

الضوابط الشرعية والقانونية للمنافسة ومنع الاحتكار وأثرها في حماية المستهلك_دراسة مقارنة_

Shari'ah and Legal Regulations of Competition and Anti-Monopoly and Their Impact on Consumer Protection: A Comparative Study

مالك شارف خوجة^{1*}، جامعة باتنة 1، الجزائر، mallek.charefkhodja@univ-batna.dz

مذكور الخامسة²، جامعة باتنة 1، الجزائر، Madkhamsa@hotmail.com

مخبر الفقه الحضاري ومقاصد الشريعة

تاريخ قبول المقال: 04-05-2026

تاريخ إرسال المقال: 10-01-2026

الملخص: تهدف هذه الدراسة إلى بيان القواعد والضوابط التي تحكم المنافسة التجارية وتكافح الممارسات الاحتكارية، مع تسليط الضوء على أثر ذلك في حماية المستهلك، من خلال إجراء موازنة تأصيلية وقانونية، تنطلق الدراسة من مبدأ سبق الشريعة الإسلامية للقوانين الوضعية في إرساء دعائم حرية التجارة القائمة على العدل والمصلحة العامة، معتبرة ممارسة التجارة حقاً مكفوفاً لا يجوز التعسف فيه، كما تتناول مفهوم الاحتكار كجريمة اقتصادية تمس أمن المجتمع ورفاهية المستهلك، موضحاً شروط اعتباره محظوراً في الفقه الإسلامي، ومقارنة ذلك بالنظام القانوني الجزائري (الأمر 03/03) الذي سعى المشرع الجزائري من خلاله لتبني اقتصاد السوق وضبط المنافسة ومنع الاحتكار من خلال نصوص تشريعية وهيئات رقابية كمجلس المنافسة، لتخلص الدراسة إلى أن غاية كلاً من الشريعة والقانون يهدفان في النهاية إلى حماية المستهلك وتحقيق الرفاهية الاقتصادية من خلال منع الاستغلال وضمان جودة السلع واستقرار الأسعار.

الكلمات المفتاحية: الضوابط الشرعية، قانون المنافسة، الاحتكار، المستهلك، التشريع الجزائري.

Abstract: This study seeks to identify the principles and rules that govern commercial competition and combat monopolistic practices, while highlighting their impact on consumer protection through a comparative doctrinal and legal analysis. It proceeds from the premise that Islamic Shari'ah predates positive legislation in laying down the foundations of freedom of trade based on justice and the public interest, viewing commercial activity as a guaranteed right that must not be abused. The study further examines monopoly as an economic crime that undermines societal security and consumer welfare, clarifying the conditions under which it is deemed prohibited in Islamic jurisprudence, and

^{1*} مالك شارف خوجة

compares this with the Algerian legal regime (Ordinance 03/03), through which the Algerian legislator has sought to adopt a market-based economy, regulate competition, and prevent monopolies by means of statutory provisions and supervisory bodies such as the Competition Council. The study concludes that both Shari'ah and state law ultimately aim to protect the consumer and promote economic welfare by preventing exploitation, ensuring product quality, and stabilizing prices.

Keywords: Shari'ah-based controls; competition Law; monopoly; consumer ; Algerian legislation.

مقدمة:

يعد النشاط التجاري الركيزة الأساسية للاقتصاد العالمي وعصب الحياة المعاصرة، إذ تقوم السياسة الاقتصادية في جوهرها على إطلاق المبادرة الخاصة وحرية سير السوق لتأدية دورها طبقاً لقانون العرض والطلب، وفي هذا السياق، تبرز المنافسة كأداة ضرورية لتحقيق الفعالية الاقتصادية وتحسين معيشة المستهلكين عبر توفير خيارات متعددة من السلع والخدمات بجودة عالية وأسعار تنافسية.

إلا أن هذه الحرية في المنافسة الاقتصادية ليست مطلقة، بل قد تتحرف عن مسارها الطبيعي لتتحول إلى ممارسات احتكارية جائرة تهدف إلى استغلال حاجة الناس والتحكم في الأسعار، ومن هنا تبرز أهمية المقارنة بين الشريعة الإسلامية والقوانين الوضعية -ولاسيما القانون الجزائري - في ضبط هذه الظاهرة؛ فقد أرسى الإسلام باعتباره نظاماً شاملاً لجميع مناحي الحياة الاقتصادية واجتماعية وسياسية ... منذ قرون دعائم لحرية التجارة وتنظيم السوق، و منع و محاربة الاحتكار حماية للمستهلكين باعتباره ضرراً وخطراً يقضي على المنافسة الشريفة يجب إزالته، وهو ما أخذت به التشريعات الحديثة في تبني اقتصاد السوق المقيد بالضوابط و القواعد التي تمنع التعسف.

من هنا تبرز أهمية هذه المقال البحثي في القيمة المضافة من خلال سمو الشريعة الإسلامية ودورها في حماية مصالح المستهلكين المادية والأخلاقية، مقارنةً بما استحدثت من آليات معاصرة في القانون سيما التي تبناها المشرع الجزائري، (قانون المنافسة.. قانون حماية المستهلك والتشريعات الأخرى) وانطلاقاً لما سبق ذكره يمكن طرح الإشكالية التالية: "ما هي ضوابط المنافسة التجارية ومنع الاحتكار في الشريعة الإسلامية والتشريع الوضعي؟ وما دورها وأثرها في حماية مصالح المستهلك؟

للإجابة عن هذه الإشكالية المطروحة،

ويتفرع عن هذه الإشكالية عدة تساؤلات فرعية هي :

- ما هو مفهوم المنافسة ومنع الاحتكار وضوابطهما في كل من الشريعة الإسلامية والتشريع الوضعي؟

- ما الإطار القانوني للمنافسة ومنع الاحتكار؟

- ما هي الآليات المؤسسية المستحدثة لحماية السوق؟

- ما دور هذه الآليات وأثرها في حماية المستهلك؟

ثانيا : أهمية الدراسة

تستمد هذه الدراسة أهميتها من المكانة التي تحظى بها الشريعة الإسلامية كونها مصدرا للأحكام الفقهية من خلال كونها صالحة لكل زمان ومكان خاصة في معالجة قضايا المستهلك وحماية السوق من أوجه المنافسة غير النزيهة ومنع الاحتكار وأضراره المعروفة إلي جانب التشريع الوضعي الذي سائر ها كونها سباقة في كشف وبيان الحلول الحقيقية لمثل هذه القضايا ودفع كل الأضرار من خلال آلياته ونصوصه التشريعية.

ثالثا : الدراسات السابقة

من الدراسات السابقة التي عنيت بدراسة الموضوع ما يلي:

1- حماية المنافسة على ضوء الأمر 03-03 يتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم، مختور دليّة، وهي دراسة عالجت حماية المنافسة من الجهة القانونية وتناولت الحماية المؤسسية للمنافسة ودورها في التشريع الجزائري، واتسمت دراستي بالتطرق للأجهزة الإدارية المخولة بحماية المستهلك وأثرها في ذلك.

2- حرية المنافسة التجارية وضرورة حمايتها من الممارسات الاحتكارية، دراسة فقهية مقارنة، حسن محمد بودي، كلية الحقوق، جامعة طنطا، مصر، تناولت هذه الدراسة المنافسة التجارية وضوابطها وحمايتها من الممارسات الاحتكارية من الجهة الفقهية الشرعية، وتميزت دراستي بالمقارنة بين الشريعة والقانون، سيما التشريع الجزائري.

3- أحكام الاحتكار في الفقه الإسلامي وآثاره على حماية المستهلك، مجلة البحوث والدراسات، ميلود ميهوبي، جامعة الوادي، الجزائر، وهي دراسة فقهية شرعية لأحكام الاحتكار وأثر ذلك على حماية المستهلك، وتميزت دراستي بالتعرض للآليات المؤسسية القانونية والضوابط الشرعية للمنافسة، وأثرها في حماية المستهلك.

رابعاً : منهج الدراسة

اعتمدت في هذه الدراسة على المنهج المقارن، للموازنة بين الأحكام الفقهية الشرعية المستمدة من الشريعة الإسلامية والنصوص القانونية والتشريعية الواردة في التشريع الجزائري، وذلك لإبراز نقاط التلاقي والاختلاف بينهما، إلى جانب المنهج الوصفي والمنهج التحليلي لوصف مفاهيم المنافسة والاحتكار في الشريعة الإسلامية والقانون، وتحليل النصوص التشريعية و استخلاص الضوابط الفقهية التي تحكم كل منهما، وصولاً إلى الكشف عن حلول ونتائج كفيلة بضبط السوق وحماية المستهلك،

خامساً: خطة الدراسة

اشتملت هاته الدراسة على مقدمة ومبحثين وخاتمة، حيث تناولت في المبحث الأول: التعريف بمصطلحات البحث وتأصيلها الشرعي والقانوني وضوابطها، أما المبحث الثاني: فقد اشتمل على الإطار القانوني للمنافسة ومنع الاحتكار والآليات المستحدثة لحماية السوق ودورها في حماية المستهلك، مع المقارنة بين التشريعين.

المبحث الأول: التأصيل الفقهي للمنافسة وضوابط منع الاحتكار في الشريعة الإسلامية.

لما كان السوق ميدانا حيويًا لكثير من المعاملات المالية جاء المنهج الإسلامي بتنظيمه فقد أحاطته الشريعة الإسلامية بضوابط وقواعد تضمن نزاهة التنافس وتمنع الاستغلال؛ حيث أقرت حرية التجارة والمنافسة كأصل عام، لكنها جعلت هذه الحرية مقيدة بعدم الإضرار بالآخرين فمنعت الاحتكار وشجعت المنافسة الشريفة، وذلك انطلاقاً من قاعدة ذهبية توازن بين حق الفرد في التملك والربح وحق المجتمع في الاستقرار والعيش الكريم، ومن هذا المنطلق سنتناول في هذا المبحث الأساس الشرعي للمنافسة الحرة ضمن حرية المنافسة وضوابطها كأصل شرعي (المطلب الأول) ، مع بيان مفهوم الاحتكار وشروطه الفقهية التي وضعت للحد من آثاره السلبية على الجماعة في (المطلب الثاني).

المطلب الأول: حرية المنافسة وضوابطها كأصل شرعي.

تستند السياسة الاقتصادية في الشريعة الإسلامية على مبدأ "الحرية الاقتصادية"، حيث تضمنت الشريعة للأفراد الحق في ممارسة النشاط التجاري والتنافسي النزيه من غير قيود تعسفية، معتبرة أن السوق يجب أن يُدار وفقاً للضوابط والقواعد الشرعية التي تخدم مصلحة الجماعة وتحميها.

أولاً: تكريس حرية المنافسة في الشريعة الإسلامية:

يستند موقف الشريعة الإسلامية في المجال الاقتصادي إلى إطلاق المبادرة الخاصة، فالالاقتصاد الإسلامي يقر "الحق في ممارسة التجارة" كحق ممنوح لكل إنسان، ولا يجوز تقييد هذا الحق إلا في

حالات الضرورة القصوى التي تمس مصلحة المجتمع، فالأساس في الإسلام هو أن تُترك حركة السوق لتؤدي دورها الطبيعي طبقاً لقانون "العرض والطلب"، وهو ما يضمن نزاهة المنافسة بين التجار وتعدد الخيارات أمام المستهلكين¹.

ويقصد بها تلك المنافسة الشريفة المفيدة ذات الجدوى، والتي لا بد فيها من العمل الدؤوب وعدم التراخي والكسل وهي تقوم على جملة من الأخلاق والمبادئ الشرعية، ذات مصلحة الأطراف كثيرة بما فيها العاملين والزبائن والمجتمع².

ثانياً: موقف الشريعة الإسلامية من المنافسة في السوق:

اتسم موقف الإسلام من المنافسة اتجاه المعاملات المالية موقف الناقد المصلح المذهب فما رأى فيه مصلحة أبقاه، وما رأى فيه ضرراً أو يؤدي إلى ضرر أو ينافي الفضيلة منعه وحرمه؛ وقد حظي السوق في عهد النبي برعايته واهتمامه حيث وضع له ضوابط، وسن له آداباً وطهراً من كثير من البيع الفاسدة، كما منع بيع المحرمات فيه، كما منح الحرية للتجار وأتاح الفرص للجميع على حد سواء للبيع والشراء³، علاوة في ذلك حرص أمير المؤمنين عمر ابن الخطاب رضي الله عنه على تعيين المحتسبين الذي يهتمون بالمكاييل والموازين، كما يهتمون بمكافحة الغش والاحتكار والتدليس ونحو ذلك، عملاً بمنطلق الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، كما كان رضي الله عنه يعزر كل من ينقص المكيال والميزان، أو يحتال على الناس أو يحتكر.

وعليه فالإسلام أباح العمل التجاري وشجع المنافسة المشروعة، لأن أصل في أحكامه عدم التدخل بفرض سعر معين للبضائع والسلع المتداولة في السوق وصحة ما يتراضى عليه الطرفين، وفي هذا منع للضرر الذي يعوق حركة التعامل في الأسواق فضلاً عن الضرر الذي يتعرض له أصحاب السلع والمنتجات⁴.

¹ - أنظر: قشرو فتحة، قانون المنافسة، دروس موجهة السنة أولى ماستر، تسويق سياحي وفندقي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم التجارية، جامعة علي لونيسي، البليلة 2، السنة الجامعية 2023-2024، ص 01.

² - نجم عبود نجم، أخلاقيات الإدارة ومسؤولية الأعمال، الطبعة الأولى، 2006، ص 148.

³ - ابن عمر يحي الأنديلسي المالكي، أحكام السوق في الإسلام، 1975، ص 36، علي محمد محمد الصلابي، آداب السوق كما وضعها النبي صلى الله عليه وسلم، مقال منشور على الرابط: www.alsalabi.com/articl/2770 تاريخ الدخول: 10 جانفي 2026، الساعة: 09:53.

⁴ - عبد السميع إبراهيم حسني، استثمار الأموال في الشريعة الإسلامية، مكتبة نانسي، للقاهرة، 2008، ص 11.

وفي هذا الباب روي عن أنس رضي الله عنه قال: "غلا السعر على عهد رسول الله فقالوا: يا رسول الله سعر لنا، فقال: إن الله هو المسعر القابض، الباسط، الرزاق، وإنني لأرجو أن ألقى ربي وليس أحد منكم يطلبني بمظلمة في دم ولا مال".¹

وعلى الرغم من إقرار الإسلام للحرية الاقتصادية، إلا أنها ليست حرية مطلقة أو "أنانية متوحشة"، بل هي حرية مقيدة بمبادئ العدل والإنصاف، فالإسلام يسعى لتحقيق موازنة دقيقة بين المصلحة الخاصة للتاجر في تحقيق الربح، والمصلحة العامة للمجتمع في الحصول على السلع.

وفي حال ظهور أوضاع غير طبيعية في السوق، مثل تلاعب التجار بالأسعار أو ظهور بوادر احتكارية، فإن الشريعة تمنح السلطة حق التدخل لضبط هذه الحركة؛ لأن "مصلحة الجماعة مقدمة على مصلحة الفرد وبذلك تكون المنافسة في الإسلام منافسة أخلاقية ونزيهة مشروعة تحفظ مصلحة الجماعة وتهدف إلى البناء لا إلى الإقصاء أو الضرر.

ثالثاً: الضوابط الشرعية للمنافسة: إنّ المنافسة في التجارة من طرق الكسب وأشرفها وهي تقوم على جملة من الضوابط الشرعية فقد وضع الإسلام للسوق آداباً عديدة، وألقى على التجار المتنافسين فيه تبعات كبيرة،

فقد كان الناس في الإسلام لا يتعاطون البيع والشراء حتى يتعلموا أحكامه وآدابه، وحلاله وحرامه، فمعرفة هذه الأحكام فرض كفاية ولكنها تصبح فرض عين على من أراد أن يدخل السوق ويمارس التجارة فيها²، ومن بين الضوابط التي سطرها الشريعة الإسلامية في هذا المجال وهي كثيرة ومتعددة نذكر ما يلي:

• **تحريم الغش:** حرم الإسلام الغش بكل أشكاله، وأوجب العدل في الميزان قال تعالى: (وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ لَا تُكَلَّفُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا)³، وكذلك ما ورد عن أبي هريرة: "أن رسول الله صلى الله عليه وسلم مر على صبرة طعام. فأدخل يده فيها. فالت أصابعه بللاً. فقال "ما هذا يا صاحب الطعام؟"

¹ - رواه الترمذي، كتاب البيوع، باب: ما جاء في التسعير، برقم 1314، سنن الترمذي، أبو عيسى محمد بن عيسى الترمذي، تح: محمد فؤاد عبد الباقي وآخرون، الطبعة 2، 1395هـ-1975م، الجزء 03، ص597.

² - المصري رفيق يونس، أصول الاقتصاد الإسلامي، الطبعة الثانية، دار القلم، الأردن، 1413هـ، ص128.

³ سورة الأنعام، الآية 152.

قال: أصابته السماء. يا رسول الله! قال "أفلا جعلته فوق الطعام كي يراه الناس؟ من غش فليس منا".¹

فالغش التجاري في مجال المنافسة التجارية يحق البرك ويهدم الأخلاق، كما أنه يضر بالسلع الأصلية حيث يقلل الإقبال عليها مما يؤدي إلى كسادها فيسبب خسائره بالغة لأصحابها، كما أن مستهلك السلع المغشوشة معرض لمخاطر كبيرة في صحته نتيجة تناول أغذية أو أدوية فاسدة، كما أن الغش يؤدي لفقدان الثقة بين المتعاملين وانتشار الريبة والخديعة للحصول على الربح.²

● **تحریم التطفیف في المیزان:** أولت الشريعة الإسلامية أهمية خاصة للموازن والمكاييل ولعل سبب هذا الاهتمام هو أن وحدات الوزن والكيل والقياس لها صلة وثيقة بالأحكام الشرعية في باب المعاملات فيها تؤدي بعض الحقوق الله وحقوق عباده على غرار الصدقات والزكاة والكفارات والنذور وما يتعلق بأمور الأوقاف والتركات وسائر المعاملات اليومية³؛ وقد ورد التحريم في تطفیف الكيل في قوله تعالى: (وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ الَّذِينَ إِذَا اكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ)⁴.

● **تحریم التدليس:** والتدليس هو كتمان أحد المتعاقدين عيباً خفياً يعلمه في محل العقد عن المتعاقد الآخر، فالمعاملات في الإسلام يجب أن يلازمها الوضوح والبيان بعيداً عن أساليب الغش والتدليس وكتمان العيوب، بل تعتمد على الإفصاح بين المتعاملين في الأسواق، وإلا محقت بركة البيع حيث يقول النبي صلى عليه وسلم: "البيعان بالخيار ما لم يتفرقا، فإن صدقا وبينا بورك لهما في بيعهما وإن كذبا وكتما، محقت بركة بيعهما".⁵

¹. رواه مسلم، كتاب الإيمان، باب قول النبي صلى الله عليه وسلم، "من غشنا فليس منا" برقم 102، صحيح مسلم، مسلم بن الحجاج القشيري النيسابوري، تح: محمد فؤاد عبد الباقي، نشر مطبعة عيسى البابي الحلبي وشركاؤه، القاهرة، (1374هـ-1955م)، الجزء 1، ص99.

²- حميش عبد الحق، حماية المستهلك من منظور إسلامي، جامعة الشارقة، 2004، ص67

³- أمل أحمد محمود الحاج حسن، المنافسة التجارية في الفقه الإسلامي وأثرها على السوق، رسالة ماجستير، تخصص الفقه والتشريع، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، 2012، ص25.

⁴- سورة المطففين، الآية 1 - 3.

⁵- رواه البخاري، كتاب البيوع، باب: البيعان بالخيار ما لم يتفرقا، برقم 2110، صحيح البخاري، محمد بن إسماعيل البخاري، تح: جماعة من العلماء، الطبعة السلطانية، بالمطبعة الكبرى الأميرية، ببولاق، مصر، ط1 (1422هـ)، بترقيم محمد فؤاد عبد الباقي، الجزء 3، ص64.

● **قيام التجارة على التراضي:** من المبادئ العامة في الشريعة الإسلامية التراضي التام بين المتعاقدين في أمور التجارة، لقوله (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا)¹،

● وقول الرسول صلى الله عليه وسلم: " لا يحل مال امرئ مسلم الا بطيب نفس منه،"² وقوله أيضا: "إنما البيع عن تراض."³

● **الوفاء بالعقود:** أوجب الله عز وجل عباده المسلمين الوفاء بالعقود الصحيحة التي استكملت أركانها وشروطها فقال في محكم كتابه (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ)⁴.

فالوفاء بالعقد والعهد ركن من أركان الأمانة وهي قوام الصدق، في حين أن الخيانة تفقد الثقة وتنزع الأمانة من نفوس العباد ما يسبب الإخلال بنظام المعاملات وانهاره.

المطلب الثاني: مفهوم الاحتكار في الفقه الإسلامي وشروط تحققه: يُعد الاحتكار⁵ من أخطر الآفات الاقتصادية التي حاربتها الشريعة الإسلامية، لما يترتب عليه من إفساد لحرية التجارة وتضييق على أرزاق العباد، وقد حارب الإسلام الاحتكار حربا لا هوادة فيها، وأنكر على كل محتكر صنيعة.

أولاً: تعريف الاحتكار وحكمه الشرعي: منع الإسلام الاحتكار الذي هو حجب السلع وإخفاؤها حتى يغلو ثمنها وتشتد حاجة الناس إليها وخطأ المحتكر وشدد الوعيد فيه يوم القيامة، كل هذا حماية للمستهلكين وحماية للسوق ومعايش الناس والحفاظ على قدرتهم الشرائية.

بينما التخزين أو التنقل الزماني للسلع والمنتجات الموسمية لحفظ السلع لحين استهلاكها ويكون طيلة العام، وينظم السوق بعرض السلع كلما دعت الحاجة مع استقرار أسعارها ولا الانفراد في التخصص بإنتاج سلعة معينة فإنه ليس احتكارا إذا لم تكن في مضرة الناس.⁶

¹ - سورة البقرة، الآية رقم 29.

² - الألباني محمد ناصر الدين، صحيح الجامع الصغير وزيادته، المكتب الإسلامي، برقم 7662-6780، الجزء 2، ص 1268

³ - رواه ابن ماجه، كتاب التجارات، باب: بيع الخيار، برقم 2185، سنن ابن ماجه، أبو عبد الله محمد بن يزيد القزويني ابن ماجه، تح: محمد فؤاد عبد الباقي، دار احياء الكتب العربية، الجزء 2، ص 737.

⁴ - سورة المائدة، الآية رقم 01.

⁵ - **الاحتكار في اللغة:** أصل الحكرة: الجمع والإمساك؛ وحكر يحكره حكرا: بمعنى ظلمه وتنقصه وأساء معاشرته؛ أنظر: ابن منظور، منظور، لسان العرب، الجزء 04، ص 208.

⁶ - عبد الهادي علي النجار، الحرية الاقتصادية والعدالة الضريبية في الإسلام، مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية، جامعة الكويت، الكويت، ص 274، 274.

الاحتكار في الشريعة الإسلامية هو "حبس السلع والامتناع عن بيعها انتظاراً لارتفاع أسعارها مع حاجة الناس إليها". وتعتبر الشريعة هذا الفعل ظلماً فاحشاً يجب محاربته وإزالته؛ لأنه يقوم على الأنانية وتقديم المصلحة الفردية على مصلحة الجماعة¹. وقد ورد في الحديث الشريف قوله صلى الله عليه وسلم: "من احتكر طعاماً على أمتي أربعين يوماً وتصدق به لم تقبل منه"².

نستنتج من هذا التعريف أن مفهوم الاحتكار ينصرف لكل ما يضر بأهل البلد مما هم بحاجة إليه، يستوي في ذلك القوت وغيره مما يكون في احتباسه إضرار الناس والدولة والحيوان، لأنهم يتضررون بالجميع، ولا دخل للمدة هنا، وإنما الشرط هو تحقق الضرر لا فرق في ذلك بين ساعة وسنة، ولا فرق في ذلك بين المشتري وغلة الضيعة والمخزون لديه انتظار للغلاء ولا بين المجلوب والمنتوج محلياً³.

ثانياً: موقف الشريعة من الاحتكار: إن حكم الاحتكار عند الفقهاء بين التحريم والكراهة، فهو حرام عند كل من الحنفية والمالكية وجمهور الشافعية، والحنابلة مستدلين في ذلك لقول الله عز وجل: (إِنَّ الَّذِينَ كَفَرُوا وَيَصُدُّونَ عَنْ سَبِيلِ اللَّهِ وَالْمَسْجِدِ الْحَرَامِ الَّذِي جَعَلْنَاهُ لِلنَّاسِ سَوَاءً الْعَاكِفُ فِيهِ وَالْبَادِ ۚ وَمَنْ يُرِدْ فِيهِ بِإِلْحَادٍ بِظُلْمٍ نُذِقْهُ مِنْ عَذَابٍ أَلِيمٍ)⁴، خاصة إذا تضمن وترتب عليه إضرار بالناس.

ودليلهم من السنة العديد من الأحاديث النبوية نذكر منها قوله صلى الله عليه وسلم: "لا يحتكر إلا خاطئ"⁵.

وقوله: "من دخل في شيء من أسعار المسلمين ليغليه عليهم فإن حقا على الله أن يقعه بعظم من النار يوم القيامة"⁶.

أما بعض الشافعية فأخذوا بأن الاحتكار مكروه، واستدلوا في ذلك على إشعار بعض الصحابة بالجواز المحمول على الكراهة.

¹ أنظر: قشرو فتيحة، قانون المنافسة، دروس موجهة السنة أولى ماستر، مرجع سابق، ص 01.

² رواه ابن ماجه، كتاب البيوع من قسم الأقوال، الباب الثالث: في الاحتكار والتسعير، برقم 9720، كنز العمال في سنن الأقوال والأفعال، علاء الدين علي المتقي بن حسام الدين الهندي البرهان فوري، ط الخامسة، 1405، 1985، مؤسسة الرسالة، الجزء 4، ص 97

³ ميلود ميهوبي، أحكام الاحتكار في الفقه الإسلامي وآثاره على حماية المستهلك، مجلة البحوث والدراسات، جامعة الواد، الجزائر، المجلد 09، العدد 13، 2012، ص 54.

⁴ سورة الحج، الآية رقم 25.

⁵ رواه مسلم، صحيح مسلم، كتاب المساقاة، باب: تحريم الاحتكار في الأوقات، الحديث رقم 1605، الجزء 03، ص 1228.

⁶ رواه أحمد، مسند البصريين، حديث معقل بن يسار برقم 20312، مسند الإمام أحمد بن حنبل، أحمد بن حنبل، تح: شعيب الأرنؤوط، مؤسسة الرسالة، ط 1، 1421هـ- 2001، الجزء 33، ص 426.

والقول الراجح هو القول بالتحريم وذلك بسبب:

- أن الاحتكار من شأنه تحقيق مصلحة فردية، ومن المقرر أنه إذا تعارضت مصلحة الفرد ومصلحة الجماعة يقدم الفقهاء مصلحة الجماعة على الفرد.

- أن ارتفاع الأسعار والحد من زيادة الإنتاج وتأخر الصناعة وتحكم المحتكر في السعر تدل على أن الاحتكار فيه ظلم للناس، وضرر بهم، ويجب إزالة الضرر مصداقاً لقوله صلى الله عليه وسلم: "لا ضرر ولا ضرار"¹؛ وكذلك تطبيقاً للقاعدة الفقهية: "الضرر يزال"².

تتجلى الحكمة التشريعية من تحريم الاحتكار في الإسلام في صون 'حرية التجارة' وحمايتها من مسببات الفساد والانهييار الاقتصادي؛ إذ يعمد المحتكر بسلوكه الجائر إلى سد منافذ الرزق وتعطيل آليات المنافسة الشريفة التي كفلتها الشريعة، ومن هذا المنطلق نجد أن القوانين الوضعية الحديثة قد حذت حذو هذا التوجه الشرعي الأصيل، حيث عمدت إلى تجريم المضاربة والممارسات الاحتكارية كضرورة حتمية لضمان استقرار الأوضاع الاقتصادية وحماية التوازن العام للسوق.³

ثالثاً: شروط الاحتكار المحرم في الشريعة الإسلامية: إن الاحتكار المحرم هو ما يترتب عليه تحقق الظلم والإضرار بالناس، وفيما يلي نبين الشروط اللازمة لتحقيق الاحتكار المحرم وهي ستة شروط:⁴

- أن يتم الحبس انتظاراً للغلاء

- أن يكون الشيء المحتكر فاضلاً عن الكفاية.

- أن يكون الاحتكار في وقت الحاجة.

- أن يكون الشيء المحتكر قوتاً

- أن يكون للاحتكار مدة محددة

¹ - رواه ابن ماجه، كتاب الأحكام، باب: من بنى في حقه ما يضر بجاره، برقم 2341، سنن ابن ماجه، أبو عبد الله محمد بن يزيد القزويني ابن ماجه، تج: محمد فؤاد عبد الباقي، دار إحياء الكتب العربية، الجزء 2، ص784.

² - هي القاعدة الثانية من قواعد الأصول المسوقة بشأن الضرر من حظر إيقاعه ووجوب إزالته بعد الوقوع، أنظر: أحمد بن الشيخ محمد الزرقا، شرح القواعد الفقهية، دار القلم دمشق، سوريا، ط2، 1409هـ-1989م، ص 179.

³ -: قشرو فتحة، قانون المنافسة، دروس موجهة السنة أولى ماستر، مرجع السابق ص 2.

⁴ - ابن نجيم المصري، البحر الرائق شرح كنز الدقائق، ط2، دار الكتاب الإسلامي، الجزء 8، ص229، وأنظر: محمد أمين ابن عابدين، حاشية رد المحتار على الدر المختار، دار الفكر، بيروت، ط2، 1386هـ-1966م، الجزء 6، ص399.

المبحث الثاني: الإطار القانوني للمنافسة ومنع الاحتكار وآليات حماية السوق في التشريع الجزائري

بعد أن استعرضنا في المبحث الأول الأسس الشرعية التي تحكم المنافسة وتجرم الاحتكار، ننقل الآن لتسليط الضوء على كيفية تجسيد هذه المبادئ في المنظومة القانونية الوضعية، وتحديدًا في التشريع الجزائري وفقًا للقانون 03/03 المتعلق بالمنافسة والمعدل والمتمم¹، حيث أنه مع تحول الدولة الجزائرية نحو اقتصاد السوق، برزت الحاجة إلى إيجاد إطار قانوني ومؤسسي يضمن حرية المنافسة ونزاهة الممارسات التجارية ويمنع الانحرافات الاحتكارية، وسنحاول من خلال هذا المبحث تبيان القواعد القانونية المنظمة للمنافسة (المطلب الأول)، مع استعراض الآليات التقنية والمؤسسية التي استحدثها المشرع، وعلى رأسها مجلس المنافسة، لضمان استقرار السوق وحماية رفاهية المستهلك (المطلب الثاني).

المطلب الأول: الإطار المفاهيمي والتشريعي للمنافسة والاحتكار في القانون الجزائري

يعد مبدأ المنافسة الحرة من أهم المبادئ التي حرص المشرع الجزائري على تجسيدها والتي تقتضي والتي تقتضي تمكين أي منافس متى توافرت فيه الشروط القانونية وفي إطار الشكليات الواجب مراعاتها من الدخول في المنافسة وإزالة أي مانع قد يحول دون ذلك.

أولاً: تعريف المنافسة: يقصد بالمنافسة: "التعبير عن الحرية التي أقر بها القانون لمؤسسة ما للدخول في منافسة مع مؤسسات أخرى قصد الحصول على زبائن فالهدف منها هو التفوق في مجالات الأعمال والأنشطة أيا كانت طبيعتها".²

وهناك من يعرفها على أنها: "مجموعة القواعد القانونية التي تدعم وجود منافسة كافية في السوق والتي تطبق على المشروعات العاملة في السوق".³

تعتبر المنافسة بمثابة نظام اجتماعي تكون به المبادرة غير المركزة للأعوان الاقتصاديين هي الأساس لضمان التوزيع الأمثل للموارد النادرة في المجتمع.¹

¹ - القانون 3/03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 ، يتعلق بالمنافسة، الجريدة الرسمية، العدد 43، الصادر في 20 جويلية 2003، المعدل والمتمم بالقانون رقم 12/08 المؤرخ في 25 جوان 2008، الجريدة الرسمية، العدد 36، الصادر في 2 جويلية 2008، المعدل بالقانون 05/10 المؤرخ في 15 أوت 2010، الجريدة الرسمية، العدد 46، الصادر في 18 أوت 2010.

² - Marie- Anne Frison-Roche et Marie Stéphane Payet ,Droit de concurrence,1er Édition ,Dalloz ,Paris ,2006 ,p1, également Marie-Anne Frison-Roche ,les 100 mots de régulation ,1er édition, Paris, 2010.

³ - عبد الرحيم عنتر عبد الرحمان، المنافسة في ظل اتفاقية التريبس وأثرها على المعلومات غير المفصح عنها، الطبعة الأولى، مركز الدراسات العربي للنشر والتوزيع ، الجيزة، مصر ، 2015، ص10.

كما يقصد بالمنافسة: "إتاحة الحرية وإفراح المجال لآليات العرض والطلب لتمضي بسهولة ويُسر فيما بين المنتجين والمستهلكين، وتشمل النهج التنظيمي والقانوني والاقتصادي لضمان حسن سير آليات اقتصاد السوق، والتي تجسد بحرية الأسعار وتكوينها وحرية النفاذ إلى السوق والتداول والتعامل بمقتضى النزاهة والشفافية في المبادلات."²

فمن المعروف أن المنافسة ترمي إلى تحقيق الفعالية الاقتصادية وتحسين معيشة المستهلكين، والمستهلك هو المعنى بالدرجة الأولى بالعملية التنافسية، بما توفره له من الاختيار الحر بين عدد من السلع والخدمات وبما تحققه من خفض لأسعار تساعد على رفع قدراته الشرائية، ولذا فإن تقييد المنافسة وإخراجها عن مسارها الطبيعي يعتبر عملاً غير مشروع وسلوكاً محظوراً يخل بأهداف المنافسة الحرة كوسيلة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية.³

ثانياً: الاحتكار في القانون الوضعي: يقصد بالاحتكار: "كل فعل يؤدي إلى السيطرة والنفوذ بهدف إحداث اختناقات في معدلات وفرة السلع وجودتها وأسعارها بغرض إلغاء المنافسة أو إجبار المتنافسين على إخلاء السوق".⁴

كما يعرف على أنه: "كل فعل أو اتفاق أو تفاهم صدر من شخص أو أكثر طبيعي أو معنوي أو ممن توسط بينهم للتحكم بالسعر أو نوعية السلع والخدمات بما يؤدي إلى إلحاق الضرر بالمجتمع".⁵

ثانياً: مظاهر المنافسة الحرة والنزاهة: إن التجسيد الفعلي لمبدأ المنافسة الحرة يبرز من خلال مظهرين يعدان أساس اقتصاد السوق الحر، وهما حرية التجارة والصناعة وتحرير الأسعار.

-حرية التجارة والصناعة: يعتبر مبدأ حرية المنافسة من المبادئ الاقتصادية الأساسية والذي أدمج ضمن المجال القانوني بواسطة مبدأ هام هو مبدأ حرية التجارة والصناعة الذي أعطى للنشاط التنافسي أساسه القانوني والشرعي، فإذا كنا قد سلمنا بمبدأ حرية التجارة والصناعة فنكون قد سلمنا في

¹ - محمد تيورسي، قواعد المنافسة والنظام العام الاقتصادي، دراسة مقارنة، أطروحة دكتوراه في القانون، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، كلية العلوم القانونية والإدارية، 2011/201، ص13

² - حسين الماحي، حماية المنافسة دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، مصر، سنة 2007، ص116.

³ - محمد الشريف كتو، حماية المستهلك من الممارسات المنافية للمنافسة، مجلة إدارة، المدرسة الوطنية للإدارة، حيدرة، الجزائر، المجلد 12، العدد 01، 2002، ص 53.

⁴ - عدنان باقي لطيف، التنظيم القانوني للمنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية - دراسة مقارنة -، دار الكتب القانونية، القاهرة، 2012، ص83.

⁵ - قوسم غالية، منع الاحتكار في قانون المنافسة الجزائري، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، جامعة تيزي وزو، الجزائر، المجلد 16، العدد 04، 2021، ص435.

نفس الوقت بحرية السوق، هذه الحرية الأخيرة التي تعني الحفاظ على المنافسة بين المنتجين والتجار، ونظرا للصلة الموجودة بين حرية التجارة والصناعة وحرية المنافسة فإنه من الصعب التمييز بينهما لكن هذه الأخيرة أوسع وتشمل حرية التجارة والصناعة نفسها.¹

- **تحرير الأسعار:** إن السعر يعتبر أقوى سلاح فعال في المنافسة، لذلك كثيرا ما تلجأ الشركات والمشروعات ذات القوة الاقتصادية إلى استخدامه للحفاظ على قوتها وهيمنتها وللاستحواذ على أكبر نصيب ممكن في السوق وصولا لاحتكارها.² لذا يقوم قانون المنافسة الجزائري على مبدأ تكريس "حرية التجارة والصناعة"، حيث تخلت الدولة عن الدور المسير والمخطط لتلعب دور الضابط والمراقب، ويظهر ذلك جليا في إقرار مبدأ "حرية الأسعار" التي تحددها قواعد العرض والطلب، تماما كما أقرتها الشريعة الإسلامية كأصل عام، مع احتفاظ الإدارة بحق التدخل الاستثنائي لضبط أسعار السلع والخدمات الضرورية لحماية القدرة الشرائية للمستهلك ومنع المضاربة.³

ثانياً: مكافحة الممارسات المقيدة للمنافسة: من بين الأعمال والممارسات المنافية للمنافسة، والتي حظرها المشرع الجزائري نذكر

- **الاتفاقات والاتفاقيات التي تمس المنافسة:** الأصل أن العلاقات الاتفاقية بين الأعوان الاقتصاديين في السوق مشروعة، ذلك أن أساسها هو مبدأ سلطان الإرادة، لكن المشرع بموجب الأمر 03/03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم⁴، تدخل لحظر بعض الأعمال الصريحة أو الضمنية، التي يمكن أن تعرقل المنافسة في السوق.⁵

¹ - عماد عجابي، تكريس مبدأ حرية التجارة والصناعة في الجزائر، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، المجلد 1، العدد 04، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2014، ص 267.

² - رافع لموي، مبدأ حرية المنافسة في التشريع الجزائري، مجلة الشريعة والاقتصاد، المجلد 08، العدد 15، 2019، ص 336.

³ - زايدي أمال، محاضرات قانون المنافسة وحماية المستهلك، مرجع سابق.

⁴ . الأمر 03/03 المعدل والمتمم، المؤرخ في 19 جويلية 2003، المتعلق بالمنافسة، الجريدة الرسمية، العدد 15، الصادر في 20 جويلية 2003.

5 . نصت المادة 06 من الأمر 03/03، المتعلق بالمنافسة، على الحالات التي يمكن اعتبارها اتفاقات غير مشروعة، والتي ذكرها المشرع على سبيل المثال لا الحصر وهي:

- ✓ الحد من الخول في السوق أو في ممارسة النشاطات التجارية فيها؛
- ✓ تقليص أو مراقبة الإنتاج أو منافذ التسويق أو الاستثمارات أو التطور التقني؛
- ✓ اقتسام الأسواق أو مصادر التمويل؛
- ✓ عرقلة تحديد الأسعار حسب قواعد السوق بالتشجيع المصطنع لارتفاع الأسعار أو لانخفاضها؛
- ✓ تطبيق شروط غير متكافئة لنفس الخدمات تجاه الشركاء التجاريين، مما يحرمهم من منافع المنافسة؛

- **وضعية الهيمنة واحتكار السوق:** يحضر على المتعاملين الاقتصاديين انتهاج سلوك هيمنة، أو احتكار¹ يؤدي إلى إعاقة المنافسة أو يمنعها في السوق، وفي غالب الأحيان يتعلق هذا الوضع بالقوة الاقتصادية التي تمنح للمؤسسة الاقتصادية القدرة الكافية على مواجهة للمنافسة الفعلية على مستوى السوق المعنية، إذ أنه يمكن لهذه القوة الاقتصادية أن تتيح للمتعامل الاقتصادي اتخاذ سلوك مستقل تجاه منافسيه، مما يجعله غير متأثر باستراتيجياتهم². وعرفها المشرع الجزائري ضمن القانون 03/03 بأنها: "الوضعية التي تمكن مؤسسة ما من الحصول على مركز قوة اقتصادية في السوق المعني من شأنها عرقلة قيام منافسة فعلية فيه، وتعطيها إمكانية القيام بتصرفات منفردة إلى حد معتبر إزاء منافسيها أو زبائنها أو مموليها"³، كما حدد المشرع الجزائري ضمن الأمر 03/03 من قانون المنافسة، بعض حالات التعسف الناتج عن الهيمنة في السوق أو احتكار لها⁴؛ والحكمة من منع وحظر استخدام المتعامل الاقتصادي لوضعية التعسف في استغلال وضعية الهيمنة في السوق، هو حماية الجانب الضعيف في العقود التي تكون أطرافها غير متكافئة في القوة.

✓ إخضاع إبرام العقود مع الشركاء لقبولهم خدمات إضافية ليس لها صلة بموضوع هذه العقود سواء بحكم تطبيقها أو حسب الأعراف التجارية؛

✓ السماح بمنح صفقة عمومية لفائدة أصحاب هذه الممارسات.

¹. **الاحتكار:** هو الانفراد بسوق سلعة أو خدمة في يد واحدة أو أنه يؤدي إلى السيطرة والنفوذ بهدف إحداث اختناقات في معدلات وفرة السلع وجودتها وأسعارها بغرض إلغاء المنافسة وإجبار المتنافسين الآخرين على إخلاء السوق، وفي هذا السياق يعتبر مصطلح الاحتكار مرادفا لوضعية الهيمنة، كما أن المشرع الجزائري اتخذ من المصطلحين مفهوماً واحداً، وهو ما تبرره المادة 07 من قانون المنافسة، حيث اعتبر التعسف في استعمالها ممارسة مقيدة.

². صورايا قاصدي، "حظر الممارسات التعسفية المضرة بالمنافسة آلية قانونية فعالة لحماية السوق"، أعمال الملتقى الوطني الافتراضي حول حماية السوق في ظل أحكام قانون المنافسة، كلية الحقوق، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر 01 أكتوبر 2022، ص 38.

³. المادة 03، الفقرة ج، من الأمر 03/03، المتعلق بالمنافسة.

⁴. الحالات حددها المشرع على سبيل المثال لا الحصر ووردت ضمن المادة 07 من الأمر 03/03، المتعلق بالمنافسة، وهي:

✓ الحد من الخول في السوق أو في ممارسة النشاطات التجارية فيها؛

✓ تقليص أو مراقبة الإنتاج أو منافذ التسويق أو الاستثمارات أو التطور التقني؛

✓ اقتسام الأسواق أو مصادر التمويل؛

✓ عرقلة تحديد الأسعار حسب قواعد السوق بالتشجيع المصطنع لارتفاع الأسعار أو لانخفاضها؛

✓ تطبيق شروط غير متكافئة لنفس الخدمات تجاه الشركاء التجاريين، مما يحرمهم من منافع المنافسة؛

✓ إخضاع إبرام العقود مع الشركاء لقبولهم خدمات إضافية ليس لها صلة بموضوع هذه العقود سواء بحكم تطبيقها أو حسب الأعراف التجارية.

- **التعسف في استغلال وضعية تبعية اقتصادية:** يعتبر التعسف في استغلال وضعية التبعية الاقتصادية من الممارسات المقيدة للمنافسة في السوق، وهذا تكريسا لمبدأ حرية المنافسة، ولقد عرف المشرع الجزائري التبعية الاقتصادية على أنها: "تلك العلاقة التجارية التي لا يكون فيها لمؤسسة ما حل بديل مقارن إذا ما أرادت رفض التعاقد بالشروط التي تفرضها عليها مؤسسة أخرى سواء كانت زبونا أو ممونا".¹ ولقد حدد القانون 03/03، المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم، على تحديد مجموعة من الأعمال والممارسات التعسفية في وضعية التبعية الاقتصادية التي تشكل عرقلة وتقييدا لحرية المنافسة وهي على الخصوص: رفض المتعامل الاقتصادي البيع بدون وجود مبرر شرعي؛ أو فرضه للبيع المتلازم أو البيع التمييزي؛ أو شرطه لعملية البيع باقتناء كمية دنيا، أو فرض إعادة البيع للمنتوج بسعر أدنى؛ أو قطع العلاقات التجارية بمجرد رفض المتعامل الخضوع والالتزام بشروط تجارية غير مبررة؛ وكذلك أي عمل آخر يقلل أو يلغي منافع المنافسة داخل السوق.²

- **البيع بأسعار مخفضة تعسفا:** حظر المشرع الجزائري بموجب الأمر 03/03 المتعلق بالمنافسة، ممارسة أسعار بيع مخفضة بشكل تعسفي مقارنة مع تكاليف الإنتاج والتحويل والتسويق³، وذلك لاعتباره ممارسة مقيدة للمنافسة، الهدف منها هو إزاحة كل المتنافسين للاستيلاء على السوق، والرجوع بعده إلى السعر العادي والطبيعي.

المطلب الثاني: الآليات المؤسسية لضبط السوق وحماية المستهلك

لم يكتفِ المشرع الجزائري بوضع النصوص القانونية الجامدة، بل قرنها بآليات مؤسسية وتقنية تضمن نفاذ الضوابط الشرعية والقانونية في أرض الواقع؛ وهو ما يتجسد في الدور الرقابي والردعي الذي يختص به مجلس المنافسة، واستخدام الأدوات التقنية الحديثة لضمان شفافية المعاملات.

أولاً: دور مجلس المنافسة كخبير وهيئة ردية: يتمثل الدور الجوهرى الذي يضطلع به مجلس المنافسة في ضبط آليات السوق وحماية المستهلك؛ وذلك من خلال مكافحة الاحتكار والممارسات المنافسة للمنافسة بشتى صورها، كما يتولى المجلس الرقابة الصارمة على عمليات التجميع الاقتصادي لضمان الشفافية وإرساء قواعد العدالة في المعاملات التي تتم داخل السوق، ما يساهم بشكل مباشر في تمكين المستهلك من الحصول على منتجات بأسعار عادلة وجودة عالية مع كفالة حقه في الاختيار الحر،

¹ المادة 03 الفقرة د من الأمر 03/03، المتعلق بالمنافسة.

² المادة 11 الفقرة الثانية من الأمر 03/03، المتعلق بالمنافسة.

³ المادة 12 من الأمر 03/03، المتعلق بالمنافسة.

وبذلك يعد المجلس الأداة السيادية الضامنة لإنفاذ قانون المنافسة وتكريس مبادئ اقتصاد السوق الحر؛ لقد اعترف المشرع الجزائري لمجلس المنافسة بسلطات واسعة لضمان الضبط الفعال للسوق.

ويظهر ذلك بوضوح من خلال نص المادة 34 من الأمر 03/03 المعدل والمتمم والتي تنص على ما يلي: "يتمتع مجلس المنافسة بسلطة اتخاذ القرار والاقتراح وإبداء الرأي بمبادرة منه أو بطلب من الوزير المكلف بالتجارة أو كل طرف آخر معني بهدف تشجيع وضمان الضبط الفعال للسوق بأية وسيلة ملائمة أو اتخاذ القرار في كل عمل أو تدبير من شأنه ضمان السير الحسن للمنافسة وترقيتها في المناطق الجغرافية أو قطاعات النشاط التي تتعدم فيها المنافسة...".

وهو ما يؤكد أن مجلس المنافسة يعد بمثابة حجر الزاوية في الرقابة على حرية المنافسة وحظر الاحتكار في الجزائر، فهو يلعب دوراً مزدوجاً؛ دوراً استشارياً باعتباره خبيراً في القضايا الاقتصادية يساعد القضاة في فض النزاعات المتعلقة بالمنافسة، ودوراً تنظيمياً من خلال إصدار التعليمات والمناشير التي تنشر في "النشرة الرسمية للمنافسة". كما يتمتع المجلس بصلاحيات ردعية واسعة تسمح له بإجراء التحقيقات في الممارسات المقيدة للمنافسة وتوقيع العقوبات المقررة قانوناً على المخالفين، مما يحقق الردع الذي تطلبه المقاصد الشرعية لحماية أقوات الناس¹

ثانياً: الدور الضبطي والتنفيذي لمصالح وزارة التجارة: تعد وزارة التجارة السلطة التنفيذية المركزية والجهاز الأصل المنوط به تجسيد السياسة الوطنية للضبط الإداري الاقتصادي، حيث تضطلع بمهمة الإشراف المباشر على تنفيذ البرنامج الحكومي الرامي إلى تأطير السوق وتنظيمه، وتعمل الوزارة عبر مصالحها المختصة على الموازنة بين حماية حرية المنافسة وضمان حقوق المستهلك، وذلك من خلال ممارسة الرقابة الميدانية ومعاينة المخالفين للضوابط القانونية والنصوص التشريعية، مما يجعلها المرفق العام الأول المعني بحماية المصلحة العامة وتفعيل عجلة التنمية الاقتصادية في ظل اقتصاد السوق الحر الرامي للمنفعة العامة.

1- الهياكل المركزية لوزارة التجارة ودورها في الضبط الاقتصادي: يتشكل الهيكل الإداري لوزارة التجارة من عدة مديريات عامة تضطلع بمهام جوهرية في حماية السوق، أبرزها: المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش، المديرية العامة لتنظيم النشاطات، والمديرية العامة للتجارة الخارجية، وتبرز

¹- لاكلي نادية، حماية المستهلك في ظل قانون التجارة الالكترونية الجزائري، دار الخلدونية للطباعة، القبة، الجزائر، الطبعة الأولى، 2024، ص 120، 121.

ضمن هذا الهيكل مديرية متخصصة في المنافسة، تُعنى بإعداد وتنظيم آليات السوق، والمبادرة بالدراسات والأعمال التحسيسية الموجهة للمتعاملين الاقتصاديين لتكريس مبادئ المنافسة النزيهة. وتتولى المصالح التابعة لهذه المديرية مهاماً استراتيجية تشمل إعداد الأطر القانونية للسياسة التجارية، وضمان السير التنافسي الحسن للأسواق، مع فرض رقابة صارمة على الأعوان الاقتصاديين لمنع أي ممارسات قد تثير اضطراباً في السوق؛ كما يمتد اختصاصها إلى اقتراح تدابير الضبط الاقتصادي، لا سيما في مجال تأطير الأسعار وتحديد هوامش الربح، والمشاركة في رسم السياسة الوطنية لترقية جودة السلع والخدمات؛ وبذلك تشكل هذه الهياكل أداة فاعلة في حماية المستهلك وضمان استقرار التوازنات الاقتصادية كاختصاص أصيل لها¹، وهذا ما يبرز الدور الفعال لهذه المصالح في تحقيق الحماية المستدامة لكل الفاعلين الاقتصاديين.

2- الهياكل الإدارية غير الممركزة (المصالح الخارجية لوزارة التجارة): يُقصد بالهياكل غير الممركزة تلك المصالح الخارجية التابعة لوزارة التجارة والمتواجدة على المستوى المحلي (الولائي والإقليمي)، والتي تعمل كأذرع تنفيذية للوزارة لضمان القرب من الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين، وتتمثل فيما يلي:

1- المديريات الولائية للتجارة: تتوزع هذه المديريات على مستوى كافة ولايات الوطن، وتعمل تحت الوصاية المباشرة للوزارة، حيث تضطلع هذه الهياكل بمهمة تنفيذ السياسة الوطنية في مجالات التجارة الخارجية، وضبط المنافسة، وترقية الجودة، وحماية المستهلك؛ كما تتولى تنظيم النشاطات التجارية والمهن المقننة، وممارسة الرقابة الاقتصادية وقمع الغش، وذلك بهدف إرساء توازن مستدام في العلاقة بين المتعاملين الاقتصاديين والمستهلكين؛ ولتعزيز كفاءتها الميدانية تُدعم هذه المديريات -عند الحاجة- بمفتشيات إقليمية للتجارة، لا سيما في المناطق التي تشهد كثافة في النشاط التجاري أو تباعداً جغرافياً عن مقر الولاية.²

2- المديريات الجهوية للتجارة: تنتظم هذه المديريات في تسع (09) مقرات جهوية تغطي التراب الوطني (الجزائر، البلدية، عنابة، باتنة، سطيف، سعيدة، وهران، بشار، ورقلة)، وتتولى كل مديرية جهوية الإشراف على عدد من الولايات الداخلة ضمن اختصاصها الإقليمي، وتتمثل مهامها الأساسية في مرافقة

¹ - المادة 3 من المرسوم التنفيذي 454/02، المؤرخ في 21 ديسمبر 2002، يتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، العدد 85، الصادر في 22 ديسمبر 2002.

² - المادة 3 والمادة 5 من المرسوم التنفيذي 09/11، المؤرخ في 20 يناير 2011، يتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعملها، الجريدة الرسمية، العدد 04، الصادر في 23 يناير 2011.

وتقييم أداء المديرية الولائية، وإجراء دراسات استقصائية حول واقع المنافسة والجودة وسلامة المنتجات؛ كما خولها القانون صلاحية فتح تحقيقات معمقة في الممارسات التجارية والمنافسة، وضمان التنسيق في عمليات المراقبة المشتركة بين الولايات، من خلال تسخير فرق تخصصية عابرة للحدود الولائية للتكفل بالمهام الرقابية الكبرى التي تتطلب خبرات متعددة.¹

الخاتمة:

في ختام هذه الورقة البحثية المقارنة التي سعت لتسليط الضوء على "الضوابط الشرعية والقانونية للمنافسة ومنع الاحتكار وأثرها في حماية المستهلك"، يمكن القول إن تنظيم الأسواق ليس مجرد ترفٍ تشريعي، بل هو ضرورة حتمية تتقاطع فيها المقاصد الشرعية مع الغايات القانونية الحديثة لحماية الاقتصاد الوطني من التشوهات، وبث روح المنافسة المشروعة ومنع الاحتكار

ولقد أثبتت الدراسة أن الإشكالية الجوهرية المتمثلة في كيفية إيجاد توازن بين "حرية المنافسة" و"حماية المستهلك" قد وجدت إجابات نموذجية في كل من الفقه الإسلامي والتشريع الجزائري؛ حيث انطلق كلاهما من مبدأ أن الحرية الاقتصادية ليست حقاً مطلقاً يبيح استغلال حاجة الناس، بل هي وظيفة اجتماعية وأخلاقية مقيدة بضوابط تمنع الضرر والتعسف، فبينما ركزت الشريعة الإسلامية على غرس الوازع الذاتي وتحريم الاحتكار ومنعه كجريمة أخلاقية تمس أقوات العباد، ركز القانون الجزائري من خلال (الأمر 03/03) على هيكلت آليات رقابية ومؤسسية تجسد هذا الردع في واقع السوق المعاصر. وبناءً على ما تقدم ذكره، نخلص إلى جملة من النتائج والمقترحات والتي تلخص جوهر هذه الدراسة:

أولاً: النتائج

1. سبق الشريعة الإسلامية: لقد أثبتت الدراسة أن الشريعة الإسلامية كانت سباقة في إرساء مبادئ المنافسة الحرة العادلة قبل القوانين الوضعية بعقود طويلة، من خلال تقرير "الحق في ممارسة التجارة" ورفض "الأنانية المتوحشة" في الكسب، وكونها تمس شريحة كبيرة من المخاطبين.
2. التكامل بين الحرية والضبط: إذ أنّ الشريعة تتفق مع القانون على أن حرية الأسعار والتجارة ليست مطلقة؛ بل هي مقيدة بعدم الإضرار بمصلحة الجماعة، مما يبرر تدخل الدولة لضبط السوق عند حدوث اختلالات كالمضاربة أو الاحتكار.

¹ - سامية حساين ، عن الاختصاص في ضبط السوق والنشاط التجاري بين مجلس المنافسة ومصالح وزارة التجارة، مجلة العلوم القانونية والسياسية، المجلد 10، العدد 02، 2019، ص 632.

3. دقة المعايير الشرعية: حيث وضعت الشريعة الإسلامية معايير دقيقة لتجريم الاحتكار تربط بين المدة الزمنية (40 يوماً) والقصد الجرمي (إغلاء الأسعار على المسلمين)، وهو ما ينسجم مع التوجهات القانونية الحديثة في تحديد الركن المادي والمعنوي للممارسات المقيدة للمنافسة.
4. فعالية الآليات القانونية: يمثل "مجلس المنافسة" في التشريع الجزائري تجسيداً مؤسسياً لمبدأ الرقابة على السوق، بينما تعمل "إشارات الجودة" كآلية تقنية وقائية تضمن حماية المستهلك قبل وقوع الضرر.

ثانياً: المقترحات

1. تفعيل "ولاية الحسبة" بصيغة معاصرة حيث نقترح تطوير دور أجهزة الرقابة لتستلهم روح "المحتسب" في الفقه الإسلامي، بحيث لا تكفي بالرقابة على الأسعار فقط، بل تمتد لمراقبة جودة السلع ومنع التدليس والغش التجاري لحماية المستهلك.
2. ضرورة تعزيز الوازع الأخلاقي الديني والمقاصدي من خلال دعوة المجامع الفقهية والمشرعين إلى استنباط أحكام شرعية لمواجهة "الاحتكار الرقمي" والتحالفات التجارية الكبرى التي لم تكن معروفة سابقاً، مستلهمين ذلك من قاعدة "تحقق الضرر" الذي نهت عنه الشريعة بغض النظر عن الوسيلة.
3. ضرورة إلزام المتعاملين الاقتصاديين بدورات تكوينية تتضمن فقه المعاملات المالية والضوابط الأخلاقية للتجارة في الإسلام، والتي تعتبر كخط دفاع أول ضد الاحتكار والمضاربة.
4. تفعيل دور مجلس المنافسة بشكل أكبر في مراقبة "وسم المنتجات" لضمان عدم تدليس المستهلك، تماشياً مع النهي الشرعي عن الغش التجاري الذي يضر بمصلحة المستهلك.
5. دعوة المشرعين إلى الاستفادة الدائمة من مرونة الفقه الإسلامي في مواجهة الأشكال المستحدثة من الاحتكارات الرقمية والتحالفات التجارية الكبرى.

قائمة المصادر والمراجع:

القرآن الكريم

- 1- قشرو فتيحة، قانون المنافسة، دروس موجهة السنة أولى ماستر، تسويق سياحي وفندقي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم التجارية، جامعة علي لونيسي، البليدة 2، السنة الجامعية 2023-2024،
- 2- نجم عبود نجم، أخلاقيات الإدارة ومسؤولية الأعمال، الطبعة الأولى، 2006.

- 3- ابن عمر يحيى الأندلسي المالكي، أحكام السوق في الإسلام، 1975.
- 4- علي محمد محمد الصلابي، آداب السوق كما وضعها النبي صلى الله عليه وسلم، مقال منشور على الرابط: www.alsalabi.com/article/2770 تاريخ الدخول: 10 جانفي 2026، الساعة: 09:53.
- 5- عبد السميع إبراهيم حسني، استثمار الأموال في الشريعة الإسلامية، مكتبة نانسي، للقاهرة، 2008.
- 6- سنن الترمذي، أبو عيسى محمد بن عيسى الترمذي، تح: محمد فؤاد عبد الباقي وآخرون، الطبعة 2، 1395هـ-1975م.
- 7- المصري رفيق يونس، أصول الاقتصاد الإسلامي، الطبعة الثانية، دار القلم، الأردن، 1413هـ.
- 8- مسلم بن الحجاج القشيري النيسابوري، صحيح مسلم، تح: محمد فؤاد عبد الباقي، نشر مطبعة عيسى البابي الحلبي وشركاؤه، القاهرة، (1374هـ-1955م).
- 9- حميش عبد الحق، حماية المستهلك من منظور إسلامي، جامعة الشارقة، 2004.
- 10- أمل أحمد محمود الحاج حسن، المنافسة التجارية في الفقه الإسلامي وأثرها على السوق، رسالة ماجستير، تخصص الفقه والتشريع، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، 2012.
- 11- محمد بن إسماعيل البخاري، صحيح البخاري، تح: جماعة من العلماء، الطبعة السلطانية، بالمطبعة الكبرى الأميرية، ببولاق، مصر، ط1 (1422هـ)، بترقيم محمد فؤاد عبد الباقي.
- 12- الألباني محمد ناصر الدين، صحيح الجامع الصغير وزيادته، المكتب الإسلامي، برقم 6780-7662.
- 13- أبو عبد الله محمد بن يزيد القزويني ابن ماجة، سنن ابن ماجة، تح: محمد فؤاد عبد الباقي، دار إحياء الكتب العربية.
- 14- ابن منظور، لسان العرب، الجزء 04.
- 15- عبد الهادي علي النجار، الحرية الاقتصادية والعدالة الضريبية في الإسلام، مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية، جامعة الكويت.
- 16- علاء الدين علي المتقي بن حسام الدين الهندي البرهان فوري، كنز العمال في سنن الأقوال والأفعال، ط5، 1405-1985، مؤسسة الرسالة.

- 17- ميلود ميهوبي، أحكام الاحتكار في الفقه الإسلامي وآثاره على حماية المستهلك، مجلة البحوث والدراسات، جامعة الواد، الجزائر، المجلد 09، العدد 13، 2012م.
- 18- أحمد بن حنبل، مسند الإمام أحمد بن حنبل، تح: شعيب الأرنؤوط، مؤسسة الرسالة، ط1، 1421هـ، 2001م.
- 19- أبو عبد الله محمد بن يزيد القزويني ابن ماجة، سنن ابن ماجة، تح: محمد فؤاد عبد الباقي، دار إحياء الكتب العربية.
- 20- أحمد بن الشيخ محمد الزرقا، شرح القواعد الفقهية، دار القلم دمشق، سوريا، ط2، 1409هـ-1989م.
- 21- ابن نجيم المصري، البحر الرائق شرح كنز الدقائق، ط2، دار الكتاب الإسلامي.
- 22- محمد أمين ابن عابدين، حاشية رد المحتار على الدر المختار، دار الفكر، بيروت، ط2، 1386هـ-1966م.
- 23- القانون 3/03 المؤرخ في 19 جويلية 2003، يتعلق بالمنافسة، الجريدة الرسمية، العدد 43، الصادر في 20 جويلية 2003، المعدل والمتمم بالقانون رقم 12/08 المؤرخ في 25 جوان 2008، الجريدة الرسمية، العدد 36، الصادر في 2 جويلية 2008، المعدل بالقانون 05/10 المؤرخ في 15 أوت 2010، الجريدة الرسمية، العدد 46، الصادر في 18 أوت 2010.
- 24- Marie- Anne Frison-Roche et Marie Stéphane Payet ,Droit de concurrence,1er Édition ,Daloz ,Paris ,2006 ,p1, également Marie- Anne Frison-Roche ,les 100 mots de régulation ,1er édition, Paris, 2010.
- 25- عبد الرحيم عنتر عبد الرحمان، المنافسة في ظل اتفاقية التريبس وأثرها على المعلومات غير المفصح عنها، الطبعة الأولى، مركز الدراسات العربي للنشر والتوزيع، الجيزة، مصر، 2015.
- 26- محمد تيورسي، قواعد المنافسة والنظام العام الاقتصادي، دراسة مقارنة، أطروحة دكتوراه في القانون، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، كلية العلوم القانونية والإدارية، 2011/201.

- 27- حسين الماحي، حماية المنافسة دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، مصر، سنة 2007م.
- 28- محمد الشريف كتو، حماية المستهلك من الممارسات المنافية للمنافسة، مجلة إدارة، المدرسة الوطنية للإدارة، حيدرة، الجزائر، المجلد 12، العدد 01، 2002م.
- 29- عدنان باقي لطيف، التنظيم القانوني للمنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية- دراسة مقارنة -، دار الكتب القانونية، القاهرة، 2012م.
- 30- قوسم غالية، منع الاحتكار في قانون المنافسة الجزائري، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، جامعة تيزي وزو، الجزائر، المجلد 16، العدد 04، 2021م.
- 31- عماد عجابي، تكريس مبدأ حرية التجارة والصناعة في الجزائر، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، المجلد 1، العدد 04، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2014م.
- 32- رافع لموي، مبدأ حرية المنافسة في التشريع الجزائري، مجلة الشريعة والاقتصاد، المجلد 08، العدد 15، 2019م.
- 33- الأمر 03/03 المعدل والمتمم، المؤرخ في 19 جويلية 2003، المتعلق بالمنافسة، الجريدة الرسمية، العدد 15، الصادر في 20 جويلية 2003م.
- 34- صورايا قاصدي، "حظر الممارسات التعسفية المضرة بالمنافسة آلية قانونية فعالة لحماية السوق"، أعمال الملتقى الوطني الافتراضي حول حماية السوق في ظل أحكام قانون المنافسة، كلية الحقوق، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر 01، أكتوبر 2022م.
- 35- لاکلي نادية، حماية المستهلك في ظل قانون التجارة الالكترونية الجزائري، دار الخلدونية للطباعة، القبة، الجزائر، الطبعة الأولى، 2024م.
- 36- المادة 3 من المرسوم التنفيذي 454/02، المؤرخ في 21 ديسمبر 2002، يتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، العدد 85، الصادر في 22 ديسمبر 2002.
- 37- المادة 3 والمادة 5 من المرسوم التنفيذي 09/11، المؤرخ في 20 يناير 2011، يتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعملها، الجريدة الرسمية، العدد 04، الصادر في 23 يناير 2011.
- 38- سامية حساين، عن الاختصاص في ضبط السوق والنشاط التجاري بين مجلس المنافسة ومصالح وزارة التجارة، مجلة العلوم القانونية والسياسية، المجلد 10، العدد 02، 20