

قواعد حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة

د/ آمال بوهنتالة

كلية الحقوق والعلوم السياسية

جامعة باتنة 1

ملخص:

يرتبط تفعيل قانون المنافسة بأهم حق من حقوق المستهلك وهو الحق في اختيار السلعة أو الخدمة أمام وجود بدائل عديدة، والحق في التوعية والمعرفة حول ما هو مطروح من سلع وخدمات وذلك بالنسبة لخصائصها ومواصفاتها، فأهم ميزة لقانون المنافسة هي حماية المستهلك، فالمنتج لا يستطيع أن يقوم بإنتاج السلع المطلوبة إلا إذا كانت هناك دراسة وافية لحاجات وطلبات المستهلكين لأن رغبات هؤلاء وأذواقهم لها تأثير كبير في توجيه السياسات الإنتاجية لكل مؤسسة، فمن الواضح مدى أهمية المستهلك في ذلك.

Résumé:

La mise en œuvre du droit de la concurrence s'attache directement avec le plus important droit de la consommation; qui est le droit du choix du produit ou de service, le droit d'informer le consommateur sur la qualité intrinsèque du produit et du service. Aussi l'une des plus importantes caractéristiques du droit de la concurrence est la protection du consommateur, le producteur ne produit que la marchandise qui satisfait les besoins du consommateur et pour attendre ce but, il doit respecter les normes édictées par la loi tout en donnant une importance au goût et ce dernier est un des facteurs qui a une grande influence sur la politique de la production.

مقدمة

الأصل في التجارة أن يتنافس التجار فيما بينهم بكل حرية بشرط أن تكون هذه المنافسة شريفة تقوم على النزاهة، وأي مشروع في السوق ليتفوق على المنافس يجب أن تكون له ميزة تنافسية تتمثل في إرضاء المستهلك، فأهم ميزة لقانون المنافسة هي حماية المستهلك باعتباره أحد أهدافه، فالمستهلك يحتل مكانة كبيرة في توجيه

النشاط الاقتصادي على أساس أن المنتج لا يستطيع أن يقوم بإنتاج السلع المطلوبة إلا إذا كانت هناك دراسة لحاجات وطلبات المستهلكين، فمن الواضح مدى أهمية المستهلك في ذلك وما دامت له كل هذه الأهمية فيجب حمايته.

والشريعة الإسلامية بدورها تحث على التحلي بالصدق في المعاملات والالتزام بالوفاء بالوعود، فالإسلام يعتمد في حماية المستهلك على عقيدة الفرد والتزامه بتعاليم دينه الحنيف، وقد قررها القرآن الكريم في أكثر من آية ومن ذلك قوله سبحانه وتعالى في كتابه العزيز الحكيم: " يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ"⁽¹⁾. وقال جل جلاله: " وَأَوْفُوا بِالْعَهْدِ إِنَّ الْعَهْدَ كَانَ مَسْئُولًا "⁽²⁾.

ويختلف قانون المنافسة عن قانون حماية المستهلك، في أن هذا الأخير يهدف إلى تحديد القواعد المطبقة في مجال حماية المستهلك وقمع الغش، بينما قانون المنافسة هو النظام القانوني للممارسة الحرة للمنافسة الذي يحكم الأعوان الاقتصاديين الذين يمارسون نشاطهم الاقتصادي في الأسواق، فهو يهدف إلى تحديد شروط ممارسة المنافسة في السوق وتضادي كل الممارسات المقيدة للمنافسة ومراقبة التجميعات الاقتصادية، وتحسين ظروف معيشة المستهلكين، فقانون المنافسة يهدف إلى تنظيم العلاقة بين المتعاملين الاقتصاديين وكذلك تنظيم العلاقة بين المتعاملين الاقتصاديين والمستهلكين وبذلك فهو يؤثر تأثيرا مباشرا على المستهلك.

وقانون المنافسة حتى وإن كانت نصوصه تنظم العلاقات بين المؤسسات، فإنه يشترك مع قانون الاستهلاك أولا في موضوع منع الطرق التجارية العنيفة، وثانيا من حيث تأثيره على الاستهلاك والمستهلكين لذلك حق أن يوصف هو وقانون الاستهلاك بأنه قانون السوق⁽³⁾.

فمن خلال قانون المنافسة تكون حماية المستهلك، ومع التحولات الاقتصادية والتطور التكنولوجي الذي عرفته البلاد كان لا بد أن يتدخل المشرع الجزائري بإصداره لمجموعة من القوانين لحماية المصالح الاقتصادية، وتحقيق التكافؤ بين حرية المنافسة وحماية المستهلك من المخاطر التي قد تهدد صحته وأمنه ومصالحه المادية،

ومواجهة الأشخاص الذين همهم الوحيد هو تحقيق المصلحة الخاصة والمتمثلة في الربح، فضمان سلامة المستهلك هو تجسيد لقانون المنافسة. وعليه فالإشكالية المطروحة في هذا المقال هي: إلى أي مدى ساهمت هذه القوانين في تفعيل حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة؟ وقد حاولت الإجابة على هذه الإشكالية من خلال ما يلي:

المبحث الأول: تعريف المستهلك والأساس القانوني لحمايته في ظل المنافسة الحرة
بعدما كانت كل من كلمتي الاستهلاك والمستهلك حسب الأصل من المصطلحات الاقتصادية أصبحت من العبارات القانونية، وهي حديثة الظهور في مجال الفقه القانوني فالاستهلاك لدى رجال الاقتصاد هو أحد العمليات الاقتصادية التي تخصص فيها القيم الاقتصادية لإشباع الحاجات، حيث تمر الدورة الاقتصادية بثلاث مراحل هي الإنتاج والتوزيع والاستهلاك⁽⁴⁾، فمن هو المستهلك وما هو الأساس القانوني لحمايته؟ وسأحاول الإجابة عن ذلك من خلال ما يلي:

المطلب الأول: تعريف المستهلك وحمايته

سأنتظر في هذا المطلب إلى تعريف المستهلك ثم إلى تعريف حمايته وذلك على النحو الآتي:

أولاً: تعريف المستهلك

إن مفهوم المستهلك في المجال القانوني يختلف عنه في المجال الاقتصادي، فالقانون لا يعبأ بفعل الاستهلاك في حد ذاته، وإنما يهتم بالتصرف القانوني الذي يأتيه الشخص القانوني بإرادته بهدف إشباع احتياجاته الذاتية أو العائلية من السلع والخدمات⁽⁵⁾.

والمستهلك لغة هو الشخص الذي يقوم بعملية الاستهلاك، والمستهلك في المفهوم الاقتصادي هو كل فرد يشتري سلع أو خدمات لاستعماله الشخصي وليس من أجل التصنيع⁽⁶⁾.

أما في القانون فان معظم التشريعات اتفقت على تعريف المستهلك بأنه الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يشتري خدمة أو سلعة أو يستأجرها أو يستعملها أو يستفيد منها، وذلك لأغراض غير مرتبطة مباشرة بنشاطه المهني، فيما عرف قانون التجارة الأمريكي السلع الاستهلاكية بأنها سلع تستعمل أو تشتري للاستخدام الشخصي أو العائلي أو للأغراض المنزلية.⁽⁷⁾

وقد عرف المشرع الجزائري المستهلك في المادة 03 من القانون رقم 03/09 المؤرخ في 2009/02/25 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش بأنه: "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي، من أجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به".

ثانياً: تعريف حماية المستهلك

المقصود بحماية المستهلك هو توفير الأمان له بمعناه الشامل تحقيقاً لمقومات الحد الأدنى من الحياة الكريمة⁽⁸⁾، وذلك بالمحافظة على سلامة جسده وحماية صحته من كل الأخطار التي قد تصيبه من جراء تعمد المنتجين غش منتوجاتهم باحتوائها على المواد الضارة بالصحة بهدف تحقيق الربح، كذلك حمايته من الممارسات التي تضر بمصالحه الاقتصادية.

فحماية المستهلك متوقفة على مدى تنظيم المنافسة في الأسواق، وبالتالي فان حرية المنافسة تستوجب بالضرورة حماية المستهلك لأنه هو المعنى بالدرجة الأولى، وذلك بإتباع قواعد الشفافية والنزاهة في الممارسات التجارية بتوفير البيانات والمعلومات الخاصة بالسلعة، ليتمكن المستهلك من اختيار ما يريده بحرية خاصة في ظل تطور الإنتاج وكثرة توزيع السلع والخدمات، كذلك تحديد أسعار السلع والخدمات وفقاً لقواعد المنافسة الحرة والنزيهة وإعلامها للزبائن، فكثيراً ما تؤدي السلع المعروضة في الأسواق إلى الإضرار بالمستهلك نظراً لعدم خضوعها للرقابة غالباً ولا تكون خاضعة لشروط الحفظ والنظافة.

المطلب الثاني: الأساس القانوني لحماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة

لقد أصبحت حماية المستهلك سواء كان شخص طبيعي أو معنوي ضروري ولا يمكن التصدي للأفعال التي تصيبه إلا بوضع قواعد قانونية وآليات رقابة لكل الأفعال الصادرة من الأعوان الاقتصاديين، فرغم أن حرية التجارة والصناعة مكرس دستوريا لم يمنع المشرع من سن قوانين تحمي المستهلك من المخالفات التي قد تترتب عن ممارسة الأنشطة، وجراء التنافس الشديد الذي يبقى هدفه الأساسي تحقيق الربح، يلجأ الكثير من المنافسين إلى ممارسات وأنشطة مخالفة للقوانين والأعراف التجارية مما ينعكس سلبا على المستهلك.⁽⁹⁾

ولتفادي الإضرار بالمستهلكين وحماية لهم من المخاطر التي تهددهم في أرواحهم وأموالهم، خاصة بعد تطور أساليب الإنتاج والتوزيع وتطور أساليب الدعاية والإعلان عن المنتجات وفي ظل المنافسة الحرة، خاصة مع التوجه الحالي نحو منافسة المنتجات الأجنبية، وارتفاع عدد المتضررين بسبب المنتجات المقلدة والمغشوشة وضع المشرع الجزائري مجموعة من النصوص التشريعية لضمان أمن وسلامة المستهلك.

إن مسألة الاهتمام بالمستهلك والدفاع عنه في الجزائر لم تكن مطروحة إلا بعد أن وضع المشرع الجزائري القانون رقم 02/89 المؤرخ في 07/02/1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك⁽¹⁰⁾ كأول تشريع لحماية المستهلك متبوع بنصوص تنظيمية وتطبيقية، وقبل ذلك كانت حماية المستهلك مسيرة فقط من طرف النصوص القانونية المذكورة في المواد من 429 إلى 435 من قانون العقوبات⁽¹¹⁾، وقد جاء القانون رقم 02/89 لتخصيص مجموعة من المبادئ في شكل قواعد تطبيقية للعلاقات بين المنتجين والمستهلكين والتي تتمثل خاصة في إجبارية الحماية المادية والاقتصادية للمستهلك، إجبارية الضمان الذي يعتبر من الحقوق القانونية للمستهلك، إجبارية المطابقة للمقاييس وإشباع الرغبة المشروعة للمستهلك، إجبارية إعلام المستهلك ونصحه، حق تكوين جمعية حماية المستهلك.

والى جانب هذا النص الأصلي نص المشرع الجزائري على مجموعة من القوانين والمراسيم التنفيذية تهدف إلى حماية المستهلك.

وفي سنة 2009 أصدر المشرع الجزائري القانون رقم 03/09 المؤرخ في 25/02/2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش⁽¹²⁾ والذي بمقتضاه تم إلغاء أحكام القانون رقم 02/89 المؤرخ في 07/02/1989 والمتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك وتبقى نصوصه التطبيقية سارية المفعول إلى حين صدور النصوص التطبيقية لهذا القانون⁽¹³⁾، وتكملة لهذا القانون أصدر المشرع الجزائري مجموعة من المراسيم التنفيذية. ومن أجل تفعيل حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة فقد أصدر المشرع الجزائري الأمر رقم 03/03 المؤرخ في 19/07/2003 المتعلق بالمنافسة⁽¹⁴⁾ المعدل والمتمم بالقانون رقم 12/08 المؤرخ في 25/06/2008⁽¹⁵⁾ وبالقانون رقم 05/10 المؤرخ في 15/08/2010⁽¹⁶⁾، فقد ورد مصطلح المستهلك في نص المادة الأولى منه: " يهدف هذا الأمر إلى تحديد شروط ممارسة المنافسة في السوق وتضادي كل ممارسات مقيدة للمنافسة ومراقبة التجميعات الاقتصادية وتحسين ظروف معيشة المستهلكين" والمادة 3: "كل سوق للسلع أو الخدمات المعنية بممارسات مقيدة للمنافسة وكذا تلك التي يعتبرها المستهلك مماثلة أو تعويضية.."، كما ورد في نص المادة 5: "... مكافحة المضاربة بجميع أشكالها والحفاظ على القدرة الشرائية للمستهلك..."، وكذلك المادة 12: "يحظر عرض الأسعار أو ممارسة أسعار بيع منخفضة بشكل تعسفي للمستهلكين...".

كما أوجب المشرع الجزائري في المادة 24 من الأمر 03/03 المعدل والمتمم في تشكيل مجلس المنافسة أن يكون ضمنه عضوان مؤهلان يمثلان جمعيات حماية المستهلكين، على الرغم من أن مجلس المنافسة هو سلطة إدارية مستقلة يتمتع بسلطة اتخاذ القرار بهدف تشجيع وضمان الضبط الفعال للسوق بأية وسيلة ملائم أو اتخاذ القرار في كل عمل أو تدبير من شأنه ضمان السير الحسن للمنافسة وترقيتها في المناطق الجغرافية أو قطاعات النشاط التي تنعدم فيها المنافسة أو تكون غير متطورة بما فيه الكفاية⁽¹⁷⁾.

فقانون المنافسة وقانون حماية المستهلك كلاهما ينتمي إلى عائلة واحدة وهي عائلة القانون الاقتصادي، بحيث يكونان معا أداتين جوهريتين من أدوات السياسة الاقتصادية التي تملكها الدولة والتي تستخدم لتدعيم وإنعاش النشاط التجاري والصناعي والخدمات في السوق، حيث تتولى الدولة من خلال قانون الاستهلاك حماية المستهلك من الاستغلال الذي قد يتعرض له من المشروعات التجارية والصناعية والخدمات والتي تهدف إلى تحقيق الربح دون النظر إلى مصلحة المستهلك، كما تتولى الدولة من خلال قانون المنافسة حماية السوق الوطني من التلاعب في الأسعار وما يستتبعه من استخدام وسائل تمنع تحقيق حجم الإنتاج الأمثل في الأسواق والذي يعد عاملا جوهريا لتحقيق التنمية والرخاء⁽¹⁸⁾.

ولكن لا ينبغي الخلط بين قانون المنافسة وقانون حماية المستهلك، حيث أن مجال هذا الأخير هو تنظيم العلاقات التي تنشأ فيما بين المؤسسة من جهة والمستهلك من جهة ثانية بما يتضمنه من أحكام تحمي مصلحة المستهلك بينما مجال تدخل قانون المنافسة هو العلاقات بين المؤسسات فيما بينها داخل السوق الواحد، حتى وإن التقى القانونان في بعض المواضع، حيث أن المنافسة الحرة التي يضمنها قانون المنافسة في حد ذاتها سوف تصب في مصلحة المستهلك من حيث إسهامها في تحقيق أحسن تناسب بين الثمن والجودة كما أن بعض الأحكام التي هي من صميم قانون حماية المستهلك من شأنها دعم نزاهة المنافسة كما هو الشأن بالنسبة للإعلام بالأسعار⁽¹⁹⁾.

المبحث الثاني: وسائل وأشكال حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة

سأتطرق في هذا المبحث إلى الوسائل القانونية لحماية المستهلك ثم إلى أشكال حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة على النحو الآتي:

المطلب الأول: الوسائل القانونية لحماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة

إن خضوع السوق لمنطق التفوق في حلبة المنافسة يجد تبريره في فكرة العمل على تحقيق "رفاهية المستهلك" هذه الأخيرة التي تشكل عند الكثيرين الغاية الأساسية من ارتباط قواعد المنافسة بالقانون الاقتصادي عموما والتي يكون هدفها الفعالية

الاقتصادية التي تعني عندهم: "التزام المنتجين بتحقيق رفاهية المستهلك أخذا بعين الاعتبار ضعف موارده"⁽²⁰⁾

يمثل القانون رقم 03/09 المؤرخ في 25/02/2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش النص الأساسي الذي جاء لتخصيص عدد من المبادئ في شكل قواعد تطبيقية للعلاقات بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين، وتتمثل وسائل حماية المستهلك والتي تمثل التزامات تقع على عاتق المتدخل في ما يلي:

1 - **إلزامية النظافة الصحية للمواد الغذائية وسلامتها:** يفرض القانون التزامات صارمة تتعلق بالنظافة الصحية للمنتوجات وسلامتها على كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتوجات للاستهلاك، إذ عليه أن يقوم بمراقبة المنتوج قبل عرضه للاستهلاك فلقد فرض المشرع الجزائري بمقتضى المواد 4، 5، 6، 7، 8 من القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على المتدخل التقييد بشروط النظافة وأن يلتزم بضمان سلامة المنتوج⁽²¹⁾.

2 - **إلزامية أمن المنتوجات:** نصت على هذا المبدأ المادتين 9، 10 من القانون رقم 03/09، وقد عرفت المادة 3 من القانون 03/09 الأمن بأنه: " البحث عن التوازن الأمثل بين كل العناصر المعنية بهدف تقليل أخطار الإصابات في حدود ما يسمح به العمل"، وفي نطاق تطبيق هذا المبدأ يتعين على كل متدخل احترام أمن المنتوج فيما يتعلق بمميزاته وتركيبته وتغليفه وشروط تجميعه وصيانتته، ومدى تأثيره على صحة المستهلك كذلك عرض المنتوج ووسمه والتعليمات المحتملة الخاصة باستعماله وإتلافه، وفئة المستهلكين المعرضين للخطر نتيجة استعماله خاصة الأطفال⁽²²⁾.

3 - **إلزامية مطابقة المنتوجات:** وفقا للمادة 11 من القانون رقم 03/09 فان المنتوج المعرض للاستهلاك يجب أن يستجيب للمواصفات في أمور عديدة تتعلق بطبيعة المنتوج، صنفه، منشئه، مميزاته تركيبته، هويته، قابليته للاستعمال والأخطار الناجمة عن استعماله إلى جانب ذلك يجب أن يستجيب المنتوج لرغبات المستهلك من حيث طريقة تقديم المنتوج، تغليفه، ذكر مصدره وتاريخ صنعه وتاريخ انتهاء صلاحيته

وكيفية استعماله وحفظه والرقابة التي أجريت عليه بمعنى استجابة كل منتج وموضوع للاستهلاك للشروط المتضمنة في اللوائح الفنية وللمتطلبات الصحية والبيئية والسلامة والأمن الخاصة به⁽²³⁾.

فسلامة المنتج هو بمثابة شرط أساسي لقيام علاقة استهلاكية بين المستهلك والمتعامل الاقتصادي وشرط أساسي لقابلية المنتج للدخول في العلاقة بين المتعامل الاقتصادي والدولة، لذلك فهي في صلب موضوع قانون المنافسة، فحرية المنافسة كانت وراء ولادة الالتزام بضمان سلامة المنتج، ورسمت بذلك إيجابيا حدوده بموجب القواعد الوقائية وسلبيا بموجب القواعد الجزائية⁽²⁴⁾.

4 - **إلزامية الضمان والخدمة ما بعد البيع:** ويعتبر من الحقوق القانونية للمستهلك ويكون دون مصاريف إضافية، ويطبق على كل منتج سواء كان جهازا أو أداة أو آلة أو مركبة أو أي مادة تجهيزية ويمكن أن يمتد إلى الخدمات وهو ما نصت عليه المادة 13 من القانون رقم 03/09⁽²⁵⁾، ولتحقيق هذا الحق خلال الفترة المعينة للضمان يجب أن تنفذ شروطه في حالة ظهور عيب بالمنتج والمتمثلة في استبدال المنتج بمنتج آخر أو إرجاعه واسترداد ثمنه، أو طلب تصليحه على حساب المتدخل، أو استرداد المبالغ التي يكون قد سددها مقابل الخدمة عند عدم مطابقتها بشكل سليم، وحسب نص المادة 16 من القانون رقم 03/09 فإنه: " في إطار خدمة ما بعد البيع وبعد انقضاء فترة الضمان المحددة يتعين على المتدخل المعني بضمان صيانة وتصليح المنتج المعروض في السوق"

5 - **إلزامية الإعلام:** إن إعلام المستهلك يعني الاعتراف بأنه قادر على الدفاع عن مصالحه بنفسه، فالإعلام عن طريق القوانين إلزامي فيمكن أن يجهل المستهلك أنه يملك بعض الحقوق إذا يجب إعلام المستهلك وتحسيسه من خلال التعريف بحقوقه في مواجهة المتدخل الذي هو مجبر بتقديم المعلومات والمعارف المتعلقة بالمنتجات المسوقة⁽²⁶⁾، إذا فالمستهلك له الحق في الحصول على معلومات صحيحة وواضحة ووافية تتعلق بالسلعة طبيعتها نوعها مكوناتها صلاحيتها والمدة التي يمكن استعمالها

بشكل يضمن فاعليتها منشئها إلى جانب ثمنها ومميزاتها وطرق استعمالها والأخطار التي تنجم عن هذا الاستعمال.

المطلب الثاني: أشكال حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة

لما كانت المنافسة الحرة تزيد من الفعالية الاقتصادية وتحقيق الربح، فإن ذلك لم يمنع بعض المتعاملين الاقتصاديين نظرا لجشعهم أن يباشروا بعض الممارسات أو الأنشطة المخالفة للقوانين والأعراف التجارية الأمر الذي دفع بالمشرع أن يتدخل من أجل التصدي لكل سلوك قد ينجر عنه إضرارا بالمنافسة، وهو ما ينعكس سلبا على المستهلك باعتباره طرفا في العلاقة الاستهلاكية⁽²⁷⁾.

وسوف أتطرق لأشكال حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة من الممارسات المخالفة للتجارة، والتي نص عليها المشرع الجزائري في القانون رقم 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، وكذلك سوف أتطرق إلى حماية المستهلك من الممارسات المنافية للمنافسة التي نص عليها الأمر 03/03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم فيما يلي:

أولاً: حماية المستهلك من الممارسات التجارية المخالفة لقواعد الشفافية

تعتبر الممارسات المخالفة لشفافية الممارسات التجارية وفق ما نص عليه المشرع الجزائري في الباب الثاني من القانون رقم 02/04 المعدل والمتمم ما يلي:

1 - عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات وشروط البيع: إن الإعلام بالأسعار شرط ضروري لشفافية الممارسات التجارية، وقد نصت المادة 4 من القانون رقم 02/04 على وجوب إعلام الزبائن بأسعار السلع والخدمات وبشروط البيع وذلك حتى يتسنى للمستهلك معرفة قيمة السلعة.

2 - عدم الفوترة: لقد نص المشرع الجزائري في المادة 10 من القانون رقم 02/04 المعدل والمتمم على إلزامية تقديم الفاتورة في العلاقات المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين المتعلقة ببيع السلع أو تقديم خدمات، وتقديمها للمستهلك متى طلبها، وتعتبر الفاتورة وسيلة لشفافية المعاملات التجارية، ووسيلة لإثبات المعاملات التجارية⁽²⁸⁾ وقد

أصدر المشرع الجزائري المرسوم التنفيذي رقم 468/05 المؤرخ في 10/12/2005 الذي يحدد شروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصول التسليم والفاتورة الإجمالية وكيفيات ذلك⁽²⁹⁾.

ثانيا: حماية المستهلك من الممارسات التجارية المخالفة لقواعد النزاهة

تعتبر ممارسات تجارية مخالفة لقواعد النزاهة ما نص عليه المشرع الجزائري في الباب الثالث من القانون رقم 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم وتتمثل فيما يلي:

1 - الممارسات التجارية غير الشرعية: من الممارسات التجارية غير الشرعية والتي فيها مساس بالمستهلك وبحرية المنافسة ما نص عليه المشرع في المواد من 14 إلى 17 من القانون رقم 02/04 المعدل والمتمم والمتمثلة في:

- ممارسة الأعمال التجارية دون اكتساب الصفة.
- رفض بيع سلعة أو تأدية خدمة بدون مبرر شرعي.
- بيع سلعة أو أداء خدمة بشروط.

2 - ممارسة أسعار غير شرعية: "إن كل بيع سلع أو تأدية خدمات لا تخضع لنظام حرية الأسعار، لا يمكن أن تتم إلا ضمن احترام نظام الأسعار المقننة طبقا للتشريع المعمول به" وهو ما نصت عليه المادة 22 من القانون رقم 02/04 المعدل والمتمم وتعتبر ممارسة أسعار غير شرعية:

- أ - تزييف أسعار تكلفة السلع والخدمات.
- ب - إخفاء زيادات غير شرعية في الأسعار.
- ج - عدم تجسيد اثر الانخفاض المسجل لتكاليف الإنتاج والاستيراد والتوزيع على أسعار البيع والإبقاء على ارتفاع أسعار السلع والخدمات.
- د - عدم إيداع تركيبة الأسعار المقررة طبقا للتشريع والتنظيم المعمول به.
- ه - تشجيع غموض الأسعار والمضاربة في السوق.
- و - انجاز معاملات تجارية خارج الدوائر الشرعية للتوزيع.

3 - الممارسات التجارية التمييزية: هي كل الممارسات التي نص عليها المشرع الجزائري في المادتين 24 و25 من القانون رقم 02/04 المعدل والمتمم والمتمثلة في:

أ - القيام بالممارسات المنصوص عليها في المادة 24 من القانون رقم 02/04 المعدل والمتمم: وهي دفع أو استلام فوارق مخفية للقيمة، تحرير فواتير وهمية أو فواتير مزيفة وإتلاف الوثائق التجارية والمحاسبية وإخفائها أو تزويرها قصد إخفاء الشروط الحقيقية للمعاملات التجارية

ب - حيازة المنتوجات المنصوص عليها في المادة 25 من القانون رقم 02/04 المعدل والمتمم: وهي منتوجات مستوردة أو مصنعة بصفة غير شرعية، مخزون من المنتوجات بهدف تحفيز الارتفاع غير المبرر للأسعار، مخزون من منتوجات خارج موضوع تجارتهم الشرعية قصد بيعه.

4 - الممارسات التجارية غير النزيهة: حسب نص المادة 26 من القانون رقم 02/04 المعدل والمتمم هي كل الممارسات المخالفة للأعراف التجارية النزيهة والنزيهة، والتي من خلالها يتعدى عون اقتصادي على مصالح عون أو عدة أعوان اقتصاديين آخرين. فالعون الاقتصادي يرغب دائما في اجتذاب المزيد من العملاء وترويج سلعته، ولكن يجب أن يكون ذلك في حدود المنافسة الشريفة والنزيهة وقد نصت المادة 27 من نفس القانون على صور الممارسات غير النزيهة والتي لا يمكن حصرها مع تطور النشاط التجاري وتطور وسائل الدعاية للسلع والخدمات كما نصت المادة 28 على الإشهار التضليلي غير الشرعي والممنوع ويطلق عليها العديد من الفقهاء بالمنافسة غير المشروعة.

ثالثا: حماية المستهلك من الممارسات المناهية للمنافسة

نعني بالمنافسة فسح المجال أمام المؤسسات والأعوان الاقتصاديين لعرض منتجاتهم وخدماتهم في السوق لغرض الوصول إلى الزبائن وإرضائهم وجلب أكبر عدد ممكن منهم بقصد تحقيق الربح، ولن يتحقق ذلك إلا إذا حصل المستهلك على السلعة أو الخدمة التي تحقق رغباته وهذا هو سر التفوق، فالتنافس يؤدي إلى تحقيق مزايا

عديدة تعود على الاقتصاد بوجه عام وعلى المستهلك بصفة خاصة، منها كثرة الإنتاج وتحقيق الجودة وخفض الأسعار، ولكن بشرط أن يتم هذا التنافس فيما يسمح به القانون حتى لا يضر بالمستهلك، فقانون المنافسة راعى حماية المستهلك من الممارسات الضارة به والتي تؤدي إلى حرمانه من حقوقه، وبالرجوع إلى الأمر رقم 03/03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم نجد أنه حدد الممارسات المقيدة للمنافسة ومنعها بموجب المواد 06، 07، 10، 11، 12.

المبحث الثالث: الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة

إن النصوص القانونية التي وضعها المشرع الجزائري لا يمكن أن تكون لها فعالية في محاربة الأنشطة المخالفة للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ولا تلك المنافية للمنافسة إلا بوضع آليات تتولى مراقبة كل الأفعال الصادرة من الأعوان الاقتصاديين، وستتطرق في هذا المبحث إلى الأجهزة الإدارية والهيئات الاستشارية المكلفة بحماية المستهلك على النحو الآتي:

المطلب الأول: الأجهزة الإدارية

أولاً - أعوان قمع الغش

إن السلطات المعنية الإدارية يمكن لها أن تقوم بإجراءات أو تدابير وقائية وهذا خلال مرحلة عرض الإنتاج أو الخدمة للاستهلاك بجميع مراحلها من طور الإنشاء الأولي إلى العرض النهائي، وذلك تجنباً للأخطار والإضرار التي قد تلحق بالمستهلك في صحته أو ماله، وفي هذا الإطار يقوم أعوان قمع الغش والمذكورين في المادة 25 من القانون رقم 03/09⁽³⁰⁾ بمعاينة المخالفات وإثباتها في شكل محاضر لها حجية قانونية حتى يثبت العكس، رقابة مدى مطابقة المنتوجات للمواصفات والشروط المنصوص عليها قانوناً.

ثانياً - المخابر المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش

بموجب المادة 35 من القانون رقم 03/09 يتم إنشاء مخابر تابعة للوزارة للقيام بالتحاليل والاختبارات والتجارب قصد حماية المستهلك، ويمكن أن تعتمد مخابر

أخرى كذلك لنفس الغرض، وقد تم إنشاء مجموعة من المراسيم التنفيذية المتعلقة بإنشاء مخابر من أجل حماية المستهلك وقمع الغش، ويتجلى ذلك في المرسوم رقم 192/91 المؤرخ في 1991/06/01 المتعلق بمخابر تحليل النوعية والذي تم إلغائه بموجب المرسوم التنفيذي رقم 68/02 المؤرخ في 2002/02/06، الذي يحدد شروط فتح مخابر تحاليل الجودة واعتمادها⁽³¹⁾. وكذلك صدر المرسوم التنفيذي رقم 355/96 المؤرخ في 1996/10/19⁽³²⁾ الذي يتضمن إنشاء شبكة مخابر تجارب وتحاليل النوعية وسيهرها المتمم بالمرسوم رقم 459/97 المؤرخ في 1997/12/01⁽³³⁾، وهذه الشبكة تساهم في تنظيم مخابر التحاليل ومراقبة النوعية وفي تطويرها، وإعداد سياسة حماية الاقتصاد الوطني والبيئة وأمن المستهلك وفي تنفيذها، وتطور كل عملية من شأنها أن ترقى نوعية السلع والخدمات.

كما تم إصدار المرسوم التنفيذي رقم 328/13 المؤرخ في 2013/09/26 الذي يحدد شروط وكيفيات اعتماد المخابر قصد حماية المستهلك وقمع الغش⁽³⁴⁾، والذي بموجبه تم إلغاء المواد من 21 إلى 29 من المرسوم التنفيذي رقم 68/02 المؤرخ في 2002/02/06 الذي يحدد شروط فتح مخابر تحاليل الجودة واعتماده.

ثالثا - الإدارة المحلية:

للوالى دور في حماية المستهلك وقمع الغش من خلال اتخاذه للإجراءات الوقائية من أجل تفادي الأضرار والأخطار التي قد تصيب المستهلك، من استعمال منتج معين فيمكنه إصدار قرارات بسحب المنتج أو غلق المحل، فالوالى مسؤول عن المحافظة على النظام والأمن والسلامة والسكينة العامة، كذلك لرئيس المجلس الشعبي البلدى باعتباره ضابط الشرطة القضائية⁽³⁵⁾ دور في حماية المستهلك في إطار ممارسة مهام الضبط الإدارى، فله سلطة مراقبة نوعية المنتوجات والخدمات المعروضة للاستهلاك، واتخاذ القرارات في إطار المحافظة على النظافة والصحة العمومية.

المطلب الثاني: الهيئات الاستشارية

أولاً: المجلس الوطني لحماية المستهلك:

تنص المادة 24 من القانون رقم 02/04 المعدل والمتمم على أنه: "ينشأ مجلس وطني لحماية المستهلكين، يقوم بإبداء الرأي، واقتراح التدابير التي تساهم في تطوير وترقية سياسات حماية المستهلك" (36) وقد تم إنشاء المجلس الوطني لحماية المستهلك بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 272/92 المؤرخ في 06/07/1992 الذي ألغى بموجب المرسوم التنفيذي رقم 355/12 المؤرخ في 02/10/2012 الذي يحدد تشكيلة المجلس الوطني لحماية المستهلكين واختصاصاته (37).

ويدلي المجلس بأراء، ويقترح تدابير لها علاقة بالمساهمة في الوقاية من الأخطار التي يمكن أن تتسبب فيها المنتوجات المعروضة في السوق وتحسينها من أجل صحة المستهلكين ومصالحهم المادية والمعنوية، كذلك يبدي رأيه في مشاريع القوانين والتنظيمات التي يمكن أن يكون لها تأثير على الاستهلاك، وكذا شروط تطبيقها إضافة إلى البرامج السنوية لمراقبة الجودة وقمع الغش.

ثانياً - لجنة البنود التعسفية:

من أجل حماية المستهلك من الشروط التعسفية التي قد يدرجها المتدخل في العقود المبرمة معه، فقد أنشأ المشرع الجزائري بموجب المرسوم التنفيذي رقم 306/06 المؤرخ في 10/09/2006 الذي يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية (38) المعدل بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 44/08 المؤرخ في 03/02/2008 لجنة البنود التعسفية وهي هيئة استشارية تخضع لوصاية وزير التجارة، ومهمة هذه اللجنة أنها تبحث في كل العقود المطبقة من طرف الأعوان الاقتصاديين على المستهلكين والبنود ذات الطابع التعسفي (39)، وتقوم بكل دراسة أو خبرة متعلقة بكيفية تطبيق العقود اتجاه المستهلكين.

ثالثا - جمعيات حماية المستهلك:

إن لجمعيات حماية المستهلك دور فعال في حماية المستهلك، حيث تشارك في محاربة الممارسات المخالفة للقوانين والأعراف التجارية عن طريق إعلام المستهلك لتوعيته وتحسيسه بالمخاطر التي تهدد أمنه وصحته وتوجيهه عن طريق وسائل الإعلام المكتوبة والمرئية والمسموعة، وكذلك تمثيله للدفاع عن حقوقه فقد سمح المشرع الجزائري لجمعيات حماية المستهلك أن تتأسس كطرف مدني أمام القضاء للمطالبة بالتعويض عن الأضرار التي تصيب المستهلك والتي يسببها المتدخل⁽⁴⁰⁾. كما نصت المادة 65 من القانون رقم 02/04 المعدل والمتمم على إمكانية أن تقوم جمعيات حماية المستهلك برفع دعوى أمام العدالة ضد كل عون اقتصادي، ولكن لا تستطيع هذه الجمعيات أن تؤدي مهامها دون دعم من منخرطيهما إذ لا تزال غير معروفة من قبل معظم المستهلكين، فالانخراط يجعلها أكثر قوة وفاعلية لمساعدة المستهلكين والدفاع عنهم وإقامة التوازن بين المنتج والمستهلك.

رابعا - مجلس المنافسة:

نتيجة للتنافس الشديد بين الأعوان الاقتصاديين الذي هدفه الأساسي تحقيق الربح، والذي يؤدي بالمتنافسين إلى ممارسات مخالفة للقوانين والأعراف التجارية مما يترتب عليها الإضرار بالمستهلك، تم إنشاء مجلس المنافسة لتنظيم وضبط المنافسة في السوق، فبالرغم من أن مجلس المنافسة هو هيئة مستقلة تسهر على حماية المنافسة الحرة، حيث يقوم بإبداء رأيه واقتراح تدابير تساهم في حماية المنافسة وردع كل الممارسات المنافية للتجارة فإن ذلك ينعكس إيجابا على المستهلك.

المطلب الثالث: الهيئات القضائية:

للسلطة القضائية دور في حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة من الممارسات المخالفة للتجارة التي يقوم بها المتدخل والتي تلحق له أضرار، وتتمثل مهمتها في محاربة وقمع المخالفات من خلال تسليط عقوبات مدنية وجنائية ضد مرتكبيها، وتتمثل هذه الهيئات في النيابة العامة باعتبارها ممثلة للمجتمع للمطالبة بتطبيق

العقوبات متى توافرت الأركان القانونية للمخالفات التي تمس بصحة وأمن المستهلك ولا شيء يحد من حريتها في هذا الشأن، وكذلك قضاة الحكم الذين يفصلون في الدعاوى المرفوعة من المستهلك المتضرر من الممارسات المنافية للتجارة. فبالرجوع إلى المادة 48 من القانون رقم 03/03 المعدل والمتمم نجد أنها تنص على أنه: " يمكن كل شخص طبيعي أو معنوي يعتبر نفسه متضررا من ممارسة مقيدة للمنافسة، وفق مفهوم أحكام هذا الأمر، أن يرفع دعوى أمام الجهة المختصة طبقا للتشريع المعمول به".

وقد نص المشرع الجزائري في المواد من 429 إلى 435 مكرر من قانون العقوبات الجزائري على العقوبات التي تطبق في حالة الغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية، كذلك نص المشرع الجزائري على المخالفات والعقوبات في المواد من 68 إلى 85 من القانون رقم 03/09 المتعلق بقواعد حماية المستهلك.

خاتمة

في الوقت الذي نضع فيه نهاية لهذه الدراسة البسيطة يمكن أن نقول أن الجزائر لجأت إلى حماية مصالح أمن وصحة المواطنين في ظل المنافسة الحرة، فقانون المنافسة وقانون حماية المستهلك يهدفان إلى تطبيق سياسة الحرية الاقتصادية بخطوات صحيحة وعلى أسس سليمة تمنع الممارسات التي تهدف إلى التحكم في السوق والتلاعب بمصالح المتنافسين والإضرار بالمستهلكين بفرض سلع وخدمات دون المستوى المطلوب من الجودة أو بأسعار مغالى فيها فحماية المستهلك متوقفة على مدى تنظيم المنافسة في الأسواق واحترام النصوص القانونية التي وضعها المشرع. وفي ظل المنافسة الحرة يظل المستهلك الضحية الأولى والأساسية، ومن أجل حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة والتقليل بأقصى قدر من الأضرار التي قد تصيبه فاننا نقترح التالي:

-على المستهلك أن يتحلى بثقافة استهلاكية تجنبه تعسفات المتدخلين وتحميه من الأخطار الناجمة عن التهاون المقصود وغير المقصود فيجب أن يكون واعيا مدركا لحقوقه.

-المعلومات يجب أن تصل إلى المستهلك عن طريق الصحافة، الإذاعة والتلفزة للتحسيس والدفع إلى اختيار منتج بلادهم.

الهوامش

- (1) - سورة التوبة: آية 119
- (2) - سورة الإسراء: آية 34
- (3) - محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2006، ص15.
- (4) - عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2008، ص 17 عن: Martin (Raymond)-, Le consommateur abusif, D.S., 1987, 21^e cahier, chron., p.150.
- (5) - عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص17
- (6) - غسان رباح، قانون حماية المستهلك الجديد، مكتبة زين الحقوقية والأدبية، بيروت، 2011، ص17، عن: Black's Law Dictionary; Saint Paul Minn, West Publishing, Co. 1990, p.316
- (7) - غسان رباح، المرجع السابق، ص17، عن: Steven H. Gifis: Law Dictionary, New York, 1984, p. 94
- (8) - عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص 43 عن: أنور أحمد رسلان، مفهوم حماية المستهلك، تقرير مقدم إلى ندوة حماية المستهلك، بحث مقدم في ندوة حماية المستهلك في الشريعة والقانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، 1998، ص2
- (9) - شرواط حسين، شرح قانون المنافسة، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر، 2012، ص40
- (10) - الجريدة الرسمية العدد 06 المؤرخة في 08/02/1989.
- (11) - هذه المواد تتعلق بالغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية.
- (12) - الجريدة الرسمية العدد 15 المؤرخة في 08/03/2009
- (13) - المادة 94 من القانون 03/09 المؤرخ في 25/02/2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش
- (14) - الجريدة الرسمية رقم 43 المؤرخة في 20/07/2003
- (15) - الجريدة الرسمية رقم 36 المؤرخة في 02/07/2008
- (16) - الجريدة الرسمية رقم 46 المؤرخة في 18/08/2010
- (17) - انظر المادة 34 من الأمر رقم 03/03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم بالقانون رقم 08/12 المؤرخ في 25/06/2008 والقانون رقم 05/10 المؤرخ في 15/08/2010

- (18) - معين فندي الشناق، الاحتكار والممارسات المقيدة للمنافسة، دار الثقافة للنشر، عمان، 2010، ص 65
- (19) - ساسان، محاضرات في قانون المنافسة الجزائري انظر الموقع الالكتروني:
- http://sciencesjuridiques.ahlamontada.net/t2067-topic 2015/03/13 تاريخ الاطلاع:
- (20) - تيورسي محمد، الضوابط القانونية للحرية التنافسية في الجزائر، دار هومة، الجزائر، 2013، ص 346 عن: F.Jenny, " pratiques verticales restrictives, concurrence et effience", cahier de droit de l'entreprise, 1989-4, P: 05
- (21) - انظر في ذلك المرسوم التنفيذي رقم 53/91 المؤرخ في 1991/02/23 المتعلق بالشروط الصحية المطلوبة عند عملية عرض الأغذية للاستهلاك، (الجريدة الرسمية العدد 09 المؤرخة في 1991/02/27)-
- (22) - وفي هذا الإطار تم إصدار المرسوم التنفيذي رقم 203/12 المؤرخ في 2012/05/06 المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتجات (الجريدة الرسمية، العدد 28، المؤرخة في 2012/05/09)- والمرسوم التنفيذي رقم 214/12 المؤرخ في 2012/05/15 الذي يحدد شروط وكيفيات استعمال الإضافات الغذائية الموجهة للاستهلاك البشري (الجريدة الرسمية، العدد 30 المؤرخة في 2012/05/16)-.
- (23) - انظر المادة 3 من القانون رقم 03/03 المتعلق بقانون المنافسة المعدل والمتمم.
- (24) - علي فتاك، حماية المستهلك وتأثير المنافسة على ضمان سلامة المنتج، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2014، ص 36، 37.
- (25) - وقد تم إصدار المرسوم التنفيذي رقم 327/13 المؤرخ في 2013/09/26 الذي يحدد شروط وكيفيات ضمان السلع والخدمات (الجريدة الرسمية، العدد 49، المؤرخة في 2013/10/02)-.
- (26) - وقد تم إصدار المرسوم التنفيذي رقم 378/13 المؤرخ في 2013/11/09 الذي يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك (الجريدة الرسمية، العدد 58 المؤرخة في 2013/11/18)-
- (27) - ارزقي زوبير، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة ماجستير في القانون، فرع المسؤولية المهنية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، 2011، ص 60.
- (28) - انظر المادة 30 من القانون التجاري الجزائري.
- (29) - الجريدة الرسمية العدد 80 المؤرخة في 2005/12/11
- (30) - تنص المادة 25 من القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على أنه: " بالإضافة إلى ضباط الشرطة القضائية والأعوان الآخرين المرخص لهم بموجب النصوص الخاصة بهم يؤهل للبحث ومعاينة مخالفات أحكام هذا القانون أعوان قمع الغش التابعون للوزارة المكلفة بحماية المستهلك".
- (31) - انظر الجريدة الرسمية العدد 11 المؤرخة في 2002/02/13.
- (32) - الجريدة الرسمية عدد 62 المؤرخة في 1996/10/20.
- (33) - الجريدة الرسمية عدد 80 المؤرخة في 1997/12/07
- (34) - الجريدة الرسمية، العدد 49، المؤرخة في 2013/10/02.
- (35) - انظر المادة 15 من قانون الإجراءات الجزائية الجزائري.

قواعد حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة _____ د/ أمال بوهنتالة

- (36) - وقد تم إنشاء المجلس الوطني لحماية المستهلكين بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 272/92 المؤرخ في 1992/07/06 وتم إعادة تنظيمه بموجب المرسوم التنفيذي رقم 355/12 المؤرخ في 2012/10/02.
- (37) - الجريدة الرسمية، العدد 56، المؤرخة في 2012/10/11
- (38) - الجريدة الرسمية العدد 56 المؤرخة في 2006/09/11
- (39) - انظر المادة 29 من القانون رقم 02/04 المعدل والمتمم التي تحدد البنود والشروط التعسفية في العقود
- (40) - انظر المادة 23 من القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.