الجوانب القانونية لتقييد حرية المنافسة في ظل التسعير الجبري (دراسة في ضوء احكام القانون العراقي)

Legal aspects of restricting free competition under price controls (A study in light of the provisions of Iraqi law)

أ.م.د. ريان هاشم حمدون
جامعة كركوك – كلية القانون والعلوم السياسية
dr.rayan.h@uokirkuk.edu.iq

أ.د. أيسر عصام داؤود
جامعة الموصل – كلية الحقوق
dr.aysar.essam@uomosul.edu.iq

تاريخ استلام البحث: ٢٠٢٥/٤/٥ **تاريخ قبول النشر:٢٠٢٥/٧/٨**

الملخص:

يتناول هذا البحث موضوع تقييد حرية المنافسة في التسعير الجبري، باعتباره أحد أهم التحديات القانونية والاقتصادية التي تواجه الاسواق الحرة، لاسيما في الدول النامية، إذ يتناول البحث مفهوم التسعير الجبري كأداة تتدخل بها الدولة في تنظيم السوق، من خلال فرض حد أدنى أو أقصى لأسعار السلع والخدمات، لتحقيق أهداف اقتصادية أو اجتماعية تتعلق بحماية المستهلك أو مواجهة الازمات الاقتصادية. ويركز البحث على تحليل العلاقة الجدلية بين مبدأ حرية المنافسة كأحد ركائز الاقتصاد الحر، وبين التدخل الحكومي في التسعير بوصفه قيداً قد يؤدي الى تراجع كفاءة السوق وابتكار الشركات، وإضعاف جاذبية البيئة الاستثمارية. كما يعرض البحث الاثار القانونية والاقتصادية للتسعير الجبري، مثل الاضرار بمبدأ العرض والطلب، وزيادة احتمالية ظهور السوق السوداء، وتقييد حرية التعاقد، مع إمكانية تعارضه مع الاتفاقيات التجارية الدولية.

وفي سبيل معالجة هذه الاشكاليات، يقترح البحث حلولاً متوازنة تقوم على سياسات سعرية مرنة، مثل وضع سقوف سعرية بدلاً من أسعار ثابتة، وتقديم دعم مباشر للمستهلكين عوضاً عن التدخل الصريح في السوق، بالإضافة الى تعزيز الشفافية والرقابة، وتطوير البنية القانونية بما يحقق التوازن بين حماية المستهلك وضمان المنافسة المشروعة.

الكلمات المفتاحية: التسعير الجبري. حرية المنافسة. تدخل الدولة في السوق.

Abstract:

The research explores the topic of Restricting Freedom of Competition through Compulsory Pricing, considering it one of the most pressing legal and economic challenges faced by free markets, especially in developing countries. The study examines compulsory pricing as a state intervention tool aimed at regulating market prices- either by setting price floors or ceilings– to achieve economic or social goals such as consumer protection or crisis management.

The research focuses on analysing the complex relationship between the principle of free competition- a cornerstone of market economies- and state- imposed

pricing, which may act as a constraint that reduces market efficiency, discourages innovation, and weakens the investment environment. It investigates the legal and economic implications of compulsory pricing, including its potential to disrupt supply and demand mechanisms, promote black markets, restrict contractual freedom, and potentially conflict with international trade agreements. To address these issues, the research proposes balanced solutions based on flexible pricing policies, such as implementing price ceilings instead of fixed prices, offering direct subsidies to consumers instead of explicit price controls, enhancing transparency and regulatory oversight, and developing the legal framework to ensure a balance between consumer protection and fair competition.

Keywords: Compulsory Pricing. Freedom of Competition. State Market Intervention.

المقدمة

أولا: التعريف بموضوع البحث: تعد حرية المنافسة من الركائز الاساسية التي تلعب دوراً محورياً في تحديد آليات السوق الحر وأسعار المنتجات والخدمات، حيث تضمن توفير بيئة اقتصادية عادلة ومتوازنة تتيح للمستهلكين الحصول على المنتجات والخدمات بأفضل الاسعار، وتعكس المنافسة وجود عدد من الشركات أو البائعين الذين يسعون لجذب المستهلكين من خلال تقديم عروض أفضل من حيث الجودة أو السعر أو الخدمات الاضافية، وتصنف المنافسة الى أنواع منها المنافسة الكاملة والمنافسة الاحتكارية، ولكل نوع خصائصه وتأثيراته على السوق.

ومع ذلك فقد تدخلت الدول في بعض الاحيان لتنظيم الاسعار من خلال التسعير الجبري، وهو نظام لتحديد سعر معين لسلعة أو خدمة من خلال سلطاتها المختصة، فهو من الادوات التي تلجأ إليها الحكومات أو الجهات المنظمة لحماية المستهلكين من الاستغلال والحد من الممارسات الاحتكارية وضمان عدالة السوق، ويشمل ذلك وضع حد أدنى أو أقصى للأسعار، أو تحديد أسعار محددة لبعض السلع والخدمات الاساسية بهدف حماية المستهلكين من الاستغلال وضمان استقرار السوق، خاصة في أوقات الازمات.

ومع ذلك، قد يؤدي التسعير الجبري في بعض الحالات الى آثار جانبية مثل نقص المعروض أو تقليل الحوافز للاستثمار والانتاج، والاثر الاهم والاخطر هو تأثير التسعير الجبري على تقييد المنافسة المشروعة. وسنسلط في هذا البحث الضوء على مفهوم التسعير الجبري والاهداف التي تسعى الدولة لتحقيقها من خلاله، والاثار القانونية والاقتصادية التي يمكن أن تتحقق نتيجة اتباع هذا المنهج من قبل الدول، إضافة الى الوسائل والحلول التي يمكن اتباعها للتخفيف من الاثار السلبية للتسعير الجبري على حرية المنافسة.

ثانيا: أهمية البحث: يكتسب هذا البحث أهميته في تسليط الضوء على المبررات القانونية والاقتصادية لهذه الممارسة، إضافة الى ذلك يساعد البحث في تقديم مقترحات لتحقيق التوازن بين حماية المستهلك وتعزيز المنافسة العادلة.

ثالثا: مشكلة البحث: تكمن مشكلة البحث في أن التسعير الجبري قد يؤدي الى تقييد حرية المنافسة، مما يؤثر سلباً على الاقتصاد، سواء من حيث تقليل حافز الابتكار لدى الشركات، أو تقييد خيارات المستهلكين، أو خلق احتكارات غير مباشرة، ومن هذه المسائل يسعى البحث للإجابة عن التساؤلات الاتية:

ما هي الغايات التي ترجو الدولة تحقيقها من تدخلها عن طريق التسعير الجبري؟

ما مدى تأثير هذه الممارسة على حرية المنافسة العادلة في الاسواق؟

ما هي الحلول التي يمكن من خلالها خلق توازن بين حماية المستهلك وحرية المنافسة؟

ومن خلال هذه الدراسة، سيتم تحليل الجوانب المختلفة لموضوع التسعير الجبري ودوره المقيد للمنافسة الحرة، وما أهمية التدخل الحكومي في حماية المستهلك عن طريق هذا الاجراء. عليه فإن التوازن بين حرية المنافسة والتدخل الحكومي في التسعير يعتبر من التحديات القانونية التي تستدعي دراسة معمقة للموضوع لمعرفة العلاقة الجدلية بين المنافسة والتسعير الجبري والاثر المترتب على ذلك، وذلك في المطالب الاتية:

رابعا: منهجية البحث: اتبعنا في هذا البحث المنهج التحليلي في تتبع مفهوم التسعير الجبري وأثره على حرية المنافسة وذلك من خلال عرض وتحليل الإطار المفاهيمي والقانوني المرتبط بالموضوع من خلال التطرق الى النصوص القانونية ذات الصلة، ولا سيما تلك المتعلقة بالتشريعات المنظمة للمنافسة ومنع الاحتكار وحماية المستهلك.

خامسا: خطة البحث: تم تناول موضوع الدراسة على ثلاث مطالب خصصنا المطلب الأول للحديث عن الإطار النظري للمنافسة بتعريفها وبيان خصائصها وانواعها ثم أهميتها، في حين خصصنا المطلب الثاني للإطار النظري للتسعير الجبري ببيان مفهومه وأهدافه وكيفية تدخل الدولة عن طريق التسعير الجبري في العراق، اما المطلب الثالث فسلطنا الضوء فيه على الاثار القانونية والاقتصادية للتسعير الجبري على المنافسة وبينا اهم الحلول المقترحة وختمنا البحث بجملة من النتائج والتوصيات

المطلب الأول: الإطار النظري للمنافسة

تحدد القوانين في معظم الدول قواعد المنافسة لمنع الممارسات غير العادلة التي قد تضر بالمستهلكين أو السوق، وتعد المنافسة عنصر أساسي في الاقتصاد الحر، وهي عامل رئيسي في تحسين الاقتصاد وتقديم أفضل المنتجات والخدمات للمستهلكين، وجزء أساسي من التطور والنجاح سواء على مستوى الافراد أو الشركات أو الدول، وسنبحث في بيان مفهومها وأنواعها وأهميتها في الفروع الاتية:

الفرع الأول: تعريف المنافسة وخصائصها

تعريف المنافسة اصطلاحاً: تعرف المنافسة بأنها (تسابق عدد من الاشخاص في سوق واحدة، نحو هدف اقتصادي يرغب كل منهم في بلوغه على أكمل وجه، وذلك عن طريق عرض منتجات أو خدمات لإشباع حاجات مماثلة أو متقاربة) [١].

وتعرف أيضاً بأنها (تزاحم بين البائعين والمنتجين لكسب العملاء، وترك كميات من السلع والاسعار لقوى العرض والطلب وبحرية تامة) [٢].

ومفهوم المنافسة وفقاً لما تقدم، يتركز على آليات السوق المتمثلة بقوى العرض والطلب، وبالوقت ذاته، يكون هناك تسابق وسعي بين المنتجين والبائعين للوصول الى هدفهم والمتمثل بالحصول على أعلى نسبة من الارباح والوسيلة في ذلك جذب العملاء إليهم [٣].

تعريف المنافسة قانوناً: أما تعريف المنافسة قانوناً فقد تعددت الآراء بشأن المضمون القانوني لها، وذهب جانب من الفقه لتعريفها بأنها (سلوك انساني يهدف الى التفوق على الغير، ويقترن غالباً بالنشاط التجاري) [٤]، ويلاحظ على هذا التعريف بأنه لم يحدد مفهوم المنافسة بصورة واضحة، بوصفه للمنافسة بكونها سلوك انساني، لكنه أكد على أن النشاط التجاري هو الساحة الرئيسية للمنافسة.

وهناك من يعرفها بأنها (التزاحم بين التجار في اجتذاب العملاء، وترويج أكبر قدر ممكن من المنتجات والخدمات، ضماناً لازدهار التجارة ازدهاراً يؤدي الى بقاء الاصلح) [٥]. ويلاحظ على هذا التعريف بأنه عبر عن المنافسة بالتزاحم بين التجار، اعتماداً على مبدأ حرية المنافسة والمتفرع من مبدأ حرية التجارة. أما المشرع العراقي فقد عرفها في قانون المنافسة ومنع الاحتكار العراقي رقم (١٤) لسنة ٢٠١٠، في الفقرة الاولى من المادة الاولى منه بأنها (الجهود المبذولة في سبيل التفوق الاقتصادي)، كما عرفها قانون المنافسة لإقليم كوردستان العراق رقم (٣) لسنة ٢٠١٣ في المادة (٥/١) بأنها: (مزاولة الانشطة الاقتصادية وفقاً لآليات السوق...). ويمكن التعبير عنها بأنها عملية تأصيل وانتقاء وتطبيق [٦]. وفي ضوء ذلك فإن المنافسة تعني كل الاعمال والجهود التي يستخدمها التجار بهدف التقدم الاقتصادي في مجال الانتاج والتجارة، وإن أول ما نلاحظه على هذه المادة ان قانون المنافسة ومنع الاحتكار العراقي عند تعريفه للمنافسة، فإنه قد جعل كلمة المنافسة مقترنة بالنشاط الاقتصادي، حتى اتصفت بأنها إحدى الشروط اللازمة لاحترافه، وتعد المنافسة مبدأ أساسي في الميدان التجاري كما هو الحال في الميدان الاقتصادي، ففي الميدان التجاري تعد حرية التجارة وحرية المنافسة مصطلحان مترادفان، حتى قيل بأن (الضرر الناشئ عن المنافسة يعتبر ضرراً مشروعاً، واما حالة المنافسة التجارية فهي من الحالات التي يجيز فيها القانون إلحاق الضرر بالغير طالما كانت التجارة مشروعة، فالمنافسة الشريفة تقوم على الابداع وموهبة التاجر والتزامه بأصول التعامل التجاري. ويلاحظ كذلك عدم وجود تعريف جامع، وذلك لوجود لفظ (الجهود) والتي تدل على ان التجار يسلكون أعمال وطرق معينة من أجل التفوق الاقتصادي، والمتمثل بالحصول على الارباح لكسب العملاء وتقديم أفضل الخدمات والسلع لهم، فالمنافسة لا تقتصر على الجهود التي تعطي معنى بذل الوسع والقيام بعمل ما، فما يبذله الشخص قد يكون جهداً أو نفقات، فالنفقات وفق ما تقدم تكون بذلك خارجة عن التعريف، رغم أن بعض التجار قد يستخدم اسلوب بذل أو التضحية ببعض النفقات في سبيل التفوق الاقتصادي، كمن يبيع بأقل من السعر المعتاد وفي الحدود المعقولة لغرض الحصول على العملاء [٧].

وبعد عرض التعريفات السابقة نرى أنه كان الاجدر بالمشرع العراقي عدم تعريف المنافسة بل ترك هذا الامر للفقه والقضاء، ونستطيع أن نتوصل الى تعريف يجمع كل ما يتضمنه المصطلح، وذلك بتعريفها على أنها **(تزاحم بين التجار لكسب أكبر عدد ممكن من العملاء عبر الترويج لسلعهم أو خدماتهم بطرق مشروعة في سبيل الحصول على أعلى نسبة من الارباح)**.

الفرع الثاني: أنواع المنافسة

تتنوع أشكال المنافسة بين منافسة تامة ومنافسة احتكارية:

أولاً: المنافسة التامة: ويقصد بها أن يسير النشاط الاقتصادي في السوق على أساس التنافس بين الوحدات الاقتصادية (تنافس بين البائعين للسلع المتماثلة لاجتذاب المشترين، وتنافس بين المشترين للحصول على السلع والخدمات اللازمة لإشباع رغباتهم، وتنافس بين الراغبين في العمل للحصول على عمل، وبين أصحاب الاعمال المحتاجين لعمال، وتنافس بين المقترضين للحصول على رؤوس أموال للحصول على استثمارات مربحة) [٨]. وتعتبر سوق المنافسة التامة سوق مثالية، تعتمد على ترك السوق يتصرف وفقاً لقواعد العرض والطلب دون تدخل من الحكومة، وذلك للحصول على أفضل النتائج لكل من المستهلكين والمنتجين لتوجيه حجم المعروض استجابة للطلب وفق أسس تنافسية داخل السوق الذي يضم عدد من المنتجات المتنوعة والتي تعتبر بدائل قريبة جداً من بعضها، ويعتبر مصدر التنوع في ماهية الاختلاف في طريقة التصميم أو التعبئة ولا تتحقق إلا بتوافر الشروط الاتية:

١. وجود عدد كبير من المنتجين ومن المستهلكين لسلعة معينة، بحيث لا يؤثر نشاط أحدهم في البيع أو في الشراء على الصفقات الاخرى المعقودة، أو على الاسعار التي تعقد بها هذه الصفقات.

٢. فحصة السوق التي يمتلكها كل بائع ومشتري هي حصة صغيرة جداً، فكل منتج ينتج جزءاً بسيطاً من مجموع الانتاج الكلي، وطلب كل مشتري يشكل جزءاً صغيراً من حجم الطلب الكلي، لذا فإن أي تغيير في خططهم لن يكون له أي تأثير على سعر السوق.

٣. ليس هنالك عوائق أو صعوبات للدخول في السوق أو الخروج منه، فإي منتج جديد له حرية الدخول الى السوق إن رغب، وأي منتج موجود له حرية التوقف عن الانتاج ومغادرة السوق إن أراد ذلك.

٤. يعتبر السعر معطى في سوق المنافسة التامة، فكل من المشترين والبائعين يجب أن يتقبل السعر السائد في السوق، فلا يستطيع تغييره بمجرد إرادته. فإذا حاول مشتر بمفرده أن يخفض السعر، فلن يجد من يبيعه الكمية التي يريد، وإذا حاول بائع بمفرده أن يرفع السعر، انصرف عنه المشترون فلا يجد من يشتري منه الكمية التي يعرضها.

٥. كل وحدات السلعة المتداولة في هذا السوق متجانسة أي انها متماثلة تماماً، وهذا يجبر المنتجين على البيع بالسعر السائد في السوق، لان أي زيادة على هذا السعر ستقابل بانعدام الطلب، فليس هناك من دافع لدى المستهلك لتفضيل منتج على آخر نظراً لتماثل السلعة.

٦. ليس للدعاية والاعلان أي أثر على السوق نظراً لتجانس السلع.

٧. يشترط في هذا السوق توفر المعلومات الكاملة لدى كافة البائعين والمشترين عن السعر السائد في السوق، وعن سائر الشروط الاخرى المتعلقة بصفقات بيع وشراء السلعة، مثل تكاليف الانتاج ومستويات الارباح، وإن ذلك من شأنه أن يحمي المستهلكين في حالة تلاعب أحد المنتجين بالأسعار.

٨. هناك حرية كاملة في حركة انتقال عناصر الانتاج بين الانشطة والقطاعات الاقتصادية. وخير مثال على أسواق المنافسة التامة هي سوق المنتجات الزراعية، حيث تتوفر فيه جميع الشروط [٩].

ثانياً: المنافسة غير الكاملة (غير التامة): وهي منافسة قائمة على تخلف شرط من الشروط اللازمة لتحقق المنافسة الكاملة، وهناك نوعين من أنواع المنافسة غير الكاملة، وهما احتكار القلة والمنافسة الاحتكارية:

١. **احتكار القلة (شبه الاحتكار):** ويتميز هذا النوع من المنافسة بوجود عدد قليل من المشروعات التي تستأثر فيما بينها على الجزء الاعظم من السوق بينما تتقاسم بقية المشروعات التي تمارس نشاطها في ذات السوق على الجزء الثانوي منه [١٠]. ويمكن التعبير عنه بشكل آخر بوجود عدد قليل من المؤسسات التي تتحكم بسعر سلعة نتيجة احتكار سوق سلعة ما، فيكون في السوق عدد قليل من المنتجين أو العارضين ويقابلهم عدد كبير أيضاً من المشترين أو الطالبين. وغالباً ما تقوم منشآت صناعة احتكار القلة بإنتاج وبيع سلع وفيرة ومتنوعة، وهذا النوع من المنافسة غير التامة والمتمثلة باحتكار القلة حالة حديثة تسود أغلب الاقتصاديات الرأسمالية في الوقت الحاضر [١١].

٢. **المنافسة الاحتكارية:** تعتبر المنافسة الاحتكارية خليط من المنافسة الكاملة والاحتكار التام، الذي عرفه قانون المنافسة العراقي في الفقرة الثانية من المادة الاولى منه بأنه (كل فعل أو اتفاق أو تفاهم صدر من شخص أو أكثر طبيعي أو معنوي أو ممن توسط بينهم للتحكم بالسعر أو نوعية السلع والخدمات بما يؤدي الى إلحاق الضرر بالمجتمع)، فالمنافسة الاحتكارية هي سوق أقرب الى المنافسة الكاملة مع الاخذ ببعض جوانب الاحتكار، ويظهر ذلك من خلال الخصائص الاتية:

١. تعدد المشروعات والمؤسسات التي تعمل في السوق وإن كانت أقل مما هي عليه في سوق المنافسة الكاملة، وهذا يعني ان حصة كل مؤسسة في السوق هي حصة صغيرة نسبياً لا يكون لها تأثير كبير في سوق السلعة [١٢].

٢. الاختلاف وعدم التجانس في السلع التي تنتجها المؤسسات في السوق، وهي تعد بدائل جيدة، مما يشكل إخلالاً رئيسياً في سوق المنافسة الكاملة حيث تنتج جميع المؤسسات في ذلك السوق سلعة متطابقة تماماً بخلاف الامر هنا، وذلك عن طريق جعل السلعة تبدو مختلفة ومتميزة في عيون المستهلكين، مما يتيح للمؤسسة امكانية رفع سعر سلعتها دون أن تفقد زبائنها[١٣].

ورغم وجود آثار سلبية للمنافسة الاحتكارية، إلا أن وجود عدد كبير من المؤسسات التي تنتج كمية متنوعة من السلع، يتيح للمستهلك مجموعة أكبر من الخيارات الاستهلاكية، وهو أمر مرغوب فيه. لكن يجب ملاحظة ان الاحتكار إذا كان أمراً محظوراً لكنه في بعض الاحيان ليس محظوراً لذاته لان المنافسة الحرة قد تؤدي إليه في حال تفوق التاجر على منافسيه وانصراف العملاء إليه، بل قد يكون الاحتكار أمراً مفروضاً في حالة الاحتكار الطبيعي عندما لا يستوعب السوق إلا تاجر واحد، لذلك فالمحظور هو الوصول الى المركز الاحتكاري عن طريق القيام بأعمال تعد من أعمال المنافسة غير المشروعة [١٤].

٣. سهولة الدخول والخروج من السوق، وفي هذه الحالة تتشابه سوق المنافسة الاحتكارية مع المنافسة الكاملة، فليس هناك عوائق من حيث الدخول الى السوق والخروج منه.

وبتقييم كل ما سبق من أنواع المنافسة نستطيع أن نتوصل الى أن نظام المنافسة الكاملة لا يمكن أن يتفق مع الواقع العملي التجاري والصناعي، أما نظام الاحتكار فهو يؤدي الى إصابة الاقتصاد الوطني للدولة بأضرار جسيمة، أما بالنسبة لنظام المنافسة غير الكاملة فهو النظام السائد في الوقت الحاضر في الدول التي تأخذ بمبدأ حرية التجارة والمنافسة كأساس للحياة الاقتصادية، مما أدى بهذه الدول الى سن قوانين تهدف لحظر الممارسات التي تضر بالمنافسة في سوق تلك الدول [١٥].

الفرع الثالث: أهمية المنافسة

للمنافسة أهمية كبيرة في وقتنا الحاضر، كونها تشكل أساساً للعملية الاقتصادية، إضافة الى أن الاسواق التنافسية هي المحققة لمصالح المستهلكين والمنتجين في الوقت ذاته، إذ أنها تسمح للمستهلك بالحصول على السلع ذات الجودة العالية بسعر أفضل، كما انها توفر للمنتج الحافز لرفع مستويات انتاجه وذلك بإدخال التقنيات الحديثة والمتطورة في الانتاج لرفع مستوى الجودة والنوعية للسلع المنتجة. ولا تقتصر أهمية المنافسة على المستهلك أو التاجر، بل تشمل اقتصاديات الدول أيضاً، وهذا ما سنوضحه فيما يأتي:

أولاً: أهمية المنافسة بالنسبة للمستهلك: يعد المستهلك عنصر فعال ومؤثر على المنافسة، فقراره هو المحرك للطلب، إذ انه يشكل دافع لتحسين الانتاج عن طريق الزيادة في الطلب وهو الطريقة الفعالة لاستبعاد المنتج غير الجاد وغير القادر على المنافسة، مهما كان السبب سواء لانخفاض جودة المنتج أو لارتفاع أسعاره[١٦]. وهذا يتيح للمستهلك أسعر مخفضة وخيارات متعددة على مستوى المنتج المطلوب إضافة الى خدمات أوفر وأفضل.

وللمنافسة أهمية كبيرة بالنسبة للمستهلك من خلال جودة المنتجات وتحسين نوعيتها وانخفاض أسعارها[١٧]. وهناك طريقين لتحقق أهمية المنافسة بالنسبة للمستهلك:

١. عن طريق تقليل تكاليف الانتاج من خلال استغلال الابحاث الصناعية واستخدام الطرق العلمية الحديثة من أجل انتاج كمية أكبر بكلفة أقل.

٢. القبول بأقل ربح ممكن، مما سيؤدي حتماً الى انخفاض في الاسعار[١٨].

٣. وتتضح أهمية المنافسة بالنسبة للمستهلك من خلال قوانين المنافسة، فمثلاً نرى أن المشرع في قوانين الاحتكار الامريكية تستهدف بالدرجة الاساس تحقيق الرفاهية للمستهلك كمصلحة نهائية لأعمال المنافسة[١٩]. وكذلك ما ورد في قانون حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية المصري في المادة التاسعة منه[٢٠]، وذلك عندما استثنى بعض الممارسات المخلة بالمنافسة إذا كانت تؤدي الى تحقيق فائدة للمستهلك تفوق آثار الحد من المنافسة، أي استثناء الممارسات الضارة والمقيدة للمنافسة إذا كانت ترجع بالمنفعة والفائدة على المستهلك ولو كانت هذه الممارسات تحد من المنافسة.

أما في قانون المنافسة ومنع الاحتكار العراقي فلا يوجد مثل هذا الاستثناء، لكن يمكن القول بأن هذا القانون يستهدف حماية المستهلك من خلال الاستدلال بما يأتي:

١. المادة الثانية من القانون والتي تقرر بأن الهدف من القانون تنظيم المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية الضارة بالمجتمع.

٢. المادة (١٥) من القانون والتي نصت على إلزام مجلس القضاء الاعلى بتشكيل محاكم للنظر في النزاعات التي تنشأ عن حماية المستهلك والمنافسة ومنع الاحتكار. وهكذا نرى بأن قوانين المنافسة قد أكدت على اهمية المنافسة للمستهلك.

ثانياً: أهمية المنافسة بالنسبة للتجار: وتظهر أهمية المنافسة بالنسبة للتجار كونها تنظم العمل بينهم، من خلال ما تفرضه عليهم من المناهج والمفاهيم، والغاية منها توزيع الموارد بشكل عقلاني وتحسين طرق الانتاج وزيادة جودة المنتجات أضافة الى تشجيع التقدم الصناعي والتكنولوجي، وذلك لان المنافسة تدفع التاجر ليبذل قصارى جهده من أجل تحسين طرق الانتاج ووسائل تخفيض تكاليف الانتاج للمنتجات والخدمات الى أدنى سعر، لذلك تعد المنافسة ضرورية في النشاط التجاري [٢١].

وتتضح أهمية المنافسة بالنسبة للتجار من خلال الحصول على أعلى نسبة من الارباح، وذلك عبر الترويج لسلعهم ومنتجاتهم بتقديم الاعلانات التجارية لها، أو عن طريق إقناع مستهلكين جدد بالتعامل معهم دون اللجوء الى منافسين آخرين، أو من خلال التأكيد بأن سلعهم ومنتجاتهم ليس لها مثيل في الاسواق[٢٢].

إضافة الى ذلك فإن المنافسة المشروعة تعطي حقاً لكل شخص يرغب بالعمل بالتجارة، كونها تؤدي دوراً مهماً في حماية حرية العرض والطلب، فمن حيث حرية العرض يحق لكل شخص أن يعمل بالتجارة وأن ينافس غيره وينتقل من قطاع لآخر، إذ لا يجوز وضع عوائق لدخول تاجر منافس الى السوق، أما من حيث الطلب، فيتمثل في حق العميل بالاستناد الى مبدأ حرية التعاقد فيما يريده من التجار وفقاً للشروط التي يريدها، وتستهدف المنافسة في نفس الوقت الحد من المغالاة في تطبيق مبدأ حرية التجارة والمنافسة للإضرار بالتجار الاخرين.

ثالثاً: أهمية المنافسة بالنسبة لاقتصاد الدولة: وتظهر أهمية المنافسة في هذا المجال كونها تعد من المبادئ الاساسية للنشاط التجاري، وآثارها الايجابية على المجتمع والدولة من حيث تحسين الانتاج والمردودات الجيدة، إضافة لكونها تؤدي لتحقيق الرفاهية الاقتصادية للمجتمع، وتسهم في تقليل ما يضيع من القدرات الاقتصادية، من خلال توظيفها جيداً بعيداً عن الاسراف في المواد الاولية وتبديد الجهود والاموال، وهذا يشكل دعامة هامة للاقتصاد الوطني، وكذلك فإن استقرار الاسواق من حيث الاسعار ومستوى الانتاج يشجع على الاستثمار الاجنبي والذي بدوره يؤدي الى التنمية الاقتصادية للدولة والتطور في الاقتصاد والتجارة وتوفير فرص العمل[٢٣].

وتتمثل الاثار الايجابية للمنافسة كذلك بإقامة التوازن بين الانتاج والاستهلاك من خلال التخلص من الركود الاقتصادي، مما يؤدي الى تفادي حصول فائض في العرض أو نقص في الطلب أو العكس،

إضافة الى استبعاد المشروعات الضعيفة في السوق والتي لا تقدم الافضل من السلع والخدمات، وتشجيع بقاء المشروعات الناجحة ذات النفقات المخفضة والجودة العالية استناداً لمبدأ البقاء للأصلح [٢٤].

وتظهر أهمية المنافسة كذلك في الصناعة الوطنية، من خلال التشجيع عليها وتوفير منتجات وسلع بأسعار مناسبة للمستهلك، وهذا يؤدي الى الاعتماد على المنتجات والسلع الوطنية والابتعاد عن المنتجات الاجنبية التي قد لا تحقق الغاية المتوخاة في نفع المجتمع، إضافة الى زيادة تشغيل الايدي العاملة، مما يتحقق معه القضاء على البطالة ودفع النشاط التجاري الى الامام [٢٥].

وتساعد المنافسة الدولة من خلال تحقيق هدف مزدوج يتمثل بتحقيق تنمية الاقتصاد الوطني ورفاهية المستهلك من خلال وفرة الانتاج وتحسين الخدمات المقدمة للمستهلك.

وبالنظر لهذه الاهمية الكبيرة للمنافسة وما تحققه من آثار ايجابية بالنسبة للمستهلك والتجار والاقتصاد الوطني، فقد تدخلت الدول تشريعياً لحماية المنافسة وتنظيمها ومنع الممارسات المقيدة لها لتفادي الاثار السلبية عن هذه الممارسات والتي قد تسبب الضرر للسوق والمستهلكين على حد سواء.

المطلب الثاني: الإطار النظري للتسعير الجبري

رغم أن مبدأ حرية المنافسة من المبادئ الاساسية المنبثقة عن حرية التجارة والصناعة والتي يكفلها الدستور، ورغم ما يحققه هذا المبدأ من منافع عديدة على الاقتصاد وعلى المستهلك فضلاً عن المنافع التي تنعكس على أسعار المنتجات والخدمات. إلا ان هذا المبدأ لا يمكن الاخذ به على إطلاقه، فحرية المنافسة لا تعني ترك السوق دون تنظيم، وإنما ممارسة النشاطات تخضع لمجموعة من الضوابط التشريعية والتنظيمية، لمنع التجاوز على السوق والموازنة بين المصلحة العامة للمجتمع والمصلحة الخاصة للمؤسسات.

وتواجه الدول النامية مشكلة التوفيق بين تفعيل حرية المنافسة من جهة وحماية الصناعات الناشئة والاستراتيجية وحماية المستهلك من جهة أخرى، مما يلزم تدخل الدولة في تحديد الاسعار، حيث يهدف هذا التدخل الى بلوغ أهداف اقتصادية واجتماعية، تتمثل الاهداف الاقتصادية في اعتبار الدولة السعر وسيلة تشجيع بعض القطاعات كوسيلة لإقرار التوازن الاقتصادي العام في الدولة، أما بالنسبة للهدف الاجتماعي، فيتمثل في المحافظة على القدرة الشرائية لذوي المداخيل الضعيفة، كما تعمل على التحكم في الكوارث والازمات في حالة حدوث مشاكل اقتصادية ناتجة عنها[٢٦]، ولمعرفة المقصود بالتسعير الجبري وأهدافه ارتئينا تقسيم هذا المطلب الى الفروع التالية:

الفرع الأول: التعريف بالتسعير الجبري

للتعريف بمفهوم التسعير الجبري يجب علينا تعريفه اصطلاحاً ثم تعريفه قانوناً وفق ما يلي:

اولاً: تعريف التسعير الجبري اصطلاحاً: هو تحديد السعر لبعض السلع والخدمات من قبل جهات السلطة المختصة، وإلزام أصحاب السوق بتلك الاسعار تحقيقاً للمصلحة العامة والخاصة. والتسعير الجبري هو سياسة تتدخل الدولة بموجبها في السوق، عن طريق تحديد حد أقصى للثمن لا يجوز للبائعين

أن يبيعوا بأكثر منه، أو عن طريق وضع حد أدنى لا يجوز لهم أن ينزلوا الى أقل منه. وهو القيمة النقدية التي تفرضها الدولة مقابل الحصول على وحدة واحدة من سلعة أو خدمة معينة[٢٧].

ثانياً: تعريف التسعير الجبري قانوناً: بالرجوع الى قوانين المنافسة، فإننا لا نجد تعريفاً صريحاً للتسعير الجبري، إلا أن فقهاء القانون ذهبوا لتعريفه بأنه التسعير الذي يفرضه القانون بحيث لا يمكن تجاوزه، أي المقابل النقدي المحدد لثمن سلعة معروضة ومحدد من قبل الدولة[٢٨].

والتسعير الجبري يعد وسيلة للتأثير في ثمن السوق، وذلك لان الدولة تحدد الثمن الذي تراه مناسباً وتفرضه على الاشخاص المتعاملين في السوق. ويمكن للدولة أن تتخذ سياسة التسعير الجبري في الظروف العادية وكذلك في الظروف غير العادية.

ففي الظروف العادية قد تلجأ الدولة لوضع تسعير جبري للسلع الاساسية لمواجهة مغالاة التجار والمنتجين في الارباح، في سبيل حماية المستهلك. أما في ظل الظروف غير الاعتيادية مثلاً حالات الحروب والطوارئ، فقد تلجأ الدولة الى التسعير الجبري لبعض السلع لمواجهة التضخم وتدهور قيمة النقود والذي يؤدي لزيادة الاسعار في البلد مما يهدد الاقتصاد القومي ولا تكون مواجهة هذه الحالة إلا عن طريق تدخل الدولة بتحديد الاسعار.

إضافة الى ذلك فقد تلجأ الدول النامية لاتخاذ سياسة التسعير الجبري عند زيادة الطلب الكلي على مختلف البضائع والسلع ويصبح الجهاز الانتاجي عاجز عن مواجهة هذه الزيادة مما يؤدي الى ارتفاع الاسعار وتدهور القوة الشرائية للطبقات محدودة الدخل، فيكون تدخل الدولة في هذه الحالة عن طريق التسعير الجبري[٢٩].

الفرع الثاني: أهداف التسعير الجبري

ويقصد من تدخل الدولة في تنظيم الاسعار، الوصول الى عدة أهداف تتمثل بما يأتي:

أولاً: الهدف الاقتصادي من التسعير: إن تدخل الدولة في تحديد الاسعار يعد وسيلة لتشجيع بعض القطاعات ووسيلة لإحداث توازن اقتصادي، وذلك لان الدولة قد تحارب ارتفاع الاسعار للتخفيف من أزمة التضخم التي تضرب قطاع اقتصادي معين، وقد ترتفع الاسعار عن طريق فرض ضرائب معينة، بقصد ايقاف انتاج معين بقصد تغطية الميزانية أو لتشجيع الاستثمارات في منطقة معينة، أو لمكافحة المضاربة والتي تعد ممارسة تدليسية تهدف الى تحقيق أرباح ذاتية تهدد استقرار وأمن السوق، وقد تتدخل لمحاربة الاحتكار الذي يعد وسيلة لإهدار حرية التجارة والصناعة والزراعة والتحكم في السوق، وقد تتدخل لتحديد الاسعار لمقتضيات النظام الاقتصادي بشكل عام.

ثانياً: الهدف الاجتماعي للتسعير: فعادة ما تتدخل الدولة لإيقاف ارتفاع أسعار بعض السلع والخدمات وخاصة أسعار المواد الضرورية بقصد المحافظة على القدرة الشرائية لذوي المداخيل المحدودة والثابتة، والمضاربات التي تؤدي الى استغلال المستهلك في المعادلة الاقتصادية، كما انها تقوم بتحديد أسعار المنتجات لجعل السعر معلوم لدى كافة الافراد وبالتالي يستطيع المستهلك مواجهة البائعين

والتجار، والاحتجاج عليهم بالسعر المعلوم. ويتضح ان الهدف الاجتماعي من تدخل الدولة عن طريق التسعير الجبري لبعض السلع يتمثل بحماية المستهلك وحماية بعض المنتجين (بسبب أهمية المنتج للاقتصاد القومي)، وتحقيق التوازن بين العرض والطلب، والحد من احتكار السلع وارتفاع الاسعار وقت الازمات. والمقصود بحماية المستهلك هو عدم ارهاقه في أسعار لا قبل له بها، وخاصة محدودي الدخل، وقد تكون هذه الحماية لمواجهة غلاء المعيشة حيث تقوم الدولة بتحديد أثمان كثير من السلع [٣٠].

الفرع الثالث: كيفية تدخل الدولة عن طريق التسعير الجبري في العراق

تأخذ الاسعار الصفة القانونية عندما تتدخل الدولة في تحديدها وذلك لمقتضيات المصلحة العامة، ورغم ان التسعير الجبري يعد أحد الادوات القانونية التي تستخدمها الدولة لضبط السوق وحماية المستهلكين من الممارسات الاحتكارية والجشع التجاري. إلا أن الدولة لا تلجأ إليه إلا على سبيل الاستثناء، لان الاصل في النظام الاقتصادي بشكل عام والعراق خاصة هو مبدأ حرية المنافسة، وإن التدخل عن طريق تحديد الاسعار جبراً يعد قيد على مبدأ حرية المنافسة، لذلك لا يكون اللجوء إليه إلا في الظروف الاستثنائية. وقد عالج المشرع العراقي مسألة التحديد الجبري للأسعار في إطار قواعد النظام العام، وذلك من خلال ما نص عليه في المادة (٢/١٣٠) من القانون المدني العراقي، ضمن عنوان قوانين التسعير الجبري، أو أية قوانين يتم إصدارها لحماية حاجة المستهلك في الظروف الاستثنائية، ونصت المادة على أنه (ويعتبر من النظام العام بوجه خاص الاحكام المتعلقة ب. وقوانين التسعير الجبري وسائر القوانين التي تصدر لحاجة المستهلكين في الظروف الاستثنائية) [٣١].

ورغم ان المشرع العراقي في قانون حماية المستهلك رقم (١) لسنة ٢٠١٠، لم يعالج فكرة التسعير الجبري بل ترك ذلك لمبدأ الحرية في تحديد الاسعار [٣٢]، فحدد حقوق المستهلك في حصوله على كل ما يثبت شراءه للسلع والخدمات مبيناً فيها كل تفاصيلها من حيث النوع والكم والسعر [٣٣]، إلا أنه فرض عدداً من العقوبات قصد منها توفير أكبر درجات الحماية للأسعار، بما يتفق وفكرة الاعتداد بالأسعار التي تتحدد بنظام العرض والطلب لحماية المستهلك. وتقوم الدولة بتحديد أسعار رسمية لها لغرض منع التلاعب بهذه الاسعار حفاظاً على القدرة الشرائية للفئات محدودة الدخل من المواطنين، خاصة في حالة وجود ظروف استثنائية فإن تسعير السلع والخدمات الضرورية يجب أن يكون ضمن الاليات التي تتدخل فيها الدولة بتحديد الاسعار لغرض ضبط السوق واستقرار الاسعار فيه [٣٤]. وهذا ما نصت عليه المادة (٢/٣) من قانون المنافسة ومنع الاحتكار العراقي [٣٥]، والتي نصت على أنه (تستثنى من حكم البند (أولاً) من هذه المادة القرارات التي تصدرها وزارة الصناعة والمعادن ووزارة التجارة بناءً على تخويل مجلس الوزراء في تحديد أسعار السلع والخدمات الاساسية بناءً على قيام ظرف استثنائي طارئ وللمدة التي يتطلبها الظرف المذكور).

ويكون تدخل الدولة في تحديد الاسعار، من خلال معرفة العناصر المكونة لها من تكلفة، وتحديد الارباح وتسقيفها، وهذا ما يمثل السقف الاعلى للسعر، حتى تتخذ الاجراءات والتي تكون كفيلة للحيلولة دون ارتفاع الاسعار، سواء للسلع او الخدمات، ومن أهم تلك السلع، المواد الغذائية وخدمات النقل

والاتصالات، وما يدخل في الصناعة من منتجات كالنفط والغاز[٣٦]. وسعى المشرع العراقي الى سن قوانين لغرض تنظيم وتسعير الخدمات المتعلقة بالمرافق العامة للمستهلكين من خلال قيام مؤسسات الدولة باستيفاء الاجور على الخدمات المقدمة لهم تبعاً لتسعير محدد مسبقاً من قبل الدولة، كون هذه الخدمات تمس المصالح الاساسية للمواطن، ولا يمكن التلاعب بها من قبل الافراد او الشركات التي قد تستغل الحاجة لهذه الخدمات لتحقيق مصالحها.

لذلك، تدخلت الدولة في هذه الناحية، ومن خلال مجلس تنظيم التجارة الداخلية والخارجية بتحديد الاسعار، إذ نصت في المادة (٤/٣) من القانون وضمن اختصاصات المجلس على أنه (تناط بالمجلس مهمة ... ٤- رسم سياسة التسعير وتحديد أسعار السلع والخدمات وتوفيرها بما يمنع الاحتكار ووضع اليد عند الضرورة...). ويبين ذلك أن الفلسفة التي تبناها المشرع العراقي آنذاك هو الاقتصاد الموجه، والذي تتدخل الدولة بموجبه بكافة المفاصل، وعدم ترك أي هامش للمتنافسين والتجار من ممارسة أنشطتهم بحرية واستقلال، إلا أن هذا النهج تم الاستغناء عنه بعد عام ٢٠٠٣ وتركت لحرية المنافسة أمر تحديد الاسعار دون أن يكون للدولة أي تدخل فيها[٣٧].

وبصدور قانون حماية المستهلك رقم (١) لسنة ٢٠١٠، من خلال نص المادة (١١) منه، فقد ترك آلية تحديد أسعار السلع والخدمات لقوى العرض والطلب ورغم ذلك، ومن خلال الرجوع لنص المادة (٧) من نفس القانون، والتي نصت على أنه (يلزم المجهز والمعلن بما يلي: أولاً: التأكد من تثبيت البيانات والمواصفات والمكونات الكاملة للمنتج ...)[٣٨]، فنرى أنها ألزمت المنتج بتثبيت بيانات السلع والخدمات وذلك أتاحت للمستهلك الموازنة بين أسعار السلع والخدمات لعدة منتجين واقتناء المناسب لهم من المعروض، وجاء ذلك في ظل الحماية القانونية لحرية المنافسة المشروعة وعدم تقييدها[٣٩].

وكذلك ما ورد في بعض القوانين الاخرى مثل قانون مزاولة مهنة الصيدلة العراقي رقم (٤٠) لسنة ١٩٧٠ المعدل، والذي نصت المادة (٤٩) منه على أنه (١- تشكل لجنة في الوزارة باسم لجنة تسعير الادوية ...٢- تقوم اللجنة بوضع الاسس لتحديد أسعار الادوية والمستحضرات الطبية المستوردة والمصنوعة محلياً وفق جداول تضعها لهذا الغرض. ٣- على كل من المستورد ومدير مصنع الادوية أن يدون سعر البيع بالمفرد على كل ما يستورده أو ينتجه وفقاً لتعليمات يصدرها الوزير. ٤- على المدير أن يبيع الادوية والمستحضرات الطبية بالأسعار المحددة لها)[٤٠]، وما ورد في قانون المؤسسة العامة للأدوية والمستلزمات الطبية رقم (٩) لسنة ١٩٨٣، إذ نصت الفقرة الثالثة من المادة (٣) منه على أنه (تختص المؤسسة بالأمور الاتية:...٣- وضع القواعد الاساسية لتحديد الاسعار لكل صنف من الادوية والكيمياويات والمستلزمات الطبية لضمان السعر المناسب للمستهلك وللصيدليات والجهات ذات العلاقة...)[٤١]. إضافة الى ما قد يحققه (مشروع تسعير الادوية في القطاع الخاص لعام ٢٠٢٥)، الى جانب دعم الصناعة الدوائية الوطنية، فإنه سيسهم في ضمان تسعير جميع الادوية المتداولة في القطاع الخاص، بالإضافة الى فحصها وتسجيلها بشكل رسمي، مما يصب في مصلحة المستهلك[٤٢].

إضافة لما يصدر من أوامر وتعليمات بين فترة وأخرى لمواجهة ظروف محددة في البلد، ومنها أوامر ديوان الرقابة المالية وتعليمات وزارة التجارة بما يخص أسعار بعض السلع الاساسية (كالطحين والوقود والمواد التموينية...)، وأبرز مثال على ذلك (نظام البطاقة التموينية) والذي يعتمد على تسعير جبري مدعوم من الدولة. وكذلك لمواجهة حالات طارئة مثل قرارات اللجنة العليا للصحة والسلامة الوطنية[٤٣] خلال الازمات (مثل جائحة كورونا)، حيث أصدرت اللجنة أوامر بتحديد ومتابعة ومراقبة أسعار الادوية وبعض المستلزمات الطبية مثل الكمامات والمعقمات وبعض المواد الغذائية وضمان عدم ارتفاع أسعارها، كإجراء مؤقت لكنه جبري.

المطلب الثالث: الاثار القانونية والاقتصادية للتسعير الجبري على المنافسة والحلول المقترحة لمعالجتها

يعد تدخل الدولة من أهم القيود التي يخضع لها مبدأ حرية المنافسة، فالتسعير الجبري هو الاداة التي تستخدمها الدولة لحماية السلع الضرورية للمستهلك من خلال تدعيمها أو تحديد هامش للربح او تحديد أسعارها [٤٤]. ورغم إن تدخل الدولة عن طريق التسعير الجبري كان له فوائد عديدة في حماية الاقتصاد الوطني بشكل عام، وحماية المستهلك بشكل خاص، عن طريق تحديد الاسعار للسلع والخدمات، خاصة السلع التي تحظى بالدعم من قبل المشرع وهو ما بينته المادة (٣) من قانون تنظيم التجارة العراقي رقم ٢٠ لسنة ١٩٧٠ المعدل، والتي نصت على أنه (تناط بالمجلس رسم وتنظيم السياسة التجارية }جمهورية العراق{ والاشراف على تنفيذها ضمن إطار خطة التنمية بما يكفل تطوير وحماية الاقتصاد القومي ومنع الاحتكار والتلاعب بأسعار السلع والخدمات وتوفيرها للمواطنين بأسعار معتدلة...)[٤٥].

وكذلك ما نصت عليه المادة (٤/٣) من نفس القانون، والتي جاء فيها (٤- رسم سياسة التسعير وتحديد أسعار السلع والخدمات وتوفيرها بما يمنع الاحتكار وينسجم مع عملية التنمية الاقتصادية وتوجيه الانفاق)[٤٦]، وتضمنه عقوبات محددة على من يخالف بيع السلع المحددة أسعارها من قبل الدولة إذ نصت المادة (٩) على أنه (يعاقب بالحبس مدة لا تزيد على سبع سنوات وبغرامة لا تزيد على الفي دينار ولا تقل عن خمسمائة دينار أو بإحدى هاتين العقوبتين كل من امتنع عن بيع سلعة بأسعارها المحددة أو باعها بسعر يزيد على السعر المحدد...). وكذلك تفعيل دور الجانب الصحي في حماية الافراد، ومن ذلك ما نص عليه قانون مزاولة مهنة الصيدلة رقم (٤٠) لسنة ١٩٧٠، في المادة (٢/٤٩) والتي تم ذكرها سابقاً [٤٧].

إلا أن آثاره السلبية على المنافسة والاقتصاد غالباً ما تكون أكبر، لذلك تلجأ معظم الدول الى آليات أكثر مرونة مثل تحديد هوامش ربح أو وضع ضوابط مؤقتة عند الضرورة بدلاً من فرض أسعار جبرية ثابتة، وهذا ما سنلقي الضوء عليه من خلال الفروع التالية:

الفرع الأول: الاثار القانونية والاقتصادية للتسعير الجبري على المنافسة

رغم أن التسعير الجبري قد يبدو كحل سريع لمشاكل مثل التضخم وارتفاع الاسعار، إلا أن له آثار سلبية على المنافسة والسوق، وتتمثل هذه الاثار بما يأتي:

أولاً: الاثار القانونية للتسعير الجبري: إن أهم آثر يترتب على التسعير الجبري هو تعارضه مع التشريعات التي تحمي حرية السوق وتضر بالمنافسة العادلة، ويعني ذلك ان فرض الاسعار بشكل إجباري يمكن أن يتعارض مع المبادئ الاساسية التي تهدف قوانين المنافسة الى تحقيقها، والتي تستند الى المنافسة الحرة في السوق، لذلك يعتبر التسعير الجبري قيداً على حرية المنافسة فقوانين المنافسة تهدف الى تمكين الشركات من تحديد اسعارها بحرية وفقاً للعرض والطلب، لكن التسعير الجبري يفرض قيوداً على ذلك، مما يؤدي الى اختلال في آليات السوق[٤٨].

وكذلك يعتبر فرض التسعير الجبري انتهاكاً لقوانين مكافحة الاحتكار، إذ يعد شكلاً من أشكال التحكم غير المشروع بالسوق. كما إن هذه الممارسة تؤدي الى تدخل الهيئات التنظيمية التابعة للدولة في الاسواق مثل لجان حماية المنافسة من خلال فرض أسعار الزامية على السلع والخدمات لضبط الاسواق ومنع التلاعب بالأسعار.

وقد يؤدي الى مخالفة مبدأ حرية التجارة والتعاقد، فالتسعير الجبري قد يؤثر على العقود بين الموردين والتجار، مما يؤدي الى نزاعات قانونية حول شروط التسعير ومدى قانونيته. وقد تتحمل الدولة مسؤولية تعويض الاضرار الناجمة عن فرض أسعار غير عادلة تؤدي الى خسائر اقتصادية للموردين أو المنتجين، وفي حالة رفض التجار للامتثال لأحكام التسعير الجبري قد يعرضهم الى عقوبات قانونية مثل الغرامات والاغلاق ويزيد من العبء على الجهات الرقابية والقضائية.

ويؤثر التسعير الجبري سلبياً كذلك في حالة كون الدولة طرفاً في اتفاقيات تجارية دولية تحظر التدخل السعري المباشر، مما يؤدي لظهور نزاعات تجارية دولية بهذا الشأن.

وقد كان لبعض النصوص التي أقرها المشرع العراقي في قانون تنظيم التجارة رقم (٢٠) لسنة ١٩٧٠ المعدل، دور في تقييد حرية المنافسة عن طريق تحديد الاسعار، خاصة للسلع التي تحظى بالدعم من قبل القانون، ومنع التلاعب بها، خاصة ما نصت عليه المادة (٤/٣) والتي جاء فيها(٤- رسم سياسة التسعير وتحديد أسعار السلع والخدمات وتوفيرها بما يمنع الاحتكار وينسجم مع عملية التنمية الاقتصادية وتوجيه الانفاق)[٤٩]، ويبدو ذلك واضحاً من خلال النهج الذي كان العراق يتبعه في ذلك الوقت وهو نهج الاقتصاد الموجه الذي تتحكم الدولة في أغلب مفاصله[٥٠]. وهذا ما لا يتناسب مع النهج الذي اتبعه العراق في اعتماد نظام العرض والطلب والذي عكسه دستور ٢٠٠٥ والقوانين التي شرعت بعده مثل قانون حماية المستهلك رقم (١) لسنة ٢٠١٠، وقانون المنافسة رقم (١٤) لسنة ٢٠١٠ واللذان انتهجا منهج حرية المنافسة.

ثانياً: الاثار الاقتصادية للتسعير الجبري: يعد إضعاف المنافسة من أهم الاثار الاقتصادية للتسعير الجبري عليها، وذلك لان فرض أسعار موحدة على السلع والخدمات قد يؤدي الى تقليل التنافس بين الشركات مما قد يؤدي الى احتكار السوق من قبل عدد قليل من الشركات القوية.

وكذلك يؤدي فرض التسعير الى تقليل الابتكار والجودة، فعندما تفرض أسعار ثابتة قد تفقد الشركات الحافز لتحسين منتجاتها أو تقديم خدمات اضافية مما يؤدي الى انخفاض الجودة، ورغم أن التسعير الجبري قد يبدو وكأنه يحمي المستهلكين من ارتفاع الاسعار، إلا أنه يضر بهم على المدى الطويل، لأنه يتسبب بنقص المنتجات أو انخفاض جودتها.

والتسعير الجبري قد يؤدي الى اختلال في آلية العرض والطلب، حين يعطل التفاعل الطبيعي بين العرض والطلب مما قد يؤدي الى فائض في بعض السلع ونقص في أخرى، ويرى البعض ان من بين النتائج المترتبة على التسعير الجبري، اختفاء السلعة نهائياً من السوق لاستيعاب الطلب كافة المعروض في السوق، مما يعني ان اختفاء السلعة من الاسواق سوف ينتج عنه وجود سوق سوداء لهذه السلعة، حيث يحصل بعض الاشخاص على السلعة بالسعر المحدد، ويقوم ببيعها بأكثر من سعرها الجبري، للاستفادة بهذا الفرق بين السعر الجبري وسعر البيع[٥١].

لذلك يبرز تأثيره على المستهلكين في الحالات التي قد يؤدي التسعير الجبري فيها الى زيادة الاسعار بشكل غير مبرر لبعض السلع مما يضر بالمستهلكين، خاصة في حالة السوق السوداء، أو قد يؤدي الى نقص السلع في الاسواق إذا كانت الاسعار المفروضة غير مريحة للمنتجين. وكذلك دوره في تحجيم الاستثمارات، فقد تتردد الشركات في الاستثمار في القطاعات التي تخضع للتسعير الجبري، نظراً لتقلبات الاسعار وضعف العوائد المحتملة، مما قد يقلل من جاذبية السوق للمستثمرين المحليين والاجانب، مما يؤثر سلباً على النمو الاقتصادي.

الفرع الثاني: الحلول المقترحة لتحقيق التوازن بين التسعير الجبري وحرية المنافسة

رغم ان المشرع العراقي وأغلب التشريعات قد أخذت بمبدأ حرية المنافسة ومنع أي ممارسة مقيدة لها، وهذا ما تم النص عليه في المادة (١٠) من قانون المنافسة، والتي نصت على أن (تحظر أية ممارسات أو اتفاقات تحريرية أو شفهية تشكل إخلالاً بالمنافسة ومنع الاحتكار أو الحد منها أو منعها وبخاصة ما يكون موضوعها أو الهدف منها...). كما شرع في اقليم كوردستان القانون نفسه بالرقم (٣) لسمة ٢٠١٣.

وهذه المنافسة لا تقوم إلا على أساس حرية الاسعار والذي يعتبر من المبادئ الاساسية التي تستند إليها المنافسة كأصل عام، إلا أن هذا المبدأ لا يؤخذ على إطلاقه، فقد تتدخل الدولة بتحديد الاسعار.

إلا أن هذا التدخل يعد وسيلة استثنائية تلجأ إليها الدولة تماشياً مع ظروف معينة كالأزمات أو محاربة المضاربة أو حماية المستهلك، لذلك كان على الدول ايجاد توازن بين فرض التسعير الجبري والمحافظة على حرية المنافسة دون تقييدها عن طريق تبني حلول وسياسات تضمن استقرار الاسعار دون

الاضرار بهيكلية السوق، ويتحقق ذلك عن طريق إصدار تشريعات خاصة بالتسعير الجبري، على أن يكون تطبيقها في الحالات الاستثنائية، ويمكن أن يكون تدخل الدولة عن طريق وضع سقف سعري مرن بدلاً من التسعير الجبري، أي تحديد حد أقصى للسلع الاساسية بدلاً من فرض سعر ثابت، مما يسمح للشركات بالمنافسة ضمن هذا النطاق. وتطبيق آلية مراجعة دورية للأسعار وفقاً لتغيرات التكاليف والعرض والطلب [٥٢].

وكذلك يمكن التخفيف من التدخل الاجباري في تحديد الاسعار من قبل الدولة عن طريق تقديم دعم مباشر للمستهلكين في السلع الاساسية بدلاً من التحكم في الاسعار. مثل اللجوء لنظام بطاقات السلع وذلك بتوفير بعض السلع الاساسية وبأسعار مدعومة من قبل الدولة، وكما هو معمول به في العراق ومصر أيضاً، وبهذا يستطيع الفرد أن يحصل على نصيبه من السلعة بالثمن المخفض، وكذلك تستطيع الدولة اللجوء الى أسلوب تجميد وتثبيت الاسعار، أي قيام الدولة بفرض سعر معين على سلعة معينة، وحظر تغييره بالزيادة أو النقصان، خاصة في أوقات الحروب والازمات [٥٣]، وكذلك تستطيع الدولة التدخل بدعم مدخلات الانتاج مثل الطاقة والنقل لتخفيض التكاليف على الشركات، مما ينعكس على الاسعار. إضافة الى تعزيز الانتاج المحلي لتقليل الاعتماد على الاستيراد وذلك بتقديم حوافز ضريبية ودعم مالي للشركات المحلية لزيادة الانتاج وتقليل التكاليف.

وختاماً لا يمكن أن ننكر ان التسعير الجبري قد يكون أداة فعالة لضبط الاسعار في أوقات الازمات، لكنه ليس حلاً طويل الامد، وبدلاً من فرض تسعير جبري صارم يمكن تحقيق التوازن من خلال تنظيم الاسعار بأسلوب مرن، وتعزيز المنافسة العادلة، ودعم وحماية المستهلكين وتشجيع الانتاج المحلي، وضمان بيئة تنافسية عادلة من خلال سياسات مرنة تجمع بين الدعم الحكومي وتعزيز المنافسة وتحسين بيئة الاستثمار. فالجمع بين هذه الحلول يضمن سوقاً مستقراً وعادلاً لجميع الاطراف.

الخاتمة

بعد ختام هذا البحث نقدم جملة من النتائج والتوصيات على وفق ما يلي:

أولاً: النتائج:

١. للتسعير الجبري تأثير سلبي على المنافسة، فهو يحد من قدرة الشركات على تحديد أسعارها بحرية وفقاً للعرض والطلب، مما يقلل من الحافز للمنافسة على أساس الجودة والخدمة. ويؤدي الى خلق سوق غير متكافئ حيث تجد الشركات الصغيرة والمتوسطة صعوبة في الامتثال للأسعار المفروضة مقارنة بالشركات الكبرى.

٢. وكذلك ينعكس على الابتكار وجودة المنتجات، فعندما تفرض الحكومة أسعار ثابتة، قد تفقد الشركات الدافع لتحسين منتجاتها أو تقديم خدمات جديدة بسبب انخفاض الهوامش الربحية. وهذا يمكن أن يؤدي الى تراجع مستوى الابتكار في السوق، حيث يصبح تركيز الشركات منصباً على الالتزام بالتسعير بدلاً من تطوير منتجات تنافسية.

٣. قد يستفيد المستهلكون من التسعير الجبري على المدى القصير، خاصة في حالة السلع الاساسية، إذ يمنع الممارسات الاحتكارية التي تؤدي الى ارتفاع الاسعار. لكن على المدى الطويل، قد يؤدي التسعير الجبري الى تقليل المعروض من بعض السلع، مما قد يخلق نقصاً في السوق وظهور سوق سوداء بأسعار أعلى.

التوصيات:

١. اعتماد سياسات تسعير مرنة بدلاً من التسعير الجبري، إذ يمكن تحديد سقوف سعرية مرنة لبعض السلع الاساسية بدلاً من فرض أسعار ثابتة، بحيث يتم تعديلها وفقاً لمتغيرات السوق. ويجب أن تكون هناك آلية مراجعة دورية للأسعار تعتد على بيانات التكاليف وسلاسل التوريد.

٢. تعزيز المنافسة العادلة، من خلال تشديد قوانين مكافحة الاحتكار لمنع التلاعب بالأسعار من قبل الشركات الكبرى. إضافة الى دعم الشركات الصغيرة والمتوسطة ببرامج تحفيزية تساعدها على المنافسة في السوق بحرية.

٣. استخدام الدعم الحكومي الذكي بدلاً من التحكم المباشر في الاسعار، يجب تقديم دعم مالي مباشر للمستهلكين بدلاً من فرض أسعار جبرية، مما يتيح لهم القدرة على شراء السلع وفقاً للعرض والطلب الطبيعي. ودعم مدخلات الانتاج مثل (المواد الخام، الطاقة، النقل) لتقليل تكاليف التصنيع والتوزيع، مما ينعكس ايجاباً على الاسعار.

٤. تشجيع الانتاج المحلي لتقليل تأثير الاسعار العالمية، مثل الاستثمار في الزراعة والصناعة المحلية من أجل زيادة إنتاج السلع الاساسية وخفض الاعتماد على الاستيراد. وتقديم حوافز استثمارية للشركات التي تساهم في تحقيق الاكتفاء الذاتي في القطاعات المهمة.

٥. تعزيز الشفافية والرقابة على الاسواق، ويكون ذلك من خلال إنشاء منصات الكترونية لمراقبة الاسعار مما يتيح للمستهلكين الاطلاع على الاسعار الرسمية ومقارنتها بالسوق. وفرض إجراءات عقابية ضد التجار الذين يرفعون الاسعار بشكل غير مبرر أو يخزنون السلع لإحداث نقص مصطنع في السوق.

٦. استخدام التكنولوجيا في تنظيم السوق، مثل تطوير أنظمة الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات لمتابعة الاسعار والتنبؤ بأي خلل في السوق. ودعم التجارة الالكترونية كبديل للأسواق التقليدية لزيادة المنافسة وخفض الاسعار للمستهلكين.

الهوامش:

(١) د. وديع طرطوس، المبادئ الاقتصادية، المؤسسة الحديثة للكتاب، ط١، بيروت، ٢٠١٠، ص٢٥٤.

(٢) د. اسماعيل هاشم، مبادئ الاقتصاد التحليلي، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٩٨، ص٣١.

(3) Dr. Raed Ahmed Khalel, Consumer Protection in Electronic Commerce According to Iraqi Legislations: An overview, A research published in Al-Qadisiyah Journal of Law and Political Science, Part 2, Issue 15, December 2024, Iraq , p. 657.

(٤) د. عبد الفتاح مراد، شرح قانون حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية رقم ٣ لسنة ٢٠٠٥، دار البهاء، الاسكندرية، ٢٠٠٥، ص ١٧.

(٥) د. ندى كاظم المولى، المنافسة والمنافسة غير المشروعة، بحث منشور في مجلة العلوم القانونية، جامعة بغداد، كلية القانون، المجلد العشرون، العدد الاول، ٢٠٠٥، ص ٢١٤.

(٦) محمد سلمان الغريب، الاحتكار والمنافسة غير المشروعة، ط١، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٤، ص٤٩.

(٧) د. باسم علوان طعمة، السياسة التشريعية الاقتصادية للمنافسة وحماية المستهلك وحماية الانتاج الوطني (التشريعات الاقتصادية لدول مجلس التعاون الخليجي والعراق انموذجا)، بحث منشور في مجلة رسالة الحقوق، جامعة كربلاء، كلية القانون، السنة الرابعة، العدد الثاني، ٢٠١٢، ص١٥.

(٨) محمد سلمان الغريب، مصدر سابق، ص٤٩.

(٩) د. طارق العكيلي، الاقتصاد الجزئي، دار الكتب والوثائق، بغداد، ٢٠٠٠، ص ١٥٦-١٥٧.

(١٠) د. محمد محمود النصر و د. عبدالله الشامية، مبادئ الاقتصاد الجزئي، دار الامل، اربد- الاردن، ١٩٨٩، ص٣٠٣.

(١١) المصدر السابق نفسه، ص ١٢٢.

(١٢) د. محمد محمود النصر و د. عبدالله الشامية، مصدر سابق، ص ٢٩٦.

(١٣) المصدر السابق نفسه، ص٢٩٧.

(١٤) د. أحمد عبد الرحمن الملحم، الاحتكار والافعال الاحتكارية، مطبوعات جامعة الكويت، ١٩٩٧، ص٦.

(١٥) د. إسراء خضر العبيدي، المنافسة والممارسات المقيدة لها في ضوء أحكام قانون المنافسة ومنع الاحتكار العراقي رقم (١٤) لسنة ٢٠١٠، بحث مقدم في المؤتمر الاول لكلية القانون والعلوم السياسية – جامعة ديالى، ٢٠١٢، ص٥٧.

(١٦) د. محمد ابراهيم أبو شادي، أثر قوانين حماية المنافسة ومنع الاحتكار على حماية المستهلك، بحث في الملتقى العربي الاول لحماية المنافسة ومنع الاحتكار في ضوء التحولات بالمنطقة العربية، شرم الشيخ، مصر، ٢٠-٢٢ كانون الاول، ٢٠١١، ص١٩٧.

(١٧) د. عاطف محمد الفقي، الحماية القانونية للاسم التجاري، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٧، ص١١٦.

(١٨) شوقي ناصر علوان السلماتي، احكام المنافسة غير المشروعة، رسالة ماجستير مقدمة لجامعة النهرين/ كلية الحقوق، ٢٠٠٠، ص٣٢.

(١٩) د. أحمد عبد الرحمن الملحم، الاحتكار المحظور ومحظورات الاحتكار في ظل نظرية المنافسة التجارية، بحث منشور في مجلة القانون والاقتصاد، جامعة القاهرة، كلية الحقوق، العدد ٦٣، ١٩٩٣، ص٣٨٢.

(٢٠) قانون حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية المصري رقم (٣) لسنة ٢٠٠٥ المعدل.

(٢١) زوبير ارزوقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة مولود معمري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، ٢٠١١، ص١٦.

(٢٢) د. زينة غانم الصفار، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية، ط٢، دار الحامد للنشر، الاردن، ٢٠٠٧، ص٢١.

(٢٣) شوقي ناصر علوان السلماتي، مصدر سابق، ص٣٣.

(٢٤) د. محمد أنور علي، حماية المنافسة المشروعة في ضوء منع الاحتكار والاغراق، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٦، ص١٤.

([٢٥]) د. عزيز العكيلي، القانون التجاري، ج١، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الاردن، ١٩٩٨، ص١٥١.

([٢٦]) حسين شرواط، شرح قانون المنافسة، دار الهدى للطباعة والنشر، الجزائر، ٢٠١٢، ص٣٤.

([٢٧]) محمد كريم طالب، تقييد المنافسة عن طريق الاسعار، اطروحة دكتوراه في القانون الخاص مقدمة الى كلية الحقوق جامعة أبو بكر بالقايد، تلمسان، ٢٠١٨، ص١٧٤.

([٢٨]) محمد تيورسي، الضوابط القانونية للحرية التنافسية، ط٢، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر، ٢٠١٥، ص٢٨٧.

([٢٩]) د. سمر الامير غازي عبد الحميد، التسعير الجبري وحماية المستهلك في ظل الاقتصاد الحر، بحث منشور في مجلة التجارة والتمويل (كلية التجارة – مصر)، المجلد ٣٤، العدد ٤، ديسمبر، ٢٠١٤، ص١٠٠.

([٣٠]) د. سمر الامير غازي عبد الحميد، مصدر سابق، ص١٠٣.

([٣١]) تنظر المادة (١٣٠) من القانون المدني العراقي رقم (٤٠) لسنة ١٩٥١ المعدل.

([٣٢]) د. سحر حيال غانم، النظام القانوني للأسعار في التشريع العراقي، بحث منشور في مجلة الكتاب للعلوم الانسانية، جامعة الكتاب، المجلد الرابع، العدد (٥)، لسنة ٢٠٢١، ص٣٠.

([٣٣]) تنظر المادة (٦) من قانون حماية المستهلك العراقي رقم (١) لسنة ٢٠١٠.

([٣٤]) د. سحر حيال غانم، المصدر السابق، ص٣٥.

([٣٥]) تنظر المادة (٣) من قانون المنافسة ومنع الاحتكار العراقي رقم (١٤) لسنة ٢٠١٠.

([٣٦]) هباش عمران، مبدأ حرية الاسعار، رسالة ماجستير مقدمة الى كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة المسلبة، الجزائر، ٢٠١٤، ص٥٠.

([٣٧]) سبهان عبد الرزاق قاصد، حرية الاسعار وفقاً لتشريعات المنافسة ومنع الاحتكار، رسالة ماجستير مقدمة الى جامعة الموصل / كلية الحقوق، ٢٠٢٢، ص١٠٢.

([٣٨]) تنظر المادة (٧) من قانون حماية المستهلك العراقي رقم (١) لسنة ٢٠١٠.

([٣٩]) د. شروق عباس فاضل، قانون حماية المستهلك العراقي ودوره في تنمية الوعي القانوني، ط١، دار المسلة القانونية، بغداد، ٢٠٢١، ص١٧.

([٤٠]) تنظر المادة (٤٩) من قانون مزاولة مهنة الصيدلة رقم (٤٠) لسنة ١٩٧٠ المعدل.

([٤١]) تنظر المادة (٣) من قانون المؤسسة العامة للأدوية والمستلزمات الطبية رقم (٩) لسنة ١٩٨٣.

([٤٢]) تقدمت نقابة الصيادلة في العراق بمشروع تسعير الادوية في القطاع الخاص لعام ٢٠٢٥، ومن المنتظر أن يرى النور قريباً. تمت الزيارة ٢٠٢٥/٤/٣٠ https://www.ina.iq

([٤٣]) ينظر في قرارات اللجنة العليا للصحة والسلامة الوطنية العراقية على موقع وزارة الصحة العراقية، والصادرة في ٢٠٢٠ https://old.moh.gov.iq تمت الزيارة في ٣٠ /٤/ ٢٠٢٥.

([٤٤]) د. طالب محمد كريم، تقييد المنافسة عن طريق الاسعار، ط١، مكتبة الوفاء القانونية، الاسكندرية، ٢٠٢٠، ص١١٥.

([٤٥]) تنظر المادة (٣) من قانون تنظيم التجارة العراقي رقم (٢٠) لسنة ١٩٧٠ المعدل.

([٤٦]) تنظر المادة (٤/٣) من قانون تنظيم التجارة العراقي رقم (٢٠) لسنة ١٩٧٠ المعدل.

([47]) ينظر الفرع الثالث من المطلب السابق في بيان نص المادة (٤٩) من قانون مزاولة مهنة الصيدلة رقم (٤٠) لسنة ١٩٧٠.

([48]) حنان مسكين، بن أحمد الحاج، تدخل دولة في عملية تحديد الاسعار كقيد لحرية المنافسة في التشريع الجزائري، بحث مقدم لمجلة العلوم الانسانية، المجلد (٣٢)، العدد (٤)، ديسمبر ٢٠٢١، ص٥٥٧.

([49]) تنظر المادة (٤/٣) من قانون تنظيم التجارة العراقي رقم (٢٠) لسنة ١٩٧٠.

([50]) عدنان باقي لطيف، مصدر سابق، ص١٢.

([51]) د. سمر الامير غازي، المصدر السابق، ص١٠١.

([52]) معمري إكرام، نطاق مبدأ حرية الاسعار، مذكرة لنيل شهادة الماستر مقدمة الى كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، الجزائر، ٢٠١٦-٢٠١٧، ص٣٥.

([53]) د. سمر الامير غازي عبد الحميد، المصدر السابق، ص ١٠٢-١٠٣.

المصادر

اولاً: الكتب:

١) د. أحمد عبد الرحمن الملحم، الاحتكار والافعال الاحتكارية، مطبوعات جامعة الكويت، ١٩٩٧.

٢) د. اسماعيل هاشم، مبادئ الاقتصاد التحليلي، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٩٨، ص٣١.

٣) حسين شرواط، شرح قانون المنافسة، دار الهدى للطباعة والنشر، الجزائر، ٢٠١٢.

٤) د. زينة غانم الصفار، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية، ط٢، دار الحامد للنشر، الاردن، ٢٠٠٧.

٥) د. شروق عباس فاضل، قانون حماية المستهلك العراقي ودوره في تنمية الوعي القانوني، ط١، دار المسلة القانونية، بغداد، ٢٠٢١.

٦) طارق العكيلي، الاقتصاد الجزئي، دار الكتب والوثائق، بغداد، ٢٠٠٠.

٧) د. طالب محمد كريم، تقييد المنافسة عن طريق الاسعار، ط١، مكتبة الوفاء القانونية، الاسكندرية، ٢٠٢٠.

٨) د. عاطف محمد الفقي، الحماية القانونية للاسم التجاري، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٧.

٩) د. عبد الفتاح مراد، شرح قانون حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية رقم ٣ لسنة ٢٠٠٥، دار البهاء، الاسكندرية، ٢٠٠٥.

١٠) د. عزيز العكيلي، القانون التجاري، ج١، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الاردن، ١٩٩٨.

١١) د. محمد أنور علي، حماية المنافسة المشروعة في ضوء منع الاحتكار والاغراق، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٦.

١٢) محمد تيورسي، الضوابط القانونية للحرية التنافسية، ط٢، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر، ٢٠١٥.

١٣) محمد سلمان الغريب، الاحتكار والمنافسة غير المشروعة، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٤.

١٤) د. محمد محمود النصر و د. عبدالله الشامية، مبادئ الاقتصاد الجزئي، دار الامل، اربد-الاردن، ١٩٨٩.

١٥) د. وديع طرطوس، المبادئ الاقتصادية، المؤسسة الحديثة للكتاب، ط١، بيروت، ٢٠١٠.

ثانياً: البحوث:

١) د. أحمد عبد الرحمن الملحم، الاحتكار المحظور ومحظورات الاحتكار في ظل نظرية المنافسة التجارية، بحث منشور في مجلة القانون والاقتصاد، جامعة القاهرة، كلية الحقوق، العدد ٦٣، ١٩٩٣.

٢) د. إسراء خضر العبيدي، المنافسة والممارسات المقيدة لها في ضوء أحكام قانون المنافسة ومنع الاحتكار العراقي رقم (١٤) لسنة ٢٠١٠، بحث مقدم في المؤتمر الاول لكلية القانون والعلوم السياسية– جامعة ديالى، ٢٠١٢.

٣) د. باسم علوان طعمة، السياسة التشريعية الاقتصادية للمنافسة وحماية المستهلك وحماية الانتاج الوطني (التشريعات الاقتصادية لدول مجلس التعاون الخليجي والعراق انموذجا)، بحث منشور في مجلة رسالة الحقوق، جامعة كربلاء، كلية القانون، السنة الرابعة، العدد الثاني، ٢٠١٢.

٤) د. سحر حيال غانم، النظام القانوني للأسعار في التشريع العراقي، بحث منشور في مجلة الكتاب للعلوم الانسانية، جامعة الكتاب، المجلد الرابع، العدد (٥)، لسنة ٢٠٢١.

٥) د. سمر الامير غازي عبد الحميد، التسعير الجبري وحماية المستهلك في ظل الاقتصاد الحر، بحث منشور في مجلة التجارة والتمويل (كلية التجارة – مصر)، المجلد ٣٤، العدد ٤، ديسمبر، ٢٠١٤.

٦) د. محمد ابراهيم أبو شادي، أثر قوانين حماية المنافسة ومنع الاحتكار على حماية المستهلك، بحث في الملتقى العربي الاول لحماية المنافسة ومنع الاحتكار في ضوء التحولات بالمنطقة العربية، شرم الشيخ، مصر، ٢٠–٢٢ كانون الاول، ٢٠١١.

٧) د. ندى كاظم المولى، المنافسة والمنافسة غير المشروعة، بحث منشور في مجلة العلوم القانونية، جامعة بغداد، كلية القانون، المجلد العشرون، العدد الاول، ٢٠٠٥.

ثالثا: الرسائل والأطاريح:

١) حنان مسكين، بن أحمد الحاج، تدخل دولة في عملية تحديد الاسعار كقيد لحرية المنافسة في التشريع الجزائري، بحث مقدم لمجلة العلوم الانسانية، المجلد (٣٢)، العدد (٤)، ٢٠٢١.

٢) زوبير ارزوقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة مولود معمري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، ٢٠١١.

٣) سبهان عبد الرزاق قاصد، حرية الاسعار وفقاً لتشريعات المنافسة ومنع الاحتكار، رسالة ماجستير مقدمة الى جامعة الموصل / كلية الحقوق، ٢٠٢٢.

٤) شوقي ناصر علوان السلماتي، احكام المنافسة غير المشروعة، رسالة ماجستير مقدمة لجامعة النهرين/ كلية الحقوق، ٢٠٠٠.

٥) محمد كريم طالب، تقييد المنافسة عن طريق الاسعار، اطروحة دكتوراه في القانون الخاص مقدمة الى كلية الحقوق جامعة أبو بكر بالقايد، تلمسان، ٢٠١٨.

٦) معمري إكرام، نطاق مبدأ حرية الاسعار، مذكرة لنيل شهادة الماستر مقدمة الى كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، الجزائر، ٢٠١٦–٢٠١٧.

٧) هباش عمران، مبدأ حرية الاسعار، رسالة ماجستير مقدمة الى كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة المسلبة، الجزائر، ٢٠١٤.

رابعاً: البحوث باللغة الإنكليزية:

1) Dr. Raed Ahmed Khalel , Consumer Protection in Electronic Commerce According to Iraqi Legislations: An overview , A research published in Al-Qadisiyah Journal of Law and Political Science, Part 2, Issue 15, December 2024 ,Iraq .

خامساً: القوانين:

١) قانون تنظيم التجارة الداخلية والخارجية العراقي رقم (٢٠) لسنة ١٩٧٠.

٢) قانون حماية المستهلك العراقي رقم (١) لسنة ٢٠١٠.

٣) القانون المدني العراقي رقم (٤٠) لسنة ١٩٥١ المعدل.

٤) قانون مزاولة مهنة الصيدلة رقم (٤٠) لسنة ١٩٧٠ المعدل.

٥) قانون المنافسة ومنع الاحتكار العراقي رقم (١٤) لسنة ٢٠١٠.

٦) قانون المنافسة لإقليم كوردستان العراق رقم (٣) لسنة ٢٠١٣.

٧) قانون المؤسسة العامة للأدوية والمستلزمات الطبية رقم (٩) لسنة ١٩٨٣.

٨) قانون حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية المصري رقم (٣) لسنة ٢٠٠٥ المعدل.