

المنافسون أعداء المنافسة: ممارسة الأسعار الناهية

الأستاذ: حمادي زوبر

كلية الحقوق و العلوم السياسية – جامعة بجاية

مقدمة:

تقوم حرية التجارة والصناعة أو الحرية الاقتصادية على المنافسة الحرة وخضوع العلاقات الاقتصادية لقانون السوق أي قانون العرض والطلب (1). وتقوم المنافسة الحرة بدورها على مجموعة من الأسس لعل أهمها هو حرية الأسعار، بمعنى أن أسعار السلع والخدمات تخضع لقانون العرض والطلب وتحدد بكل حرية من طرف أصحاب السلع والخدمات.

تقتضي حرية الأسعار عدم تدخل الدولة من أجل تحديدها ولا من أجل تدعيمها مهما كان السبب. غير أن ترك الحرية للمؤسسات في تحديد الأسعار دون قيد أو ضابط قد ينجر عنه نتائج عكسية لأهداف المنافسة. إذ أن هذه الحرية قد تؤدي في حالات معينة الى عرقلة المنافسة والقضاء عليها، ومن ثم إلحاق الأذى بجمهور المستهلكين.

ولقد أثبتت الدراسات الاقتصادية أن تواجد السلع والخدمات في السوق بأسعار مخفضة ليس في كل الاحوال من فعل المنافسة الحرة، وإنما قد

يكون ذلك نتيجة تصرف اعتدائي من طرف العون الاقتصادي (2). اذ أظهرت بحوث المختصين في علم الاقتصاد أنّ الاعوان الاقتصاديون يلجئون في كثير من الأحوال إلى تخفيض أسعار سلعهم وخدمتهم بشكل تعسفي ليس رغبة بجمهور المستهلكين، وإنّما في سبيل نهب المنافسين والقضاء عليهم ومن ثم الهيمنة على في السوق وفرض الاسعار بعد ذلك.

وهكذا نلاحظ أنّ مثل هذا التصرف لا يتماشى مع مبادئ المنافسة ولا مع فكرة الصالح العام للمستهلك. لذا ارتأينا أن نكشف الغطاء عنه وأن نبث عن كيفية تعامل المشرع الجزائري معه، وذلك من خلال التعرض في مرحلة أولى إلى التكريس القانوني لحظر ذلك التصرف (I)، ثم ننتقل في مرحلة ثانية إلى تحليله تحليلًا قانونيًا (II).

(I) - التكريس القانوني لحظر الاسعار الناهبة أو المخفضة تعسفيا

يظهر التكريس القانوني لحظر الاسعار المخفضة تعسفيا من خلال المادة 12 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة (3) إذ جاء فيها أنّه: "يحظر عرض الاسعار أو ممارسة أسعار بيع مخفضة بشكل تعسفي للمستهلكين مقارنة بتكاليف الانتاج والتحويل والتسويق، إذا كانت هذه العروض أو الممارسات تهدف أو يمكن أن تؤدي إلى ابعاد مؤسسة أو عرقلة أحد متوجاتها من الدخول إلى السوق" (4).

ما يمكن ملاحظته من خلال نص المادة 12 المشار إليها أعلاه هو أنّها حددت مجال حظر ممارسة اسعار مخفضة تعسفيا، ويظهر هذا الحظر من عدة

جوانب سواء من حيث المعاملات، إذ اقتصر الحظر في مجال البيع دون غيره من المعاملات (أولاً)، وسواء من حيث محل المعاملة، إذ يستوى أن يكون محل المعاملة سلع مادية أو تقديم خدمات (ثانياً) وأخيراً من حيث أطراف العلاقة في المعاملة، إذ اقتصر الحظر على العلاقة التي يكون المستهلك طرفاً فيها (ثالثاً).

أولاً - مجال الحظر القانوني من حيث المعاملات: اقتصار الحظر القانوني على عقود البيع

يبدو واضحاً من خلال نص المادة أنّ مجال حظر ممارسة أسعار مخفضة تعسفياً تقتصر على عقود البيع، وسواء تحقق ركن الرضا بتطابق الإيجاب مع القبول أو بصدر الإيجاب من المؤسسة دون أن يقرن بقبول أي مستهلك. فالمهم أن يكون التعبير عن البيع قطعي الدلالة ويحمل مقومات الإيجاب، فعندئذ تثبت اتجاه نية المؤسسة نحو البيع بسعر مخفض بشكل تعسفي. طالما يمكن للسعر أن يغري المستهلك.

ولهذا السبب نجد أنّ المشرع الجزائري لم يميز فيما إذا اكتمل عقد البيع وتم وبن العروض التي تقدمها المؤسسة بغرض البحث عن إيجاب أو قبول صادر من المستهلك.

ثانياً - مجال الحظر من حيث محل المعاملات: امتداد الحظر إلى الخدمات

لم يتضمن الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة أية مفاهيم تحدد معنى المنتجات والخدمات، كما أنّ المادة 12 السالفة الذكر قد اقتصر على ذكر

المنتجات مما قد يوحي بأنّ الخدمات لا يشملها الحظر القانوني. ومن ثم تثار اشكالية اقتصار الحظر القانوني على المنتجات دون الخدمات؟؟؟

فتفسير النص تفسيراً حرفياً وضيّقاً يعني أنّ تقديم الخدمات وعرضها يفتح باباً واسعاً للأعوان الاقتصاديين من أجل ممارسة البيع بأسعار مخفضة تعسفياً. غير أن التساؤل المثار أعلاه سرعان ما يزول حينما نعود إلى المادة 3 من القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك (5) التي عرفت المنتج بأنّه: كل سلعة أو خدمة يمكن أن يكون موضوع تنازل بمقابل أو مجاناً. وعليه فإنّ مصطلح المنتجات يشمل أيضاً الخدمات.

وتجدر الإشارة أنّ التساؤل نفسه اثارته المادة 420 / 2 من التقنين التجاري الفرنسي، غير أنّ مجلس المنافسة الفرنسي قد سدّ النقص وأكد في أحد قراراته أنّ: "كل من المنتجات والخدمات معنية بالمنع المقرر للأسعار المخفضة بشكل تعسفي" (6).

ثالثاً- مجال الحظر من حيث أطراف المعاملة: اقتصار الحظر القانوني على تعامل مع المستهلك

يبدوا واضحاً من خلال نص المادة 12 المشار إليها أعلاه أنّ ممارسة البيع بأسعار مخفضة لا بد أن تكون موجهة إلى المستهلك. بعبارة أخرى لا بد أن يكون تعامل العون الإقتصادي مع المستهلك، وهنا أيضاً يثار تساؤل حول ما إذا كان المستهلك المقصود هو المستهلك النهائي أم أنّ الأمر يخص أيضاً المستهلك الوسيط؟

لم يتضمن الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة أي تعريف خاص بالمستهلك لا النهائي ولا الوسيط (المهني). فهذا الأخير ظهر في المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش (7)، حيث عرفت المادة 2/9 منه المستهلك على أنه: "كل شخص يقتني بئمن أو مجانا منتجاً أو خدمة معدين للاستعمال الوسيطى والنهائى لسد حاجاته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به".

فبناء على هذا النص، فإن مصطلح "المستهلك" يشمل المهني والمستهلك النهائي، وعليه فإنّ الحظر القانونى يرد على كل بيع موجه إلى المستهلك سواء كان مستهلك نهائى أو مهني. غير أنّ في سنة 2004 أقصى المشرع الجزائري فئة المهنيين من طائفة المستهلكين. وذلك بصدر القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية (8) بحيث أصبح المستهلك بموجب 2/3 منه هو: "كل شخص طبيعى أو معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني". وهذا المعنى أكدته المادة 3 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش حين قررت هي الأخرى بأنّ المستهلك هو: كل شخص طبيعى أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا، سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به".

(II) - تحليل ممارسة أسعار بيع منتجات بشكل تعسفي

باستقراء وتحليل المادة 12 السالفة الذكر من القانون رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة اتضح أنّ ممارسة أسعار بيع منتجات بشكل تعسفي اعتبرها المشرع من بين الممارسات المقيدة للمنافسة والمؤدية إلى الهيمنة على السوق، لذا فإن المشرع وضع معياراً مادياً هو الفاصل بين ما يعد ممارسة تعسفية وبين ما لا يعد كذلك (أولاً). غير أنه لا يكفي أن ينطبق المعيار المادي على الممارسة للقول بأنها بيع بأسعار مخفضة تعسفياً وإنما زيادة على ذلك لابد أن تترتب النتائج أو أن تهدف إلى النتائج التي حددتها المادة أعلاه (ثانياً).

أولاً- معيار قياس اسعار بيع مخفضة بشكل تعسفي: اعتماد المشرع للمعيار مادي

جاء في المادة 12 من الامر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة أنه: "يحظر عرض الاسعار أو ممارسة أسعار بيع مخفضة بشكل تعسفي للمستهلكين مقارنة بتكاليف الانتاج والتحويل والتسويق...".

يتضح من خلال محتوى هذا النص أنّ المشرع الجزائري قد وضع معياراً مادياً لقياس مدى تعسف العون الاقتصادي في تخفيض اسعار بيع منتجاته، ويتمثل هذا المعيار في المقارنة البسيطة بين سعر البيع وتكلفة الانتاج والتحويل والتسويق (9).

1- الانتاج:

جاء في القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش أنّ الانتاج هو: "العمليات التي تتمثل في تربية المواشي وجمع المحصول والجني

والصيد البحري والذبح والمعالجة والتصنيع والتحويل والتركيب وتوضيب المنتج، بما في ذلك تخزينه أثناء مرحلة تصنيعه وهذا قبل تسويقه الاول".

2- التحويل:

يدخل ضمن مجال الانتاج وهو عبارة عن تصنيع المواد الاولية مثلاً، ولقد لمفهوم التحويل طبيعة جدلية بسبب عدم تحديد الافعال والعمليات التي تدخل فيه.

3- التسويق:

هو مجموعة من العمليات التي تتمثل في خزن كل المنتجات بالجملة أو نصف الجملة ونقلها وحيازتها وعرضها قصد البيع أو التنازل عنها مجاناً ومنها الاستيراد والتصدير وتقديم الخدمات.

وعليه فإنّ المقارنة قد تسفر على نتيجتين لا ثالث لهما، وهي إمّا أن يكون سعر المنتجات يفوق تكلفة الانتاج والتحويل والتسويق أو يساويه وبالتالي ينتفي تعسف العون الاقتصادي ولا سبيل للحديث عن ممارسة أسعار بيع بأسعار مخفضة، وأمّا أن يكون السعر الذي يمارسه العون الاقتصادي مخفض الى درجة أنه أقل من تكلفة الانتاج والتحويل والتسويق، وفي هذه الحالة يكون العون الاقتصادي قد مارس اسعار بيع مخفضة بشكل تعسفي.

على الرغم من أنّ المعاملة تكون بين العون الاقتصادي والمستهلك إلاّ أنّ المتضرر الاول منها هم الاعوان الاقتصاديين الاخرين خاصة المحدودين

منهم، فممارسة البيع بأسعار مخفضة إذن يعرقل المنافسة ويقيدها. ولما كان الامر كذلك يتعين علينا أن نحدد نتائج (أركان) جريمة البيع بأسعار مخفضة تعسفيا.

ثانيا- نتائج ممارسة أسعار بيع مخفضة بشكل تعسفي

بالرجوع دائما الى أحكام المادة 12 من الامر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة نجد أنها تنص على أنه: "... اذا كانت هذه العروض أو الممارسات تهدف أو يمكن أن تؤدي الى ابعاد مؤسسة أو عرقلة أحد منتوجاتها من الدخول الى السوق".

يستخلص من خلال هذا المحتوى أنه لا يكفي أن تمارس المؤسسة اسعار بيع بصورة مخفضة تعسفيا وإنّما زيادة على ذلك لابد أن يؤدي ذلك إلى إزالة احد الاعوان الاقتصاديين المنافسين من السوق أو عرقلة منتجاتها من الدخول الى السوق(10).

1- إزالة الاعوان الاقتصاديين من السوق

هناك عبارة مشهورة لـ (ROCKEFELLER) حيث يقول "إنّ المنافس الميت وحده فقط الذي لا يعتبر خطير" (Seul un concurrent mort n'est pas dangereux) (11). وهذا يعني أنّ الاعوان الاقتصاديين الموجودين في السوق يبذلون كل ما في وسعهم من أجل الابقاء على مركزهم واستقرار معاملاتهم، مستخدمين في ذلك كل الاساليب بما في ذلك ملكيتهم الصناعية.

غير أنّ البعض من الاعوان الاقتصاديين قد يلجؤون إلى خرق الاعراف التجارية وقواعد المنافسة النزيهة، ويعتبر بيع المنتجات بأسعار جد مخفضة للقضاء على الاعوان الاقتصاديين المنافسين خاصة الصغار منهم أو ذوي الرأسمال المحدود من الوسائل المخالفة للقانون التي قد يتم اعتمادها من الاعوان غير النزيهين، فقد اثبتت الدراسات الاقتصادية أنّ مثل هذا التصرف سيؤدي لا محالة إلى جلب الزبائن والمستهلكين إلى منتجات العون الاقتصادي الذي يمارس تصرفا محظورا وعندئذ يضطر الاعوان المنافسين إلى تخفيض أسعار منتجاتهم خوفا من التلف والكساد، ومن ثم يبيعون بالخسارة وهذا يؤدي في دون شك إلى انسحابهم من السوق وعدم قدرتهم على المواصلة، وفي الاخير يصبح العون المتعسف في وضعية هيمنة ويحدد الاسعار بعدئذ على حسب هواه.

2 - عرقلة دخول منتجات عون اقتصادي آخر إلى السوق:

على الرغم من أنّ النتيجة التي يرمي اليها العون الاقتصادي المتعسف هي الوصول إلى وضعية الهيمنة إلا أن ازاحة الاعوان الاقتصاديين من السوق ليست هي السبيل الوحيد إلى ذلك، وإنّما يمكن أيضا الوصول اليها عن طريق منع دخول منتجات عون اقتصادي آخر إلى السوق. ويميز البعض هنا بين ما إذا كان العون الاقتصادي مستهدف أم لا؟

فالعون الاقتصادي المستهدف من وراء المنافسة قد يرى أن من الافضل له أن ينتظر إلى غاية زوال الاسعار المخفضة في السوق، لذا فهو يحجم عن عرض منتوجاته وعدم دخولها للسوق، وإلاّ أنه يعرض منتوجاته في السوق

ورغم ذلك لا يقتنيها ولا يطلبها المستهلك نظرا لارتفاع أسعارها مقارنة بأسعار
المخفضة لنفس المنتجات التي يطرحها الأعوان المنافسون في السوق.

خاتمة:

ما يمكن الوصول اليه في اخر المطاف هو أنّ المشرع الجزائري فعلاً أقر
بمبدأ المنافسة الحرة غير أنه راع المصلحة العامة للمستهلك، لذا نجد أنه وضع
حدا لحرية الاسعار متى كان من شأنها الاضرار بالمستهلك.

ومن بين الاسعار الضارة بمصلحة المستهلك كما رأينا تلك التي
الاسعار المخفضة بشكل تعسفي التي يضعها عون الاقتصادي ما بغرض ازاحة
الاعوان الاقتصاديين الاخرين خاصة منهم الضعفاء من السوق أو منع
منتجاتهم. ولقد تفتن المشرع الجزائري وساير ما سارت عليه الدول المتقدمة
السبابة إلى تكريس قواعد المنافسة.

الهوامش المرجعية:

1 - أنظر: د. محمود محمود مصطفى، الجرائم الاقتصادية في القانون المقارن، الجزء الاول،
مطبعة القاهرة والكتاب الجامعي، القاهرة، 1979، ص. 219.

2 - للمزيد من التفاصيل أنظر:

-TAUVIN Elsa, Les prix prédateurs, mémoire de
Master en droit européen des affaires, Université de Panthéon
Assas 2010.

-FEGATILLI Ermano et PETIT Nicolas, Économétrie
du droit de la concurrence.

3 - أمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جويلي 2003 يتعلق بالمنافسة، ج ر عدد 43 يعدل ويتمم بقانون رقم 08-12 مؤرخ في 25 جوان 2008، ج ر عدد 36. ومعدل ومتمم بقانون رقم 10-05 مؤرخ في 15 أوت 2010، ج ر عدد 46.

4 - في ظل الامر رقم 95-06 المؤرخ في 25 جانفي 1995 المتعلق بالمنافسة، ج ر عدد 09 كانت البيع بالخسارة هو الذي كان محظورا، أنظر في ذلك:

Zouaimia Rachid, Le droit de la concurrence, Edition Belkeise, 2012, p 114

ويرى البعض أنّ هناك فرق البيع بالخسارة والبيع بأسعار مخفضة بحجة أنّ البيع بالخسارة خلافا لهذا الاخير تم حظره بموجب قانون الممارسات التجارية، كما أنّ العلاقة في الاولى لم تقتصر على المستهلك... الخ وللمزيد من التفاصيل راجع: ايت منصور كمال، البيع بأسعار مخفضة تعسفيا، مداخلة القيت في الملتقى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك، المنظم من كلية الحقوق يومي 17 و 18 نوفمبر بأبوداوا، ص 139.

5 - قانون رقم 09-03 مؤرخ في 25 فبراير 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر عدد 15.

6 - OUDOT Pascal, « l'atteinte à concurrence par les prix », Économie et Management, n° 134, Janvier 2010, p 1 et suite

7 - مرسوم تنفيذي رقم 90-39، مؤرخ في 30 اكتوبر 1990، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج ر عدد 50.

8 - قانون رقم 04-02 مؤرخ في 23 يونيو 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر عدد 41، معدل ومتمم بالقانون رقم 10-06 المؤرخ في 15 أوت 2010، ج ر عدد 46.

9 - د. كتو محمد الشريف، قانون المنافسة والممارسات التجارية وفقا للأمر 03-03 والقانون 04-02، منشورات بغداددي، الجزائر، ص 53.

10 - علال سميحة، جرائم البيع في قانوني المنافسة والممارسات التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، كلية الحقوق، جامعة منتوري - قسنطينة، 2004-2005،

ص. 45

11 - « Seul un concurrent mort n'est pas dangereux ». Citée

par : BENZONI Laurent : « Stratégies de prix – Prix prédateurs : les enseignements de l'analyse économique », Problèmes Economiques, N° 2683 – 2000

