



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة مولاي الطاهر - سعيدة -



كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم العلوم السياسية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي في العلوم السياسية.

تخصص: إدارة محلية.

علاقة الصفقات العمومية بدنامية السوق السياسي المحلي - دراسة
حالة- مديرية الموارد المائية "بولاية البيض"

تحت إشراف الأستاذ:

-د. خداوي محمد

من إعداد الطالبة:

➤ عرباوي حورية.

أعضاء لجنة المناقشة:

رئيسا.

العطري علي.

الأستاذ:

مشرفا ومقررا.

خداوي محمد.

الدكتور:

عضوا مناقشا.

مخلوف أحمد.

الأستاذ:

السنة الجامعية: 2018 / 2019

مقدمة

تأخذ جميع الدول العربية على اختلاف أنظمتها السياسية بنظام الإدارة المحلية، وتعد في الجزائر مركزا هاما في نظام الحكم، ولها أهمية كبرى فهي عبارة عن أجهزة والآليات الموجودة في الدولة، والتي تعني توزيع الوظيفة الإدارية بين السلطات المركزية والهيئات الإدارية المنتخبة وتتمتع بالشخصية المعنوية مع خضوعها لرقابة الحكومة وذلك لتخفيف العبء الثقيل على كاهل الحكومة، أنها أتاحت نوع من تقسيم العمل والتخصص الوظيفي عن طريق تفويض صلاحيات السلطات المركزية إلى "الولاية، البلدية"، وفي نفس الوقت جعل الإدارة أكثر قربا من المواطن بهدف رقابة أكثر في إطار شفافية ونزاهة مثلى.

بالرجوع إلى البلدية التي تعد الخلية الأساسية للامركزية الإقليمية فهي تلعب دورها في التكفل بحاجيات المواطنين، أما بالنسبة للولاية التي تعد وحدة إدارية من وحدات الدولة وفي نفس الوقت شخصا من أشخاص القانون تتمتع بالشخصية المعنوية والذمة المالية المستقلة وبالتالي كلاهما يلعبان دورا رئيسيا في مختلف الجوانب الاقتصادية والاجتماعية ويساهمان في تحقيق التنمية الشاملة ويقوما بإبرام العقود.

ترتبط الصفقات العمومية ارتباطا وثيقا بالخزينة العامة والمال العام، حيث أنها تكلف مبالغ مالية ضخمة لأنها القناة الإجرائية التي يجب أن يمر عليها استهلاك الإعتمادات المالية.

إن الصفقات العمومية من أكثر المجالات خضوعا لسلسلة لا متناهية من التعديلات فمن أجل إنعاش الاقتصاد الوطني وتدارك النقائص التي عرفتها القوانين السابقة وتكريس مبدأ العلانية والشفافية، وكذا احترام مبدأ المنافسة الشريفة ومبدأ المساواة بين المتنافسين، فقد تم تبني تدابير جديدة اعتمدها المشرع الجزائري في المرسوم الرئاسي 15-247 المتضمن تنظيم قانون الصفقات العمومية والتي شملت عدة جوانب منها ما يخص موضوع الصفقات العمومية وكيفيات وإجراءات إبرامها، حيث جعل طلب العروض كأصل لإبرام الصفقات العمومية والتراضي كاستثناء وذلك بهدف حماية المال العام.

فالصفقات العمومية هي عقد إداري مكتوب يبرمه أحد أشخاص القانون العام الدولة، الولاية، البلدية، والمؤسسة العامة ذات الطابع الإداري في النظام القانوني الجزائري مع أحد الأشخاص القانونية الأخرى عام أو خاص، طبيعي أو معنوي كמقاول أو مورد وفق شروط معينة ومحددة قانونا بهدف إنجاز أو تنفيذ أشغال عامة أو توريدات أو أداء خدمة، على أن تسلك الإدارة المتعاقدة في ذلك أساليب القانون العام.

إن الأداء الديمقراطي السليم في أي مجتمع كان، يفترض بالضرورة توفير المناخ السياسي الملائم وتطبيق مجموعة من المعايير التي يمكن أن تضمن ديمقراطية للانتخابات. وإلا يقود إلى التشكيك في مشروعية التمثيل الديمقراطي.

فأصبحت الحاجة ملحة إلى تطبيق أساليب التسويق السياسي في المجال السياسي خصوصا أن التسويق ظهر خلال العقدین الأخيرین في الدول المتقدمة ديمقراطيا والقيام بعملية ترويج المنظم للمنتجات السياسية التي تمثل نواتج أو مخرجات الحملات السياسية خاصة مع وجود إقناع متزايد لدى القادة السياسيين بأهمية هذه العملية في السوق السياسي خاصة في الحملات الانتخابية.

أهمية الموضوع:

تكمن أهمية الموضوع في:

- 1-الأهمية العلمية: تكمن أهمية الموضوع في كونه موضوعا يدعو للاهتمام من حيث معرفة أهم التطورات والتغييرات في مفهوم الصفقات العمومية ومفهوم السوق السياسي المحلي والعلاقة بينهما، فهي بحاجة إلى الدراسة والبحث والتحليل للوصول إلى الأهداف المرغوبة.
- 2-الأهمية العملية: تكمن أهمية الموضوع المتناول في أنه يتعلق بمجال دراستنا وإذا تأثير على سير الجماعات المحلية.

بحيث تعتبر الصفقات العمومية وسيلة قانونية هامة لغرض تسيير وتجهيز المرافق العمومية، وأما السوق السياسي الذي يعتبر مفهوما حديث في الحقل السياسي الذي يؤثر في الانتخابات سواء بشكل إيجابي أو سلبي.

-مبررات اختيار الموضوع:

تنقسم مبررات اختيار الموضوع إلى أسباب ذاتية وأخرى موضوعية.

1-مبررات موضوعية:

-يمكن القول أن الحرص على تكوين مرجعية فكرية بشأن علاقة الصفقات العمومية بالسوق السياسي المحلي.

-التعرف على واقع الصفقات العمومية في الجزائر ومدى شفافية الممارسات فيها.

-التعرف على السوق السياسي المحلي لكونه موضوع لم يتم الخوض في هذا الجانب من الدراسة من قبل.

2-مبررات ذاتية:

حب التطلع لمعرفة خبايا هذه الظاهرة من أجل إثراء معارفنا وقدراتنا كوننا طلبة العلوم السياسية تخصص إدارة الجماعات المحلية والرغبة في معرفة العلاقة والتأثير بين الصفقات العمومية والسوق السياسي المحلي.

أهداف الموضوع:

يهدف الموضوع إلى محاولة معرفة الصفقات العمومية وبشكل خاص، ولما لها دور كبير في تأثير مسار السوق السياسي المحلي وهذا من خلال جعل الصفقات العمومية سلعة في أيدي المرشحين (الأحزاب) وتداولها في السلطة على أساس الولاء.

الإشكالية:

إن الآلية المناسبة التي تمكن الدولة بالنهوض باقتصادها الوطني، يجب أن تبرم عقود مع مقاوله من أجل التنمية وتحريك عجلة الاقتصاد وأما السوق السياسي هذا الأخير يمكن المواطنين من المشاركة في إتخاذ القرارات السياسية هي الانتخابات فهي تمكن الشعب من اختيار ممثليه في تسيير الشأن العام وبالتالي تحقيق انتخابات ديمقراطية ونزيهة.

ومن هنا يمكننا أن نخلص إلى عرض إشكالية بحثنا والتي يمكن صياغتها في السؤال التالي:

إلى أي مدى يمكن أن تؤثر الصفقات العمومية على السوق السياسي المحلي ؟

وتقودنا هذه الإشكالية إلى طرح مجموعة من الأسئلة الفرعية:

-ما مفهوم الصفقات العمومية ؟

-ما مفهوم السوق السياسي ؟

-كيف يمكن أن تؤثر الصفقات العمومية على السوق السياسي المحلي في الجزائر؟

-هل تساهم المواد القانونية بالرقابة على الصفقات العمومية ؟

ماهي مستويات رقابة الصفقات العمومية على مستوى الإدارة المحلية (مديرية الموارد المائية) لولاية البيض؟

فرضيات الدراسة:

تبعاً لما سبق وللإجابة الأولية على هذه التساؤلات قمنا بصياغة الفرضيات التالية:

الفرضية الأولى:

تشكل طرق إبرام الصفقات العمومية الركيزة الأساسية للصفقة العمومية.

الفرضية الثانية:

كلما زادت شفافية إبرام الصفقات العمومية زادت مصداقية مسار السوق السياسي.

الفرضية الثالثة:

إن عدم الرقابة على الصفقات العمومية للصفقات العمومية يؤدي بحتمية الانتشار العام لظاهرة الفساد المالي والسياسي.

مفاهيم الدراسة:

إن المفهوم هو القاعدة الامبريقية للعلم، ولذلك تعتبر المفاهيم من العناصر الأساسية في أي دراسة والتي يتوجب علينا تحديدها تحديداً دقيقاً وتحديدها من غيرها من المفاهيم:

السوق: هي المنطقة الجغرافية التي تجمع المشترين والبائعين، أما الاقتصاديون فيعرفونه بأنه العلاقة بين العرض والطلب لسلعة ما.¹

الولاعات الأولية: تتكون من صلة الدم أو صلة النسب و المصاهرة والتي تقوم على القبلية و الجهوية و العروشة و المناطقية، والتي تظهر تجالياتها من خلال ما يطرأ على سلوكيات الفرد في المجتمع.

¹ شفيق عبد الغاني، النخب المحلية والعلاقات الزبونية: دراسة في بعض آليات إعادة إنتاج النفوذ بالمجال القروي المغربي، من الموقع www.caus.org يوم 2019/03/13 على الساعة 11:00.

الزبونية: تشكل العلاقات الزبونية إحدى القنوات الهامة التي تؤدي دور الإستيهان به في تقوية النفوذ خاصة بالنسبة إلى الأفراد المتنافسين حول السلطان السياسي سواء على المستوى المحلي أو الوطني.²

حدود ومجال الدراسة:

الحدود الزمنية: منذ 1967 عرفت الجزائر أول قانون للصفقات العمومية، حيث أن الصفقة لها ميزة كبيرة في التشريع الجزائري. وتتمحور حدود الزمنية لدراسة الصفقات العمومية من قانون الصفقات العمومية 1967 إلى قانون الأخير 2015 في الجزائر.

أما بالنسبة للسوق السياسي فقد كانت الحدود الزمنية لمحة عن الانتخابات التشريعية 2012 إلى الانتخابات التشريعية 2017 لولاية البيض.

الحدود المكانية: تمثل ولاية البيض عينة عن الأغلبية الولايات الجزائرية خصوصا داخلية أين يمكن أن تكون معالم دراسة الصفقات العمومية والسوق السياسي المحلي.

منهجية الدراسة:

من أجل الإلمام بجوانب الدراسة والإجابة على الإشكالية وعلى التساؤلات المطروحة تم الاستعانة ببعض المناهج للدراسة:

المنهج الوصفي التحليلي:

يقوم المنهج الوصفي التحليلي على جمع الحقائق والمعلومات ومقارنتها وتحليلها وتفسيرها بشكل علمي منظم، أو هو دراسة تحليل وتفسير الظاهرة من خلال تحديد خصائصها وأبعادها وتوصيف العلاقات بينها، بهدف الوصول إلى وصف علمي متكامل.

استخدمناه في دراستنا حيث نقوم بوصف وتحليل دقيق للنصوص للعملية الرقابية التي تمارسها لجان الصفقات العمومية، وعن الانتخابات الخاصة بالسوق السياسي المحلي.

منهج دراسة الحالة:

² ميكائيل توسو وآخرون، نظرية الثقافة، تر: علي سيد الهاوي (الكويت: علم المعرفة، 1997) ص10.

يقوم هذا المنهج على جمع البيانات المتعلقة بوحدة ما بهدف الإحاطة بها ومعرفة أهم العوامل المؤثرة فيها أو تحديد طبيعة العلاقات القائمة بين أجزائها، فقد تم استخدامه في هذه الدراسة ليتم عرض واقع الصفقات العمومية في مديرية الموارد المائية مع تشخيص السوق السياسي، ولقد تم الاستعانة بالاقتراب القانوني للرجوع إلى النصوص القانونية أما عن أدوات البحث تجدر الإشارة إلى أن طبيعة البحث تقتضي الاستعانة بالمقابلة كأداة ميدانية مع المسؤولين المحليين، بالإضافة إلى الاستعانة بالكتب والرسائل العلمية.

أدبيات الدراسة:

من بين أدوات الدراسة والبحث والتي تعد منبعاً أساسياً لجمع المعلومات الدراسات السابقة المتعلقة بالموضوع، فهي ركيزة البحوث ومنبعاً لها وعلى هذا الأساس وفي إطار دراستنا اعتمدنا على مراجع أساسية تناولنا الموضوع من زوايا مختلفة ورؤية مغايرة ومن هنا:

- كتاب مدخل إلى التسويق السياسي للباحث الطاهر بن خلف الله.

الذي تناول العلاقة بين التسويق السياسي والمجالات الأخرى وكذلك تطرق إلى تعريف السوق السياسي وتعريف المصطلحات التي تضمنها المجال السياسي: السوق المستهلك، الربح (الفائدة)، البيع.

- كتاب عملية إبرام الصفقات العمومية في القانون الجزائري للباحثة قذوج حمامة.

الذي تناول مفهوم الصفقات العمومية في ظل القانون الجزائري وكذلك تطرقت إلى مراحل إبرام الصفقات العمومية.

- كتاب المناقصة العامة كطريقة للتعاقد الإداري للباحثة سردوك هبة.

الذي تناول مفهوم المناقصة وكذلك تطرقت إلى طريقة التعاقد داخل الإدارة والرقابة على الصفقات العمومية.

- أطروحة دكتوراه التي قدمها الباحث دريس النوي تحت عنوان الممارسات الربيعية، الزبونية و إشكالية تشكل المجتمع المدني في الجزائر المعاصرة تناولت مفهوم الزبونية السياسية والمفاهيم المرتبطة بها.

كيف أن الزبونية السياسية هي ظاهرة مرتبطة بالدولة الربيعية والاقتصاد الربيعي علاقة الدولة الجزائرية بالمجتمع.

صعوبات الدراسة:

لا يمكن لأي بحث من البحوث أن يخلو من الصعوبات والمشاكل في انجاز الموضوع ويمكن رصد أهم تلك الصعوبات:

- قلة المراجع وكذلك انعدام مرجعية أكاديمية تناولت موضوع السوق السياسي المحلي.
- عدم وجود مرجع على مستوى مكتبة الكلية.
- الاعتماد على المراجع باللغة الأجنبية وصعوبة الترجمة وذلك خوفا من الخروج عن المغزى الأصلي.
- الصعوبات التي واجهتنا أمام المؤسسات الرسمية مثل الإدارات في الحصول على المعلومات الدقيقة بحجة السرية.

تقسيم الدراسة:

معالجة إشكالية البحث وبناء على الفرضيات المذكورة أعلاه، والإلمام بمختلف جوانب الموضوع قمت بتقسيم الدراسة المبنية على مقدمة وثلاث فصول وخاتمة:

الفصل الأول: جاء كإطار نظري فتناول المبحث الأول الإدارة المحلية، أما المبحث الثاني الجانب النظري المفاهيمي للسوق السياسي المحلي، والمبحث الثالث تناولنا فيه الصفقات العمومية.

الفصل الثاني: أخذ فيه الصفقات العمومية والسوق السياسي في الجزائر من خلال ثلاث مباحث جاءت كالتالي: المبحث الأول الصفقات العمومية في الجزائر، أما المبحث الثاني قراءة للصفقات العمومية والمبحث الثالث فتطرقنا للسوق السياسي المحلي في الجزائر من خلال تعريف وفواعل والزبونية.

الفصل الثالث: يتعلق بالدراسة الميدانية حيث تم اختيار مديرية الموارد المائية لتكون دراسة حالة لتعرف على واقع الصفقات العمومية والسوق السياسي المحلي.

الفصل الأول

من أهم أدوار الدولة الاقتصادية هو تحقيق التنمية وتطوير إمكانيات المناخ الاقتصادي الخاص بها حيث نجح أن كل الدول تقريباً تؤدي وظائف هامة في انشاء البنى التحتية وأداء الخدمات العامة بطرق متعددة ومن ذلك المرفق العام، ومن بين الطرق الأكثر اعتماداً في مجال الإنفاق العام هو ما يعرف بالصفقات العمومية: تعد أداة استراتيجية باعتبارها آلية لتدخل الدولة بشكل عام بغية الدفع بالمجتمع نحو التقدم والرقي وتقوية الاقتصاد، وإنجاز العمليات المالية المتعلقة بإنجاز وتنفيذ وتسيير المرافق العامة، اعتبرت أنها ممارسة سياسية في السوق السياسي، فهي ممارسة يعبر عنها بالتمثيل السياسي من قبل المرشحين السياسيين كأداة فعالة للوصول إلى الأهداف المطلوبة.

المبحث الأول: الإدارة المحلية.

تعتبر الإدارة المحلية نموذجاً للمركزية التنظيمية والإدارية، وهي جزء لا يتجزأ من الدولة، أي أنها تابعة لها بالرغم من وجود اللامركزية التي تعتبر أسلوباً من أساليب التنظيم الإداري والتي تعني توزيع الوظيفة الإدارية بين السلطات المركزية في الدولة والهيئات الإدارية المنتخبة التي تباشر مهامها تحت رقابة هذه السلطة.

المطلب الأول: مفهوم الإدارة المحلية.

تعتبر الإدارة على أنها وسيلة جوهرية من وسائل تنمية المجتمع وهو في الوقت نفسه هدف أصيل، وقبل أن نتطرق إلى مفهوم الإدارة المحلية، نقوم بتعريف أولاً الإدارة المحلية.

1- مفهوم الإدارة:

يعود أصل كلمة الإدارة في اللغة العربية إلى الفعل "دار" الذي له معاني من بينها "قاد، أشرف، خدم"، وهو ما يتوافق مع كلمة الإدارة في اللغة الأجنبية "Administration" المشتقة من الأصل اللاتيني "Administrio" الذي يعود إلى الفعل "Aministrare" ويعني "خدم".¹

ومنه يلتقي المعنيين في اللغة العربية والأجنبية مع بعضهما البعض ويترادفان وعلى هذا النحو تعني كلمة إدارة خدمة الغير أو العون للآخرين.

¹ مصطفى إبراهيم وآخرون، مجمع اللغة العربية، معجم الوسيط (القاهرة: مكتبة الشروط الدولية، 2004) ص 250.

ومن بين أهم التعاريف التي وجهت للإدارة نجد:

-عرفها **دريك P-Drucke** هي "وظيفة معرفية وعمل يتم إنجازه من قبل المديرين لتنفيذ الأعمال والمهام".

-وهناك من يعرفها بأنها "عملية تنسيقية للنشاطات المؤسساتية وإنجازها بفعالية وكفاية مع ومن خلال الآخرين".

-وتعني الإدارة إنطلاقاً من نظرية القيادة والنظم أنها منظومة من الأنشطة المهنية المتكاملة الأهداف والخطط، والتي تهدف إلى التفاعل المستمر مع البيئة الخارجية ومتغيراتها، والتكيف معها بما يحقق أهداف المنظمة في الأجلين القصير والطويل.¹

كما تعرف على أنها: "النشاط الذي يعتمد على التفكير والعمل الذهني المرتبط بالشخصية الإدارية وبالجوانب والاتجاهات السلوكية الخاصة بتحفيز الجهود الجماعية نحو تحقيق هدف مشترك باستخدام الموارد المتاحة وفقاً لأسس ومفاهيم علمية، ووسيلتها في ذلك إصدار القرارات الخاصة بتحديد ورسم السياسات ووضع الخطط والبرامج اللازمة لتحقيق الهدف، وتوجيه الجهود والتنسيق فيها وإثارة مواطن القوة في أفراد القوة العاملة وتنمية مواهبهم وقدراتهم ورفع روحهم المعنوية، والرقابة على الأداء لضمان تحقيق الهدف وفقاً للخطط والبرامج الموضوعية".²

وقد تعددت تعريفات الإدارة بتعدد وجهات النظر التي بحثت فيها فكانت:

- تنظيم وتوجيه الموارد البشرية والمادية لتحقيق أهداف مرغوبة.
- عملية تكامل الجهود الإنسانية من أجل تحقيق أهداف معينة.
- تنظيم الأعمال المختلفة التي يمارسها عدد من العاملين من أجل تحقيق هدف معين بأقل جهد وأسرع وقت، مع نشاط يعتمد على التفكير والعمل ويتعلق بإثارة وتحفيز العاملين لتحقيق أهداف مشتركة باستخدام الموارد والإمكانات المادية المتاحة.

¹ حسين يرقى ، "مجلة الاقتصاد والتنمية-مخبر التنمية المحلية المستدامة"، جامعة المدية، عدد03، جوان2015، ص 162.

² وفية جبار محمد هاشم الياسري، مفهوم الإدارة، كلية التربية للعلوم الإنسانية، أنظر الموقع [humanities,wobobylon.edu.iq/lecture.aspe](http://humanities.wobobylon.edu.iq/lecture.aspe) تاريخ التصفح:2018/12/26

▪ عملية تنفيذ الأعمال بواسطة آخرين عن طريق تخطيط وتنظيم وتوجيه ومراقبة مجهوداتهم.¹

2- مفهوم الإدارة المحلية:

من الصعب إعطاء أو تقديم تعريف دقيق للإدارة المحلية ويرجع ذلك إلى اختلاف المفاهيم حول ماهية الإدارة المحلية من مفكر لآخرين ومن دولة إلى أخرى كما أن الإدارة المحلية عدة أسباب أسسها حاجة الإنسان إلى التنظيم من أجل تحقيق التكامل داخل المجتمع.

تعتبر الإدارة المحلية من الفروع الرئيسية للإدارة العامة، فقد عرفت في بريطانيا كصورة من صور التنظيم الإداري اللامركزي في أوائل القرن التاسع عشر مع أن بذورها الأولى قد تطورت بتطور المجتمعات الإنسانية التي أدركت حاجتها للتضامن وتضافر الجهود لإشباع احتياجاته وبذلك تكون قد سبقت الدولة في وجودها.

وعرفها الفقيه الفرنسي **ولين Waline** بأنها "نقل للسلطة، إصدار القرارات إدارية إلى مجالس منتخبة بحرية من المعنيين".²

ويمكن تعريفها أيضا على أنها: أسلوب من أساليب التنظيم الإداري في الدولة يتضمن توزيع الوظيفة الإدارية بين الحكومة وهيئات محلية منتخبة ومستقلة تمارس ما يعهد به إليها من اختصاصات تحت إشراف الحكومة المركزية.³

كما تعني أيضا حسب الأمم المتحدة "نظام من نظم الإدارة العامة، وهي وسيلة إدارية لمعاونة الحكومة المركزية على أداء رسالتها بصورة أكثر فعالية وكفاءة." وهي بذلك تحت على نقل بعض الاختصاصات والصلاحيات من الحكومة المركزية إلى المحليات لمواجهة مسؤولياتها في إطار توزيع الأدوار الوظيفة وتقسيم العمل على مستويين المركزي والمحلي.⁴

وتعرف أيضا على أنها وسيلة جوهرية، ووجود هذه الإدارة هو قمة في التنظيم لتلك المشاركة المحلية لأنها تجمع إليها جانب تقدير الحاجة المحلية وإدارتها لها.

¹ وفيه جبار محمد هاشم الياسري، مرجع سابق الذكر.

² أيمن عودة المعاني، الإدارة المحلية (الأردن: دار وائل للنشر، ط1، 2010) ص18.

³ علي أنور العسكري، الفساد في الإدارة المحلية (مصر: مكتبة بستان المعرفة للطباعة والنشر، 2008) ص09.

⁴ أيمن عودة المعاني، مرجع سابق الذكر، ص162.

ووعيا للأسباب التنظيمية والتنفيذية للإمكانيات العلمية التي تحقق بها المطالب في ظل وجودها.¹

وعرفها جون شوك **John choke** بأنها: ذلك الجزء من الدولة الذي يختص بالمسائل التي تهّم سكان المنطقة معينة إضافة الأمور التي يرى البرلمان أنّه من الملائم أن سلطات المحلية المنتخبة تكمل الحكومة المركزية.²

كما يعرفها فؤاد العطار على أنها: توزيع الوظيفة الإدارية بين الحكومة المركزية وهيئات منتخبة أو محلية تباشر اختصاصاتها تحت إشراف الحكومة ورقابتها.³

كما تعرف على أنها أيضا تعريف اللامركزية الإدارية الإقليمية أو ما يعرف بالجماعات المحلية، إذ تعني الإدارة المحلية بهذه الصورة أن يمنع القانون لهيئة منتخبة ذات شخصية سلطة التقرير في كل أو جزء من الشؤون المحلية.

ويذهب جانب في الفقه الفرنسي إلى اعتماد مصطلح الجماعة اللامركزية لوصف نظام الإدارة المحلية وهو في تعريفها على عنصر الشخصية المعنوية كعنصر قانوني لتحديد معنى الجماعات الإقليمية في فرنسا، إذ أن الجماعة اللامركزية الإقليمية لها استقلال قانوني ناتج عن منحها الشخصية المعنوية كما أنها تحوي أجهزة محددة جغرافيا.⁴

ويمكن تعريفها أيضا أنها عملية توزيع الوظائف الإدارية بين السلطة المركزية والهيئات المحلية المنتخبة من مجموع سكان الوحدة الإقليمية، والذي يعطي لها سلطة تبت والتصرف في المسائل التي تخص مصالح هؤلاء السكان المحليين تحت رقابة السلطة المركزية.⁵

على ضوء ما سبق فإننا نرى أن الإدارة المحلية هي تولى وحدة إدارية ذات شخصية معنوية ممارسة اختصاصات إدارية أصلية على مستوى إقليم محدد، ويسير هذه الوحدة مجلس منتخب من قبل المواطنين المحليين، على أن يظل للدولة سلطة الوصاية والإشراف على هذه الوحدة.

¹ محمد محمود الطعمنة، بحث النظم الإدارية المحلية (المفهوم والفلسفة والهدف)، الملتقى العربي الأول، نظم الإدارة المحلية في الوطن العربي، سلطنة عمان، 2003، ص 60.

² فؤاد غضبان، التنمية المحلية ممارسات وفاعلون (عمان: دار صفاء للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، 2005) ص 64.

³ فؤاد العطار، مبادئ في القانون الإداري (القاهرة: دار الفكر العربي، 1955) ص 175.

⁴ جمال زيدان، إدارة التنمية المحلية في الجزائر (الجزائر: دار الأمة للطباعة والنشر والتوزيع، ط2004) ص 34.

⁵ كمال جعلاب، الإدارة المحلية وتطبيقاتها الجزائر، بريطانيا، فرنسا (الجزائر: دار الهومة للطباعة والنشر والتوزيع، 2017) ص 38.

المطلب الثاني: أسباب نشأة الإدارة المحلية.

تعتبر الإدارة المحلية أداة مهمة لتنظيم جهود الفرد والجماعة داخل المجتمع، حيث أنها تقوم بدور العنصر المعاون الذي يتغلغل في جميع الأنشطة التي يقوم بها الإنسان وحسنها وكفاءتها هي من الخصائص المهمة التي تساهم في التمييز بين المجتمعات المتقدمة والمتخلفة.¹ وترجع نشأة نظام الغدارة المحلية إلى أسباب متعددة حفزت الدول المختلفة إلى الأخذ بهذا النظام، تم التوسع فيه ومن هذه الأسباب نذكر منها:

1-ازدياد وظائف الدولة: كانت وظيفة الدولة مقصورة على المحافظة على الأمن الداخلي وصد الاعتداءات الخارجية وإقامة العدل بين الناس، إضافة إلى أحجام الدولة القديمة عن التدخل في الميادين الاقتصادية والاجتماعية ورفاء ورفاهية المواطنين، ومن هنا ظهرت فكرة هيئات محلية تتولى بعض هذه الوظائف في نطاق الوحدات الجغرافية مما يخفف من المهام التي تقوم بها الدولة، بالإضافة إلى ذلك ظهرت فكرة تقسيم العمل إذا أصبحت هناك خدمات تقوم بها الحكومة المركزية-خدمات قومية-وهناك خدمات محلية تتولاها الإدارة المحلية.²

2-أسباب سياسية: هي تحقيق مشاركة السكان المحليين السلطة المركزية، إذ يلتزم المواطن بتحقيق الأهداف وإنجازها فلا يضطر للجوء إلى الممارسة العنف أو خلق الاضطرابات بالإضافة إلى إرساء قواعد الديمقراطية بين المواطنين لأن عملية الترشيح والانتخاب واحترام الرأي الآخر تعتبر تدريب على ممارسة العمل السياسي واحترامه.³

كما أصبحت الإدارة المحلية أمر محتم كمنهج ديمقراطي تتبناه الدول، إذ أن المسؤولية الديمقراطية تطورت لدى الشعوب من ديمقراطيات المؤسسات السياسية إلى ديمقراطية المؤسسات السياسية إلى ديمقراطية المؤسسات، ومر ذلك الاعتقاد بأن أسلوب اللامركزي هو سمة ديمقراطية الحكم.⁴

3-الأسباب الاقتصادية والتنموية: إن اتخاذ القرارات محليا بدلا من صدورها عن الإدارة المركزية

¹ عمر وصفي عقيلي، الإدارة أصول وأسس ومفاهيم (الأردن: دار زهران للنشر والتوزيع، 1996) ص18.
² عبد الرزاق الشبخلي، الإدارة المحلية دراسة مقارنة (عمان: دار المسير للنشر والتوزيع، 11، 2010) ص21.
³ أيمن عودة المعاني، مرجع سابق الذكر، ص20.
⁴ بوجمعة بوعزاوة، الإدارة المحلية (القاهرة: المنظمة العربية للتنمية، 2005) ص149.

قد يوفر الوقت والكلفة والاتفاق ويحسن إنجاز العمل وكذلك توفير التمويل المحلي يساهم في سد جزء من تكلفة المشروعات والأعمال المحلية، ويدعم الدولة ولا يثقل الخزينة المركزية.

إشراك المواطنين والهيئات المحلية في تقدير الحاجات ورسم الخطط وتنفيذها باعتبار أن الإدارة المحلية هي وسيلة المجتمع إلى التنمية ليسهم في تسارع عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية.¹

4- الأسباب الاجتماعية:

تكون هذه الأسباب على النحو التالي:

- مراعاة رغبات واحتياجات السكان المحليين من الخدمات الصحية بما يتفق مع ظروفهم وأولوياتهم، حيث أن وجود مجلس محلي في رقعة جغرافية محددة يشعر بمسؤولية اجتماعية اتجاه المواطنين، بالإضافة إلى شعور الفرد داخل المجتمعات المحلية بأهمية التأثير على صناعة وتنفيذ القرارات المحلية وارتفاع مستوى الصحة والتعليم والحد من التلوث البيئي والحصول على جميع الخدمات المحلية بسهولة.
- التخفيف من آثار العزلة التي تفرضها المدينة الحديثة على الأفراد بعد اتساع نطاق التنظيمات الحديثة، حيث يفقد الإحساس بالمجتمع في الوحدات الكبيرة التي تضم مجموعات غير متجانسة.²
- تنمية القيم الاجتماعية والثقافية، باستحداث مشروعات تساهم بالنهوض الثقافي والاجتماعي للمدينة، مثل استحداث المكتبات ومؤسسات رعاية الشباب والمتاحف.
- حماية حياة الإنسان من كل ما يضرها، خاصة الآفات التي تصاحب التقدم الاقتصادي والتكنولوجي في هذا العضو مثل مشكلة التلوث.
- إيجاد مزيد من فرص العمل للمواطنين في مناطقهم والحد من هجرتهم إلى العاصمة أو المدن الكبرى، والقضاء على البطالة.
- قيادة علمية التغيير الإيجابي في المجتمع المحلي وتهيئة السكان لتقبله والحد من مقاومته.

¹ أيمن عودة المعاني، مرجع سابق الذكر، ص21.

² نسيمه منال دلباز، مرجع سابق الذكر، ص81.

- مراعاة احتياجات السكان ورغباتهم ومصالحهم في المناطق المحلية بما يلائم ظروفهم المحلية ويؤدي إلى رفع مستواهم الاقتصادي والاجتماعي.¹

5-المقاربة الأنثروبولوجية: هو العلم الذي يدرس البشر في جميع أنحاء العالم، وتاريخهم التطوري وسلوكهم وكيفية تكيفهم مع البيئات المختلفة وتواصلهم واختلاطهم معا.

تعتمد الأنثروبولوجية على الإنسان وحده، حيث تتخذ العديد من العلوم من هذا الكائن موضوعا لها، كما أن الجوانب المذكورة تنتمي إلى العلوم شديدة التنوع والاختلاف، منها الدراسات العرقية والتاريخ والأحياء وعلم النفس واللغة والاجتماع.

لكن الأنثروبولوجيا بالفعل أكثر العلوم التي تدرس الإنسان شمولية، تتقاطع مع كثير من العلوم الأخرى منها الأحياء والتاريخ والاجتماع والأدب والفلسفة، لها اليوم فروع بالعصور التاريخية في الوقت نفسه.

كما تعرف أيضا على أنها دراسة نوع معين من المجتمعات التي نسبت إليها مع مضي الوقت أكثر الصفات تنوعا (المجتمعات <<البدائية>>، <<التقليدية>>، <<المتخلفة>>، <<العالم الثالث>> تأخذ هذه المجتمعات بالنسبة إلى الأنثروبولوجية شكل بنيات كلية حيث تشكل القرابة مستوحى من الواقع المفضل للتحليل.

نختم بعبارة للأنثروبولوجي الشهير إريك ولف: ليست الأنثروبولوجيا مجالا بحثيا بقدر ما هي ارتباط بين عدد من المجالات. إنها تاريخ من جهة، وأدب من جهة أخرى. إنها علم طبيعي من جهة، وعلم اجتماعي من جهة أخرى. تهدف الأنثروبولوجيا إلى دراسة الإنسان من الداخل والخارج، وتعد طريقة للنظر إلى الإنسان وطريقة للتنبؤ بمستقبله في آن واحد.

الأنثروبولوجيا أشد العلوم الإنسانية طبيعة علمية، وأشد العلوم الطبيعية إنسانية.²

6-الأسباب الإدارية:

- التخفيف من أعباء موظفي الإدارات المركزية وتركيزها على الأعمال الإدارية المهمة.

¹ باديس بن حدة، الاتجاهات الحديثة لتطوير الإدارة الحديثة في الوطن العربي (مذكرة ماجستير تخصص علاقات دولية كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ورقلة، 2011) ص31.

² ليز بيلون، السياسي في الأنثروبولوجيا، تر مولود أمغار (الرباط: مؤمنون بلا حدود للدراسات والأبحاث، 2018/10/24) ص 25.

- زيادة قدرة الموظفين المحليين على الإبداع والابتكار وإكساب الكوادر المحلية خبرة متزايدة نتيجة مشاركتها في عمليات اتخاذ القرارات.
- ضمان سرعة الإيجار بكفاءة وفعالية والحد من الروتين بتبسيط الإجراءات.
- استخدام أساليب إدارية مختلفة عن تلك التي تطبقها الإدارة المركزية تراعي الظروف والعوامل المحلية مما يرفع من كفاءة العمل.¹

المطلب الثالث: خصائص الإدارة المحلية.

تتميز الإدارة المحلية بعدة خصائص وهي كالتالي:

- 1- قربها من الأفراد يجعلها تصل إلى أعماق حياتهم السياسية والاجتماعية والاقتصادية.
- 2- اشتراك الأفراد في إدارة في الأمور ذات الأهمية الإدارية لكون أولئك الأفراد أقدر على معرفة حاجاتهم وكيفية تلبيتها.
- 3- تعتبر مدرسة للتربية السياسية للأفراد الإعداد القيادات الصالحة وتدعيم الروابط الاجتماعية بين أبناء المجتمعات المحلية.
- 4- إثارة الحماس والتنافس بين الأفراد المجتمعات المحلية المختلفة لتحقيق أكبر قدر من النهوض بمجتمعاتهم معتمدين في ذلك على جهودهم الداخلية.²
- 5- الانطلاق من اجتذاب الكوادر القيادية، والتأكيد على ضرورة إيجاد أسلوب موضوعي يتم بموجبه اختيارها وتدرجها ومكافأتها، بالإضافة إلى ضرورة القيام بتعبئة الكوادر الإدارية والفنية وتهيئتها من أجل القيام بدورها الإستراتيجي في قيادة عملية التنمية وذلك عن طريق التركيز على الإعداد، التحفيز والارتفاع بحس المسؤولية المهنية في ظل الانتماء والولاء الاجتماعي.
- 6- القدرة على وضع استراتيجية طويلة المدى للنشاط أو القطاع أو المجتمع الذي تقوم بإدارة نشاطه، ومن ثم توفير متطلبات العمل بموجب تلك الإستراتيجية.

¹ باديس بن حدة، مرجع سابق الذكر، ص33.

² محمد سليمان وعلي بايزيد، أهمية الإدارة المحلية في تحقيق التنمية المحلية المستدامة (مجلة الاقتصاد والتنمية المحلية المستدامة، جامعة المدينة، عدد 03 جوان، 2015) ص 165.

7- إيجاد القدرة الفنية للقيام بالتخطيط الإستراتيجي والاضطلاع بمهام التوجيه والتنفيذ والمتابعة والتقييم.

8- المساهمة في بناء قاعدة وطنية للعلم والتقنية تسمح بتنمية القدرة الذاتية على استيعاب المعرفة والقيام باستنباط النظم والأساليب والتقنيات الملائمة أو امتلاك المهارة اللازمة من أجل اختيار الملائم من جهات الاختصاص.

9- العمل الحاد من أجل خلق الحالة الذهنية التي تسمح باستيعاب فلسفة التنمية من قبل أفراد المجتمع الذين تقع مهمات إدارته على عاتقهم أو يتأثر عملهم أو يؤثر عليه.¹

المبحث الثاني: السوق السياسي المحلي.

نمت و بشكل ملحوظ خلال العقدين الأخيرين تطبيقات وأساليب التسويق السياسي في الدولة المتقدمة ديمقراطيا، حتى أضحت الأداة المثلى التي تستخدمها القوى السياسية المختلفة للتعامل مع الواقع السياسي ومتغيراته، ونتيجة لهذا أصبحت هناك حاجة ملحة إلى القيام بعملية ترويج منظم للمنتجات السياسية التي تمثل نواتج أو مخرجات العمل السياسي، خاصة مع وجود اقتناع متزايد لدى القادة السياسيين بأهمية هذه العملية، وأمام هذه الحاجة الملحة بدأت المؤسسات البحثية في علم الإدارة و التسويق والسياسية ثوراتها في هذا المجال.

المطلب الأول: مفهوم التسويق السياسي.

نعيش الآن عصر التسويق، والمتخصص في التسويق يعلم جيدا أن التسويق ليس مجرد بيع أو توزيع أو إعلان فحسب، إنما امتدت وظائف التسويق الفرعية التابعة له إلى ما يقرب من 64 وظيفة متخصصة، كما أن المفهوم الحديث للتسويق يعتمد على المحاور التالية:

الغاية الرئيسية للتسويق وفقا للمفهوم الحديث هي: كيف تكون أنت ومتقدمه مقبولا لدى الآخرين.

في اللغة العربية يتم استعمال تسويق أو علم التسويق، استنادا إلى جذر الكلمة في لغتها الأصلية (السوق) الذي يعني، وبالرغم من تعدد المترادفات والبدائل لهذا المفهوم تبقى كلمة (marketing) هي

¹ عبد القادر لمير، الضرائب المحلية ودورها في تمويل ميزانية الجماعات المحلية (مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد وإدارة أعمال، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة وهران، 2014) ص 33.

الأكثر شيوعاً وتداولاً في الأوساط العلمية والتجارية وقد يكون الهدف هو الحفاظ على معناه الأصلي أي هناك نشاطات وطاقات وراء الفعل لتجلب له الدوام وعليه استمرارية السوق.¹

بات مصطلح التسويق السياسي يستخدم على نطاق واسع باعتباره وصفاً لمجموعة متنوعة من المتغيرات التي جرت في الممارسة السياسية. وتتمثل إحدى صعوبات الباحثين في موضوع التسويق السياسي، ومن هذا المنطلق وجب تقديم تعاريف نقلت عن مفكرين متخصصين في هذا المجال.

التأمل في مصطلح التسويق السياسي يجد أنه يتكون من شقين:

الشق الأول: هو التسويق الذي يفترض أن يكون إدارة للسوق تهدف إلى التبادل لتلبية احتياجات ومطالب الإنسان، فهو عملية يحصل من خلالها أشخاص معينون .

أو جماعات على كل ما هو ضروري ومرغوب عن طريق إيجاد السلع والقيم الاستهلاكية والتبادل فيما بينها.

الشق الثاني: هو السياسي الذي يحدد مجال عمل هذا الفرع من فروع التسويق وهو لحقل السياسي الذي يشمل على العديد من المجالات والمكونات كالسلطة والنفوذ والحكومة والأحزاب السياسية وجماعات الضغط والمصالح والبرلمان... إلخ كما أنه يتضمن العديد من العمليات كالانتخابات وصنع القرار السياسي واتخاذ وتنفيذه، تداول السلطة... إلخ وبناءً على ذلك يمكن القول إن التسويق السياسي هو عملية الترويج المخطط والمنظم لسياسة معينة، أو قرار سياسي، أو فكرة سياسية وذلك بهدف خلق رؤية إدراكية معينة لدى المواطنين المستهدفين بخصوص أي من هذه الأمور أو بعضها ومن أجل توفير التأييد والمساندة أو المعارضة والرفض.²

يعرف ميشال بونغون Michel Bounon بأنه "مجموعة الأساليب المستخدمة بغرض تكييف منتج ما في سوق معين، بتعريفه للمستهلكين، وخلق التمييز مقارنة بالمنافسين، ومن خلال أدنى من الوسائل بغرض تحقيق الفائدة المتولدة من البيع"³.

¹ مسعد الأمين عبد الحفيظ، دور إدارة التسويق في كسب الزبون (مذكرة ماجستير، تخصص اقتصاد، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 2009) ص 209.

² محمد سعد أبو عامود، التسويق السياسي وإدارة الانتخابية (الإسكندرية: منشأة المعارف، 2007) ص 23.

³ شيماء السيد سالم، الاتصالات التسويقية المتكاملة (القاهرة: مجموعة النيل العربية، 2006) ص 17.

يعتبر التفكير في المستهلك والعمل أساس المفهوم الحديث للتسويق، فالمنافسة بين الشركات تحسم في مصنع توقعات العميل.¹

يمكن استخلاص من هذين التعريفين أنهما يتمحوران حول ثلاثة أبعاد سياسية، يتعلق أولهما بالبعد الإداري يشير إلى الوظائف التي تقوم بها المؤسسة في دراستها للأسواق المستهدفة وكذا عمليات التوزيع ويتعلق ثانيهما بالبعد الاقتصادي أو التجاري ويكمن في عملية التبادل للسلع والخدمات ذات القيمة بين البائع والمشتري، وثالثهما البعد القانوني الذي يتمثل في نقل الملكية من خلال عملية التبادل.

عرف **دي بوف Rey-Debove** التسويق: "على أنه مجموعة العوامل التي تسمح بالدراسة الوصفية الظرفية والحالية للسوق أو إمكانيات قطاع خدمات قصد وضع وسائل تسمح بتلبية احتياجات وطلبات في الآجال المحددة أو الشروع فيها"². عرفت **الجمعية الأمريكية للتسويق**: بأنه عملية تخطيط وتنفيذ من أجل إعداد وتسعير وترويج فكرة أو سلعة أو خدمة لغرض إتمام عملية تبادل تحقق أهداف المنظمة والأفراد.³ يمكن القول أن التسويق أساسا يبدأ من حاجات ورغبات الأفراد المختلفة من مجتمع لآخر والمتمثلة في المنتجات المادية و المعنوية، فالتسويق يظهر عند توفر الرغبة لدى الأفراد في إشباع حاجاتهم عن طريق عملية التبادل في السوق.

يعرف **كولتر Kolter** التسويق: بأنه عملية اجتماعية إدارية، تقوم بها منظمة (فرد أو مجموعة) لغرض تغيير احتياجات ورغبات الجماعة أو الأفراد الآخرين، من خلال خلق التبادل بين المنتجات والقيمة.⁴ يمكن أن نتطرق إلى مفهوم التسويق من خلال تعريفات عدة لمفكرين:

عرفه **جون لوبيان J-Lambin**: عملية ونشاط اجتماعي موجه لإشباع حاجات ورغبات الأفراد والمنظمات من خلال إعداد وتبادل الخدمات والمنتجات ذات منفعة للمشتريين.⁵ ويعرف **فورنيس Fournis** التسويق على أنه: مباشرة كل النشاطات القائمة على قواعد علمية والتي تساعد

¹ Michel Bongrand, le **Marketing Politique**, Paris, presse universitaires de France ,2é edition,1993,p13.

² Rey-Devese J & Rey, **le petit Robert**, editions hactitts, Paris, 1996, P18.

³ Philip Kolter, **Marketing Management**, prentice-Hall, new jersey, USA, 2001, P04.

⁴ Philip kolter, **Les Clé du Marketing**, pearson éducation, Paris, 2003, P07.

⁵ ميادين التسويق، مفاهيم أساسية في التسويق المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني (السعودية، 1429، انظر الموقع www.makktaba.com تاريخ التصفح يوم 20/11/2018.

المؤسسة على إبداع، إنتاج وتوزيع سلعة أو خدمة ما بطريقة مريحة يكون الهدف منها إرضاء الطلب الحالي أو المستقبلي للمستهلكين...إذن فعلى المؤسسة تأمين الوظائف التالية لتحقيق خطة تسويقية فعالة:

- توقع طلب السلع والخدمات .
- تنسيق الوظائف الموجهة للمستهلكين.
- تركيز سياسات مختلفة حول فكرة إرضاء وإشباع حاجيات المستهلكين.

يقدم هذا التعريف تفاصيل إضافية لمفهوم التسويق ويجسد ميزة أخرى له وهي فكرة الإشباع أي إرضاء وإشباع حاجيات ورغبات السوق والمستههدف بشكل مريح بالنسبة للمؤسسة من خلال توقع الطلب دراسة مسبقة للسوق.¹

تعريف السياسة: تعرف الموسوعة السياسية السياسة بأنها:دراسة المصالح المتضاربة وانعكاساتها على تكوين السلطة والحفاظ على إجتيازات الطبقة الحاكمة.²

ويقتررب التعريف-الذي جاء تحت إشراف منظمة اليونسكو في قاموس العلوم الاجتماعية من التعريف السابق، حيث تشير إلى أنها تعنى بممارسات الأعمال الانسانية التي تدعم أو تتابع أو تساوي الصراع بين المصلحة العامة ومصالحة الجماعات الخاصة والتي تستعمل فيها القوة.³

كما تعرف بأنها طريقة يمكننا من خلالها أن نفهم وننظم شؤوننا الاجتماعية لا سيما فيما يتعلق بتخصيص الموارد النادرة والمبادئ التي تضعها لهذا الغرض،وكذلك الوسائل التي يستطيع من خلالها بعض الجماعات والأفراد المسيطرة على الوضع أكثر من الآخرين.⁴

ونخلص مما تقدم إلى أنّ السياسة هي أداة ترجيح بين المصالح، وأسلوب عمل في توظيف الإمكانيات والوسائل.

إن السّاحة السياسيّة تماثل إلى حد كبير السوق الاقتصاديّة، فالسوق السياسيّة تتكون من مجموع الأفراد والمنظمات الذين لهم علاقة تأثير في القرار السياسي،وتشمل السّاحة السياسيّة على عناصر متعدّدة:

¹ الطاهر بن خلف الله، مدخل إلى التسويق السياسي(الجزائر: دار الهومة،2007) ص27.
² الكيالي، الموسوعة السياسيّة، الجزء 3(بيروت:المؤسسة العربيّة للدراسات والنشر،1983) ص362.
³ هايل عبد المولى طشطوش، مبادئ أساسية في العلوم السياسيّة(الأردن: دار الكندي للنشر والتوزيع،2009) ص15.
⁴ نفس المرجع، ص 16.

الحكومة والتنظيمات السياسية، جماعات الضغط البرلمان، المجتمع المدني، كما تتضمن مجموعة آليات مثل الانتخابات، المشاركة السياسية. بالإضافة إلى الفاعلين السياسيين مثل الدول والمنظمات الدولية والإقليمية وأجهزة الاستخبارات كما تشير كذلك إلى جملة القيم والنظم والسياسات والأدوار والمؤسسات. بعد أن حددنا مفهوم التسويق بشكل عام ومفهوم السياسة وكيف عرفهما بعض المفكرين، سوف نتحدث عن علاقة التسويق بالسياسة، وهو ما عرف بالتسويق السياسي، ولنبدأ بتعريفه:

يعرف **التسويق السياسي** بأنه "العمل على تحسين وضع حزب سياسي ما على مستوى زيادة عدد أعضائه، لتحسين المساهمات المالية والانتماءات العائد لحزب معين، أو برنامج سياسي، وفي هذا السبيل يستخدم التسويق السياسي جميع الوسائل الضرورية والتقنيات الممكنة للوصول إلى هدف محدد مسبقاً وذلك بالارتباط مع تطلعات الرأي العام الشعبي ومتطلبات الجماهير الحقيقية أو المفترضة.¹ وما يلاحظ على هذا التعريف أنه يحصر الممارسة التسويقية السياسية ضمن إطار الأحزاب السياسية وفي سياق الحملات الانتخابية، وهنا يمكننا القول أنه ينطق على مفهوم التسويق الانتخابي أكثر من توافقه مع مفهوم التسويق السياسي. فالتسويق الانتخابي فرع أو جزء من التسويق السياسي. ويعرف أيضاً على أنه: "مجموعة الأنشطة التي تستهدف تعظيم وتنظيم عدد المؤيدين لمرشح سياسي أو لحزب معين أو لبرنامج أو فكرة معينة، بما في ذلك الدعم المادي الجماهيري باستخدام وسائل الاتصال الجماهيري كافة، أو أي وسائل أخرى ضرورية.²

كما يعرف التسويق السياسي انطلاقاً من كونه: مجموعة من التقنيات التي تهدف إلى إيجاد ملائمة بين مرشح ما والناخبين الحقيقيين، وإلى التعريف به لدى عدد كبير من الناخبين ولدى كل واحد منهم، بالإضافة إلى خلق الفارق بينه وبين المنافسين الآخرين، وبأقل الوسائل الممكنة ومن ثم رفع عدد الأصوات الناخبين التي يعمل على الحصول عليها خلال الحملة.³

¹ محمد علي الحسيني، المصطلحات والتعابير السياسية (بيروت: دار المحجة البيضاء، 2004) ص 179-180.
² عبد السلام أبو قحف، هندسة الإعلان والعلاقات العامة (الإسكندرية: مكتبة ومطابع الإشعاع الفنية، 2001) ص 108.
³ الطاهر بن خلف الله، الوسيط، الجزء 2 (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2004) ص 103.

كما عرفه بولر **Boller** أنه: "عملية تبادل التي تتم في فترة الانتخابات عندما يسعى البائعون السياسيون إلى تسويق أنفسهم من خلال تطبيق الأنشطة الترويجية المباشرة.¹

وفي ضوء هذا التعريف يمكن القول أن التسويق السياسي يستهدف تسويق منتج وليس مجرد بيع منتج سياسي.

ويحتوي على ثلاثة أبعاد:

1- البعد الأول: هو الاتساع الذي يشير إلى عدد القضايا المطروحة أو البرامج المطروحة أو البرامج والأفكار الخاصة بالحزب أو المرشح.

2- البعد الثاني: هو العمق الذي يشير إلى مدى تعدد أطروحات الخاصة بحل المشكلات أو تنفيذ البرنامج الواحد.

3- البعد الثالث: الترابط الذي يشير إلى استخدام وسيلة أو عدة وسائل مشتركة لنشر برنامج أو عدة برامج انتخابية.²

وفي تعريف ميرشمنت **Les-Mershment** نجد أن التسويق السياسي هو توظيف مفاهيم وتقنيات التسويق في المجال السياسي، فالتسويق هو كيف تتعامل المنظمات في علاقتها بالمستهلكين، أما في مجال السياسة فهو كيف يتعامل الفاعلون السياسيون والمؤسسات مع المواطنين. ويستخدم التسويق بأشكال مختلفة، من خلال كل المنظمات السياسية بما فيها الأحزاب السياسية.³

وعرفها بولر و فالر **Bouller et Farell** بأنه: هو لتسويق السياسي عملية تبادل التي تتم في فترة الانتخابات عندما يسعى البائعون السياسيون، من أجل زيادة أرباحهم إلى التسويق أنفسهم، من خلال تطبيق الأنشطة الترويجية المباشرة.

¹ محمد راسم الجمال، خيرت معوض عيادة، التسويق السياسي والإعلام الإصلاحي السياسي في مصر (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ط1، 2005) ص21.

² عبد السلام أبو قحف، التسويق السياسي فن البيع-التفاوض (مصر: دار الجامعة الجديدة، 2004) ص13.

³ Darreg, Lilleker and Jannifer Lees-Marshement, **Political Marketing**, Manchestergh university press, Great Britain, 2005, p6.

يفهم من هذه التعاريف أن التسويق السياسي هو عملية التبادل التجاري يسعى من خلالها البائع السياسي (المنتج السياسي) إلى زيادة أرباحه من خلال كسب أكبر عدد من الأصوات والدعم وعليه فإنّ التسويق السياسي بهذا المعنى يركز على تسويق البائع السياسي أكثر من اهتمامه بتأثير على سلوك السياسي للأفراد.¹

وللخلاصة علينا القول أن التسويق السياسي يعرف أنه تطبيق المبادئ والإجراءات التسويقية في الحملات السياسية من قبل مختلف الأفراد والمنظمات، وتشمل الإجراءات التي تنطوي على التحليل والتطوير والتنفيذ وإدارة الحملات الاستراتيجية من قبل المرشحين والأحزاب السياسية والحكومات، وجماعات الضغط والمصالح التي تسعى إلى دفع الرأي العام، لكي يتقبل إيديولوجياتهم، فيتمكنوا من الفوز في الانتخابات وتميرير التشريعات والاستفتاءات والاستجابة لاحتياجات ورغبات اختارتها الناس والجماعات في المجتمع.

المطلب الثاني: نشأة وتطور التسويق السياسي.

لاختيار تاريخ معين لنشأة التسويق السياسي لقد اعتمد من طرف الباحثين دراسات واجتهادات كبيرة حتى يمكن تحديد دقيق للنشأة، ولكن هذا الأمر بات مسألة في غاية الصعوبة: لأنه لم يتبلور فجأة ولم يتحدد بصورة نهائية في حقبة زمنية معينة.² إنما تشكل خلال تراكمات زمنية مختلفة وعبر نماذج تطويرية ازدادت تدريجياً مع تطور النظم السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية في المجتمعات الإنسانية، وارتبط بظروف متباينة اتجارب مختلفة على الأقل شكلاً وإطاراً، ولعل اقترانها بمفهوم التسويق التجاري الذي شهد هو الآخر تطوراً ملحوظاً مع تطور وسائل الاتصال والنمو الهائل لتقنيات التكنولوجيا يؤكد المعنى الذي يشير إليه أيضاً، لذلك فقد حملت كل تجربة في التسويق السياسي في المجتمعات العالمية المختلفة إضافة مميزة في صياغة الصورة النموذجية للتسويق السياسي الحالي الذي نعتقد أنه هو الآخر مرشح لمزيد من التطور بفعل تعدد التجارب السياسية وتنوعها في النظم السياسية العالمية، وبحكم الإضافات التي من المحتمل أن تقدمها دراسات لاحقة في فهم أعمق وأجود وأوضح للتسويق السياسي. لذلك لا يمكننا الجزم بتحديد ميلاد محدد للتسويق السياسي لأنّ ليس له نقطة بداية محددة فمنذ أنّ ظهر الإنسان وبدأ يتكلم ويرسم ويكتب بدأ يمارس الإقناع.

¹ محمد راسم الجمال وخيرت معوض عيادة، مرجع سابق الذكر، ص 14.

² عبد ربه عبد القادر العززي، نظرية التسويق السياسي، المفاهيم والدلالات في المجال السياسي (فلسطين: جامعة الأزهر، 2016) ص ص 60 61.

ونشأت مع ذلك الإرهاصات الأولى للدعاية والتي تطورت مع ظهور المطبعة ابتداءً من عام 1436م حيث أتاحت المطبعة وصول الدعاية إلى عدد كبير من الناس، وتطور الأمر حتى ظهرت الصحافة وانتشرت، وظهرت بعد ذلك أساليب متطورة... وقد صاحب ذلك ظهور العديد من أشكال الديمقراطية وظهر الاقتراع الشامل المباشر وما ترتب عليه من ظهور أشكال جديدة من أساليب الضغط الجماعي والتأثير على الناخبين أو المقترعين.¹ وبروز وتطور عمليات الاستطلاع للرأي العام .

إنّ التطور التاريخي للتسويق السياسي برز في بريطانيا في أوائل القرن العشرين لكن أول من استخدم أدوات التسويق وطورها للاستخدام في التسويق السياسي كان في الولايات المتحدة الأمريكية عندما أنشئ معهد (جالوب) الذي ركز على دراسات قياس الرأي العام، وإصداره دورية ربع ثنوية في دراسات الرأي العام (public opinion quarterly) غير أن ذلك لا يعد من قبل البعض الآخر تسويقاً سياسياً بقدر ما ينظر إليه على أنّه نوع من الاتصال والإعلان ذي الصبغة السياسية، فالتسويق السياسي كفرع معرفي له خصائصه البنائية وأطره النظرية وتطبيقاته المعرفية.²

فيما يرى البعض الآخر أنّ الرئيس الأمريكي فرانكلين روزفلت **F, Rosvelte** الذي تولى الحكم في الفترة من 1933 حتى 1945، هو أول من استخدم أحدث الوسائل الدعائية في التسويق السياسي فهو أول من في الإدارة الأمريكية قسماً خاصة للعلاقات العامة واستخدم مصطلح التسويق السياسي بدلاً من مصطلح الدعاية السياسية.

وعلى النهج نفسه، يرى البعض أنّ الرئيس الأمريكي دوايت إيزنهاور **Dwight Eisenhower** الذي تولى الحكم في الفترة من 1953 حتى 1961 كان أول من استخدم منهج التسويق السياسي في إدارة حملته الانتخابية خلال الانتخابات الرئاسية عام 1953، حيث استعان بوكالة **Ted Bates** الخاصة للدعاية والإعلان لتصميم حملته الانتخابية.³ ووصف شامة **Shama** أنّ أوائل من عام 1960 كانت الحملات الانتخابية ما هي إلا مجرد ترويج للمرشحين، ولكن تطورت في الولايات المتحدة الأمريكية إلى بريطانيا بعد استخدام **Margaret Thatcher** -زعيمة حزب المحافظين- للتسويق

¹ عبد ربه عبد القادر العنزي، مرجع سابق الذكر، ص 61.

² علاء بسيوني الرميلي، التسويق السياسي (مكتبة العربي للمعارف) ص11. أنظر الموقع www.google

bokes.com، تاريخ التصفح يوم 2018/11/26.

³ نفس المرجع، نفس الصفحة.

السياسي في حملتها الانتخابية لعام 1987 والذي ينظر إليه باعتباره تغيير في طريقة الانتخابات البريطانية. في رأي **اسكمل Scammel** أنّ عام 1987. مثلت البيانات الرسمية والإستراتيجية للانتخابات هي صلب تحليل دراسات التسويق في بريطانيا.

مع بداية التسعينات من القرن الماضي عرف التسويق السياسي كمجال معرفي اهتمام وذلك تحديدا عندما نشر **نيكولاس أو شوفنتسي Nicholas O'Shaughtensi** أستاذ التسويق السياسي دراسته المعنونة "بظاهرة التسويق السياسي"، والتي ركز فيها على دراسة التسويق السياسي كعلم معرفي يضم في طياته الاتصال السياسي، والإعلان السياسي والعلاقات العامة السياسية.¹

وقد حوّل هذا التطور إلى جعل تطبيقات التسويق السياسي المعاصرة من مجرد أداة اتصال إلى أسلوب متكامل لإدارة العملية السياسية بحيث أصبح أكثر اتساعا وقائما علة تطبيق تكتيكات التسويق في كل سلوكيات المؤسسة السياسية. وذلك سواء بغرض تطوير منتج المؤسسة السياسية أو إجراء حملة انتخابية ناجحة.

المطلب الثالث: خصائص التسويق السياسي.

إذا كان هناك تشابه بين السوق السياسية وسوق الخدمات أو بين الناخب ومستهلك الخدمة قلته قائمة الخصائص، وسمات تميز السوق السياسية عن غيرها وأهم هذه السمات تلك التي أوردها العالمان **بوبر وكولنز Buber & Collins** في دراستهما المعنونة بـ **Politique Marketing Struecture and Process** والتي يمكن إجمالها في: البعد الإيديولوجي، والبعد الاجتماعي والثقافي، والمستهلك المضاد، والصورة الذهنية والسمعة.²

أ- البعد الإيديولوجي:

يقصد بالبعد الإيديولوجي في السوق السياسية تلك الأفكار والمعتقدات التي يؤمن بها الأفراد وتقودهم إلى تأييد مؤسسة سياسية أو حزب أو قيادة تحمل نفس أفكارهم ومعتقداتهم ويختلف البعد الإيديولوجي في الديمقراطيات الغربية عنه في الديمقراطيات الناشئة فالأفراد في المجتمع الديمقراطي يعبرون عن معتقداتهم

¹ علاء بسيوني الرميلي، مرجع سابق الذكر، ص 13.

² نفس المرجع، ص 58.

وأفكارهم ويصوتون لمن يرون أنه يحمل معتقدات وأفكار مماثلة. وتشير الدراسات الحديثة إلى انحصار البعد الايديولوجي كعامل مهم في قرار الناخب خصوصا في المجتمعات العربية والعالم الثالث، وعلى الرغم من ذلك فإن نتائج الانتخابات في كثير من الأحيان مازالت تؤكد أهمية الإنشاء الحزبي في هذا القرار.¹

في حين يختلف هذا الوضع بالنسبة للديمقراطيات الناشئة التي مازالت حديثة العهد في الانتخابات مثل: دول أوروبا الشرقية أو الديمقراطيات المقيدة السائدة في العديد من دول العالم الثالث التي يُنظر الانتخابات فيها على أنها مجرد ممارسة شكلية أكثر منها تعبيرا عن الممارسة عن الممارسة الديمقراطية الحقيقية ففي الديمقراطيات الشكلية الصورية عادة ما تفوق أهمية حق التصويت مسألة رضا الناخب أو عدم رضاه عن العملية السياسية ومخرجاتها، وهنا يكون البعد الايديولوجي دور مهم في قرار المستهلك السياسي ويصبح على السوق السياسي أن يتعامل مع الناخبين والجماعات الموجودة في المجتمع في ضوء الأفكار التي يحملونها والانتماءات التي يعبرون عنها.²

ب- البعد الاجتماعي والثقافي:

تزداد أهمية البعدين الاجتماعي والثقافي في السوق السياسية، خاصة في أوقات الانتخابات، حيث تؤثر في السلوك التسويقي للناخب، فالإدلاء بالصوت في الانتخابات لا يعبر فقط عن دعم أو تأييد لمرشح أو حزب في مقابل إشباع حاجات أو رغبات أو وعود وإثما يعبر بدرجة أكبر عن قيم ومعاني ذات دلالة اجتماعية وثقافية.³

ج- المستهلك المضاد:

قد لا يهتم بعض الباحثين بدعم مرشحهم أو حزبهم المفضل للفوز بالانتخابات بقدر اهتمامهم بصنع حزب أو مرشح آخر من الفوز، فدافع الناخب للتصويت لمنح نتيجة معينة للانتخابات، وعادة ما يستفيد

¹ علاء بسيوني الرميلي، مرجع سابق الذكر، ص 58.

² دلباز نسيمه منال، السوق السياسي المحلي في الجزائر (مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص تسيير الجماعات المحلية قسم العلوم السياسية، جامعة سعيدة، 2017) ص ص 93 94.

³ علاء بسيوني الرميلي، مرجع سابق الذكر، ص 59.

أحزاب والأقلية من هذه السمات على حساب أحزاب الأقلية فقد أشارت دراسات عديدة إلى أنّ الناخب قد لا يهتم بدعم المرشح أو حزب معين للفوز بالانتخابات بقدر اهتمامه بمنح مرشح آخر من الفوز.¹

د- الصورة الذهنية والسمعة:

بعد أن كان التركيز منصبا على دراسة عوامل مثل الانتماء الحزبي، وإدراك ومتابعة القضايا السياسية المثارة، وتقييم المستهلك السياسي للقيادات الحزبية والسياسية. اتجه الاهتمام في السنوات القليلة الماضية إلى دراسة الصورة الذهنية للمؤسسة السياسية وقيادتها كأحد العوامل المهمة في بناء الثقة بين هذه المؤسسة والناخبين. وثمة تأكيد على بناء الصورة الذهنية للحزب السياسي بعد أحد مرتكزات بقاءه واستمراره كلاعب سياسي أساسي، وهو ما يثير قضية العلاقة الحتمية بين المؤسسات السياسية ووسائل الإعلام، فتعامل هذه المؤسسات مع وسائل الإعلام لا ينطلق من كونها وسائل للنشر فقط، وإنما كأحد أهم العناصر المؤثرة في السوق السياسية.²

أما فيما يتعلق بسمعة المؤسسة فهي ترتبط بثقة المستهلك السياسي في أدائها ومصداقيتها في تنفيذ وعودها.

- إنّ التسويق السياسي قد يغلب عليه المنطلق الميكانيكي القائم على فكرة الغاية تبرر الوسيلة بحيث أنّه يحرص على ترويج أي مضمون سياسي من خلال إضفاء أبعاد شكلية جاذبة عليه، وتكون انطلاقا من حاجيات المستهلكين.

- إنّ التسويق السياسي يتعامل مع السوق السياسي باعتباره إطارا جامعا لمستهلكين وليس بوصفهم مشاركين، والفرق شاسع بين منطق الاستهلاك ومنطق المشاركة وإن كان الفكر التسويقي في المجال الاقتصادي والتجاري قائم على مبدأ "نحن نعرف كيف نجبركم على الشراء"، فإنّ المنطق نفسه يسود الميدان السياسي من خلال مبدأ "نحن نعرف كيف نجبركم على الانتماء والانقياد و الوفاء".

¹ سامي السيد عبد العزيز، التسويق الاجتماعي والسياسي منطلقات نظرية وتطبيقات محلية وعالمية (مصر: دار النهضة للنشر، ب ت) ص 257.

² علاء بسيوني الرميلي، مرجع سابق الذكر، ص 59.

- إنَّ التسويق السياسي تطور بفضل تكنولوجيا الاتصال الجماهيري التي توظف في المجال السياسي، وهو يقوم على فكرة الإشهار السياسي، والذي يشابه إلى حد بعيد الإشهار التجاري، من حيث كونه لا يركز على التفاصيل و الجزئيات، بقدر ما يركز على القوالب والشكليات والعناوين وطريقة الإخراج السياسي والإعلامي، لأنَّ الكثير من المنتجات التجارية التي تتشابه في جوهرها، ولكن الذي يحدث الفارق هو الإشهار الذي يركز على طريقة التقديم، وهو الأمر الذي ينطبق على التنظيمات السياسية التي لم تعد تتباين في برامجها وبالتالي تحتاج إلى آليات معينة تقدم من خلالها بضاعتها السياسية بطريقة مميزة.¹
- إنَّ التسويق السياسي هو صناعة غريبة المنشأ، نشأت وازدهرت في بيئات تتميز بازدهار الممارسة السياسية فيها، فأصبحت جزءاً من الثقافة السياسية لتلك المجتمعات، فالمناظرات السياسية تعد تقليداً بارزاً في العمل السياسي، ويمكنها أن تقسم الصراع السياسي إعلامياً، لكن البيئة العربية السياسية ليست مهياًة بعد لاعتماد أساليب التسويق السياسي المبنية على أسس ديمقراطية مزدهرة ولأن المؤسسات الإعلام فيها تدور في أغلبها فلك السلطة السياسية، ورغم ذلك نشهد بعضاً من مظاهر التطبيق في عالمنا العربي تكريماً للأوضاع القائمة بدعوى الاستمرارية والاستقرار وإن كان يغلب على تطبيقاتها الطابع التقليدي والشكلي والذي يجنح إلى التقليد أكثر من الإبداع.²

المبحث الثالث: الصفقات العمومية.

إنَّ الصفقات العمومية مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بالمال العام والميزانية حيث تكلف إعتمادات مالية ضخمة نتيجة تعدد الهيئات الإدارية وتعدد الخدمات المطلوبة تقديمها للمجتمع، فمما لاشك فيه أن هذه الأموال الضخمة لا بد أن تكون محلاً لجلب متعاملين اقتصاديين على اختلاف أنواعهم وأشكالهم لمحاولة تحقيق رغباتهم في الربح من جهة، وتحقيق المصلحة العامة من جهة أخرى، مع ترشيد نفقات المال العام محل الصفقات، وحتى يتضح لنا ذلك أكثر سنتناول مفهوم المال العام والميزانية.

¹ حسن خشة، مداخل نظرية في تطبيق السوق السياسي (مجلة الحقيقة، جامعة أدرار، العدد 24، السنة 2016) ص 183.

² نفس المرجع، ص 184.

المطلب الأول: مدخل عام للمال العام والميزانية.

يمثل المال في الوقت الحاضر والمستقبل الركيزة الأساسية لاقتصاديات الدول فمن خلاله تستطيع الدولة وضع خططها المستقبلية بهدف تحقيق أغراض التنمية بثتى صورها، وفي جميع المجالات وصولاً لأعلى معدلات الرفاهية والتقدم فتلك غاية أساسية تسعى إليها غالبية الدول. فكيف يعرف المال العام؟ يقصد بالأموال العامة كل ما تملكه الدولة وسائر الأشخاص المعنوية العامة فيها سواء أكانت هيئات مركزية أم لامركزية، وساء أكان المال عقاراً أم منقولاً شريطة أن يكون مخصصاً للمنفعة العامة.¹

ويقصد بالمال العام إلى أنه ليس كل مال تملكه الدولة والأشخاص المعنوية العامة فيها هو مال عام وإنما يوجد نوعين من الأموال التي تملكها الدولة وهي الأموال الخاصة أو ما يسمى في فرنسا أموال الدومين الخاص والتي لا تختلف ملكية الدولة لها عن ملكية الأفراد لأموالهم وتخضع كقاعدة عامة لنفس الأحكام القانونية التي تخضع لها وهي قواعد القانون المدني ويختص بنظر المنازعات المتصلة بها القضاء العادي، وأموال الدولة العامة (أموال الدومين العام) والمخصصة للمنفعة العامة ولاستعمال الجمهور. والتي هي للقانون الإداري ولاختصاص القضاء الإداري في الدول التي تأخذ بنظام القضاء المزدوج.²

قد تكتسب الصفقة العمومية المال العام إما بالشكل الطبيعي أو بحكم القانون. فالمال العام الطبيعي هو ذلك المال الذي يكون مخصصاً بطبيعته للمنفعة العامة ولاستعمال الجمهور، لأن الطبيعة هي التي حققت هذا النوع من الأموال لكي يكون محققاً للنفع العام باعتبارها أموال عامة، وحتى إن صدر مثل هذا القرار فإنه يكون عملاً قانونياً كاشفاً لحقيقة قائمة بالفعل وهي أن هذا المال مال عام.³

وفي تعريف آخر للمال العام هو تلك الأموال المخصصة للنفع العام، ولكن هذا النفع ليس مطلقاً، فكل إنسان حق الانتفاع بها على الأوجه المخصصة لها بشرط عدم الإضرار بحق الغير في هذا الانتفاع.⁴

¹ عبد الغاني بسيوني، القانون الإداري (الإسكندرية: منشأة المعارف، 1991) ص 583.

² محمد علي الخلايلة، القانون الإداري، كتاب الثاني (عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع، ط2، 2015) ص 333 334.

³ نفس المرجع، ص 334.

⁴ سيداً شيخ زرار، صور الرقابة على المال العام ونظم حمايته في الفقه الإسلامي والقانون الوضعي (القاهرة: دار المصرية اللبنانية، ط1، 2016) ص 30.

ويمكن القول أن المال العام هو مجموعة الموجودات التي تمتلكها الدولة سواء كانت منقولة أو ثابتة الجماعات المحلية والهيئات وجميع المرتبطات بها إن كانت عامة أو خاصة (أي كل الحقوق المالية أو العينية).

ويؤدي المال العام دورا بالغا الأهمية في حياة الأمم والشعوب، لذلك كان جديرا لأن تقوم الدولة على حمايته وصيانته ليكون هدفا بعيدا أو صعب المنال عن أيدي العابثين به، وذلك بكافة الطرق والوسائل التي تجعله بمنأى عن كافة العدوان أو الغصب أو التعدي الذي قد تلحق به فتصيب أهداف الدولة التي تسعى لتحقيقها وتؤدي إلى عجزها عن القيام بمهامها التي يجب أن تقوم بها على أكمل وجه لتحقيق الصالح العام لأفراد المجتمع.

-الميزانية:

يتطلب إنجاز أي عمل أو إقامة أي مشروع على مستوى الأفراد أو الجماعات أو الحكومات من توفير الإمكانيات المادية والبشرية والإطار الزمني المناسب والتخطيط اللازم، إذا ما يريد له النجاح، ويتم التصرف في المال العام بمقتضى إطار فني وقانوني يعرف بالميزانية.

ونشير إلى كلمة الميزانية والتي تعني خطة الحكومة لإيجاد وخلق التوازن بين المتطلبات من كلفة التنمية الاقتصادية والاجتماعية وما تحتاجه من مصاريف لشراء السلع والخدمات والخبرة الفنية والإدارية بينهما وبين الموارد المالية اللازمة التي تتفق لسداد تلك التكلفة، وبصورة مبسطة وعامة تعني خلق التوازن بين المصروفات والإيرادات وما ينتج عن ذلك من فائض أو عجز.¹

عندما تكون الميزانية سواء على المستوى المحلي أو المركزي وبغض النظر عن مكوناتها (تسيير وتجهيز)،(نفقات وإيرادات) تكون أداة أساسية توضح التوجهات العامة للسياسة التنموية وطنيا ومحليا(أي إشباع الحاجات وتقديم الخدمات العمومية وترقيتها وتحسينها ضرب من التنمية) فإن الصفقات العمومية تتحول إلى أداة حيوية بل نقل أهم أداة لتنفيذ السياسات العامة بجميع قطاعاتها.

¹ مبارك لسوس، التسيير المالي (بن عكنون: ديوان المطبوعات الجامعية،11،2004) ص16.

وتطلق كلمة ميزانية اقتصادية على كل تخطيط من شأنه توزيع الموارد المالية المحدودة على الحاجات المتعددة والميزانية هي عبارة عن خطة مالية تضعها الحكومة توضع فيها طريقة توزيع دخلها على أبواب الإنفاق المختلفة في فترة زمنية محددة عادة ما تكون السنة، إنها تجعل التدفقات المالية للدولة.

وكما تعرف الميزانية أيضا على أنها عبارة عن أداة من أدوات تدخل الدولة لتحقيق التنمية، لأنها تعتبر كشف حساب أو بيان مالي بالإيرادات والمصروفات لسنة مالية. أما تعريف الميزانية على أنها كشف تقوم به المؤسسة في وقت معين يمثل نهاية دورة استغلال فقد تكون في نهاية كل شهر، أو في نهاية كل فصل أو نهاية كل سنة، لمجموع ما تملكه من أموال في شكل أصول ولكل ما عليها من أصول في شكل خصوم والفرق بينهما يمثل النتيجة الصافية للدورة سواء إن كانت ربحا أو خسارة. تضم الميزانية شقين: شق الجانب المدين ويتمثل في الأصول، وشق الجانب الدائن ويتمثل في الخصوم.¹

وتعرف الميزانية أيضا أنها: صورة أو نقطة فوتوغرافية في لحظة ساكنة معينة من الزمن تكون في يوم 12/31 من السنة أي اليوم الأخير من السنة المالية تظهر للدولة من موجودات عليها وعليها من التزامات تتمثل بالمطلوبات وحق الملكية، فهي كشف بموارد المؤسسة المالية أي وموجوداتها ومطلوباتها وحق ملكيتها وتصور الميزانية بجانبين يكون الجانب الأيمن للموجودات والجانب الأيسر للمطلوبات وحق الملكية وترتيب الموجودات والمطلوبات بحسب العرف المحاسبي الذي درجت عليه المؤسسات المالية فهناك من يبدأ بالنقد بوصفه الأكثر سيولة. وينتهي بالموجودات الثابتة وهي الأقل سيولة من أصناف الموجودات، وقد ترتب بالعكس إذ تبدأ بالموجودات الثابتة وهي الأقل سيولة والتي لا يمكن تسبيلها وتنتهي بالنقد وهو العنصر الأكثر سيولة.²

هناك مفاهيم كثيرة للميزانية وهي:

-المفهوم الرقابي للميزانية: تعتبر الميزانية الأداة الرقابية للسلطة التشريعية لمراقبة أعمال السلطة التنفيذية من خلال الالتزام بالإتمادات المخصصة كما، لصرفها لأنواع المحددة وضمن الفترة

¹ مبارك لسوس، مرجع سابق الذكر، ص17.

² سرمد كوكب الجميل، مقدمة في إدارة المؤسسات المالية نظريات وتطبيقات، أنظر الموقع www.google

books.com يوم التصفح 2018/11/27.

المخصصة لها للتحقيق بأن الوحدات قد قامت بتحقيق الأهداف المطلوبة وهذا ما تؤكد عليه الميزانية التقليدية-ميزانية الإعتمادات-ولا يهتم المفهوم القانوني بالتخطيط وإعداد البرامج.¹

-المفهوم السياسي للميزانية:

يمارس البرلمان سلطاته في إدارة دواليب الحكم من الناحية الاقتصادية والاجتماعية لتحقيق أهدافه من خلال الميزانية، إذ تعد الأرقام من خلال الوحدات وتناقش مع السلطة التنفيذية وفق الضوابط والتعليمات المعدة سلفا والموجهة لإعداد مشروع الميزانية في ضوء السياسة العامة.

-المفهوم المحاسبي للميزانية:

ينظر إلى كونها أرقام حسابية تشمل الإعتمادات المخصصة والمتوقع إنفاقها والإيرادات المتوقع تحصيلها خلال فترة زمنية قادمة بسنة غالبا، ولذا تتعامل المحاسبة مع هذا المفهوم بالتسجيل وإظهار النتائج وفق ما تتطلب التقسيمات الواردة في الميزانية العامة.²

-المفهوم الاقتصادي للميزانية:

تدخل الدولة مباشرة في النشاط الاقتصادي لغرض تحفيز الاقتصاد الوطني.

ورفع معدلات النمو وتحقيق الاستقرار الاقتصادي وأصبحت الميزانية الأداة التي بواسطتها تضبط معدلات التضخم أو الكساد الاقتصادي، وهي وسيلة لدعم التخطيط على المستوى الوطني.³

نخلص إلى القول أنّ الميزانية هي أحد أهم مخرجات النظام المحاسبي في المؤسسات المالية، فهي بمثابة الكشف الذي يظهر المركز المالي للمؤسسة المالية، وتظهر الميزانية موارد المؤسسة المالية من الموجودات وما عليها من التزامات من مطلوبات وحق ملكية وأنها وثيقة من أهم وثائق المؤسسة المالية التي تعتمدها في إدارة أنشطتها وصياغة استراتيجيتها، ورسم سياستها وتحليل أدائها ومخزن كبير للبيانات والمعلومات.

¹ بن بريج ياسين، آليات الرقابة المالية على الميزانية العامة (مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، عدد 10 سنة 2016) ص 211.

² نفس المرجع، ص 210.

³ نفس المرجع، ص 212.

المطلب الثاني: مفهوم ونشأة الصفقات العمومية.

تعتبر الصفقات العمومية أهم العقود الإدارية التي تبرمها الدولة، فهي الشريان الذي يدعم عملية التنمية المحلية والتطور الاقتصادي الوطني، إذ يعتبر ميدانا بارزا لأنها تخضع إلى نظام قانوني متنوع فيه الأحكام والمبادئ لذا سخرت لها مبالغ طائلة لتنفيذها واهتماما خاصا.

1) مفهوم الصفقات العمومية:

لقد تعددت مفاهيم الصفقة العمومية فتطرقنا أولا لمفهوم الصفقة لغة واصطلاحا وبعدها مفهوم الصفقات العمومية.

مفهوم كلمة الصفقة: إن كلمة "صفقة" لغة هي العقد أو البيعة ويقال صفقة رابحة أو خاسرة.¹ وكلمة صفقة بفتح سكون مأخوذة من (صفق) بمعنى ضرب اليد على اليد في البيع وهي علامة إجرائه وإتمامه.² أما في الاصطلاح فكلمة صفقة دلالة على نقل السلع أو الخدمات من شخص لآخر، كما يتضمن المفهوم أيضا صيغة تجارية بحتة احتكرتها اللغة الاقتصادية وتداولته كمصطلح خاص بعالم المال والأعمال.

أما الصفقات العمومية في المفهوم الاصطلاحي فهي عقد إداري باعتباره عمل قانوني صادر عن توافق إرادتين عن إحداث آثار قانونية، والعقد الإداري كما هو معلوم شأنه شأن كافة العقود المعروفة في القانون الخاص. بحيث يتميز هذا الأخير في كون أن الإدارة طرفا جوهريا فيه وهي تحوز امتيازات لا مثيل لها في الأحكام المتعلقة بالعقود الخاصة. إذا لا وجه للتساوي بين المركز القانوني لطرفي العقد، فالإدارة تتمتع بجملة من الامتيازات القانونية في كافة المراحل التي تمر بها الصفقات العمومية.³ كما تعرف أيضا على أنها صورة من العقود الإدارية التي تكتسي الطابع الرسمي من خلال حق الإدارة في إعداد ذلك وتحتل أهمية كبرى في مجال المعاملات الاقتصادية.

¹ ابن منظور الإفريقي، لسان العرب، معجم عربي عربي (مصر: دار السلام للنشر، 1991) ص220.
² أحمد عمالر، معجم العربي المعاصر، عربي عربي (الإسكندرية: دار الجامعة الجديدة للنشر، 2004) ص56.
³ فاروق حجي مصطفى، مفهوم الصفقة في لغة الشرع والسياسة (موقع الأوان، 2006، أنظر الموقع www.alawana.org) تاريخ التصفح، 2018/12/03.

كما وردت بعض التعريفات الفقهية للصفقات العمومية من بينها ما تبناه الفقيه الفرنسي أندري ديلوبادر **André Delebadarre** بأنها: عقود بمقتضاها يلتزم المتعاقد القيام بأعمال لفائدة الإدارة العمومية مقابل ثمن محدد، وورد في تعريف آخر أن الصفقة العمومية عقد مكتوب بين طرفين أو أكثر يلتزم فيه الأطراف بتنفيذ ما تم الاتفاق عليه.¹

كما تعرف أنها عقود مكتوبة مبرمة وفقا للشروط الواردة في قانون الصفقات العمومية، قصد إنجاز الأشغال واقتناء المواد والخدمات لحساب الإدارات العمومية والهيئات الوطنية المستقلة والولايات والبلديات والمؤسسات العمومية ذات الطابع الإداري المسماة المصالح المتعاقدة.

كما تعتبر شفافية الإجراءات واختيار المتعامل المتعاقد في مجال الصفقات العمومية أمرا جوهريا، لأنه يسمح بممارسة الرقابة سواء الإدارية منها والمالية بفعالية وعلى مستوى جميع مراحل إجراءات إبرام الصفقة العمومية و تنفيذها، والواقع أنه لا يمكن تسليط الجزاءات المختلفة على الإخلال بالتنظيم الخاص بالصفقات العمومية إلا إذا كان إبرام الصفقة ظاهريا ومرئيا، ولا يتأت ذلك إلا بوجود وتبني إجراءات خاصة باختيار المتعامل المتعاقد.²

وتعرف أيضا الصفقات العمومية على أنها: ذلك العقد الذي يبرمه شخص من أشخاص القانون العام بقصد إدارة مرفق عام أو بمناسبة تسييره وتظهر نيته في الأخذ بأسلوب القانون العام وذلك بتضمين العقد شرط أو شروط غير مألوفة في عقود القانون الخاص.³

كما تعرف الصفقات العمومية أنها عبارة عن اتفاقيات للشراء أو تنفيذ أشغال أو دراسات لفائدة السلطات العمومية، تقام بين هذه الأخيرة الممثلة في الإدارة المركزية، الوزارات... أو الجماعات المحلية أو المؤسسات ذات الطابع الإداري من جهة، والمقاولين أو الموردين من جهة أخرى، وتنظم هذه الصفقات في دولة ما، وتضبط طرق تنفيذها بواسطة قانون الصفقات العمومية.⁴

¹ فاروق حجي مصطفى، مرجع سابق الذكر.

² سورية عثمانيو وطاوس عطر وش، الصفقات العمومية أمام مبدأ شفافية الإجراءات (مذكرة لنيل شهادة الماجستير تخصص قانون الجماعات المحلية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بجاية، قسم القانون العام، 2015) ص 06.

³ محمد فؤاد عبد الباسط، أعمال السلطة الإدارية (الإسكندرية: كلية الحقوق 1989) ص 274.

⁴ نفس المرجع، ص 275.

وينظر إليها أيضا على أنها اتفاق بين شخص معنوي وفق أشخاص من القانون العام وشخص أو مجموعة من الأشخاص الطبيعية أو المعنوية تابعة للقانون الخاص.

هي عقد تخضع لشروط محددة، وغالبا ما يقع الخط بين عقد الصفقة العمومية والعقد الإداري.

لذلك يمكن التسجيل على أن الصفقة العمومية هي عقد بمقابل تنشأ الإدارة مع أشخاص عامة موضوعه الضبط بأشغال أو تقديم خدمات فكرية أو لوازم...¹

ونخلص إلى القول أن الصفقات العمومية تمثل قانونا متميزا في طبيعته ومستقلا عن القوانين الأخرى في النظر إلى كونها تنطبق على نوع هام من العقود الإدارية وأوكلت لها أهمية كبيرة وذلك لكون إحدى أطرافها شخصا من أشخاص المعنوية، ولها هدف هو تلبية الحاجات العامة وتحقيق المصلحة.

(2) نشأة الصفقات العمومية.

لم تبحث الدراسات التي تناولت الصفقات العمومية، أصلها وتطورها التاريخي ولا متى تم التأسيس لها قانونيا ولا حتى تاريخ محدد لأول صفقة عمومية، إلا أننا وبحكم إطلاعنا على علم المالية العامة يتبين لنا على أن نشأة الصفقات العمومية مرتبط بفكرة التأسيس للمال العام وتوجيه إنفاقه على الشأن العام (أي تغطية الحاجات العامة المختلفة وتقديم الخدمات من جهة ومن جهة ثانية فإننا نربط بين بروز الصفقات العامة وبين تبلور مفهوم الدولة من كونها ممثلة في شخص الحاكم والإمبراطورية الشخصية) ولصيقة بذاته طيلة قرون من الزمن وأنه كان يتصرف في مواردها حسب ما يراه مناسبا، ويجب أن ننظر تبلور مفهوم الدولة ككيان معنى السيادة فيه للشعب ليتم الفصل بين الدولة وشخص الحاكم وبالتالي فصل موارد الدولة عند عن المال الخاص لذلك الحاكم، ومن هنا بدأت تبرز فكرة الصفقات العامة.

فقبل وجود الدولة لم يكن هنالك مال عام وبالتالي لم تعرف الصفقات العمومية في شكلها القانوني الحالي؛ بل كانت هنالك تجمعات نظمت ماليتها وأنفقتها بحسب ظروفها الخاصة وأعرافها وقواعدها.

وقد كانت تصرف الموارد التي تجمع من فرض الجزية على الشعوب المغلوبة في عهد الرومان وعلى عمل الدقيق في عهد الفراعنة، على المرافق العامة آنذاك حسب مزاج الإمبراطور أو فرعون، إلى درجة

¹ Jean-Luis, Le Droit congolais des Marchés Publics, Bibliothèque de droit Africain, lieu L'Harmathan, 2006, p07.

أن الرومان رغم أنهم كانوا أول من حاول تنظيم الأموال العامة إلا أنهم كانوا يركزونها في خزينة الإمبراطور **Fiscus** وانتقلت هذه الفكرة عبر العصور إلى درجة اندماج المال العام في مالية الحاكم الخاصة ولم يكن هنالك تمييز بين النفقات العامة اللازمة لتسيير المرافق العامة وبين النفقات الخاصة اللازمة للحاكم وأسرته وحاشيته وكانت الدولة /الحاكم تستولي بالمصادرة على الأموال التي تحتاجها. وكانت التجهيزات العامة مثل شق الطرق في الإمبراطورية بناء القلاع،تجهيز الجيوش بالعتاد وغيرها يتفق عليها وعلى الحاكم وأهله ورعيته على حد سواء دون فصل.

وشكلت الحضارة العربية الإسلامية الاستثناء الوحيد طيلة قرون من الزمن، فمنذ العهد الراشدي الأول للدولة المحمدية أنشأ حيث حال المسلمين كانت تضم إليه الفيا والزكاة وغيرها وكان يحول مختلف حاجات المسلمين ما تعلق منها بالتجهيز كبناء المساجد وتجهيز الجيوش الإسلامية أو أوجه الإنفاق على المسلمين وحتى الذميين.

وتفيد الإشارات التاريخية أن أول الصفقات العمومية برزت في عهد نابليون بونابرت للتوريد للجيش الإمبراطوري الفرنسي، ومن فرنسا بدأت تنتشر في أوروبا الغربية في تنامي دور الثورة الصناعية لتصبح وسيلة الدولة خصوصا على المستوى المحلي للتدخل في توجيه الحياة الاقتصادية وتقديم الخدمات العمومية وتغطية الحاجات العامة.

المطلب الثالث:مصادر الصفقات العمومية.

تمثل القوانين والتنظيمات أهم مصادر الصفقات العمومية لذلك سنتطرق إلى القوانين أولا ثم التنظيمات ثانيا.

1-القوانين:

تدخلت مجموعة معتبرة من القوانين في تنظيم الصفقات العمومية،على سبيل المثال قانون البلدية الذي يتضمن فيها الأحكام الخاصة بالمناقصات والصفقات العمومية ويتدخل أيضا قانون الولاية في

تنظيمها لأحكام الخاصة بالصفقات العمومية والمناقصات بأنها تكون الأشغال والتوريدات للولاية ضمن القانون الساري المفعول لهذه الولاية المطبقة على الصفقة العمومية.¹

عندما تجرى مناقصة لحساب الولاية فإن الموظف الذي يجريها يساعده منتخبين من التشكيلات السياسية مختلفة وكذلك المحاسب أو ممثله بصفة استشارية كما يتم إعداد محضرا لهذه المناقصة.

يتخذ تدابير صارمة وذلك لتعزيز الرقابة والشفافية والعقلانية في مثل هذه العقود لأنها تدخل في تسيير الأموال العمومية، يكون المعلومات المتعلقة بإجراءات الإبرام علانية، مع الإعداد المسبق لشروط المشاركة والانتقاء المعايير الموضوعية والدقيقة في كل القرارات المتخذة والمتعلقة بإبرام الصفقات العمومية وممارسة كل طرف الطعن في حالة عدم احترام قواعد إبرام الصفقات.

ناهيك عن ارتباط الصفقات العمومية بقانون المالية (كما وضحناه سابقا) والقانون الجبائي والقانون 21/90 وقانون الأعمال والقانون الإداري وغيرها من الأطر القانونية.²

2-التنظيمات:

تعتبر التنظيمات المصدر الأصيل للصفقات العمومية بدليل أن معظم القوانين التي تكون متعلقة بالصفقات العمومية تكون قد صدرت في إطار السلطة التنظيمية التي يمارسها رئيس الجمهورية من ذلك قانون الصفقات العمومية الذي يكون ساري المفعول، فإذا كانت التنظيمات هي المصدر الأصيل فنقول أن القرارات الإدارية التنظيمية تعتبر أيضا هي مصدر مهم في مجال الصفقات العمومية.³

¹ ميلود ديدان، قانوني البلدية والولاية (الجزائر: دار بلقيس للنشر، 2010) ص 116.

² نفس المرجع، نفس الصفحة.

³ نفس المرجع، ص ص 116 117.

وفي الأخير يمكن القول أن الصفقات العمومية بمختلف أنواعها من علاقة تربطها بالميزانية والخزينة العامة وتكريس المبادئ الكبرى للتعاقد كمبدأ الشفافية وحرية الوصول للطلبات والحفاظ على المال العام والحد من درجات الفساد إذ أنها تحقق المصلحة العامة وتلبية حاجات المتعاقد وصول إلى أن لها علاقة بالسوق السياسي في تسليع وترويج الوعود الانتخابية.

بحيث يعد مطلباً أساسياً لنجاح الأحزاب والمرشحين في البيئة السياسية التنافسية، وذلك من خلال المشاركة السياسية للمواطنين في الحياة السياسية بصورة عامة وهذا الدور يتجلى في كل نشاط يقوم به الفرد سواء في اختيار ممثليه، أو المساهمة في إطار عملية التسليع بشكل مباشر أو غير مباشر، بحيث أن هذه الوعود السياسية تتمثل في وعود خدمات تقدم في الانتخابات مثلاً قد تترجم إلى الواقع عبر قناة الصفقات العمومية على المستوى المحلي خصوصاً.

الفصل الثاني

إن القوانين المتعلقة بالصفقات العمومية تنتصف بالآلية حيث تقيد المتعامل العمومي في اختيار المتناقص الأفضل لحماية الاقتصاد الوطني ومن جهة ثانية لا تراعي الشروط التقنية والمهارات الفنية لدى المتعاقد مع الإدارة، بحيث تحصر الصفقات بإجراء وحيد يتمثل في المناقصة، أي أنها تعطي كل الأهمية للسعر، بحيث تمنح الصفقة للمتناقص الذي يقدم أدنى سعر، وهذه الطريقة طبعا لا تخلو من العيوب.

ويمكنها أيضا إرساء المناقصة على المتعاقد الذي يتقدم بأقل سعر، وبالتالي تسهل هذه العملية طريقة التعامل مع أية متناقص لا يتوافر على أدنى مواصفات فنية ومالية ولضمان السير الحسن لإبرام الصفقات العمومية وجد نظام الرقابة كآلية للمحافظة على الأموال العامة من جهة ورقابة مدى احترام الأطراف المتعاقدة للإجراءات الواجب إتباعها عند الإبرام.

المبحث الأول: الصفقات العمومية في الجزائر.

تعتبر الصفقات العمومية من أهم العقود الإدارية التي تبرمها الدولة نظرا لأهميتها البالغة، فهي الشريان الذي يدعم عملية التنمية المحلية والتطور الاقتصادي الوطني. لذلك أولى المشرع لها اهتماما خاصا نظرا لتلك المبالغ الطائلة المسخرة لها، ولقد اعتبرها ميدانا بارزا يمارس فيها حقه في التعديل وذلك راجع لزخم الثغرات التي شهدتها مختلف جوانب الحياة في البلاد مما يفرض عليها أن تكون مسايرة للتحويلات التي تطرأ عليها تنظيمها من قبل المشرع.

المطلب الأول: تطور مفهوم الصفقات العمومية.

إن كثرة التعديلات التي برزت على النصوص الخاصة بالصفقات العمومية اعتبرت حالة مألوفة يحاول فيها المشرع كل مرة تحديد الميزة العمومية عن غيرها من العقود الإدارية، حيث كان آخرها المرسوم الرئاسي 247/15 الذي جاء في إطار الإصلاحات التي انتهجتها الدولة لحماية المال العام وعقلنه التصرف فيه.

– مفهوم الصفقات العمومية:

من منطلق أن التعريف التشريعي يعلو على بقية التعريفات الأخرى بالنظر للدور الكبير والرائد للقضاء الإداري، كان علينا نسوق أولاً التعريف التشريعي لنتبعه بالتعريف القضائي⁷⁹، ثم نتوج مجهود المشرع والقضاء، بتبيان جهود الفقه

الصفقات العمومية هي صورة من صور العقود الإدارية وتحتل أهمية كبيرة في مجال المعاملات الاقتصادية، لذلك أولاهها المشرع أهمية خاصة.

وقد عرفها من خلال المادة 4 من قانون الصفقات العمومية على أنها "عقود مكتوبة في مفهوم التشريع المعمول به، تبرم وفق الشروط المنصوص عليها في هذا المرسوم قصد إنجاز الأشغال واقتناء اللوازم والخدمات والدراسات لحساب المصلحة المتعاقدة."⁸⁰

وتعددت التعاريف الإصلاحية للصفقات العمومية نذكر منها:

تعريف 1: الصفقة هي عقد مكتوب بين طرفين أو أكثر يلتزم فيه الأطراف بتنفيذ ما تم الاتفاق عليه و العقد شريعة المتعاقدين، فهو القانون الذي يحكم العلاقة بين الأطراف المتعاقدة و هذا ما نص عليه القانون المدني الجزائري.⁸¹

تعريف 2: الصفقات العمومية هي عبارة عن اتفاقيات للشراء أو تنفيذ الأشغال أو الدراسات لفائدة السلطات العمومية تقام بين هذه الأخيرة متمثلة في الإدارة والمركزية، الوزارات أو الجماعات المحلية. أو المؤسسات ذات الطابع الإداري من جهة والمقاولين أو الموردين من جهة أخرى، وتنظم هذه الصفقات في الجزائر. وتضبط طرق تنفيذها بواسطة قانون الصفقات العمومية.

⁷⁹ عمار بوضياف، شرح تنظيم الصفقات العمومية (الجزائر: جسور للنشر والتوزيع، ط 3، 2003) ص 33.
⁸⁰ المادة 4 من المرسوم الرئاسي، رقم 10-236 المؤرخ في 28 شوال عام 1431 الموافق لـ 7 أكتوبر سنة 2010 يتضمن تنظيم الصفقات العمومية، المعدل والمتمم.
⁸¹ محمد الصغير بعلي، العقود الإدارية (عنابة: دار العلوم للنشر والتوزيع، 2005) ص 12.

التعريف التشريعي:

لقد عرف المشرع الجزائري الصفقات العمومية عبر قوانين الصفقات المختلفة نعرض هذه التعريفات

حسب التدرج الزمني :

أ:قانون الصفقات الأولى أمر 67-90:

عرفت المادة الأولى من هذا الأمر الصفقات العمومية كما يلي " إن الصفقات هي عقود مكتوبة

تبرمها الدولة أو العملات أو البلديات أو المؤسسات و المكاتب العمومية قصد إنجاز الأشغال أو

التوريدات أو الخدمات ضمن الشروط المنصوص عليها في هذا القانون.¹

ب:تعريف الصفقات العمومية في ظل الرسوم المتعلق بصفقات المتعامل العمومي 82-145: عرفت

المادة الرابعة من المرسوم 82-145 المتعلق بصفقات المتعامل العمومي أنها "صفقات المتعامل

العمومي عقود مكتوبة حسب مفهوم التشريع الساري المفعول على العقود و المبرمة وفق الشروط الواردة

والخدمات"².

ومن خلال هذا التعريف تعتبر الصفقة العمومية صورة من صور العقود الإدارية بين طرفين وهي الإدارة

العمومية وتسمى المتعامل العمومي وطرف آخر شخص طبيعي أو معنوي ويسمى المتعامل المتعاقد

والصفقات العمومية عقود مكتوبة في مفهوم التشريع المعمول به قصد إنجاز الأشغال وإفتاء المواد

والخدمات لحساب المصلحة المتعاقدة.

ج:تعريف الصفقات العمومية حسب المرسوم التنفيذي 91-343:

عرفت المادة الثالثة من المرسوم التنفيذي رقم 91-343 المؤرخ في 09 نوفمبر 1991 الصفقات

العمومية على أنها "الصفقات العمومية عقود مكتوبة حسب التشريع الساري على العقود والمبرمة وفق

¹ ساحل محمد، "دور الرقابة على الصفقات العمومية في ترشيد النفقات العمومية"، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد 18

،مجلة 01-2018، ص 46.

² المادة 4 من المرسوم تنفيذي رقم 82-145، مؤرخ في 10 أبريل سنة 1982، ينظم العلاقات التي يبرمها المتعامل العمومي، الجريدة الرسمية عدد 15، الصادر بتاريخ 13 أبريل 1982، ص 741.

الشروط الواردة في هذا المرسوم قصد إنجاز الأشغال و إفتاء المواد و الخدمات لحساب المصلحة المتعاقدة¹.

د:تعريف الصفقات العمومية حسب المرسوم الرئاسي 02-250:

قدمت المادة الثالثة من المرسوم تعريف للصفقات على أنها "عقود مكتوبة في مفهوم التشريع المعمول به تبرم وفق الشروط المنصوص عليها في هذا المرسوم قصد إنجاز الأشغال وإفتاء المواد والخدمات والدراسات لحساب المصلحة المتعاقدة."²

هـ:المراسيم الرئاسية المتعلقة بتنظيم الصفقات العمومية سنة 2010-2012-2013:

بالرجوع إلى المراسيم المجددة و المحسنة من نظام الصفقات العمومية التالية:

▪ المرسوم الرئاسي رقم 10-236 المؤرخ في 07 أكتوبر 2010 المتضمن تنظيم الصفقات العمومية.

▪ المرسوم الرئاسي رقم 12-23 و يتم المرسوم الرئاسي رقم 10-236 المؤرخ في 18 جانفي 2012.

▪ المرسوم الرئاسي رقم 13-03 يعدل ويتم المرسوم الرئاسي رقم 10-236 والمؤرخ في 13 جانفي 2013.

ف نجد أن المشرع حافظ على نفس التعريف في المادة 3 الثالثة من المرسوم الرئاسي المتعلق بتنظيم الصفقات العمومية لسنة 2002، ولم يحدث فيها شيئاً جديداً.

و:المرسوم الرئاسي المتعلق بتنظيم الصفقات العمومية وتفويضات المرفق العام لسنة 2015:

¹ الكاهنة زاوي، "إبرام الصفقات في ظل القانون 15-247"، مجلة الشريعة والاقتصاد، العدد 12 ديسمبر 2012 ص 30.

² المرسوم الرئاسي 02-250 المؤرخ في 24 جويلية 2002، المتعلق بتنظيم الصفقات العمومية، الجريدة الرسمية عدد 55.

وفقا للمادة الثانية منه يعرف الصفقات العمومية على أنها: "هي عقود مكتوبة في التشريع المعمول به وتبرم بمقابل مع المتعاملين الاقتصاديين وفق الشروط المنصوص عليها في هذا المرسوم، لتلبية حاجات المصلحة المتعاقدة في مجال الأشغال و اللوازم و الخدمات و الدراسات."

ولعل الشيء الذي أضافه هذا المرسوم في مضمونه بالمراسيم الأخرى تفويضات المرفق العام والذي يقصد به نقل اختصاص سلطة مسؤولية الدولة أو أي شخص عام للقطاع الخاص لإدارة واستغلال مرفق عام لفترة محددة ولتحقيق مصلحة عامة.¹

كما أضاف هذا المرسوم مادة جديدة كانت غير مدرجة ضمن المرسوم الرئاسي 10-236 تتعلق بصحة الصفقة القانونية حيث نصت المادة رقم 04 على مايلي:

"لا تكون الصفقات العمومية صحيحة إلا بعد موافقة السلطة المختصة المذكورة أدناه حسب الحالة:

-الوالي	-الوزير	-مسؤول الهيئة العمومية
-المدير العام أو مدير المؤسسة العمومية."		-رئيس المجلس الشعبي البلدي

التعريف القضائي:

بعدما أسلفنا القوانين المتضمنة تعريفات الصفقة العمومية، نذكر تعريف القضاء الجزائري للصفقات العمومية في حال بعض النزاعات لأن القضاء يفرض عليها تحليل وتفسير لهذه التعاريف. لقد عرفها القضاء الإداري: "عقد يربط الدولة بالخواص حول مقولة أو إنجاز مشروع أو أداء خدمات...".²

¹ المادة 2 من المرسوم الرئاسي رقم 15-247، المؤرخ في ديسمبر 2015، المتضمن تنظيم الصفقات العمومية وتفويضات المرفق العام. الجريدة الرسمية عدد 50، الصادرة بتاريخ 20/12/2015، ص 05.
² علاء الدين عشي، مدخل القانون الإداري (عين مليلة، الجزائر: دار الهدى للنشر والتوزيع، 2002) ص 02.

بيدوا من خلال هذا المقطع من تعريف الصفقات العمومية أن مجلس الدولة حصر مفهوم الصفقة العمومية على أنها رباط عقدي يجمع الدولة بالخواص. في حين أن العقد الإداري أو الصفقة العمومية يمكن أن تجمع طرفا لآخر غير الدولة ممثلا في الولاية أو البلدية أو المؤسسة الإدارية، كما أن التعريف أعلاه حصر الصفقة العمومية على أنها عقد يجمع بين الدولة وأحد الخواص في حين أن الصفقة العمومية قد تجمع بين هيئة عمومية وهيئة عمومية أخرى وحدث ذلك قبل التسعينات من القرن الماضي عندما كانت هنالك مؤسسات عمومية للإنجاز الأشغال، ومع ذلك تظل تحتفظ بطابعها المميز كونها صفقة عمومية ولم يصرف التعريف القضائي أي أهمية لعنصر الشكل بأن أشار مثلا أن: الصفقة العمومية تتم وفقا لأشكال وإجراءات محددة القوانين رغم تأكيد التشريع على هذا الجانب. ولا تفوتنا الإشارة إلى أن التعريف أيضا استعمل مصطلح المقابلة بقوله: "حول مقولة أو إنجاز مشروع... وكان من الممكن أنه يستعمل هذا المصطلح ذو المفهوم المدني. ويستعمل عوضا عنه عقد الأشغال العامة وهو عقد إداري تماشيا مع تنظيم الصفقات العمومية.¹

التعريف الفقهي:

لقد أجمع فقه القانون الإداري أن نظرية العقد الإداري هي نظرية من منشأ قضائي وأرسي مبادئها وأحكامها القضاء الإداري الفرنسي ممثلا في مجلس الدولة عبر اجتهاداته من خلال القضايا والمنازعات المعروضة عليه، وعليه فإن دور الفقه في تحليل هذه الأجزاء المختلفة لهذه النظرية يظل بارزا فلقد عرف في كل الدول.

¹ علاء الدين عشي، مرجع سابق الذكر، ص ص 02 03.

يعرفه الفقه الإداري على أنه: "العقد الذي يبرمه شخص من أشخاص القانون العام بقصد إدارة مرفق عام أو مناسبة تسييره وتظهر نيته في الأخذ بأسلوب القانون العام وذلك بتضمين العقد أو شروط غير مألوفة في عقود القانون الخاص".¹

ومن التعاريف السابقة والتعريف الذي تبناه المشرع الجزائري تمثل في الصفقات العمومية تلك القناة الإجرائية التي يجب أن يمر عليها استهلاك الإعتمادات المالية. وهي عقود مكتوبة تبرم بمقابل مع الأشخاص الذين تتوافر فيهم الشروط القانونية التي تملئها عليهم، وهذا بهدف إنجاز الأشغال أو اقتناء اللوازم أو الخدمات والدراسات لحساب المصلحة المتعاقدة.

ومن خلال هذه التعاريف يمكننا إبراز المعايير التي اتركز عليها المشرع الجزائري من خلال تعريفه للصفقات العمومية وفقا للتعاريف السابق حيث ارتكز على (04) أربعة معايير أساسية وهي :

1-المعيار العضوي²:

يعتبر من أبرز المعايير التي أخذ بها القضاء الإداري الفرنسي في تحديد الصفقات العمومية وبموجب يتم النظر إلى أطراف العقد دون الاعتداد بموضوعه. ويكون طرفا الصفقة العمومية لا يخرجان عن واحد من الوصفين التاليين :

1-1-المصلحة المتعاقدة :

يتمثل الشرط أو المعيار العضوي لصحة الصفقة العامة في كون الدولة أو الجماعات الإقليمية (الولاية، البلدية) أو المؤسسات العمومية ذات الطابع الإداري ، أو المؤسسات العمومية الخاضعة للتشريع الذي يحكم النشاط التجاري عندما تكلف بانجاز عملية ممولة كليا أو جزئيا بمساهمة مؤقتة أو نهائية من الدولة أو من الجماعات الإقليمية طرف في العقد، أو بمعنى آخر وجوب كون أحد الأطراف الصفقة

¹ عمار بوضياف، مرجع سابق الذكر، ص 41.
² ميلود عبود والعربي تيقاوي ، "الصفقات العمومية في ظل المرسوم الرئاسي" ، مجلة المال والأعمال عدد 06 جوان 2018، ص 227.

العامّة شخصاً من أشخاص القانون العام وذلك لكون العقد الذي لا يكون أحد أطرافه شخصاً من أشخاص القانون العام وذلك لكون العقد الذي لا يكون أحد أطرافه شخصاً من أشخاص القانون العام وذلك لكون العقد الذي لا يكون أحد أطرافه شخصاً من أشخاص القانون العام، المحددين بموجب القانون لا يعد عقداً إدارياً¹.

1-2- المتعامل الاقتصادي:

وهو غالباً شخص من أشخاص القانون الخاص. الظاهر أن المشرع الجزائري عمد إلى تغيير المسمى من المتعامل المتعاقد إلى المتعامل الاقتصادي وفي ذلك توحيد المصطلح مع قانون المنافسة والتشريع التجاري.

وقد قام المشرع الجزائري من باب التوضيح بعض العقود المستثناة من كونها صفقات عمومية وهي:

▪ العقود المبرمة من طرف الهيئات والإدارات العمومية والمؤسسات العمومية ذات الطابع الإداري فيما بينها.

▪ العقود المبرمة مع المؤسسات العمومية الخاضعة للتشريع الذي يحكم النشاط التجاري عندما تتناول هذه المؤسسات نشاطاً لا يكون خاضعاً للمنافسة.

▪ العقود المتعلقة بالإشراف المنتدب على المشاريع.

▪ العقود المتعلقة بإفناء أو تأجير أراضي أو عقارات.

▪ العقود المبرمة مع بنك الجزائر.

▪ العقود المبرمة بموجب إجراءات المنظمات و الهيئات الدولية أو بموجب الاتفاقيات الدولية.

▪ العقود المتعلقة بخدمات الصلح والتحكيم.²

¹ ميلود عمارو العربي تيقاوي ، مرجع سابق الذكر، ص 227.

² نفس المرجع، ص ص 227 228.

2-المعيار الموضوعي :

نلاحظ عند الرجوع لقوانين الصفقات العمومية الجزائرية والصادرة في مراحل اقتصادية وسياسية مختلفة أن المشرع لم يثبت على طريقة واحدة في وصف متى تكون من حيث موضوع العقد أمام صفقة عمومية. فتارة نجد النص القانوني يوسع من نطاق الصفقة العمومية أحيانا وأحيان أخرى يضيق من هذا النطاق.

إن الإدارة تبرم عقود كثيرة ولا يمكن بحال من أحوال اعتبار جميع ما تبرمه من عقود مختلفة بمثابة عقود إدارية إذ الشرط الأساسي لاعتبار العقد إداريا أن تسلك الإدارة فيه طريق القانون العام.¹ يجب أن ينصب موضوع الصفقة التي يقدمها المتعامل الاقتصادي المتعاقد مع الإدارة على أحد العمليات التالية:

أ-إنجاز الأشغال:

حيث تلجأ المصلحة المتعاقدة إلى إبرام عقودها عن طريق الصفقات العمومية إذا تعلق الأمر وإنجاز منشأة أو أشغال بناء أو هندسة مدنية من طرف المقاول، كما تشمل بناء أو تجديد أو صيانة أو تأهيل أو تهيئة أو ترميم أو إصلاح أو تدعيم أو هدم منشأة أو جزء منها، بما في ذلك من التجهيزات المرتبطة بها الضرورية لاستغلالها.²

ب-اقتناء اللوازم:

تكون صفقة عمومية كلما انصب موضوعها على اقتناء أو إيجار أو بيع بالإيجار لعتاد أو مواد مهما كان شكلها موجهة لتلبية الحاجات المتصلة بنشاطها بالمورد بما في ذلك الأشغال وضع وتنصيب اللوازم، ولقد وسعت المادة 29 من القانون رقم 15-247 السالف الذكر، من مجال عقود اقتناء اللوازم

¹ ميلود عمار و العربي تيقاوي ، مرجع سابق الذكر، ص 229.

² نفس المرجع، نفس الصفحة.

لتشمل الصفقات مواد تجهيز منشآت والتي تكون مدة عملها مضمونة أو مجددة بضمان، وقد أحالت

كيفية تطبيق ذلك إلى قرار يصدره الوزير المكلف بالمالية.¹

ج-إنجاز الدراسات:

تعرف صفقة إنجاز الدراسات(الخدمات)على أنها اتفاق بين الإدارة ومتعاقد يلتزم بإنجاز دراسات

محددة في بنود العقد لقاء مقابل مالي تلتزم به المصلحة المتعاقدة بدفعه له تحقيقا للمصلحة العامة. وفي

هذا السياق قد أشارت الفقرة التاسعة والعاشرة من المادة 29 من قانون الصفقات العمومية وتفويضات

المرفق العام أنها "عقود تنصب على إنجاز خدمات فكرية،أو إنجاز مهمات المراقبة التقنية أو الجيوتقنية

والإشراف ومساعدة صاحب المشروع المرتبطة بصفقات الأشغال العامة، عن طريق إنجاز الدراسات."

يجب علينا لإنجاز منشأة أو مشروع حضاري أو مناظر طبيعية تتمثل أساسا:²

- دراسة أولية أو التشخيص أو الرسم المبدئي.
- دراسات للمشاريع تمهيدية موجزة ومفصلة.
- دراسة المشروع.
- دراسات التنفيذ أو عندما يقوم بها المقاول تأشيرتها.
- مساعدة صاحب المشروع في إبرام وإدارة تنفيذ صفقة الأشغال، وتنظيم وتنسيق وتوجيه الورشة واستلام الأشغال.

د-تقديم الخدمات:

تعد صفقة الخدمات من الصفقات العمومية المحددة بنص القانون، حيث تبرمها المصلحة

المتعاقدة مع أحد المتعاملين الاقتصاديين من أجل خدمات محددة في دفتر الشروط،ومن المفيد التنويه

إلى أن المشرع الجزائري لم يحدد هدف هذا الشكل من الصفقات العمومية كما فعل مع العمليات الأخرى

¹ الكاهنة زواوي، مرجع سابق الذكر، ص34. .

² الفقرة 12 من المادة 29 من المرسوم الرئاسي رقم 15-247، مرجع سابق الذكر.

السالف ذكرها، وإنما أن كل صفقة تختلف عن صفقات الأشغال واقتناء اللوازم وإنجاز الدراسات هي صفقة عمومية للخدمات.¹

3-المعيار المالي:

حسب المادة 13 المعيار المالي (المرسوم الرئاسي محل الدراسة 15-247 المؤرخ في

2015/09/16 الجريدة الرسمية 50) "كل صفقة عمومية يساوي فيها المبلغ التقدير لحاجات المصلحة

المتعاقدة 12 مليون دينار 12.000.000 أو يقل عنه للأشغال واللوازم، وستة ملايين دينار

6.000.000 للدراسات والخدمات"، وهكذا حدد سقف صفقات اللوازم والأشغال بـ12 مليون أو يقل أما

صفقة الدراسات والخدمات بـ: 6 ملايين دينار، وهذا على خلاف المرسوم الملغى 10/236 الذي حدد

السقف بأقل من ذلك حيث جاء في نص المادة 6 منه "كل عقد أو طلب يساوي 8 ملايين دينار أو يقل

عنه لخدمات الأشغال واللوازم، و4 ملايين دينار لخدمات الدراسات أو الخدمات فقد ربط المشرع الصفقة

العمومية في مجال الأشغال واللوازم أن تساوي أو تقل عن 8 ملايين دينار وفي خدمات الدراسات

والخدمات أن تساوي 4 ملايين دينار.²

الهدف من وراء فرض حد مالي أدنى لاعتبار العقد صفقة عمومية، تخضع لقانون الصفقات هو ترشيد

النفقات العامة. فكلما كان المبلغ كبيرا تحملت الخزينة أعباءه ووجب أن يخضع العقد الأصول وأحكام

إجرائية تكشف للجمهور وتعلن من حيث الأصل كما تخضع لأطر رقابة محددة أما إذا المبلغ الناتج عن

التعاقد بسيطاً فلا داعي من إرهاق جهة الإدارة وإجبارها على التعاقد وفق قانون الصفقات العمومية عندما

تريد مثلاً شراء مستلزمات مكتب بمبالغ بسيطة.³

¹ الفقرة 13 من المادة 29 من المرسوم الرئاسي 15-247، مرجع السابق الذكر.

² المادة 6 من المرسوم الرئاسي 10-236، مرجع سابق الذكر.

³ محاضرات أستاذ محمد خداوي، ألقيت على طلبة السنة الثانية ماستر، تخصص إدارة محلية، قسم العلوم السياسية جامعة سعيدة، يوم 06-11-2018.

وهذا ما يميز الصفقة عن العقد الإداري بوجودها يصبح العقد الإداري صفقة عمومية، وطالما تعتبر الصفقة عقد إداريا أصلا لابد أن تتوفر فيها شروط العقد وهما: (الرضى، المحل، السبب، الشكلية). الرضى: تطبيق لقاعدة قانونية قديمة أن العقد شريعة المتعاقدين أصلها إغريقي، تقول هذه القاعدة "هي إيجاب المجيب وقبول القابل ويشترط حتى يكون الرضى صحيح ألا تشوبه إرادة المتعاقدين وأي عيوب كالتدوير والتدليس وغيره والإكراه..."¹

المحل: يقصد بهذا الركن الموضوع الذي ينصب عليه العقد والحديث عن محل العقد هو حديث عن الصفقة العمومية التي يلتقي ويتعاقد على أساسها الإدارة والمتعاقد فقد ينصب محل العقد كما سترى لاحقا على أشغال أو توريد لوازم أو تقديم خدمات.

السبب: تناول المشرع السبب في المواد 97 و98 وهو الغرض الذي يقصد الملتزم الوصول إليه وراء رضائه التحمل بالالتزام، ومعه آخر الغية التي يستهدف الملتزم تحقيقها نتيجة التزامه، وفي العقد البيع مثلا البائع يتحمل الالتزام بنقل ملكية المبيع إلى المشتري ويتسلمه إياه يهدف الحصول على الثمن رغبة منه في الحصول على المبيع وبالتالي يعتبر السبب عنصرا من عناصر الإرادة.

والشكلية: هذا الركن هو عبارة عن ترسيم عقد لصفقة عمومية أي إعطائه الطابع الرسمي من خلال كتاباته.

الكتابة هي إضفاء طابع رسمي وشكلي على العقد، صحيح الشروط الثلاث السابقة صحيحة إلا أنها غير كافية، الشكلية هي تعد ركن مكمّل في العقد.²

المعيار الشكلي:

ورجوعا لتعريف الصفقات العمومية الوارد في المادة الثانية من قانون الصفقات العمومية

وتفويضات المرفق العام السالف الذكر على أن: "الصفقات العمومية عقود مكتوبة في مفهوم لتشريع

¹ محاضرات الأستاذ خدوي محمد، مرجع سابق الذكر.

² محاضرات الأستاذ محمد خدوي، مرجع سابق الذكر.

المعمول به، تبرم بمقابل مع المتعاملين الاقتصاديين وفق الشروط المنصوص عليها في هذا المرسوم...¹ وبذلك يكون المشرع قد أكد على مبدأ الشكلية في عقود الصفقات العمومية، وهو التوجه الذي أكدته على أن الصفقات العمومية لانعقادها يجب توفر شرط الكتابة يتعلق هذا بالنظام العام. ولعل سر اشتراط الكتابة والتأكيد عليها في مختلف قوانين الصفقات العمومية في الجزائر يعود لثلاث أسباب وهي:

- 1- على اعتبار أن شرط الكتابة يتماشى مع مقتضيات العمل الإداري، ويكتسي أهمية بالغة في الإثبات كما أن النفقات الضخمة التي تصرف في الصفقات العمومية تستدعي ذلك.
- 2- إن الصفقات العمومية تتحمل اعبائها المالية الخزينة العامة، فالمبالغ الضخمة التي تصرف بعنوان الصفقات العمومية لجهاز مركزي أو محلي أو مرفقي أو هيئة وطنية مستقلة تتحملها الخزينة العامة.²
- 3- إن الصفقات العمومية أداة لتنفيذ مخططات التنمية الوطنية والمحلية وأداة لتنفيذ مختلف البرامج الاستثمارية لذا وجب وبالنظر لهذه الزاوية أن تكون مكتوبة.

ولا تفوتنا الإشارة في هذا الصدد إلى أن الكتابة تتعلق بالعقد الإداري الذي يثبت العقد المبرم بين المصلحة المتعاقد والمتعامل الاقتصادي، كما تتعلق بدفاتر الشروط التي تحدد التي تبرم وتنفذ وفقها الصفقات العمومية، والتي تتمثل في:

أ-دفاتر البنود الإدارية العامة: المطبقة على الصفقات العمومية لأشغال واللوازم والدراسات والخدمات والموافق عليها بموجب المرسوم التنفيذي.

ب-دفاتر التعليمات التقنية المشتركة: التي تحدد الترتيبات التقنية المطبقة على كل الصفقات العمومية المتعلقة بنوع واحد من الأشغال أو اللوازم أو الدراسات أو الخدمات الموافقة عليها بقرار من الوزير المعني.

¹ المادة الثانية من المرسوم الرئاسي 15-247، مرجع سابق الذكر.

² الكاهنة زواوي، مرجع سابق الذكر، ص 38.

ج-دفاتر التعليمات الخاصة: التي تحدد الشروط الخاصة بكل صفقة¹.

معيار البند الغير المألوف:

لا يكون العقد إداريا حسب فقهاء القانون الإداري إلا إذا تضمن ما يعرف بالبند غير المألوف في العقود الخاصة ويقصد بها: تلك الشروط الي تمنح أحد المتعاقدين حقوق أو تحمله إلتواءات غريبة في طبيعتها عن تلك التي يمكن أن يوافق عليها من يتعاقد في إطار القانون الخاص وحاول الفقه تحديد هذه الشروط غير الألوقة.

-امتياز الإدارة في فرض عقوبات مختلفة على المتعاقد معها دون اللجوء إلى القضاء: كالعقوبات المالية...²

- امتياز سلطة الإدارة في فسخ العقد من جانب واحد.
- امتياز سلطة طريقة تنفيذ العقد بفرض أعباء جديدة على المتعاقد مثلا.
- تضمين امتياز الإدارة بنود تجعل أطراف العقد غير متكافئة حيث تخل بمبدأ مساواة المتعاقدين.³
- امتياز الإدارة منح المتعاقد معها شروط استثنائية في مواجهة الغير بأن تخول له بعض السلطات العمومية والتي تمنح أصلا للإدارة كأن تخوله بعض اختصاصات الضبط أو حق الاحتكار مثلا:
جعل اختصاص وفصل النزاع بالعقد من اختصاص القضاء الإداري.⁴

وغيرها من البنود، وهي تشكل شروطا غير مألوفة في القانون الخاص التي تخضع للمادة 106 من القانون المدني "العقد شريعة المتعاقدين"، وهذا لا يعرفه القانون الإداري الذي يسمح للإدارة في العقود

¹ الكاهنة زواوي، مرجع سابق الذكر، ص 38.
² خالد خليفة، دليل إبرام العقود الإدارية في القانون الجزائري الجديد (سيدي بلعباس، الجزائر: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2017) ص 41.
³ خالد خليفة، مرجع سابق الذكر، ص 41.
² سليم قديان، "مراحل وإجراءات إبرام الصفقات"، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، أنظر الموقع <http://www.asjp.cerist.dz/en/article/30276> ص30 تاريخ التصفح 2019/01/26.

الإدارية أن تستخدم سلطتها في إدراج البند غير المألوف. دون حاجة إلى موافقة المتعاقد الثاني ولا تدخل القاضي كما هو حال العقد المدني، ذلك أن الإدارة تهدف إلى تحقيق المنفعة العامة، وهو اعتبار يقف وراء استخدام الإدارة لهذه الشروط وليس للمتعاقد الآخر سوى الإذعان لها أو الامتناع عن العقد دون أن يكون له حق المناقشة.

إلا أن هذا الأسلوب غير كافي لوحده ذلك ان الإدارة قد تعقد عقود إدارية دون أن تستعمل بنود غير مألوفة هذا ما دفع إلى البحث عن معيار آخر لتكملة النقص الذي يعرفه.¹

المطلب الثاني: كيفية إبرام الصفقات العمومية.

إن إبرام الصفقات العمومية تفرض الاستجابة للأهداف المسطرة مسبقا والتي تدور أغلبها حول التسيير الجيد للأموال العمومية:

يتعين على المصلحة المتعاقدة قبل إبرام أي عقد (صفقة) أن تضمن المنافسة الشريفة والشفافية على نطاق واسع وأن تضع المتنافسين على قدم واحد من المساواة وتفضيل المصلحة العامة على المصلحة الخاصة، بالمحافظة على توازن مصالح الطرفين. ولتحقيق ذلك استخدمت المنافسة كفكرة لتدارك التصرفات الشخصية في عملية إبرام الصفقات العمومية، وكذلك لدفع المتعاقد مع الإدارة لتوفير أفضل النوعيات بأفضل الأثمان، ولإجبار الإدارة المتعاقدة على تحديد احتياجاتها.

طرق إبرام الصفقات العمومية:

حدد المشرع الجزائري طريقتين لإبرام الصفقات العمومية تتمثل في المناقصة كقاعدة عامة وطريقة التراضي كاستثناء.²

¹ سليم قديان، مرجع سابق الذكر، ص 30.
² عبد الرؤوف جابر، النظرية العامة في إجراءات المناقصات والعقود (بيروت، لبنان: دار النهضة العربية، ط1، 2003) ص 10.

1- طريقة المناقصة (كقاعدة عامة):

المناقصة لغة: هي أن يطرح للالتزام بتنفيذ مشروع ما سواء تعلق الأمر بإنشاء أو توريد أو تصميم أو دراسات أو استشارات¹، إعلانا للراغبين في التعاقد ليتمكنوا من عرض المبالغ التي يرونها ضرورية للإنفاق عليه مع تخصيص هامش للربح وبذلك فإن المناقصة هي أحد أساليب القانون المحدد بمجموعة من الإجراءات بمقتضاها يفرض على من هو ملزم بإتباعها، اختيار من يتقدم من المتناقصين بأفضل الشروط وأنسب الأسعار وأكمل المواصفات للتعاقد على سبيل الالتزام ودائما ما يفرض القانون هذا الأسلوب في التعاقد مع الشخص الاعتباري وهم الوزارات الحكومية والمؤسسات العامة وبعض الشركات كما تلتزم الشركات الخاصة نفسها بإتباع أسلوب المناقصة وذلك وفق لوائح داخلية وإجراءات خاصة بها، تتعلق النظرية العامة للمناقصات ببيان أنواعها وإجراءاتها والجهة المختصة بالقيام بها والصلاحيات المالية المخولة للجهات الإدارية ولجان الفحص والبت وجهة المصادقة والتعاقد.²

المناقصة اصطلاحا:

لقد مر تعريف المناقصة شأنه شأن تعريف الصفقات العمومية بعدة تعريفات قانونية من المرسوم 82-145 المؤرخ في 10-04-1982 المتضمن تنظيم صفقات المتعامل العمومي الذي تضمن أول تعريف للمناقصة في المادة 33 منه.

نذكر تعريف المناقصة وذلك بالرجوع إلى أحكام المرسوم الرئاسي 10-236 في المادة 25 منه التي نصت على مايلي: "تبرم الصفقات العمومية وفقا لإجراء المناقصة الذي يعتبر القاعدة العامة، أو وفق إجراء التراضي."³

¹ عبد الرؤوف جابر، مرجع سابق الذكر، ص10.

² نفس المرجع، ص11.

³ المادة 25 من المرسوم الرئاسي 10-236، المؤرخ في 28 شوال 1431، الموافق لـ 07-10-2010، المتعلق بتنظيم الصفقات العمومية، جريدة رسمية عدد 58، سنة 2010.

وأما المرسوم الرئاسي 13-03 يعرفها في المادة 26: "المناقصة هي إجراء يستهدف الحصول على

عروض من عدة متعهدين متنافسين مع تخصيص الصفقة للعرض الذي يعد أحسن عرض.¹

وعليه فالمناقصة هي جملة الإجراءات التي حددها المشرع للإدارة وقيد بها سلطتها في اختيار المتعامل

معها، وذلك بإقامة التنافس بين أكبر عدد ممكن من العارضين بهدف الوصول إلى إبرام العقد مع

المناقص الذي يقدم العرض الأقل سعرا والأفضل شروطا.²

تمر الصفقات العمومية في الجزائر طبقا لتنظيم الصفقات العمومية بمراحل طويلة حتى تظهر لحيز

الوجود خاصة فينا يتعلق بطلب العروض، فالمشرع حرص من خلال مواد كثيرة وردت في المرسوم

الرئاسي الجديد 15-247 يتعلق بالصفقات العمومية وتفويضات المرفق العام أن يدفع الإدارة المتعاقدة

على تجسيد نجاعة الطلبات العمومية والاستعمال الحسن للمال العام والمحافظة على مبدأ حرية الوصول

للطلبات العمومية وتحقيق المساواة بين العارضين وشفافية المعاملة العقدية، وعلانية الصفقات العمومية

وهي مبادئ ورد ذكرها في المادة 5 من المرسوم الجديد وتقتضي جملة هذه المبادئ التي ترد في مراحل

الإبرام ما يستلزم مرور الصفقة بمراحل طويلة.³

ويمكن إجمالها في الإعلان من طلب العروض لمصطلح جديد حسب المادة 39⁴ من المرسوم الرئاسي

15-247 سابق الذكر حيث أن التسمية كانت في السابق بالمناقصة وهو بمثابة قاعدة عامة.

مرحلة الإعلان عن طلب العروض:

إن معرفة المراحل والكيفيات التي يتم بها إبرام الصفقات العمومية بالغ الأهمية للقضاء الإداري

كونه الهيئة التي يؤول إليها اختصاص النظر في المنازعات الصفقات العمومية. والاستجابة للمتطلبات

¹ المادة 26 من المرسوم الرئاسي 13-03، المؤرخ في 13 ربيع الأول 1434 الموافق لـ 13-01-2013، المتضمن تنظيم الصفقات العمومية، جريدة رسمية عدد 02، سنة 2013.

² نبيل أزرابي، سلطة الإدارة في مجال الصفقات العمومية وفق التشريع الجزائري (الإسكندرية: مكتبة الوفاء القانونية ط 1، 2018) ص 33.

³ عمار بوضياف، مرجع سابق الذكر، ص ص 140 141.

⁴ أنظر المادة 39 من المرسوم الرئاسي رقم 15-247، مرجع سابق الذكر.

وضمن عدالة التوزيع من خلال مبدئي الشفافية والاستعمال الجيد للمال العام، ما ظهر بوضوح في إقامة التنافس، وبعد تحضير الصفقة تلجأ المصلحة المتعاقدة بإعلام جميع الراغبين في التعاقد بموضوع الصفقة وبعد الإعلان كآلية فعالة، وقد أشارت المادة 61¹ من المرسوم الرئاسي 15-247 سابق الذكر، على حالات اللجوء إلى الإشهار الصحفي وإلزاميته.

"يكون اللجوء إلى الإشهار الصحفي إلزاميا في الحالات التالية:

✓ طلب العروض المفتوح.

✓ طلب العروض المفتوح مع اشتراط قدرات الدنيا.

✓ طلب العروض المحدود.

✓ المسابقة.

✓ التراضي بعد الاستشارة عند الاقتضاء".

أضافت المادة 62 منه على أن الإعلان عن طلب العروض على البيانات وتكون إلزامية.²

يكون الإشهار الصحفي أو الإعلان على المستوى الوطني أو الجهوي أو المحلي إجباريا، بحيث ينشر في الجريدة الرسمية لصفقات المتعامل العمومي على الأقل في جريدتين وطنيتين موزعتين على المستوى الوطني، كما ينشر فيها إعلان المنح المؤقت للصفقة التي ينشر فيها الإعلان.³

مرحلة إعداد المشروع ودقتر الشروط:

يجب أولا تحديد الاحتياجات بكل دقة وموضوعية وأن تكون منطقية

- يمر إعداد المشروع بعدة مراحل:

- اختيار المشروع وفقا للحاجات الاقتصادية والاجتماعية.

¹ أنظر المادة 61 من المرسوم الرئاسي رقم 15-247، مرجع سابق الذكر.

² المادة 61 و 62 من المرسوم الرئاسي 15-247، مرجع سابق الذكر.

³ حمامة قدوج، عملية إبرام الصفقات العمومية في القانون الجزائري (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2004) ص

-دراسة الجدوى الفنية للمشروع والتي تتم فيها دراسة إمكانية تنفيذ المشروع من الناحية الفنية ملائمة الموقع، توفر المواد اللازمة والإمكانات للتنفيذ.

- دراسة الجدوى الاقتصادية وهي دراسة تكاليف المشروع ومقارنتها بالمرود الاقتصادي أو الاجتماعي والبيئي للمشروع والسياسة المسطرة من طرف القطاع المعني.
 - التصميم المبدئي للمشروع ويتم إعداد التصور العام للمشروع وتحديد الوظائف للعناصر المختلفة منه ودراسة الموارد التي يتم استخدامها وإعداد التكلفة التقديرية ومن ثم مناقشة ذلك مع مالك المشروع لإقراره أو إدخال ما يلزم من تعديلات.
 - التصميم التفصيلي للمشروع، حيث يشمل إعداد كافة التفاصيل المعمارية والإنشائية والأعمال الميكانيكية والكهربائية وغير ذلك.¹
- مرحلة إعداد دفتر الشروط (cahier de charger):

إن دفتر الشروط عبارة عن وثيقة تحتوي شروط تضعها الإدارة تلزم بها المنافسين عامة ثم المتنافس المختار خاصة، فهو بالمقابل مجموعة حقوق تفتحها للمتنافسين ثم بعد ذلك للمتنافس المختار فبعد دفتر أعباء متبادلة بين الإدارة والمتعامل المتعاقد، فمن شروط المتنافسين نجد:

1 من الأشخاص الذين يسمح لهم بالمنافسة حسب نوع الشروط.

2 متى: وقت سحب دفاتر الشروط ووقت إيداعها.

3 أين: مكان سحب وإيداع هذه الدفاتر.²

¹ المعتز بالله داودي ، مشاركة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في إنجاز الصفقات العمومية كوسيلة لترقية التنمية المحلية (دراسة حالة بلدية عين ولمان) مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة ماستر علوم التسيير، تخصص إدارة أعمال المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، جامعة خيضر بسكرة، 2011-2012، ص 14.

² ليدية وزاني، مدى فعالية الصفقات العمومية في تحقيق التنمية المحلية المستدامة (مذكرة لنيل ماستر، تخصص اقتصاديات المالية والبنوك، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة البويرة، 2014) ص 14.

قبل المناقشة وحتى بالنسبة لأسلوب التراضي ينبغي على الإدارة إعداد دفتر الشروط بالدقة اللازمة وإبلاغه لجميع المرشحين، تقضي دقة إعداد دفتر الشروط تحديد الخدمات المطلوبة أو السلع المطلوبة مكان التسليم أو التركيب والضمانات المطلوبة لتقدير مطابقة المنتج المطلوب أو الأشغال المراد إنجازها كما يتعين تحديد المواصفات التقنية، وتوافق مخططات تنفيذ الصفقة مع المعايير العالمية بوضوح ومن جهة أخرى تحدد الشروط العامة التزامات المتعاقد مبلغ الكفالة التعويضات، العقوبات، شروط فسخ العقد و التسبيقات التي يستفيد منها المتعاقد حسب كل نوع من أنواع تسديد مبلغ الصفقة.¹

ودفتر الشروط ليس له عمر كباقي القرارات الإدارية، فهو يمتد إلى ما بعد نهاية الصفقة وما يمكن أن يظهر من منازعات أو رقابة، كما أن الحقوق المالية والعينية للدولة لا تسقط بالتقادم، لذا على هذا أن يتميز بالدقة والبساطة في تحريره ومن ثم يمكن القول أن دفتر الشروط يشكل جزء مهمًا في ملف الصفقة ولقد أشارت المادة 26 من المرسوم الرئاسي 15-247 السابق الذكر، إلى هذه الدفاتر هي تشمل على الخصوص الوثائق المكونة للصفقة.²

أ- دفتر البنود الإدارية العامة:

المطبقة على كل صفقات الأشغال واللوازم والدراسات والخدمات الموافق عليها بموجب قرار وزاري مشترك.

ب- دفتر التعليمات المشتركة (Cahier des prescriptions communes):

التي تحدد الترتيبات التقنية المطبقة على كامل الصفقات المتعلقة بنوع واحد من الأشغال واللوازم والخدمات، الموافق عليها بقرار من الوزير المعني.³

¹ ليدية وزاني، مرجع سابق الذكر، ص 14.

² المادة 26 من المرسوم الرئاسي 15-247، مرجع سابق الذكر.

³ ليدية وزاني، مرجع سابق الذكر، ص ص 14 15.

ج-دفتر التعليمات الخاصة (Cahiers des prescriptions spéciales):

يتم بتحديد بموجب هذا دفتر جميع الشروط الخاصة بكل صفقة بالتفصيل وتجدر الإشارة إلى أنه بالنسبة

لهذا دفتر ولسابقه فإن أحكامها ملزمة ولا تسمح الإدارة بمناقشتها.¹

يحتوي هذا دفتر على معلومات متعلقة بالمشروع من حيث الموضوع والأهمية والكميات المحدودة

والآجال الخاصة به وصيغ الإبرام وكيفيات إجراء المنافسة ومكان سحب وإيداع العروض وتنقيط

العروض وتقييمها وتلقي العروض بالشأن الاختيار المؤقت للمتعاقل والمتعاقد وغير ذلك مما يهم المنافسة

الخاصة بالصفقة بعينها.²

مرحلة إيداع العروض (Dépôt des offres):

بعد أن تبدي الإدارة رغبتها في التعاقد عن طريق الإعلان عن إجراء المناقصة يتقدم كل من يجد

في نفسه صالحا للتعاقد مع الإدارة بعطائه أو عرضه مبينا فيه السعر الذي يرتضيه للتعاقد على أساسه

مع مراعاة الشروط والمواصفات الفنية التي طرحت على أساسها المناقصة بالإضافة إلى كافة البيانات

والمستندات الأخرى التي قد تتطلبها القوانين واللوائح في هذا الشأن وتقديم العروض والعطاءات هو

الإيجاب الموحد للإدارة والذي ينعقد به في العقد الإداري إذا كان هو أفضل العطاءات.³

-تحديد آجال تحديد العروض:

ينبغي تقديم العروض خلال المدة التي حددتها المصلحة المتعاقدة في الإعلان ويبدأ تقديمها من تاريخ

أول صدور للإعلان في اليوميات الوطنية أو الجهوية أو النشرة الرسمية للصفقات على أن يسري الأجل

¹ سهام بن عباس، المتعاقل المتعاقد في ظل النظام القانوني للصفقات العمومية (مذكرة لنيل شهادة ماجستير في القانون كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باجي مختار، عنابة 2005) ص 23.

² النوي خرشي، تسيير المشاريع في إطار الصفقة العمومية (الجزائر: دار الخلدونية، 2011) ص 192.

³ هبة سردوك، المناقصة العامة كطريقة للتعاقد الإداري (الإسكندرية، مصر: مكتبة الوفاء القانونية، ط 1، 2009) ص

في اليوم الذي صدر فيه طلب العروض، وهذا ما نصت عليه الفقرة الثالثة من المادة 66 من المرسوم الرئاسي 15-247.

"تحدد المصلحة المتعاقدة أجل تحضير العروض بالاستناد إلى تاريخ أول نشر للإعلان المنافسة، عندما يكون مطلوباً، في النشرة الرسمية لصفقات المتعامل العمومي أو في الصحافة أو في البوابة... ويُدْرَج تاريخ وآخر ساعة لإيداع العروض وتاريخ وساعة فتح الأظرفة في دفتر الشروط قبل تسليمه للمتعهدين".¹

-تمديد أجل إيداع العروض:

قد تقتضي بعض الظروف تمديد أجل إيداع العروض، ويقع على الإدارة حينها أن تقوم بإشعار المتنافسين الذين سبق لهم وأن سحبوا دفاتر الشروط فضلاً عن وجوب قيامها بالإعلانات اللازمة في نفس أوعية النشر التي تكلفت بنشر الإعلان أولاً.²

-مضمون طلب العروض:

أن نصوص تنظيم الصفقات العمومية فصلت في مشتملات ملف طلب العروض حيث أوجبت المادة 67 من المرسوم الرئاسي 15-247 على أن يشتمل طلب العروض على ملف الترشيح وعرض تقني وعرض مالي.

ويوضح ملف الترشيح والعرض التقني في أظرفة منفصلة ومقفلة بإحكام يبين فيها تسمية المؤسسة ومرجع طلب العروض وموضوعه وتتضمن عبارة "ملف المترشح" أو "عرض تقني" أو "عرض مالي" وتوضح الأظرفة في ظرف آخر مقفل بإحكام ويحمل عبارة "لا يفتح إلا من طرف لجنة فتح الأظرفة وتقييم العروض" طلب العروض رقم طلب العروض وموضوعه.³

¹ الفقرة الثالثة من المادة 66 من المرسوم الرئاسي 15-247، مرجع سابق الذكر.

² خرشي النوي، مرجع سابق الذكر، ص 208.

³ المادة 67 من المرسوم 15-247، مرجع سابق الذكر.

1 ملف الترشيح:

يتضمن ملف الترشيح ما يأتي:

- تصريح بالترشح، يشهد المتعهد أو المرشح فيه أنه:
- ✓ غير مقصى أو ممنوع من المشاركة في الصفقات العمومية طبقاً لأحكام المادتين 75 و 89 من هذا المرسوم.
- ✓ أنه ليس في تسوية قضائية وأن صحيفة سوابقه القضائية الصادرة منذ أقل من 3 أشهر تحتوي على الإشارة "لا شيء".
- ✓ وفي خلاف ذلك، فإنه يجب أن يرفق العرض بنسخة من الحكم القضائي وصحيفة السوابق القضائية وتتعلق صحيفة السوابق القضائية بالمرشح أو المتعهد عندما يتعلق الأمر بشخص طبيعي، والمسير أو المدير العام للمؤسسة عندما يتعلق الأمر بشركة.
- ✓ أنه استوفى واجباته الجبائية وشبه الجبائية وتجاه الهيئة المكلفة بالعدل المدفوعة... التي سبق لها العمل بالجزائر.
- تصريح بالنزاهة.
- القانون الأساسي للشركات.
- الوثائق التي تتعلق بالتفويضات التي تسمح للأشخاص بإلزام المؤسسة.
- كل وثيقة تسمح بتقييم قدرات المرشحين أو المتعهدين أو عند الاقتضاء المناولين:
 - قدرات المهنية: شهادة التأهيل والتصنيف، اعتماد وشهادة الجودة عند الاقتضاء.
 - قدرات مالية: وسائل مالية مبررة بالحصائل المالية والمراجع المصرفية.
 - قدرات تقنية: الوسائل البشرية والمادية والمراجع المهنية.¹

¹ المادة 67 من المرسوم الرئاسي 15-247، مرجع سابق الذكر.

العرض التقني (Offre technique):

- التصريح بالاككتاب.
- كل وثيقة تسمح بتقييم العرض التقني: مذكرة تقنية تبريرية وكل وثيقة مطلوبة تطبيقاً لأحكام المادة 78 من المرسوم الرئاسي 15-247.
- كفالة تعهد حسب الشروط المنصوص عليها في المادة 125 من المرسوم الرئاسي 15-247.
- دفتر الشروط يحتوي في آخر صفحاته على العبارة "قرئ وقبل" مكتوبة بخط اليد.
- يمكن للمصلحة المتعاهدة أن تكيف محتوى الملف الإداري المطلوب من المترشحين أو المتعهدين، وهذا لخصوصية بعض الصفقات العمومية لا سيما تلك التي تنفذ في الخارج والتي تبرم مع الفنانين أو المؤسسات المصغرة، حسب الشروط المنصوص عليها في المادة 87.

العرض المالي (offre financière):

- يختلف العرض المالي عن العرض التقني.

يحتوي العرض المالي على مايلي:

- رسالة تعهد.
- جدول الأسعار بالوحدة.
- تفصيل كمي وتقديري.
- تحليل السعر الإجمالي والجزافي.

وفضلا عن هذه الوثائق، يمكن للمصلحة المتعاقدة طلب وثائق أخرى، إذا تعلق الأمر بصفقات يقتضي موضوعها ومبلغها ذلك. ويتعلق الأمر أساسا بالتفصيل الفرعي للأسعار بالوحدة، والتفصيل الوصفي التقديري المفصل.¹

مرحلة فحص العطاءات:

بعد تقديم العطاءات بالأوضاع والشروط السابق عرضها وتضمن كافة البيانات التي يطلبها قانون الصفقات العمومية، تقوم المصلحة المتعاقدة بفحص دقيق لجميع العطاءات كل على حدى من أجل التأكد من مطابقتها للشروط المعلن عنها، ومنه فهي مقيدة بجملة من القيود يجب أن تضعها في الحسبان وتتصرف في حدودها تحقيق للمصلحة العامة وتحقيقا لهذا الغرض وضمانا لمبدأ الشفافية الذي كرسه التنظيم الجديد للصفقات العمومية فقد اسند هذا التنظيم مهمة فحص العطاءات وتحليلها إلى لجنتين:²

1- لجنة فتح الأظرفة (La commission d'ouverture des plis):

طبقا لأحكام المادة 160 من المرسوم الرئاسي 247/15 يتعلق بالصفقات العمومية وتقويضات المرفق العام"تحدث المصلحة لجنة دائمة واحدة أو أكثر مكلفة بفتح الأظرفة تحليل العروض والبدائل والأسعار الاختيارية عند الاقتضاء تدعى لجنة فتح الأظرفة وتقييم العروض."³

يحدد مسئول المصلحة المتعاقدة الأمر بالصرف بالطبع سواء (رئيس المجلس الشعبي البلدي أو المدير المؤسسة) أعضاء هذه اللجنة بموجب مقرر يتضمن تحديد تشكيلها وذلك حسب المادة 162 من المرسوم الرئاسي 247-15، كما تحدد قواعد تنظيمها وسيرها ونصابها في إطار الإجراءات القانونية والتنظيمية المعمول بها. فالمشرع حرص على تفادي كل الأشكال الولاء للجنة بحيث لا يمكن أن يسعى مسئول إلى

¹ المادة 67 من المرسوم الرئاسي 247-15، مرجع سابق الذكر.

² ليديّة وزاني، مرجع سابق الذكر، ص 18.

³ المادة 160 من المرسوم الرئاسي 247-15، مرجع سابق الذكر.

أعضاء موالين له والذين يخدمون مصالحه الخاصة ومصالح الأعضاء لشفافية الصفقات العمومية يجب أن يكون أعضاء اللجنة أشخاص ذوي كفاءات وتكوين خاصة في المجالات الفنية والتقنية والمالية والقانونية.¹

تسجل أشغال اللجنة المتعلقة بفتح الأظرفة في سجل أول خاص، ويكون مرقم ومختوم من قبل الأمر بالصرف وسجل ثاني يخصص لتقييم العروض مرقم كذلك ومختوم من قبل الأمر بالصرف شأنه شأن السجل الأول بمعنى سجلان منفصلين وهذا كان طبقاً للمادة 162 الفقرة من نفس المرسوم الرئاسي 15-247.²

يبدأ عمل اللجنة آخر يوم وساعة لإيداع العروض وفتح الأظرفة التقنية والمالية وهذا التاريخ والساعة محددين سلفاً بموجب إعلان الصفقة وذلك بحضور المتعهدين الذين يتم استدعائهم مسبقاً وإذا صادف هذا اليوم يوم عطلة أو يوم راحة قانونية، فقد تمدد إلى غاية يوم العمل الموالي. الأجل المحدد، كما هذه اللجنة تعقد اجتماعاتها بصفة علنية ولقد أشارت المادة 70 من المرسوم الرئاسي 15-247 على ذلك.³

-لجنة تقييم العروض:

قد أحدثت لجنة تقييم العروض وفتح الأظرفة بموجب نص المادة 71 من المرسوم الرئاسي 15-247، حيث يعين المسئول المصلحة المتعاقدة أعضاء هذه اللجنة بمقرر ويجب أن تختار هؤلاء نظراً لكفاءاتهم لأن مسألة تقييم العروض مسألة تحتاج إلى دراية وقدرة من المعرفة بمعايير التقييم المعتمد

¹ حمزة خضري، الرقابة على الصفقات العمومية في ضوء القانون الجديد 15-247، أعمال اليوم الدراسي حول التنظيم الجديد للصفقات العمومية وتقويضات المرفق العام (كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 17 ديسمبر 2015) ص 24.

² الفقرة الأخيرة من المادة 162 من المرسوم الرئاسي 15-247 مرجع سابق الذكر.

³ المادة 70 من المرسوم الرئاسي 15-247، مرجع سابق الذكر.

الفصل الثاني

في دفتر الشروط طلب العروض ولأن توصياتها أو اقتراحاتها للمصلحة المتعاقدة أكثر أهمية لإنهاء المرحلة السابقة على التعاقد.¹

تقوم لجنة تقييم العروض أساسا بمراجعة فنية لكل عرض للتحقيق من مدى مطابقة الشروط المعلنة في دفتر طلب العروض، وذلك لمعرفة ما قد يتضمنه هذا التعهد من شروط أو تحفظات أو اقتراحات فنية قد تعابر ما ورد في شروط طلب العروض إما إضافة أو نقصان أو تعديل ولا يجوز للجنة فتح الأظرفة تقييم العروض التقنية المخالفة لدفتر الشروط طلب العروض بل يجب عليها إقصاءها، وتعمل على تحليلها أي الباقية في مرحلتين على أساس المعايير والمنهجية المنصوص عليها في دفتر الشروط.²

المرحلة الأولى:

يتم في هذه المرحلة الترتيب التقني للعروض الباقية وذلك وفقا للعلامة الاستدلالية المنصوص

عليها في دفتر الشروط، حيث يتم إقصاء كل العروض التي لم تحصل على العلامة الدنيا اللازمة والمنصوص عليها في دفتر الشروط.

تعلن فقط العروض التقنية التي تحصلت على (45 من 100) نقطة فأكثر مؤهلة ويؤخذ عرضها المالي بعد جرد وتحليل العروض التقنية.³

المرحلة الثانية:

هي المرحلة الحاسمة حيث يتم من الناحية المالية مراجعة حسابية تفصيلية للعروض المالية وتتم عملية تصحيح الأخطاء الحسابية الوجدانية إن وجدت والإجمالية نظرا لأهمية النواحي المالية في الصفقات العمومية ولكون الثمن محل الوفاء من جانب الإدارة فيما بعد.

¹ عبد الوهاب علاق، الرقابة على الصفقات العمومية في التشريع الجزائري (مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون كلية الحقوق والعلوم السياسية، محمد خيضر بسكرة، 2004) ص 112.

² علاق عبد الوهاب، مرجع سابق الذكر، ص 112.

³ نفس المرجع، ص 113.

يمنح المشروع المؤقت إلى العارض الذي يقدم عرضا مطابقا لملف الاستشارة والذي تعدى النقطة الإحصائية المحددة في دفتر الشروط وقدم عرض أقل ثمنا، وفي حالة تساوي عرضين أو أكثر يستند العقد إلى العارض الذي تحصل على أعلى نقطة في العرض التقني، وفي حالة التساوي أيضا في العرض المالي تستند المقابلة التي قدمت أكبر عدد من المشاريع المشابهة لثلاث سنوات الأخيرة.¹ وبعدها قد تستقر لجنة فتح الأظرفة وتقييم العروض على أحد النتائج التالية:

إرساء طلب العروض على العرض الأقل ثمنا: وهو ما يدعوا بآلية الإرساء حيث يرسوا طلب العروض على العرض أفضلهم، وأحسنهم عطاء في إنجاز المشروع المعلن عنه وتأخذ بعين الاعتبار مدة الإنجاز أيضا، وعلى الأقل ثمنا، وهذا على ضوء ما يسفر عنه الفحص والتقييم لتلك العروض وعلى ذلك فإن المصلحة المتعاقدة ليست لها حرية مطلقة في عملية الاختيار والبت النهائي في العروض، إذ يجب عليها التقيد في هذه المرحلة بجملة من الضوابط والثوابت تحدها سلفا وتعلن عنها، وقد لا تعدوا الحاجة كثيرا إلى مراعاة الجوانب التقنية كميزة للتفاضل بين العروض وآلية الإرساء مبدأ هام لا يجوز الخروج عليه إلا لأسباب قوية تتعلق بالمصلحة العامة، لأن الغاية الأساسية لطلب العروض قبل كل شيء هي التوفير عن الخزينة العامة.²

مرحلة منح الصفقة:

بعد أن يقرر مسئول المتعاقدة العارض الفائز بالصفقات العمومية عليه إعلامه شخصيا بهذا كما يعلم باقي العارضين عن رفض عروضهم، وفي الحالة الأخيرة من أجل السير الحسن للإدارة (La réglé de bonne administration) عليه أن يوجه إليهم قرارات إدارية يوضح فيها أسباب الرفض، كما يتوجب عليه الإعلان المنح المؤقت للصفقات العمومية في نفس الجرائد التي نشر فيها الإعلان عن

¹ علاق عبد الوهاب، مرجع سابق الذكر، ص 113.

² مجدى متولي، التعليق على القانون المناقصات والمزيدات الصادر بالقانون رقم 89 سنة 1998 (مصر: دار الفكر القانون، 2000) ص 67.

الصفقة مع تحديد اسم الفائز بالصفقات العمومية والسعر المفتوح وآجال الإنجاز وكل المعايير التي سمحت له بالتوافق على باقي العارضين.¹

غير أن منح الصفقات العمومية لهذا العارض يكون مؤقتا وليس نهائيا، حيث أنه يجوز للعارضين الذين رفضت عروضهم تقديم طعن أمام لجنة الصفقات العمومية المختصة وفق ما حددته المادة 101 من المرسوم الرئاسي رقم 02-250 المتضمن قانون الصفقات العمومية والتي تنص على مايلي: "زيادة على حقوق الطعن المنصوص عليها في التشريع المعمول به، يمكن للمتعهد الذي يحتج على الاختيار الذي قامت به المصلحة المتعاقدة، في إطار إعلان المناقصة، أن يرفع طعنا أمام لجنة الصفقات المختصة في أجل عشرة أيام، ابتداءً من تاريخ نشر إعلان المنح المؤقت للصفقة في حدود المبالغ القصوى في المادتين 121 و 130 أدناه.²

تصدر لجنة الصفقات المختصة قرار في أجل 15 يوما ابتداء من تاريخ انقضاء أجل 10 أيام المذكورة أعلاه.

يبلغ هذا القرار للمصلحة المتعاقدة ولصاحب الطعن.

لا يمكن أن يعرض مشروع الصفقة على الصفقات المختصة لدراسته إلا بعد انقضاء أجل 30 يوما من تاريخ نشر المنح المؤقت للصفقة، الموافق للأجال المحددة لتقديم الطعن من طرف لجنة الصفقة المختصة وتبليغه... وتجر الإشارة إلى أن الصفقات العمومية المبرمة بطريقة التراضي غير بهذا الطعن المسبق (Le recours prés-contractuel).³

بعد فوات الأجل المحدد للطعون المسبقة، سواء قدّمت الطعون وفصلت فيها لجنة الصفقات العمومية المختصة أو لم يقدم أي طعن، فإن هذه اللجنة تقوم بدراسة هذه الصفقات العمومية وتصدر شأن تأشيرة

¹ Brahim Boulifa, Guide des marchés publics de travaux (Constantine: édition,2004) p69.

² Brahim Boulifa, op.cit,P71.

³ Brahim Boulifa,op.cit,P71.

للمصلحة المتعاقدة تعتبر بمثابة الضوء الأخضر لها لمنح الصفقات العمومية للعارض الفائز بصفة نهائية، وهنا يقوم مسئول المصلحة المتعاقدة بالإعلان عن المنح النهائي لهذه الصفقة في نفس الجرائد التي تم فيها نشر الإعلان عن الصفقة.

وعند المنح النهائي للصفقة يقوم المتعامل المختار بالتوقيع عليها، ويجب أن تتم هذه العملية قبل انتهاء الميعاد القانوني الذي يلتزم خلاله المتعهد بعرضه.¹

التراضي كاستثناء:

إن إجراء طلب العروض يمر عن طريق إجراءات معقدة وطويلة المدى مما يجعل الإدارة لا تستطيع اللجوء إليها في بعض الظروف، كما أتبع بعض الحالات لا تستدعي كل هذه الإجراءات لهذا تم الترخيص للإدارة بإمكانية التعاقد بكيفية التراضي، يعتبر التراضي أسلوباً استثنائياً من أساليب إبرام الصفقات العمومية ويختلف عن الرضا الذي يعتبر شرطاً لإبرام العقود.²

تعرف التراضي في المرسوم الرئاسي 15-247:

لقد أهتم المشرع بتعريف التراضي المعبر عنه بـ: Gré a Gré عبر المراحل التشريعية المختلفة للصفقات العمومية، وعرفه في المرسوم الرئاسي 10-236 كمايلي: "هو ذلك الإجراء الهادف لتخصيص لصفقة المتعامل واحد دون الدعوة الشكلية إلى المنافسة..."³

فالتراضي إجراء استثنائي بموجبه تقوم المصلحة المتعاقدة باختيار المتعاقد معها متحررة من القيود الشكلية والإجرائية المفروضة على أسلوب طلب العروض بأشكاله المختلفة وهذا ما جعل المشرع يولي عناية بالغة إلى ضبط حالات اللجوء إليه وتقرير قواعد وشروط أعماله.

¹ Brahim Boulifa, op.cit, P72.

² الكاهنة زواوي، مرجع سابق الذكر، ص 40.

³ نفس المرجع، نفس الصفحة.

ولقد اعتمد المشرع الجزائري على هذا الإجراء في مختلف النصوص المنظمة للصفقات العمومية باعتماده لآليات التفاوض وتظهر أهمية الإجراء على وجه الخصوص في الصفقات الدولية التي تتطلب المسايرة المرضية لبعض المؤسسات الأجنبية، حتى تتمكن المصلحة المتعاقدة من إخضاع هذه الأخيرة لبعض الشروط الخاصة بالصفقة من أجل ضمان تنفيذ أحسن للمشاريع المرتبطة بها، والتي لا يمكن تنفيذها إلا من خلال تلك المؤسسات خصوصا تلك التي تتطلب تكنولوجيا عالية، وقد تستدعي ظروف أخرى اللجوء مثل هذا الإجراء والذي يتخذ عدة أشكال.¹

على الرغم من أن إجراء التراضي يعتبر الطريق الاستثنائي في الصفقات العمومية إلا أنه الأصل من الناحية الواقعية، أن الإدارة تلجأ إليه أكثر مقارنة بالمناقصة تفاديا للإجراءات المناقصة الطويلة والمعقدة. ويأخذ التراضي شكلين:

1- التراضي البسيط:

يعتبر التراضي البسيط القاعدة العامة في مجال إبرام الصفقة عن طريق التراضي بما يعني أنه كفل الإدارة اختيار المتعاقد معها دون إلزامها بالخضوع إلى إجراءات الإعلان أو أي إجراء آخر يستغرقها اقتصاديا وقتا طويلا دون إهمال تقييدها بالحالات المنصوص عليها قانونا.²

غير أن الاتصال مع شخص واحد والتفاوض معه يشكل أخطر العيوب، إذ يمس بمبدأ الشفافية الذي يعتبر مبدأ هام من مبادئ إبرام الصفقات العمومية، وما يترتب على ذلك من المساس بمبدأ المساواة بين المنافسين، التراضي البسيط رقابة أكبر وأخلاقيات أعمق من أجل ذلك أحيط اللجوء إليه بمجموعة من الشروط لا تتوفر إلا نادرا.³

¹ الكاهنة الزواوي، مرجع سابق الذكر، ص 40.

² عمار بوضياف، مرجع سابق الذكر، ص 136.

³ النوي خرشي، مرجع سابق الذكر، ص 165.

2- التراضي بعد الاستشارة:

وهو الشكل الثاني من أشكال المنصوص عليها المادة 41 من المرسوم الرئاسي 15-247

"...أو شكل التراضي بعد الاستشارة وتنظم هذه الاستشارة وبكل الوسائل المكتوبة الملائمة.¹"

والتراضي بعد الاستشارة هو أسلوب تلجأ إليه المصلحة المتعاقدة لإبرام إحدى صفقاتها وذلك بإقامة

المنافسة بين عدة مترشحين مدعويين خصيصا، وهذا أسلوب يمكن المصلحة المتعاقدة من التأكد من

القدرات التقنية والتجارية والمالية للأطراف المدعوة بما يضمن حسن تنفيذ الصفقة.

ولقد حدد المشرع الجزائري حالات التراضي بعد الاستشارة.²

ومن مزايا التراضي بعد الاستشارة هو تمكين المصلحة المتعاقدة من حصر استشارتها في قائمة مؤسسات

مستخرجة من بطاقة المتعاملين، ويفترض أن تكون هذه المؤسسات مؤهلة للغرض المطلوب انجازه.

ويلاحظ أن التراضي بعد الاستشارة، يتميز بمحدودية المنافسة التي تضمنها إذ أن المؤسسات التي تلجأ

إليها المصلحة المتعاقدة هي مؤسسات معروفة مسبقا بذواتها، فضلا أن دعوة هذه المؤسسات للمنافسة تتم

دون إلزامية إتباع شكلية معينة إلا شكلية الكتابة اللهم إلا ما تعلق بالاستشارة بعدم جدوى طلب

العروض (المناقصة سابقا)، والذي أحاطه التنظيم الجديد ببعض الإجراءات.³

المطلب الثالث: الرقابة الإدارية على الصفقات العمومية.

إن الرقابة في مدلولها أو معناها اللغوي يقصد بها إعادة النظر أو إعادة الإطلاع مرة أخرى، أما

معناها الاصطلاحي فهي فحص السندات والحسابات والسجلات الخاصة بالمنشأة أو المؤسسة فحصا

دقيقا حتى يتأكد المراقب المختص من أن الوثائق الخاصة بالصفقات أو التقارير المالية سليمة، وخاصة

مع نهاية الوصاية المباشرة للدولة على المؤسسات العمومية والاقتصادية أوجب عليها الرقابة.

¹ المادة 41 من المرسوم الرئاسي 15-247، مرجع سابق الذكر.

² زيادي كمال، التحكيم في الصفقات العمومية (مذكرة شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون أعمال، قسم الحقوق

جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2014) ص 12.

³ نفس المرجع، نفس الصفحة.

إن الأهمية البالغة التي اكتسبتها الصفقات من حيث الإعتمادات المالية المخصصة لها جعل المشرع يحدث عدة هيئات لرقابة الصفقات العمومية تكون تدخلاتها أثناء إعداد العقد وقبل تنفيذ الصفقة والهدف من هذه الرقابة هو حماية المال العام.

اختلفت اتجاهات في تحديد أنواع الرقابة بحيث ذهب اتجاه إلى تقسيم أنواع الرقابة على أساس معيار الهيئة التي تقوم بها وعلى هذا الأساس تنوعت الرقابة حسب الجهة القائمة بها ولكل نوع خصائصه ووسائله الخاصة به.¹

1- الرقابة الإدارية:

مما لا شك فيه أن الإدارة تعمل في إطار مبدأ المشروعية وبمفهوم عام بحيث تخضع كافة سلطات الدولة للقانون وكل صور نشاطها، ويعتبر مبدأ المشروعية مبدأ ضرورياً للرقابة على أعمال الإدارة والتأكد من مدى مشروعيتها.²

حسب المادة 156 من المرسوم الرئاسي 15-247: "تخضع الصفقات العمومية التي تبرمها المصالح المتعاقدة للرقابة قبل دخولها حيز التنفيذ وقبل تنفيذها وبعده."³

تمارس عملية الرقابة التي تخضع لها الصفقات العمومية في شكل رقابة داخلية ورقابة خارجية:
الرقابة الداخلية:

الرقابة الداخلية هي أول رقابة تخضع لها الصفقات العمومية وتمارس من قبل الجهة المتعاقدة -المتعامل العمومي- هدفها الأساسي هو التأكد من عدم مخالفة بنود الصفقة للقواعد التشريعية والتنظيمية السارية المفعول والمنع من الوقوع في الانحرافات وتجاوزات المصلحة المتعاقدة.⁴

¹ ياقوتة عليوات ، عملية إبرام الصفقات العمومية (مذكرة لنيل شهادة الدكتوراة الدولة في القانون العام، قسم الحقوق جامعة منتوري، قسنطينة، 2009) ص 132.

² نفس المرجع، ص 133.

³ المادة 156 من المرسوم الرئاسي 15-247، مرجع سابق الذكر.

⁴ ياقوتة عليوات، مرجع سابق الذكر، ص 135.

لذا خصص المشرع المواد من 156 إلى 162 من المرسوم الرئاسي 15-247 مرجع سابق الذكر لتنظيم الرقابة الداخلية على الصفقات العمومية ولعل، أهم ما تميز به القانون الجديد هو إحداث لجنة فتح الأظرفة وتقييم العروض بدل نظام اللجنتين الذي كان معتمدا في كل القوانين الصفقات العمومية السابقة. تكون الرقابة شاملة تضم كل أعمال الإدارة في جوانبها المختلفة أو تنصيب على جانب من جوانب أعمالها كالأعمال القانونية أو المحاسبية.¹

حيث تعتبر لجنة فتح الأظرفة هي أول هيكل رقابي على الصفقات العمومية في أول مراحلها وقبل التعاقد، وذلك من أجل إضفاء الشفافية على المراحل الإجرائية للصفقة، حيث نستشف من خلال المرسوم الرئاسي 15-247، أن المشرع الجزائري قد فرض على الإدارات المنصوص عليها في المادة 6 من نفس المرسوم، على انشاء لجنة دائمة واحدة أو أكثر وتتكفل هذه الأخيرة بفتح الأظرفة وتحليل العروض والبدائل والأسعار الاختيارية، حيث تتشكل من موظفين مؤهلين تابعين لنفس المصلحة المتعاقدة يختارون لكفاءاتهم، وتقوم بعمل إداري تقني تعرضه على المصلحة المتعاقدة، والتي بدورها تقوم بمنح الصفقة أو الإعلان عن عدم جدوى الإجراء أو الإلغاء أو إلغاء المنح المؤقت للصفقة، وتصدر في هذا الشأن رأيا مبررا ويقوم مسئول المصلحة المتعاقدة بموجب مقرر تحديد تشكيلة هذه اللجنة وقواعد تنظيمها وسيرها ونصابها في إطار الإجراءات القانونية والتنظيمية المعمول بها.² والجديد بالملاحظة أن مهمة لجنة فتح الأظرفة هي تحضير وتسهيل عمل لجنة تقييم العروض عن طريق تسجيل العروض وترتيبها حسب المبالغ المقترحة ووضع وصفا للوثائق المرفقة بالعروض وتدوين في الأخير محضر عن الاجتماع، يوقع هذا المحضر من قبل الرئيس وأعضاء اللجنة الحاضرين.

¹ نادية تياب، آليات مواجهة الفساد في مجال الصفقات العمومية (رسالة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم القانونية تخصص قانون، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزو وزو، 2013) ص 118.

² سليمان وادخل، سامية مقبل، الرقابة الإدارية والقضائية على الصفقات العمومية في ظل المرسوم الرئاسي 15-247 (مذكرة ماستر في الحقوق، تخصص قانون الجماعات المحلية والهيئات الإقليمية، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2016) ص 9.

إلى جانب لجنة فتح الأظرفة المذكور سالفاً، توجد لجنة أخرى للرقابة الداخلية على الصفقات العمومية هي لجنة تقييم العروض.

تحدث لدى كل مصلحة متعاقدة لجنة لتقييم العروض، وتتولى هذه اللجنة، التي يعين مسئول المصلحة المتعاقدة أعضائها، وتتكون من أعضاء مؤهلين يختارون نظراً لكفاءاتهم تحليل العروض، وبدائل العروض عند الاقتضاء، من أجل إبراز الاقتراح أو الاقتراحات التي ينبغي تقديمها للهيئات المعنية... تقوم في المرحلة الأولى بالترتيب التقني للعروض...

ثم تقوم في المرحلة الثانية بدراسة العروض المالية للمتعهدين...¹

بناء على هذا فإن مهمة لجنة تقييم العروض تحليل العروض على أساس معايير ومنهجية منصوص عليها في دفتر الشروط، وترتيب العروض ترتيباً تقنياً ودراسة الجانب المالي للعروض وانتقاء العرض الأقل ثمناً إذا تعلق الأمر بالخدمات العادية وأحسن عرض اقتصادياً إذا تعلق الأمر بتقديم خدمات معقدة تقنياً.

الرقابة الخارجية:

تتفق الرقابة الخارجية مع الرقابة الداخلية في كونها تستهدف هي الأخرى التأكد من مدى مطابقة الصفقات العمومية للتشريعات والتنظيمات المعمول بها، كما تستهدف أيضاً التأكد من التزام المصلحة المتعاقدة بالعمل بكيفية نظامية. تمارس الرقابة الخارجية من طرف هيئات إدارية متخصصة، وهي لجان الصفقات اللجنة البلدية واللجنة الولائية واللجنة الوزارية واللجنة الوطنية لصفقات الأشغال واللجنة الوطنية لصفقات اللوازم.²

¹ سليمان وادخل، سامية مقبل، مرجع سابق الذكر، ص 09.

² ياقوتة عليوات، مرجع سابق الذكر، ص 138.

رقابة لجان الصفقات العمومية المصلحة المتعاقدة:

تتمثل هذه اللجان في لجنة البلدية للصفقات العمومية، اللجنة الولائية للصفقات العمومية، اللجنة الجهوية للصفقات العمومية، لجنة الصفقات المؤسسة العمومية الوطنية والهيكل غير الممركز للمؤسسة العمومية ذات الطابع الإداري، لجنة الصفقات المؤسسات العمومية المحلية والهيكل غير الممركز للمؤسسة العمومية المحلية ذات الطابع الإداري، وقد حدد القانون الجديد مجال اختصاص كل لجنة من اللجان المذكورة أعلاه كمايلي:

أ- لجنة البلدية للصفقات العمومية والتي تختص حسب المادة 174 بدراسة المشاريع، دفتر الشروط والصفقات التي تبرمها البلدية والتي تقل قيمتها المالية عن مائتي مليون دينار جزائري (200.000.000 دج) في حالة صفقات الأشغال خمسين مليون دينار جزائري (50.000.000 دج) في حالة صفقات الخدمات عشرون مليون دينار جزائري (20.000.000 دج) و في حالة صفقات الدراسات أيضا.¹

ب- اللجنة الولائية للصفقات العمومية وتختص حسب المادة 173 من قانون الصفقات العمومية بالرقابة على دفاتر الشروط والصفقات والملاحق التي تبرمها الولاية والمصالح غير الممركزة للدولة الخارجية للإدارات المركزية التي تساوي قيمتها المالية أو تفوق مليار دينار جزائري (1.000.000.000 دج) في حالة صفقات الأشغال ثلاث مائة مليون دينار جزائري (300.000.000 دج) في حالة صفقات اللوازم مائتي مليون دينار جزائري (200.000.000 دج) في حالة صفقات الخدمات مائة مليون دينار جزائري (1.000.000 دج) وفي حالة صفقات الدراسات.²

ج- اللجنة الجهوية العمومية والتي تختص حسب المادة 171 من قانون الصفقات العمومية بدراسة

¹ ياقوتة عليوات، مرجع سابق الذكر، ص 139.

² حمزة خضري، مرجع سابق الذكر، ص 26.

مشاريع، دفاتر الشروط، والصفقات والملاحق الخاصة بالمصالح الخارجية الجهوية للإدارات المركزية في حدود المستويات المحدودة في المطات من 1 إلى 4 من المادة 184 من تنظيم الصفقات العمومية.¹ كما نصت المادة 178 "على أن الصفقات المصلحة المتعاقدة نتوج بمقرر منح التأشيرة أو رفضها خلال أجل أقصاه عشرون (20) يوم ابتداءً من تاريخ إيداع الملف كاملاً لدى كتابة هذه اللجنة."²

-اللجنة القطاعية للصفقات العمومية:

تنشأ اللجنة القطاعية لدى كل دائرة وزارية، في مجال الرقابة تكون دراسة للمشاريع، دفاتر الشروط والصفقات التي يفوق مبلغها مليار دينار في صفقات الأشغال، وثلاثة مائة مليون دينار في صفقات اللوازم ومائتي مليون دينار في صفقات الخدمات ومليون دينار في صفقات الدراسات، زيادة على مشاريع دفاتر الشروط و صفقات الأشغال التي تبرمها الإدارة المركزية والتي تفوق مبلغها (12.000.000 دج) ودفتر الشروط و صفقات الدراسات والخدمات التي تبرمها الإدارة المركزية التي يفوق مبلغها (6.000.000 دج).

وضع المشرع بعض الأحكام الخاصة باللجنة القطاعية للصفقات العمومية تتمثل في أن الوزير المعني يعين بموجب قرار أعضاء اللجنة القطاعية ومستخلفيهم بأسمائهم على أساس الكفاءة بناء على إقتراح من الوزير الذين يخضعون لسلطته (المادة 187)، ومن الأحكام الخاصة أيضاً أن الرقابة التي تمارسها اللجنة القطاعية نتوج بمقرر منح أو رفض منح التأشيرة في أجل أقصاه (45) يوماً من تاريخ إيداع الملف لدى أمانة كتابة اللجنة.³

¹ حمزة خضري، مرجع سابق الذكر، ص 27.

² المادة 178 من المرسوم الرئاسي 15-247، مرجع سابق الذكر.

³ حمزة خضري، مرجع سابق الذكر، ص 27.

-الرقابة الوصائية:

إن اللامركزية الإدارية لا تعني الاستقلال التام للهيئات التي تتمتع بالشخصية المعنوية، ولا تعني أيضا الخضوع والتبعية، وإنما تتمتع الجماعات المحلية بقدر من أنظر قانون البلدية والولاية الاستقلالية مع خضوعها للوصاية الإدارية.¹ المنصوص عليها في المواد 156 و164 من المرسوم الرئاسي رقم 15-247 مرجع سابق الذكر، والتي لم يحدد المشرع مضمونها بشكل دقيق بالإضافة إلى ضعف الموارد البشرية، والتصنيف في الأجهزة المكلفة بالرقابة الوصائية والذي يؤدي إلى الحد من فعاليتها. كما يكن القول أن الرقابة الوصائية هي مجموعة السلطات التي يقرها القانون لسلطة عليا على أشخاص الهيئات المركزية وأعمالهم بقصد حماية المصلحة العامة.²

إن المشرع لم يفصل في مضمون وإجراءات هذه الرقابة، وذلك بتخصيص مادة واحدة فقط، وهذا ما يجعل من هذه الرقابة مفرغة في هدفها بحيث يستوجب لفهم هذا النوع من الرقابة الرجوع إلى القواعد العامة للرقابة الوصائية، كما لم ينص المشرع على إلزامية هذه والذي يؤثر حتما من تحقيق الفعالية في مجال الصفقات العمومية. فالرجوع إلى قانون البلدية والولاية ورقابة أجهزة الوصاية لمداورات المجالس الشعبية يتضح أن هناك كم هائل من مداورات يصعب مراقبتها من طرف الأجهزة الوصية، ما يؤدي إلى تهميش دور هذا النوع من الرقابة خاصة في مجال الصفقات العمومية، باعتباره المجال الواسع الذي تكثر في مختلف أشكال الفساد.³

¹ علاوة جلاب، نظام الرقابة على الصفقات العمومية قبل تنفيذها في الجزائر (مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، تخصص الهيئات العمومية والحوكمة، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2014) ص 53.

² فاطمة الزهراء فرقان، رقابة الصفقات العمومية الوطنية في الجزائر (مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون تخصص فرع والمؤسسات العمومية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2007) ص 47.

³ سفيان صوري، مدى فعالية أساليب رقابة الصفقات العمومية على ضوء قانوني صفقات العمومية والوقاية من الفساد ومكافحته (مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، تخصص القانون العام للأعمال، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2012) ص ص 48 49.

بالإضافة إلى لا يوجد أي تنسيق وانسجام بين أجهزة الرقابة الوصائية وأجهزة رقابة اللجان الداخلية والخارجية على الصفقات العمومية، فتفعيل دور هذه لا يتم إلا إذا كان هناك تنسيق بين مختلف أوجه الرقابة الإدارية على الصفقات العمومية.¹

المبحث الثاني: قراءات للصفقات العمومية.

لقد أولى المشرع أهمية للصفقات العمومية للأهمية التي تعطيها في اقتصاد أيّة دولة، ويبدو ذلك جليا من خلال النصوص القانونية المتعاقبة والتعديلات التي عرفها نظام الصفقات منذ أول تشريع في 1967، ويرجع ذلك لكون الصفة من أكثر المواضيع ارتباطا بالواقع الاقتصادي والسياسي والقانوني لأي دولة، فهي تمثل المجال الاستراتيجي لاستهلاك المال العام في الجزائر وتنفيذ المشاريع التنموية. وبات من الضروري تحديد قراءات الصفقات العمومية من خلال القراءات القانونية والاقتصادية والسياسية.

المطلب الأول: القراءة القانونية للصفقة العمومية.

اختلف الفقه في تحديد الطبيعة القانونية للصفقات العمومية، هل هي عقد إداري أم عقد مدني؟ وانقسم في ذلك إلى فريقين الفريق الأول يترأسه العميد الفرنسي **دوجي Dugui** الذي يرى أنه لا يوجد فارق موضوعي بين العقود المدنية والعقود الإدارية بمعنى أن العناصر الأساسية في كلا من العقدين واحدة حيث يجب توفر "الأهلية-الرضا-السبب-المحل" فالاختلاف لا يوجد هنا على العناصر الأساسية وإنما يوجد على الاختصاص القضائي فقط إذ يرفع النزاع القضاء الإداري لأن الإدارة تظهر في العقد بصفتها سلطة عامة.²

والفريق الثاني هناك إجماع للفقهاء الفرنسيين على ضرورة تمييز العقد الإداري من باقي العقود حيث يخضع العقد الإداري لنظام قانوني مستقل ومميز عن العقد الذي يحكمه نظام القانون الخاص، وذلك

¹ علاوة جلاب، مرجع سابق الذكر، ص 54 55.

² دحو معتصم وبن عبد الرحمان معتصم، الصفقات العمومية بين احترام التشريعات القانونية والفعالية الاقتصادية أنظر الموقع www.googlebooks.com ، يوم 2019/02/14.

الاختلاف يكمن في المصادر الأساسية لكل منهم إذ الإشارة أن المشرع لم يحدد موقفه من طبيعتها في قانون الصفقات العمومية وتفويضات المرفق العام الجديد، حيث نجده اكتفى باعتبارها عقود مكتوبة.¹ إنَّ القراءة القانونية للنصوص المنظمة للصفقات العمومية لا تركز كثيراً على الدور الفاعل للصفقات العمومية في السياسات التنموية المطبقة بدورها تركز على الجوانب التنظيمية الإجرائية والتي نستشف عنها (من خلال الإجراءات) ذلك الجانب الرقابي بالنظر إلى أهمية وضخامة المال العام المخصص لها. وفي ذلك إجحاف في حق الدور التنموي لآلية الصفقات العمومية، فالقاعدة النظرية تريد أن تكون الصفقات العمومية آلية صحيح لتغطية الحاجات العاقد وتقديم الخدمة العمومية ولكن في إطار سياسة تنموية عقلانية.

المطلب الثاني: القراءة الاقتصادية للصفقة العمومية.

يهتم رجال الاقتصاد بالصفقات العمومية باعتبارها تحقيق التنمية لاستخدام المال العام وتحقيق البرامج التنموية المبنية على قيام الدولة بضخ المال في السوق الوطنية لتفعيله.² لذا أصبحت الطلبات العمومية أداة لتنفيذ السياسات الاقتصادية التي تهدف لتحقيق التنمية المستدامة، وهذا في ظل الالتزامات الميدانية التي تتركز على حفظ المال العام وصرفه بطرق فعالة، مع الأخذ بعين الاعتبار الجانب الاجتماعي، وتشكل الطلبات العمومية (أو المشتريات العمومية) نسبة كبيرة من قيمة المشتريات (أو الاستهلاك) بالنسبة للاقتصاد ككل. فهذه الطلبات العمومية يكمن في إشباع الاحتياجات بوسائل مقيدة وترشيد الأثر الاقتصادي، الاجتماعي وحتى البيئي لعقد الشراء.³ ففي بلادنا

¹ مسعودة عمارة، "دراسة نقدية لمفهوم الصفقات العمومية في ظل المرسوم الرئاسي الجديد 15-247"، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، جامعة البليدة 2، عدد 11 (ص 32).

² نورة بن بوزيد غبار، "الكتابة في الصفقات العمومية"، مجلة الحقوق والعلوم السياسية، جامعة البليدة 2، جوان 2016، ص 67.

³ دحو معتصم وبن الرحمان معتصم، مرجع سابق الذكر، ص 116.

أين تلعب الدولة دورا كبيرا في الاقتصاد، هناك جزء من الأموال العمومية التي تصرف لأجل تنفيذ المشاريع الاقتصادية، والتي تتطلب هي الأخرى نوعا من الرقابة من طرف السلطات العمومية. لذا تلعب الصفقات العمومية في الجزائر دورا هاما في الأداء الاقتصادي الإجمالي نظرا لأهمية القطاع العمومي غير الاقتصادي من جهة، إضافة إلى أهمية المؤسسات الاقتصادية العمومية (لا سيما الاحتكارات العمومية منها) التي تعتمد على تمويل كبير من الدولة من جهة أخرى، فهذه المؤسسات تقوم بمشتريات وتوريدات وأشغال وخدمات معتبرة، لذا على المشرع جعل الصفقات العمومية رافع قوي لنمو اقتصادي دائم وشامل.¹

خول للجماعات الإقليمية والمحلية صلاحيات واسعة في مجال الاستثمارات العمومية من خلال تطبيق الصفقات كآلية أساسية لتجسيدها، والتي أسهمت إلى حد كبير في تحقيق إنجازات مهمة في كل برنامج وبالتالي تلبية الاحتياجات الاجتماعية المختلفة للمواطنين وتدعيم النمو الاقتصادي.² وتتجلى علاقة الاستثمار بالصفقات العمومية من خلال مجموع المشاريع التي تنجز داخل مجال ترابي معين، كما أن الدور الذي تلعبه يظهر من خلال تنفيذ أو عدم تنفيذ هذه الصفقات ومدى توفر عنصري الفعالية والنجاعة فيها، حيث أن النهوض بدورها يستوجب عقلنة تدبير المال العام عبر تفعيل مبادئ المسؤولية والمساواة والمشاركة والمحاسبة من أجل الوصول إلى فعالية الأهداف المسطرة وحسن التدبير وهذا سيدعي من القائمين عليها وخاصة الجماعات المحلية تكوين رؤية استراتيجية.

صيغة أخرى تعتبر الصفقات العمومية نقطة تقاطع حساسة بين ما هو مالي واقتصادي واجتماعي وسياسي، والإختلالات التي تطال هذه المجالات تؤثر بشكل مباشر على جوانب حيوية من المعيش

¹ دحو معتصم وبن عبد الرحمان معتصم، مرجع سابق الذكر، ص 117.

² مصطفى طويطي ليدية وزاني، مدى ملائمة نظام الصفقات العمومية في تجسيد البرامج الاستثمارية العمومية، جامعة غرداية، أنظر الموقع [Article-12.https://dspace.univ-msila.dz](https://dspace.univ-msila.dz)

اليومي للمواطن وضعف وقعها الاقتصادي والاجتماعي ييخس حقه في الاستفادة من الاستثمارات العمومية بشكل عادل.¹

المطلب الثالث: القراءة السياسية للصفقة العمومية.

ترتبط الصفقة العمومية بالممارسة في السوق السياسي بحيث أنها ممارسة يعبر عنها بالتمثيل السياسي سواء كان ذلك على المستوى المحلي أو الوطني، والوسيلة التي تمثل ذلك هي الانتخابات. والحديث عن الانتخابات هو الحديث عن سوق سياسية يتم من خلالها عملية التبادل في فترة الانتخابات عندما يسعى السياسيون إلى تسويق منتجاتهم، من خلال تطبيق الأنشطة الترويجية والاتصالية المباشرة التي تستهدف تنظيم عدد من المؤيدين لمرشح سياسي أو لحزب معين أو لبرنامج أو لفكرة معينة، وتتم أيضا تسليع الأصوات الانتخابية إذ تعطى تلك الأصوات تبعا للوعود الانتخابية.²

إن التمثيل السياسي من المفروض أن يقدم في السوق السياسي من خلال فواعله استراتيجيات (أي سياسة عامة وطنية أو محلية) تمثلها البرامج تنموية، وتعمل على تحقيقها، هدفها الأساسي في ذلك هو تغطية الحاجات العامة وتقديم الصفقات العمومية للمواطنين وعلى هذا الأساس يتم الاختيار والتفاضل في العملية الانتخابية. ولتحقيق هذه الاستراتيجيات التنموية يستخدم الممثلون السياسيون المال العام (من خلال الميزانية) كمورد للإنفاق على هذه الاستراتيجيات، إنفاق من المفروض أن تتوفر فيه الحرية الاقتصادية والرشادة والحوكمة والصفقات العمومية. كإعتمادات مالية مخصصة جزع من الميزانية المستخدمة.

إن الصفقات العمومية عمليا في الجزائر تحولت في الكثير من الأحيان إلى مقابل يتلقاه الزليم من المعزب نظير الولاء السياسي أو الدعم وحشد الأصوات الانتخابية لهذا الأخير. هذا الوجه معبر عنه بتبادل

¹ مصطفى طويطي ليدية وزاني، مرجع سابق الذكر.

² محاضرات الأستاذ خداوي محمد، مرجع سابق الذكر.

الأصوات الانتخابية وتسويق برامجهم مقابل وعود انتخابية قد يتحول إلى مقابلة سياسية في سوق سياسي يتم فيه تبادل المنافع والمكاسب مقابل الدعم والولاء السياسي وهذا ما يعبر عنه بتوزيع الموارد مقابل الولاء وشراء الذمم وحتى تأخذ هذه العملية التبادلية طابع الشرعية تستخدم في بعض مظاهر الفساد الإداري والمالي للصفقات العمومية كوسيلة وأداء للدفع مقابل ذلك الولاء وتكون أمام عملية بيع وشراء للذمم والولاءات. وهذا ما يشكل آلية تفسير لفشل استراتيجيات التنمية في الجزائر خصوصا فيما يتعلق الأمر بالتجهيز والهياكل القاعدية حيث تسجل الفساد وطول مدة الإنجاز، وزيادات خيالية للتكلفة الاجمالية للمشاريع.

المبحث الثالث: التسويق السياسي في الجزائر.

التسويق السياسي علم حديث نسبيا مشتق من السوق التجاري، وهو يعني بسوق الأحزاب والمرشحين والبرامج وكيفية تحقيق قبول المصوتين المستهلكين بها وهم هنا المستهدفون بهذه البرامج والأفكار، وبينما هو فن إقناع الجمهور الذي أصبح اليوم علما ذا بنية تستخدم منهجيات صارمة. فمن خلال هذا المبحث سنتطرق إلى مفهوم السوق السياسي والفواعل في السوق السياسي والزبونية السياسية.

المطلب الأول: مفهوم التسويق السياسي.

إن التسويق السياسي لا يعدوا كونه تطبيقا لمبادئ السوق وأساليبه على الحياة السياسية حيث يستخدم أطراف العملية السياسية هذه المبادئ في اتصالاتهم السياسية خصوصا في الحملات الانتخابية، وينطلق المفهوم القديم للسوق من منتج موجود للأبد عقلانيا من وضع إستراتيجية لبيعه. وأما المفهوم الحديث للتسويق السياسي فهو: عملية اتصالية تعتمد على تقنيات متعددة تدرس حاجبات الناخبين وتطلعاتهم وسلوكهم الانتخابي بهدف التأثير، وتركز هذه التقنيات على المظاهر الانفعالية مثلما

الحالة في الدعاية إلا أن أساس العملية السوقية يبقى في النهاية تقنيا له لغة وخطاب وأدوات أهمها الاتصال.¹

كما يعرف في مراجع أخرى بأنه: الفضاء الذي يتم فيه تبادل أصوات مقابل وعود بتقديم خدمات والتدخل لدى الهيئات العمومية، حيث يظهر فيه جليا عند تطبيق التحليل الاقتصادي تحول للحقل السياسي إلى مجال تبادل المنافع والولاءات السياسية.²

كما يعرف أيضا: إقامة العلاقات مع الناخبين وصيانتها وتعزيزها على المدى الطويل محققة الفائدة للمجتمع والأحزاب السياسية، وبحيث يجري استيفاء أهداف الجهات السياسية الفردية والمنظمات المعنية وذلك عن طريق الوفاء بالوعد.³

ويعرف التسويق السياسي على أنه: "العمل على تحسين وضع حزب سياسي ما على مستوى زيادة عدد أعضائه، لتحسين المساهمات المالية والانتماءات العائد لحزب معين أو برنامج سياسي، وفي هذا السبيل يستخدم السوق السياسي جميع الوسائل الضرورية والتقنيات الممكنة للوصول إلى هدف محدد مسبقا وذلك بالارتباط مع تطلعات الرأي العام الشعبي ومتطلبات الجماهير الحقيقة أو المفترضة.⁴

يمكن القول أن السوق السياسي هو مجموعة من الأفراد والمنظمات تحاول عرض أفكارها ومواقفها على الجمهور المتلقي بإعطاء هذا الأخير وعود وكسب أصوات، إذا لهم علاقة تأثير على القرار السياسي. **المطلب الثاني: الفواعل في السوق السياسي.**

للسوق السياسي عدة فواعل لها أدوار مختلفة في العملية السياسية التي يمكن إبراز أهم هذه

العوامل في:

¹ الحسن رزاق، الحملة الانتخابية الرئاسية 2009 من خلال الصحافة الجزائرية الخاصة (مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص صحافة، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة منشوري، قسنطينة، 2010) ص 78.

² نسيمه منال دلباز، مرجع سابق الذكر، ص 92.

³ عبد ربه عبد القادر العنزي، مرجع سابق الذكر، ص 57.

⁴ محمد علي الحسيني، المصطلحات والتعابير السياسية (بيروت: دار المحجة البيضاء، 2004) ص 179 180.

1-العارضين:

هم منتجي المنافع "الغلال" العامة الموجهة للمقايضة بمنافع أخرى شخصية وسياسية وينتظرون

مقابلا لهاته الخدمات التي يقدمونها ويتمثلون في:

أ- ممارسي السياسة:

يصلح عليهم عند استعارة اللغة الاقتصادية بمقاولي السياسة الذين يعملون على زيادة حظوظهم

الانتخابية من خلال إنتاجهم أو تقديمهم الوعود (البرامج) بإنتاج المنافع العامة المرغوبة أو المطلوبة والتي

لم تكن موجهة للاستهلاك العمومي وإنما لجزء من الشعب.

ونقول أنهم أشخاص لا يقدرّون على تحقيق غاياتهم السياسية إلا إذا وصلوا إلى السلطة واستطاعوا

الاستمرار بنجاحهم في الحفاظ على دعم وعائهم الانتخابي.¹

ب:الإدارة:

مجسدة في موظفيها باعتبارهم عارضين للمنافع في السوق السياسي يؤسس على مبرراتهم فمنهم

من يعمل على الحصول على ترقيات مهنية ومنهم من يبحث عن التمتع بالسلطة التي يطولها له منصبه.

المرشحين/المستهلكين:

يمثلهم طالبي خدمات الفئة الأولى والباحثين عن المنافع المعروضة في السوق السياسي وفي

هذا الصدد يشير آلان والفيسبيرجر **Alain wolfesperger** إلى أن النظرة التقليدية لمفهومي الدولة

والديمقراطية والتي تقتصر على صورة الفرد صاحب السلوك الانتخابي كانت وراء زيادة شيوع دور السوق

السياسي وهما فئتان:

1-المواطنون:الذين يعبرون للسلطة العمومية (أو من سيترشح لتمثيلها) عن خياراتهم وحاجاتهم

مستخدمين آليات متعددة فإذا أدرك المتمسكين بزمام السلطة هذه الإشارات فذلك سيؤدي لا محالة إلى

¹ نسيمه منال دلباز، مرجع سابق الذكر، ص 97.

تبادل ضمني للطرفين، وعملية مقايضة منافع والخدمات والأصوات الانتخابية والنضال التي تتم بين المرشحين.

2- الموظفون: هم الذين سبق وأن رأينا على أنهم يلعبون دور العارض الراهب للخدمة أو المنفعة من منطلق تمثيلهم للإدارة ولعدهم دور الوسيط، لكنهم في نفس الوقت مستهلكين طالبين عليها.¹

3- المؤسسات السياسية: يلعب بعض من هذه المؤسسات دور الطالب والبعض الآخر دور العارض. ومن هنا يمكن تفسير الائتلاف الحكومي، أما في وضع الجزائر فإن الإشارة إلى هذا النوع من المستهلكين في السوق السياسي صريح من خلال تصنيف أحزاب السلطة بأحزاب الموالاة وهي الصفة المتداولة صراحة من قبل الأحزاب المعنية وما ينطبق على الأحزاب يمكن إسقاطه على جل المؤسسات الرسمية أو غير الرسمية.²

4- المنتج السياسي:

يعتبر مزيجا من بعض الخصائص الشخصية للمرشح والإطار الإيكولوجي والمنتج في السياسة يتمثل في السياسات وصورة المرشح المؤهلة للنجاح، وتطوير حملة تسويقية للانتخابي مع السياسي مع الإشارة إلى المنتج، وبما في ذلك المرشح نفسه، والتأسيس في منظماتهم أو الحزب والناخبون، فبعد تطوير الحملة هناك قنوات يمكن للمرشح الترويج لنفسه من خلالها.³

5- الناخبون:

في أوقات الانتخابات تتعامل المؤسسة السياسية مع مجموعات متنوعة من الناخبين ككل منها احتياجاتها ومطالبها، ويعد هذا السوق من الأسواق التي لا يمكن تحقيق السيطرة الكاملة عليه. فهناك مؤسسات أخرى تنافسية تسعى للتأثير على نفس الناخبين وضمان دعمهم وهنا يحتاج الحزب في هذا الإطار إلى

¹ نسيمه منال دلباز، مرجع سابق الذكر، ص 98.

² نفس المرجع، نفس الصفحة.

³ عبد ربه عبد القادر، مرجع سابق الذكر، ص 60.

تطوير إستراتيجية تركز وتظهر التفاعلات في السوق السياسي من خلال صور متعددة لعل أهمها على (وهذا حال الجزائر) تلك العلاقات الاستزلامية التي تنشأ بين فاعلي (أطراف) هذا التسويق والمجسدة بالزبائية السياسية محل المطلب الموالي،تباين وتنوع المجموعات الناخبة وتستخدم تكتيكات الاتصال المباشر الذي يضفي الأهمية على الرسالة الاتصالية،فعندما يتعامل المرشح مع الناخبين فإنه يتعامل مع أنماط مختلفة من البشر لكل منهم نمط خاص.¹

المطلب الثالث: الزبونية السياسية في السوق السياسي.

تزامن ازدهار مفهوم الزبونية السياسية مع ازدهار مفهوم الدولة الربعية في الأدبيات المهمة بدراسة الظواهر السياسية في العالم الثالث خلال السنوات الستينات والسبعينات من القرن الماضي. اتخذت الزبونية السياسية قبل استقلال الجزائر أشكالاً مختلفة عن تلك التي عرفتها الجزائر المستقلة،حيث كانت استراتيجيات السلطة الزبونية تمثلت في منع تطور كل أشكال التضامن الأفقي حتى وإن كان ذلك بتفتيت القوة الاجتماعية على غرار الفئات العمالية،مقابل تبادل بعض المزايا والمصالح وتزويد الموارد التي يمكن الاستغناء عنها متى استدعى الأمر ذلك.

مفهوم الزبونية:

مصطلح الزبونية ذو أصل لاتيني مشتق من كلمة (cluere) والتي تعني السمع والطاعة... لغويا الزبونية هي صيغة المفرد زبون والزبانية في صيغة الجمع، فالزبونية كلمة مشتقة من "الزبون" جمع "زبن" المشتري من البائع المتعامل مع التاجر،الزبون جمع زين والزبونات المشتري.² ويعرفها جيمس سكوت **Jeams scott** على أنها علاقة مادية (أي مبنية على المصالح) من خلالها يستعمل الشخص ذو المكانة السوسيو-اقتصادية للتأثير على الموارد لكي يزيد من حمايته الشخصية

¹ علاء بسيوني الرميلي، مرجع سابق الذكر، ص 64.

² أمل عبد العزيز محمود، القاموس العربي الشامل (بيروت: دار الرتب الجامعية، ط1، 2011) ص 26.

أو أرباحه أو هما معا يوظفها لصالحه على حساب الشخص ذو المكانة الدونية (الزبون) من خلال تقديم الدعم العام والمساعدة المتضمنة لتلك الخدمات الشخصية المقدمة للراعي.¹

كما تشير الزبونية كفعل سياسي اجتماعي إلى تلك الروابط الشخصية المعقدة بين الرعاة/الرؤساء وأتباعهم زبائنهم التي تتأسس على تبادل منافع مادية، إذ يوفر الراعي الموارد المستبعدة للمعاملين والمتواطئين موارد لا تكون في متناولهم ويتمكنوا من الحصول عليها في مقابل دعمهم وتعاونهم.²

أما الفرنسي المختص في دراسة الدولة الإفريقية **جون فرنسوا ميدار Jean François Medait** فإنه ينظر إلى الزبونية من خلال تصوراته حول الدولة الباترمونيالية يميز بين الزبونية كتبادل اجتماعي والزبونية كتبادل سياسي، وقد جاء اهتمامه بهذا المفهوم في سياق اهتمامه بالفساد السياسي.³

تقدم هنا الزبونية السياسية على أنها تعبير تحول الفساد إلى منظومة حكم في الدولة الباترمونيالية أي أنها بمثابة شبكة التوزيع السياسي والاجتماعي لمختلف السلع والخدمات والمنافع التي تبادلها أطراف الفساد المتموقعة سياسيا، لأن الدولة الباترمونيالية وللحفاظ على سلطتها السياسية تقوم بتوزيع قسط من مداخلها بطريقة غير قانونية على حلفاءها في العمق الاجتماعي، مقابل الولاء والمساندة في مختلف الاستحقاقات.⁴

أشكال الزبونية السياسية:

إضافة إلى مفردة الزبونية السياسية يستعمل أيضا كمرادف لها كلمة الإستنزام=التعزيب، تتكون

العلاقة الزبونية من طرفين أساسيين هما الزليم (client) والمعزب (patron).

¹ نسيمه منال دلباز، مرجع سابق الذكر، ص 105.

² نسيمه منال دلباز، مرجع سابق الذكر، ص 107.

³ بوشتي نوي، مفهوم الزبونية وقياسها، الحوار المتمدن، العدد 121، أبريل 2006، أنظر الموقع

www.achewar.org، تاريخ التصفح 2019/02/12.

⁴ دريس نوي، الممارسات الرسمية الزبونية السياسية وإشكالية تشكل المجتمع المدني في الجزائر المعاصرة مقارنة سيولوجية لعلاقة الدولة والمجتمع (شهادة الدكتوراه في الموارد البشرية، قسم الاجتماع، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف، 2016) ص 177.

إن الزلما في اللغة العربية الرجل الشبيه بالعبء من ءون أن يكون المقطوع لزعيم، لا يحصل إلا على القليل من الطعام، يقال زلم الرجل أي اقتطعه لنفسه ليمتع على غيره في تقديم الخدمة بموجب الولاء الشخصي يحكم مصلحة متبادلة ليتحول الولاء لاحتواء كامل إلى ضرورة الطاعة المطلقة.¹

إن مفهوم الزبونية السياسية يحتوي على مجموعة من الفاعلين الأساسيين في العملية السياسية والتي تؤثر في السوق السياسية، نذكرها كالآتي:

1- المعزب: هو مالك الامتيازات يشغل مكانة أعلى في السلم الإداري للجهاز البيروقراطي للدولة أي لديه منصبا سياسيا أو إداريا متقدما ويجوز على صلاحيات والسعة وفي السياق الاجتماعي والسياسي تنتشر ظاهرة الزبونية السياسية تكون المهمة الرئيسية لولى الثقة (المعزب) وهي الوساطة الزبونية والحماية.²

2- الزليم: بمعنى استلزام أو استلزامي، فهو طالب للامتياز في مقابل سلطة تمتلكها مصلحة أو خدمة يقدمها له المعزب، إن الزليم يطلب الخدمة مقابل توفير شرعية للسلطة، إذ أن العلاقات الشخصية القائمة على التبعية مازالت تمارس بشكل واضح في الفعل السياسي، فصنع القرار السياسي في البلدان تحكها محددات اجتماعية وثقافية محكومة بعوامل الانحدار الاجتماعي والعائلي وعلاقات التبعية الشخصية مع الأطراف الفاعلة من أجل تحقيق الصعود وتحديد الشرعية.³

3- التعزيب: يميز "حافظ عبد الرحيم" بين التعزيب ذو التوجه الأبوي والتعزيب السياسي إلا أنه لا ينفى إمكانية التعزيب الأبوي إلى الحقل السياسي حيث أن التنشئة الاجتماعية للنخب ساهمة بشكل كبير في هيمنة العلاقات الزبونية في الحقل السياسي حيث العلاقات الشخصية تغلب على العلاقات الرسمية

¹ دلايس نوي، مرجع سابق الذكر، ص 173.

² نفس المرجع، ص 176 177.

³ عبد الرحيم حافظ، الزبونية السياسية في المجتمع العربي: قراءة اجتماعية سياسية في تحضير البناء الوطني التونسي (بيروت: مركز الدراسات الوحدة العربية، ط2، 2008) ص 26.

القانونية وحيث الجهاز البيروقراطي للدولة يمنع عدد غير محدد من الحواجز والمناهات أمام الأفراد والجماعات الباحثة عن الاستفادة من امتيازات.¹

4-الاستلزام:إن تبادل الامتيازات بين شخصين أي طرفين هما المعزب والزليم تحكمهما مصالح غير متكافئة حيث يكون الأول مالكة والثاني طالبا لها في مقابل سلعة تمثلها المصلحة المرجوة من الأول توفيرها للثاني،ولعل أهم ما يميز عملية التبادل هذه لا عقلانيتها،فهي تستند على المعايير الشخصية العاطفية لإبرائها مما يحول إلى علاقة تبعية ذات نية أفقية بالنظر إلى المنفعة المتبادلة ولا يركز الاستلزام للعلاقة على العامل الشعوري كعامل محرك في إقامة العلاقات التبعية بل يركز أساسا على العامل الذاتي أي المنفعة المتبادلة والمحقة بين الطرفين.²

يمكن القول أن المشكلة الأساسية للشخص في بلدان العالم الثالث ليست في أنه مستقلا ولكن في كونه أيضا مهددا،ولو ضمنى من طرف المضاربين السياسيين والحكام فالبحث عن منصب إدارة في السلم السلطوي يقابله أشغال للحصول على الثروات من طرف الفاعل السياسي أي المسؤول.

تتظاهر الكثير من المميزات والخصائص التي تلعب الدور الهام في العملية الزبونية وبالتالي القبلي والعائلي خاصة المجتمعات المحلية. فالزعامات التقليدية لا تتعدى في كثير من الأحيان هاذين الإلتمائين، كما تتعلق الزبونية بحقل آخر وهو الحقل المالي والاقتصادي حيث أصبحت الزعامة العائلية والانتماء القبلي تبحث عن التحالف مع التجار والمقاولين، وذوي الثروات الفلاحية الواسعة مما أعطى فرصة لظهور الرشوة السياسية، والضغط الاقتصادي الممارس على الناخبين وكذا مظهر شراء الأصوات

¹ دريس نوي،مرجع سابق الذكر،ص 177.

² محمد خداوي،القبيلة والأحزاب والانتخابات في ظل التعددية في الجزائر (شهادة دكتوراه، قسم التاريخ وعلم الآثار، كلية العلوم الانسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان 2014) ص 600.

الفصل الثاني

من خلال تأمين خدمات شخصية عينية للناخب أو من خلال نظام ما يسمى بالمفاتيح الانتخابية الذين

يلتزمون بتأمين عدد من الأصوات مقابل مبلغ من المال.¹

تعد الصفقات العمومية وسيلة لصرف المال العام استجابة لحاجيات مصالح الدولة والمؤسسات العمومية

وتنفيذ السياسات والبرامج والمشاريع العمومية وطنيا ومحليا، فأصبحت الصفقات العمومية تمثل موردا

مقابل السوق السياسي المحلي بحيث لها دور مهم في تنمية الحياة الاقتصادية والاجتماعية.

¹ نسيمه منال دلباز، مرجع سابق الذكر، ص 119.

وفي الأخير يمكن القول أن المشرع الجزائري حاول تكثيف من وسائل الرقابة الداخلية والخارجية والتي أقرها من خلال قانون الصفقات العمومية وأفردها بمجموعة كبيرة من النصوص القانونية، وهذا من أجل تكريس مبدأ الشفافية في إبرام الصفقات العمومية من جهة، ومبدأ الجماعية في اختيار المتعامل المتعاقد من جهة ثانية، وأيضاً لضمان منافسة مشروعة تكفل المساواة بين المتنافسين من جهة أخرى بما يحقق هدف هذه المنافسة. لهذا لعبت الصفقات العمومية باعتبارها آلية تدخل الدولة بشكل عام بغية الدفع بالمجتمع نحو التقدم والرفي وتقوية الاقتصاد تحتاج إلى تقويم مستمر ودائم مناطه الاعتماد على آليات رقابية.

إن الصيغة التي تتم في السوق السياسي بين الوكلاء والتكوينات والأجهزة الإدارية الانتخابية والأحزاب والمرشحين للسلطة خصوصاً على المستوى المحلي حول العرض الانتخابي، إذ يسجل السوق السياسي أثناء الاستحقاقات الانتخابية عدد هام من الصفقات التبادل الموارد والخدمات، وتحولت الصيغة في السوق السياسي إلى أخذها شكل وساطة سياسية من خلال تسليع الترشيح على القائمة.

الفصل الثالث

يعتبر هذا الفصل من أهم فصول بحثنا لما تضمنه من جانب دراسة الصفقات العمومية في ظل القانون الجديد، للعلم كل موضوع يجب أن يرافق بجانب تطبيقي حيث تظهر الصورة ويتجلى مفهوم الدراسة بوضوح، هذا الفصل هو إسقاط الجانب النظري على الجانب التطبيقي العملي من خلال إعداد دراسة حالة والمتمثلة في اختيار (الإدارة المحلية نموذجا) ولاية البيض حيث تتم عملية تنفيذ الصفقات العمومية وكيفية ارتباطها بالسوق السياسي المحلي.

وتكون الدراسة وفقا للقوانين المعمول بها في قانون الصفقات العمومية.

المبحث الأول: ولاية البيض.

ولاية البيض ولاية جزائرية وعاصمتها مدينة **البيض**. استحدثت الولاية سنة 1984 في إطار التنظيم الجديد، بعد أن كانت جزءا من ولاية **سعيدة**. تحيط بها الجبال من الجنوب والشمال والشمال الشرقي عدد سكانها حوالي 300 ألف ساكن تضم 22 بلدية و08 دوائر تمتاز ببردها الشديد في الشتاء وحرها في الصيف تجمع بين كونها تطل على الصحراء وكونها تعتبر من مناطق الهضاب العليا التي تتميز بجو بارد جدا تصل درجات الدنيا إلى اقل من 9 درجات مئوية وتساقط كميات ثلوج تجعل من المنطقة تظهر بمنظر خلاب تعتمد على الرعي والزراعة وتزخر المنطقة بالأغنام والماشية ذات الجودة الرفيعة.¹

المطلب الأول: التعريف بولاية البيض.

عاصمة الولاية	<u>البيض</u>
رمز الولاية	32
ولاية منذ	<u>1984</u>
رئيس المجلس الشعبي الولائي	معروف أحمد
الوالي	محمد جمال خنفار
الموقع الرسمي	Wilaya-elbayadh.gov.dz
بعض الأرقام	
مساحة	71697 كم ²
تعداد السكان	271140 نسمة

¹ مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية البيض.

إحصاء سنة	2009 م
<u>كثافة</u>	3,78 نسمة/كم ²
الترقيم الهاتفي	049
<u>الرمز البريدي</u>	32000
التقسيم الإداري	
<u>الدوائر</u>	8
<u>البلديات</u>	22

موقعها الجغرافي:

ولاية البيض جزء لا يتجزأ من منطقة السهوب والسهول المرتفعة في جنوب غرب الجزائر، تحدها عدة

ولايات :

- من الشمال : ولاية سعيدة، ولاية تيارت و سيدي بلعباس.
- من الشرق والجنوب الشرقي : ولاية الأغواط، ولاية أدرار و ولاية غرداية.
- الغرب والجنوب الغربي : ولاية النعامة و ولاية بشار.

مساحتها 71697 كيلومترا مربعا، أي ما يعادل 3 % من التراب الوطني.

المناطق:

ولديها ثلاث مناطق رئيسية متميزة:

- المنطقة 1 (الشمال) -- السهول المرتفعة—8778 كيلومتر مربع. تتألف من 06 بلديات :

بوقطب، الخيثر، توسمولين، كاف لحر، الرقاصة، الشقيق

- المنطقة 2 (المركز) -- أطلس الصحراوي—11846 كيلومتر مربع. تتألف من 13 بلدية :

بلدية البيض، بوعلام، سيدي امر، سيدي طيفور، سيدي

سليمان، استيتين، الغاسول، كراكدة، اربوات، عين العراك، الشلالة، بوسمغون والمحرة

- المنطقة 3 (الجنوب) -- الصحاري—51073 كيلومتر مربع. تتألف من 03 بلديات : الأبيض

سيدي الشيخ، البنود وبريزينة.

- لمحة تاريخية:

منطقة البيض ضاربة في التاريخ فالحفريات الموجودة بالمنطقة تدل على أنها كانت مأهولة منذ أمد بعيد،

ومن الأماكن التي تتواجد فيها الحفريات والنقوش الحجرية نذكر بلديات : بريزينة، بوسمغون، سيدي

أمر، آربوات، بوعلام، الكراكدة، الغاسول، الشقيق.

وأهم الحفريات ما اكتشفه الجيولوجي الفرنسي فلاموند flamland سنة 1898 المنشور من طرف

الأكاديمية للبحث في الفنون الجميلة بباريس في 1899/06/12. ويأخذ هذا الاكتشاف أهمية بالغة كونه

همزة وصل ما بين الحضارة المغاربية القديمة والحضارة الفرعونية متمثلا في رمز اله القوة "أمون".

ومن القصور التي تشهد على البيض في عصر ما قبل الإسلام قصر بوسمغون، والذي يعود بناؤه إلى

القرن الثالث الميلادي حسبما تشير إليه بعض الروايات الشعبية. وتبقى العديد من مبانيه قائمة ما سمح

بترميمها. بعد انتشار الإسلام في المنطقة، أضيف للقصر مسجد وزاوية هي الزاوية التيجانية.

و يذكر أن قصر استيتين، الواقع جنوب جبل كسال أشهر جبال منطقة البيض، قد بني في فترة ما قبل

انتشار الإسلام. أما قصر الشلالة فبني في القرن التاسع هجري.

بعد الإسلام خضعت المنطقة إلى الدولة الرستمية 776-908 ثم دولة الزيانيين ثم المرينيين.

في عهد الاستعمار الفرنسي كانت تسمى مدينة البيض بـ : جيري فيل Geryville. عرفت المنطقة

مقاومات شعبية أهمها ثورات أولاد سيدي الشيخ، لاسيما ثورة الشيخ بوعمامة.

وبعد الاستقلال ضمت البيض إلى ولاية سعيدة وفي سنة 1984 مع التقسيم الإداري صارت البيض ولاية

تحمل الرقم 32.¹

المطلب الثاني: مفهوم مديرية الموارد المائية:

إن المرسوم التنفيذي رقم 02-187 المؤرخ في 13 ربيع الأول عام 1423 الموافق 26 مايو

2002، يحدد قواعد تنظيم مديريات الري الولائية وعملها.

ويهدف إلى تحديد قواعد تنظيم مديريات الموارد المائية الولائية وتتمثل هذه القواعد أساسا بـ :

1- السهر على الحفاظ الموارد المائية وصيانتها وحمايتها واستعمالها العقلاني.

2- جمع وتحليل المعطيات المتعلقة بالنشاطات الخاصة بالبحث عن المياه واستغلالها وإنتاجها

وتخزينها وتوزيعها سواء أكانت موجهة للاستعمال المنزلي أو الصناعي أو الفلاحي.

3- السهر على تطبيق التنظيم في المجال الموارد المائية.

4- دراسة بالتعاون مع الإدارة المركزية، جميع الطلبات المتعلقة بتخصيص الموارد المائية واستعمالها وإعادة

استعمالها واستغلال الأملاك العمومية المائية وتسليم عند الاقتضاء الرخص المتعلقة بها.

¹ مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية البيض.

5- السهر على تطبيق والمتابعة تنفيذ التنظيم في مجال تطوير المنشآت الخاصة بالتزويد بالمياه الصالحة للشرب والتطهير والري وتهيئتها واستغلالها وصيانتها.

6- مسك فهرس نقاط المياه الموجودة على مستوى الولاية ومتابعة الدراسات والأبحاث التي تساعد على معرفة أحسن للموارد المائية السطحية والجوفية.

7- جمع البيانات الضرورية لإعداد الحصائل الختامية لبرامج التزويد بمياه الشرب والتطهير والري الفلاحي.

8- ضمان إدارة المنشآت ومتابعة تنفيذ المشاريع التي لم تكن موضوع تفويض.

يمكن أن تضم مديريات الري حسب خصوصيات كل ولاية وأهمية المهام الموكلة لها من أربع (4) إلى

خمس (5) مصالح.

يمكن أن كل مصلحة ثلاثة (3) مكاتب على الأكثر وذلك حسب أهمية النشاطات الموكلة لها .

و تضم مديرية الري بالبيضاء أربع (4) مصالح ما يأتي:¹

نشأة الموارد المائية لولاية البيضاء:

في يوم 5 جمادى الثانية 1408 الموافق 28 يناير 1988 تفضل السيد محمد رويغي عضو

اللجنة المركزية وزير الري والغابات والصيد البحري بتدشين قسم التنمية اعمال الري بولاية البيضاء انا ذاك.

وانفصلت المديرية الري عن المقر الولاية سنة 1997 وتضم 30 مكتب بالإضافة الى مكتب مدير والأمانة العامة.

¹ مديرية الموارد المائية، مكتب الموارد البشرية، يوم 2019/03/24 على الساعة 11:00 (مقابلة شخصية).

المطلب الثالث: تحديد و تنظيم قواعد مديرية الموارد المائية:

مرسوم تنفيذي رقم 02-187 مؤرخ في 26 مايو سنة 2002 الذي يحدد قواعد تنظيم مديريات الموارد المائية
الولاية وعملها:

القرار الوزاري المشترك الذي يضبط عدد مصالح مديريات الموارد المائية للولايات ويحدد تضمها الداخلي.

- بمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 03-253 المؤرخ في 07 ربيع الاول عام 1423 الموافق 09 مايو سنة 2003
المتضمن تعيين اعضاء الحكومة المعدل .

- بمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 02-187 المؤرخ في 13 ربيع الاول عام 1423 الموافق 02 يونيو سنة
2002 الذي يحدد تنظيم وسير مديريات الموارد المائية .

- بمقتضى القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 19 ذي القعدة عام 1411 الموافق 02 يونيو 1991 الذي يضبط
عدد المديريات التي تضم مصالح التجهيز في مستوى كل ولاية يحدد التنظيم الداخلي للمصالح التي تتكون
منها .

جاء فيها ما يلي:

تنظيم مديريات الموارد المائية للولايات التالية:

تحدد عدد المصالح الهيكلية لكل ولاية حسب مايلي:

- الكثافة السكانية

- والمساحات الفلاحية المسقية.

الشلف - ام البواقي - باتنة - بجاية - بسكرة - لبليدة - البويرة - تبسة - تلمسان - تيارت - تيزي وزو -

الجزائر - جيجل - سطيف - سعيدة - سكيكدة - سيدي بلعباس - عنابة - قالمة - قسنطينة - مدية -

مستغانم - معسكر - وهران - الطارف - برج بوعرييج - بومرداس - تسمسيات - خنشلة - سوق هراس -
تيازة - ميلة - عين الدفلة - عين تموشنت - غليزان

تضم خمس (05) مصالح

- مصلحة حشد الموارد المائية
 - مصلحة التزويد بالمياه الصالحة للشرب
 - مصلحة التطهير
 - مصلحة الري الفلاحي
 - مصلحة ادارة الوسائل
- اما ولايات ادرار - الاغواط - بشار - تمارست - الجلفة - مسيلة - ورقلة - البيض - اليزي - تندوف -
الوادي - النعامة - غرداية
- مصلحة حشد الموارد المائية و التزويد بالمياه الصالحة للشرب.
 - مصلحة التطهير.
 - مصلحة الري الفلاحي.
 - مصلحة ادارة الوسائل.
- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 91-306 المؤرخ في 14 صفر 1412 الموافق اوت سنة 1991 المحدد
لقائمة البلديات التي ينشطها رئيس الدائرة.
- بمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 02-187 المؤرخ في 13 ربيع الاول عام 1423 الموافق 02 يونيو سنة
2002 الذي يحدد تنظيم وسير مديريات الموارد المائية الولائية وعملها.

- يغطي كل اقليم دائرة بقسم فرعي خاص بالموارد المائية وفقا لأحكام المرسوم التنفيذي رقم 91-306 المؤرخ في 1991.

يوضح الاقسام الخاصة بالموارد المائية تحت سلطة مدير الموارد المائية للولاية ويوكل لها المهام التالية:

- السهر على تطبيق التنظيم المتعلق بالموارد المائية وحماية والاستغلال الملكية العامة للري والسهر على حسن سير المرفق العام للمياه.

- السهر على حماية الموارد ضد جميع اشكل التلوث والمحافظة عليها.

- متابعة مشاريع القطاع والسهر على تطبيق التنظيم ومقياس انجاز وسير واستغلال منشأة الموارد المائية.

- دعم تقنيا المؤسسات العمومية التابعة للقطاع السلطات المحلية فحدود اختصاصهم.

- تحتوي الاقسام الفرعية الخاصة بالموارد المائية لغرض سيرها على الهياكل الاتية.

- القسم المكلف بحشد الموارد المائية وحماية الملكية العامة للري.

- القسم المكلف بالمياه الصناعية والسقي والتطهير.

- القسم المكلف بالتزويد بالمياه الصالحة للشرب والدعم التقني للمؤسسات العمومية للمياه البلديات.

1) - مصلحة حشد الموارد المائية والتزويد بالمياه الصالحة للشرب :

وتتضم ثلاثة مكاتب وهي :

1- مكتب حشد الموارد المائية السطحية والجوفية وحماية الملكية العامة للمياه.

2- مكتب متابعة الدراسات إنجاز المشاريع.

3- مكتب متابعة التسيير واستغلال المنشآت.

2) - مصلحة التطهير :

وتضم ثلاثة مكاتب وهي :

1- مكتب الدراسات وبرمجة المشاريع.

2- مكتب متابعة إنجاز المشاريع.

3- مكتب المرفق العام للتطهير وحماية الموارد المائية.

3) - مصلحة الري الفلاحي :

وتضم مكنتين وهي :

1- مكتب الدراسات والأشغال.

2- مكتب متابعة السير الأستغلال.

5) - مصلحة الإدارة والوسائل :

وتضم ثلاثة مكاتب وهي :

1- مكتب الميزانية والمحاسبة.

2- مكتب المنازعات والتنظيم والصفقات العمومية .

3- مكتب الموارد البشرية والتكوين.

1) - مصلحة تعبئة الموارد المائية والتزويد بالمياه الصالحة للشرب : ويتكفل بـ:

1 - المشاركة في الدراسات وإعداد برامج العمل الرامي لحشد الموارد المائية السطحية والجوفية والتزويد بالماء الصالح لشرب.

2 - ضمان التحكم والمتابعة إنجاز المشاريع تعبئة الموارد المائية الصالحة لشرب والسهر على تطبيق قواعد مقاييس إنجاز هذه المشاريع.

3- السهر على حسن استغلال وسير وصيانة منشآت تعبئة الموارد المائية والتزويد بالماء الصالح للشرب.

4- حماية الملكية العامة للمياه والسهر على تطبيق التنظيم الداخلي الخاص بالموارد المائية.

تعريف ومهام مكاتبها:

أ-مكتب حشد الموارد المائية السطحية والجوفية وحماية الملكية العامة للمياه: يشرف هذا المكتب على ملفات

حفر الآبار بالنسبة للمياه الصالحة لشرب للتجمعات الكبرى كمقر للولاية ومقرات الدوائر علاوة على دراسة كفاءات استخراج المياه وتوجيهها للمواطن.

مهامه:

1 - صيانة محطات ضخ المياه.

2 - إحصاء نقاط المياه.

3 - التفكير في تزويد المواطن بالمياه الصالحة للشرب مع مراعاة لتزايد عدد السكان

4- يشرف على قرارات رخص امتياز أشغال البحث عن المياه وجمعها.

ب- مكتب متابعة الدراسات إنجاز المشاريع: ويتكفل هذا المكتب بانشغالات النقص بالتزويد بالمياه الصالحة لشرب والتكفل بهذه الانشغالات على المدى القصير أو المدى الطويل ودراسة المتابعة تكون على المستوى المقاييس المعمول بها عالميا.

مهامه:

ويتكفل بتوفير الثروة المائية الكمية والكيفية والتحكم في دراسة واستغلال المياه السطحية والجوفية بطريقة مدروسة.

ج- مكتب متابعة التسيير واستغلال المنشآت: يشرف هذا المكتب بمتابعة استغلال المنشآت الري والمتمثلة في شبكات توزيع خزانات المائية، الآبار والآبار العميقة للمياه السطحية والجوفية. السطحية: هي السدود والسدود الصغيرة.

الجوفية: هي المخزنة في باطن الأرض.

مهامها:

- 1 - إحصاء منشآت الري ومعاينة الحالة التي توجد عليها.
- 2 - مراقبة سير العمل وحساب كمية المياه المستهلكة ونوعيتها.
- 3 - متابعة تغيرات التي تحدث للمنشآت مع مرور الوقت قصد ترميمها وإصلاحها مع تطبيق مقاييس والتقنية وتوجيهات الصحة العالمية في ميدان المياه.

ويتم القيام بهذه الأعمال بتنسيق مع مكتب مصلحة حشد الموارد والتزويد بالمياه الصالحة لشرب.

II -) مصلحة التطهير: وتتكفل بـ:

1- المشاركة في الدراسات وبرمجة مشاريع التطهير وحمايتها ضد الفيضانات

2- ضمان التحكم في تسير المنشآت ومتابعة إنجاز مشاريع التطهير والسهر على احترام قواعد الإنجاز هذه المنشآت.

3- المساهمة في اختيار الوسائل والتقنيات التطهير وتصفية المياه

4- السهر على حسن تسير المرفق العام المرتبط بالتطهير واحترام قواعد مقاييس تسير واستغلال المنشآت المرتبطة بها

5- السهر بالتعاون مع المصالح المعنية بحماية والحفاظ على الموارد المائية

6- تكوين نظام إعلامي بتعلق بالتطهير وحماية البيئة

تعريف ومهام مكاتبه:

أ- مكتب الدراسات وبرمجة المشاريع: تتلخص مهمة في السعي لإيجاد الحلول للمشاكل التي يعاني المواطن

فيما يخص شبكة التطهير حيث يقوم هذا المكلف لهذا المكتب بزيارات ميدانية لملاحظة أي خلل في السير

الحسن للشبكة كذلك التحدث مع المواطنين لمعرفة آرائهم مشاكلهم المعاشة

مهامه:

1- برمجة الدراسة أولية

2- انطلاق العقلاني في هذه الدراسة

3- مراقبة سير الدراسة

4- الدراسة النهائية.

ب- مكتب متابعة إنجاز المشاريع: يشرف على متابعة إنجاز الأشغال التابعة للمديرية حيث يهتم ب:

1- يتكفل بجمع ملف المشروع والاتفاقية أو الصفحة المبرمجة للمؤسسة لإنجاز ومديرية الري

2- وضع محطات الدراسات في متناول المؤسسة المهمة

3- تعيين مكان الأشغال ومتابعتها في الميدان

4- تقييم الأشغال وحالة وضعيتها

ج- مكتب المرفق العام للتطهير وحماية الموارد المائية ويتكفل بسير شبكة التطهير:

مهامه:

1- إحصاء شبكة والمصبات النهائية لتطهير.

2- معاينة الحالة التي توجد عليها هذه ومراقبة سير عمل هذه المنشآت.

3- حساب كمية المياه المستعملة.

4- متابعة تغيرات التي تحدث للمنشآت مع مرور الوقت قصد ترميمها وإصلاحها.

5- متابعة قيام البلديات بصفقتها المسيرة الوحيدة لهذه المنشآت، لقيام بتطهير المصبات النهائية

وهذا للمحافظة على المحيط لتفادي الأمراض الناتجة عن تلوث المياه.

توجد حاليا دراسة لإنجاز محطات لتصفية المياه القذرة على مستوى ستة دوائر وهذا لقصد استعمال

هذه المياه لأغراض أخرى

III) - مصلحة الري الفلاحي: وهي مصلحة أنشأت حديثا وتتكفل بما يلي:

1- المشاركة في إعداد برامج تطوير الري الفلاحي الصغير والمتوسط.

2- ضمان المتابعة وتنفيذ برامج تطوير الري الفلاحي.

3- السهر على تطبيق التنظيم ومقاييس استغلال هياكل السقي وصرف المياه.

4- جمع العناصر الخاصة بمنح تخصيص استغلال منشآت السقي وصرف المياه .

وتضم مكتبين وهي :

أ-مكتب الدراسات والأشغال: في إطار التخطيط الذي قامت به وزارة الموارد المائية، تم إنشاء مصلحة جديدة

أطلق عليها اسم الري الفلاحي، وكباقي المكاتب الأخرى، هناك مكتب الدراسات والأشغال الذي يلعب دور هام

وفعال يشمل أساسا في:

1- برمجة المشاريع المستقبلية للمصلحة ثم من ذلك الإشراف على الدراسة الأولية والنهائية لكل

المشاريع .

2- السهر على إنجازها وفق المعايير التقنية.

- متابعة الأشغال المكلفة بها حتى يتم التسليم النهائي للمشروع الذي يصبح في الأخير التنفيذ

والاستغلال.

ومن أهم المشاريع التي يكلف بها المعني هي المشاريع التي لها صلة وثيقة بالجانب الفلاحي أي التي يتم

استغلالها لصالح التنمية الفلاحية ومن أهمها:

- السدود الصغيرة والكبيرة المبرمجة لسقي مساحات الفلاحية.

- الآبار والآبار العميقة

- الحواجز المائية

أ- مكتب متابعة السير الاستغلال: يعتبر هذا المكتب من أهم إبراز المكاتب في المصلحة الري

الفلحي لأنه يشكل الدعامة الأساسية به ومن خلاله تقوم المصلحة بالدور المنوط بها حيث أنه يسعى

على:

1- القيام بعملية استغلال المياه بنوعيتها الجوفية من آبار عادية وعميقة أو السطحية مثل

العيون. والحواجز المائية الوديان الدائمة الجريان، أو التي تجري فقط في مواسم الأمطار.

2- بعد عمل جهد شاق يعرف عملية التنقيب وحفر بالنسبة للمياه الجوفية باستعمال آلات حفر

متطورة.

3- أما بالنسبة للمياه السطحية يعرف ببناء الأحواض سواء الصغيرة منها التراب والكبيرة بالأسمت

المسلح.

وبعد الانتهاء من كل هذه الخطوات تأتي الخطوة الملحة والتي تعتبر ثمرة الجهود المبذولة وهي

كيفية الاستغلال العقلاني والهادف لهذه المياه من أجل تطوير وازدهار الجانب الفلحي.

(IV) - مصلحة الإدارة والوسائل: وتتكفل بمايلي:

1- المشاركة في الإعداد ميزانية والتجهيز والتسيير والتنفيذ.

2- تسيير الأملاك والمحافظة عليها

3- إعداد وتنفيذ مخططات تسيير الموارد البشرية والتكوين المستخدمين

4- الإطلاع ومتابعة شؤون المنازعات

وتتضم ثلاثة مكاتب وهي :

أ- مكتب الميزانية والمحاسبة: ويشرف على تسير نفقات الدولة من مهامه:

1- الالتزام بالنفقات بالنسبة للفاكتورة الشكلية وهذا بإرساله إلى المراقب المالي.

2- بطاقة التسديد + حوالة الدفع + أمر بالتسديد فترسل إلى الخزينة مع الفاتورة أو الحالة الأشغال.

تحضير الميزانية سنويا واستثناء كل ما تطلبه الوزارة وولاية البيض.

غلق الملفات التي أنجزت فهاكل الأشغال.

ب- مكتب المنازعات والتنظيم الصفقات العمومية: إن طبيعة الأعمال التي تقوم بها مصالح مديرية الري

والمرتبطة أساسا بخدمة المواطن تجعلها تتعرض لكثير من النزاعات الأمر الذي يحتم عليها وجود هيكل

بداخلها يعمل على فض المنازعات وتسوية الخلافات العاقلة، وذلك بالتفاهم المباشر مرة وبالوقوف أمام مصالح

القضاء مرة أخرى، ويسمى هذا الهيكل ، مكتب المنازعات والتنظيم والصفقات العمومية التابع لمصلحة إدارة

الوسائل.

ث- ويسهر هذا المكتب على تسير الملفات الخاصة بالمنازعات

والخلافات التي تظهر أثناء أداء الأشغال مثل مرور أنابيب جلب المياه الصالحة

للشرب على أراضي ذات طبيعة خاصة التي يطلب أصحابها بوقف هذه الأعمال أو التعويض

من الأضرار التي لحقت بممتلكاتهم ، أو القيام بإجراءات متعلقة بنزع الملكية الخاصة لأجل المنفعة

العامة، وهي إجراءات قد يطول أمدها وقد نص قانون المياه على مثل هذه الإجراءات إضافة على

ذلك وباعتبار أن القطاع المياه يعتبر قطاعا حسابيا جدا واستراتيجيا على قدر كبير من الأهمية احتاط القانون لأي مخالفات قد تمس يد من أي جهة.

ج- مكتب الموارد البشرية والتكوين

هو جزء من الادارة يعنى بشؤون الموظفين من حيث المسار المهني للموظف من تاريخ تنصبه الى غاية اخر وضعية قانونية ويتكون ملفه من عدة اغلفة

1- غلاف المسار المهني (مقررات التعيين والتثبيت والإدماج والترقية في الدرجات)

2- غلاف محضر التنصيب

3- غلاف الوثائق الشخصية

4- غلاف التنقيط يحتوي على تنقيط السنوي للموظف خلال مساره

5- غلاف العقوبات

6- غلاف الوضعيات الادارية (الاستيداع -الانتداب - الخدمة الوطنية -الاحالة على التقاعد وغيرها

7- غلاف العطل

ومن نشاطاته الرئيسية:

- توصيف الوظائف

- تخطيط الموارد البشرية

- جذب الاستقطاب الموارد البشرية مناسبة للعمل

- تدريب والتكوين وتحسين المستوى وتجديد المعلومات

تحليل وتوصيف الوظائف والأفراد:

- إن توظيف الموارد البشرية لتغطية منصب شاغر، يجب أن يأخذ في الاعتبار ما يلي :

- تحليل الوظيفة: وهي عملية ذات أهمية بالغة، وهذا حتى يتسنى معرفة الوصف الوظيفي، والمواصفات الوظيفية الموجودة في المنظمة. حيث تسمح هذه العملية بمطابقة المؤهلات الفردية واحتياجات المنظمة. وهي تمثل كذلك نقطة الانطلاق لتصميم جاذبية المؤهلات، كم أنها تسمح بتحديد النشاطات والواجبات ومسؤوليات الخاصة بالوظيفة. كما أنها تشرح الإجراءات والتجهيزات المستعملة، وشروط العمل الموجودة، ومعالجة المعلومات.
- توصيف الوظائف: وهي خاصة بالشروط المادية التي تحيط بالعمل، ثقافة المنظمة، نظام الاتصال، مواقيت العمل، وأماكن العمل. تعتبر الإجراءات السالفة الذكر مهمة لتحديد درجة التوافق والانسجام بين المصالح الشخصية ومرجعية المترشحين، ومن جهة أخرى شروط الالتحاق بالوظائف.
- قائمة مؤهلات الوظيفة: تحدد المفاهيم التالية:
- المعارف (الإجراءات التي تسهل القيام بالوظيفة)
- القدرات (وهي المؤهلات التي تسمح للشاغل الوظيفة القيام بالمهام بدقة عالية)
- الاستعدادات (و هي تمثل المواهب الطبيعية، كالإدراك و تكامل الوظائف النفسية العضلية)
- ميزات أخرى (وهي بعض المتطلبات الخاصة المتعلقة بجانب الاستعداد البدني، والحصول على شهادة مهنية، وكل ماله صلة بمميزات ما تتطلبه الوظيفة)
- ملاحظة: إن الكفاءة هي مجموعة من المؤهلات التي تسمح بالموظف من الاستجابة لشروط وظيفة معينة
- التوظيف: يتعلق التوظيف أساسا بوجود وجود مناصب شاغرة داخل المنظمة، يتم الإعلان عنها، عبر القنوات المخولة لهذه المهمة، والتي عن طريقها يتم تعيين الأفراد المناسبين لهذه المناصب تسمح هذه العملية بتشجيع ذوي الكفاءة في سوق العمل لترشح لهذه المناصب.

- إن إجراءات التوظيف تتطلب مشاركة عدة عناصر في السلم الهرمي للمنظمة، وهذا لضمان نجاح العملية.

المبحث الثاني: إجراءات إبرام الصفقات العمومية.

إن إبرام الصفقات العمومية بالولاية لها أهمية كبيرة، خاصة وأن الولاية تسعى جاهدة لتقديم وتوفير أكبر قدر ممكن من الخدمات للمواطنين، وتقوم الولاية بإبرام الصفقات العمومية للحصول على هذه الخدمات، كما تسعى للبحث عن أكفاء المتعاقدين لإبرام الصفقات العمومية معهم وذلك أكيد يكون وفق الشروط التي ترميها الولاية وينص عليها قانون الصفقات العمومية المعمول به.

المطلب الثاني: تحديد الحاجيات.

قبل أن نتحدث عن الصفقات العمومية يجب أن نحدد ما هو الدافع الذي يجعلنا أن نطالب بهذا (المشروع) وهذا أكيد راجع إلى نقص هذه الطلبيات أو الطلب الملح على هذه الحاجة أو لضرورتها وذلك بتعدد المشاكل ولكل مشكلة لها حل، إذا تعلق الأمر بهذه الحاجة قد تتحول المشكلة إلى شكاوي مواطنين وترسل إلى السلطات وهذه السلطات تكون الولاية والبلدية (ممثل منتخب) هاته السلطات ترفع الانشغالات إلى السلطات المعنية حيث تقوم الولاية بتسجيل الطلبات ثم ترسل إلى الوزارة المالية التي تصنفها حسب الأولوية والضرورة لهذا، ويأخذ بعين الاعتبار الطلب الأكثر ضرورة وأهمية في مجال التنمية وعند قبوله يحدد له غلاف مالي للتكفل به، حيث تقوم مديرية البرمجة ومتابعة الميزانية بتسجيل وإعداد مقرة التسجيل وارسالها إلى المديرية المعنية لمباشرة الإجراءات الخاصة بتنفيذ هذا المشروع كما هو مبين

بالمقررة المسجلة من أجله، حيث تقوم المديرية بإعداد دفاتر الشروط التي ترسل إلى اللجنة الولائية للصفقات العمومية للتأشير عليها ومن ثم طرحها للمناقصات.¹

المطلب الثاني: المراحل التي تمر بها الصفقات العمومية.

يُمر إبرام الصفقات العمومية بالولاية وفقا للشروط المعمول بها مثال ذلك مناقصة لمديرية الموارد المائية والخاصة بمشروع إنجاز جدار واد الدفة البيض.

وتمر الصفقة بالمراحل التالية:

تقوم مديرية الموارد المائية بالإعلان على هذه المناقصة من أجل إنجاز هذا المشروع مع تحديد نوعيتها وهذا باختيار جريدين يوميتين على الأقل وكذلك النشرة الرسمية للمتعاقد للصفقات العمومية، حيث تحدد نوعية المشروع والشروط الواجب توفرها في المتعهدين.

كما تحدد أجل تحضير العروض بالاستناد إلى تاريخ نشرها في اليوم الأول في النشرة الرسمية لصفقات المتعامل وتحدد مدة الإعلان وتدوم 15 يوم أو 25 يوم حسب المصلحة المتعاقدة.

ويحتوي الإعلان على بيانات إلزامية منها:

- ✓ الولاية المعنية، مع المديرية المعنية، رقم العملية، عنوان العملية.
- ✓ إعلان عن ...
- ✓ ملف المترشح.
- ✓ الملف المالي.

¹ محمد رويسات، رئيس مكتب الميزانية بمديرية الموارد المائية، يوم 2019/03/24 على الساعة 14:30 (مقابلة شخصية).

✓ ملاحظات (مدة الإنجاز، النقطة الدنيا، معيار الاختيار...).

هناك مثال عن الإعلان.¹

مرحلة تقديم العروض:

بعد الإعلان يتم سحب دفتر الشروط من طرف المقاوله ويختم على السجل ويمضى ويكتب على السجل رقم نفسه الذي يكتب على دفتر الشروط المسحوب (رقم التأشير) ملئ دفتر الشروط من طرف المقاوله. العرض : لا تكنفي المقاوله بملئ دفتر الشروط الكمي والتقديري (العرض المالي) بل يجب على المقاوله إيداع ملف الترشيح وملف تقني الذي يحتوي على كافة الوثائق المنصوص عليها في دفتر الشروط.

تقدم كل هذه الملفات في طرفين مستقلين ومكتوب عليهما طلب العروض عن تهيئة جدار واد الدفة (البيض)، رقم NF5.342.9.262.132.08.01 ، الطرف الأول "عرض مالي" الطرف الثاني " ملف الترشيح" والطرف الثالث "العرض التقني" وكل طرف يحتوي على وثائق مبينة بدقة لدفتر الشروط، وهذه الأطراف الثلاثة تكون بظرف مبهم مكتوب عليه عبارة "لا يفتح إلا من طرف لجنة فتح الأظرفة " ،مع ذكر المديرية المعنية وعنوان المناقصة.

¹ محمد رويسات، مرجع سابق الذكر، يوم 2019/03/25 على الساعة 10:00 (مقابلة شخصية).

مرحلة إيداع العروض وفتحها:

يكون اليوم الأخير من إيداع العروض هو نفسه اليوم فتح هذه العروض، تبدأ هذه العملية من فتح الأظرفة في جلسة علنية، وتدعو المصلحة المتعاقدة كل المرشحين أو المتعهدين المعنيين إلى حضور هذه الجلسة، وتتوج أعمالها بمحضر موقع من طرف الحاضرين، حيث تعرف المقابلة صاحبة الأقل عرض بانتظار مرحلة تقييم العروض والفصل في الحائز على الصفقة في نهاية المطاف.¹

مرحلة المصادقة على الصفقات العمومية:

يتم اعداد محضر من طرف لجنة تقييم العروض، حيث يتم الإعلان عن المنح المؤقت للمتعاقد المؤهل الذي يعلن عن اسمه في الجرائد اليومية أو النشرة الرسمية.

بعد مرور فترة الطعون والمقدرة بعشرة أيام تقوم المديرية بإبرام عقد مع المتعاقد المؤهل.

وهذه المرحلة هي الأخيرة حيث يتم المصادقة على الصفقة من طرف اللجنة الولائية للصفقات العمومية.

ملاحظة:

إذا قدم الطعن من مقابلة، الطعن يتم على أعلى درجة من هذا إذا كانت الصفقات العمومية معلنة في

البلدية يتم الطعن في الولاية. وإذا كانت في الولاية يتم الطعن في الولاية.

الطعن يكون على مستوى معيارين
← معيار المستوى الأعلى.
معيار المستوى التخصص.

¹ محمد رويسات، مرجع سابق الذكر، يوم 2019/03/25 على الساعة 14:30 (مقابلة شخصية).

وإذا لم يتم الطعن لمدة 10 أيام تكون هذه آخر مرحلة من مراحل إجراء طلب العروض وبعدها تدخل في إجراءات التنفيذ.¹

المطلب الثالث: الرقابة على الصفقات العمومية.

1- الرقابة الداخلية:

تتمثل هذه الرقابة في لجنة فتح الأظرفة ولجنة تقييم العروض حيث تقوم بمايلي:

مرحلة فتح الأظرفة:

- ✓ تأتي هذه اللجنة بكل العروض حتى تتأكد من عدم نزع أي ظرف يدخل في إطار الشفافية.
- ✓ تثبت صحة العروض.
- ✓ تعد قائمة الوثائق التي يتكون منها كل عرض.
- ✓ تحرر محضر.
- ✓ تدعوا المرشحين عند الاقتضاء كتابيا عن طريق المصلحة المتعاقدة لاستكمال عروضهم.

¹ رويسات محمد، مرجع سابق الذكر، يوم 2019/03/26 على الساعة 9:30 (مقابلة شخصية).

مرحلة تقييم العروض:

تقوم هذه اللجنة بعمل دقيق جدا.

تقوم بإقصاء الترشيحات والعروض الغير المطابقة لمحتوى الصفقة ولمحتوى دفتر الشروط مثال:

غياب شهادة التأهيل، أو نقص أي ورقة خاصة بالإدارة، وهي إقصاء العروض تقوم اللجنة بتحليل العروض المتبقية وفق المعايير التي يجب أن تذكر في دفتر الشروط الخاصة بالمناقصة ويتم التحليل على أساس التتقيط الذي عادة ما يكون هذا على حساب 100 (ولكن في هذا دفتر الشروط محددة 40 نقطة فقط) حسب ما يوضحه دفتر الشروط وهذا غير مرحلتين:

1-المرحلة الأولى: الترتيب التقني للعروض، مع إقصاء كل ما لم يتحصل على العلامة الدنيا المحددة في دفتر الشروط طلب العروض المصادق عليه من طرف اللجنة الولائية للصفقات العمومية، أما عن كيفية تحليل العروض التقنية والمعايير المعتمدة في كيفية تحليل العروض التقنية و كيفية التتقيط فتم تحديده في دفتر الشروط النموذجي وهو كآآتي:

1-الموارد المادية (العتاد) ← 15 نقطة.

2-الموارد البشرية ← 15 نقطة.

3- مدة الإنجاز ← 10 نقاط.¹

العرض الذي يقدم أقل مدة إنجاز (dmin) يمنح له 10 نقاط مثل المتعهد رقم 1 و 2 و 6 تحصلوا على 10 نقاط لأن آجال إنجاز كان 5 أشهر و 15 يوم (أي أقل إنجاز).

¹ رويسات محمد، مرجع سابق الذكر، يوم 2019/03/27 على الساعة 14:30 (مقابلة شخصية).

الفصل الثالث

النقطة التقنية للعرض التقني تحدد بـ 20 نقطة كل عرض لا يتحصل على النقطة التقنية الدنيا، يقص مباشرة ولا يمر إلى التحليل المالي مثل المتعهد رقم 4 تحصل على 18 نقطة مقصى لعدم بلوغه النقطة التقنية الدنيا.

الرقم	تعيين المؤسسة	الكفاءة المهنية	العتاد	الموارد البشرية	مدة الإنجاز	المجموع	الملاحظة
1	متعهد رقم 1	صنف 7	12,75 نقطة	12,25 نقطة	5 أشهر و 15 يوم (10 ن)	35 نقطة	يمر إلى التحليل المالي
2	متعهد رقم 2	صنف 5	15 نقطة	13 نقطة	5 أشهر و 15 يوم (10 ن)	38 نقطة	يمر إلى التحليل المالي
3	متعهد رقم 3	صنف 6	12 نقطة	9 نقاط	6 أشهر (9 ن)	30 نقطة	يمر إلى التحليل المالي
4	متعهد رقم 3	صنف 7	6 نقاط	4 نقاط	6 أشهر (9 ن)	18 نقطة	مقصى بعدم بلوغه النقطة التقنية الدنيا
5	متعهد رقم 4	صنف 5	10 نقاط	9 نقاط	6 أشهر (9 ن)	28 نقطة	يمر إلى التحليل المالي
6	متعهد رقم 5	صنف 8	13 نقطة	11 نقطة	5 أشهر و 15 يوم (10 ن)	34 نقطة	يمر إلى التحليل المالي

ففي هذه الصفة وبعد مراعاة التقييم وبلوغ 5 عروض النقطة التقنية الدنيا المقدرة 20 نقطة تأهلت إلى المرحلة الثانية الجدول رقم (01).

أما المرحلة الموالية (2) هي مرحلة التقييم المالي حيث هذه المرحلة يتم انتقاء العرض الأقل ثمنا أي انتقاء المؤسسة التي اجتازت التقييم التقني وقدمت أقل سعر، فإن المتعهد رقم (02) لديه أقل عرض مالي قدره 75.493.080.00 ومدة الإنجاز 165 يوم ولهذا تم اقتراح المنح المؤقت للمتعهد رقم (02) وهكذا انتهت عملية التقييم المالي بانتقاء المؤسسة التي تمنح لها الصفقة أي المتعهد رقم (02).

أنظر الجدول (02):

الرقم	تعيين المؤسسة	النقطة التقنية	المبلغ المقترح	المبلغ المصحح	الملاحظة
1	متعهد رقم 1	35 نقطة	70.500.000.00	نفس المبلغ	
2	متعهد رقم 2	38 نقطة	64.524.000.00	75.493.080.00	أقل عرض مالي
3	متعهد رقم 3	30 نقطة	69.000.000.00	نفس المبلغ	
4	متعهد رقم 4	28 نقاط	68.950.000.00	نفس المبلغ	
5	متعهد رقم 5	34 نقاط	71.580.000.00	نفس المبلغ	

وحسب ما هو معمول به في المرسوم أن لجنة فتح وتقييم العروض تلخص أعمالها في محضر يبين فيه طريقة التي تمت بها عملية التقييم والمؤسسة التي تم انتقاءها حسب المعايير المحددة في دفتر الشروط.

2- الرقابة الخارجية:

1-دراسة مشاريع دفاتر الشروط:

تتم على هذا المستوى الأولى عمليات الرقابة المالية للمشروع، كون دفتر الشروط يتضمن مجموع المواد التي تحكم المتعاقدين وشروط تنفيذ هذا المشروع من حيث النوعية والأولية والآجال، وبالتالي فإن أي خلل في تنفيذ مواد هذا الدفتر يعرض صاحب الخلل إلى إجراءات العقابية المحددة بالتفصيل في العقد، فعلى سبيل المثال تحدد عقوبة التأخير المتعلقة بالإنجاز وفق صيغة حساب محددة في العقد وتكون موافق عليها من طرف صاحب الصفقة.¹

2-دراسة مشاريع الصفقات: يتم ودراسة الملف تأشير على دفتر الشروط وعلى ملف المشروع من قبل

لجنة الصفقات الولائية.

الرقابة المالية:

بعد تأشير اللجنة الولائية للصفقات على مشروع صفقة تستلم المصلحة المتعاقدة مشروع صفقة ومقرر التأشير تقوم المصلحة بالإمضاء على المشروع صفقة ثم ترسلها الى المراقب المالي للالتزام به. حيث يكلف المراقب المالي في اطار ممارسة مهام الرقابة القبلية بتأكيد من الطاقة الصفقة ومطابقة الالتزام للقوانين والتنظيمات السارية حيث ان الصفقة يلزم بها كمشروع.

¹ محمد رويسات، مرجع سابق الذكر، يوم 2019/03/28 على الساعة 10:30 (مقابلة شخصية).

الرقابة التقنية:

من أجل دور تفعيل الرقابة من طرف المصلحة المتعاقدة وكذلك معرفة مدى صيرورة العمل في الأجل المحددة تقوم المصلحة المتعاقدة بإنشاء لجنة مختصة تكون مراقبة المشروع أو الصفقة عن طريق مهندسين هذه المديرية أو إلى جهة خارجية تتعاقد معها المديرية لأجل هذه المهمة، من أجل تقييم وضع الأشغال.

بعض الملاحظات:

✓ بعد استلام المقاوله المشروع وبدأ الانجاز تتحصل على المبلغ المالي عن طرق التخليص ويكون ذلك في حالتين:

✓ دفعة واحدة وهذا بإحصار حالة أشغال تسليم كامل مبلغ الصفقة.

✓ عن طريق دفعات شهرية كما هو منصوص عليه في قانون الصفقات العمومية.

✓ إذا كانت هذه الأشغال لا تسمح انقياد جهة إلى مؤسسة واحدة كما هو الحال بالنسبة إلى شركة

سونلغاز.

✓ قد تتعامل المؤسسة بطريقة التراضي في حالات الطارئة، حالات الفيضانات...

المبحث الثالث: تشخيص السوق السياسي المحلي.

من خلال المعلومات الموضحة للانتخابات التشريعية 2012 2017 وكذا خصوصيات المجتمع المحلي لولاية البيض وكغيرها من الولايات المجاورة تغلب عليها الزبونية السياسية، العصبية وخاصة بروزها في الانتخابات. بالنسبة لاستطلاع الرأي يوم الانتخابات، وما تم الإعلان عنه من طرف وزارة الداخلية من نتائج رسمية.

المطلب الأول: لمحة عن نتائج الانتخابات 2012.

إن النظام السياسي بولاية البيض خاضع لهيمنة حزب جبهة التحرير الوطني، والتجمع الوطني الديمقراطي، حيث أن الحزب جبهة التحرير الوطني الذي لا يوفر سوقا حرا لطرح كل المنتجات والعروض السياسية، فالساحة السياسية على هذا النحو مقيدة ومحكومة من قبل هذه الأحزاب بحيث يتم طرح خطابا سياسيا واحدا ورسائل سياسية واحدة واعتمادهم على بناء صورة ذهنية ذات توجه واحد لا تهتم في أغلب الأحيان برغبات وحاجات المتنافسين والناخبين، يضاف إلى هذا أنهما حزبان وحيدان القادران على استثمار في السوق السياسي واستخدام وسائل ومقرات عامة وبتنموي من الموارد المالية التابعة للدولة. أما النتائج كانت على النحو التالي: قد تحصل حزب جبهة التحرير الوطني على الأغلبية في مجالس الانتخابات، حيث أنه تحصل على 13 بلدية من أصل 22 بلدية، فيما تحصل (RND) على 7 بلديات والحركة الشعبية الجزائرية بلدية واحدة.

أما على مستوى المجلس الشعبي الولائي فقد تحصل (RND) على أغلبية المقاعد بـ 14 مقعدا يليه (FLN) بـ 11 مقعدا، ثم حركات مجتمع السلم بـ 10 مقاعد إذا هي هيمنة لقطب الساحة السياسية في الجزائر (FLN) و (RND) على الانتخابات المحلية التي جرت بولاية البيض هذه كانت نتائج القوائم المهيمنة المتنافسة، بدقة من حيث الترتيب الذي جاء في النتائج الرسمية.¹

إن تقارب الأصوات للمرشحين في حزب جبهة التحرير الوطني والتجمع الديمقراطي وحركة مجتمع السلم في معظم الدوائر مقارنة بالأحزاب التي تليها مباشرة، تعود بالدرجة الأولى إلى تقديم مرشحين في كافة الدوائر الانتخابية بخلاف الأحزاب الأخرى التي تكتفي بعدد قليل من الدوائر الانتخابية.

¹ مديرية الإدارة المحلية لولاية البيض نتائج انتخابات الولائية.

لقد جرت الانتخابات في ظروف عادية ساهم فيها إقبال شديد لمواطنين على صناديق الاقتراع أين وصلت النسبة إلى حدود تقريبا 59% انتخابات البلدية والولائية على مستوى ولاية البيض لم تسجل أي مشاكل أو خروقات أو تجاوزات تذكر الشيء الوحيد الذي عكر صفوى سير الانتخابات هو الإقبال الكبير للمواطنين في ساعات متأخرة أي أغلب المواطنين تقدموا إلى مراكز أو مكاتب الاقتراع بعد الساعة الثالثة أو الرابعة ما خلق فوضى كبيرة داخل بعض المراكز على غرار بعض البلديات الأمر الذي استدعى تأخر وصول النتائج إلى ما بعد الساعة 10 ليلا رغم أنها بلديات بها تعداد ناخبين لا يتجاوز 3000 أو 4000 ناخب في أحسن الأحوال.¹

المطلب الثاني: الرساميل في السوق السياسي.

وعليه سنحاول أن نبين العناصر المؤثرة في السوق السياسي والتي تحدد مصير العملية الانتخابية حتى وإن كان الخطاب الرسمي لأفراد المجتمع باختيار المترشحين على أساس الانتماء الحزبي والبرنامج السياسي.

يمكن القول وخاصة في مجال السوق السياسي، أن العديد من الأحزاب السياسية والقوائم الانتخابية غير معترف بها في الخطاب الرسمي باعتبار أن المصطلح ليس له أساس من الصحة واعتباره مصطلح ذو قيمة سلبية يحمل في طياته الفساد السياسي وعدم شفافية ومصادقية الانتخابات، ومن خلال مقابلتنا مع العديد من السياسيين المشاركين في الانتخابات التشريعية 2012 فالجميع نفي وجود هذه الممارسات القائمة في السوق السياسي، لكن أي انتخابات لا تكون نزيهة وذلك قلة الرقابة وشفافية ونزاهة ذلك وتكون أيضا هناك أيادي خفية للتزوير وهذا الهدف منه الفوز، لكن بصياغة أخرى لها خلفيات سياسية والمبنية على تسليع الصوت الانتخابي وتقديم وعود ومنافع وإعطائها معنى آخر وهو التركيز على الجانب الديني

¹ مديرية الإدارة المحلية لولاية البيض، مرجع سابق الذكر.

والجانب المالي والرمزي في الانتخابات والاكتفاء فقط بالتسويق السياسي وهي الترويج للمحلات الانتخابية وذلك باستعداد رجال الأعمال للحصول على ثقة الناخبين واكتساب شعبية داخل المجتمع والاستثمار في الجمعيات الخيرية والنوادي الرياضية والجلوس في المقاهي الشعبية وتكثيف زيارة الزوايا وشراء الذمم وحضور في المساجد أصبحت ظاهرة ترافق طموح أصحابها في التنافس على الانتخابات البرلمانية.

وأیضا أن وجود القوة لأصحاب المال والأعمال كنواب داخل البرلمانات والمجالس المحلية في ظل التعددية ونظام الممارسة الانتخابية على المستويين الوطني والمحلي حيث تعطي نخب المال والأعمال مساحة تمثيلية متميزة للتأثير في العملية التشريعية وما يتصل بها، هذه دائرة من دوائر نخب المال والأعمال والنخب الفنية بينها وبين الأحزاب السياسية الأخرى المؤثرة في نخب الحكم وتمایز مصالحها وصراعاتها المستمرة على السلطة.

ولكن هناك ثغرة عندما يكون لأصحاب المال والأعمال القوة والثروة هذا يعطيهم حق التحكم في زمام الأمور والسلطة والنفوذ ولكن هذا كان له دورا أساسيا في التأثير سلبا على العمليات الانتخابية سواء من حيث تقديم رشاي لرؤساء مكاتب الأحزاب السياسية من طرف بعض رجال المال والأعمال حتى يكونوا في الانتخابات أو شراء الأصوات أثناء عملية التصويت.

ربما أخطأ من ادعى ذات يوم بأن الإصلاحات السياسية في الجزائر بخير انطلاقا من حمى التعبير وحق تشكيل الأحزاب السياسية، من حالة مغلّة مقتصرة على حزب واحد وتدير ماكينتها طائفة محددة بالانتماء إلى نفس الحزب، إلى حالة مفتوحة أمام الجميع بدون استثناءات فهي أشبه بسوق كبير لعرض خردة سياسية أو شبه سياسية ولا تهم أصحابها بعد ذلك أن تكون بضاعتهم رائجة أم كاسدة نافعة أم ضارة بناءة أم هدامة، ومما يثير انتباه العامة والخاصة من الناس هو هذا الطموح الذي ما أنفك يبيده الكثير من

المتحزبين للوصول إلى سدة الحكم مبررين طموحهم هذا بالأزمات التي عاشها المجتمع وحتمية التداول على السلطة.

المطلب الثالث: علاقة السوق السياسي بالصفقات العمومية.

إن التحضير لميزانيات البلديات على سبيل المثال وإن كان يخضع نظريا لطبيعة الحاجات العامة الواجب تغطيتها والخدمات العمومية المفروض تقديمها إلى أن صفقات العمومية تأتي في الغالب تنفيذا لوعود انتخابية في إطار عملية تسليع الأصوات الانتخابية أو تأتي في إطار تبادل ولاءات أو صناعة الرساميل الاجتماعية والاقتصادية التي توظف في الحقل السياسي. ومن هذا المنطلق يكون تأثير الصفقات العمومية في السوق السياسي بطريقة مباشرة، عندما يصبح أصحاب النفوذ هم المتحكمون في زمام الأمور تصبح الصفقة العمومية جزء هام في الحقل السياسي تتحول إلى وسيلة تبادل المنافع في إطار الولاء السياسي وتتحول إلى سلطة بعدما كان من المفروض أن تكون آلية من آليات تدخل الدولة من أجل تحقيق التنمية وتغطية المنافع وتكتسي حماية المال العام في الصفقات العمومية أهمية بالغة بما تتضمنه من الحماية من الفساد بشتى أنواعه: الرشوة، الاختلاس، تبيد المال العام...وهنا يبرز الفساد المالي والإداري.

إن منطق الصفقة السياسية يقدم لنا آلية تفسير لهذا الوضع من منطق علاقات التبعية التي تنظم في إطارها الزبائنية السياسية في الجزائر، إذ يسجل الحقل السياسي أثناء الاستحقاقات الانتخابية عدد هام من الصفقات لتبادل الموارد والخدمات تحتوي كل صفقة على سلسلة من الصفقات تبدأ الأولى بصفقة الحزب مع المرشح تأخذ شكل وساطة سياسية من خلال تسليع الترشيح على القائمة، صفقة المرشح مع محيطه أي الولاءات الأولية لها دور من منطق تسليع الصوت الانتخابي، تليها مجموعة أخرى من الصفقات في حالة نجاح المرشح في الانتخابات.

أثناء دراستنا الميدانية تبين لنا أن المصلحة المتعاقدة في إطار إبرام الصفقات العمومية و الإجراءات المكيفة أنها تتمتع بالحرية المطلقة تعتمد فيها على نفسها وذلك باتخاذ إجراءات داخلية تحدد فيها حاجياتها ونوعية الاستشارة والمعايير التي تتبعها في الاستشارة وكذا الكيفيات تقييم وتنظيم إجراء الاستشارة حسب طبيعة الحاجات الواجب تلبيتها مع الأخذ بعين الاعتبار عدد المتعاملين الاقتصاديين الذين بإمكانهم الاستجابة.

خاتمة

في الأخير يمكن القول أن الصفقات العمومية من أهم العقود الإدارية نظرا لأهمية الدور الذي تقوم به، وتعتبر الوسيلة الرضائية الوحيدة لتعامل الإدارة مع الإدارات العمومية الأخرى أو الشركات أو الدولة الأجنبية لتنفيذ خططها الاقتصادية والاجتماعية وبالتالي توفير الرخاء للمواطنين في الداخل، وتدعيم موقفها الاقتصادي في الخارج، ومما لا شك فيه أن هذه الأهمية سوف تزداد كثيرا مع انتهاء الدولة السياسية الاقتصاد الحر والاتجاه نحو حصر نشاط الدولة في مجالات ضيقة ومحدودة.

ناهيك أن الصفقة العمومية هي الأداة الفعالة في تسيير الأموال وتجسيد المشاريع التنموية وبذلك تحقيق التنمية على المستوى المحلي، وهذا ما توضح من خلال قانون الصفقات العمومية في معاملة المتدخلين في مجال تنفيذها وإحاطتها بألية جديدة قانونية لحمايتها من أشكال الفساد المتنوعة بصفتها مشاريع موجهة ذات منفعة عامة تخدم مصالح المواطنين، وتمكنها من أداء دورها في توجيه الاستثمار، وتنمية المقاول الوطنية التي تمثل موضوع الساعة.

وبالتالي تدارك المشرع الجزائري بتعديلته الأخيرة العديد من النقائص التي كانت القوانين السابقة قد أهملتها. ومن بينها إضفاء الشفافية على الصفقات العمومية بتمكين المتعهد الذي يحتج على الاختيار الذي قامت به المصلحة المتعاقدة من رفع طعن أمام لجنة الصفقات المختصة في أجل عشرة أيام ابتداء من تاريخ نشر المنح المؤقت للصفقة، في حدود المبالغ القصوى. ونص على إمكانية اللجوء إلى التعامل الثانوي أو الفرعي ضمن الشروط المحددة قانونا، وهي ضرورة تحديد المجال الرئيسي للجوء إلى التعامل الثانوي في الصفقة، وضرورة الموافقة على كل متعامل فرعي. كما نص أيضا على ضرورة خضوع الصفقات العمومية للرقابة قبل دخولها حيز التنفيذ وقبل تنفيذها وبعده، على أن تمارس هذه الرقابة في شكل رقابة داخلية ورقابة خارجية.

ورغم التعديلات التي أدخلها المشرع الجزائري على قانون الصفقات العمومية إلا أن هذا الأخير يحتاج إلى إعادة النظر لأن عملية اختيار المتعاقد مع الإدارة بقيت -دائما- معقدة جدا حيث تبدأ بالإعلان عن المناقصة إلى إبرام العقد، وهذا يستغرق وقتا طويلا لإتمام كل هذه الإجراءات، وقد يترتب عليها استغراق نفس المدة التي تستغرقها عملية الإنجاز أو أكثر. وعليه ومن خلال ما سبق نطرح بعض التوصيات:

1- وجوب تكوين كل المتعاملين والمنتخبين وأعوان الدولة. للإسهام في انجاح الصفقات العمومية ومكافحة الفساد الذي ينخر المجتمع لأن حماية المال في الصفقات العمومية أصبح حديث الساعة.

2- تكوين المورد البشري المختص في الصفقات العمومية.

3- تزويد كل الوسائل التكنولوجية لكشف كل مخالف للقواعد القانونية.

4- تكريس مبادئ قانون المنافسة في موضوع الصفقات العمومية.

5- التوعية والإعلام بأهمية وخطورة العمل في مجال الصفقات العمومية.

6- فسح المجال لكل المتعاملين للاستفادة من الصفقات العمومية في مشروع واحد خدمة لهم وفي الدولة لتحقيق التنمية، ونفاذي الفسخ.

آفاق الدراسة:

من خلال الدراسة السابقة تتوضح بعض النقاط التي يمكنها إبراز علاقة الصفقات العمومية بالسوق السياسي المحلي، ونظرا للأهمية التي يكتسبها الموضوع تجعل منه بحثا مفتوحا لدراسات وبحوث أخرى أكثر تفصيلا وتعمقا بالمستقبل.

وبهذا الصدد ندرج بعض العناصر التي تستوجب البحث فيها والدراسة و تتمثل في:

- ✓ دور الصفقات العمومية في تعزيز الاستثمار الأجنبي.
- ✓ دور ضوابط التقييم الإداري في إبرام الصفقات العمومية.
- ✓ أهمية الصفقات العمومية في السياسة الاقتصادية الجديدة في الجزائر.

- قائمة المصادر والمراجع:
- المصادر:
- ابن منظور الفضل جمال الدين محمد بن كرم، لسان العرب، معجم عربي عربي (مصر: دار السلام للنشر، 1991).
- أحمد عمالر، معجم العربي المعاصر، عربي عربي (الإسكندرية: دار الجامعة الجديدة للنشر، 2004).
- إبراهيم مصطفى وآخرون، مجمع اللغة العربية، معجم الوسيط (القاهرة: مكتبة الشروط الدولية، 2004).
- المراجع:
- -الكتب باللغة العربية:
- أبو عامود محمد سعد، التسويق السياسي وإدارة الانتخابية (الإسكندرية: منشأة المعارف، 2007).
- أبو قحف عبد السلام، التسويق السياسي فن البيع-التفاوض (مصر: دار الجامعة الجديدة، 2004).
- أبو قحف عبد السلام، هندسة الإعلان والعلاقات العامة (الإسكندرية: مكتبة ومطابع الإشعاع الفنية، 2001).
- أزرايب نبيل، سلطة الإدارة في مجال الصفقات العمومية وفق التشريع الجزائري (الإسكندرية: مكتبة الوفاء القانونية ، ط1، 2018).
- السيد سالم شيماء، الاتصالات التسويقية المتكاملة (القاهرة: مجموعة النيل العربية، 2006).

- الحسيني محمد علي ، المصطلحات والتعابير السياسية (بيروت: دار المحجة البيضاء،2004).
- الخلايلة محمد علي ، القانون الإداري، كتاب الثاني(عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع ط2،2015).
- الشبخلي عبد الرزاق، الإدارة المحلية دراسة مقارنة (عمان: دار المسير للنشر والتوزيع، ط 11، 2010).
- العطار فؤاد، مبادئ في القانون الإداري (القاهرة: دار الفكر العربي،1955).
- العززي عبد ربه عبد القادر، نظرية التسويق السياسي، المفاهيم والدلالات في المجال السياسي (فلسطين: جامعة الأزهر،2016).
- الكيالي، الموسوعة السياسية، الجزء 3 (بيروت: المؤسسة العربية للدراسات والنشر،1983).
- العسكري علي أنور، الفساد في الإدارة المحلية (مصر: مكتبة بستان المعرفة للطباعة والنشر،2008)
- بسيوني الرميلي علاء، التسويق السياسي (مكتبة العربي للمعارف). أنظر الموقع www.google.com/bokes.com
- بسيوني عبد الغاني، القانون الإداري (الإسكندرية: منشأة المعارف،1991).
- بعلي محمد الصغير، العقود الإدارية (عنابة: دار العلوم للنشر والتوزيع،2005).
- بن خلف الله الطاهر، الوسيط، الجزء2(الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية،2004).
- بن خلف الله الطاهر، مدخل إلى التسويق السياسي(الجزائر: دار الهومة،2007).
- بوضياف عمار، شرح تنظيم الصفقات العمومية (الجزائر: جسور للنشر والتوزيع، ط3، 2003).
- بوعزاوة بوجمعة، الإدارة المحلية (القاهرة: المنظمة العربية للتنمية،2005).

- جابر عبد الرؤوف ، النظرية العامة في إجراءات المناقصات والعقود (بيروت، لبنان: دار النهضة العربية، ط 1، 2003).
- جعلاب كمال، الإدارة المحلية وتطبيقاتها الجزائرية، بريطانيا، فرنسا (الجزائر: دار الهومة للطباعة والنشر والتوزيع، 2017).
- حافظ عبد الرحيم، الزبونية السياسية في المجتمع العربي: قراءة اجتماعية سياسية في تحضير البناء الوطني التونسي (بيروت: مركز الدراسات الوحدة العربية، ط2، 2008).
- خرشي النوي، تسيير المشاريع في إطار الصفقة العمومية (الجزائر: دار الخلدونية، 2011).
- خليفة خالد ، دليل إبرام العقود الإدارية في القانون الجزائري الجديد (سيدي بلعباس، الجزائر: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2017).
- ديدان ميلود ، قانوني البلدية والولاية (الجزائر: دار بلقيس للنشر، 2010).
- راسم محمد الجمال، خيرت معوض عياد، التسويق السياسي والإعلام الإصلاح السياسي في مصر (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ط 1، 2005).
- زيدان جمال، إدارة التنمية المحلية في الجزائر (الجزائر: دار الأمة للطباعة والنشر والتوزيع ط2004).
- سامي السيد عبد العزيز، التسويق الاجتماعي والسياسي منطلقات نظرية وتطبيقات محلية وعالمية (مصر: دار النهضة للنشر، ب ت).
- سردوك هبة، المناقصة العامة كطريقة للتعاقد الإداري (الإسكندرية، مصر: مكتبة الوفاء القانونية، ط1، 2009).

- سيدا شيخ زرار، صور الرقابة على المال العام ونظم حمايته في الفقه الإسلامي والقانون الوضعي (القاهرة: دار المصرية اللبنانية، ط1، 2016).
- طشطوش هائل عبد المولى، مبادئ أساسية في العلوم السياسية (الأردن: دار الكندي للنشر والتوزيع، 2009).
- عبد الباسط محمد فؤاد، أعمال السلطة الإدارية (الإسكندرية: كلية الحقوق 1989).
- عشي علاء الدين، مدخل القانون الإداري (عين مليلة، الجزائر: دار الهدى للنشر والتوزيع، 2002).
- عقيلي عمر وصفي، الإدارة أصول وأسس ومفاهيم (الأردن: دار زهران للنشر والتوزيع، 1996).
- عودة المعاني أيمن، الإدارة المحلية (الأردن: دار وائل للنشر، ط1، 2010).
- غضبان فؤاد، التنمية المحلية ممارسات وفاعلون (عمان: دار صفاء للطباعة والنشر والتوزيع ط1، 2005).
- قدوج حمامة، عملية إبرام الصفقات العمومية في القانون الجزائري (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2004).
- لسوس مبارك، التسيير المالي (بن عكنون: ديوان المطبوعات الجامعية 2004، 11).
- ليز ببلون، السياسي في الأنتربولوجيا، تر مولود أمغار (الرباط: مؤمنون بلا حدود للدراسات والأبحاث، 2018/10/24).
- متولي مجدى، التعليق على القانون المناقصات والمزيدات الصادر بالقانون رقم 89 سنة 1998 (مصر: دار الفكر القانون، 2000).

- ميكايل توسو وآخرون، نظرية الثقافة، تر: علي سيد الهاوي (الكويت: علم المعرفة، 1997).
- معتصم دحو و معتصم بن عبد الرحمان ، الصفات العمومية بين احترام التشريعات القانونية والفعالية الاقتصادية، أنظر الموقع www.googlebooks.com.

2-الكتب باللغة الأجنبية:

- Bongrand Michel,le **Marketing Politique**,Paris,presse universitaires de France,2é edition,1993.
- Boulifa Brahim,**Guide des marchés publics de travaux** (Constantine:édition,2004)
- Darreg,Lilleker and Jannifer Lees–Marshement,**Political Marketing**,Manchestergh university press,Great Britain,2005.
- Jean–Luis,**Le Droit congolais des Marchés Publics**,Bibliothèque de droit Africain,lieu L'Harmathan,2006.
- Kolter Philip,**Les Clé du Marketing**,pearson éducation,Paris,2003.
- Kolter Philip,**Marketing Management**,prentice–Hall,new jersey,USA,2001.
- Rey–Devese J & Rey,**le petit Robert**,editions hactitts,Paris,1996.

• القواميس:

- الحسيني محمد علي، المصطلحات والتعابير السياسية (بيروت: دار المحجة البيضاء، 2004).
- عبد العزيز محمود أمل، القاموس العربي الشامل (بيروت: دار الرتب الجامعية، ط 1، 2011).

•-النصوص القانونية:

- المرسوم الرئاسي 02-250 المؤرخ في 24 جويلية 2002، المتعلق بتنظيم الصفقات العمومية
الجريدة الرسمية عدد 55.

- المرسوم الرئاسي 10-236، المؤرخ في 28 شوال 1431، الموافق لـ 07 أكتوبر 2010 المتعلق بتنظيم الصفقات العمومية، الجريدة رسمية عدد 58.
- المرسوم الرئاسي رقم 15-247، المؤرخ في ديسمبر 2015، المتضمن تنظيم الصفقات العمومية وتقويضات المرفق العام. الجريدة الرسمية عدد 50.
- المرسوم تنفيذي رقم 82-145، مؤرخ في 10 أبريل سنة 1982، ينظم العلاقات التي يبرمها المتعامل العمومي، الجريدة الرسمية عدد 15 ، الصادر بتاريخ 13 أبريل 1982.

-مقالات ومجلات باللغة العربية:

- بن بريح ياسين، آليات الرقابة المالية على الميزانية العامة (مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، عدد 10 سنة 2016).
- بن بوزيد غبار نورة، "الكتابة في الصفقات العمومية"، مجلة الحقوق والعلوم السياسية، جامعة البليدة 2، جوان 2016.
- الخشة أحسن ، مداخل نظرية في تطبيق السوق السياسي (مجلة الحقيقة، جامعة أدرار، العدد 24، السنة 2016).
- ساحل محمد، "دور الرقابة على الصفقات العمومية في ترشيد النفقات العمومية"، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد 18 ، مجلد 01-2018.
- سليمان محمد و بايزيد علي، أهمية الإدارة المحلية في تحقيق التنمية المحلية المستدامة (مجلة الاقتصاد والتنمية المحلية المستدامة، جامعة المدية، عدد 03 جوان، 2015) ص 165.
- عمارة مسعودة، "دراسة نقدية لمفهوم الصفقات العمومية في ظل المرسوم الرئاسي الجديد 15-247"، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، جامعة البليدة 2، عدد 11).

- يريقي حسين، "مجلة الاقتصاد والتنمية-مخبر التنمية المحلية المستدامة"، جامعة المدية، عدد 03، جوان 2015.

-الملتقيات:

- الطعامة محمد محمود ، بحث النظم الإدارة المحلية(المفهوم والفلسفة والهدف)، الملتقى العربي الأول، نظم الإدارة المحلية في الوطن العربي، سلطنة عمان، 2003.

-الرسائل والأطروحات الجامعية:

- بن حدة باديس، الاتجاهات الحديثة لتطوير الإدارة الحديثة في الوطن العربي (مذكرة ماجستير تخصص علاقات دولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ورقلة، 2011).
- بن عباس سهام، المتعامل المتعاقد في ظل النظام القانوني للصفقات العمومية (مذكرة لنيل شهادة ماجستير في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باجي مختار، عنابة 2005).
- تياب نادية، آليات مواجهة الفساد في مجال الصفقات العمومية (رسالة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم القانونية، تخصص قانون، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزو وزو، 2013).
- جلاب علاوة، نظام الرقابة على الصفقات العمومية قبل تنفيذها في الجزائر (مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، تخصص الهيئات العمومية والحكومة، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2014).
- خداوي محمد، القبيلة والأحزاب والانتخابات في ظل التعددية في الجزائر (شهادة دكتوراه، قسم التاريخ وعلم الآثار، كلية العلوم الانسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان 2014)

- خضري حمزة، الرقابة على الصفقات العمومية في ضوء القانون الجديد 15-247، أعمال اليوم الدراسي حول التنظيم الجديد للصفقات العمومية وتفويضات المرفق العام (كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 17 ديسمبر 2015).
- داودي المعتز بالله، مشاركة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في إنجاز الصفقات العمومية كوسيلة لترقية التنمية المحلية (دراسة حالة بلدية عين ولمان) مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر علوم التسيير، تخصص إدارة أعمال المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، جامعة خيضر بسكرة، 2011-2012.
- دلباز نسيمه منال، السوق السياسي المحلي في الجزائر (مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص تسيير الجماعات المحلية، قسم العلوم السياسية، جامعة سعيدة، 2017).
- رزاق لحسن، الحملة الانتخابية الرئاسية 2009 من خلال الصحافة الجزائرية الخاصة (مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص سخافة، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة منشوري، قسنطينة، 2010).
- زيادي كمال، التحكيم في الصفقات العمومية (مذكرة شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون أعمال، قسم الحقوق، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2014).
- صوري سفيان، مدى فعالية أسلوب رقابة الصفقات العمومية على ضوء قانوني صفقات العمومية والوقاية من الفساد ومكافحته (مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، تخصص القانون العام للأعمال، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2012).
- عبد الحفيظ مسعد الأمين، دور إدارة التسويق في كسب الزبون (مذكرة ماجستير، تخصص اقتصاد، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 2009).

- عثمانيو صورية و عطروش طاوس، الصفقات العمومية أمام مبدأ شفافية الإجراءات (مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون الجماعات المحلية، كلية الحقوق، جامعة بجاية، قسم القانون العام، 2015).
- علاق عبد الوهاب، الرقابة على الصفقات العمومية في التشريع الجزائري (مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، محمد خيضر، بسكرة، 2004).
- عليوات ياقوتة، عملية إبرام الصفقات العمومية (مذكرة لنيل شهادة الدكتوراة الدولة في القانون العام، قسم الحقوق، جامعة منتوري، قسنطينة، 2009).
- فرقان فاطمة الزهراء، رقابة الصفقات العمومية الوطنية في الجزائر (مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، تخصص فرع والمؤسسات العمومية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2007).
- نوي دريس، الممارسات الرسمية الزبونية السياسية وإشكالية تشكل المجتمع المدني في الجزائر المعاصرة مقارنة سبسيولوجية لعلاقة الدولة والمجتمع (شهادة الدكتوراه في الموارد البشرية، قسم الاجتماع، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف، 2016).
- وادخل سليمان، مقل سامية، الرقابة الإدارية والقضائية على الصفقات العمومية في ظل المرسوم الرئاسي 15-247 (مذكرة ماستر في الحقوق، تخصص قانون الجماعات المحلية والهيئات الإقليمية، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2016).
- وزاني ليدية، مدى فعالية الصفقات العمومية في تحقيق التنمية المحلية المستدامة (مذكرة لنيل الماستر، تخصص اقتصاديات المالية والبنوك، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة البويرة، 2014).

- لمير عبد القادر، الضرائب المحلية ودورها في تمويل ميزانية الجماعات المحلية (مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد وإدارة أعمال، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة وهران، 2014).

-المواقع الإلكترونية:

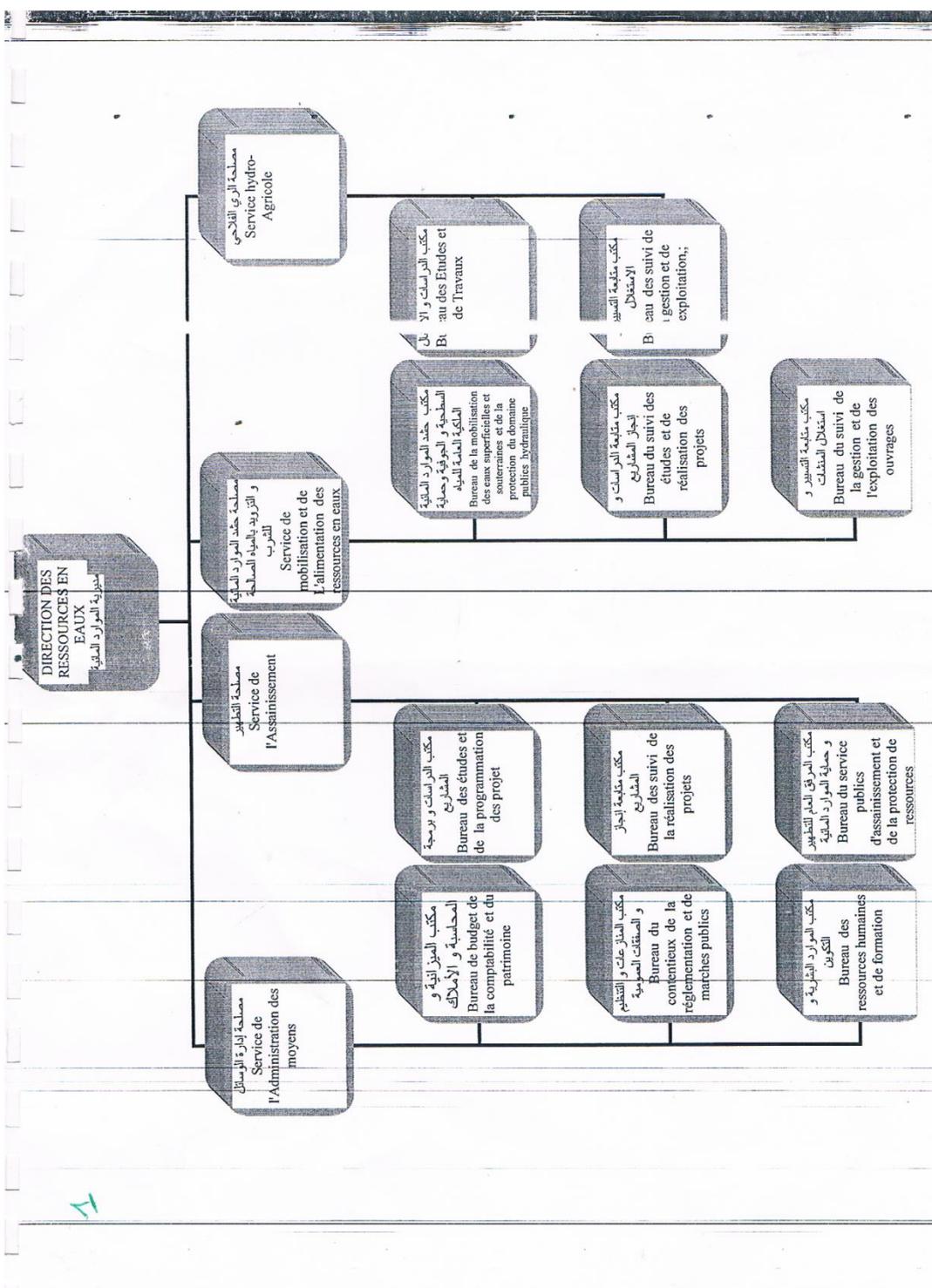
- بوشتي نوي، مفهوم الزيونية وقياسها (الحوار المتمدن، العدد 121، أبريل 2006، أنظر الموقع www.achewar.org).
- جبار وفية، الياسري محمد هاشم، مفهوم الإدارة، كلية التربية للعلوم الإنسانية، أنظر الموقع <http://humanities.wobobylon.edu.iq/lecture.aspe> fin
- حجي فاروق مصطفى، مفهوم الصفقة في لغة الشرع والسياسة (موقع الأوان، 2006، أنظر الموقع www.alawana.org).
- قديان سليم، "مراحل وإجراءات إبرام الصفقات"، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، أنظر الموقع <http://www.asjp.cerist.dz/en/article/30276>.
- ميادين التسويق، مفاهيم أساسية في التسويق المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني (السعودية، 1429، أنظر الموقع www.makktaba.com).
- شفيق عبد الغاني، النخب المحلية والعلاقات الزيونية: دراسة في بعض آليات إعادة إنتاج النفوذ بالمجال القروي المغربي، من الموقع www.caus.org.

-التقارير:

- المجلس الشعبي الولائي لولاية البيض.
- مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية البيض.
- مديرية الموارد المائية لولاية البيض.

- مديرية الإدارة المحلية لولاية البيض.

الملاحق



REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE
WILAYA D'EL-BAYADH

N° : W/EL BAYADH/PAT/02
17 FEB 2008

N° : W/EL BAYADH/PAT/02
17 FEB 2008
N° FIXE : 08.32.04.001

SECTEUR : AGRICULTURE ET HYDRAULIQUE
SOUS SECTEUR : GRANDE HYDRAULIQUE
CHAPITRE : ASSAINISSEMENTS URBAINS
ARTICLE : AUTRES
GESTIONNAIRE : LE WALI DE LA WILAYA D'EL BAYADH
OPERATION : NF5.342.9.262.132.08.01

INSCRIPTION	X
REEVALUATION	
DEVALUATION	

LE WALI DE LA WILAYA D'EL-BAYADH

- Vu la loi N° 90.08 du 07.04.1990, portant code de la Commune.
- Vu la loi N° 90.09 du 07.04.1990, portant code de la Wilaya.
- Vu le décret N° 17.08.2004, portant nomination de Monsieur Wali,
- Vu le décret exécutif N° 98-227 du 13.07.1998, relatif aux dépenses d'équipement de l'Etat.
- Vu la décision N° WF72008/303/D97/303 du 02.01.2008, portant programme PSD de l'année 2008.
- Vu la demande N° 096/DH/W/2008 du 02.02.2008.

DECIDE

ARTICLE 1 : l'opération, dont le numéro est indiqué ci-dessus et dont le libellé suit, est inscrite par la présente décision : AGHEVENANT DE LA PROTECTION DES BERGES DE LOUED DEFFA ET REALISATION DU COLLECTEUR DE REJET FINAL DE LA VILLE D'EL BAYADH

ARTICLE 2 : le coût de l'opération est : 300.000.000 DA
TROIS CENT MILLIONS DE DINARS

ARTICLE 3 : la structure du coût, la nature du financement, la localisation et les effets de l'investissement sont détaillés respectivement dans les tableaux A, B, C, D et E suivants:

Rappel opération n° : NF5.342.9.262.132.08.01

AUTRES CARACTERISTIQUES

ECHÉANCIER PREVISIONNEL DES PAIEMENTS (1 000 DA)

	2008	2009
MONTANT en :		
DINARS	100.000	200.000
DEVICES DIRECTES		
TOTAL	100.000	200.000

MONTANT TOTAL DE L'AUTOFINANCEMENT (1000 DA) :

2 - AUTRES INFORMATIONS :

- Les travaux seront réalisés somme suit :
- du Pont Ksar Boukhonada au pont 20 Août
 - du Pont Maiboula au exutoire

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

WILAYA D'EL BAYADH

DIRECTION DES RESSOURCES EN EAU

OPERATION N° : NF 5.342.9.262.132.08.01

TITRE DE L'OPERATION :

ACHEVEMENT DE LA PROTECTION DES BERGES DE L'OUED DEFFA ET
REALISATION DU COLLECTEUR DE REJET FINAL DE LA VILLE D'EL BAYADH.

Objet du Cahier des Charges:

Réalisation des travaux en Lots unique :

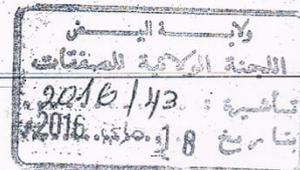
PRISE EN CHARGE DES DEGATS SUR LES MURS DE PROTECTION DES BERGES DE
OUED EL DEFFA CAUSES PAR LES CRUES D'OCTOBRE 2011

Cahier des Charges

Etabli conformément aux articles 26 et 67 du décret présidentiel N° 15-247 du 2 Dhou El Hidja 1436
correspondant au 16 septembre 2015 portant réglementation des marchés publics et des délégations de
service public

MODE DE PASSATION : Avis d'appel d'offre national Ouvert avec exigence de

capacités minimales.



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

WILAYA D'EL BAYADH

DIRECTION DES RESSOURCES EN EAU

OPERATION N° : NF 5.342.9.262.132.08.01

INTITULE DE L'OPERATION :

ACHEVEMENT DE LA PROTECTION DES BERGES DE L'OUED DEFFA ET REALISATION DU COLLECTEUR
DE REJET FINAL DE LA VILLE D'EL BAYADH.

Objet du Marché

Réalisation des travaux en Lot unique :

Prise en charge des dégâts sur les murs de protection des berges de Oued el Deffa causes par le
crues d'Octobre 2011.

Marché conclu entre :

Service contractant : Monsieur le wali de la wilaya d'El Bayadh, Représenté par le Directeur
des Ressources en Eau.

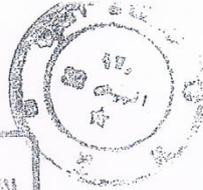
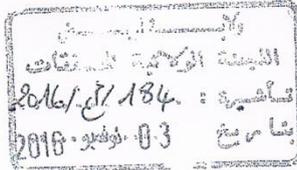
Partenaire co-contractant : ONID Office National d'Irrigation et Drainage Représenté par Monsieur
Kebieche Abed El Hak

MARCHE

MODE DE PASSATION : Avis d'appel d'offre national Ouvert avec exigence de capacités minimales.

Montant du Marché: 75 493 080.00 DA en TTC

Délai d'exécution : (06) Six Mois



أ-ز	مقدمة.
30-01	الفصل الأول: الإطار المفاهيمي.
01	المبحث الأول: الإدارة المحلية
04-02	المطلب الأول: مفهوم الإدارة المحلية
08-05	المطلب الثاني: أسباب نشأة الإدارة المحلية.
09-08	المطلب الثالث: خصائص الإدارة المحلية.
09	المبحث الثاني: السوق السياسي المحلي.
15-09	المطلب الأول: مفهوم السوق السياسي المحلي.
17-15	المطلب الثاني: نشأة السوق السياسي المحلي.
20-17	المطلب الثالث: خصائص السوق السياسي المحلي.
20	المبحث الثالث: الصفقات العمومية.
24-21	المطلب الأول: مدخل عام للمال العام والميزانية.
28-25	المطلب الثاني: مفهوم ونشأة الصفقات العمومية.
29-28	المطلب الثالث: مصادر الصفقات العمومية.

84-32	الفصل الثاني: الصفقات العمومية والسوق السياسي المحلي.
32	المبحث الأول: الصفقات العمومية في الجزائر
46-32	المطلب الأول: تطور مفهوم الصفقات العمومية.
64-46	المطلب الثاني: كيفية إبرام الصفقات العمومية.
70-64	المطلب الثالث: الرقابة الإدارية على الصفقات العمومية.
71	المبحث الثاني: قراءة للصفقات العمومية.
72-71	المطلب الأول: القراءة القانونية للصفقات العمومية.
73-72	المطلب الثاني: القراءة الاقتصادية للصفقات العمومية.
75-74	المطلب الثالث: القراءة السياسية للصفقات العمومية.
75	المبحث الثالث: السوق السياسي المحلي في الجزائر.
76-75	المطلب الأول: مفهوم التسويق السياسي المحلي.
79-76	المطلب الثاني: الفواعل في السوق السياسي المحلي.
83-79	المطلب الثالث: الزبونية السياسية في السوق السياسي المحلي.
117-84	الفصل الثالث: الصفقات العمومية والسوق السياسي المحلي في ولاية البيض.
85	المبحث الأول: ولاية البيض.
88-86	المطلب الأول: التعريف بولاية البيض.
90-88	المطلب الثاني: ماهية مديرية الموارد المائية.

103-90	المطلب الثالث: تحديد وتنظيم قواعد مديرية الموارد المائية.
104	المبحث الثاني: إجراءات إبرام الصفقات العمومية
104-103	المطلب الأول: تحديد الحاجيات.
107-104	المطلب الثاني: المراحل التي تمر بها إبرام الصفقات العمومية
112-107	المطلب الثالث: الرقابة على الصفقات العمومية.
112	المبحث الثالث: تشخيص السوق السياسي المحلي.
-113 114	المطلب الأول: لمحة عن نتائج انتخابات 2012.
-114 116	المطلب الثاني: الرساميل السوق السياسي المحلي.
116	المطلب الثالث: علاقة الصفقات العمومية بالسوق السياسي المحلي.
120-119	خاتمة.
132-122	قائمة المصادر والمراجع.
141-134	الملاحق.
146-143	الفهرس.

تعتبر الصفقات العمومية آلية من آليات تدخل الدولة من أجل تغطية النفقات العامة تحقيق التنمية وتغطية الحاجات وفي نفس الوقت تتحول إلى وسيلة تبادل المنافع و المكاسب داخل الفضاء السياسي. حيث أن المرشح السياسي يلعب دور الوكيل الاجتماعي من خلال توظيفه للشبكة من العلاقات الشخصية و الشللية بهدف تدعيمه للوصول لمراكز القرار السياسي المحلي مقابل وعود بتقديم خدمات لاحقة من طرف المرشح إنها عملية تسليع الأصوات الانتخابية و استخدام الصفقات العمومية في إطار علاقات زبونية تحول السوق السياسي إلى فضاء لتبادل خيرات الدولة الرازقة.

Résume:

Les marchés publics constitue un outil privilégié dans l'intervention de l'état de part les dépenses publiques effectuées dans le cadre de l'action de développement et eu même temps devient l'objet d'échange de biens et services dans l'espace local ou le candidat use de relation personnels et de clients pour briguer un mandat et ou les marchés publics sont utilisés dans le cadre d'un processus politique qui se répartie les richesses de l'état providence.

