحدات السلعة المنتجة، وبالتالي وجود أسعار مختلفة لكل منها. فإذا كانت السلعة متجانسة، يُطلق عليه احتكار قلة خالص أو معياري. أما إذا كانت السلعة متمايضة، فلا يكون احتكار القلة خالصاً أو محضاً. ويعزى ذلك إلى وجود عدد قليل من كبار بائعي السلعة، مع وجود اختلافات بينها من حيث عدد البائعين، إذ قد يكون عدد البائعين من الصغر بحيث أن أي فرد منهم يستطيع أن يؤثر بمفرده تأثيراً مباشراً على أحوال السوق. ويُشار إلى احتكار القلة بأنه يشمل عددًا قليلاً من المنتجين أو البائعين توجد بينهم علاقة تبادلية، بمعنى أن كل منتج مُحتكر يتأثر برد فعل وسلوك المنتجات الأخرى.

فاحتكار القلة هو شكل من أشكال المنافسة الاحتكارية، إلا أنه يتميز عنه بأن عدد المشاريع فيه قليل، وهناك علاقة اعتمادية بين المشاريع في مجال الأسعار والإنتاج.³ ولدينا نوعان من احتكار القلة:⁴

¹. خالد توفيق الشمري، طاهر فاضل البياتي، مدخل إلى علم الاقتصاد (التحليل الجزئي والكلّي)، دار وائل للنشر، الأردن، 2011، ص 208.

². Tirole, Jean 1988 ,op.cit,p25.

³ عبد الستار عبد الجبار موسى، سوق المنافسة الاحتكارية وسوق احتكار القلة، الجامعة المستنصرية، كلية الإدارة والاقتصاد، ص 05 تحت الرابط

⁴ حربي محمد عريقات، مبادئ الاقتصاد (التحليل الجزئي)، دار وائل للنشر، عمان، ط1، 2005، ص 234.

احتكار القلة التام: يميز هذا النوع من الاحتكار وجود سلع وخدمات متماثلة ومتجانسة.

احتكار القلة المتنوع: يتميز هذا النوع بإنتاج المنتجون القليلون في الأسواق أنواعاً من السلع ومن أهم الأمثلة التي تذكرها منافسة القلة صناعة السيارات، ومن أهم السلع المتجانسة أيضاً الصلب النحاس أما السلع المتنوعة فتشمل في العادة كثيراً من السلع الاستهلاكية كالسيارات الخاصة والإطارات والآلات الطابعة السلع البترولية والأجهزة الكهربائية.

يؤدي احتكار القلة إلى ارتفاع الأسعار وتقليل الكميات المعروضة، والإضرار بالمستهلكين، ولكنه أقل ضرراً من الاحتكار المطلق.

ثالثاً: المنافسة الاحتكارية :

يقع هذا النوع من المنافسة بين المنافسة الكاملة والاحتكار. ويتميز بوجود عدد كبير من المؤسسات القادرة على تمييز منتجاتها بشكل كامل أو جزئي. تجدر الإشارة إلى أن المؤسسات في هذا النوع من المنافسة تتمتع بـ "قوة متوازنة"، وهو ما يساعدها على تحقيق الميزة التنافسية التي تسعى إليها. وبالتالي، تعمل هذه المؤسسات على اجتذاب العملاء وتقسيم السوق إلى قطاعات من العملاء، مع العمل على طرح المنتجات التي تشبع احتياجات هذه القطاعات بطريقة أفضل من منافسيها، وذلك من عدة جوانب مثل الذوق، والنوعية، واتساع نطاق الخدمات المقدمة للزبائن، وشبكة التوزيع، وقوة صورة العلامة التجارية لدى المستهلك¹.

ونتيجة لذلك، يمكن الاستنتاج بأن هناك منافسة غير كاملة في السوق في اللحظة التي لا يتحقق الشروط المنافسة الكاملة.

في الاقتصاد الجزائري، يمكن ملاحظة المنافسة الاحتكارية في العديد من القطاعات، مثل قطاع الخدمات (المطاعم والمقاهي وصالونات الحلاقة ومحلات بيع الملابس بالتجزئة)، وبعض الصناعات الغذائية (العلامات التجارية المختلفة للمياه المعدنية والعصائر والألبان)، وقطاع الاتصالات (شركات الهاتف المحمول التي تقدم خدمات متباينة).

¹ . Rodrik, Dani. Populism and the Economics of Globalization. Journal of International Business Policy, Harvard university, 2018.p 02.

رابعاً: المنافسة الكاملة:

على الرغم من أن القانون الجزائري لا يتضمن تعريفاً مباشراً أو مادة قانونية محددة تنص حرفياً على مفهوم "المنافسة الكاملة" بنفس الطريقة التي قد نجد بها تعريفات للمنافسة أو الممارسات المقيدة لها، إلا أن فلسفة المنافسة الكاملة تشكل الأساس الذي تقوم عليه العديد من النصوص القانونية التي تهدف إلى تنظيم النشاط الاقتصادي وحماية حرية المنافسة في السوق الجزائرية.

تتجلى هذه الفلسفة بشكل أساسي في المادة 37 من دستور 1996، التي تنص على أن "حرية التجارة والصناعة مضمونة وتمارس في إطار القانون"¹. هذا النص الدستوري يمثل حجر الزاوية لحماية حرية المنافسة، حيث يكفل للأفراد والمؤسسات الحق في ممارسة النشاط الاقتصادي بحرية، مع مراعاة القوانين واللوائح التي تنظم هذا النشاط. بالإضافة إلى ذلك، يعتبر الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة القانون الأساسي الذي يهدف إلى تعزيز المنافسة الحرة والنزيهة في السوق، ومنع الممارسات التي تقيد أو تشوه المنافسة.²

كما أن قانون الأسعار (القانون رقم 89-12) - على الرغم من تركيزه على الأسعار - كان أول نص قانوني جزائري يتناول موضوع المنافسة، حيث نظم المخالفات المتعلقة بقوانين المنافسة اللاحقة.³ وتكتمل هذه المنظومة القانونية بقوانين أخرى ذات صلة، مثل قوانين حماية المستهلك، وقوانين مكافحة الغش، وقوانين الملكية الفكرية، والتي تهدف جميعها إلى ضمان سوق عادلة وشفافة.

وعلى الرغم من عدم وجود تعريف صريح للمنافسة الكاملة، فإن التشريع الجزائري يسعى إلى تحقيق بعض جوانبها المثالية من خلال آليات مختلفة:

¹ المادة 37 من دستور 1996، المنشور بموجب المرسوم الرئاسي 96/438 المؤرخ في 07/12/1996، ج.ج.د.ش، العدد 76، الصادرة في 08/12/1996.

² الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو سنة 2003

³ القانون رقم 89-12 المؤرخ في 30 ديسمبر سنة 1989 والمتعلق بالأسعار.

- يتم منع الممارسات المقيدة للمنافسة، مثل الاتفاقات غير المشروعة بين الشركات واستغلال وضع الهيمنة، وذلك بموجب الأمر رقم 03-03¹. يهدف هذا إلى ضمان عدم وجود عوائق أمام دخول شركات جديدة إلى السوق، وتشجيع المنافسة بين الشركات القائمة.
- تهدف قوانين حماية المستهلك إلى ضمان حصول المستهلكين على معلومات دقيقة حول المنتجات والخدمات، وتمكينهم من اتخاذ قرارات مستنيرة، مما يساعد على زيادة المنافسة بين الشركات التي تضطر بالتالي إلى تقديم منتجات وخدمات عالية الجودة بأسعار معقولة.
- تعمل قوانين الملكية الفكرية على حماية حقوق المخترعين والمبدعين، وتشجيعهم على الابتكار وتطوير منتجات وخدمات جديدة، وهو ما يزيد من التنوع في السوق ويعزز المنافسة.
- تعمل القوانين التي تنظم بعض القطاعات الاقتصادية الحيوية (مثل الاتصالات والطاقة) على ضمان عدم وجود احتكارات أو ممارسات تقيد المنافسة.

الفرع الثالث: شروط قيام المنافسة الحرة والفعالة:

تعتبر المنافسة الحرة والفعالة حجر الزاوية في أي اقتصاد حديث يسعى إلى تحقيق النمو المستدام والرفاهية الاجتماعية. وفي القانون الجزائري، يمثل تحقيق هذا الهدف تحديًا مستمرًا، يتطلب منظومة قانونية واقتصادية متكاملة تعمل بتناغم لضمان وجود سوق مفتوحة وعادلة وشفافة. إن شروط قيام هذه المنافسة لا تقتصر على مجرد نصوص قانونية، بل تمتد لتشمل آليات الإنفاذ الفعالة، والرقابة المستمرة، والتوعية بأهمية المنافسة لدى جميع الأطراف المعنية.

في صميم هذه الشروط، نجد حرية ممارسة النشاط الاقتصادي، وهي حق دستوري يكفله الدستور الجزائري في المادة 37²، التي تضمن حرية التجارة والصناعة. هذا الحق ليس مجرد شعار، بل هو أساس قيام المشاريع الحرة، وتشجيع المبادرات الفردية، وتوفير الفرص المتكافئة لجميع الأفراد والمؤسسات للدخول إلى السوق والمنافسة فيه. وبدون هذه الحرية، يصبح الحديث عن المنافسة مجرد ترف نظري لا يلامس الواقع.

¹ الأمر رقم 03-03. نفس المرجع السابق

² المادة 37 من دستور الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية ، سنة 1996.

ولكن الحرية وحدها لا تكفي، بل يجب أن تكون مصحوبة بمنع صارم للممارسات التي تقيد المنافسة. فالأسواق الحرة قد تتحول إلى ساحات خلفية للتلاعب والاحتكار إذا لم يتم وضع ضوابط صارمة لمنع الممارسات التي تشوه المنافسة وتعيق عملها. وهنا يأتي دور الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة¹، الذي يعتبر القانون الأم في هذا المجال. يحظر هذا الأمر مجموعة واسعة من الممارسات التي تقيد المنافسة، مثل الاتفاقات غير المشروعة بين الشركات، والتي تشمل تحديد الأسعار بشكل مصطنع، وتقسيم الأسواق جغرافياً أو قطاعياً، وتقييد الإنتاج بهدف رفع الأسعار.

كما يحظر الأمر استغلال وضع الهيمنة، وهو ما يعني قيام شركة مسيطرة في السوق باستغلال هذا الوضع للإضرار بالمنافسين أو المستهلكين، سواء من خلال فرض أسعار مفرطة، أو رفض التعامل مع منافسين، أو فرض شروط تعسفية عليهم. بالإضافة إلى ذلك، يحظر القانون استغلال حالة التبعية الاقتصادية، والممارسات التجارية غير المشروعة، مثل البيع بالخسارة بهدف إخراج المنافسين من السوق، والإعلانات المضللة التي تضلل المستهلكين وتعيق المنافسة النزيهة. إن منع هذه الممارسات ليس مجرد إجراء قانوني، بل هو ضرورة اقتصادية واجتماعية. فهو يضمن عدم وجود عوائق مصطنعة أمام المنافسة، وتمكين الشركات من التنافس على أساس الجودة والكفاءة والابتكار، وهو ما يعود بالنفع على المستهلكين من خلال توفير منتجات وخدمات أفضل بأسعار معقولة. كما أنه يشجع الشركات على الاستثمار في البحث والتطوير، وتحسين منتجاتها وخدماتها، وهو ما يساهم في تعزيز النمو الاقتصادي وتنويعه.

ولكي تكون المنافسة فعالة، يجب أن تسود الشفافية والإفصاح في الأسواق. يجب أن تكون المعلومات المتعلقة بالأسعار والجودة وشروط البيع متاحة للجميع، حتى يتمكن المستهلكون من اتخاذ قرارات مستنيرة، وتقييم العروض المختلفة، واختيار المنتجات والخدمات التي تلبي احتياجاتهم بأفضل طريقة ممكنة. كما يجب أن تكون هناك آليات للرقابة والإشراف على الأسواق لضمان عدم وجود ممارسات خفية أو غير قانونية تقيد المنافسة، مثل التواطؤ على الأسعار، أو تبادل المعلومات السرية بين المنافسين. هذه الشفافية تهدف إلى تمكين المستهلكين من اتخاذ قرارات شراء مستنيرة، وتشجيع الشركات على التنافس على أساس الجودة والسعر، وليس على أساس التلاعب والخداع.

كما يشترط لقيام المنافسة الحرة والفعالة عدم التمييز بين الشركات، ومعاملة جميع الشركات على قدم المساواة، وإتاحة فرص متكافئة للمنافسة في السوق دون أي عوائق غير مبررة. هذا يعني أنه لا يجوز للحكومة أو أي جهة أخرى منح

¹ الأمر رقم 03-03. نفس المرجع السابق.

ميزة غير عادلة لبعض الشركات على حساب أخرى، سواء من خلال الإعفاءات الضريبية، أو الدعم المالي، أو التراخيص الخاصة، أو أي شكل آخر من أشكال التفضيل. يجب أن تتنافس الشركات على أساس قدرتها على تقديم منتجات وخدمات أفضل بأسعار معقولة، وليس على أساس علاقاتها مع السلطة أو نفوذها في السوق.

ولا يمكن تحقيق هذه الشروط إلا بوجود هيئة مستقلة ومحيدة تتولى تطبيق قوانين المنافسة بفعالية. ولذلك، يجب أن يتمتع مجلس المنافسة باستقلالية كاملة عن السلطة التنفيذية وغيرها من الجهات الحكومية، وأن يكون له صلاحيات واسعة للتحقيق في الممارسات المقيدة للمنافسة، واتخاذ القرارات بشأنها، وفرض العقوبات على المخالفين. يجب أن يكون المجلس قادرًا على العمل بحرية واستقلالية، دون أي تدخل أو ضغوط من أي جهة كانت، وأن يكون لديه الموارد والخبرات اللازمة للقيام بمهامه على أكمل وجه.

ولا تكتمل صورة المنافسة الحرة والفعالة إلا بحماية حقوق المستهلكين، وتمكينهم من الحصول على منتجات وخدمات آمنة وعالية الجودة بأسعار معقولة، ومن الحصول على التعويض عن الأضرار التي تلحق بهم نتيجة للممارسات التجارية غير المشروعة. يجب أن يكون للمستهلكين الحق في الحصول على معلومات دقيقة حول المنتجات والخدمات التي يشترونها، وأن يكونوا قادرين على تقديم شكاوى في حالة وجود أي مخالفات، وأن يحصلوا على تعويض عادل عن الأضرار التي تلحق بهم¹،

المطلب الثاني: أهمية المنافسة في اقتصاد السوق:

تعتبر المنافسة في اقتصاد السوق، وفقًا للتصور الذي تبناه القوانين الجزائرية، ليست مجرد آلية اقتصادية تلقائية، بل هي عنصر أساسي في بناء اقتصاد وطني قوي ومستدام، وتحقيق الرفاهية الاجتماعية لجميع المواطنين. وتستند هذه الرؤية إلى فهم عميق لأثر المنافسة الإيجابي على مختلف جوانب الاقتصاد، بدءًا من تخصيص الموارد بكفاءة، وصولًا إلى تحفيز الابتكار، وتحسين جودة المنتجات والخدمات، وخلق فرص العمل، وتعزيز العدالة والمساواة.

¹ مرسوم رئاسي رقم 13 - 124 مؤرخ في 22 جمادى الأولى عام 1434 الموافق 3 أبريل سنة 2013، يتضمن التصديق على معاهدة المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو) بشأن الأداء والتسجيل الصوتي المعتمدة بجنيف بتاريخ 20 ديسمبر سنة 1996.

تتجلى أهمية المنافسة في السوق الجزائري في كونها محركاً للكفاءة الاقتصادية. ففي ظل المنافسة، تسعى الشركات إلى استخدام الموارد المتاحة لها (مثل رأس المال، والعمالة، والمواد الخام) بأكثر الطرق إنتاجية وكفاءة، وذلك بهدف تقليل التكاليف وزيادة الأرباح. هذه الكفاءة في استخدام الموارد تؤدي إلى زيادة الإنتاجية على المستوى الوطني، وتحسين القدرة التنافسية للاقتصاد الجزائري في الأسواق العالمية.

كما تشجع المنافسة الشركات على تحسين عمليات الإنتاج، واعتماد تقنيات جديدة ومتطورة، وتطوير مهارات العاملين لديها، وذلك بهدف زيادة الإنتاجية وخفض التكاليف. هذا التحسين المستمر في الكفاءة والإنتاجية يساهم في تعزيز النمو الاقتصادي وتنويع مصادر الدخل القومي¹

ولا تقتصر أهمية المنافسة على تعزيز الكفاءة الاقتصادية، بل تمتد لتشمل تحفيز الابتكار. ففي ظل المنافسة، تسعى الشركات إلى تطوير منتجات وخدمات جديدة ومحسنة، وذلك بهدف جذب المزيد من العملاء والحصول على ميزة تنافسية في السوق. هذا الابتكار المستمر يؤدي إلى ظهور منتجات وخدمات جديدة تلبي احتياجات ورغبات المستهلكين بشكل أفضل، كما يساهم في تطوير صناعات جديدة وخلق فرص عمل جديدة. وتشجع القوانين الجزائرية على الابتكار من خلال حماية حقوق الملكية الفكرية، وتوفير الدعم المالي والتقني للشركات الناشئة والمبتكرة. وتحقق المنافسة مصلحة المستهلك من خلال توفير منتجات وخدمات أفضل جودة بأسعار معقولة، وتوفير خيارات متنوعة لتلبية احتياجات ورغبات مختلفة. فالشركات المتنافسة تسعى إلى تقديم أفضل ما لديها من منتجات وخدمات بأسعار تنافسية لجذب المستهلكين، وهو ما يؤدي إلى تحسين جودة الحياة وزيادة القدرة الشرائية للمواطنين. كما تعمل المنافسة على توفير خيارات متنوعة للمستهلكين، حيث تقدم الشركات المتنافسة مجموعة واسعة من المنتجات والخدمات التي تلبي مختلف الأذواق والاحتياجات.

وتساهم المنافسة في دعم النمو الاقتصادي من خلال زيادة الاستثمار وخلق فرص العمل وجذب الاستثمارات الأجنبية. فالأسواق التنافسية تشجع الشركات على الاستثمار في مشاريع جديدة وتوسيع نطاق أعمالها،

¹ أحسن بوسقيعة، الوجيز في القانون الجزائري الخاص جرائم الفساد جرائم المال والأعمال جرائم التزوير الجزء الثاني دار هومة، الطبعة الثالثة، منفحة ومتممة في ضوء قانون 20 فبراير 2006 المتعلق بالفساد، ص 226.

وهو ما يؤدي إلى زيادة الإنتاج والنمو الاقتصادي. كما يؤدي النمو الاقتصادي إلى خلق فرص عمل جديدة، حيث تحتاج الشركات المتوسعة إلى توظيف المزيد من العاملين. وتجذب الأسواق التنافسية الاستثمارات الأجنبية، حيث يفضل المستثمرون الاستثمار في الأسواق التي تتوفر فيها فرص النمو والمنافسة، والتي تضمن لهم تحقيق عوائد مجدية على استثماراتهم.

كما تساهم المنافسة في تحقيق العدالة والمساواة من خلال منع الاحتكار والسيطرة على الأسواق من قبل عدد قليل من الشركات، وضمان تكافؤ الفرص لجميع الشركات، وحماية المستهلكين من الممارسات التجارية غير المشروعة. فقوانين المنافسة تهدف إلى منع الشركات الكبيرة من استغلال نفوذها في السوق للإضرار بالمنافسين الصغار أو المستهلكين، وتضمن حصول جميع الشركات على فرصة عادلة للمنافسة على أساس الجودة والكفاءة والابتكار. كما تحمي قوانين المستهلك حقوق المستهلكين من الممارسات التجارية غير المشروعة، مثل الغش والتدليس والاحتكار ورفع الأسعار بشكل مصطنع.

المبحث الثاني: الممارسات المقيدة للمنافسة

تلعب المنافسة دوراً محورياً في تعزيز الكفاءة الاقتصادية، وتحفيز الابتكار، وتحسين جودة السلع والخدمات، وتخفيض الأسعار لصالح المستهلك، ومن هذا المنطلق، سعت مختلف الأنظمة الاقتصادية والقوانين الوطنية والدولية إلى ترسيخ قواعد عادلة تنظم المنافسة وتمنع الممارسات التي من شأنها أن تقيدها أو تضعف فعاليتها.¹

¹ كتو محمد شريف، الممارسات المناهية للمنافسة في القانون الجزائري، (دراسة مقارنة بالقانون الفرنسي) أطروحة لنيل شهادة دكتوراه دولة في القانون، فرع القانون العام، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو 200، ص 333.

تتطرقنا في هذا المبحث إلى تعريف الممارسات المقيدة للمنافسة ومعايير تحديدها (المطلب الأول) كما تناولنا أنواع الممارسات المقيدة (المطلب الثاني)

المطلب الأول: تعريف الممارسات المقيدة للمنافسة ومعايير تحديدها

حيث سنتطرق في هذا المطلب إلى تعريف الممارسات المقيدة للمنافسة (الفرع الأول) معايير تحديد الممارسات المقيدة (الفرع الثاني) .

الفرع الأول: تعريف الممارسات المقيدة للمنافسة

يعتبر مفهوم الممارسات المقيدة للمنافسة حجر الزاوية في القانون الجزائري المنظم للمنافسة، وقد تطور هذا المفهوم عبر الزمن، ليصبح أكثر دقة وشمولية. فبعد أن كان الأمر رقم 95-06 يركز على مفهوم "الممارسات المنافية للمنافسة"، جاء الأمر بعد سنة 2003 في إطار التنظيم الجديد للمنافسة بموجب الأمر 03-03 المعدل والمتمم في إطار الفصل الثاني من الباب الثاني منه ليتبنى مفهوم "الممارسات المقيدة للمنافسة"¹، وهو ما يعكس تطوراً في رؤية المشرع الجزائري لأهمية المنافسة ودورها في الاقتصاد الوطني.

لقد أخرج المشرع الجزائري ضمن هذا المفهوم (الممارسات المقيدة للمنافسة) ممارسات مغايرة عن تلك التي نص عليها في ظل الأمر 95-06، وهو ما تجلّى أساساً في المادتين 6 و7 من الأمر 03-03 المعدل والمتمم، على غرار الممارسات التي نصت عليها الفقرتين 6 و7 منهما، والتي تطرقتا لحماية المتعاملين والشركاء التجاريين. إضافة إلى ذلك، نصت المادة 10 على حظر صور الاستئثار من خلال المشرع الجزائري، ونصت المادة 11 على حظر صور التعسف في وضعيات التبعية الاقتصادية بين المومنين والزبائن أو العكس.

في حين لم يدرج المشرع الجزائري التجميعات ضمن هذا المفهوم (الممارسات المقيدة للمنافسة)، معتبراً أن هذه الأخيرة أفرد لها الفصل الثالث من نفس الباب.² وعليه، لم يعتبر عمليات التركيز من قبيل الممارسات المقيدة

¹ سامي بن حملة ،حول مفهوم الممارسات المنافية والمقيدة للمنافسة، مقال منشور في مجلة البحوث في العقود و قانون الأعمال ، جامعة الاخوة منتوري ، قسنطينة ،المجلد الاول ، العدد الاول ، ص 5.

² أنظر المواد من 15 إلى 22 مكرر

للمنافسة، ولا تعتبر ممارسات محظورة خلافاً لصور الممارسات المقيدة للمنافسة والمنافية لها، وذلك على اعتبار أنها تتعلق بعمليات التوسع الخارجي للمشروعات الاقتصادية، وحرية التجميع أو التركيز التي أخضعتها تشريعات المنافسة الحديثة لنظام الرقابة المسبق، وذلك حتى لا يؤدي إنشاء التركيز الاقتصادي إلى المساس بالمنافسة. ولذلك، أخضع المشرع الجزائري إنشاء التركيز لترخيص مجلس المنافسة.

يمكن تعريف الممارسات المقيدة للمنافسة بأنها تلك المجموعة المتنوعة من الأعمال والاتفاقات والتصرفات التي تقوم بها المؤسسات، والتي تهدف، بشكل مباشر أو غير مباشر، إلى عرقلة أو تقييد أو تشويه المنافسة في السوق، سواء كان ذلك على مستوى الإنتاج، أو التوزيع، أو التسويق، أو التسعير. هذا التعريف، الذي يتميز باتساعه وشموليته، لا يقتصر على مجرد سرد للأفعال المحظورة، بل يتجاوز ذلك إلى تحديد الهدف من وراء هذه الأفعال، فإذا كان الهدف هو تقييد المنافسة، فإن الممارسة تعتبر محظورة حتى لو لم تحقق هذا الهدف بشكل كامل.

ووفقاً للتعريف الوارد في المادة 14 من الأمر رقم 03/03 المتعلق بالمنافسة، هي جملة من الأعمال والاتفاقات غير الشرعية التي نص عليها القانون. وتشمل هذه الممارسات: الأعمال والاتفاقات غير الشرعية المشار إليها في المادة 6، والتعسف الناتج عن وضعية الهيمنة أو الاحتكار المنصوص عليه في المادة 7، وإبرام عقد استثنائي بهدف احتكار التوزيع بموجب المادة 10، والتعسف في استغلال وضعية التبعية وفقاً للمادة 11، والبيع بثمن أقل من سعر التكلفة كما هو محدد في المادة 12.¹

أيضا هو كل ما يصدر عن التجار في علاقاتهم التجارية، ويتعلق الأمر تحديداً بالممارسات التي تقوم بها مؤسسة إزاء مؤسسة أخرى، والتي تكون من طبيعتها إما عرقلة حرية المنافسة، أو الحد منها بشكل غير قانوني، أو الإخلال بها في السوق²، مما يعود بالضرر على مجموع النشاط الاقتصادي والمتنافسين والمستهلكين على السواء.

¹ أحسن بوسقيعة . نفس المرجع . ص 227.

² أحسن بوسقيعة محاضرات في القانون الجزائري للأعمال ، محاضرات ملقاة على طلبة السنة الثانية المدرسة العليا للقضاء السنة الدراسية 2007/2008، ص 18.

الفرع الثاني: معايير تحديد الممارسات المقيدة (الاتفاق، التأثير على السوق، القصد

يستند تحديد ما إذا كانت ممارسة معينة تعتبر "مقيدة للمنافسة" في الإطار القانوني الجزائري إلى ثلاثة معايير أساسية، تتكامل فيما بينها لتشكيل منظومة متينة لتقييم سلوكيات المؤسسات في السوق. هذه المعايير، وهي الاتفاق، والتأثير على السوق، والقصد أو (الهدف)¹، ليست مجرد مفاهيم نظرية، بل هي أدوات عملية يعتمد عليها مجلس المنافسة والجهات القضائية لتطبيق القانون وضمان منافسة حرة ونزيهة في الجزائر.

أولاً: معيار "الاتفاق" في القانون الجزائري:

عند الحديث عن "الاتفاق" في سياق قانون المنافسة الجزائري، فإننا نتجاوز المفهوم الضيق للعقود الرسمية المكتوبة. الأمر رقم 03-03 يتبنى مفهوماً واسعاً للاتفاق يشمل أشكالاً متعددة من التنسيق والتعاون بين المؤسسات. فهو يشمل الاتفاقات الصريحة، أي العقود والاتفاقيات سواء كانت مكتوبة أو شفوية، التي تتفق فيها مؤسستان أو أكثر على تقييد المنافسة. كما يشمل الممارسات المتفق عليها، وهي أشكال أكثر ضمنية من التعاون، حيث لا يوجد اتفاق رسمي مكتوب، ولكن المؤسسات تتبع سلوكاً متطابقاً في السوق نتيجة لتنسيق غير رسمي أو تبادل معلومات استراتيجية. هذا التوسع في مفهوم "الاتفاق" يهدف إلى منع التحايل على القانون من خلال اللجوء إلى أشكال غير رسمية من التواطؤ. حتى قرارات جمعيات المؤسسات التي تمثل مصالح قطاعية أو مهنية، يمكن أن تندرج تحت مفهوم "الاتفاق" إذا كانت تهدف إلى تقييد المنافسة لصالح أعضائها. يظهر هذا المعيار بشكل واضح في المادة 6 من الأمر 03-03، التي تحظر "الاتفاقات غير المشروعة"²، مما يؤكد على أهمية وجود شكل من أشكال التوافق أو التنسيق بين المؤسسات لتطبيق هذا المعيار.

ثانياً: معيار التأثير على السوق في القانون الجزائري:

لا يكفي القانون الجزائري بوجود "اتفاق" لكي تعتبر الممارسة مقيدة للمنافسة. يجب أن يكون لهذا الاتفاق أو السلوك تأثير سلبي ملموس أو محتمل على المنافسة في السوق. هذا التأثير يمكن أن يكون فعلياً، أي أن

¹ المادة 14 الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003، المعدل والمتمم، المتعلق بالمنافسة.

² المادة 6 من الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 يوليو سنة 2003 المتعلق بالمنافسة.

الممارسة قد أدت بالفعل إلى نتائج ملموسة مثل ارتفاع الأسعار بشكل غير مبرر، أو انخفاض كميات الإنتاج المعروضة، أو تقليل الخيارات المتاحة للمستهلكين، أو إقصاء منافسين بشكل غير عادل من السوق. ويمكن أن يكون التأثير محتملاً، أي أن الممارسة، حتى لو لم تؤد بعد إلى ضرر فعلي، تحمل في طياتها القدرة أو الاحتمال لإحداث تقييد للمنافسة في المستقبل القريب. ويتم تقييم هذا التأثير في السوق المعني، وهو السوق الذي يتم تحديده بدقة بناءً على طبيعة المنتجات أو الخدمات المتأثرة والمساحة الجغرافية التي تتنافس فيها المؤسسات. على الرغم من أن القانون الجزائري يركز بشكل كبير على "القصود" من الممارسة، فإن إثبات التأثير الفعلي أو المحتمل على السوق يعتبر عنصرًا أساسيًا في بناء قضية مقنعة أمام مجلس المنافسة، حيث يمثل دليلاً قوياً على وجود إخلال بالمنافسة. مواد الأمر 03-03 المختلفة، من المادة 6 إلى المادة 12، تشير ضمناً أو صراحة إلى ممارسات تؤدي بطبيعتها إلى تقييد أو تشويه المنافسة في السوق.

ثالثاً: معيار القصد (الهدف) في القانون الجزائري:

يُعد القصد أو الهدف من الممارسة معياراً حاسماً في القانون الجزائري لتكييفها كممارسة مقيدة للمنافسة. فالقانون لا يعاقب على النتائج السلبية غير المقصودة للممارسات الاقتصادية، بل يستهدف تحديداً تلك الممارسات التي يتم القيام بها بنية واضحة لتقييد المنافسة أو أن يكون تقييد المنافسة هو النتيجة الطبيعية والمنطقية التي لا يمكن تجنبها للممارسة. يتم استخلاص هذا القصد أو الهدف من خلال تحليل طبيعة الممارسة ذاتها، فبعض الممارسات مثل اتفاقات تحديد الأسعار أو تقاسم الأسواق، تحمل في جوهرها قصداً واضحاً لتقييد المنافسة. كما يتم الاستعانة بالسياق الاقتصادي الذي تمت فيه الممارسة، ودراسة مركز المؤسسات المعنية في السوق. وقد يتم الاستناد إلى أدلة مباشرة، مثل الوثائق الداخلية للشركات أو التصريحات الرسمية، التي تكشف عن نية صريحة لتقييد المنافسة. المادة 14 من الأمر 03-03، في تعريفها للممارسات المقيدة للمنافسة، تستخدم عبارة "الأعمال والاتفاقات والتصرفات التي تقوم بها المؤسسات والتي تهدف إلى عرقلة أو تقييد أو تشويه المنافسة"¹، مما يؤكد على الأهمية المركزية لمعيار "القصد" في القانون الجزائري.

¹ المادة 14 من الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 يوليو سنة 2003 المتعلق بالمنافسة.

تكامل المعايير في التطبيق القانوني الجزائري :من الضروري التأكيد على أن هذه المعايير الثلاثة لا تعمل بشكل منفصل، بل تتكامل وتتفاعل مع بعضها البعض في التطبيق القانوني الجزائري .عند تقييم أي ممارسة يشتبه في كونها مقيدة للمنافسة، يقوم مجلس المنافسة والجهات القضائية بتحليل مجموعة هذه المعايير بشكل متكامل .فوجود "اتفاق" وحده قد لا يكون كافيًا، إذا لم يكن له "تأثير" ملموس على السوق ولم يكن "القصد" منه تقييد المنافسة .وبالمثل، قد لا تعتبر ممارسة ما مقيدة للمنافسة، حتى لو كان لها "تأثير" سلبي على السوق، إذا لم يكن هناك "اتفاق" أو "قصد" لتقييد المنافسة.

المطلب الثاني: أنواع الممارسات المقيدة للمنافسة :

تطرقنا في هذا المطلب إلى الممارسات الأفقية الإتفاقيات بين المنافسين (الفرع الأول) ،والممارسات العمودية (الفرع الثاني) كذلك تطرقنا إلى إساءة استغلال وضعية الهيمنة (الفرع الثالث) وفي الاخير تناولنا التجميعات الاقتصادية المقيدة للمنافسة (الفرع الرابع).

الفرع الأول: الممارسات الأفقية بين المنافسين:

يُقصد بالممارسات الأفقية تلك الاتفاقيات والتوافقات التي تُبرم بين مجموعة من المتعاملين ألاقصاديين بحيث يكونون مستقلين تمامًا عن بعضهم البعض من الناحية القانونية والاقتصادية، أي أنه لا تربطهم أية علاقة تبعية أو سلطة إدارية أو هيكلية .هؤلاء المتعاملون، على الرغم من استقلالهم، يمارسون نشاطًا اقتصاديًا مماثلًا أو متطابقًا، ويعملون في نفس المستوى من مستويات السوق .سواء كانوا هؤلاء المتعاملون تجار تجزئة يبيعون مباشرة للمستهلك النهائي، أو تجار جملة يوزعون البضائع على نطاق واسع، أو منتجين يقومون بتصنيع السلع في مراحل الإنتاج المختلفة، فإن اتفاقهم على تقييد المنافسة يعتبر ممارسة أفقية محظورة¹.

وتسمى هذه الاتفاقيات بالكاريل أيضا، ويقصد بها تلك الاتفاقيات التي تتم بين مجموعة من المتعاملين فيما بينهم، أي أنه ليس ثمة علاقة تبعية بينهم، ويقومون بنشاط اقتصادي مماثل ويعملون على مستوى واحد في السوق

¹ أحمد عبد الرحمن الملح، التقييد الأفقي للمنافسة مع التركيز على اتفاق تحديد الأسعار، مجلة الحقوق عند 4 سبتمبر

ففي هذه الحالة يتم تموين السوق سواء من طرف مؤسسات عديدة متواجدة على مستوى واحد كتلك التي تبيع مثلاً سيارات من طراز متشابهة، فبدل منافسة بعضهما البعض بإمكان صناع السيارات تحديد الأسعار التي تضمن لهم الأرباح الأكثر ارتفاعاً، يتعلق الأمر هنا بكارتل أو اتفاق أفقي. حيث يتفق أعضاء الكارتل على توزيع السوق¹ فيما بينهم وإقصاء المؤسسات التي ليست طرفاً فيه وذلك بعرض سلعهم أو خدماتهم بأسعار رمزية بهدف إبعاد منافسيهم من السوق

أولاً: إتفاقات تحديد الأسعار:

الاتفاق بين المنافسين على تحديد الأسعار التي سيبيعون بها منتجاتهم أو خدماتهم. هذا يشمل الاتفاق على الحد الأدنى أو الحد الأقصى للأسعار، أو على تثبيت الأسعار، أو على صيغ لحساب الأسعار²

ثانياً: إتفاقات تقاسم الأسواق:

الاتفاق بين المنافسين على تقسيم الأسواق الجغرافية أو الأسواق حسب العملاء أو المنتجات. يهدف هذا الاتفاق إلى تجنب المنافسة المباشرة في مناطق معينة أو على فئات معينة من العملاء³

ثالثاً: إتفاقات تقييد الإنتاج أو التوزيع:

الاتفاق بين المنافسين على تقييد كميات الإنتاج أو التحكم فيها أو تحديدها. يهدف هذا الاتفاق إلى رفع الأسعار عن طريق خلق ندرة مصطنعة في السوق⁴

¹ Rodrik, Dani.;OP cit 2018.p 23

² نصري نبيل، المركز القانوني لمجلس المنافسة بين الأمر 06_95 والأمر 03_03، مذكرة لنيل درجة الماجستير في القانون فرع قانون اعمال، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو ، الجزائر ، 2004 ، ص 65

³ لمادة 6 من الأمر رقم 03-03، الفقرة 1

⁴ المادة 6 من الأمر رقم 03-03، الفقرة 2

رابعاً: اتفاقات الحد من الدخول إلى السوق:

الاتفاق بين المنافسين على وضع عراقيل أو قيود أمام دخول منافسين جدد إلى السوق أو أمام ممارسة نشاط تجاري معين . يهدف هذا الاتفاق إلى حماية الشركات القائمة من المنافسة الجديدة.¹

الفرع الثاني: الممارسات العمودية (الاتفاقات بين المورد والموزعين) :

عرف المشرع الأوروبي عقود التوزيع على أنها كل عقد يبرم بين منتج سلع أو مقدم خدمات مع موزع، سواء كان شخص طبيعي أو معنوي، متمتع بالشخصية القانونية، وله الاستقلالية التامة في اتخاذ القرارات. كما يتمتع باستقلالية مالية مهمة، تجعل منه كيان اقتصادي وحيد.²

فالاتفاق العمودي هو ذلك الاتفاق الذي يجمع بين مؤسسات غير متواجدة في نفس المستوى الاقتصادي، أي العلاقة التي تربط بين كل من المنتجين والموزعين والوسطاء، وعادة ما تتخذ هذه العلاقة شكلاً من أشكال عقود التوزيع المختلفة. فالأطراف في الاتفاق العمودي، باختلاف ما هو عليه في الاتفاق الأفقي تكون دائماً في حالة تبعية، باعتبار أن هذه الاتفاقات تبرم بين أطراف غير متواجدين في نفس المستوى الاقتصادي المادة 6 من الأمر رقم 03-03، الفقرة 3.³

وعليه فالإتفاق العمودي، أي عقود وعمليات التوزيع، والتي هي بدورها مجموع العمليات المادية والقانونية التي تمكن من تسويق سلع أو خدمات من طرف موزعين، فهي عملية اقتصادية متعلقة بوضع تحت تصرف المستهلك سلع وخدمات الممون أو المنتج، فهي تقنية تهدف إلى ترويج المنتجات بأحسن وأنجح الطرق إلى المستهلك المستهدف.⁴

الفرع الثالث: إساءة استغلال وضعية الهيمنة:

إن الإخلال بقواعد المنافسة الحرة والنزيهة لا يقتصر فقط على نطاق الإتفاقات والتواطؤات بين المؤسسات المتنافسة، بل يتعدى ذلك ليشمل أساليب أخرى أكثر خفاءً وتعقيداً، خاصة عندما تمتلك مؤسسة ما قوة إقتصادية

1 المادة 6 من الأمر رقم 03-03، الفقرة 4

2 Rodrik, Dani. op,cit. 2018.p 25

3 Tirole, Jean . The Theory of Industrial Organization. Cambridge, Mass: MIT Press . 1988.p39

4 المادة 6 من الأمر رقم 03-03، الفقرة 3

معتبرة وسلطة سوقية نافذة . وعلى الرغم من التشابه الظاهري الذي قد يبدو للوهلة الأولى بين هذه الحالة الأخيرة (إستغلال القوة الاقتصادية) وموضوع الاتفاقات (التواطؤ بين عدة مؤسسات)، حيث يشتركان معاً في كونهما يمثلان خرقاً صارخاً لقواعد المنافسة الأساسية، إلا أن هناك فرقاً جوهرياً وأساسياً يميز بين هذين الصنفين من الممارسات المقيدة للمنافسة .

يكمن هذا الفرق الجوهري في أن الاتفاقات المقيدة للمنافسة يمكن أن تُبرم بين مختلف الفاعلين الاقتصاديين في السوق، سواء كانوا مؤسسات كبيرة أو صغيرة، مهيمنة أو غير مهيمنة، حيث يكون عنصر التواطؤ والاتفاق الجماعي هو السمة المميزة لها . أما الممارسات المقيدة للمنافسة الأخرى، والتي نص عليها القانون المنظم للمنافسة في الجزائر، فتتمثل أساساً في الاستغلال الفردي للقوة الاقتصادية من قبل مؤسسة ما، دون الحاجة إلى اتفاق أو تواطؤ مع مؤسسات أخرى . وفي هذا الإطار، يبرز القانون الجزائري ثلاثة أنواع رئيسية من هذه الممارسات الفردية، والتي سنتناولها بالتفصيل في هذا المبحث : التعسف الناتج عن وضعيّة الهيمنة، والتعسف الناتج عن وضعيّة التبعية الاقتصادية، والبيع بأسعار منخفضة بشكل تعسفي.¹

تُعد حالة التعسف في وضعيّة الهيمنة من بين أبرز التصرفات والممارسات التي يحظرها القانون الجزائري بشكل صريح، ويعتبرها ممارسة مقيدة للمنافسة تستوجب التدخل والمنع . وقد تم تكريس هذا الحظر القانوني بشكل واضح ومباشر في المادة 07 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، والتي تمثل الركن الأساسي في مكافحة استغلال القوة السوقية في الجزائر.

تنص المادة 07 بصراحة ووضوح على أنه "يحظر كل تعسف ناتج عن وضعيّة هيمنة على السوق أو احتكار لها أو على جزء منها . " هذا الحظر الشامل يهدف إلى منع المؤسسات التي تتمتع بقوة سوقية كبيرة من استغلال هذه القوة للإضرار بالمنافسة، وتقويض آليات السوق الحرة، والإضرار بالمستهلكين والمتعاملين الاقتصاديين الآخرين، وقد حددت المادة 07 على سبيل المثال لا الحصر مجموعة من التصرفات والممارسات التي تعتبر تعسفاً في وضعيّة الهيمنة، وتشمل هذه الممارسات المحظورة ما يلي

1 اسراء خضر لعبيدي ، المنافسة و الممارسات المقيدة لها في ضوء قانون المنافسة ومنع الاحتكار العراقي ، كلية القانون الجامعة الاسلامية، 2010، ص 20.

1. الحد من الدخول إلى السوق أو في ممارسة النشاطات التجارية فيها :

- يشمل هذا النوع من التعسف قيام المؤسسة المهيمنة باتخاذ إجراءات أو وضع عراقيل تهدف إلى منع أو صعوبة دخول منافسين جدد إلى السوق الذي تهيمن عليه، أو تقييد قدرة المؤسسات القائمة على ممارسة نشاطها التجاري بحرية. يمكن أن تتخذ هذه العراقيل أشكالاً متنوعة، مثل:
- عرقلة الحصول على التراخيص أو الموافقات اللازمة لممارسة النشاط.
 - فرض شروط تعجيزية أو تمييزية على الموردين أو الموزعين الجدد.
 - ممارسة ضغوط اقتصادية أو تجارية على المنافسين المحتملين لثنيهم عن دخول السوق.¹

2. تقليص أو مراقبة الإنتاج أو منافذ التسويق أو الاستثمارات أو التطور التقني:

- يشمل هذا النوع من التعسف قيام المؤسسة المهيمنة بالتحكم في جوانب أساسية من النشاط الاقتصادي في السوق، بهدف تقييد المنافسة ويمكن أن يتجلى ذلك في:
- تقليص حجم الإنتاج بشكل مصطنع لخلق ندرة في السوق ورفع الأسعار.
 - مراقبة منافذ التسويق والتوزيع للحد من قدرة المنافسين على الوصول إلى المستهلكين.
 - تثبيط الاستثمارات في السوق لعرقلة التوسع والنمو للمنافسين المحتملين.
 - تأخير أو منع التطور التقني في السوق للحفاظ على الوضع المهيمن القائم.

3. إقتسام الأسواق أو مصادر التموين :يشمل هذا النوع من التعسف قيام المؤسسة المهيمنة تقسيم

- السوق مع منافسين آخرين (حتى لو كانوا أقل قوة)، أو الاستئثار بمصادر التموين والمواد الخام بشكل يضر بالمنافسين ويمكن أن يتجسد ذلك في:
- الاتفاق مع منافسين على تقسيم الأسواق الجغرافية أو القطاعية لتجنب المنافسة المباشرة.

¹ ناصري نبيل، المركز القانوني لمجلس المنافسة بين الأمر 06_95 والأمر 03_03، مذكرة لنيل درجة الماجستير في القانون فرع قانون اعمال، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو ، الجزائر ، 2004 ، ص 65

– الاستحواذ على حصة كبيرة من مصادر التمويل والمواد الخام لحرمان المنافسين من الحصول عليها بشروط عادلة.

4. عرقلة تحديد الأسعار حسب قواعد السوق بالتشجيع المصطنع لارتفاع الأسعار ولاخفاضها:

يشمل هذا النوع من التعسف قيام المؤسسة المهيمنة بالتدخل بشكل مصطنع في آليات تحديد الأسعار في السوق، بهدف تشويه المنافسة وتحقيق أرباح غير مشروعة.

5. ويمكن أن يتجلى ذلك في:

– التشجيع المصطنع لارتفاع الأسعار من خلال تقليل العرض أو نشر معلومات مضللة أو ممارسة ضغوط على المنافسين.

– القيام بجملة بيع بأسعار منخفضة بشكل تعسفي (البيع بالخسارة) بهدف إخراج المنافسين من السوق.

6. تطبيق شروط غير متكافئة لنفس الخدمات اتجاه الشركاء التجاريين مما يجرمهم من منافع

المنافسة:

يشمل هذا النوع من التعسف قيام المؤسسة المهيمنة بالتمييز بين الشركاء التجاريين (مثل الموزعين أو الموردين) في تطبيق الشروط التجارية (مثل الأسعار، وشروط الدفع، ومهل التسليم، والخدمات المصاحبة)، وذلك بشكل غير مبرر ومجحف، مما يجرم بعض الشركاء من الاستفادة من المنافسة العادل¹.

7. إخضاع إبرام العقود مع الشركاء لقبولهم خدمات إضافية ليس لها صلة بموضوع هذه العقود

سواء بحكم طبيعتها أو حسب الأعراف التجارية: تشمل هذا النوع من التعسف قيام المؤسسة المهيمنة بفرض شروط إضافية غير ضرورية أو غير مرتبطة بموضوع العقد الأصلي على الشركاء التجاريين (مثل الموزعين أو الموردين)، وذلك كشرط لإبرام أو تجديد العقود. تهدف هذه الممارسة إلى استغلال التبعية الاقتصادية للشركاء لتحقيق مكاسب إضافية غير مشروعة. ويمكن أن تتخذ

¹ ناصري نبيل ، المرجع السابق، القدر . ص 66

هذه الخدمات الإضافية أشكالاً متنوعة، مثل:

- شراء كميات إضافية من المنتجات لا يحتاجها الشريك.
- قبول خدمات تسويقية أو إعلانية غير ضرورية أو غير فعالة.
- دفع رسوم أو عمولات إضافية غير مبررة.

عرّف المادة 3، الفقرة (ج)، من الأمر رقم 03/03 المتعلق بالمنافسة، وضعية الهيمنة بأنها "الوضعية التي تُمكن مؤسسة ما من الحصول على مركز قوة اقتصادية في السوق المعني، من شأنها عرقلة قيام منافسة فعلية فيه، وتعطيها إمكانية القيام بتصرفات منفردة إلى حدّ معتبر إزاء منافسيها أو زبائنها أو مُورديها."

وعند تحليل هذا التعريف، يُلاحظ أنه يربط الهيمنة بـ "الحصول على مركز قوة اقتصادية" في السوق. ومع ذلك، فإن الهيمنة الاقتصادية، في جوهرها، هي القوة الاقتصادية التي تتمتع بها المؤسسة في السوق، وليست مجرد نتيجة أو سبب للحصول على هذه القوة. وبعبارة أخرى، الهيمنة تُمثّل القوة الاقتصادية نفسها، وليست مجرد وضعية ناتجة عنها. وتجدر الإشارة إلى أن المؤسسة التي تتمتع بوضعية هيمنة اقتصادية غالباً ما تقوم بتصرفات منفردة إزاء منافسيها أو زبائنها أو مورديها، مستغلة قوتها السوقية.

كما يُلاحظ أن هذا التعريف يعتبر الهيمنة الاقتصادية في حد ذاتها ممارسة محظورة "من شأنها عرقلة قيام منافسة فعلية". لكن في الواقع العملي والقانوني، لا تُعتبر الهيمنة الاقتصادية مخالفة لقواعد المنافسة إلا إذا اقترنت بالتعسف في استعمالها فمجرد التمتع بمركز قوة في السوق لا يُعتبر جريمة في حد ذاته، بل يُصبح جريمة إذا تم استغلال هذه القوة بشكل تعسفي للإضرار بالمنافسة أو المستهلكين.¹ وعليه، يُمكن تعريف الهيمنة بدقة أكبر على أنها تلك القوة الاقتصادية التي تمتلكها المؤسسة في السوق، والتي تُتيح لها سلطة التّحكّم في آليات السوق، وتقليص أو إقصاء منافسة المؤسسات الأخرى الموجودة في السوق نفسها. هذه القوة قد تكون ناتجة عن عوامل متعددة، مثل الحجم الكبير للمؤسسة، أو حصتها السوقية الكبيرة، أو وفرة مواردها المالية والتقنية، أو قدرتها على التأثير في أسعار السوق.

¹ كـتو محمد الشريف، قانون المنافسة و الممارسات التجارية، وفقاً للأمر 03-03 و القانون 04-02، منشورات البغدادي الجزائر، 2010، ص 45.

ولكن، كما ذكرنا، لا تُعتبر الهيمنة في حد ذاتها ممارسة محظورة، بل يُصبح استغلالها بشكل تعسفي هو الممارسة المحظورة بموجب قانون المنافسة.

على هذا الأساس، يُمكن تعريف المؤسسة في وضعية هيمنة بأنها "مؤسسة واحدة، أو مجموعة من المؤسسات، تُمارس نشاطًا تجاريًا اقتصاديًا فيه عنصر المضاربة، وتتمتع بقوة اقتصادية أكيدة، أو بوضعية احتكار، والتي تُحدث تغييرًا ظاهرًا في العرض على مستوى السوق"¹. هذا التعريف يُشير إلى أن وضعية الهيمنة تتجلى عندما تتمتع مؤسسة ما (أو مجموعة مؤسسات) بنفوذ قوي في السوق، يسمح لها بالتأثير على ديناميكيات العرض والطلب بشكل ملحوظ.

أما في فرنسا، فقد تم حظر الاستغلال التعسفي لوضعية الهيمنة لأول مرة بموجب القانون رقم 63-628 المؤرخ في 2 جويلية 1963. وتُحذر الإشارة إلى أن المشرع الفرنسي، في صياغته لقانون المنافسة، تأثر بشكل كبير بالقانون الأوروبي في هذا المجال. ومع ذلك، لم يُقدّم كلا التشريعين (الفرنسي والأوروبي) تعريفًا قانونيًا مُحددًا ودقيقًا لوضعية الهيمنة، بل ترك هذه المهمة للاجتهاد القضائي الأوروبي. وقد عرّفت محكمة العدل الأوروبية وضعية الهيمنة على السوق بأنها: "القوة الاقتصادية التي تحوزها مؤسسة معينة، تمنحها القدرة على وضع العوائق أمام المنافسة الفعلية في السوق، وتمكنها من اتخاذ القرارات من جانب واحد في مواجهة منافسيها وعملائها، وكذلك المستهلكين".

بمقارنة التعريف الذي اعتمده المشرع الجزائري لوضعية الهيمنة مع التعريف الذي استقر عليه الاجتهاد القضائي الأوروبي، نستنتج أن التعريف الجزائري يُوضّح أن وضعية الهيمنة في حد ذاتها ليست ممنوعة، بمعنى أن مجرد التمتع بقوة اقتصادية كبيرة في السوق لا يُعتبر مخالفة قانونية. بل إن سوء استعمال هذه الوضعية، أي التعسف في استغلال القوة السوقية، هو الممنوع والمجرّم بموجب قانون المنافسة الجزائري². فالمشرع الجزائري يُركّز على الفعل (التعسف) وليس على الوضعية (الهيمنة) في حد ذاتها. وهذا يعني أن المؤسسة التي تتمتع بوضعية هيمنة لا تُعاقب لمجرد كونها مهيمنة، بل تُعاقب إذا قامت باستغلال هذه الهيمنة بشكل تعسفي للإضرار بالمنافسة أو المستهلكين.

¹ نبية شفار، الجرائم المتعلقة بالمنافسة في القانون الجزائري، رسالة ماجستير في القانون الخاص، تخصص علاقات الاعوان الاقتصاديين والمستهلكين، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، وهران 2012/2013 ص 52

² جليل مونية . المنافسة في الصفقات العمومية في الجزائر . اطروحة في مجال القانون العام . جامعة يوسف بن خدة

2015 . الجزائر.ص 18

يلاحظ من خلال نص المادة أن المشرع قام بحظر كل تعسف مترتب عن وضعية هيمنة على سوق ما إذا كان من شأنه تقييد المنافسة بتوفر شروط محددة وهي تواجد المؤسسات في وضعية الهيمنة، الاستغلال التعسفي في الوضعية الهيمنة، المساس بالمنافسة.

أولاً: تواجد المؤسسة في وضعية هيمنة في سوق سلعة أو خدمة معينة:

المعرفة ما إذا كانت المؤسسة في وضعية الهيمنة على سوق فلا بد من تحديد المقصود بالسوق ثم ينبغي التحقق من مدى توافر المعايير التي تجعل المؤسسة في وضعية هيمنة.

يُعرّف السوق في التحليل الاقتصادي بأنه المكان النظري الذي يلتقي فيه العرض والطلب على سلع أو خدمات محددة. يُشترط أن ينظر المشترون والمستخدمون لهذه السلع والخدمات على أنها قابلة للاستبدال فيما بينها، ولكنها غير قابلة للاستبدال بسهولة مع سلع وخدمات أخرى مُختلفة مُتاحة في السوق. وقد جاء المرسوم التنفيذي الصادر في سنة 2007، الذي حدد مقاييس تحديد وضعية الهيمنة الاقتصادية، بتعريف أكثر تحديداً للسوق، حيث نص على أنه يُقصد بـ "السوق أو جزء من السوق المرجعي" لتحديد وضعية الهيمنة، السلع أو الخدمات التي تُعرض من قِبَل المؤسسات، والسلع أو الخدمات البديلة التي يُمكن أن يحصل عليها المتعاملون أو المنافسون في نفس المنطقة الجغرافية¹.

ويتبين من هذا التعريف أن هناك عناصر أساسية يجب توافرها لتحديد السوق المعني بدقة

1. طبيعة السلعة أو الخدمة: يجب تحديد طبيعة السلعة أو الخدمة بدقة، مع الأخذ في الاعتبار توافر

السلع البديلة، ومدى قربها من السلعة أو الخدمة محل الدراسة من حيث تلبية احتياجات المستهلكين. فكلما زادت السلع البديلة المتاحة، كلما اتسع نطاق السوق المعني.

2. المنطقة الجغرافية: يجب تحديد المنطقة الجغرافية التي تُمارس فيها المؤسسة أنشطة الإنتاج أو التوزيع،

مع الأخذ في الاعتبار تكلفة النقل ومحاطره، ومدى تأثيرها على قدرة المنافسين من مناطق أخرى

¹ كتنو محمد الشريف مرجع سابق ص 63

على المنافسة في السوق محل الدراسة. فإذا كانت تكلفة النقل عالية، فقد تُمثّل حاجزاً أمام دخول المنافسين، وبالتالي يُمكن اعتبار المنطقة الجغرافية سوقاً مُنفصلاً.

3. تنوع العملاء وحاجتهم إلى السلعة: يجب الأخذ في الاعتبار مدى تنوع العملاء، واختلاف

احتياجاتهم للسلعة أو الخدمة محل الدراسة. فقد يكون هناك شرائح مختلفة من العملاء لديها احتياجات مُحددة، مما يؤدي إلى تقسيم السوق إلى أسواق فرعية¹.

وللتأكد من تمتع مؤسسة ما بوضعية هيمنة في السوق، يجب تحديد مقاييس تُشير بوضوح إلى وجود هذه الوضعية. وقد حدد المرسوم التنفيذي الصادر في سنة 2007، في مادته الثانية، هذه المقاييس، وتشمل:

4. حصة السوق : حصة السوق التي تحوزها المؤسسة مقارنة بحصة كل من المؤسسات الأخرى المنافسة

في نفس السوق. فكلما زادت حصة السوق، زادت احتمالية وجود هيمنة.

5. الامتيازات القانونية أو التقنية: الامتيازات القانونية (مثل براءات الاختراع أو التراخيص الحصرية)

أو التقنية (مثل التكنولوجيا المتطورة أو المعرفة الفنية المتخصصة) التي تتوفر لدى المؤسسة، والتي تُعطيها ميزة تنافسية على غيرها.

6. العلاقات المالية والتعاقدية أو الفعلية: العلاقات المالية (مثل القروض أو التمويل التفضيلي) أو

التعاقدية (مثل العقود الحصرية) أو الفعلية (مثل العلاقات التجارية القوية مع الموردين أو الموزعين) التي تربط بين المؤسسة وجهات أخرى في السوق، والتي تمنحها إمتيازات متعددة الأنواع.

7. امتيازات القرب الجغرافي: الامتيازات التي تستفيد منها المؤسسة بفضل قربها الجغرافي من الأسواق

أو مصادر التموين، والتي تُقلل من تكاليفها وتُعطيها ميزة تنافسية.

ثانيا: التعسف في إستعمال وضعية الهيمنة:

يُعتبر التعسف في استخدام وضعية الهيمنة من قِبَل مؤسسة اقتصادية قائماً عندما تقوم هذه المؤسسة بأي عملٍ من الأعمال المحددة قانوناً، والتي تُعيق المسار الطبيعي للنشاط الاقتصادي في السوق. وقد ذكرت المادة 7 من قانون

¹ كتنو محمد الشريف مرجع سابق ص 63

المنافسة (الأمر رقم 03-03) بعض حالات التعسف الناتج عن هيمنة في السوق، مثل رفض البيع، والبيع المتلازم أو التمييزي، والبيع المشروط باقتناء كمية دنيا. كما أضاف المرسوم التنفيذي المكمل للأمر 03-03، في مادته الخامسة، حالات أخرى للتعسف، مثل المناورات التي تهدف إلى مراقبة الدخول إلى السوق أو سيرها، وغياب حلّ بديل بسبب وضعية تبعية اقتصادية¹.

تكمن الحكمة من حظر التعسف في استخدام وضعية الهيمنة في السوق في أن المشرع قصد من ذلك حماية الطرف الضعيف في العقود التي تكون أطرافها غير متكافئة في القوة التفاوضية. هذا على اعتبار أن نصوص القانون المدني تُوفّر حماية للطرف الضعيف في العقد فقط في حالات مُحددة، مثل نقص الأهلية، أو عيوب الرضا، أو حالات عدم التمييز والغبن في بيع العقار، على سبيل المثال لا الحصر. كما أن مفهوم التعسف في استعمال الحق في القانون المدني يشترط فيه أن يقع بقصد الإضرار بالغير، وهو ما لا يُشترط في حالة التعسف في استخدام وضعية الهيمنة في قانون المنافسة. إضافة إلى أن القاضي، في إطار العلاقات التجارية، لا يُمكنه التدخل لإعادة تصحيح عقد قائم، وذلك حفاظاً على مبدأ استقرار المعاملات.

وبناءً على ما سبق، يتضح أن المفهوم التقليدي للتعسف غير كافٍ لتوفير الحماية اللازمة من إساءة استخدام القوة والسلطة الاقتصادية. ولذلك، تدخل كل من قانون حماية المستهلك وقانون المنافسة لحماية المستهلك من التعسف الصادر عن المؤسسة الاقتصادية، بالإضافة إلى حماية جميع المؤسسات الاقتصادية من التعسف الصادر عن المؤسسة المهيمنة على السوق.

في هذا السياق، يتجه القضاء الحديث نحو إعادة التوازن للعلاقات التعاقدية كلما كان أحد أطراف العقد في وضعية ضعف، لا سيما مع ظهور مؤسسات قوية في مجال التوزيع وغيره، قادرة على فرض شروطها على المتعاقد معها. ولذلك، كان من الضروري والأساسي منع التعسف في استخدام وضعية الهيمنة، حسب ما حدده قانون

¹ زوبير ارزقي، حماية المستهلك من المنافسة الحرة. مذكرة لنيل الماجستير في القانون كلية الحقوق جامعة مولود معمري تيزي

المنافسة الجزائرية، لضمان عدالة وشفافية العلاقات التجارية، وحماية المنافسة الحرة والنزيهة في السوق¹. فهذا الحظر يُمثّل أداة قانونية هامةً لتصحيح اختلال توازن القوى في السوق، ومنع استغلال المؤسسات القوية لوضعيتها المهيمنة للإضرار بالمنافسة والمستهلكين. وهو يُكتمل الأحكام العامة للقانون المدني، التي قد لا تكون كافية في حد ذاتها للتعامل مع تعقيدات العلاقات التجارية الحديثة، ولتوفير الحماية اللازمة للأطراف الضعيفة في السوق.

الفرع الرابع: التجميعات الاقتصادية المقيدة للمنافسة

تُعتبر التجميعات الاقتصادية ركيزةً أساسيةً في تنمية وتطوير الاقتصاد الوطني، وتمكينه من مواجهة تحديات² المنافسة الأجنبية. فهي تُتيح للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة فرصةً للنمو والتوسع، ومواجهة المؤسسات الكبيرة والقوية في السوق، وتحقيق وفورات الحجم ومزايا تنافسية أخرى. وبالرغم من أن التجميعات الاقتصادية، في الأصل، تُعتبر مشروعةً ومفيدةً للاقتصاد، إلا أنّ الحفاظ على بيئة تنافسية سليمة في السوق الوطنية يتطلب فرض رقابة مسبقة على هذه التجميعات. تهدف هذه الرقابة إلى ضمان عدم استغلال التجميعات الاقتصادية للتلاعب بقواعد المنافسة، أو للحدّ من المنافسة الحرة والنزيهة. ولذلك، عالج المشرع الجزائري مسألة التجميعات الاقتصادية ضمن قانون المنافسة، وتحديدًا في الفصل الثالث من الباب الثاني من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة.

ولتوضيح هذا الموضوع الهام، سيتم تقسيم هذا الفرع إلى قسمين رئيسيين:

القسم الأول سيتناول الآليات المنشئة للتجميعات الاقتصادية، مُفصلاً الأنواع المختلفة من التجميعات

التي يُعترف بها قانوناً، بينما سيتناول القسم الثاني رقابة التجميعات الاقتصادية من قِبَل مجلس المنافسة، مُوضّحاً آليات الرقابة المسبقة، والمعايير المعتمدة لتقييم مدى تأثير التجميعات على المنافسة.

القسم الاول : الآليات المنشئة للتجميع الاقتصادي المقيد للمنافسة:

¹ معين فندي الشناق الاحتكار والممارسات المقيدة للمنافسة في ضوء قوانين المنافسة والاتفاقات الدولية، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 153.

² الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، الفصل الثالث، المادة 15-16، الصادرة في 20 يوليو 2003، العدد 43.

يُقرّ القانون الجزائري للمنافسة ثلاثة أشكال رئيسية للتجميعات الاقتصادية، وهي: المراقبة، والاندماج، وإنشاء المؤسسة المشتركة. وسيتم تناول كل آلية من هذه الآليات بالتفصيل، مع شرح شروط إنشائها، وآثارها القانونية، وكيفية تأثيرها على المنافسة في السوق.

أولاً: آلية المراقبة على التجميعات الاقتصادية:

قبل الخوض في تفاصيل آلية المراقبة، من الضروري تحديد مفهوم "المراقبة" في سياق التجميعات الاقتصادية، وتوضيح الشروط الواجب توافرها لإعتبار علاقة مُعينة بين مؤسستين أو أكثر على أنها "مراقبة" تخضع لأحكام قانون المنافسة، وذلك لضمان عدم إساءة استخدام هذا المصطلح، وتحديد نطاق تطبيقه بدقة.

1 - مفهوم المراقبة كآلية للتجميع الاقتصادي الخاضع للرقابة:

تُشير المادة 15/2 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة، المعدّل والمتمّم¹، إلى أن المشرّع الجزائري يُصنّف "المراقبة" التي تُمكن مؤسسة ما من فرض سيطرتها على مؤسسةٍ أخرى، أو عدة مؤسسات، كإحدى آليات التجميع الاقتصادي² التي تخضع للرقابة من قِبَل الجهات المختصة، شريطة أن تُؤدي هذه المراقبة إلى الإخلال بالمنافسة هذا يعني أن المراقبة في حدّ ذاتها ليست محظورة، بل تُصبح كذلك فقط إذا كان من شأنها أن تُقيّد أو تُشوّه المنافسة في السوق

¹ المادة رقم 15 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المرجع السابق، ص 28.

² يقصد بالتجميعات الاقتصادية كل تكتل المؤسسات يتضمن تغيير دائم في هيكل السوق مع فقدان المؤسسة المتجمعة وتعزيزها للقوة الاقتصادية للمجموعة، انظر: B laise Jean, Droit Des affaires, EDL.G.J.DETA, France, 1999.p452.

¹. وتوضّح المادة 16 من نفس الأمر² مفهوم "المراقبة" بشكلٍ أكثر تحديداً، حيث تُعرّفها بأنها القدرة التي تتمتع بها مؤسسة ما على ممارسة نفوذٍ أكيدٍ ودائمٍ على نشاط مؤسسةٍ أخرى، أو عدة مؤسسات. هذا النفوذ يُمكن المؤسسة المراقبة من التأثير على القرارات الاستراتيجية للمؤسسة المراقبة، وتوجيه سياستها التجارية بما يخدم مصالحها³.

2 - شروط اعتبار "المراقبة" تجميعاً اقتصادياً يخضع للرقابة:

لِكي تُعتبر "المراقبة" تجميعاً اقتصادياً يخضع للرقابة المسبقة من قِبَل مجلس المنافسة، وفقاً للمادة 16 من الأمر 03-03، يجب توافر شرطين أساسيين:

أ- إمكانية مُمارسة نفوذٍ أكيدٍ ودائم :

لا يكفي مُجرد وجود إمكانية نظرية لممارسة النفوذ على نشاط مؤسسةٍ أخرى لإعتبار ذلك "مراقبة" بالمعنى القانوني. بل يجب أن تكون هذه الممارسة فعليةً وحقيقيةً، وأن تُترجم إلى تأثيرٍ ملموسٍ على قرارات المؤسسة المراقبة. بمعنى آخر، يجب أن يكون النفوذ أكيداً، أي مؤكداً وفعالاً، وليس مُجرد احتمالٍ أو افتراض. ويتحقق ذلك عندما يتمكن المُستَير، أو المساهم، أو المؤسسة المراقبة من فرض قراراته، أو حتى تعطيل قراراتٍ مصيريةٍ تُؤثر على الاستراتيجية التجارية للمؤسسة المراقبة. كما يجب أن يكون هذا النفوذ دائماً، أي مُستمراً وثابتاً، وليس مؤقتاً أو عارضاً، لكي يُشكّل دليلاً على وجود علاقة مُراقبة حقيقية. هذا الشرط يُشدد على ضرورة البُعد الزمني لاستمرارية النفوذ⁴.

ب- اكتساب وسائل مُمارسة النفوذ:

تُكتسب "المراقبة"، ويتمّ من خلالها مُمارسة النفوذ، من خلال عدة وسائل وآليات، أهمها:

¹ عيسى فخور، مكاشم موسى، الجرائم الواقعة على حرية المنافسة في ظل القانون 03-03، مذكرة ماستر في الحقوق،

تخصص قانون جنائي، المركز الجامعي المقاوم الشيخ امود، الليزي، السنة الجامعية 2024/2023، ص 31.

² المادة رقم 16 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة، ص 28.

³ بورديمة مريم مراقبة التجميعات الاقتصادية بين مقتضيات لضبط وحرية المنافسة، رسالة ماجستير، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، 2015/2016، ص 42.

⁴ لأكلي نادية، محاضرات في قانون المنافسة معهد العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير المركز الجامعي بلحاج بوشعيب عين تموشنت 2019 - 2020، ص 122.

1. **المساهمات المالية:** امتلاك حصة كبيرة من رأس مال المؤسسة المراقبة يُتيح للمؤسسة المراقبة التأثير على قرارات الجمعية العامة، وتعيين أعضاء مجلس الإدارة، وبالتالي التحكم في التوجهات الاستراتيجية للمؤسسة.
 2. **الإدارة المتشابكة:** وجود أعضاء مشتركين في مجالس إدارة مؤسستين أو أكثر يؤدي إلى تشابك المصالح، ويُتيح إمكانية التنسيق غير الرسمي للسياسات التجارية، مما قد يؤثر على المنافسة.
 3. **العقود:** يُمكن استخدام العقود المبرمة بين المؤسسات كوسيلة لممارسة النفوذ. فعلى سبيل المثال، قد تتضمن العقود شروطاً تُقيّد استقلالية المؤسسة المتعاقدة، أو تُحوّل المؤسسة الأخرى حقّ التدخل في إدارتها أو سياستها التجارية. ونظراً لكثرة العقود التي تُبرمها المؤسسات في تعاملاتها التجارية، يُشكّل هذا الجانب نافذةً مُحتملةً لممارسة النفوذ، ويستوجبُ بالتالي رقابةً دقيقةً من قِبَل مجلس المنافسة لضمان عدم استغلال العقود كوسيلةٍ للتحايل على قواعد المنافسة¹.
- . الحقوق الممنوحة للمساهمين:

بعض الحقوق الممنوحة للمساهمين، مثل حقوق الانتفاع، يُمكن أن تُستغل كوسيلةٍ لممارسة نفوذٍ أكيدٍ ودائمٍ على مؤسسةٍ أخرى. يحدث هذا، على سبيل المثال، عند التنازل عن أصولٍ استراتيجيةٍ مرتبطةٍ بمنتجٍ ذي شهرةٍ عالميةٍ، أو عند التنازل عن أحد الحقوق الأساسية للملكية الفكرية، مثل براءة اختراعٍ أو علامةٍ تجاريةٍ. هذه التصرفات، التي قد تبدو ظاهرياً مشروعة، يُمكن أن تُخفي في طياتها نقلاً فعلياً للسيطرة والنفوذ إلى المؤسسة المستفيدة من التنازل، مما يؤثر على استقلالية المؤسسة المتنازلة، ويُشكّلُ بالتالي أحد أشكال المراقبة الخاضعة للرقابة المسبقة من قِبَل مجلس المنافسة².

- حالات تشابك الإدارة:

¹ لاكلبي نادية، المرجع نفسه، ص 122.

² دريس كريمة، ذيابي منار، التجميعات الاقتصادية على ضوء قانون المنافسة، مذكرة ماستر في القانون، تخصص قانون أعمال كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 08 ماي 1945، قائمة 2017/2018، ص 20.

يُشترط القانون الجزائري، لتوافر حالة "تشابك الإدارة"، حصول الشخص الطبيعي على نفوذٍ فعليٍّ في المؤسسة التي يشغل فيها عضويةً إداريةً أو رقابيةً، بالإضافة إلى حصوله على مراقبةٍ مؤسسيةٍ ثانيةٍ. يُؤكد هذا الشرط المزدوج، المستمد من الفقرة الثانية من المادة 15 من الأمر 03-03، على ضرورة وجود تأثيرٍ ملموسٍ على قرارات كلا المؤسستين، وليس مجرد وجود روابط شكلية بين إدارتهما. بهذا التحديد الدقيق، يسعى المشرع الجزائري إلى ضبط جميع الحالات التي يُحتمل أن تُؤدي إلى تشابك الإدارة في السوق، ومنع استغلال الروابط الشخصية أو الإدارية للتحايل على قواعد المنافسة، أو للتنسيق بين المؤسسات المتنافسة بشكلٍ غير مشروع¹.

- العقود كوسيلةٍ لممارسة النفوذ:

يُمكن لبعض العقود التي تُبرمها مؤسسةٌ ما مع مؤسسةٍ أخرى أن تُعطيها سلطةً مراقبةً فعليةً على المؤسسة الثانية، مما يُؤثر على استقلاليتها وقدرتها على المنافسة بشكلٍ حر. ومن بين هذه العقود نذكر، على سبيل المثال لا الحصر: عقود التوزيع الحصري، التي تُقيّد حرية المؤسسة الموزعة في التعاقد مع مُوزعين آخرين؛ عقود الإعفاء، التي قد تُؤدي إلى تبعية اقتصادية للمؤسسة المستفيدة من الإعفاء؛ عقود التعاقد من الباطن، التي قد تُتيح للمؤسسة الرئيسية نفوذاً كبيراً على المؤسسات المتعاقدة من الباطن. يجب على مجلس المنافسة أن يُراقب هذه العقود وغيرها من العقود المماثلة، وأن يتدخل عند الضرورة لمنع استغلالها كوسيلةٍ للتحايل على أحكام قانون المنافسة².

ثانياً: آلية الاندماج:

يُعتبر الاندماج آليةً من الآليات المنشئة للتجميعات الاقتصادية الخاضعة للرقابة المسبقة. فهو يُؤدي إلى تركيز القوة الاقتصادية في يد المؤسسة الناتجة عن الاندماج، وبالتالي قد يُؤثر على مستوى المنافسة في السوق.

1-تعريف الاندماج:

¹ دريس كريمة ، نفس المرجع ، ص 21.

² زوايمية رشيد، القانون الاقتصادي، مبدأ المنافسة الحرة، مطبوعة غير منشورة جامعة مولود معمري تيزي وزو،

1997/1998، ص 551.

يُعرَّف الاندماج بأنه ضمّ شركتين، أو أكثر، قائمتين على وجه قانوني، في شركة واحدة. يتطلّب الاندماج موافقة مساهمي الشركات المندمجة، ويجب أن يكون هناك وحدة موضوعية بين هذه الشركات، بحيث تُشكّل وحدة اقتصادية متكاملة بعد الاندماج. وينتج عن الاندماج زوال الشركتين القائمتين ككيانين مستقلين، أو زوال إحداها على الأقل، مع انتقال جميع أصولها والتزاماتها إلى الشركة الجديدة الناتجة عن الاندماج. يُعتبر الاندماج إحدى أكثر آليات التجميعات الاقتصادية شيوعاً، ويمكن أن يكون له آثارٌ إيجابية على الاقتصاد من خلال تحقيق وفورات الحجم، وزيادة الكفاءة، وتعزيز القدرة التنافسية. ولكن، في المقابل، قد يؤدي الاندماج إلى تقليل عدد المتنافسين في السوق، وزيادة تركيز السوق، مما يُشكّل خطراً محتملاً على المنافسة الحرة والنزاهة. ولذلك، يُخضع قانون المنافسة عمليات الاندماج إلى رقابةٍ مسبقةٍ لضمان عدم الإضرار بالمنافسة.¹

2 - صور الاندماج:

يتخذ الاندماج عدة صورٍ قانونيةٍ، تختلف في آلياتها ونتائجها، ولكنها تؤدي جميعها إلى تجميع مؤسستين أو أكثر في كيانٍ واحدٍ:

أ- **الاندماج بالضم (Merger by Absorption)**: يُعتبر الاندماج بالضم من أكثر صور الاندماج شيوعاً، لاسيما نظراً لِمزاياه الضريبية. في هذا النوع من الاندماج، تقوم مؤسسة قائمة (المندمجة) بالانضمام إلى مؤسسة أخرى قائمة (الداجمة)، بحيث تُفقد المؤسسة المندمجة شخصيتها المعنوية المستقلة، وتُصبح جزءاً لا يتجزأ من المؤسسة الداجمة. يُشبه هذا النوع من الاندماج عملية "الابتلاع" أو "الاستحواذ"، حيث تمتص المؤسسة الداجمة المؤسسة المندمجة، وتنتقل إليها جميع أصولها والتزاماتها.²

ب- **الاندماج بالمنج (Merger by Formation of a New Company)**: في هذه الصورة من صور الاندماج، تقوم عدة شركات قائمة بنقل جميع ذمّتها المالية إلى شركةٍ جديدةٍ تُؤسس خصيصاً لهذا الغرض. ينتج عن هذا الاندماج شخصٌ معنويٌّ جديدٌ تماماً، يحل محل الشركات الأصلية التي اندمجت فيه، حيث تتحدّ مشاريعها

¹ داود منصور مراقبة التجميعات الاقتصادية، رسالة ماجستير في القانون، فرع قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم

² دريس كريمة، ذيابي منار، المرجع السابق، ص 186.

وأهدافها لتشكل كياناً اقتصادياً جديداً. يُعتبر هذا النوع من الاندماج أكثر تعقيداً من الاندماج بالضم، لكنه يُتيح مرونة أكبر في تصميم هيكل الشركة الجديدة، ووضع استراتيجياتها¹.

ج- الاندماج بالانقسام (Merger by Split-Up/Division): تتميز هذه الصورة من صور الاندماج بكونها تبدأ بانقسام شركة قائمة إلى عدة شركات جديدة. حيث تنفصل ذمة الشركة الأصلية إلى ذمم مالية منفصلة، لتشكل كل منها شركة جديدة مستقلة. ثم تقوم هذه الشركات الجديدة بالاندماج فيما بينها، أو مع شركات أخرى قائمة. يُعد هذا النوع من الاندماج أقل شيوعاً من النوعين السابقين، وقد يُستخدم لأغراض محددة، مثل إعادة هيكلة الشركات، أو فصل أنشطة معينة².

3- آثار الاندماج على شركاء الشركة المندمجة:

يُنتج عن عملية الاندماج عدة آثار قانونية على شركاء الشركة المندمجة، من أهمها:

- 1. تحوّل صفة الشركاء :** يُصبح شركاء الشركة المندمجة (في حالة الاندماج بالضم) شركاء في الشركة الداخلة، أو شركاء في الشركة الجديدة (في حالة الاندماج بالمزج). (يُنقل إليهم نفس الحقوق والالتزامات التي كانت لهم في الشركة الأصلية، مع مراعاة التعديلات التي قد تطرأ على عقد الشركة أو النظام الأساسي للشركة الجديدة³.
- 2. استمرارية عقود العمل :** لا يطرأ أيّ تعديل على عقود العمل الخاصة بعمّال وموظفي الشركة المندمجة. فهم يُحتفظون بوظائفهم وحقوقهم المكتسبة، وتُنقل عقود عملهم إلى الشركة الجديدة، مع مراعاة أحكام قانون العمل الجزائري.

3. موقف الدائنين : في حالة الاندماج، تُصبح الشركة المندمجة أو الجديدة مدينةً لدائني الشركة المندمجة الأصليين. يَحلّ الدين على الشركة الجديدة في محلّ ومكان الشركة المندمجة، دون أن يترتّب على ذلك تجديد للدين. كما يُمنح للدائنين

¹ والي عبد اللطيف ، رقابة التجميعات الاقتصادية كآلية لحماية المنافسة ، مجلة معالم للدراسات القانونية والسياسية كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة محمد بوضياف، مسيلة دم العدد 05 ديسمبر 2018، ص 134.

² والي عبد اللطيف، المرجع السابق، ص 135

³ البنك الدولي. المرصد الاقتصادي للجزائر: آفاق النمو والتحديات الهيكلية. واشنطن: البنك الدولي.

الحق في الاعتراض على عملية الاندماج إذا كان دينهم قائماً وسابقاً لتاريخ نشر إعلان الاندماج. يُمكن لهم ممارسة هذا الحق في الاعتراض خلال أجل 30 يوماً من تاريخ نشر إعلان الاندماج في إحدى الصحف المعتمدة لنشر الإعلانات القانونية. يُمثّل هذا الحق ضماناً أساسيةً لحماية حقوق الدائنين، ويضمن عدم الإضرار بمصالحهم جراء عمليات الاندماج¹.

ثالثاً: المؤسسة المشتركة كآلية من آليات التجميع الاقتصادي:

يُدرج المشرع الجزائري، في المادة 15 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة، إنشاء المؤسسة المشتركة ضمن آليات التجميع الاقتصادي. تُعرّف المؤسسة المشتركة بأنها نوعٌ من المؤسسات الفرعية التي تتمتع بشخصية معنوية مستقلة، ويتم إنشاؤها من قِبَل مؤسستين أو أكثر، غالباً ما تكون هذه المؤسسات مُتنافسةً في السوق. يهدف إنشاء المؤسسة المشتركة إلى تحقيق أهدافٍ مُشتركة، عادةً في مجال البحث والتطوير، أو في مجال الإنتاج الصناعي. ومع ذلك، فإن هذه الاستقلالية القانونية للمؤسسة المشتركة لا تعني بالضرورة استقلاليتها التامة في اتخاذ القرارات، حيث تظلّ خاضعةً، بشكلٍ عام، لرقابة المؤسسات الأم التي أنشأتها، والتي تُمارس نفوذاً مُعتبراً على سياساتها وتوجهاتها².

ويمكن تحديد بعض الأهداف التي تسعى المؤسسات إلى تحقيقها من خلال إنشاء مؤسسة مُشتركة:

1. تجميع القوى وتقسيم المخاطر وتقليل الأعباء:

يُتيح إنشاء مؤسسة مُشتركة للمؤسسات الأم تجميع قواها ومواردها المالية والتقنية والبشرية في مشروعٍ مُشترك، مما يُعزز من قدرتها على مواجهة التحديات، وتحقيق أهدافٍ يصعب تحقيقها بشكلٍ فردي. كما يُساهم هذا التجميع في تقسيم المخاطر المرتبطة بالمشروع بين المؤسسات المشاركة، ويُخفّف من الأعباء المالية والإدارية على كلٍّ منها.

¹ بن بخرمة جمال ، الهيئات المكلفة بحماية المنافسة في القانون الجزائري ، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم تخصص القانون ، كلية الحقوق، جامعة تيزي وزو ، 2019، ص 19.

² بن بخرمة جمال ، المرجع السابق، ص 20.

2. ممارسة نفوذٍ مُشتركٍ على المؤسسة الفرعية:

قد يُؤدي إنشاء مؤسسة مُشتركة إلى تمكين المؤسسات الأم من مُمارسة نفوذٍ أكيدٍ ودائمٍ على نشاط المؤسسة الفرعية . يُمكن أن يَنبُج هذا النفوذ عن تساوي حقوق التصويت بين المؤسسات الأم داخل المؤسسة المُشتركة، أو عن تمثيلها المتكافئ في هيكل إدارة المؤسسة الفرعية¹. هذا النفوذ المُشترك قد يُستغلّ في بعض الحالات لسيطرة هذه المؤسسات على قطاعٍ اقتصاديٍّ مُعيّن، أو للسيطرة على أجزاءٍ من السوق، والحدّ من المنافسة فيها . وهذا ما يُبرِّز اعتبار إنشاء المؤسسة المُشتركة آليةً من آليات التجميع الاقتصادي التي تخضع لرقابة مجلس المنافسة . فهذه الرقابة هي التي تُحدّد، في نهاية المطاف، ما إذا كان إنشاء المؤسسة المُشتركة يُشكّلُ خطرًا على المنافسة الحرة والنزيهة في السوق، أم أنه يندرج ضمن الإطار القانوني، ويُحقّق أهدافًا اقتصاديةً مشروعةً².

القسم الثاني: رقابة التجميعات الاقتصادية الماسة بالمنافسة

لا تخضع جميع التجميعات الاقتصادية للرقابة المسبقة، بل تُفرض هذه الرقابة بشروطٍ مُحددةٍ، أهمها إلحاق الضرر بالمنافسة، أو تهديدها بشكلٍ جديٍّ . وقد وضع المشرع الجزائري مجموعةً من الإجراءات لتتنظيم عمل هذه التجميعات، والحدّ من آثارها السلبية المحتملة على المنافسة في السوق.

أولاً: شروط خضوع التجميعات الاقتصادية للرقابة:

تتمثل شروط خضوع التجميعات الاقتصادية للرقابة المسبقة من قِبَل مجلس المنافسة فيما يلي:

1. مساس التجميع بالمنافسة : تنص المادة 17 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة، المعدّل والمتمّم³، على أن التجميعات الاقتصادية تخضع للرقابة إذا كان من شأنها المساس بالمنافسة في السوق . يُعتبر مفهوم "المساس بالمنافسة" مفهومًا واسعًا ومرنًا، يخضع للسلطة التقديرية لمجلس المنافسة، الذي يملك سلطة تقدير مدى تأثير التجميع على المنافسة في كل حالة على حدة . وللتأكد من وجود تأثير سلبيٍّ على المنافسة، يلجأ مجلس

¹ الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو سنة 2003 المتعلق بالمنافسة، المعدّل والمتمّم.

² بن بخمة جمال ، المرجع السابق، ص23

³ المادة رقم 17 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المرجع السابق، ص 28

المنافسة إلى تقدير الآثار الحالية والمحتملة للتجميع على السوق، مُعَايِنًا آثار عمليات تجميع المؤسسات المساهمة أو المندمجة، ومدى وجود ممارساتٍ مُقَيِّدَةٍ للمنافسة ناتجة عن هذا التجميع.

2. تجاوز التجميع للحدّ القانوني : تنص المادة 18 من الأمر 03-03 على أن التجميعات الاقتصادية تخضع للرقابة إذا تجاوزت حدًا كميًا مُحدَّدًا¹، يُمثّل عتبة المراقبة. يعتمد هذا المعيار الكمي على حصة السوق التي يستهدف أطراف التجميع تحقيقها، وقد حددها المشرع الجزائري بـ 40% من إجمالي المبيعات أو المشتريات في السوق المعني. إذا تجاوز التجميع هذه العتبة، فإنه يخضع للرقابة المسبقة، حيث تُعتبر الحصة السوقية الكبيرة دليلاً على القوة والهيمنة المحتملة للتجميع على السوق، وتُشير إلى مكانته التنافسية القوية².

ومع ذلك، يُمكن الترخيص بالتجميعات الاقتصادية بموجب نصّ تشريعيّ خاصّ، حتى في حالة عدم استيفاء شروط الخضوع للرقابة. بمعنى آخر، يُمكن للحكومة أن تُرخص بتشكيل تجميعٍ اقتصاديٍّ حتى لو كان ماسًا بالمنافسة، أو حتى لو تجاوزت حصته السوقية عتبة الـ 40%، شريطة توافر مزايا اقتصادية أو اجتماعية مُحددة، ينص عليها التشريع. يُمثّل هذا الاستثناء مبدأ التوازن بين حماية المنافسة، من جهة، وتشجيع الاستثمار والتنمية الاقتصادية، من جهة أخرى. ففي بعض الحالات،

قد تكون للتجميعات الاقتصادية آثارٌ إيجابيةٌ على الاقتصاد، مثل خلق فرص العمل، أو تطوير التكنولوجيا، أو تعزيز القدرة التنافسية للصناعات الوطنية. ولذلك، يَمنح القانون الحكومة صلاحية تقديرية في الترخيص بالتجميعات، حتى في حالة وجود خطرٍ مُحتملٍ على المنافسة، إذا ما رأت أن المزايا الاقتصادية أو الاجتماعية المترتبة على التجميع تفوق أضراره المحتملة على المنافسة³.

ثانيًا: إجراءات رقابة التجميعات الاقتصادية:

¹ المادة رقم 18 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المرجع السابق، ص 28

² عيسى فخور، مكاشم موسى المرجع السابق، ص 36

³ دريس كريمة، ذيابي منار، المرجع السابق، ص 36.

لضمان فاعلية الرقابة على التجميعات الاقتصادية، يُحدد القانون الجزائري إجراءاتٍ مُحددةً يجب على المؤسسات المعنية اتباعها.

1- طلب الترخيص بالتجميع:

تنص المادة 17 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم¹، على أنّ قرار الترخيص، أو عدم الترخيص، بالتجميعات الاقتصادية هو من اختصاص مجلس المنافسة. يجب على المؤسسات الأطراف في عملية التجميع أن تُخطّر مجلس المنافسة بمشروع التجميع خلال أجلٍ لا يتجاوز ثلاثة أشهر من تاريخ إبرام الاتفاق أو اتخاذ القرار المتعلق بالتجميع². ويُلزم القانون هذه المؤسسات ب عدم اتخاذ أي إجراءاتٍ من شأنها أن تجعل التجميع لا رجعة فيه خلال المهلة المحددة لصدور قرار مجلس المنافسة. يُقصد بهذا الشرط منع المؤسسات من إتمام عملية التجميع بشكلٍ فعليٍّ قبل الحصول على موافقة مجلس المنافسة³.

ويتضمن طلب الترخيص، وجوباً، مجموعةً من الشروط والمعلومات والوثائق والمستندات التي تُمكن مجلس المنافسة من تقييم أثر التجميع المقترح على المنافسة في السوق. ويجب على المؤسسات المتقدمة بالطلب تقديم جميع المعلومات والمستندات الإضافية التي قد يطلبها المقرر المكلف بالتحقيق في الطلب. ويجب أن يحتوي ملف طلب الترخيص على العناصر التالية⁴:

1. طلبٌ مُحَرَّرٌ وفقاً للنموذج المحدد في المرسوم التنفيذي رقم 05-219، مؤرخ وموقع من قِبَل الممثلين القانونيين للمؤسسات المعنية.

¹ المادة رقم 17 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المرجع السابق، ص 28.

² زايدي أمال، محاضرات في قانون المنافسة، تخصص قانون أعمال كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة سطيف 2، سطيف 2016/2015، ص 92.

³ بوكراع عبد الرؤوف، حدود مبدأ المنافسة في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد لمين دباغين سطيف 2 سطيف 2016/2017، ص 44.

⁴ غربي علي، مجلس المنافسة كآلية لمراقبة التجميعات الاقتصادية، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، جامعة زيان عاشور الجلفة دم العدد 35 01 جويلية 2018، ص 145

2. استمارة معلوماتٍ مُعبّأة وفقاً للنموذج المذكور في المرسوم التنفيذي رقم 05-219. تتضمن هذه الاستمارة معلوماتٍ تفصيليةً حول المؤسسات المندمجة، ونشاطها الاقتصادي، وحصتها السوقية، والأسواق التي تُمارس فيها نشاطها.
3. تبريرٌ للسلطات المخوّلة للشخص أو الأشخاص المقدمين للطلب. يجب إثبات أن الشخص أو الأشخاص المقدمين للطلب يملكون الصلاحية القانونية لتمثيل المؤسسات المعنية في عملية التجميع.
4. نسخةٌ من النظام الأساسي أو القانون الأساسي لِكُلِّ مؤسسةٍ من المؤسسات المشاركة في عملية التجميع.
5. نسخةٌ من البيانات المالية (حصائل) للثلاث سنوات الأخيرة لكل مؤسسة، مُؤشَّرٌ عليها من قِبَل مُراقب الحسابات المعتمدة.
6. ويجب إرسال الطلب ومرفقاته في خمس نُسخٍ إلى أمانة مجلس المنافسة، أو إيداعها مباشرةً لديها مُقابل وصل استلام¹، وذلك لضمان وصول الطلب إلى الجهة المختصة، وإثبات تاريخ تقديمه.

2- البث في طلب الترخيص:

بعد استلام طلب الترخيص بالتجميع، يُجري مجلس المنافسة دراسةً تحليليةً مُعمّقةً لِمَشروع التجميع المقترح، مُعتمداً في ذلك على مجموعةٍ من العوامل والمعايير التي يملكُ بشأنها سلطةً تقديريةً أصليةً. يُركّز المجلس، في دراسته التحليلية، على تقييم مدى تأثير التجميع على المنافسة في السوق المعني، وذلك من خلال تحليل حصص السوق للمؤسسات المشاركة في التجميع، وتقييم هيكل السوق، وتحديد السلع أو الخدمات المتأثرة، ودراسة سلوك المستهلكين، وغيرها من العوامل ذات الصلة. يُلزم القانون مجلس المنافسة باتخاذ قراره في طلب الترخيص خلال أجلٍ لا يتجاوز ثلاثة أشهر من تاريخ إيداع الطلب مُستوفياً جميع الشروط الشكلية والموضوعية.

وبناءً على المادة 19 من الأمر 03-03 المُتعلق بالمنافسة، المعدل والمتمم، يُمكن أن يتضمّن قرار مجلس المنافسة بشأن طلب الترخيص بالتجميع أحد الاحتمالات التالية:

¹ بوكراع عبد الرؤوف، المرجع السابق، ص 44.

1. قبول التجميع : يَقْبَلُ مجلس المنافسة التجميع إذا تَوَصَّل، بعد دراسته التحليلية، إلى أن مشروع التجميع مشروعٌ قانوناً، ولا يُؤثِّر سلباً على المنافسة في السوق. في هذه الحالة، يُصدِر المجلس قراراً بالترخيص بالتجميع، ويُسمَح للمؤسسات المعنية بإتمام عملية التجميع وفقاً للشروط والبنود المتفق عليها.

2. تعليق التجميع : في بعض الحالات، قد يُقرَّر مجلس المنافسة قبول عملية التجميع مبدئياً، ولكن مع تعليق هذا القبول على استيفاء شروطٍ مُحددةٍ يراها ضروريةً لضمان عدم الإضرار بالمنافسة. أو قد يشترط المجلس على أطراف التجميع الالتزام بتعهداتٍ مُحددةٍ، تُهدَفُ إلى تخفيف الآثار السلبية المحتملة للتجميع على المنافسة. يُمكن أن تتضمن هذه التعهدات، على سبيل المثال، الالتزام بعدم تجاوز حصة سوقية مُحددة، أو الالتزام بعدم ممارسة أسعارٍ مُفترطةٍ، أو الالتزام بعدم التمييز بين المتعاملين الاقتصاديين في السوق. ويُمكن لمجلس المنافسة، في حالة عدم احترام أطراف التجميع للشروط أو التعهدات المفروضة، أن يُوقِّع عليهم عقوبةً ماليةً، كما هو مُنصوص عليه في المادة 62 من الأمر 03-03، والتي قد تصل إلى 5% من رقم أعمال المؤسسة. يُطبَّق هذه العقوبة على كل مؤسسةٍ تُشكِّل طرفاً في التجميع، أو على المؤسسة الجديدة الناتجة عن عملية التجميع.

3. رفض التجميع : يَمْلِكُ مجلس المنافسة سلطة رفض التجميع إذا تَوَصَّل، بعد دراسته التحليلية، إلى أن مشروع التجميع يُنطوي على نتائج سلبيةٍ ومؤثرةٍ على المنافسة في السوق. في هذه الحالة، يُصدِر المجلس قراراً مُعللاً برفض التجميع¹،

بعد أخذ رأي الوزير المكلف بالتجارة. يجب أن يكون قرار الرفض مُسبباً تسبباً كافياً وواضحاً، يُبيِّن الأسباب القانونية والاقتصادية التي استند إليها المجلس في رفض مشروع التجميع.

وفي سياق مُقارن، تجدر الإشارة إلى أن المشرِّع الفرنسي أصدر أول قانونٍ لِلرِّقابة على التجميعات الاقتصادية في عام 1977، بموجب القانون رقم 77-808 الصادر في 19 جويلية 1977. إلا أن هذا القانون لم يُحقِّق الفعالية المطلوبة، وتم إلغاؤه لاحقاً بموجب الأمر الصادر في 01 ديسمبر 1986. ويُعزى هذا الإلغاء إلى أهمية التجميعات الاقتصادية كظاهرةٍ اقتصاديةٍ حيويةٍ، ودورها الهام في تحقيق التقدم الاقتصادي. فالتجميعات، في كثيرٍ من الأحيان،

¹ غربي علي المرجع السابق، ص 44

تُساهم في تطوير الصناعات الوطنية، وتعزيز قُدرتها التنافسية في الأسواق العالمية. ولذلك، رأى المشرع الفرنسي أنّ التضييق المفرط على عمليات التجميع قد يُؤثّر سلبيًا على الاقتصاد.

خلاصة الفصل الأول:

يتناول الإطار النظري لموضوع المنافسة والممارسات المقيدة لها الأسس الإقتصادية و القانونية التي تنظم نشاط السوق ، وتضمن تحقيق بيئة تجارية عادلة وفعالة ، تعد المنافسة من أهم المحركات لنمو الإقتصاد وتحسين جودة السلع والخدمات ، حيث تحفز المؤسسات على الابتكار وتدفع نحو تحسين الاسعار وخدمة المستهلك ومع ذلك قد تنشأ بعض السلوكيات التي تؤدي إلى تقييد المنافسة ، سواء من خلال الإنفاقات الأفقية (بين مؤسسات متنافسة) أو الإنفاقات العمودية (بين موردين وموزعين)، أو من خلال إساءة استخدام وضع مهيمن في السوق وتشمل هذه الممارسات على سبيل المثال لا الحصر ، تحديد الأسعار، تقاسم الأسواق ، فرض شروط تمييزية ، أو إقصاء المنافسين بوسائل غير مشروعة ، يهدف الإطار القانوني للمنافسة ، كما هو معتمد في العديد من التشريعات الوطنية والدولية ، على مكافحة هذه الممارسات من خلال إنشاء سلطات رقابية وتحديد رادعة ، مع توفير آليات للإبلاغ والتحقيق والحماية القانونية للمتضررين .

الفصل الثاني: الآثار الإقتصادية والقانونية للممارسات المقيدة للمنافسة

تمهيد :

تلعب المنافسة دورا حيويا في تحفيز النمو الإقتصادي وتعزيز كفاءة الأسواق من خلال تحسين جودة السلع والخدمات ، وتخفيض الأسعار، وتشجيع الابتكار إلا أن هذه الفوائد قد تتعرض للخطر عندما تنتهج الشركات ممارسات مقيدة للمنافسة ، مثل الاتفاقات الاحتكارية ، أو إساءة استخدام الوضع المهيمن ، أو التواطؤ في العطاءات ، وهي ممارسات تتعارض مع مبادئ حرية السوق ، وتنعكس هذه السلوكيات سلباً على الاقتصاد من خلال تقليص الخيارات أمام المستهلكين ، ورفع التكاليف ، وتقييد دخول منافسين جدد إلى السوق ، مما يؤدي إلى إختلالات اقتصادية وهيكلية ، كما أن لها تبعات قانونية مهمة ، حيث تسعى التشريعات الوطنية والدولية إلى تنظيم السوق ومكافحة هذه الممارسات لضمان حماية التنافسية ، وفي هذا السياق تكتسب دراسة الأثار الإقتصادية والقانونية للممارسات المقيدة للمنافسة أهمية بالغة لفهم تداعياتها على بيئة الأعمال ، وتحليل فعالية الأطر القانونية في الحد منها ، وتحقيق التوازن بين حرية النشاط والحفاظ على نظام اقتصادي عادل ومنصف .

فتطرقنا من خلال عرضنا هذا إلى تقسيم الفصل الثاني إلى مبحثين ، تناولنا في **المبحث الأول** الاثار على السوق ، وتناولنا في **المبحث الثاني** دور مجلس المنافسة كآلية من اليات الرقابة.

المبحث الأول: الأثار على السوق :

في ظل التحولات الاقتصادية المتسارعة التي يشهدها العالم اليوم ، بات من الضروري دراسة التأثيرات المختلفة التي تطرأ على الاسواق ، سواء كانت هذه التأثيرات ناتجة عن السياسات الحكومية أو التغيرات البيئية ، أو الابتكارات التكنولوجية ، أو حتى السلوكيات الاستهلاكية يهدف هذا المبحث إلى تسليط الضوء على الأثار المتعددة الاقتصادية ، الاجتماعية ، والتجارية التي تؤثر على ديناميكية السوق ، وذلك من أجل فهك اعمق للعوامل التي تساهم في تشكيل العرض والطلب ، وتحقيق التوازن ، وتعزيز الكفاءة السوقية وتكمن أهمية هذا المبحث في كونه يوفر قاعدة معرفية لصناع القرار والمستثمرين ، ورواد الاعمال لفهم التغيرات المستقبلية والتكيف معها بفعالية .

حيث تطرقنا في هذا المبحث إلى ارتفاع الاسعار وانخفاض القدرة الشرائية (المطلب الأول) ، وانخفاض جودة السلع والخدمات (المطلب الثاني) وفي (المطلب الثالث) تناولنا تقييد حرية الاختيار.

المطلب الأول: ارتفاع الأسعار وانخفاض القدرة الشرائية :

تُعتبر الأسعار من أهم المؤشرات التي تعكس حالة المنافسة في السوق، ففي ظل المنافسة الحرة والنزوية تتجه الأسعار نحو الانخفاض أو الاستقرار وذلك بفعل سعي الشركات إلى جذب المستهلكين من خلال تقديم أسعار تنافسية إلا أن الممارسات المقيدة للمنافسة تُخل بهذا التوازن الطبيعي وتؤدي إلى ارتفاع غير مبرر في الأسعار، مما يلحق الضرر المباشر بالمستهلكين ويُقلل من قدرتهم الشرائية¹.

الفرع الأول: احتكار السلع :

يُعد احتكار السلع والخدمات من أبرز صور الممارسات المقيدة للمنافسة التي تؤدي إلى ارتفاع الأسعار بشكل كبير ففي ظل غياب المنافسة أو وجود احتكار لسلعة أو خدمة معينة تتحكم الشركة المهيمنة في السوق بشكل كامل في تحديد الأسعار وتفرضها على المستهلكين دون أي اعتبار لقواعد السوق أو لمصلحة المستهلكين هذا الاحتكار يُفقد السوق آلية التوازن الطبيعية بين العرض والطلب ويُؤدي إلى ارتفاع الأسعار بشكل مصطنع، مما يُثقل كاهل المستهلكين ويُقلل من قدرتهم الشرائية، ويحد من قدرتهم على تلبية احتياجاتهم الأساسية.

¹. Tirole, Jean. op,cit 88,p 33.

تتجلى خطورة الاحتكار بشكل خاص في القطاعات التي تتعلق بالسلع والخدمات الأساسية التي لا يمكن للمستهلك الاستغناء عنها مثل المواد الغذائية الأساسية والأدوية والمحروقات وخدمات النقل وغيرها من القطاعات الحيوية التي تمس حياة المواطنين بشكل مباشر ففي هذه الأسواق يكون تأثير الاحتكار مضاعفًا على المستهلكين ذوي الدخل المحدود، حيث يضطرون إلى تخصيص جزء أكبر من ميزانيتهم المحدودة لتلبية الاحتياجات الأساسية على حساب بنود أخرى ضرورية لحياتهم الكريمة مثل التعليم والصحة والثقافة والترفيه مما يؤدي إلى تدهور مستوى معيشتهم ورفاهيتهم الاقتصادية وزيادة معدلات الفقر والحرمان في المجتمع، وتفاقم التفاوت الاجتماعي بين فئات المجتمع المختلفة.

يمثل احتكار بعض الشركات لقطاعات حيوية مثل استيراد وتوزيع بعض المواد الغذائية الأساسية أو الأدوية أو المحروقات أو خدمات النقل تحديًا كبيرًا يواجه المستهلكين، حيث أظهرت العديد من التقارير والدراسات وجود ممارسات احتكارية في هذه القطاعات مما أدى إلى ارتفاع الأسعار بشكل غير مبرر وتدهور القدرة الشرائية للمواطنين وتراجع مستوى الخدمات المقدمة وقد أشار تقرير صادر عن المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي سنة 2020 إلى "وجود ممارسات احتكارية في قطاعات حيوية في الجزائر، مما يضر بالمستهلكين ويؤثر سلبًا على قدرتهم الشرائية"¹

وقد جرم المشرع الجزائري الاحتكار في العديد من النصوص القانونية بهدف حماية المستهلكين وضمان حصولهم على السلع والخدمات الأساسية بأسعار معقولة وجودة مضمونة فنصت المادة 7 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم على حظر "كل تعسف ناتج عن وضعية الهيمنة على السوق أو احتكار لها أو جزء منها، ولا سيما من خلال: (...) احتكار السوق أو جزء منه"².

¹ المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي .(2020) تقرير حول القدرة الشرائية للمستهلك الجزائري .الجزائر: المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي.

² الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو سنة 2003 المتعلق بالمنافسة، المعدل والمتمم.

كما نصت المادة 8 من نفس الأمر على حظر "الممارسات والعمليات المدبرة، و(...) الاتفاقات الصريحة أو الضمنية، والتي ترمي إلى عرقلة حرية المنافسة أو الحد منها أو الإخلال بها، ولا سيما تلك التي تهدف إلى: (...)
تقييد أو عرقلة دخول مؤسسات أخرى إلى السوق".¹

الفرع الثاني: تحديد الأسعار:

تتفق الشركات المتنافسة فيما بينها على تحديد أسعار موحدة أو هوامش ربح متقاربة أو تتبع آليات تسعير متفق عليها، مما يقضي على المنافسة السعرية بينهم بشكل كامل ويجعل المستهلك يدفع أسعارًا أعلى مما ينبغي حيث تصبح الأسعار مُحددة بشكل غير طبيعي ولا تعكس حقيقة العرض والطلب في السوق وتعتبر هذه الحالة ضارة جدًا بالمستهلك الذي لا يستفيد من التنافس ويدفع ثمن التواطؤ بين الشركات المتنافسة، فقد أثبتت الدراسات الاقتصادية أن اتفاقات تحديد الأسعار تُؤدي إلى زيادة الأسعار بنسبة تتراوح بين 10% و20% في المتوسط مما يلحق ضررًا كبيرًا بالمستهلكين .

إن اتفاقات تحديد الأسعار لا تقتصر على الاتفاق الصريح والمباشر بين الشركات المتنافسة بل قد تتخذ أشكالًا أخرى غير مباشرة مثل تبادل المعلومات الحساسة حول الأسعار المستقبلية أو التنسيق الخفي لرفع الأسعار بشكل متزامن أو استخدام آليات تسعير معقدة تهدف إلى إخفاء التواطؤ.²

كما أن اتفاقات تحديد الأسعار لا تقتصر على قطاعات معينة بل يمكن أن تمتد لتشمل مختلف القطاعات الاقتصادية سواء كانت قطاعات إنتاجية أو خدمية أو تجارية ففي أي قطاع يوجد فيه تواطؤ بين الشركات المتنافسة، فإن المستهلك هو الضحية الأولى الذي يتحمل عبء ارتفاع الأسعار وتراجع القدرة الشرائي. وقد أظهرت العديد من الدراسات والتقارير الصادرة عن منظمات دولية مثل منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية OECD، "أن اتفاقات تحديد الأسعار تُعد من أخطر الممارسات المقيدة للمنافسة وتُلحق أضرارًا جسيمة بالاقتصاد والمستهلكين".

¹ غربي علي. المرجع السابق، ص 46.

2 Smith, Adam. An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations. W. Strahan and T. Cadell. 1776, p

شهدت العديد من القطاعات الاقتصادية حالات تواطؤ واتفاق على تحديد الأسعار مما ألحق أضرارًا جسيمة بالمستهلكين وبالاقتصاد الوطني ففي قطاع المحروقات تسببت بعض الممارسات المقيدة للمنافسة في ارتفاع أسعار الوقود بشكل غير مبرر مما أدى إلى زيادة تكلفة النقل وارتفاع أسعار السلع والخدمات الأخرى وأثقل كاهل المواطنين ذوي الدخل المحدود.¹

وفي قطاع الأدوية تسببت بعض الممارسات الاحتكارية في ارتفاع أسعار الأدوية الأساسية مما حرم العديد من المرضى من الحصول على العلاج اللازم وعرض حياتهم للخطر. وفي قطاع المواد الغذائية تسببت بعض اتفاقات تحديد الأسعار في ارتفاع أسعار الخضر والفواكه واللحوم بشكل غير مبرر مما أدى إلى تراجع القدرة الشرائية للمواطنين وتفاقم مشكلة التضخم.²

وقد حذر العديد من الخبراء الاقتصاديين والتقارير الدولية من خطورة اتفاقات تحديد الأسعار على الاقتصاد الوطني والمستهلكين في الجزائر ودعوا إلى ضرورة تفعيل آليات مكافحة هذه الممارسات وتطبيق قوانين المنافسة بحزم وصرامة بهدف حماية المستهلكين وضمان حصولهم على السلع والخدمات بأسعار عادلة وتنافسية وتعزيز النمو الاقتصادي المستدام في الجزائر. فقد أكد تقرير صادر عن البنك الدولي سنة 2022 على ضرورة "تفعيل دور مجلس المنافسة في الجزائر وتطبيق قوانين المنافسة بحزم لمكافحة الممارسات المقيدة للمنافسة خاصة اتفاقات تحديد الأسعار التي تُعد من أخطر التحديات التي تواجه الاقتصاد الجزائري"³.

لقد تنبه المشرع الجزائري مبكرًا إلى خطورة اتفاقات تحديد الأسعار على الاقتصاد الوطني والمستهلكين وقام⁴ بتجريمها في العديد من النصوص القانونية، بدءًا من القانون رقم 89-12 المتعلق بالأسعار الذي صدر سنة

¹ مجلس المنافسة. (2021) تقرير حول حالة المنافسة في الجزائر لسنة 2021. الجزائر: مجلس المنافسة.

² المنظمة الجزائرية لحماية المستهلك. (2021) تقرير حول جودة السلع والخدمات في الجزائر لسنة 2021. الجزائر: المنظمة الجزائرية لحماية المستهلك.

³ البنك الدولي. (2022) المرصد الاقتصادي للجزائر: آفاق النمو والتحديات الهيكلية. واشنطن: البنك الدولي.

⁴ البنك الدولي . المرصد الاقتصادي للجزائر. 2022.

1989 والذي كرس مبدأ حرية الأسعار وحظر كل أشكال التواطؤ أو الاتفاق على تحديد الأسعار أو فرض زيادات غير مبررة إلا أن هذا القانون لم يكن كافيًا لمكافحة هذه الممارسات بشكل فعال، مما استدعى صدور القانون رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة والذي جرم بشكل صريح الاتفاقات المحظورة التي تهدف إلى تقييد المنافسة بما في ذلك اتفاقات تحديد الأسعار¹.

ونصت المادة 6 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم، على حظر "الممارسات والعمليات المدبرة و(...) الاتفاقات الصريحة أو الضمنية والتي ترمي إلى عرقلة حرية المنافسة أو الحد منها أو الإخلال بها ولا سيما تلك التي تهدف إلى: (...) الرفع أو خفض المصطنع للأسعار أو عرقلة تكوينها عن طريق آليات السوق الحرة²."

كما نصت المادة 7 من نفس الأمر على حظر "كل تعسف ناتج عن وضعية الهيمنة على السوق أو احتكار لها أو جزء منها ولا سيما من خلال: (...) عرقلة تحديد الأسعار (...) حسب قواعد السوق بالتشجيع المصطنع لارتفاع الأسعار أو انخفاضها"³

ولمواجهة هذه التحديات، جرم المشرع الجزائري تحديد الأسعار والاحتكار في العديد من النصوص القانونية بهدف حماية المستهلكين وضمان حصولهم على السلع والخدمات الأساسية بأسعار معقولة وجودة مضمونة، فنص القانون رقم 89-12 المتعلق بالأسعار على حظر كل أشكال التواطؤ أو الاتفاق على تحديد الأسعار أو فرض زيادات غير مبررة في الأسعار⁴،

¹ الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو سنة 2003 المتعلق بالمنافسة، المعدل والمتمم.

² المادة 6 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، المعدل والمتمم.

³ المادة 6. المرجع السابق.

⁴ القانون رقم 89-12 المؤرخ في 5 يوليو 1989، المتعلق بالأسعار، والأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو سنة 2003 المتعلق بالمنافسة، المعدل والمتمم.

كما نص الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة على تجريم الاتفاقات المحظورة التي تهدف إلى تقييد المنافسة بما في ذلك اتفاقات تحديد الأسعار والاحتكار¹. إلا أن هذه النصوص القانونية تبقى غير كافية لردع هذه الممارسات بشكل نهائي مما يستدعي تضافر جهود مختلف الجهات المعنية لمكافحتها والحد من آثارها السلبية على السوق والاقتصاد الوطني والمستهلكين في الجزائر.

المطلب الثاني: إنخفاض جودة السلع والخدمات :

لا يقتصر الأثر السلبي للممارسات المقيدة للمنافسة على ارتفاع الأسعار وتدهور القدرة الشرائية للمستهلكين فقط بل يتعداه ليشمل جودة السلع والخدمات المقدمة إليهم ففي ظل غياب المنافسة أو ضعفها تفقد الشركات الحافز إلى تحسين جودة منتجاتها وخدماتها وتصبح راضية بالوضع القائم حتى وإن كان ذلك على حساب جودة السلع والخدمات ورضا المستهلكين².

الفرع الأول: قلة الابتكار:

إن المنافسة الحقيقية في السوق تُعدّ من أهم المحفزات للابتكار والتطوير حيث تدفع الشركات إلى بذل أقصى جهد ممكن للبحث عن كل ما هو جديد ومبتكر بهدف جذب المستهلكين وكسب حصص سوقية أكبر، وفي المقابل عندما تسيطر مجموعة من الشركات على السوق وتكون بمنأى عن المنافسة الحقيقية فإنها تفقد الحافز إلى الابتكار والتطوير إذ لا يوجد ضغط تنافسي حقيقي يدفعها إلى تحسين منتجاتها وخدماتها أو البحث عن تقنيات جديدة فتكتفي الشركات المهيمنة بالوضع القائم وتحمل جانب الابتكار والتجديد مما يؤدي إلى تراجع وتيرة الابتكار والتطور في السوق ككل، وحرمان المستهلك من الاستفادة من المنتجات والخدمات الجديدة والمحسنة التي قد تساهم في تحسين مستوى حياته وتلبية احتياجاته المتجددة. وقد أظهرت العديد من الدراسات الاقتصادية أن العلاقة بين المنافسة والابتكار هي علاقة طردية إيجابية فكلما زادت المنافسة في السوق كلما زادت وتيرة الابتكار والتطوير والعكس صحيح ففي ظل غياب المنافسة أو ضعفها يتباطأ الابتكار ويتراجع النمو التكنولوجي.

¹ الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة

² Smith, Adam. An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations. W. Strahan and T. Cadell. 1776

³ .Rodrik, Dani. One Economics, Many Recipes: Globalization, Institutions, and Economic Growth. Princeton University Press, 2007.

في قطاع صناعة السيارات نلاحظ تراجعاً ملحوظاً في مستوى الابتكار والتطوير حيث تعتمد معظم الشركات المحلية على استيراد وتجميع السيارات القديمة ولا تسعى إلى تطوير سيارات جديدة أو مبتكرة تُلبّي تطلعات المستهلك الجزائري وتواكب التطورات التقنية في هذا المجال. وقد يُعزى هذا التراجع جزئياً إلى ضعف المنافسة في هذا القطاع وعدم وجود ضغط حقيقي على الشركات المحلية يدفعها إلى الابتكار والتجديد.

يعاني العديد من القطاعات الاقتصادية من ضعف في مستوى الابتكار والتطوير نتيجة لغياب المنافسة الحقيقية في السوق ففي قطاع الصناعات التحويلية، نلاحظ ضعفاً ملحوظاً في مستوى الابتكار والتطوير حيث تعتمد معظم الشركات المحلية على استيراد وتجميع التقنيات القديمة ولا تسعى إلى تطوير تقنيات جديدة أو مبتكرة تُلبّي تطلعات المستهلك الجزائري وتواكب التطورات التكنولوجية في هذا المجال. وقد يُعزى هذا الضعف في الابتكار جزئياً إلى غياب المنافسة في هذا القطاع وعدم وجود ضغط حقيقي على الشركات المحلية يدفعها إلى الابتكار والتجديد وفي قطاع الخدمات، نلاحظ ضعفاً في مستوى الابتكار في العديد من المجالات مثل خدمات النقل والاتصالات والخدمات المالية نتيجة لغياب المنافسة وضعف الاستثمار في البحث والتطوير¹.

ولتجاوز هذه المشكلة، سعت الدولة إلى تشجيع الابتكار والتطوير في مختلف القطاعات الاقتصادية من خلال إصدار العديد من القوانين²، والمراسيم التي تهدف إلى دعم البحث العلمي والتطوير التكنولوجي وتحفيز الشركات على الاستثمار في الابتكار وإنشاء حاضنات ومسرعات الأعمال لدعم الشركات الناشئة والمبتكرة إلا أن تفعيل هذه الإجراءات وتطويرها يتطلب تضافر جهود مختلف الجهات المعنية من حكومة ومؤسسات بحث علمي وقطاع خاص بهدف خلق بيئة مُشجعة للابتكار والتطوير وتحفيز الشركات على الاستثمار في هذا المجال الحيوي الذي يُعد محركاً أساسياً للنمو الاقتصادي والازدهار³.

¹ الوزارة المنتدبة لدى الوزير المكلف بالاقتصاد الرقمي و الرقمنة. (2022) التقرير الوطني حول الابتكار في الجزائر لسنة 2022. الجزائر: الوزارة المنتدبة لدى الوزير المكلف بالاقتصاد الرقمي و الرقمنة.

² القانون رقم 18-02 المؤرخ في 24 يوليو سنة 2018، يتعلق بتوجيه البحث العلمي والتطوير التكنولوجي.

³ المرسوم التنفيذي رقم 19-215 المؤرخ في 22 يونيو سنة 2019، يتضمن إنشاء حاضنات المؤسسات.

الفرع الثاني: غياب المنافسة على الجودة :

يُعدّ غياب المنافسة الحقيقية في السوق من أهم العوامل التي تؤدي إلى تدهور جودة السلع والخدمات المقدمة للمستهلكين ففي ظل غياب المنافسة تقلل الشركات من اهتمامها بجودة السلع والخدمات التي تقدمها وتصبح أكثر تركيزاً على تحقيق الأرباح السريعة على حساب الجودة ورضا المستهلك، فالمستهلك في وضع الاحتكار يضطر إلى القبول بالسلع والخدمات المعروضة من غير أن يكون له القدرة على الاختيار أو التأثير في جودة هذه السلع والخدمات حتى وإن كانت منخفضة في الجودة أو لا تلبي احتياجاته وتوقعاته بشكل كامل حيث أن الشركات تعلم أنها ستبيع منتجاتها وخدماتها على أي حال، حتى في ظل غياب المنافسة وهذا يؤدي في نهاية المطاف إلى تدهور جودة السلع والخدمات المقدمة للمستهلكين وتراجع مستوى رضاهم عن السوق وفقدان الثقة في العلامات التجارية المحلية¹.

إن غياب المنافسة الحقيقية في السوق لا يؤدي فقط إلى تدهور جودة السلع والخدمات بشكل عام، بل يتعداه إلى التأثير بشكل مباشر على صحة وسلامة المستهلكين ففي قطاعات حيوية مثل الأدوية والمواد الغذائية ومياه الشرب قد يؤدي تدهور الجودة إلى عواقب وخيمة على صحة المستهلكين، فالأدوية الرديئة قد لا تحقق الفعالية العلاجية المطلوبة والمواد الغذائية الفاسدة أو الملوثة قد تُسبب تسمماً أو أمراضاً خطيرة ومياه الشرب غير الصالحة قد تنقل أمراضاً وبائية وهذا ما يُعرض حياة المستهلكين للخطر ويكلف الدولة والمجتمع خسائر اقتصادية واجتماعية باهظة².

وفي الجزائر شهدت العديد من القطاعات الحيوية حالات تدهور في جودة السلع والخدمات نتيجة لغياب المنافسة وضعف الرقابة مما أثار قلقاً كبيراً لدى المستهلكين والمنظمات الحقوقية ففي قطاع الأدوية اشتكى العديد من المواطنين من انتشار الأدوية المقلدة والرديئة في الأسواق والتي لا تحقق الفعالية العلاجية المطلوبة وفي قطاع المواد الغذائية تم تسجيل العديد من حالات التسمم الغذائي نتيجة لانتشار المواد الغذائية الفاسدة أو الملوثة وفي قطاع المياه الصالحة للشرب تم تسجيل تلوث المياه في بعض المناطق مما أثار مخاوف من انتشار الأمراض والأوبئة بين المواطنين وقد

1 Smith, Adam. (1776). An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations. W. Strahan and T.Cadell.

2. Smith, Adam. op.cit

دفعت هذه الحوادث الدولة الجزائرية إلى اتخاذ إجراءات عاجلة لتحسين جودة السلع والخدمات في هذه القطاعات الحيوية وتفعيل آليات الرقابة والمتابعة بهدف حماية صحة وسلامة المستهلك الجزائري¹.

ولحماية المستهلك من تدهور جودة السلع والخدمات، نص القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش² على العديد من التدابير والإجراءات التي تهدف إلى ضمان جودة السلع والخدمات ومطابقتها للمعايير والمواصفات القانونية ومكافحة كل أشكال الغش والتدليس التي تضر بالمستهلك الجزائري، كما أنشأت الدولة الجزائرية العديد من الهيئات والمؤسسات المكلفة بالرقابة³ على جودة السلع والخدمات مثل مصالح الرقابة التابعة لوزارة التجارة والمخبر الوطني لمراقبة النوعية ومعهد باستور الجزائر، وغيرها من الهيئات والمؤسسات التي تهدف إلى حماية المستهلك الجزائري وضمان حقه في الحصول على سلع وخدمات ذات جودة عالية وأسعار معقولة.

الفرع الثالث: تضييق الخيارات المتاحة :

تتسبب الممارسات المقيدة للمنافسة في تضييق الخيارات المتاحة أمام المستهلك ليس فقط من حيث الأسعار، بل أيضاً من حيث الجودة والتنوع والابتكار ففي ظل غياب المنافسة يصبح المستهلك محصوراً بين عدد قليل من المنتجات والخدمات المتشابهة وقد لا يجد المستهلك ما يرضي حاجياته وأذواقه بشكل كامل حيث أن الشركات المهيمنة تركز في الغالب على تقديم منتجات وخدمات نمطية تستهدف شريحة واسعة من المستهلكين وتهمل فئات أخرى من المستهلكين ذوي الاحتياجات الخاصة أو الأذواق المختلفة فالمستهلك في هذه الحالة يفقد ميزة "سيادة المستهلك" في السوق، ويتحول إلى متلقي سلبي للسلع والخدمات المعروضة دون أن يكون له القدرة على التأثير في جودتها أو تنوعها أو ملاءمتها لاحتياجاته الفردية⁴.

¹ المنظمة الجزائرية لحماية المستهلك (2021) تقرير حول جودة السلع والخدمات في الجزائر لسنة 2021. الجزائر: المنظمة الجزائرية لحماية المستهلك.

² القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فيفري 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

³ المرسوم التنفيذي رقم 90-253 المؤرخ في 18 أوت 1990، المتعلق بمراقبة الجودة والمطابقة.

4. Smith, Adam 1776 op,cit

مثال: في ظل احتكار بعض العلامات التجارية لسوق الملابس قد لا يجد المستهلك خيارات واسعة من حيث الجودة والتصميم والذوق ويضطر إلى القبول بالملابس النمطية المعروضة.

وفي الجزائر يتجلى تضيق الخيارات المتاحة للمستهلك بشكل خاص في قطاعات مثل السيارات والأجهزة الإلكترونية والملابس والعطور ومواد التجميل، حيث يلاحظ المستهلك الجزائري محدودية الخيارات المعروضة في الأسواق المحلية وغياب التنوع والابتكار في هذه المنتجات وتراجع جودتها مقارنة بالمنتجات المستوردة ففي سوق السيارات يشتكي المستهلك من محدودية الخيارات المتاحة من حيث العلامات التجارية والموديلات والأسعار ويضطر في كثير من الأحيان إلى القبول بسيارات ذات جودة منخفضة أو لا تلي تطلعاته وذلك بسبب سيطرة بعض وكالات استيراد السيارات على السوق، وتواطؤها للحد من دخول علامات تجارية جديدة ومنافسة¹

وقد أولى المشرع الجزائري اهتماماً كبيراً بحماية حقوق المستهلك في الاختيار، فنص القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على حق المستهلك في "الحصول على المعلومات الصحيحة والموثوقة حول السلع والخدمات، وحرية الاختيار، والحصول على المنتجات والخدمات التي تلي احتياجاته وتوقعاته"²، كما نصت المادة 18 من القانون رقم 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية على حظر "كل ممارسة تجارية تقيد حرية المستهلك في الاختيار أو تُعيق وصوله إلى المعلومة الصحيحة والموثوقة حول السلع والخدمات."³ إلا أن تفعيل هذه النصوص القانونية وتطبيقها على أرض الواقع يتطلب تضافر جهود مختلف الجهات المعنية من حكومة ومجلس منافسة وقضاء ومنظمات مجتمع مدني بهدف ضمان حماية حقوق المستهلك الجزائري في الاختيار الحر والمستنير، وتوفير خيارات متنوعة من السلع والخدمات بأسعار معقولة وجودة مضمونة.

¹ المنظمة الجزائرية لحماية المستهلك. (2021) تقرير حول حقوق المستهلك في الجزائر لسنة 2021. الجزائر: المنظمة الجزائرية لحماية المستهلك.

² القانون رقم 03-09 المؤرخ في 25 فيفري 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

³ والقانون رقم 02-04 المؤرخ في 23 جمادى الأولى عام 1425 الموافق 23 يونيو سنة 2004 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

كما نص المرسوم التنفيذي رقم 06-215 المؤرخ في 18 يونيو 2006 المحدد لشروط وكيفية ممارسة البيع بالتخفيض¹ على ضرورة أن يهدف البيع بالتخفيض إلى "توسيع دائرة المنتجات والخدمات المعنية ووضعها رهن متناول المستهلك بأثمان منخفضة"، وذلك بهدف تعزيز حرية الاختيار لدى المستهلك وتمكينه من الحصول على خيارات متنوعة من السلع والخدمات بأسعار معقولة وجودة مضمونة.

المطلب الثالث: تقييد حرية الاختيار :

تعتبر حرية الاختيار من الحقوق الأساسية للمستهلك في اقتصاد السوق الحر، حيث يحق للمستهلك أن يختار من بين مجموعة متنوعة من السلع والخدمات ما يلي احتياجاته وتفضيلاته وأن يحصل على المعلومات الكافية لاتخاذ قرارات رشيدة وأن يتمتع بسيادة المستهلك في السوق. إلا أن الممارسات المقيدة للمنافسة تُعيق تحقيق هذه الحرية، وتؤثر سلبًا على قدرة المستهلك على الاختيار الحر والمستنير²

الفرع الأول: غياب البدائل :

في ظل وجود اتفاقات أو ممارسات مقيدة للمنافسة، قد يصبح من الصعب على المستهلك إيجاد بدائل حقيقية للسلع والخدمات، فإذا لم يكن المستهلك راضيًا عن منتج معين، فإنه لن يجد بدائل أخرى بأسعار أو جودة أفضل، مما يجعله في وضع غير مرض، ويؤدي إلى تقييد حريته في الاختيار بشكل كبير. وقد نص المشرع الجزائري في المادة 12 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة على حظر "عرض أسعار أو ممارسة أسعار بيع مخفضة بشكل تعسفي للمستهلكين مقارنة بتكاليف الإنتاج والتحويل والتسويق، إذا كانت هذه العروض أو الممارسات تهدف أو يمكن أن تؤدي إلى إبعاد المؤسسة أو عرقلة أحد منتوجاتها من الدخول إلى السوق"³

في ظل غياب المنافسة في سوق بيع قطع غيار السيارات قد يضطر المستهلك الجزائري إلى شراء قطع غيار رديئة أو مقلدة بأسعار عالية لعدم وجود بدائل أخرى بأسعار معقولة وجودة مضمونة

¹ المرسوم التنفيذي رقم 06-215 المؤرخ في 18 يونيو 2006 المحدد لشروط وكيفية البيع بالتخفيض

2 Smith, Adam. op,cit.

³ المادة 12 من الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو سنة 2003 المتعلق بالمنافسة، المعدل والمتمم.

وفي الجزائر يتجلى غياب البدائل بشكل واضح في العديد من القطاعات الاقتصادية خاصة تلك التي تشهد ممارسات احتكارية أو تواطؤات بين الشركات المهيمنة ففي قطاع النقل يعاني المستهلك الجزائري من غياب البدائل في وسائل النقل العام حيث تسيطر بعض الشركات الخاصة على هذا القطاع وتحد من دخول منافسين جدد مما يضطر المستهلك إلى القبول بخدمات نقل رديئة أو بأسعار مرتفعة ودون أن يكون لديه خيارات أخرى متاحة من وسائل النقل العام وفي قطاع الخدمات المالية يشتكي المستهلك الجزائري من غياب البدائل في الخدمات المصرفية والتأمينية حيث تسيطر بعض البنوك وشركات التأمين الكبرى على السوق وتحد من دخول مؤسسات مالية جديدة ومنافسة مما يضطر المستهلك إلى القبول بخدمات مالية محدودة أو بأسعار مرتفعة ودون أن يكون لديه خيارات أخرى متاحة من الخدمات المالية المتنوعة والمبتكرة¹.

ولضمان حرية الاختيار للمستهلك وتوفير بدائل متنوعة من السلع والخدمات في السوق، سعت الدولة الجزائرية إلى تحرير التجارة وفتح الأسواق أمام المنافسة من خلال إصدار العديد من القوانين² والمراسيم التي تهدف إلى تشجيع الاستثمار وتنويع الإنتاج وتحسين جودة الخدمات وتسهيل دخول الشركات الجديدة إلى السوق ومكافحة كل أشكال الاحتكار والتواطؤ التي تحد من حرية المنافسة وتُعيق توفير البدائل المتنوعة للمستهلك الجزائري. إلا أن تحقيق هذا الهدف يتطلب تضافر جهود مختلف الجهات المعنية، من حكومة ومجلس منافسة وقضاء وقطاع خاص، بهدف خلق بيئة تنافسية حقيقية تضمن توفير بدائل متنوعة من السلع والخدمات للمستهلك الجزائري، وتعزز من حقه في الاختيار الحر والمستنير

الفرع الثاني: تأثير الإعلانات المضللة :

تسمح الممارسات المقيدة للمنافسة لبعض الشركات المسيطرة في السوق من الترويج لمنتجاتها وخدماتها بصورة مضللة من خلال استعمال أساليب إعلانية غير نزيهة، دون الخوف من وجود منافسين آخرين يفضحون هذه الأساليب ففي ظل غياب المنافسة يصبح المستهلك أكثر عرضة للتأثر بتلك الإعلانات المضللة وقد يختار منتجات أو خدمات لا تناسبه حقا مما يجد من حرته في الاختيار بشكل غير مباشر ويوقعه في فخ الخيارات الخاطئة. وقد حظر

¹ البنك المركزي الجزائري. (2022) تقرير حول تطور الخدمات المالية في الجزائر لسنة 2022. الجزائر: البنك المركزي الجزائري.

² القانون رقم 04-08 المؤرخ في 14 غشت 2004، المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية

المشروع الجزائري الإعلانات المضللة في القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية¹، وذلك بهدف حماية المستهلك من الممارسات التجارية غير النزيهة وضمن حقه في الحصول على معلومات صحيحة وموثوقة.

يلاحظ المستهلك تأثير الإعلانات المضللة بشكل خاص في قطاعات مثل مواد التجميل والأجهزة الإلكترونية والكهربائية والملابس والعطور حيث تنتشر الإعلانات المضللة التي تروج لمنتجات وخدمات غير مطابقة للمعايير والمواصفات القانونية وتقدم وعوداً كاذبة حول فعالية هذه المنتجات في تحقيق نتائج سريعة وباهرة وتستعمل صوراً مضللة عن المنتجات لجذب المستهلك، وتستغل ضعف الوعي لدى بعض المستهلكين وقلة خبرتهم بالأساليب الإعلانية الحديثة للتأثير عليهم وتوجيه اختياراتهم نحو منتجات وخدمات معينة مما يضر بمصالحهم الاقتصادية والصحية والاجتماعية².

ولمكافحة الإعلانات المضللة وحماية المستهلك من تأثيراتها السلبية نص القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على حظر الإعلانات المضللة التي تروج لمعلومات كاذبة أو غير صحيحة حول السلع والخدمات³، والتي تهدف إلى خداع المستهلك والتأثير على قراراته الشرائية كما نصت المادة 19 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية على حظر "كل ممارسة تجارية تقيّد حرية المستهلك في الاختيار أو تُعيق وصوله إلى المعلومة الصحيحة والموثوقة حول السلع والخدمات"⁴، وذلك بهدف حماية المستهلك من الممارسات التجارية غير النزيهة وضمن حقه في الحصول على معلومات صحيحة وموثوقة حول السلع والخدمات التي يستهلكها.

¹ المادة 19 من القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 جمادى الأولى عام 1425 الموافق 23 يونيو سنة 2004 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

² المنظمة الجزائرية لحماية المستهلك (2021) تقرير حول الإعلانات المضللة في الجزائر لسنة 2021. الجزائر: المنظمة الجزائرية لحماية المستهلك.

³ القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فيفري 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

⁴ القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 جمادى الأولى عام 1425 الموافق 23 يونيو سنة 2004 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

المبحث الثاني: دور مجلس المنافسة كآلية من اليات الرقابة :

في ظل التحولات الاقتصادية المتسارعة وتبني الاقتصاد الحر القائم على المبادرة والمنافسة ، اصبحت ضرورة تنظيم السوق والحفاظ على التوازن بين الفاعلين الاقتصاديين من الاولويات الحيوية لكل دولة تسعى الى تحقيق تنمية مستدامة وفي هذا الاطار يعد مجلس المنافسة احد اهم الاليات المؤسساتية التي تهدف الى ضبط المنافسة الحرة ومكافحة الممارسات المنافية لها ، مثل الاحتكار والتواطؤ واستغلال الوضع المهيمن كما يلعب دورا رقابيا واستشاريا في متابعة مدى احترام قواعد المنافسة داخل السوق ، وكم هنا تبرز أهمية دراسة دور هذا المجلس والوقوف على الاليات القانونية والرقابية التي يعتمدها لضمان بيئة اقتصادية نزيهة وعادلة.

المطلب الأول : مفهوم مجلس المنافسة واختصاصاته :

يعد مجلس المنافسة احد الهيئات المستقلة ذات الطابع التنظيمي و الاستشاري ، التي تهدف الى تعزيز حرية¹ المنافسة ومراقبة الممارسات المنافية لها في السوق وجد هذا المجلس استجابة لحاجة الاقتصاد الوطني الى الية فعالة تضمن الشفافية و النزاهة في المعاملات التجارية ، وتحمي مصالح المستهلكين والفاعلين الاقتصاديين على حد سواء ، تتمثل المهمة الاساسية لمجلس المنافسة ضمان احترام قواعد المنافسة ، ومنع الاحتكار والانفاقات التي تضر بتوازن السوق ، الى جانب التدخل في حالة استغلال الوضع المهيمن من قبل بعض الشركات كما يتولى المجلس ابداء الرأي الاستشاري في مشاريع القوانين والمراسيم ذات العلاقة بالمنافسة ، ويملك سلطة التحقيق واتخاذ القرارات الملزمة عند الاقتضاء يكون مقر مجلس المنافسة في مدينة الجزائر.

نشير في هذا المطلب الى تعريف مجلس المنافسة في (الفرع الاول) ، ونتطرق الى تنظيم وصلاحيات مجلس

المنافسة في (الفرع الثاني)

¹ انظر المادة 45 من الامر 03 - 03 ، المرجع السابق ذكره .

الفرع الأول : تعريف مجلس المنافسة :

مجلس المنافسة هو هيئة قانونية مستقلة تشكل لضمان حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية في السوق ، التي تضر بالاقتصاد والمستهلكين. يتمتع هذا المجلس بصلاحيات رقابية وتنظيمية وقضائية لمراقبة سلوكيات الشركات والأسواق وفرض عقوبات عند الضرورة.¹ تم انشائه في الجزائر عام 1995 .

يجد مجلس المنافسة اساسه القانوني بناء على المادة 16 من الامر 06-95 المتعلق بالمنافسة الملغى على انه : ينشأ مجلس المنافسة يكلف بترقية المنافسة وحمايتها يتمتع بالاستقلال المالي، وكما أشارت إليه المادة 23 من الأمر 03-03 الحالي المعدل والمتمم على أنه : تنشأ لدى رئيس الحكومة سلطة إدارية تدعى في صلب النص مجلس المنافسة يتمتع بالشخصية القانونية والاستقلال المالي.

وتم إعادة صياغة المادة في تعديل قانون المنافسة 2008 حيث جاءت على الشكل التالي: " تنشأ سلطة إدارية مستقلة تدعى في صلب النص مجلس المنافسة، تتمتع بالشخصية القانونية والإستقلال المالي توضع لدى الوزير المكلف بالتجارة "

الفرع الثاني: تنظيم وصلاحيات مجلس المنافسة :

من خلال توضيح السند القانوني الذي أرتكز عليه لإنشاء مجلس المنافسة فإن المرحلة الثانية تستوجب² توضيح نظامه العضوي والموضوعي وهذا ما سيتم توضيحه من خلال الفرع المقدم من نقاط رئيسية : تشكيلة مجلس المنافسة (أولا)، صلاحيات مجلس المنافسة (ثانيا) والاستشارة الاختيارية (ثالثا) ، كذلك الوظيفة التنازعية (رابعا) .

اولا : تشكيلة مجلس المنافسة :

يتألف مجلس المنافسة من هيئتين رئيسيتين وهما الهيئة الدائمة (اللجنة الدائمة) والتي بدورها تتكون من الرئيس الذي يعين بمرسوم رئاسي ويشترط ان يكون ذو كفاءة في المجال الاقتصادي او القانوني ، ونائب الرئيس الذي يعين بنفس الطريقة كذلك يتكون من اعضاء دائمين عددهم 04 على الاقل يختارون من بين الخبراء في الاقتصاد ، القانون

¹ المنظمة الجزائرية للدفاع عن المستهلك (2022). تقرير حول الاحتكار في الأسواق الجزائرية . الجزائر. لسنة 2022.

² زايدي امال ، محاضرات في قانون المنافسة ، مرجع سابق، ص 111 ، 112 .

، او المنافسة ويعينون بمرسوم . ومنه يتكون مجلس المنافسة من 12 عضوا ينتمون إلى الفئات حسب نص المادة 24 من قانون المنافسة 06 أعضاء يختارون من ضمن الشخصيات والخبراء الحائزين على الأقل شهادة ليسانس أو شهادة جامعية ماثلة وخبرة مهنية مدتها 08 سنوات على الأقل في المجال القانوني أو الاقتصادي والتي لها مؤهلات في مجال المنافسة والتوزيع والاستهلاك. 04 اعضاء يختارون من ضمن المهنيين والمؤهلين الممارسين او الذين مارسوا نشاطات ذات مسؤولية والحائزين شهادة جامعية ولهم خبرة مهنية لمدة 05 سنوات على الاقل في مجال الانتاج والتوزيع والحرف والخدمات والمهن الحرة.

- عضوان مؤهلان يمثلان جمعيات حماية المستهلكين.
- يعين الوزير المكلف بالتجارة ممثلا مكلفا لدى مجلس المنافسة بموجب قرار يشاركان في اشغاله دون ان يكون لها حق التصويت.
- يعين اعضاء مجلس المنافسة بموجب مرسوم رئاسي.
- كما توضع امانة عامة للمجلس يعين امينا عام ومقرر عام و 05 مقررين يعينون بموجب مرسوم رئاسي.
- يجب ان يكون المقرر العام والمقررون حائزون على الاقل شهادة ليسانس او شهادة جامعية ماثلة وخبرة مهنية مدتها 05 سنوات.

ثانيا : صلاحيات مجلس المنافسة :

يتمتع مجلس المنافسة بصلاحيات واسعة بموجب الامر رقم 03-03 المعدل بالقانون 18-04 نوعين من المهام¹ بشكل اساسي يتمثلان في كل من الدور الاستشاري بشقيه الملزم والاختياري وكذا يؤدي وظيفة تنازعية اضافة الى مهامه الرقابية.

اولا : الاستشارية التوجيهية : وتتضح من خلال نصوص المادة 19 من القانون 08-12 المعدل للأمر 03-03 في مادته 36 فان المشرع الجزائري اوجب على البرلمان والسلطة التنفيذية استشارة مجلس المنافسة على الخصوص في المواضيع التالية :

¹ المادة 19 ، الامر 03 - 03 المتعلق بالمنافسة .

- يستشار المجلس وجوبا في كل نص تشريعي يصدر من البرلمان ممثلا في السلطة التشريعية.
- يستشار المجلس وجوبا حول كل مشروع نص تنظيمي صادر عن الهيئة التنفيذية اذا كان يمس اسعار السلع والخدمات التي تعتبرها الدولة ذات طابع استراتيجي كما هو محدد في اطار المادة 05 من الامر 03-03 .

ثالثا : الاستشارة الاختيارية :

ويتمثل في مجموعة اراء غير ملزمة يمكن ان يقدمها مجلس المنافسة لجهات محددة قانونا بناء على طلب مقدم كما نصت المادة 35 من ذات الامر 03-03 "بيدي مجلس المنافسة رأيه في كل مسالة ترتبط بالمنافسة اذا طلبت الحكومة منه ذلك ويبيدي كل اقتراح في مجالات المنافسة ويمكن ان يستشره أيضا في المواضيع نفسها الجماعات المحلية والهيئات الاقتصادية والمالية والمؤسسات والجمعيات المهنية النقابية وكذا جمعيات المستهلكين.

رابعا : الوظيفة التنازعية :

ويقصد بها السلطات الممنوحة لمجلس المنافسة من طرف المشرع ، من اجل وضع حد للممارسات المقيدة للمنافسة من طرف الاعوان الاقتصاديين او المؤسسات ، بمناسبة مزاولة نشاطهم الاقتصادي والهادفة الى تعزيز مكانتهم في السوق . وتتخذ الممارسات المعنية عدة اشكال كما هو موضح في قانون المنافسة في نصوص المواد من 06 الى 12 ، ويغلب على العقوبات الطابع وقائي عن طريق فرض غرامات مالية ، وقد استثنى المشرع سلطة فسخ العقود باعتبارها حق اصيل للقضاء ، اذ لا يمكن لمجلس المنافسة ابطال عقود مبرمة او توقيع جزاءات ماسة بالحرية.

كما استثنى المشرع امكانية الفصل في طلبات التعويض حسب ما جاء في نص المادة 48 من الامر 03-03 بأنه² "يمكن لكل شخص طبيعي او معنوي يعتبر نفسه متضررا من ممارسة مقيدة للمنافسة وفق مفهوم احكام هذا الامر ، ان يرفع دعوى امام الجهات القضائية المختصة طبقا للتشريع المعمول به"

¹ المادة 35 ، الامر 03 - 03 المتعلق بالمنافسة .

² المادة 8 ، الامر 03 - 03 المتعلق بالمنافسة .

المطلب الثاني : دور مجلس المنافسة في حماية السوق :

يلعب المجلس دورا محوريا في حماية السوق من خلال وضع الاطر التنظيمية والرقابية التي تضمن تحقيق بيئة تجارية عادلة وآمنة ،¹ ويتجلى هذا الدور في مراقبة الانشطة الاقتصادية ، وضمان التزام الجهات الفاعلة بالقوانين والأنظمة ومنع ممارسات الاحتكارية او المخالفة للمنافسة الشريفة كما نلاحظ وجود علاقة تكاملية بين مجلس المنافسة ووزارة التجارة في ضمان المنافسة العادلة وحماية المستهلكين ، وكما يساهمان في تعزيز الشفافية والثقة في السوق من خلال اصدار السياسات والإجراءات التي تحمي المستهلكين وتحفز على الاستثمار مما ينعكس ايجابا على استقرار الاقتصاد الوطني ودعمه .

الفرع الأول : دور وزارة التجارة :

تمثل وزارة التجارة في الجزائر ركيزة اساسية في تنظيم الاقتصاد الوطني وحماية المنافسة ، حيث تعمل من خلال هيكلها المركزية والمحلية على ضمان سير الاسواق وفقا لمبادئ المنافسة الحرة والنزاهة ، وعلى الرغم من استقلالية مجلس المنافسة، فإن التعاون بينه وبين وزارة التجارة يظل حاسما في نجاح سياسات حماية المنافسة. وهي تتكون من عدة هياكل ادارية وتنظيمية تعمل بشكل متكامل لتحقيق اهدافها الاستراتيجية ، تشمل هذه المكونات الرئيسية

أولا : الهيكل التنظيمي لوزارة التجارة :

تتكون وزارة التجارة في الجزائر من عدة هياكل ادارية وتنظيمية تعمل بشكل متكامل لتحقيق اهدافها الاستراتيجية ، تشمل هذه المكونات الرئيسية :

- **المديريات المركزية :** تشكل المديريات المركزية العمود الفقري لوزارة التجارة حيث تتولى مهمة وضع السياسات والتشريعات التجارية.
- **المديريات الولائية :** تمثل المديريات الولائية للتجارة الامتداد المحلي لوزارة التجارة في كل ولاية من ولايات الجزائر، تلعب هذه المديريات دورا حيويا في تنفيذ السياسات التجارية على المستوى المحلي حيث تقوم بـ :

¹ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ، 20 يوليو 2003 ، العدد 43 .

- مراقبة الاسواق المحلية وتطبيق القوانين.
- الكشف عن الممارسات التجارية غير الشرعية
- اجراء التحقيقات الاولية في حالات الممارسات المقيدة للمنافسة .

ثانيا : وظائف وزارة التجارة الرئيسية :

تضطلع وزارة التجارة في الجزائر بمجموعة من الوظائف الحيوية التي تسهم في تنظيم الاقتصاد وحماية المنافسة :¹

1-تنظيم التجارة الداخلية والخارجية :

تتولى الوزارة مهمة وضع الاطر التنظيمية للتجارة في الجزائر ، سواء على المستوى الداخلي او الخارجي. تشمل هذه المهمة :

- وضع التشريعات والأنظمة التي تحكم الممارسات التجارية.
- تنظيم عمليات الاستيراد والتصدير ومراقبتها.
- اعداد الدراسات الاقتصادية والتجارية اللازمة لصنع القرار.
- متابعة تنفيذ الاتفاقيات التجارية الدولية التي تكون الجزائر طرفا فيها.

2-حماية المنافسة ومنع الاحتكار :

تمثل حماية المنافسة احد المحاور الاساسية لعمل وزارة التجارة ، حيث تعمل على :

- مراقبة الاسواق للكشف عن الممارسات المقيدة للمنافسة.
- التحقيق في حالات اساءة استخدام الوضع المهيمن في السوق.
- متابعة حالات الاتفاقات الضمنية او الصريحة بين المؤسسات التي تهدف الى تقييد المنافسة.
- اتخاذ الاجراءات القانونية ضد الممارسات الاحتكارية.

¹ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ، المادة 06 ، 07 ، الصادرة 20 يوليو 2003 ، العدد 43 .

3- حماية المستهلكين :

تضع وزارة التجارة حماية المستهلك على راس اولوياتها من خلال :

- مراقبة جودة السلع والخدمات المعروضة في السوق.
- ضمان شفافية الممارسات التجارية ووضوح المعلومات.
- منع الغش التجاري والممارسات الخادعة .
- تلقي شكاوى المستهلكين واتخاذ الاجراءات اللازمة لحلها.

4-تنظيم الاسعار ومراقبتها :¹

تلعب الوزارة دورا مهما في تنظيم الاسعار ومراقبتها ، خاصة للسلع الاساسية ، حيث تقوم بـ :

- تحديد هوامش الربح لبعض السلع والخدمات الاساسية.
- مراقبة التطورات السعرية في الاسواق.
- التدخل لضبط الاسعار في حالات الاضطرابات السوقية غير مبررة.
- مكافحة المضاربة غير المشروعة التي تضر بالمستهلكين.

الفرع الثاني : دور وزارة التجارة في مجلس المنافسة :

يعد مجلس المنافسة الجزائري هيئة ادارية مستقلة انشئت بموجب الامر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 ،

المعدل والمتمم ، المتعلق بالمنافسة²، وعلى الرغم من استقلالية المجلس فان لوزارة التجارة دورا تكامليا معه في حماية

المنافسة ، يتمثل في :

اولا : التعاون في التحقيقات والرقابة :

¹ عبد الكريم سعادة ، مكافحة جريمة المضاربة غير المشروعة في ظل التشريع الجزائري على ضوء القانون 21-15 ، مجلة الحقوق والحريات ، العدد 1 ، الجزائر ، سنة 2022 ، ص 133 .

² زروق عبد الرؤوف ، الممارسات المقيدة للمنافسة في الجزائر ، مذكرة تخرج لنيل شهادة المدرسة العليا للمصرفية ، الجزائر ، 2010 ، ص 33 .

تعمل وزارة التجارة ومجلس المنافسة بشكل متكامل في مجال الرقابة والتحقيق ، حيث :

- تقوم المديرية الولائية للتجارة باجراء التحقيقات الاولية في الممارسات المنافية للمنافسة واحالتها الى مجلس المنافسة .
- يوفر جهاز الوزارة (المفتشون والمراقبون) المعلومات والبيانات اللازمة لمجلس المنافسة لاداء مهامه.
- يتعاون الطرفان في تبادل الخبرات والتقارير الفنية المتعلقة بمجالات الانتهاكات.

ثانيا : التنسيق في السياسات والتشريعات :

يتمثل دور الوزارة في هذا الجانب بـ :

- اقتراح التعديلات التشريعية المتعلقة بقانون المنافسة بالتشاور مع مجلس المنافسة.
- تنسيق السياسات التجارية مع قرارات وتوصيات مجلس المنافسة.
- ادماج اعتبارات حماية المنافسة في السياسات التجارية التي تضعها الوزارة.

ثالثا : تنفيذ قرارات مجلس المنافسة :

تساهم وزارة التجارة في تنفيذ قرارات مجلس المنافسة من خلال :

- اتخاذ الاجراءات الادلرية اللازمة لتنفيذ قرارات المجلس (مثل سحب التراخيص او الغرامات).
- متابعة التزام المؤسسات بالقرارات الصادرة عن مجلس المنافسة.
- ابلاغ مجلس المنافسة باية مخالفات او صعوبات في تنفيذ قرارته.

كذلك يلعب مجلس المنافسة دورا مهما في ضمان المنافسة العادلة ومنع الممارسات الاحتكارية ، وتتعاون وزارة

التجارة معه بعدة طرق وفقا للإطار القانوني المنظم. ونذكر ابرز ادوار الوزارة في هذا المجال¹

أولا : الاشراف والتنسيق مع مجلس المنافسة :

1 وزارة المالية 2021. تقرير حول تطور القطاع المالي في الجزائر لسنة 2021. الجزائر: وزارة المالية

- التبعية الادارية : يخضع مجلس المنافسة الجزائري لاشرف وزارة التجارة والصناعة ، حيث يتم تعيين اعضاءه بموجب مرسوم تنفيذي من الحكومة ، وغالبا ما يكون للوزارة ممثل فيه .
- التعاون في التحقيقات : تتعاون الوزارة مع المجلس في تحليل الممارسات التجارية المشبوهة مثل الاتفاقات الاحتكارية او اساءة استخدام المراكز المهيمنة .

ثانيا : دور التجارة في السياسات التجارية والمنافسة :

- اقتراح التشريعات : تساهم الوزارة في صياغة القوانين واللوائح المتعلقة بالمنافسة مثل قانون المنافسة الجزائري (القانون رقم 03-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003) ¹.
- التوعية والتوجيه : تقوم الوزارة بحملات توعوية للشركات والمستهلكين حول اهمية المنافسة العادلة ومخاطر الاحتكار .

ثالثا : التدخل في حالات الإنتهاكات :

- تحريك الشكاوي : يمكن للوزارة تحريك دعاوى امام مجلس المنافسة في حال اكتشاف ممارسات مضرّة بالمنافسة .
- تنفيذ القرارات : تساعد الوزارة في متابعة تنفيذ قرارات المجلس ، مثل فرض غرامات على الشركات المخالفة او تفكيك الاحتكارات .

رابعا : التقارير والمتابعة :

- ترفع الوزارة تقارير دورية للحكومة حول اداء السوق ومدى احترام قواعد المنافسة .
- تشارك في وضع الاستراتيجيات الوطنية لتعزيز المنافسة وجذب الاستثمار .

1 الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو سنة 2003 المتعلق بالمنافسة، المعدل والمتمم

خلاصة الفصل الثاني:

في ختام هذا الفصل نؤكد أن الممارسات المقيدة للمنافسة تُلحق أضرارًا جسيمة بالاقتصاد الوطني والمستهلكين والشركات على حد سواء، حيث تُؤدي إلى ارتفاع الأسعار وتدهور القدرة الشرائية وانخفاض جودة السلع والخدمات وتقييد حرية الاختيار وإقصاء المنافسين وتراجع الابتكار وتشويه هيكل السوق وتراجع الكفاءة الاقتصادية وضعف جاذبية الاستثمار مما يُعيق النمو الاقتصادي المستدام ويضر برفاهية المجتمع. ولذا فإن مكافحة هذه الممارسات والحد من آثارها السلبية يُعد أمرًا بالغ الأهمية لضمان سلامة السوق وتعزيز دوره في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر.

خاتمة

خاتمة:

من خلال دراستنا المعمّقة لموضوع ردع الممارسات المنافسة للمنافسة في التشريع الجزائري، توّصلنا إلى نتيجةٍ رئيسيةٍ مُفادها أنّ فعالية المنافسة في السوق، وقدرتها على تحقيق أهدافها الاقتصادية والاجتماعية، تتوقف بشكلٍ أساسي على مدى نجاعة النظام القانوني في مُحاربة الممارسات التي تُقيدها وتُشوّهها. ولا يتأتى ذلك إلا من خلال توفير قواعد إجرائية واضحة ودقيقة وفعّالة، تُمكن من تطبيق القواعد الموضوعية المقررة في هذا المجال بشكل سليم وعادل، وتضمن تحقيق أهداف قانون المنافسة في حماية السوق والمستهلكين.

وتجدر الإشارة إلى أن الممارسات المنافسة للمنافسة غالبًا ما تكون مُلتبسةً، وذات طبيعةٍ مُعقدةٍ، ويصعب الكشف عنها والتعرف عليها بدقة. كما أن تقدير مدى خطورة هذه الممارسات، وتكييف وقائعها على ضوء النصوص والقواعد الموضوعية لقانون المنافسة، يتطلب خبرةً قانونيةً واقتصاديةً مُتخصصةً. ولذلك، فقد رأى المشرع الجزائري أن إنشاء جهاز مُتخصص ومُتكامل، يُنأطُ به مهمة حماية المنافسة في السوق وقمع الممارسات المنافسة لها، هو السبيل الأمثل لتحقيق هذه الغاية. وعلى هذا الأساس تم إنشاء مجلس المنافسة كسلطة إدارية مستقلة مُختصة في مجال المنافسة، حيث حُوّلت إليه صلاحيات واسعة ومُتنوعة تُمكنه من تنظيم وضبط المنافسة في السوق الجزائرية، ومُحاربة التجاوزات والانتهاكات المرتكبة في حقها

تتجلى هذه الصلاحيات في سلطة مجلس المنافسة القمعية، التي تخوّله الحق في توجيه أوامر مُلزِمة للمؤسسات المخالفة بالتوقف عن الممارسات المشتكى منها، مع إمكانية فرض عقوبات مالية في حالة عدم احترام هذه الأوامر.

كما يملك المجلس سلطة إصدار هذه العقوبات المالية مُباشرةً كنتيجة لإدانة المؤسسة المتورطة في ممارسات مُنافية للمنافسة، بالإضافة إلى سلطة اتخاذ تدابير مؤقتة عاجلة لحماية المنافسة إلى غاية البت في مدى ثبوت قيام هذه الممارسات بشكلٍ نهائي.

يُلاحظ أنّ حماية وضبط المنافسة الحرة في الجزائر تتم من خلال مسارين مُتكاملين: الأول، مسار إداري، يتمثل في دور مجلس المنافسة في ردع الممارسات المنافسة للمنافسة من خلال صلاحياته الإدارية. والثاني، مسار

قضائي، يتمثل في دور الهيئات القضائية التقليدية في توقيع العقوبات المدنية والجزائية على مُرتكبي هذه الممارسات . هذا التكامل بين الرقابة الإدارية والجزاءات القضائية يُشكّل منظومةً مُتكاملةً لحماية المنافسة في السوق الجزائري. يُعتبر نظام المنافسة الحرة في الجزائر مجالاً حديث العهد نسبياً، ولازال يواجه تحدياتٍ كبيرةً في ترسيخ وجوده كآليةٍ فعّالةٍ لتنظيم السوق. فحتى اليوم، يبقى هذا النظام غير مألوفٍ لدى العديد من الفاعلين الاقتصاديين، ويعاني من ضعفٍ في التطبيق العملي. وعلى الرغم من الجهود التي بذلها مجلس المنافسة مُنذ إنشائه، إلا أنّه لا يزال يواجه صعوباتٍ في فرض نفسه كهيئةٍ قويةٍ وفاعلةٍ في ترقية وحماية المنافسة، ومُحاربة الممارسات المُنافية لها.

لتحقيق فعالية أكبر في حماية حرية المنافسة ومكافحة الممارسات المُنافية لها في الجزائر، نعتقد أنه من الضروري تعزيز دور كل من مجلس المنافسة والجهات القضائية في تنظيم ومراقبة السوق. يجب أن يعمل كلا الجهازين، بتكاملٍ وتنسيق، على ضمان حسن سير السوق وحمايته من جميع الممارسات التي تُعيق نموه وتطوره. ولتحقيق هذه الغاية، نقترح مجموعة من التوصيات العملية موضحة كآآآي:

1. توفير مقر خاص لمجلس المنافسة: يجب تزويد مجلس المنافسة بمقرٍ خاصٍ به، مجهزٍ بكافة الإمكانيات اللوجستية والبشرية اللازمة، لتمكينه من أداء مهامه بفعالية وكفاءة، وتحقيق الأهداف التي أنشئ من أجلها.
2. إصدار ونشر النشرة الرسمية للمنافسة: يُشدد على أهمية إصدار ونشر النشرة الرسمية للمنافسة بشكلٍ دوريٍّ ومُنظم. تُعتبر هذه النشرة أداةً أساسيةً لنشر ثقافة المنافسة، وتوعية المُتعاملين الاقتصاديين والمستهلكين بحقوقهم وواجباتهم، ونشر القرارات والتوصيات الصادرة عن مجلس المنافسة والهيئات القضائية.
3. تعزيز التعاون الدولي: يجب تطوير علاقات التعاون والمساعدة مع سُلطات المنافسة الأجنبية، لاسيما في مجال تبادل المعلومات والخبرات، وتنسيق الجهود في التحقيقات المتعلقة بالممارسات المُقيّدة للمنافسة التي تُؤثّر على العلاقات التجارية الدولية.
4. دعم البحث والتطوير: يجب تشجيع مجلس المنافسة على القيام بالأبحاث والدراسات المُتخصصة في مجال المنافسة، من خلال توفير الإمكانيات المادية والبشرية اللازمة لذلك. فهذه الأبحاث والدراسات تُساهم في تطوير وتحديث قانون المنافسة، وتُعزز من قدرة المجلس على مواجهة التحديات الجديدة في السوق.

5. تكوين قضاة متخصصين: يُوصى بتكوين قضاة مُتخصصين في قضايا المنافسة، يتمتعون بالخبرة القانونية والاقتصادية اللازمة للفصل في هذه القضايا المعقدة، على غرار النظام المتبع في فرنسا. كما يُقترح تحديد محاكم مختصة للنظر في قضايا المنافسة، لضمان توحيد الاجتهاد القضائي، وتحقيق الفعالية في تطبيق قانون المنافسة، وذلك بالنظر إلى الطبيعة المعقدة لهذه القضايا، والتطورات المستمرة في السوق. هذا التخصص القضائي من شأنه أن يُعزز من دقة وكفاءة الأحكام الصادرة في قضايا المنافسة، ويُساهم في تحقيق التوازن الأمثل بين المصلحة العامة ومصالح المتعاملين الاقتصاديين.

- توحيد المرجعية القضائية: يجب إخضاع جميع الممارسات المنافسة للمنافسة، سواء تمّ الإخطار بها إلى مجلس المنافسة أو إلى محكمة قضائية، إلى جهة قضائية واحدة في نهاية المطاف، وهي المحكمة العليا. هذا التوحيد يُساهم في توحيد تفسير قانون المنافسة، ويُؤدي إلى تكوين اجتهاد قضائيٍّ مُوَحَّدٍ يُمكن الاعتماد عليه، ويُجنّب التناقضات في الأحكام النهائية التي قد تُنتج عن تعدد جهات التقاضي (مجلس المنافسة، مجلس الدولة، المحاكم العادية، محاكم الاستئناف).
- تفعيل النصوص القانونية: يجب تفعيل النصوص القانونية والتنظيمية المتعلقة بالمنافسة، والسعي الجاد لتطبيقها بشكلٍ فعّال، ومُعالجة أيّ ثغراتٍ أو غموضٍ فيها.

هذه بعض النقائص التي لاحظناها في دراستنا، مع اقتراحاتٍ بسيطةٍ لِتَحسينِ نظامِ المنافسة.

وختامًا، نُشدّد على ضرورة تفعيل دور الأجهزة المكلفة بضبط السوق وقمع الممارسات المنافسة للمنافسة، والعمل على إيجاد حلولٍ ناجعةٍ للنزاعات المتعلقة بها.

يُكتسي هذا الأمر أهميةً خاصةً في ظلّ البُعد الدولي المتزايد لمنازعات المنافسة، والتزامن مع انفتاح الاقتصاد الوطني على المنافسة الخارجية، ما يتطلّب تكييف التشريعات والآليات الوطنية لمواكبة هذه التطورات.

قائمة المراجع و المصادر

قائمة المراجع والمصادر

1. المراجع:

الكتب باللغة العربية :

1. خالد توفيق الشمري، طاهر فاضل البياتي، مدخل إلى علم الاقتصاد (التحليل الجزئي والكلّي)، دار وائل للنشر، الأردن، 2011.
2. حربي محمد عريقات، مبادئ الاقتصاد (التحليل الجزئي)، دار وائل للنشر، عمان، ط، 1، 2005.
3. أحسن بوسقيعة الوجيز القانوني الجزائي الخاص جرام الفساد، جرائم المال والأعمال جرائم التزوير، القانون، منقحة ومتممة في ضوء قانون 20 فبراير 2006 المتعلق بالفساد الجزء الثاني، الطبعة الثالثة، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2006.
4. أحسن بوسقيعة، قانون العقوبات في ضوء الممارسات القضائية، طبعة 2007-2008 منشورات بيرتي، الجزائر، 2007.
5. عدنان باقي لطيف، التنظيم القانوني للمنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية - دراسة مقارنة-، دار الكتب القانونية - دار شتات للنشر والبرمجيات، القاهرة، 2012.

الكتب باللغة الإنجليزية:

1. Smith, Adam.. An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations. London: W. Strahan and T. Cadell, 1776.
2. Tirole. Jean, The Theory of Industrial Organization. Cambridge, Mass: MIT Press, 1988.
3. Rodrik, Dani. One Economics, Many Recipes: Globalization,

- Institutions, and Economic Growth. Princeton University Press, 2007.
4. Rodrik, Dani. Populism and the Economics of Globalization. Journal of International Business Policy, Harvard university, 2018.

الأطروحات والرسائل والمذكرات الجامعية:

أطروحات الدكتوراه:

1. بن بجمة جمال ، الهيئات المكلفة بحماية المنافسة في القانون الجزائري ، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم تخصص القانون ، كلية الحقوق ، جامعة تيزي وزو ، 2019.
2. جليل مونية . المنافسة في الصفقات العمومية في الجزائر . أطروحة في مجال القانون العام . جامعة يوسف بن خدة ، الجزائر . 2015.
3. كتو محمد الشريف الممارسات المنافية للمنافسة في القانون الجزائري (دراسة مقارنة بالقانون الفرنسي) أطروحة لنيل شهادة دكتوراه دولة في القانون، فرع القانون العام، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو 2005.

رسائل الماجستير:

1. نبية شفار، الجرائم المتعلقة بالمنافسة في القانون الجزائري، رسالة ماجستير في القانون الخاص، تخصص علاقات الاعوان الاقتصادية والمستهلكين، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، وهران 2012/2013
2. داود منصور مراقبة التجميعات الاقتصادية، رسالة ماجستير في القانون، فرع قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر الجزائر ، 2009/2010
3. ناصري نبيل المركز القانوني لمجلس المنافسة بين الأمر 95/06 و الأمر 03/03 مذكرة لنيل درجة الماجستير في القانون، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق جامعة مولود معمري ، تيزي وزو 2004
4. بورديمة مريم مراقبة التجميعات الاقتصادية بين مقتضيات لضبط وحرية المنافسة، رسالة ماجستير، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 08 ماي 1945، قلمة، 2015/2016

5. بوحيلاس إلهام، الاختصاص في مجال المنافسة، بحث مقدم لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، قانون الأعمال، جامعة قسنطينة، منتوري، كلية الحقوق، 2004-2005
6. زوير ارزقي، حماية المستهلك من المنافسة الحرة. مذكرة لنيل الماجستير في القانون كلية الحقوق جامعة مولود معمري تيزي وزو 2011

مذكرة الماستر:

1. ياسين قبيس، زقاغ الياس، احترام مبدأ المنافسة الحرة في ظل إبرام الصفقات العمومية، مذكرة لنيل شهادة ماستر حقوق تخصص قانون عام للأعمال كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية الجزائر 09 2012/2013
2. دريس كريمة، ذياي منار، التجميعات الاقتصادية على ضوء قانون المنافسة، مذكرة ماستر في القانون، تخصص قانون أعمال كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 08 ماي 1945، قائمة 2017/2018
3. عبد الرؤوف بوكراع، حدود مبدأ المنافسة في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر في الحقوق، تخصص قانون أعمال كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد لمين دباغين 2016/2017، سطيف
4. عيسى فنخور، مكاشم موسى، الجرائم الواقعة على حرية المنافسة في ظل القانون 03-03، مذكرة ماستر في الحقوق، تخصص قانون جنائي، المركز الجامعي المقاوم الشيخ امود، البيزي، السنة الجامعية 2024/2023.

2.المصادر:

المطبوعات والمجلات:

1. د. زوايمية رشيد، القانون الاقتصادي، مبدأ المنافسة الحرة، مطبوعة غير منشورة جامعة مولود معمري تيزي وزو، 1997/1998.
2. الأعمال، جامعة الاخوة سامي بن حملة، حول مفهوم الممارسات المَنافِية والمَنفِيدة للمنافسة، مقال منشور في مجلة البحوث في العقود و قانون منتوري، قسنطينة، المجلد الاول، العدد الاول.
3. أحمد عبد الرحمن الملحم، التقييد الأفقي للمنافسة مع التركيز على اتفاق تحديد الأسعار، مجلة الحقوق عند 4 سبتمبر 1995.

4. والي عبد اللطيف ، رقابة التجميعات الاقتصادية كآلية لحماية المنافسة ، مجلة معالم للدراسات القانونية والسياسية كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة محمد بوضياف، مسيلة دم العدد 05 ديسمبر 2018.
5. غربي علي، مجلس المنافسة كآلية لمراقبة التجميعات الاقتصادية)، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، جامعة زيان عاشور الجلفة دم العدد 01 35 جويلية 2018.
6. عبد الكريم سعادة ، مكافحة جريمة المضاربة غير المشروعة في ظل التشريع الجزائري على ضوء القانون 21-15 ، مجلة الحقوق والحريات ، العدد 1 ، الجزائر ، سنة 2022 ، ص 133 .

التقارير:

1. المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي .(2020) تقرير حول القدرة الشرائية للمستهلك الجزائري .الجزائر: المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي
2. مجلس المنافسة (2021). تقرير حول حالة المنافسة في الجزائر لسنة 2021. الجزائر: مجلس المنافسة.
3. المنظمة الجزائرية لحماية المستهلك .(2021) تقرير حول جودة السلع والخدمات في الجزائر لسنة 2021. الجزائر: المنظمة الجزائرية لحماية المستهلك.
4. الوزارة المنتدبة لدى الوزير المكلف بالاقتصاد الرقمي والرقمنة (2022). التقرير الوطني حول الابتكار في الجزائر لسنة 2022. الجزائر: الوزارة المنتدبة لدى الوزير المكلف بالاقتصاد الرقمي والرقمنة..
5. المنظمة الجزائرية لحماية المستهلك (2021). تقرير حول حقوق المستهلك في الجزائر لسنة 2021. الجزائر: المنظمة الجزائرية لحماية المستهلك.
6. البنك المركزي الجزائري (2022). تقرير حول تطور الخدمات المالية في الجزائر لسنة 2022. الجزائر: البنك المركزي الجزائري
7. المنظمة الجزائرية لحماية المستهلك (2021). تقرير حول الإعلانات المضللة في الجزائر لسنة 2021. الجزائر: المنظمة الجزائرية لحماية المستهلك.
10. المنظمة الجزائرية للدفاع عن المستهلك (2022). تقرير حول الاحتكار في الأسواق الجزائرية لسنة 2022. الجزائر.
11. البنك الدولي (2022). المرصد الاقتصادي للجزائر: آفاق النمو والتحديات الهيكلية. واشنطن: البنك الدولي..
12. البنك الدولي (2023). المرصد الاقتصادي للجزائر: آفاق النمو والتحديات الهيكلية. واشنطن: البنك الدولي.

المحاضرات :

1. د. لاکلي نادية، محاضرات في قانون المنافسة معهد العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير المركز الجامعي بلحاج بوشعيب عين تموشنت 2019-2020
2. عبد الستار عبد الجبار موسى، سوق المنافسة الاحتكارية وسوق احتكار القلة، الجامعة المستنصرية، كلية الإدارة والاقتصاد، ص05 تحت الرابط
3. زايدی آمال، محاضرات في قانون المنافسة، تخصص قانون أعمال كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة سطف 2، سطف 2016/2015
4. اسراء خضر لعبيدي، المنافسة و الممارسات المقيدة لها في ضوء قانون المنافسة ومنع الاحتكار العراقي، كلية القانون الجامعة الاسلامية.

النصوص القانونية :

1. القوانين والأوامر :

1. القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 جمادى الأولى عام 1425 الموافق 23 يونيو سنة 2004 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية
2. القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فيفري 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.
3. الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو سنة 2003 المتعلق بالمنافسة، المعدل والمتمم.
4. القانون رقم 89-12 المؤرخ في 5 يوليو 1989، المتعلق بالأسعار، والأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو سنة 2003 المتعلق بالمنافسة، المعدل والمتمم.
5. القانون رقم 18-02 المؤرخ في 24 يوليو سنة 2018، يتعلق بتوجيه البحث العلمي والتطوير التكنولوجي.
6. القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 جمادى الأولى عام 1425 الموافق 23 يونيو سنة 2004 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.
10. القانون رقم 04-08 المؤرخ في 14 غشت 2004، المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية

2. المراسيم القانونية :

1. المرسوم الرئاسي رقم 96/483 المؤرخ في 07 فيفري 1996، يتعلق بنشر نص تعديل الدستور الموافق عليه في استفتاء 28 نوفمبر 1996، الجريدة الرسمية، عدد 09 الصادرة في 08 ديسمبر 1996
2. المرسوم التنفيذي رقم 19-215 المؤرخ في 22 يونيو سنة 2019، يتضمن إنشاء حاضنات المؤسسات.
1. المرسوم التنفيذي رقم 90-253 المؤرخ في 18 أوت 1990، المتعلق بمراقبة الجودة والمطابقة.
- المرسوم التنفيذي رقم 06-215 المؤرخ في 18 يونيو 2006 المحدد لشروط وكيفيات البيع بالتخفيض

3. الجرائد :

1. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، الفصل الثالث، المادة 15-16، الصادرة 20 يوليو 2003، العدد 43.
2. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، المادة 06، 07، الصادرة 20 يوليو 2003، العدد 43.
3. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، 20 يوليو 2003، العدد 43.

الفهرس

الفهرس

أ.....	شكرو عرفان
Erreur ! Signet non défini.	إهداء
ت.....	إهداء
ج	قائمة المختصرات
7.....	مقدمة

الفصل الأول

الإطار النظري للمنافسة والممارسات المقيدة لها

12.....	تمهيد
13.....	المبحث الأول: مفهوم المنافسة وأهميتها الاقتصادية
13.....	المطلب الأول: تعريف المنافسة وأنواعها
22.....	المطلب الثاني: أهمية المنافسة في اقتصاد السوق
24.....	المبحث الثاني: الممارسات المقيدة للمنافسة
25.....	المطلب الأول: تعريف الممارسات المقيدة للمنافسة ومعايير تحديدها
29.....	المطلب الثاني: أنواع الممارسات المقيدة للمنافسة
53.....	خلاصة الفصل الأول

الفصل الثاني

الآثار الاقتصادية والقانونية للممارسات المقيدة للمنافسة

55.....	تمهيد
56.....	المبحث الأول: الآثار على السوق

56.....	المطلب الأول: ارتفاع الأسعار وانخفاض القدرة الشرائية.....
61.....	المطلب الثاني: إنخفاض جودة السلع والخدمات
66.....	المطلب الثالث: تقييد حرية الاختيار.....
69.....	المبحث الثاني: دور مجلس المنافسة كآلية من اليات الرقابة.....
69.....	المطلب الاول : مفهوم مجلس المنافسة واختصاصاته.....
73.....	المطلب الثاني : دور مجلس المنافسة في حماية السوق.....
78.....	خلاصة الفصل الثاني
80.....	خاتمة
84.....	قائمة المراجع والمصادر
94.....	الملخص

الملخص

ملخص الدراسة :

المنافسة تشكل العمود الفقري للنمو الإقتصادي ، وهي القوة الدافعة التي تحرك عجلة التطور بيئة الأعمال ، والتنمية الاقتصادية إنها تعد الأساس الذي يبنى عليه نظام السوق الحر ، وتعتبر ضرورية لتحفيز الابتكار وتحسين الجودة ، وسن القوانين والتنظيمات للحد من الممارسات المقيدة للمنافسة خطوة مهمة نحو تعزيز المنافسة والتي من بينها نجد الامر 03-03 الصادر عن المشروع الجزائري ، حيث ينشئ مجلس المنافسة كهيئة مستقلة مكلفة بمراقبة السوق وضمان عدم وجود ممارسات تقيد المنافسة ، مما يساهم في تطوير الاقتصاد وحماية المتعاملين الاقتصاديين والمستهلكين.

الكلمات المفتاحية :

المنافسة ، مجلس المنافسة ، الممارسات المقيدة للمنافسة ، النمو الاقتصادي

Summary :

The backbone of economic growth and the driving force behind the development of the business environment and economic development .it is the foundation upon which the free market system is considered necessary to stimulate innovation and improve quality, enacting laws and regulations to limit practices that restrict competition is an important step towards promoting competition, including order 03-03 issued by the Algerian project. Which establishes the competition council as an independent body charged with monitoring the market and ensuring the absence of practices that restrict competition, which contributes to developing the economy and protecting economic operators and consumers .

Key words :

