

## تكريس مبدأ حرية الأسعار في التشريع الجزائري

## Establishing the principle of freedom of prices in Algerian legislation

الاسم الكامل للمؤلف الأول (\*) مسكين حنان

مؤسسة الانتماء، البلد جامعة الدكتور مولاي طاهر - سعيدة -

البريد الإلكتروني [meskinehan1991@gmail.com](mailto:meskinehan1991@gmail.com)

تاريخ الاستلام: 2023/02/18

تاريخ القبول للنشر: 2023/13/08

\*\*\*\*\*

ملخص:

تعتبر حرية الأسعار من دعائم المنافسة الحرة والنزيهة التي جاء بها قانون المنافسة حيث لا وجود للمنافسة دون تحرير الأسعار من كل القيود الممكنة، غير أن المشرع الجزائري قيدها ببعض القيود من خلال تحديد أسعار بعض المواد والخدمات أو تجريم بعض الممارسات التي تمس المنافسة والمتعلقة بتحديد الأسعار. ولعل الهدف من هذه الدراسة هي تسليط الضوء على هذا المبدأ كأصل عام، ووقوف على الاستثناءات الواردة عليه.

وللإحاطة بهذا المبدأ سيتم الاعتماد على خطة ثنائية مكونة من مبحثين أساسيين والتي من خلالها تم التوصل لعدة نتائج أهمها:

- أن مبدأ حرية الأسعار جاء نتيجة لتبني المشرع الجزائري لنظام اقتصاد السوق القائم على حرية المنافسة والتي تقوم بدورها على مبدأ حرية الأسعار.

- أن المشرع الجزائري تبني هذا المبدأ بموجب قانون الأسعار لسنة 1989.

الكلمات المفتاحية: المنافسة، السوق، حرية الأسعار، الممارسات التجارية، التسعير.

**Abstract:**

Freedom of prices is considered one of the pillars of free and fair competition that came in the competition law, as there is no competition without liberating prices from all possible restrictions. Perhaps the aim of this study is to shed light on this principle as a general principle, and to find out the exceptions to it. In order to understand this principle, a bilateral plan will be relied on, consisting of two main topics, through which several results were reached, the most important of which are: - The principle of freedom of prices

came as a result of the adoption by the Algerian legislator of a market economy system based on freedom of competition, which in turn is based on the principle of freedom of prices. The Algerian legislator adopted this principle under the Prices Law of 1989.

**Key words:** competition, market, price freedom, commercial practices pricing.

### مقدمة:

يعرف موضوع الأسعار في التشريع الجزائري عناية خاصة ومرد ذلك إلى أهميته، إذ يعد العنصر الحساس بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين في علاقتهم التجارية، وبنظر لأهميته نجد المشرع الجزائري قد تبني مبدأين هامين يعدان ركيزة اقتصاد السوق الحر، ولا يمكن بأي حال أن نقول بوجود منافسة من دونهما وهما: مبدأ حرية التجارة والصناعة، ومبدأ تحرير الأسعار، كما سعى المشرع إلى تأطير قواعد اللعبة التنافسية وحماية قيمها المثلى من خلال حظر الانحراف الممارسات الأكثر شيوعا في عالم الأعمال والأكثر انتشارا بين المتنافسين التي قد ينجم عنها خطر المساس بالمنافسة في السوق، وأكثر من ذلك خطر المساس بالاقتصاد العام للدولة.

ولئن كان تحديد الأسعار يخضع لقوانين المنافسة والسوق كأصل عام إلا أنه ومع ذلك لا يترك الأمر على إطلاقه، إذ يمكن للدولة في بعض الحالات وبصفة استثنائية أن تتدخل وتفرض قيود على مبدأ حرية الأسعار إما بطريقة غير مباشرة عن طريق تنظيم قواعد المنافسة، وإما بطريقة مباشرة عن طريق تقنين الأسعار سواء في الظروف العادية بالنسبة للسلع والخدمات الإستراتيجية، أو باتخاذ تدابير استثنائية إذ اقتضى الأمر. ولاشك أن هذا الازدواج يتماشى مع حداثة توجه الجزائر نحو اقتصاد السوق، كما يحقق مصلحة المستهلك بطبيعة الحال.

ولعل الهدف من هذه الدراسة هو معرفة النظام القانوني للأسعار على ضوء القانون الجزائري سواء من خلال قانون المنافسة أو القانون المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية و تسليط الضوء على دور الدولة الضابط في هذا المجال من خلال التعرف على كيفية وآليات تدخل الدولة، وكذا الجزاءات المقررة للمخالفين لهذه الإجراءات.

أما عن الإشكالية الدراسة فإن التساؤل يتمحور حول: ما مدى تكريس مبدأ حرية الأسعار في القانون الجزائري؟ وما هي القيود الواردة عليه؟

للإجابة عن التساؤل المطروح اعتمدنا المنهج التحليلي وفق خطة ثنائية مكونة من مبحثين

أساسيين هما:

## المبحث الأول: مفهوم مبدأ حرية الأسعار

تواجه الدول النامية مشكلة التوفيق بين تفعيل المنافسة وتحرير الأسواق من جهة وحماية الصناعات الناشئة والإستراتيجية من جهة أخرى، مما يلزم تدخل الدولة في تحرير الأسعار حيث يهدف هذا التدخل إلى أهداف اقتصادية واجتماعية. (شرواط، 2012، صفحة 34) ذلك أن النص على مبدأ حرية الأسعار هو إقرار بحرية المنافسة التي تقتضي ضمنيا مبدأ التجارة والصناعة وتكرسه فلا يمكن الحديث عن حرية المنافسة في غياب حرية الأسعار، الأمر الذي يقتضي منا التطرق إلى تعريف بهذا المبدأ ((المطلب الأول) لنعرج بالبحث عن مضمونه وضوابطه (المطلب الثاني).

## المطلب الأول: تعريف مبدأ حرية الأسعار

يقصد بمبدأ حرية أسعار ترك أسعار تحدد وفقا لقواعد أسواق أي العرض والطلب، فلما زاد العرض على الطلب انخفضت أسعار، ولما نقص العرض عن الطلب ارتفعت أسعار، إلى درجة بلوغ مستوى معين يستقر في السعر، وهنا لا دخل للإدارة أو السلطة العامة في تحديد الأسعار، بل أكثر من ذلك فلا يحق للأعوان الاقتصاديين الاتفاق على سعر معين وإلا اعتبر ممارسة منافية للمنافسة (طالب، 2017، الصفحات 5-6)

وعليه فإن الأسعار هي الأداة المحركة للنشاط الاقتصادي كما أنها تبين حجم المعاملات الاقتصادية لكل عون اقتصادي باعتبار أن السعر عنصر متغير عبر كل مراحل التعامل الاقتصادي، فهو يتغير بتغير قيمة الشيء المباع أو الخدمة المقدمة أيضا، يتغير بتغير القدرة التجارية على التفاوض بين الأعوان الاقتصاديين والتي تختلف درجاتها من عون إلى آخر، فالمشتري يرغب في الشراء بسعر أقل والبائع يحاول الحصول على أعلى سعر وفي نفس الوقت كسب المشتري كزبون دائم له، وهو هدف مشترك بين كل الأعوان الاقتصاديين مما يجعلهم في تسابق دائم يزيد من روح المنافسة لديهم. (لطاش، 2004، صفحة 23)

ولما كان تحديد الأسعار يخضع لقوانين المنافسة والسوق كأصل عام، إلا أنه ومع ذلك فإن المشرع الجزائري لم يترك الأمر على إطلاقه حيث سبق ونظم الأسعار بموجب المادة 03 من القانون رقم 89-12 المؤرخ في 05 يوليو 1989 المتعلق بالأسعار الملغى بموجب الأمر رقم 06/95 المتعلق بالمنافسة الملغى بدوره بقانون رقم 03/03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم.

ويجدر التنويه في هذا الصدد أن هذا القانون قد ألغى بموجبه المادة 97 من الأمر رقم 95-06 المؤرخ في 25 يناير 1995 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم حيث تم الانتقال من نظام الأسعار المقننة أو الإدارية إلى نظام حرية الأسعار بتحريرها من كافة القيود، ثم أكد عليها من جديد بموجب المادة 04

من الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم والتي تنص على أنه: «تحدد بصفة حرة أسعار السلع والخدمات اعتمادا على قواعد المنافسة.....» .

### المطلب الثاني: مضمون وضوابط مبدأ حرية تحديد الأسعار

تعتبر حرية الأسعار من المبادئ الأساسية لأي دولة تتبنى اقتصاد السوق والذي يرتكز على حرية الاستثمار والتجارة وهو ما نصت عليه المادة 43 من القانون رقم 01-16 والتي تقابلها المادة 61 من المرسوم الرئاسي رقم 20-442 المؤرخ في 30 ديسمبر 2020 المتعلق بإصدار التعديل الدستوري المصادق عليه في استفتاء أول نوفمبر سنة 2020 التي جاء فيها: «حرية الاستثمار والتجارة والمقابلة مضمونة، وتمارس في إطار القانون».

والملاحظ أن المشرع الجزائري حاول من خلاله فتح مجال الحرية بشكل أوسع من السابق وهذا بالاعتراف بحرية الاستثمار والذي يعد أوسع من الصناعة التي تمثل جزءا منه، وهنا يمكن تصور كل القطاعات الاقتصادية. وهذا ما جاء في نص المادة 43 من القانون رقم 01-16 المؤرخ في 6 مارس 2016 المتضمن التعديل الدستوري والتي تنص على أنه: "حرية الاستثمار والتجارة معترف بها وتمارس في إطار القانون".

إلا أنه بالرجوع إلى نفس الأحكام التي جاء بها هذا التعديل نجده أوجد قيود على هذا المبدأ، ولعل أهم ما جاءت به أحكام المادة 61 هو تأكيد الدولة على تولي ضبط السوق، فبعد اعتماد هذه الآلية القانونية ضمن أحكام قانون المنافسة أي الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة يبدو أن المشرع قد أراد جعله من الثوابت الدستورية التي تعطي للدولة حق السهر على توازن السوق والتدخل لفرض النظام، وهذا كاستثناء على الحرية التي اعترفت بها في هذا المجال. (حداد، 2016، صفحة 334)

أولا: مضمون مبدأ تحرير الأسعار: استنادا لأحكام الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم يتحدد مضمون مبدأ تحرير الأسعار بزوايتين هما، الأولى تتعلق باحترام تحديد السلع والخدمات، والزاوية الثانية تتعلق باحترام قواعد المنافسة.

01- احترام تحديد الأسعار والسلع والخدمات: وضع هذا المبدأ أساسا لمسايرة الوضع الجديد نسبيا والقائم في الأساس على الحرية الاقتصادية والذي فرض ضرورة إخضاع تحديد أسعار السلع والخدمات لقواعد اللعبة التنافسية، ولإرادة الأطراف المتعاقدة التي لا تخضع إلا للقواعد العامة في تحديد السعر، مع توسيع نطاق هذه الحرية وتقليص في ذات من صلاحية المحيط الإداري والتنظيمي في تحديد سعر السلع والخدمات أي الأسعار المقننة.

الأصل في العقود أنها تقوم على مبدأ الرضاوية، فالأطراف لها حرية التامة في التفاوض حول بنود العقد وخاصة فيما يتعلق بالسعر، وهذا لأهميته البالغة في دفع الطرف المتعاقد للتعاقد فإذا

أخذنا بعقد البيع كمثال نموذجي باعتباره أكثر العقود ممارسة وإبراما في مجال المنافسة فإن الثمن يجب أن يكون مقدار أو قابلا للتقدير برقم معين قائم على بيان الأسس المقدار، كسعر السوق مع بيان زمان ومكان هذا الأخير، أما في حالة الغموض يفسر حسب إرادة الأطراف، فإذا لم يحدد يجب الرجوع إلى سعر السوق في المكان الذي يقضي العرف أن تكون أسعاره هي السارية. وهذا بخلاف عقود الإذعان أو العقود النموذجية أو النمطية المعدة مسبقا من أحد الأطراف، حيث أن الطرف الآخر لا يمكنه لا المناقشة ولا المساومة، فإما القبول الكلي أو الرفض الكلي كعقود التزويد بالماء والكهرباء والغاز، ذلك أن البائع أو مقدم الخدمة ينفرد بإعداد وفق مصالحهما يخلق اللاتوازن بين الالتزامات الطرفين، وهو ما تطلب ضرورة وجود قواعد قانونية مضبوطة تحكمها، بحيث تطل كل المجالات وتواكب كل التطورات. (بخاري، 2012، صفحة 16)

02- احترام قواعد حرية المنافسة: حرص المشرع الجزائري على توفير الأطر القانونية الكفيلة للوصول بالممارسة التجارية إلى أوج شرعيتها وهو ما ينعكس من خلال الضمانات المكرسة في الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم وكذا رقم 02-04 المؤرخ في 23 جوان 2004 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية لمعدل والمتمم والذي حاول من خلاله أن يضبط بدقة الحدود الفاصلة لتنظيم العلاقة بين الأعوان الاقتصاديين وبين علاقة المستهلك بالاعون الاقتصادي. ثانيا: ضوابط مبدأ حرية الأسعار: في سبيل تجسيد شفافية ونزاهة أكبر للممارسة التجارية وضمانا لاستقرار السوق لم يتأخر المشرع الجزائري عن تأطير نظام الأسعار، هذا الأخير الذي تتحكم فيه جملة من العوامل تنصدها درجة المنافسة ومدى الاعتماد على السوق في تحديد الأسعار، وكذا درجة تدخل الدولة في السوق بالنظر إلى منهجها الاقتصادي.

01- شفافية الأسعار كأساس لمبدأ حرية الأسعار: تعمل شفافية الأسعار على تعزيز وتدعيم مبدأ حرية الأسعار في السوق من خلال تحقيق منافسة حرة ونزيهة، فهي تشكل أداة للوقاية من تلاعب الأعوان الاقتصاديين بالأسعار (مسعد، 2000، صفحة 36) ولتحقيق هذه الشفافية يجب توفير وسائل قانونية تتمثل في:

■ الإعلام بالأسعار وسيلة لتحقيق شفافية الأسعار: إن الإعلام بالأسعار يعمل على تعزيز وتدعيم مبدأ حرية الأسعار، وذلك بهدف تحقيق منافسة حرة من خلال تحقيق الشفافية في الأسعار. ذلك أن هذا الأخير يعد شرطا لشفافية السوق وحرية المنافسة، وبالتالي حماية المستهلك حيث تمكنه من المقارنة بين مختلف الأسعار بما ييسر له الاقتناء حسب السعر الذي يلائمه، وعليه فالعلم بالسعر النهائي يحمي رضا المستهلك وهو التزام إجباري على عاتق الاعون الاقتصادي. (صبايحي، 2009، صفحة

ونقصد بالزامية الإعلام عن الأسعار: «توعية المستهلك حتى يكون في مأمن عن أية مفاجئة في مبلغ الكلي للحصول على منتج أو تقديم الخدمات المقترحة، فالزبون يجب عليه أن يعرف فورا السعر أو ثمن الذي سوف يدفعه. (كالم، 2001، صفحة 35)

وهذا الالتزام يجد أساسه في المادة 04 من القانون رقم 02-04 المؤرخ في 23 جوان 2004 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية متعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم والتي تنص على أنه: «يتولى البائع وجوبا إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات..» «لأن عدم ظهور السعر يسمح للبائع بعرض أسعار تختلف باختلاف الفئات الزبائن ما يشكل هدرا لحقوق المستهلك.

وتجدر الإشارة إلى أن المشرع الجزائري أخرج الأحكام المتعلقة بالأسعار وإشهارها من النصوص المتعلقة بقانون المنافسة وأفرد لها نص خاص، وبذلك صدر القانون رقم 02-04 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم الذي نظم الإعلام بالأسعار في الفصل الأول المعنون "الإعلام بالأسعار والتعريفات وشروط البيع" الواقع في الباب الثاني تحت عنوان "شفافية الممارسات التجارية" وهذا نظرا لأهميتها في تقرير حماية المستهلك.

وما يلاحظ أيضا على المشرع استعماله لمصطلح الإشهار سابقا ثم استبدله حاليا بمصطلح الإعلام، وأن الإعلام بالأسعار هو التزام قانوني يقع على عاتق المهني فمن حق المستهلك قبل أن يقدم على اقتناء منتج أو خدمة أن يعلم بالسعر أي بالمبلغ الإجمالي الذي يدفعه مقابل ذلك. (موالك، 2004، الصفحات 37-38) بحكم أن العلاقة التعاقدية بين العون الاقتصادي والمستهلك في قابليتها تفتقد إلى التوازن في المراكز الاقتصادية والفنية والتقنية، وفي ظل التطور التكنولوجي الحاصل أصبح المستهلك يبرم تعاقدات وهو فاقد للمعلومات الكافية على السلعة أو الخدمة التي يرغب في التعاقد من أجلها وحماية للمركز الضعيف جاء الالتزام بالإعلام بالأسعار. (عميرات، 2008، صفحة 188)

واستنادا لنصوص المواد 05 إلى 09 من القانون رقم 02-04 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم نلاحظ أن طرق وكيفيات الإعلام بالأسعار تختلف حسب أطراف العلاقة تجارية وطرق الإعلام بالأسعار المقررة في الممارسات بين الأعوان الاقتصاديين ليست نفسها في العلاقات بين الأعوان الاقتصاديين. فالإعلام بالأسعار اتجاه المستهلك يكون بهدف حمايته من تعسف العون الاقتصادي سواء كان موزع أو المنتج أو مقدم الخدمة وحمايته من الغش أو التدليس الذي يمكن أن يصدر من العون الاقتصادي. (Auloy & Frank, 2003, p. 356)

أما عن الطريقة ووسائل التي يتم من خلالها إعلام الأسعار الموجهة للمستهلك فقد

نصت المادة 05 من القانون 02-04 على أنه: "يجب أن يكون إعلام المستهلك بأسعار وتعريفات السلع والخدمات عن طريق وضع علامات أو وسم أو معلقات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة....."

ويتضح لنا من خلال هذه المادة أن المشرع الجزائري فتح مجال أمام الأعوان الاقتصاديين لحرية اختيار الوسيلة المناسبة والملائمة على حسب طبيعة مل سلعة أو خدمة مقدمة فطرق إعلام المستهلك بأسعار جاءت على سبيل المثال لا الحصر. وقد أورد المرسوم التنفيذي رقم 09-65 المؤرخ في 7 فيفري 2009 المتعلق بتحديد الكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات المعينة، لاسيما الدعائم التقنية والتكنولوجية للإشهار والاتصال.

أما فيما يخص وسائل وكيفيات الإعلام بالأسعار في العلاقات بين الأعوان الاقتصاديين تناولتها المادة 2/07 من نفس القانون، وتتمثل هذه الوسائل في جداول الأسعار ودليل الأسعار، والنشرات البيانية، وقد جاءت هذه الوسائل على سبيل المثال لا الحصر مما يمنح للأعوان الاقتصاديين الحرية في اختيار الوسيلة الملائمة، ولكن شرط أن يكون معمول بها في الوسط المني.

■ **الفاتورة وسيلة لتحقيق شفافية الأسعار:** تلعب الفاتورة دورا مهما في تحقيق شفافية الأسعار، وبالتالي تعمل على تعزيز وتدعيم مبدأ حرية الأسعار في سوق تكون منافسة فيه حرة. وتعرف الفاتورة على أنها: «وثيقة تجارية محاسبية ملزمة يعدها العون الاقتصادي، يثبت من خلالها تفاصيل عملية البيع أو تأدية الخدمة تسلم بمجرد إتمام العلاقة التجارية إلى الأعوان الاقتصاديين الأطراف، أو إلى المستهلكين بموجب الطلب مع احترام البيانات اللازمة وفقا لما يقتضيه القانون».

ونظرا لأهمية الفاتورة جعلها المشرع إجراء إلزاميا يقع على عاتق العون الاقتصادي طبقا لنص المادة 03 من القانون رقم 10-06 المؤرخ في 15 أوت 2010 المعدلة لأحكام المادة 10 من القانون رقم 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية التي نصت على أنه: «يجب أن يكون كل بيع سلع أو تأدية خدمات بين الأعوان الاقتصاديين الممارسين للنشاطات المذكورة في المادة 2 أعلاه مصحوبا بفاتورة أو بوثيقة تقوم مقامها».

وهو ما أكدت عليه أيضا المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 05-458 المحدد لشروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل الاستلام والفاتورة الإجمالية وكيفيات ذلك.

أما فيما يتعلق بمضمون الفاتورة فان تحديد محتواها مهم جدا لتحقيق شفافية الأسعار والممارسات التجارية، فالمعلومات التي تحتويها تمكن الأعوان من معرفة أسعار ومميزات البضائع وأسعار الخدمات المقدمة ومقارنتها بشروط البيع المصرح بها. واستنادا لنصوص المواد من 03 إلى 09 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468 المؤرخ في 10 ديسمبر 2005 يحدد شروط تحرير الفاتورة وسند

التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكيفيات ذلك، نجده حدد البيانات التي يجب أن تتضمنها الفاتورة.

إن توفر البيانات المذكورة لا يكفي لاعتبار الفاتورة صالحة من الناحية القانونية، بل يجب توافر بعض الشروط طبقاً للمادة 10 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468 المحدد لشروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكيفيات ذلك وهي:

- أن تكون الفاتورة واضحة، ولا تحتوي على أي لطخة أو شطب أو حشو، لأن هذه العيوب تمس بأمانة ومصداقية البيانات الواردة فيها، كما يجب أن تحرر الفاتورة وفق دفتر أرومات يدعى دفتر الفواتير مهما يكن شكله، أو بشكل غير مادي باللجوء إلى وسيلة الإعلام الآلي.

- بالنسبة للفاتورة ملغاة يجب أن تتضمن قانوناً عبارة "فاتورة ملغاة" تسجل بوضوح بطول خط زاوية الفاتورة.

وبناء على المعطيات سابقة يتضح أن للفاتورة دور أساسي في حماية المصالح المادية للمستهلك، فهي من جهة تحمي رضا المستهلك بما تضمنه من معلومات عن تسمية المنتج وكميته وسعره، وأقساط وأجال الدفع إذا تم البيع بالتقسيط مما يجعله عالماً بالسعر علماً كاملاً ومن جهة أخرى تحمي المصالح المالية للمستهلك بما تضمنه من معلومات عن سعر الوحدة والسعر الإجمالي، وإمكانية التأكد من مدى توافق الأسعار والتعريفات للسلعة المعلنة مع المبلغ الإجمالي الذي دفعه المستهلك مقابل السلعة أو الخدمة، نظراً لاقتران السعر بتعداد السلعة أو وزنها أو كيلها، كما تسمح للمستهلك من التأكد من استفادته من التخفيضات المعلن عنها. (علواش، 2019، صفحة 10)

### المبحث الثاني: القيود الواردة على مبدأ حرية الأسعار

إن الأصل في تحديد الأسعار يخضع لقوانين المنافسة والسوق كأصل عام، إلا أنه ومع ذلك فإن المشرع الجزائري لم يترك الأمر على إطلاقه حيث سبق ونظم الأسعار من خلال المادة 03 القانون رقم 89-12 المتعلق بالأسعار الملغى بموجب الأمر رقم 95/06 المتعلق بالمنافسة الملغى بدوره بقانون رقم 03/03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم المكرس لمبدأ حرية الأسعار.

والذي ألغى بموجبه المادة 97 من الأمر 95-06 المتعلق بالمنافسة حيث تم الانتقال من نظام الأسعار المقننة أو الإدارية إلى نظام حرية الأسعار بتحريرها من كافة القيود، ثم أكد عليها من جديد بموجب الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم. فطبقاً للمادة 04 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم والتي جاء فيها: «تحدد بصفة حرة أسعار السلع والخدمات اعتماداً على قواعد المنافسة.....» ذلك أن تدخل الدولة يعتبر من العوامل الأساسية لتحديد الأسعار في الاقتصاديات المعاصرة، إذ تتدخل الدولة في مجال السعر بهدف تحقيق أهداف اجتماعية وأخرى



اقتصادية للحد أو الوقاية من أي مساس بحرية الأسعار، وذلك بفرض عقوبات على مرتكب الممارسات المقيدة للمنافسة وعلى كل من يمارس أسعار غير شرعية.

### المطلب الأول: الدولة في تسعير السلع والخدمات الضرورية

إن مبدأ حرية الأسعار يهدف أساسا لتخفيضها لصالح المستهلك إلا أن ذلك قد يؤدي إلى إزاحة بعض المؤسسات الصغرى، ولذلك نجد أن المشرع الجزائري كغيره من التشريعات يأخذ بعين الاعتبار الظروف الخاصة التي يمر بها الاقتصاد الوطني والذي يختلف من دولة إلى أخرى ولهذا تدخل المشرع الجزائري لتنظيم حالات استثنائية لتحديد الأسعار. (عشي، 2015، صفحة 05)

وتهدف الدولة من خلال تدخلها في تقييد هذه الحرية إلى تحقيق استقرار في الأسعار، إذ يعتبر الهدف محوري للسياسية الاقتصادية ككل وهذا تجنباً لحدوث التضخم الذي تسعى كل دولة لمحاربتة، فعدم استقرار في الأسعار قد يعرض الاقتصاد ككل إلى هزات عنيفة من خلال حدوث كساد والتضخم ومما يستدعي تدخل الدولة بسياستها المالية. (معيزي، 2013، صفحة 149)

وقد حدد المشرع الحالات التي يمكن للدولة أن تتدخل لتحديد الأسعار وممثلة أساسا في تحديد تحديد الأسعار بصفة عادية، وتحديد الأسعار بصفة مؤقتة.

أولاً: تحديد الأسعار بصفة عادية: اتجه المشرع في تعديل 2010 إلى اعتماد صيغ قانونية محددة من أجل تقييد حرية الأسعار، وتتمثل هذه الصيغ في تحديد الأسعار أو تحديد هوامش الربح أو تسقيفها أو التصديق وهذا استناداً لنص المادة 04 من القانون رقم 10-05 المعدلة لأحكام المادة 05 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة.

وقد جاء في التعديل الوارد في المادة 04 السالفة الذكر حذف عبارة "الخدمات الإستراتيجية" حيث أنها كانت تضيق من تدخل الدولة في هذا الميدان وفتحت المجال لتدخل الدولة في جميع السلع والخدمات دون استثناء، فقائمة المنتوجات الضرورية محددة ومعروفة سابقاً ذلك أن المادة 05 من القانون رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة اقتصر تدخل الدولة لتقنين أسعار السلع الإستراتيجية، كما أنه اشترط أن تحدد الأسعار بموجب مرسوم بعد أخذ رأي مجلس المنافسة، ووضع أجلاً للحالات الاستثنائية التي قد تقرر فيها تسقيف الأسعار مثل حالة الكوارث أو اضطراب السوق الشديد وقد حددت بـ(6) ستة، بخلاف التعديل الجديد الذي جاء به من خلال نص المادة 04 السالفة الذكر فقد منح المشرع الحق للدولة في أن تتدخل لتحديد هوامش وأسعار السلع والخدمات أو تسقيفها دون اقتصاره على الإستراتيجية منها فقط، كما أنه اكتفى اشتراط أن يتم تحديد الأسعار بموجب تنظيم كأن تحدد الأسعار من طرف وزارة التجارة مثلاً بتعليمية أو قرار، كما استبعد النص على استشارة مجلس المنافسة، واكتفى بالنص على أن هذا التحديد يتم بناء على اقتراح القطاعات

المعنية، إضافة إلى ذلك ألغى أجل 6 أشهر فهو لم يحدد ذلك بأجل. وتم تحديد الأسباب التي يتم فيها التسقيف الأسعار وهي:

- تثبيت استقرار مستويات أسعار السلع والخدمات الضرورية، أو ذات الاستهلاك الواسع في حالة اضطراب السوق،

- مكافحة كل أشكال المضاربة و الحفاظ على القدرة الشرائية للمستهلك.

وانطلاقاً مما سبق بيانه ورغم وجاهة الأسباب التي تقوم عليها والتي تصب في إطار مصلحة المستهلك، ورغم طبيعة النصوص التنظيمية التي تتخذ في إطارها وهي نصوص تنظيمية يمكن التدخل لتعديلها بسهولة حال تغير بعض الظروف تصب في إطار مصلحة المستهلك، ورغم طبيعة نصوص تنظيمية يمكن التدخل لتعديلها بسهولة حال تغير الظروف ذات العلاقة بالأسعار، إلا أن مرونة هذه الأسباب وعموميتها من ناحية أخرى من شأنها إعطاء مجال تدخل واسع للإدارة للتأثير على مبدأ حرية الأسعار. (بوحلايس، 2016، صفحة 50)

ثانياً: تحديد أسعار بصفة مؤقتة: تدخل الدولة في هذه الحالة مرده ظروف عارضة تقتضي تدابير استثنائية مؤقتة لمواجهة، تتمثل في الحد من ارتفاع الأسعار أو انخفاضها، لذا فإن تدخل في هذه الحالة مرهون بالشروط التالية:

1. حدوث ظرف عارض يؤثر على وفرة السلع والخدمات، كالحروب، والكوارث الطبيعية أو الأزمات الاقتصادية.

2. ارتفاع أو انخفاض المفرط في الأسعار بسبب تلك الظروف، وأن يستند هذا الارتفاع إلى أسباب جدية، وتبلغ حداً من الجسامه. (بروك، 2016، الصفحات 209-210)

وعليه ونظراً لاستحالة استيفاء شروط المنافسة التامة، قد تتدخل الدولة في حالات تبررها ظروف استثنائية خاصة، يكون من شأنها أن تؤدي إلى ارتفاع، أو انخفاض فاحش في الأسعار مما يخول للإدارة حق اتخاذ إجراءات مؤقتة لمواجهة هذه الظرفية، ككارثة طبيعية عامة كزلازل أو حالة جفاف، أو أزمة اقتصادية كنقص التمويل في مادة معينة كالسكر أو الخميرة أو مثلاً في حالة ارتفاع الأسعار لأسباب مشروعة كالتضخم وانخفاض قيمة الدينار. (تيورسي، 2013، صفحة 255)

أو وجود حالة احتكارات طبيعية والمشرع لم يعرف لنا الاحتكار طبيعي من خلال الأمر الحالي، وهذا على خلاف المادة 5 من الأمر رقم 95-06 الملغى التي عرفت الاحتكار الطبيعي على أنه: «حالات السوق أو نشاط التي تتميز بعون اقتصادي واحد يستغل هذا السوق، أو هذا النشاط».

ففي هذه الظروف الاستثنائية يتاح للدولة أن تحيد عن مبدأ حرية الأسعار، وتخضع بالمقابل لمتطلبات السوق فتلجأ إلى الحد من ارتفاع الأسعار أو تحديدها.

## المطلب الثاني: آليات تقنين أسعار السلع والخدمات الضرورية

إن تدخل الدولة لتحديد الأسعار والذي يشكل استثناءا وخروجا مبرر عن القاعدة العامة ألا وهي حرية التنافس وحرية الأسعار يكون باعتماد آليات، ومتمثلة في آلية التحديد (وآلية التسقيف وأخيرا آلية التصديق).

أولا: آلية التحديد: وهو أن تحدد الدولة سعر معين، وتجبر البائعين والمشتريين على احترامه وتفرض جزاء على كل من يتجاوزه ويتم ذلك عن طريق التنظيم والهدف من اعتماد الدولة آلية التحديد هو تحديد أسعار بعض المواد قطاعات يكون إنتاجها استجابة حاجيات اجتماعية وبحيث يصعب على المصالح الخاصة التي تسيرها بصورة مباشرة كما هو الحال بالنسبة لمشتقات البترول أو الخبز، الحليب الأدوية، نقل المسافرين ونقل البضائع، وكذا حماية حاجيات المستهلك الاجتماعية والضرورية من تلاعب الأعوان الاقتصاديين بأسعارها، وذلك نظر لحاجة المستهلك ورغبة الأعوان الاقتصاديين في زيادة أرباحهم باستغلال حاجة الماسة لها من جهة المستهلك لهذه السلع والخدمات بأي ثمن من جهة أخرى. (لعور، 2013، صفحة 236)

ثانيا: آلية التسقيف: هو تحديد السعر الأقصى عند الاستهلاك، وكذا هوامش الربح عند الإنتاج والاستيراد وعند التوزيع بالجملة والتجزئة السلع والخدمات المعنية به فيكون للأسعار في هذا النظام مجال حر للحركة دون سقف محدد، لكن لا يمكن أن تتجاوز هذا السقف وحتى في حالة ما إذا كانت تكاليف الإنتاج التي تدخل في تركيبة السعر مرتفعة وربما تتجاوز السعر المسقف الذي حددته الدولة، فالعون الاقتصادي ملزم بعدم تجاوز السقف المحدد وتقوم الدولة بتعويضه في الفارق بين السعر الحقيقي والسعر سقف وذلك بموجب وثيقة تسمى تركيبة أسعار تبين طبيعة وحقيقة السعر المكون يقدمها العون الاقتصادي إلى الجهات المعنية. (طالب، 2017، صفحة 272) ويصدر التسقيف عن طريق التنظيم على سبيل المثال نذكر الزيت والسكر.

من الناحية الواقعية نلاحظ أن تسقيف يتم بموجب مرسوم تنفيذي، ولعل من أهم السلع والخدمات التي تم تسقيف سعرها نذكر السكر، والزيت، والاسمنت البورتلاندي، والأدوية المستعملة في الطب البشري.

-المرسوم التنفيذي رقم 16-87 المؤرخ في 1 مارس 2016 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 11-108 المؤرخ في 6 مارس 2011 المحدد للسعر الأقصى عند الاستهلاك وكذا هوامش الربح القصوى عند الإنتاج والاستيراد وعند التوزيع بالجملة والتجزئة لمادتي الزيت الغذائي المكرر العادي والسكر الأبيض، الجريدة الرسمية، العدد 13، الصادرة في 2 مارس 2016.

-المرسوم التنفيذي رقم 16-65 المؤرخ في 16 فبراير 2016 يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 01-50 المؤرخ في 12 فبراير 2001 والمتضمن تحديد أسعار الحليب المبستر والموضب في الأكياس عند الإنتاج وفي مختلف مراحل الإنتاج، الجريدة الرسمية، العدد 09، الصادرة في 17 فبراير 2016.

ثالثا: آلية التصديق: هو من المصادقة أي الموافقة على سعر تقترحه الجهات المختصة أو ذوي الخبرة كالدواوين المختصة بقطاع معين من أمثلة الدواوين المختصة بذكر الديوان الجزائري المهني للحبوب، وجهة معنية بالأمر هي وزارة التجارة.

وتطبيق هذه الآليات (التحديد- التسقيف- التصديق) بالنسبة للعون الاقتصادي مرهون بإيداع تركيبة الأسعار السلع والخدمات المعنية بهذه التدابير لدى السلطات المعنية فطبقا للمادة 05 من القانون رقم 10-06 تتم أحكام القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية بالمادة 22 مكرر التي جاء فيها: «يجب أن تودع تركيبة أسعار السلع والخدمات، لاسيما التي كانت محل تدابير تحديد أو تسقيف هوامش الربح أو الأسعار طبقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما، لدى السلطات المعنية قبل عملية البيع أو تأدية الخدمة».

وفي الختام لا بد أن نشير إلى أن الهدف من وضع هذه الآليات هو توفير حماية للمستهلك من خلال حماية القدرة الشرائية بتفويت الفرصة على المضاربين والمحتكرين من التلاعب بالأسعار وضمان وصول السلعة للمستهلك بسعر مناسب، وبالتالي تطهير السوق من كل أشكال المضاربة كما تهدف إلى ضبط السوق واستقراره بالتحكم في أسعار السلع والخدمات الضرورية وتثبيت الاستقرار مستوياتها وإضفاء مصداقية أكثر في التوجه والتنظيم والرقابة. (لعور، 2013، الصفحات 235-236)

### خاتمة:

ترتبا لما سبق يتضح لنا أنه رغم محاولات المشرع الجزائري في تبني الفكر الاقتصادي الحر وسعيه الدءوب إلى خلق بيئة قانونية تنظم وتضبط هذا التوجه الجديد، وكذا محاولاته الحثيثة لإيجاد بناء قانوني محكم يكرس المبادئ التي يقوم ويرتكز عليها هذا النمط الاقتصادي الحديث نسبيا في الجزائر، وعلى رأسها مبدأ تحرير الأسعار الذي يعتبر في الواقع أهم وأبرز مقوم يرتكز عليه الاقتصاد الحر وهو في ذات الوقت الميكانيزم الفعال لتحريك عجلة التنمية والتطور الاقتصاديين نقول أن المشرع الجزائري لازال نوعا ما بعيدا عن التكريس الفعلي لهذا المبدأ لأن ما يعاب عليه هو أنه ما منحه بشماله في سبيل تكريس هذا المبدأ، نزعته بشماله.

ومن جهة أخرى نلاحظ على المشرع الجزائري أنه وعلى الرغم من الترسانة القانونية المتعلقة على العموم بتنظيم وضبط الممارسات التجارية والمنافسة الاقتصادية، إلا أنها لا زالت في نظرنا المتواضع تراوح مكانها إذ بقيت مجرد توزيع لقواعد على مختلف النصوص التي جاءت بتسميات عدة، ففصل

قانون المنافسة عن قانون الممارسات التجارية لم يضيف شيئا للمبدأ وما نص عليه قانون 1995 استثناء فقط بعض التعديلات الطفيفة التي لا تكاد تؤثر شيئا على مضمون المبدأ.

ومن خلال ما تم عرضه في هذا الموضوع فقد توصلنا للنتائج التالية:

- لا يزال المشرع الجزائري بعيدا نوعا ما عن التكريس الفعلي لمبدأ تحرير الأسعار الذي يعتبر من أهم وأبرز المقومات التي يركز عليها الاقتصاد الحر على الرغم من وجود العديد من النصوص القانونية المتعلقة بتنظيم وضبط الممارسات التجارية والمنافسة الاقتصادية.

- عدم فاعلية مبدئي الشفافية والنزاهة وهذا راجع لعدم استكمال الإجراءات الخاصة بهما في أحكام النصوص الخاصة بهما أو ربما لعدم دقة الصياغة.

- أطلق المشرع يد الدولة في التقنين بعد تعديل 2010 حيث تجد المادة 05 توسيع تدخل الدولة.

- أن المشرع وضع جزاءات العقابية نظير مخالفته أحد الضوابط القانونية المتعلقة بمبدأ حرية الأسعار.

وعليه فانه رغم الكم الهائل من القوانين الخاصة بتنظيم الأسعار التي أقر بعض الثغرات

والنقائص والتي تتطلع إلى إيجاد حلول لها من خلال الإقتراحات التالية:

- تدعيم الرقابة الاقتصادية والصارمة في تطبيق النصوص القانونية.

- التحكم في تموين السوق وضبطه لضمان العرض الكافي للسلع والخدمات وبالتالي أستقر القضاء على الأسواق الموازية باعتبارها أحد العوامل المساهمة في تقلبات الأسعار.

- تفادي أن يقتصر التقنين على التحديد، بل يجب النظر واللجوء لباقي الآليات.

- إعادة النظر في الأحكام المشتركة والمتقاطعة بين قانون المنافسة وقانون الممارسات التجارية، وهذا لتجنب حدوث تداخل أو ممكن تناقض بين النصوص في كلا القانونين.

## قائمة المراجع

Auloy, J. C., & Frank, S. (2003). *Droit de la consommation*. Dalloz.

- الهام بوحلايس. (2016). الحماية القانونية للسوف في ظل قواعد المنافسة (أطروحة دكتوراه). 50. كلية الحقوق، جامعة الاخوة منتوري: قسنطينة.
- بختة موالك. (2004). التعليق على الأمر رقم 03-03 الصادر في 19 جمادى الأول عام 1424 الموافق ل 19 يوليو 2003 المتعلق بالمنافسة. *المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية* (01)، الصفحات 37-38.
- بدرة لعور. (2013). اليات مكافحة الجرائم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري (أطروحة دكتوراه). 236. كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر: بسكرة.
- جلال مسعد. (2000). مبدأ المنافسة الحرة في القانون الوضعي (رسالة ماجستير). ص36. كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري: تيزي وزو.
- حبيبة كالم. (2001). حماية المستهلك (رسالة ماجستير). 35. كلية الحقوق والعلوم الادارية: جامعة الجزائر.
- حسين شرواط. (2012). شرح قانون المنافسة على ضوء الأمر رقم 03-03 المعدل والمتمم بالقانون 08-12 المعدل والمتمم بالقانون 10-05 وفقا لقرارات مجلس المنافسة. الجزائر: دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع.
- حفصية بن عشي. (17-18 مارس، 2015). وظيفة قانون المنافسة. *مداخلة ملقاة في الملتقى الوطني حول قانون المنافسة بين تحرير المبادرة وضبط السوق*، 05. كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8 ماي 1945: قالمة.
- ربيعة صبايحي. (17-18 نوفمبر، 2009). حول فعالية أحكام واجراءات حماية حماية المستهلك في القانون الجزائري. *مداخلة ملقاة في الملتقى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك*، 07. كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمن ميرة: بجاية.
- زينة حداد. (جوان، 2016). الحرية في اقتصاد السوق والتشريع الجزائري. *مجلة العلوم الانسانية*، 27 (03)، صفحة 334.
- طيب علواش. (26-27 فيفري، 2019). ازدواج الحماية القانونية للمستهلك بين قانون حماية المستهلك وقانون المنافسة. *مداخلة ملقاة بالملتقى الوطني حول المنافسة بين الحرية والتنقييد*، 10. معهد الحقوق والعلوم السياسية، المركز الجامعي: مغنية.
- عادل عميرات. (13-14 أبريل، 2008). حماية رضا المستهلك اثناء التعاقد. *مداخلة ملقاة في الملتقى الوطني حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي*، 188. معهد العلوم القانونية والادارية، المركز الجامعي: الوادي.
- قويدر معيزي. (جوان، 2013). تدخل الدولة في النشاط الاقتصادي في ظل الاقتصاد السوق. *مجلة الاقتصاد الجديد*، 04 (02)، صفحة 149.
- لطيفة بخاري. (2012). تدخل الدولة في تحديد الأسعار واثاره على المنافسة (رسالة ماجستير). 16. كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران.

- لياس بروك. (2016). تحرير الأسعار كضابط من ضوابط الممارسات التجارية في الجزائر. *مجلة الدراسات الحقوقية* ، 03 (02)، الصفحات 209-210.
- محمد تيورسي. (2013). *الضوابط القانونية للحرية التنافسية في الجزائر*. الجزائر: دار هومه للنشر والتوزيع.
- محمد كريم طالب. (2017). تقييد المنافسة عن طريق الاسعار (أطروحة دكتوراه). 5-6. كلية الحقوق والعلوم السياسية، ابي بكر بلقايد: تلمسان.
- نجية لطاش. (2004). مبدأ الشفافية في قانون المنافسة في الجزائر (مذكرة ماجستير). 23. كلية الحقوق: جامعة الجزائر.