



آليات مكافحة الغش التجاري في القانون العراقي

.....

م. م. مراد عابد محمد شريف

جامعة دهوك / كلية القانون والعلوم السياسية



الملخص

إن تطور العلاقات الاقتصادية و زيادة حجم التبادل التجاري بين الافراد والتقدم الواسع في مجال الانتاج و ظهور كم هائل من السلع والمنتجات المعقدة فنيا والتي يكون من الصعب على المستهلك العلم والتبصير الكافي بتفاصيل امورها الفنية و كيفية استعمالها، كل ذلك أدى الى زيادة حالات الغش التجاري في الاسواق الوطنية والتي تنعكس سلبا على صحة وسلامة المواطنين واقتصاد الدولة، وانطلاقا من مسؤولية الدولة من الناحية الدستورية على ضمان الحقوق الأساسية للمواطن ومن بينها الاستفادة من المواد الأساسية واستهلاكها بطريقة سليمة وبعيدا عن كل خداع أو كل غش من طرف المنتج، وبطبيعة الحال و في هذا الاطار هناك العديد من القواعد القانونية المقررة لمكافحة الغش التجاري في التشريع العراقي، الا ان هذه القواعد والآليات التي وضعت بموجبها محدودة و غير كافية لمكافحة الغش التجاري ولا تتلاءم مع التطورات الحديثة في السوق التجاري، وغياب الحملات الرقابية المكثفة والمنظمة على الأسواق، و عدم كفاية المختبرات المجهزة والمزودة بالأجهزة الجيدة للكشف عن السلع الرديئة وفحص مختلف البضائع التي يجب ان يتم فحصها سواء كانت الغذائية ام الدوائية ام غيرها من السلع والمنتجات، و ضعف الثقافة الاستهلاكية لدى المواطن والمستهلك، و ضعف الجانب الاعلامي لتوعية المستهلك و اعلامه بحقوقه و كيفية اتخاذ الاجراءات اللازمة اذا تعرضوا للغش، و كما ان التقدم العلمي والتكنولوجي في المجال الصناعي و في مجال العلوم الطبيعية والكيميائية والبيولوجية، أدى الى ظهور منتجات متطورة تتسم بالتعقيد الفني، و من ثم سهل للمنتجين طرق الغش، وصعب اكتشافه على المستهلكين والاجهزة الخاصة بمكافحة الغش.

إذاً هناك ضرورة لتفعيل القوانين والانظمة الخاصة بمكافحة الغش التجاري ، وتفعيل الرقابة وتدريب الكوادر الفنية العاملة في مجال الرقابة على السلع والمنتجات، و زيادة المختبرات المجهزة والمزودة بالأجهزة الحديثة للكشف عن السلع الرديئة وفحص مختلف البضائع التي يجب ان يتم فحصها، و توعية المستهلك من خلال تفعيل دور جمعيات حماية المستهلكين لإرشاد المستهلك و تثقيفه و افهامه بحقوقه.

Abstract

The development of economic relations, the wide increase of trade exchange between individuals, the enhancement of production and the emersion of many complicated goods and products in a way that is difficult for the consumer to be familiar with and have sufficient information in terms of its technicality and the use of it. All these have led to have commercial fraud in national markets in which affects in a negative way health and safety of people as well as state's economic infrastructure. Starting from the point that the state's responsibility based on its constitution is to provide the basic rights for its individual including utilizing materials and consumption in a manner which protect them from fraud and deception by the producer. Regarding to this protection, there are many rules and mechanisms in the Iraqi legislations aims to protect people from fraud and deception. However, these rules and mechanisms are limited and insufficient to regulate commercial fraud. Furthermore, these rules are not compatible with modern developments in the commercial field and with scientific and technological progress in the industrial field. Moreover, the luck of intensive and systematic control in markets, the inadequacy of laboratories equipped with good equipment for detecting bad quality goods and to examine the various goods that must be examined whether these goods are food or pharmaceutical or any other kind of goods or products and the luck of people and consumer's familiarity of products and not getting enough information by media to know their rights and how to take the necessary measures if they are being cheated. Finally, enhancement in scientific and technology in aspect of industrial, and in the field of natural chemical and biological science have led to release complicated product. Also, these improvement have made it easy for producer to deceive people in variety ways in which not be easy for people to detect them.



Therefore, there is a need to activate the laws and regulations of anti-commercial fraud rules, activate supervision and training of technical personnel working in the field of control of goods and products, and increase the laboratories equipped with modern equipment to detect bad goods and check the various goods that must be examined, the role of consumer protection associations to guide consumers, educate them and have them to understand their rights.

المقدمة

إن تطور العلاقات الاقتصادية و زيادة حجم التبادل التجاري بين الافراد والتقدم الواسع في مجال الانتاج و ظهور كم هائل من السلع والمنتجات المعقدة فنيا والتي يكون من الصعب على المستهلك العلم والتبصير الكافي بتفاصيل امورها الفنية و كيفية استعمالها، كل ذلك أدى الى زيادة حالات الغش التجاري في الاسواق الوطنية والتي تنعكس سلبا على صحة وسلامة المواطنين واقتصاد الدولة، وانطلاقا من مسؤولية الدولة من الناحية الدستورية على ضمان الحقوق الأساسية للمواطن ومن بينها الاستفادة من المواد الأساسية واستهلاكها بطريقة سليمة وبعيدا عن كل خداع أو كل غش من طرف المنتج، وبطبيعة الحال و في هذا الاطار هناك العديد من القواعد القانونية المقررة لمكافحة الغش التجاري في التشريع العراقي، الا ان هذه القواعد والآليات التي وضعت بموجبها محدودة و غير كافية لمكافحة الغش التجاري ولا تتلاءم مع التطورات الحديثة في السوق التجاري ولا بد من وضع نظام خاص بمكافحة الغش التجاري ومراقبة الأسواق للحد من هذه الظاهرة.

اولا: اهمية الدراسة: تتجلى اهمية هذه الدراسة من التأثيرات السلبية الكبيرة لظاهرة الغش التجاري و مخاطر السلع والمنتجات المغشوشة على صحة المستهلك و اقتصاد الدولة، وبالتالي ضرورة ايجاد الحلول المناسبة للحد من هذه الظاهرة.

ثانيا: اشكالية الدراسة: تتمثل اشكالية الدراسة في زيادة مظاهر الغش التجاري في الاسواق العراقية بمختلف صوره وانواعه، وعدم وجود رقابة فعالة و مجدية، وعدم كفاية النصوص القانونية الواردة في التشريع العراقي للحد من زيادة حالات الغش التجاري.

ثالثا: فرضية الدراسة: تفترض هذه الدراسة بان الآليات والقواعد القانونية المقررة في التشريع العراقي لمكافحة الغش التجاري قاصرة، والقوانين غير مفعلة و نظم الرقابة غائبة، وهناك نقص و خلل فيها وانها غير كافية للحد من هذه الظاهرة الخطيرة.

رابعاً: الهدف من الدراسة: الهدف من الدراسة هو بيان الآليات الواردة في التشريع العراقي لمكافحة الغش التجاري وتحليلها لكي يبين لنا هل هذه التدابير كافية للحد من ظاهرة الغش التجاري، ام لابد من تعديل هذه القواعد بقواعد وآليات جديدة.

خامساً: نطاق الدراسة: ان عملية انتاج السلع والمنتجات تمر بثلاث مراحل وهي مرحلة الانتاج والتسويق والاستهلاك، ويتصور الغش التجاري في التصنيع والتسويق والاستهلاك، ولكن بما انه اغلب المنتجات التي تأتي إلينا تصنع في دول اجنبية، اي منتجات مستوردة، لذا سوف نتحدد نطاق هذه الدراسة في البحث عن آليات مكافحة الغش التجاري في مرحلة التسويق واستهلاك السلع والمنتجات.

سادساً: منهجية الدراسة: سنعتمد في دراستنا المنهج التحليلي الوصفي للقوانين والانظمة الموجودة في العراق والمتعلقة بالغش التجاري، بالشكل الذي يسمح لنا بمناقشته في ضوء الفرضية لحل مشكلة الدراسة.

سابعاً: هيكلية الدراسة: من اجل الوقوف على اهم جوانب الموضوع فقد قسمنا هذ البحث الى مبحثين، سنتناول في المبحث الاول مفهوم الغش التجاري، بينما نخصص المبحث الثاني لبيان كيفية مكافحة الغش التجاري.

المبحث الاول:

التعريف بالغش التجاري

سنين في هذا المبحث مفهوم الغش التجاري من خلال ثلاث مطالب، سنتناول في المطلب الاول تعريف الغش التجاري والمقصود به، اما المطلب الثاني سنين فيه صور الغش التجاري، و سنخصص المطلب الثالث لبيان اسباب الغش التجاري.

المطلب الأول

تعريف الغش التجاري

بالرجوع الى قانون التجارة العراقي رقم (٣٠) لسنة ١٩٨٤ نجد ان المشرع لم يورد تعريفا للغش التجاري، وكذلك الحال في قانون حماية المستهلك العراقي رقم (١) لسنة ٢٠١٠ اذ لا نجد فيه تعريفا للغش التجاري، عدا ذكر كلمة الغش في الفصل الخامس منه^(١).

اما قانون النقل العراقي رقم (٨٠) لسنة ١٩٨٣ فقد عرف الغش بانه (كل فعل أو امتناع عن فعل يقع من الناقل أو من تابعيه بقصد احداث الضرر)^(٢)، الا ان هذا التعريف ورد في قانون خاص و متعلق بمهنة معينة و جاء ضمن مسؤولية الناقل.

الا ان الفقه قد عرف الغش التجاري بانه (كل فعل عمدي ايجابي ينصب على سلعة او خدمة معينة، ويكون مخالفا للقواعد المقررة في التشريع أو في اصول البضاعة، متى كان من شأنه ان ينال من خواصها او فائدها أو ثمنها)^(٣).

كما عرف الغش التجاري بانه (كل فعل يقع بصورة عمدية على سلعة أو منتج معين بشكل يخالف القواعد المقررة له قانونا أو في اصول الصناعة من شأنها التقليل من فائده أو خواصه، أو الادعاء بتوافر مواصفات غير متوافرة حقيقة في منتج ما بقصد الربح)^(٤).

ولم يعد الغش منحصر ا في السلع والخدمات وانما اصبح يشمل كافة نواحي الحياة بما فيها الغش الدوائي التي يعتبر جزء من الغش التجاري، ويعتبر اخطر انواع الغش باعتباره يهدد الانسان في صحته و حياته، ويتم غش الدواء

بوسائل متعددة منها استخدام الخامات الدوائية و طريقة صنعها و مخالفة مواصفاتها القياسية والعيوب التي تظهر في الانتاج و استعمال وسائل الكذب و الخداع في ترويجها والاعلان عنها أو بيعها بحيث تتسبب في الحاق الضرر بالإنسان⁽⁵⁾.

و في الحقيقة فان العلة في تجريم الغش و مكافحته يرجع الى ضمان سلامة المنتجات المطروحة في الأسواق و ضمان سلامة المعاملات التجارية وذلك بوقف من يلجأ الى الغش في سبيل تحقيق كسب غير مشروع، و كذلك لتجنب ما ينجم عن الغش التجاري من اضرار بالصحة العامة⁽⁶⁾.

وهناك من يميز بين الغش الصناعي والتجاري، بأن الغش الصناعي يقع في مرحلة الإنتاج ويكون ماديا يقع بفعل مادي خارج نطاق التعاقد ويتحقق الغش بمجرد وقوع الفعل المادي المتعلق بالمنتج نفسه، بينما الغش التجاري يقع في مرحلة التوزيع والتبادل وذو تأثير معنوي إذ ينصب فعل الغش على شخصية المتعاقد عن طريق أعمال تظهر الشيء على غير حقيقته⁽⁷⁾.

إلا أنه في الواقع لا يوجد تمييز وتفرقة بين الغش الصناعي والتجاري وخاصة في القانون العراقي، لأنه بالرجوع إلى قانون التجارة العراقي رقم (٣٠) لسنة ١٩٨٤ فإن الصناعة وما يتعلق بها تعد من الأعمال التجارية⁽⁸⁾. وإن من أهم الأمور التي تدور حول الغش هو التفرير والذي هو عبارة عن حيلة او خدعة تستعمل لحمل شخص على ابرام العقد⁽⁹⁾، وفي القانون المدني العراقي أن التفرير يجب أن يقترن بالغبن الفاحش لكي يصبح عيباً من عيوب الإرادة⁽¹⁰⁾.

ولكن التفرير بالمفهوم الذي تأخذ به التشريعات المدنية لا يستوعب جميع حالات الغش والخداع، لأن التفرير هو عيب من عيوب الإرادة ويكون في أثناء تكوين العقد، بينما الخداع والغش ينطبقان على كل ما يقع بعد تكوين العقد، أو حتى خارج نطاق العقد⁽¹¹⁾، كالغش في عمليات القياس أو الوزن أو الكيل المزيفة أو غير الصحيحة.

المطلب الثاني

صور الغش التجاري

تتنوع صور الغش التجاري بتنوع السلع والمنتجات و طرق التصنيع و التكنولوجيا المستخدمة في تصنيعها و طرق تسويقها في الاسواق الوطنية، إلا انه يمكننا ان نحدد ثلاث صور رئيسية للغش التجاري، وهو الغش في تصنيع المنتجات بمختلف انواعها كالغش في الاغذية والمحاصيل الزراعية والادوية والعقاقير والمستلزمات الطبية، والغش في المنتجات الصناعية، وثانيا الغش في البيانات التجارية، و اخيرا الغش في الاعلان عن السلعة وهذا ما سنبحثه في هذا المطلب.

اولا : الغش في تصنيع المنتجات

إن من أهم صور الغش التجاري هو الغش في المواد الغذائية والمحاصيل الزراعية باعتبارها متعلقة بصورة مباشرة بحياة الانسان والاغذية تكون مغشوشة في الحالات التالية، اذا كانت غير مطابقة للمواصفات المقدرة، أو اذا خلطت او مزجت بمواد اخرى تغير من جودتها او طبيعتها صنعها، أو اذا استبدلت كلياً او جزئياً احد المواد الداخلة في تركيبها بمادة اخرى اقل جودة منها، أو اذا احتوت على عناصر فاسدة او تم اخفاء تلفها او فسادها بأية طريقة كانت⁽¹²⁾.

ومن الصور الاخرى للغش التجاري في المنتجات هو الغش الدوائي، اذ هناك الكثير من الادوية التي لا تمر ضمن السيطرة النوعية والتي هي المسؤولة عن فحص الأدوية واعطاء التراخيص لبيعها ويتم اعادة احياء الكثير من انواع الادوية من قبل التجار من خلال اتفاقات بينها وبين الصيدليات والاطباء، والأدوية التي يتم فحصها عن طريق السيطرة النوعية يتم وضع لاصق وزارة الصحة عليها، واذا كان الدواء بدون اللاصق فيعتبر دواء غير رسمي و غير صحي و جاء بطريقة غير مشروعة الى الاقليم، ومن الصور الاخرى للغش التجاري هو الغش في المنتجات الصناعية التي اجتاحت كل البيوت و يستعملها الانسان بصورة يومية، وهنا الغش يكون في مواد البناء والمواد الكهربائية والمنزلية وقطع غيار السيارات، والملابس وتقليد الماركات والعطور ومواد التجميل.

ثانياً: الغش في البيانات التجارية

أورد المشرع العراقي مفهوماً للبيانات التجارية في المادة (٣١) من قانون العلامات والبيانات التجارية العراقي رقم (٢١) لسنة ١٩٥٧ والمعدلة بأمر سلطة الائتلاف المؤقتة رقم (٨٠) لسنة ٢٠٠٤ بأنه: (يعتبر بياناً تجارياً كل إيضاح يتعلق بصورة مباشرة أو غير مباشرة بما يأتي: (١- نوع البضائع وعددها ومقدارها ومقاييسها ووزنها وطاقاتها، ٢- البلاد التي صنعت فيه، ٣- طريقة صنعها أو إنتاجها، ٤- العناصر الداخلة في تركيبها، ٥- اسم و أوصاف منتجها وصانعها، ٦- وجود براءات الاختراع أو أية امتيازات أو جوائز أو مميزات تجارية أو صناعية تتعلق بها، ٧- الاسم أو الشكل الذي تعرف به البضائع عادة).

والبيانات التجارية هي إيضاحات تتعلق بمكون المنتج ومحتواه وكيفية تعامل المستهلك مع المنتج، وفي الحقيقة فإن إخفاء هذه البيانات يعتبر بحد ذاته غشاً، ومنع قانون حماية المستهلك العراقي المجهز والمعلن عن ممارسة الغش والتضليل والتدليس وإخفاء حقيقة المواد المكونة للمواصفات المعتمدة في السلع والخدمات كافة^(١٣). كما يحظر على المجهز والمعلن إنتاج أو بيع أو عرض أو الإعلان عن أي سلع لم يدون على أغلفتها أو عليها وبصورة واضحة المكونات الكاملة لها، أو التحذيرات (إن وجدت) وتاريخ بدء وانتهاء الصلاحية^(١٤)، كما يحظر إخفاء أو تغيير أو إزالة أو تحريف تاريخ الصلاحية^(١٥).

ثالثاً: الغش في الاعلان عن السلعة

الإعلان التجاري هو كل نشاط يعمل على عرض المنتجات أو الخدمات لجمهور المستهلكين بأية وسيلة من وسائل الإعلان، بصورة مغرية ومثيرة لقاء أجر بهدف جذب الانتباه إليه لتحفيزهم على التعاقد من أجل تحقيق الربح المادي^(١٦).

والاصل في الاعلان التجاري او يكون واضحاً وصادقاً حتى يكتسب صفة المصادقية والمشروعية من الناحية القانونية، وهذا لا يتحقق الا إذا كان المعلومات التي يحملها الاعلان التجاري حول المنتجات والخدمات المعلن عنها كافية ودقيقة وواضحة وان لا تكون تلك المعلومات مبهمة بحيث يترتب عليه تضليل او خداع المستهلك او ان تكون وهمية وكاذبة، فإذا حملت الاعلان التجاري في محتواها جوانب الغش والخداع والتضليل او الكذب نكون اما ضرر يستوجب التعويض وفقاً للقواعد العامة^(١٧).

وهنا يمكن الإشارة الى كل من الاعلان المضلل والاعلان الكاذب، أما الاعلان المضلل فهو الاعلان الذي يكون من شأنه خداع المستهلك، أو يمكن ان يؤدي الى ذلك، وهذا الاعلان يختلف عن الاعلان الكاذب بانه لا يذكر بيانات كاذبة ولكنه يتم صياغته في عبارات تؤدي الى خداع الجمهور ويتجاوز حدود المبالغة في الاعلان⁽¹⁸⁾.

أما الاعلان الكاذب هو الاعلان الذي يذكر بيانات غير حقيقية او غير مطابقة للحقيقة كلياً او جزئياً بغرض دفع المستهلك في غلط فيما يتعلق بعناصر او صفات جوهرية للمنتج، ويتحقق هذا اما في الكذب بوجود السلعة اصلاً، او الكذب في مواصفات السلعة، او الكذب في مكونات السلعة، او الكذب في صفات السلعة⁽¹⁹⁾.

وقد يتضمن هذا الاعلان الخادع عرضاً أو ادعاءً كاذباً بخصوص طبيعة السلعة أو تركيبها أو صفاتها الجوهرية أو العناصر التي تتكون منها وكمية هذه العناصر، أو مصدر السلعة أو وزنها أو حجمها أو طريقة صنعها أو تاريخ انتهاء صلاحيتها أو شروط استعمالها أو محاذير هذا الاستعمال، أو نوع الخدمة والمكان المتفق عليه لتقديمها ومحاذير استعمالها وصفاتها الجوهرية، من شأنها أن تؤدي بطريقة مباشرة أو غير مباشرة إلى خداع المستهلك أو تضليله⁽²⁰⁾.

المطلب الثالث

اسباب الغش التجاري

هناك مجموعة من العوامل والاسباب التي تؤدي الى تفشي ظاهرة الغش التجاري⁽²¹⁾:

- ١ - ضعف العقوبات التي تفرض على المتورطين في هذه الظاهرة، والتي سنبينها في المطلب الاول من المبحث الثاني من هذا البحث، اذ نعتقد بان العقوبات المفروضة على مرتكبي جرائم الغش التجاري لا تتناسب مع الاضرار التي تلحقها هذه الظاهرة بالمجتمع والمستهلك وحتى الدولة.
- ٢ - غياب الحملات الرقابية المكثفة والمنظمة على الأسواق، والتي من المفترض ان يقوم بها الرقابة التجارية والرقابة الصحية على الاسواق، وقلة الكوادر المختصة بالرقابة التجارية على الاسواق الوطنية للكشف عن السلع المغشوشة والمقلدة، وعدم تمتع هذه الجهات بالإمكانات اللازمة والقوة الكافية لاتخاذ الإجراءات الضرورية بحق المخالفين.

- ٣- عدم كفاية المختبرات المجهزة والمزودة بالأجهزة الجيدة للكشف عن السلع الرديئة وفحص مختلف البضائع التي يجب ان يتم فحصها سواء كانت الغذائية ام الدوائية ام غيرها من السلع والمنتجات.
- ٤- الاعتماد على الشهادات المصدرة من قبل الشركات المختصة في هذا المجال والتي تصدر في بلد المنشأ، اذ في كثير من الاحيان نجد بان هذه السلع غير مطابقة للمواصفات المحددة لها.
- ٥- عدم الالتزام بالمواصفات القياسية العراقية بالنسبة للسلع المنتجة داخل البلاد، وضعف الجهات المشرفة على وضع وتطبيق المواصفات المعتمدة.
- ٦- عدم وجود شبكة ربط بين الجهات المختلفة لمكافحة الغش التجاري سواء على المستوى الداخلي او على المستوى الدولي.
- ٧- ضعف الثقافة الاستهلاكية لدى المواطن والمستهلك، و ضعف الجانب الاعلامي لتوعية المستهلك و اعلامه بحقوقه و كيفية اتخاذ الاجراءات اللازمة اذا تعرضوا للغش، أي غياب وعي المستهلك و تثقيفه.
- ٨- التقدم العلمي والتكنولوجي في المجال الصناعي و في مجال العلوم الطبيعية والكيميائية والبيولوجية، اذ أدى هذا التقدم الى ظهور منتجات متطورة تتسم بالتعقيد الفني، كما ان هذا التقدم قد سهل للمنتجين طرق الغش، وصعب اكتشافه على المستهلكين والاجهزة الخاصة بمكافحة الغش.
- ٩- ضعف او عدم وجود المنافسة التجارية، اذ وجود المنافسة تؤدي الى زيادة جودة البضاعة و زيادة اختيارات المستهلك بين مختلف السلع وبالتالي تقليل نسبة الغش التجاري.

المبحث الثاني

كيفية مكافحة الغش التجاري

ان مكافحة ظاهرة الغش التجاري تحتاج الى قواعد قانونية يجرم فعل الغش ويحدد الآليات الخاصة للحد من هذه الظاهرة، وتحديد الجهات القائمة بالرقابة على السلع والمنتجات، وبيان الجهات التي يكون لها دور في مكافحة الغش التجاري من ضمنها جمعيات حماية المستهلكين، وهذا ما سنبينه في هذا المبحث.

المطلب الاول

القواعد القانونية المتعلقة بمكافحة الغش التجاري في القانون العراقي

لقد سن المشرع العراقي الكثير من القواعد القانونية المتعلقة بمكافحة الغش التجاري نظرا لآثارها السلبية على المجتمع والمستهلك، منها قانون حماية المستهلك رقم (١) لسنة ٢٠١٠ إذ تنص المادة العاشرة من هذا القانون (على عقوبة الحبس مدة لا تقل عن ثلاثة أشهر وبغرامة لا تقل عن مليون دينار أو بهما معا كل من قام بممارسة الغش والتضليل والتدليس وإخفاء حقيقة المواد المكونة للمواصفات المعتمدة في السلع والخدمات كافة، أو عدم تدوين المكونات الكاملة للسلعة أو التحذيرات (إن وجدت)، أو تاريخ بدء الصلاحية وانتهائها على اغلفتها وعلبها وبصورة واضحة، أو إخفاء تاريخ الصلاحية أو إزالته أو تحريفه، أو إعادة تغليف المنتجات التالفة المتهمة الصلاحية بعبوات، وأغلفة تحمل صلاحية مغايرة للحقيقة ومضللة للمستهلك).

ونصت المادة (٤٦٧) من قانون العقوبات العراقي رقم (١١١) لسنة ١٩٦٩، على عقوبة الغش التجاري بالحبس مدة لا تزيد على سنتين وبالغرامة على كل من يغش في المعاملات التجارية.

ونصت المادة (٧/ اولا) من قانون وسم الموازين والمقاييس والمكاييل التجارية رقم (٤٢) لسنة ١٩٧٨ المعدل على معاقبة كل من تلاعب بأدوات القياس أو الكيل أو الوزن بشكل يجعلها غير صحيحة بالحبس مدة لا تزيد على ثلاث سنوات...، ونصت المادة (١٧) من قانون وسم المصوغات رقم (٨٣) لسنة ١٩٧٦ المعدل على عقاب من أحدث في المصوغات بعد وسمها تعديلا أو تغييرا بأية طريقة كانت بالحبس مدة لا تتجاوز سنتين، وكذلك نصت المادة (٤٠/ ٥) من قانون مزاولة مهنة الصيدلة رقم (٤٠) لسنة ١٩٧٠ على معاقبة من غش أو قلد

أحد الأدوية أو المستحضرات الطبية أو المواد الكيميائية أو باع شيئاً منها مغشوشاً أو مقلداً، بالحبس مدة لا تتجاوز ثلاث سنوات.

فضلاً عن ذلك نصت المادة (٩٩) من قانون الصحة العامة رقم (٨٩) لسنة ١٩٨٠ والتعليقات الصادرة المستندة إليه كتعليمات وزير الصحة رقم (١) لسنة ١٩٩١ على عقاب الغش ومعاقبة من يقوم ببيع وتداول الأغذية المغشوشة.

نستنتج مما سبق بأن العقوبات الواردة في القوانين المشار إليها عقوبات لا تتناسب مع جريمة الغش التجاري، وأن هذه القواعد والآليات التي وضعت بموجبها محدودة وغير كافية لمكافحة الغش التجاري ولا تتلاءم مع التطورات الحديثة في السوق التجاري ولا بد من وضع نظام خاص بمكافحة الغش التجاري ومراقبة الأسواق للحد من هذه الظاهرة.

المطلب الثاني

رقابة الجهات الادارية

تعتبر الرقابة إحدى مقومات نجاح سياسة مكافحة الغش التجاري، ويجب أن تستند هذه الرقابة إلى معايير وأسس تصلح للقياس وتقويم الأداء لبيان أوجه الضعف والقوة والعمل على إيجاد الحلول، ومن الطبيعي أن تتولى هذه المهمة جهات متخصصة تمتلك القدرة القانونية اللازمة لها^(٢٢).

والرقابة هي مجموعة من العمليات والأنشطة التي يقصد من ورائها التأكد من مدى مطابقة المنتجات للمواصفات والتعليقات المعتمدة، وهذه الرقابة قد تكون سابقة لعملية عرض المنتج في السوق، وقد تتجسد هذه الرقابة بعد عرض السلع والمنتجات في الأسواق^(٢٣).

وتعد الإدارة صاحبة الاختصاص الأصيل والدور الفعال فيما يتعلق بمهمة التطبيق الفعلي للقواعد القانونية، ومن ضمنها القواعد التي تكفل حماية المستهلك^(٢٤)، وتتخذ الدولة في هذا المجال إجراءات وقائية لضمان توافر جودة السلع والمنتجات، وفي هذا السبيل تضع القوانين وتصدر التعليمات والأنظمة لتنفيذها وتقوم بتحميل المسؤولية لمن يخرج عليها، والإجراءات الوقائية تعني استبعاد السلع والمنتجات التي لا تتطابق مع المواصفات المعتمدة من الوصول إلى المستهلك، أي قبل وصولها إلى السوق^(٢٥).

وتتخذ الرقابة اشكالا عدة على سبيل المثال لا الحصر تفتيش أماكن الانتاج والتوزيع، والرقابة على البيئة المحيطة لعمليات الإنتاج والتوزيع، والرقابة على توافر متطلبات الجودة والأمان في الحاويات والتغليف، والرقابة على عمليات التخزين والنقل، والرقابة على جودة السلع والمنتجات ومستوى الأمان ومحاربة التقليد والغش والتزوير، والرقابة على المواد الأولية المستخدمة في تكوين المنتجات ومكوناتها، وكذلك وضع الضوابط الدقيقة لسبل الابلاغ وطرقها واتخاذ الإجراءات القانونية من قبل المستهلكين عند وجود مخالفات لقواعد هذه الحماية المقررة لصالح المستهلك⁽²⁶⁾.

وبالرجوع إلى قانون حماية المستهلك العراقي وقانون الجهاز المركزي للتقييس والسيطرة النوعية والنظام القومي للسيطرة النوعية العراقي نجد بأن هناك مجموعة من النصوص التي تبين آلية رقابة الجهات الإدارية على التشريعات الفنية وعلى جودة السلع ومدى مطابقتها للمواصفات القياسية، وفيما يلي بيان لآليات رقابة الجهات الإدارية على جودة السلع والمنتجات في العراق:-

اولا: الرقابة في مرحلة الاستيراد

بالرجوع الى النظام القومي للسيطرة النوعية العراقية لسنة ١٩٨٨ نجد بانه تم تنظيم عملية استيراد البضائع من خلال الاعتماد على المواصفات القياسية العراقية أو اعتماد مواصفات مناسبة في حالة عدم توفر المواصفات القياسية العراقية من قبل الجهاز المركزي للتقييس والسيطرة النوعية، كما يقوم الجهاز بتحديد السلع والمنتجات والمواد الخاضعة للفحص والتفتيش ويتم نشرها في الجريدة الرسمية⁽²⁷⁾، ويتم إجراء الكشف على المنتجات والمواد التي تصل إلى العراق في المنافذ الحدودية، أي عند وصولها للكمارك من قبل لجنة فنية مختصة بهذا المجال ومخولة من قبل الجهاز، وتقوم هذه اللجنة بأخذ عينات من تلك المواد والمنتجات⁽²⁸⁾، ويتم فحص العينات وفق متطلبات المواصفات المعتمدة عند الاستيراد موقعا، أي في مختبرات الكمارك الموجودة في المنافذ الحدودية، او في مختبرات الجهاز أو أي مختبر آخر معتمد من قبل الجهاز المركزي⁽²⁹⁾.

ولكن و في الحقيقة فان أخذ عينة واحدة من شحنة كاملة وفحصها في مختبرات الكمارك لا تكفي ولا يمكن القول بان المنتج مطابق للمواصفات المحددة لأنه هناك امكانية الغش في باقي أجزاء الشحنة، لذا يجب ان يتم فحص نسبة لا تقل عن ١٠٪ من حمولة الشحنة حتى نكون امام رقابة جدية ومجدية في المنافذ الحدودية.

و بعد إظهار نتائج الفحص والتفتيش إما يسمح بإخراج المواد والسلع والمنتجات المطابقة للمواصفات المعتمدة من حوزة الكمارك والأجهزة الخاصة بها، أما إذا لم تكن المواد والمنتجات مطابقة للمواصفات فإنه يتم حجزها من قبل سلطات الكمارك حين قيام الجهاز بإصدار القرار بعدم السماح بإخراج المواد والسلع والمنتجات غير المطابقة للمواصفات المعتمدة من حوزة الكمارك واتخاذ الإجراءات اللازمة من قبل الجهات المعنية، إما بإتلاف البضاعة أو إعادتها إلى الجهة الموردة، وفي بعض الحالات البسيطة أو عند وجود مسوغات اقتصادية أو استراتيجية للدولة فإنه يحق للجهاز استثنائها من الإجراء السابق⁽³⁰⁾.

ولا يجوز استيراد المواد الكيماوية والمستحضرات التي تستعمل للأغراض الصناعية أو الطبية أو الزراعية، إلا بعد أن تزود الجهة المستوردة أو المنتجة لها بشرح كاف للجهات المختصة في الدولة عن الأعراض المرضية للتسمم وتأثيرها على البيئة وطرق معالجتها⁽³¹⁾، ولا يجوز استيراد المواد والسلع والمنتجات التي لا تحمل علامة السلامة، متى ما كان ذلك مفروضا عليها إلا بعد موافقة الجهاز على توافر متطلبات السلامة والأمان فيها وذلك عن طريق شهادة خاصة بذلك⁽³²⁾.

وبخصوص السلع المستوردة التي لها علاقة بصلاحياتها للاستهلاك البشري كالمواد الغذائية والأدوية والمستحضرات الطبية ومواد التجميل والمشروبات... وغيرها فإنه لا يجوز التصرف فيها الا بعد الحصول على شهادة صحية من قبل وزارة الصحة، ويتم وضع لاصق وزارة الصحة عن الأدوية الصالحة والتي يتم فحصها عن طريق السيطرة النوعية، وإذا ثبت عدم صلاحيتها للاستهلاك أو الاستعمال البشري فيتم إتلاف المواد أو إعادة تصديرها إلى مجهزها ومنتجها⁽³³⁾.

ولكن ما نلاحظه وما نستنتجه هو عدم كفاية المختبرات المجهزة والمزودة بالأجهزة الجيدة للكشف عن السلع الرديئة وفحص مختلف البضائع التي يجب ان يتم فحصها سواء كانت الغذائية ام الدوائية ام غيرها من السلع والمنتجات، وهنا الكثير من الأدوية التي لا تمر بالسيطرة النوعية وليس بها لاصق وزارة الصحة الخاصة بالسيطرة النوعية و موجودة و تباع في الصيدليات.

ثانياً: الرقابة في مرحلة التسويق

الرقابة في هذه المرحلة تقع على عاتق الجهات الادارية بمختلف انواعها كمديرية الرقابة التجارية ومديرية الرقابة الصحية، و لجان التفتيش وغيرها من هذه الجهات، ويجب أن تتمتع الجهات الرقابية التي تشرف على رقابة السوق بالقوة الكافية والامكانيات اللازمة لاتخاذ إجراءات قوية كلما دعت الحاجة إلى ذلك، بما فيها إجراءات تصحيحية من أجل حماية المستهلكين كسحب المنتج من السوق أو إتلافه أو غيرها من الإجراءات اللازمة⁽³⁴⁾.

وضمن هذا السياق وللإشارة الى الاجراءات التي يمكن اتخاذها تنص الفقرة (١٤) من مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك بأن على الدولة وفي حالة الكشف عن عيب خطير بأحد المنتجات، أو اذا تسبب المنتج بمصدر خطر جسيم وشديد حتى وان استعمل استعمالاً سليماً، فإن على الدولة إلزام الصانعين أو الموزعين بسحب المنتج أو تعديله أو تغييره واستبداله بمنتج آخر، وإذا تعذر القيام بذلك خلال فترة معقولة فينبغي تعويض المستهلك تعويضاً مناسباً.

وهذه الرقابة تبدأ إجراءاتها مباشرة بعد دخول المنتج في الأسواق المحلية، وتعد رقابة السوق وسيلة فعالة لتقييم مدى ملاءمة التشريعات الفنية لتوفير السلع والمنتجات والخدمات الآمنة للمستهلك، ومن خلال هذه الرقابة يمكن مراجعة التشريعات الفنية وإعادة النظر فيها واقتراح البدائل المناسبة التي تضمن مصلحة المستهلك⁽³⁵⁾.

وبالرجوع الى قانون حماية المستهلك العراقي رقم ١ لسنة (٢٠١٠) نجد بان هناك اشارة قوية للرقابة في مرحلة التسويق، اذ نصت الفقرة الأولى من المادة الرابعة من القانون المذكور على تشكيل (مجلس حماية المستهلك) والتي من مهامها تشكيل لجان التفتيش⁽³⁶⁾، وهذه اللجان تابعة لهذا المجلس وتكون لها فروع في المحافظات كافة وتقوم لجان التفتيش بالاطلاع على مواصفات السلع ومراقبة مدى توافر شروط التخزين في المخازن وأماكن العرض، أثناء الدوام الرسمي أو بعده وعلى المجهزين والمعلنين إبداء التعاون التام في هذا الشأن، كما تقوم بتبليغ الجهات المختصة عن السلع التالفة وغير المستوفية لشروط السلامة الصحية ومتابعة إجراءاتها بالتنسيق مع الوزارات المختصة، وتقديم التقارير بالمخالفات إلى المجلس⁽³⁷⁾، و توجيه الإنذار إلى المخالف بوجوب إزالة

المخالفة خلال (٧) أيام من تاريخ التبليغ أو تحريك الدعوى بانتهاؤها واستمرار المخالفة، ويستند المجلس في توجيه الإنذار إلى تقارير لجان التفتيش^(٣٨).

و لكن لحد الآن لم يتم تفعيل مجلس حماية المستهلك، ولم تشكل اللجان التفتيشية في المحافظات كافة لكي تقوم بالمهام التي أشرنا اليه سابقا، وهناك غياب للحملات الرقابية المكثفة والمنظمة على الأسواق، والتي من المفترض ان يقوم بها اللجان التفتيشية والرقابة التجارية والرقابة الصحية على الاسواق وذلك نتيجة لقلّة الكوادر المختصة بالرقابة التجارية على الاسواق الوطنية للكشف عن السلع المغشوشة والمقلدة، وعدم تمتع هذه الجهات بالإمكانات اللازمة والقوة الكافية.

و نصت الفقرة الخامسة من المادة السابعة من قانون حماية المستهلك العراقي، بأنه لا يجوز للمجهزين الترويج بأية وسيلة من وسائل الاعلان والنشر والدعاية للسلعة أو الخدمة التي لا تتوفر فيها المواصفات القياسية المحلية أو الدولية المعتمدة.

كما ألزمت الفقرة الثامنة من المادة السابعة من قانون حماية المستهلك المجهزين والمعلنين بالسماح للجهات الرسمية ذات العلاقة بإجراء الكشف والتفتيش في مكان عمله للحصول على عينات من مخزونه ومعرضه بغية إجراء الفحوصات عليها لدى الجهات المعتمدة رسمياً لتقرير صلاحيتها للاستهلاك البشري.

و حظر قانون حماية المستهلك العراقي على المجهزين والمعلنين استعمال القوة أو الممانعة مع لجان التفتيش وممثلي الجهات الرسمية ذات العلاقة ومنعهم من القيام بالواجبات المناطة بهم أو عرقلتها بأية وسيلة كانت^(٣٩).

و ضمن آليات و اجراءات الرقابة في مرحلة تسويق المنتجات هو مكافئة المخبرين عن حالات الغش التجاري و تقديم مكافئة مالية لمن يخبر السلطات والجهات المسؤولة بالمنتجات المغشوشة عن طريق تخصيص ارقام هواتف او تطبيقات خاصة للإبلاغ عن هذه الحالات.

واشار قانون حماية المستهلك بصورة ناقصة الى هذا الامر بأنه يقوم مجلس حماية المستهلك بتلقي الشكاوى والتحقيق فيها واتخاذ القرارات والتوصيات اللازمة بهذا الشأن دون الاشارة الى مكافئة المخبرين^(٤٠).

المطلب الثالث

رقابة جمعيات حماية المستهلك

من الصور الأخرى للرقابة على السلع والمنتجات الموجودة في الأسواق هي رقابة جمعيات حماية المستهلكين، وهذه الجمعيات تمارس دوراً حيويًا في تأمين الحماية للمستهلك من الغش التجاري، وهذه الجمعيات هي عبارة عن هيئات شعبية حيادية ذات طابع اجتماعي، ولا تنشأ لأغراض ربحية وإنما تطوعية، يتم تأسيسها من قبل نشطاء من مختلف الاختصاصات ومن فئات المجتمع كافة⁽⁴¹⁾.

وتعد جمعيات حماية المستهلك من الأساليب المعاصرة والحديثة التي تؤدي إلى تحقيق أكبر قدر من التوعية للمستهلك وتبصير إرادته و حمايته باعتباره الطرف الأضعف في العلاقة التعاقدية، وإن وجود هذه الجمعيات تؤدي إلى إمكان توفر قدر أكبر من المعلومات عن السلع والخدمات التي يريد المستهلك التعاقد بشأنها⁽⁴²⁾.

وهذه الجمعيات ترشد المستهلك وتزوده بالمعلومات الضرورية وتساعد على الاختيار الأحسن، وتدافع عن حقوقه وتعمل على رفع مستوى حياته ومعيشته⁽⁴³⁾، ويتم تحديد مهام وأهداف واختصاصات جمعيات حماية المستهلكين من قبل جهاز حماية المستهلك⁽⁴⁴⁾، بينما يخضع تشكيل جمعيات حماية المستهلك لقانون الجمعيات رقم ١٣ لسنة ٢٠٠٠.

توعية المستهلك تعتبر من أفضل الطرق لمحاربة ومكافحة السلع المغشوشة والمقلدة، ويجب ان تعمل مختلف الجهات الحكومية والمنظمات و وسائل الاعلام على توعية المستهلك و تزويده بالمعلومات الضرورية لاختيار السلعة السليمة و معرفة جودة السلع والمنتجات، والابلاغ عن حالات الغش والتقليد والتحقق من تاريخ الصلاحية للمنتج و فحص السلعة والمطالبة بشهادة ضمان السلعة⁽⁴⁵⁾. وهذه الجمعيات تقوم بتوعية المستهلك من خلال طبع الصحف والدوريات والمجلات المتخصصة من أجل إعطاء المستهلكين البيانات والمعلومات الكافية عن مواصفات السلع وخصائصها والخدمات المعروضة في الأسواق الوطنية⁽⁴⁶⁾.

وفي سبيل حماية المستهلك تتخذ جمعيات حماية المستهلك إجراءات اقتصادية تتمثل في أسلوب الدعاية المقابلة والمتمثلة بنشر انتقادات عن السلع والمنتجات المغشوشة في الأسواق باستعمال الوسائل المستخدمة نفسها في



الإعلانات التجارية، و أسلوب المقاطعة التي يتضمن إصدار تعليمات وتوجيهات من الجمعيات موجهة لجمهور المستهلكين تحثهم على مقاطعة شراء منتجات مغشوشة لشركة ما أو استعمال خدمة⁽⁴⁷⁾.

الخاتمة

بعد الانتهاء من كتابة هذا البحث توصلنا الى جملة من النتائج والتوصيات.

اولا: النتائج

- ١ - التقدم العلمي والتكنولوجي في المجال الصناعي و في مجال العلوم الطبيعية والكيميائية والبيولوجية، اذ ادى هذا التقدم الى ظهور منتجات متطورة تتسم بالتعقيد الفني، كما ان هذا التقدم قد سهل للمنتجين طرق الغش، وصعب اكتشافه على المستهلكين والاجهزة الخاصة بمكافحة الغش.
- ٢ - ان العقوبات التي تفرض على المتورطين في عمليات الغش التجاري ضعيفة و محدودة وغير متلائمة مع التطورات الحديثة، بحيث لا تتناسب مع الاضرار التي تلحقها الغش التجاري بالمجتمع والمستهلك و اقتصاد الدولة.
- ٣ - عدم كفاية المختبرات المجهزة والمزودة بالأجهزة الجيدة للكشف عن السلع الرديئة وفحص مختلف البضائع التي يجب ان يتم فحصها سواء كانت الغذائية ام الدوائية ام غيرها من السلع والمنتجات، وهنا الكثير من الأدوية التي لا تمر بالسيطرة النوعية و ليس بها لاصق وزارة الصحة الخاص بالسيطرة النوعية وموجودة وتباع في الصيدليات.
- ٤ - قلة الحملات الرقابية المكثفة والمنظمة على الأسواق، والتي من المفترض ان تقوم بها اللجان التفتيشية والرقابة التجارية والرقابة الصحية على الاسواق، وقلة الكوادر المختصة بالرقابة التجارية على الاسواق الوطنية للكشف عن السلع المغشوشة والمقلدة، وعدم تمتع هذه الجهات بالإمكانات اللازمة والقوة الكافية، وضعف الموارد المادية لاتخاذ الإجراءات الضرورية بحق المخالفين.
- ٥ - الاعتماد على الشهادات المصدرة من قبل الشركات المختصة في هذا المجال والتي تصدر في بلد المنشأ، إذ في كثير من الاحيان نجد بان هذه السلع غير مطابقة للمواصفات المحددة لها.
- ٦ - ضعف الثقافة الاستهلاكية لدى المواطن والمستهلك، و ضعف الجانب الاعلامي لتوعية المستهلك و اعلامه بحقوقه و كيفية اتخاذ الاجراءات اللازمة اذا تعرضوا للغش، أي غياب وعي المستهلك و تثقيفه، و ضعف دور جمعيات حماية المستهلك.

ثانياً: التوصيات

١. ضرورة تفعيل القوانين والانظمة الخاصة والمتعلقة بمكافحة الغش التجاري، وتفعيل مجلس حماية المستهلك، أو اصدار نظام خاص بمكافحة الغش التجاري تتناول جميع جوانب الغش وآليات المكافحة والحد من هذه الظاهرة الخطيرة.
٢. زيادة المختبرات المجهزة والمزودة بالأجهزة الحديثة للكشف عن السلع الرديئة وفحص مختلف البضائع التي يجب ان يتم فحصها سواء كانت الغذائية ام الدوائية ام غيرها من السلع والمنتجات.
٣. تفعيل الرقابة وانشاء اللجان التفتيشية وتدريب الكوادر الفنية العاملة في مجال الرقابة التجارية لكشف الاساليب الاحتيالية والفنية المتقنة التي يقوم بها المقلدون من خلال جولات ميدانية يومية، والتشديد على المنافذ الحدودية لمنع استيراد و دخول الأغذية والأدوية المغشوشة و تفعيل رقابة السيطرة النوعية على مخازن الأدوية و في المنافذ الحدودية.
٤. توعية المستهلك من خلال تفعيل دور جمعيات حماية المستهلكين لإرشاد المستهلك و تثقيفه و افهامه بحقوقه، من خلال اقامة ورش عمل و ندوات و محاضرات في مختلف الاماكن لبيان مخاطر المنتجات المغشوشة والبضائع المقلدة و الرديئة على المواطنين واقتصاد الدولة.
٥. نوصي الجهات الادارية المعنية بتشكيل غرف عمليات خاصة في المحافظات بهدف تلقي الشكاوى و التبليغات عن المخالفات و حالات الغش التجاري من قبل المواطنين و متابعتها، و تفعيل دور مجلس حماية المستهلك بهذا الخصوص.
٦. ضرورة ايجاد آلية لقيام المواطنين بالتبليغ عن حالات الغش التجاري، سواء كانت عن طريق تخصيص ارقام هواتف او تطبيقات خاصة للإبلاغ عن حالات الغش التجاري للجهات المختصة، و مكافئة المخبرين عن حالات الغش التجاري.

الهوامش:

(١) - ينظر نص المادة (٩) من قانون حماية المستهلك رقم ١ لسنة ٢٠١٠ حيث نصت على انه (يحظر على المجهز والمعلن ما يأتي : أولاً : ممارسة الغش والتضليل والتدليس وإخفاء حقيقة المواد المكونة للمواصفات المعتمدة في السلع والخدمات كافة)، وفي هذا الصدد فان نظام مكافحة الغش التجاري السعودي رقم (١٩) لسنة ١٤٢٩ هـ فقد عرف (المنتج المغشوش) بانه:

أ- كل منتج دخل عليه تغيير أو عبث به بصورة ما مما أفقده شيئاً من قيمته المادية أو المعنوية، سواء كان ذلك بالإضافة أو بالإنقاص أو بالتصنيع أو بغير ذلك، في ذاته أو طبيعته أو جنسه أو نوعه أو شكله أو عناصره أو صفاته أو متطلباته أو خصائصه أو مصدره أو قدره سواء في الوزن، أو الكيل، أو المقاس، أو العدد، أو الطاقة، أو العيار.

ب- كل منتج غير مطابق للمواصفات القياسية المعتمدة.

ج - المنتج الفاسد: كل منتج لم يعد صالحاً للاستغلال أو الاستعمال أو الاستهلاك وفق ما تبينه اللائحة.

(2) الفقرة الثانية من المادة ١٧ من قانون النقل العراقي رقم ٨٠ لسنة ١٩٨٣.

(3) هلدیر اسعد احمد، نظرية الغش في العقد، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٢، ص ١٩.

(4) د. نادر عبدالعزيز شافي، جريمة الغش ومكافحتها، الموقع السوري للاستشارات والدراسات القانونية، منشور

على شبكة الإنترنت، متاح على الموقع الإلكتروني: <http://www.bara-sy.com/forum/showthread.php?t=3106>

(تاريخ آخر زيارة ٧/١٠/٢٠١٧).

(5) شاكر حامد علي، جريمة غش المستلزمات الطبية والعقوبة المقررة لها في الفقه الاسلامي، دار الفكر الجامعي،

الاسكندرية، ٢٠١٣، ص ٤٠.

(6) د. حسني الجندي، قانون قمع الغش والتدليس في دولة الامارات العربية المتحدة، ط ١، دار النهضة العربية

للنشر، القاهرة، ٢٠٠٩، ص ٨٦.

(7) د. ربيع خلف، نائر محمود رشيد، ظاهرة الغش الصناعي والتجاري في إطار الفساد الوظيفي وانعكاساتها على السوق العراقية - القسم الرابع، وقائع طاولة المدى المستديرة في كوردستان، الطاولة الثالثة: الاقتصاد العراقي وتحديات المستقبل، ص ٢.

(8) الفقرة الرابعة من المادة الخامسة من قانون التجارة رقم ٣٠ لسنة ١٩٨٤.

(9) د. عبدالمجيد الحكيم، الموجز في شرح القانون المدني العراقي، الجزء الأول، مصادر الالتزام، ط ٢، بغداد، ١٩٦٩، ص ١٥٥.

(10) إذ تنص المادة (١٢١) من القانون المدني العراقي رقم (٤٠) لسنة ١٩٥١ (إذا غرر أحد المتعاقدين بالآخر وتحقق أن في العقد غبنا فاحشا كان العقد موقوفا على إجازة المتعاقد المغبون...). للمزيد انظر: د. منذر الفضل، الوسيط في شرح القانون المدني العراقي (دراسة مقارنة بين الفقه الإسلامي والقوانين المدنية العربية والأجنبية معززة بآراء الفقه وأحكام القضاء، ط ١، أربيل، ٢٠٠٦، ص ١٤٩ ١٥٠).

(11) د. عبدالرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد، المجلد الأول، مصادر الالتزام، ط ٣، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ٢٠١١، ص ٢٦١.

(12) - احمد محمد محمود خلف، الحماية الجنائية للمستهلك، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، ٢٠٠٧، ص ٢١٦.

(13) الفقرة الاولى من المادة التاسعة من قانون حماية المستهلك العراقي رقم ١ لسنة ٢٠١٠.

(14) الفقرة الثالثة من المادة التاسعة من القانون المذكور.

(15) الفقرة الرابعة من المادة التاسعة من نفس القانون.

(16) د. عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون، منشأة المعارف، الاسكندرية، ٢٠٠٤، ص ٩٤.

(17) هيلان عدنان احمد، التضليل والخداع أو الكذب في الاعلام التجاري، بحث منشور في مجلة كلية القانون و العلوم السياسية، جامعة كركوك، المجلد ٣، الاصدار ١١، ٢٠١٤، ص ٢٩٧.

(18) القاضي انطوان الناشف، الاعلانات والعلامات التجارية بين القانون والاجتهاد - دراسة تحليلية شاملة، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ١٩٩٩، ص ٩٤.

(19) د. ابراهيم احمد البسطويسي، المسؤولية عن الغش في السلع دراسة مقارنة بين الفقه الاسلامي والقانون التجاري، دار الكتب القانونية، القاهرة، ٢٠١١، ص ١٠٥ - ١٠٦.

(20) د. نادر عبدالعزيز شافي، الحماية القانونية للمستهلك، مجلة الجيش، العدد (٢٥٩)، ٢٠٠٧، منشور على شبكة الانترنت، متاح على الموقع الالكتروني: <http://www.lebarmy.gov.lb/ar/news/?13133> (تاريخ آخر زيارة للموقع ٢٠١٧/٨/٩).

(21) د. ابراهيم احمد البسطويسي، مصدر سابق، ص ٢٣؛ الغش التجاري، مقال منشور على شبكة الانترنت متاح على الموقع الالكتروني التالي:

<http://www.aljazeera.net/programs/economyandpeople/2008/2/12/%D8%A7%D9%84%D8%BA%D8%B4-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D8%B1%D9%8A> (تاريخ آخر زيارة للموقع ٢٠١٨/٢/٢٠).

(22) د. سالم محمد عبود، رشا كيلان شاكر، حماية المستهلك من الغش التجاري، بحث منشور في مجلة الحقوق، جامعة المستنصرية، المجلد (٤)، العدد (١٩)، ٢٠١٢، ص ١٠٧.

(23) د. علي فتاك، حماية المستهلك وتأثير المنافسة على ضمان سلامة المنتج، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، ٢٠١٣، ص ٢٤٩.

(24) د. عمر محمد عبد الباقي، مصدر سابق، ص ٥٤.

(25) د. مرفت عبد المنعم صادق، الحماية الجنائية للمستهلك، دار النسر الذهبي، القاهرة، ١٩٩٩، ص ٣٠٩.

(26) د. عمر محمد عبد الباقي، مصدر سابق، ص ٥٥.

(27) الفقرة ١/٥ - ٢/٥ - ٣/٥ ثالثا من المادة ٣ من النظام القومي للسيطرة النوعية العراقية.

(28) الفقرة ١-٣/٥ ثالثا من المادة ٣ من نفس النظام.

(29) الفقرة ٢-٣/٥ ثالثا من المادة ٣ من نفس النظام.

(30) الفقرة ٣-٣/٥ ثالثا من المادة ٣ من النظام القومي للسيطرة النوعية العراقية.

(31) الفقرة 3 رابعا من المادة ٣ من النظام المذكور.

- (32) الفقرة 2 رابعا من المادة 3 من نفس النظام.
- (33) الفقرة 4 رابعا من المادة 3 من نفس النظام.
- (34) د. عبداللطيف بارودي، أساسيات الممارسات الجيدة لإعداد التشريعات الفنية ومبادئ تحليل آثارها التنظيمية، ورقة عمل مقدمة الى ورشة عمل حول (ممارسات اعداد التشريعات الفنية)، دمشق، ٢٠١٤، ص ١٧.
- (35) المصدر نفسه، ص ١٦- ١٧.
- (36) وقد عرفت الفقرة ٨ من المادة الأولى من قانون حماية المستهلك العراقي لجان التفتيش بأنها: (اللجان التي يشكلها المجلس وتتولى متابعة تنفيذ أحكام هذا القانون).
- (37) الفقرة (ب) من المادة الخامسة من القانون المذكور.
- (38) الفقرة ٤/أ من المادة الخامسة من قانون حماية المستهلك العراقي.
- (39) الفقرة الثانية من المادة التاسعة من القانون المذكور.
- (40) الفقرة ٣/أ من المادة الخامسة من نفس القانون.
- (41) د. سلام عبد الزهرة الفتلاوي، نظرات في قانون حماية المستهلك العراقي رقم (١) لسنة ٢٠١٠ - دراسة مقارنة، بحث منشور في مجلة الكلية الإسلامية، جامعة النجف الأشرف، العدد (٢٢)، ٢٠١٣، ص ١٠٠.
- (42) فراس جبار كريم، المستهلك وأساليب توعيته في العقد - دراسة مقارنة -، بحث منشور في مجلة رسالة الحقوق، جامعة كربلاء، السنة الخامسة، العدد (٣)، ٢٠١٣، ص ٢٥٩.
- (43) د. عنابي بن عيسى، جمعيات حماية المستهلك وترشيد الاستهلاك لدى المستهلك الجزائري، بحث مقدم إلى الملتقى الوطني حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، معهد العلوم القانونية والإدارية للمركز الجامعي بالوادي، يومي ١٣ و ١٤ نيسان، ٢٠٠٨، ص ٢٤٢.
- (44) الفقرة السادسة من المادة الخامسة من قانون حماية المستهلك العراقي رقم ١ لسنة ٢٠١٠.
- (45) توعية المستهلك السلاح الأول لمواجهة الغش التجاري، مقال منشور في جريدة اليوم، موجود على شبكة الانترنت، متاح على الموقع الالكتروني التالي: <http://www.alyaum.com/article/2363622> تاريخ آخر زيارة للموقع (٢٠/١/٢٠١٨).

(46) د. عامر القيسي، تطور القانون الوضعي في أساليب توعية المستهلك، بحث منشور في مجلة كلية الحقوق،

جامعة النهريين، المجلد (١٧)، العدد (٩)، ٢٠٠٦، ص ١٣١.

(47) سامية لموشية، دور الجمعيات في حماية المستهلك، بحث مقدم إلى الملتقى الوطني حول حماية المستهلك في ظل

الانفتاح الاقتصادي، معهد العلوم القانونية والإدارية للمركز الجامعي بالوادي، يومي ١٣ و ١٤ نيسان،

٢٠٠٨، ص ٢٨٧.