

حماية المستهلك بين المفهوم الإسلامي والوضعي في ظل التحديات الراهنة مع الإشارة للجزائر

*Consumer protection between the Islamic and situational concept
in light of the current challenges with reference to Algeria*

د. قويدر عياش*

أستاذ محاضر صنف "أ"، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

جامعة الأغواط- الجزائر

ayache16@yahoo.fr

أ. حياة بولعوينات

طالب دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

جامعة الأغواط- الجزائر

الملخص:

توصلت محاولتنا لدراسة المستهلك بين المفهومين الإسلامي والوضعي إلى ضرورة استفادة التعريفات الوضعية من المفاهيم والسلوكيات والممارسات الإسلامية، التي ترى حماية المستهلك في وجود فرد صالح قبل كل شيء، يمنعه خوف الله ويحفزه على مراعاة حقوق الآخرين قبل حقوقه هو، وحتى وإن التقت النظرتان في نقاط مشتركة إلا أن ذلك يبقى جزئياً، وهو ما يتطلب من المقرر في الجزائر أن يلتفت إلى الخير الذي يحوزه التراث الإسلامي، حماية لكل الفاعلين في الموضوع.
الكلمات المفتاحية: المستهلك؛ المفهوم الإسلامي؛ المفهوم الوضعي.

Abstract:

Our attempt to study consumer protection between Islamic concepts and the positive economy, reaches a conclusion centered on the need for Islamic attitudes and practices, which sees consumer protection by the existence of a good person before all. The fear of the god prevents him from injustice and incites him to take into account the rights of others before his rights. And even if the two opinions met on common points, this will remain partly true and not completely, which requires in Algeria to turn to the good held by the Islamic heritage, in order to protect all the actors.

Key words: consumer, Islamic concept, positional concept.

* المؤلف المرسل

المقدمة:

كثيرا ما عانى المستهلك من أساليب الغش والخداع لفترات وأزمنة مختلفة، من خلال السلع والخدمات المقدمة له، والتي تعبر في ظاهرها عن السعي لإشباع حاجاته ورغباته، ولكن حقيقتها كانت تهدف إلى استغلاله في بعض الأحيان، واستفحل الأمر إلى درجة نبهت الأفراد والهيئات الرسمية وغير الرسمية إلى ما يعانيه المستهلك من استغلال تسويقي، وما يترتب من أضرار مادية ومعنوية، وهو ما جعل المهتمين بالتسويق إلى وضع توجيهات وتوصيات تكفل حماية المستهلك في تعامله مع منتجي وموزعي السلع والخدمات.

ونتيجة الانفتاح الاقتصادي الذي ساد الجزائر ظهرت في الأسواق منتجات متنوعة لإشباع حاجيات المستهلك، إلا إن هذا الأخير أضحى في مواجهة أخطار تتعلق بدخول سلع وخدمات مست بصحته وسلامته، نتيجة الجشع بين التচার وغياب المنافسة الشريفة.

هذه الروح التنافسية التي سعى المشرع الجزائري إلى تنظيمها وتأطيرها، بوضع تسهيلات للدخول إلى الأسواق، وعمل على إبراز حقوق وواجبات كل من يمارس نشاطا اقتصاديا ليس فيه ضرر له ولغيره، وقمع كافة الممارسات غير الشرعية بين الأطراف وفي علاقاتها مع المستهلك باتخاذ إجراءات مرافقة للإصلاحات الاقتصادية المنتهجة من الدولة.

والمتمحصر في التوجيهات والمفاهيم التي يطرحها الاقتصاد الإسلامي، من خلال مصادره النقية، المتمثلة في القرآن والسنة النبوية، التي تطرح العديد من الأطر التي يمكنها ضبط تصرفات الأفراد والمؤسسات، في الاتجاه الذي يحافظ على سلامة وحماية المستهلك، بالتركيز على فهم ونضج وأخلاق الفرد، موازاة مع دعم القوانين المحددة لتلك التوجيهات.

1- الإشكالية:

كيف يمكن للقائمين على شؤون حماية المستهلك الاستفادة من التصور الذي يطرحه الاقتصاد الإسلامي لتطوير إطار أفضل للحماية يتماشى والتحديات المعاصرة.

2- فرضيات الموضوع:

الفرضية الأولى: مفهوم حماية المستهلك في النظام الإسلامي والأنظمة الوضعية يعني توفير الأطر والأنظمة التي توفر له السلامة من السلع والخدمات غير الصحية وغير الآمنة.

الفرضية الثانية: حماية المستهلك في النظام الإسلامي والأنظمة الوضعية هي خدمة تقدمها الدولة والجمعيات لحمايته من تصرفات التجار ومنظمات الأعمال.

الفرضية الثالثة: تقوم حماية المستهلك سواء في النظام الإسلامي والأنظمة الوضعية على التجريم والردع لكل من يخل بها.

الفرضية الرابعة: تقوم حماية المستهلك في النظام الإسلامي والوضعي على إعطاء دور رائد للجمعيات النشطة في هذا المجال.

3- منهجية البحث:

بما ان البحث هو دراسة مقارنة بين نهجين اقتصاديين، بالضرورة فان المنهجية المتبعة استندت الى المنهج الوصفي التحليلي، والمتوفر من مراجع وفر المادة الضرورية لمثل هذه الدراسات النظرية التحليلية. وللإجابة على هذه الاشكالية والتأكد من مدى صحة الفرضيات المطروحة للنقاش سنقوم بتحليل الموضوع في محاور اربعة هي:

- المحور الأول- أطراف العلاقة الاستهلاكية؛
- المحور الثاني- حماية المستهلك في الاقتصاديات الوضعية؛
- المحور الثالث: حماية المستهلك في الاقتصاد الإسلامي؛
- المحور الرابع- واقع حماية المستهلك في السوق الجزائري.

المحور الأول- أطراف العلاقة الاستهلاكية:

من المهم التعرف أولاً على أطراف العملية الاستهلاكية لتمييز المستهلك المقصود بهذه الحماية، ومعرفة المسؤول عنها لمواجهة المتضرر وعلى ماذا ومن ستقع هذه الحماية.

أولاً: المستهلك والحماية لغة واصطلاحاً¹

1-المستهلك:

أ- لغة:

"مأخوذ من ستهلك يستهلك، استهلاكاً، فهو مُستهلك، والمفعول مُستهلك، استهلك ماله: أهلكه، أنفقه، "استهلك كل ما عنده من موادّ غذائيّة"².

ب-اصطلاحاً:

"كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجاناً، سلعة أو خدمة، موجهة للاستعمال النهائي لتلبية حاجته الشخصية، أو حاجة شخص آخر، أو حيوان متكفل به."³

نستنتج من ذلك انه يستبعد من تعريف المستهلك الشخص المعنوي أو الطبيعي، الذي يقوم بشراء السلع والخدمات بغرض تصنيعها، أو إعادة استعمالها في إنتاج سلع أخرى، في إطار مشروع تجاري أو صناعي، أو تسويقها بقصد الربح.

2- الحماية:

أ- لغة:

من حماه يحميه حماية دفع عنه وهذا شيء حمى أي محظور لا يُقرب وأُحميتُ المكان جعلته حمى وفي الحديث "لا حمى إلا لله ورسوله"⁴

ب- اصطلاحا:

هي اتخاذ الإجراءات الوقائية التي تؤدي إلى منع خطر قادم، أو التقليل من حدوثه، أو إنذار من تسول له نفسه الإقدام عليه.⁵

ثانيا: المهني

يعتبر المهني الطرف الثاني في العلاقة الاستهلاكية، وقد تعددت التعاريف والتسميات المنسوبة إليه، وسنستعرض أهم ما جاء في هذا الموضوع:⁶

1- العون الاقتصادي:

" كل منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم خدمات أيا كانت صفته القانونية، يمارس نشاطه في الإطار المهني العادي أو بقصد تحقيق الغاية التي تأسس من أجلها "⁷.

2- المحترف:

"هو منتج أو صانع أو وسيط حرفي أو تاجر أو مستورد أو موزع، وعلى العموم كل متدخل ضمن إطار مهنته في عملية عرض المنتج أو الخدمة للاستهلاك....."⁸.

3- المؤسسة:

كل شخص طبيعي أو معنوي أيا كانت طبيعته يمارس بصفة دائمة نشاطات الإنتاج، أو التوزيع، أو الخدمات، أو الاستيراد."⁹

فالتعاريف السابقة تتشابه باعتبار المهني محترفا في المجال الذي يباشر فيه نشاطه، ولم يتبين الفرق بين المنتج والموزع والوسيط واعتبروا متدخلين في عملية عرض المنتج للاستهلاك، ماجعل مصطلح المتدخل الوارد في قانون حماية المستهلك عموميا يدخل تحته كل من قام بدور في العلاقة الإنتاجية من مرحلتها الأولى إلى غاية وضع المنتج للاستهلاك.

4- المتدخل:

"كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتجات للاستهلاك."¹⁰

ومنه يمكن اعتبار المهني ذلك الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يزاول نشاط الإنتاج، التصنيع، التحويل، التوزيع أو البيع، بغرض الربح وعلى سبيل الاحتراف.

ثالثاً: المنتج

كل سلعة أو خدمة يمكن أن تكون موضوع تنازل بمقابل أو مجاناً، ومن هنا يتضح أن المنتجات قد تكون سلعا أو خدمات".¹¹

يمكننا ان نستخلص بأنه حتى يكون الشخص مستهلكا ومعنيا بالحماية يجب أن:

- تكون هناك سلعة أو خدمة.
- يتم اقتناؤها من طرف شخص طبيعي أو معنوي.
- الاستهلاك النهائي للمنتج (سد حاجات شخصية، أو عائلية، أو لحيوان).

المحور الثاني- حماية المستهلك في الاقتصاديات الوضعية

بعدتعريف أطراف العلاقة الاستهلاكية، والحماية لغة واصطلاحا سنتناول مفهوم حماية المستهلك في الاقتصاد الوضعي.

أولاً: مفهوم حماية المستهلك في الاقتصاديات الوضعية

تعرف بتعريفات عدة منها:¹²

أ- تعرف حماية المستهلك على أنها: " حفظ حقوق المستهلك وضمان حصوله عليها".

وهذا التعريف يشير إلى أن مفهوم حماية المستهلك يتضمن وجود مجموعة حقوق للمستهلك يجب أن تبذل كل الجهود لتأمين الاستفادة منها.

ب- ويعرفها كوتلرأنها: "خدمة توفرها الحكومة أو المجتمع المدني لحماية المستهلك من الغش التجاري أو استغلاله، أو سوء تقديم خدمة ما عن طريق الاحتكار، أو الخضوع لظروف معينة".

وهو هنا يحمل تجسيد الحماية للجهات المسؤولة، في المجالات التي تخل بالحماية.

ج- وهناك مفهوم آخر مرتبط بحماية المستهلك ألا وهو " الحركة الاستهلاكية "، والتي يمكن تعريفها بأنها: " قوة المجتمع المرتبطة مع البيئة الخارجية والمصممة لمساعدة المستهلك، من خلال الجهود القانونية، الأخلاقية، والاقتصادية الموجهة نحو تصرفات منظمات الأعمال"¹³.

ثانياً- تطور حماية المستهلك في العالم:

1- حماية المستهلك في المجتمعات القديمة:¹⁴

1-1 حماية المستهلك في العراق قديماً:

أ- " ان أقدم قانون مكتشف حتى الآن، ليس في العراق فحسب، بل في تاريخ العالم، ومثل النواة الأولى لحماية المستهلك، هو قانون " أورنمر" ويعالج مواضيع متعددة مثل: الموازين، النقود، التامين الاجتماعي، الفائدة....ونص كذلك على أن جزاء الاعتداء على الجسم دية محددة قانوناً. كما شدد العهد

البابلي "تقنين أوروكاجينا" وهو من الشرائع المتميزة، فقد قدم حلولاً للوضع الاقتصادي، كالتخفيف من الضرائب، إضافة إلى "تقنين لبت عشتار" الذي عالج حماية المستهلك، وما تعلق بتنظيم إيجار الأراضي الزراعية، الملكية العقارية....

ثم "تقنين أشنونا" الذي اهتم بمسائل عدة كتحديد الأسعار لبعض السلع والإيجار، وكان "تقنين حمورابي" قد عالج حماية المستهلك في العراق من خلال تحديد الأسعار، تحديد سعر الفائدة.... وتأكيده على وجوب إجراء المعاملات التجارية كالبيع، الشراء والإيجار بإبرام عقد قانوني، تحدد فيه أسماء الأطراف المتعاقدة بحضور عدد من الشهود، وتحدد فيه الحقوق والالتزامات لطرفي العقد، وأن يضمن البائع للمشتري كافة العيوب غير الظاهرة التي توجد في محل البيع، ثم "التقنين الحيثي" وقوانين أسعار المواد الغذائية وسعر الفائدة.

1-2 حماية المستهلك في مصر قديماً:

ميزها تقنين " حور محب " و " بوخريس " واهتم بتحديد سعر فائدة، العقاب على ما يمس المصلحة الاقتصادية للبلاد، كتزيف النقود أو الغش في الموازين، وعقوبة الجاني في الحالتين قطع اليد.

1-3 حماية المستهلك عند الإغريق والرومان:

عرف الإغريق "تقنين داركون" حوالي عام 621 ق.م، ومن خلاله مُنع احتكار في الأشراف تحقيقاً لمبدأ المساواة، وكذا "تقنين صولون" الذي حرم الربا الفاحش. أما الرومان فقد عرفوا الألواح الإثني عشر عام 450 ق.م، التي هدفت لتحقيق المساواة، وقرر الإمبراطور **حستيان رجب** فسخ العقد إذا كان هناك غبن فاحش. وأصدر الإمبراطور **دقليانوس** بياناً لتحديد أسعار السلع، كما أمر الإمبراطور **شارلمان** بوضع حد أقصى لأسعار المحاصيل، وفرض عقوبات على كل تاجر يحاول بيع السلع الضرورية بأسعار تزيد عن السعر الطبيعي.

1-4 حماية المستهلك في شبه الجزيرة العربية (العصر الجاهلي):

استند كثير من المؤرخين العرب والمستشرقين في معرفة تشريع العرب في الجاهلية إلى أشعارهم، أدابهم، أمثالهم وقصصهم. ونلمس الحماية التي أعطيت للمستهلك من نص الملك **شمريه** ملك سبأ، والمتعلق بالمدة التي يعد فيها البيع تاماً ناجزاً لمدة شهر واحد، حماية للمستهلك من احتمال رجوع البائع عن البيع، منعاً للغرر وضعت قوانين لتحديد مضمون المبيع ومحتوياته.

وقد اصدر الملك **شهرمل** قانوناً في تنظيم التجارة وفي واجبات التاجر، أمر بإعلانه ليوقف عليه تاجر عاصمته، والتجار الذين يقصدونها، إضافة إلى حديثه عن العقوبات.

2- حماية المستهلك في المجتمعات الغربية الحديثة:¹⁵

ظهرت حركات حماية المستهلك في العالم الغربي كنتيجة طبيعية لكونه مصدر الثورة الصناعية التي توسعت إلى بقية العالم فيما بعد، وما نجم عنها من تطورات مختلفة، سواء على صعيد الإنتاج أو التسويق، ويمكن تقسيم هذا الظهور إلى مراحل حسب التسلسل الزمني للأحداث الاقتصادية.

-المرحلة الأولى 1900-1930: بعد ارتفاع أسعار السلع اعترض المستهلكون على ذلك وطالبوا بحقوقهم في الحصول على السلع التي اعتادوا عليها.

-المرحلة الثانية 1930-1948: عقب الأزمة الاقتصادية العالمية ضعفت القدرة الشرائية، وبرزت حركة المستهلكين للمطالبة بالحماية فوق ملامح أوضح.

-المرحلة الثالثة 1950-1962: وتميزت بظهور قوى اجتماعية مختلفة، تهدف إلى الحد من التأثيرات السلبية الناجمة عن أداء منظمات الأعمال تجاه المستهلكين، والعمل على حمايتهم.

-المرحلة الرابعة 1962- إلى اليوم: وهي البداية الرسمية لنشأة الحركة الاستهلاكية، وتمثلت في رسالة الرئيس الأمريكي جون كينيدي، التي أفصح فيها عن حقوق المستهلك.

ثالثا: أساليب حماية المستهلك

للحماية أساليب عدة تتمثل في:¹⁶

1 حماية اجتماعية وعلمية:

تأتي من صحة الإعلانات عن المنتج، بغض النظر عن الوسيلة الإعلانية، لمكافحة الحيل والأساليب المختلفة والمضللة التي يلجأ إليها المنتج. كما تتم بتشديد الرقابة على منافذ الإنتاج والتوزيع، وترتيب الندوات والمحاضرات للمستهلك لتعريفه بحقوقه.

2 حماية قانونية:

وتشمل هذه الحماية نقطتين هما:

1-2: حماية تشريعية:

والمقصود بها التشريعات والقرارات التنظيمية الصادرة عن السلطة التشريعية والجهات المختصة، الهادفة إلى حماية المستهلك، بغرض إكساب هذه الحماية صفة الثبات والشرعية القانونية.

2-2: حماية تطبيقية:

ولها مظهران:

أ- مظهر تنفيذي: وهو الدور الذي تقوم به الإدارة لتطبيق الدور الفعلي لمجموعة القواعد القانونية الهادفة لحماية المستهلك، فالإدارة هي الجهة التنفيذية للقواعد القانونية على أرض الواقع، وتشارك في هذه المهمة كل جهات الدولة تقريبا وعلى رأسها وزارة التجارة.

ب- مظهر قضائي: وهو ممارسة الرقابة من خلال السلطة القضائية على المخالفين، وتوقيع العقوبات المقررة قانونا عليهم، والرقابة القانونية ضرورة ومظهر لاحترام الحقوق والحريات في الدول المتقدمة، ولذلك يجب أن يكون توقيع العقاب عن طريقها، ولا يترك لأية جهة أخرى، لم في ذلك من خطورة على نظام الدولة وحقوق وحريات الأفراد.

المحور الثالث: حماية المستهلك في الاقتصاد الإسلامي

برزت حماية المستهلك في صدر الإسلام (سنة 01 هـ و 40 هـ)، وهي فترة تأسيس الدولة الإسلامية وإرساء قواعدها التشريعية.

أولاً: جوانب حماية الشريعة الإسلامية للمستهلك

وفرت الحماية للمستهلك من جانبين¹⁷:

1- الجانب الأول: حماية المستهلك من نفسه:

وهي مقرة بآيات كثيرة منها قوله تعالى: {وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا} الفرقان 67 وقوله تعالى: {يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ} الأعراف 31.

وقال النبي صلى الله عليه وسلم: "كلوا واشربوا والبسوا وتصدقوا في غير إسراف ولا مخيلة"¹⁸.

فالمستهلك المسلم يوجه بالنية كل أنشطته الاستهلاكية، فتتحول إلى طاعات يثاب عليها، إذا ابتغى بها وجه الله، وقصد من وراء استهلاكها الحفاظ على جسمه وصحته، والتقوي بها على عبادة الله، وعمارته الأرض.

وهو بهذا يختلف عن غيره من المستهلكين الآخرين، الذين يعتقدون أن الاستهلاك مجال مادي بحت، على الإنسان أن يتسلح فيه بكل أسلحة الذكاء، والدهاء، والاحتتيال، ولا مجال فيه على الإطلاق لأي جانب روحي أو أخلاقي، ويكون الحساب النهائي للريح أو الخسارة المادية وحده. أما المستهلك المسلم فإنه يطلب بما يستهلك، وبما أتاها الله من ملكات، ومواهب، ومنح، وعطايا، رضا خالقه و مولاه، وكفاه بذلك ربحاً وفلاحاً¹⁹.

2- الجانب الثاني: حماية المستهلك من غيره:

وذلك في قوله تعالى: {وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ}..البقرة 188.

وقوله عز وجل: وَيَلِّ لِلْمُطَفِّينَ {1} الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ {2} وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَّزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ {3}...المطففين الآيات 1 إلى 03. ومن السنة نجد عن مَعْمَرِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ عَنْ رَسُولِ اللَّهِ قَالَ: " لا يحتكر إلا خاطئ "²⁰، وهناك أحاديث تحرم الغش منها قوله صلى الله عليه وسلم من حديث أبي هريرة رضي الله عنه، وفيه: " مَنْ غَشَّ، فَلَيْسَ مِنِّي "²¹

ثانياً: طرق حماية المستهلك في الشريعة الإسلامية

أما بالنسبة لطرق حماية المستهلك في الشريعة الإسلامية فنجد أنها تتجسد في 03 دوائر:²²

1- الدائرة الأولى: دائرة التدابير الوقائية لحماية المستهلك

وهي القيم التي ركز عليها الإسلام في تربيته الأخلاقية:

أ- العدل: " إن الله يأمر بالعدل والإحسان..النحل90

" إن الله يأمركم أن تؤدوا الأمانات إلى أهلها وإذا حكمتم أن تحكموا بالعدل..النساء58

ب- الوفاء بالعقود: " يا أيها الذين آمنوا أوفوا بالعقود..المائدة01

ج- التعاون على البر والتقوى: وتعاونوا على البر والتقوى ولا تعاونوا على الإثم والعدوان..المائدة02

فالعدالة والوفاء بالعقود والتعاون من الأصول الأخلاقية التي تشكل أساساً لحماية المستهلك، لان المنتج والتاجر كليهما مدعو للتخلق بهذه الأخلاق، وفيما وراء ذلك يدعو الرسول صلى الله عليه وسلم إلى السماحة في التعامل: حدثنا **علي بن عياش** حدثنا **أبو غسان محمد بن مطرف** قال حدثني **محمد بن المنكر** عن **جابر بن عبد الله رضي الله عنهما** أن رسول الله صلى الله عليه وسلم قال: "رحم الله رجلاً سمحاً إذا باع وإذا اشترى وإذا اقتضى".²³

2- الدائرة الثانية: دائرة الضوابط التشريعية لحماية المستهلك

وضعت الشريعة الإسلامية الكثير من الضوابط لحماية المستهلك:

أ- منع الاحتكار وتحريمه:

وهو منع السلع وحبسها في الأسواق رغبة في رفع أسعارها. قال صلى الله عليه وسلم: " من احتكر فهو خاطئ".²⁴

ب- بيع الحاضر للباد:

يقول صلى الله عليه وسلم: " لا يبيع حاضر لباد دعوا الناس يرزق بعضهم من بعض".²⁵

وصورته أن يجيء إلى البلد غريب بسلعة يريد أن يبيعها بسعر الوقت في الحال، فيأتيه الحاضر فيقول ضعها عندي حتى أبيعها بالتقسيط بأعلى من هذا السعر، أو يكون سمساراً.

والنهي عن هذا النوع من البيوع لما فيه من ضرر بالمشتريين. وحكم هذا البيع الفساد، ويجوز فسخه عند المالكية، وصحيح عند الحنفية، وفيه الخيار عند الشافعية والحنابلة.

ج- تلقي الركبان:

الركبان لان حملة البضائع كانوا يأتون حاملين بضائعهم وراكبين غالباً. وهو منهي عنه لقوله صلى الله عليه وسلم: " لا تلقوا الركبان ولا يبيع حاضر لباد...."²⁶.

وهذا نراه اليوم في تلقي بعض التجار لصيادي السمك في عرض البحر قبل وصولهم للميناء وبالتالي السوق. وعلّة النهي عنه هو منع التحكم في السوق، في الأسعار.

د- بيع النجش:

هو زيادة سعر السلعة ليس لغرض شرائها، لكن إغراء الآخرين بشرائها، إضراراً بالمشتري. وفي حديث الرسول صلى الله عليه وسلم: " لا تحاسدوا ولا تتاجشوا.... " ²⁷.

هـ- الخيارات:

من وسائل حماية المستهلك في الشريعة الإسلامية مشروعية الخيار، وهو طلب خير الأمرين الإمضاء أو الإلغاء²⁸، وله أنواع نورد بعضها منها:²⁹

- خيار المجلس: وهو حق المتبايعين معا، فإذا تفرقا لزم البيع، وان أسقطاه سقط، وان أسقطه احدهما بقي الآخر.

- خيار الشرط: وهو أن يشترط المتبايعان أو احدهما الخيار إلى مدة معلومة.

- خيار الغبن: وهو أن يغبن البائع أو المشتري في السلعة غبنا يخرج عن العادة، وهو محرم، لما فيه من الغش والجشع والظلم.

- خيار العيب: وهو كل ما ينقص قيمة المبيع، فإذا اشترى الإنسان سلعة ثم وجد بها عيبا فهو بالخيار يردها أو يمسكها.

- خيار الرؤية: وهو أن يشتري شيئا لم يره وله الخيار إذا رآه إن شاء أخذه وان شاء رده.

وهناك أنواع أخرى منها خيارات: التديس، العيب، الخيانة، تفرق الصفقة، الإعسار.

و- تحريم الربا:

من وسائل حماية المستهلك في الشريعة الإسلامية تحريم الربا الثابت قطعا بقوله تعالى: "وأحل الله البيع وحرم الربا". سورة البقرة 275، وتحريمه يعد حماية للمستهلك لأنه:

- يقي المستهلكين من استغلال أرباب المال وجشعهم.

- يعمل على توجيه النقود إلى الاستثمار في الصناعة والزراعة....

- يمكن للنقود أن تظل خادمة لوظيفتها الأساسية باعتبارها قيما للأشياء.

ي- التسعير:

من وسائل حماية المستهلك في الشريعة الإسلامية نجد أيضا جواز التسعير، وهو تدخل الدولة لتحديد الأسعار في الظروف الموضوعية التي تستدعي ذلك. وفي هذا يقول ابن القيم: "جماع الأمر أن مصلحة الناس

إذا لم تتم إلا بالتسعير سعر عليهم عدل لا وكس ولا شطط، وإذا اندفعت حاجتهم وقامت مصلحتهم بدونه لم يفعل³⁰.

ورغم أن الأصل في الإسلام عدم التسعير، إلا أن الفقهاء أجازوه في الحالات التي يلحق المستهلك فيها ضرر، لأن الضرر مقرر درؤه في الإسلام.

3- الدائرة الثالثة: دائرة الوسائل الرقابية لحماية المستهلك

لا تقف حماية المستهلك في الشريعة الإسلامية عند حدود التربية الأخلاقية، ولا عند الضوابط التشريعية، وإنما تتعدى ذلك إلى وظيفة " المحتسب " المعروفة في التاريخ الإسلامي.

وظيفة المحتسب مشتقة من الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر الذي حضت عليه النصوص القرآنية والسنة النبوية، إذ يقول الله عز وجل: " المؤمنون والمؤمنات بعضهم أولياء بعض يأمرون بالمعروف وينهون عن المنكر ويقيمون الصلاة ..التوبة 71.

وقوله صلى الله عليه وسلم: " من رأى منكم منكرا فليغيره بيده، فإن لم يستطع فبلسانه، فإن لم يستطع فبقلمه، وذلك اضعف الإيمان "³¹.

ويدخل في وظيفة المحتسب: تعهد الأسواق، ضبط المكايل والموازين والمقاييس، مراقبة المصانع، الطواف على المتاجر.

المحور الرابع- واقع حماية المستهلك في السوق الجزائري:

أولاً: تطور مفهوم حماية المستهلك في الجزائر

عايش الاقتصاد الجزائري مرحلتين مختلفتين، تميزت الأولى باعتناق النظام الاشتراكي غداة الاستقلال، حيث كان التدخل الكلي للدولة في التجارة الخارجية وتوليها تنظيم الأسواق بما يتناسب وسياستها. وبعد 1988 وعقب الأزمة الاقتصادية التي عاشتها الجزائر ظهرت بوادر النظام الجديد، بالاتجاه نحو اقتصاد السوق.

وخلال المرحلتين عرف مفهوم حماية المستهلك وضعاً خاصاً سنتطرق إليه بالتفصيل:

1- حماية المستهلك الجزائري في النظام الاشتراكي:

تميزت باحتكار القطاع العام للمؤسسات الإنتاجية والخدمية، وفيما يتعلق بالمستهلك فقد كانت الدولة الجزائرية تمارس أبوتها له، إذ أن المصطلح لم يكن متداولاً في تلك الفترة، وساد بدلاً عنه مصطلح المشتري.³²

لكن القوانين المنظمة للسوق الجزائرية لم تخل من بعض النصوص ذات الصلة بحماية المستهلك، كما هو الحال في كل من " قانون العقوبات الذي نص على الغش والتدليس في المواد الغذائية والطبيعية، التزوير واستعمال الموازين، وغيرها من المخالفات الأخرى "³³.

الا ان ذلك لم يعبر عن الاهتمام الواسع بحماية المستهلك لا من الجانب التشريعي ولا التنفيذي، رغم الحالة المعيشية المتدهورة التي عرفها المستهلك الجزائري، خاصة أواخر الثمانينات، وابتداء من سنة 1984 دق ناقوس الخطر مع هبوط سعر البترول إلى 10 دولارات للبرميل، وضعفت مداخيل الجزائر من العملة الصعبة، وهو ما انعكس سلبا على معيشة المواطن، وتم غلق العديد من المؤسسات العمومية.

2- حماية المستهلك الجزائري في ظل نظام اقتصاد السوق:

بعد الأزمة الاقتصادية أواخر الثمانينات اضطرت الجزائر إلى مواجهة فشل استراتيجيات التنمية التي سيطرت عليها الدولة بالتوجه بقوة نحو آليات السوق. واتجه الأمر إلى استقلالية المؤسسات، ومحاولة النهوض بمستوى معيشة الفرد في المجتمع باعتباره مستهلكا للسلع والخدمات المطروحة في السوق.

هذا التحول الاقتصادي أدى إلى إشعال المنافسة بين المنتجين والتجار والموزعين والمستوردين... الخ من المتدخلين في الحياة الاقتصادية، ووجد هذا التحول سوقا فنية يمكن الاستثمار فيها بشتى الوسائل، نظرا لكثرة الطلب الذي كان في تزايد يوما بعد يوم.

ووجد المستهلك نفسه أمام سلع كثيرة ومتنوعة وبأسعار مختلفة تتحدد حسب المنتج والبائع بما يتناسب مع نوعية المنتج والطلب والتنافس عليه، (فهل بإمكان المستهلك تقييم جميع السلع من ناحية النوعية والسعر؟، بلا شك لا يستطيع لأن ما يعرض من الأعداد المتفاوتة للمنتجات يتضاعف عدة مرات مع الوقت، مما يزيد من عملية التنافس، وما تنتجه إليه الإعلانات في حثها على الشراء، مقدمة الخيارات الواسعة، فيتعرض المستهلك بذلك لأساليب بيع غير نزيهة، لذلك احتلت مسألة حماية المستهلك مكانها في نظام اقتصاد السوق).³⁴

وهو ما أدى بالجزائر إلى سن قانون لحماية المستهلك 12-89 المتعلق بالأسعار، وضبط آليات العمل في ظل المنافسة وتحرير التجارة، (بموجب التعديل الدستوري 1996 والمادة 37 التي تنص على أن: "حرية التجارة مضمونة وتمارس في إطار القانون".)³⁵

ثانيا- تطور المنظومة التشريعية والقانونية المتعلقة بحماية المستهلك في الجزائر

2-1 تطور عملية مراقبة الجودة وقمع الغش وحماية المستهلك في الجزائر:³⁶

إن المنظومة التشريعية والقانونية المتعلقة بحماية المستهلك، من خلال مراقبة مطابقة نوعية المنتجات والخدمات المعروضة للاستهلاك وقمع مختلف أنواع الغش مرت بالعديد من المراحل، حيث كان أول ظهور لها منذ سنة 1982 عندما تم إدراجها ضمن صلاحيات وزارة التجارة، فأصبحت مهمة مراقبة الجودة وقمع الغش وحماية المستهلك من المهام الأساسية لمصالح وزارة التجارة.

- قبل سنة 1989: كانت مصالح الرقابة التابعة لوزارة التجارة تستند في تدخلاتها في الميدان على قانون العقوبات (المواد من 429 إلى 435) المعنون " الغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية".

- بداية سنة 1989: تم تكريس مجموعة من المبادئ الأساسية لمراقبة جودة المنتجات والخدمات المعروضة للاستهلاك وقمع مختلف أنواع الغش في السلع والخدمات وبالتالي حماية المستهلك من خلال:³⁷

- إجبارية أن يتوفر المنتج سواء كان ماديا أو خدمة، مهما كانت طبيعته على ضمانات ضد كل المخاطر التي من شأنها المس بصحة وأمن المستهلك، أو الإضرار بمصالحه المادية؛
- إجبارية مطابقة المنتج المعروض للاستهلاك للمقاييس المعتمدة والمواصفات القانونية والتنظيمية التي تهمة وتميزه؛
- إجبارية إعلام المستهلك بخصائص ومميزات المنتج المعروض للاستهلاك؛
- إجبارية المراقبة؛
- إجبارية الضمان؛
- حق المستهلك في تجريب المنتج الذي يقتنيه.

ارتكز نشاط مصالح رقابة الجودة وقمع الغش في تلك الفترة على مراقبة مطابقة نوعية الخدمات والمنتجات المعروضة للاستهلاك والمصنعة محليا، باعتبار أن عملية استيراد المنتجات في تلك الفترة كانت حkra على المؤسسات العمومية التي كانت توفر ضمانات حول مطابقة المنتجات المستوردة.

ومع تحرير التجارة الخارجية وولوج المتعاملين الخواص مجال الاستيراد خلال منتصف التسعينات، عرفت السوق انتشارا رهيبا للمنتجات المستوردة المقلدة، أو التي لا يستجيب أغلبها للمواصفات القانونية، أو المقاييس العالمية المعمول بها، سواء من حيث الوسم الإعلامي للمستهلك أو النوعية الجوهرية.

أمام ذلك عززت وزارة التجارة نظام مراقبة مطابقة المنتجات المستوردة من خلال إنشاء مفتشيات المراقبة على الحدود على مستوى مراكز العبور البحرية، البرية والجوية سنة 1995.

2-2 تكييف المنظومة التشريعية والتنظيمية الحالية:

مع ارتفاع الإصلاحات الاقتصادية وتفكيك الاحتكار، وتحرير الأنشطة الاقتصادية وتكريس المنافسة الحرة، أصبح تأهيل وسائل مراقبة السوق ذو أهمية أكثر من أي وقت مضى، خاصة بعد قرار الجزائر الاندماج في المنظومة الاقتصادية العالمية، إذ ترتب على ذلك تكييف أطرها التشريعية والتنظيمية ومراقبة متزايدة للسوق.

2-2-1 الإطار التشريعي:

تقرر إعادة النظر كليا في القواعد العامة لحماية المستهلك، حيث أظهر تقييم تطبيقها عدم ملاءمتها لمتطلبات الوقت الراهن في مجال مراقبة الجودة وقمع الغش وحماية المستهلك.

وفي هذا الصدد تم الانتهاء من إعداد مشروع القانون التمهيدي المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الذي يرمي إلى تحقيق الأهداف التالية:³⁸

- سد الثغرات القانونية المرفوعة في مجال تأطير حماية المستهلك وتعزيز قمع الغش.
- توضيح وبدقة تدابير حماية صحة وسلامة المستهلكين، بوضع عقوبات قمعية للحد من عدم قمع الغش، واحترام القواعد المرتبطة بحماية صحة وأمن ومصالح المستهلكين.
- منح المستهلك طرق ووسائل الحماية عن طريق الجمعيات (جمعيات حماية المستهلكين).

وقصد تجسيد هذه الأهداف أدرجت في مشروع القانون التمهيدي أحكام جديدة تتعلق بـ:

- أ- تعزيز المفاهيم والمصطلحات المتعلقة بقمع الغش وحماية المستهلك.
 - ب- تحديد القواعد العامة المطبقة على الأمن الصحي والطبيعي للمستهلك وذلك عن طريق تجسيد المبادئ المرتبطة بـ:
 - إجبارية سلامة الأغذية.
 - إجبارية أمن المنتجات والخدمات.
 - إجبارية مطابقة المنتجات والخدمات للقواعد التي تخصها وتميزها.
 - إجبارية الضمان وخدمات ما بعد البيع.
 - إجبارية إعلام المستهلكين.
 - ج- تدعيم دور جمعيات حماية المستهلك في مجال حماية مصالح المستهلكين وذلك من خلال:
 - تسهيل الإجراءات القضائية لهذه الجمعيات بمنحهم المساعدة القضائية مجانا.
 - تنظيم دورات تكوينية وإعلامية لفائدة هذه الجمعيات في مجال حماية المستهلك.
 - الرفع من قيمة الدعم المالي المخصص كل سنة لهذه الجمعيات.
 - تحديد إطار لتقريب هذه الجمعيات مع الجمعيات المهنية، لضمان تنسيق وتشاور أحسن لتدعيم حماية المستهلك.
 - د- تحديد إجراءات الرقابة وحماية الأعوان المكلفين بها، وذلك بإدراج أحكام جديدة إضافة لتلك المنصوص عليها في قانون العقوبات.
 - هـ- إدراج الإجراءات الإدارية التحفظية في إطار ترسيخ مبدأ التحفظ والحذر المتعلقة بالسحب المؤقت، السحب النهائي، وضبط المطابقة.
 - و- تكييف مخالفات جديدة متعلقة أساسا بالإهانة والاعتداء على أعوان الرقابة، وعدم تنفيذ القرارات الإدارية المتعلقة بسحب المنتجات غير المطابقة وإتلافها، وكذا تشديد العقوبات على المخالفات المنصوص عليها في هذا القانون.
 - ي- ادراج الغرامة الجزافية على بعض المخالفات البسيطة، تخفيفا على المحاكم.
 - ك- إنشاء الوكالة الوطنية للحماية من المخاطر المرتبطة بالاستهلاك، والتي ستصبح القضاء المناسب والمميز لتمكين السلطات العمومية من تقييم المخاطر في مجالات حماية المستهلك وقمع الغش والحفاظ على البيئة.
- تمكن هذه الهيئة توفير الدعم الفعال، بإنجاز الأبحاث والتنبؤ بمخاطر الاستهلاك، لاتخاذ الإجراءات المناسبة في الحالات المستعجلة، حيث تسند لهذه الوكالة المهام التالية:
- إبداء الرأي في المسائل واختلاف النتائج عند تطبيق التشريعات والتنظيمات السارية المفعول بالنظر إلى طبيعة الموضوع.
 - إنشاء بنك للمعلومات العلمية والتقنية المرتبطة بمهامها وضمان تسييرها، استغلالها ونشرها.
 - تعزيز الأبحاث والخبرة في مجال مراقبة النوعية وتقييم المطابقة.

- ضبط التنسيق ما بين الوزارات بإنشاء شبكة إنذار ما بين القطاعات.
من جهة أخرى وتطبيقا للقرارات المتخذة من خلال مختلف اجتماعات مجلس الحكومة المخصصة لدراسة ملف القرض الموجه للاستهلاك، تم إدراج أحكام خاصة بهذا الملف في مشروع القانون التمهيدي، قصد التكفل بالانشغالات المطروحة حاليا والمرتبطة أساسا ب:
- الحق في الحصول على معلومة كاملة وموضوعية بخصوص العرض وآجال تسديد القرض، لتمكين المستهلك من معرفة حقوقه وواجباته وبالتالي اتخاذ القرار الذي يناسبه.
- حماية المصالح المادية للمستهلكين عن طريق تحديد الحد الأقصى للقرض، نسبة الفوائد السنوية، والتكاليف، وكذا الشروط والكيفيات التي تمكن من فسخ العقد (الضمانات اللازمة لتجنب المستهلك مديونية تفوق قدرة تسديده).

2-2-2 الإطار التنظيمي: ³⁹

تمثلت النشاطات المنجزة لتكييف المنظومة التنظيمية في مراقبة الجودة وقمع الغش وحماية المستهلك في:

أ- إقرار وتطبيق وشفافية تدابير الصحة والصحة النباتية والعراقيل التقنية للتجارة:

وهذا تماشيا مع متطلبات انضمام بلادنا إلى المنظمة العالمية للتجارة، والخاصة بالحد من اللجوء إلى استعمال العراقيل غير الضرورية للتجارة الدولية.

وللتوضيح فان اتفاقية تدابير الصحة والصحة النباتية تتخذ المدونة الغذائية مرجعا لها، إذ أن لجنة المدونة الغذائية كهيئة مختصة في القضايا التي لها علاقة بصلاحية وسلامة المنتجات الغذائية، في حين إن اتفاقية العراقيل التقنية للتجارة تعتمد مواصفات المدونة الغذائية الخاصة بطرق الإنتاج، مكونات الإنتاج، الوسم، تكييف وتوضيب المواد الغذائية.

إنشاء اللجنة الوطنية للمدونة الغذائية: يستجيب إنشاء اللجنة الوطنية للمدونة الغذائية إلى انشغال بلادنا بمحاسبة تنظيماتها والقواعد الموافق عليها على المستوى الدولي في مجال المعايير الغذائية المنصوص عليها في المدونة الغذائية.

ب- شروط وكيفيات مراقبة مطابقة المنتجات المستوردة:

وتمثلت في:

- توسيع عمليات مراقبة المطابقة إلى كل المنتجات المستوردة.
- استبدال المراقبة العينية لكل المنتجات المستوردة بعمليات تفتيش وفق برامج هادفة.
- التمييز بين حالات عدم المطابقة المتعلقة بالوسم وتلك المتعلقة بالنوعية الجوهرية للمنتج.
- تحديد قائمة للمنتجات خاصة الغذائية التي يمنع ضبط مطابقتها.

ج- وسم السلع الغذائية وعرضها: ومضمونها:

- التعريف الواضح والدقيق لبيانات الوسم الإلزامية التي انتقلت من 6 إلى 11 حسب المنتج.
- التمييز بين وسم المواد الغذائية الموجهة للاستهلاك النهائي وتلك الموجهة للتحويل.
- تحديد كفاءات وسم المنتجات الموضبة مسبقا في رزم صغيرة.
- إجبارية توضيح المكونات التي قد تفسد بصحة الأشخاص الذين يعانون من الحساسية على.

ثالثا: الجهات المسؤولة عن حماية المستهلك الجزائري وآلية عملها

سنتناول في هذا الجزء أهم الأجهزة المنشأة المكلفة بالدفاع عن المستهلك، قصد معرفة مدى الدور الذي تلعبه لحماية المستهلك ومدى فاعليتها، لمواجهة أهم المخاطر التي تحيط به.

1- الجهات الرسمية المسؤولة عن حماية المستهلك في الجزائر:

1-1 دور الهيئات الإدارية:

تتنوع وتختلف الهيئات الإدارية المكلفة بحماية المستهلك حسب الغرض الذي أنشئت من أجله، إذ تتدخل في تنظيم السوق وحماية المستهلك والدفاع عنه، سواء على المستوى المحلي أو الوطني.

1-1-1 وزارة التجارة: تعتبر الجهاز الأول المكلف بحماية المستهلك والمهام المخولة إلى المصالح

التابعة لها متعددة ومتنوعة.

يستعين وزير التجارة - الذي له كل الصلاحيات المتعلقة بحماية المستهلك - في أداء مهامه بالاتصال بمختلف الدوائر الوزارية الأخرى أهمها: وزارة الداخلية والجماعات المحلية، الدفاع الوطني، الفلاحة والتنمية والريفية، الصحة والسكان والسياحة.

1-1-2 مصالح وزارة التجارة: أهم المصالح التابعة لوزارة التجارة والمكلفة بحماية المستهلك وتنظيم

المنافسة نجد:

أ: على المستوى المركزي:

- المديرية العامة لضبط وتنظيم النشاطات والتقنين:

تشرف على 05 مديريات أهمها: مديرية المنافسة، مديرية الجودة والاستهلاك، وجميعها تعمل على إعداد آليات السياسة التجارية والسهر على السير التنافسي للأسواق، من أجل تطوير قواعد المنافسة السليمة والاهتمام بترقية جودة السلع والخدمات.

- المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش:

تعتمد هذه المديرية في أداء مهامها الرقابية على 04 مديريات تابعة لها:

- مراقبة الممارسات التجارية والمضادة للمنافسة.

- مراقبة الجودة وقمع الغش.

- مخابر التجارب وتحاليل الجودة.
- التعاون والتحقيقات الخصوصية.

ب: على المستوى الخارجي:

ويتعلق الأمر هنا بالمصالح الخارجية التابعة لوزارة التجارة وتضم كل من:

- **المديريات الولائية للتجارة:** تقوم بالسهر على تطبيق التشريع المتعلق بالمنافسة والجودة، وتقديم المساعدة للمتعاملين الاقتصاديين والمستهلكين.

- **المديريات الجهوية للتجارة:** ويبلغ عددها 09 مديريات تعمل على تنشيط وتقييم وتوجيه نشاطات المديريات الولائية للتجارة التابعة لاختصاصها الإقليمي، خاصة في مجال الرقابة الاقتصادية وقمع الغش، وذلك بالاتصال مع الإدارة المركزية، وكذا المديريات الولائية للتجارة، قصد التعاون وتنسيق عمليات المراقبة ببلين الولايات.

ج: الهيئات المتخصصة التابعة لوزارة التجارة:

بالإضافة للهيئات السابقة هناك هيئات أخرى مختصة لتنفيذ سياسة وطنية لمراقبة المنافسة النزيفة في السوق حماية للمصالح المادية والمعنوية للمستهلك وأهمها:

- المجلس الوطني لحماية المستهلكين (CNPC):

يعتبر هيئة حكومية استشارية، إذ له دور استشاري، فيبدي رأيه في المسائل المتعلقة بتحسين الوقاية من المخاطر التي قد تحملها المنتجات والخدمات، كما يعد برامج المساعدات المقررة لصالح جمعيات المستهلك وتنفيذها، العمل على إعلام المستهلكين وتوعيتهم.

وبالتالي فإن المجلس لا يجوز له أن يصدر قرارات بل يبدي آراء تتعلق أساسا بحماية المستهلك.

- **المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزم (CACQE):** وهو مؤسسة عمومية ذات طابع إداري يتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلالية المالية، إضافة إلى الرقابة والتنسيق مع الهيئات المختصة لاكتشاف أعمال الغش والتزوير ومخالفة التشريع الساري العمل به في مجال نوعية السلع والخدمات.

وإن أهم ما يقوم به المركز هو إجراء التحاليل اللازمة والبحوث الضرورية لفحص مدى مطابقة المنتجات للمقاييس المعتمدة، وكذا المواصفات القانونية.

- **شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية (RAAQ):** هدفها القيام بالرقابة والتأكد من السير الحسن لنشاطات مخابر التجارب وتحاليل الجودة وقمع الغش، وكذا العمل على احترام إجراءات التحاليل الرسمية وطرقها، وتوحيد مناهج التحاليل والتجارب التقنية لكل منتج.

1-2: مجلس المنافسة:

أسندت لهذا المجلس عدة اختصاصات منها الاستشارية والقمعية، بغرض ضبط المنافسة والسهر على السير الحسن للمنافسة في السوق، قصد زيادة الفعالية الاقتصادية وتحسين ظروف معيشة المستهلكين.

1-2-1: الدور الاستشاري لمجلس المنافسة:

المجلس ملزم بتقديم آرائه حول كل مسألة مرتبطة بالمنافسة متى طلبت منه الحكومة أو المحترفين أو المستهلكين ذلك، كونه الخبير المختص في مجال المنافسة، وتتنوع الاستشارة التي يقدمها وتنفرد إلى:

أ- استشارة إلزامية: تطلب الاستشارة من المجلس بصفة إلزامية في حالة اتخاذ إجراءات استثنائية، كالحد من ارتفاع الأسعار المفرط بسبب اضطرابات السوق، أو كارثة أو صعوبات مزمنة في التمويل داخل قطاع نشاطات معين، أو منطقة جغرافية معينة، أو حالات الاحتكار، من أجل التقييد باستشارته المبنية على الدراسة الجيدة للسوق، والأبعاد المنتظرة من ذلك الإجراء.

ب- الاستشارات الاختيارية: تقوم كل من المصالح التابعة لرئاسة الحكومة والوزارات والبلديات والمؤسسات الاقتصادية كالبنوك العمومية والخاصة بطلب استشارات من المجلس، وفي هذه الحالة لها أن تأخذ بها أو ترفضها، حسب الأثر المترتب على قيام الهيئة الاستشارية باختصاصها.

1-2-2: الدور القمعي لمجلس المنافسة:

إن صلاحية المجلس في قمع الممارسات المنافية للمنافسة مقصورة فقط على الممارسات المنصوص عليها في قانون المنافسة.

بعد إخطار المجلس من قبل الهيئات المخول لها قانونا يقوم المجلس بفتح تحقيق لإثبات وقوع ممارسات يحضرها قانون المنافسة.

أ- صلاحية القيام بالتحقيقات: لا يكفي الإخطار لإثبات وقوع الممارسات المنافية للمنافسة، بل يقوم المجلس بتعميق التحقيق لإثبات ذلك، بحيث يحقق المقرر في الطلبات والشكاوى المرفوعة لدى المجلس، وبعد جمع وفحص الأدلة، يرفع التقرير الأولي إلى رئيس المجلس، الذي بدوره يبلغ كافة الأطراف ووزير التجارة وكل من له مصلحة من أجل إبداء ملاحظاتهم خلال 03 أشهر، ثم يوضع التقرير النهائي للقضية من أجل تحديد الجلسة التي يتم فيها الفصل في القضية.

ب- صلاحية توقيع الجزاء: يتم صدور قرار مجلس المنافسة بعد إجراء المداولة في مواجهة المخالفين، بحيث يتمتع المجلس بسلطة اتخاذ عقوبات مالية، قصد وضع حد للممارسات التي توصف بأنها مقيدة للمنافسة، وتختلف هذه العقوبات حسب طبيعة المخالفة موضوع القضية.

1-3 إدارة الجمارك:

تلعب إدارة الجمارك دورا مهما في مراقبة حركة دخول وخروج الأفراد والسلع.

1-3-1: حماية المصالح الاقتصادية للمستهلك: تحمي إدارة الجمارك المستهلك عند تطبيقها نسب الرسوم الجمركية حتى لا تزيد من أسعار هذه السلع في الأسواق، وحتى لا يتحمل المستهلك أعباء هذه الزيادة. ومن أهم مهام إدارة الجمارك ما تعلق بحجز السلع ممنوعة من الدخول إلى الوطن أو خروجها، كذلك ما تعلق بقمع الغش.

1-3-2: ضمان أمن وسلامة المستهلك: يتمثل في مراقبة ومنع إدخال المواد ممنوعة كالمخدرات والمواد المغشوشة، ويتم بتفتيش الأشخاص والبضائع، وفي حالة الاستيراد تمر البضائع المستوردة بجهاز للرقابة، وتخضع للتحاليل المخبرية قبل إخضاعها للجمركة حفاظا على أمن وسلامة المستهلك.

1-4-4: دور الوالي ورئيس المجلس الشعبي البلدي في حماية المستهلك:

1-4-1: الوالي: يعتبر الوالي ممثلا للدولة ويتمثل دوره في حماية المستهلك، وله أن يتخذ إجراءات وقائية تؤدي إلى درء الخطر المحدق بالمستهلك، كسحب المنتج مؤقتا أو بصفة نهائية أو اتخاذ قرار غلق المحل، أو سحب الرخص بصفة نهائية أو مؤقتة بناء على رأي أو اقتراح من المصالح الولائية المختصة.

1-4-2: رئيس المجلس الشعبي البلدي: يعتبر هو الآخر ضابط للشرطة القضائية على مستوى بلديته، فله صلاحية الاستعانة بالشرطة قصد منع الأضرار بالمواطنين عامة والمستهلكين خاصة.

ومن مهام البلدية حفظ الصحة والنظافة العمومية في مجالات توزيع مياه الشرب، مكافحة ناقلات الأمراض المعدية، مكافحة التلوث وحماية البيئة، صرف ومعالجة المياه القذرة والنفايات الصلبة الحضرية.

1-5-5: دور الأجهزة القضائية:

يتمثل دورها في مراقبة وقمع الممارسات ودرء المخاطر التي تهدد صحة وسلامة المستهلك.

1-5-1: سلطة القضاء في الدفاع عن المستهلك وحمايته: تتمثل في فرض الجزاء كوسيلة لردع وقمع المخالفات والجرائم الاقتصادية عن طريق النيابة العامة وقضاة المحاكم.

1-5-2: حق المستهلك في اللجوء إلى القضاء: يحق لكل شخص في المجتمع اللجوء إلى القضاء قصد الحصول على حقوقه أو المطالبة بحمايتها بشرط أن يكون لهذا الشخص الصفة والمصلحة في ذلك، بموجب عريضة وموقعة ومؤرخة، ويمكن رفع دعوى جماعية في شكل جمعيات منشأة لغرض الدفاع عن مصالح المستهلك المتضرر.

1-5-3: المسؤولية المقررة على المحترف: إن إخلال المحترف بالالتزامات المقررة عليه خاصة عند القيام بأعمال تتسم بعدم مشروعيتها وتنافيها مع مبدأ المنافسة يؤدي إلى أن تترتب عليه عدة جزاءات منها المدنية وتتمثل في قيام المسؤولية المدنية لهذا المحترف، وفي بعض الحالات تكون المسؤولية جزائية تبعا للخطورة الناجمة عنها.

أ: المسؤولية المدنية: تقوم هذه المسؤولية على أساس إخلال احد أطراف العلاقة الاستهلاكية وهو المحترف بالتزام قانوني يؤدي إلى إلحاق الضرر بالمجتمع أو الفرد، فمتى ثبت للمحكمة توافر عناصر المسؤولية من خطأ وضرر وعلاقة سببية بين الخطأ والضرر يتعين عليها الحكم بالتعويض المناسب للمتضرر.

ب: المسؤولية الجنائية: تعتبر المسؤولية الجنائية الأثر المترتب عن تحقيق كل عناصر الجريمة والذي يجعل ثبوت هذه الأخيرة سببا في خضوع الجاني للجزاء الذي يقرره القانون بموجب حكم قضائي، نتيجة لوقوع البائع في حالة غش المواد والسلع أو التدليس أو استعمال مكابيل خاطئة أو حيازة سلع مغشوشة.

2- الجهات المدنية المسؤولة عن حماية المستهلك في الجزائر: (جمعيات حماية المستهلك)⁴⁰

رغم تواجد العديد من الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك، فإنها لا تفي في اغلب الأحيان بالغرض الذي أنشئت من اجله، الأمر الذي يخل بقدرة المستهلك في الدفاع عن حقوقه بمفرده، ولذلك كان من الضروري البحث عن جهاز يتولى متابعة مدى تطبيق قواعد حماية المستهلك، وكان أن نشأت جمعيات حماية المستهلكين.

1-2 تعريف جمعية حماية المستهلك:

تزاو الجمعيات نشاطها سواء على المستوى الوطني أو المحلي في إطار الدفاع وحماية المستهلكين وتوعيتهم، إذ أنها تلعب دورا وقائيا وتربويا وإعلاميا، وهي في ذلك تلجأ إلى وسيلتين لتحقيق أهدافها وهما: الدعاية المضادة والمقاطعة.

إضافة إلى دورها في مجال التحسيس والتوعية فإنها تقوم بتبيين المخاطر التي تهدد صحة وسلامة وامن المستهلك من جهة ومن جهة أخرى فهي تدافع عن الحقوق والمصالح المشتركة للمستهلكين للحصول على التعويض بعد رفع دعوى أمام القضاء ضد كل عون اقتصادي خالف القانون أمام الجهات القضائية والإدارية المعنية، وتتخذ جمعيات حماية المستهلك عدة طرق لحماية المستهلك ومن أهمها:

2-2 التدخل الوقائي للمستهلك:

ويتمثل في الإجراء الذي تباشره جمعية حماية المستهلك قبل المساس بصحة وامن المستهلك من خلال المتابعة المستمرة من قبل هذه الجمعيات للتحسيس والإعلام ومراقبة الجودة والأسعار باستعمال وسائل الإعلام المختلفة.

ويتمد دور جمعيات حماية المستهلك إلى المشاركة في إعداد سياسة الاستهلاك بخصوص ممثلي الجمعيات في الهيئات الاستشارية كالمجلس الوطني مثلا.

3-2 التدخل الدفاعي لحماية المستهلك:

هو ذلك الإجراء الذي تباشره أمام الجهات القضائية في حال الأضرار بجماعة المستهلكين أو القيام بأعمال أكثر صرامة في مواجهة المحترفين وعليه:

- الدفاع عن المصالح المستهلكين أمام الجهات القضائية برفع دعوى أمام الجهات القضائية باسم أعضائها أو باسم المصالح الجماعية للمستهلكين.
- ونشير إلى انه في فرنسا أصبح البحث أكثر على جمعيات متخصصة لحماية المستهلك في مجالات معينة مثل إنشاء جمعيات لحماية المستهلكين في مجال البنوك والبورصة.
- الانضمام الى الدعاوى المرفوعة مسبقا أمام الجهات القضائية.
- الدفاع عن المصلحة الفردية لمجموعة من المستهلكين.
- الدعوة إلى المقاطعة أو الاستثمار المضاد قصد تحقيق الرغبات المشروعة للمستهلك فانه يمكن لجمعيات حماية المستهلك اللجوء إلى استخدام وسائل أخرى غالبا ما تكون إلى جانب الدعاوى القضائية، حيث نجد أن بعض الجمعيات في دول أخرى تلجأ إلى هذه الوسائل بعد فشل الدعاوى التي ترفعها، وهذه الوسائل تكمن في كل من الدعوى إلى مقاطعة السلع المغشوشة والمقلدة وكذا الدعوى إلى الامتناع عن اقتناء المنتج بغرض الدعاية المضادة عليه لمواجهة المحترفين الذين يتبين عدم احترامهم للمعايير المعتمدة ووجود مخاطر محتملة في نوعية المنتجات المعروضة للاستهلاك.

ورغم الترسانة القانونية إلا أن الحركة الجموعية المعنية بحماية المستهلك لا زالت دون المستوى المطلوب وهذا لأسباب مختلفة تتلخص في ما يلي:

- حادثة تجربة الحركة الجموعية في الجزائر.
- اعتقاد الكثير من أفراد المجتمع أن الدولة هي المسؤول الوحيد عن حمايته.
- عدم اقتناع البعض بجدوى هذه الجمعيات على الأقل في ظل ظروف التحولات السياسية والاجتماعية.
- عدم نضج الفكرة الجموعية كأسلوب حضاري للتكفل بالانشغالات لدى الكثير من أفراد المجتمع.

رابعا: تحديات حماية المستهلك

يشهد العالم تطورات متصارعة في شتى المجالات خاصة في المجال التكنولوجي وما يصاحبه من أبحاث واختراعات تؤثر على المستهلك مباشرة فيجده نفسه في مواجهة تحديات تؤثر على اختياراته وسلوكه الاستهلاكي وبالتالي درجة تعرضه للمخاطر ومدى وعيه لها مما يبرز تحديا آخر أمام حمايته وتوعيته.

1- تحدي التجارة الالكترونية:

بعد اتساع مستخدمي الانترنت في العالم بدأ يتبلور مفهوم الحماية الالكترونية للمستهلك والذي يعني الحفاظ على حقوق المستهلك وحمايته من الغش أو الاحتيال الذي يمكن أن يتعرض إليه جراء القيام بعملياته التبادلية عبر الانترنت وما تنتصف به هذه الوسيلة من سهولة في التداول والتعامل وعدم وجود اتفاقات ملموسة ولهذا وجب اخذ الإجراءات التالية:

- تبيين حقوق المستهلك الالكتروني قانونيا عن طريق:
- تحديد الشروط والأسس الخاصة بالإعلان عن السلع والخدمات.
- إمكانية جواز إبطال ما يرد من شروط تعسفية في العقود الالكترونية.

- ب- إمكانية رد المستهلك للبضائع المعيبة واستخدام مواقع خاصة لهذا الغرض.
ج- دور الوسيط الإلكتروني في:
- إعطاء الصيغة المناسبة للتعاقد الإلكتروني وقانونية التبادلات الإلكترونية وحجبتها في الإثبات قضاء وتحكيما.
- الصيغة القانونية لتسوية المدفوعات والحسابات.
- مدى توافر النقود الإلكترونية.

2- تحدي العولمة:

- تفرز العولمة عدة أخطار يقع تأثيرها المباشر على المستهلك مثل:
- الترويج لأنماط والقيم الاستهلاكية البعيدة عن قيم وعادات المستهلك في مجتمعنا.
- زيادة الجرائم الاقتصادية نتيجة الاتفاقيات الاحتكارية الناتجة عن التكتلات وفرض المواصفات والنوعية للسلع مما يؤدي إلى إمكانية الهيمنة على الاقتصاد.
- الاستفادة من العولمة بانتقاء إيجابياتها والدخول في حركة التطور بما يلائم مصالحنا الوطنية والقومية.
- مساهمة جميع أفراد المجتمع بالتصدي 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 الغذائية لجميع الفئات.

3- تحدي الأغذية المعدلة وراثيا:

هذه الظاهرة تتطوي على العديد من المخاطر فهي 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 لصعوبة 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 وارتفاع تكلفتها، وهو عكس ما نجده في الدول المتقدمة.

الختاتمة:

إن حماية المستهلك ليست تنظيميا أو قانونا أو هيئات، وإن كان لكل ذلك أهميتها لأنها قبل كل ذلك هي فرد صالح، رباني مهما كان موقعه، فإن كان بائعا، فخوف الله يمنعه من بيع سلع تضر أو تخل بصحة وحق المستهلك، وإن كان مشتريا فواجب الحفاظ على نفسه وعلى الجسد الذي أودعه الله إياهامانة، يجعله يبحث عن المعلومة التي تمكنه من لباس واكل وركوب ما يحقق الحفاظ على هذا الجسد تحقيقا لعبودية الخالق، ذلك ان حماية المستهلك يجب ان تكون قضية وشغل الجميع، كما ان تحقيق ذلك لا يجب ان يتناسى التعقيدات التكنولوجية التي تتطلب نشر الوعي وإرساء هيكل وطني للجودة يمكن من تحقيق مبتغى الحماية

مناقشة نتائج البحث: إن أهم النتائج البحثية التي تحصلنا عليها من بحثنا هي:

1- بالنسبة للفرضية الأولى: تقول الفرضية ان مفهوم حماية المستهلك في النظام الإسلامي والأنظمة الوضعية يعني توفير الأطر والأنظمة التي توفر له السلامة من السلع والخدمات غير الصحية وغير الآمنة وهذا صحيح في الاقتصاديات الوضعية، إلا أن الحماية المستهلك في الإسلام لا تكفي فقط بتوفير القوانين والأطر الحامية لذلك والتي تعمل النظم الوضعية على تطويرها، ولكنها تهدف إلى إيجاد البعد الرياني في الأمر، من خلال ربط الفرد بالجزاء والعقاب اللذان تندرج تحتها كل احتمالات الإخلال بها. وهو ما يجعل الفرضية الأولى مقبولة جزئياً، وهي بحاجة إلى إدراج ما جاء بها القرآن الكريم والسنة النبوية في القوانين والأطر التي تضعها، خاصة في مجتمع جزائري مسلم.

2- بالنسبة للفرضية الثانية: تقول الفرضية إن حماية المستهلك في النظام الإسلامي والأنظمة الوضعية هي خدمة تقدمها الدولة والجمعيات لحمايته من تصرفات التجار ومنظمات الأعمال، وهو ما اتفقت عليه الأنظمة الاقتصادية الوضعية والنظام الإسلامي، إلا أن هذا يجعل الأمر صحيحاً جزئياً، لأن النظام الاقتصادي الإسلامي يزيد على ذلك بان حماية المستهلك وقبل حماية هذا الأخير من جشع واحتكار وغش هؤلاء، فإنها تتعداه إلى حمايته من نفسه، منعا للإضرار بها، باعتبارها ملكاً لخالقها، فلا يجوز اهلاكها، وهو في ذلك في وضعية معتدلة، فلا إسراف ولا تقتير.

3- بالنسبة للفرضية الثالثة: تقول الفرضية إن حماية المستهلك في النظام الإسلامي والأنظمة الوضعية تقوم على التجريم والردع لكل من يخل بها. والحقيقة أن ذلك صحيح جزئياً سواء من حيث شمولها أو من حيث ترتيبها، ففي الاقتصاد الإسلامي تعد الأخلاق والقيم من أهم ما يحقق هذه الحماية من خلال ربط الفرد سواء المستهلك أو التجار أو أصحاب الأعمال يقيم العدل والوفاء بالعقود والتعاون على البر والأمانة، استجابة لأوامر الله في إدارة وتبدير الكون.

4- بالنسبة للفرضية الرابعة: تقول الفرضية إن حماية المستهلك في النظام الإسلامي والوضعي تقوم على إعطاء دور رائد للجمعيات النشطة في هذا المجال. ويمكن القول أن ذلك يمكن اعتباره صحيحاً في مفهوم جمعيات المستهلك في الاقتصاديات الوضعية، إلا أنه في الاقتصاد الإسلامي لا يوجد هذا المفهوم لفظاً، ولكن ما لاحظناه من وظيفة الحسبة يمكن لها أن ترسخ مفهوماً آخر يمزج بين الدور التوعوي المحض لجمعيات حماية المستهلك والدور الرقابي الردعي لنظام الحسبة، خاصة وأن الاتجاهات الحديثة للجمعيات أعطتها إمكانية التقاضي، دفاعاً عن المستهلك.

في الأخير، يمكننا القول بان حماية المستهلك باعتبارها مهمة معقدة متشعبة ونبيلة في نفس الوقت هي أكبر بكثير من أن يتم حصرها وإسناد تنفيذها لقطاع واحد.

إن كل القطاعات بما فيهم المتعاملون الاقتصاديون والمستهلكون معنيون بحماية المستهلك، لذا فإنه من الضروري تضافر وتنسيق جهود الجميع من أجل توفير الآليات والوسائل اللازمة للعمل سويًا قصد حماية صحة وامن المستهلكين والحفاظ على مصالحهم المادية، لان الوصول إلى حماية فعلية للمستهلك تمر عبر وضع تنظيم لاستهلاك يتم فيه إدراج كل القواعد، الآليات والمجالات المتعلقة بحماية المستهلك، بما فيها

المفاهيم الإسلامية التي تركز على الفرد كأساس للحماية، وليست القوانين والتنظيمات فقط، إضافة إلى إلزامية تنفيذ القوانين على كل القطاعات، وتوفير الدعم اللازم لجمعيات حماية المستهلكين.

ومن جهة أخرى يجب تفعيل الأساليب الترويجية في توعية المستهلك وتوجيهه بما يضمن حمايته وحفظ حقوقه، وهو ما نعتبره من أنجح أساليب الحماية والقصد بذلك تفعيل الاتصال الذي يتم بنقل المعلومات عن السلع والخدمات والأفكار للمواطنين لتعريفهم بتلك المنتجات وإقناعهم بقبول أو رفض ما تم الإعلان عنه من حيث مكوناته ومقدار المنفعة التي يحصلون عليها، أي يجب نشر الوعي والثقافة بين الجماهير التي يحتمل أن تنتفع من هذه المنتجات، وفي ذلك لا تخل الشريعة من النصوص والآداب الدالة على ربط الفرد بالبعد الرباني في عملية الحماية، سواء كان تاجرا أو مشتريا.

الهوامش والمراجع:

¹ -نجاح ميني، آليات حماية المستهلك في الاقتصاد الإسلامي، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2008/2007، ص. 14 - 15.

² معجم اللغة العربية المعاصرة www.maajim.com/dictionary/استهلاك/6/معجم-اللغة-العربية-المعاصرة

³ -القانون رقم 03-09 المؤرخ في 29 صفر 1430 الموافق لـ 2009/02/25، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية، العدد 15، ص. 13.

⁴ محمد بن ابي بكر عبدالقادر الرازي، مختار الصحاح، المكتبة العصرية، بيروت، لبنان، سنة 1999، ص. 66.

⁵ <http://www.alriyadh.com/156724>

⁶ - نفس المرجع، ص. 47-48.

المادة 03 فقرة 02 من القانون رقم 02-04 المؤرخ في 23 يونيو 2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 41، 27 يونيو 2004، ص. 03.

⁸ المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المؤرخ في 15/09/1990 المتعلق بضمان المنتجات والخدمات، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية رقم 40، 19/09/1990، ص. 1246.

⁹ المادة 03 فقرة 02 من القانون رقم 08-12 المؤرخ في 25 يونيو 2008 المتعلق بالمنافسة، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 36، 02 يوليو 2008، ص. 11.

¹⁰ - المادة 03 فقرة 02 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 15، 08/03/2009، ص. 13-14.

¹¹ المادة 03 الفقرة 11 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش 09-03 المؤرخ في 25/02/2009، الجريدة الرسمية رقم 15، 08/03/2009، ص. 14.

¹² - الداوي الشيخ، تحليل آليات حماية المستهلك في ظل الخداع والغش التسويقي، حالة الجزائر، مداخلة ملتقى، 2009 ص. 02.

¹³ - ثامر ياسر البكري، التسويق والمسؤولية الاجتماعية، دار وائل للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2001، ص. 115.

¹⁴ -نجاح ميني، آليات حماية المستهلك في الاقتصاد الإسلامي، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2008/2007، ص. 19-23.

- ⁵ - ثامر ياسر البكري، مرجع سبق ذكره، ص. 113.
- ⁶ - أنور احمد رسلان، مرجع سبق ذكره، ص. 04.
- ⁷ - أنور احمد رسلان، الحماية التشريعية للمستهلك، ندوة حماية المستهلك في الشريعة والقانون، كلية الشريعة والقانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، 6-7 ديسمبر 1998، ص. 04.
- ¹⁸ البخاري، كتاب اللباس، ج3، ص. 96.
- ¹⁹ حميد الصغير، أصول حماية المستهلك في الفقه الإسلامي والياتها (القرآن والسنة - نموذجان)، ص. 47.
- ²⁰ صحيح مسلم، ص. 1605.
- ²¹ صحيح مسلم، ص. 147.
- ²² خليفة بابكر الحسن، حماية المستهلك في الشريعة الإسلامية، ندوة حماية المستهلك في الشريعة والقانون، كلية الشريعة والقانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، 6-7 ديسمبر 1998، ص. 04.
- ²³ محمد بن إسماعيل أبو عبد الله البخاري الجعفي، صحيح البخاري، دار طوق النجاة، الطبعة الأولى، 1422هـ، رقم الحديث 2076، الجزء 03.
- ²⁴ صحيح مسلم، 165.
- ²⁵ صحيح مسلم 1522.
- ²⁶ صحيح البخاري، 2050.
- ²⁷ صحيح مسلم، 2564.
- ²⁸ محمد بن ابراهيم بن عبد الله التويجري، موسوعة الفقه الاسلامي، الجزء الثالث، 2009. ص 461.
- ²⁹ نفس المرجع، ص. 456-461. يتصرف
- ³⁰ ابن القيم الحوزية، الطرق الحكمية في السياسة الشرعية، تحقيق: نايف بن احمد الحمد، دار عالم الفوائد، ص. 683.
- ³¹ سنن الترمذي، 2172.
- ³² - ارزقي زويبر، مرجع سبق ذكره، ص. 02.
- ³³ - سامية لموشية، دور الجمعيات في حماية المستهلك، الملتقى الوطني " حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي "، معهد العلوم القانونية والادارية، المركز الجامعي بالوادي، 13-14 افريل 2008، ص. 277.
- ³⁴ - سامية لموشية، مرجع سبق ذكره، ص. 279.
- ³⁵ - ارزقي زويبر، مرجع سبق ذكره، ص. 09.
- ³⁶ - بوكنون عبدالحميد، تكييف المنظومة التشريعية والقانونية المتعلقة بحماية المستهلك، يوم دراسي حول الإصلاحات التشريعية والتنظيمية في القطاع التجاري، وزارة التجارة، فندق الاوراسي، الجزائر، 11/04/2007. ص. 3-11.
- ⁷ القانون رقم 89-02 المؤرخ في 07 فبراير 1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، 08/02/1989، العدد 06، ص 154-157.

- ³⁸ قانون 09-03 المؤرخ في 25/02/2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 15، 2009/03/08، ص. 12-23.
- ³⁹ - المرسوم التنفيذي رقم 319-04 المؤرخ في 07/10/2004 المحدد لمبادئ اعداد تدابير الصحة والصحة النباتية واعتمادها وتنفيذها، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، عدد 64، 2004/10/10، ص. 20-22.
- المرسوم التنفيذي رقم 320-04 المؤرخ في 07/10/2004 المتعلق ب تدابير الصحة والصحة النباتية والعراقيل التقنية للتجارة، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، عدد 64، 2004/10/10، ص. 22-24.
- المرسوم التنفيذي رقم 67-05 المؤرخ في 30/01/2005 المتضمن إنشاء اللجنة الوطنية للمدونة الغذائية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، عدد 10، 2005/02/06، ص. 5-7.
- المرسوم التنفيذي رقم 467-05 المؤرخ في 10/12/2005 المحدد لشروط وكيفيات مراقبة مطابقة المنتجات المستوردة، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، عدد 88، 2005/12/11، ص. 15-18.
- المرسوم التنفيذي رقم 484-05 المؤرخ في 22/12/2005 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 367-90 المؤرخ في 10/11/1999 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، عدد 83، 2005/12/25، ص. 4-11.
- ⁴⁰ - ارزقي زويبر، مرجع سبق ذكره، ص. 219. بتصرف.