

جامعة ابن خلدون - تيارت

كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

دور الهيئات الرقابية المكلفة بقمع الغش التجاري

دراسة حالة مديرية التجارة لولاية تيارت

مذكرة تخرّج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر

تخصص: تجارة دولية

تحت إشراف الدكتور:

حري خليفة

إعداد الطالبتين:

● شيخي جهيدة

● بن مومن عائشة

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ:

السنة الجامعية 2016م-2017م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ
وَالَّذِي يُضَوِّبُ الْمَوْتَ
وَالَّذِي يُضَوِّبُ الْمَوْتَ
وَالَّذِي يُضَوِّبُ الْمَوْتَ

كلمة شكر

قال تعالى:

﴿...قَالَ رَبِّ أَوْزِعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَى وَالِدَيَّ وَأَنْ أَعْمَلَ صَالِحًا تَرْضَاهُ...﴾

(الأحقاف: 15)

- الحمد لله رب العالمين الذي وفقنا إلى إنجاز هذا البحث المتواضع
- الشكر الجزيل للأب الروحي لهذا البحث، الذي سهر عليه توجيهها وتصويبها، وتدقيقها، حتى بات عملاً يُقرأ؛

الأستاذ المشرف: حري خليفة

لك مني كل الشناء والتقدير

حفظك الله ورعاك

- كل الشكر لكل من كان سبباً في إنجاز هذا العمل بقول أو توجيه أو دعم

ألف شكر لكم

الملخص باللغة العربية:

تعد حماية المستهلك ترجمة فعلية للمفهوم المعاصر لحقوق الإنسان وبالتالي فإن حماية تدخل في صميم اختصاص الهيئات الرقابية المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش التجاري، ولذلك فقد اهتم المشرع الجزائري بالمستهلك سنه لنصوص قانونية الهدف منها سد أي نقص أو فراغ قانوني يمكن أن يعرض مصالح المستهلك المادية والمعنوية للحظر.

وكذلك قد كرس المشرع حماية قانونية للمستهلك بوضعه عدة آليات وأجهزة رقابية كلفت بالعديد من الصلاحيات وعلى رأسها توفير الحماية للمستهلك من الإضرار الماس بأمنه وسلامته باعتبار هذه الهيئات همزة وصل بين التجريم والعقاب والواقع العملي.

ولقد تجسد هذا الدور الفعال من خلال تطرقنا لدراسة ميدانية في إحدى هذه الهيئات الرقابية وهي مديرية التجارة لولاية تيارت والمفتشيات التابعة لها، حيث تلعب دورا كبيرا في تحقيق الحماية المنشودة للمستهلكين والمخولة بقمع كل المخالفات وأساليب الغش والتدليس التي يقوم بها المتعاملين الاقتصاديين.

Résumé:

La protection du consommateur constitue une contemporaine consécration des droits de l'homme.

Il est donc indéniable que la protection de ce consommateur demeure l'une des prérogatives prépondérantes des instances et institution de la défense de ses droit et donc de la répression des fraudes.

En l'occurrence, le législateur algérien s'est attelé i mettre en œuvres des textes législatifs aspirant à remédier aux carences et remédier aux manques enregistrés dans les textes juridiques pouvant générer une entraves et des dangers vis-à-vis aux intérêts sanitaires et moraux du consommateurs..

Ainsi, il était judicieux que le législateur concrétise ses démarches en mettant en œuvre des mécanismes et des structures dotés de diverses prérogatives et ce en vue de procéder au suivi et au contrôle adéquats pouvant viser essentiellement la santé et le droit du consommateur..

En outre, nous avons jugé judicieux de procéder à une étude de terrain du rôle et de l'activité de ces institutions, ciblant notamment la direction du commerce de la Willaya de Tiaret ainsi que ses différents services en vue de jeter une lumière crue sur l'efficacité de leur rôle dans le contrôle de qualité des produits, la répression des fraudes, ce qui est en soi un garant des droits du consommateur

فہرہ سے البعث

كلمة شكر

5	فهرس البحث
أ	مقدمة

الفصل الأول: دور الهيئات الرقابية

2	تمهيد:
3	المبحث الأول: دور وزارة التجارة وإدارة الجمارك في قمع الغش التجاري
3	المطلب الأول: دور وزارة التجارة والهيكل التابعة لها.
12	المطلب الثاني: دور إدارة الجمارك في حماية المستهلك.
22	المبحث الثاني: دور مجلس المنافسة الجمعيات في قمع الغش التجاري
23	المطلب الأول: مجلس المنافسة في حماية المستهلك
32	المطلب الثاني: جمعيات حماية المستهلك.
38	المبحث الثالث: دور الجماعات المحلية والهيئات القضائية في قمع الغش التجاري.
38	المطلب الأول: الجماعات المحلية.
41	المطلب الثاني: الهيئات القضائية
44	خلاصة:

الفصل الثاني: الغش التجاري وأضراره

46	تمهيد:
47	المبحث الأول: أسباب انتشار ظاهرة الغش التجاري وحماية المستهلك
47	المطلب الأول: ماهية الغش التجاري.
49	المطلب الثاني: القواعد التي تحمي المستهلك من الغش التجاري.
51	المطلب الثالث: حماية المستهلك ومكافحة الغش التجاري.
54	المبحث الثاني: حماية المستهلك من الغش التجاري في الشريعة والقانون.
54	المطلب الأول: عقوبات وضوابط الشريعة المتعلقة بالغش التجاري.

محتويات البحث

المطلب الثالث: حماية المستهلك من الغش التجاري في المنظور الجنائي.....	58
المطلب الثالث: دور الدولة في حماية المستهلك وحقوقه.....	60
المبحث الثالث: دراسة سلوكيات المستهلك.....	62
المطلب الأول: سلوك المستهلك.....	62
المطلب الثاني: عوامل ومحددات القرار الشرائي للمستهلك.....	65
المطلب الثالث: مؤثرات سلوك المستهلك.....	67
خلاصة:.....	70

الفصل الثالث: دراسة حالة 'مديرية التجارة لولاية تيارت'

تمهيد:.....	72
المبحث الأول: نبذة عن مديرية التجارة.....	73
المطلب الأول: تعريف مديرية التجارة.....	73
المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي لمديرية التجارة.....	73
المطلب الثالث: مهام المديرية.....	76
المبحث الثاني: حصيلة نتائج الرقابة الاقتصادية وقمع الغش بعنوان سنة 2016.....	79
المطلب الأول: نتائج المراقبة.....	79
المطلب الثاني: حصيلة مصلحة المنازعات والشؤون القانونية:.....	81
المبحث الثالث: مجال تطبيق التشريع الوطني لمديرية التجارة لولاية تيارت.....	83
المطلب الأول: القوانين المتعلقة بحماية المستهلك وقمع الغش.....	83
المطلب الثاني: الصعوبات التي يتلقاها أعوان الرقابة على جودة المنتج.....	84
خاتمة.....	86
فهرس المصادر والمراجع.....	90

مقدمة

إن التغيرات التي تشهدها الجزائر خاصة التغيرات الجذرية التي يشهدها الاقتصاد الوطني إستجابة لمطالبات الفترة الراهنة بالتوجه إلى إقتصاد السوق وما تستلزمه هذه الفترة الانتقالية لضرورة ادخال تغيرات وميكانيزمات جديدة على مختلف القطاعات الاقتصادية الوطنية وكافة هياكلها بالاضافة إلى المؤسسات الادارية والاقتصادية.

إلا أنه نتيجة للتوجه الاقتصادي الحالي بالجزائر الذي رافقه انسحاب الدولة من الحقل الاقتصادي وتشجيع الاقتصاد الخاص، أدى بفترة من التجار وسعيا منها للربح في إغراق السوق بالسلع المغشوشة وغير المطابقة للمواصفات المحددة قانونا، وهذه الحالة لا تشهدها الجزائر فقط وإنما نستطيع القول أنه لم يتمكن أي بلد في العالم إلى حد اليوم من التحكم المطلق في الأخطار التي يتعرض لها المستهلك، وحتى تلك البلدان المعروفة بتقدمها والتي تتوفر على كل الآليات المواتية للرقابة الصارمة وقمع الغش، لا تبقى بمنأى عن انتهاكات والتجاوزات التي يتعرض لها المستهلك والتي تؤدي إلى الاضرار به، مما قد يؤدي إلى التأثير على سلامته وصحته، كما قد يكون عرضة للمناورات والتلاعبات التي يقوم بها الأعوان الاقتصاديين بطرق احتيالية من فساد وغش تجاري.

إذ تعد حماية المستهلك ترجمة فعلية للمفهوم المعاصر لحقوق الإنسان وبالتالي فإن حمايته تدخل في صميم اختصاص الأجهزة والهيئات الرقابية المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش التجاري.

وقد بدأ مشوار حماية المستهلك من الغش التجاري في الجزائر بصدر القانون رقم 02/89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك المؤرخ في 27 فيفري 1989.

ورغم أهمية هذا القانون في حماية المستهلك، إلا أنه لم يرقى إلى مستوى طموح المستهلك الجزائري، وأصبحت قواعده عاجزة عن مواكبة التحديات التي تكشف عنها عملية التسويق، وتواصل الإجرام المس بآمن وسلامة المستهلك حتى في ظل وجود قانون يرمي لحماية جهود المستهلكين، وهذا ما دفع المشرع إلى إعادة النظر في القانون 02/89 بإلغائه كليا وإصداره القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المؤرخ في 25 فيفري 2009 وهو ما يتضح جليا من تسمية القانون ذاته والذي يهدف إلى خلق نوع من التوازن وحماية المستهلك كطرف ضعيف في علاقته مع العون الاقتصادي.

وفي مجال حماية المستهلك وبناء على القوانين المستحدثة في هذا المجال تقوم السلطة بوضع عدة آليات وأجهزة رقابية كلفت بالعديد من الصلاحيات في إطار قمع الغش التجاري والدفاع عن المستهلك، لأن هذه الهيئات هي همزة وصل بين التجريم والعقاب، والواقع العملي حيث يمكن أن نضبط كل ما من شأنه مخالفة تشريعات الاستهلاك وإخضاع العون الإقتصادي في حالة مخالفته لأصول وأخلاقيات التجارة والتكامل التجاري والإجراءات اللازمة.

طرح الإشكالية:

إنطلاقاً من الدور الفعال للهيئات الرقابية في قمع الغش التجاري وحماية المستهلك، فإنه من الضروري أن نطرح الإشكالية التالية:

ما هو الدور المنوط للأجهزة والمصالح الرقابية في خدمة وحماية المستهلك من الممارسات التجارية وقمع الغش؟

وللإجابة على إشكالية الدراسة يجب علينا أن نجيب على الأسئلة الفرعية الناجمة عنها وهي كالتالي:

1- من هي الهيئات الرقابية المكلفة بقمع الغش التجاري؟

2- ما هي الإجراءات والتدابير المتخذة من قبل هذه الهيئات في حالة وجود مخالفات من قبل العون الاقتصادي؟

3- ما هي الأضرار المترتبة عن الغش؟ وكيف تؤثر على سلامة وصحة المستهلك؟

طرح الفرضيات:

الفرضية الأولى: تؤدي الأجهزة الرقابية دوراً فعالاً في حماية المستهلك والحد من ظاهرة الغش التجاري.

الفرضية الثانية: ضرورة الإهتمام بتكريس الثقافة الاستهلاكية عن طريق الإعلام المسموع والمعي والمكتوب من جهة والسلطات العمومية والمؤسسات الإجتماعية على رأسها جمعية حماية المستهلك من جهة أخرى.

الفرضية الثالثة: تلعب مديرية التجارة والمفتشيات التابعة لها دور كبير في الحد من ظاهرة الغش التجاري الذي يعاني منه المستهلك.

أسباب إختيار الموضوع:

جاء إختيار هذا الموضوع لكون حماية المستهلك أمر ضروري أولت له الدولة اهتماما كبيرا وأنشأت له أجهزة رقابية تقوم بشؤونه وتضمن له حقوقه القانونية لما يلحق به من أذى من الأعوان اقتصاديين لهذا اخترنا هذا الموضوع لحساسيته وضرورة الإهتمام بالمستهلك.

أهمية البحث:

تكمن أهمية هذا الموضوع في كونه موضوع الساعة وهو الواقع المعيشي اليومي للمستهلك الجزائري، وعلى اعتبار أن الحماية الفعلية لضمان صحة وسلامة المستهلك تكمن في العديد من الهيئات الرقابية التي تملك الصلاحيات القانونية والإمكانات المادية والبشرية حتى العلمية والتكنولوجية، فإن دراسة هذه الأجهزة والهيئات وتحديدها يعتبر من الأهمية خاصة في الجانب المحلي والتوغل المباشر في المجتمع والأسواق ومع الأفراد فائدة كبيرة بالنسبة للمستهلكين.

أهداف البحث: نلخص هذه الأهداف فيما يلي:

1- الحد من التجاوزات التي تصدر من المتاعملين الإقتصاديين والمتمثلة أساسا في جريمة الغش التجاري وخداع المستهلك.

2- الإلتزام بالقوانين والنصوص التشريعية والتنظيمية التي تنظم وتضبط وتشرع النشاط الملقى على عاتقهم.

3- نشر الثقافة الإستهلاكية السليمة في جمهور المستهلكين.

- 4- بيان النطاق التشريعي لحماية المستهلك من جرائم الغش والتدليس.
- 5- تحديد العقوبات المترتبة على جريمة الغش ضمن قانون العقوبات.
- 6- تعداد وتبيان الإجراءات القضائية لمتابعة جرائم الغش والتدليس.

حدود الدراسة:

من خلال الإشكالية والتساؤلات الفرعية المطروحة يتضح لنا أن مشكلة البحث لها أبعاد متداخلة ومتشابكة، ولهذا ركزنا الدراسة حول الجانب الهام والدور الفعال الذي تقوم به أجهزة الرقابة في حماية المستهلك وقمع الغش التجاري، خاصة الفترة الراهنة بتوجه الجزائر نحو اقتصاد السوق وتشجيع القطاع الخاص الذي أدى بفتحة من الأعوان الاقتصاديين إلى ممارسة أساليب غير شرعية في عملية التجارة. -ومن بين هذه الأجهزة حددنا في دراستنا مديرية التجارة لولاية تيارت كإطار مكاني للبحث، كما ركزنا على مدى قيام المفتشيات التابعة لها من خلال تطبيق القوانين واتخاذ الإجراءات اللازمة اتجاه المخالفات التي يرتكبها الأعوان الإقتصاديين.

المنهج المستخدم: وللإجابة على الإشكالية المطروحة سيتم الإعتماد على مجموعة من المناهج

العلمية:

فالمنهج التحليلي يعد من ضروريات البحث في هذا النوع من المواضيع، أين سيتم لإعتماد عليه عند التطرق للتحليل لكل من النصوص القانونية وتجميع المعلومات والأفكار حول أجهزة الرقابة والتعرف على الإجراءات المتخذة من طرف كل هيئة في حالة وجود غش.

أما عن المنهج الوصفي فهو لا يقل أهمية عن المنهج السابق، وسيفرض هذا المنهج نفسه في العديد من مواطن هذا البحث من خلال إعطاء بعض التعريفات للمفاهيم المرتبطة بالموضوع.

الدراسة السابقة:

تم إجراء مجموعة من الدراسات والأبحاث وأبرز الدراسات التي لها علاقة بموضوع هذه الدراسة هي كما يلي:

سمية مكيجل، دور أجهزة الرقابة في حماية المستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة مكملة لمتطلبات نيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2014.

لقد حاولت الطالبة في دراستها توضيح المكانة القانونية للمستهلك وما خصصه له المشرع من ترسانة القوانين والتنظيمات قصد حمايته من الأخطار والصعوبات التي تواجهه عند اقتناؤه لأي منتوجات غير صحيحة.

مجذوب نوال، الحماية الجنائية والإدارية للمستهلك في عملية التسويق، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص القانون الجنائي للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2016-2017.

حاولت الدكتورة مجذوب نوال إبراز فعالية الحماية الجنائية والإدارية للمستهلك في عملية التسويق تتطلب بالضرورة أن تكثف الإدارة الجزائرية المتخصصة في حماية المستهلك من جهودها الرقابية، مع ضرورة وجود تعاون إيجابي بين المستهلك والإدارة والهيئات القضائية حتى ترقى هذه الحماية إلى المستوى المطلوب.

صعوبات البحث:

نظرا لأن الموضوع دقيق ومختص فلقد واجهتنا العديد من الصعوبات من بينها قلة المراجع والكتب المتخصصة والكافية في هذا المجال، وما وجدنا منها هو غير كافي ويمتاز بالعمومية في تناوله للموضوع دون تدقيق أو تفصيل رغم تشعب هذا الموضوع وذلك بتنوع الحقوق التي منحها القانون للمستهلك من أجل حمايته من تعسف الأعوان الإقتصاديين.

عرض خطة البحث: تمت معالجة الموضوع من خلال الوقوف على ثلاثا محطات بحثية نستشف من خلالها الاحاطة بالموضوع محل الدراسة ويلي بيانها كالتالي:

المحور الأول: دور الهيئات الرقابية.

المحور الثاني: الغش التجاري وأضراره.

المحور الأخير دراسة حالة في مديرية التجارة لولاية تيارت.

الفصل الأول

دور الهيئات الرقابية

تمهيد:

تمتد معانات المستهلك من أساليب الغش التجاري والخداع لفترات طويلة وفي أزمنة مختلفة، وهذا من خلال السلع والخدمات المقدمة له، والتي كانت تبدو في ظاهرها السعي نحو خدمته وإشباع حاجاته ورغباته، والحق في حقيقتها كانت تهدف إلى استغلاله وتحقيق أكبر قدر ممكن من الأرباح، وقد استفحل هذا الأمر على درجة نبهت الكثير من الأفراد والجماعات والهيئات إلى ما يعانيه المستهلك من استغلال فاحش وغش تجاري كبير، وما يترتب على ذلك من أضرار مادية ومعنوية.

ولهذا فإن حماية المستهلك أصبح أكثر من ضرورة لا يمكن التصدي للأفعال التي تصيبه إلا بوضع قواعد قانونية تجرم كل الأفعال التي من شأنها المساس بصحة وسلامة المستهلك وتحقيق المصلحة العامة.

سيتم التطرق في هذا الفصل إلى المحطات البحثية التالية:

- دور وزارة التجارة وإدارة الجمارك في قمع الغش التجاري
- دور مجلس المنافسة والجمعيات في قمع الغش التجاري
- دور الجماعات المحلية والهيئات القضائية في قمع الغش التجاري.

المبحث الأول: دور وزارة التجارة وإدارة الجمارك في قمع الغش التجاري

ترجع مهمة الإشراف رسمياً على حماية المستهلك في الجزائر إلى الأجهزة والهيئات الرقابية التي تكفل للمستهلك حماية من الجرائم الماسة به وكل ما يتعلق بالغش التجاري. حيث نجد وزارة التجارة ومختلف الهيئات التابعة لها ممثلة في وزير التجارة وما يتمتع به من صلاحيات بالإضافة إلى الهيئات المركزية ومختلف المديرات الجهوية والولائية تسهر على حمايته و قمع الغش.

كما لا ننسى قطاع الجمارك الذي يعتبر من أحد القطاعات التي تمنحها الدولة اهتماماً كبيراً. كونه يعد من أهم الركائز التي يقوم عليها الاقتصاد الوطني من خلال تطبيق القوانين ومحاربة الغش. ففي هذا الصدد سنتصب دراستنا في هذا المبحث على دور وزارة التجارة والهيئات التابعة لها في قمع الغش وحماية المستهلك، إضافة إلى الدور الفعال لإدارة الجمارك.

المطلب الأول: دور وزارة التجارة والهيئات التابعة لها.

إن المهام المخولة لوزارة التجارة باعتبارها الجهاز الأول المكلف بحماية المستهلك متعددة ومتنوعة، هذا التنوع يعود بالدرجة الأولى إلى المصالح التابعة لهذه الوزارة سواء مركزية أو جهوية، بحيث كل مصلحة من المصالح مكلفة بنوع من المهام والأنشطة، تمارسها عبر التنظيم الساري المفعول⁽¹⁾. لقد صدر المرسوم التنفيذي رقم 02-453 مؤرخ في 17 شوال 1423 الموافق 21 ديسمبر 2002 يحدد صلاحيات وزير التجارة⁽²⁾ والذي يمنح للوزير كل الصلاحيات في إطار حماية المستهلك.

-بناءً على المادة 05 منه والتي تنص على أنه يكلف وزير التجارة في مجال جودة السلع والخدمات

وحماية المستهلك لما يأتي:

1- زوبرأزقي، "حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة" مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري - تيزي وزو - 2010-2011 - ص 157.

2- مرسوم تنفيذي رقم 02-453 مؤرخ في 17 شوال 1423 الموافق 21 ديسمبر 2002 يحدد صلاحيات وزير التجارة، جر عدد 85، الصادر في 22 ديسمبر 2002.

-يحدد بالتشاور مع الدوائر الوزارية والهيئات المعنية شروط وضع السلع والخدمات رهن الاستهلاك في مجال الجودة والنظافة الصحية والأمن.

-تقتراح كل الإجراءات المناسبة في إطار وضع نظام للعلامات، وحماية العلامات التجارية والتسميات الأصلية ومتابعة تنفيذها.

-يبادر بأعمال تجاه المتعاملين الاقتصاديين المعنيين من أجل تطوير الرقابة الذاتية

-تشجيع تنمية مخابر تحاليل الجودة والتجارب ويقترح الإجراءات والمناهج الرسمية للتحليل في مجال الجودة.

-يساهم في إرساء قانون الاستهلاك وتطويره، يشارك في أشغال الهيئة الدولية الجهوية المختصة في مجال الجودة.

-يعد وينفذ إستراتيجية الإعلام والاتصال تتعلق بالوقاية من الأخطار الغذائية وغير الغذائية اتجاه الجمعيات المهنية والمستهلكين الذي يشجع إنشاؤها.

-يستعين وزير التجارة في إطار أداء مهامه بالاتصال مع مختلف الدوائر الوزارية الأخرى قصد ترقية المنافسة وتنظيم الأنشطة التجارية ومراقبة الجودة وصلاحيات السلع والخدمات المعروضة للجمهور وضبط المنافسة باقتراح كل الإجراءات اللازمة التي من شأنها تعزيز قواعد وشروط منافسة نزيهة، وتوجيه وتنظيم النشاط التجاري بفرض رقابة على ذلك قصد قمع الغش⁽¹⁾

ومن أهم المصالح لوزارة التجارة المكلفة بحماية المستهلك وتنظيم المنافسة

الفرع الأول: على المستوى المركزي:

طبقا للمرسوم التنفيذي رقم 14-18 المؤرخ في 21 يناير سنة 2014 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة⁽²⁾ الذي يحدد الهيئات التابعة لوزارة التجارة وعهد لها مهمة الرقابة، حيث

1- الموقع www.dcommerce.biskra-dz. 05/04/ 2017

2- مرسوم تنفيذي رقم 14-18، مؤرخ في 19 ربيع الأول 1435 الموافق لـ 21 يناير 2014. -جر عدد 04 الصادر في 26 يناير 2014، ص 10.

حول لكل من المديرية العامة لضبط وتنظيم النشاطات والتقنين وكذا المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش صلاحية حماية المستهلك وتنظيم المنافسة.

أ-المديرية العامة لضبط وتنظيم النشاطات والتقنين:

والتي تضم 04 مديريات مركزية وهي⁽¹⁾:

مديرية المنافسة.

– مديرية الجودة.

– مديرية تنظيم الأسواق والنشاطات التجارية والمهن التقنية.

– مديرية الدراسات والاستكشاف والإعلام الاقتصادي.

حيث تعتبر مديرية المنافسة ومديرية الجودة والاستهلاك أهم المديريات التابعة للمديرية العامة لضبط النشاطات وتنظيمها في إطار تنظيم المنافسة وحماية المستهلك، بحيث يقومان بتنفيذ المهام المخول لهما في حدود اختصاصهما.

وبالرجوع إلى المادة 04 التي تعدل وتتم أحكام المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 454/02 التي تبرز دور مديرية الجودة والاستهلاك من خلال:

– اقتراح مشاريع النصوص ذات الطابع التشريعي والتنظيمي المتعلقة بترقية الجودة وحماية المستهلك.

– المساهمة في إرساء حق المستهلك.

– المشاركة في كل الدراسات المرتبطة بالمواصفات في مجال الجودة والنظافة الصحية والأمن، والمطبقة في جميع مراحل صنع المنتجات وتسويقها.

1- أنظر : المادة 04 تعدل وتتم أحكام المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 454/02 المؤرخ في 21 ديسمبر سنة 2002 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 18/14 المؤرخ في 21 يناير 2014 – ج ر عدد 04 الصادر في 26 يناير 2014 ص 11.

- اتخاذ كل التدابير الرامية إلى إرساء أنظمة للعلامات التصنيفية وحماية العلامات والتسميات الأصلية.
 - التشجيع عبر المبادرات الملائمة، على تطور المراقبة الذاتية للجودة على مستوى المتعاملين الاقتصاديين.
 - تنشيط عملية تقييس المنتوجات والخدمات وطرق تحليل الجودة وتشجيعها ومتابعتها.
 - ترقية برامج إعلام المهنيين والمستهلكين وتحسيسهم⁽¹⁾.
 - ب - المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش.
- تتنوع المهام المخولة للمديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش حسب ما هو منصوص عليه في المادة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 02-454 المنظم للإدارة المركزية في وزارة التجارة⁽²⁾ حيث تسهر على توجيه برامج المراقبة الاقتصادية وقمع الغش وذلك من خلال مراقبة الجودة وقمع الغش ومكافحة الممارسات المضادة للمنافسة.

وتضم المديرية 04 مديريات:

- مديرية مراقبة الممارسات التجارية والمضادة للمنافسة.
- مديرية مراقبة الجودة وقمع الغش.
- مديرية مخابر التجارب وتحاليل الجودة.
- مديرية التعاون والتحقيقات الخصوصية⁽³⁾.

1- أنظر: المادة 04 تعدلوتتمأحكامالمادة03 منالمرسومالتنفيذي رقم 454/02 نفس المرجع
 2- المادة04 من المرسوم التنفيذي رقم 02-454 المؤرخ في 21ديسمبر 2002 المتضمن تنظيم الادارة المركزية في وزارة التجارة، ج ر عدد 85، المؤرخة في 2002/12/22، ص 18-19 المعدل والتمم.
 3- منال بوروح-ضمانات حماية المستهلك في ظل قانون 03-09 (المتعلق بحماية المستهلك) مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع قانون حماية المستهلك والمنافسة، كلية الحقوق - جامعة الجزائر 01 - 2015/2014، ص124.

وبصفة عامة فإن هذه المديرية تلعب دور كبير في توجيه نشاطات المراقبة الاقتصادية وقمع الغش، وتحديد الخطوط العريضة للسياسة الوطنية للمراقبة في ميادين الجودة وقمع الغش.

الفرع الثاني: على المستوى الخارجي:

تتمثل المصالح الخارجية التابعة لوزارة التجارة في المديرية الجهوية والولائية والمنصوص عليها في المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 11-09 المؤرخ في 20 يناير 2011 والمتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة⁽¹⁾

1-المديرية الولائية للتجارة:

أما فيما يخص دورها في حماية المستهلك، نجدها في:

- تقديم المساعدة للمتعاملين الاقتصاديين والجماعات والمستعملين والمستهلكين في ميدان الجودة وأمن المنتجات والنظافة الصحية.
- تطوير الإعلام وتحسيس المهنيين والمستهلكين، بالتنسيق مع جمعياتهم.
- اقتراح جميع الإجراءات الرامية إلى تحسين وترقية جودة السلع والخدمات المطروحة في السوق وكذا حماية المستهلك.⁽²⁾

بالإضافة إلى الدور الفعال للمديرية في تجسيد الحماية المتوخاة للمستهلكين من خلال متابعة ومراقبة كل العمليات الهادفة إلى تحقيق الحماية للمستهلكين، وكذلك في تعقب وملاحقة المخالفين لقانون حماية المستهلك والتشريعات والمكملة والتنظيمات المتصلة بها.

وتتكون المديرية الولائية للتجارة من خمسة (5) فرق تفتيش تسهر على تنفيذ وتطبيق مهام المديرية، فنجد:

1- أنظر المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 11-09 المؤرخ في 20 جانفي 2011، المتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعملها، ج ر عدد 04 المؤرخة في 23 جانفي 2011

2- سمية مكيحل- "دور أجهزة الرقابة في حماية المستهلك في التشريع الجزائري" مذكرة ليل شهادة الماجستير في الحقوق، تخصص قانون جنائي، كلية الحقوق والعلوم السياسية-جامعة محمد خيضر- بسكرة -2014-ص26.

- مصلحة ملاحظة السوق والإعلام الاقتصادي.
 - مصلحة مراقبة الممارسات التجارية والمضادة للمنافسة.
 - مصلحة حماية المستهلك وقمع الغش.
 - مصلحة المنازعات والشؤون القانونية.
 - مصلحة الإدارة والوسائل⁽¹⁾.
 - دور المديرية الجهوية للتجارة:
- تتمثل مهام المديرية الجهوية للتجارة في:
- تنشيط وتأطير وتنسيق مع الإدارة المركزية والمديريات الولائية والسهر على تنفيذها.
 - برمجة وتنظيم وتنسيق عمليات الرقابة والتفتيش ما بين الولايات
 - إجراء عند الضرورة وفي مجال اختصاصها الإقليمي كل التحقيقات المختصة بالمنافسة والممارسات التجارية والجودة وحماية المستهلك وسلامة المنتوجات.
 - المبادرة بكل تدبير في ميدان اختصاصها يهدف إلى عصرنه نشاط المرفق العمومي لاسيما عن طريق تحسين طرق التسيير وتنفيذ التقنيات الحديثة للإعلام والاتصال⁽²⁾.
 - تتكون المديرية الجهوية للتجارة من ثلاث (3) مصالح وهي:
- 1- مصلحة تخطيط ومتابعة المراقبة وتقييمها.
 - 2- مصلحة الإعلام الاقتصادي وتنظيم السوق.
 - 3- مصلحة الإدارة والوسائل⁽³⁾.

1- أنظر المادة 05 من المرسوم التنفيذي 11-09. المرجع السابق.

2- مهام المديرية الجهوية للتجارة- الموقع. 2017-jeudi 6 avril www.drksaida.dz

3- صياد الصادق، "حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم: 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش" مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية والإدارية، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة، 2013-2014، ص 103.

الفرع الثالث: الهيئات المتخصصة التابعة لها

تتمثل الهيئات المتخصصة التابعة لوزارة التجارة في المجلس الوطني لحماية المستهلكين، والمركز الجزائري لمراقبة النوعية، إضافة إلى شبكة مخابر التجارب وتحليل النوعية.

1- المجلس الوطني لحماية المستهلكين:

أنشئ المجلس الوطني لحماية المستهلكين بموجب المرسوم التنفيذي رقم 272/92 المؤرخ في 06 جويلية 1992.⁽¹⁾ حيث يعتبر المجلس جهاز استشاري في مجال حماية المستهلك، يكلف بإبداء رأيه واقتراح تدابير من شأنها أن تساهم في تطوير وترقية سياسة حماية المستهلك.⁽²⁾

وحسب نص المادة 08 من نفس المرسوم فإن المجلس ينظم في لجتين متخصصتين وهما:

لجنة نوعية الخدمات وسلامتها

لجنة إعلام المستهلك والرزم والقياس

ينتخب الرئيس من بين أعضاء كل المجلس، كما ينتخب نائبان له من طرف أعضاء المجلس الذين يمثلون السلطة العمومية وجمعيات المستهلكين، يكلف كل واحد منهم بالإشراف على إحدى اللجتين المتخصصتين.

- يهدف إلى ترقية النوعية ومراقبة سلامة السلع والخدمات ويدلي رأيه فيما يلي:

1- كل التدابير الكفيلة بالمساهمة في تحسين الوقاية من المخاطر التي قد تسبب فيها السلع والخدمات المعروضة في السوق وذلك لحماية مصالح المستهلكين المادية والمعنوية (البرامج السنوية لمراقبة الجودة وقمع الغش).

2- أعمال إعلام المستهلكين وحمائيتهم.

1- المرسوم التنفيذي رقم 272/92 المؤرخ في 06 جويلية 1992 يحدد تكوين المجلس الوطني لحماية المستهلكين واختصاصاته، ج ر، عدد 52 لسنة 1992.

2- أنظر المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 12-355 المؤرخ في 02 أكتوبر 2012 يحدد تشكيلة المجلس الوطني لحماية المستهلكين واختصاصاته، ج ر عدد 56 الصادر في 11 أكتوبر 2012، ص 09.

3- إعداد برامج المساعدة المقررة لمصالح جمعيات المستهلكين وتنفيذها.

4- كل المسائل المرتبطة بنوعية السلع والخدمات التي يعرضها عليه الوزير المكلف بالنوعية أو أي هيئة أو مؤسسة معنية أو ستة من أعضائه على الأقل.⁽¹⁾

2- المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزم:

المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزم، يعد مؤسسة عمومية ذات طابع إداري تحت وصاية وزارة التجارة، أنشئ بموجب المرسوم التنفيذي رقم 147/89 المؤرخ في 08 أوت 1989 المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 318/03 المؤرخ في 30 سبتمبر 2003.⁽²⁾

المركز هو فضاء وسيط يشكل من جهة دعم تقني لفائدة السلطات المكلفة بمراقبة النوعية وأمن المنتجات ومن جهة أخرى دعم ومرافقة المتعاملين الاقتصاديين في إطار تنفيذ برامج ضمان جودة الإنتاج.

يدير المركز مدير عام يساعده في مهامه أمينا عاما وخمس رؤساء أقسام، ويتمتع المركز بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، يخضع لوصاية الوزير المكلف بالتجارة.

تتمثل المهمة الرئيسية للمركز في حماية صحة وأمن المستهلكين وكذلك حماية مصالحهم المادية والمعنوية من خلال المراقبة التحليلية التي تركز على التحقق من مطابقة المنتج مع المعايير والمتطلبات القانونية أو التنظيمية الذي تميزه

-ترقية نوعية الإنتاج من السلع والخدمات.

-المشاركة في إعداد المعايير للسلع والخدمات المعروضة للاستهلاك في اللجان التقنية الوطنية

-الإعلام والاتصال وتحسيس المستهلك.

1- نوال جديلي، الجهات الإدارية المكلفة بحماية المستهلك،الملتقى الوطني الخامس " الحماية القانونية للمستهلك " كلية الحقوق بجامعة الدكتور يحي فارس -المدية-يومي 17/16 ماي2012، ص12.

2- المرسوم التنفيذي رقم 147/89 المؤرخ في 08 أوت 1989 المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 318/03 المؤرخ في 30 سبتمبر 2003 والمتضمن إنشاء المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزم وتنظيمه وعمله ، ج ر عدد 59 الصادر في 05 أكتوبر2003.

مساعدة ودعم المتعاملين الاقتصاديين لإعطاء جودة للمنتج والخدمات التي تعرض في السوق.

- يلعب المركز دورا آخر لا يختلف بحيث يقوم بإجراء أية دراسة تتضمن تقنيات إنتاج الرزم والمواد التي تتكون منها بالتعاون مع المؤسسات والهيئات المتخصصة منها والدولية، وأفضل مثال على ذلك المشروع الجزائري الذي يتضمن نظام يتمحور حول الوقاية وممارسة الرقابة بمختلف أشكالها في قطاع المواد الغذائية يهدف إيجاد غذاء صحي.⁽¹⁾

3- شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية:

جاء تنظيم هذه الشبكة من خلال المرسوم التنفيذي رقم 355/96 المؤرخ في 19/10/1996 المتضمن إنشاء شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية وتنظيمها وسيرها والمتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 459/97

وبصدور المرسوم التنفيذي رقم 454/02 المؤرخ في 21 ديسمبر 2002 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة المعدل والمتمم سنة 2002 أدخلت هذه الشبكة ضمن المديرية التابعة للمديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش فأصبح يطلق عليها مديرية مخابر التجارب وتحليل الجودة.⁽²⁾

يسير هذه الشبكة مجلس يضم 65 عضو ورئيس وخمس نواب ينتخبون لمدة 3 سنوات وينقسم إلى 5 لجان يشرف عليها وينشطها نواب الرئيس وهي:

- لجنة التأمين النوعية.
- لجنة الصيانة والتجهيز.
- لجنة الإعلام العلمي.
- لجنة القياس والموازن.
- لجنة طرق التحليل.

1- زوبرأزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، المرجع السابق، ص164.

2- الأجهزة المكلفة بحماية مصالح وصحة المستهلك، يوم 2017/04/07 www.dcommerce.biskra.dz

ويوضع هذا المجلس تحت إشراف وزارة التجارة وتتولى هذه الأخيرة أمانة هذا المجلس ويمكن أن يخطر الشبكة كل الوزارات والولاية ورؤساء المجالس الشعبية البلدية، غرف الصناعة والتجارة، جمعيات الدفاع عن المستهلكين.

وتهدف هذه الشبكة إلى تطبيق سياسة ترمي إلى حماية الاقتصاد الوطني وضمان حماية وأمن وصحة المستهلك.⁽¹⁾

المطلب الثاني: دور إدارة الجمارك في حماية المستهلك.

طالما اعتبرت الجمارك بمثابة " درك الحدود" وكانت بفعل ارتكازها على تنظيم شبه عسكري وتجهزها ببدلات متميزة وتوفرها على عتاد فعال، كانت تعتبر قبل كل شيء رمز السلطة العمومية مكلفة بمهمة حماية الفضاء الوطني ضد تدفق البضائع الأجنبية التي من الممكن أن تهدد توازن السوق.⁽²⁾

فالجمارك هي خط الدفاع الأول وأول جهة حكومية تتولى استقبال ومعاينة الإرساليات الواردة، فدورها مهم جدا في مكافحة الغش التجاري، فمن خلال فحص المستندات المرافقة للإرساليات مثل شهادة المنشأ التي تثبت على البضاعة وتوضح اسم البلد المنتج سواء بال؛فر، أو الحياكة، أو الطباعة، أو اللصق... الخ .

حسب نوع البضاعة وكذلك بواليص الشحن وما تشمله من معلومات وأرقام على الطرود، إضافة إلى الفواتير وإذن التسليم، ولا تفسح الجمارك السلع إلا بعد استيفائها شروط فسحها، سواء كان الشرط موافقة جهة معينة أو تحليل مخبري في المختبرات الخاصة بالجودة والتنوعية وكذلك المواصفات والمقاييس، مما يساعد على التعرف على السلع المغشوشة.⁽³⁾

لهذا فإن قطاع الجمارك يعتبر أحد القطاعات التي تمنحها الدولة اهتماما كبيرا كما يعد أحد الركائز الأساسية التي يتركز عليها الاقتصاد الوطني، إذ تهدف إلى تحقيق المهام المنسوبة إليها باستعمال

1- نوال جديلي، الجهات الإدارية المكلفة بحماية المستهلك، مرجع سابق، ص11.

2- إليزابيث تاريل، دور الجمارك في العلاقات التجارية الدولية، ترجمة دار النشر ITCIS 2008، ص07.

3- صياد الصادق، "حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم: 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش" المرجع السابق، ص113.

الوسائل الأساسية لإدارتها، ولذلك أصبح من الضروري وجود إدارة من خلالها يتم تطبيق سياسة جمركية فعالة تتماشى مع التطورات الاقتصادية.⁽¹⁾

ولهذا سوف نحاول في هذا المطلب التعرف على نشأة إدارة الجمارك، والوسائل الأساسية لها، إضافة إلى المهام التي تقوم بها.

الفرع الأول: نشأة إدارة الجمارك.

غداة الاستقلال، لم تكن الجمارك سوى مصلحة من المصالح التابعة للهيئة التنفيذية المؤقتة للحكومة الجزائرية، مكلفة بمراقبة التجارة الخارجية، إلى غاية صدور المرسوم الرئاسي في أبريل 1963، والمتعلق بتنظيم وزارة المالية، التي تضمنت مديرية ضمن مصلحة التحويلات الخارجية والجمارك، ولعل جمع هاتين المصلحتين كان راجعا لأوجه التشابه المتواجدة في مهامهما.

- وفي 15 ماي 1963 صدر قرار وزاري حدّد مهام المديرية المختلطة، وانبثقت عنها مديرتان فرعيتان منفصلتان وهما:

- المديرية الفرعية للجمارك.

- المديرية الفرعية للتحويلات الخارجية.

- بدأت منذ ذلك التاريخ تتضح الرؤية أمام جهاز الجمارك، بعد أن حدّدت مهامها كمديرية فرعية مقتصرة على التشريع والنازعات الجمركية، والموظفين مع تنظيم المصالح.⁽²⁾ فقد تم تطبيق أول تعريف جمركية جزائرية في أكتوبر 1963، التي شجعت استيراد الثروة الصناعية التي خضعت لتعريفة مقدرة بـ 10% بينما المنتجات الموجهة للاستهلاك النهائي فهي تتراوح بين 15 و 20% وما يمكن ملاحظته في هذا الشأن أن السلطات الجزائرية قد توجهت إلى تشجيع الواردات من السلع التجهيزية

1- سلطاني سلمى، دور الجمارك في سياسة التجارة الخارجية - حالة الجزائر - رسالة مقدمة ضمن متطلبات لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2002-2003، ص 101.

2- زايد مراد، دور الجمارك في ظل اقتصاد السوق، حالة الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه دولة في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة يوسف بن خده (الجزائر سابقا)، 2005-2006، ص 264.

بفرضها رسوما جمركية منخفضة من جهة، ومن جهة أخرى فرضت على باقي السلع نسب رسوم مرتفعة بغرض حماية الإنتاج الوطني من المنافسة الأجنبية.

- أما مرحلة 1970 إلى 1979 تميزت هذه الفترة بالتأميم المتزايد للتجارة الخارجية واحتكار الخدمات المسيرة من طرف المؤسسات الوطنية، وتنشيط الأعمال الاقتصادية وتطبيق مخططات التنمية الاقتصادية المحلية لتسيير عملية الاحتكار.

- هذه المعطيات الاقتصادية الجديدة أرغمت إعادة هيكلة التعريفات الجمركية تماشيا للمتطلبات الجديدة لمراقبة التجارة الخارجية الذي يتطلب بموجبه ثلاث أنظمة⁽¹⁾:

1 - إتباع نظام حصص بالتحديد الكمي للواردات.

2- نظام خاص بالمواد الحرة.

3- نظام خاص بالتراخيص الشاملة للاستيراد سنة 1973.

ثم المرحلة من 1980 - 1988 : وبعد صدور قانون الجمارك سنة 1979، هذا السند القانوني الذي ساعدها على تحقيق أهدافها المسطرة، وسعيا إلى تشجيع المبادلات والأهداف التي تعمل هذه الأخيرة على تحقيقها، عمدت وزارة المالية إلى إعطاء كامل الاستقلالية لهذه الإدارة باعتبارها مديرية عامة، وذلك بموجب المرسوم الرئاسي رقم 82-237 لسنة 1982 الذي ساهم في هيكلة هذه المديرية، إذ قسمت إلى 05 مديريات مركزية إضافة إلى أقسام المراقبة:

- المديرية المركزية للأنظمة الجمركية والجبائية.

- المديرية المركزية للتنظيم والمنازعات الجمركية.

- المديرية المركزية للدراسات والتخطيط.

- المديرية المركزية للموظفين والتكوين.

- المديرية المركزية لتسيير الاعتمادات والوسائل.

1- زايد مراد، دور الجمارك في ظل اقتصاد السوق، المرجع السابق، ص 264.

المرحلة من 1988 إلى يومنا هذا: بحيث تختلف هذه المرحلة عن المراحل السابقة كونها تميزت بالتحريير التدريجي للتجارة الخارجية، إذ يظهر ذلك من خلال تعديل القوانين والنصوص التشريعية.

- أعطت وزارة التجارة لقطاع الجمارك من خلال المرسوم التنفيذي رقم 90-324 بتاريخ 20 أكتوبر 1992 روحا جديدة سايرت هذه المعطيات، حيث قسمت الإدارة الجمركية إلى مديريات مركزية وهي:

- مديرية الأنظمة الجمركية الاقتصادية.
- مديرية المنازعات ومكافحة التهريب.
- مديرية التشريع والإحصائيات والإعلام الآلي.
- مديرية الموظفين والوسائل⁽¹⁾.

الفرع الثاني: الوسائل الأساسية لإدارة الجمارك.

تتميز الجمارك بصفة اقتصادية كونها تلعب دورا اقتصاديا أكثر من جبائي لكن الرأيين يتفقان على أن إدارة الجمارك تعد من أهم الأجهزة الرقابية لمكافحة الغش التجاري وتطوير الاقتصاد الوطني.

وقصد القيام بمهامها على أحسن وجه تستعمل إدارة الجمارك وسائل عديدة كفيلة بتحقيق الأهداف وتنقسم هذه الوسائل إلى قسمين، وسائل قانونية، ووسائل مادية بشرية.

1 الوسائل القانونية:

إن هذه الوسائل تعتبر من أهم الوسائل الجمركية لأنها تحدد مهام الجمارك والمتمثلة في:

آ - قانون الجمارك:

يعتبر أول وسيلة تتبعها وتعتمد عليه إدارة الجمارك لأنه عبارة عن مرشد ويحمي موظفي مصلحة الجمارك عن أداء وظيفتهم ويعتبر كذلك بمثابة مرجع يتضمن التشريعات والتنظيمات المتعلقة

1- سلطاني سلمى، دور الجمارك في سياسة التجارة الخارجية - حالة الجزائر - المرجع السابق، ص 103-104.

بالنشاط الجمركي ويتم تطبيق هذا القانون عبر كامل التراب الوطني، وقانون الجمارك يتضمن 340 مادة ونص قانوني وهذا حسب التعديل الجديد لقانون سنة 1992م، وبعد مصادقة البرلمان عليه أصبح في سنة 2000 يحتوي على 400 مادة ونص قانون موزع إلى 15 فصل.

ب - قانون المالية:

وثيقة تتضمن النفقات الإجمالية للدولة إضافة للضرائب والرسوم المباشرة وغير المباشرة والمدخل المختلفة خلال السنة لصالح الدولة طبقا للقوانين والنصوص التنظيمية الجاري العمل بها، وقانون المالية يصدر مرة كل بداية السنة وعلى إدارة الجمارك أن تتبع كل ما جاء من تغييرات في قانون المالية.

ج - قانون دولي:

هو عبارة عن مجموعة القوانين الدولية يجب أن تعرفها إدارة الجمارك، زهو خاص بقوانين مجلس التعاون الجمركي (CDD) والمنظمة التعريفية الجمركية، وكذلك السوق الأوروبية المشتركة (CEE) وكل المنظمات الدولية التي لها علاقة مع الجزائر.⁽¹⁾

2- الوسائل البشرية:

وتتمثل في العنصر البشري بين إطارات أعوان الجمارك وهم أعوان الدولة إذ أن تنظيم الإدارات في مصالح الجمارك تختلف باختلاف المهام الموكل إليهم إبتداءا من المدير العام إلى غاية عون المراقبة، وقد لجأت إدارة الجمارك بإنشاء مراكز لتكوين الإطارات والأعوان قبل الإنضمام لميدان ممارسة أعمالهم.

أ - القطب الإداري: تابع للموظفين العموميين لمباشرة اقتصادهم في الإعلام الآلي والإحصائيات،

التكوين، المنازعات، المحاسبة.

1- طويل آسيا، دور الجمارك في حماية الاقتصاد الوطني في ظل التغيرات الدولية، رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير - جامعة الجزائر - 2001/200، ص32.

ب - القطب التقني: فئة أعوان الجمارك.

يجب على أعوان الجمارك بمختلف رتبهم أن يؤدوا أمام المحكمة التي توجد بدائرة اختصاصهم المقر الذي عينوا فيه اليمين، ويسجل لدى كتابة ضبط المحكمة مع الإعفاء من المصاريف وتعفي وثيقة أداء هذا اليمين من حقوق الطابع والتسجيل وتدون مجانا في بطاقة التعويض⁽¹⁾ وفئة أعوان الجمارك تتكون من:

1 - ضابط الفرق: مستوى أقل من البكالوريا.

2 - ضابط المراقبة: مستواه ضابط الفرقة + 5 سنوات أو بكالوريا + سنتين تعليم جامعي على الأقل.

3- المفتش الرئيسي: مستواه ضابط المراقبة + 5 سنوات أو متخرج من المدرسة الوطنية للإدارة.

4 - مفتش العميد : مفتش رئيسي + 5 سنوات أو متخرج من معهد الجمارك الجبائي، القليعة.

5 - المراقب العام: مفتش عميد + 5 سنوات.

وتعتمد الوسائل البشرية على الموارد المالية التالية:

ميزانية التسيير وميزانية التجهيز.

أ- ميزانية التسيير: تهدف إلى تغطية النفقات البشرية لسنة واحدة، وتحتوي على:

- أجور ورواتب الجماركيين.

- نفقات التكوين.

- تكاليف الصيانة.

1- مدني جميلة، "دور الجمارك في تطوير وترقية التجارة الخارجية"، مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة دالي ابراهيم - الجزائر - 2010/2009، ص 104-105.

ب- ميزانية التجهيز: يمكن أن تكون من 03 سنوات أو 05 سنوات لأنها تطلب من الدولة بهدف إنشاء مشروع بناء مدرسة، مكتب جمركي، شراء معدات وتجهيزات آلية.

بالإضافة إلى الإمكانيات البشرية، ينشط قطاع الجمارك من خلال التجهيزات والوسائل المادية المتاحة له، وهي كل الوسائل التي تستعملها مصالح الجمارك من كتب وتجهيزات خاصة في عصرنا هذا ومع ظهور الإعلام الآلي، وتطوره والانفتاح على العالم، سارعت إدارة الجمارك بتدعيم مصلحتها بنظام المعلومات في جميع مراكزها والتي عرفتها، حتى تستطيع إدارة الجمارك أداء وظائفها على أحسن وجه، وبالأخص القيام بعملية جمركية البضائع ومكافحة الغش والتهريب لا بد أن تتوفر لديها كل الإمكانيات المادية الضرورية، كجهاز الكشف الإلكتروني للبضائع.⁽¹⁾

الفرع الثالث: دور إدارة الجمارك في حماية المستهلك

للتشريع الجمركي دور هام في ضبط ومراقبة التبادلات التجارية الدولية من خلال حماية المستهلك وقمع الغش التجاري من جهة وتسهيل المبادلات التجارية الدولية.

وقد أدى تطور المبادلات التجارية الدولية إلى تطور أساليب تنقل السلع والبضائع، وأدى ذلك إلى كثرة المخاطر التي قد تلحق بالسلع والمنتجات عند الاستيراد والتصدير وما يلحق ذلك من تبعات في مجال الاستهلاك، لذا أصبح على عاتق التشريع الجمركي باعتباره الحامي الأول للاقتصاد الوطني وكذا حارس بوابة التجارة الدولية، مسؤولية حماية نظام الاستهلاك في الداخل والخارج، أصبح التشريع الجمركي يساهم أكثر فعالية في حماية المستهلك على النطاق الدولي والداخلي حسب الآليات الحديثة وبالتالي نستطيع القول أن المشرع الجزائري أصبح يعتمد على قواعد التشريع الجمركي من اجل حماية المستهلك، وسوف نحاول في هذا الفرع التعرف على مهام ودور إدارة الجمارك.

1- تواتي محمد إلياس، قوراري عبد الحفيظ، " دور الجمارك في حماية الاقتصاد الوطني- في حال الانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة"، مذكرة ماستر، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم التجارية والاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة ابن خلدون - تيارت - 2013/2014، ص22-23.

1- الدور الاقتصادي والمالي:

كانت إدارة الجمارك في الأساس مؤسسة جبائية، حيث اتجهت هذه الأخيرة أكثر فأكثر إلى الميدان الاقتصادي وذلك بالمشاركة بفعالية في التنمية الاقتصادية للبلاد لكن داخل الميدان الاقتصادي، تقوم الجمارك بإظهار كذلك وجه مزدوج جبائي وتحرري حسب الظروف، والبعض القليل من التجهيز أحيانا، غير أن حالة المفارقة هذه من الوهلة الأولى، لا تقوم إلا بالتعبير عن كون الإدارة التي كانت ولمدة طويلة في خدمة الحماية فقط، قد توجهت إلى أشكال جديدة للتدخل التي تميل إلى تكوين الموازاة مع دورها التقليدي المتمثل في المراقبة المباشرة، وتحصيل الضرائب والرسوم الجمركية، بحكم المنهج العالمي لتحرير المبادلات، تكريس سياسة تستجيب لمتطلبات العالم الحديث.⁽¹⁾ بالإضافة إلى مراقبة شرعية مبادلات التجارية الخارجية في المجال الاقتصادي وذلك بموجب ما تتمتع به إدارة الجمارك من صلاحيات وسلطات البحث والتحقيق، فهي بذلك تعمل على ضمان احترام وتطبيق التنظيمات والقوانين المتعلقة بالسياسة التجارية الخارجية وهي تعمل على مكافحة الغش بكل أنواعه⁽²⁾ وتعمل على مكافحة التهريب عبر الحدود، تقوم بإعداد إحصائيات التجارة الخارجية لمعرفة وضعية الميزان التجاري ومختلف المؤشرات الاقتصادية، مراقبة الحدود سواء البرية أو على مستوى الطائرات والموانئ، وبالتالي فإن إدارة الجمارك تقوم بدور مهم جدا في المجال الاقتصادي.

أما بالنسبة للدور المالي فإن الإدارة تعمل على احترام القوانين التي تنظم العلاقات المالية مع الخارج ومراقبة حركة رؤوس الأموال، عن طريق مراقبة عنصر القيمة الجمركية المصرح بها عند دخول أو الخروج من الإقليم الجمركي.

2- الدور الجبائي:

- تعتبر الجباية من الأدوار الأساسية والتقليدية التي عرفت بها إدارة الجمارك وذلك منذ نشأتها ولفترة طويلة ويرجع ذلك كونها تنتمي في اغلب الأحيان إلى الوزارة المكلفة بالمالية.

1- زايد مراد، دور الجمارك في ظل اقتصاد السوق - حالة الجزائر - المرجع السابق، ص 270.

2- علاء قاشي، "دور الجمارك في مكافحة جريمة تبييض الأموال" الملتقى الوطني الثاني "آليات حماية المال العام ومكافحة الفساد" يومي 05-06 ماي 2009، كلية الحقوق، جامعة الدكتور يحيى فارس - المدية - ص 03.

-يرتكز نشاط القطاع الجمركي أساسا على تطبيق قانون التعريفة الجمركية، مع تحصيل الضرائب والرسوم الجمركية، التي تخضع لها البضائع عند الاستيراد والتصدير بالإضافة إلى تحصيل الضرائب غير الجمركية لفائدة مصالح أخرى، على أساس المساعدات التي تقدمها لهذه المصالح. بمناسبة عمليات التجارة الخارجية، مما جعلها تمثل مصدرا هاما للمداخيل الجبائية ووسيلة هامة لتمويل ميزانية الدولة، ففي الجزائر تمثل الإيرادات الجبائية حوالي 25% من للمداخيل الجبائية للدولة.

- يمكن ذكر بعض هذه الضرائب والرسوم التي تتكفل مصالح الجمارك بتحصيلها عند تطبيق التعريفة الجمركية وهي:

- الضريبة الجمركية.
- الرسم على القيمة المضافة.
- الاقتطاعات الجزافية على السلع الموجهة لإعادة البيع.
- الرسم الإضافي المؤقت.
- الرسم الداخلي على الاستهلاك⁽¹⁾

3 - مهام أخرى.

توازيا للمهام الاقتصادية والجبائية التي تقوم بها إدارة الجمارك والتي اكتسبتها بحكم أهميتها الاقتصادية وبسبب تحكمها في التقنيات العديدة للتدخل في عمليات دخول وخروج البضائع والأشخاص من الحدود الوطنية فتقوم بـ:

- مراقبة احترام القوانين التي تنظم العلاقات المالية مع الخارج.
- تعمل على الحفاظ على أمن وصحة المواطن. بمراقبة الأشخاص والبضائع.
- محاربة الغش والتهريب الضريبي وكذا محاربة المتاجرة في المخدرات ومعاينة مرتكبيها قضائيا.

1- قاصي أسامة، حيرش نور الهدى، "دور الجمارك في ظل اقتصاد السوق" مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر، كلية العلوم التجارية والاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة ابن خلدون - تيارت - 2013/2014، ص 23.

- توفير الحماية الصحية للثروة الحيوانية والنباتية، وكذا حماية صحة المواطن عن طريق مراقبة صلاحية السلع الاستهلاكية.
- حماية حرية الملكية الثقافية والفنية وكذلك الملكية الصناعية، مثلاً: منع إدخال كتب ومخطوطات تمس الأخلاق ومنع إدخال الأسلحة دون تسريح مسبق والتي تمثل خطر على الأمن الداخلي للبلاد.
- حماية المحيط بمنع استيراد السلع السامة والخطيرة على البيئة.⁽¹⁾

1- طويل آسيا، دور الجمارك في حماية الاقتصاد الوطني في ظل التغيرات الدولية الراهنة، المرجع السابق، ص22.

المبحث الثاني: دور مجلس المنافسة الجمعيات في قمع الغش التجاري

في إطار قمع الغش التجاري وحماية المستهلكين اتخذت الجزائر، العديد من المواقف، كرسست فيها اهتماما بالمستهلك سعيا لحمايته والحفاظ على سلامته ويظهر ذلك من خلال تبني الدولة للعديد من النصوص القانونية التي تهدف إلى تحقيق الحماية والسلامة للمستهلك.

نذكر من بين هذه القوانين، قانون رقم 89-02، المؤرخ في 07 فبراير 1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك⁽¹⁾ حيث يجسد هذا القانون المبادئ الأساسية لمراقبة السلع والخدمات المعروضة للاستهلاك، ومحاربة و قمع مختلف أنواع الغش والتحايل الممارس على المستهلك، ومن المبادئ الأساسية التي تضمنها هذا القانون نجد:

أ - إجبارية أن يتوفر المنتج، سواء أكان سلعة أو خدمة على ضمانات ضد كل المخاطر التي يمكن أن تتسبب في إحداث ضرر بصحة المستهلك، أو أمنه، أو بمصالحه المادية.

ب - إجبارية مطابقة المنتج المعروض للاستهلاك للمقاييس المعتمدة، والمواصفات القانونية والتنظيمية.

ج- إجبارية إعلام المستهلك بخصائص ومميزات المنتج المعروض من أجل الاستهلاك.

د - إجبارية المراقبة الذاتية، بالإضافة إلى إجبارية الضمانات.

ه - حق المستهلك في تجريب المنتجات المقدمة إليه في إطار التبادل.⁽²⁾

ثم صدور القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش⁽³⁾ والتي تهدف إلى المحافظة على مصلحة المستهلكين وتحسين ظروف معيشتهم.

1- قانون 89-02. المؤرخ في 07 فبراير 1989، المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ج ر عدد 06، الصادر بتاريخ 08 فبراير 1989م

2- د الداوي الشيخ، تحليل آليات حماية المستهلك في ظل الخداع والغش التسويقي، حالة الجزائر، أستاذ محاضر، بكلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة الجزائر، ص 14.

3- القانون 09-03. المؤرخ في 25 فيفري سنة 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش التجاري ج ر، عدد 15 الصادر بتاريخ 08 مارس سنة 2009.

كما تم وضع أجهزة التي تعمل على توفير هذه الحماية، والأسس القانونية لإنشاء هذه الهيئات التي تسهر وتحرص على تحقيقها.⁽¹⁾

- من بين هذه الأجهزة مجلس المنافسة المطلوب جمعيات حماية المستهلكين

المطلب الأول: مجلس المنافسة في حماية المستهلك

بما أن المنافسة هي المحرك الرئيسي لقاعدة العرض والطلب في إطار سياسة اقتصاد السوق حيث يمكن بها تنمية الإنتاج ورفع الإنتاجية وتحسين الجودة⁽²⁾ لذلك فإن ظهور قانون المنافسة في الأنظمة القانونية يرتبط عموما بانتهاج اقتصاد حرّ تكون المنافسة داخله إحدى أهم مقوماته وعلى هذا الأساس لم يكن من المتوقع ظهور قانون المنافسة في الجزائر خلال مرحلة ما قبل التسعينات "القرن الماضي" على اعتبار سيادة المذهب الاشتراكي، وبالتالي نظام اقتصادي احتكاري، تزاوّل من خلاله الدولة نشاط التوزيع والإنتاج دون مزاحمة من الكيانات الاقتصادية الخاصة

كما أنه على الصعيد الدولي هناك بعض الممارسات الاحتكارية لشركات عالمية في الخارج يكون لها تأثير على السوق المحلي، وتوفير المنافسة بقي من بعض الممارسات الاحتكارية، مثل تقسيم الأسواق وحجب السلع فضلا عن تزايد حالات الاندماج والاستحواذ.⁽³⁾

إن مجلس المنافسة هو آلية هامة لتنظيم السوق بصورة غير مشوهة للأسعار خاصة في ظل العمل بآليات السوق،⁽⁴⁾ وبصدور الأمر 06/95 المؤرخ في 25 جانفي 1995، الذي جاء لوضع الأسس والقواعد المنظمة لتصرفات الأعوان الاقتصاديين في محيط يسوده التنافس بعدما تم تحرير التجارة الخارجية.

1- بن لحرش نوال، جمعيات حماية المستهلكين في الجزائر - دور وفعالية - مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون العام، كلية الحقوق - جامعة قسنطينة - 2013/2012، ص 06.

2- الأستاذ مكرم القاسي، "مجلس المنافسة محاضرة ختم التمرين في مهنة المحاماة"، الهيئة الوطنية للمحامين، الفرع الجهوي بصفاء قس، السنة القضائية 2008/2007، ص 27.

3- الأستاذ ساسان، محاضرات في قانون المنافسة الجزائري، 14 جانفي 2012، الموقع www.dz.sassane.ovver-blog.com

4- د جابر فهمي عمران، المنافسة في منظمة التجارة العالمية، تنظيمها، حمايتها، (دراسة مقارنة) دار الجامعة الجديدة، 2011، ص 355.

وإن وضع هذه المنظومة التشريعية أصبح أمرا لا بد منه، خاصة ونحن الآن أمام مرحلة تتميز بانقضاء وزوال احتكار الدولة على معظم النشاطات الاقتصادية مما يستدعي الأخذ بنظام اقتصادي جديد تكون فيه حريات التعاقد والتنافس بمثابة أسس له، وأن ممارسة هذه الحريات بصفة عامة تجدد إطارها التنظيمي المرجعي في إطارها التنظيمي المرجعي في الأمر 06/95 المتعلق بالمنافسة والذي يهدف إلى حماية وتطوير المنافسة عن طريق إنشاء مجلس المنافسة⁽¹⁾ والذي يسهر على ترقية وحماية قواعد ومبادئ المنافسة قصد زيادة الفعالية الاقتصادية وتحسين معيشة المستهلكين ويهدف أيضا إلى تنظيم شفافية الممارسات التجارية ونزاهتها.

إذن سنتطرق في هذا المطلب إلى التعرف على مجلس المنافسة، ووظائف وصلاحيات المجلس.

الفرع الأول: تقديم مجلس المنافسة.

قد ظهر مجلس المنافسة في الجزائر لأول مرة بصدور الأمر 06/95 المؤرخ في 25 جانفي 1995 والمتعلق بالمنافسة⁽²⁾

وبالنظر إلى الأمر 03/03، الذي ألغى القانون 06/95 السالف الذكر فإن المادة الأولى منه تقرّ أنه: "يهدف هذا الأمر إلى تحديد شروط ممارسة المنافسة في السوق وتفادي كل ممارسات مقيدة للمنافسة ومراقبة التجمعات الاقتصادية قصد زيادة الفعالية الاقتصادية وتحسين ظروف معيشة المستهلكين⁽³⁾

كما عرفت المادة 23 (ق12/08) مجلس المنافسة⁽⁴⁾ " تنشأ سلطة إدارية مستقلة تدعى في صلب النص "مجلس المنافسة" تتمتع بالشخصية القانونية والاستقلال المالي، توضع لدى الوزير المكلف بالتجارة.

1- تطور مجلس المناقشة، " لحقوق الجزائري" مدونة موجهة للباحثين والمهتمين بالشأن القانوني والمتعاملين في ميدان القانون بتاريخ 21مارس2017.

2- تم إلغاء هذا الأمر بموجب الأمر 03/03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المعدل والمتمم بموجب القانون رقم12/08 المتعلق بالمنافسة، ج ر، عدد36 الصادرة في 02 جويلية 2008، معدل ومتمم

3- الأمر 03/03 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق ل 19 يوليو2003 والمتعلق بالمنافسة المعدلة والمتمم بموجب القانون رقم 12/08 المؤرخ في 25 جوان 2008، ج ر، عدد 36 صادرة في 02 جويلية 2008.

4- القانون رقم 12/08، المؤرخ في 21 جمادى الثانية 1429 الموافق ل 25 يونيو2008، ج ر عدد 36 مؤرخة في 02/07/2008.

يكون مقر مجلس المنافسة في مدينة الجزائر.

إضافة إلى المواد 26، 25، 24، (ق08-12) اهتمت بتشكيل وتنظيم وتشكيل وتسيير المجلس

المادة24(ق08-12)

"يتكون مجلس المنافسة من اثني عشر(12) عضوا ينتمون إلى الفئات الآتية:

1- ستة(06) أعضاء يختارون من ضمن الشخصيات والخبراء الحائزين على الأقل شهادة الليسانس أو شهادة جامعية ماثلة وخبرة مهنية مدة ثماني(08) سنوات على الأقل في المجال القانوني و/ أو الاقتصادي والتي لها مؤهلات في مجال الملكية الفكرية.

2 - أربعة (04) أعضاء يختارون ضمن المهنيين المؤهلين الممارسين أو الذين مارسوا نشاطات ذات مسؤولية والحائزين على شهادة جامعية ولهم خبرة مهنية مدة خمس سنوات على الأقل في مجال الإنتاج والتوزيع والحرف والخدمات والمهن.

3 - عضوان مؤهلان يمثلان جمعيات حماية المستهلك.⁽¹⁾

الفرع الثاني: دور مجلس المنافسة في حماية المستهلك.

تنفيذا لسياسة الإصلاحات الاقتصادية التي شرعت الجزائر في تطبيقها لمواكبة النظام الاقتصادي الرأسمالي، فإنها أوكلت مهمة تنظيم المنافسة وضبطها لهيئة إدارية مستقلة تدعى "مجلس المنافسة" باعتباره سلطة الضبط العليا.

- وإن تحقيق المهام المنوطة بالمجلس لا يمكن أن تحقق إلا عن طريق ممارسة السلطات المخولة له بموجب قانون المنافسة، وفي هذا الإطار يتمتع المجلس بسلطة اتخاذ القرار وإبداء الرأي حول جميع المسائل التي تدخل ضمن اختصاصه سواء كان ذلك بمبادرة منه أو عن طريق التدخل التلقائي أو كلما طلب منه ذلك من طرف الأشخاص المؤهلة لذلك قانونيا، ومن ثمة تشكيل ملف حول المنافسات المرفوعة أمامه أو تلك التي بادر بالمعينة فيها، وأخيرا اتخاذ القرار المناسب وفقا للأحكام قانون المنافسة إلى جانب

1- د مولود ديدان، "قانون المنافسة"، دار بلقيس للنشر، دار البيضاء، الجزائر، ص11-12.

ذلك يلعب مجلس المنافسة دور هيئة استشارية أمام السلطات التشريعية والتنفيذية فيما يخص مشاريع النصوص القانونية والتنظيمية التي لها علاقة بالمنافسة.⁽¹⁾

- من ما سبق نستنتج أن مجلس المنافسة أسندت له عدة اختصاصات منها تلك الدور الاستشاري والغرض منها ضبط المنافسة لتحسين ظروف معيشة المستهلكين الدور القمعي

1-الدور الاستشاري:

يعد مجلس المنافسة بمثابة الخبير الاقتصادي في مجال المنافسة حيث يمكن له إبداء رأيه حول النصوص القانونية أو التنظيمية المختلفة، ذات العلاقة بالمنافسة سواء للسلطة التنفيذية أو التشريعية لما له من أهمية في ميدان المنافسة.

كما تظهر الحاجة الملحة لاستشارة مجلس المنافسة ون الكثير من الأعران الاقتصاديين الجزائريين يضطرون لطلب استشارات من طرف هيئات دولية وبمبالغ خيالية، في حين أن مجلس المنافسة يمكنه تقديم هذه الاستشارة مجاناً.⁽²⁾

وتدّ الاستشارة أمام المجلس وسيلة في متناول جميع المشاركين في الحيات الاقتصادية والاجتماعية داخل الدولة، إبتداء من السلطة العامة إلى المواطن البسيط عبر جمعيات المستهلكين،⁽³⁾ وقد بدأ التفكير في الدور الاستشاري لبعض الهيئات المكلفة بذلك في إطار المرسوم الرئاسي رقم 2000-372 المتضمن لجنة إصلاح هياكل الدولة،⁽⁴⁾ والذي وضع لجنة فرعية تسمى اللجنة الفرعية للاستشارة والضبط والمراقبة.

1-الأستاذ عبد الله لعويجي، "اختصاصات مجل المنافسة الجزائري"، ملتقى وطني حول"حرية المنافسة في التشريع الجزائري"، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باجي مختار- عنابة - يومي 3-4 أفريل 2013 ص 05-06.

2- نورة جحايشية، منال زيتوني " دور مجلس المنافسة في ضبط السوق" مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، 2016/2015، ص15.

3-زوبرأرزقي، "حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة" معمرى-المرجع السابق، ص167.

4- المرسوم الرئاسي رقم 2000-372 المؤرخ في 22 نوفمبر 2000، والمتضمن إحداث لجنة إصلاح هياكل الدولة ومهامها، ج ر، عدد 71، الصادرة في 26 نوفمبر 2000.

وباستقراء نصوص قانون المنافسة، نستنتج أن مجلس المنافسة يقدم نوعين من الاستشارة، استشارة اختيارية، واستشارة إلزامية

أ - الاستشارة الاختيارية:

يقصد بالاستشارة الاختيارية إمكانية لجوء الأطراف المعنية إلى مجلس المنافسة بكل حرية أو الامتناع عن ذلك دون أن يترتب أي أثر على ذلك، فهي مسألة متروكة للجهات المعنية بذلك، وتشير المادة 35 من الأمر 0303، إلى الأشخاص المؤهلين بطلب الاستشارة من طرف مجلس المنافسة.

ويمكن أن تستشيريه أيضا في المواضيع نفسها الجماعات المحلية والهيئات الاقتصادية والمالية والمؤسسات والجمعيات المهنية والنقابية وكذا جمعيات المستهلكين"

أما المادة 38 منه فقد سمحت للهيئات القضائية في استشارة المجلس في أي قضية متصلة بالممارسات المقيدة للمنافسة.

يمكن أن تطلب الجهات القضائية رأي المجلس فسمما يخص معالجة القضايا المتصلة بالممارسات المقيدة للمنافسة كما هو محدد بموجب هذا الأمر، ولا يبدي رأيه إلا بعد إجراءات الاستماع الحضورى، إلا إذا كان المجلس قد درس القضية المعنية

- تبلغ الجهات القضائية مجلس المنافسة، بناء على طلب المحاضر، أو تقارير التحقيق ذات الصلة بالوقائع المرفوعة إليه⁽¹⁾.

- يظهر من خلال الأحكام الواردة في المادتين أن المشرع الجزائري قد حدّد الأشخاص التي بإمكانها استشارة مجلس المنافسة، وهي كل الوزارات والمصالح التابعة لرئاسة الحكومة وكذا البلديات والمؤسسات الاقتصادية والهيئات والجمعيات المختلفة وكذا الجهات القضائية، وحتى يتسنى لهاته الهيئات أن تطلب الاستشارة من المجلس يجب أن يكون موضوع الاستشارة ذو علاقة بالمنافسة حسب ما أكده المشرع.

1- د مولود ديدان، " قانون المنافسة" مرجع سابق، ص15-16.

ب - الاستشارة الإلزامية:

حسب المادة 36 من الأمر 03-03، فإن مجلس المنافسة يستشار في كل مشروع نص تنظيمي له صلة بالمنافسة أو يدرج تدابير من شأنها على الخصوص:

- إخضاع ممارسة مهنة أو نشاط أو دخول سوق ما إلى قيود من ناحية الكم.

- وضع رسوم حصرية في بعض المناطق أو النشاطات.

- فرض شروط خاصة لممارسة نشاطات الإنتاج والتوزيع والخدمات.

- تحديد ممارسات موحدة في ميدان شروط البيع.

أما عن طبيعة النصوص المستشار حولها فهي بنص الأمر تتعلق بالنصوص التنظيمية فقط ذات الصلة بالمنافسة، غير أنه عمليا حدث وأن أستشير المجلس حول نصوص تشريعية كما هو الحال بالنسبة لمشروع قانون المحروقات.⁽¹⁾

- وبالتالي فيما يخص الاستشارة الإلزامية فالجهة المعنية ملزمة وجوبا باستشارة المجلس وذلك بغض النظر عن مدى ضرورة الأخذ برأي مجلس المنافسة من عدمه وبالرجوع إلى مواد قانون المنافسة أي الأمر 03/03 المعدل والمتمم نجد أن استشارة المجلس وجوبا تكون في حالة واحدة وهي خروج الدولة عن مبدأ حرية الأسعار (تقنين الأسعار)، وقد أقر المشرع الجزائري في إطار الأمر 03/03 المتعلق بالمنافسة، مبدأ حرية الأسعار اعتمادا على قواعد المنافسة الحرة. بموجب المادة الرابعة منه التي نصت على⁽²⁾: " تحدد أسعار السلع والخدمات بصفة حرّة وفقا لقواعد المنافسة الحرّة والتزيهة" ، إلا أنه قد كذلك استثناء الخروج عن هذا المبدأ وفق الشروط المحددة في المادة 04 من القانون 05/10 المؤرخ في 15 أوت سنة

1- وليد بوجملين، " سلطات الضبط الاقتصادي في القانون الجزائري" دار بلقيس للنشر، دار البيضاء-الجزائر، 2011، ص120.

2- حمائلية سمير، "عن سلطة مجلس المنافسة في ضبط السوق" مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري - تيزي وزو - 2013، ص39

2010،⁽¹⁾ "تتم ممارسة حرية الأسعار في ظل احترام أحكام التشريع والتنظيم المعمول بهما وكذا على أساس قواعد الإنصاف والشفافية".

2- الدور القمعي لمجلس المنافسة

يتمتع مجلس المنافسة بصلاحيات محاربة الممارسات المنافية للمنافسة المنصوص عليها في قانون المنافسة، وذلك بعدما يتم إخطاره من طرف الهيئات المخول لها قانوناً أو أن يباشر ذلك بنفسه.⁽²⁾ يترتب على إخطار مجلس المنافسة من قبل الهيئات المخول لها قانوناً ذلك، فتح هذا الأخير لتحقيق قصد إثبات وقوع ممارسات وأفعال يحظرها قانون المنافسة وبعدها يوقع الجزاء على مرتكبيها بغية حماية المستهلك.

أ - دور مجلس المنافسة في القيام بالتحقيقات.

يتعين على مجلس المنافسة عند إخطاره بممارسات منافية للمنافسة القيام بتحقيق حول الوقائع بغية إضفاء المشروعية على أعماله، ويجب عليه التعمق في التحقيق قصد إثبات بما لا يدع للشك، فالمقرّر هو الذي يقوم بالتحقيق وذلك بقيامه بالبحث والتحري في الممارسات المنافية للمنافسة، وهذا ما أكدته المادة 51 من الأمر 03/03 بنصها فيما يلي: "يمكن المقرر القيام بفحص كل وثيقة ضرورية للتحقيق في القضية المكلف بها دون أن يمنع ذلك بحجة السر المهني، وبممكنه أن يطالب باستلام أية وثيقة حيثما وجدت، ومهما تكن طبيعتها وحجز المستندات التي تساعد في أداء مهامه وتضاف المستندات المحجوزة إلى التقرير وترجع في نهاية التحقيق"⁽³⁾

وحسب ما نصت عليه المادة 51، نلاحظ أن المقرر يقوم بالتحقيق في كافة الطلبات والشكاوي المقدمة للمجلس، بحيث يقوم بفحص كل وثيقة لها أهمية في التحقيق ومهما كانت طبيعة الوثيقة

1- المادة 04 من القانون رقم 05/10 المؤرخ في 15 أوت سنة 2010، ج ر ، عدد46، مؤرخة في 2010/08/18.

2- الأشخاص المؤهلة لإخطار مجلس المنافسة : الوزير المكلف بالتجارة، المؤسسات الاقتصادية جمعيات حماية المستهلك والجماعات المحلية والجمعيات المهنية النقابية.

3- عياشي كرم، "دور مجلس المنافسة في حماية المستهلك من الممارسات المنافية للمنافسة" الملتقى الوطني الخامس " الحماية القانونية للمستهلك"، يومي 16-17 ماي 2012، كلية الحقوق بجامعة الدكتور يحيى فارس- المدينة - ص 07.

(تجارية، مالية، أو محاسبية) وبإمكانه حجز الوثائق أو المستندات ثم يضيفها إلى التقرير الأولي، ثم يطلب المقرر كل المعلومات الضرورية للتحقيق من المؤسسة أو أي شخص آخر.

وإضافة إلى جمع المعلومات الاستماع إلى الأطراف من أجل طلب المعلومات أو لتكملة المعلومات المتعلقة بالأفعال حسبما نصت عليه المادة 53 من قانون المنافسة وبعد جمع وفحص المعلومات يقوم المقرر بتحرير التقرير الأولي يتضمن عرض وقائع القضية ويُبلغ رئيس المجلس التقرير إلى الأطراف المعنية وإلى الوزير المكلف بالتجارة وإلى جميع الأطراف ذات المصلحة الذين يمكنهم إبداء ملاحظات مكتوبة وفي أجل لا تتعدى ثلاثة أشهر...

عند اختتام التحقيق الأولي يقوم المقرر طبقاً للمادة 54 من الأمر 03/03 بوضع تقرير ختامي لدى مجلس المنافسة حيث يتضمن المآخذ المسجلة ومرجع المخالفات المرتكبة واقتراح القرار.

وفي الأخير يتولى رئيس مجلس المنافسة بتبليغ التقرير للأطراف المعنية وإلى الوزير المكلف بالتجارة ويحدّد لهم تاريخ الجلسة المتعلقة بالقضية.⁽¹⁾

ب - صلاحية توقيع الجزاء

إذا أثبتت التحقيقات أن الأفعال والوقائع التي أخطرت بها مجلس المنافسة تشكل إحدى الممارسات المقيدة للمنافسة المنصوص عليها في المواد 06-07-11-10-12 من الأمر 03/03 المتعلق بالمنافسة يملك سلطة قمع هذه الممارسات بتوقيع جزاءات مالية ضد الأطراف المعنية بها، إلى جانب سلطته في إصدار الأوامر لوقف تلك الممارسات المقيدة للمنافسة.

أولاً: العقوبات المالية:

يتمتع المجلس بصلاحيات ردعية واسعة، حيث خصه قانون المنافسة بسلطة تسليط عقوبات مالية إذا ما تأكد من أن المخالفة قائمة.

1- أنظر المادة 53-54 من الأمر 03/03، المتعلق بالمنافسة، مرجع سابق.

1- العقوبات المطبقة على الممارسات المقيدة للمنافسة

طبقا للمادة 56 من الأمر 03/03 فإن قانون المنافسة يعاقب على الممارسات المقيدة للمنافسة كما هو منصوص عليها في المادة 14 من هذا الأمر، بغرامة مالية لا تفوق 12% من مبلغ رقم الأعمال من غير الرسوم المحققة في الجزائر خلال آخر سنة مالية مختتمة، أو بغرامة تساوي على الأقل ضعفي الربح المحقق بواسطة هذه الممارسات، على ألا يتجاوز هذه الغرامة أربعة أضعاف هذا الربح، وإذا كان مرتكب المخالفة لا يملك رقم أعمال محدد، فالغرامة لا تتجاوز ستة ملايين دينار (6000.000 دج) .

وتفرض المادة 57 من نفس الأمر غرامة قدرها مليوني دينار (2000.000 دج) على كل شخص طبيعي ساهم شخصيا بصفة احتيالية في تنظيم الممارسات المقيدة للمنافسة وفي تنفيذها كما هي محددة في هذا الأمر⁽¹⁾

2 - العقوبات المالية المقررة على عمليات لتجميع غير مرخص بها:

طبقا للمادة 61 من الأمر 03/03، يفرض مجلس المنافسة على عمليات التجميع بدون ترخيص غرامة مالية يمكن أن تصل إلى 7% من رقم الأعمال من غير رسوم المحقق في الجزائر خلال آخر سنة مالية مختتمة ضد كل مؤسسة هي طرف في التجميع أو ضد المؤسسة التي تكونت من عملية التجميع.

- أما في حالة عدم احترام الشروط أو الالتزامات المنصوص عليها في المادة 62 من الأمر 03/03 يمكن لمجلس المنافسة إقرار عقوبة مالية تصل إلى 5% من رقم الأعمال من غير الرسوم .

- ويمكن لمجلس المنافسة أن يقرر تخفيض مبلغ الغرامة المحكوم بها على المؤسسات تعترف بالمخالفات المنسوبة إليها أثناء التحقيق في القضية، وتتعاون في الإسراع بالتحقيق فيها، وتتعهد بعدم ارتكاب المخالفات المتعلقة بتطبيق أحكام هذا الأمر.

1- أنظر المادة 56-57 من الأمر 03/03 المتعلق بالمنافسة، مرجع سابق.

ثانيا: عقوبات ذات طابع إداري

وهي عبارة عن أوامر توجه للمؤسسات المخالفة لقواعد قانون المنافسة للقيام بعمل أو الامتناع عنه.⁽¹⁾

المطلب الثاني: جمعيات حماية المستهلك.

احتلت قضية حماية المستهلك مكانا جوهريا بين القضايا الاجتماعية والسياسية والإنسانية والاقتصادية التي تهم المنظمات كافة، كون المستهلك هو محور عمل واهتمام تلك المنظمات والسبب الأساسي لوجودها وديمومة أنشطتها⁽²⁾ ولكل فعل رد فعل لذلك فإن المجتمعات الواعية لا تستسلم للمشاكل القائمة أو المتوقعة بل تنظم نفسها للتعامل معها، ولهذا فقد شهد العالم ظهور حركات اجتماعية⁽³⁾ تهدف إلى الحد من ظاهرة الغش التجاري من خلال استفراد التجار بالمستهلكين ومن هذه الحركات جمعيات حماية المستهلك.

- وبالتالي فإن مشاركة الجمعيات في حماية المستهلك والدفاع عنه إلى جانب الهيئات الرسمية، أصبح ضرورة لا غنى عنها لأن حجم المشكلة وطبيعتها أكبر من أن تواجهها الدولة بمفردها.

إذ تعتبر مهمة حماية المستهلك مسؤولية الجميع بما في ذلك المستهلك نفسه، فالحكمة تقول بأن الدين مطلوب وليس محمول، والحماية هي دين وعلى المستهلك أن يسعى إليها ويطالب بها ويشارك في تحقيقها، وهذه المشاركة لا يمكن أن تأتي مفعولها إلا إذا تمت تحت لواء الحركة الجمعوية التي تأخذ على عاتقها مهمة الحماية والدفاع عن مصالح المستهلكين وذلك من خلال ممارستها مختلف المهام المخولة لها بموجب المادة 21 من القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش والمتمثلة أساسا في الدور

1- عياشي كريمة، دور مجلس المنافسة في حماية المستهلك من الممارسات المنافية للمنافسة، مرجع سابق، ص11.

2- د أحمد محمد فهمي البرزنجي، أ، نزار عبد المجيد البرواري، " استراتيجيات التسويق " دار وائل للنشر، الطبعة الثانية 2008، ص119.

3- د محمد قاسم القريوني، " مبادئ التسويق الحديث"، دار وائل للطباعة والنشر، الطبعة الأولى، 2001، ص347.

التحسيس والإعلامي اللذان يهدفان إلى خلق وعي وثقافة استهلاكية لدى المستهلكين وترقيتهم لمسايرة التطورات الحاصلة في مختلف المجالات وتحسيسهم بالمخاطر التي تهدد أمنهم وسلامتهم.⁽¹⁾

وبالتالي سنتطرق في هذا المطلب للتعرف على نشأة الجمعيات (فرع 1) والدور التحسيس والإعلامي (فرع 2) إضافة إلى تمثيل المستهلكين (فرع 3).

الفرع الأول: تعريف جمعيات حماية المستهلكين.

يعتبر من الحقوق الدولية الأساسية حرية تشكيل جماعات أو منظمات المستهلكين وغير ذلك من التنظيمات ذات الصلة، وإتاحة الفرصة لها لكي تعبر عن آرائها في عمليات اتخاذ القرارات التي تمس المستهلكين.

وبالتالي نستطيع القول أنه لا يجوز أن تلقى المسؤولية الكاملة على الدولة لأنه من ناحية لا يمكن أن يغطي دور الدولة شتى المجالات ومن ناحية أخرى قد لا تتحقق فعالية الانجاز في هذا السبيل الأمر الذي استدعى الحاجة إلى تكتل المستهلكين في شكل جمعيات للدفاع عن حقوقهم.

وتعد جمعية حماية المستهلكين لولاية تيارت أول جمعية محلية لحماية المستهلكين في الجزائر تم إنشائها سنة 1987، والملاحظ هنا أن هذه الجمعية تم تأسيسها قبل ظهور أي إرادة سياسية لحماية المستهلك وأكثر من ذلك فقد ظهرت هذه الجمعية في وقت لم يكن فيه مصطلح مستهلك رائج أو شائع وهذا يدل على الوعي المبكر للمستهلك الجزائري بالأخطار التي تهدد أمنه الاستهلاكي،⁽²⁾ ولم تتنامى هذه الجمعيات " جمعيات حماية المستهلك " إلا بصدر القانون 31/90 المؤرخ في 04 ديسمبر 1990، المتعلق بالجمعيات⁽³⁾ وهي جمعيات لا تسعى إلى تحقيق الربح ثم ألغي هذا القانون بصدر القانون الجديد رقم 06/12 المؤرخ في 12 يناير 2012، المتعلق بالجمعيات باعتباره الشريعة العامة والإطار التشريعي

1- أ- بن لحرش نوال " الدور التحسيس والإعلامي لجمعيات حماية المستهلكين في الجزائر "، مجلة الندوة للدراسات القانونية، كلية الحقوق، - جامعة قسنطينة 1 - العدد الأول لعام 2013، ص 216.

2- بن لحرش نوال، " جمعيات حماية المستهلك "، مرجع سابق، ص 38.

3- القانون 90-31 المؤرخ في 17 جمادى الأولى 1411 الموافق ل 04 ديسمبر 1990، المتعلق بالجمعيات، ج ر، عدد 53 لسنة 1990.

الساري المفعول، فقد جاء في مادته الثانية " تعتبر الجمعية في مفهوم هذا القانون تجمع أشخاص طبيعيين أو معنويين على أساس تعاقدية لمدة محدودة أو غير محدودة.

ويشترك هؤلاء الأشخاص في تسخير معارفهم ووسائلهم تطوعا ولغرض غير مربح من أجل ترقية الأنشطة وتشجيعها لاسيما في المجال المهني والاجتماعي والعلمي والديني والتربوي والثقافي والرياضي والبيئي والخيري والإنساني".⁽¹⁾

الفرع الثاني: الدور التحسيبي والإعلامي لجمعية حماية المستهلك.

تعتبر هذه الوظيفة المهمة الأكثر كلاسيكية والتي تتولاها الجمعيات في الوقت الحاضر، ذلك أن مهام تحسيس الشعب بالإضافة إلى أصحاب القرار بأهمية مشاكل الاستهلاك، من خلال وسائل الإعلام المختلفة، وعقد المؤتمرات، ونشر الملصقات والإشهار.⁽²⁾

1 - الدور التحسيبي:

من الواجبات المهمة والأساسية لجمعيات حماية المستهلك، تحسيس المستهلك بكل المخاطر التي تهدد أمنه وصحته وماله، كما تقوم الجمعيات بتوجيه المستهلك وتعريفه بمختلف الهيئات الساهرة على ضمان أمنه الاستهلاكي والجهات التي بإمكانه اللجوء إليها كلما شعر بأنه قد تم الاعتداء على حقوقه من الجانب المهني وكذلك تحسيسه بأهمية الدور الذي تقوم به هذه الجمعيات والذي يجب أن يتوج ويدعم بدور المستهلك في حماية نفسه⁽³⁾

هذا وللقيام بدورها التحسيبي تعتمد جمعيات حماية المستهلكين على مجموعة من الآليات تتمثل خصوصا فيما يلي:

1- محمد عبيدي، " حركة حماية المستهلك بالجزائر في ظل اقتصاد السوق" الملتقى الوطني الخامس " الحماية القانونية للمستهلك" كلية الحقوق، جامعة الدكتور يحيى فارس - المدية - يومي 16-17 ماي 2012، ص 07.

2- حليلة بن شعاعة، "الحماية الجزائرية للمستهلك في التشريع الجزائري" مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر، أكاديمي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح - ورقلة - 2012 - 2013، ص 55.

3- بن لحرش نوال، " جمعيات حماية المستهلك"، مرجع سابق، ص 82.

أ - تنظيم حملات تحسيسية:

تعتبر الحملات التحسيسية من أهم الوسائل المتبعة من قبل الجمعيات، وذلك يعود إلى خصوصية هذه الآلية التي تسمح بالإيصال المباشر مع المستهلكين لتوعيتهم وتوجيههم وإرشادهم وعادة ما تستهدف هذه الحملات موضوع معين، غالبا ما يكون موضوع الساعة كظاهرة التسممات الغذائية مثلا التي تكثر في فصل الصيف، وهذا ما دفع بالعديد من الجمعيات الناشطة إلى إدراجه ضمن برامجها السنوية نشاطات تحسيسية بهدف توعية المستهلك وتحسيسه بالأضرار الناجمة عن التسممات الغذائية والأسباب المؤدية إليها وتوجيههم إلى سبل الوقاية منها.

ب - تنظيم ملتقيات وأيام دراسية:

نصت المادة 24 من القانون رقم 06/12 المتعلق بالجمعيات على أنه بإمكان الجمعية في إطار التشريع المعمول به تنظيم أيام دراسية وملتقيات وندوات وكل اللقاءات المرتبطة بنشاطها. ومن هذه النشاطات نذكر على سبيل المثال اليوم الجهوي لإعلام وتحسيس المستهلك وآليات الوقاية من التسممات الغذائية ودور الجمعيات في ذلك، المنظم من طرف جمعية الحماية والدفاع عن المستهلك لولاية سكيكدة.⁽¹⁾

3 - المشاركة في الحصص الإذاعية والتلفزيونية:

- تستطيع جمعيات حماية المستهلك أن تلجأ إلى وسائل الإعلام المرئية أو المسموعة لتمرير رسالتها وذلك نظرا لقدرة هذه الوسائل على الوصول إلى أعداد كبيرة من المستهلكين.

- بالنسبة للحصص التلفزيونية نشير مثلا إلى جمعية حماية المستهلكين لولاية قسنطينة التي شاركت في حصة تلفزيونية سنة 1997 تحت عنوان "صحة وسلامة المستهلك".

- أما فيما يخص الحصص الإذاعية فمشاركة الجمعيات فيها قليلا.

1- بن لحرش نوال، "الدور التحسيس والإعلامي لجمعيات حماية المستهلكين في الجزائر، مرجع سابق، ص 217.

4 - إصدار نشریات ومجلات دورية:

يأمكن جمعيات حماية المستهلكين أن تقوم بجمع المعلومات ثم نشرها بواسطة المنشورات والمطبوعات في إطار حماية المستهلك وحسب ما نص عليه المشرع ويكون إصدار النشريات والمجلات خاصة، في 15 مارس والذي يعتبر اليوم العالمي لحقوق المستهلك ومن خلال وضع مسابقات ونشاطات تقوم بها الجمعية بمشاركة المديرية الجهوية للتجارة، حسب المعلومات التي أفاد بها رئيس جمعيات حماية المستهلكين.⁽¹⁾

5 - إنشاء مواقع إلكترونية:

تقوم جمعيات حماية المستهلك بإنشاء مواقع إلكترونية تحتوي على نصائح وإرشادات المختصين لفائدة المستهلك، تأخذ على سبيل المثال: موقع جمعية حماية المستهلكين لولاية برج بوعرريج www.acpc.bba.gov

الفرع الثالث: دور الجودة ورقابة الجودة في حماية المستهلك:

تلعب الجودة دورا هاما في ضمان حماية المستهلك، كما يمكن تحقيق هدف الحماية من خلال تفعيل نشاط الرقابة على الجودة

1 - أهمية الجودة في ضمان حماية المستهلك

- تعتبر الجودة والتقييم من الآليات الهامة التي تعتمد في ضمان حماية المستهلك خاصة بعد هيمنة الاتجاه المتزايد إلى عولمة السوق واشتداد المنافسة، تزايد ظاهرة الغش والخداع التسويقي الذي يتعرض له المستهلك، فاعتماد الجودة والتقييم يعني أن المؤسسات توجهت للبحث عن ما يميزها في الأسواق عن منافسيها.

ولكي يتحقق للمؤسسات هذا الهدف وغيره من الأهداف الأخرى لجأت إلى بذل كل ما في وسعها من أجل حماية المستهلك من الغش التسويقي باعتباره من أغلى أصولها وهذا عن طريق ضمان

1- بن بعلاشهجرة، " حماية المستهلك من مخاطر التسممات الغذائية في التشريع الجزائري، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، 2013-2014، ص34.

جودة المنتجات المقدمة له من خلال التقييد بمتطلبات المنظمة الدولية للمواصفات والمقاييس (ISO) والتي يعتبرها المستهلك بمثابة مرجع للتمييز بين المنتجات المعروضة في الأسواق.⁽¹⁾

2 - أهمية رقابة الجودة في حماية المستهلك:

تلعب الرقابة على الجودة دورا هاما في حماية المستهلك من الأضرار الصحية الناتجة عن استعمال مواد أو أغذية فاسدة، وفحص السلع المنتجة محليا أو المستوردة، ومحاربة الاحتكار، ووضع مواصفات القياسة للإنتاج والاستيراد والتصدير.

وتوجد عدة تعريفات لمفهوم رقابة الجودة من بينها أنها "مجموعة من الأنشطة المحددة، والتي تستخدم بهدف التأكد من الإنتاج الذي تم تحقيقه، يتفق ويتطابق مع تلك المواصفات التي وضعت له سلفا.

ويمكن للرقابة على الجودة أن تؤدي دورها بفعالية في حماية المستهلك من خلال قيام الأشخاص المؤهلون قانونا بالمعينة المباشرة، أو بالفحوص البصرية، وبواسطة أجهزة المكييل والموازين والمقاييس بالتدقيق في الوثائق والاستماع إلى الأشخاص المسؤولين أو بأخذ عينات من المنتج، بالإضافة إلى زيارة الأماكن والتجهيزات ذات العلاقة بالمنتجات الموجهة للاستهلاك، وهذا في كامل أوقات العمل.⁽²⁾

1- بلعباس زكية، معيزي أم كلثوم، آلية مراقبة التجارة وجودة المنتوجات في الأسواق الجزائرية، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة ابن خلدون - تيارت -، 2013-2014، ص72.

2- داوي الشيخ، تحليل آليات حماية المستهلك في ظل الخداع والغش التسويقي - حالة الجزائر - محاضرة بكلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، ص09.

المبحث الثالث: دور الجماعات المحلية والهيئات القضائية في قمع الغش التجاري

إضافة إلى الأجهزة الرقابية السالف ذكرها فقد كرسّ المشرع أجهزة أخرى وهي الجماعات المحلية والهيئات القضائية التي كلفت مثلها مثل الأجهزة الأخرى بسلطة رقابة وتنظيم الحياة الاقتصادية وتختلف مهامها وصلاحتها حسب الغرض التي تأسست من أجله.

- وللتعرف أكثر على دور ومهام هذه الهيئات قسمنا المبحث إلى مطلبين المطلب الأول يضم دور الجماعات المحلية أما المطلب الثاني تحدثنا فيه عن الهيئات القضائية ومهامها.

المطلب الأول: الجماعات المحلية.

تلعب المجالس الشعبية والولائية دورا جوهريا في حماية المستهلك، وبالنظر الى الصلاحيات التي يتمتعان بها في إطار تسيير الإدارة المحلية أن يتدخلوا لوضع حدّ للممارسات المنافية للتجارة التي من شأنها التي من شأنها المساس بصحة وسلامة المستهلك باعتباره فردا من المجتمع.

الفرع الأول: دور الولاية في حماية المستهلك.

من أهم الوظائف التي تقوم بها الولاية هي الرقابة الإدارية للمستهلك، بغية حمايته والحفاظة على صحته، ولقد خطت الدولة حسب امكانياتها خطوات واسعة في مجال الرقابة الغذائية، سواء من حيث السعي الدائم لبيسط وتنفيذ القوانين والتشريعات المتعلقة بالاستهلاك، أو من حيث الوقوف الفعلي على الرقابة.

1- دور المجلس الشعبي الولائي في حماية المستهلك:

يقوم المجلس الشعبي الولائي بالتنسيق مع المجالس الشعبية البلدية بالمبادرة في أعمال الوقاية من الأوبئة، ورسم سياسات محلية في مجال المراقبة وحماية المستهلك، ويناط بالمجلس الشعبي الولائي هذه المهمة من خلال الصلاحيات المخولة له في إطار التنمية الاقتصادية للولاية.

ويمكن تحديد صلاحيات المجلس الولائي ودوره في حماية المستهلك كما يلي:

- المحافظة على صحة وسلامة المستهلكين والمتدخلين على السواء من كل المخاطر والأضرار الصحية والمادية الناجمة عن الأغذية المغشوشة أو الملوثة.
- الحد من ظاهرتي الغش والتدليس في عملية تسويق المواد الغذائية.
- تشجيع الصناعات الغذائية، ورفع مستوى الجودة وسلامة المنتوجات من خلال السعي لمطابقة ما يعرض بالمنتوجات مع القوانين والتنظيمات.
- السعي لتعزيز ثقة المستهلك في السلع والمواد الغذائية المتداولة في الأسواق.
- حماية الاقتصاد الوطني من خلال تجنب الخسائر الاقتصادية الناجمة عن أعمال الغش وفساد الأغذية أو تلوثها أو عدم مطابقتها للمواصفات⁽¹⁾.

2- دور الوالي في حماية المستهلك:

- يعتبر الوالي مسؤولاً عن اتخاذ الإجراءات اللازمة للدفاع عن مصالح المستهلكين، وذلك بإشرافه على المديرات الولائية للمنافسة والأسعار التي تطبق السياسة الوطنية في ميدان المنافسة والأسعار ومراقبة النوعية وقمع الغش.
- في إطار أداء الوالي لمهامه باعتباره ممثلاً للدولة فإنه يتعين عليه بان يقوم بكل ما يكفل صحة وسلامة الأفراد حيث تنص المادة 96 من القانون 90-09 المتعلق بالولاية المؤرخ في 07/04/1990 معدل ومتمم أنه يكون
- "الوالي مسؤول عن المحافظة على النظام العام والأمن والسلامة والسكينة العامة"
- فتطبيقاً لهذا المبدأ فإنه تم توفير جميع الوسائل المادية قصد تحقيق ذلك.
- فالوالي باستطاعته أن يعتمد على المديرات التابعة لوزارة التجارة الموجودة على مستوى كل ولاية في إطار تنفيذ السياسة الوطنية المتعلقة بحماية المستهلك.⁽²⁾

1- مجدوب نوال، الحماية الجنائية والإدارية للمستهلك في عملية التسويق، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص القانون الجنائي للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2016-2017، ص 219.

2- عماري الجيلالي، بكة سيدي احمد المولود، "حماية المستهلك في التشريع الجزائري" مذكرة لنيل شهادة الدراسات الجامعية التطبيقية -مركز الشلف-جامعة التكوين المتواصل، 2011-2012، ص 47

الفرع الثاني: دور البلدية في حماية المستهلك:

تعتبر البلدية جهة إدارية مستقلة لها شخصية قانونية اعتبارية تسعى لتحقيق أهداف أساسية تتمثل بشكل رئيسي في العمل على تقدم وتطور كافة المجالات على المستوى الإقليمي والسهر على تأمين حياة المواطن وحماية ممتلكاته.

وقد تطور هذا الدور وازداد لا سيما في مجال حماية المستهلك وتوسع، حيث أصبحت البلدية تصدر مجموعة من القوانين المتعلقة بهذا المجال⁽¹⁾.

تتوفر البلدية على هيئتين أساسيتين، هما المجلس الشعبي البلدي، ورئيس المجلس الشعبي البلدي.

1- دور المجلس الشعبي البلدي في حماية المستهلك:

تتكفل البلدية بحفظ الصحة والحفاظة على النظافة العمومية، خاصة في مجال نظافة الأغذية ومكافحة التلوث، في سبيل تحقيق ذلك يتولى المجلس عن طريق المداولات رسم السياسة المحلية التي تكفل له هذه الوظيفة في اطار التنظيمات المتعلقة بالصحة والمنافسة، وحماية البيئة.⁽²⁾

2- دور رئيس المجلس الشعبي البلدي في حماية المستهلك:

باعتبار رئيس المجلس الشعبي البلدي هو الهيئة التنفيذية للبلدية وممثلها القانوني من جهة، وممثل الدولة على مستوى تراب البلدية من جهة أخرى، فهو حامي النظام العام والصحة العامة. وتتجلى صلاحياته فيما أوردت المادة 88 من القانون رقم 10/11 المتعلق بالبلدية، والتي تتجلى فيما يلي:

- السهر على النظم والسكينة والنظافة العمومية.
- السهر على حسن تنفيذ التدابير الاحتياطية والوقاية والتدخل في مجال الإسعاف.
- تبليغ وتنفيذ القوانين والتنظيمات المتعلقة بحماية المستهلك.

1-عائشة بوزيدي، دور الإدارة المحلية في حماية المستهلك، الملتقى الوطني الخامس، "الحماية القانونية للمستهلك" كلية الحقوق، جامعة الدكتور يحي فارس، المدينة، يومي 16-17 ماي 2012، ص 03

2-شعبان نوال، "التزام المتدخل بضمن سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش"، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011-2012، ص 112

- يسهر بمساهمة المصالح التقنية للدولة على احترام التشريع والتنظيم المعمول بهما،المتعلق بحفظ الصحة والنظافة العمومية لا سيما في المجالات التالية:
- الحفاظ على صحة الأغذية، والأماكن والمؤسسات المستقبلية للجمهور.
- توزيع المياه الصالحة للشرب.
- يخول لرئيس المجلس الشعبي البلدي اصدار قرارات قابلة للتنفيذ.⁽¹⁾

المطلب الثاني: الهيئات القضائية

منذ أن تنامت الحركات والأجهزة الرقابية التي تتكفل بحماية المستهلك والدفاع عن مصالحه زاد دور الهيئات القضائية في الجزائر في لعب أدوار هامة تصب في تجسيد هذا الهدف وهذا انطلاقا من مسؤوليتها عن حماية المواطن في المجالات المختلفة.

- حيث يتمثل دورها أساسا في مسألة الفصل في القضايا المتعلقة بحماية المستهلك وبالتالي نجد أن السلطات التي تتمتع بها الإدارة في إيقاف بعض الممارسات والتجاوزات التي يقوم بها العون الاقتصادي لا تحقق وقاية كافية لحماية المستهلك، لذا لا بد من المتابعة القضائية التي تكمل دور الإدارة، من خلال السلطات التي تتمتع بها.

الفرع الأول: دور النيابة العامة

النيابة العامة هي الهيئة المنوط بها الدعوة العمومية في تحريكها ورفعها ومباشرتها إما القضاء نيابة عن المجتمع وتطالب بتطبيق القانون.⁽²⁾

ومن خصائص النيابة العامة أنها تخضع للتدرج الإداري ولعدم القابلية للتجزئة فهي جهاز متكامل بمعنى أن أي عضو من أعضاء النيابة يمكنه أن يحل محل أي عضو آخر في تصرفاته القضائية كما أنها تتمتع

1-مجدوب نوال، المرجع السابق، ص213

2- إلياس الشاهد، " دور أجهزة الرقابة في حماية المستهلك في الجزائر" مجموعة أعمال الملتقى الوطني حول " حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي" معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي الوادي، أيام 13-14 أفريل 2008، ص345.

باستقلال خاص أمام قضاة الحكم، بالإضافة إلى النيابة لا تسال عن الأعمال التي تقوم بها تطبيقاً للقانون.

فتدخل النيابة العامة في المجال الاقتصادي لا يتناف ولا يتعارض مع دورها التقليدي المعروف، إذ يتجلى دورها في مجال حماية المستهلك حالياً أكثر مما كان عليه في السابق، خاصة مع ظهور آفاق اجتماعية واقتصادية جديدة نتيجة لعجز الإدارة المختصة في قمع الممارسات التي تمس بالمستهلك،⁽¹⁾ وذلك بتوقيع الجزء المادي للموس على المحترف متى تسبب بسلوكه في المساس بالمستهلك، وفي هذه الحالة فالسلطة القضائية تمثل السلطة الوحيدة التي لها صلاحية متابعة وقمع المخالفون متى شكلت سلوكياتهم ممارسة تنتمي إلى نوع الجرائم المعاقب عليها جنائياً، وهذا النوع من الجرائم ينظر فيه أمام المحاكم الجزائية.⁽²⁾

الفرع الثاني: دور وكيل الجمهورية كممثل للنيابة العامة على مستوى المحكمة:

وكيل الجمهورية بصفته رئيس الضبطية القضائية وممثل الحق العام وفي مستوى اختصاصه بإقليم المحكمة، بحيث يقوم بمراقبة أعمال الضبطية القضائية في البحث والتحري عن المخالفات والجنح التي تمس بالمستهلك وتحريك الدعوى العمومية ضد مرتكبيها⁽³⁾ وبطلب من وكيل الجمهورية لقاضي التحقيق أن يجري تحقيقاً ويجوز أن يوجه الطلب ضد شخص مسمى أو غير مسمى.

كما نصت المادة 44 من قانون حماية المستهلك.

"يحيل وكيل الجمهورية الملف إلى القاضي المختص إذا ما رأى، بناء على التقارير أو المحاضر التي أحيلت إليه من طرف الأعوان المذكورين في المادة 25 أعلاه، أو طبقاً لكشوف أو تقارير المخابر المؤهلة...؟"⁽⁴⁾

1- صياد الصادق، مرجع سابق، ص152.

2- حلاحي جمال، " دور أجهزة الدولة في حماية المستهلك على ضوء التشريع الجزائري والفرنسي " مذكرة لنيل درجة الماجستير في القانون، كلية الحقوق والعلوم التجارية، جامعة أحمد بوقرة - بومرداس - 2005-2006، ص102.

3- الياس الشاهد، المرجع السابق، ص345

4- أنظر المادة 44 من القانون رقم 09-03، مرجع سابق، الأعوان المذكورين في المادة 25 هم ضباط الشرطة القضائية والأعوان الآخرين المرخص لهم بموجب النصوص الخاصة بهم، إضافة إلى أعوان قمع الغش التابعون للوزارة المكلفة بحماية المستهلك.

- وبهذا يقوم قاضي التحقيق بالتحري عن المخالفات والجنح التي تمس بالمستهلك وإحالة المخالفين على المحكمة ليحاكموا وفقا للقانون.

-و بالرجوع إلى قانون حماية المستهلك وقمع الغش وفيما يخص إجراءات الخبرة، فإن الأعوان المكلفين بذلك يجلبون ملف الخبرة إلى وكيل الجمهورية، وكذلك تقوم المخابر المؤهلة قانونا بتقديم كشوفات أو تقارير الخبرة والذي يحيله بدوره إلى القاضي المختص والشروع في فتح تحقيق قضائي عند الحاجة وبعد القيام بتحقيق مسبق.⁽¹⁾

وقد نصت المواد: (52,62,63) من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، في مجال السحب المؤقت أو النهائي للمنتوج وذلك على ضرورة إعلام وكيل الجمهورية بكل الإجراءات.⁽²⁾

الفرع الثالث: دور النائب العام كمثل للنيابة العامة على مستوى المجلس القضائي:

النائب العام يمثل السلطة القضائية على مستوى كل مجلس، يعمل تحت رقابة غرفة الاتهام باعتباره يشرف على الضبطية القضائية على مستوى المجلس القضائي،⁽³⁾ وفي حالة وقوع أي مخالفة أو تقصير يطلب النائب العام من غرفة الاتهام بالنظر في القضية، ا وان يياشر النائب العام سلطاته عن طريق أعضاء النيابة العامة بموجب القانون وفي حدود اختصاصه.

1- صياد الصادق، مرجع سابق، ص153.

2- أنظر المواد 59-62-63، من القانون رقم 09-03، مرجع سابق.

3- إلياس الشاهد، مرجع سابق، ص345.

خلاصة:

فتضمن خاتمة هذا الفصل مجموعة من الاستنتاجات نلخصها فيما يلي:

- الملاحظ من الدراسة أن موضوع حماية المستهلك يحظى باهتمام كبير ومتزايد سواء على المستوى الوطني أو العالمي
- موضوع حماية المستهلك حساس بالنسبة لقطاعات اجتماعية واسعة (اقتصاد، قانون، إدارة...)
- خاصة إذا نظرنا إلى حجم التحديات الراهنة التي تواجه المجتمعات بفعل الانفتاح الاقتصادي المتعاظم والتدفق الإعلامي والمعلوماتي الكبير.
- إن إنشاء أجهزة والهيئات الرقابية المكلفة بقمع الغش التجاري من قبل المشرع الجزائري كان جدار حامي للمستهلك من خلال التصدي للمخالفات المرتكبة من قبل الأعوان الاقتصاديين والتي تضر بصحة وامن المستهلكين
- إن ضمان وترقية حماية المستهلك تركز على مجموعة من الآليات الإدارية القانونية والقضائية.

الفصل الثاني

الفن التجاري وأضراره

تمهيد:

لقد أصبح النظر في ماهية الغش التجاري وذلك نتيجة للأضرار التي يتسبب بها ضرورة ملحة أمام كل باحث مهتم بحماية المستهلك لأن الغش يؤثر عليه تأثيرا سلبيا فهو عبارة عن الخداع وتقديم الباطل عن الحق فهي تعتبر جريمة في نظر الشريعة الإسلامية وحتى القانون يعاقب مرتكبها ونتيجة للطلبات الرسمية المتكررة من أجل تأمين الحماية القانونية للمستهلك من جشع التجار والشركات وكذا للحفاظ على سلامتهم وصحتهم وأموالهم لمعرفة الأضرار التي يتسبب بها الغش التجاري قمنا بتقسيم هذا الفصل إلى المباحث التالية:

المبحث الأول: أسباب انتشار ظاهرة الغش التجاري.

المبحث الثاني: حماية المستهلك من الغش التجاري في الشريعة الإسلامية والقانون.

المبحث الثالث: دراسة سلوك المستهلك.

المبحث الأول: أسباب انتشار ظاهرة الغش التجاري وحماية المستهلك

تعددت الأسباب التي ساعدت على انتشار ظاهرة الغش التجاري والذي تؤثر على المستهلك على وجه الخصوص.

المطلب الأول: ماهية الغش التجاري.

الفرع الأول: تعريف الغش التجاري.

الغش هو الخداع أو تقديم الباطل في ثوب الحق.

ولخطورة الغش في جوانب الحياة الاجتماعية لذا فقد كان الرسول صلى الله عليه وسلم أول من حذر منه وجاء التحذير مطلقاً حين أرسى مبدأ فقدان القائم به لصفة الإيمان بحديثه الشريف " من غشنا فليس منا"

وعبارة "ليس منا" في الحديث تعني أن القائم بالغش ليس من المسلمين بل ليس من المؤمنين والغش من أخطر آفات الحياة لان من يرتكبه يكون بداخله قناعة بانتقاص وانتزاع حقوق الآخرين أيا كانت وكيفما كانت، وهو أمر خطير لأنه يؤدي إلى زعزعة الثقة في المجتمع وقطع الصلات بين أفرادها وإثارة البغضاء والأحقاد بينهم وانتشار الأمراض والفساد في الأرض وتضييع المصالح العامة وذلك في سبيل تحقيق مصالح خاصة دنيئة قليلة الأهمية البتة مع ما قد يصيب المجتمع من أضرار.⁽¹⁾

يعرف الغش التجاري في المنظور الإسلامي من أكبر الجرائم الاقتصادية ومن أفضع صور الفساد، الفساد في المعاملات التجارية.⁽²⁾

كما يعرفه المناوي " الغش ما يخلط الرديء بالجيد"

1- الندوة التي عقدت تحت عنوان " حماية المستهلك ومكافحة الغش التجاري، شرم الشيخ، مصر، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، يناير 2008، ص 61.

2- حسين حسين شحاتة، المنهج الإسلامي للتصدي لجريمة الغش التجاري، كتاب من الانترنت، دار المستورة، ص 01.

الغش التجاري هو تغيير أو تعديل للمنتجات لغرض إخفاء أو تبديل الزوايا السلبيّة لذلك المنتج والحصول على السعر المطلوب، يتزايد الغش التجاري يوماً بعد يوم مع التطورات التكنولوجية الحديثة من خلال السعي خلف المكاسب المحرمة أو الغير شرعية.⁽¹⁾

الفرع الثاني: أسباب انتشار الغش التجاري.

1 - أسباب داخلية:

- ارتفاع أسعار العقارات وإيجارات المساكن والمحلات.
- بروز ظاهرة الاحتكار من قبل شريحة من المتعهدين والموزعين.
- السعي لتحقيق أرباح قياسية من بعض الفئات.
- عدم وجود جهة رقابية من ذات الاختصاص وعدم فعالية إجراءات لردع المخالفين.
- ارتفاع مستوى التضخم ووجود فائض مالي في الأسواق.
- عدم تحديد الأسعار في بعض المحلات التجارية.
- تزايد أعداد السكان، المواطنين المقيمين، السياح، وزيادة نشاط وفعاليات المهرجانات يعتبر كذلك من الأسباب التي أدت إلى زيادة الطلب المحلي على السلع والخدمات، الأمر الذي انعكس بشكل طبيعي على الأسعار.
- قلة الوعي واللامبالاة لدى المستهلكين.
- عدم فاعلية جمعية حماية المستهلك بسبب عدم توفر الدعم الكافي لها.

2 - الأسباب الخارجية:

- ارتفاع الأسعار في بلد المنشأ.
- تراجع سعر صرف الدولار.

1- سلمى فاحص أحمد، الغش التجاري، الورقة البحثية، جامعة زايد، الإمارات، حريف 2014، ص 10.

- ارتفاع تكاليف التشغيل (الإيجارات، الوقود، الطاقة، المواد الأولية، الشحن...) (1)

بالإضافة إلى هذه الأسباب هناك أسباب أخرى تقود إلى الغش نذكر منها:

ضعف القيم الإيمانية ومنها عدم الخشية والخوف من الله، ونسيان الوقوف أمامه للمحاسبة الأخروية، وكذلك من أسباب الغش سوء الأخلاق ومنها: الكذب والخيانة، والتطيف، والجشع والشح والبخل، وعبادة المال، والطمع وهذه كلها أسباب نهى الإسلام عنها ويعتبر كل كسب منها سحتا مصداقا لقول رسول الله صلى الله عليه : " كل لحم نبت من حرام فهو سحت " (متفق عليه). (2)

المطلب الثاني: القواعد التي تحمي المستهلك من الغش التجاري.

الفرع الأول: الدولة ومكافحة الغش التجاري.

على الدولة مسؤوليات حسام نحو مكافحة الغش ويتم ذلك بسبل عديدة منها:

- سن القوانين التي تمنع الغش.
- نشر الثقافة والفقهاء الإسلامي على المعاملات.
- تحديد المواصفات والمقاسات الواجب توافرها في السلع والخدمات.
- الرقابة على المعاملات في الأسواق.

وغير ذلك من السبل المعاصرة المشروعة.

وعندما يطبق المنهج الإسلامي السابق سوف تقل جريمة الغش ولكن هذا كله يحتاج إلى تعاون أجهزة الدولة والأفراد والجمعيات حتى يتم تطهير المجتمع من تلك الجريمة وإيجار السوق الإسلامية الطاهرة من كل صور الجهالة والتدليس والغش والاحتكار والاستغلال. (3)

1- الندوة التي عقدت تحت عنوان حماية المستهلك ومكافحة الغش التجاري، مرجع سابق، ص 76-77

2- حسين حسين شحاتة، المنهج الإسلامي للتصدي لجريمة الغش التجاري، مرجع سابق، ص 03.

3- نفس المرجع، ص: 05.

مهام أعوان قمع الغش:

يكلف أعوان قمع الغش بمعاينة المخالفات المنصوص عليها في أحكام القانون رقم 03/09 المؤرخ في 25 فبراير 2009،⁽¹⁾ طبقاً لأحكام المادة 27 من قانون الإجراءات الجزائية والتي تنص على: "يياشر الموظفون وأعوان الإدارات والمصالح العمومية بعض سلطات الضبط القضائي التي تناط بهم بموجب قوانين خاصة وفق الأوضاع وفي الحدود المبينة بتلك القوانين ويكونون خاضعين في مباشرتهم مهام الضبط القضائي الموكلة إليهم لأحكام المادة 13 من هذا القانون"⁽²⁾.

الفرع الثاني: التعريف بالمستهلك وتعزيز حقوقه.

المستهلك هو الفرد الذي ليس لديه القدرة على اتخاذ قرار الشراء في حالات معينة وتحت ظروف محددة وخاصة، حيث أن ما يتصف به هو استهلاك المنتج فقط (الأطفال والرضع) وليس له أي رد فعل أو أي رأي في الشراء، ولكن بشكل عام من يقوم باستهلاك واستخدام المنتج يكون له رأي في الاختيار في توجيه الطلب نحو المنتج ومن المسؤول عن اتخاذ القرار إلى شراء المنتج (طلب الأولاد من الوالدين شراء ملابس، شراء مستلزمات الدراسة، الطعام... الخ)، حيث أنهم يشكلون عامل ضغط قوي على توجيه قرار، قادراً على تلبية حاجات ورغبات المستهلكين والمستفيدين من أفراد الأسرة وغيرهم.⁽³⁾

المستهلك هو الشخص الطبيعي أو المعنوي (كالشركات والجمعيات) الذي يقوم بشراء خدمة أو سلعة، أو يستأجر الخدمة أو السلعة أو يستعملها أو يستفيد منها وذلك لأغراض غير مرتبطة مباشرة بنشاطه المهني.⁽⁴⁾

1- قانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش.

2- الأمر 155/66 المؤرخ في 08 يوليو 1966 يتضمن قانون الإجراءات الجزائية المتمم بالأمر 02/11 المؤرخ في 23 فبراير 2011 الجريدة الرسمية عدد 12، 2011.

3- محمود جاسم الصميدعي - ردينة عثمان يوسف، سلوك المستهلك، دار المناهج للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2008، ص 114.

4- علي محمد جعفر، المبادئ الأساسية في قانون العقوبات الاقتصادية وحماية المستهلك، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، بيروت، الحمرا، 2009، ص 49.

المستهلك اصطلاحاً هو من يقوم " باستعمال السلع أو الخدمات لإشباع حاجياته الشخصية وحاجيات من يعولهم وليس بهدف إعادة بيعها، أو تحويلها أو استخدامها في نطاق نشاطه المهني" كما يعرف المشرع الجزائري المستهلك بأنه " كل شخص يقتني بثمن أو مجاناً منتجاً أو خدمة، مُعدّين للاستعمال - الاستهلاك - الوسيط أو النهائي، لسد حاجاته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به ".⁽¹⁾

المطلب الثالث: حماية المستهلك ومكافحة الغش التجاري.

المقصود بمفهوم حماية المستهلك ومكافحة الغش التجاري هو البحث عن السبل الكفيلة لمكافحة الغش بمفهومه السابق وذلك تحقيقاً لتوفير النتيجة المبتغاة من وراء إيجاد تلك السبل وهي تحقيق الحماية الكاملة للمستهلك من صور الغش المختلفة.

الفرع الأول: سبل وطرق حماية المستهلك.

تتنوع هذه السبل من حيث:

أولاً: تحديد المقصود بالغش وبيان حالاته وتبصير المستهلك بمضمونه وحالاته.

ثانياً: إقرار التشريعات الجنائية الرادعة التي تستطيع تحقيق الهدف المنشود وهو (مكافحة الغش التجاري وحماية المستهلك).

ثالثاً: إقرار التشريعات المناسبة وذلك بعد مناقشتها المناقشة الوافية والتأكد من قدرتها على تحقيق الهدف المنشود وذلك من خلال اختيار العقوبات الرادعة بكافة أنواعها بما فيها الحكم على مرتكب الغش بعدم الصلاحية للبقاء بين أفراد هذا المجتمع وذلك لفقدانه ثقة المجتمع فيه وطرده شر طردة متى كان من الوافدين أو منعه من ممارسة أي نشاط يتعلق بمجال الأغذية ونشر اسمه بوسائل الإعلان

1- نجاح ميدني، آليات حماية المستهلك في الاقتصاد الإسلامي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية، 2007-2008، ص16.

والتحذير من التعامل معه مطلقا متى كان من المواطنين وذلك ليكون طريدا للمجتمع الذي وضع ثقته فيه.

رابعا: تحديد آلية لكيفية تنفيذ تلك التشريعات في الواقع على المخالفين المتلاعبين بمصائر وحياة العباد الذين يضعون افتراضا يجعل تصرفات هؤلاء الغشاشين مخالفا لحقيقة الواقع، وهو كل منهم آمن على حياته وحياة أسرته وعائلته وذويه.

خامسا: إبراز دور وسائل الإعلام في تثقيف المستهلك وتعريفه بحقوقه وواجباته والتزاماته بالمساعدة على اكتشاف ذوي الضمائر المنعدمة والميتة والإسراع بالإبلاغ عن أي منهم فور اكتشافه مهما كانت ضالة ثمن السلعة وذلك لأن ما قدره لا يصيبه قد يصيب غيره من بني وطنه أو جنسه أو أي من أفراد أسرته أو عائلته.

سادسا: إبراز دور جمعيات حماية المستهلك وتعميمه والتأكيد والعمل على تفعيله وذلك من خلال إبراز محورية ذلك الدور وتعظيمه.

الفرع الثاني: صور وحالات الغش التجاري.

تتنوع صور وحالات الغش التجاري ومنها:

- 1 - خداع أو الشروع في خداع المتعاقد وذلك في:
 - عدد البضاعة المباعة أو مقدارها أو نوعها أو مقاساتها أو كيلها أو طاقتها أو مواصفاتها.
 - ذاتية البضاعة المتعاقد عليها عند المخالفة في النوعية.
 - صفاتها الجوهرية الدافعة للمتعاقد للإقدام على التعاقد عليها.
 - نوعها ومصدرها وذلك في الحالات التي يكون للمصدر محلا لإعتبار الشخص المتعاقد بشأنها.
 - إجراء تخفيضات وهمية أو غير حقيقية على أسعار السلع وذلك في مواسم التخفيضات.
- 2 - جريمة غش أو الشروع في غش أغذية الإنسان أو الحيوان أو العقاقير الطبيعية، أو أي مواد أخرى ويدخل في نطاق الجرائم المشار إليها عادة كافة الجرائم الأخرى ومنها على سبيل المثال:

- استعمال علامة تجارية مزيفة أو مزورة.
- مخالفة الأحكام الخاصة بتواريخ الإنتاج وانتهاء الصلاحية.
- مخالفة القواعد الخاصة بالوزن الصافي للعبوة.⁽¹⁾
- حدد القانون الغش بعدة حالات وهي:
- ذاتية البضاعة إذا كان ما سلم منها غير ما تم التعاقد عليها.
- حقيقة البضاعة أو طبيعتها أو صفاتها الجوهرية أو ما تحتويه من عناصر نافعة وبوجه عام العناصر الداخلة في تركيبها.
- نوع البضاعة أو منشؤها أو أصلها أو مصدرها في الأحوال التي يعتبر فيها بموجب الاتفاق أو العرف المنشأ أو الأصل أو المصدر المسند غشاً إلى البضاعة سبباً أساسياً على العقد⁽²⁾.

1- الندوة التي عقدت بعنوان حماية المستهلك ومكافحة الغش التجاري، مرجع سابق ذكره، ص 62-63.

2- موقع m.youml.com، 10 أفريل 2017.

المبحث الثاني: حماية المستهلك من الغش التجاري في الشريعة والقانون.

يتمثل المال في الشريعة الإسلامية إحدى الضروريات الخمس الكبرى التي وضعت الشريعة الضوابط والقواعد التي تحميها وتحافظ على الحقوق المتعلقة بها وهذه الحماية تظهر في صور وتدابير وقائية عامة وضوابط تفصيلية للتعامل مع المال.

المطلب الأول: عقوبات وضوابط الشريعة المتعلقة بالغش التجاري.

وضعت الشريعة عقوبات رادعة لمن يتعرض، يتجاوز أو يرتكب مخالفات تتعلق بالمال بدء من حد الحراية لمن ينهب المال بالقوة وقطع يد السارق وإلى غير ذلك من العقوبات، ومن مظاهر حماية الإسلام للمستهلك بصفة عامة تحريم بعض الممارسات لحمايته، كحماية المستهلك من الربا بأنواعه، وحمايته من الاحتيال، والغش والخداع وغيرها من العقوبات.

الفرع الأول: المنهج الإسلامي لمكافحة الغش.

عند النظر في النصوص الشرعية نجد أن الإسلام يحمي المستهلك من الغش التجاري بل ويقطع كل السبل المؤدية للوصول إليه، وهذه الحماية الشرعية تتجاوز التخويف بالعقوبة الدنيوية إلى التخويف بالعقاب الآخروي، لتحفيز سلطة الرقابة الذاتية لدى المؤمن ورقابة الله عز وجل له في سره وعلنه وهذه الحماية الشرعية هي أساس للحماية الجنائية، لئتم معاقبة مرتكب الغش التجاري يجب تحريم ما ارتكبه أولاً وهنا ما تدل عليه النصوص الشرعية التي سنتناولها فيما يلي⁽¹⁾:

تحريم أكل أموال الناس بالباطل:

قال تعالى: " وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ " (2).

1- الندوة التي عقدت بعنوان حماية المستهلك ومكافحة الغش التجاري، مرجع سابق ذكره، ص 90

2- القرآن الكريم، سورة البقرة، الآية : 188.

قال تعالى : " يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا" (1)

تحريم الظلم:

في الحديث القدسي عن أبي ذر رضي الله عنه عن النبي صلى الله عليه فيه روى عن الله تبارك وتعالى أنه قال: " يا عبادي إني حرمت الظلم على نفسي وجعلته بينكم محرماً فلا تظالموا" (2) عن عبد الله بن عمر رضي الله عنهما أن الرسول صلى الله عليه وسلم قال " المسلم أخو المسلم لا يظلمه ولا يسلمه ومن كان في حاجة أخيه كان الله في حاجته ومن فرج عن مسلم كربة فرج الله عنه كربة من كرب يوم القيامة ومن ستر مسلماً ستره الله يوم القيامة" (3) ومما لاشك فيه أن الغاش ظالم لإخوته المسلمين معتد على حقوقهم آكل لأموالهم بغير وجه حق.

تحريم الغش التجاري:

جاءت الشريعة الإسلامية لحماية المستهلك من جميع أنواع الغش التجاري بكل أنواعه، ولكن تأكيداً لذلك التحريم مفصلاً على النحو التالي: فحرم الإسلام تصرية الإبل الإبل والغنم، والتصرية حرام وهذا مذهب جمهور العلماء المالكية والشافعية والحنابلة. (4)

للإسلام نظرتهم المميزة لعلاج جريمة الغش وهذه النظرة تجمع بين القيم الإيمانية، التربية الأخلاقية، والتفرقة في دين الله والعقاب الرادع من السلطان ولهذه الجوانب دور هام في القضاء على هذه الجريمة وتحليل ذلك كالتالي:

1- القرآن الكريم، سورة النساء، الآية : 29.

2- أخرجه مسلم، في كتاب البر والصلة، باب تحريم الظلم، رقم 4، 1994/2577.

3- أخرجه البخاري، في كتاب المظالم والغصب، باب لا يظلم المسلم المسلم ولا يسلمه، رقم 828/202310، ومسلم في باب الصلة والآداب، باب تحريم الظلم، رقم 4، 1996/2580.

4- الندوة التي عقدت بعنوان حماية المستهلك ومكافحة الغش التجاري، مرجع سابق ذكره، ص 91-92.

أولاً: دور القيم الإيمانية في مكافحة الغش التجاري:

تتمثل القيم الإيمانية في خشية الله عز وجل ومراقبته والإيمان بالمحاسبة الأخروية، وهذه القيم تمنع من ارتكاب جريمة الغش قبل أن تقع ويسمى هذا بالرقابة الذاتية المانعة، والتي يجب أن يربى المنتجون والتجار والمستهلكين ومن في حكمهم عليها.

ثانياً: دور القيم الأخلاقية في مكافحة الغش:

من أهم القيم الأخلاقية التي يجب أن يلتزم بها التجار المسلمون: الصدق والأمانة وتجنب الشبهات وعدم الحلف والوفاء بالكيل والميزان وعدم الاحتيال، وتجنب الجشع وهذه القيم تقلل من جريمة الغش، بل تمنعه تماماً، ولقد التزم بها التجار المسلمون ونشروا بها الإسلام في كثير من دول العالم، ولاسيما في دول شرق آسيا، وإفريقيا ولذلك يجب بذل كافة الجهود لحث التجار على الالتزام بتلك الأخلاق الفاضلة.

ثالثاً: الثقة في الدين لمعالجة الغش

يلتزم أن يفقه التاجر فقه المعاملات، ولقد أوصى رسول الله صلى الله عليه بذلك فقال: " من يرد الله به خير أفقهه في الدين " (البهيقي)، وكان عمر بن الخطاب رضي الله عنه يمر في الأسواق يقول للتجار " لا يبيع في سوقنا من لا يفقه " ومن أقوال علي بن أبي طالب رضي الله عنه لأحد التجار: " الفقه ثم المتجرة " وعندما يعرف التاجر المعاملات الجائزة والمنهى عنها شرعاً، ويفقه المعاملات الحرام التي فيها غشا فيتجنبها ففي ذلك الوقاية العملية من الوقوع في جريمة الغش وعلاجها إن وقعت.

رابعاً: دور نظام الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر في مكافحة الغش

يقوم الإسلام على منهج الدعوة إلى الخير والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر بكافة السبل والأساليب المشروعة التي تتفق مع كل زمان ومكان، ومن النظم العملية للرقابة على الأسواق نظام الحسبة، ومن مهامه الأساسية، مراقبة الأسواق والاطمئنان من عدم وجود الغش والخداع والجهالة، والتدليس وفي هذا الخصوص يقول الفقهاء أن الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، مطلوب من كل

مسلم وفقاً للحكم القرآني، الذي يقول الله عز وجل فيه: "وَلَتَكُنَّ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ"⁽¹⁾

إذا قام كل مسلم بتطبيق نظام الحسية على نفسه وعلى أسرته وعلى الآخرين قضى على جريمة الرشوة والغش.⁽²⁾

الفرع الثاني: عمق التشريع الإسلامي في موضوع حماية المستهلك.

والواقع يشهد بأن النظرة الإسلامية لمشاكل المستهلكين عميقة وشاملة ويمكن القول: بأن القرآن الكريم قد عالج كل المشاكل التي كان يتعرض لها المستهلك وقت تنزله والتي يمكن أن يتعرض لها إلى يوم الدين بجزء من آية بينة من آياته.

والرسول صلى الله عليه وسلم عالجها بحديث من جوامع كلمه.

فجزء الآية هو قول الله تعالى: "إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ"⁽³⁾

والحديث هو قوله صلى الله عليه وسلم "رحم الله رجلاً سمحاً إذا باع وإذا اشترى وإذا اقتضى."⁽⁴⁾

ولقد كانت نظرة الفقه الإسلامي عميقة تجاه المشاكل المختلفة التي تعني المستهلكين. فاهتم بالحاجات المختلفة لهم، وصنفها حسب أهميتها، ووضع كل حاجة في ترتيبها اللائق بها، ووضع من التشريعات العملية ما يضمن استمرار الإنتاج وشموله وتوازنه واتقانه.

كما عمل على استقرار السوق الإسلامية وحفظها من التصرفات التي تؤدي إلى اضطرابها، فحرم الربا، والاحتكار، والنحش، والبيع على بيع الغير، والشراء على شرائه، وتلقي الركبان، وبيع الحاضر للبادي، وكل تصرف يؤدي إلى رفع السعر على المسلمين بغير دافع وحرمة الغش والتدليس والغبن الفاحش وكل تصرف يؤدي لأكل أموال الناس بالباطل وحرمة بيع الغرر لما فيه من الضرر والخطر

1- القرآن الكريم، آل عمران، الآية : 104.

2- حسين حسين شحاتة، المنهج الإسلامي للتصدي لجريمة الغش التجاري، مرجع سابق ذكره، ص 03-04-05.

3- القرآن الكريم، سورة النحل، آية: 90.

4- أخرجه البخاري في 34 كتاب البيوع، (16) باب السهولة والسماحة في الشراء والبيع عن جابر بن عبد الله رضي الله عنهما .

العامة والخاصة، فأبطلها لتتجه الجهود إلى أصول المكاسب الحقيقية من صناعة وزراعة وتجارة وطهر جهازه الانتاجي عن كل السلع الضارة ببدن الإنسان وطبعه وعقله، ودينه، حتى تتجه الجهود إلى الطيبات التي يستعان بها على طاعة الله عز وجل.

المطلب الثالث: حماية المستهلك من الغش التجاري في المنظور الجنائي.

يتمثل دور الدولة في حماية المستهلك وتعزيز حقوقه في إنشاء أعوان لقمع الغش وأجهزة مجالس إدارية تضم كافة الاختصاصات من أجل تنشيط ذلك الدور عبر إشراف وزير الاقتصاد والتجارة.

الفرع الأول: صلاحيات أعوان قمع الغش.

لقد أعطى المشرع لأعوان قمع الغش مجموعة من الصلاحيات حتى يتمكن من تأدية المهام الموكلة لهم في أحسن الظروف.

- حرية الدخول نهارا وليلا، بما في ذلك أيام العطل، إلى المحلات التجارية والمكاتب والملحقات ومحلات الشحن والتوزيع وبصفة عامة إلى أي مكان، باستثناء المحلات ذات الاستعمال السكني التي يتم الدخول إليها طبقا لأحكام قانون الإجراءات الجزئية⁽¹⁾.

- إجراء المراقبة أثناء نقل المنتوجات على مستوى الطرقات.

- فحص الوثائق و/أو سماع المتدخلين المعنيين في جميع مراحل وضع المنتج للاستهلاك.

- فحص كل وثيقة تقنية أو إدارية أو تجارية أو مالية أو محاسبية وكذا كل وسيلة مغناطيس أو

معلوماتية في أي يد وجدت ودون أن يحتج اتجاههم بالسر المهني، والقيام بحجزها إذا كان التحقيق يتطلب ذلك مقابل وصل استلام⁽²⁾.

1-أنظر المادة 34 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش.

2-عزيزي بدر الدين، دور الأعوان المكلفون برقابة الجودة و قمع الغش في حماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، سنة 2014-2015، ص 57.

الفرع الثاني: الحماية الجنائية للمستهلك من الغش التجاري.

حيث تقرر أن الغش التجاري محرم فهو بالتالي مذكرة من المذكرات المحرمة ومعصية تستوجب عقوبة دنيوية وأخروية وحيث أن جريمة الغش التجاري ليست من العقوبات الحدية ولذلك ينطبق عليها المعاقبة بالتعزير وهي عقوبة لكل جريمة لا حد فيها ولا كفارة وأنسب العقوبات التعزيرية لجريمة الغش التجاري في نظري هي العقوبات التالية:

1-الحبس: ويدل على مشروعيته أن رسول الله صلى الله عليه وسلم " حبس رجلا في تهمة ثم حل عنه" وما روي عن عمر رضي الله عنه أنه اشترى دار بأربعة آلاف وجعلها حبسا.

2-الغرامة: ويدل على مشروعيتها عن عبد الله بن عمر وعن رسول الله صلى الله عليه وسلم أنه سئل عن التمر المعلق فقال ما أصاب من ذي حاجة غير مئخذخبة فلا شيء عليه ومن خرج بشيء منه فعليه غرامة مثلية والعقوبة ومن سرق شيئا منه بعد أن يؤويه الجرين فبلغ ثمن الجن فعليه القطع ومن سرق دون ذلك فعليه غرامة مثلية والعقوبة "

3-المصادرة: المصادرة من العقوبات التي يمكن أن تستخدم في الغش على نحو واسع، سواء استعملت في شكل عقوبة أو في شكل تدبير وقائي كمصادرة آلات الغش ومن أمثلة ذلك ما ذكره يحيى بن عمر الأندلسي حينما سئل عن حكم التين المدهون بالزيت وكيف يؤدب من باعه؟ فقال يحيى بن عمر " أرى أن ينهى عن ذلك وغيره، فإن نهي ثم دهنه بعد ذلك فأرى أن يتصدق به على المساكين ولا يطرح في الأرض "

4-الإتلاف: الإتلاف عقوبة تعزيرية مشروعة يدل على مشروعيتها قوله تعالى على لسان موسى عليه السلام مخاطبا السامري: "قَالَ فَاذْهَبْ فَإِنَّ لَكَ فِي الْحَيَاةِ أَنْ تَقُولَ لَا مِسَاسَ^ط وَإِنَّ لَكَ مَوْعِدًا لَنْ تُخْلَفَهُ^ط وَانظُرْ إِلَى إِلٰهِكَ الَّذِي ظَلْتَ عَلَيْهِ عَاكِفًا^ط لَنُحَرِّقَنَّهُ ثُمَّ لَنَنْسِفَنَّهُ فِي الْيَمِّ نَسْفًا"

5-الحرمان: وهو عقوبة مشروعة دلت على مشروعيتها السنة:

-عن أبي هريرة رضي الله عنه عن النبي صلى الله عليه وسلم قال " القاتل لا يرث "

- عن عمر بن شعيب: " إن رجلا من بني مذلج قتل ابنه فأخذ منه عمر عمر رضي الله عنه مائة من الإبل ثلاثين حقه وثلاثين جدعة وأربعين حلفة، فقال ابن أخي المقتول: سمعت رسول الله صلى الله عليه وسلم يقول ليس لقاتل ميراث.

وجه الدلالة من هذين الحديثين:

في هذين الحديثين دليل على مشروعية العقوبة بالحرمان، حيث عاقب النبي صلى الله عليه وسلم القاتل بحرمانه من ميراث المقتول.

6-التعزير بالعقوبة المعنوية: وهو الإعتزال وترك مخالطة الناس الذين يخلفون.⁽¹⁾

المطلب الثالث: دور الدولة في حماية المستهلك وحقوقه

يتمثل دور الدولة في حماية المستهلك وحقوقه في إنشاء أجهزة مجالس إدارية تضم كافة الاختصاصات من اجل تنشيط ذلك الدور عبر إشراف وزير الاقتصاد والتجارة ومن أجل تحقيق هذا الهدف أوجد قانون حماية المستهلك المجلس الوطني لحماية المستهلك بالإضافة إلى الأعوان المكلفون بالرقابة.

الفرع الأول: أهداف المجلس الوطني لحماية المستهلك.

المجلس الوطني لحماية المستهلك يعتبر هيئة لدى وزارة الاقتصاد والتجارة وتتمتع بالصفة الاستثمارية ويرأسها وزير الاقتصاد والتجارة الذي يحق له أن يدعو أية ادارة مؤسسة معنية بأي من المواضيع المدرجة في جدول الأعمال لحضور جلسات العمل كما يجوز له أن يستعين بأهل الخبرة وتمثل أهداف المجلس الوطني لحماية المستهلك بالأمور الآتية:

- دعم دور المستهلك في الاقتصاد الوطني.
- الحفاظ على صحة المستهلك وسلامة حقوقه.
- تأمين سلامة السلع والخدمات وتحسين جودتها.

1- الندوة التي عقدت بعنوان حماية المستهلك ومكافحة الغش التجاري، مرجع سابق ذكره، ص101-102.

- توعية المستهلك وإرشاده لاستعمال أنماط الاستهلاك المستدانة واعتماد السلع والخدمات المستدامة التي تحافظ على البيئة. (م61).

- تقديم الاقتراحات لتحديد إجراءات تطبيق أحكام قانون حماية المستهلك مع ملاحظة أن عمل المجلس الوطني سوف ينظم بمرسوم يتخذ من مجلس الوزراء بناء على اقتراح وزير الاقتصاد والتجارة⁽¹⁾

الفرع الثاني: واجبات أعوان قمع الغش.

تقع على عاتق أعوان قمع الغش واجبات عديدة يستوجب عليهم الالتزام بها عند ممارسة مهامهم والتي تتمثل أساسا في:

- احترام السر المهني.⁽²⁾

- تبيان الوظيفة وإظهار العمل التفويض بالعمل.

- الالتزام الصارم بالإجراءات القانونية للرقابة وتحرير محضر بكل إجراء يتم اتخاذه.

- احترام حقوق الدفاع للخاضعين للمراقبة.

- العمل أيام العطل وخارج أوقات العمل الرسمية عند الحاجة.⁽³⁾

تجدر الإشارة إلى أن أعوان قمع الغش مؤهلون وفق المادة 49 من القانون رقم 02/04 المؤرخ في 23 جوان 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم للكشف عن المخالفات المتعلقة بالممارسات والأنشطة التجارية.⁽⁴⁾

1- علي محمد جعفر، المبادئ الأساسية في قانون العقوبات الاقتصادية وحماية المستهلك، مرجع سابق ذكره، ص 74-75.

2- أنظر المادة 26 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وجمع الغش.

3- عزيزي بدر الدين، دور الأعوان المكلفون برقابة الجودة وجمع الغش في حماية المستهلك، مرجع سابق ذكره، ص 58-59.

4- أنظر المادة 49 من القانون رقم 02/04 المؤرخ في 23 جوان 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم للكشف عن المخالفات المتعلقة بالممارسات والأنشطة التجارية.

المبحث الثالث: دراسة سلوكيات المستهلك.

لقد حظيت دراسة السلوك الإنساني بأهمية كبيرة منذ قديم الزمان وذلك لأهميته ومحاولة التعرف عليه والوقوف على العوامل التي تؤثر عليه وذلك لأن سلوك الأفراد يتأثر بعوامل عديدة يتفاوت تأثيرها باختلاف هذه العوامل حيث هناك اختلاف واضح في سلوك الأفراد.

المطلب الأول: سلوك المستهلك.

الفرع الأول: ماهية سلوك المستهلك.

المفهوم العام للسلوك:

يعرف السلوك بوجه عام بأنه الاستجابة الحركية والفردية أي أنه الاستجابة الصادرة عن عضلات الكائن الحي أو عن الغدد الموجودة في جسمه، ومن الباحثين من يعرف السلوك بأنه أي نشاط يصدر عن الكائن الحي نتيجة لعلاقته بظروف معينة ويتمثل هذا في محاولاته المتكررة للتعديل أو التغيير من هذه الظروف حتى تتناسب مع مقتضيات حياته وحتى يتحقق له البقاء ولجنسه الاستمرار.

مفهوم سلوك المستهلك:

مما لا شك فيه بأن سلوك المستهلك هو أحد أنواع السلوك الإنساني، وبالتالي فإنه يتأثر بمؤثرات متعددة وأن المؤثر الواحد يؤدي إلى أنواع متباينة في السلوك وقد تؤدي المؤثرات المتباينة إلى سلوك واحد، وعليه فإن دراسة سلوك المستهلك هي عملية معقدة لأن فهم دافع المستهلكين ليس بالأمر السهل والبسيط بل أنه عملية صعبة ومعقدة بسبب أن الكثير من الأفراد لا يرغبون في التصريح عن دوافعهم وهذا ما يزيد من صعوبة معرفة دوافع المستهلك هو عدم معرفة بعض المستهلكين بحقيقة الدوافع التي تحركهم عند شراء منتج ما أو عدم شرائه.⁽¹⁾

لتعريف سلوك المستهلك يتوجب علينا التطرق إلى ماهية السلوك الإنساني هو الذي يعبر عن سلسلة متعاقبة من الأفعال وردود الأفعال التي تصدر عن الإنسان في محاولاته المستمرة لتحقيق أهداف

1- محمود حاسم الصميدعي - ردينة عثمان يوسف، سلوك المستهلك، مرجع سابق ذكره، ص 16-17.

وإشباع رغباته المتطورة والمتغيرة كذلك هي الأفعال والاستجابات التي يعبر بها الإنسان، عن قبوله أو رفضه لمحاولات التأثير الموجهة إليه من عناصر المناخ المحيطة به.⁽¹⁾

حسب التعريف فإن السلوك الإنساني هو مجموعة التصرفات التي يقوم بإصدارها الأفراد لتلبية حاجاتهم ورغباتهم المتزايدة.

كما يعرف أيضا على أنه: "تلك العملية التي يقوم بها المستهلك النهائي أثناء بحثه واختياره وشرائه واستخدامه للمنتجات التي يتوقع منها أن تشبع حاجاته ورغباته"⁽²⁾

أنواع المستهلكين:

هناك أسس متعددة لتحديد المستهلك وهي كالاتي:

- أ- المستهلك الفرد: وهو يقوم بالبحث عن المنتج لشرائه لاستخدامه الخاص أو العائلي.
- ب- المستهلك الخاص أو العامة: حيث تقوم بالبحث عن المنتجات التي تمكنها من تنفيذ أهدافها وخططها واستراتيجياتها، ويصطلح عليها بالمستخدم (المستهلك) الصناعي.

كما يمكن تقسيم أنواع المستهلكين إلى:

- مشتري (مستهلك): منتجات مادية.
- مشتري (مستهلك): خدمات.

وهناك من يعتمد الأساسين الآتيين لأنواع المستهلك.

- المشتري.

- المستهلك.

1- على السلمي، السلوك التنظيمي، مكتب غريب للنشر، القاهرة، مصر، 1979، ص55.

2- محمد أمين السيد علي، أسس التسويق، مؤسسة الوراق، عمان، الأردن، 2000، ص 117.

حيث ليس من الضروري أن الشخص المشتري هو المستخدم كما أنه ليس بالضرورة متخذ قرار الشراء⁽¹⁾

الفرع الثاني: نماذج دراسة سلوك المستهلك.

لقد عرف السلوك الظاهري على أنه نتيجة لسلسلة من الإجراءات الداخلية لدى الأفراد وإن نماذج دراسة سلوك المستهلك تجد أن لكل إجراء خصوصية معينة في الدور الذي تلعبه في تكوين هذا السلوك، ولقد ظهرت الكثير من النظريات والنماذج التي ركزت على دراسة السلوك بشكل عام وعلى دراسة سلوك المستهلك باهتمام المتخصصين في مجال العلوم الاقتصادية والنفسية والاجتماعية وغيرها.

حيث تنقسم النظريات والنماذج التي درست السلوك إلى ما يلي:

النماذج السلوكية والتي تستند على تحويل الإجراءات استناداً إلى الإثارة الأولية (حافز) ودالة الاحتياج التي تتأثر بطبيعة الحافز.

أ - النظرية الاقتصادية:

يعتبر الاقتصاديين أول من حاول تغيير ودراسة وتحليل سلوك المستهلك والوقوف على العوامل المؤثرة عليه ابتداءً من Adam Smith وإلى Lancaster حيث أنهم اعتمدوا على العقلانية واعتبروها الأساس في دراسة سلوك المستهلك، وتجد النظرية الاقتصادية الكلاسيكية بأن للفرد دخل محدود يقوم بإنفاقه من أجل الحصول على أكبر إشباع وذلك بدلالة المنفعة والأسعار السائدة وبما أن حاجات الفرد كثيرة ومتنوعة وان دخله محدود فإنه سوف لن يتمكن من إشباع جميع حاجاته لذلك يقوم بترتيب حاجاته حسب أهميتها وضرورتها في أول السلم أي المرتبة الأولى.⁽²⁾

1- بشير عباس العلاق، على محمد ربابعة، الترويج والإعلان التجاري (مدخل متكامل)، دار البازوري، عمان، الأردن، 2002، ص372.

2- محمود حاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، سلوك المستهلك، مرجع سابق ذكره، ص 21-22.

ب - النماذج السلوكية:

وفق النظريات والنماذج السلوكية فإن سلوك المستهلك يمثل الجواب الذي يعطيه الفرد نتيجة لمجموعة من الحوافز ولقد تم تطوير هذا المفهوم وتوسيعه استناداً إلى ارتباطه بالأنظمة الداخلية المختلفة للفرد إلى طبيعة التفاعل فيما بينهم من جهة وتفاعلهم مع البيئة من جهة أخرى.

وبشكل عام يمكن تقسيم هذه النظريات والنماذج السلوكية إلى مايلي:

- النماذج الشاملة.

- النماذج الجزئية.

1 - النماذج الشاملة: لقد حاولت هذه النماذج إدخال عدد كبير من العوامل وأن هذه العوامل وعددها يختلف باختلاف النموذج الواحد من حيث أهميتها ومدى تأثيرها على سلوك المستهلك ولكن أغلب هذه النماذج تجد بأن المستهلك فرد يقوم بدراسة وتحليل المعلومات ويبحث عن الحلول المناسبة من أجل اتخاذ قرار الشراء.⁽¹⁾

2- النماذج الجزئية: تستند هذه النماذج في دراسة وتفسير سلوك المستهلك على الاعتماد على عامل أو عاملين وتعتبرهم الأساس في تحديد إجراءات الشراء لدى المستهلك.⁽²⁾

المطلب الثاني: عوامل ومحددات القرار الشرائي للمستهلك.

تقع المواقف الشرائية في إطار ثلاث مجموعات يتم التمييز فيما بينها من خلال نوع وطبيعة القرارات التي يتخذها المستهلك النهائي لإشباع حاجاته ورغباته.

الفرع الأول: أنواع القرارات الشرائية.

1-القرارات الشرائية لحل مشكلة معقدة: هذا النوع من القرارات يتم اتخاذه من قبل المستهلك النهائي بالنسبة لشراء منتجات التي تكون درجة المخاطرة عالية فيها مثل: المنازل والأثاث والسيارات... الخ حيث يصرف ويبدل المستهلك النهائي وقتاً وجهداً كبيرين في كل مرحلة من المراحل

1- بشير عباس العلاق، على محمد ربايع، الترويج والإعلان التجاري، ص 26-27.

2- محمود حاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، سلوك المستهلك، مرجع سابق ذكره، ص 36.

التي تمر بها عملية شراء هذه المنتجات للحصول على كافة المعلومات التي تمكنه من تحديد مجموعة بدائل أكبر، وتساعد على تحديد مجموعة المعايير الهامة للقيام بعملية تقييم هذه البدائل بحذر شديد ويطلق على الشراء في هذه الحالة اسم موقف الشراء ذو السيطرة الفكرية العالمية High-involvementpurchases وعادة ما تسمى المنتجات التي تشتري في هذا الموقف بنفس الاسم منتجات ذات السيطرة فكرية عالية، ومثل هذه المنتجات تعد هامة جدا للمستهلك النهائي، وترتبط بشكل كبير بالتعبير عن ذاته وبصورته الذهنية التي يرغب في عكسها على الآخرين، ويطلق على هذا النوع من القرارات الشرائية اسم القرارات الشرائية المعقدة.

2- القرارات الشرائية لحل مشكلات محدودة، هذه القرارات الشرائية يتخذها المستهلك النهائي بالنسبة لشراء المنتجات التي تكون درجة المخاطر فيها منخفضة بالمقارنة مع المنتجات التي تشتري لحل مشكلات معقدة مثل الألبسة، الأحذية، والمكاوي والخلاطات الكهربائية... الخ ويكون المستهلك النهائي عادة في هذه الحالة ملما بفئة المنتج التي يتعامل معها ولكنه قد يكون ملما بكافة البدائل المتاحة في هذه الفئة.

1- القرارات الشرائية لحل مشكلات روتينية: وهي القرارات الشرائية التي يتخذها المستهلك النهائي لشراء المنتجات التي تكون أسعارها منخفضة مثل: المواد الغذائية والصابون والشامبو، والمناديل الورقية... الخ، وتعد هذه القرارات أبسط أنواع القرارات حيث لا يبذل المستهلك النهائي جهداً كبيراً ولا يصرف وقتاً طويلاً لشرائها.⁽¹⁾

الفرع الثاني: العوامل المؤثرة في القرارات الشرائية.

يمكن تلخيص العوامل المؤثرة في قرارات الشراء بأربعة عوامل هي: طبيعة المستهلك وطبيعة السلعة المشتراة وخصائص البائعين والمنتجين، وطبيعة الموقف الشرائي:

1- محمد أمين السيد علي، أسس التسويق، مرجع سابق ذكره، ص 117-118.

1- **طبيعة المستهلك:** تختلف القرارات الشرائية للمستهلك وكذلك طبيعة المراحل التي يمرون بها أثناء هذه العملية وطول الفترة اللازمة لإنهاء كل مرحلة منها بحسب الخصائص الاجتماعية للمستهلك وطبقته الاجتماعية ومعتقداته ومدى قدرته على التعلم من خبراته السابقة في التسويق والشراء.

2- **طبيعة السلع وخصائصها:** يتأثر القرار الشرائي بسلعة ما بصورة مباشرة بخصائص تلك السلعة من حيث الجودة والسعر والخامات الملحقة بها ومنافعها الوظيفية والاجتماعية والنفسية للمستهلك، ولذلك يسعى المنتجون باستمرار إلى إضافة منافع ومزايا جديدة لمنتجاتهم بما يحقق الفائدة القصوى للمستهلكين ويشجعهم على شرائها.

3- **طبيعة البائعين والمنتجين وخصائصها:** إذا نجح المنتج في تكوين سمعة ممتازة لعلامته التجارية في السوق واعتماده على بيع منتجاته عن طريق متاجر ذات سمعة طيبة ورجال بيع مدربين فإن ذلك سيؤدي إلى ثقة المستهلك في تلك المنتجات وينمي ولاءه لها ويشجعه على شرائها.

4- **طبيعة الموقف الشرائي وخصائصه:** تؤثر العوامل المحيطة بالموقف الشرائي أحيانا في عملية اتخاذ القرار الشرائي وتشمل تلك العوامل، الوقت المتاح للشراء والظروف المالية والاجتماعية المرتبطة بإمكان الشراء، فمثلا يمكن أن يترتب عن ضيق الوقت المتاح للشراء أن يتخذ المستهلك قرار الشراء في غياب المعلومات اللازمة وأن يقلل من وقت وجهد البحث عن البدائل وبذلك تختلف نتيجة القرار عنه في ظل الأحوال العادية.

يتضح مما سبق أن عملية اتخاذ القرار الشرائي تتأثر بدرجة كبيرة بخصائص المستهلك نفسه، فالسن مثلا يعتبر من العوامل التي تؤثر على سرعة القرار.⁽¹⁾

المطلب الثالث: مؤثرات سلوك المستهلك.

يتخذ المستهلك يوميا العديد من القرارات للشراء للحصول على المنتجات التي تشبع رغباته وهذه القرارات تحدد وفقا لعدة مؤثرات.

1- منير نوري، سلوك المستهلك المعاصر، ديوان المطبوعات الجامعية، شلف، الجزائر، ص 142-143.

الفرع الأول: أنواع السلوك الشرائي للمستهلك.

يمكن تعريف السلوك الشرائي للمستهلك بأنه عبارة عن تلك التصرفات التي تنتج عن شخص ما نتيجة تعرضه لمنتجات داخلية أو خارجية من أجل حصوله على منتج محدد يشبع حاجاته ورغباته.

أنواع السلوك الشرائي للمستهلك.

يمكن التمييز بين ثلاث أنواع للسلوك الشرائي للمستهلك وذلك حسب معدل الارتباط بالسلعة:

- السلوك الشرائي البسيط.

- السلوك الشرائي المحدد.

- السلوك الشرائي المكثف.

1- السلوك الشرائي الروتيني / البسيط:

وهو عبارة عن السلوك الشرائي البسيط ويحدث عندما يقوم المستهلك بشراء المنتجات منخفضة الارتباط مثل: السكر، الملح، السجائر... الخ.

2- السلوك الشرائي المحدود

وهو عبارة عن التصرفات الناتجة عن السلوك الشرائي المحدود للمنتجات ذات ماركة غير مألوفة ولكن ضمن فئة سلعة مألوفة.

3- السلوك الشرائي المكثف:

هو عبارة عن التصرفات الناتجة عن شراء منتجات لأول مرة بمعدل ارتباطي عالي وضمن ماركات غير مألوفة فتحتاج هذه المرحلة إلى السلوك الشرائي المكثف من خلال جمع المعلومات من عدة مصادر ومقارنة الماركات المختلفة قبل اتخاذ قرار الشراء النهائي.⁽¹⁾

1- زكريا عزام، عبط الباسط حسونة، مصطفى الشيخ، مبادئ التسويق الحديث (بين النظرية والتطبيق)، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة الأولى، 2008، عمان، ص128-129-130.

الفرع الثاني: العوامل المؤثرة في سلوك المستهلك.

تؤثر على عملية الشراء عدة عوامل منها:

العوامل الديمغرافية:

لا تعتبر العوامل الديمغرافية ذات أثر كبير على قرار الشراء الذي يتخذه المستهلك، وتمثل تلك العوامل بفئات السن والجنس والانتماء العرقي ومستوى الدخل وطبيعة المهنة التي تؤثر على سلوكيات المستهلك حيث يتميز سلوك الشراء لكل فئة من هذه الفئات بنمط معين فأذواق الأطفال ورغباتهم وقرارات الشراء الخاصة بهم تختلف عن قرارات الشباب والمسنين.

العوامل الموقفية:

تؤثر العوامل الموقفية على قرارات الشراء حيث الوقت الذي يأخذه المستهلك في عملية جمع المعلومات عن السلعة، وبالتالي في الوقت الذي تستغرقه عملية اتخاذ القرار لشراء السلعة، وكذلك فإن تعرض العائلة لظروف صحية أو مالية يغير في قرارات شراء السلع والخدمات.

مستوى تفاعل واهتمام المستهلك:

تؤثر درجة اهتمام المستهلك وارتباطه العاطفي والنفسي والوقت الذي يخصصه المستهلك للشراء في قرار شراء السلعة، فكلما زاد الارتباط العاطفي والاهتمام بالسلعة كلما أعطى المستهلك نفسه وقتاً للبحث عن المعلومات التي تتصل بالسلعة والعكس صحيح.

العوامل السيكولوجية:

تؤثر العوامل النفسية على سلوك المستهلك ومن أهم المحددات النفسية هي:

- 1- عمليات الإدراك
- 2- الدوافع
- 3- الاتجاهات والقيم
- 4- نمط الشخصية.⁽¹⁾

1- محمد قاسم القريوني، مبادئ التسويق الحديث، وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2001 عمان، ص 86-87-88.

خلاصة:

إن للغش التجاري خطورة من خلال الأضرار التي يتسبب بها للمستهلك بصفة خاصة وللمجتمع بصفة عامة، فيجب على الجميع من تاجر وصانع أو صاحب الخدمة الحذر لأن عقوبة القائم بالغش وخيمة سواءً من جهة الشريعة الإسلامية أو المنظور الجنائي لذلك فعلى المستهلك أن يتصف بالوعي لحماية نفسه وأسرته كما أن للدولة دور كبير في مكافحة هذه الجريمة وحماية المستهلك وذلك من خلال القوانين التي تقوم بسنها من أجل التخفيف أو الحد هذه الظاهرة.

الفصل الثالث

دراسة حالة 'مديرية التجارة لولاية تيارت'

تمهيد:

تعد الحماية الفعلية للاقتصاد من الأولويات التي تسهر مختلف الهيئات من أجل العمل عليها ولاسيما في ظل انفتاح السوق وكذا العولمة حيث أن عديد الإدارات يخول لها القانون وبالإضافة إلى جميع العوامل التي من شأنها العمل على مختلف التفاصيل التي ترافق مختلف التقلبات الاقتصادية في الأسواق، حيث يبرز من خلال هذه العناصر الدور الهامة الذي تلعبه المديرية الولائية للتجارة التي تعمل تحت وصاية وزارة التجارة حيث يبرز الدور الفعال لهذه المؤسسة كهيئة حكومية في مجال التجارة بشكل عام .

من خلال هذا التقديم نحاول في هذا التبرص تبيان مختلف الإجراءات الرقابية التي تتم على مستوى المديرية الولائية للتجارة ومحاولة إعطاء لمحة عن المديرية الولائية للتجارة .

المبحث الأول: نبذة عن مديرية التجارة

المطلب الأول: تعريف مديرية التجارة

مديرية التجارة هي مؤسسة عمومية تابعة إداريا إلى وزارة التجارة حيث أنها تأخذ الطابع المحلي الوطني لامتلاكها الخصائص والمميزات التي أبرزتها مختلف القوانين والتشريعات الصادرة في هذا الخصوص، وتجدر الإشارة إلى أن مديرية التجارة قبل التقسيم الإداري سنة 1984 كانت المديرية الولائية تسمى مديرية الأسعار والنقل ثم أصبحت مديرية التجارة مستقلة إلى غاية 1987، أنشأ هيكل تنظيمي جديد أصبح معمول به وهو ما يعرف بقسم التنظيم الاقتصادي يضم مصلحتين وهما التسويق والأسعار ومصلحة التخطيط والتهيئة العمرانية وأصبحت المصلحة الأولى بموجب مرسوم 91/91 المؤرخ في 06 أفريل 1991 المتضمن إنشاء مديرية تسمى مديرية المنافسة والأسعار والتي تعمل على تنظيم السوق ومراقبة النشاطات التجارية .

أصبحت تسمى بمديرية الولائية للتجارة بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 409/03 المؤرخ في 05 نوفمبر 2003 والتي من مهامها تنفيذ السياسة الوطنية المقررة في ميادين التجارة الخارجية والمنافسة والجودة وتنظيم النشاطات التجارية والمهن المقننة والرقابة الاقتصادية وقمع الغش .

المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي لمديرية التجارة

يتضمن الهيكل التنظيمي لمديرية التجارة 05 مصالح ، إضافة إلى المفتشيات الإقليمية التابعة لها وكل مصلحة من المصالح تحتوي ثلاث مكاتب وهي كالتالي :

— مصلحة ملاحظة السوق والإعلام الاقتصادي وهي تتضمن :

- ✓ مكتب مراقبة السوق والإحصائيات .
- ✓ مكتب تنظيم السوق والمهن .
- ✓ مكتب ترقية التجارة الخارجية وأسواق المنفعة العمومية .

— مصلحة مراقبة الممارسات التجارية والمضادة للمنافسة وهي تتضمن :

✓ مكتب مراقبة الممارسات التجارية .

✓ مكتب مراقبة الممارسات المضادة للمنافسة .

✓ مكتب التحقيقات المتخصصة .

— مصلحة حماية المستهلك وقمع الغش وهي تتضمن :

✓ مكتب مراقبة المنتجات الصناعية والخدمات .

✓ مكتب مراقبة المتنوجات الغذائية .

✓ مكتب ترقية الجودة والعلاقات مع الحركة الجمعوية .

— مصلحة المنازعات والشؤون القانونية وهي تتضمن :

✓ مكتب المنازعات والممارسات التجارية .

✓ مكتب المنازعات وقمع الغش .

✓ مكتب الشؤون القانونية ومتابعة التحصيل .

— مصلحة الإدارة والوسائل وهي تتضمن :

✓ مكتب المستخدمين والتكوين .

✓ مكتب المحاسبة والميزانية .

✓ مكتب الإعلام الآلي والوثائق والأرشيف

— المفتشيات وهي تتضمن :

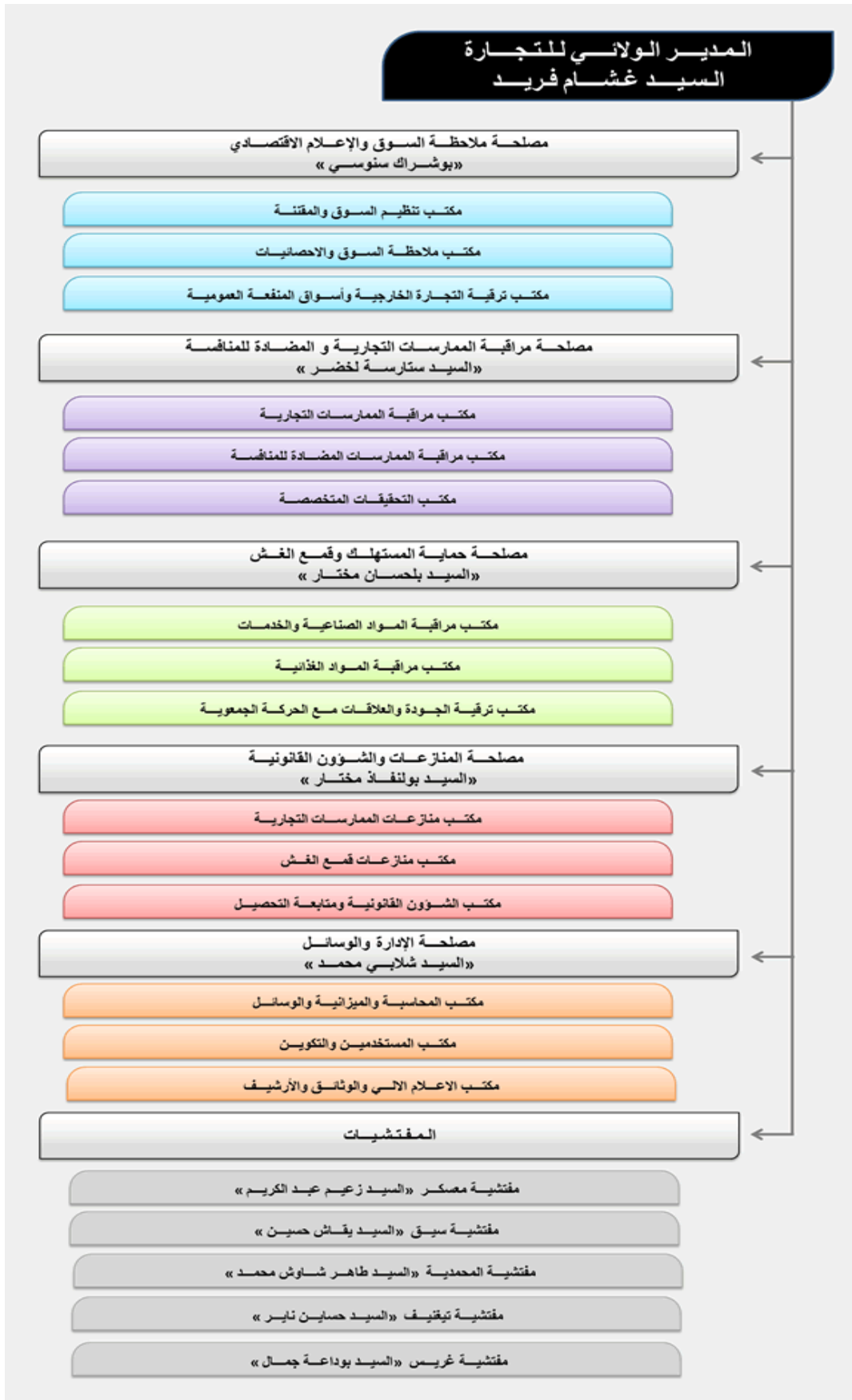
✓ مفتشية السوق .

✓ مفتشية الرحوية .

✓ مفتشية قصر الشلالة .

✓ مفتشية فرنادة .

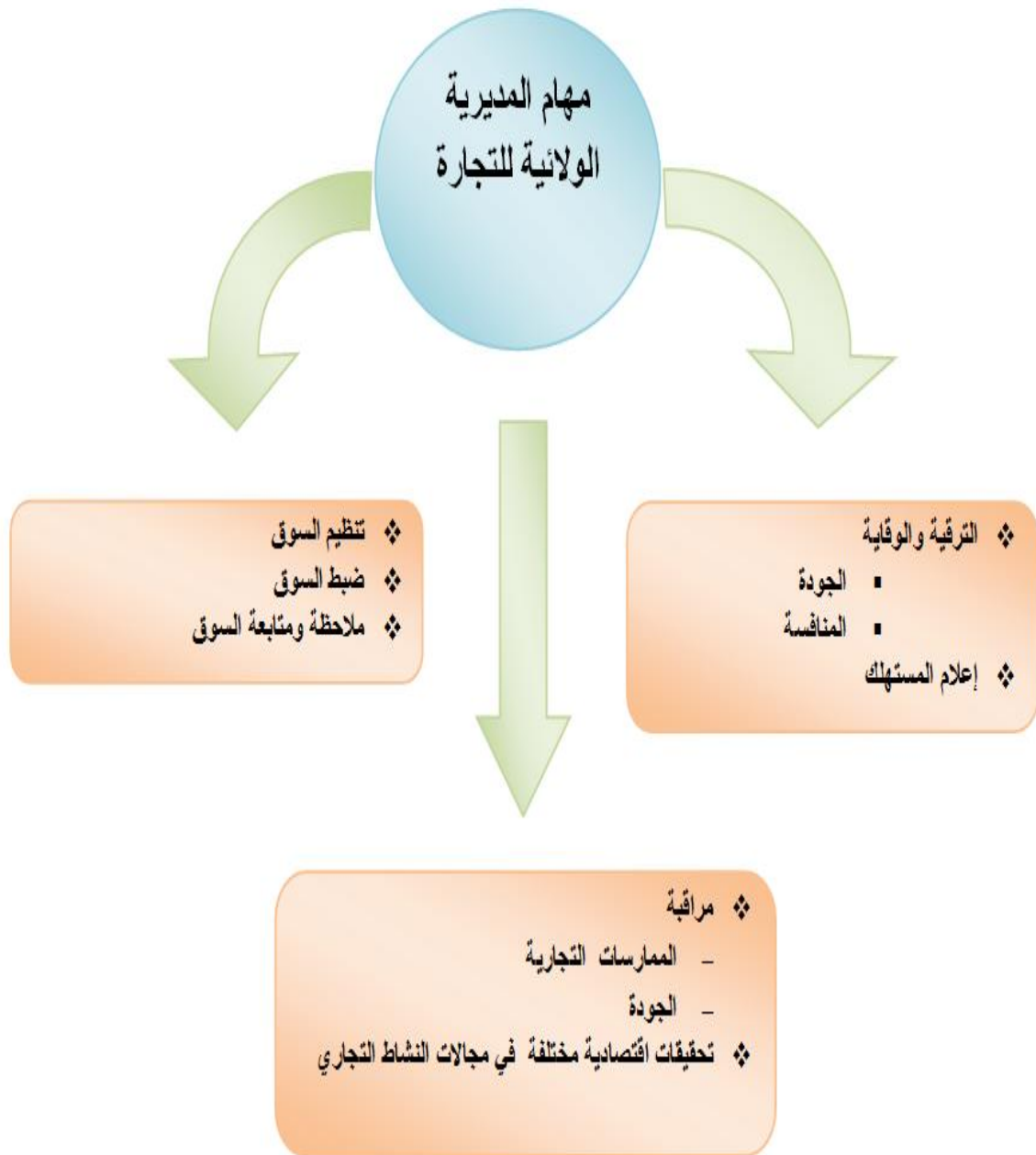
✓ مفتشية مهدية .



المطلب الثالث: مهام المديرية

يمكن تلخيص مهام المديرية في ثلاثة أهداف رئيسية:

الشكل يوضح مهام مديرية التجارة



ويشمل نشاط المديرية جميع القطاعات الاقتصادية:

- المنتجين.
- المتعاملين في التصدير والاستيراد.
- المتعاملين في تجارة الجملة.
- التجار بالتجزئة.
- المتعاملين في مجال الخدمات.

تتمثل مهام المديرية الولائية للتجارة حسب المرسوم التنفيذي 11-09 المؤرخ في 20 يناير 2011 في تنفيذ السياسة الوطنية المقررة في ميادين التجارة الخارجية والمنافسة والجودة وحماية المستهلك وتنظيم النشاطات التجارية والمهن المقننة والرقابة الاقتصادية وقمع الغش.

وتكلف بهذه الصفة بما يأتي:

- السهر على تطبيق التشريع والتنظيم المتعلقين بالتجارة الخارجية والممارسات التجارية والمنافسة والتنظيم التجاري وحماية المستهلك وقمع الغش.
- المساهمة في وضع نظام إعلامي حول وضعية السوق بالاتصال مع النظام الوطني للإعلام.
- اقتراح كل التدابير ذات الطابع التشريعي والتنظيمي المتعلقة بممارسة وتنظيم المهن المقننة.
- اقتراح كل التدابير التي تهدف إلى تحسين ظروف إنشاء وإقامة وممارسة النشاطات التجارية والمهنية.
- المساهمة في تطوير وتنشيط كل منظمة أو جمعية التي يكون موضوعها ذا صلة بصلاحياتها.
- وضع حيز التنفيذ كل نظام محدد من طرف الإدارة المركزية في مجال تأطير وترقية الصادرات.
- تنسيق وتنشيط نشاطات الهياكل والفضاءات الوسيطة ذات المهام المتصلة بترقية التبادلات التجارية الخارجية.
- المساهمة في إعداد نظام معلوماتي متعلق بالمبادلات التجارية الخارجية.

- وضع حيز التنفيذ برنامج الرقابة الاقتصادية وقمع الغش واقتراح كل التدابير الرامية إلى تطوير ودعم وظيفة الرقابة.
- ضمان تنفيذ برامج النشاط ما بين القطاعات بالتعاون مع الهياكل المعنية.
- التكفل بمتابعة المنازعات المرتبطة بنشاطاتها.

المبحث الثاني: حصيلة نتائج الرقابة الاقتصادية وقمع الغش بعنوان سنة 2016

سيتم من خلال هذا المبحث التطرق الى اهم النتائج العملية التي باشرتها المديرية الولائية لولاية تيارت، والتي يتجلى من خلالها الجهود المبذولة من قبل الفرق المعاينة لتطبيق التعليمات والنصوص القانونية القاضي بقمع الغش وحماية المستهلك.

المطلب الأول: نتائج المراقبة

من خلال التجسيد الميداني لبرنامج العمل المسطر لسنة 2016، سجلت فرق الرقابة خلال هذه الفترة 47371 تدخلا ميدانيا شملت مختلف القطاعات (الإنتاج، التوزيع بالجملة والتجزئة بالإضافة إلى جميع أنواع الخدمات) تم من خلالها معاينة 2631 مخالفة للقوانين المعمول بها، تحرير 2510 محضرا رسميا، تسجيل مبلغ مالي متداول بدون فاتورة قدر بـ 690.908.173,696. دج وكذا أرباح غير شرعية قدرت 564.981,201. دج، كما قامت فرق المراقبة بسحب كمية من المواد الغذائية من مسار الاستهلاك مقدرة بقيمة مالية بلغت 040.593,411. دج مع غلق 457 محلا تجاريا لمخالفة أصحابها للقوانين المعمول بها.

بالتوازي مع عمليات المراقبة تم اقتطاع 403 عينة قصد التحليل الفيزيوكيميائية والميكروبيولوجية، حيث أسفرت النتائج المخبرية على عدم مطابقة 55 عينة منها والجدول المرفق يوضح حصيلة نشاط المراقبة حسب الاهداف المسطرة.

الفرع الأول: نتائج المراقبة حسب الأهداف المسطرة

الأهداف	عدد المتعاملين المبرمجين	عدد الفرق	عدد تدخلات	عدد المحاضر المحررة	نسبة إنجاز برنامج العمل
تقليل الخطر الغذائي	5023	15	6736	354	3,848%
التحكم في أمن المنتوجات	1412	08	2277	39	45,62%
إعلام المستهلك	13142	18	10598	748	38,21%
التجارة غير الشرعية	7088	07	6444	355	57,19%
تطهير التجارة الخارجية	216	01	221	26	10,00%
مراقبة المنتوجات ذات الأسعار والتعريفات المقننة	4808	06	6694	151	277,17%
أخرى	8195	27	8265	587	-
المجموع	20737	50	37225	2911	79,51%

الفرع الثاني: طبيعة المخالفات المسجلة

في مجال مراقبة الجودة وقمع الغش: في مجال مراقبة الجودة وقمع الغش تم تسجيل 889 مخالفة

موزعة حسب طبيعتها كالتالي:

- مخالفة انعدام شروط النظافة والنظافة الصحية: 384
- مخالفة عرض للبيع منتوجات غير مطابقة و/أو غير صالحة للاستهلاك: 202
- مخالفة عدم احترام إلزامية الوسم التجاري: 62
- عدم احترام إلزامية أمن المنتج: 29

أخرى:	212
في مجال الممارسات التجارية: تم معاينة 2068 مخالفة موزعة كالآتي:	
عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات :	635
عدم إشهار البيانات القانونية للأشخاص الاعتباريين :	391
ممارسة نشاط تجاري قار دون التسجيل في السجل التجاري :	435
رفض الاستجابة عمدا لاستدعاء أعوان الرقابة :	58
ممارسة نشاط تجاري قار دون حيازة المحل :	134
عدم الفوترة (البيع والشراء) :	180
ممارسة نشاط خارج موضوع السجل التجاري:	47
عدم احترام الاسعار المقننة:	40
عدم تعديل البيانات :	74
أخرى:	74

المطلب الثاني: حصيلة مصلحة المنازعات والشؤون القانونية:

الفرع الأول: قضايا المنازعات المتعلقة الممارسات التجارية:

عدد ملفات المنازعات	2075
عدد الملفات الخاضعة لغرامة المصالحة	505
عدد غرامات المصالحة المسددة للخرينة العمومية	353
مبلغ غرامات المصالحة المسددة للخرينة العمومية (د.ج.)	3.633.880,64 دج
عدد الملفات المرسله إلى المحاكم	1724
عدد الأحكام المتحصل عليها	614
مبالغ الأحكام (د.ج.)	713.493.513,262 دج
عدد عمليات الغلق	472

الفرع الثاني: قضايا المنازعات المتعلقة بحماية المستهلك وقمع الغش

890	عدد ملفات المنازعات
557	عدد الملفات التي لم يتم بشأنها المصالحة
333	ملفات غير معنية بغرامة المصالحة
932	- عدد الأحكام الصادرة
017.000,0019 دج	- مبلغ الأحكام
43	- الغلق المنفذ

المبحث الثالث: مجال تطبيق التشريع الوطني لمديرية التجارة لولاية تيارت

المطلب الأول: القوانين المتعلقة بحماية المستهلك وقمع الغش

إن العدد 15 من قانون 03/09 المؤرخ في 29 فبراير 2009 الموافق لـ 29 صفر 1430هـ المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش والذي يحتوي على المادة 29.

المادة 29: يقوم الأعوان المذكورون في المادة 25 أعلاه بأي وسيلة وفي أي وقت وفي جميع مراحل عملية العرض للاستهلاك برقابة مطابقة المنتوجات بالنسبة للمتطابقات المميزة الخاصة بها.

المادة 30: تتم الرقابة المنصوص عليها في هذا القانون، عن طريق فحص الوثائق و/أو بواسطة سماع المتدخلين المعنيين، وعن طريق المعاينات المباشرة بالعين المجردة أو بأجهزة القياس وتتم عند الاقتضاء، باقتطاع العينات بغرض إجراء التحاليل والاختبارات أو التجارب، يتم رقابة مطابقة المنتوجات المستوردة عند الحدود قبل جمركتها، تحدد شروط و كفاءات الرقابة عن طريق التنظيم.

إن حماية المستهلك تتطلب وجود جهاز فعال ومؤهل لمراقبة المنتجات والخدمات وإثبات المخالفات وقد حرص المشرع الجزائري على إنشاء عدة أجهزة وهيئات للرقابة منها مديرية التجارة والتي تكون فيها مهمة الأعوان كما يلي:

1- تسليم بطاقة المراقبة يوميا إلى الأعوان وهم مفتشين رئيسيين لمراقبة الجودة وقمع الغش (متكون من شخصين فرقة 02).

أ- مرفوعة بدفتر يسمى بدفتر الاستدعاء.

ب- هناك اختصاص في مراقبة التجار حسب المجال والتخصص بكل عون.

ج- عند وجود أو ملاحظة المخالفات يقوم المراقبين بتسليم إستدعاء للتاجر في اليوم نفسه أو اليوم الموالي.

د- يقوم الأعوان بسمع أقوال التاجر تحت محضر رسمي وبدون تصريح التاجر للمخالفة وبعدها يسلم التصريح إلى مصلحة المنازعات.

و- عند تحديد الغرامة المالية في مصلحة المنازعات يتم استدعاء التاجر لدفع الغرامة تحت محضر رسمي يسمى بمحضر غرامة المصالحة في مديرية التجارة وإذا لم يقبل يرفع المحضر إلى المحكمة.

المطلب الثاني: الصعوبات التي يتلقاها أعوان الرقابة على جودة المنتج

الصعوبات والعقبات التي تواجه الرقابة:

رغم أن الرقابة إحدى وظائف الإدارة الهامة إلا أنها تواجه بعقبات ومقاومة من قبل المرؤوسين والأفراد داخل التنظيم. لذلك من المهم أن يعرف المدير لماذا يرفض ويقاوم الأفراد الرقابة وكيف يمكن مواجهة ذلك، فقد يرجع ذلك لعدة أسباب من أهمها:

أ- تعدد الرقابة:

يحاول المدراء مراقبة العديد من الأنشطة الرئيسية والفرعية، وذلك يهدف إلى التحقق من أن العمل يتم بطريقة ملائمة وتجنب حدوث أخطاء، وهذا يعني أن الرقابة تحيط الإدارة بكل نشاط يتم بالتنظيم. وقد تمتد الرقابة إلى المسائل والقرارات الشخصية فمثلا في القوات المسلحة تتم الرقابة على الزي المستخدم، وعلى تسريحة الشعر المختارة والعادات الشخصية للفرد، ويتم هذا بشكل منتظم وعلى أساس يومي، ولكن في التنظيمات المدنية كمنظمات الأعمال يرفض الأفراد هذا النوع من الرقابة ولتجنب هذا النوع من الرقابة المفرطة، فإن المدراء الأكفاء يركزون على مراقبة النواتج وليس على الأنشطة والمظاهر مع بيان أنها عملية تصحيحية أو وسيلة لمراقبة ومعرفة مدى التقدم الذي حدث أكثر من كونها وسيلة حفظ أو غاية في حد ذاتها أو تقييد للحرية مع ملاحظة ضرورة إعادة النظر والتقييم في أنظمة الرقابة بصفة منتظمة لمعرفة مدى الحاجة لأي نوع من الرقابة.

ب- الخوف من المساءلة أو إنعدام المرونة:

عندما تكون المعايير دقيقة، ومرتبطة بالزمن وموضوعية رغم ذلك يعارضها أو يقاومها بعض الأفراد، لأنهم يشعرون أنه في هذه الحالة من ليسهل معرفة أي منهم أدى العمل بطريقة أفضل وبذلك تقام تلك لفئة من الأفراد ذات الأداء السيئ للرقابة وترفضها، وقد يقاوم الأفراد من ذوي الأداء الجيد

الرقابة أيضا خاصة إذا كان المستهدف واضح لخوفهم من انعدام المرونة أو الحرية التي ينظرون إلى أنها ضرورية لهذا المستوى الحالي من الأداء.

ج- عدم دقة الرقابة:

لدى معظم الناس الرغبة في الأداء الجيد، لذلك يتقبل الكثير الرقابة التي تزودهم بالمعلومات والتي تساعدهم في الإنجاز الملائم للمهام المسندة إليهم- ولكنهم قد يقاومون الرقابة إذا كانت غير دقيقة وتتم بطريقة حكيمة أي لا تستند إلى الموضوعية.

يجب أن تكون الرقابة مرنة لمقابلة عدم دقة المعايير مع ملاحظة أنه إذا حدث تبيان واضح بين النواتج والمعايير، فقد يرجع إلى المعيار ذاته أو في الطريقة التي يجب أن يؤدي بها العمل لذلك فالمدير الفعال هو الذي يراجع ويفحص المعايير إذا ما حدثت انحرافات ذات دلالة.

خاتمة

خاتمة

إن دعم وترقية حماية المستهلك من الناحية التشريعية تجسد في مجموعة من الآليات الرقابية والتشريعية حسب ما سبق بيانه من أجل استهلاك آمن وحماية فعالة لحياة المستهلك، وأن هذه الأجهزة لا زالت تلقى رعاية واهتمام باعتبارها من المتطلبات التشريعية لمواجهة الظاهرة وبالتالي:

فإن العمل على بذل المزيد من الجهود من كل الأطراف والأجهزة الرقابية يبقى شرطاً أساسياً لتذليل كل الصعوبات والعراقيل التي تواجه المستهلك وتمنع كل أنواع وأشكال الغش والتدليس.

محاولة منا لحل إشكالية الدور الذي تؤديه الهيئات الرقابية قمنا بالتعرض إلى الجوانب الهامة:

- حصر وتوضيح النصوص القانونية التي يوفرها المشرع الجزائري وسعيه لمعالجة المشاكل التي يتعرض لها المستهلك من خلال التحكم في المقاييس والقواعد والمواصفات الصحية التي يجب مراعاتها.

- دور الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك من خلال الجدية والصرامة في العمل والمتابعة الواجب توافرها لدى كل القطاعات المعنية بحماية المستهلك.

- الحماية الوقائية أي قبل وقوع الضرر، ورغم الجهد الكبير الذي تقوم به مختلف الهيئات والهيئات كما رأيناه سابقاً فإن أهم دور يمكن أن يحقق أفضل حماية للمستهلك هو إرشاد المستهلك وتحسيسه وإعلامه وتثقيفه حول حقوقه وواجباته بما يرشد قراراته ويوجهها إلى ما يحقق له القدر الأكبر من الحماية.

- في حال ما إذا عجزت بعض الهيئات على إيقاف مثل هذه التجاوزات التي تضر بالمستهلك في جسده أو مصالحه المادية، يجيل العون المكلف بالرقابة الملف إلى القضاء متى كان للمخالفة تكييف إحدى جرائم قانون العقوبات.

خاتمة

إختبار الفرضيات:

- صحة الفرضية الأولى: تلعب الأجهزة الرقابية دورا فعالا في حماية المستهلك التي ساهمت في الحد من ظاهرة الغش التجاري.

- قبول الفرضية الثانية: ضرورة الاهتمام بتكريس الثقافة الاستهلاكية عن طريق وسائل الإعلام المرئية منها والسمعية والمكتوبة من خلال تحسيس المواطن بالمخاطر التي تهدد أمنه وصحته وماله.

- قبول الفرضية الثالثة: دور مديرية التجارة لولاية تيارت في قمع الغش والمكلفة بتحقيق الحماية المنشودة للمستهلكين والمخولة بجمع كل المخالفات وأساليب الغش التي يقوم بها المتعاملين الاقتصاديين.

النتائج:

- إن المشرع الجزائري وفر إطارا تشريعا وتنظيميا مهما، تمكنت من خلاله الدولة توفير حماية خاصة للمستهلك.

- تمارس الدولة نظامها الوقائي عبر أجهزة وهيئات رقابية مختصة تتولى الرقابة لمنع المساس بالمستهلكين.

- الدور الفعال لأجهزة الرقابة المكلفة بتحقيق الحماية المنشودة للمستهلكين والمخولة بجمع كل المخالفات وأساليب الغش.

توصيات واقتراحات:

- أول خطوة لحماية المستهلك تنطلق من المستهلك نفسه الذي يتوجب عليه أن يحمي نفسه من نفسه.

- زيادة الاهتمام بتكريس ثقافة استهلاكية عن طريق الإعلام والحملات التحسيسية.

خاتمة

- ضرورة اهتمام النخب العلمية والمثقفة من أساتذة ومهندسين وأطباء وقانونيين واقتصاديين بإنشاء جمعيات متخصصة في مجال حماية المستهلك والانضمام للجمعيات الموجودة لتفعيلها وإعادة بعث نشاطها.

- تشجيع البحث العلمي في مجال الحماية القانونية للمستهلك عبر الجامعات الجزائرية.

قائمة

المصادر والمراجع

• القرآن الكريم •

• المصادر:

1. البخاري، في كتاب المظالم والغصب، باب لا يظلم المسلم المسلم ولا يسلمه، رقم 828/202310، ومسلم في باب الصلة والآداب، باب تحريم الظلم، رقم 4، 1996/2580.

• المراجع:

1. أحمد محمد فهمي البرزنجي، أ، نزار عبد المجيد البرواري، " استراتيجيات التسويق " دار وائل للنشر، الطبعة الثانية 2008.
2. إليزابيث نتاريل، دور الجمارك في العلاقات التجارية الدولية، ترجمة دار النشر ITCIS 2008.
3. بشير عباس العلاق، على محمد ربايعه، الترويج والإعلان التجاري (مدخل متكامل)، دار البازوري، عمان، الأردن، 2002.
4. جابر فهمي عمران، المنافسة في منظمة التجارة العالمية، تنظيمها، حمايتها، (دراسة مقارنة) دار الجامعة الجديدة، 2011.
5. حسين حسينشحاتة، المنهج الإسلامي للتصدي لجريمة الغش التجاري، كتاب من الانترنت، دار المستورة.
6. سلمى فاحص أحمد، الغش التجاري، الورقة البحثية، جامعة زايد، الإمارات، خريف 2014.
7. على السلمي، السلوك التنظيمي، مكتب غريب للنشر، القاهرة، مصر، 1979.
8. علي محمد جعفر، المبادئ الأساسية في قانون العقوبات الاقتصادية وحماية المستهلك، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، بيروت، الحمر، 2009.
9. عياشي كريمة، دور مجلس المنافسة في حماية المستهلك من الممارسات المنافية للمنافسة، مرجع سابق.
10. محمد أمين السيد علي، أسس التسويق، مؤسسة الوراق، عمان، الأردن، 2000.
11. محمد قاسم القريوبي، " مبادئ التسويق الحديث "، دار وائل للطباعة والنشر، الطبعة الأولى، 2001.
12. محمد قاسم القريوبي، مبادئ التسويق الحديث، وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2001 عمان.
13. محمود جاسم الصميدعي - ردينة عثمان يوسف، سلوك المستهلك، دار المناهج للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2008.
14. منير نوري، سلوك المستهلك المعاصر، ديوان المطبوعات الجامعية، شلف، الجزائر.
15. مولود ديدان، " قانون المنافسة "، دار بلقيس للنشر، دار البيضاء، الجزائر.

16. وليد بوجملين، " سلطات الضبط الاقتصادي في القانون الجزائري " دار بلقيس للنشر، دار البيضاء - الجزائر، 2011.

• الملتقيات والندوات:

1. الأشخاص المؤهلة لإخطار مجلس المنافسة : الوزير المكلف بالتجارة، المؤسسات الاقتصادية جمعيات حماية المستهلك والجماعات المحلية والجمعيات المهنية النقابية.
2. إلياس الشاهد، " دور أجهزة الرقابة في حماية المستهلك في الجزائر " مجموعة أعمال الملتقى الوطني حول " حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي " معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي الوادي، أيام 13-14 أبريل 2008.
3. بن لحرش نوال " الدور التحسيس والإعلامي لجمعيات حماية المستهلكين في الجزائر "، مجلة الندوة للدراسات القانونية، كلية الحقوق، - جامعة قسنطينة 1 - العدد الأول لعام 2013.
4. تطور مجلس المناقشة، " لحقوق الجزائري " مدونة موجهة للباحثين والمهتمين بالشأن القانوني والمتعاملين في ميدان القانون بتاريخ 21 مارس 2017.
5. داوي الشيخ، تحليل آليات حماية المستهلك في ظل الخداع والغش التسويقي - حالة الجزائر - محاضرة بكلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر.
6. زكريا عزام، عبط الباسط حسونة، مصطفى الشيخ، مبادئ التسويق الحديث (بين النظرية والتطبيق)، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة الأولى، 2008، عمان.
7. عائشة بوزيدي، دور الإدارة المحلية في حماية المستهلك، الملتقى الوطني الخامس، "الحماية القانونية للمستهلك" كلية الحقوق، جامعة الدكتور يحي فارس، المدينة، يومي 16-17 ماي 2012
8. عبد الله لعويجي، " اختصاصات مجل المنافسة الجزائري "، ملتقى وطني حول "حرية المنافسة في التشريع الجزائري"، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باجي مختار - عنابة - يومي 3-4 أبريل 2013.
9. علال قاشي، " دور الجمارك في مكافحة جريمة تبييض الأموال " الملتقى الوطني الثاني " آليات حماية المال العام ومكافحة الفساد " يومي 05-06 ماي 2009، كلية الحقوق، جامعة الدكتور يحي فارس - المدينة.
10. عياشي كريم، " دور مجلس المنافسة في حماية المستهلك من الممارسات المنافية للمنافسة " الملتقى الوطني الخامس " الحماية القانونية للمستهلك "، يومي 16-17 ماي 2012، كلية الحقوق بجامعة الدكتور يحي فارس - المدينة.

11. محمد عبيدي، " حركة حماية المستهلك بالجزائر في ظل اقتصاد السوق " الملتقى الوطني الخامس " الحماية القانونية للمستهلك " كلية الحقوق، جامعة الدكتور يحيى فارس - المدية - يومي 16-17 ماي 2012.
 12. مكرم القاسي، "مجلس المنافسة محاضرة ختم التمرين في مهنة المحاماة"، الهيئة الوطنية للمحامين ، الفرع الجهوي بصفاقس، السنة القضائية 2007/2008.
 13. الندوة التي عقدت تحت عنوان " حماية المستهلك ومكافحة الغش التجاري، شرم الشيخ، مصر، منشور بالمنظمة العربية للتنمية الإدارية، يناير 2008.
 14. نوال جديلي، الجهات الإدارية المكلفة بحماية المستهلك، الملتقى الوطني الخامس " الحماية القانونية للمستهلك " كلية الحقوق بجامعة الدكتور يحيى فارس - المدية - يومي 16/17 ماي 2012.
- الأطروحات والرسائل الجامعية:**
1. بلعباس زكية، معيزي أم كلثوم، آلية مراقبة التجارة وجودة المنتوجات في الأسواق الجزائرية، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة ابن خلدون - تيارت -، 2013-2014.
 2. بن بعلاش هجيرة، "حماية المستهلك من مخاطر التسممات الغذائية في التشريع الجزائري، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، 2013-2014.
 3. بن لحرش نوال، جمعيات حماية المستهلكين في الجزائر - دور وفعالية- مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون العام، كلية الحقوق - جامعة قسنطينة- 2012/2013.
 4. تواتي محمد إلياس، قوراري عبد الحفيظ، " دور الجمارك في حماية الاقتصاد الوطني- في حال الانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة " ، مذكرة ماستر، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم التجارية والاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة ابن خلدون - تيارت - 2013/2014.
 5. حليلة بن شعاعة، "الحماية الجزائرية للمستهلك في التشريع الجزائري" مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر، أكاديمي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح - ورقلة - 2012 - 2013.

6. حملاجي جمال، " دور أجهزة الدولة في حماية المستهلك على ضوء التشريع الجزائري والفرنسي" مذكرة لنيل درجة الماجستير في القانون، كلية الحقوق والعلوم التجارية، جامعة محمد بوقرة -بومرداس - 2005-2006.
7. خمائلية سمير، "عن سلطة مجلس المنافسة في ضبط السوق" مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري - تيزي وزو - 2013
8. الداوي الشيخ، تحليل آليات حماية المستهلك في ظل الخداع والغش التسويقي، حالة الجزائر، أستاذ محاضر، بكلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة الجزائر.
9. زايد مراد، دور الجمارك في ظل اقتصاد السوق، حالة الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه دولة في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة يوسف بن خده (الجزائر سابقا)، 2005-2006.
10. زوبير أرزقي، "حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة" مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري - تيزي وزو - 2010-2011.
11. سلطاني سلمى، دور الجمارك في سياسة التجارة الخارجية - حالة الجزائر - رسالة مقدمة ضمن متطلبات لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2002-2003.
12. سمية مكحل - "دور أجهزة الرقابة في حماية المستهلك في التشريع الجزائري" مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، تخصص قانون خبائي، كلية الحقوق والعلوم السياسية - جامعة محمد خيضر - بسكرة - 2014.
13. شعباني نوال، "التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش"، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011-2012
14. صياد الصادق، "حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم: 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش" مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية والإدارية، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة، 2013-2014.
15. طويل آسيا، دور الجمارك في حماية الاقتصاد الوطني في ظل التغيرات الدولية، رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير - جامعة الجزائر - 2001/200.

قائمة المصادر والمراجع

16. عزيزي بدر الدين، دور الأعوان المكلفون برقابة الجودة وقمع الغش في حماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، سنة 2014-2015.
17. عماري الجيلالي، بكة سيدي محمد المولود، "حماية المستهلك في التشريع الجزائري" مذكرة لنيل شهادة الدراسات الجامعية التطبيقية - مركز الشلف - جامعة التكوين المتواصل، 2011-2012
18. قاصي أسامة، حيرش نور الهدى، "دور الجمارك في ظل اقتصاد السوق" مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر، كلية العلوم التجارية والاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة ابن خلدون - تيارت - 2013/2014.
19. مجدوب نوال، الحماية الجنائية والإدارية للمستهلك في عملية التسويق، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص القانون الجنائي للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2016-2017.
20. مدني جميلة، "دور الجمارك في تطوير وترقية التجارة الخارجية"، مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة دالي ابراهيم - الجزائر - 2009/2010.
21. منال بوروح - ضمانات حماية المستهلك في ظل قانون 09-03 (المتعلق بحماية المستهلك) مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع قانون حماية المستهلك والمنافسة، كلية الحقوق - جامعة الجزائر 01 - 2014/2015.
22. نجاح ميدني، آليات حماية المستهلك في الاقتصاد الإسلامي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية، 2007-2008.
23. نورة جحايشية، منال زيتوني " دور مجلس المنافسة في ضبط السوق" مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، 2015/2016.

• الأوامر والقوانين:

1. المرسوم التنفيذي رقم 147/89 المؤرخ في 08 أوت 1989 المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 318/03 المؤرخ في 30 سبتمبر 2003 والمتضمن إنشاء المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزم وتنظيمه وعمله، ج ر عدد 59 الصادر في 05 أكتوبر 2003.

قائمة المصادر والمراجع

2. المرسوم التنفيذي رقم 272/92 المؤرخ في 06 جويلية 1992 يحدد تكوين المجلس الوطني لحماية المستهلكين واختصاصاته، ج ر، عدد 52 لسنة 1992.
3. مرسوم تنفيذي رقم 14-18، مؤرخ في 19 ربيع الأول 1435 الموافق ل 21 يناير 2014. -جر عدد 04 الصادر في 26 يناير 2014.
4. المادة 04 تعدل وتتم أحكام المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 454/02 المؤرخ في 21 ديسمبر سنة 2002 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 18/14 المؤرخ في 21 يناير 2014 - ج ر عدد 04 الصادر في 26 يناير 2014 ص 11.
5. الأمر 155/66 المؤرخ في 08 يوليو 1966 يتضمن قانون الإجراءات الجزائية المتمم بالأمر 02/11 المؤرخ في 23 فبراير 2011 الجريدة الرسمية عدد 12، 2011.
6. قانون 02-89. المؤرخ في 07 فبراير 1989، المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ج ر عدد 06، الصادر بتاريخ 08 فبراير 1989م
7. المرسوم الرئاسي رقم 372-2000 المؤرخ في 22 نوفمبر 2000، والمتضمن إحداث لجنة إصلاح هيكل الدولة ومهامها، ج ر، عدد 71، الصادرة في 26 نوفمبر 2000.
8. مرسوم تنفيذي رقم 02-453 مؤرخ في 17 شوال 1423 الموافق ل 21 ديسمبر 2002 يحدد صلاحيات وزير التجارة، جر عدد 85، الصادر في 22 ديسمبر 2002.
9. المادة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 02-454 المؤرخ في 21 ديسمبر 2002 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، ج ر عدد 85، المؤرخة في 22/12/2002، ص 18-19 المعدل والمتمم.
10. الأمر 03/03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 12/08 المتعلق بالمنافسة، ج ر، عدد 36 الصادرة في 02 جويلية 2008، معدل ومتمم
11. المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 12-355 المؤرخ في 02 أكتوبر 2012 يحدد تشكيلة المجلس الوطني لحماية المستهلكين واختصاصاته، ج ر عدد 56 الصادر في 11 أكتوبر 2012.
12. المادة 49 من القانون رقم 02/04 المؤرخ في 23 جوان 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم للكشف عن المخالفات المتعلقة بالممارسات والأنشطة التجارية.
13. القانون 09-03. المؤرخ في 25 فيفري سنة 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش التجاري ج ر، عدد 15 الصادر بتاريخ 08 مارس سنة 2009.

قائمة المصادر والمراجع

14. قانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.
15. المادة 44 من القانون رقم 03-09، مرجع سابق، الأعوان المذكورين في المادة 25 هم ضباط الشرطة القضائية والأعوان الآخرين المرخص لهم بموجب النصوص الخاصة بهم، إضافة إلى أعوان قمع الغش التابعون للوزارة المكلفة بحماية المستهلك.
16. المادة 04 من القانون رقم 05/10 المؤرخ في 15 أوت سنة 2010، ج ر ، عدد46، مؤرخة في 2010/08/18.
17. القانون رقم 12/08، المؤرخ في 21 جمادى الثانية 1429 الموافق ل 25 يونيو 2008، ج ر عدد 36 مؤرخة في 2008/07/02.
18. المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 09-11 المؤرخ في 20 جانفي 2011، المتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعملها، ج ر عدد 04 المؤرخة في 23 جانفي 2011
19. القانون 31-90 المؤرخ في 17 جمادى الأولى 1411 الموافق ل 04 ديسمبر 1990، المتعلق بالجمعيات، ج ر، عدد 53 لسنة 1990.
20. الأمر 03/03 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق ل 19 يوليو 2003 والمتعلق بالمنافسة المعدلة والمتمم بموجب القانون رقم 12/08 المؤرخ في 25 جوان 2008، ج ر، عدد 36 صادرة في 02 جويلية 2008.

•مواقع الانترنت:

1. www.dcommerce.biskra.dz
2. www.drksaida.dz
3. www.dz.sassane.ovver-blog.com