

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة  
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير



مداخلة مقدمة إلى اليوم الدراسي حول

**ضبط وتحرير الأسعار وأثرها على المنافسة**

يوم 03 فيفري 2020

بعنوان

دور الدولة في ضبط وتحرير أسعار المنتجات والخدمات وانعكاساتها  
على المنافسة التجارية وحماية المستهلك

المحور الثالث:

تحليل الدور القانوني للأسعار

من إعداد

د. أوصيف لخضر

أستاذ محاضر - أ- جامعة المسيلة

Lakhdar.oucif@univ-msila.dz

أ. سمان علي

طالب دكتوراه - جامعة البويرة

alisamane78@yahoo.fr

د. علماوي أحمد

أستاذ محاضر - أ- جامعة غرداية

ahmedalmaoui47@gmail.com

## ملخص

نسعى من خلال هذه الدراسة إلى إبراز دور الدولة في التدخل في النشاط الاقتصادي لضبط بعض أسعار المنتجات والخدمات وانعكاساتها على المنافسة، في ظل ممارسات الاحتكار والهيمنة على أسواق وأسعار بعض السلع والمواد المدعومة من طرف الدولة وآثارها على الاقتصاد الوطني ومعيشة المواطن؛ فقد أدى تطور المجتمعات في عصر العولمة والتطور التكنولوجي إلى توسع رغبات وحاجيات الأفراد وزيادة متطلباتهم المعيشية، مما جعل بعض المؤسسات والشركات تتنافس فيما بينها للاستجابة لهذه المتطلبات والعمل على توفيرها؛ دون الالتزام بالأخلاقيات المهنية واحترام ضوابط ومتطلبات الالتزام بجودة السلع والخدمات، وضمان صحة وسلامة المستهلك والمحافظة على قدرته الشرائية؛ قصد تحسين ربحيتها واستمراريتها وتنافسيتها ومكانتها السوقية أمام المؤسسات والشركات المنافسة لها.

**الكلمات المفتاحية:** المنافسة، ضبط الأسعار، تحرير الأسعار، حماية المستهلك، مجلس المنافسة.

## Abstract

Through this study, we seek to highlight the role of the state in interfering in economic activity to control some prices of products and services and their implications for competition, in light of the practices of monopoly and domination on the markets and prices of some commodities and materials supported by the state and its effects on the national economy and the livelihood of the citizen. The development of societies in The era of globalization and technological development leads to the expansion of the desires and needs of individuals and increasing their living requirements, which made some institutions and companies compete with each other to respond to these requirements and work to provide them; without adhering to professional ethics and respecting the controls and requirements of commitment The quality of goods and services, and ensuring the health and safety of the consumer and maintaining his purchasing power; in order to improve its profitability, continuity, competitiveness and market position in front of competing institutions and companies.

**Keywords:** Competition, Prices Control, Prices Freeing, Consumer Protection, Competition Board.

تشهد المنافسة التجارية انتشارا واسعا في العديد من دول العالم؛ من خلال تنامي قوة المؤسسات والشركات ونجاحها في عرض وترويج منتجاتها وخدماتها، واكتسابها بذلك مكانة مرموقة في الأسواق ولدى الأفراد وشركات التمويل والامداد التي تبحث في الغالب عن شراء المنتجات الأقل سعرا واعادة بيعها بأسعار عالية. مما جعل الشركات المنتجة تركز جل اهتماماتها على توسيع نشاطاتها وفروعها، وتطوير منتجات جديدة لتحقيق أكبر قدر من الأرباح والثروة. والحكومة الجزائرية كغيرها من حكومات الدول تسعى إلى فرض المتابعة والمراقبة المستمرة للقطاعات والنشاطات الصناعية والتجارية والخدمية، حيث تتدخل الحكومة في العديد من الأوقات لإصدار مجموعة من القوانين وتعديلها من حين إلى آخر قصد تنظيم المنافسة وضبط الأسواق، مثل القانون (الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003، القانون رقم 08-12 المؤرخ في 25 جوان 2008، والقانون رقم 10-05 المؤرخ في 15 أوت 2010) وحماية المستهلك والحفاظ على القدرة الشرائية ومحاربة ومكافحة الممارسات غير المشروعة والأخلاقية التي تشجع على الاحتكار والهيمنة وتحقيق الأرباح الطائلة على حساب المستوى المعيشي للأفراد المجتمع أو المواطنين؛ وتقلل من الجودة في المنتجات والخدمات في مجال المنافسة التجارية والقضاء عليها عبر القنوات والأطر القانونية.

#### - أهمية الدراسة:

تستمد هذه الدراسة أهميتها من أهمية وضرورة تدخل الدولة في ضبط النشاط الاقتصادي، وتنظيم وتحقيق المنافسة النزيهة في الأسواق الوطنية، للقضاء على مختلف أشكال الاحتكار والهيمنة والكسب غير المشروع المحقق من خلال الانتاج والتجارة في المواد والسلع والمنتجات ذات الاستهلاك الواسع والمدعمة من طرف الدولة؛ قصد حماية القدرة الشرائية للمستهلك وضمان مستوى معيشي مقبول يليق بكرامة المواطن الجزائري البسيط.

#### - أهداف الدراسة:

- التعرف على أسباب وعوامل نشأة المنافسة التجارية؛
- الوقوف على أهمية المنافسة ودورها في تنمية وتطوير النشاط الاقتصادي والتشجيع على الابتكار؛
- معرفة أهم القوانين المنظمة للمنافسة في الجزائر ومدى ملائمتها للنشاط الانتاجي والتجاري والخدمي وتطلعات الاقتصاد الوطني الجزائري؛
- توضيح الممارسات المقيدة للمنافسة النزيهة التي تخدم مصالح الاقتصاد الوطني والمستهلك؛
- معرفة الصلاحيات والمهام الموكله لمجلس المنافسة؛
- تحديد آثار وانعكاسات عمليات تحرير وضبط الأسعار على المنافسة.

وعلى هذا الأساس يمكن طرح الإشكالية التالية: كيف يمكن أن تساهم الدولة في ضبط أسعار المنتجات والخدمات وحماية المستهلك؟ وما مدى انعكاس ذلك على المنافسة؟ من خلال معالجة النقاط التالية:

## I. ماهية المنافسة

### 1.1 مفهوم المنافسة

- يمكن تعريف المنافسة بأنها الوضعية التي يكون فيها بائعوا المنتج أو الخدمات وذلك من أجل زيادة مداخيلهم، بحيث يقترحون على الزبون أسعار جد مغرية مقارنة بمنافسيهم، أو منتجات وخدمات ذات أكثر جودة (01).

- المنافسة التجارية عبارة عن شركة أو مجموعة من الشركات الأخرى المنافسة التي لها نفس طبيعة العمل وتحاول أن تكسب عملاء؛ وأيضاً يمكن أن يرمز لها إلى احتمالية وجود منتجات بديلة أو دخول شركات جديدة إلى السوق. وإذا لم يوجد منافس لمنتج أو خدمة ما، فإنه في الغالب لا يوجد إقبال ونجاح لهذا النوع من المنتجات، وهذا يدل على أهمية البيئة التنافسية في التجارة (02).

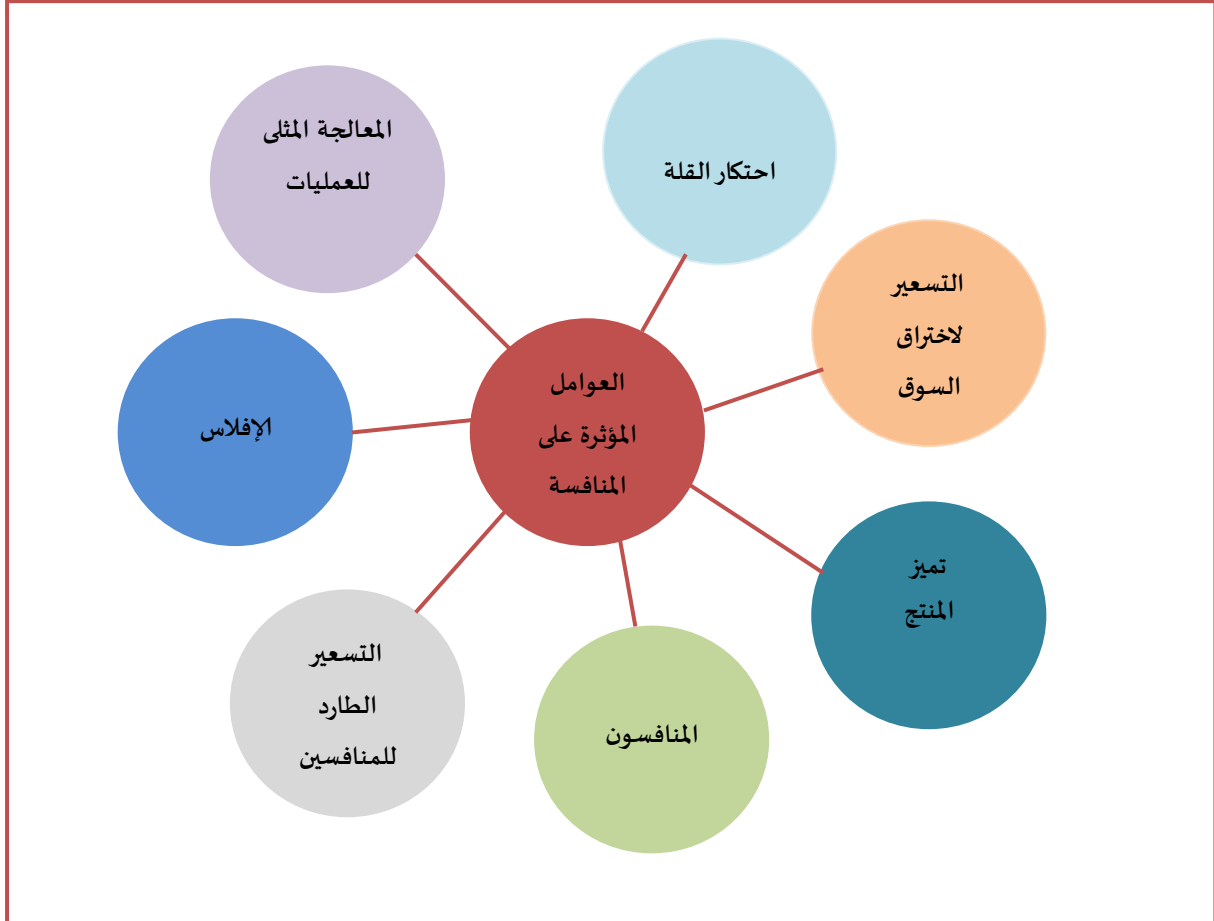
### 2.1 أسباب وعوامل نشأة المنافسة

هناك العديد من الأسباب والعوامل التي تؤدي إلى المنافسة التجارية، نذكر منها (03):

- **تميز المنتج:** تكون بعض المنتجات، أو يمكن وصفها على الأقل على أنها سلع أساسية. ونظرًا لعدم وجود سوى القليل من الماركات (العلامات التجارية) حتى يمكن الاختيار من بينها، يصبح السعر العامل الأساسي للمنافسة.
- **التسعير لاختراق السوق:** إذا حاول أحد التجار دخول سوق مستقرة، فقد يقدم أسعارًا أقل من التي تقدمها العلامات التجارية الأخرى.
- **احتكار القلة:** إذا كان هيكل الصناعة يعتمد على احتكار القلة (أي لا يوجد سوى عدد قليل من المنافسين الرئيسيين)، فإن المنافسين الفاعلين يراقبون عن كثب أسعار كل منهم الآخر، كما أنهم يكونون على استعداد للاستجابة لأي تخفيض في السعر.
- **المعالجة المثلى للعمليات:** قد يميل التجار إلى خفض أسعارهم بدلاً من إغلاق أو تخفيض حجم الإنتاج إذا كانوا يرغبون في الحفاظ على وفورات الحجم، وبالمثل فإن العمليات الجديدة قد تساهم في خفض سعر نفس المنتج.
- **الإفلاس:** قد تضطر الشركات القريبة من الإفلاس إلى خفض الأسعار لزيادة حجم المبيعات، وبالتالي توفر السيولة الكافية حتى تتمكن من الصمود.
- **التسعير الطارد للمنافسين:** قد يحدد عن عمد التاجر الذي يمتلك رصيماً بنكيًا كبيراً سعرًا للمنتجات الجديدة أو القائمة بالفعل في محاولة للإيقاع بالتجار في السوق.

- المنافسون: قد يستهدف المنافس منتجًا ويحاول كسب الحصة السوقية عن طريق بيع المنتج البديل بسعر أقل. وفي هذا يقول البعض إنه من الأفضل أن تطرح علامة تجارية منافسة جديدة، بدلاً من محاولة مطابقة الأسعار مع الأسعار الموجودة في السوق بالفعل.

الشكل رقم (01): العوامل المؤثرة على المنافسة



المصدر: من إعداد الباحثين

### 3.1 أهمية المنافسة

تتمثل سياسات المنافسة والسياسات المتصلة بالمستهلك في تعزيز رفاهية المستهلك. فسياسات المنافسة وسياسات حماية المستهلك كلاهما تهدفان إلى ضمان سير الأسواق بفعالية وتصحيح أوجه الإخفاق فيها، غير أن كلاً منهما تُقارب هذا الهدف من منظور مختلف. فسياسات المنافسة تتناول جانب العرض من السوق وتهدف إلى ضمان حصول المستهلكين على خيارات كافية وبتكلفة ميسورة، في حين تتصدى سياسات حماية المستهلك إلى المسائل المتعلقة بالطلب وتهدف إلى تمكين المستهلكين من ممارسة خياراتهم بفعالية (04).

### 4.1 أهداف المنافسة

تهدف سياسات تشجع المنافسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف، منها (05):

- حماية المستهلكين من الأخطار التي تهدد صحتهم وسلامتهم؛
- تعزيز وحماية المصالح الاقتصادية للمستهلكين؛
- توفير سبل حصول المستهلكين على المعلومات الكافية التي تمكنهم من الاختيار عن اطلاع وفقاً لرغبات واحتياجات كل منهم؛
- تثقيف المستهلكين، بما في ذلك تثقيفهم بشأن الآثار البيئية والاجتماعية والاقتصادية المترتبة على اختياراتهم؛
- توافر وسائل فعالة لتعويض المستهلكين؛
- حرية تشكيل جماعات أو منظمات للمستهلكين، وغير ذلك من التنظيمات ذات الصلة، وإتاحة الفرصة لها لكي تعبر عن آرائها في عمليات اتخاذ القرارات التي تمس المستهلكين؛
- تشجيع أنماط الاستهلاك المستدامة.

## II. الاطار التنظيمي للمنافسة في الجزائر

### 1.2 الممارسات المقيدة للمنافسة

تحظر الممارسات والأعمال المدبرة والاتفاقيات الصريحة أو الضمنية عندما تهدف أو يمكن أن تهدف إلى عرقلة حرية المنافسة أو الحد منها أو الإخلال بها في نفس السوق أو جزء جوهري منه، لاسيما عندما ترمي إلى (06):

- الحد من الدخول في السوق أو في ممارسة النشاطات التجارية فيها؛
- تقليص أو مراقبة الانتاج أو منافذ التسويق أو الاستثمار أو التطور التقني؛
- اقتسام الأسواق أو مصادر التموين؛

- عرقلة تحديد الأسعار حسب قواعد السوق بالتشجيع المصطنع للأسعار أو بانخفاضها؛
- تطبيق شروط غير متكافئة لنفس الخدمات اتجاه الشركاء التجاريين، مما يجرمهم من منافع المنافسة؛
- اخضاع ايرام العقود مع الشركاء لقبولهم خدمات اضافية ليس لها صلة بموضوع هذه العقود سواء بحكم طبيعتها أو حسب الأعراف التجارية.

## 2.2 مظاهر ممارسات المنافسة الغير مشروعة

يدخل ضمن مظاهر ممارسات المنافسة غير المشروعة، ما يلي (07):

- رفض البيع بدون مبرر شرعي؛
- البيع المتلازم أو التمييزي؛
- البيع المشروط باقتناء كمية دنيا؛
- الالتزام بإعادة البيع بسعر أدنى؛
- قطع العلاقة التجارية لمجرد رفض المتعامل الخضوع لشروط تجارية غير مبررة؛
- كل عمل أو آخر من شأنه أن يقلل أو يلغي منافع المنافسة داخل السوق.

## 3.2 الصلاحيات والمهام الاستشارية لمجلس المنافسة

### 1.3.2 تعريف مجلس المنافسة

مجلس المنافسة هو سلطة إدارية لدى رئاسة الحكومة تتمتع بالشخصية القانونية والاستقلال المالي (08).

### 2.3.2 صلاحيات مجلس المنافسة

يتمتع مجلس المنافسة بالصلاحيات التالية (09):

- لديه سلطة القرار والاقتراح وابداء الرأي بمبادرة منه أو كلما طلب منه ذلك؛ في أي مسألة أو أي عمل أو تدبير من شأنه ضمان السير الحسن للمنافسة وتشجيعها في المناطق الجغرافية أو قطعات النشاطات التي تنعدم فيها المنافسة أو تكون غير متطورة فيها بما فيه الكفاية؛
- يمكن أن يستعين مجلس المنافسة بأي خبير أو يستمع إلى أي شخص يمكنه تقديم معلومات؛
- يمكن أن يطلب من المصالح المكلفة بالتحقيقات الاقتصادية اجراء أي مراقبة أو تحقيق أو خبرة حول المسائل المتعلقة بالقضايا التي تدرج ضمن اختصاصاته.

### 3.3.2 المهام الاستشارية لمجلس المنافسة

يستشار مجلس المنافسة في كل مشروع نص تنظيمي له صلة بالمنافسة أو يدرج تدابير من شأنها (10):

- اخضاع ممارسة مهنة ما أو نشاط ما، أو دخول سوق ما، إلى قيود من ناحية الكم؛
- وضع رسوم حصرية في بعض المناطق أو النشاطات؛
- فرض شروط خاصة لممارسة نشاطات الانتاج والتوزيع والخدمات؛
- تحديد ممارسات موحدة في ميدان شروط البيع؛
- يمكن أن يقوم مجلس المنافسة بتحقيقات حول شروط تطبيق النصوص التشريعية والتنظيمية ذات الصلة بالمنافسة، وإذا أثبتت التحقيقات أن هذه النصوص تترتب عليها قيود على المنافسة، فإن مجلس المنافسة يباشر كل العمليات لوضع حد لهذه القيود (11).

### 4.2 انعكاسات ضبط وتحرير الأسعار على المنافسة

#### 1.4.2 انعكاسات ضبط الأسعار على المنافسة

- الضبط: هو كل اجراء أي كانت طبيعته، صادر عن أي هيئة عمومية يهدف بالخصوص إلى تدعيم وضمان وتوازن قوى السوق، وحرية المنافسة، ورفع القيود التي بإمكانها عرقلة الدخول إليها وسيرها المرن، وكذا السماح بالتوزيع الاقتصادي الأمثل لموارد السوق بين مختلف أعضائها (12).

- يمكن تقنين أسعار السلع والخدمات التي تعتبرها الدولة ذات طابع استراتيجي، بموجب مرسوم بعد أخذ رأي مجلس المنافسة، كما يمكن اتخاذ تدابير استثنائية للحد من ارتفاع الأسعار أو تحديد الأسعار في حالة ارتفاعها المفرط بسبب اضطراب خطير للسوق أو كارثة أو صعوبات مزمنة في التموين داخل قطاع نشاط معين أو في منطقة جغرافية معينة أو في حالات الاحتكار الطبيعية (13).

- كما يمكن أن تحدد هوامش وأسعار السلع والخدمات أو الأصناف المتجانسة من السلع والخدمات أو تسقيفها أو التصديق عليها عن طريق التنظيم. وتتخذ تدابير تحديد هوامش وأسعار السلع والخدمات أو تسقيفها أو التصديق عليها على أساس اقتراحات القطاعات المعنية، وذلك للأسباب التالية (14):

- تثبيت استقرار السلع والخدمات الضرورية، أو ذات الاستهلاك الواسع في حالة اضطراب محسوس في السوق؛
- مكافحة المضاربة بجميع أشكالها والحفاظ على القدرة الشرائية للمستهلك.

## 2.4.2 انعكاسات تحرير الأسعار على المنافسة

- حرية الأسعار: يقصد بحرية الأسعار أن تتحدد بصفة حرة أسعار السلع والخدمات اعتماداً على قواعد المنافسة<sup>(15)</sup>. وتتم ممارسة حرية الأسعار في ظل احترام أحكام التشريع والتنظيم المعمول بهما، وكذا على أساس قواعد الانصاف والشفافية، لاسيما تلك المتعلقة بما يلي<sup>(16)</sup>:

- تركيبة الأسعار لنشاطات الانتاج والتوزيع وتأدية الخدمات واستيراد السلع لبيعها على حالها؛
- هوامش الربح فيما يخص انتاج السلع وتوزيعها وتأدية الخدمات؛
- شفافية الممارسات التجارية.

ويدخل ضمن ممارسة منافسة وأسعار غير شرعية، ما يلي<sup>(17)</sup>:

- كل بيع سلعة أو تأدية خدمات لا تخضع لنظام حرية الأسعار، لا يمكن أن تتم إلا ضمن نظام احترام الأسعار المقننة طبقاً للتشريع المعمول به.

- تمنع الممارسات التي ترمي إلى:

- القيام بتصريحات مزيفة بأسعار التكلفة قصد التأثير على أسعار السلع والخدمات غير الخاضعة لنظام حرية الأسعار؛

- القيام بكل ممارسة أو مناورة ترمي إلى اخفاء زيادات غير شرعية في الأسعار.

## 5.2 الأهداف الأساسية لمراقبة الممارسات التجارية والمضادة للمنافسة

تتمثل الأهداف الأساسية لمراقبة الممارسات التجارية والمضادة للمنافسة فيما يلي<sup>(18)</sup>:

- وضع قواعد شفافة ونزيهة للامتنال لها من أجل معاملات تجارية عادلة؛
- محاربة الممارسات غير الشرعية و غير النزيهة؛
- المساهمة في الحد من انتشار التجارة الموازية؛
- مراقبة السوق والكشف عن أي مؤشر لممارسة منافسة للمنافسة، من أجل ضمان احترام المنافسة الحرة؛
- الحفاظ على مصالح المتعاملين الاقتصاديين والمستهلكين.

## خلاصة:

يعتبر تدخل الدولة في النشاط الاقتصادي سلوكا معروفا منذ القدم، قصد مراقبة الأسواق ومكافحة التجمعات الاحتكارية التي تضر بالمصالح الاقتصادية للدولة ورفاهية أفراد المجتمع. نتيجة السلوكيات التي ينتهجها بعض المتعاملين الاقتصاديين من تجار وشركات ومؤسسات، والتي لا يهتمها في كثير من الأحيان إلا تحقيق الأرباح وتراكم الثروة بمختلف الطرق والوسائل سواء كانت مشروعة أو غير مشروعة، دون مراعاة الظروف والمستوى المعيشي للأفراد المجتمع والوضع الاقتصادي للدولة ككل. لذا كان لزاما على الدولة التصدي والوقوف في وجه هذه الممارسات من خلال سن التشريعات والقوانين التي تنظم عمليات الانتاج والتوزيع والبيع، وتنظم النشاط الاقتصادي وتضمن المنافسة النزيهة التي تشجع على الابداع والابتكار وتطوير القطاعات الاقتصادية المدرة للثروة، والاتجاه نحو التصدير إلى الأسواق الدولية، مما يساهم في تطوير الاقتصاد الوطني وتنويع مصادر دخل الدولة، والرقى بها إلى مصاف الدول المتقدمة.

## النتائج:

- تؤدي حرية المنافسة والأسعار إلى توفير سبل حصول المستهلكين على المعلومات الكافية التي تمكنهم من الاختيار الأفضل لرغباتهم واحتياجاتهم؛
- تؤدي حرية المنافسة والأسعار إلى تشجيع أنماط الاستهلاك المستدامة التي تحافظ على البيئة وسلامة وصحة المستهلكين؛
- تساهم مراقبة الدولة للأسواق في مكافحة عرقلة تحديد الأسعار حسب قواعد السوق بالتشجيع المصطنع للأسعار أو بانخفاضها التي تساهم في خلق اضطرابات في الأسواق وممارسة السلوكيات الاحتكارية؛
- تساهم مراقبة الدولة للأسواق في منع أي تطبيق لشروط غير متكافئة لنفس الخدمات اتجاه الشركاء التجاريين، مما يجرمهم من منافع المنافسة؛
- يساعد ضبط الأسعار في تثبيت استقرار أسعار السلع والخدمات الضرورية، أو ذات الاستهلاك الواسع في حالة اضطراب محسوس في السوق؛
- يساعد ضبط الأسعار في مكافحة المضاربة بجميع أشكالها والحفاظ على القدرة الشرائية للمستهلك، خاصة في السلع والمواد المدعمة من الخزينة العمومية للدولة والمستوردة من الخارج بالعملة الصعبة في الكثير من الأحيان؛
- يؤدي تحرير الأسعار إلى شفافية الممارسات التجارية وتشجيع المنافسة في الأسواق وتطوير المنتجات والخدمات.

## التوصيات والاقتراحات: بناء على نتائج الدراسة، يمكن تقديم التوصيات والاقتراحات التالية:

- تشجيع جميع أشكال المنافسة، التي تساهم في دعم التنمية الاقتصادية والاجتماعية وخلق الثرة وتداولها في المجتمع؛
- تفعيل دور المديرية الجهوية والولائية وامتفشيات الرقابة التابعة لوزارة التجارة، ومتابعتها الدائمة للأنشطة والمعاملات التجارية للمؤسسات والشركات، ومنحها السلطات والاستقلالية اللازمة في فرض عقوبات على المتعاملين الذين يخالفون أحكام التشريعات والقوانين المعمول بها في مجال الممارسات التجارية؛
- عقد الندوات والمؤتمرات والأيام الدراسية التحسيسية لنشر الوعي وثقافة الرشيد الاقتصادي لدى المستهلك؛
- دعم التكوين والتطوير المستمر لمهارات موظفي واطارات مديريات وزارة التجارة، قصد التكيف مع الأوضاع والتطورات الاقتصادية الحاصلة في العالم؛
- اقامة مشاريع شراكة قوية مع الدول التي تمتلك تجارب رائدة في مجال تطوير آليات المنافسة الداعمة للإبداع والابتكار، والاستفادة من خبراتها قصد تطوير القطاعات الانتاجية والتجارية والخدمية للاقتصاد الوطني؛
- مراعاة خصوصيات الاقتصاد الوطني والظروف الاجتماعية للمجتمع الجزائري، في وضع القوانين المنظمة للمنافسة والأسعار.

## المصادر والمراجع:

- 01** - <https://www.commerce.gov.dz/ar/Politique-de-la-Concurrence>, Date de consultation 27/01/2020, 20h21.
- 02** - [https://en.wikipedia.org/wiki/Competition\\_\(economics\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Competition_(economics)) , Date de consultation 27/01/2020, 20h30.
- 03** - [https://en.wikipedia.org/wiki/Price\\_war](https://en.wikipedia.org/wiki/Price_war), Date de consultation 27/01/2020, 20h45.
- 04** - الأمم المتحدة، فائدة سياسات المنافسة للمستهلكين، مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، نيويورك، 2014، ص 03.
- 05** - الأمم المتحدة، سياسات حماية المستهلك والمنافسة، مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، نيويورك، 2012، ص 06.
- 06** - الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، المادة رقم (06) من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة والمؤرخ في 19 جويلية 2003، الأمانة العامة للحكومة، الجزائر، 2003، ص 27.
- 07** - الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، المادة رقم (11) من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة والمؤرخ في 19 جويلية 2003، الأمانة العامة للحكومة، الجزائر، 2003، ص 27.
- 08** - الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، المادة رقم (23) من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة والمؤرخ في 19 جويلية 2003، الأمانة العامة للحكومة، الجزائر، 2003، ص 28.
- 09** - الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، المادة رقم (34) من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة والمؤرخ في 19 جويلية 2003، الأمانة العامة للحكومة، الجزائر، 2003، ص 29.
- 10** - الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، المادة رقم (36) من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة والمؤرخ في 19 جويلية 2003، الأمانة العامة للحكومة، الجزائر، 2003، ص 30.
- 11** - الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، المادة رقم (37) من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة والمؤرخ في 19 جويلية 2003، الأمانة العامة للحكومة، الجزائر، 2003، ص 30.
- 12** - الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، المادة رقم (03) من القانون رقم 08-12 المتعلق بالمنافسة والمؤرخ في 25 جوان 2008 المعدل والمتمم للأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة والمؤرخ في 19 جويلية 2003، الأمانة العامة للحكومة، الجزائر، 2008، ص 11.
- 13** - الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، المادة رقم (05) من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة والمؤرخ في 19 جوان 2003، الأمانة العامة للحكومة، الجزائر، 2003، ص 26.
- 14** - الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، المادة رقم (05) من القانون رقم 10-05 المتعلق بالمنافسة والمؤرخ في 15 أوت 2010 المعدل والمتمم للأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة والمؤرخ في 19 جويلية 2003، الأمانة العامة للحكومة، الجزائر، 2010، ص 11.
- 15** - الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، المادة رقم (04) من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة والمؤرخ في 19 جويلية 2003، الأمانة العامة للحكومة، الجزائر، 2003، ص 26.
- 16** - الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، المادة رقم (03) من القانون رقم 10-05 المتعلق بالمنافسة والمؤرخ في 15 أوت 2010 المعدل والمتمم للأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة والمؤرخ في 19 جويلية 2003، الأمانة العامة للحكومة، الجزائر، 2010، ص 10.
- 17** - الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، المادتين رقم (22) و (23) من القانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية والمؤرخ في 23 جوان 2004، الأمانة العامة للحكومة، الجزائر، 2004، ص 06.
- 18** - <https://www.commerce.gov.dz/ar/controle-des-pratiques-commerciales>, Date de consultation 27/01/2020, 20h55.