محاضرة حول: الإطار المفاهيمي لحماية المستهلك

يعتبر مصطلح المستهلك جديدا في التشريع الجزائري، حيث ظهر هذا المصطلح لأول مرة خلال القانون رقم 89-02 الصادر في 07 فيفري 1989 بالقواعد العامة لحماية المستهلك، و هذا بعدما كان المصطلح التقليدي السائد في القانون المدني و الذي يطلق عليه بالمشتري، فتغير مدلول المصطلحات كانت تبعًا للظروف الاقتصادية بالدرجة الأولى، وذلك قصد الوصول إلى إضفاء حماية واسعة لهذا الطرف في العلاقة الاقتصادية خاصة، وأنه حتى مفهوم التاجر تطور ويكاد أن ينسى لولا قواعد القانون التجاري التي احتفظت بهذه التسمية إذ ظهرت نصوص قانونية خاصة تطلق عليه تسمية عون اقتصادي أو المؤسسة أو المتدخل...إلخ، وهذا راجع لتنوع المهام الذي يلعبه في وضع المنتج للاستهلاك إذ لا ينظر إليه فقط كبائع للمنتجات و إنما كمسؤول عن العملية الإنتاجية إلى غاية وصولها إلى المستهلك،

أولا: تعريف المستهلك

يبدو وضع تعريف للمستهلك أمرا جد ضروري لمعرفة المقصود منه وكذا ما يستفيد منه من احكام في إطار قواعد قانون حماية المستهلك 03/09

1- **تعريفه من الناحية اللغوية**

لفظ المستهلك مأخوذ من الفعل استهلك، يستهلك استهلاكا فنقول استهلك المال أي أنفقه .

لفظ استهلك مأخوذ من الفعل هلك الذي يفيد معنى النفاذ والانفاق.

2- **تعريفه من الناحية الفقهية**

المستهلك هو كل ما يؤول اليه الشيء بطريقة الشراء بقصد الاستهلاك أو الاستعمال.

أو هو الشخص الذي يشتري أو الذي لديه القدرة على شراء السلع والخدمات المعروضة للبيع بهدف اشباع الحاجات والرغبات الشخصية أو العائلية .

عرف أيضا بأنه كل من يبرم تصرفا قانونيا من أجل استخدام المال أو الخدمة في أغراضه الشخصية أو في اغراضه المهنية.

3- **تعريفه حسب المفهوم الاقتصادي**

المستهلك هو الشخص الذي يقوم بعملية الاستهلاك كونها آخر العمليات الاقتصادية لإشباع الحاجات .

المستهلك هو كل فرد يشتري سلعا وخدمات لاستعماله الشخصي وليس من اجل التصنيع 5 فهو الشخص الأخير الذي يحوز ملكية السلعة أي انها لا تنتقل من يده الى يد شخص اخر بعده

ثانيا: مفهوم المستهلك في القانون الجزائري

يعتبر التشريع الجزائري من بين التشريعات التي تأثرت بالموقف الفرنسي في تحديد مفهوم المستهلك على الرغم من أنه لم يرد تعريف للمستهلك في أول قانون جزائري يخص حماية المستهلك الذي صدر في سنة .1989

لقد ضبط القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش مفهوم المستهلك في نص الفقرة 2 من ة المادة 3 منه، والتي عرفته على أنه "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". وبهذا التعريف القانوني يكون المشرع قد جنب الفقه والقضاء عناء البحث عن تعريف ملائم.

من خلال هذه النصوص نستنتج أن المشرع الجزائري تبنى المفهوم الضيق للمستهلك، إذ قصر مفهومه على الشخص الذي يقتني المنتجات والخدمات من أجل الاستعمال الشخصي فقط دون المهني، وهو ما يؤكده من خلال المادة الثانية من المرسوم التنفيذي رقم 97-254 المتعلق بالرخص المسبقة لإنتاج المواد السامة التي تشكل خطرا من نوع خاص

واستيرادها التي تنص على أنه: "يقصد بالمنتوج الاستهلاكي في مفهوم هذا المرسوم، المنتوج النهائي الموجه للاستعمال الشخصي للمستهلك.

بناءا على ما سبق يمكن تحديد مجموعة من الشروط لاكتساب الشخص صفة المستهلك تتمثل في:

- **ان يكون شخصا طبيعيا او معنويا:** يكون مستهلك كل شخص طبيعي الهدف من استهلاكه تلبية حاجياته الشخصية او العائلية ويكون مستهلك كل شخص معنوي يعد عبارة عن مجموعة افراد واموال تجمعت مع بعضها لتحقيق هدف معين يتعاقد ويبرم صفقات يكون استهلاكه ليس لغرض مهنته؛
- **اقتناء او استعمال منتوجات سلع او خدمات:** نطاق هذا الشرط واسع وشامل المنتوجات والسلع تكون محلا للاستهلاك من طرف المستهلك مادامت تستهلك لغرض غير مهني لا يمكن حصرها اذ يوجد من السلع والمنتوجات التي يستنفذ الغرض منها منذ اول استخدام لها كالمواد الغذائية بينما توجد سلع ومنتوجات تدوم منفعتها لمدة أطول كالأجهزة الالكترونية.

اما الخدمات فهي على أنواع قد تكون خدمات ذات طبيعة مادية مثل اصلاح الهواتف او خدمات ذات طبيعة فكرية مثل الاستشارة القانونية او خدمات ذات طبيعة مالية مثل التأمين.

- **تلبية حاجيات غير مهنية: تعد** بمثابة الحد الفاصل بين المهني والمستهلك هذا الأخير يقتني او يستعمل منتوج او سلعة او خدمة لهدف غير مهني لتحقيق اهداف شخصية او عائلية تلبية لاحتياجاته بينما الشخص المهني هو الذي يقتني او يستعمل منتوجات او سلع او خدمات من اجل انشطته المهنية او التجارية تحقيقا لأرباح

ثالثا : حقوق المستهلك: تتمثل في

- حق المستهلك في إشباع حاجاته الشخصية؛
- حق المستهلك في الحصول تعويض ملائم؛
- حق المستهلك في التثقيف؛
- حق المستهلك في الحياة في بيئة سليمة.
- الحق في الصحة والسلامة والأمان؛
- الحق في توفير المعلومات والبيانات الصحيحة والكافية عن المنتجات؛
- الحق في الاختيار الحر للمنتجات التي تتوفر فيها شروط الجودة المطابقة للمواصفات

رابعا: خامسا: حماية المستهلك الجزائري في ظل القانون 09-03

- **نبذة عن هذا القانون رقم 09-03 المؤرخ فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش**

- جاء بترتيبات جديدة، تهدف أساسا إلى تعزيز حماية المستهلك، خصوصا ما يتعلق بالعقود الاستهلاكية، وهذه القواعد القانونية هي بمثابة تعديل ضمني بقانون رقم 89-02 الملغى وحل محله ساري المفعول إلى يوميا هذا

- **أحكام هذا القانون**

يصدر القانون الجديد رقم 09-03 المؤرخ فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش يتكون من (06) أبواب و (95) مادة مبينة كالآتي:

- **الباب الأول:** أحكام عامة: 03 مواد
- **الباب الثاني:** حماية المستهلك: 21 مادة
- **الباب الثالث:** البحث ومعاينة المخالفات: 28 مادة
- **الباب الرابع:** قمع القش: 33 مادة
- **الباب الخامس:** غرامة الصلح: 08 مواد

- **الباب السادس:** أحكام ختامية: 02 مادة

- **النصوص الملحقة به:**

- القانون المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية هو قانون رقم 04-02 المعدل والمتمم؛
- القانون المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية رقم 04-08؛
- مرسوم تنفيذي 09-181 المحدد لشروط ممارسة أنشطة استيراد المواد الأولية، والمنتجات والبضائع الموجهة لاعادة البيع على حالتها من طرف الشركات التجارية التي يكون فيها الشركاء أو المساهمون أجانب؛

مرسوم تنفيذي 09-182 المحدد لشروط وكيفيات إنشاء وتهيئة الفضاءات التجارية وممارسة بعض الأنشطة التجارية.

خامسا: حماية المستهلك

هو مصطلح اقتصادي حديث ظهر مع التحول الدولي الى اقتصاديات السوق منذ أواخر القرن 19 اتخذته جمعيات حماية المستهلك في الدول المتقدمة هدفا تسعى لتحقيقه لما له من أهمية بالغة في تحقيق التنمية الاقتصادية

1- **تعريف حماية المستهلك فقها**

يقصد بحماية المستهلك تلك الجهود المنظمة والدائمة من طرف المستهلكين والجهات الرسمية لضمان حقوق المستهلكين ومصالحهم المختلفة وحمايتهم من الاضرار التي يمكن ان تصيبهم جراء اقتنائهم لمنتجات او استفادتهم من خدمات والسهر على الحصول على التعويض اللائق عند اصابتهم بضرر وتسليط العقوبات المناسبة على المتسبب في الاضرار بهم

تعرف حماية المستهلك على أنها: "حفظ حقوقه وضمان حصوله على تلك الحقوق من قبل المهنيين (المتدخلين أو المنتجين) أو مقدمي خدمات في كافة المجالات، سواء كانوا تجارا أو صُناعا أو مقدمي خدمات،

وذلك في إطار التعامل التسويقي الذي تكون محله سلعة أو خدمة"، وتنحصر حماية المستهلك بشكل عام في أربعة مجالات هي :حماية الأمن الجسدي له وصحته وسلامته، حماية مصالحه الاقتصادية، حماية إرادته التعاقدية، وحماية فكره وثقافته، وتتسم حماية المستهلك بعدة خصائص منها اثنين أساسيين هما:

- عمومية وشمولية الحماية.
- العدالة في الموازنة بين حقوق وواجبات طرفي العملية التعاقدية.

يعرف قانون حماية المستهلك بأنه :"مجموعة القواعد القانونية التي تنظم العلاقات بين المستهلك و المتدخل في عملية عرض السلع و الخدمات للاستهلاك في السوق، بهدف توفير حماية للمستهلك بداية من مرحلة إنتاج السلع و تقديم الخدمات ثم التوزيع إلى عرضها النهائي للاستهلاك، و اقتنائها من طرفه".

2- **أهداف قانون المستهلك :**

- يهدف قانون حماية المستهلك إلى نشر ثقافة حماية المستهلك وتوعية المواطنين بحقوقهم وكيفية حمايتها، حيث يجب أن تكون هذه الثقافة جزءًا من الثقافة الاجتماعية للمجتمع.
- يهدف قانون حماية المستهلك إلى التنسيق مع الأجهزة الحكومية المختلفة لحماية حقوق المستهلك، وتحسين جودة الخدمات التي تقدم للمستهلكين، وتجنب الخداع والاحتيال في المنتجات والخدمات المختلفة.
- يعد حماية المستهلك جزءًا أساسيًا من النظام الاقتصادي في الدولة، ويهدف إلى توفير بيئة تجارية نزيهة وصحية، والحفاظ على مستوى عالٍ من المنافسة بين المنظمين والمنتجين والمُوردين، بما يحقق العدالة بينهم في المنافسة على تقديم ما تحتاجه الأسرة المصرية، بجودة وكم وبأسعار مناسبة

– يهدف قانون حماية المستهلك الى إقامة توازن في علاقة المستهلكين والمهنيين . ويمنح هذا القانون للمستهلكين حقوق كوزن مقابل للامتيازات التي يتمتع بها المهنيون.

3- **مجالات الإخلال بمبدأ حماية المستهلك**

توجد عدة مجالات يتم من خلالها الإخلال بحماية المستهلك منها:

- **الإعلان**: وذلك من خلال انتهاج أساليب الخداع في الرسالة الإعلانية لغرض تضليل المستهلك والعمل على إقناعه بشراء منتج ما، وهذا بالتركيز على مختلف أساليب الاغراء المكتوبة في لإعلان، وإثارة التصرفات الانفعالية غير الرشيدة التي تؤثر على أذواق المستهلكين.
- **الضمان**: وهو الحق الذي يضمن للمستهلك أداء المنتج، ومستوى هذا الأداء بما يتناسب مع قيمته، ومن ثم فإن عدم منح هذا الضمان، أو عدم استيفائه للشروط الضرورية مثل المدة الكافية للتأكد من عدم ظهور ووجود عيوب، يعتبر وجه من أوجه الإخلال بحماية المستهلك، نظرا لأن مقدم المنتج في هذه الحالة قد تنصل من مسؤوليته تجاه السلعة المباعة أو الخدمة المقدمة؛
- **السعر**: وهو مشكلة يعاني منها المستهلك ذو الدخل المحدود، وقد استغلت الكثير من المؤسسات قوتها في الأسواق وفرضت أسعار لا تتلاءم مع القدرة الشرائية للمستهلك، وينتج هذا الإخلال بحماية المستهلك عادة عندما تحتكر فئة معينة تسويق السلع والخدمات، الأمر الذي يتيح لها إمكانية فرض أسعار سوقية تفوق الإمكانات المالية للمستهلك، كما تندرج طرق البيع بالتقسيط، أو التخفيضات الصورية أحيانا في خانة التحايل على الأسعار.
- **التوزيع**: يتم الإخلال في هذه الحالة بحماية المستهلك من خلال توزيع المنتجات في أماكن بعيدة عن متناول المستهلك، مما يضطره إلى بذل جهد جسدي ونفسي كبير لإشباع حاجته ورغباته، بالإضافة أيضا إلى عدم عرض المنتجات في الوقت المناسب، أو التمييز بين المستهلكين من حيث إمكانية الحصول على الكميات والأصناف الموزعة.
- **التعبئة والتغليف**: يظهر الإخلال بمبدأ حماية المستهلك من خلال هذا العنصر باستخدام بعض المواد غير الملائمة صحيا في تغليف المنتجات وخاصة الغذائية منها، أو تستخدم عبوات غير ملائمة للتعبئة كتلك المصنوعة من مواد قابلة للصدأ أو استخدام عبوات غير نظيفة...الخ، كل ذلك يكون سببا في الأضرار الناتجة عن ذلك الاستعمال، فبعض مواد العبوات قابلة للتفاعل مع مركبات المواد الغذائية، مما يترتب عنه وجود مواد سامة تضر بصحة المستهلك.
- **المقاييس والأوزان:** ونقصد بذلك الغش في الأوزان والتلاعب في المقاييس المقررة للمنتجات، فالنقص في الأوزان وفي الأحجام والأطوال يسبب أضرارا للمستهلك خاصة عندما تكون الأسعار مرتفعة.
- **مواصفات المنتجات:** يظهر الإخلال بحماية المستهلك من خلال هذا العنصر عن طريق عدم احترام المنتجين لمواصفات المنتجات من وزن ولون وشكل...الخ، أو اللجوء إلى استعمال علامات تجارية وهمية مثلما هو الحال في بعض المنتجات الكهرومنزلية، والملابس... الخ، حيث يجد المستهلك نفسه أمام علامات تجارية غير حقيقية لمنتجات معروفة في السوق؛
- **التخزين**: يتلخص الضرر الذي قد يلحق بالمستهلك في هذه الحالة من خلال التلف والقدم الذي يعتري المواد بسبب أخطاء التخزين، فقد يحدث الضرر نتيجة لتخزين بعض المنتجات وتركها لفترات طويلة، حيث تتجاوز فترة صلاحيتها للاستعمال...الخ، حيث يترتب على ذلك وجود حالة عدم التوازن بين القيم والمنافع الاقتصادية التي يحصل المستهلك عليها من المنتجات المتضررة وبين الغرض الذي اشتريت من أجله.

- **النقل**: يلعب النقل دورا هاما في إشباع الحاجات والرغبات، إلا أنه أحيانا يتسبب في حدوث أضرارا صحية واقتصادية بالمستهلك عندما تستخدم مثلا وسيلة نقل غير ملائمة كأن تكون مخصصة لنقل مادة معينة ولكن توجه لنقل مادة أخرى غير ملائمة لنقلها، مثل نقل المواد المجمدة في وسائل نقل لا تتوفر على شروط التبريد، فلا يخفى على أحد مدى حجم الضرر الذي يلحق بالمستهلك في هذه الحالة جراء استعمال هذه المواد بعد . تجميدها للمرة الثانية مثلما هو الحال في حالة اللحوم على سبيل المثال.