

تأطير الأسعار والحد من ارتفاعها كضمانة قانونية لحماية السوق في التشريع الجزائري

Framing prices and limiting their rise as a legal guarantee to protect the market in Algerian legislation



الدكتورة / سامية لموشية^{2,1}

¹ جامعة الوادي، (الجزائر)

² المؤلف المراسل: lemouchia-samia@univ-eloued.dz

تاريخ النشر: 2022/04/28

تاريخ القبول للنشر: 2022/02/01

تاريخ الاستلام: 2021/04/01



مراجعة المقال: اللغة العربية: د. / محمد رندي (المركز الجامعي أفلو) اللغة الإنجليزية: د. / رحمة بوسحابة (جامعة معسكر)

ملخص:

إذا كان السعر وسيلة لتغيير معطيات السوق، كونه عنصرا متغيرا عبر كل مراحل التعامل الاقتصادي، يتغير بتغير قيمة الشيء المباع، وكذا القدرة التجارية على التفاوض بين المتعاملين الاقتصاديين والتي تختلف درجتها من عون لآخر، إذ يفاوض المستهلك على الشراء بثمن أقل، والمتعامل الاقتصادي يحاول الوصول إلى أعلى سعر وبالتالي تحقيق هامش من الربح. فهو أيضا عنصر أساسي للمنافسة في السوق، إذ تشكل حرية المنافسة بالأسعار أحد عناصر اللعبة التنافسية، كونها تلزم كل متعامل اقتصادي باستغلال واستعمال أمثل للموارد المسخرة. ولكن في مقتضيات وأحوال معينة، تتدخل الدولة لتنظيم هذه الحرية قانونا، حفاظاً على نشاط السوق وحماية المنافسة الحرة، وتحسين نمط معيشة المستهلك، هذا ما استدعى تأطير حرية الأسعار بما يتناسب مع السياسة الاقتصادية الجديدة من خلال تكريس وإرساء دعائم هذا المبدأ من جهة، ووضع قيود تضبط هذه الحرية وتنظمها من جهة أخرى. الكلمات المفتاحية: تحديد الأسعار؛ التسعير الجبري؛ المضاربة؛ المتعامل الاقتصادي.

Abstract:

If the price is a means of changing the market data, as it is a variable element through all stages of economic dealings by changing the value of the thing sold, as well as the ability of trade to negotiate between economic dealers, whose degree differs from one aid to another, as the consumer negotiates to buy at a lower price and the economic dealer tries to reach the highest price, thus a profit margin. It is also an essential element for competition in the market, as freedom of competition at prices is one of the elements of the competitive game as it obligates every economic dealer to make optimal use and exploitation of the devoted resources. However, in specific requirements and situations, the state intervenes to legally regulate this freedom, in order to preserve market activity, protect free competition, and improve the consumer's lifestyle. This necessitated framing freedom of prices in line with the new economic policy by establishing such

principle on the one hand, and set restrictions that could control and regulate this freedom, on the other hand.

Key words: Price fixing; forced pricing; speculation; economic dealer.

مقدمة:

ترتبط المنافسة ارتباطا وثيقا بالتجارة وحرية الأعوان الاقتصاديين في ممارسة أنشطتهم داخل السوق في إطار قانوني منظم يعمل على ترسيخ شفافية ونزاهة الممارسات التجارية مما يؤدي إلى تحسين الإنتاج وتخفيض الأسعار، هذا ما يوفر أكبر قسط من الرفاهية للمجتمع الإنساني، كما تساهم في نمو وازدهار الحركة التجارية، ولا يتأتى ذلك ما لم تُبنى المنافسة على أسس وطيدة من التعامل الحر والنزيه، وانحصرت في حدودها المشروعة ضمانا للمصلحة العامة.

كما يعدّ السعر من أهم عناصر المنافسة إن لم يكن أقواها فعالية في السوق، إذ تستخدمه المشروعات ذات القوة الاحتكارية بشكل مكثف للمحافظة على مركزها الاقتصادي، واكتساب احتكارها على نحو يُعزز من رفع أرقام مبيعاتها وصولا إلى أقصى ربح، ومقابل ذلك نجد تحرك المستهلك وسعيه تبعا لقدراته للحصول على سلع وخدمات بأسعار منخفضة، هذه الوضعية لها دور كبير في تغير الأسعار بالصعود والهبوط، ومن ثم إعادة التوازن بين العرض والطلب عند سعر معين. الذي يكون محل قبول من جميع الأطراف.

فإذا كانت المنافسة من جهة تمثل تلك الوضعية التي يقدم فيها بائع سلعة أو مقدم خدمة للمستهلك أسعارا أفضل من منافسيه، أو منتجاته أو خدماته ذات جودة أفضل وهذا من أجل زيادة أرباحه في حالة المنافسة، إذ عندما يرفع متعامل اقتصادي أسعاره دون أن تكون هذه الزيادة مبررة بارتفاع سعر التكلفة أو تحسين في نوعية أو في كمية المنتج، بلا شك سوف يتوجه المستهلك نحو متعامل اقتصادي آخر لم يُغير أسعاره، لذلك إذا أراد المتعامل الاقتصادي الأول مواصلة نشاطه، عليه إعادة أسعاره إلى حالتها الأولى. كما تسمح المنافسة من جهة أخرى للمستهلك بالاستفادة من الأسعار الأقرب من تكاليف الإنتاج التي يمكن أن يتحملها المتعامل الاقتصادي، إضافة إلى هامش الربح المعقول، بذلك تؤدي المنافسة دورها بشكل فعال وتكون مفيدة للمستهلكين.

وإذا كان تحديد أسعار السلع والخدمات يعد بالنشاط الحر، إلا أنه لابد من احترام قواعد المنافسة وأسسها، عن طريق ممارسة المنافسة بحرية وعدم عرقلتها، وعلى الرغم من تعدد واختلاف طرق الاحتكار إلا أن الرابط بينهما واحد، وهو سعي المحتكر إلى القضاء على كل منافسة موجودة، بهدف التواجد الأكبر في السوق، ومن ثم زيادة هامش الربح، هذا ما يؤثر على الجانب الاقتصادي والاجتماعي، الأمر الذي دفع بالتشريعات ومنها الجزائرية إلى تنظيم المنافسة في إطار قانوني، والتصدي لكل ممارسة احتكارية من خلال تأطير الأسعار تأطيرا قانونيا دقيقا يتناسب مع السياسة الاقتصادية الجديدة، فكان التكريس لمبادئ تقوم عليها الحرية الاقتصادية أهمها حرية المنافسة والتي من أهم مظاهرها حرية الأسعار، هذا الأخير كمبدأ قانوني يركز على ابتعاد الدولة تدريجيا من المجال الاقتصادي، وتركه للمختصين فيما تعلق بتحديد أسعار السلع والخدمات في السوق، هذا هو أساس حرية المنافسة.

من هنا تبرز أهمية دراسة مسألة تحديد الأسعار باعتبارها من أبرز القيود التي ترد على حرية المنافسة، لذلك ينبغي أن تكون هذه الحرية دوما ضمن إطارها القانوني، المتمثل في احترام قواعد وأسسها وعدم عرقلتها بأي شكل من الأشكال، سيما الاحتكار والتلاعب بها على نحو مرتفع وغير مبرر تماما، كأساليب تتنافى وقواعد التنافس الحر النزيه. وهي الأهمية التي تظهر من جوانب عدة بالنظر لاعتبار الأسعار أداة تحقق الاستقرار والعدل في السوق، فإذا كان الأصل أن أسعار السلع والخدمات تتحدد في ظروف طبيعية نظرا لتفاعل قوى العرض والطلب في السوق، نتساءل في حالة تعسف المتعاملين الاقتصاديين وترتفع الأسعار نتيجة نقص العرض، أو تنخفض بسبب ظروف استثنائية، كما هو الحال في وجود فائض فلاحي لمنبج محل استهلاك واسع. بلا شك فإن تدخل الدولة في هكذا حالات يكون اضطراريا لتحديد الأسعار حفاظا على مصلحة المنتج والمستهلك في آن واحد. كما تبرز أهمية الدراسة بالنظر لأهمية التسعير، نظرا لاعتماد القوة الشرائية للمستهلك على عوامل عدة منها مستوى السعر كونه من العناصر التي تتميز بالمرونة والتعديل من وقت لآخر لما يحققه من إيرادات، على عكس المتغيرات التسويقية الأخرى - المنتج، التوزيع، الترويج - التي تبرز في اجتماعها أهمية الأسعار التي تتأثر بها، فيتم تعديلها بالارتفاع أو الانخفاض حسب ظروف السوق.

لذلك تهدف هذه الدراسة إلى إبراز الدعائم التي تقوم عليها حرية المنافسة التجارية في السوق، على اعتبار أن قوى العرض والطلب يمثلان محددات أساسيا للأسعار، لأن المتعاملين الاقتصاديين لا يتساوون في الاحترافية للتجارة، ومن ثم تداركا لطغيان أحدهما كمحترف على الآخر وهو المستهلك، يتم فتح المجال أمام الخواص لتحديد أسعار منتجاتهم وخدماتهم، ولكن في المقابل تُبقي الدولة مجالها مفتوحا لتدخلها بهدف ضبط السوق والحفاظ على أسعار بعض المنتجات والخدمات التي تعتبر من المواد الاستراتيجية في بعض الحالات، فكان التركيز لمجموعة من القيود التي تضبط هذه الحرية وتنظمها من جهة أخرى، بفرضها مجموعة من الإجراءات لوضع حدا أدنى أو أقصى لأسعار سلع معينة، هذا ما يمنع استغلال تلك الحرية من البعض للإضرار بالبعض الآخر.

من الطبيعي أن الأهمية البالغة للأسعار في السوق يجعلها أداة لارتكاب عدة مخالفات تهدف إلى تعطيل قواعد المنافسة الحرة والنزيهة، هذا ما تطلب تدخل الدولة بوضع قواعد من شأنها حماية المنافسة في السوق خاصة ما تعلق بمسألة التلاعب بالأسعار، هذه الأخيرة متى سُغرت من طرف الدولة التزم بها كل متعامل اقتصادي في ممارساته التجارية، فلا يُخالفها، وإلا ترتبت ضده المسؤولية القانونية، ومن ثم توقيع الجزاء المناسب لطبيعة المخالفة.

وعلى هذا الأساس يمكن طرح التساؤل التالي: ما هي الآليات القانونية التي اعتمدها المشرع الجزائري من أجل ضبط الأسعار في السوق؟ من أجل الإجابة عن هذا الإشكال، اعتمدنا منهج تحليل المضمون من أجل الوقوف على المبادئ المكرسة تشريعا للمحافظة على نظام الأسعار وضبطها في السوق هذا من ناحية، وما يترتب من قيام المسؤولية القانونية، ومن ثم ترتب جزاءات مختلفة ذات الطابع الجنائي والمدني، وأيضا الإداري نتيجة مخالفة نظام الأسعار والتلاعب بها هذا من ناحية ثانية.

وعليه تأتي الإجابة عن التساؤل المطروح من خلال تقسيم الموضوع وفق المبحثين الآتيين:

المبحث الأول:

ضوابط تأطير الأسعار والحد من ارتفاعها في ظل التشريع الجزائري

يمثل السعر المقابل بالنسبة لأي طرف في المعاملة التجارية للحصول على سلعة ما أو خدمة محددة، هذا ما يجعل منه عنصراً أساسياً في كل عملية بيع أو تأدية خدمة وسلاحاً فعالاً في المنافسة على نحو أصبح المتعاملون الاقتصاديون في الوقت الحالي يعتمدون عليه لضمان استقرار وجودهم في السوق، وأيضاً محل اهتمام أغلب المستهلكين عند ولوجهم السوق، خاصة عند إقدامهم على التعاقد وهم بصدد اقتناء ما يلزمهم من سلع أو ما يتم الطلب عليه من خدمات، ومن ثم مدى تناسب الأسعار مع جودة المنتجات في ظل تنوعها واختلاف أسعارها. هذا ما فرض آليات قانونية للمحافظة على نظام الأسعار في ظل الحرية التنافسية في السوق. وعليه كان التعرض بداية للتكريس التشريعي للآليات المعتمدة لمواجهة كل ممارسة مضادة للمنافسة وذلك في (المطلب الأول)، ثم التعرض إلى التوجه التشريعي نحو التحديد للأسعار في الجزائر (المطلب الثاني).

المطلب الأول: التكريس التشريعي لحرية الأسعار وضمان شفافية الممارسات التجارية

باتجاه الجزائر نحو اقتصاد السوق، وفي إطار الإصلاحات الاقتصادية التي تلت التعديل الدستوري لسنة 2016 (القانون رقم: 16-01، 2016)، من ثماره تكريس حرية الاستثمار إلى جانب حرية التجارة كمبدأ دستوري، إضافة إلى تكريس المشرع لحرية المقاول مؤخراً بموجب التعديل الدستوري لسنة 2020 (المرسوم الرئاسي رقم: 20-442، 2020)، ثم مبادرة المشرع الجزائري إلى تكريس مبدأ دستوري آخر وهو مبدأ تدخل الدولة لضبط السوق ومنع الاحتكار وتكريس المنافسة النزيهة وكذا حماية حقوق المستهلك، هذا التدخل الذي يمس جانب مهم في النشاط الاقتصادي يهدف إلى تقييد حرية الأسعار فلا تُترك مطلقة، وهو المكرويس بنص المادة: 61 من التعديل الدستوري لسنة 2020 بأن هذه الحرية "...تُمارس في إطار القانون...". هذا ما تدعمه بالتأطير التشريعي لهذه الحرية على نحو يتناسب والسياسة الاقتصادية من خلال إرساء مجموعة من المبادئ القانونية تعمل على تكريس تلك الحرية أهمها حرية المنافسة، ويعد من أهم مظاهرها حرية الأسعار (الفرع الأول)، وما يتطلب لتحقيقه من ضرورة التحلي بممارسات تجارية نزيهة فكان التكريس لمبدأ آخر يضمن شفافية الممارسات التجارية (الفرع الثاني).

الفرع الأول: تكريس مبدأ حرية الأسعار

إذا كان تكريس حرية الأسعار يمثل إقراراً بحرية المنافسة فيرتبط به ارتباطاً وثيقاً، فلا يمكن الحديث عن حرية المنافسة في غياب حرية الأسعار، تكريس هذا المبدأ ضمناً لدى مبدأ حرية التجارة والاستثمار فيصبح متفرعاً عنه، وهو ما يُفسر عدم إمكانية الحديث عن اقتصاد حرّ في ظل نظام أسعار منظمة، بما يفيد أن تحديد الأسعار بالاعتماد على قواعد المنافسة لا يكون له ذلك التأثير دون الاعتراف بالمبدأ السابق - حرية التجارة والاستثمار - لأن المنافسة تُستمد من وجوده، وبالتالي يحمل مبدأ حرية الأسعار مظهراً من مظاهر ممارسة الحرية في ممارسة الأنشطة الاقتصادية.

أولاً: مفهوم حرية الأسعار

تبعاً لاعتباره من المبادئ ذات الصلة المباشرة بحركية السوق، إذ يساهم قوى العرض والطلب في تحديد سعر المنتج أو الخدمة، وعلى هذا الأساس ذهبت بوحلايس إلى أن القصد بحرية الأسعار: "عدم تدخل الدولة لتحديد أسعار السلع والخدمات بصفة إدارية، وترك الأسعار حرة؛ أي خاضعة للآليات الطبيعية للعرض والطلب" (بوحلايس، 2016-2017، صفحة 43). وعليه فإن حرية الأسعار كنظام اقتصادي يترك تحديده للقانون الطبيعي وفق قواعد السوق من عرض وطلب، إذ تؤدي الزيادة في العرض عن الطلب إلى انخفاض الأسعار في السوق، بينما يؤدي حدوث العكس إلى ارتفاع الأسعار إلى درجة يبلغ فيها مستوى فتستقر فيه، هذا ما يفيد أن الإدارة أو السلطة العامة لا دخل فيها في تحديد الأسعار في السوق، كما لا يحق للأفراد القيام بأي تصرف من شأنه التأثير على ذلك (جمعون، 2004، صفحة 74).

لذلك اعتبر مبدأ حرية الأسعار أحد متطلبات الحماية القانونية للسوق، لما في ذلك من فائدة تعود على المتفاعلين اقتصادياً من جهة والمستهلك من جهة أخرى، لأن السعر يشكل في حد ذاته آلية تنافسية إيجابية تحفز المؤسسات على بذل أقصى الجهود لتحقيق مبيعات عالية في أسواق معينة (بوحلايس، 2016-2017، صفحة 43). على هذا الأساس تعتبر الأسعار إحدى العناصر المحددة للصراع التنافسي في السوق، ومن ثم تعتبر المنافسة بهذا المجال إحدى أهم عناصر اللعبة التنافسية، من حيث كونها تدفع المتعامل الاقتصادي إلى الاستغلال الأمثل للموارد المسخرة بأقل تكلفة ممكنة (تيورسي، 2013، صفحة 105).

ثانياً: نظام حرية الأسعار في ظل الأمر رقم (03-03) المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم

كان لتوجه اقتصاد الدولة من نظام اشتراكي إلى نظام ليبرالي حر ذلك الأثر في أن يتخذ نظام الأسعار في الجزائر شكلاً ثابتاً، إذ شهد هذا النظام مرحلتين أساسيتين ساهمتا في تحرره من التشريعات. وبانتهاج سياسة السوق الحرة القائمة على حرية الأسعار كان لا بد من وضع وسائل قانونية تتماشى مع هذا التوجه واخضاع هذا النظام إلى قاعدة العرض والطلب، أي التوجه إلى الحرية التعاقدية كأصل عام وفقاً لشروط معينة تتعلق بالنظام الاقتصادي لكل دولة خاصة تلك التي تعطي الحرية في ممارسة النشاط التجاري دون عراقيل (بوحلايس، 2016-2017، الصفحات 43-44؛ دبش، 2019، الصفحات 87-92).

فجاء الأمر المتعلق بالمنافسة رقم: 03-03، المؤرخ في 19/07/2003، المعدل والمتمم (الأمر رقم: 03-03، 2003)، لينص صراحة على حرية الأسعار واعتباره من أهم مبادئ المنافسة من خلال نص المادة 4 منه، ولكن وردت عليه تعديلات أولها جاء بموجب القانون رقم: 12-08 يعدل ويتمم الأمر رقم: 03-03 (القانون رقم: 12-08، 2008) الذي أبقى على الأحكام المتعلقة بنظام الأسعار، ثم جاء القانون رقم: 10-05 (القانون رقم: 10-05، 2010) ليُعَدِّل ما جاء في الأمر المتعلق بالمنافسة رقم: 03-03 بجديد الأحكام الخاصة بنظام حرية الأسعار، والتي تشكل ضوابط ممارسة هذا المبدأ الذي وإن كان يعد أحد المبادئ المتفرعة عن مبدأ حرية التجارة والاستثمار، إلا أن تلك الأحكام بينت الهامش المضمون لتدخل الدولة

لمقتضيات معينة، قد يكون أساسها اعتبارات اجتماعية منها ضمان الحماية القانونية للقدرة الشرائية للمستهلك، هذا ما برزته أحكام المادتين 4 و5 من القانون رقم: 05-10 وإضافة مصطلح " الحرة النزهاء "، حيث صرحت نص الفقرة الأولى من المادة: 04 من القانون رقم: 05-10 بأن واضع السعر له كل الحرية في وضع الأسعار لمنتجات وخدمات شرط توافقها مع قواعد المنافسة لكن المنافسة النزهاء الحرة، ويقصد المشرع بذلك في ظل سوق تخلص من الممارسات المنافسة والتي تقيدها.

ثم جاءت نص الفقرة الثانية من نص المادة 4 السابق ذكرها من القانون رقم: 05-10 على أن ممارسة حرية أسعار المنتجات والخدمات تتم في إطار قواعد الإنصاف والشفافية، وهي قواعد لم يذكرها المشرع على سبيل الحصر إنما جاء ذكرها على سبيل اعتمادها كمعايير فحسب، لاسيما ما تعلق بتركيبه أسعار نشاطات الإنتاج والتوزيع وتأدية الخدمات واستيراد السلع لبيعها على حالها، وهوامش الربح فيما يخص إنتاج السلع وتوزيعها أو تأدية الخدمات، وأيضا شفافية الممارسات التجارية هذه الأخيرة تحيلنا إلى القانون الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، رقم: 04-02 (القانون رقم: 02-04، 2004). ونشير إلى ما ذهب إليه الفقه بأن وحدة الأسعار في سوق معينة لا تعني بالضرورة وجود تواطؤ بين الأعوان الاقتصاديين، وعليه لا يعتد بهذا كدليل لوجود منافسة غير مشروعة طالما هناك معايير موضوعية تبرز هذا التطابق في الأسعار (بوزيد، 2018، صفحة 122).

الفرع الثاني: الالتزام بالإعلام عن الأسعار والتعريفات

يُقصد بالشفافية "واجب الإدلاء بسلم الأسعار على الموردين وكذلك شروط البيع وهذا لكل مشتري يطلب ذلك" (بوزيد، 2018، صفحة 123)، كما عرّفت نجية الشفافية أنها: "توفير مجموعة من المعلومات الأساسية في كل وقت للزبون عن أسعار، كمية ونوعية السلع والخدمات وكذلك شروط البيع أو الخدمة بحيث يكون قرار الزبون نتيجة مباشرة لإطلاعه عليه، وغياها يحدث عدم توازن في السوق" (نجية، 2003-2004، صفحة 12).

يتضح من هذه التعاريف الفقهية أن الالتزام بالإعلام عن الأسعار والتعريفات لا يشكل حماية للمستهلك فحسب، إنما وسيلة فعالة لضمان منافسة حرة ونزهاء في السوق، وركيزة أساسية لنظام اقتصادي تتجه الدولة نحوه تدريجيا، قد رصدته المشرع الجزائري في مواجهة العلاقة التي تنشأ بين المتعاملين الاقتصاديين سواء كانوا منتجين أو بائعين، واعتماده كمبدأ قانوني يكرس الشفافية (رضوان، 2012 - 2013، صفحة 312)، وما يحققه أيضا من إمكانية مراقبة مدى تطبيق القواعد المتعلقة بالأسعار من جهة أخرى، ولأنه يسهل للدولة استيفاء خزيتها العامة لحقوقها المالية (نعيم، 2016، صفحة 277)، فكان صدور القانون المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، رقم: 04-02 المعدل والمتمّم الذي نظم هذا الالتزام ضمن أحكام الباب الثاني الخاص بشفافية الممارسات التجارية بموجب نصوص المواد من 04 إلى 07.

أولا: المقصود بالالتزام بالإعلام عن الأسعار والتعريفات

يتولى البائع وجوبا إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات وبشروط البيع، هذا ما كرسه المشرع الجزائري بموجب نص المادة: 04 من القانون المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية رقم:

02-04 المعدل والمتمّم رقم: 02-04 المعدل والمتمّم، هذا ما يبرر الدور الهام الذي يؤديه هذا الالتزام في التأثير على قرار الشراء لدى المستهلك نظير تأثيره بالمركز المالي الذي يتمتع به، فيكون له أن يتعاقد ومن ثم حصوله على السلعة التي يريدتها بالسعر الذي عرضت به، ذلك أن عدم الظهور للثمن قد يزيد من فرصة احتيال البائع عليه (نعيمه، 2016، صفحة 290).

هذا ما عبرت عنه إرادة المشرع بأن سعر السلعة أو الخدمة يمثل أحد العناصر الجوهرية في العقد، بناء عليه يعد الالتزام بالإعلام عن السعر من الالتزامات التي تقع على عاتق المتعامل الاقتصادي في مرحلة سابقة على التعاقد، والذي يفيد واجب إدلائه بمعلومات واضحة عن كل مقابل نقدي سيدفعه المستهلك بصفة نهائية نظير إقتنائه سلعة أو حصوله على خدمة، هذا ما يضمن تنفيذ العقد بسعر آمن، ويجنب وقوعه في تضليل أو غلط (مهدي، 2015، صفحة 115).

كما يضمن هذا الالتزام من جهة، شفافية حركية السوق، إذ قد يلجأ التاجر إلى طلب سعر يختلف باختلاف فئات المستهلكين بالنظر إلى انتماء معين له، فيحول هذا الالتزام دون هذه الممارسات التمييزية فيما يخص الأسعار (بودالي، 2006، صفحة 84)، ومن جهة أخرى يشكل طريقة إيجاب عند التعاقد - أي الرغبة في التعاقد - يفترض فيه العرض للسعر عند البيع والذي يؤكد أنه بمجرد قبول هذا العرض الموجب انعقد العقد، هذا ما نظمته أحكام النظرية العامة للعقد (رزق قايد، 2016، صفحة 105) و (دنوني، 2002، صفحة 10). كما يعزز من أهمية هذا الالتزام لدى الدولة كوسيلة أداة تراقب من خلاله الأسعار المقننة، ومدى احترام المتعامل الاقتصادي لها، إذ تُجَبِّب هذا الأخير أي تخفيض وهمي أو الرفع للسعر المعلن عنه ومن ثم احتكاره للسوق (نعيمه، 2016، صفحة 280).

ثانياً: ضوابط السعر المعلن محل الالتزام بالأعلام عن الأسعار والتعريفات

هي ضوابط فرضها المشرع الجزائري مراعاة للأسعار المعلن عنها، وتتمثل في:

أ- تحديد مقدار السلعة تبعا للسعر المعلن عنه: هذا ما كرسه المشرع الجزائري بموجب نص الفقرة الثانية من المادة: 05 من القانون المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية رقم: 02-04 المعدل والمتمّم رقم: 02-04، حيث ألزم كل عون اقتصادي واجب التحديد لمقدار السلعة الذي يقابل السعر المعلن عنه، إذ لا فائدة من التزامه القانوني بالإعلام للسعر الذي استهدفه المشرع ما لم يستظهر السعر للمستهلك وما رافق ذلك من تبيان واضح لمقدار المبيع فَيَتَّعَيْنُ به، لما يترتب عنه من انتقال ملكيته (عياض، 2007، صفحة 59). وطبقا للقواعد العامة وتحقيقا للشفافية في الممارسات التجارية وتسهيل لعملية الرقابة، يرى بروت: "بعدم كفاية تقدير السلعة بل لا بد من أن يتم التقدير أو الفرز أمام المشتري أو من ينوب عنه، وهو ما يمكن أن يتحقق عند البيع أو عند تسليم المبيع إلى مالكة" (بروك، 2016، صفحة 215). قد تكون السلعة عند تسويقها محددة المقدار، لأن إنتاجها يفرض ذلك، كمواد التجميل أو التنظيف فتأتي مغلفة على سبيل المثال، حينها يلتزم المتعامل الاقتصادي بالوضع لعلامة على غلاف تلك المواد على نحو يتم التعرف على وزنها أو كميتها المقابلة للسعر المعلن (عياض، 2007، صفحة 61)، هذا بالنسبة للسلع المثلثة دون السلع القيمية التي تباع بذاتها كالألات، فالوضع لعلامة السعر دليل على ثمنها كونها من الأشياء المعينة بذاتها (بروك، 2016، صفحة 216).

الملاحظ على النص السابق، أن المشرع لم يتناول الخدمات بالذكر رغم أن مقدمها يخضع للإلتزام بالإعلام عن أسعارها وتعريفاتها، وفي هذا الصدد يرى عياض " تنافي مضمون الفقرة مع طبيعة الخدمة كونها أداء لا اعتبارها شيئاً" (عياض، 2007، صفحة 62)، وهو ما أشار إليه بروك، حيث تكمن الصعوبة في تحديد مسبق للمقابل النقدي في بعض الخدمات، إذ اختلاف الطلبات والظروف الخاصة من المستهلك لآخر يصعب من التقدير المسبق لأداء الخدمة وما يبذل فيها من جهد، كخدمات الصيانة مثلا، حيث يكون تحديد المقابل النقدي للخدمة بعد تقديمها بالنظر إلى الجهد المبذول فيها (بروك، 2016، صفحة 216).

ب- الإعلان عن السعر متوافقا مع المبلغ الإجمالي: إذا كان السعر المعلن عنه يمثل الثمن الحقيقي والفعلي والمطالب بدفعه المستهلك نظير اقتنائه سلعة أو الاستفادة من خدمة، هذا ما جعل إرادة المشرع الجزائري تتجه إلى فرض ضابط آخر للسعر المعلن محل التزم المتعامل الاقتصادي بالإعلام عن الأسعار والتعريفات من خلال نص المادة: 06 من القانون المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية رقم: 02-04، وأيضا نص المادة: 05 من المرسوم التنفيذي المحدد للكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض النشاطات أو بعض السلع والخدمات، رقم 65-09 (المرسوم التنفيذي رقم: 65-09، 2009)، بواجب إعلانه عن السعر بما يتوافق مع المبلغ الإجمالي الذي يدفعه المستهلك، بالنظر لما تشمله قيمة السلعة وملحقاتها وما يلزم لإقتنائها، أو قيمة الخدمة وما ارتبط أداؤها من أدوات ومواد لازمة للحصول عليها (بروك، 2016، صفحة 218)، أي وجوب أن يتضمن السعر المعلن عنه الثمن الأساسي، وما يتبع ذلك من رسوم مستحقة على الثمن، وضريبة المبيعات التي تفرض على منتج السلعة في مصنع ما وتضاف من قبل المنتج على السعر فيتحمل عبء دفعها المستهلك الذي يتحصل على المبيع سلعة كانت أم خدمة مقابل المبلغ المصرح به دون أي زيادة (نعيمية، 2016، صفحة 288).

في ذات السياق، يشير الفقه إلى تعرض المستهلكين إلى الإشهار المضلل في مجال الأسعار، عندما يندفع نحو سلع أو خدمات يتم الإعلان عن أسعارها بطريقة توهي بوجود تخفيضات وهذا بنسبة 30% ولكن الحقيقة أن التخفيض لا يتعدى الـ 15%، هذا ما يعد تخفيض وهمي يرتب عليه القانون قيام المسؤولية متى توافرت شروطها (عزب، 2014، صفحة 29 وما بعدها).

ثالثا- وسائل تنفيذ الإلتزام بالإعلام عن الأسعار

ميز القانون المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية رقم: 02-04 المعدل والمتمم بين وسائل تنفيذ المتعامل الاقتصادي لالتزامه بالإعلام عن الأسعار المقررة لفائدة المستهلك هذا من ناحية، وبين وسائل أخرى قررها المشرع لفائدته من ناحية أخرى.

أ- تنفيذ المتعامل الاقتصادي لالتزامه بالإعلام عن الأسعار الوسائل المقررة لفائدة المستهلك صرحت المادة 5 من القانون رقم: 02-04 السابق ذكره بتلك الوسائل، ومن خلالها يتضح أن المشرع قد منح للكون الاقتصادي حق الخيار للوسيلة المناسبة لإعلام المستهلك، لاختلاف طبيعة السلع أو الخدمات، ولكن شرط أن تؤدي هذه الوسيلة عملها على النحو المناسب، وتتمثل تلك الوسائل في:

1- الوسم كوسيلة للإعلام بالأسعار: عرفت المادة: 3 من القانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش رقم 03-09 المعدل والمتمم (القانون رقم: 09-03، 2009) هذه الوسيلة التي تستعمل كتيبان لخصائص المنتج ومخاطره وأيضا سعره، فهو عبارة عن نص يطبق على بطاقة تفيد معلومات وبيانات محددة مطبقة على تعبئة المنتج أو مرفقة به (نعيمه، 2016، صفحة 291).

2- العلامة كوسيلة للإعلام بالأسعار: تعد العلامة التجارية من الوسائل الهامة التي يلجأ إليها المحترف لتمكين المستهلك من معرفة سلعته، فيتعرف على منتجاته أو بضائع صانع بعينه دون غيره، وقد عرّف المشرع الجزائري العلامة من خلال الأمر المتعلق بالعلامات رقم 06-03 (الأمر رقم: 03-06، 2003)، على أنه كل إشارة أو دلالة أو رمز يُعلق على المنتج ليبين انتماءه، ويحدد صفاته فيتميز عن غيره من المنتجات الشبيهة به. وبالرجوع إلى نص الفقرة الأولى والثالثة من المادة: 5 من القانون المتعلق بقواعد الممارسات التجارية رقم 02-04، غالبا ما تُستعمل العلامات للإعلام عن أسعار سلع صغيرة، حيث تكون هذه المنتجات مغلفة أو موزونة أو معدودة، فتوضع العلامة على أغلفتها على نحو يسمح للمستهلك من معرفة ما يقابل هذه المعايير من سعر معلن (بودالي، 2006، صفحة 539).

3- المعلقات كوسيلة للإعلام بالأسعار: اعتبرها الفقه كذلك، وتظهر أهميتها في مجال الخدمات، كونها تُقدم في شكل وثيقة أو جدول مكتوب يُعلق في مكان اقتراح الخدمة يضم أسعارها وطبيعتها، وهذا على نحو مقروء ومرئي، وقد تتضمن رسوم وتكاليف إضافية تبعا لما تتطلبه الخدمة وما توضيح واسع على نحو يدفع كل لبس حول طبيعتها أو السعر الواجب دفعه متى كانت محل الطلب (رضوان، 2012 - 2013، صفحة 316؛ نجية، 2003-2004، صفحة 29). أما بالنسبة للتشريع، فنجد المشرع الجزائري لم يُعرّف المعلقة خلافا للوسم والعلامة في معرض إشارته لإمكانية استعمالها من خلال نص المادة 5 من القانون رقم (02-04)، ولكنه تعرض إليها في نصوص تنظيمية تؤطر طريقة الإعلان عن تعريفات الخدمات، منها ما جاء به المرسوم التنفيذي رقم (02-448) المتعلق بالتعريفات القصوى لنقل الركاب في سيارات الأجرة "طاكسي"، حيث ألزم المشرع كل صاحب سيارة أجرة الخاص والعام بتعليق التعريفات الخاصة بخدمة نقل الركاب في مكان واضح داخل السيارة.

4- الفاتورة كوسيلة للإعلام بالأسعار: تعتبر الفاتورة من الوسائل التي تلعب دوراً هاماً في تحقيق شفافية الأسعار باعتبارها وسيلة إثبات، إذ يمكن الاستعانة بها في حالة النزاع، ووسيلة تنظيم المعاملات التجارية، ومن ثم تعزيز مبدأ حرية الأسعار، وحرصا من المشرع الجزائري في تحقيق كل ذلك، كرّس مبدأ إلزامية التعامل بها من خلال نص المادة: 10 من القانون المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية رقم: 02-04، إذ صرحت بإجبارية تعامل المتعاملين الاقتصاديين بها في علاقاتهم التجارية، وحتى لفائدة المستهلك إن طلبها صراحة سواء تعلق الأمر ببيع سلعة أو بتأدية خدمة، ونظراً لأهميتها كإجراء إلزامي واستجابة لمتطلبات وواقع السوق، أخضعها المشرع الجزائري لتنظيم قانوني بموجب المرسوم التنفيذي رقم: 05-468 المحدد لشروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكيفية ذلك (المرسوم التنفيذي رقم: 05 - 468، 2005)، حيث جاء المرسوم بقواعد وإجراءات جديدة، كما تضمن وثائق تجارية جديدة تحل محل الفاتورة ويكون الترخيص باستعمالها في

حالات محددة قانونا، وتوافر شروط معينة. جاء هذا المرسوم تطبيقا للقانون رقم: 02-04 حيث بينت نص المادة 03 من المرسوم التنفيذي المذكور أعلاه بعض محتويات الفاتورة الخاصة بالبائع، ومنها بيان سعر الوحدة دون الرسوم للسلع المباعة، والخدمات المقدمة وكذا سعرها الإجمالي دون احتساب الرسوم أو باحتسابها محرراً بالأرقام والأحرف.

على غرار التعامل التجاري العادي، أعطى المشرع الجزائري في مجال التعامل بالبيع الإلكتروني وسائل لأجل الحفاظ على شفافية هذه الممارسة التجارية، عندما كرس بموجب نص المادة: 11 من القانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية، رقم: 05-18 (القانون رقم: 05-18، 2018)، إلزامية تقديم العرض التجاري الإلكتروني من قبل المورد الإلكتروني بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة ويجب أن يتضمن على الأقل ولكن ليس على سبيل الحصر معلومات منها... طريقة حساب السعر عندما لا يمكن تحديده مسبقا.

ب- الوسائل المقررة لفائدة المتعامل الاقتصادي

لم يفرض المشرع الجزائري الالتزام بالإعلام عن الأسعار في مواجهة المستهلك فحسب، إنما امتد هذا الواجب ليشمل كل علاقة قائمة بين الأعوان الاقتصاديين، حيث الخبرة المهنية لديهم في هذا المجال ولما لهم من إمكانيات تمكنهم من إدراك حقيقة السعر المعلن، لذلك يلتزم به كل عون اقتصادي بصرف النظر عن كونه مُنتجاً أو مستورداً أو مقدم خدمات أو بائع جملة، كما أن طبيعة التعامل تقتضي واجب المطالبة بها من الطرف الآخر، لما يحققه هذا الالتزام من الشفافية ودعم المساواة بينهم، كما يسمح من التحقق بعدم الفرض لأسعار وشروط بيع مجحفة تخالف السعر الممنوح لأعوان اقتصاديين آخرين (رضوان، 2012 - 2013، صفحة 323؛ نعيمة، 2016، صفحة 295)، وهذا ما كرسه نص المادة 07 من القانون رقم (02-04)، بتبنيها وسيلة تنفيذ الالتزام، كما تتيح للعون الاقتصادي في سبيل ذلك حرية الاختيار لوسيلة مناسبة شرط التعامل المسبق بها مهنيًا، فنعرض لتلك الوسائل وهي:

1- الجداول أو النشرات البيانية كوسيلة للإعلام بالأسعار والتعريفات: عبارة عن وثائق تتضمن قائمة من سلع وخدمات وما يقابلها من أسعار وكذا ما تتطلبه من فرض ضرائب عليه ورسوم، يُعلن بها المتعامل الاقتصادي كتابيا وبصورة واضحة في مكان استقباله للزبون (نعيمة، 2016، صفحة 296).

2- دليل الأسعار كوسيلة للإعلام بالأسعار والتعريفات: يُشكل بدوره وثيقة تتضمن تركيبة الأسعار وما يتاح من خيارات للزبون حول السلع والخدمات المتشابهة، يُسلم له في مكان البيع أو مكان استقبال طلباته بخصوص تقديم الخدمة، عادة ما يتم الاعتماد على هذه الوسيلة عند الطلب لمنتج معقد الاستعمال أو عند تعدد الخدمات حيث الضرورة تتطلب تقديم شروط معقدة أيضا، كالدليل الخاص بوكالة السفر (نعيمة، 2016، صفحة 296).

المطلب الثاني: نحو تحديد الأسعار في القانون الجزائري

من الطبيعي في ظل التوجه نحو نظام اقتصاد السوق، أن يخضع تحديد أسعار المنتوجات أو الخدمات كمبدأ عام إلى قانون العرض والطلب، ذلك أن كل شخص يسعى أن يكون له هامش ربح ضخم، هذا ما يدفعه إلى الدخول في ممارسات تجارية قد تخل بقواعد المنافسة النزيهة الحرة، باستغلاله

لأوضاع على أساسها يُعْلَن عن أسعار مرتفعة دون اعتبار للقدرة الشرائية للمستهلك، هذا الأخير يسعى تبعاً لإمكانياته المحدودة إلى الحصول على ما يحتاجه من سلع أو خدمات بأقل الأسعار، بذلك تتغير الأسعار بالصعود والهبوط، هذا ما يُعيد للسوق التوازن بين ما يتم عرضه وبين ما يتقدم من طلبات والوصول إلى سعر معين يناسب جميع الأطراف (تيورسي، 2013، صفحة 243)، هذا ما كرسته نص المادة: 3 من القانون رقم: 05-10 المعدل والمتمم للأمر المتعلق بالمنافسة رقم: 03-03.

إذا كان المشرع الجزائري قد نص على الأصل وهو حرية الأسعار والاستثناء هو التحديد لها، غير أن الدولة مازالت تحتفظ بحقها في التدخل ومراقبة السوق بهدف المحافظة على استقرار الأسعار، فتعمل على تحديدها تبعاً لمقتضيات الصالح العام، فتقيد مبدأ حرية الأسعار وفق شروط قانونية حددها المشرع من خلال نص المادة: 5 من الأمر المتعلق بالمنافسة رقم: 03-03، المعدل والمتمم. بهذا الصدد نتساءل: إذا كان مبدأ حرية الأسعار يعبر عن روح الاقتصاد، ما حجية الاستثناءات الواردة على هذا المبدأ، ومدى تأثيرها على المستهلك؟

الفرع الأول: التسعير الجبري كإجراء لضبط حرية الأسعار

ميّز المعجم اللغوي بين لفظ السّعر والتّسعير من ناحية، وبين لفظ السّعر ولفظي الثّمن والقيمة من ناحية أخرى، وصولاً إلى المقصود بالتسعير الجبري، والتعرف على اصطلاحه فقهاً وقانوناً (تيورسي، 2013، الصفحات 254-264).

أولاً: تمييز لفظ السّعر عن ألفاظ مشابهة له

فسر فقه اللغة لفظ التّسعير على أنّه الذي يقوم عليه الثّمن، وقد سّعّر الشيء تسعيراً، أي جعل للشيء سعراً معلوماً ينتهي إليه، والتّسعير تقدير السّعر أي الذي يُرَخّصُ الأشياء ويُغْلِيها دون اعتراض لأحد عليه. أما بالنسبة لمعناه لدى فقه الشريعة فهو: "أن يسّعّر الإمام أو نائبه على الناس سعراً ويجبرهم على التبايع به، فيُمنَعوا من الزيادة عليه أو النقصان لمصلحة". أما لفظ السّعر "هو ما تقع عليه المبايعه بين الناس"، أي الذي يتم نتيجة للمساومة أو القدر الذي يتحدّد في السّوق أثراً لما يسمّى بقانون العرض والطلب. بينما يفسر لفظ الثّمن على أنه الذي يساوي قيمة المبيع في الواقع. وهناك لفظ القيمة إذ يقال قوّمتُ السّلعَةَ ثَمَنُها، وتقويم الشيء أي جعلت له قيمة معلومة، على هذا الأساس عرفها الفقه بأنها الثّمن الذي يُقَوّم به الشيء أي يقوم مقامه.

ثانياً: المقصود بالتّسعير الجبري

قد يقترن مصطلح التسعير الجبري ومصطلح تحديد الأسعار على أنه: "تحديد الدولة بما لها من سلطة عامة ثمناً رسمياً للسلع، لا يجوز للبائع أن يتعداه" (تيورسي، 2013، صفحة 245)، وقد عرفه الفقه الاقتصادي بأنه: "تحديد الأسعار من قبل هيئة تتمتع باحتكار اجتماعي دون أن يكون للعرض والطلب أي تأثير على الأسعار" (دبش، 2019، صفحة 94). أما بصدد اصطلاح لفظ السّعر الإلزامي قانوناً فهو: "السّعر الذي يفرضه القانون بحيث لا يمكن تجاوزه". أي هو المقابل النّقدي المحدّد لسلعة معروضة بناء على تدخل الدولة المباشر بفرض حدّ أعلى للأسعار بهدف حماية جمهور المستهلكين خاصّة. وفي ذات السياق، عُرِفَت السّلعَة المسعّرة بأنها: "تلك التي يحدّد لها وفقاً للقانون ثمن لا ينبغي تجاوزه ويكون

التعامل بين الأفراد على أساسه، كما قد يكون تحديد ثمن السلعة بطريقة غير مباشرة، وفيها يحدد الربح الذي يحصل عليه البائع والذي على أساسه يتم تحديد سعر بيع السلعة" (تيورسي، 2013، الصفحات 246-247).

وعليه عند ربط العلاقة بين ما سبق ذكره من ألفاظ تفيد التسعير الجبري، أمكن القول، أن تحديد الأسعار يكون في السلع والخدمات التي هي محل احتياج الشخص الضرورية، هذا ما يفرض تسعيرها من قبل الدولة، تداركاً لاستغلال هذا الظرف الخاص للمستهلك من جانب الأعوان الاقتصاديين فيتعمدون رفع أسعارها، وعليه نتساءل: عن الآليات التي اعتمدها المشرع الجزائري في تحديد الأسعار؟ وما هي طبيعة السلع والخدمات موضوع التسعير الجبري؟

الفرع الثاني: التدابير التشريعية نحو تحديد الأسعار في القانون الجزائري

قيّد المشرع الجزائري مبدأ حرية الأسعار بجملة من التدابير يؤدي تحقيقها إلى جعل تنظيم السعر من جانب الدولة أمراً مشروعاً، هذا ما فرضته الظروف الخاصة التي يمرّ بها الاقتصاد الوطني (تيورسي، 2013، صفحة 254)، وعليه باستقراء نص المادة: 5 من الأمر رقم (03-03) المتعلق بالمنافسة المعدّل والمتمم بموجب نص المادة الرابعة من القانون رقم (10-05)، كرّس المشرع الجزائري تدابير منها ما تتخذ بشأن المحافظة على استقرار الأسعار، ومنها ما هو متعلق بتدارك التأثير السلبي لبعض الأسعار على المستهلك واعتبار تحديدها أمراً إيجابياً بالنسبة له، فنتناولها تباعاً.

أولاً: التدابير المتخذة في الحالات العادية

انطلاقاً من نص الفقرة الأولى من المادة: 04 من القانون رقم: 10-05 والتي تعدّل أحكام المادة الخامسة من الأمر المتعلق بالمنافسة رقم: 03-03، اعتمد المشرع الجزائري في ضبط الأسعار والحد من ارتفاعها آليات قانونية محددة، كما بين الأسباب التي على أساسها تتخذ بشأنها تلك التدابير، وما تطلب لتحقيق ذلك من إجراءات مسبقة، فنتناول جميع هذه العناصر تباعاً.

أ- الآليات القانونية المعتمدة لتقييد حرية الأسعار: هي آليات كرّسها المشرع بنص قانوني لتأطير أسعار السلع والخدمات ذات الاستهلاك الواسع، تتمثل في:

1- آلية التحديد: من خلالها تُحدد الدولة سعراً معيناً بحد ذاته لا يمكن تجاوزه، على أساسه تجبر كل بائع ومشتري على احترامه، إذ تُرتّب على مخالفة ذلك الجزاء المناسب. بذلك تضمن هذه الآلية حماية مواد وخدمات يكون إنتاجها استجابة للحاجيات الأساسية للمستهلك، والتي عادة ما تتم عن طريق التنظيم، مثل أسعار بيع الحليب المبستر والموضب في الأكياس، كذلك ما تعلق بمادتي الزيت الغذائي المكرر العادي والسكر الأبيض، إضافة إلى أسعار بيع أنواع الدقيق العادي السائب والموضب، كل ذلك عند إنتاج هذه المواد وفي مختلف مراحل توزيعها. (دبش، 2019، صفحة 97 وما بعدها).

2- آلية التسقيف، يقصد بها تحديد أقصى سعر عند الاستهلاك، وكذا أقصى هوامش الربح عند الإنتاج والاستيراد وعند التوزيع بالجملة والتجزئة للسلع والخدمات المعينة به، كما هو الحال عند التسويق لمادة الإسمنت (دبش، 2019، صفحة 101).

3- آلية التصديق، هي التصريح بالموافقة على سعريتم اقتراحه من طرف الجهة المختصة أو من أهل الخبرة كالداوين المختصة بقطاع معين، كالديوان الجزائري المهني للحبوب ومشتقاته وكذا على الجهة المعنية أو وزارة التجارة (طالب محمد، 2016، صفحة 272).

نخلص إلى أن ممارسة حرية السعر يكون في ظل غياب نص قانوني أو تنظيمي على غير ذلك، أي ينص على تحديد أو تسقيف سعر سلعة ما كما جاء في تحديد سعر حليب الأكياس في الجزائر على سبيل المثال، وأيضا تحديد ودعم سعر الوقود، في هذه الحالة لا تمارس حرية الأسعار.

ب- الأسباب الرئيسية لتقييد مبدأ حرية الأسعار: حددها المشرع الجزائري بموجب الفقرة الثانية من نص المادة الرابعة من الأمر رقم: 03-03، وهي أسباب صاغها المشرع على نحو واسع لأجل منح السلطة التنظيمية مجالا واسعا من التدخل لتقييد حرية الأسعار، وقد ارتبطت بالأهداف التي سطرها في المذكرات التوضيحية عند تقديمه لمشروع القانونيين المتعلقين بالمنافسة والممارسات التجارية، فكانت الأسباب كالتالي: - تثبيت استقرار مستويات أسعار السلع والخدمات الضرورية أو ذات الاستهلاك الواسع في حالة اضطراب محسوس للسوق - مكافحة المضاربة بكل أشكالها والحفاظ على القدرة الشرائية للمستهلك، نتناولها تباعا:

1- باستقراء الأسباب الأولى، تناول المشرع فكرة مكافحة الدولة لما يسمى بالاحتكار التعسفي، والمشرع الجزائري من خلال نص المادة: 7 من الأمر رقم: 03-03 المتعلق بالمنافسة، اكتفى بالإشارة إلى هذه الظاهرة دون تعريف الاحتكار، بتكليفه أنها ممارسة مقيدة للمنافسة، إذ اتجهت إرادته - أي المشرع - إلى تحقيق توازن عقدي بين أطراف غير متكافئة في القوة، وبالتالي منع استعمال القوة الاقتصادية من جانب الطرف المحتكر لحصص السوق كلها أو جزء منها، حيث يتمكن من فرض أسعار على الرغم من تساوي تكاليف الإنتاج، هذا ما يحتم تدخل الدولة عن طريق التشريع لمنع هذه التجاوزات المؤدية إلى الاحتكار، مع توفير السلع للمستهلك، هذا ما يُرسخ الفكرة الاقتصادية التي تفيد أن قانون العرض والطلب يفترض منافسة حرة وكاملة بين عناصر السوق، والمؤدية إلى جودة ونوعية عالية وبأقل الأسعار (طالب، 2016، صفحة 269).

2- أما بالنسبة لمكافحة المضاربة، باستقراء نص المادة: 25 من القانون المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، رقم: 02-04، المعدل والمتمم، هي ظاهرة يلجأ إليها الأعوان الاقتصاديون من منتجين أو مستوردين أو أي متعامل اقتصادي ناشط في السوق التنافسي، تتم في صورة اتفاق غير مشروع أو ممارسة تدليسية، تهدف إلى إحداث تقلب غير طبيعي في السوق، ومن ثم الاستغلال لوضع اقتصادي مستجد من شأنه أن يحقق أرباحا ذاتية معتبرة، يتم التحصل عليها نتيجة قلة السلع المعروضة في السوق نظرا لقلة التعامل بها لا مسألة إنتاجها، هذا ما يصاحب الارتفاع المفاجئ للأسعار، وعادة ما يحدث ذلك بالنسبة للسلع الواسعة الاستهلاك، هذا ما استدعى تدخل المشرع ويُجرّم هذه الظاهرة واعتبارها ممارسة تجارية تدليسية، مُكَيِّفًا إياها بمنافسة غير مشروعة، لما تلحقه من ضرر لاحق للمستهلك والاقتصاد الوطني على حد سواء، حسب ما ورد في نص المادة: 172 من الأمر المتضمن قانون العقوبات، رقم: 66-156، المعدل والمتمم.

رغم وجاهة هذه الأسباب التي تقوم عليها تلك التدابير، والتي تصب في مصلحة المستهلك، ولأن طبيعة النصوص ذات طابع تنظيمي أي يمكن تعديلها تبعاً لما يطرأ من وضع اقتصادي نتيجة ظروف لها علاقة مباشرة بالأسعار، إلا أن مرونتها وعموميتها من جانب آخر قد يمنح للإدارة مجال تدخل واسع للتأثير على مبدأ حرية الأسعار.

ج- الإجراءات المتبعة لتقييد مبدأ حرية الأسعار

ما تم تناوله بخصوص التدابير السابقة، فإن تطبيقها من طرف الإدارة قد يتم بصفة انفرادية، بحيث يكون التدخل من جانبها فقط، وقد يتم تدخلها لتقييد السعر بالاتفاق مع المتعاملين الاقتصاديين (تيورسي، 2013، الصفحات 255-256)، وفق الإجراءات التالية:

أ- أن يكون اتخاذ قرار تقنين أسعار معينة بناء على صدور تنظيم أي بموجب مرسوم تنفيذي ولمدة غير محددة، هذا ما يضمن للمقاولات استقرارها في السوق وتنظيم التمويل في حقها، هذا الإجراء مرتبط بشرط آخر وهو مراعاة مبدأ تركيب السعر، أي وجوب التحديد لأهم العناصر التي تدخل ضمن تركيبة السعر محل التقنين كونها من العوامل القابلة للتغيير بتغير عامل الزمن.

ب- قد تتعسف الإدارة من جانبها بشأن التقييد لحرية الأسعار دون مبرر مقبول لهذا التصرف، لذلك وتداركاً لهذا التعسف، ارتبط تطبيق هذا التدبير بشرط الحصول على رأي مجلس المنافسة واستشارته حول هذا التدخل بالتحقيق من جانبها في حتمية هذا القرار وضرورته من عدمه.

ج- قد تستمر الظروف الموجبة لتحديد الأسعار لمدة طويلة وهو الحاصل لدى كثير من الدول، هنا يتم استشارة مجلس المنافسة بخصوص اللجوء إلى تدابير أخرى، موضوعها إخضاع القطاع والمنتج لتنظيم مستمر، وهذا إلى حين عودة الأمور إلى نصابها الطبيعي.

ما سبق ذكره من إجراءات تطبق على نحو انفرادي من جانب الدولة، إلا أنها لا يمنعها من التدخل في صورة اتفاق جماعي مع الأعوان الاقتصاديين، حيث تلجأ الإدارة في هذه الحالة إلى إبرام اتفاق مع منظمات مهنية تُمثّل أحد القطاعات الاقتصادية الفعالة، يكون موضوعه تحديد أسعار منتجات أو خدمات هي محل نشاطها، ولكن قد يقيد أحد الفاعلين في هذا القطاع على تجاهل هذا الاتفاق، في هذه الحالة يكون للإدارة تقييد الأسعار من طرفها بصفة انفرادية وفق الشروط المحددة قانوناً، أي الرجوع إلى النص التنظيمي المؤطر لهذا الهدف واتباعها بصدد ذلك ما سبق ذكره من الإجراءات (تيورسي، 2013، صفحة 257).

وفي هذا الصدد، وعلى أرض الواقع وفي إطار التدابير العادية لتقييد حرية الأسعار، تم الإصدار التشريعي عديد المراسيم التنفيذية، منها المرسوم الذي صدر مباشرة بعد أحداث جانفي 2011 المتعلق بمادتي الزيت والسكر، وهي الفترة التي عُرفت بـ "أزمة الزيت والسكر"، ومراسيم أخرى تعلقت بأسعار الدقيق والخبز، والحليب المبستر، والماء الصالح للشرب، وخدمة نقل المسافرين عبر السكك الحديدية، وسيارات الأجرة وغيرها... الخ. وبخصوص الفعالية الاقتصادية، تتفق والرأي الذي يرى بأن اتجاه الدولة إلى دعم الأسعار هي سياسة لا جدوى لها باتفاق خبراء اقتصاديين، فعلى الرغم من أنه اتجاه اقتصادي قد يساهم في الحفاظ على القدرة الشرائية للمستهلك على المدى القصير، إلا أن هذا يجعل الدولة

تتخطى بأزمات اقتصادية على المدى الطويل يكون سببها الرئيسي ظاهرة التضخم، هذا ما يقتضي حتمية اتجاه الدولة إلى الابتعاد عن سياسة دعم الاستهلاك، وتكريس مبدأ دعم الإنتاج (بوحلايس، 2016-2017، صفحة 50).

ثانيا: التدابير المتخذة في الحالات الاستثنائية

هي تدابير مؤقتة جاء ذكرها بموجب نص الفقرة الخامسة من المادة: 05 من الأمر المتعلق بالمنافسة رقم: 03-03 المعدل والمتمم، تتمثل في اتجاه الدولة إلى تحديد أو تسقيف هوامش الربح وأسعار السلع والخدمات حسب الأشكال نفسها عند الارتفاع المفرط للأسعار أو تلك غير المبررة، تتخذها وفق حالتين إما لمواجهة ظروف عادية تعرضت لها سوق معينة، أدت إلى الارتفاع المفرط في الأسعار، أو لأسباب بنيوية تتعلق بمنطقة جغرافية معينة أو بحالة من حالات الاحتكار الطبيعي.

أ- بالنسبة للحالة الأولى: عند تعرض سوق نشاطي معين إلى ظروف غير عادية، هي وضعية قد تثار لأسباب مختلفة، منها حدوث كارثة طبيعية معينة، أو نتيجة ظروف أمنية أدت إلى اختلال السير العادي داخل قطاع نشاط معين، وقد يرجع السبب نتيجة ارتفاع غير طبيعي لسعر مادة أولية في أسواق دولية... الخ. وقد ترتفع الأسعار نتيجة أسباب أخرى خارجة عن إرادة المتعاملين الاقتصاديين، إنما ارتبطت بمناسبات معينة منها حلول شهر رمضان أو الاحتفال بأعياد دينية.

إذن هي وضعية اختلفت فيها الأسباب ولكن النتيجة واحدة، ارتفاع مفرط للأسعار وغير مبرر، الشيء الذي تواجهه الدولة بالتدابير السابق ذكرها، ونشير بهذا الصدد ما عرفته البلاد سنة 2011 من أزمة اقتصادية تعلقة بمادة السكر والزيت، وقد وجهت المسؤولية لمؤسسة "سفيتال" التي هيمنت على السوق حينها نتيجة تعسفها في استغلال ندرة هذه المواد، ترتب عنه ارتفاع أسعارها، فكان صدور المرسوم التنفيذي المحدد للسعر الأقصى عند الاستهلاك وكذا هوامش الربح القصوى عند الانتاج والاستيراد وعند التوزيع بالجملة والتجزئة لمادتي الزيت الغذائي المكرر العادي والسكر الأبيض رقم: 11-108 (المرسوم التنفيذي رقم: 11-108، 2011)، من خلال هذا التنظيم تم التقنين لأسعار هاتين المادتين وهوامش الربح القصوى.

ب- أما بالنسبة للحالة الثانية: خصت الأسباب البنيوية والتي تعلقة بقطاعات النشاط أو المناطق الجغرافية التي تشهد احتكارات طبيعية أو صعوبة في التموين على نحو مزمّن. وعليه فإن هذه المناطق أو تلك القطاعات طالما أنها لم ترق إلى مستوى سوق مركزي ينتظم فيها التموين، كونها مناطق بعيدة أو ما أصبح يعرف "بمناطق الظل" حيث تنعدم فيها شبكة الطرقات ومن ثم وعورة مسالكها، أو لأنها ليست محل استقطاب للمتعاملين الاقتصاديين، هذا ما يجعل منها مناطق معزولة (بلحساني، 2003، صفحة 47).

ج- تعود الحالة الثالثة للاحتكار الطبيعي: تتميز هذه الوضعية بانعدام المنافسة من الأساس، لوجود متعامل وحيد في قطاع النشاط، هذا ما يجعل الدولة تتجه إلى تقييد الأسعار وتعيدها إلى استقرارها متى تعرض السوق إلى اضطراب.

نخلص مما سبق، أن هذه التدابير ولأنها استثنائية فقد قيّد المشرع الجزائري تدخل الإدارة بخصوصها، من حيث وجوب أن يكون هناك ارتفاع مفرط للأسعار وغير مبرر، وأن تستند هذه الارتفاع لأسباب جدية وتبلغ حد جسيم، وأخيرا الطابع المؤقت لهذه التدابير لأنها قررت لمواجهة ظروف مؤقتة بطبيعتها. وفي ذات السياق، حماية لمصلحة المستهلك قد يحصل أحيانا لظروف معينة أن ترتفع بعض أسعار السلع، ونستذكر تبعاً لذلك ما حصل في حرب الخليج العربي سنة 1992، إذ في هذه الفترة ارتفعت أسعار المياه المعدنية وتجاوزت حد السعر المألوف، فتدخلت إحدى دول الخليج العربي وهي دولة قطر، حيث أعطت لوزير الاقتصاد والتجارة صلاحية تحديد السعر.

المبحث الثاني:

الجزاءات القانونية المترتبة على مخالفة نظام الأسعار في التشريع الجزائري

سبق الإشارة إلى أن الأسعار كعنصر هام في السوق، يجعلها أداة لارتكاب مخالفات عدة من جانب المتعاملين الاقتصاديين على نحو تهدف إلى عرقلة قواعد المنافسة الحرة والنزاهة، هذا ما تطلب تدخل الدولة بوضع قواعد من شأنها حماية المنافسة في السوق خاصة ما تعلق بمسألة التلاعب بالأسعار، بحيث يلتزم كل متعامل اقتصادي في ممارسته الاقتصادية بالأسعار المحددة من طرف الدولة فلا يُخالفها، وإلا ترتبت في حقه المسؤولية القانونية، ومن ثم توقيع الجزاء المناسب بالنظر إلى طبيعة المخالفة، فنعرض إلى ما يترتب خلف التزامه بالإعلام عن الأسعار من جزاءات من خلال (المطلب الأول)، ثم تناول ما يترتب من جزاءات جنائية نتيجة المساس بأمن واستقرار الأسعار وذلك في (المطلب الثاني)، وصولاً إلى ما تتخذه الإدارة تجاه المخالف لنظام الأسعار من تدابير إدارية وعقوبات تكميلية موضوع (المطلب الثالث).

المطلب الأول: جزاء أثر تخلف التزام المتعامل الاقتصادي بالإعلام عن الأسعار

يتجلى الأثر القانوني للمخالفات المرتبطة بالإعلام عن الأسعار من ناحيتين؛ إما نتيجة إخلال المتعامل الاقتصادي بواجب الإعلام على نحو قاطع (الفرع الأول)، وإما كان تنفيذ الالتزام بإعلام بالأسعار على نحو غير شرعي (الفرع الثاني).

الفرع الأول: جزاء أثر إخلال المتعامل الاقتصادي بواجب الإعلام عن الأسعار

رتب المشرع الجزائري عقوبات في حالة مخالفة قواعد الشفافية ضماناً لتطبيق أحكام الإعلام بالأسعار، منها الجزائية، وكذا الجزاء المدني طبقاً للقواعد العامة، إلى جانب تقرير حق الإدارة في توقيع جزاءات إدارية، وبالنسبة لهذه الأخيرة إرتأينا التعرض إليها لاحقاً ضمن الجزاءات المترتبة على مخالفة نظام الأسعار.

أولاً: الأثر الجزائي لإخلال المتعامل الاقتصادي بواجب الإعلام عن الأسعار

استناداً إلى نص المادة: 31 من القانون المتعلق بقواعد الممارسات التجارية رقم: 02-04 المعدل والمتمم، اعتبر المشرع المخالفة المرتبطة بالإعلام عن الأسعار من الجرائم السلبية التي تقع بطريقة الترك، ومن الجرائم السلوكية حيث لا يشترط لتمامها تحقق نتيجة معينة (ربيعي، 2001-2002، صفحة 98)،

مُرتباً المسؤولية عن الإخلال بهذا الالتزام متى ارتبط بمخالفة أحكام نصوص المواد: 04-06-07 من القانون رقم: 02-04 المذكور أعلاه، بجزاء جنائي وهي عقوبة دفع غرامة مالية من خمسة آلاف دج إلى مائة ألف دج.

ما يلاحظ على النص، عدم معاقبة المشرع لمن خالف أحكام نص المادة: 05 من ذات القانون، وهي المادة التي تبين كيفية تنفيذ الالتزام بالإعلام عن الأسعار، وتبرير ذلك أن مخالفتها تُجسد قيام الركن المادي لجريمة عدم الإعلام بالأسعار، والمشرع اكتفى بمعاقبة من خالف نص المادة: 04، لأن مخالفتها يقتضي بالضرورة مخالفة نص المادة: 05. أما بالنسبة لقيام مسؤولية من خالف أحكام نص المادة: 06، يرجع إلى أن المتعامل الاقتصادي قد يلتزم بالإعلام عن الأسعار وهو ما جاءت به نص المادة: 04، ولكن دون التزامه بنص المادة: 06، أي عدم توافق الأسعار للمبلغ الإجمالي الذي يدفعه المستهلك مقابل اقتنائه سعة أو حصوله على خدمة، لذلك خص المشرع نص المادة: 06 بالجزاء لأن مخالفتها لا يقتضي بالضرورة مخالفة نص المادة: 04، أما بالنسبة لمخالفة نص المادة: 07 فهي تنص على الإخلال بواجب الإعلام بين الأعوان الإقتصاديين (بولحية بن بوخميس، 2000، صفحة 93).

ثانياً: الأثر المدني لإخلال المتعامل الاقتصادي بواجب الإعلام عن الأسعار

بالرجوع للقواعد العامة، اعتبر المشرع أن عرض السلعة أو الخدمة لجمهور المستهلكين مجرد دعوة للتعاقد أو التفاوض وليس إيجاباً، لأن الأسعار والتعريفات تشكل عنصراً واحداً في عقود الاستهلاك هذا ما يفيد عديم الجدوى إنشاء التزامات في مواجهة المتعاملين الاقتصاديين، هذا ما يرتب أن يصبح المستهلك إما في مركز الموجب متى قدم عرض تجاري محدد، أو في مركز المفاوض، حينها يكون عرضه لاستغلال المتعامل الاقتصادي نظراً لاختلال القدرة الفنية والخبرة الاقتصادية بين الطرفين. هي وضعية تصدى لها القانون رقم: 02-04 من خلال نص المادة: 15، حيث اعتبر المشرع من خلالها أن كل سلعة معروضة أمام أنظار جمهور المستهلكين هي معروضة للبيع، كما منع قيام المتعامل الاقتصادي برفض التعاقد بشأنها، هذا ما يشكل ضمانة فعالة لحقوق المستهلك ومن ثم حمايته قانوناً.

الفرع الثاني: جزاء أثر إعلام المتعامل الاقتصادي لأسعار غير شرعية

نُظمت أحكام هذه الممارسة غير الشرعية للأسعار من خلال القانون رقم: 02-04 المعدل والمتمم بالقانون رقم: 06-10، وبالرجوع إلى نصوص المواد 4 و5 و6 منه -المعدلة لأحكام نصوص المواد 22 و22 مكرر و23-، واستناداً لهذه النصوص اعتبر المشرع الجزائري كل مخالفة لأحكامها بمثابة ممارسات لأسعار غير شرعية، هذا ما جاء في نص المادة 36 من القانون رقم: 06-10 المعدل. وباستقراء نص المادة: 22 المعدلة بالمادة: 4 ألزم المشرع كل عون اقتصادي بتطبيق هوامش الربح والأسعار المحددة أو المسقفة أو المصدّق عليها، بما يفيد أن عدم خضوع كل بيع سلعة أو تأدية خدمة لنظام حرية الأسعار لا يمكن أن يتم ضمن احترام نظام السعر المقنن طبقاً للتشريع المعمول به. وبهذا الشأن كرس المشرع آلية قانونية أخرى من خلال نص المادة: 22 مكرر والمتممة بنص المادة: 5 من قانون رقم 06-10 المعدل لقانون رقم: 02-04، عندما ألزم المشرع كل عون اقتصادي بإيداع تركيبة أسعار لدى السلطة المعنية قبل البيع أو

تأدية الخدمة، هذا الإجراء تتضمنه إجراءات تحديد الأسعار أو تسقيفها، أو حتى التصديق على هوامش الربح.

وفي ذات الاتجاه التشريعي، وبالرجوع إلى نص المادة: 23 من القانون المحدد لقواعد الممارسات التجارية والمعدلة بموجب نص المادة: 06 من القانون 10-06، منع المشرع كل ممارسة تهدف إلى تشجيع غموض الأسعار والمضاربة في السوق، كذلك قيام المتعامل الاقتصادي بتصريح مزيف بأسعار التكلفة لأجل التأثير على أسعار السلع والخدمات غير الخاضعة لنظام الأسعار، لأن التسعيرة تقوم أساساً على سعر تكلفة السلعة والخدمة مضافاً إليها الهوامش المحددة للربح، هذا ما يدفع البعض من المتعاملين الاقتصاديين إلى تضخيم سعر التكلفة لزيادة سعر البيع. بالإضافة إذا كان القصد من هذه الممارسات إخفاء الزيادات غير الشرعية في الأسعار، لإخفاء كل تحايل على أحكام التسعير، إذ يُعلن البعض عن أسعار بما تتماشى والأسعار المقتننة، إلا أنهم يتحصلون على الزيادة بطرق ملتوية.

وعليه ما تم ذكره من ممارسات، كيفها المشرع الجزائري على أنها جريمة بيع أو العرض للبيع أزيد من السعر المحدد، واعتبر هذه الممارسات غير الشرعية من قبيل جرائم التسعيرة المعاقب عليها بغرامة من عشرين ألف د ج 20.000 إلى عشرة ملايين د ج أي 10.000.000، هذا ما كرسته نص المادة: 07 من القانون رقم: 10-06 عندما عُدِّلَتْ أحكام نص المادة: 36 من القانون رقم: 04-02 السابق ذكره. ونشير بهذا الشأن إلى العقوبة التي صرح بها المشرع المصري من خلال القانون الخاص بالتسعير الجبري وهي عقوبة الحبس لمدة لا تقل عن سنة، ولا تتجاوز خمس سنوات لكل من باع سلعة مسعرة جبرياً أو محددة الربح، أو عرضها للبيع بسعر أو ربح يزيد على السعر أو الربح المحدد، كنا نأمل أن يحذو المشرع الجزائري حذو التشريع المصري (تيورسي، 2013، صفحة 258)، هذا بالنسبة للأثر الجزائي.

أما بالنسبة للجزاء المدني، وبالرجوع إلى نص المادة: 65 من القانون رقم: 04-02 المعدل والمتمم، إذا كان المشرع قد منح للمستهلك حق التأسيس كطرف مدني في الدعوى الجزائية وطلب التعويض عن الضرر الذي لحق به. فإن المشرع بالرجوع إلى القواعد العامة قد مكنه من حق استرداد دفع غير مستحق برفعه هذه الدعوى في مواجهة المتعامل الاقتصادي الذي لم يحترم نظام الأسعار المقتننة، نظير تحصيله على زيادة اعتبرت من قبيل الدفع غير المستحق، لذلك للمستهلك حق الخيار بين تلك الدعوى أو الإكتفاء بدعوى التعويض حال دفعه لمبلغ يفوق السعر المحدد قانوناً. كما يحق له اللجوء إلى القضاء بدعوى إبطال التدليس متى خالف المتعامل الاقتصادي أحكام نص المادة: 23 المشار إليها سابقاً، واستعماله لحيل غير شرعية قصد تضليل المستهلك وإيهامه بمشروعية السعر المعروض وأنه معقول، هذا ما يؤكد ثبوت النية بخداع المستهلك وهو المدّلس، وعليه متى ثبت ذلك للمستهلك المتضرر كان له أن يطلب إبطال العقد والتعويض عما لحقه من ضرر (فيلالي، 2001، صفحة 220).

المطلب الثاني: التدخل الردي كضمانة لأمن واستقرار الأسعار في التشريع الجزائري

يتم ضبط السوق والسعي للمحافظة على استقراره وهذا بالتحكم في أسعار السلع والخدمات الضرورية وتثبيت مستوياتها من خلال اللجوء إلى الجزاء الجنائي، وإن كان هذا الأخير يتعارض مع مبدأ حرية التجارة والاستثمار والمقاولة المكرّس دستورياً بموجب نص المادة: 61 من التعديل الدستوري لسنة

2020، هذا المبدأ الذي كان في ظل دستور 2016 حرية الاستثمار والتجارة (المرسوم الرئاسي رقم: 20-442، 2020). إلا أن تطهير السوق من كل أشكال المضاربة كأسلوب مؤدي إلى التلاعب بالأسعار، تطلب هذا النوع من التدخل العقابي الردعي، فكان التجريم للمضاربة بأسعار غير مشروعة (الفرع الأول)، ثم التعرض إلى تنظيم هذه الجريمة بموجب القانون رقم: 04-02، وهو موضوع (الفرع الثاني).

الفرع الأول: تجريم المضاربة غير المشروعة في الأسعار بموجب قانون العقوبات

تقضي القاعدة العامة أن الأصل في الأشياء أو الأفعال أو الأقوال الإباحة إلا إذا نص القانون على خلاف ذلك، ما يفيد أن عدم التجريم لأي فعل ولا يعاقب عليه إلا إذا وجد نص قانوني. وإذا كانت المضاربة تعد أساسا عملا تجاريا مشروع، فيضارب المتعامل الاقتصادي على الربح المشروع في كل الأعمال التجارية التي يقوم بها. إلا أنه قد يتعسف في استعمال هذا الحق ويستخدم هذا النشاط على نحو مناف لنظام الأسعار، هذا ما جعل المشرع يتنبه لهذه الممارسة غير المشروعة ويجرم المضاربة متى كان القصد منها التلاعب بأسعار السوق، وذلك بموجب نص المادة: 172 من الأمر المتضمن قانون العقوبات رقم: 66-156 (الأمر رقم: 66-156، 1966) المعدلة بالقانون رقم: 90-15، حيث اشترطت تحقق عناصر محددة، ورتبت على ذلك قيام المسؤولية الجزائية، ومن ثم توقيع العقوبة المقررة قانونا لمرتكبها.

أولا: أركان قيام جريمة المضاربة غير المشروعة لدى قانون العقوبات

تعد أركان الجريمة من الشروط الأساسية التي تبنى عليها جميع الجرائم، ينبغي توافرها مجتمعة حتى يُتصف الفعل بالجريمة، ومن ثم قيام المسؤولية الجنائية وإيقاع العقوبة المناسبة، الحال نفسه لجريمة المضاربة غير المشروعة، لا بد من تحقق أركان رئيسية، منها الركن القانوني وهو ركن مفترض في الجرائم كافة على اختلافها ينص على ضرورة وجود نص قانوني يجرم الفعل. وعليه تناول الركن المادي والقصد الجنائي لهذه الجريمة.

أ- إحداث اضطراب في أسعار السوق بالرفع المصطنع أو خفض المصطنع

إذا كانت المنافسة بالأسعار تمثل أحد أوجه المنافسة القوية بين المؤسسات، إلا أنه أحيانا تحيد المؤسسات عن المنافسة فيتحول السعر التنافسي إلى سعر عدواني، وعندما يتعلق الأمر بمؤسسة مهيمنة فإن هذه المنافسة قد تتحول إلى ممارسة تعسفية تتعلق بالأسعار وترتبط بوضعية الهيمنة، مما يسبب عدم استقرارها بما يتناسب وقانون العرض والطلب في السوق، هذا ما عبر عنه المشرع الجزائري ضمن نص المادة: 04 المعدلة للمادة: 07 من الأمر المتعلق بالمنافسة رقم: 03-03 المعدل والمتمم، وهي تلك التي تأخذ أحد الصورتين، الرفع المصطنع للأسعار، أو خفض لها، فنتساءل عن المقصود بكل صورة.

1- الرفع المصطنع للأسعار: هو ذلك السعر الذي لا يتناسب مع القيمة الاقتصادية للمنتج أو الخدمة المقدمة، وينقصه تبرير موضوعي، وبخصوص هذه الممارسة، تحفظ الاقتصاديون إزاء عدم مشروعيتها، معتبرين الرفع في السعر أمرا مشروعاً من قبل مؤسسة مهيمنة، لأن وضعية الهيمنة طالما أنها نتاج كفاءة تتمتع بها المؤسسة، لذلك هذه الأخيرة من الطبيعي أن تتمتع بمختلف المزايا المرتبطة بهذه الوضعية منها الحق في ممارسة أسعار مرتفعة عن الأسعار المعلن عنها في السوق (بوحلايس، 2016-2017، صفحة 223).

بهذا الصدد أشار البعض، في بعض الأحيان لا يكون من مصلحة المؤسسة المهيمنة رفع الأسعار، طالما أن هيمنتها لا تشكل عائقاً يمنع آخرين من الدخول إلى السوق، مما توفر احتمال دخول منافسين أقوياء إلى السوق، لذلك ليس من مصلحة المؤسسة المهيمنة أن ترفع من أسعارها، إنما من مصلحتها اعتماد أسعار تنافسية حتى لا تثير رغبة مؤسسات أخرى في الدخول إلى السوق، عادة ما يحدث هذا الوضع على سبيل المثال عندما يكون مصدر الهيمنة هو الحصة التسويقية لا كفاءة تكنولوجية (الشريف، 2004-2005، صفحة 228).

2- **الخفض المصطنع للأسعار:** هي ممارسة تستلزم وجود هيمنة في السوق، والتي تتم تعسفياً في مواجهة المستهلكين والمحترفين معاً، لذلك اعتبرها المشرع من الممارسات الإقصائية الخطيرة، ويرجع ذلك إلى صعوبة التمييز بشأنه بين ما يعد مشروعاً وما يعتبر عدوانياً. حيث ذهب الفقه إلى إمكانية الاستناد إلى مؤشرات لأجل اعتبار السعر مخفضاً، منها أن تكون المؤسسة في وضعية هيمنة، غياب مبرر موضوعي لخفض الأسعار من قبيل تغيير السياسة الانتاجية أو التسويقية...، أو كان عرض السعر المنخفض عرضاً مؤقتاً (بوحلايس، 2016-2017، صفحة 224). ومن ثم قد يصدر اضطراب في أسعار بعض المنتجات من قبل المتعامل الاقتصادي مباشرة، أو باستخدام وسيط، عبر الوسائل التالية:

- الترويج لأخبار كاذبة أو مغرضة عمداً بين المستهلكين، حيث يدعي المتعامل الاقتصادي مثلاً معلومات غير صحيحة عن سلعة بأنها محل نفاذ على مستوى الأقليم، أو تعيب منتجاً ما، فالتسرب لمثل هذه المعلومات من شأنه أن يزيد الطلب على ما يحتاجه المستهلك من سلع، هذا ما يترتب بالتبعية ارتفاع في أسعار تلك السلع، واستعمال المشرع للفظ مغرضة قد يقصد بذلك أن الإشاعة لمعلومات كان بهدف عدم استقرار الأسعار، على الرغم من احتمال أن تكون المعلومات صحيحة.

- طرح عروض في السوق والذي قد يتم إما عن طريق قيام عون اقتصادي - في حدود المنافسة - بتقديم عروض شراء أو بيع لمنتجات في السوق، كإحداث تخفيضات في أسعار منتجاته، أو يُعلن عن تقديمه تخفيضات عند الشراء لعدد معتبر ومحدود بأسعار غير معمول بها في السوق، القصد من ذلك عدم ثبات الأسعار. أو عن طريق عرضه أسعار على البائعين تكون أعلى من الأسعار المقترحة من جانبهم، هذا ما يترتب احتكاره للسلعة، ومن ثم التحكم في سعرها.

- القيام بأعمال في السوق أو الشروع فيها، قد تتحقق من جانب المتعامل الاقتصادي بنفسه أو بناء على اتفاق بين الأعوان الاقتصاديين المتواجدين في نفس السوق، والتي تهدف إلى الحصول على أرباح خارج نطاق المنافسة، كالعمل على الحد من دخول السوق، أو ممارسة نشاط تجاري فيها، اقتسام الأسواق أو مصادر التمويل، أو تقليص ومراقبة الانتاج أو منافذ التسويق أو الاستثمارات... الخ.

- أنهى المشرع الجزائري مجموعة الوسائل بفقرة " أو أي طرق أو وسائل احتيالية"، بما يفيد أنه ترك للقاضي سلطة تقديرية في تكييفه بعض الممارسات التجارية التي من شأنها إحداث اضطراب في الأسعار في السوق شرط أن تكون ذات طابع احتيالي تهدف إلى تزييف الحقيقة أو كاذبة.

ب- القصد الجنائي في جريمة المضاربة غير المشروعة

تعد هذه الجريمة من الجرائم العمدية، لأنها تقوم على التخطيط لتحقيق نتيجة إجرامية تتمثل في إحداث اضطراب في الأسعار، باستعمال مرتكبها وسائل مخالفة لقواعد المنافسة، كون الجنائي على علم بنشاطه، وأن إرادته قد اتجهت إلى تحقيق تلك النتيجة المقصودة في السوق، وهو ما يستشف من الوسائل الاحتيالية التي استعملت لتحقيق الهدف. يبقى في هذا الاتجاه أن تتحقق النية من توافر تعدد المتعامل الاقتصادي.

ثانيا: العقوبة المقررة لمرتكب جريمة المضاربة غير المشروعة

استنادا لنص المادة: 172 المعدلة والسابق ذكرها، يعاقب المرتكب لجريمة المضاربة غير المشروعة بالحبس من ستة أشهر إلى خمس سنوات، وبغرامة من 5.000 إلى 100.000 دج، هي عقوبة شدها المشرع لتصل إلى الحبس من سنة إلى خمس سنوات والغرامة من 1.000 دج إلى 10.000 متى كان موضوع المضاربة أسعار المواد الأساسية كالحبوب من عدس وحمص ولوبيا، إلى جانب الدقيق بأنواعه...، وغيرها من المواد المنصوص عليها في المادة: 173 من قانون العقوبات رقم: 66-156 المعدل والمتمم، كونها محل الاستهلاك بكثرة ويزداد عليها الطلب خاصة في السوق الجزائرية.

الفرع الثاني: تجريم المضاربة غير المشروعة في قانون رقم: 02-04

جاءت المادة: 25 من القانون المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، رقم: 02-04 مكرسة لضوابط حرية المنافسة بنصها على مجموعة من السلوكيات يلتزم التاجر بعدم إتيانها على نحو قد يضر بالأسعار، هذه الأخيرة قد تعرف ارتفاعات غير مبرر متى تعامل التاجر مع سلعة على هذا النحو الممنوع بنص القانون. بذلك تتضح من خلال النص القانوني أركان قيام هذه الجريمة، من مادي ومعنوي.

أولاً: الركن المادي لجريمة المضاربة غير المشروعة رقم (02-04)

كَيَّفَ المشرع الجزائري أحد الممارسات التجارية التدليسية على أنها احتكار، وتعلق ذلك بالسلوك المنصوص عليه في نص المادة: 25 من القانون المتعلق بقواعد الممارسات التجارية رقم: 02-04 بأن: "بحيازة مخزون من المنتوجات بهدف تحفيز الارتفاع غير المبرر للأسعار"، ويتم ذلك باحتباس المتعامل الاقتصادي لمنتوج وتأجيل بيعه لوقت آخر أو تحويله قصد المضاربة لرفع الأسعار، كما هو الحال عند حلول شهر رمضان، حيث يستغل تجار الجملة هذه المناسبة ويعملون على تخزين مادة أساسية ذات الاستهلاك الدائم كالزيت بكميات كبيرة بهدف تحفيز الارتفاع غير المبرر لسعرها. وعليه لقيام هذه المخالفة وجب أن يكون المنتوج موضوع المخالفة أو الجريمة ذات السعر الحر الذي يخضع إلى تقلبات السوق تبعا لقانون العرض والطلب، ومن ثم إذا كان المنتوج من السلع المقننة السعر أي المحددة من قبل السلطة العامة، فلا تقوم الجريمة هنا. ويشترط تكييف الحيازة أو الحبس لمنتوج من قبيل الاحتكار، توافر الشروط التالية وهي:

أ- أن يكون المنتوج محل اقتناء دائم لدى المستهلك، لا يقصد بذلك المنتوجات الأساسية، كون هذه الأخيرة أسعارها مقننة من طرف الدولة، وإنما منتوجات أخرى تعد من الكماليات، هذه المنتوجات حقيقة ليست محل طلب لدى المستهلك دائما، كما أن لها بديل في السوق، لذلك لا يعد من قام بحيازتها

لمدة مرتكبا لجريمة الاحتكار، مما يرتب مسؤوليته الجنائية، هذا ما أشار إليه الفقه والذي يرى أيضا بضرورة مراجعة هذا الشرط (بوقرين، 2020، صفحة 44). لأن المشرع من خلال لفظ "مخزون" قد قصد أن تكون الحيازة للمنتوج بأعداد كبيرة، هذا ما يثير السؤال عن الكمية الواجب توافرها حتى تتحقق الحيازة، واعتبارها بالتالي سلوكا مخالفا لقواعد السوق، طالما أن المشرع لم يحدد الكمية، يمكن القول إن الحيازة البسيطة لمنتوج لن تؤثر على السوق ومن ثم لا مجال للحديث عن وجود مضاربة. وعليه في غياب معيار محدد، ذهب رأي إلى الأخذ بمدى تأثير السوق بهذه الحيازة أي يتم النظر إلى حجم السوق وقيمة السلعة وحجمها ونوعها وحتى نسبة احتياج الناس لها (بوقرين، 2020، صفحة 44).

ب- أن يكون الهدف من حيازة المنتوج رفع غير مبرر للأسعار، بلا شك أن ندرة المنتوجات في السوق تكون نتيجة حيازتها وحبسها عن البيع، هذا ما يؤدي إلى ارتفاع سعرها فتتأثر بذلك القدرة الشرائية للمستهلك، وهو ما يعد أيضا مساسا بالحرية التنافسية ونزاهة الممارسات التجارية. تبعا لهذا الشرط جرّم المشرع هذا النوع من الممارسة التجارية، لأن المتعامل الاقتصادي قام بحيازة منتوجات تباع بشكل عادي في السوق ولكنه قام باحتجازها لأجل رفع قيمتها ثم يتسنى له عرضها للبيع تبعا للسعر الذي وصل إليه، هنا نكون أمام ارتفاع سعر منتوج دون مبرر، هذا ما يرتب في مواجهة المتعامل الاقتصادي المسؤولية الجنائية عن هذا الجرم.

ثانيا: الركن المعنوي لجريمة المضاربة غير المشروعة في ظل القانون رقم: 02-04

يتحقق هذا الركن متى كان هدف المتعامل الاقتصادي من وراء حيازته للمنتوج هو تحفيز الارتفاع غير المبرر للأسعار، ولكن نكون أمام انتفاء هذا القصد عند الحيازة للمنتوج بهدف استعماله شخصيا، ومن ثم لا مجال لوجود جريمة المضاربة. ولكن قد تكون الحيازة لمخزون من منتوج خارج موضوع النشاط التجاري الشرعي للتعامل الاقتصادي، اشترط المشرع في هذه الحالة أن يكون الهدف من الحيازة إعادة بيع المنتوج المخزون، أما مجرد التنازل عنه فلا يشكل جريمة. وفي الحالة الثالثة، لم يشترط المشرع توافر قصد معين في حالة حيازة المتعامل الاقتصادي لمخزون منتوج مستورد أو مصنع بصفة غير شرعية.

المطلب الثالث: تدابير إدارية وعقوبات تكميلية عند مخالفة نظام الأسعار

على الرغم من تضمن الأمر المتعلق بالمنافسة رقم: 03-03 المعدل والمتمم لأحكام تعلق بنظام الأسعار، إلا أن ما يترتب من جزاء مخالفة تلك الأحكام قد تضمنها القانون المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية رقم: 02-04 المعدل والمتمم، وهي جزاءات متعددة ومختلفة من عقوبات أصلية كالغرامة المالية وهو الطابع الجزائي الذي يغلب على هذا النوع من الممارسات، وقد سبق تناول هذا الجزاء من خلال تجريم المضاربة، وعليه نركز بالبحث في تدابير إدارية و عقوبات تكميلية أو التبعية، وهي جزاءات يكون لها تأثير قد يتعدى التأثير الذي تحدثه العقوبة الأصلية، فنتناولها تباعا.

الفرع الأول: التدابير الإدارية كجزاء يترتب عند مخالفة نظام الأسعار

تملك الإدارة من التدابير المؤقتة وهي تدابير تحفظية لوضع حد لتفاقم المخالفات التي تنجم عن إخلال المتعامل الاقتصادي بإجراءات تحديد الأسعار، عن طريق حجز السلع موضوع المخالفة، وغلق المحل التجاري متى كان استمرار النشاط يشكل إخلالاً بالنظام العام.

أولاً: حجز السلع كتدبير تحفظي لمخالفة نظام الأسعار

مَكَّن المشرع الجزائري بموجب نص المادة: 51 من القانون رقم: 02-04 الموظفين المؤهلين بالرقابة والمذكورين حسب صريح نص المادة: 49 من القانون نفسه، من القيام بإجراء حجز السلع كتدبير تحفظي في بعض الجرائم الوارد ذكرها على سبيل الحصر في نص المادة: 39 من القانون رقم: 02-04، وهو إجراء قانوني يُفيد رفع يد المتعامل الاقتصادي عن السلعة محل المخالفة وحرمانه منها إلى حين صدور حكم قضائي مخالف، كما يمكن أن يمتد الحجز ليشمل العتاد والتجهيزات التي استعملها في ارتكاب المخالفة، كوسيلة نقل سلعة غير مفوترة، أو استعماله الآلات في تقليد علامات منتج أو خدمة، أو إشهار متعامل اقتصادي منافس،... الخ.

وبخصوص هذا الإجراء لم يحدد القانون رقم: 02-04 المقصود بالحجز، إنما بين أنواعه مع تبيانه لإجراءات جرد المواد المحجوزة وهي مسألة أحالها المشرع على التنظيم. أما بالنسبة لأنواعه، فقد ميز المشرع الجزائري إجراء الحجز للسلع بموجب نص المادة: 40 من القانون رقم: 02-04 إلى حجز عيني، وهي الحالة التي يتم فيها وضع يد الإدارة على السلع وضعا حقيقيا ولموساً هذا ما قصد بعبارة: "... كل حجز مادي للسلع..." وحجز اعتباري، وهو مجرد جرد وصفي وكمي لهوية السلعة وقيمتها الحقيقية، ويتم الاعتماد في ذلك على قاعدة سعر البيع الذي تطبقه المؤسسة المخالفة وفقاً لآخر فاتورة، أو السعر الحقيقي في السوق (بولحية، 2001، صفحة 86).

ثانياً: الغلق الإداري المؤقت للمحل التجاري كتدبير تحفظي عند مخالفة نظام الأسعار

اعتبره الفقه تدبير أمني عيني كونه يمنع تكرار المخالفة مستقبلاً، فيعد جزاء فعال يُعيد التوازن بين المراكز الاقتصادية للمؤسسات التي تمارس نشاطاً مشابهاً (محمود محمود، 1979، صفحة 168). استناداً إلى نص المادة: 46 من القانون رقم: 02-04، المعدلة بالقانون رقم: 06-10، منح المشرع الجزائري للوالي المختص إقليمياً صلاحية التدخل في المجال الاقتصادي، واتخاذ قرار غلق محل تجاري لارتكابه إحدى الممارسات المنصوص عليها قانوناً - نذكر منها ما تعلق بموضوع الدراسة - من مخالفة أحكام الفوترة، ممارسة أسعار غير مشروعة، ممارسات تجارية غير نزيهة، أي مخالفة قواعد تنظيم الأسعار على نحو خاص. وهو إجراء مؤقت لمدة لا تتجاوز ستون (60) يوماً، ويكون بناء على اقتراح المدير الولائي للتجارة، ولا يمكن اعتباره غلقاً نهائياً، لأن الأمر بالغلق النهائي يُعد من صلاحيات السلطة القضائية، ومتى بدا للمتعامل الاقتصادي أنه تضرر من هذا الإجراء كان له الطعن في قرار الوالي أمام القضاء. وبالرجوع إلى نص المادة: 47 من القانون رقم: 02-04 المعدلة بنص المادة: 11 من القانون رقم: 06-10، نلاحظ أن المشرع الجزائري قد شدد من هذه العقوبة وذلك في حالة العود، ويقصد بالعود في مفهوم القانون هو ارتكاب المتعامل الاقتصادي لمخالفة أخرى لها علاقة بنشاطه رغم صدور عقوبة في حقه منذ السنتين التي تلي انقضاء العقوبة السابقة المتعلقة بنفس النشاط. وعليه في تلك الحالة تضاعف العقوبة، ويصدر في حق المتعامل الاقتصادي حكماً يمنعه بصفة مؤقتة من ممارسة أي نشاط تم ذكره بنص المادة الثانية من القانون رقم: 06-10، وهذا لمدة لا تزيد عن عشر (10) سنوات، مضافاً لتلك العقوبة، قد يصدر في حقه عقوبة الحبس من ثلاثة (03) أشهر إلى خمس (05) سنوات.

الفرع الثاني: العقوبات التكميلية المترتبة عن مخالفة نظام الأسعار

هي عقوبات نص عليها القانون رقم: 02-04 تتمثل في المصادرة، نشر الحكم، شطب السجل التجاري:

أولاً: المصادرة كعقوبة تكميلية مترتبة عن مخالفة نظام الأسعار

تناول المشرع الجزائري بالتنظيم لهذا الجزاء بموجب نصوص المواد: 15، 15 مكرر، 15 مكرر 2 و16 من قانون العقوبات رقم: 66-156 المعد والمتمم، على أنها الأيلولة النهائية إلى الدولة لمال، أو مجموعة أموال معينة، أو ما يعادل قيمتها عند الاقتضاء، وتنصب على الأشياء التي تشكل صناعتها أو استعمالها، أو حملها، أو حيازتها، أو بيعها جريمة، وكذا الأشياء التي تعد في نظر القانون أو التنظيم خطيرة أو مضرّة. حيث أجاز القانون مصادرتها كتدبير أمني بصرف النظر عن الحكم الصادر في الدعوى العمومية، مع الأخذ بعين الاعتبار حالة حقوق الغير حسن النية، هذا الأخير يعتبر كذلك متى كان من الأشخاص الذين لم يكونوا محل متابعة أو إدانة من أجل الوقائع التي أدت إلى المصادرة، وفي حوزتهم سند ملكية صحيح، أو حيازة مشروعة على الأشياء القابلة للمصادرة. ذهب الفقه بهذا الشأن، أن المصادرة تعد عقوبة عينية لا تنفذ إلا على الأشياء التي تم ضبطها، بحيث متى استحال أو تعذر ضبطها فلا مجال إلى الحكم بمصادرتها، وفي حالة امتناع القاضي عن الحكم بذلك فلا يجوز إلزام الجاني بقيمة ما لم يضبط، حتى وإن كان فعله من سبب عدم الضبط (آيت مولود، 2006، صفحة 182).

واستناداً إلى نص الفقرة: الأولى من المادة: 42 من القانون رقم: 02-04 أنه في حالة تعذر مصادرة السلع أو التجهيزات محل الجريمة في بعض الحالات، فتكون المصادرة على أساس السعر المحدد في محضر الحجز الاعتباري، كونه المحضر الذي يحدد قيمة المواد المحجوزة على أساس سعر البيع المطبق من طرف مرتكب المخالفة، أو يتم ذلك عن طريق مراجعة سعر السوق. وبصدور الحكم النهائي بالمصادرة تُسَلَّم المواد المصادرة إلى أملاك الدولة التي تقوم ببيعها وفقاً للشروط القانونية، وتكتسب الخزينة العامة للدولة مبلغ بيع السلع المحجوزة عندما يُحكم بمصادرتها، وقد يصدر حكم يقضي برفع اليد عن حجز سلع قد تم بيعها إثر حجزها، في هذه الحالة يستفيد صاحبها من تعويض قيمة السلعة المحجوزة على أساس سعر البيع المطبق من طرف صاحبها أثناء الحجز.

ثانياً: نشر حكم الإدانة كعقوبة تكميلية مترتبة عن مخالفة نظام الأسعار

طبقاً لنص المادة: 18 من الأمر المتضمن قانون العقوبات، رقم: 66-156 والمعدلة بالقانون رقم: 06-23، تُعد عقوبة نشر الحكم عقوبة تكميلية للعقوبة يتم تطبيقها في حالات معينة، فقد تصدر جوازيّاً أو وجوبيّاً، يفيد النص القانوني أن لقاضي الحكم أن يأمر بنشر حكم الإدانة في حالات يحددها القانون، ويكون النشر للحكم بأكمله أو مستخرج منه في جريدة أو أكثر يتم تعيينها، أو في أماكن محددة، ويتم النشر على نفقة المحكوم عليه المحدد من قبل القاضي في الحكم، ويتم التعليق للحكم مدة الشهر الواحد فقط. وبهذا الصدد، أجاز المشرع الجزائري بنص صريح من خلال المادة: 48 من القانون رقم: 02-04 أن للقضاء الحكم على نفقة المحكوم عليه بنشر حكم إدانته كاملاً، أو خلاصة منه، في صحيفة وطنية أو تعليقه في أماكن يحددها له.

مما لا شك فيه أن التشهير بالمحكوم عليه بتعليق حكم إدانته على واجهة محله التجاري سيكون وقعه مؤثر من عقوبة الغرامة التي قد يظل تنفيذها مستوراً على الجمهور، إلا أن التجربة أثبتت أثر هذا الجزاء الفعال في التقليل من الجرائم الاقتصادية، وخاصة ما تعلق بالتلاعب بالأسعار ومحاربة الاتجار في السلع الرديئة (محمود محمود، 1979، صفحة 176).

عارض البعض من الفقه الموقف السابق، لاعتقادهم أن نشر حكم إدانة متعامل اقتصادي بجريمة اقتصادية من شأنه الإضرار بنشاطه الاقتصادي والتجاري على حد سواء، إن لم يؤدي إلى القضاء عليه، لأن التشهير به على هذا النحو يمس بالدرجة الأولى والأهم عماد نجاحه تجارياً وهو عامل الثقة والائتمان، وهناك من يرى أن اعتماد هذا الجزاء مكفول بتوافر ضمانات كافية، تجعل منه جزاء جوازي، بحيث يقرره القاضي متى استدعت الضرورة إلى تطبيقه، ويشمل هذا الجزاء الأحكام النهائية فقط، وأن يُضيق من مجاله، فيُطبق في حدود ضيقة (آيت مولود، 2006، صفحة 173).

ثالثاً: شطب السجل التجاري كعقوبة تكميلية مترتبة عن مخالفة نظام الأسعار

يعد مستخرج السجل التجاري سنداً رسمياً يؤهل كل شخص لممارسة نشاط تجاري، وكل من يرغب في ممارسة التجارة يلتزم بالقيد في هذا السجل الذي يمنحه هذا الحق، باستثناء بعض النشاطات والمهن المقننة التي تخضع ممارستها إلى الحصول على ترخيص أو اعتماد. وعليه تشكل هذه العقوبة من أخطر الجزاءات في حق المتعامل الاقتصادي، كونها تضع حد لنشاطه ومنعه من ممارسة حقه في التجارة، فالأمر بشطب السجل التجاري عُرف في عدة تشريعات ومنها التشريع الفرنسي (FRANÇOISE, 2004, p. 179)، لذلك هو ليس حصرياً لدى التشريع الجزائري، ومسألة تقديره كجزاء فإنه يخضع للسلطة التقديرية للقاضي دون أن يكون ملزماً باتخاذها. وبالاستناد إلى نص الفقرة: الثالثة من المادة: 12 من القانون رقم: 08-04 المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية، يكون شطب السجل التجاري موضوع إشهار قانوني لحكم أو قرار قضائي يتضمن هذه العقوبة، وذلك عن طريق الصحافة المكتوبة أو أية وسيلة إعلامية، هذا ما تؤكد نص المادة: 14 من القانون رقم: 02-04 التي تمنع أي شخص من ممارسة نشاطاً تجارياً لم يكتسب هذه الصفة وفقاً للقانون المعمول به.

والملاحظ بخصوص هذه العقوبة والتي تتضمن في طياتها الغلق النهائي للمحل التجاري، فإن القانون 02-04 قد نص عليها كجزاء إداري يتخذه الوالي المختص إقليمياً كما سبق بيانه في عقوبة الغلق المؤقت دون النص على هذا الإجراء أمام الجهات القضائية، ولكن بالرجوع للقواعد العامة الواردة في قانون العقوبات رقم: 66-156 المعدل والمتمم وتحديد نص المادة: 16 مكرر، التي تفيد أنه ليس هناك ما يمنع القاضي من الأمر باتخاذ هذا الإجراء في غياب نص يمنعه صراحة من ذلك، بالنظر لما يمثله هذا الإجراء من أهمية، تكمن في عدم السماح للمحكوم عليه من الاستعانة مرة أخرى بظروف العمل في المحل، ومن ثم ارتكاب مخالفات جديدة، فيتقرر الجزاء بهذا الإجراء ويتم غلق المحل بصفة نهائية.

الخاتمة:

توصلنا من خلال دراستنا لمسألة تأطير الأسعار والحد من ارتفاعها في القانون الجزائري إلى مجموعة من النتائج وما رافق ذلك من توصيات تمثلت في:

النتائج:

- 1- إن الأسعار لها أهمية اقتصادية من خلال ما ينطوي عليها من معاني الأمن والاستقرار، كما تعد مقوما أساسيا يرتكز عليه نظام الاقتصاد الحر، وما تلعبه من دور فعال في تحريك عجلة التنمية الاقتصادية.
- 2- كما أن الأهمية التي تكتسبها الأسعار تظهر على مستوى العلاقات بين الأعوان الاقتصاديين من جهة ونتيجة ارتباطها المباشر بالمستهلكين من ناحية أخرى.
- 3- تفرض الضرورة الحتمية تدخل الدولة في تقييد مبدأ حرية التسعير، وبالرجوع إلى نص المادة: 05 من الأمر المتعلق بالمنافسة رقم: 03-03 والمعدل بالقانون 05-10 نجد إبقاء المشرع على الأسعار المقننة والإدارية كأصل عام يطبق على أسعار السلع والخدمات التي تعتبر ذات طابع استراتيجي وهذا بموجب نص تنظيمي.
- 4- الملاحظ في سياق النص القانوني السابق أن المشرع على الرغم من اعتباره تدخل الدولة بالأمر الجوازي إلا أنه استعمل لفظ استراتيجية، لاعتبار أن الدولة هي الجهة الوحيدة المخول لها أن تُكَيِّف مدى اعتبار سلعة أو خدمة ذات طابع استراتيجي، مراعيًا المشرع حقيقة الواقع الاقتصادي لمسألة ضبط الأسعار كلما كنا بصدد تسعير مادة استراتيجية بالنظر لعوامل تتحكم في أسعار المواد الاستراتيجية فلا تقف حقيقة عند قانون العرض والطلب، بل جودة ونوعية تلك المواد، وأيضا السياسة الاحتكارية من قبل المؤسسات التي تسيطر على الانتاج ومن ثم الاسعار، وما تعلق بالاضطرابات المناخية وانعكاساته على الانتاج الأمر يؤدي إلى تراجع المردود الاقتصادي، كلها عوامل وأخرى غيرها يجب أن تأخذها الدولة بعين الحرص لما لها من تأثير في تذبذب الأسعار لتلك المواد.
- 5- لا يكفي تدخل الدولة في تحديد الأسعار في السوق في مجالات ضيقة لا تكاد تخرج عن نطاق السلع والخدمات ذات الاستهلاك الواسع وذات الطابع الاستراتيجي، إنما لا بد من تكثيف رقابتها على الأسعار المنظمة والمدعمة، لما نراه على أرض الواقع من عدم احترام الأسعار من طرف المتعاملين الاقتصاديين كما هو الحال لمادة الخبز، على الرغم من استفادتهم من التعويض والدعم من طرفها.
- 6- إن تحديد السعر من قبل الدولة من شأنه المحافظة على الحصص التسويقية، أي نصيب كل متعامل اقتصادي من المبيعات، هذا ما يساهم في زيادة حجمها تدريجيا، ويحقق استقرار بعض المتعاملين الاقتصاديين في السوق والذين واجهوا تذبذب الطلب على منتوجاتهم، الأمر الذي منعهم من الدخول في منافسة مؤسسات كبيرة لتحكم هذه الأخيرة في الأسعار.
- 7- إذا كان التحديد للأسعار جبراً من طرف الدولة يعد ضمانة فعالة لتحسين القدرة الشرائية للمستهلك خاصة ذو الدخل المحدود هذا من جهة، ولأن السعر من الوسائل التي تشجع بعض القطاعات في تطوير انتاجها وتحسين خدماتها، هذا ما يساهم في حفظ التوازن الاقتصادي العام، إلا أن معاناة المستهلك لا تزال قائمة حقيقة فيما يخص اطلاعه على قائمة الأسعار بشكل مسبق ومطمئن، أمام تهاون الكثير من الأعوان الاقتصاديين في تطبيق النصوص التنظيمية، هذا ما يتطلب توعية هؤلاء بضرورة الالتزام بهذه النصوص التي كرس من خلالها المشرع حقيقة حماية موضوعية للمستهلك قبل التعاقد.

8- رغم اهتمام المشرع بمبدأ شفافية الأسعار من خلال فرضه للالتزام بالإعلام عن الأسعار، إلا أنه في واقع الأمر توجد عديد التجاوزات على مستوى نظام الأسعار، إذ لا يتم التصريح بالسعر حتى مع وجود التزامات تناولها القانون رقم: 04-02 بالتنظيم، كفرض نظام الفاتورة وما صدر من تنظيم بشأنه، حيث تعرف الفوترة مبالغة في الأسعار الأمر الذي يدعو إلى تجريم هذا الفعل.

التوصيات:

1- نشيد في ظل الإعلان عن وجود مشاريع قوانين تهدف إلى إعادة تنظيم وأخلقة النشاط التجاري، وخاصة تلك التي تعلقت أساسا بمراجعة حرية الأسعار وهامش الربح مع ضمان حق المنافسة، أن تتجه إرادة المشرع إلى تركيز اهتمامه على المشاريع المقترحة على أهمية النص القانوني الذي سيسمح بالتأكيد بوضع حد للمضاربة التي تسبب في الارتفاع غير المبرر لأسعار السلع والخدمات، ومن ثم التركيز على مشروع قانون حول تجريم فعل المبالغة في الفوترة.

2- تفعيل دور مديريات مراقبة الأسعار للقضاء تدريجيا على كل من يتعاطى المضاربة والرفع من الكميات الموزعة من قبل المتعاملين الاقتصاديين أو الشركاء في مراكز التوزيع التي يضمن فيها المنتج مطابقة سعر البيع.

3- نهيب بالسلطة السياسية لما لها من دور فعال في إطار صلاحياتها ولأجل توجيه الاقتصاد أن تسعى إلى تنظيم الأسعار بموجب تدابير تشريعية تقتضيها المصلحة العامة، وما تستدعيه الضرورة القصوى نتيجة ما يطرأ من أزمات اقتصادية طارئة، أو حتى في الأحوال العادية خاصة عند تعسف أحد المنتجين في التصرف في المنتج وبالتالي خروجه عن نطاق المنافسة المشروعة.

4- التوجه نحو احتواء الأسعار من خلال تنظيم الأسواق الوطنية بإنجاز فضاءات تجارية، وأسواق جملة وأخرى جوارية، وضمان توزيعها على المستوى الوطني.

الإحالات والمراجع:

1. الدستور المعدل سنة 2020 والصادر بموجب المرسوم الرئاسي رقم: 20-442. (2020). يتعلق بإصدار التعديل الدستوري، المصادق عليه في استفتاء أول نوفمبر سنة 2020. الجزائر: الجريدة الرسمية عدد 82، المؤرخة في 2020/12/30.
2. الأمر رقم: 66-156. المؤرخ في 08 يونيو 1966 المتضمن قانون العقوبات المعدل والمتّم. بموجب القانون رقم 20-06 المؤرخ في 28 أبريل 2020 الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية عدد 25 المؤرخة في 2020/04/29، والأمر رقم: 20-01 الجريدة الرسمية عدد 44 المؤرخة في 2020/07/30.
3. الأمر رقم: 03-03. المؤرخ في 19 يوليو 2003 يتعلق بالمنافسة. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، عدد 43 المؤرخة في 2003/07/20.
4. الأمر رقم: 03-06. المؤرخ في 19 يوليو 2003 يتعلق بالعلامات. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، عدد 44 المؤرخة في 2007/07/23.
5. القانون رقم: 02-04. المؤرخ في 23 يونيو 2004 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية عدد 41 المؤرخة في 2004/06/27.
6. القانون رقم: 08-12. المؤرخ في 25 يونيو 2008 يعدل ويتمّ الأمر رقم: 03-03 والمتعلق بالمنافسة. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية عدد 36 المؤرخة في 2008/07/02.
7. القانون رقم: 09-03. المؤرخ في 25 فبراير 2009 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية عدد 15 المؤرخة في 2009/03/08، المعدل والمتّم بالقانون رقم: 18-09.
8. القانون رقم: 10-05. المؤرخ في 15 غشت 2010 يعدل ويتمّ الأمر رقم: 03-03 والمتعلق بالمنافسة. الجريدة الرسمية عدد 46 المؤرخة في 2010/08/18.
9. القانون رقم: 18-05. المؤرخ في 15 مايو 2018 يتعلق بالتجارة الإلكترونية. الجزائر، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية عدد 28 المؤرخة في 2018/05/16.
10. المرسوم التنفيذي رقم: 05 - 468. المؤرخ في 10 ديسمبر 2005 يحدد شروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكيفيات ذلك. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية عدد 80 المؤرخة في 2005/12/11.
11. المرسوم التنفيذي رقم: 09-65. المؤرخ في 07 فبراير 2009 يحدد الكيفيات الخاصة المتعلقة بإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض النشاطات أو بعض السلع أو الخدمات المعينة، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية عدد 10 المؤرخة في 2009/11/11.
12. المرسوم التنفيذي رقم: 11-108. المؤرخ في 06 مارس 2011. يحدد السعر الأقصى عند الاستهلاك وكذا هوامش الربح القصوى عند الانتاج والاستيراد وعند التوزيع بالجملة والتجزئة لمادتي الزيت الغذائي المكرر العادي والسكر الأبيض. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية عدد 15 المؤرخة في 2011/03/09.
13. أشرف محمد رزق قايد. (2016). حماية المستهلك - دراسة في قوانين حماية المستهلك والقواعد العامة في القانون المدني (الإصدار الطبعة الأولى). مصر: مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع.

14. الحسين بلحساني. (2003). قانون المنافسة وحرية الأسعار بين المؤثرات الخارجية والإكراهات الداخلية. (كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية) مجلة طنجيس، العدد الثالث.
15. الصغير مُحمّد مهدي. (2015). قانون حماية المستهلك - دراسة مقارنة. الإسكندرية: دار الجامعة الجديدة.
16. الهام بوحلايس. (2016-2017). الحماية القانونية للسوق في ظل قواعد المنافسة. (كلية الحقوق - جامعة الاخوة منتوري- قسنطينة- أطروحة دكتوراه علوم في القانون)، الجزائر.
17. حليلة ربيعي. (2001-2002). ضمان الإنتاج والخدمات. (كلية الحقوق - جامعة الجزائر-ماجستير في العقود والمسؤولية).
18. حماد مصطفى عذب. (2014). المنافسة غير المشروعة في مجال الإعلانات التجارية. القاهرة: دار النهضة العربية.
19. رياض دبش. (2019). الأسعار في الجزائر بين الحرية والتقييد. المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والسياسية، العدد 56، المجلد الأول.
20. سامية آيت مولود. (2006). خصوصية الجريمة الاقتصادية في ضوء قانون المنافسة والممارسات التجارية. (كلية الحقوق جامعة مولود معمري بتيزي وزو - ماجستير فرع قانون الأعمال) ، الجزائر.
21. سليمان نعيمة. (ديسمبر، 2016). التزام العون الاقتصادي بالإعلام عن الأسعار والتعريفات. مجلة القانون(العدد السابع).
22. صبرينة بوزيد. (2018). الأمن القانوني لأحكام قانون المنافسة (الإصدار الأول). الإسكندرية: مكتبة الوفاء القانونية.
23. علي بو لحية بن بوخميس. (2000). القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري. الجزائر: دار الهدى.
24. علي بولحية. (2001). جهاز الرقابة ومهامه في حماية المستهلك. الجزائر: الديوان الوطني للأشغال التربوية.
25. علي فيلاي. (2001). الالتزامات - النظرية العامة للعقد. الجزائر: موفم للنشر.
26. قرواش رضوان. (2012 - 2013). الضمانات القانونية لحماية أمن وسلامة المستهلك. (جامعة الجزائر. أطروحة دكتوراه في الحقوق)
27. كتوم محمد الشريف. (2004-2005). الممارسات المنافية للمنافسة في القانون الجزائري - دراسة مقارنة بالقانون الفرنسي، (كلية الحقوق جامعة مولود معمري . تيزي وزو - أطروحة دكتوراه في القانون - فرع القانون العام) الجزائر.
28. كريم طالب محمد. (ديسمبر، 2016). تدخل الدولة في تحديد الأسعار كاستثناء على مبدأ حرية الأسعار. مجلة القانون(السابع).
29. لطاش نجية. (2003-2004). مبدأ الشفافية في القانون الجزائري. (جامعة الجزائر - ماجستير في الحقوق).
30. لياس بروك. (2016). تحرير الأسعار كضابط من ضوابط الممارسات التجارية في الجزائر. (جامعة سعيدة، مجلة الدراسات الحقوقية - العدد الخامس).
31. محمد بودالي. (2006). حماية المستهلك في القانون المقارن (دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي - دراسة معمقة في القانون الجزائري). الجزائر: دار الكتاب الحديث.
32. محمد تيورسي. (2013). الضوابط القانونية للحرية التنافسية في الجزائر. الجزائر: دار هومة.
33. محمد جمعون. (2004). حرية المنافسة في مدونة أخلاقيات الطب. (كلية الحقوق- جامعة الجزائر 1- مذكرة ماجستير)، الجزائر.

34. محمد عماد الدين عياض. (2007). الحماية المدنية للمستهلك من خلال قواعد الممارسات التجارية - دراسة على ضوء القانون 02-04. (كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية- جامعة ورقلة - ماجستير)، الجزائر.
35. مصطفى محمود محمود. (1979). الجرائم الاقتصادية في القانون المقارن (المجلد الأول). القاهرة: جامعة القاهرة للكتاب الجامعي.
36. نذير سعادوي وعبد الحليم بوقرين. (جانفي، 2020). أمن الأسعار في ظل اقتصاد السوق. مجلة الدراسات القانونية والسياسية، السادس (الأول).
37. هجيرة دنوني. (2002). قانون المنافسة وحماية المستهلك. (جامعة الجزائر، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية - جامعة الجزائر، 39 (01)).
38. FRANÇOISE, D.-D. (2004). *Droit Commercial, Activité Commerciales, Commerçant, Fonds Commerce, Concurrence, consommation*. L.G.D.J.