

## آثار الممارسات الاحتكارية في ظل تداعيات الأزمة الصحية ( COVID 19 )

### على حريتي التجارة والمنافسة

#### Effects of Monopolistic Practices in Light of the Repercussions of the Health Crisis ( COVID 19 ) On the Freedoms of Trade and Competition .

تاريخ استلام المقال: 2022/01/25 تاريخ قبول المقال للنشر: 2022/06/14 تاريخ نشر المقال: 2022/06/30

د. سليمان بن الشريف

1 - جامعة احمد دراية - ادرار، (الجزائر)، البريد الإلكتروني: [Slimen.b01@gmail.com](mailto:Slimen.b01@gmail.com)

**المخلص:** إن الممارسات التجارية النزيهة تقتضي إتيان الأعمال التجارية بالشكل والمتطلبات القانونية، بما يضمن حماية مصالح كلا الأطراف المتدخلة في العمليات التجارية، وبما يحقق الأهداف الاقتصادية ويخلق أجواء تنافسية بين مختلف المتعاملين الاقتصاديين، تحت غطاء حرية التجارة، والمنافسة، وبما يحقق للمستهلك من وفرة في المنتجات والخدمات وخيارات استهلاكية واسعة وآمنة. ولكن إتيان هذه الأعمال في أشكالها ومتطلباتها القانونية قد لا يتحقق في بعض الظروف والمناسبات وهو ما يدفع البعض من المتعاملين الاقتصاديين لاتخاذ أساليب وطرق تنافسية تظهر في شكل ممارسات احتكارية وغيرها، تضمن لهم الربح في غير اطر مبادئ التجارة والمنافسة. وهو ما نعمل على إظهار صورته، وكيف تصدى المشرع لمثل هذه الممارسات المضرة بمصلحة المستهلك والأمن الاقتصادي الوطني.

**الكلمات المفتاحية:** تجارة، احتكار، مستهلك، منافسة، المضاربة، أزمة صحية

#### Abstract :

Fair business practices require business to be conducted in the form and legal requirements, ensuring that the interests of both parties involved in business processes are protected, in order to achieve economic objectives and create a competitive atmosphere among different economic customers, under the cover of free trade, competition, and in order to achieve an abundance of products and services and broad and safe consumer options. However, such actions in their legal forms and requirements may not be achieved in certain circumstances and events, which prompts some economic dealers to take competitive methods and methods that appear in the form of monopolistic and other practices, ensuring that they profit in the non-framework of the principles of trade and competition. This is what we are working to show, and how the legislator has addressed such practices that are harmful to the interests of the consumer and national economic security .

**Keywords :** Trade, monopoly, consumer, competition, speculation, health crisis

## مقدمة:

في نهاية القرن التاسع عشر الميلادي تغير شكل السوق بتراجع المشروع الفردي الذي كان يحقق المنافسة الكاملة في ظل نظام السوق الحر، والذي كانت تتحدد فيه أسعار السلع على أساس العرض والطلب، فظهرت المشروعات الكبيرة التي تقوم بإنتاج سلع عديدة، وأصبح نظام السوق يتضمن بصفة أساسية مشروعات احتكارية تتدرج من الاحتكار المطلق إلى احتكار القلة والمنافسة الاحتكارية. وأصبح الاحتكار من أكبر الممارسات المعرّقة لحريتي التجارة والمنافسة، وهو من الظواهر المصاحبة للنظم الرأسمالية بصفة خاصة، حيث تشتد سلطة أصحاب المشروعات إذا انفرد احدهم بنوع من الإنتاج من جهة ومن جهة ثانية نجد أن للأفراد دوراً هاماً في خلق الاحتكارات بهدف محاولة ابتزاز أكبر قدر ممكن من الربح من جمهور المستهلكين بشتى السبل، وفي أصعب المناسبات والظروف، ولعل جائحة كورونا (COVID 19) وبعض الأحداث السياسية الوطنية والدولية كشفت عن بعض أوجه هذه الممارسات واتخذوها مرتعا لهم.

في ظل هذا المفهوم يعكس الاحتكار في مضمونه تحكّم فرد أو مجموعة من الأفراد في العرض الكلي لسلعة أو خدمة في سوق ما، بحيث يتيح لهم هذا التحكّم حرية رفع السعر أو خفضه دون منافسة فعالة من الغير، يتم التوصل إليه من خلال ممارسات متنوعة ذات مسميات مختلفة. على صعيد الأبعاد ذات التأثيرات المختلفة للاحتكار، نجد انه لا يخفى على احد ما له من مضار متعددة على حريتي التجارة والمنافسة، باعتباره أبرز صورة من صور المنافسة غير المشروعة، حيث لا يقتصر أثره على المستهلك وصغار التجار والمنتجين فقط بل يمتد ليشمل أثره المجتمع بصفة عامة. ولأجل بحث هذه الآثار على مختلف مستوياتها نفصح عن إشكالية الدراسة على نحو:

**أين يمكن أن تتجلى صور الممارسات الاحتكارية في ظل الأوضاع الصحية الراهنة؟ وكيف تصدى  
المشروع الجزائري لمثل هذه الممارسات ؟**

للإجابة على الإشكالية أعلاه اعتمدنا في دراسة الموضوع على المنهج التحليلي أساسا للدراسة، في خطة ترتسم معالمها في الشكل التالي:

**المبحث الأول: مفهوم الاحتكار**

**المبحث الثاني: أشكال الممارسات الاحتكارية**

**المبحث الثالث: الآثار المترتبة على الاحتكار**

## المبحث الأول: مفهوم الاحتكار

إن مسالة خلق البيئة الاقتصادية القائمة على المنافسة الفعالة قاعدة أساسية وحيوية للنمو الاقتصادي، كما أنها تعد الحافز للشركات لرفع قدرتها التنافسية فضلا على اعتبارها الضمانة الأساسية للمستثمرين وأصحاب المشاريع المتوسطة والصغيرة من تأثيرات السيطرة السلبية للمؤسسات العملاقة ذات الوضع الاحتكاري للسوق، بالإضافة إلى كونها صمام أمان للمستهلك وضمانا لحصوله على خدمات ذات جودة عالية وأسعار تنافسية.<sup>1</sup>

وفي ظل هذا الطرح، فإن حرية التجارة تقضي بوجود حرية للمنافسة داخل السوق بين عدة تجار يتنافسون فيما بينهم، ولا بد من أن تمارس تلك المنافسة بوسائل سليمة وشريفة وجائزة تسمح بها العادات والأعراف التجارية، ولا شك بأنه متى وجدت تلك المنافسة الشريفة، وجدت فائدة كبيرة على الاقتصاد الوطني ومن قبله المستهلك البسيط، إلا أن شدة المنافسة تدفع البعض إلى استخدام وسائل غير مشروعة يكون من شأنها الحد من المنافسة أو حتى القضاء عليها، الأمر الذي يضيفي صفة عدم المشروعة على تلك المنافسة.

تلقي المنافسة غير المشروعة اهتمام كبير في هذا الوقت، لما تشهده الأسواق الاقتصادية من انفتاح وتنافس كبيرين، إلى جانب التطور الهائل في وسائل الدعاية والإعلان والاتصال، الأمر الذي قد يؤدي إلى إضفاء عدم المشروعية على المنافسة باستخدام إحدى الوسائل غير المشروعة (الاحتكار)، خاصة في ظل تردي الأوضاع والظروف الاقتصادية والاجتماعية والسياسية التي تشكل المجال الخصب والفرصة المناسبة لتحقيق الأرباح ونهش أموال المستهلك والإضرار بمصالح الغير في المجال نفسه.

إن المنافسة المشروعة تعنى بذل أقصى جهد ممكن من أجل تحقيق مركز مرموق في التجارة، وقد يصل التاجر إلى تحقيق مركز احتكاري مستغلا مهارته وقدرته التجارية فلا يعد هذا احتكارا محظورا لأنه لم يخالف مقتضيات المنافسة المشروعة، وهذا بخلاف التاجر الذي يعمل ويسخر جهده للوصول إلى مركز المحتكر بطرق غير مشروعة ليتحكم في سوق السلع محل الاحتكار. وخاصة السلع الضرورية وذات الاستهلاك الأوسع ( السكر، الزيت، البطاطا، الحليب، السميد... )

والاحتكار: هيمنة منشأة على حصة ضخمة من إنتاج إي سوق تمكنها من فرض سيطرتها بشكل فعال على مجمل إنتاج ذلك السوق، وبالتالي إمكان زيادة أرباحها بتخفيض ذلك الإنتاج. والمحتكر: هو ذلك التاجر الذي يستحوذ على سلعة أو خدمة في السوق، وكذا السلع أو الخدمات البديلة لها مما يجعله بمركز مسيطر أو متحكم وذلك لمحدودية نطاق المنافسة بينه وبين المنافسين الآخرين إن وجيدو.

<sup>1</sup> - تيورسي محمد: الضوابط القانونية لحرية التنافسية في الجزائر. دار هومه للطباعة والنشر، الجزائر 2013 ص 13

واهم ما يميز الاحتكار عن غيره من أنماط عمليات التبادل التجاري، أن المحتكر يمارس أساليب من شأنها تحقيق ندرة للسلعة محل الاحتكار لتحقيق أعلى نسبة من الأرباح<sup>1</sup>.

والاحتكار كما اشرنا، هو الانفراد بسوق سلعة أو خدمة في يد واحدة، ويصفه البعض بأنه فعل يهدف إلى إحداث اختناقات في معدلات وفرة السلع وجودتها وأسعارها بغرض إلغاء المنافسة وإجبار المنافسين على إخلاء السوق.

كما يمكن تعريفه أيضاً بأنه هو حبس الشيء عن العرض وقت الرخص، وبيعه وقت الغلاء في السوق، وعند اشتداد الحاجة إليه، وهو ما يؤدي إلى منافسة غير عادلة في السوق ورفع الأسعار. وما الممارسات الحالية لبعض التجار في مجال بيع وتحديد أسعار الزيت والحليب وبعض المنتجات الأخرى إلا خير دليل على ذلك.

وتصدياً لمثل هذه الممارسات نص المشرع في المادة: 04 من القانون رقم: 05/10 المتعلق بالمنافسة<sup>2</sup> على: "تحدد أسعار السلع والخدمات بصفة حرة وفقاً لقواعد المنافسة الحرة والنزيهة...".

كما نص في المادة: 05 من ذات القانون: "على "... تتخذ تدابير تحديد هوامش الربح وأسعار السلع والخدمات أو تسقيفها أو التصديق عليها على أساس اقتراحات القطاعات المعنية وذلك للأسباب الرئيسية التالية:

- تثبيت استقرار مستويات أسعار السلع والخدمات الضرورية أو ذات الاستهلاك الواسع في حالة اضطراب محسوس للسوق.

- مكافحة المضاربة بجميع أشكالها والحفاظ على القدرة الشرائية للمستهلك.

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

وبالرجوع لنص المادة: 04 من المرسوم التنفيذي رقم: 16 - 66 مؤرخ في: 07 جمادى 1437 موافق 16 فبراير 2016 يحدد نموذج الوثيقة التي تقوم مقام الفاتورة وكذا فئات الأعوان الاقتصاديين الملزمين بالتعامل بها نجدها تنص على: "يهدف سند المعاملة التجارية إلى ما يلي:

- ضمان شفافية المعاملات بكل صدق ونزاهة

- معرفة الكميات المباعة والأسعار المطبقة للمنتجات والمواد المعنية

- التحكم في قنوات التسويق التجارية من الإنتاج إلى التوزيع للمستهلك

<sup>1</sup> - محمد أنور حامد علي: "حماية المنافسة المشروعة في ضوء منع الاحتكار والإغراق". دار النهضة العربية، القاهرة 2006 ص57، وانظر أيضاً: احمد عبد الرحمان الملحم: "الاحتكار المحظور ومحظورات الاحتكار في ظل نظرية المنافسة التجارية". مجلة القانون والاقتصاد، العدد63 سنة 1993 ص437 .

<sup>2</sup> - القانون رقم: 10 - 05 مؤرخ في 05 رمضان عام 1431 الموافق 15 غشت 2010 يعدل ويتم الأمر رقم: 03 - 03 مؤرخ في: 19 جمادى الأولى 1424 الموافق 19 يوليو 2003 والمتعلق بالمنافسة

والمتتبع لحركات السوق يستكشف أن الأسواق التجارية تعمل في ظل تنظيم دقيق للعلاقات التجارية بين الأشخاص، تتحكم فيه قوى العرض والطلب لكل سلعة أو خدمة، ويختلف أسلوب تحديد سعر السلعة أو الخدمة والكمية المنتجة منها باختلاف أشكال الأسواق التي يمارس فيها نشاط هذه السلعة أو تلك الخدمة وهو ما يحدد جدوى الاحتكار وتأثيره في السوق محل التعامل<sup>1</sup>.

وفي الواقع لتحديد الممارسات الاحتكارية، فإن ذلك يمكن لمسه من خلال أشكال الأسواق الاقتصادية، والتي يمكن من خلالها التعرف على سوق الاحتكار، ويمكن الإشارة إليها من خلال المطالب التالية:

### المطلب الأول: سوق المنافسة الكاملة:

إذا كان لتطبيق سياسة المنافسة تأثيرا ايجابيا على تحرير الطاقات وبروز روح المبادرة وحرية المشروع، فعلى العكس من ذلك فإن سلوك المؤسسات لم يكن له الأثر المرجو في دفع المسار التنافسي، وعليه تم معاينة تشكل احتكارات خاصة، جاءت على أنقاض الاحتكارات القديمة للدولة خاصة في قطاع التوريدات، فاللجوء التعسفي لعقود الشراء الحصرية وتقاسم الأسواق ومناطق التموين، يوضح دون أي شك اختيار المؤسسات للسلوكيات البعيدة كلية عن التنافسية الاقتصادية والى الضغوطات التي تفرضها وتتطلبها شفافية الأسواق.

وبالرجوع لسوق المنافسة الكاملة فإنه يتجلى في الوضع الذي يكون فيه عدد البائعين والمشتريين من الكثرة بحيث لا يتحكم احدهم في الأسعار التي يتقاضها أو يدفعها، ويشترط لوجودها الشروط التالية.

- وجود عدد كبير جدا من البائعين والمشتريين وكل منهم يكون نسبة صغيرة إلى مجموع السوق، مما يجعل سعر السلعة مستقلا استقلال تاما عن تصرفات أي منهم منفردة<sup>2</sup>.
- تجانس المنتجات، وهذا يعني أن تكون وحدات السلعة التي ينتجها كل منتج متماثلة تماما مع الوحدات التي ينتجها المنتجون الآخرون، وينتج عن ذلك أن يكون سعر ذات السلعة موحدًا في السوق.
- العلم الكامل بأحوال السوق، أي أن يكون كل من المشتريين والبائعين على علم تام بالأسعار التي يعرضها المشترون والبائعون الآخرون بحيث يؤدي ذلك إلى أن يسود السوق سعر واحد للسلعة.
- عدم وجود اتفاق بين المتعاملين أي عدم وجود أي اتفاق بين البائعين أو المشتريين فيما بينهم بشأن تحديد السعر أو تحديد الكمية.

### المطلب الثاني: سوق المنافسة الاحتكارية:

<sup>1</sup> - حسين الماجي: "تنظيم المنافسة". الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، القاهرة 2003 ص 07 .

<sup>2</sup> - محمد خليل برعي: "مبادئ الاقتصاد". دار الثقافة العربية، القاهرة 1992 ص 309 .

تتميز سوق المنافسة الاحتكارية بقلة التجانس بين الوحدات المنتجة أو المبيعة لدى مختلف البائعين، كما أنها تفترض وجود عدد كبير من المنتجين يقومون بإنتاج سلعة متشابهة وليست متماثلة، ويستطيع كل منهم أن يحدد سياسته مستقلا عن سياسة الآخرين فلا يتأثر بهم ولا يؤثر في قراراتهم ويتفقد كل منتج في إغراء المستهلك بإيجاد فوارق حقيقية أو وهمية بين سلعته والسلع المنافسة لها، واهم الأسواق التي تمثل المنافسة الاحتكارية أسواق السيارات ومساحيق التجميل والتنظيف، والمواد الاستهلاكية ذات النطاق الأوسع<sup>1</sup>، وتعتبر سوق المنافسة الاحتكارية طابع الحياة الاقتصادية<sup>2</sup>.

وبالرجوع لنص المواد: 02 و 03 من القانون المتعلق بمكافحة المضاربة غير المشروعة نجد أن المشرع يعاقب عن ترويح أخبار أو أنباء كاذبة أو مغرزة عمدا بين الجمهور بغرض إحداث اضطراب في السوق ورفع الأسعار بطريقة مبالغتها وغير مبررة، كما تتولى الدولة في نطاق ذلك إعداد إستراتيجية وطنية لضمان التوازن على مستوى السوق... ومنع استغلال الظروف بغرض الرفع غير المبرر في الأسعار ولاسيما منها المواد الضرورية والمواد ذات الاستهلاك الواسع<sup>3</sup>.

ويكون السوق في حالة المنافسة الاحتكارية من جانب البائعين إذا توفرت الشروط التالية:  
أ- تعدد البائعين للسلعة:

بمعنى أنه يتم تقديم السلع إلى المستهلكين من طرف عدد كبير من البائعين، يتصرف كل منهم على أساس أن قراراته مستقلة عن قرارات غيره من البائعين، بحيث لا يكون له أي علاقة تأثير من طرف قرارات غيره من البائعين أي تصرفه يشبه تماما تصرف البائع في حالة المنافسة الكاملة.  
ب- عدم التجانس بين وحدات السلعة :

قد تختلف السلع من حيث التجانس بين بائع و غيره من البائعين انطلاقا من كيفية العرض، أو من حيث صلاحية هذه السلع لإشباع الحاجة أو لدرجة الإشباع التي تميز هذه السلعة عن غيرها، و يرجع عدم التجانس من وجهة نظر المستهلك إلى أسباب مختلفة، قد تكون في بعض الأحيان موضوعية "كاختلاف الجودة.." و غالبا ما تكون أسباب شكلية " صوري " نجح البائع في خلقها في ذهن المستهلك، عن طريق الدعاية و الإعلان عن السلعة مثلا بطريقة ناجحة، أو عن طريق جودة التغليف وحسن العرض " الاعتماد على فنون التسويق"، و قد تكون ناتجة عن المعاملة الحسنة للبائع.  
و نتيجة لعدم التجانس فإن هناك إمكانية تعلق مشتري معين بسلعة معينة التي يقدمها البائع "أ" مثلا دون غيره من البائعين، و نفس الشيء مع مشتري آخر الذي يفضل سلعة يقدمها البائع "ب" و هكذا

<sup>1</sup> - مرسوم تنفيذي رقم: 21 - 145 مؤرخ في 05 رمضان 1442 الموافق لـ 17 ابريل 2021 يحدد قائمة النشاطات التي تكتسي طابعا استراتيجيا.

<sup>2</sup> - حسين عمر: "اقتصاد السوق". دار الكتاب الحديث، القاهرة 1999 ص 66 .

<sup>3</sup> - القانون رقم: 21 - 15 مؤرخ في: 13 جمادى الأولى 1443 الموافق لـ 28 ديسمبر 2021 يتعلق بمكافحة المضاربة غير المشروعة

يصبح لكل بائع من البائعين سوقه الخاص الذي يضم المشتريين المرتبطين به، الذين يفضلون سلعته عن غيره، هذا الأمر الذي يعطي لهذا البائع نوعا من السلطة التي تشبه المحتكر لسلعة ما. من خلال ذلك يستطيع التحكم في ثمن سلعته في حدود معينة أو يخشى انصراف المشتريين عنه.

وهكذا نرى أن التعدد يعطي هذا السوق صفة من صفات سوق المنافسة، و عدم تجانس السلعة يعطي هذا السوق صفة من صفات سوق الاحتكار و من هنا كانت التسمية سوق "المنافسة الاحتكارية".  
**المطلب الثالث: سوق احتكار القلة:**

يتميز سوق احتكار القلة، بوجود عدد محدود من المنتجين أو البائعين للسلعة أو الخدمة، بحيث أن أي فرد منهم يستطيع أن يؤثر تأثير مباشر وفعالا على أحوال السوق وعلى غيره من المنتجين، ولذلك تتسم قرارات المتعاملين في مثل هذه السوق بنوع من الحذر الشديد، كما تتميز هذه السوق عادة بان يسودها نوع من الاتفاق "الكارتل" بين جميع المنتجين على إتباع سياسة واحدة. كما تتميز بالخصائص التالية:

#### أ/ من جانب البائعين

حيث أن الخاصية المميزة لهذا السوق، هي وجود عدد قليل من البائعين لسلعة ما، لكن لكل منهم دور بارز في تحديد الكمية و الثمن في السوق. و تختلف هذه الحالة عن حالة المنافسة التامة، كون الكمية من السلع التي يعرضها المنتج "البائع" لها وزن كبير على مستوى الإنتاج الكلي المعروض في السوق و بالتالي فالقرارات التي يتخذها تكون مرتبطة بقرارات الآخرين، لأن لكل منهم وزنه، و يمكن أن يؤثر في السوق بالزيادة أو بالنقصان في عرض الإنتاج، و بالتالي الانخفاض أو الارتفاع في السعر السائد في السوق، وتختلف هذه الحالة كذلك عن حالة الاحتكار المطلق، لأن في هذه الحالة لا يوجد بائع و بالتالي القرارات المتخذة تكون غير مستقلة عن قرارات الآخرين، فإذا أراد أحد البائعين أن يخفض من سعر لسلعة ما، أملا في الحصول على المزيد من العملاء، فإنه يعلم أن غيره من المنتجين سيأخذون قراراتهم بشأن الثمن الذي يطلبونه و الكمية التي يعرضونها، على ضوء ما أتخذ من قرارات، و لذلك فهم قد يعمدون إلى تخفيض الثمن بدورهم و يفسدون الهدف الذي كان يسعى إليه، أي أن كل بائع يتصرف على أساس أن لتصرفاته اثر على تصرفات غيره من البائعين و عادة ما يفترن هذا النوع من الأسواق بعدم وجود التجانس في السلعة بالمعنى الذي سبق تفصيله في حالة "المنافسة الاحتكارية".

#### ب- من جانب المشتريين :

الخاصية المميزة لهذا السوق أيضا، هي وجود عدد قليل من المشتريين لسلعة ما، فكل منهم دور مهم في تحديد الأسعار في السوق و ذلك لأن الكمية التي يطلبها كل واحد منهم تمثل جزءا معتبرا من الطلب الكلي، و يترتب على ذلك أن كل مشتري، لا يتخذ قراراته بشأن الثمن الذي يدفعه و الكمية التي يطلبها في معزل عن قرارات غيره من المشتريين، بل يدخلها في اعتباره، كما يفترض أن غيره من المشتريين يتصرفون على نفس الأساس، آخذين في حسابهم ما يتخذه هو من قرارات.

## المبحث الثاني: أشكال الممارسات الاحتكارية

إن أشكال الممارسات الاحتكارية تظهر من خلال التنافس المحموم الجلي بين رجال الأعمال والمتعاملين الاقتصاديين عموماً على تصريف منتجاتهم ووصولها إلى المستهلك بصرف النظر عن مدى مشروعية الوسائل التي يقومون بها، ضف إلى ذلك المحاولات اليومية للكيانات التجارية الضخمة للسطو على الكيانات الصغيرة التي تنافسها في نفس مجال نشاطها الاقتصادي واللجوء إلى كافة السبل والوسائل الاحتياطية لإخراجها من مجال المنافسة واستئثارها بالسوق دون منافس<sup>1</sup>.

تتطوي الممارسات غير التنافسية عموماً على مخاطر جسيمة ليست فقط على المستوى الاقتصادي، بل أيضاً على المستويين السياسي والاجتماعي، بحيث أن الشخص الذي يرغب في السيطرة على سوق منتج معين، مثلاً يلجأ في سبيل ذلك إلى اتخاذ جميع الوسائل الممكنة حتى يتخلص من المنافسين الموجودين في تلك السوق، وبالتوازي مع ذلك إلى وضع العوائق والعراقيل أمام ظهور مشروعات أخرى منافسة، ويتخذ ذلك عادة أشكالاً مختلفة، كالتسعير العدواني أو الإغراق أو التواطؤ... لكن ما أن يتم القضاء على المنافسة والاحتكار لهذه السوق، فإن هذا الشخص ذاته قد يعمل على تخفيض الإنتاج وزيادة الأسعار لتغطية خسارته وهامش ربحه، وربما كل ذلك قد يحدث دون أن يعير اهتماماً كبيراً لجودة المنتج.

إن من الخطأ تصور الاحتكار كظاهرة تقتصر على الصناعة والتجارة، بل إن الاحتكار يبدأ أول ما يبدأ في الأسرة الصغيرة حين يحتكر الأب أو الأم كل الحقيقة ويفرضون فتح باب النقاش، واستقبال الأفكار الشابة من أبنائهم، فتنشأ أجيال تؤمن بالأحادية، وما يترتب على ذلك من نقشي القهر والخضوع والامتثال. ثم تأتي المؤسسة التعليمية لتكرس التلقين ولا تعطي أي فرصة للبراعم الشابة أن تعبر عن نفسها أو أن تطور قدراتها الإبداعية في إطار الترويج للرأي الواحد والأسلوب الواحد الصحيح.

وبعد ذلك تأتي الحكومات فتفرض الحواجز الجمركية المرتفعة بحجة حماية الصناعة المحلية، فتوفر حماية مصطنعة لمؤسسات اقتصادية بعينها، فلا تجد هذه المؤسسات حافزاً لتحسين الإنتاجية والتماشي مع اقتصاديات السوق والوفاء باحتياجات المستهلك، باعتبار ذلك هو الهدف الرئيسي والوحيد في المجتمعات التي تتبنى حرية المنافسة.

إن مقتضيات قانون الاستهلاك تعتمد على مبدأ حماية المستهلك، ليس فقط لضمان حقوقه وسلامة صحته من الأخطار التي تنتج عن استعمال المواد أو المنتجات المعروضة عليه، وإنما تتجاوز هذا الدور إلى درجة تمكنه من الاستفادة من هذه الحقوق عن طريق الإجراءات التي تعكس رغبة المشرع في القضاء على بعض الممارسات التعسفية التي تصدر عن المهنيين للتأثير بشكل أو بآخر عليه<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - تيورسي محمد: المرجع السابق. ص 16

<sup>2</sup> - V. Bernés et Frison - Roche, le souci de l'effectivité de droit, Dalloz, 1996 Chronique 301

ويدفع المستهلكون ثمنًا باهظًا لتلك الحماية، ويصبح البائع هو المتحكم في السوق، وتتنحصر هموم المستهلك في الحصول على أي سلعة بأي مواصفات وأي ثمن، ففي ظل غياب البدائل والمنافسة تنخفض الإنتاجية، فيصبح منتهى أمل المستهلكين أن يحصلوا على السلع التي لا تكاد تفي باحتياجاتهم. وتتعدد الممارسات التي توصل إلى الاحتكار أو التي تحافظ على وجوده وترسيخه في الأسواق المختلفة وإن دلت جميعها على الأثرة والجشع وربطت بهدف واحد هو تحقيق أقصى ربح ممكن والسيطرة على الأسواق سيطرة تامة، ولا يتأتى ذلك إلا برفع أرقام المبيعات للمنشآت لأقصى قدر ممكن من خلال امتصاص معظم الطلب على السلعة أو الخدمة ولو أدى ذلك إلى القضاء على المنافسة الفعالة في الأسواق أو اثر سلبي في جودة السلعة أو الخدمة.

إن المؤسسات الاحتكارية تقوم بإتباع سياسات معينة بهدف فرض السيطرة على الأسواق وإقصاء المنافسين عن الدخول إلى حلبة المنافسة أو القضاء تماما على من يوجد منهم في ساحتها. وتتنوع هذه السياسات إلى وسائل سلمية وأخرى اعتدائية نجملها في النقاط التالية:

#### الوسائل السلمية:

قد يسلك المحتكرون وسائل سلمية لتحقيق أقصى الأرباح والاستحواذ على الأسواق ومحاربة المنافسين، ومن هذه الوسائل:

- **حبس الموارد:** قد تقوم المؤسسات الاحتكارية للوصول إلى مركز المحتكرو أو المحافظة عليه بحبس الموارد الأولية والإنتاجية عن المنافسين وعدم تمكينهم منها، مثل السيطرة على مصادر الموارد الأولية أو على مشروعات النقل أو غير ذلك مما هو لازم للعملية الإنتاجية.

وبالرجوع لقانون المضاربة ولاسيما المواد: 13 و14 منه نجد أن المشرع قد رصد عقوبات صارمة لمثل هكذا ممارسات بقوله: وإذا وقعت الأفعال المذكورة في المادة: 12 أعلاه على الحبوب ومشتقاتها أو البقول الجافة أو الحليب أو الخضر أو الفواكه أو الزيت أو السكر أو البن... تكون العقوبة الحبس من 10 سنوات إلى 20 سنة والغرامة من 2.000.000 دج إلى 10.000.000 دج.

وإذا ارتكبت الأفعال المذكورة في المادة: 13 أعلاه خلال الحالات الاستثنائية أو ظهور أزمة صحية طارئة أو تفشي وباء أو وقوع كارثة، فإن العقوبة تكون السجن المؤقت من 20 سنة إلى 30 سنة وغرامة من 10.000.000 دج إلى 20.000.000 دج

- **زيادة القوة الإنتاجية:** قد تلجأ المؤسسات الاحتكارية إلى زيادة قوتها الإنتاجية بقصد القضاء على صغار المنافسين، بحيث تصل كمية الإنتاج إلى حجم كبير بالنسبة للسوق، بحيث يجعل هذه المنشآت تنتج بتكلفة أقل، وتحت هذه الظروف تمتع المنشآت الصغيرة عن الدخول إلى السوق ومنافسة المنشأة الكبيرة. وفي هذا مخالفة للمبادئ المتعلقة بحرية التجارة والمنافسة.

- **تخفيض الأسعار:** من أهم وسائل القضاء على المنافسين، أن تقوم المنشأة بتخفيض أسعارها إلى أقل من تكلفة الإنتاج، على أن تتحمل الخسائر المترتبة على ذلك، وبعدها تستطيع رفع أسعارها

لتحقيق أرباح طائلة تعوضها الخسائر التي ترتبت على تخفيض الأسعار، وهذه الوسيلة لا يمكن إتباعها إلا إذا كانت المنشأة ذات وضع إنتاجي كبير ولديها القدرة على مواجهة الخسائر المتوقعة لخفض الأسعار، حتى يمكن لها إقصاء المنافسين لها من سوق المنافسة وتحقيق وضع احتكاري. رغم أن في هذه السياسة مخالفة لأحكام المادة 12 من القانون المتعلق بالمنافسة. والمادة 19 من القانون رقم 02/04 مؤرخ في 23 يونيو 2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

### الوسائل الاعتدائية:

قد لا تصلح الوسائل السلمية في تحقيق رغبات المحتكرين، فيتعدى الأمر إلى وسائل أخرى اعتدائية وهي:

- **التجسس:** حيث تقوم المؤسسات الاحتكارية بالتجسس على الطرق الإنتاجية للمنافسين وسرقة أسرارهم الفنية والعمل على حرمانهم من مزاياها.
- **تقليد المنتجات:** حيث يقوم المحتكر بتقليد منتجات المنافس، فيؤدي ذلك إلى ارتباك المستهلك في نوع السلعة، وقد يتعمد المحتكر جعل هذا التقليد بشكل رديء يوحى للمستهلك رداءة الصنف بحيث يفر منه وينصرف إلى منتجات أخرى. وهذا رغم الحظر القانوني على مثل هذه الممارسات والمنصوص عليه في المادتين: 26- 27 من القانون رقم 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.
- **حرمان المنافس من عماله:** قد يستغل المحتكر عمال منافسه وخاصة المهرة منهم، وذلك بإغرائهم بترك العمل عند منافسه والعمل لديه برفع أجورهم وإظهار بعض المزايا.
- **تسليط بعض محترفي الإجرام على المنافس:** فقد يلجأ المحتكر إلى وسائل اشد صرامة بتسليط بعض محترفي الإجرام على المنافس بالاعتداء عليه وإيذائه بدنيا أو نفسيا أو الاعتداء على منشأته.

ويمكن رصد أشكال الممارسات الاحتكارية فيما يلي:

### - عمليات حرق الأسعار:

وهي عبارة عن بيع السلع بأسعار تقل عن سعر التكلفة لخلق وضع احتكاري بالسوق؛ حيث تقضي على صغار المنافسين الذين لا يستطيعون الصمود والاستمرار.

### - الاندماج والاستحواذ:

وهو أن تقوم مجموعة من الشركات المتنافسة بالاندماج معاً، أو أن تستحوذ إحدى الشركات على البعض الآخر بشراء أسهمها أو ملكيتها. وقد يكون من الضرورة القيام بمثل تلك الخطوات حتى تتم غرابة السوق وقيام كيانات أكبر ذات قدرة إنتاجية وتسويقية أضخم، بما يسمح بالوصول إلى الحجم وزيادة الكفاءة الإنتاجية والتسويقية والإدارية، وهو ما يدعم قدرة الشركات الوطنية على مواجهة الشركات متعددة الجنسيات.

ولكن يجب ألا يأتي هذا على حساب المستهلك، فإن كان حقاً الغرض من تلك الاندماجات تعظيم الكفاءة، فلا بد أن ينعكس هذا على انخفاض التكلفة، ويجب أن يلمس المستهلك ذلك في انخفاض الأسعار.

- إبرام اتفاقيات بين المتنافسين بصورة معلنة أو سرية أو وجود اتفاقات ضمنية:

يقصد بالاتفاقات الاقتصادية المقيدة للمنافسة: " كل تنسيق في السلوك بين المشروعات أو أي عقد أو اتفاق ضمني أو صريح، وأياً كان الشكل الذي يتخذه هذا الاتفاق إذا كان محله أو كانت الآثار المترتبة عنه من شأنها أن تمنع أو تقيد أو تحرف المنافسة".<sup>1</sup>

هناك اتفاقات أفقية بين المتنافسين بغرض قصر المنافسة فيما بينهم فقط، ومن أخطرها الاتفاقات التي تتعلق بتثبيت السعر أو خفض أو رفع الأسعار، حيث أن السعر هو العنصر التنافسي الرئيسي في السوق، أو قد تلجأ مجموعة من المنتجين إلى تخفيض الإنتاج، وهو ما يؤدي إلى خلق حالة مصطنعة من نقص المعروض من السلعة في السوق، وذلك بغرض رفع سعرها.

لقد تصدى المشرع لمثل هذه الممارسات بنص المادة: 06 المعدلة للمادة: 23 من القانون 04 - 02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات الاحتكارية المعدل والمتمم بقوله: " تمنع الممارسات والمناورات التي ترمي لاسيما إلى:

- القيام بتصريحات مزيفة بأسعار التكلفة قصد التأثير على هوامش الربح وأسعار السلع والخدمات المحددة أو المسقفة

- إخفاء الزيادة غير الشرعية في الأسعار

- عدم تجسيد اثر الانخفاض المسجل لتكاليف الإنتاج والاستيراد والتوزيع على أسعار البيع والإبقاء على ارتفاع أسعار السلع والخدمات المعنية

تشجيع غموض الأسعار والمضاربة في السوق

ونص في المادة: 07 أيضا من ذات القانون المعدلة للمادة 36 على: " تعتبر ممارسات أسعار غير شرعية كل مخالفة لأحكام المواد: 22 و 22 مكرر و 23 من هذا القانون ويعاقب عليها بغرامة من 20.000 دج إلى 10 ملايين دينار جزائري

كما نص في المادة: 25 من ذات القانون على: " يمنع على التجار حيازة.... مخزون من المنتجات بهدف تحفيز الارتفاع غير المبرر للأسعار.

- اتفاق عدد من المنافسين على تقسيم السوق إلى مناطق معينة:

يحدث هذا النوع من الاتفاق، وفقاً للمبيعات أو وفقاً لأماكن وجود المستهلكين، كما يدخل التمييز سعري من ضمن حالات الممارسات الاحتكارية.

<sup>1</sup> - لينا حسن زكي: الممارسات المقيدة للمنافسة والوسائل القانونية اللازمة لمواجهتها. رسالة دكتوراه، جامعة حلون مصر

### المبحث الثالث: الآثار المترتبة على الاحتكار

إن سياسة المنافسة تتجسد في كل ما تصدره الدولة من تشريعات وإجراءات إدارية تؤثر مباشرة على سير السوق، وتشمل على الخصوص نوعين من التشريعات:

- نوع يسعى إلى تحرير التجارة وتسهيل الدخول إلى الأسواق والخروج منها ( وذلك بإزالة الحواجز والصعوبات التي تعترض المستثمرين المحليين أو الأجانب كالتراخيص والتعقيدات البيروقراطية، الحواجز الجمركية...) بالإضافة إلى توفير البيئة التي تساعد على زيادة مرونة حركة العمالة وسلامتها، وكذا تشجيع الإقبال على عملية المنافسة بإزالة كل صعوبات التمويل من جهة والحد من الاستخدام المفرط لسياسات الدعم والإغراق من جهة ثانية.

- نوع يسعى للتصدي لكل ما من شأنه مناهضة هذه الغاية والحيلولة دون حصولها ( كالقواعد التي تحد من الممارسات الاحتكارية، التركزات والاندماجات...)

إن من أبرز الأهداف التي ترمي قواعد المنافسة عند إصدارها على أعمالها، الحد من ظهور قوى اقتصادية احتكارية تكون لها السيطرة على السوق وما يترتب عنها من نتائج وخيمة، إن على المشروعات المتوسطة والصغيرة خاصة أو على المستهلك، فنجد المشرعين يرسدون تحركات هذه المشروعات الضخمة أحيانا بحظر سياسة الاندماج، سعيا منهم لتشتيت أو توزيع هذه القوى، وأحيانا أخرى بدعم وحماية المشروعات المتوسطة والصغيرة وتوفير فرص المنافسة المعقولة.<sup>1</sup>

يذهب المدافعون عن الاحتكار إلى انه على الرغم من المركز الاحتكاري الذي يحققه المحتكر في السوق، إلا أن ذلك لا يعني أن له سلطة مطلقة في تحديد الأسعار التي يبيع بها سلعته لأسباب متعددة، وعلى حد قولهم<sup>2</sup>، لا يستطيع المحتكر تصريف إلا ما يريد المستهلك شرائه، أي أن رغبة المحتكر في الحصول على اعلي ربح لا بد أن ترتبط بإرادة المستهلك ورغبته في الحصول على السلعة أو الخدمة. وهناك عدة أسباب تحول دون حرية المحتكر في فرض سعر معين يحقق له أقصى الأرباح هذه الأسباب هي:

- قد يتعذر على المحتكر تقدير الثمن الذي يحقق له أقصى الأرباح لجهله بالحد الذي يحقق له ذلك عندما لا يكون لديه فكرة تفصيلية لما ستكون عليه حالة الطلب على السلعة عند كل سعر يضعه أو يختاره.

- قد يرغب المحتكر في الحد من المنافسة بان يكتفي بقدر معقول من الأرباح في حالة تخوفه من منافس جديد في السوق يشاركه الأرباح التي يحققها عند رفعه للأسعار، لذا يلجأ المحتكر غالبا

<sup>1</sup> - تيورسي محمد: المرجع السابق. ص 67

<sup>2</sup> - محمد متولي محمد عبد الجواد: "المنافسة والاحتكار بين الشريعة والاقتصاد". رسالة دكتوراه، كلية الشريعة والقانون، جامعة الأزهر، القاهرة 1979 ص 300 .

إلى تحديد عرض إنتاجه عند حد معين يكون أكثر ربحية ولا يشجع أفراد آخرين على الدخول في السوق كمنافسين، فإذا لم يقنع المحكر بأرباح معقولة فإنه يغري آخرين في الدخول في السوق فيتحول السوق من سوق احتكارية إلى سوق منافسة تهبط معه الأسعار.

- قد يتأثر الطلب على السلعة أو الخدمة عند رفع الأسعار، لان رفع السعر قد يحجم كثيرا من المستهلكين عن شراء السلعة أو الانتفاع بالخدمة فيلجأ المحكر إلى عرض يحقق له أقصى ربح، وذلك بعرض كمية تتناسب مع السعر الذي يطلبه فلا يفرض إلا ما يجد له قبولا عند المستهلكين.

ورغم آراء المدافعون إلا أننا نؤكد على أن المحكر يتمتع بسلطة احتكارية تمنحه قوة يتحكم من خلالها في عرض سلعته بالطريقة التي تساعد في بيع اكبر الكميات وبالثمن الذي يقبل عليه المستهلكون أو أن يبيع كميات قليلة يتحكم هو في عرضها بثمن مرتفع جدا يحقق له أقصى الأرباح مستغلا في ذلك سيطرته وقدرته في السوق وبخاصة إذا لم يكن هناك من ينافسه في الإنتاج وبيع السلعة أو الخدمة التي يحتكرها.

ولا يقتصر خطر الاحتكار على أفراد المستهلكين فقط وإنما يؤثر على المنافسة المشروعة وعلى المجتمع بكامله، وفيما يلي نجمال هذه الآثار في المطالب التالية:

#### المطلب الأول: آثار الاحتكار على المنافسة المشروعة:

يؤثر الاحتكار تأثيرا مباشرا على المنافسة المشروعة وكذلك على حرية التجارة والصناعة، وذلك من خلال الأوجه التالية:

- يؤدي الاحتكار إلى قتل روح المنافسة البناءة، فيكون ذلك سببا في عدم إتقان وتحسين المنتجات لمواكبة التطور، وذلك لان المحكر لا يقوم بإتباع الطرق الحديثة في الإنتاج إلا إذا كانت مصلحته تتطلب ذلك. وفي هذا إخلال بمبدأ المطابقة في المنتجات والرغبات المشروعة للمستهلك والمنصوص عليهم في المادة 11 من القانون رقم 03/09 مؤرخ في 29 صفر 1430 الموافق 25 فبراير 2009 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

- تقضي الاحتكارات على صغار المنتجين والتجار، لان المحكر غالبا ما يمارس أساليب معينة يقصد من ورائها إقصاء المنافسين له في السوق خاصة صغار التجار والمنتجين. وفي هذا مخالفة لنص المادة 07 من القانون المتعلق بالمنافسة.

- يقوم المحكر بالتحكم في عرض سلعته بالكمية التي تحقق له أقصى ربح ممكن، ويمكن له أن يضع السوق في حالة عجز مستمر بعدم عرضه لمنتجاته بالكامل حتى يتمكن من بيعها بأعلى كثيرا من السعر الطبيعي، مما يؤدي إلى إعاقة حرية التجارة وإهدار المنافسة المشروعة.

#### المطلب الثاني: آثار الاحتكار على المستهلك

لاشك أن الاحتكار يخلف أضرارا بالغة على المستهلك<sup>1</sup>، لأن المحتكر يمتص أرباحه التي يصبو إلى تحقيقها من دم المستهلك، ويمكن إيجاز تلك الآثار في الأوجه التالية:

- يؤدي الاحتكار إلى استغلال المستهلك، لأن المحتكر يلجا إلى رفع الأسعار وخفض الكميات المعروضة من منتجاته للحصول على أقصى الأرباح بما يؤدي إلى حرمان جزء كبير من جمهور المستهلكين من سلعة يحتاجون إليها كليا أو جزئيا فيضطرون إلى الضغط على استهلاكهم من سلع أخرى ليوفروا من الإنفاق عليها ما يتيح لهم استمرار استهلاك السلعة الضرورية التي ارتفع سعرها. وفي هذا إضرار بمصالح المستهلك المادية، والمنصوص عليها في المادة 19 من القانون رقم 03/09 مؤرخ في 29 صفر 1430 الموافق 25 فبراير 2009 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

- يحد الاحتكار بشدة من الاختيارات المتاحة للمستهلك ويحول دون تطور الإنتاج وتطبيق التكنولوجيا الحديثة، ولذا يحرم المستهلك من مواكبة التطور في إشباع حاجاته ، ففي غياب الاحتكار يمكن للمستهلك أن يتخير السلعة أو الخدمة التي تتناسب مع دخله وذوقه، أما في حالة الاحتكار فليس أمام المستهلك سوى الشراء من المحتكر أو عدم الشراء، بالإضافة إلى أن المحتكر قد يلجا إلى تحميل المستهلك سلعة غير مرغوبة فوق سلعة يحتكرها استغلالا لحاجة المشتري للسلعة الأخيرة، وغالبا ما يسبب هذا استياء المشتري وإحساسه بوقوعه ضحية للاستغلال بحمله سعر سلعة لا يرغب فيها<sup>2</sup>. رغم أن المشرع حظر مثل هذه الممارسات في نص المادة 17 من القانون رقم 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

كما أن نقص الاختيارات المتاحة للمستهلك تؤدي إلى خضوعه لما يمليه عليه المحتكر من شروط أو من سعر وبخاصة إذا لاقت السلعة أو الخدمة ضرورة في نفس المستهلك.

- تتوزع الموارد في ظل الاحتكار حسب رغبات المحتكر وليس حسب رغبات المستهلك، وذلك لأن المحتكر يتحكم في توزيع هذه الموارد طبقا لما تحققه من طموحات لصالحه دون النظر إلى مصلحة المستهلك، ولذلك يرى أنصار الرأسمالية والاقتصاد الحر أن ذلك يتنافى مع مبادئ الديمقراطية الاقتصادية التي يجب أن توجه الاقتصاد إلى خدمة المستهلك<sup>3</sup>.

### المطلب الثالث: آثار الاحتكار على المجتمع

إذا كان الاحتكار يؤثر تأثيرا مباشرا على المستهلكين وصغار المنتجين، وهم أفراد من المجتمع، إلا أن ذلك لا يجعلنا نغفل الأضرار التي تلحق بالمجتمع بصفة عامة من وراء الاحتكار، والتي تمثل

<sup>1</sup> - يقصد بالمستهلك كل شخص طبيعي أو معنوي، سواء كان تاجر أو غير تاجر يتعاقد بقصد إشباع حاجاته الشخصية أو العائلية أو للحصول على سلع أو خدمات لقاء مقابل مادي". انظر في هذا المعنى: حمد الله محمد حمد الله: "حماية المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك". دار الفكر العربي، القاهرة 1997 ص 34 .

<sup>2</sup> - محمد أنور حامد علي: "المرجع السابق". ص 147 .

<sup>3</sup> - محمد متولي محمد عبد الجواد: "الرسالة السابقة". ص 300 .

- نتيجة مباشرة لما يسببه الاحتكار من إعاقة المنافسة المشروعة وحرية التجارة المنشودتين للنهوض بمصالح المجتمع، ويمكن في الإجمال الإشارة إلى هاته الأوجه في النقاط التالية:
- يؤدي الاحتكار إلى إشاعة القلق الاجتماعي والتفاوت بين طبقات المجتمع، وذلك لتركز الثروات في أيدي فئة قليلة من المحتكرين الذين يتحكمون في مصير العامة من الناس، وهذا بدوره يؤدي إلى خلق طبقة من المترفين وطبقة من الكادحين.
  - تعمل الاحتكارات على إثارة الاضطرابات، وذلك عن طريق إخضاع الإدارة الحكومية لأغراضها الاحتكارية بمختلف الوسائل، كالرشوة والتهديد والمعارك الانتخابية، وكذلك بالتحكم في العمال والموردين بما يعود على المحتكرين بالأرباح الطائلة.
  - تزيد الاحتكارات من الأزمات الاقتصادية، إذ تعمل أثناء الكساد على خفض إنتاجها والإبقاء على الأسعار في نفس المستوى الذي يحقق أكبر عائد من الأرباح، مما يؤدي إلى تزايد البطالة وانتشارها وبخاصة إذا لجأ المحتكر إلى استخدام تكنولوجيا موفرة لعنصر العمل ويؤدي ذلك إلى عواقب اجتماعية سلبية على تلك الفئة وأسرها بصورة مباشرة وعلى المجتمع بأسره بشكل غير مباشر.

#### الخاتمة:

في الأخير يمكننا القول انه بالرغم من أن التعديلات القانونية الجديدة تتضمن آليات قد تعطي الدولة حق التدخل في حالات الارتفاع غير المبرر وغير الطبيعي، خاصة بالنسبة لبعض المواد الإستراتيجية من خلال تثبيت استقرار السوق عن طرق تأطير هوامش الربح وأسعار السلع والخدمات الضرورية، وذات الاستهلاك الواسع، وكذا القضاء على احد أشكال المضاربة، فان ذلك كله لن يتأتى إلا بتفعيل مجلس المنافسة الذي يعد الضامن الأساسي لفاعلية الآليات الأخرى المساعدة.

ومما لا شك فيه أيضا أن قانون المنافسة في مجمله يهدف إلى إتاحة الفرص كاملة أمام حرية التجارة وحماية الأسواق من الممارسات الاحتكارية في إنتاج أو استيراد السلع والخدمات أو من قيام تكتلات لرفع الأسعار أو التحكم فيها بوجه عام، والى وضع ضمانات لحصول المستهلك على أفضل السلع والخدمات بأفضل الأسعار، ولذلك اشتمل على حظر كل الممارسات والأعمال التي يكون من شأنها الإضرار بحرية المنافسة بتقييدها أو الحد منها، وهو ما تأخذ به احرص الدول على الحرية الاقتصادية في العالم.

وتجدر الإشارة إلى انه ليست كل الأزمات والاختناقات السلعية وذبذبات الأسعار التي قد تحدث في الأسواق يكون سببها الوحيد هو الاحتكار، فقد ترجع إلى عدة أسباب أخرى منها الخلل الهيكلي في الإنتاج المحلي وعدم كفاية الناتج الوطني وقصور أجهزة التسويق والتوزيع وتفاوت الدخول والكساد الناتج

عن ضعف القدرة الشرائية والسياسات المالية والانكماشية المتبعة للإصلاح الاقتصادي، وهي كلها أسباب تدفع السوق الوطني إلى الاضطراب وعدم الاستقرار .

ولمنع الممارسات الاحتكارية نقترح إتباع السياسات التالية:

- العمل على ضمان حرية الدخول إلى الأسواق، وذلك بعدم قصر الدخول إلى أنشطة معينة على قطاع بعينه كقطاع الأعمال العام فقط والعمل على تنمية وتشجيع القطاع الخاص.
- مراقبة السوق الوطنية وتوجيه سلوك المشروعات في الأسواق لنقادي قيام احتكارات وممارساته الضارة والعمل على ضبط الأسعار بإزالة كافة الاختلالات والتشوهات في الأسعار الناتجة عن اتجاهات التركيز وإعطاء إشارات اقتصادية واضحة للأسواق تمكن من توقع السياسة الاقتصادية الدولية واستمرارية السياسات المتبعة وعدم اللجوء إلى التغيرات المستمرة والمفاجئة.
- العمل على رفع كفاءة الكفاءات البشرية المتاحة عبر تدعيم عمل المؤسسات التعليمية وربطها بالأنشطة الإنتاجية وتطوير عمل مؤسسات التعليم عن بعد وتحسين الأطر المحيطة بعمل آليات السوق، مثل تحسين نظم المعلومات حول تطور الأسعار وتطوير أسواق الأوراق المالية.
- تفعيل دور الرقابة الشعبية عن طريق إنشاء وتطوير جمعيات حماية المستهلك والعمل على تفعيل دور هذه الجمعيات، بحيث تكون قادرة على التصدي لأي ممارسة احتكارية، وذلك من خلال التوعية والرقابة الشعبية على السلع والخدمات.
- تفعيل وتشجيع مساهمة المجتمع المدني ووسائل الإعلام في ترقية الثقافة الاستهلاكية وتنشيط عملية ترشيد التوعية بهدف عقلنة الاستهلاك وعدم الإخلال بقاعدة العرض والطلب لاسيما في الأعياد والمواسم والحالات الاستثنائية وتلك الناجمة عن أزمة صحية طارئة أو تفشي وباء أو وقوع كارثة.

## قائمة المصادر والمراجع:

### التشريعات:

- الأمر رقم 03/03 مؤرخ في 19 يوليو 2003 يتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم بالقانون رقم: 10 - 05 مؤرخ في: 5 رمضان 1431 الموافق لـ 15 غشت 2010
- قانون رقم 02/04 مؤرخ في 23 يونيو 2004 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.
- قانون رقم 03/09 مؤرخ في 29 صفر 1430 الموافق لـ 25 فبراير 2009 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم
- المرسوم التنفيذي رقم: 16 - 66 مؤرخ في : 07 جمادى الأولى 1437 الموافق لـ 16 فبراير 2016 يحدد نموذج الوثيقة التي تقوم مقام الفاتورة وكذا فئات الأعوان الاقتصاديين الملزمين بالتعامل بها
- قانون رقم: 21 - 15 مؤرخ في 13 جمادى الأولى 1443 الموافق لـ 28 ديسمبر 2021 يتعلق بمكافحة المضاربة غير المشروعة

– مرسوم تنفيذي رقم: 21 – 145 مؤرخ في 05 رمضان 1442 موافق لـ 17 ابريل 2021 يحدد قائمة النشاطات التي تكتسي طبعاً استراتيجياً

### المراجع:

### المؤلفات:

- حمد الله محمد حمد الله: "حماية المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك". دار الفكر العربي، القاهرة 1997
- حسين الماجي: "تنظيم المنافسة". الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، القاهرة 2003
- حسين عمر: "اقتصاد السوق". دار الكتاب الحديث، القاهرة 1999
- محمد خليل برعي: "مبادئ الاقتصاد". دار الثقافة العربية، القاهرة 1992
- محمد أنور حامد علي: "حماية المنافسة المشروعة في ضوء منع الاحتكار والإغراق". دار النهضة العربية، القاهرة 2006

### المقالات:

- احمد عبد الرحمان الملحم: "الاحتكار المحظور ومحظورات الاحتكار في ظل نظرية المنافسة التجارية". مجلة القانون والاقتصاد، جامعة القاهرة، العدد 63 سنة 1993

### الرسائل:

- محمد متولي محمد عبد الجواد: "المنافسة والاحتكار بين الشريعة والاقتصاد". رسالة دكتوراه، كلية الشريعة والقانون، جامعة الأزهر، القاهرة 1979
- لينا حسن زكي: "الممارسات المقيدة للمنافسة والوسائل القانونية اللازمة لمواجهتها". رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة حلوان مصر 2004

### المراجع الأجنبية:

- V. Bernés et Frison – Roche, le souci de l'effectivité de droit, Dalloz, 1996 Chronique 301