

كلية العلوم الاقتصادية، العلوم التجارية، وعلوم التسيير

قسم: علوم التسيير

الرقم التسلسلي: / 2017

مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي (ل م د)

الفرع: إدارة أعمال المؤسسات

التخصص: إدارة أعمال المؤسسات

عنوان المذكرة:

دور مصالح الرقابة الاقتصادية وقمع الغش في

حماية المستهلك من مخاطر الغش التجاري

دراسة تطبيقية بمديرية التجارة لولاية تبسة

من إعداد: جامعة العربي التبسي - تبسة

إشراف الأستاذ: - رحيمة طوايبيبة

- إسماعيل عنان

- خليدة بعيطيش

أعضاء لجنة المناقشة :

الإسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
د- جنينة عمر		رئيسا
أ- إسماعيل عنان		مشرفا ومقرر
أ- شفاء حمد		عضوا مناقشا

السنة الجامعية: 2016 / 2017

شكر وعرفان

الحمد لله عظيم فضله وكثير عطائه، وله نسجد سجود الحامدين الشاكرين، لأن وفقتنا لإتمام هذا العمل المتواضع

ولأن حسن السجية يوجب إبداء الشكر والتحية نحوي الأساتذة المشرفين :

الأستاذ: إسماعيل عنان

الذي نحوي تواضعه وسمو أخلاقه التي نهلنا من علمه ما شاء الله أن نعمل

ونشكره على ما قدمته لنا من يد المساعدة والعون لإنجاز هذا العمل عبر تشجيعه لنا ومن خلال

توجيهاته التي يمدنا بها عبر مختلف مراحل هذا العمل

فخالص شكرنا وعرفاننا له

كما نعرب أيضا عن كل العرفان والإمتنان لكل الأساتذة الكرام.

و نخص بالشكر عمال مديرية التجارة على المعلومات التي تم تقديمها لنا وعلى رأسهم السيد

المدير الولائي للتجارة لولاية تبسة



الفهرسة

الفهرس العام

الموضوع	الصفحة
شكر وعرفان	
الفهرس العام.....	II - I
فهرس الجداول والأشكال.....	III
فهرس الملاحق.....	IV
مقدمة عامة.....	أ - د

الفصل الأول: أسس نظرية حول حماية المستهلك والغش التجاري

تمهيد.....	02
المبحث الأول: المستهلك وحماية المستهلك.....	03
المطلب الأول: مفاهيم عامة حول المستهلك.....	03
المطلب الثاني: الإطار العام لحماية المستهلك.....	07
المطلب الثالث: مجالات الإخلال بحماية المستهلك.....	11
المطلب الرابع: المستهلك وتحديات المرحلة الراهنة.....	13
المبحث الثاني: عموميات حول الغش التجاري.....	17
المطلب الأول: الغش التجاري : المفهوم والمظاهر.....	17
المطلب الثاني: أسباب تنامي ظاهرة الغش التجاري.....	19
المطلب الثالث: نطاق الغش التجاري وأشكاله.....	21
المطلب الرابع: آثار الغش التجاري.....	24
خلاصة الفصل الأول.....	27

الفصل الثاني : الآليات المؤسسية والتنظيمية لحماية المستهلك

تمهيد.....	29
المبحث الأول: الآليات المؤسسية للرقابة على الأنشطة التجارية.....	30
المطلب الأول: المصالح الخارجية لمالخ التجارة.....	30
المطلب الثاني: المركز الوطني للسجل التجاري.....	32
المطلب الثالث: المركز الوطني لمراقبة النوعية والرزم ومجلس المنافسة.....	34
المطلب الرابع: جمعيات حماية المستهلك.....	37

39.....	المبحث الثاني : الآليات التنظيمية لعمل أجهزة الرقابة وقمع الغش.
39.....	المطلب الأول: معاينة المخالفات وإثباتها.
42.....	المطلب الثاني: طرق متابعة المخالفات.
45.....	المطلب الثالث: العقوبات الجزائية للمخالفين
49.....	المطلب الرابع: الجزاءات الإدارية
51.....	خلاصة الفصل الثاني.
الفصل التطبيقي: واقع حماية المستهلك من الغش التجاري في الجزائر - دراسة حالة بمديرية التجارة لولاية تبسة	
53.....	مقدمة الفصل الأول.
54.....	المبحث الأول: تقديم عام عن مديرية التجارة لولاية تبسة.
54.....	المطلب الأول: عموميات حول مديرية التجارة.
60.....	المطلب الثاني: علاقة مصالح مديرية التجارة مع المصالح الإدارية الأخرى.
61.....	المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي لمديرية التجارة لولاية تبسة.
67.....	المبحث الثاني: دراسة تقييمية لحصيلة نشاط مصالح الرقابة الاقتصادية وقمع الغش بمديرية التجارة لولاية تبسة.
67.....	المطلب الأول: مقومات القطاع التجاري بولاية تبسة.
72.....	المطلب الثاني: تحليل نتائج عمليات الرقابة الميدانية افرق الرقابة الاقتصادية وقمع الغش.
80.....	المطلب الثالث: الرقابة الوقائية كأحد أهم مداخل حماية المستهلك
84.....	خلاصة الفصل التطبيقي.
86.....	خاتمة عامة.
.....	قائمة المراجع
.....	الملاحق.

فهرس الجداول

رقم الصفحة	اسم الجدول	رقم الجدول
06	الفرق بين المستهلك النهائي والمشتري الصناعي والوسيط	01
64	توزيع التجار المسجلين في السجل التجاري حسب طبيعة النشاط ونوعية القيد (إلى غاية 2016/12/31)	02
65	الوحدات الإنتاجية في القطاع الغذائي بولاية تبسة (إلى غاية 2016/12/31)	03
66	الوحدات الإنتاجية في القطاع الصناعي بولاية تبسة (إلى غاية 2016/12/31)	04
69	الحصيلة الإجمالية لنشاطات الرقابة لسنة 2016	05
77	حصيلة نشاط مصالح الرقابة الاقتصادية وقمع الغش التابعة لمديرية التجارة لولاية تبسة لسنة 2014	06
77	حصيلة نشاط مصالح الرقابة الاقتصادية وقمع الغش التابعة لمديرية التجارة لولاية تبسة لسنة 2015	07
77	حصيلة نشاط مصالح الرقابة الاقتصادية وقمع الغش التابعة لمديرية التجارة لولاية تبسة لسنة 2016	08
90	نسبة تقدم إنجاز الأسواق الجوارية عبر بلديات ولاية تبسة	07

فهرس الأشكال

رقم الصفحة	اسم الشكل	رقم الشكل
58	الهيكل التنظيمي لمديرية التجارة لولاية تبسة	01
78	رسم بياني لتطور عدد التدخلات، المخالفات والمحاضر خلال الفترة 2014 - 2016	02
79	رسم بياني لتطور مبلغ عدم الفوترة والحجز خلال الفترة 2014 - 2016	03
80	رسم بياني لتطور عدد اقتراحات الغلق الإداري للمحال التجارية خلال الفترة 2014 - 2016	04

فهرس الملاحق

اسم الملحق	رقم الجدول
الحصيلة الخاصة بالممارسات التجارية	I
الحصيلة الخاصة بالتنوع وقمع الغش	II
محضر رسمي للممارسات التجارية	III
محضر رسمي للتنوع وقمع الغش	IV
محضر حجز للسلع المحجوزة	V
مطويات وقصاصات خاصة بالعمليات التحسيسية	VI



مقدمة عامة

لقد عرف العالم في الآونة الأخيرة العديد من التطورات والتغيرات التي شملت كافة المجالات والمناحي الحياتية السياسية منها والاقتصادية وحتى الاجتماعية والثقافية، فكانت الأوضاع الاقتصادية المجال الأوفر حظا في هذا التطور، حيث شهد انفتاحا كبيرا وغير مسبوق سببته الزيادة غير الطبيعية في قيمة الاستهلاك العالمي، الأمر الذي استوجب توفير احتياجات المستهلكين من السلع والخدمات.

إن التطورات التي عرفتها مختلف الأسواق العالمية اتسمت بنوع من الحركية الكبيرة جعلت من دور الدولة فيها يتضاءل أين اقتصر في الكثير من الأحيان على التوجيه والتنظيم لا غير، بينما أتيح المجال أمام القطاع الخاص لتلبية احتياجات المستهلكين المتزايدة يوما بعد يوم، فكان التنوع الكبير للسلع والخدمات السمة الأبرز لمختلف الأسواق.

غير أن الدور التنظيمي والتوجيهي للدولة لم يكن يواكب الزيادة الكبيرة في الاستهلاك والتوسع الأكبر في الأسواق فأصبحت التشريعات والتنظيمات غير ملائمة لهذا التطور المشهود، حيث اغتتم الكثير من المنتجين وأرباب العمل غياب دور فعال للدولة وثغرات القانون المعمول به ليتطبخوا بطباع التسلسل والجشع والسعي للربح السريع دون مراعاة لأبسط المعايير الخاصة بالاستهلاك فكان الغش والاحتيال أهم سماتهم إذ وصل الأمر بهم حد تهديد السلامة الصحية للمستهلكين .

هذه السلوكيات التي انتهجها البعض أضحت ظاهرة عالمية استوجبت على المسؤولين الحكوميين توفير الحماية القانونية اللازمة للحد دون تطورها وتعاضمها، فقد سارعت العديد من الدول إلى استصدار قوانين ومراسيم حديثة تواكب التطور الحاصل في أساليب الغش التجاري، إضافة إلى إنشاء هيئات تعنى بتطبيق هذه التشريعات والتنظيمات على أرض الواقع في محاولة منها لتوفير حماية كافية للمستهلكين.

والجزائر وعلى غرار العديد من الدول وكونها تعتمد بشكل كبير على الواردات الأجنبية في توفير احتياجات مواطنيها من مختلف أنواع السلع، قطعت شوطا لا بأس به في مجال حماية المستهلكين من أنواع وأساليب الغش التجاري حيث سخرت لهذا الشأن إدارات وهيئات عمومية تعمل بالتعاون مع جمعيات مختلفة من المجتمع المدني على ترسيخ قوانين وتشريعات تتسم بطابع الديناميكية والحداثة.

ولأن التطرق لدراسة الغش التجاري وأساليب حماية المستهلك من هذه الظاهرة يتطلب الكثير من الوقت والجهد والبحث العميق، فإن الدراسة المقدمة سوف تقتصر على دور مصالح الرقابة الاقتصادية وقمع الغش باعتبارها أحد أهم الهيئات المعنية بهذا الشأن وسيتم تحليل أهم النتائج المحققة في مجال حماية المستهلك مع التركيز على ولاية تبسة.

على ضوء ما تم عرضه تتجلى الإشكالية الرئيسية لهذا الموضوع، والتي يمكن صياغتها في التساؤل التالي:

كيف تساهم مصالح الرقابة الاقتصادية وقمع الغش في توفير الحماية الكافية للمستهلكين بولاية تبسة؟

من هذا التساؤل الرئيسي يمكن صياغة عدة تساؤلات فرعية كما يلي:

- ماذا نعني بحماية المستهلك؟ وما هي مجالات الإخلال بحماية المستهلك؟
- ما هي أهم التحديات التي تواجه المستهلكين حاليا؟
- ما المقصود بالغش التجاري؟ وما هي أهم مظاهره وأشكاله ومسببات انتشار هذه الظاهرة؟
- ما هي أطر حماية المستهلك في الجزائر؟
- ما هو واقع حماية المستهلك من الغش التجاري في الجزائر؟ وما الدور الذي تلعبه مصالح الرقابة الاقتصادية وقمع الغش التابعة لمديرية التجارة لولاية تبسة في حماية المستهلك؟.

فرضيات البحث

كإجابات مبدئية عن الأسئلة سالفة الذكر يقوم هذا البحث على الفرضية الآتية:

- تساهم مصالح الرقابة الاقتصادية وقمع الغش بولاية تبسة بشكل كبير في توفير حماية للمستهلكين بالولاية .

أهداف الدراسة

- تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة على التساؤل الرئيسي الملخص ضمن الإشكالية، حيث تهدف في جانبها النظري إلى التعريف بمتغيرات الدراسة المختلفة على غرار: حماية المستهلك، الغش التجاري... .
- وتهدف هذه الدراسة في جانبها التطبيقي إلى محاولة توضيح الرؤى حول مدى تفشي ظاهرة الغش التجاري بولاية تبسة ومساهمة مصالح الرقابة الاقتصادية وقمع الغش في محاربتها.

أهمية البحث

تكمن أهمية هذه الدراسة - البحث - في النقاط التالية:

- الغش التجاري يعد أحد المحاور الكبرى ضمن مسار البحث عن تحقيق حماية للمستهلك في الجزائر عموما وولاية تبسة خصوصا.
- إيجاد الوصفة المثلى لمعالجة مختلف مظاهر الغش التجاري التي تمس بمصالح المستهلك.
- أحد مواضيع القرن الواحد والعشرون والتي يثار حولها جدل واسع.

المناهج المتبعة

- تبعاً لطبيعة الموضوع فقد تم إتباع مناهج متنوعة وفقاً لما اقتضته الضرورة البحثية:
- تم إتباع المنهج الوصفي عند التعرض إلى حماية المستهلك وكذا الغش التجاري.
 - كما تم إتباع المنهج التحليلي في تحليل بعض المعطيات الرقمية المقدمة من قبل المؤسسة - مكان التبرص -.

حدود الدراسة

تم ضمن هذه الدراسة التطرق بالتحليل والتفسير للمعطيات الخاصة بنشاط مصالح الرقابة الاقتصادية وقمع الغش في نطاق ولاية تبسة في الفترة الممتدة بين سنتي 2014 و 2016.

أسباب اختيار الموضوع

تم اختيار هذا الموضوع نظراً لأسباب كثيرة أهمها:

- الرغبة الشخصية في دراسة الموضوع.
- يعد أحد أهم وأحدث الموضوعات المتعددة الأبعاد، اقتصادياً، اجتماعياً، سياسياً وبيئياً.
- أحد البنود الرئيسية ضمن الأجندة الاقتصادية لمختلف الدول عموماً والجزائر على وجه الخصوص.
- توفير حماية للمستهلكين حول العالم تُوْرَق الكثير من المسؤولين والحكام.
- ارتباط الموضوع بصورة مباشرة بتخصص الباحثين.
- التطرق إلى مجهودات الدولة في سبيل حماية المستهلك بالجزائر عموماً وولاية تبسة خصوصاً.

الصعوبات

- لم تخل هذه الدراسة وكأي دراسة من هذا المستوى من بعض الصعوبات والتي يمكن إيجازها في الآتي:
- التشعبات الكثيرة للموضوع الأمر الذي نجم عنه نوع من الصعوبة في بسط كافة جوانبه.
 - حداثة الموضوع، وأهميته البالغة والتي أفضت إلى كثرة المراجع مما أدى إلى صعوبة حصر المعلومات.
 - صعوبة التنقل المستمر إلى مكان التبرص نظراً لضيق الوقت مما استوجب مدة أطول من المتوقع للدراسة الميدانية.

خطة البحث

من أجل الوصول إلى الأهداف المذكورة آنفا والإجابة عن مختلف التساؤلات المطروحة، وانطلاقا من إشكالية البحث فقد تم تقسيم هذه الدراسة إلى جزأين الأول نظري والثاني تطبيقي؛

حيث تم تقسيم الجزء النظري إلى فصلين كالآتي:

- الفصل الأول: ويتم الوقوف فيه بداية على عرض عام عن متغيرات الموضوع المدروس بالتركيز على حماية المستهلك باعتبارها من أهم المواضيع المطروحة حديثا وأشهرها وهذا في مبحثه الأول، ثم التطرق إلى ظاهرة الغش التجاري (تعريفها، مظاهرها، أسبابها وأشكالها وكذلك نطاقها وآثارها) كمبحث ثان وأخير.
- الفصل الثاني: ويدور هذا الفصل حول الجهود المبذولة من طرف الدولة لتوفير حماية للمستهلك من خلال التطرق إلى مختلف الآليات المؤسساتية والتنظيمية، وفي هذا السياق يتم بداية التطرق إلى مختلف المؤسسات والهيئات التي تعنى بحماية المستهلك في الجزائر، ليتم التطرق بعد ذلك إلى التنظيمات والتشريعات الخاصة بتنظيم عمل الأجهزة الرقابية المعنية بتوفير حماية كافية للمستهلك الجزائري.

أما بالنسبة للجزء التطبيقي فهو ممثل في فصل وحيد يتم فيه تدعيم الجانب النظري من خلال التعرف على الواقع وذلك من خلال الدراسة الميدانية المعمولة بمديرية التجارة بتبسة، حيث يتم التطرق بداية إلى لمحة عن المؤسسة محل الدراسة، مروراً إلى عملية التعرف على الواقع الذي يخص حماية المستهلك بالولاية من خلال التطرق إلى تقييم عمل مصالح الرقابة الاقتصادية وقمع الغش بولاية تبسة، فنهاية إلى محاولة تسليط الضوء على الرقابة الوقائية كأحد أهم أساليب ترقية حماية المستهلك.



الفصل الأول

أسس نظرية حول حماية

المستهلك والغش التجاري

تمهيد:

لقد شهدت الآونة الأخيرة العديد من التغيرات والتطورات شملت جميع المجالات وكانت لها العديد من الأوجه والمظاهر كان من أبرزها التطور التكنولوجي الكبير الذي مس كافة مناحي الحياة المختلفة - خاصة الاقتصادية منها - أدى بالضرورة إلى تطور مقابل ممتد الأثر في البناء الاجتماعي وفي أغلب المؤسسات الاجتماعية والاقتصادية .

وأتسم هذا التطور بديناميكية كبيرة، فصاحبته ظواهر سلبية متعددة ، فاقصاديا مثلا أدى ذلك إلى الحد من دور الدولة فيه وتشجيعها للقطاع الخاص لكي يأخذ المبادأة في المجالات الصناعية والتجارية ، إلى أن سارعت بعض الفئات الطفيلية إلى استغلال هذا المناخ الحر المتاح - وقبل أن يحاط بالحماية القانونية الكافية- لتحقيق الكسب السريع حيث نهج الكثير منهم أساليب الاحتيال والغش دون تقدير لما يصاحبها من أضرار بلغت جسامتها حد تهديد حياة الأفراد ، ووقع المستهلك ضحية لهذه الأنشطة في كل أوجه التعامل اليومي، وأصبح غير قادر على تجنب المخاطر التي تهدده.

ولم تقتصر هذه الأنشطة على مجال بعينه ، بل تتردد كل يوم أنباء عن ظهور أوجه جديدة من الغش والاستغلال في كافة المعاملات ، الأمر الذي ارتقى بأفعال الغش التجاري لتصبح ظاهرة عالمية واسعة الانتشار، تستحق الاهتمام من كافة الأجهزة المعنية بمواجهتها. في هذا الصدد يأتي هذا الفصل لتسليط الضوء على عناصر أساسية في الموضوع المراد دراسته، حيث يهتم فيه التطرق إلى ما يلي:

- المستهلك وحماية المستهلك؛

- عموميات حول الغش التجاري؛

المبحث الأول: المستهلك وحماية المستهلك

لقد أدت التحولات الاقتصادية التي يشهدها العالم اليوم إلى زيادة الضغوط على المجتمع باعتباره المستهلك لكل ما يصنع وينتج ويسوق، حيث أصبح الاهتمام بالمستهلك والبحث عن إمكانية جذب السمة التي يبحث عنها كل محترف في النشاط الاقتصادي، وذلك باستعمال كافة الوسائل المتاحة حيث تطور الأمر إلى أن بلغ حد التلاعب بأذواق المستهلكين ومطالبهم فكان الخداع والتقليد سمة الكثيرين حيث يقع المستهلك ضحية لهذا الغش، هذا ما أدى إلى وجوب توفير حماية كافية للمستهلكين، في هذا النسق برز إلى العيان مصطلح حماية المستهلك كألية لذلك، وعلى هذا الأساس سيتم التطرق في هذا المبحث إلى النقاط التالية:

- مفاهيم عامة حول المستهلك؛
- الإطار العام لحماية المستهلك؛
- مجالات الإخلال بحماية المستهلك؛
- المستهلك وتحديات المرحلة الراهنة؛

المطلب الأول: مفاهيم عامة حول المستهلك

إن الوصول إلى معرفة مكتملة لحماية المستهلك يجب أن ينطلق من استيعاب وتمعن وتدقيق في المستهلك وذلك لتكوين فكرة متكاملة في النهاية.

أولاً: تعريف المستهلك لغة واصطلاحاً

لقد نال المستهلك اهتماماً بالغاً من طرف الكثير من المفكرين وعلماء الاقتصاد إذ حاول الكثيرون منهم الوصول إلى دراسة مستفيضة لكافة المتغيرات الخاصة به وذلك انطلاقاً من محاولة الوصول إلى تعريف شامل وكامل لهذا المصطلح الاقتصادي الهام.

1- المستهلك لغة: إن المتتبع لكلمة مستهلك يجد أنها مأخوذة من الفعل هلك، ولذا نلاحظ أن كلمة

مستهلك تأتي بمعنى فاعل النفاذ والتغيير والتبديل¹.

2- المستهلك اصطلاحاً: "هو الشخص الذي يقوم بعملية الاستهلاك، والمستهلك في المفهوم الاقتصادي

هو كل فرد يشتري سلع أو خدمات لاستعماله الشخصي وليس من أجل التصنيع"²

كما عرف أيضاً على أنه "من يقوم باستعمال السلع والخدمات لإشباع حاجياته الشخصية، وحاجيات من

يعولهم، وليس بهدف إعادة بيعها أو تحويلها، أو استخدامها في نطاق نشاطه المهني"³.

¹ موقف محمد عبده، حماية المستهلك في الفقه الإسلامي، دار النشر، الطبعة 01، عمان، 2002، ص: 32.

² السيد خليل هيكل، نحو القانون الإداري للاستهلاك في سبيل حماية المستهلك، دار النهضة العربية، مصر، دون ذكر سنة النشر، ص: 08.

³ عبد الفتاح بيومي حجازي، النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2002، ص: 138.

كما عرفه آخرون بأنه "أي مواطن أو مواطنة يقتني مواد استهلاكية بمختلف أنواعها بهدف التغذية أو استخدامها في التنظيف أو اللباس أو لغرض منزلي أو شخصي أو للاستفادة من خدماتها (المأجورة وغير المأجورة) في مجال: النقل، المياه، الكهرباء، الصحة، التربية، التعليم، الثقافة، الإعلام، الترفيه، السياحة، وكذلك الذي يستفيد من خدمات أصحاب المهن المختلفة (إصلاح، عناية، تعهد، طبابة، إلخ)¹.

من خلال التعاريف السابقة نستنتج أن المستهلك هو الشخص الطبيعي الذي يقوم بشراء السلع والخدمات من أجل إشباع حاجاته الشخصية أو ذويه.

ثانياً: خصائص المستهلكين

يتميز المستهلك بمجموعة من المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية والنفسية وتتمثل في:

1- المتغيرات الاجتماعية والديمغرافية

هي في مجمل التغيرات التي تصف مكانة الفرد في بيئته الاجتماعية من بينها النوع، العمر، الوضع العائلي، التموضع الجغرافي، الدخل والمستوى العلمي، وتكون هذه المؤشرات سهلة القياس واستخدامها واسع في الدراسات التسويقية بسبب قدرتها على التمييز².

• **السن:** غالباً ما تستعين الدراسات التسويقية ببنية المجتمع، وفقاً للشرائح العمرية التي تحظى باهتمامات الباحثين، فمثلاً: يمثل الأطفال والمراهقين قدرة شرائية هامة، بالإضافة إلى أن القيم والأنماط المعيشية لهذه الجماعة تؤثر على الاستهلاك في المجتمع، ويمثل المسنون جزءاً هاماً بسبب تزايد نسبتهم في المجتمع وكذلك قدرتهم الشرائية والوقت الذي يمتلكونه في حال كونهم متقاعدین عن العمل، إلا أن عملية الشراء لا تتوقف على العمر الحقيقي للمستهلك فقط، فالعمر الذاتي (الذي يعطيه لنفسه) يلعب دوراً هاماً (وفقاً لمراحل حياته) في قراراته الشرائية، إذ يميل الفرد إلى إدراك نفسه أكبر سناً (المراهقون) أو أصغر سناً (البار في السن) مما هو عليه في الواقع.

• **مستوى التعليم:** يحدد مستوى التعليم إلى حد ما القدرة الإدراكية للفرد والتي بواسطتها يؤثر على مسار القرار وبصورة خاصة في مراحل البحث عن المعلومات وتقييم الخيارات، فكلما كان الفرد متعلماً كلما مال إلى البحث عن معلومات جديدة.

• **توفر الوقت:** يوزع كل فرد وقته بين ما هو مخصص للعمل، وما هو مخصص لقضاء الحاجات الأولية، وما هو مخصص للنشاطات والهويات، ويهدف استخدام الوقت إلى تقليص الوقت المتوفر، الأمر الذي يخلق توتراً وقتياً.

¹ فؤاد زكريا، ضبط الجودة وحماية المستهلك، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2005، ص-ص: 17-18.
² كاترين قبو، التسويق معرفة السوق والمستهلكين من الدراسة التسويقية إلى الخيارات الإستراتيجية، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، ط1، 2008، ص: 44

يؤثر التأثير الزمني، أي الوقت المتوفر للقيام بالشراء على سلوك المستهلك، إذ أن التأثير الزمني هام يترجم بتغير في الماركة والقيام بمشتريات لم يخطط لها كثيرا، فالمستهلك المستعجل يزور محلات أقل والتأثير الزمني له تأثير بمفهوم زيادة نقاط البيع، فكلما كان وقت العمل أطول كلما كان الوقت الذي يتم قضائه في المحلات أقصر.

• **الجنس أو النوع:** تهتم الدراسات الاجتماعية بتأثير النوع على سلوك الاستهلاكي، ومفادها أن النساء يعالجن المعلومات بصورة مختلفة عن الرجال، إذ تعالج النساء المعلومات بالتفصيل بينما يركز الرجال على المعلومات التي توجه إليهم مباشرة ويتأثرون بها جدا.

2- الخصائص الاجتماعية والاقتصادية

تعد مسائل الدخل والطبقة الاجتماعية، متغيرات تقليدية تسمح بتمييز سلوك المستهلك، ورغم كون هذه المتغيرات ملائمة في دراسات التجزئة لكن قدرتها على الشرح تميل إلى التضاؤل¹.

• **الدخل:** يشكل الدخل إحدى المتغيرات التقليدية الأولى المستخدمة في توقع سلوك المستهلك، غير أنه فقد حاليا قدرته التوقعية لأن معظم المنتجات أصبحت معمة (العقار، السيارات... الخ)، ولقد أثبتت الدراسات أن الدخل يشرح على نحو ضعيف بعض أنماط الاستهلاك (التغذية، الصيانة، المعدات) غير مناسب لشرح المنتجات ذات التشكيلة العالية، أو ذات المكانة المعتبرة (عطر، بقالة فاخرة، مطاعم... الخ).

• **الطبقة الاجتماعية:** يشير مفهوم الطبقة الاجتماعية إلى وضعية الفرد أو العائلة في سلم معين، يتم تحديده من خلال معايير مثل المهنة، الدخل والمستوى التربوي، وإضافة إلى المعايير الاجتماعية والديموغرافية، فإن الطبقات الاجتماعية تنتج عن معايير ثقافية أكثر من مفهوم القدرة الشرائية، وتتميز الطبقة الاجتماعية بمجموعة من القيم المشتركة التي يجب ترجمتها بسلوكيات متجانسة، لا سيما بمفاهيم الاستهلاك.

3- الخصائص النفسية

تتمثل العوامل النفسية المؤثرة في سلوك المستهلك النهائي في الإدراك والدافعية وهي مفاهيم تنتمي إلى علم النفس وتحدد ردود أفعال الأفراد نحو عالمهم الخارجي، وكيفية تعرفهم على المؤثرات المحيطة وكيفية جمعهم للمعلومات وتخزينها وتحليلها².

• **الدافعية:** من خلال دراسة الدافعية يمكن لرجال التسويق تحليل القوى المؤثرة أو المحركة للمستهلكين فالدوافع هي الأساس المحرك لكل السلوك الشرائي للأفراد، والحاجات هي التي تحرك الدوافع أو تتحول إلى

¹ كاترين قيو، مرجع سابق، ص: 47.
² علاء الغرباوي وآخرون، التسويق المعاصر، دار الجامعية، مصر، 2007، ص-ص: 106-108.

دوافع عندما تنشط إذا تأملنا أي مستهلك عندما يعلن عن رغبته في شراء منتج معين نجد أنه مدفوع من خلال حاجته إلى الشراء.

• **الشخصية:** لكل مستهلك شخصية مستقلة، والشخصية تعرف بأنها الاستجابات السلوكية الدائمة والمتسقة نحو المؤثرات أو المواقف التي يواجهها الفرد، فالفرد قد يكون اجتماعياً، متفائلاً، متشائماً، أو منغلقاً، عدائياً أو متسامحاً، ويعتقد رجال التسويق بأن الشخصية تؤثر على السلوك الشرائي للفرد وعلى العلامات التجارية التي يختارها.

• **إدراك الذات:** الإدراك هو العملية التي بمقتضاها يقوم الفرد باختيار وتنظيم وتفسير هذه المؤثرات، أي إدراك الفرد لذاته والصورة التي يرى نفسه عليها، ويميل الفرد إلى تبني سلوك ينسجم مع هذه الصورة التي يدركها عن نفسه.

ثالثاً: أنواع المستهلكين

يمكن تقسيم المستهلكين إلى ثلاث مجموعات أساسية:

1- **المستهلك النهائي:** هو الذي يفتني أو يشتري السلعة بغرض الاستخدام الشخصي لها أي لا يعيد تصنيعها أو إدخالها في استخدام آخر غير الاستخدام الشخصي لها¹.

2- **المستهلك الصناعي:** أي فرد أو منظمة يقوم أو تقوم بشراء لسلعة تامة الصنع أو المادة الخام أو نصف مصنعة بغرض استخدامها في إنتاج أو تقديم خدمة أو سلعة يقوم ببيعها بعد ذلك لتحقيق الربح، أو لاستخدامها بغرض تقديم خدمة معينة بغض النظر عن تحقيق الأرباح خاصة بالنسبة للمنظمات التي لا تهدف لتحقيق الأرباح².

3- **الوسيط/ الموزع/ التاجر:** هذا النوع من المستهلكين يقوم بشراء السلع بغرض إعادة بيعها لتحقيق الأرباح³.

رابعاً: الفرق بين المستهلك النهائي والمشتري الصناعي والوسيط

يمكن المقارنة بين بعض خصائص المستهلك النهائي والمشتري الصناعي وكذا الوسيط من خلال

الجدول الآتي:

¹ عبد السلام أبو قحف، أساسيات التسويق، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، دون ذكر سنة النشر، ص: 475.

² بشير العلاق، فحطان العبدلي، استراتيجيات التسويق، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، 1998، ص: 179.

³ عبد السلام أبو قحف، نفس المرجع السابق، ص: 329.

الجدول رقم(01): الفرق بين المستهلك النهائي والمشتري الصناعي والوسيط

المشتري النهائي	المشتري الصناعي	الوسيط
- يشتري بكميات محدودة	- يشتري بكميات كبيرة	- يشتري بكميات كبيرة
- معلوماته عن السلعة محدودة	- معلوماته كاملة عن السلعة	- معلومات كاملة عن السلعة
- طلبه على السلع طلب مباشر	- طلبه على السلع طلب مشتق	- طلبه على السلعة طلب مشتق
- عدد محدود من الأفراد يؤثر على القرار	- عدد كبير يؤثر ويشارك في اتخاذ القرار	- يتوقف ذلك على طبيعة الوسيط
- عدد لا نهائي من المنتجات	- عدد محدود من المنتجات	- عدد المنتجات يحكمها نوع الطلب وحجم المساحة المتاحة
- قد تؤثر عليه الدوافع العاطفية أو الرشيدة	- تحكمه دائما الدوافع الرشيدة	- تحكمه دائما الدوافع الرشيدة
- لا تحكمه إجراءات وقواعد للشراء	- تحكمه قواعد وإجراءات للشراء	- يهيمه تعاون المورد معه
- لا تؤثر عليه عملية تعاون المورد	- يهيمه تعاون المورد معه	- يتأثرون عند الشراء بالمنتجات المنافسة والمكملة

المصدر: عبد السلام أبو قحف، التسويق مدخل تطبيقي، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2002، ص:487.

من خلال الجدول أعلاه نستنتج أن المستهلك النهائي المعني بالحماية، عند رغبته في شراء سلعة ما فإنه سيطلب كمية محدودة حسب حاجته لها، كما أن معلوماته عن تلك السلعة تكون جد محدودة فهي في الغالب معلومات مشتقة من الإعلانات التجارية وذلك فيما يتعلق بكافة المنتجات، بخلاف المشتري الصناعي والوسيط، اللذان تتوفر لديهما كافة المعلومات حول السلعة المراد الحصول عليها أيضا قد يؤثر في القرار الشرائي لدى المستهلك النهائي أما الدوافع العاطفية، خاصة لدى النساء، أو الدوافع الرشيدة وذلك حسب درجة الوعي عندهم، بينما المشتري الصناعي أو الوسيط فإن الدوافع الرشيدة هي التي تؤثر في قرارهم الشرائي، ذلك أنهم لا يتأثرون بالمؤثرات الخارجية كالإعلانات مما يجعل قرارهم الشرائي مبنيا على أساس الدقة وحسن الاختيار.

المطلب الثاني: الإطار العام لحماية المستهلك

تعتبر حماية المستهلك من القضايا الهامة في عصرنا الحالي نظرا لما شهده العالم من نقلة نوعية سواء بالنسبة للنواحي الاجتماعية أو الاقتصادية، أدى إلى تغيير في إنتاج السلع والخدمات، وبالتالي تغيير في السلوكيات الاستهلاكية لدى المستهلك، هذا الأخير الذي هو في حاجة دائمة للحماية.

أولاً: التعريف بحماية المستهلك لغة واصطلاحاً

نظراً للأهمية البالغة لمصطلح حماية المستهلك حاول العديد من المفكرين والباحثين أن يضعوا مفهوماً محدداً لهذا المصطلح وفيما يلي أهم هذه التعريفات:

- **الحماية لغة:** "من حمى الشيء حمياً وحمى: منعه ودفع عنه، يقال: حماه من الشيء أي دفعه عنه"¹.

فحماية المستهلك في اللغة تعني: دفع الاعتداء والظلم، عن من يقوم بعملية الإنفاق والإنفاذ

- **اصطلاحاً:** "عبارة عن حركة منظمة لحماية المصالح الاقتصادية للمستهلكين تمارسها مجموعة متعددة من الأجهزة الحكومية وغير الحكومية تهدف إلى تعريف المستهلك بحقوقه، فيما يتعلق بالمعلومات الصحيحة والمفيدة عن السلع والخدمات التي يريد الحصول عليها"².

كما تعرف حماية المستهلك أيضاً على أنها " تلك الجهود التي تتمتع بصفة النظامية والاستمرارية والمبدولة من المجتمع المدني والأجهزة الحكومية للدفاع عن حقوق المستهلك اتجاه الجهات التي تجهز السلع والخدمات لإشباع حاجات المستهلكين وتلبية رغباتهم"³

ويقصد بحماية المستهلك بأنها: "درجات الاهتمام التي يعطيها مديرو التسويق في الشركات المختلفة لمجموعات المستهلكين لإشباع حاجاتهم ورغباتهم باتخاذ القرار السليم والفعال من خلال برنامج فعلي ومتوازن ومتكامل لعناصر المزيج التسويقي"⁴.

من التعريف السالفة الذكر يمكن تعريف حماية المستهلك على أنها: مجموع الجهود المنظمة التي تعمل على توفير كافة المعلومات لضمان اتخاذ المستهلك قرار الشراء الأنسب والأرشد، بما يضمن حماية أمنه الجسدي وصحته وسلامته وحماية مصالحه الاقتصادية وإرادته التعاقدية وحماية فكره وثقافته.

ثانياً: التطور التاريخي لحماية المستهلك

يمكن إيجاز التطور التاريخي لفلسفة حماية المستهلك في النقاط التالية:

1- **حماية المستهلك في المجتمعات القديمة:** اهتمت التشريعات القديمة سابقاً بالمستهلك فسنت مجموعة من القوانين من أجل حمايته.

• حماية المستهلك في العراق: ملخصة في القوانين التالية:

- **تقنين أورنمو:** إن البوادر الأولى لحماية المستهلك ظهرت من خلال قانون أورنمو، الذي يعد أقدم قانون مكتشف حتى الآن، ليس في العراق فحسب، بل في تاريخ العالم أيضاً¹.

¹ ابن منظور، لسان اللسان (تهذيب لسان العرب)، بيروت: دار الكتب العلمية، 1413هـ-1993م، مادة حما، ج1، ص: 296.

² محمد محمد أحمد أبو سيد أحمد، حماية المستهلك في الفقه الإسلامي، دار الكتب العلمية، بيروت، 2004، ص: 12.

³ نزار عبد المجيد البروراي، أحمد محمد فهمي البرزنجي، استراتيجيات التسويق، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2004، ص: 120.

⁴ فريد النجار، إدارة التسويق العربي والدولي، مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 2004، ص: 432.

- تقنين أوروكاجينا: جاء لمعالجة الوضع الاقتصادي كالتخفيف من الضرائب².
- تقنين لبت عشتار: يعالج موضوعات قانونية متعددة، أهمها: إيجار الأراضي الزراعية، الملكية العقارية، لما انصب الاهتمام الكبير بالمسائل الاقتصادية³.
- تقنين أشنونا: يعالج مسائل قانونية كثيرة أهمها: تحديد أسعار بعض السلع⁴.
- تقنين حمورابي: يعتبر من أهم القوانين الخاصة بحماية المستهلك في العراق قديماً أصدره الملك حمورابي⁵.
- حماية المستهلك في مصر قديماً: من القوانين المصرية التي وصلت إلينا قانوناً حورمحب وبوحوريس وفيهما: تحديد السعر القانوني للفائدة، العقاب على الأفعال التي تمس المصلحة الاقتصادية للبلاد كتزييف النقود، أو المصالح الاقتصادية للأفراد كالغش في الموازين، وكانت عقوبة الجاني في الحالتين قطع اليد⁶.
- حماية المستهلك عند الإغريق:⁷
- تقنين دراكون: وضع قانون دراكون في أثينا حوالي عام 621 قبل الميلاد، وذلك لصياغة النظم القانونية في نصوص مدونة، منعا لاحتكارها في أيدي الأشراف، وتحقيقاً لمبدأ المساواة.
- تقنين صولون: أصدره صولون حاكم أثينا، ويعود تاريخه إلى حوالي عشرين عاماً تقريباً على قانون دراكون وأهم ما جاء فيه: تحديد سعر الفائدة وتحريم الربا الفاحش.
- حماية المستهلك عند الرومان:⁸
- أنشأ القانون الروماني في ذمة البائع التزامات عن طريق دعوى يرفعها المشتري تسمى دعوى الشراء ومنها:
- الالتزام بالامتناع عن الغش: وذلك في مرحلة إبرام العقد أو تنفيذه.
- الالتزام بضمان العيوب الخفية: والتي من شأنها الإنقاص من قيمة المبيع أو من نفعه، ولا يكفي عدم علم المشتري بهذا العيب، وإنما ينبغي ألا يكون في مقدوره العلم به، وأن يكون العيب موجوداً عند إبرام العقد، فإذا اكتشف العيب في المبيع يحكم على البائع بالتعويض عن طريق دعوى تحمي عقد البيع وهي دعوى الشراء.

¹ عباس العبودي، تاريخ القانون، مكتبة دار الثقافة، عمان، 1998، ص: 125.

² أحمد محمد محمود علي خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القانون المصري والفرنسي والشريعة الإسلامية (دراسة مقارنة)، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2005، ص: 23.

³ أحمد إبراهيم حسن، فلسفة وتاريخ النظم الاجتماعية والقانونية، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 2003، ص: 200.

⁴ Calais anloy, droit de la consommation, Dalloz, paris, 1990, p 592.

⁵ أحمد محمد محمود علي خلف، مرجع سابق، ص: 23.

⁶ المرجع نفسه، ص: 24.

⁷ أحمد إبراهيم حسن، مرجع سابق، ص: 192.

⁸ عبد المجيد محمد الحفناوي، تاريخ القانون (مع دراسات في نظرية العقد في القانون الروماني)، دار الهدى، الإسكندرية، ص: 99-100.

ثانيا: حماية المستهلك في المجتمعات الحديثة

تم تقسيم التطور التاريخي للحركات المدافعة عن حقوق المستهلك إلى المراحل التالية:¹

- المرحلة الأولى (1900-1930)

تعتبر بداية سنة 1900 بمثابة التاريخ الذي شهد أولى بدايات حركة الدفاع عن المستهلك، نظرا لما تعرض له المستهلكين في هذه الفترة من استغلال من خلال الارتفاع الواضح في أسعار السلع المقدمة لهم، الأمر الذي دفع المستهلكين إلى اعتماد أشكال وصيغ جديدة في إدارة التعامل مع المؤسسات المسوقة للسلع، بما يضمن تلبية حاجاتهم ورغباتهم من السلع بالشكل الذي اعتادوا عليه.

- المرحلة الثانية (1930-1950)

بدأت حركة حماية المستهلك في هذه المرحلة تأخذ ملامح واضحة نظرا للظروف الصعبة التي عايشها المستهلك آنذاك، خاصة بعد الأزمة الاقتصادية (أزمة الكساد) التي شهدها العالم سنة 1929 فقد ظهر للعيان العجز الكبير للمستهلكين تجاه تلبية حاجاتهم ورغباتهم من المنتجات بسبب تراجع قدرتهم الشرائية إلى مستويات دنيا.

كما ازدادت معاناة المستهلكين سواء بعد اندلاع الحرب العالمية الثانية، نظرا لمحدودية حصولهم على ما يحتاجونه من سلع وخدمات.

- المرحلة الثالثة (1950-1962)

هناك من يرى بأن بداية هذه المرحلة (أي سنة 1950) تمثل التاريخ الحديث لتأسيس ونشأة حركة حماية المستهلك في الدول الغربية، وهذا من خلال بروز وظهور عدة مجموعات ضاغطة وقوى اجتماعية تنادي بوضع حد ونهاية للآثار السلبية الناتجة عن تفعيل النشاط الصناعي والتسويقي للمؤسسات ومنظمات الأعمال بمختلف أنواعها، والتي عادت بالضرر الجسيم على المستهلكين، ومن ثم كثفت هذه الحركة أكثر فأكثر من جهودها تجاه هدفها الرئيسي، ألا وهو الدفاع عن حقوق المستهلكين، والعمل على حمايتهم، والحد من الأضرار التي تصيبهم.

- المرحلة الرابعة (1962 إلى الآن)

يرى كثير من الكتاب ومنهم (Kotler, Armstrong, Engel) أن سنة 1962 تعد بمثابة الانطلاقة الرسمية لنشأة الحركة الاستهلاكية (Consumérisme)، حيث جاء هذا التأسيس انعكاسا للرسالة

¹ الداوي الشيخ، "تحليل آليات حماية المستهلك في ظل الخداع والغش التسويقي"، الملتقى الوطني الأول حول: حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي الوادي، الجزائر، 13-14 أفريل 2008، ص:ص: 3-4.

التي تقدم بها الرئيس الأمريكي آنذاك (جون كينيدي)، والتي عرفت بـ "قائمة حقوق المستهلك"، هذه القائمة أصبح ينظر إليها في العالم الغربي على أنها التجسيد الحقيقي للمعاني السامية التي تنتسب بها تلك الحركة.

ويكمن الهدف الرئيسي لهذه الحركة الاجتماعية في تثبيت وترسيخ حقوق المستهلكين سواء أكانوا أفراد أو جماعات، وترسيخ مفهوم المسؤولية الاجتماعية في الممارسات التسويقية للمؤسسات والمنظمات تجاه المستهلكين، ففي بعض الأحيان يهمل المسوقون حقوق المستهلكين، وهذا من خلال تناسي الالتزام بمبدأ تعظيم التصرفات الإيجابية والحد من التصرفات السلبية تجاه المستهلك، أي عدم الأخذ بعين الاعتبار المسؤولية الاجتماعية في الممارسة التسويقية.

المطلب الثالث: مجالات الإخلال بحماية المستهلك

تتمثل أبرز المجالات التي يتم من خلالها الإخلال بحماية المستهلك فيما يلي:¹

أولاً: الإخلال بحماية المستهلك في مجال الإعلان:

وذلك من خلال انتهاج أساليب الخداع في الرسالة الإعلانية لغرض تضليل المستهلك والعمل على إقناعه بشراء منتج ما، وهذا بالتركيز على مختلف أساليب الإغراء المكتوبة في الإعلان، وإثارة التصرفات الانفعالية غير الرشيدة التي تؤثر على أذواق المستهلكين، مثلما حدث في فترة التوجه البيعي للتسويق.

في هذا المجال نشرت المديرية العامة لصحة وحماية المستهلك التابعة للجنة الأوروبية دليلاً يحوي عشرة توصيات، شددت في ثمانية منها على الخصوص على منع تغليط والقيام بالإشهار الكاذب: كأن تتصل مؤسسة بمستهلك ما مدعية أنه تحصل على جائزة، ويتضح فيما بعد أن الغاية كانت فقط إقناعه بتقديم طلبيات، واعتبر الدليل هذا نمودجا على الإشهار الكاذب. كما مثلت القضايا ذات العلاقة بالإشهار الكاذب (12%) من إجمالي الشكاوى المرفوعة إلى المديرية المعنية (المديرية العامة للمستهلك والمنافسة وقمع الغش) بفرنسا سنة 2006، وشكلت بذلك النسبة الأعلى من إجمالي الشكاوى.

ثانياً: الضمان:

وهو الحق الذي يضمن للمستهلك أداء المنتج، ومستوى هذا الأداء بما يتناسب مع قيمته، ومن ثم فإن عدم منح هذا الضمان -وهو ما نراه في حالات كثيرة في الدول المتخلفة- أو عدم استيفائه للشروط الضرورية مثل المادة الكافية للتأكد من عدم ظهور ووجود عيوب، يعتبر وجه من أوجه الإخلال بحماية المستهلك نظراً لأن مقدم المنتج في هذه الحالة قد تتصل من مسؤوليته تجاه السلعة المباعة أو الخدمة المقدمة.

¹ عمار طهرات وبلقاسم محمد، إنعكاسات تطبيق إتفاقية تريبس على حماية المستهلك في الوطن العربي وقصور التشريعات على محاربة ظاهرة التقليد "الجزائر نمودجا"، مداخلة مقدمة إلى الملتقى الوطني الأول حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، 13 و 14 أبريل 2008، المركز الجامعي الوادي، ص-ص: 09-07.

ثالثا: التبيين:

ونقصد بذلك أن المستهلك يعاني نتيجة لعدم معرفته أو جهله استعمال المنتج المقدم له نظرا لخلو هذا المنتج من وجود البيانات الدالة على كيفية استخدامه، أو بسبب عدم قدرة المستهلك على المعرفة أو الإلمام بكيفية الاستفادة من البيانات إن كانت موجودة، يضاف إلى ذلك مشكل الثقة في دقة ما يكتب على غلاف المنتج من بيانات.

رابعا: 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، وهو ما نلاحظه حالي خاصة في الدول العربية، حيث هناك مغالاة كبيرة في رفع أسعار السلع والخدمات، تدرعا بالأزمة المالية العالمية، وينتج هذا الإخلال بحماية المستهلك عادة عندما تحتكر فئة معينة تسويق السلع والخدمات، الأمر الذي يتيح لها إمكانية فرض أسعار سوقية تفوق الإمكانيات المالية للمستهلك، كما تدرج طرق البيع بالتقسيط، أو التخفيضات الصورية أحيانا في خانة التحايل على الأسعار.

خامسا: التوزيع:

يتم الإخلال في هذه الحالة بحماية المستهلك من خلال توزيع المنتجات في أماكن بعيدة عن متناول المستهلك، مما يضطره إلى بذل إلى بذل جهد جسدي ونفسي لإشباع حاجته ورغبته، بالإضافة أيضا إلى عدم عرض المنتجات في الوقت المناسب، أو التمييز بين المستهلكين من حيث إمكانية الحصول على الكميات والأصناف الموزعة¹.

سادسا: التعبئة والتغليف:

يمكن أن نلاحظ 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.

سابعا: المقاييس والأوزان:

ونقصد بذلك الغش في الأوزان والتلاعب في المقاييس المقررة للمنتجات، فالنقص في الأوزان وفي الأحجام والأطوال يسبب ضررا للمستهلك خاصة عندما تكون الأسعار مرتفعة.

¹ Bernard Lancin, la protection du consommateur en Finland, revue international de droit comparé, volume 32, n 2, 1980, p374.

ثامنا: مواصفات المنتجات:

قد يعتمد بعض المنتجين إلى الإخلال بحماية المستهلك عن طريق مواصفات المنتجات من وزن ولون وشكل... الخ، فعدم مطابقة مكونات المادة التي تحتويها العبوة نتيجة لإضافة مواد أخرى عليها يعتبر إخلالا بحماية المستهلك، يضاف إلى ذلك الغش الذي يتعرض له المستهلك من خلال لجوء بعض المنتجين، ويدخل أيضا في هذا الإطار تضليل المستهلك من خلال 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.

تاسعا: التخزين:

يمكن أن ننفق على حجم الضرر الذي يلحق بالمستهلك في هذه الحالة من خلال التلف والتفادم الذي يعترى 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 من المنتجات المتضررة وبين الغرض الذي اشتريته من أجله.

عاشرا: النقل:

يلعب النقل دورا هاما في إشباع الحاجات والرغبات، إلا أنه أحيانا يتسبب في حدوث أضرار 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 تخصيص وسائل نقل لمنتجات غذائية كانت قد استعملت في نقل مواد كيميائية قبل ذلك.

وينطبق الشيء نفسه على 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.

المطلب الرابع: المستهلك وتحديات المرحلة الراهنة

أولا: تأثير الأغذية المعدلة وراثيا

إن الأخطار الوحيدة المعروفة حاليا والمتعلقة بالأغذية المعدلة وراثيا مرتبطة باحتمالات ظهور حالات الحساسية وخاصة رفض الأدوية المضادة للجراثيم حيث تعتبر الأخطار غير المتوقعة، والتي يمكن أن تتطور ببطء مع الزمن، من المشاكل التي تحتاج إلى حل عاجل نتيجة صعوبة التنبؤ بتأثيرات تلك المخاطر على البيئة وصحة الإنسان على المدى البعيد، وتصبح هذه المشكلة أكثر تعقيدا في الدول النامية لعدم توفر الإمكانيات العلمية لتنفيذ هذه الاختبارات وغلاء قيمتها، على العكس منه في الدول المتطورة (مثلا: أمريكا تنتج الأغذية المعدلة وراثيا في

العالم و60% من منتجات الصويا تعتبر معدلة، وكذلك 50% من الذرة يوجد في أمريكا والأرجنتين وكندا 98% من المساحات المزروعة في العالم بالبذور المعدلة وراثيا).

ولا يمكن الكشف كيميائيا عن الصبغات الوراثية في الزيوت والحبوب والبذور بسهولة، ولا بد من استخدام بطاقة البيان للإعلان عن هذه الأغذية وبالتالي ترك الحرية للمستهلك لاختيار ما يناسبه، علما أن أهم المنتجات المعدلة وراثيا هي أغذية الحيوانات حيث استخدم فيها التعديلات الوراثية لتحسين صمود النبات ضد الطفيليات والأعشاب الضارة¹.

إننا نجد حاليا أغذية للحيوان والإنسان عدلت وراثيا لم تكن موجودة قبل عشر سنوات وهي معروضة للبيع بكميات كبيرة من قبل شركات متعددة الجنسيات وقد تضاعفت مبيعاتها عشرين مرة مؤخرا، نظرا للفوائد المعلن عنها وهي: توفير الأغذية بمردود أكبر وجودة أفضل وباستعمال مبيدات بكميات أقل، إلا أنه حتى الآن غير واضح منعكسات الزراعات المعدلة وراثيا على البيئة المحيطة (تخفيض التنوع البيولوجي، وانتقالها إلى الزراعات التقليدية)، فضلا عن إمكانية تضاعف إفرازات السموم، وظهور حالات الحساسية نتيجة التعديل على الجينات².

لذا فقد أقر الإتحاد الدولي لجمعيات حماية المستهلكين بعض التوصيات منها:

- تأجيل الزراعات بالبذور المعدلة، حتى يتم الإجماع العلمي حول الآثار المتوقعة على البيئة؛
- إعداد اتفاقيات دولية حول موضوع السلامة الصحية والبيئية، المنفذة على الكائنات المعدلة وراثيا؛
- الحد من انتشار الأغذية المعدلة وراثيا حتى يتم الانتهاء من البحوث المعمقة بهذا الشأن؛
- الالتزام بوضع بطاقة البيان على عبوات المواد المعدلة وراثيا، تبين وجود التعديل من عدمه؛
- الاهتمام الأخلاقي والديني برغبة بعض المستهلكين، بالنسبة لبعض الأغذية المعدلة عن طريق الصفات الوراثية عبر العديد من الكائنات الحية المحظورة ومنها الخنزير³.

ثانيا: تأثير المنافسة على المستهلك

إن الانفتاح الاقتصادي يزيد من المنافسة بين المنتجات الوطنية والأجنبية في الأسواق الداخلية والعالمية، مما يلزم الصناعة الوطنية زيادة القدرة التنافسية عندما لا يستطيع البائع ذلك من حيث الجودة والسعر، ويتطلب في مثل هذه الحالة حماية المستهلك من الغش والتضليل والابتزاز التجاري من خلال وضع الضوابط لحمايته من غش المواد والخدمات واعتماد التشريعات التي تؤمن احتياجاته بشكل مناسب مع ضمان الجودة⁴.

¹ Peter and others, consumer behavior and marketing strategy, European and edition, England, 1999, p 500

² فؤاد زكريا، مرجع سابق، ص: 44-45.

³ عبد اللطيف بارودي، حماية المستهلك (المفاهيم والواقع الراهن والمؤشرات المستقبلية) www.mafjouum.com/syr/articles/baroudi

⁴ فؤاد زكريا، مرجع سابق، ص: 46.

ثالثا: تأثير العولمة على المستهلك

- هناك من يعتبر العولمة أنها نفي للآخر وإحلال الاختراق الثقافي مجل الصراع الأيديولوجي كما تعني الهيمنة وفرض نمط واحد للاستهلاك والسلوك¹، وذلك لما تتمتع به من خصائص والتي يمكن حصرها في:²
- حرية التجارة الخارجية من خلال حرية انتقال السلع والخدمات، رأس المال والاستثمار وعوامل الإنتاج عبر الحدود دون عوائق أو حواجز تعرقل هذه العملية؛
 - سيادة آليات السوق لاكتساب القدرات التنافسية من خلال الاستفادة من الثروة التكنولوجية وثروة الاتصالات والمواصلات والمعلومات بشكل يدعم عملية الإنتاج بأقل تكلفة وأحسن جودة؛
 - تزايد التوجه نحو الاعتماد الاقتصادي المتبادل نتيجة ما أسفرت عليه الحقبة الأخيرة من القرن العشرين من تحولات من خلال اتفاقيات تحرير التجارة العالمية؛
 - حرية انتقال رؤوس الأموال الدولية في ظل وجود الثروة التكنولوجية والمعلوماتية التي جعلت من العالم قرية مترابطة الأجزاء؛
 - وجود أنماط جديدة في تقسيم العمل الدولي بحيث لم يعد بإمكان دولة واحدة مهما كانت قدرتها الذاتية أن تستقبل بمفردها بإنتاج منتج معين بشكل يدعم عملية التخصيص؛
 - تعاظم دور الشركات المتعددة الجنسيات بمختلف تسمياتها كالشركات عابرة القوميات والشركات عالمية النشاط من خلال التأثير على الاقتصاد العالمي بانتشارها في مختلف أنحاء العالم من خلال الاستثمار الأجنبي المباشر ونقل التكنولوجيا؛
 - الدور الفعال الذي لعبته المؤسسات الاقتصادية في تعميق العولمة وتتمثل هذه المؤسسات أساسا في المنظمة العالمية للتجارة والتي تعتبر مسؤولة عن إدارة ونظام التجارة، البنك العالمي وصندوق النقد الدولي؛
 - الاهتمام بالتقدم التكنولوجي من خلال العمل على توفير الإبداعات والاختراعات يقدم خدمة للاقتصاد في ظل العولمة؛
 - توحيد الأسواق من خلال التكتلات الإقليمية والجهوية بشكل يدعم حرية انتقال السلع والخدمات والأفكار والعمالة؛
 - تلاشي دور الدولة في مجالات التدخل من خلال السياسة النقدية والدولية.
- من خلال هذه الخصائص نستنتج أن للعولمة آثار سلبية يقع ضررها على المستهلك منها:³
- ترويج أنماط وقيم استهلاكية عن طريق الدعاية المترافقة مع مشاركة مشاهير العالم، مما يؤدي لهدر الثروات وتبذيرها، حيث تؤدي إلى التحول السريع للمجتمع، ليصبح مستهلكا عوضا أن يكون منتجا؛

¹ مصطفى عبد اللطيف، بلعور سليمان، تحديات العولمة المالية للمصارف العربية واستراتيجيات مواجهتها مع الإشارة إلى القطاع المصرفي الجزائري، ورقة عمل مقدمة ضمن "ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحويلات الاقتصادية: واقع وتحديات"، البلدة، أيام 14-15 ديسمبر 2004، ص: 25.

² عبد المطلب عبد الحميد، العولمة واقتصاديات البنوك، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2005، ص-ص: 26-33.

³ عبد اللطيف بارودي، مرجع سابق.

- زيادة الجرائم الاقتصادية، نتيجة اتفاق بعض الشركات على استغلال المستهلكين أو دافعي الضرائب مثل: الاتفاقيات الاحتكارية لشركات النقل؛
 - انحسار عدد كبير من المؤسسات والشركات العالمية، من خلال قيام الشركات الكبرى بتكثيف وضعها مع التقدم التقني؛
 - ظهور تكتلات اقتصادية كبيرة، مما يؤدي إلى احتكار الإنتاج وفرض المواصفات والنوعية للسلع، مما يعطيها إمكانية الهيمنة على الاقتصاد. وبالتالي فلحماية المستهلك لا بد من:
 - الاستفادة من العولمة، بانتقاء ايجابياتها، والدخول في حركة التطور بما يلائم مصالحنا الوطنية والقومية؛
 - مساهمة جميع أفراد المجتمع، للتصدي لوسائل الترويج غير المناسبة؛
 - تطوير منظومة المؤسسات التعليمية والبحثية، وأجهزة الرقابة، وتوفير مستلزماتها (البشرية والمادية) للاستفادة من خدماتها لمصلحة المستهلك؛
 - ترشيد الاستهلاك، من خلال دراسة أنماط الغذاء الرئيسية ووضع البرامج المناسبة لتحسين أساليب اختيار الأغذية، التي تحقق المتطلبات التغذوية لجميع الفئات¹.
- رابعاً: تأثير التجارة الإلكترونية على المستهلك**
- تعرف منظمة التجارة العالمية OMC التجارة الإلكترونية على أنها: أنشطة إنتاج السلع والخدمات وتوزيعها وتسويقها وبيعها أو تسليمها للمشتري من خلال الوسائط الإلكترونية².
- ومن أبرز الخصائص المميزة للتجارة الإلكترونية مايلي:³
 - الطابع الدولي أو العالمي للتجارة الإلكترونية:
 - الطابع المتداخل التخصصات للتجارة الإلكترونية:
 - غياب المستندات الورقية للمعاملات في التجارة الإلكترونية:
 - التعامل دون الكشف عن هوية المتعاملين أو دون التيقن منها مع احتمال تعرض معلومات العملاء للإفشاء أو إساءة الاستخدام عند تقديمها.
 - سرعة تغيير المفهوم وما يغطيه من أنشطة وما يحكمه من قواعد.
 - ومن بين وسائل حماية المستهلك نجد:
 - المستهلك عبر الانترنت له ذات حقوق المستهلك العادي ولا يفتقران سوى في التقنية التي يتعامل بها المستهلك في التجارة الإلكترونية، ولذلك فقد نصت القوانين على توفير حماية فعالة للمستهلك مثل:⁴

¹ عبد اللطيف بارودي، نفس المرجع السابق.

² إبراهيم العيسوي، التجارة الإلكترونية، المكتبة الأكاديمية القاهرة، ط01، 2003، صص: 11-12.

³ المرجع نفسه، صص: 31-34.

⁴ عبد الفتاح بيومي حجازي، النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2002، ص: 146.

- وضع الشروط والأسس الخاصة بالإعلان الإلكتروني عن السلع والخدمات؛
- جواز إبطال ما يرد من شروط تعسفية، في العقود الإلكترونية وغيرها.
- يمكن للمستهلك رد البضاعة المعيبة للمنتجين من خلال مواقع خصصت في أداء هذه الخدمة؛
- وجود بعض المواقع التي تلعب دور الوسيط بين المنتجين والمستهلكين، وتسعى لحل مشاكلهم نيابة عنهم بشكل مجاني، حيث تقوم باستقبال الشكاوي الخاصة بالمنتجين والمساعدة في حل مشاكلهم؛
- دور موقع مستهلك (دوت كوم) الذي يقدم خدمات للمستهلك، منها إمكانية حصوله على دليل شامل لجميع أسواق المدن العربية والاستفادة من الخبرات ونصائح الخبراء في مجال الاستهلاك¹.

المبحث الثاني: عموميات حول الغش التجاري

مما لا شك فيه أن أهم التطورات الواقعة في العالم المعاصر هي التحولات الاقتصادية التي تسيطر على العالم بأسره، وتتحكم في كل مناحيه، وأهم ما صاحب هذه التطورات هو التوسع المستمر في السلوك الإجرامي في الميدان الاقتصادي وبالضبط في نطاق الغش التجاري، حيث أضحي هذا الأخير يحتل الصدارة ضمن باقي الجرائم، وعليه سيتم التطرق في هذا المبحث إلى النقاط التالية:

- الغش التجاري: المفهوم والمظاهر؛
- أسباب تنامي ظاهرة الغش التجاري؛
- أساليب الغش التجاري؛
- آثار الغش التجاري.

المطلب الأول: الغش التجاري: المفهوم والمظاهر

أولاً: مفهوم الغش التجاري

لقد تم التطرق إلى مفهوم الغش التجاري من قبل العديد من الكتاب والاقتصاديين المعاصرين وقد ميزوه عن باقي الجرائم الاقتصادية الأخرى حيث يمكن في هذا السياق التطرق إلى ما يلي:

1- تعريف الغش التجاري

يعتبر الغش غش بشأن أصل أو طبيعة البضائع، والغش هو استعمال أسلوب خادع بسوء نية للحصول على ميزة أو الإضرار بالغير².

وعرفته محكمة النقض الفرنسية الغش على أنه "كل لجوء إلى التلاعب أو المعالجة غير المشروعة التي تتفق مع التنظيم وتؤدي بطبيعتها إلى التعريف بالتركيب المادي للمنتج"³.

في حين عرف آخرون الغش التجاري على أنه "كل فعل من شأنه أن يغير من طبيعة أو خواص المواد وفائدتها التي دخل عليها عمل الفاعل، ولا تهم الوسيلة التي لجأ إليها الفاعل في سبيل تحقيق غايته، فقد يتم

¹ جميل حلمي، الحماية الإلكترونية للمستهلك، www.islamonline.net

² مورييس نخلة، روجي البعلبكي، صلاح مطر، القاموس القانوني الثلاثي، منشورات الحلبي، ص: 31.

³ محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2006، ص: 318.

الغش بإحلال مواد أقل قيمة مكان أخرى أعلى منها، فيما يراد إدخال الغش عليه أو بإنقاص بعض المواد أو إضافة مواد أخرى عليه تزيد من كميته وتقلل من مفعوله، ويتفنن الغشاشون في استنباطها لتحقيق أغراضهم بالحصول على أرباح طائلة وغير مشروعة¹.

من خلال كل هذه التعاريف يمكن القول بأن الغش التجاري هو إخفاء حقيقة البضاعة بتغييرها تغييراً مادياً حتى تصير شيئاً آخر وإظهارها بغير مظهرها الحقيقي بعد التغيير.

2- تمييز جريمة الغش عما يشابهها من جرائم:

• التمييز بين الغش والخداع

"الخداع هو القيام بأعمال أو أكاذيب من شأنها إظهار الشيء على غير حقيقته، أو إلباسه مظهراً يخالف ما هو عليه في الحقيقة والواقع"²، رغم التشابه الكبير بين الغش والخداع إلا أن الاختلاف يظهر جلياً في موضوع كلتا الجريمتين، حيث تقع جريمة الغش على مادة أو سلعة معدة للبيع، في حين يقع الخداع على شخص المتعاقد الآخر باستعمال كل الأساليب والأكاذيب لجعله يتعاقد بالتأثير على إرادته، وهنا يشترط وجود متعاقد لقيام الغش بالإضافة إلى ذلك يعتبر الخداع أوسع نطاقاً من الغش، فهو يشمل كل ما يندرج تحت اسم سلعة أو بضاعة أياً كان نوعها وأياً كان مجال استعمالها على خلاف الغش الذي حددت المواد التي تكون محلاً له وهي أغذية الإنسان والحيوان والمشروبات، المواد والمنتجات الطبية، المنتجات الفلاحية.

• التمييز بين الغش والتدليس

التدليس حسب ما جاءت به المادة 86/ ف 2: "يعتبر تدليسا السكوت عمدا عن واقعة أو ملابسة إذا ثبت أن المدلس عليه ما كان ليبرم العقد لو علم بتلك الواقعة أو هذه الملابسة"³. يظهر من نص المادة أن التدليس عبارة عن علم بأمر يخص محل العقد، لكن أحد المتعاقدين يخفيه ويظهر العكس، واستعمال ذلك للتأثير على إرادة الطرف الآخر من العقد وجعله يتعاقد وهو جاهل للحقيقة، حيث لو علم بما يخفيه لما أبرم العقد لأن هذا فيه إضرار بمصلحة خاصة.

ثانياً: مظاهر الغش التجاري

هناك مظاهر عديدة للغش التجاري في البضاعة، منها ما يلي:⁴

- خلط السلعة أو تغييرها بأي مادة لا تحتوي عليها الصنف الذي تتكون منه السلعة؛
- إذا استخرجت منها مادة أو عنصر أو أزيل أو حذف منها ونتاج عنه نقص في قيمتها أو في خواصها مقارنة بالسلعة الأصلية؛
- إذا خالفت المواصفات المحددة لها قانوناً؛

¹ عبد الفتاح بيومي الحجازي، حماية المستهلك عبر شبكة الانترنت، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، ط1، 2007، ص: 53.

² محمد بودالي، مرجع سابق، ص: 311.

³ المادة 6 من القانون رقم 07-05 المؤرخ في 15 مايو 2007 والقانون رقم 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، يتضمن القانون المدني المعدل والمتمم من قانون 07-05.

⁴ محمد مختار القاضي، الغش التجاري، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2014، ص: 11-12.

- إذا احتوت على مادة أو عنصر غير مصرح أو ممنوع إضافته إليها؛
- إذا احتوت على نسبة كبيرة من المصرح به في أي مادة أو عنصر - بغرض تمييزها وزيادة المبيعات منها بطرق غير مشروعة أو بغرض تخفيض التكلفة والبيع بأسعار مخفضة عن السلع المماثلة التي تلتزم بالموصفات المحددة قانوناً؛
- إذا لونت أو صبغت أو غطيت بمسحوق أو لمعت أو عولجت أو بخرت من أجل إخفاء أو محاولة خفاء فسادها أو مضارها على صحة الإنسان والحيوان والنبات؛
- إذا أجريت عليها أو على عنصر منها عملية أو طريقة صناعية أو تحضير أو حفظ أو تعبئة غير مصرح بها؛
- إذا تم تقليدها أو بيعها تحت اسم بضاعة أخرى أو باسم قريب الشبه من بضاعة أخرى بحيث ينخدع فيها المتعاملون في السلعة أو الإضرار الصحي بهم؛
- إذا حملت بياناً كاذباً أو مظللاً بالنظر إلى طبيعتها أو مكوناتها أو صفاتها أو أصلها أو مدة صلاحيتها أو طريقة إنتاجها أو بلد المنشأ أو طريقة التجهيز أو الصناعة؛
- إذا بيعت بدلاً من بضاعة أخرى ودون أن يخطر المشتري بذلك قبل الاستلام.

المطلب الثاني: أسباب تنامي ظاهرة الغش التجاري

يعرف الغش التجاري انتشاراً واسعاً في جميع دول العالم ويرجع سبب هذا الانتشار إلى أسباب عامة تتعلق باقتصاديات الدول وأجهزتها الإدارية وأسباب تتعلق بكل من المنتج والمستهلك.

أولاً: الأسباب العامة لانتشار ظاهرة الغش التجاري

تتمثل الأسباب العامة لانتشار ظاهرة الغش التجاري فيما يلي:¹

1- اتساع حركة التجارة الدولية:

تمثل حرية التجارة ركيزة أساسية لكل الدول ذات الاقتصاد الحر، ولقد تطورت التجارة الدولية تطوراً كبيراً في جميع المجالات ونتيجة لذلك فقد تطورت في المقابل التجارة الداخلية للدول، وأصبحت مركز حركة تجاري مهم للواردات في جميع دول العالم، ولكن للأسف الشديد هناك فئات تسعى لاستغلال المواقف والتسهيلات، وحسن نية رجال الأعمال في تعاملهم بالموافقة على طلبات وعروض المصدر وهذه الطلبات أو العروض هي الخطر الذي ينتج عنه غش في أي جانب من جوانب التعامل التجاري.

2- البيروقراطية:

إن التشابك بين التشريعات والقرارات الوزارية يتسبب في معوقات بيروقراطية على كافة المستويات، بدءاً من الحصول على المواد الأولية وانتهاء بتصدير البضائع الأهلية إلى الخارج، كذلك فإن توزيع سلطة الرقابة والفحص بين سلطات مختلفة، وبطء إجراءات الجمارك، وعدد التصاريح التي لا تحصى والتي يجب الحصول

¹ عبد الله حسين علي محمود، حماية المستهلك من الغش التجاري والصناعي، دار النهضة العربية، الإمارات، الطبعة 02، 2002، ص-ص: 22-25.

عليها والأختام التي ينبغي جمعها، كل هذا يتسبب في كثير من الأحيان في تخزين المواد الغذائية تحت الشمس على الأرضية لمدة أسابيع، الأمر الذي يؤدي إلى تلفها، ولم يكن أمام المنتج سوى تصريف تلك السلع وإلا تعرض لخسارة نتيجة ذلك.

3- الفساد الإداري:

إن الفساد الإداري يؤدي إلى إهدار المال العام ويحد من قدرة الجهاز الإنتاجي على التطور وفي الوقت نفسه يؤدي إلى شيوع مناخ من عدم الولاء أو الانتماء بما يؤدي إلى الانحراف بالسلوك العام وازدياد عمليات الإسراف وإهدار المال العام، ويمتد الفساد الإداري ليتستر على بعض الجرائم التسويقية على المستوى الدولي ثم التغاضي عن بعض التجار أو الموزعين أو المنتجين الذين يستخدمون علامات دولية وماركات مستوردة ووضعها على سلع منخفضة الجودة أو استخدام بطاقات لصلاحية السلع سواء الأدمي أو غير الأدمي ووضعها على سلع لا تصلح لهذا الاستهلاك ويتم إدخالها للبلاد بطرق غير شرعية سواء بالاستعانة بذوي النفوذ أو باستخدام الرشوة وتصريفها بغض النظر عما سوف تسببه من أمراض بالإنسان أو لغير الإنسان.

4- عدم كفاية التشريع:

تتضمن القوانين والقرارات الخاصة بالحماية كثير من الثغرات، وكذلك عقوبات لا يمكنها تحقيق عنصر الردع بالإضافة إلى قصور الإجراءات القضائية في الفصل في الدعاوى التي ترفع لحماية المستهلك.

5- قصور الأجهزة الرقابية:

تقصير الأجهزة الرقابية الحكومية الشعبية في مراقبة تطبيق الإطار القانوني أو ازدواج الاختصاصات أو لعدم توافر الكفاءات البشرية والإمكانيات المادية بهذه الأجهزة وكذلك إهمالها في مراقبة مستوى الجودة مما يترتب عليه سوء تشطيب المنتج النهائي أو إنتاج سلع غير مطابقة للمواصفات العالمية مثل إطارات وبطاريات السيارات وبعض أصناف الأدوية.

ثانيا: الأسباب الخاصة لانتشار ظاهرة الغش التجاري

هناك أسباب خاصة بالمنتج وأخرى خاصة بالمستهلك سيتم تناولها فيما يلي:¹

1- أسباب خاصة بالمنتج: تتمثل الأسباب الخاصة بالمنتج في:

• المنافسة غير المشروعة:

يواجه الكثير من المنتجين منافسة غير مشروعة، وهم في ذلك بين أمرين إما العمل على تجنب الغش والالتزام بالأمانة في المعاملة فترتفع احتمالات تعرضهم للخسارة أو الاستسلام لبريق الربح السريع كمجارات أفعال الغشاشين في غشهم برواج السلعة وسهولة البيع، وفي الحالتين تضحل النزاهة وتفسد الذمم وتذهب الثقة في الأسواق أدراج الربح.

¹ عبد الله حسين علي محمود، نفس المرجع السابق، ص-ص: 26-27.

• الابتعاد عن التعاليم الدينية:

بالإضافة إلى ما تقدم يمكن التأكيد على أهمية الالتزام بالتعاليم الدينية، حيث أن عدم إتباعها من شأنه أن ينشر الفساد في الأرض، وتزداد حالات الغش، وتسود رغبة جامحة في تحقيق كسب مادي سريع دون الاهتمام بالجزاء الأخروي على ذلك، فقد توعد الله تلك الفئة من التجار بالويل والهلاك.

2- أسباب خاصة بالمستهلك: تتمثل الأسباب الخاصة بالمستهلك في:

• قصور وعي المستهلك:

من مظاهر وعي المستهلك اهتمامه بالحصول على السلعة بالتسعيرة المعلنة والممامه بأصول تخزين السلع وقيامه بالتبليغ عن المخالفات، والامتناع عن شراء السلع التي يتبين له أن ما ينشر عنها من معلومات في الإعلان مخالف للحقيقة، وأن يتمكن من التفرقة بين الإعلان الصادق والكاذب أو المخادع كما ينبغي على المستهلك أن يعلم أن شكاواه ذات أثر كبير في توجيه نشاط الرقابة وتحديد اتجاهاتها في السوق، فهي تكشف عن الأوجه الخفية في الأسواق التي قد لا تكتشفها أجهزة الرقابة بسهولة وبذلك فإن للمستهلك دورا أساسيا ومحوريا في حماية نفسه من مخاطر الغش التجاري على اختلاف صورها في حماية نفسه وما يلاحظ أن هذا الدور لا يؤدي بالقدر المطلوب.

• قصور التنظيمات النقابية عن أداء مهامها:

لحماية المستهلك حماية ذاتية، ينبغي أن يتحرك تطوعا واختيارا خلال التجمعات والنقابات القائمة فعلا ليشرك بفاعلية وصدق في حركة رشيدة من أجل هذه الحماية، وإذا كانت لا توجد مفاهيم واضحة لدى التجمعات المختلفة من الأفراد عن ماهية حركة الحماية وأهدافها ووسائله فقد لا توجد أيضا مثلا المفاهيم الواضحة لدى التنظيم النقابي.

المطلب الثالث: نطاق الغش التجاري وأشكاله

أولا: نطاق الغش التجاري

يتحدد نطاق جريمة الغش التجاري بالسلع والمنتجات محل جريمة الغش التجاري فقد يكون الغش حول أغذية الإنسان أو الحيوان أو العقاقير الطبية أو الحاصلات الزراعية أو المنتجات الطبيعية، أو أي مواد أخرى مع العلم بغشها وفسادها، أو باستعمال مواد سامة مما يؤدي إلى تسميم المستهلك¹.

1- أغذية الإنسان والحيوان: ويجب أن تكون المادة أو السلعة معدة لغذاء الإنسان والحيوان فإذا لم

تكن كذلك فلا تقع جريمة الغش التجاري وفقا لهذه الصورة².

¹ السعيدى جمال، المفهوم العام للغش، ودراسة واقعة لنماذج عن تغيير أسعار السلع، مداخلة في ندوة حول "حماية المستهلك ومكافحة الغش التجاري في الدول العربية"، شرم الشيخ، مصر، 13-17 جانفي 2008، ص-ص: 63-64.
² محمد مختار القاضي، مرجع سابق، ص: 21.

2- المنتجات الطبية: يقع الغش على الأدوية والأجهزة الطبية سواء كانت موجهة لعلاج الإنسان أو الحيوان وتمتد إلى النباتات الطبية، فهي منتجات تتسم بالخطورة لارتباطها بحياة المستهلك وسلامته وكون المنتجات الطبية حساسة وإذا تم الغش حولها تصبح خطيرة¹.

3- المنتجات الفلاحية أو الطبيعية: فهي تلك المنتجات التي تنتجها الأرض كالحبوب والخضر والفاواكه، ويدخل في نطاق هذه المنتجات اللحوم والألبان والبيض والعسل، القطن، الحرير، أما المنتجات الطبيعية فهي ما تمنحه الطبيعة للبشر كالفحم والبتترول والأخشاب².

ثانياً: أشكال الغش التجاري

قد يكون الغش بتغيير عنصر من عناصر المنتج أو دمج بمادة ليست من طبيعته أو بعدم احترامه للمعايير المعتمدة قانوناً، ولا يكفي مجرد الكتمان لقيام الغش بل ينبغي أن يتحقق بأساليب تنصب على المنتج وعادة ما يتم بأحد الطرق التالية:

1- الغش بالإضافة أو بالخلط:

يتم ذلك بإضافة مادة إلى هذا المنتج، فتكون المادة مختلفة عنه من حيث الكم والكيف أو من مادة من نفس الطبيعة لكنها أقل جودة منه، كل ذلك من أجل إخفاء ردايته أو لإظهاره بمظهر يجعل المستهلك يعتقد أنه ذا جودة عالية، ولا تعتبر الإضافة المسموح بها قانوناً غشاً نظراً لأنها تطبيق للأعراف التجارية والمهنية مثل إضافة مادة حافظة للمنتج فمن بين أهدافها عدم الإضرار بصحة ومصلحة المستهلك، والدليل على ذلك أنه يقع وجوباً على عاتق المتدخل ذكر مثل هذه الإضافة في الوسم أو على التغليف، أما الغش بالخلط فهو يعد من أخطر أنواع الغش خاصة في المواد الغذائية، كونه يؤثر على وظيفة المنتج وغالباً ما لا يكون مرخص قانوناً وغير مطابق للأعراف والعادات التجارية والمهنية³.

2- الغش بالانتزاع أو الإنقاص:

يقصد به سلب أو نزع كل أو جزء من العناصر الجوهرية أو النافعة للمنتج مع احتفاظه بنفس التسمية وبيعه بنفس الثمن على أنه المنتج الحقيقي والأصلي، كنزع دسم اللبن الذي يقلل من خواصه الأصلية⁴.

¹ ولد عمر الطيب، الجزاءات العقابية المترتبة عن الأضرار الماسة بأمن المستهلك وسلامته، مجلة دراسات قانونية، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، العدد 06 فيفري 2010، ص: 18.

² حساني علي، الإطار القانوني للالتزام بالضمان في المنتجات، دراسة مقارنة، رسالة لنيل شهادة دكتوراه دولة في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تلمسان، 2012، ص-ص: 366-367.

³ بوطيل خديجة، الحماية القانونية للمستهلك في مجال المنتجات المستوردة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، كلية الحقوق، بن عكنون، 2010، ص: 115.

⁴ أحمد محمود علي خلف، مرجع سابق، ص: 197.

ويكون الغش بالانتقاص عادة مكملا للغش بالإضافة مثلما هو حاصل في الماركات العالمية للطور الذي يؤدي إلى الاعتقاد بوجود تعدد الجرائم المرتكبة¹.

3- الغش بتغيير مظهر المنتج:

تتمثل هذه الحالة في إخفاء مظهر المنتج الفاسد تحت طبقة من المنتج الجيد، بصفة تجعل المستهلك يعتقد أنه من النوع الرفيع، ونجد مثل هذا الفعل خاصة في بعض المنتجات كالخضر والفواكه، فيعمد المتدخلين إلى إخفاء المنتجات تحت مظهر خادع إذا كان هذا المنتج سريع التلف².

4- الغش بالامتناع عن الإدلاء بخصائص المنتج:

ويتم ذلك بامتناع المتدخل عن ذكر منشأ أو نوع المنتج أو عدم الإشارة للمؤسسة المنتجة وعدم ذكر الملونات الاصطناعية للمشروبات والمأكولات المستعملة في تغذية الإنسان أو الحيوان وعدم ذكر تاريخ صلاحيتها³.

5- الغش في الصناعة:

الطريقة الأخيرة في الغش هي الغش بالصناعة، والصناعة هي استحداث المادة عن طريق التعديلات التي يجريها المصنع على المادة الصحيحة بطريقة تعطيها مظهر المادة الحقيقية أو مادة أخرى أو استبدال عنصر أجنبي بتلك التي تحتويها، وكذلك الحال إذا كانت السلعة المنتجة غير مطابقة للمواصفات المقررة. ويتم الغش بالصناعة بصفة عامة عندما تتضمن السلعة المغشوشة العناصر التي يتكون منها الإنتاج الحقيقي، أو إحلال مادة محل مادة أجنبية بدلا من بعض عناصر السلعة نفسها. والغش بهذه الوسيلة قد يكون كلياً أو جزئياً، فيكون كلياً إذا كان خالياً من جميع العناصر التي تدخل في تركيب السلعة، ويكون جزئياً إذا كان هناك إحلال لمادة غريبة محل المواد الأساسية في السلعة⁴.

¹ محمد بودالي، مرجع سابق، ص: 321.

² حساني علي، مرجع سابق، ص: 368.

³ نفس المرجع، ص: 369.

⁴ شريف الطباخ، الدفوع في جرائم الغش والتدليس والجرائم التمييزية، دار الفكر والقانون للنشر والتوزيع، مصر، 2007، ص: 22.

المطلب الرابع: آثار الغش التجاري

تتعدد آثار الغش التجاري خاصة الاقتصادية منها وأهمها على المستهلك خاصة في الدول النامية لذلك تعد مكافحة الغش التجاري من أهم البرامج التي تهتم بها الدولة وتسعى جاهدة للقضاء عليها، وسيتم توضيح هذه الآثار فيما يلي:¹

أولاً: أثر الغش التجاري على الناتج القومي

لظاهرة الغش التجاري تأثير سلبي مباشر على موارد الدول وتدمير الموارد البشرية فإن استخدامهم في أعمال غير مشروعة يعني القضاء عليهم. وتقوم الدول النامية التي تنتشر فيها الظاهرة بتوجيه جزء من ميزانيتها لمكافحة تلك الظاهرة مما يؤدي إلى زيادة الإنفاق الحكومي وزيادة الأعباء على السلبية لتلك الظاهرة حصول بعض المواطنين على دخول غير مشروعة دون دفع أي ضرائب، فأصحاب الدخل الشرعية يدفعون الضرائب المفروضة عليهم ولا يمكن أن يتهربوا منها، أما أصحاب الدخل غير الشرعية لا يدفع أصحابها الضريبة في الدولة، مما يؤدي إلى زيادة العبء على الأنشطة الشرعية برفع قيمة الضرائب عليها والعبء عليها وانخفاض الحصيلة الضريبية مع زيادة الإنفاق العام يؤدي إلى إحداث عجز في الموازنة العامة للدولة، ويؤدي ذلك لوجود مشكلة مالية في السياسة المالية للدولة، فالأنشطة غير الشرعية في الاقتصاد الخفي يؤدي إلى وجود خلل في السياسة المالية نتيجة عدم فرض الضرائب على تلك الأنشطة وتهربها مما يؤدي إلى زيادة التضخم في الاقتصاد الداخلي والعجز في ميزان المدفوعات وذلك بطريق غير مباشر. وتتهم ظاهرة الغش التجاري في زيادة العجز في ميزان المدفوعات وزيادة العجز في الميزان التجاري بطريق غير مباشر وذلك لأن زيادة الطلب على النقد الأجنبي للاستيراد يؤدي ذلك إلى تخفيض قيمة العملة المحلية بالنسبة للعملات الأجنبية أي خفض سعر صرف العملة المحلية، فضلاً عن خفض قوتها الشرائية في الخارج، وأن سعر الصرف إذا كان أعلى من المستوى الذي يتدفق مع الأثمان السائدة في الداخل، فإن ذلك يؤدي إلى ظهور عجز في ميزان المدفوعات، والدولة النامية يعتمد على استيراد المواد الأولية في الإنتاج والتكنولوجيا اللازمة للقيام بالعملية الإنتاجية مما يعين زيادة الإنتاج وخفض سعر صرف العملة المحلية يؤدي إلى هجرة رؤوس الأموال الأجنبية الموجودة داخل الدولة إلى الخارج خوفاً من تدهور قيمتها وفي نفس الوقت يمنع استيراد لرأس المال من الخارج وتندخل الدولة لمنع التدهور المستمر في سعر الصرف للعملة المحلية مما يساعد على خلق سعرين للعملة المحلية بسعر رسمي مرتفع وسعر فعلي آخر منخفض للحد لتلاقي قوى العرض والطلب على العملة المحلية والأجنبية وكل ذلك يؤدي إلى الخلل في ميزان المدفوعات.

ثانياً: تأثير الغش التجاري في اختلالات القوى العاملة

تدمير الموارد البشرية يعتبر من الآثار المدمرة لظاهرة الغش التجاري، لأن القوى العاملة التي تعمل بالمصانع والورش التي تقوم بالغش التجاري يتم استنزافها واستهلاكها في الأعمال غير المشروعة وأصحاب تلك المصانع

¹ محمد مختار القاضي، مرجع سابق، ص-ص: 86-89.

والورش يسعون إلى الربح ولا ينظرون إلى تأثير البيئة المحيطة بالعمال والمؤثرة والمدمرة لصحتهم واستخدامهم للأطفال العمال لخفض أجورهم يؤدي إلى تشويه هيكل القوة العاملة.

تسهم ظاهرة الغش التجاري بالدول النامية في تزايد الهجرة غير الشرعية أو السفر العشوائي بحثاً عن حياة أفضل فدخل تلك العمالة إلى دول أجنبية أحسن من البطالة لأن المصانع والورش التي تقوم بالغش التجاري تسهم في هجرة رؤوس الأموال الأجنبية والاستثمارات وتتعدم التوسعات في الصناعة وتطورها نظراً لتقليد منتجاتهم مما يؤدي إلى انتشار البطالة لعدم وجود فرص عمل للعمال كبيرة لهجرة الاستثمارات الأجنبية والماركات العالمية من الاستثمار في الدول النامية.

ثالثاً: آثار الغش التجاري على التجارة الدولية

تتعرض الدول النامية التي تنتشر بها ظاهرة الغش التجاري إلى عقوبات اقتصادية وتبين ذلك في برنامج منظمة العمل الدولية، حيث تقوم المنظمة بتقديم الدعم في سبيل التطوير وتطبيق الإجراءات التي تمنع هذه الظاهرة، وتقاوم الدول النامية مع منظمة التجارة العالمية بشأن تطبيق معايير العمل الدولية وتزداد الفجوة من البلدان النامية والبلدان الصناعية الكبرى المتقدمة وتتأرجح الدول بين التقدم والتخلف أو بين الشراء والفقير المدقع، ومزيد من التخلف لدرجة أن أصبح الفارق في مستويات التحول يصل إلى أكثر من 50 ضعف تقريباً.

وقد نشأت الدول النامية بعد انتشار حركات التحرر بعد الحرب العالمية الثانية وتزايد عددها خاصة بعد الستينات، واتبع معظمها النظام الاقتصادي الاشتراكي وفشل هذا النظام وتحول إلى النظام الرأسمالي في إطار العولمة، ولا زالت تعاني من برامجها التنموية خاصة مع الفجوة المتعمقة والمتزايدة فيها وبين الدول الصناعية المتقدمة في شتى مناحي الحياة، وزاد هذا من مآسي الإنسانية خاصة أن عدد الدول النامية يزيد عن 120 دولة في العالم يسكنها أكثر من 80% من سكان العالم ويتيح أغلبها مواد أولية زراعية أو تعتمد على صناعات استخراجية وتنتشر بها ظاهرة الغش التجاري مما يؤدي ذلك إلى تعرض الدولة لعقوبات اقتصادية من المجتمع الدولي وعدم تمتعها بالمساعدات الدولية للتنمية الاقتصادية للدولة ونزوح الاستثمارات الأجنبية.

وقد أملت اعتبارات سريان اتفاقيات الجات وتحرير التجارة العالمية، وكذا اعتبارات الدولة نحو زيادة الصادرات وتزايد الأنشطة والمنافسة على جودة المنتجات وخاصة في مجال الأغذية، السماح لجهات ومكاتب عالمية بالقيام بأعمال التفتيش والاختبار، للتحقق من مطابقة السلع والمنتجات الغذائية للمواصفات القياسية العالمية، ومنح المنشأة الملتزمة بهذه المواصفات شهادة الأيزو، والتي كثرت الجهات المختصة التي تقوم بها وكثر عدد الأفراد العاملين فيها بجميع أنحاء العالم، والغرض المبتغى من هذا هو تحقيق حماية المستهلك.

رابعاً: آثار الغش التجاري على المستهلك

المستهلك يتضرر من السلع الرديئة سواء كان الضرر مادياً أو معنوياً حيث يدفع سعر لهذه السلعة وبالتالي يحصل على منفعة أقل بل ربما تسببت هذه السلعة بأضرار مادية أو معنوية أو صحية ترغم المستهلك على إنفاق مبالغ إضافية للتخلص من الأضرار التي سببها استعمال هذه السلعة الرديئة المغشوشة أو اضطراره إلى شراء سلعة أخرى بديلة كما يشعر بالغش لدفعه مبالغ لسلعة تعود عليه بالضرر نهاية المطاف.

ويبيع السلع المغشوشة إلى المشتري (المستهلك) يجني من وراءه المنتج (البائع) أرباح إضافية (على حساب هذا المستهلك) حيث أن هذه السلع تباع بسعر أعلى من تكاليف إنتاجها وعلى أنها مساوية في الجودة للسلع ذات النوعية والجودة العالية.

وحتى لو كانت الأرباح التي يحصل عليها المنتج منخفضة اسماً من بيع السلعة إلا أنه نسبياً قد يحصل على أرباح عالية مقارنة بتكاليفه، كما أن المستهلك يتكبد خسارة نسبية له حيث أن هذه السلع حتى ولو أشبعت رغبته مؤقتاً عن طريق اقتنائها أو استخدامها إلا أنها لا تعمر طويلاً، هذا إلى جانب أن المستهلك قد يتكبد خسائر أخرى لمعالجة الأضرار الناتجة عن استخدام السلع الرديئة المغشوشة.

وتشمل هذه التكاليف الأضرار المترتبة عن التلوث والإصابة ببعض الأضرار الجسدية والمعنوية التي قد تنشأ من استخدام هذه السلع كالأدوية والأغذية وأدوات الطلاء وقد يندرج تحت هذه الأضرار أمراض الحساسية والتقرحات خصوصاً عند استخدام بعض المركبات التي تحتوي على مواد كيميائية وكذلك الأدوية والأغذية ومواد الطلاء خصوصاً عندما تحدث أخطاء في طريقة تركيب هذه المواد بنسب ومقادير مختلفة عما هو مقرر لها ويعود ذلك إلى أن بعض المنتجين قد يستعين بمواد رخيصة مشابهة للمواد المستخدمة في تركيب هذه السلع أو خفض نسب بعض المستحضرات الطبية والغذائية من أجل تخفيض التكاليف.

إضافة إلى الأضرار الصحية الأخرى التي تلحق بالمستهلكين من تناول الأدوية المقلدة حيث تحدث وفيات كثيرة بين الأطفال في بعض البلدان الإفريقية نتيجة الأمصال واللقاحات المغشوشة.¹

¹ المنظمة العربية للتنمية الإدارية، حماية المستهلك ومكافحة الغش التجاري في الدول العربية، مصر، يناير 2008، ص: 138.

خاتمة الفصل

لقد تم في هذا الفصل دراسة أهم الأسس النظرية التي يبني عليها موضوع البحث إنطلاقاً من التعريف بالمستهلك كونه الأساس الذي بني عليه هذا الموضوع مروراً بحماية المستهلك التي أضحت محل اهتمام كافة أطراف المجتمع نظراً لإحساس السواد الأعظم من المستهلكين باحتياجهم الكبير لهذه الحماية من خلال التعرف على مجالات الإخلال بحماية المستهلك والتحديات الراهنة لها.

كما تم التطرق أيضاً في الجزء الثاني من هذا الفصل إلى الغش التجاري والذي يعتبر الظاهرة المراد دراستها، نظراً للأهمية البالغة لها في الوقت الراهن مما أسأل فيها حبراً كثيراً أين تناولها الكثير من العالمين بالمجالات الاقتصادية والاجتماعية بكثير من الدراسة والتحليل ، إذ تم التطرق إلى مختلف التعاريف المعطاة لهذه الظاهرة ومختلف مظاهرها ثم التعرّيج على الأسباب الحقيقية وراء تفشي هذه الظاهرة والأساليب التي ينتهجها الغشاشون في خداعهم لأطراف المستهلكين المختلفة وأيضاً تم التطرق إلى الآثار المختلفة الهدامة التي تتركها هذه الظاهرة على جميع الأصعدة .

ولما كان لظاهرة الغش التجاري هذه الأهمية الكبيرة والسيط الواسع وأضحت تهدد بشكل لا يدع مجالاً للشك المستهلكين بكافة أطرافهم واختلافاتهم وميولاتهم كان لا بد من التحرك سريعاً للقضاء عليها وعدم ادخار أي جهد للوصول إلى وسيلة تضمن ذلك وهذا لا يتأتى إلا من خلال التوصل إلى آليات تنظيمية ومؤسسية تعمل على حماية المستهلك من كافة أشكال الغش التجاري، وهو ما سيكون في الفصل الموالي؛



الفصل الثاني

الآليات المؤسسية والتنظيمية

لحماية المستهلك

تمهيد:

لقد شهد الشأن الاقتصادي العالمي في الآونة الأخيرة العديد من التطورات التي شملت الكثير من الجوانب سواء التمويل أو التصنيع أو التوزيع والتمويل، وقد سارعت الكثير من الكيانات الاقتصادية إلى القيام بدراسات من شأنها الوصول إلى حلول للمشاكل التي تواجهها وفي مقدمتها زيادة مخرجاتها وتعضيمها وإيجاد مسالك لتوزيعها وأيضا البحث عن أسواق لتصريف منتجاتها، وفي هذا النسق اعتبر هؤلاء الجانب الربحي هو الأساس في ذلك دون مراعاة لنوعية هذه المنتجات أو تأثيراتها على مستهلكيها.

لم تكن عملية حماية المستهلك وإلى وقت ليس ببعيد بالموضوع المهم حيث لم يكن يحظى بالاهتمام الكافي سواء لدى المشرعين أو بالنسبة للمنتجين أو حتى بالنسبة للمستهلكين بحد ذاتهم، حيث أن جشع المصنعين وهوسهم لجمع أعظم قدر ممكن من الأرباح جعل من صحة المستهلك وقدرته الشرائية آخر ما يمكن التفكير فيه، وفي هذا الشأن برزت إلى علن عدة دراسات وكتابات تبناها بعض الاقتصاديين والحقوقيين ركزت على مبدأ حماية المستهلك من هذه التصرفات غير المسئولة جعلت من المشرعين والمسؤولين ينظرون بكتب إلى هذا الموضوع.

إن الاهتمام الذي أولته الدول الحكومات لموضوع حماية المستهلك يأتي في صورة تشريعات وقوانين تم سنها تحد كهدف أساسي لها من جشع أصحاب المال والأعمال وتقيدهم بإجراءات وتدابير قانونية تضمن للمستهلك سلامته الصحية والمالية، والجزائر وعلى غرار العديد من الدول قطعت شوطا لا بأس به في مجال حماية المستهلك حيث شرعت وسنت العديد من القوانين والإجراءات سخرت لذلك العديد من المؤسسات والهيئات وهو ما سيتم التطرق له في هذا الفصل وذلك عبر تحليل العناصر الآتية :

- الآليات المؤسسية للرقابة على الأنشطة التجارية؛
- الآليات التنظيمية لعمل أجهزة الرقابة وقمع الغش؛

المبحث الأول: الآليات المؤسسية للرقابة على الأنشطة التجارية

لقد عملت الجزائر لفترة من الزمن على إيجاد السبل الكفيلة بحماية المستهلك الجزائري من كافة الأساليب غير الشرعية التي يمارسها أصحاب الأعمال حيث قامت باستحداث عدة مؤسسات كان الدور الأساسي لها متمثلاً في الرقابة على الأنشطة التجارية وفرض عقوبات صارمة على المخالفين لما هو معمول به من قوانين وتشريعات .

المطلب الأول: المصالح الخارجية لوزارة التجارة

تتمثل المصالح الخارجية لوزارة التجارة في مديريات جهوية للتجارة عددها 09، والمديريات الولائية للتجارة عددها 48 موزعة عبر كامل التراب الوطني، حيث تم تنظيم هذه المصالح بموجب المرسوم التنفيذي رقم 09-11 المؤرخ في 20 يناير 2011.

أولاً: المديريات الجهوية للتجارة

1- تعريف المديرية الجهوية للتجارة

أنشئت المديريات الجهوية للتجارة بموجب المرسوم التنفيذي 91-91 المؤرخ في 06/04/1991 المتضمن تنظيم المصالح الخارجية للمنافسة والأسعار وصلاحياتها وعملها وكانت تسمى في ذلك الوقت المفتشيات الجهوية للتحقيقات الاقتصادية وقمع الغش وذلك إلى غاية صدور المرسوم التنفيذي 409/03 المؤرخ في 05/11/2003 حيث تغيرت التسمية إلى المديريات الجهوية للتجارة، وتتكون المديريات الجهوية للتجارة من ثلاث مصالح هي: مصلحة تخطيط ومتابعة المراقبة وتقييمها، مصلحة الإعلام الاقتصادي وتنظيم السوق، مصلحة الإدارة والوسائل، حيث تتولى هذه المصالح مهام تأطير وتقييم نشاطات المديريات الولائية للتجارة وانجاز التحقيقات الاقتصادية المتعلقة بالمنافسة والتجارة الخارجية والجودة وحماية المستهلك وسلامة المنتجات¹.

2- مهام المديريات الجهوية للتجارة:

طبقاً لأحكام المادة العاشرة (10) من المرسوم التنفيذي 09-11 المؤرخ في 20 يناير 2011 المتضمن المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعملها، فإن مهام المديريات الجهوية للتجارة تتمثل فيما يلي:

تتولى المديرية الجهوية للتجارة بالاتصال مع الهياكل المركزية لوزارة التجارة مهام تأطير وتقييم نشاطات المديريات الولائية للتجارة التابعة لاختصاصاتها الإقليمي وتنظيم وانجاز كل التحقيقات الاقتصادية المتعلقة بالمنافسة والتجارة الخارجية والجودة وحماية المستهلك وسلامة المنتجات².

وتكلف بهذه الصفة بما يلي:

- تنشيط وتأطير وتنسيق وتقييم نشاطات المديريات الولائية، والمصالح الخارجية للهيئات التابعة لقطاع التجارة

¹ مضمون المادة 10 والمادة 12 من المرسوم التنفيذي رقم 09-11.

² المرسوم التنفيذي رقم 09/11 المؤرخ في 20/01/2011 المتضمن تنظيم المصالح الخارجية لوزارة التجارة

- إعداد برامج الرقابة بالتنسيق مع الإدارة المركزية، والمديريات الولائية والسهر على تنفيذها.
- برمجة وتنظيم وتنسيق عمليات الرقابة والتفتيش ما بين الولايات.
- إبرام عند الضرورة وفي مجال اختصاصها الإقليمي، كل التحقيقات المتخصصة المتعلقة بالمنافسة والممارسات التجارية والجودة وحماية المستهلك وسلامة المنتوجات .
- المبادرة بكل تدبير في ميدان اختصاصها يهدف إلى عصنة نشاط المرفق العمومي، لا سيما عن طريق تحسين طرق التسيير وتنفيذ التقنيات الحديثة للإعلام والاتصال.
- انجاز كل دراسة وتحليل أو مذكرة ظرفية لها علاقة بميدان اختصاصها.
- المبادرة بمهام تفتيش مصالح المديريات الولائية للتجارة التابعة لاختصاصها الإقليمي.

ثانيا: المديريات الولائية للتجارة

1- تعريف المديرية الولائية للتجارة:

مديرية التجارة هي عبارة عن هيئة إدارية معترف لها بالشخصية القانونية لها كيان مالي مستقل ووجود قانوني تتمتع بالشخصية المعنوية وتعمل تحت وصاية وزارة التجارة أنشأت بموجب المرسوم رقم 90/1990 المؤرخ في 23/06/1990 الموافق لـ 01 ذي الحجة 1410، وقد تم إنشاؤها بصفة نهائية بموجب مرسوم رقم 91/91 المؤرخ في 06/04/1991 المتضمن تنظيم المصالح الخارجية للمنافسة والأسعار وصلاحياته، وتم استبدال تسميتها إلى مديرية التجارة وهذا بعد صدور المرسوم التنفيذي رقم: 03/409 المؤرخ في 05/11/2003 الموافق لـ 10 رمضان 1424 المتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعملها وهي تضم أربعة مصالح التي تم إنشاؤها بموجب القرار الوزاري المؤرخ في 18/09/2005 المتضمن المديريات الولائية للتجارة¹.

2- مهام المديرية الولائية للتجارة:

حسب المرسوم التنفيذي 11-09 المؤرخ في 20 يناير 2011، تتمثل مهام المديرية الولائية للتجارة في تنفيذ السياسة الوطنية المقررة في ميادين التجارة الخارجية والمنافسة والجودة وحماية المستهلك، وتنظيم النشاطات التجارية والمهن المقننة والرقابة الاقتصادية وقمع الغش، حيث تسهر على تطبيق التشريع والتنظيم المتعلقة بالتجارة الخارجية والممارسات التجارية والمنافسة والتنظيم التجاري وحماية المستهلك وقمع الغش، كما تساهم في وضع نظام إعلامي حول وضعية السوق بالاتصال مع النظام الوطني للإعلام...²

¹ الموقع الرسمي لمديرية التجارة لولاية مستغانم. www.dcw-motaghanem.dz
² المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 11-09 المؤرخ في 20 يناير 2011، والمتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعملها.

وتكلف بهذه الصفة بما يأتي:

- السهر على تطبيق التشريع والتنظيم المتعلقين بالتجارة الخارجية والممارسات التجارية والمنافسة والتنظيم التجاري وحماية المستهلك وقمع الغش.
- المساهمة في وضع نظام إعلامي حول وضعية السوق بالاتصال مع النظام الوطني للإعلام.
- اقتراح كل التدابير التي تهدف إلى تحسين ظروف إنشاء وإقامة وممارسة النشاطات التجارية والمهنية.
- المساهمة في تطوير وتنشيط كل منظمة أو جمعية التي يكون موضوعها ذا صلة بصلاحياتها.
- وضع حيز التنفيذ كل نظام محدد من طرف الإدارة المركزية في مجال تأطير وترقية الصادرات.
- تنسيق وتنشيط نشاطات الهياكل والفضاءات الوسيطة ذات المهام المتصلة بترقية التبادلات التجارية الخارجية.
- المساهمة في إعداد نظام معلوماتي متعلق بالمبادلات التجارية الخارجية.
- وضع حيز التنفيذ برنامج الرقابة الاقتصادية وقمع الغش واقتراح كل التدابير الرامية إلى تطوير ودعم وظيفة الرقابة.
- ضمان تنفيذ برامج النشاط ما بين القطاعات بالتعاون مع الهياكل المعنية.

المطلب الثاني: المركز الوطني للسجل التجاري

يعتبر السجل التجاري وثيقة رسمية ضرورية لممارسة نشاط تجاري معين، بحيث يعتبر المرآة العاكسة للتاجر.

أولاً: تعريف المركز الوطني للسجل التجاري

المركز الوطني للسجل التجاري مؤسسة عمومية تم إنشاؤها بموجب المرسوم 63-248 المؤرخ في 10 يوليو 1963، تحت تسمية الديوان الوطني للملكية الصناعية ليسمى فيما بعد بالمركز الوطني للسجل التجاري عند صدور المرسوم 73-188 المؤرخ في 21 نوفمبر 1973، بصلاحيات انحصرت في تجميع نسخ السجل التجاري المسلم آنذاك من قبل مكاتب ضبط المحاكم.

المركز الوطني للسجل التجاري هيئة إدارية مستقلة موضوعة تحت إشراف وزير التجارة من شهر مارس

1997¹.

¹ www.cnrc.org الموقع الرسمي للمركز الوطني للسجل التجاري

ثانيا: مهام المركز الوطني للسجل التجاري:

تتمثل مهام المركز بموجب الأحكام القانونية السارية المفعول في:

- التكفل بضبط السجل التجاري والحرص على احترام الخاضعين له للواجبات المتعلقة بالقيود في السجل التجاري وتنظيم الكيفيات التطبيقية المتعلقة بهذه العمليات، طبقاً للأحكام التشريعية والتنظيمية السارية المفعول.
- التكفل بالإشهار القانوني الإلزامي، عن طريق إعداد النشرة الرسمية للإعلانات القانونية، بهدف إعلام الغير بمختلف التغييرات التي تطرأ على الحالة القانونية للتجار والقواعد التجارية، وكذا دفتر رهن حيازة الأدوات ومعدات التجهيز.
- مسك الدفتر العمومي للاعتماد الإلزامي المتعلق بالأصول المنقولة وبالقواعد التجارية والمؤسسات الحرفية.

ثالثا: صلاحيات المركز الوطني للسجل التجاري

- ضبط السجل التجاري والحرص على احترام الخاضعين له للواجبات المتعلقة بالقيود في السجل التجاري، وكذلك تحديد الكيفيات التطبيقية المتعلقة بهذه العمليات.
- تنظيم كافة النشرات القانونية الإلزامية حتى يكون الغير على علم بمختلف التغييرات التي تطرأ على الحالة القانونية للتاجر والمحلات التجارية.
- تسليم كل وثيقة متعلقة بالسجل التجاري كشهادات الشطب أو عدم الشطب.
- السهر على تكوين الفهرس للمتعاملين الاقتصاديين والمتاجر وضبطه ولهذا الغرض يقوم بضبط باستمرار قائمة النشاطات الاقتصادية الخاضعة للقيود في السجل التجاري.
- تجميع كل الأحكام التشريعية والتنظيمية والتقنية التي تتضمن شروط الإلحاق بالأعمال التجارية والمهنية.
- يعتبر السجل التجاري أداة قانونية للإشهار، يترتب عن ذلك أنه يتوجب على المركز الوطني للسجل التجاري في إطار مهامه إعداد النشرة الرسمية للإعلانات القانونية ونشرها. ويلتزم بإدراج في هذه النشرة كافة الإشهارات القانونية التي يقررها في مجال الإشهار، التشريع والتنظيم المعمول بهما وعلى هذا الأساس يجب أن تتضمن النشرة الرسمية خصوصا كل الإشهارات الإلزامية التي تخص الحالة القانونية للتاجر والمحلات سواء أكانت هيئات إدارية أو رقابية¹.

وهكذا يستهدف الإشهار القانوني الإلزامي إطلاع الغير على مستوى العقود الأساسية للشركات التجارية والتحويلات والتعديلات، وكل التغييرات التي تطرأ على رأسمالها. كما يرمي إلى بيان كافة العمليات الواردة على المحل التجاري كرهنه، أو بيعه أو تأجير تسييره. وعلاوة على هذا فإنه يجب أن يكون الغير على علم بكل

¹ الموقع الرسمي للمركز الوطني للسجل التجاري، مرجع سابق.

الأحكام القضائية المتعلقة بعمليات التصفية أو الإفلاس، وجميع التدابير المتضمنة الحظر أو إسقاط الحق في ممارسة التجارة¹.

الإطلاع على السجل التجاري تطبيقاً لمبدأ العلانية التجارية التي وضع لأجلها السجل التجاري، فإنه يجوز لأي شخص معني أن يحصل من المركز الوطني للسجل التجاري على نسخة من القيود الواردة في السجل مقابل دفع مصاريف ذلك الإطلاع على شرط أن يكون له مصلحة في ذلك، وهذا ما نصت عليه المادة 24 من القانون الخاص بالسجل التجاري لسنة 1990 بقولها:

" يمكن لأي شخص أن يحصل من المركز الوطني للسجل التجاري على أية معلومة واردة في السجل التجاري على أن يتحمل مصاريف ذلك الإطلاع" وفي حالة عدم القى يعطي المركز شهادة سلبية بعدم حصوله، ولا يجوز أن تشمل النسخة المعطاة على أحكام شهر الإفلاس إذا حكم برد الاعتبار ولا على أحكام الحجز إذا قضي برفع الحجر وذلك مراعاة لمصلحة التاجر. وحتى يتيسر للغير الرجوع إلى السجل أوجب القانون على كل تاجر شخص طبيعي أو معنوي أن يذكر في جميع المراسلات والفواتير المتعلقة بأعماله التجارية رقم السجل التجاري والمكان الذي سجل فيه. كما نص القانون الخاص بالسجل التجاري على الإشهار القانوني والذي يترتب عنه شهر كل ما يتعلق بالتاجر الطبيعي أو المعنوي، كما أنه يمكن شهر هذه البيانات المتعلقة بالتاجر في جرائد وطنية وهذا ما نصت عليه المادة 23 من القانون الخاص بالسجل التجاري "ينشر هذا الإشهار القانوني الذي يتحمل المعني نفقاته ومصاريفه أيضاً في الجرائد الوطنية أو اليومية المؤهلة لذلك". والجدير بالذكر أن متى قيد التاجر اسمه في السجل التجاري كانت له الأولوية في الحصول على نسخة من السجل التجاري ولا يسلم إلا نسخة واحدة مدة حياة الشخص الطبيعي أو المعنوي طبقاً لنص المادة 16 من قانون السجل التجاري.

المطلب الثالث: المركز الوطني لمراقبة النوعية والرمز ومجلس المنافسة

أولاً: المركز الوطني لمراقبة النوعية والرمز

1- تعريف المركز الوطني لمراقبة النوعية والرمز:

هو مؤسسة عمومية ذات طابع إداري تحت وصاية وزارة التجارة ينشط عبر مخابره المتواجدة على مستوى 20 ولاية من الوطن، تم إنشاؤه بموجب المرسوم التنفيذي رقم 89-147 في 08 أغسطس 1989، المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 03-318 في 30 سبتمبر 2003. ويسعى المركز على تحقيق عدة أهداف السياسية الوطنية للنوعية، حماية نوعية الإنتاج الوطني للسلع والخدمات وتكوين الإعلام والاتصال لتحسيس المستهلك².

¹ هاني دويدار، التنظيم القانوني للتجارة، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2011، ص166.
² www.cacqe.org الموقع الرسمي للمركز الوطني لمراقبة النوعية والرمز.

2- مهامه¹:

- كشف عن حالات الغش التي تطل المواد الاستهلاكية.
 - مراقبة نوعية المواد الحافظة التي تدخل في إنتاج العديد من المنتجات الموجهة للاستهلاك، وهي التي تشكل خطرا على صحة المواطن إن تم استعمالها بطريقة خاطئة أو مشبوهة، بمعنى إضافة مواد حافظة وملونات ومتبلات بغرض إطالة عمر المنتج، أو إضافة النكهة أو تغيير اللون.
 - الحد من تزويج السلع المقلدة والمستوردة حيث يقوم المركز بحجر التجهيزات والتي تمثل منتجات غير مطابقة من جهة أمن المنتج على مستوى الموائى وحتى في الأسواق.
 - مراقبة جودة وسلامة المنتجات.
 - حماية مصالح الصحة والسلامة المعنوية والمادية للمستهلك الناشئة عن التجاوزات التي تقع خلال المعاملات التجارية.
- من أهم التحليلات التي يقوم بها مركز التحليلات التي تغطي المجالات التالية:
- السيطرة على المنتجات الزراعية الغذائية.
 - التحكم في مستحضرات التجميل والنظافة الشخصية.
 - السيطرة على المنتجات الصناعية.
 - من حيث المعلومات والوعي، المركز الوطني لمراقبة النوعية والرزيم هو المسؤول عن نشر وتعميم النصوص المتعلقة نوعية للمستهلكين والمهنيين من خلال وسائل الاتصال المختلفة مثل تنظيم أيام الدراسات والحلقات الدراسية، الموقع، حملات، وإنتاج نشرات وملصقات أخرى.

ثانيا: مجلس المنافسة

1- تعريف مجلس المنافسة

يعتبر مجلس المنافسة هيئة إدارية مستقلة تتمتع بالشخصية القانونية والاستقلال المالي توضع لدى الوزير المكلف بالتجارة، ويوجد مقر مجلس المنافسة في مدينة الجزائر طبقا لنص المادة 23 من القانون 08-12 المؤرخ في 25 يونيو 2008 والمتعلق بالمنافسة المعدل للأمر 03-03.

¹ الموقع الرسمي للمركز الوطني لمراقبة النوعية والرزيم، مرجع سابق.

2- صلاحيات مجلس المنافسة

تضمنت المواد 34 إلى 49 من الأمر 03-03 المعدل بالقانون رقم 08-12 المتعلق بالمنافسة صلاحيات مجلس المنافسة¹؛

- يتمتع مجلس المنافسة بسلطة اتخاذ القرار والاقترح وإبداء الرأي بمبادرة منه أو بطلب من الوزير المكلف بالتجارة أو كل طرف معني، بهدف تشجيع وضمان الضبط الفعال للسوق، بأية وسيلة ملائمة، أو اتخاذ القرار في كل عمل أو تدبير من شأنه ضمان السير الحسن للمنافسة وترقيتها في المناطق الجغرافية أو قطاعات النشاط التي تتعدم فيها المنافسة أو تكون غير متطورة بما فيه الكفاية.

في هذا الإطار يمكن لمجلس المنافسة اتخاذ كل تدبير في شكل نظام أو تعليمة أو منشور ينشر في النشرة الرسمية للمنافسة المنصوص عليها في المادة 49 من الأمر 03-03؛

- إمكانية استعانة مجلس المنافسة بأي خبير أو الاستماع إلى أي شخص بإمكانه تقديم معلومات له.

- إمكانية طلب مجلس المنافسة من المصالح المكلفة بالتحقيقات الاقتصادية، لاسيما تلك التابعة للوزارة المكلفة بالتجارة إجراء كل تحقيق أو خبرة حول المسائل المتعلقة بالقضايا التي تندرج ضمن اختصاصه.

- يبدي مجلس المنافسة رأيه في كل مسألة ترتبط بالمنافسة إذا طلبت الحكومة منه ذلك، ويبدي كل اقتراح في مجالات المنافسة، ويمكن أن تستشيريه أيضا في المواضيع نفسها الجماعات المحلية والهيئات الاقتصادية والمالية والمؤسسات والجمعيات المهنية والنقابية وكذا جمعيات المستهلكين².

- يستشار مجلس المنافسة في كل مشروع نص تشريعي وتنظيمي له صلة بالمنافسة أو يدرج تدابير من شأنها.

- يمكن لمجلس المنافسة القيام بكل الأعمال المفيدة التي تندرج ضمن اختصاصه، لاسيما كل تحقيق أو دراسة أو خبرة.

- يقوم مجلس المنافسة، في حالة ما إذا كانت الإجراءات المتخذة تكشف عن ممارسات مقيدة للمنافسة بمباشرة كل الأعمال الضرورية لوضع حد لها بقوة القانون.

- يمكن لمجلس المنافسة، وفق الشروط المنصوص عليها في المادة 40 من الأمر 03-03 المعدل بالقانون 08-12 بناء على طلب السلطات الأجنبية المكلفة بالمنافسة أن يقوم بنفسه أو بتكليف منه بالتحقيقات في الممارسات المقيدة للمنافسة، ويتم التحقيق ضمن الشروط والإجراءات المنصوص عليها في صلاحيات مجلس المنافسة.

¹ الأمر 03-03 المعدل بالقانون رقم 08-12 المتعلق بالمنافسة المواد من 34 إلى 49.
² خمائية سمير، عن سلطة مجلس المنافسة في ضبط السوق، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، جامعة تيزي وزو، 2013، ص 34.

المطلب الرابع: جمعيات حماية المستهلك

أولاً: تعريف جمعيات حماية المستهلك

جمعيات حماية المستهلك هي هيئات تطوعية، غير حكومية، يؤسسها نشطاء من أفراد المجتمع المدني باختلاف ثقافتهم واختصاصاتهم لا تهدف إلى الربح وإنما تهدف لحماية حقوق المستهلك من الممارسات المخلة بحقوقه وضمان الدفاع عنها عن طريق تنويره وتوعيته بما له وما عليه من حقوق وواجبات ورفع الدعاوي القضائية نيابة عنه ضد جشع التجار والمحتكرين¹.

ثانياً: أهداف الجمعية

تهدف هذه الجمعية إلى:²

- الدفاع عن مصالح المستهلك في المجالات جميعها من كل ما يشكل خطراً على صحته وسلامته وأمواله وغيرها، والعناية بحقوقه في جميع الميادين والقطاعات.
- إرشاد المستهلك وتوعيته فيما يتعلق بسلامته وحقوقه ومسؤولياته ورفع ثقافته بشكل مستمر.
- تمكين المستهلك من اختيار ما يناسبه من السلع المعروضة وفي المسائل الممكنة.
- الدفاع عن حقوق المستهلك ومساعدته للحصول على تعويض من أي خسائر صحية أو مادية تنجم عن استهلاكه سلعة أو خدمة غير مناسبة.

ثالثاً: مهام الجمعية

يمكن إيجاز أهمها في النقاط الآتية:³

- تمثيل المستهلكين في جميع المجالات والمستويات لدى الجهات ذات العلاقة محلياً وعربياً ودولياً.
- التعاون مع الوزارات والمؤسسات والجمعيات المماثلة (الوطنية، العربية، الدولية) التي تعنى بحماية المستهلك، وإقامة الاتصالات اللازمة لتبادل المعلومات والخبرات لتحسين شروط عمل الجمعية لتحقيق أهدافها بشكل أفضل.
- المشاركة في وضع وتطوير التشريعات المتعلقة بأنظمة مراقبة المنتجات والخدمات، والسعي لتطبيق المواصفات والمقاييس الوطنية على السلع المعروضة والمساهمة في تطويرها بما ينسجم مع المواصفات العالمية.
- تعريف المستهلك بماهية المواد التي يتعامل معها وإرشاده للطريقة الصحيحة لاستخدامها.

¹ بخطة دندان، دور جمعيات حماية المستهلك"، مداخلة مقدمة للملتقى الوطني الرابع حول حماية المستهلك، تشريعات وواقع، يوم 22-23 أبريل 2008، المركز الجامعي طاهر مولاي، سعيدة، ص 01.

² فؤاد زكريا، الجودة وحماية المستهلك، مرجع سابق، ص: 32-33.

³ نفس المرجع، ص: 34-35.

- تقديم المقترحات للوزارات بحماية المستهلك بشأن تحديد تكلفة المنتجات وتحديد أسعار السلع والخدمات المختلفة.
- التعاون لإجراء البحوث والدراسات والتحليل والندوات العلمية المتعلقة بنشاطات الجمعية.
- الاهتمام بالخدمات المطلوبة للسلعة بعد شرائها من قبل المستهلك (تأمين قطع التبديل والتحقق من النوعية، تحقيق فترة الضمان، توفير الصيانة الدائمة وغيرها).
- دراسة ملائمة سعر السلعة المطروحة في الأسواق بالمقارنة مع الأسعار المشابهة لذات السلعة التي تحمل نفس المواصفات وكذلك مدى انسجام بدل الخدمة المقدمة للمستهلك مع مثلها.
- التأكد من وجود الوسائط الكافية لإعلام المستهلك من قبل المنتج أو الموزع عن أي أخطار يمكن أن يتعرض لها المستهلك وإلزام المنتج بسحب المواد المخالفة بسرعة مع تعويض المستهلك في حال حدوث أي ضرر قبل إعلامه.
- إنشاء فروع للجمعية في المحافظات تهدف إلى حماية المستهلك.
- التعاون مع المؤسسات الحكومية المختصة مثل (هيئة المواصفات والمقاييس، مخابر القطاع العامة، ومراكز البحوث العلمية، والجهات الأخرى) التي تساعد على تحقيق أهداف الجمعية وتوفير سلامة السلع والمواد المطروحة في الأسواق وخلوها من عمليات الغش، وتقديم الخدمات المناسبة للمستهلك بما ينسجم مع ذوقه ورغبته واحتياجاته.
- تستفيد الجمعية من إمكانية وسائل الإعلام المختلفة بالشكل الذي تراه مناسباً.
- توعية المستهلك بما يلي:
 - قيامه بدوره في الحفاظ على سلامة المادة أثناء تخزين السلعة أو استعمالها من قبله وتفعيل دوره في الحالات الطارئة.
 - تعريفه بالقيمة الغذائية وتوفرها بالأنواع المختلفة من الأغذية وتحديد القواعد الصحية لتناولها وحفظها بهدف نشر عادات وأنماط استهلاك سليمة.
 - ترشيده في جميع الأمور المتعلقة بسلامته وحسن استخدام دخله عن طريق البرامج التربوية المخصصة حسب فئات المستهلكين (مدارس، مستشفيات، جامعات وغيرها..).
 - تقديم الخدمات الاستشارية والنصح للمستهلك للحصول على حقوقه الاستهلاكية، وكذلك المساعدة في معالجة عقود التأمين والقروض المصرفية.

• التنسيق مع الجهات صاحبة العلاقة بنشاطها لاستلام التقارير والإحصاءات والدراسات والأسعار الدورية ومواصفات السلع المطروحة في الأسواق ومواعيد التخفيض للسعر وأوقات عمل الأسواق والمخازن التجارية والمراكز الصحية.

• الإشراف على البرامج الإعلامية الخاصة بنشاطها واستخدام وسائل الإعلام المختلفة بنشر وإبلاغ المستهلكين عن جميع الأمور التي تهم مصالحهم وخاصة عن الأخطار التي يمكن أن يتعرض لها في حال استخدام سلعة تسبب لهم أضراراً نتيجة توزيعها أو إنتاجها أو طرحها أو تداولها بشكل خاص وكذلك المواضيع والمطبوعات المفيدة للمستهلك.

• التدخل لدى الجهات المعنية لإلغاء أي إعلان عن سلعة تتضمن مبالغة كبيرة بنوعيتها التي تهدف للتدليس على المستهلك أو إعطاء معلومة مغايرة للواقع.

المبحث الثاني: الآليات التنظيمية لعمل أجهزة الرقابة وقمع الغش

المطلب الأول: معاينة المخالفات وإثباتها

أولاً: الأشخاص المؤهلون لمعاينة المخالفات

حسب ما ورد في نص المادة 49 من القانون 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم وكذا نص المادة 30 من القانون 08/04 المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية، يؤهل للقيام بالتحقيقات ومعاينة المخالفات المتعلقة بالممارسات التجارية:¹

1- ضباط وأعوان الشرطة القضائية المنصوص عليهم في قانون الإجراءات الجزائية.

2- المستخدمون المنتمون إلى الأسلاك الخاصة بالمراقبة التابعون للإدارة المكلفة بالتجارة.

3- الأعوان المعنيون التابعون لمصالح الإدارة الجبائية.

ويجب أن يؤدي الموظفون المذكورون أعلاه باستثناء ضباط وأعوان الشرطة القضائية اليمين القانونية وأن يكونوا مفوضين للعمل بموجب تفويض خاص.²

ثانياً: طرق المعاينة

منح القانون للموظفين سألقي الذكر وهم بصدد معاينة الجرائم التي تقع مخالفة لأحكام القانون 02/04 حق الإطلاع على الوثائق، وحجز البضائع، وتفتيش المحلات المهنية وتحرير محاضر لإثبات المخالفات؛

¹ الجريدة الرسمية الجزائرية، العدد 41، 2004/06/27، ص: 03.

² بن مسعود عماد، دور ومهام أعوان الرقابة في مجال المنافسة والتحقيقات الاقتصادية، الدورة التكوينية لفائدة أعوان المنافسة والتحقيقات الاقتصادية، المدرسة الوطنية للغابات باتنة/ سبتمبر - أكتوبر - نوفمبر 2013 ص: 3-4.

1- حق الاطلاع على الوثائق:¹

طبقا لنص المادة 50 يمكن للموظفين المؤهلين القيام بتفحص كل المستندات الإدارية والتجارية والمالية والمحاسبية، وكذا أية وسائل مغناطيسية أو معلوماتية دون أن يمنعوا من ذلك بحجة السر المهني.

ويمكنهم أن يشترطوا استلامها حيثما وجدت والقيام بحجزها، وتضاف المستندات والوسائل المحجوزة إلى محضر الحجز أو ترجع في نهاية التحقيق، وعند نهاية التحقيق تحرر حسب الحالة إما محاضر الجرد أو محاضر إعادة المستندات المحجوزة، وتسلم في الحالتين نسخة من المحاضر إلى مرتكب المخالفة.

2- حق حجز السلع والعتاد والتجهيزات التي استعملت في ارتكاب المخالفة يمكن للأعوان المؤهلين القيام بحجز السلع طبقا لشروط معينة نصت عليها المادة 39 والمواد من 40 إلى 43.²

وهكذا أجازت المادة 39 حجز البضائع في حال مخالفة أحكام المواد 5.4.6.7.8.9.10.11.12.13.14.20.21.22.23.24.25.26.27.28، نذكر منها المواد الأولية في حالتها الأصلية، وممارسة أسعار غير شرعية، والممارسات التجارية التدليسية، والممارسات التجارية غير النزيهة.

ويجب أن تكون المواد المحجوزة موضوع محضر جرد، والحجز الذي يقوم به الأعوان المؤهلون إما أن يكون حجز عيني أو اعتباري، والحجز العيني هو الحجز المادي للسلع أما الحجز الاعتباري هو كل حجز يتعلق بسلع لا يمكن لمرتكب المخالفة أن يقدمها لسبب ما.

في حالة الحجز العيني نصت المادة 41 على أن يكلف مرتكب المخالفة بحراسة المواد المحجوزة عندما يمتلك محلات للتخزين، حيث تشتمع المواد المحجوزة بالشمع الأحمر من طرف الأعوان المؤهلين وتوضع تحت حراسة مرتكب المخالفة، وإذا كان مرتكب المخالفة لا يملك محلات لتخزين تمنح الحراسة إلى إدارة أملاك الدولة التي تقوم بتخزين المواد المحجوزة تحت مسؤولية حارس الحجز إلى غاية صدور حكم قضائي وتكون تكاليف الحجز على عاتق مرتكب المخالفة.

وفي حالة الحجز الاعتباري نصت المادة 42 على أن تحدد قيمة المواد المحجوزة على أساس سعر البيع المطبق من طرف مرتكب المخالفة أو بالرجوع إلى سعر السوق، حيث يتم دفع المبلغ الناتج عن بيع السلع موضوع الحجز الاعتباري إلى الخزينة العمومية، ويطبق هذا الإجراء كذلك عندما يتعذر على مرتكب المخالفة تقديم المواد المحجوزة الموضوعة تحت حراسته في حالة الحجز العيني.

وإذا وقع الحجز على مواد سريعة التلف أو تقتضي ذلك حالة السوق أو لظروف خاصة يمكن للوالي المختص إقليميا طبقا للمادة 43 بناء على اقتراح المدير الولائي المكلف بالتجارة أن يقرر دون المرور بالإجراءات القضائية البيع الفوري من طرف محافظ البيع بالمزايدة أو تحويلها مجانا إلى الهيئات والمؤسسات ذات الطابع

¹ القانون 02/04 المؤرخ في: 2004/06/23 المعدل والمتمم والمحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.
² أحسن بوسقيعة، الوجيز في القانون الجزائي الخاص، دار هومه، الجزائر، 2006، ص: 243.

الاجتماعي والإنساني، وعند الاقتضاء إتلافها من طرف مرتكب المخالفة وذلك بحضور المصالح المؤهلة وتحت مراقبتها.

وفي حالة بيع السلع المحجوزة يودع المبلغ الناتج عن البيع لدى خزينة الولاية إلى غاية صدور حكم قضائي إما بالمصادرة أو برفع اليد، فإذا كان الحكم يقضي برفع اليد على حكم برفع اليد عن الحجز تعاد السلع المحجوزة إلى صاحبها وتتكفل الدولة بمصاريف الحجز، وعندما يصدر حكم برفع اليد عن حجز سلع تم بيعها أو التنازل عليها مجانا أو إتلافها يستفيد صاحبها من تعويض قيمة السلع المحجوزة على أساس سعر البيع المطبق من طرف صاحبها أثناء الحجز ولصاحب السلع التي صدر حكم برفع اليد على حجزها الحق في مطالبة الدولة بتعويض الضرر الذي لحقه¹.

3- الحق في تفتيش المحلات المهنية

تجيز المادة 52 للموظفين المؤهلين حرية الدخول إلى المحلات التجارية والمكاتب والملحقات وأماكن الشحن أو التخزين وبصفة عامة أي مكان باستثناء المحلات السكنية التي يتم دخولها بإذن من وكيل الجمهورية وبحضور ضابط شرطة قضائية طبقا للإجراءات التي يحددها قانون الإجراءات الجزائية.

ويمكن للأعوان المؤهلين ممارسة أعمالهم خلال نقل البضائع ويمكنهم كذلك عند القيام بمهامهم فتح الطرود والأمتعة بحضور المرسل أو المرسل إليه أو الناقل.

4- تحرير المحاضر

بعد انجاز التحقيقات من طرف الأعوان المؤهلين يتم تحرير تقارير تحقيق يحدد شكلها عن طريق التنظيم، وتثبت المخالفات في محاضر تبين دون شطب أو إضافة تواريخ وأماكن التحقيقات المنجزة والمعائنات المسجلة، وتتضمن هوية وصفية الموظفين الذين قاموا بالتحقيقات، وتبين هوية مرتكب المخالفة وتصنف المخالفة طبقا لأحكام هذا القانون وتسد عند الاقتضاء إلى النصوص المعمول، كما تبين العقوبات المقترحة من طرف الموظفين الذين حرروا المحاضر عندما يمكن أن تعاقب المخالفة بغرامة المصالحة، إذا كانت توجد بضاعة محل حجز تبين المحاضر ذلك وترفق بها وثائق جرد المواد المحجوزة.

وتنص الفقرة الأخيرة من المادة 56 على أن شكل المحاضر وبياناتها يتم تحديده عن طريق التنظيم.

وتحرر المحاضر في ظرف ثمانية أيام ابتداء من تاريخ نهاية التحقيق، ويجب أن تكون موقعة من طرف الموظفين الذين عاينوا المخالفة تحت طائلة البطلان، ويبين المحاضر بأن مرتكب المخالفة قد تم إعلامه بتاريخ ومكان تحريرها وتم إبلاغه بضرورة الحضور أثناء التحرير، ويوقع من طرف المخالف إذا كان حاضرا وفي

¹ زعبي عمار، مداخلة بعنوان: دور مصالح مديرية التجارة في حماية المستهلك، الملتقى الوطني الأول حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، المركز الجامعي، الوادي، أيام 13 و14 أفريل 2008، ص: 2.

حالة غيابه أو في حالة رفضه التوقيع أو مع موافقته بغرامة المصالحة المقترحة يقيد ذلك في المحضر، وللمحاضر المحررة طبقاً للإجراءات المنصوص عليها في هذا القانون حجة قانونية حتى يطعن فيها بالتزوير.

تبلغ المحاضر المثبتة للمخالفات طبقاً للمادة 55 من القانون 04-02 إلى المدير الولائي المكلف بالتجارة والذي يرسلها إلى وكيل الجمهورية المختص إقليمياً مع إمكانية إجراء المصالحة طبقاً لما يأتي بيانه عند الحديث عن المصالحة.

تسجل محاضر وتقارير التحقيق في سجل مخصص لهذا الغرض مرقم ومؤشر عليه حسب الأشكال القانونية، وللمدير الولائي المكلف بالتجارة كافة الصلاحيات للقيام بالتحقيق في تصريحات الأشخاص الذين حررت ضدهم محاضر، كما يمكنه أن يأمر بكل تحقيق تكميلي أو بحث أو تدقيق تكميلي يراه ضروري ويرفق ذلك بالمحضر¹.

المطلب الثاني: طرق متابعة المخالفات

من خلال المادتين 55 و56 من القانون 02/04 أن المخالفات متى أثبتت تسوى عن طريقتين (الطريق القضائي والطريق الودي).

أولاً: الطريق القضائي

يشكل الطريق القضائي الطريق الأصلي طبقاً لما يتبين من خلال المادة 60 وتكون المبادرة بالمتابعة لوكيل الجمهورية الذي يتلقى المحاضر المثبتة للمخالفات من المدير الولائي المكلف بالتجارة ويقرر ما يتخذه بشأنها، وتبقى للنياحة العامة سلطة الملاءمة، فهي صاحبة الدعوى العمومية تحركها وتباشرها دون سواها، فلا يعترف القانون للإدارة المكلفة بالتجارة بأي دور في المتابعة الجزائية، ولا تخضع المتابعة لأي قيد مسبق².

كما يمكن طبقاً لنص المادة 65 لجمعيات حماية المستهلك والجمعيات المهنية التي أنشئت طبقاً للقانون وكل شخص طبيعي أو معنوي ذي مصلحة القيام برفع دعوى أمام العدالة ضد كل عون اقتصادي قام بمخالفة أحكام هذا القانون، ويعتبر الطريق القضائي إجباري في حالتين:

- الحالة الأولى: مرتكب المخالفة عائداً.

- الحالة الثانية: الجريمة معاقب عليها بغرامة يتجاوز مبلغها 3000.000.00 دج.

وفي الحالات الأخرى يكون الطريق القضائي محتملاً، فإذا تمت الإحالة على المحكمة فإن المتابعة تكون طبقاً لقواعد القانون العام، فالنياحة وحدها من له حق طلب توقيع العقوبة والمصادرة.

¹ أحسن بوسقيعة، الوجيز في القانون الجزائي الخاص، مرجع سابق، ص: 246.

² نفس المرجع، ص: 247.

ثانيا: الطريق الودي

طبقا للمادة 60 الفقرة الثانية فإن المصالحة طريق استثنائي يمكن للمدير الولائي المكلف بالتجارة أن يقبلها من الأعوان الاقتصاديين متى توافرت شروطها وهي موضوعية وإجرائية تتمثل فيما يلي:¹

1- الشروط الموضوعية:

• بالنسبة لمرتكب المخالفة: تتطلب المصالحة توافر شرطين:

- الشرط الأول: ألا يكون المخالف في حالة عود طبقا لنص المادة 62، والعود المنصوص عليه والذي جاءت به المادة 2/47 من القانون 02/04 والتي تعتبر في حالة عود كل عون اقتصادي يقوم بمخالفة أخرى لها علاقة بنشاطه خلال السنتين التي تلي انقضاء العقوبة السابقة المتعلقة بنفس النشاط.

فإذا كان المخالف عائد بمفهوم المادة 2/47 فإنه لا يستفيد من المصالحة، بل يرسل المحضر مباشرة من طرف المدير الولائي المكلف بالتجارة إلى وكيل الجمهورية المختص إقليميا قصد المتابعة الجزائية.

- الشرط الثاني: أن تكون العقوبة المقررة قانونا للمخالفة أقل من ثلاثة ملايين دينار، وفي هذا الإطار تنص المادة 60 الفقرة الأخيرة أنه "عندما تكون المخالفة المسجلة في حدود غرامة تفوق ثلاثة ملايين دينار فإن المحضر يرسل مباشرة من طرف المدير الولائي المكلف بالتجارة إلى وكيل الجمهورية المختص إقليميا".

• بالنسبة للإدارة: لا بد أن يكون ممثل الإدارة مختص لإجرائها، وقد وزعت المادة 60 اختصاص إجراء المصالحة بين المدير الولائي المكلف بالتجارة والوزير المكلف بالتجارة على النحو التالي:

- يختص المدير الولائي المكلف بالتجارة بقبول المصالحة من الأعوان الاقتصاديين المخالفين إذا كانت المخالفة المعايينة معاقب عليها قانونا بغرامة تقل أو تساوي مليون دينار، وذلك بالاستناد على المحضر المعد من طرف الأعوان المؤهلين، وبالنظر إلى العقوبات المقررة. حيث يختص المدير الولائي بإجراء المصالحة في الجرائم التالية: عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات المعاقب عليها بالمادة 31 باعتبار أن الغرامة المقررة لها تتراوح ما بين عشرة آلاف دينار ومائة ألف دينار، عدم الإعلام بشروط البيع المعاقب عليه بالمادة 32 باعتبار أن الغرامة المقررة لها تتراوح بين عشرة آلاف دينار إلى خمسين ألف دينار، الفاتورة غير المطابقة المعاقب عليها بنص المادة 34 بغرامة تتراوح من عشرة آلاف دينار إلى خمسين ألف دينار، وممارسة أسعار غير شرعية المعاقب عليها طبقا للمادة 36 بغرامة من عشرين ألف دينار إلى عشر ملايين دينار.

- يختص الوزير المكلف بالتجارة طبقا لنص المادة 60/3 بقبول المصالحة من الأعوان الاقتصاديين المخالفين إذا كانت المخالفة معاقب عليها بغرامة تفوق المليون دينار وتقل عن ثلاثة ملايين دينار، وذلك بالاستناد إلى المحضر المعد من طرف الموظفين المؤهلين والمرسل من طرف المدير الولائي المكلف بالتجارة، وبالإستناد

¹ القانون 02/04، مرجع سابق.

إلى النصوص التي تعاقب على هذه المخالفات يكون الوزير مختص بإجراء المصالحة في الجرائم التالية: عدم الفوترة إذا تجاوز المبلغ الذي كان يجب فوترته مليون ومائتين وخمسون ألف دينار، الممارسات التجارية غير الشرعية المتمثلة في رفض البيع والبيع المشروط، ممارسة نفوذ على عون اقتصادي آخر مثل البيع بسعر أقل من سعر التكلفة أو إعادة بيع المواد الأولية في حالتها الأصلية وهي كلها مخالفات تنراوح الغرامة المقررة لها بين مليون دينار وثلاثة ملايين دينار، الممارسات التجارية التدليسية والمعاقب عليها طبقا لنص المادة 37 بغرامة من ثلاثمائة ألف دينار إلى عشرة ملايين دينار، الممارسات التجارية التعاقدية التعسفية والمعاقب عليها طبقا لنص المادة 38 بغرامة من خمسين ألف دينار إلى خمسة ملايين دينار، الممارسات التجارية غير النزيهة والمعاقب عليها بنص المادة 38 بغرامة من خمسين ألف دينار إلى خمسة ملايين دينار.

2- الشروط الشكلية:

إن المصالحة في مجال مخالفات القواعد المطبقة على الممارسات التجارية مثلها مثل المصالحة في المجال الجمركي ومجال الصرف ليست حقا لمرتكب المخالفة، ولا هي إجراء إلزامي بالنسبة للإدارة، إنما هي آلية جعلها المشرع في متناولهما، إذ يجوز لمرتكب المخالفة أن يطلبها والإدارة ليست ملزمة بقبولها ولا حتى بالرد عليها.

لكن الأمر الملاحظ في هذا المجال أن المشرع خرج عن قانون الجمارك وقانون الصرف فيما يتعلق باقتراح المصالحة، فاقترحها في قانون الجمارك وقانون الصرف يكون من طرف المخالف ولا يجوز للإدارة اقتراحها، أما في ظل القانون 02/04 فاقترح المصالحة يكون من طرف الإدارة وهو ما يستتف من المادة 61، حيث تقترح الإدارة المختصة على مرتكب المخالفة غرامة صلح في حدود العقوبات المالية المنصوص عليها في القانون وللاعووان الاقتصاديين المخالفين الحق في معارضة غرامة الصلح في أجل ثمانية أيام ابتداء من تاريخ تسليمه المحضر، ويمكن للمدير الولائي المكلف بالتجارة أو وزير التجارة كل حسب صلاحياته تعديل مبلغ غرامة الصلح في حدود العقوبات المنصوص عليها قانونا¹.

عند اقتراح المصالحة يكون العون الاقتصادي أمام ثلاث خيارات:

- إما قبول عرض الإدارة للمصالحة.
 - وإما قبوله مع التحفظ على مبلغ الغرامة المقترح، وفي هذه الحالة يطعن في غرامة الصلح.
 - وإما برفض عرض الإدارة للمصالحة.
- إذا ما قبلت المصالحة فإن الأشخاص المتابعون يستفيدون من تخفيض يقدر بـ 20% من مبلغ الغرامة المحتسبة.

¹ أحسن بوسقيعة، الوجيز في القانون الجزائري الخاص، مرجع سابق، ص: 250.

في حالة رفض العون الاقتصادي للمصالحة فإن الملف يحال مباشرة من قبل المدير الولائي المكلف بالتجارة على وكيل الجمهورية المختص إقليميا قصد المتابعة الجزائية، وكذلك الحال بالنسبة لعدم دفع غرامة المصالحة في أجل 45 يوما ابتداء من تاريخ الموافقة على المصالحة.

المطلب الثالث: العقوبات الجزائية للمخالفين

يتم التطرق في هذا المطلب إلى العقوبات المقررة لمخالفة قواعد الشفافية والمقررة لمخالفة قواعد نزاهة الممارسات التجارية¹، مع التطرق لحالة العود وظروف التخفيف.

أولاً: العقوبات الجزائية المقررة لمخالفة قواعد الشفافية

لقد ميز المشرع الجزائري بين العقوبات الأصلية والعقوبات التكميلية:

1- العقوبات الأصلية: هذا النوع من العقوبات يتمثل أساسا في عقوبة الغرامة دون الحبس على النحو الآتي:

- بالنسبة لمخالفة عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات: العقوبة المقررة طبقا لنص المادة 31 هي الغرامة من خمسة آلاف دينار إلى مائة ألف دينار.

كما يمكن أن تشكل مخالفة عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات إذا كان عدم الإعلام ينصب على عدم وضع العلامة على السلعة أو الخدمة والمنصوص عليها في المادة الثالثة من القانون المتعلق بالعلامات والمعاقب عليها بنص المادة 33 منه بالحبس من شهر إلى سنة وغرامة من خمسمائة ألف دينار إلى مليوني دينار، وفي هذه الحالة تطبق المبدأ العام المنصوص عليه في قانون العقوبات ونأخذ بالوصف الأشد و المتمثل في هذه الحالة في نص المادة 33 من القانون المتعلق بالعلامات.

- بالنسبة لمخالفة عدم الإعلام بشروط البيع : العقوبة المقررة طبقا لنص المادة 32 من القانون 02/04 هي الغرامة من عشرة آلاف دينار إلى مائة ألف دينار.

- بالنسبة لمخالفة عدم الفوترة : تعاقب المادة 33 من القانون 02/04 بغرامة نسبية تقدر ب 80 % من المبلغ الذي كان يجب فوترته مهما بلغت قيمته، و كذلك تطبق نفس العقوبة متى وجدت الفاتورة لكنها غير مطابقة في الاسم أو العنوان الاجتماعي للبائع أو المشتري و كذا رقم تعريفه الجبائي، أو الكمية وسعر الوحدة، وتطبق العقوبة المذكورة بغض النظر عن العقوبات المنصوص عليها في التشريع الجبائي متى كانت تشكل مخالفة عدم الفوترة جريمة الغش الجبائي.

وقد تشكل جريمة عدم الفوترة جريمة جمركية إذا تعلق الأمر بحيازة بضاعة حساسة قابلة للتهريب عبر كامل الإقليم الجمركي، والمنصوص عليها في المادة 226 من قانون الجمارك والمحددة قائمتها بموجب القرار الوزاري الصادر عن وزير المالية بتاريخ: 1994/11/30 و تقوم الجريمة الجمركية متى تم ضبط البضاعة بحوزة المخالفين عبر كامل الإقليم الجمركي وعجزوا عن تبريرها بمستندات²، وتعاقب المادة العاشرة الفقرة الأولى من

¹ أحسن بوسقيعة . مرجع سابق، ص: 251.

² قرار رقم: 287833 المجلة القضائية، العدد الثاني، سنة 2004، ص: 481.

الأمر 06/05 المؤرخ في: 2005/08/23 المعدل و المتمم المتعلقة بمكافحة التهريب بالحبس من سنة إلى خمس سنوات وغرامة تساوي خمس مرات قيمة البضاعة المصادرة، وفي هذه الحال تطبق الوصف الأشد والمتمثل في المادة العاشرة الفقرة الأولى من قانون مكافحة التهريب.

- بالنسبة لمخالفة تحرير فاتورة غير مطابقة: تعاقب المادة 34 من القانون 02/04 بغرامة من عشرة آلاف دينار إلى خمسين ألف دينار، شريطة ألا تنصب عدم المطابقة على الاسم أو العنوان الاجتماعي للبائع أو المشتري، وكذا رقم تعريفه الجبائي أو الكمية أو سعر الوحدة.

2- العقوبات التكميلية

تتمثل العقوبات التكميلية في المصادرة و نشر الحكم كما يلي:

- المصادرة: في إطار المخالفات الماسة بقواعد الشفافية تجيز المادة 44 من القانون 02/04 للقاضي الحكم بمصادرة السلع المحجوزة في حالتي عدم الفوترة وعدم مطابقة الفاتورة، فإذا كانت السلع محجوزة حجز عيني و تمت مصادرتها فإنها تسلم إلى إدارة أملاك الدولة التي تتولى عملية بيعها بالمزاد العلني، ويصبح مبلغ بيع السلع التي تمت مصادرتها مكتسبا للخزينة العمومية، أما إذا كان الحجز اعتباري فإن المصادرة تطال قيمة الأملاك المحجوزة بكاملها أو جزء منها.

- نشر الحكم: تجيز المادة 48 من القانون 02/04 للقاضي وفي جميع مخالفات قواعد الشفافية الحكم على نفقة المحكوم عليه بنشر الحكم كاملا أو خلاصة منه في الصحافة الوطنية، أو لصقه بأحرف بارزة في أماكن يحددها في حكمه¹

ثانيا: العقوبات الجزائية المقررة لمخالفة قواعد النزاهة

تتميز العقوبات المقررة لهذه الفئة من المخالفات بأنها أكثر شدة و ردع من الأولى وهي بدورها تتمثل في عقوبات أصلية وأخرى تكميلية.

1- العقوبات الأصلية

- بالنسبة للممارسات التجارية غير الشرعية: تعاقب المادة 35 من القانون 02/04 على هذه الممارسات، والمتمثلة في رفض البيع، البيع المشروط، ممارسة نفوذ على عون اقتصادي آخر، بيع السلع بسعر أدنى من سعر تكلفتها الحقيقي وبيع المواد الأولية في حالتها الأصلية بغرامة من مائة ألف دينار إلى ثلاثة ملايين دينار. وإذا تعلق الأمر بإعادة بيع مواد أولية مستوردة في حالتها الأصلية نكون أمام تعدد الأوصاف، فبالإضافة إلى نص المادة 35 أعلاه فإن المخالفة تخضع كذلك إلى نص المادة 9/325 من قانون الجمارك والمتمثلة في تحويل بضاعة عن مقصدها الامتيازي والتي تعاقب بمصادرة البضاعة محل الغش، والبضاعة التي تخفي الغش وغرامة تساوي قيمة البضاعة المصادرة، وفي هذه الحالة تطبق المبدأ العام المتضمن الوصف الأشد.

¹ طبقا لنص المادة 18 من قانون العقوبات فإن مصاريف النشر لا يجوز أن تتجاوز المبلغ الذي يحدده القاضي في حكمه لهذا الغرض، كما يجب ألا تتجاوز مدة التعليق أو النشر شهرا واحدا.

- بالنسبة لممارسة أسعار غير شرعية : تعاقب المادة 36 من القانون 06/10 على ممارسة أسعار غير شرعية بغرامة من عشرين ألف دينار إلى عشرة ملايين دينار¹.

- بالنسبة للممارسات التجارية التدليسية : تعاقب المادة 37 من القانون 02/04 على الممارسات التجارية التدليسية بغرامة من ثلاثمائة ألف دينار إلى عشرة ملايين دينار وذلك بغض النظر عن العقوبات المنصوص عليها في التشريع الجبائي، كما قد يشكل تحرير فواتير وهمية أو فواتير مزيفة جنحة التزوير في المحررات التجارية والتي تعاقب عليها المادة 219 من قانون العقوبات بالحبس من سنة إلى خمسة سنوات و غرامة من عشرين ألف دينار إلى مائة ألف دينار.

وقد تشكل الممارسات التجارية التدليسية في صورة حيازة مخزون من المنتجات بهدف تحفيز الارتفاع غير المبرر للأسعار جنحة المضاربة غير المشروعة المعاقب عليها بنص المادة 172 من قانون العقوبات بالحبس من ستة أشهر إلى خمس سنوات وغرامة من عشرين ألف دينار إلى مائتي ألف دينار.

- بالنسبة للممارسات التجارية غير النزيهة : تعاقب المادة 38 من القانون 02/04 الممارسات التجارية غير النزيهة بغرامة من خمسين ألف دينار إلى خمسة ملايين دينار، وإذا تعلق الأمر بتقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتوجاته طبقا للمادة 2/27 من القانون 02/04 فإن هذا الفعل معاقب عليه كذلك بنص المادة: 32 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، والتي تعاقب بالحبس من ستة أشهر إلى سنتين وبغرامة من مليونين وخمسمائة ألف دينار إلى عشرة ملايين دينار أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط، وهنا تطبق الوصف الأشد وهو نص المادة 32 من قانون العلامات.

- بالنسبة للممارسات التعاقدية التعسفية : تعاقب المادة 38 من القانون 02/04 على هذه الممارسات بغرامة من خمسين ألف دينار إلى خمسة ملايين دينار.

وقد نصت المادة 64 من القانون 02/04 على حكم يطبق على جميع مخالفات أحكام هذا القانون وهو جمع الغرامات مهما كانت طبيعة المخالفة المرتكبة، وهو نفس الحكم الذي تضمنته المادة 36 من قانون العقوبات والتي تنص على ضم العقوبات المالية ما لم يقرر القاضي خلاف ذلك بنص صريح ، وعبارة الضم المنصوص عليها في قانون العقوبات يقصد بها جمع العقوبات المالية في حالة تعدد المحاكمات، وليس دمج العقوبات، والأصل أن تجمع العقوبات المالية المقضي بها في حالة تعدد الجرائم ما لم يقرر القاضي خلاف ذلك في حكمه ، وبالتالي إذا تعددت المخالفات وتمت الإدانة على أساسها تجمع الغرامات حتى ولو كانت إحداها تتعلق بقواعد الشفافية والأخرى بقواعد النزاهة.

2- العقوبات التكميلية

- المصادرة : طبقا للمادة 44 المتعلقة بالمصادرة يمكن للقاضي الجزائري أن يطبق عقوبة المصادرة على المخالف في حالة ارتكابه إحدى مخالفات قواعد النزاهة الآتية:²

¹ الجريدة الرسمية الجزائرية، العدد: 46، 2010/08/18، ص: 36.

² القانون 02/04، مرجع سابق.

- إعادة بيع سلع بسعر أدنى من سعر تكلفتها الحقيقي.
- ممارسة أسعار غير شرعية.
- الممارسات التجارية التدليسية.
- الممارسات التجارية غير النزيهة بحكم القانون في حالة تقليد العلامات والمنتجات.
- الإخلال بتنظيم السوق وإحداث اضطرابات فيها، والإشهار التضليلي.

وعندما يصدر الحكم بالمصادرة على سلع كانت موضوع حجز عيني تسلم هذه المواد إلى إدارة أملاك الدولة التي تقوم ببيعها في المزاد العلني، وفي حالة الحجز الاعتباري تكون المصادرة على قيمة الأملاك المحجوزة بكاملها أو على جزء منها، بحيث يصبح المبلغ المحجوز مكتسب للخزينة العمومية.

وعندما يصدر الحكم برفع اليد عن السلع المحجوزة تعاد إلى صاحبها و تتحمل الدولة التكاليف المرتبطة بالحجز، وإذا كانت السلع قد تم بيعها أو التنازل عليها مجانا أو إتلافها يستفيد صاحبها من تعويض قيمة السلع المتصرف فيها على أساس سعر البيع المطبق من طرف صاحبها أثناء الحجز، ولهذا الأخير الحق في طلب التعويض من الدولة عن الضرر الذي لحق به¹.

- نشر الحكم : يجوز لقاضي الحكم طبقا لنص المادة 48 الحكم على نفقة المحكوم عليه بنشر الحكم كاملا أو خلاصة منه في الصحافة الوطنية أو لصقه بأحرف بارزة في الأماكن التي يحددها الحكم.

ثالثا: حالة العود وظروف التخفيف

1- حالة العود

يعتبر المخالف في حالة عود طبقا لنص المادة 47 من القانون 02/04 متى ارتكب مخالفة أخرى رغم صدور عقوبة في حقه منذ أقل من سنتين، و مادامت جل مخالفات القواعد المطبقة على الممارسات التجارية جنح فإن العود يطبق من طرف القاضي إجباريا طبقا لنص المادة 54 مكرر 3 من قانون العقوبات، وفي هذه الحالة تضاعف العقوبة، لكن الملاحظ على المادة 54 مكرر 3 فإن الحد الأقصى وحده هو الذي يضاعف وجوبا دون الحد الأدنى وهذا بخلاف المادة 3/47 التي تنص على مضاعفة العقوبة "الحد الأدنى والأقصى"، وتضيف المادة 47 في فقرتها الثالثة أنه يمكن للقاضي أن يمنع العون الاقتصادي المحكوم عليه من ممارسة نشاطه بصفة مؤقتة لا تتجاوز 10 سنوات، فضلا عن ذلك يمكن الحكم عليه بعقوبة الحبس من ثلاثة أشهر إلى 5 سنوات.

2- ظروف التخفيف

لم ينص المشرع على حكم خاص فيما يتعلق بظروف التخفيف، لذلك نرجع للقواعد العامة الم نصوص عليها في قانون العقوبات، و بالتالي يجوز للقاضي منح ظروف التخفيف للمخالف لكن يجب مراعاة إن كان المخالف غير مسبوق أو سبق الحكم عليه.

¹ زعبي عمار، مرجع سابق، ص: 04.

- إذا كان المخالف لم يسبق الحكم عليه منذ أقل من سنة طبقا لنص المادة 47 من القانون 02/04 فإنه يجوز للقاضي النزول بالعقوبة إلى الحد الأدنى المقرر للجنح و هو عشرون ألف دينار طبقا لما تنص عليه المادة 53 مكرر 4 من قانون العقوبات وذلك في الحالات التي يكون فيها الحد الأدنى المقرر أكثر من عشرين ألف دينار وفي الحالات التي قرر فيها القانون عقوبة حدها الأدنى أقل من عشرين ألف دينار 1 ينزل القاضي عند تطبيق ظروف التخفيف إلى الحد الأدنى المقرر لهذه المخالفات.

- إذا كان المخالف مسبق قضائيا : نلاحظ أن نص المادة 53 مكرر 5 من قانون العقوبات لا يعتبر عقوبة الغرامة من السوابق القضائية، وبالتالي يجوز للقاضي تطبيق ظروف التخفيف.

وفي مجال تطبيق العقوبة يجوز للقاضي الحكم بعقوبة غرامة موقوفة التنفيذ كليا أو جزئيا و ذلك بموجب حكم مسبب طبقا لنص المادة 593 من قانون الإجراءات الجزائية ووقف التنفيذ جائز حتى و لو سبق الحكم على المخالف لارتكابه مخالفة من مخالفات القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ذلك أن المشرع لم يمنع القضاة من منح وقف التنفيذ إلا إذا سبق الحكم على الجناة بعقوبة الحبس لجنابة أو جنحة من جرائم القانون العام، وأن جميع المخالفات المنصوص عليها في القانون المتعلق بقواعد الممارسات التجارية معاقب عليها بعقوبة الغرامة فقط.

المطلب الرابع : الجزاءات الإدارية

أجاز المشرع للإدارة ممثلة في الوالي توقيع جزاءات إدارية على المخالفين للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، و تتمثل هذه الجزاءات في الغلق الإداري و نشر قرار الغلق.

أولا: غلق المحلات التجارية

طبقا للمادة 46 من القانون 02/04 المعدلة بالقانون 06/10 يمكن للوالي المختص إقليميا أن يتخذ قرارات إدارية بغلق المحلات التجارية و فق الشروط التالية:

- يتخذ القرار بناء على اقتراح من المدير الولائي المكلف بالتجارة.
 - ألا يتجاوز قرار الغلق 60 يوما.
 - أن يكون موضوع المخالفة يتمثل في عدم الفوترة، عدم اكتساب صفة التاجر، إعادة بيع المواد الأولية في حالتها الأصلية، ممارسة أسعار غير شرعية، الممارسات التجارية التدليسية، الممارسات التجارية غير النزيهة والإشهار غير الشرعي وكل معارضة للأعوان المكلفين بالرقابة.
- وإذا كان المخالف في حالة عود فإن المادة 1/47 أجازت للوالي اتخاذ قرار الغلق مع مراعاة الشرطين الأول والثاني و ذلك مهما كان موضوع المخالفة.

و قد منحت المادة 46 ضمانات للمخالف تتمثل في دعوى الإلغاء ضد القرار الصادر عن الوالي أمام المحكمة الادارية، وإذا تم إلغاء القرار من طرف هذه الأخيرة يمكن للوعون الاقتصادي المتضرر رفع دعوى التعويض أمام الغرفة الإدارية الواقع بدائرة اختصاصها الولاية التي صدر عنها قرار الغلق.

ثانيا: نشر قرار الغلق

يمكن للوالي طبقا للمادة 48 من القانون 02/04 أن يأمر وعلى نفقة المخالف بنشر قرار الغلق كاملا أو ملخص منه في الصحافة الوطنية أو لصقه بأحرف بارزة في الأماكن التي يحددها الوالي في قراره.

ثالثا: تبليغ المركز الوطني للسجل التجاري

تطبيقا لنص المادة 32 من القانون 18/99 المؤرخ في: 1990/08/22 المتعلق بالسجل التجاري المعدل والمتمم التي تنص (يتلقى المركز الوطني للسجل التجاري من المحاكم والسلطات الإدارية المعنية جميع القرارات أو المعلومات التي يمكن أن تنجر عنها تعديلات أو يترتب عليها منع من صفة التاجر) صدر المرسوم التنفيذي 318/2000 المؤرخ في: 2000/10/16 يحدد كيفية تبليغ المركز الوطني للسجل التجاري، و يتعلق الأمر طبقا لنص المادة الثانية من هذا المرسوم بقرارات قضائية نهائية، وبالنسبة للقرارات الإدارية موضوع الإخطار يجب أن تتعلق بسحب السلطات المعنية التراخيص الممنوحة لممارسة نشاط تجاري.

1- بالنسبة لأحكام القضائية

باستقراء أحكام القانون 02/04 فإنه لا يتضمن أحكام يترتب عليها القضاء تعديلات على صفة التاجر باستثناء حالة العود أين أجازت المادة 3/47 للقاضي إمكانية منع العون الاقتصادي المحكوم عليه من ممارسة نشاطه بصفة مؤقتة لمدة لا تتجاوز 10 سنوات، وفي هذه الحالة وعندما يصبح الحكم القضائي نهائي يرسل طبقا لنص المادة الرابعة من المرسوم التنفيذي المذكور أعلاه في مدة ثلاثة أشهر إلى المديرية العامة للمركز الوطني للسجل التجاري من طرف النيابة العامة لكل مجلس قضائي، ويقوم المركز الوطني للسجل التجاري بإبلاغ مصالحه المحلية بالمعلومات المتحصل عليها لتطبيقها¹

2- بالنسبة للقرارات الإدارية

تنص المادة الثالثة من المرسوم التنفيذي المذكور أعلاه على أن القرارات الإدارية التي يتم تبليغها للمركز الوطني للسجل التجاري تتعلق بسحب السلطات المعنية التراخيص الممنوحة لممارسة نشاط تجاري، وبالرجوع إلى القانون 02/04 فإن القرارات الإدارية التي يتخذها الوالي المختص إقليميا تتعلق إما بالغلق الإداري المؤقت أو بنشر قرارات الغلق و بالتالي لا تتعلق بسحب التراخيص الممنوحة لممارسة النشاط التجاري و من ثمة لا مجال لتبليغ قرارات الوالي إلى المركز الوطني للسجل التجاري متى تعلق الأمر بمخالفة القواعد المطبقة على الممارسات التجارية².

¹ تاعويلت كريم، مرجع سابق، ص: 14.

² المادة 46 من القانون 02/04.

خاتمة الفصل

لقد تم في هذا الفصل التعرف على مختلف الآليات المؤسسية والتنظيمية لحماية المستهلك في الجزائر للتعرف على مكانة حماية المستهلك في التنظيم والتشريع الجزائريين بحيث أن حماية المستهلك ولكي تكون فعالة لا بد من أن تتم بطريق منظمة ومن طرف أعوان مؤهلين لذلك يقومون باتباع قوانين وتشريعات معينة وبيانهاج أساليب وإجراءات إدارية محددة وذلك لتؤتي هذه العملية أكلها .

وكإبحار في الموضوع المطروح تم التعرف على أهم المؤسسات التي تعنى بحماية المستهلك، حيث تم في هذا النسق التعرف على كل من المصالح الخارجية لوزارة التجارة والمركز الوطني للسجل التجاري وكذا كل من مجلس المنافسة وجمعيات الدفاع عن حقوق المستهلك، فكما أن الدولة الجزائرية خصصت جملة من الآليات المؤسسية لحماية المستهلكين من أي أخطار يواجهونها فقد لازم ذلك جملة من القوانين والتشريعات حددت كيف يتم ذلك حيث تم التعرف على كافة الإجراءات المتخذة لحماية المستهلك على غرار كيفية معاينة المخالفات وإثباتها وطرق متابعتها والعقوبات الجزائية والإدارية المفروضة على المخالفين.

ومن أجل دراسة أوضح لهذا الموضوع وكمحاولة للوصول لفهم أوسع وأشمل لكافة جوانبه وجب التركيز على الجانب التطبيقي وذلك من خلال القيام بدراسة ميدانية أختيرت مديرية التجارة لولاية تبسة لهذا الغرض كونها تعد من أهم الأجهزة الإدارية التي تعنى بحماية المستهلك من مخاطر الغش التجاري، وهو ما سيتم عرضه في الفصل الموالي.



الفصل الثالث

واقع حماية المستهلك من الغش
التجاري في الجزائر - دراسة حالة
بمديرية التجارة لولاية تبسة

تمهيد:

لقد تم في الفصلين الأول والثاني التطرق إلى كافة الجوانب النظرية للموضوع أين تم التعرف على مصطلح حماية المستهلك كونه يلقي أهمية بالغة وغير مسبوق جعلته الشغل الشاغل للجميع أين نصبتة الكثير من الدول والحكومات من بين الأولويات في صياغة استراتيجياتها الاقتصادية، كذلك شمل الجانب النظري مختلف الآليات المخصصة لذلك سواء المؤسساتية أو التنظيمية التي تطور الاهتمام بها في الآونة الأخيرة بشكل غير مسبوق وهو الأمر الذي يتجلى في التشريعات والقوانين والكيانات الإدارية والمؤسسية المستحدثة والتي ترمي في مجملها إلى توفير حماية شاملة للمستهلك، حيث تم التطرق إلى مختلف المتعلقات الخاصة به، وقد تم التعرّيج في هذا الجزء النظري على مختلف العقوبات التي يمكن أن تمس المتقاعسين والمهتدين لصحة وقدرة المستهلك الشرائية.

وانطلاقاً من ذلك وكرغبة منا لتبيان ما يكتسبه الموضوع من أهمية بالغة ولتكون الصورة أوضح تم التفكير في دراسة متغيرات الموضوع المدروس في الواقع وذلك على نطاق ولايتنا حيث تم في هذا الصدد التقرب من مصالح مديرية التجارة لولاية تبسة كونها من بين أهم الأجهزة الرقابية التي تعنى بحماية المستهلك بالولاية. وفي هذا الصدد يأتي هذا الفصل (دراسة الحالة) لتسليط الضوء على الجانب التطبيقي في الموضوع المدروس، حيث يتم فيه التطرق إلى النقاط التالية:

- تقديم عام عن مديرية التجارة لولاية تبسة؛
- دراسة تقييمية لحصيلة نشاط المصالح الرقابية بالمديرية خلال سنة 2016؛

المبحث الأول: تقديم عام عن مديرية التجارة لولاية تبسة

مديرية التجارة لولاية تبسة هي إحدى المديريات التنفيذية الولائية وهي تنظيم إداري يخضع لوصاية وزارة التجارة نظرا لأهمية الأداء لا سيما في مجال عمليات الرقابة الميدانية (الممارسات التجارية، النوعية وقمع الغش) خاصة وأن الجزائر على أبواب الدخول إلى المنظمة العالمية للتجارة، الأمر الذي يستدعي مزيدا من العمل بغية الوصول إلى تنظيم السوق الوطنية بما يسمح بإرساء شراكة فعالة مع بقية الدول في المجال التجاري.

تتمثل مهام المديرية الولائية للتجارة في تنفيذ السياسة الوطنية المقررة في ميادين التجارة الخارجية والمنافسة وحماية المستهلك وقمع الغش وتنظيم النشاطات التجارية والمهن المقننة والرقابة الاقتصادية وعليه فقد تم تقسيم هذا الفصل إلى المباحث الموالية

المطلب الأول: عموميات حول مديرية التجارة

أولا: نشأة مديرية التجارة لولاية تبسة

جاء التقسيم الإداري لعام 1974 والذي تحولت بموجبه دائرة تبسة إلى ولاية بعدما كانت إقليميا تابعة إلى ولاية عنابة وبما أن عدد التجار وصل إلى 17050 من طبيعي ومعنوي حسب الإحصائيات موزعين إلى غاية 31 ديسمبر 2006 خاصة بالمناطق الحضرية بمعدل 01 تاجر إلى 05 تاجر لكل 100 ساكن حسب الكثافة السكانية.

ونظرا لاتساع الرقعة الترابية للولاية وموقعها الحدودي وكافة المبادلات التجارية وتنوعها أدت الضرورة لإنشاء ما يعرف بمديرية المنافسة والأسعار التي تنصب كافة مهامها على الاستمرار والتحسين الدائم لمجالات التجارة التي ترقى جودة المنتج الوطني.

ونظرا للتطور الاقتصادي والاجتماعي الذي شهدته الولاية، تغيرت تسميتها سنة 2005 لتصبح مديرية التجارة ولقد ركزت هذه المديرية نشاطها في المحافظة على استمرارية تمويل السوق والنظافة واحترام شفافية المعاملات التجارية وقواعد المنافسة الحرة.

ثانيا: تعريف مديرية التجارة لولاية تبسة

أنشأت مديرية التجارة سنة 1974 أين شغلت هذه المديرية حيزا استراتيجيا ساعد على تأدية مهامها في أحسن الأحوال، إذ تقع ضمن جملة من المؤسسات العمومية المهمة الأخرى كشركة مناجم الفوسفات SOMIPHOS مديرية الصحة والسكان، مركز التعليم والتكوين عن بعد، مديرية الضرائب، مديرية الخزينة العمومية... الخ ويعتبر موقع مديرية التجارة موقعا مهما في ولاية تبسة، إذ يسمح لها بسهولة التنسيق مع المصالح الأخرى، إذ يحدها من الشمال جملة من المؤسسات التعليمية ومن الشرق شركة SOMIPHOS ، أما غربا فيحدها طريق جبل الجرف

أما جنوبا فالعديد من المجمعات التجارية، وتتربع هذه المديرية على مساحة تقدر بـ 1000 م²، وتؤدي المديرية دور محوري في محاربة كل المخالفات التي من شأنها المساس بالتجارة وعرقلة رقي المنافسة¹.

توظف مديرية التجارة 164 موظف منهم 109 عون ينتمون إلى السلك التقني 55 عون ينتمون للأسلاك الإدارية أي أن ما يقارب 67 % من أصل الموظفين التابعين لمديرية التجارة بالولاية يمارسون الأعمال المنوطة بهم ميدانيا، ويتوزع إجمالي العمال على 05 مصالح و13 مكتب².

ثالثا: دور، أهمية وأهداف مديرية التجارة لولاية تبسة

هناك عدة مهام وأدوار تقوم بها مديرية التجارة للعمل على حماية القواعد المتعلقة بالمنافسة والممارسات التجارية وحماية المستهلك وقمع الغش.

1- دور مديرية التجارة لولاية تبسة

تقوم مديرية التجارة بدور فعال والمتمثل في:³

- تسهر على العمل على حماية القواعد المتعلقة بالمنافسة طبقا لشرط التنافس السليم الصادق بين المتعاملين كما تقترح ملائمة التنظيم في ميدان المنافسة والأسعار والنوعية والجودة وتنظيم التجارة تسهر على تطبيق كل النصوص ذات الطابع التشريعي والتنظيمي المتعلقة بالأسعار والمنافسة والنوعية والتنظيم التجاري.
- تساهم في تطوير قانون المنافسة والترقية في ميدان الإنتاج والتوزيع تتابع تطورات الأسعار ومؤشرات الإنتاج والاستهلاك، تطبيق سياسة مراقبة الأسعار والممارسات التجارية المضاربة الكبرى، تتابع تسيير الشؤون القانونية والمنازعات القانونية المرتبطة بأعمال مراقبة الجودة وقمع الغش، التقييم والرقابة المستمرة على المستوى المحلي لمنظومة الإعلام مع منظومة الإعلام الوطنية بشأن الأسعار وتطوراته ومبررات السوق ووضع تقديم مساعداتها للمتعاملين الاقتصاديين وجمعيات حماية المستهلك، تشارك مع الهيئات المعنية في الدراسة والتحقيق لإعداد المقاييس العامة والخاصة في مجال النظافة والأمن والتي تطبق على المنتجات والخدمات.
- فرض عقوبات على الممارسات المنافية للأنشطة والخدمات.
- فرض عقوبات على الممارسات المنافية للأنشطة التجارية.
- دعم التنسيق مع قطاع التجارة والضرائب للحماية من أخطار التهرب الضريبي.

¹ معلومات مقدمة من طرف مديرية التجارة ولاية تبسة.

² حسب تصريحات رئيس مصلحة الإدارة والوسائل.

³ معلومات مقدمة من طرف مديرية التجارة ولاية تبسة.

2- أهمية مديرية التجارة

وتتمثل أهمية مديرية التجارة في حرصها على ضبط المخالفات التجارية واتخاذ الإجراءات ضد مرتكبيها ومن بين هذه المخالفات:¹

- مراقبة المخالفات المتعلقة بشفافية الممارسات التجارية: وتتمثل أهمها في
 - عدم الإعلام بالأسعار.
 - عدم الفوترة (الشراء والبيع دون فاتورة).
 - بيع المواد الأولية على حالتها الأصلية.
 - عدم احترام الأسعار المقننة.
 - الاستفادة من هوامش مخفية.
- مراقبة المخالفات المتعلقة بالخدمات: وتتمثل أهمها في
 - تطبيق أسعار غير شرعية للمواد الخدمانية التي لا زالت أسعارها محددة.
 - مراقبة المخالفات الخاصة بالممارسات التجارية غير الشرعية.
 - ممارسة نشاط تجاري خارج موضوع التجارة الشرعية.
 - رفض البيع.
- مراقبة المخالفات المتعلقة بالممارسات التجارية التدلّيسية: وتتمثل أهمها في
 - تحرير فواتير مزورة.
 - محاربة المخالفات المتعلقة بالتهرب الضريبي.
 - رفض تقديم الوثائق.
 - معارضة وعرقلة عمليات المراقبة.

3- أهداف مديرية التجارة

وتتمثل أهداف مديرية التجارة فيما يلي:²

- متابعة تموين السوق بالمواد الإستراتيجية لتفادي أي تذبذب ومعالجته في الوقت المناسب.
- تنظيم الأنشطة التجارية بالتنسيق مع الجمعيات المحلية في إطار التدعيم التجاري.
- تأطير سوق الجملة للخضر والفواكه.
- تطبيق البرامج المعدة في ميدان مراقبة الممارسات التجارية ومراقبة النوعية والنظافة مع المصالح المساعدة.

¹ معلومات مقدمة من طرف مديرية التجارة ولاية تبسة.

² معلومات مقدمة من طرف مديرية التجارة ولاية تبسة.

- مراقبة نوعية المواد المستوردة ومدى مطابقتها على مستوى الحدود.
- تحقيق رفاهية المستهلك من خلال حماية أمنه وصحته من حيث المواد الاستهلاكية.
- توفير الحاجيات الضرورية في أحسن الظروف.
- ترقية الجودة وإعلام المستهلك وترقية الاقتصاد الوطني.

رابعاً: وظائف مديرية التجارة

تقوم مديرية التجارة بولاية تبسة بجملة من النشاطات التي تسير مصالحها الداخلية وتهدف هذه النشاطات إلى تطبيق القوانين التي تأسست من أجلها مديرية التجارة، وتتمثل هذه النشاطات فيما يلي:¹

1- تنظيم السوق وتأطير النشاطات التجارية

وتتمثل هذه الإجراءات في:

- الاستمرار في عملية المتابعة وتأطير سوق الجملة للخضر والفواكه للولاية.
- السهر على متابعة كلف الأسواق الموازية عبر تراب الولاية إلى غاية القضاء عليها والتقليص منها.
- التنسيق مع المصالح الخارجية (كدراسة ملفات التجارة وملفات الأسعار).
- متابعة ملف المنتخبين المحليين عبر تراب الولاية.
- متابعة ميكانيزمات الأسواق فيما يتعلق بالمواد ذات الاستهلاك الواسع ومواد البناء.

2- متابعة ودراسة الأسعار: والمتمثلة في:

- متابعة تطور الأسعار أسبوعياً لجميع المواد الغذائية واسعة الاستهلاك والخضر والفواكه واللحوم الحمراء ومواد البناء وكذلك أسعار الخضر بالجملة.
- إعداد تقرير شهري لدراسة وضعيات السوق ومعاينة تطور الأسعار.
- إعداد مؤشرات تطور الأسعار شهرياً.

3- مراقبة النوعية وقمع الغش

- ممارسة نشاط المراقبة بجميع القطاعات على جميع المستويات وعبر تراب الولاية وتدعيم نشاط الولاية بالمنتجات ذات الاستهلاك الواسع.
- إعلام المتعاملين الاقتصاديين عبر جميع وسائل الإعلام حول مدى احترام النصوص القانونية المتعلقة بحماية المستهلك وتدعيم نشاط الفرق وتدعيم نشاط شبكة الطوارئ بالتنسيق مع المصالح الأخرى: بلدية، فلاحية... الخ.

¹ من إعداد الطلبة بناء على شروحات مقدمة من طرف موظفي المديرية.

4- المساهمة في حماية المستهلك

تسهر مديرية التجارة بولاية تبسة على حماية المستهلك من خلال تطبيق القوانين والتدابير التي أقرها المشرع من أجل حماية سلامته وأمنه وصحته.

• حماية حقوق المستهلك

حقوق المستهلك الأساسية مكفولة بمقتضى أحكام القوانين التي أقرها المشرع الجزائري حيث تعمل مديرية التجارة على تطبيقها، من خلال مراقبة أي نشاط من شأنه الإخلال بتلك الحقوق أو على الأخص الحقوق التالية:

- الحق في الصحة والسلامة عند استعماله العادي للسلع والخدمات.
- الحق في الحصول على المعلومات والبيانات الصحيحة عن السلع والخدمات التي يشتريها أو يستخدمها أو تقدم إليه.
- الحق في الاختيار الحر للسلع والخدمات التي تتوفر فيها شروط الجودة المطابقة للمواصفات.
- الحق في احترام القيم الدينية والعادات والتقاليد.
- الحق في الحصول على المعرفة المتعلقة بحماية حقوق المستهلك ومصالحه المشروعة.
- الحق في المشاركة في جمعيات حماية المستهلك.
- الحق في رفع الدعاوى القضائية عن كل فعل من شأنه الإخلال بحقوقه أو الإضرار بها أو تقييدها.
- وللمستهلك عدة حقوق كفلها القانون، وهي:
- حق المستهلك في إرجاع السلعة مع رد قيمتها أو إبدالها أو إصلاحها بدون مقابل في حال اكتشاف عيب فيها أو كانت غير مطابقة للمواصفات القياسية المقررة أو الغرض الذي تم التعاقد من أجله.
- حق المستهلك في الحصول على سلعة كاملة الجودة وغير مغشوشة.
- حق المستهلك في وجود البيانات المتعلقة بالسلعة على العبوة أو الغلاف، نوع السلعة وطبيعتها ومكوناتها وغيرها من البيانات الأخرى.
- حق المستهلك في الحصول على كافة الضمانات التي يقدمها المنتج وفي حصوله على سلعة بديلة.
- ومن هذا المنطلق فإن نقطة البداية الأولى لحماية حقوق المستهلك تبدأ من المستهلك نفسه وتنتهي إليه.

• التوعية والإرشاد والإعلام

من منطلق الدور الحيوي والفعال لمديرية التجارة، وما تؤديه من خدمات هامة للمواطنين والمستهلك بصفة عامة في محاربة كل ما يتعلق بالغش التجاري، والتقليد في المنتجات الاستهلاكية وانطلاقا من حماية حقوق المستهلك التي تتطلب تثقيف المستهلك وتوعيته بحقوقه المشروعة، حتى لا يقع فريسة للسلع المقلدة والمغشوشة التي يتعامل بها معدومي الضمير والإنسانية، وحتى يساهم المواطن في محاربة كل صور الاستغلال والابتزاز والغش والتدليس تقوم مديرية التجارة عن طريق وسائل الإعلام يوميا في الإذاعة الجهوية بولاية تبسة بإرشاد وتوجيه

المستهلك حول طبيعة السلع والخدمات التي يستعملونها في حياتهم اليومية، إضافة إلى توجيهه، إرشاد وتوعية المستهلكين بالمخاطر والأضرار الكبيرة الناتجة عن السلع المقلدة والمغشوشة.

• الرقابة على الأسواق والمنتجات

تقوم مديرية التجارة بالرقابة الدورية والمتخصصة، للتفتيش لمنع التدليس والغش التجاري والقيام بعمليات التحقيق والبحث والتحليل للتحقق من سلامة السلع وأمان استخدامها وإخضاعها للفحص المخبري، والبحث عن التجاوزات التجارية، والاهتمام بمدى مطابقة السلع المتواجدة والواردة إلى الأسواق بالمواصفات، والتعليمات الفنية الإلزامية ذات العلاقة والتحليل للنتائج ورفع التوصيات للجهات ذات العلاقة لاتخاذ التدابير اللازمة، كما تعمل على تطوير برامج ومواد توعية للمستهلك، والرد على الشكاوى الفردية وحل النزاعات بين المستهلكين والتجار، فمن مهام مديرية التجارة مكافحة الغش التجاري، حيث تختص مديرية التجارة ووفقا للقانون بمباشرة المهام التالية:

- تنظيم ومراقبة الأسواق واتخاذ التدابير اللازمة لحماية المستهلك ومكافحة الغش التجاري، حيث تقوم بجولات رقابية على الأسواق والمنشآت التجارية والمحلات والمستودعات للتحقق من سلامة المعروض من المواد الترمينية والسلع الاستهلاكية من حيث جودتها وصلاحياتها للاستهلاك وضبط المخالفات وفقا لقانون حماية المستهلك وقمع الغش.

- القيام بزيارات دورية مفاجئة للمنشآت التجارية والمستوردين ومحلات العرض وسحب عينات من المواد والسلع لإخضاعها للفحص المخبري للتأكد من مدى المطابقة للمواصفات القياسية المعتمدة واللوائح الفنية.

- التفتيش على السلع في الأسواق والتحقق من الالتزام بأحكام التشريعات التي تهدف إلى حماية المستهلك منها الرقابة على بطاقة البيان للسلع التي لا تحمل بطاقة بيانها باللغة العربية أو الفرنسية أو الانجليزية.

- المتابعة المستمرة واقتراح التوصيات بشأن التغييرات اللازمة في قوانين حماية المستهلك بما يضمن توفير مستوى مناسب من الحماية للمستهلك وفقا للشروط المحليّة والدولية.

- التركيز بشكل خاص على القضايا الخاصة بحماية المستهلك، التوعية والإرشاد وإعداد ورشات العمل واللقاءات، والمحاضرات، والنشرات التثقيفية لنشر الوعي الاستهلاكي لدى المواطن بمسانده أجهزة الإعلام المختلفة.

- تلقي الشكاوي من مختلف أنواع المستهلكين والتحقق منها ومتابعتها وإيجاد الحلول المناسبة لها.

- التقارير الدورية الشهرية والسنوية بشأن حركة الرقابة على الأسواق وأنواع الغش والمخالفات المرصودة.

- التعاون مع المؤسسات ذات العلاقة لضمان تطبيق قوانين حماية المستهلك وقمع الغش.

- متابعة الالتزام بوضع بطاقة الأسعار على السلع المعروضة بالمحلات التجارية.

- استكمال إجراءات التحقيق والمصادرة والحجز وسحب العينات للفحص والتحليل وإحالة المخالفين بعد

استكمال الإجراءات النظامية إلى القضاء للنظر فيما يقضي به القانون بحق المخالفين.

- تلقي الشكاوي والنظر في شكاوي المغالاة في الأسعار والاحتكار.
- مصادرة السلع التي تشكل خطورة على مستخدميها وخاصة الأطفال.

المطلب الثاني: علاقة مصالح مديرية التجارة مع المصالح الإدارية الأخرى

تعمل مديرية التجارة على تنسيق العلاقات مع مختلف المصالح الإدارية الأخرى بما يسمح به القانون، وذلك من أجل الوصول إلى فعالية أحسن في القيام بكافة المهام الملقاة على عاتقها وتتمثل هذه المصالح في:¹

أولاً: مع الجهات القضائية (العدالة)

فيما يخص العلاقة التي تربط مصالح مديرية التجارة مع السلطات القضائية فهي في تحسن مستمر مع الإشارة إلى وجود بعض النقائص المتعلقة بالتأطير في مجال تمثيل المصالح لدى المحاكم خاصة فيما يخص القضايا المتعلقة بعمليات المراقبة للممارسات التجارية ومراقبة النوعية، حيث تتمثل أساساً هذه العلاقة في الملفات الكثيرة التي ترسلها مصلحة المنازعات والشؤون القانونية بالمديرية إلى كافة الجهات القضائية وذلك حسب اختصاصها الإقليمي، حيث تتم متابعة معالجتها واستخراج منطوق الأحكام الخاصة بها

ثانياً: الفرق المختلطة

1- الفرقة المختلطة (تجارة، ضرائب، جمارك)

وتسهر هذه الفرقة على مراقبة نشاط الممارسات التجارية للمستوردين ومحاربة الممارسات المنافية وفق برنامج عمل مسطر محضر مسبقاً.

2- الفرقة المختلطة (تجارة، بيطرة، الصحة النباتية)

وتسهر هذه الفرقة على مراقبة المخالفات التي تخص مخاطر استهلاك المنتوجات الغذائية بمختلف أنواعها وبالأخص اللحوم بمختلف أنواعها والأسماك وكذا الخضراوات الطازجة والمجمدة وأيضا الأنشطة الخاصة بالإطعام.

3- الفرقة المختلطة (تجارة، صحة)

وتسهر هذه الفرقة على مراقبة المتعاملين الاقتصاديين المتدخلين في مجال قطاع المنتجات الصيدلانية وشبه الصيدلانية والوقوف على مطابقة هذه المنتوجات للقوانين والمراسيم المعمول بها.

4- الفرقة المختلطة (تجارة، قياسات قانونية)

وتسهر هذه الفرقة على مراقبة آلات وأدوات وأجهزة القياس المختلفة والتأكد من مطابقتها وخضوعها الدوري للمراقبة والمصادقة من طرف مصالح القياسات القانونية.

¹ معلومات مقدمة من طرف مديرية التجارة ولاية تبسة.

ثالثا: المصالح المساعدة

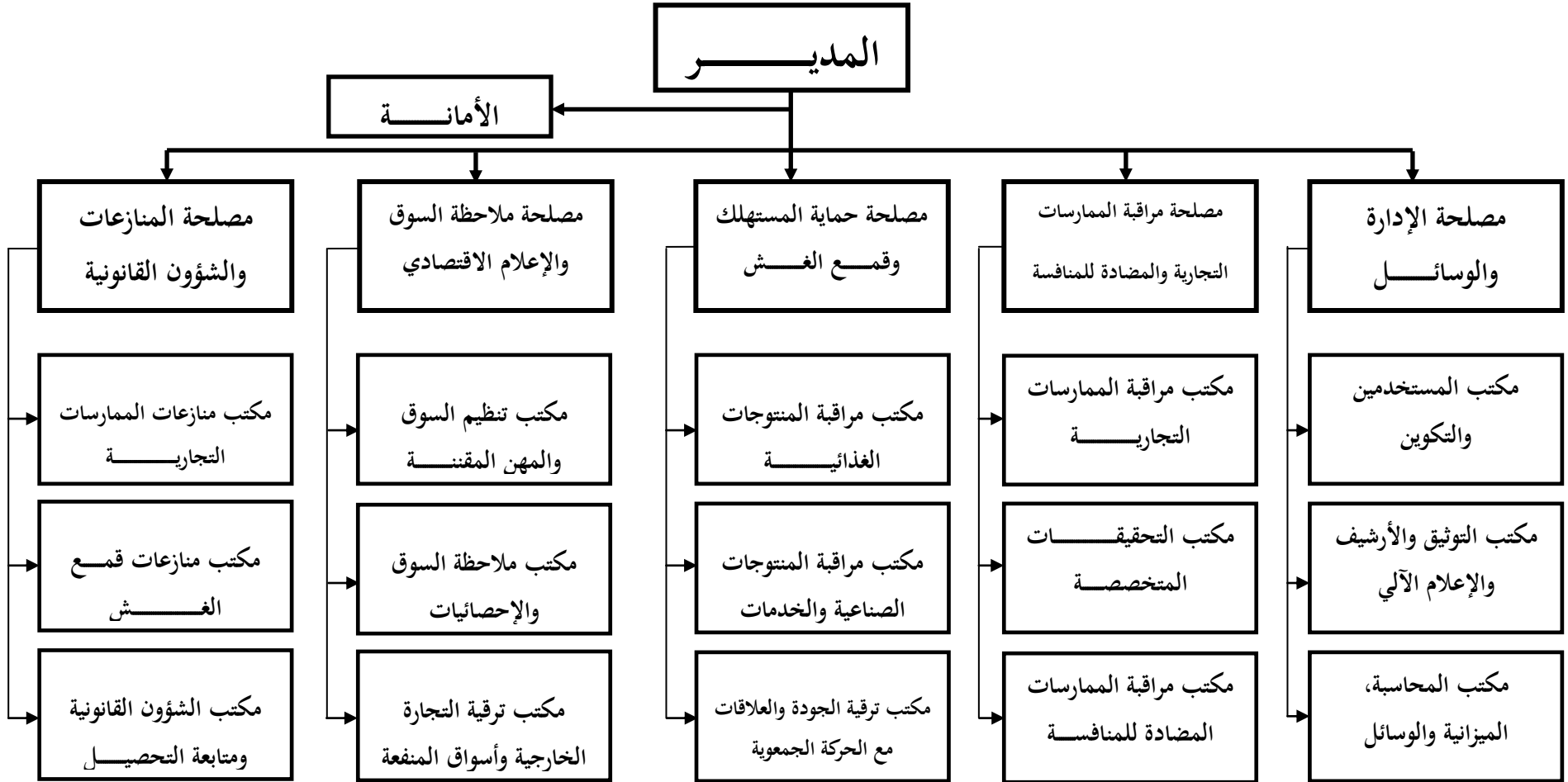
وهي المصالح التي تعتمد عليها المديرية في الحصول على المعلومات اللازمة للقيام وإتمام التحقيقات التجارية وهذه المصالح مثل البلدية، مكتب حفظ الصحة، مصالح الأمن، غرفة الصناعة التقليدية والحرف، المركز المحلي للسجل التجاري، من أجل محاربة النشاطات للممارسات غير الشرعية والتجارة الموازية، وهذه المصالح مجندة وتسخر إمكانياتها لإنجاز وتحقيق هذه الأهداف لحماية الاقتصاد الوطني وحماية المستهلك. إن العمل على التنسيق مع المصالح والجمعيات الممكنة قانونيا يتم على أساس الحوار والتشاور وتفعيل النشاط والعمل الجوارى من أجل نشر الوعي والثقافة الاستهلاكية بين المواطنين.

المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي لمديرية التجارة لولاية تبسة

في سنة 2005 تم إصدار مرسوم يحدد تنظيم مصالح ومكاتب مديرية التجارة إلى أربع مصالح رئيسية تنظم عشرة مكاتب ونظرا للتطور المستمر الحاصل بالقطاع التجاري على المستوى الوطني والمحلي فقد تم تعديله أواخر سنة 2013 ليصبح على الشكل التالي:¹

¹ معلومات مستقاة من مصلحة الإدارة والوسائل بمديرية التجارة لولاية تبسة.

الشكل (01): الهيكل التنظيمي لمديرية التجارة لولاية تبسة



المصدر: مديرية التجارة لولاية تبسة.

وتصنف المهام حسب الهيكل التنظيمي إلى:

أولاً: مصلحة الإدارة والوسائل

تعتبر مصلحة الإدارة والوسائل فرع من فروع مديرية التجارة ولاية تبسة، يشرف على تسيير هذه المصلحة جملة من الموظفين من ذوي الخبرة والكفاءة المهنية، حيث تسهر هذه المصلحة على إدارة شؤون الموظفين، كما تقسم هذه المصلحة إلى ثلاث مكاتب:

- مكتب المستخدمين والتكوين.
- مكتب المحاسبة، الميزانية والوسائل.
- مكتب التوثيق والأرشيف والإعلام الآلي.

• مكتب المستخدمين والتكوين

يقوم هذا المكتب بدراسة المسار المهني للموظفين من بداية التعيين إلى غاية الخروج إلى التقاعد كما يقوم بعدة مهام منها:

- القيام بصفة دورية بجدول ترقية الموظفين، وتقديمها إلى اللجنة متساوية الأعضاء في الاجتماعات الدورية المسطرة في مخطط تسيير الموارد البشرية.
- ضمان تنفيذ قرارات اللجنة متساوية الأعضاء.
- متابعة التكوين وتعيين مستوى الموظفين والرسكلة.
- إعداد برامج لتوظيف موظفين جدد.
- تسوية الوضعيات المالية للموظفين.

• مكتب المحاسبة، الميزانية والوسائل

يسير هذا المكتب مختلف الوضعيات، كدفع أجور العمال وتقديم المنح والعلاوات، كما يقوم بتجهيز كشوف ووثائق سنوية توضح أعمال المديرية، وذلك بوضع تقرير منصوص عليه قانونياً يرسل إلى الوزارة، وكذلك من مهام هذا المكتب ما يلي:

- تحديد نفقات وسائل النقل.
- توفير وسائل النقل فيما يخص المهام التي يقوم بها أعوان المديرية، وخاصة في مجال المراقبة والتحقيق.
- وضع مخطط لتسيير الميزانية لكل سنة جديدة.
- القيام في كل ثلاثي بتقديم علاوات العمال والموظفين.
- تسجيل جميع مخالفات العمال، كخصم جزء من الراتب في حالة التغيب دون المبرر الشرعي.

• مكتب التوثيق والأرشيف والإعلام الآلي

يقوم هذا المكتب بوظائف عديدة من بينها:

- توعية وتحسين المستهلك عبر الإعلام.
- نشر الوعي الثقافي لدى فئات مختلف المجتمع.
- الحفاظ على الأرشيف الخاص بالإدارة.
- الإشراف على التكنولوجيا المعلوماتية المستخدمة.

ثانيا: مصلحة مراقبة الممارسات التجارية والممارسات المضادة للمنافسة

تعتبر هذه المصلحة من أهم مصالح مديرية التجارة نظرا إلى دورها الكبير في متابعة الممارسات التجارية وتنظم ثلاث مكاتب وهي:

• مكتب مراقبة الممارسات التجارية.

• مكتب مراقبة الممارسات المضادة للمنافسة.

• مكتب التحقيقات المتخصصة.

1- مكتب مراقبة الممارسات التجارية

يقوم هذا المكتب بمراقبة الممارسات التجارية، شفافيتها ونزاهتها وتوقيع العقوبات المناسبة على المخالفات المتعلقة بها.

2- مكتب مراقبة الممارسات المضادة للمنافسة

يقوم هذا المكتب ومن خلال موظفين مؤهلين بمراقبة والتحقيق في كافة الممارسات التي من شأنها أن تضر أو تعرقل بأي شكل من الأشكال بمبدأ حرية المنافسة وشفافيتها، بحيث يقوم الأعوان بجمع المؤشرات والبت في الشكاوى الواردة الخاصة بالمنافسة وتحرير المخالفات اللازمة.

3- مكتب التحقيقات المتخصصة

يعمل المكتب على التحقيق في العديد من القضايا الخاصة بقطاع التجارة وذلك حسب برامج مسطرة مسبقا أو مستحدثة ويكون ذلك من خلال العمل الفردي لموظفي المكتب أو ضمن الفرقة المختلطة (تجارة، جمارك، ضرائب).

ثالثا: مصلحة حماية المستهلك وقمع الغش

بموجب القانون رقم 02/89 المؤرخ في 17/02/1989 المتعلق بحماية المستهلك أنشأت مصلحة الجودة وقمع الغش، والتي كان دورها وقائي فقط، لتحمل سنة 2013 التسمية الحالية ويصبح دورها ردعيا وقمعيا بعد أن تحررت هيئة الرقابة من الفراغ القانوني ونظرا لنمو المبادلات وتطور السوق وجب وضع جهاز يهدف إلى تقديم معلومات ومساعدات من شأنها حماية المستهلك وقمع الغش فقسمت هذه المصلحة إلى ثلاث مكاتب:

- مكتب مراقبة المنتوجات الغذائية.
- مكتب مراقبة المنتوجات الصناعية والخدمات.
- مكتب ترقية الجودة والعلاقات مع الحركة الجمعوية.

1- مكتب مراقبة المنتوجات الغذائية

يسهر هذا المكتب على احترام القواعد العامة بالتنوعية وجودة المنتجات الغذائية ومسايرة هذه المواد للمواصفات والمعايير الدولية من مهام هذا المكتب ما يلي:

- السهر على احترام قواعد النوعية للمنتجات الغذائية على مستوى الولاية.
- السهر على احترام قواعد النظافة العامة والسلامة الصحية على مستوى الولاية.
- العمل على وصول منتجات غذائية صحية ومطابقة للمعايير المعمول بها للمستهلك.
- العمل على محاربة المنتجات الغذائية التي تشكل خطرا على صحة المستهلك.

2- مكتب مراقبة المنتوجات الصناعية والخدمات

ومن مهام هذا المكتب ما يلي:

- السهر على احترام قواعد النوعية للمنتجات الصناعية والخدمات على مستوى الولاية.
- تنظيم برنامج مراقبة النوعية لمنتجات الصناعية ومتابعة تطبيقها.
- تحديد وتقييم الوسائل المادية الضرورية لضمان السير الحسن لعمليات المراقبة.
- السهر على احترام إجراءات المراقبة، كما حددها القانون المعمول به.
- تقديم فعاليات الأعوان المساهمة في تطبيق برنامج تكويني والرسكلة بمواكبة التطور التكنولوجي.
- تنظيم الملفات القضائية.

3- مكتب ترقية الجودة والعلاقات مع الحركة الجمعوية

يشرف على هذا المكتب رئيس يهتم بالجانب الوقائي حيث يتمحور حول القيام بأيام تحسيسية ودراسة قضايا المستهلك من خلال ملتقيات سداسية أو سنوية حول التوعية، ومن مهامه:

- تنظيم ملتقيات وأيام تحسيسية حول نوعية السلع المعروضة في الأسواق قصد الاستهلاك.
- السهر على تنفيذ السياسات الوطنية المتعلقة بترقية الجودة.

- القيام بتحقيقات ودراسة ميدانية حول المنتجات التي تحتوي على الأخطار التي تخص أمن المستهلك.
 - العمل بتنسيق مع جمعيات حماية المستهلك للإعلام بكل ما يتعلق بصحته وأمنه ومصحة الإدارة.
 - المساهمة في تطبيق برامج تكوينية والرسكلة الخاصة بالأعوان ليتم معرفة تطبيق هذه المهام وحماية أمن المستهلك، لا بد أولاً من تحديد جودة هذه المنتجات.
- رابعا: مصلحة ملاحظة السوق والإعلام الاقتصادي
- تقوم هذه المصلحة بحصر جميع المعلومات والإحصائيات الخاصة بقطاع التجارة والأسواق وكذا المبادلات التجارية إلى الخارج وكذا كل ما يتعلق بالمهن والأنشطة المقننة، وتضم هذه المصلحة:

1- مكتب ملاحظة السوق والإحصائيات

يختص هذا المكتب بمراقبة مختلف أنواع الأسواق عبر تراب الولاية وذلك بالتركيز على مدى احترام المتعاملين النشطين بها للقوانين المعمول بها، وأيضا مراقبة الأسعار دوريا وجمع الإحصائيات الخاصة بقطاع التجارة على مستوى الولاية.

2- مكتب تنظيم السوق والمهن المقننة

يختص هذا المكتب بتنظيم عمليات التموين بكافة المنتجات سواء الغذائية، الصناعية أو الخدمية وتنظيم وصولها وعدم التذبذب في توزيعها، وكذلك يهتم بالإحاطة بكافة الأنشطة والمهن المقننة.

3- مكتب ترقية التجارة الخارجية وأسواق المنفعة العمومية

يعمل هذا المكتب على ترقية التجارة الخارجية من خلال وسائل الإعلام المختلفة كالانترنت، الإذاعة والتلفزيون وكافة الوسائل الدبلوماسية للتعريف بالصادرات الجزائرية والمنتجات المؤهلة لذلك.

خامسا: مصلحة المنازعات والشؤون القانونية

تعد هذه المصلحة من المصالح البالغة الأهمية بالمديرية نظرا للدور الكبير الذي تلعبه في توجيه كافة المحاضر الرسمية ومتابعة معالجتها من طرف الجهات القضائية، وتضم هذه المصلحة:

1- مكتب منازعات الممارسات التجارية

- ويقوم هذا المكتب بمهام متعددة يمكن تلخيص أهمها في النقاط التالية:
- إستلام المحاضر الرسمية والتدقيق في مدى مطابقتها للإجراءات والنصوص القانونية.
 - إرسال المحاضر المستلمة إلى الجهات القضائية حسب الاختصاص.
 - تحرير إقتراحات غلق المحلات التجارية وإرسالها إلى السيد الوالي للموافقة.
 - إستلام المحاضر الخاصة بالمصالح المساعدة والتدقيق في مدى احترام إجراءات التكيف.

2- مكتب منازعات قمع الغش

- ويقوم هذا المكتب بمهام متعددة يمكن تلخيص أهمها في النقاط التالية:
- إستلام المحاضر الرسمية والتدقيق في مدى مطابقتها للإجراءات والنصوص القانونية.
 - إرسال المحاضر المستلمة إلى الجهات القضائية حسب الاختصاص.
 - تحرير إقتراحات غلق المحلات التجارية وإرسالها إلى السيد الوالي للموافقة.
 - إستلام المحاضر الخاصة بالمصالح المساعدة والتدقيق في مدى احترام إجراءات التكيف.

3- مكتب الشؤون القانونية ومتابعة التحصيل

تتلخص مهام هذا المكتب في تمثيل المديرية لدى الجهات القضائية، إستخراج منطوق الأحكام الخاصة بالقضايا التجارية وكذا متابعة التحصيل الخاص بدفع المخالفين للغرامات المطبقة في حقهم سواء كانت عن طريق المصالحة أو عن طريق الجهات القضائية المختصة إقليميا.

المبحث الثاني: دراسة تقييمية لحصيلة نشاط مصالح الرقابة الاقتصادية وقمع الغش بمديرية التجارة لولاية تبسة

المطلب الأول: مقومات القطاع التجاري بولاية تبسة

بموقعها الجغرافي الاستراتيجي، تشكل ولاية تبسة جزءا هاما من الهضاب العليا الشرقية. وهي ولاية حدودية بامتياز حيث تمتد على شريط حدودي مع الجارة تونس الشقيقة قدره 300 كلم (10 بلديات حدودية). تقدر مساحتها الإجمالية بـ: 13.788 كلم² وتعداد سكاني قدر بـ: 718.096 نسمة يتوزع على عدد معتبر من البلديات يقدر بـ: 28 بلدية.

تشتهر الولاية بطابعها الفلاحي الرعوي وكذا بثرواتها المنجمية (الحديد والفوسفات) كما تتواجد بها عدة وحدات إنتاجية أهمها مصنع الإسمنت الرمادي بالماء الأبيض، وحدة إنتاج الأجهزة الكهرومنزلية، وحدات إنتاج المياه المعدنية والمطاحن.

• **تجار ولاية تبسة:** بحسب المعطيات المستقاة من المركز المحلي للسجل التجاري يبلغ عدد التجار المسجلين بولاية تبسة إلى غاية 2016/12/31: 28791 تاجر، منهم 26321 شخص طبيعي ما يمثل نسبة 91,42% و 2470 شخص معنوي ما يمثل نسبة 8,58%.

الجدول رقم (02): توزيع التجار المسجلين في السجل التجاري حسب طبيعة النشاط ونوعية القيد (إلى غاية 2016/12/31)

المجموع الكلي للمسجلين	الخدمات		الاستيراد والتصدير		تجارة الجملة		تجارة التجزئة		الإنتاج الحرفي		الإنتاج الصناعي		طبيعة النشاط
	معنوي	طبيعي	معنوي	طبيعي	معنوي	طبيعي	معنوي	طبيعي	معنوي	طبيعي	معنوي	طبيعي	نوعية القيد
	العدد	العدد	العدد	العدد	العدد	العدد	العدد	العدد	العدد	العدد	العدد	العدد	العدد
485	10224	997	02	214	1260	127	11269	12	01	704	3496		
28791	10709	999		1474		11396		13		4200		المجموع الجزئي	

المصدر: معطيات من المركز المحلي للسجل التجاري

- **حرفيو ولاية تبسة:** أما فيما يخص عدد الحرفيين المسجلين في غرفة الصناعة التقليدية والحرف فقد بلغ حسب آخر الإحصائيات التي تخص سنة 2016: 13178 مقسمين إلى ثلاث أصناف هي كالتالي¹:
 - صنف الحرف التقليدية: 8211 أي مانسبته 62.30%.
 - صنف الإنتاج: 1296 أي مانسبته 9.83%.
 - صنف الخدمات: 3671 أي مانسبته 27.85%.
- **الطرق، المناطق الصناعية والأسواق:** الولاية تربطها شبكة مهمة من الطرقات والسكك الحديدية (565 كلم طرق وطنية، 244 كلم سكك حديدية منها 133 كلم مكهربة) كما تتوفر على منطقتين صناعيتين (02) وعلى 11 منطقة للنشاط والتخزين وعلى العديد من الأسواق²:
 - سوق الجملة للخضر والفواكه: 01.
 - الأسواق الأسبوعية: 20.
 - أسواق التجزئة المغطاة: 09.

¹ معلومات من المديرية عن إحصائيات غرفة الصناعة التقليدية والحرف لولاية تبسة.

² معلومات مقدمة من رئيس مصلحة ملاحظة السوق والإعلام الإقتصادي.

- أسواق الماشية:07.

- أسواق السيارات المستعملة:01.

كما تتوفر الولاية أيضا على :

- المذابح: 08.

- المسالخ:11.

الوحدات الاقتصادية:

يبلغ عدد الوحدات الإنتاجية المتواجدة على تراب الولاية 63 وحدة منها 31 مؤسسة تنشط في القطاع الغذائي و32 مؤسسة تنشط في المجال الصناعي:

- الوحدات الإنتاجية في القطاع الغذائي: وهي 31 وحدة مفصلة حسب الجدول الموالي:

الجدول رقم (03): الوحدات الإنتاجية في القطاع الغذائي بولاية تبسة (إلى غاية 2016/12/31)

عدد العمال	قدرات الإنتاج الحقيقية	عدد الوحدات	البلديات	قطاع النشاط
406	13676 قنطار / يوم	16	تبسة، العيونات، بئر العاتر الشريعة، الحمامات	إنتاج السميد ودقيق الخبز
159	400.000 ل/يوميا	03	الحمامات، بئر العاتر	إنتاج المياه المعدنية
79	/	07	تبسة رأس العيون بئر العاتر الشريعة	إنتاج المشروبات الغازية
06	500 حزمة/يوميا	01	بئر العاتر	انتاج مصاصة مجمدة
19	7000 ل	01	تبسة	إنتاج الحليب المبستر
56	500 طن /شهر	01	بئر الذهب	إنتاج أغذية الأنعام
05	1840 حزمة/يوميا	01	بئر العاتر	إنتاج المشروبات غير الكحولية
15	حسب الحاجة	01	بئر مقدم	وحدة مذبحة
745	/	31	المجموع	

المصدر: عن مكتب ملاحظة السوق والإحصائيات

- الوحدات الإنتاجية في القطاع الصناعي: وهي مبينة بالجدول الموالي:

الجدول رقم (04): الوحدات الإنتاجية في القطاع الصناعي بولاية تبسة (إلى غاية 2016/12/31)

الرقم	تسمية الوحدة	بلدية التواجد	قدرات الإنتاج الحقيقية	عدد العمال
01	وحدة السلام إلكترونيك	تبسة	128.000 وحدة سنويا	523
02	وحدة ESTEP	تبسة	103 وحدة سنويا	27
03	ش.ذ.م.م CMRC	تبسة	95 وحدة سنويا	6
04	ش.ذ.م.م ساتيكوب	تبسة	700 طن سنويا	7
05	SNC فاموس	الونزة	343.000 وحدة سنويا	68
06	TGT EPE	الماء الأبيض	15.000 طن سنويا	215
07	SCT EPA/SPA	الماء الأبيض	658.000 طن سنويا	359
08	ش.ذ.ش. و.م.م بن عمر	أم علي	42.000 طن سنويا	42
09	ش.ذ.م.م سواب	أم علي	71.000 طن سنويا	160
10	ش.ذ.م.م الإزدهار	أم علي	10.000 طن سنويا	17
11	ش.ذ.م.م تازيت	تبسة	6700 م ² سنويا	6
12	الشركة الوطنية للحصى SPA/ENG	الماء الأبيض	62.000 طن سنويا	59
13	ش.ذ.م.م تواتي	الماء الأبيض	140 طن سنويا	15
14	ش.ذ.م.م IBCC	تبسة	62400 م ² سنويا	32
15	ش.تضامنمشري	تبسة	3800 وحدة سنويا	96
16	ش.ذ.م.م شرقي	تبسة	36000 وحدة سنويا	25
17	عقيل حنان	تبسة	4000 وحدة سنويا	3
18	ش.ذ.ش.و.م.م تيفاست	تبسة	70 قنطار شهريا	6
19	شركة وطنية ENAD	العوينات	570 قنطار شهريا	63
20	طوالبية سفيان	بكارية	310 قنطار شهريا	15
21	ش.ذ.م.م BETOLEX	تبسة	250 م ² يوميا	7

09	120 طن/ساعة	تبسة	ش.ذ.م.م شركة أشغال الطرقات و نقل البضائع و المحروقات (خرسانة زفتية)	22
04	90 كلغ/ يوم	تبسة	صناعة الفحم الصناعي وفحم التراب المنشط	23
35	200 طن/ساعة	بولحاف الدير	استخراج حجر البناء	24
08	80 م ³ /سا	بولحاف الدير	محطة تحضير الخرسانة المسلحة	25
32	حسب الطلب	تبسة	وحدة الحدادة النجارة المعدنية	26
23	160 طن/سا	بولحاف الدير	استخراج حجر البناء	27
06	2000 طن	تبسة	وحدة تحويل الرخامة الصناعية	28
15	20000 نقالة يدوية/سنويا	الكويف	وحدة تحويل الحديد	29
63	300 وحدة/يومية	تبسة	وحدة صناعة الغسالات المنزلية	30
01	35 /يومية	بئر العاتر	وحدة توزيع المنتجات المختلفة	31
01	05 /يومية	بئر العاتر	وحدة اعداد القهوة	32

المصدر: عن مكتب ملاحظة السوق والإحصائيات

مما سبق يمكن القول أن القطاع التجاري بولاية تبسة يملك الكثير من المقومات الهامة التي تمكنه من أن يكون قطاعا رائدا، حيث تتوفر هذه المقومات وتختلف مما يؤهلها لتكون ضمن مصاف الولايات في شتى المجالات خاصة الاقتصادية منها، إحصائيات المركز المحلي للسجل التجاري مثلا والتي تظهر العدد الكبير للتجار المتواجدين عبر إقليم الولاية وكذا تنوع أنشطتهم وقيودهم (طبيعيون ومعنويون) يعد أحد أهم مقومات القطاع التجاري، وكذلك الوحدات الإنتاجية النشطة بالولاية والتي تسهم بشكل كبير في خلق فرص العمل وزيادة الناتج المحلي، وأيضا مجموع الحرفيين الذين يعدون أحد أعمدة القطاع التجاري في الولاية.

وعليه يمكن الخروج إلى أن ولاية تبسة تحظى بمقومات لا بأس بها يمكن أن تكون أرضا خصبة لإنتاج قطاع تجاري لا يستهان به.

المطلب الثاني: تحليل نتائج عمليات الرقابة الميدانية لفرق الرقابة الاقتصادية وقمع الغش

تم التقرب إلى مصالح مديرية التجارة وبالضبط إلى مصلحة مراقبة الممارسات التجارية والممارسات المضادة للمنافسة ومصلحة حماية المستهلك وقمع الغش باعتبارهم العصب الرئيس للمديرية إضافة إلى مصلحة المنازعات والشؤون القانونية والمعنية بتسجيل النتائج وتبويبها وكذا متابعة كافة الملفات الخاصة بالعمليات الرقابية، أين تم إجراء مقابلات مع السادة رؤساء المصالح والمكاتب التابعين لهم أين تم التعرف على جميع الإحصائيات الخاصة بالعمل الرقابي الميداني الذي تقوم به فرق التفتيش المختلفة أين تم تحليل ما تم استقاؤه من إحصائيات وفق الأهداف المسطرة مسبقا في برامج العمل الخاصة بهاته المصالح، وفيما يلي عرض لأهم ماتم تحقيقه خلال سنة 2016 يليه تحليل لإجمالي النشاط السنوي حسب الأهداف المسطرة؛

أولا: نظرة عامة حول حصيلة نشاط المديرية لسنة 2016

خلال نشاطها على مدار سنة 2016 كاملة توصلت مجمل الفرق التفتيشية التابعة لمديرية التجارة لولاية تبسة من تحقيق جملة من النتائج خلال المهام الرقابية المختلفة والتي هدفت أساسا إلى توفير حماية للمستهلك والاقتصاد الوطني على حد سواء وكذا العمل على ترسيخ أسس دولة القانون من خلال توسيع مجالات تطبيق القوانين والتشريعات المعمول بها على أرض الواقع، حيث يمكن تفصيل أهم هذا النتائج كالاتي:¹

وفي هذا النسق فقد قامت فرق الرقابة خلال سنة 2016 بـ: 19342 تدخلا شمل كافة النشاطات وجميع أنواع القيود ومس أغلب مناطق تراب الولاية، حيث سجل 10386 تدخلا في مجال مراقبة الممارسات التجارية والممارسات المضادة للمنافسة و8956 تدخلا في مجال مراقبة النوعية وقمع الغش.

وقد أسفرت التدخلات التي قامت بها فرق المراقبة عن رفع 4522 مخالفة متنوعة منها 2810 مخالفة في مجال مراقبة الممارسات التجارية والممارسات المضادة للمنافسة و1712 مخالفة في مجال مراقبة النوعية وقمع الغش.

إن عمليات الرقابة المختلفة التي قام بها الأعدان المختصون التابعون لمديرية التجارة لولاية تبسة خلال سنة 2016 أسفرت إجمالا عن تحرير 4318 محضرا رسميا، منها 2720 محضرا في مجال الممارسات التجارية والممارسات المضادة للمنافسة² و1598 محضرا في مجال النوعية وقمع الغش³.

من جانب آخر واستكمالا للإجراءات المعمول بها فقد سجلت مصالح المديرية مبلغ أرباح غير شرعية قدره: 95.625,00 دج، ومبلغا إجماليا لعدم الفوترة قدره: 3.277.353.105,37 دج.

¹ أنظر الملحقين رقم: I و II.

² أنظر الملحق رقم: III

³ أنظر الملحق رقم: IV

وكإجراءات ملازمة للعمليات الرقابية والتي تأتي كعقوبات ابتدائية نص عليها القانون فقد قامت مختلف فرق الرقابة بحجز سلع مختلفة (حجز إعتباري)¹ بمبلغ إجمالي قدر ب: 3.091.534.394,86 دج، وأصدرت كذلك عددا من الاقتراحات الخاصة بغلق المحلات التجارية (344 اقتراح غلق).

وهذه النتائج المحصلة خلال سنة 2016 مبيّنة في الجدول الموالي:

جدول رقم (05): الحصيلة الإجمالية لنشاطات الرقابة لسنة 2016

الغلق الإداري	مبلغ الحجز (دج)	مبلغ الربح غير الشرعي (دج)	مبلغ عدم الفوترة (دج)	عدد المحاضر	عدد المخالفات	عدد التدخلات	
334	3.087.531.450,96	95.625,00	3.277.353.105,37	2720	2810	10386	الممارسات التجارية
10	4.002.943,90	/	/	1598	1712	8956	النوعية وقمع الغش
344	3.091.534.394,86	95.625,00	3.277.353.105,37	4318	4522	19342	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على معلومات مقدمة من المديرية

من جانب آخر فقد استفاد خلال سنة 2016، 718 متعاملا اقتصاديا مخالفا من إجراء المصالحة، وقد وصلت القيمة الإجمالية لغرامات المصالحة المقترحة الموافق عليها إلى: 8.044.781,60 دج، أين سجلت مصلحة المنازعات والشؤون القانونية تسديد 540 متعاملا للغرامات الموافق عليها بمبلغ إجمالي قدره: 7.027.845,70 دج².

وخلال سنة 2016 دائما قامت مصلحة المنازعات بإرسال 3755 ملفا لمصالح العدالة قصد استكمال إجراءات المتابعة القضائية، وبالنسبة لهذه الأخيرة فقد سجلت المصلحة معالجة 1489 ملفا أصدرت فيها أحكاما مالية بقيمة إجمالية قدرها: 6.094.595.860,45 دج³.

ثانيا: تحليل إجمالي النشاط السنوي للمديرية لسنة 2016 حسب الأهداف

1- بالنسبة لهدف تقليص الخطر الغذائي

تم بالنسبة لهذا الهدف برمجة 4556 متعاملا بمختلف الأنشطة تم التدخل فيها من قبل 09 فرق مخصصة لذلك بنسبة 100 % أسفرت عن تسجيل 1250 مخالفة، حرر خلالها 1174 محضرا رسميا حيث بلغت كمية

¹ أنظر الملحق رقم: V.

² حسب معلومات مقدمة من طرف مصلحة المنازعات والشؤون القانونية.

³ معلومات من مكتب الشؤون القانونية ومتابعة التحصيل.

المواد المحجوزة 9,0957 طن بقيمة إجمالية قدرها: 2.409.341,50 دج، ويمكن إيجاز المخالفات المسجلة فيما يلي:

- مخالفة إلزامية النظافة والنظافة الصحية: 815 مخالفة.
- مخالفة عرض للبيع منتوجات غير صالحة للإستهلاك: 132 مخالفة.
- مخالفة إلزامية سلامة المواد الغذائية: 209 مخالفة.
- مخالفة عرض للبيع لحوم حمراء غير مؤشر عليها من طرف الطبيب البيطري: 07 مخالفات.
- مخالفة إلزامية أمن المنتج رهن الإستهلاك (مواد غير معدة لملامسة الأغذية): 03 مخالفات.
- بيع منتج مشمع، مودع أو محسوب مؤقتا: مخالفة (01) واحدة.

2- بالنسبة للتحكم في أمن المنتوجات

خصص لهذا الهدف 04 فرق مراقبة، و برمج له 1497 متعاملا اختلفت أنشطتهم بين الإنتاج، الجملة والاستيراد، التجزئة، والخدمات، وقد تم تحرير 124 محضرا رسميا وحجزت كمية من السلع المختلفة قدرها: 1,3676 طن قيمتها الإجمالية: 382.655,00 دج، وهذه المخالفات مفصلة كالاتي:

- مخالفة عرض للبيع منتوجات غير صالحة للإستعمال: 100 مخالفة.
- مخالفة معارضة المراقبة: 30 مخالفة.
- مخالفة إلزامية الضمان: 23 مخالفة.
- مخالفة إلزامية النظافة والنظافة الصحية: 04 مخالفات.
- مخالفة غياب الرقابة الذاتية: مخالفة (01) واحدة.

3- بالنسبة لهدف إجبارية إعلام المستهلك

تم تسخير 12 فرقة لهذا الشأن قامت خلال سنة 2016 ب: 6633 تدخلا (2899 في مجال مراقبة النوعية و3734 في مجال مراقبة الممارسات التجارية)، وقد أدت هذه التدخلات إلى رفع 1332 مخالفة وأدت إلى تحرير عدد من المحاضر الرسمية قدر ب: 1326 محضرا، وتعددت المخالفات المرفوعة بين:

- مخالفة عدم مطابقى الوسم: 304 مخالفة.
- مخالفة عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات: 1027 مخالفة.
- مخالفة عدم الإعلام بشروط البيع: مخالفة (01) واحدة.

4- بالنسبة لهدف تقليص التجارة غير الشرعية

قامت فرق الرقابة البالغ عددها: 05 فرق بالتدخل عبر كل الفضاءات التجارية من أسواق الجملة والأسواق اليومية والأسبوعية وكذا مساحات التمركز التجاري بـ: 4567 تدخلا أدت إلى تسجيل 873 مخالفة حرر خلالها 869 محضرا رسميا، وقد بلغ المبلغ الإجمالي لعدم الفوترة: 102.694.781,99 دج وبلغت القيمة الإجمالية لعمليات الحجز الاعتباري: 22.429.790,00 دج، وتعددت المخالفات المرفوعة على النحو التالي:

- مخالفة ممارسة نشاط تجاري قار دون حيازة محل تجاري: 444 مخالفة.
- مخالفة ممارسة نشاط تجاري قار دون سجل تجاري: 242 مخالفة.
- مخالفة عدم الفوترة: 93 مخالفة.
- مخالفة ممارسة نشاط تجاري خارج موضوع السجل التجاري: 79 مخالفة.
- ممارسة نشاط تجاري غير قار دون سجل تجاري: 07 مخالفات.

5- بالنسبة لهدف تطهير التجارة الخارجية

تم بالنسبة لهذا الهدف برمجة 40 متعاملا ينشطون في مجال الاستيراد والتصدير، حيث سخر لذلك فرقة وحيدة داخلية وكذا فرقة مختلطة مشكلة من مصالح التجارة، مصالح الضرائب ومصالح الجمارك، أين أسفرت عمليات الرقابة بعد القيام بـ: 39 تدخلا عن رفع 55 مخالفة حرر فيها 37 محضرا رسميا وتسجيل مبلغ لعدم الفوترة قدره: 3.158.832.245,38 دج وبلغت فيها قيمة الحجز الاعتباري: 3.049.932.532,96 دج، ويمكن إيجاز المخالفات المرفوعة في النقاط التالية:

- ممارسة نشاط تجاري قار دون حيازة محل تجاري: 18 مخالفة.
- مخالفة عدم الفوترة: 16 مخالفة.
- مخالفة معارضة المراقبة: 17 مخالفة.
- مخالفة تحرير فواتير وهمية: 03 مخالفات.
- مخالفة البيع بسعر أدنى من سعر التكلفة الحقيقي: مخالفة (01) واحدة.

6- بالنسبة لهدف مراقبة المنتوجات ذات الأسعار والتعريفات المقتنة

وتشمل هذه المنتوجات كلا من: الخبز، حليب الأكياس المبستر، دقيق الخبازة، السميد، السكر والزيت الغذائي، غاز البوتان.

ونظرا للأهمية البالغة التي توليها مصالح مديرية التجارة لولاية تبسة فقد تم في هذا الخصوص القيام بـ: 1295 تدخلا أسفرت عن تحرير 44 محضرا رسميا (مخالفة ممارسة أسعار غير شرعية) وسجل مبلغ للريح غير الشرعي قدره: 95.625,00 دج ومبلغ عدم فوترة قدره: 15.826.078,00 دج مع مبلغ حجز اعتباري لسلع قدرت قيمتها بـ: 15.149.928,00 دج، حيث تخص هذه المخالفات المواد المقننة كما يلي:

- مادة السميد: 21 مخالفة.
- مادتي السكر الأبيض والزيت الغذائي: 17 مخالفة.
- مادة دقيق الخبازة: 03 مخالفات.
- مادة حليب الأكياس المبستر: مخالفتين (02).
- مادة الخبز: مخالفة (01) واحدة.

ثالثا: تحليل نتائج نشاط فرق الرقابية خلال الفترة من 2014 إلى 2016

خلال الثلاث سنوات الأخيرة (2014، 2015 و 2016) قامت مصالح مديرية التجارة - المصالح الرقابية - ببذل مجهودات جبارة في سبيل القيام بالدور المنوط بها في إطار حماية المستهلك من جهة والاقتصاد الوطني من جهة ثانية؛ حيث وفي هذا السياق قامت فرق العمل الرقابية التابعة لمصالح مديرية التجارة بـ: 54336 تدخلا رفعت خلالها 13949 مخالفة في المجالين (الممارسات التجارية والنوعية)، وقد تم تحرير عدد من المحاضر الرسمية قدره: 13249 محضرا، أين احتسبت هاته الفرق مبلغا لعدم الفوترة قدره: 15.548.567.637,95 دج ومبلغا للأرباح غير الشرعية قدره: 1.9552.308,15 دج، وكذلك وضمن عمليات الرقابة تم حجز سلع تقدر بمبلغ إجمالي: 9.820.692.598,83 دج¹.

وبالاستعانة بالمعلومات المقدمة من طرف مختلف المصالح بالمديرية تم القيام بتبويبها ضمن جداول قصد تحليل نشاط فرق الرقابة الاقتصادية وقمع الغش خلال السنوات الثلاث الأخيرة (2014، 2015 و 2016) وهذه المعلومات مبينة في الجداول التالية:

¹ معلومات مقدمة من طرف مصلحة المنازعات والشؤون القانونية.

جدول رقم (06): حصيلة نشاط مصالح الرقابة الاقتصادية وقمع الغش التابعة لمديرية التجارة لولاية تبسة لسنة 2014

سنة 2014	عدد التدخلات	عدد المخالفات	عدد المحاضر	مبلغ عدم الفوترة (دج)	مبلغ الربح غير الشرعي	مبلغ الحجز (دج)	الغلق الإداري	مبلغ الأحكام الصادرة
الممارسات التجارية	8632	2895	2692	4.368.116.078,05	472.225	/	371	22.513.000
النوعية وقمع الغش	7631	1506	1460	/	/	3.227.243,00	28	9.066.000
المجموع	16236	4401	4152	4.368.116.078,05	472.225	3.227.243,00	399	31.580.255

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على معلومات مقدمة من المديرية

جدول رقم (07): حصيلة نشاط مصالح الرقابة الاقتصادية وقمع الغش التابعة لمديرية التجارة لولاية تبسة لسنة 2015

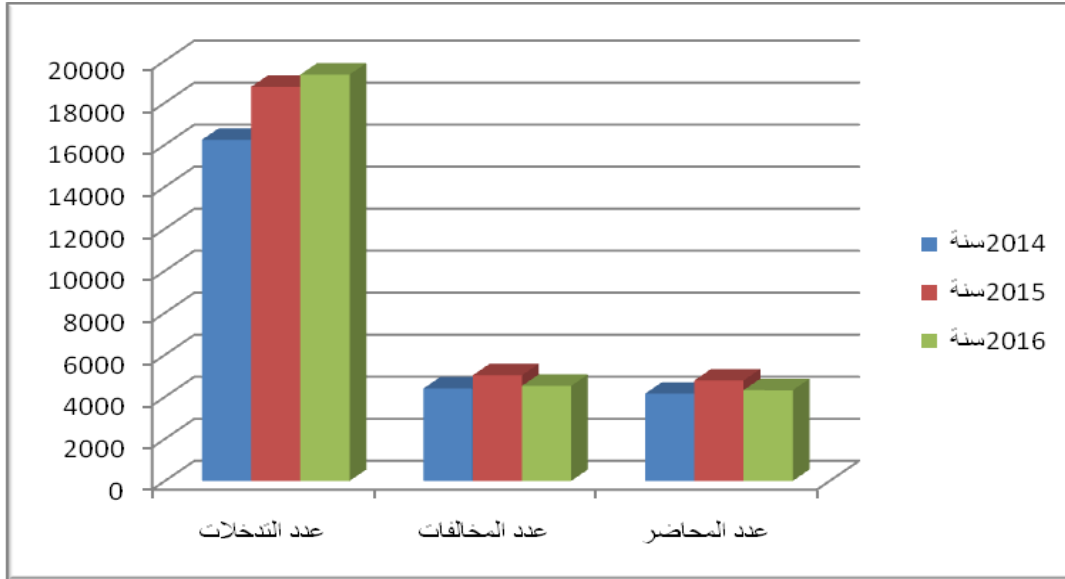
سنة 2015	عدد التدخلات	عدد المخالفات	عدد المحاضر	مبلغ عدم الفوترة (دج)	مبلغ الربح غير الشرعي	مبلغ الحجز (دج)	الغلق الإداري	مبلغ الأحكام الصادرة
الممارسات التجارية	10557	3338	3185	7.903.098.454,53	1.384.458,15	6.723.406.483,47	340	558.929.087,41
النوعية وقمع الغش	8201	1688	1594	/	/	2.524.477,50	24	22.250.000
المجموع	18758	5026	4779	7.903.098.454,53	1.384.458,15	6.725.930.960,97	364	581.179.087,41

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على معلومات مقدمة من المديرية

جدول رقم (08): حصيلة نشاط مصالح الرقابة الاقتصادية وقمع الغش التابعة لمديرية التجارة لولاية تبسة لسنة 2014

سنة 2016	عدد التدخلات	عدد المخالفات	عدد المحاضر	مبلغ عدم الفوترة (دج)	مبلغ الربح غير الشرعي	مبلغ الحجز (دج)	الغلق الإداري	مبلغ الأحكام الصادرة
الممارسات التجارية	10386	2810	2720	3.277.353.105,37	95.625	3.087.531.450,96	334	6.075.149.860,45
النوعية وقمع الغش	8956	1712	1598	/	/	4.002.943,90	10	19.448.000
المجموع	19342	4522	4318	3.277.353.105,37	95.625	3.091.534.394,86	344	6.094597860,45

الشكل رقم (02): رسم بياني لتطور عدد التدخلات، المخالفات والمحاضر خلال الفترة 2014-2016

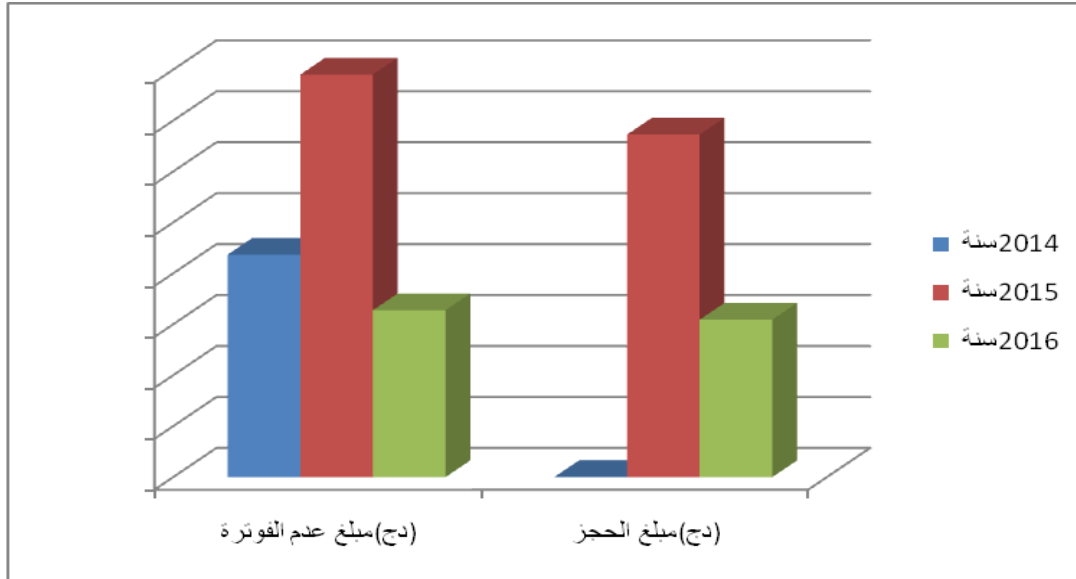


المصدر: من إعداد الطلبة بناء على معلومات مقدمة من المديرية

بناء على المعلومات الواردة في الجداول المذكورة سابقا والمتعلقة بحصيلة نشاط مصالح الرقابة الاقتصادية وقمع الغش التابعة لمديرية التجارة لولاية تبسة خلال السنوات الثلاث الأخيرة (من 2014 إلى 2016)، فقد تم إعداد الرسم البياني أعلاه والذي يوضح تطور عدد التدخلات، المخالفات والمحاضر خلال هاته الفترة، حيث يمكن ملاحظة الآتي:

- تزايد عدد التدخلات تدريجيا وبصورة ملحوظة خلال هاته الفترة حيث قفزت من 16236 خلال سنة 2014 إلى 18758 خلال سنة 2015 لتصل إلى 19342 تدخلا خلال سنة 2016، وهذا ما يبين مدى حرص مسؤولي المديرية على التركيز على العمل الرقابي الميداني وتكثيفه بصورة مستمرة.
- بالنسبة لعدد المخالفات المرفوعة يلاحظ أنه تزايد من 4401 خلال سنة 2014 ليصل إلى: 5026 خلال سنة 2015 غير أنه تناقص ليصل إلى: 4522 سنة 2016، وهذا راجع حسب المسؤولين عن القطاع إلى وعي التجار بضرورة احترام القوانين والتشريعات إضافة إلى فعالية عملية الرقابة الوقائية.
- ما قيل عن المخالفات يقال عن المحاضر، حيث تزايد عددها من: 4152 سنة 2014 إلى: 4779 سنة 2015 ليتناقص سنة 2016 إلى: 4318 محضرا، وهو ما يبين نجاح الإدارة في أعمالها التحسيسية تجاه موضوع حماية المستهلك.

الشكل رقم (03): رسم بياني لتطور مبلغ عدم الفوترة والحجز خلال الفترة 2014 - 2016



المصدر: من إعداد الطلبة بناء على معلومات مقدمة من المديرية

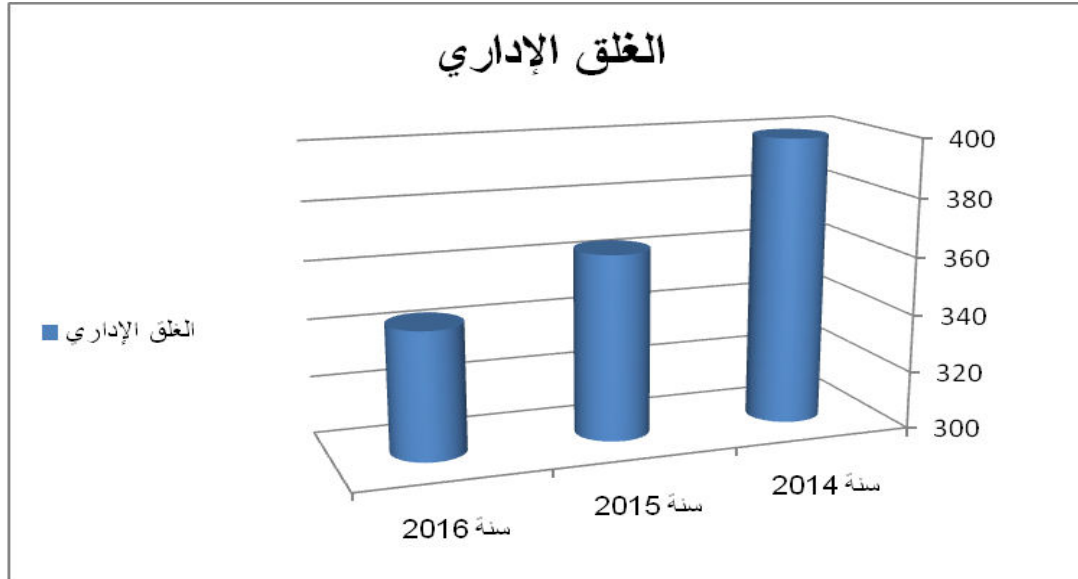
الرسم البياني أعلاه يمثل تطور قيم عدم الفوترة المسجلة وأيضا قيم عمليات حجز السلع المصاحبة للعمليات

الرقابية خلال السنوات 2014، 2015 و 2016 حيث نلاحظ الآتي:

- بالنسبة لمبالغ عدم الفوترة سجلت في سنة 2014 قيمة إجمالية قدرها: 4.368.116.078,05 دج لتسجل قفزة نوعية لتصل إلى: 7.903.098.454,53 دج خلال سنة 2015 ثم تسجل انخفاضا ملحوظا خلال سنة 2016 بوصولها إلى: 3.277.353.105,37 دج، ويرجع ذلك إلى التركيز على المخالفات المتعلقة بالفوترة خلال العمليات الرقابية بالإضافة إلى برمجة عدد كبير من المتعاملين الاقتصاديين خلال سنة 2015 من العاملين في مجال الاستيراد والتصدير (ذو رؤوس أموال كبيرة).

- بالنسبة للمحجوزات فسنة 2014 شهدت قيمة متدنية (3.227.243,00 دج)، لتتضاعف خلال السنة الموالية وتصل إلى: 6.725.930.960,97 دج وتعود للانخفاض سنة 2016 إلى حدود: 3.091.534.394,86 دج، هذا الاختلاف يعود لنفس الأسباب الخاصة بعدم الفوترة كون المخالفتين تعتبران تابعتين لبعضهما البعض في غالب الأحيان، فالقانون يجيز لأعوان الرقابة الاقتصادية حجز السلع التي يتعامل بها دون فاتورة وعليه تكون حالتها متشابهة في الغالب.

الشكل رقم (04): رسم بياني لتطور عدد اقتراحات الغلق الإداري للمحال التجارية خلال الفترة 2014-2016



المصدر: من إعداد الطلبة بناء على معلومات مقدمة من المديرية

يلاحظ من الرسم البياني الخاص بتطور عمليات الغلق الإداري خلال سنوات 2014، 2015 و 2016 بأن عددها تتناقص شيئا فشيئا من 399 في السنة الأولى إلى 364 في السنة الثانية ليصل إلى: 344 خلال السنة الأخيرة، وهذا يرجع أساسا إلى التناقص الذي عرفته المخالفات المفضية إلى عملية الغلق.

المطلب الثالث : الرقابة الوقائية كأحد أهم مداخل حماية المستهلك (نشاط المديرية خلال سنة 2016)

إلى جانب تركيز القائمين على شؤون مديرية التجارة لولاية تبسة على العمل الرقابي الميداني الردعي والذي يشكل أساس نشاط المديرية فهم لا يغفلون الجانب التوعوي والتحسيبي الذي من شأنه ترقية القطاع التجاري وتطويره على المستوى المحلي وهو ما يعرف بالرقابة الوقائية؛

أولا: العمليات التحسيسية المسجلة خلال سنة 2016

في إطار التركيز على الرقابة الوقائية والتي تم أخذها بعين الاعتبار ضمن البرنامج السنوي المسطر لسنة 2016 عملا بتوجيهات المصالح المركزية والجهوية لوزارة التجارة قامت المديرية عن طريق مكتب ترقية الجودة والعلاقات مع الحركة الجمعوية بتنفيذ هذا البرنامج من خلال التظاهرات والملتقيات التالية:¹

1- التظاهرات والملتقيات

- تنظيم عمليات تحسيسية تجاه المتعاملين الاقتصاديين ، المستهلكين، تلاميذ المؤسسات التربوية، مربي مراكز التكوين المهني و التمهين، طلاب المؤسسات التابعة لقطاع التعليم العالي و مسيري مطاعم المؤسسات التربوية ، مراكز التكوين المهني و التمهين و المؤسسات الاطعمية التابعة لقطاع التعليم العالي وكذا تجاه مسيري و عمال مطاعم قواعد الحياة و قاعات الحفلات.²

¹ معلومات مقدمة من طرف رئيس مكتب ترقية الجودة والعلاقات مع الحركة الجمعوية.

² أنظر الملحق رقم: VI.

- الإعداد والتحضير وإنجاز المطويات والملصقات والتوجيه والإشراف على مجريات فعاليات إحياء اليوم العالمي لحقوق المستهلكين تحت شعار "وجبة غذائية دون مضادات حيوية" يوم 15 مارس 2016 .
- تنظيم الأيام الوطنية التحسيسية للوقاية من التسممات الغذائية تحت شعار "الوقاية من التسممات الغذائية قضية الجميع" من 08 إلى غاية 19 ماي .
- تنظيم الحملة الوطنية التحسيسية لتفادي التبذير الغذائي تحت شعار "مكافحة التبذير الغذائي مسؤولية الجميع" من 01 جوان 2016 إلى غاية 10 جويلية 2016 .
- تنظيم أيام تحسيسية للوقاية من الأمراض المتنقلة عبر أضحية العيد تحت شعار "عيد دون مخاطر صحية" من 1 إلى غاية سبتمبر 2016 بالتنسيق مع جمعية الدفاع عن حقوق المستهلك الشريفة .
- التنسيق و المشاركة في اليوم التحسيسى و الإعلامى لفائدة مسيري و مموني المطاعم الجماعية المدرسية المنظم من طرف مديرية التربية لولاية تبسة وكذا تفعيل العلاقات مع جمعيات الدفاع عن حقوق المستهلك لإعداد نشاطات وتدخلات لفائدة المستهلكين والمتعاملين الاقتصاديين.

2- العمليات الإعلامية و التحسيسية باتجاه المتعاملين الاقتصاديين

- حرصا منها على تقديم منتج سليم يراعى كافة الشروط الصحية تقيم مديرية التجارة لولاية تبسة عمليات تحسيسية توجه للمتعاملين الاقتصاديين تهدف من خلالها إلى مرافقتهم في تحسين جودة ومطابقة منتجاتهم وتوجيههم إلى كفاءات عرضها للمستهلك وهذا من خلال دعوتهم للقاءات مباشرة عن طريق اجتماعات أو توزيع مطويات ونسخ من المراسيم بهدف الحث على الالتزام بتطبيق القوانين التشريعية والتنظيمية المعمول بها حسب كل نشاط تجاري، ومن أهم ما قامت به مصالح المديرية في هذا الشأن:
- توزيع مطويات تشمل كل الإرشادات والتوجيهات الضرورية للمتعاملين الاقتصاديين في إطار التوعية و التحسيس الخاصة بالأيام الوطنية التحسيسية للوقاية من التسممات الغذائية، وقد مست العملية أصحاب المقاهي والمطاعم و كذا قاعات الحفلات وذلك لتوفير وتحسين الخدمات للمستهلك والالتزام بتطبيق أحكام النصوص القانونية والتنظيمية .
 - تقديم مطويات و قصاصات تحمل نصائح و إرشادات للمتعاملين الاقتصاديين في إطار الحملة الوطنية التحسيسية لتفادي التبذير الغذائي وقد خصت بها الوحدات الإنتاجية للصناعيين في مجال الصناعات الغذائية و كذا المخابر و المحلات التجارية وتهدف العملية إلى نشر ثقافة الاقتصاد في الاستهلاك و الابتعاد عن التبذير والإسراف عند مختلف ممارسي الأنشطة التجارية.
 - عقد اجتماع تنسيقي مع أصحاب المخابز لتنظيم عملية تسويق و بيع مادة الخبز عبر بلدية تبسة طبقا للقانون و النصوص التنظيمية لمحاربة الظواهر السلبية.
 - دراسة نماذج من الوسم لمؤسسات جديدة في طور الإنجاز لتوضيب منتوجاتها حسب النصوص القانونية السارية المفعول.

3- التدخلات المسجلة في وسائل الإعلام (المكتوبة و المسموعة)

شاركت مصالحنا بالتنسيق مع الإذاعة المحلية لولاية تبسة وكذلك جمعيات الدفاع عن حقوق المستهلك بتنشيط 39 حصة إذاعية مباشرة وكذا تدخلات عبر وسائل الإعلام المكتوبة موجهة لفائدة المستهلكين و المتعاملين الاقتصاديين من أجل نشر الوعي الثقافي الاستهلاكي بين مختلف شرائح المجتمع والتي تناولت العديد من المواضيع الهامة على غرار: فترات البيع بالتخفيض، للوقاية من التسممات الغذائية، حليب البقر المبستر الموضب في الأكياس، الأعشاب و المستحضرات العشبية، مواد التبييض و التنظيف ومواضيع مهمة أخرى. إضافة إلى موائد مستديرة بمشاركة شركاء اقتصاديين وإدارات أخرى معنية عبر الأثير في حصص نقلت على المباشر أثناء التظاهرات التحسيسية المختلفة.

هذا وقد تم عقد لقاء مع مراسلي الجرائد في إطار فعاليات إحياء اليوم العالمي لحقوق المستهلكين تحت شعار "وجبة غذائية دون مضادات حيوية" تم التطرق فيه إلى أهم المحاور المتعلقة بإحياء هذا اليوم و الجهات المساهمة فيه والوفود المشاركة.

4- التوعية عبر فعاليات إحياء اليوم العالمي لحقوق المستهلكين

تم تنظيم من طرف مديرية التجارة فعاليات إحياء اليوم العالمي لحقوق المستهلكين تحت شعار "وجبة غذائية دون مضادات حيوية" يوم 15 مارس 2016 بدار الثقافة محمد الشوكي تبسة حيث تم من خلال هذا اليوم إعداد ، طبع وتوزيع مطويات ، منشورات وملصقات وكذلك لافتات للإشهار خاصة بإحياء هذا اليوم العالمي. و قد تم خلال فعاليات إحياء هذا اليوم جناح عرض خاص للمشاركين مديرية الصحة والسكان والمصالح الفلاحية و المساهمين أين تم تقديم الشروحات الوافية لمهام كل قطاع وتدخلاته في مجال حماية صحة وأمن المستهلك كما تم أيضا تقديم مداخلات حول الموضوع من طرف الهيئات المشاركة حول المضادات الحيوية واستعمالاتها و دور مديرية التجارة في تقليص الخطر الغذائي و حماية المستهلك.

ثانيا: العلاقات مع جمعيات حماية المستهلك خلال سنة 2016

تم عقد عدة لقاءات مع رؤساء جمعيات حماية المستهلك قصد الاستماع لهم وتمكينهم من طرح انشغالاتهم والتركيز على مختلف اهتماماتهم وذلك في إطار عملية التنسيق بين المديرية وهذه الجمعيات، وكذلك حتى يتمكنوا من أداء مهامهم على أحسن وجه، وقد قامت مصالح المديرية بمراسلة كل الجمعيات الناشطة بالولاية قصد الحضور والمشاركة في كافة الفعاليات والتظاهرات المقامة، وكذا للإسهام في إثراء مشاريع مراسيم جديدة. وعن نشاطات جمعيات الدفاع عن حقوق المستهلك لسنة 2016 فقد قامت جمعية الدفاع عن حقوق المستهلك بالشرعية بنشاطات تتعلق بعمليات إعلامية و تحسيسية تمثلت في:

- المشاركة في اليوم الإعلامي والتحسيبي حول الوقاية من مخاطر المواد الاستهلاكية يوم 2016/03/01

بجامعة العربي التبسي تبسة.

- الحضور في فعاليات اليوم الدراسي و الإعلامي حول دور مخابر مراقبة النوعية في ترقية المنتج الغذائي الجزائري المنظم من طرف المديرية الجهوية للتجارة باتنة بجامعة باتنة 01.
- الحضور في الاجتماع التنسيقي يوم 2016/05/04 بمديرية التجارة تبسة و المتعلق بتنظيم الأيام الوطنية التحسيسية للوقاية من التسممات الغذائية تحت شعار "التسممات الغذائية قضية الجميع" وكذا الحملة الوطنية التحسيسية لتفادي التبخير الغذائي تحت شعار "مكافحة التبخير الغذائي مسؤولية الجميع".

خاتمة الفصل

لقد تم في هذا الفصل القيام بدراسة ميدانية وقع الإختيار للقيام بها بمديرية التجارة لولاية تبسة، هذا الإختيار الذي تحكمت فيه عدة معطيات من بينها القطاع الذي تمثله هذه الإدارة العمومية ومساهمته البالغة في الاقتصاد، وأيضا الرابط القوي بين مدى نجاح هذه الإدارة في عملها الرقابي ومستوى الحماية التي يحظى بها المستهلك .

فقد تم بداية التعرف وبالتفصيل على هذه الإدارة العمومية من خلال الحديث عن نشأتها، تعريفها، خصائصها وأهدافها وأيضا مختلف المهام المنوطة بها والأعمال الموكلة إليها، وتم كذلك دراسة الهيكل التنظيمي بعد التنقل بين جميع المصالح والمكاتب بالمديرية والتعرف على المهام الخاصة بكل مكتب على حدى وبالتفصيل.

ومن أجل دراسة الموضوع الحالي تمت محاولة التعرف بدقة على واقع العمل الرقابي بالمديرية وذلك من خلال التعرف على أحدث الإحصائيات الخاصة بنشاط أجهزة الرقابة الاقتصادية وقمع الغش بالمديرية أين تم التطرق بالتفصيل إلى المخالفات المسجلة والاطلاع على كل الإحصائيات حيث تم تحليلها وفق الأهداف التي سطرت في برامج العمل الموضوعة مسبقا وفي هذا السياق لم يبخل علينا موظفو المديرية بالإجابة عن جميع الأسئلة والإستفسارات ما مكن من الاطلاع فعلا على هذا الواقع الذي يوضح مدى أهمية الدور الذي تلعبه مصالح الرقابة الاقتصادية وقمع الغش في توفير الحماية اللازمة لمستهلكي الولاية.

وأیضا تم التعرف على كافة الإجراءات والأساليب التي عملت من خلالها مصالح المديرية إلى الحد من كافة الممارسات غير القانونية التي تهدد المستهلك، في هذا الصدد وجد أن مصالح المديرية تحاول جاهدة وبمجهودات جبارة وخطى حثيثة سعيا وراء توفير حماية كافية للمستهلكين حيث أن الجانب التوعوي يلقي اهتماما لا بأس به لدى المسؤولين إيماننا منهم بأن ذلك من شأنه فعلا الإسهام في ترسيخ ثقافة استهلاكية تضمن تحقيق أهداف تسعى مصالح المديرية جاهدة لتحقيقها.



خاتمة عامة

إن التحولات والتطورات التي يعرفها العالم اليوم، والتي فرضها ذلك الاتجاه المحتوم نحو العولمة، وما يترتب عنه من زيادة محسوسة في احتياجات الفرد والمجتمع، أوجبت على مسؤولي وقادة اليوم تفهم كل الاحتياجات المحلية للمستهلكين والعمل على ممارسة كافة الأساليب الحديثة لتلبيتها وتوفيرها، هذا الأخير الذي لم يكن من الممكن تحقيقه إلا بالتحلي بجانب من المسؤولية الاجتماعية، وهو الذي يضمن التعامل مع المتغيرات البيئية الديناميكية، وأيضا توفير ما يلزم لخوض غمار الحاضر والمستقبل في هذا المجال.

لقد ظهر مفهوم حماية المستهلك كنتاج للعوارض التي فرضتها الطبيعة الرئبئية للعالم الحديث في وقتنا الراهن، حيث برز كتوجه حديث يمزج بين المتطلبات المتزايدة للأفراد على السلع المختلفة من جهة، والتطور الحاصل في الأسواق والتي أوجبتها معطيات العولمة الاقتصادية. هذا المفهوم ظهر وتطور بتطور أساليب عديدة وكثيرة انتهجها بعض التجار الطفيليين بداعي الربح السريع واللهف على تحقيق أعلى الفوائض بأقل تكاليف ممكنة، هذه الأساليب التي تطورت شيئا فشيئا لتصل مستويات فاقت كل التوقعات حتى أضحت ظاهرة قائمة بحد ذاتها عرفت بظاهرة الغش التجاري.

هذه الظاهرة هي واحدة من أهم الظواهر الحديثة التي أسالت حبرا كثيرا نظرا لما تحمله من تهديد للمستهلكين حيث تطورت أساليبها وتعددت مظاهرها، حيث عجزت عن مجابقتها كل التشريعات والتنظيمات والقوانين المعمول بها والتي باتت غير مجدية نظرا لعدم ديناميكيته وتوافقها مع مستجدات الوقت الراهن، فقد أضحت هذه الظاهرة تؤثر وبشكل كبير على كافة الجهود المبذولة في سبيل تحقيق حماية شاملة للمستهلكين، حيث تمس البنية الأساسية للاقتصاد والمجتمع، وبالتالي فإن القضية القائمة تتجسد في ضرورة التغلب على مختلف مظاهرها التي باتت تنخر عصب القطاع التجاري الذي يحتل مكانة ليست بالهينة في اقتصاديات الكثير م البلدان على غرار الجزائر.

والناظر لظاهرة الغش التجاري سيرى أن هناك العديد من الاستراتيجيات التي يمكن استخدامها للوصول إلى نظام حماية يكفل للمستهلكين الاستفادة من كافة متطلبات حياتهم اليومية دون التعرض لأساليب معاملاتية

قانونية تمس بصحتهم وسلامتهم البدنية والمالية، وهذا على غرار بعث هيئات إدارية تعنى بمحاربة هذه الظاهرة ومنح تسهيلات لأطراف المجتمع المدني لإنشاء جمعيات حقوقية في المجال، وكذا سن القوانين والإجراءات الردعية اللازمة والتي من شأنها الحد من أساليب الغش المعتمدة، كذلك فإنه لزيادة التركيز على الجانب التوعوي والتحسيس الدور المهم للحد من الظاهرة.

وتدعيما للجانب النظري لهذه الدراسة، وكمحاوله لتسليط الضوء على واقع الغش التجاري في الجزائر تم اختيار إحدى المؤسسات العمومية المعروفة على الساحة وإسقاط الدراسة عليها، هذه المؤسسة هي مديرية التجارة بتبسة، والتي يتمثل نشاطها الأساس في حماية المستهلك ومحاربة مختلف مظاهر الغش التجاري.

ومن خلال الدراسة الميدانية التي تم القيام بها بالمديرية تم التعرف على نشاط الفرق الخاصة بالرقابة الاقتصادية وقمع الغش باعتبارها أحد أهم الهيئات التي تهدف من خلال عملها على حماية المستهلكين والاقتصاد الوطني على حد سواء من مختلف أساليب الغش التجاري، ومن خلال القيام بهذه الدراسة تم التوصل إلى عدة نتائج يمكن إبراز أهمها في النقاط التالية:

- حماية المستهلك موضوع يحظى بأهمية كبيرة من قبل العارفين بالمجالين الاقتصادي والاجتماعي، وقد ازداد الاهتمام به في الوقت الراهن نظرا للتوسع الذي تعرفه العولمة الاقتصادية والتطور التكنولوجي المصاحب لها والذي تطورت فيه الثقافة الاستهلاكية من المستوى المحلي إلى العالمية.

- الغش التجاري ظاهرة خطيرة عرفت انتشارا وتوسعا كبيرين في الآونة الأخيرة نظرا لتعدد أساليبها واختلاف مظاهرها حيث أضحت تهدد وبشكل سافر اقتصاديات الدول ومستهلكيها أين وقفت الكثير منها عاجزة أمام التطور الكبير الذي عرفته الظاهرة.

- عملية مجابهة الآثار المختلفة والقضاء على المظاهر المتعددة لظاهرة الغش التجاري تستوجب توفير جملة من القوانين والتشريعات والتنظيمات الفعالة والديناميكية المواكبة للتطورات الحاصلة وكذا توفير هيئات متخصصة وبمكونات بشرية مؤهلة تكون مهمتها الأساسية حماية المستهلك من آثار هذه الظاهرة.

- ظاهرة الغش التجاري تحتل مكانة كبيرة ضمن القطاع التجاري الجزائري الأمر الذي جعل من المسؤولين الحكوميين يسارعون إلى اتخاذ العديد من الإجراءات تأتي على رأسها التعديلات المستمرة على قوانين حماية

المستهلك بما يتلاءم والتطورات الحاصلة في هذا الشأن، وكذلك العمل على فسح المجال أمام المجتمع المدني لتفعيل مشاركتهم في ذلك من خلال جمعيات الدفاع عن حقوق المستهلك.

- مصالح الرقابة الاقتصادية وقمع الغش التابعة لمديرية التجارة لولاية تبسة تعمل بشكل كبير وتتواجد بصورة دائمة ميدانيا للعمل على توفير حماية كافية ودائمة للمستهلكين وتوقيع العقوبات اللازمة ضد مرتكبي أعمال الغش التجاري.

- حصائل مصالح الرقابة الاقتصادية وقمع الغش لمديرية التجارة لولاية تبسة تبين حرص المسؤولين على توفير الحماية الكافية للمستهلكين من جهة وأهمية هذا الجهاز الرقابي كأحد آليات مكافحة آثار الغش التجاري.

- من حصائل النشاط المتحصل عليها يتبين بشكل لا يوضع مجالا للشك أن مصالح الرقابة الاقتصادية وقمع الغش تعمل بشكل فعال وذلك نظرا إلى النتائج المحققة خلال السنوات الثلاث الأخيرة.

- العمليات الرقابية الوقائية لها بالغ الأثر في التقليل من آثار الغش التجاري من خلال توعية وتحسيس المستهلكين والمتعاملين الاقتصاديين على حد سواء إلى ضرورة الالتزام بمحتوى القوانين والتشريعات المعمول بها.

التوصيات الاقتراحات

لقد أفضت عملية الدراسة الميدانية التي خصت ظاهرة الغش التجاري وعمل مصالح الرقابة الاقتصادية وقمع الغش على القضاء عليها بولاية تبسة والتي أقيمت بمديرية التجارة بالولاية إلى الخروج بجملة من التوصيات والاقتراحات القائمة أساسا على النتائج المتحصل عليها ومن ذلك ما يلي:

- ضرورة الاعتماد على التحديث المستمر للقوانين والتشريعات لمواكبة التطورات الحاصلة.
- ضرورة زيادة العمل التوعوي والتحسيسي تجاه كافة الشركاء الاقتصاديين والمستهلكين على حد سواء.
- وجوب إيلاء أهمية أكثر لجمعيات الدفاع عن حقوق المستهلكين عن طريق منح تسهيلات أكثر للفاعلين في المجال.
- ضرورة التنسيق مع الجهات القضائية للرفع من معدل معالجة ملفات المخالفين، هذا المعدل الذي يبقى ضئيلا جدا مقارنة بعدد الملفات المرسلة.
- ضرورة انتهاز وتيرة أسرع في توظيف أكبر عدد من المراقبين الميدانيين.

- ضرورة تأطير العمالة الميدانية الأمر الذي من شأنه تحقيق فعالية أكثر في الميدان.

آفاق الدراسة

نظرا لتعدد المظاهر والمؤشرات الخاصة بظاهرة الغش التجاري، ونظرا للتشعبات الكثيرة التي تكتسي هذا الموضوع وامتداد أطرافه وارتباطه الوثيق بموضوع حماية المستهلك، يمكن مواصلة عملية البحث في جوانب أخرى عديدة ومتعددة لها صلة بهذا الموضوع، حيث وفي هذا النسق يمكن اقتراح بعض العناوين مثل:

- الغش التجاري وأثره على تطوير القطاع التجاري في الجزائر،
- التقليد كأحد أهم مظاهر الغش التجاري،
- واقع المنافسة غير المشروعة في الجزائر،
- الغش التجاري وأساليب الحد منه.



قائمة المراجع

I- القوانين والمراسيم التشريعية والتنظيمية

- 1- القانون رقم 07- 05 المؤرخ في 15 مايو 2007 والقانون رقم 75- 58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، يتضمن القانون المدني المعدل والمتمم من قانون 07-05
- 2- المرسوم التنفيذي رقم 09/11 المؤرخ في 20/01/2011 المتضمن تنظيم المصالح الخارجية لوزارة التجارة
- 3- الأمر 03-03 المعدل بالقانون رقم 08-12 المتعلق بالمنافسة
- 4- الجريدة الرسمية الجزائرية، العدد 41، 27/06/2004.
- 5- القانون 02/04 المؤرخ في: 23/06/2004 المعدل والمتمم والمحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.
- 6- المجلة القضائية رقم: 287833 ، العدد الثاني، سنة 2004
- 7- الجريدة الرسمية الجزائرية، العدد: 46، 18/08/2010

II- الكتب باللغة العربية

- 8- إبراهيم العيسوي، التجارة الالكترونية، المكتبة الأكاديمية القاهرة، ط01، 2003.
- 9- ابراهيم حسن، فلسفة وتاريخ النظم الاجتماعية والقانونية، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 2003.
- 10- أحمد محمد محمود علي خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القانون المصري والفرنسي والشريعة الإسلامية (دراسة مقارنة)، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2005.
- 11- السيد خليل هيكل، نحو القانون الإداري للاستهلاك في سبيل حماية المستهلك، دار النهضة العربية، مصر، دون ذكر سنة النشر.
- 12- أحسن بوسقيعة، الوجيز في القانون الجزائي الخاص، دار هومه ، الجزائر، 2006.
- 13- بشير العلق، قحطان العبدلي، استراتيجيات التسويق، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، 1998.
- 14- هاني دويدار، التنظيم القانوني للتجارة، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2011.
- 15- هشام مصطفى الحمل، دور الموارد البشرية في تمويل التنمية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2006.
- 16- كاترين قيو، التسويق معرفة السوق والمستهلكين من الدراسة التسويقية إلى الخيارات الاستراتيجية، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت ، ط1، 2008.
- 17- مدحت قريشي، التنمية الاقتصادية (نظريات وسياسات وموضوعات)، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2007.
- 18- موقوف محمد عبده، حماية المستهلك في الفقه الإسلامي، دار النشر، الطبعة 01، عمان، 2002.

- 19- محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2006
- 20- محمد محمد أحمد أبو سيد أحمد، حماية المستهلك في الفقه الإسلامي، دار الكتب العلمية، بيروت، 2004
- 21- محمد مختار القاضي، الغش التجاري، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2014.
- 22- نزار عبد المجيد البرواري، أحمد محمد فهمي البرزنجي، استراتيجيات التسويق، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2004.
- 23- فؤاد زكريا، ضبط الجودة وحماية المستهلك، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2005.
- 24- فريد النجار، إدارة التسويق العربي والدولي، مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 2004.
- 25- شريف الطباخ، الدفع في جرائم الغش والتدليس والجرائم التموينية، دار الفكر والقانون للنشر والتوزيع، مصر، 2007.
- 26- عباس العبودي، تاريخ القانون، مكتبة دار الثقافة، عمان، 1998
- 27- عبد الله حسين علي محمود، حماية المستهلك من الغش التجاري والصناعي، دار النهضة العربية، الإمارات، الطبعة 02، 2002.
- 28- عبد المجيد محمد الحفناوي، تاريخ القانون (مع دراسات في نظرية العقد في القانون الروماني)، دار الهدى، الإسكندرية.
- 29- عبد المطلب عبد الحميد، العولمة واقتصاديات البنوك، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2005.
- 30- عبد السلام أبو قحف، أساسيات التسويق، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، دون ذكر سنة النشر
- 31- عبد السلام أبو قحف، التسويق مدخل تطبيقي، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2002.
- 32- عبد الفتاح بيومي الحجازي، النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2002.
- 33- عبد الفتاح بيومي الحجازي، حماية المستهلك عبر شبكة الانترنت، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، ط1، 2007.
- 34- علاء الغرابوي وآخرون، التسويق المعاصر، الدار الجامعية، مصر، 2007.

III- الكتب باللغة الأجنبية

- 35- Calais anloy, droit de la consommation, Dalloz, paris, 1990.
- 36- Bernard Lancin, la protection du consommateur en Finland, revue international de droit comparé, volume 32, n 2, 1980.
- 37- Peter and others, consumer behavior and marketing strategy, European and edition, England, 1999.

IV- المذكرات

- 38- بوطبل خديجة، الحماية القانونية للمستهلك في مجال المنتجات المستوردة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، كلية الحقوق، بن عكنون، 2010.
- 39- بختة دندان، دور جمعيات حماية المستهلك، مداخلة مقدمة للملتقى الوطني الرابع حول حماية المستهلك، تشريعات وواقع، يوم 22-23 أبريل 2008، المركز الجامعي طاهر مولاي، سعيدة.
- 40- حساني علي، الإطار القانوني للالتزام بالضمان في المنتجات، دراسة مقارنة، رسالة لنيل شهادة دكتوراه دولة في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تلمسان، 2012.
- 41- خميلية سمير، عن سلطة مجلس المنافسة في ضبط السوق، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، جامعة تيزي وزو، 2013.

V- المجلات والملتقيات

- 42- الداوي الشيخ، "تحليل آليات حماية المستهلك في ظل الخداع والغش التسويقي"، الملتقى الوطني الأول حول: حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي الوادي، الجزائر، 13-14 أبريل 2008.
- 43- بن مسعودة عماد، دور ومهام أعوان الرقابة في مجال المنافسة والتحقيقات الاقتصادية، الدورة التكوينية لفائدة أعوان المنافسة والتحقيقات الاقتصادية، المدرسة الوطنية للغابات باتنة/ سبتمبر- أكتوبر- نوفمبر 2013.
- 44- السعيد جمال، المفهوم العام للغش، ودراسة واقعة لنماذج عن تغيير أسعار السلع، مداخلة في ندوة حول "حماية المستهلك ومكافحة الغش التجاري في الدول العربية"، شرم الشيخ، مصر، 13-17 جانفي 2008.
- 45- ولد عمر الطيب، الجزاء العقابية المترتبة عن الأضرار الماسة بأمن المستهلك وسلامته، مجلة دراسات قانونية، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، العدد 06 فيفري 2010.
- 46- زعبي عمار، مداخلة بعنوان: دور مصالح مديرية التجارة في حماية المستهلك، الملتقى الوطني الأول حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، المركز الجامعي، الوادي، أيام 13 و14 أبريل 2008.
- 47- مصطفى عبد اللطيف، بلعور سليمان، تحديات العولمة المالية للمصارف العربية واستراتيجيات مواجهتها مع الإشارة إلى القطاع المصرفي الجزائري، ورقة عمل مقدمة ضمن "ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحول الاقتصادي: واقع وتحديات"، البليدة، أيام 14-15 ديسمبر 2004.

48- عمار طهرات وبلقاسم محمد، إنعكاسات تطبيق إتفاقية تريبس على حماية المستهلك في الوطن العربي وقصور التشريعات على محاربة ظاهرة التقليد "الجزائر نموذجا"، مداخلة مقدمة إلى الملتقى الوطني الأول حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، 13 و 14 أبريل 2008، المركز الجامعي الوادي.

VI- المواقع الإلكترونية

- 49- عبد اللطيف بارودي، حماية المستهلك (المفاهيم والواقع الراهن والمؤشرات المستقبلية)، على الموقع: www.mafjouum.com/syr/articles/baroudi
- 50- جميل حلمي، الحماية الإلكترونية للمستهلك، www.islamonline.net
- 51- www.dcw-motaghanem.dz الموقع الرسمي لمديرية التجارة لولاية مستغانم.
- 52- www.cnrc.org الموقع الرسمي للمركز الوطني للسجل التجاري.
- 53- www.cacqe.org الموقع الرسمي للمركز الوطني لمراقبة النوعية والرزق.



شهدت الآونة الأخيرة تطورات عديدة مست جميع المستويات بما في ذلك المستوى الاقتصادي، هذا الأخير الذي برزت فيه العولمة كأهم المؤثرات التي بسطت نفوذها عليه، وكذلك اتسم بزيادة غير مسبوقه في متطلبات المستهلكين من السلع المختلفة والخدمات حيث كان لزاما على المنتجين والمصنعين وحتى الموزعين والتجار العاديين التحلي بنمط جديد أو أسلوب حديث يضمن مسايرة هذه التطورات والمضي قدما نحو توفير الكم المطلوب من هاته المتطلبات فكان ذلك على حساب النوعية والجودة، هذا الأسلوب الذي اتبعه كثير من الطفيليين لتحقيق أعلى الأرباح حتى لو كان ذلك على حساب صحة وسلامة المستهلكين.

إن مثل هذه التصرفات تمثل مظهرا من مظاهر الغش التجاري الذي تسعى الدولة بجميع الوسائل من أجل القضاء عليه، حيث جعلت من تحديث النصوص القانونية والتنظيمية وكذا إنشاء الهيئات والإدارات الرقابية الأساس في ذلك، وفي هذا النسق تظهر مصالح الرقابة الاقتصادية وقمع الغش كأحد أهم هذه الهيئات الفاعلة في مجال حماية المستهلكين من كافة مظاهر الغش التجاري عن طريق المهام الرقابية الميدانية والوقائية (التحسيسية) والتي برزت من خلال ما حققته وتحققه من إنجازات في مجالها.

Résumé

Nous vivons aujourd'hui de nombreux changements qui ont touché tous les domaines y-compris celui de l'économie. Celui-ci a été progressivement dominé par la mondialisation. Il a aussi connu une augmentation sans pareille des besoins des consommateurs de divers produits et de divers services. Les producteurs, les distributeurs et les fabricants et commerçants ordinaires sont obligés d'adopter une nouvelle approche qui garantit la bonne harmonie avec ces demande. Cela a été fait au détriment de la qualité et de la quantité. De nombreux parasites ont choisi de prendre cette démarche meme si elle affecté la santé des consommateurs.

Ces comportements est l'une des aspects de la fraude commerciale qui les autorités luttent depuis longtemps. Pour ce faire, des lois et des reglementation ont été mises à jour. Dans ce contexte, les services de contrôle economique de lutte contre la fraude sont l'une des instances efficaces dans le domaine de la protection des consommateurs de toutes sortes de fraude commerciale à travers les missions de contrôle sur le terrain et sensibilisation. Elles ont fortement contribué à donner des résultats remarquables dans ce domaine.