جامعة الشهيد حمه لخضر – الوادي

كليـة الحقوق والعلوم السياسية

قسم الحقوق

نطاق حماية المستهلك من حث الأشخاص والموضوع

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في الحقوق

تخصص: قانون أعمال

إعداد الطالبة:

إيمان هارون

إشراف الاستاذ:

بوخزنة حسن

لجنة المناقشة:

الاسم واللقـب	الرتبة	الجامعة	الصفة
محدة عبد الباسط	أستاذ مساعد–أ–	جامعة الشهيد حمه لخضر – الوادي–	رئيسا
بوخزنة ماجدة	استاذ محاضر–ب–	جامعة الشهيد حمه لخضر – الوادي–	مشرف ومقررا
قني سعدية	استاذ محاضر–ب–	جامعة الشهيد حمه لخضر – الوادي–	مناقشا

السنة الجامعية: 2022/2021

شكر وعرفان

لك الحمد ربنا يا من مننتا علينا بنعمة العلم ويسرت لنا سبله ويسرت لنا من يعيننا على تحصيله وعلمتنا ما لم نكن نعلم ...

ثم الصلاة والسلام على خير العلمين سيد الخلق اجمعين ...

نتوجه بجزيل شكرنا الى الاستاذ الدكتور الصادق جراية

على مساهمته بملاحظته وارشادته التى افادتني في اتمام المذكرة

ونتقدم بشكرنا الى كل اساتذتي الاكرام

كما لا يفوتنى ان اتقدم بالشكر الى كل من ساهم من قريب أومن بعيد في سبيل نجاح هذه المذكرة

كل هؤلاء خالص شكري وعرفني

إهداء

إلى من كلله الله بالهيبة والوقار .. إلى من علمني العطاء بدون انتظار ..

إلى من أحمل أسمه بكل افتخار . أرجو من الله أن يمد في عمرك لترى ثماراً قد حان قطافها بعد طول انتظار وستبقى كلماتك نجوم أهتدي بها اليوم وفي الغد وإلى الأبد ..

والدي العزيز

إلى ملاكي في الحياة .. إلى معنى الحب وإلى معنى الحنان والتفاني .. إلى بسمة الحياة وسر

الوجود إلى من كان دعائها سر نجاحي وحنانها بلسم جراحي إلى أغلى الحبايب

أمي الحبيبة

إلى من بها أكبر وعليه أعتمد .. إلى شمعة متقدة تنير ظلمة حياتي ..

إلى من بوجودها أكتسب قوة ومحبة لا حدود لها ..

إلى أخواتي و إخوتي

الى كل زملائي وزميلاتي في الدراسة الى جميع العاملين في كلية الحقوق

الى كل من ذكرهم قلبي ونساهم قلمي الى كل من ساهم في إنجازي لهذه الرسالة الى الذين بذلوا كل جهد وعطاء لكي أصل لهذه المحطة أساتذتي المحترمين

إليكم جميعا أهدي هذا العمل.

مقدمة

مقدمة

شهد العالم اليوم ثورة كبيرة في مختلف مجالات الحياة ، و أهم حدث أثر على الفرد هو التطور التكنولوجي والصناعي الهائل، وهذا ما جعل العالم اليوم عبارة عن قرية كونية صغيرة ، كما تنبأ به عالم الاتصال المعروف مارشال مالكوهن أواخر ثمانينات القرن الماضي.

وفي ظل هذا المناخ وما صاحبه من تغير وتأثير ايجابي على الفرد باعتباره هو المستهلك لأوجه ما ينتج من سلع وخدمات في سبيل تحقيق الرفاهية المرغوبة، حيث كثرت طلبات الأفراد وحاجياتهم وبالتالي ازدادت المخاوف من السلبيات المحتملة والحتمية، مما استلزم تدخل المشرع بوضع ترسانة كبيرة من القوانين والتشريعات لحمايته من الغش والاحتكار ومختلف المظاهر السلبية الناتجة عن استهلاكه المنوط و اعتماده على مختلف هذه السلع الخدمات، وعدم مقدرته على الاستغناء عنها.

وعلى اعتبار أن المستهلك هو العنصر المهم والفعال الذى تقوم عليه التجارة في وقتنا الحاضر فهو مهدد ومعرض للكثير من الاعتداءات من طرف المصنعين والتجار وهذا من خلال الغش والتدليس والخداع نتيجة للجشع والرغبة في تحقيق الربح السريع ولو استلزم ذلك سلامة المستهلك ، إضافة الى غزو الأسواق بمنتجات يجهل مصدرها و طبيعتها.

وهذا ما أدي الي تدخل المشرع الجزائري لحماية المستهلك بمجموعة من القوانين الردعية التى تصب في مصلحته

-الأهمية العلمية والعملية لموضوع الدراسة :

الملاحظ والمتتبع لتطور حاجيات المستهلك والملاحظ والمتتبع لتطور حاجيات المستهلك وخصائصه داخل المجتمع الجزائري يجزم بأهميته كموضوع للدارسة وضرورة إلمام بكل جوانبه

و إحاطته من مختلف الزوايا ، ولتحقيق الدارسة و إزالة اللبس والغموض المكثف حول مختلف التشريعات والقوانين الحامية للمستهلك موضوع الدارسة.

كما يعد موضع حماية المستهلك من المواضيع التي تلقى الاهتمام، إذ تظهر العلاقة الاستهلاكية بوجود الخلل الذي يبرز في أن هناك طرف ضعيف هو المستهلك تجاه طرف آخر قوي هو المتدخل، وباعتبار أن موضوع حماية المستهلك من أهم المواضيع التي تشغل بال الدولة في الاقتصاد الوضعي، ويقع على عاتقها واجب توفير هذه الحماية بكل ما تملكه من وسائل، وعلى هذه الأساس يسعى المشرع الجزائري لتوفير هذه الحماية سواء من ناحية الأجهزة المراقبة ومن ناحية التشريعات اللازمة منها القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، حماية للمستهلك في صحته وسلامته ومصالحه المادية والمعنوية من المخاطر التي قد تنتج.

إن التطور الصناعي الحاصل في المجتمع و ما صاحبه من زيادة في الانتاج أدى الى ارتفاع نسبة استهلاك الفرد كما أدى كذلك إلى تنوع الممارسات الغير مشروعة من طرف الأشخاص الذين لهم مكانة في سلسلة التداول التجاري للسلع والخدمات بدءا بالصانع أو المنتج وانتهاء بالبائع بالتجزئة مما تنتج عنه نتائج تهدد مصلحة المستهلك كما أن الحماية الجزائية أخذت اهتماما واسعا في غالبية القوانين الحديثة سواء من ناحية التشريعات الخارجية أو الداخلية وهوما يظهر في نصوص قرار الامم المتحدة رقم 39 – 248 الصادر بتاريخ 9 افريل 1985 حيث نص على جملة من الحقوق لفائدة المستهلك

كما أن تنظيم العلاقات بين المنتجين والمستهلكين أملته ظروف اقتصادية تتمثل في الحفاظ على اقتصاد سليم ومتوازن من خلال الاهتمام بمراحل الإنتاج الثلاث وهي الإنتاج والتوزيع والاستهلاك لذا فإن المرحلة الاخيرة لا تقل أهمية عن بقية المراحل لكون استهلاك المنتجات

يدفع بالمنتجين الى العمل على توفيرها وتحسين نوعيتها وبالتالي فإن حماية المستهلك تشجع على الزيادة في الإنتاج.

كما أن ما تشهده السوق الجزائرية من تدفق للسلع المهربة عبر الشريط الحدودي وكذا وجود سوق موازية أدى الى عدم إمكانية الدولة من التحكم الجيد في حركة السلع والبضائع مما يؤثر سلبا في حماية المستهلك.

إشكالية الدارسة :من خلال ما سبق فإن الاشكالية تتمحور حول مدى كفاية وفعالية القواعد القانونية التي رسمها المشرع الجزائري لأجل تفعيل الحماية المستهلك. ?

-أسباب اختيار:

أسباب ذاتية :كون الموضوع مرتبط بتخصصي الد ا رسي كما أن لي اهتمام بجانب حماية المستهلك.

أسباب موضوعية :إن التطور الهائل الذي تعرفه مجالات التسوق وما يطرحه والتي وصلت إلى المبادلات العالمية لأجل تلبية حاجيات داخلية للمواطنين والذين يكونون عرضة لسلع مغشوشة وهذا ما يستدعي الوقوف على هذا الأمر.

الهدف من الدارسة :تهدف هذه الدارسة بشكل عام إلى تسليط على أهم القوانين والاليات لحماية المستهلك.

المنهج المتبع في الدراسة: التحليلي الوصفي

صعوبات الدارسة: لا يكاد يخلو أي بحث علمي من صعوبات تواجه الباحث، وهذا الأخير يستطيع تذليلها بإرادة وقناعة شخصية نابعة من إيمانه العميق بأن هناك فكرة نيرة قد تغير مجرى الحياة .

وان الصعوبات التي واجهتنا أنه لم يختص تشريع معين في التطرق إلى قوانين المتعلقة بالمستهلك حيث كانت تكفلها تشريعات متنوعة ومتفرقة تختلف في طبيعتها وموضوعها

الفصل الأول: الحماية القانونية للمستهلك

تمهيد :

تكتسي مسألة تحديد نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 09-03 أهمية بالغة ، لاسيما وأنه قانون يستجمع الطابعين الوظيفي والجزائي فهو ذو طابع وظيفي كونه يستهدف حماية فئة بعينها هي فئة المستهلكين تجاه فئة أخرى هي فئة المهنيين ، وهاتا ن الفئتان هما اللتان يتحدد من خلالهما النطاق الشخصي لتطبيق قانون حماية المستهلك بما تضمنه من حقوق والتزامات. كما أنه ذو طابع جزائي، كونه يرتب عقوبات جزائية على مخالفة أحكامه ، مما يجعل من تحديد نطاق تطبيق هذا القانون مقدمة لتحديد نطاق التجريم المتضمن فيه.

وتعتبر مسألة ضبط نطاق التطبيق بأبعاده المختلفة من مقتضيات الأمن القانوني المنشود، كونه يتيح للأشخاص مسبقا وعلى نحو منضبط معرفة القواعد القانونية التي تحكم علاقاتهم ، وهو أمان تتعاظم الحاجة إليه إذا ما تعلق الأمر بقواعد ذات طابع جزائي . ولقد تولت المادة الثانية من القانون رقم 09-03 تحديد نطاق تطبيقه، حيث نصت على أن أحكام هذا القانون تطبق "على كل سلعة أو خدمة معروضة للاستهلاك بمقابل أو مجانا وعلى كل متدخل و في جميع مراحل عملية العرض للاستهلاك ". من خلال هذه المادة وأحكام أخرى تضمنها القانون رقم 09-03 فإن نطاق تطبيق قواعد حماية المستهلك وقمع الغش يمكن رصده من خلال الجوانب التالية:

أولا – من حيث الأشخاص: تطبق لفائدة المستهلك تجاه كل متدخل في عملية عرض المنتوج للاستهلاك.

ثانيا – من حيث محل الاستهلاك: تطبق على كل سلعة أو خدمة معروضة للاستهلاك .

ثالثا – من حيث العقود: تسري على عقود المعاوضة و كذا عقود التبرع .

وفي ما يلي، ومن خلال هذه الجوانب الثلاث، سنحاول عرض وتحليل نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك وقمع الغش، واستحضار بعض ما يثار في هذا الصدد من إشكالات،

عسانا بذلك نسهم في تحديد مسألة أولية غاية في الأهمية بالنظر لما يرتبط ب نطاق تطبيق هذا القانون من آثار .

أولا – نطاق تطبيق القانون رقم 09-03 من حيث الأشخاص: يعنى بأحكام القانون رقم 09-03 صنفين من الأشخاص ، الأول هو المستهلك باعتباره المستهدف أساسا بالحماية في هذا القانون والمستفيد مما تضمنه من حقوق، و الثاني هو المتدخل باعتباره المعني بتطبيق أحكام هذا القانون و المسؤول عما رتبه من التزامات.

المبحث الأول: مفهوم الأطراف العلمية الاستهلاكية

يشهد العالم اليوم ثورة في مختلف المجالات، رغبة منه في تحسين مستوى معيشة الفرد وتحقيق مجتمع الرفاهية، وفي ظل مناخ العولمة وما تبعه من تغير كبير في أنماط وحجم الاستهلاك، حيث أصبحت السلع والخدمات متوفرة ومتنوعة وتلبي كل ما يحتاجه الفرد في حياته، وبقدر ما تحققه هذه الوفرة من جوانب إيجابية كبيرة، فإن لها سلبياتها الخطيرة على المستهلك كونه العنصر الأساسي الذي تقوم عليه التجارة في وقتنا الحالي, فهو مهدد بالعديد من المخاطر مما استلزم تدخل المشرع بوضع ترسانة من التشريعات لحمايته، فأصبح بحاجة أكثر من أي وقت مضى إلى حماية قانونية من الغش في السلع و الخدمات في مختلف مراحلها الإنتاج، الاستيراد، التخزين و التوزيع.

المطلب الأول: ماهية المستهلك

الفرع الاول: تعريفات حول المستهلك

أولا: تعريف المستهلك لغة :

المستهلك هو "من لا هم له إلا أن يضيفه الناس " . فالمستهلك إسم فاعل من إستهلك بضم الميم وكسر اللام وتعني بالفرنسية "consommateur [1]" .

والمستهلك في اللغة "مأخوذة من مادة هلك، الهلك، هلك، يهلك، وأستهلك[2] المال "أنفقه وأنفذه".

[1] موسوعة جمال عبد الناصر في الفقه الإسلامي المجلس الأعلى للشؤون الإسلامية, النشر القاهرة: المجلس الاعلى للشؤون الاسلامية، سنة1972-1965ج8ص124

[2] ابن منظور , لسان العرب المحيط وبيروت ,دار لسان العرب ,دط, دت, مادة هلك مج 3ص820

ثانيا: مفهوم المستهلك في الاصطلاح:

"هو من يقوم باستعمال السلع والخدمات لإشباع حاجياته الشخصية، وحاجيات من يعولهم، وليس بهدف إعادة بيعها، أو تحويلها أو استخدامها في نطاق نشاطه المهني[1]".

ثالثا: مفهوم المستهلك في الاصطلاح الشرعي:

المستهلك في الاصطلاح الشرعي ":هو من يقوم باستعمال السلع والخدمات لإشباع حاجياته الشخصية، وحاجيات من يعولهم، وليس بهدف إعادة بيعها، أو تحويلها أو استخدامها في نطاق نشاطه المهني[2].

رابعا: مفهوم الاستهلاك اقتصاديا:

الاستهلاك هو استخدام ناتج العمل لإشباع الحاجات، وعليه فالمستهلك في علم الاقتصاد هو الذي يحصل على السلع و الخدمات لإشباع حاجاته ورغباته الشخصية وليس من أجل التصنيع، فهو بذلك يحتل المركز الأخير في العملية الاقتصادية وعنده تنتهي عملية التداول. [3]

خامسا: تعريف القضائي المستهلك:

عند القضاء الفرنسي: نجد أن محكمة النقض الفرنسية قد تبنت في بعض الأحكام الاتجاه الموسع لفكرة المستهلك منذ عام 1987 ،حيث اتجهت إلى إضفاء صفة المستهلك على الشخص المعنوي. [4]

ورغم ان القضاء ليس دوره التعريف الا انه ساهم في حل قضايا التعاملات[5].

---

[1] د. عبد الفتاح بيومي الحجازي, النظام القانوني لحماية التجارة الالكترونية ,الاسكندرية ,دار الفكر الجامعي,ج1,2002 ص138

[2] د. عبد الفتاح بيومي الحجازي, مرجع سابق ,ص138

[3] السيد خليل هيكل ,نحو قانون إداري للاستهلاك في سبيل حماية المستهلك ,دار النهضة العربية ,القاهرة ,1979م,ص8

[4] خالد ممدوح إبراهيم المرجع السابق ص 23 .

[5] محمد بودالي، المرجع السابق، ص95.

سادسا :مفهوم المستهلك لدى المشرع الجزائري.

لقد عرف المشرع الجزائري المستهلك من خلال المرسوم التنفيذي رقم 39 / 90 المؤرخ في 30 يناير 1990 المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش في المادة 02 الفقرة9 كمايلي"المستهلك كل شخص يقتني بثمن أو مجانا منتوجا أو خدمة معدين للاستعمال الوسيطي أو النهائي لسد حاجاته الشخصية أو حاجة شخص أخر أو حيوان متكفل به ."[1]

وكما تطرق المشرع الجزائري لتعريف المستهلك من خلال النصوص التي استحدثها حيث جاء في المادة 03 من القانون 02 / 04 المتعلق بالممارسات التجارية على انه "كل شخص طبيعي او معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع، أو يستفيد من خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني[2] ."

ومن خلال القانون رقم 03 / 09 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، نجد أن المادة 03 في فقرتها الأولى نصت على أن المستهلك هو"كل شخص طبيعي آو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا، سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من اجل تلبية حاجياته الشخصية أو تلبية حاجات شخص أخر أو حيوان متكفل به[3] ."

يتضح من هذا التعريف أن المشرع جعل معيار تحديد صفة المستهلك ، هو الغرض من الاقتناء، إذ أن ثبوت صفة المستهلك تقتضي أن يكون الغرض غير مهني، ويؤكد ذلك أن المشرع نص في هذا التعريف أن تكون السلعة أو الخدمة المقتناة موجهة للاستعمال النهائي أي للاستهلاك.

---

[1] المرسوم التنفيذي 39 / 90 المؤرخ في 30 يناير 1990 ، متعلق برقابة الجودة وقمع الغش المعدل و المتمم، الجريدة الرسمية عدد 05 الصادرة في 31 يناير 1990 .

[2] القانون رقم 02 / 04 المؤرخ في 23 جوان 2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية العدد 41الصادرة في 27 جوان20

[3] 4القانون رقم 03 / 09 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل و المتمم، الجريدة الرسمية عدد 15 الصادرة في 08 مارس 2009 .

وبهذا يكون المشرع قد تبنى المفهوم الضيق للمستهلك وتفادى المآخذ التي سجلت على تعريف المستهلك في المرسوم التنفيذي 39 / 90 المتعلق بمراقبة النوعية وقمع الغش. [1]

وعليه نستنتج من خلال ما سبق في التعاريف أعلاه أن المشرع الجزائري حدد صفة المستهلك من خلال عناصر محددة وهي[2]:

- المستهلك قد يكون شخص طبيعي أو معنوي.
- المستهلك يقتني بمقابل أو مجانا.
- الاستعمال النهائي للمنتج.
- تلبية حاجيات شخصية أو عائلية أو حيوان متكفل به.

الفرع الثاني: أسباب تطور دراسة المستهلك.

توجد العديد من الأسباب التي تفسر تطور دراسة المستهلك بما يتناسب والتطور الدائم في حاجات ،رغبات وأذواق هؤلاء المستهلكين التي أصبحت شديدة التنوع والتباين في الأسواق المختلفة، وخاصة في سوق الاستهلاك النهائي .

1-قصر دورة حياة السلعة:

يقدم المنتجين العديد من السلع المعدلة أو المحسنة والتي تكاد تكون جديدة ، وما يضمن نجاح هذه النوعية من السلع اعتمادها على دراسات دقيقة لحاجات وأذواق المستهلكين المتجددة وإمكانيتهم الشرائية .

أما إذا كان هناك قصورا في دراسات المستهلكين فان مصير هذه المنتجات الفشل بصورة مؤكدة ، وهذا ما يفسر فشل معظم هذه المنتجات عند تقديمها للأسواق المستهدفة.

[1] محمد عماد الدين عياض، نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مجلة دفاتر السياسة و القانون، العدد 2013

[2] ابتسام حمبلي، حماية المستهلك من السلع المقلدة، مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق و العلوم السياسية جامعة العربي بن مهيدي /ام البواقي ، الجزائر 2019 / 2018 ص 12 .

2-زيادة الاهتمام بالبيئة:

إن زيادة الاهتمام بقضايا البيئة نتيجة للأثار السلبية لإنتاج بعض المواد الكيميائية والصناعية والتي أدت في بعض الأحيان إلى تهديد الوجود الإنساني ، إضافة إلى النقص الكبير في موارد الطاقة والمواد الخام ، مما تطلب إجراء أبحاث جديدة في مجال المستهلك لمعرفة جميع اهتماماته الحالية والمستقبلية في مايخضع بيئته والمحيط الذي يعيش فيه.

3-ظهور وتزايد حركات حماية المستهلك:

المفاهيم الجديدة للتسويق الاجتماعي ، وزيادة الاهتمام جمعيات حماية المستهلك ، وخصوصا في العالم الغربي، أدت إلى ضرورة فهم اتجاهات وراء المستهلكين حول المنتجات والعلامات التجارية المختلفة والمتواجدة حوله ، وذلك بغرض إنتاج وتسويق سلع مناسبة أكثر ، سوآءا من ناحية السعر ، الكمية والجودة النوعية.

حيث تعني حركات حماية المستهلك بتوعية وإرشاد المستهلك حول أفضل الطرق لاستخدام واستهلاك المنتجات التي يحتاج إليها وكيفية حماية نفسه من التلاعبات بمشاعره عن طريق فهمه لحقوقه وواجباته المختلفة ، تجاه المنتجين . [1]

4- تنوع وزيادة عدد الخدمات:

إن خصائص الخدمات المميزة (غير ملموسة ، لا تخزن ،لايمكن إنتاجها...)تقتضي الحصول على معلومات كافية وشبه مؤكدة عن المدركات الحسية للمستهلكين واتجاهاتهم وأذواقهم المختلفة والمتغيرة باستمرار ، وذلك من خلال القيام بدراسة امكانات الشراء لدى مختلف المستهلكين ، والتعامل بأكثر موضوعية مع المشاكل التي قد تظهر لمقدمي المنتجات الخدمية .

5-تبني المفهوم التسويقي من طرف المؤسسات غير الهادفة للربح:

[1] قلومة أسيا: دور سلوك المستهلك في توجيه السياسات الترويجية للمؤسسة: مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجيستر ،جامعة الجزائر كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير-2007/2006ص12.

هناك عدة مشاكل ارتبطت بالمؤسسات غير الهادفة للربح على رأسها :عدم الدراية بالمواصفات والنفقات المتزايدة باستمرار ، المدركات الحسية السلبية لدى المستهلكين حول ضعف الخدمات المقدمة من طرف هذا النوع من المؤسسات ، وهذا ما جعل هذه المؤسسات تقوم بتطبيق بعض مفاهيم التسويق الحديث، من أجل التعرف على أذواق ورغبات زبائنها في الأسواق المستهدفة .

ولا يمكن القيام بدراسات سلوك المستهلك دون معرفة الخصائص والمميزات المختلفة للفرد كانسان قبل أن يكون مستهلك ، حيث أن الفهم الجيد لها يسهل مهمة رجل التسويق في تحديد اتجاهاته ، رغباته وحاجاته ، تلف المحددات النفسية والاجتماعية المحيطة به[1]

الفرع الثالث: خصائص سلوك المستهلك و مميزاته :

هناك عدة خصائص ومميزات للسلوك الإنساني تتفق بصفة عامة مع دوافع سلوك المستهلكين، ومن أهمها:

1-لا بد لكل سلوك وتصرف إنساني أن يكون ورائه سبب أو دافع ولا يمكن أن يكون هناك سلوك أو تصرف بشري من غير ذلك بحيث أن قيام الفرد بأي خطوة يجب أن يكون لها هدف معين ، وهذا الهدف ينبع من نفسية الإنسان أي المؤثرات الداخلية والخارجية المحيطة به ، مثلا عندما يسعى الإنسان إلى الحصول على الأكل فان الدافع لذلك هو الجوع ، وبالتالي على رجل التسويق تحديد وتقدير الدوافع والحاجات بدقة ، بغرض التنبؤ بتصرفات الأفراد الاستهلاكية.

2-السلوك الإنساني غالبا هو نتيجة محصلة لعدة دوافع وأسباب تتداخل مع بعضها البعض ، أو تتنافر بعضها وتكون تصرفات المستهلك معقدة بشكل أو بأخر ، حيث أن هناك تصرفات تكون بديهية متوقعة في بعض الأحيان مع البعض الآخر ، وهناك تصرفات تكون غير مفهومة في أحيان أخرى وكمثال على ذلك الفرد الذي يتجه لشراء سيارة فاخرة بسعر مرتفع، بغرض استخدامها

[1] قلومة أسيا: دور سلوك المستهلك في توجيه السياسات الترويجية للمؤسسة: مرجع سابق ص 13.

في تنقلاته اليومية ، وهذا دافع واضح. ومتوقع ، ولكن هناك دوافع داخلية لا يمكن معرفتها بسهول. [1]

مثل دوافع تحقيق الذات والحصول على مرتبة اجتماعية مرموقة من خلال اقتناء سيارة بهذه الفخامة ، وبالتالي يمكن أن تكون هذه الدوافع متشابكة مع بعضها ، كما لا يمكن أن يكون لها أي علاقة ببعضها البعض .

السلوك الإنساني هو سلوك هادف ، حيث يوجه لتحقيق هدف أو أهداف معينة ، اذ لا يمكن تصور سلوك دون هدف معين حتى و إن بدت بعض الأهداف في بعض الأوقات والأحوال غامضة وغير واضحة سوآءا بالنسبة للافراد أو المؤسسات، ويقصد بالسلوك الهادف هنا تحقيق الفرد لما توجهه له دوافعه وحاجاته.

حيث أنه عند شعور الفرد بأية حاجة معينة ،تتحدد الأهداف الواضحة والغير واضحة في ذهنته بصورة تلقائية ويتجه مباشرة إلى تحقيقها في حدود إمكانياته ، ويتجلى عدم وضوح الأهداف في تعقد الطبيعة الداخلية للأفراد والتي تتميز بنوع من الغموض و اللاوضوح، حيث أن عدم فهم بعض الدوافع تؤدي إلى عدم معرفة الأهداف.

3- سلوك الأفراد ليس سلوكا منعزلا وقائما بذاته ، بل يرتبط بأحداث وأعمال تكون قد سبقته ، وأخرى قد تتبعه ، مشكلة بذلك سلسلة مترابطة يكمل بعضها الآخر [2] .

4-ويلعب اللاشعور دورا هاما في تحديد سلوك الأفراد ، حيث أن الإنسان في الكثير من الحالات لا يستطيع تحديد الأسباب التي أدت به إلى أن يسلك سلوكا معينا، لذا نجد جملة ": لا أعرف " هي الإجابة التي غالبا ما يرددها المستهلك عند سؤاله عن أسباب ودوافع سلوكه لتصرف

[1] قلومة أسيا, مرجع سابق ص13.

[2] قلومة أسيا, مرجع سابق ص14

معين، وتتموقع داخل اللاشعور دوافع وحاجات كامنة ، تشكل شخصية الفرد الداخلية ، والتي لا يمكن معرفتها وإدراك وجودها ، وهي التي توجه تصرفاته بشكل غير مباشر

وتظهر في شكل سلوك غير واضح، وقد اتجه العديد من علماء النفس إلى إعطاء اللاشعور أهمية كبيرة ،باعتباره حسب رأيهم السبب الرئيسي في توجيه سلوك المستهلك.

5-السلوك الإنساني عبارة عن عملية متصلة ومستمرة ، وليس هناك فواصل تحدد بدء كل سلوك ولا فكل سلوك جزء أو حلقة من سلسلة حلقات متكاملة ومتممة لبعضها، بحيث وكما ذكرنا سابقا ، ينطلق كل تصرف أو سلوك معين من دافع وحاجة ملحة تؤدي إلى وضع هدف معين يتجه الفرد إلى تحقيقه، من خلال البحث عن المعلومات وترتيبها حسب الأولويات ،ثم بعد ذلك تحديد البدائل المختلفة واختيار أفضلها ، وأخيرا استخدام البديل الأفضل ، وبعد ذلك تقييمها بما يسمى التغذية العكسية .[1]

الفرع الرابع: أنواع المستهلك وأهمية دارستها

أولا :أنواع المستهلك

أن هناك أنواع مختلفة من المستهلكين ولكل نوع خاصية وميزة تميزه عن باقي أنواع المستهلكين حيث يوجد المستهلك الفرد والنهائي والمستهلك الصناعي والمستهلك الوسيط وهم كالآتي:

- **المستهلك الفرد أو النهائي:** هو الذي يشتري المنتجات من سلع وخدمات بهدف استخدامه الشخصي أو استخدم أسرته إستخداما نهائيا. [2]
- **المستهلك الصناعي:** وهو المستهلك الذي يضم كافة المؤسسات الخاصة والعامة، حيث تقوم هذه المؤسسات بالبحث وشراء السلع والمواد أو المعدات التي تمكنها من تنفيذ أهدافها المقررة في خططها و استراتيجياتها، كما أن المؤسسات الصناعية تقوم بشراء المواد الأولية

[1] قلومة أسيا, مرجع سابق ص 15ص16.

[2] طلعت أسعد عبد الحميد، سلوك المستهلك(المفاهيم العصرية والتطبيقات)، مكتبة الشقري، مصر ، 2005 ،ص19.

الخام ومكونات أخرى مصنعة أو نصف مصنعة وذلك من أجل الإنتاج وتسويق سلع نهائية لكل من المستهلك النهائي أو المستهلك الصناعي. [1]

المستهلك الوسيط :والمتمثل أحيانا في الفرد وأحيانا في المؤسسة، ويعتمد هذا النوع من المستهلكين أساسا على شراء سلع وبيعها مرة أخرى لأجل الحصول على الأرباح، وفي هذا المستوى نجد كذلك أن المستهلك يقوم بعملية شراء السلع بكميات كبيرة من خلال اعتماده على المعلومات التامة المتعلقة بالسلعة والخدمة. [2]

ثانيا :أهمية دراسة سلوك المستهلك

تكمن أهمية دارسة سلوك المستهلك في أنها تعود بالفائدة على كافة أطراف العملية التبادلية التي تتم بين المستهلك والمؤسسات الصناعية والتجارية وكذا على رجال التسويق والأسرة وهذا ما سيتضح لنا فيما يلي:

1)**بالنسبة للمستهلك** :تفيد دارسات سلوك المستهلك الفرد من خلال إمداده بكافة المعلومات والبيانات التي تشكل ذخيرة أساسية تساعده في اتخاذ قرارات الشراء الناجحة التي تشبع حاجاته وتتوافق مع إمكاناته الشرائية وميوله وأذواقه يضاف إلى ذلك أن نتائج دارسة سلوك المستهلك تقدم للمستهلك الفرد تسهيلات في تحديد احتياجاته ورغباته وحسب الأولوية التي تحددها موارده المالية من جهة وظروفه البيئية المحيطة (الأسرة والمجتمع) من جهة أخرى. [3]

تساعد المستهلك على التبصير في فهم عملية شرائه او استهلاكه للسلع والخدمات وبالخصوص في معرفة ماذا يشتري ولماذا وكيف يحصل عليها كما تساعده على إدراك العوامل أو

[1] محمد إبراهيم عبيدات، مرجع سبق ذكره، ص ص15 ،16.

[2] عبد السلام أبو قحف، مرجع سبق ذكره، ص479.

[3] كاسر نصر المنصور، سلوك المستهلك(مدخل الإعلان)، دار حامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2006 ، ص64 ص65

المؤثرات التي تؤثر على سلوكه الشرائي و الاستهلاكي والتي تجعله يشتري أو يستهلك سلعة أو علامة أو خدمة معينة. [1]

2)النسبة لرجال التسويق:

إن دارسات سلوك المستهلك تزود رجال التسويق في المؤسسات التسويقية الحديثة بالعديد من الأبعاد الاستراتيجية لبناء استراتيجية تسويقية العامة لمؤسساتهم وأهم هذه الأبعاد كما يلي:

أ) تحديد وتعريف السوق الكلية للفئة السلعية أو الخدمية في بلد ما على أساس العادات والثقافة الاستهلاكية المتمثلة في سلوك المستهلكين العام.

ب)تحديد أجزاء السوق الكلية وذلك بتجزئة السوق باستخدام أسلوب من أساليب التجزئة المعروفة وذلك بهدف تحديد خصائص ومواصفات المستهلكين في كل سوق فرعية.

ت)التعرف على أذواق المستهلكين في كل سوق فرعية وكذا تحديد الميزة والمزايا التنافسية الواجب إتباعها في العلامة من السلعة أو الخدمة انسجاما مع تنامي الأذواق المقترنة بسلوك استهلاكي جديد. [2]

ث)اختيار شريحة السوق المناسبة من خلال تقسيم المستهلكين إلى شرائح متجانسة بما يمكن من رفع مستوى كفاءة النشاط التسويقي للمؤسسة بما يتلاءم مع خصائص مستهلكيها .

ج) إمكانية تحديد حجم الأسواق التي تنشط فيها المؤسسة .

ح) تحديد أنواع المستهلكين وطبيعتهم ودوافعهم الشرائية وكيف ولماذا وأين وماذا يشترون؟

خ) المساهمة في تحديد طرق الترويج الممكنة، بما في ذلك اختيار الوسائل و اعداد الحملات الترويجية وتمثل الشريحة التسويقية من المستهلكين المصدر إلى تحديد وسيلة الإعلان المناسبة وتحديد فعالية الاستراتيجيات التسويقية.

[1] عنابي بن عيسى، مرجع سبق ذكره، ص22 ص21 .

[2] كاسر نصر المنصور، مرجع سبق ذكره، ص66 .

د) تمثل دارسات سلوك المستهلك الطريق إلى فتح مجالات جديدة أمام رجال التسويق نتيجة دارسة حاجات المستهلكين غير المشبعة وتحديد الفرص الخاصة بتقديم المنتجات الجديدة والتأكد من أن تصميم المنتج يتناسب مع احتياجات ومنافع المستهلكين. [1]

3) بالنسبة للمؤسسات الصناعية والتجارية :تتبنى المؤسسات والمنظمات الصناعية الكبيرة نتائج دارسة سلوك المستهلك وخاصة تلك التي تقوم بها وتستفيد من نتائجها في تخطيط ما يجب إنتاجه، كما ونوعا وبما يرضي ويشبع حاجات المستهلكين الحاليين والمحتملين ووفق إمكاناتهم وأذواقهم ودوافعهم، كما أن مثل هذه النتائج لدارسة سلوك المستهلك تساعده في اختيار المزيج التسويقي السلعي أو الخدمي الأكثر ملائمة من جهة والى إمكانية اكتشاف أية فرصة تسويقية متاحة، فالدارسات الأولية لسلوك المستهلك تفيد المنظمات والمؤسسات التجارية و الصناعية لتجسيد أولويات استثمار المركبة مثل المنتجين والمسوقين من ناحية وأولويات الإنفاق وتوزيع الموارد المالية المتاحة لدى تلك المشروعات الإنتاجية والتسويقية. [2]

4) بالنسبة للأسرة كوحدة استهلاكية:

يتخذ قرار الشراء في الأسرة أفراد ذو أهمية نسبية في عضوية الأسرة كالأب والأم ،وعلى هؤلاء تقع مسؤولية اتخاذ القرار المناسب والذي يستفيد منهم معظم أفراد الأسرة ،حيث قد يتمكن هؤلاء المؤثرون على القرار الشرائي في الأسرة من إجراء كافة التحليلات اللازمة لنقاط القوة والضعف لمختلف البدائل السلعية أو الخدماتية المتاحة و اختيار البديل أو العلامة من السلعة أو الخدمة التي تحقق أقصى إشباع ممكن للأسرة، كما تفيد دراسات سلوك المستهلك في تحديد مواعيد الشراء الأفضل للأسرة وأماكن التسوق الأكثر جاذبية وحسب الطبقة الاجتماعية للمشتري المستهلك. [3]

---

[1] اكرم مرعوش، مدى تأثير الإعلان على سلوك المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية(غير منشورة)، تخصص تسويق، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2009 ، ص 67ص89.

[2] كاسر نصر المنصور، مرجع سبق ذكره، ص66 ص 76

[3] محمد إبراهيم عبيدات، سلوك المستهلك مدخل استراتيجي، الطبعة الرابعة، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2004 ،ص ص17 ،18

المطلب الثاني: مفهوم المتدخل

لقد ثار جدل كبير بين فقهاء القانون من أجل تحديد مفهوم المتدخل أو ما يعرف بالمحترف، حيث أن تعريف المتدخل لم يحظ باهتمام كبير من طرف المختصين والدارسين ، ولهذا راجع الي اختلاف التعاريف والمعايير المعتمدة في تحديد مفهوم المتدخل.

أولا :تعريف المتدخل:

وصف المتدخل هو الوصف المقابل للمستهلك في قانون حماية الغش، حيث كان يعبر عن المدين في مواجهة المستهلك بصفته دائما بلفظ" **المحترف** "، كما هو الشأن في المرسوم التنفيذي رقم 266 - 90 المتعلق بضمان المنتجات والخدمات وغيرها من المراسيم، حتى جاء القانون رقم 09 03 -المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، حيث اعتمد على مصطلح مستحدث لم يكن موجودا من قبل وهو مصطلح "**المتدخل**".

فإذا كان المستهلك هو المستفيد من قواعد حماية المستهلك وقمع الغش، فإن المتدخل هو الملتزم بتطبيق هذه القواعد طوال عملية وضع المنتج للاستهلاك، وبالرجوع إلى القانون المدني نجد أن المادة 140 مكرر ألقت المسؤولية على المنتج جراء الضرر الناتج عن عيب في منتجه حتى ولو لم تربطه بالمتضرر علاقة تعاقدية[1] ."

أما في القانون التجاري في **المادة الأولي** [2] عرفت المتدخل بأنه "كل شخص يحمل الصفة الطبيعية أو المعنوية يقوم بأعمال تجارية بصفة منتظمة '،في اطار ما يأمر به القانون .

---

[1] نص المادة 140 يكون المنتج مسؤول عن الضرر الناتج عن عيب في منتوجه » مكرر من القانون المدني المعدل والمتمم حتى ولم تربطه بالمتضرر علاقة تعاقدية. يعتبر منتوجا كل مال منقول ولو كان متصلا بعقار. لاسيما المنتوج الزراعي والمنتوج الصناعي وتربية الحيوانات والصناعة الغذائية والصيد البري والبحري والطاقة الكهربائية

[2] نصت المادة الأولى من القانون التجاري "يعد تاجرا كل شخص طبيعي او معنوي يباشر عملا تجاريا ويتخذه مهنة معتادة . مالم يقض القانون بخلاف ذلك".

وفي ظل القواعد الخاصة القانون 02 - 89 الملغى بموجب القانون 02 - 04 في المادة الثالثة والتي تنص على أن كل منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم خدمات أيا كانت صفته القانونية يمارس نشاطه في الإطار المهني العادي أو يقصد تحقيق الغاية التي تأسس من أجلها.

وبالرجوع إلى قانون المنافسة نجده أتخذ له اسم المؤسسة حسب **المادة 3** من **الأمر 03 - 03** المعدل والمتمم **للقانون 12 - 08** كل شخص طبيعي أو معنوي مهما كانت صفته يمارس بصفة دائمة نشاطات الإنتاج أو التوزيع أو الخدمات أو الاستيراد.

ومع صدور القانون **03 - 09** نجده قد عرف المتدخل في **المادة 3** بأنه" :كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتجات للاستهلاك ".

إن مختلف التعريفات التي جاء بها المشرع الجزائري تتشابه فيما بينها في اعتبار المهني محترفا في المجال الذي يباشر فيه نشاطه، كما أن المشرع لم يفرق بين المنتج والموزع والوسيط وأعتبرهم متدخلين في عملية عرض المنتوج للاستهلاك، الأمر الذي يجعل مصطلح المتدخل الوارد في قانون حماية المستهلك وقمع الغش الجديد مصطلحا عاما يدخل تحت غطائه كل من قام بدور في العلاقة الإنتاجية من مرحلتها الأولى إلي غاية وضع المنتوج للاستهلاك [1]

وان أهم ما يميز المتدخل هو وجوده في مركز قوة مقارنة بالمستهلك بالنظر لما يملكه من قدرات فنية واقتصادية تجعله يهيمن على واقع العلاقة الاستهلاكية، ما برر تدخل المشرع من خلال قانون حماية المستهلك وقمع الغش ليحفظ لهذه العلاقة قدرا من التوازن من خلال إثقال كاهل كل متدخل في عملية وضع المنتوج للاستهلاك بالتزامات تستهدف حماية المستهلك من خطر الاستغلال السيئ لفارق القدرات.

والمتدخل قد يكون شخصا طبيعيا كما قد يكون شخصا معنويا كالشركات و المؤسسات، على أنه إذا كان دخول الشخص المعنوي الخاص ضمن مفهوم المتدخل أمر لا جدال فيه،

[1] زوبير أرزقي. مرجع سابق. ص48 .

فماذا عن المرفق العام يفرق الفقه في هذا الصدد بين المرافق العامة الاقتصادية والمرافق العامة الإدارية.

بالنسبة للمرافق العامة الاقتصادية (ذات الطابع الصناعي والتجاري) كالمؤسسة الوطنية للكهرباء والغاز أو المؤسسة الوطنية للمياه أو الاتصالات فقد صارت اليوم في ظل اقتصاد السوق في علاقة تجارية بحتة مع المنتفعين، حيث اضطرت للدخول في معترك المنافسة مع الأفراد والمجموعات الخاصة لاستقطاب الزبائن بعد أن كان توفرهم مضمون ذفي وقت سابق ، مستعملة في ذلك أساليب التسويق الحديثة كالاشهارات وغيرها، حتى أصبح المرفق العام الاقتصادي لا يقدم أداء عاما يهدف [1] إلى تحقيق النفع العام بقدر ما يقدم خدمة أو منتوجا أكثر فردية ويهدف أساسا إلى إرضاء المنتفع يضاف إلى ذلك اعتبار المشرع المؤسسات العمومية الاقتصادية شركات تجارية . [2]

كل ذلك يبرر دخولها ضمن مفهوم المتدخل واعتبار المنتفعين من خدماتها مستهلكون يستفيدون من الحماية التي قررها القانون رقم 09-03 .

وإذا كان الأمر يبدو محسوما بشأن المؤسسات العمومية ذات الطابع الصناعي و التجاري فهو ليس كذلك بالنسبة للمرافق العامة الإدارية.

ومع ذلك يميل جانب من الفقه الفرنسي إلى التمييز بين المرافق العامة الإدارية التي تقدم خدماتها بصفة مجانية كمرفق العدالة والشرطة وبين المرافق العامة الإدارية التي تقدم خدماتها بمقابل كالمستشفيات، فإذا كان الإجماع منعقد على أن الأولى لا تخضع لأحكام قانون الاستهلاك ولا يمكن اعتبار المستفيدين من خدماتها مستهلك هو فإن المرافق العامة الإدارية التي تقدم خدماتها بمقابل يمكن ، حسب هؤلاء، إخضاعها لقواعد حماية المستهلك و اعتبار

[1] نظر المادة 2 من الأمر رقم 01-04 المؤرخ في 20 أوت 2001 المتعلق بتنظيم المؤسسات العمومية الاقتصادية وتسييرها وخوصصتها، (جريدة رسمية: 47 / 2001.)

[2] -الأمر 03-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم (جريدة رسمية: 2003/43).

المنتفعين من خدماتها لأغراض غير مهنية بمثابة مستهلكين لهم إثارة قواعد قانون الاستهلاك تجاهها .

والواقع أن موقف الفقه بشأن التوسع في نطاق تطبيق قانون الاستهلاك ليشمل علاقة المنتفع بالمرفق العام على النحو المذكور ينسجم مع الصيغة العامة والمطلقة التي ورد بها تعريف المتدخل في القانون 09-03 ،كما وينسجم أيضا مع التوجه الملحوظ من قبل المشرع نحو مد نطاق تطبيق القوانين المتعلقة بالسوق لتشمل الأشخاص العمومية، وذلك على غرار القانون 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية الذي اهتم بتنظيم علاقة الأعوان الاقتصاديين فيما بينهم وعلاقتهم بالمستهلكين، حيث عرف العون الاقتصادي في المادة 3 منه بأنه " كل منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم خدمات أيا كانت صفته القانونية، يمارس نشاطه في الإطار المهني العادي أو بقصد تحقيق الغاية التي الذي أدخل صراحة بموجب المادة 2 منه 28 تأسس من أجلها"، وكذلك الأمر 03/03 المتعلق بالمنافسة نشاطات الإنتاج والتوزيع وتقديم الخدمات التي يقوم بها "أشخاص معنوية عمومية " ضمن نطاق تطبيقه.

و هذا التوجه ترجمه المشرع الفرنسي أيضا بموجب الأمر الصادر في 01 ديسمبر 1986 المتعلق بحرية الأسعار والمنافسة، كما ترجمته بعض التوجيهات الأوربية على غرار توجيه 05 . 29 أفريل 1993 المتعلق بالشروط التعسفية هذا ويكتسي مد نطاق تطبيق قواعد حماية المستهلك وقمع الغش من حيث الأشخاص ليشمل كل متدخل في عملية عرض المنتوج للاستهلاك أهمية من عدة جوانب منها - :إن المشرع لم يجعل مسؤولية حماية المستهلك شأن المهني المتعاقد مع المستهلك فحسب ، وإنما مد نطاق المسؤولية ليشمل كل متدخل في عملية عرض المنتوج للاستهلاك ولو لم تربطه بالمستهلك علاقة تعاقدية، متجاوزا بذلك ما تضمنته المادة 140 مكرر من القانون المدني ال مقررة لمسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته المعيبة ولو لم تربطه بالمتضرر علاقة تعاقدية، على اعتبار أن هذه المادة الأخيرة

خصت المنتج دون غيره من المتدخلين في عرض المنتوج للاستهلاك كالمستورد والناقل والمخزن والموزع بالجملة.

إن هذه المسؤولية تفتح أمام المستهلك إمكانية الرجوع المباشر (دعوى مباشرة) على أي متدخل في عرض المنتوج للاستهلاك، وهو ما يشكل خروجا عن القواعد العامة التي تتق ضي إعمالا لمبدأ الأثر النسبي للعقد أن يرجع المستهلك على بائعه المباشر للمطالبة بحقوقه المترتبة عن العقد دون[1] باقي المتدخلين الذين لم تربطهم به علاقة تعاقدية.

ومما لا شك فيه أن هذا الحكم الذي تجاهل فيه المشرع مبدأ الأثر النسبي للعقد يوفر حماية مهمة للمستهلك ، إذ يمكنه من أن يختار من بين المتدخلين في عملية عرض المنتوج للاستهلاك أكثرهم ملاءة، كما يزيد من فرص المستهلك في استفاء حقوقه نظرا لتعدد المدينين تجاهه بهذه الحقوق، فضلا عن تخليص المستهلك من إجراءات وقيود الدعوى غير المباشرة التي كان عليه أن يسلكها ضد بعض المتدخلين عملا بالقواعد العامة .

إن مد نطاق الحماية ليشمل كل متدخل في عملية عرض المنتوج للاستهلاك من شأنه ت يوسع نطاق الحماية المستهلك من حيث الزمان، إذ يجعل نطاق الحماية تمتد من مرحلة الإنتاج وصولا لمرحلة الاستهلاك مرورا بمرحلة التوزيع وما يتخلل هذه المراحل من استيراد ونقل وتخزين، مما يجعل مسألة حماية المستهلك مرعي ة في جميع مراحل العملية الاقتصادية دون تمييز، وهو ما يوسع بدوره مجال رقابة الهيئات الإدارية وجمعيات حماية المستهلك على احترام قواعد حماية المستهلك وقمع الغش .

ثانيا :صور المتدخل

حددت المادة 2 من المرسوم التنفيذي **رقم 266 - 90** المتعلق بضمان المنتجات والخدمات بعض المتدخلين في عملية عرض المنتوج للاستهلاك وهم الذين قصدهم في **المادة 3** من **الفقرة 7** من القانون **03 - 09** والمتمثلين في :المنتج أو الصانع، الوسيط، التاجر ، المستورد الموزع، وهناك

[1] - J. Calais –Auloy et F. Steinmetz, op. cit. , p. 6 .

بعض المتدخلين أيضا تطرقت إليهم تشريعات أخرى مثل :الحرفي، المورد، المهني، المجهز المركب.

1المنتج عرف المشرع الجزائري المنتج في الأمر رقم 65 - 76 - في المادة 1 في الفقرة 3 بأنه ":كل مستغل لمنتجات طبيعية وكل ا زرع أو صانع ماهر أو صناعي".

غير أن النصوص الخاصة بالاستهلاك لم تعرف المنتج مكتفية بتعريف الإنتاج في **المادة 2** من **الفقرة 5** من المرسوم **39 - 90** بأنه " :جميع العمليات التي تتمثل في تربية المواشي والمحصول الفلاحي والجني والصيد البحري ، وذبح المواشي ووضع منتوج ما وتحويله وتوضيحه من ذلك وزنه أثناء صنعه وقبل أول تسويق له. فالمنتج حسب البعض هو كل ممتهن للتعامل في المواد التي تقتضى منه جهدا أو اهتماما خاصا، فيكون له دور في تهيئتها وتنشئتها أو صنعها وتوضيحها ومن ذلك نزنها أثناء صنعها وقبل أول تسويق لها. [1]

وعرفه بعض الفقهاء بأنه كل من يمارس نشاطا مهنيا على وجه الاحت ا رف بهدف الحصول على الربح [2] ، والمشرع الجزائري جعل المسؤولية تقع على المنتج النهائي في المادة 140 مكرر من القانون المدني، والسبب في ذلك أن المنتج النهائي هو الوحيد الذي يعرفه المتضرر باعتباره بائع السلعة أو مقدم الخدمة، والمنتج قد يكون منتجا حقيقيا سواء كان صانع المنتج النهائي أو منتج المادة الأولية أو صانع الجزء المركب في منتوج مركب أو شبه المنتج وقد يتعدد المنتجين إلى :

أ -**المنتج الحقيقي:** هو كل من صنع منتوجات غذائية أو منتج مادة أولية أو يضع الجزء المركب في منتج مركب، فصانع المنتوج النهائي هو المنتسب الأصلي في عملية الإنتاج وهو

[1] على فتاك. حماية المستهلك وتأثير المنافسة على الالتزام بضمان سلامة المنتوج . ط. 1 دار الفكر الجامعي :الاسكندرية مصر. 2008. ص 414 .

[2] فتيحة حدوش. ضمان سلامة المستهلك من المنتوجات الخطرة في القانون الجزائري في ضوء القانون الفرنسي . مذكرة لنيل شهادة الماجستير. كتو محمد الشريف 2010 - 2009 . . ص 15 .

المعروف للمضرورين، لأن المنتوج يحمل اسمه ومن ثمة يكون مسؤولا عما ما يسببه من ضرر للغير.

أما منتج المدة الأولية فهو منتج المواد التي فيها عيوب تضر بالمستهلك كتصديرهم للحم بقر مصاب بمرض، والمقصود هنا بالمادة الأولية المواد الز ا رعية أو ما يتم صيده أو تربيته من طيور ؛ وعليه فإن المادة الأولية لم تخضع لعملية تحويل صناعي.

أما صانع الجزء المركب في منتوج مركب ففي ظل التقدم الصناعي الحالي قد تكون بعض المواد أو الأجزاء الداخلة في تركيب منتوج ما من صناعة منتج أخر وبالتالي لا يجب أن يأخذ في الحسبان فقط المنتج النهائي للسلعة، بل يجب أن يعتبر كل جزء مركب من مركبات المنتوج النهائي على أنه يشكل المنتوج النهائي للسلعة وعلى أنه بذاته منتوجا ويطبق على صانعه نفس القواعد المطبقة على صانع المنتوج النهائي.[1]

ب –تعدد المنتجين: إن أحكام القانون الجزائري لا تميز بين المنتجين، غير أن الهدف من التمييز بينهم هو تحمل المسؤولية عن الضرر الذي قد يلحق بالمستهلك من جراء المنتوج بالتضامن بينهم ، وهو ما جاء في **المادة 126** من القانون المدني الجزائري والتي تنص على أنه إذا تعدد المسؤولين عن العمل الضار كانوا متضامنين في التزامهم بتعويض الضرر وتكون المسؤولية فيما بينهم بالتساوي، إلا إذا عين ا لقاضي نصيب كل منهم في الالتزام بالتعويض، أما إذا كان السبب أجنبي ولا دخل للمنتج فيه تطبق القواعد العامة المنصوص عليها في المادة 127 من القانون المدني .

ج-شبه المنتج: هو عبارة عن شخص يقدم نفسه كمنتج للسلعة من خلال وضع اسمه وعلامته الصناعية على المنتوج من أجل نسبه إليه بينما هو في الحقيقة عكس ذلك، ومن أجل الحفاظ على الوضع الظاهر وحماية المتعامل بحسن نية ، فإنه يعامل المنتج الحقيقي لأنه يتماشى

[1] على فتاك. حماية المستهلك وتأثير المنافسة على الالتزام بضمان سلامة المنتوج . مرجع سابق. ص. 415 .

مع الأهمية التي أولاها المشرع لفكرة إطلاق السلعة في التداول اعتبارها أحد الشروط الهامة لقيام المسؤولية [1] .

2-الصانع :عرفه البعض على أنه الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يقوم بإنشاء أشياء مماثلة تتطلب مهارات فنية تتطابق ومعطيات العلم، التي تكون في متناول يديه حقيقة أو ظاهريا بواسطة غيره والذي يفترض فيه أنه قد حاز ولو بدرجات متفاوتة ثقة أقرانه في كفاءته [2] .

3- الوسيط :المشرع الجزائري لم يعرف الوسيط، غي ا رن المحكمة العليا ذهبت إلى تعريف السمسار بأنه كل شخص طبيعي أو اعتباري يحصل أو يحاول الحصول بصورة مباشرة أو غير مباشرة على مكافئة أو ميزة من أي نوع كانت عند تحضيره أو تفاوضيه أو إبرامه أو تنفيذه صفقته.[3]

4-الحرفي :هو كل شخص طبيعي مسجل في سجل الصناعات التقليدية والحرف، يمارس نشاطا تقليديا يثبت تأهيلا يتولى بنفسه مباشرة تنفيذ العمل و إدارة نشاطه وتسيره وتحمل المسؤولية ، وقد يكون شخصا طبيعيا متمثل في الحرفي، وقد يكون شخصا معنويا كتعاونية الصناعة التقليدية والحرف، أو مقاولات الصناعات التقليدية والحرف. [4]

5- المستورد :لم يعرف المشرع الجزائري المستورد بل اعتبر الاستيراد يدخل ضمن عمليات التسويق التي تعرف على أنها "مجموعة العمليات التي تتمثل في خزن كل المنتجات بالجملة ونصف الجملة ونقلها وحيازتها وعرضها بقصد بالبيع أو التنازل عنها مجانا ومنها الاستيراد والتصدير وتقديم الخدمات".

---

[1] على فتاك. مرجع سابق. ص 415 .

[2] المرجع نفسه. ص 418 .

[3] عبد الرزاق بولنوار . المهني والمستهلك طرفان متناقضان في العلاقة الاستهلاكية دراسة في ضوء القانون الجزائري والفرنسي. مجلة شمال أفريقيا. جامعة بشار . الجزائر . ص28

[4] قضية مؤرخة في. 1990 / 12 30 : المجلة القضائية. صادرة عن وزارة العدل الجزائري. العدد. 1992 . 11 ص75 .

وقد نظم المشرع الجزائري عملية الاستيراد والتصدير في الأمر **رقم**[1] **04 - 03** المتعلق بالقواعد العامة المطبقة على عملية استيراد البضائع وتصديرها، حيث نصت **المادة 2** منه بالقول: تنجز عمليات استيراد المنتوجات وتصديرها بحرية وتستثنى من مجال تطبيق هذا الأمر عمليات استيراد وتصدير المنتوجات التي تخل بالأمن والنظام العام وبالأخلاق.

6-الموزع :هو كل شخص يباشر على سبيل الاحتراف عملية نقل السلعة من يد منتجها أو مستوردها الأول إلى يد الباعة بالجملة أو بالتجزئة [2]، حيث يقتصر دوره على توزيع المنتجات ذات الصنع المحلي أو ذات صنع أجنبي التي أدخلها إلى أرض الوطن أو التي استوردها.

7-المجهز(المركب :)هو الشخص الذي يمتهن تركيب وتثبيت بعض المنتجات التي يقتنيها المستهلك من البائع، نظر لكونها تمتاز بدرجة عالية من التعقيد بحيث يصعب على المستهلك العادي، تثبيتها كالأجهزة التبريد و أجهزة التدفئة ، وهذا انطلاقا من الكفاءة والخبرة التي يمتلكها المجهز، وهذا ما يجعل دوره في العملية الاستهلاكية لا يقل أهمية عن دور المنتج والبائع.

8- المورد :هو كل شخص يقوم بتقديم خدمة وانتاج أو استيراد أو توزيع وعرض أو تدخل والإتجار بأحد المنتجات بهدف تقديمها إلى المستهلك أو المتعاقد معه على أنها طريق من الطرق .

9-المزود :هو من يقدم الخدمة أو يضع السلعة أو يوزعها أو يتاجر بها أو يبيعها أو يصدرها أو يستوردها أو يتدخل في إنتاجها أو تداولها بهدف تقديمها إلي المستهلك أو التعامل أو التعاقد معه عليها بأي طريقة من الطرق .

10-المعلن :كل مزود يقوم بإعلان منتجاته بمختلف وسائل الدعاية والإعلام.

11- المصنع :هو الشخص الذي يقوم بتحويل وتجميع المواد الأولية والوسطية إلى مواد قابلة للاستهلاك. [3]

---

[1] الأمر رقم 04 - 03 المؤرخ في 19 يوليو. 2003 المتضمن والمتعلق بالقواعد العامة المطبقة على عمليات استيراد البضائع وتصديرها. الجريدة الرسمية. العدد. 43 ص 33 .

[2] علي فتاك. حماية المستهلك وتأثير المنافسة على الالتزام بضمان سلامة المنتوج . مرجع سابق. ص421

[3] علي فتاك. حماية المستهلك وتأثير المنافسة على الالتزام بضمان سلامة المنتوج . مرجع سابق. ص421

ثالثا- مدى اعتبار الأشخاص الاعتبارية العامة من المتدخلين

يمكن القول أنه يوجد مرفق عام عند وجود شخص من أشخاص القانون العام تؤمن التمتع بحاجات ذات منفعة عامة، هذه الأشخاص المعنوية العامة، هل هي من [1]المهنيين بالمفهوم الذي يخضعهم لقانون حماية المستهلك؟ في فرنسا، لم يطرح إشكال بشان إدراج الشركات العامة ذات الصبغة التجارية و الصناعية في علاقاتها مع المنتفعين لفئة أشخاص القانون الخاص و لاختصاص [2] القضاء العادي، و هو ما ذهب إليه مجلس الدولة الفرنسي.

و يتجلى موقف المشرع الجزائري في المادة 108 من قانون الإجراءات المدنية و الإدارية [3]، و المحددة لاختصاص المحاكم الإدارية بنظر المنازعات المتعلقة بها، حيث نصت على:« اختصاص المؤسسات العمومية المحلية ذات الصبغة الإدارية»، و استبعدت المؤسسات العمومية ذات الصبغة التجارية و الصناعية، و بالتالي أخضعتها للقانون التجاري. تجدر الإشارة إلى أن الراجح هو أن المنتفع في علاقته مع هذه المرافق الإدارية، ليس دائما في مركز تنظيمي أو لائحي، و إنما في مركز تعاقدي ناشئ عن توافق [4]الإرادتين ، حيث أصبح المرفق العام الاقتصادي لا يقدم كما كان أداء عاما، و إنما تحول المنتفع إلى مستهلك، و تحول المرفق العام الاقتصادي إلى محترف يرمي أساسا [5]إلى إرضاء المنتفع بشكل فردي قبل أن يهدف إلى تحقيق النفع العام .

و يبقى جانب جزائي من قانون حماية المستهلك تسري قواعده حتى و لو تعلق الأمر بمرفق إداري كما هو الحال في الغش في بيع السلع و المواد الغذائية.

---

[1] .: Jean CALAIS-AULOY et Frank STEINMETZ, Droit de la consommation, op. cit, p. 05

[2] د. محمد بودالي، مدى خضوع المرافق العامة ومرتفقيها لقانون حماية المستهلك، مجلة إدارة، عدد 24 ،الجزائر، . 53ص،2002

[3] قانون رقم 08-09 مؤرخ في25-02-2008، يتضمن قانون الإجراءات المدنية و الإدارية ،ج. ر عدد 21 ، . -04-2008 23في صادرة

[4] د. محمد بودالي، مدى خضوع المرافق العامة ومرتفقيها لقانون حماية المستهلك، المرجع السابق، ص 54

[5] د. محمد بودالي مرجع سابق ص55

المبحث الثاني: الحماية القانونية لأطراف العملية

شهدت الساحة التشريعية الجزائرية منذ الاستقلال مجموعة من الإصلاحات التي سعى الفقهاء والمشرعين إلى تحقيقها من أجل تعزيز وتطوير وتفعيل السياسية التشريعية لحماية المستهلك في الجزائر ؛ ولهذا سوف نحاول دارسة التطور الكرنولوجي لتطور السياسية التشريعية لحماية المستهلك، حيث سوف تتم الدارسة وفق العناصر التالية:

المطلب الأول: الحماية الجنائية

الفرع الأول: الحماية الجنائية المستهلك قبل صدور قانون02 – 89

عرفت الجزائر بعد الاستقلال فراغا قانونيا؛ مما أدى إلي صدور قانون أبقي على سريان القوانين الفرنسية باستثناء ما تعارض منها مع القوانين الوطنية [1]، وبما أن الهدف الأول للجزائر كان استعادة السيادة والعمل على حمايتها، هذا ما أدى إلى عدم الاهتمام بحركات حماية المستهلك.

بالإضافة إلى النهج الاشتراكي الذي كانت تتبعه الج ا زئر والذي أدي إلى عدم وجود حاجة لسن قوانين وتشريعات تحمي المستهلك باستثناء البعض منها، كما أن الاختلاف في النهج المتبع بين فرنسا والجزائر أدي بدوره إلى صعوبة تطبيق القوانين الرامية لحماية المستهلك، وصعوبة الاقتباس من القوانين الفرنسية في مجال حماية المستهلك وذلك لعدم تطور حركة حماية المستهلك في فرنسا نفسها.

[1] محمد بودالي. شرح جرائم الغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية دراسة مقارنة. مرجع سابق. ص 47 .

إلا أن المشرع الجزائري في هذه الفترة لم يمنع من إصدار مواد قانونية يمكن إدراجها في إطار القوانين التي تهدف إلى حماية المستهلك من خلال بعض القوانين العامة، والتي لم توفر للمستهلك الجزائري الحماية المطلوبة إلا أنها أسست لأسس حمايته، ونذكر منها:

***الأمر رقم 45 - 75 الصادر بتاريخ 17 جوان 1975**

والذي عدل قانون العقوبات الجزائري، حيث استحدث بعض الج ا رئم والتي من بينها" الغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية"، وذلك من خلال **المواد 429** إلي غاية **المادة 435**من قانون العقوبات الجزائري.

***الأمر رقم 65 - 76 المؤرخ في 16 جويلية 1976**

والمتعلق بتسميات المنشأ والتي كان الغرض منها حماية المنتج أصلا.

*بالإضافة إلى بعض النصوص الخاصة الواردة في القانون المدني الصادر بموجب **الأمر 58- 75** المؤرخ في 26 سبتمبر 1795 والمتعلق بالسكوت، التدليس، والالتزام بالإعلام، و كذلك المتعلق بضمان العيوب المخفية، وعليه فإننا نلاحظ أنه في هذه الفترة من حماية المستهلك أن مصطلح المستهلك لم يكن رائجا أصلا حيث كان يعرف بالبائع، المشتري .

الفرع الثاني :الحماية الجنائية المستهلك بعد صدور قانون02 - 89

حرصا على ضمان حماية المستهلك سعي المشرع الجزائري الى وضع العديد من التشريعات و القوانين التي من شأنها ضمان حماية كافية خصوصا من خلال تحديد الجزاءات الواقعة على كل من يضر بصحة المستهلك، وقد تمثلت هذه التشريعات في قانون 02 - 89 وقانون 03 - 09 .

أولا :قانون02 – 89

في هذه المرحلة صدر أول قانون لحماية المستهلك، والمتمثل في قانون **02 - 89** المؤرخ في 7فيفري 1989 والمتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك [1] ، إذ أولي حماية كبيرة للمستهلك من خلال ثلاثين مادة تبين المبادئ الأساسية لحقوق المستهلك والاعتراف بحقوقه المشروعة، وأهمها:

*الالتزام العام بالسلامة الصحية من المخاطر التي تمس صحة المستهلك من خلال ضمان ضرورة مطابقة المنتوج للمقاييس والمواصفات القانونية والزامية الضمان والإعلام والأمن الاقتصادي.[2]

*كما أقر قانون **02 - 89** للمستهلك حق التمثيل والتقاضي في إطار جمعيات حماية المستهلكين، وبالتالي الاعتراف بتكوين جمعيات تدافع عن حقوق المستهلك، كما منح صلاحيات للأجهزة المختصة لممارسة دور الرقابة وحماية المستهلك التي أقرها القانون. [3]

ولضمان التأكد من جودة المنتجات والخدمات على صحة المستهلك وحمايته المادية والمعنوية، أعقب هذا القانون بمجموعة من النصوص التشريعية والتنظيمية التي شملت شقان أساسيان:

الشق الأول: يتضمن الإحكام المتعلقة بالمقاييس والشروط الواجب مراعاتها واحت ا رمها في عملية الإنتاج وعرض السلع والخدمات"، أما الشق الثاني فإنه يتضمن النظام القانوني للمؤسسات والمرافق التي تأطر وتراقب مدي التزام المتعاملين بالمقاييس والمعايير في السوق سواء كإنو صناعيين أو مستخدمين أو رؤساء أو تجار[4] ."

وتلي هذا القانون مجموعة من المراسيم التنفيذية والتي من أهمها:

---

[1] أنظر القانون 02 - 89 المؤرخ في 07 فبراير 1989 . المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك. الجريدة الرسمية. العدد 6 ، المؤرخة في 08 فبراير 1989 . الملغى بموجب القانون رقم 03 - 09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

[2] محمد بدوالي. مرجع سابق. ص 50 - 49 .

[3] كريم قش. دور السلطات العمومية في حماية القدرة الشرائية للمستهلك. مجموعة أعمال الملتقى الوطني حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي. المركز الجامعي الوادي. أ يام 14 - 13 افريل. 2008 ص 31 .

[4] سليم سعداوي. حماية المستهلك الجزائر نموذجا. ط 1 . دار الخلدونية: الجزائر. . 2009 ص 17 - 16 .

*المرسوم التنفيذي **رقم 39 - 90** المتعلق بالرقابة والجودة وقمع الغش.

*المرسوم التنفيذي **رقم 266 - 90** المتعلق بضمان المنتجات والخدمات.

*المرسوم التنفيذي رقم **366 - 90** المتعلق بضمان وسم المنتجات الغذائية وعرضها.

*المرسوم التنفيذي رقم **41 - 92** المتعلق بتحديد شروط إنتاج مواد التجميل والتنظيم البدني وتكيفها وتسويقها في السوق الوطنية إلى غير ذلك من المراسيم التنفيذية.

ولعب **قانون 02 - 89** دور هاما وحاسما في إيجاد حماية خاصة للمستهلك في الجزائر، وكان هذا نتيجة انسحاب الدولة من حقل الاقتصاد الموجه وتبنيها نظام اقتصاد السوق الحر، الذي يكون فيه المستهلك في خطر نتيجة تزايد حجم المنتجات والخدمات وتنوعها، مما أدي بالمشرع إلي سن قوانين خاصة، والعمل على إنشاء مختلف العمليات والأجهزة الوطنية؛ كالمجلس الوطني للوقاية الصحية والأمن وطب العمل ومخابر التجارب وتحليل النوعية، ومديريات المنافسة والأسعار بالولايات ومتفشيات المركزية للتحقيقات الاقتصادية وقمع الغش [1] .

حيث أن المتأمل في قانون المستهلك يلاحظ أن هناك علاقة وطيدة تربط هذا القانون بغيره من القوانين الأخرى، خاصة التقنين المدني وكذا القانون التجاري الذي أصبحت نصوصه تتجاوب مع الغرض الذي أنشئت من أجله من خلال تنظيم الأعمال التجارية بين الأعوان الاقتصاديين وكذلك المستهلكين، وفي حالة مخالفة أحكام هذا القانون فإنه يتعرض مخالفها لعقوبات مدنية وجزئية.

وتجدر الإشارة إلي أن تطور حركة حماية المستهلك سواء على المستوي الدولي أو في الجزائر أضحت مرهونة بالتطور الذي يشهده مبدأ المنافسة الحرة، حيث كثير ما أدت العوامل الاقتصادية المتحكمة في السوق إلى ظهور أزمات أثرت على الحياة الاجتماعية والاقتصادية للمستهلك، الأمر الذي يجعل توعية وتوطيد القواعد القانونية في مجال المنافسة شديدة الأهمية خاصة وأنها من جهة لا بد أن تعمل على حماية المصالح الاقتصادية للمستهلك كقمع الممارسات

[1] على بولحية بن بوخميس. القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري. دط. دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع :الجزائر. 2000. ص 15 .

المنافسة للتجارة، وكذلك الممارسات المنافسة للمنافسة، وبالتالي وجب أن نشير إلى أن قانون المنافسة تتجاوز أهدافه الأهداف التي يحميها القانون التجاري، الأمر الذي يجعل البعض يطلق عليه بأنه قانون الأنشطة التجارية بمفهومها الموسع ، وتعتبر الجهة المكلفة بحماية المستهلك والمتمثلة في وازرة التجارة في التكفل بقطا ع المنافسة بالرغم من إنشاء مجلس المنافسة.

ثانيا :قانون03 – 09

وهي المرحلة الأخيرة التي مرت بها الج ا زئر في مجال حماية المستهلك، حيث تبدأ منذ سنة 2009 تاريخ استصدار قانون جديد لحماية المستهلك وهو القانون **رقم 03 - 09** المؤرخ فيفرى 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الذي ألغي القانون الأول **رقم 02 - 89** وحل محله وهو القانون الساري الى غاية يومنا هذا، والذي أضاف حماية أكبر للمستهلك كمواكبته لمختلف التغييرات، ومسايرته للحركة التشريعية الدولية التي تشهد حيوية خاصة في مجال حماية المستهلك، نظر لتزايد المخاطر التي تهدد مصالحه المادية والبشرية.

أما بخصوص النصوص الملحقة بالقانون **03-09** ، نجد[1]:

*القانون رقم **02 - 04** معدل ومتمم المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

*القانون **08 - 04** المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية.

*المرسوم التنفيذي **181 - 09** المحدد لشروط ممارسة أنشطة استيراد المواد الأولية، والمنتجات و البضائع

الموجهة لإعادة البيع على حالتها من طرف الشركات التجارية التي يكون فيها الشركاء أو المساهمون أجانب.

*المرسوم التنفيذي 182 - **09** المحدد لشروط وكيفيات إنشاء وتهيئة الفضاءات التجارية وممارسة بعض

الأنشطة التجارية.

[1] مولود ديدان. سلسلة قانون حماية المستهلك وقمع الغش. دط. كلية الحقوق :الجزائر. 2009. ص 35 .

الفرع الثالث: مصالح المستهلك المحمية

إن الهدف من التشريعات الجنائية حماية المصالح الحيوية للمجتمع والفرد، حينما تعجز القوانين غير الجنائية عن الحماية أو لا تكفي لذلك، أو حين يرمي المشرع إلى حماية سياسة اقتصادية يتبعها من أجل صالح الجمهور، فحماية المستهلك فيما مضى كانت تجد مجالها في دائرة القانون الخاص، وبصفة خاصة في القانون المدني، إلى أن تبين عدم كفاية هذه الحماية، إذ تفترض الحماية المدنية وجود عقد مبرم بين المنتج أو الموزع وبين المستهلك، فالقانون هنا لا يحمي إلا المستهلكين المتعاقدين، ومن جهة أخرى فإنه يستحيل التعويض المدني في حالة اتساع دائرة المتضررين المستهلكين نتيجة تعدد الصفقات فتكون قيمة التعويض ضئيلة لا تستحق ما يبذل في الحصول عليها من جهد في التقاضي وما يتكلفه هذا الجهد من نفقات.

ثم إن العقوبة الجنائية أشد ردعا من الجزء المدني، حتى لو كانت في شكل الغرامة التي تقتطع من ذمته المالية، ولما تحدثه من تشويه سمعة المتدخل في السوق، لذلك كان ل ا زما استكمال الحماية المدنية بحماية جنائية. [1]

وتتمثل مصالح المستهلك محل الحماية الجنائية في حقه بالحصول على سلع وخدمات خالية من الغش والخداع، وسلع وخدمات مطابقة للمواصفات من حيث الكم والكيل والوزن والقياس، وأن تكون على درجة عالية من الجودة والأمن، وحقه أيضا في الحصول على معلومات صادقة حول السلع والخدمات فيما تقدم ذكره، وأن تكون السلعة متوفرة في الأسواق وبأسعار مناسبة.

1-الحماية من الغش والخداع

إن مصلحة المستهلك في حصوله على السلع والخدمات بدون خداع أو غش حق تضمنه الدولة، فتتكفل بحمايته من كل عدوان قد يقع عليه عن طريق غش المواد الغذائية أو الأدوية والعقاقير الطبية التي يعتمدها بعض التجار من أجل تحقيق ربح وفير بمجهود أقل غالبا ما يكون عن طريق وسائل غير مشروعة؛ وذلك باختلاق الأكاذيب التي تظهر السلعة أو الخدمة على غير

[1] د. مرفت عبد المنعم صادق: الحماية الجنائية للمستهلك، 1999 ، بدون دار النشر، القاهرة. ص8

حقيقتها وإلباسها مظهر يخالف ما هي عليه في الواقع، أو عن طريق القيام بفعل من شأنه أن يغير من طبيعتها أو خواصها، وهذا ما يسمى بالخداع والغش غير مبالين بمصالح المستهلك التي تتأثر بهذا الخداع والغش، وتمس حقه في سلامة جسمه، وسلامة ما يتعاقد عليه، ولذلك تصدت الدولة لمثل هذه الأفعال الضارة بمصلحة المواطن، ومصلحة الاقتصاد الوطني حيث استدعى ذلك سن تشريعات رادعة لمثل هذه الفئة المنحرفة من التجار والمهنيين، وحماية مصلحة المستهلك في حصوله على السلع والخدمات دون خداع أو غش، ولا يتسنى ذلك إلا من خلال فرض عقوبات صارمة لضعفاء الأنفس من الغشاشين والخادعين للمستهلك.

وقد تصدى المشرع الجنائي لفعل الخداع والغش، وضمن الحماية في كل من قانون العقوبات وقانون حماية المستهلك من كل عدوان يقع على المستهلك سببه الغش والخداع، بل وشدد العقوبات في حالة ما أدى الضرر إلى إحداث عاهات مستديمة أو أدى إلى الوفاة.

2-حماية الصحة والسلامة الجسدية للمستهلك

إن أهم المصالح المحمية في مجال حماية المستهلك هي مصلحة الصحة والسلامة الجسدية، خاصة مع ما صاحب العصر من تطور الصناعة والتكنولوجيا المتعلقة بإنتاج السلع والخدمات، الشيء الذي قد يؤدي إلى تعريض هذه المصلحة إلى الخطر إذا تعمد المنتج غش منتجاته، أو قدم للمستهلك مواد منتهية الصلاحية أو مواد فاسدة.

لذا وجب على المهني إعلام المستهلك بكل ما يحيط بالسلعة أو الخدمة الخطرة على نحو يسمح له بحرية الاختيار، فيقع على المهني التزام هو ضمان سلامة المنتوج وعدم إضراره بحياة المستهلك أو بصحته. [1]

ولما تمادى المهني ضاربا مصلحة المستهلك وسلامته الجسدية عرض الحائط لجشعه بتحصيل أكبر قدر من الربح، كان للمشرع تدخل واضح بفرض إجراءات وقائية [2]وسن قوانين جنائية لقمع الجرائم التي تضر أو تهدد المصلحة المحمية بالخطر.

[1] د. مرفت عبد المنعم صادق، مرجع سابق، ص 323

[2] الإجراءات الواجب توافرها هي ضمان الجودة، ومطابقة المنتوج للمواصفات، ومنع الترخيص بتسويق المنتج.

وترك المشرع شروط وكيفيات عرض المواد الاستهلاكية وإضافة الملوثات، واستعمال المنتوجات الملامسة للمواد الغذائية، وإدماج المضافات بها، ينص عليها في تنظيمات تطبيقية.

3-الحق في التبصر والإعلام الصادق:

الأصل أن المهني هو من يعرف ويلم بمواصفات السلعة التي يعرضها في السوق أو الخدمة التي يقدمها، ويجهل أغلب المستهلكين الحكم المسبق على السلعة أو الخدمة أو إجراء المقارنة فيما يماثلها، ولذا كان لزاما على المهني أن يلتزم بإعلام المستهلك، إعلاما صادقا يتيح للمستهلك حرية التعاقد، وينشر الوعي بين المواطنين فيساعد على تنمية مداركهم من خلال إمدادهم بكافة المعلومات المطلوبة عن السلع والخدمات على نحو يؤهلهم بدورهم في تحقيق حمايتهم من جانب، وتمكينهم من الاختيار الواعي من بين السلع المثيلة في السوق من جانب آخر.

وبالتالي الحق في التبصر والإعلام الصادق يحقق حماية الإرادة التعاقدية للمستهلك، كما يحقق حماية فكر المستهلك وثقافته. [1]

4-الحماية من الاحتكار

يعد الاحتكار إحدى سمات النظام الاقتصادي العالمي، حيث تتحقق المنافسة بغرض الحصول على الربح والتفوق، وفي سبيل ذلك يسعى بعض المتنافسين إلى استخدام أساليب غير مشروعة لتحقيق غاياتهم، لذلك تدخل المشرع لتنظيم الممارسات التجارية وحظر مجموعة منها، والتي تعتبر غير شريفة وغير مشروعة وذلك حماية للمستهلك، وفي نفس الوقت حماية ضعاف التجار الذين تضغط عليهم بعض المجموعات التجارية بممارستهم لأفعال غير مشروعة، ومن بينها فعل الاحتكار الذي حرمته الشرائع القديمة والقوانين الحديثة، لأنه من الممارسات المخلة بنظام السوق والمؤثرة على اقتصاد الدولة، وبالدرجة الأولى على المتعاقد الضعيف في العملية الاستهلاكية.

[1] جاسم ناصر المليغي، مرجع سابق، ص86 -89.

والاحتكار هو الانفراد بسلعة أو خدمة، والتحكم الكامل في معدلات وفرتها وتحديد ثمنها ومستوى جودتها، سعيا للحصول على أكبر قدر من الأرباح عن طريق التواطؤ بين الأطا رف لغلق المنافسة أمام الموزعين أو المنتجين الآخرين.

إذن الاحتكار هو حبس السلع والاستئثار بها من طرف شخص واحد وهذا ما يتمثل في المنافسة غير المشروعة، حيث يتم منع دخول المتنافسين الصغار والجدد إلى السوق، ليستحوذ على السوق كبار التجار والقوى الاقتصادية المحتكرة له، ولا يعتبر احتكار الدولة لبعض المنتوجات احتكارا مجرما لأنها لا تسعى بهذا الفعل للتأثير على القدرة الشرائية للمستهلك أو إزاحة المتنافسين الصغار أو الجدد في السوق وإنما يكون هذا الاحتكار حماية للمستهلك من المنافسين غير الشرعيين.

والحماية من الاحتكار هي حماية لمصلحة المستهلك في وفرة السلع في الأسواق بأسعار مناسبة، بطبيعة الحال لكي يشبع المستهلك حاجاته لابد له من الاتجاه إلى السوق لشرائها، فإذا ما اصطدم بعدم وفرتها أو بعرضها بأسعار عالية أثر ذلك على أحد مصالحه المحمية، ولذلك تدخل المشرع الجنائي مجرما كل من أفعال الاحتكار والامتناع عن مزاولة النشاط التجاري والمضاربة غير المشروعة واغرق السوق... الخ. [1]

[1] سعدية قني، جرائم الإضرار بمصالح المستهلك دارسة مقارنة رسالة ماجستير في القانون،تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة،2009 ص 10 .

المطلب الثاني: الحماية الجزئية

إن المسار الذي تتخذه مرحلة الحماية الجزائية لا يكتفي بدراسة الأشخاص المؤهلين بمعاينة الجرائم فحسب، وانما يتعدى إلي دارسة مختلف المراحل التي يقوم بها الأشخاص المخولين قانونيا لمعاينة المحلات والمنتجات وكيفية تحرير لمحاضر او قتطاع العينات، إلي غاية الوصول لمحلة التدابير التحفظية والوقاية لحماية المستهلك

اولا :معاينة الجرائم الواقعة على المستهلك

لقد سخر المشرع الجزائري عدة هيئات لمعاينة جرائم المستهلك من أجل ضمان سلامة وصحة المستهلك، سلطة قمع وردع المخالفات التي تمس به، وهي تعتمد في ذلك على مجموعة من الوسائل القانونية والتقنية من أجل الكشف عليها ومعاينتها، بحيث كلفها باتخاذ إجراءات التدابير التحفظية وهذا سعي منه لتوفير حماية المستهلك من مختلف التجاوزات الممكن ارتكابها من طرف المتدخلين، حيث يقصد بالمعاينة بصفة عامة مشاهدة و اثبات الحالة القائمة في مكان وقوع المخالفة والأشياء التي تتعلق بها، من أجل كشف الحقيقة و اثبات حالة المخالفين الذين لهم صلة بالمخالفة[1]

حيث نصت **المادة14 - 1** من قانون**89-2**على أنه "يمكن للسلطة الإدارية المختصة أن تقوم في أي وقت ، وفي أي مرحلة من مراحل عرض المنتوج للاستهلاك بتحريات للمرقبة المطابقة قصد تفادي المخاطر التي قد تهدد صحة وأمن المستهلك، والتي تمس مصالحه المادية ."

1. **الأشخاص المؤهلين لمعاينة الجرائم:**

حدد القانون بدقة الأعوان المكلفون بالرقابة، حيث حددت **المادة 25** من قانون حماية المستهلك وقمع الغش الأعوان المكلفون بالرقابة، وهم ضباط الشرطة القضائية، والأعوان الأخرين الذين يرخص لهم بالرقابة بموجب النصوص الخاصة بهم كأعوان قمع الغش التابعون للوازرة المكلفة بحماية المستهلك، ويقصد بهم الأعوان التابعون لوازرة التجارة والمنتمون للمعهد الوطني

[1] احمد محمد محمود على خلف. الحماية الجنائية للمستهلك دراسة مقارنة. مرجع سابق. ص357 .

للرزم والنوعية الذين لهم سلطة إجراء التحقيقات ومعاينة المخالفات، بالإضافة إلي الأعوان التابعون للمديريات الولائية والجهوية للتجارة والأعوان التابعون للمتفشيات الحدودية. [1]

حيث يقوم هؤلاء الأعوان برقابة كافة المنتجات المعرضة للاستهلاك كالمواد الغذائية والصناعية والخدمات، قصد الكشف عن إي مخالفة تمس بسلامة وصحة أمن المستهلك، ويتمتعون بالحماية القانونية من جميع أشكال الضغط والتهديد التي قد تعيق أداء مهامهم، وعند الحاجة بإمكانه طلب تدخل أعوان القوة العمومية لمد يد المساعدة لهم عند أول طلب. [2]

وقد أضفى المشرع على هؤلاء الأشخاص المذكورون في **المادة 25** صفة الضبطية القضائية والحكمة من ذلك إي الطبيعة الفنية والمعقدة التي تتسم بها وسائل ارتكاب أعمال الخداع والغش والي الاعتراف بالطبيعة الخاصة لجرائم الغش والتدليس، الأمر الذي يتطلب بدوره طرق خاصة من التحري تتلاءم مع هذه الطبيعة التي لا يغلب فيها الاعتماد على الشكاوي والتبليغات كما هو الحال في أعمال الضبطية القضائية في الجرائم العادية، لذا كان إلزام أن يعهد المشرع بوظيفة الوقاية من جرائم الغش وكذا معاينتها واثباتها إلي جهاز متخصص. [3]

أولا – ضباط الشرطة القضائية

لقد حدد المشرع الجزائري أشخاص الضبطية القضائية العامة المكلفين ببحث ومعاينة الجرائم والمخالفات الواقعة على المستهلك، وأشخاص الضبط القضائي الخاص الذين يعاينون الجرائم والمخالفات بصفة خاصة طبقا للمادة 15 من قانون الإجراءات الجزائية وهم:

1-أشخاص الضبط القضائي العام :يتمتع بصفة ضباط الشرطة القضائية الاتي ذكرهم[4]

- ضباط الدرك الوطني ،محافظو الشرطة ،ضباط الشرطة ذو الرتب العليا.

[1] انظر القرار المؤرخ في 22 سبتمبر 2004 . المتضمن تحديد مواقع متفشيات مراقبة الجودة وقمع الغش عند الحدود. الجريدة الرسمية. العدد 68 . الصادر بتاريخ 27 اكتوبر 2004 .

[2] انظر المادة 27 و 28 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش.

[3] محمد بودالي. شرح جرائم الغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية دراسة مقارنة. مرجع سابق. ص81

[4] راجع المادة 15 من قانون الإجراءات الجزائية.

- رجال الدرك الذين أمضوا في سلك الدرك ثلاث سنوات على الأقل، والذين تم تعينهم بموجب قرار مشترك صادر عن وزير العدل ووزير الدفاع بعد موافقة لجنة خاصة.

- مفتشو الأمن الوطني الذين قضوا في خدمتهم بهذه الصفة ثلاث سنوات على الأفعال، وعينوا بموجب قرار مشترك صادر عن وزير العدل ووزير الداخلية والجماعات المحلية بعد موافقة لجنة خاصة.

-ضباط وضباط الشرطة الصف التابعين للمصالح العسكرية للأمن الذين تم تعينهم بموجب قرار مشترك بين الوزر الدفاع الوطن ووزير العدل.

يمارس جميع الأشخاص الاختصاص العام للبحث والتحري عن جميع الجرائم والمخالفات الواقعة على المستهلك.

2-أشخاص الضبط القضائي الخاص :نظرا لتمتع هؤلاء الأشخاص بسلطة الضبط الإداري العام، فإن القانون خول لهم ممارسة سلطة الضبط الخاص على المستوى المحلى سواء البلدية والولاية ممثلة في الوالي ورئيس المجلس الشعبي البلدي، حيث يتمثل دورهم أساسا في اتخاذ التدابير احترازية للوقاية من جرائم الغش والتدليس عن طريق المعاينات الدورية للمحلات والمؤسسات المنتجة والتحقيق مما إذا كان هناك غش من عدمه، مع التدخل للحيلولة دون وقوع الغش والحد منه باتخاذ التدابير الوقائية. [1]

ويظهر دور الضبط القضائي لديهم من خلال تحرير محاضر المخالفات واجراء الخبرة على المنتوج، ودارسة إمكانية رفع دعوى قضائية في حالة ثبوت الغش والتدليس، أو عدم السير في الدعوي لانعدام الوصف القانوني لذلك. [2]

أ- **الوالي** :باعتبار أن الوالي مكلف بالمحافظة على الأمن العام والسكينة، ومسؤول عن المحافظة على النظام العام، فهو مطالب بضمان صحة وسلامة المستهلك والسهر على

[1] محمد بودالي. تطور حركة حماية المستهلك. مجلة العلوم القانونية والإدارية. عدد خاص. جامعة الجيلالي اليأس. مكتبة الرشاد للطباعة والنشر والتوزيع. جامعة سيدي بلعباس. الجزائر. 2005. ص87 .

[2] محمد بودالي. حماية المستهلك في القانون المقارن دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي. مرجع سابق. ص672 .

اتخاذ إجراءات الوقاية الصحية ، وتشجيع إنشاء هياكل مرتبطة بمراقبة التي تسمح بدرء الخطر المحدق بالمستهلك كونه الممثل القانوني للولاية.

ب-**رئيس المجلس الشعبي البلدي** :يعتبر رئيس المجلس الشعبي البلدي ممثل البلدية، فأحاط له المشرع طبقا **للمادة 15** من قانون الإجراءات الجزائية وبموجب **المادة 90** من قانون البلدية [1]سلطة الضبط القضائي التي يستمد منها صلاحياته في حماية المستهلك بناءا على سلطة الضبط الإداري ، فهو مكلف بفرض النظام العام من خلال توفير الأمن العام والصحة العامة بالإضافة إلي السكينة العامة [2]، كما يؤدى وظائفه في ميادين متعددة لضمان مصالح وصحة المستهلكين والقيام بانشغالات السلطة الإدارية في نطلق توسيع فكرة النظام العام.

ولقد خول له المشرع الاستعانة بشرطة البلدية وطلب مساعدتهما عند فرض احترام القوانين المتعلقة بالنظافة والسكينة العامة، فيكلفها بتنفيذ برنامج البلدية ويتقاسم مهمة البحث والتحري عن. المخالفات والجرائم الواقعة على المستهلك. [3]

ثانيا -الأعوان المكلفون بموجب نصوص خاصة

إن الأجهزة والهيئات المكلفة بحماية المستهلك كثيرة ومتنوعة، فهناك هيئات تخضع لوزارة المالية، وأخرى تخضع لوزارة الفلاحة والصيد البحري وتلك تخضع لوزارة الصحة، لكن هذه الهيئات مكلفة بتنفيذ السياسة والأهداف المتبناة من طرف كل وزارة، فهي لا تستهدف حماية المستهلك أساسا بل من خلال تجسيد الغاية المنوط بها تكون قد وفرت حماية للمستهلك وجعلته في أمان من التجاوزات التي تؤدي إلي الإضرار بمصالحه.

1- **أعوان السلطة البيطرية** :تعتبر السلطة البيطرية وكيلا صحيا يقوم بممارسة كل المهام والحقوق التي منحها له القانون من أجل حماية الصحة الحيوانية والبشرية، فهي تسهر على تحقيق المطابقة مع المعايير والأسس النوعية والصحية التي تشارطهما التجارة

[1] محمد بودالي. مرجع سابق. ص673

[2] راجع المادة88 من القانون12-08 المتعلق بالبلدية

[3] المادة 94 من قانون البلدية.

الداخلية والخارجية، كما تتولي وظائف الرقابة والتفتيش سواء على مستوى الحدود أو داخل البلاد لمنع تسرب الأوبئة من الخارج وضمان التنبؤ واكتشاف حالات الأمراض ومكافحتها.1

كما قام المشرع باستحداث متفشيات بيطرية في المراكز الحدودية، وضيفتها التفتيش الصحي والبيطري للحيوانات والمنتجات الحيوانية، أو ذات الأصل الحيواني التي تعبر عبر المراكز الحدودية كالمؤاني والمطارات والجدود البرية.

2- أعوان حفظ الصحة البلدية :حيث نص المرسوم التنفيذي **رقم87-146 على استحداث** مكاتب لحفظ الصحة البلدية، يقوم أعوان هذا المكتب بجولات ميدانية لمحلات البيع وأماكن التخزين والمصانع، بغرض مراقبة نوعية المواد الغذائية والمنتجات الاستهلاكية الأخرى ، بالرغم من أن هؤلاء الأعوان مهامهم محددة في مجال النظافة والصحة دون مخالفات.

3- أعوان قمع الغش لمدرية التجارة: نظم المشرع الجزائري مهام وصلاحيات المديرية الولائية 092، تتكون هذه المديرية من مصالح متعددة منها مصلحة للتجارة بمقتضي المرسوم التنفيذي[2] رقم 11-09 الجودة التي تضع سلكيين هما سلك لمراقبة النوعية وقمع الغش وسلك مفتشي النوعية وقمع الغش:

4- أعوان سلك مراقبة النوعية وقمع الغش :يضم هذا السلك رتبتين هما؛ رتبة مراقب النوعية وقمع الغش، ورتبة مراقب رئيسي.

أ :**أعوان ذوى رتبة مراقب رئيسي للنوعية :**تتمثل مهام رتبة رئيسي في[3]

- البحث عن مخالفات التنظيم المعمول بيه في مجال النوعية وقمع الغش.

---

[1] انظر المادة 9 من القانون 02-88المؤرخ في 26 يناير 1988 . المتعلق بنشاطات الطب البيطري وحماية صحة الحيوان.

[2] مرسوم التنفيذي رقم11-09 المؤرخ في 20 يناير. 2011 المتضمن تنظيم المصالح الخارجية لوزارة التجارة وصلاحياتها. الجريدة الرسمية. العدد. 04 الصادر بتاريخ 23 يناير. 2011 وكذلك القرار الوزاري المشترك في 18 نوفمبر 2005 الذي يحدد تنظيم المديريات الولائية للتجارة في مكاتب. الجريدة الرسمية العدد 69 . الصادرة بتاريخ12 نوفمبر 2005

[3] المادة 37 من المرسوم التنفيذي رقم207-89المتضمن القانون الأساسي المطبق علي العمال المنتمين إلي الأسلاك الخاصة في الإدارة المكلفة بالتجارة. الجريدة الرسمية. العدد. 48 الصادر بتاريخ 15 نوفمبر 1989 . السنة السادسة والعشرون.

- السهر في مجال النوعية على أمانة المعاملات التجارية.
- القيام بحجز جميع المنتجات الفاسدة أو السامة وتدميرها ضمن احترام القواعد والإجراءات المقررة.
- التدخل العاجل في الحالات التي يمكن أن تلحق ضرر بصحة المستهلك وسلامته والتدخل في نطاق مراقبة النوعية.
- تأطير المراقبين الموضوعين تحت سلطتهم ومراقبة أعمالهم.

ب - أعوان ذوى رتبة مراقبي النوعية :

- ✓ يكلف أعوان هذه الرتبة بالوظائف التالية[1]
- ✓ المشاركة في جميع مهام الدراسات، والتحقيقات والمراقبة المتعلقة بميدان النوعية.
- ✓ البحث عن مخالفات التنظيم المعمول به في مجال النوعية وقمع الغش واثباتها، وانجاز جميع التدابير
- ✓ التحفظية المنصوص عليها في هذا المجال عند الاقتضاء.
- ✓ مساعدة المراقبين الرئيسين في مهامهم.

5-**أعوان سلك مفتشي النوعية وقمع الغش :**ينطوي هذا السلك على أربع رتب وهي رتبة مفتش

أقسام، رؤساء المفتشين الرئيسين، رتبة المفتشين الرئيسين، رتبة المفتشين.

أ -**مفتشو الأقسام للنوعية وقمع الغش**[2] **:**يمارس مفتشو الأقسام للنوعية وقمع الغش المهام الأتية:

- متابعة التطورات القانونية والعملية والتنفيذية على الصعيد الدولي قصد اقتباسها وباعتمادها على المستوى الوطني.

[1] راجع المادة 20 من المرسوم 89-207

[2] المادة 27 من المرسوم التنفيذي رقم90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش

- دراسة جميع التدابير التنظيمية التي من شانها حماية المستهلك وتطوير النوعية وترقيتها واقتراح ذلك.

- تصور مقاييس نوعية المنتجات والطرق الثابتة لصلاحيات التحقيقات والتحاليل للمواد غير المرغوب فيها داخل المنتجات والمشاركة مع الهيئات المعنية قصد تحديد الحدود القصوى للرواسب السامة الممكن قبولها في المواد الغذائية .[1]

ب -المفتشون الرئيسيون للنوعية وقمع الغش :ينظم المرسوم التنفيذي رقم 89-207 المهام التي يكلفون بها على النحو الاتي:

- ✓ القيام بمهام التحقيقات التي تنطوي على صعوبات خاصة والقيام على العموم بجميع وظائف
- ✓ المراقبة لسير المصالح اللامركزية المتخصصة في هذا المجال والتابعة لوزارة التجارة.
- ✓ المشاركة في إعداد التنظيمات و المعايير المتعلقة بالميادين المعينة.

ج -مفتشو النوعية :يكلف أعوان هذه الرتبة بالقيام بالأعمال التالية:

- إعداد برامج دورية للتدخل ومتابعة تنفيذها.
- ضمان التنسيق والانسجام للتدخلات بين المفتشين ومخابر مراقبة النوعية وقمع الغش.
- مساعدة المفتشين الرئيسين للنوعية وقمع الغش في تحقيق مهامه.
- ضمان الاستعمال الأمثل لوسائل المراقبة التقنية و التحليل.
- اتخاذ الإجراءات الملائمة الرامية إلي إتلاف كل منتج ينطوي علي مخاطر لمستعمله.
- تحليل النتائج واقتراح التدابير اللازمة لتحسين فعاليات التدخلات.

د-رؤساء المفتشين الرئيسين لمراقبة النوعية وقمع الغش :يتولى رؤساء المفتشين الرئيسين مراقبة

النوعية وقمع الغش القيام بمايلي:

[1] راجع المادة 20 من المرسوم 89-207

- تأطير المفتشين الرئيسين والأعوان الموضوعين تحت سلطاتهم ومراقبة أعمالهم.

-اقتراح التدابير التي من شأنها توجيه عمليات المراقبة وتحسين طرق التدخل وزيادة فعالية عمليات المراقبة والتحليل والأبحاث واقتراحها

-المساهمة في التكوين الأول المستديم لمستخدمي مصالح مراقبة النوعية وقمع الغش[1] .

[1] علي فتاك. مرجع سابق. ص. 25 .258

خلاصة الفصل:

من الملاحظ أن هذه الحماية ضعيفة ومحدودة في المستويات الثلاث التي تعرضنا لها، لهذا يجب أن تكشف الجهود على هذه المستويات لتوفير الحماية المطلوبة والكفيلة للمستهلكين، ويتم ذلك بإيجاد مدونة خاصة لحماية المستهلك تكون رهن إشارة المعنيين بالأمر، وتسهل دور الأجهزة في القيام بمهمتها وتقوية الجهاز الإداري بالزيادة في أطرها المتخصصة وإتاحتهم الظروف المادية اللازمة لكي يقوموا بدورهم أحسن قيام علاوة على ذلك وعلى المستوى القضائي يجب تقوية هذا الجهاز وذلك عن طريق تكوين قضاة متخصصين في هذا الشأن " القضاء الواقف" القضاء الجالس" وتوفير الإمكانيات المادية الضرورية لتأدية دورهم في هذا الميدان وإعطاء نتائج مشرفة كذلك.

ولكي يتم الوصول لحماية مثالية للمستهلك يجب أن لا نغفل الدور الذي يمكن أن يقوم به المستهلكين أنفسهم باتخاذهم المبادرة بتأسيس جمعيات هدفها الحماية.

الفصل الثاني: الحماية القانونية للمستهلك من حيث الموضوع

تمهيد:

أن إنتاج السلع والخدمات صار أكثر تعقيدا من ذي قبل مما أدى إلى حصول العديد من الحوادث فقد أثبت الواقع أن استعمال بعض المنتجات أدى في الكثير من الأحيان إلى حصول العديد من الكوارث كقضية الكشير الفاسد في سطيف وانطلاقا من هذا الوضع انصب اهتمام الدولة إلى توفير الحماية الصحية والسلامة الجسدية للمستهلك من خلال سن جملة من النصوص القانونية والتنظيمية لتفادي الانعكاس والتأثير السلبي عند إصابة المستهلك من خلال ما تنفقه الدولة من أموال لعلاج الامراض التي تسببت فيها المنتجات المغشوشة أو الفاسدة.

إن المشرع الجزائري قد نص على حماية المستهلك في المادة 43 من دستور 1996المعدل بالقانون رقم 01 - 16 على حرية الاستثمار والتجارة معترف بها؛ وتما رس في إطار القانون تعمل الدولة على تحسين مناخ الأعمال، وتشجع دون تمييز على إزدهار المؤسسات خدمة للتنمية الاقتصادية الوطنية تكفل الدولة ضبط السوق ويحمي القانون حقوق المستهلكين يمنع القانون الاحتكار والمنافسة غير النزيهة.

المبحث الأول: مفهوم موضوع المستهلك

تعتبر السلع والخدمات هي المحور الاساسي الذي تقوم عليه دورة حياة المستهلك ونظرا للاهيتها البالغة سوف نقوم بتطرق اليها في هذا المبحث .

المطلب الاول: مفهوم السلعة

الفرع الاول :تعريف السلع

سوف نتطرق في هذا الفرع الى تعريفات حول السلعة

- نصت المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 39 / 90 المتعلق بالرقابة و الجودة وقمع الغش على ان "المنتوج هو كل شيء منقول مادي يمكن ان يكون موضوع معاملات تجارية. "[1]
- عرفها القانون الجزائري حسب المادة 03 / 09 بأنها" **كل شيء مادي قابل للتنازل عنه بمقابل أو مجانا.** "[2]
- جاء في المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 90 / 266 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات والتي اعتبرت المنتوج المادي هو السلعة "كل ما يقتنيه المستهلك من منتوج مادي او خدمة. " [3]
- **السلع الاستهلاكية أو النهائية:** هي سلع تستهدف المستهلك لتلبية حاجات أساسية، ولا تمر بعمليات تحويلية أثناء الإنتاج.
- وتعرف أيضا بالسلع التي يتم شراءها عبر مستهلك متوسط.
- وهناك تعريف آخر هو أن المنتجات والخدمات يكون بها نفس المميزات ولكن الاختيار يكون على أساس السعر .

---

[1] المرسوم التنفيذي رقم 39 / 90 المتعلق بالرقابة و الجودة وقمع الغش،.

[2] محمد عماد الدين عياض، نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مجلة دفاتر السياسة و القانون، العدد9 جوان 2013 جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة الجزائر ص70

[3] المرسوم التنفيذي رقم 266 / 90 المتعلق بضمان المنتوجات و الخدمات، الصادر في 25 صفر 1411 الموافق ل19 سبتمبر 1990 العدد40

ويعمل المسوقون وتجار التجزئة وتجار الجملة على إيجاد تبادل مربح من هذه السلع أو الخدمات مع العميل أو العملاء. [1]

الفرع الثاني: أنواع وخصائص السلع

1. السلع الميسرة:

مثل الجرائد اليومية – مواد البقالة – الحلوى – السجائر – المياه الغازية – المعلبات – البنزين ... الخ" خصائص السلع الميسرة :

أ- تباع فى محلات التجزئة بكميات صغيرة وأحجام صغيرة.

ب- تقوم بشرائها أعداد غفيرة من المستهلكين النهائيين.

ج- يظهر تاجر الجملة كوسيط فى عملية التوزيع لتاجر التجزئة.

د- يتم شراء السلع الميسرة على فترات متقاربة حسب نوع السلعة .

هـ- لا يتطلب خبرة في بيعها وتكون عادة نمطية.

و- يتم الاعلان عنها إلى المستهلكين النهائيين مباشرة لإغرائهم.

وتتم طريقة تسويق هذه السلع بنشرها فى العديد من المتاجر وأن تكون المتاجر قريبة من المساكن.

2. **سلع التسويق او (سلع الانتقاء):** الطلب المرن هي السلع التي يبذل المستهلك مجهود في شرائها ومقارنه ما هو معروض منها المتاجر وهى نوعيين :

أ- سلع تسويق معمرة:

مثل السيارات والثلاجات والادوات الكهربائية ويطلق عليها سلع الخدمة لما تؤديه من خدمات لفترة طويلة.

ب- سلع تسويق غير معمرة:

[1] https://ar. wikipedia. org/ موقع الالكتروني

مثل الاحذية – الشنط – الملابس – الاثاث – ويطلق عليها سلع الخدمة المودة والذوق.[1]

خصائص السلع التسويق او (سلع الإنتقاء):

1) يتم اختيارها على أساس (الجودة او السعر او الشكل او الموديل).
2) ترتفع قيمتها نسبياً عن سلع الإستقراب.
3) تلعب شهرة متجر التجزئة دور هام فى الترويج لهذه السلع.
4) تتسم بإرتفاع عامل المخاطرة نتيجة لتغيير أذواق المستهلكين ولبطء دوران المخزون " أوكازيون"
5) متاجر سلع التسويق تكون قريبة من بعضها فى مراكز التسويق وتكون أحجامها اكبر من متاجر الاستقراب

وتتم طريقة تسويق هذه السلع بنشرها فى العديد من مراكز التسويق الرئيسية ولابد من ان يكون تاجر التجزئة

ذو سمعة طيبة ومهارة كما يعتمد نجاح البيع التسويقى على التنوع بين الموديلات – الالوان – الاحجام

وتكون من المنتج الى التاجر مباشرة .

الخصائص التسويقية للسلع المستهلك النهائي:

1 الخصائص التسويقية للسلع المستهلك النهائي من حيث المستهلك:

أ- المستهلك غير فنى ولايعلم عن الجودة شئ.

ب- تزداد مشكلة الاختيار للمستهلك عند الشراء لان التشكيلات لأول لها ولا آخر سواء فى النوع او الشكل او التصميم.

[1] دكتورة ريزان نصور ,جامعة المنارة ,المحاضرة الخامسة مقياس التسويق (المنتجات)ص03

ج- المستهلك يفتقر الى المعلومات الضرورية عن السلع والتي تساعده على عمل المقارنات عند الاختيار. [1]

2. الخصائص التسويقية للسلع المستهلك النهائي من حيث الشراء :

أ- كثيرا ما يشترى المستهلك السلع الاستهلاكية وخاصة الميسرة دون تفكير سابق وبسرعة وهذه السلع تتميز بالآتي: (السعر المنخفض. توزيع شائع. إعلانات كثيرة).

ب- عندما يفتقر المستهلك الى معلومات عن الجودة فإنه يلجأ الى الفروق السعرية للحكم على الجودة او يركز اهتمامه على مظهر السلعة الخارجي.

ج- دوافع الشراء عاطفية

3. الخصائص التسويقية للسلع المستهلك النهائي من حيث الإنتاج:

أ- يتم إنتاجها وتخزينها والسحب منها تدريجياً للبيع.

ب- سلع الاستهلاك النهائي أغلبها ليس نمطى الإنتاج نظراً لتعدد التشكيلات والأصناف والأحجام والالوان للسلعة الواحدة.

4. الخصائص التسويقية للسلع المستهلك النهائي من حيث التوزيع:

يتم توزيع السلع الاستهلاكية على نطاق واسع ولذلك يلجأ المنتجون الى وسطاء (مندوبون المبيعات) للوصول إلى المستهلك.

5. الخصائص التسويقية للسلع المستهلك النهائي من حيث التسعير:

تعرض السلع الاستهلاكية بأسعار مختلفة للسلعة الواحدة حسب النطاق الجغرافي وحسب المتجر وكثيرا ما يجد المستهلك فروقاً في التسعير قد تصل ما بين 10-15%.

6. الخصائص التسويقية للسلع المستهلك النهائي من حيث الترويج:

أ-المنافسة الشديدة تعطى أهمية كبرى للبيع الشخصي والاعلان.

[1] دكتورة ريزان نصور ,جامعة المنارة ,المحاضرة الخامسة مقياس التسويق (المنتجات)ص04

ب- للإعلان دور كبير فى تقديم بعض المعلومات عن السلعة الاستهلاكية التي تفيد المستهلك. [1]

3. **السلع الخاصة:** الطلب الغير المرن

مثل ماركات معينة من " السيارات – الساعات – ادوات رياضية – سجاد – انواع معينة من السجائر – أصناف من العطور – أسماك نادرة – صنف من الجبن ذات مذاق خاص ... الخ.

خصائص السلع التسويق للسلع الخاصة:

1) تحمل دائما ماركة او علامة خاصة بها.

2) الطلب عليها غير مرن لا يتغير بارتفاع او هبوط السعر مادام المستهلك يصر على ماركة معينة.

3) لا تعرض الا فى عدد محدود من المحال وتباع بطريقة مباشرة من المنتج الى تجار التجزئة.

4) أغلب السلع الخاصة غالية الثمن ولكن المستهلك مستعد للدفع والبحث عنها واقتنائها في أي مكان.

5) عدد أنواعها قليل ومستهلكيها محدودين.

6) صفقة الشراء فى المرة الواحدة تكلف كثيرا والشراء لا يتكرر الا بعد فترة زمنية طويلة.

وتتم طريقة تسويق هذه السلع تستخدم الموزعين الوحيدين او الوكلاء المتخصصين لبيع هذه المنتجات فقط.

تحتاج الى مجهودات ترويجية خاصة – لا يحتاج المنتج الى توزيع منتشر نظرا لاستعداد المشترى لبذل جهد خاص. [2]

---

[1] دكتورة ريزان نصور ,جامعة المنارة ,المحاضرة الخامسة مقياس التسويق (المنتجات)ص05

[2] دكتورة ريزان نصور ,جامعة المنارة ,المحاضرة الخامسة مقياس التسويق (المنتجات)ص06

المطلب الثاني: مفهوم الخدمة

الفرع الأول: تعريف الخدمة

لقد تعدده التعريفات حول الخدمة ومن اهم التعريفات نذكر مايلي :

1- الخدمات: هي عمل موجه بشكل مباشر لتلبية حاجات أو رغبات أشخاص أو شخص بعينه (يطلبها أو يحتاج لها) وذلك حسب الذوق أو الطلب فقد تكون هذه الخدمات (مادية أو غير مادية).

2- الخدمات: أي نشاط أو منفعة يستطيع طرف ما تقديمها للأخر وتكون غير ملموسة أي غير مادية ولا ينتج عنها تملك أي شيء لا يرتبط توفيرها بإنتاج مادي.

3- الخدمات حسب تعريف د. فتحي محمد مصلحي: عمل مفيد يستهدف تحسين نوعية الحياة للفرد والمجتمع وينتج غالبا سلعا غير مادية، لأنه غالبا يقدم خبره ومهارة فئات مدربه علميا وعمليا إلى عامة الشعب والى هيئات وشركات محلية أو إقليمية أو عالمية.

4- الخدمات حسب تعريف كرونروس: هي عبارة عن أنشطة تدرك بالحواس وقابلة للتبادل وتقدمها شركات أو مؤسسات معينة مختصة بتلك الخدمات أو باعتبارها مؤسسات خدمية. [1]

5- الخدمات حسب وجهة نظر ا لدكتور خلف الدليمي[2] على إنها أنشطة تمارسها الدولة (قطاع حكومي) أو مؤسسات غير الدولة (قطاع خاص) لتوفير منافع معينة لإشباع حاجات ورغبات الناس دون تحقيق مكاسب مادية ملموسة لهم أي تحقيق منافع علمية وصحية وعقلية ونفسية وذهنية وبدنيه وبيئية وتقنيه للإنسان والتي تسهم في ديمومة عطاءه ورفع كفاءة أداءه من خلال توفير مستلزمات الحياة الأساسية التي تحقق الصحة والأمان، ويتفاوت مفهوم الخدمات بين الاختصاصات الأخرى لاتجاهين رئيسيين هما:

---

[1] https://books. google. dz موقع الالكتروني تاريخ الاطلاع 2022/04/03

[2] خلف حسن الدليمي, تخطيط الخدمات المجتمعية والبيئة التحتية ,دار الصفاء للنشر والتوزيع ,عمان ,الاردن 2009م ص45

الاتجاه الأول: يعتمد على طبيعة مخرجات الإنتاج ويؤكد الطبيعة غير المادية كمنتجات الخدمة وتصنف الخدمات فيها إلى: (النقل والمواصلات، التمويل والتأمينات والعقارات وخدمة الأعمال وخدمات المجتمع الاجتماعية والشخصية) .

الاتجاه الثاني: (يعتمد على طريقة الإنتاج وتعريف الخدمات على أنها إلا نشطة غير التصنيعية أو التعدينية أو ا لزراعية).

غير أن الخدمات لا يمكن وضعها في قالب خاص لتعريف محدد بل أنها مرنه وتفهم من وجهات نظر مختلفة وذلك حسب نظام الدولة والسياسة القومية وطرق تصنيعها فضلا عن نوعية المدخلات والمخرجات فيها ومدى ا لاستفادة منها المباشرة وغير المباشرة مادية وغير مادية ملموسة وغير ملموسة على المدى القريب أو المدى البعيد حجمها وصعوبة فصل التكاليف المعدة لقيامها عن صافي تكلفة السلعة الواحدة ناهيك عن الاختلافات الجوهرية في تصنيف الخدمات و فصلها عن الوظائف بين دولة وأخرى وذلك حسب تشريعاتها القانونية وأهمية تلك الخدمات ونوعيتها والأفراد المستفيدين منها ومستوياتهم.

الفرع الثاني: خصائص الخدمة [1]

الخدمات متنوعة، البعض منها عمومي والبعض الآخر خاص، البعض منها ذو هدف ربحي والبعض الآخر مجاني، البعض منها تجاري والبعض الآخر إداري. لذلك تميل أغلب الدراسات إلى جعلها موحدة من خلال معيار تمييزها عن المنتجات المادية ذات الاستهلاك الواسع.

هذه التفرقة تتم بتخصيص مزايا خاصة للخدمات مقارنة بالمنتجات:

- فالخدمات "غير ملموسة" بينما المنتجات "ملموسة"

[1] د. براينيس عبد القادر أستاذ محاضر (أ)، كلية العلوم الاقتصادية– جامعة مستغانم, خصائص الخدمات وأثرها على سلوك المستعملين ص334

•الخدمات "قابلة للتلف" (أي تفسد إذا لم تستهلك) في حين أن المنتجات يمكن "تخزينها أو تأجيل استهلاكها".

•الخدمات "أكثر تغيرية وغير متوقعة" مقارنة بالمنتجات التي هي "نمطية ومتوقعة".

•في الخدمات "لا يمكن فصل الإنتاج عن الاستهلاك"، بينما "هما متفرقان" بالنسبة للمنتجات.

•وأخيرا ما يميز الخدمات عن المنتجات هو كون المادة الأولية المعالجة في حالة الخدمات هم "الزبائن"، وهذا هو سر الأهمية القصوى "للبعد البشري" في قطاع الخدمات.

وانطلاقا من هذه المزايا يمكن تحديد خصائص الخدمات في أربع نقاط أساسية :

1- عدم ملموسية الخدمات:

الخدمات غير ملموسة، بمعنى يستحيل اللمس، الذوق، الإحساس، الاستماع، ورؤية الخدمة قبل شرائها "فالمريض في عيادة الطبيب أو الزبون في محل الحلاقة لا يمكنهما معرفة النتيجة مسبقا".

وبسبب هذه الصفة فإن أغلب الخدمات أصبحت تنتج وتستهلك في آن واحد، وبسبب كونها غير مادية فإنه لا يمكن تخزينها، لذلك فالمشاكل والمزايا المرتبطة بالتخزين، وأيضا بمفهوم تسيير المخزون لا يمكن أن تتواجد أبدا. وبما أنه لا يمكن تخزين الخدمات فإن القدرة على توفير ها يجب أن تحصل قبل أن يحدث التحويل، وبما أنه لا يوجد تحويل الملكية، فإن المشتري ليس باستطاعته امتلاك الخدمة".

2-قابلية الخدمة للتلف :

قابلية الخدمة للتلف نابعة من عدم قدرتها على التخزين لذلك فإن الكميات غير المستخدمة خلال فترة العرض ستختفي للأبد، تذكرة السينما التي لا تباع هي تذكرة مفقودة للأبد، ومقعد في الطائرة يستحيل تعويضه إذا لم يشترى. لذلك غالبا ما تفرض شركة الطيران عقوبات على المسافرين عند تأجيل رحلاتهم، لأنها تدر ك أن الكميات غير المستخدمة أثناء عرض الخدمة هي كميات ضائعة لا تعوض وربما قد تكلفها أغلى من الكميات المستخدمة.

3-عدم تماثل الخدمة :

الخدمة متغيرة حسب أوقات وظروف تحققها، لذلك في غالب الأحيان يستحيل تنميط إنتاج الخدمة وجعلها متماثلة، لأن الخدمة تعتمد على من يقدمها، وعلى كيفية تقديمها، وعلى ظروف تقديمها. وفي الحقيقة يصعب الحصول على كفاءات وظروف مماثلة في هذا الشأن.[1]

4-عدم انفصالية الخدمات :

الخدمات غير قابلة للانفصال على من يقدمها، "فإذا مرض الفنان في آخر لحظة فلا يمكن تعويضه بمغني آخر، وهذا يعني أن قدرة الإنتاج محددة في قدرات هذا الفنان فقط".

5-لا مركزية إنتاج الخدمات :

قطاع الخدمات يتميز في مجمله بصناعة غير مركزية أو ضعيفة التمركز "فأغلب هذه المؤسسات هي مؤسسات صغيرة ومتوسطة الحجم، تعتمد خاصة على الموظفين، وتتميز بقلة رؤوس الأموال المستثمرة، وإذا حدث وأن كانت هذه المؤسسات كبرى ومسيطرة على السوق فيتعلق الأمر بمؤسسات للخدمات العمومية التابعة لمراقبة الدولة، والتي لها استراتيجية تسويقية جد متأثرة بتنظيمات السلطة، وكمثال على ذلك فإن قطاع البريد والاتصالات أو قطاع النقل لا يمكنهما الرفع من تعريفاتهما أو حجم استثماراتهما إلا في الحدود المسموحة من قبل السلطات الرسمية".

6-ضعف معدل إنتاجية الخدمات :

يتميز قطاع الخدمات بضعف معتبر في معدل إنتاجيته مقارنة بالقطاع الصناعي، فالعديد من المختصين يحددون أرباح الإنتاجية في ميدان الخدمات في حدود النصف بالمقارنة مع تلك الخاصة بقطاع الإنتاج الصناعي.

الأسباب التي تفسر ذلك متعددة أهمها:

[1] د. براينيس عبد القادر,مرجع سابق ص335-336ص

•كون أغلب الخدمات تعتمد على اليد العاملة، ولا يمكن جعلها آلية مثل الإنتاج الصناعي.

• اليد العاملة في امجال الخدمي هي عادة اقل تأهيلا عن تلك العاملة في مجال الصناعات الإنتاجية، (هذا بالإضافة إلى كون نسبة كبيرة منها تشتغل بكيفيات متقطعة وموسمية).

•إجراءات ومعايير حساب المردودية في الإنتاج الصناعي (كمية الإنتاج/ساعة عمل الإنسان (ليست نفسها مطبقة في ميدان الخدمات.

إنها النوعية وليست الكمية التي تجعل الخدمة مقبولة لدى المستهلكين فالذي يحدد درجة إنتاجية الطبيب الجراح هو نوعية ونجاح العمليات الجراحية وليس عددها. [1]

الفرع الثالث: تصنيف الخدمات

توجد العديد من المعايير التي يتم على أساسها تصنيف الخدمات، إلى أن منها اثنين شائعين هما :التصنيف المبسط والتصنيف المتعمق، بحيث يعطي الأول صورة عامة عن الأنواع المختلفة للخدمات بينما يتغلغل الثاني في نسيج الخدمات.

أولا: التصنيف المبسط:

تتمثل أهم المعايير المندرجة ضمن هذا التصنيف فيما يلي[2] :

✓ **حسب نوع السوق(نوع الزبون :)**تنقسم الخدمات إلى:

-خدمات استهلاكية موجهة لشباع حاجات شخصية بحتة مثل الخدمات السياحية والصحية وخدمات النقل واتصالات

[1] د. براينيس عبد القادر ,مرجع سابق ص337

[2] علي محمد حسن بني مصطفى،" أثر التخطيط الاستراتيجي في تسويق الخدمات قطاع الاتصالات الأردنية"، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان الأردن الطبعة الأولى، 2017ض 123

-خدمات منشآت تقدم لشباع حاجات منشآت الأعمال، مثل الاستثمارات الادارية، والخدمات المحاسبية وصيانة المباني واللت.... وغيرها.

✓ **حسب درجة كثافة قوة العمل:** بناءا على هذا المعيار تنقسم الخدمات إلى ما يلي:

-خدمات تعتمد على جهود شخصية غير آلية :مثل خدمات الحلاقة والتجميل والتربية والتعليم والعلاج... وغيرها.

-خدمات تعتمد على المستلزمات المادية مثل خدمات النقل، خدمات البيع اللي، غسل السيارات،... وغيرها.

✓ **حسب درجة الاتصال بالمستفيد** :تنقسم الخدمات هنا إلى ثلاث انواع:

-خدمات ذات اتصال شخصي مرتفع :مثل الخدمات الطبية، والنقل والتأمين،... وغيرها.

-خدمات ذات اتصال شخصي منخفض :مثل خدمات الصرف الآلي،... .

-خدمات ذات اتصال شخصي متوسط :مثل خدمات الطعام السريع، والفندقة، وغيرها.

✓ **حسب الخبرة المطلوبة في أداء الخدمات ونميز هنا بين**:

- **خدمات مهنية** :مثل خدمات المحامين والمستشارين والخبراء وغيرها؛

- **خدمات غير مهنية** :مثل الحراسة، العناية بالحدائق وغيرها.

ثاني :التصنيف المتعمق

يعتمد هذا النوع من التصنيف على مجموعة من المعايير نذكر منها ما يلي:

✓ **حسب درجة التسوق** :نميز هنا بين ما يلي:

-**خدمات قابلة للتسوق** :وهي الخدمات التي تتحدد قيمتها وتتأتى منافعها من آليات السوق (العرض والطلب)،مثل الصحة الخاصة، المحاماة،... وغيرها؛

-**خدمات غير قابلة للتسوق** :وهي الخدمات التي تقتضي سياسات معينة في الدولة أن تكون منافعها متأتية من آليات تعتمد على أساس السوق، مثل الصحة العامة، التعليم العام،.... وغيرها.

✓ **حسب نوع المستفيد** :هنا نميز بين أنواع الخدمات التالية:

-**خدمات مقدمة للمستفيد النهائي(خدمات استهلاكية** :)وهي الخدمات التي تقدم لغرض الفائدة الخاصة للمستفيد، إذ ليترتب نتيجة لاستهلاكها أي منافع اقتصادية أخرى مثل الحلاقة. [1]

-**خدمات مقدمة للمشتري الصناعي(خدمات صناعية :)**وهي الخدمات المقدمة للمنشآت الصناعية والتي تستخدمها في انتاج شيء آخر ذي منفعة اقتصادية، مثل شركة لنقل البضائع تقدم خدماتها لمؤسسات أخرى. [2]

- ✓ **حسب درجة الثقل النسبي لعنصر الخدمة في اجمالي عملية عرض أو تقديم الخدمة** :في هذا الصدد بين ما يلي: نميز

-خدمات بحتة :بمعنى ل وجود لأي عنصر ملموس في تركيبة الخدمة، مثل التأمين، أو خدمة الاستشارات.

-خدمات تضيف قيمة كمالية للسلعة :بمعنى تلك الخدمات التي تقوم بتعزيز جوهر السلعة الملموسة من خلال تقديم منافع خدمية ترافق السلعة الملموسة، مثل خدمات ما بعد البيع.

-خدمات تضيف قيمة جوهرية للسلعة :وهي الخدمات التي بدونها ليمكن استهلاك السلعة الملموسة، مثل خدمة القراض.

- ✓ **حسب نمط تقديم الخدمة** :وهنا نميز بين أنواع الخدمات التالية:

-خدمات مستمرة ضمن سلسلة عمليات متكررة، مثل خدمات الكهرباء والغاز ؛

-خدمات مستمرة ضمن سلسلة عمليات منفصلة، مثل خدمة الطعام السريع ؛

-خدمات منقطعة ضمن سلسلة عمليات متكررة، مثل خدمات التأمين؛

-خدمات منقطعة ضمن سلسلة عمليات منفصلة، مثل خدمات صيانة الطرقات.

- ✓ **حسب نمط الطلب** :وهنا نميز بين ما يلي:

-خدمات ذات طلب ثابت عبر الزمن :وهي خدمات نادرة مثل الحلاقة، التعليم،.. . ؛

---

[1] علي محمد حسن بني مصطفى مرجع سابق ص124

[2] علي محمد حسن بني مصطفى، ص124

-خدمات ذات طلب متباين عبر الزمن :مثل الصحة، المحاماة، الصيانة،.... وغيرها. [1]

المبحث الثاني: اليات حماية المستهلك الموضوعية

لقد سخر المشرع الجزائري عدة اليات لمعاينة جرائم المستهلك، بحيث كلفها باتخاذ جميع إجراءات ضبط الجريمة وهذا سعيا منه لتوفير حماية كافية للمستهلك من مختلف التجاوزات الممكن ارتكابها من طرف المتدخلين, وسوف نتطرق في هذا المبحث الى أهم الاليات ولا وهي الحماية الجنائية والحماية الجزائية للمستهلك.

المطلب الأول: الحماية الجنائية للمستهلك الموضوعية

الفرع الأول :جريمتي الغش والخداع

أولا :جريمة الغش:

جريمة الغش من الجرائم التي تناولها المشرع الجزائري في قانون العقوبات حسب نص المادة 429منه، لذلك سوف نتناول فيما يلي تعريف جريمة الغش وتمييزها عن جريمة الخداع ثم أركانها.

- **تعريف جريمة الغش وتمييزها عن جريمة الخداع:**

عرفت محكمة النقض الفرنسية الغش بأنه" كل اللجوء إلى التلاعب، أو المعالجة غير المشروعة، التي لا تتفق مع التنظيم وتؤدي بطبيعتها إلى التحريف في تركيب المنتوج ماديا".

ومن هذا التعريف يتضح لنا الفرق الواضح ما بين جريمتي الغش والخداع، وهو كالآتي: إن الغش ينصب على السلعة ذاتها، أما فعل الخداع فينصب على المتعاقد الأخر أي بمناسبة عقد، كما أن الغش محله أغذية الإنسان أو الحيوان أو العقاقير الطبية أو الأدوية أو المحاصيل الزراعية والمنتجات الصناعية، أما الخداع فموضوعه كل سلعة مهما كانت طبيعتها، [2] لذا يبدو أن جريمة الغش أضيق نطاق من جريمة الخداع، كما أن الغاية التي يهدف المشرع من وراءها في تجريم

[1] علي محمد حسن بني مصطفى، مرجع سابق ص125ص126

[2] أحمد محمود على خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القانون المصري و الفرنسي و الشريعة الاسلامية، دارسة مقارنة دار الجامعة الجديدة للنشر، مصر، 2005 ، ص190

الغش، هي المحافظة على الصحة العامة، بينما الغاية في جريمة على ذلك أن الخداع يتطلب وجود عقد أو الخداع المحافظة على العقود.

-نطاق جريمة الغش:

ينصب الغش، على محل معين يحميه القانون جنائيا، ويشمل حسب نص المادة431 من قانون العقوبات على ما يلي:

أ-أغذية الإنسان والحيوان والمشروبات :ويجب أن تكون الأغذية مخصصة لغذاء الإنسان أو الحيوان سواء كانت مواد صلبة أو سائلة، كما يجب أن تكون هذه الأغذية معدة للاستهلاك المباشر سواء من طرف الإنسان أو الحيوانات المستأنسة والمنزلية والموجودة في حديقة الحيوانات، أما الحيوانات البرية فلا تخضع لهذا القانون، إلا إذا تم أسرها وخصصت الغذاء .

ب-العقاقير والنباتات الطبيعية والأدوية :تعتبر منتوجات تتسم بالخطورة نظرا لارتباطها بحياة الإنسان وسلامته، ونظرا لأن أثارها قد تظهر بعد فترة طويلة من الزمن، زيادة على كون المنتوج الطبي منتوج حساس، يرافقه حتما التزام بالتبصير والإعلام وفقا للقواعد المعروضة في ظل الالتزام بالسلامة في المواد المدنية وقانون الاستهلاك، كما أن الغش في مجال الأدوية ولواحقها المركبات الأخرى التي هي معنية باستعمال الغش، كالنباتات الطبية تزيد من خطورة المنتوج الطبي .

ج-المنتجات الفلاحية :ويقصد بها المحاصيل الزراعية، ويستثنى منها النباتات والأعشاب التي لا دخل للإنسان في زارعة بذورها، كما يندرج في إطار المنتجات الفلاحية المواد الغذائية كالحبوب والألبان والفاكهة ومنها ما ينتج عن الحيوانات والطيور كاللحوم زيادة على المواد التي تدخل في مجال الصناعة كالخشب أو القطن أو الصوف أو الحرير. [1]

د-المنتجات الطبيعية والصناعية :ويقصد بها ما تنتجه الطبيعة للإنسان، سواء كانت مواد غازية أو مادية، كالرخام والفحم والبترول، النباتات كالأشجار والغابات والنباتات البحرية .

[1] -أحمد محمود علي خلف، مرجع سابق، ص 191 .

- أركان جريمة الغش

من خلال هذا الفرع سنحاول التعرف والركن المعنوي، على أركان جريمة الغش والمتمثلة في الركن المادي والركن المعنوي.

أ-الركن المادي لجريمة الغش :لقد حددت المادة 431 ق ع على وجه الدقة، السلوك الذي يشكل الركن المادي لجريمة الغش في صور مختلفة، والتي يمكن تلخيصها في كل من إنشاء مواد أو بضائع مغشوشة، التعامل في هذه البضائع وكذلك المعاملة في مواد مخصصة للغش وحتى التحريض عن ذلك، ونحاول تبيان ذلك إتباعا.

***الطرق الفعلية للغش** :الغش فعل عمدي ايجابي موضوعه سلعة أو بضاعة معينة ويكون بطريقة غير مقررة في النصوص التشريعية الأمرة، أو عمل مخالف للأصول المعروفة في الصناعة ويكون له أثار سلبية على المنتوج، يحدث تغيير أو تعديل أو تشويه يقع على جوهر أو التكوين الطبيعي لمادة أو سلعة معدة للبيع، ويكون من شأن ذلك النيل من خواصها، الأساسية أو إخفاء عيوبها. [1]

وبهذا فإن أفعال الغش المادية لها عدة طرق منها:

الغش بالخلط أو الإضافة للبضاعة :ويتم ذلك بخلط السلعة بمادة أخرى مغايرة عنها في الكم والكيف، أو بمادة من نفس الطبيعة ولكن بجودة أقل، كخلط حليب طبيعي بأخر صناعي، ويكون هذا الخلط غير مرخص به قانونا وغير مطابق للعادات التجارية. [2]

-**الغش بالانتزاع أو الإنقاص** :وذلك عن طريق نزع كل جزء من العناصر الحقيقة المركبة للمادة الطبيعية، مع الاحتفاظ بنفس تسمية البضاعة وبيعها بنفس الثمن على أنها إنتاج ذو جودة عالية، كنزع دسم اللبن الحليب الذي يقلل من خواصه الأصلية .

---

[1] رؤوف عبيد، شرح قانون العقوبات التكميلي، دار الفكر العربي، مصر، 1979 ، ص 360 .

[2] محمد بودالي، شرح جرائم الغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية :دارسة مقارنة، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، ص 2005 ، ص 32 .

-**الغش في التصنيع** :وذلك يكون عن طريق استحداث منتوج أو البضاعة باستعمال مواد لا تدخل في تركيبه وفقا لما هو منصوص عليه في القانون أو في العادات المهنية والتجارية، كصناعة بضاعة ما وعدم وادخال المواد الأساسية التي تتكون منها[1] .

ب-**الركن المعنوي للجريمة** :جريمة الغش كجريمة الخداع، تعتبر من الجرائم العمدية، يتطلب القانون لقيامها توافر القصد الجنائي لدى الجاني،[2] وينحصر القصد الجاني في جريمة الغش، بأنه يعلم مرتكب الجريمة ما ينطوي عليه سلوكه من غش في المنتوج، وأن ذلك ينبعث من نية أن ما يطرح للبيع فاسد أو مغشوش أو منتهي الصلاحية.

ج-كما تعتبر جريمة الغش من الجرائم الوقتية، والمقترنة أساسا بالفعل المادي للغش والذي يجب أن يعاصره القصد الجنائي حال القيام بذلك، أما جرائم الطرح والعرض للبيع فهي من الجرائم المستمرة، وبالتالي يجب أن يتوافر القصد الجنائي باستمرار الفعل المادي، والعبرة بوقت العلم بالجريمة من طرف الجاني إذا كان لا يعلم سابقا بأنه يعرض منتوج مغشوش للبيع. [3]

ثانيا :جريمة الخداع.

1-تعريف جريمة الخداع وتمييزها عما يشابهها من أنظمة:

يعرف الخداع بأنه إظهار الشيء أو المنتوج بمظهر يخالف الحقيقة والواقع يؤدي لا محالة إلى إيقاع المستهلك في الغلط حول طبيعة المنتوج، وعلى ذلك يتحقق الخداع بإيهام المتعاقد المستهلك بأن المنتوج يتوفر على بعض المزايا والصفات وهو في حقيقة الأمر عكس ذلك كأن يكون المنتوج مقلد أو به عيب ذو خطورة على أمن وسلامة المستهلك [4]ويكون هدف الجاني من وارء ذلك الحصول على القيمة المالية عن طريق استبدال المنتوج الذي وقع عليه اختيار المشتري بشيء أقل من قيمته. [5]

---

[1]أحمد محمد محمود علي خلف، مرجع سابق، ص 196 .

[2] -احمد محمد محمود علي خلف، نفس المرجع، ص 207 .

[3] -حسن صادق المرصفاوي، قانون العقوبات الخاص، منشأة المعارف، مصر، 1975 ، ص 74 .

[4] -أحمد محمود على خلف، مرجع سابق ، ص165

[5] -أحمد محمود على خلف، مرجع نفسه، ص 165 .

ومن هنا كان لزاما علينا تمييز الخداع عما يشابهه من أنظمة أخرى.

أ-التمييز بين الخداع والتدليس المدني

كل من الخداع والتدليس المدني يشتركان في دفع المجني عليه أو المتعاقد في الغلط ولكن توجد فروق بينهما نلخصها فيما يلي :

***التدليس المدني :**يكفي فيه الكتمان أو عدم إظهار ما يشوب الشيء من عيب حتى يقع المشتري في الغلط، أما الخداع فلا بد أن يقوم بفعل خارجي لكي يوهم المشتري بأن الشيء حقيقي كأن يعتمد البعض إلى خداع المستهلك عن طريق وضع علامة تجارية مشهورة وغير مملوكة له على شبكة الانترنت حتى تعي قد المستهلك أن المنتوج جيد الصنع فيطمئن ويقدم على عملية الشراء.[1] [2]

وفي التدليس المدني يلزم أن يثبت المدلس عليه أنه ما كان ليبرم العقد لو علم به بمعنى أن التدليس هو الدافع إلى التعاقد، بينما الخداع لا يستلزم ذلك بالضرورة ويكفي لجريمة الخداع أن يكون الغلط الذي دفع المستهلك إلى التعاقد، يتعلق بطبيعة البضاعة أو صفاتها الجوهرية أو العناصر الداخلة في مكونتها[3]

وأه يلزم في التدليس المدني درجة من الجسامة لإبطال العقد، أما في الخداع فلا يلزم ذلك، فكذبة واحدة حول البضاعة يكفي لقيام الجريمة كما أن التدليس يترتب عليه إبطال العقد، أما الخداع فيكون جريمة جنائية باعتباره نوع من الاحتيال، باعتبار أن الكذب مصحوب بأفعال مادية يتطلبها الخداع، أي أفعال تغير الشيء أو تشوه طبيعته في شكل خفي.

ب-التمييز بين جريمة الخداع وجريمة النصب :إن جريمة الخداع تتشابه مع جريمة

---

[1] -عبد الرازق السنهوري، الوجيز في شرح القانون المدني، تنقيح المستشار مصطفى الفقهي، طبعة نادي القضاة، 1997 ، ط 5 ، ص12

[2] خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية، الدار الجامعية، مصر، 2007 ، ص 310 .

[3] -أحمد محمود على خلف، مرجع سابق، ص 166 .

النصب على اعتبار أن الخداع صورة مخففة من النصب، ويقومان على فكرة الخداع والتأثير في نفسية المجني عليه، [1]إلا أنهما يختلفان في الأمور أن هدف الجاني في جريمة النصب هو الاستيلاء على كل أو بعض ثروة المجني عليه، وبدون أي مقابل أو بمقابل غير مناسب أما الجاني في جريمة الخداع يهدف إلى تحقيق ربح غير مشروع بواسطة عملية تجارية تبدوا سليمة في مظهرها، وتختلف جريمة النصب عن الخداع، كون وسائل الاحتيال في جريمدة النصب محددة على سبيل الحصر كالطرق الاحتيالية أو التصرف في مال ثابت أو منقولا ليس ملكا اللجاني أو اتخاذ اسم كاذب، في حين أن جريمة الخداع تقوم بأي طريقة من الطرق كاستعمال موازين أو مقاييس أو مكاييل مزيفة أو مختلفة أو استعمال طرق ووسائل أو مستندات من شأنها جعل عملية وزن البضاعة أو قياسها أو كيلها أو فحصها غير صحيحة. [2]

-نطاق جريمة الخداع من حيث الأشخاص :إن نص المادة 429 ق ع يسري مهما كانت صفة الجاني وصفة المجني عليه، أي أنه لا يقتصر تطبيقه على العقود المبرمة بين المتدخلين والمستهلين. [3]

في حين نجد أن المشرع الفرنسي قد نص في المادة الأولى من قانون أغسطس1905 على المتعاقد بصفة عامة، أما بعد صدور القانون رقم 23 الصادر في1978 / 01 / 10 المعدل للقانون السابق، فلقد وسع نطاق جريمة الخداع ولم يقصره على البيع فقط، وأصبح الخداع يسري على أي عقد أخر كالوكالة العمولة والوساطة والمقاولة، ويجب أن يكون العقد من عقود المقايضة ملزم للجانين. [4]

-نطاق جريمة الخداع من حيث الموضوع :ونقصد محل الخداع، وحسب مدلول نص المادة 429ق ع فإن تطبيق الخداع يتم على السلع وهو تعبير مرادف لمصطلح المنتجات أو البضائع،

---

[1] -محمد بودالي، مرجع سابق، ص 09 .

[2] -أحمد محمود على خلف، مرجع سابق، ص ص 167 - 167 .

[3] أحمد محمود على خلف، مرجع سابق، ص 169 .

[4] -محمد بودالي، مرجع سابق، ص 11 .

أما المشرع الفرنسي لم يقصر محل الحماية الجنائية في جريمة الخداع على البضائع فقط، بل يشمل أيضا الخدمات.

ولهذا ذهب بعض الفقهاء الفرنسيين، إلى أن البضاعة هي الأشياء المادية المنقولة التي يمكن أن تحسب أو توزن أو تقاس على أن تشمل المواد الغذائية والعقاقير الطبية والمنتجات الصناعية والطبيعية والمشتريات وغيرها . [1]

أما بالنسبة للعقد، يشترط القانون أن يكون هناك متعاقدين وأن يخدع أحدهما الآخر بأية طريقة من الطرق، حيث تفترض جريمة الخداع وفقا لنص المادة 429 ق ع وجود عقد كون الهدف الأساسي هو تجريم الخداع وحماية العقود والمتعاقدين، غير أن هناك استثناءا عن هذه القاعدة العامة، حيث أن الفقرة الأولى من نص المادة السابقة تعاقب جميع الأشخاص المسؤولين عن السلوك الإجرامي، بغض النظر عن وضعيتهم في العقد، بمعني سواء كانوا أطرفا أم لا. [2]

-أركان جريمة الخداع:

كغيرها من الجرائم ترتكز جريمة الخداع على عدة أركان نوجزها في مايلي:

أ -**الركن المادي لجريمة الخداع** :الفعل الذي يقوم به المجني في جنحة الخداع هو نوع من التدليس، يشكل الفعل المادي للجريمة، وهذا ما نصت المادة 429 ق ع ...." كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المتعاقد... "، وعلى هذا يجب أن يتحقق الخداع وقت التعاقد، ما لم تكن البضاعة مطروحة أو معروضة للبيع، مما يؤدي إلى اقتران الخداع بهذه الأفعال. [3]

الخداع في البضاعة ذاتها :تقوم جريمة الخداع عند حدوث عملية استبدال المنتوج أو البضاعة محل التعاقد دون علم أحد المتعاقدين ودون رضاه، وبالتالي يكون التسليم غير مطابق، وأمثلة ذلك دخول المشتري مستودع البائع لاستلام سلعة معينة بعد معاينتها ثم يتم تسليمه سلعة

[1] -أحمد محمود على خلف، مرجع سابق، ص 171 .

[2]- محمد بودالي، مرجع سابق، ص 16 .

[3] رؤوف عبيد، مرجع سابق، ص 385 .

مشابهة لها والتي تحتوي المميزات الأساسية المتفق عليها، ويشترط لقيام الجريمة أن تتم أثناء مرحلة التسليم(تنفيذ العقد).

•**الخداع في جوهر البضاعة أو طبيعتها :يقصد** بجوهر البضاعة، الخداع في الصفات الجوهرية التي لو علم المتعاقد بوجودها لما أقدم على التعاقد، وتعتبر هذه الحالة أكثر انتشارا في المحاكم، كتزوير العداد الخاص بالسير في السيارة أو الخداع في سنة الصنع أو بيع مواد استهلاكية منتهية الصلاحية .

كما أن الخداع في الصفقات الجوهرية للبضاعة، يعتبر مسألة اعتبارية، تكون مرتبطة بالأشخاص والعقود والأغراض التي دفعت إلى التعاقد وغالبا ما يرجع في تحديدها إلى طرق تحكيمية مما يدفع القضاء للتدخل لتفسير العقود والاتفاقات المرتبطة بها في ظل المعاملة المدنية، إلا أن هذا غير مستساغ مع طبيعة عمل القضاء الجنائي [1]

•**الخداع في كمية المنتوج** :وذلك باستعمال طرق احتيالية للزيادة أو النقصان في الوزن أو الكيل أو العدد، ومهما كانت الوسيلة المستعملة أو الطريقة المؤدية للجرم، كما أن في هذه الحالة يمكن تصور وقوع جريمة الخداع إما عن طريق مباشر من طرق من يقوم بتسليم السلعة مستعملا إحدى الوسائل

الرامية إلى الخداع برفع الوزن أو الكيل عن طريق خلط مادة جامدة مع مادة أخرى، واما بفعل من يتلقى السلعة أو المنتوج، ويتحقق الشروع في جريمة الخداع بمجرد عرض بضاعة تحتوي على بيانات غير صحيحة أو نقلها لغرض بيعها في منطقة أخرى.

الخداع في العناصر النافعة للبضاعة والعناصر الداخلة في تركيبها :ومدلول ذلك البيان كذبا عن مقدار العناصر النافعة الداخلة في تركيب البضاعة بأنها نافعة، والحقيقة غير ذلك، مثال ذلك " قيام تاجر ببيع شكولاطة تحت اسم معين، ويقول بأنها ممتازة أو هي في حقيقة الأمر لا تحتوي إلا على كمية ضئيلة من الكاكاو وبأقل جودة. [2]

---

[1] أحمد محمود على خلف، مرجع سابق، ص 175 .

[2] -محمد بودالي، مرجع سابق، ص 20 .

•**الخداع في هوية الأشياء** :ويتحقق ذلك بتسليم سلعة مخالفة لما تم الاتفاق عليه في العقد، وبهذا نصت المادة 430 ق ع على عدة ظروف مشددة لهذه الجريمة تؤدي إلى رفع العقوبة إلى خمس سنوات وعن استعمال وسائل احتيالية من أجل خداع المستهلك أو بيانات أو أدوات قياس غير صحيحة.

ب-الركن المعنوي لجريمة الخداع :تعتبر جريمة الخداع في القانون الجزائري من الجرائم العمدية، والتي يشترط توافر القصد الجنائي العام بعنصر العلم والإرادة، فيجب أن يعلم أن استعمال الطرق المنصوص عليها في قانون العقوبات، سيؤدي لا محالة إلى خداع المتعاقد وان إرادته اتجهت إلى ذلك بكل بصيرة وادارك، وبناء على ذلك لا يعاقب الجاني، إلا إذا ثبت لديه قصد الخداع.

وعليه فإن القانون لا يعاقب إلا على الخداع الذي يتحقق بطريق غير مشروع، وبالتالي لا يعاقب على الجهل أو الغلط الذي يقع فيه المتدخل تجاه المتعاقد معه ، باعتبار أن الخداع جريمة عمدية، لهذا فالإهمال حتى ولو كان جسيما لا يعادل الغش، لأن الإهمال صورة من صور الخطأ غير العمدي،[1] حيث لا يعتبر مخادعا إلا من كان سيء النية، ما إذا تحققت جريمة الخداع بأركانها السابقة فإن الجاني يأخذ عقابه ويمكن تشديد العقوبة في حالة إذا ما كانت تلك جريمة أي الخداع تجعل استعمال البضاعة خط ا ر على صحة الإنسان والحيوان[2].

[1] أحمد محمود على خلف، مرجع سابق، ص 174 .

[2] -أحمد محمود على خلف، مرجع نفسه، ص 175 .

المطلب الثاني: الحماية الجزائية للمستهلك الموضوعية

الفرع الاول :الأشخاص المؤهلين لمعاينة الجرائم:

بالرجوع لنص المادة 25 من القانون 03 / 09 المتعلق بالقواعد حماية المستهلك وقمع الغش على ما يلي" :بالإضافة إلى ضباط الشرطة القضائية والأعوان الأخرين المرخص لهم بموجب النصوص الخاصة، يؤهل للبحث ومعاينة مخالفات أحكام هذا القانون، أعوان قمع الغش التابعون للوازرة المكلفة بحماية المستهلك". [1]

لذلك سنتناول هذا التقسيم الثلاثي للأعوان المكلفون بالمعاينة كالاتي:

1- ضباط الشرطة القضائية

لقد حدد المشرع الجزائري أشخاص الضبطية القضائية العامة، المكلفون ببحث ومعاينة الجرائم والمخالفات الواقعة على المستهلك، وأشخاص الضبط القضائي الخاص الذين يعاينون الجرائم والمخالفات بصفة خاصة، وهذا طبقا للمادة 15 من قانون إجراءات جزائية.

يتمتع بصفة ضباط الشرطة القضائية الأشخاص الآتي ذكرهم:

-رؤساء المجالس الشعبية البلدية.

- ضباط الدرك الوطني.

- محافظو الشرطة.

- ضباط الشرطة.

- ذو الرتب في الدرك.

-رجال الدرك الذين أمضوا في سلك الدرك ثلاث سنوات على الأقل، والذين تم تعيينهم بموجب قرار مشترك صادر عن وزير العدل ووزير الدفاع الوطني بعد موافقة لجنة خاصة.

[1] الأمر 155 - 66 ، المؤرخ في 8 جوان 1966 المتضمن قانون الإجراءات الجزائية، المعدل والمتمم بالقانون رقم- 15 22المؤرخ في 13 مارس 2016 ، الجريدة الرسمية، العدد 40 سنة 2001.

-مفتشو الأمن الوطني الذين قضوا في خدمتهم بهذه الصفة ثلاث سنوات على الأقل، وعينوا بموجب قرار مشترك صادر عن وزير العدل، ووزير الداخلية والجماعات المحلية بعد موافقة لجنة خاصة.

-ضباط وضباط الصف التابعون للمصالح العسكرية للأمن الذين تم تعيينهم بموجب قرار مشترك بين وزير الدفاع الوطني ووزير العدل.

– يمارس جميع الأشخاص الاختصاص العام للبحث والتحري عن جميع الجرائم والمخالفات الواقعة على المستهلك. [1]

2- الأعوان المكلفون بموجب نصوص خاصة

إن الأجهزة والهيئات المكلفة بحماية المستهلك كثيرة ومتنوعة، فهناك هيئات تخضع لوازرة المالية، وأخرى تخضع لوازرة الفلاحة والصيد البحري وتلك تخضع لوازرة الصحة، لكن هذه الهيئات مكلفة بتنفيذ السياسة والأهداف المتبناة من طرف كل وازرة، فهي لا تستهدف حماية المستهلك أساسا بل من خلال تجسيد الغاية المنوط بها تكون قد وفرت حماية للمستهلك وجعلته في أمان من التجاوزات التي تؤدي إلى الإضرار بمصالحه .

-أولا: أعوان السلطة البيطرية:

: تعتبر السلطة البيطرية وكيلا صحيا يقوم بممارسة كل المهام والحقوق التي منحها له القانون من أجل حماية الصحة الحيوانية والبشرية ،فهي تسهر على تحقيق المطابقة مع المعايير والأسس النوعية والصحية التي تشترطهما التجارة[2]

الداخلية والخارجية، كما تتولي وظائف الرقابة والتفتيش سواء على مستوى الحدود أو داخل البلاد لمنع تسرب الأوبئة من الخارج وضمان التنبؤ و اكتشاف حالات الأمراض ومكافحتها كما قام المشرع باستحداث متفشيات بيطرية في المراكز الحدودية، وظيفتها التفتيش الصحي والبيطري

[1] -المادة 15 من قانون الإجراءات الجزائية

[2] أنظر المادة 09 من القانون 08 - 88 المؤرخ في 26 يناير 1988 المتعلق بنشاطات الطب البيطري وحماية الصحة الحيوانية، جر، عدد 04 ، الصادرة 27 يناير 19

للحيوانات والمنتجات الحيوانية، أو ذات الأصل الحيواني التي تعبر عبر المراكز الحدودية كالمؤاني والمطارات والحدود البرية .

ثانيا :أعوان حفظ الصحة البلدية :

حيث نص المرسوم التنفيذي رقم 164 / 87 على استحداث مكاتب لحفظ الصحة البلدية ، يقوم أعوان هذا المكتب بجولات ميدانية لمحلات البيع وأماكن التخزين والمصانع، بغرض مراقبة نوعية المواد الغذائية والمنتجات الاستهلاكية الأخرى، بالرغم من أن هؤلاء الأعوان مهامهم محددة في مجال النظافة والصحة دون مخالفات[1] .

ثالثا :أعوان قمع الغش لمديرية التجارة :

نظم المشرع الجزائري مهام وصلاحيات المديرية الولائية للتجارة بمقتضي المرسوم التنفيذي رقم 09 - 11 ، تتكون هذه المديرية من مصالح متعددة منها مصلحة الجودة التي تضم سلكين هما سلك لمراقبة النوعية وقمع الغش وسلك مفتشي النوعية وقمع الغش. [2]

1-أعوان سلك مراقبة النوعية وقمع الغش :يضم هذا السلك رتبتين هما:

أ-أعوان ذوي رتبة مرا قب رئيسي للنوعية

ب-أعوان ذوي رتبة مراقبي النوعية

2-أعوان سلك مفتشي النوعية وقمع الغش

أ-مفتشو الأقسام النوعية وقمع الغش

ب-المفتشون الرئيسيون للنوعية وقمع الغش

---

[1] -مرسوم تنفيذي رقم 87 / 146 المؤرخ في 30 يونيو 1987 يتضمن إنشاء مكاتب لحفظ الصحة البلدية ج، ر، عدد 27الصادر في 01 يونيو 1987 .

[2] -مرسوم مؤرخ في 20 يناير 2011 يتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وازرة التجارة وصلاحياتها، ج ر، عدد 04 ، الصادرة في 23 يناير 2011 وكذلك القرار الوازري المشترك في 18 نوفمبر 2005 الذي يحدد تنظيم المديريات الولائية للتجارة في مكاتب، ج ر، عدد 69 ، الصادر 12 نوفمبر.

ج-مفتشو النوعية

د-رؤساء المفتشين الرئيسين لمراقبة النوعية وقمع الغش.

الفرع الثاني :تحريك الدعوى والمتابعة فيها:

تعد مرحلة تحريك الدعوى العمومية وكذا التحقيق وصولا إلى المحاكمة هي مراحل الدعوى العمومية لذالك سنتناول في الفرع الأول تحريك الدعوى والفرع الثاني خصصناه للتحقيق والمحاكمة.

أولا : تحريك الدعوى العمومية:

1:تحريك الدعوى العمومية عن طريق شكوى المستهلك:

الشكوى هي تعبير عن إرادة المجني عليه في تحريك الدعوى الجزائية ضد المشكو منه لإثبات مسؤوليته الجنائية ومعاقبته قانونا، قد تكون الشكوى من الشخص المضرور أي المستهلك الذي تعرض حقه الذي يحميه نص التجريم لعدوان مباشر . [1]

ولقد أناط المشرع الجزائري مهمة البحث والتحري عن الجرائم بأعوان الضبط القضائي، وذلك عن طريق جمع الاستدلالات واجراء التحريات وتحرير محاضر او رسالها إلى النيابة العامة بالإضافة إلى أنها تتلقى شكاوى المواطنين والتبليغات وتقوم بإحالتها إلى وكيل الجمهورية.

يقوم الأعوان المكلفون بمعاينة جرائم المستهلك بإحالة ملفات الجرائم إلى وكيل الجمهورية، تتكون من الوثائق التالية :محضر الجريمة المضبوطة محضر اقتطاع العينات محضر سحب المنتوج كشف الخبرة الكيماوية والفيزيائية بطاقة معلومات للمعني، يرقم ممثل النيابة بدارسة الملفات ويقرر ما يرها مناسبا، واذا أرى إن الجريمة تحتاج إلى تحقيق أمر بذلك.

2 :تحريك الدعوى العمومية عن طريق شكوى جمعيات حماية المستهلك:

تحرك الدعوى العمومية عن طريق جمعيات حماية المستهلك، بحيث مكنها المشرع من ممارسة هذا الحق بالإضافة إلى الاعتراف لها بالمنفعة العامة والاستفادة من المساعدة القضائية.

[1]-المادة 22 من القانون رقم 03 / 09 .

وهذا ما نستشفه من نص المادة 23 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش والتي تنث على أنه ":عندما يتعرض مستهلك أو عدة مستهلكين لأضرار فردية فيها نفس المتدخل وذات أصل مشترك، يمكن لجمعيات حماية المستهلكين أن تتأسس كطرف مدني".

ونصت المادة 17 من القانون رقم 06 / 12 المتعلق بالجمعيات على أنه ... ":التقاضي والقيام بكل الإجراءات أما الجهات القضائية المختصة، بسبب وقائع لها علاقة بهدف الجمعية ألحقت ضرار بمصالح الجمعية أو المصالح الفردية أو الجماعية لأعضائها".

وبهذا نرى أن المشرع قد كفل لجمعية حماية المستهلكين قانونا حق التقاضي أما الجهات الجزائية عن طريق التأسيس المدني لتحريك الدعوى العمومية.

الفرع الثاني :اختصاصات قاضي التحقيق و اجراءات المحاكمة في هذه الجرائم:

أولا :اختصاصات قاضي التحقيق:

في النظام القضائي الجزائري يتولى قاضي التحقيق مهام التحقيق ، حيث تصل الدعوى إليها بناءا على طلب من وكيل الجمهورية يشمل هذا الطلب(اسم ولقب)المتدخل المخالف والمواد العقابية ويختم من طرف وكيل الجمهورية أما الطريق الثاني لاتصاله بوقائع الدعوى فيكون بناء على شكوى مصحوبة بادعاء مدني من طرف المضرور متى تعلق الأمر بجنحة أو جناية يذكر في الشكوى ويعلن فيها تأسيسه طرفا مدنيا ملتمسا إلزام المتهم والمسؤول عن حقوقه المدنية بدفع مبلغ من المال بشرط أن يقوم الطرف المتأسس مدنيا بدفع كفالة وان تتم هذه الشكوى أمام وكيل الجمهورية خلال خمسة أيام لإبداء ريه فيها ونميز بشان اختصاص قاضي التحقيق بين:

1 /الاختصاص المحلي :يتحدد حسب المادة 40 من ق إج بمكان ارتكاب جريمة الغش بمختلف صورها أو بالمكان الذي يقيم به العون الاقتصادي، أو الذي ألقى فيه القبض عليه وفي جميع الحالات فإن اختصاصه المحلي يتحدد بدائرة اختصاص المحكمة التي يباشر فيها وظيفته إلا في حالات استثنائية أين يمدد اختصاصه إلى محاكم أخرى بموجب قرار وازري حسب المادة 40فقرة 2 من ق إج، والمادة 65 مكرر أين أصبح اختصاصه في إطار إقرار مسؤولية الشخص

المعنوي يمتد أيضا إلى الجهات التي يتابع فيها أشخاص طبيعيون ممثلون للشخص المعنوي عن نفس الجرم. [1]

2 /الاختصاص النوعي :يختص بصفة عامة بالتحقيق في كل جريمة معاقب عليها طبقا القانون العقوبات والقوانين المكملة له، والموصوفة جنايات، إذ التحقيق فيها وجوبي، ولا يجوز إحالة المتابع بجناية أو جنحة في بعض الحالات مباشرة أمام المحاكمة دون المرور على مرحلة التحقيق كما هو الشأن بالنسبة لنص المادة 432 من ق ع.

3 /الاختصاص الشخصي :يختص بالتحقيق مع كافة الأشخاص طبيعة أو معنوية ممثلة في ممثلها القانوني أو أجهزتها، وان كانت بعض الفئات يتم التحقيق معها وفقا لإجراءات خاصة كالعسكريين والإحداث ضباط الشرطة القضائية فإننا لا نعرف استثناءات من هذا النوع ضمن قضايا الاستهلاك، إذ المتابع العون الاقتصادي، وهو عادة لا يتمتع بصفة معينة تخوله إجراءات تحقيق خاص[2]

ثانيا :إجراءات المحاكمة

ولم يبين المشرع الجزائري فكرة إخضا ع جرائم الغش إلى قضاء خاص، بل الاختصاص يعود للقضاء العادي في شقه الجزائي، سواء كانت الواقعة جناية أو جنحة، أو مخالفة، وسواء كانت على مستوى المحاكم الابتدائية، أو المجالس القضائية، أو محاكم الجنايات.

فالنصوص التشريعية الخاصة بحماية المستهلك لم تأت بجديد فيه خروج عن القواعد العامة بشأن الملفات والمحاضر المثبتة لجرائم الغش، والتي يتم عرضها على جهات الحكم سواء من طرف وكيل الجمهورية، أو قاضي التحقيق أو غرفة الاتهام بحسب طبيعة المخالفة. [3]

---

[1] محمد حزيط، قانون الإجراءات الجزائية الجزائري، دار هومة للطباعة والنشر، الجزائر، 2007 ، ص 92 .

[2] محمد حزيط، مرجع سابق، ص 87 - 86 .

[3] علي بولحية، القواعد العامة لحماية المستهلك و المسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى، عين مليلة الجزائري، 2000 ، ص655

خلاصة الفصل:

وفي الاخير يمكن القول انه قد أولى المشرع الجزائري للمستهلك أهمية خاصة، وذلك بالنص على حماية المستهلك من خلال تدخل الدولة في ضبط السوق وحماية القانون لحقوق المستهلكين وهذا بنص المادة43 من الدستور كما جرم المشرع جملة من الافعال يهدف بموجبها إلى حماية المستهلك، والتي جاءت في نصوص قانون العقوبات وكذا ما هو منصوص عليه في القانون 03 / 09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش

الخـــاتمة

ختاما لهذه الدراسة يمكن القول أن حماية المستهلك في بلادنا أصبحت موضع اهتمام وعناية من قبل المشرع، على غرار الأمم المتحضرة بما فيها المنظمات الدولية، ويرجع ذلك لأهميتها وضرورتها في آن واحد، فعدم التوازن بين المنتجين والموردين والتجار من ناحية، والمستهلكين من ناحية أخرى نجده يتعمق ويتسع يوما بعد يوم، مما يدفع بالقانون إلى التدخل لتحقيق إعادة التوازن، وقد كان للتشريعات التي صدرت قبل القانون 09-03 المتعلق لحماية المستهلك وقمع الغش دور في هذه الحماية، وقصد تعزيز حماية المستهلك من أي شكل من أشكال الممارسة غير المشروعة استحدث المشرع الجزائري القانون 09 -03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

لقد أولى المشرع الجزائري للمستهلك أهمية خاصة، وذلك بالنص على حماية المستهلك من خلال تدخل الدولة في ضبط السوق وحماية القانون لحقوق المستهلكين وهذا بنص المادة43 من الدستور كما جرم المشرع جملة من الافعال يهدف بموجبها إلى حماية المستهلك، والتي جاءت في نصوص قانون العقوبات.

و لكي تترسخ اجتماعيا ثقافة صحيحة عن فكرة الاستهلاك وكذا مفهوم المستهلك وحمايته، وبالأخص في مجتمعنا يتطلب ذلك مجهودا كبيرا حتى يدرك المستهلكون انه حلقة هامة في الدورة الاقتصادية، وأن لهم حقوقا في مواجهة المتدخلين للدفاع عن وجودهم ومصالحهم، كما فرضت على المتدخلين التزامات وجزاءات.

مع تقديم هذه المقترحات والتوصيات :

تنمية ورفع مستوى الوعي لدى المستهلك الجزائري.

- تعزيز التكامل الإعلامي بين الأجهزة الحكومية المعنية بتوعية وحماية المستهلك وبين وسائل الإعلام.

- تطوير الحملات والبرامج التوعوية والخطط الإعلامية لرفع وعي المستهلك وتثقيفه بحقوقه.

- اعتماد التوعية في النظام التعليمي والتربوي في المدارس والمعاهد والكليات.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المراجع:

أولا- الكتب :

1-موسوعة جمال عبد الناصر في الفقه الإسلامي المجلس الأعلى للشؤون الإسلامية ج8

2-ابن منظور , لسان العرب المحيط وبيروت ,دار لسان العرب ,دط, دت, مادة هلك مج 3

3-د. عبد الفتاح بيومي الحجازي, النظام القانوني لحماية التجارة الالكترونية ,الاسكندرية ,دار الفكر الجامعي,ج2002,1

4-السيد خليل هيكل ,نحو قانون إداري للاستهلاك في سبيل حماية المستهلك ,دار النهضة العربية ,القاهرة ,1979م

5-طلعت أسعد عبد الحميد، **سلوك المستهلك(المفاهيم العصرية والتطبيقات)**، مكتبة الشقري، مصر ،2005 .

6-كاسر نصر المنصور، سلوك المستهلك)مدخل الإعلان(، دار حامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2006 .

7-محمد إبراهيم عبيدات، **سلوك المستهلك مدخل استراتيجي**، الطبعة الرابعة، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن،2004 .

8-على فتاك. **حماية المستهلك وتأثير المنافسة على الالتزام بضمان سلامة المنتوج .** ط دار الفكر الجامعي :الاسكندرية. مصر. 2008 .

9-سليم سعداوي. **حماية المستهلك الجزائر نموذجا.** ط 1 . دار الخلدونية: الجزائر. 2009

10- د. مرفت عبد المنعم صادق: الحماية الجنائية للمستهلك، 1999 ، بدون دار النشر، القاهرة.

11- على بولحية بن بوخميس. **القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري.** د ط. دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع :الجزائر. 2000

12- محمد بودالي. تطور حركة حماية المستهلك. مجلة العلوم القانونية والإدارية. عدد خاص. جامعة الجيلالي اليأس. مكتبة الرشاد للطباعة والنشر والتوزيع. جامعة سيدي بلعباس. الجزائر. 2005

13- السيد خليل هيكل ,نحو قانون إداري للاستهلاك في سبيل حماية المستهلك ,دار النهضة العربية ,القاهرة ,1979م.

14- خلف حسن الدليمي, تخطيط الخدمات المجتمعية والبيئة التحتية ,دار الصفاء للنشر والتوزيع ,عمان ,الاردن 2009م.

15- أحمد محمود على خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القانون المصري و الفرنسي و الشريعة الاسلامية، دارسة مقارنة دار الجامعة الجديدة للنشر، مصر،2005 .

16- رؤوف عبيد، شرح قانون العقوبات التكميلي، دار الفكر العربي، مصر،1979

17- حسن صادق المرصفاوي، قانون العقوبات الخاص، منشأة المعارف، مصر،1975

18- عبد الرازق السنهوري، الوجيز في شرح القانون المدني، تنقيح المستشار مصطفى الفقهي، طبعة نادي القضاة، 1997 ، ط5

19- خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية، الدار الجامعية، مصر،2007

20- محمد حزيط، قانون الإجراءات الجزائية الجزائري، دار هومة للطباعة والنشر، الجزائر،2007

21- علي بولحية، القواعد العامة لحماية المستهلك و المسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى، عين مليلة الجزائري، 2000

ثانيا- المذكرات:

1- ابتسام حمبلي، حماية المستهلك من السلع المقلدة، مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق و العلوم السياسية جامعة العربي بن مهيدي/ ام البواقي ، الجزائر 2018 / 2019 .

2-قلومة أسيا: دور سلوك المستهلك في توجيه السياسات الترويجية للمؤسسة: م ذكرة مكملة لنيل شهادة الماجيستسر ،جامعة الجزائر كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير- 2007/2006 .

3-اكرم مرعوش، **مدى تأثير الإعلان على سلوك المستهلك**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية تخصص تسويق، جامعة الحاج لخضر ، باتنة،2009 .

4-فتيحة حدوش . ضمان سلامة المستهلك من المنتوجات الخطرة في القانون الجزائري في ضوء القانون الفرنسي. مذكرة لنيل شهادة الماجستير. كتو محمد الشريف 2009 - 2010.

5-سعدية قني، جرائم الإضرار بمصالح المستهلك دارسة مقارنة رسالة ماجستير في القانون، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2009.

ثالث :المجالات والملتقيات والمحاضرات

1-محمد عماد الدين عياض، نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مجلة دفاتر السياسة و القانون، العدد9 جوان 2013 جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة الجزائر

2-عبد الرزاق بولنوار. المهني والمستهلك طرفان متناقضان في العلاقة الاستهلاكية دراسة في ضوء القانون الجزائري والفرنسي. مجلة شمال أفريقيا. جامعة بشار. الجزائر

3-د. محمد بودالي، مدى خضوع المرافق العامة ومرتفقيها لقانون حماية المستهلك، مجلة إدارة، عدد 24 ،الجزائر ،2002.

4-كريم قش دور السلطات العمومية في حماية القدرة الشرائية للمستهلك مجموعة أعمال الملتقى الوطني حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي. المركز الجامعي الوادي أيام 13 – 14 افريل 2008.

5-قضية مؤرخة في: 30 12 / 1990 . المجلة القضائية. صادرة عن وزارة العدل الجزائري. العدد 11 . 1992

6-دكتورة ريزان نصور ,جامعة المنارة ,المحاضرة الخامسة مقياس التسويق (المنتجات)

7-د. براينيس عبد القادر أستاذ محاضر (أ)، كلية العلوم الاقتصادية– جامعة مستغانم, خصائص الخدمات وأثرها على سلوك المستعملين.

8-علي محمد حسن بني مصطفى،" **أثر التخطيط الاستراتيجي في تسويق الخدمات قطاع الاتصالات الأردنية"**، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان الأردن الطبعة الأولى، 2017

رابعا: المواد والمراسيم التنفيذية

1-المرسوم التنفيذي 39 / 90 المؤرخ في 30 يناير 1990 ، متعلق برقابة الجودة وقمع الغش المعدل و المتمم، الجريدة الرسمية عدد 05 الصادرة في 31 يناير 1990

2-القانون رقم 02 / 04 المؤرخ في 23 جوان 2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية العدد 41الصادرة في 27 جوان2008

3-القانون رقم 09 / 03 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل و المتمم، الجريدة الرسمية عدد 15 الصادرة في 08 مارس 2009 .

4-القانون رقم 02 / 04 المؤرخ في 23 جوان 2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية العدد 41الصادرة في 27 جوان2008

5-نص المادة 140 يكون المنتج مسؤول عن الضرر الناتج عن عيب في منتوجه « مكرر من القانون المدني المعدل والمتمم حتى ولم تربطه بالمتضرر علاقة تعاقدية. يعتبر منتوجا كل مال منقول ولو كان متصلا بعقار لاسيما المنتوج الزراعي والمنتوج الصناعي وتربية الحيوانات والصناعة الغذائية والصيد البري والبحري والطاقة الكهربائية.

6- نصت المادة الأولى من القانون التجاري" يعد تاجرا كل شخص طبيعي او معنوي يباشر عملا تجاريا ويتخذه مهنة معتادة مالم يقض القانون بخلاف ذلك".

7-المادة 2 من الأمر رقم 01-04 المؤرخ في 20 أوت 2001 المتعلق بتنظيم المؤسسات العمومية الاقتصادية وتسييرها وخوصصتها، (جريدة رسمية: 47 / 2001).

8-الأمر 03-03 المؤرخ قي 19 يوليو 2003 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم (جريدة رسمية: 2003/43.

9-الأمر رقم 03 - 04 المؤرخ في 19 يوليو 2003 . المتضمن والمتعلق بالقواعد العامة المطبقة على عمليات استيراد البضائع وتصديرها. الجريدة الرسمية. العدد 43

10- قانون رقم 08-09 مؤرخ في25-02-2008، يتضمن قانون الإجراءات المدنية و الإدارية ،ج. ر عدد 21 ، . 2008-04-23 في صادرة

11- أنظر القانون 89 - 02 المؤرخ في 07 فبراير 1989 . المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك. الجريدة الرسمية العدد 6المؤرخة في 08 فبراير 1989 . الملغى بموجب القانون رقم 09 - 03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

12- القرار المؤرخ في 22 سبتمبر 2004 . المتضمن تحديد مواقع متفشيات مراقبة الجودة وقمع الغش عند الحدود. الجريدة الرسمية. العدد 68 . الصادر بتاريخ 27 اكتوبر 2004 .

13- المادة 9 من القانون 02-88المؤرخ في 26 يناير 1988 . المتعلق بنشاطات الطب البيطري وحماية صحة الحيوان.

14- مرسوم التنفيذي رقم 09-11المؤرخ في 20 يناير 2011 . المتضمن تنظيم المصالح الخارجية لوزارة التجارة وصلاحياتها. الجريدة الرسمية العدد 04 الصادر بتاريخ 23 يناير 2011 . وكذلك القرار الوزاري المشترك في 18 نوفمبر 2005 الذي

يحدد تنظيم المديريات الولائية للتجارة في مكاتب. الجريدة الرسمية العدد 69 . الصادرة بتاريخ 12نوفمبر 5 200.

15- المادة 37 من المرسوم التنفيذي رقم207-89المتضمن القانون الأساسي المطبق علي العمال المنتمين إلي الأسلاك الخاصة في الإدارة المكلفة بالتجارة. الجريدة الرسمية. العدد 48 الصادر بتاريخ 15 نوفمبر 1989 السنة السادسة والعشرون.

16- المادة 88- 94من القانون12-08 المتعلق بالبلدية

17- المرسوم التنفيذي رقم 266 / 90 **المتعلق بضمان المنتوجات و الخدمات**، الصادر في 25 صفر 1411 الموافق ل19 سبتمبر 1990 العدد40

18- الأمر 155 - 66 ، المؤرخ في 8 جوان 1966 المتضمن قانون الإجراءات الجزائية، المعدل والمتمم بالقانون رقم 22- 15 المؤرخ في 13 مارس 2016 ، الجريدة الرسمية، العدد 40سنة 2001

19- أنظر المادة 09 من القانون 08 - 88 المؤرخ في 26 يناير 1988 المتعلق بنشاطات الطب البيطري وحماية الصحة الحيوانية، جر ، عدد 04 ، الصادرة 27 يناير 19

20- المادة 15 من قانون الإجراءات الجزائية

21- مرسوم تنفيذي رقم 87 / 146 المؤرخ في 30 يونيو 1987 يتضمن إنشاء مكاتب لحفظ الصحة البلدية ج، ر ، عدد 27الصادر في 01 يونيو1987

22- مرسوم مؤرخ في 20 يناير 2011 يتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وازرة التجارة وصلاحياتها، ج ر ، عدد 04 ، الصادرة في 23 يناير 2011 وكذلك القرار الوازري المشترك في 18 نوفمبر 2005 الذي يحدد تنظيم المديريات الولائية للتجارة في مكاتب، ج ر ، عدد 69، الصادر 12 نوفمبر

المواقع الالكترونية

1- https://ar. wikipedia. org/ موقع الالكتروني2022/04/02 مقال بعنوان حماية المستهلك من الغش والتدليس

2- https://books. google. dz موقع الالكتروني تاريخ الاطلاع 2022/04/03مقال بعنوان المستهلك في المشرع الجزائري

الفهرس

المحتويات

شكر وعرفان ..... **ب**

إهداء ..... **ج**

مقدمة ..... **د**

مقدمة ..... **أ**

الفصل الأول: الحماية القانونية للمستهلك **6**

المبحث الأول: مفهوم الأطراف العلمية الاستهلاكية 9

المطلب الأول: ماهية المستهلك 9

المطلب الثاني: مفهوم المتدخل 20

المبحث الثاني: الحماية القانونية لأطراف العملية 30

المطلب الأول: الحماية الجنائية 30

المطلب الثاني: الحماية الجزئية 39

الفصل الثاني: الحماية القانونية للمستهلك من حيث الموضوع **48**

المبحث الأول: مفهوم موضوع المستهلك 50

المطلب الاول: مفهوم السلعة 50

المطلب الثاني: مفهوم الخدمة 55

المبحث الثاني: اليات حماية المستهلك الموضوعية 62

المطلب الأول: الحماية الجنائية للمستهلك الموضوعية 62

المطلب الثاني: الحماية الجزائية للمستهلك الموضوعية 71

خلاصة الفصل: 77

الخـاتمة **78**

قائمة المصادر والمراجع **82**

ملخص الدراسة :

من الملاحظ أن هذه الحماية ضعيفة ومحدودة في المستويات الثلاث التي تعرضنا لها، لهذا يجب أن تكشف الجهود على هذه المستويات لتوفير الحماية المطلوبة والكفيلة للمستهلكين، ويتم ذلك بإيجاد مدونة خاصة لحماية المستهلك تكون رهن إشارة المعنيين بالأمر، وتسهل دور الأجهزة في القيام بمهمتها وتقوية الجهاز الإداري بالزيادة في أطرها المتخصصة وإتاحتهم الظروف المادية اللازمة لكي يقوموا بدورهم أحسن قيام علاوة على ذلك وعلى المستوى القضائي يجب تقوية هذا الجهاز وذلك عن طريق تكوين قضاة متخصصين في هذا الشأن " القضاء الواقف" القضاء الجالس" وتوفير الإمكانيات المادية الضرورية لتأدية دورهم في هذا الميدان وإعطاء نتائج مشرفة كذلك.

وفي الاخير يمكن القول انه قد أولى المشرع الجزائري للمستهلك أهمية خاصة، وذلك بالنص على حماية المستهلك من خلال تدخل الدولة في ضبط السوق وحماية القانون لحقوق المستهلكين وهذا بنص المادة 43 من الدستور كما جرم المشرع جملة من الافعال يهدف بموجبها إلى حماية المستهلك، والتي جاءت في نصوص قانون العقوبات وكذا ما هو منصوص عليه في القانون 09 / 03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

Résumé de l'étude:

On constate que cette protection est faible et limitée aux trois niveaux auxquels nous avons été exposés, des efforts doivent donc être révélés à ces niveaux pour apporter la protection requise et suffisante aux consommateurs, en multipliant ses cadres spécialisés et en leur fournissant le matériel conditions nécessaires pour qu'ils remplissent mieux leur rôle. Par ailleurs, au niveau judiciaire, cet appareil doit être renforcé en formant des magistrats spécialisés en la matière, « le corps judiciaire permanent », et en se dotant des moyens matériels nécessaires pour remplir leur rôle dans ce domaine et donner des résultats honorables aussi.

Enfin, on peut dire que le législateur algérien a accordé une importance particulière au consommateur, en stipulant la protection du consommateur par l'intervention de l'État dans le contrôle du marché et la protection par la loi des droits des consommateurs, et ceci dans le texte de l'article 43 de la Constitution Les dispositions du Code pénal, ainsi que ce qui est stipulé dans la loi 09/03 relative à la protection du consommateur et à la répression des fraudes.