

حماية المستهلك من الإكبار عن التعاقد في التشريع الجزائري

الاستاذ : عميرات عاقل

أستاذ مساعد " أ " كلية الحقوق والعلوم السياسية

جامعة حمه لخضر - الوادي -

ملخص:

حضر المشرع كل سلوك يمكن أن يمارسه العون الإقتصادي على المستهلك ينال من إرادته و يجعلها معيبة غير قادرة على التعاقد بصفة حرة و سليمة ، فلا يقبل على التعاقد مختارا بل مجبرا تحت تأثير الممارسات غير المشروعة للعون للإقتصادي سوى كان ذلك بطريقة مباشرة أو غير مباشرة ، و من أهم هذه الممارسات التي تصدى لها المشرع بالحضر لما لها من تأثير سلبي على المستهلك و الإقتصاد عموما نذكر الخداع و الغش و الإحتكار .

summary:

Ban legislator all behavior can be exercised by economic help to the consumer receives from his will and make them defective unable to contract as a free and healthy, do not accept the contract chosen, but forced under the influence of illegal practices to aid the economic but it was directly or indirectly, and the most important of these practices addressed by the legislature urban areas because of its negative impact on the consumer and the economy in general mention of deception and fraud and monopoly.

إن الهدف الأول للعون الاقتصادي هو تحقيق الربح لهذا فإنه لا يتوانى في إستعمال كل السبل من أجل الوصول إلى جيوب المستهلكين ، و هذا ما يجعله في كثير من الأحيان ينحرف عن السلوكات الطبيعية الأخلاقية و الإنسانية ، مستعملا كل أساليب الغش و التدليس و الإكراه لإذعان المستهلك و جعله ينصاع لرغباته و يقبل ما يعرضه عليه من سلع و خدمات دون أن تكون له القدرة الكافية على التمييز و الإختيار ، خاصة أمام التطور الحاصل و الكثرة و التنوع و الأساليب الحديثة للدعاية ، و خوفا من وقوع المستهلك ضحية هذه السلوكات المنحرفة ألزم المشرع صراحة العون الاقتصادي بعدة إلتزامات مفادها الإمتناع عن جل الممارسات غير الشرعية .

لما كانت الإرادة الحرة الواعية و السليمة للمستهلك أساس التعاقد فكان لزاما حمايتها من جل الممارسات الغير شرعية التي يمكن أن تسلبها هذه الصفات الأساسية فتفقد قدرتها على الإختيار السليم و تجعلها تنصاع مندفعة لما يمكن أن يعرضه العون الإقتصادي من سلع و خدمات بأساليب ترويجية عالية تخفي ما ورائها من عيوب و من طموح لا متناهي للعون الإقتصادي نحو تحقيق مزيد من الربح و لو على حساب مصالح المستهلك .

من أبرز هذه الممارسات التي ألزم المشرع العون الإقتصادي بالإمتناع عنها حرصا على حماية المستهلك نذكر الخداع و الغش و الإحتكار و كانت البداية لتوفير حماية تشريعية للمستهلك من هذه الممارسات .

فكيف حمى المشرع المستهلك من الممارسات الغير شرعية عن طريق الغش و الخداع و الإحتكار الماسة بحرية إرادته و إختياره و التي تجعله يقبل على التعاقد مع العون الإقتصادي مجبرا لا مختارا ؟

المطلب الأول: حضر الخداع

قد يعمل العون الإقتصادي على تكوين إعتقاد خاطئ لدى المستهلك حول السلعة أو الخدمة موضوع الطلب ، بأنها تتوافر على ميزات و صفات معينة ، هي في الحقيقة لا تتوافر فيها .

يمكن أن نقول بداية أنه نوع من التدليس المعروف في القواعد العامة للقانون المدني و الذي يعيب إرادة المستهلك عند التعاقد ، و لكن في الحقيقة هناك إختلاف بينهما ، ففي التدليس المدني يكفي مجرد الكتمان أو عدم إظهار ما يشوب السلعة أو الخدمة من عيوب حتى يقع المستهلك في الغلط ، أما في الخداع فلا بد من وجود فعل خارجي لكي يوهم المستهلك بأن الشيء حقيقي ، كما أن التدليس هو عيب يصيب الإرادة عند تكوين العقد و الذي ينصرف إلى شخص المتعاقد ، أما الخداع فهو تظليل أو خدعة تحدث ليس فقط عند تكوين العقد بل أثناء تنفيذه ، و إذا كان الضرر في التدليس يصيب المتعاقد فقط فإنه في الخداع يصيب العامة ، كما يشترط لإبطال العقد للتدليس أن

تكون الحيل التي يستعملها المتعاقد على درجة معينة من الجسامة تدفع إلى التعاقد في حين لا يشترط ذلك في الخداع ، ولذا فالخداع أوسع نطاقا من التدليس المدني¹.

يختلف الخداع على النصب و ذلك يكون الطرق الإحتيالية في النصب هي كل كذب مصحوب بوقائع خارجية أو أفعال مادية يكون من شأنها أن تولد الإعتقاد لدى المستهلك بصدق هذا الكذب مما يدفعه إلى تسليم ما يراد منه تسليما رضائيا فالكذب وحده لا يكفي لوجود النصب بل لابد أن يصطحب بوقائع خارجية أو أفعال مادية أخرى أي أن هدف العون الإقتصادي الجاني من خلال النصب هو الإستيلاء على كل أو بعض مال المستهلك المجني عليه في حين أن غرض العون الإقتصادي من خداع المستهلك هو تحقيق كسب غير مشروع عن طريق عملية تجارية سليمة في ظاهرها ، فالمستهلك الذي لا يتلقى مقابلا للثمن الذي دفعه إلا شيئا عديم القيمة يكون ضحية جريمة النصب ولكن الفعل يتصف بالخداع عندما تكتسي السلعة المباعة مظهرا حقيقيا على خلاف الواقع ، فإرادة العون الإقتصادي في النصب غير جدية بل يهدف أساسا للحصول على مال المستهلك بدون أي مقابل أو مقابل لا يتناسب البتة مع الثمن المدفوع ، أما في الخداع فإن نية العون الإقتصادي تكون جدية ولكنه يبحث فقط عن زيادة ربحه بطريقة غير مشروعة عن طريق الخداع حول طبيعة السلعة أو نوعها أو كميتها².

قد تناول المشرع الجزائري الخداع في نص المادة 429 عقوبات التي نصت على أنه " يعاقب بالحبس من شهرين إلى ثلاث سنوات و بغرامة من 20000 دج إلى 100000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المتعاقد:

- سواء في نوعيتها أو مصدرها
- سواء في كمية الأشياء المسلمة أو في هويتها
وفي جميع الحالات فإن على مرتكب المخالفة إعادة الأرباح التي حصل عليها بدون وجه حق "
كما نصت المادة 430 عقوبات على حالات تشديد هذه العقوبات .
أما في قانون حماية المستهلك وقمع الغش 03/09 فقد نصت المادة 68 منه على أنه "
يعاقب بالعقوبات المنصوص عليها في المواد 429 من قانون العقوبات كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المستهلك بأي وسيلة أو طريقة كانت حول :

- كمية المنتوجات المسلمة .
- تسليم المنتوجات غير تلك المعينة مسبقا .
- قابلية إستعمال المنتوج .
- تاريخ أو مدد صلاحية المنتوج .

- النتائج المنتظرة من المنتج .
- طرق الإستعمال أو الإحتياجات اللازمة لإستعمال المنتج"³
- كما نصت المادة 69 من ذات القانون على أنه " ترفع العقوبات المنصوص عليها في المادة 68 أعلاه إلى خمس 05 سنوات حبس و غرامة قدرها خمسمائة ألف دينار 500000 دج إذا كان الخداع أو محاولة الخداع قد أرتكبت سواء بواسطة :
- الوزن أو الكيل أو بأدوات أخرى مزورة أو غير مطابقة .
- طرق ترمي إلى التغييظ في عمليات التحليل أو المقدار أو الوزن أو الكيل أو التغير عن طريق الغش في تركيب أو وزن أو حجم المنتج .
- إشارات أو إدعاءات تدلسية .
- كتيبات أو منشورات أو نشرات أو معلقات أو إعلانات أو بطاقات أو أية تعليمات أخرى"
- جميع هذه المواد أشارت إلى أهم جوانب الخداع³ التي قد يعمد إليها العون الإقتصادي في سبيل تحقيق المزيد من الربح على حساب سلامة وصحة و أمن المستهلك في كثير من الأحيان.

الفرع الأول - مفهوم الخداع

لم يعرف المشرع الجزائري الخداع لا في قانون حماية المستهلك و قمع الغش و لا في قانون العقوبات ، و إنما سعى لبيان موضوع وطرق الخداع من خلال ما أورده من نصوص ، مما يجعلنا نلجأ إلى عمل الفقه بهذا الصدد

فقد عرف الخداع بأنه القيام بأعمال و أكاذيب من شأنها إظهار الشيء على غير حقيقته ، أو إلباسه مظهرًا يخالف ما هو عليه في حقيقة الواقع⁴ .

كما عرف بأنه إلباس الشيء مظهرًا يخالف ما هو عليه في الحقيقة و الواقع⁵ ، و على ذلك يتحقق الخداع بقيام الإعتقاد الخاطئ لدى المستهلك بأن المنتج تتوافر فيه بعض المزايا و الصفات في حين أنها غير موجودة⁶ .

الفرع الثاني - حالات الخداع

حدد المشرع حالات الخداع من خلال نص المادة 429 من قانون العقوبات ، و المادة 68 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش ، و هذه الحالات واردة على سبيل الحصر ، بحيث لا يمكن القياس عليها أو التوسع فيها و ذلك لورودها في صيغة جزائية ، كما هو معروف أنه لا قياس في القانون الجنائي ، و في الحقيقة أن هذه الحالات قد شملت معظم صور الخداع التي تعرفها الحياة العملية.

يلاحظ الفقه أن العناصر التي يقع عليها الخداع هي محل تداخل و تكرار و يصعب تحديد الفواصل بينها بدقة⁷ فإذا كانت بعض عناصر الخداع لا تثير صعوبات حول تحديد معناها ، كنوع السلعة أو عناصرها أو وزنها أو مقاسها أو عددها أو مصدرها ... فإن هناك صعوبة كبيرة في تعريف و تحديد

المقصود بذاتية السلعة أو طبيعتها أو صفاتها الجوهرية ، لذا نجد بعض من الأمثلة لما يعتبر خداعا بشأن صفات السلعة الجوهرية يوردها آخر ضمن الخداع الذي يقع في ذاتية السلعة أو طبيعتها .

محاولة لتحديد الفاصل فإن البعض يعرف ذاتية السلعة بأنها مجموع الصفات الأساسية للسلعة و خواصها التي تلازمها ، و التي لولاها لما أقدم الشخص على التعاقد ، و فقدان هذه الذاتية يغير من طبيعة السلعة ، و يتحقق ذلك بإبدال الشيء بغيره ، بحيث لا تتوافر فيه الصفات التي وضعها المشتري في إعتباره عند التعاقد⁸ الواضح من ذلك أن ذاتية الشيء تتعلق بصفاته الجوهرية و طبيعته ، و هما أمران متميزان ، فالخداع في ذاتية الشيء يكون إذا كان الشيء مختلفا في مادته و مكوناته إختلافا كليا عن الشيء المتعاقد عليه ، و متغيرا في طبيعته لدرجة تجعله غير صالح للإستعمال الذي أعد له ، فالخداع هنا يقع على جسم أو مادة الشيء الذي سلم للمتعاقد من نفس جنس البضاعة و لكن من نوع أقل درجة أو قيمة أو تكوينا ، و هذا القول يؤدي إلى الخلط بين صفات الشيء الجوهرية و النوع و المكونات ، كما يتميز الخداع في طبيعة الشيء أو حقيقته و الخداع في ذاتيته ، فيكون هناك خداع في طبيعة الشيء عندما يكون الشيء محل البيع هو نفسه و لكن لا توافر فيه نفس الصفات التي كان يعتقد وجودها فيه ، أما الخداع في ذاتية البضاعة فيتحقق بإستبدال البضاعة⁹.

أي أنه يلزم ليكون هناك خداع أن يقع على عنصر أو أكثر من عناصر السلعة ، بحيث يكون من شأنه دفع الجمهور إلى الإقبال على سلعة لم يكن ليقبل عليها أصلا ، أو كان يمكن أن يقبل عليها و لكن وفقا لشروط مختلفة لولا الخداع الذي وقع فيه ، كل ذلك ضمن الإطار الذي رسمه نص المادة 429 عقوبات و المادة 68 من القانون 09/03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش ، و سنحاول بيان هذه الحالات بنوع من التفصيل.

أولاً: الخداع حول طبيعة السلعة (ذاتيتها)

طبيعة الشيء أو ذاتيته أو حقيقته التي هي مجموع العناصر المميزة للشيء و تكون دافعا للإقبال عليه ، و هي تشكل الطبيعة المادية للشيء إذا تعلق الأمر بمنتجات ، فطبيعة الشيء هي مادة هذا الشيء ، و يكون هناك خداع بشأن طبيعة الشيء أو ذاتيته أو حقيقته إذا كان هناك تغير جسيم في خصائص الشيء محل الخداع و خصائصه في الواقع ، بحيث إما يفقده طبيعته ، و إما يجعله غير صالح للإستعمال الذي أعد من أجله ، إذ يعتبر في الحقيقة قد تحول إلى شيء ذي طبيعة أخرى أو أدى إلى تغير جسيم ، و ليس أي تغير يجعل السلعة أقل جودة ، كوصف حليب على أنه كامل الدسم مع أنه خال من الدسم ، أما وصف مياه صناعية بأنها معدنية فلا يعتبر الأمر متعلق بتغير في الطبيعة مادامت المياه الصناعية تحتوي على نفس العناصر التي تحتوي عليها المياه المعدنية¹⁰.

ثانياً: الخداع في الصفات الجوهرية للسلعة

الخصائص الجوهرية هي تلك الخصائص الرئيسية التي يتضمنها الشيء ، و التي تقوم عليه القيمة الحقيقية للسلعة من وجهة نظر المتعاقد ، أي وضعها في إعتباره عند التعاقد ، و ما كان ليتعاقد عند تخلفها ، أو كان يتعاقد و لكن وفقا لشروط مختلفة فلا يلزم أن تكون هي السبب الأساسي أو الوحيد للتعاقد ، فيكفي أن تكون أحد الأسباب الدافعة إليه ، فالشيء لا يبقى على حاله في نظر المتعاقد عند تجريبه من هذه الخصائص أو بعضها ، و على ذلك فالخصائص الجوهرية مسألة تقديرية تختلف باختلاف الأشخاص و العقود و الأسباب الدافعة إلى التعاقد ، و الخصائص الجوهرية لا تنصب فقط على الخصائص التي تلحق طبيعيا بالشيء ، و لكنها تنظم أيضا الخصائص العرضية و الإستثنائية ، مادام قد ظهر للقاضي من ظروف الدعوى أن المستهلك قد وضع في إعتباره توافر هذه الخصائص ، و لذلك يصعب تمييز الخصائص الجوهرية عن ذاتية الشيء أو طبيعته مكوناته و طريقة صنعه و تاريخ هذا الصنع و مقداره و حجمه و أصله و النتائج التي يمكن إنتظارها منه ، فيعتبر خداعا مثلا الزعم بأن الدواجن محل البيع يتم تغذيتها بالحبوب و الغلال الطبيعية فقط ، مع أن غذاءها الأساسي هو المواد المخلقة صناعيا .

ثالثا: الخداع في التركيب أو نسبة مقومات السلعة

كثير من السلع تقنن نسب محتوياتها من خلال التشريعات ، و ذلك لأهميتها أو لشدة تأثيرها على صحة المستهلك ، و بالتالي يكون هناك خداع في تركيب السلعة في حالة وجود فارق أساسي في تكوين و تركيب المنتج الموجود بالفعل ، و تكوينه على النحو الذي يصوره العون الاقتصادي للمستهلك ، فعندما يعرض عصائر على أنها طبيعية ، فإنه يكون من الخداع إحتوائها على مواد صناعية كمشروبات و ملونات...أو عندما يعرض أثاث على أنه من الخشب الخالص ، ثم يظهر على أنه من المعجون الصناعي للخشب

رابعا: الخداع في نوعية أو مصدر السلعة

النوع أو الصنف هو مجموع العناصر التي تميز منتجا معيناً من منتجات نفس الجنس و تسمح بتمييزها عنها ، فالزيتون مثلا أنواع متعددة زيت اللوز و زيت الجوز و زيت الزيتون و زيت عباد الشمس و زيت النخيل و زيت الفول السوداني...و تبدوا خطورة الخداع بشأن النوع أو الصنف في الأحوال التي يعبر فيها المستهلك إهتماما خاصا بالنوع أو الصنف. فالمنتجات قد تتماثل من حيث المظهر و الشكل ، و لكنها تختلف فيما بينها حسب النوع أو الصنف ، مما يترتب عليه تغير قيمتها في نظر المتعاقدين .

أما الأصل أو المصدر فهما كلمتان مترادفتان ، تطلقان إما على مكان الإنتاج أو مكان الإستخراج إذا تعلق الأمر بمنتجات طبيعية أو صناعية ، كما يقصد بأصل البضاعة بأنه تحديد جغرافي لمكان نشأة المنتج ، أو مكان الإنتاج بالنسبة للمنتجات الطبيعية أو المنتجات الصناعية ، و لا يعد بالخداع في النوع أو الأصل أو المصدر إلا إذا كان هذا النوع أو ذلك الأصل أو المصدر المسند خداعا إلى البضاعة ، بموجب الإتفاق أو العرف أو أحد الأسباب التي دفعت المتعاقد إلى الإقبال على إقتناء السلعة ، أي إذا كان هذا النوع أو المصدر السبب الأساسي للتعاقد فإن مخالفته تجعلنا أمام حالة خداع .

خامسا: الخداع في كمية الأشياء المسلمة أو هويتها

جانب الخداع في هذه الحالة يقع على وسائل تقدير السلعة ، أي إما من ناحية عددها أو مقدارها أو قياسها أو كيلها ، و كما هو معروف يقصد بعدد السلعة حسابها رقميا ، أما مقدارها فإنه يكون بأحد وحدات الحساب الكمي كالغرام ، أما القياس بتقدير البضاعة ذاتها كما و مقدارا بإستعمال أحد وسائل القياس كالتر أو القدم أو الكيلومتر و عموما فإن مصطلح المقدار كفيل بجمعها كلها¹¹ ، أما الخداع في هوية السلعة فيكون بتسليم سلعة غير تلك المتفق عليها مسبقا¹²

سادسا: الخداع في تاريخ أو مدد صلاحية المنتج

المقصود بتاريخ الصلاحية تلك الفترة التي تظل فيها السلعة محتفظة بتركيبها و خواصها الطبيعية و قدرتها و هذه الفترة تختلف باختلاف المنتجات¹³ .

و يتحقق الخداع في تاريخ صلاحية السلعة إما بتقديم سنة صنعها أو تأخير سنة صلاحيتها ، و تاريخ صلاحية السلعة ليس معيار لصلاحيتها ، لأن السلعة قد تكون فاسدة أي غير صالحة و مع ذلك تاريخ صلاحيتها سليم أي لم ينتهي ، و كثيرا ما يحدث ذلك نتيجة عدم إلزام العون الاقتصادي بشروط حفظ و عرض و تخزين السلع مما يؤدي إلى فسادها و عدم صلاحيتها ، و هو ما يمكن أن يستشف من مظاهر أخرى كتغير لونها أو طعمها أو رائحتها و هي حالات قد تؤدي إلى تسمم و أخطار صحية خاصة إذا تعلق الأمر بالمواد الغذائية .

سابعا: الخداع في النتائج المنتظرة من المنتج

يقصد بالنتائج المنتظرة من المنتج الأمن الذي ينتظره المستهلك من ذلك المنتج¹⁴ و الغاية التي ينتظرها ، أي بمعنى أدق قابل للإستعمال أو الإستهلاك الذي أعد من أجله .

يتحقق الخداع بمجرد تسليم سلعة تنطوي على عيب يحد من إستعمالها ، و قد يقع الخداع على طريقة إستعمال السلعة و الإحتياطات اللازمة لذلك ، إذ يتعين على العون الاقتصادي إعلام المستهلك بالحد الأدنى من المعلومات حول طريقة الإستعمال و كيفية الوقاية من الأخطار الناجمة عن هذا الإستعمال ، و التغليب بشأن هذه العناصر سوف يؤدي إلى عدم الحصول على الفائدة المرجوة من المنتج¹⁵

المطلب الثاني: حضر الغش

لما كانت الثقة و الإئتمان أساس المعاملات التجارية ، فإن التعامل بالغش مرفوض في المعاملات ، و ذلك لما يسببه من ضرر يلحق العون الاقتصادي و بسمعته ، كما أن الضرر يمتد حتى إلى غير الأعوان الاقتصاديين المتعاملين به لأنه يضعهم أمام منافسة غير مشروعة ، فإذا إلتزموا عدم الغش قد يتعرضون للخسارة ، لأن الأعوان الاقتصاديين الغشاشين يستأثرون بالسوق و يروجون سلعهم بسهولة و بمجرد ما يكتشف أمرهم في سلعة معينة يتحولون لسلعة أخرى و هكذا ، و مجال الضرر نتيجة الغش

واسع فلا يسلم منه إنسان و لا حيوان ، لأن المستهلكون يكون عرضة للتغذية المغشوشة و الأدوية المغشوشة و يصبحوا مهددون في صحتهم و سلامتهم و أمنهم...

لهذا نجد المشرع حرص على حضر الغش¹⁶ بكل أوجهه سواء كان واقع على المستهلك أو السلعة أو الخدمة التي يقتنيها إذ تنص المادة 429 من قانون العقوبات على أنه " يعاقب بالحبس من شهرين إلى ثلاث سنوات و بغرامة من 20000 دج إلى 100000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المتعاقد:

- سواء في الطبيعية أو في الصفات الجوهرية أو في التركيب أو في نسبة المقومات اللازمة لكل هذه السلع .
- سواء في نوعها أو مصدرها .
- سواء في كمية الأشياء المسلمة أو في هويتها .

و في جميع الحالات فإن على مرتكب هذه المخالفة إعادة الأرباح التي حصل عليها بدون وجه حق

"

كما تنص المادة 431 من نفس القانون بأنه " يعاقب بالحبس من سنتين إلى خمس سنوات و بغرامة من 20000 دج إلى 100000 دج كل من :

- يغش مواد صالحة لتغذية الإنسان أو الحيوانات أو مواد طبية أو مشروبات أو منتجات فلاحية أو طبيعية مخصصة للإستهلاك .
- يعرض أو يضع للبيع أو يبيع مواد صالحة لتغذية الإنسان أو الحيوانات أو مواد طبية أو مشروبات أو منتجات فلاحية أو طبيعية يعلم أنها مغشوشة أو فاسدة أو مسمومة .
- يعرض أو يضع للبيع أو يبيع مواد خاصة تستعمل لغش مواد صالحة لتغذية الإنسان أو الحيوانات أو مشروبات أو منتجات فلاحية أو طبيعية يحث على إستعمالها بواسطة كتيبات أو منشورات أو نشرات أو معلقات أو إعلانات أو تعليمات مهما كانت "

عموما قد جاءت مجمل المواد من 429 إلى 439 من قانون العقوبات لمعالجة هذا الجانب تحت

عنوان الغش في بيع السلع و التبدليس في المواد الغذائية و الطبية .

كما أن القانون السابق 02/89 المتعلق بحماية المستهلك قد أكد على هذه الحماية خاصة في المادة 03 منه ن مؤكدا على ما يجب توافره في السلعة أو الخدمة و موقعا عليها ذات العقوبات الواردة في المواد 429 ، 430 ، 431 من قانون العقوبات ، و ذلك من خلال ما ورد في نص المادة 28 من القانون 02/89 سالف الذكر .

لتجسيد أهداف هذا القانون 02/89 أحال المشرع بشأنه إلى النصوص التنظيمية ، و في هذا الصدد صدرت عدة مراسيم تنفيذية و قرارات لتحديد كيفيات تطبيق نصوصه ، إضافة إلى وجود عدة قوانين متفرقة كانت بعض نصوصها في هذا الإطار نذكر منها :

-المرسوم التنفيذي 39/90 المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش و الذي سبق الإشارة إليه .

- المرسوم التنفيذي 538/91 الذي يحدد كفاءات مراقبة و فحص المطابقة لألات القياس التي ترتكب بها جريمة الغش في

صورة من صورها .

- كما نص تشريع الأسعار الصادر بموجب القانون 12/89 السالف الإشارة إليه في مادته 33 على قمع الغش و التي جاء فيها " يمنع كل غش و يعتبر غشا كل بيع أو عرض بيع للسلع أقل من الناحية الكمية أو الوزن أو الحجم أو الجودة من تلك التي كان ينتظرها المشتري قانونا مقابل السعر المدفوع أو الذي سيدفع كل خدمة أو عرض خدمة ينطوي على أعمال أو خدمات أقل من ناحية الكم و الجودة من التي كان ينتظرها الزبون مقابل الثمن المدفوع أو الذي سيدفعه و بصفة أعم كل ممارسة أو مناورة تدليسية " كما نلمس هذه الحماية من خلال القانون 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية سالف الذكر ، الذي من أهدافه الرئيسية تحديد قواعد و مبادئ شفافية و نزاهة الممارسات التجارية التي تقوم بين الأعوان الاقتصاديين و بينهم و بين المستهلكين ، كما يظهر خاصة من نص المادة 05 من هذا القانون التي بينت أهم الجوانب التي يجب على العون الاقتصادي التركيز على مصداقيتها .

و قد جاء القانون الحالي 03/09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش مؤكدا على الحماية من الغش ، و الذي يظهر جلي خاصة من خلال نص المادة 70 التي نصت على أنه " يعاقب بالعقوبات المنصوص عليها في المادة 431 من قانون العقوبات كل من :

- يزور أي منتج موجه للإستهلاك أو للإستعمال البشري أو الحيواني .
- يعرض أو يضع للبيع أو يبيع منتج يعلم أنه مزور أو فاسد أو سام أو خطير للإستعمال البشري أو الحيواني

- يعرض أو يضع للبيع أو يبيع مع علمه بوجهتها مواد أو أدوات أو أجهزة أو كل مادة خاصة من شأنها أن تؤدي إلى تزوير أي منتج موجه للإستعمال البشري أو الحيواني "

كما نصت المادة 83 من نفس القانون على أنه " يعاقب بالعقوبات المنصوص عليها في الفقرة الأولى من المادة 432 من قانون العقوبات كل من يغش أو يعرض أو يضع للبيع أو يبيع كل منتج مزور أو فاسد أو سام أو لا يستجيب للإلزامية الأمان المنصوص عليها في المادة 10 من هذا القانون إذا ألحق هذا المنتج بالمستهلك مرض أو عجز عن العمل .

و يعاقب المتدخلون بالسجن المؤقت من عشرة 10 سنوات إلى عشرين 20 سنة و بغرامة من مليون دينار 1000000 دج إلى مليوني 2000000 دج إذا تسبب هذا المنتج في مرض غير قابل للشفاء أو فقدان إستعمال عضوا أو في الإصابة بعاهة مستديمة .

يتعرض هؤلاء المتدخلون لعقوبة السجن المؤبد إذا تسبب هذا المرض في وفاة شخص أو عدة أشخاص " و أمام هذا الزخم التشريعي فإن تحديد مفهوم الغش بشكل أوضح و بيان أهم جوانبه بات أمر ضروري و هو ما ستحاول بيانه.

الفرع الأول: مفهوم الغش

لم نجد في التشريع الجزائري تعريفا مباشرا و محددا للغش ، مما يجعلنا نبحث في التعاريف الفقهية الواردة بهذا الشأن ، و التي من بينها ذلك الذي عرف الغش بأنه كل تغير أو تعديل أو تشويه يقع على الجوهر أو التكوين الطبيعي لمادة أو سلعة معدة للبيع ، و يكون من شأن ذلك النيل من خواصها الأساسية أو إخفاء عيوبها أو إعطائها شكل أو مظهر سلعة أخرى تختلف عنها في الحقيقة ، و ذلك بقصد الإستفادة من الخواص المسلوّبة أو الإنتفاع بالفوائد المستخلصة و الحصول على فارق الثمن¹⁷ فالغش قوامه تغير الحقيقة في جوهر الشيء تغيرا يجعل منه غير صالح للإستهلاك أو للإستعمال الذي أعد له ، أو ليس بالشكل الذي يرغب فيه المستهلك بإتخاذها لشكل و مظهر آخر ، و يقوم به العون الاقتصادي بفعل عمدي¹⁸ من أجل إيقاع المستهلك و إنتزاع ما يراه من ثمن. ذلك أن المستهلك لو علم بسلوك العون الاقتصادي ما إقتنى من تلك السلعة أو الخدمة ، و ذلك لأن الغش أحدث تغيرا في طبيعة السلعة أو خواصها أو تركيبها أو بفائدتها أو أفقدها طبيعتها الأصلية أو أضعف من مواصفاتها.

فالغش يقوم على خداع المستهلك و إيهامه بأن السلعة التي يرغب في شرائها هي من جنس و طبيعة خاصة و هو الصنف الذي يبحث عنه ، و بذلك لا يكفي مجرد الكتمان لقيام الغش ، إذ أن الغش لا ينتج عن مجرد تأكيد الكذب بل يتحقق بأساليب يجب أن تنصب على السلعة ذاتها فتحدث الخطأ المطلوب لدى المستهلك الذي يقتنع بشراء هذه السلعة ، و بذلك فإن الغش في السلعة يتطابق مع الإحتيال و الساليب التي يستخدمها الجاني لإيهام المجني عليه بصحة مزاعمه ، إذ يلجأ المحتال إلى القيام بأعمال مادية خارجية يستعين بها لتأكيد كذبه و إظهاره بأساليب تمثيلية في مظهر الحقيقة ، إلا أن الفرق بينهما أنه في الغش بالسلعة يكون غير مباشر ، أما الإحتيال فهو يتم بمواجهة المجني عليه مباشرة¹⁹ .

فالغش هو محاولة التديليس على المستهلك و تظليله ، بإخفاء المعلومات الكافية عن السلعة التي يملكها المنتج و التي تماثل و تشابه السلع الجديدة من حيث الشكل ، و لكنها سلع رديئة عديمة الجودة يخفي المنتج المعلومات المطلوبة عن المستهلك و يعرضها على أنها تضاهي السلعة ذات النوعية الجيدة.

يتحقق الغش إما بإخفاء المعلومات الأصلية للسلعة ، أو بتقديم معلومات مظللة و خاطئة ، أو بإجراء تغير في تركيب البضاعة أو الصنف عن طريق مخالفة المواصفات الموضوعة من قبل الجهات المختصة بالمواصفات و المقاس²⁰ .

الفرع الثاني: صور الغش

الحقيقة أن حالات الغش كثيرة و متعددة و لكن نحاول الإشارة إلى أكثرها رواجاً فقط ، فالغش يقع عادة بقيام العون الاقتصادي بإضافة مادة غريبة للسلعة ، أو يعمل على إنتزاع أحد مكوناتها النافعة ، كما أن الغش يتحقق أيضا بإخفاء و تغير مظهر السلعة بشكل من شأنه أن يغش المستهلك ، و يتحقق كذلك كما أشرنا بالخلط أو إضافة مادة مغايرة لطبيعة السلعة ، أو من نفس طبيعتها و لكن من صنف

أقل جودة بقصد إيهام المستهلك أو المقتني عموماً بأن السلعة سليمة ، مخفياً رداً عنها ويظهرها في صورة أجود مما هي عليه في حقيقة الأمر ، ويتحقق الغش ولو لم يؤدي إلى تغيير طبيعة البضاعة بعدما إنتزع منها أو أضيف إليها ، فالمهم أن هذا العمل فيه تزيف للحقيقة و غش المستهلك والإضرار به يجعله يقبل على إقتناء سلعة يظنها مطابقة لما إتجهت إليه رغبته ، و ذلك لكون العون الإقتصادي قام بعمل مؤثر في خواص السلعة و فائدها ، و نوضح بعض هذه الحالات على النحو التالي :

أولاً: الغش بالإضافة أو الخلط

يتم الخلط بإضافة مادة أخرى إلى السلعة أقل جودة ، سواء كانت من طبيعتها أو من طبيعة مغايرة ، فالخلط لا يقتصر على إضافة عنصر مغاير للعنصر الأصلي للسلعة بل يمتد ليشمل إضافة عنصر من طبيعة السلعة ذاتها ولكنه أقل منها جودة أو قيمة ، كإضافة الماء إلى اللبن أو للحوم لزيادة وزنها ، أو إضافة الدقيق العادي إلى الدقيق الممتاز ، و لا يعتبر من قبيل الغش ما جرى عليه العرف في التجارة أو الصناعة على إضافة بعض المواد الحافظة إلى السلعة طالما أنها في الحدود المسموح بها دون تجاوز أو يمكن معرفتها من البيانات المدونة و مأذون بإضافتها ، و من ثم فإن كل خلط في السلعة لا يعتبر بالضرورة غشاً معاقباً عليه²¹ .

فالغش في السلعة لا يتحقق عن طريق الخلط أو الإضافة إلا إذا ترتب عليها تغيير ملموس و واضح في السلعة من حيث مواصفاتها أو جودتها أو نوعها أو العناصر الرئيسية لها التي تكون محل إعتبار في التعامل كما في حالة إضافة سمن صناعي إلى سمن طبيعي أو إضافة عسل السكر المذاب إلى عسل النحل الطبيعي²² .

ثانياً: الغش بالإنتزاع أو الإنتقاص

يتحقق هذا الغش عن طريق التزاع الكلي أو الجزئي لأحد عناصر السلعة ، و ذلك بسلب هذه العناصر التي تدخل في التركيب الطبيعي للسلعة مع عدم التغير في الإسم ، فيحتفظ للسلعة الجديدة في حقيقتها بعد التغير في عناصرها بذات الإسم، و يتعامل فيها بذات الثمن ، أي أنه يطرح السلعة المنزوعة منها عناصر للتداول على أنها مازالت حاوية لها ، أما العناصر النافعة التي إنتزعتها فيستفيد منها ببيعها على أنها سلعة مستقلة تحت مسمى سلعة أخرى ، كالعون الإقتصادي الذي يقوم بتزاع الزبدة أي الدسم من الحليب ثم يبيع الزبدة على أنها سلعة بتسمية أخرى و يبيع الحليب على أساس أنه كامل الدسم أي لم تتزاع زبدته .

في غالب الأحيان بعد أن يتم إنتزاع عناصر السلعة يضاف إليها بعد ذلك مادة من منتج آخر ، أو يضاف إليها لون معين لكي تظهر هذه السلعة على أنها السلعة الحقيقية المعدة للبيع ، فهنا المستهلك لو علم بهذا النقص لإمتنع عن إقتنائه ، أو على الأقل لا يقتنيه بثمن المنتج الأصلي ، كما أن هذا السلب للعناصر قد يتسبب في فساد سريع للسلعة أو إضعاف قيمتها الغذائية أو العلاجية رغم بقاء المظهر الخارجي للسلعة يوحي بأنها حقيقية .

ثالثا: الغش بإخفاء الفساد أو التلف

يكون الغش أيضا بمحاولة الإستفادة من السلع التي أصابها الفساد أو لحقها التلف ، فيقوم العون الاقتصادي بإستخدام ألوان مختلفة و مواد معطرة محاول إخفاء الفساد أو التلف الذي لحق بالسلعة ، و بذلك يستطيع التصرف فيها على الرغم من فسادها ، فيستخدم البهارات المغيرة للطعم فيما يكتشف بالتذوق ، و المعطرات فيما يكتشف بالشم...كما يعمد إلى إخفاء الفساد و ذلك بمحاولة تغير مظهر السلعة ، و هو ما يكثر العمل به في أسواق الخضر و الفواكه ، أين تستر السلع الفاسدة أو التالفة تحت طبقة من السلع الجيدة فلا يتمكن المستهلك من إكتشافها بالرؤية ، بل الأكثر من ذلك قد لا يسمح له أصلا بالتقليب بحجة صعوبة إعادة الترتيب و التوضيب ، و لو إكتشفها المستهلك أو المقتني لاحقا يرد عليه البائع بكل بساطة أنا أيضا إشتريت بهذا الشكل ، و هو رد غير كافي و غير منقح .

و عموما فإنه لا بد من علم العون الاقتصادي المسبق بهذا الفساد أو التلف و مع ذلك إتجهت إرادته لإخفائه و طرح السلع للتداول على أساس أنها خالية من الفساد و التلف ، و هي مسألة يقدرها القاضي في حالة النزاع²³.

رابعا: الغش عن طريق عدم مطابقة السلعة للمواصفات المقررة

توجد بعض السلع و خاصة الغذائية منها التي تعتمد على المنتوجات الطبيعية كمواد أولية لها ، و بالنظر إلى خطورة الأثار المترتبة عليها فإن المشرع يتدخل كثيرا بالنسبة لها عن طريق القرارات الوزارية لوضع تنظيم قانوني لها يحدد فيه المواصفات المقررة لها ، من حيث العناصر الداخلة في تركيبها ، و النسب التي يجب أن تحتوي عليها و هذه المواصفات و النسب يجب أن تستوفى هذه السلع عند عرضها للبيع أو حيازتها بقصد البيع ، فإذا تم صنعها بغرض البيع و هي غير مستوفية لخواصها الطبيعية للبيع المفروضة قانونا ، فإن هذا يعد غشا لعدم مطابقتها المواصفات المقررة. فالغش في هذه الحالة تحققه يفترض وجود تشريع يحدد العناصر اللازم وجودها في تركيب السلعة بصفة مسبقة ، و من هذه المواد الحساسة صناعة حليب الأطفال لما له من تأثير مباشر على صحتهم²⁴.

عموما فإن حالات الغش كثيرة و تتعدد صورها و أساليبها ، فقد يكون الغش في طبيعة السلعة أو نوعيتها أو صفتها الجوهرية أو في مصدرها أو في وزنها أو مقدارها....

المطلب الثالث: حضر الإحتكار

لم يحضر المشرع الجزائري الإحتكار في ظل الإقتصاد الموجه ، و هو ما يظهر من إحتكار الدولة للتجارة و الصناعة ، كما نجد أنه يقيد حرية المنافسة بين الأفراد ، و هو ما يجسد من خلال عدة قوانين أصدرها آنذاك من بينها القانون رقم 02/78 الصادر في 1978/02/11 المتعلق بإحتكار الدولة للتجارة الخارجية²⁵ و القانون رقم 88/89 الصادر في 1989/07/19 المتعلق بممارسة إحتكار الدولة للتجارة الخارجية²⁶ و كذا المرسوم رقم 201/88 الصادر في 1988/10/18 المتضمن إلغاء جميع

الأحكام التنظيمية التي تخول المؤسسات الإشتراكية ذات الطابع الاقتصادي التفردي بأي نشاط اقتصادي أو إحتكار للتجارة²⁷.

لما إنتهج المشرع نظام الإقتصاد الحر في ظلّه إعتنق مبدأ حرية التجارة والصناعة ، و عمل على تشجيع المنافسة الحرة النزّهة ليتأكد ذلك بصدور دستور 1996 ، ثم من خلال القوانين التي تلتها الأمر 03/03 المتعلق بالمنافسة و القانون 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية... التي حضر فيها جميع أشكال الممارسات المقيدة للمنافسة أو الهادفة للإحتكار.

فالتنافس الحر و التزيه يوفر للمستهلك فرصة إختيار ما يناسبه من سلع و خدمات دون إكراه ، كما يسمح بتوفير سلع تتناسب و القدرة الشرائية لفئة أوسع للمستهلكين ، و على العكس تماما يتسبب الإحتكار في تقييد المنافسة و عرقلة حرية الممارسات التجارية ، فيقلل من فرص المنافسة و عرقلة حرية الممارسات التجارية فيقلل من فرص حصول المستهلكين على السلع و الخدمات لندرتها²⁸.

لهذا حضر المشرع الإحتكار حيث نصت المادة 06 من الأمر 03/03 المتعلق بالمنافسة على أنه " تحضر الممارسات و الأعمال المدبرة و الإتفاقيات و الإتفاقات الصريحة و الضمنية عندما تهدف أو يمكن أن تهدف إلى عرقلة حرية المنافسة أو الحد منها أو الإخلال بها في نفس السوق أو جزء جوهري منه لاسيما عندما ترمي إلى :

- الحد من الدخول في السوق أو في ممارسة النشاطات التجارية فيها .
- تقليص أو مراقبة الإنتاج أو منافذ التسويق أو الإستثمارات أو التطور التقني .
- إقتسام الأسواق أو مصادر التمويل .
- عرقلة تحديد الأسعار حسب قواعد السوق بالتشجيع المصطنع لإرتفاع الأسعار أو لإنخفاضها .
- تطبيق شروط غير متكافئة لنفس الخدمات تجاه الشركاء التجاريين مما يحرمهم من منافع المنافسة.
- إخضاع إبرام العقود مع الشركاء لقبولهم خدمات إضافية ليس لها صلة بموضوع هذه العقود سواء بحكم طبيعتها أو حسب الأعراف التجارية "

نجد أيضا أن المشرع نص على إساءة إستخدام القوة الإحتكارية يكون بواسطة التركيز الاقتصادي أو التجميع من خلال نص المادة 15 من الأمر 03/03 ، و أيضا بإستخدام النفوذ وفقا لنص المادة 16 و 18 من نفس الأمر ، في حين نجد أن المادة 18 من نفس الأمر نصت على أنه " تطبيق أحكام المادة 17 أعلاه كلما كان التجميع يرمي إلى تحقيق 40% من المبيعات أو المشتريات المنجزة في سوق معينة "

كما نصت المادة 25 من القانون 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية في فقرتها الثانية بأنه " يمنع على التجار حيازة...مخزون من المنتوجات غير مبرر بهدف تحفيز الإرتفاع غير المبرر للأسعار..."

الفرع الأول: مفهوم الإحتكار

لم نجد تعريف محدد للإحتكار في التشريع الجزائري ، لهذا نحاول معرفة هذا المفهوم من خلال ما جاء فقهيًا بهذا الصدد

ففقهاء المالكية في الشريعة الإسلامية عرفوا الإحتكار بأنه الإدخار للمبيع و طلب الربح بتقلب الأسواق ، لأنه يجري عندهم في كل شيء من طعام أو إدام أو كتان أو صوف أو غيره...و على إعتبار أن الإحتكار في العصر الحالي لم يعد مقتصرًا على الأفراد ، وإنما إمتد إلى الدول فيعرفه بأنه حبس السلع التجارية على إختلاف أصنافها لتقل في الأسواق وتغلبوا أثمانها ، و يتحكم المحتكر في بيعها بالأرباح التي يفرضها مهما كانت حالة المشتري من عجز أو إقتدار²⁹

تسمى هذه العملية في العصر الحديث بالسوق السوداء ، و إنها لتسمية مناسبة فهي سوداء على المشتري لإضطرابه إلى شراء سلع بأسعار خالية لا تعادل قيمتها الحقيقية ، و سوداء على البائع لأنها تجلب عليه مقت الله و غضب الناس³⁰ ، لأن الحكمة من حضر الإحتكار هي رفع الضرر عن عامة الناس ، لأن الإحتكار يؤدي إلى غلاء السلعة محل الإحتكار ، و ذلك فيه تضيق على الناس في أقواتهم .

أما من الناحية الإقتصادية فعرفه بأنه الإنفرد بسلعة أو خدمة و التحكم الكامل في معدلات وفرتها و تحديد أثمانها و مستوى جودتها سعيا للحصول على أكبر قدر ممكن الأرباح من عن طريق التواطؤ بين الأطراف لغلق المنافسة أمام الموزعين أو المنتجين الآخرين³¹ .

هذا التصرف يضر بصغار الأعوان الإقتصاديين ، كما أنه يؤدي لرفع معدلات الربح للمحتكرين ، فتتسم أسعار السلع و الخدمات بالمبالغة ، فتصبح لا تعبر تعبيرًا حقيقيًا عن قيمة السلعة أو الخدمة ، و هو ما يؤدي لإنخفاض معدلات التقدم و الإبتكار التكنولوجي ، و قلة جودة السلع و الخدمات لإنعدام المنافسة الشريفة و النزهة .

أما في مجال فقه حماية المستهلك³² فعرف الإحتكار بأنه إنفرد شخص أو عدة أشخاص بالقيام بنشاط إقتصادي معين ، سواء في البيع أو السيطرة على إنتاج سلعة ما أو عرضها و توزيعها دون منافسة ، و كذلك الإنفرد بأداء خدمة معينة مطلوبة ، على نحو يؤدي إلى الإضرار بالإقتصاد و المستهلكين و المنتفعين بالخدمة و من ثم بالمستهلكين³³ .

الإحتكار يقضي على التنافس بين الأعوان الاقتصاديين الموجودين في سوق سلعة معينة أو خدمة معينة ، ويمنع دخول أعوان إقتصاديين جدد إلى هذه السوق مما يضعف المنافسة ويؤثر على المستهلك والإقتصاد عموما.

الفرع الثاني : الفرق بين الإحتكار والإغراق

الإغراق يمكن تعريفه على أساس السعر ، على أنه بيع سلعة في الأسواق الخارجية بسعر يقل عن سعر بيعها في الأسواق المحلية ، في نفس الوقت وتحت نفس ظروف الإنتاج ، مع الأخذ في الاعتبار كلفة النقل ، أو على أساس التكلفة هو بيع السلعة في السوق الأجنبية بسعر أقل من تكلفة إنتاجها ، ويكون ببيع كميات من السلعة بأسعار دون الأسعار التي كانت سائدة ومألوفة ، على سبيل الإغراق للمستهلكين ، كما يحدث في حالات التصفية والأكازيونات ...³⁴.

في مفهوم العلاقات الدولية ، هو قيام المنتج الأجنبي المصدر للسلعة ببيعها في سوق الدولة المستوردة بسعر أقل من سعر بيعها في سوق إنتاجها المحلي ، أو بسعر أقل من سعر بيع المنتجين المحليين في الدولة المستوردة لنفس السلعة أو لسلع من نفس النوع ، أو بسعر أقل من سعر بيع المنتجين الأجانب الآخرين لنفس السلعة أو لسلع من نفس النوع في سوق الدولة المستوردة ، لا لسبب يرجع إلى كفاءة المصدر المغرق أو أي عامل آخر مؤثر في حالة المقارنة بين الأسعار لظروف البيع بالضرائب مثلا وإنما بهدف إنفراده بسوق الدولة المستوردة والتخلص من منافسة الغير له وصولا إلى احتكار سوق هذه الدولة³⁵.

قد يبدو للوهلة الأولى و على المدى القصير أن الإغراق يقيد المستهلك ، و ذلك لإنخفاض الأسعار ولكن الحقيقة على خلاف ذلك .

ينشأ عن الإغراق ثلاث أنواع من الضرر وهي :

- ضرر يلحق بالإنتاج الوطني المشابه للسلعة المغرقة (المستوردة) ، وقد يكون هذا النوع زاحفا إذا كان التميز السعري منخفضا وإستمر لمدة طويلة ، وهنا يشكل الإغراق خطرا على البلد المستورد ، و ذلك فيما إذا كانت كمية الواردات من السلعة المغرقة كبيرة . و كان التميز السعري مرتفعا ، وكانت هناك بدائل محلية للسلعة المغرقة ذات أسعار مرتفعة نسبيا ، حيث يؤدي الإغراق إلى ضرر حتمي بالإنتاج الوطني و المنتج المحلي و يتعين على الدولة مكافحته³⁶.

- ضرر يلحق بالمنافسة الحرة بين المنتجين الأجانب المصدرين للسلع المشابهة للسلعة المغرقة في أسواق الدولة أو الدول المستوردة لهذه السلع ، حيث يتنافى الإغراق مع المنافسة الحرة من حيث أن تحديد السعر فيها يجب أن يعتمد فقط على معايير التكلفة الفعلية للإنتاج في بلد المنشأ إضافة لمبلغ معقول مقابل تكاليف الإدارة و البيع و التكاليف العامة من ضرائب ورسوم و قدر معقول من الأرباح ، بحيث

يكون سعر السلعة معبرا على الواقع ولا ينطوي على أي تمييز إلا بقدر تفاوت المنتجين في كفاءة الإنتاج و قدرتهم على الابتكار ، في حين أن الثمن في سياسة الإغراق لا يراعي هذه المعايير و إنما يعتمد على معايير أخرى يحددها كل منتج مغرق بما يحقق إحتكار سوق دولة ما في المدى الذي يحدده ³⁷ .

- ضرر يلحق على البعيد بالمستهلك المحلي في الدولة المستوردة التي تعرضت للإغراق ، مثلا في إرتفاع ثمن المنتج المغرق و إنخفاض جودته، إذ بعد أن يتحقق للمنتج (المصدر) المغرق إحتكار سوق الدولة و طرد كافة المنتجين المنافسين فإنه يبدأ في رفع الأسعار لتعويض ما فاتته من كسب من خلال ممارسته للإغراق ، و قد لا يعنى بالجودة أو التجديد أو الابتكار اعتمادا على إحتكاره للسوق ³⁸

و على ذلك يختلف الإحتكار عن الإغراق في أن الأول غالبا ما يكون على المستوى المحلي ، كما أن ليست كل حالاته ضارة طالما تحقق بوسائل مشروعة بإنتاج أكثر جودة و أقل سعر مقارنة بالأخريين. في حين أن الإغراق يحدث على المستوى الدولي نتيجة إشباع سوق الدولة المستوردة بسلع أقل من سعر بيعها في سوق إنتاجها المحلي بسبب يرجع إلى إنخفاض جودتها ، وصولا إلى طرد كافة المنافسين له و إحتكار السوق و رفع الثمن ³⁹ .

كما أن مفهوم الإحتكار ⁴⁰ لم يعد مجرد ممارسة تؤدي بالتبعية إلى إرتفاع الأسعار المحلية ، بل قد تقوم بعض الشركات التي تحضى بوضع إحتكاري بتخفيض أسعار منتجاتها بهدف طرد المنافسين الأخريين من السوق ، و إذا كانت هذه الشركات دولية و تصدر منتجاتها فإنها تسعى لتحقيق ذلك أيضا من خلال ما يسمى بالإغراق ، و من ثم تتعرض مصالح المستهلك للخطر في حالة الممارسات الإحتكارية الضارة و أيضا في حالة الإغراق .

المطلب الرابع: جوانب حماية المستهلك من الإجبار عن التعاقد

نعني بحماية المستهلك في مفهومها الواسع إيجاد التوازن بين العون الإقتصادي و المستهلك أو بين كافة أطراف قوى السوق دون إجحاف لفئة على حساب الأخرى و كما تعني حفظ حقوق المستهلك و ضمان حصوله على تلك الحقوق من قبل الأعوان الإقتصاديين بكافة صورهم سواء كانوا تجار أو صناعا أو مقدمي خدمات... و ذلك في إطار التعامل التسويقي الذي يكون محله سلعة أو خدمة و بصدد موضوعنا الحالي نكتفي بإيجاد التوازن اللازم لتوفير الحماية لإرادة المستهلك المتعاقدة من جميع أشكال الخداع و الغش و الإحتكار من خلال أبرز أشكال الحماية التشريعية و الإدارية و القضائية.

الفرع الأول: الحماية التشريعية للمستهلك من الإجبار عن التعاقد

تظهر هذه الحماية من خلال جملة النصوص القانونية التي حضر من خلالها المشرع الخداع والغش والإحتكار بإعتبارها ممارسات غير شرعية ولم يقف المشرع عند حد حضرها بل ذهب لأبعد من ذلك من خلال تجريم أبرزها خاصة الخداع والغش محاولا بذلك تسليط الضوء على خطورة هذه السلوكات على المستهلك والإقتصاد عموما وهو ما يتضح جليا بما نص عليه بهذا الشأن في قانون العقوبات والقوانين الخاصة وخاصة قانون حماية المستهلك فلم يكتفي بعقوبة الغرامة بل جعل الحبس جزاء مرتكبي هذه الممارسات غير المشروعة في كثير من الحالات كما عمل على تشديد العقوبة في كثير من الحالات الأخرى كما حاول كشف أهم حالات هذه الممارسات من خلال بيان موضوعها وطرقها ومختلف حالاتها .

الفرع الثاني: الحماية الإدارية للمستهلك من الإجبار عن التعاقد

من أجل توفير حماية فعالة للمستهلك أوجد المشرع تنظيم خاص للرقابة يضمن للمستهلك الحصول على سلع وخدمات تلي رغباته المشروعة ، وذلك بإنشاء أجهزة تراقب مدى سلامتها وأمنها وصلاحيتها للإستعمال أو للإستهلاك والوقوف على مدى مطابقتها للمقاييس المعتمدة والمواصفات القانونية والتنظيمية ، فتقوم هذه الأجهزة بالمعاينات والتحقيقات والتحريرات الميدانية والتأكد من مدى إحترام العون الاقتصادي لإلتزماته القانونية والأخلاقية عبر جميع مراحل النشاط الاقتصادي في أي وقت وفي أي مرحلة من مراحل عرض السلعة أو الخدمة للإستهلاك ، وهي عملية تمتد من الإنشاء الأولي إلى العرض النهائي للإستهلاك وهو ما من شأنه أن يوفر حماية لإرادة المستهلك عند التعاقد وذلك بقيام هذه الأجهزة بالتحقيق المسبق في سلامة وأمن السلع والخدمات المعروضة من العون الإقتصادي فيقبل المستهلك على إقتنائها بإرادة مطمئنة و حرة و من أبرز هذه الأجهزة نجد المجلس الوطني لحماية المستهلك ومجلس المنافسة والمجلس الوطني للتقييس ومخابر تحاليل النوعية والمفتشية المركزية للتحقيقات وقمع الغش ...

الفرع الثالث: الحماية القضائية للمستهلك من الإجبار عن التعاقد

المشرع الجزائري عموما في مجال حماية المستهلك لم يورد أي خروج عن المبادئ العامة المتبعة في إجراءات المتابعة والتقاضى المنصوص عليها في قانون الإجراءات الجزائية وقانون الإجراءات المدنية والإدارية لكن ما يمكن أن يميز هذه الحماية هو ما خص به المشرع جمعيات حماية المستهلك من دور هام في المطالبة القضائية حين مكنها من رفع الدعاوى القضائية بنفسها بدلا عن المستهلك والقيام بكل ما من شأنه أن يضمن حقوقه إذا تعرضت مصالحه للمساس من خلال أي ممارسة غير مشروعة بما فيها الخداع والغش والإحتكار التي من شأنها أن تسلب إرادته وتخل بالتوازن المنتظر في العلاقة التعاقدية.

خاتمة:

على ضوء ما تم مناقشته في هذا الموضوع فإنه لابد من التأكيد على أن التنوع الكبير في عرض السلع والخدمات الناتج عن التطور التكنولوجي الحاصل والتقدم الصناعي وتعقد وتعدد وسائل الإنتاج يجعل المستهلك غير قادر على إكتشاف مختلف جوانب الغش والخداع التي يمكن أن يمارسها العون الإقتصادي ، كما أن هذا الأخير قد يستأثر بمنتوج معين ، ورغم ما بذل تشريعا من أجل توفير الحماية المناسبة للمستهلك من هذه الممارسات إلا أنه يبقى عدم التوازن في القوى الإقتصادية والفنية الذي يشوب العلاقة بين الطرفين يشل فعالية الحماية الذاتية للمستهلك وهو ما يحتم تدخل أجهزة رقابية مرافقة من خلال الحلقة الإقتصادية تتحمل هذا العبء عن المستهلك الذي لا يستطيع مواجهته بمؤهلاته وخبراته البسيطة .

و من خلال هذه البحث يمكن أن نستنتج ما يلي:

- أن التدخل التشريعي لإعادة التوازن لهذه العلاقة و تحقيق مزيد من الحماية للمستهلك مازال يتطلب الكثير من عمليات السن والتعديل والإلغاء لأن القواعد التقليدية العامة ثبت عدم قدرتها على مواكبة التطور الحاصل و تحقيق حماية كافية للمستهلك في مثل هذه الممارسات غير المشروعة خاصة في ظل التطور الحاصل و التعقد الصناعي للسلع والخدمات الذي يصعب عملية إكتشاف الغش والخداع.

- رغم ضرورة الحماية التشريعية وأهميتها تبقى الحماية الإدارية من خلال مختلف الأجهزة الرقابية ذات دور بارز هي تحقيق الرقابة الوقائية الأولية من الغش والخداع والإحتكار.

لهذا نقترح ما يلي:

- لابد من التفكير في تطوع ومعالجة جوانب القصور في القواعد التقليدية وإيجاد قواعد خاصة و أجهزة رقابية خاصة مواكبة للتطور الحاصل لأنه أمر ضروري في ظل الإنفتاح الإقتصادي الحاصل و حرية السوق.

- ضرورة وضع تعريف تشريعي مباشر لكل من الغش والخداع والإحتكار تسهلا للتطبيق في مرحلة لاحقة.

الهوامش:

¹ سي يوسف زهية حورية ، (تجريم الغش و الخداع كوسيلة لحماية المستهلك) ، المجلة النقدية للقانون و العلوم السياسية ، العدد 01 ، سنة 2007 ، جامعة مولود معمري ، ص30 .

² حسني أحمد الجندي ، الحماية الجنائية للمستهلك ، الكتاب الأول ، القاهرة ، دار النهضة العربية ، 1986 ، ص 19-22 .

³ يعتبر خداع أو شروع في الخداع قيام المتعاقد بأي طريقة ما في خداع المتعاقد معه حول حقيقة البضاعة أو طبيعتها أو صفاتها الجوهرية أو ما تحتويه من عناصر نافعة أو أي عنصر داخل في تركيبها ... راجع ، عمر محمد عابدين ، جرائم الغش في ظل القانون ، الإسكندرية ، منشأة المعارف ، 2005 ، ص 16 .

⁴ حسني أحمد الجندي : الحماية الجنائية للمستهلك ، مرجع سالف الذكر ، ص 15 .

⁵ العيد حداد ، (الحماية القانونية للمستهلك في ظل إقتصاد السوق) ، (أطروحة دكتوراه) ، كلية الحقوق ، جامعة الجزائر ، ص 261

⁶ معوض عبد التواب ، الوسيط في شرح جرائم الغش و التدليس و تقليد العلامات التجارية ، دار النهضة العربية ، 1985 ، ص 11 .

⁷ عبد الفضيل محمد أحمد ، (جريمة الخداع التجاري في نظام مكافحة الغش التجاري السعودي) ، مجلة دراسات الخليج و الجزيرة العربية ، جامعة الكويت ، الشويخ ، ص 135 ، ص 137 .

⁸ حسني أحمد الجندي ، الحماية الجنائية للمستهلك ، مرجع سالف الذكر ، ص 46.

⁹ عبد الفضيل محمد أحمد ، جريمة الخداع التجاري في نظام مكافحة الغش التجاري السعودي ، مرجع سالف الذكر ، ص 137 .

¹⁰ عبد الفضيل محمد أحمد ، جريمة الخداع التجاري في نظام مكافحة الغش التجاري السعودي ، مرجع سالف الذكر ، ص 138 .

¹¹ أحمد محمد محمود علي خلف ، الحماية الجنائية للمستهلك ، الإسكندرية ، دار الجامعة الجديدة ، 2005 ، ص 277 .

¹² عامر قاسم أحمد القيسي ، الحماية القانونية للمستهلك ، دراسة في القانون المدني و المقارن ، الطبعة الأولى ، الدار العلمية الدولية ، و دار الثقافة للنشر و التوزيع ، عمان ، 2002 ، ص 79 .

¹³ ثروت عبد الحميد ، الأضرار الناشئة عن الغذاء الفاسد ، الإسكندرية ، دار الجامعة الجديدة للنشر ، 2007 ، ص 40.

¹⁴ فتيحة عميور ، (الأمن كتابع للإلتزام بالمطابقة) ، مجلة مخبر القانون الخاص ، كلية الحقوق ، جامعة أبي بكر بلقايد ، تلمسان ، 2001 ص 59 .

¹⁵ عامر قاسم أحمد القيسي ، الحماية القانونية للمستهلك ، مرجع سالف الذكر ، ص 56 .

¹⁶ الدولة الحديثة يقع عليها عبء حماية مواطنيها ضد كافة أنواع الغش و طرقه المتعددة ، و ضد كافة صور التدليس و الخداع و فئونه المختلفة ، و يقع عليها أيضا أن توفر الحماية الواجبة للثقة في السلع و المنتجات خاصة إذا كانت سلعا أساسية كالمنتجات الغذائية و الأدوية العلاجية . راجع ، على محمود على حمودة ، الحماية الجنائية للتصنيع الغذائي في ضوء التشريعات ، دار النهضة العربية ، 2003 ، ص 28 .

¹⁷ محمد عبده محمد إمام ، الحق في سلامة الغذاء من التلوث في التشريعات البيئية ، دراسة مقارنة في القانون الإداري ، الإسكندرية ، مصر ، دار الجامعة الجديدة ، 2003 ، ص 148 .

¹⁸ هناك من الفقه من يورد مصطلح جريمة الغش بالإهمال و عرضها بأنها من جرائم الخطأ غير العمدي ، و هو إخلال الجاني عند تصرفه بواجبات الحيطة و الحذر التي يفرضها القانون ، و بمعنى آخر إتخاذ الفاعل سلوكا منطويا على خطر وقوع أمر يحضره القانون و هو بكامل إرادته ، فيبقى منع هذا الخطر من الإفضاء إلى ذلك الأمر ، و جريمة الغش بالإهمال قد تتحد مع جريمة الغش العمدية في إلحاق الضرر بالغير ، إلا أنها تختلف في أن الضرر واقع نتيجة لخطأ الجاني دون سعي منه ، راجع محمد علي سكيكر ، الوجيز في جرائم قمع التدليس و الغش و حماية المستهلك في ضوء التشريع و الفقه و القضاء ، دار الجامعيين للطباعة و التجليد ، 2008 ، ص 55 ، ص 56 .

¹⁹ نائل عبد الرحمان صالح ، (الحماية الجزائرية للمستهلك في القوانين الأردنية) ، مجلة الحقوق ، العدد الرابع ، مجلس النشر العلمي ، جامعة الكويت ، ديسمبر 1999 ، ص 106 .

²⁰ حمود البختي ، (الإعلام و حماية المستهلك في ظل المتغيرات الاقتصادية) ، ندوة ، عقدت تحت عنوان حماية المستهلك و مكافحة الغش التجاري ، في شرم الشيخ ، بالمنظمة العربية للتنمية الإدارية ، لأعمال مؤتمر حماية المستهلك و مكافحة الغش التجاري في الدول العربية ، جمهورية مصر العربية ، جانفي 2008 ، ص 137 .

²¹ محمد محمد مصباح القاضي ، الحماية الجنائية للمستهلك ، القاهرة ، دار النهضة العربية ، ص 53 .

²² علي محمود علي حمودة ، الحماية الجنائية للتصنيع الغذائي في ضوء التشريعات المطبقة ، القاهرة ، دار النهضة العربية ، 2003 ، ص 52 .

²³ حسن أحمد الجندي ، الحماية الجنائية للمستهلك ، مرجع سالف الذكر ، ص 157 ،

²⁴ علي محمود علي حموده ، الحماية الجنائية للتصنيع الغذائي في ضوء التشريعات المطبقة ، مرجع سالف الذكر ، ص 59 ص 60

²⁵ راجع القانون رقم 02/78 ، الصادر في 1978/02/11 ، المتعلق بإحتكار الدولة للتجارة الخارجية .

²⁶ Amar Guesmi . " Le monopole de l'état algérien sur le commerce et la nouvelle réglementation concernant installation des grossiste et des concessionnaire" Revue algériennes des sciences juridique économique et politique Algérie n° 4 1991.

²⁷ المرسوم رقم 201/88 الصادر في 1988/10/18 المتضمن إلغاء جميع الأحكام التنظيمية التي تخول المؤسسات الاشتراكية ذات الطابع الاقتصادي للتفرد بأي نشاط إقتصادي أو إحتكار التجارة .

²⁸ محمد الشريف كتو ، (حماية المستهلك من الممارسات المنافية للمنافسة) ، مجلة المدرسة الوطنية للإدارة ، العدد 23 ، سنة 2002 ، الصادرة عن مركز التوثيق و البحوث الإدارية ، الجزائر ، ص 53 .

²⁹ أسامة السيد عبد السميع ، الإحتكار في ميزان الشريعة الإسلامية و أثره على الإقتصاد و المجتمع رؤية فقهية جديدة ، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية ، 2007 ، ص 15 ، ص 16 .

³⁰ رمضان علي السيد الشرنباصي ، حماية المستهلك في الفقه الإسلامي ، دراسة مقارنة ، دار الجامعة الجديدة للنشر 2004 ، ص 41 ص 42 .

³¹ تعريف هشام طه ، في مؤلفه سياسات منع الإحتكار بين النظرية و التطبيق ، مجلة السياسة الدولية ، العدد 140 ، أفريل 2000 ، منقول عن ، أحمد محمد محمود خلف ، الحماية الجنائية للمستهلك ، مرجع سالف الذكر ، ص 22 .

³² أخذ الفقه الإسلامي بعدة مبادئ و قواعد في مجال حماية المستهلك ، أهمها الأمر بالصدق و الترغيب فيه و النهي عن الكذب و التحذير منه ، كما كره الحلف على البيع لكونه مضنة لتغريب المتعاملين و كونه سببا لزوال تعظيم الله تعالى من القلب ، كما أمر ببيان العيب و النهي عن كتمانها ، و حرم بعض أنواع البيوع مثل البيع على بيع الغير و الشراء على شرائه ، و تحريم بيوع الغرر ، و تحريم الغش ، و أباح التسعير لبعض السلع و الخدمات عند الضرورة ، و حرم الإحتكار ، راجع سفاش سابي ، (التطور التاريخي لقانون حماية المستهلك) ، مجلة العلوم القانونية والإدارية ، كلية الحقوق ، جامعة جيلالي الياباس ، سيدي بلعباس ، عدد خاص ، أفريل 2005 ، منشورات مكتبة الرشد للطباعة و النشر و التوزيع ، سيدي بلعباس ، الجزائر ، ص 35 ، ص 36 .

³³ عبد المنعم موسى إبراهيم ، حماية المستهلك ، دراسة مقارنة ، الطبعة الأولى ، منشورات الحلبي الحقوقية ، 2007 ، ص 114 .

³⁴ عبد المنعم موسى إبراهيم ، حماية المستهلك ، مرجع سالف الذكر ، ص 121 .

³⁵ أحمد محمد محمود خلف ، الحماية الجنائية للمستهلك ، مرجع سالف الذكر ، ص 72 ص 73 .

³⁶ أحمد محمد محمود خلف، الحماية الجنائية للمستهلك، مرجع سالف الذكر ، ص 75 .

³⁷ المرجع نفسه ، ص 75 .

³⁸ أحمد محمد محمود خلف ، الحماية الجنائية للمستهلك ، مرجع سالف الذكر ، ص 75 ص 76 .

³⁹ المرجع نفسه ، ص 76 .

⁴⁰ لقد منع الإسلام الإحتكار ، أي حبس السلعة إلى حين زيادة الحاجة إليها ، فيرتفع سعرها بحيث لا يقدر على شرائها إلا الأغنياء ، و قد نهى الرسول صلى الله عليه و سلم عن الإحتكار بعبارات شديدة زاجرة فقال " من إحتكر الطعام أربعين ليلة فقد برىء منه" رواه أحمد و الحاكم ، و قوله أيضا " لا يحتكر إلا خاطيء" ، و أبان النبي صلى الله عليه و سلم نفسية المحتكر و أنانيته البشعة فقال " بئس العبد المحتكر إن سمع بخص ساءه و إن سمع بغلاء فرح " ، و قال أيضا الجالب مرزوق و المحتكر ملعون " رواه ابن ماجة و الحاكم . راجع ، قادة بن علي ، (حماية المستهلك في التشريع الإسلامي و تطبيقاتها في مجال أحكام البيع) ، مجلة العلوم القانونية و الإدارية ، العدد الثاني ، كلية الحقوق ، جامعة جيلالي اليابس ، سيدي بلعباس ، مكتبة الرشاد و النشر و التوزيع ، ص 108 .