

**تمهيد،** كل من المنافسة والاستهلاك تشكل محورا هاما في قضايا الاقتصاد والتجارة الالكترونية أو الرقمية، حيث يعد مبدأ تحرير التجارة من دعائم النظام الرأسمالي الحر الذي يتفرع عنه حرية المنافسة والاحتكار المشروع ومنه تأثيراته على مجال الاستهلاك، كما أن الحاجة لتنظيمه ازدادت بعد انتشار ظاهرتي العولمة وتحرير الأسواق وظهور التجارة الالكترونية وبالتالي وجود منتجات استهلاكية لم تعرف من قبل، ومنه تم نقل هذه المفاهيم المعترف بها دوليا لقانوني المنافسة والاستهلاك الجزائري.

## **أولا-تعريف قانون المنافسة والمصطلحات ذات الصلة،**

**1-تعريف قانون المنافسة،** من خلال التمييز بين المعنى الواسع والمعنى الضيق، الأول بأنه: "مجموعة القواعد التي تضمن مراقبة أفعال أو ممارسات المتعاملين الاقتصاديين والتي تتضمن قواعد جزائية وقواعد مدنية كقواعد المسؤولية وكذلك المنافسة غير النزيهة. أما المعنى الضيق بأنه: "مجموعة قواعد تهدف الى ضمان ضبط السوق، وهذا ما يتعلق بمراقبة الاتفاقات والتعسف في وضعية الهيمنة والتركيز الاقتصادي وكذلك دعم الدولة ومنع الاحتكار، فيصبح عندئذ كقانون لضبط السوق له طابع إداري".

**2-المصطلحات ذات الصلة بقانون المنافسة،** ونشير هنا الى المقصود بالمصطلحات التالية (المنافسة، السوق، التنافسية والميزة التنافسية، الاحتكار) فيمايلي:

**أ-المنافسة،** التنافس أمر مرغوب فيه في المجتمع التجاري، لما ينتج عنه من بقاء الأصلاح من حيث المعاملة وتقديم السلع الأكثر جودة الأقل سعرا. ومبدأ حرية التجارة، يتضمن إلزاما مبدأ حرية المنافسة. **فالمنافسة لغة،** نزعة فطرية تدعو إلى بذل الجهد في سبيل التفوق والمنافسة حيث تقابل التنافس. ويقال (نفس) الشيء صار مرغوبا و(نافس) في الشيء (منافسة) إذا رغب فيه على وجه المباراة. وفي **الاصطلاح** يتحدد مفهوم المنافسة كمصطلح في مجال النشاط الاقتصادي في تفاوت وتفاوت المؤسسات في مقدار انتاج السلع وتوزيعها وجوده وتخفيض سعرها من أجل كسب اكبر عدد من الزبائن.

**ب-السوق،** عرفت المادة 3 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة بأنها: "كل سوق للسلع أو الخدمات المعنية بممارسات مقيدة للمنافسة وكذا تلك التي يعتبرها المستهلك مماثلة أو تعويضية، لاسيما بسبب مميزاتها وأسعارها والاستعمال الذي خصصت له، والمنطقة الجغرافية التي تعرض المؤسسات فيها السلع أو الخدمات المعنية". وطبقا لهذه المادة يتحدد السوق استنادا إلى معايير نذكر منها:

**معيار السلع والخدمات،** هو السوق الذي يلي حاجيات المستهلكين من سلع وخدمات، وتعتبر هذه الأخيرة قابلة للتبادل أو تعويضية فيما بينها وذلك نتيجة أوصافها، وكذا سعرها، وأخيرا نتيجة الغرض الذي خصصت له، ولكن الاشكال الذي يطرحه هذا التعريف هو تحديد مفهوم الحلول.

**معيار المنطقة الجغرافية،** أي المنطقة الجغرافية التي تعرض المؤسسات فيها السلع أو الخدمات المعنية، فالسوق هو المكان الذي تمارس فيه المنافسة. مع ملاحظة خصوصية السوق الافتراضية(مكانها وزمانها).

**ج-التنافسية والميزة التنافسية و،** إذا كان مفهوم المنافسة كمصطلح يتحدد في مجال النشاط الاقتصادي أكثر منه في المجال القانوني، غير أن القانون يتدخل لرسم حدود هذا التنافس الذي يقابل المنافسة، حيث تعبر التنافسية بحسب البعض عن المنظمة(المؤسسة) على مواجهة المنافسة والصمود في وجه المنافسين، أما الميزة التنافسية فتعبر عن عنصر التفوق الذي تمتلكه المؤسسة والذي يعد مقوما رئيسا لتنافسياتها وقدرتها على الصمود في وجه المنافسة.

**د-الاحتكار،** بينما الاحتكار قانونا هو قدرة التاجر على الهيمنة في السوق والتحكم في السعر أو الخدمة مما يعرقل حريتي التجارة والمنافسة، ويقابله الاحتكار العمومي الطبيعي(المؤسسات الاقتصادية العمومية).