
THE PRINCIPLE OF PRICEFREEDOM AS A MECHANISM FOR MARKET CONTROL UNDER ALGERIAN LEGISLATION

Dr. Antar Hadidi¹

¹Faculty of Law and Political Sciences, University of Lounisi Ali, Blida 2,
Specialization Business Law, Member of the research team:
Legislative dedication to protecting the national market in the service of
economic development (Algeria).

The E-mail Autor: ea.hadidi@univ-blida2.dz

Received: 09/2023

Published: 02/2024

Abstract:

The principle of price freedom as a mechanism for market control under Algerian legislation, particularly competition law, is an imperative of the principles of capitalist regulations. The State does not preclude the possibility of intervening and imposing restrictions on it to achieve the very social realization it has adopted.

Based on this, the axes of this paper were formed to raise this problem: According to the Algerian legislature, when enshrining the principle of freedom of prices, is the control and regulation of the market in the service of economic development?

To become familiar with the topic, the study was divided into basic researchers:

First: Enshrining the principle of price freedom.

Second: Restrictions on the principle of free prices are consumer protection.

Keywords: Freedom of prices; Freedom of competition; Consumer protection; Market control.

مبدأ حرية الأسعار كآلية لضبط السوق في ظل التشريع الجزائري

د. عنتر حديدي¹

¹كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة لونيبي علي البليدة 2، التخصص قانون الأعمال، عضو فرقة البحث: التكريس التشريعي لحماية السوق الوطنية خدمة للتنمية الاقتصادية (الجزائر).

ملخص:

إنّ التأكيد على مبدأ حرية الأسعار طبقا للقانون الجزائري لا سيما قانون المنافسة، بوصفه من مستلزمات مبادئ الأنظمة الرأسمالية، لا ينفى عن الدولة إمكانية أن تتدخل وتفرض قيودا عليه تحقيقا للغاية الاجتماعية التي تبنتها.

تأسيسا على هذا، تشكلت مفاصل هذه الورقة البحثية، لتطرح هذه الإشكالية:

هل وفق المشرع الجزائري - عند تكريسه لمبدأ حرية الأسعار - في ضبط وتنظيم السوق خدمة للتنمية الاقتصادية؟

لأجل الإلمام بالموضوع، تم تقسيم الدراسة إلى مبحثين أساسيين:

المبحث الأول: تكريس مبدأ حرية الأسعار.

المبحث الثاني: القيود الواردة على مبدأ حرية الأسعار حماية للمستهلك.

الكلمات المفتاحية: حرية الأسعار؛ حرية المنافسة؛ حماية المستهلك؛ ضبط السوق.

مقدمة:

يهدف قانون المنافسة انطلاقا من مادته الأولى إلى حماية المنافسة وضمان السير الحسن للسوق وتحقيق الفعالية، هذه الأخيرة تعني جودة المنتج بأفضل الأسعار والمواصفات، وبأن أسعار السلع تتحدد بشكل تلقائي حسب قانون العرض والطلب، وتقلب ارتفاعا وانخفاضاً بحسب التفاوت بين السلع

المعرضة للبيع وإقبال المستهلكين على اقتنائها، وقد تقع بعض الاختلالات لكن سرعان ما تصحح بحسب قوى السوق دون أي تدخل من خارجه.

ولكن إطلاق حرية التجارة دون تحديد الأسعار وحماية المستهلكين من الارتفاع المتزايد للأسعار يؤدي إلى احتكار السلع من طرف جهة معينة، وقد يتوافق تجار سلعة معينة أو منتجي خدمة من الخدمات على سعر معين ويكون مضرا بالمستهلك، ومثل هذه الحالات تستدعي تدخلا للدولة لضبط الأسعار وحماية المستهلك من الارتفاع الكبير الذي يضر بقطاع عريض منهم، لا سيما في السلع والخدمات الأساسية التي تقوم عليها حياة الناس.

تأسيسا لما سبق تتمحور إشكالية هذا البحث حول:

• هل وفق المشرع الجزائري عند تكريسه لمبدأ حرية الأسعار في ضبط وتنظيم السوق خدمة للتنمية الاقتصادية؟

لأجل الإلمام بالموضوع وجميع تشعباته، تم تقسيم الدراسة إلى مبحثين أساسيين.

تم التطرق في المبحث الأول: إلى تكريس مبدأ حرية الأسعار كأصل ضمن مطلبين، يتناول المطلب الأول: مراحل تكريس مبدأ حرية الأسعار في القانون الجزائري، والمطلب الثاني: شفافية الأسعار لتدعيم مبدأ حرية الأسعار.

وتناولت في المبحث الثاني: إلى القيود الواردة على مبدأ حرية الأسعار لحماية للمستهلك ضمن مطلبين: يتناول المطلب الأول: تدخل الدولة في تسعير السلع والخدمات الضرورية.

والمطلب الثاني: المخالفات والجزاءات الماسة بتقنين الأسعار.

المبحث الأول: تكريس مبدأ حرية الأسعار في التشريع الجزائري

يعد مبدأ حرية الأسعار من أهم ركائز ومقومات مبدأ المنافسة لذا كان لزاما على المشرع تنظيم الإطار القانوني يتمشى والنظام الليبرالي المعتمد، وإعطاءه عناية وأهمية خاصة إذ يعد العنصر المحرك في العملية التنافسية.

وفي سبيل تكريس شفافية ونزاهة أكبر للممارسات التجارية، وضمانا لاقتصاد السوق لم يتأخر المشرع عن تأطير نظام الأسعار، هذا الأخير يتحكم فيه عاملين أولهما درجة المنافسة السوق وثانيهما مدى تدخل الدولة في هذا السوق وفق منهجها إلى منهجها الاقتصادي.

استنادا على ما سبق فإن تكريس مبدأ حرية الأسعار قد مر بمجموعة من المراحل والتعديلات الواردة على تنظيم الأسعار (المطلب الأول)، وحتى يتم التكريس الفعلي لهذا المبدأ كان لزاما تدعيمه من خلال تحقيق شفافية الأسعار (المطلب الثاني).

المطلب الأول: مراحل تكريس مبدأ حرية الأسعار في التشريع الجزائري

تتدرج عملية تحرير الأسعار في إطار بناء اقتصاد السوق من خلال التخفيف من حجم تدعيم الدولة للأسعار، لأسباب سياسية اجتماعية ولتقادي أخطار التضخم¹؛ لذلك فإن المتتبع للقانون الجزائري سيجد أنه وقبل تكريس وإقرار مبدأ حرية الأسعار قد مرت المنظومة التشريعية الخاصة بالأسعار بمراحل مختلفة.

- مرحلة التحديد الإداري للأسعار من الاستقلال إلى غاية 1989

-مرحلة التحرير الجزئي للأسعار. الممتدة من 1989 إلى غاية 1995

- مرحلة تكريس مبدأ حرية الأسعار من 1995 إلى يومنا هذا.

الفرع الأول: مرحلة التحديد الإداري للأسعار الممتدة من الاستقلال إلى غاية 1989.

في هذه المرحلة التي اختارت فيها الدولة الفتية منهاجها ومذهبها الاقتصادي- الاشتراكي- ولكي يساير ذلك وينتطبق مع سياستها، أصدرت مجموعة من التشريعات والتنظيمات المتعلقة بالأسعار، تتبنى التحديد الإداري كأصل عام.

¹- فزليوي صليحة، " سلطات الضبط المستقلة، آلية انتقال الدولة من الدولة المتدخلة إلى الدولة الضابطة"، مداخلة من الملتقى الوطني لسلطات الضبط في المجال الاقتصادي والمالي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بجاية، أيام:23/24/ماي 2004.

لقد تجسد التوجه نحو الأسلوب الإداري بصدور الأمر رقم: 37/74 المتعلق بالأسعار وقمع المخالفات الخاصة بتنظيم الأسعار²، والذي تضمن شروط ومبادئ تحديد الأسعار، كما قام بتعداد الهيئات التي يمكنها إصدار المقررات المتعلقة بتحديد أسعار جميع المنتجات الصناعية والزراعية وجميع الخدمات عند الإنتاج، وكذلك إذا اقتضى الأمر في جميع أطوار التوزيع ونص على إلزامية نشر المقررات والأسعار وإعلام المستهلك بها، كما تضمن الأمر تصنيف الأسعار إلى أسعار ثابتة، أسعار قارة. والمتفحص لثنايا نصوصه يجد أنه لم يتطرق لا إلى المنافسة الحرة ولا إلى حرية الأسعار، تم إلغاء هذا الأمر بمقتضى القانون رقم: 12/89 المؤرخ في 05 جويلية 1989³ الذي يهدف إلى تحديد شروط تكوين أسعار السلع والخدمات والقواعد العامة لتسيير الأسواق وتنظيم الاقتصاد بواسطة الأسعار.

الفرع الثاني: مرحلة التحرير الجزئي للأسعار من 1989 إلى 1995

يعتبر القانون رقم: 12/89 المتعلق بالأسعار الخطوة الأولى لتحرير الأسعار في الجزائر حيث كرس حرية الأسعار استنادا إلى المادة 03 منه التي نصت "يخضع نظام الأسعار وإعداد التنظيم الخاص بهما إلى المقاييس التالية: حالة العرض والطلب..."⁴

إذ يسعى هذا النظام الجديد إلى تنظيم السوق الوطني بما يتماشى والنظام الليبرالي مع احتوائه في نفس الوقت على سمات التشريعات السابقة.

لقد وضع القانون رقم: 12/89 نظامين لوضع الأسعار هما:

النوع الأول: الأسعار المقننة

والذي يسمح للتدخل المباشر للسلطات العمومية المركزية، التحكم المركزي عن طريق وزارة التجارة⁵.

النوع الثاني: الأسعار الحرة.

² - الأمر رقم 37/74 المؤرخ في 29 أبريل 1974، يتعلق بالأسعار وقمع المخالفات الخاصة بتنظيم الأسعار

³ - القانون رقم 12/89 المؤرخ في 05 جويلية 1989، المتعلق بالأسعار، الجريدة الرسمية عدد 29 المؤرخة في 19 جويلية 1989.

⁴ المادة 03 من القانون رقم: 12/89 مرجع سابق.

⁵ - Miloudi Boubaker, la distribution en Algérie O.P.U, Algérie, 1994, p144.

اكتفى المشرع بتقديم تعريف سلبي لنظام الأسعار الحرة حيث أنها تطبق على جميع السلع والخدمات غير المقننة أي التي يشملها التنظيم صراحة⁶.

إن أهم ما يمكن استنتاجه من خلال القانون رقم: 12/89 أنه جاء بالأسعار المقننة كمبدأ والأسعار الحرة كاستثناء، فالمشرع من خلال هذا القانون قد بدأ بالانتقال التدريجي والتحرير الجزئي للأسعار بمعنى الانتقال التدريجي من الأسعار المقننة إلى الأسعار الحرة، مهياً الأرضية للانتقال من النظام الموجه إلى النظام الحر.

كما حدد القانون السلطات التي يمكنها أن تتدخل في مراقبة تكوين الأسعار، وأن تضمن النص رغبة في خلق جو المنافسة⁷، إلا أنه كان لزاماً لمسايرة التحول إلى النهج الليبرالي أن تقوم الدولة بتحرير الأسعار والتي تكرست بصدور الأمر رقم: 06/95 المؤرخ في 25 يناير 1995⁸ والذي جاء بغرض تنظيم المنافسة الحرة.

الفرع الثاني: مرحلة تكريس مبدأ حرية الأسعار من سنة 1995 إلى يومنا هذا

جاء الأمر رقم: 95-06 المؤرخ في 25 جانفي 1995 المتعلق بالمنافسة، بغرض تنظيم المنافسة الحرة، فمن خلال الفصل الأول من الباب الثاني المتضمن مبادئ المنافسة تحت عنوان "حرية الأسعار" نصت المادة الرابعة منه على "تحدد بصفة حرة أسعار السلع والخدمات اعتماداً على قواعد المنافسة..."⁹

فالملاحظ أن المادة جاءت بشكل صريح مكرسة مبدأ حرية الأسعار ومن ثم التحرير الحقيقي لها، إلا أن مقاييس تحرير الأسعار في ظلها اختلفت عما كانت عليه في 1989. لأنه أول قانون ينص بصورة جلية وصريحة على مبدأ حرية الأسعار، و أيضاً من خلال هذا القانون أراد المشرع تبني مبادئ أساسية وترسيخها، كمبدأ المنافسة الحرة، مبدأ حرية الأسعار، مبدأ شفافية ونزاهة المعاملات التجارية... إلخ.

⁶ - المادة 18 من القانون 12/89، مرجع سابق

⁷ - مواك بختة، "التعليق على الأمر 03/03 الصادر في 19 جمادي الأولى 1424 الموافق ل19 يوليو 2003" المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، الجزء 41، العدد 01، سنة 2004، ص 18.

⁸ - الأمر 06/95 المؤرخ في 25 يناير 1995 المتعلق بالمنافسة، الجريدة الرسمية عدد 09 المؤرخة في 22 فيفري 1995.

⁹ - المادة 04 من الأمر 06/95 المتعلق بالمنافسة، مرجع سابق.

ولتهيئة الظروف وتمهيد الطريق لإنجاح هذا التوجه أنشئ المشرع بموجب هذا القانون هيئة قانونية مكلفة بترقية المنافسة وحمايتها تسمى "مجلس المنافسة". ولكن بالرغم من ذلك

اشتمل الأمر رقم: 95-06 على جملة من النقائص والفراغات التي حدثت من فعاليته، رغم أنه أخذ معظم أحكامه من القوانين الفرنسية¹⁰، مما استدعى صدور أمر جديد هو الأمر رقم: 03/03 المؤرخ في 19 جويلية 2003¹¹.

الذي ألغى بعض أحكام الأمر السابق، واستبقى البعض الآخر، لكنه تضمن التأكيد على مبدأ حرية الأسعار.

بقى مبدأ حرية الأسعار بنفس الأهمية في ظل الأمر رقم: 95-06 المؤرخ في 25 جانفي 1995 المتعلق كذلك بالمنافسة الملغى الأمر رقم: 03-03 المشار إليه و الذي أبقى العمل فقط بأحكام الباب الرابع و الخامس و السادس من الأمر رقم: 95-06 إلى أن تم إلغائهم بموجب القانون رقم: 04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية¹² ، و ما يؤكد ذلك موقع المبدأ في النصين ، حيث جاء النص عليه في الفصل الأول المعنون حرية الأسعار، من الباب الثاني المعنون بمبادئ المنافسة ، و ذلك بعد الأحكام العامة الواردة في المواد 1 و 2 و 3 ، حيث نصت المادة 04 الفقرة الأولى على ما يلي : " تحدد بصفة حرة أسعار السلع و الخدمات اعتمادا على قواعد المنافسة . . . "

وأستمر العمل على هذا المبدأ إلى غاية 2010، حيث تم تعديل المادة بشكل تفصيلي دون المساس بمبدأ حرية الأسعار الذي أضحي يمارس دون تعسف في إطار التنظيم والتشريع القائمين على الإنصاف والشفافية، لا سيما فيما يتعلق بمصدقية تركيب الأسعار عند مختلف مراحل الإنتاج وهوامش الربح المحددة والمعقولة وتكريس الشفافية في الممارسات التجارية) المادة 04 منه:

¹⁰-Zouaimia RACHID, «remarque critiques sur le contentieux des décisions du conseil de la concurrence en droit algérien. » Revue de conseils d'état N°07 ; 2005, P51.

¹¹ الجريدة الرسمية العدد 43 لسنة 2003.

¹² - القانون رقم: 04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية

وهو ما يعني أن ممارسة حرية الأسعار في إطار منظومة المنافسة لا يعني التخلي عن مسار الشفافية وعن نشاط ضبط السوق الذي تمارسه الدولة من خلال هيئاتها المختلفة. لأن الدولة في إطار التوجه الاقتصادي الجديد تحولت إلى ضابط ومراقب للأنشطة الاقتصادية قصد ضمان حوكمة مختلف القطاعات. وتجسيدا للغرض المتقدم يقع الالتزام على عاتق الأعوان الاقتصاديين لاطلاع السلطات العامة على تطورات السوق وتغيرات الأسعار الحرة، وذلك من خلال التزامهم بالتصريح بالأسعار المطبقة لدى المصلحة الولائية المكلفة بالأسعار، وهو ما يسمح للسلطة المختصة القيام بالمراقبة اللاحقة في عين المكان على أساس الوثائق المقدمة للتحقيق عن مدى احترام الأعوان الاقتصاديين للسعر المعلن عنه في معاملاتهم التجارية¹³.

المطلب الثاني: شفافية الأسعار لتدعيم مبدأ حرية الأسعار.

تعمل الشفافية على تدعيم وتعزيز مبدأ حرية الأسعار في السوق من خلال تحقيق منافسة حرة ونزيهة، فهي تشكل أداة للوقاية من تلاعب الأعوان الاقتصاديين بالأسعار¹⁴، ولتحقيق شفافية الأسعار لا بد من توافر آليات قانونية ممثلة في: الإعلام والفوترة، وأيضا لأجل ضمان احترام تطبيقها نص القانون على مجموعة من العقوبات في حالة الإخلال بهذه المبادئ، وهذا تدعيما وتعزيزا لمبدأ حرية الأسعار.

الفرع الأول: الآليات القانونية لتحقيق شفافية الأسعار.

من أهم الوسائل والآليات القانونية التي نص عليها القانون رقم: 02/04 المؤرخ في 23 يونيو 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية¹⁵ المعدل والمتمم بالقانون رقم: 06/10 المؤرخ في 15 أوت 2010¹⁶، وذكرها في الباب الثاني منه تحت عنوان: شفافية الممارسات التجارية، والمتمثلة في: الإعلام بالأسعار والفوترة.

أولاً: الإعلام بالأسعار آلية لتحقيق الشفافية

¹³ ربيعة صباحي، (حدود تدخل الدولة في المجال الاقتصادي في ظل اقتصاد السوق)، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، العدد 2، 2009، ص 249.

¹⁴ جلال مسعد، مبدأ المنافسة في القانون الوضعي، مذكرة ماجيستر، جامعة مولود معمري، 2000، ص 36.

¹⁵ الجريدة الرسمية العدد 41، الصادرة في 27 يونيو 2004.

¹⁶ الجريدة الرسمية العدد 46 لسنة 2010.

يعتبر الإعلام بالأسعار شرط ضروري لشفافية السوق وكذا لحرية اللعبة التنافسية رغم صعوبة تنظيمه¹⁷ وهدفه، وهو تمكين المستهلك من البيانات التفصيلية للسلع والخدمات المزمع التعاقد عليها حتى يكون المستهلك على بينة من أمره، ويتخذ قراره بناء على رضا سليم وإرادة واعية للنتائج المترتبة على القرار الذي سيتخذه بما يحقق حماية لمصالح المستهلك¹⁸.

وطبقا لذلك أشتراط المشرع الجزائري في المادة 05 من القانون رقم: 04/02 "يجب أن تعد أو تكال السلع المعروضة للبيع سواء كانت بالوحدة أو بالوزن أو بالكيل أمام المشتري، أو عندما تكون هذه السلعة مغلقة ومعدودة أو موزونة أو مكيلة يجب وضع علامات على الغلاف تسمح بمعرفة الوزن الكمية أو عدد الأشياء المقابلة للسعر المعلن"

مما يستشف من نص المادة ما يلي.

-الإعلام بالأسعار هو التزام يقع على عاتق العون الاقتصادي وحده¹⁹؛

-الإعلام بالأسعار التزم لا يحتاج إلى أن يعزز بطلب واستفسار من المستهلك؛

-يجب أن يبين السعر بصفة مرئية ومقروءة؛

-إعلام الأسعار بالنسبة للسلع المثلية التي يمكن تقديرها يتم وفقا لما حدده المشرع بوحدة من الوحدات.

فالإعلام بالأسعار اتجاه المستهلك يكون بهدف حمايته من تعسف العون الاقتصادي، سواء كان المنتج أو الموزع أو مقدم خدمة، وحمايته من الغش والتدليس الذي يمكن أن يصدر من العون الاقتصادي²⁰،

¹⁷ زويير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة ماجيستر، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011، ص72.

¹⁸ خلف الله احمد محمد محمود، الحماية الجنائية للمستهلك في مجال عدم الإخلال بالأسعار وحماية المنافسة ومنع الاحتكار، دار الجامعة الجديدة الإسكندرية، مصر، 2008، ص124.

¹⁹ مواك بختة، الحماية الجنائية للمستهلك بالتشريع الجزائري، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية الجزء 37، سنة 1999، ص38.

²⁰ Jean Calais Auloy et Frank Stenmets. Droit de la consommation ,6eme édition, Dalloz 2003, p356.

واستنادا إلى المادة 17 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش نص المشرع على "يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه لاستهلاكه بواسطة الوسم أو بأي وسيلة أخرى مناسبة".

وأيضاً نصت المادة 05 من القانون 04/02 على أنه "يجب أن يكون إعلام المستهلك بأسعار وتعريفات السلع والخدمات عن طريق وضع علامات أو وسم أو معلقات أو بأي وسيلة أخرى مناسبة....". من نص المادتين نستنتج الوسائل والطرق القانونية للإعلام هي العلامات والوسم والمعلقات²¹، وعبارة «أو بأي وسيلة أخرى مناسبة» معناه المادة جاءت على سبيل المثال وليس على سبيل الحصر مما يفيد بأن المشرع ترك المجال مفتوح في تحديد الوسيلة والطريقة القانونية للإعلام بالأسعار

الفرع الثاني: الفاتورة وسيلة لتحقيق شفافية الأسعار

الفاتورة وسيلة هامة لتحقيق شفافية الأسعار، وتلعب دوراً مهماً في تدعيم/تعزيز مبدأ حرية الأسعار، وتعتبر الفاتورة وسيلة لإثبات المعاملات التجارية، وبالرجوع لنص المادة 30 من التقنين التجاري تنص على:

يثبت كل عقد تجاري: "... بفاتورة مقبولة "

فالفاتورة هي وثيقة مكتوبة، تحرر وقت انعقاد العقد، أو عند تقديم الخدمة، فهي وثيقة محاسبية ووسيلة إثبات، وألزم المشرع أن تحرر وفقاً للشروط والكيفيات التي يحددها التنظيم، ولقد صدر مرسوم تنفيذي رقم 05-468 المؤرخ في 10/12/2005 يحدد شروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصول التسليم والفاتورة الإجمالية وكيفيات ذلك²² الذي ألغى صراحة المرسوم التنفيذي المرسوم التنفيذي رقم: 95-305 المؤرخ في 1995 الذي يحدد كيفيات تحرير الفاتورة.

وتتلخص الأهداف الرئيسية المجددة في هذا الإطار التنظيمي:

²¹ عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك دراسة مقارنة، منشورات دار الحلبي الحقوقية، سنة 2007، ص 93.

²² الجريدة الرسمية، العدد 80، الصادرة سنة 2005.

-تكريس نزاهة وشفافية العمليات التجارية والممارسة من طرف الأعوان الاقتصاديين اتجاه المستهلكين والإدارات التجارية والضريبية.

والفاتورة إجراء إلزامي يقع على عاتق العون الاقتصادي، فالمادة 10 من القانون رقم: 02/04 المعدلة بالقانون رقم: 06/10 تنص بصفة صريحة سواء تعلق الأمر بالبيع أو بتأدية خدمة إلزامية.

وهناك آليات قانونية بديلة تقوم مقام الفاتورة، وهذا انطلاقا من نص المادة 10 من القانون رقم 02/04 التي نصت على «تكون كل عملية بيع سلع أو تأدية خدمات بين الأعوان الاقتصاديين الممارسين للنشاطات المذكورة في المادة 02 مرفقة بفاتورة أو بوثيقة تقوم مقامها»، وبالرجوع إلى الفصل الثاني من المرسوم التنفيذي 05-468 وكذا الفصل الثالث نستنتج الآليات التالية:

سند التحويل، وصل التسليم، الفاتورة الإجمالية، ...

المبحث الثاني: الاستثناءات الواردة على مبدأ حرية الأسعار

سأتناول في هذا الفصل الاستثناء الوارد على مبدأ حرية الأسعار وهذا في مطلبين:

في المطلب الأول سأنتقل إلى: تدخل الدولة في تسعير السلع والخدمات الضرورية وأتناول في المطلب الثاني: الجزاءات والمخالفات الماسة بتنظيم الأسعار.

المطلب الأول: تدخل الدولة في تسعير السلع والخدمات الضرورية

على الرغم من أن مبدأ حرية الأسعار يعد من مستلزمات مبدأ حرية المنافسة الاقتصادية والتي تعد بدورها من مستلزمات مبدأ الأنظمة الديمقراطية القائمة على النظام الرأسمالي، إلا أن اجتماعية هذا الأخير كقيد يرد عليه استوجبت أن يتم تقييده تحقيقا للغايات الاجتماعية للدولة.²³

و بالرغم أن مبدأ حرية الأسعار هو القاعدة والأساس، هذا لا يمنع تدخل الدولة لتنظيم الأسعار عن طريق تنظيم قواعد المنافسة لذا نتناول الآليات القانونية لتدخل الدولة في تقنين الأسعار والخدمات في الفرع الأول والجزاءات الماسة بتقنين الأسعار في الفرع الثاني

²³ علي فتاك، النظام القانوني للأسعار في القانون الجزائري، مجلة مصر المعاصرة، عدد 508، ص 405.

الفرع الأول: الآليات القانونية لتدخل الدولة في تسعير السلع والخدمات الضرورية

إن المشرع الجزائري أعطى إمكانية تدخل الدولة عبر 03 آليات قانونية، ذلك أن تأطير هوامش وأسعار لسلع والخدمات عن طريق هذا الأسلوب هو تكريس لمهام و صلاحيات الدولة في مجال الأسعار، وبالتالي مهمة الدولة ضبط السوق واستقراره وإذا كان مبدأ حرية الأسعار هو المبدأ العام، فإن هذا الأخير مقيد من حيث نطاقه، أو مجالات العمل به، فهناك مجالات لا تتركها الدولة للمنافسة فتخضعها إلى مبدأ الأسعار المقننة، كمجال الغاز والكهرباء والمواد البترولية والمنتجات البترولية، إن هذه الآليات منحها المشرع للسلطات العمومية بناء على اقتراح من القطاعات المعنية حتى يتسنى لها التدخل للحد من تلاعب في الأسعار لأجل حماية الاقتصاد الوطني وهي كالاتي:

التحديد /التسقيف / التصديق، وأيضا هناك إمكانية تدخل الدولة لتحديد الأسعار لوجود أسباب ظرفية

أولاً: آلية التحديد

التحديد هو أن تحدد الدولة سعرا معيناً وتجبر البائعين والمشتريين على احترامه وتفرض جزاء على كل من يتجاوز²⁴

ويتم عن طريق التنظيم

ثانياً: آلية التسقيف

التسقيف هو تحديد السعر الأقصى عند الاستهلاك وكذا هوامش الربح القصوى عند الإنتاج والاستيراد وعند التوزيع بالجملة والتجزئة للسلع والخدمات المعنية به²⁵، ويكون لأسعار في هذا النظام مجال حر للحركة دون السقف المحدد، ولا يمكن أن تتجاوز هذا السقف²⁶، وفي حالة ما إذا كانت تكاليف الإنتاج التي تدخل في تركيبية السعر مرتفعة فأصبح السعر الحقيقي يتجاوز السعر المسقف الذي حددته الدولة، يبقى العون الاقتصادي ملزماً بالسعر المسقف من طرف الدولة، وعلى هذه الأخيرة تعويضه بالفارق بين

²⁴ العيد حداد، الحماية القانونية للمستهلك في ظل اقتصاد السوق، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق، بن عكنون الجزائر، 2002، ص 138.

²⁵ سيكوس ناجي، ترجمة محمد صقر، السياسة الاقتصادية الاشتراكية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ص 120.

²⁶ المرجع نفسه، ص 121.

السعر الحقيقي والسعر المسقف بموجب وثيقة تسمى تركيبة الأسعار 27 يصدر تسقيف الأسعار عن طريق التنظيم.

ثالثاً: آلية التصديق

هو الموافقة على سعر تقترحه الجهات المختصة بقطاع معين على الجهة المعنية، وهي وزارة التجارة أو الوزارة المعنية بالأمر.

نصت المادة 22 مكرر من القانون 10-06 المعدل والمتمم للقانون 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية على أن تطبيق هذه الآليات مرهون بإيداع تركيبة الأسعار لدى السلطات المعنية من قبل العون الاقتصادي.

مما يلاحظ المراسيم التي تولت الدولة من خلالها تقنين بعض الأسعار والتعريفات وهي من جهة يلاحظ عليها أنها تتعلق بالسلع والخدمات الأساسية التي تقوم عليه المعيشة والحياة اليومية للمجتمع، وبالتالي فإنها تعكس لنا رؤية الدولة للسلع والخدمات ذات الأهمية في الوقت الحالي²⁸

الفرع الثاني: اقتراحات القطاعات المعنية

يستشار مجلس المنافسة في كل مشروع نص تشريعي أو تنظيمي له صلة بالمنافسة أو يدرج تدابير من شأنها على الخصوص

-تحديد ممارسات موحدة في شروط البيع²⁹، ويدخل في هذا الإطار المراسيم المتضمنة تحديد أسعار السلع والخدمات، ونتيجة لذلك فإن المشرع كان يستوجب قبل تعديل 2010 لقانون المنافسة أن يتم إصدار المرسوم بعد استشارة مجلس المنافسة .

غير أنه بعد تعديل قانون المنافسة في 2010 فإنه ربط إصدار النصوص التنظيمية ذات الصلة بتقديم القطاعات المعنية لاقتراحاتها بهذا الخصوص، دون أن يقوم بتحديد هذه الجهات وهل يتعلق الأمر بالوزارة

²⁷تركيبة الأسعار تبين طبيعة وحقيقة السعر وفقاً للتكلفة الحقيقية للإنتاج، يقدمها العون الاقتصادي إلى الجهات المعنية

²⁸علي فتاك، المرجع السابق، ص 408.

²⁹المادة 36 من الأمر 03/03، المرجع السابق.

المكلفة بالتجارة أم غيرها كالوزارة المكلفة بالفلاحة بخصوص المنتوجات الفلاحية أو تلك المكلفة بالصحة بخصوص الأدوية أو المكلفة بالنقل بخصوص عمليات النقل ، وهكذا كما أنه من جهة ثانية لم يحدد الآليات التي تتم بها تقديم هذه الاقتراحات³⁰

تدخل الدولة لتحديد الأسعار لوجود أسباب ظرفية

رغم التأكيد على مبدأ حرية الأسعار للمؤسسات الاقتصادية طبقاً للدستور وقانون المنافسة في ظل الاقتصاد الحر، إلا أنه يمكن للدولة في بعض الحالات على سبيل الحصر واستثناء أن تتدخل وتفرض قيود على حرية الأعوان الاقتصاديين، وذلك بتحديد الأسعار وفرضها بالنسبة لبعض السلع ذات الطابع الاستراتيجي³¹

تنص المادة 05 في فقرتها الثانية والثالثة من قانون المنافسة المعدل والمتمم بموجب القانون 08-12 على أنه (كما يمكن إتخاذ إجراءات استثنائية للحد من ارتفاع الأسعار أو تحديدها في حالة ارتفاعها المفرد بسبب اضطرابات السوق أو كارثة أو صعوبات مزمنة في التموين داخل قطاع نشاط معين أو في منطقة جغرافية معينة أو في حالات الاحتكارات الطبيعية).

من خلال ما جاء في نص المادة، أعطى المشرع جوازيه أن تحدد الدولة أسعار السلع والخدمات خروجاً على المبدأ العام وهو مبدأ حرية الأسعار ، فتلجأ إلى الحد من ارتفاع الأسعار أو تحديدها إذا توفرت الشروط المنصوص عليها في المادة أعلاه

المطلب الثاني: المخالفات والجزاءات الماسة بمبدأ حرية الأسعار.

سأتناول في هذا المبحث الجزاءات المقررة عند ممارسة أسعار غير شرعية المنصوص عليها في قانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية، والجزاءات المقررة للممارسات المقيدة للمنافسة من خلال الأمر 03-03 المعدل والمتمم.

³⁰علي فتاك، المرجع السابق، ص409.

³¹شرواط حسين، شرح قانون المنافسة على ضوء الأمر 03-03 المعدل والمتمم، دار الهدى للطباعة والنشر 2012، الجزائر، ص36.

الفرع الأول: المخالفات المقررة عند ممارسة أسعار غير شرعية المنصوص عليها في قانون-02/04 المتعلق بالممارسات التجارية.

سننتظر من خلال هذا الفرع إلى تسليط الضوء على المناورات والممارسات التي يعتبرها المشرع ممارسات لأسعار غير شرعية(أولا)، ومن ثم التطرق إلى الجزاءات المقررة عليها(ثانيا).

أولا: ممارسة أسعار غير شرعية

1: عدم الالتزام بتطبيق هوامش الربح والأسعار المحددة أو المسقفة أو المصادق عليها

2: إخفاء زيادات غيرا لشرعية في الأسعار

3: إبقاء على ارتفاع الأسعار وعدم تجسيد أثر الانخفاض المسجل

تحتوي هذه الممارسة على صورتين

الصورة الأولى: الإبقاء على ارتفاع الأسعار

الصورة الثانية: عدم تجسيد أثر الانخفاض المسجل

عدم إيداع تركيبة الأسعار المقررة قانونا-4:

تشجيع غموض الأسعار والمضاربة في السوق

سادسا: إنجاز معاملات تجارية خارج الدوائر الشرعية للتوزيع

سابعا: التصريحات المزيفة للأسعار:

الفرع الثاني: الجزاءات المقررة للممارسة أسعار غير شرعية.

كل ممارسة لأعمال غير شرعية، هي جنحة يعود اختصاص الفصل فيها للقضاء العادي ويعاقب عليها بغرامة جزائية، أو إدارية وفقا لقانون 02/04 المعدل والمتمم.

-أولا: العقوبات الإدارية

تتمثل في:

-يمكن حجز البضائع أيا كان مكان وجودها سواء حجزا عينيا أو اعتباريا بحسب المادة 39 المعدلة من القانون 02/04.

-يمكن للوالي المختص بناء على اقتراح المدير الولائي المكلف بالتجارة اتخاذ قرار الغلق الإداري للمحلات التجارية لمدة أقصاها 60 يوم*³²

ويكون قرار الغلق قابلا للطعن أمام العدالة، وفي حالة إلغاء قرار الغلق يمكن للعون المتضرر المطالبة بالتعويض، أمام الجهة القضائية المختصة.

-تجزئ المادة 48 للوالي المختص إقليميا نشر القرار كاملا أو خلاصة منه في الصحف الوطنية، أو لصقها في الأماكن التي يحددها، وتكون تكاليف النشر على نفقة العون مرتكب المخالفة، ويكون الإجراء جوازي في حالة العود.

ثانيا: العقوبات الجزائية

تتضمن عقوبات أصلية، وعقوبات تكميلية، وأخرى في حالة العود

العقوبات الأصلية:-1

نصت المادة 36 من القانون 06/10 المعدل والمتمم للقانون 02/04 على أن ممارسة أسعار غير شرعية يعاقب عليها القانون بغرامة مالية من 20.000 دج عشرون ألف دينار جزائري إلى 200.000 دج مائتي ألف دينار جزائري.

العقوبات التكميلية :-2

أجازت المادة 44 للقاضي الحكم بمصادرة السلع المحجوزة

³² قبل التعديل كان القانون 04/02 ينص على مدة الغلق 30 يوما*

في حالة العود تضاعف العقوبة، ويمكن للقاضي أن يمنع العون الاقتصادي المحكوم عليه ممارسة أي نشاط مذكور في المادة 2 من القانون 04/02 بصفة مؤقتة، ولمدة لا تزيد عن 10 سنوات .

الفرع الثاني: الجزاءات المقررة للممارسات المقيدة للمنافسة المتعلقة بالأسعار.

إن تكريس الشفافية والنزاهة وزيادة الفعالية الاقتصادية، وحماية المستهلك من التعسف كحلقة ضعيفة، هي أهداف يسعى المشرع لتحقيقها، لذا يحتاج إلى آليات فعالة تحد من المخالفات وتحافظ على المنافسة، وتفرض جزاءات على مرتكبيها، هذه الجزاءات نص عليها الأمر رقم 03/03 وهي:

الجزاءات التي يتخذها مجلس المنافسة من جهة، والأخرى المتعلقة بالجزاءات المدنية التي تصدر من الهيئات القضائية العادية.

كما يمكن أن ينظر المجلس في القضايا من تلقاء نفسه³³

لا يمكن أن ترفع إلى مجلس المنافسة الدعاوى التي تجاوزت مدتها ثلاث سنوات إذا لم يحدث بشأنها أي بحث أو معاينة أو عقوبة³⁴

ثانيا: العقوبات التي يصدرها مجلس المنافسة

يمكن لمجلس المنافسة بناء على ثبوت الممارسات المقيدة للمنافسة في مجال الأسعار أن يصدر عقوبات مالية تتمثل في:

الغرامة المالية -المادة 56 من الامر 03/03 المعدلة بموجب القانون 12/08

على إحدى العقوبات:

غرامة لا تفوق 12 بالمئة من مبلغ رقم الأعمال من غير الرسوم المحقق في الجزائر خلال آخر سنة مالية مختتمة، أو تساوي على الأقل ضعفي الربح المحقق بواسطة هذه الممارسات على ألا تتجاوز الغرامة أربعة أضعاف هذا الربح.

³³المادة رقم:44/4، الأمر رقم 03/03، المتعلق بالمنافسة.

³⁴ المادة رقم:44/4، الأمر رقم 03/03، المرجع نفسه.

ولا تتجاوز ستة ملايين دينار 6.000.000.00. إذا كان مرتكب المخالفة لا يملك رقما محددًا.

1- الغرامة التهديدية

يصدر مجلس المنافسة الغرامة التهديدية في حالة:

أ: بحسب المادة 58 المعدلة بالقانون 08-12: عدم تنفيذ الأوامر المعللة التي ترمي إلى وضع حد للممارسات المعايينة المقيدة للمنافسة.

الخاتمة:

تناولنا في هذه الدراسة المتواضعة تنظيم الأسعار في القانون الجزائري، إذ تطرقت من خلاله إلى مبدأ حرية للأسعار كمبدأ عام تكريسا وتجسيديا إذ لا يزال المشرع بعيدا نوعا ما عن التكريس الفعلي لمبدأ حرية الأسعار الذي يعتبر أهم وأبرز المقومات التي يركز عليها الاقتصاد الحر بالرغم من الترسانة القانونية المتعلقة عموما بتنظيم وضبط الأسعار وضرورة تعزيزه من خلال تحقيق شفافية، وتطرقنا إلى دراسة القيود الواردة على مبدأ حرية الأسعار، وضرورة تدخل الدولة لتقنين أسعار السلع الضرورية وهذا من أجل أهداف اقتصادية وسياسية وأخرى اجتماعية تسعى الدولة لتحقيقها.

من خلال هذه الدراسة توصلت إلى النتائج التالية:

- يخضع تغيير الأسعار إلى قانون العرض والطلب كمبدأ عام داخل السوق.

- لم يحدد المشرع في التعديل الأخير لسنة 2010. القطاعات المعنية باقتراح الأسعار ولا الآليات التي تحدد الكيفية لذلك.

- وضع المشرع الأمر رقم: 03/03 من أجل تشجيع المنافسة وحمايتها من الممارسات غير الشرعية التي تنتج عن الأعوان الاقتصاديين وتقييد حرية المنافسة.

- يعد تقنين الأسعار وسيلة للحد من الأزمات والاضطرابات التي تحدث داخل السوق نتيجة ظروف معينة.

من خلال ما توصلت إليه من نتائج نخلص إلى مقترحات لعل من أهمها:

- وضع قواعد قانونية أكثر وضوحاً وشمولاً ودقة في مجال الأسعار
- ضرورة تفعيل دور مجلس المنافسة لضبط السوق من أجل منافسة حرة.
- تعميم نظام التسعير الآلي أو الإلكتروني بشكل إجباري على الأعوان الاقتصاديين والمؤسسات والتخلي عن المحاسبة الآلية، ويعد ذلك كآلية من آليات شفافية الأسعار والقضاء على التلاعب بالأسعار.
- تنظيم الأسواق الوطنية وكذا الأسواق الجوارية وأسواق الجملة بهدف التحكم أكثر في الأسعار
- إيجاد آلية قانونية واقعية للقضاء على السوق الموازية، مما يسمح بالتحكم أكثر في نشاطاتها التجارية. وهذا بإشراك التجار في عملية التنمية من خلال فرض ضريبة جزافية.
- العمل على نشر ثقافة استهلاكية لدى المستهلك تساعد على الاختيار الأمثل للسلع والخدمات وترشيد استهلاكه.
- ضرورة حماية المستهلك اقتصادياً لأن من حقه الحصول على سلعة تساوي القيمة النقدية التي يدفعها ثمنها لها وإلا فإنه يكون قد وقع عليه استغلال يجب رفعه.
- المضاعفة من آليات مراقبة الأسواق وحركية البضائع، ومراقبة مدى خضوع هذه البضائع ومدى مطابقتها للنصوص القانونية والتنظيمية من حيث الجودة ومن حيث النوعية.
- توفير هذه الآليات والوسائل الكفيلة بتسهيل هذه المراقبة ونعني بها أساساً الوسائل المادية والبشرية والتقنية المؤهلة.
- الإسراع في إصدار قوانين تجارية من شأنها أخلاق العمل التجاري.
- يخضع تغيير الأسعار إلى قانون العرض والطلب كمبدأ عام داخل السوق.
- لم يحدد المشرع في التعديل الأخير لسنة 2010. القطاعات المعنية باقتراح الأسعار ولا الآليات التي تحدد الكيفية لذلك.

-وضع المشرع الأمر رقم: 03/03 من أجل تشجيع المنافسة وحمايتها من الممارسات غير الشرعية التي تنتج عن الأعوان الاقتصاديين وتقييد حرية المنافسة.

- يعد تقنين الأسعار وسيلة للحد من الأزمات والاضطرابات التي تحدث داخل السوق نتيجة ظروف معينة.

من خلال ما توصلت إليه من نتائج نخلص إلى مقترحات لعل من أهمها:

-وضع قواعد قانونية أكثر وضوحا وشمولا ودقة في مجال الأسعار

-ضرورة تفعيل دور مجلس المنافسة لضبط السوق من أجل منافسة حرة.

- تعميم نظام التسعير الآلي أو الإلكتروني بشكل إجباري على الأعوان الاقتصاديين والمؤسسات والتخلي عن المحاسبة الآلية، ويعد ذلك كآلية من آليات شفافية الأسعار والقضاء على التلاعب بالأسعار.

- تنظيم الأسواق الوطنية وكذا الأسواق الجوارية وأسواق الجملة، بهدف التحكم أكثر في الأسعار

- إيجاد آلية قانونية واقعية للقضاء على السوق الموازية، مما يسمح بالتحكم أكثر في نشاطاتها التجارية. وهذا بإشراك التجار في عملية التنمية من خلال فرض ضريبة جزافية.

-العمل على نشر ثقافة استهلاكية لدى المستهلك تساعد على الاختيار الأمثل للسلع والخدمات وترشيد استهلاكه.

- ضرورة حماية المستهلك اقتصاديا لأن من حقه الحصول على سلعة تساوي القيمة النقدية التي يدفعها ثمنها لها وإلا فإنه يكون قد وقع عليه استغلال يجب رفعه.

-المضاعفة من آليات مراقبة الأسواق وحركية البضائع، ومراقبة مدى خضوع هذه البضائع ومدى مطابقتها للنصوص القانونية والتنظيمية من حيث الجودة ومن حيث النوعية.

- توفير هذه الآليات والوسائل الكفيلة بتسهيل هذه المراقبة ونعني بها أساسا الوسائل المادية والبشرية والتقنية المؤهلة.

- الإسراع في إصدار قوانين تجارية من شأنها أخلقة العمل التجاري.

وفي الأخير فإن المشرع الجزائري حاول تنظيم الإطار القانوني للأسعار بما يتلاءم والسوق المنافسة الحرة، ويظهر ذلك من خلال الترسنة القانونية والتشريعية التي تصب في هذا الاتجاه، إلا أن تكيفها مع البيئة الاقتصادية الجزائرية الحالية بالصعوبة بمكان ومرد ذلك إلى طغيان السوق الموازية على السوق الرسمية والنظامية، مما يتطلب دراسة أخرى حتى يمكن أن تتوازن المعادلة والتي أساسها حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة باعتباره العنصر الأضعف في هذه المعادلة.