



حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي

مجموعة أعمال الملتقى الوطني الأول حول :
حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي
المنظم من قبل معهد العلوم القانونية والإدارية
بالمركز الجامعي بالوادي يومي: 07 و 08 جمادي
الأولى 1429 هـ الموافق لـ 13 و 14 أبريل 2008 م

حماية المستهلك
في ظل الانفتاح الاقتصادي



معهد العلوم القانونية والإدارية - المركز الجامعي بالوادي
حي النور - ص. ب : 789 الوادي 39000 الجزائر - تليفاكس : 032 21 71 03
Email : Bouhouth_d @ yahoo.fr

الآراء الواردة في المداخلات تعبر عن رأي كاتبها ، ولا تمثل بالضرورة
رأي اللجنة العلمية للملتقى

حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي

مجموعة أعمال الملتقى الوطني الأول :
حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي
المنظم من قبل معهد العلوم القانونية والإدارية
بالمركز الجامعي بالوادي يومي : 07 و 08 جمادى
الأولى 1429 هـ الموافق لـ 13 و 14 أفريل 2008 م .

الرئيس الشرفي للملتقى
د. عز الدين حفطاري

مدير الملتقى
أ. إبراهيم رحمانى

اللجنة العلمية

أ. د. أبو بكر لشهب (الرئيس)	أ. وردة بلجاني (عضو)
د. أحمد عماري (نائب الرئيس)	أ. حياة عبيد (عضو)
أ. بشير محمودي (عضو)	أ. عمار زعبي (مشارك)

معهد العلوم القانونية والإدارية - المركز الجامعي بالوادي
حي النور - ص. ب : 789 الوادي 39000 الجزائر - تليفاكس : 032 21 71 03
Email : Bouhouth_d @ yahoo.fr

إشكالية الملتقى

إن الانفتاح الاقتصادي الذي انخرطت الجزائر في مساراته المعقدة ، فرض عليها وضع وتسيير منظومة من الإصلاحات الهيكلية والمؤسسية ، كان القانون ولا يزال هو الأداة المفضلة لإنجاح تلك الإصلاحات. بيد أن هذا الانفتاح الاقتصادي لم يمر بردا وسلاما على المستهلك ، وإنما ترك آثاره البينة على سلامته وصحته ومصالحه المادية ؛ الأمر الذي دفع بالباحثين إلى تسليط الضوء على المنظومة القانونية التي تسيج المستهلك حاليا ، والنظر في مدى جدواها في تحقيق الحماية المرجوة من الأخطار الناتجة عن الانفتاح الاقتصادي الذي شرعت فيه الجزائر منذ مدة ليست بالبعيدة .

وتأتي أبحاث هذا الملتقى في إطار تلك الجهود البحثية الرامية إلى تقديم الحلول والمقترحات لأهم جوانب هذا الموضوع .

محاو الملتقى

المحور الأول : مفهوم حماية المستهلك في الفقه والتشريع
- حماية المستهلك في منظور التشريع الإسلامي .

- سلوك المستهلك من خلال علم النفس وعلم الاقتصاد .

المحور الثاني : وسائل حماية المستهلك

- الإجراءات المدنية ودورها في حماية المستهلك .

- الإجراءات الجنائية ودورها في حماية المستهلك .

- معايير الجودة والتقييس ودورهما في حماية المستهلك .

- وسائل حماية المستهلك من التسممات الغذائية .

المحور الثالث : دور المؤسسات الرسمية وغير الرسمية في حماية المستهلك

- دور الإدارة في حماية المستهلك .

- دور القضاء في حماية المستهلك .

- دور الجمعيات في حماية المستهلك .



الجلسة الافتتاحية

كلمة مدير الملتقى

الأستاذ / إبراهيم رحمانى
مدير معهد العلوم القانونية والإدارية

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

والصلاة والسلام على أشرف المرسلين سيدنا محمد وعلى آله وصحبه وسلم
وبعد ؛

السيد المحترم والي ولاية الوادي والوفد المرافق له ؛
السيد عميد المركز الجامعي بالوادي ؛
السادة النواب المحترمين ؛
السيد مثل الأسرة الثورية المحترم ؛
السادة الأساتذة الكرام ضيوف المركز الجامعي بالوادي ؛
السادة إدارات المركز الجامعي بالوادي ؛
السيدات والسادة الأساتذة الكرام ؛
أبنائي الطلبة وبناتي الطالبات ؛
أيها الحضور الكريم ؛

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته
سعداء نحن باستقبال هذا الجمع الكريم في هذه المناسبة العلمية
الطيبة ، والتي تصادف الذكرى العاشرة لتأسيس قسم العلوم القانونية
والإدارية بولاية الوادي .



إن موضوع هذا الملتقى (حماية المستهلك) يشغل بال قطاع اجتماعي واسع، بل إنه يمس الجميع بلا استثناء، حتى المنتج الذي يقابل المستهلك في العلاقة التعاقدية نجده من نواح أخرى مستهلكا . كما يتعدى الاهتمام بالبحث في الموضوع انشغالات رجال القانون والعدالة والإدارة ليمس فئات وفعاليات مختلفة من باحثين في العلوم التجارية، والفقه الإسلامي، وعلم النفس وعلوم التربية، وعلم الاجتماع، وكذا جمعيات المجتمع المدني . وبناء عليه تحتل حماية المستهلك مساحة واسعة من الاهتمام، تعكس إلى حد كبير حجم التحديات الراهنة التي تواجه مجتمعاتنا، بفعل الانفتاح الاقتصادي الواسع، والتدفق الإعلامي والمعلوماتي منقطع النظير .

إن المستهلك فعلا في أيامنا هذه في أمس الحاجة . أكثر من أي وقت مضى . للحماية مختلفة الجوانب والأوجه؛ منها ما يتعلق بسلامة بدنه، ومنها ما يوجه للأسرة والكيان الاجتماعي، ومنها ما يعالج المسائل المالية، ومنها أيضا ما يرتبط بالأمور الفكرية والمعنوية .

ولعل أول خطوة في تلك الحماية تنطلق من المستهلك نفسه الذي يتوجب عليه أن يحمي نفسه من نفسه أولا في ظل التهافت حول الاستهلاك دون مراعاة الاحتياجات والإمكانات المادية الملائمة، وذلك من خلال ترشيد الاستهلاك وعقلنة الإنفاق . ثم بعد ذلك يحمي نفسه مما حوله بحيث يكون سلوكه إيجابيا في تعامله مع شتى المقتنيات والاحتياجات ؛ فيدقق في مدى صلاحية أي سلعة من خلال البيانات والأسعار وتثقيف نفسه في هذا المجال سواء تعلق الأمر بالجوانب الصحية الوقائية، أو ارتبطت بالجوانب التجارية والاقتصادية .

ولقد اجتهد أهل القانون والسياسة منذ أمد ليس بالبعيد في ترسيم الحقوق الواجب مراعاتها والدفاع عنها لأجل المستهلك، والتي أهمها :

- حق الأمان .
- حق الإعلام .
- حق الاختيار .
- حق الاستماع .
- الحق في الحصول على سلع ذات جودة في التصميم ودقة في الأداء .



- الحق في دفع أثمان عادلة في مقابل السلع والخدمات .
- الحق في الحصول على الاحترام والمعاملة اللائقة من المؤسسات والمحترفين .
- الحق في كون السلع والخدمات خالية من أية آثار بيئية ضارة .
- الحق في كون السلع والخدمات لا تعارض مع عادات وتقاليد وقيم المجتمع .
- الحق في تقديم الشكاوى والطعون، والتي ترتبط بالسلع والخدمات التي يكتنيها المستهلك أو يستعملها .
- وفي هذا المضمار لم يكن التشريع الجزائري منعزلا عن الاهتمام العالمي بقضية حماية المستهلك ؛ فلقد قطع شوطا معتبرا في التكفل بمعالجة هذا الموضوع من خلال عدة تشريعات أهمها القانون رقم 89 . 02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك وأكثر من 30 مرسوم تنفيذي متعلق به .
- وأهم الحقوق المتضمنة :
- 1 . حق المستهلك في سلامته من المخاطر التي تمس صحته أو أمنه أو تضر بمصالحه المادية .
- 2 . حق المستهلك في توفر المنتج أو الخدمة على المقاييس والمواصفات القانونية والتنظيمية وإلزام المطابقة ولرغبته المشروعة في الاستهلاك .
- 3 . الاعتراف بحق المستهلك في الضمان القانوني للمنتج أو الخدمة وبحقه في تجربة المنتج .
- 4 . الاعتراف بحق المستهلك في التمثيل وحق التقاضي في إطار جمعيات المستهلكين .
- 5 . إقرار واجب تدخل الأجهزة المختصة عن طريق اتخاذ الإجراءات اللازمة لوقاية المستهلك، ووضع نظام لرقابة جودة المنتجات والخدمات .
- هذا، ولا زالت المنظومة القانونية في الموضوع في تطور مستمر ولعل مستقبل الأيام يسفر عن الجديد بما يضمن حسن التكفل بموضوع حماية المستهلك .
- ومن خلال هذه الجلسات العلمية للمتخصصين نأمل أن تتم مناقشة مختلف أبعاد موضوع الملتقى، والخروج بتوصيات ومقترحات تعود بالفائدة



على الجميع، كما نأمل أن تفتح تلك المناقشات آفاقا لموضوعات بحثية جديدة يمكن تسجيلها ضمن وحدات بحثية ومشاريع دراسات مستقبلية وندوات وملتقيات علمية .

لا أجد في اختتام هذه الكلمة إلا أن أجدد التحية والشكر للأساتذة الكرام الذين شرفونا وتكبدوا عناء السفر ومشقته من مختلف جهات وطننا العزيز جنوبا وشمالا، شرقا وغربا . ونسأل المولى عز وجل أن يبارك خطواتهم في سبيل العلم والمعرفة، وأن يحفظهم ويديم فضله عليهم . كما نتمنى لهم الإقامة الطيبة بين إخوانهم وأهليهم في مدينة وادي سوف . ولا يفوتني في هذا المقام توجيه جزيل الشكر وجميل العرفان للسيد عميد الجامعة الذي لم يدخر جهدا في توفير الدعم المادي والمعنوي لهذه التظاهرة العلمية، كما أشكر جميع الإخوة الأساتذة والموظفين الذين تفرغوا لخدمة الملتقى تحضيريا وتنظيما.

تمنياتنا الخالصة لأعمال الملتقى بالنجاح والتوفيق
والسلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته .



الكلمة الافتتاحية للمركز الجامعي

تقديم

د. عز الدين حفطاري
مدير المركز الجامعي بالوادي



بسم الله الرحمن الرحيم

السيد الوالي المحترم .
السادة النواب بالغرفتين .
السيد رئيس المجلس الشعبي الولائي .
السادة إدارات الولاية العسكرية والمدنية .
السادة إدارات المركز الجامعي بالوادي .
السادة الأساتذة الكرام .
السادة ممثلي التنظيمات المهنية الاجتماعية والجمعيات الطلابية .
السيدات والسادة ممثلي وسائل الإعلام .
السيدات والسادة الحضور .
أبنائي الطلبة والطالبات .

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

بادئ ذي بدء أصالة عن نفسي ، ونيابة عن الأسرة الجامعية للمركز
الجامعي بالوادي من أساتذة وموظفين وعمال وطلبة يشرفني أن أرحب
بالسادة الضيوف الكرام ضيوف المركز الجامعي بالوادي .
أيها الحضور الكرام .

إن قضية حماية المستهلك قضية تزدد إلحاحا يوما بعد يوم وذلك
كنتيجة لزيادة الانفتاح على كل أنحاء العالم في استيراد أغذيتنا . ونظرا
إلى النقلة النوعية التي شهدتها المنطقة خلال العقود الماضية والتي أدت إلى
تغيير كبير في الحياة الاجتماعية وما تضمنه من تغيير في العادات والأنماط



الاستهلاكية والتبادلات النوعية في الحصول على مصادر الغذاء وأساليب إعدادة وتقديمه لأفراد الأسرة والاعتماد في كثير من الحالات على الأغذية الجاهزة والوجبات السريعة وقد أصبح إنتاج الغذاء أو حفظه في أماكن بعيدة عن المستهلك من أهم التطورات الغذائية التي ظهرت في المجتمعات الحديثة . ومن حيث إن المستهلك في مثل هذه الظروف ليس لديه معلومات كافية عن كيفية تناول هذه الأغذية فإنه لا يمكنه معرفة ما إذا كان تناول هذه الأغذية مأمونا أم لا ، وبناء عليه فالمستهلك في حاجة للحماية من الأغذية غير المأمونة .

ونظرا للطفرة الكبيرة في مجال الصناعات الغذائية خلال السنوات الماضية فالأدوات التي كانت تستخدم في الماضي تغيرت تغيرا جذريا ، فعلى سبيل المثال حصل تغير ملحوظ في تصنيع اللحوم والدواجن ، فقد كانت هذه اللحوم تباع طازجة وفي نفس اليوم ، أما الآن فقد اختلف الوضع فاللحوم والدواجن تذبح وتصنع في أجهزة حديثة ذات تقنية عالية ، وتشحن إلى بلدان متفرقة وبعيدة في جميع أنحاء العالم لتصل إلى المستهلك . لهذا كان لابد من استخدام أحدث طرق الرقابة على الأغذية وذلك بهدف المحافظة على صحة المستهلك وحمايته من الغش والتضليل .

في يوم 15 مارس من عام 1962 تم الإعلان عن الحقوق الأربعة للمستهلك ، والذي اعتبر فيما بعد يوما عالميا لحقوق المستهلك ، وهي :

- حق كل فرد في العيش بأمان وسلامة .
- حقه في الحصول على المعلومات الصحيحة ومنها التعليم .
- حقه في أن يصنف إليه وتحترم آراؤه وأفكاره .
- حقه في الاختيار الطوعي للسلع والخدمات دون ضغوط أو عوامل تؤثر على هذا الاختيار .

ومضت سنوات على هذا التصريح إلى أن اعتمدت الجمعية العامة للأمم مبادئ وقواعد اشتملت أربعة حقوق إضافية كونت في مجموعها حقوق المستهلك العام في جميع أنحاء العالم وهي :



- حق المستهلك في الحصول على احتياجاته الرئيسية والتي تضمن له الحق الأدنى في حياة رغيدة ومنها بالطبع الغذاء والدواء والمأوى المناسب والتعليم ومحاربة الجهل والفقر والجوع والمرض .

- حقه في الحصول على تعويض جراء ضرر أو خسارة لم يكن له ذنب فيه ، ومنها التسوية والتعويض على الأضرار الناجمة عن الغش والتدليس والإعلانات المضللة والسلع الفاسدة .

- حق المستهلك في الحصول على أفضل السلع والخدمات ، والتثقيف واكتساب المهارات والتأهيل لفهم ومعرفة حقوقه وعدم التردد في المطالبة بها وإدراكه لمسؤولياته كمستهلك له حقوق وعليه واجبات .

- وأخيرا حقه في العيش في مناخ صحي وبيئة نظيفة تخلو من المخاطر التي تسبب الأمراض الصحية وبذلك لابد من محاربة التكنولوجيا الخطيرة التي تنفث سمومها في الأجواء مسببة الدمار ولو بعد حين بغية تحقيق الكسب المادي دون النظر إلى احترام الآخرين وحقوقهم .

إن سلامة الغذاء وحماية المستهلك ترتكز بشكل عام على ثلاثة محاور أساسية : الجهات الحكومية ، والجهات الخاصة (المصانع) والمستهلك .
♦ إن مسؤولية الجهات الحكومية المتمثلة في الأجهزة الرقابية تتمثل في النقاط التالية :

1 - التشريعات : إن من أهم المسؤوليات التي تقع على عاتق الجهات الحكومية المسؤولة هو وضع قوانين لحماية المستهلك من الأغذية غير المأمونة أو المنخفضة الجودة ، أو المغشوشة لجودة الأغذية وسلامتها .

وتمثل هذه التشريعات المراحل المختلفة لتداول الأغذية وهي كما يلي :

- مرحلة المواد الأولية .

- مرحلة التحضير والإعداد .

- مرحلة التصنيع .

- مرحلة التوزيع والتخزين والعرض .

2 - التفتيش ومراقبة الأغذية : يلعب التفتيش ومراقبة الأغذية دورا أساسيا ومهما في حماية المستهلك من الأغذية الفاسدة وممارسة الغش والتحايل .
إن ضمان فعالية الرقابة يشمل :



- مرحلة التحكم في الأغذية الداخلية من المنافذ .
- مرحلة التفتيش على المواد الأولية (المواد الزراعية والحيوانية) وتشمل الإنتاج الأولي للمواد الزراعية والمسالخ .
- مرحلة التفتيش في أماكن تصنيع وتحضير وبيع المواد الغذائية .
- مرحلة التخزين والتوزيع والعرض (الأسواق) .
- ♦ إن مسؤولية الجهات الخاصة تتمثل في الجهات التي تقوم بتداول الطعام في جميع مراحله بدءا من إنتاج المواد الزراعية والحيوانية وتصنيع وتحضير الطعام .
- ♦ يتمثل دور المستهلك في المسؤوليات التالية :
 - الوعي والتوعية وهي مسؤولية كبيرة لمعرفة أنواع السلع والمواد الغذائية ومصدرها وتركيبها وجودتها وذلك من خلال جميع الوسائل المرئية والمسموعة والمقروءة وذلك يشمل قراءة كافة البيانات الموجودة على المواد الغذائية .
 - اتباع الأساليب والممارسات الصحية السليمة أثناء تناول الأغذية في المنزل بما يشمل كيفية شراء الأغذية وتحضيرها ودرجات الحرارة المناسبة لحفظها .
 - التبليغ عن أي حالة غش أو تضليل أو فساد للمواد الغذائية وفي حالات التسمم الغذائي للجهات المختصة .
- وفي الأخير لا يسعني إلا أن أغتنم هذه الفرصة لأتقدم بجزيل الشكر والعرفان للسيد والي الولاية على دعمه للمركز الجامعي ماديا ومعنويا .
- كما أتقدم بجزيل الشكر لكل من ساهم معنا من قريب أو من بعيد في تنظيم وتنشيط هذه التظاهرة العلمية .
- وفقنا الله لما فيه خير وطننا العزيز، وخدمة الجامعة الجزائرية .
- والسلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته .



كلمة الافتتاح الرسمي لإشغال الملتقى

السيد / مصطفى لعياضي
والي ولاية الوادي



السيد مدير المركز الجامعي لولاية الوادي،
السادة أعضاء المجلس التنفيذي بالولاية،
السادة رؤساء المعاهد بالمركز الجامعي،
أيها الأساتذات الجليلات، أيها الأساتذة الأجلاء،
السادة رجال الإعلام،
أيها السيدات، أيها السادة الأكارم،
ضيوفنا الأفاضل، طلبتنا الأعزاء،
أيها الجمع الكريم من شتى ربوع الوطن الغالي،
أهلا و سهلا بكم في مدينة الألف قبة و قبة،

إنه لمن دواعي السرور والفرح أن نلتقي بكم في مكان هو من أقدس
الأماكن وأعظمها، في الجامعة حيث ينهل الإنسان العلم والمعرفة فيرتقي في
الحياة ويتحكم في شؤونها و يوجهها لخدمة أهدافه .

ولا غرابة أن كانت الجامعة ولا زالت منبع العلم ومصدر المعرفة الأوفر،
لما تكتنزه من أساتذة مقتدرين، وما تحويه من مراجع علمية قيّمة .

كما أنه من دواعي الفبطة أن تفتح الجامعة أبوابها لكي تناقش مسألة
هي من أعقد المسائل في الوقت الحالي، وقضية تعدّ من القضايا الشائكة
اليوم ألا وهي قضية حماية المستهلك .

لا يخفى على جمعكم الكريم، مدى الأهمية التي يحظى بها المستهلك
لدى السلطات العمومية، إذ يعدّ من الموضوعات ذات الأولوية القصوى في
السياسة العامة للبلاد .



وتجلّت هذه الأهمية في الإصلاحات العميقة التي باشرت الجزائر منذ عشرين من الزمن في هذا الميدان، شملت العديد من المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وفتحت لأجل ذلك الكثير من الورشات لإصلاح المنظومة القانونية التي تسيّر الفضاء الاقتصادي في الجزائر، كلّ ذلك تمّ بعناية مباشرة من أعلى الهيئات الرسمية في الجزائر وبإلهام وتوجيهات من فخامة رئيس الجمهورية السيد عبد العزيز بوتفليقة .

ولقد تكلّل جهد السلطات العمومية في إصدار القانون 02/89 المؤرخ في 1989/02/07 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك والذي حدّد الخطوط العريضة وأطرّ عملية حماية المستهلك، وجاء بالعديد من الإجراءات التي كفلت حماية بمستوى معين .

ولم يقف الأمر عند هذا الحدّ بل تلت هذا القانون المهمّ العديد من المراسيم التنظيمية المكّلة له، كالمرسوم 39/90 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ومرسوم ضمان المنتجات والخدمات وسم السلع الغذائية وكذا السلع غير الغذائية، وكذا القانون 02/04 المتعلق بالقواعد العامة المطبّقة على النشاطات التجارية، والعديد من المراسيم والقرارات الوزارية المشتركة .

أيّتها السيدات الفضليات، أيها السادة الأفاضل، إنّ هذا الكمّ الكبير من التشريع يدلّ على مقدار العناية التي أولتها الدولة للمستهلك، ثمّ إنّ هذه الأهمية ازدادت بعد أن أصبحت مظاهر انتهاكات حقوق المستهلك متكرّرة و طاغية على السوق الجزائرية، وأصبح من السهل على أي شخص أن يلحظ المعاناة الدائمة لعموم المستهلكين من شتى الممارسات القانونية واللا قيمية لبعض المتعاملين الاقتصاديين ولا أقول كلهم .

إنّ هذا الوضع المزري حتم على الدولة التكفّل التام بهذه الوضعية ومراجعة سياساتها العامة في هذا المجال، فرأت ضرورة الانفتاح على كافة الشركاء الاجتماعيين في ميدان الحماية لعلّ ولعسى هذا التوجّه يؤتي ثماره عاجلا أو آجلا، فشجّعت لأجل ذلك تأسيس جمعيات حماية المستهلك ودعمت أنشطتها ماديا، ورافقتها في سياق تحقيق أهداف الحماية .



كما أنها، أي الدولة، شجعت المتعاملين الاقتصاديين على تأسيس تجمّعات تحفظ حقوقهم، ومنتديات عدّة للالتقاء والتشاور كالمنظمات المهنية وغرفة التجارة والصناعة تكون فضاء لتبادل الخبرات والاطّلاع على آخر المستجدات التشريعية وتنسيق حلقة التشاور بينهم وبين السلطات العمومية وتيسير سبل التّواصل ومن ثمّ تحقيق أكبر قدر ممكن من الحماية المطلوبة .

أيتها السيدات الفضليات، أيها السادة الأفاضل، لم تكتف الدولة بهذه المعطيات، بل تحرّكت في اتجاه استحداث أجهزة إدارية رسمية وعلى رأسها مديرية التجارة التي أوكلت لها مهمة الاضطلاع برقابة الأنشطة التجارية وضبط المخالفات، وتدوين محاضر وإرسالها إلى وكلاء الجمهورية لمتابعة الإجراءات ومعاقبة الجناة .

كما أنشأت العديد من الهيئات المتخصصة مكلفة بمهام محدّدة مكّلة لدور السلطات الإدارية كالمخابر، هيئات المطابقة والتقييس وغيرها، وكان الغرض من ذلك تحصين المستهلك من الأضرار المحتملة قبل وصول المنتجات إليه، وكان لهذه الإجراءات بالتأكيد دور كبير وفعال في تحقيق حماية المستهلك .

ثم إنّ السلطات العمومية، وضعت في أيدي الولاية ممثّلة في شخص الوالي وكذا رؤساء المجالس الشعبية البلدية العديد من الصلاحيات التي يساهمون بها في حماية المستهلك ويكمّلون دور غيرهم من الهيئات، مثل إجراء الغلق الإداري وسحب الرخص والاعتمادات وطلب الإيقاف المؤقت للنشاط... الخ من التدابير القانونية .

هذا من ناحية الحماية الإدارية، غير أنّ الدولة لم تكتف بإقرار هذه الهيئات بهذه الصلاحيات، بل أوجبت على التجار العديد من الإجراءات القانونية حماية للمستهلك، كالوسم ونظافة المنتج وإعلام المستهلك بجميع مميزاته وخصائصه، وتقديم الفاتورة بوصفها وثيقة تثبت التعامل وطلب الرّخصة في الأنشطة المقننة من الهيئات المعنية، وغيرها من الإجراءات التي لا حصر لها ولا يسع المقام في هذه الكلمة المختصرة لسردها جميعا .



أيتها السيدات، أيها السادة، إنّ المبادرة بتنظيم هذا الملتقى الوطني حول حماية المستهلك بالذات لحي مبادرة تستحق كل الثناء والتشجيع والدعم من قبلنا، ومنتظر من الملتقى أن يناقش المنظومة التشريعية التي تحمي المستهلك ويسبر أغوارها، فما فيها من إيجابيات فليبيّنه وما فيها من سلبيات كذلك فليظهره، حتى يمكن معالجة النقائص الموجودة في هذه المنظومة القانونية، وتصحيح الأوضاع الخاطئة .

نريد من هذا الملتقى تقييما موضوعيا للجهود المبذولة، وتشريحا دقيقا للواقع و نقله كما هو، وتقديم البدائل والحلول الممكنة، لتدارك النقائص والاختلالات التي نعتقد بأنها موجودة، إذ لا يخلو عمل من نقصان.

ولا شكّ والحال هذه أنّ حضوركم النوعي، بوجود نخبة متميزة من الأساتذة والكفاءات العلمية سيسمح بتسليط الضوء على هذا الموضوع الهام، وتحليل محتواه، بما يمكننا من تقديم الاقتراحات والتوصيات البناءة التي تصوب الخطأ، وتوجه إلى العمل السليم والصحيح، وتفتح آفاق واعدة لبناء منظومة تشريعية متكاملة تسهم في تحقيق حماية المستهلك ومن ثمّ تحقيق آمال وطموحات شعبنا .

أتمنى لأشغالكم وأعمالكم السداد والتوفيق، وأعلن رسميا عن افتتاح هذا الملتقى الوطني الأول حول حماية المستهلك ... والسلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته .



الجلسة الأولى

رئيس الجلسة
أ. د. محمد خالد اسطنبولي
جامعة أدرار

المدخلات الأولى :
حماية حق المستهلك في الإعلام
ل : د. سالم بوفليح
كلية الحقوق - جامعة المسيلة

المدخلات الثانية :
المستهلك والمهني ، مفهوم متباينان
ل : أ. ليندة عبد الله
كلية الحقوق - جامعة جيجل

المدخلات الثالثة:
رقابة الجودة ودورها في حماية المستهلك
ل : أ. د. سالم محمد براق ، د. مريزق عدمان و د. يحيات مليكة
المدرسة العليا للتجارة - الجزائر

المدخلات الرابعة :
دور السلطات العمومية
في حماية القدرة الشرائية للمستهلك
ل : أ. كريم قش
مدير التجارة لولاية الوادي

المدخلات الخامسة :
أسلوب التروي - الاندفاع المعرفي كأحد محددات
السلوك الاستهلاكي للفرد
ل : أ. مشري سلاف
قسم علم النفس - المركز الجامعي بالوادي



حماية حق المستهلك في الإعلام

مداخلة من تقديم
د. سالم بوفليح
كلية الحقوق - جامعة المسيلة



ملخص

إن المشرع الجزائري اختار منهج السوق الحرة ففتح باب المنافسة لاستقطاب العديد من الأعوان الاقتصاديين ، وتحقيق الرفاهية للمستهلك الذي أقر له حق حرية الإعلام في السوق ، دون الخوف من جشع الأعوان الاقتصاديين ، غير أن هذا الحق قد يؤدي بالأعوان الاقتصاديين إلى استعمال إعلام مزيف أو إعلام غير نظيف لإغراء المستهلك ودفعه لأن يكون آلة في يد الأعوان الاقتصاديين . لهذا تدخل المشرع لفرض الحماية التي تختلف طبيعتها من حماية جنائية إلى حماية مدنية ؛ وعليه فإن المداخلة تنصب حول تحديد الحق في الحماية من الإعلام ، وعلى رأسه الإعلام المزيف والمضلل . وأخيرا آليات وميكانيزمات مواجهة هذا الإعلام الذي يضر بمصلحة المستهلك . (*)

(*) لم يقدم المحاضر النص الكامل للبحث مكتوبا .



المستهلك والمهني، مفهومان متباينان

مداخلة من تقديم
أ/ ليندة عبد الله
كلية الحقوق . جامعة جيجل . الجزائر



المقدمة

نظرا للتحويلات الاقتصادية والاجتماعية التي ازدادت حدتها منذ بداية القرن العشرين، الذي تميز بدوره بثورة في إنتاج السلع والخدمات، تطورت الحياة الاجتماعية للأفراد.

بيد أن هذه التطورات الحاصلة على المستوى الاقتصادي والاجتماعي أثرت بشكل كبير على العلاقة القانونية التي تجمع المستهلك بالمهني أو المنتج أو الموزع، باعتبار هؤلاء مقدمي سلعة أو خدمة معينة للمستهلك، بحيث أصبحت عقود الاستهلاك مجالا رحبا لاستغلال المهنيين لوضعيتهم المتميزة للمستهلكين وذلك من خلال الشروط المدرجة في عقودهم والتي تغلب بشكل غير معقول مصالح المهنيين على حساب مصالح المستهلكين. يتمثل الأساس القانوني لحماية المستهلك في ضعف مركزه القانوني باعتباره الطرف الضعيف تقنيا واقتصاديا في علاقته مع المهني المحترف، الذي يملك القدرة المالية غير المحدودة.

وطالما أن العلاقة التي تنشأ بين المستهلك والمهني تفرضها مقتضيات الحياة الاجتماعية والاقتصادية القائمة، فلا بد من البحث عن القواعد والنظم القانونية الكفيلة بتوفير الحماية التي يحتاجها المستهلك بهدف ضبط التوازن العقدي بين طرفي العقد، وتحقيق التوافق بين المصالح المتعددة، وصولا لازدهار المجتمع وهذا الأمر لن يتحقق إلا من خلال فرض التوازن بين المطالب المتناقضة.



غير أن هذا الموضوع يقتضي أولاً تحديد المفاهيم بدقة ، ونقصد هنا مفهوم المستهلك الذي لم يحض باهتمام فقهاء القانون إلا بداية النصف الثاني من القرن العشرين ، إذ كان استعمال هذا المصطلح محصوراً لدى رجال الاقتصاد.

لذلك يكون الهدف من هذه المداخلة هو محاولة الإجابة عن الإشكالية التي من خلالها نتساءل عن مفهوم المستهلك ، وما إذا كان المهني يدخل في فئة المستهلكين عندما يقوم بإبرام عقود الاستهلاك خارج نطاق تخصصه المهني ، خاصة وأن هذه العقود قد تخدم مهنته أو عمله بشكل مباشر أو غير مباشر.

المبحث الأول مفهوم المستهلك

أصبح المستهلك خلال العشريتين الأخيرة موضع اهتمام الفقه القانوني والقضاء ، في محاولة البحث عن الحماية الضرورية له ، ولكن رغم ذلك يبقى "المستهلك" من المفاهيم المهمة جداً التي عادة ما لا تحظى بتعريف دقيق ، وهذا ما ينبغي تحديده من خلال وجهة نظر الفقه والقضاء ، والتشريع إن كان لتعريف المستهلك نصيب في النصوص القانونية المرصودة لحماية المستهلك.

المطلب الأول : موقف الفقه والقضاء من مفهوم المستهلك .

لقد كان المستهلك محل اختلاف فقهي وقضائي ، فتباينت تفسيرات كل واحد منهما بصدد ضبط فكرة مفهوم المستهلك ، فما هو موقف الفقه والقضاء من هذه الفكرة ؟

الفرع الأول : موقف الفقه من مفهوم المستهلك .

انقسم الفقه إزاء موضوع تحديد تعريف المستهلك إلى اتجاهين اثنين ، بين الإطلاق والتقييد على النحو التالي.

أولاً : الاتجاه المضيق لمفهوم المستهلك.

تذهب غالبية الفقه الفرنسي إلى تأييد هذا الاتجاه المضيق لمفهوم المستهلك ، فالمستفيد من أحكام القوانين المتعلقة بحماية المستهلك هو كل شخص يقتني أو يستعمل مالا أو خدمة لتحقيق هدف شخصي أو عائلي ،



سواء تعلق الأمر باقتناء المنقولات أو العقارات، دون أن يكون لهذا الاقتناء أي هدف مهني.¹

وترى هذه الغالبية من الفقه، بأن هذا التعريف المقدم لمفهوم المستهلك هو أضيق التعريفات وأفضلها لأنه يقصره على الشخص الذي يتعاقد بهدف إشباع حاجاته الشخصية له أو لأحد أفراد عائلته، وبهذا الشكل سيمنع هذا التعريف فئة التجار والمهنيين الذين يتعاقدون لأغراض تجارية أو مهنية من التمتع بالحماية التي يكفلها القانون للمستهلك.²

فيعد مستهلكا وفقا لهذا الاتجاه الذي تؤيده لجنة الشروط التعسفية في فرنسا ذلك الشخص الذي لأجل احتياجاته الشخصية غير المهنية، يصبح طرفا في عقد للتزود بالسلع التي يستخدمها لإشباع حاجاته الخاصة وحاجات من يعولهم، من أشخاص، والخدمات التي يستفيد منها،³ أي إنه ذلك الشخص الذي يحصل أو يستعمل أموالا أو خدمات لغرض غير مهني.⁴ بناء على ما تقدم، لا يعتبر مستهلكا من يتعاقد لأغراض مهنية،⁵ كما يستبعد من هذا التعريف ولا تنطبق عليه صفة المستهلك من يقتني منتوجا أو خدمة لغرض مزدوج، بمعنى أن يقتني السلعة أو الخدمة لغرض مهني وآخر غير مهني في نفس الوقت، مثل أن يقتني وكيل عقاري سيارة يستعملها في تنقلاته الخاصة مع عائلته إلى جانب استعمالها في جولاته المهنية، وفي هذه الحالة تطبق قاعدة "الفرع يتبع الأصل".

وقد وصل التشدد في تضيق مفهوم المستهلك حسب بعض الفقه إلى استبعاد صفة المستهلك حتى عن الشخص الذي يتصرف لأغراض مهنية بشكل جزئي، وعن المهني الذي يتصرف لغرض مهني حتى ولو كان تصرفه خارج مجال اختصاصاته المهنية، على أساس أن هذا الأخير يكون أقل جهلا من المستهلك الذي يتصرف لأغراضه الشخصية إذا ما واجه أحدهما مهنيا محترفا أثناء تعاقدتهما معه، مما يجعل المستهلك أكثر حاجة للدفاع عنه.⁶

فإذا وجد المهني الذي يقوم بعمل من أعمال مهنته، وكان هذا العمل أو التصرف خارج حدود درايته ومؤهلاته المهنية، حسب هذا الاتجاه الذي أخذت به لجنة تنقيح قانون الاستهلاك الفرنسي، في وضعية أضعف مقارنة مع



الطرف الآخر المتعاقد معه، فلا بد من حمايته بقواعد خاصة بدلا من قواعد حماية المستهلك.⁷

وتجدر الإشارة إلى أن المفهوم الضيق يماثل مفهوم المستهلك اقتصاديا، أين يمثل المستهلك الحلقة الأخيرة في الدورة الاقتصادية تجسيدا لفكرة الاستهلاك النهائي.⁸

إن من إيجابيات هذا الاتجاه المضيق لمفهوم المستهلك، أنه يساعد على تحقيق الأمن القانوني المنشود للمستهلك والذي لا يتحقق في ظل تبني مفهوم موسع لصفة المستهلك.

ولكن ما يؤخذ على التعاريف المعروضة أعلاه، أنها تضيق كثيرا من مفهوم المستهلك، حيث نجدها تحصر هذا الأخير في طائفة الأشخاص الطبيعيين فقط، مما يجعلنا نتساءل عن الأشخاص المعنوية وعن سبب إقصائها من طائفة المستهلكين، أضف إلى ذلك أن هذه التعاريف تعتبر المستهلك مجرد شخص لا هم له سوى إشباع حاجاته الشخصية وحاجات أسرته من مأكّل ومشرب وملبس، في حين أن للشخص الطبيعي اهتمامات وأنشطة لا تدخل في عمليات الإشباع المادي بالمعنى الضيق، إلا أنها رغم ذلك تعتبر لازمة لحياته، مثل عقد إيجار المسكن وعقد نقل الأشخاص، وعقد القرض،... الخ.⁹

ثانيا: الاتجاه الموسع لمفهوم المستهلك.

وفقا لهذا الاتجاه، يعد مستهلكا كل شخص يتعاقد بغرض الاستهلاك،¹⁰ سواء لاستخداماته الشخصية أو لاستعمالاته المهنية.¹¹

ما يلاحظ على هذا التعريف أنه بقدر ما جاء مختصرا ومحدود العبارات، بقدر اتساعه ليشمل فئات أخرى من المتعاقدين الذين يمكن أن نطلق عليهم وصف المستهلكين، والتي استبعدت من نطاق الحماية بالقواعد المقررة لحماية المستهلك استنادا إلى الاتجاه المضيق لمفهوم المستهلك.

فالمستهلك حسب هذا الاتجاه هو كل من يقوم باستعمال أو استخدام مال أو خدمة، فمن يشتري سيارة لاستعماله الشخصي أو المهني يعتبر مستهلكا طالما أن السيارة تستهلك في الحاليتين.¹²



إن التوسع في تحديد مفهوم المستهلك على النحو المذكور أعلاه من شأنه أن يوسع، كما ذكرنا أعلاه دائرة الأشخاص الذين يمكنهم الاستفادة من القواعد الحمائية للمستهلك، ويتعلق الأمر ب:

المهني الذي يتعاقد خارج إطار تخصصه:

قد يتصرف الشخص للحصول على أشياء أو خدمات لأغراض حرفته، ولكنه يتصرف خارج مؤهلاته المهنية لأجل تحقيق ذلك، فهذا الشخص يعد في هذه الحالة من الجاهلين ويمكن أن يواجه محترفا يتعاقد معه فيكون في كفة أدنى تماما من المحترف، مما يجعله في وضعية مشابهة لوضعية المستهلك الذي يتصرف بدافع إشباع حاجاته الشخصية والعائلية.¹³ باعتبار أن هذا المهني يكون عديم الخبرة في هذا الفرض.

ويأتي الفقه المساند لهذه الفكرة بأمثلة عن هذه الحالة، وأشهرها، الطبيب الذي يقتني المعدات الطبية والتاجر الذي يشتري نظام الإنذار لمحله التجاري، والمحامي الذي يشتري جهاز الإعلام الآلي لمكتبه لحاجاته المهنية.

أفلا تكون هذه الفئة من المهنيين المتعاقدين خارج إطار تخصصهم في حاجة للاحتماء بالقواعد المقررة لحماية المستهلك، طالما أنهم سيتعاقدون مع مهنيين متخصصين يقدمون لهم الخدمة أو السلعة المطلوبة؟ لأن من يتعاقد خارج نطاق تخصصه المهني يكون في موقف التعامل الجاهل بمقتضيات التعاقد على مثل هذه الأعمال،¹⁴ لذلك يعد جديرا بالحماية القانونية ضد إساءة استعمال الطرف القوي المتعاقد معه لقوته الاقتصادية بحيث ينجح بها إلى التعسف والتعدي على حقوق الطرف الضعيف الذي يكون في حالة عدم توازن عقدي مع المتعاقد الآخر.¹⁵

إن هذا الاتجاه يأخذ بمعيار التخصص أو الخبرة، وهو بهذه الطريقة يوسع من نطاق الحماية القانونية التي قررها قانون الاستهلاك، لتشمل المهنيين الذين لا خبرة لهم في العقود التي يكونون أطرافا فيها مع مهنيين متخصصين، وبالتالي يكونون أهلا لاكتساب صفة المستهلكين.

غير أنه يؤخذ على هذا الاتجاه المآخذ التالية:

- أنه يجعل حدود قانون الاستهلاك غير دقيقة لمعرفة ما إذا كان المهني يعمل في إطار تخصصه أم لا حتى نحدد القانون الواجب التطبيق عليهم،



فالحقيقة عكس ذلك، إذ يجب على المتعاقدين معرفة القانون الذين سيخضعون له مسبقا، وبهذا يكون المفهوم الضيق أكثر دقة.
- أنه إذا كان هؤلاء المهنيين الذين يتعاقدون خارج نطاق تخصصهم في وضعية ضعف، فإنهم لن يحتاجوا لقواعد حماية المستهلك مادام أنه توجد قواعد خاصة بهم لحمايتهم.¹⁶ وهذه النقطة هي من إيجابيات المفهوم المضيق للمستهلك.

الفرع الثاني: موقف القضاء الفرنسي من مفهوم المستهلك.
لم يتوقف الخلاف الفقهي حول مفهوم المستهلك عند هذا الحد، بل تحول إلى جدل قضائي، خاصة بعد ظهور مصطلح جديد هو مصطلح "غير المهني"، إثر صدور القانون رقم 78 . 23 الصادر في 10 جانفي 1978 المتعلق بالشروط التعسفية، الذي نص في المادة 35 منه على أن "... نصوص هذا القانون تتعلق فقط بالعقود المبرمة بين المحترفين وغير المحترفين أو المستهلكين".¹⁷

ما يلاحظ على هذا النص، أنه جمع بين المهني من جهة وبين غير المهني أو المستهلك من جهة أخرى لذلك يثور التساؤل حول عبارة "غير المهني" وعلاقتها بمفهوم المستهلك، وهل أنهما يعبران عن نفس المعنى وبالتالي فالأمر مجرد تكرار غير ضروري للعبارات، أم أن أحدهما يختلف عن الآخر؟¹⁸
من هو غير المهني؟

لقد اعترف بعض الفقه بصعوبة تحديد فكرة غير المهني، وذهب البعض الآخر إلى القول بأن غير المهني هو نفسه المستهلك.¹⁹

غير أن محكمة النقض الفرنسية، وفي قرار حديث لها صدر في 15 مارس 2005، اعتبرت أن مفهوم غير المهني يختلف تماما عن مفهوم المستهلك، وذلك بغرض تبرير مبدأ تطبيق القانون المتعلق بالشروط التعسفية على الأشخاص المعنوية،²⁰ وهذا القرار قد جاء مؤيدا لرأي فقهي يعارض اعتبار غير المهني كالمستهلك، بمعنى أن المهني الذي يتعاقد لغرض غير داخل في اختصاصاته المهنية لا يعد مستهلكا، رغم أنه يجهل عيوب المنتج الذي تعاقد عليه ورغم أنه يمكن أن يكون طرفا ضعيفا بالنسبة للطرف الآخر في العقد، طالما أنه لم يتعاقد بقصد الاستهلاك الشخصي.²¹



وبهذا تبقى فكرة غير المهني غير محدودة ومرنة ، فتارة اعتبرت مرادفة لفكرة المستهلك ، وتارة أخرى اعتبرت مختلفة تماما عنها .

أما بالنسبة للمهنيين الذين يتصرفون خارج نطاق تخصصاتهم ومؤهلاتهم المهنية لأغراض مهنية ، فقد قررت الغرفة المدنية الأولى لمحكمة النقض الفرنسية في 28 أبريل 1987 ، قبول مد تطبيق النصوص الحماية ضد الشروط التعسفية إلى شركة تمارس نشاطها كوكالة عقارية ، بمناسبة إنشاء نظام الإنذار في الأماكن التي تؤجرها وفق نشاطها التأجيري المهني ،²² بهدف حماية هذه الفئة اعتمادا على معيار التخصص المهني.²³

بهذا القرار إذن ، نجد أن القضاء الفرنسي قد وضع المستهلك والمهني الذي يتصرف خارج إطار اختصاصاته المهنية أثناء ممارسة مهنته في كفة واحدة ،²⁴ على أساس أن الأخير في نفس حالة الجهل التي يتصف بها أي مستهلك عادي وتجب إفادته بالأحكام الحماية ،²⁵ فقصده حمايته من الشرط التعسفي الوارد في عقد الشراء ، والذي يقرر عدم أحقيته في التعويض عن الضرر أو فسخ العقد عند ظهور بعض الإزعاجات التي قد يسببها عمل الجهاز بطريقة غير صحيحة ، اعتبرت المحكمة هذه الشركة من المستهلكين على أساس أنها ليست على دراية بالتقنية الخاصة جدا لجهاز الإنذار.²⁶ فبهذا القرار ، نجد أن القضاء الفرنسي قد كرس مفهوما جديدا للمستهلك هو مفهوم المحترف المستهلك ، La notion de professionnel consommateur.²⁷

وقد أكدت محكمة النقض الفرنسية تمسكها بمعيار الاختصاص المهني في أكثر من مناسبة ، منها البيوع التي تتم في موطن المشتري ، وفي حالة المزارع الذي يشتري مطفأة للحريق.²⁸ ولكن هناك اتجاه قضائي آخر يخالف الاتجاه المذكور أعلاه ، بحيث قرر عدم إمكانية استفادة الشخص الذي يتصرف بدافع سد حاجات مهنته وخارج إطار تخصصه المهني ، من قواعد حماية المستهلك ، وبذلك يكون قد اعتمد المفهوم الضيق للمستهلك.²⁹

غير أن الوضع لم يبق على حاله في سنة 1995 ، بل حسم الأمر في فرنسا حين أصدرت الغرفة المدنية الأولى لمحكمة النقض الفرنسية حكما قضائيا



يأخذ في عين الاعتبار تصرف الاستهلاك بدل صفة المستهلك، حيث أصبحت تستبعد العمليات التي تكون لها "علاقة مباشرة" مع النشاط المهني،³⁰ بمعنى أن كل شخص يبرم عقدا لحاجاته المهنية ويكون ذا "علاقة قريبة ومباشرة" بمهنته وحاجاتها، يخرج عن نطاق تطبيق قواعد حماية المستهلك، ويخضع وجود هذه "العلاقة القريبة والمباشرة" لتقدير قاضي الموضوع،³¹ فاستنادا إلى هذا المعيار الذي طبقته على الشروط التعسفية والقرض الاستهلاكي، يجعل المهني بعيدا من أن يكون محل حماية من القواعد المقررة لحماية المستهلك.³²

المطلب الثاني : التعريف التشريعي للمستهلك .

ليس من عادة المشرع، بل ليس من وظيفته أن يقدم تعريفات قانونية، لأن عملية وضع تعريف معين يعتبر عملا فنيا صعبا وهو بذلك من عمل الفقهاء، ولكن هذه المرة يبدو أن المشرع الجزائري قد خالف القاعدة وقدم تعريفا تشريعا للمستهلك، فما هو موقف المشرع الجزائري في تعريف المستهلك، وما هي العناصر التي يمكن استخلاصها لاعتبار الشخص مستهلكا؟

الفرع الأول : تعريف المشرع الجزائري للمستهلك .

من خلال تصفح نصوص قانون رقم 89 . 02،³³ يتبادر إلى الذهن من أول وهلة أن المشرع الجزائري قد اقتفى أثر أغلب التشريعات المقارنة وفضل إسناد مهمة تحديد مفهوم المستهلك للفقهاء، لكن نص المادة 06 من هذا القانون يبين أن الأمر غير كذلك، لأنه قد أحالنا إلى التنظيم الذي من خلاله تحدد مفاهيم المصطلحات الواردة في هذا القانون، ومن بينها مصطلح "المستهلك".

فاستنادا إلى المادة 02 من مرسوم تنفيذي رقم 90 . 39،³⁴ فإن المستهلك هو كل شخص يقتني بثمن أو مجانا منتوجا أو خدمة معدين للاستهلاك الوسيط أو النهائي لسد حاجاته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به.

الفرع الثاني : عناصر التعريف

يستفاد من خلال تعريف المستهلك المذكور أعلاه أنه، ينبغي أن تتوفر جملة من العناصر حتى يمكن إضفاء صفة المستهلك على الشخص، وهذه العناصر هي :

أولا: أن يكون من الأشخاص الذين يقتنون أو يستعملون المنتجات أو الخدمات.



من خلال التعريف المقدم في مرسوم تنفيذي رقم 90 . 39 نجد أن المشرع الجزائري قد اعتبر المستهلك شخصا طبيعيا طالما أن الغرض من الاستهلاك هو سد حاجات شخصية تعتبر في الأصل حاجات الشخص الطبيعي، وبذلك يكون المشرع الجزائري قد أقصى الشخص المعنوي من إمكانية أن يعتبر مستهلكا.

قد يكون هذا الأمر مفهوما ومقبولا إذا تعلق الأمر بصحة الأفراد أو بأمنهم،³⁵ وكذلك الحال في مجال السعي التجاري والائتمان الاستهلاكي والشروط التعسفية،³⁶ غير أنه هناك أشخاص معنوية من القانون الخاص كالجمعيات ذات الأهداف غير المهنية والتي لا تهدف إلى تحقيق الربح، ونقابات الملاك المشتركين les syndicats de copropriétaires، الذين عادة ما تكون تصرفاتهم مماثلة لتصرفات الأشخاص الطبيعيين والذين - أي الأشخاص المعنويين - لا يكونون دائما متفوقين اقتصاديا مقارنة مع مستهلكين عاديين، عند تعاقدهم مع مهنيين محترفين،³⁷ فيكونون بالتالي في حاجة لأن تشملهم الحماية المقررة للأشخاص الطبيعيين المستهلكين. يبدو أن المشرع الجزائري قد تدارك الأمر حين عرف المستهلك مرة أخرى في قانون رقم 04 . 02³⁸ على أنه "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني".

ثانيا: محل الاستهلاك.

لقد قدم المشرع الجزائري تعريفا للمنتوج بأنه "كل شيء منقول مادي يمكن أن يكون موضوع معاملات تجارية".³⁹ من خلال هذا التعريف نلاحظ أن كل الأموال المنقولة يمكن أن تكون محلا للاستهلاك إذا تم اقتناؤها أو استعمالها لغرض غير مهني، مما يدل على مدى اتساع نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك من حيث الموضوع. ولا يهم إن كانت تتدثر من أول استعمال لها كالأغذية والأدوية، أو يدوم استهلاكها لفترة طويلة كالسيارات والأجهزة المنزلية،⁴⁰ على أن المساكن والمباني التي يشتريها المستهلك ويستأجرها فيرى البعض أنه لا يكون الشخص مستهلكا في هذه الحالة، وبالتالي في غير حاجة للحماية في مواجهة



الشروط التعسفية، إلا إذا تعاقد هذا المشتري أو المستأجر للمسكن مع مهني محترف ومتخصص يتفوق على المستهلك العادي.⁴¹

غير أننا نؤيد الاتجاه الفقهي الذي يعتبر التعاقد مع صاحب المبنى أو المسكن من أجل شرائه أو استئجاره، مستهلكا سواء أكان صاحب المسكن مهنيا محترفا أو غير محترف، وذلك بسبب ما للمسكن من أهمية بالغة في حياة الفرد، لذلك يكون جديرا بالحماية من الشروط التعسفية،⁴² لأن الشخص المحتاج للمسكن يكون الطرف الضعيف في العقد في الحالتين. وإلى جانب المنتج، يشمل الاستهلاك أداء الخدمات، وقد قدم المشرع الجزائري تعريفا للخدمة بأنها "كل مجهود يقدم ماعدا تسليم منتج ولو كان هذا التسليم ملحقا بالمجهود المقدم أو دعما له".⁴³

ويتعلق الأمر هنا بكل أداء يمكن تقويمه بالنقود سواء أكان أداء ماديا كإصلاح السيارات، أو معنويا أو فكريا كالاستشارات القانونية، مع استثناء عملية تسليم المنتج من مفهوم الخدمة والتي تعتبر من الالتزامات التي تقع على عاتق البائع في عقد البيع.⁴⁴

ويجب أن تكون هذه السلع والخدمات - حسب التعريف المقدم للمستهلك - معدة للاستعمال الوسيط أو النهائي، حسب ما ورد في النص التشريعي، وما تجدر ملاحظته في هذا الصدد أن المشرع الجزائري في الوقت الذي تخلف عن إيراد عبارة "يستعمل" في معرض تعريف المستهلك، عاد مرة أخرى في الفقرة نفسها وأشار إلى أن تكون هذه السلع معدة "للاستعمال" الوسيط والنهائي، وهذا تناقض وقع فيه المشرع الجزائري.

فبالنسبة لمصطلح "النهائي" فالأمر واضح، طالما أن المستهلك الأخير هو من يستعمل هذه المنتجات لسد حاجاته الشخصية أو العائلية، أما بالنسبة لعبارة "الاستهلاك الوسيط" فإننا نتساءل عن المستهلك الوسيط ومن يكون؟ يرى البعض أن المقصود هنا هو المحترف الذي يستعمل منتوجا من أجل إعادة التصنيع والإنتاج،⁴⁵ وفي هذه الحالة نجد أن المشرع الجزائري قد بالغ في توسيع مفهوم المستهلك أكثر مما بلغه أنصار الاتجاه الموسع له،⁴⁶ وهذا أمر من شأنه أن يجعل قانون حماية المستهلك غير واضح النطاق مما يؤثر على الدور المنوط به والمتمثل في البحث عن تحقيق التوازن بين المستهلك والمحترف.



ثالثا : الغرض من الاستهلاك.

يعتبر عنصر الغرض من الاستهلاك الفيصل في التفرقة بين المستهلك والمهني.⁴⁷ ففرض المستهلك من حصوله على المنتجات أو الخدمات هو سد حاجاته الشخصية أو حاجات عائلته، بما فيها الحيوانات التي يتكفل بتربيتها، وهؤلاء ينبغي أن تمتد إليهم الحماية المقررة في قواعد حماية المستهلك لأنهم يعتبرون مستهلكين كمشراء الغذاء أو العلاج أو إبرام عقد التأمين واستئجار شقة وبناء منزل.⁴⁸

والجدير بالذكر، أن المشرع الجزائري قد وقع في تناقض صارخ في نفس الفقرة، ففي الوقت الذي يشير إلى إمكانية أن تكون المنتجات والخدمات معدة للاستعمال الوسيط، يعود في نهاية ذات الفقرة ويبين أن الغرض من الاستهلاك هو سد الحاجات الشخصية أو العائلية . التي تضم حاجات الحيوان.. وهذه تعتبر أغراضا غير مهنية.

مع الإشارة إلى أنه قد تدارك الوضع عندما جاء بتعريف المستهلك في القانون المتعلق بالممارسات التجارية،⁴⁹ بأن حدد الغرض من اقتناء السلعة أو الخدمة والذي يتمثل في الغرض غير المهني.

المبحث الثاني

مفهوم المهني

يبرم المستهلك بمناسبة عمليات الاستهلاك عقودا مع المهني، باعتباره مقدم المنتج أو الخدمة والطرف الثاني في هذه العقود التي تدعى عقود الاستهلاك، فبالنسبة للمستهلك، قد يعتبر المنتج أو الموزع بائعا بالمعنى المعروف في القانون المدني إذا تعلق الأمر بالحصول على سلع كمشراء الغذاء والدواء، كما قد يكون محل العقد خدمة مقدمة.⁵⁰

فكما تعرضنا لمفهوم المستهلك، نتعرض في هذا المبحث لمفهوم المهني.

المطلب الأول : موقف الفقه والمشرع من مفهوم المهني

سنحاول البحث عن رأي الفقه حول فكرة المهني، ثم نتبين موقف المشرع الجزائري من ذلك.

الفرع الأول: تعريف الفقه للمهني والمعايير المحددة لصفته.

أولا: تعريف الفقه للمهني.



يدل تعبير مهنة على كل نشاط منظم هدفه الإنتاج أو التوزيع أو تقديم الخدمات، والتجارة هي من أول أشكال هذه الأنشطة المنظمة، لذلك كانت أهم المهن، وكان أصحاب هذه المهن أهم المهنيين، غير أنه مع تطور الحياة وازدياد متطلباتها، ظهر الكثير من أصحاب المهن الحرة إلى جانب هؤلاء المنتجين أو الصناعيين كالأطباء والمحامين وغيرهم.⁵¹

لذلك يمكن تعريف المهني بأنه كل شخص طبيعي أو معنوي يتصرف في إطار نشاط معتاد ومنظم بحيث يقوم من خلال هذا النشاط بالإنتاج والتوزيع وتقديم الخدمات.⁵²

استنادا إلى التعريف المقدم للمهني، نلاحظ أن هذا الأخير قد يتخذ إحدى الصورتين التاليتين: فقد يكون تاجرا وهذا هو الأمر الشائع والعام، كما قد يكون غير تاجر مثل الحرفي وصاحب المهنة الحرة - كما أشرنا أعلاه - والمزارع.⁵³ وإلى جانب ذلك، قد يكون شخصا طبيعيا كما قد يكون معنويا كما سنرى لاحقا.

إن المعيار الذي يحدد مدى اتخاذ الشخص - الطبيعي أو المعنوي - لصفة المهني هو معيار الاعتقاد على ممارسة النشاط في إطار تنظيم محكم، والذي بموجبه يظهر المهني صاحب خبرة ودراية وفعالية في مجال مهنته، فاستنادا إلى تفوقه هذا، تظهر ضرورة إفادة الطرف الآخر المتعاقد معه وهو المستهلك بحقوق خاصة تكوّن في مجملها التزامات تقع على عاتق المهني.⁵⁴

فالمهني إذن، شخص يتعاقد أثناء مباشرة مهنته المعتادة سواء أكانت هذه المهنة تجارية أو حرفية أو صناعية أو زراعية أو حرة، أي أنه يتصرف داخل إطار نشاطه المهني سواء أكان هذا النشاط عاما أو خاصا.⁵⁵

ثانيا: المعايير المحددة لصفة المهني.

نستخلص من التعريف المقدم للمهني، أنه لاعتبار الشخص مهنيا أو محترفا، لا بد من أن تتوفر عناصر ضرورية، تعتبر في مجملها معايير يعتمد عليها في تحديد صفة المهني، وهذه العناصر هي:

- أن يبدي المهني تمتعه بصفة المهنية، بمعنى ينبغي عليه أن يعلن عن نفسه بأنه مهني، أو على الأقل أن يعطي لنفسه انطبعا ولو ظاهريا بذلك للغير الذين يتعامل معهم استنادا إلى صفته هذه، وقد ذهب البعض إلى تفسير



كلمة المهني باللغة الفرنسية بإرجاعها إلى كلمة professus التي تعني المجاهر برأي أو بعقيدة.⁵⁶

- أن يتكرر القيام بالنشاط المتعلق بمهنته دون اشتراط الاحترافية التي تعتبر لازمة لاعتبار الشخص تاجرا، كما أنه لا يهم نوع النشاط الذي يمارسه سواء أكان نشاطا تجاريا أو مدنيا أو فنيا، بشرط أن يتعاقد في إطار تخصصه المهني.⁵⁷

لقد اشترط أغلب الفقه أن يكون هذا النشاط الذي يمارسه المهني مشروعا، ولكن يذهب البعض الآخر إلى عدم اشتراط هذا الشرط، ذلك أن المهنية من المعطيات الموضوعية التي تنتج من الواقع وليس من تحقق شروط معينة، فصفة المهني تلحق بالشخص وإن كان العمل الذي قام به باطلا.

- أن يكون المهني منظما، لأنه بالتنظيم يكون الشخص فاعلا وقادرا على توقع الأضرار التي يمكن أن يسببها نشاطه للغير دون اشتراط أن يكون هذا التنظيم على أعلى مستوى، مثل مصلح الأجهزة المنزلية الذي يحمل معه صندوق الأدوات التي يستخدمها في عمله، وكذلك الأمر بالنسبة للطبيب.

- أن يكون المهني متفوقا في عمله، والتفوق هو نتيجة طبيعية للتنظيم، وهذا يعني أن يمتلك من المؤهلات التي تجعله يتفوق في عمله باعتباره صاحب خبرة ودراية مقارنة مع عامة المستهلكين كالحرفي الذي يتمتع بحالة من التفوق لأنه يعتبر خبيرا في مواجهة الغير عديم الخبرة، استنادا إلى المعلومات التي يمتلكها مقارنة مع الجاهل.

- أن يتمتع المهني بالسلطة والسيطرة على الأشخاص الذين يتعاقد معهم.⁵⁸

فالمهني إذن أو المحترف هو ذلك الشخص الذي يتمتع بعناصر من الأفضلية أو التفوق، وهي المقدرة الفنية، بحيث يكون على معرفة ودراية تامة بما يقدمه من منتجات وخدمات، والمقدرة القانونية والمقدرة الاقتصادية بالتفوق اقتصاديا على المستهلك، مما يسمح له استنادا إلى هذه القدرات أن يكون في موقف أقوى من موقف المستهلك فنيا وقانونيا واقتصاديا.⁵⁹



الضرع الثاني: تعريف المشرع الجزائري للمحترف.

تناول المشرع الجزائري المحترف بالتعريف من خلال مرسوم تنفيذي رقم 90 . 266 كما يلي: "المحترف هو منتج، أو صانع، أو وسيط، أو حريف، أو تاجر، أو مستورد، أو موزع، وعلى العموم كل متدخل ضمن إطار مهنته، في عملية عرض المنتج أو الخدمة للاستهلاك، كما هو محدد في المادة الأولى من القانون رقم 89 . 02 المؤرخ في 07 فيفري 1987 المذكور أعلاه".⁶⁰ من خلال هذا التعريف يتأكد أن جوهر التمييز بين المستهلك والمحترف يتمثل في الغرض من النشاط أو التصرف، فإذا كان المستهلك يتعاقد بهدف تحقيق أغراض شخصية وعائلية، فإن المهني يتصرف بهدف تحقيق أغراض مهنته، مثل أن يستأجر التاجر محلا تجاريا لتجارته، أو يشتري سلعة قصد إعادة بيعها.

المطلب الثاني : مدى اعتبار أشخاص القانون العام محترفين.

تساءل الفقه حول ما إذا كان أشخاص القانون العام، ويتعلق الأمر إذن بالمرافق العامة، من المهنيين فإن كان الأمر كذلك، ينبغي إطلاق وصف المستهلك على المنتفع من خدماتها وإفادته بالحماية المقررة بمقتضى قواعد حماية المستهلك.⁶¹

إن أهم تقسيم وأقدمه للمرافق العامة هو ذلك الذي يميز بين المرافق العامة الإدارية والمرافق العامة ذات الطابع الصناعي والتجاري أي المرافق الاقتصادية.⁶²

الضرع الأول : المرافق العامة ذات الطابع الصناعي والتجاري.

يعتبر هذا النوع من المرافق حديث النشأة، وهي تقوم على أساس مزاوله نشاط من جنس نشاط الأفراد مثل مرفق النقل بالسكة الحديدية والبريد وتوزيع المياه والكهرباء والغاز. فيتضح من هذه الأمثلة أن هذه المرافق لا تقتصر على الهيئات الإدارية، بل قد يزاول الأفراد نشاطا مماثلا للنشاط الذي تزاوله، مما يحفز المنافسة بينهما التي تؤدي إلى صالح الأفراد.

لقد اتجه الرأي في الفقه الإداري الحديث، وأقر ذلك مجلس الدولة الفرنسي إلى تحرير المرافق العامة ذات الطابع الصناعي والتجاري من قيود وسائل القانون العام⁶³ في علاقاتها مع المنتفعين بها، بل خضوعها للقانون الخاص ولاختصاص القضاء العادي.⁶⁴



أما بالنسبة لموقف المشرع الجزائري، فإنه يستبعد منازعات المرافق العامة ذات الطابع الصناعي والتجاري من اختصاص الغرف الإدارية،⁶⁵ وبالتالي تكون من اختصاص القضاء العادي وتخضع للقانون الخاص، وهذا ما يفهم بمفهوم المخالفة من نص المادة 07 من ق.إ.م⁶⁶ عندما اكتفت بحصر اختصاص الغرف الإدارية بمنازعات المرافق العامة الإدارية.

لما كان نشاط هذا النوع من المرافق العامة اقتصاديا ومماثلا لنشاط الأفراد، مما جعلها في وضعية منافسة إزاء الأفراد بهدف جذب الزبائن باستعمال أساليب التسويق الحديثة كالإشهار والتسويق،⁶⁷ فإن الإجابة عن التساؤل حول مدى اعتبار المرافق العامة من المهنيين تكون إيجابية بالنسبة لهذه الفئة من المرافق التي تخضع لقواعد القانون الخاص واختصاص القضاء العادي في علاقاتها مع المنتفعين.⁶⁸

فالمرافق العام ذا الطابع الصناعي والتجاري وباعتباره أصبح يقدم خدمة أو منتوجا أكثر فردية، قد تحول إلى مهني يهدف بشكل أساسي إلى إرضاء المنتفع قبل أن يهدف جزئيا إلى تحقيق المصلحة العامة، هذا المنتفع الذي يتحول هو الآخر إلى مستهلك في العلاقة التي تربطه بالمهني.⁶⁹

الفرع الثاني : المرافق العامة الإدارية .

تعتبر المرافق العامة الإدارية المرافق التي شيدت على أساسها نظريات القانون الإداري الحديث، وهي تمارس نشاطا يختلف تماما عما يزاول الأفراد عادة، وهي تخضع بشكل تام للقانون العام، ولا تلجأ للقانون الخاص إلا على سبيل الاستثناء وبرغبة الإدارة الخالصة.⁷⁰

بالنسبة لهذا النوع من المرافق فلا بد من التمييز بين المرافق الإدارية التي تقدم خدمات جماعية ومجانية وتقليدية مثل العدالة والشرطة التي يجمع الفقه على عدم إمكانية اعتبارها من فئة المهنيين، ولا يصح وصف المنتفعين من خدماتها بالمستهلكين،⁷¹ وبين المرافق العامة الإدارية التي تقدم خدمات بمقابل كالمستشفيات، بحيث يميل الفقه الفرنسي إلى اعتبارها من المحترفين، واعتبار المنتفعين من الخدمات التي تقدمها من المستهلكين الذين يحق لهم التمسك بقواعد قانون حماية المستهلك شرط ألا يكونوا من المحترفين.



وتجدر الإشارة إلى أن هناك جانبا جزائيا في قانون حماية المستهلك تسري قواعده القانونية على المرفق العام الإداري البحث، كما في حالة بيع السلع والمواد الغذائية والطبية، ولكن يبقى النشاط المهني الخاص المجال الأكثر حماية، والأولى أن تشمل هذه الحماية نشاطات الإنتاج والتوزيع والخدمات بما فيها عمل الأشخاص العامة، كما في حالة الإعلام المتعلق بالأسعار والبيع المنوعة كالبيع بالمكافأة، ورفض البيع والبيع المتلازمة.⁷²

الخاتمة

في ختام هذا البحث يمكننا أن نورد ما توصلنا إليه من نتائج وملاحظات وبعض الاقتراحات:

- بالنسبة للاتجاهين الذين تنازعا مفهوم المستهلك، يمكن القول أنه في الوقت الذي يبدو فيه كل اتجاه منهما منطقيا ومقنعا استنادا إلى الحجج التي يقدمها، فإن لكل واحد منهما سلبيات يؤخذ عليها، إذ أن المغالاة في توسيع مفهوم المستهلك من شأنها أن تجعل قانون حماية المستهلك يحدد عن الدور المنوط به، وينقص من فعاليته، كما أن الاتجاه المضيق من شأنه أن يحرم المستهلك من الحماية التي قد يحتاجها عندما يدخل في علاقة غير متساوية مقارنة مع الطرف الآخر المتعاقد معه.

- إن الاتجاه الجديد الذي تبنته الغرفة المدنية الأولى لمحكمة النقض الفرنسية سنة 1995، الذي أضاف المعيار المتعلق بالعلاقة المباشرة بالنشاط، والذي يعتبر اتجاها وسطا بين الاتجاهين المذكورين أعلاه، لم يكن موفقا عندما لم يبين الأساس الذي تركز عليه "العلاقة المباشرة" مع النشاط المهني، فنتساءل عن طبيعة هذه العلاقة، مما يؤدي بنا إلى وصف هذا المعيار بالنسبية والغموض لأنه يثير الكثير من التساؤلات والانتقادات.

- لقد قدم المشرع الجزائري تعاريف لجملة من المفاهيم كما رأينا، وهي تعاريف لا تخلو من الركاكسة والتناقضات التي يتضمنها النص الواحد، وهذا ما نؤاخذ عليه، وندعوه إلى التخلي عن مهمة تحديد المفاهيم للفقه والقضاء، لأن تقديم تعريف تشريعي من شأنه أن يقيد الاجتهادات الفقهية والقضائية.



ولكن يبدو أن مشرعنا لن يقلع عن هذه العادة! فهاهو يقدم تعريفا للمستهلك في المشروع التمهيدي لقانون يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، والذي نستشف من خلاله أنه سيعتمد المفهوم الضيق للمستهلك.

- إن المشرع الجزائري قد اعتمد التعريف الموسع للمستهلك من خلال المرسوم التنفيذي رقم 90 . 39 في حين أنه تبني المفهوم الضيق للمستهلك من خلال القانون رقم 04 . 02.

- لقد بقيت فكرة "غير المهني" غير واضحة وغامضة، لذلك ينبغي ألا نعرف المستهلك بأنه غير المهني أو أن المهني هو غير المستهلك، لأن هذه الطريقة السلبية في التعريف لا تسمح بحصر مفهوم المستهلك والمهني.

- إن الهدف من قانون حماية المستهلك هو محاولة إعادة التوازن إلى العلاقة التي تربط المستهلك بالمهني على أنه ينبغي ألا يقوم اعتقاد بأننا أمام ضدين، يقوم القوي منهما باستغلال الأضعف، فكل ما في الأمر أن المهني يكون على دراية تامة وذا خبرة واسعة في مجال نشاطه، مقارنة مع المستهلك العادي الذي يكون جاهلا بكل تلك المعارف، مما يستوجب حمايته بقواعد تحقق الهدف المنشود، لأن صفة المستهلك تنطبق - في النهاية - على كل واحد منا بشكل متتال وفي مناسبات عديدة، لذلك فالقواعد المرصودة لحماية المستهلك، إنما لها وظيفة اقتصادية بحتة تحقق مصلحة الجميع.

الهوامش :

1- PICOD Yves, DAVO Hélène, Droit de la consommation, édition Dalloz, Armand Collin, Paris, France, 2005, p20.

2- خلف أحمد محمد محمود علي، الحماية الجنائية للمستهلك في القانون المصري والفرنسي والشرعية الإسلامية، دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة للنشر الإسكندرية، مصر، 2005، ص 52.

3- البصري منير، المنصوري أحمد، حماية المستهلك من الشروط التعسفية، ص: 02

www.droitcivil.over-blog.com/article-5144795.htm.

4- BOSCO David, Le contentieux des clauses abusives, p 15 :

<http://www.themis.u-3mrs.fr/bosco/bosco-article-clauses.abusives.pdf>

5- عمران السيد محمد السيد، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، منشأة المعارف، الإسكندرية، 1986، ص8.



- 6- بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن، دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، دار الكتاب الحديث، القاهرة، مصر، 2006، ص 24.
- 7- سرحان إبراهيم عدنان، المهني: المفهوم والانعكاسات القانونية، مجلة الحقوق للبحوث القانونية والاقتصادية، كلية الحقوق، جامعة الإسكندرية، مصر، العدد الأول لسنة 2003، ص 58.
- 8- BOSCO David, op.Cit, p 15.
- 9- حداد العبد، تطور حركة حماية المستهلك على المستويين المحلي والدولي، جامعة البليدة، 2006، (غير منشورة)، ص 06.
- 10- عبد الباقي عمر محمد، الحماية العقدية للمستهلك، بدون طبعة، منشأة المعارف بالإسكندرية، 2004، ص 45.
- 11- عمران السيد محمد السيد، المرجع السابق، ص 08.
- 12- خلف أحمد محمد محمود علي، الحماية الجنائية للمستهلك في القانون المصري والفرنسي والشرعية الإسلامية، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، مصر، 2005، ص 51.
- 13- سرحان إبراهيم عدنان، المرجع السابق، ص 57.
- 14- عمران السيد محمد السيد، المرجع السابق، ص 10.
- 15- بدر أسامة أحمد، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، مصر، 2005، ص 64-66.
- 16- PICOD Yves, DAVO Hélène, op.Cit, p 21.
- 17- خلف أحمد محمد محمود علي، المرجع السابق، ص 59.
- 18- PICOD Yves, DAVO Hélène, op.Cit, p 21.
- 19- بودالي محمد، المرجع السابق، ص 25.
- 20 - PICOD Yves, DAVO Hélène, op.Cit, p 21.
- 21 - خلف أحمد محمد محمود علي، المرجع السابق، ص 59.
- 22 - بدر أسامة أحمد، المرجع السابق، ص 65.
- 23- PICOD Yves, DAVO Hélène, op.Cit, p 22.
- 24 - BLAISE Jean-Bernard, Droit des affaires : Commerçants, Concurrence, distribution, édition DELTA, Paris, France, 1999, p 151.
- 25- BOSCO David, op.Cit, p 15.
- 26 - سرحان إبراهيم عدنان، المرجع السابق، ص 57.
- 27 - بودالي محمد، المرجع السابق، ص 26.
- 28 - بدر أسامة أحمد، المرجع السابق، ص 65.
- 29 - سرحان إبراهيم عدنان، المرجع السابق، ص 58.
- 30 - PICOD Yves, DAVO Hélène, op.Cit, p 22.
- 31 - سرحان إبراهيم عدنان، المرجع السابق، ص 58.
- 32 - PICOD Yves, DAVO Hélène, op.Cit, p 22.



- 33- قانون رقم 89-02 مؤرخ في 07 فيفري 1987، يتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، جريدة رسمية عدد 06، مؤرخة في 08 فيفري 1989.
- 34- المادة 02 بند 09 من مرسوم تنفيذي رقم 90-39، مؤرخ في 30 جانفي 1990، يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، جريدة رسمية عدد 05 مؤرخة في 31 جانفي 1990.
- 35- PICOD Yves, DAVO Hélène, op.Cit, p 21.
- 36- بودالي محمد، المرجع السابق، ص 28.
- 37- PICOD Yves, DAVO Hélène, op.Cit, p 21.
- 38- المادة 03 بند 02 من قانون رقم 04-02 مؤرخ في 23 جوان 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، جريدة رسمية عدد 41، مؤرخة في 27 جوان 2004.
- 39- المادة 02 بند 01 من مرسوم تنفيذي رقم 90-39.
- 40- البصري منير، المنصوري أحمد، المرجع السابق، ص 02.
- 41- بودالي محمد، المرجع السابق، ص 29.
- 42- حداد العيد، المرجع السابق، ص 08.
- 43- المادة 02 بند 04 من مرسوم تنفيذي رقم 90-39.
- 44- المادة 364 من أمر رقم 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم، الديوان الوطني للأشغال التربوية، 1999.
- 45- البصري منير، المنصوري أحمد، المرجع السابق، ص 02.
- 46- لمزيد من التفصيل، أنظر: بودالي محمد، المرجع السابق، ص 30-31.
- 47- البصري منير، المنصوري أحمد، المرجع السابق، ص 02.
- 48- حداد العيد، المرجع السابق، ص 08.
- 49- المادة 02 من قانون رقم 04-02.
- 50- حداد العيد، المرجع السابق، ص 12.
- 51- سرحان إبراهيم عدنان، المرجع السابق، ص 61.
- 52- PICOD Yves, DAVO Hélène, op.Cit, p 25.
- 53- BLAISE Jean-Bernard, op.Cit, p 97.
- 54- PICOD Yves, DAVO Hélène, op.Cit, p 25.
- 55- حداد العيد، المرجع السابق، ص 13.
- 56- سرحان إبراهيم عدنان، المرجع السابق، ص 63.
- 57- خلف أحمد محمد محمود علي، المرجع السابق، ص 58.
- 58- سرحان إبراهيم عدنان، المرجع السابق، ص 63-64.
- 59- البصري منير، المنصوري أحمد، المرجع السابق، ص 02.
- 60- المادة 02 من مرسوم تنفيذي رقم 90-266، مؤرخ في 15 سبتمبر 1990، يتعلق بضمان المنتجات والخدمات، جريدة رسمية عدد 40، مؤرخة في 19 سبتمبر 1990.
- 61 - PICOD Yves, DAVO Hélène, op.Cit, p 25.



62- ورغم ذلك يقر الفقه بصعوبة وضع معيار دقيق يمكن من تحديد طبيعة هذه المرافق، وذلك نظرا لتعدد وتنوع مظاهر النشاط الإداري، لذلك يعتمد إلى اعتماد أسلوب التعريف السلبي، بأن المرفق العام الإداري هو المرفق العام الذي ليس له طابع صناعي وتجاري، ولم تم العثور على معيار إيجابي يميز المرفق العام الصناعي والتجاري- رغم صعوبة الأمر-، فإن الأمر غير كذلك بالنسبة للمرفق العام الإداري، ثم إنه لا يفترض البحث عن هذا المعيار، لأنه ينبغي على المرافق العامة الاقتصادية أن تثبت وجودها وفعاليتها دون المرافق العامة الإدارية. أنظر:

- LACHAUME Jean-François, BOITEAU Claudie, PAULIA Hélène, Droit des services publics, 3ème édition, édition Dalloz, Armand Colin, 2004, 55.

63- الطهاوي محمد سليمان، الوجيز في القانون الإداري، دراسة مقارنة، دار الفكر العربي، مصر، 1996، ص 314.

64- PICOD Yves, DAVO Hélène, op.Cit, p 25.

65- شيهوب مسعود، المبادئ العامة للمنازعات الإدارية، الجزء الثالث: نظرية الاختصاص، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1999، ص 364.

66- أمر رقم 66-154، مؤرخ في 08 جوان 1966، يتضمن قانون الإجراءات المدنية المعدل والمتمم، الديوان الوطني للأشغال التربوية، 2000.

67- بودالي محمد، المرجع السابق، ص 35.

68- PICOD Yves, DAVO Hélène, op.Cit, p 25.

69- بودالي محمد، المرجع السابق، ص 35.

70- الطهاوي سليمان، المرجع السابق، ص 313.

71 - PICOD Yves, DAVO Hélène, op.Cit, p 25.

• 72- بودالي محمد، المرجع السابق، ص 36.



رقابة الجودة ودورها في حماية المستهلك

« إشارة إلى حالة الجزائر »

مداخلة من تقديم

أ. د. براق محمد* ، د. عدنان مريزق**
و د. يحيات مليكة زوجة تومي***



الملخص

لقد واكب التطور في أساليب الإنتاج والتسويق زيادة في حجم المخاطر التي يتعرض لها المستهلكون وذلك بسبب الإنتاج الكبير الذي يعزز احتمال انفلات بعض السلع من رقابة المنتجين، إضافة إلى الفصل بين وظيفة الإنتاج والتوزيع، بحيث صارت هذه الأخيرة، في بعض الأحيان، في أيدي غير أمينة، همها الأكبر تحقيق أكبر عائد، بكل الأشكال غير الشرعية. لهذه الأسباب وغيرها تعين وجود رقابة على السلع والخدمات المنتجة، حفاظا على صحة وسلامة المستهلك.

المقدمة

يشهد العالم حالياً العديد من التطورات السريعة والمتلاحقة والتي تتمثل في ظهور التكتلات في ظل العولمة والتوجه الجاد للانفتاح الاقتصادي العالمي لتحرير التبادل التجاري بين جميع الدول، مما سيؤدي بدوره إلى شدة المنافسة بين المنتجات الوطنية والأجنبية سواء في السوق المحلي أو الدولي وهو ما سوف ينعكس على المستهلك إما بالإيجاب أو بالسلب تبعاً لقدرة كل دولة على مواجهة هذه التطورات، عن طريق تشريع القوانين التي تحمي حقوق

* أستاذ التعليم العالي - المدرسة العليا للتجارة m_berrag@esc-alger.com
** أستاذ مكلف بالدروس - المدرسة العليا للتجارة m_admane@esc-alger.com
*** أستاذة مكلفة بالدروس - المدرسة العليا للتجارة m_Toumi@esc-alger.com



المستهلك وحمايته من الأضرار الصحية الناجمة عن استعمال مواد أو أغذية فاسدة وفحص السلع المستوردة ومحاربة الاحتكار ووضع مواصفات قياسية للإنتاج والاستيراد والتصدير، فضلا عن تأسيس أجهزة رقابة تتولى ملاحقة المخالفين للقانون.

جاء هذا البحث ليجيب عن السؤال الجوهرى الآتى: ما هو دور رقابة الجودة في حماية المستهلك ؟

وقد تم تقسيمه إلى ثلاثة أجزاء كما يلي: يتناول الجزء الأول رقابة الجودة من طرف المتدخل، بالتعرض لتطورها التاريخي وكيفية تصميم نظام رقابة الجودة وخطوات هذه الأخيرة، إضافة إلى رقابة الجودة من طرف المتدخل في التشريع الجزائري. أما الجزء الثاني فخصص لعرض رقابة الجودة من طرف السلطة الإدارية المختصة في الجزائر. بينما قدم الجزء الأخير الهيئات المتدخلة لحماية المستهلك في مجال الجودة.

أولا: رقابة الجودة من قبل المتدخل

سيتم تناول في هذا الجزء العناصر الآتية:

1 - التطور التاريخي لمراقبة الجودة :

ظهر موضوع الرقابة على الجودة منذ الثورة الصناعية، وبعد أن كبر حجم المؤسسات خلال القرن العشرين أصبحت عملية الفحص عملية فنية ومنظمة. فبدأ المسؤولون عن الفحص يجتمعون معا ليقدموا تقرير الفحص إلى رئيسهم الأعلى، والذي يقوم بدوره بتقديم تقرير إلى مدير الإنتاج. وفي بداية العشرينيات من القرن الماضي تم تطوير أسلوب إحصائي للرقابة على الجودة من طرف شركة "بيل" Bell للهاتف، فقد اقترح "شيوارت" W.Shewhart خرائط الرقابة في سنة 1924. وفي سنة 1960 صمم "روميغ" H.G. Roming و "دوج" H.F.Dodge جدول عينات القبول.⁽¹⁾

2 - تعريف رقابة الجودة :

يمكن تعريف الرقابة بأنها "أنشطة تنظيمية منهجية تهدف إلى جعل الأنشطة المختلفة والخطط والنتائج منسجمة مع التوقعات والمعايير المستهدفة. وفي حالة وجود انحرافات تؤثر الأسباب وتتخذ الإجراءات التصحيحية اللازمة".⁽²⁾



يمكن تعريف رقابة الجودة بأنه " مجموعة من الأنشطة المحددة والتي تستخدم بهدف التأكد من أن الإنتاج الذي تم تحقيقه يتفق ويتطابق مع تلك المواصفات التي وضعت له سلفاً " ⁽³⁾.

انطلاقاً من هذا التعريف يمكن استنتاج أن رقابة الجودة لا تهدف إلى إنتاج السلع والخدمات بمستوى جودة عال ولكنها وظيفة تستهدف فقط التأكد من أن ما تم إنتاجه يتطابق تماماً مع المواصفات الموضوعية. أما تحدي مستوى الجودة المناسب فهو يندرج تحت مفهوم تأكيد أو ضمان الجودة. وفي تعريف آخر لرقابة الجودة: عرفت بأنها " ذلك الفعل الذي يقصد من ورائه التأكد من مطابقة المنتج للمواصفات المطلوبة، إما بموجب فعل سابق لعملية الإنتاج والاستيراد والتوزيع، متجسداً من خلال الترخيص والتصريح. وقد يكون سابقاً لعملية عرض المنتج في السوق وهو العمل الذي يقوم به المتدخل وأخيراً يتجسد من خلال الفعل الذي تقوم به السلطة الإدارية المختصة عقب عرض المنتج في السوق " ⁽⁴⁾.

3. تصميم نظام الرقابة على الجودة

تعتبر عملية مراقبة الجودة ليست مجرد فحص الإنتاج الفعلي واستبعاد الوحدات المعيبة وإنما الهدف منها منع حدوث أخطاء تؤدي إلى إنتاج وحدات معيبة، أو تقليل حدوث هذه الأخطاء أو نتائجها. وتأسيساً على ما سبق، فإن تصميم نظام الرقابة على الجودة ينبغي أن يتضمن الاعتبارات الآتية: ⁽⁵⁾

- وضع المعايير أو المقاييس والمؤشرات الرقابية.
- التفتيش على المواد الخام وعلى الإنتاج في جميع مراحله.
- تحليل البيانات التي تم جمعها أثناء عملية التفتيش أو المعاينة، لتحديد نسبة العيوب والانحرافات والأسباب التي أدت إليها وكيفية معالجتها.
- ولتحقيق ذلك يتعين توافر عاملين على درجة كبيرة من الأهمية:
 - * توفر نظام معلومات فعال عن الأداء الفعلي وإتاحة الفرصة لإجراء التصحيح أو التعديل المطلوب عند وقوع الخطأ.
 - * توفر مقياس مناسب يمكن من خلاله مقارنة الأداء الفعلي بالأداء المعياري.



4 - مراحل رقابة الجودة

يتضمن نظام مراقبة الجودة الخطوات الآتية:

4.1. المرحلة الأولى: تحديد المعايير والمواصفات

يحتاج أي نظام للفحص والتفتيش إلى وجود مواصفات محددة للمنتجات المطلوب فحصها والاتفاق على المكان الذي سيجرى فيه الفحص، ثم الأسلوب الذي سيتبع في إجراءات تجهيز المصنع بالأدوات والأجهزة والمعدات اللازمة لإنجاز ذلك. كما ينبغي تدريب المفتشين وتحديد دور كل منهم وتصميم النماذج التي تسجل عليها نتائج الفحص.

4.2. المرحلة الثانية: التفتيش عن المواد الخام وعن الإنتاج في جميع مراحله وتتضمن قيام مفتشين متخصصين بمراقبة الجودة من خلال استخدام الأجهزة والمقاييس لفحص الإنتاج، بإجراء مقارنات بين مواصفات المواد الداخلة في تركيبها وكذلك في بعض أو كل مراحل الإنتاج أو مقارنة المخرجات النهائية بالمواصفات والمقاييس المخططة لتحديد درجة المطابقة أو الاختلاف بينها، ثم إبلاغ المعنيين بذلك في إدارة الإنتاج والعمليات في المؤسسة⁽⁶⁾.

وتتضمن هذه المرحلة النقاط الموالية:

4.2.1. تحديد النقاط الأساسية للرقابة والمعاينة: ويتعلق الأمر بـ:

- معاينة المواد الأولية الداخلة في تركيب أو تصنيع السلعة: وذلك للتحقق من التزام الموردين بالمواصفات المحددة للمواد الأولية، أو الأجزاء اللازمة لإنتاج السلعة والتأكد من أنها تتمتع بالجودة المطلوبة قبل استلامها أو دخولها للعملية الإنتاجية، حرصا على عدم ضياع الوقت والمال في تصنيع مواد غير مطابقة للمواصفات.

- معاينة أداء العمل في إنتاج المنتج: بعد التحقق من مطابقة المواد للمواصفات، يأتي دور إحكام الرقابة على عمليات المناولة بين مراحل الإنتاج المختلفة والتحقق من توفر الشروط والقواعد اللازمة لرفع كفاءة هذه العمليات.

- معاينة السلعة أو المنتجات تامة الصنع: النقطة الثالثة من المراقبة، هي معاينة المنتجات تامة الصنع والاهتمام بها، والتأكد من مطابقتها



للمواصفات المحددة لها والتي تلبي حاجات الزبائن قبل عرضها في السوق. حيث إن اكتشاف الوحدات المعيبة وتصحيحها أو إصلاحها وإعادة تصنيعها إن أمكن ذلك قبل وصولها إلى السوق، عادة ما يكون أقل تكلفة مما لو اكتشفها الزبائن.

ومن مستلزمات معاينة المنتوجات تامة الصنع الرقابة على عملية التعبئة والتغليف، عملية التخزين، عمليات الشحن والنقل.

4.2.2. تقرير نوع القياس الذي يستخدم في عملية الرقابة: قد يختلف التصميم بالنسبة للسلعة الواحدة ويتعدد، بحيث يعكس كل تصميم مستوى جودة معينة يتناسب مع أوجه استخدام السلعة ومعايير المستهلك وعلى إدارة الجودة والرقابة عليها اختيار وسيلة القياس المناسبة.

4.2.3. تحديد الكمية التي ستتم معاينتها: أي هل يتم استخدام الفحص الشامل أو أسلوب الفحص الجزئي.

من الناحية العملية فإن فحص جميع الوحدات المنتجة من السلعة أمر قد لا يكون ممكنا من الناحية العملية والناحية الاقتصادية. كما أن استخدام أسلوب المعاينة يستوجب المقارنة بين تكلفة عملية المعاينة وتكاليف عدم إجراء المعاينة والفحص ومرور وحدات معيبة إلى السوق.

والجدير بالإشارة أن الرقابة الإحصائية للجودة تأخذ الأشكال الآتية:
- يختص الشكل الأول برقابة المواد الأولية الواردة والسلع تامة الصنع قبل الشحن. ويطلق عليه اسم عينات القبول (أي قبول الكمية أو رفضها).
- يختص الشكل الثاني برقابة المراحل الإنتاجية ذاتها ويسمى برقابة العملية (أي الاستمرار بعملية الإنتاج أو توقفها).

5. رقابة الجودة من طرف المتدخل في التشريع الجزائري

يجب التأكد من جودة المواد المنتجة محليا أو المستوردة ومطابقتها قبل عرضها للسوق. ويهدف تحليل الجودة ومراقبة المطابقة المعني إلى إثبات أن المواد المنتجة محليا أو المستوردة تطابق المقاييس المعتمدة و/أو المواصفات القانونية والتنظيمية التي تهمها وبصفة خاصة تطابق أحكام المادة (03) من القانون 89 . 02 المؤرخ في 07 فيفري 1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك.



ويقع واجب تحليل الجودة ومراقبة المطابقة على كل منتج أو وسيط أو موزع. وبصفة عامة كل متدخل في عملية الوضع للاستهلاك، كما يقع على عاتق المستورد، ويقوم المعني بالرقابة بنفسه أو عن طريق الغير. وتكون التحليلات متناسبة مع نوع العمليات التي يقوم بها المتدخل ومع حجم صنف المنتج المعروض للاستهلاك والامكانيات التي يجب أن يتوفر عليها اعتبارا لتخصصه والقواعد المعمول بها في هذا الميدان، ⁽⁷⁾ من جهة، ومن جهة أخرى ينبغي أن تكون للعينة، محل التحليل، الصبغة التمثيلية ⁽⁸⁾. ومتى تمت التحاليل، وحصل المعني على شهادة مطابقة، فإنها تلزم الأجهزة التي تصدرها فيما يخص نتائج التحاليل إزاء الزبائن، ويضع الصانع أو المستورد - حسب الحالة - شهادة المطابقة تحت تصرف الأعوان المكلفون بمراقبة الجودة وقمع الغش المؤهلون طبقا للمادة 15 من القانون رقم 89.02. ويتعين على مصلحة الجمارك أن تطالب بتسليمها وثيقة يرسلها إليه الممون، تثبت بدقة أن المنتج المعني يطابق المقاييس المعتمدة والمواصفات القانونية والتنظيمية التي تهمه.

ثانيا: رقابة الجودة من طرف السلطة الإدارية

خول القانون السلطة الإدارية المختصة التحري لمراقبة مطابقة المنتوجات الموضوعة في السوق قصد تفادي المخاطر التي تهدد صحة المستهلك وأمنه أو التي تمس مصالحه المادية.

تتمثل السلطة الإدارية المختصة بالرقابة على المنتوجات في مفتشي الأقسام والمفتشين العاميين والمراقبين التابعين لمصالح مراقبة النوعية وقمع الغش ⁽⁹⁾. مع ملاحظة أن ضباط الشرطة القضائية المنصوص عليهم في قانون الإجراءات الجزائية، يختصون أيضا بمعاينة المخالفات ذات الصلة بصحة وسلامة المستهلك.

1 - شعبـة رقابة الجودة : وتتمثل شعبـة مراقبة النوعية وقمع الغش في سلكين وذلك كما يأتي:

1.1. التنظيم الإداري لشعبة مراقبة النوعية وقمع الغش

يتمثل التنظيم الإداري المركزي لشعبة مراقبة النوعية وقمع الغش، في مديرية مراقبة الجودة وقمع الغش المتفرعة عن المديرية العامة للرقابة



الاقتصادية وقمع الغش. تعتبر هذه الأخيرة إحدى المديرية العامة المشكلة للهيكل المركزي لوزارة التجارة.⁽¹⁰⁾

وتتكلف مديرية مراقبة الجودة وقمع الغش بما يأتي:⁽¹¹⁾

- السهر على تطبيق التشريع والتنظيم المتعلقين بالجودة والمطابقة وأمن المنتجات عند الحدود، في السوق الداخلي وعند التصدير عند اللزوم.
- المساهمة في تنظيم نشاطات مراقبة الجودة وقمع الغش المنجزة بالتعاون مع المصالح النظرية التابعة للقطاعات الأخرى.

وتضم المديرية المذكورة، مديريتين فرعيتين هما:

- المديرية الفرعية للمراقبة في السوق

- المديرية الفرعية للمراقبة الحدودية.

وتكلف هاتان المديرتان الفرعيتان، كل في ميدانها، بما يأتي:

- تحديد برامج مراقبة الجودة وقمع الغش المنجزة من طرف المصالح الخارجية.

- اقتراح كل التدابير الرامية إلى تحسين نجاعة الأعمال وإجراءات مراقبة الجودة وقمع الغش.

أما على المستوى اللامركزي فيتمثل تنظيم شعبة مراقبة النوعية وقمع الغش في مصلحة الجودة التي تعتبر أحد مصالح المديرية الولائية للتجارة. وتتكلف هذه الأخيرة بوجه عام بما يلي:⁽¹²⁾

- السهر على تطبيق التشريع والتنظيم المتعلقين بالجودة، واقتراح كل التدابير من أجل تكييفها.

- السهر على تطبيق سياسة الرقابة الاقتصادية وقمع الغش

- تنظيم تسيير الشؤون القانونية والمنازعات المرتبطة بنشاط المراقبة ومتابعة تطبيق قرارات العدالة والتكفل بها، عند الاقتضاء.

- تقديم المساعدة للمتعاملين الاقتصاديين والجماعات والمستعملين والمستهلكين في ميدان الجودة وأمن المنتجات والنظافة الصحية.

- تطوير الإعلام وتحسيس المهنيين والمستهلكين بالتنسيق مع جمعياتهم.

- اقتراح جميع الإجراءات اللازمة لتحسين وترقية جودة السلع المطروحة في السوق وكذا حماية المستهلك.



. المشاركة مع الهيئات المعنية في جميع الدراسات والتحقيقات وأعمال صياغة المقاييس العامة أو الخاصة في مجال الجودة والنظافة الصحية والأمن المطبقة على المنتوجات.

. اقتراح برامج تكوين وتحسين المستوى وإعادة التأهيل لصالح الموظفين.
- تنظيم وضع الرصيد الوثائقي والأرشيف وتسييره.

1. 2. سلكي شعبة مراقبة النوعية وقمع الغش

تشتمل شعبة مراقبة النوعية وقمع الغش على سلكين اثنين هما:

. سلك مراقبي النوعية وقمع الغش

. سلك مفتشي النوعية وقمع الغش

بخصوص سلك مراقبي النوعية وقمع الغش، فإنه يضم رتبة واحدة هي رتبة مراقب النوعية وقمع الغش، ويكلفون بما يأتي:⁽¹³⁾

. البحث عن مخالفات التنظيم المعمول به في مجال النوعية وقمع الغش وإثباتها واتخاذ جميع التدابير التحفظية المنصوص عليها في هذا المجال عند الاقتضاء.

. مساعدة المراقبين الرئيسيين في مهامهم.

. المشاركة على العموم في جميع مهام الدراسات أو التحقيقات أو المراقبة المتعلقة بميدان النوعية.

ويضاف إلى سلك المراقبين منصب عالي، يتمثل في مراقب رئيسي، ويكلف بما يأتي:⁽¹⁴⁾

. البحث عن مخالفات التنظيم المعمول به في مجال النوعية وقمع الغش وإثباتها واتخاذ جميع التدابير التحفظية المنصوص عليها في هذا المجال، عند الاقتضاء.

. تأطير المراقبين الموضوعين تحت سلطتهم ومراقبة أعمالهم.

. السهر في مجال النوعية على أمانة المعاملات التجارية.

. القيام بحجز جميع المنتوجات الفاسدة أو السامة أو تدميرها ضمن

احترام القواعد والإجراءات المقررة.

. التدخل العاجل في الحالات التي يمكن أن تلحق الضرر بصحة المستهلك

أو بسلامته وتدخل في نطاق مراقبة النوعية.



أما بخصوص سلك مفتشي النوعية وقمع الغش ، فإنه يضم أربع رتب هي :
رتبة المفتشين ، رتبة المفتشين الرئيسيين ، رؤساء المفتشين الرئيسيين ، رتبة
مفتش الأقسام.

فبخصوص مفتشو النوعية ، فيكلفون بما يلي: (15)

- البحث عن مخالفات التنظيم المعمول به في مجال النوعية وقمع الغش
وإثباتها واتخاذ جميع التدابير التحفظية المنصوص عليها في هذا المجال عند
الاقتضاء.

- مساعدة المفتشين الرئيسيين للنوعية وقمع الغش في تحقيق مهامهم.

- إعداد برامج دورية للتدخل ومتابعة تنفيذها.

- ضمان التنسيق والانسجام للتدخلات بين المفتشين ومخابر مراقبة
النوعية وقمع الغش.

- ضمان الاستعمال الأمثل لوسائل المراقبة التقنية والتحليل.

- تحليل النتائج واقتراح التدابير اللازمة لتحسين فعاليات التدخلات.

- اتخاذ الإجراءات الملائمة الرامية إلى إتلاف كل منتج ينطوي على
مخاطر لمستعمليه.

- المشاركة في تنشيط ملتقيات تقنية أو تعميمية ذات صلة بالنشاط
التجاري.

- المشاركة في إعداد برامج تكوين المستخدمين ومصالح مراقبة النوعية

وقمع الغش وتحديد معلوماتهم وفي تطبيقها.

أما المفتشون الرئيسيون للنوعية وقمع الغش ، فيكلفون بما يأتي: (16)

- البحث عن مخالفات التنظيم المعمول به في مجال مراقبة النوعية وقمع

الغش وإثباتها واتخاذ جميع التدابير التحفظية المنصوص عليها في هذا
المجال، عند الاقتضاء.

- تنظيم نشاط مصالح التفتيش الخاصة بمراقبة النوعية وقمع الغش

وتوجيهه ومتابعته.

- القيام بمهام التحقيقات التي تنطوي على صعوبات خاصة والقيام على

العموم بجميع مهام المراقبة لسير المصالح اللامركزية المتخصصة في هذا
المجال والتابعة لوزارة التجارة.



- المشاركة في تطوير الأعمال المخبرية.
- القيام بنشر التنظيم ومتابعة تطبيقه في الميدان.
- المساهمة في التكوين الأولي والمستديم لمستخدمي مصالح مراقبة النوعية وقمع الغش.
- المشاركة في إعداد التنظيمات والمعايير المتعلقة بالميادين المعنية.
- ويمكنهم فضلا عن ذلك متابعة مصالح المخبر والقيام بأشغال البحث في المخبر.
- أما رؤساء المفتشين الرئيسيين لمراقبة النوعية وقمع الغش، فيكلفون بما يأتي:⁽¹⁷⁾
- البحث عن مخالفات التنظيم المعمول به في مجال النوعية وقمع الغش وإثباتها واتخاذ جميع التدابير التحفظية عليها في هذا المجال، عند الاقتضاء.
- تأطير المفتشين الرئيسيين والأعوان الآخرين الموضوعين تحت سلطتهم ومراقبة أعمالهم.
- اقتراح جميع التدابير التي من شأنها تحسين مصالح مراقبة النوعية وقمع الغش وتسييرها.
- دراسة جميع التدابير التي من شأنها توجيه عمليات المراقبة وتحسين طرق التدخل وزيادة فعالية عمليات المراقبة والتحليل والأبحاث واقتراحها.
- المساهمة في التكوين الأولي والمستديم لمستخدمي مراقبة النوعية وقمع الغش.
- متابعة التطورات القانونية والعملية والتقنية على الصعيد الدولي قصد اقتباسها واعتمادها في المستوى الوطني.
- القيام بجميع الأبحاث وأعمال التنمية الرامية إلى تحسين نوعية السلع والخدمات وتقنيات المراقبة والتحليل وأساليبها ووسائلها.
- أخيرا فإن مفتشي الأقسام للنوعية وقمع الغش يكلفون بما يلي:⁽¹⁸⁾
- البحث عن مخالفات التنظيم المعمول به في مجال النوعية وقمع الغش وإثباتها واتخاذ جميع التدابير التحفظية المنصوص عليها في هذا المجال، عند الاقتضاء.



- توجيه أعمال مصالح مراقبة النوعية وقمع الغش التابعة للإدارة المكلفة بالتجارة وتنسيقها ومراقبتها.
- القيام بدراسات وأبحاث في ميدان مراقبة النوعية وقمع الغش.
- دراسة جميع التدابير التنظيمية التي من شأنها حماية المستهلكين وتطوير النوعية وترقيتها واقتراح ذلك.
- تصور مقاييس نوعية المنتوجات والطرق الثابتة لصلاحية التحقيقات والتحليل.
- متابعة التطورات القانونية والعلمية والتقنية على الصعيد الدولي قصد اقتباسها واعتمادها في المستوى الوطني.
- القيام بالتقديرات السمية للمواد غير المرغوب فيها داخل المنتوجات والمشاركة مع الهيئات المعنية في تحديد الحدود القصوى للرواسب السامة الممكن قبولها في المواد الغذائية.
- 2. ممارسة الرقابة
 - تتم الرقابة التي يقوم بها الأشخاص المؤهلون قانونا بالمعينة المباشرة أو بالفحوص البصرية وبواسطة أجهزة المكايل والموازين والمقاييس وبالتدقيق في الوثائق والاستماع إلى الأشخاص المسؤولين أو بأخذ العينات وكذا زيارة الأماكن والتجهيزات التي تدخل في مسار وضع المنتج للاستهلاك⁽¹⁹⁾.
 - أما بخصوص ظروف الرقابة، فإنها تتم في كامل أوقات العمل أو ممارسة النشاط. وعلى العموم في كامل حلقات عمليات الوضع حيز الاستهلاك.
 - ويترتب على كل عملية رقابة تحرير محضر، والذي يجب أن يحتوي على البيانات التالية:⁽²⁰⁾
 - اسم العون الذي يحرر أو أسماء الأعوان الذين يحررون المحاضر وألقابهم وصفاتهم وإقامتهم الإدارية.
 - تاريخ المعينة المنتهية وساعتها ومكانها أو أماكن الضبط.
 - اسم الشخص الذي وقعت لديه المعاينات ولقبه ومهنته ومحل سكناه أو إقامته.



- جميع عناصر الفاتورة التي يتم إعداد قيمة المعاينات التي وقعت بصفة مفصلة.

- رقم تسلسل محضر المعاينة.

- إمضاء القائم أو القائمين بالمعاينة.

- إمضاء المعني إن كان وإذا رفض الإمضاء يذكر ذلك في المحضر أو في دفتر التصريح.

ويمكن أن يرفق الأعوان المحاضر بأية وثيقة إثباتية.

يمكن للأشخاص المؤهلين قانونا القيام بأخذ عينات لتحليلها في مخابر مراقبة الجودة وقمع الغش أو في مخابر معتمدة لهذا الغرض. وبعد اقتطاع العينات يتم تحليلها كما يلي:⁽²¹⁾

يشمل كل اقتطاع ثلاث عينات بحسب الأصل، غير أنه إذا كان المنتج سريع التشويه أو لم يكن بالإمكان اقتطاع ثلاث عينات منه بسبب وزنه أو أبعاده أو قيمته أو طبيعته أو كميته الضئيلة، فلا تقتطع إلا عينة واحدة في مجال الرقابة الجرثومية. كما أنه يمكن اقتطاع عينات أيضا للدراسة بناء على طلب الإدارة المختصة، ويتم ذلك بواسطة عينة واحدة.

ويترتب عن كل اقتطاع تحرير محضر، يشمل البيانات الآتية:⁽²²⁾

- أسماء الأعوان الذين يحررون المحاضر وألقابهم وصفاتهم وإقامتهم الإدارية.

- تاريخ اقتطاع العينات وساعته ومكانه بكل دقة.

- اسم الشخص الذي يقع لديه اقتطاع العينات، لقبه، مهنته، محل سكناه، أو إقامته. وإذا وقع الاقتطاع ورائق السيارة أو ورائق إرسال السلع، باعتبارهم مرسلين أو مرسل إليهم وذكر ألقابهم ومكان سكناهم.

- رقم تسلسل اقتطاع العينات.

- رقم تسلسل محاضر المعاينة، إذا اقتضى الأمر.

- إمضاء أو إمضاءات القائم أو القائمين باقتطاع العينات.

والجدير بالإشارة أن على المخابر أن تستعمل في فحص العينات المناهج وفقا للمقاييس الجزائرية، والتي جعلها إجبارية قرار الوزير المكلف بالجودة.⁽²³⁾



ويحرر المخبر فور انتهاء أشغاله ورقة تحليل تسجل فيها نتائج تحرياته فيما يخص مطابقة المنتج وتبعث هذه الورقة إلى المصلحة التي قامت باقتطاع العينات خلال أجل ثلاثين يوما ابتداء من تاريخ تسلم المخبر إياها إلا في حالة القوة القاهرة.⁽²⁴⁾

إذا تبين من تقرير المخبر أن المنتج مطابق، يمكن تقديم البراءة إلى الإدارة الجبائية قصد الحصول على إلغاء الضريبة.

أما إذا تبين من المحاضر المحررة تطبيقا للمادتين 5 و 6 من المرسوم التنفيذي رقم 90 - 39 أو من التحاليل المتممة وفقا للمواد 18 و 19 إلى 21 من نفس المرسوم، أن المنتج غير مطابق للمواصفات القانونية والتنظيمية، تكون المصلحة المختصة برقابة الجودة وقمع الغش ملفا يشمل على جميع الوثائق والملاحظات التي تفيد الجهة القضائية المختصة وتسلم في حالات الخبرة التي تأمر بها الجهة القضائية المختصة، العينة التي بقيت احتياطا لدى المصلحة التي سجلت العينات المقتطعة وكذلك العينة التي بقيت لدى الحائز، للخبراء الذين يجب عليهم أن يستعملوا المناهج المحددة في المادة 19 من المرسوم التنفيذي رقم 90 - 39.

وإضافة إلى إحالة الملف إلى الجهة القضائية المختصة، فإنه يتم اتخاذ جميع التدابير التحفظية أو الوقائية الرامية إلى حماية صحة المستهلك ومصلحه من قبل السلطة الإدارية المختصة.

3 - التدابير التحفظية أو الوقائية الرامية لحماية المستهلك

تتلخص هذه التدابير في السحب المؤقت أو النهائي، حجز البضائع، إتلافها، أو إعادة توجيهها.

وستتولى بيانها فيما يلي:

3.1. السحب: يقصد به منع حائز المنتج من التصرف في ذلك المنتج، أي نزعه من مسار وضع البضاعة حيز الاستهلاك من طرف منتجها وفي غياب هذا الأخير من طرف المتدخل الأقرب.

وقد يكون السحب مؤقتا وذلك في حالة ما إذا أثارت المنتجات فعلا شكوكا لدى أعوان الرقابة أو أثر اقتطاع العينات في كونها غير مطابقة، غير أنه إذا كان المنتج المفحوص أو الذي تتم تحليله يحتوي على خطر وشيك



يهدد صحة وأمن المستهلك . وعندما تستحيل مطابقتها، فإن السلطة الإدارية المختصة تأمر بسحب المنتج نهائيا.

أما إذا تعلق الأمر بالسحب النهائي، فإن السلطة الإدارية يمكنها أن تأمر على نفقة ومسؤولية حائز المنتج المحلي إعادة توجيهه أو تغيير اتجاهه أو إتلافه دون إخلال بالمتابعات القضائية المحتملة.⁽²⁵⁾

3. 2. العمل بجعل المنتج مطابقا: يتمثل العمل بجعل المنتج مطابقا للمطلوب في إنذار حائز المنتج أن يزيل سبب عدم المطابقة أو عد التزام الأعراف والقواعد الفنية المقبولة لدى العموم من خلال إدخال تعديل أو تعديلات على المنتج أو تغيير فئة تصنيفها.

3. 3. تغيير المقصد: يعني ذلك ما يلي:⁽²⁶⁾

- إرسال المنتجات المسحوبة على نفقة المتدخل المقصر، إلى جانب هيئة تستعملها في غرض شرعي، إما مباشرة وإما بعد تحويلها، ويحتفظ بعائد التنازل لدى هذه الهيئة حتى تبت السلطة القضائية في مقصد ذلك.
- رد المنتجات المسحوبة على نفقة المتدخل المقصى إلى الهيئة المسؤولة عن توبيخها أو إنتاجها أو استيرادها.

3. 4. الحجز: يتمثل الحجز في سحب المنتج المعترف بعدم مطابقتها من حائزه ويقوم بهذا الحجز الأعوان المؤهلون طبقا للمادة 15 من القانون 89. 02، بعد الحصول على إذن قضائي. غير أنه يجوز للأعوان تنفيذ الحجز دون إذن قضائي قبلي في حالات التزوير أو في حالة المنتجات المعترف بعدم صلاحيتها وغيرها.

3. 5. الإتلاف: تتلف المنتجات المحجوزة كلما تعذر التفكير في استعمالها استعمالا قانونيا واقتصاديا. كما يمكن أن يتمثل ذلك الإتلاف أيضا في تغيير طبيعة المنتج.⁽²⁷⁾

3. 6. إعادة التوجيه: توجه المنتجات المحجوزة إذا كانت قابلة للاستهلاك إلى مركز منفعة جماعية بناء على مقرر تتخذه السلطة الإدارية المختصة.

3. 7. التوقيف المؤقت لنشاط المؤسسة: متى كان أمام إحدى التدابير المذكورة أعلاه، سواء السحب أو تغيير المقصد أو الحجز أو الإتلاف أو إعادة



التوجيه، فإنه يرفق القرار الإداري المعني بتوقيف مؤقت لنشاط المؤسسة أو المؤسسات المساهمة في عملية طرح المنتج في مسار وضعه حيز الاستهلاك لغاية زوال الأسباب التي أدت إلى اتخاذ الإجراء المعني.⁽²⁸⁾

ثالثا: الهيئات المتدخلّة لحماية المستهلك في مجال الجودة

سمح اتساع رقعة المبادلات الاقتصادية وتغير طرق الإنتاج والتوزيع لبعض المؤسسات من انتهاج أساليب غير مشروعة للوصول إلى تحقيق أكبر ربح، دون مراعاة حقوق المستهلك، مما جعل هذا الأخير يمارس نشاطه الاستهلاكي في ظروف مضطربة ومشحونة بكل أشكال التجاوزات التجارية. الشيء الذي حفز وجود هيئات رسمية تعمل على حماية حقوق ومصالح المستهلك والدفاع عنها. والتي يمكن عرضها فيما يلي:

1 - المعهد الجزائري للتقييس : هو مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري تتمتع بالشخصية المدنية والاستقلال المالي. وموجود تحت وصاية وزارة الصناعة وإعادة الهيكلة.

يقوم المعهد بتنفيذ السياسة الوطنية للتقييس ومكلف بما يأتي:⁽²⁹⁾

- إعداد المواصفات الجزائرية ونشرها وتوزيعها.

- جمع وتنسيق جميع الأشغال في التقييس التي شرعت في إنجازها الهياكل الموجودة أو الهياكل المزمع إحداثها لهذا الغرض.

- اعتماد علامات المطابقة للمواصفات الجزائرية وطابع الجودة ومنح تراخيص استعمال هذه العلامات والطابع مع رقابة استعمالاتها في إطار التشريع المعمول به.

- ترقية الأشغال والأبحاث والتجارب في الجزائر أو في الخارج وتهيئة منشآت الاختبار الضرورية لإعداد المواصفات وضمان تطبيقها.

- إعداد وحفظ ووضع في متناول الجمهور، كل الوثائق والمعلومات المتصلة بالتقييس.

- التكوين والتحسيس في مجالات التقييس.

- تطبيق الاتفاقات والمعاهدات الدولية في مجالات التقييس التي تكون

الجزائر طرفا فيها.



ومن جهة أخرى فإن المعهد يشارك في أشغال المنظمات الدولية والجهوية للتقييس ويمثل الجزائر فيها عند الاقتضاء.

2 - المجلس الوطني لحماية المستهلك: أنشئ المجلس الوطني لحماية المستهلكين بناء على المرسوم التنفيذي رقم 272/92 المؤرخ في 06 جويلية 1992 والذي يحدد تشكيكه وامتيازاته.

فالمجلس تابع لوزارة التجارة ويعتبر منظمة استشارية وتعاونية، حيث يقوم أعضاؤه من خلال الاجتماعات بإعطاء اقتراحات ذات علاقة بالأهداف المحددة في مجال ترقية الجودة، المراقبة وأمن السلع والخدمات، ثم أخذ القرارات اللازمة.

يساهم المجلس الوطني لحماية المستهلكين في كل الأنشطة التي لها علاقة بحماية وأمن المستهلكين، حيث تتمثل مهامه فيما يلي:
- يتخذ كل الإجراءات الممكن أن تساعد على تجنب الأخطار التي قد تسببها المنتجات والخدمات المعروضة في السوق وهذا حماية للمصالح المادية والمعنوية للمستهلك.

- يقترح برامج سنوية لمراقبة الجودة وقمع الغش.
- يقوم بأنشطة إعلامية وتحسيسية بغية حماية المستهلك.
- تنفيذ البرامج الخاصة بمساعدة جمعيات حماية المستهلك في مهامها.
- الموافقة على كل المواضيع والإجراءات التي لها علاقة بجودة السلع والخدمات المقدمة من طرف وزير التجارة أو من طرف أي هيئة مؤسساتية معنية بالأمر.

3 - شبكة مخابر التجارب وتحليل النوعية: تأسست هذه الشبكة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 96 . 355 المؤرخ في 06 جمادى الثاني 1417 الموافق لـ 19 أكتوبر 1996.

تتمثل مهامه فيما يلي:⁽³⁰⁾

- المساهمة في تنظيم مخابر التحليل ومراقبة النوعية وفي تطويرها.
- المشاركة في إعداد سياسة لحماية الاقتصاد الوطني والبيئة وأمن المستهلك.



- تطوير كل عملية من شأنها أن ترقى نوعية السلع والخدمات وتحسين نوعية خدمات مخابر التجارب وتحاليل الجودة.
- تنظيم المنظومة المعلوماتية عن نشاطات الشبكة والمخابر التابعة لها.
- تكليف الشبكة بإنجاز كل أعمال الدراسة والبحث والاستشارة وإجراء التجارب والمراقبة وكل خدمات المساعدة التقنية لحماية المستهلكين وإعلامهم وتحسين نوعية المنتوجات.
- كما يمكن أن تقوم بما يلي:
 - تدريس لحساب الوزارة المعنية وبطلب منها: العلاقات مع الهيئات الأجنبية أو الدولية المتخصصة، فيما يتعلق بتحليل النوعية ومراقبتها وسلامة المنتوجات.
 - تتولى مراقبة نوعية المنتوجات المستوردة أو المحلية عند إخطارها.
- 4 - المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزوم: أنشئ المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزوم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 147/89 المؤرخ في 06 محرم 1410 الموافق لـ 08 فيفري 1989، يتضمن إنشاء المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزوم، الذي يعتبر مؤسسة عمومية ذات طابع إداري، ويوضع المركز تحت وصاية وزارة التجارة.
- ويمكن عرض دور المركز في مجال مراقبة الجودة وحماية المستهلك فيما يلي:⁽³¹⁾
 - البحث عن كل أعمال الغش والتزوير ومخالفة التشريع والتنظيم الجاري بهما العمل والمتعلق بنوعية المنتوجات وبيعائها ويقاضيتها.
 - يجري في المخبر أي تحليل أو بحث ضروريين لفحص مدى مطابقة المنتوجات للمقاييس المعتمدة أو للمواصفات القانونية أو التنظيمية التي ينبغي أن تتميز بها.
 - يجري تحقيقات أو أبحاث ذات طابع وطني إقليمي لكشف كل سلعة أو خدمة تتطوي على مخاطر لصحة المستهلك أو أمنه لإزالتها أو يأمر من يقوم بذلك.
 - يتولى تسيير المخابر والمفتشيات الإقليمية والفرق المتخصصة في مراقبة النوعية وقمع الغش.



- يعد البرامج الدورية للمراقبة.
- يتولى تنسيق تدخلات المراقبة والتحاليل للتقصيات وانسجامها ومتابعتها.
- يطور ويحسن وسائل التحقيقات الميدانية للتحاليل المخبرية وطرقها.
- يجري التحقيقات السابقة لإعداد ملفات اعتماد المخابر.
- يحلل نتائج التحقيقات وعمليات المراقبة والتفتيش التي تجري في الميدان أو في المخابر قصد اقتراح التدابير التي تسمح بتطوير نوعية المنتجات والخدمات الموضوعة للاستهلاك.
- يعد أي مشروع نص تشريعي أو تنظيمي يتعلق بنوعية المنتجات والخدمات ويقترحه على السلطات المعنية.

الخاتمة

سمح اتساع رقعة المبادلات الاقتصادية وتغير طرق الإنتاج والتوزيع لبعض المؤسسات من انتهاز أساليب غير مشروعة للوصول إلى تحقيق أكبر ربح، دون مراعاة حقوق المستهلك، مما جعل هذا الأخير يمارس نشاطه الاستهلاكي في ظروف مضطربة ومشحونة بكل أشكال التجاوزات التجارية.

أمام هذا الوضع أصبحت الإجراءات المتخذة من طرف الهيئات الرسمية، ممثلة في الأجهزة القانونية في الوزارات المعنية، الأجهزة الإشرافية والرقابية، الأجهزة القضائية، لحماية المستهلك ضرورية لردع هذه التجاوزات، خاصة في ظل الانفتاح الاقتصادي.

لكن انتشار الغش بكل أشكاله وعدم احترام شروط السلامة في الإنتاج والتوزيع قد يشير إلى ضعف القاعدة القانونية في الأحكام الموجودة في النظم والقوانين في مجال مكافحة الغش، بحيث أصبحت غير رادعة لكثير من المتورطين في الغش والتقليد الذي يؤدي إلى خسائر كبيرة في الاقتصاد الوطني.

وبالتالي إلى جانب الهيئات الرسمية التي تعمل على حماية المستهلك انطلاقاً من رقابة الجودة بكل أشكالها، يتعين ما يلي:
- أن يكون للإعلام بوسائله المختلفة توجهات في التوعية وإرشاد المستهلك في التعرف على السلع المغشوشة وكذلك تضمين شروط منح إجازات العمل



للمعامل الإنتاجية بضرورة تطبيق مبادئ إدارة الجودة في نظم العمل والإنتاج من خلال وضع ضوابط جديدة لضمان رفع مستوى نوعية السلع والخدمات المحلية الى العالمية.

- إرشاد المنتجين والبائعين الى ضرورة التخلي عن أساليب الغش الصناعي والتجاري والخدمي ووضع ضوابط جديدة لاستيراد السلع المصنعة ونصف المصنعة من قبل التجار لضمان استيراد آمن ونظيف من الغش.
- لا يكفي دور الدولة وحده لمواجهة مظاهر الإخلال بحماية المستهلك ومن هنا ظهرت أهمية ودور جمعيات حماية المستهلك كطرف أساسي في الحماية.

- التهميش :

- 1 - حسين عبد الله التميمي، إدارة الإنتاج والعمليات، الطبعة الأولى، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 1997، ص 607.
- 2 - صالح مهدي محسن العامري، طاهر محسن منصور الغالبي، الإدارة والأعمال، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2007، ص 224
- 3 - فريد عبد الفتاح زين الدين، تخطيط ومراقبة الإنتاج مدخل إدارة الجودة، دار الكتب المصرية، مصر، 2000، ص 490.
- 4 - علي فتاك، تأثير المنافسة على الالتزام بضمان سلامة المنتج، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، جمهورية مصر العربية، 2007، ص 278
- 5 - يونس عواد ومحمد ناصر، إدارة النظم والعمليات الإنتاجية، منشورات جامعة دمشق، كلية الاقتصاد، 2003-2004، ص 483-484.
- 6 - لمزيد من التفصيل انظر:
- Claudio Benedetti, introduction a la gestion des opérations, 3 édition, édition études vivantes, canada, 1991, p 322-325
- 7 - الفقرة 2 من المادة 5 من القانون رقم 89-02 المؤرخ في 07 فيفري 1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك
- 8 - الفقرة 2 من المادة 4 من المرسوم التنفيذي رقم 92-65 المؤرخ في 12 فيفري 1992 والمتعلق بمراقبة مطابقة المواد المنتجة محليا أو المستوردة والمعدل والمتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 93-47 المؤرخ في 06 فيفري 1993.
- 9 - الفقرة 1 من المادة 15 من القانون رقم 89-02



- 10 - المادة 1 و 4 من المرسوم التنفيذي رقم 02-454 المؤرخ في 21 ديسمبر 2002 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة.
- 11 - الفقرة 2-2 من المادة الرابعة من المرسوم التنفيذي رقم 02-454
- 12 - المادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 89 - 207 المؤرخ في 14 نوفمبر 1989 المتضمن القانون الأساسي الخاص المطبق على العمال المتتمين إلى الأسلاك الخاصة في الإدارة المكلفة بالتجارة.
- 13 - المادة 20 من المرسوم التنفيذي رقم 89 - 207
- 14 - المادة 37 من المرسوم التنفيذي رقم 89-207
- 15 - المادة 24 من المرسوم التنفيذي رقم 89 - 207
- 16 - المادة 25 من المرسوم التنفيذي رقم 89 - 207
- 17 - المادة 26 من المرسوم التنفيذي رقم 89 - 207
- 18 - المادة 27 من المرسوم التنفيذي رقم 89 - 207
- 19 - المادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 90 - 39 المؤرخ في 30 جانفي 1990 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش.
- 20 - المادة 6 من المرسوم التنفيذي رقم 90 - 39
- 21 - الفقرة 1 من المادة 17 من المرسوم التنفيذي رقم 90 - 39
- 22 - الفقرة 1 من المادة 10 من المرسوم التنفيذي رقم 90 - 39
- 23 - من أمثلة هذه القرارات: القرار المؤرخ في 08 جويلية 2006 يجعل منهج تحديد نسبة الأزوت القاعدي المتبخر الإجمالي في متوجات الصيد البحري إجباريا.
- 24 - المادة 20 من المرسوم التنفيذي رقم 90 - 39
- 25 - الفقرة 1 من المادة 20 من القانون رقم 89 - 02
- 26 - المادة 25 من المرسوم التنفيذي رقم 90 - 39
- 27 - المادة 28 من المرسوم التنفيذي رقم 90 - 39
- 28 - الفقرة 1 من المادة 22 من القانون رقم 89 - 02
- 29 - المادة 7 من المرسوم التنفيذي رقم 98 - 69 مؤرخ في 24 شوال عام 1418 الموافق 21 فبراير سنة 1998، يتضمن إنشاء المعهد الجزائري للتقييس ويحدد قانونه الأساسي.
- 30 - المادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 96-355 المؤرخ في 06 جمادى الثاني 1417 الموافق لـ 19 أكتوبر 1996، يتضمن إنشاء شبكة مخابر التجارب وتحليل النوعية.
- 31 - المادة 4 من المرسوم التنفيذي رقم 89 - 147 المؤرخ في 06 محرم 1410 الموافق لـ 08 فيفري 1989، يتضمن إنشاء المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرمز.



المراجع:

أولا: الكتب

- التميمي حسين عبد الله ، إدارة الإنتاج والعمليات، الطبعة الأولى، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 1997.
- العامري صالح مهدي محسن ، الغالبي طاهر محسن منصور ، الإدارة والأعمال، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2007.
- زين الدين فريد عبد الفتاح ، تخطيط ومراقبة الإنتاج مدخل إدارة الجودة، دار الكتب المصرية، مصر، 2000.
- عواد يونس و ناصر محمد ، إدارة النظم والعمليات الإنتاجية، منشورات جامعة دمشق، كلية الاقتصاد، 2003-2004.
- فتاك علي، تأثير المنافسة على الالتزام بضمان سلامة المنتج، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، جمهورية مصر العربية، 2007.
- Benedetti Claudio, introduction a la gestion des opérations, 3 édition, édition études vivantes, canada, 1991.
- ثانيا - النصوص التشريعية
- 1 - القوانين
- القانون رقم 89 - 02 المؤرخ في 07 فيفري 1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك.
- 2 - النصوص التنظيمية
- أ - المراسيم التنفيذية
- المرسوم التنفيذي رقم 89 - 147 المؤرخ في 06 محرم 1410 الموافق لـ 08 فيفري 1989، يتضمن إنشاء المركز الجزائري لمراقبة النوعية والوزن.
- المرسوم التنفيذي رقم 89 - 207 المؤرخ في 14 نوفمبر 1989 المتضمن القانون الأساسي الخاص المطبق على العمال المتممين إلى الأسلاك الخاصة في الإدارة المكلفة بالتجارة.
- المرسوم التنفيذي رقم 90 - 39 المؤرخ في 30 جانفي 1990 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش
- المرسوم التنفيذي رقم 92 - 65 المؤرخ في 12 فيفري 1992 والمتعلق بمراقبة مطابقة المواد المنتجة محليا أو المستوردة والمعدل والمتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 93 - 47 المؤرخ في 06 فيفري 1993.
- المرسوم التنفيذي رقم 96 - 355 المؤرخ في 06 جمادى الثاني 1417 الموافق لـ 19 أكتوبر 1996، يتضمن إنشاء شبكة مخابر التجارب وتحليل النوعية.



- المرسوم التنفيذي رقم 98 - 69 مؤرخ في 24 شوال عام 1418 الموافق 21 فبراير سنة 1998 ، يتضمن إنشاء المعهد الجزائري للتقييس ويحدد قانونه الأساسي.
- المرسوم التنفيذي رقم 02 - 454 المؤرخ في 21 ديسمبر 2002 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة.
- ب - القرارات
- القرار المؤرخ في 08 جويلية 2006 يجعل منهج تحديد نسبة الأزوت القاعدي المتبخر الإجمالي في منتجات الصيد البحري إجباريا.



دور السلطات العمومية في حماية القدرة الشرائية للمستهلك

مداخلة من تقديم
أ / كريم قش
مدير التجارة لولاية الوادي



مقدمة

ظهر مفهوم حماية المستهلك بعد الحرب العالمية الثانية ، حيث اجتاحت العالم أزمة اقتصادية خانقة نتيجة مخلفات الحروب المدمرة التي شهدتها العالم في تلك الفترة ، و كان من أبرز انعكاساتها ضعف العرض نتيجة قلة المصانع بعد تدمير أغلبها وخاصة في أوروبا ، الأمر الذي أدى إلى ارتفاع الأسعار ، فضاق الناس بذلك الوضع ، فتدخلت الحكومات عن طريق جملة من التشريعات حاولت تجاوز هذه الوضعية الخطيرة .

و الوصول إلى هذه التشريعات لم يكن سهلا ، فقد جاء بعد سلسلة من الإضرابات قادها الكثير من المستهلكين عبر الولايات المتحدة الأمريكية بالخصوص ، إلى أن جاء الخطاب الشهير للرئيس الأمريكي كينيدي بتاريخ 15 مارس 1962 ، أقر فيه مجموعة من الحقوق لعموم المستهلكين وعددها أربعة وهي :

1. الحق في الإعلام .
2. الحق في الحماية الصحية .
3. الحق في الاختيار .
4. الحق في الاستماع إليه .

وأصبح هذا التاريخ فيما بعد يوما عالميا للمستهلك يحييه العالم كل سنة.

أما الجزائر فلم تواكب في البداية هذه الحركة العالمية بسبب طبيعة النظام الاقتصادي الذي انتهجته بعد الاستقلال مباشرة ، حيث تميز



باحتمكار الدولة للتجارة الخارجية من خلال دواوين ومؤسسات عمومية
أوكلت إليها مهمة استيراد المنتجات.

كما يمكن أن نلاحظ من الناحية الإدارية غياب هيئة متخصصة
بالرقابة حيث تكفلت بهذه المهمة وزارة الفلاحة ومصالحها الخارجية
وبالضبط مصلحة تسمى مصلحة قمع الغش ، كان عدد أعوانها محدودا
ومهمتهم الرئيسية قمع الغش بشكل عام وليس في إطار حماية المستهلك بل
حماية للاقتصاد الوطني .

وفي سنة 1982 تم تحويل هذه المصلحة من وزارة الفلاحة إلى وزارة
التجارة التي أوكلت إليها الدولة آنذاك مهمة قمع الغش إضافة إلى مهامها
الكلاسيكية التي كانت تتمثل في رقابة الأسعار والتحقيقات
الاقتصادية.

وفي سنة 1989 وبعد التحولات السياسية والمؤسسية والاقتصادية ،
تبنت الدولة اقتصاد السوق كمنهج اقتصادي ، فظهر المستهلك لأول مرة في
تاريخ الجزائر المستقلة كمفهوم جديد كرسه القانون رقم 02/89 المؤرخ في
1989/02/07 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك .

هذا القانون الذي مرّ على تطبيقه عقدان من الزمن ، أتى بخمس مبادئ
أساسية وهي : إلزامية السلامة الصحية - إلزامية الأمن الاقتصادي - إلزامية
الضمان - إلزامية الإعلام - إلزامية المطابقة للمقاييس المعتمدة .
ومعها برزت مهمة جديدة أوكلت إلى مصالح وزارة التجارة ، هي رقابة
نوعية المنتجات في كل أطوار التوزيع .

أما بخصوص موضوع مداخلتي هذه التي تحمل عنوان : حماية القدرة
الشرائية للمستهلك و دور السلطات العمومية في تحقيقها ، لا بد أن نلاحظ
أن هذا الدور يمكن تقسيمه إلى نوعين :
دور عام غير مباشر :

يتمثل عادة في تنظيم مهام الوزارة و مصالحها الخارجية ، حيث أعطيت
لها مهام نظمها المرسوم التنفيذي رقم 409/03 المؤرخ في 2003/11/05 المتضمن
تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعملها .



وحددت المادة (03) من هذا المرسوم مهام المديرية الولائية للتجارة ،
فنصت على المهام التالية :

1. السهر على تطبيق التشريع و التنظيم المتعلقين بالتجارة الخارجية
و المنافسة والجودة وتنظيم النشاطات التجارية والمهن المقتنة واقتراح كل
التدابير من أجل تكييفها .

2. السهر على احترام القواعد المتعلقة بالمنافسة وضمان مراعاة شروط
التنافس السليم والنزاهة بين المتعاملين الاقتصاديين .

4. متابعة تطور الأسعار عند إنتاج واستهلاك السلع والخدمات الضرورية
و/أو الإستراتيجية

5. السهر على تطبيق سياسة الرقابة الاقتصادية وقمع الغش .

6. وضع نظام إعلامي حول وضع السوق بالاتصال مع النظام الوطني
للإعلام.

7. تقديم المساعدة للمتعاملين الاقتصاديين والجماعات والمستعملين
والمستهلكين في ميدان الجودة وأمن المنتجات والنظافة الصحية .

8. تطوير الإعلام وتحسيس المهنيين والمستهلكين بالتنسيق مع جمعياتهم.
♦ / كما قامت الوزارة في هذا المستوى بتوظيف أعوان للرقابة : حيث
كان عددهم في بداية التسعينيات من القرن الماضي لا يتجاوز : 200 عون ،
حاليا يبلغ عددهم 3000 عون .

♦ / كما تجلى هذا الدور كذلك في تنظيم السوق ومحاولة السيطرة على
مسارات التوزيع و نلاحظ في هذا الجانب غيابا كليا للهيكل التجارية على
مستوى الولاية في الوقت الحالي غير أن المصالح المعنية وضعت مخططا
لإنشاء فضاءات تجارية تقدر تكلفتها الكلية ب : 295 مليار سنتيم جزائري
يستمر لمدة 05 سنوات (2008 . 2012) ، يحوي سوقا ولائيا وأسواقا بلدية
وجوارية ،... الخ .

هذه الجهودات هدفها دعم القدرة الشرائية للمستهلك بشكل غير
مباشر.

الدور الخاص أو المباشر :

هذا الدور للسلطات العمومية يمكن تلخيصه في النقاط التالية :



1. دعم المواد الأساسية الواسعة الاستهلاك :
حيث تم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 301/95 المؤرخ في 1995/10/04
المتعلق بكيفيات تعويض أعباء النقل الخاص بمناطق الجنوب و المعدل
بموجب المرسوم التنفيذي رقم 216/07 المؤرخ في 2007/07/05 ، تم فيه تحديد
قيم التعويض بالشكل التالي :
03 دينار جزائري لكل طن في الكيلومتر الواحد .
وشملت هذه العملية العديد من المواد الأساسية مثل : السميد ...
2. تسقيف الأسعار : بعد الارتفاع المذهل لأسعار السلع الواسعة
الاستهلاك في السوق العالمية تدخلت السلطات العمومية لضبطها تطبيقا
للمادة 05 من الأمر رقم 03/03 المؤرخ في 2003/07/19 المتعلق بالمنافسة ، حيث
قامت بتحديد حد أقصى لهذه المواد و من بينها :
أ / الدقيق : 2.000,00 دج للطن ، مع العلم أن القمح اللين يتم اقتناؤه
من السوق العالمي بمبلغ 6.000,00 دج .
ب / الخبز العادي : 250 غرام بسعر 07,50 دج .
ج / الحليب المبستر 01 لتر بسعر 25,00 دج .
د / غاز البوتان : بسعر 200,00 دج .
هـ / الكهرباء : دعم نصف التسعيرة خاص بالجنوب .
و / الإسمنت : تحديد هامش الربح للجملة 40,00 دج و التجزئة 60,00 دج .
ز / أنواع الوقود المختلفة .
ح / تدخل ظرفي في استيراد البطاطا ، إعفاء مؤقت من التعريفات
الجمركية والضرائب (TVA).
ط / تحديد الحد الأقصى لحصة المتعامل الاقتصادي في السوق لتفادي
المضاربة و الاحتكار بحد أقصاه : 45 % ، مثل قطاع الزيوت النباتية الموجهة
للاستهلاك البشري .
إن القيمة المالية لهذا الدعم تقدر بـ: 02,50 مليار دولار . ثم إن الدولة
عازمة على دعم مواد أخرى وتوسيع قائمة المواد المسقفة للحفاظ على القدرة
الشرائية للمستهلك .



أسلوب التروي - الاندفاع المعرفي كأحد محددات السلوك الاستهلاكي للفرد

مداخلة من تقديم

أ / سلاف مشري

قسم علم النفس وعلوم التربية والأرطفونيا

معهد العلوم الإنسانية والاجتماعية - المركز الجامعي بالوادي



تمهيد

تهدف هذه المداخلة إلى محاولة فهم علاقة الأسلوب المعرفي (التروي - الاندفاع) بالفروق بين الأفراد في أنماط سلوكهم الاستهلاكي، وتوضيح مساهمة علم النفس في فهم السلوك الاستهلاكي للفرد وذلك للوصول إلى القدرة على ضبط هذا السلوك والتحكم فيه ومن ثم التنبؤ به من خلال عملية التربية بوسائطها المختلفة، وفي إطار ما يعرف بالتربية الاستهلاكية وبالتالي ترشيد الاستهلاك، خاصة مع سيطرة قيم الربح السريع، وانتشار مظاهر الغش والتزييف مما يهدد حياة المستهلك.

سيكولوجية المستهلك ومحددات السلوك الاستهلاكي:

من التعاريف المألوفة لعلم النفس اليوم أنه "العلم الذي يدرس الحياة النفسية وما تتضمنه من أفكار ومشاعر وإحساسات وميول ورغبات وذكريات وانفعالات" وأنه كذلك العلم الذي يدرس سلوك الإنسان، أي ما يصدر عنه من أفعال وأقوال وحركات ظاهرة¹ ويعرف كذلك بأنه العلم الذي يدرس أوجه نشاط الإنسان وهو يتفاعل مع بيئته ويتكيف معها".¹

وقد يبدو أن هذه التعاريف قد قدمت مواضيع متناقضة لعلم النفس وتختلف عن بعضها اختلافا جوهريا، ولكنها في الواقع تعاريف متكاملة توضح موضوع علم النفس - على اعتبار أن لكل علم موضوعه - إذ يتحدد في الحياة النفسية للفرد وسلوك الإنسان ونشاطه وتفاعله وتكيفه مع بيئته.



من هذا المنطلق، نجد أن السلوك الاستهلاكي قد استرعى اهتمام علماء النفس بالبحث والدراسة، فكل إنسان يعتبر مستهلكا، ولا يمكنه أن يستغني عن الخدمات التي يمكن أن يقدمها له غيره، ولذلك فإن دراسة محددات سلوك المستهلك هي دراسة لكل أفراد المجتمع. إن عملية الاستهلاك لا تنطلق من فراغ، وليست عملية عارضة أو طارئة، وإنما بحكم كونها سلوكا فإنها تخضع للعديد من العوامل النفسية والتربوية والاجتماعية... الخ التي تحدد سلوك الاستهلاك للفرد تبعا لجنسه وسنه وموقعه الجغرافي ومستوى ذكائه ومستواه الاجتماعي والاقتصادي... الخ.

المنطلقات العامة للسلوك الاستهلاكي للفرد:

وعموما هناك مبادئ عامة تحكم سلوك الفرد الاستهلاكي منها ما يلي:²
(1) قدرات الفرد وإمكانياته والواجبات الملقاة عليه تلك التي تحدد اتجاهه في الشراء أو في الاستهلاك، ومن ذلك دخله الشهري، الفواتير... (قدرته الشرائية).

(2) الظروف المهيأة أو الطارئة، كحدوث تغيرات أو أحداث معينة في الأسرة أو تركيبها.

(3) العادات والتقاليد التي تلعب دورا بارزا في ميل الفرد إلى شراء بعض الأشياء أو امتناعه عنها، وكذلك الأعياد والمناسبات الدينية.

(4) خصائص الفرد سواء منها المعرفية أو الوجدانية كالإدراك والذكاء والتعلم، سمات الشخصية، الدافعية والقيم والاتجاهات والأساليب المعرفية... الخ

والحقيقة أن سلوك المستهلك لا يتحدد بواحدة فقط من هذه المبادئ، وإنما بتفاعلها فيما بينها، فنجد مثلا أن القدرة الشرائية المحدودة لدى بعض الأفراد لا تحدد سلوكهم الاستهلاكي ولا تقدم إمكانية التنبؤ به، "فكثيرا ما تحرص بعض الشركات المنتجة على تكوين عادات غير اقتصادية لدى الأفراد رغم مداخيلهم المحدودة، فيذهب ضحيتها ذوي الوعي المحدود الذين يسهل على الإعلانات المدروسة تشكيل عقولهم والتأثير في ميولهم³ فينفقون أموالا فيما لا يحتاجون إليه.... الخ.



أسلوب التروي - الاندفاع المعرفي كأحد محددات السلوك الاستهلاكي؛
يعتبر مفهوم الأساليب المعرفية من المفاهيم الحديثة نسبياً في مجال علم النفس عامة وعلم النفس المعرفي خاصة، حيث "ظهر اتجاه البحث في الأساليب المعرفية إلى البحوث التي نشرها كل من (ويتكن وآش عام 1954 وعام 1965 Witkin & Ashe) واهتمام هذه البحوث بالجوانب المتعددة التي تتعلق بمشكلات الفروق الفردية كالإدراك وكيفية قياسها..."⁴
تعريف الأساليب المعرفية:

يرى (ويتكن 1974) وآخرون أن مفهوم "أسلوب" يشير إلى الخصائص المميزة للفرد التي يستخدمها في مدى واسع من المواقف⁵ ولأن هذا الأسلوب يشمل كلا من الأنشطة الإدراكية والعقلية فقد سمي بالأسلوب المعرفي .
ولدراسة الأساليب المعرفية أهمية كبيرة في علم النفس، فمن جانب تشمل الأساليب المعرفية مختلف العمليات المعرفية العليا "كالذكر والتحليل والتركيب والتقويم، وهي أحد الوسائل الفارقة بين الإنسان وبيئة الحيوانات الأخرى"⁶ ومن ثمة فهم الإنسان بشكل أكثر دقة، ومن جانب آخر كون الأساليب المعرفية تعتبر أحد أهم العوامل الأساسية لكشف تلك الفروق الفردية بين الأفراد، وبالتالي إمكانية التنبؤ بسلوك الأفراد في المواقف المتباينة.
وعلى هذا الأساس، تزايد الاهتمام بدراسة الأساليب المعرفية وتعددت التصورات والأطر النظرية التي تناولتها، هذا الأمر أدى إلى تعدد تعريفاتها، ومن أهمها:

تعريف (كوجان 1971 Kogan) حيث يرى أنها "عادات الفرد في حل المشكلات واتخاذ القرارات وتجهيز المعلومات وتقويمها والاستفادة منها"⁷.
يتفق هذا التعريف مع تعريف (هارفي 1962 Harvey) والذي يعد من التعريفات المبكرة للأساليب المعرفية، حيث يرى أنها "تشير إلى الأسلوب الذي يرشح Filter ويجهز الفرد المعلومات الواردة من البيئة والذي يعطي لها المعنى النفسي المتمثل في استخدامها"⁸.

كما يرى أنور الشرقاوي أن الأساليب المعرفية تهتم بالطريقة التي يتناول بها الفرد المشكلات التي يتعرض لها في مواقف حياته اليومية⁹ ويراهـا (ميسيك 1994 Missick) "الأساليب المفضلة لدى الأفراد في إدراك المفاهيم



ومعالجة المعلومات وتنظيم عالم المثيرات، وهي تحدد طريقة الفرد المفضلة في الاستيعاب والتذكر وحل المشكلات والتعامل مع البيئة الاجتماعية والطبيعية".¹⁰

في نفس الإطار، "يشير كل من (كاجان وكوجان 1979 Kagan & Kogan) و(هيرتزج 1981 Hertzig) إلى أن بعض الباحثين عرضوا مفهوم الأسلوب المعرفي ليدل على طريقة الشخص الكلية التي يتخذها عند حل المشكلات".¹¹

وبناء على هذه التعريفات نجد أن الأساليب المعرفية تشير إلى الطريقة المميزة للفرد في تعامله مع المثيرات: المعلومات، الموضوعات، المشكلات، المواقف التي يتعرض لها في حياته اليومية وتنعكس في الطريقة الأكثر تفضيلاً لديه في تعامله واستخدامه لتلك المعلومات، الموضوعات... في العالم المحيط به. وبمعنى آخر فالأساليب المعرفية هي عبارة عن عادات فكرية بسيطة التركيب يمارسها الأفراد في معالجة وتجهيز المعلومات، فهي تمثل أكثر العادات العامة في التفكير وليست ببساطة النزعة نحو أفعال خاصة والتي أصبحت ثابتة وآلية خلال الأداء.

فالأساليب المعرفية إذن "تكشف الفروق الفردية بين الأفراد ليس فقط في المجال المعرفي كالإدراك والتذكر والتفكير وتكوين المفاهيم والتعلم وتكوين وتناول المعلومات، ولكن كذلك في المجال الانفعالي والوجداني والمجال الاجتماعي ودراسة الشخصية".¹²

لذلك يشير فؤاد أبو حطب (1990) إلى أن الأساليب المعرفية تدل على مركبات من الاستعدادات المعرفية والوجدانية والتي تميز الأفراد في حلهم للمشكلات".¹³ وهو نفس ما ذهب إليه (ويتكن) بقوله إن الأسلوب المعرفي "هو عامل أو بعد يتداخل في عدة مجالات شخصية سواء في المجال المعرفي بما يتضمنه من عمليات الانتباه والإدراك والتفكير والتذكر حل المشكلات، أو ما يتصل بالمجال الوجداني بما يتضمنه من جوانب شخصية واجتماعية".¹⁴ على هذا الأساس، نجد كل من (فيرجس Fergus وShulman 1979) قدما مفهوماً أوسع للأسلوب المعرفي على أنه: "التنظيم الإدراكي المتضمن لأنظمة متعددة عن مفهوم الذات والنظرة العامة



والاستجابات النمطية المتعلمة والأفكار، ذلك التنظيم الإدراكي الذي يحدد أسلوب الفرد ويضبط إدراكه في التفكير وهدفه الموجه للسلوك واعتقاده ونظامه الشخصي ومركز انتباهه".¹⁵

ويتبين من ذلك أن للأسلوب المعرفي خصائص الدافعية، إذ يعتبرها (جيلفورد Guilford) وظائف موجهة لسلوك الفرد "وكما يبين (جورج كلاين G.Klayn) 1954 أنها تؤدي إلى ضبط السلوك وتنظيمه وتعديله باستخدام استراتيجيات معينة

خصائص الأساليب المعرفية:

في ضوء التعريفات السابقة وغيرها الكثير يمكن أن نستخلص أهم خصائص الأساليب المعرفية كما يلي:

1. الثبات النسبي: إذ يمكن التنبؤ بالأسلوب الذي يتبعه الفرد في المواقف التالية بدرجة عالية من الثقة.

2. ثنائية القطب: مما يميزها عن الذكاء والقدرات العقلية، فكل قطب له قيمة في ظل شروط خاصة.¹⁶

3. شكل النشاط: حيث تهتم الأساليب المعرفية بشكل النشاط أكثر من اهتمامها بمحتواها، أي أنها تهتم بالطريقة التي يدرك ويفكر ويحل بها الفرد مشكلاته ومواقف العالم المحيط به.

4. العمومية: تتميز الأساليب المعرفية بكونها أبعاد مستعرضة عبر الشخصية، تهتم بالجوانب المعرفية والوجدانية، وبذلك تتجاوز النظرة الضيقة التي تحصر تفسير السلوك على الجانب المعرفي أو الجانب الوجداني فقط.

5. مكتسبة: فهي أبعاد متعلمة من خلال تفاعلات الفرد مع البيئة الخارجية أكثر منها صفات أو خصائص موروثية.¹⁷

أسلوب التروي - الاندفاع المعرفي:

حاول علماء النفس خلال سنوات الستينات من القرن الماضي إلى بداية السبعينات تقديم مجموعة من الأساليب المعرفية يختلف الأفراد فيها، وقد توصلوا إلى عدد كبير من التصنيفات أشهرها التصنيف الذي يقسمها إلى أحد عشر أسلوبا معرفيا منها أسلوب التروي / الاندفاع.



تعتبر أعمال ودراسات (جيروم كاجان) رائدة في مجال التنظير لهذا الأسلوب، حيث صنفها ضمن الأساليب التي لا تقاس في إطار دقة الأداء ولكن في حدود القيمة التمييزية في وظيفتها.¹⁸

وبشكل عام يشير أسلوب التروي - الاندفاع إلى إيقاع الفرد في اختيار الاستجابة الصحيحة من بين البدائل المطروحة كحل للموقف المشكل.¹⁹ حيث يختلف الأفراد في استجاباتهم للموقف المشكل سواء كان اختياريا أو موقفا من مواقف الحياة اليومية، بحيث تأخذ هذه الاستجابات - في حالة ما إذا كان الموقف الاختباري موقوتا ويتضمن عدة بدائل للحل - عدة أنماط، أهمها:

▪ النمط الأول: الاندفاعي

ينهي فيه الأفراد استجاباتهم للموقف الاختباري بسرعة مع الوقوع في نسبة أكبر من الأخطاء.

▪ النمط الثاني: التروي

يستجيب الأفراد للموقف الاختباري ببطء مع تحقيق نسبة أكبر من الاستجابات الصحيحة.

▪ النمط الثالث: السرعة مع الدقة

ينهي بعض الأفراد استجاباتهم للموقف الاختباري بسرعة مع تحقيق نسبة أكبر من الاستجابات الصحيحة.

▪ النمط الرابع: البطء مع الخطأ

ينهي البعض الآخر من الأفراد استجاباتهم للموقف بسرعة مع تحقيق نسبة أكبر من الاستجابات الصحيحة.

وتأخذ استجابات الأفراد وفق هذه الأنماط منحى التوزيع الاعتدالي، حيث يمثل النمط الأول والثاني قمته، وهما قطبي أسلوب الاندفاع - التروي المعرف.

وعليه يتميز الأفراد الاندفاعيون بميلهم إلى تقديم استجاباتهم التي تطرأ في تفكيرهم دون التحقق من صحتها، أما الأفراد الذين يتسمون بأسلوب التروي؛ فغالبا ما يتأخرون في استجاباتهم لأنهم يتفحصوها مع فهم البدائل والتحقق منها.²⁰

خصائص الأفراد ذوي الأسلوب المعرف في التروي الاندفاع:



لقد عملت الكثير من الدراسات على توضيح خصائص الأفراد ذوي الأسلوب المعرفي التروي - الاندفاع من خلال توضيح علاقته ببعض المتغيرات الأخرى، المعرفية والوجدانية منها، وتوصلت دراسة حمدي علي الفرماوي (1987) حول علاقة مستوى الذكاء بأسلوب التروي - الاندفاع المعرفي لدى أطفال المرحلة الابتدائية إلى أن الأطفال ذوي النمط المتروي يتميزون بمستوى ذكاء أعلى من أطفال النمط المندفع، وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة فاطمة حلمي برير (1991) التي أجريت على 112 طفل من أطفال دور الحضانه حيث توصلت إلى أن مجموعة المتروين كانوا أكثر ذكاء وقدرة على التذكر ويتميزون بسمات ابتكارية.

كما توصلت هانم علي عبد المقصود (1991) في دراسة شملت 156 تلميذة من تلميذات الصف الثاني المتوسط تهدف إلى التعرف على العلاقة بين التأمل والاندفاع وكل من القلق وتقدير الذات إلى أن المتأملين كانوا أكثر تقديرا لذواتهم من المندفعين ولكن لديهم مستوى أعلى من القلق.

وتوصل إسماعيل إسماعيل الصاوي (1998) في دراسة على 100 طفل من الجنسين إلى أن المتروين من أطفال مرحلة ما قبل المدرسة كانوا أكثر قدرة على تركيز الانتباه من المندفعين، بينما كانوا أقل منهم في حب الاستطلاع. وأشارت دراسة كل من إيهاب جودة طلبة وإبراهيم أحمد (2004) التي طبقت على 165 طالبا من طلاب الصف الأول الثانوي إلى أن المتروين يتفوقون على الطلاب المندفعين في مهارات حل المشكلات الفيزيائية، ويرجع الباحث ذلك إلى أن المتروين يتحرون الدقة في الوصول إلى الحل الصحيح للمشكلة، كما أنهم أكثر قدرة على إنتاج أكثر من طريق صحيحة لحل المشكلة الفيزيائية، وقد يرجع ذلك إلى اعتماد الطلاب المتروين على الاتجاه التحليلي في إدراك المثيرات (المشكلات) مما قد يسهم في إنشاء استجابات أو أفكار أو حلول جديدة، في حين يتصف المندفع بالقصور الذهني الكلي حيث يتعامل مع المشكلة كوحدة واحدة، وبالتالي لا يستطيع إنتاج أفكار أو حلول جديدة.²¹

مناقشة:

بناء على كل ما سبق: يتضح أنه يمكن الاعتماد على الأسلوب المعرفي لتفسير أبرز مظاهر الفروق الفردية في السلوك الاستهلاكي كما وكيفا



لدى الأفراد. إذ يختلفون في استجاباتهم للموقف الاستهلاكي ما بين الاندفاع والتروي.

وباعتبار موقف المستهلك في كثير من الأحيان مشكلة من المشكلات التي تواجه الفرد باعتباره حاجة ملحة من جهة ومصدر ضغط للصعوبات التي تحول أو تعرقل تلبيتها من جهة ثانية؛ نجد أن السلوك الاستهلاكي يعبر عن استجابة الفرد لأحد مواقف الحياة الكثيرة التي يتعرض لها، باعتبار أن حياة الإنسان هي بمثابة سلسلة من الخبرات والمواقف والمشكلات، يسعى منذ ولادته للتعامل معها وإيجاد حلول لها ليستطيع التكيف مع واقعه وتحقيق أهدافه.

فالفرد عندما يحاول أداء عمل ما (حل مشكلة ما، التعامل مع موقف ما...) فإنه بطريقة آلية (شعورية أو لا شعورية) يستقبل المعلومات الخاصة بالعمل المطلوب، ثم يعمل على إصدار الأوامر والقرارات اللازمة لأداء ذلك العمل.²² ويقوم الأسلوب المعرفي كما يرى (جولدشتين) بعملية التوسط بين المثيرات والاستجابات في إطار ما يعرف بمعالجة وتجهيز المعلومات. يعمل الفرد قبل صدور الاستجابة بتشغيل كل العمليات المعرفية والوجدانية: كالإدراك والتذكر والتعلم والدافعية... الخ.

ففي عملية استقبال المعلومات من البيئة نحن بحاجة إلى الانتباه، وتشير كل الدلائل البحثية والحياتية إلى أن انتباهنا يحدث انتقائياً،²³ فنحن لا ننتبه لأي شيء، وذلك راجع لعوامل كثيرة، الذاتية منها والموضوعية، وهذا ينطبق كذلك على عملية الإدراك؛ حيث ترتبط هذه العملية أيضاً بعوامل ذاتية تتعلق بالإنسان المدرك نفسه وحالته النفسية والعقلية أثناء الإدراك من ميول واتجاهات واهتمامات وتصورات، فالإنسان يتصرف وفقاً لدوافعه هو وإدراكه وإطاره المرجعي. وترتبط العوامل الخارجية بخصائص الشيء المدرك نفسه. لذلك يختلف السلوك الاستهلاكي وفقاً لمدى انتباه الأفراد وإدراكهم للمواقف.

والتعلم عامل آخر من العوامل التي تؤثر في سلوك الناس بصفة عامة، إذ قد يؤدي إلى تغيير في الأداء أو في سلوك الكائن الحي وتعديل هذا السلوك، ومثال ذلك العادات التي هي عبارة عن المحصلة النهائية لأقصى درجات



التعلم، فإذا كان سلوك الاستهلاك يعتمد على عادات الفرد كان معنى ذلك أنه يعتمد على كل ما يتعلمه، لأن العادة سلوك متعلم.²⁴ من جانب آخر نجد أن عملية التذكر من بين العمليات العقلية المؤثرة على قدرة الفرد على التعامل مع ما يحيط به، بل وتعتبر أساسية لعملية التعلم والإدراك بحد ذاتها.

لكن يجب أن نشير إلى أن التذكر يتضمن التعرف، وهو يحدث عندما يكون الشيء ماثلاً أمام الحواس ويتذكر أنه سبق له أن رآه أو سمعه، أما التذكر فلا يحتاج إلى مثول الشيء أمام الحواس، وقد دلت نتائج كثير من الدراسات أن الإنسان كثير وسريع النسيان، وقد وجد أن القدرة على الاسترجاع تقل عبر أيام، بينما التعرف فإنه يدوم لمدة لا تقل عن أسبوعين. لذلك يتم في الإعلان العمل على تكرار عرض المنتجات أو السلع ليبقى أثرها بدل الاعتماد على تذكرها واسترجاعها بناء على ما قرأه الفرد عنها فضلاً عن اعتماد السهولة والبساطة في العرض والتشويق ومراعاة الذوق العام والجاذبية ولفت الأنظار وبيان فوائد الشيء المعلن عنه.²⁵

وإذا كانت هذه العمليات على ارتباط واضح بالأسلوب المعرفي وتبين العمليات المعرفية الداخلية التي تنتج عنها استجابات مختلفة وفقاً للأسلوب المعرفي للفرد، فإننا نجد أن هذه العمليات بحد ذاتها خاضعة لتأثير العوامل الموضوعية الخارجة عن نطاق الفرد. فالمعلومات التي يتم معالجتها في إطار الأسلوب المعرفي مصدرها العالم الخارجي، وما ينتبه إليه الفرد منها وما يدركه وما يتذكره هو في واقع الأمر نتيجة لخبرات سابقة وسيرورة تعلم واكتساب مر بها خلال مراحل نموه المختلفة.

وعلى هذا الأساس، يمكن القول أن السلوك الاستهلاكي هو جانب مكتسب وليس فطري في شخصية الإنسان، يتم تعلمه من المحيط خلال عمليات التطبيع الاجتماعي والتقليد والمحاكاة والمسيرة الاجتماعية... الخ وفي ظل الضغوط الدعائية والإعلانية لوسائل الإعلام.

فعلى سبيل الذكر لا الحصر نجد أنه في إطار التشبث الاجتماعية يتحول الإنسان من كائن بيولوجي إلى كائن اجتماعي، ويكتسب كثيراً من مقوماته إنسانيته من لغة ومشاعر وتفكير... عن طريق التربية واحتكاكه بالآخرين.



غير أن مسار التربية أو التنشئة لا يسير دائما في المسار الذي خطط له مسبقا، فكما يتعلم الطفل عن طريق أساليب التربية الفضائل يمكن أن يكتسب عن طريق أساليب التربية الخاطئة الرذائل ومن أقرب الناس إليه فقيم الادخار والاقتصاد وحسن التصرف والتعامل مع المصروف اليومي، ومعرفة ما يجب شراءه من عدمه وما هي حدود ذلك... وغيرها كلها قيم يجب أن تدرج في جوانب تربية الطفل الأساسية مثلها مثل قيم الطاعة والخلق القويم والعبادات وغيرها...

من جانب آخر نجد أن وسائل الإعلام اليوم خاصة الفضائية منها تعتبر الوسيلة الإعلامية والثقافية الأوسع انتشارا وتنوعا وبالتالي تأثيرا في الناس على اختلاف شرائحهم العمرية والجنسية والمعرفية والمهنية.

إلا أنه لا يعادل إيجابيات الإعلام الفضائي سوى سلبياته، خصوصا قدراته الإنتاجية وما يتوفر له من إمكانيات تقنية وفنية.²⁶

لقد كتب وقيل حول تأثير وسائل الإعلام خاصة في ظل العولمة الكثير، إلا أن ما تجدر الإشارة إليه هو قدراتها على تشكيل وإدارة الوعي والإدراك الإنساني والتأثير على قيمهم واتجاهاتهم وذكائهم الجماعي، من خلال ترويج قيم الربح السريع والاستهلاك والإثارة ومتعة اللحظة الراهنة... وغيرها. خاتمة وتوصيات :

بما أن الاستهلاك من السلوكات التي يتميز بها البشر، وجب تربيته وترشيده، ليس لرفع قيم الادخار عن طريق التقدير والحرمان أو الاستهلاك لحد الإسراف والتبذير، وإنما الحفاظ على حدود الاستهلاك المقبولة والملائمة للفرد ولمجتمعه.

لذلك تعتبر مسألة ترشيد الاستهلاك من المواضيع التي يجب أن تتقاسمها كل شرائح المجتمع بنظمه وهيئاته ومؤسساته فضلا عن التكامل فيما بينهم.

ولعل التربية اليوم بكل وسائلها: أسرة، مدرسة، مجتمع، جمعيات، وسائل إعلام... مطالبة أكثر من أي وقت مضى بمواكبة التطورات والتحديات التي يعرفها ليس المجتمع فقط بل والعالم أجمع، وذلك في مساعيها الرامية لتحقيق الغاية المنشودة منها؛ وهي تنمية جميع جوانب شخصية الفرد بدون استثناء وإعداده ليكون فردا صالحا في مجتمعه.



لذلك ينبغي الاهتمام بما يلي:

- اهتمام المؤسسات والهيئات بشكل جدي بالخدمات التي يمكن أن يقدمها علم النفس بميادينه المختلفة من خلال الدراسات المختلفة حول سلوك الفرد عموما وحول الأساليب المعرفية وغيرها من محددات السلوك الاستهلاكي، على اعتبار أن الإنسان يعتبر رأس المال والمحور الذي تدور حوله أي مشاريع أو خطط تنموية.
- الأخذ بعين الاعتبار موضوع التربية الاستهلاكية في المناهج التربوية في ظل الإصلاحات التربوية الجديدة مع بداية المراحل الدراسية وإلى نهايتها، وتوفير الوسائل البيداغوجية الملائمة لتحقيقها.
- الاهتمام بتوفير البرامج الإرشادية الهادفة إلى تربية السلوك الاستهلاكي للأفراد والجماعات ومن مختلف الشرائح.
- الهوامش والمراجع :

- (1) أحمد عزت راجح: أصول علم النفس، ط7، دار الكاتب العربي للطباعة والنشر: القاهرة 1968. ص ص 03-04.
- (2) عبد الرحمن العيسوي: سيكولوجية الاستهلاك والتسويق - مع دراسات سيكولوجية على عينات عربية، الدار الجامعية: الإسكندرية 1997. ص ص 15-16.
- (3) فرانسيس مولاريه، وزيف كوليتز، ترجمة أحمد حسان: صناعة الجوع، خرافة الندرة، عالم المعرفة: الكويت 1983. ص 64
- (4) أنور محمد الشرقاوي: الأساليب المعرفية في علم النفس والتربية، مكتبة الأنجلو المصرية: القاهرة 2006. ص 372
- (5) فتحي مصطفى الزيات: علم النفس المعرفي، ج2، ط1، دار النشر للجامعات: مصر 2001. ص 290
- (6) فاروق السيد عثمان: سيكولوجية الفروق الفردية والقدرات العقلية - أسس نظرية وتطبيقية، دار الأمين: القاهرة 2006. ص 10.
- (7) فتحي مصطفى الزيات: علم النفس المعرفي، مرجع سبق ذكره، ص 121.
- (8) المرجع السابق، ص 120
- (9) أنور محمد الشرقاوي: الأساليب المعرفية في علم النفس والتربية، مرجع سبق ذكره، ص 356.



- (10) رافع النصير الزغلول، عبد الله عباينة : أثر التعلم التعاوني والنمط المعرفي (الاستقلال- الاعتماد عن المجال) في تحصيل تلاميذ الصف السابع الأساسي في مادة الرياضيات ، مجلة كلية التربية جامعة الإمارات السنة الثالثة عشر العدد 17 ، 1998 . ص 07.
- (11) فتحي مصطفى الزيات : علم النفس المعرفي، مرجع سبق ذكره، ص 291.
- (12) أنور محمد الشرقاوي : الأساليب المعرفية في علم النفس والتربية ، مرجع سبق ذكره، ص 382.
- (13) فؤاد أبو حطب القدرات العقلية، الأنجلو المصرية : القاهرة، ص 435.
- (14) رافع نصير الزغلول، عماد عبد الرحيم الزغلول : علم النفس المعرفي، ط 1، دار الشروق للنشر والتوزيع:الأردن 2003
- (15) جمال الدين محمد الشامي: الأساليب المعرفية كمحددات للشخصية الإنسانية ، كلية المعلمين بمحافظة جدة ، جامعة الملك عبد العزيز السعودية.
- (16) أنور محمد الشرقاوي: الأساليب المعرفية في علم النفس والتربية ، مرجع سبق ذكره، ص 372.
- (17) فتحي مصطفى الزيات: علم النفس المعرفي ، مرجع سبق ذكره، ص- ص 121-122.
- (18) المرجع السابق، ص 126.
- (19) فتحي مصطفى الزيات: علم النفس المعرفي ، ج 1، دار النشر للجامعات: مصر 2001 . ص 579.
- (20) فاروق السيد عثمان: سيكولوجية الفروق الفردية والقدرات العقلية-أسس نظرية وتطبيقية، مرجع سبق ذكره، ص 12.
- (21) أنور محمد الشرقاوي: الأساليب المعرفية في علم النفس والتربية ، مرجع سبق ذكره، ص ص 46-116
- (22) نزار بن حسين الصالح، خالد بن عبد الله الخميس : العلاقة بين زمن الرجوع وبعض الأساليب المعرفية، رسالة التربية وعلم النفس ، ع 24 ، الجمعية السعودية للعلوم التربوية والنفسية (جستن) 1425.sa.gesten.org.www
- (23) فتحي الزيات: الأسس المعرفية للتكوين العقلي وتجهيز المعلومات ط 2، دار النشر للجامعات: مصر 2006 . ص 224.
- (24) عبد الرحمن العيسوي: سيكولوجية الاستهلاك والتسويق -مع دراسات سيكولوجية على عينات عربية ، مرجع سبق ذكره، ص 21.
- (25) المرجع السابق، ص ص 22-23.
- (26) مصطفى حجازي: علم النفس والعولمة رؤى مستقبلية في التربية والتنمية ط 1، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر: لبنان 2001 . ص 10.



الجلسة الثانية

رئيس الجلسة
د. سالم بوفليح
كلية الحقوق - جامعة المسيلة

المداخلة الأولى :
نظام الحسبة في الإسلام وأثره في حماية المستهلك
ل : د. عكاشة حوالف
كلية العلوم الإنسانية والحضارة الإسلامية - جامعة وهران

المداخلة الثانية :
حماية المستهلك من منظور إسلامي
ل : د. زرواق نصير
كلية الحقوق - جامعة المسيلة

المداخلة الثالثة:
الرقابة الشرعية للسوق وأثرها في حماية المستهلك
ل : د. مختار حمحامي
كلية العلوم الإنسانية والحضارة الإسلامية - جامعة وهران

المداخلة الرابعة :
مبادئ حماية المستهلك في التشريع الإسلامي
من خلال فقه المعاملات المالية
ل : أ. نور الدين حمشة
كلية الحقوق - جامعة تيزي وزو

المداخلة الخامسة :
حماية المستهلك في مجال التعاقد عن بعد
ل : أ. أمينة سلطاني
معهد العلوم القانونية والإدارية - المركز الجامعي بالوادي

المداخلة السادسة :
المحتسب ودوره في حماية المستهلك
ل : أ. حياة عبيد
معهد العلوم الآداب واللفات - المركز الجامعي بالوادي





نظام الحسبة في الإسلام وأثره في حماية المستهلك

مداخلة من تقديم
د. عكاشة حوالف
جامعة وهران - الجزائر



مقدمة

بسم الله والحمد لله والصلاة والسلام على رسول الله وعلى آله وصحبه
ومن والاه، وبعد :

من أهم المقاصد التي أقرها ديننا، ونص عليها شرعنا، حماية المال
والحفاظ عليه من الضياع والاعتصاب، والسطو عليه وابتزازه بأي ذريعة من
الذرائع حتى ولو كان بالبيع والشراء المشروع .

ولهذا فإن حماية المستهلك؛ أي المشتري، من أهم المقاصد التي حافظ
عليها ديننا، حيث ظهر معنى الحماية مجسداً في شخص رسلنا عليه الصلاة
والسلام، وهو القدوة، حين وجد غاشا في السوق، فنهاه وقال له : « من
غشنا فليس منا » .

وتبعه في ذلك الخلفاء الراشدون الذين كانوا ينزلون أشد العقوبات على
من أضر بالمستهلك بغش أو تدليس أو غرر أو كذب، إلى أن جاء العصر
الأموي فظهر ما يسمى بنظام الحسبة، وتطور بعد ذلك حسب احتياجات
المجتمع وتطوره .

هذا ما أريد التطرق إليه من خلال مداخلة هذه، التي سأبين فيها نظام
الحسبة في الإسلام، وكيف حافظ على حقوق المستهلكين، والتدابير التي
اتخذها لحماية المستهلك .



التعريف بنظام الحسبة في الإسلام

معنى الحسبة : هي الأمر بالمعروف إذا ظهر تركه، والنهي عن المنكر إذا ظهر فعله ⁽¹⁾. قال تعالى : ﴿ وَلَتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ﴾ [آل عمران : 104] .

فإذا عين الحاكم لذلك من يتولاه، لزمه القيام بذلك، وهو فرض عين عليه ؛ و يسمى بالمحتسب عند المشاركة، أما في الأندلس فقد أطلق على من تولى السوق بصاحب السوق « لأن أكثر نظره إنما كان فيما يجري في الأسواق من غش وخديعة وتفقد مكيال وميزان وشبهه » ⁽²⁾.

إن حقيقة الحسبة في جانبها العام، تتعلق بالأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، وهذا لا يقوم به إلا من كان عالما بالشرع، إلا أن لها جانبا آخر إداريا متعلقا بالسلطة عن طريق عمالها المختصين في مراقبة « نشاط الأفراد في مجال الأخلاق والدين والاقتصاد، أي في المجال الاجتماعي بوجه عام، تحقيقا للعدل والفضيلة، وفقا للمبادئ المقررة في الشرع الإسلامي » ⁽³⁾.

مهمة والي الحسبة : من المهام التي أوكلت إلى المحتسب، القيام بمراقبة ما يجري في الأسواق، وتنظيم النشاط الاقتصادي ليتأكد من حسن التعامل السليم بين الأطراف الموجودة في السوق، وخاصة في جانب الاستهلاك .
فمؤسسة الحسبة في الإسلام : هي الهيكل التنظيمي للنشاط الاقتصادي في السوق، بضبط معاملاته في إطاره الديني والأخلاقي .

من شروط والي الحسبة :

من أهم الشروط التي اشترطها الفقهاء في المحتسب، هي الفقه والعلم بالأحكام الشرعية التي تمكنه من الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر في ظل الشريعة الإسلامية .

ومن شروطه كذلك أن يكون فطنا، عدلا، صارما، صلبا في الدين، خبيرا بما يأمر به وينهى عنه، ذا رأي راجح ⁽⁴⁾.

قال المقري : « وأما خطة الاحتساب فإنها عندهم (أي بالأندلس) موضوعة في أهل العلم و الفطن » ⁽⁵⁾.



ومن اختصاصات المحتسب :

يختص صاحب الحسبة بثلاثة أنواع، وهي:

أحدها : ما يتعلق ببخس و تطفيف المكيال و الميزان .

والثاني : ما يتعلق بغش أو تدليس في مبيع أو ثمن .

والثالث : ما يتعلق بمطل و تأخير لدين مستحق مع المكنة ⁽⁶⁾.

وقد حدد لنا ابن سهل اختصاص صاحب السوق بالأندلس، فقال : « لَأَنَّ أَكْثَرَ نَظَرِهِ (أي صاحب السوق) إِنَّمَا كَانَ فِيمَا يَجْرِي فِي الْأَسْوَاقِ مِنْ غَشٍّ وَ خَدِيعَةٍ، وَ دِينَ، وَ تَفَقُّدِ مَكْيَالٍ وَ مِيزَانٍ وَ شَبْهِهِ » ⁽⁷⁾.

ولقد توسعت مهمة صاحب السوق بالأندلس، حيث شملت تنظيم الأسواق، ومراقبة المصانع والمحلات والحمامات، مما استدعى أن يجمع معها خطة الشرطة، مما يزيد هذا المنصب هيبة، ويضفي عليه نوعا من القوة والصرامة في تطبيق الأحكام على المخالفين ومعاقبتهم .

جهود الفقهاء في تولي خطة السوق (الحسبة):

إن أول ما يشد انتباهنا في تراجم الفقهاء الذين تولوا خطة السوق، الصرامة والشدة في تطبيق الأحكام، وعدم التهاون مع المخالفين لأحكام السوق وآدابه الشرعية، ويمكن إرجاء ذلك إلى الأسباب التالية :

1 - أن المذهب المالكي يجيز ذلك، وهذا يظهر من إجابة مالك رضي الله عنه، حين سئل عن الضرب الشديد الذي كان يضربه العباس بن قرعوس صاحب السوق في عهد هشام بن عبد الرحمن، فأجاز ذلك ولكن بشروط حيث قال : « إن كان فعل هذا غضبا لله وذبا عن محارمه، فأرجو أن يكون خفيفا » ⁽⁸⁾.

كما أن سحنون صاحب المدونة لم ينكر على حسين بن أبي عاصم صاحب السوق في الأندلس حين أخبره ابن وضاح أنه كان يأخذ الناس بالشدة ويحلفهم بالطلاق، بأن لا يغش أحدهم أو يفسق أو يشرب الخمر ⁽⁹⁾.

2 - إن ضعف الرقابة الإيمانية بالله تعالى، جعلت الكثير من المجتمع الأندلسي يبتعدون عن التعامل الشرعي في معاملاتهم اليومية في الأسواق،



وبالتالي كثر الغش والاحتكار والتدليس وغيرها من المعاملات التي نهى الشرع عنها، مما اضطر صاحب السوق إلى استخدام الشدة لردع هؤلاء، وهذا الذي استند إليه ابن عاصم، حيث قال : « يحدث للناس أقضية بقدر ما أحدثوا من الفجور »⁽¹⁰⁾.

3 - ما يقع من الأزمات الاقتصادية، كالمجاعة التي وقعت في عهد الأمير محمد، أكلت الأخضر واليابس، وكثرت فيها السرقة والنهب، والغش والاحتكار من ضعاف النفوس والمفسدين في الأرض، فولي حينئذ إبراهيم ابن حسين بن عاصم السوق، وأعطى له الأمير صلاحيات واسعة جعلته يشدد على هؤلاء المفسدين ويتابعهم وينزل بهم أقصى العقوبات ومن بينها الصلب والقتل⁽¹¹⁾.

تميزت جهود فقهاء مالكية الأندلس في خطة السوق، بأن جعلوا لها قوانين خاصة بها تدرس كما يدرس الفقه، ولا يجوز لمن لم يدرك هذه القوانين أن يتولاها .

لقد تحدث المقرري عن هذه القوانين، فقال : « ولهم في أوضاع الاحتساب قوانين يتداولونها ويتدارسونها كما تتدارس أحكام الفقه، لأنها عندهم تدخل في جميع المبتاعات وتتفرع إلى ما يطول ذكره »⁽¹²⁾.
ومن أبرز جهودهم، ذلك النظام الرقابي المتبع في الأسواق، المتمثل في الصرامة والجدية في ضبط ما يجري من مخالفات في الأسواق، وكان بمثابة قاض السوق .

وقد نقل لنا المقرري عمل صاحب السوق فقال : « والعادة فيه أن يمشي بنفسه راكبا على الأسواق، وأعوانه معه، وميزانه الذي يزن به الخبز في يد أحد الأعوان، لأن الخبز عندهم معلوم الأوزان للربع من الدرهم رغيف على وزن معلوم، وكذلك للثمن، وكذلك اللحم تكون عليه ورقة بسعره، ولا يجسر الجزار أن يبيع بأكثر أو دون ما حد له المحتسب في الورقة »⁽¹³⁾.

إن كل هذه الإجراءات التي يقوم بها صاحب السوق (المحتسب) من ضبط للأوزان وللأسعار حتى يكشف عن الخائن والفاش المخادع، وله في



الكشف عن هؤلاء طرقا ، منها « أن يدس عليه صيبا أو جارية يبتاع أحدهما منه ، ثم يختبر الوزن المحتسب ، فإن وجد نقصا قاس على ذلك حاله مع الناس »⁽¹⁴⁾ .

أي أن هذا البائع غاش مطقف في الميزان ، ولهذا يلقي من صاحب السوق أشد العقاب ، كالضرب والفضح والتشهير به أمام الناس في الأسواق ، حتى يحذر منه الناس ، فإن عاود الكرة ولم يتب من فعلته ، ينفي من البلد⁽¹⁵⁾ .
ومما يدل على جهودهم في أحكام السوق ، تلك الفتاوى التي وقع فيها الخلاف بين الفقهاء ، وبذل فيها فقهاء المالكية جهودهم من أجل تنظيم السوق ، منها مسألة التسعير ، وغيرها من المسائل .

لقد كان لفقهاء الأندلس الدور الكبير في ازدهار خطة السوق بالأندلس خلافا لما كانت عليه بالشرق ، حيث قاموا بتنظيمها ، وحسن إدارتها ، مما جعل ملوك الإسبان بعد خروج المسلمين منها يحتفظون بهذا النظام ويطبقونه كما تركه المسلمون⁽¹⁶⁾ .

مؤسسة الحسبة وحماية المستهلك

تشرف مؤسسة الحسبة على إدارة النشاط الاقتصادي داخل السوق ، وذلك لضمان حسن التعامل بين المستهلك والمنتج ، وقد تتخذ لذلك عدة وسائل لحماية المستهلك ، منها :

أولا : مراقبة السلع

حيث تقوم مؤسسة الحسبة بمراقبة السلع من حيث الجودة ، فقد ثبت أن النبي ﷺ مر على صُبْرَةِ طعام فأدخل يده فيها فنالت أصابعه بللا ، فقال : « يا صاحب الطعام ما هذا ؟ قال : أصابته السماء يا رسول الله ، فقال : أفلا جعلته فوق الطعام حتى يراه الناس ، ثم قال : من غشنا فليس منا »⁽¹⁷⁾ . فهذا نهي عن خلط الجيد بالرديء و هو غش و تدليس .

كما تقوم بالحرص على سلامة المستهلك من السلع المعروضة ، أي السلامة الصحية و البيئية للسلع المعروضة للاستهلاك . قال الشيزري في كتابه نهاية الرتبة : « وينتهي المحتسب عن نفخ لحم الشاة بعد السلخ ، لأن



نكهة الأدمي تغير اللحم و تُزْفَرَه «⁽¹⁸⁾ ، و لهذا ورد في الطبقات أن علي بن أبي طالب كان يمشي في الأسواق، فيأمر التجار بتقوى الله، و يقول : « لا تتفخوا في اللحم »⁽¹⁹⁾.

فهذا النهي يدل على العلم الذي وصلوا إليه، والخبرة التي اكتسبوها في معرفة ما يفسد السلع المستهلكة، لأن نكهة الإنسان تغيّر اللحم فتنتقل العدوى إلى الناس إذا كان النافع مريضا .

ومن هذه الأمثلة التي ترعى الجانب الصحي والبيئي لحماية المستهلك، ما يلي :

- يأمر المحتسب اللبانيين بتغطية أوانيهم، و أن يكون المحل نظيفا مبلطا و مبيضا، و أن تكون الأغذية جديدة و نظيفة و ذلك بالمداومة على غسلها كل مساء، خاصة في زمن الحر الذي يكثر فيه ما يفسد اللبن، فيصير حامضا .
- ويأمر الطباخين بتغطية أوانيهم وقاية لها من الذباب، وحشرات الأرض، وذلك بغسلها بالماء الحار والأشنان (مادة مزيلة و طاردة للجراثيم).

- ويأمر الخبازين برفع سقوف محلاتهم، و أن يجعلوا فيها منافذ واسعة ليخرج منها الدخان، حتى لا يتضرر به الناس .

- يمنع الخبازين من العجين بأقدامهم و ركبهم و مرافقهم، و يأمرهم بالتلثم حتى لا يسقط شيء من المخاط أو البصاق على العجين .

- يأمر الفرانين بإصلاح المداخل، و تنظيف بلاط الفرن في كل وقت وباستمرار، لإزالة المحترق من الخبز والشرر المتطاير والرماد المتناثر، حتى لا يعلق بأسفل الخبز منه شيء .

- يأمر القصابين (الجزارين) إذا فرغ من بيع اللحم وأراد الانصراف، بأخذ مسحوق الملح و نثره على القرمية (و هي قطعة الخشب التي يقطع عليها اللحم) حتى لا تلحسها الحيوانات كالكلاب والقطط، أو يحوم عليها شيء من هوام الأرض⁽²⁰⁾.

فهذه النماذج من الأدلة التي تبين لنا كيف كانت مؤسسة الحسبة تحرص على سلامة الشروط البيئية والصحية، حتى تضمن سلامة السلع



وبالتالي سلامة المستهلك لهذه السلع، وهو من بين الضمانات لحماية المستهلكين .

كما يقوم المحتسب بمنع تبادل السلع الضارة ضررا دينيا كان أو أخلاقيا، فقد ورد أن عمر بن الخطاب رضي الله عنه قام بتحريق حانوتا كان يباع فيه الخمر لصاحبه رويشد الثقفي، ثم قال له : « إنما أنت فويسق لا رويشد »⁽²¹⁾.

ومن المجالات التي تكون من اختصاص المحتسب مراقبة أصحاب المصانع وما ينتجونه من المأكولات والمشروبات والملبوسات، والكيميائيين الذين يغشون في الجواهر والعطر الطيب وغيرها، فيجب على المحتسب أن يكون على دراية بما يستعمله هؤلاء الصناع من تقنيات خفية تعتمد على الغش والخيانة في المقادير والجودة والمواصفات اللازمة لكل صناعة، فيمنعهم من ذلك⁽²²⁾.

ومن مهام المحتسب مراقبة المكايل و الموازين و التأكد من سلامتها، ومنع التجار من التطفيف والغش والغبن .

وفي الخلاصة نقول : أن على المحتسب السهر على مراقبة التعامل داخل السوق، لضمان وصول السلعة إلى المستهلك سالمة من أي عيب، وبالمواصفات المطلوبة .

ثانيا : مراقبة الطلب داخل السوق

و ذلك بمراقبة الطلب على السلع في السوق، ليحدد مساره، ثم يتخذ التدابير اللازمة لتصحيح مساره إلى الوجهة الصحيحة التي تتسجم مع البنية الاجتماعية للمجتمع المسلم .

فمؤسسة الحسبة في بعدها الاقتصادي و السياسي والأخلاقي، تعتبر المجهر الذي من خلاله تطل الدولة على جهاز السوق، وهذا الدور يجعلها أداة لتنمية المجتمع، وتحريك الطلب على السلع والخدمات، بما يتوافق مع أحكامنا الشرعية وقيمنا الدينية .



وانطلاقاً من هذا التصور نعرض بعض ما تقوم به مؤسسة الحسبة من أدوار في تحريك الطلب على السلع و إيقاف جموده بما يتماشى مع المصلحة العامة للمجتمع المسلم، وسنلمس ذلك في النماذج التالية :

- دورها في تأمين الطلب على السلع و الخدمات :

و يتمثل ذلك في توفير الأمن الغذائي للمجتمع كله، وهو ما يضع على عاتق المحتسب معرفة نسبة استهلاك الفرد والمجتمع، ليضع التدابير اللازمة من أجل التنسيق مع أجهزة السوق بما يلبي حاجات الناس من الاستهلاك، وفي هذا السياق يقول الشيزري : « والمصلحة أن يجعل (أي المحتسب) على كل حانوت وظيفة يخبزونها كل يوم، لئلا يختل البلد عن قلة الخبز، ويلزمهم ذلك إن امتنعوا منه »⁽²³⁾.

فإقامة التوازن بين الطلب والعرض من أهم وظائف المحتسب، التي غفل عنها كثير من الباحثين، ولم يعيرونها اهتماماً في بحوثهم ودراساتهم، خاصة في هذا العصر الذي يتطلب منا رؤية جديدة لدور المحتسب في ظل التطورات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية التي تشهدها مجتمعاتنا الإسلامية المعاصرة، وهذه الرؤية لا بد أن تنطلق من ثوابت الشرع مع استيعاب متغيرات العصر.

ومن متغيرات العصر انتشار تجارة التهريب، والسوق السوداء، والتجارة الحرة، وغيرها مما يوقع الخلل في العرض والطلب، والذي تعود آثاره وانعكاساته السلبية على الاقتصاد، وهو ما يضر بالمستهلك، فدور المحتسب محاربة هو الحفاظ على هذا التوازن في العرض والطلب حتى لا يشارك في هذا السوق إلا من كان نافعا، والناس إن لم توفر لهم الحلال انشغلوا بالحرام⁽²⁴⁾.

- دورها في تنظيم الاستهلاك :

للمحتسب الحق في تنظيم مجال الاستهلاك، و اتخاذ الإجراءات اللازمة في حدود الشرع من أجل توجيه الطلب على السلع في الحدود المعقولة التي لا تتعارض و مصلحة الجماعة، و في هذا الإطار نجد أن عمر بن الخطاب اتخذ



بعض الإجراءات لتنظيم الاستهلاك في خلافته، حيث منع الناس (في زمن من خلافته) من أكل اللحم يومين متتاليين في الأسبوع، حيث كان اللحم قليلا لا يكفي جميع الناس بالمدينة، فرأى علجا لذلك بمنع الذبح .
و كان يأتي مجزرة الزبير بن العوام بالبقيع (ولم يكن بالمدينة سواها)
فإن رأى من خرج عن هذا المنع ضربه بالدرّة، و قال له : « هلا طويت بطنك يومين »⁽²⁵⁾ .

نستنتج من ذلك أن للدولة الحق في تنظيم الاستهلاك العام، لأنه من العوامل التي تبني اقتصاد الأمة، و تساهم في توفير جانبها من طاقة المصانع الملتزمة بالاستهلاك، لتتجه بكل طاقاتها إلى تحقيق مصالح الأمة .
- دورها في مراقبة الكمية المعروضة من السلع داخل السوق و علاقتها ذلك بالعرض و الطلب :

فدور المحتسب هو الكشف عن الأسباب الحقيقية لاختفاء كميات السلع من السوق، ثم ظهورها فجأة، أو تجمعها لدى تاجر واحد، فإن كان سببه الاحتكار منعه، لأنه مضر بالمجتمع « لأن العلة من تحريم الاحتكار هو إلحاق الضرر بالناس، لتحصيل أكبر قدر من الربح »⁽²⁶⁾ .
قال عمر بن الخطاب : « لا حكرة في سوقنا »⁽²⁷⁾ .

فواجب على المحتسب إعادة التوازن إلى حركة السوق، ولحماية المستهلك من الأضرار التي تنتج عن هذا السلوك .

وعلى المحتسب مراقبة الأسعار داخل السوق، للكشف عن الخلل الذي قد يكون مقصودا، و بالتالي يسمح للدولة بالتدخل في تحديد الأسعار لحماية المستهلك، وللمحافظة على القدرة الشرائية لأصحاب الدخل المحدود، يقول ابن القيم : « وعلى صاحب السوق الموكل بمصلحته أن يعرف ما يشترون به، فيجعل لهم من الربح ما يشبهه و ينهاتهم أن يزيدوا على ذلك، ويتفقد السوق أبدا، فيمنعهم من الزيادة على الربح الذي جعل لهم، فمن خالف أمره عاقبه وأخرجه من السوق »⁽²⁸⁾ .



فالتسعير فيه رعاية لحق التاجر والمستهلك، فالمستهلك لا يتضرر بارتفاع الثمن، والتاجر لا يتضرر بانخفاض الأسعار عن القيمة الحقيقية للسلع، ولهذا نهى عمر بن الخطاب رضي الله عنه حاطب بن أبي بلتعة عن البيع من أقل من ثمن المثل، فقد روى مالك عن سعيد بن المسيب أن عمر بن الخطاب، مر بحاطب بن أبي بلتعة وهو يبيع زيبيا له بالسوق، فقال عمر بن الخطاب : «إما أن تزيد في السعر، وإما أن ترفع من سوقنا»⁽²⁹⁾.

فالسعر العادل هو الذي يحقق المصلحة العامة، فلا يضر لا بالمنتج ولا بالمستهلك .

خلاصة :

إن ما يشهده مجتمعنا الإسلامي من تطورات اقتصادية واجتماعية وسياسية، وفي خضم التحولات التي تشهدها مؤسساتنا الاقتصادية، والتأثيرات الخارجية للبلدان الصناعية الكبرى التي أغرقت أسواقنا بمنتجاتها، تتطلب منا إعادة النظر في هذه التحديات التي تواجه مؤسسة الحسبة، ولهذا تحتاج منا كباحثين وأساتذة ومؤطرين، صياغة جديدة ورؤية مستقبلية لمؤسسة الحسبة، نحدد بها مجال نشاطاتها، وعلاقاتها مع باقي المؤسسات داخل المجتمع، كما تحتاج إلى إعادة هيكلة لبنائها، وتطور أسلوب عملها، حتى تستجيب لمتطلبات العصر، التي صارت تبرم صفقاتها عن طريق البورصة، و حتى بواسطة الانترنت .

- المصادر والمراجع المعتمدة في البحث :

- الأحكام السلطانية، الماوردي، تحقيق خالد السبع العلمي، دار الكتاب العربي، بيروت، الطبعة الأولى (1990) .

- الأحكام السلطانية، أبي يعلى، تحقيق محمد حامد الفقي، دار الكتب العلمية، بيروت، طبعة (1983) .

- الطرق الحكمية، ابن قيم الجوزية، تحقيق بشير محمد عيون، دار البيان، دمشق، الطبعة الأولى (1989) .



- بغية الإربة في معرفة الحسبة، ابن الديبع، تحقيق طلال بن جميل الرفاعي، جامعة أم القرى، الطبعة الأولى (2002).
- ضوابط الاستهلاك في الفقه الإسلامي، عبد الله معصر، مطبعة سايس، فاس، الطبعة الأولى (2004).
- نهاية الرتبة في طلب الحسبة، عبد الرحمن بن نصر الشيزري الطبري، تحقيق الباز العرنيني، دار الثقافة، بيروت، الطبعة الثانية (1981).
- الطبقات الكبرى، لابن سعد، طبعة بيروت، طبعة (1978).
- الأموال، لأبي عبيد القاسم بن سلام، تحقيق عبد الأمير علي مهنا، دار الحداثة، لبنان، الطبعة الأولى (1988).
- الهوامش :

- 1 - الأحكام السلطانية للموردي، ص: 391، الأحكام السلطانية لأبي يعلى، ص: 284.
- 2 - كتاب بغية الإربة في معرفة أحكام الحسبة، ابن الدّيبغ، ص: 56، المعيار العرب، للونشريسي، 77 / 10، 78، المرقبة العليا : ص: 20، المقتبس لابن حيان، تحقيق الدكتور محمود علي مكي : ص: 186.
- 3 - دور الفقهاء في الحياة السياسية والاجتماعية بالأندلس : ص: 184.
- 4 - الأحكام السلطانية، لأبي يعلى : ص: 285.
- 5 - نفح الطيب : 1 / 180.
- 6 - الأحكام السلطانية، لأبي يعلى : ص: 285، الأحكام السلطانية، الموردي : ص: 392.
- 7 - المعيار العرب للونشريسي : 77 / 10، 78، المرقبة العليا : ص: 20.
- 8 - تاريخ علماء الأندلس : 291 رقم 1084.
- 9 - تبصرة الحكام لابن فرحون : 1 / 219، دور الفقهاء في الحياة السياسية والاجتماعية بالأندلس، ص: 186.
- 10 - تبصرة الحكام : 1 / 219. هذا القول لعمر بن عبد العزيز رضي الله عنه.
- 11 - قضاة قرطبة : 103، ترتيب المدارك : 2 / 146.
- 12 - نفح الطيب : 1 / 180.
- 13 - المصدر نفسه، و الصفحة نفسها.
- 14 - المصدر نفسه، و الصفحة نفسها.
- 15 - المصدر نفسه، و الصفحة نفسها.



- 16 - المدرسة المالكية الأندلسية إلى نهاية القرن الثالث (نشأة و خصائص)، ص : 260 .
- 17 - رواه مسلم في صحيحه، كتاب الإيمان، باب قول النبي ﷺ : من غشنا فليس منا، 1 / 99 .
- 18 - نهاية الرتبة في طلب الحسبة، الشيرازي، ص : 27 .
- 19 - الطبقات الكبرى لابن سعد، 3 / 28 .
- 20 - معالم القرية في أحكام الحسبة، لابن الأخوة، ص : 130، 106، نهاية الرتبة للشيرازي، ص : 22، 24، 28 .
- 21 - الأموال لأبي عبيد، ص : 137 .
- 22 - الطرق الحكمية لابن قيم الجوزية، ص : 320 .
- 23 - نهاية الرتبة للشيرازي، ص : 23 .
- 24 - ضوابط الاستهلاك في الفقه الإسلامي، عبد الله معصر، ص : 149، 150 .
- 25 - المرجع نفسه، ص : 151 .
- 26 - المرجع السابق، ص : 152 .
- 27 - رواه مالك في الموطأ، كتاب البيوع، باب الحكرة و التريص، 2 / 148 .
- 28 - الطرق الحكمية، لابن القيم، ص : 200 .
- 29 - رواه مالك في الموطأ، كتاب البيوع، باب الحكرة و التريص، 2 / 148 .



حماية المستهلك من منظور إسلامي

مداخلة من تقديم
د. زرواق نصير
كلية الحقوق - جامعة المسيلة



ملخص

- 1_ لا شك أن مصطلح المستهلك مصطلح جديد على التراث الإسلامي، ويثير تعريفه جملة من الضوابط، سواء تعلقت بالمستهلك (بالجر) أو المستهلك (بالنصب) تتبعه جملة من المفاهيم، التي تتحد مع جملة من المقاصد الشرعية التي دعت إلى تلك الضوابط .
- 2_ وتقارب البشرية وسرعة تواصلهم اليوم، بفضل التقنية، جعل التأثير والتأثر مسألة واقعية، وتلعب ووسائط الاتصال الدور الأول في خدمة المنتجين للسلع والخدمات، والتي تسعى لتعميمها ودعوة الجمهور إلى هذه السلع وتلك الخدمات من أجل الربح، وبالتالي التأثير في خيارات المستهلك وتحديداتها.
- 3_ وتتعدد أشكال الحماية للمستهلك، مع شمولها لكل مجالات التبادل التجاري، سواء في شكل سلع أو خدمات . والإسلام يضع مجموعة من الآليات للوقاية والحماية، في مقابل مساحة من الحرية تترك لاتفاق طرفي العلاقة التجارية أو الخدمية، أو للتعاقدات التي تتم سواء بين الأفراد فيما بينهم، أو المؤسسات، أو المؤسسات والأفراد.
- 4_ والسؤال هو : كيف تحافظ منظومة الشريعة الإسلامية، على التوازن بين حماية المستهلك دون إلحاق الضرر بالمنتج، والقاعدة الشرعية تقرر أنه : لا ضرر ولا ضرار؟



منهج البحث : في بحثنا هذا، سنحاول وفق المنهج الاستقرائي للنصوص وللآراء الفقهية التي اجتهد في تحصيلها علماء الشريعة، للوصول إلى تقرير منظومة فقهية شرعية تحدد العلاقة بين الشريعة ونصوصها، وعلاقة المستهلك بنصوص الحماية، وتوازن ذلك مع حقوق المنتج وتشجيع الإنتاج والتنمية .

وسندرس الموضوع كالتالي :

المبحث الأول : ويتناول دراسة مفهوم المستهلك والمنتج والمنتج (بالنصب)
والمبحث الثاني : يدرس إجراءات الحماية والنصوص التي تدعو إلى جبر الضرر الذي يلحق المستهلك وحالات ذلك .
والمبحث الثالث : يدرس المقاصد الشرعية للنصوص والقواعد الفقهية الضابطة للعلاقات التجارية والاقتصادية بين المنتج والمستهلك^(*).

(*) لم يقدم المحاضر النص الكامل للبحث مكتوبا .



الرقابة الشرعية للسوق وأثرها في حماية المستهلك

مداخلة من تقديم
د. مختار حمحامي
جامعة وهران - الجزائر

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

مدخل :

لقد اهتمّ التشريع الإسلامي بتنظيم العلاقات بين البشر في كلّ ما يتعاملون به، ومن أهمّها المعاملات المالية، إذ بها يُحفظ المال - إيجادا وإبقاءً -، فلو "فُقدت لم تَجِرْ مصالح الدنيا على استقامة، بل على فساد وتهاجر وفوت حياة"⁽¹⁾، من أجل ذلك حُرِّمَ أكل أموال الناس بالباطل، وأُقيم نظام الحكم، والقضاء، والحسبة.

وأصل المعاملات المالية "التجارة"، فاهتمّ بها القرآن، واعتبرها أهمّ الطرق الشرعية لتداول المال بين الناس، قال الله تعالى : ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ﴾ [النساء] والناس في التجارة شخصان: مبتغٍ للربح وتنمية رأس ماله، وآخر وطّره في ذات المبيع، يستهلكها بين يديه حتى تُفقد ماليّتها - أو تنقص - في العادة، فاستحقّ الأوّل اسم "التاجر"، لامتهانه البيع والشراء محققاً الأرباح دون النّظر إلى قيمة المبيع، إلّا بقدر ما يُحقّق الرّواج أو الكساد، أمّا الثاني فاستحقّ اسم "المستهلك" لافتقاره إلى عين المبيع في سدّ حاجته الفردية أو الأسرية.

1 . المُستهلك :

لغة : اسم فاعل لفعل استهلك، وتقول العرب : استهلك المال، أي : أنفقه وأنفذه⁽²⁾.

ومن حيث العُرف، المستهلك: هو المُفني للمنتوج عاجلا أو آجلا، وهو الموظّف للسلعة فيما صنّعت له، لتحقيق حاجته، كاستعمال سيارة في تنقله، وتزويدها بالوقود، وتغيير قطع الغيار لها في حالة عطلها... هذا باعتبار فعله المتوجّه للسلعة.



أما باعتبار تصرفه من جهة اقتناء هذه السلعة الموجهة لسد حاجته، فهو من يقوم بإبرام عقود شرعية - قانونية - مع غيره للحصول، على مال أو خدمة إشباعا لحاجاته الاستهلاكية الشخصية والعائلية. أي أن فعله تصرف شرعي - قانوني - لتملك عين أو منفعتها.

وحيث أن يكون الاستهلاك نشاطا اقتصاديا، يتمثل في استخدام السلع والخدمات الاستهلاكية - من أجل إشباع الحاجات الإنسانية - يمارسه جميع الأفراد في المجتمع، وفي كل مراحل أعمارهم (أي منذ الولادة وحتى الوفاة)، وهذه ميزة يتميز بها الاستهلاك عن باقي الأنشطة الاقتصادية الأخرى: (الإنتاج، الادخار، الاستثمار، التوزيع، التسويق، ...)، من أجل ذلك كانت حماية المستهلك ضمان حصوله على السلع والخدمات بجودة عالية وأسعار مناسبة. إشباعا لحاجاته، وحفاظا على حياته، وتحقيقا لرفاهيته، هذه الحماية إنما تعني في الحقيقة ضمانا حيويا للاستهلاك في المجتمع بأسره.

2. حماية المستهلك :

الحماية لغة من : حمى الشيء، حميا، وحمى، وحماية، ومحمية: منعه ودفع عنه⁽³⁾.

وحماية المستهلك : دفع الضرر عنه، وخصّ العرف الاستعمالي الضرر المدفوع عن المستهلك شرعا، بما كان عائدا إلى الغش والخداع المالي، أو الضرر الصحي المتلف للأبدان أو المحيط.

3. السوق :

السوق لغة : موضع البيع، وتسوّق القوم إذا باعوا واشتروا، وسُمي مكان البيع سوقا لأن التجارة تُجلب إليه، وتُساق المبيعات نحوه⁽⁴⁾.

وهو في العرف: مجموع المعاملات المالية في المجتمع، بين أفرادهم ومؤسساته وقطاعاته، بغض النظر عن مكان تواجد المتعاملين، وإنما يُنظر إليها باعتبار المعاملات وشرعيتها، فيقولون - مثلا -: السوق السوداء، ويعنون بها المعاملات المالية غير الملتزمة بالإجراءات القانونية، فهي موازية للسوق القانونية الخاضعة للمراقبة، والجارية عليها الاقتطاعات الضريبية .

وتتنوع الأسواق باعتبار ما يُتداول فيها من سلع، فيوجد سوق الأموال، وسوق السيارات، وسوق المواد الغذائية، وهذه الأخيرة ربما وجدناها تتشعب



إلى أسواق فرعية كسوق السكر، وسوق القهوة، وسوق الحبوب ...

4 - الرقابة :

رَقَبَ الشَّيْءَ يَرْقُبُهُ وَرَاقِبَهُ مُرَاقِبَةٌ وَرَقَابًا حَرَسَهُ، وَالرَّقَابَةُ الرَّجُلُ الْوَعْدُ
الَّذِي يَرْقُبُ لِلْقَوْمِ رَحْلَهُمْ إِذَا غَابُوا⁽⁵⁾، وَالرَّقِيبُ، الْحَافِظُ⁽⁶⁾، وَالْمَقْصُودُ مِنَ
الرَّقَابَةِ عَمُومًا: الرَّعَايَةُ وَالْحَفِظُ وَالْإِنْتِظَارُ⁽⁷⁾.

وَالْقَانُونِيُّونَ يَقْصِدُونَ بِالرَّقَابَةِ : حَقٌّ يَخُولُ صَاحِبَهُ سُلْطَةُ إِصْدَارِ الْقَرَارَاتِ
الْلازِمَةِ لِإِنْجَاحِ الْمَشْرُوعَاتِ. كَمَا قَدْ تَحْمِلُ مَعْنَى الْوَصَايَةِ مِنْ جَانِبِ سُلْطَةِ
أَعْلَى لِفَرْضِ حُدُودٍ وَقِيُودٍ مَعْيَنَةٍ، تُوْدِي إِلَى أَهْدَافِ التَّنْظِيمِ الْإِدَارِيِّ الَّتِي
يَتَطَلَّبُهَا الْمَشْرُوعُ⁽⁸⁾.

وَيَتَّبِعُ تَصَرُّفَاتِ الشَّرْعِ لِمُرَاعَاةِ حِفْظِ النِّظَامِ الْعَامِ، نَجِدُ أَنَّ الرَّقَابَةَ هِيَ
حِرَاسَةُ تَصَرُّفَاتِ الْإِنْسَانِ مِنْ إِتِّبَاعِ الْأَهْوَاءِ، وَضَبْطُهَا بِالْأَحْكَامِ الشَّرْعِيَّةِ
الْمَقْصُودِ مِنْهَا جَلْبُ الْمَصَالِحِ وَدَرْءُ الْمَفَاسِدِ.

وَالرَّعَايَةُ - هَاهُنَا - رَعَايَتَانِ : عَامَّةٌ لِكُلِّ أَفْرَادِ الْمَجْتَمَعِ كُلِّ حَسَبِ طَاقَتِهِ،
وَهِيَ مُمَثَّلَةٌ فِي الْأَمْرِ بِالْمَعْرُوفِ وَالنَّهْيِ عَنِ الْمُنْكَرِ، قَالَ رَسُولُ اللَّهِ - ﷺ - "مَنْ
رَأَى مِنْكُمْ مُنْكَرًا فَلْيُغَيِّرْهُ بِيَدِهِ فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِلِسَانِهِ فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِقَلْبِهِ
وَذَلِكَ أَوْضَعُ الْإِيمَانِ"⁽⁹⁾. وَرَعَايَةٌ خَاصَّةٌ بِالْهَيْئَاتِ الرَّسْمِيَّةِ فِي الدَّوْلَةِ، ابْتِدَاءً
مِنَ الْإِمَامِ السِّيَاسِيِّ (الرَّئِيسِ) وَانْتِهَاءً إِلَى الْمَجْتَمَعِ الْمَدَنِيِّ الْمُسَمَّى شَرْعًا (نِظَامِ
الْحِسْبَةِ).

المبحث الأول

الجانب التشريعي للمعاملات المالية

المعاملات المالية : هي حركة تداول المال بين أفراد المجتمع وفق طريقة
شرعية، وأحكامها تشمل مجموعتين من الأحكام :
1- أحكام المعاولات : هي أحكام المعاملات التي يقصد بها العوض
من الريح والكسب والتجارة وغيرها، وتشمل البيع والإجارة والخيارات
والشركات .. وما يلحق بذلك.

2- أحكام التبرعات : هي أحكام المعاملات التي يقصد بها الإحسان
والإرفاق، مثل الهبة والعطية والوقف والعق والوصايا وغير ذلك.



والمال - في العرف الفقهي - يُطلق على كلّ عين مباحة النفع، ويصير الشيء مالا إذا مالت إليه النفوس، وصار مُتموّلًا بين الناس، من غير عارضٍ شرعي.

وهو بهذا المعنى يقع على ثلاثة أشياء :

- 1- الأعيان العروض : كالسيارة والبيت والأطعمة والأقمشة وغير ذلك .
- 2- المنافع : كمنفعة السكنى في هذا البيت ومنفعة البيع والشراء في هذا الدكان .
- 3- العين : ويراد به الذهب والفضة وما يقوم مقامه الآن من الأوراق النقدية⁽¹⁰⁾.

والمعاملات المالية التي ينبغي فيها مراعاة المستهلكين، وحمايتهم من الغش والغرر، إنّما تخصّ المعاوضات، إذ فيها تقع المشاحنات، بخلاف التبرعات، فإنّها مبنية على الإحسان والرفق، ولقد أحاط الإسلام هذه المعاملات بسيّاج من الأحكام، تجلب الصّلاح وتدفع الفساد عن المتعاملين، وفيما يلي جملة من الضوابط التي تُبنى عليها أحكام هذه المعاملات :

الأصل في المعاملات الحلّ :

دليل هذا الأصل قوله تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ﴾⁽¹¹⁾، وقوله تعالى : ﴿ وَأَوْفُوا بِالْعَهْدِ إِنَّ الْعَهْدَ كَانَ مَسْئُولًا ﴾⁽¹²⁾، وهذا مطلقٌ يشمل كل عقد، وقول الله عزّ وجل : ﴿ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ﴾⁽¹³⁾، والتجارة أمّ المعاملات المالية، فكلّ تعامل مالي الأصل فيه الحلّ، إلّا أن يثبت ما يمنعه.

الأصل في الشّروط في المعاملات الحلّ :

يُعتبر هذا الضّابط كالفرع من الضّابط الأوّل، وهو مذهب الأئمة غير الظّاهرية، والمراد بالشّروط في العقد ما يشترطه أحد العاقلين مما له فيه منفعة، ومحلّ الشّروط أن يكون أشياء توثيق العقد.

حرمة الظلم مطلقا :

أدلّته أكثر من أن تُحصى، منها قوله تعالى : ﴿ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ ﴾⁽¹⁴⁾، ومنها قوله تعالى: ﴿ وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ ﴾⁽¹⁵⁾، ومنها قوله



تعالى : ﴿ وَبِئْسَ لِلْمُطَفِّفِينَ * الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ * وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ﴾⁽¹⁶⁾ ، ولقد نهى النبي ﷺ عن النجش، وعن التصرية، وعن بيع المسلم على بيع أخيه المسلم، ... كل ذلك لما فيه من الظلم والاعتداء.
منع الغرر :

الغرر : الخطر، وهو ما لا يعرف حصوله، أو لا يعرف حقيقته ومقداره، وقد نهى رسول الله ﷺ عن بيع الغرر⁽¹⁷⁾، مثل بيع السمك في الماء، والطير في الهواء، ويدخل في بيع الغرر البيوع المجهولة، التي لا يحيط بكنهها المتبايعان حتى تكون معلومة⁽¹⁸⁾، وَمِنَ الْغَرَرِ ضَرْبَةُ الْغَائِصِ ... وَيَبْعُ الْبُعِيرَ الشَّارِدَ، وَيَبْعُ الْغَرَرِ مَا فِي بَطُونِ الْأَنْعَامِ، وَيَبْعُ الْغَرَرِ تُرَابَ الْمَعَادِنِ، وَيَبْعُ الْغَرَرِ مَا فِي ضُرُوعِ الْأَنْعَامِ إِلَّا بِكَيْلٍ⁽¹⁹⁾.

ودفع الغرر عن المتبايعين محل اتفاق بين أهل العلم عامة، ويُفتقر من الغرر ما يصعب الاحتراز منه فيما يحتاج إليه الناس، والحاجة تُنزل منزلة الضروريات إذا افتقر إليها، ولا بديل عنها بغيرها، وقد نهى النبي ﷺ "عَنْ بَيْعِ التَّمْرَةِ حَتَّى يَبْدُوَ صَلَاحُهَا، وَعَنْ النَّخْلِ حَتَّى يَزْهُوَ. قِيلَ: وَمَا يَزْهُو؟ قَالَ: يَحْمَرُّ أَوْ يَصْفَرُّ"⁽²⁰⁾. وبدو صلاح الثمار لا ينفي عنها الغرر مطلقا، بل لا يزال بعض الثمر غير مخلوق أصلا، غير أنه احتمل لعموم حاجة الناس إلى مثل هذه المعاملات.

منع الربا :

الربا في اللغة يُطلق على معان منها الزيادة .

اشتهر من الربا نوعان : 1- ربا الفضل . 2- ربا النسيئة .

ربا الفضل : فهو الزيادة في أحد الربويين المتحدي الجنس الحاليين.

ربا النسيئة : فهو تأخير القبض في أحد الربويين المتحدين في علة ربا

الفضل .

أدلة تحريم الربا عديدة، والإجماع قائم على تحريمه، قال الله تعالى: ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُضَاعَفَةً ﴾⁽²¹⁾، وقال أيضا: ﴿ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ﴾⁽²²⁾، وقد ذم اليهود بقوله سبحانه : ﴿ وَأَخَذَهُمُ الرِّبَا وَقَدْ نُهُوا عَنْهُ ﴾⁽²³⁾.



سد الذرائع المفضية إلى الفساد :

كل وسيلة أفضت إلى فساد مُتَيَقَّنٍ تُمنع شرعا، وإن كان ظاهرها الإباحة، لأن أصالة الإباحة تضعف أمام طروء العارض المتيقن فسادها، أو الغالب عليه الفساد، فحينئذ تكون قاعدة الذرائع ضابطة لأصالة إباحة المعاملات، وأصالة إباحة الشروط فيها، فكل معاملة أفضت إلى الإخلال بقواعد الشرع تمنع، وكل معاملة ترتب عنها فساد مساوي لمصلحتها التي قصد منها، أو كانت أعظم منها تُمنع. والأصل في اعتبار الذرائع قول الله تعالى : ﴿ وَلَا تَسْبُوا الَّذِينَ يَدْعُونَ مِنْ دُونِ اللَّهِ فَيَسْبُوا اللَّهَ عَدْوًا بِغَيْرِ عِلْمٍ ﴾⁽²⁴⁾، وقول النبي ﷺ لعائشة - رضي الله عنها - "لَوْلَا أَنْ قَوْمَكَ حَدِيثُ عَهْدٍ بِجَاهِلِيَّةٍ لَأَمَرْتُ بِالْبَيْتِ فَهَلَمَ فَأَدْخَلْتُ فِيهِ مَا أَخْرَجَ مِنْهُ وَالزَّفَنَةُ بِالْأَرْضِ وَجَعَلْتُ لَهُ بَابَيْنِ بَابًا شَرْقِيًّا وَبَابًا غَرْبِيًّا فَبَلَغْتُ بِهِ أَسَاسَ إِبْرَاهِيمَ"⁽²⁵⁾.

الصدق والأمانة :

هذا ضابط في كل المعاملات سواء كانت مالية أم غيرها، فإن صدق المرء وأمانته تمنعه عن أكل أموال الناس بالباطل، فلا يُخالف وعدا، ولا ينقض عهدا، ولقد اهتم القرآن بالصدق والأمانة، فقال : ﴿ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ ﴾⁽²⁶⁾ الآية، وقوله : ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ ﴾⁽²⁷⁾ الآية، وقوله : ﴿ فَإِنْ آمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي اؤْتُمِنَ أَمَانَتَهُ ﴾⁽²⁸⁾ الآية، وقوله : ﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَى أَهْلِهَا ﴾⁽²⁹⁾ الآية.

أما السنة فمثل قول رسول الله ﷺ : "الْبَيْعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا أَوْ قَالَ حَتَّى يَتَفَرَّقَا فَإِنْ صَدَقَا وَبَيَّنَّا بُورِكَ لَهُمَا فِي بَيْعِهِمَا وَإِنْ كَتَمَا وَكَذَبَا مُحِقَتْ بَرَكَةُ بَيْعِهِمَا"⁽³⁰⁾، وقوله ﷺ : "ثَلَاثَةٌ لَا يُكَلِّمُهُمُ اللَّهُ يَوْمَ الْقِيَامَةِ وَلَا يُنْظَرُ إِلَيْهِمْ: رَجُلٌ حَلَفَ عَلَى سِلْعَةٍ لَقَدْ أَعْطَى بِهَا أَكْثَرَ مِمَّا أَعْطَى وَهُوَ كَاذِبٌ، وَرَجُلٌ حَلَفَ عَلَى يَمِينٍ كَاذِبَةٍ بَعْدَ الْعَصْرِ لِيَقْتَطِعَ بِهَا مَالَ رَجُلٍ مُسْلِمٍ، وَرَجُلٌ مَنَعَ فَضْلَ مَاءٍ، فَيَقُولُ اللَّهُ: الْيَوْمَ أَمْنَعُكَ فَضْلِي كَمَا مَنَعْتَ فَضْلَ مَا لَمْ تَعْمَلْ بِدَاكِ"⁽³¹⁾.



المبحث الثاني

الرقابة أنواعها ووظيفتها

رقابة السوق هي حفظ المال المتداول فيها، والانتصاب لمراعاته، ومراعاته إنما تكون من ناحيتي الوجود (أي إقامة ما ييسر تكثير مصالح المعاملات وسائر التصرفات) والعدم (أي دفع ما يكون عامل فساد فيها عاجلا أو آجلا)، فرقابة الأسواق - بهذا الاعتبار - تعطي ضمانا إجرائيا لحماية المستهلك من جنوح التجار، فهي تحميه من الغلاء الفاحش، كما تحقق له سلامة السلع من الفساد الصحي، وهي أيضا تفتح فرص رواج السلع، مع عرض لجودة تنافسية عالية.

تتعدد أنواع الرقابة في الإسلام، فمنها ما يعرف بالرقابة العليا، وهي رقابة الله تعالى على خلقه، قال تعالى: ﴿إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلَيْكُمْ رَقِيبًا﴾⁽³²⁾. ومنها رقابة الإنسان على الإنسان، وهي نظام الحسبة، ورقابة الولاة والأئمة والمسؤولين، ورقابة ولاية المظالم (على الولاة)، ورقابة مجموع المسلمين أو الرقابة الشعبية أي المجتمع. ومنها رقابة الإنسان على نفسه وهي ما يعرف بالرقابة الذاتية. ورقابة السوق عُرِفَت في التطبيقات التاريخية في الإسلام بوظيفة المحتسب، فهو يقوم بالتأكد من أداء الأمانات، ومنع المنكرات، ويشهد فيما يسأل عنه في النواحي المحاسبية، ويمكن أن نقول: إن نظام الحسبة أو مؤسسة الحسبة تقوم بـ :

- مراقبة وتنظيم الأسواق وتوجيه المعاملات المرتبطة بها .
- مراقبة مدى الالتزام بمقاييس الجودة والإتقان ومواصفات السلامة العامة.
- مراقبة كفاءة القيام بالمهن، وضوابط أداء الحرف المجتمعية المتنوعة .
- توجيه السلوك الإنساني وضبط الآداب العامة ورعاية الحقوق الأساسية بالمجتمع .

وهذه الوظيفة في العصر الحديث تقاسمتها دوائر حكومية عديدة منها المصالح المختصة بمراقبة الموازين والمكاييل، ومصالح مراقبة الجانب الصحي للمحلات التجارية وحالة السلع الاستهلاكية، ومصالح تنظيم مساحة الأسواق ... غير أن جميعها لم تحقق حماية حقيقية للمستهلك، وذلك



لعدم مراعاتها الاعتبارات المتجاوبة مع غاية تحقيق حماية المستهلك، وإنما روعي فيه الجانب الجبائي فقط.
فينبغي أن يُنظر إلى رقابة الأسواق من خلال اعتبارات ثلاثة ليتحقق النفع للمستهلك :

الاعتبار الأول: يهتم بالجانب الوظيفي للرقابة، أي أن تتطرق من منطلق حماية المستهلك، فكل تشريعاتها وإجراءاتها تصبّ في خدمة هذا الهدف.
الاعتبار الثاني: يهتم بالجانب الإجرائي للرقابة، ويركز على الخطوات العملية التي يتعين إجراؤها للقيام بعملية الرقابة.
الاعتبار الثالث: يهتم بالجانب التنظيمي لأجهزة الرقابة.
والاعتباران الأخيران يتبعان الاعتبار الأول، إذ به تسترشد الرقابة للسوق، والجانب الوظيفي للرقابة ينظر إليه نظرا مصلحيا - إيجادا ودفعاً - :
ففي جانب الإيجاد تكون الرقابة الابتكارية، أي الرقابة المجددة لسبل الحماية، كما تكون الرقابة التوجيهية المرشدة لواقع السوق إلى تحقيق حماية المستهلك.
أما في جانب الدفع فالرقابة الوقائية من الفساد المتوقع، وتكون أيضا الرقابة العلاجية للفساد الواقع.

المبحث الثالث

الوعي الإيجابي للمستهلك وأثره على العرض :

حماية المستهلك ينبغي أن تتطرق ابتداء من المستهلك نفسه، فلو لم يعمل على حماية دينه ونفسه وعقله وعرضه وماله، لم يُحمَ من غيره، فلذلك ينبغي وضع خطة تربية تسمو بالمستهلك ليعرف واجباته وحقوقه، ونبدأ أولا بتربية النفس تربية روحية مستقيمة، والقرآن حريص على تزكية النفس، قال الله تعالى: ﴿وَنَفْسٍ وَمَا سَوَّاهَا﴾ فَأَلْهَمَهَا فُجُورَهَا وَتَقْوَاهَا ﴿قَدْ أَفْلَحَ مَن زَكَّاهَا﴾ وَقَدْ خَابَ مَن دَسَّاهَا ﴿⁽³³⁾﴾، وفي الحديث قول النبي ﷺ: "ثلاث من فعلهن فقد ذاق طعم الإيمان. من عبد الله عز وجل وحده بأنه لا إله إلا هو، أعطى زكاة ماله طيبة بها نفسه في كل عام، ولم يعط الهرمة، ولا الدرنة، ولا المريضة، ولكن من أوسط أموالكم، فإن الله عز وجل لم يسألكم خيرها، ولم



يأمركم بشرها، وزكى نفسه، فقال رجل : وما تزكية النفس ؟ فقال : أن يعلم أن الله عز وجل معه حيث كان⁽³⁴⁾.

ومن تربية المستهلك توعيته وتعليمه لما ينفعه من السلّع وما لا فائدة فيه، وعدم انجذابه للإعلانات والعادات الشرائية الخاطئة، فمن أهم مظاهر الضياع في الاستهلاك، الخسارة الاقتصادية الناجمة عن الجهل والخرافة في شراء الضروريات. فالعادات الشرائية تميل لأن تكون ثابتة مهما كانت خاطئة، وغالبا ما يقوم استهلاك الفرد على أساس عشوائي مرتجل لا على أساس رشيد، ويستمر الفرد في أدائها، لأنه وجدها هكذا أو بدافع التقليد للغير، ومن أوضح الأمثلة للعادات الشرائية الخاطئة: أن الناس يشترون التفاح للونه الأحمر وليس لقيمته الغذائية، كما يفضلون الخبز الأبيض والأرز المقشور على الخبز الأسمر والأرز غير المقشور وهما الأفضل من الوجهة الغذائية.

فقد يعتمد المعلنون إلى تشكيك الناس في سلع قديمة أو سلع جديدة في حوزتهم لم تبلى أو تستنفذ بعد، لينصرفوا عنها إلى شراء سلع جديدة، وهذا أيضا يمثل ضياعا في المواد الاستهلاكية، ومن خلال الدراسات والتحقيقات⁽³⁵⁾ التي أجريت تبين أن الإعلانات التجارية تمارس دورا كبيرا في خداع المستهلك، وفي دفعه إلى المزيد من الشراء لأشياء كثيرة لا حاجة به إليها فعلا، وهذا هو الإسراف بعينه، بل وتمارس الإعلانات دورا في قلب البواعث الوجدانية كالتقاليد وحب التميز والزهو والطموح والدهشة وما إلى ذلك من خلجات النفس التي تسعى الإعلانات لإثارتها في الإنسان.

قد حدد القرآن الكريم والسنة النبوية استهلاك المسلم بما لا يوصف بالإسراف والتبذير، بحيث تتناول الخريطة الاستهلاكية على مستوى الأفراد: (المأكل، والمشرب، والملبس، والمسكن، والزينة، ووسائل النقل، وتكاليف الزواج، وأجور العمال...)، بحيث تتضبط بمنهج رسول الله ﷺ القدوة الحسنة. ومن ثم، فينبغي على المسلم الالتزام داخل هذه الخريطة الاستهلاكية بما يلي :

- 1 - الناحية الاقتصادية لا تملك المؤمن بل يواجهها بعقيدته وبخلقه.
- 2 - الاستهلاك في حدود الوسط والاعتدال .



- 3- تجنب الفخر والخيلاء .
 - 4- الابتعاد عن الحرام .
 - 5- ترشيد وتنظيم الاستهلاك .
 - 6- تناول المنتجات الاستهلاكية وادخارها عند اليسر والرخاء .
- كما أن المستهلك المسلم يتحرك داخل مناطق استهلاكية محددة شرعا ، وهي منطقة القوام (الوسطية والاعتدال) : إذ هي وسط بين الإسراف والتقتير، ووسط بين الزينة والورع ، وأكثر الناس لا يأخذ بها ، إذ هم يميلون غالبا إلى الزينة ، ويتجاوز بعضهم إلى الترف والسرف والتبذير ، وأصل هذه المنطقة قوله تعالى : ﴿وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا﴾⁽³⁶⁾ .
- وقوله عليه السلام : "كلوا واشربوا وتصدقوا والبسوا من غير إسراف ولا مخيلة"⁽³⁷⁾ .
- وأخيرا يبقى المستهلك رهين سلوكه ، يؤثر ويتأثر بقانون "العرض والطلب" ، فكلما سما جانبه التربوي ، ووعيه الإيجابي بواقع السوق وسلوكيات التجار ، ساهم ذلك في إيجاد رغبة التودد إليه من قبل أرباب التمويل ، ابتداء من إتقان الصناعة وانتهاء إلى حسن العرض وبشاشة استقبال المستهلك .
- مصادر البحث :
- إدارة المصارف التقليدية والمصارف الإسلامية ، محمد سويلم ، (د.ت) ، القاهرة سنة 1987 م .
 - صحيح البخاري ، محمد بن إسماعيل البخاري ، مطبوع مع فتح الباري شرح صحيح البخاري ، ترقيم : محمد فؤاد عبد الباقي .
 - صحيح مسلم ، مسلم بن الحجاج القشيري ، تحقيق : محمد فؤاد عبد الباقي ، نشر : إدارة البحوث العلمية والإفتاء والدعوة والإرشاد بالملكة العربية السعودية ، سنة 1400 هـ .
 - لسان العرب ، جمال الدين محمد بن مكرم بن منظور ، ط : الأولى ، بيروت ، مط : دار صادر ، (د.ت) .
 - مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية ، جامعة الكويت ، ع 50 ، شعبان 1407 هـ نعيم أبو جمعة (الخداع الإعلاني وأثره على المستهلك في دولة الكويت) .
 - المسند ، أحمد بن حنبل الشيباني ، بيروت ، مط : دار إحياء التراث العربي ، سنة : 1991 م .
 - معجم مقاييس اللغة ، أحمد بن فارس ، تحقيق : عبد السلام هارون .
 - الموافقات في أصول الأحكام ، أبو إسحاق إبراهيم الشاطبي ، تحقيق : محمد الخضر حسين التونسي ، بيروت ، مط : دار الفكر ، سنة 1341 هـ .
 - النقود والمصارف في النظام الإسلامي ، عوف الكفراوي ، دار الجامعات المصرية ، سنة 1977 م .



- 1 - الموافقات، أبو إسحاق الشَّاطِبي، ج: 2 ، ص : 8.
- 2 - ينظر : لسان العرب، ابن منظور، ج: 10 ، ص: 505.
- 3 - ينظر : المصدر نفسه، ج: 14 ، ص: 198.
- 4 - ينظر: المصدر نفسه، ج: 10 ، ص: 167.
- 5 - ينظر: المصدر نفسه، ج: 1 ، ص: 424.
- 6 - ينظر: معجم مقاييسُ اللغة، أحمد بن فارس، تحق: عبد السلام هارون، (باب الرء والقاف وما يثلثهما).
- 7 - ينظر: إدارة المصارف التقليدية والمصارف الإسلامية محمد سويلم أبدون ناشراً القاهرة 1987أ ص 458..
- 8 - ينظر: النقود والمصارف في النظام الإسلامي أعوف الكفراوي أدار الجامعات المصرية 1977أ ص 227.
- 9 - صحيح مسلم، باب بَيَانِ كَوْنِ النَّهْيِ عَنِ الْمُتَكْرِ مِنْ الْإِيمَانِ، رقم : 70.
- 10 - المشهور عند كثير من الفقهاء أنَّ الأوراق النقدية من قبيل العروض.
- 11 - المائدة : من الآية 1.
- 12 - الإسراء : من الآية 34.
- 13 - النساء : من الآية 29.
- 14 - الأعراف : من الآية 85.
- 15 - البقرة: من الآية 188.
- 16 - المطففين: 1 - 3.
- 17 - مسلم، كتاب البيوع، باب بُطْلَانِ بَيْعِ الْحَصَاةِ وَالتَّبَعِ الَّذِي فِيهِ عَرَرٌ، رقم : 1513.
- 18 - ينظر: لسان العرب، ابن منظور، ج: 5 ، ص: 11.
- 19 - أحمد، مسند بني هاشم، رقم : 2747.
- 20 - البخاري، كتاب البيوع، باب بَيْعِ النَّخْلِ قَبْلَ أَنْ يَبْدُوَ صَلاَحُهَا، رقم: 2197.
- 21 - آل عمران : من الآية 130
- 22 - البقرة : من الآية 275 .
- 23 - النساء : من الآية 161.
- 24 - الأنعام : 108.
- 25 - البخاري، كتاب الحج، باب فَضْلِ مَكَّةَ وَبُنْيَانِهَا وَقَوْلِهِ تَعَالَى، رقم : 1483.
- 26 - الشعراء : من الآية 183.



- 27 - المائدة : من الآية 1 .
28 - البقرة : من الآية 283 .
29 - النساء : من الآية 58 .
30 - البخاري، كتاب البيوع، باب إِذَا بَيَّعَ الْبَيْعَانِ وَلَمْ يَكُنْهُمَا وَنَصَحَا، رقم : 1937 .
31 - البخاري، كتاب المساقاة، باب مَنْ رَأَى أَنَّ صَاحِبَ الْخَوْضِ وَالْقَرْيَةِ أَحَقُّ بِمَا فِيهِ، رقم : 2196 .
32 - النساء : 1 .
33 - الشمس : 7 - 10 .
34 - أخرجه الطبراني في المعجم الصغير 1 / 2.1 ، والبيهقي في السنن 4 / 95 ، وصححه الألباني في "الصحيحة" ح (46 / 1)
35 - ينظر : نعيم أبو جمعة (الخداع الإعلاني وأثره على المستهلك في دولة الكويت) ، مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية ، جامعة الكويت ، ع 50 ، شعبان 1407 هـ ، ص 15 - 73 .
36 - الفرقان : 67 .
37 - حديث حسن أخرجه أحمد والنسائي .



مبادئ حماية المستهلك في التشريع الإسلامي من خلال فقه المعاملات المالية

مداخلة من تقديم
أ/ نور الدين حمشت
كلية الحقوق - جامعة تيزي وزو



الملخص

إن الشريعة الإسلامية جاءت لتحقيق مصالح الناس في العاجل والآجل ،
وابعاد المفسد والمضار عنهم ، وهذا ما عبر عنه الإمام أبو حامد الغزالي في
كتابه المستصفى بأن الشريعة كلها مصالح ، إما جلب منفعة أو دفع
مفسدة .

ويعتبر موضوع حماية المستهلك إما في شخصه أو في ماله من المصالح التي
دعت الشريعة الإسلامية منذ نزولها إلى تحقيقها ؛ إما من حيث سن الأحكام
الجزئية المتعلقة بجانب المعاملات ، وهذا طبعا لتحقيق مصلحة الإنسان في
العيش الكريم .

ثم إن حماية المستهلك في شخصه أو ماله وسائر مصالحه إما من جانب
الوجود وذلك بسن الأحكام المنشئة لتلك المصالح ، ودعم أركانها وتثبيت
قواعدها وتكميلها .

وإما من جانب عدم ذلك بسن الأحكام التي تدرأ وتدفع الإضرار بهذه
المصلحة أو تعيق تحقيقها ، أو بتقليل ما يعترضها من المخاطر .



وعليه ارتأيت تقديم هذه الورقة لأجل المساهمة في الموضوع من خلال
المبحثين التاليين :

المبحث الأول : مبادئ الحماية المتعلقة بشخص المستهلك .

المبحث الثاني : مبادئ الحماية المتعلقة بكيفية الاستهلاك^(*).

(*) لم يقدم المحاضر النص الكامل للبحث مكتوبا .



حماية المستهلك في مجال في مجال التعاقد عن بعد

مداخلة من تقديم

أ/ أمّنت سلطاني

معهد العلوم القانونية والإدارية - المركز الجامعي بالوادي



المقدمة

لا شك أن تتبع حركة القانون وتطوره يؤكد حقيقة ارتباطه الوثيق بالمستجدات الاقتصادية والاجتماعية والتقنية في المجتمع، من المؤكد كذلك أن مواكبة القانون لهذه المستجدات وسرعة ملاحقتها يعد أحد معايير الحكم على حسن أداء القانون لوظيفته باعتباره أداة للتقدم والرقى وفقا لطموحات الجماعة وما تصبوا إلى تحقيقه من أهداف.

هذا وإذا كانت المعاملات في صورها المختلفة وأيا كان أطرافها ما هي إلا انعكاس لأساليب الإنتاج والتوزيع الاقتصادي ومدى تأثرها بالتقنيات السائدة في محيطها، لذا كان لا بد من أن يستجيب القانون لكل مقتض أو تطور اقتصادي أو تقني .

من هنا كان اهتمام المشرع الفرنسي بتنظيم التعاقد عن بعد، فإذا كان هذا النوع من المعاملات ليس بالظاهرة الجديدة فلا ريب في أن التطور الهائل الحاذق الآن بشأن وسائل الاتصالات وتقنياتها المختلفة قد أضفى على هذه الظاهرة أبعادا جديدة على نحو قدر معه هذا المشرع ضرورة تنظيمها آخذا في الاعتبار ما استجد من تطورات وما استحدثت من تقنيات، فالأمر لم يعد في الواقع مقتضرا على رسالة مكتوبة ترسل من خلال الخدمة البريدية بين طرفين من مكان إلى آخر فقد تطورت وسائل الاتصال عن بعد تطورا كبيرا واتسع استخدامها وأصبحت أداة رئيسية في المعاملات ولم يعد استخدامها مقصورا على المنشآت الكبيرة بل انضمت إليها المنشآت الصغيرة وأصبحت وسيلة في الكثير من الحالات لتلبية احتياجات المستهلكين سواء في مجال السلع أو الخدمات .

مواكبة هذا التطور، ومراعاة لضرورة تفاعل القانون مع كل تطور يطرأ على المجتمع، استدعت تدخل المشرع الفرنسي بمقتضى المرسوم رقم : 2001 . 741 بتاريخ: 2001/08/23 والذي حاول من خلاله وضع تنظيم شامل للتعاقد عن بعد



مستجيباً بذلك للتوجيهات الأوربية الصادرة في هذا الشأن وتلبية لضرورات حماية المتعاملين من خلال وسائل الاتصال عن بعد وبصفة خاصة الحديث منها.

والواقع أن مثل هذا التنظيم لا يمكن النظر إليه بمعزل عن سياقه العام المتمثل في السياسة التشريعية التي بدأت منذ سبعينات القرن العشرين في الدول المتقدمة منها فرنسا والتي تجسدت في التشريعات المتعددة الهادفة لكفالة حماية فعالة للمستهلك والتي يحويها الآن تقنين الاستهلاك الصادر في 1993/07/26.

وعلى اعتبار أن النصوص الخاصة بتنظيم التعاقد عن بعد التي تضمنها المرسوم المشار إليه سابقاً قد أدمجت في صلب تقنين الاستهلاك وكان لذلك دلالة وآثاره، أما من حيث الدلالة فمؤداها أن هذه النصوص قد جاءت كجزء لا يتجزأ من هذا التقنين ولا بد وأن تكون قد جاءت ضمن الفكرة الأساسية والموجهة لنصوص التقنين وهو حماية المستهلك باعتباره الطرف الضعيف في العلاقة التي تربطه بالمهني أو المحترف، وفيما يتعلق بالآثار فقد تجلت في وسائل الحماية التي كلفها هذا التنظيم في مجال التعاقد عن بعد، والتي تمثلت بصفة أساسية في الالتزام بإعلام المستهلك من ناحية، وحقه في العدول من ناحية أخرى، هذه الوسائل وإن كانت غير قاصرة على المستهلك في مجال التعاقد عن بعد إلا أنها وبالنظر إلى طبيعة هذا التعاقد وخصوصياته بدت أكثر إلحاحاً في هذا المجال.

إعلام المستهلك المتعاقد عن بعد وحقه في العدول عن العقد يشكلان جوهر ومضمون الحماية والتي هدف التنظيم الخاص بالتعاقد عن بعد كفالتها للمستهلك.

الوضع يختلف بلا ريب في الجزائر حيث لا يزال التشريع بعيداً عن تناول المباشر لحماية المستهلك بصفة عامة، والتعاقد عن بعد بصفة خاصة.

لذلك رأينا أن نقصر الدراسة على التشريع الفرنسي وحده، دون مقارنة بالوضع في القانون الجزائري، إذ لا يزال هذا الأخير بعيداً عن تناول موضوع هذه الدراسة، فهو لا يتضمن نصوصاً في هذا الصدد يمكن أن تشملها المقارنة، فالمقارنة في مثل هذه الحالة لا محل لها.

إلا إذا تم التمويل على القواعد العامة لإجراء مثل هذه المقارنة وهي غير كافية للإحاطة بإشكالات التعاقد عن بعد في ظل وسائل الاتصال الحديثة، الأمر الذي اقتضى مواجهته بحلول غير تقليدية.

هذا وتبدو أهمية دراسة التجربة الفرنسية في مجال التعاقد عن بعد بصفة عامة وأياً كانت ملاحظاتنا عليها، فهي جديرة بالتأمل، سواء من ناحية أهدافها، أم



من ناحية استجابتها لواقع عملي وتقني أفضى إلى ضرورة التصدي القانوني لظاهرة قديمة أفضت عليها التقنيات الحديثة أبعادا جديدة.
وعليه نتناول الموضوع من خلال المبحثين :
المبحث الأول: مفهوم التعاقد عن بعد.
المبحث الثاني: وسائل حماية المستهلك في مجال التعاقد عن بعد.

المبحث الأول

مفهوم التعاقد عن بعد

يكاد يجمع الفقه على تعريف العقد بأنه "اتفاق إرادتين على إحداث أثر قانوني معين"¹.

وتعرفه المادة (1101) من القانون المدني الفرنسي بأنه "اتفاق يلتزم بمقتضاه شخص أو أكثر تجاه شخص آخر أو أكثر بإعطاء أو بعمل أو بالامتناع عن عمل شيء معين"²، وتعتبر المادة (89) من القانون المدني المصري عن هذا الاتفاق الإرادي بقولها "يتم العقد بمجرد أن يتبادل طرفان التعبير عن إرادتين متطابقتين" من خلال هذه التعريفات يمكن التأكيد على أن الأصل في التعاقد أن يتم بين طرفين حاضرين³، فالتقاء الإرادات اللازم لإتمام العقد قد يبدو متعارضا مع فكرة التعاقد عن بعد زمانا أو مكانا.

وبالرغم من ذلك فإن العقود المبرمة دون الحضور المادي المتعاصر للمتعاقدين هو واقع أقرته صراحة كثير من التشريعات⁴، ويعبر عن ممارسة تعاقدية ليست بالحديثة.

فقد شهدت فرنسا مولد البيع بالمراسلة منذ عام 1867، كما ساعدت التطورات التي شهدتها الخدمات البريدية على التوسع في ممارسة البيع بالممارسة وإقدام الكثير من المشروعات الفرنسية الشهيرة على مثل هذا النوع من التعامل⁵. منذ ظهور البيع بالمراسلة إلى حضور صور التعاقد عن بعد عبر وسائل الاتصال الأخرى كالتلفون والتلغراف والفاكس والتلكس، وعبر جهاز المنتيل والبيع من خلال التلفون ووصولاً إلى التجارة الالكترونية من خلال شبكة المعلومات الدولية الانترنت⁶، فإن فإنه مثل هذا الأسلوب التعاقدي يثير إشكالات قانونية مختلفة لعل أبرزها وأكثرها تقليدية، تحديد زمان ومكان انتهاء العقد، أي لحظة تحقق تلاقي بين إرادتي المتعاقدين، وذلك بالنظر لما يتوقف على التحديد من أعمال الكثير من القواعد القانونية.

بصدور المرسوم رقم 471.2001 أصبح هناك تحديدا تشريعيا لمفهوم التعاقد عن فوفقا للمادة 16.121 الجديدة من تقنين الاستهلاك والتي أدخلت إليه بمقتضى



المرسوم المشار إليه وفي معرض بيانها لنطاق تطبيق النصوص الواردة ضمن الفصل المخصص لبيع الأموال وأداء الخدمات عن بعد، تنطبق هذه التصرفات على " كل بيع لمال أو مال أداء لخدمة يبرم دون الحضور المادي المتعاصر للأطراف بين مستهلك ومهني، واللذين يستخدمان لإبرام هذا العقد، على سبيل الحصر وسيلة أو أكثر من وسائل الاتصال عن بعد .

من خلال هذا النص يمكن القول بأن نطاق التعاقد عن بعد، والذي يتحدد كما يتضح من النص، في ضوء طبيعة هذا التعاقد، وصفة أطرافه، قد أصبح محددًا على نحو واضح.

فمن حيث طبيعة التعاقد عن بعد، أو سماته الأساسية، وفي ضوء مفهوم التعاقد بين الغائبين، يمكن القول بأن السمة الأساسية لهذا النوع من التعاقد تتمثل في عدم الحضور المادي المتعاصر لأطرافه في لحظة تبادل الرضا بينهم، فالعقد يبرم طرفين لا يتواجدان وجها لوجه في لحظة التقاء إرادتهما.

الإبرام عن بعد هو المميز الأساسي، والذي يسمح بإضفاء هذا الوصف على هذا النوع من التعامل، وذلك بصرف النظر عما إذا كان تنفيذه يتم عن بعد كذلك أم لا ؟

بالإضافة إلى ما تقدم فإن اعتبار التعاقد عن بعد يقتضي أن يكون إبرامه عبر وسيلة أو أكثر من وسائل الاتصال عن بعد، ويلاحظ بشأن هذه السمة الثانية من سمات التعاقد عن بعد أنه لم يرد بالمرسوم الفرنسي نص يعرف هذه الوسائل أو يحددها .⁸

لاشك أن ذلك يفسر التطور التكنولوجي المتسارع في مجال الاتصالات عن بعد ووسائلها، على نحو فضل معه المشرع أن تترك هذه الوسائل دون تحديد تحسبا لما قد يفصح عنه المستقبل من وسائل جديدة.

وجدير بالذكر أن التوجيه الأوربي رقم 7/97 سابق الإشارة إليه لم يرد به تعداد حصري لوسائل الاتصال عن بعد وإنما اكتفى بإعطاء أمثلة لهذه الوسائل في الملحق المرفق به، وذلك أيضا ما تضمنه التقرير المقدم بشأن المرسوم رقم 2001 . 741 إلى رئيس الجمهورية الفرنسي من وسائل التي ورد ذكرها في الملحق والتقرير المذكورين:

المطبوعات غير المعنونة، المطبوعات المعنونة، الخطابات النموذجية، المطبوعات الصحفية مع طلب شراء، الكتالوجات، تلفون مع تدخل بشري أو بدونه، أو وسيلة اتصال سمعية الراديو، التلفون مع إظهار الصورة، وسيلة اتصال مرئية شاشة



التلفزيون مثلا، الانترنت، رسالة الكترونية، آلة ناسخة عن بعد، التلفزيون(البيع والشراء بواسطة التلفزيون، التلفزيون التفاعلي).

هذا وإذا كان المشرع الفرنسي لم يحدد وسيلة الاتصال عن بعد التي يمكن أن تتخذ أداة لإبرام العقد، فإنه في المقابل قيد استخدام بعض هذه الوسائل بقصد حماية المستهلك في مواجهة بعض الممارسات التجارية التي يلجأ إليها بعض المهنيين بقصد الترويج والإعلان لمنتجاتهم مع ما قد يتضمنه ذلك من ضغط على إرادة المستهلك دفعا له على التعاقد، لذلك فقد حضرت الفقرة الأولى والثانية من المادة 127 . 15/20 من تقنين الاستهلاك الترويج المباشر من المهني عبر وسيلة النداءات الآلية أو الآلة الناسخة عن بعد تجاه مستهلك لم يعبر عن رضائه بتلقي العروض من خلال هذه الوسائل.

وفي ضوء ما تقدم، وعلى مدى ما ورد بالمادة ل 16.121 من تقنين الاستهلاك، سابقة الذكر، يمكن القول بأنه يعتبر ضمن صور التعاقد عن بعد البيع بالمراسلة بمعناه الضيق وصولا إلى البيع عبر الانترنت، فالعقد الأخير صورة من صور التعاقد عن بعد⁰⁹.

المبحث الثاني

وسائل حماية المستهلك في مجال التعاقد عن بعد

هكذا واتساقاً مع السياسة التشريعية التي باتت تقليدية في القانون الفرنسي والرامية لحماية المستهلك أصدر المشرع الفرنسي العديد من القوانين في هذا المجال نذكر منها: القانون رقم 21/88 الصادر بتاريخ 16/01/1988 المتعلقة بعمليات البيع بالتلفون والذي قرر في مادته الأولى حق المستهلك في العدول في حال البيع عن بعد، فقد نصت المادة على أنه "في كل عمليات البيع عن بعد يحق لمشتري المنتج خلال مدة سبعة أيام كاملة محسوبة من تاريخ تسليمه طلبيته إرجاعه إلى البائع، أما لاستبداله بآخر أو لردده واسترداد ثمنه دون أية جزاءات باستثناء مصاريف الرد" ومن ذلك أيضا القانون رقم 92 - 60 بتاريخ 18/11/1992 بشأن تدعيم حماية المستهلكين والذي تناولت الفقرة الأولى من مادته الخامسة التزام المهني بإعلام المستهلك في حالات عروض البيع عن بعد الموجهة إلى المستهلك، فقد نصت الفقرة المشار إليها على أنه "في كل عرض بيع مال وأداء خدمة عن بعد موجه إلى المستهلك يلتزم المهني بأن يذكر اسم مشروعه، أرقام تلفوناته وأيضا عنوان مركزه، وإذا كان مختلفا - عنوان المؤسسة المسؤولة عن العرض وقد تم إدماج هذين النصين في تقنين الاستهلاك في مادته ل 16.121 الفقرة الأولى والمادة ل 18.121 .

بالرغم من هذه المجهودات التشريعية الهادفة إلى حماية المستهلك المتعاقد عن بعد، فقد ظل مفهوم التعاقد عن بعد في حد ذاته دون تحديد تشريعي إلى أن صدر



التوجيه الأوروبي رقم 7/97 بشأن حماية المستهلكين في مجال التعاقد عن بعد، والهادف إلى تشجيع البيع العابر للحدود عن بعد واعتبر من مظاهر تحقيق السوق الأوروبية.

وفرض هذا التوجيه على الدول أعضاء الاتحاد الأوروبي إصدار التشريعات اللازمة أو تعديل التشريعات اللازمة أو تعديل تشريعاتها بما يتفق ومقتضيات هذا التوجيه.

وعمل المشرع الفرنسي بمقتضى المرسوم رقم 2001.41 بتاريخ 2004/18123 على ذلك، الأمر الذي اقتضى إدخال نصوص جديدة إلى تقنين الاستهلاك وتعديل نصوص أخرى .

ضمن الفكرة الأساسية والموجهة لتقنين الاستهلاك وإدماج النصوص الخاصة بتنظيم التعاقد عن بعد وهي حماية المستهلك باعتباره الطرف الضعيف في العلاقة التي تربطه بالمهني أو المحترف.

وفيما يتعلق بآثاره فقد تجلت في وسائل الحماية التي كفلها هذا التنظيم للمستهلك في مجال التعاقد عن بعد، والتي تمثلت بصفة أساسية في الالتزام المهني بإعلام المستهلك المتعاقد عن بعد، من ناحية، وحقه في العدول من ناحية أخرى.

ونعرض فيما يلي الالتزام المهني بإعلام المستهلك المتعاقد عن بعد ثم لحق المستهلك في العدول في مطلبين : يتناول الأول الالتزام المهني بإعلام المستهلك المتعاقد عن بعد، ويعالج الثاني حق المستهلك في العدول عن العقد المطلب الأول : التزام المهني بإعلام المستهلك المتعاقد عن بعد.

التزام المهني بإعلام المستهلك يعتبر من أبرز الآليات القانونية في مجال حماية المستهلك بصفة عامة، يبدو هذا الالتزام أكثر إلحاحا في مجال التعاقد عن بعد، قد رأينا فيما تقدم أيضا أن التعاقد عن بعد يتم من خلال استخدام وسيلة أو أكثر من وسائل الاتصال عن بعد، دون التقاء حقيقي بين أطرافه وأن استخدام هذه الوسائل، يجب أن لا يحول دون تزويد المستهلك بالمعلومات اللازمة لتقرير رضائه. والواقع أن التزام المهني بإعلام المستهلك في مجال التعاقد عن بعد هو التزام ممتد لا يقتصر على المرحلة السابقة على إبرام العقد بل يمتد كذلك إلى المرحلة اللاحقة لإبرام العقد .

وهذا ما يمكن بيانه فيما يلي:

أولاً: الالتزام قبل التعاقد بالإعلام:

يكون على المهني إعلام المستهلك منذ مرحلة عرض التعاقد الموجه لهذا الأخير. هذا الالتزام ما مضمونه¹⁰ وأوضاع تنفيذه وجزاء مخالفته ؟



أ/ مضمون الإعلام: في ضوء ما ورد بشأن الالتزام العام بالإعلام الواقع على عاتق كل مهني بإعلام المستهلك المتعاقد معه يتعين التمييز بين المضمون المبدئي لهذا الإعلام، ومضمونه في بعض الحالات الخاصة.

1 - المضمون المبدئي: في تنظيمه للتعاقد عن بعد حرص المشرع الفرنسي على أن يؤكد في المادة 18.121 الجديدة من تقنين الاستهلاك على التزام المعني بإعلام المستهلك في هذا المجال، بمعنى لم يكتف بما تضمنه نص المادة 1.111 من ذات التقنين من تقرير لالتزام عام بإعلام يقع على عاتق كل مهني بائع أو مقدم خدمة لصالح المستهلك المتعاقد معه¹¹، كما لم يكتف بتلك التي تضمنت ضرورة الإدلاء ببيانات معينة لصالح المستهلك، بل عاد وأضاف قدراً آخر من المعلومات التي يجب الإدلاء بها في حالة التعاقد عن بعد.
- المعلومات السابق النص عليها:

يأتي في مقدمة هذه المعلومات، تمكين المستهلك من التعرف على الخصائص الأساسية للسلعة أو الخدمة¹² يضاف إليها:
- ثمن السلعة أو الخدمة شاملاً كافة الضرائب والرسوم، والشروط الخاصة بتحديد المسؤولية العقدية، كذلك ما قد يتضمنه البيع من شروط خاصة والمعلومات الخاصة بأداء الخدمة إذا كان محل العقد أداء خدمة معينة¹³.
فضلاً عما تقدم أوجب المادة 121 - 18 / 1 من تقنين استهلاك ضرورة إعلام المستهلك بما يلي:

- اسم بائع السلعة أو مقدم الخدمة، رقم تليفونه وعنوانه وإذا تعلق الأمر بشخص معنوي فمركز أعماله، واسم المنشأة المسؤولة عن العرض إذا كان مختلفاً.

- المعلومات الإضافية:

- النص الحالي للمادة لـ 121 - 18 من تقنين الاستهلاك أضافت معلومات جديدة إلى المعلومات السابقة يجب التزام المهني إعلام المستهلك بها عند تعاقدته عن بعد.
هذه المعلومات هي إذا معلومات خاصة بفرض التعاقد عن بعد دون غيره وهي :
- مصاريف التسليم، إن وجدت .
- طرق الوفاء، التسليم أو التنفيذ .
- المعلومات الخاصة بحق المستهلك في العدول فيما عدا الحالات التي يكون فيها هذا الحق مستبعداً وفقاً لنصوص القانون .
- مدة صلاحية العرض والتمن .



. تكلفة استخدام وسيلة الاتصال عن بعد، إذا لم تكن محسوبة على أساس التعريفة السائدة.

2. مضمون الإعلام في بعض الحالات الخاصة:

إذا كان المشرع الفرنسي قد حدد المضمون المبدئي للإعلام الواجب للمستهلك في حالات التعاقد عن بعد، وعلى نحو سالف بيانه، فقد أعاد هذا المشرع ترتيب مضمون هذا الإعلام في بعض الحالات الخاصة للتعاقد عن بعد ومراعاة لطبيعتها، فخفض من هذا المضمون في بعضها وشدده في البعض الآخر.

. حالات التخفيف من مضمون الإعلام:

وفقاً لنص المادة 121. 20 / 4 من تقنين الاستهلاك لا مجال لإعمال نص المادة 121. 18 من ذات التقنين بشأن العقود التي يكون محلها توريد مواد استهلاكية عادية، والتي تتم في محل سكن المستهلك أو في مكان عمله من خلال موزعين يقومون بدورات متكررة ومنتظمة، والمقصود بذلك ما يقوم بتوريده الباعة الجائلين من خلال زياراتهم للمنازل أو أماكن العمل.

كما لا يخضع لأحكام المادة 121. 18 عقود أداء خدمات التسكين، النقل، خدمات المطاعم، الترفيه التي يجب أدائها في تاريخ معين أو خلال فترات دورية محدودة¹⁴.

الجدير بالذكر أنه في الحالات المتقدمة يضحى مضمون التزام مهني بالإعلام مخففاً وليس مستبعداً، ففي هذه الحالات لا يكون المهني ملتزماً بالإدلاء بالمعلومات التي تضمنتها المادة 121. 18 فقط فيما يبقى إلتزامه بالمضمون المبدئي للإعلام قائماً، ذلك هو المعنى الحقيقي بتخفيف مضمون الإعلام.

. حالات التشديد في مضمون الإعلام:

يلتزم المهني ليس فقط بالإدلاء بالمعلومات التي تشكل المضمون المبدئي للالتزام بالإعلام الواقع على عاتقه، وإنما يلتزم بما هو أكثر من ذلك. الحالات الخاصة هي حالات السعي إلى التعاقد من خلال التليفون أو غيره من وسائل الاتصال المشابهة، في هذه الحالات يتعين على المهني أن يفصح على نحو صريح ومنذ بدء المحادثة عن هويته والهدف التجاري من وراء المحادثة¹⁵.

الواقع أن المشرع في مثل هذه الحالات قدّر ضرورة إعلام المستهلك منذ بداية الاتصال به والهدف منه تمكينه من اتخاذ قراره باستمرار المحادثة أو إنهائها، وبالتالي تفادي ما قد يتعرض له من الضغط من قبل المتصل¹⁶.

ب/ كيفية الإدلاء بالمعلومات:



نبيّن الآن كيفية الإدلاء بهذه المعلومات سواء من حيث الوقت أو من حيث طريقتة:

1/ وقت الإدلاء بالمعلومات:

إذا كان التوجيه الأوربي رقم 97. 7 قد نصّ في المادة الرابعة منه على ضرورة أن يتم إعلام المستهلك في الوقت المناسب قبل إبرام كل عقد يتم عن بعد. غير أن المرسوم الفرنسي رقم 2001. 741 جاء خالياً من تحديد لهذا الوقت المناسب مما يؤدي إلى فرض الخلاف، ولا يكفي في هذا الصدد القول بأن هذا الوقت هو المرحلة السابقة على التعاقد.

2/ طريقة الإدلاء بالمعلومات:

بشأن هذه الطريقة جاء نص المادة 121. 18 / 7 من تقنين الاستهلاك وبعد تعداد المعلومات الواجب الإدلاء بها ليقضي بأن (... هذه المعلومات، والتي يجب أن يظهر طابعها التجاري دون غموض، يجب الإدلاء بها للمستهلك بطريقة واضحة ومفهومة بكل الوسائل الملائمة لأداة الاتصال عن بعد المستخدمة).

يريد المشرع الفرنسي بهذا النص أن يمنع على المهني الإدلاء للمستهلك بمعلومات غير محددة، أو تحت غطاء المصطلحات الفنية التي لا يكون بوسع هذا الأخير أن يتبيّن حقيقة المقصود بها.

وهذا في الواقع يدفع إلى التساؤل عن اللغة الواجب استخدامها للإدلاء بالمعلومات.

لكن المرسوم الفرنسي المشار إليه لم يتضمن أي إجابة على التساؤل المطروح، هذه الإجابة تضمنتها في الواقع نصوص القانون رقم 94. 665 الصادر بتاريخ 1994/08/04 فقد نصّت المادة الثانية من هذا القانون على وجوب استخدام اللغة الفرنسية في كل وصف للشيء أو المنتج أو الخدمة، وطريقة التشغيل والاستعمال، وتعيين نطاق وشروط الضمان، وكذلك فيما تقدم من فواتير ومخالفات.

لا شك أن ذلك يدل على حرص المشرع على أن تكون اللغة المستخدمة لإعلام المستهلك هي لغته الوطنية، إلا أن هذا لا يمنع من أن تصحبها ترجمة باللغة الإنجليزية أو بأية لغة أخرى.

ج/ جزاء مخالفة الالتزام قبل التعاقد بالإعلام¹⁷ :

وفقاً لنص المادة 1. 11 من التوجيه الأوربي رقم 97. 7 سالف الذكر يجب على الدول الأعضاء العمل على إيجاد الوسائل الملائمة والفعّالة لكفالة احترام نصوص هذا التوجيه تحقيقاً لحماية المستهلكين.



إعمالاً لهذا النص اكتفت المادة لـ 7/20. 121 من تقنين الاستهلاك بالنص على اعتبار النصوص التي تضمنها التنظيم الجديد للتعاقد عن بعد من النظام العام، على نحو يسمح بالقول باعتبار التعاقد عن بعد باطلاً، إذا لم يقم المهني أو المحترف بتنفيذ الالتزام قبل التعاقد بالإعلام على نحو صحيح.

بالإضافة إلى ما تقدم فالملاحظ أنه وفقاً لنص المادة لـ 10/20 . 121 من تقنين الاستهلاك فإن ما يقع من مخالفات لما يقضي به نص التنظيم الجديد للتعاقد عن بعد وبصفة خاصة نص المادة 18. 121 والتي تتناول المعلومات التي يجب أن يتضمنها العرض بالتعاقد، يتم معابنتها وملاحقتها بمعرفة أفراد السلطة المنوط بها التحقيق في مجال المنافسة والاستهلاك وقمع الفش، وفق الشروط المحددة بنصوص الكتاب الرابع من التقنين التجاري والمتعلقة بحرية المنافسة، وكل من يعرقل عمل هؤلاء يعاقب بالحبس ستة أشهر وغرامة قدرها 7500 يورو¹⁸.

على أية حال فالملاحظ أن النصوص الجديدة المنظمة للتعاقد عن بعد لم تتضمن النص صراحة على أي جزاء خاص يوقع في حالة مخالفة المهني للالتزام قبل التعاقد بالإعلام لذلك فلا مناص من إعمال القواعد العامة في هذا الشأن.

فيكون للمستهلك المطالبة بإبطال العقد استناداً إلى مخالفة هذا الالتزام، كما يكون له الرجوع على المهني بمقتضى قواعد المسؤولية التقصيرية للمطالبة بالتعويض عن ما يكون قد أصابه من ضرر بسبب عدم إعلامه على نحو صحيح.

ثانياً: الالتزام بالإعلام اللاحق لإبرام العقد:

إذا كان الالتزام بالإعلام تبرره حالة الضعف التي يوجد فيها المستهلك في علاقته بالمهني، فإن المشرع لم يقتصر في مواجهته لهذه الحالة بالزام المهني بإعلام المستهلك في المرحلة السابقة على إبرام العقد وإنما جعل التزامه بالإعلام يمتد إلى ما بعد إبرام العقد.

أ/ مضمون الإعلام:

مضمون الالتزام بالإعلام في المرحلة اللاحقة لإبرام العقد يتحدد من ناحية بالالتزام المهني بأن يؤكد للمستهلك بعض المعلومات السابق الإدلاء بها، ومن ناحية أخرى بالإدلاء بمعلومات جديدة:

1 - المعلومات الواجب التأكيد بها:

هذه المعلومات الواجب التأكيد بها هي تلك التي تضمنتها المواد 1.111 و 1.214 من تقنين الاستهلاك وتشمل:

☒ الصفات الأساسية للسلعة أو الخدمة.

☒ ثمن السلعة أو الخدمة شاملة كافة الضرائب.



- ☒ شروط تحديد المسؤولية العقدية إن وجدت.
- ☒ الشروط الخاصة للبيع، تقديم المنتج.
- بالإضافة إلى المعلومات التي تضمنتها المادة 121. 18 من تقنين الاستهلاك السالف الذكر وهي اسم بائع السلعة أو مقدم الخدمة، رقم تليفونه وعنوانه، عنوان المنشأة المسؤولة عن العرض، مصروفات التسليم إن وجدت، طريقة الوفاء، كيفية التسليم أو التنفيذ، والمعلومات المتعلقة بالحق في العدول.
- 2 - المعلومات الجديدة الواجب الإدلاء بها:
- يلتزم المهني بإعلام المستهلك بالآتي:
- ☒ شروط وأوضاع ممارسة حقه في العدول عن العقد.
- ☒ عنوان مؤسسة المورد التي يمكن للمستهلك أن يتقدم بمطالبته إليها.
- ☒ المعلومات المتعلقة بخدمات ما بعد البيع والضمانات التجارية.
- ☒ شروط إنهاء العقد إذا كان غير محدد المدة أو كانت مدته تزيد عن سنة واحدة¹⁹.

ب/ كيفية تنفيذ الإعلام:

أشار المشرع إلى اللحظة الواجب فيها تنفيذ الالتزام بالإعلام اللاحق لإبرام العقد والدعامة التي يجب أن تفرغ فيها المعلومات الواجب الإدلاء بها.

1 - وقت الإدلاء بالمعلومات:

يجب أن يتلقى المستهلك المعلومات الواجبة له واللاحقة لإبرام العقد (في الوقت المناسب وعلى أقصى تقدير في لحظة التسليم²⁰).

صياغة النص على هذا النحو يثير مشاكل قد تؤدي إلى حدوث منازعات في هذا الشأن، فالقول بأنه يجب الإدلاء في الوقت المناسب لا يتضمن تحديداً للحظة معينة، غير أن المشرع تدارك ذلك بتحديد الحد الأقصى الزمني للإدلاء وهو لحظة التسليم.

2 - الدعامة التي تثبت عليها المعلومات:

بشأن المعلومات التي يتعين الإدلاء بها للمستهلك خلال هذه المرحلة، فقد أوجبت المادة 121. 19 من تقنين الاستهلاك أن يتم تلقيه لهذه المعلومات كتابة وعلى أي دعامة أخرى لها صفة الاستمرارية موجودة تحت تصرفه.

إن الكتابة المطلوبة في النص متطلبة للإثبات وليس للانعقاد، تمكيناً للمهني من إثبات قيامه بالإعلام الواقع على عاتقه، وبناء عليه يمكن استخدام أي كتابة على نحو ما ورد النص عليه في المادة 13. 16 و 1/136 من التقنين المدني الفرنسي والمعدلة تبعاً للقانون رقم 230. 2000 الصادر بتاريخ 2000/02/13 الخاص بتطويع



قانون الإثبات لتكنولوجيات المعلومات والتوقيع الإلكتروني²¹، فقد جاء بهذه المادة أن (الإثبات الخطي أو الكتابة يتمثل في تتابع الأحرف أو الأشكال أو الأرقام أو أية إشارات أو رموز أخرى بها دلالة قابلة للإدراك أيا كانت دعامتها وطرق انتقالها).

أما المادة 1316 . 1 وهي مضافة بمقتضى القانون المشار إليه فتتص على أن الكتابة التي تتخذ الشكل الإلكتروني تكون مقبولة في الإثبات شأن الكتابة على دعامة ورقية، بشرط أن يكون ممكناً التحقق من هوية الشخص الذي صدرت عنه وأن يكون تدوينها وحفظها قد تم في ظروف تسمح بضمان سلامتها. إذا كان المشرع الفرنسي قد جعل الكتابة الإلكترونية مقبولة في الإثبات شأن الكتابة المثبتة على دعامة ورقية أو الكتابة التقليدية، فيكون للمهني إثبات قيامه بالإعلام اللاحق لإبرام العقد من خلال أية كتابة منها، فكلهما مقبول في الإثبات.

ج/ جزء الإخلال بالالتزام بالإعلام اللاحق لإبرام العقد:
تضمنت النصوص المنظمة للتعاقد عن بعد جزء خاص في حالة مخالفة الالتزام يضاف إليها الجزاءات المستمدة من القواعد العامة.

1. الجزاءات التي أقرت بها القواعد العامة:
المخالفات التي تقع من قبل المهني للالتزام بالإعلام اللاحق لإبرام العقد يمكن أن تؤدي إلى توقيع جزاء جنائي. ويلاحظ أن الجزاءات المدنية التي يمكن إعمالها وفقاً للقواعد العامة لم تتضمنها نصوص التعاقد عن بعد إلا أنه يمكن للمستهلك الرجوع على المهني بدعوى المسؤولية العقدية باعتباره قد امتنع عن تنفيذ التزام عقدي.

2. الجزاء الخاص الذي أقر به تنظيم التعاقد عن بعد (القواعد الخاصة التي جاء بها التنظيم) :

امتداد الأجل الذي يمكن للمستهلك أن يمارس خلاله حق العدول عن العقد هو الجزاء المدني الخاص الذي تضمنه التنظيم الخاص بالتعاقد عن بعد. فإذا لم يتم المهني بتنفيذ التزامه بالإعلام المستهلك بعد إبرام العقد فإن الأجل الذي يمكن للمستهلك بإعماله ممارسة لحقه في العدول عن العقد من سبعة أيام كاملة (المدة الأصلية) إلى ثلاثة أشهر (المدة الجزائية).



المطلب الثاني : حق المستهلك في العدول عن العقد

يعتبر الحق في العدول عن العقد الذي سبق إبرامه، أحد الآليات القانونية الحديثة التي لجأ إليها المشرع بقصد توفير حماية فعّالة للمستهلك، هذا الحق يمثل في الواقع خروجاً على مبدأ القوة الملزمة للعقد²².

هذا الخروج يجد مبرره الأساسي في ضرورات حماية المستهلك باعتباره الطرف الضعيف في مواجهة المهني أو المحترف، لذلك فإن هذا الحق لم يرتبط وجوده بتنظيم التعاقد عن بعد، وإنما ارتبط هذا الوجود ببداية التشريعات الهادفة إلى حماية المستهلك.

فقد كرس المشرع الفرنسي هذا الحق بموجب القانون رقم 88 . 12 بتاريخ 1988/01/06 بشأن البيع عن بعد، والبيع من خلال التلفزيون . ومنح المشتري في هذا المجال الحق في العدول عن العقد خلال سبعة أيام تحسب من تاريخ تسلمه الطليبية. إعطاء المستهلك الحق في العدول في مثل هذا النوع من التعاقد تظهر بالضرورة الاعتبارات الموجبة بتقرير هذا الحق، والمنوه بها، ما يضاف إليه كذلك اعتبار جديد هو أنه في التعاقد عن بعد يتم التعاقد دون إمكانية حقيقية للمستهلك لرؤية ما يتم التعاقد عليه أو التحقق من خصائصه²³.

لذلك أقر المرسوم الفرنسي رقم 2001 . 741 ذات الحق للمستهلك فأصبح هذا الحق مقررًا للمستهلك ليس فقط في مجال بيع السلع والمنتجات عن بعد وإنما في مجال الخدمات عن بعد كذلك، وبمقتضى هذا المرسوم أضيفت إلى تقنين الاستهلاك المادة لـ 20/121 متضمنة النص على حق المستهلك المتعاقد عن بعد في العدول عن العقد ويجري نص الفقرة الأولى من هذه المادة على النحو التالي (للمستهلك خلال سبعة أيام كاملة أن يمارس حقه في العدول دون إبداء أسباب أو دفع أية جزاءات باستثناء مصاريف الرد).

لدراسة حق المستهلك في العدول عن العقد وفقاً للتنظيم الخاص بالتعاقد عن بعد، نعرض فيما يلي إلى نطاق الحق في العدول والمدة الممارس خلالها، وكيفية الممارسة لهذا الحق والآثار المترتبة على ممارسة الحق في العدول.
أولاً: مجاله (نطاقه):

التعاقد عن بعد امتد ليشمل أداء الخدمات عن بعد فلم يعد مقتصرًا عن البيع عن بعد فقط²⁴، لكن الملاحظ في هذا الصدد أن المادة 121 . 20 . 2 من تقنين الاستهلاك قد استبعدت من نطاق الحق في العدول العديد من العقود التي تدخل في مفهوم التعاقد عن بعد وفقاً للنصوص المنظمة له وذلك ما لم يتفق الأطراف على غير ذلك .



- هذه العقود المستبعدة من نطاق الحق في العدول هي الآتية:
- ✗ عقود توريد الخدمات التي يبدأ تنفيذها، بالاتفاق مع المستهلك قبل انتهاء المدة المقررة ممارسة الحق في العدول خلالها²⁵.
 - ✗ عقود توريد السلع والخدمات التي تتحد أثمانها وفق ظروف السوق²⁶.
 - ✗ عقود توريد السلع التي يتم تصنيعها وفقاً لخصوصيات المستهلك أو بالمطابقة لشخصه والتي بحسب طبيعتها لا يمكن إعادتها للبائع، أو التي يسرع إليها الهلاك والتلف²⁷.
 - ✗ عقود توريد الصحف والدوريات والمجلات²⁸.
 - ✗ عقود خدمات الرهان وأوراق اليانصيب المصرح بها²⁹.
- ثانياً: مهلة ممارسة الحق في العدول:
- في الحالات التي يكون فيها للمستهلك الحق في العدول عن العقد السابق إبرامه يبدو بديهياً أن يحدد المشرع مهلة لممارسة هذا الحق وإلا سقط وبتناول المهلة، بيان اللحظة التي يبدأ فيها سريان هذه المهلة وقدر هذه المهلة.
- أ/ بدأ سريان مهلة العدول:
- بدأ سريان مهلة العدول التي يكون للمستهلك الحق في العدول تختلف تبعاً لمحل العقد، ومحل العقد قد يكون توريد سلعة أو منتج معين أو كان محله أداء خدمة.
- 1- بدء سريان مهلة العدول في مجال بيع السلع والمنتجات:
- يبدأ سريان مهلة الحق في العدول منذ لحظة تسلم المستهلك للسلعة أو المنتج بصريح نص المادة 121 . 2/20 من تقنين الاستهلاك.
- 2- بدء سريان مهلة العدول في مجال أداء الخدمات:
- يبدأ سريان مهلة الحق في العدول منذ لحظة قبول المستهلك العرض المقدم من المهني هذا ما نصت عليه الفقرة الثانية من المادة 121 . 20 من تقنين الاستهلاك³⁰.
- ب/ المدة التي يتعين خلالها ممارسة الحق في العدول:
- يجب بيان قدر هذه المهلة، وبالرجوع في هذا الصدد إلى المشرع نجده قد نصّ على مدة مبدئية، خرج عليها باستثناء وحيد.
- 1 - المدة المبدئية:
- وفقاً لنص الفقرة الأولى من المادة 121 . 20 من تقنين الاستهلاك للمستهلك مدة سبعة أيام كاملة لممارسة حقه في العدول، ويلاحظ في هذا الصدد أن المدة التي حددها التوجيه الأوروبي رقم 97 . 7 هي سبعة أيام عمل على الأقل هذا ما نصت عليه المادة (6) منه.



لا شك أن ما جاء به التوجيه الأوروبي يعتبر أكثر رعاية لمصلحة المستهلك، ذلك أن الأيام الكاملة (اليوم الكامل يعني 24 ساعة) يمكن أن يتضمن أيام عطلة، مما يجعل المستهلك لا يستفيد من المدة كاملة.

حاول المشرع الفرنسي تدارك الأمر بنصه في الفقرة الأخيرة من المادة 121 . 20 من تقنين الاستهلاك على أنه إذا صادف اليوم الأخير من الأيام السبعة المذكورة يوم سبت أو يوم أحد أو يوم عطلة فإن هذه المدة تمتد إلى أول يوم عمل تال.
2- المدة الاستثنائية:

رأينا فيما تقدم أن المشرع قرّر على سبيل مجازة المهني المخل بتنفيذ التزامه بالإعلام اللاحق لإبرام العقد، بجعل المدة التي يمكن للمستهلك خلالها ممارسة حقه في العدول ثلاثة أشهر بدلاً من سبعة أيام.

لكن إذا تدارك المهني الأمر وقام بإعلام المستهلك خلال مدة ثلاثة أشهر فإن مدة السبع أيام هي المدة الأصلية.

وتحسب بالشكل التالي: منذ اللحظة التي قام فيها المهني بتنفيذ التزامه بالإعلام.

وتجدر الإشارة هنا إلى ما يقصده المشرع بمدة ثلاثة أشهر تحسب بالأيام الكاملة أو بأيام العمل، لم يبين المشرع على خلاف ما فعله بالنسبة لمدة السبع أيام الأصلية³¹.

ثالثاً: كيفية ممارسة الحق في العدول:

وفقاً لنص المادة 121 . 20 فقرة أولى من تقنين الاستهلاك يكون للمستهلك ممارسة حقه في العدول خلال المدة المحددة له دون إبداء الأسباب.

فحق المستهلك في العدول يعتبر حقاً تقديرياً، يخضع لتقدير المستفيد منه (أي المستهلك) ولذلك فليس عليه أي التزام بتبرير قراره بالعدول أو بيان بواعثه التي دفعته لذلك.

هذا ولم يحدد المشرع شكلاً خاصاً لتعبير المستهلك عن عدوله عن العقد الذي سبق إبرامه، غير أنه من الناحية العملية ينبغي الإشارة إلى أنه يكون من مصلحة المستهلك عند استعماله لهذا الحق أن يعبر عن عدوله من خلال وسيلة تمكنه من إثبات هذا العمل فيما بعد وعند منازعة المهني في حدوثه، وهو ما يمكن تحقيقه مثلاً من خلال تضمين عدوله لخطاب موصى عليه بعلم الوصول³².

رابعاً: آثار ممارسة الحق في العدول:

نتعرض هنا لآثار ممارسة المستهلك لحقه في العدول عن العقد سواء من ناحيته هو أو من ناحية المهني الذي تعاقد معه.



أ / آثار العدول بالنسبة للمهني:

تتمثل هذه الآثار بصفة أساسية في التزام المهني برد ما دفعه المستهلك من ناحية، وفسخ عقد القرض الذي يكون المستهلك أبرمه تمويلًا لعقده الذي عدل عنه من ناحية أخرى.

1 - رد الثمن للمستهلك:

على غرار ما تضمنته الفقرة الثانية من المادة السادسة من التوجيه الأوروبي، نصت المادة 121. 1/20 من تقنين الاستهلاك على التزام المهني عند ممارسة المستهلك لحقه في العدول ودون انتظار برد المبالغ التي دفعها المستهلك، خلال مدة أقصاها الثلاثين يوماً التالية لاستعمال هذا الحق، تجاوز الميعاد المذكور يؤدي إلى جعل المبلغ المدفوع من قبل المستهلك منتجاً للفوائد.

كما جعل المشرع رفض البائع رد المبالغ التي دفعها المستهلك مقابل السلعة التي أعادها مستعملاً حقه في العدول مخالفة من تلك التي يتم معاينتها والتحقيق منها من قبل الجهات المنوط بها التحقيق في مجال المنافسة والاستهلاك وقمع الغش³³. والجدير بالملاحظة في هذا الصدد أن المادة 121. 1/20 من تقنين الاستهلاك لم تذكر إلا رد الثمن للمستهلك، فيما كانت المادة 121. 16 من ذات التقنين التي كانت تتناول ذات الموضوع قبل التقنين الجديد للتعاقد عن بعد تقضي بأن للمستهلك رد السلعة إما لاسترداد ثمنها أو استبدالها بأخرى.

لذلك يحق التساؤل عن ما إذا كان النص الجديد يقصر حق المستهلك على رد السلعة فقط دون أن يكون له أن يمارس حقه في العدول من خلال إرجاع السلعة لطلب استبدالها بغيرها.

2 - إنهاء عقد القرض المبرم تمويلًا للعقد الذي عدل عنه المستهلك:

إعمالاً لنص المادة 6. 4 من التوجيه الأوروبي رقم 97. 7 نصت المادة 311. 1/25 على أنه إذا كان الوفاء بثمن المنتج أو الخدمة قد تم تمويله كلياً أو جزئياً بائتمان من قبل المورد أو من شخص من الغير على أساس اتفاق مبرم بين الأخير والمورد فإن ممارسة المستهلك لحق العدول يؤدي إلى فسخ عقد الائتمان بقوة القانون، دون تعويض أو مصروفات باستثناء المصروفات المحتملة لفتح ملف الائتمان.

وبذلك يكون المشرع الفرنسي قد نظر إلى العقدين المبرم عن بعد والعقد المبرم تمويلًا له باعتبارهما كلاً لا يتجزأ، فقرر بالتالي أن زوال الأصلي منهما، أي العقد المبرم لتمويل الأول، ولا شك أن ذلك يمثل حماية للمستهلك في هذا المجال، فهو في الواقع لم يبرم عقد ائتمان إلا بقصد تمويل العقد الذي أبرمه عن بعد، فإذا



ما زال العقد الذي قصده أصلاً بممارسة الحق في العدول تعيّن إنهاء العقد المرتبط به، والذي لم يعد هناك مبرراً للإبقاء عليه³⁴.

ب/ آثار العدول بالنسبة للمستهلك:

ممارسة المستهلك لحق العدول المقرر له يستتبع نقض العقد السابق إبرامه، ويترتب على ذلك أن يكون عليه رد السلعة أو المنتج إلى المهني أو التنازل عن الخدمة.

المستهلك الذي يمارس حقه في العدول خلال المدة المقررة لا يتحمل في مقابل ذلك أية جزاءات أو مصروفات في ما عدا المصروفات المحتملة لإرجاع المنتج أو السلعة وهذا في الواقع ما جعل بعض الفقه، وبحق يرى أنّ حق العدول وبجانب كونه حقاً تقديرياً هو أيضاً حق مجاني.

الخاتمة

إذا كان التعاقد عن بعد ظاهرة قديمة فقد لاحظنا من خلال هذه الدراسة أن هذا النوع من التعامل اكتسب في الوقت الحالي أبعاداً جديدة، أضافت إلى إشكاليته التقليدية والمتملة في التساؤل عن زمن ومكان انعقاده، إشكاليات وتحديات أخرى تتفق ومستجدات العصر، هذه الأبعاد الجديدة يكمن وراءها بصفة أساسية التقدم التكنولوجي، وما أدى إليه من ثورة معلوماتية وما تبعها من ثورة في الاتصالات ووسائلها.

إدراكاً من المشرع الفرنسي لهذه الحقائق كان اهتمامه بتنظيم التعاقد عن بعد، وكان اهتمامنا بالتالي بدراسة هذه التجربة التشريعية لنقف على أبعاد المسألة من خلال تجربة لها أهميتها حيث إنها كانت تجسيدا للتوجهات الأوروبية الصادرة في هذا الشأن والتي حثت الدول أعضاء الاتحاد الأوروبي على تنظيم موضوع التعاقد عن بعد باعتبار أن تلك التي كرسها التنظيم مع مراعاة خصوصيات التعاقد من حيث وسائل الحماية فقد تمثلت في الالتزام بإعلام المستهلك التعاقد عن بعد من ناحية وتمكينه من العدول عن العقد الذي أبرمه من ناحية أخرى.

. من ناحية الالتزام بالإعلام:

فالملاحظ أنه ليس بجديد على المشرع الفرنسي في مجال حماية المستهلك وبشيء من الخصوصية في مجال التعاقد عن بعد راعى المشرع خصوصيات هذا النوع من التعامل فيما أوجبه من الالتزام المهني بإعلام المستهلك في هذا المجال وقد ظهر ذلك بصفة خاصة فيما يتعلق بمضمون الإعلام السابق على إبرام العقد، حيث جاء متوافقاً مع طريقة إبرام العقد، فلم يكتف المشرع بتقرير الالتزام بالإعلام



الواقع على عاتق كل مهني بل أضاف إلى مضمون الإعلام معلومات أخرى إضافية تراعي خصوصية التعاقد عن بعد.

لكن المشرع في هذا المجال لم يقتصر على تقرير حق المستهلك في الإعلام السابق بل حقه في الإعلام اللاحق لإبرام العقد، وذلك بإلزام المهني بأن يؤكد المعلومات التي سبق له الإدلاء بها للمستهلك، والإدلاء بمعلومات أخرى جديدة تتناسب وكون العقد سبق إبرامه.

ومن خلال قراءة هذه التجربة تبين لنا أن التنظيم التشريعي الخاص بالتعاقد عن بعد قد حدد نطاقه على نحو أدى إلى بقاء صور أخرى من صور التعاقد عن بعد بعيدا عن متناول هذا النطاق.

كما تم إدماج نصوصه في صلب تقنين الاستهلاك، إنما جاء لتحقيق هدف أساسي هو حماية المستهلك المتعاقد عن بعد، وهنا في الواقع، ورغم مشروعية الهدف المنوه به وضرورته، ظهر عدم عموم وشمول التنظيم التشريعي، فقد تحدد نطاق هذا التنظيم بالعقود المبرمة عن بعد بين المستهلك والمهني مما جعل العقود المبرمة عن بعد بين المهنيين خارج إطار هذا التنظيم، وكذلك العقود المبرمة بين المستهلكين أنفسهم هذا بالإضافة إلى عدم تناول هذا التنظيم للعقود المبرمة عن بعد والتي تكتسب الصفة الدولية.

- من ناحية حقه في العدول:

أما بشأن حق المستهلك في العدول عن العقد الذي أبرمه، فهذا أيضا ليس بجديد في مجال حماية المستهلك غير أن تكريسها في مجال التعاقد عن بعد يبدو أكثر إلحاحا مقارنة بغير من المجالات، وذلك بالنظر أيضا لخصوصية هذا العقد، والذي لا يتمكن فيها المستهلك من رؤية حقيقية لما يتعاقد عليه أو التحقيق من خصائصه.

وقد حرص المشرع على ضبط إطاره لما يحقق غرضه ويضمن فعاليته، فالمدة التي للمستهلك أن يمارس فيها العدول هي سبعة أيام كاملة وإن كان يفصل لو كانت المدة المقررة في التوجيه الأوروبي وهي سبعة أيام عمل أين يضاعف حق الاستفادة المستهلك من مدة الحق في العدول وإن تم تداركها من قبل المشرع الفرنسي، بحيث إذا صادف اليوم الأخير من الأيام السبعة المذكورة يوم سبت أو أحد أو يوم عيد أو يوم عطلة، فإن المدة تمتد إلى أول يوم عمل تال، وكما يلاحظ فإن ما يستبعد وفقا لهذا النص من حساب المدة اللازم ممارسة العدول خلالها لا يتم في جميع الأحوال وإنما إذا وقعت الفترة الواجبة الاستبعاد في نهاية المدة ليبقى بذلك الفارق وافيا بين ما جاء في التوجيه الأوروبي وما جاء به المشرع الفرنسي بخصوص مدة ممارسة الحق في العدول.



ويمكن الخروج بجملته من النتائج :

اهتم المشرع الفرنسي بصفة أساسية بحماية المستهلك المتعاقد عن بعد ، وإذا كانت نصوص التنظيم الخاص بالتعاقد عن بعد قد أدمجت في صلب تقنين الاستهلاك فقد كان لذلك دلالة وآثاره ، فمن حيث الدلالة فقد جاءت نصوص هذا التنظيم في سياق الموجه الأساسي لهذا التقنين وهو حماية المستهلك ، ومن حيث الآثار فقد تجلت في وسائل الحماية.

أما بشأن حق المستهلك في العدول عن العقد الذي أبرمه فقد حرص المشرع على ضبط إطاره فيما يحقق الغرض منه وضمان فاعليته .
فبالنسبة للمدة وهي سبعة أيام كاملة معقولة تمتد إلى ثلاثة أشهر على سبيل مجازة المهني في حالة إخلاله بالتزامه بالإعلام اللاحق لإبرام العقد .
أما بالنسبة لضمان ممارسة هذا الحق فقد قرر المشرع إعفاءه (المستهلك) من إبداء الأسباب ودون تحميله جزاءات أو مصروفات عدا اللازمة لإرجاع المنتجة أو السلعة.

وحماية للمستهلك فقد قرر المشرع بأن ممارسة حق العدول من قبل المستهلك تؤدي إلى إنهاء عقد القرض المبرم تمويلاً للعقد الذي عدل عنه مع إلزام المهني برد المبالغ التي قد يكون دفعها المستهلك خلال مدة معينة وإلا تحسب الفوائد ويتحملها بما هو مقرر قانوناً .
- التوصيات :

رغم قصور هذا التنظيم على الإحاطة بكافة صور التعاقد عن بعد والكثير من الإشكاليات المطروحة بين ما هو قانوني وما هو تقني وبغية التوصل إلى الحلول الملائمة في هذا المجال والتي يصعب على القانون وحده الإتيان بها لكن الحق أن التجربة الفرنسية في مجال التعاقد عن بعد جديرة بالتأمل فقد جسدت استجابة لواقع عملي وتقني أفضى إلى ضرورة التصدي القانوني لظاهرة أضفت عليها الإنترنت أبعاداً جديدة.

هذا وإذا كانت ممارسة هذا النوع من التعامل بدأت تأخذ طريقها إلى واقعنا الجزائري فهي شريك أوربي فإن ذلك يدعونا إلى تتبع المشرع لدينا لضرورة تنظيم التعاقد عن بعد تحقيقاً للحماية المشروعة والواجبة للمستهلك المتعامل في هذا المجال ، من ناحية وملاحقة للتطورات التقنية وانتشار وسائل الاتصال الحديثة والتوسع في استخدامها من ناحية أخرى غير أنه ولا بد من تهيئة البيئة القانونية المناسبة لإعداده والمتمثلة في التشريعات الخاصة بحماية المستهلك والمتعلقة بالمعلوماتية ووسائل الاتصال الحديثة وانعكاساتها القانونية سواء على إبرام العقد أو تنفيذه أو إثباته .



- الهوامش:

- 1- انظر على سبيل المثال، د. عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد (1) المجلد الأول نظرية الالتزام بوجه عام، مصادر الالتزام، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2000، ص 150، د. عبد الحي حجازي، النظرية العامة للالتزام وفقاً للقانون الكويتي (دراسة مقارنة) الجزء الأول، مصادر الالتزام (العقد والإرادة المنفردة) المجلد الأول، نظرية الالتزام - تحليل العقد، باعتناء د. محمد الألفي، مطبوعات جامعة الكويت 1982، ص 52.
- 2- art.1101 "le contrat est une convention par laquelle une ou plusieurs personnes s'obligent, envers une ou plusieurs autres, à donner à faire ou à ne pas faire quelque chose".
- 3 - د. جابر عبد الهادي الشافعي، مجلس العقد في الفقه الإسلامي والقانون الوضعي، دار الجامعة الجديدة، 2001، ص 238.
- 4 - انظر على سبيل المثال، المادة 97 الفقرة 01 من القانون المدني المصري التي تنص على أنه (يعتبر التعاقد ما بين الغائبين قد تم في المكان والزمان اللذين يعلم فيهما الموجب بالقبول، ما لم يوجد اتفاق أو نص قانوني يقضي بغير ذلك).
- 5 - فقد بدأت محلات La Redoute في عام 1922 م و Blanche Borte في 1923 م و Les Trois Suisses في 1932 م.
- 6 - ويعرّف بعض الفقه عقود التجارة الإلكترونية بأنها (مجموع المبادلات المرقمة المرتبطة بالأنشطة التجارية بين المشروعات، أو بين المشروعات والأفراد، أو بين المشروعات والإدارة، ويتميز بإلغاء المسافات الجغرافية واختصار الوقت). د. حسام الأهواني في (إثبات عقود التجارة الإلكترونية) بحث مقدّم إلى مؤتمر القانون وتحديات المستقبل في العالم العربي، نظمتها كلية الحقوق - جامعة الكويت، في الفترة من 25 - 27 أكتوبر 1997 م ص 2.
- 7 - Art. L. 121 -16: "les dispositions de la présente section s'appliquent à tout vent d'un bien ou toute fourniture d'une prestation de service conclue, sans la présence physique simultanée des parties, entre un consommateur et un professionnel qui, pour la conclusion de ce contrat, utilisent exclusivement une ou plusieurs techniques de communication à distance".
- 8 - وذلك على خلاف الوضع في التوجيه الأوروبي رقم 97 - 7 والذي تضمنت المادة الثامنة منه تعريفاً لوسائل الإتصال عن بعد.
- 9- J. parra, commerce électronique et protection du consommateur, Le Dalloz, 2002, Doctrine p.555, et s. spéc p.556.
- 10 - د. نزيهة المهدي، الالتزام قبل التعاقد بالإدلاء بالبيانات المتعلقة بالعقد وتطبيقاته على بعض أنواع العقود، دراسة فقهية وقضائية مقارنة، دار النهضة العربية، 1990.
- 11 - ويجري نص هذه المادة على النحو التالي:



"Tout professionnel vendeur de biens ou prestataire de service doit, avant la conclusion du contrat, mettre le consommateur en mesure de connaître les caractéristiques essentielles du bien ou du service".

12 - ويشرح الفقه الفرنسي المعلومات المتعلقة بالخصائص الأساسية للسلعة أو الخدمة بأنها تلك التي يتحدد بمقتضاها رضا المستهلك والتي تسمح بالاستعمال الصحيح للسلعة أو الخدمة.

13 - راجع المادة 113 - 3 من تقنين الاستهلاك (معدلة بالقانون رقم 201 - 1168 بتاريخ 11/12/2001).

14 - وتخضع مثل هذه العقود للنصوص الخاصة بالتعاقد من خلال السعي لدى المستهلكين أي المواد 121 - 21 وما بعدها من تقنين الاستهلاك، ويقصد بالسعي إلى التعاقد وفق هذه النصوص، الحالة التي يسعى فيها المهني لدى المستهلك لحثه على الالتقاء به لكي يعرض عليه تملك أو إيجار مال معين أو توريد خدمة معينة.

15 - انظر المادة ل 121 - 18 من تقنين الاستهلاك.

16 - راجع الحثية رقم (12) من حيثيات التوجه الأوروبي رقم 97-7 المتعلق بحماية المستهلكين في مجال التعاقد عن بعد (سابق الإشارة إليه).

17 - راجع د. نزيهة المهدي، حول جزاء الإخلال بالالتزام قبل التعاقد بالإعلام، (المرجع السابق)، ص 257، وما بعدها.

18 - راجع المادة ل 450 - 8 من التقنين التجاري الفرنسي.

19 - د. محمد حسين منصور، المسؤولية الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة، القاهرة، 2003، ص 142-143.

20 - انظر المادة ل 121-19 من تقنين الاستهلاك.

21- Loi in 2000-2301, portant adaptation du droit de la preuve aux technologies de l'information et relative à la signature électronique, jo 14/03/2000, P 3968.

22- J. Ghestin. La formation du contrat, op. cit p 123 - A. Bénabent, droit civil, les contrat spéciaux, 2^{ed}. Montchrestien 1995, p74.

ود. حسن جمعي، حماية المستهلك، الحماية الخاصة لرضا المستهلك في عقود الاستهلاك، القاهرة، 1996، ص 44 - 45.

23 - انظر المادة رقم (14) التوجيه الأوروبي رقم 97 / 7 بشأن حماية المستهلكين في مجال التعاقد عن بعد.

24 - انظر الوضع القديم في ظل القانون رقم 21-88 الصادر بتاريخ 06/01/1988 بشأن البيع عن بعد والبيع من خلال التلفزيون.



- 25 - 26 - 27 - 28 - 29 - محمد حسن قاسم، «التعاقد عن بعد قراءة تحليلية في التجربة الفرنسية مع إشارة لقواعد القانون الأوروبي»، مجلة الحقوق، صادرة عن كلية الحقوق، جامعة الإسكندرية، العدد الثاني، 2003، ص 59 - 60 - 61 - 62.
- 30- "le délai mentionné à l'alinéa précédent court à compter de la réception pour les biens ou de l'acceptation de l'offre pour les prestations de services"
انظر التعليق على هذه المادة من قبل الأستاذ د. محمد حسن قاسم، (المقال السابق)، مجلة الحقوق، ص 63.
- 31 - هو ما يدفع إلى التساؤل هل تحسب المدة بأيام العمل أم بالأيام الكاملة على أساس ما يدفعه المشرع بشأن المدة المبدئية، أجب على هذا السؤال الأستاذ د. محمد حسن قاسم، (المقال السابق)، ص 65.
- 32 - قدم هذا الحل القانوني د. محمد حسن قاسم في مقاله "التعاقد عن بعد"، ص 66، ونراه اتجاه صحيح وبناء على أنه وسيلة إثبات أدرجت ضمن وسائل الإثبات القانونية.
- 33 - راجع المادة ل 121 - 10/20 من تقنين الاستهلاك والتي تضمنت توقيع عقوبة الحبس 06 أشهر وغرامة قدرها 7500 يورو.
- 34 - هذا الارتباط العقدي يعتبر من الوسائل التي لجأ إليها المشرع الفرنسي من قبل في مجال عقود الاستهلاك بهدف حماية المستهلك . راجع فكرة الارتباط العقدي كوسيلة لحماية المستهلك، رسالة الباحث محمد حسن قاسم .
- L'abus de domination en matière contractuelle étude comparative



المحتسب ودوره في حماية المستهلك

مداخلة من تقديم
أ/ حياة عبيد
معهد الآداب واللغات . المركز الجامعي بالوادي

~~~~~

تمهيد :

عرف النظام الإسلامي نظريا وعمليا ولاية الحسبة كمؤسسة من مؤسسات الدولة، من مهامها التكفل بحسن سير الحياة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية في الدولة الإسلامية، فالحسبة منبثقة من الإسلام نفسه، قائمة على القواعد الشرعية والاجتهاد العرفي ونمت بنمو المجتمع الإسلامي حتى أصبحت نظاما دقيقا، ولذا عدها الماوردي ت 450 هـ وابن الأختة ت 729 هـ من قواعد الدين، وعدها ابن خلدون ت 450 هـ وظيفة دينية .

وقد كان للمحتسب دور هام وأساسي في الإشراف على حسن سير المجتمع كله بما فيه النواحي المالية والاقتصادية . وهذه المداخلة تبرز بشيء من التفصيل دور المحتسب في حماية المستهلك في المجتمع الإسلامي .

وقد فصل هذا الموضوع بمبحثين :

المبحث الأول : مفاهيم أساسية حول الحسبة والمحتسب

المبحث الثاني : دور المحتسب في حماية المستهلك

المبحث الأول : مفاهيم أساسية حول الحسبة والمحتسب

أولا : تعريف الحسبة :

1. لغة : « الحسبة مصدر احتسابك الأجر على الله، تقول فعلته حسبة، وأحتسب فيه احتسابا، والاحتساب طلب الأجر .

نقول إنه لحسن الحسبة في الأمر، أي حسن التدبير والنظر فيه، وليس هو من احتساب الأجر، وفلان محتسب البلد، ولا تقل محسبه وأحتسب فلان على فلان أنكر عليه قبيح عمله . » (1)

وجاء في كشاف اصطلاحات الفنون «الاحتساب والحسبة في اللغة بمعنى العدّ والحساب، ويجيء الاحتساب معنى الإنكار على شيء، والحسبة بمعنى التدبير» (2)



2 - تعريفها اصطلاحاً : الحسبة « هي أمر بالمعروف إذا ظهر تركه ونهي عن المنكر إذا ظهر فعله »<sup>(3)</sup>، والمعروف: كل قول وفعل وقصد حسنه الشارع وأمر به . والمنكر: كل قول وفعل وقصد قبحه الشارع ونهى عنه «<sup>(4)</sup>

ولما كان حصر المعروف والمنكر مستحيلاً لاختلاف الأمصار، وتباعد الأزمان، وتباين الأعراف، فقد اكتفى الفقهاء في تعريفهم للمعروف بأنه كل ما يحمل معنى من معاني البر والخير، وأن المنكر هو كل ما يسيء إلى الفرد والأسرة والمجتمع والدولة، مما ورد عنه النهي في الشريعة السمحاء، في نصوص القرآن أو في نصوص السنة النبوية أو في إجماع أو قياس، أو في كل ما ينكره العقل ولم يرد عليه أي نص أو إجماع أو قياس.<sup>(5)</sup>

ثانياً : حكم الحسبة ونشأتها وتطورها :

1 - حكمها : يستمد نظام الحسبة الشرعية من كتاب الله، وسنة نبيه، وبالإجماع على وجوبه، أما وجوبه بدليل الكتاب فقولته تعالى ﴿ وَلَتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴾<sup>(6)</sup> وقوله أيضاً ﴿ الَّذِينَ إِنْ مَكَنَّاهُمْ فِي الْأَرْضِ أَقَامُوا الصَّلَاةَ وَآتَوُا الزَّكَاةَ وَآمَرُوا بِالمَعْرُوفِ وَنَهَوْا عَنِ الْمُنْكَرِ وَاللَّهُ عَاقِبَةُ الْأُمُورِ ﴾<sup>(7)</sup>.

- أما وجوبها في السنة فلقوله ﷺ : « من رأى منكم منكراً فليغيره بيده، فإن لم يستطع فليسهه، فإن لم يستطع فليقلبه وذلك أضعف الإيمان »<sup>(8)</sup>  
- أما الإجماع، فقد اتفقت كلمة المجتهدين في السلف والخلف على وجوب الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر حسبة لله وابتغاء مرضاته<sup>(9)</sup>  
ويقول الجويني : الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر واجبان بالإجماع على الجملة<sup>(10)</sup>.

وقد اختلفوا في كونه فرض عين أو فرض كفاية، فأما الجمهور من الفقهاء فقد قرروا أن القيام بالحسبة فرض كفاية، ويتعين فرضيته العينية على من تولاه كولاية أو وظيفة، وفي ذلك يقول ابن خلدون : « أما الحسبة فهي وظيفة دينية من باب الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر الذي هو فرض على القائم بأمر المسلمين يعين لذلك من يراه أهلاً له، فيتعين فرضه عليه... »<sup>(11)</sup>.

2 - نشأتها وتطورها :

ولاية الحسبة من النظم الإدارية التي نشأت في الدولة الإسلامية، وتستند في شرعية وأصل نشأتها على الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر .



وقد تولى الرسول ﷺ الحسبة بنفسه، وولاهها بعض الصحابة في حياته وإن لم يطلق عليهم اسم المحتسب .

روى الترمذي عن أبي هريرة أن رسول الله ﷺ مرّ على صبرة طعام، فأدخل يده فيها، فنالت أصابعه بللاً وقال: « ما هذا يا صاحب الطعام ؟ قال: أصابته السماء يا رسول الله، قال: أفلا جعلته فوق الطعام كي يراه الناس ؟ مَنْ غَشَّ فَلَيْسَ مِنِّي »<sup>(12)</sup>.  
والرسول ﷺ يأمر بالنصح في المعاملة بين الناس، وينهى عن غشّهم في طعامهم، وهو احتساب ظاهر - حماية للمستهلك ظاهرة بلغة العصر - مراقبة منه - عليه الصلاة والسلام - لما يقع في الأسواق من غش وتغدير<sup>(13)</sup>.  
ونهى عليه الصلاة والسلام عن تلقي الركبان<sup>(14)</sup> وعيّن عمر بن الخطاب على سوق المدينة، وسعيد بن سعيد بن العاص على سوق مكة، لجعل الحياة تسير في إطار الشرع والذوق والأخلاق الحميدة<sup>(15)</sup>.

ونستج أن ولاية الحسبة قد نشأت في عهده ﷺ وإن كانت نشأتها في ذلك الوقت محدودة كما هو شأن كل ولاية أو إدارة في بدء نشأتها وتكوينها<sup>(16)</sup>. وقد اتبع الخلفاء الراشدون نهج الرسول ﷺ في اعتناؤه بأمر الحسبة، فاهتموا بشأنها، فكان الخليفة يتولاها أحياناً بنفسه، ويعيّن لها من يراه أهلاً للقيام بها، فعمر بن الخطاب قام بوظيفة المحتسب بنفسه، فكان يشارف السوق، ويراقب الموازين والمكاييل<sup>(17)</sup>، وقد ثبت أنه ضرب حملاً، وقال له: « قد حملت جملك ما لا يطيق »<sup>(18)</sup> وأدّب التجار الذين تجمعوا حول الطعام - البضاعة والسلع - وسدوا منافذ الطريق، وعيّن على سوق المدينة عبد الله بن عتبة<sup>(19)</sup>.

وكان علي بن أبي طالب يأمر بإبعاد ما يؤذي المسلمين في الطريق العامة كمسابيل المياه - مجاري المياه - والكنف - أماكن الراحة<sup>(20)</sup> - وذلك لتوفير البيئة النظيفة الملائمة لحماية للناس في صحتهم وجمال محيطهم .

ومع ذلك فقد كانت الحسبة في عهد الخلفاء الراشدين - رضي الله عنهم - في دائرة ضيقة بالقدر الذي كانت تسمح به حاجتهم .

وفي العهدين الأموي والعباسي، اتسعت الحضارة، وعمت الهجرة إلى البلاد المفتوحة، وضعف الوازع الديني ورقابة الضمير عند الناس، فاستدعى الأمر مزيداً من الرقابة، فانفرد بوظيفة الحسبة محتسب، وتولاها بأمر من الخليفة أو من أحد ولاته، وبذلك أصبحت ولاية مستقلة كولاية القضاء وولاية المظالم، فوضعت لها القواعد، وحددت الاختصاصات، واستقلت سلطة متوليها، وظهر ذلك جلياً من آثار الحسبة في العهد العباسي، ثم في العهد الفاطمي بمصر والشام والأمويين بالأندلس<sup>(21)</sup>.



إن آثار الحسبة الإسلامية تظهر مدى تطورها وصلاحيه قواعدها وأساليبها، وليس أدل على ذلك من تمسك الإسبان بالحسبة الإسلامية في البقاع التي انحسر عنها ظل الحكم الإسلامي<sup>(22)</sup> فلقد كان ملوك الإسبان المسيحيون كلما استردوا من المسلمين إقليما أقروا المحتسب في عمله، وأصبحوا يعهدون إليه بالإشراف على الموازين والمكاييل<sup>(23)</sup>.

ثالثا : شروط المحتسب ومهامه :

- 1 . شروط المحتسب : شروط ولاية الحسبة: الاسلام، والعدالة، والعلم، والصرامة، ومعرفة المنكرات ووجود المصالح العموميات<sup>(24)</sup>.
- 2 . مهامه : مهام المحتسب معقدة ومتعددة ولن نفصل فيها، بل نذكرها إجمالاً، لنأتي لتفصيل بعضها عندما نتكلم عن حماية المستهلك والدور الذي لعبه المحتسب لتحقيق ذلك .

يقول بدر الدين بن جماعة : والذي عليه من الوظائف ثلاثة أنواع :

الأول: حقوق الله تعالى، فينظر من يخل بالواجبات من الطهارة والصلوات والجمعة والجماعات، ومن يرتكب المنكرات، فيزجر فاعل ذلك، ويؤدبه بما يقتضيه الحال .

الثاني: حقوق العباد المختصة، وهو النظر في الموازين والمكاييل وصحتها على العرف المألوف في بلده، وينظر في المكيالات والموزونات والمزروعات والمعدودات، وأنواع العرف والصناعات، فيأمر بإصلاح فسادها، وجريها على أحسن عوائدها . ومنه أنواع الأشربة والمركبات : كأنواع المعاجين والمفردات ومنه النظر في الشوارع والمجاري . ومنه النظر في السماسرة والدلالين، وأرباب الصنائع وما يتسلمونه بالاحتياط<sup>(25)</sup> بالتضمن . ومنه النظر في أحوال التجار، والواردين من الأمصار، والقيم والأسعار<sup>(26)</sup>.

النوع الثالث : ما يشترك فيه حق الله تعالى، وحق العباد .

ومنه النظر في الأرقاء والسادة، وما يلزمهم شرعا وعادة .

ومنهم النظر في أهل الذمة وما يتعلق بهم<sup>(27)</sup>.

مما سبق نخلص أن ما قام به الفقهاء من تعداد اختصاصات المحتسب ومهامه إنما كان على سبيل التمثيل لا الحصر، فلكل زمان ومكان مشاكله وما تقتضيه من حلول تقيم شأنه، ولذلك قال المجيلدي : " وعلى المحتسب أن يحتسب في كل ما يراه مصلحة للمسلمين، وأن ينظر في جميع الأمور الجليلة والحقيقية"<sup>(28)</sup>.

رابعا - الكتب التي ألفت عن الحسبة والمحتسب منفردة : إن كثرة ما ألف في الحسبة والمحتسب لدليل قاطع على أهميتها ودورها في تنظيم الشؤون الاجتماعية



والاقتصادية والثقافية للمجتمع . والكتب التي وصلت إلينا أسماؤها تبلغ نحو الثلاثين. والمطبوع منها الكتب التالية :

- 1 - نهاية الرتبة في طلب الحسبة لعبد الرحمن الشيزري - القاهرة 1946 م.
- 2 - معالم القرية في أحكام الحسبة لابن الإخوة، كمبرج 1937 م .
- 3 - في آداب الاحتساب لمحمد بن أبي محمد السقطي، باريس 1931 م .
- 4 - الحسبة ابن عبدون النجيبى الأندلسي، باريس 1943 م .
- 5 - الحسبة في الإسلام لابن تيمية، القاهرة 1900 م .
- 6 - الحسبة ليوسف بن عبد الهادي الدمشقي، بيروت 1937 م .
- 7 - الإشارة إلى محاسن التجارة لجعفر بن علي الدمشقي، القاهرة 1900 م.
- 8 - المختار في كشف الأسرار وهتك الأستار للجويري، بيروت 1909 هـ .
- 9 - الدلالات السمعية لأبي الحسن الخزاعي، تونس .
- 10 - التراتيب الإدارية لمحمد الحسيني الكتاني - الرباط 1927 م .
- 11 - ثلاث رسائل أندلسية في آداب الحسبة والمحتسب لابن عبد الرؤوف القاهرة 1955 م

12 - الحسبة لعبد الرزاق الحصان، بغداد 1946 م .  
أما المخطوطات فتبلغ سبعة عشر كتابا، وأقدم ما وصلنا اسمه كتاب الحسبة الكبير (الكبرى) لأبي العباس أحمد ابن مروان السرخسي المتوفى سنة 286 هـ. ونذكر له كتابا آخر اسمه الحسبة الصغير ( الصغرى ). ولهذا الكتاب أهمية خاصة لأنه أقدم ما وصلنا اسمه، ولأن صاحبه تولى الحسبة ببغداد زمن المعتضد ولكنه مفقود .

وكتاب نهاية الرتبة في طلب الحسبة للشيزري أقدم الكتب المطبوعة، وقد توفي مؤلفه سنة 589 هـ. واعتمد عليه معظم الذين ألفوا بعده كابن الإخوة المتوفى سنة 729 هـ. وابن بسام من رجال القرن الثامن الهجري، ومن المحتمل أن يكون الشيزري قد تولى الحسبة، إذ في كتابه من التفصيل والتدقيق وسعة الاطلاع ما لا يتحقق إلا لصاحب هذه الوظيفة<sup>(29)</sup>

وقبل هذه الكتب ألف العلماء كثيرا عن الحسبة في كتبهم في معرض حديثهم عن الولايات أو عن الأمر بالمعروف والنهي عن النكر. والكثير منها ضاع، وأقدم ما وصلنا الفصل الذي كتبه أبو الحسن علي الماوردي (ت 450 هـ) في كتابه الأحكام السلطانية ثم الفصل الذي كتبه أبو حامد الغزالي (ت 505 هـ) في كتابه " إحياء علوم الدين " .



ولهذه المؤلفات شأن عظيم في تاريخ الحضارة الإسلامية لثلاثة أسباب :  
السبب الأول: أنها تكشف عما بلغته الحضارة الإسلامية من البسطة والرفعة  
بباعت ديني أصلا، وتبين الحرف والصناعات التي ظهرت خلال عصور الرقيّ  
وتخصصت في دقائق الصناعة .

السبب الثاني: لأنها تكشف عن براعة المؤلفين المسلمين في درس الحرف  
والصناعات الكثيرة وتتبع أسرارها وإظهار وسائل الغش فيها .  
السبب الثالث: لأنها تضم ذخيرة لغوية لا وجود لها في المعاجم وتثبت أن اللغة  
العربية وسع صدرها مئات الألفاظ الدخيلة<sup>(30)</sup>.

خامسا : بقايا الحسبة في العصر الحاضر  
استمر العمل بنظام الحسبة إلى فترة متأخرة من تاريخ الدولة الإسلامية، فقد  
بقي منصب الحسبة حتى بعد القضاء على الخلافة ودولة المماليك في المشرق<sup>(31)</sup> .  
ففي مصر، شهد نظام الحسبة تطورا كبيرا، واستمر المحتسب يؤدي وظيفته حتى  
سنة 1805م<sup>(32)</sup> . وكذلك حافظ الحكم العثماني، على نظام الحسبة، إذ من عادة  
العثمانيين عدم إجراء تغييرات في نظام الحكم والإدارة في البلاد التي يحكموها  
إلا بمقدار الضرورة<sup>(33)</sup> .

يقول د. نقولا: " فبين الوثائق الموجودة في خزائن اسطنبول والمتعلقة بالإدارة ما  
يشير إلى وجود المحتسب، وعلى سبيل المثال نذكر وثيقتين يرجع تاريخ أولاهما إلى  
9 ربيع الثاني سنة (987 هـ - 1587م) وتاريخ الثانية هو 14 شعبان سنة (991 هـ -  
1582م) والرسالة الأولى موجهة من الباب العالي إلى والي دمشق وقاضيهما، والثانية  
موجهة إلى والي دمشق وقاضي صفد، وفي الرسالتين إشارة إلى وجود محتسب لمدينة  
صفد في شمال فلسطين . وفي مدينتي الخليل والقدس أسرة كبيرة معروفة اسمها  
المحتسب<sup>(34)</sup> .

أما في المغرب العربي، فقد استمر العمل بنظام الحسبة في مدينة فاس بالمغرب  
الأقصى، إلى حدود القرن العشرين<sup>(35)</sup>، واحتفظ المحتسب بلقبه القديم، كما  
احتفظ ببعض اختصاصاته القديمة خاصة تلك المتعلقة بالشؤون الاقتصادية،  
ومراقبة الأسواق، وأما باقي الاختصاصات فأصبحت من توابع إدارات مختلفة تتبع  
الصحة العمومية، والأمن، والثقافة والأوقاف والبلدية، والشؤون الاجتماعية<sup>(36)</sup> .

أما في الجزائر فقد كان المحتسب في العصر العثماني يُذكر كأحد  
الموظفين الإداريين إلى جانب القاضي، وهذا يدل على بقاء نظام الحسبة حتى تلك  
الفترة، واحتفاظ المحتسب باختصاصاته في شؤون الأسواق وتحديد الأسعار<sup>(37)</sup> .



وفي عصرنا الحالي، لا يوجد أثر لنظام الحسبة المالكية أو الحنفية في بلادنا، ويظهر أن الفرنسيين هم الذين ألغوا هذا النظام الإسلامي العتيق<sup>(38)</sup>.

ولم تبق آثار نظام الحسبة في الجزائر موجودة إلا في واحة ميزاب، بين سكانها الإباضية، وتتمثل فيما يعرف بين أهل المذهب " بنظام الطلبة " أو " حلقات العزابة "، والعزابة هي مجالس دينية تؤدي خدمات دينية واجتماعية، مهمتها الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، والعمل على السير الحسن للحياة الاقتصادية والاجتماعية والدينية والثقافية<sup>(39)</sup>.

ويبقى أن نشير إلى أن نظام السوق وتحديد الأسعار، أصبح من اختصاص مصلحة تحديد الأسعار بوزارة التجارة في وقتنا، ولها مراقبون، كما أن للبلدية إشرافا على الأسواق، ولها موظفون تابعون لإشرافها<sup>(40)</sup>.

#### المبحث الثاني : دور المحتسب في حماية المستهلك :

تعرضت كتب الحسبة وكتب الأحكام السلطانية لاختصاصات ومهام المحتسب فكانت حماية المستهلك من أخص وأهم مهامه التي أبدع في تقنين أحكامها واكتشاف وسائل حماية المستهلك في جميع أطوار الاستهلاك، وقبل أن نتعرض لهذه الأطوار واستعراض تطبيقات المحتسب في كل طور وكيف أنه ضمن إلى حد بعيد وفي وقت مبكر من الحضارة الإنسانية حماية كبيرة للمستهلك، وليكون تصورنا عن حماية المستهلك تاريخيا من قبل المحتسب تصورا علميا دقيقا، يجدر بنا أن نوضح ماهية المستهلك وتقديم تعريف أيضا لمصطلح " حماية المستهلك " ثم نعدد حقوق المستهلك التي أقرتها الجمعية العامة للأمم المتحدة في قرارها رقم 39/148 - الصادر في 9 أبريل 1985 م.

#### أولا - مفاهيم أساسية :

1 - تعريف المستهلك: أورد المشرع الجزائري تعريفا للمستهلك في نص المادة (02) الفقرة (09) من المرسوم التنفيذي رقم 39/90. المتعلق برقابة النوعية وقمع الغش. جاء فيها بأنه - أي المستهلك - « كل شخص يقتني بثمن أو مجانا، منتوجا أو خدمة معدّين للاستعمال الوسيط أو النهائي لسدّ حاجاته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به »<sup>(41)</sup>.

2 - تعريف "حماية المستهلك": حماية المستهلك هي المجهودات المنظمة والمستمرة لكل من المستهلكين والجهات الحكومية للدفاع عن حقوق المستهلكين ومصالحهم تجاه الأخطار والأضرار التي يمكن أن يتعرضوا لها عند اقتنائهم لسلع أو استفادتهم من خدمات<sup>(42)</sup>.





- 3 - حقوق المستهلك: الحق في السلامة, أي الحق في الحماية ضد المنتجات والخدمات الضارة بالصحة أو الحياة .
- 1- الحق في إشباع احتياجاته الأساسية, أي الحق في الحصول على السلع والخدمات الضرورية, وهي الغذاء والكساء والمأوى والعناية الصحية والتعليم .
- 2- الحق في بيئة صحية, أي الحق في أن يعيش ويعمل في بيئة لا تهدد سعادة الأجيال في الحاضر أو المستقبل .
- 3- الحق في التعليم أو التثقيف, أي حقه في اكتساب المعرفة والمهارة التي تمكنه من الخيار الواعي للسلع والخدمات في ظل إدراكه للحقوق والمسؤوليات الأساسية للمستهلك, وكيفية التصرف في ضوءها .
- 4- الحق أن يستمع إليه, أي الحق في عرض مصالحه عند تنفيذ السياسات الحكومية لتطوير المنتجات والخدمات .
- 5- الحق في الاختيار, أي الحق في أن يكون قادرا على الاختيار في مجال المنتجات والخدمات المقدمة بأسعار تنافسية مع تأمين درجة الجودة الكافية .
- 6- الحق في إعطائه المعلومات اللازمة التي تمكنه من أن يبني اختياره على أسس صحيحة, والتي توفر له الحماية ضد الغش والخداع في الإعلان, ووضع البيانات الإيضاحية على بطاقات العبوات .
- 7- الحق في الإنصاف أو التعويض, أي الحق في الحصول على تسوية عادلة لشكواه بما في ذلك تعويضه عن الأضرار التي لحقت به من السلع الرديئة أو الخدمات غير الكافية .
- ونود أن نشير أنه من غير المتصور أن يمارس المستهلك حقه في اختيار السلعة أو الخدمة المعروضة عليه ضمن سلع وخدمات أخرى إلا لو تضمنت بطاقات عبوات السلع - على سبيل المثال - الحقائق اللازمة التي تمكنه من أن يبني اختياره على أسس صحيحة . وتبدو أهمية هذا الحق بصفة خاصة في ظل ظروف العمولة التي قد يصعب فيها على المستهلك أن يمارس حقه في الاختيار لدعم الصناعة الوطنية .
- ثانياً: دور المحتسب في حماية المستهلك قبل الاستهلاك :
- انصب الاهتمام لحماية المستهلك في التشريعات والأحكام والإجراءات التي تكفل له الحماية قبل الاستهلاك, سواء أكانت هذه الأحكام والإجراءات متعلقة بالسلع والمنتجات أو بالمهن والصناعات والخدمات .
- أ - حماية المستهلك قبل استهلاكه للسلع والمنتجات :
- 1 - منع المحتسب احتكار الطعام ويلزم التجار المحتكرين ببيعه إجباراً<sup>(43)</sup> .



- 2 - قرر ابن تيمية - وهذا ما يقوم به المحتسب - التسعير في الأموال والأعمال في كثير من الحالات، كأن يمتنع أرباب السلع عن بيعها مع ضرورة الناس إليها إلا بالزيادة على القيمة المعروفة، أو أن يختص بشراء طعام وبيعه، فمن هنا يجب التسعير عليهم بحيث لا يبيعون إلا بقيمة المثل، ولا يشترون إلا بقيمة المثل<sup>(44)</sup>.
- 3 - يمنع المحتسب الغش في جميع المبيعات، ووضع قواعد في غاية الدقة ومنها :
  - 3-1 : أن يزن الخياط الثوب الثمين ليردّه إلى صاحبه بوزنه .
  - 3-2 : أن يفرد القصاب - الجزار - لحوم الماعز عن الضأن .
  - 3-3 : ألا يخلط القطان جديد القطن بقديمه .
  - 3-4 : أن يتخذ البائع الأرطال والأواني من الحديد .
  - 3-5 : أن يعرف الصائغ المشتري مقدار ما في الحليّ المغشوشة من الغش .
  - 3-6 : ألا يسبك أحد في الكور شيئاً من الحليّ إلا بحضرة صاحبه<sup>(45)</sup> .
- 4 - للمحتسب أن يختار الكياليين والوزانين إذا اتسع البلد من الأمناء الثقة ، وأن يدفع أجورهم من بيت المال إن اتسع لها<sup>(46)</sup>.
- 5 - للمحتسب إذا استراب بموازين السوق ومكاييلهم أن يختبرها ويعايرها ولو كان له على ما عايره طابع معروف بين العامة لا يتعاملون إلا به كان أحوط وأسلم<sup>(47)</sup>.
- 6 - أوجب المحتسب على الحلواني ألا تبرج المذبة من يده يطرد بها الذباب عن حلواه<sup>(48)</sup>.
- 7 - أوجب على السمانين - البقالين في مصر - أن تكون بضائعهم مصنونة في برانس وقطامير لئلا يصل إليها شيء من الذباب، وهوام الأرض، أو يقع عليها شيء من التراب والغبار ونحو ذلك، وأن تكون المذبة في أيديهم لدفع الذباب عن البضاعة، وأن تكون أثوابهم ومغارفهم وأنيتهم وموازينهم نظيفة مفسولة<sup>(49)</sup>.
- 8 - على المحتسب أن يأخذ حمالي اللحم ألا يحملوه إلا في أوعية يضعون اللحم فيها كل ليلة ويفسلونها من الغد<sup>(50)</sup>.
- 9 - يمنع الجزارين عن نفخ الذبيحة عند سلخها لئلا ينفخ فيها من به بخر فيتغير طيب - طعم - اللحم<sup>(51)</sup>.
- 10 - أوجب المحتسب على القصاب بعد الفراغ من البيع بنشر ملح مسحوق على القرمية التي يقصب عليها اللحم لئلا تلحسها الكلاب، أو يدب عليها شيء من هوام الأرض<sup>(52)</sup>.



11 - أوجب المحتسب أن تكون على اللحم ورقة بسعره، ولا يجسر الجزار أن يبيع بأكثر أو دون ما حد له المحتسب، فيدس عليه صبيًا أو جارية يبتاع أحدهما منه، ثم يختبر المحتسب الوزن، فإن وجد نقصا، قاس على ذلك حاله مع الناس، فلا تسأل عما يلقي، وإن كثر ذلك منه ولم يتب بعد الضرب والتجريس في الأسواق نفي من البلد<sup>(53)</sup>.

هذه أمثلة فقط لحماية المستهلك قبل استهلاكه لسلع المنتجات أما فيما يخص المهن والصناعات والخدمات، فقد عرف نظام الحسبة رقابة صارمة ودقيقة عليها ضمانا لحسن الخدمة وإتقان الصنعة وحماية المستهلك في ماله ونفسه، والأمثلة التالية خير دليل على ذلك :

ب. المهن والصناعات والخدمات :

1- جعل المحتسب لأصحاب كل صنعة سوقا يختص بهم، ونقابة تجمعهم، وجوزوا للمحتسب أن يجعل لأهل كل صنعة عريفا من صالح أهلها خيرا بصناعتهم، مشهورا بالثقة والأمانة يكون مشرفا على أحوالهم ويطالعه بأخبارهم<sup>(54)</sup>.

2- للمحتسب أن يتيقن في بعض الصناعات من علم أصحابها، وأن يختبرهم.

1 - 2 : فالبزاز - بائع القماش والكتان - ينبغي ألا يتجر بالبز إلا إذا عرف أحكام البيع وعقود المعاملات، وما يحل له وما يحرم عليه، وقد قال عمر ابن الخطاب - من - « لا يتجر في سوقنا إلا من تفقه في دينه » .

2 - 2 : والواجب ألا يتعاطى الصيرفي الصرف إلا بعد معرفته بالشرع وأحكامه في الصرف .

2 - 3 : وألا يتعاطى البيطرة إلا من له دين يصده عن التهجم على الدواب بفصد أو قطع أو كي، وينبغي أن يمتحنه المحتسب في عمله .

2 - 4 : ويجب ألا يتصدى للفصد إلا من اشتهرت معرفته بتشريح الأعضاء والعروق والعضل والشرابين .

2 - 5 : يأخذ المحتسب على الأطباء عهدا، ويحلفهم ألا يعطوا أحدا دواء مضرا وألا يركبوا له سمًا، ولا يصفوا التمائم عند أحد من العامة، وألا يفشوا الأسرار، وألا يهتكوا الأستار<sup>(55)</sup>.

3- إذا احتاج الناس إلى الصناعة والفلاحة والحياسة، فيجبر المحتسب أهلها عليها، ويقدر لهم أجرة المثل، وإذا احتاج الناس إلى من يضع لهم آلات الجهاد من سلاح وجسر للحرب وغير ذلك فيسعر بأجرة المثل<sup>(56)</sup>.



- 4- يشرف المحتسب على صانعي الحلوى، وعلى شوائب اللحم وعلى الرواسين أي بائعي الرؤوس والأكارع، وعلى قلائي السمك وعلى صانعي الهريسة وهي طعام من خليط القمح واللحم<sup>(57)</sup>.
- 5- يشرف على الشرابين أي صناع الأشرية وهي الأدوية السائلة (أي الصيدلة).
- 6- يشرف على الصباغين والخياطين وصانعي الأحذية والصائغين والحدادين.
- 7- يشرف على الحمامات ونظافتها وآدابها<sup>(58)</sup>.
- 8- وذهب المحتسب في ضمان حماية المستهلك إلى أبعد من هذا في المحافظة على رقة الإنسان ففرض على المزيّن - الحلاق - ألا يأكل ما يغيّر نكهته كالבصل والثوم والكراث وأشباه ذلك لئلا يتضرر الناس برائحته عند الحلاقة<sup>(59)</sup>.
- 9- تعدى عمل المحتسب الرفق بالإنسان إلى الرفق بالحيوان ؛ إذ عليه :
  - 1- أن يأخذ أرباب البهائم بعloffتها إذا قصرُوا وألا يستعملوها فيما لا تطيق .
  - 2- يأمر المحتسب جلابي الحطب والتبن وغيرهم إذا وفقوا في العراض أن يضعوا الأحمال عن ظهور الدواب، لأنها إذا وقفت والأحمال عليها أضرتّها، وكان في ذلك تعذيب لها، وقد نهى الرسول ﷺ عن تعذيب الحيوان لغير مأكله<sup>(60)</sup>.
- 10- تعليمات المحتسب إلى الخبازين تتلخص في إتباع مايلي - وهذا مثال نأخذه مفسلا - كأحسن دليل على حماية المستهلك :
  - 10 - 1 ينبغي أن ترفع سقائف حوانيتهم، وتفتح أبوابها، ويجعل في سقوف الأفران منافس واسعة يخرج منها الدخان ، لئلا يتضرر بذلك الناس .
  - 10 - 2 إذا فرغ الخباز من إحمائه، مسح داخل التور بخرقه نظيفة، ثم شرع في الخبز .
  - 10 - 3 يأمرهم بنظافة أوعية الماء وتغطيتها، وغسيل المعاجن ونظافتها، وما يغطى به الخبز، وما يُحمل عليه .
  - 10 - 4 ولا يعجن العجان بقدميه ولا بركبتيه ولا بمرفقيه لأن في ذلك مهانة للطعام .
  - 10 - 5 وربما قطر في العجين شيء من عرق إبطيه وبدنه، فلا يعجن إلا وعليه معلبة أو بشت مقطوع الأكمام .
  - 10 - 6 يكون ملثما أيضا، لأنه ربما عطس أو تكلم، فقطر شيء من بصاقه أو مخاطه في العجين .
  - 10 - 7 يشد على جبينه عصابة بيضاء، لئلا يعرق فيقطر منه شيء في العجين .
  - 10 - 8 يحلق شعر ذراعيه لئلا يسقط منه شيء في العجين .



- 9 - 10 إذا عجن في النهار فليكن عنده إنسان في يده مذبة يطرد عنه الذباب .
- 10 - 10 على العجان أن ينخل الدقيق بالمناخل السفيفة مرارا .
- 11 - 10 كان المحتسب يكتب في دفتره أسماء الخبازين ومواضع حوانيتهم، فإن الحاجة تدعوه إلى معرفتهم<sup>(61)</sup>.
- 12 - 10 كان المحتسب في الأندلس يمشي بنفسه راكبا على الأسواق وأعوانه معه وميزانه الذي يزن به الخبز في يد أحد الأعوان ، لأن الخبز عندهم معلوم الأوزان والأثمان<sup>(62)</sup>. هذا مثال فقط عما يقوم به المحتسب من حماية مستهلك الخبز ، وعمله مثل ذلك في كافة المهن والصنائع .
- ثالثا - دور المحتسب في حماية المستهلك أثناء الاستهلاك :
- إن الحديث عن دور المحتسب في حماية المستهلك أثناء الاستهلاك صعب لصعوبة الفصل بين عملية الحماية قبل الاستهلاك والحماية أثناء الاستهلاك لتداخلهما زمنيا وعمليا، فبينما مرحلة ما قبل الاستهلاك ومرحلة ما بعد الاستهلاك منفصلتان ومتباينتان زمنيا وعمليا أيضا، ففصل عملية الاستهلاك الفعلي وما قبلها فيه كثير من التداخل والتشابه، فإنني أطرح هذا الإشكال مكتفية - باجتهادي الخاص - بعرض أمثلة قد تكون صائبة ومحقة للهدف وقد تجانب ذلك :
- 1- يقوم المحتسب بتوعية المستهلك لضبط سلوكه الاستهلاكي كوسيلة من أهم وسائل حمايته ، وقد صنف ذلك في "حماية المستهلك من نفسه" ولعل في قول عمر بن الخطاب - ض - "أو كلما اشتيتتم اشتريتتم" لجابر بن عبد الله حينما رأى في يديه درهما يشتري به لحما ، يعكس مدى رغبة المحتسب في أن تكون حماية المسلم ذاتية، ولعل الرسالة الحقيقية التي أراد عمر رضي الله عنه توجيهها لجابر تبدو حينما اتبع كلامه مخاطبا إياه "ما يريد أحدكم أن يطوي بطنه لابن عمه وجاره"
- ولما ارتفعت أسعار السلع على الناس واشتكوا لعمر - رضي الله عنه - فرد عليهم - توعية لهم بضرورة حماية أنفسهم استهلاكيا " أرخصوها بالاستغناء " فهاتان القاعدتان "أو كلما اشتيتتم اشتريتتم" و" أرخصوها بالاستغناء " تمثلان أسسا متينة لحماية المستهلك من نفسه، وتحرره من سلطان التجار الذين يستغلون حاجة الناس وشغفهم بالشراء لزيادة أثمان السلع أضعافا مضاعفة .
- 2- يقوم المحتسب بنهي المستهلك أثناء استهلاكه لمحرر من الطعام أو الشراب أو البيع والشراء وما شابه ذلك كأن ينهائ بل ويريق الخمر التي يشربها المستهلك المسلم علنا جهارا<sup>(63)</sup>.



- 3- يتدخل المحتسب لصالح مستأجر السكن إذا رفع المالك الأجرة تغير حق<sup>(64)</sup>.
- 4- كان للمحتسب نواب يطوفون في الأسواق فيفتشون القدور واللحوم وأعمال الطهارة وذلك أثناء تقديمهم لأصناف أطعمتهم للمستهلك<sup>(65)</sup>.
- 5- يلزم المحتسب رؤساء المراكب ألا يحملوا أكثر مما يجب حمله من السلع مما يخاف منه غرقها , كما يمنعهم من السير عند اشتداد الريح<sup>(66)</sup>.
- 6- يقوم المحتسب على منع الريا ولعب الميسر ومطاردة من يمتنون العرافة<sup>(67)</sup>.
- 7- يفرض المحتسب رحمة الإنسان على ماشيته ودوابه, فقد كان المحتسب في هذه الحال يقوم بعمل جمعيات الرفق بالحيوان<sup>(68)</sup>.
- 8- يقوم المحتسب بحماية المستهلك من استهلاك الثقافة الرديئة إذ كان :
- 8-1 يراعي تقصير المعلمين في أداء عملهم خشية أن ينشأ الصغار على طرائق يكون نكلهم منها بعد الكبر عسيرا - أي بعد الاستهلاك - فيقر منهم من توافر علمه وحسنت طريقتة, ويمنع من قصر وأساء مما تفسد به النفوس وتخبت به الآداب .
- 8-2 يمنع المحتسب المؤدب من تحفيظ الصبيان الشعر المسترذل والنظر فيه<sup>(69)</sup>.
- 8-3 في المغرب كان المحتسب يشرف على شؤون المدارس العامة<sup>(70)</sup>.
- 9- يراقب حصانة وقوة مباني المساكن, لأنها موضع حفظ الأموال ومأوى الأنفس والمهج والأديان, فيحكم المحتسب بهدم المباني القديمة المتداعية للسقوط حتى لا تقع على أهلها ولا على المارة<sup>(71)</sup>.
- 10- يقوم المحتسب بمراقبة نظافة الطرقات والأوساخ, فيمنع طرح الأوساخ والأزبال فيها ويأمر بنظافتها ليحمي المستهلك في بيئته وجمالها وما يقع عليه نظره, ويشمه أنفه .
- 11- يحول المحتسب دون بروز الحوانيت في السوق حتى لا يعوق ذلك نظام المرور<sup>(72)</sup>.
- 12- يمنع المحتسب القصابين من إخراج توالي - أعجاز - اللحم من حد مساطب حوانيتهم لئلا تلاصقها ثياب الناس فيتضررون بها<sup>(73)</sup>.
- وبالوسع أن نستمر في إيراد أمثال هذه القواعد التي تدهشنا وتدهش القارئ أيّا ما كان .
- رابعا: دور المحتسب في حماية المستهلك بعد الاستهلاك :
- يتمثل ذلك فيما يلي :



- 1- لا يتوقف حكم المحتسب على تنازع ولا استعداد , بل له النظر والحكم فيما يصل إلى عمله من ذلك ويرفع إليه<sup>(74)</sup> .
  - 2- يقوم المحتسب بإتلاف المغشوش من الطعام - إذا كان ضارا ومهلكا عند استهلاكه حتى للحيوان. ويقوم بإحراق المغشوش من الثياب - ربما تعزيزا للغاش وتأديبا وزجرا لغيره<sup>(75)</sup> .
  - 3- يحكم المحتسب في الدعاوى المتعلقة بالغش والتدليس, أو المتعلقة ببخس وتطيف في كيل أو وزن<sup>(76)</sup> .
  - 4- في عهد الفاطميين كان المحتسب يجلس للفصل بين الناس في جامعي عمرو والأزهر, واتسعت سلطته حتى ألزم رجال الشرطة أن يقوموا بتنفيذ أحكامه وكان يقرأ سجله بمدينة مصر والقاهرة على المنبر<sup>(77)</sup> .
  - 5- إذا ارتكب غاش في المبيعات المخالفة عدة مرات ولم يتب بعد الضرب والتجريس في الأسواق - التشهير - نفي من بلده<sup>(78)</sup> .
- خاتمة

إذا كان من المعتاد عليه أن تختم البحوث بنتائج وتوصيات فإنني أختتم بحثي بطرح إشكالات متعددة :

- هل نظام الحسبة نظام تاريخي عفا عنه الزمن , ودراسته لا تفيد سوى من ناحية دراسة نظام تاريخي عرفته الدولة الإسلامية في فترة ما ثم ولى إلى غير رجعة ؟
- ماذا يفيدنا بيان اختصاصات المحتسب ودوره تاريخيا في حماية المستهلك ؟

• كيف تستطيع الجهات الرسمية وغير الرسمية من الاستفادة من نظام الحسبة , واختصاصات المحتسب وتطبيقاته الفعلية في حماية المستهلك , وتعيين الأحكام والقوانين والأساليب التوعوية التي تكفل الحماية الكاملة والمستديمة للمستهلك ؟

- أيهما أجدر وأحسن استمداد الشرعية في حماية المستهلك من تراثنا الإسلامي والإضافة عليها أم الاعتماد على الأحكام الغريبة ؟

#### قائمة المصادر والمراجع

- 1- أبو الحسن علي الماوردي : الأحكام السلطانية والولايات الدينية، تعليق خالد عبد اللطيف السبع العلمي أدار الكتاب العربي بيروت ط3 1420 هـ 1999 م .
- 2- أبو المعالي عبد الملك بن عبد الله الجويني : الإرشاد إلى قواطع الأدلة في أصول الاعتقاد تحقيق أسعد تميم مؤسسة الكتب الثقافية لبنان ط1 1405 هـ - 1985 م



- 3- أبو الحسين مسلم بن الحجاج : صحيح مسلم تحقيق محمد فؤاد عبد الباقي، القاهرة : دار الكتاب المصري، بيروت : دار الكتاب اللبناني أ. د. ت.
  - 4- أحمد بن سعيد المجيلدي : التيسير في أحكام التعسير تحقيق د. موسى لقبال الشركة الوطنية للنشر والتوزيع الجزائر ط2 1981 م
  - 5- بدر الدين بن جماعة أحرر الأحكام في تدبير أهل الإسلام منشورات محمد علي بيضون ودار الكتب، بيروت، ط1 1424 هـ - 2003 م
  - 6- تقي الدين أحمد بن تيمية : الحسبة ومسؤولية الحكومات الإسلامية، الطريق للنشر الجزائر أ. د. ط 1970 م.
  - 7- عبد الرحمن ابن خلدون : المقدمة أدار الكتاب اللبناني ومكتبة المدرسة بيروت - لبنان أ. د. ط. أد. ت.
  - 8- عبد الرحمن بن نصر الشيزري : نهاية الرتبة في طلب الحسبة القاهرة 1946 م . وأيضاً المخطوط بالمكتبة الوطنية بالجزائر تحت رقم 1373 م .
  - 9- محمد علي الفاروق التهانوي : كشف اصطلاحات القانون تحقيق د. لطفي عبد البديع أوزارة الثقافة والإرشاد القومي المؤسسة الوطنية المصرية العامة ط1 1832 هـ - 1963 م .
  - 10- محمد بن مكرم بن منظور : لسان العرب المحيط تحقيق يوسف خياط دار لسان العرب أ بيروت ألبنان أ. د. ط. أد. ت.
  - 11- د. إبراهيم دسوقي الشهاوي الحسبة في الإسلام - مكتبة دار العروبة - القاهرة أ. د. ط1 1382 هـ - 1962 م
  - 12- د. صابر طعيمة : دراسات في النظام الإسلامي أدار الحيل أ بيروت د. ط. أد. ت.
  - 13- د. مصطفى الشكعة : معالم الحضارة الإسلامية أدار العلم للملايين أ بيروت ألبنان أ. د. ط1 1988 م.
  - 14- د. موسى لقبال الحسبة المذهبية في المغرب العربي، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع الجزائر ط1 1971 م.
  - 15- ظافر القاسمي أنظام الحكم في الشريعة والتاريخ الإسلامي أدار النفائس بيروت ط3 1407 هـ - 1987 م
  - 16- نقول زيادة الحسبة والمحتسب في الإسلام المطبعة الكاثوليكية أ بيروت أ. د. ط. أد. ت.
- الهوامش :

- (1) ابن منظور لسان العرب المحيط ج1 أ ص 630-631
- (2) التهانوي أ كشف اصطلاحات الفنون ج2 أ ص 12
- (3) الماوردي أ الأحكام السلطانية والولايات الدينية، ص 391
- (4) الشهاوي أ الحسبة في الإسلام أ ص 9 .





- (5) المرجع نفسه أص 9 - 13 .
- (6) سورة آل عمران / الآية 104 .
- (7) سورة الحج / الآية 41 .
- (8) أخرجه مسلم في كتاب الإيمان باب بيان كون النهي عن المنكر من الإيمان أج 1 أص 69 .
- (9) الشهاوي الحسبة المرجع السابق أص 18 - 21 .
- (10) الجويني الإرشاد إلى قواطع الأدلة في أصول الاعتقاد أص 311 .
- (11) ابن خلدون المقدمة أص 398 والماوردي الأحكام السلطانية، ص 391 .
- (12) رواه مسلم صحيح مسلم أج 1 أص 99 .
- (13) الشهاوي الحسبة المرجع السابق أص 104 .
- (14) المرجع نفسه أص 104 .
- (15) د . موسى لقبال الحسبة المذهبية في بلاد المغرب العربي أص 22 .
- (16) الشهاوي الحسبة المرجع السابق أص 104 .
- (17) أحمد بن سعد المجليدي كتاب التيسير في أحكام التسعير أص 42 .
- (18) الشهاوي الحسبة المرجع السابق أص 104 .
- (19) المرجع نفسه أص 105
- (20) المرجع نفسه أص 105
- (21) من أرد تفصيلا في ذلك فليرجع : ابن الأخوة معالم القرية في أحكام الحسبة ص 15 إبراهيم الشهاوي الحسبة المرجع السابق ص 105 - 107 و موسى لقبال الحسبة المذهبية المرجع السابق ص 23 أ.د. نقولا زيادة الحسبة والمحاسب في الإسلام أص 31 .
- (22) د . ظافر القاسمي نظام الحكم في الشريعة والتاريخ الإسلامي ج 2 أص 615 - 616 .
- (23) د . صابر طعيمة أدراسات في النظام الإسلامي أص 53 .
- (24) ابن جماعة تحرير الأحكام في تدبير أهل الإسلام أص 32 ، والماوردي الأحكام السلطانية أص 392 .
- (25) ابن جماعة المرجع نفسه أص 32 .
- (26) المرجع نفسه .
- (27) المرجع نفسه أص 33 . يراجع أيضا : الماوردي الأحكام السلطانية أص 394 وما بعدها .
- (28) أحمد بن سعيد المجليدي التيسير المصدر السابق أص 44 .
- (29) يراجع تفصيل ذلك أ.د . صابر طعيمة أدراسات في النظام الإسلامي أص 39 - 41 .
- (30) د . صابر طعيمة أدراسات في النظام الإسلامي أص 41 .
- (31) د. نقولا زيادة الحسبة والمحاسب أص 43 .
- (32) إبراهيم الشهاوي الحسبة في الإسلام أص 120 أ.د. نقولا زيادة الحسبة والمحاسب أص 44 .



- (33) موسى لقبال الحسبة والمذهبية أص 87 .
- (34) د. نقولا زيادة الحسبة والمحتسب أص 43 .
- (35) د. نقولا زيادة المرجع نفسه أص 44 .
- (36) راجع تفصيل ذلك في : موسى لقبال الحسبة الذهبية في المغرب العربي أص 79 - 85 .
- (37) المرجع نفسه أص 87 .
- (38) المرجع نفسه أص 87 .
- (39) المرجع نفسه أص 87 - 88 .
- (40) المرجع نفسه أص 87 .
- (41) الجريدة الرسمية الجزائرية، عدد 05 الصادر بتاريخ 29 / 01 / 1990 .
- (42) عمار زعبي أحماية المستهلك في الجزائر نصا وتطبيقاً مذكرة ماجستير أكاديمية الحقوق والعلوم السياسية أقسم الحقوق أجامعة بسكرة الجزائر السنة الجامعية 2007 - 2008 أص 04 .
- (43) الشيزري أنهاية الرتبة في طلب الحسبة أص 12 . وهو أيضا مخطوط بالمكتبة الوطنية بالجزائر العاصمة تحت رقم 1373 .
- (44) ابن تيمية الحسبة ومسؤولية الحكومات الإسلامية أص 26 .
- (45) الشيزري أنهاية الرتبة المصدر السابق .
- (46) الماوردي الأحكام السلطانية المصدر السابق أص 408 .
- (47) المرجع نفسه أص 408 .
- (48) الشيزري أنهاية الرتبة المصدر السابق أص 40 .
- (49) المصدر نفسه أص 60 .
- (50) السقطي في أداب الحسبة ص 68 أنقلا عن د. صابر طعيمة المرجع السابق ص 45 .
- (51) المصدر نفسه أص 32 .
- (52) الشيزري أنهاية الرتبة المصدر السابق أص 28 .
- (53) المقرئ أنفع الطيب أنقلا عن مصطفى الشكعة معالم الحضارة أ مرجع سابق أص 80 .
- (54) الشيزري أنهاية الرتبة المصدر السابق أص 12 .
- (55) المصدر نفسه أص 80 - 82 .
- (56) ابن تيمية الحسبة المرجع السابق أص 26 .
- (57) الشيزري أنهاية الرتبة أ مرجع سابق أص 22 .
- (58) المصدر نفسه أص 22 أوانظر أيضا د. صابر طعيمة أدراسات في النظام الإسلامي المرجع السابق ص 52 - 53 أومصطفى الشكعة معالم الحضارة أ مرجع سابق أص 81 .
- (59) الشيزري أ مرجع سابق أص 88 .
- (60) المصدر نفسه أص 14 أ 117 .



- (61) الشيزري أنهاء الرتبة المصدر سابق أص 22 .  
(62) المقرري أنفع الطيب المصدر السابق أص 203-204 .  
(63) راجع تفصيل ذلك : الماوردي الأحكام السلطانية المصدر السابق أص 404 وما بعدها  
(64) الشعكة معالم الحضارة المرجع السابق أص 78 .  
(65) د. صابر طعيمة أدراسات في الخطاب الإسلامي المرجع السابق أص 52 .  
(66) الشعكة معالم الحضارة المرجع السابق أص 78 .  
(67) المرجع نفسه أص 78 .  
(68) المرجع نفسه أص 78 .  
(69) الشيزري أنهاء الرتبة المصدر السابق ص 104  
(70) د. صابر طعيمة أدراسات في النظام الإسلامي المرجع سابق أص 52 .  
(71) المرجع نفسه أص 52 .  
(72) المرجع نفسه أص 52 .  
(73) الشيزري أنهاء الرتبة المصدر السابق ص 28 .  
(74) الماوردي الأحكام السلطانية المصدر السابق أص 392 .  
(75) الشعكة معالم الحضارة المرجع السابق أص 78 .  
(76) الماوردي الأحكام السلطانية المصدر السابق أص 392 .  
(77) د. صابر طعيمة أدراسات في النظام الإسلامي المرجع سابق أص 52 .  
(78) المقرري أنفع الطب 1/ 203 - 204 .



### الجلسة الثالثة

رئيس الجلسة  
أ. د. محمد براق  
المدرسة العليا للتجارة - الجزائر

المدخلات الأولى :  
دور وأهمية الجودة والتقييم في حماية المستهلك  
د : د. عمر علاوي  
المدرسة العليا للتجارة - الجزائر

المدخلات الثانية :  
حماية المستهلك من الممارسات المقيدة للمنافسة  
د : أ. نبيل ناصري  
كلية الحقوق - جامعة جيجل

المدخلات الثالثة:  
حماية رضا المستهلك أثناء التعاقد  
د : أ. عادل عميرات  
معهد العلوم القانونية والإدارية - المركز الجامعي بالوادي

المدخلات الرابعة :  
المستهلك الجزائري وإشكالية الاختيار  
د : أ. لامية بويبيدي  
قسم علم النفس - المركز الجامعي بالوادي





## دور وأهمية الجودة والتقييس في حماية المستهلك

مداخلة من تقديم

د. عمر لعلاوي

أستاذ محاضر بالمدرسة العليا للتجارة - الجزائر

~~~~~

مقدمة :

إن أول من دعم حركة المستهلكين و أعطى لها الحقوق الأربعة و المتمثلة في حق الأمان، حق الحصول على المعلومات الكافية، حق الاختيار وأخيرا الحق في أن يسمع إليها هو الرئيس الأمريكي KENNEDY⁽¹⁾ فحركة المستهلكين هي حركة اجتماعية تعمل على الحصول على حقوق المشتريين في مواجهة المنتجين والبائعين مما دفع بالمؤسسات المنتجة إلى إعطاء اهتمام أكبر بالمسؤولية الاجتماعية ودفع بها إلى التكيف مع ذلك من خلال إنشاء مصلحة للمستهلكين تسمى خدمة المستهلك، لكن مع عولة الأسواق وكثرة المزاومة بين المؤسسات ولجوء البعض منها إلى الغش والتحايل على المستهلك بادرت الكثير من المؤسسات إلى البحث عن ما يميزها في السوق ووجدت في تبني مفهوم الجودة كإستراتيجية باعتبارها تركز أساسا على المستهلك و إشباع رغباته والأخذ بمتطلباته مع تخفيض إلى أدنى حد المعيبات بالمنتج بالإضافة إلى الاهتمام بالإنتاجية بغرض تخفيض التكلفة ومنها الحصول على ميزات تنافسية . وبغرض حماية المستهلك من الغش التجاري انتقلت معظم المؤسسات من الاهتمام بالجودة إلى ضمان الجودة من خلال المنظمة الدولية للمواصفات والمقاييس ISO (International Organization for Standardization) باعتبار أن هذه الأخيرة تعتبر بمثابة مرجع للمستهلكين للتمييز بين السلع المعروضة في الأسواق .

خلال هذه المداخلة سوف نتعرض إلى تزييف العلامات التجارية بالتركيز على الغش من خلال تزويرها و كيفية محاربة التزوير لحماية المستهلك ثم إلى الجودة كنظام شامل والتقييس كضمان لها مع توضيح العلاقة بين الجودة وضمان الجودة و دورهما في حماية المستهلك.



1 - حركة المستهلكين : حركة المستهلكين هي حركة اجتماعية تعمل على الحصول على حقوق المشترين في مواجهة المنتجين والبائعين مما دفع بالمؤسسات المنتجة إلى إعطاء اهتمام أكبر بالمسؤولية الاجتماعية. وهذا ما دفع بالكثير من الدول المتقدمة خاصة في بداية السبعينات إلى إصدار تشريعات تخص هذا المجال لذلك بدأت المؤسسات في التكيف مع ذلك من خلال إنشاء مصلحة للمستهلكين تسمى خدمة المستهلك.

حول مفهوم حركة المستهلكين يعرفها KOTTLER⁽²⁾ بأنها حركة اجتماعية تعمل على زيادة وتدعيم حقوق المشترين في علاقتهم بالبائعين، ويذهب RICHARD⁽³⁾ وزميله إلى نفس الشيء بوصفها بالمجهودات المنظمة من قبل المستهلكين بغرض الاستماع إليهم واستعادة حقوقهم الناتج عن عدم الإشباع من اقتناء واستعمال المنتجات.

من خلال تناولنا لمفهوم حركة المستهلكين لدى كل من KOTTLER و RICHARD نرى بأن حركة المستهلكين تعمل من أجل الدفاع عن حقوق المستهلك وهذا ما شجع على ظهور جمعيات حماية المستهلك التي تتولى الدفاع عن المستهلكين وحماية حقوقهم من كل غش أو تلاعب بالمنتوج أو الخدمة، ونجد بأنها في العالم المتقدم يحسب لها ألف حساب وتأخذ بعين الاعتبار عند وضع الاستراتيجية التسويقية للمؤسسة أو تطوير منتج جديد. أما في الدول السائرة في طريق النمو فهناك بعض الحكومات التي بدأت تدعم مثل هذه الجمعيات عن طريق تشريعات تلزم المؤسسات بتوفير الأمان والسلامة في المنتجات والخدمات التي تقدمها للمستهلك مع وضع معلومات محددة على منتوجاتها مثل مكونات المنتج، تاريخ الإنتاج، مدة صلاحية المنتج ومكان إنتاجه.

في الجزائر حقوق المستهلك مهضومة في غالب الأحيان خاصة من ناحية ضمان المنتجات من قبل المنتجين حيث نجد أن المشتري لا يتحصل على ورقة الضمان بالنسبة للسلع المعمرة كالأجهزة الإلكترونية منزلية بصفة عامة.

إن عدم التجاوب مع حقوق المستهلك من طرف المؤسسات في السوق الجزائرية تعتبر بمثابة فرصة يمكن استغلالها خاصة بالنسبة للخدمات المصاحبة للمنتج حيث يمكن التمييز عن طريقها لجذب المستهلكين في ظل



غياب مثل هذه الخدمات عند معظم العلامات المتواجدة في السوق الجزائرية التي يغلب عليها الاستيراد لا الإنتاج. بالنسبة للمواد الغذائية، ففي كثير من الأحيان يؤدي استهلاك بعض المواد إلى ضرر للمستهلك مثل ما حدث بالجزائر وبالضبط بمدينة سطيف سنة 1996 من تناول الكاشيروكذلك في ولاية وهران بالغرب الجزائري من تناول مادة الجبن نتيجة عدم احترام مواصفات الإنتاج مما أدى إلى وفاة عدد من المستهلكين. وهنا نشير إلى أن العواقب تكون سلبية ليس على المستهلك فقط بل على المؤسسة المنتجة والمؤسسات التي تشتغل في ذلك القطاع لأن المستهلك سوف يتكون لديه موقف سلبي ليس على المؤسسة التي لم تحترم مواصفات الإنتاج بل يمتد الموقف السلبي إلى المنتج ويقوم بتعميمه على باقي المؤسسات مما يضر بالصناعة ككل. الجزائر تولي اهتماما كبيرا لحماية المستهلك خاصة في السنوات الأخيرة حيث تم اعتماد لحد الآن 63⁽⁴⁾ جمعية لحماية المستهلك. ولكن يبقى أداء هذه الجمعيات ضعيفا وتأثيرها أضعف لكون السوق غير منظم من جهة وعدم وضوح دور هذه الجمعيات، فحتى وإن ضغطت على الدولة بإدخال قوانين حول مكونات المنتجات والأنماط التي يجب أن تكون في إنتاج بعض السلع إلا أن التطبيق والمراقبة يبقى إشكالا قائما خاصة بالنسبة للمنتجات القادمة من وراء البحار والتي في غالب الأحيان تحمل علامات تجارية مزيفة.

2 - العلامة التجارية والجودة: في كثير من الأحيان ترتبط العلامة بمستوى معين من الجودة مما يجعل تلك العلامة عرضة للتزييف ولذلك يصبح المستهلك ضحية هذا الغش والتزييف لأن التزييف لا يمس إلا العلامات المعروفة، فالعلامة من المفروض أنها توفر للمستهلك الحماية خاصة من ناحية:

- سهولة التعرف على السلعة في السوق و بالتالي إن المستهلك يعرف ما يشتري.

- شراء المنتج حسب المواصفات المنصوص عليها من قبل صاحب العلامة.
- يمكن للمستهلك في حالة عدم الإشباع الاتصال بالمنتج من خلال مصلحة المستهلكين.



وبالنسبة لتزييف العلامات التجارية يمكن أن يأخذ عدة أشكال منها:
- استخدام العلامة التجارية نفسها من دون ترخيص من الجهة المختصة
والمنتوج هنا يكون مماثلا للمنتوج الأصلي ولا يمكن للمستهلك تمييز ذلك.
- استعمال العلامة التجارية مع اختلاف كبير في خصائص المنتوج الأصلي
صاحب العلامة الحقيقية .

- تحريف أو إدخال تعديل طفيف على العلامة الأصلية بتغيير أحد حروفها
مثل علامة PHILIPS تصبح PHILIBS حيث لها نفس النطق تقريبا وتختلف
بحرف واحد.

وحول تزييف العلامات التجارية تعاني منه بالدرجة الأولى أسواق دول
العالم الثالث أين تكون الرقابة ضعيفة وتتضرر منه المؤسسات صاحبة
العلامات الأصلية والمؤسسات المنتجة محليا حيث تصبح غير قادرة على
مناقستها نظرا لسعرها المغري من جهة، وعدم قدرة المستهلك على تمييزها
لثقافته المحدودة في هذا المجال . وحول تزييف العلامات التجارية يرى
الدكتور نعيم حافظ أبو جمعه⁽⁵⁾ بأنه على الرغم من جهود المنتجين مالكي
العلامات التجارية المبذولة من خلال الرقابة على الأسواق والقيام بكل ما من
شأنه حماية هذه العلامات يظل للمستهلك دورا هاما في هذا المجال وذلك من
خلال إبلاغ الجهات المعنية عما يكون قد رآه أو جربه من منتجات حدث فيها
انتهاك لحقوق مالك علامة تجارية معينة، كذلك يجب توعيته لكي
يتمكن من اكتشاف أي تقليد أو تحريف أو غش في هذا المجال ويمكن أن
تلعب جمعيات حماية المستهلكين دورا أساسيا في هذا المجال، كما يمكن
الاستعانة بوسائل الإعلام للوصول إلى هدف التوعية.

نظرا لخطورة تزييف العلامات التجارية على اقتصاديات البلدان، أنشأت
الولايات المتحدة الأمريكية في سنة 1996 مكتبا خاصا بنيويورك مهمته
متابعة قضايا تقليد المعلومات التجارية حيث تخسر أمريكا سنويا ما يقارب
200 مليار دولار نتيجة تزييف العلامات التجارية، هذا التزييف الذي يتم في
الدول الآسيوية بصفة عامة والصين بصفة خاصة⁽⁶⁾.

ومن الأسباب المشجعة على تزييف العلامات التجارية نجد:



- انخفاض القدرة الشرائية للمستهلك الجزائري و تفضيله للسلع رخيصة الثمن.

- انحراف جمعيات حماية المستهلك عن هدفها الرئيسي والمتمثل في الحماية واتجاهها نحو مجالات أخرى لا تمت بصلة للغرض الذي أنشئت من أجله .
- عدم وجود جهات معينة يلجأ إليها المستهلك لتأخذ بانشغالاته في مجال الغش التجاري بغض النظر عن القضاء الذي يتطلب مجهودات مادية تكون في كثير من الأحيان أضعاف قيمة السلعة المشتراة.
- كثرة السوق الموازية مما يجعل المستهلك في كثير من الأحيان لا يعرف مصدر السلعة و الجهة التي تضمن المواصفات المطلوبة فيها.

- عدم تداول الفاتورة كدليل شراء يحرم المستهلك من الكثير من حقوقه.
3 - الجودة بالمؤسسة: مصطلح الجودة نجده على لسان الكثير من الزبائن والمسيرين، لكن ماذا يعني هذا المصطلح؟ ولماذا أصبح من اهتمامات المؤسسة؟ وكيف يمكن الوصول إلى الجودة؟ ذلك ما نريد أن نصل إليه من خلال تعرضنا لمفهوم الجودة وكيفية تسييرها وضمانها.

1.3- العوامل المشجعة على اتباع مفهوم الجودة بالمؤسسة: هناك عدة عوامل دفعت بالمؤسسة إلى البحث عن الجودة وتطبيقها ومحاولة إبرازها كميزة تتميز بها منتجات المؤسسة عن باقي ما هو معروض في السوق، ومن بين هذه العوامل ما يأتي:

أ. تطور المنافسة ومتطلبات المستعملين للمنتجات أدت بالمؤسسات إلى تبني مفهوم الجودة خاصة بعد رفع حواجز التحرك للسلع بين الدول من خلال الاتفاقيات الدولية مثل اتفاق الشراكة بين الجزائر ودول السوق الأوروبية المشتركة، وهذا ما أعطى للمستعملين حرية الاختيار من خلال البدائل المتمثلة في العلامات التجارية المتنوعة المعروضة في الأسواق.

ب. ضعف جودة المنتج معناه إساءة لسمعة المؤسسة من جهة، وتحمل تكاليف إضافية من جهة أخرى، فتدهور سمعة المؤسسة معناه ضياع حصص سوقية. والتكاليف الإضافية تنتج من خلال المرتجعات والعيوب الموجودة بالمنتج، مما يؤدي إلى رفع تكلفة الضمان وخدمات ما بعد البيع.



2.3 تعريف الجودة : أعطيت عدة تعريف للجودة ، وتختلف هذه التعاريف حسب ظهورها ، ففي البداية ظهرت الجودة على أساس أنها التخفيض بقدر المستطاع في عيوب المنتج ، بعد ذلك أصبح مفهوم الجودة يركز أكثر على الإشباع الأقصى لدى الزبائن ، وهذا ما يذهب إليه تعريف الجمعية الصناعية للتوحيد الصناعي والتي تعرف الجودة على أنها : مدى قابلية المنتج وقدرته على إشباع حاجيات المستعملين المرغوبة منها والكاملة⁽⁷⁾.

ويركز هذا التعريف على عدة خصائص للمنتج منها إمكانية التشغيل والديمومة وسهولة الاستخدام وما إلى ذلك من خصائص يجب توفرها في المنتج ، ويمكن القول بأنها المواصفات المطلوبة في المنتج. وفي هذه النقطة يتوافق تعريف الجمعية مع تعريف Gravin⁽⁸⁾ من حيث المواصفات المطلوبة.

باعتبار أن معظم المؤسسات أصبحت تتبنى مفهوم الجودة من خلال اهتمامها بالمستهلك والاستجابة لمتطلباته وحاجياته ، وهذا ما دفع بالمؤسسات إلى البحث عن التميز عن طريق الجودة وذلك بغية الحصول على وضعية تنافسية جيدة. التميز من خلال الجودة يتطلب تكاتف جهود جميع العاملين بالمؤسسة مهما كانت مناصبهم أو الوظائف التي يشغلونها ، وهذا ما أصبح يطلق عليه بمفهوم الجودة الشاملة.

4 - مفهوم إدارة الجودة: هناك الكثير من العوامل التي ساهمت في ظهور إدارة الجودة الشاملة بالمؤسسة منها على الخصوص تحسين المركز التنافسي من خلال الاهتمام بالجودة مدامت هذه الأخيرة من متطلبات الزبائن ، بالإضافة إلى التحكم في الإنتاجية لأن التحكم فيها يعطي للمؤسسة العديد من البدائل في مجال التميز.

أعطيت العديد من التعريفات لإدارة الجودة الشاملة ، فهناك من يعرفها على أنها عملية التحسين المستمر في كل نشاط من أنشطة المؤسسة ، وذلك من خلال الإدارة التي تهتم وتركز على التحسين المستمر من خلال الاهتمام بالحصول على الأفراد المهرة واستخدام فرق العمل بتدريبهم ودمج المعلومات التي تمكن وتساعد المؤسسة في التوجه لإدارة الجودة الشاملة. أما المنظمة العالمية للمواصفات (ISO 9000) ففي تعريفها ترى بأنه لا يجب أن يستثنى من



تعريف إدارة الجودة الشاملة الموردین الذين تتوقف جودة المنتج على ما يقدمونه من مواد أولية.

من خلال تفحصنا لتعاريف الجودة الشاملة نجد أنها تصب كلها في اتجاه واحد وهو تركيزها أساسا على الزبون، الفعل الاستراتيجي للوصول إلى التميز عن طريق الجودة، وكذلك مشاركة إدارة الموارد البشرية في إرساء الجودة الشاملة بالمؤسسة.

1.4 أهداف إدارة الجودة الشاملة: للمؤسسة عدة أهداف من خلال تبني إدارة الجودة الشاملة، نلخصها فيما يأتي:

أ - تحاول المؤسسة أن تكون الأفضل في السوق من وجهة نظر الزبون، وذلك بوجود أقل ما يمكن من المعيبات بالمنتج وإحداث الإشباع لديه.

ب - التكيف مع الحاجيات الجديدة وذلك بالتعديل كلما تطلب ذلك من خلال مراقبة البيئة التسويقية.

ج - الاهتمام بالإنتاجية بغرض تخفيض التكلفة ومنها الحصول على ميزات تنافسية.

2.4 أسس نجاح الجودة بالمؤسسة: لكي تتجح المؤسسة في تبني مفهوم الجودة بها، يجب توفر مجموعة من الشروط نوجزها فيما يلي:

أ - الجودة يجب أن تكون شاملة وتتعدى المنتجات إلى ملحقاتها من خدمات وضمائم .

ب - الجودة تبدأ من التصميم إلى غاية تقديم المنتج إلى السوق المستهدف⁽⁹⁾.

ت - تواجد الجودة في جميع مراحل الإنتاج بالمؤسسة.

ث - الجودة مهمة جميع الأفراد بالمؤسسة والتحسين يأتي منهم ونفس الشيء يمكن قوله عن المراقبة.

ج - يجب النظر إلى الجودة على أنها غير مكلفة باعتبار أنها تساهم في تخفيض سعر التكلفة، وتتفادى الكثير من المشاكل كسمعة المؤسسة، المرتجعات، مواقف المستهلكين السلبية...الخ.

3.4 ضمان الجودة: عوض الكشف عن العيوب بالمنتج، يمكن الوقاية من هذه العيوب من خلال اعتماد ضمان الجودة، وذلك باللجوء إلى المنظمة



الدولية للمواصفات والمقاييس (مجموعة ISO 9000)، حيث أن هذه الأخيرة ليست نظاما لإدارة الجودة الشاملة بل عبارة عن نظام لضمان الجودة والتي تعتمد على التحسين والتطوير، ومن أعضائها حوالي 90 بلدا ويقع مقرها بجنيف بسويسرا وهي تعمل على ترقية مواصفات الجودة لتسهيل التجارة الدولية وتعد عائلة المواصفات ISO 9000 المواصفة الأكثر استعمالا لتطبيق أنظمة الجودة ويعتبر الحصول عليها بمثابة دليل على احترام المؤسسة المتحصلة عليها لمعايير ومواصفات الجودة وقد بلغ عدد المؤسسات المتحصلة على ISO 9000 مع نهاية سنة 2001 في المجال الصناعي 510616 مؤسسة⁽¹⁰⁾ تكمن أهمية الحصول على إشهاد المنظمة الدولية للمواصفات والمقاييس فيما يأتي:

- أ- الحصول على ISO يعتبر دليلا على احترام المؤسسة لمعايير الجودة وضمانا لذلك، حيث يمكن كتابة مواصفات ISO المتحصل عليها على غلاف المنتج، كما تعتبر بمثابة مرجع للزبائن للتمييز بين السلع المعروضة في الأسواق.
 - ب- الحصول على مواصفات ومقاييس ISO يعتبر كذلك بمثابة جواز سفر لمنتجات المؤسسة لتصديرها باعتبار أن معظم المؤسسات في العالم أصبحت تضع ضمن دفتر شروطها توفر المؤسسات المشاركة في المناقصات الدولية على مواصفات ISO والتي منها:
 - ISO 9001 وتغطي: التصميم، التطوير، الإنتاج، التركيب والخدمات الملحقة، وتصلح للمؤسسات التي يتضمن عملها التصميم.
 - ISO 9002 وتغطي: التطوير، الإنتاج، التركيب والخدمات الملحقة وتناسب المؤسسات التي لا تدخل التصميم في عملها.
 - ISO 9003 وتعني الفحوصات والاختبارات النهائية وتلائم مؤسسات التوزيع كتجارة التجزئة للمساحات الكبرى وتجار الجملة.
- بالإضافة إلى ما تم ذكره على ضمان الجودة يمكن للمؤسسة تحسين الجودة من خلال إقامة حلقات الجودة.

5 - الجودة والتميز والتسويق: تعتبر علاقة الجودة بالتسويق علاقة قوية وذلك نتيجة طبيعة عمل دائرة التسويق من خلال احتكاكها الدائم بالزبون، حيث إن أي نقص في الجودة أو الجودة الضعيفة للمنتج أو الخدمة يضع



المؤسسة في وضعية تنافسية ضعيفة خاصة وأن المستهلك عند شعوره بعدم وجود الجودة ويعبر عن ذلك بعدم الرضا سيبحث عن ما لم يجده عند المنافسة، هذا من جهة، ومن جهة أخرى يتكون لديه موقف سلبي عن المؤسسة ومنتجاتها، هذا الموقف السلبي يصبح يتطلب مجهودات تسويقية كبيرة عن طريق التعديل والترويج لتغييره.

كما أنه يجب عدم الاكتفاء بالجودة، بل يجب الاهتمام بتحسين الإنتاجية، وهذا مهم من وجهة النظر التسويقية وذلك لعدة أسباب أهمها:

أ- تحسين الإنتاجية للمحافظة على الأسعار المنخفضة، كما أن التكلفة المنخفضة تؤدي إلى أرباح أكثر ومنه القدرة على المحافظة على التكلفة على الأقل، أي أنه يمكن للمؤسسة التميز كقائد للسوق بالسعر الأقل، ويمكن أيضا إضافة ميزة أخرى وهي جذب أقسام السوق الحساسة للسعر.

ب- المؤسسات التي لها تكلفة أقل يمكنها استعمال هذه الميزة في البحث والتطوير لتقديم خدمات إضافية قد تكون غير موجودة لدى المنافسة، والفضل في ذلك يعود إلى هامش الربح المحقق. كما أن التكلفة الأقل يمكن استعمالها كذلك كسلاح بالاستحواذ على منافذ التوزيع من خلال إعطاء هامش أكثر من الهامش الممنوح من قبل المنافسة للموزعين، إذ أن الجودة وتحسين الإنتاجية يعملان معا لخلق القيمة للزبون وللمؤسسة معا.

الخاتمة

من خلال عرضنا لحركة المستهلكين و توضيح بأن العلاقة التجارية ترتبط بمستوى معين من الجودة وهي التي تحمي المستهلك من الغش تبين بأن هذه العلامات غير قادرة على حماية نفسها، لأن في حمايتها حماية للمستهلك و نجد بأن الضحية هو المستهلك بالدرجة الأولى و المؤسسة بالدرجة الثانية لذلك يجب أن يكون هناك تعاون بين المؤسسات المنتجة وجمعيات حماية المستهلك والمستهلكين وذلك من خلال توعية المستهلكين والجمعيات لكي يتمكنوا من اكتشاف أي تزيف أو غش أو تلاعب بالعلامات التجارية و يمكن الوصول إلى هذا من قبل المؤسسات التي تريد أن تمارس نشاطها في بيئة نظيفة من خلال رصد ميزانية لتدعيم الجمعيات باستعمال العلاقات العامة باعتبار أن المستهلك يدفع في كثير من الأحيان ثمنا مرتفعا معتقدا



بأنه بشرائه لتلك العلامة قد اشترى الجودة و هو في الحقيقة اشترى العلامة بمواصفات مغايرة تماما لما كان يتمناه.

ونفس الشيء يمكن قوله عن التقييس فالكثير من المستهلكين لا يعرف ما معنى أن المؤسسة متحصلة على إشهاد المنظمة الدولية للتقييس وهذا ما يتطلب حملات إعلانية تشرح وتوعي المستهلك وعدم الاكتفاء بكتابة ذلك على غلاف المنتج. و بناء على ما سبق نوصي بما يلي:

- الإعلام والتحسيس وتوعية المستهلك بضرورة حصوله على الفاتورة بالنسبة للسلع المعمرة والتبليغ عن كل ما يشك فيه للمؤسسات المنتجة أو جمعيات حماية المستهلك.
- تفعيل دور الجمعيات وتوجيهها نحو غرضها الحقيقي والتشجيع على إنشاء هذه الجمعيات و تدعيمها ماديا ومعنويا.
- استعمال الإذاعات المحلية في توعية المستهلكين.
- مثل ما يتم إقامة معارض وأسابيع تجارية يمكن القيام بأبواب مفتوحة لتوعية المستهلكين عن طرق الحماية.

الهوامش :

- 1- James.f.engel et all,consumer behavior 4th Edition, HS International Edition, 1982, p 603.
- 2- Kottler.P,What Consumers Means For Marketers, Harvard Business Review,1972,may p.48
- 3- RICHARD.H and JAMES.T.R, Consumerism-an interpretation, Journal of Marketing, october 1970, p61
- 4 - المصدر: وزارة الداخلية، مكتب الجمعيات
- 5 - أ.د نعيم حفظ أبو جمعه، العلامات التجارية كابوس اقتصادي جديد، اقتصاديات الإمارات، عدد 22، ماي 1997، ص 43
- 6 - نفس المرجع، ص 49
- 7- Afnor, Gérer la qualité, NF, Norme, Afnor 1986, p38.
- 8- GRAVIN, D, Managing quality the free press, New york, 1988, p68.
- 9 -C.J. Constable & C.C. New, Operations Management, John Wiley & Sons, 1983, p80
- 10- G.S. Sureshchandar et al. A holistic model for total service quality. International journal of service industry management 12 N0 4, 2001.



حماية المستهلك من الممارسات المقيدة للمنافسة

مداخلة من تقديم
أ/ نبيل ناصري
كلية الحقوق . جامعة جيجل . الجزائر

مقدمة

إن الإصلاحات الاقتصادية التي اعتنقتها الجزائر في أواخر الثمانينات قد توجت بإصدار العديد من النصوص التشريعية تجسيدا للتوجه الجديد ، لعل من بين هذه النصوص نذكر قانون 02.89 المتعلق بحماية المستهلك ⁽¹⁾ . لكن وبالرغم من صدور هذا القانون سنة 1989 إلا أن تطبيقه بقي مرهونا بصدور نصوص قانونية أخرى مكلمة له ، من شأنها أن تسمح له بأن يتجسد في أرض الواقع. لذلك كان من الوجوب انتظار سنة 1995 لصدور قانون المنافسة والذي ألغيت أحكامه بموجب الأمر 03.03 ⁽²⁾ ، حيث جاءت قواعده من أجل تأكيد ممارسة الحريات التي تضمنتها السياسة الاقتصادية القائمة على حرية التعاقد ، حرية تحديد الأسعار... كما تضمن قانون المنافسة أحكاما تخص حماية المستهلك من الممارسات المقيدة للمنافسة.

ومن المعروف في الدول ذات الاقتصاد الحر ، أن تكريس مبدأ المنافسة الحرة يعتبر من أهم العوامل التي تؤدي إلى خلق بيئة تنافسية فعالة تعمل على إرضاء المستهلكين من خلال توفير المنتجات بأسعار مناسبة وأعلى جودة. ولا يكون ذلك إلا في إطار التزام جميع الأشخاص الذين يمارسون نشاطا اقتصاديا في السوق بأحكام القانون ، لذلك نتساءل عما هي الآليات التي وضعها المشرع الجزائري لوضع حد للممارسات الاحتكارية التي من شأنها الإضرار بالمستهلك ؟

1 - ماهية الممارسات المقيدة للمنافسة : تحت تأثير المنافسة يلجأ المتعاملون الاقتصاديون في غالبية الأحيان إلى مضاعفة قوتهم الاقتصادية في السوق عن طريق استعمال أساليب تتنافى مع قواعد المنافسة الحرة ، بحيث يسعى هؤلاء إلى تلبية حاجيات المستهلكين وتحقيق الأرباح مما يفرض عليهم



بذل جهود مستمرة في مجال البحث والتطوير والإبداع، ومن أجل تحقيق أقصى ما يمكن من الأرباح قد يحاول البعض منهم تقليص عدد منافسيهم أو إقصائهم من السوق بوسائل غير قانونية توصف بالممارسات المنافسة للمنافسة الهدف منها الحد من المنافسة أو إلغائها.

ويشير الأمر رقم 03/03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالمنافسة إلى عدة أنواع من الممارسات المقيدة للمنافسة والتي تكمن فيما يلي:

أولا - الاتفاقات المحظورة : تنص المادة 6 من الأمر رقم 03/03 المتعلق بالمنافسة على أنه: « تحظر الممارسات والأعمال المدبرة والاتفاقيات والاتفاقات الصريحة أو الضمنية عندما تهدف أو يمكن أن تهدف إلى عرقلة حرية المنافسة أو الحد منها أو الإخلال بها في نفس السوق أو في جزء جوهري منه... يخضع تطبيق نص المادة السابقة إلى توفر بعض الشروط، حيث إنه لا اعتبار اتفاق ما بأنه محظور لا بد من تحقق بعض الشروط والتي يمكن أن نذكرها فيما يلي : 1 - الاتفاق بين الأعوان الاقتصاديين . 2 - الإخلال بحرية المنافسة. 3 - العلاقة السببية بين الاتفاق والمناهضة بحرية المنافسة.

1 - المقصود بالاتفاق : يقصد به التعبير عن الإرادة المستقلة من طرف مجموعة من الأعوان الاقتصاديين بهدف تبني خطة مشتركة تهدف إلى الإخلال بحرية المنافسة داخل سوق واحدة للسلع والخدمات، ولا يقوم الاتفاق في غياب هذا الشرط⁽³⁾.

فتكليف الاتفاق la qualification d'entente يستدعي التقاء مجموعة من الإيرادات بين مجموعة من المؤسسات تتمتع باستقلالية في اتخاذ القرار، بحيث تساهم كل منها وبصفة مستقلة في رسم سياستها الخاصة في السوق وذلك بغية إيجاد هدف مشترك بينهم. فلا يتحقق هذا الشرط إلا بتوفر إرادة مجتمعة بين هؤلاء المتعاملين، وبتعبير آخر فإن الاتفاق يتحقق بمجرد انصراف إرادة كل مؤسسة معنية تتمتع بسلطة القرار إلى الانخراط في قالب مشترك يشكل سلوك جماعي لمجموعة من المؤسسات مما قد يؤثر على الاستقلالية المعترف بها لكل منها⁽⁴⁾. خاصة مع العلم بأن حرية المنافسة في السوق تقتضي الحفاظ على استقلالية قرار كل المتعاملين الاقتصاديين سواء من حيث تحديد الأسعار أو الدخول في السوق أو الشروط العامة للبيع.



2 - الإخلال بحرية المنافسة : إلى جانب تحقق شرط وجود الاتفاق، ينبغي البحث عن الآثار التي يترتبها على حرية المنافسة لأن الاتفاق المحظور هو الذي يكون ذو طبيعة مناهضة للمنافسة سواء بالحد منها أو بإعاقتها أو بإخلالها. فبالإضافة إلى الحظر العام للاتفاقات التي يتضمنها النص نجد أوجه خاصة ومحددة تتمثل في مجموعة من الممارسات تعتبر بمثابة أساليب للإخلال بالمنافسة الحرة⁽⁵⁾.

3. العلاقة السببية بين الاتفاق المعني والإخلال بالمنافسة :
يتحقق هذا الشرط في حالة ما إذا كان الضرر الذي ألحق بحرية المنافسة في السوق من فعل الاتفاق المعني entente mise en cause القائم بين الأطراف المتواطئة فيه. ومن خلال هذا الشرط نستخلص بأنه يجب أن تكون هناك علاقة سببية بين عملية التشاور التي تجري بين عدة أطراف وما ينتج عن هذه العملية من آثار سلبية على حرية المنافسة والمساس بقواعد حسن سير السوق.

ثانيا - التعسف في وضعية الهيمنة على السوق :
إن الحجم الكبير للمؤسسة والذي يسمح لها باكتساب مركز قوي في السوق غير ممنوع في حد ذاته، وإنما يمنع القانون التعسف في استعمال هذه القوة الاقتصادية خاصة عندما يكون الهدف منها الحد والإخلال بحرية المنافسة الحرة عن طريق إقصاء المتنافسين الآخرين من ممارسة النشاط الاقتصادي في السوق . وفي هذا الإطار تنص المادة 7 من قانون المنافسة على أنه: « يمنع كل تعسف ناتج عن هيمنة على سوق أو احتكار له أو على جزء منه... ». وفي السابق كان المنع والجزاء مفروضا على مجرد التعسف في وضعية الهيمنة في السوق، إلا أن القانون الفرنسي قد أضاف قاعدة جديدة عن طريق الأمر المؤرخ في 01 ديسمبر 1986 المتعلق بالمنافسة والأسعار، تتمثل في الاستغلال التعسفي لوضعية التبعية الاقتصادية⁽⁶⁾. وهو الأمر الذي اتبعته مختلف التشريعات المقارنة، بحيث نجد أن المشرع التونسي قد وسع بدوره من مجال المحظورات في القانون المؤرخ في 10 ماي 1999 المتعلق بالمنافسة، إذ إنه أضاف إلى القانون القديم عبارة « يحظر أيضا الاستغلال التعسفي لوضعية التبعية الاقتصادية »⁽⁷⁾.

غير أن المشرع الجزائري قد تأخر في تنظيم هذه الممارسة إلى أن صدر المرسوم التنفيذي رقم 2000 - 314 المؤرخ في 14 أكتوبر 2000⁽⁸⁾، بحيث



أشارت المادة 05 منه على أنه: « تحدث هذه الحالة في غياب حل بديل ». ولكن لم يتم تنظيم هذه الممارسة المقيدة للمنافسة بصفة واضحة إلا بصدر الأمر رقم 03/03 المتعلق بالمنافسة والذي يعرف وضعية التبعية الاقتصادية بـ « العلاقة التجارية التي لا يكون فيها لمؤسسة ما حل بديل مقارن إذا أرادت رفض التعاقد بالشروط التي تفرضها عليها مؤسسة أخرى سواء كانت زبونا أو ممونا »⁽⁹⁾.

ثالثا - ممارسة أسعار بيع مخفضة بشكل تعسفي :

حسب مقتضيات المادة 12 من الأمر رقم 03/03 المتعلق بالمنافسة، يمنع كل عون اقتصادي من بيع سلعة بسعر أقل من سعر التكلفة الحقيقي، إذا أدى أو عندما يؤدي ذلك إلى الحد من المنافسة ويخص الحظر القانوني المنتجات التي يعاد بيعها بسعر أقل من سعر التكلفة الحقيقي مع الإشارة إلى أن المشرع الجزائري اعتمد بدل سعر الشراء الحقيقي، سعر التكلفة الحقيقي⁽¹⁰⁾ مما يطرح إشكالية تحديد هذا السعر فإذا كان سعر الشراء يظهر من تفحص الفواتير التي يسلمها البائع، فإن سعر التكلفة لا يمكن التحقق منه إلا بالرجوع إلى هيكل الأسعار و تحديده الشيء الذي يزيد في تعقيد عملية البحث عن الإثبات لأن إنجاز مثل هذه العملية ليس بالأمر الهين. إن عمليات البيع قد تأخذ أشكالا مختلفة تختلف باختلاف ظروف البيع. فحتى أن المبيعات الموجهة للمستهلكين يمكن أن تكون تعسفية تهدف إلى تحقيق تحويل العملاء و لو بصفة غير مباشرة⁽¹¹⁾.

وهذه الممارسة تجد أرض ميعادها في المراكز الكبرى للتوزيع، أين تعرض بعض السلع والمنتجات للبيع بأسعار زهيدة أو أنها تباع بخسارة، لكن في نفس الوقت تعرض سلع أخرى بأسعار معقولة⁽¹²⁾. فالعملية الأولى تكون بمثابة فخ، إذ إن الزبائن يغترون، مما يدفعهم إلى الشراء أكثر، فقد ذهب بعض الفقهاء وكذا المختصين إلى إيجاد عبارة تدل على هذا النوع من الممارسات والتي يعبر عنها بـ: « جزيرة من الخسائر في محيط من الأرباح » « un îlot de pertes dans un océan de profits » في أول وهلة أنها ممارسة تجارية غير عقلانية لو لا أنها ترمي إلى تحقيق أهداف معينة، إذ تستعمل هذه الطريقة لجلب أكثر قدر ما يمكن من الزبائن بواسطة الأسعار المنخفضة مع الأمل في إغرائهم باقتناء منتجات أخرى ذات



هوامش معتبرة، وبالتالي فإنها تعتبر وسيلة إشهارية تؤدي إذا أحسن استعمالها إلى ارتفاع المبيعات⁽¹³⁾.

رابعا - التجميعات الاقتصادية : إن قانون المنافسة لا يمنع إجراء التجميعات مثلما يمنع الممارسات المنافسة للمنافسة الحرة، بل يعتبر أن كلّ تمركز اقتصادي يرمي إلى التحكم الفعلي في جزء من السوق الوطنية يجب أن يحصل على اعتماد مسبق من قبل مجلس المنافسة⁽¹⁴⁾. ومع ذلك فرض قانون المنافسة ضرورة مراقبة التجميعات، حيث أثبتت التجربة بأن السير الحسن للسوق يمر عبر مراقبة المؤسسات كما ينص الأمر المتعلق بالمنافسة على غرار التشريعات الأخرى (الألماني والأمريكي) في مادتيه 11 و 12 على مراقبة عمليات التجميع وألقى هذه المهمة على مجلس المنافسة.

ولا شك أن سياسة أي مشروع نحو التجميع أو التمرکز الاقتصادي هي امتداد واستكمال لسياسته تجاه الهيمنة على السوق أو عدم تقييد المنافسة، على اعتبار أن المشروع يفرض مراقبة كل التصرفات التي تؤدي إلى تقييد المنافسة وتقاديرها سعيا إلى بث المنافسة في السوق ومن ثمة حماية المستهلك.

لا تخضع مشاريع أو عمليات التجميع، للمراقبة إلا إذا كان من شأنها إلحاق الضرر بالمنافسة من خلال تدعيم موقع الهيمنة الذي يحتله المتعامل الاقتصادي على مستوى السوق، وهذا ما يعكس ازدواجية الأهداف المتوخاة من مراقبة التجميعات من جهة والتعسف الناجم عن وضعية الهيمنة من جهة أخرى.

فمراقبة التجميعات تمكن المجلس بالتدخل بخصوص الأعوان الاقتصاديين، الذين يؤسسون هياكل كفيلة بالتأثير على الاقتصاد وذلك حتى في حالة عدم إقدامهم على أي تعسف. أمّا مراقبة التعسف فإنها تسمح للمجلس بمعاينة السلوك التعسفي الناجم عن التجميع، فالهدف من مراقبة التجميع هو الوقاية من التعسف المحتمل.

2 . الأجهزة المكلفة بمتابعة الممارسات المقيدة للمنافسة : إذا كانت حماية المستهلك و تنظيم المنافسة يمثلان أهم أهداف الرقابة على الأسواق، فإنه لا ينبغي النظر إلى هذه الرقابة على أنها تدخل في عمل الأسواق بالمعنى الذي يفقدها حرية المبادرة و التكيف مع المعطيات الاقتصادية المحيطة بها، وإنما الرقابة من خلال الهيئات المستحدثة لذلك هدفها مواجهة كل الممارسات المقيدة للمنافسة الحرة، وكذا مواجهة الآثار السلبية الناشئة عن هاته الممارسات التي من شأنها الإضرار بالمستهلك.



فبقصد الحفاظ على شفافية السوق وحماية المستهلك اقتضى الأمر إنشاء جهاز مستقل يختص بمحاربة كل الممارسات والعمليات الاحتكارية يدعى بمجلس المنافسة (أولا)، هذا إلى جانب الدور المنوط في هذا المجال بجمعيات المستهلكين (ثانيا) وكذا السلطات العمومية عن طريق المصالح الإدارية المكلفة بالتجارة (ثالثا)

أولا - مجلس المنافسة le conseil de la concurrence

إن استحداث مجلس المنافسة كهيئة قمعية لمحاربة الممارسات المقيدة للمنافسة تقتضي الإشارة إلى ظهوره أولا ثم التطرق إلى صلاحياته ثانيا.

1 - ظهور مجلس المنافسة: يعتبر ظهور وتطور مجلس المنافسة مرهونا بظهور وتطور التشريعات المناهضة للاحتكارات، إذ أنه ظهرت الحاجة لحماية المنافسة الحرة منذ زمن مبكر في الدول ذات الاقتصاد الحر، بحيث يعتبر من قبيل الاحتكارات تلك الممارسات التي يكون الهدف منها الإخلال بمبدأ المنافسة الحرة، وبقصد حماية هذا الأخير لجأت هذه الدول إلى إنشاء أجهزة متخصصة تسهر بصفة عامة على حماية قواعد اللعبة الاقتصادية في السوق.

ثم إن الإصلاحات الاقتصادية التي تم القيام بها خلال العشرية الأخير قد ساهمت بقسط وافر في تحرير التنظيم الاقتصادي والتجاري الوطني، والذي كان له انعكاسات على الصعيد المؤسسي، إذ تم تحويل جانب من اختصاصات السلطة العامة (سلطة الضبط) إلى هيئات جديدة مكلفة بضبط النشاطات التجارية. وقد تم تدعيم البرنامج العام لتحرير الاقتصاد بإصدار في سنة 1995 الأمر المتعلق بالمنافسة، الذي بين المبدأ العام لتحرير الأسعار، ووضع أسس قانون المنافسة ونظم قواعد حمايته عن طريق إنشاء مجلس المنافسة⁽¹⁵⁾.

2 - صلاحيات مجلس المنافسة : لا شك في أن تنصيب مجلس المنافسة كان يهدف بالأساس إلى ترقية وحماية المنافسة كما يبرز ذلك من أحكام القانون المتعلق بالمنافسة الذي جاء ليضع أسس قانون المنافسة والقواعد التي من شأنها تنظيم الممارسات وتصرفات الأعوان الاقتصاديين.

فهذه المهام المنوطة بمجلس المنافسة لا يمكن تحقيقها إلا عن طريق ممارسة السلطات المخولة له بموجب أحكام الأمر 03/03 المتعلق بالمنافسة. وفي هذا الإطار يتمتع مجلس المنافسة بسلطة اتخاذ القرار وإبداء الرأي حول جميع المسائل التي تدخل ضمن اختصاصه، سواء كان ذلك بمبادرة منه عن طريق التدخل التلقائي أو كلما طلب منه ذلك⁽¹⁶⁾ ومن ثمة تشكيل ملف حول



الممارسات المرفوعة أمامه أو تلك التي بادر بالمعينة فيها ، وفي الأخير اتخاذ القرار المناسب وفقا لأحكام الأمر المتضمن قانون المنافسة.

1 . الصلاحيات التنازعية : يتمتع مجلس المنافسة كما سبقت الإشارة إليه بسلطة القرار كلما كانت الممارسات والأعمال المودعة أمامه أو المثبتة تدخل في إطار تطبيق المواد من 6 إلى 12 من الأمر المتعلق بالمنافسة. ومن خلال هذه المهام الأساسية المعترف بها للمجلس والتي من شأنها تحقيق أكبر شفافية للسوق في ميدان الممارسات المقيدة للمنافسة ، أراد المشرع أن يجعل من المجلس الضابط الأساسي للمنافسة والخبير الرسمي في الميدان. غير أن تمتع مجلس المنافسة بهذه الصلاحيات التنازعية attributions contentieuse ، تبقى محدودة فقط على الممارسات المنافية للمنافسة. وفي هذا الإطار يختص مجلس المنافسة بالنظر ومعالجة المعاملات المنافية للمنافسة عندما يخطر من طرف الأعوان الاقتصاديين أو الوزارة المكلفة بالتجارة أو عندما يخطر تلقائيا.

وعليه فكل ما يخرج عن هذه المعاملات لا يعد من اختصاص مجلس المنافسة، وإنما يعود الاختصاص فيها إلى الهيئات القضائية خاصة كل ما يتعلق بخرق قواعد شفافية الممارسات التجارية ونزاهتها.

2 . الصلاحيات الاستشارية : إلى جانب الصلاحيات التنازعية والتي سبق ذكرها ، يتمتع مجلس المنافسة بصلاحيات استشارية attributions consultatives في مجال المنافسة إذ أنه يعتبر بمثابة الخبير المختص في هذا المجال ، حيث له أن يبدي رأيه بشأن نصوص حيز التحضير أو حول المسائل التي لها صلة بالمنافسة.

وتُعَدُّ الاستشارة أمام المجلس وسيلة في متناول جميع المشاركين في الحياة الاقتصادية والاجتماعية داخل الدولة ، ابتداء من السلطة العامة إلى المواطن البسيط عبر جمعيات المستهلكين والجمعيات المهنية والنقابية وغيرها من الأشخاص التي لها أن تستشير مجلس المنافسة حول الأمور التي لها علاقة بالمنافسة.

هذه هي الوضعية السائدة في الدول الليبرالية التي ترغب في انتهاز اقتصاد السوق كالجوائز مثلا أين تكون استشارة المؤسسات العمومية المتخصصة مسألة في متناول الجميع. وقد بدأ التفكير في الدور الاستشاري لبعض الهيئات المكلفة بذلك في إطار المرسوم الرئاسي المتضمن لجنة إصلاح



هياكل الدولة⁽¹⁷⁾ والذي وضع لجنة فرعية تسمى "اللجنة الفرعية للاستشارة والضبط والمراقبة".

ثانيا: جمعيات المستهلكين les associations de consommateurs تعتبر جمعيات المستهلكين الملجأ الأساسي للمستهلك و ذلك لما توفره له من حماية كافية والدفاع عن حقوقه. ويقع على عاتقها خلق التوازن بين حقوق المستهلكين و المنتجين، كما تهدف إلى محاولة إيجاد حلول لما يعانيه المستهلك من عوائق كمحاربة الارتفاع المستمر للأسعار، تطور مواصفات السلع...الخ.

1. ظهور جمعيات المستهلك: من أوائل جمعيات حماية المستهلك التي ظهرت في شكل منظم بجهود المستهلكين نجد الجمعيات التعاونية les coopératives de consommation التي تباع السلع بأسعار منخفضة عن تلك التي يبيع بها التجار في السوق. و قد تلى هذه الجمعيات التعاونية ظهور جمعيات الحماية التي لا تهدف إلى تحقيق أي ربح بل تهدف إلى تنسيق الجهود والخبرة لتوفير الوسائل المختلفة للدفاع عن مصالح المستهلكين⁽¹⁸⁾. وكانت أول جمعية خاصة بالمستهلك ظهرت في الولايات المتحدة في 1928 وهي جمعية consumer research والتي كان لها دور في تنبيه السلطات العمومية في نقص المعلومات المعطاة للمستهلكين من طرف المنتجين وكذا القيام بالدراسات والأبحاث هدفها إعلام المستهلك و توعيته. وما تلتها من جمعيات أخرى إلى أن تم التصريح عن الحقوق الأساسية للمستهلك من قبل الرئيس الأمريكي كالحق في السلامة والأمن، الحق في الإعلام والتي تعتبر بمثابة اعتراف بجمعيات المستهلكين وتعزيزا لأدوارها⁽¹⁹⁾.

ومن ثمة فإن قوة التيار الاستهلاكي في أمريكا ترتب عنه نشر الوعي الاستهلاكي في مختلف أقطار العالم، حيث أنه سنوات بعد ذلك بدأت البلدان الغربية بدورها تشعر بالأخطار التي تهدد المستهلك. ففي فرنسا على سبيل المثال كانت جمعيات المستهلكين هذه كثيرة ومتعددة الأنواع ولعل أهم هذه الجمعيات الفرنسية الإتحاد الفدرالي للمستهلكين (UFC) والإتحاد الوطني للجمعيات التعاونية للمستهلكين⁽²⁰⁾. وهو نفس الموقف الذي اتخذته معظم التشريعات الأوروبية وحتى العربية، ففي الجزائر يعتبر ظهور جمعيات حماية المستهلك مسألة حديثة نوعا ما، حيث تتطابق أهدافها مع أهداف



جمعيات حماية المستهلك في الدول الأوروبية من حيث خلق الوعي العام لدى المستهلك وإرشاده إلى سبل التأكد من مدى ملائمة المواد الاستهلاكية⁽²¹⁾.

2 - تنظيمها : تنشأ جمعيات حماية المستهلك بصفة أصلية بناء على رغبة المستهلكين أنفسهم، حيث يجب على كل جمعية للمستهلكين أن تكون مصرح بها. فمنذ صدور قانون 31. 90 الصادر في 04 ديسمبر الذي يعترف بمبدأ حرية تشكيل جمعيات حماية المستهلك على غرار الجمعيات الأخرى لا تخضع لإجراء الاعتماد وإنما تشكيلها يكون بمجرد إجراء شكلي يتمثل في التصريح المسبق. déclaration préalable⁽²²⁾.

ومن ثمة فإن حصول الجمعية على التصريح يجعلها متمتعة بالشخصية المعنوية، لكن قدرتها محدودة، لأنها لا تستطيع الحصول على هبات أو مساعدات مالية. وحتى تكتمل قدرتها يجب أن تعرف الجمعية بمصادقية أو بفعالية عامة وأن يكون مستقلا عن أي شكل من أشكال النشاطات الخاصة. ويمكن أن يكون نشاط جمعيات المستهلكين وطنيا أو محليا حسب مجال و ميدان نشاطها في منطقة أو محيط معين.

3 - دور جمعيات حماية المستهلك في مجال متابعة الممارسات المقيدة للمنافسة: تقوم عادة جمعيات المستهلكين بمهام عديدة من حيث توعية وإعلام وتمثيل المستهلكين وبصفة عامة الدفاع عن مصالح المستهلك. كما اعترف القانون لهذه الجمعيات المعتمدة بحقها و سلطاتها في مجال تطبيق قانون المنافسة، هذا إلى جانب اختصاصها في تطبيق قواعد حماية المستهلك كما سلف الذكر لاسيما في التبليغ عن المخالفات و تقديم الشكاوى و رفع الدعاوى أمام الجهات المختصة للمطالبة بإلغاء الممارسات المقيدة للمنافسة والتعويضات التي تلحق بالمصالح المشتركة للمستهلك⁽²³⁾.

وبالرجوع إلى المادة 03/19 من قانون المنافسة نجد أنها تنص على إمكانية جمعيات المستهلكين طلب استشارة مجلس المنافسة حول اقتراح مشاريع القوانين و حول كل مسألة تتعلق بالمنافسة. كما يمكن لهذه الجمعيات وفقا للمادة 23 من نفس القانون إخطار مجلس المنافسة و ذلك متى كان لها مصلحة في ذلك ومن شأن المخالفة أن تلحق ضررا بالجمعية ومتى كانت معتمدة قانونا. هذا إلى جانب إمكانيةها في استئناف المقررات التي يتخذها مجلس المنافسة لوضع حد للممارسات المقيدة للمنافسة و ذلك أمام



مجلس قضاء الجزائر الفاصل في المواد التجارية خلال أجل شهر واحد ابتداء من تبليغها.

لكن ما يجب الإشارة إليه هو أن هذه الجمعيات لم تبرز بنشاطها ولم تظهر ديناميكية أو فعالية مستمرة وهذا بالرغم من العدد غير المحدد والتعديلات المستمرة على صحة وأمن المستهلك وبالأخص التلاعبات بالأسعار التي يقع ضحيتها هذا المستهلك مما كان له أثر على تدهور القدرة الشرائية له، الأمر الذي يجعل التأثير الاجتماعي لهذه الجمعيات يبقى ضعيفا⁽²⁴⁾.

3 - الإدارة المكلفة بالمنافسة في وزارة التجارة: تتوفر وزارة التجارة على مصالح متخصصة تمكّنها من أداء دورها على أحسن وجه لاسيما في مجال مراقبة المنافسة. ومن هذه المصالح يمكننا ذكر مديرية المنافسة والمفوضية المركزية على المستوى المركزي، هذا إلى جانب مديرية المنافسة والأسعار على مستوى كل ولاية والمفشيات الجهوية التي تتواجد عبر سبع جهات من الإقليم الوطني ومهمتها الأساسية هي حماية المنافسة وتطويرها بشكل يكرس منافسة نزيهة وقانونية بين جميع الأعوان الاقتصاديين ومن ثمة توفير حماية للمستهلك⁽²⁵⁾. وبالإضافة إلى هذه المصالح يعين الوزير المكلف بالتجارة وفقا لقانون المنافسة ممثلا واحدا وممثلا إضافيا لدى مجلس المنافسة، حيث يشارك هذا الممثل في أشغال مجلس المنافسة دون الحق في التصويت. كما يمكن لوزير التجارة أن يحيل المسائل المتعلقة بالممارسات المقيدة للمنافسة إلى مجلس المنافسة.

خاتمة

في الأخير نود الإشارة إلى أنه بالرغم من وضع أجهزة متعددة تعمل على حماية المستهلك من الممارسات المخلة بالمنافسة، إلا أن ذلك لم يعد كفيلا لوضع حد للتعديلات المستمرة على المستهلك الذي يبقى الفريسة المستهدفة من قبل المتعاملين الاقتصاديين خاصة، أمام غياب الهيئات المنوط بها حمايته، في الساحة الوطنية. بحيث لا تزال تجد صعوبات في الظهور كهيئات قوية في ترقية المنافسة وحماية المستهلك رغم المجهودات المبذولة منذ إنشائها.

فبالنسبة لمجلس المنافسة فإن أغلبية المؤسسات تجهل وجوده وأهمية دوره في احترام قواعد المنافسة، وهو الأمر نفسه بالنسبة لجمعيات المستهلكين التي تصادف بعض الصعوبات في سبيل القيام بدورها في حماية المستهلك من الممارسات المقيدة بالمنافسة بالنظر إلى ضعف خبرتها و عدم قدرتها على فهم



أبعاد الممارسات المذكورة التي تتمتع بالطابع التقني⁽²⁶⁾. هذا إلى جانب عدم معرفتها لوسائل الحماية القانونية بصفة عامة، وضعف الوسائل المادية لها (الموارد المالية، المقرات...الخ). وأمام هذه الصعوبات كثيرا ما تتردد هذه الجمعيات في الإبلاغ عن المخالفات مما يفقد الأجهزة المكلفة بتطبيق القانون من مساعدة هذه الجمعيات.

ومما لاشك فيه أن أية جهود لحماية المستهلك لا يمكن أن تكلل بالنجاح دون تضافر جهود الهيئات و الأجهزة الرقابية التابعة للدولة وجمعيات حماية المستهلك، وأن تعمل جنبا إلى جنب وفي تكامل من أجل حماية المستهلك من كل مظاهر الغش والاحتكارات.

الهوامش:

- كما أدت هذه الإصلاحات من خلال تحرير التجارة و تكثيف المبادلات التجارية سواء كان ذلك داخل الإقليم الوطني أو مع الخارج إلى بروز مفاهيم جديدة في المحيط القانوني الجزائري لاسيما المنافسة والاستهلاك والتي كانت في أصلها مصطلحات اقتصادية. انظر في هذا المجال:

- FILALI (D), FETAT (F), BOUCENDA (A), concurrence et protection du consommateur dans le domaine alimentaire en Algérie, RASJEP, Vol 36, N° 01, 1998, p. 63.

1- قانون 89 - 02 المؤرخ في 02 / 02 / 07، المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ج ر عدد 06 لسنة 1989.

2- الأمر رقم 03 - 03 المؤرخ في 03 / 07 / 19، يتعلق بالمنافسة، ج ر عدد 43، الصادرة بتاريخ 2003 / 07 / 20.

3 - Voir : SAIDI Abdelmadjid, Présentation des pratiques anticoncurrentielles, leur contrôle et leur sanction, In w.w.w.ministèreducommerce-dz.org, p.03.

4 - BOUTARD. LABARDE, (M.C), (C.G), Droit des affaires de la concurrence, LGDJ, Paris, 1994, p.120.

5- كتو محمد الشريف، الممارسات المنافية للمنافسة، مجلة إدارة عدد 23، سنة 2002، ص 60.

6- KNANI Youcef, « Abus de position dominante », Revue de jurisprudence commerciale, Avril 2000, p.95.

7 - انظر الجريدة الرسمية، العدد 61، لسنة 2000.

8- انظر المادة 58 من الأمر رقم 03 / 03 السالف الذكر.

9- وهو ما يفهم كذلك من خلال قراءة المادة 12 من الأمر رقم 03 / 03 المتعلق بالمنافسة.

10 - CHAPUT Yves, le droit de la concurrence, « que sais- je ? » 2eme edition, presse universitaire de France, juillet 1991, p.93.

11 - SERRA Yves, Le droit de la concurrence : connaissance du droit, Editions DALLOZ, Paris, 1993, p.106.

12 - د. زوايميه رشيد، القانون الاقتصادي: مبدأ المنافسة الحرة، (مطبوعة غير منشورة)، جامعة تيزي وزو، 98 / 97، ص 07.



- 13- د. أحمد عبد الرحمن الملمح، مدى مخالفة الاندماج والسيطرة لأحكام المنافسة التجارية، مجلة الحقوق، عدد 04، سبتمبر 95، ص 25.
- 14- تنص المادة 17 من الأمر رقم 03/03 المتعلق بالمنافسة على: « أن يكون مشروع التجميع من شأنه المساس بالمنافسة و تعزيز وضعيّة الهيمنة على السوق... ».
- 15- DIB Saïd, « La nature du contrôle juridictionnel des actes de la commission bancaire en Algérie », Revue Banque et Droit, N° 08, Novembre Décembre 2001, p.16.
- 16- انظر المادة 34 من الأمر رقم 03/03 المتعلق بالمنافسة.
- 17- مرسوم رئاسي رقم 372/2000 مؤرخ في 22 نوفمبر 2000، يتضمن إحداث لجنة إصلاح هيكل الدولة ومهامها، جريدة رسمية عدد 71 مؤرخة في 26 نوفمبر 2000.
- 18- PICOD (Y), DAVID (H), Droit de la consommation, Edition DALLOZ, Paris, 2005, pp.26.
- 19- NEIRYNK (J), HILGERS (W), le consommateur piege, Edition ouvrier, Paris, 1973, p.257.
- 20- راجع: حسن عبد الباسط جميعي، حماية المستهلك: الحماية الخاصة لرضا المستهلك في عقود الاستهلاك، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 1997، ص، 37. 38.
- 21- Voir : KAHLOULA (M), MEKAMCHA (G), la protection du consommateur en droit Algérien, Revue IDARA, Vol 06, n 01, 1996, p. 54.
- parmi les premières associations de consommateur en Algérie on peut citer l'Association de protection des consommateurs (AAPC) créée a Alger en 1988, ou encore l'Association Intérêt et Défense du consommateur (IDEC) créée en 1989. Voir KAHLOULA, op-cit, p 56.
- 22- Ibid, p. 57.
- 23- ينبغي الإشارة إلى أن مهام حماية المصالح المشتركة المنصوص عليها في المادة 12/2 من قانون حماية المستهلك تختلف المصلحة العامة التي تسعى للدفاع عنها وحمايتها الدولة والنيابة العامة التي تمثل المجتمع. راجع بالتفصيل في هذا الشأن :
- GALAIS AULOY (J), Droit de la consommation, Edition DALLOZ, Paris, 1980, p. 367 et s.
- 24- راجع: بن بوخيس علي بولحية، القواعد العامة لحماية المستهلك و المسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى، الجزائر، 2000، ص 66.
- 25- AYAD (R), « les institutions chargées de concurrence », revue MUTATION, N° 12, juin 1995.
- 26- فمثلا لا تهدف كل عمليات الدمج إلى القضاء على المنافسة وإنما قد تهدف إلى تخفيض تكلفة الإنتاج والاستفادة من عامل الحجم في البحث و الإنتاج والتسويق. لذا يجب التأكد من أهدافه التي يمكن أن تكون ضرورية أو حتى إنقاذية أحيانا قبل الإخطار بالمخالفة.



حماية رضا المستهلك أثناء التعاقد

مداخلة من تقديم

أ/ عادل عميرات

معهد العلوم القانونية والإدارية - المركز الجامعي بالوادي



مقدمة

دخلت الجزائر نظام اقتصاد السوق و تبنت ما يمليه من مبادئ وحرريات، منصاعة بذلك لما استلزمته الظروف الاقتصادية والاجتماعية الداخلية و لما فرضته التطورات التكنولوجية العالمية خاصة في مجال النقل والاتصالات، فقد أصبح اليوم يستحيل استحالة مطلقة أن تعيش الدولة بمعزل عن غيرها من الدول وبات مفهوم السيادة يضيق أو بالأحرى يتغير .

الشعب الجزائري على غرار شعوب الدول الأخرى أضحي مصرا على الاستفادة بكل ما جاءت به التطورات التكنولوجية من وسائل وخدمات يفترض أن تسعى بالرقى للفرد والتقدم .

بل أكثر من ذلك فإن مفهوم السلع الكمالية و الضرورية أصبح في تطور مستمر فكل ما كان بالأمس كماليا سرعان ما تحول اليوم إلى ضروري، فالفرد اليوم لا يستطيع الاستغناء على المكيف ولا عن التلفاز ولا عن الهاتف النقال ... وأمام هذه الرغبة الملحة و الجامعة للمستهلك في الاستفادة من إفرازات التطور، بالنهم في الاقتناء للاستعمال والاطلاع والاكتشاف وتلبية مختلف حاجياته وتطوير أساليب عيشه، يجد نفسه ضعيفا فاقدا للتقنية والفنية وحنكة الممارسة أمام العون الاقتصادي .

ذلك أنه كل منتج أو حرفة أو مقدم خدمات أيا كانت صفته القانونية يسعى دائما في علاقته التعاقدية مع المستهلك إلى انتزاع رضا هذا الأخير لكن وفق ما يخدم و يحقق مصالحه والغايات التي تأسس من أجلها بشكل عام، ولا يتوانى في الوصول إلى ذلك باللجوء إلى استعمال جل الأساليب وإن انطوت على مغالطات علمية وممارسات لا أخلاقية، فوضع بنود تعسفية في العقد شيء عادي، واستعمال



إشهار تضليلي شيء ضروري و الامتناع عن واجب النصيحة والوضوح في تحديد الأسعار شيء مطلوب، ولا يهم في الأخير سواء الإجابة عن السؤال الذي مفاده كم حققت من ربح وكم استغرقت من وقت في سبيل ذلك ؟

وفي الحقيقة أنه لا مانع في سعي العون الاقتصادي للربح فتلك الغاية التي تأسس من أجلها في غالب الأحيان لكن يجب أن تكون هذه الغاية شريفة ونزيهة، و باستعمال أدوات مشروعة ومقتزنة بالشفافية وحسن النية دون اللجوء إلى انتهاج أي سبيل من سبل تضيق الخناق على المستهلك بالترويج والدعاية المظلمة التي يكره من خلالها بالتحريض والإغراء على الشراء أو يدفع لاقتناء أشياء في حقيقتها غير نافعة .

لا أحد اليوم يستطيع إنكار الخلل الواقع في العلاقة التعاقدية التي تنشأ بمناسبة عقد الاستهلاك بين العون الاقتصادي و المستهلك، فالعون الاقتصادي يكتسب خبرة فنية وتقنية جد عالية أكتسبها نتيجة ممارساته الطويلة في مجال التعاقد تضعه في مركز قوي يقف أمامها المستهلك في مركز اقتصادي ضعيف تتقصه الخبرة فيجد نفسه مدعنا للانصياع والتعاقد وفق الأشكال التي يملئها الطرف المنتج القوي الذي كثيرا ما تكون منتجاته وخدماته ليست في حقيقتها بالشكل الظاهر للمستهلك و ليست بالشكل الذي أراد التعاقد من أجله. من هنا أصبحت ضرورات حماية المستهلك الشغل الشاغل لكل الدول خاصة النامية منها، فقد عمد المشرع الجزائري إلى توفير حماية تشريعية ليضمن من خلالها إعادة بعض التوازن للعقد الاستهلاكي .

ورغم ما أورده في القانون المدني من نصوص قانونية ساهمت إلى حد ما في حماية رضا المستهلك من الوقوع في الإكراه و الغلط و التدليس ووضع التزامات بتحديد الثمن وضمان الحصول على أهلية التعاقد للقيام بهذه الممارسات التعاقدية الاقتصادية، إلا أنه سرعان ما شعر بضرورة دعمه بنصوص خاصة فجاء بأحكام القانون 02/89 المؤرخ في 07 فبراير سنة 1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك . ونظرا لكون هذا القانون جاء مقتضبا خاليا من أي تفصيل فإنه لم يصل بالمستهلك للغرض المطلوب من الحماية .

وقد عمد إثر ذلك إلى سن عدة نصوص تشريعية كان أهمها القانون 02/04 المؤرخ في 2004/06/23 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الذي سعى من خلاله تحقيق أكثر توازن للعلاقة التعاقدية بين العون الاقتصادي والمستهلك



ومن ثم توفير أكثر حماية لهذا الأخير بتجريم الكثير من السلوكات و أمام هذه التطور التشريعي الحاصل فإنه لا بد من الإجابة عن التساؤل التالي :

إلى أي مدى مازالت القواعد القانونية المدنية المنظمة للنظرية العامة للعقود كفيلة بحماية العلاقة التعاقدية التي تنشأ بمناسبة عقد الاستهلاك وإلى أي مدى وفق الشرع الجزائري في إضفاء أكثر خصوصية في الحماية العقدية للمستهلك من خلال ما جاء به في القانون 02/04 والقانون 02/89 ؟

هذا ما سنحاول مناقشته على النحو التالي :

أولا : حماية رضا المستهلك من خلال القواعد العامة في القانون المدني .

- حماية رضا المستهلك من خلال نظرية عيوب الإرادة .

- حماية رضا المستهلك من خلال نظرية العلم الكافي بالمبيع .

- حماية رضا المستهلك من تعسف عقد الإذعان .

ثانيا : حماية رضا المستهلك من خلال القانون 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية .

- حماية رضا المستهلك بضمان نزاهة الممارسات التجارية .

- حماية رضا المستهلك بضمان شفافية الممارسات التجارية .

أولا : حماية رضا المستهلك

من خلال القواعد العامة في القانون المدني

إن التفكير في خلق توازن عقدي بين المستهلك و العون الاقتصادي ليس بالشيء الجديد ، بل إن هذا الموضوع كان محل اهتمام جل تشريعات دول العالم منذ القدم ، ولكن ما زاد الأمر إلحاحا هو التقدم التكنولوجي الحاصل والتطورات المتسارعة التي شملت مختلف الميادين ، ولهذا لا نستغرب لما نجد أن أحكام نظرية العقد في القانون المدني قد تجاوزت هذا الموضوع في أكثر من مرة محاولة توفير بعض الضمانات الكفيلة بتحقيق التوازن العقدي في عقد الاستهلاك .

- حماية رضا المستهلك من خلال نظرية عيوب الإدارة :

حتى ينعقد العقد انعقادا صحيحا مرتبا لجميع أثاره فلا بد من تحقق ركن هام فيه وهو التراضي بين طرفي العقد ويكون هذا التراضي بحدوث تطابق بين إدارتين أو أكثر لإحداث أثر قانوني معين ، لكن هذا التطابق لا يكفي لوحده بل لا بد أولا وقبل كل شيء ، النظر في هذا الرضا محل التطابق ومدى سلامته من



العيوب التي تفسده و أهم هذه العيوب الواردة في القانون المدني الجزائري ثلاثة وهي الغلط والإكراه والتدليس والاستغلال .
الغلط :

الغلط و هو ما يقوم في ذهن المتعاقد فيدفعه إلى التعاقد¹ وقد تناوله المشرع الجزائري من خلال نص المادة 81 من القانون المدني التي نصت على أنه (يجوز للمتعاقد الذي وقع في غلط جوهري وقت إبرام العقد أن يطلب إبطاله) .
وما نلاحظه في نص المادة أنه يشترط للاعتداد بالغلط أن يكون جوهريا و أن يبلغ حدا من الجسامه يجعله دافعا رئيسيا للتعاقد ، وجاءت المادة 02/82 مدني بصور لهذا الغلط الجوهري أهمها أن يقع في صفة الشيء تكون جوهريه في اعتبار المتعاقد ، ورغم أن المشرع قد رتب عن الوقوع في الغلط قابلية العقد للإبطال ، إلا أننا لا نستطيع أن نقول بكفايتها في توازن العلاقة التعاقدية لعقد الاستهلاك ، لأنه رغم الوقوع في الغلط قد لا يتمكن المستهلك من اللجوء للإبطال ليس لعجزه عن ذلك بل لأنه رأى معظم الأعوان الاقتصاديين يقدمون سلعا وخدمات قريبة في المضمون والشروط ، فيصبح التمسك بالبطلان بلا جدوى لعدم الحصول على بديل .
التدليس :

هو إيهام الشخص بغير الحقيقة عن طريقة الحيل و الخداع لحمله على التعاقد² وقد تناوله المشرع من خلال أحكام المادتين 86 و 87 من القانون المدني ، ويقوم التدليس على عنصرين :
عنصر مادي : يتمثل في الوسائل المختلفة التي تستعمل لتضليل المتعاقد ودفعه لإبرام العقد كالكذب والكتمان .
عنصر معنوي : يتجسد من خلال نية التضليل و الخداع لدى المدلس قصد دفع الطرف الآخر للتعاقد .

وحتى يعتد بالتدليس كعيب فلا بد أن تكون الطرق الاحتيالية صادرة من المتعاقد أو نائبه أو عالم به على الأقل ، ورغم وضع التدليس كعيب إلا أن ذلك لا يضمن الحماية الكافية للمستهلك إلا إذا اعتدى العون الاقتصادي عليه مستعملا وسائل التدليس وعليه بيان وإثبات ذلك وهو مالا يسهل على المستهلك دائما ويظل مشكل عدم التوازن مطروح .



الإكراه :

وهو ضغط غير مشروع يمارس على المتعاقد بوسائل مختلفة فيولّد في نفسه رهبة أو خوفا يدفعه لإبرام عقد لا يرغب فيه³، فهذه الرهبة أو الخوف الذي يقوم في نفس المتعاقد المكروه هو الذي يعيب رضاه ويجعله قابلا للإبطال⁴، أي أن الإكراه يكون بتوليد الرهبة في نفس المتعاقد كانت في الحقيقة هي دافعه للتعاقد على إثر هذا الضغط الذي مارسه المتعاقد الآخر بشكل أو بآخر، وفي الحقيقة أن صور الإكراه قد تتعدد ولكن لتكون عيبا في الرضا مؤدية للإبطال، لا بد أن تكون ممارسة من طرف في العقد لأن المتعاقد قد يكون مكروها و لكن ليس من طرف في العقد و إنما نتيجة ظروف معينة كحاجة المستهلك للشيء المتعاقد من أجله فيكون مضطرا للقبول، وقد أقر المشرع الإكراه كمعيب من خلال نص المادة 88 من القانون المدني ورتب على وجوده جزاء الإبطال .

وفي الحقيقة أن تتعدد و تطور صور الإكراه في الوقت الحالي تستدعي التوسع في مفهومه ليكون كفيلا بحماية المستهلك في ظل التسارع التكنولوجي وتطور تقنيات الترويج للسلع.

الاستغلال :

هو في الحقيقة حالة نفسية من ظهرها المادية الوقوع في الغش . وقد تناوله المشرع في نص المادة 90 من القانون المدني، ويتحقق بتوافر عنصرين: عنصر مادي يتجسد من خلال التفاوت الكبير بين التزامات المتعاقد وما حصل عليه من فائدة من خلال العقد وبين ما التزم به المتعاقد الآخر من جهة أخرى، ويكون ذلك بظهور غبن فادح يلحق أحدهما على حساب الآخر . والعنصر الآخر معنوي يتمثل في أن هذا الخلل الموجود في العقد ناتج في حقيقته عن استغلال المتعاقد لطيش بين أو هوى جامع لدى الطرف المغبون إذ لا يكفي مجرد التفاوت في الالتزامات، وخضوع رضا المتعاقد لهذا العيب ليتمكن من طلب الإبطال، وفي الحقيقة رغم وجود عيب الاستغلال إلا أن المستهلك قد لا يستفيد منه في كل الحالات نظرا لما فيه من سلطة تقديرية واسعة للقاضي بشأن تقدير فداحة التفاوت بين التزامات المتعاقدين، كما أن تطبيق الإبطال لعيب الاستغلال يكون في مجال ضيق، فالمسألة تتطلب إثبات طيش بين أو هوى جامع وهو ما يعجز المستهلك عن إثباته في كثير من الحالات باعتباره الطرف الضعيف. حماية رضا المستهلك من خلال نظرية العلم الكافي بالمبيع :



تنص المادة 352 من القانون المدني على ما يلي (يجب أن يكون المشتري عالما بالمبيع علما كافيا ويعتبر العلم كافيا إذا إشتمل العقد على بيان المبيع وأوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه و إذا ذكر في عقد البيع أن المشتري عالم بالمبيع سقط حق هذا الأخير في طلب إبطال البيع بدعوى عدم العلم به إلا إذا أثبت غش البائع).

أما في الشريعة الإسلامية فقد عرفت خيار الرؤية وذلك إستنادا لقول صلى الله عليه وسلم (من اشترى ما لم يره فهو بالخيار إذا رآه)، وهذا الخيار قد خص به المشتري أما البائع فادعاءه بعدم علمه بالمبيع مستبعد.

والهدف من العلم بالمبيع هو جعل رضا المشتري صادرا على بينة للشيء المبيع، وإلا كان العقد قابلا للإبطال، ويسقط حق المشتري في طلب الأبطال إذا ذكر في العقد أنه عالم به حسبما يستفاد من الفقرة 02 من المادة 352 وفي الحقيقة أن خيار الرؤية يمكن أن يلعب دورا هاما في حماية المستهلك البسيط بتوفير رؤية حقيقية فعالة لما تفرزه التطورات التكنولوجية والمتسارعة في مجال السلع والخدمات، ونكاد نقول إنه يقف في كثير من الأحيان مشاهدا للمبيع ولكن بدون جدوى في توفير حماية استهلاكية لنفسه.

- حماية رضا المستهلك من تعسف عقد الإذعان :

رغم أن الشرع لم يورد تعريفا لعقد الإذعان إلا أن الفقه أوجد بعض التعريفات أبرزها للدكتور عبد المنعم فرج الصدة الذي عرفه بأنه العقد الذي يسلم فيه القابل بشروط مقررة يضعها الموجب و لا يقبل مناقشة فيها، وذلك فيما يتعلق بسلعة أو مرفق ضروري يكون من احتكار قانوني أو فعلي أو تكون المنافسة فيه محدودة النطاق في إنشائها .

ففقود الإذعان غالبا ما تكون في شكل مطبوعات أي في عقود نموذجية موجهة للجمهور أي أن العون الاقتصادي يكتفي بتحرير عقد واحد يمكن أن يمرر من خلاله كميات هائلة من السلع أو الخدمات وبشكل دائم، ذلك أن الشروط الموجودة بهذه العقود غير قابلة للمناقشة وموجهة لمصلحة الطرف ذي المركز القوي ومن أمثلتها عقود سونلغاز، عقود المياه، عقد النقل، عقد التأمين فالمتعاقد فيها محتكر لخدمة أو سلعة و المستهلك لا مفر له من اقتنائها باعتبارها من ضروريات الحياة اليوم، ولما في هذا النوع من العقود من تعسف ظاهر ذهب الكثير من الفقهاء إلى محاولة إنكار الصفة التعاقدية عليه، والحقيقة أن حماية



المستهلك اليوم من التعسف الوارد في مثل هذه العقود بإنكار الصفة التعاقدية فيها لا يمكن، لأنها أصبحت حقيقة وواقعا لا بد من التعامل معه، ولكن يمكن أن يحد من هذا التعسف انطلاقا من تدخل المشرع لتنظيمها .

وهو ما عملت به معظم التشريعات، فالتشريع الجزائري في المادة 110 مدني أعطى سلطة للقاضي للتدخل لتعديل عقود الإذعان، إذ تنص هذه المادة على أنه (إذا تم العقد بطريق الإذعان وكان قد تضمن شروطا تعسفية جاز للقاضي أن يعدل هذه الشروط أو أن يعفي الطرف المذعن منها وذلك وفقا لما تقضي به العدالة ويقع باطلا كل اتفاق على خلاف ذلك .

ورغم هذه الحماية التي خص بها المشرع الطرف الضعيف في العقد إلا أننا لا نستطيع أن نقول إن التفوق المهني للعون الاقتصادي على المستهلك هو من قبيل الإذعان الذي يبرر الحماية التي قررها المشرع في عقد الإذعان، وإنما قد يتم التعاقد بمناسبة عقد الاستهلاك مع وجود عدم توازن بين الالتزامات ولكن مع غياب أي احتكار في إمكانية مناقشة بنود العقد ذلك أن الخلل سببه عدم كفاءة المستهلك الفنية والتقنية ونقص ممارساته التعاقدية، التي قد لا تمكنه من مناقشة بنود العقد، أولا تسمح له بتقدير الآثار المترتبة من هذا العقد بصفة مسبقة وبالتالي فالمسألة تتطلب حماية أكثر مما أولته المادة 110 من القانون المدني .

ورغم ما لعبته هذه الوسائل التقليدية من دور هام في محاولة تحقيق توازن عقدي وحماية إلا أنها تظل قاصرة الفعالية في حماية المستهلك في ظل التطور والانفتاح الاقتصادي الحاصل وهو ما جعل المشرع يعمل على توسيع الحماية التشريعية، وهو ما قدم عليه من خلال القانون 02/89 المتعلق بالقواعد العامة كحماية المستهلك، وبصفة خاصة القانون 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية .

ثانيا : حماية رضا المستهلك من خلال القانون 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية .

أ) حماية رضا المستهلك بنزاهة الممارسات التجارية :

وسنبين من هذا الجانب عدة صور للحماية على النحو التالي :

- حماية رضا المستهلك من الشروط التعسفية :

كل منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم خدمات أيا كانت صفته القانونية يسعى دائما في علاقته التعاقدية مع المستهلك إلى تضمين عقد الاستهلاك جملة من



الشروط التي يرى أنها يمكن أن تخدم و تحقق مساعيه في ما يصبو إليه من تحقيق أرباح والغاية التي تأسس من أجلها بشكل عام .

وحقيقة إنه لا مانع في ذلك فهذه الغاية تظل شريفة و نزيهة ما كانت مقترنة بالنزاهة والشفافية وحسن النية، لكن أحيانا قد يعتمد العون الاقتصادي إلى إضفاء بعض الغموض على هذه الشروط، أو تضمينها ما يحصل من خلاله على ميزة مجحفة في حق المستهلك وهو ما يهدد هذا الأخير بالنظر إلى مركزه الضعيف اقتصاديا وفنيا مقارنة مع العون الاقتصادي .

وعلى غرار ما عرفته مختلف تشريعات العالم سعى المشرع الجزائري لحماية رضا المستهلك من هذه القيود المجحفة أثناء التعاقد وهي ما يظهر من خلال نص المادة الأولى في فقرتها الخامسة من القانون رقم 02/04 المؤرخ في 2004/06/23 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية وبالأخص المادة 29 من هذا القانون .

. مفهوم الشرط التعسفي :

نصت المادة الأولى من القانون 02/04 في فقرتها الخامسة محددة معنى الشرط التعسفي بأنه (كل بند أو شرط بمفرده أو مشتركا مع بند واحد أو عدة بنود أو شروط أخرى من شأنها الإخلال الظاهر بالتوازن بين حقوق وواجبات أطراف العقد).

هذه المادة عرفت الشرط التعسفي من خلال الأثر المترتب عليه وهو الإخلال بما يفترض من تحقيق توازن عقدي بين الحقوق والواجبات المترتبة على العلاقة التعاقدية بين العون الاقتصادي والمستهلك، لكن رغم هذا التعريف للشرط التعسفي إلا أن هذا الأخير بقي مبهما وذلك للعمومية التي اتسم بها مما يجعلنا نتساءل عن كيفية إعماله وذلك بإيجاد معايير تساعد على تحديد التعسف و تقدير درجة التوازن بين حقوق وواجبات أطراف عقد الاستهلاك .

ونظرا للتفوق التقني والفني المكتسب من العون الاقتصادي نتيجة ممارساته التعاقدية الذي يمكنه من التقدير الأولي للحقوق و الالتزامات التعاقدية فكيفه مع ما يتمشى ومصالحه على حساب المستهلك الذي يكون أقل خبرة تجعله ضحية ضغوط فعلية تجعله خاضعا لشروط العون الاقتصادي .

فقد سعى المشرع ليكون أكثر صرامة في تحقيق حماية المستهلك وذلك حين اكتفى حتى بوجود شرط واحد تعسفي من جملة شروط العقد للقول بتحقيق التعسف وهو ما يفهم من عبارة (كل بند أو شرط بمفرده أو مشتركا مع بند آخر



أو عدة بنود أو شروط أخرى....)، أي أن المشرع في تقديره لتحقيق التوازن العقدي للحقوق والالتزامات من عدمه اعتمد على النظر إلى الشروط وبنود العقد مجتمعة فقد يوجد شرط أو بند وحيد ويكون كافيا للإخلال بالتوازن بين الحقوق والواجبات وقد توجد عدة شروط مجتمعة من شأنها أن تحقق خلافا في التوازن في الآثار المترتبة عن العقد.

. صور الممارسات التعاقدية التعسفية :

تنص المادة 29 من القانون 02/04 السالف الذكر على ما يلي (تعتبر بنودا وشروطا تعسفية في العقود بين المستهلك والبائع لاسيما البنود والشروط التي تمنح هذه الأخير .

1- أخذ حقوق و/ أو امتيازات لا تقابلها حقوق و/ أو امتيازات مماثلة معترف بها للمستهلك .

2- فرض التزامات فورية و نهائية على المستهلك في العقود في حين أنه يتعاقد هو بشروط يحققها متى أراد .

3- امتلاك حق تعديل عناصر العقد الأساسية أو مميزات المنتج المسلم أو الخدمة المقدمة دون موافقة المستهلك .

4- التفرد بحق تفسير شرط أو عدة شروط من العقد أو التفرد في اتخاذ قرار البت في مطابقة العملية التجارية للشروط التعاقدية .

5- إلزام المستهلك بتنفيذ التزاماته دون أن يلزم نفسه بها .

6- رفض حق المستهلك في فسخ العقد إذا أخل هو بالالتزام أو عدة التزامات في ذمته .

7- التفرد بتغيير آجال تسليم منتج أو آجال تنفيذ خدمة.

8- تهديد المستهلك يقطع العلاقة التعاقدية لمجرد رفض المستهلك الخضوع لشروط تجارية جديدة غير متكافئة .

نظر للإبهام والعمومية الواردة في تعريف المشرع للشرط التعسفي من خلال المادة الأولى من القانون 02/04 جاء نص المادة 99 المذكورة أعلاه للتوضيح مبرزاً صور التعسف ويبدو من خلال صياغة هذه المادة (.... لاسيما البنود والشروط التي تمنح هذا الأخير) أن الصور الواردة فيها جاءت على سبيل المثال لا الحصر لأنه حقيقة لا يمكن حصر صور التعسف في هذه الحالات بل يتخذ عدة أشكال تختلف باختلاف التجارب التعاقدية للأعوان الاقتصاديين بشكل عام، وحسن



فعل المشرع بعدم حصر الحالات لأن ذلك من شأنه أن يوسع دائرة حماية المستهلك من أشكال التعسف، ونلاحظ أن هذه المادة تتناول العلاقة التعاقدية بين المستهلك والبائع، في حين أن ورود مصطلح البائع بالذات من شأنه أن يضيق مجال الحماية، لأن هذه العلاقة التعاقدية قد تأخذ عدة أشكال من التعاقد خلاف عقد البيع كما أن العقد قد يكون من أجل تقديم خدمات و بالتالي كان بالأحرى أن تكون صياغة المادة على النحو التالي (تعتبر شروطا تعسفية في العقود بين المستهلك والعون الاقتصادي لاسيما البنود والشروط....).

وسنحاول تناول هذه الصور للتعسف على النحو التالي :

♦ عدم التماثل في أخذ الحقوق و الالتزامات :

يجب أن لا يفهم من هذه الصورة أن المشرع يشترط أن يكون الحق أو الامتياز الممنوح للبائع هو نفسه الحق أو الامتياز الممنوح للمستهلك فإذا كان البائع مثلا يشترط الحق في حبس المبيع إلى غاية استيفاء الثمن، والمشتري يشترط حبس الثمن إلى غاية تسليم المبيع، بالشكل المتفق عليه فإننا في هذه الحالة رغم أننا لا نسجل تماثلا مطلقا بين الشرطين إلا أن الغاية المستهدفة من كلا الطرفين متماثلة و هي ضمان تنفيذ التزامات عقد البيع، وهو ما يؤكد أن حالة التعسف تحدد بالنظر المجمل للعقد و شروطه للتحقق من توازن العقد.

♦ الشرط الإرادي المحض المرتب لالتزامات فورية و نهائية على المستهلك فقط :
قد يعتمد البائع أو العون الاقتصادي عموما إلى فرض التزامات فورية و نهائية على المستهلك في العقود، في حين يتعاقد هو بشروط يحققها متى أراد، ولما في هذه الصورة من إجحاف في حق المستهلك الذي قد يكون هو بدوره بحاجة إلى تنفيذ العون الاقتصادي التزاماته بشكل فوري و نهائي، ولكن لم يستطع فرض ذلك نظرا لمركزه الاقتصادي الضعيف، فقد اعتبر المشرع أن ورود مثل هذا التصرف يعتبر تعسفا في حق المستهلك.

♦ الإنفراد بالتعديل :

يعتبر شرطا تعسفيا كل شرط يمنح العون الاقتصادي حق تعديل عناصر العقد الأساسية أو مميزات المنتج المسلم أو الخدمة المقدمة دون موافقة المستهلك، لأن أي تصرف من البائع مثلا على النحو المذكور أعلاه من شأنه أن يمس ركن الرضا في العقد، لأن العقد هو عبارة تطابق إدارتين، فرغم قبول المستهلك بهذا الشرط إلا أن البائع قد يبالغ في التعديل مما يجعلنا في الحقيقة أمام إيجاب جديد



واتفاق جديد، والنتيجة أن هذا العقد قد يصل لدرجة البطلان للتعديل المجحف للبائع لأن في ذلك ضغط وإكراه على إرادة المستهلك التي ينقصها الحرية وموقف تعسفي للعون الاقتصادي الذي لا ينتظر موافقة مسبقة من المستهلك.

♦ التفرد بحق تفسير شروط العقد واتخاذ قرار البت في مطابقة العملية التجارية لها :

على مفسر العقد أن يلتزم بما جاءت به المادتان 111 و 112 من القانون المدني من أحكام منظمة لعملية التفسير، فقد أكدت المادة 111 بأنه لا يجوز تأويل عبارات العقد إلا إذا كانت غير واضحة، وإذا كان ثمة تأويل فيجب أن يكون التأويل وفقا للنية المشتركة للمتعاقدين دون الوقوف عند المعنى الحرفي للألفاظ مع الاستهداء بطبيعة التعامل وما ينبغي أن يتوفر من أمانة وثقة بين المتعاقدين وفق ما جرى به العرف في المعاملات كما ألزمت المادة 112 بتأويل الشك لمصلحة المدين .

أما بالنسبة لمسألة التفرد اتخاذ قرار البت في مطابقة العملية التجارية للشروط التعاقدية فإن ذلك تعسف في حق المستهلك لأن هذا الأخير يصبح لا يستطيع الدفع بعدم المطابقة مادام القرار للبائع .

♦ شرط الالتزام بالتنفيذ دون التزام :

كل شرط يمنح البائع إلزام المستهلك بتنفيذ التزاماته دون أن يلزم نفسه بها يعتبر شرطا تعسفيا أي أنه ليس للبائع أن يضع شرطا يفرض من خلاله إلزام المستهلك بتنفيذ التزاماته وفي المقابل ترك لنفسه الحرية التامة في تنفيذ التزاماته .

♦ الحد من سلطة المستهلك في استخدام حقه في الفسخ :

يعتبر حق الفسخ إحدى الضمانات الهامة المخولة للمتعاقد لمواجهة عدم أو سوء تنفيذ طرف التعاقد الآخر لالتزامه، لهذا فإن منح البائع مثلا رفض حق المستهلك في فسخ العقد إذا أخل البائع بالتزامه يعد شرطا تعسفيا .

♦ التفرد بتغيير أجال تسليم المنتج أو أجال تنفيذ الخدمة :

تنص المادة 281 فقرة 01 من القانون المدني على أنه (يجب أن يتم الوفاء فور ترتيب الالتزام نهائيا في ذمة المدين ما لم يوجد اتفاق أو نص يقضى بغير ذلك) .

أي أنه لأطراف التعاقد الحرية الكاملة في تحديد وقت تنفيذ الالتزام بالتسليم أو تقديم الخدمة لكن أن ينفرد البائع مثلا بتغيير أجال تسليم المنتج أو أداء الخدمة فإن ذلك يعد تعسفا من طرفه لأنه بذلك يفوت على المستهلك حقه في طلب



التنفيذ أو الفسخ، وكذلك حقه في الدفع بعدم التنفيذ لأن التأخر في تنفيذ الالتزام يأخذ حكم عدم التنفيذ .

♦ تهديد المستهلك بقطع العلاقة التعاقدية لرفض الخضوع لشروط تجارية جديدة غير متكافئة :

جميع الشروط التي تمنح البائع تهديد المستهلك بقطع العلاقة التعاقدية لمجرد رفض المستهلك الخضوع لشروط تجارية جديدة غير متكافئة تعد شروطا تعسفية، ويتوقع وجود مثل هذه الشروط في العقود التي يستمر تنفيذها مدة من الزمن كعقود الخدمات وتوريد السلع، التي يحرص فيها البائع على ضمان ما قد يطرأ من ظروف أو تطورات قد لا تخدم مصلحة البائع أو مقدم الخدمات فيضع شروطا تسمح له بإضافة شروط جديدة للعقد، وبما أن ذلك يتطلب موافقة المستهلك فتجده يتفادى ذلك بصفة مستمرة بوضع شرط من البداية يقضي بإمكانية قطع العلاقة التعاقدية في حالة رفض المستهلك لهذه الشروط .

- جزاء الشروط التعسفية :

بمجرد ثبوت وجود شروط تعسفية في العقد يثور تساؤل في أذهاننا حول مصير هذه الشروط وحول مصير العقد عموما، وبالرجوع إلى القانون 02/04 نجد أنه بين الممارسات التعاقدية التعسفية في المادة 29 وأفصح في المادة 38 على أن مخالفة أحكام المادة 29 يعاقب عليها بغرامة من خمسين ألف دينار (50.000 دج) إلى خمسة ملايين دينار (5000.000 دج)، كما أنه من خلال نص المادة 65 من هذا القانون مكن الطرف المتضرر من التأسيس كطرف مدني للمطالبة بالتعويض عما لحقه من أضرار من جراء هذه الممارسات التعاقدية التعسفية .

وما يلاحظ أن هذا الجزاء هو جزاء جزائي بحث يكون من خلال مطالبة قضائية جزائية لجبر المتضرر و حماية الحق العام، إلا أن تساؤلنا عن مصير العقد والشروط التعسفية له يبقى بدون إجابة مما يجعلنا نشعر بإحالة إلي القواعد العامة في ظل غياب نص صريح .

حماية رضا المستهلك من التعاقد مع فاقد الصفة القانونية لممارسة الأعمال التجارية :

تنص المادة 14 من القانون 02/04 على ما يلي (يمنع على أي شخص ممارسة الأعمال التجارية دون اكتساب الصفة التي تحددها القوانين المعمول بها ...) .



في الحقيقة جاءت هذه المادة على سبيل التأكيد على أن الممارس للأعمال التجارية يجب أن يكون مرخص له بذلك وفق للمؤهلات المشروطة قانونا والتي يفترض توافرها فيه، أي أن الممارس لهذه الأعمال لابد أن تتوفر فيه صفة العون الاقتصادي المشار إليه في المادة 02 من هذا القانون، وذلك بأن يكون منتجا أو تاجرا أو حرفيا أو مقدم خدمات ... فعندما يتعامل المستهلك مع تاجر فيفترض أن هذا الأخير مسجل لدى مصالح السجل التجاري ومتحمل لجميع مسؤولياته الناتجة عن ذلك، والأمر كذلك عند التعاقد مع حرفي أو محامي ... فلا بد أن يكون ما وصف به نفسه متوافر فيه لأن رضا المستهلك قد اتجه للتعاقد مع من توافرت فيه هذه الصفة والمؤهلات .

وما نلاحظه أن القانون 02/04 لم يشر صراحة إلى الجزاءات المترتبة عند فقدان مثل هذه الصفة، ذلك أنه كما سبق وأن أشرنا أن هذه المادة جاءت على سبيل التأكيد لأن أي فئة من الأعوان الاقتصاديين تاجر. حرفيين... لديهم قانونهم الخاص المنظم لحقوقهم وواجباتهم وجزاءات الإخلال بها، كما أن قانون العقوبات قد جرم مسألة انتحال الصفة أصلا .

- حماية رضا المستهلك من رفض التعاقد غير مبرر :

إن وقوف حافلة في محطة المسافرين و فتح أبوابها لهو قرينة على تقديمها لخدمة النقل و وجود سلعة معروضة في واجهة المحل لهو قرينة على عرضها للبيع، وأي امتناع عن التعاقد بعد هذا العرض دون الاستناد إلى أي مبرر مشروع يقع ضمن دائرة الحضر المقرر من طرف المشرع من خلال نص المادة 15 من القانون 02/04 التي تنص على أنه (تعتبر كل سلعة معروضة على نظر الجمهور معروضة للبيع .

يمنع رفض بيع سلعة أو تأدية خدمة دون مبرر شرعي إذا كانت هذه السلعة معروضة للبيع أو كانت الخدمة متوفرة .

لا يعني هذا الحكم أدوات تزيين المحلات والمنتجات المعروضة بمناسبة المعارض والتظاهرات).

وجود مثل هذه القرينة حماية للمستهلك من التحايل أو المحاباة التي يمكن أن تقع من الأعوان الاقتصاديين، لأن وجود مثل هذه القرينة يجعل جميع المستهلكين يقفون على قدم المساواة في اقتناء هذه السلعة أو الخدمة المفترض تقديمها من خلال العرض كما أن، وجود مثل هذه القرينة يحتم على العون الاقتصادي توفير كل ضرورات العرض من ظروف كفيلة بحماية المعروض صحة وأمن المستهلك،



لأن عدم وجود مثل هذه القرينة يفتح الباب أمام العون الاقتصادي من التهرب من مسؤوليته إذ يكفيه القول بأن هذه السلعة غير معروضة للبيع بمجرد وجود أي عيب في عرض أو حفظها ... فيبقى حائلا بذلك دون وقوع أي مراقبة أو تحقيق من الأعوان المؤهلين .

ورغم أن الفقرة الأولى من المادة 15 اقتصرت مجالها على السلع المعروضة للبيع إلا أنه من خلال الفقرة الثانية من هذا المادة يمكن أن يفهم أن حضر رفض التعاقد يمتد إلى مجال الخدمات، ومما يلاحظ أن الفقرة الأخيرة من هذه المادة أوردت استثناء مما يوحي بطبيعة القرينة، ويتمثل هذا الاستثناء في أنه يخرج من دائرة حضر رفض التعاقد أدوات تزين المحلات والمنتجات المعروضة بمناسبة المعارض والتظاهرات .

ويكيف عرض السلعة على الجمهور على أنه إيجاب مادام يعبر بوجه جازم على إرادة العون الاقتصادي في إبرام عقد معين بمجرد توافقه مع قبول المستهلك، ذلك أنه الراجع أن يفهم من وجود سلعة معروضة بشكل واضح و عليها ما يدل على ثمنها على أنها معروضة للبيع، وهو ما افترضه المشرع من خلال الفقرة الأولى من المادة 15، كما أن عرض السلعة للجمهور يمكن أن يكيف على أنه دعوة للعائد إذا لم يبين فيه بدقة مثلا ثمن السلعة أو مقدرها وعندها لا بد أن يفهم أن المجال مفتوح للتفاوض بشأن هذه السلعة ويكون للعون الاقتصادي مطلق الحرية في قبول أو رفض ما تمخضت عنه هذه المفاوضات مع التعويض في حالة وجود ضرر.

وقد اعتبرت المادة 35 من القانون 02/04 مخالفة أحكام المادة 15 أي رفض التعاقد بدون مبرر شرعي بمثابة ممارسات تجارية غير شرعية يعاقب عليها بغرامة من مائة ألف دينار 100000 دج إلى ثلاث ملايين دينار 3000000 دج مع المطالبة مدنيا بالتعويض عن الأضرار أو التنفيذ العيني.

حماية رضا المستهلك من الإغراء والتحريض على التعاقد بالمكافأة:

مما لا شك فيه أنه ما من أحد يستطيع أن يمنع البائع أو العون الاقتصادي عموما من استعمال مهارته وكفاءاته في البيع لأنه أصبح اليوم مضطرا لذلك في ظل المنافسة الحادة بين الأعوان الاقتصاديين وما استلزمه أداء مهامه من تشغيل عدة أيادي عاملة بسيطة ومتخصصة مكلفة في ظل ارتفاع الأجور و تنظييمها تشريعا وما استلزمته مهمة العون الاقتصادي تجاه الدولة من التزامات ضريبية وغيرها ... إن كل ذلك أصبح يثقل كاهل العون الاقتصادي و يجعله لا يتردد في



استعمال أي وسيلة للتحريض على التعاقد معه، لكن نظرا لعدم التكافؤ بين طرفي التعاقد العون الاقتصادي والمستهلك، هذا الأخير الذي يكون ذو مركز فني وتقني ضعيف في كثير من الأحيان فإنه كان لزاما على المشرع التخفيف من حدة هذه الممارسات، لأن الإفراط فيها يجعل المستهلك يتخلى عن تبصره في التعاقد في ظل الإغراء والتحريض الشرس .

من هذا المنطلق تدخل المشرع من خلال القانون 02/04 وحظر البيع بالمكافأة وذلك من خلال نص المادة 16 التي تنص على أنه (يمنع كل بيع أو عرض بيع سلعة وكذلك كل أداء خدمة أو عرضها عاجلا أو أجلا مشروطا بمكافأة مجانية من سلع وخدمات إلا إذا كانت من نفس السلع أو الخدمات موضوع البيع أو تأدية الخدمة وكانت قيمتها لا تتجاوز 10% من المبلغ الإجمالي للسلع أو الخدمات المعنية. لا يطبق هذا الحكم على الأشياء الزهيدة أو الخدمات ضئيلة القيمة وكذلك العيّنات).

في البداية نزيل لبس شاب نص المادة من خلال اقتراحنا استبدال كلمة مشروطا الواردة في المادة بكلمة مقرونا وذلك حتى يصل المعنى صحيح لذهن قارئها فتصبح على النحو التالي (يمنع كل بيع أو عرض بيع ... مقرونا بمكافئة مجانية ...) ذلك أن المكافئة ليست شرطا في تكوين العقد .

إن هذه الممارسات التجارية أصبحت كثيرة في حياتنا وخاصة مع انفتاح الجزائر على اقتصاد السوق والتسارع الذي عرفته معظم القطاعات في هذا الإطار فكثيرا ما نسمع مثلا إن اتصالات موبليس وجزي تمنح المستهلك وحدات إضافية مجانية بمجرد شراء بطاقة الشحن أو جعل المكالمات مجانية في بعض المناسبات أو بعض الأوقات ... وفي الحقيقة أن المشرع لم يمنع ذلك منعنا مطلقا، بقدر ما حاول تحقيق بعض التوازن بين حماية المستهلك من ناحية وهذا التحريض والإغراء الذي قد جعل المستهلك يقبل عن الاستهلاك أكثر من طاقته وحاجته ضنا منه أن العون الاقتصادي يهديه أو يشفق عليه في حين أن هذا الأخير في كل الأحوال لن يتخلى عن زيادة أرباحه، فعندما تقول شركة "جيزي" مثلا اتصل بالرقم كذا حتى تفوز بكذا مكافأة، فعلي المستهلك أن يضع في اعتباره كم ستحقق الشركة من كثرة الاتصال بهذا الرقم وكم سيخسر هو في ظل اتصالاته ومحاولاته الإجابة عن المطلوب من شركة جزي ... وفي الأخير تكون المكافأة مهما عظمت لشخص وحيد.



وفي الحقيقة رغم صراحة المادة في هذا الحضر إلا أنه لا يجب أن يفهم أن هذا الحضر مطلق فكثير ما تكون المكافآت والجوائز مسموح بها لأن المنافسة مطلوبة لكن على أن تكون مشروعة لهذا نجد أن نص المادة 16 استثنى من هذا الحضر المكافأة للشراء إذا كانت من نفس السلع أو الخدمات موضوع البيع أو تأدية الخدمة بشرط أن لا تتجاوز قيمتها 10٪ من المبلغ الإجمالي للسلع أو الخدمات المقدمة .

أي المكافأة لتكون مشروعة يجب أن تكون من نفس السلعة موضوع البيع أو من نفس الخدمة موضوع التقديم، وفي كل الأحوال يجب أن لا تتجاوز قيمة المكافأة 10٪ من المبلغ الإجمالي للسلعة أو الخدمة المقدمة .

كما نشير أن المادة 16 قد أكدت في فقرتها الأخيرة إلى أن هذا الحضر لا يمتد للأشياء الزهيدة أو الخدمات ضئيلة القيمة كأن يشتري المستهلك علبة من القهوة فيجد بداخلها كمية إضافية مع الإشارة بوجود الهدية على العلبة، مع الإشارة أن وجود ملعقة صغيرة أو فتجان يدخل في دائرة الحضر لاختلاف النوعية . ولكن كان على المشرع تفاديا للبس وضع قيمة معينة يقدر من خلالها فيما إذا كانت هذه المكافأة زهيدة أم لا وحتى نميزها عن العينات كذلك التي تعتبر مستثناة من الحضر بحكم الفقرة الأخير من هذه المادة أيضا .

ولقد اعتبرت المادة 35 من القانون 02/04 مخالفة أحكام المادة 16 من قبيل الممارسات التجارية غير الشرعية يعاقب مقترفها بغرامة قدرها مائة ألف دينار إلى ثلاثة ملايين دينار مع تمكين المستهلك المتضرر من التأسيس كطرف مدني طبقا للمادة 65 من القانون 02/04 .

ورغم تقبلنا لتحريم هذه السلوكات إلا أننا لم نتصور مسألة إثبات الضرر بالمكافأة بالنسبة للمستهلك البسيط، في حين أن الضرر قد يكون جليا بالنسبة للأعوان الاقتصاديين على أساس المنافسة الغير الشرعية التي تؤثر على مراكزهم الاقتصادية .

حماية رضا المستهلك من بعض صور الاشتراط للتعاقد .

تنص المادة 17 من القانون 02/04 على ما يلي : (يمنع اشتراط البيع بشرط كمية معروضة أو اشتراط البيع بشراء سلعة أخرى أو خدمات وكذلك تأدية خدمة بأخرى أو بشراء سلعة .



لا يعني هذا الحكم السلع من نفس النوع المباعة على شكل حصة بشرط أن تكون هذه السلع معروضة للبيع بصفة منفصلة).

لا يجب أن يكره المستهلك على شراء كمية من سلعة تفوق حاجته أو أن يحتم عليه شراء سلعة أخرى لا يحتاجها ليتمكن من شراء سلعة هو في أمس الحاجة إليها، كما لا يجب أن يجبر على تأدية خدمة معينة ليتمكن من شراء سلعة معينة أو الاستفادة من الخدمة التي تعاقد من أجلها. إن هذا في حقيقته ضغط ممارس على رضا المستهلك لإجباره على التعاقد.

إن مثل هذه السلوك من العون الاقتصادي يدفع للإفراط في الممارسات التجارية الاحتكارية وتميرير سلع غير استهلاكية أو نقص عليها الإقبال من خلال سلعة أخرى يجد المستهلك ضرورتها ملحة في حياته اليومية، وكثيرا ما أصبحت مثل هذه الممارسات، فقد أصبحت الإجابة عن السؤال عن ثمن سلعة تكون بالإجابة بأن المجموع بكذا، كأن يسأل المستهلك البائع عن ثمن البرتقال فيجيبه بأن الثلاث كيلو غرامات بكذا في حين كان على البائع أن يخبره بأن الكيلو الواحد بكذا... وإذا طلب المستهلك كمية أقل فيغير الثمن بأخر مرتفع أو يرد عليه بأنه لا يمكن البيع بهذه الكمية.

كما أنه يجب أن لا تكون حماية العون الاقتصادي من السلع التي توشك عن التلف أو لا تلقى رواجاً وطلباً في السوق على حساب المستهلك، وهو ما أكد عليه المشرع بحضر اشتراط البيع بشراء سلعة أخرى أو تأدية خدمة معينة كأن يقول بائع الأثاث المنزلي للمشتري تشتري من عندي هذه الخزانة بكذا على شرط أن أتولى أنا نقلها لمنزلك مع جعل تكلفة النقل على حسابك أي على حساب المشتري، ونجد أن المادة 17 في فقرتها الثانية استثنت من هذا الحضر السلع من نفس النوع التي تباع بشكل حصة، أي جمع هذه المادة في شكل حصص ثم تعرض للبيع دفعة واحدة، كبيع مجموعة أقلام وكراريس وعلافات... في كيس واحد على أساس أنها الأدوات المعدة للمتمدرس في السنة أولى ابتدائي، فالمشرع أجاز مثل هذه الصورة على أن تكون المبيعات من نفس النوع، أي أنه لا يمكن أن تجمع الأدوات المدرسية مع اللعب مثلاً.

وقد جرمت المادة 35 من القانون 02/04 مخالفة أحكام المادة 17 منه باعتبارها ممارسات تجارية غير نزيهة و عاقبت على ذلك بغرامة تتراوح بين مائة ألف دينار إلى



ثلاث ملايين , مع أحقية المستهلك المتضرر في التأسيس كطرف مدني للمطالبة بالتعويضات حسبما يستفاد من نص المادة 65 من هذا القانون .

(2) حماية رضا المستهلك بشفافية الممارسات التجارية :

تظل الشفافية ضمان هام لحماية المستهلك لهذا أكد عليها المشرع من خلال أحكام القانون 02/04 على النحو التالي :

حماية رضا المستهلك بضمان الإخبار بالمعلومات الصادقة :

العلاقة التعاقدية بين العون الاقتصادي والمستهلك في قابليتها تفتقد إلى التوازن في المراكز الاقتصادية والفنية والتقنية ، وفي ظل التطور التكنولوجي والعلمي الحاصل أصبح المستهلك يقف للتعاقد وهو فاقد للمعلومات الكافية على السلعة أو الخدمة التي يرغب في التعاقد من أجلها ، وحماية للمركز الضعيف للمستهلك جاء الالتزام بالإخبار ، هذا الالتزام الذي يجد أساسه في التشريع الجزائي من خلال نص المادة 8 من القانون 02/04 التي تنص على أنه (يلزم البائع قبل اختتام عملية البيع بإخبار المستهلك بأية طريقة كانت وحسب طبيعة المنتج بالمعلومات النزيهة والصادقة المتعلقة بمميزات هذه المنتج أو الخدمة وشرط البيع الممارس وكذا الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية لعملية البيع أو الخدمة) .

في البداية نشير إلى أن المشرع في مثل هذه المادة استعمل مصطلح البائع في حين أن استعمال المصطلح بهذا الشكل يعد قاصرا إذ أنه لا يشمل كل العمليات التي يقوم بها العون الاقتصادي كما أنه لا يمكن أن يشمل أو يصح الوصف على مقدم الخدمات لهذا لا بد من استعمال المصطلح المناسب .

فمن خلال هذه المادة تبين أنه يقع على عاتق العون الاقتصادي وأفضل دائما استعمال هذا المصطلح لشموليته وصحته لاحتوائه جل أوجه العلاقة التعاقدية. بأن يزود المستهلك بالمعلومات الصادقة والنزيهة والوافية والواضحة حول البيانات الأساسية للسلعة أو الخدمة ونوعها وطرق استخدامها وعناصرها وتركيبها وحجمها ومدة صلاحيتها .

وفي الحقيقة أن هذه الالتزام حتى يكون له جدوى في تبصير المستهلك وتعزيز رضاه لابد أن يكون قبل إبرام العقد لهذا فإن الإخلال به لا يشكل إخلالا بالالتزام عقدي و يمكن اعتباره التزاما ببذل عناية.



وقد حرص المشرع على تنفيذ هذه لدرجة أنه جرم مخالفته من خلال المادة 32 من القانون 02/04 التي عاقب على مخالفة أحكام المادة 08 المتعلقة بالتزام البائع بالإخبار بغرامة من 10.000 دج إلى غاية 100.000 دج .

حماية رضا المستهلك بالإعلام بالأسعار :

إن الانفتاح الاقتصادي الحاصل على اقتصاد السوق يفرض احترام ما يمل به هذا الأخير من مبادئ وحريات، التي أهمها حرية المنافسة، وكثيرا ما يعتمد العون الاقتصادي إلى ممارستها من ناحية الأسعار بسعيه إلى وضع سعر يختلف على منافسيه و يضمن له إقبالا أكثر من المستهلكين على منتوجه أو خدماته .

ونظرا لما في هذه الحرية في تحديد الأسعار والمنافسة من مخاطر تهدد المستهلك باعتباره الطرف الضعيف في العقد، فقد عمد المشرع إلى محاولة ضمان أصول منافسة نزيهة وشريفة وهو ما جسده بالأمر 03/03 المتعلق بالمنافسة، الذي حضر الكثير من الممارسات التجارية كالاحتكار وعرقلة تحديد الأسعار حسب قواعد السوق ...

نفهم من ذلك أنه رغم هذه الحريات في ظل نظام اقتصاد السوق في تحديد الأسعار، إلا أن هذه الحرية تظل مقيدة بمبادئ قانونية و مراقبة الدولة بتجسيدها فالمشرع الجزائري مثلا قد قيد هذه الحرية من خلال تمكين الدولة من التدخل في تقنين بعض أسعار السلع والخدمات ذات الطابع الإستراتيجي للمستهلك، أو لمواجهة ظروف استثنائية .

فتدخل الدولة مثلا من خلال تحديد سعر الخبز، الحليب، خدمة النقل وتدخلها في كثير من الأحيان بدعم أسعار بعض المواد الاستهلاكية الهامة في حالة وجود ظروف استثنائية إثر اضطرابات تعرفها السوق الدولية خاصة .

وحماية لرضا المستهلك من جشع الأعوان الاقتصاديين في سبيل الربح فقد أكد المشرع في المادة 04 من القانون 02/04 على الالتزام بالإعلام بالأسعار .
فقد نصت المادة 04 منه على ما يلي (يتولى البائع وجوبا إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات وشروط البيع) .

وجاءت المادة 05 منه مبينة مختلف وسائل هذا الإعلام فقد نصت في فقرتها الأولى والثانية على أنه (يجب أن يكون إعلام المستهلك بأسعار وتعريفات السلع والخدمات عن طريق وضع علامات أو رسم أو معلومات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة، يجب أن تبين الأسعار والتعريفات بصفة مرئية ومقروءة .



يجب أن تعد أو توزن أو تكال السلع المعروضة للبيع سواء كانت بالوحدة أو بالوزن أو بالكيل أمام المشتري، وعندما تكون هذه السلع مغلقة ومعدودة أو موزونة أو مكيّلة، يجب وضع علامات على الغلاف تسمح بمعرفة الوزن أو الكمية أو عدد الأشياء المقابلة للسعر المعلن) فتحديد العون الاقتصادي للسعر يستدعي أيضا تحديده لمقدار السلعة المقابلة لهذا السعر المعلن وهو ما أكدته المادة 05 في فقرتها الثالثة .

لا يقتصر الإعلام عن الثمن والمقدار فحسب بل إن المادة 06 من القانون 02/04 أكدت على ضرورة توافق الأسعار و التعريفات المعلنة المبلغ الإجمالي الذي يدفعه الزبون نظير الحصول على السلعة أو الخدمة .

دفعاً للتعتيم و المفاجآت جاءت هذه المادة مؤكدة على مسألة التوافق بين السعر وما يدفعه الزبون لأنه كثيراً ما يعتمد الأعوان الاقتصاديون إلى إعلان سعر السلعة ولكن عند حصوله على رضا المستهلك يفاجئه بمبالغ إضافية مقابل أشياء ترتبط بتنفيذ الخدمة أو تقديم السلعة وهو ما يجرح المستهلك ويزعزع رضاه، كأن يقول له عليك دفع قيمة الأكياس الموضوعة فيها السلعة مما يضع المستهلك في حرج كبير ينافسه أدبه وأخلاقه في التراجع وشكل الرد على العون الاقتصادي، وفي الحقيقة أنها طرق احتيالية تتم بوجود سوء نية .

وقد رتب المشرع على مخالفة هذه الالتزامات المتعلقة بإعلان الأسعار وذلك بعدم إعلانها و إضافة أسعار ومبالغ غير شرعية من خلال نص المادة 31 من القانون 02/04 التي نصت على أنه (يعتبر عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات، مخالفة لأحكام المواد 4 و6 و7 من هذا القانون، ويعاقب عليه بغرامة من خمسة آلاف دينار 5000 دج إلى مائة ألف (100000 دج)

وما نلاحظ أن هذه المادة لم تشر إلى العقاب على مخالفته المادة 05 ولا نجد تفسير لذلك سواء ارتباطها بالمادة 04 لبيانها لشكل تنفيذ هذه الالتزام وذكرها في نص المادة 31 يكون أفضل في كل الأحوال، أي أن عدم تنفيذ هذه الالتزام بإعلان الأسعار يأخذ طابعاً جرمياً .

الخاتمة

يبدو أن المشرع الجزائري أيقن أن الانفتاح الاقتصادي الذي تعرفه الجزائر وما أفرزه من حريات ومنافسة اقتصادية حادة يفرض و بإلحاح حماية ذوي المراكز الاقتصادية الضعيفة في المجتمع التي تتجسد بشكل خاص في المستهلك.



ومن خلال تتبعنا للحماية التشريعية التي حضي بها المستهلك تبين لنا أن هذا الأمر ليس بالجديد فالقانون المدني قد عني بتوفير هذه الحماية للمستهلك في عدة مواضع في نظرية العقد، لكن هذه الحماية أصبحت حماية قاصرة ومحدودة غير قادرة على مجابهة ما أفرزته التطورات الاقتصادية وخوض الجزائر لمعركة الاقتصاد الحر والانفتاح الاقتصادي في ظل العولمة التي شملت كل المادين .

لذا نجد أن المشرع مواكبة منه للتطورات الحاصلة خص المستهلك بحماية خاصة بدت جلية من خلال سنه القانون 02/89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك .

إلا أنه سرعان ما تبين أن هذا القانون رغم أنه بين نية المشرع في خص المستهلك بحماية أكثر إلا أنه جاء مقتضب ومبهم و بقيت فيه من المظاهر التقليدية للحماية مما يتنافى وتطلعات مستهلك اليوم الذي أصبح يكاد يقف مكتوف الأيدي أمام فنيات الدعاية والترويج والتكنولوجيات المعقدة في كثير من السلع الحديثة أمام تطور فنيات التسويق والشراء والبيع التي يأمل أن يلببها المستهلك اليوم حتى بعقد أو اتصال إلكتروني لهذا جاء القانون 02/04 لمواكبة الواقع الاقتصادي وإرساء مبادئ الشفافية والنزاهة في التعامل التي من شأنها توفير حماية أكثر لرضا المستهلك في خضم هذه التطورات .

فقد كفل المشرع المستهلك من خلال الالتزام بالإعلام والتتوير المؤدي للإخبار السليم بالسلع أو الخدمة كما التزم بالإعلام بأسعار السلع والخدمات مسبقا والإفضاء للمستهلك بكل المعلومات الصادقة حول خصائص ومميزات المنتج أو الخدمة كما حضر المشرع البيع المشروط، والشروط التعسفية بأبرز صورها وقد تأكدت نية الشرع في حماية المستهلك أكثر عندما سلط على المخالف لهذه القواعد عقوبات جزائية .

ومن هنا أكد الشرع أن مبدأ سلطان الإرادة والحماية التقليدية للمستهلك من خلال النظرية التقليدية للعقد لم تعد كافية . وهو ما يفسر التدخل القانوني في تنظيم العلاقة التعاقدية في عقد الاستهلاك، ورغم هذه القفزة التشريعية لحماية المستهلك، وإضفاء الطبيعة الجزائية على الكثير من المخالفات إلا أننا نجد أن العقوبة اقتصررت على الغرامة وهو وإن كانت رادعة لفئة معينة من صغار الأعوان



الاقتصاديين إلا أن فئة أخرى لها تأثيرها الظاهر قد لا تأبه لمثل هذه العقوبات لهذا لا بد من تصنيفها ووصولها لحد السجن أحيانا .

كما أن الممارسات القضائية الجزائية لا تعرف كثيرا نزعات بخصوص الاستهلاك والمستهلك ليس لأن المستهلك لا تلحقه اعتداءات أو أنه لا يشعر بها وإنما لشعور بالعجز والضعف لمواجهة العون الاقتصادي القوى خاصة أمام ما يعرفه القضاء، من ثقل في الإجراءات وكثرة الأعباء وطول مدة التقاضي.

لهذا فإن وجود لجان أو هيئات لها أهلية التقاضي يتظلم لها المستهلك المتضرر بدأ يكون أفضل لهذا لا بد من تفعيل دور الجمعيات وتشجيعها .

ويبقى في الأخير العمل على ترقية المستهلك وتوعيته من أحسن الضمانات لحماية رضاه .

- الهوامش :

- (1) محمد صبري السعدي أشرح القانون المدني النظرية العامة للالتزامات، ج 1 ط 2 أدار الهدى أعين مليلة الجزائر 2004 . ص 165 .
- (2) حسن عبد الباسط جمعي أثر عدم التكافؤ بين المتعاقدين على شروط العقد أدار النهضة العربية القاهرة 1996 ص 3 .
- (3) محمد صبري السعدي أراجع سابق ص 180 .
- (4) علي فيلاي : الالتزامات (النظرية العامة للعقد)، موقف للنشر الجزائر 2001 ص 134 .

- المصادر :

- القانون 02/04 المؤرخ في 27/06/2004 المحدد للقواعد المطابقة على الممارسات التجارية (الجريدة الرسمية، عدد 41/2004)
- القانون 02/89 المؤرخ في 07/02/1989 المحدد للقواعد العامة لحماية المستهلك (الجريدة الرسمية، عدد 06/1989)
- الأمر رقم 03/03 المؤرخ في 19/07/2003 المتعلق بالمنافسة (الجريدة الرسمية، عدد 43/2003)



سلوك المستهلك وإشكالية الاختيار

مداخلة من تقديم

أ / لامية بويدي

معهد علم النفس وعلوم التربية والأرطفونيا
المركز الجامعي بالوادي

تمهيد

يهتم علم النفس بدراسة الفرد من حيث الحوافز والحاجات والرغبات بالإضافة إلى ميكانيكية الإدراك وكيفية تكوين وتغيير الاتجاهات لديه . يعد المستهلك حجر الزاوية في التسويق الحديث ويتوقف نجاح المؤسسات على مدى إشباعها لحاجات ورغبات المستهلكين ولهذا لابد على المؤسسة من دراسة ظاهرة اتخاذ قرار شراء منتج معين ومحاولة معرفة الأسباب التي أدت إلى أن مستهلكا يعدل عن الشراء.

عمليا حقل سلوك المستهلك استعار ومازال يستعير العديد من المفاهيم والأطر النظرية التي توصل إليها علماء النفس وذلك لاستخدامها في تصميم الأنماط السلوكية للأفراد في الماضي والحاضر بالإضافة إلى إمكانية التنبؤ بأنماط الأفراد السلوكية مستقبلا على ضوء ما يحيط بهم من عوامل بيئية متنوعة (عمد عبيدات ص 14)

أولا : من المستهلك ؟

يخضع المستهلك إلى تأثير متغيرات نفسية وخارجية عديدة تحرك دوافعه ورغباته ومن المتغيرات النفسية الدوافع، الإدراك، التعلم، الشخصية، الطبقات الاجتماعية، الجماعات المرجعية، العائلة، والمرحلة التي يمر بها الفرد في دورة حياة العائلة والظروف الخارجية المحيطة بعملية الشراء والاستهلاك (انظر عتابي بن عيسى).

يستخدم لفظ المستهلك للتمييز عادة بين نوعين أساسيين من المستهلكين المستهلك الفردي هو الشخص الذي يقوم بشراء السلع والخدمات للاستعمال الشخصي (شراء صابون الوجه للمرأة) أو المستهلكين طرف فرد من العائلة (شراء ملابس للطفل) . المستهلك هو الشخص الذي يشتري أو لديه القدرة على شراء السلع المعروضة للبيع بهدف إشباع الحاجات والرغبات الشخصية والعائلية (عتابي بن عيسى ص 15-16) . ليس دائما مشتري السلعة هو مستعملها أو الشخص الوحيد



الذي يستعملها كما أنه ليس بالضرورة من يشتري السلع هو صاحب قرار شرائها فالأم تشتري للأطفال إذن الطفل هو المستهلك كما أنها تشتري الطعام للأسرة بالتالي هي واحدة من مستعملي السلع كما أنه ليس بالضرورة أن الأشخاص الذين يقومون بالشراء هم أصحاب قرار الشراء (عائشة مصطفى المنيوي ص 15).

ثانياً: اختيار البديل الأفضل : (عناي بن عيسى 66-67)

إن عملية تقييم البدائل المتاحة تقود المستهلك إلى اختيار أفضل هذه البدائل الذي يمكن أن يحقق له الإشباع المرغوب ويجب أن نعرف كيف يصل المستهلك إلى تكوين حكم اتجاه العلامات المختلفة.. ؟ وكيف يقوم باختيار اسمها ؟ كيف يستخدم المعلومات التي تحصل عليها من المصادر المختلفة وكذلك تلك المخزنة ليه من أجل تقييم البدائل المتاحة أمامه ؟

استخدم كثير من المنظرين والباحثين في مجال التسويق عدد من النماذج التي تساعد المستهلك عند اتخاذ قرار الشراء على تقييم الأشياء (أو العلامات) وفقاً لعدد من المعايير الحاسمة والتي تتفق في ما بينها على الأفكار الخمسة التالية :

- أن الأفراد ينظرون إلى المنتجات كمجموع من الخصائص .
- كل فرد لا يمنح بضرورة نفس الوزن للخصائص المحددة .
- يمتلك الأفراد مجموعة من المعتقدات حول درجة تواجد الخصائص في كل شيء ثم تقيمه .

- إن الأفراد لديهم دالة منفعة مناسبة لكل خاصية التي ترافق درجة الرضا أو المنفعة المرغوب إلى درجة تواجد الخاصية في الشيء موضوع الاتجاه

- إن اتجاهات الأفراد مهيكلية : بمعنى أنها ترتكز على عملية محددة بمعالجة المعلومة المقيمة المحصل عليها.

ثالثاً: مراحل قرار الشراء : (عصام الدين أمين علفه)

إذا فكر شخص في شراء جهاز تسجيل فإنه يمر بمراحل متعددة قبل اختيار العلامة المناسبة فسوف يبحث عن المعلومات من مختلف المصادر لمساعدته في تصميم البدائل المتاحة بالإضافة إلى حالة الشعور التي يعيش بها بعد اتخاذ القرار . وفي عملية القرار الشراء نأخذ فترة طويلة فتبدأ قبل منع القرار بفترة طويلة وتستمر إلى ما بعد الشراء الفعلي .

1 - التعرف على المشكلة: مما لاشك فيه أن هناك شيء يدفع للبداية في عملية اتخاذ قرار الشراء وهي المرحلة الأولى التي تسمى التعرف على المشكلة ويمكن القول إن التعرف على المشكلة يحدث بينما يتلقى الشخص اختلافات بين الحالة



المثالية والحالة الفعلية في وقت معين . مثال ذلك : يمكن القول إن عملية التعرف على المشكلة في شراء جهاز تسجيل تبدأ بعد فقدان الجهاز القديم .

2. البحث عن المعلومات : بعد أن يتعرف الفرد على حاجاته فإن الخطوة الثانية هي البحث عن المعلومات وغالبا لا يعرف المستهلك البدائل المتاحة والبحث عن معلومات لتحديد السلع والخدمات التي تتناسب مع حاجاته ورغباته فحينما يبدأ المشتري في التفكير في شراء جهاز التسجيل قد يبدأ بالبحث من خلال على مختلف المحلات والتحدث مع الأصدقاء وأخذ رأيهم حول العلامات المختلفة والنواحي الفنية المتاحة لكل ماركة وحجم ونوع المعلومات تختلف طبقا لاختلاف السلعة والمستهلك .

3. تقييم البدائل : تساعد عملية البحث عن معلومات في تحديد مختلف البدائل المتاحة وتقييم هذه البدائل ولا شك أن البحث عن المعلومات سوف يولد مجموعة من الأصناف يأخذها المستهلك في الحسبان عند وصفه للقرار الشرائي وحتى لو أتيح عدد ضخم من الأصناف فإن المستهلك يحدد عددا صغيرا من الأصناف يبحث بينها وهناك عدد من النقاط الهامة تدرس في عملية التقييم . تتمثل في الخطوات التالية:
1.1. تحديد معايير التقييم مثل معايير تقييم جهاز التسجيل السعر والعلامة التجارية، وجودة الصوت، شكل الجهاز، لضمان خصائص الجهاز.

2.1. تحديد أهمية كل عامل: فرغم أن السعر يستخدم كمعيار لمعظم المستهلكين إلا أن هناك بعض الناس يعطون وزنا أهم للسعر والبعض يعتبرونه عاملا ثانويا وخاصة إذا كان ارتباطه ضعيفا بالنسبة لدخل المشتري وقد تكون الاختلافات السعرية بين البدائل لا تمثل عنصرا جوهريا للمستهلك .

3.1. تركيز على الإدراك الحسي والقيمة للمستهلك فقد يستخدم اثنان من المستهلكين نفس المعايير بنفس الأوزان مع ذلك فإن كلا منهما له سلوك يختلف عن الآخر . وقد يحدد أن المذاق عامل هام في تقييم بدائل المعجون ولكن واحدا منها يرتب مختلف عن الآخر.

4. القرار الشرائي : بعد تقييم البدائل المختلفة يقوم المستهلك بترتيب الأصناف وبالتالي يصل إلى القرار ويحدد الصنف الذي يمثل الترتيب الأعلى وربما بتغيير القرار النهائي لأن الصنف المفضل غير متوافر، ولذلك يقوم المستهلك باختيار الصنف الذي يليه بدلا من الانتظار أو البحث عن الصنف الأكثر تفضيلا وقد تتأخر مرحلة الشراء العقلي حتى يختار المستهلك منفذ بيع يحصل منه على السلعة بسعر أفضل.



5. تقييم ما بعد الشراء : بعد أن تتم عملية الشراء يبدأ التقييم لمرحلة ما بعد الشراء وهنا نوعين من المخرجات لهذه العملية.

1.5 حالة الرضا: إذا كان المستهلك راض عن أداء السلعة ويتناسب هذا الأداء مع توقعاته وبالتالي فإن المعلومات عن السلعة سوف تخزن في الذاكرة وتستخدم في الشراء القادم حينما تبدأ مراحل الشراء من البداية.

2. 5 حالة عدم الرضا: إذا كان المستهلك غير راض عن أداء السلعة لأنها تتناسب مع توقعاته فإذا كان المستهلك بصدد شراء سيارة جديدة وبغرض أنه يملك سيارة من نوع س وهو يحاول إيجاد الموديلات الجديدة من هذا النوع يبدأ في البحث عن المعلومات لبدائل هذا الصنف فقط .

رابعا - الرضا وسلوك المستهلك: (عائشة مصطفى المياوي 122-124)

عرفه هاورد شيت (1969) بأنه الحالة العقلية الإنسانية التي يشعر بها عندما يحصل على مكافأة كافية مقابل التضحية بالنقود والمجهود ، وأضاف هذان الكاتبان أنه ليس من الضروري أن حالة الرضا تتناسب مع التقييم الموضوعي للمكافأة التي تحصل عليها الفرد فتتغير حالة الرضا بين الناس ونفس الشخص على مر الزمن وقد عرف بفاف 1976 بأنه الفرق بين المزيج المثالي والعقلي لمجموعة من الصفات أو الخصائص يحصل عليها الفرد بينما رأى أن الرضا يتمثل في الأداء المحسوس .

شرح أوليفر 1981 الرضا بصورة أكثر وضوحا وأكد أن الرضا هو الحالة النفسية التي تنتج عندما تحاط العواطف بالتوقع غير المحقق ، وتتصل بالشعور الأولي للفرد الناتج من الخبرة السابقة ، وقد أوضحوا أن الرضا مرتبط ليس فقط بالتوقع بل أيضا بالمقارنة بين البدائل المختلفة التي يمكن للفرد الحصول عليها ، وبأن عملية التقييم التي تلحق بالحصول على الشيء وتناسق البدائل المتاحة مع المعتقدات والتوقع لتولد حالة من الرضا.

إن معظم الباحثين في مجال السلوك الإنساني كرسوا جهودهم لتعريف حالات الرضا مقارنة بحالة عدم الرضا ، فأوضح هاندي (1976) أن عدم رضا الفرد يمثل الفجوة بين المزيج المثالي لخصائص معينة في الشيء والمزيج الحالي الذي تحصل عليه رابط كوهن (1981) بين التوقع وعدم الرضا واقترح أن حالة عدم الرضا تأتي من التوقعات المتزايدة للفرد والتي تزيد الفجوة بين الخصائص التي يتحصل عليها ودرجة توقفه وعرض ميلر سببين لظهور عدم الرضا.



- 1 - هو ارتفاع مستوى التوقع للفرد ، وخاصة في الدول المتقدمة التي تتصف بالتزايد السريع في معدل التكنولوجيا.
- 2 - هو نقص الاختيارات المتاحة ، فقد يكون لدى الفرد موارد تساعد للحصول على احتياجاته ، ولكن لا تجد من المتاح ما يقابل احتياجاته ، ومن ناحية أخرى يمكن أن تتوافر البدائل في الأسواق ولكن الفرد غير مؤهل بالدرجة الكافية للحكم وتقييم هذه البدائل .
- إذا كان المستهلك غير راض فربما أدى ذلك إلى نقص المبيعات لذلك يجب أن يهتم نشاط الأعمال بقياس رضا المستهلك مما يساعد على تحديد السوق المرتقب للسلعة.
- في هذا الصدد وضع روزنبرغ (1976) سلسلة من الأسئلة البحثية حول المستهلك نعرضها كالتالي:
- ما هي طبيعة العلاقة بين الرضا والمبيعات الولاء ، العلامة التجارية والربح ؟
- هل يمكن التنبؤ ؟
- ما درجة حساسية رضا المستهلك للتغيرات في البيئة الثقافية ؟
- ما هي المتغيرات في السلعة أو الخدمة التي لها أكبر تأثير على رضا المستهلك ؟
- هل توافر مقاييس لرضا المستهلك يغير في التعرف على المشاكل التسويقية ؟
- هل توجد أسس عامة لرضا المستهلك يمكن أن تستخدم في تقييم السلع أو الإستراتيجيات التسويقية ؟
- أما هوقس HUGHES 1976 فقد اكتشف أربعة عوامل مهمة في بناء برنامج فعال لسلوك المستهلك وهي :
- أهمية السلعة للمستهلك فيقوم المستهلك بفحص السلع المتاحة قبل اتخاذ قرار الشراء .
- مستوى السعر والجودة التي عندها يقرر المستهلك الشراء فهل المستهلك الذي يدفع سعرا أعلى يصل إلى مستوى رضا عال مقارنة بالمستهلك الذي دفع سعرا أقل .
- ويتضح من ذلك أن الرضا يمثل ظاهرة هامة فهو مفهوم أساسي لنظرية السلوك الإنساني .
- خامسا - الآثار الناجمة عن مشكلتي الاختيار (صعوبة اتخاذ القرار) :
- يفرز مشكل الاختيار العديد من الآثار النفسية والتي تخص المستهلك والمشتري على حد سواء ونوردها على النحو التالي :



- 1 - الإحباط : وهو الفشل في تحقيق أحد الأهداف (شراء منتج ما) قد ينجم عنه شعور بالإحباط لدى أي إنسان في أوقات مختلفة . والحاجز الذي يمنع من تحقيق هدف ما قد يكون حاجزا شخصيا (مالي ، جسدي ، نفسي) أو قد يكون حاجزا في البيئة . وبغض النظر عن السبب فإن ردود فعل الأفراد في حالات الإحباط تكون متفاوتة ، فالبعض يتكيف ويضع أهدافا بديلة والبعض الآخر لا يستطيع ، وقد ينتقل من حالة إحباط إلى أخرى (عبيدات 64)
 - 2 - الاكتئاب : هو قصور في الأداء أو ما يدعى بالطاقة الحيوية يقل تدفقها شيئا فشيئا حتى تتوقف في النهاية . (عبد الرؤوف ثابت 84)
 - 3 - الانسحاب : قد تنتهي حالة الإحباط مرحليا التي يشعر بها فرد ما إذا قام بإبعاد الهدف أو الأهداف التي أراد تحقيقها بعد فشله التام ، كذلك قد يفشل شخص ما في شراء منتج ما كسيارة الأمر الذي يؤدي إلى التفكير في شراء دراجة أو ثلاجة الخ
 - 4 - الإسقاط : قد يقوم الفرد بإعادة تقييم حالة الإحباط التي يشعر بها وذلك من خلال وضع اللوم لفشله وعدم قدرته على تحقيق ما أراد من أهداف على أشخاص آخرين أو عوامل بيئية هذا ما يسمى بالإسقاط ، على سبيل المثال قد يرغب في شراء سيارة وعند فشله في شراءها يقوم بوضع اللوم على نوع السيارة وميزاتها ، ولونها ... الخ
 - 5 - الكبت : قد يلجأ الأفراد لتجنب التوتر الناتج عن الإحباط هي كبت الحاجات غير المشبعة في منطقة اللاشعور أي أن الأفراد الذين فشلوا في تحقيق أهدافهم ومنذ فترات طويلة يحاولون تناسي واقعهم المرير من خلال طرد ما فشلوا فيه خارج دائرة الشعور لديهم بالرغم من الحاجات المكبوتة قد تظهر بشكل أو بآخر في فترات أو مواقف محددة .
 - 6 - الاسترسال والتخيل : إن الاسترسال في أحلام اليقظة والتخيل قد يمكن الأفراد المعنيين بالتخيل من تحقيق نوع من الإشباع لحاجاتهم غير المشبعة .
- سادسا - واقع المستهلك الجزائري :
- يعتبر الاختيار عملية انتقائية اصطفاية ومفاضلة لمنتج معين وذلك بشرط توفر البدائل (عنصر الاختيار) ومن خلالها تتم عملية اتخاذ قرار الشراء .
- تتوقف عملية الاختيار على مستوى إدراك ووعي وميول استعدادات المشتري والمستهلك وتوقيت الشراء ، وأحيانا يقبل المشتري على العدول نهائيا على شراء منتج معين مما يوفر لديه الإحساس بالفشل والضغط النفسي .



إن العنصر المالي هو الذي يتحكم في العملية الاختيارية وبالتالي بقرار الشراء، يعرف الجزائري العديد من التغيرات الاجتماعية الاقتصادية التي ليست وليدة اللحظة أو الحين بل هي عبارة عن تتالي أحداث ووقائع، والتي تتوافق والتغيرات اقتصاديا المتبعة والذي أسفر على ظهور العديد من المؤسسات والشركات الأجنبية والوطنية وغيرها تسعى إلى تزويد السوق الجزائرية بالمنتجات اللازمة في المقابل مع كل هذا التنوع في المنتجات وبالتالي إتاحة فرص كثيرة للاختيار وذلك بتوافر البدائل غير أن الإشكال المطروح هو من يشتري ؟ وبكم ؟ وعلى أي أساس تختار ؟ هل هناك حقيقة عملية اختيارية ؟

يقبل الفرد الجزائري على اقتناء حاجاته من المحلات، وبالأخص من الأسواق السوداء الموازية، يتم الترويج أكثر فأكثر للمنتجات الجزائرية الوطنية التي تعرف انتشارا وإقبالا واسعين لكن المميز لها هو انخفاض سعر المنتج في المقابل تعرف المنتجات الأجنبية ارتفاعا مذهلا، مع الإشارة إلى القدرة الشرائية المنخفضة .

أغلب الجزائريين أقبلوا على اقتناء المنتجات الوطنية وبكميات كثيرة حيث إن شراء قميص من علامة تجارية أجنبية يساوي أحيانا وكأدنى حد 1000 دج في المقابل هذا المبلغ السابق الذكر يمكن من شراء بين 4.5 قميص من صناعة وطنية وعليه يفضل اقتناء المنتجات الوطنية وعلى حساب النوعية هذه القمصان الأربعة التي يتم ارتداؤها لمدة طويلة تقارب السنة وبالتالي تمنح فرصا كثيرة للتنوع في مقارنة قميص واحد أجنبي مما يضطره إلى شراء المزيد في ظروف تجعل الفرد يفكر أكثر قبل إنفاق المال مع التفكير المالي في ذلك .

في حقيقة الأمر أن الموضوع (الإشكال) أعقد مما تتصور وذلك إذا حاولنا إدراك الأبعاد الواقعية له.

إن المعيار الذي يمكن أن يقيس ويتحكم في عملية الاختيار هو الدخل سواء كان يوميا أو شهريا...فهو الموجه والمحدد للعملية في حد ذاتها.

إن متوسط الدخل الشهري مثلا للفرد الجزائري يقارب 12000 دج، مع العلم أن الأسرة الجزائرية أسرة كبيرة نوعا ما إذا ما قورنت بأسر المجتمعات الأخرى وذلك مع بروز معالم وملامح الأسرة الصغيرة التي لا يتجاوز عدد أفرادها اثنين بالإضافة إلى الوالدين، وعليه وكتصوير لهذا الواقع فإن رب الأسرة الجزائرية والمتكونة من أربعة أفراد (أطفال) متمدرسين يجد نفسه ومع الدخل الذي سبق ذكره ملزما إلى سد حاجاتهم المتنوعة والمتزايدة والملحة المدرسية منها والغذائية... وغيرها من المتطلبات والمستلزمات التي تجعل المبلغ السالف الذكر مجرد ورقة



نقدية واحدة لا تفي بالغرض ولا تسد رمق الأسرة لمدة أسبوع فما بالك بالشهر وعليه يسارع رب الأسرة إلى وضع مخطط وبرنامج للإنفاق يتبعه وذلك في محاولة جادة لتفادي مشكلة التداين والاقتراض متناسيا في ذلك رغباته الشخصية ومختلف متطلباته الذاتية بالطبع الجدير بالذكر أن مثل هذا الوضع يولد لدى رب الأسرة وغيره الكثير من المشكلات والصراعات والضغط النفسي الشديدة كالقلق والتوتر والإحباط والاكتئاب المصحوبة بذلك الإحساس بالعجز والفشل عن تحقيق الأهداف المسطرة .

يعتبر رب الأسرة عادة القائم بالعملية الشرائية إذ يجد نفسه أمام مشكلة ماذا يشتري ؟ وعلى أي أساس يشتري ؟ كما يوضع في مواقف معقدة تجعله يشعر بالحيرة والرغبة في ذات الوقت بين إشباع حاجاته ورغباته الذاتية على حساب الحاجات الأسرية مثال ذلك ذهاب رب الأسرة إلى محل بيع الحلويات في هذا الموقف يقف موقف الحائر بين اختيارين إشباع رغباته الخاصة بهذا تحقيق الرضا الشخصي غير أنه يتبادر إلى الذهن مباشرة عملية حسابية بسيطة مفادها شراء الحلويات ليستهلكها أو يختار شراء خبز (البطاطا) للأسرة وعلى هذا الأساس يقوم بالاختيار ليكبت هذه الرغبة والحاجة التي تنتظر الإشباع والسد منذ فترة لتستقر في اللاشعور أضف إلى ذلك أن عدم إقبال شخص على اقتناء نوع معين من الملابس واضعا في عين الاعتبار العلامة التجارية كما تعود تتحول إلى مكبوتات كما وتلقى الكبح والإطفاء التي ستتحوّل فيما بعد إلى مجرد أحلام يقظة يسترسل فيها لتلقى هذه الحاجات الإشباع في اللاوعي واللاشعور .

تأسيسا على ما سبق ذكره يمكن القول إن الجزائري عموما لا يختار بل إن فرصة الاختيار ممنوحة إلى ذوي الأموال الطائلة وممنوعة عند ذوي الجيوب الفارغة.

قائمة المراجع :

- 1 - محمد عبيدات : سلوك المستهلك (مدخل سلوكية) دار المستقبل للنشر والتوزيع الأردن ط 1 ، 1995 .
- 2 - عنابي بن عيسى : سلوك المستهلك (عوامل التأثير النفسية) ديوان المطبوعات الجامعية ، ج 1 ، 2003 .
- 3 - عائشة مصطفى النياوي - سلوك المستهلك (المفاهيم والاستراتيجيات) مكتبة عين شمس ، القاهرة 1998 .
- 4 - عبد الرؤوف ثابت : الطب النفسي المبطل . الهيئة المصرية العامة للكتاب ، مصر ، 1986
- 5 - نصيب رجم : دراسة الوقت دار العلوم للنشر والتوزيع بعناية 2006 .
- 6 - عصام الدين أمين أبو علق : التسويق (المفاهيم والاستراتيجيات النظرية والتطبيقية) مؤسسة حورس . للنشر والتوزيع - مصر - ج 1 - 2002 .
- 7 - هبة فؤاد على : اتجاهات المستهلكين نحو دولة المنشأة وأثرها على تصميم المزيج التسويقي . المنظمة العربية للتنمية الإدارية - مصر - 2004 .



الجلسة الرابعة

رئيس الجلسة
د. زرواق نصير
كلية الحقوق - جامعة المسيلة

المدخلت الأولى :
حماية المستهلك بين أboية الدولة
ومسؤوليات جمعيات المجتمع المدني
د : أ. د. محمد خالد اسطنبولي
جامعة أدرار - الجزائر

المدخلت الثانية :
جمعيات حماية المستهلك وترشيد الاستهلاك
د : د. عنابي بن عيسى
المدرسة العليا للتجارة - الجزائر

المدخلت الثالثة:
حق جمعية المستهلك في التقاضي
د : أ. ساوس خيرة و مرنيذ فاطمة
معهد العلوم القانونية والإدارية - المركز الجامعي ببشار

المدخلت الرابعة :
دور الجمعيات في حماية المستهلك
د : أ. سامية لموشية
معهد العلوم القانونية والإدارية - المركز الجامعي بالوادي





حماية المستهلك بين أبوية الدولة ومسؤولية جمعيات المجتمع المدني

مداخلة من تقديم
أ. د. محمد خالد اسطنبولي
جامعة أدرار - الجزائر



المقدمة

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات وصلاة وسلام على سيد الأمة
القائل : تركتكم على المحجة البيضاء، ليلها كنهارها أما بعد :
لقد شاء الله بعلمه وقدرته لنا أن نشهد شهادة حق، أن هذه الأمة قد
وصلت إلى وضع بائس وحالة من الانحطاط والضعف والتمزق، والناظرين في
كتاب " ماذا خسر العالم بانحطاط المسلمين لأبي الحسن الندوي " أو
كتاب " لماذا تأخر المسلمون وتقدم غيرهم لشكيب أرسلان " ... يستطيع أن
يضع يده على موطن الداء.
ترتبط درجة التساؤل وحركته بدرجة الوعي الذاتي، فعلى مقدار وعينا
بذواتنا والواقع الذي نعيشه نتشوف النفس إلى معرفة الخيوط التي نسج منها
ذلك الواقع.
وأرى أن ثقافة التساؤل قد غابت في ضمائر الأمة، ولا يكون الوعي
بذواتنا ومحيطنا إلا إذا أحيينا روح التساؤل في حياتنا حتى ندرك الأسباب
التي أدت إلى ما نحن فيه.
إشكالية البحث :
من المسؤول عن حماية المستهلك الدولة الراشدة أم جمعيات المجتمع
المدني؟



هذه المداخلة تحاول أن تعالج هذا الموضوع من زاوية خاصة تتمثل في المجتمعات المختلفة التي تاهت في الطريق وضاعت عن السبيل قد وصلت إلى برمجة سلبية قاهرة وهي الاتكال الكلي على الدولة في كل شيء من مناحي الحياة، هذه البرمجة شارك فيها الكثير حتى أصبحت قناعة راسخة لا تززع.

لكن الواقع هو الذي أيقظنا على خطورة هذا الزعم وأن دور الجمعيات الخيرية الطوعية في المجتمع المدني لها كثير من المسؤوليات المنوطة بها عسانا نخفف من هذه الأزمة الخائفة بإذن الله.

أحاول أن أعالج في هذا الموضوع ثلاثة محاور أساسية :

المحور الأول : وهو الأصل أتكلم فيه عن العمل الجمعوي الطوعي مفهومه وأهدافه وتأصيله . ثم في المحور الثاني أتكلم عن مسؤولية الدولة في الجانب الاقتصادي ثم أنزل هذا على واقع الجزائر . والمحور الثالث وهو مهم جداً سأتكلم فيه بمدخل يتناول علم البرمجة اللغوية العصبية ودورها في التنمية البشرية ثم أنزل هذا العلم على واقع الجزائر وكيف المخرج.

المطلب الأول :

العمل الجمعوي الخيري التطوعي : مفهومه ، أهميته ، وأهدافه .

الفرع الأول : مفهوم العمل الجمعوي الخيري التطوعي
لقد تعمدت في هذا المطلب أن أعبر بكلمة " مفهوم " العمل الجمعوي الخيري وعدلت عن كلمة تعريف حتى لا يضيع المعنى المراد بين التعريف اللغوي ثم الاصطلاحي؛ لأن شرط التعريف الاختصار والاقتضاب أما المفهوم فيسمح فيه التفصيل والإسهاب.

جاء في قانون العمل التطوعي والإنساني لسنة 1999 م ما يأتي : " يقصد به أي نشاط طوعي إنساني خيري غير حكومي أو شبه حكومي يقوم به كيان طوعي وطني أو كيان أجنبي مانح أو منفذ لبرامجه، ويكون النشاط ذا أغراض اجتماعية أو تنموية أو إغاثية أو رعائية أو خدمية أو علمية أو بحثية يتم تسجيله وفقا لأحكام هذا القانون ويعرفونه بأنه : " التطوع يتضمن جهودا إنسانية، تبذل من أفراد المجتمع بصورة فردية أو جماعية، ويقوم بصفة أساسية على الرغبة والدافع الذاتي سواء كان هذا الدافع شعوريا أو



لا شعوريا. ولا يهدف المتطوع تحقيق مقابل مادي أو ربح خاص، بل اكتساب شعور الانتماء إلى المجتمع، وتحمل بعض المسؤوليات التي تساهم في تلبية احتياجات اجتماعية ملحة أو خدمة قضية من القضايا التي يعاني منها المجتمع⁽¹⁾

إن العمل التطوعي دافع أساسي من دوافع التنمية بمفهومها الشامل اقتصاديا وسياسيا واجتماعيا وثقافيا، ودليل ساطع على حيوية المجتمع واستعداد أفراده للتفاني والتضحية⁽²⁾ وهو أيضا نوع من الاختبار الحر للعمل، وقناعة لمشاركة الأفراد طوعية في العمل من واقع الشعور بالمسؤولية⁽³⁾. ومفهومه عند جمعية تفلنواز حياة: "بأنه مساهمة الأفراد في أعمال الرعاية والتنمية الاجتماعية سواء بالرأي أو بالعمل أو بالتمويل أو بغير ذلك من الأشكال ومن خصائص العمل الاجتماعي أن تقوم على تعاون الأفراد مع بعضهم البعض في سبيل تلبية احتياجات مجتمعهم، وهذا يقود إلى نقطة جوهرية مفادها أن العمل الاجتماعي يأتي بناء على فهم احتياجات المجتمع". وجاء مفهومه في مقال للشبكة الإسلامية . المركز الإعلامي: " والتطوع : ما تبرع به الإنسان من ذات نفسه مما لا يلزمه وغير مفروض عليه، وهو تقديم العون والنفع إلى شخص أو مجموعة أشخاص يحتاجون إليه دون مقابل مادي أو معنوي.

ويعرفه الأستاذ عراب بلال : التطوع ما تبرع به الإنسان من ذات نفسه ما لا يلزمه فرضه .⁽⁴⁾

ونلخص كل هذا بما يأتي :

" كل مجهود معنوي أو مادي تقوم به مجموعة لصالح أفراد ومجتمعات أو حتى محيط دون مقابل مادي وإنما عمل حسبة لله تعالى "

الضلع الثاني : أهمية العمل الخيري الطوعي الجماعي وأهدافه.

إن أهمية وأهداف العمل الخيري الطوعي يمثلها هذا التمهيد التالي :

في بداية القرن 21 . أصبحت للأسف ظاهرة الفقر العلامة المميزة للعديد من المجتمعات في العالم

- عام 2001/2000 عدد سكان العالم 06 ملايين نسمة.

- (2.8) مليار نسمة يعيشون على أقل من (2) دولار في اليوم.



- (2) مليار نسمة يعيشون على أقل من دولار يوميا.
- من بين كل (5) أطفال في الدول الأكثر فقراً يموت طفل واحد منهم قبل سن الخامسة من عمره كما يعاني أكثر من نصف الأطفال من سوء التغذية.

- ويعيش معظم الفقراء في إفريقيا جنوب الصحراء، جنوب آسيا ودول الاتحاد السوفياتي سابقاً⁽⁵⁾.

هذا بالنسبة للفقير الغذائي المادي، أما بالنسبة للفقير والعجز الصحي إليك هذا التقرير :

- سنة 2005 هناك (200) مليون مصاب في العالم بداء السكري.

- 2025 التوقع (333) مليون مصاب .

- (6/1) مرض السكري يعانون من مشكلة الإصابة في الرجل.

- (4) ملايين كل سنة عندهم مشكل في الرجل بسبب المرض.

- كل 30 ثانية تبتتر رجل بسبب داء السكري.

- 70 % ممن تبتتر أرجلهم بسبب داء السكري.

- بتر الرجل لمرض السكر تكلف من 30 إلى 40 ألف دولار⁽⁶⁾

وبعد عرض هذه النماذج الحية من الفقر الغذائي أو الصحي أو الإنساني بقي أمامنا الطريق الوحيد الذي منه بداية النجاة هو "مثقفة التساؤل" ؛ ترتبط درجة التساؤل وحركته بدرجة الوعي الذاتي، فعلى مقدار وعيينا بذواتنا والواقع الذي نعيشه تتشوق النفس إلى معرفة الخيوط التي نسج منها ذلك الواقع وعلينا أن نشبع قبل كل شيء روح التساؤل في كتاباتنا ومنتدياتنا وأسرنا حول الجذور والأسباب التي أدت إلى الحالة الراهنة التي تحياها الأمة، فالعالم الذي نعيشه هو عالم الأسباب، وعدم وقوعنا على السبب بعض الأحيان، لا يعني عدم وجوده، بمقدار ما يعني عمداً نضجنا لإدراكه والاستحواذ عليه⁽⁷⁾.

وبعد هذا التمهيد الذي أراه من الأهمية بمكان أقول : لا أدعي أن العمل الخيري الجمعي هو الطريق الوحيد أما عودة الأمة إلى ما كانت عليه، ولك حيال هذه الفوضى التي طالت كل شيء سواء في النواحي الشرعية أو السياسية أو الثقافية أو الاقتصادية أرى أن الأمر الذي لا يختلف حوله اثنان



في أنه بداية الطريق هو العمل الخيري الجماعي فتعميقه في قلوب الأمة يكون بلسما وعلاجاً ومنهجاً لبداية الطريق لأنه يشمل جميع مناحي الحياة. إن مفهوم العمل بمعناه الشامل قد ذكره القرآن ومدحه قال تعالى ﴿ فَاسْتَجَابَ لَهُمْ رَبُّهُمْ أَنِّي لَا أُضِيعُ عَمَلَ عَابِلٍ مِنْكُمْ مِنْ ذَكَرٍ أَوْ أُنْثَىٰ بَعْضُكُمْ مِنْ بَعْضٍ ﴾ [آل عمران 195]

ويقول سبحانه وتعالى ﴿ مَنْ عَمِلَ صَالِحًا مِنْ ذَكَرٍ أَوْ أُنْثَىٰ وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَلَنُحْيِيَنَّهٗ حَيَاةً طَيِّبَةً وَلَنَجْزِيَنَّهُمْ أَجْرَهُمْ بِأَحْسَنِ مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ ﴾ [النحل 95].

إن ديننا الحنيف يحث على العمل التطوعي ويثني على من يسخر نفسه لخدمة الآخرين ويدخل الابتسامة على وجوههم والأخذ بأيديهم، والعمل التطوعي ظاهرة اجتماعية صحية تحقق الروابط والتآلف والتآخي بين أفراد المجتمع حتى يكون كما وصفه الرسول ﷺ : " كالجسد الواحد " .

يعتبر العمل الجماعي والتموي التطوعي من أهم الوسائل المستخدمة للمشاركة في النهوض بمكانة المجتمعات في عصرنا الحالي، ويكتسب العمل الاجتماعي أهمية متزايدة يوماً بعد يوم، فهناك قاعدة مسلم بها مفادها أن الحكومات والدول سواء في البلدان المتقدمة أو النامية لم تعد قادرة على سد احتياجات أفرادها ومجتمعاتها؛ فمع تعقد الظروف الحياتية، ازدادت الاحتياجات الاجتماعية وأصبحت في تغير مستمر، لذلك كان لا بد من وجود جهة أخرى موازية للجهات الحكومية تقوم بملء المجال العام في تلبية الاحتياجات الاجتماعية، وهذه الجهة تسمى إما المجتمع المدني أو الجمعيات والمؤسسات والمنظمات الخيرية التطوعية.⁽⁸⁾

وخلاصة القول بعد هذا العرض أن الأمة الإسلامية ضعيفة وفقيرة وعاجزة لا نحتاج في ذلك إلى دليل، وأمر التكافل الاجتماعي لم يعد من نافلة القول والعمل، فأضحى موضوع إنشاء الجمعيات التطوعية وتفعيله أمراً من الأهمية بمكان لأننا يوماً نخسر من الضحايا بسبب الجوع أو الفقر أو المرض.



المطلب الثاني

العمل الجماعي الخيري التطوعي - نظرة تأصيلية

ينقسم هذا الموضوع أساساً إلى قسمين اثنين، القسم الأول: وهو العمل الخيري الطوعي وهذا الأمر سهل وأدلته واضحة جلية. وقسمه الثاني: هو العمل الجماعي أو الجماعي.

الفرع الأول: العمل الخيري الطوعي

إذا أردنا أن نؤصل لهذا الموضوع بقسميه فلا بد من الرجوع إلى المصادر الأصلية وهي الكتاب والسنة...

وأرى لزماً علي أن أبدأ بالتأصيل من القرآن الكريم في الأمور العامة ونترك التفاصيل للسنة النبوية المطهرة. لقد ورد في القرآن الكريم مصطلح خير ومعروف وعمل صالح وكرر مرات كثيرة.

البند الأول: العمل الخيري في القرآن الكريم

يقول تعالى: ﴿إِنَّ الَّذِينَ آمَنُوا وَالَّذِينَ هَادُوا وَالنَّصَارَى وَالصَّابِئِينَ مَنْ آمَنَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ
الْآخِرِ وَعَمِلَ صَالِحاً فَلَهُمْ أَجْرُهُمْ عِنْدَ رَبِّهِمْ وَلَا خَوْفٌ عَلَيْهِمْ وَلَا هُمْ يَحْزَنُونَ﴾ [البقرة 62].
﴿مَنْ عَمِلَ صَالِحاً مِنْ ذَكَرٍ أَوْ أَنْتَى وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَلَنُحْيِيَنَّهَ حَيَاةً طَيِّبَةً وَلَنَجْزِيَنَّهُمْ أَجْرَهُمْ
بِأَحْسَنِ مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ﴾ [النحل 97].

﴿وَأَمَّا مَنْ آمَنَ وَعَمِلَ صَالِحاً فَلَهُ جَزَاءُ الْحُسْنَى وَسَنَقُولُ لَهُ مِنْ أَمْرِنَا يُسْراً﴾ [الكهف

88].

﴿يَا أَيُّهَا الرُّسُلُ كُلُوا مِنَ الطَّيِّبَاتِ وَاعْمَلُوا صَالِحاً إِنِّي بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ﴾ [المؤمنون 51].

﴿وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحاً وَقَالَ إِنِّي مِنَ الْمُسْلِمِينَ﴾ [فصلت 33].

ومصطلح الصلاح ورد عشرات المرات بصيغ متنوعة.

كما أن مصطلح معروف ورد مرات عديدة منها ؛

قوله تعالى ﴿قَوْلٌ مَعْرُوفٌ وَمَغْفِرَةٌ خَيْرٌ مِنْ صَدَقَةٍ يَتْبَعُهَا أَذَى وَاللَّهُ غَنِيٌّ حَلِيمٌ﴾ [

البقرة 263].

﴿وَلَتَكُنَّ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ

الْمُقْلِحُونَ﴾ [آل عمران 104].



﴿ يَا بَنِي آدَمِ الصَّلَاةَ وَأَمُرَ بِالْمَعْرُوفِ وَانْهَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأَصْبِرْ عَلَى مَا أَصَابَكَ إِنَّ ذَلِكَ مِنْ عَزْمِ الْأُمُورِ ﴾ [لقمان 170] .

أما مصطلح خير فقد ورد في عشرات الآيات ...
قال تعالى: ﴿ وَمَا تَقَدَّمُوا لِأَنْفُسِكُمْ مِنْ خَيْرٍ يَجِدُوهُ عِنْدَ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ ﴾ [البقرة 110] .
﴿ وَلَتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴾ [آل عمران 104] .

﴿ وَمَنْ تَطَوَّعَ خَيْرًا فَإِنَّ اللَّهَ شَاكِرٌ عَلِيمٌ ﴾ [البقرة 158] .

وكذلك مصطلح البر :

قال تعالى: ﴿ لَيْسَ الْبِرُّ أَنْ تُولُوا وُجُوهَكُمْ قِبَلَ الْمَشْرِقِ وَالْمَغْرِبِ وَلَكِنَّ الْبِرَّ مَنْ آمَنَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَالْمَلَائِكَةِ وَالْكِتَابِ وَالنَّبِيِّينَ وَآتَى الْمَالَ عَلَى حُبِّهِ ذَوِي الْقُرْبَى وَالْيَتَامَى وَالْمَسَاكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَالسَّائِلِينَ وَفِي الرِّقَابِ وَأَقَامَ الصَّلَاةَ وَآتَى الزَّكَاةَ وَالْمُوفُونَ بِعَهْدِهِمْ إِذَا عَاهَدُوا وَالصَّابِرِينَ فِي الْبَأْسَاءِ وَالضَّرَاءِ وَحِينَ الْبَأْسِ أُولَئِكَ الَّذِينَ صَدَقُوا وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُتَّقُونَ ﴾ [البقرة 177] .
﴿ كُنْ تَأْلُوا الْبِرَّ حَتَّى تُنْفِقُوا مِمَّا تُحِبُّونَ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ شَيْءٍ فَإِنَّ اللَّهَ بِهِ عَلِيمٌ ﴾ [آل عمران 92] .

البند الثاني: العمل الخيري في السنة النبوية:

سأكتفي بعرض نماذج من السنة النبوية وأترك التفصيل عند ذكر أقسام الجمعيات الخيرية.

- « المسلم أخو المسلم لا يظلمه ولا يسلمه ، من كان في حاجة أخيه كان الله في حاجته ، ومن فرج عن مسلم كربة ، فرج الله عنه بها كربة من كرب يوم القيامة ، ومن ستر مسلما ، ستره الله يوم القيامة » ⁽⁹⁾ .
- « اتقوا النار ولو بشق تمرة ، فمن لم يجد تمرة فبكلمة طيبة ... » ⁽¹⁰⁾ .
- « حديث عبد الله بن عمرو بن العاص رضي الله عنهما أن رجلا سأل رسول الله ﷺ أي الإسلام خير؟ قال : تطعم الطعام وتقرأ السلام على من عرفت ومن لم تعرف » ⁽¹¹⁾ .

- « لا تحقرن من المعروف شيئا ولأن تلقى أخاك بوجه طلق » ⁽¹²⁾ .
- « لا يتصدق أحد بتمرة من كسب طيب إلا أخذها الله بيمينه فيرببها كما يربي أحدكم فلوه أو قلوصله حتى تكون مثل الجبل أو أعظم » ⁽¹³⁾ .



- « الساعي على الأرملة والمسكين كالمجاهد في سبيل الله أو كالذي يصوم النهار ويقوم الليل »⁽¹⁴⁾.

ويصعب استيعاب جميع النصوص النبوية فقد خصت كتب بهذا الموضوع، اشتملت على مئات الأحاديث منها كتاب « الجواهر المجموعة والنوادر المسموعة (الجود والبخل قضاء الحوائج، اصطناع المعروف وشكره، الصدقة والطعام) » لمحمد بن عبد الرحمن السخاوي ت 902هـ. أورد فيه ثمانمائة حديث. وكتب ابن أبي الدنيا والغزالي وغيرهم كثير.

الفرع الثاني: العمل الجماعي أو الجمعي نظرة تأصيلية
هنا في هذا المطلب أحاول أن أركز على مشروعية بل وضرورة العمل الجماعي الجمعي، فجعلت مبحثا خاصا بالتكافل الاجتماعي.

البند الأول: التجمع والتوحيد أساس الوجود وسنة كونية
إن الناظر في أنفسنا أو في مظاهر الكون من حولنا يشهد ويدرك أن التجمع والتوحيد سمة كونية كما المجموعة الشمسية تسير منتظمة حول مركزها ﴿ لَا الشَّمْسُ يَنْبُغِي هَا أَنْ تُدْرِكَ الْقَمَرَ وَلَا اللَّيْلُ سَابِقُ النَّهَارِ وَكُلٌّ فِي فَلَكٍ يَسْبَحُونَ ﴾ [يس 40]. وكذا الإنسان نفسه لا يحيى ولا تتوفر له صحة النفس وقوة البدن إلا إذا صحت كل أجهزة جسمه وتضافرت على أداء وظيفتها. وإن الإنسان نفسه لا يستطيع أن يوفر لنفسه حاجاتها الضرورية إلا إذا كان متعاوناً مع غيره أخذاً وعطاءً، معتقداً أنه عضو في جسم وبعض في كل، ورقم من مجموع، فالعمل الجماعي المتناسق سر وجود الحياة وأساس بناء الكون⁽¹⁵⁾.

ولقد قام الإسلام على ركنين أساسيين « كلمة التوحيد » و« توحيد الكلمة » فكلمة التوحيد هي الباب الوحيد الذي يدخل منه الناس إلى ساحة الإسلام، وتوحيد الكلمة هو التطبيق العملي لكلمة التوحيد، فكلمة التوحيد باب الإسلام، وتوحيد الكلمة سر البقاء فيه والإبقاء عليه، ولا شك أن التوحيد يبعث على الوحدة.

وقد جاءت العبادات في الإسلام ترجمة لهذا التلاقي في تدريب عملي مستمر.



فالصلاة هي الصلة الدائمة المتكررة بالله سبحانه وتعالى، فتجتمع الأبدان وتتعارف الوجوه، وتتصافح الأيدي، وتتألف القلوب، وقد ضعف الإسلام أجراها ببضع وعشرين مرة، وهذا إغراء شديد بالانضواء إلى الجماعة ونبذ العزلة.

وفريضة الزكاة طهارة للمجتمع وحماية له من عوامل الهدم طهارة للمزكي من الفردية والأنانية... وطهارة لنفس الفقير من الحسد والضغينة على أرباب الأموال بل هي طهارة لشخصية الفقير فهو ليس ضائعا في المجتمع، والمجتمع لا يدعه فريسة للجوع.

والصيام تذكير عملي بجوع الجائعين وبؤس البائسين وتتجول وحدة الشعور إلى وحدة المشاعر فتجتمع القلوب على الأخوة والأرواح على الطهارة والمشاعر على الإحسان في وحدة داخلية تكتمل بوحدة ظاهرية...

وفي الحج تتضح الوحدة في أجل صورها وحدة المشاعر ووحدة في المشاعر ووحدة في الهدف ووحدة في العمل ووحدة في القول⁽¹⁶⁾. وهكذا نرى أن العبادات في الإسلام تبعث على وحدة الجماعة في ظل التوحيد. يقول البشير الإبراهيمي: « ما شرع الله هذه الشعائر عبثا وإنما شرعها لحكم جليلة، أعلاها جمع الأمة على الدين، لتجتمع في شؤونها الدنيوية، وتوحيدها في عبادة الله الأحد لتتربى على الاتحاد في مصالحها العامة والمشاركة⁽¹⁷⁾ ».

ولقد عنون الشيخ محمد الغزالي في كتابه فقه السنة (أسس البناء الجديد) قائلا: " ليس الأمة الإسلامية جماعة من الناس همها أن تعيش بأي أسلوب، أو تخط طريقها في الحياة إلى أي وجهة وما دامت تجد القوت واللذة، فقد أراحت واستراحت، كلا. فالمسلمون أصحاب عقيدة تحدد صلتهم بالله، وتوضح نظراتهم إلى الحياة، وتنظم شؤونهم في الداخل على أنحاء خاصة وتسوق صلاتهم بالخارج إلى غايات معينة ومن هنا شغل رسول الله ﷺ - أول مستقره - بالمدينة بوضع الدعائم التي لا بد منها لقيام رسالته:

1. صلة الأمة بالله.

2. صلة الأمة بعضها ببعض الآخر.

3. صلة الأمة بالأجانب عنها مما لا يدينون دينها.



ففي الأمر الأول بادر الرسول ﷺ إلى بناء المسجد لتظهر فيه شعائر الإسلام. الأمر الثاني وهو صلة الأمة بعضها ببعض الآخر فقد أقامه الرسول ﷺ على الإخاء الكامل، الإخاء الذي تمحى فيه كلمة « أنا » ويتحرك الفرد فيه بروح الجماعة ومصالحاتها وآمالها. وقد جعل الرسول ﷺ هذه الأخوة عقدا نافذا لا لفظا فارغا، وكانت عواطف الإيثار والمواساة والموانسة تمتزج في هذه الأخوة وتملأ المجتمع الجديد بأروع الأمثلة⁽¹⁸⁾.

البند الثاني: الجماعة أو الجمعية نظرة مقصدية

يقرر الشيخ الطاهر بن عاشور أن الإصلاح للفرد والجماعة من أهم مقاصد الشريعة الإسلامية ويعمل على إقامة نظام الاجتماع المطلوب إن تحقيق مقصد « إصلاح الجماعة » الذي يعتد به الإسلام ويعتبره الغرض الأسمى حمل المؤمنين على الانتساب لجامعة جد متسعة وكبيرة هي الجامعة الدينية الإسلامية التي تفوق أهمية وقوة كل ما سبقها من ألوان الأنظمة القائمة على الترابط والتساند والتعاقد، وذلك كنظام العائلة، والمصاهرة، والقبيلة، والأمة.

وتعرض المؤلف إلى الأخوة في الإسلام وهي التي تمثل الدعم الروحي والتأييد النفسي لأفراد الجماعة الديني . أما إصلاح العمل فيكون بطلب الاستقامة وله ارتباط وثيق بصحة العقيدة وسلامة التفكير، والوازع النفساني له أثر كبير في تحقيق صلاح الفرد والمجتمع ثم اكتساب العلم. ويختم بقوله: « كمل المجتمع الإسلامي بالمدينة يومئذ »⁽¹⁹⁾.

المطلب الثالث

مبدأ التكافل الاجتماعي

يعرفه الشيخ أبو زهرة: « يقصد في معناه اللفظي أن يكون آحاد الشعب في كفالة جماعتهم، وأن يكون كل قادر، أو ذي سلطان كفيلا في مجتمعه يمدد بالخير، وأن تكون كل القوى الإنسانية في المجتمع متلاقية في المحافظة على مصالح الآحاد ودفع الأضرار⁽²⁰⁾ قال رسول الله ﷺ : « المؤمن للمؤمن كالبنيان يشد بعضه بعضا - وشبك بين أصابعه - » متفق عليه⁽²¹⁾ وقال ﷺ : « مثل المؤمنين في توادهم وتراحمهم وتعاطفهم، مثل الجسد الواحد إذا اشتكى منه عضو تداعى له سائر الجسد بالسهر والحمى »⁽²²⁾.



يقول الإمام النووي : هذه الأحاديث صريحة في تعظيم حقوق المسلمين على بعضهم وحثهم على التراحم والملاطفة والتعاقد في غير إثم ولا مكروه⁽²³⁾. هذا حديث عظيم من رسول كريم لا ينطق عن الهوى فهو يحث المؤمنين أن يكونوا إخوانا متحابين ومتراحمين، متعاطفين، متعاضدين، يحب كل واحد منهم الآخر ما يحب لنفسه، وأن عليهم مراعاة المصالح الكلية الجامعة لمصالحهم كلهم: فإن البنیان وحدة متماسكة صلبة على أساس متينة مرتبطة بحيطان وسقف ومرافق وأبواب ومنافع ، كل نوع من ذلك لا يقوم بمفرده حتى ينظم بعضها إلى بعض. وكالجسد الواحد ، كل عضو فيه يؤدي مهمته بإتقان ، فإذا تعطل عضو أو مرض تعب الجسد ، كذلك المسلمون يجب أن يكونوا كذلك فهذه الفروض العينية يقوم بها كل مكلف ولا يعفى منها أحد إلا بعذر ، وفروض الكفايات: يقوم بها البعض عن البعض الآخر بحيث تحصل بهم الكفاية ويتم بهم المقود المطلوب وأمرنا الله تعالى بالتعاون على البر والتقوى ﴿وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْعُرْوَةِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ﴾ [آل عمران 104] . فالمسلمون قصدهم ومطلوبهم واحد وهو قيام مصالح دينهم ودنياهم التي لا يتم الدين إلا بها. وكل طائفة تسعى في تحقيق مهمتها بحسب ما يناسبها ويناسب الوقت والحال ، ولا يتم لهم ذلك إلا بعقد المشاورات والبحث عن المصالح الكلية، وبأي وسيلة تدرك وكيفية الطرق إلى سلوكها فمنهم طائفة تتعلم ، وأخرى تعلم ، وطائفة في السياسة وأخرى في الزراعة... وبالجمله يسعون كلهم لتحقيق مصالح دينهم ودنياهم.

فما أنفع العمل بهذا التنظيم الذي يصف الجماعة كالبنیان وكالجسد في الوحدة والتحاب والتعاقد والتراحم ولهذا حث الشارع على كل ما يقوي هذا الأمر وما يوجب المحبة بين المؤمنين وما به يتم التعاون على المنافع ونهي عن التفرق والتعادي ، وتشيت الكلمة في نصوص كثيرة حتى عد هذا أصلا عظيما من أصول الدين تجب مراعاته⁽²⁴⁾.

الفرع الأول: طريقة الإسلام في تنظيم التكافل الاجتماعي
وأقصد بهذا الفرع الجانب الاقتصادي الاجتماعي ولقد نظم الإسلام التكافل الاجتماعي وهو ينقسم إلى قسمين اثنين هما :



البند الأول: التنظيم التشريعي للتكافل الاجتماعي

ويكون هذا عن طريق الواجبات والحقوق
وجوب نفقة الرجل على زوجته وأبنائه ووالديه...
وهناك واجبات أخرى فرضها المشرع. ثم جعل هناك موارد للأمة مثل
الزكاة والخراج والضرائب.

البند الثاني: التنظيم التطوعي

يضاف إلى ما تقدم من التنظيم التشريعي الذي تقوم به الدولة بقوة
سلطانها إلزاماً، تنظيم آخر يستمد قوته من وازع الضمير الديني ودافع
التقوى والورع، هذا التنظيم الذي يحقق أيضاً جانب من التعاون والتكافل
الاجتماعي وإن كان طوعياً اختيارياً ظاهراً يتصف بالإلزام الداخلي النفسي
بالنسبة للمؤمنين وكلما كانت العقيدة قوة في المجتمع وحرارة الإيمان متقدة
كان التنظيم منتجاً لنتائجه.

ويشمل هذا التنظيم الطوعي على النحو التالي :

أ - صدقة التطوع :

قوله تعالى: ﴿لَيْسَ الْبِرَّ أَنْ تُولُوا وَجُوهَكُمْ قِبَلَ الْمَشْرِقِ وَالْمَغْرِبِ وَلَكِنَّ الْبِرَّ مَنْ آمَنَ بِاللَّهِ
وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَالْمَلَائِكَةِ وَالْكِتَابِ وَالنَّبِيِّينَ وَآتَى الْمَالَ عَلَى حُبِّهِ ذَوِي الْقُرْبَى وَالْيَتَامَى وَالْمَسَاكِينَ
وَابْنَ السَّبِيلِ وَالسَّائِلِينَ وَفِي الرِّقَابِ وَأَقَامَ الصَّلَاةَ وَآتَى الزَّكَاةَ﴾ [البقرة 177].

ب - صدقة التطوع الدائمة: الصدقة الجارية يمكن أن تكون وقفاً
ويمكن أن تكون غير وقف كأن يدفع الإنسان مالا من داخله باستمرار في
كل شهر أو سنة لجهة خير كعلاج المرضى أو رعاية الأيتام...

ج - الوقف : وكان الوقف في التاريخ الإسلامي مؤسسة اجتماعية خيرية
عظيمة النفع متعددة الأنواع سيأتي الكلام عليها.

د- الوصية⁽²⁵⁾ : ولعل الآن وفي هذا الزمان أضحت التشريع التطوعي أمانة
في عنق الجميع حين غاب شرع الله عن الوجود وأصاب الأمة العجز والوهن
والضعف والفقر فأصبح لزاماً على المجتمع المدني أن يأخذ المسؤولية وما
الغرب بأوعى من الأمة الإسلامية فعنده العمل الجمعي الخيري نافس الدول
وتعدها تقدماً وخدمة ومرونة وسأعقد له مبحثاً إن شاء الله.



الضرع الثاني: أثر العبادات الجماعية على التكافل الاجتماعي
إن الشريعة الإسلامية تتجه في كل أحكامها إلى تحقيق الأهداف التي
تؤدي إلى تكافل اجتماعي سليم.

وإننا نبتدئ بالعبادات التي هي ظاهرها علاقة العبد بربه ولكن هي في
معناها تربية الضمير الاجتماعي الذي يجعل الأحاد مندمجين في الجماعات
التي يعيشون فيها بقوة روحية تحكم ميولهم وإرادتهم فيحققوا التكافل
الاجتماعي نفسيا قبل أن تتدخل القوانين التي لها مبررها من الإسلام.

إن العبادات شرعت لتهذيب النفوس وتربية روح المساواة وروح الاجتماع
ولنضرب لذلك مثلا بالصلاة التي هي أوضح العبادات بأنها تمنع الجرائم
الاجتماعية وتمنع كل منكر ﴿إِنَّ الصَّلَاةَ تَنْهَى عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ﴾ [المنكوت 45].
والصوم هو طهارة روحية وسمو نفسي تتضامن للضعيف ويجعل النفس تألف مع
غيرها وبهذا يكون متكافلا مع الجماعة في شدتها ورخائها.

والحج تعارف اجتماعي عام يجعل المؤمنين يتعارفون ويتكاملون ...
والزكاة تعاون اجتماعي.

ولقد جعل الإسلام كفارات الذنوب شعارا اجتماعيا فمن أفطر في
رمضان فعليه عتق رقبة أو صيام ستين يوما أو إطعام ستين مسكينا وكذا
الحلف ...

ثم هكذا نجد كل العبادات الإسلامية تتجه إلى تهذيب ضمير المؤمن
ليكون متكافلا مع المجتمع الفاضل في غاياته الفاضلة⁽²⁶⁾. إن هذا الاجتماع
الذي أراد الله لنا فيه من الخير ما لا يمكن حصره، فلقد سخرنا الله
لبعضنا البعض حتى نكون سببا في إكساب الخير لبعضنا البعض ،
فيتعرض الإمام ابن القيم للطيفة مهمة بنظرة تربوية دقيقة: يرى أن أفراد
المجتمع ينتفع بعضهم ببعض في أداء بعض شعائهم التعبدية كالصلاة
وغيرها، يقول رحمه الله : "... فإن المؤمنين ينتفع بعضهم بعمل بعض
الأعمال التي يشتركون فيها كالصلاة في جماعة، فإن كل واحد منهم
تضاعف صلاته إلى سبع وعشرين ضعفا لمشاركة غيره له في الصلاة، فعمل
غيره كان سببا لزيادة أجره كما أن عمله سبب لزيادة أجر الآخر، بل قد
قل إن الصلاة يضاعف ثوابها بعدد المصلين وكذلك اشتراكهم في الجهاد



والحج والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر والتعاون على البر والتقوى وقال النبي ﷺ : « المؤمن للمؤمن كالبنيان يشد بعضه بعضا وشبك بين أصابعه »⁽²⁷⁾. وفي هذا حث المسلم على أن يمارس عبادته في جماعة لينال هذه الفوائد ويحظى بها⁽²⁸⁾.

الفرع الثالث : التكافل الاجتماعي مبدأ إيماني
يشاع عند الناس كثيرا أن التكافل الاجتماعي بين الأمة والعمل الخيري والصدقة وإغاثة الملهوف وإسعاف المرضى وكفالة الأيتام والطفولة المسعفة وكل هذه من أنواع المواساة تدخل في العمل التطوعي ولا تخرج عن دائرة المستحب بل شاع عند الناس أنه عليك بالفروض والواجبات فهذا هو الأساس أما ما يطلق عليه بالمندوب أو المستحب أو التطوع أو السنة في مقابل الواجب فهي الأولى تركها لأنها سنة فقط ولو نظرنا إلى أصل الرسالة المحمدية كما حددها الشيخ الغزالي تحت عنوان : إلى ما ندعو الناس ؟

- 1- الوجدانية المطلقة.
- 2- الدار الآخرة.
- 3- تزكية النفس : وذلك بلزوم عبادات معينة شرعها الله عز وجل.
- 4- حفظ كيان الجماعة المسلمة : باعتبارها وحدة متماسكة تقوم على الأخوة والتعاون وذلك يقتضي نصر المظلوم وإعطاء المحروم وتقوية الضعيف⁽²⁹⁾.

فنجد أن أصول الدعوة تبدأ بالإيمان بالله بكل لوازمها ثم الإيمان باليوم الآخر لأنه طريقنا إلى الجزاء ثم التزكية ويريد بها الفروض التعبدية من صلاة وصيام وزكاة... أركان الإسلام ويختمها رابعا بحفظ كيان الجماعة وقد أسلفت على أن بناء المجتمع الأول في المدينة المنورة بدأ بثلاث دعائم:

- صلة الأمة بالله ويقابلها بناء المسجد وسيأتي الكلام عليه.
- صلة الأمة ببعضها البعض وهو عقد الأخوة الذي حققه النبي ﷺ أول أمره.
- صلة الأمة بالأجانب الوثيقة التي كتبها النبي ﷺ بينه وبين اليهود.



ف نجد أن الرسول ﷺ وهو يبني مجتمع المدينة الجديدة بل بداية الدولة الإسلامية بنى المسجد وكان المسجد آن ذاك هو محل العبادة والسياسة وقيادة الجيوش والمدرسة... ومعها مباشرة أجرى عقد الأخوة لأنه من أصول الإيمان وسأفرد به بالكلام.

المطلب الرابع:

مبدأ الأخوة الإيمانية أصل التكافل الاجتماعي

الأخوة الإيمانية هو مبدأ أصيل في الإسلام منه وبه تعلو منارة الإسلام وترتفع خفاقة ولفظ الأخوة ورد في القرآن الكريم عشرات المرات وهو يؤسس هذه الأخوة الإيمانية قال تعالى : ﴿ إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ ﴾ [الحجرات 10] . وقوله تعالى : ﴿ فَالْفَ بَيْنَ قُلُوبِكُمْ فَأَصْبَحْتُمْ بِنِعْمَتِهِ إِخْوَانًا ﴾ [آل عمران 103] .

أما النبي ﷺ بمنهجه الرياني الفريد ربي جماعته الأولى على الأخوة الإيمانية الصادقة في مكة المكرمة ومع بناء المجتمع الجديد في المدينة المنورة بل ومع بداية بناء المسجد قلعة الإسلام أجرى عقد الأخوة بين المهاجرين والأنصار.

قال السهيلي: « آخى بين أصحابه ليذهب عنهم وحشة الغربة ويتأنس من مفارقة الأهل والعشيرة ويشد بعضهم أزر بعض فلما عز الإسلام واجتمع الشمل وذهبت الوحشة أبطل المواريث وجعل المؤمنين كلهم إخوة وأنزل : ﴿ إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ ﴾ [الحجرات 10] . يعني في التواد وشمول الدعوة⁽³⁰⁾ و يترجم الإمام البخاري في مناقب الأنصار باب إخاء النبي بين المهاجرين والأنصار، حديث أنس: « قدم عبد الرحمن بن عوف فأخى النبي ﷺ بينه وبين سعد بن الربيع الأنصاري فعرض عليه أن يناصفه أهله وماله ، فقال عبد الرحمن: بارك الله لك في أهلك ومالك دلني على السوق فربح شيئاً من أقط وسمن فرأه النبي ﷺ وعليه وفر من صفرة فقال النبي ﷺ مهيم يا عبد الرحمن؟ قال : يا رسول الله تزوجت امرأة من الأنصار قال : فما سقت فيها ؟ فقال : وزن نوات من ذهب . فقال النبي ﷺ : أولم ولو بشاة »⁽³¹⁾ .

- قال أنس : قد حالف رسول الله بين قريش والأنصار في داري⁽³²⁾ . ويعلق الشيخ مصطفى السباعي قائلاً في مؤاخاة الرسول ﷺ بين المهاجرين والأنصار أقوى مظهر من مظاهر العدالة الإنسانية الأخلاقية البناءة فالمهاجرون قوم



تركوا في سبيل الله أموالهم وأراضيهم فجاءوا المدينة لا يملكون من حطام الدنيا شيئاً والأنصار قوم أغنياء بزروعهم وأموالهم فليحمل الأخ أخاه وليقتسم معه سراء الحياة وضراءها ولينزل في بليته مادام فيه متسع لهما. وليعطه نصف ماله مادام غنياً عنه موفراً له . فأية عدالة اجتماعية في الدنيا تعدل هذه الأخوة⁽³³⁾ . أما ابن تيمية تكلم على هذا العقد في زمانه قائلاً: وأما عقد الأخوة بين الناس في زماننا فإن كان المقصود منها التزام الأخوة الإيمانية التي أثبتها الله بين المؤمنين بقوله ﴿ إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ ﴾ وقول النبي ﷺ « المسلم أخو المسلم لا يسلّمه ولا يظلمه »⁽³⁴⁾ . وقوله : « لا يبيع أحدكم على بيع أخيه ولا يخطب على خطبة أخيه » ، وقوله : « والذي نفسي بيده لا يؤمن أحدكم حتى يحب لأخيه ما يحب لنفسه » . ونحو ذلك من الحقوق الإيمانية التي تجب للمؤمن على المؤمن .

فهذه الحقوق واجبة بنفس الإيمان والتزامها بمنزلة التزام الصلاة والزكاة والصيام والحج ، والمعاهدة عليها كالمعاهدة على ما أوجب الله ورسوله وهذه ثابتة في كل مؤمن على مؤمن وإن لم يحصل بينهما عقد مؤاخاة.⁽³⁵⁾

الفرع الأول : مقومات الأخوة الإيمانية للتكافل الاجتماعي
هذا العنوان هو جزء من المبحث السابق ونظراً لأهميته عقدت له مبحثاً مفصلاً.

إن للأخوة الإيمانية مقومات وأركان لا تتبني الأخوة إلا بها وبها ينتعش التكافل بين الأمة. والسنة النبوية قد عالجت هذا الموضوع بإسهاب.
قال رسول الله ﷺ : « لا يؤمن أحدكم حتى يحب لأخيه ما يحب لنفسه » وفي رواية: « ما يحب لنفسه من الخير »⁽³⁶⁾ . لقد ترجم الإمام البخاري لهذا الحديث في كتاب الإيمان باب من الإيمان أن يحب لأخيه ما يحب لنفسه.
قال ابن حجر : « قوله ما يحب لنفسه أي من الخير كما تقدم عند الإسماعيلي... والخير كلمة جامعة تعم جميع الطاعات والمباحث الدنيوية والأخروية. قال الكرمانلي: ومن الإيمان أيضاً أن يبغض لأخيه ما يبغض لنفسه من الشر ولم يذكره ، لأن حب الشيء مستلزم لبغض نقيضه فترك التنصيص عليه اكتفاءً⁽³⁷⁾ .



ومن هنا فأول مبدأ وأساس للأخوة الإيمانية هو حبك الخير لأخيك كما تحبه لنفسك وعكس هذا هو الحسد بعينه القاصم للظهر المهلك للحسنات.

- قال ﷺ : « المسلم أخو المسلم لا يظلمه ولا يسلمه ، من كان في حاجة أخيه كان الله في حاجته ، ومن فرج عن مسلم كربة ، فرج الله عنه بها كربة من كرب يوم القيامة ، ومن ستر مسلما ستره الله يوم القيامة »⁽³⁸⁾.

ففي الحديث قاعدة مهمة وهي أن المسلم أخو المسلم تقرير من رسول الله ﷺ وبالتالي لا يظلمه ، بل أزيد من هذا أن يساعده في قضاء حوائجه وتفريج كربته ، وستره ، هذه هي حقوق الأخوة الإيمانية.

الفرع الثاني : التكافل الاجتماعي نظرة عصرية

بعد هذا العرض المستفيض من مفهوم العمل الخيري الطوعي وأهميته ، والتأصيل له ؛ وأن التكافل مبدأ إيماني أخلص إلى ما يلي : إن العمل الجمعي الخيري التطوعي هو عمل إسلامي خالص حث عليه الإسلام.

وفي هذا الموضوع يقول الشيخ السباعي : « ولإيجاد الفرد الصالح أقيمت المدرسة والمعهد ، وأقيم المسجد والمعهد ، وأقيمت الجمعية والنادي ومن هنا كانت رسالة المدرسة والمسجد والجمعية رسالة يتم بعضها بعضا ، ففي المسجد تبنى روح الفرد ، وفي المدرسة يبنى عقله ، وفي الجمعية يبنى خلقه ، وبذلك كان وجود هذه المؤسسات معا من ضروريات الحياة الاجتماعية الصحيحة وكان فقدان واحد منها دليل اختلال واضطراب »⁽³⁹⁾.

- الواقع الحالي يضطرني أن أعلق على هذا النص الهام.

فالشيخ السباعي يحدد المؤسسات النفعية للفرد ولنبدأ بالمدرسة فهل المدرسة في العالم الإسلامي من حيث العموم تؤدي دورها مع هذا الانحراف والاختلال والمناهج البعيدة عن الإسلام فهل المدرسة تؤدي دورها. إلا قليلا.

أما المسجد الذي كان أساسا في بناء المجتمع الأول ، وكان هو مكان الصلاة وفي جماعة ، وقلعة الإسلام ، والثكنة للجيش ، ومحضن التربية للطفل...؛ أما المسجد اليوم فهو للصلاة فقط ويفلق بعدها مباشرة. فهل رسالة المسجد المعاصرة أعطت ثمارها حقيقة.



ومن هنا أرى الجمعية في وقتنا الحالي أو بعبارة أخرى المجتمع المدني له دور فعال في بناء التكافل الاجتماعي بل له دور فعال في التنمية البشرية على جميع الأصعدة ثقافيا واجتماعيا واقتصاديا وصحيا وإيمانيا...

ولعل الذي وجد في صدر الإسلام وبقي إلى آخر الخلافة العثمانية ثم تلاشى في كثير من البلدان بسبب الاستعمار ولم يبق منه إلا الشيء القليل ألا وهو الوقف الإسلامي والوقف لغة هو الحبس، واصطلاحا هو حبس أشياء يمكن الانتفاع بثمرتها مع بقاء عينها⁽⁴⁰⁾.

ويعرفه أبو زهرة: هو حبس العين بحيث لا يتصرف فيها بالبيع أو الهبة والتوريث وصرف الثمرة إلى جهة من جهات البر وفق شرط الواقف⁽⁴¹⁾.

أسس النبي ﷺ لفكرة الوقف الإسلامي عندما أوصى أصحابه ومنهم عمر رضي الله عنه بأن يحبسوا الأصول ويتصدقوا بالثمر. وقد نقل عن الشافعي فيما رواه البيهقي في كتابه السنن والآثار عن الشافعي: "... والصدقات المحرمات - يقصد الوقف - التي يقول بها بعض الناس، الوقف عندنا بالمدينة ومكة من الأمور المشهورة العامة التي لا تحتاج فيها إلى نقل خبر الخاصة، وصدقة رسول الله ﷺ قائمة عندنا، وصدقة الزبير قريب منها، وصدقة عمر بن الخطاب، وصدقة عثمان وصدقة علي ... وما لا أحصى من الصدقات المحرمات لا تبعن ولا توهبن بمكة والمدينة وأعراضها، ولقد بلغني أن أكثر من ثمانين رجلا من أصحاب رسول الله ﷺ من الأنصار تصدقوا صدقات محرمات موقوفات.

وقد احتل فعل الخير الذروة من حيث أهميته بين سائر أعمال المكلف بحيث أصبح ركنا أساسيا من أركان الدين بل إن الإسلام حفظا على البعد الإنساني وصيانة لكرامة الجميع من أن تهدر عد البر بالفقير واليتيم والضعيف والمحتاج حقا من حقوقهم ﴿ وَالَّذِينَ فِي أَمْوَالِهِمْ حَقٌّ مَّعْلُومٌ لِلْسَّائِلِ وَالْمَحْرُومِ ﴾ [المعارج 24، 25].

ولقد تجسد العمل الخيري في هدي رسول الله ﷺ تطبيقا عمليا تسامى ليكون النموذج والمثال المحتذى.

وهكذا كان الأمر بعد رسول الله ﷺ أخذ العمل الخيري يتطور وينمو وتعددت صورته وألوانه وشكلت له الدواوين والسجلات وألفت الكتب



والرسائل في نظام الزكاة وصدقة الفطر، والصدقة العامة، وبر الوالدين وصلة الأرحام...⁽⁴²⁾. ولقد سجلت الحضارة الإسلامية مآثر كبيرة خاصة بالوقف.

قال الشيخ السباعي: بهذه الأخلاق وهذا الكرم الاجتماعي شيدت المساجد في صدر الإسلام، وأنشئت المدارس، وكثرت الأوقاف، وبنيت الخانات ليأوي إليها أبناء السبيل، وبهذا انضرد تاريخنا بأوقاف أوقفت على صنوف من الخير الاجتماعي لا نعرف له مثيلا في تاريخ الأمم، فلقد كان عندنا الأوقاف المنتشرة في جميع أنحاء العالم الإسلامي على المساجد والمدارس والمستشفيات، كان عندنا أوقات لإطعام الخيل العاجزة عن العمل، وإن المرج الأخضر في دمشق الذي يقام عليه الآن معرض دمشق الدولي ليس إلا وقفا على الحيوانات العاجزة المسنة تأكل حتى تموت دون أن يضطر أصحابها لقتلها تخلصا من نفقاتها. وكان من أوقافنا، أوقاف على تمريض القطط والكلاب والحيوانات المريضة، كما كان أوقاف لتزويج الشباب والفتيات العاجزين عن نفقات الزواج، وأوقاف لاستئجار الرجال ليقودا العميان، وأغرب من ذلك وقف الزبدي كان في دمشق وتحدث عنه الرحالة ابن بطوطة فقد حدث أن رأى بعينه صبيا كانت بيده زبدي فأنكسرت، فبكى خوفا من بطش أهله به، فأخذه الناس إلى قيم وقف الزبدي فأعطاه زبدي مثلها، فعاد إلى أهله دون أن يشعر أهله بما كسر. وقد سمعت وأنا بطرابلس أن فيها وقفا لاستئجار اثنين يذهبان كل يوم إلى المستشفى يقفان بجانب المريض يتحدثان بكلام خافت يسمعه المريض من حيث يوهمانه أنهما يتكلمان سرا عنه فيقول أحدهما للآخر إنني أراه اليوم أحسن منه بالأمس فوجهه مشرق وعيونه متألقة، ثم ينصرفان وقد سمع المريض كلامهما بعد أن أحيا له ما يعتقد في نفسه التقدم نحو الشفاء⁽⁴³⁾. وإذا أردنا المقارنة بين العمل الجمعي والخيري والوقف نجد أن المقارنة صحيحة إذ أن إنشاء جمعية خيرية هو عبارة عن وقف منفعة لذوي الحاجة والمستحقين لها. وبالتالي فالعمل الجمعي هو رديف العمل الوقفي بل وقرينه.



الفرع الثالث: العمل الجماعي الخيري طريق إلى التكافل
إن التكافل الاجتماعي بين الأمة أمر حث عليه الإسلام بل هو مبدأ إسلامي وركن إيماني وضرورة ملحة لا تقوم للجامعة الإسلامية . الجماعة قائمة إلا به ، وعلمنا أن الوقف الإسلامي وغيره قد ساهم في التكافل الاجتماعي بل وساهم في الحركة التنموية البشرية للمجتمع.
وقد وصلنا فيما سبق أن رديف نظام الوقف هو العمل الجماعي الخيري الطوعي وهو الوعاء والوسيلة الأكيدة للتكافل الاجتماعي ، وعلمنا أن الإسلام يكره للمسلم أن ينحصر في نطاق نفسه وينأى بمصلحته عن مصلحة الجماعة⁽⁴⁴⁾ . وإن إمام المقاصد ابن عاشور يقول صلاح أحوال المجموع وانتظام أمر الجماعة أسمى وأعظم من صلاح حال الفرد⁽⁴⁵⁾ .
لقد أصبح العمل الفردي لا يكاد يساوي شيئاً أمام المجهودات المنظمة عالمياً. إن جيوشاً من البشر في الغرب خاصة تتوجه لخدمة الإنسانية على جميع الأصعدة؛ أما في الأمة الإسلامية من حيث العموم العمل الجماعي ضعيف جداً ويحتاج إلى تفعيل من جديد وتوعية واسعة النطاق حتى يعود إلى ما كان عليه في العصر الأول وحتى ننافس غيرنا على هذا المشروع الحضاري.

الفرع الرابع: هل العمل الجماعي الخيري الطوعي من نافلة العمل
البند الأول: إشكالية حول مصطلح المندوب أو المستحب
إن هذا الدين متين بل هو تشريع ومنظومة يشد بعضها بعضاً فأولها العقيدة وهي أساس الإيمان وجزء منه بل هي ركن من أركان الإسلام فركن العقيدة والتوحيد يتصل اتصالاً وثيقاً وعميقاً بالشرعية وأعني بها الفقه الإسلامي والشرعية بفقهها ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالقيم الأخلاقية والمبادئ السامية والكل هو دين الله الذي يدخل في مفهوم العبودية ، ﴿ وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ ﴾ [الذريات:56] ، فالعبادة هي عقيدة وشرعية وأخلاق.
ولقد قسم علماءنا رحمهم الله تقسيمات علمية منهجية أكاديمية - إن صح القول - وذلك قصد الإفهام والتفهم وقصد التعليم.



وقسموا الفقه الإسلامي إلى عبادات ومعاملات وقسموا الحكم الشرعي إلى خمسة أقسام الفرض والمستحب والمباح والحرام والمكروه. هذا التقسيم لا بد منه وضروري ومهم.

إن الجيل الأول فهم مراد الشارع في كل شيء لم يفرق بين عقيدة وشريعة، ولا بين شريعة وأخلاق ولا بين فرض ومستحب، جيل توجه إلى ربه بقلب سليم وحاول تطبيق الشريعة ما استطاع إلى ذلك سبيلا.

أما أمة اليوم، أقصد عامة الناس من حيث العموم فأصبحوا ينظرون إلى الإسلام من حيث الجزاء فالمهم دخول الجنة بمفتاح (لا إله إلا الله) والباقي لا يهم، بل أصبح مصطلح مستحب مرادفا لمصطلح سنة كما عند الفقهاء إذن، فما دام سنة فالأصل فيه الإباحة وعدم المستحب هو الأساس وبدأت المفاهيم تختلط على العامة حتى شوهت المبادئ بل وشوهت الشريعة من قبل العامة. فأقول إن الشريعة الإسلامية كل لا يتجزأ وعقيدة وإيماناً وإسلاماً فروضا ونوافل ومستحبات والقاعدة فيها أننا إذا أمرنا بشيء فعلناه بقدر المستطاع وإذا نهينا انتهينا وهذا كله حسبة لله سبحانه وتعالى.

فإن الله سبحانه وتعالى قد أمر باتباع النبي ﷺ في كل شيء ولم يحدده بالواجبات فقط، قال تعالى : ﴿ وَمَا آتَاكُمُ الرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَمَا نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا ﴾ [الحشر 17]. وقال تعالى : ﴿ لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ ﴾ [الأحزاب 21].

لقد توسع علماء الفقه والأصول وقعدوا قواعد حتى قالوا إن الإكثار والمبالغة في المباح تفضي إلى المكروه والمكروه برزخ بين الحلال والحرام، والإكثار من المكروه يؤدي إلى الحرام ويقولون إن السنة أو المستحب تجبر الفرض وهكذا.

البند الثاني: هل التكافل الاجتماعي عن طريق الجمعيات من نافلة العمل :

إن الخلل اليوم خلل مصطلحات فعندما نعبر بـ " العمل الجماعي الخيري التطوعي " فنجد كلمة خيري وتطوعي ، فأول ما يتبادر إلى الذهن هو أنني أمام مصطلح خير وتطوع وبالتالي فلي الخيار أن أعمل أو لا أعمل : فإذا كانت الأمة بدأت تضع الفرض فهنا الحجاب يحرم ارتداؤه وهنا تباح العلاقات الحرام وتفنن لها القوانين ... فهل بقي للتطوع نصيب.



لقد سبق وقدمت نماذج فقط من الأدلة لتأصيل العمل الخيري والآن أزيد بعضاً منها.

فإذا قال تعالى : ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ازْكُوا وَاذْكُرُوا وَاسْجُدُوا وَاعْبُدُوا رَبَّكُمْ وَافْعَلُوا الْخَيْرَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴾ [الحج 77] . أمر الله تعالى في هذه الآية المؤمنين بالركوع والسجود أي الصلاة ثم تلى بالعبودية ، بدأ بالخاص وتلى بالعام ثم أمر بفعل الخير وهو عام في جميع الأعمال فرضها ونفلها وتطوعها فهل يبقى لنا سؤال : هل فعل الخير مستحب ؟ يقول تعالى : ﴿ وَالَّذِينَ تَبَوَّأُوا الدَّارَ وَالْإِيمَانَ مِنْ قَبْلِهِمْ يُحِبُّونَ مَنْ هَاجَرَ إِلَيْهِمْ وَلَا يَجِدُونَ فِي صُورِهِمْ حَاجَةً مِمَّا أُوتُوا وَيُؤْثِرُونَ عَلَى أَنْفُسِهِمْ وَلَوْ كَانَ بِهِمْ خَصَاصَةٌ ﴾ [الحشر 9] .

فيعلق محمد قطب قائلًا منتهى الحب ومنتهى البذل ومنتهى الإيثار. الحب هو الرباط الذي يربط الجماعة ويشدها كالبنيان المرصوص ، فإذا كل لبنة قائمة بذاتها قوية الوجود ثم إن البناء كله جماعة ليست فيه لبنة ناشزة خارجة عن الحدود⁽⁴⁶⁾ . والقرآن يغذي الجماعة بتوجيهاته الدائمة إلى التعاون والتشاور والوفاق قال تعالى ﴿ وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَى وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ﴾ [المائدة 2] .

ويقدر الشيخ السباعي أن روح مكارم الأخلاق هو التعاون مع الناس على الخير ، والإحسان إليهم وإسداء النصيح والمعروف لهم ... والقاعدة التي تبنى عليها الأخلاق في الإسلام هي قوله تعالى : ﴿ وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَى ... ﴾ وإنه لجميل أن تعرف أن البر والتقوى في الإسلام ليس ما يتوهمه العامة والمتجاهلون من أنهما العبادة والصلاة فحسب بل كل عمل فيه خير لنفسك وخير للناس هو في الإسلام بر وتقوى يقول تعالى : ﴿ لَيْسَ الْبِرُّ أَنْ تُولُوا وَجُوهَكُمْ قِبَلَ الْمَشْرِقِ وَالْمَغْرِبِ ﴾ [البقرة 177] . فهذا أنت ترى تحديدا للبر والتقوى بأنه الإيمان والإنفاق على الطبقات العاجزة في المجتمع ، والعبادة والزكاة ، والوفاء بالعهد ، والصبر على الشدة ، هذه هي حدود البر والتقوى التي أمرنا الله أن نتعاون عليها وتقوم العبادات في الإسلام على فكرة التعاون الاجتماعي بين المؤمنين ومن الناس جميعاً⁽⁴⁷⁾ . ويبين الشيخ أبو زهرة أن الإسلام جاء لإيجاد مجتمع فاضل تتعاون فيه كل القوى بحيث لا يطفئ فريق على فريق وأول



مظهر للمجتمع الفاضل في الإسلام هو وجود رأي عام فاضل يتعاون على الخير ودفع الشر.

وأن الرأي العام (الجماعة) له رقابة نفسية تجعل كل شرير ينطوي على نفسه فلا يظهر، وكل خير يجد الشجاعة في إعلان خيره فيظهره، وأنه لا يهذب الأحاد إلا الرأي العام الفاضل، ولا يفسد الجماعة إلا الرأي العام الفاسد، ولأجل تكوين رأي عام فاضل حث الإسلام على الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر ﴿كُتِبَ خَيْرَ أَمَةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ﴾ [آل عمران 110].

وأن القرآن جعل الوصف الخاص الذي تعلق به الشريعة الإسلامية هو الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، فالجماعة الإسلامية في القرآن تعد خير أمة أخرجت للناس إذا تمسكت بهذا المبدأ الذي يكون مجتمعاً فاضلاً، وإن الجماعة كلها تكون آثمة إذا رأت الشر يسير رافعاً رأسه، وتسكت عنه، وإن الأمة كلها آثمة رأت الإثم ولا تعمل على منعه ولقد ذم القرآن الكريم بني إسرائيل لأنهم أفسدوا مجتمعهم بترك الأثمين يرتعون في إثمهم من غير أن ينهوههم ﴿لَعَنَ الَّذِينَ كَفَرُوا مِنْ بَنِي إِسْرَائِيلَ عَلَى لِسَانِ دَاوُدَ وَعِيسَى ابْنِ مَرْيَمَ ذَلِكَ بِمَا عَصَوْا وَكَانُوا يَعْتَدُونَ. كَانُوا لَا يَتَنَاهَوْنَ عَنْ مُنْكَرٍ فَعَلُوهُ لَبِئْسَ مَا كَانُوا يَفْعَلُونَ﴾ [المائدة 78-79]. وإن الأثمين إذا تركوا من غير رادع هدموا بناء المجتمع، وإذا لم يأخذ الفضلاء على أيدهم سقطوا جميعاً في الرذيلة ولقد مثل لهم النبي ﷺ بحديث السفينة المشهور وبين أن ترك الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر لا يؤدي إلى فساد الجماعة فقط بل يؤدي إلى تفريقها وتنازلهما⁽⁴⁸⁾.

ولقد أقسم الله في سورة العصر ﴿وَالْعَصْرِ. إِنَّ الْإِنْسَانَ لَفِي خُسْرٍ. إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَتَوَاصَوْا بِالْحَقِّ وَتَوَاصَوْا بِالصَّبْرِ﴾ [العصر].

فيقول الدكتور عبد الكريم زيدان: فالعمل الصالح هو العمل المرضي عند الله تعالى وهو الجامع لشيئين:

- أنه وفق الشرع الإسلامي.
 - أنه يكون المقصود به مرضاة الله وطاعته.
- فمكانة العمل الصالح في الإسلام مكانة عظيمة لأنه ثمرة الإيمان بالله وباليوم الآخر وبرسوله محمد ﷺ.



والأعمال الصالحة كثيرة فهي جميع ما أمر الله تعالى به على وجه الوجوب والاستحباب⁽⁴⁹⁾. والعمل الصالح في القرآن ذكر كثيرا وهذا محمد قطب يبين منزلة العمل التطوعي في الإسلام فيقول: فالإسلام يوقع على خط الالتزام... فيفرض قدرا معينا من الأوامر والنواهي والتعليمات والتنظيمات القدر الذي تحتمه الضرورة، والذي يضعفه المجتمع بدونه، ثم يحتاط فلا يجعله التزاما للدولة، ولا أولي الأمر بذاته ولا للمجتمع ولا للتقاليد وإنما هو التزام لله. ولله فقط لا أحد له منة من البشر، ومن ثم يتحرر الضمير الشرعي من كل عبودية لغير الله - ويوقع على خط التطوع - فيحب للنفس أولا أن تؤدي كل ما عليها من الالتزام خالصا لوجه الله... فيرتفع من صورة الالتزام القاهر إلى الرغبة الذاتية في الأداء، وتلك هي الثمرة الحقيقية للإيمان ثم هو يدع الباب مفتوحا للتطوع الحقيقي الصاعد السامق النبيل دون فرض أو إلزام أو إكراه، إنما هو حقيقة تطوع يصنعه الإنسان ليرتفع في درجة الإيمان ودرجات القرب من الله ﴿ وَلِكُلِّ دَرَجَاتٍ بِمَا عَمِلُوا ﴾ [الأنعام 132].⁽⁵⁰⁾

فينبهنا محمد قطب إلى أن التطوع مبدأ إيماني متروك للضمير وهذا مبدأ تربوي كبير يعلمنا الإسلام إياه.

وهاهو ابن حزم المفكر الإسلامي العظيم يقرر أن الزكاة ليست كل الواجب وأن الواجب الإسلامي لا يتم إلا بتحقيق وسائل الحياة الكريمة للطبقة الفقيرة.....⁽⁵¹⁾

يقول د. بيومي تحت عنوان " ثقافة التطوع في مجتمعنا " : في منظومة الفكر الإيماني الإسلامي إذ يتصل التطوع بالفرض كما تتصل السنة بالواجب اتصالا وثيقا، يصل أحيانا إلى حد انتقال العمل الواحد من موقع التطوع إلى موقع الفريضة الملزمة ، وذلك في الحالات التي عبر عنها الفقهاء بمفهوم فروض الكفاية وهي تلك الأعمال التي يتعين القيام بها لمصلحة المجتمع أو الأمة كلها، ويناط ذلك بفرد أو جماعة منها أو فئة معينة تكون مؤهلة لهذا العمل على سبيل التطوع، فإن لم ينهض به أحد صار العمل المطلوب فرضا ملزما ويأثم الجميع ما لم يقم هذا الفرد أو تلك الفئة أو الجماعة بأدائه على الوجه الذي يكفي حاجة المجتمع⁽⁵²⁾.



- إن الأعمال التي أوجبها الشرع هي محددة ولا بد منها وهي من مقتضيات الإسلام؛ ولكن حجم الأعمال التطوعية أكبر بكثير من الأعمال الإلزامية لأن العمل التطوعي راجع إلى قوة الإيمان في نفس الشخص فإذا كانت الصلاة واجبة وكذا الزكاة وكذا الصيام وكذا الحج. فإن إغاثة اللهفان من لها؟ والمريض القاعد بالمستشفيات بالأشهر من له؟ والأيتام من لهم؟ والأطفال المشردون من لهم؟ والواقع يدهمنا بترسانة وبجيوش تعد بالملايين من المرضى والمعزة والمعوزين والمنحرفين".

ثم نقول هؤلاء لهم صدقة التطوع والإسلام يقرر "ما لا يتم الواجب إلا به فهو واجب". أليس من واجبنا الاهتمام بهذا الموضوع المأساوي ولم يبق أمامنا إلا النهوض بعمل جماعي جاد نقابل به هذا التشوه في مجتمعنا وهذا العار اللاحق بنا. هناك قاعدة أصولية فقهية بل قد ترقى إلى نظرية وهي: "قاعدة الترك كالفعل"⁽⁵³⁾.

- تقول الباحثة سليمان فتحة: من خلال البحث نستشف البناء المتكامل والمنظور الذي ينطلق منه المشرع في تشريعه للأحكام حيث أناط التكاليف بالأعمال وأشمل الأعمال والأفعال والمتروك، فالمكلف كما يؤجر على أفعاله يؤجر على تركه المنهيات، كما يأثم على أعمال يأثم على تركه الواجبات والمساعدات، ثم تواصل وتقول: معنى قاعدة الترك كالفعل، إن الترك مناط للتكليف، مثل الفعل أي أن الترك مقدور عليه تصح إناطة التكليف به. ومعنى هذا أن من ترك تقديم نفع مكمون وهو قادر عليه وكان في ترك القيام به ما يسبب ضياع مال أو نفس أو مصلحة يكون آثم وضامن لما سلف لتعديده بتركه⁽⁵⁴⁾.

- والعجيب أن هذه القاعدة وقيمتها الشرعية والاجتماعية فتجد التمثيل لها في كتب الفقه مبسط جدا (الجريمة بالامتناع) فدائما يمثلون بإنسان أوشك على الفرق وأمامه إنسان يستطيع أن ينقذه فإن لم يفعل فهو ضامن، هذا كلام جميل، أليس حري بنا أن نطبق هذه القاعدة في واقعنا وأنها نظرية مطردة في جميع مناحي الحياة وتأصيلها موجود بالكتاب والسنة وآثار السلف الصالح أليس باستطاعتنا كأمة وكجماعة أن نساعد وأن نواسي



هذه الفئات البائسة في المجتمع ؟ نعم هذا في المقدور والمستطاع ؟ إذ يجب علينا أن نساعد ونساهم قدر المستطاع.

المطلب الخامس:

العمل الجماعي الخيري بين الآمال والتحديات:

لقد أسلفنا الكلام عن العمل الجماعي التطوعي الخيري وما يقدم للمجتمع في مجال التنمية البشرية في جميع الميادين اقتصاديا ثقافيا اجتماعيا... في حين تعجز الحكومات عن تغطية هذا الجانب في المجتمع ، والغرب قد حطم أرقاما قياسية في العمل الجماعي أو المجتمع المدني.

الفرع الأول: العمل الجماعي في الغرب أمريكا أنموذجا:

هذا المطلب يعتمد على إحصائيات أكثر منها تحليلا .

إن كل العمل التطوعي والخيري في أمريكا يندرج تحت ما يسمى بالجمعيات اللاربحية واللاحكومية. وإذا دخلت شبكة الإنترنت وحدها تجد هناك قرابة (2) مليون موقع خاص بالجمعيات التطوعية.

- 1998 بلغ حجم التبرعات الخيرية 15 بليون دولار يذهب تسعة أعشار 10/9 هذا المبلغ لدعم الكنائس والأنشطة الدينية الأخرى والنواحي العلمية بينما 3 % فقط لجمعيات البيئة و 6 % فقط لجمعيات حماية المستهلكين.
- إن القانون الأمريكي يفرض على الشركات أن تتبرع بـ 5 % من عوائدها للجمعيات الخيرية سنويا.

- هناك 37600 موقع على الإنترنت لمنظمات يهودية تطوعية⁽⁵⁵⁾.

وهناك تقدير آخر:

قطاع الأعمال الخيرية هو أسرع القطاعات نموا في اقتصاد الولايات المتحدة.

- عدد المنظمات غير الربحية في الولايات المتحدة 1.5 مليون منظمة ثلاثها ، منظمات خيرية و 48 % منها قائمة على أساس ديني.
- مجموع تبرعاتها 174 مليار دولار 1999م.
- 2002 هناك 212 مليار دولار 83 % لأغراض دينية.
- 90 مليون متطوع بواقع 5 ساعات في الأسبوع.



- تضم رابطة الجامعات الغير ربحية حوالي 100 جامعة أمريكية منها تخصصات للعمل غير الربحي.
- أما في الكيان اليهودي 35000 منظمة غير ربحية وهي تفوق منظمات العالم العربي والإسلامي وجمعياته مجتمعين⁽⁵⁶⁾.
- وجاء في جريدة الشرق الأوسط⁽⁵⁷⁾ « القطاع الخاص الأمريكي يقدم تبرعات للقضايا الدولية تفوق أربعة أضعاف ما تقوم به الدولة الأمريكية »
- تبرعات من الجمعيات الخيرية 71 مليار دولار عام 2004 لخارج أمريكا مقابل ما تقدمه الحكومة 20 مليار دولار.

الضلع الثاني: العمل الخيري رؤى وآمال:

إن علمنا أن في أمريكا تخصصات في جامعات عريقة اسمها العمل الخيري المؤسساتي، فالذي ينتظرنا وواجب علينا إنما تقوم بعمل خيري مؤسساتي منظم وموثق ويعمل بالتخطيط الإستراتيجي وإليكم بعض المقترحات:

- تفعيل دور الوقف - الزكاة ..
- تفعيل الدور التنموي للمؤسسات الخيرية .
- الاهتمام بالتراث والرصيد الثقافي للعمل الخيري عبر حملات توعية .
- تفعيل دور الشراكة في العمل الخيري وبناء جسور الثقة والتواصل على المستويات التالية:

- ❖ شراكة مع المؤسسات الخيرية .
 - ❖ شراكة مع الدول التي تعمل فيها.
 - ❖ شراكة المؤسسات الدولية المختلفة.
 - إبراز مكانة ودور العمل النسوي.
 - إنشاء شبكة مؤسسات خيرية في العالم الإسلامي.
- الضلع الثالث: التحديات التي تواجه العمل الخيري:
- هذه التحديات التي تواجه العمل الخيري منها :
- التحديات الداخلية وهي الخاصة بنفس الجمعيات من نقص ثقافة العمل المؤسساتي.
 - فقدان فن المهارة في العمل الخيري.



- نقص المصادر والموارد البشرية الدربة.
- وهناك تحديات خارجية ولعل أكبر تحدي واجه العمل الخيري هو أحداث سبتمبر 1999 والحرب على الإرهاب وهذه العملية مست العمل الخيري وأثرت فيه سلبا بل أغلقت مئات المؤسسات الخيرية.
- وفي الأخير لقد اختصرت البحث لأن العمل الجماعي أضحي تخصصات جامعية وإنما ركزت فيه على الجانب التعريفي والتأصيلي.

المطلب السادس

وصاية الدولة وأبويتها في حماية المستهلك

الفرع الأول: وصاية الدولة الاقتصادية - نظرة شرعية
لا أدعي هنا في هذا المقام المتخصص أن أتطرق إلى النظام الاقتصادي في الإسلام بالتفصيل ولكن أحاول أن أعطي ومضات سريعة في محطات قليلة.
من خصائص النظام الاقتصادي الإسلامي.

1. مراعاة الفطرة الإنسانية :

من مظاهر هذه المراعاة إقرار الإسلام بحق الملكية للإنسان لأنه مفطور على ذلك لقوله تعالى ﴿ وَتُحِبُّونَ الْمَالَ حُبًّا جَمًّا ﴾ [الفجر:20] .

2. مراعاة معاني الأخلاق :

ويراعي النظام الاقتصادي الإسلامي معاني الأخلاق الفاضلة ﴿ وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَى وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ﴾ فلا حد ، ولا خصام ، ولا حقد ولا بغضاء ولا كذب ولا غش ولا خداع ولا غدر...

3. التأكيد على سد حاجات الأفراد :

للإنسان حاجات ضرورية لا يمكنه العيش بدونها كحاجته إلى الطعام والشراب والسكن واللباس وما يلحق بهذه الأشياء وينزل منزلتها.
ولا بد من توفر هذه الأشياء لكل إنسان إلى الحد الأدنى للعيش الكريم ، وقد أكد النظام الاقتصادي الإسلامي هذه الناحية؛ أي لزوم سد هذه الحاجات الضرورية لكل إنسان في المجتمع الإسلامي ، ولتحقيق هذا المطلب وسائل متعددة، ومتدرجة إن لم تف الواحدة منها وجب الأخذ بالتي تليها حتى يتحقق المقصود.



❖ الأصل أن كل إنسان مكلف بسد حاجاته بنفسه أي بما يبذله من جهد ونشاط، ولهذا حث الإسلام على العمل والاكتساب ومدح العاملين الكاسبين، قال تعالى ﴿ فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ ﴾ [الجمعة 10]، وفي الحديث " أفضل الكسب كسب الرجل بيده".

ب ❖ على الدولة أن تهئ سبل العمل للقادرين عليه حتى ولو اقتضى الأمر إقراضهم من بيت المال ما يستطيعون به العمل والاكتساب.

ج ❖ إذا عجز الفرد عن سد حاجاته بنفسه لعجزه أو شيخوخته أو مرضه أو عدم تيسر العمل له مع قدرته عليه، وجب على أفراد أسرته القيام بالإنفاق عليه حسب القواعد المقررة في الفقه الإسلامي في باب النفقات الشرعية لأفراد الأسرة.

د ❖ إذا لم يجد العاجز الفقير من ينفق عليه من أفراد أسرته لعدم وجودهم، أو لفقرهم وجب إعطاؤه ما يكفيه من الزكاة، وهي حق الفقراء من أموال الأغنياء، وحصيلة الزكاة من أوسع أبواب الضمان الاجتماعي العام للفقراء والمحتاجين.

هـ ❖ إن لم تكف الزكاة وجب سد حاجات المحتاجين من موارد بيت المال الأخرى.

و ❖ إذا لم يوجد في بيت المال ما يسد حاجات المحتاجين وجب على الأغنياء سد حاجات الفقراء، وفي هذا يقول ابن حزم، وفرض على الأغنياء من أهل بلد أن يقوموا بفقرائهم ويجبرهم السلطان على ذلك إن لم تقم الزكاة بهم، فيقام لهم بما يأكلون من القوت الذي لا بد منه ومن اللباس للشتاء والصيف بمثل ذلك، وبمسكن يكتفونهم من المطر والصيف والشمس وعيون المارة⁽⁵⁸⁾.

ويؤكد ما ذهب إليه ابن حزم أن الزكاة ليست هي الحق الوحيد في أموال الأغنياء للفقراء، فقد روي عن السيدة عائشة أم المؤمنين، وابن عمر رضي الله عنهما وغيرهما من الصحابة أنهم قالوا: " أن في المال حق سوى الزكاة"⁽⁵⁹⁾.

وقد ذكر القرطبي والرازي في قوله تعالى ﴿ لَيْسَ الْبِرُّ أَنْ تُولُوا وَجُوهَكُمْ قِبَلَ الْمَشْرِقِ وَالْمَغْرِبِ وَلَكِنَّ الْبِرَّ مَنْ آمَنَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَالْمَلَائِكَةِ وَالْكِتَابِ وَالنَّبِيِّينَ وَآتَى الْمَالَ



عَلَى حُبِّهِ ذَوِي الْقُرْبَى وَالْيَتَامَى وَالْمَسَاكِينَ ﴿ قَالَ : إن الأشياء هنا غير الزكاة ، وأنه من الواجبات لا التطوعات ، ثم قال القرطبي : " واتفق العلماء على أنه إذا نزلت بالمسلمين حاجة بعد أداء الزكاة فإنه يجب صرف المال إليها. قال مالك رحمه الله : " يجب على الناس فداء أسراهم وإن استغرق ذلك أموالهم وهذا إجماع أيضاً " (60) .

ز ♦ وعلى هذا نرى جواز قيام ولي الأمر المسلم بتتظيم جباية المال اللازم من الأغنياء بفرض الضرائب العادلة في أموالهم بقدر ما يسد حاجات المحتاجين ويمكن الدولة الإسلامية من القيام بالواجبات المفروضة على المسلمين. (61)

الفرع الثاني: المستهلك في واقع الجزائر (أنموذجاً)

في هذا المطلب لا أحاول أن أدرسه دراسة سياسية أو اقتصادية أو ثقافية إنما فقط أحاول أن أعطي ومضات تعبر عن محطات لشاهد عيان.

لقد استعمرت الجزائر مائة وثلاثون سنة وخرجت بعد الاستقلال منهكة. وطبعاً وقع الاختيار على النظام الاشتراكي آنذاك لأسباب عديدة.

وأرضعنا من الاشتراكية قرابة الثلاث عقود وجاءت أحداث 1988 لتفطمنا مرة واحدة وندخل اقتصاد السوق أو سميها الرأسمالية.

والذي حصل أنه مع الإجراء السياسي الجديد أوقع ربكة اقتصادية ضربت الأخضر واليابس، هذه الصدمة كان لا بد منها؛ أما عن الوسيلة فقد تختلف وجهة أنظار الناس الآن وفي وضعنا الحالي أمة إتكالية على الدولة في كل شيء أوصلنا إلى واقع بئس يحتاج إلى المراجعة هذه المراجعة يحاول المبحث الثالث أن يدرسها ويعطي نتيجة والله من وراء القصد.

المطلب السابع

البرمجة السلبية للمستهلك

وهذا المبحث أقسمه إلى فرعين أساسيين متلازمين الأول يتكلم عن مفهوم البرمجة اللغوية العصبية ودورها في التنمية البشرية، أما الفرع الثاني فأخصه للبرمجة السلبية للغالبية عامة وللمستهلك بخاصة.



الضرع الأول: البرمجة اللغوية العصبية مفهومها وأهدافها
قبل الدخول في هذا الموضوع أمهد له بأنه من أصعب الأزمات التي تعاني
منها الأمة اليوم هي غياب العقل المنهجي أو التفكير الناهج، أي الواضح
البين المستقيم، لإعادة تشكيل العقل السليم الذي ننادي به اليوم⁽⁶²⁾ إنما
هي إعادة نهج له من جديد.

إن الارتجال والتلقائية غير الواعية في معالجة شؤون الحياة، دليل قاطع
على غياب الممارسة المنهجية فأقدامك على الشيء وأنت لا تعلم قبل الإقدام
عليه. لماذا تقدم عليه . ولا كيف.

ولا أنت تكلف نفسك البحث لمعرفة ذلك، إنما هو نوع من تأخير البيان
عن وقت الحاجة كما يقول علماء الأصول⁽⁶³⁾.

ما هي البرمجة اللغوية العصبية: معظم الناس يبرمجون منذ الصغر على
أن يتصرفوا بطريقة معينة . يتكلمون ويعتقدون ويشعرون بأحاسيس سلبية
من أسباب معينة ويشعرون بالتعاسة لأسباب معينة؛ واستمروا في حياتهم
بنفس التصرفات تماما، وأصبحوا سجناء برمجتهم واعتقاداتهم السلبية التي
تحد من قدرتهم في الحصول على ما يستحقون في الحياة ... فنجد نسب
الطلاق تزداد، والشركات تغلق، والأصدقاء يتخاصمون والنكد،
والاكتئاب والقرحة، والصداع المزمن والأزمات القلبية والسكري... كل
هذا سببه واحد هو البرمجة السلبية.

لكن هذا الموضوع يمكن تغييره وتحويله لمصلحتنا، فأنت وأنا وكل
إنسان على الأرض يستطيع تغيير هذه البرمجة واستبدالها بأخرى تساعدنا
على العيش بسعادة، وتؤهلنا لتحقيق أهدافنا، ولكن هذا التغيير يجب أن
يبدأ بالخطوة الأولى وهو أن تقرر التغيير. فقرارك هذا الذي سيضيء لك
الطريق لحياة أفضل كما قال الله تعالى ﴿ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّى يُغَيِّرُوا مَا
بِأَنْفُسِهِمْ ﴾ [الرعد 11]⁽⁶⁴⁾.

ويعرفها د. معتز يحيى سنبل بأنها " هي فن وعلم الوصول بالإنسان لدرجة
الامتياز البشري والتي بها يستطيع أن يحقق أهدافه ويرفع دائما من مستوى
حياته⁽⁶⁵⁾



وحتى تتوضح الفكرة أكثر سأحاول أن أعطي بعض قواعد وفرضيات علم البرمجة للتوضيح أكثر وهذه القواعد تدخل في استراتيجيات النجاح.

القاعدة الأولى : العقل الواعي واللاواعي والصلة بينهما.

الواعي : هذا الذي نفكر به ونتفاهم مع بعضنا البعض، فيتعلق بالمنطق ويدرك السبب والنتيجة ويحلل، ويركب، ويقارن...

أما العقل اللاواعي : فهو مخزن للذكريات وهو كل ما يتعلق بالعالم الداخلي للإنسان، فإنه لا يميز بين الحقيقة والخيال، ولا بين الخطأ والصواب، وهو المنفذ الذي يقوم بتحقيق ما أقره العقل الواعي وهو مخزن ومخبر للمشاعر، العادات، الأحاسيس، السلوكيات، القيم...

والعلاقة بين الواعي واللاواعي هي كالتالي :

فالواعي يبعث رسائل إلى اللاواعي، وهذا الأخير يرجعها بعد فحصها والتعامل معها سلوكيات.

فأنت عندما تعمل عملاً طيباً وخيراً، أو حتى مجرد التفكير فيه، هنا العقل الواعي يبعث رسالة إيجابية إلى اللاواعي، واللاواعي يعيدها سلوكاً إيجابياً وبالتالي نجد أن هذا الإنسان فرحان وسعيد بهذا العمل.

والعكس إذا تقبل اللاواعي رسالة سلبية من الواعي، حتماً سيعيد له سلوكاً سلبياً وبالتالي يكون غضب وتحطيم وبؤس.

وهناك قواعد أخرى مهمة جداً لا يسع المقال لذكرها.

الضلع الثاني: البرمجة السلبية وانزالها على الواقع الجزائري :

السؤال الذي يطرح نفسه من المسؤول عن البرمجة السلبية لشخص ما أو لمجتمع...

هذه البرمجة يشارك فيها ابتداء الوالدان، المدرسة، الأصدقاء، الإعلام ...

هذه البرمجة تتمثل في أننا بعد الاستقلال تبنت الحكومة الجزائرية المنهج الاشتراكي وتبنت كل الشعب . وما بقي هذا الشعب يرضع من أمه الجزائر ولم يفطم إلا في وقت متأخر وفطامه كان غير عادي، ولا بتدرج. هذه واحدة.



فالآن نحن مبرمجون أن الدولة تتحمل كل شيء أكلي وشري ولبسي ...
والآن هيهات لهذا.
السلبية الثانية وهو أننا من الصباح إلى المساء ومدار الأربعة وعشرين ساعة ولا يدور بيننا إلا الرسائل السلبية بطالة ، الجوع ، الكوارث ، الفقر ، الهجرة ، الهرية ... فالأمل قد ضاع بين البرمجة السلبية.
البرمجة السلبية الثالثة: تتمثل في أننا برمجنا على الكسل وعدم العمل وشكوانا دائما (لا يوجد) في حين أن العمل موجود في جميع القطاعات وعلينا فقط أن نوقظ النائم في داخلنا وسترون النتائج.
- البلد تشكو نقصا في جميع القطاعات الصناعي، الزراعي، الثقافي، الخدماتي ...

الخاتمة

من خلال هذه الجولات في هذا الموضوع توصلنا إلى النتائج التالية:
- معرفة مكن الداء وهو أنه لا مجاعة في الجزائر ولا بطالة ولا نقص موارد ، إنما النقص في عقولنا والكل مسؤول.
- أن الحكومة لا يمكن أن تغطي كل شيء بل أصبح لزاما تدخل العمل الخيري الجماعي وأن يتدخل بقوة وهذا واجب الجميع.
- العمل الخيري الجماعي لم يعد محصورا في زاوية واحدة بل يشمل كل مناحي الحياة.
- العمل الجماعي ليس من مستحبات الأعمال بل أصبح واجبا إسلاميا .
وصلى الله على سيدنا محمد

- الهوامش :

- (1) مؤتمر التنظيمات الأهلية العربية
- (2) تنمية العمل التطوعي في جمعيات تنظيم الأسرة العربية، عمان عام 1992 م.
- (3) دور التطوع آفاق العام 2000 م، بيروت
- (4) دور العمل التطوعي في تنمية المجتمع لبلال عراب ، مجلة النبأ ، عدد 63
- (5) بحث: دور المجتمع المدني في تقليص الفقر وعدد الفقراء ، دزايري بلقاسم ، ص 14 مجلة الحقيقة أدرار ، عدد 7 .
- (6) منظمة الصحة العالمية، اليوم العالمي لمرض السكري عام 2005، شعاره - مرض السكري وعلاج الرجل.



- (7) من أجل انطلاقة حضارية شاملة ، أ. د. عبد الكريم بكار ص 10-12
- (8) الشباب والعمل الاجتماعية والتنموي التطوعي، جمعية تفلتواز- موقع إلكتروني .
- (9) مسلم في البر والصلة والآداب باب تحريم الظلم (4/ 1996) رقم 2580.
- (10) البخاري في المناقب، باب علامات النبوة فتح الباري (6/ 640) رقم 3594.
- (11) البخاري في الإيمان ، باب إطعام الطعام من الإسلام الفتح (1/ 55) رقم 12. ومسلم في الإيمان باب بيان تفاضل الإسلام رقم 93.
- (12) مسلم في البر، باب استحباب طلاقة الوجه عند اللقاء (4/ 2026) رقم 2626.
- (13) مسلم في الزكاة باب قبول الصدقة من الكسب الطيب رقم 1014.
- (14) البخاري في الأدب، باب الساعي على الأرملة فتح الباري (10/ 437) رقم 2006.
- (15) انظر للاستفادة بحث الوحدة الإسلامية ناذج من سيرة الرسول ﷺ والسلف الصالح، د. أحمد هليل، بحث للملتقى الأول لعلماء المسلمين (وحدة الأمة الإسلامية) رابطة العالم الإسلامي مكة، ط 2006 م.
- (16) انظر العبادة في الإسلام يوسف القرضاوي، ص 290.
- (17) آثار الإمام البشير الإبراهيمي، جمع أحمد طال الإبراهيمي (2/ 163)، وانظر الوحدة الإسلامية ناذج من سيرة الرسول ﷺ والسلف الصالح، د/ أحمد هليل، ص 7 ، مرجع سابق
- (18) فقه السيرة محمد الغزالي (ص 188...)
- (19) محمد الطاهر بن عاشور وكتابه المقاصد، تأليف محمد الحبيب بن الخوجة (1/ 67..)
- (20) في المجتمع الإسلامي أبو زهرة (ص 4)
- (21) البخاري في الأدب تعاون المؤمنين بعضهم بعضا، انظر فتح الباري (10/ 450) رقم 6021..
- مسلم في البر والصلة، باب تراحم المؤمنين وتعاذهم وتعاطفهم (4/ 1999) رقم 2585.
- (22) البخاري في الأدب باب رحمة الناس، فتح الباري (10/ 428)، مسلم في البر والصلة باب تراحم المؤمنين (4/ 1999) رقم 2586.
- (23) مسلم بشرح النووي (16/ 139).
- (24) ينظر كتاب بهجة قلوب الأبرار وقرة عيون الأخيار في شرح جوامع الأخبار لعبد الرحمن السعدي (29)
- (25) النظام الاقتصادي في الإسلام (ص 238..) الثقافة الإسلامية مقرر جامعة أم القرى مكة المكرمة.
- (26) في المجتمع الإسلامي أبو زهرة (13-15)
- (27) سبق تخريجه.
- (28) انظر الفكر التربوي عند ابن القيم، د/ حسن الحجاجي (340) الروح لابن القيم (ص 128)
- (29) فقه السيرة، محمد الغزالي (ص 96)



- (30) فتح الباري (7-270) وانظر صحيح السيرة النبوية إبراهيم العلي ص 194 .
(31) فتح الباري رقم 3781 . مسلم في النكاح رقم 1427 .
(32) البخاري في كفاية باب قوله تعالى (والذين عاهدت أيانكم فأتوهم نصيهم) الفتح رقم 2296 . مسلم في فضائل الصحابة باب مؤاخاة النبي بين أصحابه رقم 2029 .
(33) الأساس في الحديث (3-402) نقلا عن السيرة النبوية للسباعي ص 100 .
(34) سيأتي تحريجه .
(35) مجموع الفتاوى (11-100.101)
(36) البخاري في الإيمان ، باب من الإيمان أن يحب لأخيه ما يحب لنفسه الفتح (1/57) رقم 13 .
(37) فتح الباري (1/58.57) .
(38) البخاري في المظالم باب لا يظلم المسلم ولا يسلّمه الفتح (9/79) رقم 2442 . ومسلم في البر والصلة باب تحريم الظلم، رقم 2580 .
(39) أخلاقنا الاجتماعية، د. مصطفى السباعي، ص 11 .
(40) نظام الوقف في التطبيق المعاصر، ص 96 .
(41) نحو صياغة مؤسسة للدور للوقف، ص 08 .
(42) العمل الخيري الإسلامي تحديات وآمال ورؤى ، د. هاني البناء، ص 7-8 .
(43) أخلاقنا الاجتماعية، ص 35 .
(44) ينظر خلق المسلم ، محمد الغزالي، ص 177 .
(45) المقاصد لابن عاشور، ص 391 .
(46) منهج التربية الإسلامية، محمد قطب (1/166) .
(47) أخلاقنا (ص 65...) .
(48) في المجتمع الإسلامي أبو زهرة (6-8) .
(49) أصول الدعوة عبد الكريم زيدان (ص 37-38) .
(50) منهج التربية الإسلامية محمد قطب 51/169-170 -
(51) ديمقراطية التربية، ص 116 .
(52) ثقافة التطوع في مجتمعاتنا، د. إبراهيم البيومي غانم - موقع شبكة التطوع الكويتية 2001/10/9 .
(53) هذه القاعدة كانت عنوان رسالة ماجستير قدمت في جامعة أدرار بالجزائر للطالبة سليمان فتيحة، تحت إشراف د. محمد خالد اسطنبولي - بتقدير ممتاز .
(54) قاعدة الترك كالفعل تأصيلا وتنزيلا، المصدر نفسه .
(55) محمد أحمد حبيب مختص في العمل التطوعي، ملحق الرسالة .
(56) مجلة الفرقان، العدد رقم 383 بتاريخ 03/03/2006 .



- (57) جريدة الشرق الأوسط، العدد 1003، 18/04/2006.
- (58) المحلى (6/156)
- (59) المحلى (6/158)
- (60) تفسير القرطبي (2/241) - تفسير الرازي (5/24)
- (61) أصول الدعوة، د. عبد الكريم زيدان، دار البيان، ط3، 1976-1396 هـ، ص 232-235
- (62) نقلا عن : عماد الدين خليل، حول إعادة تشكيل العقل المسلم.
- (63) أبجديات البحث العلمي، د. فريد الأنصاري، ص 21.
- (64) قوة التحكم بالذات، د. إبراهيم الفقي.
- (65) البرجة اللغوية العصبية، ص 19.



جمعيات حماية المستهلك وترشيد الاستهلاك لدى المستهلك الجزائري

مداخلة من تقديم
د. عنابي بن عيسى
رئيس دائرة التسويق بالمدرسة العليا للتجارة - الجزائر



ملخص

- تتمحور هذه المداخلة حول حماية المستهلك و ترشيد الاستهلاك. ومن خلالها ، سنتناول بالاستعراض والتحليل المحاور التالية :
- 1 - لماذا تعمل الدول على إنشاء جمعيات لحماية المستهلك مع أن دوائر الحكومة في كل بلد تعمل على حماية المستهلك ؟
 - 2 - المقصود بترشيد الاستهلاك؟ وما هي أهداف ترشيد المستهلك ؟
 - 3 - كيف يمكن أن تساهم جمعيات حماية المستهلك في ترشيد الاستهلاك ؟

مقدمة

حرصت الجزائر في إطار اهتمامها بالمستهلك على إنشاء الإدارات والمؤسسات المعنية بحماية المستهلك وسنت القوانين والتشريعات لمراقبة مطابقة جودة المنتجات والخدمات المعروضة للاستهلاك وقمع الغش وحماية المستهلك.

وشجعت على قيام جمعيات المجتمع المدني المعنية بحماية المستهلك. وإيماننا منها بتكامل الأدوار على المستوى العالمي والمحلي ساهمت في صياغة حقوق المستهلك التي اعتمدتها الجمعية العامة للأمم المتحدة بناء على ما أقره الاتحاد الدولي لجمعيات حماية المستهلك .

وبالرغم من أن تنفيذ نظام مراقبة مطابقة المنتجات الغذائية والخدمات المرتبطة بها، والمعرضة للاستهلاك تشرف عليها وزارة التجارة إلى جانب عدد من القطاعات الوزارية المعنية بالمستهلك، ومنها :



♦ وزارة السياحة ويتم ذلك عن طريق مفتشي السياحة.
♦ وزارة الصحة والسكان وإصلاح المستشفيات بواسطة مصالح الوقاية والمخابر الولائية للصحة.
♦ وزارة الفلاحة والتنمية الريفية بواسطة مصالح الطب البيطري ومصالح الصحة النباتية.

♦ وزارة الدفاع الوطني بواسطة الدرك الوطني.
♦ وزارة الداخلية والجماعات المحلية عن طريق المكاتب للنظافة وكذلك الأمن الوطني إلا أن المستهلك الجزائري أدرك أنه يمكن أن يساعد الدوائر الحكومية على تطبيق القوانين والتشريعات الخاصة بالمستهلك من خلال الجمعيات المهنية وأرباب العمل بالإضافة إلى إنشاء جمعيات حماية المستهلك، وذلك للاعتبارات التالية :⁽¹⁾

1- إن الدوائر الحكومية لا تستطيع أن تقوم بهذه المهمة النبيلة بشكل ناجح و فعال كالمستهلك نفسه الذي يتأثر بكل ما يحدث في السوق، وهو يسعى دائما إلى حماية نفسه من الممارسات غير السارة التي تطبق من طرف المنتجين والبائعين على حد سواء. وبطبيعة الحال فهو غير قادر على العمل بمفرده ويحتاج في ذلك إلى تعاون جميع فئات المجتمع بشكل ايجابي شريطة أن تكون لديها الحافز والنية الخالصة. إن دور الدولة في حماية المستهلك لا يعني المستهلك ذاته من مسؤوليته بالقيام بدوره في هذه الحماية، والدولة هي في أمس الحاجة إلى مشاركة المستهلك.

2 - إن الدوائر الحكومية المعنية بتقديم الخدمات المختلفة غير كافية لحماية المستهلك في المرحلة الراهنة، فهي عاجزة عن استقبال كل الشكاوي الآتية من المستهلكين والعمل على دراستها ومتابعتها نظرا لقلة الإمكانيات (من موارد بشرية متخصصة مثلا في الكشف عن السلع المغشوشة والمقلدة في الأسواق) وانتشار وتعدد المستهلكين في الأسواق المختلفة. ويمكن لجمعيات حماية المستهلك أن تمثل المستهلك و تدافع عنه.(وقد وصل الغش التجاري في الدول العربية إلى 50 مليار دولار أي ما يعادل ما نسبته 6.4 في المائة من حجم الغش التجاري عالميا، الذي يقدر



بنحو 780 مليار دولار أي يمثل حجم الغش التجاري عالميا من 5 إلى 10 بالمائة من حجم التداول التجاري العالمي).

3 - بالرغم من أن للدوائر الحكومية الأفضلية على جمعيات حماية المستهلك بالنسبة لقدرتها على اتخاذ وتنفيذ قوانين صارمة وردعية ضد الممارسات المستغلة والسلوكيات المخادعة والأوزان والمقاييس المغشوشة ، إلا أنها قد لا تكون دائما موضوعية في تقييمها للسلع والخدمات كجمعيات حماية المستهلك التي يهتمها مصلحة المستهلك أولا وأخيرا. ويعتبر اهتمام الدولة بالمستهلك هو أحد اهتماماتها الكثيرة الأخرى وليس همها الوحيد . قد تتجنب الدوائر الحكومية أحيانا مناقشة بعض المسائل الشائكة المتعلقة بالتلوث وأمان السلع لاعتبارات أمنية واقتصادية على سبيل المثال وليس الحصر.

4 - بالرغم من أن الدولة تعمل جاهدة إلى إيجاد التشريعات التي تعمل على الاستقرار الاقتصادي والاجتماعي ومحاربة الظواهر السلبية في الأسواق ومكافحة الاحتيال والغش التجاري وتأمين سلامة وصحة المجتمع عن طريق رقابة الأسواق ، إلا أن حماية المستهلك تعتبر مسؤولية الجميع بما في ذلك المستهلك نفسه. فالإنفاق الزائد في شراء غير متوازن مع دخل المستهلك وحاجياته يعتبر تعديا من المستهلك نفسه على حقوقه . والتاجر الذي يفكر في مصلحته ونمو واستمرار تجارته يجب أن لا يفرط في حقوق المستهلك عن طريق السعي للربح السريع لأنه في النهاية يفقد ثقة المستهلك مما يؤدي إلى خسارته على المدى الطويل . فحسب الأرقام الرسمية الأخيرة الموجودة لدى الاتحاد العام للعمال الجزائريين، فإن عدد الأسواق الفوضوية بلغ 2400 سوقا فوضوية، فيما بلغ عدد التجار الذين ينشطون في السوق السوداء 500.000 تاجر خارج أي مراقبة من طرف مصالح وزارة التجارة أو أعوان مصالح الضرائب).

5 - إن جمعيات حماية المستهلك - التي تعتبر منظمات حيادية تطوعية لا علاقة لها بالدولة، يؤسسها أفراد المجتمع من كافة فئاته الاجتماعية والعلمية والمتخصصين في المجالات المختلفة - تعالج الأمور برؤية



وموضوعية: فهي ترشد المستهلك وتزوده بالمعلومات الضرورية وتساعد على الاختيار الأحسن وتدافع عن حقوقه أسوة بالدول المتقدمة المتحضرة وتعمل على الرفع من مستوى معيشته وأسلوب حياته، وتعيد كل من تسول له نفسه الإضرار بالمستهلك إلى رشده.

6 - بالرغم من أن حماية المستهلك تعتبر مهمة نبيلة، إلا أننا نعتقد أنها أكبر بكثير من أن يتم حصرها في قانون واحد وإسناد تنفيذها لقطاع وزاري واحد. ومن هنا يمكن القول إن كل القطاعات والمتعاملين الاقتصاديين والمستهلكين أنفسهم معنيون بحماية المستهلك. وعليه، يجب تضافر وتنظيم الجهود حتى توفر الآليات والوسائل اللازمة للعمل مع بعض لتحقيق حماية صحة المستهلك وأمن المستهلك الجائري والحفاظ على مصالحه المادية. فحماية المستهلك هي مسؤولية عدة أطراف مع بعضها البعض. ولا يوجد تعارض بين المهام المحددة للدوائر الحكومية في مجال حماية المستهلك والمهام الخاصة بجمعية المستهلك ووجودهما بآن واحد يكمل بعضهما بعضا. وهي لمصلحة المستهلك.

ففي 15 مارس من سنة 1962، أعلن الرئيس الأمريكي الأسبق John Kennedy في البيت الأبيض وأمام الكونغرس الأمريكي عن الحقوق الأربعة للمستهلك والذي اعتبر فيما بعد يوما عالميا لحقوق المستهلك، وهي:

1 - حق الأمان: للمستهلك الحق في الحماية من المنتجات وعمليات الإنتاج والخدمات التي تشكل ضرراً على صحة وسلامته.

2 - حق المعرفة: للمستهلك الحق في تزويده بالمعلومات الصحيحة التي تساعد على الشراء والاستهلاك السليم، وبالتالي تحميه من تلك المعلومات المخادعة المضللة والإعلانات الكاذبة.

3 - حق الاختيار: الحق في الاختيار بين العديد من البدائل من السلع والخدمات ذات جودة عالية وبأسعار تنافسية تتلاءم ودخله.

4 - حق الاستماع إلى آرائه: أن يكون له ممثلون لدى الجهات الرسمية وغير الرسمية، يضمنون تلبية طلباته عند تطوير السلع والخدمات.



ومضت سنوات على هذا التصريح إلى أن أقرت الجمعية العامة للأمم المتحدة بقرارها المرقم 248/39 في 15 أبريل 1985 الذي نص على أربعة حقوق إضافية كونت في مجموعها حقوق المستهلك العامة و التي كانت بمثابة قاعدة رئيسية لحماية المستهلك في جميع أنحاء العالم والحقوق الأربعة الأخرى، هي:

- 1 - حق إشباع احتياجاته الأساسية : للمستهلك حق الحصول على السلع والخدمات الضرورية الأساسية كالغذاء والكساء والمأوى والرعاية الصحية والتعليم ومكافحة الجهل والفقر والجوع والمرض.
 - 2 - حق الحصول على تعويض مناسب : للمستهلك الحق في تسوية عادلة لمطالبته المشروعية، بما في ذلك التعويض عن التضليل أو السلع الرديئة أو الخدمات غير المرضية أو أية ممارسات تضر بالمستهلك كالإعلانات الكاذبة التي لم يكن له ذنب فيها.
 - 3 - حق التثقيف : للمستهلك الحق في أن يكون مثقفا وعلى دراية تامة بكل ما يخصه ويكسبه المعارف والمهارات إذ أن عملية تثقيف المستهلك هي جزء من عملية بناء تطوري نحو مجتمع إنتاجي غير استهلاكي ، وأن يكون مدركا لحقوقه الأساسية ومسؤولياته كمستهلك له حقوق و عليه واجبات.
 - 4 - حق الحياة في بيئة سليمة : للمستهلك الحق في العيش في مناخ صحي والعمل في بيئة خالية من المخاطر التي تسبب له الأمراض الصحية و بذلك لا بد من محاربة التكنولوجيا الخطرة التي تبعث بسمومها في الجو مسببة الأمراض دون النظر إلى احترام الآخرين وحقوقهم.
- وقد سارعت الدولة الجزائرية مع بداية سنة 1989 في إصدار القانون رقم 89 - 02 المؤرخ في 07 فبراير 1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك الذي قدم المبادئ الأساسية لمراقبة المنتجات والخدمات المعروضة للاستهلاك وقمع مختلف أنواع الغش وبالتالي حماية المستهلك الجزائري. ويعتبر هذا النص اللبنة الأساسية الأولى لتأسيس نظام قانوني



لحماية المستهلك، ومن المبادئ الأساسية التي نص عليها القانون رقم 89 - 02 المشار إليه أعلاه، ما يلي:

♦ إجبارية أن يتوفر المنتج، سواء كان شيئاً مادياً أو خدمة، مهما كانت طبيعته، على ضمانات ضد كل المخاطر التي من شأنها أن تمس بصحة المستهلك و أمن المستهلك، أو تضر بمصالحه المادية.

♦ إجبارية مطابقة المنتج المعروض للاستهلاك للمقاييس المعتمدة والمواصفات القانونية والتنظيمية التي تهمة وتميزه .

♦ إجبارية إعلام المستهلك بخصائص ومميزات المنتج المعروض للاستهلاك. وقد منح القانون 31.90 المتعلق بتكوين الجمعيات وخاصة المادة

19 التي تنص على أنه يمكن للجمعية أن تصدر وتوزع في إطار التشريع المعمول به نشرات، مجلات ووثائق إعلامية وكراسات لها علاقة بهدفها.

♦ إجبارية المراقبة الذاتية .

♦ إجبارية الضمان .

♦ حق المستهلك في تجريب المنتج الذي يفتنيه.

وبهدف وضع حيز التنفيذ لأحكام القانون السابق، قد تم إصدار أكثر من 70 نصاً تنظيمياً متعلقاً بإجراءات المراقبة والمواصفات التقنية لبعض المنتجات والخدمات، (مرسوم تنفيذي، 31 قرار وزاري، 27 قرار وزاري)⁽²⁾

ترشيد الاستهلاك :

يعزى الاهتمام بترشيد الاستهلاك في السنوات الأخيرة إلى زيادة عدد السكان وإلى ارتفاع معدلات الاستهلاك ونقص الموارد الطبيعية وإلى التنوع الملحوظ في السلع والخدمات المعروضة للبيع.

ويقصد بترشيد الاستهلاك " حصول كل فرد في المجتمع على احتياجاته المثلّية من السلع والخدمات دون زيادة أو نقصان كل وفقاً لجنسه وعمره ونوع العمل الذي يؤديه على أن يكون ذلك في حدود موارده المتاحة".⁽³⁾

وفي ضوء هذا التعريف ، فإن ترشيد الاستهلاك يعني الاستغلال الأمثل لموارد العائلة المتاحة ، وتقليل الفاقد منها بقدر المستطاع وعدم الاستهانة به مهما كان ضئيلاً.



أهداف ترشيد الاستهلاك :

- 1 - تعريف المستهلك بحقوقه وواجباته حتى يمارس الاستهلاك بشكل لائق وآمن.
 - 2 - خلق و تنمية الوعي الاستهلاكي السليم الذي يمكن الفرد من التصرف بحكمة في الموارد المتاحة.
 - 3 - تكوين العادات والاتجاهات الاستهلاكية السليمة.
 - 4 - تبصير المستهلك بطرق غش السلع وأساليبه وكيفية الكشف عنه.
 - 5 - حماية المستهلك من الإعلانات الكاذبة والمضللة التي ينشرها بعض المؤسسات والتجار.
 - 6 - تزويد المستهلك بالمعلومات الأساسية والمختلفة عن السلع المتوفرة في السوق وذلك لمساعدته على المفاضلة و الاختيار المناسب منها.
 - 7 - إمداد المستهلك بمعلومات و بيانات كافية عن بدائل السلع والخدمات المعروضة في السوق.
- كيف يمكن أن تساهم جمعيات حماية المستهلك في ترشيد الاستهلاك؟
يمكن أن تلعب جمعيات حماية المستهلك في الجزائر (بلغ عددها حسب إحصائيات وزارة التجارة 52 جمعية مستقلة) دورا أساسيا في ترشيد المستهلك والاستهلاك، وذلك على النحو التالي⁽⁴⁾:
- 1 - إعداد برامج من خلال وسائل الإعلام المسموعة والمقروءة لتوضيح الممارسات التي يمكن إتباعها بهدف ترشيد الاستهلاك.
 - 2 - تبصير المستهلك بما تقدمه الدولة من تشريعات ونصوص ومواصفات خاصة حتى يتمكن من حسن الاختيار.
 - 3 - المساعدة في توعية الفرد والعائلة باحتياجاتها من السلع والخدمات وذلك في حدود إمكانياتها دون نقصان أو زيادة . ويمكن أن تعتمد في ذلك على البرامج التربوية المخصصة حسب فئات المستهلكين (مدارس، مستشفيات، جامعات، معاهد، الخ).



- 4 - مساعدة المستهلك على فهم البيانات الإيضاحية التي توضع على البطاقات أو على الأغلفة ، وفهم المصطلحات التي يستعملها المنتجون والبائعون.
 - 5 - استقبال شكاوى المستهلكين فيما يختص مثلاً بمجال سلامة الغذاء والغش التجاري وذلك عن طريق البريد الإلكتروني للجمعيات أو الخط الأخضر المجاني والعمل على معالجتها بالتنسيق مع الجهات ذات العلاقة.
 - 6 - العمل على إعداد دليل للقواعد الحسنة للاستهلاك وتحضير المواد الغذائية. ويحبذ الاستعانة بكل الأطراف التي تهتم بمصلحة المستهلك.
 - 7 - توعية المستهلك بالأخطار الجسيمة الناتجة عن استعمال السلع المغشوشة والمقلدة من خلال وسائل الإعلام وكذلك إقامة معارض جهوية دائمة في المدن والأرياف.
 - 8 - تعريفه بالقيمة الغذائية وتوفرها بالأنواع المختلفة من الأغذية وتحديد القواعد الصحية لتناولها وحفظها بهدف نشر عادات وأنماط الاستهلاك.
 - 9 - التدخل لدى الجهات المعنية لإلغاء أي إعلان عن سلعة أو خدمة تتضمن مبالغة كبيرة بنوعيتها التي تهدف إلى التدليس على المستهلك أو إعطاء معلومة مغايرة للواقع.
- كيف يمكن ترشيد الاستهلاك عن طريق السياسة الاقتصادية؟
- يمكن للحكومة أن تستخدم أداة الضريبة غير المباشرة (T.V.A) للتقليل من استهلاك بعض السلع الضارة كالسجائر والمشروبات الكحولية أو الكمالية وشبه الكمالية التي تستهلكها الطبقات الميسورة ، حيث أن هذا النوع من السلع يكون في الغالب مستورداً من الخارج ، كما تستعمل السلطات النقدية الأدوات النقدية لترشيد الاستهلاك ، فتزيد مثلاً في سعر الفائدة على قروض الاستهلاك ويتجلى ذلك خاصة عند اقتناء السلع الاستهلاكية المعمرة التي يلجأ الراغبين في اقتنائها إلى طلب قروض استهلاكية في بعض الأحيان كالطلب على السيارات مثلاً.



إن التطلع إلى بلدان العالم الرأسمالي المتقدم (أوروبا وكندا والولايات المتحدة الأمريكية) يسيطر على تصرفات الأفراد في البلاد المتخلفة ويجعلهم يميلون إلى النماذج و الأنماط الاستهلاكية من تلك البلاد. ويتجهون إلى استهلاك السلع الترفيهية والترفيهية (الكمالية).

ويرتبط أثر المحاكاة بما يسمى برغبة الطبقة الغنية في التميز، فهذه الطبقة بمجرد أن تتأكد أن أنماطا استهلاكية معينة قد أصبحت متاحة للطبقات الأقل منها تتجه من جديد إلى البحث عن وسيلة للتميز عن طريق السعي للحصول على السلع التي تستهلكها الطبقات الأغنى منها، وهذا ما يؤدي إلى زيادة الاستهلاك، ولا يخفى أن هذه الظواهر لها أثر على زيادة الإنفاق الاستهلاكي بالبلاد المتخلفة وعلى مستوى الأسعار⁽⁵⁾.

وإذا ما عرفنا أن معظم السلع الكمالية و شبه الكمالية وجزء كبير من السلع الضرورية مستوردة (في الجزائر مثلا، نلاحظ تواضع نسبة الإنتاج الوطني بالمقارنة مع انفجار حجم الواردات الذي تضاعف حوالي ثلاث مرات بين 2000 و 2007 مرتفعاً إلى 27.4 مليار دولار، منها 4.5 مليار دولار للمواد الغذائية فقط) تبين لنا الحجم الكبير المتسرب من العملة الصعبة نحو البلدان الغنية وهو ما يضعف من القدرة الاقتصادية للدول المتخلفة ويرهن مواردها المالية الشحيحة، وما ينجر عن ذلك من عجز في الميزان التجاري وعجز في ميزان المدفوعات و ما يترتب عن هذا العجز من تبعات كالارتهاق إلى F.M.I واللجوء إلى تخفيض قيمة العملة المحلية مع ما ينجر مع هذا التخفيض من أضرار بأفراد المجتمع خاصة ذوي الدخل المحدود منهم الذين يعجزون عن اقتناء السلع الضرورية كالدواء و الحليب وغيرها نتيجة اتخاذ إجراء عملية تخفيض قيمة العملة المحلية و نشير في النهاية أن الأرقام الرسمية للتضخم المتعلقة بسنة 2007 تتعد 4.4 بالمائة، حسب الديوان الوطني للإحصاء، في حين أن قطاع الأعمال الجزائري (منظمات الباترونا ومنتدى المؤسسات) قدر نسبة التضخم بحوالي 6 بالمائة، مقابل 12 بالمائة بالنسبة لمعهد "كيسي" للأبحاث الأمريكية، وهذا بناء على تراجع قيمة العملة



الأمريكية الدولار وارتفاع حجم واردات الجزائر خلال نفس السنة، وهذا ما جعل الجزائر من بين الدول الأكثر استيرادا للتضخم سنة 2007 .

الاقتراحات :

- 1 - إذا أرادت جمعيات حماية المستهلك أن تتجح في مهامها النبيلة و تحقق بالتالي أهدافها الاجتماعية، فعليها أن تتوجه بذكاء إلى المستهلك الجزائري. وحتى تقنعه يجب أن تعرف ما هي وسائل الإعلام التي يستخدمها وكيف يستخدمها؟ وما هي المعلومات التي يحتاج إليها عند المفاضلة والاختيار بين البدائل من السلع والخدمات المتاحة أمامه؟
- 2 - إعداد اختبارات المقارنة للسلع والخدمات الهامة بالنسبة للمستهلك من حيث الجودة والسعر والأمان ونشر نتائج هذه الاختبارات بشكل منتظم في المجلات التي تصدرها الجمعيات وكذلك عبر وسائل الإعلام المختلفة (المسموعة والمكتوبة والمرئية). ويمكن اللجوء كذلك إلى إنشاء مواقع الانترنت والإشهار بها في أوساط المستهلكين بهدف تشجيعهم على تصفحها.
- 3 - نشر مواضيع مختصة تهم المستهلك والعمل على القيام بالدراسات والبحوث عن طريق الاستطلاعات في مجال السلع الاستهلاكية والخدمات على عينات من المستهلكين للتعرف على المشاكل الاستهلاكية التي تبرز في تلك المجالات وذلك لإعداد البرامج والتوصيات اللازمة لمعالجتها. وقد نص القانون 02.89 المؤرخ في 07 فبراير 1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك في المادة 19 على أنه يمكن لجمعيات حماية المستهلك أن تقوم بالدراسات المختلفة كتلك المتعلقة بالغش التجاري والتقليد ونوعية الخدمات المختلفة لتحديد انعكاساتها على المستهلك والمجتمع في آن واحد على نفقتها وتحت مسؤوليتها.
- 4 - يجب على جمعيات حماية المستهلك أن تتعاون مع وزارات التربية والتكوين والتعليم المهنيين والصحة والسكان وإصلاح المستشفيات بهدف تحسيس التلاميذ وأولياءهم بضرورة تحصين أنفسهم من المخاطر المنجرة عن العادات الغذائية السيئة.



- 5 - إرشاد المستهلك إلى الأنظمة و القوانين التي ينبغي الاستفادة منها لحماية مصالحه وإعلامه بالدوائر المختصة بها. ويمكن إدراج كل ذلك في البرامج الدراسية.
- 6 - ضرورة تسهيل الإجراءات القضائية لجمعيات حماية المستهلك و ذلك بمنحهم المساعدة القضائية مجانا.
- 7 - هناك ضرورة ملحة لوجود قانون للاستهلاك الذي يمكن أن ندرج فيه القواعد والآليات المتعلقة بحماية المستهلك ويطلب من كل القطاعات احترام بنوده وجعل تنفيذها إلزامي. وهذا وفقا لما يتماشى مع الوضع الحالي والتحولات الجذرية الحاصلة في النظام الاقتصادي ولاسيما الدولي.
- 8 - إعادة النظر في بنود القانون 89 - 02 المؤرخ في 07 فبراير 1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك وجعله يتماشى والدولة التي تراعي التجارة الدولية كأساس للمبادلات التجارية خاصة أننا نعلم أن الجزائر تستورد أكثر مما تنتج وتصدر.
- 9 - ضرورة توطيد العلاقات العامة مع مختلف الجماهير والتنسيق مع الجهات المعنية بحماية المستهلك في الجزائر وحتى خارجها فيما يختص بالتشريعات والمواصفات ووضع البرامج والتعرف على آخر المستجدات التي توصلت إليها تلك الجهات في مجال سلامة المستهلك والبيئة.
- 10 - تنظيم خرجات ميدانية إلى أماكن التسوق لتحسيس المستهلكين بضرورة احترام القواعد الحسنة للنظافة والأمن الغذائي.
- 11 - تقديم الدعم اللازم لجمعيات حماية المستهلك و دعوتها للمشاركة في وضع السياسات المتعلقة بحقوق ومصالح المستهلك.
- 12 - يمكن لجمعيات حماية المستهلك أن تستعين بالجامعات والمعاهد العلمية في تشخيص المشاكل التي يعاني منها المستهلك وتقديم الحلول الممكنة للجهات المسؤولة.
- 13 - الإسراع في إنشاء وكالة وطنية للحماية من المخاطر المرتبطة بالاستهلاك. ويمكن لهذه الوكالة القيام بحماية المستهلك من خلال انجاز



البحوث والتتبؤ بمخاطر الاستهلاك بغية اتخاذ الإجراءات الضرورية في الحالات المستعجلة. وستعمل هذه الوكالة على إحداث التنسيق ما بين القطاعات المختلفة بإنشاء شبكة إنذار.

14 - الإسراع في تنصيب دواوين لضبط أسعار بعض المواد الأساسية بهدف الحد من المضاربة واستمرار تعطيل قانون المنافسة. فبسبب تعطيل قانون المنافسة أصبحت أسعار المواد الغذائية تحدد بطريقة عشوائية من طرف اللوبيات المتحكمة في شبكات التوزيع والتجارة.

- الهوامش :

1 - المنظمة العربية للمواصفات والمقاييس، جامعة الدول العربية، جمعية حماية المستهلك: إنشاؤها، دورها، ومشاكل المستهلك، عمان - المملكة الأردنية الهاشمية، السنة غير محددة.

2 - اليوم الدراسي حول موضوع الإصلاحات التشريعية والتنظيمية في قطاع التجارة، وزارة التجارة، الأوراسي، يوم 11 أبريل 2007.

3 - د. مها سليمان محمد أبو طالب، ترشيد المستهلك والاستهلاك، (دبي: دار القلم للنشر والتوزيع، 1999)، ص 207.

4 - د. فؤاد زكري، ضبط الجودة وحماية المستهلك، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2005)، ص 33-35.

5 - د. سمير محمود معتوق، الاتجاهات الحديثة في التحليل النقدي، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 1988)، ص 207.

شكرا على كرم الإصغاء والمتابعة ، السلام عليكم ورحمة الله وبركاته.



حق جمعية المستهلك في التقاضي

مداخلة من تقديم

أ/ ساوس خيرة

و أ/ مرنيز فاطمة

معهد العلوم القانونية والإدارية - المركز الجامعي ببشار



مقدمة

إن الخطأ الجزائي يعتبر من الأفعال التي يجرمها القانون، إذ تنشأ عنه دعوتان، دعوى مدنية، ودعوى جزائية تربطهما علاقة سببية الضرر المتولد عن الجريمة، أي أن الدعوى العمومية والمدنية تنشأ عن نفس الفعل الإجرامي الذي قام به المجرم، إلا أن الجريمة تبقى هي أساس وجود الدعوى الجزائية في حين أن الضرر، ماديا كان أو معنويا، هو مصدر الدعوى المدنية.

قد يكون المتضرر أحيانا شخصا معنويا خاصا، يتكون في مجموعة من الأشخاص الطبيعية، تجتمع مع بعضها لتحقيق غرض خاص أو نفع عام، ولكي يدافع هذا الشخص المعنوي (المدني) عن الأهداف أو المنافع التي أنشأ من أجلها، يتعين أن يكون بمقدوره قانونا المطالبة بوقف الأفعال المسببة للضرر، وإصلاح تلك الأضرار، باللجوء إلى أن يكتسب الشخص المعنوي المدني صفة المدعي، وهو لا يكتسب هذه الصفة إلا إذا كان متمعا بالشخصية القانونية.

لقد ظهرت إلى الوجود - خاصة في ظل اقتصاد السوق - العديد من الجمعيات المدنية للدفاع عن مصالح الأفراد المشكلين لها أو عن مصالح المجتمع عموما، تهدف كلها إلى رعاية تلك المصالح بكافة الوسائل بما فيها سبيل الالتجاء إلى القضاء، ومن هذه الجمعيات جمعية حماية المستهلك.

- فما هي الدعوى التي تستطيع هذه الجمعية تحريكها، وهل يمكنها تحريك الدعوى الجزائية، أم مباشرة الدعوى المدنية بالتبعية للدعوى الجزائية ؟



ارتأينا للإجابة على هذه الإشكالية أن نقسم الخطة إلى مبحثين يتناول الأول رفع الدعوى العمومية من طرف جمعية حماية المستهلك، ويعالج الثاني : رفع الدعوى المدنية من طرف جمعية حماية المستهلك.

المبحث الأول

رفع الدعوى العمومية من طرف جمعية حماية المستهلك
بمجرد وقوع جريمة ما ينشأ للمجتمع أو الدولة الحق في معاقبة مرتكبها، وينشأ معه في نفس الوقت الحق في الدعوى الذي هو وسيلة الدولة لاقتضاء حقها في العقاب⁽¹⁾.

فإذا كان الأصل في تحريك الدعوى العمومية واستعمالها من اختصاص النيابة العامة، فإن المشرع أعطى مثل هذا الحق في بعض الحالات للأشخاص الطبيعيين أو الاعتباريين، وعليه فإن كان المضرور أو المدعى المدني شخصا اعتباريا خاصا كالجمعيات أو النقابات المهنية يحق لممثليها القانوني أن يحرك الدعوى العمومية وفق شروط وإجراءات.

وعليه للوقوف على مدى الصفة الممنوحة لجمعيات المستهلكين من قبل المشرع لمباشرة الدعوى نيابة عن المستهلكين يقتضي لحماية المستهلك حفظ حقوقه وضمان حصوله عليها، كما تعين حمايته مما يقدم له من منتجات قد تلحق به أضرار أو اقتصادية أو اجتماعية، سواء كان مدركا لوقوع مثل هذا الضرر أو غير مدرك له، كان الضرر بشكل ظاهر أو غير ظاهر، وإن عدم وقوع الضرر في الأجل القصير لا يعفي من وقوع الجريمة انتقاء عنصر الأمان إذا كان من المتوقع الضرر في الأجل الطويل.

كما يمكنها التأسيس كطرف مدني في الدعاوي للحصول على تعويض الضرر الذي لحقها وبذلك يكون المشرع قد تبنى مفهوما أكثر توسعا عندما مكن الجمعيات من رفع دعوى أمام المحاكم الجزائية حتى ولو لم يلحق المستهلكين أي ضرر، وهذا حتى لا يقي المخالف لأحكام حماية المستهلك من الجزاء.

وعلى هذا الأساس يمكن تطوير حق البحث والتحري حول الجرائم والمخالفات التي يحكمها قانون حماية المستهلك في بعض المنتوجات لعدم



توفر المقاييس و الموصفات القانونية والتنظيمية في المنتج ، ومن خلال ذلك يظهر حق مراقبة المنتجات والخدمات للجمعيات.

إلا أن هذه الجمعيات سواء كانت محلية أو وطنية لم تقم بدورها في الدفاع عن مصالح وحقوق المستهلكين ويعود هذا لانعدام وسائل التحرك لها وان الطرق القانونية المتوفرة لها تتطلب إجراءات قانونية مختلفة ومعقدة تتصف بالبطء وبتوفير الأموال الواجبة الدفع التي لم يعف المشرع الجمعيات من تسديدها.

المطلب الأول : أركان الدعوى الجزائية

إذا كان وقوع الجريمة هو السبب المنشئ للحق الموضوعي وهو حق العقاب فهو في نفس الوقت السبب المنشئ للحق الإجرائي ألا وهو الحق في الدعوى ، ولهذا سوف نتطرق لبيان سبب الدعوى ، موضوعها ، وأشخاصها .

الفرع الأول : سبب الدعوى :

يقصد بسبب الدعوى هي تلك الواقعة القانونية المنشأة لحق الدعوى ، وبالنسبة للدعوى العمومية فإن هذه الواقعة القانونية المنشأة هي الجريمة .

ومن هنا يتضح أن وقوع الجريمة ينشئ حقين أحدهما موضوعي والثاني إجرائي ، فالأول هو حق الدولة في العقاب المقرر للجريمة ، والثاني هو حقها في رفع الدعوى العمومية توصلًا إلى اقتضاء هذا الحق بحكم قضائي ، على أنه كان الحق الأول هو موضوع الدعوى العمومية والثاني هو السبب المنشئ لها ، ومن هنا تتضح الحقيقة فموضوع الدعوى وسببها لهما مصدر واحد هو الجريمة التي وقعت.

على أن هناك حقيقة أكثر أهمية فحق الدعوى لا يمارس ما لم تصل الجريمة إلى علم السلطة المختصة بتحريك الدعوى ، ومن هنا كانت الأهمية الإجرائية للجريمة معلقة لا على وقوع الجريمة وإنما على العلم بوقوعها التي لا غنى عنها من أجل البدء بإجراءات تحريك الدعوى العمومية⁽²⁾ .

ويعتبر الخطأ هو أساس قيام المسؤولية الجزائية بمجرد الإخلال بالالتزام قانوني يفرضه القانون سواء كان الخطأ عمديًا أو غير عمدي ، ويكون بذلك المشرع قد سوى بينهما من حيث العقاب كالامتناع عن الغش في المنتجات والخدمات المعروضة للاستهلاك أو كالاتزام بفرض الرقابة على



المنتجات الخطرة وكيفية استعمالها ، وتماشيا مع النظام الاقتصادي والتكنولوجي فقد فرض المشرع الجزائري لقيام المسؤولية في قانون حماية المستهلك بما يتضمنه من نصوص تنظيمية وتطبيقية توفر الخطأ المفترض الذي لا يقبل إثبات العكس ، وعليه يكون قانون حماية المستهلك بما يتضمنه من نصوص تنظيمية وتطبيقية بحصر الخطأ فيه عند مخالفة النصوص المتعلقة بحماية المستهلك بأن يعاقب على الإخلال بها ، وقد تكون هذه التزامات أنشأتها قوانين أخرى وأقرها وتبناها القانون المتعلق بحماية المستهلك ويترتب عن الإخلال النتيجة الإجرامية المنصوص والمعاقب عليها كقانون العقوبات في المواد 429 . 430 . 431 . 288 . 289 ومنه ، وما تضمنه قانون الصحة وقانون المياه.

الفرع الثاني: موضوع الدعوى الجنائية :

موضوع الدعوى العمومية هو الإدعاء بحق العقاب من طرف المدعى فمضى تحركت الدعوى الجزائية لم يعد للمدعي شأن بها ، فدوره فيها يتعلق بهذه الدعوى قاصر على تحريكها ، أما مباشرة الدعوى بعد ذلك مقصور على النيابة العامة وحدها فهي التي تقدم الأدلة والطلبات وتطلب توقيع العقوبة ، فالمدعى يقوم بتحريك الدعوى الجزائية فقط ، ولكنه لا يمكن استعمالها أو أن يطلب توقيع عقوبة معينة. ولا أن يتنازل عن الدعوى الجزائية⁽³⁾.

الفرع الثالث : أطراف الدعوى الجنائية :

للدعوى الجنائية طرفان هما المدعي (النيابة العامة) والمدعى عليه (المتهم) ويعتبر كل طرف خصما للآخر ، ولذلك يمكن القول بأن خصمه الدعوى الجنائية هما النيابة العامة والمتهم ، والمقصود بالخصم كل من يسمعه للحصول على حكم قضائي في مواجهة شخص آخر .

والخصم الحقيقي هو الذي يهدف إلى تحقيق مصلحة شخصية له من وراء سعيه للحصول على الحكم الجنائي ، أما الخصم الإجرائي فهو الذي تتم مباشرة الإجراءات في مواجهته ولو لم تكن له مصلحة شخصية من وراء تدخله⁽⁴⁾.

وتجدر الإشارة أنه إذا وقع الاعتداء على الحق المدعى أي نشأت المصلحة في رفع الدعوى فإن مباشرة الدعوى يجب أن تتم بمعرفة صاحب هذا الحق



قبل الذي اعتدى على هذا الحق ويعبر عن هذا بأنه يجب أن ترفع الدعوى من ذي صفة على ذي صفة .

وعلى ذلك يمكن للمستهلك لن يرفع دعوى جنائية بنفسه للدفاع عن مصالحه ليحصل على حماية جنائية لحقه الذي اعتدى عليه.

ولكن عملا لا يحدث هذا لأن فاعلية هذا الحق مشكوك فيها لعدة أسباب تتمثل في شعور المستهلك كشخص طبيعي بأنه وحيد أعزل في مواجهة منتجين وتجار مجهزين بوسائل على جانب كبير من الأهمية كما أن الفائدة التي سيحصل عليها من رفع دعواه لا تتعادل مع ما يتحمله من ضرر غالبا ما يكون ماليا ووقتا ضائعا بين إجراءات طويلة معقدة ، إضافة إلى عدم ثقته من توافر الخطأ الجنائي في بعض الحالات إذ ليس كل رفع للأسعار ينطوي بالضرورة على جريمة. وأخيرا المستهلك قد يجهل وسائل حمايته القانونية أو تكون هذه الوسائل على قدر من الصعوبة تدفعه للعزوف عن رفع الدعوى .

لكل هذه الأسباب أصبح الطريق ممهدا تتولى جمعيات حماية المستهلك رفع الدعوى.

لكن رغم أن جمعيات المستهلكين أقدر على الدفاع عن مصالح المستهلكين من المستهلك الفرد إلا أنها لا تعرف كيف تجني فائدة واسعة من المحكوم عليهم مما يجعلها تطالب بخالص ما أصابها من ضرر وليس ما يعانيه الضحايا بالفعل، وإذا رغب الضحايا في التعويض عليهم أن يمارسوا دعواهم الخاصة⁽⁵⁾.

المطلب الثاني : إجراءات الدعوى العمومية

إن الإجراءات التي يتبعها المجني عليه في تحريك الدعوى الجنائية قد تؤخذ في شكل شكوى مصحوبة بإدعاء مدني أمام قاضي التحقيق أو عن طريق الإدعاء المباشر .

الفرع الأول : تقديم شكوى من طرف جمعية حماية المستهلك
الشكوى هي تبليغ من المجني عليه أو ممن يقوم مقامه كالجمعيات أو النقابات عن جريمة وقعت عليه وفقا للقواعد تترتب عليها آثار معينة .
يراعي في تقديم الشكوى النقاط التالية :



- 1 - لم يشترط القانون الجزائي شكلا معينا لتقديم الشكوى ، فيمكن تقديمها شفاهة من المجني عليه أو ممن يقوم مقامه من جمعيات و نقابات.
- 2 - كما يجب تعيين المتهم تعيينا كافيا ، فلا قيمة لشكوى ضد مجهول.
- 3 - أن تكون الشكوى صريحة وواضحة دون غموض أو لبس وغير معلقة على شرط ، وتدل على رغبة الشاكي في تحريك الدعوى العمومية ضد المتهم⁽⁶⁾.
- 4 - لم يشترط المشرع الجزائي مدة لا تقبل الشكوى بعد نفاذها. وعليه تقوم الجمعيات بتحريك الدعوى العمومية و ذلك بتقديم شكوى للجهة المختصة عن الأعمال و أفعال يعتبرها القانون جريمة نذكر منه قانون 02/89 المؤرخ في 89/02/07 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك القاضي بضرورة توفر المقاييس و المواصفات في كل منتج أو خدمة تعرض للاستهلاك. ويجب في جميع الحالات أن يستجيب المنتج للرغبات المشروعة للاستهلاك لا سيما فيما يتعلق بطبيعته وصنفه ومنشئه ومميزاته الأساسية وتركيبه ونسبة المقومات اللازمة له وهويته وكمياته كما ينبغي أن يستجيب المنتج للرغبات المشروعة للمستهلك فيما يخص النتائج المرجوة منه ، والتاريخ الأقصى للاستهلاك وكيفية استعماله والاحتياطات الواجب اتخاذها من أجل ذلك ، وعملية المراقبة التي أجريت عليه ، وتطبيقا لأحكام هذه المادة صدر قانون متعلق بالتقييس⁽⁷⁾ والمرسوم التنفيذي المتعلق بالنظام الوطني القانوني للقياس⁽⁸⁾ ، وبذلك يكون المشرع قد وضع الإطار العام لنشاط التقييس الجزائي ، ويقصد بالتقييس النشاط الخاص المتعلق بوضع أحكام ذات استعمال موحد متكرر في مواجهة مشاكل حقيقية اجتماعية. يترتب عن تقديم الشكوى من طرف الجمعيات:
 - أ - تحريك الدعوى العمومية.
 - ب - يتم مباشرتها من طرف النيابة العامة وذلك بالتحري و تقديم الأدلة وموازنتها.
 - ج - حرية النيابة العامة في تحريك الدعوى ضد أي شخص ترجح مساهمته في الجريمة ولو كانت الشكوى لم تشر إليه لأن الشكوى عينية الأثر ، محدودة النطاق بالواقعة المبنية فيها فتلك النيابة العامة حسب ما نراه بنظر



الدعوى وإحالتها إلى المحكمة الجزائية المختصة أو تصدر قرارا بلا وجه لإقامتها دون أن تتقيد في ذلك برأي المجني عليه.

د - عدم تقيد النيابة العامة بالوصف الذي يعطيه المجني عليه للواقعة التي وردت في شكواه فلها أن تغير الوصف بدون حاجة إلى استئذانه أو طلب شكوى منه ولها، إن وجدت وصف المجني عليه صحيحا أن تؤكد وترفع الدعوى في ضوء ظروف الواقعة وملابستها.

الفرع الثاني : الادعاء المباشر من طرف جمعية حماية المستهلك من الجدير ذكره أن المقصود بالمدعي بالحق المدني (الإدعاء المباشر) هو منح الشخص المضرور من الجريمة أن يطلب التعويض عن ما أصابه من ضرر. وهذا ما أكدته نص المادة الأولى من قانون الإجراءات الجزائية في فقرتها الثانية . ونلخص شروط الادعاء المباشر في النقاط التالية:

1 - أن تكون الواقعة موضوع الادعاء جريمة أي أنه يمكن أن تكون هذه الواقعة جنائية أو جنحة أو مخالفة المادة 02 الفقرة 01 إجراءات جزئية.

2 - أن يصدر الادعاء من صاحب الحق فيه فالمجني عليه الذي تلقى تعويض الضرر بالفعل أو تنازل عليه لا يملك تحريك هذا الادعاء وكذلك المجني عليه الذي لم يسبب ضررا ما⁽⁹⁾ فالمستهلك يستطيع رفع دعوى بنفسه للدفاع عن مصالحه وحصوله على الحماية القضائية لحقه الذي اعتدى عليه كما قد تتم الحماية عن طريق دعوى تتولاها جمعيات المستهلكين نيابة عن المستهلك ذلك أن جمعيات المستهلكين أقدر على الدفاع عن مصالح المستهلكين من المستهلك الفرد لأن الاعتراف للجمعيات بالوجود القانوني وبالدفاع عن مصلحة معينة يمنح لها الحق في رفع الدعوى لحماية هذه المصلحة أو الغاية والغرض الذي أنشئت من أجله.

ومن ناحية أخرى فإن حرمان الجمعية أو الهيئة من الحق في الدعوى دفاعا عن المصلحة المشتركة أو الغرض الذي أنشئت من أجله يؤدي في الواقع إلى عدم تمكين الجمعية من تحقيق هدفها خاصة أن المشرع قد أجاز لبعض الجمعيات الحق في الدعوى وبالتالي فإن اشتراط القضاء على الجمعية إثبات ضرر مباشر يؤدي في الواقع إلى حرمان هذه الجمعية من استعمال حقها وعدم تمكينها من الدفاع عن مصلحة جماعية مجردة عن مصالح الأفراد الذين



ينتمون إليها وما يؤكد صحة هذا الاتجاه، الحالات الخاصة لجمعية المستهلكين التي اعترف لها بصفة رفع الدعوى للدفاع عن مصلحة جماعية⁽¹⁰⁾.
3. يجب أن تكون الدعوى الجنائية مقبولة يشترط في تحريك الدعوى العمومية أن تكون لأن القضاء الجزائي يختص أصلا في الفصل في هذه الدعوى.

يترتب على الادعاء المباشر تحريك الدعوى العمومية، وبذلك تدخل الدعوى المدنية والدعوى الجزائية ضمن سلطات المحكم الجزائية التي تلتزم بالفصل فيها معا وينتهي دور المدعى بالحق بتحريك الدعوى العمومية أما استعمالها فيبقى من اختصاص النيابة العامة وحدها وفق للقواعد العامة ويقتصر دوره كطرف في الدعوى المدنية أمام المحكمة الجزائية وله أن يقيم الدليل على ارتكاب الجريمة في الحدود التي تقتضيها إثبات حقوقه المدنية وان بطعن الحكم الصادر عن المحكمة الجزائية فيما يتعلق بالتعويضات دون غيرها كما⁽¹¹⁾ لا يترتب على التنازل عن الدعوى المدنية إيقاف أو إرجاء مباشرة الدعوى العمومية المادة رقم 2/2 قانون إجراءات جزائية، وذلك لأن المدعى المدني ليس خصما في الدعوى الجنائية.

المبحث الثاني

رفع الدعوى المدنية من طرف جمعية حماية المستهلك
يهتم قانون الإجراءات الجزائية بالدعوى المدنية، وهي الدعوى المستتدة إلى جريمة ويقصد بها تعويض الضرر الناتج عن هذه الجريمة، لأن هذه الأخيرة ينتج عنها ضررا خاصا يصيب المضرور منها، ينشئ له حقا في أن يطالب المعتدي بالتعويض و يجوز له إقامتها أمام المحكمة الجزائية بطريق التبعية للدعوى العمومية، وهذا ما نصت عليه المادة الثانية من قانون الإجراءات الجزائية " يتعلق الحق في الدعوى المدنية للمطالبة بتعويض الضرر الناتج عن جنائية أو جنحة أو مخالفة لكل من أصابهم ضرر مباشر تسبب عن الجريمة " كما أجاز المشرع للمضرور من الجريمة أن يطالب بتعويض الضرر أمام المحكمة ذات الولاية الأصلية وهي المحكمة المدنية.



المطلب الأول: أركان الدعوى المدنية

تتكون الدعوى المدنية من ثلاثة أركان هي :

- 1) سبب الدعوى المدنية هو الضرر المترتب عن الجريمة.
- 2) موضوع الدعوى المدنية هو المطالبة بتعويض الضرر.
- 3) خصوم الدعوى المدنية هما : المدعي و المدعى عليه.

الفرع الأول : الضرر

إن أساس المسؤولية المدنية لتعويض الضرر الناشئ عن جريمة هو ظاهر في نص المادة 124 من القانون المدني الجزائري "على أن كل عمل أيا كان يرتكبه المراء ويسبب ضررا للغير يلزم من كان سببا في حدوثه بالتعويض". إن العمل المستحق للتعويض، يؤدي ارتكابه إلى قيام مسؤولية الشخص الذي ارتكبه، و نتيجة لقيام المسؤولية فلا بد من التعويض.

تقوم المسؤولية الجزائية على أساس مخالفة التزام قانوني يمس بمصالح المجتمع، وقد تدخل المشرع بوضع نصوص قانونية خاصة، مراعيًا خصوصيات تختلف عن القواعد العامة في القانون و بذلك جعل الخطأ أحد أركانه مفترض في جانب المحترف أو كل متدخل في عملية العرض.

ولرفع الدعوى المدنية أمام القضاء الجزائي لحماية المستهلك لابد من وقوع ضرر أساسه خطأ قانوني وتقوم المسؤولية الجزائية بالإخلال بالتزام قانوني يفرضه القانون سواء كان هذا الإخلال عمديا أو غير عمدي، وبذلك يكون المشرع قد سوى بين العمد والخطأ فيه من حيث العقاب كالالتزام بالامتناع عن الغش في المنتوجات و الخدمات المعروضة للاستهلاك، أو كالالتزام بفرض الرقابة على المنتوجات الخطيرة وكيفية استعمالها.

والخطأ قد يكون صادرا من المحترف شخصا، و قد يكون صادرا من شخص خاضع للرقابة وتنفيذا لتعليمات صادرة إليه من محترف، متى كانت هذه الأوامر والتعليمات واجبة التنفيذ.

يكون المحترف مسؤولا عن ذلك مدنيا وجزائيا، ويعني أن كل فعل يرتكبه العامل الواقع تحت الإشراف، يمكن تفسيره على أنه نقص في واجل الإشراف فهو خطأ يتكون من مخاطر لصيقة بالوظيفة خاصة في الصناعات الخاضعة للوائح الصادرة من أجل صحة وسلامة وأمن المستهلك وبذلك تقع



المسؤولية أساسا على المحترف الذي تفرض عليه شخصيا شروط وأساليب استغلال صناعته طبقا لقانون 02/89⁽¹²⁾ المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك في مادته الخامسة عندما أوجب على المنتج أو الوسيط أو الموزع أو بصفة عامة كل متدخل في عملية الوضع أن يقوم بنفسه أو عن طريق الغير بالتحريات اللازمة للتأكد من مطابقة المنتج أو الخدمة للقواعد الخاصة به⁽¹³⁾.

الضرر هو عبارة عن الخسارة المادية التي أصابت المدعي بالحق المدني، أو التشويه أو الأذى الذي لحق به من النواحي الأدبية والمعنوية من جراء وقوع الجريمة⁽¹⁴⁾.

1 - أنواع الضرر:

فالضرر هو ما يصيب الشخص في حق من حقوقه، أو في مصلحة مشروعة له، سواء كان ذلك الحق أو تلك المصلحة متعلقا بسلامة جسمه أو ماله، أو عاطفته، أو حريته، أو شرفه. فالضرر يقتضي، فضلا عن المساس بوضع قائم، الإخلال بحق يحميه القانون⁽¹⁵⁾.

ويطلق بعض الشراح الفرنسيين على الضرر الناشئ عن الجريمة اسم الضرر الجنائي Préjudice pénal بمعنى أن يكون للضرر طبيعة جنائية تبرر اختصاص القضاء الجنائي⁽¹⁶⁾.

كما يمكن القول بشأن الضرر المعنوي أنه هو الضرر الذي يصيب الجمعيات في هدفها وغاياتها التي نشأت من أجلها.

2 - طبيعة الضرر الموجب للتعويض :

لا يكفي لإقامة الدعوى المدنية إثبات وقوع الجرم، بل ينبغي إقامة الدليل على أن ضررا قد نزل بالمدعي، أن هذا الضرر تربطه بالجريمة رابطة السببية وأنه يستجمع الخصائص المطلوبة لتقرير التعويض على أساسه، أي أنه ينبغي أن يكون الضرر شخصا وحالا و مباشرا، وأن يستند إلى حق شرعي يحميه القانون، وأن لا يكون مبنيا على سبب غير مشروع أو مغل بالأداب والأخلاق⁽¹⁷⁾.

لم يفرض المشرع الجزائري في قانون حماية المستهلك على المضرور أن يثبت العلاقة السببية بين خطأ المحترف و الضرر الذي أصابه، بل أوجب على المستهلك أن يثبت وجود ضرر بسبب المنتج أو الخدمة لقيام مسؤولية



المحترف، فلا تنتفي المسؤولية لانعدام السببية وحدها، فيمكن أن تقوم بمجرد وجود خطأ أو بحدوث ضرر كالإخلال بضمان إصلاح المنتج أو رد ثمنه أو استبداله فتترتب على ذلك مسؤولية المحترف.

الفرع الثاني: التعويض

لما كان سبب الدعوى المدنية هو الجريمة التي رتب أضرارا للغير، فإن من حق هذا الأخير أن يطالب بجبر الأضرار، ويمكن حصرها فيما لحق المضرور من خسارة وما فاتته من كسب، أي الضرر المادي فضلا عن الضرر الأدبي .

يعتبر التعويض النقدي أهم مظاهر إصلاح الضرر، و يكون بدفع مبلغ من المال إلى المدعي المدني كتعويض عما ألحقته الجريمة من ضرر، ويشمل هذا المقابل ما فات المدعي المدني من كسب وما لحقته من خسارة، ومنها قيمة ما يجب رده إذا تعذر الرد عينا لسبب أو لآخر⁽¹⁸⁾.

إن الجمعيات تكون أهلا أمام كل جهات القضاء لممارسة الادعاء لدعوى المدنية المتعلقة بالأفعال التي تحمل ضررا مباشرا بالمصالح الجماعية للمستهلكين، مما جعلها تطالب عما أصابها من ضرر، وغالبا ما يقدر التعويض عنه بطريقة رمزية وليس بما يعانيه الضحايا، وإذا ما رغبت الضحايا من المستهلكين في التعويض عليهم أ يمارسوا دعواهم الخاصة، وقد ينصب التعويض على إصلاح المنتج أو رد ثمنه أو ما أصاب صحة المستهلك وسلامة جسمه⁽¹⁹⁾.
- المصاريف :

تدخل المصاريف في موضوع الدعوى المدنية، وتشمل الرسوم وأجور الخبرة والمعاينة، وبدلات الانتقال، وبصفة عامة كافة مصاريف الدعوى التي تتفق للوصول إلى الحقيقة والتي تحملها المدعي المدني، ومن المعروف في مجال القضاء أن المدعي الذي يخسر دعواه هو الذي يتحمل دفع المصاريف القضائية سواء ما يعود منها للخصم أو ما يعود إلى الخزينة العمومية إلا إذا كان مستفيدا من المساعدة القضائية فإنه يعفى من بعضها وتحمله الخزينة نيابة عنه، وهو البعض الذي يتعلق بالرسوم القضائية⁽²⁰⁾.



الفرع الثالث: الخصوم في الدعوى المدنية
لا تقبل الدعوى المدنية إلا من المضرور من الجريمة شخصيا ، سواء كان طبيعيا أو شخصا معنويا كالهئية أو الجمعية.
وترفع الدعوى المدنية على من ينسب إليه ارتكاب الجريمة أو المشاركة فيها ، لأن موضوعها الرئيسي التعويض.

1 . صفة الجمعيات كمدعي

يجوز أن يكون المتضرر من الجريمة شخصا معنويا كالجمعية في إقامة الدعوى المدنية ، إذ يرقع المستهلك دعوى بنفسه للمطالبة بالتعويض عن الضرر الذي أصابه في مصالحه كما يجوز لجمعية حماية المستهلك أن تتولى هذه الدعوى نيابة عنه ، وذلك لوجود رابطة وثيقة بين مصالح المدعى عليه ومصلحته الخاصة ، كما قد ينيط القانون لهذه الأشخاص المعنوية من جمعيات سلطة رفع الدعوى حماية لمصلحة عامة جماعية أو مشتركة ، أو بقصد تطبيق القانون.

من المقرر أن لكل جمعية ، باعتبارها شخصا معنويا ، الحق في الادعاء المدني إذا كانت الجريمة قد أحدثت ضررا ماديا أصابها في ذمتها المالية أو ضررا أدبيا مسها في سمعتها واعتبارها ، شريطة أن تثبت أن الضرر الذي أصابها شخصيا ومباشرا⁽²¹⁾.

ولكن السؤال الذي يطرح هو معرفة المقصود من الضرر الشخصي و المباشر بالنسبة لجمعية؟

مما لا شك فيه أن هذه الأشخاص المعنوية لها مصلحة شخصية و مباشرة عندما ترتكب جريمة جنائية في حقها ، فقد تتعرض لجريمة سرقة أو خيانة أمانة أو قذف ، يصيبها من جراء ذلك ضرر شخصي ومباشر يبرر المطالبة بتعويضات لها أمام القضاء الجزائي ، ولكن هل يمكن أن تعتبر أن الضرر شخصي ومباشر إذا ما أدى إلى المساس بالمصلحة الجماعية (L'intérêt collectif) التي تأسست الأشخاص المعنوية من أجل حمايتها.

إن اشتراط القضاء على الجمعيات إثبات ضرر مباشر ، يؤدي في الواقع إلى حرمان هذه الجمعية من استعمال حقها ، وعدم تمكينها من الدفاع عن



مصالح جماعية مجردة عن مصالح الأفراد الذين ينتمون إليها ، وبالتالي حرمانها من الدفاع عن المصلحة المشتركة والغرض الذي أنشأت من أجله⁽²²⁾.
إن القضاء الفرنسي قد تشدد كثيرا في قبول إدعاء الجمعيات مدنيا أمام القضاء الجزائي، فتطلب ذات الشروط التي تطلبها لقبول الادعاء المدني من الشخص الطبيعي.

إلا أنه بصدر قانون 29 جويلية 1984 أجاز المشرع الفرنسي لجمعيات صيد الأسماك والصيادين حق الادعاء المدني بالنسبة للجرائم المنصوص عليها في المادة 401 وما يليها من القانون الزراعي الفرنسي، وسواء كان الضرر الذي أصابها مباشرا أو غير مباشر.

كما نص قانون الإجراءات الجنائية الفرنسي على حق جمعيات مساعدة المجني عليهم⁽²³⁾ - شريطة أن تكون معلنه قانونا - في الادعاء المدني أمام القضاء الجزائي عن طريق التدخل فقط في دعوى جزائية⁽²⁴⁾.

أما فيما يخص جمعيات المستهلكين في الجزائر، فإنها تخضع من حيث إنشائها وتنظيمها للقانون رقم 90 - 31 المؤرخ في 04/12/1990 المتعلق بالجمعيات⁽²⁵⁾. وقد سمح المشرع الجزائري لهذه الجمعيات بالدفاع عن الحقوق والمصالح المشتركة للمستهلكين قصد التعويض عن الضرر المعنوي الذي لحق بهم، وذلك طبقا للمادتين 12 و 23 من قانون رقم 02/89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك⁽²⁶⁾.

وفي هذا الصدد يجب أن لا نخلط بين المصلحة الجماعية (L'intérêt collectif) التي تتولى الجمعية الدفاع عنها وبين المصلحة العامة (L'intérêt général) التي تتحمل النيابة العامة حمايتها⁽²⁷⁾ لأن الضرر الذي يصيب الجمعية يختلف عن الضرر الإجتماعي الذي يصيب الصالح العام⁽²⁸⁾.

كما تجدر الإشارة إلى أنه إذا أصاب ضرر الجريمة تجمعا من الأشخاص لا يتمتع بالشخصية القانونية، ومن ثم لا يعد شخصا معنويا⁽²⁹⁾، فحينئذ لا تقبل الدعوى المدنية التي يرفعها للمطالبة بالتعويض، إنما في هذه الحالة يجوز رفع دعوى تعويض من الأفراد الذين أصابهم ضرر من جراء ارتكاب الجريمة بصفتهم أفرادا ليس بصفتهم ممثلين عن هذا الشخص المعنوي⁽³⁰⁾.



يعني أن كل فرد يتولى دعواه الخاصة به مطالب بالتعويض عن الضرر الذي لحقه شخصيا⁽³¹⁾.

2. المدعى عليه :

المدعى عليه في الدعوى المدنية هو المسؤول عن فعله الشخصي أو مسؤولا عن غيره، إذ يسأل الجاني عن فعله سواء كان فاعلا أو شريكا أو مت دخلا ويسأل مدنيا عن الضرر الذي ألحقه بالغير بفعله الجرمي طبقا للمادة 124 من القانون المدني الجزائري، كما يسأل في أحوال معينة عن أعمال أشخاص تربطهم به روابط معينة، فيعتبر مسؤول عنهم مدنيا. فلمسؤولية المدنية للبائع إتجاه المستهلك عن الإستغلال الغير مشروع عن طريق ما يقترحه على المستهلك من منتجات ضارة بالصحة أو منتجات مفسوشة أو دعاية كاذبة أو مخالفة للأسعار المحددة.

المطلب الثاني: إجراءات الدعوى المدنية

القاعدة العامة أن الدعوى المدنية هي من إختصاص المحاكم المدنية، ودعوى تعويض الضرر هي دعوى مدنية كسائر الدعاوى المدنية تقام أمام المحاكم المدنية و لكن نظرا أن هذه الدعوى المدنية ناشئة عن جريمة جنائية، فإن الضرر المطالب بتعويضه ليس ضرا مدنيا صرفا، و لكن يستمد وجوده من الجريمة و من الخطأ الجزائي، فإن من حق المدعي رفع دعواه إما أمام المحكمة الجزائية أو المحكمة المدنية.

الفرع الأول: حق الجمعيات في الخيار بين الطريقتين الجزائي و المدني وهنا نتساءل، هل يتم بالفعل رفع الدعوى من جانب المستهلك؟

عمليا لا يحدث، لأن فعالية هذا الحق مشكوك فيها لعدة أسباب، منها شعور المستهلك بأنه وحيد أعزل في مواجهة منتجين و مهنيين و تجار مجهزين بوسائل على جانب كبير من الأهمية، كما أن الفائدة التي سيحصل عليها من رفع دعواه من ناحية أخرى لا تتعادل مع ما يتحملة من نفقات باهظة ووقت ضائع، بين إجراءات طويلة معقدة من أجل الوصول إلى انتصار لحقه، كل ذلك مقابل سلعة قد لا تتجاوز قيمتها دراهم معدودة. فضلا عن ذلك فإن النيابة العامة غالبا ما تهمل ملاحقة مثل هذه المخالفات لضآلة معظمها من جهة، وكثرتها في الحياة اليومية من جهة أخرى.



لكل هذه الأسباب مجتمعة باب مفتوح لتولي هذا الدور جمعية المستهلكين لما لها من ذمة مالية مستقلة تستطيع عن طريقها الإنفاق على هذه الدعاوى.

وعليه للمتضرر الحق في الخيار بين أحد الطريقتين المدني أو الجزائي المقرر في المادتين 3 و 4 من قانون الإجراءات الجزائية، ولكن حق الخيار مقيد على نحو معين، فإذا سبق له اختيار الطريق الجزائي يظل من حقه أن يرفع دعواه المدنية بعد ذلك أمام المحاكم المدنية، ويمتنع عليه رفع هذه الدعوى أمام المحكمة الجزائية⁽³²⁾.

ويرد على هذا المبدأ استثناءات طبقا لنص المادة 5 من قانون إجراءات جزائية " لا يسوغ للخصم الذي يباشر دعواه أمام المحكمة المدنية المختصة، أن يرفعها أمام المحكمة الجزائية، إلا أنه يجوز ذلك إذا كانت النيابة العامة قد رفعت الدعوى العمومية قبل أن يصدر من المحكمة المدنية حكم في الموضوع".

ومنها ما هو مقرر في الفقه، وذلك في الحالات التالية:

- إذا كان المدعي المدني قد سلك الطريق المدني وهو يجهل أن النيابة العامة قد باشرت الدعوى العمومية.
- إذا كان المدعي المدني لا يعلم طبيعة الفعل الذي وقع أنه فعلا إجراميا.
- إذا كان المدعي المدني قد رفع دعواه المدنية أمام محكمة مدنية غير مختصة⁽³³⁾.

1- رفع الدعوى المدنية أمام المحكمة الجزائية :

لا يتصور نظر الدعوى المدنية بالتبعية أمام المحكمة الجزائية، إلا إذا كان ثمة دعوى عمومية سببها ذات الفعل الإجرامي الذي تأسست عليه الدعوى المدنية، على أن تكون الدعوى العمومية مقبولة وقائمة، وأن تكون المحكمة الجزائية مختصة.

أما الإجراءات التي يتبعها المجني عليه لمباشرة دعواه المدنية تختلف بحسب ما إذا كانت الدعوى العمومية قد تم تحريكها أم لا من طرف النيابة العامة⁽³⁴⁾.



وقد حدد قانون الإجراءات الجزائية طرقا ثلاثة للادعاء مدنيا أمام القضاء الجزائي بشكوى يقدمها لقاضي التحقيق و إما بالادعاء أمام جهة الحكم وهذا ما نصت عليه المادة 240 من قانون الإجراءات الجزائية الجزائي على أنه " يحصل الادعاء المدني إما أمام قاضي التحقيق طبقا للمادة 72 من هذا القانون و إما بتقرير لدى قلم الكتاب قبل الجلسة و إما أثناء الجلسة بتقرير يثبته الكاتب أو بإبدائه في مذكرات ". و إما بادعاء مباشر أمام المحكمة فتتنص المادة 337 مكرر قانون إجراءات جزائية جزائي على أنه " يمكن للمدعي المدني أن يكلف المتهم مباشرة بالحضور أمام المحكمة ...".

وعليه فإن الادعاء المدني لن يخرج عن الصور التالية :

الصورة الأولى: الادعاء أمام قاضي التحقيق.

الصورة الثانية: التدخل في الدعوى.

الصورة الثالثة: الادعاء مباشرة أمام المحكمة⁽³⁵⁾.

الصورة الأولى: الادعاء أمام قاضي التحقيق

متى تحركت الدعوى العمومية أمام قاضي التحقيق فإنه يمكن للمضرم أن يقيم دعواه المدنية بالتبعية أمام قاضي التحقيق⁽³⁶⁾. طبقا لنص المادة 72 قانون إجراءات جزائية جزائي يجوز لكل شخص مضار من جنابة أو جنحة أو مخالفة ، أن يدعي مدنيا أمام قاضي التحقيق المختص بتقديم شكوى .

وطبقا لنص المادة 73 قانون إجراءات جزائية جزائي على قاضي التحقيق أن يعرض الادعاء المدني على وكيل الجمهورية في أجل خمسة أيام ، وذلك لإبداء رأيه ، ويجب على هذا الأخير أن يبدي طلباته في أجل خمسة أيام من يوم التبليغ ، وتوجه الشكوى لشخص مسمى أو غير مسمى. ولا يجوز لوكيل الجمهورية أن يطلب من قاضي التحقيق عدم إجراء التحقيق إلا في حالتين :

- أن الوقائع لأسباب تمس الدعوى العمومية نفسها ، لا يجوز التحقيق بشأنها ، كما لو كانت دعوى لا يجوز تحريكها إلا بناء على شكوى من المجني عليه.



• أن الوقائع رغم ثبوتها لا تقبل أي وصف جزائي وهذا ما قضت به المحكمة العليا بالجزائر⁽³⁷⁾.

وإذا كانت الشكوى المقدمة من طرف الضحية أو المضرور غير مسببة سببا كافيا أو لا تؤيدها مبررات كافية وإثباتات قاطعة، يجوز لوكيل الجمهورية أن يطلب من قاضي التحقيق تحقيقا مؤقتا لكل من ورد ذكره بالشكوى على أن يسألوا كشهود لحين تتأكد الاتهامات نحو شخص معين مع مراعاة أحكام المادة 89 قانون الإجراءات الجزائية.

ويقضي نص المادة 74 من قانون إجراءات جزائية جزائري على أن الإدعاء المدني مفتوح في أي وقت أثناء التحقيق ولا يبلغ لباقي الأطراف ويفصل قاضي التحقيق في حالة المنازعة أو في حالة ما إذا رأى من تلقاء نفسه عدم قبول الادعاء المدني بقرار مسبب بعد أخذ رأي النيابة العامة. ويجوز المنازعة في طلب الادعاء المدني من جانب النيابة العامة أو المتهم أو أي مدعي مدني آخر.

الصورة الثانية: التدخل في الدعوى

تنص المادة 239 قانون إجراءات جزائية جزائري على أنه "يجوز لكل شخص يدعي طبقا للمادة الثالثة من هذا القانون بأنه قد أصابه ضرر من جناية أو جنحة أو مخالفة أن يطلب بالحق المدني في الجلسة نفسها، ويمكن للمدعي المدني أن يطلب بتعويض الضرر المسبب له".

كما نصت المادة 240 قانون إجراءات جزائية جزائري "يحصل الادعاء المدني إما أمام قاضي التحقيق طبقا للمادة 72 من هذا القانون وإما بتقرير لدى قلم الكتاب قبل الجلسة وإما أثناء الجلسة بتقرير يثبته الكاتب أو بإبدائه في مذكرات".

فمن خلال تحليل المادتين 239 و 240 قانون إجراءات جزائية جزائري يتبين لنا أنه يستطيع المدعي المدني أن يرفع دعواه للمطالبة بالتعويض عما أصابه من ضرر جراء الجريمة، أمام المحكمة الجزائية قبل جلسة المحاكمة أو أثناء الجلسة.

(1) الادعاء المدني قبل الجلسة :

إذا حصل الادعاء المدني قبل جلسة المحاكمة، فيكون ذلك بتقرير لدى قلم الكتاب، ويتعين على المدعي المدني أن يحدد في تقريره الجريمة موضوع



المتابعة ، وأن يتخذ له موطنًا مختارًا بدائرة الجهة القضائية المنظورة أمامها الدعوى ما لم يكن له موطن فعلي فيها⁽³⁸⁾ وهذا ما نصت عليه المادة 241 قانون إجراءات جزائية جزائري.

2) الإدعاء المدني أثناء الجلسة:

من خلال نص المادة 240 قانون إجراءات جزائية جزائري منح المشرع للمتضرر من الجريمة أن يدعي مدنيا لأول مرة أثناء الجلسة و ذلك بتقرير يثبته الكاتب أو بإبدائه في المذكرات و يتعين إجراء ذلك قبل أن تبدي النيابة العامة طلباتها في الموضوع وإلا كان غير مقبول، لأن من شأن ذلك أن يعطل الفصل في الدعوى العمومية وهذا ما قضت به المادة 242 قانون إجراءات جزائية جزائري⁽³⁹⁾.

ويشترط أن يكون الادعاء المدني أمام المحكمة درجة أولى، فلا يقبل لأول مرة أمام المحكمة الاستئنافية لأنه يحرم المتهم من الاستفادة من ميزة التقاضي على درجتين⁽⁴⁰⁾

وقضت المحكمة العليا بالجزائر في هذا الشأن على أنه لا يجوز الادعاء مدنيا إلا أمام محكمة الدرجة الأولى حتى لا يضار المتهم من درجة التقاضي. حيث إن قضاة الاستئناف منحوا تعويضات مدنية لوالدي الضحية مع أنهما لم يدعيا مدنيا لا أمام قاضي التحقيق، ولا أمام المحكمة الابتدائية، كان قضاؤهم معيبا واستوجب نقضه⁽⁴¹⁾.

الصورة الثالثة: الادعاء مباشرة أمام المحكمة

إذا لم تحرك الدعوى العمومية من جانب النيابة العامة باعتبارها صاحبة الاختصاص الأصيل في ذلك، جاز للمدعي المدني أن يرفع دعواه مباشرة أمام المحكمة الجزائية⁽⁴²⁾ عن طريق ما يسمى بالادعاء المباشر.

ونعرف الادعاء المباشر بأنه الإجراء المخول قانونا للمضروب من الجريمة، ويكون له بمقتضاه الحق في أن يكلف المتهم في الحضور مباشرة أمام المحكمة المختصة، مطالبا إياه بتعويض الضرر الذي أحدثته به إحدى الجرائم، المحددة قانونا، فتتحرك تبعا لذلك الدعوى الجزائية ضد المتهم⁽⁴³⁾.

وطبقا لنص المادة 2/1 قانون إجراءات جزائية جزائري " كما يجوز أيضا للطرف المضروب أن يحرك هذه الدعوى طبقا للشروط المحددة في هذا القانون".



يجيز المشرع الجزائري للمضروب أن يحرك الدعوى العمومية في الجنايات والجنح والمخالفات غير أنه إذا كانت الجريمة مما يتوقف عنها تحريك الدعوى العمومية على شكوى أو إذن أو طلب فلا يستطيع المضروب تحريك الدعوى العمومية. وهناك جرائم يقتصر تحريك الدعوى العمومية بشأنها إلا من طرف النيابة العامة كالجرائم التي يرتكبها الجزائري بالخارج⁽⁴⁴⁾.

2- رفع الدعوى المدنية أمام المحكمة المدنية :

إذا رفع المدعي المدني دعواه أمام المحكمة المدنية للمطالبة بتعويض الضرر الذي لحقه من الجريمة وكانت المحكمة الجزائية قد فصلت في الدعوى العمومية قبل الدعوى المدنية فإن قرار المحكمة الجزائية الحائز لقوة الشيء المقضي به يكون ملزما للمحكمة المدنية، وإذا كانت المحكمة الجزائية المرفوعة أمامها الدعوى العمومية لم تفصل فيها بعد فإن المحكمة المدنية ملزمة بالتوقف عن السير في الدعوى المدنية حتى يتم الفصل في الدعوى العمومية لتفادي تعارض وتضارب الحكم الجزائي مع الحكم المدني وهذا ما نصت عليه المادة 04 من قانون إجراءات جزائية.

وحتى يطبق هذا الحكم يجب أن تكون الدعوى العمومية والدعوى المدنية ناشئتين من جرم واحد. ويجب أيضا أن تكون النيابة العامة، قد حركت الدعوى العمومية طبقا لنص المادة 04 من قانون إجراءات جزائية وتوقف المحكمة المدنية حتى تفصل المحكمة الجزائية نهائيا في الدعوى العمومية أو انقضاء طرق الطعن أمام الحكم الجزائي، وأي إجراء يتخذ أثناء ذلك في الدعوى المدنية يعتبر باطلا⁽⁴⁵⁾.

الفرع الثاني: مباشرة الدعوى المدنية

من المعلوم أن المحكمة الجزائية تطبق على الدعوى المدنية المنظورة أمامها بالتبعية للدعوى العمومية الإجراءات المنصوص عليها في قانون الإجراءات الجزائية⁽⁴⁶⁾، في حين إذا أقيمت الدعوى المدنية أمام القضاء المدني صاحب الاختصاص الأصلي، كان شأنها شأن أي دعوى مدنية أخرى، فتخضع لقانون الإجراءات المدنية⁽⁴⁷⁾، وبالتالي تستقل الدعوى المدنية عن الدعوى العمومية، لكن هذا الاستقلال ليس تاما إذ توجد مظاهر إرتباط بين الدعويين لوحدة المنشأ⁽⁴⁸⁾. فإن العلاقة بينهما تضل قائمة ولو رفعت دعوى



تعويض أمام المحكمة المدنية ، وتبدو هذه العلاقة في التأثير الذي يحدثه الحكم الصادر في إحدى الدعوتين على الأخرى ، وفي أن رفع الدعوى الجزائية أو حتى مجرد تحريكها يوقف الفصل في الدعوى المدنية⁽⁴⁹⁾.

1 . حجية الحكم الجزائي على الحكم المدني

قد يرفع المضرور دعواه أمام القضاء المدني للمطالبة بالتعويض عن الضرر الناشئ عن الجريمة بعد أن تكون المحكمة الجزائية قد فصلت في الدعوى العمومية إما بإدانة المتهم أو براءته⁽⁵⁰⁾. ولهذا الحكم الجزائي له حجية على القاضي المدني. فلا يجوز أن يقضي بما يخالفه⁽⁵¹⁾ ، ويفسر مبدأ حجية الحكم الجزائي أمام القضاء المدني بأهمية الدعوى العمومية وتعلقها بالنظام العام⁽⁵²⁾ ، ويفسر كذلك بما يملكه القاضي الجزائي من وسائل فعالة في التحقيق والمحاكمة والإثبات مما يمكنه بالفصل في ثبوت الجريمة ونسبتها للمتهم وإعطائه الوصف القانوني⁽⁵³⁾.

2 . قاعدة الجزائي يوقف المدني

تنص المادة 2/4 من قانون الإجراءات الجزائية الجزائي " غير أنه يتعين أن ترجى المحكمة المدنية الحكم في تلك الدعوى المرفوعة أمامها حين الفصل نهائيا في الدعوى العمومية إذا كانت قد حركت"⁽⁵⁴⁾.

يوضح هذا النص تأثير الدعوى الجزائية على الدعوى المدنية المرفوعة أمام القضاء المدني ، والذي يعبر عنه بقاعدة " الجزائي يعقل الحقوق" أو "الجزائي يعقل المدني" أو الجزائي يوقف المدني " Le pénal tient le civil en état."⁽⁵⁵⁾

وتطبيقا لهذه القاعدة ، يتعين على المحكمة المدنية أن تتوقف عن النظر في الدعوى المدنية المرفوعة أمامها بمجرد علمها بأن الدعوى العمومية قد أقيمت ، سواء كانت إقامتها سابقة لرفع الدعوى المدنية أو لاحقة لها ، وتستعيد النظر فيها بعد صدور حكم بات في الدعوى العمومية. ولا تتوقف الدعوى المدنية إلا إذا توفر شرطان هما :

1. أن تكون الدعوى العمومية قد أقيمت فعلا بالادعاء أمام المحكمة أو أمام قاضي التحقيق.

2 . يجب أن تستند الدعويان إلى ذات وقائع الجريمة .



الخاتمة

صاحب الحق في رفع الدعوى هو المتضرر من الجريمة باعتباره المدعى ولو استعملت الدعوى بواسطة ممثل قانوني له. فقد يحدث استثناء أن تباشر الدعوى بمعرفة شخص معنوي خاص كالجمعيات لتحل محله مباشرة حقوقه، وذلك لوجود رابطة وثيقة بين مصالح صاحب المدعى به ومصالحه الخاصة.

كما ينيط القانون للجمعيات سلطة رفع الدعوى حماية لمصلحة عامة جماعية أو مشتركة أو يقصد تطبيق القانون و هذه المصالح تمنح الجمعيات لأن وظيفتها حماية هذه المصالح، ولن تكتمل هذه الحماية إلا إذا اعترف لها بسلطة رفع الدعوى.

فإن الوقوف على مدى الصفة الممنوحة للجمعيات للدفاع عن المصلحة أو الغاية التي أنشأت من أجلها، يمكنها من الادعاء بالحق المدني أمام كل السلطات القضائية، سواء القضاء المدني أو القضاء الجنائي للمطالبة بالتعويض، عن الضرر الناجم عن فعل جرمي.

فالمشرع منح للجمعيات حق الخيار بين الطريقتين المدني والجزائي مع احترام الإجراءات القانونية فتقوم الجمعيات بتحريك الدعوى العمومية إما بتقديم شكوى أو الادعاء المباشر عن أفعال يعتبرها القانون جريمة، كما لها اختيار رفع الدعوى المدنية أمام القضاء المدني.

لكن في الواقع نجد أن جمعيات حماية المستهلك ليس لها دور فعال في التحسيس والتوعية، ولا في الدفاع عن مصالح المستهلكين خاصة أمام تزاخم السوق الجزائري بالمنتجات المحلية والأجنبية المستوردة وظهور أساليب التقليد والغش في المنتجات.



قائمة المراجع

- [1] علي عبد القادر القهوجي : شرح قانون أصول المحاكمات الجزائية (دراسة مقارنة)، منشورات الحلبي الحقوقية ، الكتاب الأول بيروت ، 2002 .
- [2] عبد الرزاق الخطيب : المعهد الوطني للدراسات والبحوث العربية ، دور الاتحادات المهنية العمالية في مجال الصحة والسلامة المهنية ، مجلة المرشد ، مطبعة الرهان الرياضي ، الجزائر ، العدد 87 / 4 .
- [3] علي بولحية بن بوخيخ : القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري ، عين مليلة الجزائر ، سنة 2000 .
- [4] أحمد محمد محمود علي خلف : الحماية الجنائية للمستهلك في القانون المصري والفرنسي والشرعية الإسلامية (دراسة مقارنة) دار الجامعة الجديدة لنشر ، الإسكندرية ، مصر 2005 .
- [5] محمد علي سالم عياد الحلبي : الوسيط وشرح قانون أصول المحاكمات الجزائية ، الجزء الأول ، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع 1996 .
- [6] قانون رقم 89 / 32 المؤرخ 19 / 12 / 1989 المتعلق بالتقييس الجريدة الرسمية ، العدد 654 .
- [7] مرسوم تنفيذي رقم 90 / 132 المؤرخ في 31 / 07 / 1990 المتعلق بالنظام الوطني للقانوني للقياسات الجريدة الرسمية العدد 20 .
- [8] نظير فرج مينا : الموجز في الإجراءات الجزائية الجزائرية ديوان المطبوعات الجامعية 1989 .
- [9] السيد محمد السيد عمران : حماية المستهلك أالدار الجامعية ببيروت 2003 .
- [10] محمد جعفر : مبادئ المحاكمات الجنائية الطبعة الأولى المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع ببيروت 1994 .
- [11] قانون رقم 89 / 02 المؤرخ في 07 / 02 / 1989 ، المتضمن لقواعد العامة لحماية المستهلك ، الصادر في الجريدة الرسمية العدد 89 / 06 .
- [12] بلحاج العربي : النظرية العامة للالتزامات في القانون لمدي الجزائري ، الجزء الثاني ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 1995 .
- [13] إدوار غالي الذهبي : اختصاص القضاء الجنائي بالفصل في الدعوى المدنية الطبعة الثالثة مكتبة غريب الفجالة 1993 .
- [14] عاطف النقيب : أصول المحاكمات الجزائية دراسة مقارنة دار المنشورات الحقوقية لبنان 1993 .
- [15] أحمد شوقي الشلقاني : مبادئ الإجراءات الجزائية في التشريع الجزائري ، دار هومة للطباعة والنشر ، الجزائر ، 2003 .
- [16] عبد الرزاق أحمد السنهوري : الوسيط في شرح القانون المدني الجديد المجلد الثاني منشورات الحلبي الحقوقية لبنان 1998 .



- [17] عبد العزيز سعد: شروط ممارسة الدعوى المدنية أمام المحاكم الجزائية، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1992.
- [18] عوض محمد عوض: المبادئ العامة في قانون الإجراءات الجنائية، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 1999.
- [19] أحمد عبد اللطيف الفقهي: القضاء الجنائي وحقوق ضحايا الجريمة دار الفجر للنشر والتوزيع بالقاهرة 2003.
- [20] القانون رقم 90-31 المؤرخ في 04/12/1990 المتعلق بالجمعيات المنشور لمرجع، شاولي عبد الكريم، مجمع الأحكام الجزائية في القوانين الخاصة، من 1981 إلى 1991، دار الشهاب، باتنة.
- [21] Gaston Stefani, George sgevasseur, Bernard Boulouc: procédure pénale, 16 édition, Dalloz, 1996.
- [22] محمود نجيب حسني: شرح قانون الإجراءات الجنائية، الطبعة الثالثة، دار النهضة العربية، القاهرة، 1998.
- [23] نبيه صالح: الوسيط في شرح مبادئ الإجراءات الجزائية، الجزء الأول، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2004.
- [24] حسين عامر، عبد الرحيم عامر: المسؤولية المدنية، الطبعة الثانية، دار المعارف، القاهرة، 1979.
- [25] سليمان عبد المنعم، أصول الإجراءات في التشريع والقضاء والفقه الطبعة الأولى المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع لبنان، 1996.
- [26] محمد صبحي محمد نجم: شرح قانون الإجراءات الجزائية الجزائية ديوان المطبوعات الجزائرية 1984.
- [27] عبد الله أوهابيه: شرح قانون الإجراءات الجزائية الجزائري، دار هومة للطباعة والنشر، الجزائر، 2003.
- [28] قرار رقم 103660 الصادر بتاريخ 12/01/1993 المنشور بمرجع جيلالي بغدادي، الاجتهاد القضائي في المواد الجزائية، الجزء الثاني.
- [29] مولاي ملياني بغدادي: الإجراءات الجزائية في التشريع الجزائري المؤسسة الوطنية للكتاب الجزائر 1992.
- [30] القرار رقم 23211 الصادر بتاريخ 23/12/1980، الغرفة الجنائية الأولى، المنشور بمرجع جيلالي بغدادي، الاجتهاد القضائي في المواد الجزائية، الجزء الثاني.
- [31] انظر المواد 583/3 و 587 قانون إجراءات جزائية جزائري.
- [32] حسن الجونداد: شرح قانون أصول المحاكمات الجزائية الطبعة الثانية مكتبة دار النشر والثقافة الأردن 1997.



- [33] L'article 4 al, 2 du code de procédure pénale français qui dispose
« toutefois il est sursis au jugement de cette action (civile) exercée devant
la juridiction civile, tant qu'il n'a pas été prononcé définitivement sur
l'action publique



ملغاة



دور الجمعيات في حماية المستهلك

مداخلة من تقديم

أ / سامية لموشيت

معهد العلوم القانونية والإدارية - المركز الجامعي بالوادي



مقدمة

يشهد العالم حاليا العديد من التطورات الاقتصادية والاجتماعية السريعة المتمثلة في ظهور التكتلات الاقتصادية والاجتماعية والدولية في ظل العولمة والتوجه الجاد نحو انفتاح اقتصادي عالمي لتحرير التبادل التجاري بين جميع الدول مما سيؤدي بدوره إلى شدة المنافسة بين المنتجات الوطنية والأجنبية سواء في الأسواق المحلية أو الدولية وهو ما سوف ينعكس على المستهلك إما بالإيجاب أو بالسلب تبعا لقدرة اقتصاد كل دولة على مواجهة هذه التطورات الاقتصادية المتلاحقة .

وتعد ظاهرة الغش التجاري أحد الانعكاسات السلبية لهذه التطورات التي قدرت¹ عالميا بمئات الملايير من الدولارات ويمثل هذا الحجم من الغش التجاري عالميا بما يفوق 5 % من حجم التداول التجاري العالمي، أما في الدول العربية وصل إلى 50 مليار دولار، وبالتالي فإنه على دول العالم بصورة عامة والدول النامية بصورة خاصة التصدي لهذه الظاهرة مع وجوب الملاحظة أن دور الدولة وحده لا يكفي لمواجهة ومكافحة جرائم الغش التجاري، بل لابد من تضافر كافة الجهود خاصة الجهود والتكامل ما بين الهيئات الرسمية المختصة والتطوعية في إطار قانوني ومن هنا تبدو أهمية دور جمعيات حماية المستهلك.

فالواقع المعيش يبين لنا بوضوح مختلف المشاكل التي يتعرض لها المستهلك جراء اقتتائه لمنتجات أو خدمات بفعل الدعاية التي يلجأ إليها المهنيون والتي في الكثير من الأحيان تكون غير صادقة مما يؤدي إلى تضرره ويرجع ذلك بسبب جهله بمحل المعاملات أو بكيفية تداولها. وإذا كانت مسؤولية حماية المستهلك تقع بالدرجة الأولى على المستهلك نفسه لأن المنتج هو الطرف القوي في عملية الاستهلاك ذو سلوك تجاري واع وهادف إلا أنه يأتي المستهلك الطرف الضعيف في هذه العملية لتمتعه بمستوى معين من الوعي هذا الأخير يعد من أهم العوامل المتعلقة بتأمين حمايته إذ تمثل مسألة تثقيفه وتوعيته وتعليمه الجوانب الأساسية لحمايته، وإذا كانت هذه الحماية لا تقوم إلا في إطار تعاوني منسق ما بين كل الأطراف ذات العلاقة المباشرة



من الدولة كمشرع ومراقب والمنتج كصاحب مصلحة والمستهلك كصاحب حق، ولا يمكن أن يكون للدولة الدور الفعال في حماية المستهلك إلا إذا ساهم هذا الأخير في هذا الدور ولا يمكنه ذلك إلا إذا كان واعيا لحقوقه وكيفية الدفاع عنها ومن هنا تبرز أيضا أهمية جمعيات حماية المستهلك التي ينبغي أن تفرض وجودها في الميدان حيث الاتجاه إلى نظام اقتصاد السوق لما تلعبه هذه الجمعيات من الدور الحيوي في تفعيل قضية حماية المستهلك لأنها تسعى إلى الاهتمام بحل مشاكل المستهلكين وتجتهد في توعيتهم لتجنبهم الوقوع في المخاطر لأن العديد منهم لا يدرك بأن هناك هيئة قانونية تقضي بحمايتهم مما استدعى الأمر التطرق إلى هذا الموضوع ومحاولة تقديمه بشكل مبسط للقانوني ولغير القانوني.

وعليه يثار التساؤل حول ماهية ظاهرة الغش التجاري ؟ ومتى تبدأ جمعيات حماية المستهلك بدورها في تجسيد هذه الحماية في ظل تزايد هذه الظاهرة ؟ ويجرنا هذا إلى طرح العناصر التالية : ظاهرة الغش التجاري - مضمون جمعية حماية المستهلك وطبيعتها وصلحياتها. والتطرق لهذا يقوم بتناول الجوانب التالية وفقا لخطة الدراسة .

المبحث الأول

المستهلك في ظل الواقع التجاري

استجابة للتطور الاجتماعي والتجاري للبلاد صدر القانون رقم 02.89 المؤرخ في 1989/02/07 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك الذي يهدف إلى تحديد الضوابط القانونية من أي غش أو مساس بصحة وأمن المستهلك ومصالحه المادية. وأمام هذا التحول الاقتصادي الذي تشهده الجزائر في تحرير التجارة الخارجية جعل أسواقها مفتوحة أمام اختلاف ووفرة السلع الخارجية ، مما أدى بالمستهلك بالوقوع في تحديات ومخاطر وهذا ما أوجب على المشرع الجزائري فرض الحماية اللازمة على المستهلك وتبان حقوقه والعمل بها والمحافظة عليها. وعليه يتم التعرض إلى الجوانب التالية من هذه الدراسة على النحو التالي :

أولا - ظاهرة الغش التجاري:

عرفت ظاهرة الغش² بشتى أنواعه وأشكاله في المعاملات التجارية منذ زمن بعيد وحتى العصور الحديثة، وللتصدي لهذه الظاهرة الخطيرة تم تسطير أسس وقوانين متعددة ففي القرن 18 وضع إطار تنظيمي لتجارة المواد الغذائية وخاصة منها الزراعية ككل باتخاذ عدة تدابير من بينها ضرورة أن تتم كل المعاملات والممارسات التجارية نهارا ومنع منعاً باتاً فتح المحلات التجارية ليلا تفاديا لأية عملية غش محتملة ويسهر على تطبيق هذا الإجراء حراس مخصصين بحوزتهم تعليمات



وصلاحيات كبيرة. ففي فرنسا وبعد عام 1789 خصت مراقبة الجودة والغش التجاريين بالبلديات التي تعين مراقبين بعد أدائهم اليمين القانونية خولت لهم الرقابة الصحية للمواد الغذائية والأدوية، وفي سنة 1810 ظهر قانون العقوبات الذي تضمن في مادته 423 مجازية الغش في الذهب والفضة وعدل وتمم عام 1832 ليشمل الغش في الطبيعة والكمية مع مصادرة جميع الموازين، وفي سنة 1851 ظهر قانون جديد أدخل جنحة محاولة الغش في الكمية، التزوير وحيازة مواد مزورة أو فاسدة، تلاه بعد ذلك قانون ماي 1855 الذي عمم النصوص القانونية لسنة 1851 لتشمل المشروبات.

وفي سنة 1905 ألغيت كل القوانين وحتى المادة 423 السالفة الذكر الذي حل محلها قانون بتاريخ 1905/08/01 الذي أرسى القاعدة الأساسية الحق القمعي المتعلق بالغش والتزوير ومحاولات التدليس، حيث اتسع ميدان تطبيق القانون إلى جميع المواد الغذائية والزراعية، بيع وعرض للبيع مواد موجهة للتزوير، الحيازة في أماكن الإنتاج أو بيع مواد مزورة أو قابلة للتزوير. جاء من بعده عدة نصوص قانونية تخص منتجات معينة أبرزها قانون 1934/06/28 المتعلق بضمان صحة تجارة الخضار والفواكه.

أما بالجزائر وأثناء فترة الاستعمار، فقد تم إنشاء مصلحة قمع الغش سنة 1925 وألحقت بصفة رسمية بمصلحة قمع الغش الفرنسية سنة 1939 وبقيت كل النصوص القانونية والتنظيمية سارية المفعول بالبلدين حتى الاستقلال وخاصة قانون 1905/08/01 الذي بقي ساري المفعول بالجزائر حتى سنة 1966 وظهور قانون العقوبات الجزائري الذي نص في بابه الرابع على الغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبيعية، وهذا الباب أضيف بموجب المادة 59 من الأمر 47-75 المؤرخ في 1975/06/17 ومع الاستقلال توسع ميدان الرقابة وتدعم بصدر القانون رقم 82 . 04 المؤرخ في 1982/02/13 المعدل والمتمم لقانون العقوبات، الذي تضمن في بابه الرابع 8 مواد تنص في مجملها على الغش، التزوير، واستعمال الموازين وغيرها من المخالفات الأخرى.

وعليه لا يمكن تصور وجود سوق تسوده المنافسة التامة وتتعهد فيه الرقابة لأن هذا سيؤدي حتما للأسف إلى ظهور ممارسات منافية للمنافسة وغير شرعية كالغش في جودة السلع والخدمات وتحرير فواتير مزورة والاحتكار مما ينعكس في الأخير على المستهلك صحيا وماديا، وبيع المعيب بثمن السليم والرخيص بثمن الغالي والرديء بثمن الجيد والناقص في مقداره بثمن الوافي .



وقد عرف فقهاء القانون الغش على أنه كل فعل عمدي إيجابي ينصب على سلعة معينة أو خدمة ويكون مخالفا للقواعد المقررة في التشريع أو من أصول البضاعة متى كان من شأنه أن ينال من خواصها أو فائدتها أو ثمنها شرط عدم علم المتعامل الآخر به. والغش بصفة عامة يقع إما بإضافة مادة غريبة للسلعة، أو بانعدام شيء من عناصرها النافعة أو بإخفاء البضاعة تحت مظهر خادع من شأنه غش المشتري، أو بخلط أو إضافة مادة مغايرة لطبيعة البضاعة أو من نفس الطبيعة ولكن من صنف أقل جودة بقصد الإيهام بأن الخليط لا شائبة فيه، أو يقصد إخفاء رداءة البضاعة أو مظهرها في صورة أجود مما هي عليه في الحقيقة.³

وعموما يقصد بالغش عدم الأمانة في القول أو العمل، ويتضمن هذا التعريف الإشارة إلى الجانب الأخلاقي الحميد الذي يتضمنه لفظ الأمانة والجانب غير المطابق للأخلاق الذي يتضمنه لفظ الغش، فلا شك فيه أن سمو القيم الأخلاقية له دور كبير في عدم انتشار ظاهرة الغش.

وترجع الفلسفة القانونية لتجريم صور الغش إلى سعي المجتمعات نحو ضمان سلامة المعاملات التجارية أو الاقتصادية بالضرب على أيدي من يلجأ بالغش في سبيل الكسب غير المشروع والمستهلك عادة ليس لديه القدرة على التمييز بين من يخدعه ومن يرضيه أو الشيء الذي يضره من عدمه وسعي نحو تجنب ما ينجم عن هذا الغش من أضرار بصحة المستهلك العامة سواء في ذلك الاستعمال أو تداول أو استهلاك المواد المغشوشة أو الفاسدة ولهذا جرمت الشرائع المختلفة فعل الغش في ذاته أو في البيع وحتى مجرد طرح أو عرض المواد المغشوشة أو الفاسدة للبيع وكذا المواد التي تستعمل في الغش.⁴

وهذا ما تجسد في دول العالم بالسعي الحثيث لتوفير الحماية للمستهلكين من خلال الحرص على مؤسسات اجتماعية تهدف بشكل خاص لحماية هذه الفئة في المجتمعات خاصة مع التغيرات التي تشهدها على الصعيدين العلمي والاقتصادي مما نتج عنه عدم إمكانية حصر الأساليب التقليدية المعروفة في الغش التجاري على اعتبار أن أخطاره في السلع والخدمات في الماضي ليست مثيلة ما نشهده اليوم وذلك لعدة عوامل متعددة، إذ ظهر ما يسمى بالتجارة الإلكترونية عبر الإنترنت مما جعل ظاهرة الغش التجاري أكثر تعقيدا، فلم يعد مفهومه يقتصر على الأوزان والأطوال بل توسع ليشمل قطع غيار الطائرات والعتاد الطبي الجراحي، ولعل انتشار شركات المتعددة الجنسيات بشكل كثيف في الدول النامية يشكل دورا في المساس بالحماية المقررة للمستهلك.⁵



ثانيا - حقوق المستهلك في ظل اقتصاد السوق :

إن مفهوم توجه الدولة نحو اقتصاد السوق يقصد به إتاحة الحرية الكاملة للمنتج والبائع في التسعير بما يتناسب مع نوعية المنتج والتنافس عليه، وما يهم الرقابة بالدرجة الأولى التقديم لبطاقة تعريف صحيحة ومقروءة لكل سلعة ووضع سعر معلن و بخط واضح ومكان بارز، فنجدها بالتالي لا تتدخل بارتفاع الأسعار أو انخفاضها بشكل مباشر إذ تترك للمستهلك يقرر منفردا في نهاية الأمر اختيار سلعة ما أو رفضها. وهنا يثار التساؤل حول مدى إمكانية المستهلك من تقييم جميع السلع من ناحية النوعية والسعر؟

بلا شك لا يستطيع لأن ما يعرض من الأعداد المتفاوتة للمنتجات يتضاعف عدة مرات مع مرور الوقت مما يزيد من عملية التنافس و ما تتجه إليه من الإعلانات من التحريض على الشراء مقدمة الخيارات الواسعة فيتعرض المشتري بذلك لأساليب بيع غير نزيهة، لذلك تحتل مسألة حماية المستهلك المكان الثابت في نظام اقتصاد السوق .. ولكن كيف ؟

بانطلاق سياسة حماية المستهلك من مبدأ إضفاء الشفافية على السوق وجعل المستهلكين على قدرة كافية لاتخاذ قرار عقلاني عند الشراء وهذا يتطلب معلومات عن حقوقهم بشأن المطالبة بالتعويضات أو عند إبرامهم لعقود الشراء إضافة إلى حق الاقتراض أو الإيداع لدى المصارف أو حتى عند السفر الداخلي أو الخارجي، إلى غيرها من الأمور محل اهتمام و شغل المستهلك، لذلك نقول إن مفهوم الاستهلاك لا يتوقف عند حد الشراء التقليدي من الأسواق المحلية بل يتعدى ذلك ليشمل كل الخدمات و السلع التي يحتاجها أو يتعامل معها كمواطن عادي تتمثل في المساكن و وسائل النقل و الاتصالات وغيرها.

كما يثار التساؤل عن حقوق المستهلك في نطاق جماعة المستهلكين ؟

الملاحظ على المستوى الأوروبي، أن حماية المستهلك تعد هدفا تسعى المراسيم الأوروبية لبلوغه، إذ لم تعد الوحدة الأوروبية برهانا للوحدة الاقتصادية بين الدول الأعضاء فقط، بل أصبحت تسعى إلى حماية المواطنين الأوروبيين ولذلك فقد أصدر الاتحاد الأوروبي التوصيات التالية⁶ :

- بضرورة تحديد أسعار المنتجات الغذائية (مرسوم 19/06/1979).
- بشأن الدعاية والإعلان الخادع و المضلل (مرسوم 10/09/1984).
- البيع الذي يتم للمستهلكين في منازلهم (مرسوم 20/12/1985).
- الائتمان الخاص بالاستهلاك (مرسوم 22/12/1986).



وفي هذا الاتجاه إذا كنا نتحدث عن حماية المستهلك في ظل اقتصاد السوق والانفتاح على الأسواق العربية والعلمية، لا بد أن تأخذ جمعية حماية المستهلك منحى جديدا لخدمة المستهلك من خلال التوسع لنشاطها ليشمل باقي الولايات خصوصا إذا تعلق الأمر بمسألة الأمن الغذائي و انعدام الرقابة.

ثالثا - الأمن الغذائي وانعدام الرقابة؛

وفي اتجاه آخر تشهد الجزائر ما لا يقل عن خمسة آلاف حالة تسمم غذائي سنويا وذلك وفق بيانات وزارة الصحة الجزائرية، دون حساب الحالات المسجلة لدى العيادات الخاصة، بالإضافة إلى الحالات التي تعالج من خلال شراء العقاقير والأدوية بدون وصفة لدى الصيدليات، ويعتبر مراقبون أن هذه المعطيات دلالة على عدم تفعيل جمعيات المستهلك لأدوارها في مجال الأمن الغذائي لمواطنيها من حيث عدم إدراكها للرقابة، واكتفائها بدور المتفرج بدل قيامها بتوعية المحيط بمخاطر تطبيق العادات السيئة في تداول الأغذية من الإنتاج إلى الاستيراد والمعالجة، فضلا عن مراعاة شروط الحفظ والتخزين والتوزيع والنقل والتحضير، وما تفرزه ثقافة الاستهلاك في أوساط المجتمع الجزائري، وما يرافقها من غش تجاري وقيمتة التي تربو عن الملياري دولار في الجزائر، في وقت تثار استفهامات عن عدم استغلال جمعيات حماية المستهلك للآليات التشريعية المتاحة من إعادة بعث المجلس الجزائري لحماية المستهلك بموجب المادة 24 من قانون 89 - 02 المتعلق بالقواعد العامة المتعلقة لحماية المستهلك، وعدم إنشاء وكالة محلية للسلامة الغذائية⁷. لذلك لابد لجمعية حماية المستهلك من البذل لمجهودات على مستوى الإعلام لإخراج المستهلك من حالة الارتباك التي يعيشها فيما يتناوله من غذاء يومي بتخصيصها لمساحات إعلامية وأوقات كافية لحماية المستهلك و توجيه عدد كاف من البرامج والإعلاميين المتخصصين والناجحين ميدانيا لهذا المجال للمساهمة في إضفاء الشفافية على الأسواق وبعث الاطمئنان في نفوس المستهلكين، وهذا يحتاج إلى متابعات ميدانية مستمرة ونشطة لا الاكتفاء بنشر أخبار نقلا عن تقارير صادرة عن مديريات التجارة تبرز أنها لا تزال تقوم بدورها على أكمل وجه سواء بقمع مئات المخالفات أو سحب الآلف من العينات أو إغلاق بعض المنشآت.

المبحث الثاني

جمعيات حماية المستهلك

إن الحماية المقررة للمستهلك تقوم على مبادئ وأسس وجب مراعاتها مع الأخذ بعين الاعتبار بتلك الإجراءات الوقائية وذلك للوقاية من خطر المنتج والخدمة مع واجب الإعلام الاستهلاكي عن هوية المنتج أو الخدمة المقدمة للمستهلك



وتكريس حقه في ذلك، وهذا ما ينبغي لفعالية هذه الإجراءات من تدخل هيئات لدعم حماية المستهلك وقد كانت الجزائر - كعهدها دائما بالمواثيق الدولية - السباقة إلى اتخاذ جملة من الإجراءات تتمثل في مجموعة من القوانين والأوامر و تأطير العديد من الهيئات لدعم حماية المستهلك في الجزائر⁸ منها جمعيات حماية المستهلك. لذا نتساءل عن نشأة هذه الجمعيات وطبيعتها ؟ وما هي صلاحياتها في ظل حماية المستهلك ؟

أولا- نشأة جمعيات حماية المستهلك

إن الحركة الجمعوية بدأت تفرض نفسها كواقع اجتماعي في جل الميادين بهدف الترقية الثقافية، الرياضية، الدينية، التربوية أو الدفاع عن المحيط⁹، وبالتطور الاقتصادي واتساع مجال الاستهلاك، أصبح المستهلك عرضة لخطورة المنتج والخدمة المفترقة لأبسط المواصفات لعدم مطابقتها للمقاييس المعتمدة، من هنا تمثلت الحماية المؤسساتية للمستهلك في دور جمعيات حماية المستهلك من أجل السهر على نوعية المنتج والخدمة وفي هذا الشأن يبرز دور المستهلك أيضا في حمايته وذلك بالاهتمام أكثر بحقه في استهلاك أي منتج أو خدمة تكون متوفرة على الجودة المنتظرة وهو ما يمكن تحقيقه عن طريق الاتصال الدائم بالجمعيات كهيئة تسعى على الدوام إلى حمايته باعتباره المعني الأول بشؤونه، كما أن قوتها ونشاطها لا تستطيع أن تستمدهما إلا به لأنه من يقوم بعرض مختلف القضايا والانشغالات التي يتعرض إليها يوميا¹⁰.

1 - لمحة عن الحركة الدولية لحماية المستهلك ...

تعتبر هذه الحركة وليدة القرن العشرين في الولايات المتحدة الأمريكية، حيث ظهرت فكرة جمعية المستهلك في الثلاثينيات من هذا القرن وتبلورت في الخمسينيات، وتم إصدار أول مجلة تحت عنوان تقارير المستهلكين التي تضمنت نتائج الاختبارات العلمية لجودة بعض السلع الاستهلاكية الجديدة ومقارنة أسعارها ومساعدة المستهلك بعرض النتائج عليه لاختيار ما يناسبه، إلى أن تأسست جمعيات حماية المستهلك نتيجة الامتناع عن شراء بعض المنتجات تنديدا بغلاء المعيشة مطالبة بتحسين النوعية حتى 15 مارس 1962 حيث جاء نداء الرئيس الأمريكي جون كينيدي المقرر بضرورة الاهتمام بشؤون المستهلك وحماية هذه الطائفة في المجتمع¹¹.

وفي فرنسا كان للجمعيات ظهور واضح منذ فترة زمنية طويلة كالإتحاد الفدرالي للمستهلكين، وكذا منظمة المستهلكين سنة 1959 وتأسيس المعهد



الوطني للاستهلاك سنة 1966 وسكرتارية الدولة للاستهلاك عام 1976 إذ كلفت بتعزيز ما هو ضروري من الإصلاحات التي تسعى للدفاع عن حقوق المستهلكين، وقد صاحب تطور جمعيات حماية المستهلك تدعيم تمثيل المستهلك في الهيئات الإدارية فلا يكون لها صلاحية إلا بشروط وقيود، إذ يكون موضوعها الأساسي الدفاع عن مصالح المستهلكين¹².

كما أن تكوين جمعيات لحماية المستهلك في إنجلترا وهولندا والدانمارك وبلجيكا ظهرت ابتداء من ستينيات القرن الماضي. ومن ثم انتشرت في بقية الدول كالبرازيل والهند.

وفي عام 1960 عقد المؤتمر التأسيسي للاتحاد الدولي لجمعيات حماية المستهلك (IOCU)، وتم تعديل هذا الاسم في عام 1993 ليصبح المنظمة الدولية للمستهلك (CI) وأصبح لها العديد من الفروع في إفريقيا وآسيا وأوروبا وإفريقيا الشمالية واللاتينية، أما عن المقر الرئيسي للمنظمة العالمية للمستهلك حاليا فهو يقع في لندن، ويزيد عدد الدول التي لها علاقات معها عن 170 دولة ويشارك في أعمالها ما يزيد عن 600 شخص. ومن أهم الأهداف الدولية لجمعيات حماية المستهلك:

- دعم إنشاء جمعيات حماية المستهلك في مختلف دول العالم.
- العمل باسم المستهلكين في العالم لتمكينهم من حقهم في التغذية وماء الشرب والخدمات اللازمة.
- تطوير التعاون الدولي من خلال القيام بالتحاليل المقارنة للمواد والخدمات وتبادل نتائج التحاليل والخبرات.
- تحسين المواصفات والخدمات وبرامج تثقيف المستهلكين أينما كانوا في العالم.
- اعتماد المنظمة الدولية كهيكل لتبادل المعلومات والمجلات والنشرات الدورية التي تهم حماية المستهلك.
- إقامة علاقات جيدة مع المنظمات الدولية ذات العلاقة لتمثيل المستهلكين والدفاع عن مصالحهم لديها.
- 2 - الحركة العربية لحماية المستهلك .

على الرغم من أهمية الدور الذي تلعبه جمعيات حماية المستهلك وانتشارها في الوطن العربي إلا أنه لم يكن لنشاطها دور ملموس في حماية المستهلك العربي باستثناء جمعيات حماية المستهلك في دول المغرب العربي والأردن واليمن التي هي



من الجمعيات الأكثر نشاطاً وتأثيراً في رسم السياسات المتعلقة بالمستهلك . في حين أن بعض البلدان الأخرى تتميز بوجود تشريعات وهياكل حكومية تقوم بمتابعة قضايا المستهلك وتقدم الدعم المادي لبعض المواد التي توزع على المواطنين بأسعار مخفضة مثل جمعيات حماية المستهلك الموجودة في سوريا ، العراق ، ليبيا ، والسودان.

وهناك بعض البلدان يوجد فيها جمعية حماية المستهلك تتسق مع الوزارة المختصة لمعالجة شؤون المستهلك (وزارة الاقتصاد أو التموين أو التجارة أو الصناعة) كما هو عليه الحال في مصر والإمارات العربية المتحدة وفلسطين . وهناك بعض البلدان لا يوجد فيها جمعيات حماية المستهلك ولا تقدم أي دعم مادي للسلع الاستهلاكية ، مكثفية بوجود مصلحة لحماية المستهلك بالوزارات المختصة مثل السعودية ، لبنان ، قطر ، البحرين ، سلطنة عمان ، الكويت.

وفي ظل توجه معظم الدول إلى اقتصاد السوق، تواجه جمعيات المستهلك العديد من التحديات أهمها:

- الأغذية المعدلة وراثياً والخيارات المتاحة لحماية المستهلك.
 - المنافسة واقتصاد السوق وتأثيرها على المستهلك.
 - العولمة وآثارها الثقافية والاجتماعية والاقتصادية على المستهلك.
- وعلى ضوء ما سبق يتضح:
- أن الأجهزة الرقابية والجهات الأخرى الحكومية المعنية بتقديم الخدمات المختلفة غير كافية لحماية المستهلك في المرحلة الراهنة ولا بد من اعتماد آلية جديدة لذلك في ضوء التحديات المستقبلية.
 - لا يوجد تعارض بين المهام المحددة للجهات الحكومية في مجال حماية المستهلك والمهام الخاصة بجمعية المستهلك ووجودهما بآن واحد يكمل بعضهما بعضاً ، وهي لمصلحة المستهلك.
 - هناك ضرورة ملحة لوجود تشريعات وآليات للرقابة على الأغذية والبذور والأعلاف التي قد تكون معدلة وراثياً وضرورة تأمين مستلزماتها للقيام بالأبحاث التي تؤكد السلامة الصحية للمستهلك ، وحتى يتم توفير ذلك يفضل تأجيل الزراعات بالبذور المعدلة وراثياً حتى يثبت سلامتها بشكل نهائي.
 - إجراء الدراسات المتعلقة بالغش التجاري والتقليد ونوعية الخدمات المختلفة لتحديد انعكاساتها على المستهلك والمجتمع في آن واحد ووضع الآليات المناسبة لحفظ حقوق المستهلك.



إلا أن الجمعيات على اختلاف أهدافها المراد تحقيقها تسعى إلى تحقيق الهدف الذي أنشئت من أجله وهو لا يخرج عن حدود المصلحة الجماعية، وعليه فإن تولي هذه الهيئة غير الإدارية لمسؤولية حماية المصالح المشتركة للمستهلكين من شأنه بلا شك المساعدة في تفعيل قضية حماية المستهلك. لذلك جاء التأكيد على أن تنظيم المستهلك نفسه في جماعات تأخذ على عاتقها مهمة الدفاع عن نفسها يعد بالدليل الثابت والقاطع على رفضه لقيام تلك العلاقة المتفاوتة التي تربط بينه وبين المهني ورغبته في الضغط عليه بوسائل تتخذ جماعية. من هنا كان لا بد على جمعيات حماية المستهلك أن تفرض وجودها على الساحة الوطنية على الأخص في الآونة الأخيرة حيث شهد تغيرا محسوسا باتجاه الدولة نحو نظام اقتصاد السوق.

ثالثا : جمعيات حماية المستهلك في الجزائر

1. طبيعة جمعيات حماية المستهلك في الجزائر : لقد استحدثت المشرع الجزائري الجمعيات بمقتضى القانون رقم 87. 15 المؤرخ في 15/07/1987 المتعلق بالجمعيات الذي ألغي بالقانون رقم 90. 31 المؤرخ في 1990/12/4، واستنادا إلى المادة 2 منه فإن الجمعية تنشأ بناء على اتفاق أشخاص طبيعية أو معنوية لتحقيق هدف غير مريح قد يحمل طابعا خيريا أو ثقافيا أو علميا وبناء على هدفها المحدد بدقة يتم تسميتها، وقد تكون هذه الجمعيات ذات صبغة محلية أو وطنية.

وبالرجوع لنص المادتين 16 و 17 من القانون السالف الذكر فإن الجمعية تكتسب الشخصية المعنوية وكذا الأهلية المدنية بمجرد تأسيسها لذلك على الأعضاء القياديين في الجمعية القيام بالإجراءات المنصوص عليها في المادة 7. كما نصت المادة 19 على تمكين الجمعيات من إصدار نشرات وتوزيعها، ووثائق إعلامية لها علاقة بهدفها.

وقد عرفت هذه الجمعيات مرحلة تأسيسية للبحث عن الذات ابتداء من سنة 1987 بصدر القانون رقم 87. 15 السالف الذكر، مثل الجمعية الوطنية لحماية المستهلك التي تأسست سنة 1988، والجمعية الخاصة بالدفاع عن مصالح المستهلك التي نشأت سنة 1989، وهناك أيضا الجمعية الجزائرية لترقية وحماية المستهلك التي نشأت سنة 1989 في البليدة¹³، إلى أن وصل عدد هذه الجمعيات 34 جمعية¹⁴. في هذه المرحلة حاولت فرض وجودها إلا أنها اصطدمت بعدة عقبات منها صعوبة الوضع الأمني في فترة التسعينات وتذبذب نشاطها وانقطاعها عن العمل نتيجة لعدم تجديد اعتمادها مما جعل حصيلة العمل في هذه الفترة هزيلة التأثير والنتائج مما دفع بالكثير من الجزائريين إلى النظر بعدم الرضا إلى أداء جمعيات حماية المستهلك، ويبيدي السكان



المحليون اشمئزازهم من خوضهم المنفرد لـ (حروب) الحليب والدقيق والقمح اللين والسكر والزيت والبطاطا ، ووصول قطاع منهم إلى حد تناول (لحوم الحمير) في غياب تام لتلك الجمعيات، في وقت تتذرع الأخيرة بانعكاسات حرمانها من الاعتماد القانوني، ما أثر سلباً بحسبها على حركتها وهامش مناورتها¹⁵.

وتعرف جمعيات حماية المستهلكين على أنها هيئات شعبية حيادية تطوعية ذات طابع اجتماعي تنشأ لأغراض غير مربحة لا علاقة لها بالدولة يؤسسها نشطاء المجتمع من كافة فئاته الاجتماعية والعلمية والمتخصصين في المجالات المختلفة والاتحادات المختلفة وغرف التجارة والصناعة¹⁶ فهي هيئة تسعى إلى تأكيد دورها في تمثيل المستهلك وحمايته لا مجرد المساهمة في الدفاع عنه . وورد أيضاً في ديباجة القانون الآف ذكره أن جمعيات من هذا النوع، تهتم بنشر ثقافة الاستهلاك السليم في أوساط المجتمع، وتتكفل بالدفاع عن المصالح المادية والمعنوية للمستهلكين، ترفع اهتماماتهم ورغباتهم إلى المتعاملين، وتطلعاتهم وشكواهم إلى الإدارة المعنية أو إلى القضاء، كما تسعى إلى خلق حوار دائم بين المستهلكين والمتعاملين، والمنتخبين وكذا الإدارة من أجل تبيان حقوق وواجبات كل طرف.

2 - صلاحيات جمعيات حماية المستهلك في الجزائر: بتحقيق الشروط القانونية للتأسيس جمعيات المستهلكين ومن خلال التعريف السابق، تسعى هذه الجمعيات إلى تحقيق الرغبات المشروعة للمستهلك لذلك زودت بعدة صلاحيات من أهمها: مهام تحسيسية وإعلام المستهلكين - مهام تمثيل المستهلكين - مهام الدفاع عن مصالح المستهلكين. وسوف نتناول هذه الصلاحيات كالتالي :

أ- مهام تحسيسية وإعلام المستهلكين :

يعد حق المستهلك في إعلام استهلاكي كامل وصادق من أهم الحقوق الخمسة المعلن عنها عالمياً بموجب صدور الإعلان العالمي لحقوق المستهلك المؤرخ في 1969/09/04، إذ لا بد من معرفته الواضحة والجيدة لمواصفات السلع المعروضة في الأسواق وأن تكتب بصورة واضحة وصريحة مواصفات السلع والمواد الداخلة في إنتاجها وتاريخ وانتهاء صلاحية هذا المنتج وكذا تحديد السعر منعا للمزايدة والغلاء. كما يتمثل هذا الحق في المعرفة والحصول على المعلومات بالنسبة للخدمات من خلال الإرشادات المختلفة والصور ولوحة الإعلانات لمختلف الخدمات والأوراق المطلوبة وكيفية تقديم الطلب.

ومن هنا برزت أهمية جمعيات حماية المستهلكين مرة أخرى بما أنيط إليها من مهام لتحسيس وإعلام المستهلك، فكان التكفل بهذه المهام قبل ظهور الجمعيات



منوطا بوسائل الإعلام التقليدية من تلفزة وإذاعة إشهار وكذلك المحاضرات والمصنقات والمطبوعات، وبظهور النشاط الجمعوي المنشغل بقضايا الاستهلاك والمستهلك أصبح دور هذه الجمعيات فعلا لاحتكاكها المباشر بالمستهلكين الذين يعبرون فيها بكل حرية عن مشاكلهم وانشغالهم¹⁷ من جهة ومن جهة أخرى فإن القانون 89. 02 المؤرخ في 07/02/1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، حدد في المادة 23 على أنه يمكن لجمعيات حماية المستهلكين أن تقوم بدراسات وإجراءات خبرات مرتبطة بالاستهلاك على نفقتها، وتحت مسؤوليتها. وهي في سبيل تحقيق ذلك تتخذ إجراءات اقتصادية للضغط على المهنيين لأجل التوقف عن ممارساتهم التجارية غير المشروعة بهدف سحب المنتج من السوق أو محاربة الإعلانات الكاذب والمزيفة حتى لا يقع المستهلك فريسة لبريقها¹⁸، فتتبع أسلوب الدعاية المقابلة والمقاطعة. كما تتخذ الإجراءات أمام مجلس المنافسة. الإجراءات الاقتصاديةية: تتمثل هذه الإجراءات في اتخاذ أسلوب الدعاية المقابلة والمقاطعة كإجراءات واقعية وهما:

- أسلوب الدعاية المقابلة: يقصد به نشر انتقادات عن المنتجات أو الخدمات المعروضة في السوق باستعمال نفس الوسائل المستعملة في الإعلان وتقوم الجمعيات بإتباع طريقتين هما النقد العام والنقد المباشر، فبالنسبة للأول يتم بنقد بعض نماذج الإنتاج مما يكشف عن حرية التعبير¹⁹، أما بالنسبة للنقد الثاني فيتمثل في نقد منتج معين بذاته لخطورته أو لعدم فعاليته²⁰ هي طريقة تقوم بها جمعية حماية المستهلك للمنتج بعدما تقوم بإجراء خبرة على المنتج نفسه وفقا لحكم نص المادة 23 السابق ذكرها. وإن كان المشرع لم يحدد كيفية القيام بهذه الخبرات فإنه يفترض أن يتم عن طريق اقتناء منتج معين من السوق الذي شهد شكاوى متعددة واستياء المستهلكين منه ثم تحليله في المخابر المعتمدة للتوصل لدى مطابقته للمواصفات المحددة، وتدوين نتائج الخبرة على الملصقات أو المجالات التي تصدرها الجمعية بهدف تنوير المستهلكين، وهذا النوع من الإعلام التوعوي نقض الدعاية التي يقوم بها التجار على اعتبار أن هذه الأخيرة تهدف إلى ترويج السلع متضمنة مزايا المنتج وهو على عكس ما تقوم به الجمعيات إذ تبين عيوب المنتجات والخدمات²¹.

وإن كانت دعاية جمعيات حماية المستهلكين المسندة بشرعية المادة 23، فتبرير ذلك أنها صادرة من غير منافس لأنها تهدف إلى حماية المستهلكين الذين تمثلهم إلا أنه قد ترتب مسؤوليتها تجاه المهنيين خاصة عند الخطأ في تقدير الخبرة وذلك في مواجهة أصحاب المنتجات والخدمات المنتقدة، كتخوف المستهلكين من تلك المنتجات



فيمتنعون عن اقتنائها مما يرتب كسادها وحتى فسادها وإضرارها بصاحبها. لذلك يجب أن لا تتجاوز الجمعيات حدودها لحرية الدعاية ملتزمة الحذر والتجرد لتجنب الوقوع في خطأ قابل لترتيب مسؤوليتها. ومن الأمثلة التي شهدتها الجزائر حول هذه المسألة ما قامت به جمعية حماية المستهلك بوهران من الدعاية المقابلة ضمن حصة إذاعية حيث صرح بوجود منتجات غير صالحة للتغذية في السوق مع ذكر اسم الشركتين المسؤولتين، واستنادا لحق الرد تم تفنيد تصريحات الجمعية.

• أسلوب المقاطعة : وهو أسلوب يتضمن إصدار تعليمية صادرة من الجمعية موجّهة للمستهلكين لأجل حثهم على مقاطعة شراء منتج أو منتجات لشركة ما أو استعمال خدمة. فهو يتخذ شكل الأمر بتحريض المستهلك على عدم الإقبال على الشراء، وأمام غياب نص قانوني يمنح الجمعيات القيام بهذا الإجراء أو يمنعها منه نتساءل عن مدى شرعيته هذا الأسلوب ؟

في هذا الشأن نشير إلى أن جدلا قضائيا²² وقع في فرنسا حول هذا الموضوع حيث ذهب رأي إلى إستبقاء أسلوب المقاطعة وآخر يقضي بمنعه لما يلحقه من خسائر بالمؤسسات وحسم الأمر بأخذ حل وسط تمثل في أن الأمر بالمقاطعة ليس بالتصرف الخاطئ من طرف الجمعية إلا إذا تعسفت في استعمال هذا الحق.

وبلا شك أن مقاطعة مستهلك ما لمنتج معين لا يرتب ضده أي مسؤولية ولكن إذا قامت الجمعية بإصدار تعليمية بالمقاطعة من شأنه الإضرار بالمهنيين فيرتب مسؤوليتها، وأمام عدم المنع أو المنع من المشرع الجزائري لهذا الإجراء فالأصل هو مشروعيتها مع الأخذ بعين الاعتبار لشروط²³ تتمثل في :

- أن يتخذ كوسيلة أخيرة بعد استفاد كل الطرق التي تحمي المستهلك.
- أن يؤسس أمر المقاطعة.

ومن الأمثلة على ذلك ما قامت به إحدى جمعيات حماية المستهلك في الجزائر خلال شهر رمضان لسنة 1989 على إثر غلاء المعيشة بإصدارها لتعليمية تأمر من خلالها المستهلكين بمقاطعة اللحوم والمنتجات المعروضة في السوق²⁴.

وما يمكن أن يقال بشأن هذه الإجراءات . أسلوب الدعاية المقابلة وأسلوب المقاطعة . نظرا لخطورتها يجب أن تستخدمها الجمعيات بطريقة عقلانية كوسائل تهديدية فقط دون تمتد إلى تدمير الاقتصاد والكفاءات. إذ قد تؤدي إلى نتائج وخيمة كإفلاس المؤسسات ويتبعه بطالة العمال وقد تمتد إلى خارج الوطن وتزعزع الثقة في الدول.



- الإجراءات المتخذة أمام مجلس المنافسة: أنشأ مجلس المنافسة²⁵ منذ سنة 1995 وهو مسير حالياً بمقتضى الأمر 03 - 03 المؤرخ في 19/07/2003 المتعلق بالمنافسة، وهو مكلف بترقية المنافسة وحمايتها ويتمتع بالاستقلال الإداري والمالي وفقاً لنص المادة 23 منه، وإذا كان المشرع قد أقر بأن له هذا الدور إلا أنه أغفل بالذكر صراحة أن له دوراً فعالاً في حماية المستهلك إلا إذا تقدمت جمعيات المستهلكين أمامه في حالة قيام المهني بتصرفات معاقب عليها وتدخل في اختصاص مجلس المنافسة طبقاً للمادتين 35 و 44 من الأمر السابق الذكر. وتتقدم جمعيات حماية المستهلكين إلى مجلس المنافسة بمقتضى عريضة تتضمن تسمية الجمعية شكلها ومقرها وفقاً لأحكام القانون الداخلي للمجلس، فيتخذ مجلس المنافسة الإجراءات الكفيلة لردع المهني عن القيام بالتصرفات التي تدخل في إطار تطبيق المواد 6، 7، ومن 10 إلى 12 من الأمر السالف الذكر.

ب- مهام تمثيل المستهلكين: لا ينحصر دور تمثيل الجمعيات للمستهلكين أمام القضاء فحسب بل تعمل على تمثيلهم أمام أجهزة أخرى والتي تزودها بكل المعلومات الضرورية واللازمة لنشاطها. فالجمعيات إلى جانب دورها التوعوي تقوم بدور المساهم في تطوير سياسة الاستهلاك عندما نددت بجميع أعمال الغش التي أدت بحياة كثير من المستهلكين والمساس بصحتهم والحوادث المتعددة وهو ما دعا بالتفكير لإنشاء مجلس أعلى للمستهلك وهو المجلس الوطني لحماية المستهلكين حيث تم تأسيسه تحت رعاية وزارة التجارة وله دور استشاري ويبيدي آراء تتعلق بالأهداف المسطرة في مجال ترقية النوعية ومراقبة أمن الخدمات والمنتجات، لذلك نجد 10 ممثلين للمستهلكين في هذا المجلس لحمايتهم، والذي يزود جمعيات المستهلكين ببرامج المساعدة المقررة لصالحها حيث تعمل على تنفيذها، كما يعمل هذا المجلس على إعلام المستهلكين وتوعيتهم. كما نجد ممثلاً للمستهلكين في المركز الجزائري لمراقبة الجودة والرزق، كما يمكن للجمعية أن تطلب الاستشارة اللازمة من مجلس المنافسة كما سبق الذكر²⁶.

ج- مهام الدفاع عن مصالح المستهلكين: حسب صريح المادة 16 من قانون 90.31 المتعلق بالجمعيات فإنه من آثار اكتساب الشخصية المعنوية هو حق الجمعيات في ممارسة كل الحقوق الممنوحة للطرف المدني أمام القضاء بسبب وقائع تمس أهدافها أو تمس المصالح الفردية أو الجماعية لأعضائها. وبلاستناد لنص المادة 12 الفقرة 2 من قانون 89.02 المتعلق بحماية المستهلك فهي تمنح لجمعية حماية المستهلكين الحق في رفع دعاوى أمام المحكمة المختصة بشرط هو أن يكون



الضرر لاحقا بالمصالح المشتركة للمستهلكين قصد التعويض عن الضرر المعنوي الذي ألحق بها، وهذا دون حاجة إلى توكيل أو شكوى من المستهلكين، وبمفهوم المخالفة نستنتج أن المصالح الفردية للمستهلكين يحميها الفرد المستهلك شخصيا برفع دعوى فردية أمام الجهة القضائية المختصة. وإذا كان قبول أو جواز الدعوى للجمعية المنصوص عليها فإن الطلب لا يستند إلا على المادة 124 من القانون المدني الجزائري، فالجمعية تطلب تعويض الضرر الناتج عن الخطأ المهني للمصلحة الجماعية للمستهلكين. والجدير بالذكر فإن هذه الدعوى يمكن أن تظهر للوجود في حالة غياب كل مظهر أو إعلان من الطرف المدني الفردي، فغياب الاحتجاجات من طرف مستهلك ما لا يحرم الجمعية من ممارسة حقوقها الخاصة بالطرف المدني.

وغالبا ما تعجز جمعيات حماية المستهلك عند سلوكها الطريق القضائي من تحقيق خطوة إيجابية تسعى إلى احترام مصالح جماعة المستهلكين ويرجع ذلك لأسباب عدة منها غموض وتماطل قوانين الحماية، وطول الإجراءات القضائية وكذا غلاء التقاضي إلى جانب تواضع موارد الجمعيات على الرغم من تفوق قدرتها على رفع الدعوى بالنسبة لقدرة المستهلك بإمكانياتها في هذا المجال تبقى محدودة جدا مما جعل بجمعيات حماية المستهلك تحد من إمكانية اللجوء إلى القضاء، وإذا ما اختارت هذا الطريق لحماية المستهلك فغالبا ما تعجز عن الدفاع الصائب تجني منه تلك الفائدة المرجوة لمصالح من تأسست كطرف مدني باسمهم، مما يدفعها في غالب الأحيان إلى طلب التعويض عن الضرر و الذي يقدر بطريقة رمزية وليس بمدى معاناة الضحية.

وأمام هذه الصلاحيات الممنوحة لجمعيات حماية المستهلك لقيامها بدور الحماية الدفاعية، فإنه من الواجب الإشارة إلى ما أجمع عليه ممثلو العديد من جمعيات حماية المستهلك الجزائرية، على أنهم يتعرضون لما يسمونه بالتغيب المتعمد ويتهمون السلطات بتجاهلهم، ما جعلهم بعيدا عن مركز الأحداث، ويقول هؤلاء في تصريحاتهم أن عدم استفادتهم من الاعتماد القانوني جعلهم لا يستطيعون التعااطي بالشكل المطلوب مع مجمل المشكلات الاستهلاكية التي تجابه الجزائريين في حياتهم اليومية، كما يضيف خبير على مستوى ولاية وهران أن واقع الحال حتم على الكثير من ممثليات المستهلكين، الاكتفاء بالملاحظة رغم كارثية الوضع الاستهلاكي في البلاد والفضى العارمة التي تلقي بظلالها على الأسواق المحلية والقضية الاستهلاكية ككل.



كما يعزو من جانبه رئيس الفيدرالية الجزائرية للمستهلكين إلى حضور الذي يطبع الجمعيات المنضوية تحت لواء الفيدرالية إلى التحييد الذي تصطدم به، ويستشهد بـ 16 جمعية تقتقد للترخيص رغم إيداعها ملفات كاملة منذ العام 2006 . كما يطالب بضرورة إعادة تنظيم قطاع الاستهلاك من خلال مراعاة حقوق المستهلكين و إدماج الجمعيات كشركاء في حوار عام يتجاوز المأزق الراهن، طالما أن استمرار الجهات المختصة في إغفال أهمية الجانب الاستهلاكي ستكون له آثار وخيمة اقتصاديا ، بحكم أن 4.5 مليون عامل في البلاد لن يقوموا ببذل الجهود المطلوبة إذا لم يستفيدوا من مناخ استهلاكي في مستوى ما يتطلعون إليه تماما مثل زهد الدولة في تكثيف حضور جمعيات حماية المستهلك، سيكلفها مخصصات ضخمة تنفقها على نواتج التسمم بسبب عدم وجود جهة مراقبة صارمة وفعالة²⁷.

ثالثا : آفاق جمعيات حماية المستهلك في الجزائر

- 1 . ضبط إستراتيجيات وتوحيد التدخل : نظرا لما تعانيه معظم جمعيات حماية المستهلك من الانقطاع في النشاط، ولمحدودية تأثيرها في أوساط المجتمع، ارتأيت أن أضع بين أيديكم مشروع مخطط استراتيجي²⁸ يحقق الأهداف المرجوة الآتية :
 - أن تصبح جمعيات حماية المستهلك فاعلة ومستقلة وقادرة على التأثير الإيجابي في المجتمع.
 - أن تحقق التوازن في المجتمع من خلال قاعدة لا ضرر ولا ضرار وتساهم في السلم الاجتماعي.
 - أن تساهم في ترقية الذوق العام للمجتمع، و تطوير الخدمات والمنتجات، لتحقيق تنمية مستدامة وشاملة للحفاظ على مناصب الشغل وارتفاع القدرة الشرائية.
 - المساهمة الفعالة في حفظ و ترقية الصحة العمومية و محيط الحياة.
- 2 . المحاور الإستراتيجية للنهوض بالدور الحيوي لجمعيات حماية المستهلك : وفي إطار تفعيل دور هذه الجمعيات اقترحت جمعية حماية وإرشاد المستهلكين لولاية وهران إقترحت خطة للنهوض بالدور المنوط بالجمعيات المهمة بالمستهلك ولخصتها في سبع محاور محددة الهدف والوسائل المستعملة وهي خطة جديرة بالدراسة والاهتمام والإثراء ونقتصر هنا على إبراز المحاور المقترحة وهي :
 - دعم و هيكلة جمعيات حماية المستهلك .



- إيجاد مصادر مستديمة للتمويل لجمعيات الدفاع عن المستهلك مكملة لدعم الوزارات و الجماعات المحلية.
- التمويع الإستراتيجي للجمعيات لدى كل فئات المجتمع.
- تنسيق جهود كل الأطراف المعنية ، وتشجيع المبادرات الطيبة التي تخدم المستهلكين.
- المشاركة الإيجابية في اللجان التقنية الولائية و الوطنية للتقييس ، ولجان إعداد وصيانة و مناقشة القوانين التي تهتم بموضوع الاستهلاك ، وكذا المجالس الوطنية.
- التعاون مع المختصين لإيجاد منظومة تربية ، إعلامية و ثقافية ملائمة.
- التفاعل الإيجابي مع المستجدات التي تطرأ في موضوع الاستهلاك.

الخاتمة

وختاماً لهذه الدراسة ، أمكن القول إن حماية المستهلك تبقى مهمة وطنية للحفاظ على مقدرات الوطن والمواطن مما تتطلب إيجاد نظام فعال ينظم المؤسسات الرسمية وغير الرسمية بما يكفل قيام كل منها بالدور المنوط لها بما تملكه من الصلاحيات والإمكانات ما يمكنها من حماية حقوق المستهلك ، فزيادة الأسعار عدة مرات في السنة الواحدة للكثير من السلع و الخدمات دون مبرر حقيقي أو تفشي حالات الغش يعتبر دليلاً على وجود خلل ما و يحتاج إلى تقنين فعال يحمي حقوق المستهلك الذي ينتمي غالباً إلى الطبقة المتوسطة والفقيرة التي تعتبر القوة الفعالة والمؤثرة في الاقتصاد الوطني . فهل حان الوقت لإدراك أهمية الجمعيات لحماية حقوق المستهلك لما لها من الدور الفعال والمؤثر في قضية تنمية ثقافة المستهلك وإعلامه بحقوقه المشروعة تعريفه بها و نلخص أهمها : حقه في حماية نفسه وصحته وأسرته وماله وحقه في الاستبدال والتعويض عن الضرر وكل ما هو حق شرعي كمستهلك وكيفية استخدامها .

وإن كنا لا ننكر دور جمعيات حماية المستهلك في ذلك كهيئات تطوعية غير أنها تواجه معوقات جمة ترجع بالدرجة الأولى إلى النقائص المادية ثم إلى عدم وعي الجمعيات بحقوقها ، على اعتبار أن نشاطها لا يكاد يكون سوى مجرد تنديدات في الصحف لتصرفات المهنيين دون أن يمتد الأمر إلى التمثيل أمام القضاء و هو الحق المقرر لها قانونياً . ويرجع غياب جمعيات حماية المستهلك من حيث الفعالية إلى عدم توافر المعطيات لديها خاصة تلك المتعلقة بالسلع و الخدمات المعروضة في السوق فيعد ذلك عائقاً للقيام بوظائفها .



وعليه أجدد لهذه الجمعيات إعادة النظر وبشكل جاد في النصوص القانونية التي تخول لها صلاحيات كثيرة لكفل حماية المستهلك وأن تعمل بالتنسيق مع جمعيات أخرى لبلوغ هدفها مثل: جمعيات البيئة، الجمعيات الطبية. وحتى مع جمعيات الدول المجاورة لها وذلك كي تستتير حول أساليب الغش المنتشرة والكيفيات المستعملة لمواجهتها، هذا التنسيق في العمل مع كل الأطراف التي لها علاقة بحماية المستهلك من شأنه توفير ما يسمى بالثقافة الاستهلاكية لدى الفرد فيصبح المستهلك على دراية بما يقبلي ويكون المهني نزيها في معاملته مع المستهلك.

التوصيات المقترحة

أ - ضرورة إنشاء دائرة لحماية المستهلك لدى وزارة التجارة تكون بمثابة حلقة تواصل مع جمعيات حماية المستهلك، هذا التعاون من شأنه المساعدة في الحوار المشترك بين القطاعات الخاصة والأطراف الأخرى.

ب - نظرا لاتباع الدولة سياسة الانفتاح الاقتصادي مما سمح بتلك الاستثمارات الكبيرة وفي مجالات عدة منها قطاع البيع بالتجزئة موضع اهتمام المستهلك بشكل مباشر إذ وفر خيارات عدة أمامه، ففي ظل هذا التطور نوصي باتباع سياسة ترشيد المستهلك على الإنفاق والتوجه إلى البدائل الأخرى المتوفرة في السوق.

ج - إقامة ندوات دورية حول حماية المستهلك، لبحث إمكانية التعاون بين الغرفة التجارية المتواجدة على مستوى كل ولاية مقر تواجد جمعيات حماية المستهلك، لإيجاد حلول مناسبة وفعالة للحد من ظاهرة ارتفاع الأسعار وتخلفها حلقات متخصصة حول أسعار السلع الاستهلاكية وحول مسألة حق المستهلك في الإعلام الاستهلاكي.

د - تحت شعار " الوقاية خير من العلاج " لا بد من التأكيد الدائم على التوسع من نشاطات الجمعيات لحماية المستهلك، إذ يتعدى دورها توعية المستهلك من خلال الصحف والإذاعة وتعريفه بحقوقه وواجباته، فلها أن تقوم بسبر الأسواق وزيارة بعض المعامل للإطلاع على واقع النظافة والنوعية.

و - المشاركة بمركز صنع القرار الذي يهتم قضايا المستهلك لا من خلال تمثيل المستهلكين محليا بل يتعدى الأمر ليشمل الوطن العربي ولم لا الدولي.

ونأمل في أن تكون جمعيات حماية المستهلك المنتشرة عبر كافة التراب الوطني في مستوى التحدي الذي ينتظرها، وأن يرتقي سلوك المستهلك الجزائري من استهلاك عشوائي إلى استهلاك آمن ومستدام يحقق الصحة والسلامة والرفاهية له، وهذا لا يتحقق إلا بالعمل الجاد والمنظم لتجسيد ما يخدم المستهلك .



- الهوامش :

1 - قدرت عالميا بنحو 780 مليار دولار أي يمثل حجم الغش التجاري عالمياً من 5 إلى 10٪ من حجم التداول التجاري العالمي. عن كامل الشيرازي، جمعيات المستهلك في الجزائر .. واقع ضحل يفتقد إلى هيكلية، مقالة عن الموقع الإلكتروني :

<http://www.elaph.com/ElaphWeb/Economics/2008/4/319624.htm>

2 Mr KOULL (IRA – DRC Ouargla) Généralité p.1

3 - كالم حبيبة، حماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماجستير فرع العقود والمسؤولية، جامعة الجزائر، سنة 2005، ص 55.

4 - عبد الفتاح مراد، شرح لتشريعات الغش، دار الكتب و الوثائق المصرية، طبعة 1997، ص 15 و 16.
5 - لعجال لمياء، الحماية الفردية و الجماعية للمستهلك، بحث لنيل شهادة الماجستير في القانون، تخصص قانون الأعمال، جامعة الجزائر، سنة 2002 . ص 2.

6 أسامة أحمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، طبعة سنة 2005، ص 104 و 105.

7 كامل الشيرازي، المرجع السابق .

8 تمثلت هذه الهيئات في اللجنة الوطنية للمدونة الغذائية بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 05-67، المجلس الوطني لحماية المستهلك مقتضى المادة 24 من القانون رقم 89-02 والمركز الوطني لمراقبة النوعية والرزم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 89-147.

9 مركب حفيزة، الحماية التشريعية للمستهلك في جودة المنتج و الخدمة، رسالة لنيل شهادة الماجستير، جامعة الجزائر، سنة 2001، ص 71.

10 المادة 41 من الدستور الصادر في 28 نوفمبر 1996.

11 لعجال لمياء، المرجع السابق، ص 1 .

12 مركب حفيزة المرجع السابق، ص 72 .

13 مركب حفيزة المرجع السابق، ص 72 .

14 حريز زكي، إستراتيجية عمل جمعيات حماية المستهلك في الجزائر في المرحلة القادمة (2007-2011) أهداف - أولويات - وسائل، مداخلة قدمت بمناسبة الملتقى الوطني الثالث لجمعيات حماية المستهلكين بعنابة، أيام 13-14-15 مارس سنة 2007.

15 كامل الشيرازي، المرجع السابق.

16 المرجع السابق.

17 G. MEKAMCHA et M. KAHLOULA, " La protection du consommateur en droit algérien" Revue IDARAA, Volume n°6 N° 1 - 1996 p 58.



- 18 رمضان علي السيد الشرنباوي، حماية المستهلك في الفقه الإسلامي - دراسة مقارنة - دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، طبعة سنة 2004، ص 262.
- 19 السيد محمد السيد عمران، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، منشأة المعارف، الإسكندرية، طبعة سنة 1986، ص 159.
- 20 G. MEKAMCHA et M. KAHLOULA, Op. Cit. p 61
- 21 لعجال لمياء المرجع السابق ص 156.
- 22 المرجع السابق ص 159.
- 23 Guinchard Serge , Consommation : Responsabilité des association du consommateur - droit de critique - Boycott- Jurisclasseur Fascicule N° 1215 p.9
- 24 G. MEKAMCHA et M. KAHLOULA, Op. Cit. p 61
- 25 بمقتضى الأمر 95-06 المؤرخ في 25/01/1995.
- 26 مركب حفيزة، المرجع السابق، ص 101. وأنظر أيضا G. MEKAMCHA et M. KAHLOULA, Op. Cit. p 58
- 27 كامل الشيرازي، المرجع السابق.
- 28 حريز زكي، إستراتيجية عمل جمعيات حماية المستهلك في الجزائر في المرحلة القادمة (2007-2011) أهداف - أولويات - وسائل، مداخلة قدمت بمناسبة الملتقى الوطني الثالث لجمعيات حماية المستهلكين بعنابة، أيام 13-14-15 مارس سنة 2007.



الجلسة الخامسة

رئيس الجلسة
د. عنابي بن عيسى
المدرسة العليا للتجارة - الجزائر

المدخلات الأولى :
قانون العقد الدولي وأثره في حماية المستهلك
د : د. كمال كيحل
قسم الحقوق - جامعة أدرار

المدخلات الثانية :
دور المنتج في حماية المستهلك
د : أ. جيلالي قالون
قسم العلوم التجارية - جامعة أدرار

المدخلات الثالثة:
دور أجهزة الرقابة في حماية المستهلك في الجزائر
د : أ. إلياس الشاهد و لبلى صحراوي
معهد العلوم الاقتصادية - المركز الجامعي ببشار

المدخلات الرابعة :
مشكلات تعويض المستهلك عن الأضرار الناجمة عن الغذاء الفاسد
د : أ. بدرة لعور
كلية الحقوق والعلوم السياسية - جامعة بسكرة

المدخلات الخامسة :
دور مصالح مديرية التجارة في حماية المستهلك
د : أ. عمار زعبي
معهد العلوم القانونية والإدارية - المركز الجامعي بالوادي





قانون العقد الدولي وأثره على مصلحة المستهلك

تقديم

د. كمال كيحل

قسم الحقوق . جامعة أدرار



ملخص :

لقد اعتمدت الدول في حلها لتنازع القوانين بشأن العقود الدولية على مبدأ سلطان الإرادة، والذي يؤدي إلى تدخل القانون الأجنبي الذي اختاره المتعاقدان باعتباره تعبيراً عن إرادتهما.

غير أن الاتفاق بشأن تحديد القانون الواجب التطبيق على العقود الدولية لا نجده في جميع الحالات، لهذا تدخل المشرع في هذه الحالة بوضع ضوابط إسناد احتياطية، تحدد القانون الواجب التطبيق على أساس الموطن المشترك للمتعاقدين أو جنسيتهما المشتركة أو محل إبرام العقد.

غير أن هذه الضوابط، وإن كان تراعى مصلحة المتعاقدين في حالة تساويهما في المراكز، غير أن الأمر خلاف ذلك بالنسبة لعقود الاستهلاك التي تربط بين المهني والمستهلك الذي يحتاج إلى حماية خاصة.

مقدمة

تعتبر العقود مصدراً للحقوق والالتزامات، وهي يمكن أن تكون عقوداً وطنية خالصة في جميع عناصرها (الأطراف والمحل والسبب)، ومن ثم فإن هذه الأخيرة لا يمكن أن تثير تنازعا بين القوانين لخضوعها لقانون القاضي المختص بالفصل في الدعوى.

وترتبط حالة تنازع القوانين بتوافر وصف الدولية للعقد، ويتحقق هذا الوصف عندما يتضمن العقد عنصراً أجنبياً مؤثراً سواء تعلق هذا العنصر بمحل إبرامه، أو بمكان تنفيذه أو بموضوعه، أو بأطرافه .

ولقد اعتمدت الدول في حلها لتنازع القوانين بشأن العقود الدولية على مبدأ سلطان الإرادة، والذي يؤدي إلى تدخل القانون الأجنبي الذي اختاره المتعاقدان بوصفه تعبيراً عن إرادة المتعاقدين .



غير أن الاتفاق الصريح بشأن تحديد القانون الواجب التطبيق على العقود الدولية لا نجده في جميع الحالات، مما يثير كذلك أهمية تحديد القانون الواجب التطبيق في هذه الحالات وأثره على مصلحة المستهلك في عقود الاستهلاك الدولية، والتي قد لا يتحدد القانون الواجب التطبيق فيها لحظة إبرام العقد.

وبهذا سوف أبين من خلال هذا الموضوع كيفية حل تنازع القوانين في العقود الدولية، وأثر كل حل على مصلحة المستهلك، وهذا من خلال تفسير قاعدة الإسناد التي تحل هذا النزاع.

المبحث الأول

مضمون فئة العقود الدولية

لا تثار مسألة تنازع القوانين إلا إذا كنا بصدد مسألة من مسائل القانون الخاص تتمتع بوصف الدولية، فالالتزامات التي تكون موضوعاً للبحث هنا هي الالتزامات المتولدة عن عقد دولي، ففي هذا الحد فقط يمكن إعمال قاعدة الإسناد المتعلقة بالالتزامات التعاقدية.

وهنا يثور التساؤل حول مسألة تجزئة العقد الدولي، فهل يحكم هذا العقد من حيث تكوينه وآثاره وزواله أم أنه يحكم بعضها دون الآخر؟ لهذا يتعين دراسة مسألة تجزئة العقد من عدمه (المطلب الأول)، وهذا قبل تحديد العناصر التي ينظمها قانون العقد داخل العقد الدولي (المطلب الثاني).
المطلب الأول : تجزئة العقد.

لقد سكت المشرع الجزائري شأنه شأن أغلب التشريعات عن مسألة تجزئة عناصر العقد وإخضاع كل منها لقانون، وبهذا فلا مناص من اللجوء إلى اجتهاد الفقه للبحث عن حل لهذه المسألة، حيث انقسم بصدد هذا إلى اتجاهين مختلفين، الاتجاه الأول يقبل بمبدأ التجزئة بضوابط معينة، أما الثاني فلا يقبل بتجزئة العقد.

أولاً: الاتجاه القائل بإمكانية تجزئة العقد الدولي.

يرى أصحاب هذا الاتجاه⁽¹⁾ أن العقد رابطة متعددة الجوانب، فهناك تكوين العقد وآثاره وزواله، وهذا التعدد يقابله تعدد في القانون الواجب التطبيق، فيكون من حق أطراف العقد الدولي تجنيب جزء أو أجزاء محددة



من العقد وإخضاعها لقانون أو لقوانين أخرى مختلفة ، وهذا شريطة توافر علاقة بين الجانب والقانون المختار لحكمه.

ويقوم هذا الرأي على أساس أن كل عنصر من عناصر العقد قد يرتبط من الوجهة الفعلية بقانون معين ، ومن ثم يكون من الأحسن أن يطبق على كل عنصر القانون الذي يرتبط به أكثر من غيره.

وبناء عليه يجوز أن يتفق المتعاقدان على إخضاع تكوين العقد لقانون محل الإبرام وإخضاع تنفيذه لقانون محل التنفيذ ، كما يجوز لهما في حالة تعدد الالتزامات الناشئة عن العقد ، أن يخضعوا كل التزام لقانون المحل المتفق على تنفيذه فيه.

ولم يضع الفقه منهجاً أو شكلاً معيناً لتجربى وفقه التجزئة ، بل قيدها فقط بقيد المعقولية ، ومراعاة حكم القانون ، فيمكن أن تتم التجزئة بالنظر إلى مدى استقلال الجزء اقتصادياً وقانونياً ، بحيث ينصرف مفهوم الجزء من العقد إلى وحدة أو كيان قانوني اقتصادي محدد داخل جملة العملية العقدية ، مثال ذلك : اعتبار عقد بيع بعض المعدات كوحدة قانونية واقتصادية مستقلة ، وتمييز الالتزام بضمان العيوب الخفية باتفاق خاص يخضعه لقانون يختلف عن القانون الذي يخضع له باقي العقد⁽²⁾.

ويتعين على القضاء احترام إرادة الأطراف في التجزئة إذا كانت منطقية ، بمعنى أن القاضي يفحص مدى مراعاة العلاقة بين الجزء المنفصل وباقي العلاقة التعاقدية ككل لتحديد مدى إمكان إسناد هذا الجزء لقانون آخر ، فإذا تغيبت مثل هذه العلاقة يتعين على القاضي إغفال التجزئة وإعمال القانون الواجب التطبيق في حالة غياب إرادة الأطراف. ومثال ذلك : لا يتصور إسناد جزاء البطلان أو الفسخ لعدم الوفاء لقانونين مختلفين أحدهما للبائع والآخر للمشتري⁽³⁾.

وإذا كانت إرادة الأطراف تحدد القانون الواجب التطبيق على جزء من العقد ، فإن هذا التحديد يمثل اتفاقاً مستقلاً بذاته ، قد يتم عند إبرام العقد الأصلي ، أو في مرحلة لاحقة ، فقد يتعذر التراضي على القانون الواجب التطبيق عند إبرامه ، فهذه المشكلة تبدو أهميتها فقط عند نشوب نزاع بين الأطراف أو عند الخلاف في تنفيذ العقد⁽⁴⁾.



ثانياً: الاتجاه القائل بوحدة العقد الدولي.

يرى الاتجاه الغالب في فرنسا⁽⁵⁾ أن العقد يعتبر عملية واحدة من الناحيتين القانونية والاقتصادية، لأن الالتزامات التعاقدية تعني كل ما يتعلق بالرابطة التعاقدية من حيث تكوينها وآثارها، ويجب بناء عليه أن يخضع العقد الدولي كله لقانون واحد، وهذا تحقيقاً للتجانس والانسجام بين العناصر المكونة للعقد الدولي.

ويعززون موقفهم كذلك بما ورد في المذكرة الإيضاحية للقانون المدني المصري لنص المادة 42 من المشروع التمهيدي والتي جاء فيها ما يلي: "... أن الالتزامات التعاقدية يسري عليها القانون الذي يقرر المتعاقدان الخضوع لأحكامه صراحة أو ضمناً... وهذا حكم عام لسلطان الإرادة ويضمن وحدة القانون الواجب تطبيقه على العقد، وهي وحدة لا تكفلها فكرة تحليل عناصر العقد واختيار القانون الذي يتلاءم مع طبيعة كل منها...".

وحسب هؤلاء الفقهاء، فإن ما جاء في المذكرة الإيضاحية للمشروع التمهيدي للقانون المدني المصري يدل على انصراف قصد المشرع إلى الأخذ بفكرة وحدة القانون الذي يحكم العقد.

ويبدو أن هذا الاتجاه الأخير هو الجدير بالأخذ به في الجزائر، لأن المادة 18 من القانون المدني الجزائري تحدد القانون الواجب التطبيق على الالتزامات التعاقدية، دون تمييز بينها من حيث مصدرها أو آثارها. كما أن اصطلاح "الالتزامات" استعمله المشرع بمعنى عام يشمل كل ما يتعلق بمصدره وآثاره وأوصافه وانتقاله وانقضاءه وإثباته.

المطلب الثاني: تحديد عناصر العقد التي ينظمها قانون العقد الدولي.
بعد الفصل في مسألة تجزئة العقد الدولي فيما يتعلق بالقانون الذي يحكمه، وهذا برفض هذه الفكرة من أصلها، يتعين تحديد عناصر العقد التي يحكمها قانون العقد، خاصة وأن أنصار قاعدة وحدة القانون الذي يحكم العقد وجدوا أن هذه القاعدة ترد عليها بعض الاستثناءات.

وتتمثل العناصر التي يحكمها قانون العقد بالنسبة للعقود الدولية فيما يلي:

أولاً: تكوين العقد: لتحديد هذا المجال، نعرض أركانه الرئيسية المتمثلة في التراضي والمحل والسبب، وما يتعلق به من جزاء كالبطلان.



1) التراضي: يثير البحث في هذا الركن مسألتين:

أ - وجود التراضي: فيحكم قانون العقد هنا كل ما يتعلق بكيفية التعبير عن الإرادة، ومتى يكون الإيجاب ملزماً، وكيف يلتقي الإيجاب والقبول، وكذلك تحديد زمان ومكان العقد في التعاقد بين غائبين⁽⁶⁾.
ب - صحة التراضي: تتعلق هذه المسألة بعيوب الإرادة كالغلط والتدليس والإكراه والغبن. ويرى بعض الفقهاء⁽⁷⁾ أن هذه المسائل تحمي الشخص في إرادته، وبالتالي فهي تخضع للقانون الشخصي للمتعاقدين وليس لقانون العقد. غير أن هذا الاتجاه لم يلق قبولاً لدى غالبية الفقهاء، فعبر الفقيه باتيوفول Batiffol عن رفضه له بقوله: "يكفي أن يكون المتعاقدان قد ركزا علاقتهما على نحو يصلها بقانون معين يكون هو الواجب التطبيق، حتى يحكم هذا القانون صحة تكوين العقد، وخاصة من حيث رضا المتعاقدين"⁽⁸⁾.

2) المحل: ينظم قانون العقد كل المسائل المتعلقة بمحل العقد فيبين الشروط المطلوبة فيه كالتعيين أو القابلية للتعيين والإمكان والوجود والقابلية للتعامل فيه⁽⁹⁾.

وتجدر الإشارة إلى أن القانون الواجب التطبيق على العقد إعمالاً لنص المادة 18 فقرة 01⁽¹⁰⁾ مدني جزائري لا يسري فيما يتعلق بأثر العقد في إنشاء الحق العيني أو نقله أو زواله، إذ تخضع هذه المسألة لقانون موقع المال طبقاً لنص المادة 17 فقرة 02⁽¹¹⁾ مدني جزائري.

3) السبب: يخضع السبب بدوره لقانون العقد، والذي يبين مفهوم السبب ومتى يعتبر مشروعاً، غير أن فحص المشروعية تعتبر من النظام العام، وبهذا فتؤدي إلى استبعاد قانون العقد في الحالات التي يقرر فيها هذا القانون مشروعية السبب خلافاً للمبادئ العامة في قانون القاضي⁽¹²⁾.

4) البطلان: يدخل في فئة الالتزامات التعاقدية البطلان لتخلف أحد أركان العقد أو شرط من شروط صحته، فيخضع بدوره للقانون الذي يحكم العقد، ويبين هذا القانون الحالات التي يحدث فيها هذا الجزاء، ومن له الحق في التمسك به، وسقوط حق التمسك به، وآثار البطلان، كما يبين إمكان إجازة العقد وحكم هذه الإجازة.



أما عن آثار البطلان المتمثلة في الالتزام بالرد أو التعويض فتخرج من مضمون فئة الالتزامات التعاقدية، وتدخل في فئة الالتزامات غير التعاقدية، لأنها تناقش فقط بعد الحكم ببطلان العقد، ومن ثم فإن دعوى التعويض تستند إلى خطأ مجرد عن العلاقة التعاقدية، وبذلك تخضع لقانون محل وقوع الفعل المنشئ للالتزام⁽¹³⁾.

ثانياً: آثار العقد:

تدخل آثار العقد في فئة الالتزامات التعاقدية، وتخضع بصفة عامة لقانون العقد. ولتحديد مجال تدخل قانون العقد هنا، ينبغي التمييز بين آثار العقد بالنسبة للأشخاص، وآثاره بالنسبة للموضوع.

(1) آثار العقد بالنسبة للأشخاص : ينظم قانون العقد آثاره بالنسبة للمتعاقدين وبالنسبة للغير، فيحدد الملزمين به والمستفيدين منه سواء كانوا من المتعاقدين أو من الغير.

فوفقاً لهذا القانون يتحدد مدى انصراف أثر العقد إلى الغير بالاشتراط لمصلحة الغير، وينظم هذا القانون أحكام التعهد عن الغير والاشتراط لمصلحة الغير.

وتجدر الإشارة إلى أن مدى انصراف أثر العقد إلى الخلف العام يحكمه القانون الذي ينظم مسائل الميراث، أما أثر العقد بالنسبة للخلف الخاص فيخضع لقانون موقع المال⁽¹⁴⁾.

(2) آثار العقد بالنسبة للموضوع: تتعلق بهذا الأثر عدة مسائل يحكمها قانون العقد تتمثل أهمها فيما يلي:

- تفسير العقد وتحديد نطاقه: يتم تفسير العقد وتحديد ما يولده من حقوق والتزامات وفقاً للقواعد السائدة في القانون الذي يحكم موضوع العقد.

- تنفيذ العقد: يتعين الرجوع للقانون الذي يحكم العقد لمعرفة متى يمكن التنفيذ العيني، ومتى يمكن التنفيذ بمقابل، وكيفية تقدير التعويض وعناصره، وحكم الشرط الجزائي⁽¹⁵⁾.

ويخضع فسخ العقد لعدم تنفيذ الالتزامات التعاقدية الناشئة عنه لقانون العقد، والذي ينظم كذلك الدفع بعدم التنفيذ⁽¹⁶⁾. كما يدخل في فئة



الالتزامات التعاقدية مسألتي انتقال الالتزام التعاقدي وانقضائه، فيخضع بذلك للقانون الذي يحكم تكوين العقد⁽¹⁷⁾.

المبحث الثاني

ضابط الإسناد في العقود الدولية

جعل المشرع الجزائري في المادة 18 من القانون المدني أولوية التطبيق لقانون الإرادة في العقود الدولية، ثم أورد ضوابط احتياطية تتمثل في الموطن المشترك أو الجنسية المشتركة للمتعاقدين، ثم قانون محل إبرام العقد. بناء على هذا النص يتضح أن المشرع الجزائري نص في هذه القاعدة من قواعد التنازع على أربعة ضوابط إسناد لتحديد القانون الواجب التطبيق على موضوع العقد الدولي، منها ضابط رئيسي هو إرادة الأطراف، وثلاثة ضوابط احتياطية يتم اللجوء إليهم على سبيل التدرج. المطلوب الأول : ضابط الإرادة كضابط أصلي.

الفرع الأول : نشأة قاعدة خضوع العقد لقانون الإرادة.

سادت فكرة خضوع العقد لقانون الإرادة في فقه المدرسة الإيطالية القديمة خلال القرنين الثاني عشر والثالث عشر، حيث كان يخضع العقد لقانون محل إبرامه من حيث موضوعه ومن حيث شكله، فكان يفسر هذا الاختصاص على أساس أن إرادة الأطراف قد اتجهت ضمناً إلى اختيار هذا القانون⁽¹⁸⁾.

واستمر الحال على هذا الوضع حتى القرن السادس عشر، حيث أخذ المحامي والفقيه الفرنسي ديمولان بهذه القاعدة في النظام المالي للزوجين، فرأى أن النظام المالي الاتفاقي للزوجين يخضع لقانون واحد، هو قانون محل إبرام العقد ولو وقعت أموالهما في أكثر من دولة. وبرر ديمولان موقفه هذا بالنظر إلى دور الإرادة في العقد، فحسب رأيه فإن هذه الإرادة هي التي توجد العقد، أي أنها هي مصدره وليس القانون، وبالتالي فهي التي تحدد القانون الذي يجرى اتفاقهم وفق أحكامه⁽¹⁹⁾.

وفي القرن التاسع عشر أخذ الفقيه سافيني بمبدأ سلطان الإرادة وجعل له دوراً في بيان القانون الواجب التطبيق، فقال بفكرة الخضوع الإرادي، بربط كل علاقة بحيز مكاني ليخضعها للقانون السائد في هذا المكان وهذا



تفسيراً لإرادة أطراف العلاقة بقوله أن من يدخل في علاقة تعاقدية يقبل الخضوع لقانون مكان تمرکزها⁽²⁰⁾.

ولقد استقرت قاعدة خضوع العقد لقانون الإرادة في أوساط الفقه، كما أخذت به التشريعات المعاصرة، وعلى هذا الأساس لم يعد مبدأ سلطان الإرادة مجرد تبرير لحل تنازع القوانين في مجال العقود الدولية، بل أصبح هو الحل ذاته.

الفرع الثاني: المقصود بقانون الإرادة.

قانون الإرادة هو القانون الذي يختاره المتعاقدان صراحة أو ضمناً لينظم التزاماتهما التعاقدية.

أولاً: الإرادة الصريحة : نكون أمام الإرادة الصريحة للمتعاقدين عندما يحددان في العقد بعبارات صريحة القانون الذي ينظم العقد الذي يربطهما. وفي هذه الحالة لا توجد هناك أية صعوبة في سبيل الوصول إلى تحديد القانون الواجب التطبيق على العقد، لأن هذا القانون يكون معلن عنه صراحة في العقد بموجب بند في العقد يحدد صراحة قانون الدولة الذي ينظم العقد.

ثانياً: الإرادة الضمنية: هي إرادة حقيقية ولكنها غير معلنة، ويتم استخلاصها بصورة مؤكدة، وذلك من خلال نصوص العقد، وإن لم يتيسر ذلك، فيمكن للقاضي الاستناد إلى مجمل ظروف التعاقد المصاحبة لإبرامه⁽²¹⁾. ويكون استخلاص هذه الإرادة على نحو مؤكد من ظروف التعاقد، كما هو الحال بالنسبة لاستعمال عقد نموذجي ينتمي إلى نظام قانوني محدد، أو استخدام صيغة الشروط العامة للعقد المعروفة في قانون معين، أو في حالة إبرام عقد يرتبط بآخر سبق إبرامه وحدد فيه صراحة القانون الواجب التطبيق، فيفسر ذلك بانصراف إرادة المتعاقدين إلى إخضاع العقد الجديد إلى القانون الذي يخضع له العقد السابق، ومن ذلك أيضاً اتفاق المتعاقدين على عرض المنازعات التي تثور بشأن آثار العقد على محكمين في دولة معينة، فهذا يفسر انصراف إرادة الأطراف إلى إخضاع العقد لقانون هذه الدولة⁽²²⁾.

وتجدر الإشارة في الأخير إلى أنه إذا تعذر على القاضي الوصول إلى الإرادة الضمنية للمتعاقدين بشأن تحديد القانون الواجب التطبيق على



العقد، نكون بصدد استحالة أعمال ضابط الإسناد الأصلي، ويتعين على القاضي اللجوء إلى ضابط الإسناد الاحتياطي.

الفرع الثالث: حدود حرية اختيار القانون الذي يحكم العقد.

قيد المشرع الجزائري في المادة 18 فقرة 01 من القانون المدني، حرية المتعاقدين في اختيار القانون الواجب التطبيق على العقد بضرورة وجود صلة حقيقية بين المتعاقدين والعقد.

بناء على هذا النص يجب أن يكون القانون الذي يتم اختياره ذو صلة بالمتعاقدين أو بالعقد، فيستطيع المتعاقدان اختيار قانون جنسية أحدهما أو قانون موطنه أو قانون محل تنفيذ العقد، أو قانون محل إبرامه أو قانون موقع المال محل التعاقد، فإذا توافرت هذه الصلة صح الاختيار، ومتى انعدمت اعتبر الاختيار غير ذي أثر بالنسبة لتحديد القانون الواجب التطبيق على العقد.

ويبدو أن هذا الحل الذي جاء به المشرع الجزائري يمنع المتعاقدين من الإفلات من القواعد الأمرة في القوانين التي ترتبط بالعقد ارتباطاً فعلياً، أي منعهم من استعمال الغش نحو القانون في مجال العقود، لأن اختيار قانون عديم الصلة بالمتعاقدين أو بالعقد قد يكشف عن قصد المتعاقدين الإفلات من القواعد الأمرة في القوانين التي ترتبط بالعقد.

يخلص مما تقدم أن حرية المتعاقدين في اختيار القانون الذي يحكم العقد مقيدة بضرورة وجود صلة حقيقية بين القانون المختار والمتعاقدين أو العقد، فإذا انعدمت مثل هذه الصلة فيغفل القاضي إرادتهما، ويفصل في النزاع على نحو ما كان يفصل في حالة عدم وجود اتفاق بشأن القانون الواجب التطبيق، فيلجأ في هذه الحالة إلى أعمال ضوابط الإسناد الاحتياطية حسب الترتيب الذي جاء به المشرع.

الفرع الرابع: أثر ضابط الإرادة على مصلحة المستهلك.

استقرت قاعدة خضوع العقد لقانون الإرادة في كل تشريعات العالم، وتقتضي هذه القاعدة أن إرادة المتعاقدين تعتبر ضابطاً للإسناد يرشد القاضي إلى القانون الواجب التطبيق إعمالاً لنص قاعدة التنازع الخاصة بالعقود الدولية⁽²³⁾.



ويتعين إعمال أحكام قانون الإرادة باعتباره مختصاً بحكم الرابطة التعاقدية، حتى ولو تعارضت أحكامه الآمرة مع مصالح المتعاقدين وأدت مثلاً إلى إبطال العقد.

وهكذا يتبين أن قاعدة التنازع التي تحكم العقد الدولي هي قاعدة محايدة ومزدوجة الجانب، يترتب على إعمالها تحديد القانون المسند إليه بطريقة مجردة دون اهتمام بمضمون أحكامه وقواعده ومدى ملاءمتها للعقد ولمصلحة المتعاقدين.

فالقانون الواجب التطبيق على العقد الدولي يتم تحديده بطريقة مجردة دون اهتمام بمضمونه ومدى توافقه مع مصلحة المتعاقدين⁽²⁴⁾، وعلى وجه الخصوص مصلحة الطرف الضعيف في العقد وهو المستهلك في العقود ذات الطابع الدولي التي يكون طرفاً فيها.

فحرية الأطراف في تحديد القانون الواجب التطبيق على العقد الدولي لاسيما في حالة عدم التكافؤ بين طرفي العقد، تؤدي إلى تعسف الطرف الأقوى وفرض اختياره لقانون يحقق مصالحه على حساب مصلحة الطرف الضعيف الذي يحتاج للحماية وهو المستهلك.

وبناء عليه، يتبين عدم ملائمة ضابط الإرادة كضابط إسناد أصلي لحل تنازع القوانين في عقود الاستهلاك الدولية، لأن من شأن إعمال هذا الضابط إقصاء هدف حماية المستهلك باعتباره الطرف الضعيف الذي يحتاج إلى الحماية في هذا المجال⁽²⁵⁾.

لهذه الأسباب نادى الكثير من فقهاء القانون الدولي الخاص بضرورة تقييد دور ضابط الإرادة في مجال عقود الاستهلاك الدولية لتحقيق التوازن العقدي بحماية المستهلك في هذا النوع من العقود⁽²⁶⁾.

وتجدر الإشارة إلى أن تقييد دور ضابط الإرادة هنا لا يعني استبعاده في جميع الأحوال، خاصة إذا كان يساهم في تحقيق الحماية الفعالة للمستهلك، ففي هذه الحالة يكون تعطيل قانون الإرادة غير مبرر⁽²⁷⁾، خاصة وأن قانون الإرادة قد يتضمن نصوصاً أكثر حماية للمستهلك من النصوص الآمرة للقانون الذي يمكن أن يطبق على العقد بعيداً عن القانون المختار⁽²⁸⁾.



وبناء على ما سبق، فإن قانون الإرادة لا يضر بالمستهلك في جميع الأحوال، فقد يحقق له حماية فعالة أكثر من أي قانون آخر مما يحتم تطبيق أحكامه على عقد الاستهلاك الدولي.

ويرى البعض من الفقهاء⁽²⁹⁾ بضرورة تقييد ضابط الإرادة بجعله ضابط إسناد احتياطي في حالة عدم ملاءمته لعقود الاستهلاك الدولية، والبدء بضابط إسناد موضوعي مرّن ينسجم مع المعطيات الحالية لعقود الاستهلاك الدولية، على أن يكون الضابط الرئيسي الموضوعي محققاً للحد الأدنى من الحماية للمستهلك والذي لا يجوز النزول عنه، والضابط المرشح لذلك هو ضابط موطن أو محل الإقامة المعتادة للمستهلك.

ويضيف أصحاب هذا الرأي الأخير بقولهم بضرورة الاعتداد بالضابط الاحتياطي الذي هو ضابط الإرادة إذا كان يحقق حماية أفضل للمستهلك، وتطبيقه بالأولية على الضابط الأصلي ذو الحماية الأقل⁽³⁰⁾.

ويبدو أن هذا الرأي جدير بالأخذ به لأنه يراعي سلطان الإرادة بقدر حمايته للمستهلك في عقود الاستهلاك الدولية، لأن حماية هذه المصلحة تقتضي التنقل بين القوانين الممكنة التطبيق على هذا العقد للوصول إلى القانون الذي يكفل تحقيق النتيجة المرجوة وهي حماية المستهلك، وهذا دون تقييد القاضي بترتيب معين لهذه القوانين، لهذا لا بد من تدخل تشريعي بنص خاص بعقود الاستهلاك الدولية.

المطلب الثاني: ضوابط الإسناد الاحتياطية.

في حالة عدم اتفاق المتعاقدين على القانون الواجب التطبيق على العقد، وعدم تمكن القاضي من استخلاصه من ظروف التعاقد، وضع المشرع الجزائري ضوابط استناد احتياطية ترشد القاضي إلى القانون الواجب التطبيق على العقد.

وهذه القوانين ذكرها المشرع على سبيل التدرج، وتتمثل في قانون الموطن المشترك أو الجنسية المشتركة للمتعاقدين، وقانون محل إبرام العقد. الفرع الأول: الموطن المشترك أو الجنسية المشتركة للمتعاقدين.

نص المشرع الجزائري في المادة 18 فقرة 02 من القانون المدني على الموطن المشترك أو الجنسية المشتركة للمتعاقدين كضابطين احتياطين للإسناد يرجع إليهما القاضي لتحديد القانون الواجب التطبيق على العقد



الدولي في حالة عدم تصريح المتعاقدين بإرادتهما بشأن القانون الذي يحكم هذا العقد، كما أن ظروف التعاقد لا تبين إرادتهما الضمنية في هذا الشأن. في هذه الحالة فقط يمكن للقاضي اللجوء على سبيل الاختيار إما إلى قانون الموطن المشترك للمتعاقدين إذا اتحدا موطناً أو إلى قانون الجنسية المشتركة إذا اشتركا أيضاً في الجنسية، ولا يعمل بالضابط الذي لا يشتركان فيه.

ويتبين من هذين الضابطين المفروضين أن المشرع الجزائري حاول دائماً إبقاء العقد خاضعاً للقانون الأقرب للمتعاقدين باعتباره القانون الذي يعرفه المتعاقدان أكثر من غيره، وكونه يقع داخل القوانين التي يمكن أن ينصب عليها اختيار المتعاقدين، خاصة وأن المشرع الجزائري قيد سلطان الإرادة في اختيار القانون الواجب التطبيق على العقد الدولي، بأن يكون القانون المختار على صلة بالمتعاقدين أو بالعقد.

غير أنه يعاقب على هذين الضابطين كون مجال إعمالهما ضيق جداً لأن الغالب في العقود الدولية أن يختلف موطن المتعاقدين وجنسيتهما. الفرع الثاني: محل إبرام العقد.

نص المشرع الجزائري في المادة 18 فقرة 03 على ضابط احتياطي آخر هو محل إبرام العقد يتم إعماله فقط في حالة اختلاف موطن المتعاقدين وجنسيتهما، وهكذا يأتي قانون محل الإبرام في المرتبة الثالثة بالنسبة للضوابط الاحتياطية بعد قانون الموطن المشترك للمتعاقدين وقانون جنسيتهما المشتركة.

غير أن ضابط محل الإبرام قد يثير صعوبة عند محاولة إعماله خاصة في التعاقدات غائبين، الأمر الذي يستلزم تعيين هذا المحل. ويرى رجال الفقه⁽³¹⁾ أن هذا التعيين يدخل في نطاق التكييف ويخضع بذلك لقانون القاضي.

ويعاب على ضابط محل إبرام العقد بأنه لا يعبر عن حقيقة مصالح الأطراف المرتبطين بهذا العقد، لهذا يجب أن تضاف إليه عوامل أخرى، كأن يكون محل إبرام العقد هو ذاته محل تنفيذ أحد الالتزامات الرئيسية للعقد، أو هو ذاته مركز أشغال أحد المتعاقدين⁽³²⁾. غير أنه يمكن الاكتفاء بضابط محل الإبرام في العقود التي تبرم في الأسواق الدولية وفي المعارض، فتخضع لقانون محل إبرام العقد بغض النظر عن أي اعتبار آخر⁽³³⁾.



كما أن ضابط محل الإبرام لا يعبر عن القانون الأوثق صلة بالعقد لأنه قد يتسم بالصدفة أو العرضية⁽³⁴⁾، وبالتالي لا يراعي مصلحة المستهلك باعتباره الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية⁽³⁵⁾.

الخاتمة

يتبين من خلال ما سبق أن مبدأ سلطان الإرادة وإن كان يحقق مصالح الأطراف المتعاقدة كونه يمنحهم حرية اختيار القانون الذي يحكم عقدهما، إلا أن هذا لا يصدق سوى في حالة تساوي المتعاقدين من حيث مركزهما، أما بالنسبة لعقود الاستهلاك فلا يحقق سوى مصلحة الطرف المذعن الذي يملئ شروطه بما فيها اختيار القانون الواجب التطبيق.

أما فيما يتعلق بضوابط الإسناد الاحتياطية الجامدة والمتمثلة في الموطن المشترك أو الجنسية المشتركة ومحل إبرام العقد، فهي كذلك قد لا تحقق أية مصلحة للمستهلك، لأن الموطن المشترك أو الجنسية المشتركة قد لا يتحقق في أغلب الأحيان ويبقى الغالب هو تطبيق قانون محل الإبرام الذي قد لا تكون له أية مصلحة بالمتعاقدين أو بالمستهلك على وجه الخصوص.

لهذا لا بد من تدخل تشريعي بوضع قاعدة تنازع ذات طابع مادي تخص عقود الاستهلاك الدولية تتضمن عدة ضوابط إسناد على سبيل التخيير حسب مصلحة المستهلك، فيطبق القاضي القانون الذي يقدم أكبر حماية للمستهلك.

- قائمة المراجع :

أولاً : المراجع باللغة العربية :

- 01- كمال فهمي، أصول القانون الدولي الخاص، الإسكندرية، 1955.
- 02- موحد إسعاد، القانون الدولي الخاص، الجزء الأول: قواعد التنازع، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1989.
- 03- ممدوح عبد الكريم، القانون الدولي الخاص (الأردني والمقارن)، الجزء الأول، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 1998.
- 04- حسن الهداوي، القانون الدولي الخاص، تنازع القوانين، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 1997.
- 05- عز الدين عبد الله، القانون الدولي الخاص، الجزء الثاني، تنازع القوانين وتنازع الاختصاص القضائي الدوليين، الطبعة التاسعة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1986.



- 06- هشام علي صادق حفيظة السيد حداد، دروس في القانون الدولي الخاص، الكتاب الثاني، تنازع القوانين، دار المطبوعات الجامعية، مصر، 2003.
- 07- حفيظة السيد حداد، الموجز في القانون الدولي الخاص، الكتاب الأول: المبادئ العامة في تنازع القوانين، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، الطبعة الأولى، 2005.
- 08- طرح البحور علي حسن فرج، تدويل العقد، منشأة المعارف بالإسكندرية، مصر، 2000.
- 09- أحمد عبد الكريم سلامة، قانون العقد الدولي، مفاوضات العقود الدولية-القانون الواجب التطبيق وأزمته، دار النهضة العربية، القاهرة، ط1، 2001.
- 10- خالد خليل، حماية المستهلك في القانون الدولي الخاص، رسالة دكتوراه، جامعة حلوان، مصر، 2002.
- 11- أبو العلا النمر، حماية المستهلك في العلاقات الخاصة ذات الطابع الدولي، ط1، دار النهضة العربية، القاهرة، 1998.
- 12- أحمد الهواري، حماية العاقد الضعيف في القانون الدولي الخاص، دار النهضة العربية، القاهرة، 1995.
- 13- هشام صادق، القانون الواجب التطبيق على عقود التجارة الدولية، منشأة المعارف بالإسكندرية، 1995.

ثانيا : المراجع باللغة الفرنسية:

- 01- Batiffol, les conflits des lois en matière de contrats, Paris, 1938
- 02- Perez-Berra (J-A), dispositions impératives et lois de police dans la convention de Rome du 19 juin 1980 sur la loi applicable aux obligations, Revue Hellénique, 1982-83, N1, P23.
- 03- Foyer, l'avant projet de convention CEE sur la loi applicable aux obligations contractuelles, JDI/1976, P604.
- 04- Giuliano (Mario), la loi d'autonomie: Le principe et sa justification théorique, RDIP, 1979/2, P217 et s.
- 05- Pierre Mayer, droit international privé, 5^{em} éditions, Montchrestien, E.J.A., paris, 1994, N°735, P480.
- 06- Batiffol, traité élémentaire de droit international privé, 4^{eme} édition, paris, 1967.
- 07- Niboyet, traité de droit international privé français, la territorialité et l'extraterritorialité, 1^{ere} ed., paris, 1948.
- 08- Leclerc (F), la protection de la partie faible dans les contrats internationaux (étude de conflits des lois), T1, Strasbourg, 1995, P365.

-الهوامش :

- (1) Cette doctrine est citée par: Batiffol, les conflits des lois en matière de contrats, Paris, 1938, N°77.



- وانظر في تأييد لهذا الاتجاه: كمال فهمي، أصول القانون الدولي الخاص، الإسكندرية، 1955، ف416.
- (2) أنظر: كمال فهمي، مرجع سابق، ف415-416.
- (3) Perez-Berra (J-A), dispositions impératives et lois de police dans la convention de Rome du 19 juin 1980 sur la loi applicable aux obligations, Revue Hellénique, 1982-83, N1, P23.
- (4) Foyer, l'avant projet de convention CEE sur la loi applicable aux obligations contractuelles, JDI/1976, P604; Giuliano (Mario), la loi d'autonomie: Le principe et sa justification théorique, RDIP, 1979/2, P217 et s.
- (5) Pierre Mayer, droit international privé, 5^{em} éditions, Montchrestien, E.J.A., paris, 1994, N°735, P480.
- (6) موحد إسعاد، القانون الدولي الخاص، الجزء الأول: قواعد التنازع، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1989، ص370، ممدوح عبد الكريم، القانون الدولي الخاص (الأردني والمقارن)، الجزء الأول، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 1998، ص182.
- (7) Pierre Mayer, op. cit., N°736, P481.
- (8) Batiffol, traité élémentaire de droit international privé, 4^{ème} édition, paris, 1967, N°596; V. dans le même sens: Niboyet, traité de droit international privé français, la territorialité et l'extraterritorialité, 1^{ère} ed., paris, 1948, P98.
- وانظر في الفقهاء: حسن الهداوي، القانون الدولي الخاص، تنازع القوانين، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 1997، ص156؛ موحد إسعاد، مرجع سابق، ص370-371؛ ممدوح عبد الكريم، مرجع سابق، ص182.
- (9) Batiffol, op. cit., N°597.
- وانظر أيضاً في الأخذ بهذا الرأي: موحد إسعاد، مرجع سابق، ص371؛ حسن الهداوي، مرجع سابق، ص176؛ عز الدين عبد الله، القانون الدولي الخاص، الجزء الثاني، تنازع القوانين وتنازع الاختصاص القضائي الدوليين، الطبعة التاسعة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1986، ص473.
- (10) تنص المادة 18 فقرة 01 مدني جزائري على ما يلي: "يسري على الالتزامات التعاقدية القانون المختار من المتعاقدين إذا كانت له صلة حقيقية بالمتعاقدين أو بالعقد".
- (11) تنص المادة 17 فقرة 02 مدني جزائري على ما يلي: "يسري على الحياة والملكية والحقوق العينية الأخرى قانون موقع العقار. ويسري على المنقول المادي قانون الجهة التي يوجد فيها وقت تحقق السبب الذي ترتب عليه كسب الحياة أو الملكية أو الحقوق العينية الأخرى، أو فقدها".
- (12) موحد إسعاد، مرجع سابق، ص371؛ عز الدين عبد الله، مرجع سابق، ص474.
- (13) هشام علي صادق حفيظة السيد حداد، دروس في القانون الدولي الخاص، الكتاب الثاني، تنازع القوانين، دار المطبوعات الجامعية، مصر، 2003، ص379.
- (14) عز الدين عبد الله، مرجع سابق، ص475 هامش رقم 02؛ حفيظة السيد حداد، الموجز في القانون الدولي الخاص، الكتاب الأول: المبادئ العامة في تنازع القوانين، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، الطبعة الأولى، 2005، ص398-399.
- (15) Batiffol, op. cit., N°607.
- (16) Batiffol, op. cit., N°608.
- (17) موحد إسعاد، مرجع سابق، ص372-373؛ حفيظة حداد، مرجع سابق، ص400-401.
- (18) Voir: Batiffol, op. cit., N°568.



- (19) أنظر في عرض ذلك: عز الدين عبد الله، مرجع سابق، ص 16 رقم 13.
- (20) أنظر في عرض ذلك: حفيظة السيد حداد، مرجع سابق، ص 363-364.
- (21) عز الدين عبد الله، مرجع سابق، ص 431.
- (22) طرح البحور علي حسن فرج، تدويل العقد، منشأة المعارف بالإسكندرية، مصر، 2000، ص 52.
- (23) Leclerc (F), la protection de la partie faible dans les contrats internationaux (étude de conflits des lois), T1, Strasbourg, 1995, P365.
- (24) أحمد عبد الكريم سلامة، قانون العقد الدولي، مفاوضات العقود الدولية-القانون الواجب التطبيق وأزمته، دار النهضة العربية، القاهرة، ط 1، 2001، ص 274؛ خالد خليل، حماية المستهلك في القانون الدولي الخاص، رسالة دكتوراه، جامعة حلوان، مصر، 2002، ص 130.
- (25) أبو العلا النمر، حماية المستهلك في العلاقات الخاصة ذات الطابع الدولي، ط 1، دار النهضة العربية، القاهرة، 1998، ص 21.
- (26) أحمد الهواري، حماية العاقد الضعيف في القانون الدولي الخاص، دار النهضة العربية، القاهرة، 1995، فقرة 71، ص 88؛ خالد خليل، مرجع سابق، ص 110 وبعدها.
- (27) أحمد الهواري، مرجع سابق، ص 96-97.
- (28) خالد خليل، مرجع سابق، ص 106.
- (29) أبو العلا النمر، مرجع سابق، ص 36؛ أحمد عبد الكريم سلامة، مرجع سابق، فقرة 287، ص 375؛ هشام صادق، القانون الواجب التطبيق على عقود التجارة الدولية، منشأة المعارف بالإسكندرية، 1995، فقرة 518 وبعدها، ص 610 وبعدها.
- (30) أحمد عبد الكريم سلامة، مرجع سابق، فقرة 519، ص 611.
- (31) Batiffol, op. cit., N°580.
- (32) هشام صادق، مرجع سابق، ص 420 وبعدها؛ خالد خليل، مرجع سابق، ص 141.
- (32) عز الدين عبد الله، مرجع سابق، فقرة 133، ص 434.
- (33) خالد خليل، مرجع سابق، ص 145؛ هشام صادق، مرجع سابق، ص 419.
- (34) أحمد عبد الكريم سلامة، مرجع سابق، ص 1103.



المنتج ودوره في حماية المستهلك

مداخلة من تقديم

أ/ جيلالي قالون

قسم العلوم التجارية . جامعة أدرار . الجزائر

~~~~~

مقدمة:

يتمثل دور المنتج في حماية المستهلك من خلال تبنيه لفكرة التوجه بالمستهلك، أو ما يسمى بالتسويق الحديث، والذي لم يظهر إلا بعد المرور بسلسلة من المراحل ساهمت بالكثير من المعطيات في نضوج المفهوم أكثر فأكثر؛ لهذا نحاول من خلال هاته الورقة في المحور الأول سرد مختلف مراحل تطور الفكر التسويقي وعلاقة ذلك بالمستهلك وسلوكه، ثم استنتاج ثمار تبني الفكر التسويقي وأثر ذلك على قضية حماية المستهلك. وفي المحور الثاني نتطرق إلى ذكر بعض مجالات حماية المستهلك و دور المنتج/البائع في ذلك من خلال القرارات التسويقية المحددة للنشاط التسويقي والمتعلقة أساسا بمتغيرات المزيج التسويقي.

أولا: مراحل تطور الفكر التسويقي وتبني قضية حماية المستهلك إن الاهتمام بالمستهلك وسلوكه وضرورة إشباع حاجاته و رغباته، لم يكن وليد الصدفة بل هو نتاج فكر وفلسفة، تطورت فيها المفاهيم المتعلقة بالنشاط التسويقي عبر مراحل زمنية متتالية، تأثرت بفعل ظروف و عوامل ميزت تلك الفترة، فتحدد من خلالها السلوك التسويقي للمؤسسات تجاه المستهلك و سلوكه، وهو ما نحاول إبرازه في الأسطر التالية:

### 1 - مرحلة المفهوم الإنتاجي:

يدور هذا المفهوم على فكرة الوفرة والقدرة، بمعنى أن المستهلك يختار المنتوجات المتاحة على مدى جغرافي واسع والتي يمكنه دفع ثمنها، وبالتالي يجب على المؤسسة العمل على زيادة الإنتاج وكفاءة التوزيع، ويقوم هذا المفهوم على مجموعة من الفروض:

- الطلب أكبر من العرض وعليه ما يمكن إنتاجه يمكن بيعه.



- الإنتاج هو الوظيفة الأساسية للمؤسسة وعليه يجب زيادته لتخفيض التكاليف.

- المؤسسة تنتج فقط منتجات أساسية معينة؛ أي لا تقوم بإنتاج منتجات متنوعة.

ويلاحظ أنه بالرغم من نجاح تبني هذا المفهوم - وما زالت بعض المؤسسات تنتهج هذا النهج إلى يومنا هذا - بفضل فكرة الإنتاج الواسع في حقبة زمنية معينة، إلا أنه يظهر وكأنها تجربة مخبرية تنجح فقط في ظل توفر بيئة وشروط معينة.

## 2 - مرحلة مفهوم المنتج:

في مرحلة التوجه بالمنتج، ركز المنتجون اهتمامهم على الجودة وكمية المنتجات مع افتراض أن المستهلكين يسعون إلى شراء منتجات جيدة الصنع ومعتدلة السعر، كما كان المديرون ذوو الخلفية الواسعة في مجال التصنيع والهندسة هم الذين يشكلون إستراتيجية المؤسسة<sup>(1)</sup>.

نلاحظ أن هذا التفكير يحتوي على قصور؛ لأنه فعلا قد يكون المنتج جيدا من ناحية المواصفات والخصائص، ولكن من وجهة نظر المؤسسة، وليس من وجهة نظر المستهلك، وهو ما يفسر اهتمام المنتجين بالعمليات الداخلية فقط، إضافة إلى الكفاءة في الإنتاج والتحكم الجيد في التكلفة، فلم تكن هناك حاجة كبيرة للقلق إزاء ما يرغب فيه الزبائن؛ لأن احتياجاتهم كان من السهل التنبؤ بها، إذ أن معظمهم ينفقون جزءا كبيرا من دخلهم على الضروريات.

## 3 - مرحلة المفهوم البيعي:

لقد غيرت الأزمة الاقتصادية في نهاية العشرينات ( فترة الكساد الكبير) المفاهيم السائدة آنذاك، وبعد نجاح الدول المتقدمة في الخروج من نفق هذا الكساد، أصبحت المشكلة الرئيسية للمؤسسات ليس البحث في كيفية الإنتاج بكفاءة، وإنما في كيفية تصريف المنتجات المصنعة.

ولم يكن أيضا المنتج ذو الجودة العالية يمثل وحده ضمان النجاح التجاري، حينها أدرك مسيرو المؤسسات أنه في ظل محيط يتميز فيه الزبائن



بمحدودية الدخل ويكونون أمام خيارات متعددة ؛ فإن الأمر يتطلب مجهودا كبيرا في مرحلة ما بعد الإنتاج، وهو ما جعل هذه المرحلة تتميز:  
- بالاعتماد بشكل كبير على النشاط الترويجي لتصريف المنتوجات التي ترغب المؤسسة في صناعتها.

- أصبحت الحملات الترويجية والإعلانية تمتص جزء كبير من موارد المؤسسات وبالتالي بدأ مسؤولو المبيعات في نيل الاحترام والمسؤولية من إدارة المؤسسة.

وتجدر الإشارة إلى أنه نتيجة لهذه الضغوط الملقاة على عاتق ممثلي المبيعات، تم اللجوء إلى ممارسات أضرت كثيرا بسمعة البيع .  
يمكن القول هنا أيضا، أن إفرازات (ح.ع.1)، وفترة الكساد جعلت الظروف الاقتصادية صعبة للغاية، مما نتج عنه تغيرات في توزيع الدخل، وتغيرت معها أيضا العادات والأنماط الاستهلاكية لدى المستهلكين ؛ مما جعل المؤسسة تفكر في أساليب جديدة لتصريف منتجاتها.  
ويمكن القول إن هذا المفهوم لا يكتب له النجاح كسلوك تسويقي للمؤسسات إلا بتوفر جملة من الشروط . تم استيفائها من خصائص تلك المرحلة . نذكر بعضها كما يلي<sup>(2)</sup> :

- تتبنى المؤسسات هذا السلوك عندما يزداد العرض على الطلب.  
- المستهلك له ميل طبيعي لعدم شراء الأشياء الخارجة عن إطار ضرورياته.  
- لمقاومة هذا الميل فإنه من المنطقي اتباع أساليب محفزة من شأنها أن تعمل على إغراء المستهلكين بالشراء.

كما يمكن القول إنه نتيجة لشح الموارد واتساع العرض فإن فرصة الاختيار أصبحت ممكنة، وبالتالي و بعد فترة معينة لا يمكن الاستمرار في محاولات الإقناع لشراء منتوجات قد لا يحتاج إليها ولا يرغبها المستهلك. مما مهد لظهور المفهوم التسويقي.

#### 4 - المفهوم التسويقي:

بالرغم من زيادة الطلب على السلع بعد (ح.ع.2)، حيث قامت المصانع بإنتاج كميات هائلة من السلع حتى فاق العرض الطلب بكثير؛ الأمر جعل



بعض المؤسسات تستتجد ببعض الممارسات المعروفة في مرحلة المفهوم البيعي،  
لكن و نظرا لكون:

- المستهلك أصبح أقل رغبة في الاقتناع.

- فترات الحرب التي قضاها معظم الناس خارج أوطانهم غيرت نظرتهم  
إلى الواقع، وجعلت منهم أكثر نضجا وإلما بما تتطلبه الحال.

- بسبب خبرة المستهلك المتراكمة و المتزايدة ؛ جعلت منهم أكثر معرفة  
وأقل سذاجة و تأثرا بالإعلانات.

- تمتعهم بمزيد من الاختيارات نتيجة للتكنولوجيا التي طورت أثناء  
الحرب.

حينها أدركت العديد من المؤسسات أنه لإعادة الطاقة المتعطلة للعمل ،  
فهي بحاجة إلى توفير ما يرغبه المستهلكون، حيث تحدد المؤسسة احتياجات  
المستهلكين ليتم بعدها التخطيط للأنشطة الأخرى للمؤسسة.

ويعتمد المفهوم التسويقي في تطبيقه على ثلاث معتقدات أساسية:

- يجب أن تكون كل التخطيطات والعمليات ذات توجه نحو الزبون ؛ أي أن  
كل قسم وكل موظف في المؤسسة يجب أن يركز على احتياجات الزبون.

- وجوب تصميم منظومة لدمج وتنسيق الجهود التسويقية بطريقة  
مترابطة ومتناسقة ( منتج، سعر، توزيع، ترويج ) هذا من جهة، ومن جهة  
أخرى، تنسيق ودمج هذه الجهود التسويقية ( الأنشطة ) مع الوظائف  
الأخرى للمؤسسة .

- اعتبار أن التسويق المنسق الموجه نحو الزبون هو الشرط الأساسي  
لتحقيق أهداف المؤسسة، ألا وهو الربح في الأجل الطويل.

وقد أشار (Théodore levitt) - الذي يرجع له الفضل في التفرقة بين  
المفهومين البيعي والتسويقي - إلى أن المؤسسات ذات التوجه التسويقي تعمل  
على خلق منتجات وخدمات قادرة على تحقيق رضا الزبائن، وأن ما يتم  
عرضه لا يخص فقط المنتجات والخدمات لذاتها ، لكن أيضا طريقة  
وضعها في متناول الزبائن من حيث الشكل والتقديم وشروط البيع.

وأيضا، أن ما يتم تقديمه من طرف المؤسسة يتم تحديده من طرف  
المستهلك، وليس من طرف المنتج، وهذا الأخير يقوم بالحصول على المعلومات



من عند المستهلك ليترجمها في شكل منتجات وخدمات، وهذا كله بفضل التسويق الذي ينطلق من المستهلك باتجاه المنتج وليس العكس<sup>(3)</sup>.

أيضا من الأمور الهامة - بل نعتبره شرطا أساسيا - لنجاح تطبيق المفهوم التسويقي هو ضرورة توافر اتجاهات ايجابية من جانب إدارة المؤسسة واستعدادها لتبني هذه الفلسفة و واقتناعها بأن المستهلكين الحاليين والمحتملين يمثلون حجر الزاوية لاتخاذ القرارات عامة و التسويقية خاصة.

ومع ارتفاع حدة المنافسة بين المؤسسات وخروجها من المحلية إلى العالمية بفعل اتفاقيات الشراكة، وتوصيات منظمة التجارة العالمية، وزيادة ضغط القيود و القرارات الحكومية، أصبح من الضروري على هذه المؤسسات أن تغير اتجاهها وتركيز تخطيطها على اهتمامات المستهلكين، وهو ما يظهر من خلال السياسات والممارسات التسويقية، التي يعود أثرها بالإيجاب على المؤسسة (رضا الزبون والاحتفاظ به طويلا)، وعلى المستهلك (الحصول على منتجات وخدمات قادرة على إشباع حاجاته، الحصول على حقوقه).

فلقد أوضحت نتائج دراسة أجراها (Darling) في كل من كينيا، نيجيريا، تنزانيا، زامبيا أن المؤسسات التي تطبق فعلا المفهوم التسويقي وتأخذ به كفلسفة إدارية، أثر ذلك إيجابا نحو بعض الممارسات التسويقية مثل: حقوق المستهلك، والإعلان، وخدمة الزبائن...الخ.

كما قام ( شريف أحمد شريف ) بدراسة تهدف إلى تحديد انعكاسات قبول مديري التسويق لفلسفة التوجه بالمستهلك على ثلاث سياسات وممارسات تسويقية هامة وهي: الإعلان، خدمة الزبائن، حقوق المستهلكين. فكانت نتائج الدراسة كما يلي<sup>(4)</sup>:

- اتجاهات مجموعة المديرين الأكثر قبولا لفلسفة التوجه بالمستهلك كانت أكثر إيجابية؛ إذ تعتبر أن الإعلان يعد مصدرا موثوقا فيه للمستهلك، وأنه ليس إسرافا، وأن المستهلكين لديهم ثقة أكبر في المنتجات التي يعلن عنها، كما يرون بأنه ذو وظيفة اقتصادية هامة، ويعمل لصالح المستهلك.

- أما بالنسبة لخدمة الزبائن، فقد اعتبرت مجموعة المديرين الأكثر قبولا لفلسفة التوجه بالمستهلك، بأنها تعد من الأولويات الواضحة، والهامة في



جميع إدارات المؤسسات، وأن تقديم خدمة متميزة للزبائن يعتبر سر النجاح في مواجهة المنافسة.

- بالنسبة لحقوق المستهلكين، فقد أظهرت نتائج الدراسة أن مجموعة المديرين الأكثر قبولاً لفلسفة التوجه بالمستهلك، كانت ترى بأن المنتجين يهتمون بشكاوى المستهلك، وأن معظمهم يعملون وفقاً لفلسفة أن المستهلك دائماً على حق، وأن المسابقات التي يقومون بها لتشجيع المستهلكين على شراء منتجاتهم عادة ما تكون صادقة، والإعلان يركز على منافع المنتج ومزاياه أكثر من تركيزه على الخصائص الفنية للمنتج وكيفية إنتاجه، أما فيما يخص الأسعار المرتفعة وغير المناسبة فقد أرجعوها إلى الوسطاء الذين يبالغون في الأرباح التي يحصلون عليها.

وقد توصل كل من (Yavas&Alessandra) في دراسة أجريت في تركيا إلى نتائج مماثلة للدراسة الأولى.

وعليه، إذا كنا قد قلنا سابقاً بأنه من بين الأسباب التي أدت إلى ظهور فكرة حماية المستهلك هو الفشل والقصور في تطبيق المفهوم الحديث للتسويق، مما أدى إلى بعض الممارسات التسويقية الخاطئة، فإن دور المنتج في حماية المستهلك يتمثل في العودة إلى الأخذ بالمفهوم الحديث للتسويق عند التخطيط للأنشطة التسويقية.

- بالنسبة للجزائر: فقد كانت هناك العديد من البحوث الميدانية التي أجريت في هذا الشأن وكانت آراؤها متباينة ومنها نذكر:

♦ ففي دراسة ميدانية قام بها الدكتور تشوار خير الدين حول: البحوث التسويقية وواقعها في المؤسسة الجزائرية (Couvertex, soitex) وجد:

عدم وجود وظيفة تسويقية بأتم معنى الكلمة، وما يوجد سوى مصلحة تجارية تقوم بعمليات البيع والشراء، وما يتم إنتاجه من منتجات فيتم دون الاعتماد على نتائج بحوث التسويق للتعرف على أذواق ورغبات المستهلكين<sup>(5)</sup>.

♦ وفي بحث ميداني آخر قام به الباحث (رجال سليمان) حول: التوجه التسويقي لمسيرى المؤسسات المتوسطة والصغيرة للقطب الاقتصادي لناحية





عناية وعددها 20 مؤسسة موزعة بين القطاع العام والخاص، مختصة في الصناعة، الخدمات، صناعة غذائية، التكنولوجيات الحديثة، وجد بأن: حوالي 45 % من مسيري المؤسسات لهم مقاربة معرفية فيما يتعلق بالنشاط التسويقي، لكنهم أبدوا سلبية كبيرة من الممارسة التسويقية والعلاقة مع الزبائن، فهم يرونه بأنه عمل متعب ومضني؛ لهذا قاموا بإسناده إلى أعوان البيع<sup>(6)</sup> !!

♦ كما يرى أيضا كل من الباحثين: ( ساهل سيدي محمد و بودي عبد القادر): أنه بالرغم من التجربة المتواضعة لخمس مؤسسات في إدراج الأداة التسويقية للتعامل مع السوق من خلال متغيرات المزيج التسويقي، إلا أن الظروف الاجتماعية والاقتصادية تصعب من تطبيق المفهوم التسويقي في الدول النامية والجزائر. كما أن السوق الجزائرية تفتقر إلى بعض المهن والتخصصات التي يتطلبها التعامل الاقتصادي مثل الممارسات الإعلانية والترويجية<sup>(7)</sup>.

♦ وكذا في بحث قام به السيد عمرون صديق حول الممارسات التسويقية في الجزائر، وجد كنتيجة أولية: أن كل المؤسسات لها إدراك بأهمية ودور التسويق، وضرورة اللجوء إليه كخيار لا مفر منه، لكن في نفس الوقت وجد بأن مؤسستين فقط من استطاعت تقديم تعريف صحيح لمفهوم التسويق، أما الأخرى فما زالت لا تفرق بينه وبين ترويج المبيعات والإعلان. كما لاحظ أن بعض المؤسسات لا تفرق بشكل صحيح بين بعض التقنيات التسويقية ( تخفيض في السعر، بيع التصفية، رعاية، بيع الصولد). فحتى ولو أن هذه المؤسسات تطبق بعض تقنيات التسويق، إلا أنها غير مهيكلية، كما أن المسيرة التسويقية غير موجودة تماما<sup>(8)</sup>.

وبصفة عامة يرى الدكتور سويسبي عبد الوهاب أن: الفكر التسويقي في الوطن العربي لم يتبلور بعد بالشكل الكافي وهو راجع حسب رأيه إلى عدم إجراء بحوث تسويقية على أسس علمية في مجالات تجزئة السوق ودراسة حاجات المستهلك، وما يوجد من ممارسات تسويقية هو عبارة عن إسقاطات لما يطبق في الخارج لكن دون مراعاة الاختلافات الجوهرية بين المستهلك العربي والمستهلك الأجنبي<sup>(9)</sup>.



وهو ما ذهب إليه الباحث طارق زيدان، الذي يرى بأن: هناك قصور وعدم كفاءة في الأداء التسويقي في بعض مؤسسات الوطن العربي وهو غير قادر على مواجهة التحديات المتسارعة؛ لهذا يؤكد على ضرورة الاهتمام بالعنصر البشري باعتباره المحك الرئيسي لنجاح أو فشل العملية التسويقية ولتعزيز الموقع التسويقي في بيئة متسارعة الأحداث لهذا يؤكد على أهمية التدريب المستمر لاكتساب المهارات والمعارف اللازمة لإتقان الوظيفة<sup>(10)</sup>.

#### 5. المفهوم الاجتماعي للتسويق:

لم يمر وقت طويل على تقبل المفهوم التسويقي على نطاق واسع، بصفته اتجاها مقبولا وشائعا في مجال الأعمال، قبل أن يبدأ في التعرض لانتقادات حادة؛ كونه يتجاهل المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة.

فبالرغم من أن المفهوم التسويقي يمكن أن يساعد المؤسسات على تحقيق أهدافها، وإرضاء زبائنهم، إلا أنه في نفس الوقت قد يشجع على أساليب وسلوكيات قد تتعارض مع اهتمامات المجتمع.

ونتيجة لعدة ضغوطات، وبروز عدة شعارات منادية بحماية البيئة، وتحقيق التنمية المستدامة، وزيادة الضغط على الموارد الطبيعية، وارتفاع تكلفة الطاقة، وارتفاع مستوى التلوث، وتغير دور الحكومات، والانفجار السكاني المذهل، والقصور في توفير الخدمات الاجتماعية، وتفاقم مشكلة الفقر والبطالة... الخ.

كل هذا عجل في بروز المفهوم الاجتماعي للتسويق، أو ما يسمى بالتسويق من منظور اجتماعي؛ الذي ما هو في حقيقة الأمر إلا اعتراف. بجزء فقط. بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة.

حيث يقوم هذا المفهوم على فكرة بسيطة مفادها: أن المؤسسة يجب أن تدرك أن السوق الخاصة بها لا تشتمل على من تستفيد مباشرة من منتجاتها فقط (المشتري)، لكنها أيضا تشتمل على كل شخص يتأثر تأثيرا مباشرا بعملياتها (الأثر الكلي لمجموع القرارات التسويقية في المجتمع).

وعليه، فتبني هذا المفهوم يعبر عن الهدف الأسمى للنشاط التسويقي الذي هو تحقيق هدف جودة الحياة. ويقوم هذا المفهوم على عدة أبعاد<sup>(11)</sup> :  
- تقديم منتجات وخدمات تلبي حاجة ورغبات المستهلكين.



- تحقيق المؤسسة لأهدافها (الربح) من خلال تقديم و بطريقة تحقق الرفاهية وجودة الحياة لكل من المستهلك والمجتمع . وهو ما يمكن تمثيله من خلال الشكل التالي:

الشكل: ( 1 ) الأبعاد الثلاثة للتسويق المجتمعي

المجتمع  
( الرفاهية وجودة الحياة للمواطن والمجتمع ككل )



المؤسسة ( الأرباح )      المستهلك ( إشباع الحاجات )

[ مصدر: عايدة نخلة رزق الله وآخرون ، مرجع سبق ذكره ، ص 24 ]

باختصار نقول إنه إذا كان هدف المؤسسة هو الميل إلى زيادة أرباحها - وهو من حقها - فيجب عليها في نفس الوقت حل معادلة المجتمع التي هي طرف فيها ، بمعنى: أي زيادة في استهلاك المنتوجات والخدمات من قبل الأفراد الذي سيؤدي حتما إلى أرباح المؤسسات ( الطرف الأول للمعادلة) ، يؤدي إلى زيادة حاجة الأفراد و المجتمع و البيئة إلى حماية من تلك المنتوجات والخدمات وما يخلفه استهلاك تلك الزيادة.

وعليه ، إذا كنا قد قلنا سابقا بأنه من بين الأسباب التي أدت إلى ظهور فكرة حماية المستهلك هو الفشل والقصور في تطبيق المفهوم الاجتماعي للتسويق ، مما أدى إلى بعض الممارسات التسويقية الخاطئة ، فإن دور المنتج في حماية المستهلك يكمن في العودة إلى الأخذ بالمفهوم الاجتماعي للتسويق عند التخطيط للأنشطة التسويقية.

نستنتج مما سبق أن التزام المؤسسات بالمسؤولية الاجتماعية ، وأخذ البعد الاجتماعي في السياسات والممارسات التسويقية هو توسيع لمفهوم حماية المستهلك.

بعد تعرضنا المبسط لمختلف المفاهيم المتعلقة بتطور الفكر التسويقي ، ومختلف المعتقدات التي يركز عليها كل مفهوم ، خاصة فيما يتعلق بنظرة كل مفهوم إلى المستهلك وسلوكه ، يمكننا ذكر بعض الاستنتاجات:



- لقد كانت الظروف المحيطة في كل فترة هي المحدد الرئيسي لأهم معتقدات كل فلسفة تسويقية.

- نتيجة لتطور وتغير الظروف البيئية السائدة في كل مرحلة، جعلت الفكر التسويقي لا يتلاءم كثيرا مع متطلبات تلك المرحلة ؛ مما تحول التفكير في البحث عن مفاهيم أخرى أكثر ملائمة.

- كل مفهوم تسويقي في كل مرحلة استفاد من أخطاء المفهوم السابق ليتخلص منها ويبني أسسه على أفكار أكثر واقعية.

- نظرة كل مفهوم إلى المستهلك لم تكن بنفس الأهمية، وبنفس الاتجاه، حيث لم نلمس الاهتمام بالمستهلك ورضائه وسلوكه إلا في مرحلة المفهوم التسويقي والاجتماعي؛ حيث يعتبر أن نجاح المؤسسة يعتمد بالأساس على دراسة وفهم رغبات المستهلكين وحاجاتهم ومن ثم إعداد برامج تسويقية ملائمة.

ثانيا : مجالات حماية المستهلك من خلال القرارات التسويقية المتعلقة بمتغيرات المزيج التسويقي

نحاول في هاته النقطة تسليط الضوء على أثر التوجه بالمستهلك من طرف المؤسسات وأثر ذلك على حماية المستهلك ، من خلال عرض أهم الوظائف التسويقية ذات الارتباط الوثيق بموضوع حماية المستهلك.

إن المفهوم الحديث للتسويق يركز على المستهلك، إذ يجعل منه نقطة البداية التي تنطلق منها كل الأنشطة التسويقية، كما يجعل منه نقطة النهاية التي تعود إليها الأنشطة التسويقية والتي تتمثل في الوفاء باحتياجاته ورغباته والعمل على إرضائه.

ويمكن تبين بعض القرارات المتعلقة بمتغيرات المزيج التسويقي المحدد لنشاط المؤسسة في الجدول التالي:



جدول (1): مكونات المزيج التسويقي ومجالات القرارات المتعلقة بها

| مكونات المزيج التسويقي | مجال القرارات                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| المنتج                 | <ul style="list-style-type: none"><li>- قرارات متعلقة بتصميم السلعة ( من حيث الشكل، والذوق، والطراز، والحجم، والوزن، والمقاس، والطعم...الخ ).</li><li>- قرارات متعلقة بالمزيج السلعي وخط المنتجات</li><li>- اختيار التعبئة، التغليف، البيانات التي توضع عليه</li><li>- اختيار العلامة ( لكل سلعة أو لكل خط منتجات ).</li><li>- قرارات متعلقة بالخدمات المصاحبة للسلعة ( خدمات ما بعد البيع...)</li><li>- الضمان المقدم للمستهلك</li><li>- طريقة تقديم سلعة أو سلعة جديدة</li><li>- برنامج البحث والتطوير</li></ul> |
| السعر                  | <ul style="list-style-type: none"><li>- تحديد مستوى السعر، الأسعار الخاصة و إجراءات و طرق تغيير السلع، شروط الدفع والائتمان، والبيع بالتقسيط، تحديد مختلف أنواع الخصومات</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| التوزيع                | <ul style="list-style-type: none"><li>- اختيار قنوات التوزيع، طرق اختيار أحسن وسيط أو وسطاء، توزيع مسؤوليات النقل وتخزين السلع التامة الصنع، تجهيز الطلبات، ومراقبة المخزون...الخ</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| الترويج                | <ul style="list-style-type: none"><li>- قرارات متعلقة بالإعلان، الميزانية المخصصة، الرسالة الإعلانية الواجب توصيلها إلى المستهلك والوسطاء و المجتمع.</li><li>- قرارات خاصة بالقوة البيعية، تنشيط المبيعات، والنشر، والعلاقات العامة، والتسويق المباشر</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                    |

René Y. DARMON et al, le marketing : fondements et applications, 3eme édition, MC graw-Hill, éditeurs, Montréal, 1986, p34

من الجدول السابق نرى بأن المزيج التسويقي يجب أن يتم بناؤه على أساس سلوك المستهلك وهذا على النحو التالي<sup>(12)</sup>:

- قرارات متعلقة بالمنتج : وذلك أن المعرفة الجيدة للخصائص والصفات التي يرغبها المستهلك في المنتج، تمكن رجل التسويق من تصميم هذا المنتج لتتاسب الصفات المرغوبة.



- قرارات متعلقة بالسعر: يجب تحديد الأسعار التي تناسب ظروف المستهلك وقدرته على الدفع، للحصول على ما يحتاجه من السلع والخدمات.  
- قرارات متعلقة بالتوزيع: وذلك بإعداد نظام توزيعي فعال يسمح بتوصيل السلع والخدمات إلى المستهلك في الوقت والمكانين المناسبين، وبالكميات المناسبة.

- قرارات متعلقة بالترويج: وذلك بإعداد مزيج ترويجي ملائم ( إعلان، تنشيط مبيعات، علاقات عامة... الخ ) يستطيع إقناع المستهلك الحالي والمحتمل على الإقبال على السلع والخدمات.

مما سبق نتساءل : أنه إذا كان الفكر التسويقي يقتضي أن تقوم المؤسسات بإعداد مزيجها التسويقي وفقا لسلوك المستهلك - وهو كفيل بأن تحقق به النجاح التجاري - فلماذا لا تكون هذه القرارات المتعلقة بالمزيج التسويقي، والتي تحدد الممارسات التسويقية، مجسدة أيضا للحقوق المشروعة للمستهلك بالمفهوم الواسع<sup>5</sup>.

سؤال نحاول الإجابة عنه بتصوير دور و مساهمة المنتج/البائع في حماية المستهلك من خلال القرارات السابقة المتعلقة بالممارسات التسويقية.

#### 1 - مجالات متعلقة بالمنتج :

أ - يجب مراعاة أن ما يتم عرضه يكون مطابقا لما جاءت به نتائج بحوث التسويق من حيث ضرورة توفر مستويات كافية من الأمان والسلامة عند تصميم وتشكيل المنتج، والتي على ضوءها تتحدد المواد الأولية اللازم استعمالها، طرق التصنيع المستخدمة، مستوى الجودة المطلوبة، ولكل ذلك صلة بحماية المستهلك، من استخدام خامات رديئة أو ضارة، أو وضع تصميم للسلعة لا يوفر الأمان عند استخدامها و تشغيلها، أو تحقيق مستويات الجودة المطلوبة<sup>(13)</sup>.

ولتحقيق هذا الغرض يجب اتباع المقاييس الوطنية والدولية، أو حتى مقاييس المؤسسة، لأنها هي القادرة على تحديد المواصفات، الأبعاد، الأشكال، الخواص، طرق التشغيل، مستويات كافية من الجودة، وكذا المواد التي تدخل في تكوين المنتج، وتشمل أيضا المصطلحات والرموز وطرق الاختيار وطرق أخذ العينات والتغليف ووضع بطاقة البيان... الخ<sup>(14)</sup>.



وكل ما يلزم لكي يؤدي المنتج الغرض من إنتاجه ، وبما يضمن أمانة وسلامة المستهلك عند استخدام المنتج أو الخدمة ، إضافة إلى أن هذه المقاييس تحد من حالة تعدد المنتجات بمواصفات مختلفة ومتباينة مما يؤدي إلى حيرة وارتباك المستهلك وتردده في الشراء.

ب - و فيما يتعلق بالقرارات المتعلقة بخط المنتجات ومزيج المنتجات ، يمكن القول إن الاتساع والعمق في خط المنتجات شيء مطلوب ، شرط أن لا يكون هذا التنوع ظاهريا في السلع والخدمات دون تضمين هذا التنوع أية مزايا جديدة في تلك المنتجات ، فهذا التنوع يجب أن يعبر عن الاستفادة من التطورات التكنولوجية والاختراعات الفنية التي تأتي باستمرار بمنافع جديدة في المنتجات.

ونحن نرى بأن الالتزام بالتنوع هو إقرار لحق المستهلكين في الاختيار، لكن في نفس الوقت، العدد الهائل من المنتجات المتنوعة يزيد من الحاجة إلى المعلومات والإرشاد حتى يتمكن المستهلك من اتخاذ قرارات شراء سليمة. ج - بالنسبة للتغليف والتعبئة: يعطي المستهلك اهتماما كبيرا للغلاف ؛ نظرا للمنافع الكثيرة التي يتوقع أن تؤديها وظائف الغلاف ، والتي يجب أن تأخذها المؤسسة بعين الاعتبار عند إعداد استراتيجيته التعبئة والتغليف ، فالمستهلك يرغب في أن يحافظ الغلاف على المنتج من التلف أو أقل قابلية للتلف بفعل التبخر أو الانسكاب أو الفساد ، ويبقيه نظيفا ، وفي شكل مقبول ، وعدم تعرضه للتلوث ، وتغيير في الذوق واللون بالإضافة إلى تسهيل عملية النقل والتخزين ، كما يجب أن يسهل من عملية استخدام المنتج بسهولة وفقا للكميات المطلوبة ، كما أن شكل الغلاف يعد ضروريا لتسهيل تمييز المنتج عن المنتجات البديلة.

كما يرغب المستهلك كثيرا في الحصول على عبوات تجمع بين خاصية سهولة الفتح عند الاستعمال و الغلق المحكم لمنع محاولات الأطفال فتح مثلا علب الأدوية وبعض المنتجات الخطيرة أو الضارة.

كما أن التعبئة الجيدة التي يقدمها المنتج للغلاف أو التعبئة تمنع العبث بالمنتجات في المخازن أو في محلات البيع بالتجزئة.



كما يجب على المنتج استخدام عبوات مختلفة الأحجام نظرا لاختلاف وعدم تجانس المستهلكين من حيث: القدرة الشرائية، حجم العائلة، نوع المشتري... الخ.

إضافة إلى ضرورة احتوائه على معلومات ترشد المستهلك وتسهل عملية اتخاذ القرار الشرائي (البيع، كيفية الاستعمال، عمر السلعة، طريقة الفتح والغلق، كيفية تخزينها... الخ) <sup>(15)</sup>.

إضافة إلى وظيفة حماية البيئة: كعدم الإضرار بطبقة الأوزون، وتلويث البيئة، إضافة إلى ضرورة توفره على خاصية القابلية للتدوير أو الانحلال الحيوي بنسبة كبيرة.

د - التمييز: يعتبر التمييز وسيلة هامة تتبعها المؤسسات لتحديد ما تقدمه للسوق من منتجات وتمييزها عن منتجات المنافسين، وأيضا التمييز بين منتج وآخر لنفس المؤسسة، ويتم تمييز المنتجات من خلال عدة أدوات هي: العلامة التجارية، الاسم التجاري، الشعار... الخ.

فيما يخص العلامة التجارية، قد تكون اسما أو لفظا أو رمزا أو تصميميا أو صورة تستخدم للتعرف على منتج معين / خدمة وتمييزه عن غيره من المنتجات المنافسة ويجب أن تتمتع بحماية قانونية، وتحقق العلامة التجارية عدد من المنافع للمستهلكين أهمها <sup>(16)</sup>:

- سهولة التعرف على المنتج، وبالتالي تسهيل عملية التسوق والشراء، وعلاج ضعفه من ناحية شراء السلع التي كثيرا ما لا يعلم من خصائصها الفنية إلا الشيء القليل، والتي يصعب عليه تمييز الجيد منها فيخصه بالشراء المتكرر، فالعلامة التجارية هنا تحقق منفعتين فهي تبين مصدر السلعة، وتضمن للمستهلك تجانس وحدات السلعة التي يتكرر شراؤها.

- التأكد من عدم الاختلاف في المواصفات من وحدة إلى أخرى من نفس المنتج الذي يحمل نفس العلامة، وفي هذا حماية للمستهلك، وينطبق هذا التأكد على الوحدات من نفس المنتج التي تباع في أماكن مختلفة.

- تخضع المنتجات التي تحمل علامات تجارية لتطويرات وتحسينات من وقت لآخر؛ وذلك بهدف تحسين الوضع التنافسي لها في السوق، ولا شك أن المستهلك يستفيد من هذه التطويرات والتحسينات.





- يمكن أن تحقق العلامة التجارية نوعا من الإشباع النفسي للمستهلك والناتج من شعوره بالتميز عن غير ممن لا يستخدمون نفس العلامة. ولتحقيق الفوائد السابقة للطرفين من جهة، ونظرا لانتشار ظاهرة تقليد العلامات التجارية وانتشار ظاهرة الغش التجاري والصناعي؛ فقد خطت غالبية دول العالم خطوات جادة لحماية العلامات التجارية، كون هذه الحماية تدخل في إطار الخطط الهادفة لحماية مصالح المنتجين والمستهلكين في آن واحد، إذ أنه يؤثر على مبيعات المنتج الأصلي - لأنه يظهر عموما منخفض الثمن - وعلى سمعته بسبب رداءة المنتج المقلد، وعلى المستهلك نظرا للمخاطر التي يمكن أن يطرحها هذا المنتج المقلد. وتتم هذه الحماية بتسجيل العلامة التجارية مما يثبت حق ملكيتها وحق استخدامها، وبالتالي الحق في الدفاع عنها. ثم يتوجب الإعلان عنها؛ حيث تقوم الجهات المختصة بإصدار نشرات دورية بالعلامات المسجلة وما يطرأ عليها من تعديل، ولا يتم الاكتفاء بهذا الحد، بل يجب تجديد التسجيل بطلب من مالكها حتى لا تتعرض للشطب والإلغاء من قبل الجهات المختصة. وبهذا الشكل يمكن حماية جهود المبتكرين والموهوبين من العبث والتقليد من قبل الغير، وحماية المستهلك من الغش التجاري<sup>(17)</sup>.

هـ - التبيين: يقصد بالتبيين كتابة البيانات الخاصة بالمنتج، حيث توضع على بطاقة خاصة ( لصيقة ) تلصق وتثبت جيدا بالمنتج أو تنقش على غلافه أو على ذات المنتج، كما يمكن أن تظهر هذه البيانات على ورقة توضع داخل غلاف المنتج، ويشترط فيها أن تكون مرئية وسهلة القراءة، وعموما تشمل هذه البيانات ما يلي:

- بيانات عن مواصفات المنتج، وخصائصه، وتركيبه أو المواد الداخلة فيه، بيانات عن الحجم والوزن أو عدد الوحدات، بيانات عن طريقة الاستخدام أو طرق الصيانة ( الحفظ، التخزين، شروط التخزين... الخ )، بيان الآثار الجانبية أو الأضرار التي قد تتجم عنه.

- بيانات عن المؤسسة المنتجة ودولة الإنتاج، الفرع، وكل طرف مسؤول. كذلك يجب تبيين تاريخ الإنتاج، وتاريخ انتهاء الصلاحية<sup>(18)</sup>.



فالتبيين مصدر هام لمعلومات المستهلك ، والحقيقة أن هذه المعلومات التي قد يقدمها التبيين للمستهلك يكون في أمس الحاجة إليها ، فهي تسمح له بالمقارنة بين البدائل وتسهل عملية اتخاذ القرار الشرائي في ضوء المعلومات حتى يتحقق له الرشد؛ لهذا يجب أن يتحرى الصدق والدقة عند وضعها ، حتى ينظر إليها كأداة لحمايته وترشيده ، لا كأداة لخداعه وتضليله ، خاصة إذا علمنا أن المستهلك ما كان ليشتريها لو كان يعلم المعلومات الكافية عنها قبل الشراء.

ففي دراسة قام بها السيد ( صديق محمد عفيفي) سنة 1977 على عينة عشوائية تتكون من 600 مفردة من مجتمع الكويت ، عن مدى اهتمامهم بقراءة البيانات الخاصة بالسلعة الموجودة على غلافها أو عليها مباشرة من أجل اتخاذ قرار الشراء في ضوء هذه المعلومات ، وجد أن أكثر من ثلاثة أرباعهم يحرصون على قراءة هذه البيانات ، أما الربع الباقي يتضمن نسبة ضئيلة من الأميين الذين لا يستطيعون القراءة وإن رغبوا فيها<sup>(19)</sup>.

و - الالتزام بشروط الضمان: الضمان هو التزام وتعهد من طرف المنتج على صحة المنتج المباع ، فهو بمثابة تأكيد من البائع للمشتري بأن هذا الأخير سوف يحصل على الفوائد والمنافع المتوقعة من المنتج ، هذا من جهة ، ومن جهة أخرى تعهده أيضا عند عدم ملائمته للغرض الذي اشتري من أجله ، أو لوجود عيب فيه على: إصلاحه أو استبداله أو رد ثمنه ، ويكون مجانيا ، وخدمته تكون حسب طبيعة المنتج<sup>(20)</sup>.

ويمكن أن يكون هذا الضمان كتابيا أو شفويا ، صريحا أو ضمنيا ، وتكمن أهميته في حماية المستهلك ؛ كونه يؤدي إلى زيادة ثقة المستهلك في جودة السلعة المباعة ، وعليه يعتبر منحه وسيلة لحماية المستهلك من تعرضه للغش في مستوى الجودة ، أو المغالاة في سعرها ، خاصة إذا كان المنتج جديدا أو ليس للمشتري الخبرة والمعرفة الكافية للحكم على جودة المنتجات ، لكن لا يجب أن يكون هذا الضمان بصيغة يصعب فهم شروط الضمان ، حتى لا تكون سببا لعدم الاستفادة من الحماية التي توفرها الاتفاقية<sup>(21)</sup>.

ي - خدمات ما بعد البيع: نقصد بها أي شيء يفعله المنتج/البائع ، زيادة على تنفيذ أمر البيع؛ من أجل مساعدة المستهلك على استمرار أداء المنتج



بطريقة سليمة مثل: (خدمات التركيب والتهيئة، احتياج المشتري لطريقة تسليم خاصة، وضع مراكز للصيانة: وقائية أو إصلاحية)، الحرص على توفير قطع الغيار اللازمة بالنسبة للسلع المعمرة وبأسعار معقولة لضمان الاستفادة من المنتج لمدة أطول<sup>(22)</sup>.

وكذا فتح قنوات اتصال مباشرة وكافية بين المستهلك ومنتج السلعة لتلقي شكاويهم واقتراحاتهم والإجابة على استفساراتهم (إنشاء مصلحة للمستهلكين بها خط هاتفي مجاني يستغل) للرد على استفسارات المستهلكين الذين يحتاجون إلى معلومات فنية متعلقة بكيفيات التشغيل والاستخدام... الخ.

## 2 - مجالات متعلقة بالسعر:

السعر يمثل القيمة التي يقبل المستهلك دفعها مقابل المنفعة التي تعود من وراء المنتج، والمنفعة تمثل خصائص المنتج، والسعر هو القيمة الاقتصادية لها، وعليه فالسعر يعبر عن التضحية بمبالغ مالية من أجل الحصول على منافع في المنتج، وهو مؤشر عند كثير من المستهلكين على جودة السلعة، خاصة عندما يقدمون على اتخاذ قرارات الشراء في حالة نقص المعلومات عن هذه السلع، وفيما يتعلق بالقرارات المتعلقة بالأسعار ذات الصلة بحماية المستهلك نختصرها في النقاط التالية:

أ - تحديد مستوى الأسعار بطريقة سليمة ودقيقة للمنتوجات والخدمات، والإعلان عنها حتى تسهل عملية المقارنة على المشتري، وتجنب إثارة اللبس حول الأسعار الحقيقية.

ب - إقرار تخفيضات في الأسعار على أساس واقعي (القيام بترويج المبيعات، نظرا لاشتداد المنافسة يقوم المنتج بتخفيض) وليس على أساس مثلا: أن السلعة معيبة أو أنها غير مطلوبة في السوق، أو قد يرجع إلى أن حجم العبوة قد انخفض مع انخفاض السعر، وفي هاته الحالة يجب توضيح ذلك للمستهلك قبل الشراء، وإلا يمكن اعتباره نوعا من أنواع الغش والتدليس على المستهلك.

ج - في حالة إقرار سياسة رفع السعر بطريقة غير مباشرة، فإنه يجب أيضا تهيئة وإخبار المستهلكين قبل الشراء وهذا حتى لا يتفاجأ المستهلكون بذلك، وحتى يفهمون ذلك بأنه تقديرا لأهميتهم وضمانا لولائهم، وإلا اعتبر



أيضا من قبيل الغش، علما أن هناك حالات كثيرة من المستهلكين الذين لا يتمسكون بالحجم الكبير<sup>(23)</sup>.

د - استخدام السعر التمييزي: الذي يقتضي بيع نفس المنتج بسعرين أو أكثر إلى قطاعات سوقية متعددة، بما يتناسب مع خصائصها ( التسعير على أساس الزبائن).

هـ - منح الخصوم بطريقة جدية وهي مرتبطة بالحالة الأولى أين تكون الأسعار المعلن عنها جدية، حتى لا تكون هذه الخصوم الممنوحة للمستهلك صورية.

و - اعتماد وتسهيل عمليات البيع بالتقسيط تيسيرا على المستهلك، لكن لا يجب استغلاله مثل المغالاة في سعر السلع المباعة.

3 - مجالات متعلقة بالتوزيع:

يعبر التوزيع عن مختلف الوظائف التي تهدف إلى إيصال المنتج بعد إنتاجه إلى المستهلك في الوقت والمكان وبالكميات المناسبة، ( تحقيق المنفعة المكانية و الزمنية للمستهلك )، ودور المنتج هنا يمكن أن يأخذ عدة أشكال منها:

أ - العمل على وضع نظم توزيعية فعالة تجعل المنتج متوفرا وسهل الحصول عليه.

ب - اعتماد المسارات القصيرة فيما يخص المنتوجات السريعة التلف، وفي حالة اعتماد القنوات الطويلة تقع مسؤولية المنتج على اختيار الوسطاء ذوي السمعة الجيدة، والتأكيد من التزامهم بأسعار البيع للمستهلك في إطار هوامش الربح المتفق عليها.

ج - التأكد من أن وظيفة النقل توفر فعلا المنفعة المكانية للمستهلك، حيث تنقل السلعة أو الخدمة من أماكن إنتاجها إلى الأماكن التي يفضلها المستهلك، وعليه هناك عدة محطات يمكن فيها أن تؤثر وظيفة النقل في حماية المستهلك بطريقة أو أخرى نذكر منها:

- مدى ملائمة وسيلة نقل السلع من حيث الحجم والمواصفات كاحتوائها على تجهيزات التبريد أو الاحتفاظ بالحرارة أو إحكام الإغلاق.



- مدى ضمان عدم اختلاط المنتجات المنقولة بمواد أو بقايا منتجات أخرى مختلفة في طبيعتها ، حيث سبق وأن حملت على نفس وسيلة النقل ، فهذا من شأنه تلويث المنتجات المنقولة أو تغيير أحد خصائصها .  
- مدى سرعة وسيلة النقل المختارة في توصيل المنتجات المطلوبة في الوقت الذي يفضلها المستهلك ، وبما يضمن عدم تلف وتقدم المنتجات المنقولة .  
د - التأكد من أن وظيفة التخزين - الذي هو أحد محددات العرض - توفر فعلا المنفعة الزمنية ، وذلك بالاحتفاظ بالمنتجات إلى حين وقت حاجة المستهلك إليها ، وعليه يمكن أن تؤثر وظيفة التخزين في أنشطة حماية المستهلك في عدة أمور منها نذكر<sup>(24)</sup> :  
- إمكانية تأثير التخزين على سلامة أو منفعة أو قيمة المنتجات المخزنة .  
- مدى كفاية الاحتياطات الواجب اتخاذها لحماية المنتجات خلال فترة التخزين .

- مدى تعمد تخزين بعض المنتجات بهدف أزمة في المعروض من المنتجات وبالتالي خلق سوق سوداء للسلعة يتيح استغلال المستهلك .  
4 - مجالات متعلقة بالترويج :

تحتاج المؤسسات إلى توصيل المعلومات إلى المستهلكين عن منتجاتها وخدماتها ، بغرض التأثير على سلوكهم الشرائي ومساعدتهم في اتخاذ قرار الشراء ، باللجوء إلى ( 05 ) وسائل تشكل ما يسمى بالمزيج الترويجي (الإعلان ، التسويق المباشر ، ترويج المبيعات ، قوى البيع ، العلاقات العامة) .  
فهو إن صح القول يشكل جزءا من نظام معلومات المستهلك . وعليه نجد أن للمؤسسة المعلنة دور كبير ومهم في ضبط هذه الجهود الترويجية بالقدر الذي يكفل توفير حماية للمستهلك في عدة مجالات وبعده أشكال ، وهو ما نحاول توضيحه كما يلي :

- الإعلان : يعتبر الوسيلة غير الشخصية لتقديم أفكار عن السلع والخدمات بواسطة جهة معلومة مقابل أجر مدفوع ، يهدف إلى توصيل المعلومات إلى أعداد كبيرة من المستهلكين في نفس الوقت عن طريق استعمال وسائل الإعلان العامة ، ويتسم بخاصية اتساع الانتشار .



يهدف المعلن من خلاله إلى: إخبار، أو إقناع، أو تذكير المستهلك، أو يخلق أولويات في ذهن المستهلك عن المؤسسة أو العلامة. ومهما يكن اتجاه التعريفات والكتابات عن الإعلان، فإن الحقيقة الثابتة هي تعاظم أهمية وتأثير النشاط الإعلاني على المستهلك، حيث إن مهمته الأساسية تتمثل في<sup>(25)</sup>:

توفير الوقت والجهد على كل فرد يسعى لمعرفة المعلومات الضرورية والصحيحة عن المنتجات الموجودة في السوق من أجل اتخاذ قرار شراء سليم، بالإضافة إلى أنه يعمل كمرشد اجتماعي يمد أفراد المجتمع بالعديد من النماذج القيمية والسلوكية التي تؤثر في قيم وثقافات الأفراد. ومن أجل تفعيل دور المعلن في حماية المستهلك في مجال الإعلان، فإننا نرى أن أفضل حماية هي الالتزام بمبادئ المدونة الأخلاقية.

- ترويج المبيعات: تشمل المجهودات والأساليب التي تستخدم كحافز مباشر للشراء أو لتجربة منتج ما أو خدمة، يهدف إلى تحقيق تأثير مباشر وقصير الأجل، خاصة عندما يكون هناك انخفاض في مبيعات المؤسسة أو عندما يكون لديها مخزون كبير؛ وهو ما يدعو إلى أن تكون المسابقات التي يقدمها البائعون لتشجيع المستهلكين على الشراء تتسم بالأمانة، وألا تكون التخفيضات في الأسعار وهمية .

- العلاقات العامة: تهدف المؤسسات عموما من خلال مجهودات العلاقات العامة إلى التأثير في الاتجاهات، وتقديم أهداف المؤسسة للجماهير، والتعرف على اتجاهات الجماهير نحو المؤسسة.

وعليه فمسؤولية المؤسسة فيما يتعلق بحماية المستهلك في هذا المجال، تكمن في مواجهة الرأي العام، وتفهمه وتتفاعل معه، قصد التأثير فيه وتطويعه في الاتجاه المطلوب، وإقناعه بقبول بعض مظاهر السلوك الرشيد (حماية البيئة، ترشيد الاستهلاك، تشجيع استهلاك المنتوجات الوطنية، استهلاك المنتوجات الخضراء، تشجيع حب الرياضة، القيام بحملات التشجير واحترام تعديل أنماط الاستهلاك غير الرشيدة ( تجنب استهلاك إضافي للطاقة دون الحاجة إلى ذلك، التبذير والإسراف...الخ).



- قوى البيع: تسهم القوى البيعية كثيرا في حماية المستهلك من خلال الوظائف المسندة إليها، كالعمل على اكتشاف الحاجات الحقيقية للمستهلكين لتوفير المنتج المناسب، والعمل على توصيل معلومات مفيدة للمستهلكين عن المنتجات وخصائصها وكيفية استخدامها والمحافظة عليها، إضافة إلى القيام بالدور الترشيدي التوجيهي التثقيفي، من خلال محاولات إقناعهم بالأنماط الاستهلاكية الرشيدة، وتشجيعهم على التحكم في بعض التصرفات غير الرشيدة كالميل إلى الشراء النزوي، والتأثر بالإشاعات ومن ثم القيام بعمليات تخزين المنتجات الذي ينعكس سلبا على المستهلك؛ إذ يؤدي إلى الندرة و بالتالي ارتفاع الأسعار...الخ.

والتعرف على أي شكاوى أو آراء أو انتقادات موجهة للمنتجات أو كيفية استعمالها ونقلها بموضوعية وتبليغها فورا إلى إدارة المؤسسة، بالإضافة إلى تقديم المساعدة للإجابة على استفسارات المستهلك بكل أمانة ومصداقية.

ويكون دوره أكثر أهمية في حالة انخفاض المعروض من منتج معين بالنسبة للطلب عليها، ففي مثل هذه الظروف لا يجب أن يوحى إلى الزبائن بزيادة مشترياتهم وتخزينها ولا يساهم في نشر إشاعات وأقاويل عن احتمال انخفاض المعروض من منتج معين بمناسبة معينة ترتبط مثلا بمعتقدات الأفراد، كما يجب أن يحسن معاملة زبائنه في مثل هذه الظروف<sup>(26)</sup>.

- التسويق المباشر: إضافة إلى كونه وسيلة بيع، فهو أيضا وسيلة اتصال مهمة من المنتج إلى المستهلك مباشرة دون اللجوء إلى وسطاء، وتقع مسؤولية على عاتق المنتج عند تطبيق هذه التقنية وذلك بالتخلي بالصدق والموضوعية في سرد التفاصيل التقنية الخاصة بالمنتجات محل العرض، والشرح المفصل لاستخدامات المنتج، والضمانات المتعلقة بالشراء، وشرح بدقة إجراءات التعامل خاصة عند اللجوء إلى تقنية البريد، كذلك يمكن أن نقول أيضا إن دور المنتج/البائع في حماية المستهلك يتدعم أكثر بـ:

- ضرورة الالتزام بالأسلوب العلمي في التسويق: حيث يعمل على دراسة وتحديد بدقة احتياجات المستهلكين الحقيقية، ليقوم بعدها بمحاولة ترجمتها في شكل منتجات وخدمات قادرة على إشباع هذه الحاجات



والرغبات في حدود قدراته المالية ، ( أي تحديد صفات وخصائص المنتجات التي تحقق للمستهلك الإشباع المطلوب).

ولتحقيق هذا يمكن القيام باستقصاء المستهلكين لتحديد الاحتياجات الحقيقية، أو الاستعانة بسجل الشكاوى والاقتراحات، ولتحقيق ذلك يجب:

♦ القيام ببحوث التسويق: تتجلى أهمية بحوث التسويق بالنسبة لقضية حماية المستهلك في كونها - بصفة عامة - تهيئة الأرضية لوضع المفهوم التسويقي موضع التطبيق، وبالتالي مساعدة المنتج / المؤسسة في مجهوداته السابقة المتعلقة بمتغيرات المزيج التسويقي، وإحداث نوع من التكامل والتسيق بين هذه المجهودات ؛ لإحداث نظام حماية متكامل بالنسبة للمنتج. ويبدأ نشاطها قبل الإنتاج، وهذا بالتعرف على رغبات الفئات المختلفة للمستهلكين والخصائص المميزة لهم ، ويتواصل نشاطها حتى ما بعد الإنتاج والبيع ، وهذا بالتعرف على مدى تحقيق ما تم إنتاجه لإشباع هذه الرغبات والحاجات، هذا من جهة، ومن جهة أخرى القيام بمتابعة أي تغير في رغبات وأذواق المستهلكين . ففي ظل محيط خارجي غير مستقر ومتقلب باستمرار تبقى الحاجة لبحوث التسويق ماسة أكثر من ذي قبل<sup>(27)</sup>.

♦ تصميم نظام المعلومات التسويقية: لا يكتمل دور ومساهمة المؤسسة في دعم جهود الحماية إذا لم يكن لديها نظام معلومات تسويقية فعال، يهدف إلى جمع وتحليل وتقييم وتوزيع معلومات دقيقة وملائمة وآنية، آتية من داخل وخارج المؤسسة لاستعمالها من قبل صانعي القرارات التسويقية<sup>(28)</sup>.

فأهميته تكمن في كونه يعمل على ربط أجزاء المؤسسة ببعض البعض ( إحداث تكامل تناسق بين مختلف المستويات التنظيمية ) وربط المؤسسة بالمحيط الخارجي ( بمختلف مكوناته )، فهو إذن بمثابة عين المؤسسة على المحيط الخارجي، إذ هو قادر على رصد أي تغيرات تطرأ على المحيط الخارجي، وبالتالي يساعد المؤسسة على التكيف السريع مع متطلبات الواقع فيما يتعلق بالمستجدات الخاصة بقضايا المسؤولية الاجتماعية وحماية المستهلك.





وعليه فمسؤولية المنتج هي محاولة إعداد مزيج تسويقي يلبي حاجات حقيقية موجودة وليس التفكير في خلق حاجات و بالتالي اقتراح منتجات حلول.

#### خاتمة

بعد تحديد بعض مجالات حماية المستهلك من طرف المنتج/البائع يمكن أن نستنتج ما يلي:

- دور المنتج في نشاطات حماية المستهلك يكون فقط بتبني المفهوم التسويقي الحديث.
- دور المنتج في نشاطات حماية المستهلك هو تجسيد للاقتناع بأن المستهلك الراضي أفضل من المستهلك الساخط في الأجل الطويل.
- خداع وتضليل المستهلك لا يمكن أن يستمر طويلا.
- مساهمة المنتجين والتجار في حماية المستهلك هي في الحقيقة حماية لمصلحتهم.
- جهود ونشاطات و قضية حماية المستهلك لا تعني أبدا جهودا ضد البائع أو المنتج ، بل هو طرف فعال في هذه الجهود ، وإن كان كذلك فهي ضد غير الأكفاء ، غير النزهاء ، وغير الأمناء منهم.
- كما أن العدالة في التعامل والتبادل أمر يتماشى مع مصالح البائع شأنه في ذلك شأن المشتري.
- حماية المستهلك قضية اجتماعية.
- حتى يضطلع المنتج بهذا المنتج يجب أن تتوفر بيئة سليمة وشفافة يتمكن فيها من موازاة نشاطه بطريقة عادية.

#### قائمة المراجع:

أولا: باللغة العربية

1 - الكتب:

- 1 - أسامة عبد الحليم مصطفى و محمد العزازي إدريس ، الإدارة الحديثة للنشاط التسويقي ، مكتبة الجامعة الحديثة ، الزقازيق ، مصر ، 2007 .
- 2 - بشير عباس العلاق ، التسويق الحديث : مبادئه ، إدارته وبحثه ، الدار الجماهيرية للنشر والتوزيع والإعلان ، مبرق ، ليبيا ، 1996



- 3 - بن عيسى عنابي ، سلوك المستهلك: عوامل التأثير البيئية ، الجزء الأول ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2003.
- 4 - صديق محمد عفيفي ، إدارة التسويق ، الطبعة 13 ، مكتبة عين شمس ، القاهرة ، 2003.
- 5 - عائشة مصطفى المنيأوي وآخرون ، الاتصالات التسويقية ، دار شركة الحريري للطباعة والنشر ، كلية التجارة ، جامعة عين شمس ، القاهرة.
- 6 - عائدة نخلة رزق الله وآخرون ، التسويق : أساسيات ومبادئ ، دار شركة الحريري للطباعة ، كلية التجارة ، جامعة عين شمس ، مصر 2006/2007.
- 7 - مايكل إيتزل وآخرون ، التسويق ، ترجمة: مكتبة لبنان ناشرون ، بيروت ، 2006.
- 8 - محمد فريد الصحن ، التسويق ، الدار الجامعية ، الإسكندرية ، 1999.
- 9 - محمود صادق بازركة ، إدارة التسويق ، المكتبة الأكاديمية ، القاهرة ، 2001.
- 2 - الدوريات والمجلات :
  - 1 - أحمد عرفة ، « دور المنتج والصانع في حماية المستهلك » ، عالم الاستثمار ، العدد 01 ، السنة 01 ، تصدر عن الشعبة العامة للمستثمرين ، القاهرة ، مطابع الأهرام التجارية ، جانفي 1997.
  - 2 - شريف أحمد شريف ، « قياس قبول مديري التسويق لفلسفة التوجه بالمستهلك وتأثيره على اتجاهاتهم نحو بعض السياسات التسويقية : دراسة ميدانية على الشركات الصناعية بقطاع الأعمال العام بمصر » ، مجلة البحوث التجارية ، نصف سنوية ، كلية التجارة ، جامعة الزقازيق ، مصر ، السنة 18 ، العدد 02 ، 1996.
  - 3 - صبحي الدراجي ، « حماية العلامات التجارية حماية للمستهلك » ، مجلة حماية المستهلك ، شهرية ، العدد 14 ، الجمعية الوطنية لحماية المستهلك ، العراق ، نوفمبر / ديسمبر ، 2005.
  - 4 - صبحي الدراجي ، « شهادة الإيزو...!! حماية للمستهلكين والدجاجة التي تبيض ذهباً » ، مجلة حماية المستهلك ، شهرية ، العدد 21 ، الجمعية الوطنية لحماية المستهلك ، العراق ، جويلية ، 2006.
  - 5 - صبحي منصور ، « حماية حق المستهلك في المعرفة الأساسية بالسلعة .. الطرق والتطبيق » ، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر العام الأول لحماية المستهلك ، القاهرة ، 21 ، 22 أكتوبر
  - 6 - عفيف محمود ، « العلامات التجارية... كابوس جديد يشغل بال الاقتصاد العالمي » ، اقتصاديات الإمارات ، المجلد 3 ، العدد 22 ، ماي 1998.
  - 7 - منى تركي الموسوي ، « بطاقة العبوات الغذائية: إحدى الوسائل للكشف عن الغش التجاري و الصناعي » ، مجلة حماية المستهلك ، شهرية ، العدد 04 ، الجمعية الوطنية لحماية المستهلك ، العراق ، نوفمبر / ديسمبر
  - 8 - نعيم حافظ أبو جمعة ، « العلامات التجارية : المفهوم - الأهمية - الحاجة للحماية » ، اقتصاديات الإمارات ، المجلد 03 ، العدد 22 ، ماي 1998.
  - 9 - يسري خضر إسماعيل ، « رفع الأسعار بطريقة غير مباشرة و أثره على المستهلك » ، مجلة البحوث الإدارية ، العدد 04 ، 1985.
- 3 - الملتقيات والندوات:



- 1 - حسن سعيد بن مرعي الكشيري ، « دور المواصفات والمقاييس والتشريعات في ظل المتغيرات الدولية: العولمة وأثرها على المستهلك والتجارة » ، ورقة عمل ، مقدمة للندوة الثانية لحماية المستهلكين ، الندوة المنظمة من قبل بلدية مسقط ، فندق إنتركونتينتال ، سلطنة عمان ، ماي 2002 .
- 2 - خير الدين تشوار ، « البحوث التسويقية وواقعها في المؤسسة الجزائرية » ، ورقة بحثية مقدمة إلى أشغال الملتقى الوطني الأول حول الإصلاحات الاقتصادية في الجزائر ، المركز الجامعي بشار ، يومي 20 ، 21 أبريل 2004 .
- 3 - سليمان رحال ، « التوجه التسويقي لمسيرتي المؤسسات المتوسطة والمصغرة ، دراسة ميدانية للقطب الاقتصادي لناحية عنابة » ، ورقة بحثية ، مقدمة إلى أشغال الملتقى الوطني الأول حول الإصلاحات الاقتصادية في الجزائر ، المركز الجامعي بشار ، يومي 20 ، 21 أبريل 2004 .
- 4 - سيدي محمد ساهل و عبد القادر بودي ، « أهمية التوجه التسويقي للمؤسسة الاقتصادية في الجزائر » ، ورقة بحثية ، مقدمة إلى أشغال الملتقى الوطني الأول حول الإصلاحات الاقتصادية في الجزائر ، المركز الجامعي بشار ، يومي 20 ، 21 أبريل 2004 .
- 5 - طارق زيدان ، « تحسين الأداء التسويقي لرجال التسويق » ، ورقة عمل ، مقدمة إلى أعمال الملتقى العربي الثاني حول التسويق في الوطن العربي: الفرص والتحديات ، الدوحة ، قطر ، 6-8 أكتوبر 2003 .
- 6 - طه نجم و أنور بن محمد الرواس ، « الإعلان وتأثيره على المستهلك » ، ورقة عمل ، مقدمة للندوة الثانية لحماية المستهلكين ، الندوة المنظمة من قبل بلدية مسقط ، فندق إنتركونتينتال ، سلطنة عمان ، ماي 2002 .
- 7 - عبد الله أحمد عبد الله علي ، « دور التثقيف لمتداولي الأغذية في سلامة الغذاء وحماية المستهلك » ، ورقة عمل ، مقدمة للندوة الثانية لحماية المستهلكين ، الندوة المنظمة من قبل بلدية مسقط ، فندق إنتركونتينتال ، سلطنة عمان ، ماي 2002 .
- 8 - عبد الوهاب سويسبي ، « أزمة التسويق في الوطن العربي بين المفهوم والاندماج » ، ورقة عمل ، مقدمة إلى أعمال الملتقى العربي الثاني حول التسويق في الوطن العربي: الفرص والتحديات ، الدوحة ، قطر ، 6-8 أكتوبر 2003 .
- 9 - نادر رياض ، « انضباط الأسواق ضرورة لحماية المستهلك » ، ورقة عمل ، مقدمة إلى ندوة واقع حماية المستهلك في مصر ، المنظمة من قبل اللجنة الاقتصادية بنقابة الصحفيين ، القاهرة ، 30 ماي 2007 .

ثانيا: باللغة الأجنبية

1 - الكتب :

- 1 - Marc FILSER, le comportement du consommateur, éditions Dalloz, Paris, 1994
- 2 - René Y. DARMON et al, le marketing : fondements et applications, 3eme édition, MC graw-Hill, éditeurs, Montréal, 1986.
- 3 - Théodore levitt, innovation et marketing, les éditions d'organisation, paris, 1969.

2 - المجلات:



- 1 - Imad GUENANE, « l'emballage : pourquoi emballer et comment ? », Pme - magazine d'Algérie, mensuel, N° 01, janvier 2002.
- 2 - « Spécial contrefaçon », Algérie Entreprise : le magazine de l'entreprise et des décideurs en affaires, N° 10, mai 2005.

### 3. الملتقيات:

- 1- Seddik AMROUN, « les pratiques marketing en Algérie », INTERVENTION, séminaire national sur les réformes économiques en Algérie et les pratiques marketing, centre universitaire de Bechar, 20,21 Avril 2004.

### الهوامش:

- 1 - مايكل إيتزل وآخرون، التسويق، ترجمة: مكتبة لبنان ناشرون، بيروت، 2006، ص 06.
- 2 - أسامة عبد الحليم مصطفى و محمد العزازي إدريس، الإدارة الحديثة للنشاط التسويقي، مكتبة الجامعة الحديثة، الزقازيق، مصر، 2007، ص 31.
- 3 - Théodore levitt, innovation et marketing, les éditions d'organisation, paris, 1969, p49.
- 4 - شريف أحمد شريف، « قياس قبول مديري التسويق لفلسفة التوجه بالمستهلك وتأثيره على اتجاهاتهم نحو بعض السياسات التسويقية: دراسة ميدانية على الشركات الصناعية بقطاع الأعمال العام بمصر »، مجلة البحوث التجارية، نصف سنوية، كلية التجارة، جامعة الزقازيق، مصر، السنة 18، العدد 02، 1996، ص ص 324، 325.
- 5 - تشوار خير الدين، « البحوث التسويقية وواقعها في المؤسسة الجزائرية »، ورقة بحثية مقدمة إلى أشغال الملتقى الوطني الأول حول الإصلاحات الاقتصادية في الجزائر، المركز الجامعي بشار، يومي 20، 21 أبريل 2004، ص 90.
- 6 - رجال سليمان، « التوجه التسويقي لمسيرير المؤسسات المتوسطة والمصغرة، دراسة ميدانية للقطب الاقتصادي لناحية عنابة »، ورقة بحثية مقدمة إلى أشغال الملتقى الوطني الأول حول الإصلاحات الاقتصادية في الجزائر، المركز الجامعي بشار، يومي 20، 21 أبريل 2004، ص 73.
- 7 - ساهل سيدي محمد و بودي عبد القادر، « أهمية التوجه التسويقي للمؤسسة الاقتصادية في الجزائر »، ورقة بحثية مقدمة إلى أشغال الملتقى الوطني الأول حول الإصلاحات الاقتصادية في الجزائر، المركز الجامعي بشار، يومي 20، 21 أبريل 2004، ص 149.
- 8 - Seddik AMROUN, « les pratiques marketing en Algérie », INTERVENTION, séminaire national sur les réformes économiques en Algérie et les pratiques marketing, centre universitaire de Bechar, 20,21 Avril 2004, p06.
- 9 - سويس عبد الوهاب، « أزمة التسويق في الوطن العربي بين المفهوم والاندماج »، ورقة عمل مقدمة إلى أعمال الملتقى العربي الثاني حول التسويق في الوطن العربي: الفرص والتحديات، الدوحة، قطر، 6-8 أكتوبر 2003، ص ص 243، 244.
- 10 - طارق زيدان، « تحسين الأداء التسويقي لرجال التسويق »، ورقة عمل مقدمة إلى أعمال الملتقى العربي الثاني حول التسويق في الوطن العربي: الفرص والتحديات، الدوحة، قطر، 6-8



- أكتوبر 2003 ، ص ص 230 ، 235 .
- 11 - عائدة نخلة رزق الله وآخرون ، التسويق : أساسيات ومبادئ ، دار شركة الحريري للطباعة ، كلية التجارة ، جامعة عين شمس ، مصر 2006/2007 ، ص 24 .
- 12 - بن عيسى عنابي ، سلوك المستهلك : عوامل التأثير البيئية ، الجزء الأول ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2003 ، ص 33 .
- 13 - أحمد عرفة ، « دور المنتج والصانع في حماية المستهلك » ، عالم الاستشارة ، العدد 01 ، السنة 01 ، تصدر عن الشعبة العامة للمستثمرين ، القاهرة ، مطابع الأهرام التجارية ، جانفي 1997 ، ص 23 . انظر أيضا :
- صبحي دراجي ، « شهادة الإيزو...!! حماية للمستهلكين والدجاجة التي تبيض ذهابا » ، مجلة حماية المستهلك ، شهرية ، العدد 21 ، الجمعية الوطنية لحماية المستهلك ، العراق ، جويلية ، 2006 ، ص 38 .
- 14 - حسن سعيد بن مرعي الكثيري ، « دور المواصفات والمقاييس والتشريعات في ظل المتغيرات الدولية: العولمة وأثرها على المستهلك والتجارة » ، ورقة عمل ، مقدمة للندوة الثانية لحماية المستهلكين ، الندوة المنظمة من قبل بلدية مسقط ، فندق إنتركونتيننتال ، سلطنة عمان ، ماي 2002 ، ص 24 .
- 15 Imad GUENANE, « l'emballage : pourquoi emballer et comment ? », Pme - magazine d'Algérie, mensuel, N° 01, janvier 2002, pp25 - 26 .
- وانظر أيضا :- محمود صادق بازركة ، إدارة التسويق ، المكتبة الأكاديمية ، القاهرة ، 2001 ، ص ص 274 - 279 . - مايكل إيتزل وآخرون ، مرجع سبق ذكره ، ص 279 .
- 16 - نعيم حافظ أبو جمعة ، « العلامات التجارية : المفهوم - الأهمية - الحاجة للحماية » ، اقتصاديات الإمارات ، المجلد 03 ، العدد 22 ، ماي 1998 ، ص 42 . انظر أيضا :
- Algérie Entreprise : le magazine de l'entreprise et des décideurs en affaires, N° 10(sécial contrefaçon), mai2005.
- 17 - عفيف محمود ، « العلامات التجارية...كابوس جديد يشغل بال الاقتصاد العالمي » ، اقتصاديات الإمارات ، المجلد 3 ، العدد 22 ، ماي 1998 ، ص ص 45 ، 46 . و انظر أيضا :
- صبحي الدراجي ، « حماية العلامات التجارية لحماية للمستهلك » ، مجلة حماية المستهلك ، شهرية ، العدد 14 ، الجمعية الوطنية لحماية المستهلك ، العراق ، نوفمبر / ديسمبر ، 2005 ، ص 38 .
- 18 - صبحي منصور ، « حماية حق المستهلك في المعرفة الأساسية بالسلعة.. الطرق والتطبيق » ، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر العام الأول لحماية المستهلك ، القاهرة ، 21 ، 22 أكتوبر 1995 ، ص 04 . انظر أيضا: منى تركي الموسوي ، « بطاقة العبوات الغذائية: إحدى الوسائل للكشف عن الغش التجاري والصناعي » ، مجلة حماية المستهلك ، شهرية ، العدد 04 ، الجمعية الوطنية لحماية المستهلك ، العراق ، نوفمبر / ديسمبر 2004 ، ص 22 .
- 19 - محمود صادق بازركة ، مرجع سبق ذكره ، ص ص 281 ، 282 .



- 20 - صديق محمد عفيفي ، إدارة التسويق ، الطبعة 13 ، مكتبة عين شمس ، القاهرة ، 2003 ، ص 548 .
- 21 - نادر رياض ، « انضباط الأسواق ضرورة لحماية المستهلك » ، ورقة عمل مقدمة إلى ندوة واقع حماية المستهلك في مصر ، المنظمة من قبل اللجنة الاقتصادية بنقابة الصحفيين ، القاهرة ، 30 ماي 2007 ، ص 02 .
- 22 - صديق محمد عفيفي ، مرجع سبق ذكره ، ص 545 . وانظر أيضا :  
Marc FILSER, le comportement du consommateur, éditions Dalloz, Paris, 1994, p255. .
- 23 - محمود صادق بازرعة ، مرجع سبق ذكره ، ص 313 .
- 24 - يسري خضر إسماعيل ، « رفع الأسعار بطريقة غير مباشرة و أثره على المستهلك » ، مجلة البحوث الإدارية، العدد 04 ، 1985 ، ص 22 .
- 25 - عبد الله أحمد عبد الله علي ، « دور التثقيف لتداولي الأغذية في سلامة الغذاء وحماية المستهلك » ، ورقة عمل ، مقدمة للندوة الثانية لحماية المستهلكين ، الندوة المنظمة من قبل بلدية مسقط ، فندق إنتركونتيننتال ، سلطنة عمان ، ماي 2002 ، ص 65 .
- 26 - طه نجم و أنور بن محمد الرواس ، « الإعلان و تأثيره على المستهلك » ، ورقة عمل ، مقدمة للندوة الثانية لحماية المستهلكين ، الندوة المنظمة من قبل بلدية مسقط ، فندق إنتركونتيننتال ، سلطنة عمان ، ماي 2002 ، ص 16 .
- 27 - بشير عباس العلاق ، التسويق الحديث : مبادئه ، إدارته وبحثه ، الدار الجماهيرية للنشر والتوزيع والإعلان ، مبرق ، ليبيا ، 1996 ، ص ص 272 ، 273 .
- 28 - محمد فريد الصحن ، التسويق ، الدار الجامعية ، الإسكندرية ، 1999 ، ص 91 .



## دور أجهزة الرقابة في حماية المستهلك في الجزائر

مداخلة من تقديم

أ/ إلياس الشاهد

معهد العلوم الاقتصادية - المركز الجامعي بالوادي

و أ/ صحراوي ليلي

محامية لدى المجلس القضائي



إن قانون حماية المستهلك لم يظهر في الجزائر كقانون مستقل إلا بعد التحول السياسي الذي حدث بمقتضى دستور 23 فيفري 1989 واعتماد الجزائر سياسة الاقتصاد الحر وما يفرضه من مخاطر على نظام الاستهلاك الغذائي وتهديد صحة وسلامة المستهلك . ونتيجة لذلك أصدرت الجزائر قانون رقم 02/89 المؤرخ في 89/02/27 المتضمن القواعد العامة لحماية المستهلك واتخذت الوسائل والإجراءات الملزمة لتحقيق هذه الحماية للمستهلك بإصدار النصوص التنظيمية والتطبيقية، كما عملت على دعم ذلك بإنشاء مختلف الهيئات والأجهزة التي تسهر على تطبيقها.

وقد زاد اهتمام الجزائر بتلك الحماية تحسبا للنتائج المنتظرة من المفاوضات التي تجريها على المنظمة العالمية للتجارة قصد الانضمام والالتزام بتطبيق المبادئ القانونية والاقتصادية التي تقوم عليها هذه المنظمة.

ومن ثم عملت الجزائر على إنشاء أجهزة متخصصة لفرض رقابة على المنتجات المعروضة للاستهلاك في السوق .

سنتطرق في هذه المداخلة إلى جهاز الرقابة ودوره في حماية المستهلك في الجزائر وهذا باعتماد على المحاور التالية:

أولا: ماهية حماية المستهلك.

ثانيا: جهاز الرقابة و مهمته في حماية المستهلك .

ثالثا: مهمة جهاز الرقابة في حماية المستهلك وأهدافه .

رابعا : المستهلك ووسائل حمايته في الإسلام .



#### أولاً: ماهية حماية المستهلك:

إن قانون حماية المستهلك حديث النشأة، حيث بدأت بواد هذا القانون بالولايات الأمريكية بمبادرة من الرئيس كيندي في المؤتمر الذي انعقد في 15/03/62 عندما التزم بضمان الحقوق الأساسية للمستهلكين "حق السلامة والأمن" وتعين الأخذ بعين الاعتبار تأمين مصالح المستهلك على جميع المستويات كحق الإعلام وحق الاختيار .

أما في الجزائر فلم يظهر كقانون مستقل إلا بعد صدور قانون 02/89 المؤرخ في 07/02/89 والمتضمن القواعد العامة لحماية المستهلك متبوعاً بنصوص تنظيمية وتطبيقية . وقد وفر المشرع الجزائري بذلك في إصدار أغلبية هذه النصوص كما عمل على دعم هذا العمل بإنشاء مختلف الهيئات والأجهزة الوطنية والمحلية كالمجلس الوطني لحماية المستهلكين والمرصد الوطني لمراقبة الرشوة والوقاية منها، والمجلس الوطني للوقاية منها، والمجلس الوطني للوقاية الصحية والأمن وطب العمل، مجلس شبكة مخابر التجارب وتحليل النوعية، مفتشية مركزية للتحقيقات الاقتصادية وقمع الغش بوزارة التجارة... الخ .

والواقع فإن المستهلك المستحق للحماية هو المستهلك النهائي، وهو الشخص الطبيعي المقتني لمنتج معين لتحقيق رغبة الاستهلاك الشخصي أو العائلي أو المستفيدين من الخدمات المعروضة للاستهلاك، ومن حق المستهلك أن يبحث على الأحسن .

وقد عرف المستهلك النهائي أنه هو: ( الذي يقتني أو يستعمل منتج أو خدمة لأغراض شخصية بطريقة مباشرة أو غير مباشرة فهو بذلك يشبع حاجة غير تجاري).<sup>(1)</sup>

ولقد عرف القانون الجزائري المستهلك في المادة الثانية من المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المؤرخ في 10/3/1990 والمتعلق برقابة الجودة وقمع الغش على أن المستهلك (هو كل شخص يقتني بتمن أو مجاناً منتجاً أو خدمة معدين للاستعمال الوسيط أو النهائي لسد حاجاته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به)<sup>(2)</sup>.

ويتضح من خلال تعريف المشرع الجزائري أن القانون لم يفرض شكلاً معيناً لقيام العلاقة الاستهلاكية، بل جعلها تنشأ بمجرد اقتناء المنتج المعروض للاستهلاك من طرف المستهلك وبذلك يكون المشرع الجزائري وفر الوسائل والإمكانات المادية لضمان حد معين من الحماية للمستهلك من تعسف المنتج أو الصانع، وقد





عمل على كفالة احترام هذه القواعد عن طريق فرض نظام للتفتيش والرقابة على المنتجات المعروضة للاستهلاك للتحقق من مطابقتها للمواصفات والمقاييس المقررة قانونا، كما فرض الجزاء الجنائي الذي يترتب عن مخالفتها.

إن قانون حماية المستهلك هو قانون عام، تتجلى وحدته من الناحية القانونية عند تفسير قواعده، فإنها تكمل بعضها البعض و لو كانت تنتمي إلى فروع مختلفة، فلا محل للاتجاه إلى التقنين المدني إلا بعد استيفاء طرق التفسير المختلفة بالنسبة لنصوص تشريعات حماية المستهلك.

وما يؤكد وحدة قانون حماية المستهلك ما يمتاز به من خصائص تجعل له ذاتية متميزة عن سائر فروع القانون و من أهم خصائصه<sup>(3)</sup>.

(1) - الصياغة الفنية الخاصة: حيث يتميز قانون حماية المستهلك بصياغة فنية خاصة للكثير من مواده وقواعده (2) - صيغة الأمر لمواده : لأن الحماية لا يتم فرضها إلا عن طريق أسلوب الأمر . الذي يترتب عنه نظام الرقابة والجزاء الجنائي . وبالتالي فإن المشرع الجزائري عن طريق قانون حماية المستهلك نظم العلاقة بين المستهلك وغيره من المتعاملين، وعلى الرغم من ذلك فإن حماية المستهلك لا تكون فعالة في أغلب الأحيان و لا تحترم من طرف المتعاملين، أصبح من الضرورة تواجد جهاز فعال للرقابة و التكفل بحماية المستهلك بالإضافة إلى تكتل المستهلكين في شكل تنظيمات وجمعيات للمستهلكين بغية الدفاع عن مصالحهم.

ثانيا: جهاز الرقابة و مهمته في حماية المستهلك:

إن حماية المستهلك تتطلب وجود جهاز فعال وموئل لمراقبة المنتجات والمواد المعروضة للاستهلاك وإثبات المخالفات . بالرجوع إلى القانون رقم: 02/89 المؤرخ 1989/02/07 وخاصة المادة 15 منه، نلاحظ أن المشرع الجزائري حرص على إنشاء أجهزة للرقابة على عدة مستويات هي : السلطة الإدارية، السلطة القضائية، جمعيات (.

(1) السلطة الإدارية:

لقد حددت المادة 15 من القانون رقم 02/89 القواعد المتعلقة بحماية المستهلك والجهات المختصة التي تقوم بالتحريات لمراقبة المنتجات المعروضة للاستهلاك، والتمثلة في:



أ) الضبطية القضائية: استنادا إلى المادة 15 من قانون الإجراءات الجزائية الصادر بالأمر 155/66 والمعدل والمتمم بنصوص قانونية منها 24/90 المؤرخ في 1990/08/18، يتمتع بصفة ضابط الشرطة القضائية هم: <sup>(4)</sup>

- رؤساء المجالس الشعبية البلدية - ضباط الدرك الوطني ومحافظو الشرطة - ضباط الشرطة - ذوو الرتب في الدرك الذين أمضوا في سلك الدرك ثلاث سنوات على الأقل والذين تم تعيينهم بموجب قرار مشترك صادر عن وزير العدل ووزير الدفاع، بعد موافقة لجنة خاصة، مفتشو الأمن الوطني الذين قضوا في خدمتهم بهذه الصفة ثلاث سنوات على الأقل وعينوا بموجب قرار مشترك صادر عن وزير العدل ووزير الداخلية والجماعات المحلية، بعد موافقة لجنة خاصة، ضباط وضباط الصف التابعين للمصالح العسكرية للأمن الذين تم تعيينهم خصيصا بموجب قرار مشترك بين وزير الدفاع الوطني ووزير العدل ونشير أن اللجنة المنصوص عليها في هذه المادة و تسييرها يحدد بموجب مرسوم .

وفي كل الحالات السابقة يتعين عليهم إخبار وكيل الجمهورية العاملين في دائرة اختصاصه لأن وكيل الجمهورية يتولى إدارة الشرطة القضائية، والنائب العام على مستوى المجلس القضائي وتحت رقابة غرفة الاتهام بذلك المجلس .

ب) المصالح المكلفة بمراقبة الجودة وقمع الغش والأسعار: وهم الموظفون والأعوان المؤهلون للقيام بتحريرات المراقبة قصد تفادي المخاطر التي تهدد صحة المستهلك من مفتشي الأقسام والمراقبين العاملين، والمراقبين التابعين لمصالح مراقبة التابعين لمصالح مراقبة الجودة وقمع الغش .

وتنص المادة 73 من قانون رقم 12/89 المتعلق بالأسعار على أن يقوم بهذه المهمة - أعوان مصالح مراقبة الأسعار برتبة مفتشين رئيس للتجارة، مفتشي ومراقبي الأسعار والتحقيقات الاقتصادية، ضباط وأعوان الشرطة القضائية، وأي عون آخر للدولة مؤهل عن طريق التنظيم .

وبالعودة إلى المادة رقم 78 من القانون رقم 06/95 المؤرخ في 25 يناير 1995 المتعلق بالمنافسة، والتي تنص على أنه يؤهل للقيام بالتحقيقات الاقتصادية المتعلقة بتطبيق هذا القانون، ومعاينة مخالفة أحكامه الموظفون التاليين:

- أعوان الإدارة المكلفون بالتحقيقات الاقتصادية والمنافسة والأسعار والجودة وقمع الغش، المقررون التابعون لمجلس المنافسة تطبيقا لأحكام المادة 39 من القانون 06/95، مفتشو مديرية التجارة بالولاية والمكلفون بالتحقيقات الاقتصادية.



ج) مخابر تحليل النوعية: و هنا نوع من المخابر يهدف إلى حماية المستهلك والاقتصاد الوطني بشكل عام، وتصنف مخابر تحليل النوعية إلى ثلاثة فئات هي: (5)

- الفئة الأولى: المخابر التي تعمل لحسابها الخاص، والمحددة في إطار الرقابة الذاتية التي يقوم بها الأشخاص الطبيعيين أو المعنويين وهذا استكمالا لنشاطها الرئيسي .

- الفئة الثانية: و هي مخابر الخدمات لحساب الغير .

- الفئة الثالثة: مخابر معتمدة في إطار قمع الغش، وتدعيما لهذه الفئة الأخيرة صدر مرسوم تنفيذي رقم 355/96 المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 97/ 455 المتضمن إنشاء شبكة مخابر التجارب وتحليل النوعية والذي يهدف إلى تحسين نوعية خدمات التجارب.

د) الوالي و رئيس المجلس الشعبي البلدي : إن لكل منها دور وقائي في حماية المستهلك لما لهما من سلطات واسعة في اتخاذ القرارات والإجراءات الإدارية في الوقت المناسب .

2) السلطة القضائية: وتتمثل السلطة القضائية في:

أ) النيابة العامة: و هي الهيئة المنوط بها الدعوى العمومية في تحريكها ورفعها ومباشرتها أمام القضاء نيابة عن المجتمع وتطالب بتطبيق القانون وتشكل النيابة العامة من وكيل الجمهورية والنائب العام . فوكيل الجمهورية بصفته رئيس الضبطية القضائية وممثل الحق العام وفي مستوى اختصاصه بإقليم المحكمة، بحيث يقوم بمراقبة أعمال الضبطية القضائية في البحث والتحري عن المخالفات والجناح التي يتمس بالمستهلك وتحريك الدعوى العمومية ضد مرتكبيها . أما النائب فهو يمثل السلطة القضائية على مستوى كل مجلس يعمل تحت رقابة غرفة الاتهام باعتباره يشرف على الضبطية القضائية .

3) جمعيات المستهلكين:

إن جمعيات حماية المستهلكين في الجزائر تخضع من حيث نشاطها وتنظيمها وتسييرها إلى القانون رقم 31/90 المؤرخ في 14/12/1990 المتعلق بالجمعيات وكذلك المادتين 12 و23 من قانون 02/89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك (6).



ولجمعيات حماية المستهلك دور هام في رقابة حماية المستهلك من حيث التحسين والتوعية والإعلام والدفاع عن مصالح المستهلكين تجاه عارضي المنتجات للاستهلاك .

ولقد سمح القانون الجزائري لجمعيات المستهلكين بالدفاع عن الحقوق والمصالح المشتركة للمستهلكين قصد التعويض عن الضرر المعنوي الذي لحق بهم، وذلك طبقا للمادتين 12 و 23 من القانون رقم 02/89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، وقد توسعت دور وصلاحيات جمعيات حماية المستهلكين بموجب القانون 06/90 المتعلق بالمنافسة والأسعار الذي أعطى لها الحق في رفع دعوى أمام الجهات القضائية ضد كل عون اقتصادي قاضي بمخالفة أحكام قانون المنافسة والأسعار، كما يمكنها التأسيس كطرف مدني في الدعاوي للحصول على تعويض الضرر الذي لحق بالمستهلك.

إن المشرع الجزائري لم يكتف بمنح جمعيات المستهلكين حق رفع دعوى جبرا للضرر الذي أصاب المستهلكين أمام الجهات القضائية المدنية نتيجة خطأ مدني بل خول لهم تحريك الدعوى العمومية أمام الجهات القضائية المختصة على أساس الخطأ الجنائي .

ثالثا: مهمة جهاز الرقابة في حماية المستهلك وأهدافه :  
لقد منح المشرع الجزائري سلطات و صلاحيات واسعة لجهاز الرقابة في القيام بالتحري و الكشف عن المخالفات القانونية، و المقصود بالرقابة هو خضوع شيء معين بذاته لجهاز معين يحدده القانون، ذلك للقيام بالكشف والتحري عن الحقائق المقررة قانونا.<sup>(7)</sup>

والرقابة أنواع هي الرقابة الإجبارية، الاختيارية، السابقة، واللاحقة.

(1) مهمة جهاز الرقابة في حماية المستهلك:

ويتبين لنا أن مهمة جهاز الرقابة من خلال السلطات والصلاحيات الممنوحة له قصد القيام بمهمة الرقابة . فمن حيث السلطات، حرص القانون الجزائري على منح سلطات واسعة لجهاز الرقابة من أجل القيام بأداء مهامه على الوجه الأمثل بحيث نص في المادة 3 وما يليها من المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المؤرخ في 30 أكتوبر 1990 والمتعلق برقابة الجودة و قمع الغش على أنه (يقوم الأعوان المذكورون في المادة 15 من قانون 02/89 برقابة المنتوجات والخدمات عن طريق المعاينات المباشرة والفحوص البصرية و بواسطة أجهزة المكاييل(1) والموازين والمقاييس والتدقيق في



الوثائق الخاصة بالمسؤولين بأخذ العينات) . ومن ثم فقد منح المشرع لأعوان الرقابة السلطات التالية :

- معاينة المنتوجات و الخدمات مباشرة أو بالفحوص البصرية أو بواسطة أجهزة والتدقيق في الوثائق والإطلاع عليها .
- أخذ عينات من المنتوجات .
- الدخول إلى أماكن التصنيع والإنتاج والتحويل والتوضيب والإيداع والعبور والنقل والتسويق في أوقات العمل وممارسة النشاط .
- تحرير محاضر عن معائناتهم .
- كما أوجب القانون على الإدارات العامة و الخاصة أن تضع تحت تصرف أعوان الرقابة المعلومات الضرورية لأداء مهامهم .
- تمكين أعوان الرقابة أن يطلبوا المساعدة من أعوان القوة العمومية إن اقتضت الضرورة .
- وبالتالي فإن جهاز الرقابة بما له من سلطات يساهم في تحسين و تدعيم الوقاية من المخاطر في مجال سلامة المنتوجات قبل وضعها للاستهلاك .
- أما عن صلاحيات جهاز الرقابة، فبالرجوع إلى أحكام المرسوم رقم 39/90 يتبين لنا أن صلاحيات جهاز الرقابة تتمثل في:
- أخذ عينات وختمها لأي منتج أو سلعة معروضة للاستهلاك .
- إجراء التحاليل لدى المخابر المعتمدة لمراقبة الجودة وقمع الغش وتحرير محضر بذلك.
- تحرير محاضر إثبات المخالفات، وغلق المؤسسات، وسحب الرخص والسندات والوثائق، أو سحب السجل التجاري عند الاقتضاء أو بطاقة الحرف.
- السحب المؤقت أو النهائي للمنتوج.
- حجز البضاعة وإتلافها .
- توجيه الإنذارات لحائز المنتج أو مقدمة لإزالة سبب عدم المطابقة أو عدم الالتزام بالقواعد المقبولة .
- إعلام السلطة القضائية المختصة بإجراءات الحجز أو المصادرة.
- كما يمكنها تنفيذ الحجر دون إذن قضائي قبلي في الحالات التالية:
- ♦ المنتوجات المعترف بعدم صلاحيتها للاستهلاك.
- ♦ المنتوجات الغير مطابقة للمقاييس المعتمدة والمواصفات القانونية والتنظيمية وتشكل خطرا على صحة المستهلك وأمنه.



- ♦ إتلاف المنتجات المحجوزة على نفقة المتدخل المخالف للمسؤولية.
- ♦ توجيه المنتجات المحجوزة إذا كانت قابلة للاستهلاك إلى مراكز المنفعة العامة .
- ♦ إجراء المصالحة مع المخالف والاتفاق على تحديد مبلغ غرامة الصلح مع تحرير محضر بذلك .

## (2) أهداف جهاز الرقابة لحماية المستهلك:

يسعى جهاز الرقابة إلى تحقيق العديد من الأهداف تتمحور حول تلك التدابير الوقائية والتحفظية والهدف منها هو حماية المستهلكين من خطر المنتجات، ومنع المخالفين من التماهي في المخالفة وتكرارها في المستقبل، وغالباً ما تكون هذه التدابير عقوبات تكميلية لما لها من نتائج مادية على المخالف ومالها من أثر فعال في ردعه، ومن هذه التدابير ما يلي:

(أ) الغلق أو المنع من ممارسة النشاط : وهو إجراء وقائي تحفظي يفرض على الأشخاص الذين أثبتوا عدم المقدرة على الالتزام بالقواعد المنظمة، وقد يكون الغلق أو المنع إلى توقيف مؤقت للنشاط، إلى غاية زوال الأسباب التي أدت إلى اتخاذ هذا الإجراء، طبقاً للمادة 22 من القانون 02/89، وقد يسحب السجل التجاري أو بطاقة الحرية نهائياً طبقاً لأحكام المادة 27 من القانون 02/89، وبالتالي يتحقق الغرض من الرقابة في حماية المستهلك .

(ب) الحجر: وهو سحب المنتج الغير مطابق من السوق من طرف أعوان الرقابة بعد الحصول على إذن قضائي أو دون ذلك، وقد يكون الحجر عينياً أو اعتبارياً. ويترتب على ممارسة الرقابة من طرف الجهة المختصة عدة نتائج متمثلة في الغرامات المالية، والمصادرة الغلق النهائي للمؤسسة وسحب الرخص.

## رابعا : المستهلك ووسائل حمايته في الإسلام:

حماية المستهلك في الإسلام تعني استعمال المجتمع المسلم لوسائل شرعية تحفظ مصلحة المستهلك، الآنية والمستقبلية، وفي السياق حرصت الحضارة الإسلامية على توفير الحماية اللازمة للمستهلك في كل الحالات، يقول الإمام ابن تيمية : « يأمر المحتسب بالجمعة، والجماعات، وبصدق الحديث، وأداء الأمانات وينهي عن المنكرات كالكذب، والخيانة، وما يدخل في ذلك من تطفيف المكيال والميزان، والغش في الصناعات، والبياعات، والديانات، ونحو ذلك » . ويقول الإمام ابن القيم: « يجب علي ولي الأمر، منع النساء من الخروج متزينات، متجملات، ومنعهن من الثياب التي يكن بها كاسيات عاريات، كالثياب الواسطة، والرقاق».



### 1) حماية المستهلك من السلع والخدمات

وفي إطار هذا التصور الواسع للمستهلك و لحمايته في الإسلام يعالج هذا الموضوع من خلال النقاط التالية:

على مستوى الإنتاج , مستوى التسويق.<sup>(8)</sup>

أ) على مستوى الإنتاج: يحمي المستهلك بتوفير الجودة في المنتج. وذلك لحسن الاختيار في المواد الخام، وإتقان التركيب والعمل الإنتاجي المتصل به، فالرسول ﷺ يقول: «إن الله يحب إذا عمل أحدكم عملاً أن يتقنه».

ويساعد على تحقيق الجودة بتوخي الإيمان في العامل، والخلق الإسلامي الرفيع، الذي يرفع العمل إلى مستوى العبادة لله تعالى: فيرتبط العامل بالله عز وجل، قبل أن يهبط بالعمل، يضاف إلى ذلك الاستفادة من التفات العلم والتكنولوجيا، حتى يتم تدعيم الجودة بالاختصار في الزمن اللازم للإنتاج، الأمر الذي يترتب عليه انخفاض عدد الساعات اللازمة للإنتاج، والتي هي إحدى مقومات السعر أو الثمن، وقد حث الرسول ﷺ على أن ينفع المنتج الناس عن طريق تخفيض التكلفة، ومن ثم تخفيض السعر: «خير الناس أنفعهم للناس» .

من جهة أخرى، تتم حماية المستهلك على مستوى الإنتاج بتجنب التمويل الربوي الذي يرفع دائماً من كلفة السلعة المنتجة، لأن سعر الربا أو الفوائد البنكية يتحملها في النهاية المستهلك، فيعرض .

﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنتُمْ مُؤْمِنِينَ . فَإِنْ لَمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَإِنْ تُبْتُمْ فَلَكُمْ رُؤُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ ﴾ [البقرة: 278 - 279].

وبالمقابل، توجد عدة بدائل عن التمويل الربوي، وجدت المشاركة بتقديم رأس المال من عدة أشخاص طبيعيين أو معنويين، والمراوحة مما يفي بالحاجة، ويساهم في استقرار الأسعار، ومنع التضخم، لأن زيادة النقد عندئذ ترتبط بزيادة الإنتاج، حتماً، فلا يكون هناك مجال للتضخم.

ب) على مستوى التسويق: أما على مستوى التسويق فحماية المستهلك من السلع والخدمات تتم من خلال طبيعة السوق الإسلامية، ومن خلال عدة ضوابط شرعية:<sup>(9)</sup>

- طبيعة السوق الإسلامية: السوق الإسلامية هي سوق حرة، ليس فيها احتكار إلا في السلع، ولا في المعلومات عن الأسعار، لأن الاحتكار جريمة اقتصادية، حيث



يقول الرسول ﷺ: « لا يحتكر إلا خاطئ »، و« ومن دخل في شيء من أسعار المسلمين، ليغليه عليهم، كان حقا على الله أن يذقه في النار يوم القيامة ». وبذلك تتوفر المنافسة التي تتحدد بها الأسعار من خلال آليات الطلب والعرض، ومن خلال تلاقي شروط أطراف التداول . دون تدخل مسبق للسلطة في تحديد الأسعار . فقد أباح ﷺ لأطراف التداول أن يشترطوا ما شاءوا :المسلمون على شروطهم، إلا شرطا حرم حلالا، أو أحل حراما.

إن حرية السوق في الإسلام هي حرية بقواعد الشريعة التي تمثل شرطا، فلا يدخل هذه السوق سلع محرمة، كالخمر، ولحم الخنزير....الخ. والقروض الربوية، فالرسول ﷺ يقول«إن الله ورسوله حرما بيع الخمر، والميتة، والخنزير والأصنام» . وكذلك للتداول آداب ملزمة، يجب على أطراف التداول مراعاتها بدقة ، فالرسول ﷺ يقول: « لا يسم المسلم على سوم أخيه و لا يبيع الرجل على بيع أخيه». وهذه السوق تخضع لرقابة الدولة، لأن الدولة في الإسلام هي دولة العقيدة، عليها أن تراقب التزام الناس لمقتضيات العقيدة في الحياة اليومية على المستوى الاقتصادي وغيره، ومن بين النصوص الواردة في حماية المستهلك نذكر: مراقبة الموازين : ﴿ وَيَلْ لِلْمُطَفِّفِينَ . الَّذِينَ إِذَا اكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ . وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ﴾ .

- منع تحديد الأسعار: لما طلب من الرسول ﷺ تحديد الأسعار قال : « إن الله هو المسعر، القابض، الباسط، الرازق، وإني لأرجو أن ألقى الله وليس أحد منكم بطلبي بمظلمة في دم ولا مال».

- التجارة تكون بتراضي جميع الأطراف : قال تعالى ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ﴾ [النساء: من الآية 29].

(2) الضوابط الشرعية :

وضع الإسلام عدة ضوابط تحمي الثقة بين طرفي التداول منها :<sup>(10)</sup>

- منع الغرر: قال أبو هريرة ؓ: « نهى النبي ﷺ عن بيع الغرر » .

والغرر أن يكون موضوع التداول غير مقدور على تسليمه إلى الممتلك سواء كان هذا الموضوع موجودا أم معدوما.

- تقديم المعارض للبيانات الكافية : بحيث لا بد من تبيان نوعه، وصفاته المميزة وكميته والخروج من دائرة الجهل بالشئ المراد بيعه، بحيث يتم التراضي





عليه عن بينة تامة، وفي هذا يقول الرسول ﷺ : «المسلم أخو المسلم، ولا يحل لمسلم باع من أخيه بيعا فيه عيب إلا بينه».

- البعد عن وسائل فقدان الثقة بين أطراف التداول : يحمي المستهلك بوجوب الابتعاد عن وسائل الثقة، وفي هذا السياق حرم الإسلام الغش في موضوع التداول، حتى يكون هذا الموضوع على حقيقة، فعن أبي هريرة ؓ أن رسول الله ﷺ مر برجل يبيع طعاما، فسأله كيف تبيع ؟ فأخبره، فأوحى إليه: أن أدخل يدك فيه، فأدخل يده، فإذا هو مبلول، فقال رسول ﷺ : ليس منا من غشنا .

- منع الوساطة غير المنتجة : وجد الرسول ﷺ إن المنتجين بالبادية العربية يأتون بمحصولهم إلى المدن، ليبيعوا بضائعهم، مقابل جزء من الثمن متفق عليه، فنهى ﷺ، عن ذلك وأمر المنتجين أن يبيعوا محصولهم مباشرة، لأن الوسيط يؤدي إلى ثقل كاهل المستهلك، قال ﷺ : « لا بيع حاضر لباد، دعوا الناس يرزق الله بعضهم من بعض ».

وكما نهى الرسول ﷺ عن الوساطة بمعنى الوكالة بأجر البيع، فنهى عن الوساطة بمعنى الحيلولة دون التعامل المباشر بين المنتج .

- منع بيع الاضطرار : قال الإمام على كرم الله وجهه : « سيأتي على الناس زمان عضوض بعض الموسر على منا في يده، ولم يؤمر بذلك » . وبيع المضطر أن يكون شخص ما مضطرا إلى سلعة أساسية غير متوفرة في السوق إلا عند عارض واحد، ويحس العارض بحالة الضرورة التي يعانيها الطالب للسلعة، فيفرض عليه ثمنا أعلى من السعر المعقول .

- إعطاء المستهلك حق الخيار قبل إبرام العقد وبعده : وفي هذا يقول الرسول ﷺ : «البيعان كل واحد منهما بالخيار على صاحبه، حتى يتفرقا» .

- استحباب قبول طلب الاستقالة من العقد : الإسلام يرغب المعني بالطلب في هذه الحالة أن يقبل استقالة صاحبه من العقد أي المستهلك حتى يعودا معا إلى حالة التوازن السابقة للعقد، يقول الرسول ﷺ : « من أقال مسلما، أقال الله عثرته يوم القيامة » .

#### الخاتمة

إن حماية المستهلك لم تبلغ بعد الهدف المحدد لها وخاصة بعد أن تزايدت السوق الجزائرية بالمنتجات المحلية والأجنبية المستوردة وظهور أساليب التقليد والغش في المنتجات وانعدام مطابقتها للمواصفات والمقاييس القانونية والتنظيمية .



ولبلوغ الأهداف المحددة يجب تدعيم وتطوير الهياكل المكلفة بالسهر على مراقبة الجودة وقمع الغش وتحسين تكوينها وتخصصها في مراقبة كل مراحل النشاط الاقتصادي وتجهيزها بالوسائل المادية والبشرية المتخصصة تقنيا ومهيكله بهيكل جيد يسمح لها بالتدخل في الوقت المناسب .  
كما يجب على جمعيات حماية المستهلك أن تلعب دورها المنوط بها والقيام بدورها استعمال كافة الصلاحيات التي خولها إياها القانون  
ويعتبر التمسك بالدين الإسلامي وبلوغ الوازع الديني قمته أحد أهم الوسائل لحماية المستهلك، لأن الشريعة السمحاء وضعت ضوابط لذلك وما على الفرد المسلم إلا اتباعها سواء كان منتجا أو مستهلكا .  
الهوامش :

- (1) محمد فريد الصحن، التسويق، الدار الجامعية ، مصر 2002 ، ص 54
- (2) الجريدة الرسمية العدد 90 / 05 ، المرسوم التنفيذي رقم 90 / 39 المؤرخ في 30 / 10 / 1990 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش .
- (3) علي بولحية بن بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى، الجزائر، 2002، ص 17 .
- (4) مولود ديدان ، قانون الإجراءات الجزائية، دار بلقيس، الجزائر، 2007، ص 6، 7 .
- (5) الجريدة الرسمية ، العدد 96 / 62 ، المرسوم التنفيذي رقم 90 / 355 ، المؤرخ في 19 / 10 / 1996 المتعلق بإنشاء شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية .
- (6) الجريدة الرسمية العدد 90 / 53 ، قانون رقم 90 / 31 ، المؤرخ في 4 / 12 / 1990 المتعلق بالجمعيات .
- (7) الجريدة الرسمية العدد 90 / 05 ، المرسوم التنفيذي رقم 90 / 39 المؤرخ في 30 / 10 / 1990 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش .
- (8) رمضان علي السيد الشرنباوي ، حماية المستهلك في الفقه الإسلامي ، الدار الجامعية للنشر ، مصر ، 2003 ، ص 42 .
- (9) عبد الستار إبراهيم الميحي، الاستهلاك وضوابطه في الاقتصاد الإسلامي ، الوراق للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2005 ، ص 322 .
- (10) www.almostahlek.com



## مشكلات تعويض المستهلك عن الأضرار الناجمة عن الغذاء الفاسد

مداخلة من تقديم  
أ/ بدرية لعور  
كلية الحقوق والعلوم السياسية . جامعة بسكرة



### مقدمة

نتيجة الثورة التكنولوجية التي ظهرت في منتصف القرن العشرين وما أدت إليه من ضخامة الإنتاج والتوزيع ظهرت مشكلة حماية المستهلك وفرضت نفسها على المشرعين في معظم دول العالم خاصة وأن دائرة الخطر المحدقة بالإنسان في اتساع مستمر، والأضرار الناتجة عن ذلك في تفاقم دائم، مجتاحة بذلك صحته، وأحيانا كثيرة حياته . والخطير في الموضوع لا محدوديته اللامتناهية، فهذا النوع من الأضرار يقبع للمستهلك فيما يتناوله من طعام أو شراب أو دواء، وحتى فيما يستخدمه من أشياء في حياته اليومية، يفترض فيها أنها محط ثقة وأمان هذا من جهة. ومن جهة أخرى ما يلاحظ من تضائل في الاعتماد على المنتجات الطبيعية والاتجاه صوب المنتجات المصنعة رغم ما تسببه من أخطار على الأرواح والأموال، وطالما أن التطور مستمر فإن الاعتماد على هذه المنتجات في تزايد مستمر، حتى أن ما ينظر إليه منها في بدايته على أنه مجرد كماليات، لا يلبث مع الوقت حتى يصبح من قبيل الضروريات التي لا غنى عنها فهي من جانب تحقق للمستهلك الكثير من الرفاهية والمتعة ومن جانب آخر تزيد في فرص المخاطر التي تهدد الحياة البشرية.

وقد واكب التطور الصناعي تطورا مثيرا في أساليب الدعاية والإعلان عن هذه المنتجات بحيث أن مطاردتها للمستهلكين تكاد تتسيهم مضارها المحتملة. هذا دون أن ننسى ما لعبته وسائل النقل في العصر الحديث من انفتاح على الأسواق الخارجية أمام المنتجين الذين لا يترددون في بعض الأحيان في أن يسوقوا منتجات قد لا يعرف المقبلون عليها أن قانون البلد المنتج يحظر طرح أمثالها في السوق المحلي .



ولأن المستهلك يشكل أكبر نسبة مشكلة للمجتمع فقد درجت مختلف التشريعات في سبيل توقي الأضرار الصحية الناشئة عن الغذاء الفاسد إلى فرض العديد من الالتزامات على عاتق الأشخاص المسؤولين عن تداول السلع بالإضافة إلى تقرير جزاء جنائي في حالة الغش والتدليس... الخ ويكون هذا تكريسا لحق المجتمع في الشق المتعلق بالدعوى العمومية . ولكن لأن الغذاء الفاسد كثيرا ما يسبب أضرارا فإن ما يهم المتضرر هو الحصول على تعويض جراء ما لحقه من ضرر وذلك من خلال الدعوى المدنية ، وهو ما يطرح العديد من الإشكالات القانونية والعملية التي يصادفها سواء المستهلك أو خصمه في الدعوى وهي إشكالات تتعلق بعناصر المسؤولية المدنية الخطأ والضرر وعلاقة السببية ، الأمر الذي دفعنا إلى التساؤل هل أن النظام القانوني للمسؤولية المدنية بوضعها الحالي تتلاءم مع تعويض الأضرار اللاحقة بالمستهلك جراء الأغذية الفاسدة في عصر الإنتاج الواسع والمتطور ؟ . وهو ما سنحاول التطرق إليه من خلال عرض الإشكالات القانونية بشأن كل عنصر من عناصر المسؤولية المدنية.

#### المبحث الأول

#### المشكلات المتعلقة بإثبات الخطأ في جانب المتدخل في عملية وضع الغذاء للاستهلاك

تمر عملية توصيل السلعة إلى المستهلك عبر عدة مراحل أولها الإنتاج بمختلف خطواته إلى التوزيع والبيع . وباقتناء السلعة يحدث كثيرا أن تلحق ضررا بالمستهلك نظرا لفسادها وهو ما يخول له المطالبة بالتعويض عن ذلك لعدم تنفيذ المسؤول عن تداول السلعة الغذائية لالتزاماته القانونية ، وهنا أثبت الواقع وجود جملة من الإشكالات تتمحور حول المسؤول عن حدوث الخطأ<sup>(1)</sup> ؟ و كيفية إثباته ؟ بمعنى هل أن المتضرر من الغذاء الفاسد مجبر على إثبات الخطأ ليتحصل على التعويض ، أم لا ؟

المطلب الأول : تحديد الشخص المسؤول عن حدوث الخطأ

نبغي من وراء هذا البند معرفة مدى إمكان استعمال المستهلك لدعوى التعويض في الرجوع على البائعين الوسطاء والموزعين والمنتجين . فالخطأ المتسبب في إلحاق الضرر بالمستهلك ناجم عن عدد من الأشخاص يتدخلون في عملية وضع الغذاء للاستهلاك فمن منهم يتحمل مسؤولية فساد ؟

الأصل أن دعوى التعويض التي يرفعها المستهلك تفترض وجود علاقة عقدية مباشرة بينه وبين المدعى عليه وهو في العملية الاستهلاكية غالبا ما يكون البائع المباشر ، ولكن المستهلك قد يجد مصلحة في الرجوع على غيره من الوسطاء .



وفي هذا الإطار ساد في الفقه الفرنسي رأي يؤكد أن المستهلك يستطيع الرجوع عن طريق الدعوى المباشرة على أي من الوسطاء أو عليهم . جميعا كما يستطيع اختصام بآئعه المباشر والمنتج لإلزامهم بالتعويض على سبيل التضامن، إلا أن أصحاب هذا الرأي اختلفوا في تحديد الأساس القانوني لهذه الدعوى .

فمنهم من رأى فيها تطبيقا لفكرة الاشتراط لمصلحة الغير، ومنهم من عدها نوعا من حوالة الحق الضمنية ومنهم من نظر إليها بوصفها تعبيراً عن وكالة بين المنتج والموزع، ففي عمليات الإنتاج من أجل البيع يلعب المنتج دوراً أساسياً بمقارنته بالدور المحدود للموزع أو تاجر التجزئة، فإذا كان المستهلك يتعاقد مباشرة مع البائع أو مع الموزع، فذلك لأن المنتج لا يستطيع أن يباشر بنفسه عمليات البيع والتوزيع، إلا أنه هو المتحكم في تحديد مضمون العقد<sup>(2)</sup> لأنه في الواقع هو الطرف الذي يدفع المستهلك إلى شراء منتجاته وذلك عن طريق الدعاية الضخمة، ويجد هذا التأثير مظهره العملي، فيما يلاحظ من حرص المستهلك على أن ينتقي من بين ما يعرضه تاجر التجزئة، نوعاً معيناً من المنتجات دون أن تعنيه كثيراً شخصية البائع، وهو ما يعكس أن المنتج يقترب كثيراً من دور المتعاقد الذي يوجه إيجاباً عام للمستهلكين . وهكذا فإنه من الناحية العملية تسير الأمور كلها كما لو أن المستهلك يتعاقد مع المنتج، في حين أن صلته المباشرة تكون مع تاجر التجزئة الذي يعد وكيلاً عن المنتج<sup>(3)</sup>.

نقد هذا الرأي :

- هذا الرأي يفرغ العلاقة بين المستهلك وبائع التجزئة من مضمونها، إذ ما دام هذا الأخير مجرد وكيل فإن دوره ينحصر في إبرام العقد دون تنفيذه إلا إذا كان موكلًا بذلك، وهو ما ينعكس على حرمان المستهلك من أي رجوع ضده، وذلك يبدو مناقضاً لما هو مستقر فقها وقضاء من حق المستهلك في الرجوع بالدعوى العقدية على بآئعه المباشر .

- ينطوي هذا الرأي على تعميم يتجاهل تفصيل العلاقات المتعددة التي تقوم بين المنتجين والموزعين فإذا كان الموزع يمثل في بعض الأحيان مجرد حلقة في شبكة توزيع يهيمن عليها المنتج فإنه يحتفظ في أحيان أخرى باستقلاله التام إزاء المنتج ويباشر عمليات البيع لحسابه الخاص .

- مصدر الدعوى المباشرة هو نص القانون لذلك لا يجوز أن تعطى للمستهلك إلا من قبل المشرع كما أن نظامها يختلف عن الدعوى العقدية التي يمارسها المستهلك، فالأولى تستلزم رجوع الدائن على مدين مدينه بدلاً من المدين الأصلي في حين أن



دعوى المستهلك لا تقتض وجود المدين ومدين المدين . كما أن الدائن في الدعوى المباشرة لا يطالب مدين المدين إلا بما استقر في ذمة الأخير للمدين الأصلي، في حين أن المستهلك يمارس الدعوى العقدية بمناسبة الإخلال بالتزام عقدي<sup>(4)</sup>.

\* أما الرأي الراجح في تأصيل رجوع المستهلك على المنتج أو على أي من البائعين الوسطاء يكون في إطار مجموعة عقدية متتابعة الحلقات ترد على محل واحد ويراد بها نقل السلعة بما يصابها من ضمان من المنتج إلى المستورد ثم إلى تاجر الجملة ومنه إلى تاجر التجزئة وصولاً إلى المستهلك، فالطابع العقدي هو الذي يسود سلسلة العلاقات المتتابعة .

ويقول الأستاذ تيسي<sup>(5)</sup> " إنه إذا وجدت هذه العلاقات في إطار سلسلة عقدية فإنها تقتض تعديلاً مبدئياً نسبياً للعقد وفي مفهوم الغير، وهو ما يعني أن أطراف المجموعة العقدية ليسوا غيراً بالمعنى التقليدي لهذا المصطلح ما دام لكل منهم في علاقاتهم المتبادلة حق الرجوع على الآخر باستخدام وسيلة عقدية لا يمارسها من الناحية التقليدية إلا المتعاقد في الدعوى العقدية، وعليه فإن القضاء عندما تدخل لمنح الدعوى العقدية للغير فإنه في الواقع عدل مبدئياً نسبياً أثر العقد، وبالنسبة قد ألغى وصف الغير بالنسبة لبعض الأشخاص. وأساس ذلك أن هؤلاء لا يعدون غيراً ما داموا يساهمون في تكوين وتنفيذ مجموعة عقدية.

وعليه إذا كان المستهلك طرفاً في هذه المجموعة وتعرض لضرر ناشئ عن الإخلال بأحد العقود التي تتكون منها فإن للأخير الحق في ممارسة دعوى عقدية ضد المنتج أو أي من البائعين الوسطاء . "

بناء على ما سبق يمكن أن نحدد الأشخاص الذين يتحملون مسؤولية التعويض كما يلي :

1) إذا كان المضرور قام بشراء السلعة من تاجر تجزئة أو من مشتر سابق فإن من المسلم به أنه بإمكانه - فضلاً عن الرجوع بدعوى الضمان على بائعه المباشر، هذا الأخير الذي قد يختصم بدوره بائعه المباشر وهكذا وصولاً إلى المنتج في نهاية الأمر - أن يرجع بدعوى الضمان هذه مباشرة على المنتج، وقد يختصم جميع البائعين الوسطاء بناء على أن هذه الدعوى حق ينتقل بالتتابع مع الشيء المبيع من المشتري الأول إلى من يليه وصولاً إلى المشتري الأخير بحسبان ذلك من ملحقات المبيع. والمضرور يرجع بضمانه مباشرة على المنتج بشأن العيب المتعلق بصناعة السلعة فقط، دون العيب الذي يمكن أن يكون قد طرأ عليها بعد بيعها سليمة لمشتريها الأول .



(2) وفي حالة تصريف المنتجات عن طريق وكلاء تجاريين لا يكون للمضروب إلا الرجوع على المنتج لأن هؤلاء الوكلاء ينوبون عن هذا الأخير في البيع الذي يتم باسمه ولحسابه .

**المطلب الثاني : الطبيعة القانونية لمسؤولية المتدخل في وضع السلعة للاستهلاك**

سوف نحاول حصر الدراسة في هذا المطلب على المسؤولية القانونية للمنتج لما في ذلك من أهمية بالغة بالنسبة لموضوع دراستنا .

قد يصادف أن يتعاقد المستهلك مباشرة مع المنتج فتثار المسؤولية العقدية لهذا الأخير بشأن العيب الخفي وحده دون العيب الظاهر وفقا لما تقتضيه أحكام الضمان في عقد البيع المدني .

وقد لا يكون المستهلك طرفا في علاقة عقدية مع المنتج وهو الغالب الأعم وحينئذ فإن عليه أن يرجع على المنتج بناء على المسؤولية التقصيرية. ونظرا لما تثيره من إشكالات عديدة فإننا سوف نتناولها بشيء من التفصيل :

**أولا/ المسؤولية التقصيرية للمنتج**

يندر في الواقع أن تكون هناك علاقة تعاقدية تربط مباشرة بين المستهلك والمنتج ولهذا فإنه لا مفر من اختيار المسؤولية التقصيرية كأساس لمسؤولية المنتج . كما أنه من المسلم به عدم إمكان الخروج على أحكام هذا النوع من المسؤولية، ومن ثم لن يكون بإمكان المنتج أن يتحلل من مسؤوليته تجاه المضروب أو يخفف منها عن طريق شرط مسبق بذلك في العقد .

وحتى يتحقق جوهر الحماية الخاصة للمضروبين من المنتجات الصناعية الخطرة، لجأ الفقه إلى مبدأ افتراض خطأ المنتج سواء كانت السلعة خطرة بطبيعتها أو بسبب وجود عيب فيها .

**الحالة الأولى : مسؤولية المنتج عن السلعة الخطرة بطبيعتها**

خطأ المنتج هنا يتمثل في تقصير في واجب الإخبار أو التحذير أو فيما كان ينبغي أن يتخذ المنتج من الاحتياطات المادية الكافية للوقاية من تحقق الخطر الكامن في المنتجات وتأمين سلامة المستهلكين . وفي هذه الحالة تقل أهمية افتراض خطأ المنتج بالنسبة للمضروب حيث يعفى من عبء إثباته . إلا أن قلة أهمية هذا الإعفاء لا تعني أن يبقى المضروب ملزما بإثبات الواقعة المادية أصل الضرر ( التحذير غير الكافي ...) وإنما يبقى عليه إثبات ظروف الحادث ووقائعه المادية ، وإن كان إثبات الوقائع المادية قد يكون بالغ الصعوبة في بعض الأحيان خصوصا إذا



هلكت المواد الخطرة تماما بحيث لم يبق معها ما يساعد على إثبات عدم كفاية التحذير أو قصور الاحتياطات المادية .

الحالة الثانية : مسؤولية المنتج عن خطورة السلعة بسبب وجود عيب فيها  
تظهر هنا الأهمية الحقيقية لافتراض خطأ المنتج لما تحتمله السلعة من وجود عيب فيها ، إذ يتمثل الافتراض هنا في إعفاء المضرور من إقامة الدليل على خطأ فني من جانب المنتج ، أو إهمال أو عدم احتياط أدى إلى وجود العيب ، وهي مهمة شاقة لأن المضرور غالبا تتعذر لديه أي أدلة لمعرفة ما كان يحدث خلال عملية الإنتاج . كما أن افتراض الخطأ يخلق أمام المنتج باب إقناع القاضي بأنه اتخذ كل الاحتياطات الواجبة<sup>(6)</sup> لكن إعفاء المضرور من إقامة الدليل على خطأ المنتج ليس يعني إعفاءه من إقامة الدليل على ما يزعمه من وجود عيب في السلعة أدى إلى الإضرار به ، وإلا حملنا المنتج مسؤولية كل الأضرار التي تتصل بمنتجاته بصرف النظر عن سببها الحقيقي وهو قول غير مقبول. هذا فضلا عن أن إلزام المضرور بإثبات العيب الذي يدعيه هو التكملة المنطقية لما هو ملتزم به من إقامة الدليل على أن السلعة قد تدخلت إيجابيا في إحداث الضرر الذي أصابه وذلك بإثبات العيب الذي فيها .  
ويبقى على المنتج أن يثبت أنه قد اتخذ كل الاحتياطات المادية اللازمة لتأمين سلامة المستهلك بإثبات وجود سبب أجنبي ، أو خطأ المضرور في حد ذاته ، أو القوة القاهرة .

أ) خطأ المضرور: وذلك بأن يثبت المنتج الاستعمال الخاطئ للسلعة بأن يقيم الدليل على أن الضرر ما كان ليقع لولا هذا النوع من الاستعمال الخاطئ . أو بإثبات عدم تحقق المستهلك من صلاحية المنتج للاستعمال أي أنه قام باستعمالها بعد انتهاء التاريخ المحدد لصلاحيتها. وإن كان من الصعب التمسك بهذا الإهمال وحده للتحلل من المسؤولية إذ العبرة ليست بما كان يتوافر للمضرور من مكنة الفحص وإنما الحالة التي كان ينبغي أن تطرح عليها المنتجات للاستعمال العادي . إلا إذا أثبت المنتج استمرار المضرور في استعمال السلعة بعد انتهاء التاريخ المحدد لصلاحيتها والمبين بكل وضوح على غلافها .

ب) خطأ الغير : يستطيع المنتج أن يتحلل من المسؤولية إذا أثبت أن الضرر الذي أصاب المستهلك يرجع إلى خطأ الغير . ومن أبرز تطبيقات هذا الفرض أن تكون تعبئة المنتجات وتغليفها قد تمت من جانب مشروع آخر غير المشروع الذي قام بتصنيعها ، حينها يكون بإمكان المنتج أن يتحلل من المسؤولية إذا أثبت أن الضرر يرجع كلية إلى سوء عملية التعبئة أو التغليف . لكن ذلك يفترض بداهة استقلالية





المشروعين . كما أنه بإمكان المنتج أن يتحمل من المسؤولية إذا استطاع أن ينسب الخطأ إلى الوسطاء من غير أولئك التابعين له .  
وللمنتج كذلك أن يثبت أن العيب المؤدي للضرر بالمستهلك قد لحق بالمنتجات خلال عملية نقلها من جانب ناقل مستقل .  
كما أنه باستطاعة المنتج أن يقيم الدليل على أنه كان قد عمد بفحص المنتج من قبل أخصائيين قبل طرحها في الأسواق إلا أن المكلف بالفحص قد قصر في القيام بواجبه مما تسبب في وقوع الضرر بالمستهلك .  
ج) القوة القاهرة : يستطيع المنتج أن يتمسك بهذا الفرض شريطة أن يثبت عدم إمكان توقعه واستحالة دفعه إضافة إلى كونه حادث خارجي لا يتصل بالمنتجات نفسها ولا بالمشروع الصناعي .  
وفي غير هذه الأسباب الثلاثة يبقى المنتج مسؤولاً حتى بالنسبة للحالات التي يكون فيها سبب الحادث غير معروف على وجه التحديد بأن كان يتردد بين عدة احتمالات كأنفجار إحدى العبوات ويصعب تحديد السبب في ذلك فيما إذا كان العيب في المحتوى أو في العبوة أو لخطأ المضرور . ومسؤولية المنتج هنا ثابتة طالما أن خطأه كان أحد الأسباب المحتملة لهذا الحادث .  
هذا وإن كان فيما عرضناه من مسؤولية المنتج شيء من التشدد فإن في نظام التأمين من المسؤولية ما يمكن أن يقدم الحماية الكافية لهم<sup>(7)</sup> .

#### المبحث الثاني

##### الضرر الصحي القابل للتعويض الناشئ عن الغذاء الفاسد

نحاول خلال هذا البحث تحديد المشكلات المتعلقة بالضرر بدءاً بتحديد الضرر القابل للتعويض ثم الأشخاص المؤهلون قانوناً للحصول على تعويض.  
المطلب الأول : تحديد الضرر الصحي الناشئ عن الغذاء الفاسد  
المقصود بالضرر الذي يدخل في هذه الدراسة : " كل انعكاس سلبي يلحق بصحة الشخص أو بسلامته الجسدية نتيجة لاستهلاكه أو استعماله لأشياء تحصل عليها من خلال شبكات توزيع المنتجات ، وذلك بسبب احتوائها على مواد ضارة ما كان يجب أن توجد فيها ، أو لتجاوزها حدود النسب المسموح بها من هذه المواد"<sup>(8)</sup> .  
بناءً على ذلك فإننا نخرج من دائرة البحث عن الأضرار التي تلحق أموال الشخص . كما نقصر دراستنا على الأضرار التي تحدث بسبب المنتجات المصنعة والطبيعية بأصلها ولكن أضيف إليها مبيدات أو مركبات كيميائية تسبب أضراراً صحية للمستهلك ، ومن ذلك أيضاً المركبات التي اعتاد المنتجون على استعمالها على شكل مواد حافظة أو مكسبات الطعم واللون ، أو الأغذية المعدلة



جينيا<sup>(9)</sup> هاته الأخيرة وإن كانت ذات فوائد جمة منها توفير الغذاء بكميات كبيرة وجودة أفضل، وباستعمال أقل للمبيدات . إلا أنها ذات أخطار فادحة على صحة الإنسان إذ تتسبب في ظهور حالات الحساسية وخاصة رفض الأدوية المضادة للجراثيم حيث تعتبر الأخطار غير متوقعة وممكن أن تتطور ببطء مع الزمن، وتصبح هذه المشكلة أكثر تعقيدا في الدول النامية لعدم توفر الإمكانيات العلمية لتنفيذ هذه الاختبارات وغلاء قيمتها .

هذه الأنواع من الأغذية تسبب نتائج مأساوية تنعكس مباشرة على الوظائف الحيوية للجسم خاصة وأنها في الغالب ما تحدث في هدوء في جسم الإنسان وهنا ممكن الخطورة لأن المستهلك لا ينتبه إلا بعد فوات الأوان .

. من خلال المفهوم الأولي الذي اخترناه للضرر الصحي فإننا نستطيع أن نحدد جملة من العناصر الواجب توافرها فيه حتى نميزه عن غيره من الأضرار العديدة التي قد يتعرض لها المستهلك والتي تخرج عن دائرة دراستنا :

(1) أن ينجم الضرر عن منتج طبيعي أو صناعي، متداول في الأسواق عبر قنوات التسويق مع علم المنتج بتسويقه وإرادته لذلك، وعليه إذا طرحت سلعة ( الغذاء الفاسد) في الأسواق دون علم منتجها أو صانعها أو أكره على طرحه للتداول، أو تم تقليده فإن المنتج لا يكون مسئولا عن الأضرار التي تتجر عن استهلاكه . وكذلك الحال إذا عرض المستهلك نفسه مختارا لتجريب المنتج وهذا كثيرا ما يحدث بالنسبة للأدوية الجديدة<sup>(10)</sup> .

(2) الضرر الصحي يستوجب اتصالا مباشرا بين المستهلك والمنتج اتصالا يلحق اختلالا سلبيا بإحدى وظائفه الحيوية هذا الاتصال المباشر تتعدد صورته فإما أن يكون عن طريق البلع أو الشم أو الحقن أو الدهن ...الخ

(3) أن يظهر الضرر على هيئة اختلال في الوظائف الحيوية للمستهلك ويضطرب سيرها العادي، وذلك نتيجة لاشتغال المنتج لمواد ضارة يفترض أن لا تدخل في تركيبته أو عدم توافره على المواصفات وفقا للمقاييس القانونية المعمول بها في تصنيعه أو لنقص في إرشادات استعماله أو التنبه لخطورته.

فالضرر الصحي مصدره قد يكون غذاء أو شرابا أو أدوية فاسدة انتهت مدة صلاحيتها أو لسوء في تخزينها كما قد يكون ناجما عن مواد كيميائية تضاف للأغذية كالمواد الحافظة . وفي جميع الحالات تطرح مسألتان مهمتان:



\* الاستعداد المرضي للمستهلك ومدى حساسيته لمكونات السلعة<sup>(11)</sup> ومدى تأثير ذلك على مسؤولية المنتج . إذ أن الاستعداد المرضي والحساسية تختلف من شخص لأخر فيعتبر الغذاء ضارا بالنسبة للبعض دون الآخرين.

♦ الآثار الضارة الناشئة عن خطر التقدم العلمي<sup>(12)</sup> ونعني بها تلك المخاطر التي تنجم عن خطورة في المنتج لم تكن معروفة وقت تصنيعه أو تسويقه لكن التقدم العلمي أثبت الخصائص الضارة للمنتج فيما بعد .

فالمشكل الذي تطرحه المسألة الأولى يتعلق بمدى استحقاق المستهلك للتعويض عن الضرر الذي أحدثه الغذاء مع الأخذ بعين الاعتبار أن العيب ليس في المنتج ولا لتقصير من الصانع وإنما لخصوصية في المستهلك ناجمة عن حساسيته ، مع الأخذ بعين الاعتبار ما تقتضيه المادة 124 من ق م ؟

المطلب الثاني : تحديد الضرر الصحي القابل للتعويض

تولي النصوص القانونية الحديثة أهمية كبيرة لتعويض الأضرار الناشئة عن الإصابات الجسمية أو الوفاة الناتجتان عن وضع سلعة للتداول فالمادة 1/3 من اتفاقية ستراسبورج حول المسؤولية عن فعل المنتجات والمنعقدة بين دول مجلس أوروبا في 1977/01/01 تقضي بأن أحكامها تطبق بشأن الأضرار الناتجة عن الوفاة أو الأضرار الجسمية التي تصيب المستهلك ، وقد أحالت إلى القوانين الداخلية لتحديد عناصر الضرر الواجب التطبيق . وبالمثل فإن التوجيهات الأوروبية في مجال المسؤولية عن فعل المنتجات في نطاق دول المجموعة الأوروبية والصادر في 1985/06/25 يقتصر مجال تطبيقها على الأضرار الناشئة عن الوفاة أو الإصابات الجسمية التي تسببها السلعة المستهلكة<sup>(13)</sup> . وتثير مسألة تحديد الضرر القابل للتعويض تساؤلات مهمة تتلخص في : ما هي العناصر القانونية للضرر والتي يجب أن تدخل في حساب التعويض ؟

من هو الشخص الذي يحق له قانونا المطالبة بتعويض عن ضرر ناجم عن استهلاك غذاء فاسد ؟

ما هي الأسس التي يعتمد عليها القاضي ليقدر التعويض المستحق للمستهلك المتضرر من غذاء فاسد تقديرا سليما ، على غرار النسب المقررة لتعويض المضرور في حوادث المرور ؟

هذه إشكالات عملية تطرح بشأن الضرر الناجم عن استهلاك الغذاء الفاسد والتي سنحاول مناقشتها تباعا .

أولا / العناصر القانونية للضرر القابل للتعويض



تتمثل الأضرار الصحية التي يمكن أن تنشأ نتيجة استهلاك الأغذية الفاسدة في : الوفاة أو الإصابات الجسدية التي تتراوح بين التسمم الغذائي وحدث إعاقه إما مؤقتة أو دائمة للمضروب . فالمساس بصحة الشخص أو القضاء على حياته يعد إخلالا جسيما بحقه في سلامة جسده وصون حياته . وهو ما يمكنه قانونا من الحق في تعويض عادل عن الضرر الذي لحقه سواء كان ماديا أو معنويا <sup>(14)</sup> .

الضرر المادي يشترط فيه أن يكون محققا و أن يكون ناشئا عن إخلال بمصلحة مشروعة:

والضرر المحقق يشمل الضرر الحال، وما يمكن أن يتطور إليه من تفاقم . والمبدأ هو تعيين العناصر المكونة لقانونا للضرر والتي يجب أن تدخل في حساب التعويض وهي من المسائل القانونية التي يخضع فيها القاضي لرقابة المحكمة العليا . وإذا كان من اليسير تحديد الأضرار الناشئة عن انفجار زجاجة عصير متخمرة في وجه المستهلك وإصابته بضرر جسماني، فإن المشكل بشأن تحديد الضرر الواجب التعويض يثور في الحالات التالية :

هل يتم التعويض عن الضرر وهو على هيئته الحالية الظاهرة أم يتم انتظار استقراره، أم يتم اعتبار ذلك من قبيل الضرر المستقبل الذي يجوز التعويض عنه قانونا ؟

وكيف يتم التعويض عن الأضرار الصحية التي تصيب المستهلك من جراء الأغذية الفاسدة التي غالبا ما تنتج آثارها ببطء في الخفاء، وتظل على هذا الوضع فترة من الزمن لتظهر بعد ذلك على شكل ضرر جسيم يصيب المستهلك لاحقا في هيئة ضرر متفاقم ( عجز في أحد وظائفه الحيوية، أو وفاة ) كان من الممكن تدارك مضاعفاته لو تم اكتشافه بمجرد استهلاك الغذاء .

هذه الإشكالات لا نغني بها الضرر الذي يتطور شيئا فشيئا بحد ذاته فهو ضرر محقق واجب التعويض عنه ولكننا نقصد مقداره الذي لا يمكن التثبت منه إلا إذا استقرت حالة المصاب نهائيا، والمبدأ المستقر فقها وقضاء هو جواز التعويض عن الضرر المستقبل متى كان محقق الوقوع <sup>(15)</sup> وسلطة القاضي فيما يتعلق بتقدير مدى التعويض وصوره قد نص عليها المشرع الجزائري في القانون المدني 131، 132 وتنص الأولى " يقدر القاضي مدى التعويض عن الضرر الذي لحق المصاب طبقا لأحكام المادة 182 مع مراعاة الظروف والملابسة فإن لم يتيسر له وقت الحكم أن يقدر مدى التعويض بصفة نهائية فله أن يحتفظ للمضروب بالحق في أن يطالب خلال مدة معينة بالنظر من جديد في التقدير " . ولكن السؤال المطروح هل يحق



للمضرور كلما تفاقم ضرره التابع للضرر الأصلي الناجم عن الغذاء الفاسد  
مراجعة التعويض أم لا . لأن نص المادة جاء محددا بمدة يعينها القاضي ؟ وما هي  
العناصر التي تتدرج ضمن الامتداد المحقق والمباشر للوضع الحالي والتي تعتبر من  
عناصر الضرر الواجب التعويض ؟

الأصل أن الامتداد المحقق والمباشر للضرر الحالي يتضمن كل النتائج المتوقعة  
للحادث الضار والتي بدأت في الظهور وقت تقدير المسؤولية فيندرج في تقدير  
التعويض :

- نفقات العلاج المستقبلية طالما كان من الثابت وقت إصدار الحكم أنها  
ضرورية بالنسبة للمستهلك المضرور ومصاريف نقله إلى العلاج (طبي أو طبيعي) ،  
وهي نفقات تعتبر نتيجة طبيعية للحادثة الضارة .

- أما بالنسبة لنفقات إجراء الجراحة أو تلقي علاجات تتطلبها حالة المصاب  
بعد فترة من وقوع الحادثة الضارة فيشترط لاستردادها أن يثبت المصاب أنه لولا  
الواقعة الأصلية المسببة للضرر لما لجأ إلى ذلك وهو ما يتم عادة عن طريق خبير  
مختص.

- ويشترط لتعويض الضرر عن نفقات العلاج والإقامة في الخارج أن تتوافر  
العناصر التي تجعل من رحلة العلاج نتيجة طبيعية ومباشرة للضرر الأصلي .  
- وأقر التشريع والقضاء الفرنسي التعويض عن الأضرار المتمثلة في المساس  
بالتكامل الجسماني للشخص وما يسببه له من آلام وقد يعوقه عن ممارسة  
أنشطته بصورة طبيعية ، وأخذ بعين الاعتبار التعويض عن الآلام التي تصيب الشاب  
الذي يجد نفسه وهو في مقتبل العمر يعاني مرارة العجز وفقد كل أمل في ممارسة  
حياة طبيعية وأدرجها ضمن التعويض عن الإعاقة الدائمة<sup>(16)</sup>.

- واهتم التشريع الفرنسي بتعويض الضرر المتمثل في اختزال الحياة بالنسبة  
للإصابات التي لا يجدي معها أي علاج وتصبح نهاية الحياة معها محتومة كمبدأ  
تعويض مرضى الايدز بسبب نقل دم ملوث بفيروس المرض<sup>(17)</sup>.

- وتقضي المحاكم الفرنسية بالتعويض عن النتائج النفسية والعصبية للإصابات  
التي تحدث بالمضرور ضمن المبالغ التي تقررها على شكل تعويض الإعاقة المؤقتة<sup>(18)</sup>.

ثانيا/ الشخص الذي يحق له قانونا المطالبة بتعويض عن ضرر ناجم عن  
استهلاك غذاء فاسد :



إن نتيجة استهلاك الأغذية الفاسدة إما أن تكون وفاة المستهلك أو إصابته جسمانيا (تسمم، إعاقة...)، وكنتيجة لما يحدثه تحقق الواقعة مصدر الضرر من تأثير مباشر في المركز القانوني لضحيته قد تتأثر المراكز القانونية للأشخاص الذين تربطهم بالمضروور علاقة قانونية أو واقعية وبناء على ذلك فالضرر قد يكون أصليا مباشرا أو تبعا .

أ/ الضرر الأصلي : فإذا كان الاعتداء يسبق الموت بلحظة مهما قصرت فإن المضروور ( المجني عليه) يكون خلالها أهلا للمطالبة بالتعويض عن الضرر الذي لحقه وما يستتبعه من تفاقم . فالضرر يثبت مصلحة المضروور ويكون هذا الأخير مكلفا بإثباته بكافة طرق الإثبات لأن الضرر واقعة مادية . وسبق أن وضعنا الوضع القانوني للتعويض عن الضرر الحال والمستقبل.

أ) . إذا كان الضرر الذي أصاب الشخص هو الموت فإنه يكون قد حاق به عند وفاته ضرر متمثل في حرمانه من الحياة وينتقل الحق في جبره إلى ورثته فيحقق لهم مطالبة المسؤول بجبر الضرر الذي لحق مورثهم مشتملا على الجروح وما أدت إليه من وفاة باعتبارها من مضاعفاته ، وذلك تحقيقا لشرط المصلحة المشروعة التي تعتبر من شروط الضرر المادي<sup>(19)</sup> باعتبار أنه لحقهم من جراء الوفاة ضرر تبعا<sup>(20)</sup> . فما هو هذا الضرر وكيف يتم التعويض عنه ؟

ب/ الضرر التبعاي-1 تعريفه : هو ذلك الضرر الذي يتعرض له شخص دون أن تربطه بالواقعة التي ساهم العمل غير المشروع في تحقيقها علاقة تكشف عن الارتباط المادي المباشر بينهما وكنتيجة لما يحدثه تحقق الواقعة مصدر الضرر من تأثير مباشر في المركز القانوني لضحيته قد تتأثر المراكز القانونية للأشخاص الذين تربطهم به علاقات قانونية أو واقعية ، فالضرر التبعاي هو نوع من الضرر المنعكس أو نوع من رد الفعل السلبي .<sup>(21)</sup>

ويقوم الضرر التبعاي على ثلاث عناصر :

\* أن يكون الفعل قد أحدث بالضحية المباشرة ضررا .

\* أن يكون لهذا الضرر انعكاس على شخص آخر يتمثل في ضرر يلحق بهذا الشخص .

\* أن يكون قد جمع بين هذا الشخص والضحية المباشرة رابطة تجعله يتأثر في ماله أو في كيانه المعنوي، بما يحدث للمضروور الأصلي من نتائج ضارة .

2 . نطاق التعويض عن الضرر التبعاي : يتحدد نطاق التعويض عن الضرر التبعاي من حيث شروط التعويض ومن حيث الأشخاص المخول لهم قانونا حق المطالبة بذلك



و هي أحكام تختلف وفقا لما إذا توفى المضرور الأصلي أو أصيب بأضرار جسمية فقط :

أ) التعويض عن الضرر التبعية في حالة وفاة المضرور الأصلي (الضحية المباشرة لاستهلاك الغذاء الفاسد) : المشكلة التي تعرض بخصوص الضرر التبعية في حالة وفاة المضرور الأصلي هي تحديد دائرة الأشخاص الذين يجوز لهم المطالبة بالتعويض عنه والشروط التي يجب توافرها في هذا الصدد ، وهي تختلف باختلاف نوع الضرر المدعى به إن كان ماديا أو معنويا .

. فالتعويض عن الضرر المادي التبعية يفترض أن تكون قد قامت بين المضرور الأصلي المتوفى والمصاب بالضرر التبعية علاقة مادية ذات طابع مالي، يؤدي الحادث إلى الإخلال بها . فإذا توفى شخص جراء تناوله لغذاء فاسد كان لمن يعولهم الرجوع على المسؤول بالتعويض على أساس الإخلال بحق لهم إن كانوا ممن يجب عليه نفقتهم قانونا ، أو على أساس الإخلال بمصلحة مالية محققة إذا لم يكونوا من أصحاب النفقة قانونا ولكن كان المتوفى يتولى الإنفاق عليهم، غير أنه يشترط في هذه الحالة الأخيرة أن يثبت المضرور صاحب المصلحة أن المتوفى كان يعوله على وجه الاستمرار وأن فرصة الاستمرار هذه كانت محققة<sup>(22)</sup> حتى يقيم الدليل على وجود حق أو مصلحة ترتب على تحقق الضرر الأصلي مساس بها وعندئذ يقدر القاضي ما ضاع له من فرصة بفقد من كان يعيله ويقضى له بالتعويض بناء على ذلك. وهو ما سار عليه أغلبية الفقه والقضاء.

ولم يخص المشرع الجزائري تعويض المضرور عن الضرر التبعية من جراء الغذاء الفاسد بنصوص خاصة وترك الأمر للسلطة التقديرية للقاضي وفقا لنص المادة 182 ق م ، وإن كان قد تم تحديد المستفيدين من التعويض في حالة وفاة ضحية بالغة في القانون رقم 31/88 المؤرخ في 19 يوليو 1988 المتعلق بالزامية التأمين على السيارات وبنظام التعويض عن الأضرار وذلك في المقطع السادس بالقول بالتعويض ل: الزوج أو الأزواج، كل واحد من الأبناء القصر تحت الكفالة، الأب والأم، الأشخاص الآخرين تحت الكفالة (بمفهوم الضمان الاجتماعي) . وفي حالة وفاة ضحية قاصرة قصر التعويض في حدود الأب والأم أو الولي فقط . وبذلك يكون المشرع قد سهل للقاضي مهمة تحديد الأشخاص المستفيدين من التعويض المادي . ويكون عمليا جدا إذا تم إعمال ذلك بشأن التعويض عن وفاة المستهلك . - أما إن كانت المصلحة المالية احتمالية في تحققها ، فإن القضاء يرفض اعتبارها عنصرا من عناصر الضرر القابل للتعويض.



- أما التعويض عن الضرر المعنوي التبعية<sup>(23)</sup> فإنه يفترض وجود علاقة غير مالية بين المضرور الأصلي والمتضرر المطالب بالتعويض كالضرر المعنوي الذي يصيب الابن أو الزوج أو الوالد في حالة الوفاة فينعكس عليهم في شكل ألام ومعاناة نفسية .

وحدد القانون الجزائري الأشخاص الذين يستفيدون من التعويض عن الضرر المعنوي في القانون المتعلق بالزامية التأمين على السيارات وبنظام التعويض عن الأضرار في المقطع الخامس لكل من الأب والأم والزوج أو الأزواج وأولاد الضحية . وتنص المادة 1382 مدني فرنسي على إلزام المسؤول عن الواقعة التي سببت ضررا للغير بتعويضه ، ولا تستلزم وجود أي رابطة قانونية بين المتوفى وبين من يطالب بالتعويض وبذلك لم يعد يشترط للحكم بتعويض عن الضرر التبعية بنوعيه المادي والمعنوي وجود رابطة قانونية أو حق في النفقة بين المضرور الأصلي والتبعية فكل ما يشترط هو أن يكون الضرر الذي يدعيه هذا الأخير حقيقيا ومباشرا ، وهو ما يفتح المجال أمام أشخاص كثيرين للمطالبة بالتعويض عما يصيبهم من ضرر مادي أو معنوي من جراء موت المضرور الأصلي فيتقرر هذا التعويض للزوجة والأبناء والأصول والفروع والحواشي والأصهار سواء كان ذلك في نطاق الأسرة القانونية أو بالتبني ، كما يفتح هذا الوضع المجال أمام أشخاص غريباء عن أسرة المضرور الأصلي كالخطيبة مثلا .<sup>(24)</sup>

- الضرر المعنوي يجب أن يكون محققا أي غير احتمالي حتى يمكن التعويض عنه.<sup>(25)</sup>

ب) - مدى إمكانية التعويض عن الضرر التبعية في حالة إصابة المضرور الأصلي بأضرار صحية : في حالة أدى الغذاء الفاسد إلى أضرار صحية وخاصة الجسيمة منها التي تعيق المضرور الأصلي من ممارسة حياته الطبيعية بشكل عادي كما كان قبل الحادث كأن يصاب بشلل حركي مثلا أو إعاقة ... فإن ذلك ينعكس بطبيعة الحال على أشخاص كان المضرور الأصلي يعيلهم ( خاصة أبناءه القصر ...) فهل يحق لهم المطالبة بالتعويض ؟

رفض القضاء الفرنسي في البداية الحكم بالتعويض ممن يشكون ضررا تبعية الحق بهم جراء إصابة المضرور الأصلي ، معللا ذلك بأن المضرور الأصلي المباشر للفعل يبقى صاحب الحق في التعويض عن كل أضراره لو بقي على قيد الحياة ، فإن حكم له بالتعويض عن هذه الأضرار فإن هذا التعويض يكون مصلحا لكل الضرر ومعيدا للتوازن الذي كان قد اختل بسبب الحادث الذي وقع له ، ولا يبقى





لأي شخص قريب الحق في تعويض عن ضرر يشكو منه . ولقد ظلت الغرفة الجنائية لمحكمة النقض الفرنسية متمسكة بهذا الرأي، بينما كانت الغرفة المدنية رافضة تعويض أقارب المصاب عما يتكبده من معاناة نفسية ونفقات مادية في سبيل مساعدة المضرور الأصلي على اعتبار أن هذا الأمر يفرضه واجب المساعدة بين أفراد الأسرة الواحدة، ولكنها عدلت فيما بعد عن ذلك وقبلت تعويضهم عن الضرر المادي التبعية.

أما الضرر المعنوي، فقد رفضت الغرفة المدنية لمحكمة النقض الفرنسية تعويضه ما لم تكن الإصابة التي لحقت المضرور الأصلي قد بلغت حدا استثنائيا من الجسامة، وأن يكون الألم و اللوعة التي أصابت القريب قد بلغت درجة غير عادية من الشدة، ثم تحولت عن ذلك لتقرر أنه يكفي إثبات حدوث ضرر حقيقي ومباشر لقبول دعوى التعويض عن الضرر المعنوي الذي لحق بأقارب المضرور الأصلي، ولا يشترط لذلك أن تبلغ هذه الآلام حدا استثنائيا من الجسامة . ولا شك أن الموقف المتطور للقضاء الفرنسي في هذا الصدد يعتبر امتدادا لمسلكه في الوقوف إلى جانب المضرور، ومحاولته المستمرة لتيسير حصوله على تعويض أضراره<sup>(26)</sup>.

ولم نجد بالمقابل في التشريع الجزائري ما يوحي بتعويض ذوي المضرور الأصلي في حالة بقاءه حيا وإصابته بأضرار سواء جسيمة أو غيرها، وهناك من فسر سكوت المشرع بأن ذلك متروك لتقدير القاضي ولكننا لم نجد قرارات قضائية تفيد بحدوث ذلك، ولخطورة بعض الحالات وجسامة الأضرار التي تسببها الأغذية الفاسدة خصوصا إذا تعلق الأمر باختلال في الأعضاء الحيوية التي تعيق الشخص عن الكسب وإعالة أسرته فإن الوضع يحتاج إلى التفاتة من التشريع والقضاء طالما توافرت الشروط التي تجعل من الضرر شخصا مباشرا وحقيقيا .

- ويجدر الحديث عن التعويض المقرر لجمعيات حماية المستهلك المنصوص عليها في المادة 12 من القانون رقم 02/89 التعلق بقواعد حماية المستهلك والتي قررت في فقرتها الثانية " ... أن جمعيات حماية المستهلك المنشأة قانونا لها الحق في رفع دعاوى أمام أي محكمة مختصة بشأن الضرر الذي ألحق بالمصالح المشتركة للمستهلكين قصد التعويض عن الضرر المعنوي الذي ألحق بها " . هذه المادة وإن كانت تضمن حق التعويض لجمعيات حماية المستهلك إلا أنها تثير العديد من الإشكالات أهمها:

على أي أساس يقدر القاضي الضرر الذي ألحق بالجمعيات ؟ ولمن يمنح التعويض، هل للمستهلك المتضرر الأصلي أو للجمعية أو أن التعويض يقرر



لكليهما؟ وفي إشكالية موازية لهذا تتعلق بجمعيات حماية البيئة قرر القضاء الفرنسي حق الجمعيات البيئية في التقاضي وقدر لها تعويضا رمزيا لأن الغاية أن يتم استصدار حكم يعزز مطالب المتضرر الأصلي في التعويض عن الضرر البيئي . وتبقى الأحكام القضائية في مجال جمعيات حماية المستهلك نادرة في القضاء الجزائي الأمر الذي لم يمكننا من معرفة الحل الذي ينتجه القاضي في ذلك.

ثالثا/ ما هي الأسس التي يعتمد عليها القاضي ليقدر التعويض المستحق للمستهلك المتضرر من غذاء فاسد تقديرا سليما ، على غرار النسب المقررة لتعويض المضرور في حوادث المرور ؟ هذا التساؤل يطرح بشدة في القضايا التي يطالب فيها المضرور سواء الأصلي أو من له الحق بعد وفاته . وهل يمكن القول أن القاضي يستأنس بالنسب المحددة بالقانون الخاص بالتعويض عن حوادث المرور سواء في ذلك في حساب العجز أو بالنسبة للأشخاص المستفادين من التعويض في حالة الوفاة . وإن كان ذلك ما يتم فعلا هل أن تلك الأسس المعتمد عليها في حوادث المرور تتلاءم مع أي أضرار أخرى مهما كان سببها وتحديد هل تتلاءم مع الأضرار الناجمة عن الغذاء الفاسد وهي ثغرة تحتاج إلى أخذها بعين الاعتبار حتى تدارك هذا النقص التشريعي سواء بنصوص مستقلة أو أن يتم الإحالة إلى تلك قانون التعويض عن حوادث المرور حتى تكون مرجعا للقاضي والمتقاضي على السواء .

#### المبحث الثالث

#### المشكلات المتعلقة بتوافر علاقة السببية

ما نريد التنويه إليه من خلال عنصر علاقة السببية في موضوع الأضرار اللاحقة بالمستهلك من جراء الأغذية الفاسدة مشكلتان مهمتان تتعلق الأولى بمدى التعويض عن خطر التقدم العلمي ، بينما تشير المشكلة الثانية الأحوال التي يتعذر فيها تعيين الملتزم بالتعويض في حالة تعذر تعيين المسئول عن السلعة المتسببة في حدوث الضرر.

المطلب الأول : مدى إمكانية تعويض الضرر الناشئ عن خطر التقدم العلمي من أهم الحقوق التي ضمنها القانون للمستهلك حقه في الأمان وضمان سلامته (المادة 2 من القانون رقم 02/89 المؤرخ في 1989/02/7 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك)<sup>(27)</sup> ويشمل ذلك حق المستهلك في أن تكون السلعة أو الخدمة التي يستخدمها مطابقة لمواصفات الجودة ولا يترتب على استخدامها إضرارا بدنية أو نفسية ، وهو ما يعني حماية المستهلك من المنتجات المعيبة . هذه الحماية التي لا تقف عند حد المنتج المعيب فقط بل تمتد إلى الحماية من خطر التقدم العلمي أيضا .



أولا/المقصود بخطر التقدم : " هي تلك المخاطر التي لا يمكن للمنتج التنبؤ بحدوثها عند تصنيع المنتج و تسويقه ، إما لأن المعطيات العلمية المعروفة في هذا الوقت لم تكن لتسمح باكتشافها ، أو لأن المخاطر ترتبط بظروف شخصية أو استثنائية"<sup>(28)</sup>. أي الخطر الذي لم يكن بالوسع اكتشافه في ظل المستوى العلمي السائد لحظة وضع السلعة للتداول ولم يتحقق هذا إلا في وقت لاحق بسبب التقدم الذي طرأ على الأبحاث العلمية والوسائل المستخدمة للتحكم في جودة السلعة ومراقبة سلامتها بالنسبة للمستهلك .

فالأمر هنا يتعلق بأضرار ناجمة عن خطورة المنتج لم تكن طبقا للمستوى العلمي والفني لحظة صنعه من الممكن توقعها فلا المنتج ولا أي شخص آخر ، كان من الممكن إذ ذاك أن يتكهن بأن هذا المنتج سوف يظهر بمرور الزمن والاستعمال انه ينطوي على مخاطر ، مما لا يجعله منتجا معيبا حتى ولو احتوى منذ بداية تصنيعه على مواد ضارة بالمستهلك لأنه تم الالتزام بالحد الأقصى من العناية ولم يتم معرفة هذا العيب قبل تسويقه .

ويعزو البعض خطر التقدم إلى التفاوت في درجة التطور الذي بلغته تقنيات الإنتاج بالمقارنة مع درجة التطور أو التقدم الذي بلغته أساليب ضبط الجودة ، هذه الأخيرة قد تظهر في أحيان كثيرة متخلفة بالمقارنة مع تقنيات الإنتاج التي تتطور بشكل متسارع استجابة لمقتضيات المنافسة التجارية .

وتعتبر المركبات الكيميائية التي تضاف إلى الأغذية ( كالمواد الحافظة ، ملونة...) أو تلك المستخدمة في إنتاج نوع معين من الدواء هي الأرض الخصبة لظهور خطر التقدم دون أن تكون خطرة على المستهلك في وقت تصنيعها ، ثم يظهر التقدم العلمي بعد مدة - غير محددة - أن تلك المادة المستعملة تسبب نتائج ضارة بصحة المستهلك أو تنتج عنها آثار جانبية خطيرة فلا يكون بالإمكان اكتشاف موانع استعمال الدواء أو آثاره الجانبية عند فحصه حتى ولو تم ذلك بأكبر قدر من العناية وحتى لو تمت تجربة الدواء بصورة كافية ، حيث لا تظهر هذه الآثار الجانبية ولا تتحدد موانع الاستعمال على وجه الدقة إلا في اللحظة التي يكون فيها الدواء قد استعمل من قبل عدد كبير من الأشخاص .<sup>(29)</sup>

ثانيا / وقت تقدير توافر مخاطر التقدم العلمي : تفترض مخاطر التقدم أن هناك عيبا ما بالسلعة كان موجودا لحظة طرحها للتداول بين الجمهور ولكنه لم يكن معروفا ولا قابلا لأن يكتشف بواسطة المنتج ، ولكن التقدم العلمي اللاحق هو الذي كشف عن وجود العيب .



ومخاطر التقدم العلمي يتم تقديرها وقت طرح المنتج للتداول ومعياريها يتمثل في الاستحالة المطلقة للكشف عن العيب في هذه اللحظة، وهذه الاستحالة المطلقة تكون بالنسبة للكافة، وبهذا المعنى تندمج مخاطر التقدم في المفهوم التقليدي للسلامة أو الأمان الواجب توافرها لحماية المستهلك<sup>(30)</sup>.

ثالثا/مسؤولية المنتج أو الموزع عن الأضرار الناشئة عن خطر التقدم: يظهر للوهلة الأولى أنه من الممكن القول بعدم مساءلة كل متدخل في عملية الوضع للاستهلاك خصوصا المنتج أو الموزع عن الأضرار التي تنتج عن خطر التقدم بناء على عدة اعتبارات أهمها أن العدل يقتضي عدم مساءلة شخص عن خطأ لم يرتكبه، أو أن نطالب المنتج أن يستبق عصره ويكشف عن الأخطار التي لا يمكن معرفتها في ضوء المستوى العلمي السائد، أو أن ينبه المستهلك مسبقا من خطر لم يتوصل العلم إلى اكتشافه بعد.

كما أن خطر التقدم أقرب في وصفه القانوني للقوة القاهرة التي لا يمكن توقعها أو تجنبها، وبالتالي لا يمكن المساءلة عن نتائجها وفقا للقاعدة العامة<sup>(31)</sup>. كما أنه قياسا لهذا الوضع في المسؤولية العقدية لا يكون المدين مسؤولا إلا عن الأضرار التي كان يمكن توقعها عادة وقت التعاقد، ما لم يكن قد ارتكب غشا أو خطأ جسيما المادة 2/182 ق م.

هذه الاعتبارات تقابلها في الضفة الأخرى اعتبارات لا تقل أهمية تقتضي أن المنطق والعدالة يتحققان في جانب المستهلك، والذي يصبح ضحية لطرح المنتجات في الأسواق دون التأكد من صلاحيتها وعدم ضررها وتتوافر فيها اشتراطات السلامة التي يكون من حق المستهلك أن ينتظرها من المهني اليقظ الحريص.

أما من الناحية الفنية، فإن انعقاد مسؤولية الصانع أو الموزع عن الأضرار الناشئة عن خطر التقدم ليس الهدف منه مجازاة خطأ في جانبه، بقدر ما هو إيجاد وسيلة لتعويض الأضرار التي تلحق بالمستهلكين.

بالإضافة إلى ذلك فإن المسؤول عن توزيع السلعة يمكنه التأمين من مسؤوليته عن الأضرار الناشئة عنها، ما كان منها معروف سببه أو مصدره أو غير معروف، وما عليه إلا أن يضيف عبء هذا التأمين على ثمن السلعة نفسها.

رابعا/ موقف التشريع والقضاء من تعويض الأضرار الناشئة عن خطر التقدم: تنص المادة 3/19 من قانون حماية المستهلك "إذا ثبت خطر منتج تم عرضه للاستهلاك تقوم السلطة الإدارية المختصة بسحبها فورا مع إعلام المستهلكين بكافة الوسائل الممكنة على نفقة المتدخل المخالف دون الإخلال بتطبيق العقوبات



المنصوص عليها في التشريع الجاري به العمل " . ولا شك أن اتباع السلطة المختصة للإجراءات المذكورة آنفا لا يحول دون رجوع المستهلك عليه بالتعويض عن الأضرار التي تكون قد لحقت به من جراء استخدامه للمنتج المعيب . وقد فسر الأساس القانوني لتعويض المستهلك من جراء ضرر التقدم وفقا لما يلي : أن المستهلك يتعاقد في الغالب الأعم مع التاجر الذي يسلمه السلعة ، وبالتالي لا تكون هناك علاقة تربط بين المستهلك والمنتج ومع ذلك فإن المستهلك يستطيع الرجوع على المنتج على أساس المسؤولية التقصيرية ذلك أن مسؤولية صانع المنتج تقوم على أساس إخلاله بالالتزام بالسلامة وأن قرينة الإخلال بالسلامة هذه لا تقبل إثبات العكس ، فلا يكفي أن يثبت صانع المنتج عدم إخلاله بالسلامة ، وإنما يتعين عليه إثبات أن وقوع الضرر إنما يعود إلى سبب أجنبي عنه <sup>(32)</sup> .

ويعتبر المنتج هو المسؤول الأول عن فعل المنتجات المعيبة وعما تسببه من ضرر للمستهلكين ، ويسأل عنها وفق القانون الفرنسي رقم 389 لسنة 1998 بشأن المسؤولية عن المنتجات المعيبة مسؤولية موضوعية ، وبالتالي لا يكون المستهلك ملزما بإثبات الخطأ في جانب المنتج ، ويترتب على هذه المسؤولية الالتزام بضمان الضرر الذي يصيب أي شخص ويستطيع المضرور الرجوع على كل من منتج الغذاء أو منتج أي جزء دخل في تركيبه النهائي ، والبائع يمكنه أن يرفع دعواه على كل هؤلاء بالتضامن فيما بينهم وفقا لما نصت عليه المادة 20 من قانون حماية المستهلك " يمكن الحائز الأخير أن يتبع كل الطرق القانونية ضد المتدخلين الآخرين على أساس مسؤوليتهم الخاصة " . ورغم هذا يضيف المشرع الفرنسي في المادة 10/1386 من قانون حماية المستهلك أن المنتج يستطيع دفع هذه المسؤولية إذا أثبت أن المعرفة العلمية والفنية السائدة وقت الإنتاج وحتى وضع المنتج في نطاق التداول لم تكن تستطيع التوصل لاكتشاف العيب . ويعتبر الصانع أو المهني مسؤولا عن مخاطر التقدم لأن عدم ظهور العيب في وقت التداول لا يمنع من أن يكون ملزما به ، لأن مخاطر التقدم تدخل في طائفة العيب الغير قابل للكشف عنه أو العيب الظاهر <sup>(33)</sup> .

وتجسيدا لحق المستهلك المتضرر في التعويض استقر القضاء من حيث المبدأ على إلزام الصانع أو المنتج أو أي مسؤول عن تداول السلعة بتعويض الأضرار الناشئة عن خطر التقدم <sup>(34)</sup> وهو ما كرسه القضاء الأمريكي ونجد القضاء الفرنسي قد قرر ذلك بشأن التعويض عن ضرر جراء ما تم اكتشافه من بكتيريا كانت موجودة بالجبن وهو نوع دقيق جدا وغير معروف بحيث يصعب على أي كيميائي اكتشافه . فيما استثنى من مبدأ مسؤولية المنتج عن أضرار التقدم ما يتعلق



بالمنتجات الصيدلانية، فقد أكدت محكمة النقض الفرنسية أن الالتزام بالإعلام والتحذير المتعلق بتحديد موانع استعمال دواء معين وبذكر آثاره الجانبية، يتحدد نطاقه بما هو معروف منها وقت وضع الدواء في التداول، ومما يعرف منذ هذا التاريخ، مما يعني أن حدوث أضرار لمستعمل الدواء في شكل آثار جانبية غير معروفة، وفقا للمستوى العلمي والتقني السائد وقت وضع الدواء في شبكة التوزيع، لا تسأل عنها الشركة المنتجة، وقريب من ذلك ما قالت به المحكمة في دعوى أخرى من أنه ليس هناك من خطأ يمكن نسبته إلى الشركة المنتجة للدواء الذي تسبب في حدوث ضرر، طالما قد تبين أنه كان الدواء الوحيد الموجود في التداول، وقت حدوث الوقائع أساس الضرر، الذي يسمح بإظهار (الفتاق) وتحديد، وطالما تم التحذير من أخطاره وبيان طريقة استعماله<sup>(35)</sup>.

المطلب الثاني / الملتزم بالتعويض في حالة تعذر تعيين المسؤول عن السلعة المتسببة في حدوث الضرر

إن أول ما يتبادر إلى الأذهان هو اصطدام المضرور بعقبة إثبات علاقة السببية بين الضرر الذي يطالب المستهلك بتعويضه و الخطأ الذي يدعيه وهو ما لا يتأتى إلا إذا استطاع المضرور نسبة هذا الخطأ إلى شخص محدد.

وفي مجال الأغذية تحديدا يحصل يوميا وبصورة شائعة استهلاك أنواع مختلفة من الأغذية تحت مسميات مختلفة ومن منتجات متعددة، إلا أنها متماثلة من حيث العناصر المكونة لها في شكل مواد كيميائية أو مواد ملونة أو حافظة... الخ . فإذا تعرض المستهلك إلى أضرار أثبتت الخبرة أن سببها يعود إلى هذه المواد ( الحافظة أو الملونة أو الكيميائية.. ) ثارت مسألة تعيين الشخص المسؤول عن التعويض ؟ لأنه وفقا للقواعد العامة يجب على طالب التعويض تعيين المسؤول عن السلعة سبب الضرر، كما يجب عليه على وجه الخصوص إقامة الدليل على وجود رابطة سببية بين السلعة المنتجة من المدعى عليه وبين ما لحقه من ضرر . وأثبت الواقع العملي الصعوبة البالغة في إقامة مثل هذا الإثبات .

فالقول بوجوب التعويض للمضرور في مثل هذه الظروف بإدانة جميع المستخدمين للمنتج تزكيه مبادئ العدل والمنطق جراء حدوث ضرر فعلي نتيجة سلوك خاطئ فليس من العدل ألا يجد تعويضا عنه لمجرد عدم تحديد شخص مرتكبه، حين أن كل فرد من المستخدمين للمنتج محل شبهة حقيقية في أن يكون هو المتسبب في هذا الضرر . كما أنه ليس من المنطق في شيء أن يجد كل منهم في مجرد وجوده ضمن جماعة محددة وسيلة سهلة للتوصل من المسؤولية . وبالتالي يكون مصير المضرور



الذي يتلقى عدة إصابات خلال مجموعة أفعال متزامنة، أسوأ من مصير المضرور الذي يتلقى إصابة واحدة من جراء سلوك شخص واحد.

بيد أن هذا القول ينطوي أيضا على وجه ظلم لا يقل سوءا، ففيه قضاء بالإدانة على بريء لا يسهل التسليم به، وبصفة خاصة حين يقتصر عدد من ينحصر بينهم المتسبب في الضرر على شخصين، حيث يبدو عدم إدانتهم معا أكثر وضوحا ما دام الفرض أن احدهما برئ تماما من إحداث هذا الضرر بقدر مسؤولية الآخر الكاملة عنها، وإدانة برئ منهما تتجاهل قواعد المسؤولية المدنية خصوصا علاقة السببية بين الخطأ والضرر علاقة يتعين على المضرور نفسه إقامة الدليل عليها، وهو ما يستحيل عليه باستحالة تحديد شخص المخطئ<sup>(36)</sup>، وإزاء تطرف القول في هذه المشكلة بحرمان المضرور من التعويض في كل الأحوال أو القول بوجوبه له قبل عدد من الأشخاص دون تحديد في كل الأحوال بلا تمييز أو دون قيد أو شرط فإن البحث عن حل عادل ومنطقي في هذا الشأن أمر غاية في الضرورة والأهمية . - حاول القضاء الفرنسي وضع حل لإشكالية تحديد المسؤول عن تعويض الضرر في واقعة يسأل عنها شخص غير محدد من بين مجموعة محددة من الأشخاص وذلك من خلال نظرية الخطأ المشترك، كما أن القضاء الأمريكي قد طور منذ سنة 1980 فكرة قريبة منها تعرف بنظرية الحصة من السوق<sup>(37)</sup>، سنحاول التعرض لكلا النظريتين بما يخدم موضوع الدراسة:

\* أولا/ مدى إمكانية تطبيق نظرية الخطأ المشترك بالنسبة للأضرار الناشئة عن أغذية منتجة من قبل أشخاص متعددين: تقتضي القواعد التقليدية في السببية أنه طالما لم يتوصل المضرور إلى تحديد الشخص المسؤول عن الفعل الذي ينسب إليه الضرر الذي ألحق به فإن المسؤولية عن الضرر لن تقوم، وبالتالي فلن يكون باستطاعته الحصول على تعويض . فطالما كان هناك فعل واحد من بين عدة أفعال هو السبب في حدوث الضرر، لكننا نجهل هذا الفعل ولا نستطيع أن نعيّنه على وجه التحديد وتعذر الإثبات هو الذي يمنع من تحديد الشخص المسؤول أو تقرير مسؤولية الضرر .

وقد قرر القضاء الفرنسي في حادثة تتلاءم مع هذا الطرح إدانة مجموعة المشاركين في عمليات الصيد والذين ارتكبوا أثناء مباشرتهم للنشاط المشترك الذي نتج عنه ضرر، الأخطاء التي لا يمكن الفصل بينها أو التمييز بين عناصرها وتتعدّد المسؤولية التضامنية للمجموع ما لم يثبت أحدهم أن نوع العيار الناري المقذوف الذي يستخدمه يختلف عن النوع الذي نتج عنه ضرر.



ويرى الفقه أن مسلك القضاء هذا يكمن في رغبة المحاكم في توزيع عبء إثبات رابطة السببية بصورة عادلة في الأحوال التي يتعذر فيها تعيين المسؤول عن الواقعة سبب الضرر على وجه اليقين، فإذا كان المضرور هو الذي يقع عليه عبء إثبات هذا الأمر فإن القضاء قد اجتهد في إيجاد الوسائل الكفيلة بمساعدته في مهمته وفي هذا الصدد فقد رأى أنه إذا أثبت المضرور ليس فقط ما لحقه من ضرر ولكن إلى جانب ذلك الواقعة مصدر الضرر وعلاقة السببية القائمة بينهما فلا ينبغي أن يحرم من التعويض بدعوى أن الواقعة مصدر الضرر تنسب إلى عدة أشخاص معروفين لديه على وجه التحديد لكنه لا يمكنه أن يشير إلى أحدهم بذاته ليقول إنه المسؤول عن الضرر فعندما يتوصل الضحية إلى إثبات أن كل شروط المسؤولية متوافرة ضد أحد أعضاء مجموعة معينة فإن هذا يعتبر كافياً من جانبه ليحكم له بالتعويض . أما تعيين المسؤول الفعلي عن الضرر وتحديده على وجه الدقة، فهذا الأمر يعود لأعضاء المجموعة أنفسهم، بحيث يتوجب على من يريد التخلص من المسؤولية أن يثبت أنه يرتكب الواقعة سبب الضرر، أو أن عضواً آخر هو المسؤول عنها، أو بمعنى آخر فإن المسؤولية القضائية للفاعلين تقوم ببساطة على فكرة مفادها أن المدعى يعتبر قد أوفى بما يتوجب عليه فيما يتعلق بإثبات رابطة السببية عندما يقيم الدليل على أن الواقعة سبب الضرر لا يمكن أن تكون قد وقعت إلا من أحد أفراد هذه المجموعة التي يحددها بحيث يكون هذا كافياً لافتراض أن كل أفراد المجموعة قد اشتركوا في إحداث الضرر ويعود إليهم مسألة إثبات عكس هذه القرينة .

لكن السؤال المطروح هل تصلح نظرية الخطأ المشترك للتطبيق بالنسبة للأضرار الناشئة عن أغذية منتجة من قبل أشخاص متعددين تحت أسماء تجارية متعددة ؟

يرى الفقه صعوبة في تطبيق نظرية الخطأ المشترك في مثل هذه المجالات وذلك لعدة اعتبارات أهمها :

- أن النشاط المشترك الذي بنيت عليه النظرية يتميز بأنه معاصر زمنياً ومتكافئ من حيث المقدار.

- يمكن في الطرح المعتمد في النظرية للشخص الذي يجبر على دفع التعويض الرجوع على باقي أعضاء المجموعة مطالباً كلا منهم بدفع ما يخصه من مبلغ التعويض.

إلا أن مجال المسؤولية الناشئة عن أضرار الأغذية مختلف تماماً . حيث يستمر إنتاج السلعة الغذائية على مدى سنوات طويلة كما تتفاوت حصة المنتجين في





السوق، وأخيرا هناك من بين المنتجين أو الموزعين من يفلس أو يختفي أو يتوقف نشاطه، مما يجعل مسألة الرجوع عليه أمرا مستحيلا في حالة قيام أحد المنتجين أو مجموعة منهم بدفع كامل التعويض للمضرور.

\* ثانيا / تحديد المسؤول عن تعويض الضرر وفقا لنظرية الحصص من السوق :  
مضمون النظرية : تعد هذه النظرية تعديلا للأحكام الخاصة بالمسؤولية التضامنية للدفاع عن المتعديين، بحيث تتلاءم مع طبيعة الأضرار الناشئة عن وضع سلعة في التداول بواسطة منتجين تحت أسماء تجارية مختلفة، وذلك بهدف تيسير عبء إثبات رابطة السببية من جانب المضرور.

وقد أسس هذه النظرية القاضي "موسك" بحكم أصدرته المحكمة العليا في كاليفورنيا عام 1980 وذلك في قضية تتلخص وقائعها في إن هيئة مراقبة الأغذية والأدوية الأمريكية منحت في سنة 1947 شركات ترخيصا بتسويق نوع معين من الدواء الذي تستخدمه السيدات أثناء الحمل لكن الهيئة عادت لتسحب هذا الترخيص في سنة 1971 بعدما أثبتت الأبحاث العلمية أن المادة الموجودة في هذا الدواء هي المسؤولة عن ظهور نوع معين من أورام الرحم السرطانية لدى البنات اللاتي تناولت أمهاتهن هذا الدواء أثناء الحمل بهن. أدى هذا الأمر إلى رفع آلاف الدعاوى القضائية إما ضد الشركات المصنعة للدواء أو ضد الصيدالة أو ضد الأطباء الذين أشاروا باستعماله وحتى ضد هيئة الأغذية والأدوية الأمريكية ذاتها. غير أن كل الدعاوى التي رفعت على الصيدالة رفضت على أساس أنهم لم تكن لهم مشاركة ايجابية في تصنيع الدواء، وبالمثل رفضت الدعاوى التي وجهت ضد الأطباء نظرا لأن وصف هذا الدواء لم يكن مخالفا للعادات الطبية السائدة، أما تلك التي وجهت ضد هيئة مراقبة الأغذية والأدوية فلم ينظر فيها نظرا لأن الهيئة تتمتع بالحصانة .

وبالنسبة للدعاوى التي وجهت ضد الشركات المصنعة لهذا الدواء والتي كان موضوعها المطالبة بالتعويض على اعتبار أنها ارتكبت خطأ حيث كان من الممكن اكتشاف أخطار تلك المادة لو تمت تجربة الدواء واختباره بصورة كافية غير أن المدعين عجزوا في معظم الأحيان عن تحديد شركة بذاتها من بين المئات من الشركات المصنعة لهذا الدواء تكون مسؤولة عن توريده وهو ما أدى إلى رفض دعاوهم .

وعندما عرضت هذه المطالبات على المحكمة العليا بولاية كاليفورنيا، وضع القاضي "موسك" هذا المبدأ " : من المعقول والمنطقي أن تثير احتمالات مساهمة



الشركات المصنعة للدواء في إحداث الضرر باللجوء إلى النسبة التي يحققها كل منهم من بيع السلعة، بالمقارنة بالمجموع الكلي للإنتاج الموزع منها " وبمعنى آخر، التزام كل شركة بالمساهمة في التعويض بنسبة حصتها من السوق.

فمن اللحظة التي يتضح فيها أن المدعى عليه يستحوذ على جزء من توزيع السلعة التي ينسب إليها الضرر، فإن الأمر يقتضي منه أن يقيم الدليل على أنه لا يمكن أن تكون المادة أساس الضرر من إنتاجهم و إلا فإنه سيكون مسؤولاً عن تعويض الضرر بنسبة تعادل الحصة التي يستحوذ عليها من السوق، فإثبات قيام رابطة سببية مباشرة ليس متطلباً .

فهذه النظرية لا تلزم المتسبب في الضرر سوى بدفع نسبة من التعويض تعادل حصته في التوزيع .

#### \* تقدير نظرية الحصة من السوق

تحقق هذه النظرية مزايا لا يمكن إنكارها، فهي تشكل عامل ردع تحت المنتجين على بذل أقصى قدر من العناية والحرص في سبيل توقي أضرار السلع التي يطرحونها في الأسواق، كما تدفعهم في حالة المنازعات القضائية إلى التكتل وتكوين صندوق يستهدف تغطية المبالغ التي يحكم بها للمضرورين وهو ما يؤدي إلى حصول هؤلاء على التعويضات المستحقة لهم دون إرهاب المسؤولين عن الضرر.

نقد النظرية / وجهت لهذه النظرية عدة انتقادات أهمها :

في الأحوال التي يمكن فيها تعيين المسؤول عن الضرر على وجه اليقين ويتبين أنه قد أوقف نشاطه أو اختفى يقتضي الأمر الاختيار بين ترك المضرور دون تعويض أو تحميل الآخرين حصة الشخص الذي أوقف نشاطه ولا شك أن المحاكم تختار الحل الأخير وتمضي في الدعوى وكأن المدعي لم يفلح في تعيين المسؤول عن الضرر. إن نقل عبء الإثبات يؤدي إلى إنشاء قرينة مسئولية المدعى عليه بطريقة غير منطقية نظراً لأن هذه النظرية تقيم المسئولية على أساس ثروتها وما تحققه من أرباح<sup>(38)</sup> .

#### خاتمة

في ختام هذا الموضوع نقول إن النظام القانوني للمسئولية المدنية بوضعها الحالي لا يساير جملة التحولات الاقتصادية والاجتماعية الحديثة إذ أنه لا يعمل بشكل عادل، كما أنه غير منصف لمصلحة المستهلك فمتطلبات تطبيق القواعد العامة المتمثلة في قاعدة التعويض عن الضرر المباشر المتوقع وقت إبرام العقد فحسب، وقاعدة الخطأ الواجب إثباته ما زالت تؤلف رغم الجهود الفقهية والمحاولات



القضائية على نحو بالغ الخطورة حجب عشرة في طريق التغطية الكاملة والمباشرة للضرر ضد الغذاء الفاسد .

إذ أننا نعيش عصر الإنتاج الواسع والمتطور، والكثير من المنتجات الفاسدة الضارة والخطرة تطرح في السوق لتكون في متناول جمهور المستهلكين دون أن يقع الشك في سلامتها سيما إذا تدخلت الدعاية والإعلان التي تشجع على اقتناء المنتجات، أضيف إلى ذلك ما أضحت تستدعيه الضرورة الملحة للتشريع والرقابة على الأغذية المعدلة وراثيا مع ضرورة القيام بالأبحاث التي تؤكد سلامتها من الناحية الصحية للمستهلك خصوصا مع الانفتاح على الأسواق العالمية الذي تعرفه الدولة في الوقت الراهن .

- الهوامش :

- (1) يعرف الفقه الخطأ على أنه انحراف في سلوك الشخص مع إدراكه لهذا الانحراف انظر أنور سلطان، الموجز في مصادر الالتزام، منشأة المعارف، مصر، 1970، ص 323
- (2) عامر قاسم أحمد القيسي، الحماية القانونية للمستهلك - دراسة في القانون المدني والمقارن : الدار العلمية الدولية، الأردن، د س ن، ص 64
- (3) محمد شكري سرور، مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته الخطرة، دار الفكر العربي، مصر، 1983، ص 77
- (4) عامر قاسم أحمد القيسي، مرجع سابق، ص 65
- (5) عامر قاسم أحمد القيسي، مرجع سابق، ص 65
- (6) محمد شكري سرور، مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته الخطرة، ص 83 - 84
- (7) المرجع نفسه، ص 72
- (8) ثروت عبد الحميد، الأضرار الصحية الناشئة عن الغذاء الفاسد أو الملوث، دار الجامعة الجديدة، مصر 2007، ص 6
- (9) الغذاء المعدل جينيا هو غذاء ناتج من النباتات والحيوانات التي تعرضت جيناتها للتغير مخبريا) الموجود في الكائنات الحية . ADN ( بواسطة العلماء عن طريق تغيير الخصائص الكيميائية لحمض . انظر خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في المعاملات الالكترونية : الدار الجامعية، مصر 2007 ، ص 263 .
- (10) تعويض الأضرار التي تحدث من جراء التجريب الاختياري من قبل المستهلك يتم من خلال العلاقة المباشرة بين الشركة والشخص المضرور أين يتم بحث مدى تأثير قبول المخاطر على مستوى المنتج
- (11) ثروت عبد الحميد، مرجع سابق، ص 8
- (12) خالد ممدوح إبراهيم، مرجع سابق، ص 257
- (13) ثروت عبد الحميد، مرجع سابق، ص 125



- (14) أنور سلطان، مرجع سابق، ص 343 .
- (15) المرجع نفسه ، ص 345
- (16) ثروت عبد الحميد، مرجع سابق، ص 129
- (17) المرجع نفسه، ص 129
- (18) المرجع نفسه، ص 128
- (19) أنور سلطان، مرجع سابق، ص 344
- (20) الضرر التبعية تسميه بعض المؤلفات الضرر المرتد أو المتعكس
- (21) حسن عبد الرحمن قدوس، المصادر غير الإرادية للالتزام، دار الفكر العربي، مصر، 1991 ص 144
- (22) أنور سلطان، مرجع سابق، ص 344
- (23) ثروت عبد الحميد، مرجع سابق، ص 135 .
- (24) الضرر المعنوي (الأدي) كل ما يؤدي شعور الشخص أو عاطفته فيسبب له ألما أو حزنا .
- (25) ثروت عبد الحميد، مرجع سابق، ص 136
- (26) أنور سلطان، مرجع سابق، ص 347
- (27) ثروت عبد الحميد، مرجع سابق، ص 139
- (28) القانون رقم 89/02 المؤرخ في 7/02/1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك.
- (29) خالد ممدوح إبراهيم ، مرجع سابق، ص 257
- (30) ثروت عبد الحميد، مرجع سابق، ص 145
- (31) خالد ممدوح إبراهيم ، مرجع سابق، ص 258
- (32) أنور سلطان، مرجع سابق، ص 358
- (33) حسن عبد الباسط جميعي، مسئولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته المعيبة ( دراسة مقارنة)، دار النهضة العربية، مصر، 2000، ص 174
- (34) خالد ممدوح إبراهيم ، مرجع سابق، ص 261
- (35) ثروت عبد الحميد، مرجع سابق، ص 150
- (36) محمد شكري سرور، مشكلة تعويض الضرر الذي يسببه شخص غير محدد من بين مجموعة محددة من الأشخاص، دار الفكر العربي، مصر، ص 6 .
- (37) ثروت عبد الحميد، مرجع سابق، ص 153
- (38) المرجع نفسه، ص 161 .



## دور مصالح مديرية التجارة في حماية المستهلك

مداخلة من تقديم

أ/ عمار زعبي

معهد العلوم القانونية والإدارية - المركز الجامعي بالوادي



مقدمة :

تتدخل الإدارة عن طريق وسائل الضبط الإداري لتحقيق الحماية المنشودة، فمن خلال هذه الوسائل القانونية تتحقق المصلحة العامة، وتضمن الحقوق والحريات<sup>(1)</sup>.

وللهيئات الإدارية صلاحيات متعددة تختلف باختلاف الهيئات نفسها، غير أن القاسم المشترك لها جميعا لا يخرج عن ضرورة تحقيق المصلحة العامة، وما دام الأمر كذلك، فإن بلوغ هذا الهدف من شأنه كفل حماية المستهلك .  
تعد مديرية التجارة واحدة من أهم الهيئات الإدارية التي لها دور كبير ومباشر في حماية المستهلك، فأى دور تلعبه مديرية التجارة في حماية المستهلك ؟

هناك جملة من الإجراءات القانونية تستطيع مديرية التجارة أن تقوم بها لتحقيق هدف الحماية المرجو، وتنقسم الإجراءات المتخذة من قبل مديرية التجارة إلى قسمين : القسم الأول يشمل الإجراءات المتخذة في إطار الرقابة على الممارسات التجارية . بينما يشمل القسم الثاني الإجراءات المتخذة في إطار رقابة النوعية وقمع الغش، وكلا الإجراءين هدفه النهائي حماية المستهلك، وسنتناول هذين القسمين في بحثين مختلفين ولكن بعد التعريف بمديرية التجارة :



### المبحث الأول التعريف بمديرية التجارة

نظم المرسوم التنفيذي رقم 409/03 المؤرخ في 2003/11/05 المتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعملها<sup>(2)</sup>، المديريات الولائية للتجارة على المستوى الوطني .

وحددت المادة (03) من هذا المرسوم مهام المديرية الولائية للتجارة، فنصت على المهام التالية :

1. السهر على تطبيق التشريع و التنظيم المتعلقين بالتجارة الخارجية والمنافسة والجودة وتنظيم النشاطات التجارية والمهن المقتنة واقتراح كل التدابير من أجل تكييفها .

2. السهر على احترام القواعد المتعلقة بالمنافسة وضمان مراعاة شروط التنافس السليم والنزاهة بين المتعاملين الاقتصاديين .

3. المساهمة في تطوير و ترقية قانون المنافسة فيما يخص نشاطات إنتاج وتوزيع السلع والخدمات .

4. متابعة تطور الأسعار عند إنتاج واستهلاك السلع والخدمات الضرورية و/أو الإستراتيجية .

5. السهر على تطبيق سياسة الرقابة الاقتصادية وقمع الغش .

6. تنظيم تسيير الشؤون القانونية والمنازعات المرتبطة بنشاط المراقبة ومتابعة تطبيق قرارات العدالة والتكفل بها عند الاقتضاء .

7. وضع نظام إعلامي حول وضع السوق بالاتصال مع النظام الوطني للإعلام .

8. القيام بالتحقيقات ذات الطابع الاقتصادي بالاتصال مع الهياكل المعنية .

9. تقديم المساعدة للمتعاملين الاقتصاديين والجماعات والمستعملين والمستهلكين في ميدان الجودة وأمن المنتجات والنظافة الصحية .

10. تطوير الإعلام وتحسيس المهنيين والمستهلكين بالتنسيق مع جمعياتهم.

11. اقتراح جميع الإجراءات الرامية إلى تحسين وترقية جودة السلع والخدمات المطروحة في السوق وكذا حماية المستهلك.



12. المشاركة مع الهيئات المعنية في جميع الدراسات والتحقيقات وأعمال صياغة المقاييس العامة أو الخاصة في مجال الجودة والنظافة الصحية والأمن المطبقة على المنتجات والخدمات ... .

يمكن النظر إلى مديرية التجارة من ناحيتين : عضويًا و بشريًا .  
فمن الناحية العضوية يمكن إنشاء أقسام إقليمية تابعة لمديرية التجارة إذا فرض ذلك كبر حجم النشاط الاقتصادي والتجاري أو بعد التجمعات الحضرية عن مركز الولاية<sup>(3)</sup> ، وفي حالة الولاية الحدودية فإن مديرية التجارة تضم مفتشية للجودة وقمع الغش على مستوى الحدود البرية أو البحرية وفي المطارات<sup>(4)</sup> .  
فمثلا مديرية التجارة لولاية الوادي تحوي أربع مصالح بها المكاتب التالية<sup>(5)</sup> :

- 1/ - مصلحة الإدارة والوسائل : وتضم : مكتب الموظفين والتكوين - مكتب الميزانية والوسائل - مكتب التوثيق والأرشيف و الإعلام الآلي .
  - 2/ - مصلحة الجودة : وتضم : المكتب المكلف بدعم ترقية جودة المنتجات الغذائية - المكتب المكلف بترقية جودة المنتجات الصناعية والخدمات - المكتب المكلف بالتوعية والعلاقات مع جمعيات حماية المستهلكين .
  - 3/ - مصلحة تنظيم السوق والمنافسة والتجارة الخارجية : وتضم : المكتب المكلف بترقية المنافسة - مكتب التجارة الخارجية - مكتب تنظيم الأسواق والنشاطات التجارية .
  - 4/ - مصلحة المراقبة المنازعات : وتضم : مكتب مراقبة الممارسات التجارية والمضادة للمنافسة - مكتب مراقبة الجودة و قمع الغش - مكتب المنازعات .
- أما من الناحية البشرية فتقسم مديرية التجارة إلى نوعين من الموظفين :  
النوع الأول هو السلك الإداري ، ويشمل مجموع الموظفين الذين يمارسون مهام إدارية بحتة كالمصرفين الإداريين والأعوان الإداريين و الحراس وأعوان النظافة وغيرهم ، وهؤلاء لا علاقة لهم بميدان الرقابة ويضمون فقط حسن سير الإدارة داخليا .



أما النوع الثاني وهو الأهم، هو السلك التقني الذي يضم جميع الموظفين الذين يمارسون مهام الرقابة على الممارسات التجارية والجودة وقمع الغش، ولقد حددت المادتين (49) من القانون 02/04 و(15) من القانون 02/89 الأشخاص المؤهلين لمعاينة المخالفات المختلفة التي تدرج في إطار تأدية مديرية التجارة لوظائفها .

واشترط القانون ضرورة أن يؤدي هؤلاء الموظفون اليمين، ويجب أن يفوضوا بالعمل طبقا للإجراءات التشريعية والتنظيمية المعمول بها <sup>(6)</sup>.

كما يمكن لهؤلاء الموظفين وطبقا للقانون :

1. تفحص كل المستندات الإدارية أو التجارية أو المالية أو المحاسبية، وكذا أية وسيلة مغناطيسية أو معلوماتية دون أن يمنعوا بحجة السر المهني <sup>(7)</sup>.
2. حجز البضائع طبقا للأحكام المنصوص عليها في هذا القانون <sup>(8)</sup>.
3. دخول المحلات التجارية والملحقات وأماكن الشحن أو التخزين بكل حرية باستثناء المحلات السكنية التي يتم دخولها طبقا لأحكام قانون الإجراءات الجزائية <sup>(9)</sup>.

4. رقابة المنتوجات والخدمات عن طريق المعاينات المباشرة والفحوص البصرية، وبواسطة أجهزة المكايل والموازين والمقاييس، وبالتدقيق في الوثائق والاستماع إلى الأشخاص المسؤولين أو بأخذ العينات <sup>(10)</sup>.

ويقوم أعوان الرقابة عند معاينتهم للمخالفة بتحرير محضر رسمي يحوي جميع المعلومات القانونية التي أقرها القانون لسلامته، ويُعتبر محضر أعوان الرقابة بمديرية التجارة له حجية قانونية حتى يطلعن فيه بالتزوير <sup>(11)</sup>.

فعلى خلاف ما نصت عليه المادة (115) من قانون الإجراءات الجزائية من أن المحاضر والتقارير المثبتة للجنايات والجنح لا تعتبر إلا مجرد استدلالات يجوز للقاضي الأخذ بها أو إهمالها ما لم ينص القانون على خلاف ذلك، فإننا نجد أن بعض القوانين كالقانونين (02/04) و(02/89) قد نصا صراحة على خلاف هذه القاعدة العامة، حيث أعطى هذين القانونين للمحاضر المحررة من طرف أعوان الرقابة بمديرية التجارة (\*) حجية كاملة وقوة إثباتية رسمية يتعين على قاضي الحكم الأخذ بها، ولا يجوز إهمالها إلا إذا حررها شخصان مؤهلان و وقع الطعن فيها بالتزوير و ثبت تزويرها <sup>(12)</sup>.





وتأكيدا لهذه القاعدة جاء قرار المحكمة العليا في الملف رقم 177521 بتاريخ 14/10/1998 في قضية بين (النيابة العامة) ضد (ت.ع) موضوعها حجية محاضر أعوان الرقابة<sup>(13)</sup>.

الوقائع والإجراءات :

حيث إن النائب العام لمجلس قضاء بسكرة طعن بالنقض في القرار الصادر بتاريخ 16/10/1996 من نفس المجلس والقاضي بإلغاء الحكم المستأنف والقضاء من جديد ببراءة المتهم من تهمة معارضة أعمال التحقيقات الاقتصادية بالمغير .

حيث أثار النائب العام في طعنه وجهها وحيدا للنقض مأخوذ من مخالفة القانون والخطأ في تطبيقه بدعوى أن القرار المطعون فيه أسس حكمه على إنكار المتهم وعدم وجود بالملف ما يُفيد ارتكاب هذا الأخير الجرم المنسوب إليه . فكان قرار المحكمة كما يلي : حيث إنه بالرجوع لمحضر أعوان المنافسة يتبين جليا أن المتهم رفض الاستجابة للاستدعاء الموجه له . حيث إنه بالرجوع للقرار المطعون فيه يتبين أن قضية الموضوع أسسوا حكمهم على انعدام الدليل وإنكار المتهم، ولم يناقشوا الحكم الذي أدان المتهم، والذي جاء فيه أن التهمة ثابتة في حق المتهم حسب المحضر المحرر من طرف أعوان المنافسة والأسعار، وأن المحضر له حجية قانونية إن لم يثبت العكس، وبالتالي الوجه المثار سديد ومؤسس ويؤدي لنقض القرار المطعون فيه . ما يمكن استنتاجه من القرار :

ما نستنتجه من هذا القرار هو أن محاضر أعوان الرقابة بمديرية التجارة لها حجية كاملة في الإثبات، والقاضي يصبح ملزما بما ورد فيها من بيانات ووقائع، وبطبيعتها فهي إذا ليست معدة للاستئناس فقط حتى يجوز للقاضي الأخذ بها أو تركها متى تشككت لديه فتاعات أخرى، بل لا بد له أن يأخذ بما جاء فيها، ولا يمكنه التنصل من هذا الالتزام إلا إذا طعن في المحضر بالتزوير، وثبت هذا التزوير بموجب حكم قضائي، وهذا ما نصت عليه المادة (58) من القانون 02/04 السالف الذكر .



#### المبحث الثاني :

الإجراءات المتخذة في إطار الرقابة على الممارسات التجارية  
لقد حدد القانون 02/04 المؤرخ في 2004/06/23، المتعلق بالشروط المطبقة  
على الممارسات التجارية الإجراءات التي تسمح لمديرية التجارة من خلال  
أعوان الرقابة بضمان حماية المستهلك .

وتتمثل الإجراءات التي يمكن لأعوان الرقابة القيام بها في هذا الإطار في  
: اقتراح غرامة مالية، حجز السلع ، اقتراح الغلق الإداري، وسنفضل الحديث  
عن هذه الإجراءات في الفقرات التالية :

المطلب الأول : اقتراح غرامة مالية

تعرف الغرامة على أنها : " إلزام المحكوم عليه بأن يدفع إلى خزينة  
الدولة المبلغ الذي حدده الحكم "<sup>(14)</sup>.

و يمكن التمييز بين نوعين من الغرامة :

أولاً ( غرامة محددة :

الغرامة المحددة هي إلزام المحكوم عليه بأن يدفع إلى خزينة الدولة مبلغا  
مقدرا في الحكم، ولأن أضرار هذا النوع من الغرامات قد يصيب مصالح  
أخرى فردية أو جماعية على نحو يتعدى معه، في كثير من الأحيان، تقدير  
الضرر الناجم عن الجريمة، فإن تشريعات حماية المستهلك أضحت تضع  
حدودا دنيا و أخرى قصوى، حتى يمكن للإدارة أن توازن بين الأخطار  
والأضرار الناجمة عن الجريمة، و بين العقوبة المقضي بها حتى تحقق ردع  
الجنّة<sup>(15)</sup>، كما حرم القاضي من استخدام سلطته التقديرية فيما يتعلق  
بإيقاف تنفيذ عقوبة الغرامة، حتى يحقق بذلك مزيدا من الردع الخاص<sup>(16)</sup>.  
ففي التشريع الجزائري نجد أن أدنى حد فرضه المشرع كغرامة يتمثل في  
مخالفة عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات، وقدرها : 5.000,00 دج ، بينما  
أقصى حد نجده في المخالفات الماسة بنزاهة الممارسات التجارية والممارسات  
التجارية التعسفية وقدرها : 5.000.000,00 دج<sup>(17)</sup>.

بينما باقي المخالفات تتراوح الغرامة فيها بين 10.000,00 دج كحد أدنى  
و 200.000,00 دج كحد أقصى ، كما هو الشأن بالنسبة لمخالفة عدم  
الإعلام بشروط البيع، فاتورة غير مطابقة، ممارسة أسعار غير شرعية،  
وغيرها .



ثانيا ( غرامة نسبية :

الغرامة النسبية هي الغرامة التي لا يحددها القانون بشكل ثابت، وإنما يتحدد مقدارها بالنظر إلى نسبة مثوية من القدرة المالية للجاني<sup>(18)</sup>.

ومن أمثلة ذلك نجد الغرامة المترتبة على مخالفة عدم الفوترة، إذ تقدّر بـ: 80 ٪ من المبلغ الذي لم يقيم المهني بفوترته مهما بلغت قيمته<sup>(19)</sup>.

وفي حالة ما إذا عاين أعوان الرقابة مخالفة في إطار الممارسات التجارية الضارة بالمستهلك يقومون بتحرير محضر، يتضمن جميع البيانات التي نصّت عليها المادة (56) من القانون 02/04 السالف الذكر، ثم يقترحون غرامة مالية كعقوبة على مخالفته التشريع الساري المفعول، وتسوّى الغرامة بطريقتين<sup>(20)</sup>:

أ - الطريق القضائي : وهو الطريق الأصلي ، كما يبيّن ذلك حكم المادة (60) من القانون 02/04 بنصّها الصريح : " تخضع مخالفات أحكام هذا القانون لاختصاص الجهات القضائية " .

إذ يرسل مدير التجارة الولائي المحضر إلى وكيل الجمهورية المختص إقليميا ولهذا الأخير حقّ ملاءمة المتابعة، فهو صاحب الدعوى العمومية يحركها ويباشرها دون سواء، لأنّ القانون لا يعترف لمديرية التجارة بأي دور في المتابعة القضائية .

غير أنّ المشرّع أجاز لممثل مديرية التجارة المؤهل قانونا، حتّى ولو كانت الإدارة غير طرف في الدعوى، أن يقدم أمام الهيئات القضائية طلبات كتابية أو شفوية في إطار المتابعات القضائية الناشئة عن مخالفة تطبيق القانون 02/04<sup>(21)</sup>.

ب) الطريق الودّي : وهو طريق استثنائي عن القاعدة العامة المتمثلة في التسوية القضائية ، وجاء النصّ عليه في الفقرة (02) من المادة (60) بقول المشرّع : " ... غير أنّه يمكن ... أن يُقبل من الأعوان الاقتصاديين المخالفين بمصالحة " .

وتسمّى هذه الغرامة قانونا : غرامة المصالحة، وحتى يستفيد المهني من الإجراءات التي وضعها المشرّع لذلك ينبغي توفر جملة من الشّروط منها : أن



لا يكون في حالة عود (\*)، وأن تكون الغرامة تقل أو تساوي : 1.000.000,00 دج، وأن يقبل المخالف باقتراح الغرامة المقدم له من طرف العون المراقب .  
وتراعي الإدارة في اقتراح الغرامة الأهداف التي وضعها المشرع لتحقيقها وتنتهي المصالحة المتابعات القضائية<sup>(22)</sup>.

وفي هذا الصدد جاء قرار المحكمة العليا في الملف رقم 88913 بتاريخ 1993/03/09 في قضية بين (ب.ش) ضد (مديرية التجارة والنيابة العامة) موضوعها عدم تبليغ مديرية التجارة بالملف للبت في غرامة المصالحة<sup>(23)</sup>.  
الوقائع والإجراءات :

حيث إن المدعو (ب.ش) طعن بالنقض في القرار الصادر عن مجلس قضاء بجاية بتاريخ 1990/10/16 المتضمن إلغاء الحكم المستأنف والقضاء من جديد بإدانة المتهم بجنحة عدم نشر الأسعار، وعقبا له تم الحكم عليه بغرامة مالية قدرها : 100.000,00 دج مع مصادرة السلع المحجوزة التي لا تحتوي فواتير .

حيث طعن محاميه في القرار مستندا إلى مخالفته للقواعد الجوهرية في الإجراءات وانعدام الأساس القانوني، بدعوى أن المحاضر كان ينبغي أن تُحال على مديرية التجارة للبت في الغرامة الواجب فرضها ... وبما أن الملف أُحيل على النيابة العامة مباشرة فقد وقع خرق للقواعد الإجرائية .

فكان قرار المحكمة العليا كما يلي : حيث إنه بالرجوع للقانون ... فإن المحاضر الموضوعة تحال إلى مديرية التجارة ... ولمدير التجارة جميع الصلاحيات للتحقيق في تصريحات الأشخاص الذين حرروا محضر الضبط وتقدير جدتها، ويمكنه أن يأمر بجميع التحقيقات التي يراها مفيدة ويمكنه البت في الغرامة الواجب فرضها .

وحيث إن قضاة الاستئناف قضوا بخلاف ذلك، ... مما يجعل الوجه المثار مؤسسا وينجر عنه نقض القرار المطعون فيه .

ما يمكن استنتاجه من القرار :

ما نستنتجه من هذا القرار هو أن صلاحيات مديرية التجارة تظل قائمة في البت في مقدار غرامة المصالحة وهي صلاحيات حصرية بموجب القانون، كاستثناء من القواعد العامة، وعندما لا تمكن مديرية التجارة من ممارسة صلاحياتها الحصرية فهذا يعد خرقا للقواعد الإجرائية الجاري بها العمل،



وبالتالي عدم احترامها يؤدي إلى نقض وإبطال أي قرار يقضي بغير ذلك، وهو ما تؤكد عليه قضية الحال .

كما جاء في حصيلة مديرية التجارة لولاية الوادي أن عدد التبليغات بغرامة المصالحة للمتعاملين الاقتصاديين خلال سنة 2006<sup>(24)</sup> بلغ: 328 تبليغا، بمبلغ إجمالي قدره : 7.397.793,20 دج ، بينما من قام بالتسديد حوالي : 38 متعامل، بمبلغ مالي قدره : 433.341,44 دج ، حيث تمّ تحصيل مبلغ يقلّ عن 6 % مما هو منتظر، الأمر الذي يثير التساؤل حول جدوى نظام غرامة المصالحة ؟ وإلى أي مدى يمكن أن يلعب دوره كأداة فعّالة في يد مديرية التجارة لحماية المستهلك من المخالفات الناتجة عن الممارسات التجارية ؟<sup>(\*)</sup> .

#### المطلب الثاني : حجز السلع

يعتبر حجز السلع أحد الإجراءات التي خولها القانون لمديرية التجارة لحماية المستهلك من المخالفات المندرجة في إطار الممارسات التجارية ، ولكن ممارسة هذا الإجراء لا يكون إلا طبقا لشروط معيّنة جاءت في القانون 02/04 السالف الذكر<sup>(25)</sup> .

يمكن لأعوان مديرية التجارة القيام بحجز البضائع عندما يرتكب المهني المخالفات الماسة بنزاهة الممارسات التجارية بمختلف صورها ، وكذا مخالفة عدم الفوترة<sup>(26)</sup> .

و للحجز صورتين اثنتين : حجز عيني وآخر اعتباري<sup>(27)</sup> .

#### أوّلا) الحجز العيني :

يُقصد بالحجز العيني ، كلّ حجز مادي للبضائع ، ويقوم به أعوان الرقابة على جميع الممتلكات التي تكون محلّ المخالفات، وذلك بتحديد قيمة المواد المحجوزة على أساس البيع المطبق من صاحب المخالفة ، أو بالرجوع إلى السعر الحقيقي في السوق، ويكلف صاحب المخالفة بحراسة المواد المحجوزة بعد أن تشمّع بالشمع الأحمر، ويمكن أن تحوّل المواد المحجوزة إلى إدارة أملاك الدولة ، التي تقوم بتخزين هذه المواد إلى غاية صدور حكم أو قرار من العدالة بشأنها ، وتكون التكاليف على حساب المخالف<sup>(28)</sup> .

وقد تحكم العدالة برّد المواد المحجوزة إلى أصحابها ، أو بمصادرتها<sup>(\*)</sup> ، وهذه الأخيرة تكون على قيمة الأموال المحجوزة بكاملها أو على جزء منها .



### ثانيا) الحجز الاعتباري :

الحجز الاعتباري هو كلّ حجز يتعلّق بسلع لا يمكن لمرتكب المخالفة أن يقدمها لسبب ما ، فتقوم الإدارة بمجرد وصفي وكمّي لهويّة السلع وقيمتها الحقيقية ، ويعتمد في ذلك على قاعدة سعر البيع الذي يطبّقه المخالف حسب الفاتورة الأخيرة أو السعر الحقيقي في السوق<sup>(29)</sup>.

وفي الحالتين ، عند الحجز العيني أو الاعتباري ، عندما يصدر القاضي حكمه بالمصادرة تصبح المواد المحجوزة مكتسبة للخزينة العمومية<sup>(30)</sup> ، وفي حالة صدور قرار برفع اليد عن الحجز تعاد المواد المحجوزة إلى صاحبها ، وتتحمّل الدولة تكاليف التخزين ، أمّا إذا صدر قرار برفع اليد عن حجز مواد تمّ بيعها على أساس سعر البيع المطبّق في السوق من طرف صاحبها أثناء الحجز ، فلصاحبها الحقّ في طلب التّعويض عن الضرر الذي لحقه من جراء الحجز<sup>(31)</sup>.

وفي هذا الإطار صدر قرار للمحكمة العليا في الملف رقم 75916 بتاريخ 1992/10/06 في قضية بين (النيابة العامة) ضدّ (ش.ل) موضوعها مصادرة سلع محجوزة<sup>(32)</sup>.

### الوقائع والإجراءات :

حيث إنّ النيابة العامة لمجلس قضاء سطيف طعنت بالنقض في القرار الصّادر عن الغرفة الجزائية لنفس المجلس بتاريخ 1989/02/12 ، والقاضي برّد البضاعة المحجوزة للمطعون ضده .

واستند النائب العام في طعنه إلى سبب الخطأ في تطبيق القانون ، حيث ينصّ القانون على أنّه يجوز للمحكمة إذا قضت بالعقوبة أن تأمر بمصادرة كلّ أو جزء من ناتج بيع الأموال المحجوزة لفائدة الدولة .

فكان قرار المحكمة العليا كما يلي : حيث إنّّه بالرجوع إلى القرار المطعون فيه يتبيّن أنّ المطعون ضده كان موضوع إدانة بتهمة المضاربة غير المشروعة ، وحجزت السلع التي كانت موضوع المضاربة ، ولم يفصل فيها الحكم الجزائي ، ولما عاد المطعون ضده بطلب الرّد ، قضى المجلس مباشرة بالرّد ... بدعوى أنّه لا يوجد نصّ يقضي بالمصادرة ، وبالرجوع إلى قانون الأسعار نجده ينصّ على أنّه : إذا قضت المحكمة بعقوبة ، جاز لها الأمر



بمصادرة كلّ أو جزء من ناتج بيع الأموال المحجوزة وذلك لفائدة الدولة ،  
وعليه فإنّ القول بانعدام النصّ مخالف للقانون ، ولهذا يتعيّن نقض القرار  
المطعون فيه .

ما يمكن استنتاجه من القرار :

ما نستنتجه من هذا القرار هو أنّه من صلاحيات مديرية التجارة حجز  
السّلع موضوع المخالفات للنصوص القانونية المتعلقة بالممارسات التجارية ،  
وتظلّ للهيئة القضائية سلطة تقدير الحكم بالمصادرة من عدمه ، فإن  
حكمت بها جاز لها الخيار بين كلّ الأموال أو جزء منها ، وحيث إنّ في قرار  
الحال ، وبعد ثبوت التّهمة على مرتكبها يصبح من صلاحيات القضاء  
الحكم بالمصادرة ، فإن استخدام صلاحياته لا ينبغي على أحد النعي عليه  
بمخالفة القانون .

المطلب الثالث : اقتراح الغلق الإداري

يقصد بالغلق منع مرتكب الفعل من ممارسة النشاط الذي كان يمارسه  
قبل إغلاق محلّه<sup>(33)</sup> ، والغلق إجراء وقائي يُفرض على الأشخاص الذين أثبتوا  
أثناء ممارستهم لحرفة أو نشاط اقتصادي أو تجاري ، عدم قدرتهم على  
الالتزام بالقواعد التي نظّم المشرّع بها ذلك النشاط ، وقد يكون الغلق نهائيا  
أو مؤقتا ، وفي الحالة الأخيرة عادة ما ينتهي بتمام الشهر ، أو بزوال الأسباب  
التي أدّت إلى اتخاذ إجراء الغلق<sup>(34)</sup> .

وفي التشريع الجزائري تجيز المادة (46) من القانون 02/04 السّالف  
الذكر للوالي المختصّ إقليميا ، بعد اقتراح يقدمه له المدير الولائي للتجارة ،  
إصدار قرار إداري بغلق المحلات التجارية لمدة لا تتجاوز الثلاثين (30) يوما<sup>(35)</sup> ،  
أو إلى غاية تسوية الوضعية إذا تعلّق الأمر بغياب الوثائق القانونية  
اللازمة لممارسة النشاط كالسّجل التجاري أو الرّخص ... الخ .

ولقد سجّلت مديرية التجارة لولاية الوادي خلال سنة 2004 : 92 اقتراح  
غلق بينما سجّلت في سنة 2005 : 212 اقتراح غلق ، في حين كان عدد  
اقتراحات الغلق في سنة 2006 : 200<sup>(36)</sup> ، هذه الأرقام تبيّن بوضوح ازدياد  
حالات الغلق الإداري بسبب تنامي المخالفات المتعلقة بالممارسات التجارية ،



لهذا تضطرّ مديرية التجارة إلى استخدام صلاحياتها القانونية لحماية المستهلك . (\*)

#### المبحث الثالث :

الإجراءات المتخذة في إطار الرقابة على النوعية وقمع الغش تتمثل الإجراءات التي بإمكان أعوان الرقابة بمديرية التجارة اتخاذها في هذا الإطار فيما يلي : معاينة المنتج، سحب المنتج، تغيير مقصده، حجزه وإتلافه . وسنتناول كل إجراء على حدة :

##### المطلب الأول : معاينة المنتج

يقوم أعوان مديرية التجارة بمعاينة المنتوجات والخدمات الموجودة في السوق عن طريق إجراء ملاحظات آنية و فحوصات ظاهرية بمساعدة آلات وأجهزة، للتأكد من أنّ الشروط المفروضة لصنعها وتسويقها قد احترمت<sup>(37)</sup>، فإذا لاحظوا أية مخالفة يدوّنون على إثرها محاضر، تتضمن جملة من البيانات ورد تحديدها في المادة (06) من المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش .

وتتمّ معاينة المنتج عن طريق اقتطاع عينات منه قصد تحليلها، وهذا على النحو التالي :

##### أوّلاً ( اقتطاع العينات :

ويُقصد بهذا الإجراء أخذ جزء من المنتج المعروض في السوق بقصد تحليله، ويكون الاقتطاع عادة شاملاً لثلاث عينات، وفي هذه الحالة تسلّم العينة الأولى للمخبر لتحليلها، أمّا العينتين الباقيتين فإنّهما تستعملان في الخبرتين المحتملتين<sup>(38)</sup>.

وقد يكون الاقتطاع شاملاً لعينة واحدة فقط، وهذا في حالتين وهما<sup>(39)</sup> :  
- الحالة الأولى : تتمثل في طبيعة المنتج محلّ الاقتطاع، سريع التلف أو أنّ وزنه أو أبعاده أو قيمته ضئيلة ممّا لا يسمح لنا باقتطاع أكثر من عينة واحدة.  
- الحالة الثانية : تتمثل في طلب الإدارة المختصة، فقد تطلب الإدارة المختصة اقتطاع عينة واحدة، غير أنّه في هذه الحالة لا يعتمد على نتائج فحصها في الملاحظات التي تقوم بها الإدارة<sup>(40)</sup>.

هذا، ويجب أن تكون الاقتطاعات بكيفية تجعل العينات الثلاث متجانسة وممثلة للكمية التي تمّت رقابتها<sup>(41)</sup>، ويتمّ وضع ختم على كلّ





عيّنة لاجتناب الغشّ والتلاعب به، ويتضمّن هذا الختم بيانات جاء تحديدها في نصّ المادة (12) من المرسوم التنفيذي رقم 39/90 السّالف الذكر، ثمّ يحرّر محضر اقتطاع العيّنات الذي يتطلّب هو أيضا شكلا معيّنا حدّد في المادة (10) من نفس المرسوم .

وبعد تحرير المحاضر و ختم العيّنات يبيّن العون إمّا قيمة العيّنات المصرّح بها من طرف حائز البضاعة أو القيمة المقدّرة من طرف السّلطة الإداريّة المختصة<sup>(42)</sup>.

ثانيا) تحليل العيّنات :

يُجرى تحليل العيّنات في مخابر الجودة وقمع الغشّ أو أي مخبر معتمد لهذا الغرض، وذلك في أجل أقصاه ثلاثون يوما من تسلّم العيّنة . ويتم تحليل العيّنات المقتطعة في المخابر المعتمدة من طرف الدّولة على نفقة ميزانيّة الوزارة المكلفة بالجودة طبقا لنصّ المادة (29) من المرسوم التنفيذي رقم 68/02 الصّادر بتاريخ 2002/02/06 الذي يحدّد شروط فتح مخابر تحاليل الجودة واعتمادها<sup>(43)</sup>، ووفقا للمادة (18) من المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المتعلّق برقابة الجودة وقمع الغشّ .

بعد انتهاء المخبر من مهامه يحرّر ورقة تسمّى بورقة التّحليل، يدوّن فيها كلّ التّحريّات الخاصّة بمطابقة أو عدم مطابقة المنتج، وترسل هذه الورقة إلى الهيئة التي قامت باقتطاع العيّنات، ويتصرّف الأعوان حسب نتائج التحليل<sup>(44)</sup>.

المطلب الثاني : سحب المنتج

إذا أسفرت نتائج التّحاليل المخبريّة عن عدم مطابقة المنتج يقوم الأعوان بسحبه ويكون السّحب إمّا مؤقتا أو نهائيا ، وذلك بهدف تحقيق المطابقة أو تغيير المقصد .

وقد عرّف المشرّع السّحب في نصّ المادة (24) من المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المتعلّق برقابة الجودة وقمع الغشّ، على أنّه :

" ... منع حائز المنتج أو مقدّم خدمة معيّن من التصرّف في ذلك المنتج ... "



وفي حالة ما إذا تبين عدم مطابقة العينة للمواصفات، اشترط المشرع ضرورة إجراء فحوصات تكميلية، وذلك للتأكد من توافر المواصفات من عدمها، ويتم رفع إجراء السحب في حالتين هما<sup>(45)</sup>:

(أ) حالة عدم القيام بالفحوصات التكميلية في المدة المحددة قانونا، وهي خمسة عشر (15) يوما مع إمكانية تمديد هذا الأجل وفقا لمتطلبات التحاليل.

(ب) حالة عدم التأكد من عدم مطابقة المنتج .

وإذا تبين عدم المطابقة يقوم الأعوان بتوجيه إنذار لصاحب المنتج أو مقدم الخدمة، ومطالبته بإزالة سبب عدم المطابقة، وجعله مطابقا<sup>(46)</sup>، فإذا استحال مطابقة المنتج يغير مقصده، ويعني تغيير المقصد إرسال المنتوجات المسحوبة من صاحبها إلى هيئة تستعملها في غرض شرعي، إما مباشرة، وإما بعد تحويلها أو ردّها إلى الهيئة المسؤولة عن توضيها أو استيرادها، ويتحمل نفقات ذلك صاحب المنتج<sup>(47)</sup>.

المطلب الثالث : حجز المنتج

يتمثل الحجز في سحب المنتج المعترف بعدم مطابقته من حائزه<sup>(48)</sup>، ويتم الحجز بإذن قضائي، وقد حدّد المشرع حالات الحجز، وذلك في نصّ المادة (21) من قانون 02/89 وهي : حالة عدم توافر المنتج على الوسم، وكذا البيانات المتعلقة بطبيعته، منشئه وتركيبته ... الخ .

غير أن أعوان الرقابة بإمكانهم حجز المنتوجات دون إذن قضائي، وذلك في الحالات التالية، وهي<sup>(49)</sup>:

- المنتوجات المعترف بعدم صلاحيتها للاستهلاك، ما عدا المنتوجات التي لا يستطيع العون أن يقرّر عدم صلاحيتها للاستهلاك دون تحاليل لاحقة .
- المنتوجات المعترف بعدم مطابقتها للمقاييس المعتمدة والمواصفات القانونية واللوائح الفنية وتمثل خطرا على صحة المستهلك وأمنه .
- استحالة العمل لجعل المنتج أو الخدمة مطابقين للمطلوب أو استحالة تغيير المقصد .

- رفض حائز المنتج أن يجعله مطابقا أو أن يغير مقصده .
  - مع ضرورة إعلام السلطة القضائية فورا في جميع هذه الحالات .
- المطلب الرابع : إتلاف المنتوجات المحجوزة



إذا تبين أن المنتج لم يعد صالحا للاستعمال يتم إتلافه، ويتم تحرير محضر الإتلاف الذي يتضمن نفس البيانات المقررة في المادة (06) من المرسوم التنفيذي رقم 39/90<sup>(50)</sup> السالف الذكر .

#### الخاتمة

إن الإجراءات المتخذة من قبل مديرية التجارة، غرضها النهائي تحقيق توازن في العلاقة بين المستهلك والمهني، وكفالة وضمان حماية أفضل له . فعلاوة على أن أغلب هذه القواعد تحمل صفة الإلزام، فإنها تعرض الشخص المخالف لها، وهو المهني، لعقوبات قانونية، وتبقى العبرة بقدرة الإدارة على استغلال هذه القواعد والإجراءات التي وضعها المشرع لحماية المستهلك، لتكملة النقص الملحوظ، وللوقوف ضد الانتهاكات الدائمة التي يتعرض لها المستهلك في حقوقه المختلفة التي أقرها وكفلها لصالحه القانون .

- الهوامش :

- (1) جملة أغا، « دور الولاية و البلدية في حماية المستهلك »، مجلة العلوم القانونية و الإدارية، عدد خاص صادر عن كلية الحقوق بجامعة جيلالي ليايس سيدي بلعباس، مكتبة الرشد للطباعة والنشر والتوزيع، أبريل 2005 الجزائر، ص 233 .
- (2) الجريدة الرسمية عدد 68 الصادرة بتاريخ 09/11/2003 .
- (3) انظر المادة (04) من المرسوم التنفيذي رقم 409/03 المتضمن تنظيم المصالح الخارجية لوزارة التجارة الصادر بالجريدة الرسمية عدد 68 بتاريخ 09/11/2003 .
- (4) انظر المادة (05) من المرسوم التنفيذي السالف الذكر .
- (5) انظر: المادة (03) من القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 18/09/2005 الذي يحدد تنظيم المديرية الولائية للتجارة في مكاتب الصادر بالجريدة الرسمية عدد 69 بتاريخ 12/10/2005 .
- (6) انظر: المادة (49) من القانون 02/04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية السالف الذكر .
- (7) انظر: المادة (50) من القانون 02/04 السالف الذكر .
- (8) انظر: المادة (51) من القانون 02/04 السالف الذكر .
- (9) انظر: المادة (52) من القانون 02/04 السالف الذكر .
- (10) انظر: المادة (03) من المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش الصادر بالجريدة الرسمية عدد 05 بتاريخ 31/01/1990 .
- (11) انظر: المادة (58) من القانون 02/04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية .



- (\*) يحظى أعوان الرقابة بحماية خاصة نصّت عليها المادتين (53) و (54) من القانون 02/04 الذي يحدّد القواعد المطبّقة على الممارسات التجارية .
- (12) عبد العزيز سعد ، أجهزة ومؤسسات النظام القضائي الجزائري . المؤسسة الوطنية للكتاب ، الجزائر ، 1988 ص 161 .
- (13) انظر : المجلّة القضائية ، عدد خاص ، الجزء الأول ، 2002 ، ص 208-209 .
- (14) سيد عبد الوهاب محمّد مصطفى ، النظرية العامة لالتزام الدولة بتعويض المضرور من الجريمة . دار الفكر العربي ، القاهرة ، 2002 ، ص 215 .
- (15) أحمد محمّد محمود علي خلف ، الحماية الجنائية للمستهلك في القانون المصري والفرنسي والشرعية الإسلامية : دراسة مقارنة . دار الجامعة الجديدة للنشر ، مصر ، 2005 ، ص 458 .
- (16) علي محمود علي حمودة ، الحماية الجنائية للتصنيع الغذائي في ضوء التشريعات المطبّقة . دار الهاني للطباعة والنشر ، حلوان ، مصر ، 2003 ، ص 97 .
- (17) انظر : نصّ المادتين (31) و (38) من القانون 02/04 الذي يحدّد القواعد المطبّقة على الممارسات التجارية .
- (18) أحمد محمّد محمود علي خلف ، مرجع سابق ، ص 459 .
- (19) انظر : نصّ المادة (33) من القانون 02/04 الذي يحدّد القواعد المطبّقة على الممارسات التجارية .
- (20) أحسن بوسقيعة ، الوجيز في القانون الجزائري الخاص . دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع ، الجزائر ، الطبعة الثالثة 2006 ، ص 246 .
- (21) انظر : نصّ المادة (63) من القانون 02/04 الذي يحدّد القواعد المطبّقة على الممارسات التجارية .
- (\*) عرّفت المادة (47) من القانون 02/04 حالة العود بأنّها : " ارتكاب عون اقتصادي مخالفة أخرى رغم صدور عقوبة في حقّه منذ أقلّ من سنة " .
- (22) انظر : نصّ المادة (61) الفقرة (04) من القانون 02/04 الذي يحدّد القواعد المطبّقة على الممارسات التجارية .
- (23) انظر : المجلّة القضائية العدد (03) لسنة 1994 ، ص 279-282 .
- (24) تقرير حول حصيلة مديرية التجارة لولاية الوادي خلال سنة 2006 الموجه إلى المديرية الجهوية للتجارة بورقلة (غير منشور) .
- (\*) لمزيد من التفصيل حول نظام المصالحة ، راجع : أحسن بوسقيعة ، المصالحة . دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع ، الجزائر ، 2005 .
- (25) أحسن بوسقيعة ، مرجع سابق ، ص 243 .
- (26) انظر : نصّ المادة (39) من القانون 02/04 السالف الذكر .
- (27) انظر : نصّ المادة (40) من القانون 02/04 السالف الذكر .



- (28) علي بولحية ، « جهاز الرقابة و مهامه في حماية المستهلك » ، المجلّة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية ، كلية الحقوق بابين عكنون ، الديوان الوطني للأشغال التربوية ، الجزائر ، العدد 01 ، الجزء 39 ، 2002 ، ص 85 .
- (\*) عرّفت المصادرة على أنّها : " الأيلولة النهائية إلى الدولة لمال أو مجموعة أموال معينة " ، قرار المحكمة العليا في الملف رقم 36374 بتاريخ 12 / 03 / 1985 الصادر بالمجلّة القضائية عدد 03 لسنة 1994 ، ص 226 .
- (29) علي بولحية ، مرجع سابق ، ص 86 .
- (30) انظر : نصّ المادة (44) من القانون 02 / 04 السالف الذكر .
- (31) انظر : نصّ المادة (45) من القانون 02 / 04 السالف الذكر .
- (32) انظر : المجلّة القضائية ، العدد 04 لسنة 1993 ، ص 270-272 .
- (33) أحمد محمّد محمود علي خلف ، مرجع سابق ، ص 464 .
- (34) علي بولحية ، مرجع سابق ، ص 85 .
- (35) أحسن بوسقيعة ، مرجع سابق ، ص 255 .
- (36) تقرير حول حصيلة مديرية التجارة لولاية الوادي خلال سنوات 2004 و 2005 و 2006 الموجهة إلى المديرية الجهوية للتجارة بورقلة (غير منشور) .
- (\*) غير أننا نلاحظ في الواقع بطء شديد في تنفيذ إجراءات الغلق الإداري نتيجة لمرور قرار الغلق على عدّة هيئات إدارية لإنفاذه ، الأمر الذي يقلّل من الكفاءة المتتطرة و من الفعاليّة المتوقعة لمثل هذه الإجراءات .
- (37) حبيبة كالم ، « حماية المستهلك » (مذكّرة لنيل شهادة الماجستير تخصّص عقود و مسؤوليّة ، كليّة الحقوق بن عكنون ، الجزائر ، 2005) (غير منشورة) ، ص 63 .
- (38) Mohamed Kahloula et G.Mekamcha , «La protection du consommateur en droit algérien », IDARA, Algérie, N° 02 , 1995 , P 39 .
- (39) لمياء لعجال ، « الحماية الفردية و الجماعية للمستهلك » (مذكّرة لنيل شهادة الماجستير تخصّص قانون أعمال كليّة الحقوق بن عكنون ، الجزائر ، 2002) (غير منشورة) ، ص 16 .
- (40) انظر المادتين (16) و (17) من المرسوم التنفيذي رقم 90 / 39 المتعلّق برقابة الجودة وقمع الغش .
- (41) انظر : المادة (11) من المرسوم التنفيذي رقم 90 / 39 السالف الذكر .
- (42) انظر : المادة (13) من المرسوم التنفيذي رقم 90 / 39 السالف الذكر .
- (43) الجريدة الرسمية عدد 11 الصادرة بتاريخ 13 / 02 / 2002 .
- (44) Mohamed Kahloula et G.Mekamcha , Op. cit , P 39 .
- (45) لمياء لعجال ، مرجع سابق ، ص 118 .
- (46) انظر : المادة (10) من القانون 02 / 89 المتعلّق بحماية المستهلك .



- (47) بخته موالك ، « الحماية الجنائية للمستهلك في التشريع الجزائري » ، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية ، كلية الحقوق بآبن عكنون ، الديوان الوطني للأشغال التربوية ، الجزائر ، العدد 02 ، الجزء 37 ، 1999 ، ص 57 .
- (48) انظر : المادة (27) من المرسوم التنفيذي رقم 39 / 90 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش السالف الذكر .
- (49) لمياء لعجال ، مرجع سابق ، ص 119 .
- (50) انظر : المادة (28) من المرسوم التنفيذي رقم 39 / 90 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش .



## توصيات الملتقى

تقديم  
أ. د. أبو بكر لشهب  
رئيس اللجنة العلمية

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

والصلاة والسلام على أشرف المرسلين سيدنا محمد وعلى آله وصحبه وسلم  
وبعد ؛

بتاريخ 13 و 14 أبريل عام 2008 نظم معهد العلوم القانونية والإدارية  
بالمركز الجامعي بالوادي الملتقى الوطني الأول تحت عنوان : حماية المستهلك  
في ظل الانفتاح الاقتصادي .

وقد ارتكزت فعاليات هذا الملتقى حول إشكالية أساسية تكمن في  
مدى فعالية المنظومة القانونية في حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي .  
وتمثلت محاور الملتقى فيما يلي :

المحور الأول : مفهوم حماية المستهلك في الفقه والتشريع .

المحور الثاني : وسائل حماية المستهلك .

المحور الثالث : دور المؤسسات الرسمية وغير الرسمية في حماية  
المستهلك.

وبعد إثراء هذه المحاور من طرف أستاذة متخصصين ومهتمين بهذا  
المجال، خلص الملتقى إلى التوصيات الآتية :



- 1 - الدعوة إلى إعادة النظر في القانون رقم 02/89 بما يتماشى والمنظومة القيمة للمجتمع الجزائري في ظل الانفتاح الاقتصادي .
  - 2 - تفعيل دور هيئات المجتمع المدني المعنية بحماية المستهلك .
  - 3 - ضرورة التكامل والتنسيق بين الأطراف الفاعلة اجتماعيا وثقافيا واقتصاديا .
  - 4 - الدعوة إلى وضع منظومة تشريعية فاعلة في حماية المستهلك في المجال الخدماتي والعقود الإلكترونية .
  - 5 - العناية بالدور الإعلامي والتحسيسي ، والذي من شأنه تكريس ثقافة استهلاكية متوازنة .
- وبعد انتهاء صياغة التوصيات العامة ، فإن لجنة التوصيات ترى ضرورة تكرار مثل هذه الملتقيات العلمية في الموضوع .
- كما توصي بضرورة طبع أعمال الملتقى نظرا لأهميتها البالغة .
- وتتقدم بالشكر الجزيل لإدارة المركز الجامعي بالوادي وعلى رأسها السيد مدير المركز ، وكذا السيد مدير معهد العلوم القانونية والإدارية ، وكل أعضاء الهيئة العلمية والتنظيمية .
- والحمد لله في البدء والختام . والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته .





## المحتويات

| الموضوعات                                                                       | الصفحة |
|---------------------------------------------------------------------------------|--------|
| <b>الجلسة الافتتاحية</b>                                                        |        |
| 5 ..... كلمة السيد مدير المعهد                                                  |        |
| 9 ..... كلمة السيد مدير المركز الجامعي                                          |        |
| 13 ..... كلمة السيد والي الولاية                                                |        |
| <b>الجلسة الأولى برئاسة : أ. د. محمد خالد اسطنبولي</b>                          |        |
| 17                                                                              |        |
| 18 ..... حماية حق المستهلك في الإعلام ل : د. سالم بوفليح                        |        |
| 19 ..... المستهلك والمهني مفهومان متباينان للأستاذة : ليندة عبد الله            |        |
| 39 ..... دور معايير الجودة والأداء في تحسين حماية المستهلك                      |        |
| 61 ..... ل : أ. د. محمد براق، ود. مريزق عدلمان، ود. مليكة يحيات                 |        |
| 65 ..... دور السلطات العمومية في حماية القدرة الشرائية للمستهلك                 |        |
| 77 ..... للأستاذ : كريم قش                                                      |        |
| 79 ..... - أسلوب التروي . الاندفاع المعرفي باعتباره أحد محددات السلوك           |        |
| 91 ..... الاستهلاك . للأستاذة : مشري سلاف                                       |        |
| <b>الجلسة الثانية برئاسة : د. سالم بوفليح</b>                                   |        |
| 79                                                                              |        |
| 91 ..... نظام الحسبة في الإسلام وأثره في حماية المستهلك ل : د. عكاشة حوالم ...  |        |
| 93 ..... حماية المستهلك من منظور إسلامي ل : د. زرواق نصير                       |        |
| 105 ..... الرقابة الشرعية للسوق وأثرها في حماية المستهلك ل : د. مختار حمحامي    |        |
| 107 ..... - مبادئ حماية المستهلك في التشريع الإسلامي من خلال فقه المعاملات      |        |
| 129 ..... المالية للأستاذ : نور الدين حمشة                                      |        |
| 147 ..... حماية المستهلك في مجال التعاقد عن بعد للأستاذة : آمنة سلطاني          |        |
| 149 ..... المحتسب ودوره في حماية المستهلك للأستاذة : حياة عبيد                  |        |
| <b>الجلسة الثالثة برئاسة : أ. د. محمد براق</b>                                  |        |
| 149                                                                             |        |
| 159 ..... دور وأهمية الجودة والتقييم في حماية المستهلك ل : د. عمر لعلاوي        |        |
| 159 ..... حماية المستهلك من الممارسات المقيدة للمنافسة للأستاذ : ناصري نبيل ... |        |



|     |                                                                             |
|-----|-----------------------------------------------------------------------------|
| 171 | ..... حماية رضا المستهلك اثناء التعاقد للأستاذ : عادل عميرات                |
| 193 | ..... المستهلك الجزائري وإشكالية الاختيار للأستاذة : لامية بوبيدي           |
| 201 | <b>الجلسة الرابعة برئاسة : د. زرواق نصير</b>                                |
|     | ..... حماية المستهلك بين أبوية الدولة ومسؤوليات جمعيات المجتمع المدني       |
| 203 | ..... ل : أ. د. محمد خالد اسطنبولي                                          |
| 239 | ..... جمعيات حماية المستهلك وترشيد الاستهلاك ل : د. عنابي بن عيسى           |
|     | ..... حق جمعية المستهلك في التقاضي                                          |
| 251 | ..... للأستاذة : ساوس خيرة والأستاذة : مرنيز فاطمة                          |
| 275 | ..... دور الجمعيات في حماية المستهلك للأستاذة : لموشية سامية                |
| 295 | <b>الجلسة الخامسة برئاسة : د. عنابي بن عيسى</b>                             |
| 297 | ..... قانون العقد الدولي وأثره في حماية المستهلك ل : د. كمال كيحل           |
| 313 | ..... دور المنتج في حماية المستهلك للأستاذ : جيلالي قالون                   |
| 341 | ..... دور أجهزة الرقابة في حماية المستهلك في الجزائر للأستاذ : إلياس الشاهد |
|     | ..... - مشكلات تعويض المستهلك عن الأضرار الناجمة عن الغذاء الفاسد           |
| 353 | ..... للأستاذة : بدرة لعور                                                  |
| 379 | ..... دور مصالح مديرية التجارة في حماية المستهلك للأستاذ : عمار زعبي        |
| 397 | <b>..... التوصيات</b>                                                       |
| 399 | ..... المحتويات                                                             |