

محاضرة حول: علاقة المنافسة بحماية المستهلك

ما يجب ننوه إليه أن حماية المستهلك مرهونة بتنظيم المنافسة وضبطها حيث أن الحرية الممنوحة للأعوان الاقتصادية في إطار معاملاتهم مع المستهلك لا تضمن حقوق هذا الأخير، فكثيرا ما يكون المستهلك هو المستهدف بالدرجة الأولى من الممارسات غير المشروعة والمنافية للمنافسة..

وان رجعنا إلى الهيئات الإدارية والقضائية المكلفة بالدفاع وحماية المستهلك في الجزائر، نجد أنها تتجارب مع الأحداث التي تصيب المستهلك بكل بساطة خاصة عندما يتعلق الأمر بالرقابة المفروضة على عملية الإنتاج، وكذا الرقابة المفروضة على السلع المستوردة لدى دخولها التراب الوطني، فعلى هذه الهيئات إن تساهم في حماية المستهلك من خلال تفعيل دور محاربة الممارسة غير المشروعة والقيام بالتحقيقات المعمقة لاكتشاف الجرائم الاقتصادية والسرعة في تنفيذها.

فعلى الرغم من الاختلاف الجوهري بين مفهوم المنافسة ومفهوم حماية المستهلك، إلا أنهما يلتقيان في كثير من المجالات التي تجعل اقترانهما ممكناً من النواحي العملية، فالمنافسة هي مزاولة الأنشطة الاقتصادية وفقاً لآليات السوق دون تأثير أو تقييد لتلك الآليات يلحق أثارا ضارة بالتجارة والتنمية، ولا عجب أن يهدف قانون المنافسة إلى توفير بيئة محفزة للمنشآت من أجل تعزيز الفاعلية والتنافسية ومصحة المستهلك وتحقيق تنمية مستدامة بالدولة

لابد من عدم الخلط بين قانون المنافسة وقانون حماية المستهلك، حيث أن مجال هذا الأخير هو تنظيم العلاقات التي تنشأ فيما بين المؤسسة من جهة والمستهلك من جهة أخرى، بما يتضمنه من أحكام وجدت لحماية مصلحة المستهلك.. بينما مجال تدخل قانون المنافسة هو تنظيم العلاقات التنافسية بين المؤسسات فيما داخل السوق الواحدة..

وما تجدر الإشارة إليه أن القانونين يلتقيان في حماية المستهلك، لكن لكل قانون مجال خاص بالحماية، فإذا كان قانون المنافسة يهدف بالأساس إلى حماية القدرة الشرائية للمستهلك من خلال منع الاحتكار وما يترتب عنه من ارتفاع للأسعار فإن قانون حماية المستهلك يهدف إلى حماية صحة المستهلك بالأساس

وترتبط المنافسة ارتباطاً وثيقاً بالاقتصاد حيث لا يمكن أن نتصور واحد منهما دون الآخر فلا اقتصاد دون منافسة و العكس صحيح، فالمنافسة تجبر كل عون اقتصادي على بذل قصار جهده لتحسين طرق ووسائل تخفيض تكاليف المنتجات والخدمات الموجهة للاستهلاك، فالمستهلك هو الشخص الذي يقوم بعملية الاستهلاك أي هو الشخص الذي يسعى إلى الحصول على حاجته من مختلف السلع والخدمات، وهنا تظهر العلاقة بين المنافسة والاستهلاك..

وبالتالي فإن المستهلك هو المعني بالدرجة الأولى بالعملية التنافسية لما توفره له من الاختيار الحر بين عدد من السلع والخدمات وبما تحققه من خفض للأسعار تساعد على رفع قدرته الشرائية، وهنا يظهر التأثير المباشر للمنافسة على المستهلك..