

واجبات التاجر في البيع بالتصفية الموسمية (دراسة مقارنة)

أ.د. باسم علوان طحمة العقابي

مريم عبد الامير رشم

جامعة كربلاء / كلية القانون

Duties of the dealer in selling by seasonal liquidation(A

(comparative study

Dr. Bassem Alwan Tohme Al-Oqabi

Mariam Abdul Amir Rashm

Karbala University / College of Law

المستخلص/ يعد البيع عن طريق التصفية الموسمية أحد أنواع البيوع التجارية الموجهة لجمهور المستهلكين يلجأ إليه التاجر في نهاية كل موسم محاولة منهم لترغيب المستهلك ولتصريف السلع عن طريق الإعلان عن تخفيضات حقيقية في اسعار السلع والخدمات. وقد أكدت غالبية الدول المنظمة لهذا النوع من البيوع سواء أكان عن طريق قوانينها التجارية أو عن طريق قوانين خاصة على ضرورة ممارسة البيع وفق القواعد القانونية المرسومة، تتمثل هذه القواعد على شكل واجبات ملقاة على عاتق التاجر، وهذه الواجبات تنقسم الى واجبات قبل الحصول على الترخيص وواجبات بعد الحصول على الترخيص، وعلى الرغم من أهميته هذا النوع من البيوع كونه كثير الوقوع في الحياة العملية، إلا اننا لم نجد له تنظيم ضمن قانون التجارة العراقي النافذ رقم (٣٠) لسنة ١٩٨٤ أو ضمن قانون مستقل بخلاف قانون التجارة العراقي السابق رقم (١٤٩) لسنة ١٩٧٠ الذي كان له فيه موضع اهتمام كبير لأنه يحقق حماية للمستهلك والتاجر في الوقت نفسه .

الكلمات المفتاحية: تاجر , بيع , تصفية

Conclusion/Selling through seasonal liquidation is one of the types of commercial sales directed to the consumer public that merchants resort to at the end of each season as an attempt to encourage the consumer and to dispose of goods by announcing real reductions in the prices of goods and services. Most of the countries organizing this type of sales, whether through their commercial laws or through special laws, have emphasized the necessity of practicing the sale in accordance with the legal rules laid down. These rules are represented in the form of duties incumbent on the trader, and these duties are divided into duties before obtaining a license and duties. After obtaining the license, and despite its importance this type of sales being a frequent occurrence in practical life, we did not find it



regulated within the effective Iraqi Trade Law No. (٣٠) of ١٩٨٤ or within an independent law other than the previous Iraqi Trade Law No. (١٤٩) for the year ١٩٧٠ in which it was the object of great interest because it protects the consumer and the merchant at the same time.

Keywords: dealer, sale, liquidation

أولاً : فكرة البحث فرضت أغلب التشريعات واجبات على التاجر في البيع بالتصفية الموسمية إضافة الى الواجبات الملقة على التاجر في البيع غير المقترن بالتصفية، وتتوزع هذه الواجبات الى قسمين واجبات قبل الحصول على الترخيص، وواجبات بعد الحصول على الترخيص، إذ لا بد لكل تاجر قبل الشروع في البيع وقبل الحصول على الترخيص أن يقدم طلب للجهة المختصة بالمدة المحددة، كذلك عليه أن يقدم الوثائق الضرورية التي ترتبط بالسلع والخدمات موضوع التصفية الموسمية، كما فرضت التشريعات المقارنة على التاجر واجبات أخرى بعد الحصول على الترخيص أي في مرحلة بيع السلع والخدمات يتوجب عليه القيام بها حتى يكون البيع وفق الاطر المشروعة .

ثانياً : أهمية البحث يؤدي السعر دوراً رئيسياً في تحديد مدى رضا المستهلكين، فالمستهلك الذي يحصل على سلعة جيدة وبسعر أقل من أسعار باقي المحال التجارية، تتكون لديه قناعة وثقة بهذه المحال وبسلعها ذاتها، حيث يعتبر قرار وضع سعر منخفض أحد القرارات الاستراتيجية التي تؤثر على نجاح المحال التجارية، وتستمد أهمية قرار السعر ليس فقط من التأثير على المزيج التسويقي كأحد عناصره ولكن يمتد أثرها ليشمل الأداء الكلي للمحل التجاري، ويقصد بالمزيج التسويقي مجموعة من النشاطات التسويقية تهدف إلى توفير المنتج المناسب في المكان والوقت المناسبين بالسعر المناسب والترويج له بالوسائل الفعالة . فبالإضافة إلى مساهمة قرارات التسعير في زيادة الربحية، فيمكن استخدامه كعنصر فعال ومؤثر لجذب مستهلكين جدد للمحل التجاري بالنسبة لأنواع معينة من السلع، لكن هذه الحرية في وضع الاسعار واجراء التخفيضات ليست مطلقة العنان انما تخضع لضوابط تحدد بموجب القوانين والانظمة والتعليمات، حتى تكون المنافسة التجارية ضمن أطرها المشروعة .

ثالثاً : إشكالية البحث تعتبر الممارسات التجارية المشروعة من الأساليب المثلى في التنمية والتطوير لاسيما في المجالات التجارية فكل تاجر له الحق في ممارسة أعمال تجارية وبطريقة مشروعة لاجتذاب أكبر قدر من العملاء والمستهلكين باستخدام أساليب مشروعة غير أن بعض التجار من أصحاب المحلات التجارية يتجاوز حدود هذه الممارسات التجارية المشروعة باستخدام وسائل الخداع والغش والتضليل في أسعار ونوعية السلع وتقديم الخدمات المعروضة وهذا الأمر

بعد ذاته يؤثر في ثقة المستهلك بالسوق فإذا فقدت تلك الثقة سوف يؤثر على حركة البيع في الأسواق الذي ينعكس سلباً على اقتصاد الدولة حيث لم يحظ البيع عن طريق التصفية الموسمية بالتنظيم القانوني في قانون التجارة العراقي النافذ رقم (٣٠) لسنة ١٩٨٤ كما كان منظم ضمن قانون التجارة رقم (١٤٩) لسنة ١٩٧٠ أو بشكل تنظيم مستقل حتى النصوص القانونية التي وضعتها التشريعات التجارية العربية لم تكن في مستوى تلبية الحاجة في معالجة كل المسائل المتعلقة بالبيع عن طريق التصفية الموسمية كما إن البيع بطريق التصفية الموسمية يشكل منافسة مقيدة يكون الهدف منها إزالة المنافسين للاستيلاء على السوق عن طريق تعمد الخسارة ببيع السلعة دون التكلفة المراد بيعها وهذه ظاهرة خطيرة كونها تؤدي إلى الإخلال بالمنافسة المشروعة في السوق لذلك نسعى للمحاولة في إيجاد تنظيم قانوني للبيع عن طريق التصفية الموسمية .

رابعاً : منهجية البحث ونطاقه تقوم هذه الدراسة على المنهج التحليلي لان طبيعة هذه الدراسة تقوم على تحليل النصوص التشريعية وكل ما صدر من الجهات الادارية من ضوابط وتعليمات كما اعتمدت الدراسة على المقارن بين القوانين للوقوف على تجربة بعض الدول التي تناولت البيع بطريق التصفية الموسمية بتشريعات خاصة فجاءت المقارنة بين القانون الفرنسي والإماراتي والعراقي متناولين القانون التجاري وقانون حماية المستهلك لهذه التشريعات .

خامساً : هيكلية البحث سيتم تقسيم هذا البحث إلى مبحثين : يتناول المبحث الأول : واجبات التاجر قبل الحصول على الترخيص، وذلك من خلال تقسيمة الى مطلبين يتناول المطلب الاول واجبات التاجر المتعلقة بمدة التصفية، في حين نتناول في المطلب الثاني واجبات تتعلق بتقديم الوثائق، أما المبحث الثاني نتناول فيه واجبات التاجر بعد الحصول على الترخيص، أيضاً يتم تقسيمة إلى مطلبين نتناول في المطلب الاول واجبات التاجر قبل البيع إما المطلب الثاني نتناول فيه واجبات التاجر بعد البيع وكالاتي:

المبحث الأول

واجبات التاجر قبل الحصول على الترخيص

فرض المشرع على التاجر واجبات قبل الحصول على الترخيص، ويمكن تقسيم تلك الواجبات الى واجبات تتعلق بمدة التصفية، وواجبات تتعلق بتقديم الوثائق الضرورية التي ترتبط بالسلع والخدمات موضوع التصفية، ومن أجل بيان ذلك بشيء من الايضاح سوف نقسم هذا المبحث على مطلبين ندرس في المطلب الاول واجبات التاجر المتعلقة بمدة التصفية، و ندرس في المطلب الثاني واجبات تتعلق بتقديم الوثائق وكالاتي :

المطلب الاول



واجبات التاجر المتعلقة بمدة التصفية

قبل الشروع في البيع وقبل الحصول على الترخيص على التاجر أن يقدم طلب للجهة المختصة بالمدة المحددة، كذلك عليه أن يبين نسبة التخفيض والمدة الزمنية التي مضت على تخزين السلعة ؛ وذلك لأن التصفية الموسمية تشمل فقط السلع التي مضت عليها مدة زمنية طويلة تحدد غالبا في بعض التشريعات بنص القانون، لذا سوف نبين هذه الواجبات

الفرع الاول

تقديم طلب للجهة المختصة بالمدة المحددة

يقتضي من التاجر قبل البدء في التصفية الموسمية تقديم طلب الحصول على رخصة لمباشرة البيع إذ يقوم بإخطار الجهات المختصة كالغرفة التجارية التابع لها برغبته في إجراء تصفية موسمية قبل الموعد المحدد لبدءها بمدة مناسبة، وقد اختلفت الدول المنظمة لهذا النوع من البيوع في تحديد الجهة المختصة لتقديم الطلب، ففي فرنسا يقدم الطلب لرئيس البلدية ويشتمل الطلب على ذكر سبب التصفية ومدة التصفية وكذلك مصحوب بجدد البضاعة أو السلعة الخاضعة للتصفية^(١). والجرد التفصيلي للبضاعة أو السلعة يتضمن على الأقل المعلومات التالية : طبيعة البضاعة ووصفها بدقة والكميات وسعر البيع ومتوسط سعر الشراء باستثناء الضرائب ولا يجوز اجراء بيع تصفية حتى يتم قبول الطلب .

وقد درست المديرية العامة للمنافسة وشؤون المستهلك ومنع الاحتيايل في فرنسا اجراءات البيع بطريق التصفية بطريقة أكثر تفصيلاً إذ نصت على خضوع عمليات التصفية لإعلان مسبق لرئيس البلدية وحتى تتم هذه العملية يجب أن يوقع على هذا الإعلان البائع، أو من لدن شخص مؤهل لتمثيله . ويجب إرسال الطلب برسالة مسجلة مع إقراره بالاستلام أو تسليمه إلى عمدة البلدية ويجب إرسال التصريح قبل شهرين على الأقل من التاريخ المحدد لبدء البيع، ويمكن تخفيض هذه المدة إلى خمسة أيام فقط عندما يكون السبب الذي يتم التذرع به لدعم الإعلان هو نتيجة حدث غير متوقع من المحتمل أن يقطع عمل المؤسسة التجارية (على سبيل

(١) "...Les liquidations sont soumises à déclaration préalable auprès du maire de la commune dont relève le lieu de la liquidation. Cette déclaration comporte la cause et la durée de la liquidation qui ne peut excéder deux mois. Elle est accompagnée d'un inventaire des marchandises à liquider. Lorsque l'événement motivant la liquidation n'est pas intervenu au plus tard dans les six mois qui suivent la déclaration, le déclarant est tenu d'en informer l'autorité administrative compétente, Pendant la durée de la liquidation, il est interdit de proposer à la vente d'autres marchandises que celles figurant à l'inventaire sur le fondement duquel la déclaration préalable a été déposée

المثال حريق، الطوفان، فعل التخريب، وفاة شخص ضروري للعملية، وما إلى ذلك ويجب ان يتضمن الاعلان جملة من المعلومات وهي كما يأتي :-

١. هوية البائع أو أسم الشركة .

٢. الأسم والعنوان ورقم التعريف الفريد لمؤسسة الأعمال المعنية .

٣. تاريخ بدء البيع المخطط له ومدته .

٤. سبب الشروع في التصفية .

وقد الزمت مديرية حماية المستهلك الفرنسي التاجر أو الشركة بتقديم أي مستند يبرر الطلب بإجراء تصفية، ويذكر أن السلع المسجلة في المخزون هي فقط التي يمكن أن تكون موضوع بيع بالتصفية، وفي حالة قيام الوكيل بتقديم طلب التصريح، يجب تقديم نسخة من صورة التوكيل^(١) . ويقدم ذات الطلب لرئيس البلدية أيضاً في حالة البيع بالتخفيض .

أما المشرع الإماراتي فقد جعل ضمن قانون المعاملات التجارية الصادر بموجب القانون الاتحادي رقم (١٨) لسنة ١٩٩٣ صلاحية منح الترخيص بمزاولة هذا النوع من البيوع التجارية من اختصاص كل أمانة موجودة في الإمارات حيث نصت المادة (١٣٠/ف٤) من قانون المعاملات التجارية الاماراتي الصادر بموجب القانون الاتحادي رقم (١٨) لسنة ١٩٩٣ على أنه "ولا يجوز إجراء التنزيلات أو الإعلان عنها بأية وسيلة من وسائل الإعلام إلا بعد الحصول على ترخيص بذلك من السلطة المختصة في الإمارة المعنية تحدد فيه تاريخ بداية مدة التنزيلات ونهايتها وأسعار البيع وخلال هذه المدة ولا يمنح ذلك الترخيص إلا لمن كان حاصلًا على رخصة تجارية سارية المفعول ومسجلًا في الغرفة التجارية المعنية". وفي ضوء ذلك فقد أصدر حاكم رأس الخيمة في الإمارات قانون رقم (١٦) لسنة ٢٠١٦ بشأن البيع بالأسعار المخفضة ونص في المادة الثانية على أنه " يجب على كل محل تجاري قبل إجراء التنزيلات أو التصفيات على أسعار بيع سلعة أو أكثر من السلع المعروضة لديها الحصول على تصريح من القسم المختص يحدد فيه تاريخ بداية مدة التنزيلات أو التصفيات ونهايتها وأسعار البيع قبل وأثناء مدة التنزيلات أو التصفيات و نسبة التخفيض أو الخصم". فضلاً عن هذه الاجراءات نص في المادة الثالثة على توافر شروط معينة من أجل الحصول على التصريح بالبيع أذ نصت هذه المادة

Ventes en liquidation : Ce que vous devez savoir

مقال منشور من قبل مديرية حماية المستهلك ومنع التضليل على الشبكة المعلوماتية (الانترنت) وعلى الموقع المتاح

تاريخ الزيارة ٢٠٢٠/٥/٢٠ <https://www.economie.gouv.tiques/Ventes-en-liquidation>



على انه " يجب للحصول على تصريح للبيع بالأسعار المخفضة أو إجراء التصفية توافر الشروط الأتية :

١. أن يكون المحل طالب التصريح لديه رخصة سارية وصادرة من الدائرة ومر على صدورها مدة لا تقل عن ثلاثة أشهر قبل تقديم طلب التصريح .
٢. أن لا تقل نسبة الخصم في حالة التزييلات عن ٢٥ % وفي حالة التصفية عن ٤٠ % من سعرها قبل الخصم.
٣. سداد الرسوم المقررة .

٤. تقديم طلب إلى القسم المختص قبل الميعاد المقرر لبدء التزييلات أو التصفية بمدة لا تقل عن أسبوعين مبيناً به السلعة أو السلع التي تخضع للتزييلات أو التصفية ومدته، وتبين اللائحة التنفيذية الإجراءات والبيانات والمستندات المطلوبة لاستخراج التصريح". ويقصد بالقسم المختص في هذه المادة قسم التصاريح التجارية بإدارة الشؤون التجارية بالدائرة أي دائرة التنمية الاقتصادية بالإمارة.

وقد أغفل المشرع الفرنسي والإماراتي عند النص على الوثائق التي ينبغي أن يقدمها التاجر أو الشركة للجهة المختصة خلال التصريح بالعملية مسألة تقديم قائمة البيع التي تثبت أنه قد أشتري البضائع أو السلع قبل المدة المحددة للبيع، فكما نعلم أن البيع بالتصفية وكذلك البيع بالتخفيض يشمل فقط السلع التي مضى عليها مدة محدد قانوناً ويخشى عليها الكساد ولا يشمل البضائع التي يشتريها التاجر في أثناء التصريح أو بعده . وهذا الاغفال قد يمنح التاجر فرصة لبيع البضائع التي يشتريها حديثاً وحتى تلك البضائع التي لم تكن متواجدة أصلاً على مستوى محلاته ومخازنه وهذا ما يضر بالمنافسين في السوق، وعليه من باب أولى اشتراط ارفاقها ضمن الوثائق المدعمة للطلب أما المشرع العراقي فلم يحدد تلك الاجراءات السالفة الذكر في قانون التجارة الملغي، لذا نقترح على المشرع العراقي عند تنظيمه لهذا النوع من البيوع أن يحدد اجراءات البيع بالتفصيل حتى يتم البيع وفق اجراءات نزيهة لا تمس حقوق المستهلك والتاجر الاخرين .

الفرع الثاني

التزامات متعلقة بمدة تخزين السلعة ونسبة التخفيض

نصت المادة (٣٠٣١٠) من القانون التجاري الفرنسي على أنه لا يجوز أن يشمل البيع بالتصفية الموسمية الا السلع والبضائع التي يشتريها التجار قبل شهر من البيع بالتصفية وذلك لصالح المستهلك حيث يضمن حد أدنى من جودة المنتجات وكذلك لصالح التاجر حيث يستطيع تصريف البضائع والسلع لهذا العام لأنه بحكم التطور في نمط الاستهلاك سيصعب عليه

تصريفها في الموسم القادم ^(١). والملاحظة هنا أن التنظيم يخص بيع السلع والبضائع فقط دون الخدمات والتي لا يوجد في مضمون هذه المادة ما يجعلها تخضع إلى هذا التنظيم أيضاً ^(٢). كما أشار المشرع الفرنسي الى أنه خلال مدة التصفية، يحظر عرض بيع سلع أخرى بخلاف تلك التي تظهر في المخزون والتي تم على أساسها إيداع الإقرار المسبق ^(٣) وبالرجوع للقانون المعاملات التجارية الاتحادي الإماراتي وقانون التجارة العراقي (الملغي) لم نجد فيهما نصاً مماثلاً لما ذكره المشرع الفرنسي في المادة السابقة. لذا نقترح على المشرع العراقي عند تنظيمه لهذا النوع من البيوع ان يحدد المدة اللازمة لبيع البضائع والسلع ومدة الشهر مدة معقولة مقارنة مع التغيير السريع في الموديلات .

أما في ما يتعلق بنسبة التخفيض فلم يتطرق المشرع الفرنسي الى ذلك . كذلك فعل المشرع الإماراتي في قانون المعاملات التجارية، بخلاف ذلك أشار قانون رقم (٦) لسنة ٢٠١٦ الصادر من حاكم رأس الخيمة بشأن البيع بالأسعار المخفضة التنزيلات والتصفيات في المادة الثالثة الفقرة الثانية بقولها " أن لا تقل نسبة الخصم في حالة التنزيلات عن ٢٥% وفي حالة التصفية عن ٤٠% من سعرها قبل الخصم " وحسنا فعل المشرع من تحديد هذه النسبة لإضفاء الحماية اللازمة للمستهلك أما المشرع العراقي فلم يتطرق لتحديد نسبة التخفيض، لذا نقترح على المشرع عند تنظيمه للتصفية الموسمية أن يحدد النسبة المئوية للتخفيض، كذلك الزام اصحاب المحال التجارية بعدم رفع اسعار السلع والخدمات قبل التصفية الموسمية وعد ذلك جريمة يعاقب عليها القانون .

عبر ما تقدم نرى أن الواجب الملقى على عاتق التاجر يتلخص (بتقديم قائمة كاملة لجميع الأسعار المقررة أي الأسعار الجديدة بعد التخفيض وكذا الأسعار المطبقة سابقاً أي قبل البيع). والغاية واضحة من ذلك لمعرفة هل التخفيضات حقيقية ام هي وهمية للايقاع بالمستهلك

(١) والنص بالفرنسي ورد بالصيغة الاتية :

« les produits annoncés comme soldés doivent avoir été proposés à la vente et payés depuis au moins un mois à la date de début de la période de soldes considérée ».

(٢) أيضاً نص على مثل هذه الشرط المرسوم التنفيذي الجزائري رقم ٢١٥/٠٦ المؤرخ في ١٨ يونيو ٢٠٠٦ المحدد لشروط وكيفية ممارسة البيع بالتخفيض والبيع الترويجي والبيع في حالة تصفية المخزونات والبيع عند مخازن المعامل والبيع خارج المحلات التجارية بواسطة فتح الطرود اذ نصت المادة (٢/٢) على ما يلي "ولا يجوز أن يشمل البيع بالتخفيض الا السلع التي يشتريها العون الاقتصادي منذ ثلاثة أشهر على الأقل ابتداء من تاريخ بداية مدة البيع بالتخفيض " وهذه المدة طويلة مقارنة مع المشرع الفرنسي .

(٣) والنص بالفرنسي ورد بالصيغة الاتية : Article L٣١٠-١

"Pendant la durée de la liquidation, il est interdit de proposer à la vente d'autres marchandises que celles figurant à l'inventaire sur le fondement duquel la déclaration préalable a été déposée"



المطلب الثاني

واجبات تتعلق بتقديم الوثائق

حتى يتسنى للتاجر الحصول على الترخيص، فرض القانون عليه تقديم مجموعة من الوثائق الضرورية، وتتمثل تلك الوثائق بتقديم نسخة من السجل التجاري، وكذلك تقديم قائمة تتضمن السلع والخدمات المشمولة بالتصفية الموسمية، لذا سوف ندرس ذلك عبر فرعين، ندرس في الفرع الأول الالتزام بتقديم نسخة من السجل التجاري، في حين ندرس في الفرع الثاني الالتزام بتقديم قائمة بالسلع والخدمات المشمولة بالتصفية الموسمية وكالاتي :

الفرع الأول

الالتزام بتقديم نسخة من السجل التجاري

السجل التجاري نظام أخذت به معظم الدول كأداة لازمة للإشهار في المواد التجارية. ومن أجل القاء الضوء أكثر على هذا الموضوع سوف ندرسه عبر النقاط الآتية :

أولاً : تعريف السجل التجاري يعرف السجل التجاري بشكل عام وشامل بأنه " عبارة عن سجل عام تمسكه جهة رسمية معدة لتدوين جميع البيانات التي تتعلق بالمؤسسات التجارية والتجار، وإثبات ما يطرأ على هذه المؤسسات وعلى أصحابها من تغييرات مادية وقانونية " (١) .

وتعرف المادة السابعة والعشرون من قانون التجارة وضمن السياق الوارد أعلاه السجل التجاري بأنه " سجل عام تنظمه الغرف التجارية والصناعية لقيده ما أوجب القانون على التاجر أو ما أجاز له قيده من بيانات تحدد هويته ونوع النشاط الذي يمارسه والتنظيم الذي يجري أعماله بموجبه وكل ما يطرأ على ذلك من تغيير " . وللسجل التجاري أهمية تختلف في الواقع باختلاف الفكرة التي أدت إلى وضعه والأخذ بنظامه في بلد عن آخر .

فهناك من الدول من تعدّ السجل التجاري نظام قانوني موضوعي تكتسب عبر القيد فيه الصفة التجارية . فبمفهوم المشرع التجاري الألماني مثلاً ، يعدّ القيد في السجل شرطاً لاكتساب صفة التاجر . ويمكن أن يحتج بالبيانات المختلفة والمقيدة فيه على الغير ولو كان مجهلاً (٢) .

بينما بعض القوانين التجارية الأخرى ترى في السجل نظاماً أساسياً من نظم القانون التجاري . فلا يؤدي التسجيل بحكم القانون الفرنسي مثلاً إلى إسباغ الصفة التجارية على كل شخص سجل في السجل بل أن القيد في السجل لا يعدّ بمفهوم القانون المذكور سوى قرينة قانونية بسيطة على

(١) د. باسم محمد صالح ، القانون التجاري القسم الأول النظرية العامة ، المصدر السابق ، ص ١١٨ .

(٢) G.Ribert et R.Roblot: Traite elementaire de droit commercial ١٩٧٢.p.١٢٢ .

R.Roiere et R.Houin: Droit commercial. ١٩٧٠.p.٩٥

اكتساب الشخص للصفة التجارية، وترك أمر تحديد هذه الصفة إلى القواعد المقررة في القانون التجاري . أما البيانات المسجلة فيه فليس لها، كذلك سوى حجية نسبية بالنسبة للغير^(١) . وقد أخذت معظم قوانين الدول العربية، ومن جملتها قانون التجارة العراقي بهذا الاتجاه^(٢) . ومهما يكن من أمر فإن للسجل كتنسيق ونظام قانوني أهمية خاصة يمكن حصرها بما يلي

السجل التجاري يعدّ أولاً ، أداة استعلامية مهمة إذ أنه يبيح للغير الحصول على معلومات عن كل مؤسسة تجارية أو مشروع تجاري فردي أو جماعي لغرض الاطمئنان على سلامة المعاملات والعقود قبل إبرامها مع المؤسسة أو المشروع التجاري . وتقرر المادة الثلاثون من قانون التجارة هذه الوظيفة صراحة بقولها : " يقوم السجل التجاري على مبدأ العلانية فيجوز لكل مواطن أن يطلب الاطلاع على محتوياته وأن يحصل على صورة مصدقة من هذه المحتويات مقابل رسم يحدده الجدول الملحق بهذا القانون ."

يعدّ السجل التجاري من جهة ثانية أداة إحصائية فعالة للدولة إذ تتمكن عبره الحصول على إحصاءات دقيقة عن حالة التجارة من حيث أهمية رؤوس الأموال المستغلة فيها ونسبة المؤسسات التجارية، فردية كانت أو جماعية، وجنسية كل منها وأنواع النشاط التجاري المختلفة ومعرفة حجم المشروعات التي يقوم القطاع الخاص وغيره بتنفيذها .

يؤدي السجل التجاري أخيراً وظيفة إشهار في المواد التجارية " الوظيفة القانونية " إذ تعدّ البيانات المدونة فيه، بالضرورة حجة على الغير وبالمقابل فإنه لا يمكن الاحتجاج ببيان لم يقيد في السجل على الغير ما لم يكن يعلمه عن طريق آخر^(٣) .

وقد أفرد قانون التجارة فرع خاص للسجل التجاري وهو الفرع الثالث من الفصل الثالث من الباب الثاني مؤلف من اثنتي عشرة مادة قانونية حاول المشرع عبرها رسم صورة كاملة ودقيقة قدر الإمكان لمركز التاجر الفرع والمؤسسات التجارية .

ويقضي قانون التجارة بأن " تتولى الغرفة التجارية والصناعية المهام المتعلقة بالسجل المنصوص عليها في هذا القانون . ويكون رئيس الغرفة التجارية والصناعية المختصة مسجلاً للاسماء التجارية ومسؤولاً عن السجل التجاري فيها^(٤) . عليه فإن جهة الاشراف على السجل هي

(١) ١٩٧٠ Didier: Droit commercial, P. ٢٢٢)

(٢) Rodiere et houin, Droit Commercial, Ved, ١٩٧٥, p. ٩٨.

(٣) كذلك قانون التجارة المصري م ١٧ من قانون رقم ٣٤ لسنة ١٩٧٦ . قانون التجارة اللبناني م ٢٢ . قانون التجارة السوري م ٢٢ . قانون التجارة الأردني رقم ١٢ لسنة ١٩٦٦ . قانون التجارة الكويتي م ٥٥ . قانون التجارة المغربي م ١٢ . قانون التجارة الجزائري طبعة ٢ لسنة ١٩٨١، م ٢١ .

(٤) د. باسم محمد صالح ، القانون التجاري القسم الأول النظرية العامة ، المصدر السابق ، ص ١٢٠ .

(٥) المادة ٢٦ من قانون التجارة .



الغرفة التجارية والصناعية و يعدّ رئيس الغرفة التجارية والصناعية هو المسؤول المباشر عن السجل . فهو المسجل التجاري ومسجل الاسماء التجارية في آن واحد (١) .

وبمقتضى نص المادتين ٢٨ و ٢٩ من قانون التجارة يكون السجل التجاري للتجارة على نوعين :
أولاً : **سجل اسمي ويسجل فيه التجار بأسمائهم** . ويكون هذا السجل الاسمي مرتباً حسب الحروف الابجدية، ويتضمن اسماء كافة التجار افراداً أو شركات .

ثانياً : **سجل نوعي يصنف فيه التجار حسب نوع نشاطاتهم** : ويتضمن هذا السجل جميع أسماء التجار أفراداً وشركات مصنّفين حسب نوع النشاط التجاري الذي يمارسونه . فيراعي في هذا السجل اضافة لأسماء التجار، نوع العمل التجاري الممارس من قبلهم وعلى ضوء ذلك يفهرس السجل (٢) .

ويجب فضلاً عن ذلك وبحكم القانون، على الاتحاد العام للغرف التجارية والصناعية العراقية الاحتفاظ بسجلات اسمية ونوعية عامة ومركزية تتضمن البيانات المقيدة في سجلات الغرفة التجارية والصناعية المختصة (٣) . و يعدّ هذا السجل المركزي في الواقع ذا أهمية كبيرة . اذ يمكن عن طريقه الحصول على المعلومات المتعلقة بالنشاط التجاري الذي يمارس على انحاء القطر كافة . وتلزم غرفة التجارة والصناعة المذكورة أعلاه بعملية نشر خلاصة للبيانات التي نص القانون على تدوينها في صحيفة دائرة السجل التجاري . فبمقتضى نص المادة الحادية والثلاثون من قانون التجارة " على الغرفة التجارية والصناعية المختصة القيام بنشر خلاصة عما يقيد في السجل من بيانات في نشرة تتولى اصدارها لهذا الغرض " .

ويخول قانون التجارة المسجل، من جهة اخرى، السلطة في ان يتحقق من صحة البيانات الواردة في السجل ومطابقتها للحقيقة وواقع الحال (٤) .

بمعنى أنه لا يجوز تدوين البيانات كما هي دون تدقيق وفحص، اذ قد تكون تلك البيانات وهمية غير حقيقية مما يستوجب بالتالي رفض قيدها أو تعديلها وتأسيساً على ذلك نستطيع القول بأن للمسجل السلطة في أن يتحقق من توافر الشروط اللازمة للقيده، أي ان له الحق

(١) إن مسؤولية الاشراف على السجل التجاري أنيطت بأكثر من جهة . فقد كانت هذه المسؤولية منطية ابتداءً بمحاكم البداية ثم تغيرت هذه الجهة فأصبحت جهة ادارية ترتبط بوزارة التجارة ، هي مديرية الرقابة التجارية العامة . وبصودر قرار مجلس قيادة الثورة المرقم ١٣٧٦ المؤرخ ١٨ / ١ / ١٩٧٩ أصبحت الجهة المسؤولة عن الاشراف على السجل هي غرفة التجارة ، وأصبح رئيس الغرفة التجارية هو المسؤول المباشر عن السجل ، فهو المسجل التجاري ومسجل الاسماء التجارية في آن واحد .

(٢) المادة ٢٩ من قانون التجارة .

(٣) لقد كانت أحكام السجل التجاري الواردة في القانون الملغى تختلف عن أحكام القانون الحالي حيث كانت تعليمات وزارة التجارة تلزم بمسك ثلاث فهارس مرتبة حسب نسق معين وتتضمن كافة التجار افراداً وشركات

(٤) المادة الثانية والثلاثون من قانون التجارة .

في رفض القيد في السجل، على ان يكون الرفض مسببا . بيد ان السؤال الذي يطرح هنا هو هل يجوز لذوي العلاقة الطعن في قرار المسجل اذا كان هذا القرار سلبياً ؟ . لا تبيح أحكام قانون التجارة بالاجابة على هذا السؤال بالايجاب . وانما يتضح من هذه الاحكام بأن قرار المسجل بالرفض متى ما ظهر له بأن طلب القيد غير موافق للقانون هو قرار قطعي لا يمكن الطعن فيه أمام أي جهة من الجهات ادارية كانت أم قضائية .

ويجوز بحكم القانون لأي شخص ان يحصل من دائرة السجل على صورة من القيد . اذ تقرر المادة الثلاثون من قانون التجارة على ما يلي : " يقوم السجل التجاري على مبدأ العلانية فيجوز لكل مواطن ان يطلب الاطلاع على محتويات مقابل رسم يحدده الجدول الملحق بهذا القانون ."

ولكن ما الحكم عند عدم وجود قيد في السجل ؟ لم يتعرض قانون التجارة في الواقع لهذه الحالة بينما خول قانون التجارة الملغي دائرة السجل التجاري عند عدم القيد اعطاء شهادة سلبية بعدم حصول القيد ^(١) وان المشرع لم يكتف بأعطاء الغير حق الاطلاع على محتويات السجل التجاري، بل أوجب على التاجر والمؤسسات التجارية الملزمة بالتسجيل ذو رقم القيد في جميع المراسلات والمطبوعات المتعلقة بالنشاط التجاري المقيد فيه ^(٢).

ثانياً : شروط التسجيل في السجل التجاري : لا يلتزم بالقيد في السجل التجاري الا الشخص الذي اكتسب صفة التاجر ^(٣) . فلا يقع هذا الواجب على الافراد الذين يمارسون النشاط التجاري عرضاً . ويستوي الامر هنا بالنسبة للشخص الطبيعي والشخص المعنوي الشركة التجارية، وسواء أكانت الشركة من شركات القطاع الخاص أم مختلط . ولا تمييز كذلك في جنسية طالب القيد . فسواء كان عراقياً أم أجنبياً فإنه ملزم بالقيد في السجل التجاري. ويشترط من ناحية ثانية ان يكون لمحترف النشاط التجاري محل تجاري في العراق ^(٤) . فاذا لم يكن له محل في العراق فلا التزام عليه بالقيد في السجل . ولذا لا يقع واجب التسجيل على التاجر المتجول ويشترط اخيراً ان يتم التسجيل وفق طلب خطي يقدم من ذوي العلاقة الى دائرة السجل وفقاً للصيغة التي نص عليها القانون، وخلال ثلاثين يوماً من تاريخ افتتاح المحل التجاري او من تاريخ تملك المحل التجاري ^(٥)

(١) المادة ٥٨ من قانون التجارة الملغي .

(٢) المادة ٣٧ ف ١ من قانون التجارة .

(٣) المادة التاسعة من قانون التجارة .

(٤) الفقرة الاولى من المادة الثالثة والثلاثين من قانون التجارة .

(٥) الفقرة الاولى من المادة الثالثة والثلاثين من قانون التجارة .



فإذا كان الطلب موافقا من حيث الشكل والصيغة لاحكام القانون وكانت البيانات المذكورة فيه صحيحة وجب عندئذ على المسجل قبول الطلب وتأثيره في السجل حسب الاصول .

ثالثاً:جزاء الاخلال بالترزام بالتسجيل على الرغم من انه يجب على الغرفة التجارية والصناعية المختصة أن تثبت من صحة البيانات الواردة في السجل وأن، تراقب مطابقتها لواقع الحال (١) . فانه قد يقع مع ذلك ان تخالف هذه البيانات الاحكام القانونية المتعلقة بالتسجيل في السجل . وفي هذه الحالة، اي عند عدم مراعاة احكام التسجيل، فانه يترتب نوعان من الجزاءات جزاء جنائي، وجزاء مدني .

١. الجزاء الجنائي :يتخذ هذا الجزاء صورة غرامة مالية حدها الادنى لا يقل عن مائة دينار وحدها الاعلى لا يزيد على الف دينار، على كل تاجر شخصا طبيعيا كان أم معنوياً خالف أياً من الاحكام الخاصة بالقيد في السجل (٢) . عليه فان العقوبة المذكورة تكون واجبة التطبيق في جميع الاحوال التي تقع فيها مخالفة لأي حكم قانوني مقرر للتسجيل . فيؤخذ بالعقوبة المذكورة عند مخالفة المدد المقررة لإجراء القيد، او عند عدم ذكر ما يجب ذكره في جميع المراسلات والمطبوعات المتعلقة بالنشاط التجاري للتاجر (٣) . او كانت المخالفة في صورة تقديم بيانات ومعلومات وهمية و كاذبة لدائرة السجل .

ويقرر قانون الشركات عقوبة اشد عند تعمد تقديم بيانات ومعلومات غير مطابقة للحقيقة . اذ تنص المادة ٢١٣ من قانون الشركات على أنه " كل مسؤول في شركة أعطى عن عمد بيانات أو معلومات غير صحيحة الى جهة رسمية حول نشاط الشركة يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن ثلاث أشهر ولا تزيد على السنة أو بغرامة لا تقل عن الف دينار ولا تزيد على ثلاثة الاف دينار أو بالعقوبتين معا "

٢. الجزاء المدني وصوره الجزاء المدني هي أنه إذا رتب عدم التسجيل في السجل التجاري، أو القيد الوهمي الكاذب ضرراً للغير فانه يجب التعويض وفقاً لإحكام المسؤولية المدنية . ولا يمكن من جانب اخر، وطبقاً لما بيناه في الفقرة السابقة، الاحتجاج على الغير بأي بيان واجب التسجيل ولم يدون في السجل .

وقد حصر المشرع الفرنسي البيع بالتصفية الموسمية بالأشخاص المسجلين بالسجل التجاري لكن بالوقت ذاته نص على أنه يحق للأفراد والمؤسسات غير المسجلين في السجل التجاري، المشاركة

(١) المادة ٣٢ من قانون التجارة .

(٢) المادة ٣٨ من قانون التجارة .

(٣) نص ف ١ من المادة ٣٧ من قانون التجارة .

في تفرغ المبيعات بهدف البيع الحصري للأشياء الشخصية والمستعملة مرتين في السنة على الأكثر^(١) ونص على هذا الالتزام كذلك المشرع الاماراتي بقوله " لا تقبل معاملات التاجر المتعلقة بتجارته لدى أي من الجهات المختصة مالم يكن مقيداً في السجل التجاري " (٢) .
وكذلك في المادة الثالثة الفقرة الاولى من قانون التخفيضات والتصفيات الصادر عن حاكم رأس الخيمة على " أن يكون المحل طالب التصريح لديه رخصة سارية وصادرة من الدائرة ومر على صدورها مدة لا تقل عن ثلاثة أشهر قبل تقديم طلب التصريح. في حين لم ينص المشرع العراقي على ذلك، لذا نقترح على المشرع العراقي أن يلزم طالب الترخيص بتقديم نسخة من السجل التجاري وذلك حتى يتم التأكد من شخصية طالب الترخيص بكونه تاجر من عدمه .

الفرع الثاني

قائمة تتضمن السلع والخدمات المشمولة بالتصفية

أوجبت التشريعات المنظمة لهذا النوع من البيوع على التاجر جرد مفصل للسلع المزمع ترويجها مع ذكر سعر البيع، كذلك مكان البيع وبيان التاريخ المرغب فيه لبداية البيع، وقد نص المشرع الفرنسي على هذه الالتزام في المادة (٣١٠ .١) من قانون التجارة إذ أوجبت على التاجر أن يقدم جرد كامل للسلع المشمولة بالتصفية والاسم الدقيق للسلعة والكمية (٣) ونص المشرع الاماراتي على هذا الالتزام ايضاً في المادة الثالثة الفقرة الرابعة من قانون التخفيضات والتصفيات الصادر عن حاكم رأس الخيمة بنصه " تقديم طلب إلى القسم المختص قبل الميعاد المقرر لبدء التنزيلات أو التصفية بمدة لا تقل عن أسبوعين مبنياً به السلعة أو السلع التي تخضع للتنزيلات أو التصفية ومدته. وتبين اللائحة التنفيذية الإجراءات والبيانات والمستندات المطلوبة لاستخراج التصريح " . وبالرجوع لقانون التجارة العراقي الملغي نلاحظ أنه لم ينص على مثل هذا الالتزام، لذا نقترح على المشرع العراقي عند تنظيمه لهذا النوع من البيوع أن يلزم التاجر بتقديم قائمة تتضمن السلع والخدمات المشمولة بالتصفية .

(١) والنص بالفرنسي ورد بالصيغة الآتية: L٣١٠-٢

"Les particuliers non inscrits au registre du commerce et des sociétés sont autorisés à participer aux ventes au déballage en vue de vendre exclusivement des objets personnels et usagés deux fois par an au plus"

(٢) المادة (٢٥) من قانون المعاملات التجارية الاماراتي .

(٣) " Les liquidations sont soumises à déclaration préalable auprès du maire de la commune dont relève le lieu de la liquidation. Cette déclaration comporte la cause et la durée de la liquidation qui ne peut excéder deux mois. Elle est accompagnée d'un inventaire des marchandises à liquider. Lorsque l'événement motivant la liquidation n'est pas intervenu au plus tard dans les six mois qui suivent la déclaration, le déclarant est tenu d'en informer l'autorité administrative compétente".



بعد تقديم الطلب للجهة المختصة، تأتي المرحلة الثانية والتمثلة في دراسة مدى توفر الشروط المطلوبة في الطلب من حيث أنها قدمت خلال المدة المحددة وأنها محددة بأن لها بداية ونهاية ومتضمنة قائمة بالبضائع والسلع والخدمات التي يسري عليها التخفيضات ومحدد فيها السعر الفعلي لكل سلعة وقت تقديم الطلب والسعر بعد التخفيض ونسبة التخفيض حتى يتسنى للجهة المختصة إصدار قرار الموافقة أو الرفض، وتكمن أهمية الحصول على الموافقات المطلوبة أو ما يطلق عليه بالنظام التصريحي في كونه يسمح لأصحاب المحلات التجارية بالشروع في البيع^(١). في فرنسا يصدر العمدة إيصال التصريح خلال خمسة عشر يوماً كحد أقصى عند اكتمال الملف (عند استلام الملف الكامل في حالة حدوث حدث غير متوقع). وإذا كان الملف غير مكتمل يقوم رئيس البلدية بإبلاغ الطرف المعني بقائمة المستندات المفقودة في غضون سبعة أيام من الاستلام، وفي حالة عدم تقديم مستندات إضافية في غضون سبعة أيام من استلام الإخطار عن المستندات المفقودة لا يمكن أن يخضع الطلب للموافق^(٢). و يجب عرض نسخة من التصريح في مكان ظاهر حتى تكون مقروءة من الجميع.

والسؤال يُثار عن كيفية تأجيل بيع التصفية؟ إن تأجيل تاريخ بيع التصفية في غضون شهرين كحد أقصى يقتضي إبلاغ رئيس البلدية برسالة، أما إذا كان هذا التأجيل أكثر من شهرين فيجب على المعلن تقديم طلب جديد بال فضلاً عن ذلك بمجرد أن يصبح المعلن على علم بتعديل الحدث الذي يبرر التصفية، يجب عليه إبلاغ رئيس البلدية برسالة مسجلة مع إقرار بالاستلام، بال فضلاً عن ذلك، وعندما لا تتم التصفية في غضون ستة أشهر من الإعلان، يجب إبلاغ رئيس البلدية، ويمكن أن تتعلق الإعلانات المتعلقة ببيع التصفية فقط بالمنتجات المدرجة في المخزون. ويجب أن يذكر تاريخ استلام التصريح وكذلك طبيعة البضائع التي تتعلق بها المعاملة إذا كان هذا لا يتعلق بجميع منتجات المؤسسة.

أما المشرع الإماراتي فقد نص في المادة الخامسة من القانون الصادر بشأن البيع بالأسعار المخفضة على أنه " يجب على القسم المختص البت في طلب التصريح خلال مدة أقصاها أسبوع من تاريخ تقديمه، ويجوز له قبول أو رفض الطلب على أن يكون قرار الرفض مسبباً، ولمن رفض طلبه الحق في التظلم إلى المدير العام خلال مدة لا تتجاوز أسبوع من تاريخ علمه بالقرار المتظلم منه، وللمدير العام في حالة تعذر إزالة أسباب التظلم أن يحيله للجنة المختصة وعلى الأخيرة أن

(١) وهذا ما تطرقت إليه المادة (٣) من القرار الوزاري القطري رقم (٥) لسنة ١٩٨٤ بشأن البيع عن طريق التخفيضات العامة للأسعار (التنزيلات).

(٢) مقال حول البيع بالتصفية منشور على الشبكة المعلوماتية (الانترنت) وعلى ال-<https://www.entreprises.cci.fr/parintees/ventes-prix-reduits/liquidations-de-stock> تاريخ الزيارة ٢٠/٥/٢٠٢٠.

تبت في التظلم خلال مدة أقصاها أسبوع من تاريخ إحالة التظلم إليها، ويكون القرار الصادر منها نهائياً". وقد حدد المشرع الإماراتي مدة التمديد في المادة السابعة من ذات القانون السالف الذكر على إنه "...وبناء على طلب صاحب الشأن وقبل انتهاء مدة التصريح بتمديد مدة التصريح لمدة لا تجاوز أسبوعين تبدأ من التاريخ المقرر لانتهاء التصريح السابق وبعد سداد الرسوم المقررة والتأشير على التصريح بالمدة التي تم التمديد إليها". والتصريح يشمل فروع المحل التجاري أو الشركة إذا نصت المادة الثامنة من نفس القانون على أنه "يسري التصريح الصادر من الدائرة للمحل التجاري بإجراء التتزيلات أو التصفيات على فروع المحل، وتستوفي الدائرة نصف قيمة الرسوم لفروع هذا المحل الصادر له التصريح". عبر من تقدم نرى أن تلك الواجبات تعدّ ضماناً مهمة لسير عملية البيع وفق أسس نزيهة وذات شفافية عالية من أجل حماية المستهلك والتاجر بنفس الوقت .

المبحث الثاني

واجبات التاجر بعد الحصول على الترخيص

فرضت التشريعات المقارنة على التاجر التزامات أخرى بعد الحصول على الترخيص أي في مرحلة بيع السلع والخدمات يتوجب عليه القيام بها حتى يكون البيع وفق الاطر المشروعة، وهذه الواجبات تنقسم الى واجبات قبل البيع، وواجبات بعد البيع، وهذا ما سنوضحه عبر مطلبين ندرس في المطلب الاول واجبات التاجر قبل البيع، في حين ندرس واجبات التاجر بعد البيع في المطلب الثاني وكالاتي :

المطلب الاول

واجبات التاجر قبل البيع

يقع على التاجر بعد الحصول على الترخيص وقبل البيع واجبات تتمثل بالإعلان عن السلع والخدمات، كذلك وجوب عدم تعارض البيع بطريق التصفية مع مبدأ المنافسة المشروعة

الفرع الاول

الإعلان

يعرف الإعلان بأنه "نوع من أنواع الاتصال بين طرفين هما البائع والمشتري وذلك بهدف تأثير البائع على سلوك المشتري بواسطة كافة وسائل الاتصال"^(١). فالإعلان يتم عبر وسائل الاتصال المعروفة لإيصال معلومات الى المستهلك حول السلعة ومزاياها من أجل تحفيز

(١) د. محمد عبد الحسين ، الاعلان التجاري المفاهيم والاهداف ، دار الراجحة للنشر والتوزيع ، عمان ، الاردن ، ص١٤١.



المستهلك للأقبال على هذه السلعة . ويشمل الإعلان التعريف بالسلعة، لأن التعريف هو تحديد الشيء بذكر خواصه المميزة له، ووظيفة الإعلان هي التعريف بالمنتج، وخصائصه، ووظائفه، ومزاياه، وكيفية استخدامه، وأماكن وجوده بالسوق، وأسعاره، وإقناع المستهلك بالشراء، أو التعامل مع الخدمة المعلن عنها والخصومات؛ لأنه الأصل في الإعلان "الظهور وهذا الظهور يحقق الجانب المعرفي باعتبار أن الإعلان طرحاً لمعلومة يقصد منها التجارة^(١).

ويعرف الإعلان أيضاً بأنه " كل إخبار تجاري غايته إيصال العلم والمعرفة حول منتج أو خدمة ما، عن طريق إظهار محاسنها ومزاياها على نحو يؤدي إلى خلق تقبل جيد من قبل الجمهور ينعكس إيجاباً على المنتجات والخدمات بزيادة الإقبال عليها دون قصر الإخبار على وسيلة إعلانية معينة^(٢). أذ ان غاية الإعلان حسب هذه التعريف هو إيصال العلم والمعرفة لدى المتلقي، مما يعود بالنفع على التاجر بزيادة الإقبال على المنتجات والخدمات و يعدّ الإعلان من أهم وسائل إثارة الطلب على السلع والخدمات في المرحلة التي يعمل أثره فيها وهي المرحلة التي تسبق إبرام العقد، ولقد كان لعلماء الاجتماع الفضل في إبراز خطورة الإعلان التجاري على جمهور المستهلكين إذا ما أسيء استعماله، كما لو اعتمد على التهويل والمبالغة، أو كان كاذباً أو خادعاً أو مضللاً، أو كان يهدف إلى تحقيق الربح الفاحش على حساب الصالح العام، ولذلك أسرعت التشريعات الواحد تلو الآخر إلى تخصيص الإعلان التجاري بتنظيم مستقل^(٣). في ضوء تعاضم الحاجة إلى حماية المستهلك من أضراره متى تجاوز أهدافه، أذ نص المشرع الفرنسي في المادة (٢١) من قانون الثقة بالاقتصاد الرقمي الفرنسي رقم (٥٧٥) لسنة ٢٠٠٤ على أنه "الإعلانات، بما في ذلك العروض الترويجية، مثل الخصومات، والأقساط والهدايا، والمسابقات والألعاب الترويجية، والتي تكون عبر البريد الإلكتروني، يجب أن يتم تحديدها بوضوح، ودون لبس كما وردت به على المتلقي ..."^(٤).

(١) د.شاكر حامد علي حسن جبل، الإعلان التجاري والآثار المترتبة عليه في الفقه الإسلامي، دار الفكر الجامعي، الطبعة الأولى، ٢٠٠٩، الإسكندرية، ص ٤.

(٢) بتول صراوة عبادي، التضليل الإعلاني التجاري وأثره على المستهلك (دراسة مقارنة)، رسالة ماجستير مقدمة إلى كلية الحقوق جامعة النهدين، ٢٠٠٤، ص ١٣.

(٣) من هذه التشريعات عمان حيث أصدرت بلدية مسقط الأمر المحلي رقم ٩٣ / ٢٥ بشأن تنظيم ومراقبة الإعلانات، حيث عرفت الإعلان في المادة (الثالثة) بأنه "كل ما يقصد به الدعاية أو الترويج أو الإرشاد، كتابة أو نقشا أو صور لاسم محل تجاري أو صناعي أو مهني أو منتج أو خدمة أو أي نشاط آخر سواء كان الإعلان ثابتاً أو متحركاً أو كان مضاء بالكهرباء بصورة مستمر أو منقطعة أو غير مضاء"

(٤) والنص الفرنسي ورد بالصيغة الآتية : "Article ٢١ / les publicités, et notamment les quiva promotionnelles telles que les primes ou les cadeaux, ainsi que les concours ou les jeux promotionnels, quivalen par quival électronique, doivent pouvoir être quivalent de manière quive et non quivalen dès leus quivalen par leur destinaire, ou en cas d'impossibilité technique, dans le corps du message"

في حين عرف دليل الاعلانات الصادر من المجلس الوطني للإعلام الإماراتي الاعلان بأنه "أية وسيلة يكون الهدف منها إعلام الكافة بسلعة من السلع أو غرض من الأغراض، سواء أكان ذلك عن طريق العرض أم النشر بالكتابة أم الرسم أم الصورة أم الرمز أم الصوت أم غيرها من وسائل التعبير" (١) ايضاً نص المشرع الإماراتي على أنه "لا يجوز للمزود عرض أو تقديم أو الترويج أو الإعلان عن أية سلع أو خدمات تكون مغشوشة أو فاسدة أو مضللة بحيث تلحق الضرر بمصلحة المستهلك أو صحته عند الاستعمال العادي" (٢). يتبين من أحكام المادة السابقة، بأن المشرع منع التاجر من الإعلان أو الترويج لتلك السلع والخدمات التي قد تلحق ضرراً بمجرد استخدامها .

أما المشرع العراقي فقد نص في المادة ٤/١ من قانون مكاتب الدعاية والنشر والإعلان العراقي رقم ٤٥ لسنة ١٩٧١ النافذ والمعدل بقانون رقم ٣٥ لسنة ١٩٨٨ ، على تعريف الإعلان بأنه " جميع وسائل الدعاية والنشر في الصحف أو التلفزيون أو السينما أو النيون والبلستيك والمصقات الجدارية، وكذلك الادلة باختلاف أنواعها " (٣) .

وتجدر الإشارة الى ان قانون حماية المستهلك العراقي رقم (١) لسنة ٢٠١٠ لم يتضمن أي تعريف للإعلان حيث جاءت نصوصه ضعيفة بخصوص حماية المستهلك .لذا من الضروري أن يتبنى المشرع العراقي في قانون حماية المستهلك النافذ أو في قانون خاص تنظيم سليم للإعلانات التجارية وأن يستند هذا التنظيم إلى اعتبار مراعاة عوامل السرعة والثقة والائتمان وحرية التنافس ودور الإعلانات في حركة السلع والخدمات وتوزيعها بال فضلاً عن مراعاة حماية كل من المستهلك والمنافس من الخداع والتضليل والممارسات غير المشروعة ؛لأنه لا يصح أن تخلوا التشريعات لدينا من معالجة لهذا الموضوع المهم خاصة إن وظيفة المشرع هي استشراف وتوقع المستقبل وإيجاد تنظيم للحالات التي تحدث في الواقع لا أن ينتظر حتى تحدث الوقائع ثم يقوم بتنظيمها أما في ما يتعلق بمحل الإعلان التجاري فيجب أن يكون مشروعاً وغير مخالف للنظام العام والآداب العامة، وأن لا يكون كاذباً أو مضللاً أو خادعاً ،أو مما يوقع المستهلك في الخطأ ،و أن يتضمن أيضاً البيانات الكافية عن السلعة أو الخدمة المقدمة والتي من شأنها أن تخلق تفكيراً واعياً متبصراً يعمل على تكوين إرادة متنورة وهي بصدد الإقبال على التعاقد .

(١) وعرف دليل الإعلانات ذاته المعلن بأنه " أي فرد أو مؤسسة أو شركة يقوم / تقوم بنشر إعلانات على مختلف وسائل الإعلام بمرود مادي أو غير مادي .

(٢) المادة السادسة من قانون حماية المستهلك الإماراتي رقم (٢٤) لسنة ٢٠٠٦ .

(٣) عرفت الجمعية الأمريكية للتسويق الإعلان بأنه "مختلف الأنشطة التي تؤدي إلى نشر أو إذاعة الرسائل الإعلانية المرئية أو المسموعة على الجمهور لغرض حثه على شراء سلع أو خدمات ، أو من أجل التقبل الطيب لأفكار أشخاص أو منشآت معلن عنها "



بعد هذه المقدمة التعريفية بالإعلان لا بد لنا إن نتسأل عن أهمية الإعلان عن البيع بالتصفية الموسمية ؟ تكمن أهمية الإعلان عن التصفية الموسمية لأنه وسيلة يلجأ إليها التاجر في آخر الموسم للتخلص من بضائع الموسم المنتهي بدلاً من تخزينها لموسم آخر مما يعرضها لهبوط الأسعار أو التلف أو ظهور موديلات أحدث^(١). وهذا ما أشار إليه المشرع الفرنسي، أذ نص على أن هذه المبيعات تخص منتجات الموسم السابق للتسويق، مما يبرر البيع بثمان منخفض^(٢).

وتكمن أهمية الإعلان أيضاً في منع التضليل الحاصل في بعض الحالات للمستهلكين إذ تعرض السلع والبضائع بالتصفية الموسمية بثمان يزيد على الثمن الذي كانت معروضة به من قبل، لذا يجب أن يكون الإعلان بالأسعار المخفضة خالياً من أي مبالغت أو ادعاءات أو اساليب مضللة أو خادعة للمستهلك^(٣). وقد أوجب المشرع الفرنسي في القرار رقم (١٠٥.٧٧) لعام ١٩٧٧ إيراد بيانات إجبارية في إعلان المعلن عن التخفيض وهي بيانات تختلف بحسب موقع الإعلان فيما إذا كان خارج المحل أو داخله، فإذا كان الإعلان واقعاً خارج المحل فأن إعلان التخفيض يجب إن يبين بدقة المنتجات المعنية بالتخفيض والمدة التي يستغرقها، بينما إذا كان الإعلان واقعاً داخل المحل، فأن الإعلان عن التخفيض يكون عن طريق تسجيل مزدوج، فالى جانب سعر التخفيض يجب إن يظهر السعر المرجعي على ان لا يتجاوز السعر المرجعي أقل سعر مارسه المعلن لسعة أو خدمة مماثلة خلال ثلاثين يوماً سابقة على الإعلان. و يعدّ الإعلان التزام أساسي يجب على صاحب المحل التجاري القيام به بعد الحصول على الترخيص المطلوب من الجهات المختصة إذ اشترطت القوانين محل المقارنة عدم الإعلان عن التصفية للسلع والبضائع إلا بعد الحصول على الترخيص المطلوب من الجهة المختصة التي يحددها قانون البلد^(٤). أذ نصت المادة (٤/١٣٠) من قانون المعاملات التجارية الاتحادي الإماراتي بأنه " لا يجوز اجراء التنزيلات او الاعلان عنها بأية وسيلة من وسائل الاعلام الا بعد الحصول على ترخيص بذلك من

(١) منير قزمان، العقود التجارية، المصدر السابق، ص ٨٥.

(٢) والنص الفرنسي ورد بالصيغة الآتية:

Article(L٣١٠_٤) " Ces ventes directes concernent exclusivement les productions de la saison antérieure de commercialisation,justifiant ainsi une vente à prix minoré".

(٣) عرف المشرع الفرنسي في قانون ٢٧ ديسمبر لسنة ١٩٧٣ الاعلان المضلل بأنه " الإعلان المزيف او الذي يؤدي بطبيعته الى الوقوع في الغلط".

(٤) وقد نصت اللائحة التنفيذية لنظام مكافحة العش التجاري السعودي رقم ١٥٥ والصادرة في تاريخ ١٤٣١/٠١/٦٠ في المادة الثامنة عشر الفقرة الاولى في قولها "لا يجوز للمنشآت التجارية اجراء تخفيضات شاملة أو جزئية لأسعار المنتجات المعروضة للبيع بها أو الإعلان عنها إلا بعد الحصول على تراخيص بذلك من الوزارة أو فرعها المختص .." وهذا ما نص عليه قرار وزير الاقتصاد والتجارة القطري رقم (٣١١) لسنة ٢٠١٨.

السلطة المختصة في الامارة المعنية تحدد فيه تاريخ مدة التنزيلات ونهايتها وأسعار البيع قبل وخلال هذه المدة " (١) وهناك سؤال يُثار عن مدى اعتبار الإعلان عن التخفيضات الوهمية غشاً تجارياً ؟. لقد تكفل القانون الإماراتي في الاجابة عن هذا التساؤل في نص المادة(الثانية/ ب) من القانون الاتحادي رقم (١٩) لسنة ٢٠١٦ في شأن مكافحة الغش التجاري على أنه " يعدّ غشاً تجارياً أي فعل من الأفعال الآتية: "...الإعلان عن جوائز أو تخفيضات وهمية أو غير حقيقية " واستنادا الى نص القانون فالتخفيضات الوهمية او حتى الإعلان عنها تعدّ غشاً تجارياً يعاقب عليه القانون . ومن أجل تلافي التخفيضات الوهمية نص المشرع العراقي في (١٢٣) من قانون التجارة العراقي الملغي "على التاجر عند إجراء التصفية الموسمية أن يعلن عن ثمن السلع المعروضة للبيع في التصفية مقترناً به بيان الثمن الفعلي الذي كانت تباع به هذه السلع في الشهر السابق على التصفية "(٢). ويتعين تبصير المستهلك بالفرق ما بين الإعلان عن تصفية شاملة، وتصفية جزئية لبضائع المحل ويكون الإعلان عن تصفية شاملة إذا كانت جميع المعروضات والسلع بالمحل خاضعة للتخفيض في الاسعار ويكون الإعلان عن تصفية جزئية اذا وقع على ٥٠% من السلع المعروضة بالمحل، أما اذا قلت نسبة السلع الخاضعة للتخفيض في المحل عن ٥٠% فلا يجوز الإعلان عن تصفية بأي وسيلة وبأي صورة كانت بل يكفي بوضع الإعلان على السلع ذاتها ببطاقة يبين فيها السعر قبل وبعد التخفيض (٣) . كذلك أن يكون الإعلان بخط واضح وباللغة العربية مع جواز أن تكون مصحوبة بترجمة لها بإحدى اللغات الأجنبية (٤). وتخفيض الأسعار قد يكون ثابت منذ بداية الإعلان أو يكون بشكل تدريجي يبدأ بسعر ثم يزيد تدريجياً ،أو يقل كوسيلة لجذب جمهور المستهلكين إلى أن يصل إلى الحد المسموح به وهذا ما أكدت عليه بعض التشريعات (٥).

الفرع الثاني

(١) بذات العبارات صيغت المادة (١٢) من القانون رقم (٦) لسنة ٢٠١٦ بشأن البيع بالأسعار المخفضة (التنزيلات) والتصفيات الصادر عن حاكم رأس الخيمة .

(٢) كما أكد على ذلك المشرع المصري في المادة (١٠٨/ف١) من قانون التجارة المصري النافذ رقم (١٧) لسنة ١٩٩٩ على أنه "يجب على التاجر أن يعلن عن ثمن السلع المعروضة للبيع بالتصفية مقترناً به بيان عن الثمن الفعلي الذي كانت تباع به هذه السلع خلال الشهر السابق على التصفية " .

وايضاً نص المادة (٣٥) من القانون رقم (١٠٠) لسنة ١٩٥٧ في شأن البيوع التجارية والتي تنص على أنه "يجب على المحال المشار إليها في المادة السابقة أن تعلن كذلك عن ثمن البضائع المعروضة للبيع بالتصفية مشفوعاً ببيان الثمن الفعلي الذي كانت معروضة به للبيع خلال الشهر السابق للتصفية "

(٣) محمد عبد الله السهلي ، مقال منشور على الموقع الإلكتروني

http://www.ariyadh.com تاريخ الزيارة ١٧/٤/٢٠٢٠ .

(٤) وهذا ما أشارت اليه المادة (١٠٨/ف١) من قانون التجارة المصري رقم (١٧) لسنة ١٩٩٩ ، والمادة (١١٥) من القانون التجاري اليمني رقم (٣٢) لسنة ١٩٩١ .

(٥) مثال ذلك المادة (٥) من المرسوم التنفيذي الجزائري رقم ٠٦-٢١٥ الصادر في ٢٠٠٦ .



الالتزام بعدم تعارض البيع بطريق التصفية مع مبدأ المنافسة المشروعة

إن الاصل في الحياة التجارية مشروعية المنافسة^(١)، فهي التي تساعد في تقدم المؤسسات وتطورها إذ ان لها القدرة الفعالة التي تدفع دائما إلى تحقيق الابتكار وتعمل كحافز فعال على الإبداع في الحياة التجارية والصناعية محققة أفضل النتائج والأرباح .

والمنافسة بوجه عام تمثل "ظاهرة عامة تصاحب مختلف أوجه النشاط الإنساني، إذ يتنافس عادة أفراد المجتمع في كل من مجالات هذا النشاط، دون أن يثير هذا التنافس أدنى شعور بالاستتكار أو الاستهجان في المجتمع، لأن التنافس يدفع بالمجتمع إلى التقدم والازدهار"^(٢) وهناك من يعرفها بأنها "علاقة بين المنتجين والتجار في صراعهم على العملاء، بعيداً عن أي ممارسات من شأنها إعاقة التجارة، والتي تعكس بأثارها السلبية على المجتمع"^(٣). عبر هذا التعريف عن المنافسة بالعلاقة بين المنتجين والتجار، وحتى تكون العلاقة مشروعة يجب أن تكون بعيدة عن أية اتفاقات أو ممارسات من شأنها ان تعيق التجارة، ولا تقتصر على ذلك وإنما تعكس آثار سلبية على اقتصاد الدولة .

البعض عرفها بأنها " سلوك أو حق أو ظاهرة تهدف إلى جذب الزبائن عبر عناصر يمتلكها التاجر، تتمثل بعناصر المتجر المادية والمعنوية"^(٤)، عد هذا التعريف المنافسة حقاً للتاجر، يتمثل في سلوكه أي من الاعمال المشروعة التي تجذب العملاء، ولتصريف أكبر كمية ممكنة من سلعه، ويترتب على وصف المنافسة حق للتاجر نتائج، وهي أن هذا الحق ذو قيمة موضوعية، وبهذا فإن المنافسة تصبح حقاً سابقاً على القانون الذي بدوره يكشف عنه وينظمه أما على الصعيد التشريعي فلم يرد تعريف للمنافسة^(٥)، واكتفت تلك التشريعات بإيراد الممارسات المضادة لها، في فرنسا أصدر المشرع قوانين عدة متعلقة بحماية المنافسة ويعد قانون رقم ٨٦.

(١) المنافسة لغةً: من نافس: شيء نفيب: أي يتنافس فيه ويرغب، وتنافسنا ذلك الأمر وتنافسنا فيه، وتحاسدنا وتسايقنا ونافست في الشيء منافسة: إذ رغب فيه على وجه المباراة في الكرم، والمنافسة الرغبة في الشيء والانفراد فيه، جمال الدين أبي الفضل محمد بن مكرم أبن منظور الأنصاري، لسان العرب، المجلد الرابع، دار الكتب العلمية، الطبعة الأولى، ٢٠٠٣، بيروت، فصل الميم، باب السين، ص ٢٨٧.

(٢) د.عزیز العكيلي، شرح القانون التجاري، منشورات دار الثقافة والتوزيع، الطبعة الأولى، ٢٠٠١، عمان، الأردن، ص ١٥٣.

(٣) Massimo Motta, Competinon policy: Theory and Practice, Cambridge University press, ١٦ p, ٢٠٠٧, printing.

(٤) د. ندى كاظم المولى، المنافسة والمنافسة غير المشروعة، مجلة العلوم القانونية، جامعة بغداد، كلية القانون، المجلد العشرون، العدد الأول، ٢٠٠٥، ص ٢١٤.

(٥) مثال ذلك التشريعات الأمريكية لم تضع تعريفاً محدداً للمنافسة، على الرغم من أن الولايات المتحدة تعد من الدول الرائدة في مجال القوانين المنظمة للمنافسة، أيضاً سار على النهج ذاته كل من قانون حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية المصري رقم ٣ لسنة ٢٠٠٥ وقانون المنافسة الأردني رقم ٣٣ لسنة ٢٠٠٤ والقانون الخاص بالمنافسة ومنع الاحتكار السوري رقم ٧ لسنة ٢٠٠٨ وقانون تشجيع المنافسة اليمني رقم ١٩ لسنة ١٩٩٩.

١٢٤٣ الصادر في الأول من ديسمبر ١٩٨٦ المتعلق بحرية الأسعار والمنافسة حجر الأساس في إصدار قانون المنافسة الفرنسي، وإنشاء جهاز يسمى مجلس المنافسة الفرنسي والذي يعمل على تطبيق أحكام قانون المنافسة الفرنسي.

أما المشرع الإماراتي فنظم المنافسة في الفصل السادس من القانون الاتحادي رقم (٤) لسنة ٢٠١٢ في شأن تنظيم المنافسة حيث أشارت المادة (١٢) الى تشكيل لجنة متخصصة لتنظيم المنافسة، في حين أشارت المادة (١٣) الى اختصاصات هذه اللجنة من غير أن يورد تعريف للمنافسة. وعلى خلاف التشريعات المقارنة أورد المشرع العراقي تعريفاً للمنافسة ووصفها بانها "الجهود المبذولة في سبيل التفوق الاقتصادي"^(١). وفي ضوء ذلك فإن المنافسة تعني كل الأعمال والجهود التي يستخدمها التجار بهدف التقدم الاقتصادي في مجال الانتاج والتجارة، ويلاحظ على التعريف ما يأتي :

١. إن التعريف يختص بالمنافسة الاقتصادية دون غيرها .
 ٢. عدم مانعيه التعريف ؛ لان الممارسات الاحتياالية والمضلة تعد ايضاً من قبيل الجهود المبذولة في سبيل التفوق الاقتصادي وهي بهذا الصورة تكون مشمولة بالتعريف .
 ٣. عدم جامعية التعريف، لان المنافسة لا تقتصر على الجهود التي تعطي معنى بذل الوسع او القيام بعمل ما، فما يبذله الشخص قد يكون جهداً أو نفقات خارجة عن التعريف رغم ان بعض التجار قد استخدم أسلوب بذل أو التضحية ببعض النفقات في سبيل التفوق، كمن يبيع بأقل من السعر المعتاد وفي الحدود المعقولة لغرض الحصول على الزبائن^(٢). ان المنافسة ليست مقصودة بذاتها وإنما المقصود ما يترتب عليها لتحقيق التفوق الاقتصادي.
- بعد عرض هذه الملاحظات نرى من المستحسن من المشرع العراقي عدم تعريف المنافسة وترك هذه الأمر للفقهاء والقضاء خاصة وأنّ التعريف يتعلق بعمل أو فعل يبلغ درجة كبيرة من السعة والتشعب ويبقى التساؤل قائماً عن مدى أهمية التسعير وعدة من القرارات التنافسية للمشروعات.^(٣) للإجابة على ذلك نرى أنّ تسعير المنتجات أو الخدمات يؤثر إلى حد كبير على

(١) المادة الأولى من قانون حماية المستهلك ومنع الاحتكار العراقي رقم (١٤) لسنة ٢٠١٠.

(٢) د.ياسم علوان طعمة ، السياسة التشريعية الاقتصادية للمنافسة وحماية المستهلك وحماية الانتاج الوطني (التشريعات الاقتصادية لدول مجلس التعاون الخليجي والعراق نموذجا) بحث منشور في مجلة رسالة الحقوق ، السنة الرابعة /العدد الثاني ، ٢٠١٢، ص ١٥.

(٣) في ظل قانون الاستهلاك الفرنسي ، أشار المشرع الى نظام الأسعار وشروط البيع في المادة ١١٣-١ منه والتي تبين ان تحديد الأسعار يتم وفقاً لأحكام المادة ٤١٠-٢٠ من القانون التجاري التي توضح بان أسعار السلع والخدمات المشمولة بأحكام المرسوم رقم ٨٦-١٢٤٣ الصادر في يناير ١٩٨٧ والمرسوم رقم ٤٥ - ٤٨٣ من ٣٠ يونيو ١٩٤٥ تحديد بحرية عن طريق المنافسة باستثناء الحالات التي نص عليها القانون فيها على خلاف ذلك . Code de la



مبيعات المشروع التجاري أو أرباحه . وبصفة عامة يهدف التسعير في المشروع إلى تحديد السعر الذي يؤدي إلى تقوية المركز التنافسي له، لما لحركة الأسعار من تأثير مهم في التنافس التجاري، حيث تواجه معظم المشاريع العاملة في الوسط التجاري منافسة من مشاريع أخرى تنتج سلعاً أو تقدم خدمات مماثلة أو بديلة، وحتى يضمن المشروع مركزاً تنافسياً متميزاً، عليه أن يلجأ إلى وسائل الترويج، ومن أهم هذه الوسائل هو تخفيض الأسعار، حيث نجد التجار يسارعون في استعمال هذا التخفيض حتى أصبح يشكل وسيلة فعالة وقوية في المنافسة التجارية، وهنا السؤال يثار أيضاً عن مدى اعتبار التخفيضات من قبيل المنافسة غير المشروعة؟.

إن الاصل العام هو عد كل تاجر حر في اتخاذ أسعار أقل من أسعار منافسيه وهذا الامر لا يمنعه القانون , ولا يعد مخالفاً للمنافسة المشروعة ولكن قد يحدث لبس أو غموض بين التسعير العدوانى كممارسة غير المشروعة والبيع بسعر منخفض (كممارسة مشروعة) فكل منهما يستخدم ذات الوسيلة وهو تبني السعر المنخفض ولكن يختلفان في الهدف، فبينما التسعير العدوانى يهدف إلى الإضرار بالمنافسين في السوق أو منع دخول جدد له، فإن البيع بسعر منخفض يكون الغرض منه استفاة المشروع من انخفاض التكاليف الإنتاجية مقارنة بمنافسيه مما يمكنه من الحصول على مركز تنافسي متميز، بعبارة أخرى لا يعد من قبيل المنافسة غير المشروعة قيام أحد التجار بتخفيض أسعار بضائعه في الحدود المعقولة التي تعود بالفائدة على جمهور المستهلكين دون إحداث الاضطراب في السوق متى ما اتبع التاجر الضوابط المتعلقة بالبيع . كما لا يعد أيضاً من قبيل المنافسة غير المشروعة قيام أحد التجار ببيع بضائعه بسعر التكلفة أو أقل في بعض المواسم كبيع الملابس الشتوية في نهاية موسم الشتاء وبيع الملابس الصيفية في نهاية الصيف , وكذلك البيع بسعر التكلفة أو أقل في بعض المناسبات الدينية أو الوطنية ؛ وذلك لأن قصد التاجر من تخفيض أسعاره في هذه المناسبات هو إما التخلص من البضائع التي تحول عنها ذوق الجمهور أو إظهار مشاعره تجاه وطنه أو تجاه زبائنه^(١).

إما إذا كان تخفيض الأسعار بنسب كبيرة وكان القصد منه تعمد التاجر منافسة غيره في هذا المجال وإغراق السوق بالسلعة للقضاء على منافسيه، فإن مثل هذا العمل يعد من أعمال المنافسة غير المشروعة الأمر الذي يوجب إيجاد قواعد ترمي إلى حماية التاجر والمستهلك معاً من مخاطر التخفيض الأسعار . ومن قرارات القضاء التي تذكر في هذا الصدد القرار الصادر

consummation,ArticleL١١٣,١"Les regies relative s ala determation des prix sont fixes par les dispositions de l'article L ٤١٠,٢ du code de Commerce reproduotes.

(١) زهير عباس كريم , مبادئ القانون التجاري , مكتبة الثقافة , بلا طبعة وسنة نشر، عمان ، ص ٢٣٠ .

من محكمة استئناف فرساي بأن حرية التجارة تستوجب حرية الأسعار، ولا يرتكب الصانع إي عمل من أعمال المنافسة عندما يبيع منتجاته بأسعار ادنى من أسعار منافسيه، وليست ممارسة غير مشروعة مادامت لا تتجاوز الأعراف التجارية والتمن ليس زهيدا^(١). وفي قرار آخر قضت محكمة استئناف باريس بأن البيع بسعر منخفض لا يعد منافسة غير مشروعة متى ثبت إن القصد من البيع بسعر منخفض ليس لإغراق السوق بقصد احتكار العملاء وإبعاد إي منافس ثم العودة إلى رفع الثمن عما سبقه، وإنما كان تخفيض الأسعار لتقليل التكاليف والتنازل عن قدر كبير من الربح والاعتماد على بيع أعداد كبيرة من البضائع لكبرى المحلات التجارية^(٢). يفهم من هذا الحكم إن على المحكمة التي تنظر في النزاع إن تدقق في الأمر، فقد يكون انخفاض الأسعار بسبب انخفاض التكاليف أو يكون لغرض بيع منتجات كبيرة والاحتفاظ بهامش قليل من الربح الأمر الذي يعود بنتائج إيجابية لصاحب المنشاء التجارية حيث نجد المشرع العراقي في المادة (١١) من قانون المنافسة ومنع الاحتكار قد نظم حالة تخفيض الأسعار التي يكون موضوعها منتجات سريعة التلف والتزييلات المرخص بها لأي بيع يتم لتصفية الأعمال أو تجديد المخزون بأسعار أقل من سعر الشراء الحقيقي كاستثناء من الفقرة أولاً من المادة ذاتها التي تحظر على أيه جهة إعادة بيع منتج على حالته بسعر أقل من سعر شرائه الحقيقي مضافاً إليه الضرائب والرسوم المفروضة على المنتج ومصارييف النقل أن وجدت.

ويلاحظ على المشرع العراقي انه لم ينظم تخفيض الأسعار إلا في حالتين، هما حالة المواد السريعة التلف والبيع بطريق التصفية فقط ، ويبدو أنه قد ترك أمر تنظيم الحالات الأخرى للعادات والأعراف التجارية السائدة في السوق شريطة إن لا يكون السعر أقل من سعر شرائه الحقيقي مضافاً إليه الضرائب والرسوم المفروضة على المنتج ومصارييف النقل أن وجدت وان لا يكون هدف التخفيض الإخلال بالمنافسة المشروعة ويلجا بعض التجار في البيع بالتصفية الموسمية الى احتكار السوق وعليه تتحول عملية البيع إلى ممارسة غير مشروعة وتدخل ضمن الاعمال والممارسات المقيدة للمنافسة المشروعة التي أكدت عليها الكثير من القوانين لحماية المستهلك ومنها قانون المنافسة العراقي حيث نص في المادة الثانية منه على أن هدف هذا القانون يتمثل في "ضمان حقوق المستهلك الاساسية وحمائتها من الممارسات غير المشروعة التي

(١) حكم محكمة استئناف فرساي الصادر في تشرين الأول ١٩٩٣، مشار للقرار لدى لويس فوجال وج. ريبير -ر. روبلو ترجمة منصور القاضي، المطول في القانون التجاري، ج ١، المجلد الأول التجار - محاكم تجارية - الملكية الصناعية - المنافسة المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ط ١، ٢٠٠٧، بيروت ص ٧٢٣.

(٢) مشار لهذا القرار لدى د. محمد سلمان الغريب، الاحتكار والمنافسة غير المشروعة، دار النهضة العربية، بلا طبعة، ٢٠٠٤، القاهرة، ص ٨٨.



تؤدي إلى الاضرار به " (١) حيث إن المنافسة عن طريق الأسعار تعد الشكل الأكثر ملائمة والأوسع انتشاراً في التنافس بين التجار، لأنه يشكل محفز للعمالء بدفعهم أسعار أقل في المنتجات والخدمات المعروضة لذلك فإن مراقبة الهدف من البيع مسألة ضرورية تقع على الجهات الرقابية التي تقوم بهذه المهمة للقضاء على مسألة التلاعب في الأسعار من قبل بعض التجار والمحافظة على التوازن ما بين مصلحة التجار ومصلحة المستهلك .

المطلب الثاني

واجبات التاجر بعد البيع

تتمثل واجبات التاجر بعد البيع في الالتزام بتقديم قائمة للمستهلك، وكذلك الالتزام باستبدال السلعة أو إصلاحها أو إرجاع ثمنها، وكذلك رد المبالغ التي يكون قد سددها المستهلك لقاء الخدمة، في حال عدم مطابقتها، لدى استعمالها بشكل سليم، أكان للمواصفات المتفق عليها أو المعمول بها، أم الغرض الذي من أجله تم الاستحصال عليه، لذا سوف نبينها عبر فرعين، ندرس في الفرع الأول الالتزام بتقديم قائمة للمستهلك، و ندرس في الفرع الثاني الالتزام باستبدال

الفرع الأول

تقديم قائمة بالسلع

تعرف قائمة السلع بانها عبارة عن وثيقة تجارية يسلمها التاجر الى المستهلك بمجرد إجراء البيع أو تأدية الخدمات .ويتوجب على التاجر وعلى مقدم الخدمة تسليم المستهلك هذه الوثيقة التي يدرج فيها البيانات المتعلقة باسم المؤسسة ورقم تسجيلها في السجل التجاري وعنوانها وتعريف السلعة أو الخدمة ووحدة البيع وثنمنها والكمية المتفق عليها ومقدار الضرائب والرسوم المستوفاة والقيمة الإجمالية للفاتورة وتاريخ إصدارها .وفي حال عدم التسليم الفوري للسلعة أو للخدمة، يجب أن تتضمن الفاتورة ذكر مكان وتاريخ وشروط التسليم^(٢) . وتعدّ قائمة السلع من أبرز الحقوق الممنوحة للمستهلك والتي تثبت شراء أي سلعة أو خدمة وذلك لضمان حقوقه عند عدم وجود اي دليل اثبات آخر . ويجب أن يكون شكل القائمة واضحا ولا يحتوي على شطب أو حشو^(٣) وللقائمة عدة أدوار، من أهمها :

(١) وأيضاً نص على هذا المعنى قانون حماية ومنع الممارسات الاحتكارية المصري رقم (٣) لسنة ٢٠٠٥ وقانون المنافسة الاردني رقم (٣٣) لسنة ٢٠٠٤ .

(٢) كما ورد ذلك في المادة ٢٥ من قانون حماية المستهلك في لبنان

(٣) وقد نصت المادة ٣٣ من المرسوم التنفيذي الجزائري رقم ٤٦٨/٠٥ المؤرخ في ١٠ ديسمبر ٢٠٠٥ الذي يحدد شروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية أذا عدت هذه المادة التاجر متلبساً بإرتكاب مخالفة موصوفة بعدم الفوترة حسب المادة ١٠ في الحالات الآتية : ١- بيع السلعة أو تأدية خدمة لعون إقتصادي آخر دون تحرير فاتورة وشراء سلعة أو تأدية خدمة دون طلب فاتورة ."

أولاً : القائمة وسيلة لشفافية المعاملات التجارية، فهي تحمي حقوق التاجر وذلك بتمكينهم من معرفة حقوقهم من جهة، ومن جهة أخرى تقوم بإعلام المستهلك عن كافة التحصيلات والرسوم كافة وكذا المبالغ التي دفعها أو التي سيدفعها إذا كان البيع تم عن طريق قرض، و يعدّ الالتزام بالقائمة من أهم الالتزامات التي تترجم شفافية الممارسات التجارية، كما أن القائمة تدعم المساواة بين المتعاملين الاقتصاديين كونها دليل على وجود شروط تعاقدية متساوية. فلا يكفي أن يحررها التاجر فقط بل يجب ان تكون مطابقة لما هو مقرر كما أن على التاجر أن يقدم قوائم السلع التي يبغى بيعها بالتخفيض حتى يتم التأكد من قبل الادارة المختصة بالترخيص من ثمن السلع قبل التخفيض .

ثانياً : القائمة وسيلة لإثبات المعاملات التجارية، إذ يمكن أن يقدمها مالكيها ويحتج بها في مواجهة أي شخص أو أي جهة، ما لم يطعن فيها بالتزوير .

ثالثاً : القائمة وسيلة للمحاسبة، تؤدي الفاتورة دوراً أساسياً في مساعدة التاجر في القيام بالعمليات المحاسبية للأنشطة التي أبرمت، كما أنها تساعد المستهلك على قيامه بحسابات حول المصاريف التي تم تقديمها للحصول على السلع أو الخدمات من أجل الميزانية الأسبوعية أو الشهرية التي تم أو سيتم صرفها .

رابعاً : القائمة وسيلة دين، من الناحية العملية كثيراً ما تستعمل كورقة دين^(١)، ومن بين التقنيات المستعملة للحصول على دين من المصرف استعمال القائمة المسماة Facture proforma^(٢) وهي قائمة يقتصر دورها على طلب الحصول على دين وليس لها أية قيمة قانونية .

وقد نص المشرع الاماراتي على هذا الالتزام بقوله " يلتزم المزود لدى عرض أية سلعة للتداول بتدوين السعر عليها بشكل ظاهر أو الاعلان عنه بشكل بارز في مكان عرض السلعة وللمستهلك الحق في الحصول على فاتورة مؤرخة تتضمن تحديد نوع السلعة وسعرها واية بيانات أخرى تحددها اللائحة التنفيذية لهذا القانون " ^(٣) .

وبالرجوع للتشريع العراقي نلاحظ أنه نص على هذا الالتزام في قانون حماية المستهلك في المادة (٦/أولاً / ج) بقوله " للمستهلك الحق في الحصول على ما يأتي :

(١) علاوي زهرة ، الفاتورة وسيلة شفافية للممارسات التجارية ، رسالة ماجستير مقدمة إلى كلية الحقوق والعلوم السياسية في جامعة وهران ٢٠١٢-٢٠١٣، ص ١١ .

(٢) Françoise Dekeuwer Défossez , Droit commercial Activités commerciales , commerçants fonds de commerce , concurrence , consommation) ، éd, Montchrestien , ١٩٩٥، ٢٦ .

(٣) المادة الثامنة من الباب الرابع من القانون (٢٤) لسنة ٢٠٠٦ في شأن حماية المستهلك تحت عنوان التزامات المزود .



ج . ما يثبت شراؤه أي سلعة أو تلقيه أي خدمة مبيناً فيها قيمة وتاريخ ومواصفات السلعة وعددها وكميتها ونوعها وسعرها . وتعدّ الفاتورة من اهم حقوق المستهلك، والتي تعدّ أحد واجبات التاجر في الوقت ذاته^١ .

كذلك نص القانون ذاته في المادة (٧/ رابعاً) على أنه يجب " الاحتفاظ بوصولات البيع والشراء أو نسخها وعرضها أو تقديمها إلى الجهات الرسمية المختصة عند طلبها أو تمكينها من الاطلاع عليها في محله دون أية معارضة" .

الفرع الثاني

الالتزام برد السلع واستبدالها

ينطوي هذا الالتزام على تبديل السلعة محل الاستهلاك أو اصلاحها أو استرجاع ثمنها في حال كانت غير مطابقة للمواصفات التي تم الاتفاق عليها في عقد الاستهلاك، أو الا تكون قد حققت الغرض الذي من اجله تم التعاقد عليها . مثال ذلك السلعة التي قد يتم استبدالها أو اصلاحها او استرجاع ثمنها السيارة التي تتبعها شركة سيارات من ماركة معينة الى مستهلك فيظهر له انها غير مطابقة لمواصفات السرعة التي على اساسها اشترى هذه السيارة، او ان انظمة السلامة في هذه السيارة غير مطابقة للانظمة المعمول بها في بلد المستهلك، حينها فإن حق المستهلك اما في استبدال سيارته بأخرى جديدة من ذات الشركة أو اصلاح هذه السيارة كي تحقق الغرض المتفق عليه أو استرجاع ثمن سيارته التي لم تحقق فيها المواصفات المطلوبة والتي على اساسها جرى التعاقد بين المستهلك والتاجر . أما مثال الخدمة التي يحق للمستهلك استرجاع المبالغ التي سددها في مقابلها، خدمة الانترنت فإذا دفع المستهلك مبلغاً معيناً عن استعمال هذه الخدمة لمدة شهر وكانت الخدمة متقطعة وبطيئة ولم تصل الى غايتها باستثناء ايام معدودات، فإن للمستهلك حقاً تجاه الشركة المزودة باسترجاع هذا المبلغ الذي دفعه مقابل خدمة رديئة متقطعة لم تحقق الهدف المطلوب منها أو المتفق عليه في عقد الاستهلاك المتعلق بخدمة الانترنت . وكان لا بد من تدخل المشرع لحماية المستهلك بإعطائه الحق في الرجوع عن العقد الذي أبرمه . ومن التشريعات التي أعطت للمستهلك هذا الحق قانون الاستهلاك الفرنسي على أن يرد الثمن الى المستهلك خلال مدة أقصاها ثلاثين يوماً تحسب من التاريخ الذي أعلن فيه المستهلك عدولة عن العقد^(١)

(١)Article L ٢٢٢-١٥:Le fournisseur rembourse au consommateur dans les meilleurs délais et au plus tard dans les trente jours toutes les sommes qu'il a perçues de celui-ci en application du contrat, à l'exception du montant mentionné au premier alinéa de l'article L. ٢٢٢-١٣. Ce délai commence à courir le jour où le fournisseur reçoit notification par le consommateur de

ونص قانون الاستهلاك الفرنسي أيضاً^(١) على أنه إذا لم يتم المحترف بسداد الثمن فإنه يترتب عليه فائدة قانونية على الثمن كما رتب المشرع الفرنسي جزاء مالياً على المهني في حالة رفض رد المبالغ التي دفعها المستهلك مقابل السلعة وهذا طبقاً للمادة ٥. ٢٤٢ والمتمثل بعقوبة السجن مدة عامين وغرامة الية قدرها ١٥٠,٠٠٠ يورو^(٢). كما أكد المشرع الفرنسي على هذا الالتزام في البيع عن بعد لأنه يعدّ من أهم حقوق المستهلك أذ نصت المادة ١٢١. ٢٠ على أنه "لمشتري البضائع في كل عملية بيع عن بعد، الحق في إعادة هذه المنتجات في مدة سبعة أيام كاملة ابتداء من تاريخ تسليم طلبيته لاسترداد الثمن دون مسؤوليته، أو نفقات، باستثناء مصاريف الرد"^(٣). وكذلك نص المشرع الإماراتي على هذا الأمر في قانون حماية المستهلك الاتحادي في المادة الخامسة في الباب الرابع تحت عنوان التزامات المزود بقوله "يلتزم المزود برد السلعة أو ابدالها في حال اكتشاف المستهلك لعيب فيها، ويتم الرد أو الابدال وفقاً للقواعد المقررة في اللائحة التنفيذية لهذا القانون". وقد نصت المادة العاشرة من اللائحة التنفيذية على أنه "على المزود اتخاذ الإجراءات المنصوص عليها في هذه اللائحة لاسترداد السلع من الأسواق المحلية ومن المستهلكين في الحالات الآتية :

١. اكتشاف عيب في السلعة .

sa volonté de se rétracter. Code de la consommation Dernière modification le ٠١ janvier ٢٠١٩ Document généré le ٠٤ janvier ٢٠١٩. ٥٥ ٢٤٣ u: ad

(١) Art L٢٤٢-١٥: Lorsque le professionnel n'a pas remboursé le consommateur dans les conditions prévues à l'article L.٢٢٢-١٥, à l'expiration du délai de trente jours, la somme due est, de plein droit, productive d'intérêts au taux légal en vigueur.

(٢) Art L٢٤٢-٥: Le fait de ne pas remettre au client un exemplaire du contrat dans les conditions prévues à l'article L.٢٢١-٩ Ou de remettre un contrat non conforme aux dispositions du même article est puni d'une peine d'emprisonnement de deux ans et d'une amende de ١٥٠ ٠٠٠ euros. ٢٦٢ ٢٥ Llal ia ig ya-

(٣) " L'origine du droit de rétractation demeure incertaine on n'en trouve guère de traces dans le code Napoléon, toutefois, avant le développement du droit de la consommation, droit commercial. Ainsi la loi sur la propriété commerciale du ٣٠ juin ١٩٢٦ prévoit un droit de repentir..... Il existe également en matière de cession de droit d'auteur. : BERNARDEAU (L), « Le droit de rétractation du consommateur un pas vers une doctrine d'ensemble », la semaine juridique, N١٤, ٢٠٠٠, p٦٢٤ : LEDOUJET-THOMAS(F), « L'ordonnance du ٢٢ aout ٢٠٠١ portant transposition de la directive du ٢٠ mai ١٩٩٧ concernant la protection des consommateurs en matière de contrat à distance: une erreur de perspective », JURIS-CLASSEUR, contrat- concurrence-consommation, mai ٢٠٠٢, n٥٥, p٧-p٨. La nécessité d'une protection nait de la technique utilisée, pour amener une personne à conclure Un Contrat. Alors qu'elle ne sait pas peut être avec qui elle contracte, ni quel est l'objet de la prestation, ou encore le prix. La seule vraie garantie du consommateur consiste dans l'obligation du professionnel de porter à la connaissance de son cocontractant les conditions et modalités d'exercice du droit de rétractation".



٢. وجود تقارير أو دراسات تثبت وجود عيب في السلعة .
 ٣. صدور مذكرة من الوزارة باسترداد السلعة .
 ٥. وجود عمليات الاسترداد خارج الدولة لذات السلعة .
 ٦. ثبوت عدم مطابقة السلعة للمواصفات القياسية المعتمدة .
- وقد نص المشرع العراقي على هذا الالتزام في قانون حماية المستهلك في المادة (٦/ ثانياً) " للمستهلك وكل ذي مصلحة في حالة عدم حصوله على المعلومات المنصوص عليها في هذه المادة إعادة السلع كلاً أو جزءاً إلى المجهز والمطالبة بالتعويض أمام المحاكم المدنية عن الضرر الذي يلحق به أو بأمواله من جراء ذلك " .
- كذلك أوجب المشرع على التاجر عدم التدخل في اختيارات المستهلك للسلع إذ نص على ذلك في المادة الالفة الذكر في الفقرة رابعاً، كذلك أعطى القانون ذاته حرية للمستهلك في اختيار السلعة أو الخدمة المعروضة مقابل ثمنها دون تدخل من المجهز .
- وهناك محلات تجارية ترفض رد واستبدال السلع المباعة خلال مدة التخفيضات، رافعة شعار (البضاعة المباعة خلال التخفيضات لاترد ولا تستبدل) وأعتبره كثيرون بالسلوك المرفوض الذي يتنافى مع حقوق المستهلكين، وفي الجانب الآخر يرى آخرون ان فتح باب الرد والاستبدال أثناء مدة التخفيضات يصعب العمليات الحسابية، ويزيد من الازدحام^(١) .
- لذا نقترح على المشرع عند تنظيمه لهذا النوع من البيوع أن يؤكد على الزام التاجر برد السلع المعيبة ورد الثمن . وبمقابل هذه الالتزام تقع التزامات على المستهلك منها رد السلعة للتاجر، وكذلك دفع مصاريف رد السلعة .
- الخاتمة/** بعد الانتهاء من بحثنا الموسوم ب " واجبات التاجر في البيع بالتصفية الموسمية دراسة مقارنة " والذي تضمن في حيثياته المقارنة بالقانون الفرنسي والإماراتي والعراقي، نختم هذا الدراسة بقطف ثمارها ،التي تمثلت ببعض الاستنتاجات التي توصلنا إليها حول موضوع البحث، ومن ثم وضع بعض المقترحات، التي تتضمن حلولاً قانونية لما يوصف بأنه قصور، أو نقص، أو خلل تشريعي، وذلك ضمن فقرتين وكما يأتي :
- أولاً : النتائج** نتجت عن هذه الدراسة جملة من النتائج نبين فيما يأتي أهمها :

(١)رد واستبدال البضاعة خلال التخفيضات حق أصيل للمستهلك، مقال منشور على الموقع الالكتروني <https://www-amaratalyoum-com> تاريخ الزيارة ٢٠٢٠/١٠/٣ .

١. فرضت التشريعات المنظمة لهذا النوع من البيوع واجبات تلقى على عاتق التاجر، وانقسمت هذه الواجبات على قسمين واجبات قبل الحصول على الترخيص وواجبات بعد الحصول على الترخيص .

٢. تتمثل واجبات التاجر قبل الحصول على الترخيص بالواجبات التي تتعلق بمدة التصفية، وواجبات تتعلق بتقديم الوثائق الضرورية التي ترتبط بالسلع والخدمات موضوع التصفية .

٣. تنقسم واجبات التاجر بعد الحصول على الترخيص إلى واجبات قبل البيع وواجبات بعد البيع، إذ تتمثل الواجبات قبل البيع بالاعلان وعدم تعارض البيع مع مبدأ المنافسة غير المشروعة أما واجبات التاجر بعد البيع فتتمثل بتقديم قائمة بالسلع وكذلك استبدال السلع .

ثانياً : المقترحات لما تقدم ذكره في ثنايا البحث، نقترح عدد من المقترحات أهمها ما يأتي :

١. نقترح على المشرع عند تنظيم البيع بطريق التصفية النص على إنشاء تطبيق الكتروني يمكن المستهلكين من معرفة المحال التجارية الحاصلة على ترخيص التخفيضات، مع إمكانية الوصول إليها عبر الخرائط، إلى جانب إمكانية التبليغ عليها الكترونياً في حال حصول مخالفة .

٢. نقترح على المشرع العراقي أن يلزم طالب الترخيص بتقديم نسخة من السجل التجاري وذلك حتى يتم التأكد من شخصية طالب الترخيص بكونه تاجر من عدمه.

٣. نقترح على المشرع عند تنظيمه لهذا النوع من البيوع أن يؤكد على الزام التاجر برد السلع المعيبة ورد الثمن.

٤. نقترح على المشرع عند تنظيمه للتصفية الموسمية أن يحدد النسبة المئوية للتخفيض، كذلك الزام التاجر بعدم رفع اسعار السلع والخدمات قبل التصفية وعد ذلك جريمة يعاقب عليها القانون

المصادر

أولاً : كتب اللغة

١. جمال الدين أبي الفضل محمد بن مكرم أبي منظور الأنصاري، لسان العرب، المجلد الرابع، دار الكتب العلمية، الطبعة الأولى، ٢٠٠٣، بيروت، فصل الميم، باب السين .

ثانياً : الكتب القانونية

١. د.باسم محمد صالح، القانون التجاري، المكتبة القانونية، بلا طبعة، بلا سنة نشر، بغداد .
٢. د.عزيز العكلي، شرح القانون التجاري، منشورات دار الثقافة والتوزيع، الطبعة الاولى، ٢٠٠١، عمان، الأردن .
٣. زهير عباس كريم، مبادئ القانون التجاري، مكتبة الثقافة، بلا طبعة وسنة نشر، عمان .
٤. د.شاكر حامد علي حسن جبل، الإعلان التجاري والآثار المترتبة عليه في الفقه الإسلامي، دار الفكر الجامعي، الطبعة الأولى، ٢٠٠٩، الاسكندرية .
٥. د.محمد سلمان الغريب، الاحتكار والمنافسة غير المشروعة، دار النهضة العربية، بلا طبعة، ٢٠٠٤، القاهرة .
٦. د. محمد عبد الحسين، الاعلان التجاري المفاهيم والاهداف، دار الرابية للنشر والتوزيع، بلا طبعة وسنة نشر، عمان، الاردن .
١. منير قزمان، البيوع التجارية في ضوء الفقه والقضاء، دار الفكر الجامعي، بلا طبعة، ٢٠٠٦، الاسكندرية .

ثالثاً: الأطاريح والرسائل الجامعية

١. بتول صراوة عبادي، التضليل الإعلاني التجاري وأثره على المستهلك (دراسة مقارنة)، رسالة ماجستير مقدمة إلى كلية الحقوق جامعة النهدين، ٢٠٠٤ .



٢. علاوي زهرة، الفاتورة وسيلة شفافية للممارسات التجارية، رسالة ماجستير مقدمة إلى كلية الحقوق والعلوم السياسية في جامعة وهران ٢٠١٢-٢٠١٣ .
٣. د. ندى كاظم المولى، المنافسة والمنافسة غير المشروعة، مجلة العلوم القانونية، جامعة بغداد، كلية القانون، المجلد العشر، العدد الأول، ٢٠٠٥ .
- رابعاً: البحوث القانونية**
- د.باسم علوان طعمة، السياسة التشريعية الاقتصادية للمنافسة وحماية المستهلك وحماية الانتاج الوطني (التشريعات الاقتصادية لدول مجلس التعاون الخليجي والعراق انموذجاً) بحث منشور في مجلة رسالة الحقوق، السنة الرابعة /العدد الثاني، ٢٠١٢ .
- خامساً: الأحكام القضائية**
١. حكم محكمة استئناف فرساي الصادر في تشرين الأول ١٩٩٣، مشار للقرار لدى لويس فوجال وج. ريبير ر. روبلو ترجمة منصور القاضي، المطول في القانون التجاري، ج ١، المجلد الأول التجار - محاكم تجارية - الملكية الصناعية - المنافسة، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، ٢٠٠٧، بيروت، لبنان، ص ٧٢٣ .
- سادساً: القوانين والتعليمات**
١. قانون التجارة الفرنسي لسنة ٢٠٠ .
٢. قانون المعاملات التجارية الإماراتي النافذ رقم (١٨) لسنة ١٩٩٣ .
٣. القانون التجاري العراقي النافذ رقم (٣٠) لسنة ١٩٨٤ .
٤. القانون التجاري العراقي الملغى رقم ١٤٩ لسنة ١٩٧٠ .
٥. قانون حماية المستهلك ومنع الاحتكار العراقي رقم (١٤) لسنة ٢٠١٠ .
٦. قانون التجارة المصري م ١٧ من قانون رقم ٣٤ لسنة ١٩٧٦ .
٧. قانون حماية ومنع الممارسات الاحتكارية المصري رقم (٣) لسنة ٢٠٠٥ .
٨. قانون حماية المستهلك الإماراتي رقم (٢٤) لسنة ٢٠٠٦ .
٩. قانون تشجيع المنافسة اليمني رقم ١٩ لسنة ١٩٩٩ .
١٠. المرسوم التنفيذي الجزائري رقم ٤٦٨/٠٥ المؤرخ في: ١٠ ديسمبر ٢٠٠٥ .
١١. قانون المنافسة الاردني رقم (٣٣) لسنة ٢٠٠٤ .
١٢. المرسوم التنفيذي الجزائري رقم ٢١٥/٠٦ المؤرخ في ١٨ يونيو ٢٠٠٦ المحدد لشروط وكيفية ممارسة البيع بالتخفيض والبيع الترويجي والبيع في حالة تصفية المخزونات والبيع عند مخازن المعامل والبيع خارج المحلات التجارية بواسطة فتح الطرود
١٣. المرسوم التنفيذي الجزائري رقم ٢١٥-٠٦ الصادر في ٢٠٠٦ .
١٤. قانون التجارة الأردني رقم ١٢ لسنة ١٩٦٦ .
١٥. القرار الوزاري القطري رقم (٥) لسنة ١٩٨٤ بشأن البيع عن طريق التخفيضات العامة للأسعار (التنزيلات).
١٦. قرار وزير الاقتصاد والتجارة القطري رقم (٣١١) لسنة ٢٠١٨ .
١٧. القانون رقم (٦) لسنة ٢٠١٦ بشأن البيع بالأسعار المخفضة (التنزيلات) والتصفيات الصادر عن حاكم رأس الخيمة .
- سابعاً: مقالات ومواقع الأترنت**
- رد واستبدال البضاعة خلال التخفيضات حق أصيل للمستهلك، مقال منشور على الموقع الإلكتروني <https://www-emaratalyoum-com> تاريخ الزيارة ٢٠٢٠/١٠/٣ .
- مقال حول البيع بالتصفية منشور على الشبكة المعلوماتية (الانترنت) وعلى الموقع المتاح <https://www.entreprises.cci-paris-idf.fr/web/reglementation/activites-reglementees/ventes-prix-reduits/liquidations-de-stock> تاريخ الزيارة ٢٠٢٠/٥/٢٠ .
- محمد عبد الله السهلي، مقال منشور على الموقع الإلكتروني <http://www.ariyadh.com> تاريخ الزيارة ٢٠٢٠/٤/١٧ .
- ثامناً: المصادر الأجنبية**

١_ Françoise Dekeuwer Défossez , Droit commercial (Activités commerciales , commerçants fonds de commerce , concurrence , consommation) , ٤ éd, Montchrestien , ١٩٩٥, ٢٦ .

٢_ Massimo Motta, Competin policy: Theory and Practice, Cambridge University press, ١٦h printing. ٢٠٠٧, p ١٦ .

٣_ G.Ribert et R.Roblot: Traite elementaire de droit commercial ١٩٧٢, p. ١٢٢