تطور القانون الوضعي في أساليب توعية المستهلك

الدكتور

عامر القيسي

كلية الحقوق/ جامعة النهرين

الملخص:

لقد قسمنا بحثنا الموسوم (تطور القانون الوضعي في أساليب توعية المستهلك) الى مقدمة ومبحثين وخاتمة.

عالجنا في المبحث الأول منه الأساليب التقليدية في توعية المستهلك فتناولنا منها شكلية العقد، منح المستهلك فرصة للتفكير والتدبر، وقد بينا في نهايته أسباب قصور هذه الأساليب في توعية المستهلك.

وفي المبحث الثاني عالجنا الأساليب المعاصرة في نوعية المستهلك فتناولنا منها دور جمعيات حماية المستهلك، إقرار تشريعات خاصة بحماية المستهلكين، وقد بينا في نهايته أسباب اللجوء الى الأساليب المعاصرة في توعية المستهلك.

Abstract

This research: The Development of the positive law in the styles of consumer's a wakening, is divided into introduction, two sections and finale.

In the first of this topic we dealt with the traditional styles of this awakening which includes: formality of contract, granting the consumer enough chance for consideration, thinking and pondering. In the end of it we have indicated the lack and in suffeneiancy of these styles.

In section two have dealt dealt with the contemporary and recent styles for this awakening concerning consumers.

We have indicated the role of societies of consumer's protection, passing special legislation for consumer's protection.

Finally, we have indicated the causes of adopting these recent styles for the consumer's a warning.

المقدمة

مع بداية القرن العشرين تطورت الظروف الاقتصادية بشكل ملفت للنظر مما أدى الى تحول المستهلكين من المنتجات البسيطة الى أنواع معقدة منها، وبالرغم من المخاطر التي صاحبت الانتاج الجديد الا أنه دخل في أنماط الاستهلاك وأصبح ضرورياً لتسير حياة الانسان وتوفير الرفاهية لعموم المجتمع.

وإذا أردنا ان نعدد المشاكل التي صاحبت ظهور السلع والخدمات المستحدثة فانها تحتاج الى وقفة طويلة، وحسبنا منها ان المستهلك يتعرض بدءة لمحاولات المنتجين والموزعين لدفعه الى التعاقد على المنتوج الذي قد لا يكون في حاجة اليه أو لم يكن ليتعاقد عليه لولا الدعاية المكثفة، وقد يتعرض المستهلك في بعض الأحيان لمحاولات الغش أو التحايل التي تدفعه لشراء سلع معينة أو غير مطابقة للمواصفات.

وتعود هذه المخاطر في نظرنا الى ان المستهلك حين يتجه الى ابرام عقد من العقود لا يتمتع بالخبرة الفنية أو القانونية الكافية وهو ما يؤدي الى تعاقده على شيء قد يضربه نظراً لعدم إلمامه بخواصه أو بكيفية استخدامه، أو بقبوله بشروط تعج مجحفة بحقه فإما ان تحرمه من مزايا يكون له ان يتمتع بها أو تكبله بالتزامات ثقيلة، فكان لابد من حل لهذه المشكلة متمثلاً بضرورة توعيته ولفت نظره الى خطورة ما سيقدم عليه.

وقد تنوعت اساليب التوعية هذه، منها ما هو تقليدي، ومنها ما هو معاصر، فكان لابد من تسليط الأضواء عليهما.

وقد حاولنا في هذا البحث تقسيمه الى مبحثين أساسيين أولهما عالجنا فيه الأساليب التقليدية في توعية المستهلك مقسمين إياه الى ثلاثة مطالب، خصصنا الأول منها لشكلية العقد، وخصصنا الثاني لمنح المستهلك فرصة للتفكير والتدبر، وخصصنا الثالث لأسباب قصور هذه الأساليب التقليدية.

أما الثاني فقد عالجنا فيه الأساليب المعاصرة في توعية المستهلك مقسمين إياه الى ثلاثة مطالب، خصصنا الأول منها لدور جمعيات حماية المستهلكين، وخصصنا الثاني

لظاهرة إقرار تشريعات خاصة بحماية المستهلكين، وخصصنا الثالث لأسباب اللجوء الى هذه الأساليب المعاصرة.

المبحث الأول

الأساليب التقليدية في توعية المستهلك

ان الحديث عن توعية المستهلك هو حديث عن نظام قانوني جديد أصلاً، إذ هو روح قانونية خاصة مطبقة على جسد من القواعد موضوعة العلاقات الاقتصادية ليس من جهة مصدر القانون ولكن من جهة ما تستلزم العلاقات الاقتصادية تطبيقه على مختلف القواعد.

ومع ذلك، فإن تصور قواعد جديدة لتوعية المستهلك لا يعني اهمال النظام القانوني التقليدي لها، ولهذا فاننا سنستعرض الأساليب التي اتبعها هذا النظام التقليدي في سبيل توعية المستهلك وهي لا تخرج عن اسلوبين أولهما تطلب شكلية معينة في العقد ثم منح المستهلك فرصة للتفكير والتدبر وننتهي أخيراً في هذا المبحث الى بيان أسباب قصور هذه الوسائل التقليدية، وكل ذلك في مطالب ثلاثة.

المطلب الأول

شكلية العقد

ان هذه الشكلية لا تخرج في نظرنا عن مسألتين اثنتين وكما يلي تستعرضهما تباعاً:

١- تطلب الكتابة في العقد.

حينما يتطلب المشرع الكتابة لإثبات المبالغ التي تزيد عن حدٍ معين فأنه يوفر في ذات الوقت الوسيلة التي تسمح للمستهلك الاطلاع على العقود التي يبرمها مع المنتج أو الموزع أو البائع[١]، وبهذه الوسيلة فإن المستهلك يمكنه ان يقدم على أبرام العقد الذي يعده البائع مسبقاً وهو على علم بكل الشروط والأوضاع التي يتم التعاقد وفقاً لها.

وبالرغم من تلك المزايا التي توفرها العقود المكتوبة فإن اعدادها بواسطة المحترفين يعني سيطرتهم على مضمونها وتضمينها الشروط التي يريدون، وقد يصعب فهم تلك الصياغة أو المقصود من الشروط القانونية على الشخص العادي، بل ان المشتري العادي يوقع على العقود الخاصة ببيع السلع المتداولة دون أن يفكر في قراءة العقد بإمعان.

---

[١] تبلغ هذه القيمة خمسة ألاف دينار في قانون الإثبات العراقي رقم (١٠٧) لسنة ١٩٧٩ النافذ/م٧٧ المعدل.

ويذهب رأي فقهي الى ان الصورة المثلى لمحاولة القضاء على هذه الظاهرة تتمثل في اعداد عقود بيع نموذجية والزام البائعين بها[٢].

٢- تطلب إثبات بيانات معينة في العقد

بالإضافة الى تطلب كتابة العقد كوسيلة للاثبات، فإن القانون قد يستلزم كتابة بيانات معينة فقي العقد بهدف توعية المستهلك، وقد تعرض المشرع العراقي في المادة (١٥٠) من تقنيته المدني لتحديد مضمون العقد ولكنه لم يلزم الأطراف بذكر جميع البيانات التي من شأنها حماية الطرف الأضعف اقتصادياً أو الأقل خبرة من التورط في التعاقد على سلعة أو خدمة لا تخدم الغرض الذي كان يهدف اليه بهذا التعاقد.

الا إننا نجد لتلك البيانات في القانون المقارن بعض الأمثلة، ففي القوانين الفرنسية المتعلقة بالإقراض وتأجير المساكن أو تمليكها وعقود التأمين وبيوع السيارات أمثلة على ذلك.

فعلى سبيل المثال نجد ان المشرع الفرنسي في القانون الخاص بالبناء والاسكان يوجد الكتابة في عقود شراء الشقق في المباني تحت الانشاء ويستلزم ذكر البيانات الخاصة بوصف العقار والمبالغ الاضافية المحتمل مطالبة المشتري بها والبيان الخاص بموجب تسليم العقار والضمانات الخاصة بإتمام الاعمال، ويرتب المشرع على عدم احترام هذه القواعد الشكلية بطلان العقد ومما لا شك فيه ان هدف المشرع من هذه الشكلية هو نوعية المستهلك بحقوقه وحدود التزامات الطرف الآخر في هذه العقود التي يؤدي عدم العلم بالتفصيلات الفنية فيها الى الاصطدام مع الطرف الآخر بسبب امكان تسليم مساحات أقل من المتفق عليها أو المطالبة بمبلغ أكثر من المذكورة في العقد في ضوء ما يسمح به العرف وتقضي به أصول المهنة التي لا يعلم المشتري عنها شيئاً.

كذلك فإن المادة الخامسة من القانون الصادر في ١٣/يوليو/١٩٧٩، والخاص بعقود القرض المخصصة لشراء العقارات تستلزم اعطاء المقترض نسخة مكتوبة من عقد القرض قبل أبرام العقد بفترة كافية، كما تستلزم المادة (٣١) من ذات القانون كتابة بعض البيانات

---

[٢] حسن عبد الباسط جمعي، حماية المستهلك الحماية الخاصة لرضاء المستهلك في عقود الاستهلاك ١٩٩٦، دار النهضة العربية، ص ٤١.

الهامة في تلك العقود المكتوبة ومن أهمها الخاص يمنح المقترض حق الرجوع عن عقد القرض حتى بعد التوقيع عليه خلال مدة معينة.

كذلك فإن القانون الخاص بإيجار الأماكن الصادر عام ١٩٨٦ يستلزم كتابة العقد وان يتضمن العقد المكتوب عدة شروط تهدف إلى تنوير إرادة المستأجر بحقوقه والتزاماته، فالعقد يجب ان يحدد بشكل واضح تأريخ بدء العقد ومدته ووصف المكان المؤجر بالتفصيل ومبلغ الايجار على وجه التحديد مع بيان كيفية سداد الأجرة بالاضافة الى نظام معين لتحديد العقد بما يتضمنه ذلك من تعديل لشروطه[٣].

وهكذا يتضح لنا ان رغبة امشرع في توعية المستهلك أدى الى الاعتراف بأهمية دور عودة الشكلية في العقود، ودليل هذا الرغبة هو قوة الجزاءات التي يرتبها المشرع على عدم احترام هذه الشكلية فبالإضافة الى البطلان النسبي[٤]، نجد ان المشرع ينص على عقوبات جنائية على اخفاء بعض البيانات الهامة التي استلزم المشرع ذكرها.

---

[٣] اشارة الى هذه التشريعات: جميعي، المصدر السابق، ص ٤١ وص ٤٢.

[٤] هذا في القوانين التي اخذت بنظرية البطلان النسبي والتي تقابلها نظرية العقد الموقوف في القانون المدني العراقي.

المطلب الثاني

منح المستهلك فرصة للتفكير والتدبر

لا بتمتع المستهلك عادة بفرصة كافية لمراجعة العقود المعروضة عليه من قبل المنتج أو الموزع للسلعة أو الخدمة، وعادة ما يستفيد مروج السلعة أو الخدمة من قصر الوقت المتاح للنظر في العقد المعروض على (العميل) ليحصل منه على التوقيع بغض النظر عن احتمالات اعتراض المستهلك على بعض البنود في وقت لاحق على التوقيع حيث لا جدوى من اعتراضاته.

وحتى يمكن تجنب هذه النتائج فإن المشرع الفرنسي، على سبيل المثال، قد تدخل تدخلاً محدوداً بصدد بعض الأنواع ذات الأهمية الخاصة من العقود فارضاً مدة محددة يعتقد بكفايتها ليدرس المستهلك العقد خلالها.

ففي قانون ٢٢/ديسمبر/١٩٧٢ بشأن (البيع بالمنزل) نجد ان المشرع الفرنسي في المادتين الثالثة والرابعة من قد سمح للعميل الانسحاب من العقد بعد التوقيع عليه وذلك في السبعة أيام التالية على التوقيع، ومن أجل تسهيل هذا الانسحاب فقد الزم امشرع بجعل جزء من العقد قابل اللانفصال يحمل رغبة المستهلك في عدم الاستمرار في العقد وليس على هذا الأخير حين يريد ذلك الا ارسال تلك الورقة بخطاب مسجل بعلم الوصول، ويلاحظ ان المستهلك حين ينسحب من التعاقد فهو ليس مكلفاً بإضافة أي شيء لهذه الورقة المطبوعة مع العقد ولا يلتزم بإبداء اسباب تلك الرغبة في عدم المضي في تنفيذ العقد.

ولقد ورد في المادة الرابعة من ذات القانون تأكيداً لحماية المستهلك عدم احقية البائع في تلقي أية دفعات نقدية من المستهلك قبل انقضاء الفرصة المعطاة إلى المستهلك كي يفكر ويتدبر أمر العقد فيها ولا يؤثر في حق المستهلك في الرجوع عن العقد ان يكون البائع قد سلمه المبيع قبل انقضاء مهلة التفكير المشار اليها.

وفي عقود الاقراض تدخل المشرع الفرنسي بالقانون رقم (١٠) لسنة ١٩٧٨ الخاص بحماية المستهلكين لتنظيم علاقة المقترض بالمقرض، فورد في المادة الخامسة التزام المقرض بالابقاء على العرض المقدم الى طالب الاقراض ١٥ يوماً، وبالتالي لا يستطيع المقرض ان يعدل عن ايجابه في هذه الفترة التي يسمح للمقترض بدراسة عقد القرض فيها في رؤية وهدوء لان قبوله وتوقيعه يؤديان الى العقاد العقد بالشروط الواردة فيه، وبالرغم من

أهمية هذه الحماية الا ان المشرع لم يكتف بها بل منح المقترض فرصة للعدول عن العقد بعد التوقيع مانحاً أياه مهلة تفكير وتدبر مقدارها سبعة أيام تبدأ من تأريخ قبول العرض المقدم من المقرضو مما لا شك فيه ان تحديد مهلة التفكير والتدبر التالية على توقع العقد يجب ان يختلف باختلاف العقود من حيث الطبيعة ومن حيث الصعوبة التي يمكن ان تقابل المستهلك في تقييم مزايا العقد وعيوبه، فتنتج هذه الصعوبة على سبيل المثال في عقد القرض من ارتباطه تحويل شراء سلعة ما، لهذا نجد ان مدة مهلة التفكير في عقد الاقراض المخصص لشراء عقارات في القانون الفرنسي هي ثلاثون يوماً سابقة على توقيع العقد منها عشرة أيام تبدأ من تاريخ تقديم العرض من الجهة المقرضة ولا يمكن ابرام العقد خلالها ثم عشرون يوماً التالية عليها يستطيع المقترض توقيع العقد خلالها (المدة ١/٧ من قانون ١٩٧٩ الخاص بالإقراض العقاري الفرنسي).

وفي الطبيعة القانونية لمهلة التفكير ذهب رأي فقهي الى ان حث العدول في الصور السابقة من التشريعات هو إعطاء على مبدأ استقلال الإرادة في العقود، غير ان اتجاهاً فقهياً هاماً، ويبدو أنه هو الراجح اليوم، يعتقد بان مهلة التفكير ليست الا ارجاءاً لابرام العقد حتى ينقضي، والأمر لا خلاف عليه حينما تكون هذه المهلة معطاة قبل التوقيع على العقد، اما بعد التوقيع على العقد فان المشرع حينما تكون هذه المهلة معطاة قبل التوقيع على العقد، اما بعد التوقيع على العقد فان المشرع حينما يفرض هذه المهلة يكون قد اضافها باعتبارها شرطاً يرتبط بتحققه انعقاد العقد، ومما يؤكد هذا ان هذه المهلة هي التي تحدد رضاء المستهلك وبالتالي فإن انقضاء فترة التفكير قرينة قانونية على صدور الارادة النهائية التي تؤدي الى ارتباط من صدرت عنه بالطرف الآخر، ولا يمكن التمسك بأن التوقيع[٥] يقيد تلك القرينة القانونية التي فرضها المشرع ليسمح بصدور ارادة مستنيرة وواعية بالعقد.

وبذلك فإن عدول المستهلك عن العقد حتى بعد توقيعه عليه قبل انقضاء هذه المهلة لا يتعارض مع القوة الملزمة للعقد حيث ان العقد كما أوضحنا لا ينعقد قانوناً الا بانقضاء هذه المهلة[٦].

---

[٥] وهو شكل من أشكال التعبير عن الارادة.

[٦] Pizzio, un rapport legislative en matiere de protection du consentement, RTDC, ١٩٧٦, p. ٦٦.

المطلب الثالث

أسباب قصور الأساليب التقليدية في توعية المستهلك

تحاول في هذا المطلب بيان أسباب قصور الأساليب التقليدية في نوعية المستهلك وذلك عبر انتقاد بعض الأسس النظرية التي تقوم عليها هذه الأساليب ولاسيما مبدأ استقلال الارادة.

ان مبدأ استقلال الارادة يعني من جملة ما يعنيه ان ارادة الانسان حرة بطبيعتها ولا يمكن ان يقيد الانسان الا ارادته ذاتها[٧].

وتأسيساً على هذا المبدأ فإن الارادة تصبح هي أساس القوة الملزمة في التعاقد وهي التي تتحكم في تحديد مضمون العقد والالتزامات التي تقع على عاتق كل من اطرافه، فالالتزامات التعاقدية لا تنشأ الا إذا كانت قد توجهت الى انشائها وفي الحدود وبالقدر الذي تتجه اليه تلك الارادة.

وللاجابة على التساؤل حول مدى العدالة التي تتحقق من خلال مبدأ استقلال الارادة قال الفقهاء بأن (ارادة الانسان لا يمكن ان تتوجه الا الى ما فيه مصلحته ومن ثم فالالتزامات التي تنشأ عن تلك الارادة أياً كانت ومهما كان أثرها لا يمكن ان تكون عادلة)[٨].

نفهم من هذا اذن ان العقود إذا كانت تنشأ بالتراضي فإن مبدأ استقلال الارادة يتعارض مع أي محاولة للتدخل بتعديل الالتزامات غير المتكافئة في العقود ذات الطبيعة غير المتوازنة.

فالارادة هي أساس الالتزام التعاقدي وهذا الالتزام لا يقيد المتعاقدين فقط بل يعد قانون العقد نفسه الذي يلتزم به الجميع بما في ذلك القضاء باحترامه وتطبيقه.

فإذا ما أرتضى أحد الأشخاص الدخول الى منطقة الالتزام العقدي فأنه لا يستطيع التنصل من التزاماته لان ارادته قد اقترنت بارادة شخص آخر، وإذا كانت الارادة هي التي تؤدي الى التزام صاحبها بالعقد وبنوده فإن هذه الارادة لا يمكن ان تخطأ في تحقيق العدالة

---

[٧] حسين عامر، القوة الملزمة للعقد، ط١، مطبعة مصر، القاهرة، ١٩٤٩.

[٨] حسين عامر، المصدر نفسه، ص ٢٥.

أو في تحقيق التوازن العقدي خصوصاً وان المبدأ الذي يحكم المعاملات هو مبدأ حرية العرض والطلب (دعه يعمل دعه يمر) والذي يعني في الوقت ذاته (دعه يتعاقد بلا قيد)، لذلك فإن اختلال التوازن الذي يعتقد به غير اطراف العقد أو ما يتصورونه من ان غبناً قد وقع على أحد أطراف العقد لا يمكن قياسه في ضوء هذا التصور ولا يمكن ان يكون سبباً في تعطيل التزامات أحد المتعاقدين.

ووفقاً لهذا الفقه فأنه من غير المقبول ان يتم تحديد العدالة والتوازن في العقود من خارج إطار العقد نفسه (أي بطريقة موضوعية) فالتعاقد ذاته من خلال مبدأ العرض والطلب هو الذي يخفف توازنه الذاتي ويؤدي ذلك بطبيعة احال الى رفض أي نوع من انواع التدخل في تنظيم العقد شكلاً أو مضموناً حتى لو كان ما يترتب على ذلك ادعاء عدم العدالة أو عدم توازن العقد[٩].

ان مبدأ استقلال الارادة كان ينسجم مع مبادئ الحرية العامة في بداية القرن التاسع عشر، والحرية التعاقدية منها بوجه خاص، الا ان القيود بدأت تفرض على هذا المبدأ شيئاً فشيئاً كلما اقتضت الضرورة الاجتماعية ان تقيد الارادة وذلك لحماية المجتمع أو لحماية عدد من اعضائه في مواجهة آخرين هم أقوى منه ارادة ادراكاً من المشرع لخطورة اطلاق اللجام لهذا المبدأ.

وهكذا يبدو لنا ان عقود الاستهلاك تقدم لنا نوعاً جديداً من القيود الواردة على الارادة[١٠]، فإذا كان المقصود تكوين العقد فإننا نكون ازاء نوع من اتناقض إذ أنه بدلاً من ان تقيد ارادة الطرف القوي في التعاقد نجد على العكس تماماُ ان القيود ترد على ارادة الطرف الضعيف وهي ارادة المستهلك نفسه فكأنما أراد المشرع في العديد من هذه الافتراضات وبغير قصد أن يحط من ارادة المستهلك، الا يتعارض هذا مع القول الشائع ان المشرع يروم تعميق حماية ارادة المستهلك ؟ نعم، انه يتعارض، ولكن هذا التعارض يبدو ظاهرياً في الواقع أكثر مما هو حقيقي، فإضعاف النتائج المترتبة على الارادة هي طريقة لحماية ارادة المستهلك في مواجهة الارادة لذاتها وليس حمايتها في مواجهة المتعاقد الآخر فقط.

---

[٩] مصطفى الجمال وعبد الحميد الجمال، القانون والمعاملات، ١٩٨٧، ص ٢٠٦.

[١٠] TrocttvetJadnud, le contrat de consummation, paris, ١٩٧٥, P. ١١٣.

وهكذا بنت هي هذا الرأي الى القول ان حماية المستهلك ذا شفين، حماية المستهلك في مواجهة المتعاقد الآخر وحماية المستهلك في مواجهة المستهلك نفسه[١١].

ان الفقه السائد في ذلك الوقت لم يراع، وله العذر في ذلك، ان القدرة على التفاوض ومعرفة بنود العقد تتفاوت من شخص لآخر فإن التطور الصناعي والاقتصادي المذهل والذي بدأ مع بداية القرن الماضي كان كفيلاً بتنبيه الفقه الى ان حرية الارادة واستقلال الارادة المفترضين وبغض النظر عن اسيطرة الاقتصادية لطرف على آخر يواجهان اليوم عقوداً لا يكاد المستهلك العادي يعرف محتواها ولا المقصود منها، فالتطور العلمي والصناعي وبغض النظر عن القدرة الاقتصادية جعلاً من ظروف التعاقد وشروطه عملية معقد متعلقة بسلع وخدمات ذات نواح فنية وتكنولوجية بل وقانونية لا تسمح للمستهلك العادي التعرف عليها والاختيار بمحض ارادته في شأنها.

وعلى الرغم من ان الفقه قد اعلن عن تغير مفهوم مبدأ استقلال الارادة في ظل المعطيات السابقة الا ان مفهوم العقد ظل مبنياً من الناحية العملية ومن ناحية التنظيم القانوني على ذات المبدأ التقليدي القائم على أساس ان العقد شريعة المتعاقدين.

هكذا اذن فإن الواقع العملي قد رسخ مفهوم سيطرة أحد طرفي العقد على الآخر بما له من قدرة اقتصادية أو فنية قانونية أو تكنولوجية وهو ما يعني في ذات الوقت عدم الصحة المطلقة لمبدأ استقلال الارادة وبداية تقهقره أما الحاجة الى التدخل التشريعي لتنظيم الشروط العامة للعقود بشأن السلع والخدمات، هذا التدخل يثير تساؤلاً عن جدوى إهدار مبدأ استقلال الارادة كلياً ومدى الفائدة التي تعود على المعاملات المدنية من جراء ذلك.

يبدو لنا أن تيار التدخل التشريعي المتعاظم لن يتوقف أمام هذه الملاحظة لأن النظام القانوني بدأ ينظر الى مبدأ استقلال الارادة بمنظور آخر إذ هو لم يعد المبدأ الوحيد الذي تقوم عليه نظرية الالتزام وبالتالي نظرية العقد، كما انه لا يفهم اليوم بمعنى ان يترك المشرع الطرف القوي يسيطر على العملية التعاقدية برمتها في ظل غياب الارادة الواعية والصحية للطرف الأقل خبرة وكفاءة والتي يمثلها المستهلك اليوم.

---

[١١] TrocttvetJadnud, le contrat de consummation, paris, ١٩٧٥, P. ١١٣.

صفوة القول ان مبدأ استقلال الارادة وما يترتب عليه من نتائج وان كان لا يسمح باعادة التوازن الى العقد الا انه لا يجب ان يمثل عقبة كأداء أمام الوسائل المقترحة لتحقيق هذا التوازن المنشود.

المبحث الثاني

الأساليب المعاصرة في توعية المستهلك

لم يكتف القانون الوضعي بعرض أو تطوير الوسائل التقليدية العادفة الى توعية المستهلك وتنوير ارادته قبل ان يقدم على إبرام العقود، لذلك فإن المشرع مدفوعاً بمحاولات فقهية بارزة قد أتجه الى أساليب قانونية معاصرة تؤدي الى تحقيق قدر أكبر من توعية المستهلك وتنوير ارادته حماية له بوصفه الطرف الأضعف في العقد، وهي لا تخرج في الوقت الحاضر عن أسلوبين أولهما جمعيات حماية المستهلكين وثانيهما إقرار تشريعات خاصة بحماية المستهلكين وننتهي أخيراً في هذا المبحث الى بيان أسباب اللجوء الى هذه الأساليب المعاصرة في توعية المستهلك، وكل ذلك في مطالب ثلاثة.

المطلب الأول

دور جمعيات حماية المستهلكين في توعية المستهلك

تنشأ جمعيات حماية المستلكين بصة أصيلة بناءاً على رغبة المستهلكين أنفسهم، لكن الدولة قد تتدخل بنفسها فتنشأ من جانبها مؤسسات تهدف لحماية المستهلكين[١٢].

ومن أوال الجمعيات الخاصة التي تنشأ بجهود المستهلكين نجد الجمعيات التعاونية التي تبيع السلع بأسعار منخفضة عن تلك التي يبيع بها التجار في السوق، وقد تلي ظهور الجمعيات التعاونية ظهور جمعيات الحماية التي لا تهدف الى تحقيق أي ربح بل تهدف الى تنسيق الجهود والخبرة لتوفير الوسائل المختلفة للدفاع عن مصالح المستهلكين.

ونجد في دولة كفرنسا ان جمعيات المستهلكين هذه كثيرة ومتعددة الأنواع ولعل أهم هذه الجمعيات الفرنسية الاتحادية الفيدرالي للمستهلكين واختصاره .U.F.D وقد تأسس عام ١٩٥١، والاتحاد الوطني للجمعيات التعاونية للمستهلكين واختصاره .F.N.C.C والمختبر التعاوني (Labocopo)[١٣]، هذا وقد أجاز قانون التعاون العراقي رقم (١٥) لسنة ١٩٩٢ في مادته الثانية تأسيس جمعيات تعاونية وذلك لخدمة المجتمع من خلال العمل الجماعي التعاوني الطوعي في المجالات الاقتصادية والاجتماعية وبهدف التوسع في النشاط التعاوني ليأخذ دوره المطلوب في البناء الاقتصادي والاجتماعي ويستجيب للحاجات الملحة للجماهير[١٤].

إن تأسيس مثل هذه الجمعيات المتخصصة بحماية المستهلكين يعتبر ضرورة ملحة لاسيما إذا ما علمنا ان دول العالم قاطبة قد التزمت بعد صدور قرار الجمعية العمومية للأمم المتحدة المرقم ٣٩/٢٤٨ بتأريخ ١٩٨٥/٤/٩ المتعلق بحقوق المستهلك الثمانية بترويج هذا النمط من الجمعيات خدمة للمستهلك واينما كان.

وتبد أهداف هذه الجمعيات على وجه العموم كما يلي:

---

[١٢] من امثلة ذلك في الدول العربية:

الأسواق المركزية في العراق، المؤسسات الاستهلاكية المدينة والعسكرية في الأردن، الجمعيات الاستهلاكية في ليبيا وهي جمعيات تقدم السلع الغذائية للمستهلكين بأسعار مدعومة.

[١٣] V. Weiss etchirouze, le consommerisme, sirey, ١٩٨٢, P ٢٠.

[١٤] راجع الأسباب الموجبة لهذا القانون.

١- خلق الوعي العام لدى المستهلك حول السلع والخدمات وعلاقتها بصحته وسلامته.
٢- ارشاد السمتهلك الى سبل التأكد من ملائمة المواد الاستهلاكية.
٣- اجراء الاتطلاعات والأبحاث واعداد الدراسات المقارنة للسلع والخدمات الاستهلاكية وذلك من حيث جودتها وصلاحيتها اللاستعمال البشري وأسعار عرضها.

ويؤدي وجود جمعيات المستهلكين والأجهزة الادارية المختصة بحماية المستهلكين الى أمكان توفر قدر من المعلومات عن السلع والخدمات التي يرغب المستهلك في التعاقد بشأنها[١٥].

ت	اسم الدولة	هل توجد جمعية حماية المستهلك
١	العراق	يوجد
٢	مصر	يوجد
٣	الأردن	يوجد
٤	ليبيا	لا يوجد
٥	اليمن	لا يوجد
٦	الكوت	هناك أتجاة قوي لتأسيس جمعية
٧	سورية	يوجد
٨	الامارات	يوجد
٩	الجزائر	يوجد
١٠	تونس	يوجد
١١	المغرب	يوجد
١٢	موريتانيا	يوجد
١٣	السودان	يوجد
١٤	الصومال	لا يوجد
١٥	جيبوتي	لا يوجد

[١٥] تعميماً للفائدة وجدنا من الضروري ان نضع الجدول التالي خدمة للقارئ وقد استقينا مضمونه م نمنشروات الاتحاد العربي للمستهلك ومقره في عمان – الأردن.

١٦	عُمان	لا يوجد
١٧	قطر	على وشك اشهار جمعية
١٨	البحرين	يوجد
١٩	لبنان	يوجد
٢٠	فلسطين	يوجد
٢١	السعودية	لا يوجد
٢٢	جزر القمر	لا معلومات

هذا وتقع هذه الجمعيات بطبع دوريات من الصحف أو المجلات المتخصصة بهدف اعطاء المشتركين فيها من المستهلكين كافة المعلومات والبيانات عن خصائص السلع والخدمات المطروحة في الأسواق.

وأوضح الأمثلة لهذه الصحافة الخاصة بالمستهلكين هي صحيفة (هذا نختار) وصحيفة (خمسون مليون مستهلك) اللتان توزعان باعداد كبيرة في فرنسا وصحيفة (الوسيط) التي تطبع وتوزع في الأردن.

ولا حاجة بنا الى التأكيد ان هذه الصحافة هي نقيض الدعاية والاعلان التي يقوم بها التجار لأن القائمين عليها هو المستهلكون وبالتالي فهي عرض موضوعي للسلع والخدمات بخصائصها وامكانياتها بالإضافة الى ما يجب التحذير منه من مخاطر بعض السلع أو عيوبها التي تظهر حين الاستخدام.

وبالإظافة الى الصحافة عامة كانت أم متخصصة فإن الاذاعة والتلفزيون[١٦] هما من الوسائل التي تلجأ اليها جمعيات حماية المستهلكين لتحقيق التوعية بخصائص السلع

[١٦] ونجد ف الوقت الحاضر بعض البرامج التلفزيونية في بعض القنوات الفضائية تضطلع بهذه المهمة الكبيرة مما يعطيها بعداً علمياً تتخطى الحدود الوطنية.

والخدمات وأسعارها خصوصاً حينما يكون محل الاعلام هو أمر ينبغي تعريف المستهلكين به[١٧].

المطلب الثاني

إقرار تشريعات خاصة بحماية المستهلكين

في ظل التوجه العالمي الحالي في تطور نظم التعاقد وظهور الأنماط الحديثة منه في التعاملات الاقتصادية، تبدو الحاجة ملحة لوضع النظم القانونية المتكاملة لحماية إرادة المستهلك من الناحيتين الاقتصادية والفنية.

ويعتبر إقرار مثل هذه التشريعات وسيلة عصرية لتوعية المستهلك، وذلك حينما يطلع عليه، بما يتناسب وظروف الواقع الاقتصادي والاجتماعي والقانوني والفكري في كل دولة على حدة.

ولا نزمع بطبيعة الحال أن تعرض انموذجاً لمثل هذا التشريع وانما نود أن نعرض للمبادئ العامة التي يمكن الاستهداء بها عند وضعه بشكل يتلاءم مع الأهداف التي وضع من أجلها ومن بينها توعية المستهلك مقتدين في ذلك بالنظم التشريعية الحديثة[١٨].

---

[١٧] أما في الفقه الاسلامي فإن تدخل الدول ةالتوعية المستهلك عُرف (بالحسبة)، وهي وظيفة دينية تقوم على الأمر بالمعروف إذا ظهر تركه والنهي عن المنكر إذا ظهر فعله، والأصل في هذه المسألة قوله تعالى: ﴿ **ولتكن منكم أمة تدعون .... المفلحون** ﴾ صدق الله العظيم، سورة آل عمران / ١٠٤.

ورعم ان الأصل في التشريع الاسلامي قيام الناس جميعاً بهذا الواجب بل هو من سياسة الدولة الاسلامية وإذا وجب هذا على مسلم سبيل الكفاية فأنه يكون أوجب بالنسبة للمحتسب لكونه معيناً بحكم الولاية.

راجع: ابو الحسن الماوردي، الأحكام السلطانية والولايات الدينية، دار الكتب العلمية، بيروت، ١٣٩٨هـ، ص ٢٤٠.

[١٨] منها على سبيل المثال لا الحصر:

التشريع الألماني المتخصص في مقاومة الشروط التعسفية في ٩/ديسمبر/١٩٧٦، القانون الكندي الكندي لحماية المستهلك في ١٩٧٦، القانون الانكيزي الخاص بالشروط المجحفة في العقد والمسمى: Unfair contracts terms Act ١٩٧٧.

القانون الفرنسي رقم (٢٣/٧٨) في ١٠/يناير/١٩٧٨.

القانون الايرلندي:

وتعميماً للفائدة أيضاً وجدنا من الضروري ان نضع الجدول التالي وخدمة للقارئ وقد استقينا مضمونه أيضاً من منشورات الاتحاد العربي للمستهلك:

ت	اسم الدولة	هل يوجد قانون حماية المستهلك
١	العراق	لا يوجد (مشروع قانون فقط)
٢	الأردن	لا يوجد (مشروع قانون فقط)
٣	مصر	لا يوجد (مشروع قانون فقط)
٤	اليمن	لا يوجد
٥	ليبيا	لا يوجد
٦	الكويت	لا يوجد
٧	سوريا	لا يوجد
٨	الامارات	لا يوجد
٩	الجزائر	يوجد
١٠	تونس	يوجد
١١	المغرب	يوجد
١٢	موريتانيا	لا يوجد
١٣	السودان	لا يوجد (مشروع قانون فقط)
١٤	الصومال	لا يوجد
١٥	جيبوتي	لا يوجد
١٦	عُمان	لا يوجد
١٧	قطر	لا يوجد

Sale of goods and supply of services ١٩٨٠

قانون لوكسمبروج في ٢٥/اغسطس/١٩٨٣ والخاص بالحماية القانونية للمستهلكين، القانون الأسباني في ١٦/يوليو/١٩٨٤ لحماية المستهلكين، في ١٨/يونيو/١٩٨٧، القانون البلجيكي لتنظيم ممارسة التجارة واعلام وحماية المستهلكين في ١٤/يناير/١٩٩١.

١٨	البحرين	لا يوجد
١٩	لبنان	لا يوجد
٢٠	فلسطين	لا يوجد
٢١	السعودية	لا يوجد
٢٢	جزر القمر	لا معلومات

ونرى ان يتضمن التشريع المقترح في العراق مبدءاً عاماً يتيح للقضاء تقديم مدى التوازن الذي يحققه العقد واعادة النظر في شروطه في الحالات التي يظهر فيها اختلال التوازن بين الالتزامات المترتبة عليه، هذا ويعد الاعتداد بعدم التعادل بين الالتزامات المترتبة على مزايا مبالغ فيها في مواجهة المستهلك مرجحاً لتوفر صفة التعسف في العقد في مجمله أو في الشروط التي تؤدي إلى تحقق هذا الاختلال، كذلك يعد استغلال عدم خبرة المستهلك قرينة على توفر صفة التعسف في شروط العقد.

يمكن كذلك تطلب ان تكون الشروط الواردة في عقود الاستهلاك معقولة وعادلة على ان يترك للقضاء سلطة تقدير مدى العدالة والمعقولية في ضوء ظروف التعاقد وصفة المتعاقدين، هذا ويؤخذ في الاعتبار بطبيعة الحال مركز كل من اطراف التعاقد وقدرتهم على التفاوض والمقدرة الاقتصادية والخبرة الفنية والدراية القانونية لكل منهم.

ويستلزم كذلك لتوعية المستهلك اعتماد نظام القوائم السوداء الذي استقرت عليه معظم التشريعات لمعاصرة المتوجهة لحماية المستهلكين.

ومن اجل وضع هذه القوائم يكون من الأفضل ان يقوم المشرع بإدراج الشروط التي تعد تعسفية بطبيعتها في نصوص التشريع ذاته مع تخويل لجنة قرارات تحتوي على الشروط التي يظهرها واقع التعامل وتفرضها متغيراته.

ومن المفترض ان تحتوي القائمة السوداء على الشروط أصلاً في العقود وحل التشريع أو ان يصبح ورودها في القائمة قرينة على جعلها شروطاً تعسفية، وفي هذا الفرض الأخير فان عبء الاثبات يقع على المحترف أو المنتج الذي يقوم بتنظيم العقد فعليه ان يثبت عكس هذه القرينة وعدم توفر وصف التعسف في هذه الشروط، فإذا لم يتمكن منظمي العقد

من نفي وصف التعسف في الشرط فيمكن النص على سلطة قاضي الموضوع في استبعاد هذه الشروط من تلقاء نفسه باعتبارها باطلة بطلاناً مطلقاً[١٩].

المطلب الثالث

أسباب اللجوء الى الأسباب المعاصرة في توعية المستهلك

لا تخرج الأسباب التي تدعو الى اللجوء الى الأساليب المعاصرة في توعية المستهلك عما يلي:

١- حظورة موقف المستهلك، فعقد الاستهلاك يؤدي بطبيعته الى عدم التوازن في العلاقة بين طرفيه، هذا الاختلال في التوازن مرده استغلال القوة الاقتصادية التي يتمتع بها المنتج مما يجعله في مركز أقوى في مواجهة المستهلك والأخير في مركز أدنى، وهكذا، عندما يصبح عدم التوازن من الخطورة بمكان فأنه يجب مدّ يدّ المساعدة للمستهلك وتوعيته بوسائل فعالة.

٢-استقلال الارادة الذي تقوم عليه الأساليب التقليدية مع معطيات التعامل الحديثة، فمبدأ استقلال الارادة يتعارض مع أي محاولة لتعديل بنود العقد إذ ليس للقاضي استناداً لقواعد العدالة ان يعدل في شروطه بل ولا يتدخل الا عندما تكون الارادة معيبة إذ ان الضرورات التي تملي حماية ارادة المستهلك تملي أيضاً حماية الأمن التجاري فلا يجوز انهاء العلاقة العقدية ببساطة بمجرد أدعاء المستهلك أنه قد لحقه ضرر ما من جرائها.

٣-ان تطور المجتمعات الحديثة وما صاحب ذلك من التقدم في المجال العلمي والتكنولوجي قد أدى الى اعادة النظر في الأساليب التي تحكم تكوين وتنفيذ العقد، فالمذاهب القائمة على الفكر الفردي قد أصابها تغير كبير، فالحرية الفردية لا تعني إهدار مصالح الآخرين بل ان أسحاب المذهب الفردي نفسه لا ينكرون اليوم ضرورة تحقيق العدالة الاجتماعية والنظر الى توازن المصالح على أساس ان هذا التوازم هو الذي يكفل استمرارية التقدم الاجتماعي والاقتصادي.

٤-ان الأنظمة القانونية في جميع البلدان، المتقدمة منها والنامية، أصبحت تهتم بإشاعة الاستقرار في المعاملات القانونية عبر ترسيخ العدالة الاجتماعية وحماية المستهلك في

---

[١٩] للتعرف على نماذج هذه الشروط انظر كنابنا: الحماية القانونية للمستهلك دراسة في القانون المدني والمقارن، منشورات ذار الثقافة، عمان، ٢٠٠١، ص ١٥٣، ١٥٤.

العلاقات الاقتصادية، ونظراً لأن الأساليب التقليدية التي تقوم عليها النظرية العامة للعقد تعروق تحقيق هذه العدالة وتتعارض مع اعادة النظر في الالتزامات المترتبة على العقد حماية للمستهلك، كان لزاما وعبر اساليب معاصرة التدخل للتخفيف من غلواء المبادئ التي تقوم عليها الاساليب التقليدية.

الخاتمة

بدا لنا ان اتجاهين اثنين في الفقه هما المسيطران وذلك بصدد تقديم تصوير واقعي لتوعية ارادة المستهلك، **أولهما:** بتوسل بالأساليب التقليدية كشكلية العقد ومنح المستهلك فرصة للتفكير والتدبير ويرى انها كافية لتحقيق هذا الهدف. **ثانيهما:** الاتجاة نحو أساليب معاصرة تشتمل على أناط جديدة من القواعد كجمعيات حماية المستهلكين وإقرار تشريعات خاصة بحماية المستهلك ويرى انها الكفيلة لتحقيق ذات الهدف.

وليس معنى ايجاد قواعد جديدة هو إيجاد وضع يمكن المستهلك من علاقة النشاط الاقتصادي، إذ يجب ان نضع في الحسبان ابتداءاً ان المستهلك ليس قاصراً تجب توعيته، فالمستهلك هو شخص بالغ رشيد كما ان عليه ان يبذل من جانبه الجهود الحثيثة لدرء الضرر عن نفسه.

وفي كل الأحوال يجب الا نتصور ان المستهلك والحرفي من طبقتين مختلفتين في المجتمع، فكلنا مستهلكون، ولكل ما سبق كان هذا البحث.

وآخر دعوانا ان الحمد لله رب العالمين