

شفافية الأسعار ضمانة قانونية لمكافحة المضاربة غير المشروعة في التجارة الإلكترونية

Price Transparency as a Legal Guarantee to Combat Illegal Speculation in E-Commerce

سامية لموشية

Lemouchia Samia

راضية لوحيدي

Radia Louhidi*

مخبر السياسات العامة وتحسين الخدمة العمومية بالجزائر

Laboratory of Public Policy and Public Service Improvement in Algeria

جامعة الوادي – الجزائر

University of Eloued- Algeria-

lemouchia-samia@univ-eloued.dz radia-louhidi@univ-eloued.dz

تاريخ الاستلام: 2025/06/08 تاريخ القبول للنشر: 2025/09/24 تاريخ النشر: 2025/10/01

ملخص:

إن تفعيل مبدأ شفافية الأسعار في قانون التجارة الإلكترونية وما يكفله من ضمانات لمكافحة المضاربة غير مشروعة بالأسعار في مجال التعامل الإلكتروني من خلال مجموعة التزامات رتبها المشرع على عاتق المورد الإلكتروني من شأنه أن يضمن التأسيس لنظام أسعار سلع وخدمات يتم عرضها عبر وسائط إلكترونية، وفقا لنظام السوق الجزائرية القائم على الحرية في تحديد الأسعار بناء على قواعد المنافسة الحرة والنزاهة، وما يرد عليه من استثناءات تقتضي تدخل الدولة أحيانا لتحديد سعر معين أو هوامش الربح.

في هذا الصدد، جاء الهدف من هذه الدراسة إلى الكشف على نظام الأسعار في ظل تبني دولة الجزائر نظام السوق الحر، وتحديد بعض صور الممارسات الماسة بالأسعار، من خلال التعرض إلى المقصود بالمضاربة غير مشروعة بالأسعار في التجارة الإلكترونية، وإبراز الآليات القانونية التي فرضها المشرع على المورد الإلكتروني لمكافحة هذه الظاهرة بهدف ضمان تحقيق إستقرار الأسعار وشفافيتها في ظل التعامل الإلكتروني.

الكلمات المفتاحية: المضاربة غير مشروعة؛ التجارة الإلكترونية؛ شفافية الأسعار؛ الفاتورة؛ الإعلام الإلكتروني.

Abstract:

Speculation in electronic transactions—through a set of obligations imposed by the legislator on the electronic supplier—ensures the

* المؤلف المراسل

establishment of a pricing system for goods and services offered through electronic platforms. This system aligns with the Algerian market framework, which is based on the freedom to set prices according to the principles of fair and free competition, while allowing for exceptions that may require state intervention to determine specific prices or profit margins.

In this regard, the objective of this study is to examine the pricing system within the framework of Algeria's adoption of a free market system and to identify certain practices that undermine price stability. This includes defining illegal price speculation in e-commerce and highlighting the legal mechanisms imposed by the legislator on electronic suppliers to combat this phenomenon in order to ensure price stability and transparency in electronic transactions.

Keywords: Keyword Illegal Speculation, E-Commerce, Price Transparency, Electronic media.

مقدمة:

إن تكريس مبدأ الشفافية في المعاملات التجارية كضابط للنظام الاقتصادي القائم على حرية السوق تقره طبيعة العلاقة الرابطة بين الأعوان الإقتصاديين فيما بينهم أو بينهم وبين المستهلك، من شأنه حماية كل طرف من الممارسات التدليسية وغير الشرعية التي قد يرتكبها العون الاقتصادي طمعا في تحقيق أكبر ربح ممكن والماسة بنظام الأسعار بالدرجة الأولى، كون أن العون الاقتصادي في ظل مبدأ تحرير الأسعار هو من يحدد السعر ويتم عرضه على المستهلك في السوق، وفي ظل تطور التكنولوجيا وانتشار ممارسة التجارة الإلكترونية فإن احتمالية التلاعب بالأسعار تزداد، بالنظر إلى هذا النشاط الممارس ضمن مجال سوق إفتراضي حيث الغياب المادي للأطراف، مما يجعل التعامل أكثر عرضة للمخاطر التي تم وصفها قانونا بالمضاربة غير المشروعة، هذا ما يبرر تدخل المشرع لمكافحة والسعي للحد منها من خلال تفعيل مبدأ شفافية الأسعار الذي يبرز كحتمية وضرورة قانونية من خلال توفير مجموعة من المعلومات الأساسية والخاصة بالأسعار في كل وقت للمستهلك، بحيث يكون قراره نتيجة حتمية لإطلاعه عليها، ومن ثم فإن غيابها أو تدليسها من شأنه إخلال التوازن في السوق نتيجة عدم إستقرار الأسعار.

بذلك يعتبر السعر من العناصر الهامة التي تستند إليها قواعد المنافسة بالنسبة لأي معاملة تجارية، كونه جوهر التعامل للحصول على سلعة مناسبة أو الإستفادة من خدمة معينة، إذ يسعى العون الاقتصادي من خلاله إلى المحافظة على مركزه الاقتصادي و قوته الإحتكارية في

السوق على نحو يعزز من رفع أرقام مبيعاته وصولا الى أقصى ربح ممكن، من هنا تبرز أهمية السعر في السوق ودافعا وراء إرتكاب العون الاقتصادي للمخالفات هو في غنى عنها، و إمتداد ذلك نحو أهمية دراسة شفافية الأسعار كضمانة لمكافحة المضاربة غير مشروعة في التجارة الإلكترونية، نظرا لما يشتمل عليه هذا المبدأ من آليات تسمح بممارسة أسعار حرة ونزهاء خالية من كل تدليس أو تحايل يعرقل السير الحسن للسوق.

تهدف هذه الدراسة الى الكشف على نظام الأسعار في السوق الجزائري بمناسبة إنتشار ظاهرة التعامل التجاري عبر الوسيط الالكتروني، والقائم أساسا على الحرية التجارية وما تتضمنه من مبادئ وقیود حتى تتم ممارستها في إطار المشروعية، وكذا الكشف عن الممارسات التي تتم في هذا السوق وتشكل مضاربة غير مشروعة بالأسعار المحددة قانونا، و إبراز الآليات القانونية التي كرسها المشرع الجزائري لمكافحتها على نحو يضمن التعامل الشفاف وفق أسعار حرة وشفافة.

من هذا المنطلق يمكن طرح الإشكال التالي: ما مدى فعالية النظام القانوني الجزائري في تحقيق شفافية الأسعار كضمانة لمكافحة المضاربة غير مشروعة في التجارة الإلكترونية؟، وفي سبيل الإجابة على ذلك تم الإعتماد على منهج تحليل المضمون من أجل الوقوف عند المبادئ القانونية التي تحكم نظام الأسعار في الجزائر وضبطها خاصة في مجال النشاط التجاري الإلكتروني، وإبراز بعض صور المضاربة غير المشروعة بالأسعار الواردة في القانون الجزائري، وسبل مكافحتها من خلال آليات كرسها المشرع الجزائري تساهم في فرض وتأمين شفافية الأسعار في مجال الممارسات التجارية الإلكترونية، وعليه تم البحث في موضوع هذه الدراسة من خلال التقسيم التالي:

المبحث الأول: التوجه التشريعي نحو تحقيق شفافية الأسعار في التجارة الإلكترونية

المبحث الثاني: آليات تكريس شفافية الأسعار لضمان مكافحة المضاربة غير مشروعة في التجارة الإلكترونية.

المبحث الأول:

التوجه التشريعي نحو تحقيق شفافية الأسعار في التجارة الإلكترونية

يعد السعر عاملا جوهريا في كل عملية بيع سلعة او تقديم خدمة، اذ يهتم أغلب المستهلكين الى السعر قبل الإستفسار حول جودة السلعة أو الخدمة نفسها، وذلك نظرا لأهميته بالنسبة للمستهلك وما مدى تناسبه مع قدرته الشرائية، هو الأمر نفسه الذي يسعى المشرع

الجزائري لحماية من خلال ضبطه لنظام الأسعار في الجزائر، من كل تلاعب من طرف الموردين الإلكترونيين في السوق الافتراضي الذي من شأنه أن يشكل خرقا صارخا نحو مبدأ الشفافية ومن ثم قيام حالة مضاربة غير مشروعة. لذلك ارتكزت الدراسة على البحث في النظام القانوني للأسعار في الجزائر وهو موضوع (المطلب الأول)، ومن ثم التطرق إلى المقصود بالمضاربة غير المشروعة بالأسعار في التجارة الإلكترونية وهو موضوع (المطلب الثاني).

المطلب الأول: النظام القانوني للأسعار في الجزائر

يرتكز النظام القانوني للأسعار في الجزائر على مبدأ حرية الأسعار وهو الأصل (الفرع الأول)، بينما تمثل الاستثناء على ذلك في تدخل الدولة لتحديد الأسعار وهو موضوع (الفرع الثاني).

الفرع الأول: مبدأ حرية الأسعار

حرية الأسعار مبدأ تقتضيه طبيعة النظام الاقتصادي المعتمد في الدولة الجزائرية والقائم على حرية المنافسة، حيث تطور نظام الأسعار في الجزائر والظهور الموازي له مع تطور النظام الاقتصادي لها.

أولا: التأصيل القانوني لمبدأ حرية الأسعار

إن ما شهدته الجزائر من تحولات سياسية واقتصادية بعد التخلي عن النظام الاشتراكي وإنتهاج نظام إقتصادي حر مبني على شفافية وحرية الممارسات التجارية، قد فرض على المشرع الجزائري حتمية سن نصوص قانونية تتكيف مع هذا النظام لضمان فعالية العمل به.

بهذا الصدد نشير إلى أن نظام الأسعار في السوق الجزائرية كان تحديدها في ظل النظام السابق حكرا على الدولة، ولكن مع التوجه الإقتصادي الجديد إنتهج المشرع الجزائري سياسة جديدة للأسعار ظهرت بواردها في القانون رقم: 12.89 المتعلق بالأسعار¹، الذي كرس حق الدولة في التدخل لضبط السوق من خلال تنظيم الأسعار، عندما اعتمد المشرع على نظامين للأسعار، تمثل الأول في نظام الأسعار المقتن الذي يفرض قيام الدولة بتحديد هوامش الربح، بينما تمثل الثاني في نظام التصريح بالأسعار حيث يتم بتحديد السعر فيه من قبل العون الإقتصادي بعد إخضاعه للتصريح ورقابة الدولة، كما جرم هذا القانون بعض الممارسات التجارية للأسعار والمخلة بنزاهة و شفافية النشاط التجاري².

تم ادراج أحكام القانون السابق ذكره بعد إلغائه بصفة انتقالية في الامر رقم: 95-06 المتعلق بالمنافسة³، الذي جاء في مضمون المادة الرابعة منه بصفة صريحة أن أسعار السلع و الخدمات تحدد بصفة حرة و طبقا لقواعد المنافسة، يتضح بذلك إقرار المشرع لمبدأ حرية الأسعار بإعتباره جزء لا يتجزأ من مبدأ حرية المنافسة الذي عمده المشرع الدستوري إلى تكريسه سنة 1996⁴ من خلال نص المادة 37 منه التي تنص على أن: "حرية التجارية و الصناعة مضمونة و تمارس في إطار القانون"، و هو الأمر الذي تم إقراره في جميع التعديلات التي طرأت على الدستور من خلال نص المادة 43 من التعديل الدستوري لسنة 2016⁵، حيث ألغى المشرع مصطلح "الصناعة" و إستبداله بمصطلح "الإستثمار"، كما أضاف المشرع من خلال التعديل الدستوري سنة 2020⁶ مصطلح "المقاولة" وهذا بموجب نص المادة 61 منه.

وتبعاً لما إقتضته التطورات الإقتصادية في ظل موجة العولمة الحديثة من مواكبة قانونية لها، أصبح تطبيق القانون رقم: 95-06 المتعلق بالمنافسة السابق الذكر يعتريه العديد من النقائص ويعرقل سير المنافسة الحديثة، هذا ما تداركه المشرع عندما ألغى هذا القانون وتعويضه من خلال صدور نصين تشريعيين تمثلا في:

1- الامر رقم: 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم⁷ الذي تضمن مبادئ المنافسة وتنظيم مجلس المنافسة، أكد المشرع من خلال أحكامه على تبني مبدأ حرية الأسعار وهذا في نص المادة 4 منه، إلا أن هذا المبدأ لم يترك على إطلاقه، إذ أتاح المشرع إمكانية تدخل الدولة لتحديد الأسعار في حالات استثنائية.

2- القانون رقم: 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية⁸، المعدل والمتمم حيث حدد قواعد تنظيم الأسعار وضبطها.

في ذات السياق ما أفرزه تأثير العولمة من ظهور التجارة الإلكترونية أو ما يسمى بالسوق الافتراضي الذي يقتضي إبرام معاملات تجارية عن بعد عبر وسائل الإتصال الإلكترونية، هذا النوع من التجارة في ظل مبدأ حرية الأسعار فإن العون الاقتصادي كمورد إلكتروني هو الذي يحدد السعر ويعرضه على المستهلك الإلكتروني بكل شفافية، هذا ما كرسه المشرع الجزائري من خلال القانون رقم: 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية⁹، عندما أكد في نص المادة 11 منه على واجب قيام المورد الإلكتروني عند تقديمه عرضا تجاريا عبر مواقع إلكترونية أن يشمل العرض التحديد لأسعار السلع والخدمات موضوع العرض يتم إقتراحها من خلال احتساب كل الرسوم، او

التكريس لطريقة حساب السعر عندما لا يمكن تحديده مسبقا، كذلك كان للتكريس التشريعي لهذا القانون آليات لتحقيق شفافية هذه الأسعار تمثلت أساسا في واجب الإشهار الإلكتروني، والإعلام الإلكتروني، والزامية التعامل بالفاتورة الالكترونية مع اقترانها بجزاءات عند مخالفتها.

إستمر المشرع في ضمان تكريس وحماية مبدأ حرية الأسعار في ظل ظهور ممارسات أسعار غير شرعية، الذي عمل على مكافحتها وإعتبارها من قبيل المضاربة غير المشروعة المحرمة قانونا بموجب القانون رقم: 15-21 المتضمن مكافحة المضاربة غير المشروعة¹⁰، حيث حدد صور المضاربة غير المشروعة بالأسعار والآليات الوقائية لمكافحتها، وكذا تحديد القواعد الإجرائية والجزائية لقمعها بصرف النظر عن طبيعة السوق الذي ترتكب فيه تقليدي كان أم إلكتروني. إذن كانت إرادة المشرع واضحة في فرض مبدأ حرية الأسعار بتبنيه نظام السوق الحر مع إستمرار تكريسه في ظل مواكبة التطورات القائمة في هذا النظام الى غاية ما هو عليه حاليا.

ثانيا: مضمون مبدأ حرية الأسعار

يقصد بحرية الأسعار هو أن تحدد أسعار السلع والخدمات وفقا لقانون السوق من خلال قانون العرض والطلب، فحسب هذا القانون كلما زاد العرض على الطلب انخفض السعر¹¹، وكلما قل العرض وكثر الطلب ارتفع السعر في السوق حتى الوصول الى السعر الذي يستقر فيه السوق، بمعنى أنه لا دخل للدولة ولا للمؤسسات الناشطة في السوق في تحديد الأسعار، وهو ما يمنع من قيام الأفراد بأي تصرف أو الاتفاق على نحو يمس بقانون العرض والطلب في تحديد السعر¹².

حدد المشرع الجزائري مضمون مبدأ حرية الأسعار وفقا لأحكام الأمر رقم: 03.03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم، بموجب نص المادة 4 منه التي تنص على أن "تحدد أسعار السلع والخدمات بصفة حرة وفقا لقواعد المنافسة الحرة والنزاهة، تتم ممارسة حرية الأسعار في ظل إحترام أحكام التشريع والتنظيم المعمول بهما وكذا على أساس قواعد الإنصاف والشفافية، لاسيما تلك المتعلقة بما يأتي:

- تركيبة الأسعار لنشاطات الإنتاج والتوزيع وتأدية الخدمات وإستيراد السلع لبيعها على حالها،
- هوامش الربح فيما يخص إنتاج السلع وتوزيعها أو تأدية الخدمات

- شفافية الممارسات التجارية.

أقر المشرع بموجب الفقرة الأولى من المادة 04 بأن الأصل في تحديد الأسعار هو حرية الأعوان الإقتصاديين في تحديدها مع فرض ضرورة إخضاع هذا التحديد لقواعد اللعبة التنافسية المشروعة، ما يفيد أن التنافس فيما بين الأعوان الإقتصاديين يخضع لقانون العرض والطلب، غير أن هذه الحرية مقيدة بضوابط هذا ما يستنتج من إستقراء نص المادة، والتي تتجسد في:

1. ضرورة إحترام التشريع والتنظيم المعمول بهما: ويقصد به ممارسة الحرية في تحديد الأسعار مع توخي الممارسات المحظورة المقيدة للمنافسة¹³ المذكورة في القانون 03-03 المتعلق بالمنافسة.
2. مراعاة قواعد الإنصاف والشفافية: ويقصد بها الدراية الكافية بكل الظروف السائدة في السوق مما يسمح بقدرة معرفة كل شخص سواء كان مستهلك أو مؤسسة الأسعار التي تعرض بها المنتجات، وذلك بناء على عدة إعتبارات منها تركيبة الأسعار، هوامش الربح وشفافية الممارسات التجارية¹⁴.

وعليه فإن الهدف من وراء تكريس المشرع لهذا المبدأ وضبطه قانونيا هو تحقيق شفافية الممارسات التجارية التي تتجسد بتحقيق شفافية الأسعار وضمان إستقرارها في السوق، لما يمثله تحديد السعر من عنصر أساسي وحيوي للإستراتيجية التسويقية¹⁵، الذي يفترض فيه الشفافية كأساس لمبدأ حرية الأسعار الذي يعتبر أداة وقائية لحماية الأسعار من تلاعب الأعوان الإقتصاديين بها.

الفرع الثاني: الإستثناءات الواردة على مبدأ حرية الأسعار

إن كان الأصل في الأسعار حرية تحديدها إلا أن هذا المبدأ لا يترك على إطلاقه، بل أخذ المشرع بعين الاعتبار الظروف الخاصة التي قد يمر بها الإقتصاد الوطني التي تحول دون الأثر الإيجابي للمبدأ، هذا ما يفسر تقييد المشرع حرية الأسعار بجملة من الحالات التي يمكن تدخل الدولة فيها لتحديد الأسعار¹⁶ وهو بالأمر المشروع.

حيث جاء في نص المادة 5 من الامر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم على أنه يسمح للدولة أن تتدخل في حالات إستثنائية لتقنين أسعار المنتجات وهو ما يعرف بالتسعير الجبري، حيث أن الدولة هي من تضع السعر ولا يجوز تجاوزه أو مخالفته وذلك عن طريق التنظيم

وعلى أساس اقتراحات القطاعات المعنية، حيث حددت هذه المادة آليات هذا التدخل وكذا حالاته مع تبرير ذلك:

1- آليات تقنين الأسعار (آليات التسعير الجبري): طبقا للفقرة الأولى من نص المادة 5 من الامر 03-03 المتعلق بالمنافسة، فإنه يتم تدخل الدولة في تحديد الأسعار وفقا لثلاث آليات¹⁷ هي:

أ- التحديد: وذلك بأن يتم تحديد هوامش الربح مباشرة او بنسبة معينة ويضاف الى سعر التكلفة أو تحدد سعر السلعة أو الخدمة مباشرة، وذلك عن طريق التنظيم لإجبار المتعاملين الإقتصاديين على تطبيقه ويعاقب كل من يخالفه.

ب- التسقيف: وذلك بأن يحدد أقصى حد للسعر او لهامش الربح ولا يجوز تجاوزه لكن يمكن النزول عليه.

ت- التصديق: بموجب هذا الآلية إن السعر يقترحه السوق عن طريق الأعوان الإقتصاديين والدولة هي من تصادق عليه وذلك وفقا لمعايير معينة¹⁸.

2- حالات تقنين الأسعار: يسمح المشرع الجزائري للدولة أن تتدخل في تحديد الأسعار في الحالات التالية:

أ- في الحالات العادية: نصت عليها الفقرة 2 من المادة 5 السابقة الذكر والتي تجيز للدولة إتخاذ آليات التسعير الممنوحة لها قانونا المذكورة أعلاه على أساس إقتراحات القطاعات المعنية وذلك للأسباب الرئيسية الآتية:

1- تثبيت إستقرار مستويات أسعار السلع والخدمات الضرورية أو ذات الإستهلاك الواسع، في حالة إضطراب محسوس في السوق، كون أن المنتوجات الضرورية المستهلك دائما في حاجة إليها وغالبا ما يتم إستغلال هذه الحاجة من قبل التجار وذلك برفع الأسعار لأن المستهلك ما عليه إلا الخضوع لهذه الأسعار لأنه لا غناء عن هذه الحاجة، فتدخل الدولة إذأ بتحديد السعر فإنها تحد من هذا الإستغلال وتحمي القدرة الشرائية للمستهلك من جهة، وتحقق إستقرار التوازن الإقتصادي بإستقرار الأسعار وحمايتها من التضخم من جهة أخرى¹⁹.

2- مكافحة المضاربة بجميع أشكالها والحفاظ على القدرة الشرائية للمستهلك، و ذلك لأن عدم تدخل الدولة أحيانا بتحديد الأسعار يفتح المجال أمام المضاربة غير مشروعة لكن طمع الأعوان

الإقتصاديين في تحقيق أكبر ربح ممكن يمكن أن يحول هذه المضاربة الى مضاربة غير مشروعة عند التلاعب بالأسعار، بممارسة أسعار غير مشروعة و التي يسعى المشرع الى مكافحتها قانونا، فيعتبر تدخل الدولة هنا آلية وقائية لتحقيق ذلك وهو ما أكد عليه المشرع الجزائري أيضا بموجب نص المادة 3 من القانون 15-21 المتعلق بمكافحة المضاربة غير المشروعة، قصد ضمان إستقرار الأسعار في السوق و حماية القدرة الشرائية للمستهلك.

ب- في حالات إستثنائية: ان المشرع من خلال الفقرة الأخيرة من المادة 5 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة مكن الدولة من إتخاذ تدابير مؤقتة من أجل تحديد أو تسقيف أسعار او هوامش الربح لبعض المنتوجات في حال الإرتفاع المفرط في الأسعار وغير المبرر في ظروف إستثنائية²⁰، فتحديد الأسعار يعد إجراء مؤقت لمواجهة هذه الأزمات الظرفية.

هذه هي آليات تدخل الدولة في مجال ضبط الأسعار داخل السوق الجزائرية كإستثناء من الأصل العام لنظام الأسعار القائم على حرية الأسعار، وما على العون الإقتصادي سوى الأخذ بهذه الأسعار وعدم مخالفتها، والا كان محل متابعة جزائية، باعتبارها ممارسة تجارية لأسعار غير شرعية، وهي من الأفعال المجرمة قانونا²¹، و ما تدخل الدولة إلا هو في حد ذاته آلية وقائية لضمان شفافية الأسعار، و تحقيق استقرارها في السوق من خلال حمايتها من كل تلاعب بين الاعوان الاقتصاديين، و بالتالي مكافحة صورة مهمة من صورة المضاربة غير مشروعة و هي المضاربة بالأسعار.

المطلب الثاني: مفهوم المضاربة غير مشروعة بالأسعار في التجارة الالكترونية

إن كانت الدولة الجزائرية تأخذ بإقتصاد السوق القائم على الحرية الاقتصادية و حرية الأسعار، هذه الحرية مكفولة قانونا من خلال تدخل المشرع بسن نصوص قانونية لوضع قيود على هذه الحرية و تنظيم المنافسة و الأسعار في السوق، لحماية العون الاقتصادي و المستهلك في آن واحد، لكن المستهلك تزداد حاجته الى هذه الحماية كون أن حرية الأسعار تعد مجالا واسعا قد يحتضن العديد من الممارسات المنافية للمنافسة التي تؤدي الى التلاعب بأسعار السلع و الخدمات خاصة الضرورية و إرتفاعها ، فتدخل المشرع بموجب القانون 02-04 الذي يحكم الممارسات التجارية المنافية للمنافسة بصفة عامة ، و القانون 15-21 الذي يجرم التلاعب بالأسعار بإعتباره مضاربة غير مشروعة بصفة خاصة، لذا فمن الضروري معرفة المقصود بالمضاربة غير مشروعة بالأسعار في

التجارة الإلكترونية (الفرع الأول) حتى يمكن تحديد الممارسات التي تدخل في نطاقها باعتبارها صور للمضاربة غير مشروعة بالأسعار في التجارة الإلكترونية (الفرع الثاني):

الفرع الأول: المقصود بالمضاربة غير مشروعة بالأسعار في التجارة الإلكترونية

أدرج المشرع الجزائري تعريف المضاربة غير المشروعة وفقا لنص المادة 2 من القانون رقم: 15-21 المتعلق بالمكافحة المضاربة غير المشروعة، على أنها "كل تخزين أو إخفاء للسلع أو البضائع بهدف إحداث ندرة في السوق و اضطراب في التموين، و كل رفع أو خفض مصطنع في أسعار السلع أو البضائع أو الأوراق المالية بطريق مباشر أو غير مباشر أو عن طريق وسيط أو إستعمال الوسائل الإلكترونية أو أي طرق أو وسائل إحتيالية أخرى..."، يستنتج من هذا التعريف أن المضاربة غير المشروعة بالأسعار تمثل أحد صور المضاربة غير المشروعة التي تشمل أي عمل من شأنه التأثير على الأسعار أو عرقلة الأداء الطبيعي للسوق، أو العمل على خداع الآخرين، بإستخدام أي أسلوب إحتيالي لزيادة أو محاولة زيادة أو خفض أسعار المنتجات بهدف إحداث تقلبات غير طبيعية للأسعار في السوق، بغية الإستفادة من الأوضاع المستجدة وتحقيق مكاسب ربح شخصية، وهذا من خلال إحداث ندرة للسلع المعروضة في السوق خاصة السلع ذات الإستهلاك الواسع الأمر الذي يؤدي إلى إرتفاع أسعارها.

حدد المشرع من خلال تعريفه للمضاربة غير المشروعة وسائل إرتكابها لكن على سبيل المثال لا الحصر وذكر من بينها "...إستعمال الوسائل الإلكترونية..." التي عادة ما يتم إستخدامها في مجال المعاملات التجارية الإلكترونية او ما يسمى بالتجارة الإلكترونية والتي عرفها المشرع الجزائري بموجب نص المادة 6 من القانون رقم: 05-18 على أنها: "النشاط الذي يقوم بموجبه مورد إلكتروني بإقتراح أو ضمان توفير سلع و خدمات عن بعد لمستهلك إلكتروني، عن طريق الإتصالات الإلكترونية"، هذا النوع من التجارة يتم في سوق إفتراضي وعن بعد، حيث تتيح للمستهلك أن يتجول عبر مواقع إلكترونية لإختيار أفضل العروض و بأفضل الأسعار دون عناء التنقل، و على الرغم من كل هذه التسهيلات التي توفرها التجارة الإلكترونية إلا أنها في المقابل تنطوي على العديد من المخاطر²²، و لعل أخطرها التحايل او التضليل في تحديد الأسعار بإرتكاب جرائم مضاربة غير مشروعة في هذا السوق، ولحماية المستهلك هذا النوع من الجرائم عمل المشرع على اصدار القانون رقم: 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية الذي فرض إلتزامات

على المورد الإلكتروني تضمن شفافية الأسعار في هذا الفضاء التجاري وهو ما سوف يتم تناوله في المبحث الثاني.

الفرع الثاني: صور المضاربة غير المشروعة بالأسعار في التجارة الإلكترونية

بالرجوع الى قانون التجارة الإلكترونية نلاحظ أنه لم ينص المشرع على أوجه المضاربة غير المشروعة بالأسعار، لكن نجد حدها بصفة عامة في القانون رقم: 15/21 المتعلق بمكافحة المضاربة غير مشروعة، حيث أن الصور الواردة في هذا القانون من خلال إستعمال المشرع عبارة "...أو إستعمال الوسائل الإلكترونية.." أنها يمكن إرتكابها في اطار التجارة الإلكترونية، كما أنه حدد المشرع قبل ذلك بعض أشكال المضاربة غير المشروعة بالأسعار بإعتبارها ممارسات أسعار غير شرعية بموجب القانون 02-04 السابق الذكر، لذلك سوف نذكر جميع هذه الصور على التوالي:

أولاً: صور المضاربة غير مشروعة بالأسعار الواردة في القانون رقم 15-21:

يعد من قبيل المضاربة غير المشروعة بالأسعار وفقاً لهذا القانون كل ارتكاب او الشروع او المساهمة في ارتكاب الأفعال التالية:

أ-ترويج أخبار أو أنباء كاذبة أو مغرضة عمداً بين الجمهور بغرض إحداث اضطراب في السوق و رفع الأسعار بطريقة مبالغته و غير مبررة، وهو ما يدخل ضمن مفهوم الاشهار التجاري الإلكتروني المضلل، الذي يتم فيه نشر هذه الأخبار الكاذبة في شكل بيانات مسجلة أو مخزنة أو منقولة عبر الوسائط الإلكترونية المختلفة كشبكة الأنترنت²³.

ب-طرح عروض في السوق بغرض إحداث اضطراب في الأسعار أو هوامش الربح المحددة قانوناً، في التجارة الإلكترونية تكون هذه الصورة عن طريق إقتراح إعلانات تجارية الكترونية لمنتجات بأسعار خادعة لا تتوافق و تكلفة الإنتاج او هوامش الربح.

ج-تقديم عروض بأسعار مرتفعة عن تلك التي كان يطبقها البائعون عادة.

د-القيام بصفة فردية أو جماعية أو بناء على إتفاقات، بعملية في السوق الإلكتروني بغرض الحصول على ربح غير ناتج عن التطبيق الطبيعي لقانون السوق، وقد نص المشرع في المواد من 6 الى 12 على الإتفاقات المقيدة للمنافسة.

هـ- استعمال المناورات التي تهدف الى رفع أو خفض قيمة الأوراق المالية.

ثانياً: صور المضاربة غير المشروعة الواردة في القانون رقم: 04 - 02:

ذكر المشرع هذه الممارسات ضمن الفصل الثاني من الباب الثالث لهذا القانون، وهي ليست محل تجريم إلا إذا إنطوت على التعامل بسلع أو التوريد لخدمات خاضعة لنظام الأسعار المقننة²⁴، بحيث ألزم المشرع العون الاقتصادي إحترام تطبيق هوامش الأسعار المحددة أو المسقفة أو المصادق عليها من قبل الدولة بموجب مراسيم تنظيمية و عدم مخالفتها، كما ألزمه بإيداع تركيبة أسعار المنتجات خاصة تلك المقننة وفقاً للشروط والكيفيات المحددة قانوناً عن طريق التنظيم²⁵، إذ تعتبر عملية الإيداع بمثابة رقابة قبلية مفروضة على العون الاقتصادي²⁶. كما نصت المادة 23 من هذا القانون على الممارسات التي تمس بجرية الأسعار والتي تؤدي إلى التلاعب بأسعار السوق، لذا فيعد من قبيل ممارسات أسعار غير شرعية كلا من:

أ- أي مخالف لتطبيق هوامش الربح أو الأسعار المقننة من قبل الدولة، المعتمد إنطلاقاً من إجراءات الإيداع إلى غاية بيع السلعة أو الخدمة²⁷.

ب- إرتكاب أحد المناورات المنصوص عليها في المادة 23 من القانون 02.04 السابق الذكر، المذكورة على سبيل المثال لا الحصر من خلال إستخدام المشرع عبارة "لا سيما" وهي:

1- القيام بتصريحات مزيفة بأسعار التكلفة قصد التأثير على هوامش الربح وأسعار السلع أو الخدمات المحددة أو المسقفة، بما أنه لا يمكن للتاجر التلاعب بهامش الربح أو السعر كونه محدد من قبل الدولة، فيقوم هنا بتزييف تصريحه لمخالفة هذا التحديد من خلال زيادة سعر التكلفة للحصول على أرباح أكبر من تلك الفعلية المفترض تحقيقها لحماية مصالح المستهلك والسوق على حد سواء²⁸.

2- إخفاء الزيادات غير الشرعية في الأسعار، يكون من خلال التصريح المزيف لسعر التكلفة من طرف العون الاقتصادي قصد التأثير على هامش الربح في السلع في السلع والخدمات المقننة، أما التي لا تخضع إلى نظام الأسعار يكون المناورة فيها لزيادة في سعر التكلفة عن طريق إدراج تكاليف وهمية لا وجود لها²⁹.

و- عدم تجسيد أثر الإنخفاض المسجل لتكاليف الإنتاج والإستيراد والتوزيع على أسعار البيع والإبقاء على إرتفاع أسعار السلع والخدمات المعنية، تتجسد هذه الصورة عند إرتفاع تكاليف الإنتاج لفترة ضرفية معينة فيرتفع معها سعر السلعة أو الخدمة، ولكن

عند عودة أسعار التكاليف الى طبيعتها او إنخفاضها يبقى العون الإقتصادي متمسك بالسعر المرتفع وهو ما يعد ممارسة غير شرعية³⁰.

3- عدم إيداع تركيبة الأسعار المقررة طبقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما، هذه الممارسات كنتيجة لمخالفة الإلتزام المنصوص عليه في المادة 22 مكرر وهو الإلتزام بإيداع المسبق لتركيبية أسعار السلع والخدمات خاصة المقننة وفقا للشروط والكيفيات المحددة قانونا، من أجل تحديد هوامش ربح او أسعار تلك السلع والخدمات بناءا على المعرفة الحقيقية والفعلية لتكاليفها.

4- تشجيع غموض الأسعار والمضاربة في السوق، تعتبر المضاربة المشروع روح المنافسة التي يقوم عليها السوق، شرط ان تكون أساليب ممارستها خالية من الكذب والتدليس ولا تؤدي الى إحداث تقلبات شديدة في الأسعار³¹ والتلاعب بها بخفضها ورفعها، والا أصبح مضاربة غير مشروعة المذكورة سابقا.

5- إنجاز معاملات تجارية خارج الدوائر الشرعية للتوزيع، إذ تعتبر كل معاملة خارج إطار سلسلة التوزيع التي حددها المشرع في الفضاءات التجارية من المنتج الى المستورد مباشرة الى المستهلك ممارسة أسعار غير شرعية، لأن إدخال وسيط في المعاملة سيؤدي الى إرتفاع الأسعار في السوق عن السعر الحقيقي³² وهو ما يعد مضاربة غير مشروعة بالأسعار.

6- حيازة مخزون من المنتجات بهدف تحفيز الإرتفاع غير المبرر للأسعار، تعتبر ممارسة تجارية تدليسية تتجسد عند حيازة كمية من المنتجات، مما يؤدي الى إحداث ندرتها في السوق و زيادة الطلب عليها، و وفقا لقانون العرض والطلب كلما قل العرض زاد الطلب وبالتالي يرتفع السعر، فالهدف من هذه الممارسة بالدرجة الأولى هو تشجيع إرتفاع السعر للمنتوجات و إحتكارها بدرجة ثانية وهو ما يعد من أهم صور المضاربة غير المشروعة في السوق.

إن المشرع الجزائري عند تحديده لهذه الممارسات والأفعال التي تعد من قبيل المضاربة غير المشروعة بالأسعار عمل على إقترانها بجزاء يوقع على كل من يرتكبها، حيث خص الفصل الرابع من القانون 15-21 السابق الذكر بالأحكام الجزائية الطبقة على جرائم المضاربة غير المشروعة المنصوص عليها وفقا لهذا القانون، كما خصص المواد 36 و 37

من القانون 02.04 كجزء لصور المضاربة غير مشروعة الواردة في هذا القانون التي تم ذكرها أعلاه.

المبحث الثاني:

آليات تكريس شفافية الأسعار لضمان لمكافئة المضاربة غير مشروعة في التجارة الإلكترونية

كرس المشرع الجزائري مبدأ شفافية الأسعار في التجارة الإلكترونية من خلال مجموعة من الإلتزامات موقعة على عاتق المورد الإلكتروني، بإعتباره صاحب المنتج وبالتالي فهو في مركز اسمي و أكثر دراية به لأنه في التجارة الإلكترونية لا يستطيع المستهلك معاينة هذا المنتج أو معرفة أسعاره، بل يقدم عليه إنطلاقا من المعلومات التي يقدمها له المورد الإلكتروني، كما يبقى ضامنا هذا الأخير بثبات و شفافية هذه المعلومات حتى بعد إبرام العقد، و الإلتزامات المفروضة على المورد الإلكتروني في هذا الشأن أساسا هي الإلتزام بالإعلام الإلكتروني بالأسعار (المطلب الأول)، و الإلتزام بتسليم الفاتورة الإلكترونية (المطلب الثاني):

المطلب الأول: الإلتزام بالإعلام الإلكتروني للأسعار

يتأثر المستهلك عادة و بالدرجة الأولى بسعر المنتج حتى قبل النظر في جودته، فعادة ما تتحرك إرادته لشراء المنتج أو الإستفادة من الخدمة وفقا لأسعارها، وحماية من المشرع لهذه الإرادة فرض على المورد الإلكتروني في المعاملة الإلكترونية إعلام المستهلك بالأسعار بصورة واضحة و دقيقة و طبقا لنظام الأسعار، بما يضمن شفافيةها و وخلوها من كل ما من شأنه أن يشكل مضاربة غير مشروعة في تلك السوق، لذا فإنه من الضروري البحث في مفهوم هذا الإلتزام (الفرع الأول)، ثم إبراز أهميته في إطار تحقيق شفافية الأسعار في التجارة الإلكترونية (الفرع الثاني).

الفرع الأول: مفهوم الإعلام الإلكتروني

نص المشرع الجزائري على الإعلام بالأسعار في المادة الرابعة من القانون رقم: 02.04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية على أنه "يتولى البائع وجوبا إعلام الزبائن بأسعار و تعريفات السلع و الخدمات..."، و هو الإلتزام نفسه المنصوص عليه في المادة 17 من القانون رقم: 03.09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش المعدل والمتمم الذي يلزم فيها المشرع كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للإستهلاك، و السعر يعتبر أهم

هذه المعلومات وجوهرها، كما أن هذا الإعلام حسب هذه المادة يتم بواسطة الوسم أو العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة، و الفضاء الإلكتروني يعتبر أبرز وأحدث هذه الوسائل حالياً، بعد سماح المشرع ضمناً بالإعلام الإلكتروني بالأسعار من خلال تركه المجال مفتوحة للوسيلة المستعملة في الإعلام، فإنه عمل على السماح بذلك صراحة بإصداره القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية من خلال المادة 11 منه و التي تنص على أنه "يجب ان يقدم المورد الإلكتروني العرض التجاري... و يجب ان يتضمن على الأقل...أسعار السلع و الخدمات المقترحة بإحتساب كل الرسوم...طريقة حساب السعر عندما لا يمكن تحديده مسبقاً".

على الرغم من تأكيد المشرع على فرض الإلتزام بالإعلام في المعاملات التجارية في القوانين السابقة الذكر، إلا أنه لم يضع تعريف هذا الإلتزام مما يتطلب البحث عنه في الاجتهادات الفقهية، فهناك من عرف الإلتزام بالإعلام الإلكتروني على أنه "الإلتزام يقع على عاتق التاجر الإلكتروني أو مقدم الخدمة الذي يتعاقد مع المستهلك من خلال الوسائل الإلكترونية الحديثة، بمقتضاه يخبر المستهلك بشخصه، و بياناته التجارية، و بكافة البيانات الجوهرية المتعلقة بالعقد، و التي بناء عليها يتخذ المستهلك قراره بالإقدام على التعاقد أو عدم التعاقد بناء على إرادة حرة و مستنيرة".³³، من خلال هذا التعريف يمكن إستنتاج ووضع تعريف للإعلام الإلكتروني بالأسعار، والذي هو إلتزام يقع على عاتق المورد الإلكتروني بمناسبة بيع سلعة أو تأدية خدمة عبر وسائل الاتصال الإلكترونية بمقتضاه يعلم المستهلك بسعر بيع السلعة أو تأدية الخدمة أو بطريقة حسابه عند عدم إمكانية تحديده مسبقاً، و بناء عليه يتخذ المستهلك قراره بالتعاقد من عدمه.

مما تقدم بيانه، يتضح أن الإلتزام بالإعلام بالأسعار في التجارة الإلكترونية لا يختلف عن الإلتزام بالإعلام بالأسعار في التجارة التقليدية، إلا أنه يمتاز ببعض الخصوصية، كون المعاملات التجارية الإلكترونية تتم عن بعد دون اللقاء الحقيقي بين أطرافها و دون معاينة حقيقية للشيء المبيع، مما يفترض في هذه المعاملات أن المورد الإلكتروني يحوز معلومات جوهرية متصلة بالسلعة أو الخدمة خاصة فيما يتعلق بسعرها لا يعرفها المستهلك الإلكتروني، فمن خلال ما تقدم يتضح أن لهذا الإلتزام شرطين أساسيين و هما: علم المورد الإلكتروني بالمعلومات المتعلقة بالمنتج محل المعاملة الإلكترونية، و جمل المستهلك لهذه المعلومات جملًا مشروعاً³⁴، و ما يخرج عن إطار هاذين الشرطين هو علم المستهلك الإلكتروني بالأسعار المقننة، إذ يفترض علمه بها ولا يمكنه الدفع بعدم ذلك كونها منشورة في الجريدة الجزائرية الرسمية و بالتالي لا عذر بجهل القانون.

كرس المشرع الجزائري فكرة الإلتزام بالإعلام الإلكتروني كآلية لضمان شفافية الأسعار والمعاملة التجارية ككل، من خلال المرسوم التنفيذي 378.13 المحدد للشروط و الكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك³⁵، إذ تنص المادة 5 منه على أن يطبق أحكام هذا المرسوم على "المنتجات المعروضة للبيع عن طريق تقنيات الاتصال عن بعد"، وعرفت المادة 3 منه المقصود بتقنيات الاتصال عن بعد³⁶ والتي يدخل تحت مفهومها ما يعرف بالتجارة الإلكترونية، لذا فإن إضافة الى الشروط الواجبة للإعلام الإلكتروني بالأسعار الواردة في نص المادة 11 من القانون رقم: 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، تنطبق عليه الشروط والكيفيات المنصوص عليها في هذا المرسوم إضافة الى بعض الشروط المنصوص عليها في القانون رقم: 02.04 السابق الذكر، والتي يمكن ذكرها على سبيل المثال لا الحصر وهي:

1. وضوح الإعلام بالأسعار
2. استخدام اللغة العربية للإعلام بالأسعار في التجارة الإلكترونية
3. عمومية الإعلام بالأسعار
4. تحديد مقدار المنتج المقابل للسعر المعلن
5. موافقة الأسعار و التعريفات المعلنة للمبلغ الإجمالي الذي سيدفعه الزبون.

استنادا إلى أحكام المرسوم التنفيذي رقم: 378.13 سابق الذكر كرس المشرع مجموعة من الآليات لتنفيذ واجب الإعلام الإلكتروني بالأسعار، وقد حددها على سبيل المثال لا الحصر، تم ذكر البعض منها بموجب نص المادة 5 من قانون الممارسات التجارية رقم: 02.04 وتتمثل أساسا في: العلامات، الوسم، المعلقات، الوسائل الحديثة. كما حدد المشرع من خلال نص المادة 7 من ذات القانون بعض وسائل الإعلام بالأسعار والتي تتم بين الأعوان الاقتصاديين كجداول الأسعار ودليل الأسعار لما لها من أهمية في تجسيد تعامل شفاف ونزيه.

الفرع الثاني: أهمية الاعلام الإلكتروني لتحقيق شفافية الأسعار في التجارة الإلكترونية

كرس المشرع الجزائري الإعلام الإلكتروني كآلية لتحقيق شفافية الأسعار في مجال التجارة الإلكترونية وبالتالي محاربة المضاربة غير مشروعة فيها نظر للدور الهام الذي تلعبه هذه الآلية والمتمثل في:

أولاً: تعتبر الوسائل الإلكترونية للإعلام وسائل فعالة نظراً لما تتمتع به من مميزات، حيث أنها غير قابلة للمحو، وأكثر وضوح ودقة، إمكانية تحديث البيانات بكل سهولة، أن تكون هذه البيانات على دعامة تسمح بقراءتها من طرف المستهلك، وثابتة حتى يمكن مراقبتها من قبل أعوان الرقابة دون تضليلهم أو التلاعب بالأسعار الموجهة للمستهلك³⁷.

ثانياً: إن منح الحرية للمورد الإلكتروني في تحديد الأسعار تستوجب بالضرورة عمومية هذه الأسعار، إذ تعد العمومية مظهراً من مظاهر الشفافية في الممارسات التجارية الإلكترونية³⁸، و مضمون هذه الخاصية هو عدم كفاية إعلام كل مستهلك على حدى بالسعر الذي سيتم به البيع أو تأدية الخدمة بل يجب أن يكون الإعلام عام للجميع³⁹، إذ تمكن من جعل جميع المستهلكين متساوين إزاء الأسعار المحددة من طرف المورد الإلكتروني⁴⁰ وعدم التمييز بينهم و فرض سعر مختلف على حسب الشخص المتعامل معه، بحيث يمنح الإلتزام بالإعلام الإلكتروني بالسعر مصداقية و شفافية السعر الممارس في السوق الإلكتروني⁴¹.

ثالثاً: يعمل هذا الإلتزام على تحقيق إستقرار الأسعار المعروضة للمنتجات حتى لا يكون المستهلك عرضة للإستغلال نتيجة الزيادات الفجائية للأسعار⁴² واحتكار السوق للإستهلاكي، أو نتيجة التخفيضات الوهمية لها، بحيث يضمن هذا الإلتزام تسليم المستهلك للسلعة المعلن عنها بالسعر المعلن عنه⁴³.

رابعاً: يعتبر الوسم من بين وسائل الإعلام بالأسعار، فمنهم من يرى بأن هذه الوسيلة تحقق حماية للمستهلك من المضاربة غير مشروعة بالأسعار، لأن تحديد السعر من طرف الصانع أو المنتج في الوسم ممارسة تعمل على تنبيه المستهلك الى أن السعر لا ينبغي أن يتجاوز السعر المحدد في الملصق، وهو ما قد يشكل ضغط على المورد الإلكتروني الذي ينبغي أن يلتزم باحترام وعدم تجاوز السعر الملصق بقدر يحقق به فائدة معتبرة⁴⁴.

خامساً: يرمي المشرع الجزائري من خلال فرض الإعلام بالأسعار في التجارة الإلكترونية إلى منح السلطة الإدارية المختصة وسيلة لمراقبة مدى تطبيق واحترام المورد الإلكتروني للقواعد المتعلقة بالأسعار باعتبارها جزء هاماً من النظام العام الاقتصادي، إضافة الى ضمان الشفافية وتطور المنافسة في السوق⁴⁵.

المطلب الثاني: الإلتزام بتسليم الفاتورة الإلكترونية

إن ما يضمن تكريس شفافية الأسعار والمعاملة التجارية الإلكترونية طيلة مراحل العقد جعلت من المشرع يتحرك أمام عدم كفاية وضع الالتزام بالإعلام الإلكتروني بالأسعار فقط، لأن هذه الآلية تفرض تحقيق الشفافية في مرحلة سابقة على إبرام العقد حتى يقدم المستهلك على التعاقد بإرادة سليمة ومستنيرة، بل أضاف إليها الالتزام بتسليم الفاتورة الإلكترونية لضمان ثبات الشفافية وحماية مصلحة المستهلك في المرحلة اللاحقة على إبرام العقد، لذا وجب تحديد مفهوم هذه الآلية (الفرع الأول) و تحديد أهميتها و دورها في تحقيق شفافية الأسعار و مكافحة المضاربة غير مشروعة في التجارة الإلكترونية (الفرع الثاني):

الفرع الأول: مفهوم الفاتورة الإلكترونية

تعد الفاتورة من أهم آليات تحقيق شفافية الأسعار في التجارة الإلكترونية، حيث أدرجها المشرع الجزائري في القانون رقم: 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، من ضمن الالتزامات الواقعة على عاتق المورد الإلكتروني بمناسبة بيع سلعة أو تقديم خدمة عن طريق وسائل الاتصال الإلكترونية، حيث يلزم بتسليمها إلى المستهلك في شكلها الإلكتروني أما في شكلها الورقي غير ملزم به إلا في حال طلبها منه المستهلك⁴⁶.

و بالرغم من نص المشرع الجزائري على الفاتورة في قانون التجارة الإلكترونية وفرضها كاللزام يقع على عاتق المورد الإلكتروني، إلا أنه لم يحدد مفهومها كما لم ينظم أحكامها وأحالتها في مسألة تنظيم الفاتورة الإلكترونية إلى التنظيم⁴⁷ الذي لم يصدر بعد، لذا سوف نطبق في هذا الأمر ما سلكه المشرع الفرنسي الذي بعد مختلف تعديلاته في تنظيم الفاتورة الإلكترونية اتجه موقفه إلى اعتبار الفاتورة الإلكترونية مطابقة قانونا للفاتورة الورقية بالشروط التي أحكمها بها⁴⁸، و بالرجوع إلى مجموع القوانين المتعلقة بالفاتورة الورقية نجد أن المشرع أغفل عن وضع تعريف لها، مما يستلزم التطرق تعريفها فقهيًا ومن بينها من عرفها على أنها "كتابة تنشأ بمناسبة بيع سلع أو أداء خدمات التي تثبت وجود هذه العملية التجارية و توضح شروطها"⁴⁹.

و الفاتورة الإلكترونية حتى يتم الاطلاع على جميع بياناتها من قبل المستهلك إلا إذا كانت مرسلة و مقروءة على جهاز الكمبيوتر أو بواسطة برنامج معلوماتي يمكن الرجوع إليها ، وهو ما أقره المرسوم التنفيذي 468-05 المتضمن شروط تحرير الفاتورة و سند التحويل ووصل التسليم الفاتورة الاجالية و كفيات ذلك⁵⁰ بموجب الفقرة الأولى من المادة 11 منه التي تنص على أنه "استثناء لأحكام هذا المرسوم يسمح بتحرير الفاتورة و إرسالها عن طريق النقل

الإلكتروني الذي يتمثل في نظام إرسال الفواتير المتضمن مجموع التجهيزات و الأنظمة المعلوماتية التي تسمح لشخص أو أكثر بتبادل الفواتير عن بعد".

ألزم المشرع الجزائي المورد الإلكتروني عند تحريره الفاتورة أن يضمها مجموعة من البيانات منها ما يتعلق بهوية المورد نفسه و منها ما يتعلق بهوية المستهلك بالإضافة إلى البيانات المتعلقة بمميزات السلعة أو الخدمة وشروط البيع و أيضا الأسعار، اذ تعد البيانات المتعلقة بالسعر من أهم هذه البيانات نظرا لما تحققه من شفافية في المعاملة التجارية بصفة عامة و شفافية الأسعار بصفة خاصة ، بحيث يلتزم المورد الإلكتروني بإعلام المستهلك الإلكتروني بسعر الوحدة دون الرسوم للسلع المباعة و/أو تأدية الخدمة المنجزة، السعر الإجمالي دون احتساب الرسوم للسلع المباعة و/أو تأدية الخدمات المنجزة، طبيعة الرسوم و/أو الحقوق و/أو المساهمات و نسبها المستحقة حسب طبيعة السلع المباعة و/أو تأدية الخدمات المنجزة، ولا يذكر الرسم الى القيمة المضافة إذا كان المستهلك الإلكتروني معفى منه، السعر الإجمالي مع احتساب كل الرسوم، محرر بالأرقام و الحروف، بالإضافة الى تكاليف أخرى اذ لم تكن مدججة في سعر الوحدة أو لم تكن مفوترة على حدة⁵¹، هذه البيانات تسمح بتحديد السعر بصورة واضحة ودقيقة خالية من أي تحايل أو تضليل.

الفرع الثاني: أهمية الفاتورة الإلكترونية في إطار تحقيق شفافية الأسعار ومكافحة المضاربة غير مشروعة في التجارة الإلكترونية

إضافة إلى الإعلام الإلكتروني بالأسعار الذي يفرض شفافية الأسعار في التجارة الإلكترونية كوسيلة لمكافحة المضاربة غير مشروعة فيها، فإن المشرع ألزم المورد الإلكتروني بتسليم الفاتورة الإلكترونية بعد إبرام المعاملة التجارية الإلكترونية ويشترط فيها أن تكون مطابقة لما هو مقرر لتأمين هذه الشفافية من خلال الدور الذي تلعبه والمتمثل في:

أ- تضمن الفاتورة إعلاما كاملا حول الأسعار في مرحلة ما بعد إبرام العقد، نظرا لما تتضمنه من بيانات متعلقة بالسعر يراعي فيها احترام نظام الأسعار وقواعد المنافسة.

ب- إن البيانات المدرجة في الفاتورة الإلكترونية تعد الصورة الحقيقية للعقد المبرم إذ تجسد المعاملة بكل تفاصيلها، فهي وسيلة للتأكد من مدى احترام المورد الإلكتروني للالتزامات المفروضة عليه تجاه المستهلك والحرص على حسن تنفيذها، فالتقيد بتلك البيانات تحقق الشفافية

حيث تضمن عدم تلاعب المورد الإلكتروني بالسعر المحدد للسلعة المباعة أو الخدمة المقدمة، إذ قد يكون السعر مبالغ فيه دون وجه حق وهو ما يشكل مخالفة المورد للأحكام المتعلقة بالأسعار، إذ يكشف مضمون الفاتورة عن الأسعار والنظام الخاضعة له⁵².

ج- الفاتورة محرر بمسكه طرفا العلاقة التعاقدية ويخضع لرقابة الهيئات المعنية، فهي وسيلة تسمح بمراقبة الأسعار ومراقبة الغش الجبائي، فهي تكشف عن مدى وقوع المستهلك ضحية الأعمال التمييزية أو التدليسية، وعن مدى احترام المورد الإلكتروني لنظام الأسعار.

د- الفاتورة الإلكترونية بما تحتويه من معلومات تشكل بالنسبة للمستهلك وسيلة لإثبات مضمون العقد الذي يبرمه مع المورد الإلكتروني، حيث تمكنه من إثبات مدى مطابقتها للسعر المتفق عليه وأنه لم يقع ضحية ممارسة أسعار محظورة كالتعامل بأسعار غير شرعية أو التلاعب بهذه الأسعار بما يشكل مضاربة غير مشروعة في السوق، وعليه تشكل الفاتورة حجة في يد المستهلك في مواجهة المورد الإلكتروني الذي يتحرى بوجودها إحترامه مبدأ شفافية الأسعار في إطار معاملاته مع المستهلك الإلكتروني.

تأكيدا على قوة الفاتورة الإلكترونية كآلية لتحقيق شفافية الأسعار ومكافحة المضاربة غير مشروعة فإن أي مخالفة في تسليم الفاتورة الإلكترونية أو مخالفة لشروطها المحددة قانونا، فإن وفقا للمادة 44 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية يعاقب مرتكبها طبقا للعقوبات الواردة في القانون 02-04 المقررة للفاتورة الورقية.

الخاتمة:

مما سبق بيانه نخلص الى أن المشرع الجزائري حاول تنظيم الأسعار في المعاملات التجارية في ظل نظام حرية الأسعار المستمد من المبدأ الأساسي للنظام الإقتصادي القائم على حرية المنافسة، من خلال وضع ضوابط لهذه الحرية حتى تتم ممارستها في إطار المشروعية و الشفافية وكذا وضع قيود تجسد تدخل الدولة كإستثناء في بعض الحالات المحددة قانونا لتقنين الأسعار، وفقا لآلية التحديد أو التسقيف أو التصديق، فالهدف من وراء وضع المشرع لنظام الأسعار في القانون الجزائري هو الحفاظ على إستقرارها في السوق من جهة، وحماية مصلحة المستهلك وقدرته الشرائية من جهة أخرى، لأن هذا الأخير يعتبر الطرف الضعيف في المعاملات التجارية الإلكترونية مقارنة بالمورد الإلكتروني الذي يعتبر صاحب المنتج و صاحب السعر في هذه

المعاملات و لديه الدراية الكافية حولهم ومدى تناسبهم، تظهر حماية المستهلك الإلكتروني في لتشريع الجزائي بناء مجموعة من الإلتزامات فرضها القانون على المورد الإلكتروني تحقق شفافية الأسعار في المعاملات الإلكترونية قبل إبرام المعاملة من خلال إلزامه بإعلام المستهلك بالأسعار بصورة واضحة ودقيقة وشفافة، وبعد إبرامها بإلزامه تسليمه فاتورة الإلكترونية على نحو تثبت و تضمن هذه الشفافية والا كان محل مساءلة قانونية .

توصلنا من خلال هذه الدراسة الى مجموعة من النتائج و الإقتراحات تتمثل في:

أولاً: النتائج

1. إن نظام الأسعار في الجزائر القائم على حرية الأسعار هو أحد مبادئ حرية المنافسة التي يقوم عليها النظام الإقتصادي ككل، وهو مبدأ مقيد وليست بمطلق يخضع لمجموعة من الضوابط تتمثل في إحترام قواعد المنافسة الحرة النزيمية و إحترام أحكام التشريع و التنظيم المعمول بهما و كذا على أساس قواعد الإنصاف و الشفافية، كما يخضع الى قيد تدخل الدولة في بعض الأحيان كإستثناء في بعض الظروف و لبعض المنتجات متى دعت الضرورة الى ذلك.

2. ان تدخل الدولة كإستثناء لا يعتبر قيد للحد من حرية الأسعار بل هو آلية للحفاظ على إستقرار الأسعار لتلك المنتجات وفي تلك الظروف لمكافحة المضاربة غير مشروعة ومنع الإحتكارات، من خلال تحديد السعر أو هامش الربح والذي لا يمكن للمورد الإلكتروني تجاوزه أو التلاعب به.

3. ان المضاربة غير المشروعة بالأسعار في التجارة الإلكترونية مسألة لم ينص عليها التشريع الجزائري لا في القانون رقم: 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية ولا في تشريع مستقل، وإنما تخضع في تنظيم أحكامها الى القواعد الموضوعية بمناسبة مكافحة المضاربة غير مشروعة في التجارة التقليدية والواردة أساسا في القانون رقم: 21-15 المتعلق بمكافحة المضاربة غير مشروعة.

4. حدد المشرع صور المضاربة غير مشروعة بالأسعار في كلا القانون رقم: 21-15 السابق الذكر من خلال تعريف المضاربة غير مشروعة، والقانون رقم: 04-02 السابق الذكر باعتبارها ممارسة أسعار غير شرعية، على سبيل المثال لا الحصر، و ترك للقاضي السلطة

التقديرية في تكيفه لمثل هذه الممارسات تحسبا لوقوع أي ممارسة غير شرعية تمس الأسعار خاصة في ظل التطور التكنولوجي في المجال التجاري و ما قد يصدر عنه.

5. كرس المشرع بموجب قانون التجارة الإلكترونية مجموعة من الآليات لضمان وتأمين شفافية الأسعار في هذه التجارة، من خلال فرضه على المورد الإلكتروني الالتزام بالإعلام الإلكتروني بالأسعار والتزامه بتسليم فاتورة إلكترونية، غير أنه لم ينظم شروط وكيفيات تنفيذ هذه الالتزامات مما يدفعنا الى تطبيق الشروط والكيفيات المحددة لها بمناسبة ممارسات تجارية تقليدية.

6. يتم الإعلام الإلكتروني بالأسعار عن طريق مجموعة من الوسائل حددها المشرع على سبيل المثال لا الحصر، والتي يجب أن تتضمن بيانات تحدد الأسعار بصورة واضحة ودقيقة وموجهة للجميع على حد سواء دون تمييز، كون هذه الوسائل خاضعة لرقابة من قبل السلطات الإدارية للتأكد من شفافية الأسعار المدرجة فيها.

7. إن الفاتورة سواء في صيغتها الإلكترونية أو الورقية تعتبر وسيلة إثبات، إذ تثبت استقرار السعر طيلة المعاملة وشفافيته أي أنه تم البيع أو تأدية الخدمة بالسعر المتفق عليه، وتعد وسيلة تخضع لرقابة الجهات المعنية من الغش الضريبي او المضاربة بالأسعار.

ثانيا: الاقتراحات

1. إن التوجه التشريعي نحو تنظيم التعامل بالتجارة الإلكترونية أمر يستلزم من الدولة تعزيز الرقمنة بوضع آليات تسمح بالكشف عن المضاربة غير مشروعة بالأسعار ومكافحتها.

2. أن تأخذ الدولة بعين الاعتبار بشروط وضوابط تدخلها و أن لا تجعل من هذا التدخل وسيلة لإحتكار الأسعار في السوق و التعسف على الأعوان الإقتصاديين.

3. إن خصوصية التجارة الإلكترونية تتطلب من المشرع الجزائري وضع نصوص قانونية تحدد صور المضاربة غير مشروعة بالأسعار في هذا النوع من التجارة و تنظم آليات مكافحتها بدل اللجوء الى النصوص المنظمة لذلك في التجارة التقليدية.

4. يتعين على المشرع الجزائري الحرص في وضع النصوص التنظيمية التي يحيلنا إليها في مسألة تنظيم الفاتورة الإلكترونية، خاصة بعد إقرار المشرع المدني بحجية الكتابة الإلكترونية و التوقيع الإلكتروني في الإثبات.

الهوامش:

- 1 القانون رقم: 89 - 12 المؤرخ في 5 جويلية 1989 المتعلق بالأسعار، الجريدة الرسمية، عدد 29 الصادرة في 19 يوليو 1989، (ملغى).
- 2 عطوي مريم، آليات مكافحة الجرائم المتعلقة بالأسعار وفقا للقانون الجزائري، أطروحة دكتوراه، تخصص القانون الجنائي للأعمال، شعبة الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد ملين دباغين سطيف2، سنة 2022، ص 3.
- 3 الأمر رقم: 95-06 المؤرخ في 25 جانفي 1995 المتعلق بالمنافسة، الجريدة الرسمية، عدد 09 الصادرة بتاريخ 22 فبراير 1995، (ملغى).
- 4 المرسوم الرئاسي رقم: 96-438، المؤرخ في 07 ديسمبر 1996، المتعلق بإصدار نص تعديل الدستور، المصادق عليه في استفتاء 28 نوفمبر 1996، الجريدة الرسمية، عدد 76 الصادرة في 08 ديسمبر 1996.
- 5 القانون رقم: 16-01، المؤرخ في 06 مارس 2016، المتضمن التعديل الدستوري، الجريدة الرسمية، عدد 14 الصادرة في 07 مارس 2016.
- 6 دستور الجمهورية الجزائرية الديمقراطية، المؤرخ في 30 ديسمبر 2020، الجريدة الرسمية، عدد 83 الصادرة في 30 ديسمبر 2020.
- 7 الأمر رقم: 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بالمنافسة، الجريدة الرسمية، عدد 43 الصادرة في 20 جويلية 2003، المعدل والمتمم بالقانون رقم 08-12، المؤرخ في 25 جوان 2008، المعدل و المتمم بالقانون رقم 10-05، المؤرخ في 15 اوت 2010، المتعلق بالمنافسة، الجريدة الرسمية. عدد 46 الصادرة في 18 اوت 2010.
- 8 القانون رقم: 04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية، عدد 41 الصادرة في 27 جوان 2004، المعدل والمتمم بالقانون رقم 10-06، المؤرخ في 15 اوت 2010، الجريدة الرسمية، عدد 46 الصادرة في 18 اوت 2010.
- 9 القانون رقم: 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018 المتعلق بالتجارة الالكترونية، الجريدة الرسمية، عدد 28 الصادرة في 16 ماي 2018.
- 10 القانون رقم: 21-15 المؤرخ في 28 ديسمبر 2021 المتضمن مكافحة المضاربة غير المشروعة، الجريدة الرسمية، عدد 99 الصادرة في 29 ديسمبر 2021.
- 11 إسماعيل فريجات، ضمان أمن الأسعار وتحدياته، مداخلته ألقيت في الملتقى الوطني "رقابة الأسعار و مكافحة المضاربة غير لمشروعة واقع وتحديات"-، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة الشهيد حمة لخضر -الوادي، يوم 2024/03/06، الجزائر، ص 4.

- 12 سلخ محمد لمين، القيود الواردة على مبدأ حرية الأسعار في التشريع الجزائري، مداخلة القيت في المنتدى الوطني حول " رقابة الأسعار ومكافحة المضاربة غير المشروعة -واقع و تحديات-، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة الشهيد حمة لخضر -الوادي، يوم 2024/03/06، الجزائر، ص 2.
- 13 الممارسات المقيدة للمنافسة المحددة في ظل أحكام القانون رقم: 03.03 المتعلق بالمنافسة هي: الاتفاقات المحظورة، التعسف في وضعية الهيمنة، القيام بتصرفات استثنائية، التعسف في استغلال وضعية التبعية الاقتصادية، البيع بأسعار منخفضة.
- 14 سلخ محمد لمين، المرجع السابق، ص2.
- 15 مريم بن خليفة، التسويق الإلكتروني وآليات حماية المستهلك، دار الفكر والقانون، طبعة 2017، المنصورة -مصر، ص77.
- 16 إسماعيل فريجات، المرجع السابق، ص5.
- 17 تنص الفقرة الأولى من المادة 5 من الامر 03-03 المتعلق بالمنافسة على انه " تطبيقا لاحكام المادة 4 أعلاه، يمكن ان تحدد هوامش و أسعار السلع و الخدمات او الأصناف المتجانسة من السلع و الخدمات او تسقيفها او التصديق عليها عن طريق التنظيم".
- 18 محمري محمد أمين، النظام القانوني للممارسات التجارية في التشريع الجزائري، أطروحة دكتوراه علوم في الحقوق، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 01 بن يوسف بن خدة، سنة 2017، ص 290.
- 19 سلخ محمد لمين، المرجع السابق، ص3.
- 20 هذه الظروف الاستثنائية التي حددتها الفقرة الأخيرة من المادة 5 من الامر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل و المتمم تمثل في: بسبب اضطراب خطير للسوق، او كارثة، او صعوبات في التكوين داخل قطاع نشاط معين او في منطقة جغرافية معينة او في حالات الاحتكارات الطبيعية.
- 21 خديجي احمد، قواعد الممارسات التجارية في القانون الجزائري، أطروحة دكتوراه في العلوم، تخصص قانون خاص، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر باتنة، سنة 2016، ص18.
- 22 سامية لموشية، الضمانات القانونية للمشتري في عقد البيع الإلكتروني، أطروحة دكتوراه علوم، تخصص عقود ومسؤولية، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر _ بسكرة، 2018، ص ص 3 و4.
- 23 عرشوش سفيان، جريمة المضاربة غير مشروعة وفق قانون 15-21، مجلة الحقوق والحريات، الجزائر، المجلد 10، عدد01، سنة 2022، ص815.
- 24 غزالي نصيرة وعمران عائشة، ممارسة أسعار غير شرعية في ظل القانون 02-04 المعدل و المتمم، المجلة الأكاديمية للبحوث القانونية و السياسية، الجزائر، المجلد الخامس، عدد الثاني، سنة 2021، ص 1429.

- 25 المادة 22 مكرراً من القانون رقم: 02.04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل و المتمم، مصدر سابق.
- 26 غزالي نصيرة وعمران عائشة، المرجع السابق، ص 1430.
- 27 مريم عطوي، المرجع السابق، ص 115.
- 28 المرجع السابق، ص ص 116، 117.
- 29 غزالي نصيرة وعمران عائشة، المرجع السابق، ص ص 1430، 1431.
- 30 مريم عطوي المرجع السابق، ص 123.
- 31 عرشوش سفيان، المرجع السابق، ص 808.
- 32 مريم عطوي، المرجع السابق، ص 124.
- 33 كوثر سعيد عدنان خالد و سميحة مصطفى القليوبي، حماية المستهلك الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة، الطبعة الثانية، 2016، لإسكندرية، ص 287.
- 34 أحمد إسماعيل إبراهيم الراوي، الالتزام بالاعلام الإلكتروني قبل التعاقد في العقود الإلكترونية، در الجامعة الجديدة، د.ط، 2018، الإسكندرية، ص ص 18، 19 .
- 35 المرسوم التنفيذي رقم: 378.13 المؤرخ في 05 محرم عام 1435 الموافق 09 نوفمبر سنة 2013، المحدد للشروط و الكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، الجريدة الرسمية، عدد 58 الصادرة في 18 نوفمبر 2013.
- 36 تقنية الاتصال عن بعد: كل وسيلة بدون الحضور الشخصي والمتزامن للمتدخل والمستهلك، يمكن استعمالها لإبرام العقد بين هذين الطرفين.
- 37 مريم عطوي، المرجع السابق، ص 26.
- 38 خديجي أحمد، المرجع السابق، ص 21.
- 39 مريم عطوي، المرجع السابق، ص 30.
- 40 خديجي احمد، المرجع السابق، ص 21.
- 41 مريم عطوي، المرجع السابق، ص 30.
- 42 بن سالم مختار، الإلتزام بالإعلام كآلية لحماية المستهلك، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون المنافسة و الاستهلاك، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد_تلمسان-، سنة 2018، ص 204.
- 43 زيدان عبد النور، محاضرات في مقياس الممارسات التجارية موجهة لطلبة الماستر 1 تخصص قانون اعمال، معهد الحقوق و العلوم السياسية، المركز الجامعي مرسللي عبد الله_تيازة، سنة 2020/2021، ص 4.
- 44 مريم عطوي، المرجع السابق، ص 25.
- 45 بن سالم مختار، المرجع السابق، ص 197.

- 46 عائشة بوعزم، فعالية الفاتورة في إطار ممارسات التجارة الإلكترونية على ضوء التشريع الجزائري، مجلة القانون العقاري و البيئة، الجزائر، المجلد 09، عدد 02، سنة 2021، ص 3.
- 47 المادة 20 من القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مصدر سابق.
- 48 مريم عطوي، المرجع السابق، ص 39.
- 49 سلمى بقر، محاضرات في قانون الممارسات التجارية، مطبوعة لطلبة السنة الثانية ماستر- السداسي الثالث، قسم القانون الخاص، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة أحمد بوقرة - بومرداس، سنة 2021، ص 41.
- 50 المرسوم التنفيذي رقم: 05_468 الموافق 10 ديسمبر 2005، يحدد شروط تحويل الفاتورة و سند التحويل و وصل التسليم و الفاتورة الاجالية و كيفيات ذلك، جريدة الرسمية، عدد 80، الصادرة في 11 ديسمبر 2005.
- 51 المواد 1، 3، 7، 8، 9 من المرسوم التنفيذي رقم: 05_468 مصدر سابق.
- 52 سامية لموشية، المرجع السابق، ص 82.