

محاضرات في مقياس:

قانون الأعمال

المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف - ميلة

د/ إسماعيل قسري

16/12/2024

المحور السادس:

قانون حماية المستهلك

د/ إسماعيل قري

المركز الجامعي عبد الحفيظ بوصوف - ميله

إن حماية المستهلك تمثل جزءاً أساسياً من تحقيق العدالة الإقتصادية والإجتماعية، فهي ليست مجرد أداة لتنظيم العلاقة بين المستهلك والمنتج، بل هي جهد متكامل لضمان حقوق المستهلكين في بيئة سوق عادلة وشفافة، لذلك سنتناول في هذا المحور كل ما يتعلق بحماية المستهلك والقوانين المنظمة لذلك.

1. تعريف حماية المستهلك:

لتحديد مفهوم "حماية المستهلك"، فإنه من الضروري أولاً فهم من هو "المستهلك" لأن هذا المصطلح يشكل حجر الزاوية في بناء أي تعريف لحماية المستهلك. وهنا نستعرض بالتفصيل:

الجدول 1: تعريف المستهلك

المستهلك هو الشخص الطبيعي الذي يشتري أو يستأجر سلعة أو خدمة بغرض الاستهلاك الشخصي أو العائلي، دون نية إعادة بيعها أو استخدامها لأغراض تجارية أو صناعية.	التعريف الضيق
المستهلك في هذا المفهوم يشمل كل من يستخدم أو يستفيد من السلع والخدمات سواء كان فرداً أو جماعة أو حتى مجتمعاً.	التعريف الموسع
المستهلك هو الركيزة الأساسية في النظام الاقتصادي، حيث يُعتبر الطرف الذي يولد الطلب في السوق، مما يوجه المنتجين لتوفير السلع والخدمات، وبالتالي فالمستهلك يُعرّف من هذا المنظور بإعتباره الشخص الذي يقرر توزيع دخله لشراء السلع والخدمات التي تلبي احتياجاته أو رغباته.	التعريف الإقتصادي

وعليه وبناء على ما سبق، يمكن تحديد مجموعة الشروط التي يجب أن تتوافر حتى يمكن إعتبار الشخص مستهلكاً، وهي:

— أن يكون الشخص طبيعياً أو معنوياً؛

— إقتناء السلع والخدمات؛

— تلبية حاجات غير مهنية.

بعد توضيح مفهوم المستهلك، يمكننا الآن الانتقال إلى فهم ماهية حماية المستهلك، وهي مفهوم يشكل حجر الأساس في ضمان حقوق الأفراد أو الكيانات التي تُعتبر مستهلكة وفق التعريفات السابقة؛ فقد عرفت الأمم المتحدة من خلال وثيقة المبادئ التوجيهية لحماية المستهلك – 1985 حماية المستهلك بأنها "الإطار القانوني الذي يهدف إلى حماية وتعزيز حقوق المستهلكين، بما في ذلك الحق في السلامة، المعرفة، الاختيار، والاستماع إلى شكاواهم".

أما المنظمة الدولية للمستهلكين فقد عرفت بأنها "الدفاع عن حقوق المستهلكين، وضمان حصولهم على منتجات وخدمات آمنة ومطابقة للمواصفات، مع معالجة شكاواهم ومطالبهم بفعالية". وفي تعريف آخر، حماية المستهلك هي العملية التي تهدف إلى تمكين الأفراد من الحصول على معلومات كافية وواعية لإتخاذ قرارات إستهلاكية

مسؤولية وأمنة، بما يضمن عدم استغلالهم أو التأثير على حقوقهم، أو هي حماية الأفراد من السلع أو الخدمات التي قد تُشكل خطرًا على صحتهم أو بيئتهم، مع تشجيع أنماط إستهلاك مستدامة وصديقة للبيئة. وعليه يمكن القول بأن حماية المستهلك مجموعة السياسات والتشريعات والإجراءات التي تهدف إلى ضمان حقوق المستهلكين في سلامة المنتجات والخدمات، الشفافية في المعلومات، حرية الاختيار، والحصول على تعويضات في حال التعرض لأي ضرر، بما يحقق التوازن بين حقوق المستهلكين ومصالح المنتجين.

2. تحليل حقوق المستهلك:

فيما يلي سنتناول الحقوق الرئيسية للمستهلك كما أعلن عنها الرئيس الأمريكي الأسبق جون كينيدي في 15 مارس 1962، وكذلك الحقوق التي أقرتها الجمعية العامة للأمم المتحدة في قرارها رقم (248/39) بتاريخ 15 أبريل 1985

1.2 الحقوق الأربعة الرئيسية التي أشار إليها جون كينيدي في 1962:

أعلن الرئيس الأمريكي جون كينيدي في خطابه الشهير في 15 مارس 1962 عن حقوق المستهلك الأساسية، وهي تعتبر حجر الزاوية في قانون حماية المستهلك في الولايات المتحدة، وقد لاقت تأثيرًا كبيرًا على العديد من الدول في رسم سياسات حماية المستهلك. وهذه الحقوق الأربعة الرئيسية هي:

— الحق في السلامة:

يحق للمستهلك الحصول على سلع وخدمات لا تشكل أي تهديد لصحة أو سلامته. وهذا يعني أن المنتجات التي يتم بيعها يجب أن تتوافق مع المعايير الصحية والأمان، وألا تكون معرضة لأن تسبب أضرارًا للمستهلك عند استخدامها.

— الحق في المعرفة:

يحق للمستهلك أن يحصل على معلومات دقيقة وواضحة عن المنتجات أو الخدمات التي يشتريها، وهذا يشمل تفاصيل عن المكونات، الأسعار، طرق الاستخدام، والآثار الجانبية أو المخاطر المحتملة إذا كان هناك أي.

— الحق في الاختيار:

يضمن هذا الحق للمستهلك أن يكون له حرية اختيار السلع والخدمات من بين مجموعة متنوعة من الخيارات المتاحة في السوق، دون أن يكون محجورًا أو مضطراً لشراء منتج معين بسبب احتكار أو ممارسات تجارية غير عادلة.

— الحق في أن يُسمع:

يحق للمستهلك أن يكون له صوت في السوق، أي أن يتم أخذ شكواه ومطالبه بعين الاعتبار من قبل الشركات أو السلطات المعنية، وهذا يشمل تقديم شكوى في حال حدوث خلل في السلعة أو الخدمة، والحصول على رد أو تعويض مناسب في حال كان هناك ضرر.

2.2 الحقوق التي أقرتها الجمعية العامة للأمم المتحدة في قرارها رقم (248/39) بتاريخ 15 أبريل 1985:

في 15 أبريل 1985، أقرت الجمعية العامة للأمم المتحدة مجموعة من الحقوق الإضافية التي تعزز حقوق المستهلك. ويعتبر هذا القرار خطوة مهمة في تعزيز حقوق المستهلك على مستوى عالمي. الحقوق التي أقرت في هذا القرار تشمل:

– الحق في حماية المصالح الإقتصادية:

يهدف هذا الحق إلى حماية المستهلك من الاستغلال أو الممارسات التجارية الجائرة التي قد تؤدي إلى تحميله تكاليف غير عادلة أو فرض أسعار مرتفعة على المنتجات.

– الحق في تعليم المستهلك:

هذا الحق يضمن أن يكون المستهلك على دراية بالخيارات المتاحة له في السوق وكيفية اتخاذ قرارات مستنيرة وواعية عند شراء المنتجات أو الخدمات.

– الحق في الحياة في بيئة صحية وآمنة:

يضمن هذا الحق أن يحصل المستهلك على سلع وخدمات لا تشكل تهديدًا على البيئة أو الصحة العامة.

– الحق في أن يحصل على تعويضات عن الأضرار:

يضمن هذا الحق أن يحصل المستهلك على تعويض مناسب إذا تعرض لأي ضرر نتيجة لشراء منتج أو خدمة معيبة أو ضارة.

3. أهداف حماية المستهلك:

تحليل أهداف حماية المستهلك يبرز الدور الذي تلعبه حركة حماية المستهلك في ضمان حقوق الأفراد في الأسواق وحمايتهم من الاستغلال التجاري والاقتصادي. هذه الأهداف ترتبط بشكل وثيق بالمشاكل التي يواجهها المستهلك، مثل الخداع والغش في الأسواق، وتؤكد على أهمية حماية الحقوق الأساسية له. فيما يلي تحليل مفصل لكل هدف من هذه الأهداف:

1.3 التكفل بحماية المستهلكين من أساليب الغش والخداع في عمليات التبادل البيعي:

تتمثل هذه الهدف في حماية المستهلك من الممارسات التجارية غير النزيهة التي قد تؤدي إلى خداعه أثناء عملية الشراء. من أبرز هذه الممارسات الغش في المنتجات مثل بيع سلع غير مطابقة للمواصفات أو ذات جودة منخفضة، أو تقديم معلومات مغلوطة حول المنتج أو الخدمة. هذه الأنشطة تؤثر سلبًا على المستهلك لأنها تجعله يستهلك منتجًا لا يلبي احتياجاته أو يسبب له ضررًا. حماية المستهلك من هذه الأساليب تتطلب وضع قوانين صارمة للرقابة على الأسواق وتنفيذ عقوبات رادعة ضد الشركات التي تقوم بالغش والخداع. الهيئات المعنية يجب أن تقوم بمراقبة المنتجات وتقديم معلومات واضحة للمستهلكين حول ما يشترونه، مع فرض عقوبات على المخالفين لفرض العدالة في الأسواق.

2.3 الإلتزام بضمان حقوق المستهلك وحمايته من التلاعب في السلع والخدمات:

يهدف هذا الهدف إلى ضمان حقوق المستهلك في الحصول على سلع وخدمات تفي بالغرض المطلوب وتناسب احتياجاته. التلاعب هنا يشمل العديد من الممارسات مثل رفع الأسعار بشكل غير عادل أو تقديم خدمات أو سلع دون الجودة الموعودة. هذا النوع من التلاعب قد يؤدي إلى أن يدفع المستهلك مبالغ أكبر مقابل منتجات غير ملائمة أو حتى تضر بصحته أو مصالحه. لضمان حماية المستهلك من هذه الممارسات، يجب على الشركات التزام الشفافية، وعدم تقديم وعود كاذبة أو منتجات مغشوشة. بالإضافة إلى ذلك، تحتاج قوانين حماية المستهلك إلى تعزيز ضمانات جودة المنتجات وتوفير آليات للتعويض أو الاستبدال في حال حدوث أي تلاعب أو غش.

3.3 تأمين وتقديم المساعدة للفئات ذات الدخل المحدود:

يعد هذا الهدف من الأهداف الاجتماعية لحماية المستهلك، حيث يركز على ضمان أن الفئات ذات الدخل المحدود يمكنها الحصول على السلع والخدمات التي تحتاجها بشكل عادل. هذه الفئات تكون في كثير من الأحيان أكثر عرضة للاستغلال في السوق، سواء من خلال ارتفاع الأسعار أو قلة الخيارات المتاحة لهم. يهدف هذا الهدف إلى ضمان الوصول العادل للموارد الأساسية مثل الغذاء، والتعليم، والصحة، والطاقة، التي تعتبر ضرورية للحياة اليومية. لتحقيق هذا الهدف، يمكن توفير برامج دعم حكومية أو سياسات تسعير مدعومة تتيح للفقراء الحصول على احتياجاتهم دون تحميلهم أعباء مالية إضافية. يساهم هذا في الحد من الفجوة الاجتماعية والاقتصادية بين طبقات المجتمع.

4.3 تفعيل التنسيق والتعاون مع منظمات الأعمال للحصول على المعلومات المتعلقة بالمستهلكين:

يتناول هذا الهدف أهمية التنسيق بين هيئات حماية المستهلك والمنظمات التجارية من أجل جمع وتحليل المعلومات المتعلقة بسلوك واحتياجات المستهلكين. غالبًا ما تواجه منظمات الأعمال صعوبة في الوصول إلى بيانات دقيقة حول تفضيلات المستهلكين، مما قد يعيق قدرتها على تلبية احتياجات السوق بشكل فعال. من خلال هذا التعاون، يمكن توفير بيانات دقيقة وموثوقة تساعد الشركات على تحسين منتجاتها أو خدماتها بما يتوافق مع احتياجات المستهلكين. هذا التنسيق يساهم أيضًا في تسهيل اتخاذ قرارات استراتيجية تحسن جودة العرض في الأسواق. من ناحية أخرى، يضمن التعاون بين الهيئات الحكومية والشركات الشفافية في الأسواق، مما يعزز حماية المستهلك ويؤدي إلى خلق بيئة تجارية أكثر توازنًا وفعالية.

4. أبعاد حماية المستهلك:

تتعدد أبعاد حماية المستهلك، إذ تشمل الحماية من عدة مصادر قد تؤثر سلبًا على مصالحه. هذه الأبعاد تعتبر أساسًا لضمان بيئة استهلاكية آمنة وعادلة، وتتناول حماية المستهلك من نفسه وكذلك من الأطراف الأخرى:

1.4 حماية المستهلك من نفسه:

يشير هذا البُعد إلى ضرورة توعية المستهلك وتثقيفه ليتمكن من اتخاذ قرارات استهلاكية سليمة ومدروسة. في كثير من الأحيان، يمكن أن يقع المستهلك ضحية لخيارات سيئة نتيجة قلة المعرفة أو غياب المعلومات الدقيقة. وبالتالي، يُعتبر من الضروري تمكين المستهلك من فهم حقوقه ومنتجاته التي يشتريها لكي يتمكن من اتخاذ قرارات مدروسة دون التأثير بالضغط الخارجي أو الإعلانات المضللة.

2.4 حماية المستهلك من أطراف أخرى:

يتعلق هذا البُعد بحماية المستهلك من الأطراف الخارجية مثل الشركات، الموردين، التجار، أو أي طرف آخر قد يحاول استغلاله. هذه الحماية تتضمن تجنب الممارسات التجارية غير العادلة مثل الغش، التلاعب بالأسعار، الإعلانات المضللة، والضغط على المستهلكين. كما تهدف إلى التأكد من أن الشركات لا تبيع منتجات غير صالحة أو ضارة أو لا تلي المعايير المتفق عليها.

5. مجالات الإخلال بحماية المستهلك:

- تتعدد المجالات التي قد يتعرض فيها المستهلك إلى الإخلال بحمايته في مختلف مراحل عملية الاستهلاك، من الإعلان إلى التوزيع. هذه المجالات تعد نقاطاً حرجية حيث يمكن أن تتم ممارسات غير عادلة أو مضللة تؤثر على حقوق المستهلك، وبالتالي يكون من الضروري وضع قوانين لحماية المستهلك من هذه الممارسات:
- الإعلانات المغلوطة قد تؤدي إلى خداع المستهلكين، لذلك يجب ضمان الشفافية وصحة المعلومات المقدمة؛
 - يجب أن تكون شروط الضمان واضحة وغير مشروطة بشروط غير عادلة لضمان حقوق المستهلك في الحصول على خدمات ما بعد البيع؛
 - يجب تقديم معلومات واضحة وكافية حول المنتجات والخدمات لضمان اتخاذ المستهلك قرارات مدروسة؛
 - يجب تنظيم الأسعار ومنع التلاعب بها لضمان أن المستهلكين يدفعون أسعار عادلة وفقاً للجودة؛
 - يجب ضمان توزيع المنتجات بشكل عادل وسليم لجميع المستهلكين دون نقص أو تأخير؛
 - يجب استخدام مواد تغليف مناسبة تحمي المنتجات وتوضح كافة المعلومات الضرورية للمستهلك؛
 - يجب مراقبة المقاييس والأوزان لضمان أن المنتجات التي تباع للمستهلكين تطابق الكميات المعلنة؛
 - يجب التأكد من أن المنتجات تتوافق مع المواصفات المعلنة من الشركات لتجنب تقديم سلع غير مناسبة؛
 - يجب فرض معايير لتخزين المنتجات بشكل سليم للحفاظ على جودتها وسلامتها قبل وصولها للمستهلك؛
 - يجب ضمان أن ظروف النقل تحفظ جودة المنتجات وتمنع تلفها قبل وصولها للمستهلك.

6. الأطراف المسؤولة عن حماية المستهلك:

في الجزائر، تتحمل عدة أطراف مسؤولية حماية المستهلك، حيث يتعاون كل طرف لضمان حقوقه وحمايته في مختلف مراحل العملية الاستهلاكية:

1.6 الحكومة:

يتمثل دور الحكومة الجزائرية في وضع التشريعات وتنظيم الأسواق لضمان حقوق المستهلك. وزارة التجارة هي الهيئة الرئيسية المسؤولة عن صياغة وتنفيذ القوانين المتعلقة بحماية المستهلك، مثل قانون حماية المستهلك وقانون مكافحة الغش التجاري. كما تساهم وزارة الصناعة والمناجم في الرقابة على جودة المنتجات المحلية والمستوردة لضمان عدم التلاعب أو التلاعب بالجودة. بالإضافة إلى ذلك، تتولى الأجهزة الرقابية والإشرافية، مثل المفتشية العامة للإقتصاد والمديرية العامة لحماية المستهلك، متابعة الأسواق والتأكد من تطبيق القوانين وحماية المستهلك من الغش والخداع. المحاكم الجزائرية أيضاً تقوم بدور كبير في حماية المستهلك، حيث تنظر في القضايا المتعلقة بالتلاعب في الأسعار أو جودة المنتجات، وتفرض العقوبات على التجار الذين يخالفون القوانين.

2.6 الأفراد:

يلعب الأفراد دوراً هاماً في حماية حقوقهم، إذ يجب أن يكونوا على دراية بالقوانين التي تحميهم. يُشجع المستهلكون في الجزائر على تقديم الشكاوى عندما يتعرضون لممارسات غير عادلة في الأسواق. من خلال وعيم بحقوقهم، يمكنهم التأكد من أن التاجر أو المنتج يلتزم بالمعايير القانونية. كما يتم تشجيع المستهلكين على اتخاذ موقف نشط ضد أي ممارسات تجارية غير قانونية، مما يعزز حمايتهم ويعزز ثقافة الاستهلاك المسؤول.

3.6 جمعيات حماية المستهلك:

تعتبر جمعيات حماية المستهلك في الجزائر، مثل الجمعية الجزائرية لحماية المستهلك (APC)، من الأطراف الرئيسية التي تعمل على الدفاع عن حقوق المستهلكين. تقوم هذه الجمعيات بتقديم الدعم والمشورة القانونية للمستهلكين الذين يواجهون مشكلات مع التجار أو المنتجين. كما تنظم جمعيات حماية المستهلك حملات توعية تهدف إلى رفع مستوى الوعي بين المستهلكين حول حقوقهم وكيفية التعامل مع الممارسات التجارية المضللة. من خلال هذه الأنشطة، تسعى الجمعيات إلى التأثير على السياسات الحكومية وتحفيزها لتحسين القوانين المتعلقة بحماية المستهلك.

4.6 أجهزة الإعلام:

تلعب وسائل الإعلام في الجزائر، سواء كانت صحافة مكتوبة أو إذاعية أو تلفزيونية أو عبر الإنترنت، دوراً رئيسياً في تعزيز حماية المستهلك، حيث تُستخدم هذه الوسائل لنشر المعلومات القانونية والإرشادات التي تهم المستهلكين، وتوعية الجمهور حول المنتجات المغشوشة أو غير المطابقة للمواصفات. بالإضافة إلى ذلك، تساهم وسائل الإعلام في

فضح الممارسات التجارية غير القانونية من خلال نشر التقارير والشكاوى التي يرفعها المستهلكون، مما يساعد في الضغط على الجهات المعنية لتحسين بيئة السوق.