

مواكبة التاجر الأجنبي لنظام الأسعار في التشريع الجزائري

د. بلكعيبات مراد
أستاذ محاضر قسم أ
جامعة الاغواط

الفضة محمد
طالب دكتوراه
جامعة الاغواط

الملخص:

تعتبر المنافسة هي أساس التجارة وعمادها، لأنها تحث على تحسين الإنتاج وتخفيض الأسعار، وتؤدي إلى نمو التجارة وتوفير الرفاهية للمجتمع الإنساني كلما كانت مبنية على أسس وطيدة من التعامل الشريف والنزاهة، ولعل مبدأ حرية الأسعار هو أبرز المبادئ التي تقوم عليها المنافسة في ظل اقتصاد السوق، حيث الأصل أن تترك مسألة تحديد الأسعار لقانون العرض والطلب، غير أن هذا المبدأ لا يمكن أن يؤخذ على إطلاقه نظراً لما يمكن أن ينطوي عليه من مخاطر على المنافسة بين الأعوان الاقتصاديين وعلى المستهلك، وهو ما يخول للدولة في بعض الحالات وبصفة استثنائية أن تتدخل وتفرض قيوداً على حرية العون الاقتصادي بتحديد الأسعار وفرضها بالنسبة لبعض السلع ذات الطابع الإستراتيجي، وفي إطار احترام التاجر الأجنبي لمبادئ القانون الاقتصادي والقوانين المعمول بها، ينبغي عليه التكيف مع نظام الأسعار الذي تتبناه الدولة المضيفة.

الكلمات المفتاحية:

التاجر الأجنبي، النشاط التجاري، تحديد الأسعار، تقنين الأسعار، تدعيم الأسعار، تحرير الأسعار، العرض والطلب.

Summary:

The competition is the basis of trade and its pillars ,because it urges the improvement of production and prices reduction ,and leads to the growth of trade and provides the welfare of the humanitarian community when it is based on solid foundations of honesty and fair .The principle of free prices is the most important principle of competition in the Market Economy where the issue of price fixing must be left to the law of supply and demand .But this principle can't be taken on the launch absolutely ,because of the risk that may involve competition between economic agents and the consumer ,which makes the state in some cases and exceptionally interfere and impose restrictions on the freedom of economic agents to determine and impose prices for some commodities of a strategic nature .In the context of respect for the principles of economic law and applicable laws ,the foreign trader must adapt to the price system adopted by the host country.

key words:

price system ,foreign trader ,business activity ,price fixing ,price regulation ,price consolidation ,price liberation,

supply and demand.

مقدمة:

إن قانون الأعمال يعتبر في الأصل الوجه الجديد للقانون التجاري، فهو مجموعة من القواعد القانونية المنظمة للنشاطات التجارية التي في جوهرها أنشطة تتعلق بصفة أساسية بالصناعة والخدمات، وان ممارسة هذه النشاطات يقوم على عدة قواعد مرتبطة بحرية المنافسة، ولذلك فإن قانون المنافسة يعتبر فرعاً من فروع القانون التجاري، وهو على علاقة وطيدة بعدة قوانين (القانون التجاري، القانون الاقتصادي، القانون الجنائي ...)، إلا أنه يتميز عن هذه القوانين بخصوصيات كونه يطبق على فئة معينة وهم الأعوان الاقتصاديون وعلى مجال معين هو الأعمال التجارية، فقانون المنافسة له علاقة وطيدة بحماية المستهلك، إذ يهدف أساساً لحمايته وإشباع حاجاته ورغباته في أحسن الظروف وبأقل تكلفة ذلك أن المنافسة تحث على تحسين الإنتاج وتخفيض الأسعار¹، وهو الهدف الذي يصبوا إليه كل اقتصاد.

وأمام توجه الدولة نحو العمل على استقطاب رؤوس الأموال الأجنبية والانفتاح على الاستثمارات الأجنبية صار لزاماً على المشرع الجزائري أن يعيد النظر في المنظومة القانونية المتعلقة بالنظام الاقتصادي والعمل على تحفيز المستثمرين والتجار الوطنيين الأجانب وبعث الثقة لديهم للإقبال على الاستثمار في الجزائر ودفع عجلة التنمية وتحقيق الرفاهية من جهة، ومراعاة القدرة الشرائية للمستهلك من خلال توفير السلع والخدمات بمستوى مقبول من الجودة وثمان معقول، وكذا حماية الأعوان الاقتصاديين من المنافسة غير المشروعة، وهو ما دفع المشرع الجزائري إلى وضع مبادئ أساسية لضبط المنافسة في السوق.

وقد تضمن القانون الاقتصادي الجزائري عدة مبادئ تحكم المنافسة تتمثل في مبدأ شفافية الممارسات التجارية ومبدأ نزاهة الممارسات التجارية، ولعل أهم هذه المبادئ على الإطلاق مبدأ حرية الأسعار، فما المقصود بمبدأ حرية الأسعار وما هي الاستثناءات الواردة عليه؟ وما مدى تكيف التاجر الأجنبي مع نظام الأسعار في الجزائر؟

ولمعالجة هذه الخطة نقسم البحث إلى مبحثين، نتناول في المبحث الأول مدى مواكبة التاجر الأجنبي لمبدأ حرية الأسعار، ونتناول في المبحث الثاني مواكبة التاجر الأجنبي لاستثناءات حرية تحديد الأسعار في الجزائر.

المبحث الأول: مواكبة التاجر الأجنبي لمبدأ حرية الأسعار.

إن التاجر الأجنبي الذي يرتضي ممارسة النشاط الجاري على التراب الوطني يتوجب عليه أن يمتثل إلى القوانين والأنظمة والمبادئ التي تحكم الميدان الاقتصادي في الجزائر، وبما أن مبدأ حرية الأسعارها يعد من أهم هذه المبادئ، فإن التاجر الأجنبي مطالب كالتاجر الوطني باحترام حرية تحديد الأسعار، وذلك باجتناّب كل الممارسات التي تؤثر عليها، وذلك سنتطرق في هذا المبحث إلى بيان الممارسات المقيدة لمبدأ تحرير الأسعار وذلك بعد بيان مضمون هذه الحرية.

المطلب الأول: مضمون مبدأ حرية الأسعار.

لا شك أن السعري يعد من أهم العوامل التي تتحكم في عملية البيع، باعتباره المقابل بالنسبة لأي طرف عند الحصول على سلعة أو خدمة ما، وفي ظل الاقتصاد الحر يعتبر مبدأ حرية تحديد الأسعار من أهم المبادئ التي يركز عليها الاقتصاد، وقد تبناه المشرع الجزائري من خلال الأمر رقم 95-06 المؤرخ في 25 جانفي 1995 المتعلق بالمنافسة² إلى حين إلغائه بموجب المادة 73 من الأمر

رقم 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بالمنافسة³، والذي أبقى العمل فقط بأحكام الباب الرابع والخامس والسادس من الأمر 95-06 إلى أن تم إلغاؤها بموجب المادة 66 من القانون 04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية⁴، ولعل أبرز ما يؤكد اهتمام المشرع بمبدأ حرية الأسعار هو موقعه في نص قانون المنافسة، حيث جاء النص عليه في الفصل الأول المعنون بحرية الأسعار من الباب الثاني المعنون بمبادئ المنافسة، وذلك بعد الأحكام العامة الواردة في المواد 1 و 2 و 3، حيث نصت الفقرة الأولى من المادة 04 من قانون المنافسة المعدل والمتمم بالقانون 10-05⁵ على ما يلي: «تحدد أسعار السلع والخدمات بصفة حرة وفقاً لقواعد المنافسة الحرة والنزيهة».

الفرع الأول: مفهوم السعر.

نتطرق في هذا الفرع إلى كل من المفهوم الاقتصادي والمفهوم الفقهي للسعر.

أولاً: المفهوم الاقتصادي للسعر:

يعرف السعر كمفهوم اقتصادي بأنه التعبير النقدي لقيمة السلعة في وقت ومكان معين، وهو يؤثر على المركز التنافسي للمنتج ونصيبه من السوق، ومن ثم على الأرباح التي يمكن تحقيقها، والسعر مرتبط ارتباط وثيق بالمنفعة، يعرفه المستشار نضال بدر شيت بأنه القيمة التي يدفعها الزبون لبائع السلعة أو الخدمة نظير حصوله عليها، أي أن السعر هو المقابل النقدي الذي يحدده البائع ويرتضيه الزبون⁶.

ثانياً: المفهوم الفقهي للسعر:

يمكن القول بأن السعر هو القيمة المعطاة لسلعة أو خدمة معينة والتي يعبر عنها في شكل قيمة نقدية، فالمنفعة التي يحصل عليها المستهلك من شراء سلعة أو خدمة إنما يعبر عنها في شكل قيمة تتمثل في السعر الذي يدفعه المستهلك ثمناً لهذه المنفعة⁷.

الفرع الثاني: التاجر الأجنبي وحرية تحديد أسعار السلع والخدمات.

أن تكريس مبدأ المنافسة الحرة يعتبر من أهم العوامل التي تؤدي إلى خلق بيئة تنافسية وفعالة، ولا يتأتى ذلك إلا في إطار التزام جميع الأشخاص الذين يمارسون نشاطاً اقتصادياً في السوق بأحكام القانون، سواء كانوا وطنيين أو أجانب، فتحت تأثير المنافسة يلجأ الأعوان الاقتصاديون في أغلب الأحيان إلى تعزيز مراكزهم الاقتصادية في السوق عن طريق أساليب تتنافى مع قواعد المنافسة الحرة، بحيث يسعى هؤلاء إلى تلبية حاجيات المستهلكين وتحقيق الأرباح، مما يفرض عليهم بذل مجهود مستمر في مجال البحث والتطوير والإبداع ومن أجل تحقيق أقصى ما يمكن من الأرباح، وقد يحاول بعضهم تقليص عدد منافسيهم أو إقصائهم من السوق بوسائل غير قانونية بهدف الحد من المنافسة أو إلغائها، ونظراً لخطورة هذه الممارسات لكونها تعيق السير العادي للسوق وفقاً لقواعد اللعبة الاقتصادية فإن معظم التشريعات التي تنتهج اقتصاد السوق، ومن بينها المشرع الجزائري، قد حددت هذه الممارسات واعتبرتها مخالفة لمنافسة، إذ يشير الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة إلى عدة أنواع من الممارسات المقيدة للمنافسة، نذكر منها على وجه الخصوص ما من شأنه المساس بمبدأ حرية تحديد الأسعار، الذي يقتضي أن تحدد أسعار السلع والخدمات وفقاً لقواعد المنافسة وقوى العرض والطلب، ولذلك يمكن التطرق إلى هذه النقطة من ناحيتين، وهي حرية تحديد الأسعار، والمعايير التي تقوم عليها ممارسة هذه الحرية.

أولاً: حرية تحديد الأسعار

نصت المادة 04 من الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بالنافسة وهي ذاتها المادة 04 من الأمر رقم 95-06 المؤرخ في 25 جانفي 1995 المتعلق كذلك بالمنافسة على أن تحدد بصفة حرة أسعار السلع والخدمات اعتماداً على قواعد المنافسة. وبعد صدور القانون 10-05 الذي يعدل قانون المنافسة، جاء نص المادة 03 منه والتي تعدل أحكام المادة 04 من قانون المنافسة كما يلي: «تحدد بصفة حرة أسعار السلع والخدمات وفقاً لقواعد المنافسة الحرة والنزيهة.

ثانياً: معايير ممارسة حرية تحديد الأسعار.

جاء في الفقرة 2 من المادة 04 السالفة الذكر أن ممارسة حرية الأسعار تتم في ظل احترام أحكام التشريع والتنظيم المعمول بهما وكذا على أساس قواعد الإنصاف والشفافية لاسيما تلك المتعلقة بما يأتي:

- تركيبية الأسعار لنشاطات الإنتاج والتوزيع وتأدية الخدمات واستيراد السلع لبيعها على حالها.

- شفافية الممارسات التجارية».

- هوامش الربح فيما يخص إنتاج السلع وتوزيعها أو تأدية الخدمات.

1. تركيبية الأسعار لنشاطات الإنتاج والتوزيع وتأدية الخدمات واستيراد السلع لبيعها على حالها.

يتعلق الأمر هنا بتركيبية السعر والتي تشمل مصاريف التحويل والنقل والمواد الأولية وغيرها بالنسبة لنشاطات الإنتاج والتوزيع وتأدية الخدمات، وكذا تركيبية أسعار السلع المستوردة لغرض بيعها على حالها والتي تتضمن في تركيبها مصاريف النقل والرسوم الجمركية. فالإنتاج وفقاً للقانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية في النشاطات الفلاحية وتربية المواشي، وحسب القانون 03-09⁸، فقد عرف المشرع الإنتاج على أنه العمليات المتمثلة في تربية المواشي وجمع الحصول والجني والصيد البحري والذبح والمعالجة والتصنيع والتحويل والتركيب وتوضيب المنتج ...

أما الخدمة فهي كل عمل غير تسليم السلعة ولو كان هذا التسليم تابعاً أو مدعماً للخدمة المقدمة، حيث تنص المادة 02 من المرسوم 90-39⁹ المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش على أن الخدمة هي كل مجهود يقدم ما عدا تسليم المنتج ولو كان هذا التسليم ملحقاً بالمجهود المقدم أو دعماً له.

2. هوامش الربح فيما يخص إنتاج السلع وتوزيعها أو تأدية الخدمات.

يتمثل هامش الربح في الفرق بين إيرادات المبيعات وتكاليف الإنتاج، أي هو الفرق بين تكلفة السلعة أو الخدمة وسعر بيعها¹⁰.

3. شفافية الممارسات التجارية.

تقتضي النزاهة والإنصاف أن تتم ممارسة النشاطات التجارية في جو من الشفافية والوضوح ويعتبر الالتزام بإشهار أسعار السلع والخدمات من أهم مظاهر الشفافية والنزاهة في الممارسات التجارية، وهو يهدف إلى تمكين المستهلك من المقارنة بين مختلف أسعار السلع والخدمات المطبقة في السوق لاختيار السعر الذي يراه مناسباً، ولذلك فإن المشرع يلزم الأعوان الاقتصاديين بالإعلام بأسعار منتجاتهم المعروضة في السوق، حيث جاء في نص المادة 04 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية أنه: « يتولى البائع وجوباً إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات وبشروط البيع»¹¹ ولا يقتصر

لالتزام بالإعلام بالسعر على مرحلة العرض بل يشمل حتى مرحلة الإنتاج¹².

كما تقضي المادة 06 أن تكون الأسعار المعلن عنها مطابقة للسعر الإجمالي الذي يدفعه المستهلك مقابل الحصول على الخدمة واقتناء سلعة، وهو ذات السياق الذي جاء في مفهوم المادة الأولى من القرار الصادر في 20-03-1990 السالف الذكر.

أما فيما يتعلق بالوسيلة التي يتم بها الإعلام عن الأسعار فإنها تتم بواسطة وضع علامات أو ملصقات أو معلقات أو أية وسيلة أخرى مناسبة لإعلام المستهلك، حيث نصت المادة 03 من المرسوم التنفيذي 09-65 على هذه الوسائل والمتمثلة في دعائم الإعلام الآلي والوسائل السمعية البصرية والهاتفية واللوحات الالكترونية¹³، وهذا ما يدل على أن المشرع الجزائري يسعى إلى مواكبة التطور التكنولوجي خدمة لحماية المستهلك.

بالإضافة إلى الالتزام بالإعلام بالأسعار، يجب أن يلتزم التاجر بالإعلام بشروط البيع وحدود مسؤولية البائع.

والتاجر الأجنبي هو الآخر مطالب في إطار احترام القوانين والتنظيمات المعمول بها بالالتزام بالإعلام بالأسعار، والإعلام بشروط البيع وحدود مسؤولية البائع، باعتباره من القواعد التي تحكم الميدان الاقتصادي حيث تنص الفقرة الأولى من المادة 02 من المرسوم التنفيذي 1406-454 على ما يلي: «زيادة على الأحكام التنظيمية التي تحكم وضعية الأجانب بالجزائر، ومنها القانون 11-08¹⁵، يخضع الحائزون على البطاقة المهنية (المسلمة للأجانب) إلى:

القواعد التي تحكم الميدان الاقتصادي، بالنسبة للأجانب الذين يمارسون نشاطاً تجارياً أو صناعياً أو حرفياً.....»

ولذلك يمكن القول أن المشرع الجزائري حاول التأكيد على ضرورة ترك مسألة تحديد الأسعار لقانون العرض والطلب وبكل حرية، مبيناً القواعد التي تحكم ذلك والمتمثلة في قواعد الإنصاف والشفافية، وقد أشار إلى بعض الأمثلة على هذه القواعد على سبيل المثال لا الحصر.

المطلب الثاني: الممارسات المقيدة لمبدأ تحرير الأسعار.

أن مبدأ حرية تحديد الأسعار يعد من أهم المبادئ التي يقوم عليها المنافسة الحرة، لذلك نجد أن قانون المنافسة قد أكد على حظر الممارسات التي تعتبر مقيدة لهذا المبدأ نذكرها فيما يلي.

الفرع الأول: عرض أو ممارسة أسعار بيع منخفضة تعسفياً.

حسب نص المادة 12 من الأمر 03_03 المتعلق بالمنافسة المذكور آنفاً، فإنه يحظر عرض الأسعار أو ممارسة أسعار بيع منخفضة بشكل تعسفي للمستهلكين مقارنة بتكاليف الإنتاج والتحويل والتسويق إذا كانت هذه العروض أو الممارسات تهدف أو يمكن أن تؤدي إلى إبعاد مؤسسة أو عرقلة احد منتجاتها من الدخول إلى السوق.

بموجب نص هذه المادة فإنه تم إدراج البيع بأسعار منخفضة تعسفياً ضمن قائمة الممارسات المقيدة والمنافية للمنافسة والتي يتم حظرها بغض النظر عن القوة الاقتصادية للعدوان الاقتصادي المدان بها أو كونه في وضعية هيمنة، وما يلاحظ من خلال هذه المادة فأن المشرع لم يكتف فقط بمنع ممارسة هذا البيع، بل الحظر يمتد إلى محاولة البيع بأسعار منخفضة تعسفياً ذلك أن مجرد عرض مثل هذه الأسعار كافٍ بان يعرض المؤسسة إلى المتابعة، ويشترط في هذا البيع أن يكون موجهاً إلى المستهلك بسعر أقل من تكاليف الإنتاج والتحويل والتسويق بشكل يؤدي إلى القضاء على المنافسة¹⁶.

الفرع الثاني: التشجيع المصطنع لارتفاع الأسعار أو لانخفاضها.

قد يسعى العون الاقتصادي إلى التأثير على حرية تحديد الأسعار من خلال استغلال وضعيه الهيمنة التي يتمتع بها بشكل تعسفي، حسب ما جاء في نص المادة 7/4 من الأمر 03-03¹⁷، أو عن طريق الأعمال المدبرة والاتفاقيات والاتفاقات سواء بصفة صريحة أو ضمنية¹⁸، وذلك بالتشجيع المصطنع لارتفاع الأسعار أو لانخفاضها، أو عن طريق البيع بأسعار تمييزية، حيث تفرض المؤسسة المهيمنة أسعاراً تختلف وتتفاوت على المتعاملين قصد إبعاد المنافسين من السوق.

الفرع الثالث: الإلزام بإعادة البيع بسعر أدنى.

طبقاً لنص المادة 11/4 من قانون المنافسة، يعتبر الإلزام بإعادة البيع بسعر أدنى استغلالاً لوضعية التبعية لمؤسسة أخرى عندما يؤدي إلى الإخلال بقواعد المنافسة¹⁹، حيث تلجأ المؤسسة المتبوعة باستغلال نفوذها على الأعوان التابعين وإجبارهم على البيع بأسعار أدنى من السعر الذي تقررته المؤسسة التابعة، وخاصة إذا كان يهدف إلى عرقلة حرية المنافسة في السوق.

المبحث الثاني: مواكبة التاجر الأجنبي لاستثناءات حرية تحديد الأسعار.

رغم التأكيد على المبدأ العام القاضي بحرية الأعوان الاقتصاديين في تحديد أسعار السلع والخدمات وفقاً لقواعد اللعبة التي تحكم المنافسة في ظل الاقتصاد الحر، فيمكن للدولة في بعض الحالات وبصفة استثنائية أن تتدخل وتفرض قيوداً على حرية العون الاقتصادي بتحديد الأسعار وفرضها بالنسبة لبعض السلع ذات الطابع الإستراتيجي، وذلك نظراً لما يمكن أن ينطوي عليه مبدأ حرية تحديد الأسعار من مخاطر على المنافسة بين الأعوان الاقتصاديين وعلى المستهلك.

وعلى هذا الأساس جاءت المادة 05 من قانون المنافسة والمعدلة بالمادة 04 من القانون 05-10²⁰ لتؤكد على أن الأخذ بهذا المبدأ وإخضاع تحديد السعر بصفة مطلقة لقوى العرض والطلب لا يمكن أن يكون مطلقاً، بل يمكن للدولة التدخل لحماية المنافسة في السوق وحماية المستهلك من ارتفاع الأسعار، وتقنين أسعار السلع والخدمات واتخاذ التدابير اللازمة للحد من ارتفاع الأسعار، سواء بتحدد هوامش الربح أو تحديد الأسعار، أو المصادقة عليها، حيث تنص على: «تطبيقاً لأحكام المادة 04 أعلاه يمكن أن تحدد هوامش وأسعار السلع والخدمات أو الأصناف التجانسية من السلع والخدمات أو تسقيفها أو التصديق عليها عن طريق التنظيم.

تتخذ تدابير تحديد هوامش الربح وأسعار السلع والخدمات أو تسقيفها أو التصديق عليها على أساس اقتراحات القطاعات المعنية وذلك للأسباب الرئيسية الآتية.

تثبيت استقرار مستويات أسعار السلع والخدمات الضرورية أو ذات الاستهلاك الواسع في حالة اضطراب محسوس للسوق. مكافحة الضاربة بكل أشكالها والحفاظ على القدرة الشرائية للمستهلك».

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

معنى ذلك أن الدولة يمكنها وضع إجراءات استثنائية للحد من مشكلة ارتفاع الأسعار أو لتحديدتها في حالة ارتفاعها المفرط

بسبب اضطراب خطير للسوق (أزمة) أو كارثة أو صعوبات في التموين في بعض المناطق وحالة الاحتكار الطبيعي وذلك عن طريق التنظيم وعلى أساس اقتراحات القطاعات المعنية، ونشير في هذا الصدد أن هذه الاستثناءات لم ترد على سبيل الحصر وإنما هي على سبيل المثال حيث يمكن إضافة الفيضانات والزلازل وغير ذلك من الكوارث.

المطلب الأول: تقنين الأسعار.

لقد كان في السابق نظام الأسعار المقننة أو الأسعار الإدارية هو الأصل، وبعد صدور الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة وبموجب ما نصت عليه الفقرة الثانية من المادة 04 منه والتي أحالتنا على المادة 05 التي تبين لنا شروط الرجوع إلى نظام الأسعار المقننة، وذلك من منطلق أن بعض القطاعات والأنشطة الموصوفة بالإستراتيجية تستدعي تدخل الدولة لتحديد الأسعار، فالدولة تقوم بتسيير بعض القطاعات والمصالح بصفة مباشرة أو عن طريق مكاتب وظيفية أو بلديات أو جماعات، ويكون عليها في هذه الحالة باعتبارها تلعب دور المنظم أن تحدد أسعار بيع مواد وخدمات تلك القطاعات الإستراتيجية التي يستجيب إنتاجها للحاجات الاجتماعية، لتحقيق أهداف اقتصادية واجتماعية.

إذ تنص المادة 05 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدلة بنص المادة 04 من القانون 10-05 المذكور آنفاً على ما يلي: « تطبيقاً لأحكام المادة 04 أعلاه يمكن أن تحدد هوامش وأسعار السلع والخدمات أو أصناف التجانسية من السلع والخدمات أو تسقيفها أو التصديق عليها عن طريق التنظيم تتخذ هذه التدابير الاستثنائية بموجب مرسوم لمدة أقصاها ستة (6) أشهر بعد أخذ رأي مجلس المنافسة.

وتجدر الإشارة إلى أن هذا النص قد جاء في الأمر 03-03 على النحو التالي: « يمكن تقنين أسعار السلع والخدمات التي تعتبرها الدولة ذات طابع استراتيجي بموجب مرسوم بعد أخذ رأي مجلس المنافسة».

وبعد صدور القانون 12-08²¹ تعرض هذا النص لتعديل طفيف تمثل في استبدال عبارة « عن طريق التنظيم» بدلاً من كلمة « بموجب مرسوم»، غير أنه بعد صدور القانون 10-05 أدخل المشرع تعديلات جوهرية على هذا النص، حيث أنه لم يعد يتحدث عن تقنين الأسعار بشكل عام بل ذكر بالتحديد الإجراءات التي يتم بها تقنين الأسعار والمتمثلة في تحديد هوامش الربح، تحديد أسعار السلع والخدمات، وتسقيف الأسعار والتصديق عليها، مع الملاحظة أن هناك خطأ مادي في النص حيث سقطت كلمة «الربح» من النص، فعلى المشرع استدراك هذا الخطأ وتصحيحه ليكون كما يلي:

المادة 05: « تطبيقاً لأحكام المادة 04 أعلاه يمكن أن تحدد هوامش الربح وأسعار السلع والخدمات أو الأصناف التجانسية من السلع والخدمات أو تسقيفها أو التصديق عليها عن طريق التنظيم».

الفرع الأول: تحديد هوامش الربح وتحديد الأسعار وتسقيفها.

يمثل تسقيف الأسعار وتحديد أحد الوسائل التي تلجأ إليها الدولة لتقنين الأسعار، وذلك بوضع حد أقصى لأسعار البيع، بينما يتمثل تحديد الأسعار في وضع أسعار محددة لبعض المواد ذات الاستهلاك الواسع والتي تعتبر إستراتيجية، أما تحديد هوامش الربح فهو وضع هامش للربح لا ينبغي تجاوزه لمحاربة المضاربة وارتفاع الأسعار غير المبرر، وفي هذا الإطار نجد أن المشرع الجزائري قد أصدر بعض النصوص القانونية لتسقيف وتحديد أسعار بعض المواد الموصوفة بالإستراتيجية، ومن أمثلة هذه

النصوص نجد المرسوم التنفيذي 87-16²²، والرسوم التنفيذية 402-07²³، والرسوم التنفيذية 132-96²⁴، والرسوم التنفيذية 50-01²⁵، ...

الفرع الثاني: التصديق على الأسعار.

تسعى الدولة لتحقيق الموازنة بين المصلحة العامة والمتمثلة في حماية حرية المنافسة وحماية القدرة الشرائية للمستهلك من جهة، وتمكين الأعوان الاقتصاديين من ممارسة حقهم في حرية تحديد الأسعار وفق قواعد السوق من جهة أخرى، وفي إطار ممارسة الدولة لحقها في تقنين الأسعار تلجأ إلى التفاوض مع الأعوان الاقتصاديين لوضع أسعار السلع والخدمات الموصوفة بالإستراتيجية بالاتفاق بين الأعوان الاقتصاديين، ثم تقوم الدولة بالتصديق على الأسعار وذلك لتفادي تحديدها من قبل الدولة بمفردها، فالمصادقة على الأسعار هو أحد أوجه تحديد أسعار السلع والخدمات من قبل الأعوان الاقتصاديين وبمباركة الدولة.

والجدير بالملاحظة أن نص المادة 05 جاء بصيغة جوازية «يمكن» وليس بصيغة الإلزام، معنى ذلك أنه حتى ولو قدرت الدولة أن سلعة أو خدمة ما تعتبر إستراتيجية فهي ليست ملزمة بالتدخل في تحديد السعر، حيث تبقى لها السلطة التقديرية في اتخاذ القرار بالتدخل من عدمه.

كما تجب الإشارة في هذا السياق إلى أن تحديد السعر من قبل الدولة فيما يخص السلع والخدمات الإستراتيجية يختلف عن الاتفاقات التي تتم بين التجار والتي عادة ما يكون الغرض منها رفع أو تحديد أو تقييد أو تثبيت الأسعار في السوق من خلال تدابير معينة يقوم بها التجار في السوق وهي اتفاقات محظورة وفقاً لقانون المنافسة كما سبق الذكر.

المطلب الثاني: دعم الأسعار.

نتناول دعم الأسعار من في فرعين، نتطرق في الأول إلى مفهومه، وفي الثاني نتناول أهدافه.

الفرع الأول: مفهوم دعم الأسعار.

أولاً: تعرفه.

الدعم الحكومي للأسعار هو إمدادات مادية تقدّم من قبل الحكومة لتخفيض أسعار السلع إما لصالح صناعة ما أو لصالح المواطن، ومن أهم السلع المدعومة الدقيق والسكر والحليب والسكن الكهربائي والمحروقات، وتفاوتت نسب الدعم المقدم حسب المنطقة، ويهدف الدعم في حالة الصناعة إلى تنمية تلك الصناعة أو تعزيز قدرتها التنافسية في الأسواق العالمية، ويتخذ دعم الصناعات أشكالاً منها خطط الإعفاء من الضرائب، منح تخفيضات على أسعار المواد الخام، تقديم محفزات مادية للمستهلك لشراء منتجات الصناعة (كما في خطط تحفيز قطاع الطاقات المتجددة)، وفي حالة تخفيض أسعار بعض السلع فيكون ذلك بتحمّل الحكومة لجزء من أسعار استيراد أو إنتاج تلك السلع، كدعم الحكومات للسلع الأساسية كالسكر والأرز والكهرباء والماء، فيكون مقدار الدعم الحكومي هو حاصل الفرق بين التكلفة الحقيقية لإنتاج وتوزيع هذه المواد والمبلغ الفعلي الذي يدفعه الفرد مقابل ما يحصل عليه.

كما يمكن تعريف الدعم الحكومي للأسعار على أنه مساعدة مالية ترصدها الدولة لدعم قطاعات إنتاجية أو خدمات ذات

طبيعة حيوية لكنها محدودة المردودية، ومن أهدافه كذلك توفير مواد استهلاكية أساسية أسعارها ليست في متناول الفئات الاجتماعية الأقل دخلاً عبر صندوق يسد الفارق بين سعر البيع والسعر الحقيقي للسلع.

ثانياً: أهدافه:

لا يعتبر الدعم الحكومي للأسعار هدفاً لذاته، إنما هو آلية لحفظ التوازنات الاجتماعية كمدخلٍ أولي إلى تقليص الفوارق في الدخل بما يمكن من الانتعاش الاقتصادي الشامل وتقارب مستويات الدخل لدى أغلب الفئات الاجتماعية المتوسطة والمحدودة الدخل، فهو يهدف إلى التصدي لخلل آني في قطاع إنتاجي تعرض لهزة فجائية، فحين ترتفع أسعار المواد الأولية لقطاع إنتاجي حيوي تتدخل الدولة لتثبيت الأسعار وإبقائها في متناول المستهلك والمنتج على حد سواء.

والهدف من الدعم الحكومي هو تمكين الفئات الأقل دخلاً من الحصول على السلع والخدمات الأساسية عبر خفض أسعارها وفق آلية تقوم على تسديد خزينة الدولة للفارق بين السعر الحقيقي للمنتج أو الخدمة والسعر الذي يُحدد له باعتبار مستويات الدخل الدنيا، ويُسمى هذا النوع من الدعم بالدعم المباشر.

وقد يكون دافع الدعم الحكومي للأسعار سياسياً، ففي حال وقوع أزمة سياسية تلجأ بعض الأنظمة غير الديمقراطية إلى خفض أسعار المواد الاستهلاكية الأساسية لإشاعة جوٍّ من الطمأنينة وتصريف حالة الاحتقان القائمة، وهو ما يعتبره بعض الاقتصاديين «شراءً للسلام الاجتماعي».

الفرع الثاني: التحديات التي تواجه دعم الأسعار.

إن دعم الحكومة أسعار بعض السلع والخدمات الإستراتيجية أو ذات الاستهلاك الواسع وإن كانت أهدافه الاجتماعية والاقتصادية جلية، إلا أنه يواجه جملة من التحديات نذكر بعضها فيما يلي.

أولاً: المحاباة واستغلال النفوذ.

حيث تأتي المحاباة واستغلال النفوذ في مقدمة التحديات التي يُثيرها موضوع الدعم الحكومي، فتحديد قطاعات التدخل والجهات المستفيدة في كل قطاع ودرجة استفادتها كلها إجراءات إدارية محفوفة بمخاطر الرشوة والتأثير واستغلال النفوذ والفساد المالي.

ثانياً: تحديد القطاعات ذات الأولوية.

ففي حال وقوع أزمة طارئة في قطاعات عديدة، يكون من الصعب الحسم بشكل موضوعي في القطاع صاحب الأولوية، وذلك نظراً لتشابك المصالح وقوة النفوذ الذي يتمتع به عادة الفاعلون الاقتصاديون وعلاقاتهم المتشابكة عادة مع الجهات الإدارية والدوائر الحكومية.

ثالثاً: الفئة المستهدفة من الدعم.

ومن الإشكالات التي يُثيرها موضوع الدعم الحكومي، استفادة الفئات المستهدفة أي الفئات القليلة الدخل، فهي محدودة الاستهلاك ومن ثم فإن استفادتها من الدعم الحكومي للسلع تكون محدودة من الناحية الكمية على الأقل²⁶.

خاتمة:

ختاماً لما سبق يمكن القول أن المشرع الجزائري لم يفرق بين التاجر الأجنبي والتاجر الوطني سواءً فيما يخص الالتزام بالواجبات أو الاستفادة من الحقوق، وفي هذا السياق يكون التاجر الأجنبي ملزماً بالتكيف مع النظام القانوني للأسعار الذي تتبناه الدولة الجزائرية، سواءً تعلق الأمر باحترام قواعد السوق بخصوص تحديد الأسعار بصفة حرة ووفقاً لقواعد العرض والطلب، أو بالامتثال إلى القوانين والأنظمة المتعلقة بتقنين الأسعار التي تتخذها الدولة لضبط الميدان الاقتصادي وحماية المنافسة ومواجهة الارتفاع الفاحش للأسعار.

ورغم الأهداف الاقتصادية والاجتماعية التي يمكن أن يحققها تنظيم وتقنين الأسعار سواءً بتحديد هوامش الربح أو بتدعيمها، إلا أنه عندما يتعلق الأمر بالمعامل الاقتصادي الأجنبي يمكن أن يؤدي هذا الإجراء إلى نتائج لا تتماشى والسياسة العامة للدولة في المجال الاقتصادي، نظراً لما تسعى إليه من جلب رؤوس الأموال الأجنبية وتشجيع الاستثمار الأجنبي. لذلك يجب على الدولة أن تقلل قدر الإمكان من التدخل في تقنين الأسعار بحيث لا تلجأ إليه إلا عند الضرورة الملحة وذلك لزرع الثقة لدى المستثمرين الأجانب تشجيعهم على الاستثمار في الجزائر.

الهوامش:

1 - سلمان بوذياب، مبادئ القانون التجاري، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، بيروت، لبنان، 2003، ص 177.

2 - الأمر رقم 95-06 المؤرخ في 25 جانفي 1995 المتعلق بالمنافسة، الجريدة الرسمية عدد 09 الصادر في 22 فيفري 1995.

3 - الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بالمنافسة، الجريدة الرسمية عدد 43 الصادر في 2003

4 - القانون 04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية عدد 41، الصادر في 27 يونيو 2004.

5 - القانون 10-05 المؤرخ في 15 أوت 2010، يعدل ويتمم الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة، جريدة رسمية عدد 46 لسنة 2010.

6 - نضال بدرشيت، السياسات التسعيرية وأثرها في رضا الزبون، مجلة دورية نصف شهرية تصدر عن كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة البصرة المجلد السادس، العدد 12، لسنة 2014، ص 248.

7 - مفهوم السعر وأهميته، مقال نشر في 26/09/2008، تاريخ الاطلاع 11/09/2017 في الساعة 21:45 - www.staetimes.com

8 - القانون 09-03، المؤرخ في 25 فيفري 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، جريدة رسمية عدد 15، لسنة 2009.

9 - المرسوم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، جريدة رسمية عدد 05، لسنة 1990.

10 - هامش الربح، تاريخ الاطلاع 24/09/2017، الساعة 20:54 - http /ar.m.wikipedia.org

11 - القانون 04-02 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

12 - القرار المؤرخ في 20-03-1990، المتعلق بإجراء التصريح بالأسعار، الجريدة الرسمية عدد 21، الصادر في 23-05-1990.

13 - المرسوم التنفيذي رقم 09-65، المؤرخ في 07-02-2009، يحدد الكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة على بعض الأسعار، الجريدة الرسمية عدد 10 الصادر في 11-02-2009.

- 14 - المرسوم التنفيذي رقم 06-454، المؤرخ في 11-12-2006، يتعلق بالبطاقة المهنية المسلمة للأجانب الذين يمارسون نشاطاً تجارياً وصناعياً وحرفياً أو مهنة حرة على التراب الوطني، الجريدة الرسمية عدد 80 الصادر في 11-12-2006.
- 15 - انظر المادة الأولى من القانون 08-11 المؤرخ في 25 يونيو 2008، يتعلق بشروط دخول الأجانب إلى الجزائر وإقامتهم بها وتنقلهم فيها، جريدة رسمية عدد 36، الصادر في 02 يوليو 2008. « يحدد هذا القانون شروط دخول الأجانب إلى الإقليم الجزائري وإقامتهم به وتنقلهم فيه، مع مراعاة الاتفاقيات الدولية أو اتفاقات المعاملة بالمثل».
- 16- منصور داود، الآليات لضبط النشاط الاقتصادي في الجزائر، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة محمد خيدر، بسكرة، 2015-2016، ص 38.
- 17 - المادة 06 من الأمر 03-03 « تحظر الممارسات والأعمال المدبرة والاتفاقيات والصريحة أو الضمنية عندما تهدف أو يمكن أن تهدف إلى عرقلة حرية المنافسة أو الحد منها أو الإخلال بها في نفس السوق أو في جزء جوهري منه لاسيما عندما ترمي إلى:
- عرقلة تحديد الأسعار حسب قواعد السوق بالتشجيع المصطنع لارتفاع الأسعار أو انخفاضها».
- 18 - انظر المادة 6/4، الأمر 03-03 المعدل والمتمم، المرجع السابق.
- 19 - انظر المادة 11/4 الأمر 03-03 المعدل والمتمم، المرجع نفسه.
- 20 - القانون 10-05، يعدل ويتمم قانون المنافسة، مرجع سابق.
- 21 - القانون 08-12 المؤرخ في 25 يونيو 2008، يعدل ويتمم الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة، جريدة رسمية عدد 36 الصادر في 02 يوليو 2008.
- 22 - المرسوم التنفيذي رقم 16-87، المؤرخ في 01-03-2016، يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 11-108 المؤرخ في 06-03-2011، يحدد السعر الأقصى عند الاستهلاك وكذا هوامش الربح القصوى عند الإنتاج والاستيراد وعند التوزيع بالجملة والتجزئة لمادتي الزيت الغذائي المكرر العادي والسكر الأبيض، الجريدة الرسمية عدد 13، مؤرخ في 02-03-2016.
- 23 - المرسوم التنفيذي رقم 07-402، المؤرخ في 25-12-2007، يحدد أسعار القمح الصلب عند الإنتاج وفي مختلف مراحل توزيعه.
- 24 - المرسوم التنفيذي رقم 96-132، المؤرخ في 13-04-1996، يحدد أسعار الدقيق والخبز في مختلف مراحل التوزيع.
- 25 - المرسوم التنفيذي رقم 01-50، المؤرخ في 12-02-2001، يتضمن تحديد أسعار الحليب المبستر.
- تاريخ الاطلاع 20-09-2017 الساعة 11:15 - <http://www.aljazeera.net/encyclopedia/economy.com> - 26

قائمة المراجع:

1- الكتب

1. نضال بدرشيت، السياسات التسعيرية وأثرها في رضا الزبون، مجلة دورية نصف شهرية تصدر عن كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة البصرة المجلد السادس، العدد 12، لسنة 2014.

2. سلمان بوذياب، مبادئ القانون التجاري، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، بيروت، لبنان، 2003.

II- النصوص القانونية:

1. القانون 04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية عدد 41، الصادر في 27 يونيو 2004.
2. القانون 08-11 المؤرخ في 25 يونيو 2008، يتعلق بشروط دخول الأجانب إلى الجزائر وإقامتهم بها وتنقلهم فيها، جريدة رسمية عدد 36، الصادر في 02 يوليو 2008. « يحدد هذا القانون شروط دخول الأجانب إلى الإقليم الجزائري وإقامتهم به وتنقلهم فيه، مع مراعاة الاتفاقيات الدولية أو اتفاقات المعاملة بالمثل.
3. القانون 08-12 المؤرخ في 25 يونيو 2008، يعدل ويتمم الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة، جريدة رسمية عدد 36 الصادر في 02 يوليو 2008.
4. القانون 09-03، المؤرخ في 25 فيفري 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، جريدة رسمية عدد 15، لسنة 2009.
5. القانون 10-05 المؤرخ في 15 أوت 2010، يعدل ويتمم الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة، جريدة رسمية عدد 46 لسنة 2010.
6. الأمر رقم 95-06 المؤرخ في 25 جانفي 1995 المتعلق بالمنافسة، الجريدة الرسمية عدد 09 الصادر في 22 فيفري 1995.
7. الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بالمنافسة، الجريدة الرسمية عدد 43 لسنة 2003.
8. المرسوم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، جريدة رسمية عدد 05، لسنة 1990.
9. المرسوم التنفيذي رقم 96-132، المؤرخ في 13-04-1996، يحدد أسعار الدقيق والخبزي في مختلف مراحل التوزيع.
10. المرسوم التنفيذي رقم 06-454، المؤرخ في 11-12-2006، يتعلق بالبطاقة المهنية المسلمة للأجانب الذين يمارسون نشاطاً تجارياً وصناعياً وحرفياً أو مهنة حرة على التراب الوطني، الجريدة الرسمية عدد 80 الصادر في 11-12-2006.
11. المرسوم التنفيذي رقم 07-402، المؤرخ في 25-12-2007، يحدد أسعار القمح الصلب عند الإنتاج وفي مختلف مراحل توزيعه.
12. المرسوم التنفيذي رقم 09-65، المؤرخ في 07-02-2009، يحدد الكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة على بعض الأسعار، الجريدة الرسمية عدد 10 الصادر في 11-02-2009.
13. المرسوم التنفيذي رقم 16-87، المؤرخ في 01-03-2016، يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 11-108 المؤرخ في 06-03-2011، يحدد السعر الأقصى عند الاستهلاك وكذا هوامش الربح القصوى عند الإنتاج والاستيراد وعند التوزيع بالجملة والتجزئة لمادتي الزيت الغذائي المكرر العادي والسكر الأبيض، الجريدة الرسمية عدد 13، مؤرخ في 02-03-2016.
14. القرار المؤرخ في 20-03-1990، المتعلق بإجراء التصريح بالأسعار، الجريدة الرسمية عدد 21، الصادر في 23-05-1990.

III- الرسائل والأطروحات:

1. منصور داود، الآليات لضبط النشاط الاقتصادي في الجزائر، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة محمد خيذر، بسكرة، 2015-2016، ص 38.

IV - المواقع الإلكترونية:

1. مفهوم السعر وأهميته، مقال نشر في 26/09/2008، تاريخ الاطلاع 11/09/2017. www.staetimes.com.

2. <http://www.aljazeera.net/encyclopedia/economy.com>.11:15 الساعة 20-09-2017 تاريخ الاطلاع
3. <http://ar.m.wikipedia.org>.20:54 الساعة 24/09/2017 تاريخ الاطلاع ، هامش الريح ،