**المحور الأول: مدخل إلى حماية المستهلك**

 لقد أصبحت ضاهرة الغش التجاري حديث الساعة بين جميع المنشغلين والمهتمين بصحة الإنسان، وبالطبع يرجع السبب في ذلك إلى إزدياد الجشع والسمة المادية التي تفشت في ضعاف النفوس من التجار و أصحاب المصانع والموزعين والوكلاء من جانب والتوسع التكنولوجي الهائل في وسائل وطرق الغش من جانب آخر[[1]](#endnote-1)، هذا و أسباب أخرى ساهمت في جعل موضوع حماية المستهلك يستقطب إهتمام العديد من الباحثين، والهيئات الرسمية والغير الرسمية.

**أولا: تعريف حماية المستهلك**

لقـد تعددت التـعاريف التي تنـاولـت حماية المستهلك، وذلك حسـب رؤية المـهتميـن في هذا المجال،حيث سنقوم أولا بعرض مجموعة من التعاريف، ثم في الأخير نقوم باستخلاص تعريف.

**1- تعريف حماية المستهلك من وجهة نظر بعض الباحثين**

 قبل التطرق إلى تعريف حماية المستهلك يجب علينا أولا تحديد ماذا نعني بالحماية، والتي تعرف على أنها « نظاما قانونيا يحمي بشكل متوازن حقوق ومصالح وواجبات أطراف التعامل، في كل المراحل التي تمر بها السلع والخدمات»، أما حماية المستهلك فقد عرفها كل من محمد صديق عفيفي، محمد محمد إبراهيم على أنها « تعني حفظ حقوق المستهلك، وضمان حصوله على تلك الحقوق من قبل البائعين، بجميع صورهم، سواء كانوا تجارا أو صناعا أو مقدمي خدمات أو ناشري أفكار، وذلك في إطار التعامل التسويقي الذي تكون محله سلعة أو خدمة أو فكرة ».[[2]](#endnote-2)

 و يعرفها أيمن علي عمر« بأنها الجهود التي تبذلها المنظمات المعنية بهدف تعريف المستهلك بحقوقه، عن طريق استصدار تشريعات تحمي حقوق المستهلك فردا كان أو جماعة، وبمعنى عام هو إتخاذ الإجراءات الوقائية التي تؤدي إلى منع خطر قادم أو التقليل من حدوثه أو إنذار من تسول له نفسه الإقدام عليه، وتحديد الإجراءات الوقائية تبعا لطبيعة الشيء المراد حمايته من ناحية، وطبيعة القائم بالحماية من ناحية أخرى»[[3]](#endnote-3).

 و يرى Arestong, Kotler أن « حماية المستهلك هي المجهودات المنظمة والمستمرة لكل من المستهلكين والجهات الحكومية، للدفاع عن حقوق المستهلكين ومصالحهم اتجاه الشركات التي تقدم السلع والخدمات التي تشبع رغباتهم، و أن القصد من الحماية هو حفظ حقوق المستهلك، وضمان حصوله عليها من قبل المهنيين في كافة صورهم، سواء كانوا تجارا أو صناعا، أو مقدمي خدمات، وذلك في إطار التعامل التسويقي الذي تكون محله سلعة أو خدمة »[[4]](#endnote-4).

 و البعض الآخر عرف حماية المستهلك بأنها عبارة عن « حركة منظمة لحماية المصالح الإقتصادية للمستهلكين، تمارسها مجموعة متعددة من الأجهزة الحكومية وغير الحكومية، تهدف إلى تعريف المستهلك بحقوقه، فيما يتعلق بالمعلومات الصحيحة والمفيدة عن السلع والخدمات التي يريد الحصول عليها، بحيث لا تقتصر حماية المستهلك فيها على مرحلة تسويق السلع والخدمات إليه، بل تمتد إلى مراحل الإنتاج و الإستهلاك كذالك»[[5]](#endnote-5).

**2- الإستنتاج**

على ضوء ما سبق من تعاريفنستنتج ما يلي:

- أن حماية المستهلك تسعى إلى خلق العدالة بين المستهلك والبائع.

- أن حماية المستهلك مسؤولية كل من الدولة والمستهلكين سواء كانوا عبارة عن أفراد أو جماعات.

- أن حماية المستهلك تعني حفظ حقوق المستهلك أثناء تعامله مع الطرف الآخر، سواء كان هذا الأخير بائعا، أو منتجا، أو مقدم خدمة، أو ناشر أفكار، وذلك في إطار التعامل التسويقي الذي يكون محله سلعة أو خدمة.

 وفي تصورنا نرى بأن مفهوم حماية المستهلك هو عبارة عن الجهود المبذولة من طرف الأنظمة المسؤولة عن حماية المستهلك عبر مراحل قيامه بعملية الشراء، لحمايته من الممارسات التسويقية السلبية الصادرة من المنتج أو البائع.

 وتتمثل الأنظمة المسؤولة عن تحقيق الحماية للمستهلك في مايلي:

- أجهزة الدولة.

- المستهلكين كأفراد أو جماعات(جمعيات حماية المستهلك).

- المنتج أو البائع من خلال إلتزامه بأخلاقيات المهنة وتبنيه لمفهوم المسؤولية الإجتماعية، أثناء تعامله مع المستهلك.

**ثانيا: أنواع حماية المستهلك**

 عموما يمكن التمييز بين ثلاثة أنواع من الحماية، والمتمثلة في الآتي[[6]](#endnote-6):

**1- الحماية الإجبارية**

 يقصد بها الجهود المبذولة من قبل السلطات الرسمية، والتي تمارس بواسطة الهيئات الحكومية، أو من خلال التشريعات و سن القوانين، التي تلزم مقدمي السلعة أو الخدمة على إتباع ممارسات تسويقية صحية أثناء تعامله مع المستهلك، فهذه الحماية تمارس على المستوى الحكومي، وهذا الجهد لا يمكن أن يكون فعالا في غياب بقية الأطراف الأخرى المسؤولة عن حماية المستهلك، وذلك بسبب زيادة المخاطر التي تؤدي إلى زيادة تكلفة الجهود الرقابية.

**2- الحماية الإختيارية**

 الإتفاق بين مجموعة من المنتجين أو مقدمي الخدمة أو بائعي السلعة على اتباع قواعد ومواصفات متفق عليها، لها علاقة بتعامل مع المستهلك، وذلك بصورة إختيارية، لخلق صيغة تفاهم فعالة، تساعد في التعامل مع المستهلك، ويتجسد هذا النوع بأشكال غرف التجارة والصناعة و الإتحادات والنقابات، فهي حماية تمارس على مستوى المنتجين والموزعين و هيئاتهم المهنية، وتتطلب هذه الحماية، تبني رجال الأعمال لفكرة المسؤولية الإجتماعية، الأمر الذي يحقق كفاءة الجهود الحكومية مع جهود رجال الأعمال والمنتجين والموزعين في حماية المستهلك.

**3- الحماية الدفاعية**

و هي نوع من الحماية يتجسد في المستهلك نفسه، حيث يقوم بشكل فردي بالدفاع عما يتصور بأنها حقوق خاصة به. والحافز هنا هو الدفاع عن حقوق المستهلكين بشكل تطوعي(حركات المستهلكين) وتنتهي حالة الدفاع بإنتهاء أسبابها.

 و ما يمكن قوله في هذا النوع من الحماية، هو أنه لكي يستطيع المستهلك الدفاع عن حقوقه، لابد عليه أن يكون على علم بها، وهي كما يلي[[7]](#endnote-7):

- الحق في الصحة والسلامة عند إستعمال المنتجات؛

- حق الحصول على المعلومات والبيانات الصحيحة عن المنتجات التي يشتريها أو يستخدمها أو تقدم إليه؛

- حق الإختيار الحر لمنتجات تتوافر فيها شروط الجودة المطابقة للمواصفات؛

- الحق في الكرامة الشخصية و إحترام القيم الدينية، والعادات، والتقاليد؛

- حق الحصول على المعرفة المتعلقة بحماية حقوقه ومصالحه المشروعة؛

- حق المشارك في المؤسسات والمجالس واللجان المتصل عملها بحماية المستهلك؛

- الحق في رفع الدعاوي القضائية عن كل ما من شئنه الإخلال بحقوقه والإضرار بها أو تقييدها، وذلك بإجراءات سريعة وميسرة وبدون تكلفة؛

- الحق في تعويض عادل عن الأضرار التي تلحق به أو بأمواله، أثناء شرائه أو إستخدامه للمنتجات أو تلقي الخدمات.

 وهناك من يضيف تقسيما آخر للحماية، نذكره كما يلي[[8]](#endnote-8):

1**-حماية وقائية**: وهي التي يتم من خلال تطبيقها عدم إستغلال المستهلك، وإيذائه صحيا، أو الإضرار بسلامته، وذلك بوضع شروط ومواصفات وسن قوانين تحقق ذلك.

2- **حماية رقابية**: و التي من خلالها يتم ضبط وقائع معينة لدى المنتجين والتجار مثل:

ضبط سلع فاسدة، أو منتهية الصلاحية، أو غير مطابقة للمواصفات، وتوقيع العقوبات اللازمة على مرتكبي هذه المخالفات.

 و تجدر الإشارة هنا لأهمية الرقابة، وخاصة الرقابة الغذائية التي تشكل شرطا أساسيا لحماية المستهلك، و الرفع من مستوى الصناعة الغذائية، فهي تساهم في اكتساب ثقة المستهلك[[9]](#endnote-9)، لذا تعتبر من الإجراءات الرئيسة التي تقوم بها الدولة لحماية هذا الأخير والحفاظ على حقوقه.

**ثالثا: المبادئ الإرشادية لحماية المستهلك**

 لقد أقرت الجمعية العامة للأمم المتحدة بقرارها 248/39 في 1985 المبادئ الإرشادية لحماية المستهلك، وعليه فقد بدأت الحكومات تعمل بهذه المبادئ وتترجمها في مضامين قوانينها الداخلية، ووضع قوانين تحمي بها المستهلك من شجع المنتج والبائع الذي يهدف إلى الربح فقط. وفي عام 1962 وزعت الأمم المتحدة على الدول إستمارة مدروسة لتتمكن من معرفة مدى تطبيق هذه المبادئ، ليظهر في تقييم السنوات الأولى لتطبيقها، النتائج الإيجابية التي حققتها الحكومات المعنية، ولا سيما دول آسيا وإفريقيا و أمريكا الجنوبية في مجال حماية المستهلك، إلا أنه لوحظ غياب الدول العربية ماعدا دولة تونس والجزائر، حيث تم الطلب من الحكومات اتباع سياسات حماية المستهلك وفقا للمبادئ التوجيهية التالية[[10]](#endnote-10):

**1- وضع الجهات الرسمية لسياسات وقوانين تحمي المستهلك**

 يجب على الجهات الرسمية وضع هذه سياسات وقوانين تحمي المستهلك، و متابعة تنفيذها، ومراقبة حسن تطبيقها في الواقع، والتقيد بالمعايير الدولية لحماية المستهلك والتي وافقت عليها الدول، وكذلك دفع الجامعات والمؤسسات في القطاعين الخاص والعام إلى المشاركة في تطوير سياسات حماية المستهلك، وتطبيق هذه المبادئ على كل السلع والخدمات المحلية منها والمستوردة.

**2- توفير السلامة المادية للمستهلك**

يتم هذا بإعتماد تدابير قانونية و أنظمة سلامة الأغذية، ومعايير ومقاييس وطنية أو دولية، والعمل على إنتاج سلع سليمة آمنة، وتحميل مسؤولية الفساد الناتج عن النقل أو التوزيع أو التخزين لكل من يعمل في هذا المجال، كذلك منع إنزال السلع الخطرة إلى الأسواق وسحب ما نزل منها فعلا، و إبلاغ السلطات المختصة، و إعلام المستهلك بذلك بالوسائل الحديثة والملائمة.

**3- تشجيع التدابير التي تمكن المستهلك من الحصول على تعويض**

 يتم هذا بإعتماد قوانين تخص المنتجات الخطرة، وتلزم المنتج تعديل ما يحتوي على عيوب أو تغييره، و إلا فالتعويض على المستهلك تعويضا عادلا وبشكل المناسب.

**4- تعزيز وحماية المصالح الإقتصادية للمستهلك**

 يجب على الدولة سن قوانين التي تمكن المستهلك من الحصول على الفائدة المثلى من موارده الإقتصادية، ووضع معايير مقبولة للإنتاج والتوزيع والتسويق، وتوفير المعلومات التي تعزز الإختيار و المفاضلة بين السلع والخدمات وتمنع الإضرار بالمستهلك، وتشجيع المنافسة الشريفة والفعالة، إلى ضرورة توافر خدمات ما بعد البيع وقطع التبديل لدى المصنعين أو تجار التجزئة.

**5- وضع برامج التثقيف والإعلام**

 يجب على الدول وضع برامـج عامة لتوعية المستهـلك، تساعده على إختيار السلع و الخدمـات وتبرز حقوقه وواجباته، وذلك بإدخال مادة تثقيف في البرامج التعليمية للمدارس والجامعات خاصة بما يلي:

- الصحة والغذاء، كالغش في الغذاء و الأمراض الناتجة عنه؛

- مخاطر المنتجات؛

- الملصقات على المنتجات وتعريفها؛

- التشريعات الخاصة بحماية المستهلك وكيفية الحصول على التعويضات والجمعيات المعنية بالموضوع؛

- معلومات عن المواصفات والمقاييس والأسعار والجودة؛

- البيئة والتلوث.

**التهميش الخاص بالمحور الثاني:**

1. )- عبد الله عبد العزيز الصعيدي، « **الأهمية الإقتصادية لتشريعات حماية المستهلك »**، ورقة بحث مقدمة في ندوة: حماية المستهلك في الشريعة والقانون، بجامعة الإمارات العربية المتحدة، خلال الفترة بين 6-7 ديسمبر 1998 ص3. [↑](#endnote-ref-1)
2. - محمد حسن العامري، **الإعلان وحماية المستهلك**، العربي للنشر و التوزيع، القاهرة ،2007، ص 8-9. [↑](#endnote-ref-2)
3. - أيمن علي عمر، **قراءات في سلوك المستهلك**، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2006، ص 276 -277 . [↑](#endnote-ref-3)
4. - جرعود الياقوت، **عقد البيع و حماية المستهلك في النشريع الجزائري**، رسالة ماجستير، فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق، بن عكنون، جامعة الجزائر، 2001، ص 9. [↑](#endnote-ref-4)
5. - نجاح ميدني، **آليات حماية المستهلك في الإقتصاد الإسلامي**، رسالة ماجستير في الإقتصاد الإسلامي، كلية العلوم الإجتماعية والعلوم الإسلامية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2007، ص 16. [↑](#endnote-ref-5)
6. - أيمن علي عمر، **مرجع سبق ذكره**، ص 277-278 [↑](#endnote-ref-6)
7. - إياد عبد الفتاح النسور، **الأصول العلمية للتسويق الحديث**، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 366 [↑](#endnote-ref-7)
8. - قالون جيلالي، **أبعاد حماية المستهلك الجزائري في ظل العولمة**، رسالة دكتوراه في التسويق، المدرسة العليا للتجارة، الجزائر،2008، ص 59 [↑](#endnote-ref-8)
9. Elke Anklam, Reto Battaglia, **«** **Food analysés and consumer protection »**, trend in food science & technology, 2001,page 197. [↑](#endnote-ref-9)
10. - أنظر إلى:

- غسان رباح، **قانون حماية المستهلك الجديد**، مكتبة زين الحقوقية و الأدبية، بيروت، 2006، ص23-24.

- فؤاد زكريا، **ضبط الجودة وحماية المستهلك**، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص 19-22.

 [↑](#endnote-ref-10)