

الهيئة الفلسطينية المستقلة

لحقوق المواطن

The Palestinian Independent
Commission for Citizens' Rights

تقرير حول

الحماية القانونية للمستهلك

إعداد

خالد محمد السباتين

سلسلة مشروع تطوير القوانين (15)

تقرير حول
الحماية القانونية للمستهلك

إعداد
خالد محمد السباتين

سلسلة مشروع تطوير القوانين (15)

المحتويات

- 1 مقدمة
- 5 الفصل الأول: إنارة إرادة المستهلك
- 17 الفصل الثاني: حماية المصالح الإقتصادية للمستهك
- 35 الفصل الثالث: الحق في الأمان والحق في التعويض
- 53 قائمة المراجع

الهيئة الفلسطينية المستقلة لحقوق المواطن
حقوق الطبع والنشر محفوظة للهيئة
رام الله - حزيران 2002

عناوين مكاتب الهيئة

غزة

رام الله

شارع الإذاعة - مجمع مخماس التجاري - الطابق السادس
بنك فلسطين الدولي
هاتف: 2986958 - 2987536 - 972 - 2
هاتف: 2836632 - 8 - 972
2824438
2960241 - 2960242
فاكس: 2987211 - 2 - 972
فاكس: 2845019 - 8 - 972
ص. 2264

E - mail: piccr@piccr.org
piccr@palnet.com
piccr-g@palnet.com
Internet: <http://www.piccr.org>

مقدمة:

في الماضي عندما كانت علاقات الفرد بمجتمعه بسيطة، واحتياجاته محدودة، كان يستطيع أن يختار بسهولة ما يحتاجه من سلع وخدمات، إذ لم يكن أمامه سوى القليل من الخيارات. لكن نتيجة التطور العلمي الكبير الذي شهده العصر الحديث، أصبح الفرد مستهلكاً في مختلف جوانب حياته. فهو يعقد في اليوم الواحد العديد من العلاقات مع المنتجين والموزعين. إلا أن هذه العلاقات لا تكون عادة متوازنة، إذ أن البائع أو مقدم الخدمة يتميز بالقوة الاقتصادية والاختصاص والخبرة. ومن هنا نشأت الحاجة إلى حماية المستهلك.

يُقصد بالمستهلك الشخص الذي يحوز أو يستخدم سلعاً أو خدمات لغرض غير مهني.¹ ذلك أن المعيار الأساسي هنا هو الحيازة أو الاستخدام للسلع أو الخدمات بهدف شخصي أو عائلي. هذا المفهوم الضيق للمستهلك هو ما نعتمده في هذا البحث، في حين نطلق اصطلاح "المهني" على المنتج والتاجر، مقدم السلعة أو الخدمة.

إن المستهلك الذي أنتجه المجتمع الاستهلاكي هو كل أفراد المجتمع، وبالتالي، تدخل حمايته في مجمل الالتزامات العامة للدولة التي تتكفل

¹ عرف المجلس الأوروبي المستهلك عندما وضع ميثاق حماية المستهلك في 17 مايو 1973 بأنه "كل شخص طبيعي أو معنوي تباع له أشياء أو خدمات لاستخدامه الخاص". كما عرفه المجلس الاقتصادي والاجتماعي التابع للجمعية العامة للأمم المتحدة بأنه "الشخص الذي يقوم بشراء السلع والخدمات من السوق لاستعمالها".

² يُقصد بالمستهلك بالمفهوم الموسع كل شخص يتعاقد بهدف الاستهلاك، في حين يقصد بالمستهلك وفقاً للمفهوم الضيق كل شخص يتعاقد بقصد اشباع حاجاته الشخصية. انظر في تفصيل ذلك: السيد محمد عمران، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، ص 8-11.

بالأمن العام وضبط علاقات أفراد المجتمع بصفة عامة. فالدولة مطالبة بتحقيق نوع من التوازن بين اعتبارات المصلحة الاقتصادية العامة وبين مصلحة الفرد، وإلا تغلبت مصالح الأقوياء على مصالح الضعفاء أو سادت مصالح أصحاب رؤوس الأموال على حساب مصالح المستهلكين، وهو ما لا يتفق مع مبادئ العدالة الاجتماعية والسلام الاجتماعي.

تمثلت حماية المستهلك بداية في التزام الدولة بأن تكون مسؤولة عن توفير احتياجاته بأسعار معقولة. وعليه جرى اختزال مجموعة المصالح المشروعة للمستهلك في مصلحة واحدة هي الحصول على السلعة أو الخدمة بثمن مناسب، دون النظر إلى شروط الجودة والأمور الأخرى. إلا أن هذه النظرة الضيقة تغيرت مع تطور المجتمعات، بحيث أصبحت حماية المستهلك تتعلق بمعاونته في الحصول على ما يلزمه من مواد وأدوات يتطلبها الاستقرار المعيشي، بجودة مناسبة وبأسعار معتدلة، وفي مختلف الأوقات والظروف، مع دفع أية أخطار أو عوامل من شأنها الإضرار بمصالحه أو تؤدي إلى خداعه أو تضليله.

يُقصد بحماية المستهلك الآن حفظ حقوقه وضمان حصوله على تلك الحقوق في مواجهة المهنيين. وتأخذ الحماية القانونية للمستهلك مظاهر متعددة، سواء من الناحية الجنائية، أو من النواحي التنظيمية أو الإدارية أو المدنية.³ وتمتد هذه الحماية لتغطي الكثير من المجالات المتصلة بالنشاطات التجارية وأداء الخدمات العامة أو الخاصة والانتفاع بها.

³ أحمد كمال الدين موسى، الحماية القانونية للمستهلك في المملكة العربية السعودية، ص3.

لقد مرت فكرة حماية المستهلك بمراحل تطور متعددة.⁴ فقد ظهرت بعض القواعد التي تنظم العلاقات بين البائع والمشتري في القانون البابلي (قانون حمورابي) والقانون الروماني (القانون البريتوري). كما عالجت المجتمعات الإسلامية هذا الموضوع من خلال مؤسسة الحسبة، التي كانت تطبق الشريعة الإسلامية والأعراف المهنية. أما في أوروبا، فقد أدت الرغبة في تشجيع التجارة والصناعة في ظل انتشار النظام الرأسمالي إلى ترسيخ "مبدأ سلطان الإرادة" الذي نادى به الفيزوقراطيون،⁵ والذي بمقتضاه تمتع الدولة عن التدخل في الحياة الاقتصادية، على اعتبار أن قانون العرض والطلب يحقق التوازن المطلوب. وبالتالي خلت قوانينها من أي قواعد تحقق الحماية للمستهلك. ولما كثرت الجرائم التي يرتكبها المهنيون بحق المستهلك، قام المشرع الفرنسي والمشرع الإنجليزي في مرحلة متأخرة بإصدار مجموعة من القوانين تهدف في مجملها إلى حمايته.⁶

ولعل من أهم المواثيق الدولية التي سعت لحماية المصالح المشروعة للمستهلكين ما أقره المجلس الأوروبي في 17 مايو 1973 بقراره

⁴ انظر في تفصيل ذلك: مرفت عبد المنعم صادق، الحماية الجنائية للمستهلك، ص 12 – 20، محمد عبيدات، "التطور التاريخي لحركة حماية المستهلك"، مقال منشور في مجلة حماية المستهلك، العدد الرابع، 1995، ص 10-14.

⁵ محمد حسني عباس، العقد والإرادة المنفردة، ص 30.

⁶ في فرنسا صدر قانون خاص بقمع التدليس والغش في الأول من أغسطس 1905، وبعد ذلك تتابع صدور التشريعات الخاصة بحماية المستهلك. وفي إنجلترا صدرت مجموعة من التشريعات الخاصة بحماية المستهلك، منها قانون الأوصاف التجارية عام 1968 وقانون الانتماء الاستهلاكي في عام 1974 وقانون الشروط التعاقدية غير العادلة عام 1977 وقانون حماية المستهلك عام 1987.

رقم 543 المتضمن للميثاق الأوروبي لحماية المستهلك. كما اعتمدت الجمعية العامة للأمم المتحدة، بتوافق الآراء في 9 نيسان 1985، المبادئ التوجيهية لحماية المستهلك، بالقرار رقم 348/39. وتوفر هذه المبادئ للحكومات، ولا سيما حكومات البلدان النامية، إطاراً لوضع سياسات وتشريعات بشأن حماية المستهلك. وقد أُقرت هذه المبادئ ثمانية حقوق للمستهلك هي:

الحق في الإعلام (المعرفة)، الحق في الإختيار، الحق في التنقيف، الحق في الإستماع إلى آرائه، الحق في الحصول على السلع والخدمات الضرورية، الحق في الأمان، الحق في التعويض، والحق في العيش في بيئة صحية.

يتناول الفصل الأول من هذا التقرير مسألة إنارة إرادة المستهلك. ونحدث فيه عن حق المستهلك في الإختيار وحقه في الإعلام وحقه في التنقيف والحماية من الدعاية التجارية الكاذبة. ونتناول في الفصل الثاني حماية المصالح الإقتصادية للمستهلك، من خلال حمايته من الخداع والغش ومن الشروط التعسفية والإحتكار. وفي الفصل الثالث نتناول حق المستهلك في ضمان الجودة والأمان وكذلك حقه في التعويض.

الفصل الأول

إنارة إرادة المستهلك

قاد التطور العلمي الكبير الذي شهده العصر الحديث إلى ظهور الأصناف المتماثلة والمتنوعة من السلع والخدمات الإستهلاكية التي لم تكن معروفة من قبل. هذه السلع والخدمات يقدمها مهنيون يتمتعون بمركز إقتصادي قوي، بينما يكون المستهلكون في أغلب الأحيان أقل مقدرة وخبرة، ولا يستطيعون بالتالي الحكم على جودة السلع والخدمات المعروضة عليهم، واختيار الأفضل من بينها. الأمر الذي استدعى التدخل لإنارة إرادة المستهلكين، بداية بالإعتراف لهم بالحق في الإختيار، هذا الحق الذي لا يسهل تحقيقه إلا إذا تم توفير المعلومات الكافية عن السلع والخدمات، وهو ما يتحقق من خلال الإعتراف بحق المستهلك في الإعلام (المعرفة) وحقه في التنقيف وحمايته من الدعاية التجارية الكاذبة.

الحق في الإعلام

تضمن التشريعات الحديثة وصول المستهلكين إلى المعلومات الوافية عن السلع والخدمات، بشكل يمكنهم من الإختيار الواعي بينها وفقاً لرغبات واحتياجات كل منهم، كما تضمن توعية وتنقيف المستهلكين. إن كثرة البضائع وتعدد أصنافها في العصر الحاضر يُصعب على المستهلك عملية الإختيار. فالشخص باعتباره مستهلكاً غالباً ما يفقد الخبرة أو القدرة على التمييز بين سلعة وأخرى، من حيث جودتها أو الفائدة التي تتضمنها أو متانتها أو قدرة تحملها وما إلى ذلك، خاصة

عندما لا يتم تزويده بمعلومات كافية. وبهذا يصطدم بمشكلة الإختيار السليم الناتجة عن عدم المعرفة الصحيحة بحقيقة السلع والخدمات المعروضة.⁷ ومشكلة الإختيار السليم من قبل المستهلك تزداد حدة إزاء تزايد البدائل المتشابهة التي عليه أن يختار من بينها. مثال ذلك، عندما يعرض المهنيون ملابس مكوّنة من ألياف صناعية أو نايلون مشابهة لتلك المصنوعة من نسيج القطن أو الصوف أو الحرير. فإذا لم يكن المستهلك مزوداً بمعلومات كافية عن خصائص هذه الأصناف، فإنه قد يشتري ثوباً مصنوعاً من ألياف صناعية باعتباره مصنوعاً من الصوف.

من العوامل التي تزيد من حيرة المستهلك وتتحكم بإختياره تلك الأساليب الدعائية التي يقوم بها المهنيون للإعلان عن السلع والخدمات وترويجها. فالمستهلك غالباً ما يجد نفسه محاصراً بإعلانات عبر وسائل الإعلام المختلفة، سواء كانت مسموعة أو مرئية. هذه الإعلانات تجذب المستهلك عن طريق إيراد المزايا الجيدة للسلعة دون ذكر أي شئ عن المساويء والأضرار التي قد تحدثها. وهنا تبرز أهمية الاعتراف للمستهلك بالحق في الإعلام (المعرفة) والحق في التّقيف، بالإضافة إلى حماية مصالحه الإقتصادية من خلال ضمان المنافسة المشروعة ومنع الإحتكار.

⁷ السيد خليل هيكل، نحو القانون الإداري للاستهلاك في سبيل حماية المستهلك، ص14.

الالتزام بالإعلام وفقاً للقواعد العامة

يتطلب مبدأ الرضائية في العقود رضا المتعاقدين بشروط التعاقد، خاصة تلك المتعلقة بمحل العقد. فلكل عقد محل يقوم عليه، ومحل العقد هو الشيء الذي يلتزم المدين (المهني) القيام به. وهو إما أن يكون التزاماً بنقل حق عيني أو التزاماً بالقيام بعمل أو بالامتناع عن عمل.⁸

يشترط المشرع في محل العقد أن يكون موجوداً أو ممكن الوجود وأن يكون مشروعاً وقابلًا للتعامل به بالإضافة إلى كونه معيناً أو قابلاً للتعيين.⁹ ما يهمنا هنا هو الشرط الثالث وهو شرط التعيين أو قابلية المحل للتعيين، لأنه العنصر الأساسي الذي ينصب عليه التزام الإعلام من المدين (المهني) للمشتري (المستهلك)، إذ أن تعيين المحل يُمكن المستهلك من التحقق من قيام المهني بتنفيذ ما التزم به ضمن شروط العقد.

وبالرجوع للقواعد العامة، نجدها تقضي بأنه إذا كان الشيء محل العقد معيناً بالذات، فإنه يجب أن يتعين بمميزاته الذاتية، وأن يكون هذا التعيين واضحاً نافياً للجهالة من حيث نوعه وكميته وأوصافه الأساسية. أما إذا كان معيناً بالنوع، فيجب أن يتم تعيين نوعه ومقداره

⁸ المادتان 157 و 158 من القانون المدني الأردني رقم 16 لسنة 1976.

⁹ المواد 197-200 و المواد 159-161 من مجلة الأحكام العدلية (القانون المدني النافذ في مناطق السلطة الوطنية الفلسطينية).

وجودته، وبالتالي يجب على المهني إعلام المستهلك بكل هذه الأمور عند إبرام العقد.¹⁰

كما نتلمس وجود واجب الإعلام الملقى على عاتق المهني في الالتزام بالضمان بالنسبة للعيوب الخفية، إذ تلقي القواعد العامة عبء إعلام المستهلك بالعيوب الكامنة في محل العقد على عاتق البائع (المهني)، وإلا اعتبر مسؤولاً عنها وضامناً لها على أنها عيوب قديمة، وبالمقابل تعطي المستهلك الحق في الخيار إما برد المبيع أو الإبقاء عليه بثمنه المسمى.¹¹

إلا أن القواعد العامة التي تعالج موضوع إعلام المستهلك قاصرة عن توفير الحماية المطلوبة، لأنها لم تلزم المهني بتحديد أوصاف المحل (السلعة أو الخدمة). وبهذا، يُمكن للمهني أن يسلم سلعة أو يقدم خدمة من ذات النوع المتفق عليه، لكن بعد إجراء ما يشاء من التعديلات عليها، دون أن يكون للمستهلك أن يعترض على ذلك، حتى ولو أدى ذلك إلى الإضرار به. كما في حالة تعاقد المستهلك مع شركة سيارات، فإن البائع يستطيع أن يسلم للمستهلك سيارة من ذات النوع مع إجراء ما يشاء من التعديلات على تصميمها أو على أوصافها الداخلية. يضاف إلى ذلك، أن القواعد العامة لا تسمح للمستهلك سوى بالتمسك بعدم تعيين المحل تعييناً كافياً أو نافياً للجهالة، وعليه في سبيل ذلك إثبات أن الشروط التي وضعها المهني تؤدي إلى تجهيل محل العقد (السلعة أو الخدمة) وهو ما لا يتييسر عملاً. فإن استطاع إثبات ذلك، فإن العقد يكون باطلاً طبقاً للقواعد العامة، وهو ما لا

¹⁰ المادة 201 من مجلة الأحكام العدلية، والمادة 161 من القانون المدني الأردني.

¹¹ انظر في ذلك المواد 336-355 من مجلة الأحكام العدلية.

يتفق دائماً مع مصلحة المستهلك، الذي قد يفضل الإبقاء على العقد بالرغم مما فيه من جور بدلاً من أن يحرم من السلعة أو الخدمة.

وحيث أن إنتاج السلع قد تطور في الوقت الحاضر، وتطورت تبعاً لذلك خصائص السلع والخدمات لدرجة يصعب على المستهلك العادي اكتشاف حقيقتها بالمشاهدة العادية ضمن خبرته المحدودة، فإنه لا يبقى أمام المستهلك سوى أن يثق في مقدم السلعة أو الخدمة، ليقوم بتعريفه بأدق التفاصيل الفنية للسلع والخدمات بالإضافة إلى الغرض منها والمدى الزمني لصلاحيتها. إلا أنه لا يمكن الركون إلى ذلك، ولا بد من وجود التزام قانوني يحقق الحماية للمستهلك في هذا الجانب.

لقد عالج الفقه والقضاء الفرنسيان هذه المسألة بواسطة إلقاء واجب الالتزام العام بالإعلام على المهني¹²، الذي يتعين عليه الإفضاء للمستهلك بكافة المعلومات المتوفرة لديه عن السلعة أو الخدمة، سواء تلك المتعلقة بالطريقة الصحيحة للاستعمال، بما يجنب المستهلك المخاطر المترتبة على الاستعمال غير السليم، أو تلك المتعلقة بالمخاطر الكامنة في السلعة والاحتياطات الواجب اتباعها للوقاية من هذه المخاطر.¹³ فحماية المستهلك لا تتحقق فقط بمعرفة كيفية استعمال السلعة، بل يجب فوق ذلك أن يعلم بما تنطوي عليه من أخطار وكيفية الوقاية منها. فمن يشتري، مثلاً، عبوة تحتوي على

¹² عامر أحمد القيسي، الحماية القانونية للمستهلك، ص 114.

¹³ تنص المادة 7 من مشروع قانون حماية المستهلك الأردني على أن " كل سلعة ينطوي على استعمالها أية خطورة يرفق بها تحذير يبين وجه الخطورة والطريقة المثلى للاستعمال أو الاستخدام".

مبيد حشري، يستطيع الحصول على أفضل النتائج باتباع طريقة الاستعمال التي يبينها المنتج، ولكنه قد يجهل أن تقربها من مصدر لهب يمكن أن يؤدي إلى انفجارها.¹⁴

يقع الالتزام بالإعلام بصورة رئيسية على عاتق المنتج، ويرجع ذلك إلى حجم المعلومات المتوفرة لديه عن السلع التي أنتجها. فهو يعرف المعلومات الكاملة والدقيقة عن مكوناتها وخصائصها وكيفية استعمالها والأخطار التي تحيط بهذا الاستعمال. فضلاً عن ذلك، فإن المنتج يمتلك من المعلومات ما يمكنه من إعلام المستهلك بهذه الأمور، سواء بالكتابة على السلعة نفسها أو على غلافها أو بإرفاق نشرات معها.¹⁵

ومن أهم العقود التي يرد فيها مثل هذا الالتزام عقد البيع الذي يفرض على البائع (المهني) أن يقدم للمستهلك وصفاً دقيقاً للشيء الذي يبيعه، وطريقة استخدامه، وأن يحذره من الأضرار التي قد تنشأ عند استخدامه. فإذا لم يفعل ذلك، كان مسؤولاً عن الأضرار التي تصيب المستهلك. كما ينطبق الالتزام التعاقدى بالإعلام على مقدمي الخدمات، إذ عليهم أن يبينوا لعملائهم (المستهلكين) الأخطار الكامنة التي قد تنجم عن الخدمة التي يقدمونها لهم.¹⁶

الالتزام العام بالإعلام يقع إذن على كاهل المهنيين، سواء منهم من يعرضون السلع أو يقدمون الخدمات. ولكن هذا لا يفي بكل الغرض

¹⁴ عامر القيسي، مرجع سابق، ص 125.

¹⁵ جابر محجوب علي، ضمان سلامة المستهلك من أضرار المنتجات الصناعية المباعة، ص 238.

¹⁶ مرفت عبد المنعم صادق، مرجع سابق، ص 173.

المطلوب، مما دفع المشرعين في دول كثيرة إلى إنشاء التزامات قانونية جديدة. فقد تنبه المشرعون إلى المشكلات الناجمة عن ترك المهني ينفرد بتحرير العقد، فنظموا أهم عقود الإستهلاك بتشريعات خاصة تفرض على المهني إدراج بيانات إجبارية لتعريف المستهلك بالشئ المتعاقد عليه معرفة كافية. كما هو الحال في عقود التأمين والعقود المتعلقة بالتصرفات العقارية، وعقود الاقتراض والبيع الائتمانية في فرنسا.¹⁷

كما توجهت بعض الدول، مثل دول السوق الأوروبية المشتركة، إلى حماية المستهلك من خلال توفير البيانات والمعلومات الكافية حول السلعة أو الخدمة المقدمة له. فقد أصدر المجلس الأوروبي في هذا الشأن قراراً في 14 إبريل 1975 أطلق عليه البرنامج الأول للتجمع الاقتصادي الأوروبي نحو حماية وإعلام المستهلكين. كما صدر قرار آخر عن المجلس في 19 مايو 1981 أطلق عليه البرنامج الثاني للتجمع الاقتصادي الأوروبي من أجل تنظيم حماية وإعلام المستهلكين. وفي ضوء القرارات السابقة استشعرت بلدان السوق الأوروبية المشتركة الحاجة إلى إصدار تشريعات متخصصة يتم النص من خلالها على حق المستهلك في الإعلام الصادق. فقد أصدر المشرع الفرنسي القانون رقم 23 بتاريخ 10 كانون ثاني 1978 المتعلق بحماية وإعلام المستهلكين حول السلع والخدمات المعروضة عليهم. ويلزم هذا القانون المنتجين والتجار وأصحاب الحرف ومقدمي الخدمات بإعلام المستهلكين بموضوع العقد وشروطه. وفي الأردن حرص المشرع الأردني على حماية المستهلك من خلال

¹⁷ حسن عبد الباسط جميعي، أثر عدم التكافؤ بين المتعاقدين على شروط العقد، ص182.

تزويده بالمعلومات الكافية عن حقيقة السلع المعروضة للبيع، وذلك من خلال قانون علامات البضائع رقم 19 لسنة 1953.¹⁸

الحق في التثقيف

تتضمن حماية المستهلك كافة الإجراءات التي يجب اتباعها بواسطة الأجهزة الحكومية والتطوعية والهيئات الصناعية والتجارية لزيادة وعي المستهلكين بحقوقهم وسبل الدفاع عنها. ومع أن القائمين على السياسات الحكومية، وكذلك ممثلي المستهلكين، يعترفون بأنه لا يمكن حماية المستهلك من كافة الممارسات التسويقية السلبية، فإنهم يتفقون على أن أفضل دفاع ممكن عنهم إنما يكون من خلال تزويده بالمعلومات الدقيقة عن ما يطرح في الأسواق من سلع أو خدمات، وتعريفه بحقوقه.

لذلك يجب على الجهات الرسمية وضع برامج عامة لتوعية وتثقيف المستهلكين، يكون الهدف منها تمكين أفراد المجتمع من التصرف كمستهلكين حصيفين، قادرين على اختيار السلع والخدمات اختياراً واعياً ومسؤولاً.¹⁹ ويمكن للجهات الرسمية تحقيق ذلك من خلال برامج إعلامية موجهة إلى الأفراد على اختلاف مستوياتهم الإقتصادية والثقافية والاجتماعية، ومن خلال إدخال برامج تثقيف المستهلك إلى المنهاج الأساسي لنظام التعليم في جميع مستوياته،

¹⁸ نائل عبد الرحمن، حماية المستهلك في التشريع الأردني، ص 100.

¹⁹ حسن جميعي، حماية المستهلك في مصر بالمقارنة بأوضاع الحماية في دول السوق الأوروبية والشرق الأوسط، ص 152.

وتشجيع إنشاء أندية حماية المستهلك، كإحدى الوسائل الفعالة في عملية تثقيف المستهلكين.

وفي هذا الصدد، أعلن ميثاق المجلس الأوروبي لحماية المستهلك بقراره رقم 543 الصادر في 17 مايو 1973 وجوب تعليم المستهلك، وذلك بإدخال مادة تعليم المستهلك ضمن المناهج الدراسية. وكذلك وجوب تعليم الكبار عن طريق وسائل الإتصال المختلفة المقروءة والمسموعة والمرئية. كما أعلن المجلس في 14 أبريل 1975 أن حماية وتعليم المستهلك يعد هدفاً لكل دولة من الدول الأعضاء، ووضع برنامجاً لهذا الغرض تمت الموافقة عليه في 19 مايو 1981.

وقد حذت بعض الولايات الأمريكية حذو الدول الأوروبية، فعقد مؤتمر في واشنطن في عام 1981 بخصوص تعليم المستهلك وتعريفه بكل حقوقه. وخلص المؤتمر إلى ضرورة توجيه تعليمات إلى موظفي الإدارات بحسن معاملة المستهلك، وتعريفه بحقوقه وبالجهات التي يجب عليه أن يتجه إليها للحصول على المعلومات اللازمة.

ونتيجة للجهود الرسمية في الدول المختلفة في مجال حماية المستهلك والاهتمام بتثقيفه، أصبح موضوع حماية المستهلك أكثر حيوية وانتشاراً مما سبق. إلا أن الجهود الرسمية لا تكفي في هذا المجال، وبالتالي هناك حاجة لمعاون حقيقي للدولة في مهمة توعية وتثقيف المستهلك. وتتجه الجهود حالياً إلى دعم دور جمعيات حماية المستهلكين للقيام بهذا الدور، والحرص على مشاركتها في برامج توفر المعلومات والمعارف الخاصة بالاستهلاك وإرشاد المستهلكين إلى أوجه النفع والتحذير من الأضرار. والحقيقة أن جمعيات حماية

المستهلك تلعب دوراً هاماً في هذا المضمار، إذ يأتي إعلام المستهلك وتثقيفه في مقدمة أهدافها.²⁰ كما يشارك القطاع الخاص في فعاليات حماية المستهلك من خلال تصميم وتنفيذ برامج توعية، وذلك بالتعاون مع المؤسسات الحكومية والمنظمات الأهلية.²¹

الحق في الحماية من الدعاية التجارية الكاذبة

الزيادة الهائلة في الإنتاج والمنافسة الشديدة على التسويق، تؤديان إلى استخدام الطرق الإحتيالية والتضليل في الإعلان، مما دفع دولا كثيرة إلى تجريم هذا السلوك رغبة منها في تأمين الحماية المطلوبة للمستهلك. وقد توجهت التشريعات الحديثة نحو تجريم المزاعم والإشارات والعروض الزائفة، أو التي لها طابع التضليل أو الإيقاع في الخطأ، بالإضافة إلى تجريم الإعلان الغامض المثير للشك والذي له طابع التضليل المؤدي إلى الخطأ، سواء تعلق ذلك بمحتوى المنتج أو صفة من صفاته أو في منشأه أو كميته أو سعره أو في النتائج المترتبة على استخدامه.²²

²⁰ ينص النظام الداخلي لجمعية الإمارات لحماية المستهلك، التي تم تأسيسها في 1987/3/11، على مجموعة من الأهداف منها: خلق الوعي لدى المستهلك حول السلع والخدمات وعلاقتها بصحته وسلامته، إرشاد المستهلك لسبل التأكد من ملاءمة المواد الاستهلاكية، إجراء الاستطلاعات والأبحاث وإعداد الدراسات المقارنة للسلع والخدمات الاستهلاكية، إصدار النشرات وإقامة المحاضرات في سبيل توعية المستهلكين.

²¹ محمد عبيدات، "حماية المستهلك والمفهوم الحديث للتسويق"، مقال منشور في مجلة حماية

المستهلك، العدد الخامس، 1995، ص 8.

²² مرفت صادق، مرجع سابق، ص 182.

يمكن تعريف جريمة الدعاية التجارية بأنها "كل ادعاء أو زعم أو تأكيد أو إشارة أو بيانات أو عرض كاذب أو مضلل، أو ذي طبيعة من شأنها إيقاع المستهلك في الغلط حول حقيقة أو طبيعة أو جودة أو استعمال أو مصدر أو نوع أو سعر السلعة، أو الخدمة التي هي هدف الإعلان التجاري".²³

في فرنسا، مثلاً، عاقب التشريع المالي الصادر في 2 يوليو 1963، في المادتين الخامسة والسادسة منه، كل دعاية تمت بسوء نية، وتكون كذلك إذا "اشتملت على ادعاء كاذب أو على تحريض للوقوع في الغلط فيما يتعلق بالسلعة أو الخدمة من حيث الطبيعة". وفي مرحلة لاحقة، أصدر المشرع الفرنسي قانون 27 ديسمبر 1973 الذي وسّع المجال القانوني لتجريم الإعلان الكاذب.²⁴ وفي إنجلترا، يعتبر القانون الخاص بالمواسفات التجارية لعام 1968 ذا أهمية خاصة في قمع الإعلان الكاذب، إذ خصص جزءاً كبيراً من مواده لتجريم الإعلان الكاذب والمضلل.

²³ نائل عبد الرحمن ، مرجع سابق، ص59.

²⁴ السيد محمد عمران ، مرجع سابق، ص83.

الفصل الثاني

حماية المصالح الإقتصادية للمستهلك

عندما يدخل المستهلك في علاقة تبادلية مع المهني، فإنه يهدف إلى الحصول على سلعة أو خدمة تساوي القيمة النقدية التي يدفعها ثمناً لها. لكن بحكم التفاوت في الخبرة والقوة الإقتصادية بين الطرفين، يمكن أن يقع المستهلك ضحية الخداع أو الغش أو الاستغلال من قبل المهني. هذا بالإضافة إلى إمكانية قيام المهني بإيراد شروط تعسفية في العقد تحقق مصالحه على حساب المستهلك.

حماية المستهلك من الخداع والغش

الغش أو الخداع (التدليس) من آفات المجتمع المعاصر، يستفحل في مختلف المجالات الحياتية، خاصة الإقتصادية، ويكاد يطال جميع ما يحتاج إليه المستهلك في مأكله أو مشربه أو ملبسه أو علاجه أو ما يرغب فيه من أسباب التكمّل. لذلك كان لا بد من تضافر الجهود للحد من انتشار هذه الآفات والتقليل من آثارها. وبما أن نصوص القانون المدني لم تعد كافية لحماية المستهلك من الخداع والغش، كان لا بد من أن يتدخل المشرع بالأسلوب الجزائي لتأمين أكبر قدر من الحماية.

عدم كفاية القواعد العامة في حماية المستهلك من الخداع والغش

عرفت المادة (164) من المجلة التغيرير بأنه " توصيف المبيع للمشتري بغير صفته الحقيقية ". وقضت في المادة (357) بأنه " إذا غرّ أحد المتبايعين بالآخر وتحقق أنّ في البيع غبناً فاحشاً، فللمغبون أن يفسخ البيع حينئذ ". هذا في حين عرفت المادة (143) من القانون المدني الأردني التغيرير بأنه: " أن يخدع أحد المتعاقدين الآخر بوسائل إحتيالية قولية أو فعلية تحمله على الرضا بما لم يكن ليرضى به بغيرها ".

فالتغيرير إذن هو الالتجاء إلى الحيلة بقصد انتزاع رضاء الطرف الآخر. ولإعماله كعيب من عيوب الإرادة لا بد من تحقق الشروط التالية:

- 1- أن تكون هناك طرق إحتيالية، قولية أو فعلية. ويستوي أن تكون هذه الطرق عبارة عن نشاط إيجابي أو موقف سلبي من قبل المهني.
- 2- أن تكون الوسائل التي يستخدمها المهني غير مشروعة ولم يجري بها العرف.
- 3- أن يكون التغيرير هو السبب الرئيسي في حمل المستهلك على التعاقد.
- 4- أن يفترن التغيرير بغبن فاحش.

أما الخداع فيمكن تعريفه بأنه إلباس أمر من الأمور مظهراً يخالف حقيقة ما هو عليه، ويتحقق بإتيان طرق إحتيالية، تعني استخدام وسائل خارجية ينسج منها المهني ما يغطي كذبه ويظليه بلون

الحقيقة، مستهدفاً تدعيم أقواله وتغيير وجه الحقيقة على وجه يؤدي إلى الخداع. والغش هو " كل تغيير أو تعديل يقع على الجوهر أو التكوين الطبيعي لمادة أو سلعة معدة للبيع ويكون من شأن ذلك النيل من خواصها الأساسية أو إخفاء عيوبها أو إعطاءها شكل أو مظهر سلعة أخرى تختلف عنها في الحقيقة ".²⁵

مما ورد سابقاً، نجد أن التغيرير بالمفهوم الذي تأخذ به التشريعات المدنية لا يستوعب كل حالات الخداع والغش التي قد يلجأ إليها المهني. فالتغيرير بالمفهوم المدني هو عيب يصيب الإرادة عند تكوين العقد، في حين أن الخداع والغش ينطبقان على كل ما قد يقع بعد تكوين العقد أو يقع خارجاً عن دائرة العقد، كما في عمليات الوزن أو القياس أو الكيل المزيفة أو غير الصحيحة.

الحماية الجزائية للمستهلك من الخداع والغش

اهتمت التشريعات الحديثة بتجريم الخداع والغش بأنواعه وصوره المتعددة، ووضعت العقوبات الرادعة. كما تعمل الدول جاهدة على مكافحة الخداع والغش بمختلف الوسائل الإدارية والإعلامية والعقابية. وتجرم بعض الدول الخداع والغش عن طريق النص على المخالفات ذات العلاقة ضمن قانون العقوبات. وعلى خلاف ذلك، فإن الكثير من الدول عملت على إصدار تشريعات خاصة بشأن مكافحة الخداع والغش. وفي مقدمة هذه الدول فرنسا، التي أصدرت

²⁵ المادة 2 من القانون المصري رقم 48 لسنة 1941 المعدل بالقانون رقم 281 لسنة 1994

الخاص بقمع التذليس والغش.

في سنة 1851 بعض القوانين لمكافحة الغش التجاري. كما أصدر المشرع الفرنسي قانوناً في الأول من أغسطس لسنة 1905، عاقب فيه على الغش. بيد أن هذا التشريع عدل أكثر من مرة، كان آخرها بالقانون رقم 23 لسنة 1978 الخاص بحماية وإعلام المستهلكين. وبعد أن وجد المشرع المصري أن النصوص الواردة في قانون العقوبات غير كافية لمعالجة الخداع والغش، أصدر قانوناً أساسياً في هذا الشأن هو القانون رقم 48 لسنة 1941 المعدل بالقانون رقم 281 لسنة 1994 والقانون رقم 10 لسنة 1966 بشأن مراقبة الأغذية وتنظيم تداولها.²⁶

وفي قطاع غزة صدر القرار بقانون رقم 11 لسنة 1966 بشأن قمع التديليس والغش التجاري. وتناول في مواده الـ 16 أشكال الغش المعاقب عليه، بالإضافة إلى النص على إجراءات إدارية تضمن الرقابة الفعالة لتطبيق أحكام القانون.²⁷ هذا وقد دمج المشرع الأردني بين الأسلوبين لتأمين الحماية الجزائية للمستهلك من الخداع والغش، حيث أورد ثلاث مواد لمحاربة الغش باختلاف صورته في الباب الحادي عشر (الخاص بالجرائم الواقعة على الأموال) من قانون العقوبات رقم 16 لسنة 1960. وتتناول هذه المواد الغش في صناعة المواد الغذائية الخاصة بالإنسان والحيوان والغش في نوع البضاعة المتعاقد عليها. واستكمالاً لهذه الحماية، أورد المشرع الأردني

²⁶ وأصدر المشرع السوري القانون رقم 158 لسنة 1960 بشأن قمع التديليس والغش المعدل بتاريخ 2001/2/28.

²⁷ انظر: قرار المجلس التنفيذي رقم 9 لسنة 1966 بشأن اللائحة التنفيذية لقانون قمع التديليس والغش التجاري الصادر في غزة 1966/6/20.

مجموعة من النصوص ضمن قانون التموين وضمن بعض التشريعات التجارية.

ظاهرة الشروط التعسفية وقصور القواعد التقليدية عن توفير الحماية للمستهلك

يقوم الشكل التقليدي للعقد على المساومة ويفترض مناقشة شروط العقد وبحثها بحرية من جانب الطرفين. ولكن النشاط المتزايد في الحياة الاقتصادية، والتفاوت الملحوظ في المراكز الاقتصادية لطرفي عقد الاستهلاك، جعل المهنى ينفرد بوضع شروط العقد، في حين ينضم المستهلك إلى هذه العقود دون قراءة شروطها، وفي حالات عديدة، فإنه يوقع على العقد بدون أن يحصل على كافة المستندات. وحتى إذا تمكن المستهلك من قراءة كافة مستندات العقد والإطلاع على كل شروطه، فإنه قد لا يستطيع أن يتعرف على نطاق ومدى الإلتزامات الواردة فيه، أو لا يستطيع أن يتبين خطورتها أو آثارها. والذي يحدث عادة هو أن المهنى يستغل المستهلك، ويضمن عقود الإستهلاك شروطاً تعسفية،²⁸ يتمسك بها في مواجهة المستهلك الأقل قدرة أو كفاءة كلما دعت الحاجة إلى ذلك. لقد عرف المشرع الفرنسي هذه الشروط في القانون الصادر بتاريخ 10 كانون ثاني 1978 بأنها "الشروط التي تبدو مفروضة بواسطة المهنى على غير المهنى أو على المستهلك نتيجة التعسف في استخدام التفوق الإقتصادي وتسمح

²⁸ عرف مصطفى العوجي الشرط التعسفي بأنه "البند الذي يدرج في العقد من قبل أحد أطرافه وقد أملى إرادته على الفريق الآخر تحقيقاً لمنفعة ذاتية غير مألوفة ومفرطة منتقاصاً من حقوق الطرف الآخر". مصطفى العوجي، العقد، القانون المدني، ص70.

بحصول المهني على ميزات مبالغ فيها".²⁹ باختصار، يمكن القول بأن الشرط التعسفي هو الشرط الذي يكافيء المهني بميزة نتيجة تعسفه في استعمال قوته الإقتصادية أو خبرته. وتتضح صفة التعسف هذه بشكل أوضح حينما تكون هذه العقود مكتوبة أو مطبوعة سلفاً بواسطة المهني.

والشروط التعسفية قد تتعلق بإحدى الوقائع المتعلقة بالعناصر التالية:

1- الشروط المتعلقة بالخاصية المحددة للثمن. قد يضع المهني شرطاً في العقد يحتفظ لنفسه بحق تحديد الثمن بإرادته المنفردة أو ترك هذا التحديد لمنتج السلعة، أو يسمح لنفسه برفع الثمن خلال الفترة الواقعة ما بين إبرام العقد وتسليم السلعة. من ذلك، الشرط الذي يرد في عقود بيع السلع الكهربائية المنزلية وعقود بيع السيارات، ويقضي بأنه إذا لم يوجد اتفاق مخالف فإن أسعار البيع يتم تحديدها يوم التسليم والأسعار قابلة للتعديل وفقاً لمتغيرات السوق والمؤشرات الرسمية مضافاً إليها كل الضرائب والرسوم حتى ما يتقرر منها لاحقاً.³⁰

2- الشروط المتعلقة بماهية محل العقد. عادة ما يحتفظ المهني لنفسه بحق تحديد ذلك المحل بإرادته المنفردة مع إمكانية تسليم شيء غير مطابق للمواصفات أو الاستخدامات المتفق عليها. من ذلك، مثلاً، الشرط الذي يرد في عقد بيع أثاث منزلي وينص على أن الأشكال والأحجام المتعلقة بالأثاث والمطبوعة في الكatalogات ليست ملزمة، وللبائع أن يدخل تعديلات على التصميمات من حيث الحجم أو الشكل

²⁹ حسن جمبجي، مرجع سابق، ص 262.

³⁰ نائل عبد الرحمن، مرجع سابق، ص 40.

بالزيادة أو النقصان دون أن يكون ذلك مرتباً لأية مسؤولية أو منشأ لأي التزام.

3- الشروط المتعلقة بموعد تسليم المبيع. إذا رجعنا إلى ما جرى عليه العمل في إبرام عقود البيع، نجد أن الشروط التعاقدية التي تتكرر في مجال بيع السلع النمطية تتجه إلى وضع تواريخ تقريبيّة من شأنها استبعاد المسؤولية عن التأخير في تسليم المبيع. من ذلك، مثلاً، الشرط الذي يرد في عقود بيع السيارات وينصّ على أنه "بسبب تغيير الظروف التي تؤثر على الإنتاج فإن مهلة التسليم المحددة في العقد ليست ملزمة وإنما هي مهلة إرشادية".

4- الشروط المتعلقة بتحمل المخاطر الناجمة عن نقل المبيع. ويحرص المهنيون عادة على أن تتضمن عقودهم شرطاً يجعل تبعه أخطار النقل على عاتق المستهلك.³¹

5- الشروط المتعلقة بظروف فسخ العقد. في أغلب الأحوال يسعى المهني إلى تضمين العقد ما يفوضه سلطة واسعة في فسخ العقد بإرادته المنفردة، بينما يقلص في ذات الوقت من سلطات المستهلك في استخدام هذا الحق.

6- الشروط المتعلقة بإجراءات الفصل في النزاع وطرق حله. قد يشترط المهني تنازل المستهلك عن حقه في الرجوع إلى المحاكم العادية.

³¹ حسن جميعي، المرجع سابق، ص45.

في ظل غياب النصوص القانونية التي تعالج إختلال التوازن العقدي وتحد من الشروط التعسفية، حاول القضاء بداية إستخدام النظريات القانونية التقليدية لحماية الطرف الأقل قدرة أو خبرة (المستهلك) من الشروط المجحفة التي يفرضها الطرف القوي (المهني) في العقد. فأخذ يتلمس وجود عيب في الرضاء تارة، وتارة أخرى يبطل الشروط التي تحد من التزامات المهني باعتبارها مخالفة للنظام العام.³² إلا أن الحلول التي تقدمها النظريات القانونية التقليدية لمواجهة الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك غير كافية. فهي نظريات لا يمكن إعمالها في هذا النوع من العقود بما يضمن حماية المستهلك. كما أن اللجوء إلى بعضها لا يسمح إلا بإبطال أو فسخ العقد، وهو ما لا يتفق مع الحماية المطلوبة للمستهلك، الذي قد يكون في أمس الحاجة للتعاقد على السلعة أو الخدمة.³³ دفع هذا الأمر بالدول المختلفة إلى إقرار حماية خاصة للمستهلك في مواجهة الشروط التعسفية.

التشريعات المعاصرة وظاهرة الشروط التعسفية

بسبب عدم كفاية النظريات القانونية التقليدية لمواجهة اختلال التوازن العقدي، بدأت التشريعات في الدول المختلفة تعالج ظاهرة الشروط التعسفية بصدد بعض أنواع العقود (كعقود العمل وعقود الإذعان وعقود الاستهلاك)، أو بصدد بعض أنواع الشروط (كالشرط الجزائي).

³² عبد المنعم فرج الصدة، عقود الإذعان، رسالة دكتوراه، ص 340.

³³ خالد السبائين، الحماية القانونية للطرف المذعن في عقود الإذعان، رسالة ماجستير، ص 52.

تدخل المشرع في مواجهة التعسف الناجم عن الشرط الجزائي

الشرط الجزائي هو اتفاق مسبق بين المتعاقدين على تقدير التعويض في حالة عدم تنفيذ المدين للالتزامه أو تأخره في تنفيذه.³⁴ ويعتبر الشرط الجزائي صنفاً من أصناف الشروط التعسفية، نظراً لأن المبالغة في تقدير قيمة التعويض لا يقبلها المستهلك، إلا إذا كان مضطراً أو غير عارف بصيغ التعامل وما تؤدي إليه من نتائج عملية. ومع ذلك، فإن المبادئ العامة تقضي بصحة الشرط الجزائي إعمالاً لمبدأ سلطان الإرادة وقاعدة "العقد شريعة المتعاقدين". إلا أن التشريعات تنبعت لخطورة مثل هذا الشرط، فوضعت ضوابط لصحته، من ذلك ما جاء في المادة 364 من القانون المدني الأردني من أنه "1- يجوز للمتعاقدين أن يحددا مقدماً قيمة الضمان بالنص عليها في العقد ... 2- ويجوز للمحكمة في جميع الأحوال بناءً على طلب أحد الطرفين أن تعدل في هذا الاتفاق بما يجعل التقدير مساوياً للضرر ويقع باطلاً كل اتفاق يخالف ذلك". بهذا النص يكون المشرع الأردني قد سمح للقاضي بتعديل المبلغ المتفق عليه في الشرط الجزائي بالزيادة أو بالنقصان إذا تبين له وجود إجحاف ملحوظ في تقدير التعويض. كما قيد النص حرية المهني في إيراد شرط يقضي بخلاف ذلك، بأن قرر البطلان لمثل هذا الشرط.³⁵ وفي هذا الشأن تجدر الإشارة إلى التعديل الذي استحدثه المشرع الفرنسي بموجب القانون الصادر في 11 أكتوبر 1985، الذي قرّر به للقضاء سلطة التدخل من تلقاء نفسه لفحص الشروط التعسفية وتقدير مدى المخالفة

³⁴ عبد القادر الفار، أحكام الإلتزام، ص 73.

³⁵ غازي أبو عرابي، "سلطة القاضي في تعديل الشرط الجزائي"، مجلة دراسات، المجلد 25،

في تقدير التعويض. إن منح القضاء سلطة التدخل من تلقاء نفسه يجعل من القاضي معاوناً للمستهلك في الكشف عن الشرط التعسفي ومدى الإجحاف المترتب عليه.³⁶

تدخل المشرع في مواجهة الشروط التعسفية في عقود الإذعان

عقد الإذعان هو العقد الذي يسلم فيه أحد الطرفين بشروط مقررة يضعها الطرف الآخر ولا يسمح بمناقشتها، وذلك فيما يتعلق بسلع أو مرافق ضرورية، تكون محل احتكار قانوني أو فعلي، أو تكون المنافسة محدودة النطاق بشأنها.³⁷

لوصف عقد ما بأنه عقد إذعان يتوجب توافر شروط محددة هي:

1- يجب أن يكون أحد طرفي التعاقد في موقع اقتصادي قوي، كأن يتمتع باحتكار قانوني أو فعلي أو بسيطرة تجعل المنافسة على السلع والخدمات محدودة النطاق.

2- أن يتعلق العقد بسلعة أو خدمة تعد من الضروريات بالنسبة للمستهلكين بصفة عامة، بحيث لا يمكن لهؤلاء أن يصرفوا النظر عنها أو عن التعاقد بشأنها دون أن يلحقهم أذى أو مشقة.

³⁶ حسن جميعي، مرجع سابق، ص229.

³⁷ عبد المنعم فرج الصدة، مرجع سابق، ص86.

3- أن يصدر الإيجاب عاماً وبشروط واحدة.³⁸

ومن أمثلة عقود الإذعان، عقد التأمين بأنواعه المختلفة، وعقد النقل وعقود الاشتراك في الخدمات العامة كالمياه والكهرباء والهاتف، وعقود الاقتراض من البنوك. ففي كل هذه العقود يعرض الموجب إيجابه بصورة قاطعة لا تقبل النقاش، وما على الطرف الآخر الضعيف إلا القبول، لأنه يتعاقد مع محتكر لسلعة أو خدمة تعد من الضروريات التي لا غنى عنها.

وبعد أن لفتت عقود الإذعان أنظار الفقهاء والقضاة إلى التفاوت الكبير بين طرفي العقد، وما أدى إليه من ظلم تعاقدية، أجمعوا على ضرورة التدخل لحماية الطرف المذعن في هذا النوع من العقود. وهذا ما أخذت به التشريعات المختلفة بعد ذلك. يأتي هذا التدخل بوسيلتين: الأولى، عن طريق إقرار أحكام عامة تنطبق على كل عقود الإذعان، وذلك من خلال منح القاضي سلطة تقديرية واسعة في تعديل أو إلغاء الشروط التعسفية، بالإضافة إلى إدخال استثناء على القاعدة العامة في التفسير يوجب على القاضي تفسير العبارات الغامضة الواردة في عقود الإذعان لمصلحة الطرف المذعن. أما الوسيلة الثانية فتأتي عن طريق تنظيم المشرع لأهم عقود الإذعان بتشريعات خاصة، مثل عقد التأمين وعقد النقل وعقود الاشتراك في الخدمات العامة.

إلا أن إقرار هذه الحماية للطرف الضعيف في عقود الإذعان لا يكفي لمواجهة اختلال التوازن العقدي في عقود الاستهلاك وما ينتج

³⁸ خالد السباين، مرجع سابق، ص 29-35؛ حسن جمبيعي، مرجع سابق، ص 40-

عنه من شروط تعسفية. ذلك أن الحماية هنا تقتصر على الطرف المدعى في عقود معينة لها وصف عقود الإذعان، بينما المشكلة ليست محصورة في هذا الإطار الضيق. وأمام ذلك، توجهت بعض الدول الأوروبية إلى حماية المستهلك من خلال إصدار تشريعات خاصة تقضي باستبعاد الشروط التي تبدو تعسفية إذا وردت في عقود الإستهلاك.

تدخل المشرع باستبعاد الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك

أدركت بعض الدول الأوروبية الحاجة إلى إصدار التشريعات التي تهدف إلى مقاومة الشروط التعسفية، خاصة بعد أن أصدر المجلس الأوروبي قراراً في 14 أبريل 1975 أطلق عليه "البرنامج الأول للتجمع الاقتصادي الأوروبي نحو حماية وإعلام المستهلكين". وتمشياً مع ذلك، أصدرت ألمانيا قانوناً اتحادياً متخصصاً في مقاومة الشروط التعسفية الواردة ضمن الشروط العامة في العقود النموذجية، وذلك بتاريخ 9 ديسمبر 1976. وكان الهدف من هذا القانون حماية المستهلك من عدم التوازن الناتج من العقود المكتوبة مسبقاً بإرادة المهني، ولمواجهة ما يؤدي إليه سوء استخدام الشروط العامة في العقود من تحايل على مبدأ حرية التعاقد.³⁹ وفي إنجلترا أصدر المشرع مجموعة من التشريعات الخاصة بحماية المستهلك من أهمها القانون الخاص بالشروط التعاقدية غير العادلة، وتقضي المادة الثانية منه أن تكون الشروط الواردة في عقود الاستهلاك والعقود النموذجية

³⁹ عامر القيسي، مرجع سابق، ص 149.

عادلة ومعقولة. وألقى القانون الإنجليزي عبء إثبات معقولية الشرط على عاتق المهني في عقود الاستهلاك وعلى من حرر العقد في العقود النموذجية.

أما في فرنسا فقد صدر القانون رقم 23 في 10 يناير 1978 الخاص بحماية المستهلكين، الذي عالج إعلام وحماية المستهلك من خلال خمسة فصول يحمل الفصل الرابع منها عنوان "حماية المستهلكين من الشروط التعسفية".⁴⁰ وقد استخدم المشرع نصاً عاماً واسعاً لتحديد الشروط التعسفية، مع إعطاء مجلس الدولة الفرنسية مهمة إصدار اللوائح المتعلقة بالشروط التعسفية، بعد الاستئناس برأي لجنة الشروط التعسفية، التي تتألف من خمسة عشر عضواً يمثلون القضاء والإدارة وإتحادات المهنيين وإتحادات المستهلكين. وبعد فترة قصيرة من إصدار هذا القانون صدرت اللائحة الأولى للشروط التعسفية، وقد نصت على بطلان تلك الشروط التي تهدف إلى تعطيل أو إنقاص حق المستهلك في التعويض وتلك التي تسمح للمهني بإرادته المنفردة بتغيير مواصفات السلعة محل التعاقد.⁴¹

حماية المستهلك من أساليب البيع الحديثة

أخذ المنتجون ومقدمو الخدمات في الآونة الأخيرة يطورون من أساليب تقديم السلع والخدمات، الأمر الذي أدى إلى ظهور عقد البيع بالمنزل وعقد البيع في الطريق العام وعقد البيع بالمراسلة وعقد البيع

⁴⁰ حسن جميعي، مرجع سابق، ص 263.

⁴¹ عامر القيسي، مرجع سابق، ص 136.

الإغرائي وغير ذلك من الأشكال الحديثة للتعاقد. ولما كانت ظروف مكان انعقاد العقد بين المستهلك والمنتج أو مقدم الخدمة تؤثر على إرادة المستهلك، كان لا بد من إيجاد حماية للمستهلك في هذا النوع من البيوع. لذا أخذت الدول تتدخل بإصدار التشريعات اللازمة لتحريم طرق البيع المجحفة بحق المستهلك.

البيع بالمنزل

يقصد بالبيع بالمنزل أن يتوجه البائع أو التاجر أو ممثل المنتج إلى مكان سكن أو إقامة المستهلك بدون سابق إنذار يعرض عليه ما لديه من سلع أو خدمات.⁴² كانت طريقه البيع بالمنزل هي طريقة البيع الأولى في عالم التجارة، وذلك لبعده المسافات بين المدن والمناطق النائية وما كان يقاسيه سكان تلك المناطق في الذهاب إلى المدن لشراء حاجاتهم. إلا أن لهذه الطريقة من البيع عيوبها التي تضر بالمستهلك. ففي مثل هذا النوع من البيع لا يكون أمام المستهلك أي مجال للمقارنة بين ما يعرض عليه من سلع أو خدمات مع السلع والخدمات المشابهة في السوق المحلي. كما أنه قد يكون عرضة للغش والخداع والتضليل من جانب البائع، بالإضافة إلى عدم وجود فرصة للمستهلك لاتخاذ قرار الشراء الصحيح نتيجة عدم استعداده المسبق لذلك.

وبالرجوع إلى قواعد مجلة الأحكام العدلية والقوانين المدنية، نجد أن الوسائل الفنية التي تقدمها هذه التشريعات تعجز عن بسط حمايتها

⁴² السيد محمد عمران، مرجع سابق، ص 88.

على ضحايا هذا النوع من البيوع. فنظرية عيوب الإرادة لا تجد لها تطبيقاً خاصاً في عقد البيع بالمنزل سواء من حيث الإكراه أو التغيرير (التدليس) أو الغلط. كما أن القول بأن المستهلك يستطيع رفض شراء ما يعرض عليه من سلع أو خدمات لا يتفق مع الواقع، إذ أثبتت الدراسات الميدانية أن البائع يعد نفسه بكافة الوسائل والخبرات لانتراع موافقة المستهلك.⁴³ لكل ذلك تدخل المشرع الفرنسي بإصدار قانون ينظم هذا النوع من البيع وهو القانون رقم 2113/72 الصادر في 1972/12/22، الذي يطبق وفقاً للمادة الأولى منه على كل من يمارس أو يجعل غيره يمارس نيابة عنه البيع بالمنزل لشخص طبيعي في محل إقامته أو مكان عمله لسلع أو خدمات.

لقد استهدف هذا القانون في المقام الأول حماية مصالح المستهلك من اعتداءات المهني على حقوقه ومصالحه، وذلك بإخضاع عقد البيع المنزلي لشروط محددة هي:

- 1— يجب أن يكون العقد مكتوباً ويسلم المستهلك نسخة منه.
- 2— يجب أن تتضمن النسخة المسلمة للمستهلك إسم المورد للسلعة أو الخدمة وعنوانه وإسم البائع الجوال ومكان إبرام العقد.
- 3— يجب أن يتضمن العقد وصفاً واضحاً للسلعة أو الخدمة موضوع العقد.
- 4— يجب أن تحدد شروط تنفيذ العقد من حيث ميعاد التسليم والتمن وطريقة دفعه.

⁴³ نائل عبد الرحمن، مرجع سابق، ص17.

5- لا يجوز تحصيل دفعات تحت الحساب.

6- يجب أن يتضمن العقد شرطاً يعطي المستهلك الحق بالرجوع عن العقد وحق البائع بالحصول على تعويض مقابل الاستهلاك أو الاستعمال.

وقد رتب المشرع الفرنسي جزاءً جنائياً على مخالفة قواعد البيع بالمنزل، وهو السجن والغرامة أو إحدى هاتين العقوبتين. وبنفس التوجه أخذ المشرع المصري عندما نظم عمليات البيع التي يجريها البائع الجوال في الطريق أو المكان العام أو عن طريق الذهاب للمنازل، حيث أخضعها للترخيص المسبق، بالإضافة إلى النص على العديد من الضمانات التي تستهدف حماية جمهور المستهلكين.⁴⁴ وبالرجوع إلى قانون الصحة العامة رقم 43 لسنة 1966 المطبق في الضفة الغربية نجد أن المشرع الأردني قد نظم في الفصل الحادي عشر منه عمل الباعة المتجولين، فإشترط حصولهم على ترخيص مسبق.

البيع الإغرائي

تستهدف طرق البيع الإغرائية إيقاظ عواطف المستهلك بهدف تحريضه على الشراء، الأمر الذي يؤدي إلى إقدامه أحياناً على شراء ما لا ينفعه أو ما هو في غير حاجة إليه.

⁴⁴ القانون المصري رقم 33 لسنة 1957 المعدل بالقانون رقم 174 لسنة 1981 بشأن الباعة المتجولين.

من الطرق الإغرائية التي يتبعها المهنيون عمليات تنظيم يانصيب وتحديد مسابقات وجوائز وهدايا للإغراء على الشراء، وكذلك التخفيضات الوهمية للأسعار في بيع البواقي والتصفيات. لذا تدخل المشرع في بعض الدول بإصدار قوانين وقرارات لحماية المستهلك من هذه الشباك التي ينصبها المهنيون. ففيما يتعلق بالبيع باليانصيب، نجد أن المشرع الفرنسي جرم في الأمر الصادر في أول ديسمبر 1986 البيع المرتبط أو المشروط باليانصيب. مثال ذلك، إيهام البائع للمستهلك بأنه سيجد في إحدى عبوات السلعة المباعة عملة ذهبية، فيعمد لشراء أكبر عدد من السلعة على أمل العثور على العملة الموعودة. أما التشريعات العربية فقد اكتفت بتنظيم البيع بالمكافأة أو الجائزة في التشريعات المدنية دون تجريم ذلك من الناحية الجزائية.⁴⁵

أما فيما يتعلق ببيع البواقي والتصفيات، فقد أصدر المشرع المصري القانون رقم 100 لسنة 1957، نظم بموجبه البيع بالاوказيونات، أي البيع عن طريق التصفية، حيث حظر على المحال التجارية أن تعلن عن بيع بضائعها عن طريق التصفية إلا في الحالات وبالشروط والمواعيد التي حددها القانون، والتي تكفل حماية المستهلك والمنافسة المشروعة.

التخفيضات أو التنزيلات الوهمية كثيرة الشبوع في الوقت الحاضر. إذ يقوم البائع في محاولة منه لترغيب المستهلك وإغرائه على الشراء بوضع سعر أعلى من السعر الحقيقي على السلعة المعروضة ثم يجري عليها خصماً بحيث تعود لثمنها الحقيقي. أي أنه يتظاهر بإجراء خصم على ثمن السلعة، في حين يشتريها المستهلك بثمنها

⁴⁵ نظم المشرع الأردني أحكام الوعد بالجائزة في المواد (250 – 255) من القانون المدني.

الحقيقي أو بثمن أعلى معتقداً أنه استفاد من الخصم. لذا عالجت التشريعات الحديثة حالات إنقاص الثمن المزيف، من ذلك اشتراط المشرع الإنجليزي أن يماثل السعر الذي وضعه البائع ثمناً للسلعة المعروضة السعر الذي اقترحه منتج أو موزع السلعة، وسعر أمثالها من السلع المعروضة في نفس المنطقة.⁴⁶

وفي هذا الصدد، جاء في مشروع قانون حماية المستهلك الأردني أنه "لا يجوز الإعلان عن أي تخفيضات أو تنزيلات أو إقامة معارض ما لم يقدم دليل للوزارة أو الدائرة ذات العلاقة على صحتها وبعد الحصول على الموافقة المسبقة منها وذلك بالتنسيق مع الجمعية (جمعية حماية المستهلك)".

⁴⁶ السيد خليل هيكل، مرجع سابق، ص28.

الفصل الثالث

الحق في الأمان والحق في التعويض

إن توفير الحماية الصحية والإقتصادية للمستهلك تتحقق من خلال ضمان الجودة والأمان في السلع الاستهلاكية. لذا تدخل المشرع بإجراءات وقائية لضمان جودة المنتجات، ووضع القوانين واللوائح لتنظيم تداول المنتجات الخطرة على حياة الإنسان وسلامة جسمه، تهدف بمجملها إلى منع ظهور منتجات ضارة أو خطيرة في السوق، بالإضافة إلى تحميل المهنيين مسؤولية تعويض المستهلك عما يصيبه من ضرر.

الحق في الأمان

إن إهمال واستهتار وجشع بعض المنتجين يجعلهم لا يهتمون بجودة السلع والخدمات ومطابقتها للمواصفات القياسية. وأصبحت المنتجات الخطرة من أهم المشاكل التي يواجهها المستهلك، ذلك أن ضحايا السلع الخطرة في تزايد مستمر. ولما كانت حماية أمن وسلامة المستهلك تتحقق من خلال ضمان جودة السلع من جهة، وخلوها من الخطر من جهة ثانية، فقد اهتمت تشريعات الدول المختلفة بوضع المقاييس التي يجب أن تخضع لها السلع عند إنتاجها.

الحماية في نطاق الجودة

يقصد بالجودة مطابقة السلعة للمواصفات القياسية. تعني هذه المطابقة أن السلعة أنتجت في ظروف مناسبة من حيث المكونات والعناصر النافعة التي تتكون منها عند التصنيع أو التعبئة بالقدر الذي يحقق لها الصفات التي يستهدفها المستهلك ويسعى إليها.⁴⁷ وقد اهتمت الدول المختلفة بوضع المواصفات القياسية ونظمت أحكامها وأوضحت المخالفات المتعلقة بها والعقوبات المقررة لذلك.

ومراعاة لأهمية المواصفات القياسية على المستويين الدولي والمحلي، أنشئت منظمات دولية كثيرة لوضع وتطوير المواصفات العالمية وتنسيقها⁴⁸، وأنشئت في الوقت ذاته بعض المنظمات الإقليمية لتنسق وتطوير المواصفات على المستوى الإقليمي أو الأسواق المحلية المشتركة.⁴⁹ وبادرت بعض الدول العربية منذ وقت بعيد بإنشاء هيئات مختصة بأعمال المواصفات والمقاييس.⁵⁰

⁴⁷ حسن جميعي، حماية المستهلك، مرجع سابق، ص100.

⁴⁸ من بينها: المنظمة الدولية للتوحيد القياسي، المنظمة الدولية للمعايير القانونية، والمنظمة الدولية للإدارة والمقاييس.

⁴⁹ مثل: المنظمة الأوروبية للتوصيف، المنظمة الأوروبية لضبط الجودة، معهد المواصفات الإسلامي التابع لمنظمة الدول الإسلامية، والمنظمة الأفريقية للتوحيد القياسي.

⁵⁰ الهيئة المصرية للتوحيد القياسي وجودة الإنتاج المنشأة بموجب القرار الجمهوري رقم 29 لسنة 1957، الهيئة العربية السعودية للمواصفات والمقاييس المنشأة بالمرسوم الملكي رقم 10 لسنة 1972، والمؤسسة الأردنية للمواصفات والمقاييس، التي تمارس نشاطها وفقاً لقانون المواصفات والمقاييس رقم 16 لسنة 1989.

عرّفت المنظمة الدولية للتقييس (ISO) المواصفة القياسية بأنها " وثيقة معتمدة من سلطة معترف بها تم إعدادها باتباع أساليب التقييس في مجال ما لتشمل مجموعة الإشتراطات التي ينبغي توافرها".⁵¹ يتضح من هذا التعريف أن المواصفة القياسية تحدد معايير الجودة والدقة والصلاحية اللازمة للمنتجات والمواد لكي تحقق رغبات واحتياجات المستهلك. وتهتم المواصفات القياسية الصادرة عن الجهات المختصة بالنص على الحد الأدنى الواجب توافره من خصائص واشتراطات الجودة في المواد لتؤدي الغرض منها في ظروف الاستخدام أو الاستهلاك العادية، بحيث يتم عرضها في الأسواق بتكلفة أو أسعار مناسبة ومعقولة من ناحية، مع ضمان صلاحية المواد للاستعمال أو الاستهلاك بأمان ودون أي خطر على الصحة أو السلامة من ناحية أخرى.

وبجانب هذا الحد الأدنى، فقد تنص المواصفات على مستويات أعلى من حيث الجودة لإنتاج بعض الأصناف من المواد والسلع، بحيث تعرض في الأسواق بأسعار أعلى لمواجهة طلبات وأذواق الفئات الخاصة من المستهلكين.⁵²

⁵¹ عرّفت المادة الأولى من قانون المواصفات والمقاييس الفلسطيني المواصفة الفلسطينية بأنها " صفات السلعة أو المادة أو الخدمة أو خصائصها أو مستوى جودتها أو مقدار أبعادها أو متطلبات السلامة فيها وتشمل المصطلحات والرموز وطرق الاختبار وطرق أخذ العينات والتغليف ووضع السمات أو بطاقات البيان المعتمدة".

⁵² أحمد كمال الدين موسى، مرجع سابق، ص 204.

جودة السلع والخدمات ومطابقتها للمواصفات القياسية على المستوى الدولي

حثت التوجيهات الصادرة عن الجمعية العامة للأمم المتحدة بشأن ضمان حماية المستهلك الحكومات على إتخاذ السبل اللازمة لضمان جودة السلع والخدمات، مع الإعلان بشكل مناسب عن معايير الجودة. وينبغي من وقت لآخر إعادة النظر في المعايير والقواعد الوطنية الموضوعة لسلامة وجودة المنتجات من أجل ضمان مطابقتها، كما أمكن ذلك، للمعايير الدولية. وحينما يجري تطبيق معيار أدنى من المعيار الدولي بسبب ظروف إقتصادية محلية، ينبغي بذل كل الجهود لرفع مستوى هذا المعيار بأسرع ما يمكن. وكذلك ينبغي أن تشجع الحكومات وتضمن توافر المرافق اللازمة للاختبار وإعتماد سلامة وجودة المنتجات وأداء السلع والخدمات الإستهلاكية الأساسية.⁵³

تم إنشاء "أيزو" (المنظمة الدولية للمواصفات القياسية) في عام 1946 بهدف وضع المواصفات القياسية العالمية لجودة المنتجات وإجراءات الاختبار والتفتيش وتحديد الخصائص المعملية لهذه المنتجات وأسلوب إصدار التراخيص وتقييم نظم الجودة، بهدف تسهيل تداول السلع والخدمات عالمياً. وفي عام 1987 أصدرت المنظمة المذكورة سلسلة من المعايير القياسية أطلق عليها اسم (سلسلة أيزو 9000) استندت في إعدادها إلى المعايير القياسية السائدة في كل من أمريكا وكندا وبريطانيا، ولتأتي مكملة لإصدار المنظمة المعنون أيزو 8402، الذي تضمن المصطلحات والتعاريف الخاصة بنظم الجودة والمواصفات

⁵³ حسن جميعي، مرجع سابق، ص 150.

القياسية. لقد وضعت هاتان الوثيقتان الخطوط الإرشادية العالمية لاختيار البرنامج المناسب لنظم الجودة.⁵⁴

تنظيم المواصفات القياسية في فلسطين

نظراً للأهمية الكبرى للمواصفات والمقاييس في تعزيز ثقة المستهلك بالمنتجات الوطنية، أصدر المشرع الفلسطيني قانون المواصفات والمقاييس الفلسطيني رقم 6 لسنة 2000، الذي نص على إنشاء مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية، التي تختص بكافة المسائل المتعلقة بالمواصفات القياسية وتطويرها بما يتفق والتطورات الصناعية والعلمية المحلية والعالمية. وبموجب هذا القانون، تتولى المؤسسة إعداد واعتماد المواصفات والمقاييس للسلع والمواد والخدمات، ومراجعتها وتعديلها واستبدالها ونشرها، ووضع نظام وطني للقياس، وتوحيد وسائل وطرق القياس وتطويرها ومعايرة أدوات القياس وضبطها واعتماد مراجع القياس الأساسية الوطنية لمعايرة أدوات القياس لديها أو ختمها، واعتماد مختبرات الفحص والإختبار ومختبرات المعايرة المؤهلة والمتخصصة في إجراء الفحوص والتحليل والإختبارات على السلع والمواد، لغايات تطبيق المواصفات والمقاييس. كما تتولى المؤسسة المذكورة إصدار شهادات الجودة، وإعتماد بطاقات البيانات الخاصة بالسلع.⁵⁵

⁵⁴ مرفت صادق، مرجع سابق، ص 343.

⁵⁵ المادة 4 من قانون المواصفات والمقاييس الفلسطيني.

للمؤسسة بموجب هذا القانون، بالتنسيق مع الوزير المختص، إصدار التعليمات الفنية الإلزامية الخاصة بتطبيق المواصفات والمقاييس الفلسطينية، هذه التعليمات التي يتوجب على أصحاب المصانع القائمة التقيد بها في مصانعهم وأعمالهم. كما يلتزم بها التجار الذين يمنع عليهم استيراد أية سلعة أو مادة وإدخالها إلى فلسطين ما لم تكن مطابقة لمتطلبات المواصفة المحددة في التعليمات الفنية الإلزامية لتلك السلعة.⁵⁶

ولضمان تطبيق أحكام القانون، نص المشرع على مجموعة من العقوبات تفرض على كل من يخالف، سواء من حيث استعمال أية أدوات قياس غير مدموغة أو مختومة من قبل الجهات المختصة، أو من حيث طرح أو عرض مواد غير مطابقة للتعليمات الفنية الإلزامية في الأسواق أو المحال التجارية.⁵⁷ كما حوّل المشرع الموظفين الذين يقومون بالإشراف والرقابة صفة الضبطية القضائية.⁵⁸

ويعد هذا القانون خطوة هامة في سبيل وضع أسس سليمة لحماية المستهلك في فلسطين. إلا أنه يؤخذ على المشرع الفلسطيني أنه أغفل النص على ضرورة وجود ممثل عن جمعية حماية المستهلك في

⁵⁶ عرّفت المادة الأولى من قانون المواصفات والمقاييس الفلسطيني التعليمات الفنية الإلزامية بأنها " الوثيقة التي تحدد خصائص المنتجات أو العمليات المرتبطة بها والتي يكون الإلتزام بها إجبارياً كما يمكن أن تتضمن أو تتناول المصطلحات الفنية أو الرموز أو التغليف، أو تحديد السمات المميزة أو متطلبات إعداد بطاقة البيان بما ينطبق على المنتج أو طريقة الإنتاج".

⁵⁷ تنصّ المادة 31 من قانون المواصفات والمقاييس الفلسطيني على إنزال عقوبة الحبس مدة لا تقل عن شهر ولا تزيد عن سنة أو بغرامة لا تقل عن ألف دينار أردني ولا تزيد عن عشرة آلاف دينار أو بكلا العقوبتين معاً والمصادرة بحق كل من يخالف أحكام القانون.

⁵⁸ المادة 24 من قانون المواصفات القياسية الفلسطيني.

مجلس المؤسسة المذكورة، وذلك انسجاماً مع المبادئ التوجيهية لحماية المستهلك الصادرة عن الجمعية العامة للأمم المتحدة، التي نصت على ضرورة إتاحة الفرصة لممثلي المستهلكين للتعبير عن آرائهم في عمليات اتخاذ القرارات ووضع السياسات التي تمس المستهلكين.

ضمان حق الأمان في المبادئ التوجيهية لحماية المستهلك

نصت المبادئ التوجيهية لحماية المستهلك الصادرة عن الجمعية العامة للأمم المتحدة عام 1985 على الإجراءات اللازمة لضمان حق المستهلك في الأمان تحت عنوان "السلامة المادية". ومن أهم هذه التوجيهات ما يلي:⁵⁹

1- ينبغي أن تعتمد الحكومات أو تشجع اعتماد تدابير مناسبة، وأنظمة سلامة، ومعايير وطنية أو دولية، وذلك لضمان أن تكون المنتجات مأمونة، سواء بالنسبة للاستعمال في الغرض الذي صنعت من أجله أو في غرض آخر يتوقع عادة استخدامها فيه.

2- ينبغي أن يكفل المسؤولون عن جلب السلع إلى السوق أن هذه السلع لم تصبح أثناء وجودها لديهم غير مأمونة بسبب المناولة أو التخزين على نحو غير سليم.

⁵⁹ حسن جميعي، مرجع سابق، ص 147.

3- ينبغي أن تكفل السياسات المناسبة قيام الصانعين والموزعين، إذا تنبهوا إلى وجود مخاطر في المنتجات، بإخطار السلطات ذات العلاقة والجمهور دونما إبطاء.

4- ينبغي أن تعتمد الحكومات سياسات تقضي في حالة اتضح عيب خطير بأحد المنتجات، إلزام المهنيين بأن يسحبوا هذا المنتج.⁶⁰ إلا أن هذه النصوص لوحدها لا تكفي لمنع تسرب منتجات غير سليمة إلى السوق. هناك حاجة لتكملة النظام الوقائي بنظام فعال لتعويض المستهلك عن الضرر.

الحق في التعويض والحماية الإجرائية

إن غياب النصوص المنظمة لحماية المستهلك بشأن الأضرار التي تسببها المنتجات المعيبة جعل القضاء يركز بداية إلى قواعد ضمان العيوب الخفية التي تستهدف بالدرجة الأولى ضمان الجدوى الإقتصادية للمبيع. إلا أن دعوى المسؤولية المبنية على قواعد الضمان ظلت عاجزة عن توفير الحماية المبتغاة للمستهلكين، ذلك أن هذه القواعد تتطلب وجود العيب بالمبيع وأن يكون هذا العيب مستجمعاً شروط الخفاء والتأثير والقدم، ومن حيث إقامة الدعوى

⁶⁰ أصدر المشرع الفدرالي الأمريكي قانون سلامة المنتجات للمستهلك عام 1972، وأعطى بموجبه للجنة سلامة المنتجات صلاحية السحب الفوري للمنتجات الخطرة أو التي سببت ضرراً للمستهلك.

خلال مدة قصيرة وإلا كانت غير مقبولة.⁶¹ لذلك إتجه القضاء الفرنسي، مثلاً، إلى تخليص المستهلك من هذه العقوبات، وذلك باستبدال دعوى الضمان بدعوى المسؤولية العقدية التي أسندها بداية إلى مخالفة المهني للإلتزام بالتسليم المطابق، وبعد ذلك إلى مخالفة الإلتزام بضمان السلامة.⁶²

التوجيه الأوروبي الخاص بضمان السلامة

أقر مجلس وزراء السوق الأوروبية المشتركة في 25 تموز 1985 توجيهها غايته التقريب بين النظم التشريعية التي تحكم المسؤولية عن فعل المنتجات في الدول الأعضاء. ويقوم هذا التوجيه على عدة مبادئ أساسية. يقول أول هذه المبادئ بأن المسؤولية غير الخطئية للمهني هي وحدها الكفيلة بأن تحل بصورة قاطعة المشكلة الخاصة بتوزيع مخاطر الإنتاج الفني المعاصر.⁶³ والمبدأ الثاني مفاده أن المسؤولية تخضع لنظام واحد يفيد منه جميع المضرورين بصرف النظر عن طبيعة العلاقة التي تربط بينهم وبين المسؤول. أما المبدأ الثالث فيتمثل في إلقاء عبء المسؤولية أساساً على منتج السلعة التي أحدثت الضرر أو على الشخص الذي قام باستيرادها، وهذا يعني تخفيف المسؤولية عن البائعين والموزعين، الذين لا يلتزمون بالتعويض إلا إذا تعذر تحديد المنتج والمستورد.

⁶¹ انظر في تفصيل ذلك: جابر محجوب علي، مرجع سابق، ص 12-45؛ سعيد جبر، الضمان الإثفاقي للعيوب الخفية في عقد البيع، ص 11-100.

⁶² عامر القيسي، مرجع سابق، ص 43-87.

⁶³ مرجع سابق، ص 195.

الجدير بالذكر أن التوجيه المشار إليه يجعل التعويض مقصوراً على الضرر الذي يصيب الأشخاص أو الأموال دون الضرر الذي يلحق السلعة ذاتها. الأضرار من النوع الثاني تخضع للقواعد الخاصة بعقد البيع، أي قواعد ضمان العيوب الخفية. أضف على ذلك، أن التوجيه ينطلق من تعريف للعيب المرتب للمسؤولية مختلف تماماً عن التعريفات التي يقوم عليها الضمان في عقد البيع. فالمنتج يكون معيباً وفقاً للمادة السادسة من التوجيه، إذا كان لا يتضمن الأمان الذي يحق للجمهور أن ينتظره.

باختصار، إن حماية حق المستهلك في التعويض تكون عن طريق الإلتزام بضمان السلامة في عقد البيع الذي يتم بين المهني والمستهلك، يلتزم بمقتضاه الأول بأن يسلم الثاني سلعة خالية من أي عيب أو خلل في تصنيعها يمكن أن يكون مصدر أضرار تلحق بالمستهلك في نفسه أو أمواله. ويمكن تأسيس هذا الإلتزام من ناحية على ما يتوافر لدى المهني المحترف من خبرات فنية تمكنه من كشف عيوب الأشياء التي ينتجها أو يبيعها، وكذلك على الثقة التي يوليها المستهلكون للمهني، والتي تدفعهم لشراء ما يُنتج أو يبيع.

الحماية الإجرائية

تحقيقاً لهدف القانون في الحفاظ على النظام في المجتمع وتحقيق العدل بين الناس، كفل المشرع للمستهلك الذي كان ضحية مخالفة القواعد القانونية، حق رفع الدعوى للمطالبة بحماية حقوقه. إلا أن هناك الكثير من الصعاب التي يواجهها المستهلك عند الإلتجاء إلى

القضاء. لذا دعا القرار الصادر عن الجمعية العامة للأمم المتحدة، والمتضمن المبادئ التوجيهية لحماية المستهلك، الحكومات إلى ضرورة وضع التدابير القانونية أو الإدارية لتمكين المستهلك أو المنظمات ذات العلاقة للحصول على تعويض عن طريق إجراءات رسمية أو غير رسمية تكون سريعة ورخيصة التكاليف وميسرة.⁶⁴

الصعاب التي تواجه المستهلك عند الالتجاء إلى القضاء

أي مستهلك يصاب بضرر يمكنه اللجوء إلى القضاء، فهذا حق تكفله الدساتير. لكن المستهلك الذي يُعتدى على حقه من قبل المهني نادراً ما يقيم دعوى بمفرده في مواجهة الأخير،⁶⁵ وذلك لعدة أسباب منها:

1. سبب نفسي

عدم معرفة المستهلك بالمحكمة المختصة التي يجب أن يلجأ إليها، وكذلك جهله بالإجراءات القانونية التي يجب إتباعها. فالمستهلك يرى في عالم القضاء والمحاكم والقوانين عالماً غريباً يحيط به الجلال والهيبة والسلطان، بالإضافة إلى شعوره بأنه وحيد أعزل في مواجهة مهنيين على جانب كبير من الأهمية. كل ذلك يعطيه انطباعاً بأن طريق القضاء صعب والأفضل له ألا يخوض مثل هذه المغامرة.⁶⁶

⁶⁴ حسن جميعي، مرجع سابق، ص 151.

⁶⁵ السيد خليل هيكل، مرجع سابق، ص 74.

⁶⁶ مرفت صادق، مرجع سابق، ص 399.

2. تكاليف الدعوى

مشكلة أخرى يواجهها المستهلك هي دفع رسوم الدعوى وأجور الكشف والخبرة وأتعاب المحاماة. وقد يصل الحد إلى أن يدفع المستهلك من الأجور أكثر من القيمة التي ينتظر أن يحصل عليها نتيجة الدعوى.

3. بطء الإجراءات

بطء الإجراءات القضائية تتطلب الصبر والانتظار حتى يصدر الحكم بالإدانة والتعويض. هذا يجعل الناس يعرضون عن رفع الدعوى ويرتضون بأي حل يُعرض عليهم.⁶⁷

الحلول الودية

أمام الصعوبات التي يواجهها المستهلك عند اللجوء إلى القضاء للحصول على التعويض عند تعرّضه للضرر، فإن أول ما يمكن التفكير فيه هو محاولة التوصل إلى حل ودي يتم التفاوض عليه مباشرة بين المنتج والمستهلك. إلا أن هذه المفاوضات المباشرة لا تكفي لحل الخصومات المتعلقة بالاستهلاك، إذ قد تنتهي إلى الفشل، بل قد تؤدي إلى المساس بحقوق المستهلك، وذلك لعدم التوازن الإقتصادي بين المستهلك والمهني. ولذلك فإن للمستهلك مصلحة في أن يتوجه إلى وسيط بينه وبين المهني. ومن هنا، برزت الحاجة إلى إجراءات الوساطة والمصالحة، أي اللجوء إلى الحلول الودية.⁶⁸

⁶⁷ عامر القيسي، مرجع سابق، ص 216.

⁶⁸ مرفت صادق، مرجع سابق، ص 399.

خاتمة

حاولت هذه الدراسة إبراز أهمية إنارة إرادة المستهلك، من خلال تزويده بكافة المعلومات المتعلقة بالسلعة أو الخدمة التي يتعاقد على اقتنائها، ومن خلال الاعتراف له بالحق في الإعلام، هذا الحق الذي يأتي في مقدمة الحقوق الأساسية للمستهلك. ويرتبط هذا الحق بعدة حقوق أقرتها المواثيق الدولية، منها الحق في الاختيار، والحق في التنقيف. وكما رأينا، فإن حماية المصلحة الإقتصادية للمستهلك لا تتأتى إلا بحمايته من الخداع والغش والاستغلال، واستبعاد الشروط التعسفية، وكذلك حمايته من بعض أساليب البيع الحديثة ومن الاحتكار. وتحقق الحماية الصحية للمستهلك من خلال ضمان الجودة والأمان في السلع الاستهلاكية.

وللوصول إلى حماية فعالة للمستهلك الفلسطيني، يجدر التأكيد هنا على أهمية النقاط التالية:

حماية المستهلك من الخداع والغش

أمام كثرة حالات الغش التجاري ذات المخاطر الكبيرة والأضرار الوخيمة التي تلحق بالمستهلكين، وفي ظل عجز النصوص الواردة في قانون العقوبات الأردني المطبق في الضفة الغربية، والمرسوم بقانون رقم 11 بشأن قمع التدليس والغش المطبق في قطاع غزة، عن الإحاطة بكل هذه الحالات، على المشرع الفلسطيني إصدار تشريع خاص بقمع التدليس والغش يواكب روح العصر.

تنظيم الإعلان

من بين سمات السوق في الوقت الحاضر إتباع سياسات إعلامية تهدف إلى إعطاء المستهلك صورة مضللة عن حقيقة المنتجات والخدمات، من أجل تشجيعه على الاستهلاك. ولا تخلو السوق الفلسطينية من مثل هذه الممارسات. لذا على المشرع الفلسطيني أن يعمد إلى إصدار تشريع لضبط ومراقبة عملية الإعلان، يتضمن القيم والمعايير والضمانات التي يتوجب الإلتزام بها. هذا إضافة إلى إيجاد جهاز رقابي فعال يتولى مراقبة الإعلانات والتحقق من مراعاتها لشروط صحة الإعلان.

تنظيم بعض الأساليب الحديثة للبيع

لم تتضمن التشريعات المطبقة في فلسطين أية إشارة إلى الأساليب الحديثة للبيع، كالبيع بالمنزل أو في الطريق العام والبيوع الإغرائية. هذه الأساليب قد تضر بالمستهلك، الأمر الذي يستوجب التدخل التشريعي لتنظيم هذه الأساليب من البيوع بما يحقق حماية أفضل لحقوق المستهلك.

تثقيف المستهلك

يجب تخصيص برامج تعليمية وتثقيفية، وإدخالها في المناهج التعليمية بدءاً من المدارس الإعدادية، وإستخدام مختلف وسائل الإعلام لتوعية المستهلكين بحقوقهم.

سلامة الغذاء والدواء

يلاحظ أن القوانين السارية في المناطق الفلسطينية، والمتعلقة بسلامة الغذاء والدواء، متفرقة وقديمة ولا تواكب التطور المتسارع. لذا على المشرع الفلسطيني المبادرة إلى توحيد وتحديث هذه النصوص في قانون واحد هو قانون سلامة الغذاء والدواء، يضمه قواعد وشروط التعامل في الأغذية والأدوية وتنظيم تداولها، وتحديد القيود والأوصاف الخاصة بجرائم عدم مطابقتها لشروط محددة.

قانون حماية المستهلك

بهدف استكمال حزمة التشريعات الخاصة بحماية المستهلك، والتزاماً بتوصيات الجمعية العامة للأمم المتحدة الصادرة بالقرار رقم 39/248 بتاريخ 1985/4/9، يجدر بالمشرع الفلسطيني سنّ قانون عصري لحماية المستهلك، يؤكد على ما يلي:

1- الحقوق الأساسية الثمانية للمستهلك: وهي الحق في الإعلام، والحق في التنقيف، والحق في الاختيار، والحق في الاستماع إلى آرائه، والحق في إشباع حاجاته الأساسية، والحق في الأمان، والحق في التعويض، والحق في العيش في بيئة صحية.

2- ضرورة مطابقة السلع والخدمات للمواصفات والمقاييس المعتمدة، وأن يتوفر فيها ما يضمن تحقيق الغاية المشروعة المرجوة فيها.

3- حق المستهلك في التعويض عن الأضرار التي قد تصيبه من جراء استخدام السلع والخدمات.

4- النص على مبدأ عام يسمح للقاضي بإهدار الشروط التعسفية الواردة في عقود الإستهلاك.

5- إلزام المهنيين الذين ينتجون أو يوزعون السلع التي تتطوي على خطورة معينة أن يرفقوا بها تحذيرات تبين أوجه الخطورة والطرق المثلى للإستعمال.

6- إلزام المهنيين بأن لا تتطوي إعلاناتهم على أي خداع أو تضليل للمستهلك.

7- إلزام المهنيين بوضع السعر على السلع المعروضة بشكل ظاهر.

8- إعطاء المستهلك الحق في الحصول على ما يثبت شراءه لأي سلعة أو خدمة من المزود، مبيناً تاريخ الشراء ومواصفات السلع أو الخدمات التي تم شراؤها وكميتها.

9- إعطاء المستهلك الحق في إعادة السلع المعيبة واسترداد قيمتها خلال فترة محددة.

10- إلزام المهني الذي يريد الإعلان عن تخفيضات في الأسعار أن يقدم دليلاً للوزارة أو الدائرة ذات العلاقة (مجلس حماية المستهلك) على صحتها.

11- تعزيز الحماية الإجرائية من خلال تيسير سبل التقاضي أمام المستهلك، بتبسيط الإجراءات وخفض تكاليف الدعاوى، والنص على

تكليف جهة إدارية بمحاولة تسوية النزاع بين المهني والمستهلك قبل عرضه على المحكمة، مع منح جمعيات حماية المستهلكين الحق في تمثيل المستهلكين والدفاع عن حقوقهم ومصالحهم.

12- تعزيز الحماية المؤسسية لجمهور المستهلكين من خلال إنشاء مجلس فلسطين لحماية المستهلك.

قائمة المراجع

- أحمد كمال الدين موسى، الحماية القانونية للمستهلك في المملكة العربية السعودية، بدون ناشر، القاهرة، 1982.
- السيد خليل هيكمل، نحو القانون الإداري للإستهلاك في سبيل حماية المستهلك، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، ط2، 1999.
- السيد محمد عمران، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، دراسة مقارنة، منشأة المعارف، الإسكندرية، بلا سنة نشر.
- جابر محجوب علي، ضمان سلامة المستهلك من أضرار المنتجات الصناعية المباعة، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، بلا سنة نشر.
- حسن عبد الباسط جميعي، أثر عدم التكافؤ بين المتعاقدين على شروط العقد، دار النهضة العربية، القاهرة، 1996.
- حسن عبد الباسط جميعي، حماية المستهلك في مصر بالمقارنة بأوضاع الحماية في دول السوق الأوروبية والشرق الأوسط، بدون ناشر، بلا سنة نشر.
- خالد السباتين، الحماية القانونية للطرف المذعن في عقود الإذعان، رسالة ماجستير، جامعة القدس، 2001.
- عامر قاسم القيسي، الحماية القانونية للمستهلك: دراسة في القانون المدني والمقارن، دار الثقافة، عمان، ط1، 2002.

- عبد القادر الفار، أحكام الالتزام، دار الثقافة، عمان، 1997.
- عبد الحكم فودة، تفسير العقد في القانون المصري والمقارن، منشأة المعارف، الإسكندرية، 1984.
- عبد المنعم فرج الصدة، عقود الإذعان، رسالة دكتوراه، جامعة القاهرة، 1946.
- سعيد عبد السلام، سلطة محكمة النقض في الرقابة على تفسير عقود الإذعان، الولاء للطبع والتوزيع، القاهرة، 1992.
- سعيد جبر، الضمان الإتفاقي للعيوب الخفية في عقد البيع، دار النهضة العربية، القاهرة، 1985.
- مرفت عبد المنعم صادق، الحماية الجنائية للمستهلك، بدون ناشر، القاهرة، 1999.
- محمد حسني عباس، العقد والإرادة المنفردة، بدون ناشر، القاهرة، 1959.
- مصطفى العوجي، القانون المدني، ج1، بدون ناشر، بيروت، بلا سنة نشر.
- نائل عبد الرحمن صالح، حماية المستهلك في التشريع الأردني، دراسة مقارنة، منشورات زهران، عمان، 1991.