



التنظيم القانوني الجنائي لإعلام المستهلك بإستعمال السلع (بحث تحليلي مقارنة)
Criminal legal regulation of informing the consumer (comparative analytical research)
about the use of goods

م.م. هيمداد سهردار كريم

قسم القانون / كلية القانون / جامعة صلاح الدين / أربيل

himdad.sardar@su.edu.krd

Assistant Lecturer: Himdad Sardar Kareem

Department of law, College of law, Salahaddin University, Erbil



This work is licensed under a

[Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International \(CC BY-NC 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

المستخلص ان هناك في العلاقة التعاقدية الإستهلاكية طرفان هما طرف مستهلك و طرف مجهز أو معلن السلع، والمستهلك هو دائماً طرف ضعيف في العلاقة، وعليه ينبغي تحقيق التوازن في العلاقات العقدية للحيلولة دون الطرف القوي وهو المجهز أو المعلن من التعدي على الطرف الضعيف، وهذا التوازن يتحقق بتوفير الحماية الكافية والوفاية للمستهلك والتي تنبعث عن تجريم كل الأفعال المتعلقة بإستعمال السلع والتي تسبب خطراً أو ضرراً على المستهلك أو مصالحه مع تقرير العقوبات المناسبة إزاءها.

وعلى هذا الأساس فقد شرعت أغلبية الدول وبضمنها العراق قانوناً لحماية المستهلك، فالقانون العراقي في هذا الصدد هو قانون حماية المستهلك العراقي رقم (١) لسنة ٢٠١٠، ومن خلال هذا القانون قد تم تحديد حقوق المستهلك، ومن جانب آخر أن القانون قد فرض على المجهز والمعلن مجموعة من الإلتزامات والواجبات إذ لا تجوز مخالفتها، كما أنه حظر عليهم العديد من الأفعال الأخرى، إلا أننا نرى أن أهم أحد حقوق المستهلك هو إعلامه بكيفية إستعمال السلع وهذا الإعلام يتحقق بتوافر جميع الشروط المنصوص عليها في القانون، وتبعاً لذلك يعاقب من يخالف الأحكام المتعلقة بإعلام المستهلك بإستعمال السلع.

الكلمات المفتاحية :- إعلام المستهلك , إستعمال السلع , القانون الجنائي

Abstract /In the consumer contractual relationship, there are two parties: the consumer of the goods and the supplier or advertiser of the goods. The consumer is always the weak party in the relationship, and therefore balance must be achieved in the contractual relationships to prevent the strong party, which is the supplier or advertiser, from infringing on the weak party. This balance is achieved by providing sufficient and adequate protection for the consumer, which stems from criminalizing all acts related to the use of goods that cause danger or harm to the consumer or his interests, with the determination of appropriate penalties for them. On this basis, most countries, including Iraq, have enacted a law to protect the consumer. The Iraqi law in this regard is the Iraqi

Consumer Protection Law No. (1) of 2010. Through this law, the rights of the consumer have been defined. On the other hand, the law has imposed on the supplier and the advertiser a set of obligations and duties that cannot be violated. It has also prohibited them from many other actions. However, we see that the most important of the consumer's rights is informing him how to use the goods, and this information is achieved by the availability of all the conditions stipulated in the law. Accordingly, whoever violates the provisions related to informing the consumer about the use of goods is punished.

Keywords: Consumer information, use of goods, criminal law

المقدمة

إن التقدم الذي مر به العالم في مجال الصناعة والتجارة قد أدى إلى خلق كمية هائلة من سلع متنوعة, اذ لكل منها طبيعة ومكونات خاصة وطريقة استعمال الخاصة به مع مؤثرات جانبية, فغالباً ما تُستخدم تقنيات ومواد معقدة أو ضارة في صنعها ويكون استعمالها بالتالي معقداً أو مهدداً بخطر مما يستلزم أن يكون المستهلك عالماً بإستعمالها قانوناً, لأنه كثيراً ما لا يقدر على استعمال السلع دون إعلامه بها, ولكن المجهز يدأب عادةً لإنتاجها بأقل كلفة وإكتساب أكبر ربح بأسرع وقت, ومن أجل ذلك يلجأ إلى العديد من الأفعال غير القانونية كإستعمال المواد المكونة لها في صنع السلع بكمية أقل مما تقتضيهما أو عدم كتابة المعلومات الضرورية لإستعمالها عليها أو عدم إستعمال الصقات المُحكمة لتضمين المعلومات المتعلقة بالسلع وإستعمالها على أغلفة السلع أو علبها, مما يسفر عن زوال هذه اللصقات عن السلع بسهولة, وتبعاً لذلك لا يستطيع المستهلك إستعمال السلع على الوجه الأكمل, وهذا ما تترتب عليه الخطورة على مصالح المستهلك في صحته وسلامته البدنية وغيرها, وبذلك يبدو ان المستهلك هو الطرف الضعيف في العلاقات الإستهلاكية.

وبناء على ما تقدم ان مصالح المستهلك في إستعمال السلع يتطلب حماية قانونية قوية من الأفعال الخطرة أو الضارة به, لذا تتوجب حماية المستهلك جنائياً بالقانون الذي يقوم على أساس تجريم الأفعال المضرة بالمستهلك والتي قد يرتكبها المجهز أو المعلن, وذلك بالتنظيم القانوني لجريمة عدم إعلام المستهلك بإستعمال السلع تنظيماً بلا هفوة, كما يجب توفير آليات فعالة لتحقيق الحماية ومنها السياسة العقابية التي تتلائم مع واقع المجتمع وتردع المجهز والمعلن من إرتكاب جريمة عدم إعلام المستهلك بإستعمال السلع, وعليه فإن المشرع العراقي قد شرع وأصدر قانون حماية المستهلك رقم (١) لسنة ٢٠١٠, إلا أننا نرى أن التنظيم للجريمة المذكورة, جريمة عدم إعلام المستهلك بإستعمال السلع, ليس بالوجه المطلوب, لذلك سوف نشير الى مواطن الخلل فيه لاحقاً.

أهمية البحث:

تبرز أهمية البحث في جوانب, أولاً للمستهلك حيث أنه يسلط الضوء على حماية مصالح المستهلك الصحية والجسدية وغيرها, وذلك بإلزام المجهز والمعلن بإعلام المستهلك بإستعمال السلع وفقاً للشروط المطلوبة قانوناً, وبذلك يكون هذا الإعلام واجباً على المجهز والمعلن وبالتالي للمستهلك الحق في المطالبة القانونية والقضائية في حالة عدم إتزام المجهز والمعلن بالإعلام المذكور, ومن جانب آخر تظهر أهمية البحث أيضاً للمجهز أو المعلن ويجعله ان ينظر

بالإعتبار دقيقاً ما يرتبط بإعلام المستهلك وشروطه حتى يتجنب المسؤولية، ناهيك عن أنه تتأثر المحكمة بأهمية هذا البحث من حيث أن عدم الإلتزام بإعلام المستهلك بإستعمال السلع قد يُعرض المستهلك لأخطار فادحة تستوجب معاملة الجاني معاملة قانونية تعادل الخطر الواقع على المستهلك، وذلك بفرض عقوبة مناسبة على الجاني.

أهداف البحث:

يهدف البحث الى تسليط الضوء على بيان مفهوم المستهلك وإعلامه بإستعمال السلع بشكله القانوني الدقيق وفق شروط معينة يلزم القانون تحققها في الإعلام، كما أنه يحدد جريمة عدم إعلام المستهلك بإستعمال السلع وأركانها المطلوبة قانوناً، ومن ناحية أخرى يهدف إلى إبراز مصالح المستهلك المحمية والمرتبطة بإعلامه هذا والمؤيدات القانونية للمصالح، والهدف الأخير هو الإشارة الى السياسة العقابية في الجريمة والى العقوبة المناسبة التي يجب فرضها على الجاني اذا ما ارتكبها.

أسباب إختيار موضوع البحث:

إن الأسباب التي جعلتنا ان نختار هذا الموضوع هي، أولاً ان عدم إعلام المستهلك بخصوصية السلع وطرق إستعمالها قد ينشئ أخطاراً، لذلك ان البحث هذا ينبه المستهلكين كافة الى أنه لهم الحق في إعلامهم بمضمون السلع وطبيعتها بموجب الشروط المحددة قانوناً وإلا فيكون لهم الحق في اللجوء إلى القضاء نوداً عن حقوقهم ومصالحهم، كما أن السبب الثاني هو إنتباه المعلن إلى الشروط التي يجب ان يتكون إعلام المستهلك بالسلع من جميعها لكي لا يقعان تحت المساءلة القانونية ولا سيما المسؤولية الجزائية، وسبب آخر هو ان تنظيم الحماية القانونية للمستهلك في هذا المجال ينبغي ان تكون فعالة وان لا تكون فيها ثغرة أو فجوة، وذلك لئلا يكون بمقدرة المعلن والمعلن عدم الإلتزام بإعلام المستهلك عن إستعمال السلع.

إشكالية البحث:

تتلخص مشكلة هذا البحث في ان قانون حماية المستهلك العراقي قد إعتري نواقص وثغرات تشريعية بصدد موضوع البحث هذا، اذ أنه لا يمنح المستهلك حق إعلامه بمغزى السلع وإستعماله بشكل كامل في حين أن المستهلك يحتاج الى ذلك في أغلب الأحوال، والهفوات التشريعية تبدو في تنظيم الشروط الضرورية لإعلام المستهلك، حيث أن التنظيم الحالي للشروط يسهل على المعلن عدم الإلتزام بالإعلام أو مشتملاته بصورة كاملة وبهذا الصدد توجد نصوص ضعيفة وهي بالتالي تحمي المستهلك بشكل ناقص و واهن، كما ان النص الخاص بمسؤولية الجاني غامض حيث يتجه الذهن إلى أنه لا يشمل جميع السلع، والمشكلة الأخيرة هي ان العقوبة المنصوص عليها عن جريمة عدم إعلام المستهلك خفيفة جداً اذ لا تناسب الأخطار التي تقع على مصالح المستهلك، ومنذ إصدار القانون في سنة ٢٠١٠ لحد كتابة هذا البحث لم نجد أية خطوة إلى تعديله وتقويته، وهذا ما يشكل ضعف القانون وبالتالي لا يقدر القيام بواجبه الذي هو حماية المستهلك على الوجه المطلوب، لذا سوف نقدم باقتراحات لتلافي تلك النواقص هادفاً لتحقيق هذا النوع من الحماية.

منهجية البحث:

يعول هذا البحث على منهجي التحليلي والمقارن، إذ أينما يقتضي يقوم الباحث بتحليل نصوص القانون العراقي المتعلقة بموضوع البحث وقياسها بواقع العراق التطبيقي وتشخيص مكامن الثغرات، ومن ثم يقارنها بنصوص القانون المقارن وخاصة قوانين الدول العربية لتحديد إيجابيات هذه القوانين الأخيرة والإيحاء على المشرع للأخذ بها حرصاً لتوفير حماية قانونية أقوى للمستهلك.

خطة البحث:

ففي ضوء ما ذكر أعلاه وإتجاهاً لتحقيق أهداف هذا البحث أرتأينا تقسيمه إلى مبحثين وكما يأتي:

المبحث الأول: ماهية إعلام المستهلك بإستعمال السلع

المطلب الأول: مفهوم المستهلك وإعلامه بإستعمال السلع

المطلب الثاني: شروط إعلام المستهلك بإستعمال السلع

المبحث الثاني: الأحكام القانونية لجريمة عدم إعلام المستهلك بإستعمال السلع

المطلب الأول: أركان جريمة عدم إعلام المستهلك بإستعمال السلع ومصلحته المعتبرة بالحماية الجنائية فيها

المطلب الثاني: عقوبة جريمة عدم إعلام المستهلك بإستعمال السلع

ونختتم هذا البحث بإبراز جملة من الإستنتاجات، ونعرض بعدها بعض التوصيات التي يحتاج إلى الأخذ بها من طرف المشرع.

المبحث الأول

ماهية إعلام المستهلك بإستعمال السلع

يقتضي البحث في ماهية إعلام المستهلك بإستعمال السلع بيان مفهوم المستهلك وكذلك مفهوم إعلامه بإستعمال السلع مع بيان شروطه، وسنوضح ذلك في مطلبين مستقلين وكما يأتي.

المطلب الأول

مفهوم المستهلك وإعلامه بإستعمال السلع

نتطرق في هذا المطلب إلى بيان مفهوم المستهلك ومفهوم إعلام المستهلك بإستعمال السلع.

مفهوم المستهلك:

نظراً للإهتمام بالمستهلك وحماية مصالحه الأساسية فإن غالبية القوانين قد حددت مفهومه أو عرفته، ومنها أن القانون اللبناني عرفه بأنه (هو الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يشتري خدمة أو سلعة أو يستأجرها أو يستعملها أو يستفيد منها، وذلك لأغراض غير مرتبطة مباشرة بنشاطه المهني)^(١).

كما أن القانون المصري عرف المستهلك بأنه (كل شخص طبيعي أو إعتباري يقدم إليه أحد المنتجات لإشباع حاجاته غير المهنية أو غير الحرفية أو غير التجارية، أو يجري التعامل أو التعاقد معه بهذا الخصوص)^(٢).

(١) الفقرة (١) من المادة (٢) من قانون حماية المستهلك اللبناني رقم (٦٥٩) لسنة ٢٠٠٥.

(٢) الفقرة (١) من المادة (١) من قانون حماية المستهلك المصري رقم (١٨١) لسنة ٢٠١٨.

والقانون الإماراتي حدد مفهوم المستهلك فيقول (كل من يحصل على سلعة أو خدمة . بمقابل أو بدون مقابل . إشباعاً لحاجته الشخصية أو حاجات الآخرين)^(١).

والقانون الجزائري بنفس الشكل جاء فيه تعريف المستهلك بأنه (كل شخص طبيعي أو معنوي يفتني بمقابل أو مجاناً سلعة أو خدمة موجهة للإستعمال النهائي من أجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به)^(٢).

والقانون العراقي أيضاً شأنه شأن أغلبية القوانين المقارنة والخاصة بحماية المستهلك فقد حدد مفهوم المستهلك بأنه (الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يتزود بسلعة أو خدمة بقصد الإفادة منها)^(٣).

مما تجدر الإشارة اليه في هذا الصدد أنه يرى البعض ان التعريف الذي جاء به المشرع العراقي للمستهلك قد إعتري ثغرات, ولذلك إقترحوا على المشرع بتعديل التعريف, وقد جاء تعريفهم المقترح بأنه (المستهلك هو الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يتزود بسلعة أو خدمة, بقصد إشباع حاجاته الشخصية أو العائلية و أياً كانت طريقة التزود بها تقليدية كانت أم إلكترونية)^(٤).

رأينا:

نرى ان التعريف المقترح للمشرع لم يكن لازماً وأنه هو مجرد زيادة الكلمات والعبارات التي يتضمنها تعريف المشرع نفسه في الأصل, إذ أن التعريف المقترح زاد عبارة (بقصد إشباع حاجاته الشخصية أو العائلية) لتعريف المشرع في حين ان تعريف المشرع يكتنف هذه العبارة نفسها لورود عبارة (بقصد الإفادة منها) فيها والتي جاءت مطلقاً. كما ان التعريف المقترح زاد أيضاً عبارة (وأياً كانت طريقة التزود بها تقليدية كانت أم إلكترونية) بينما تعريف المشرع يحوي هذه العبارة ذاتها أيضاً بسبب إيراد مصطلح (... يتزود ...) فيه على الإطلاق, فمن المعلوم أن المطلق يجري على إطلاقه.

وعلى ذلك فإننا نؤيد التعريف الذي جاء به المشرع العراقي أصلاً, لأن عبارة (بقصد الإفادة منها) أوسع بحيث أنها تشمل الحاجات الشخصية والعائلية وغيرها كما في حالة إستعمال المستهلك للسلع لحاجات الحيوانات والذي جاء في القانون الجزائري المذكور أعلاه أو للتطوير أيضاً, ففي هذه الأحوال ان الخطر أو الضرر قد يلحق المستهلك من خلال إستعماله السلع للحيوانات والطيور.

(١) المادة (١) من قانون حماية المستهلك الإماراتي رقم (٢٤) لسنة ٢٠٠٦.

(٢) المادة (٣) من قانون حماية المستهلك الجزائري رقم (٠٣ - ٠٩) لسنة ٢٠٠٩.

(٣) الفقرة (خامساً) من المادة (١) من قانون حماية المستهلك العراقي رقم (١) لسنة ٢٠١٠.

(٤) للمزيد من التفاصيل بشأن هذا الإقتراح ينظر: د. ناصر خليل جلال و د. سميرة عبدالله مصطفى, قراءة نقدية لنطاق الحماية المدنية في قانون حماية المستهلك العراقي, بحث منشور في مجلة جامعة الشارقة, المجلد (١٢), العدد (١), العراق, ٢٠١٥, ص ١٥٥.

ومن أمثلة السلع التي يستعملها المستهلك (الإنسان) للحيوانات والطيور وهي خطرة على مصالح المستهلك في صحته وسلامته الجسدية وحياته، كالمبيدات الفيروسية والحشرية العضوية المكثورة التي تسبب تسمماً وتلفاً للجهاز العصبي والتناسلي للمستهلك كما قد تؤدي الى مشاكل صحية طويلة الأمد مثل السرطان^(١).

ومن ناحية أخرى مصطلح (... يتزود ...) الوارد في تعريف المشرع هو أشمل إذ يشمل طريقة التزود التقليدية والإلكترونية وأية طريقة أخرى تستجد بسبب التقدم التكنولوجي، وبذلك يبدو أن تعريف المشرع تعريف مانع وجامع وكذلك يكون بعيداً عن التلاعب به عندما تقع المنازعات بين المستهلك والآخرين من المجهزين أو المعلنين. وبهذا تتحقق حماية المستهلك بصورة أكبر مما يكون له الآن في القانون، فلماذا ليس بالضرورة حصر طريق تزود السلع، إذ أن ذلك يميل نوعاً ما لمصلحة المجهز والمعلن.

مفهوم إعلام المستهلك بإستعمال السلع:

إن القانون العراقي كأغلب القوانين المقارنة لم يعرف عبارة "إعلام المستهلك بإستعمال السلع" بل قد جعل من حق المستهلك الحصول على المعلومات الكاملة عن مواصفات السلع والتعرف على الطرق السليمة لإستعمالها^(٢)، وأوجب على المجهز^(٣) والمعلن^(٤) التأكد من تثبيت البيانات والمواصفات والمكونات الكاملة للمنتج^(٥)، كما قد عرف مفردة (السلعة) بأنها (كل منتج صناعي أو زراعي أو تحويلي أو نصف مصنع أو مادة أولية أو أي منتج آخر ويمكن حسابه أو تقديره بالعدد أو الوزن أو الكيل أو القياس يكون معداً للإستهلاك)^(٦).

ومما تقدم يمكن القول بأن المقصود بإعلام المستهلك بإستعمال السلع هو إخباره من قبل مجهز السلع ومعلنها عن المعلومات المتعلقة بالسلع وإستعمالها، وذلك بتثبيت المعلومات على السلع، وهذه المعلومات ليست هي نفسها في جميع السلع بل تختلف حسب طبيعتها وخصائصها، فسلعة مزيل الصبغ مثلاً تفتقر إلى إرتداء ملابس وكفوف خاصة عند إستعمالها، أو آلة ثقب الحديد تحتاج إلى قوة كهربائية مرتفعة لتشتغل من أجل تحقيق الغرض المعد لها، وكذلك فإن للمواد الكيماوية أو غيرها طريقة خاصة بإستعمالها، ومن ذلك يتضح ان إعلام المستهلك بالسلع وإستعمالها هو من الضروريات الجدية والواجب على المجهز والمعلن، وذلك لكي يتمكن المستهلك من استعمال السلع بما يتجه الى الإستفادة منها بدون خطر أو ضرر.

(١) متاح على الموقع الإلكتروني Comwww.alryadh . تاريخ الزيارة ٢٣/١٠/٢٠٢٥.

(٢) الفقرة (ب) من المادة (٦) من قانون حماية المستهلك العراقي المشار اليه سابقاً.

(٣) عرفه المشرع العراقي في الفقرة (سادساً) من المادة (١) من القانون نفسه بأنه (كل شخص طبيعي أو معنوي منتج أو مستورد أو مصدر أو موزع أو بائع سلعة أو مقدم خدمة سواء أكان أصيلاً أم وسيطاً أم وكيلاً).

(٤) عرفه المشرع العراقي في الفقرة (سابعاً) من المادة (١) من نفس القانون بأنه (كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بالإعلان عن سلعة أو خدمة أو الترويج له بذاته أو بوساطة غيره باستخدام أي وسيلة من وسائل الإعلان).

(٥) الفقرة (أولاً) من المادة (٧) من نفس القانون.

(٦) الفقرة (ثانياً) من المادة (١) من نفس القانون.

وتجدر الإشارة الى أنه يصبح إلتزام المجهز والمعلن في إعلام المستهلك بكيفية إستعمال السلع ضرورياً بالغاً حينما تكون السلع محل العقد حديثة العرض في الأسواق أو تتميز بخطورتها الكامنة فيها أو في إستخدامها^(١). ويظهر مما سبق, ان الإعلام إلتزامً لا بد من الإيفاء به بما يؤدي الى إعلام المستهلك بكيفية إستعمال السلع المتزود بها, ولذلك فإن أغلب التشريعات قد أكدت بنص صريح على هذا الإلتزام, كما جاء النص في القانون المصري^(٢) على أنه (يلتزم المورد بإعلام المستهلك بجميع البيانات الجوهرية عن المنتجات, وعلى الأخص مصدر المنتج وثمانه وصفاته وخصائصه الأساسية, وأي بيانات أخرى تحدد اللائحة التنفيذية لهذا القانون بحسب طبيعة المنتج). وينص القانون الإماراتي على أنه (...يلتزم المزود لدى عرض أية سلعة للتداول بأن يلصق على غلافها أو عبوتها, وبشكل بارز, بطاقة تتضمن بيانات عن نوع السلعة وطبيعتها ومكوناتها وإسم المنتج وتاريخ الإنتاج أو التعبئة والوزن الصافي وبلد المنشأ وبلد التصدير (إن وجدت) وبيان كيفية الإستعمال (إن أمكن) وتاريخ إنتهاء الصلاحية, مع إرفاق بيان تفصيلي داخل العبوة لمكونات السلعة ومواصفاتها وقواعد إستعمالها ومخاطرها وغير ذلك من البيانات باللغة العربية...)^(٣).

وبنفس المعنى أن القانون اللبناني قد نص أيضاً على هذا الإلتزام بأنه (يتوجب على كل مصنع أو محترف أن يبين للمستهلك, خطياً بوضوح, الطريقة الفضلى لإستعمال السلعة... وعليه أن ينبه الى المخاطر التي قد تلحق بالمستهلك في حال جرى إستعمالها بشكل مخالف...)^(٤).

المطلب الثاني

شروط إعلام المستهلك بإستعمال السلع

لقد بيّنا سابقاً انه من واجبات المجهز والمعلن القيام بإعلام المستهلك بإستعمال السلع, غير ان هذا الإعلام لا يمكن تحقيقه وبالتالي لا يستطيع المستهلك إستعمال السلع بشكل يحقق الإفادة منها بدون خطر أو ضرر إلا بعد توافر شروط في هذا الإعلام, وهذه الشروط هي:

أولاً: أن يكون الإعلام كافياً

بغية تحقيق إعلام المستهلك غايته فلا بد من أن يكون إعلاماً كافياً وكاملاً لكي يحيط المستهلك بجميع العناصر المرتبطة بإستعمال السلع, وهذا يسئلزم أن لا يكون الإعلام موجزاً أو ناقصاً بأن يوجه الإنتباه الى بعض المعلومات دون البعض الآخر^(٥).

(١) د. عبدالمنعم موسى ابراهيم, حماية المستهلك, الطبعة الأولى, منشورات الحلبي الحقوقية, بيروت - لبنان, ٢٠٠٧, ص ٣٧٧.

(٢) المادة (٤) من قانون حماية المستهلك المصري المشار إليه سابقاً.

(٣) المادة (٧) من قانون حماية المستهلك الإماراتي المشار إليه سابقاً.

(٤) المادة (٣٧) من قانون حماية المستهلك اللبناني المشار إليه سابقاً.

(٥) د. عبدالمنعم موسى ابراهيم, مصدر سابق, ص ٣٦٣.

وبالنظر إلى القانون العراقي والمقارن فنجد ان أغلبها قد تضمنت شرط كفاية إعلام المستهلك بإستعمال السلع, كما قد نص القانون المصري بأنه (للمستهلك الحق في الحصول على جميع المعلومات والبيانات الصحيحة... عن المنتجات التي...يستخدمها)^(١).

والقانون اللبناني يقضي بأنه (الحق بالإستحصال على معلومات... وافية تتعلق بالسلعة... وطرق إستعمالها...)^(٢) وكذلك (يجب أن تدرج على لصقات السلعة أو توضيب المعلومات التي تحددها الإدارة المختصة, تبعاً لطبيعة كل سلعة, وخصائصها... على سبيل المثال لا الحصر...)^(٣).

والقانون العراقي هو الآخر ليس خالياً من النص على كفاية إعلام المستهلك بإستعمال السلع, بل أشار الى حق المستهلك في الحصول على (... المعلومات الكاملة عن مواصفات السلع والتعرف على الطرق السليمة لإستعمالها...)^(٤), وألزم المعلن والمعلن ب(التأكد من تشييت البيانات والمواصفات والمكونات الكاملة للمنتج وخاصة بدء وإنتهاء الصلاحية وبلد المنشأ قبل طرحها في السوق أو قبل إجراء عملية البيع أو الشراء أو الإعلان عنها)^(٥).
رأينا:

يتبين في المواد المذكورة أعلاه أنها متفقة في وجوب إعلام المستهلك بإستعمال السلع إعلاماً كافياً, لأنه قد أتت فيها مصطلحات (جميع, وافية, كاملة), فهذه تعبر عن الكفاية, وحتى أبعد من ذلك فإن القانون اللبناني جاءت فيه عبارة (على سبيل المثال لا الحصر), وهذا ما يعني أكثر من الكفاية, أي أنه حتى لو أعلم المعلن والمستهلك من إستعمال السلع فإنه لا يصل إلى مستوى الإعلام الكافي.

ومن الملاحظ ان القانون العراقي أهمل مدى أهمية إعلام المستهلك بإستعمال السلع من حيث الكفاية, لأن المشرع قد أورد في الفقرة الأولى من المادة السابعة عبارة (... وخاصة بدء وإنتهاء الصلاحية وبلد المنشأ...), وبهذا نرى أن القانون منح الخصوصية للمعلومة المتعلقة بتاريخ الصلاحية وبلد المنشأ, في حين ان هناك معلومات أكبر الأهمية منها كمعلومات الإستعمال في بعض السلع, كما هو الحال في سلع الفاس والفلاش والكور ومبيد الحشرات التي تؤثر سلباً على جهاز تنفس الإنسان مباشرة بعد فتح غطائها كما قد تؤدي الى إختناقه, ومن ذلك يتضح أن معلومات الإستعمال لتلك السلع أهم كثيراً من المعلومات المتعلقة بتاريخ الصلاحية أو بلد المنشأ, وهنا يمكن القول بأنه ليس لتاريخ الصلاحية أو بلد المنشأ للسلع أية أهمية اذا قارننا بالمعلومات الكافية لإستعمالها, ولذلك من المستحسن لو كان المشرع قد أسبغ الخصوصية على معلومات إستعمال السلع أيضاً, وعليه فإننا نجد ضرورة تعديل الفقرة الأولى من المادة السابعة بإضافة عبارة (وخاصة المعلومات الكافية المتعلقة بإستعماله) لها, لتصبح الفقرة هكذا ((التأكد من

(١) الفقرة (٢) من المادة (٢) من قانون حماية المستهلك المصري, سبقت الإشارة إليه.

(٢) المادة (٣) من قانون حماية المستهلك اللبناني المشار إليه سابقاً.

(٣) المادة (٧) من نفس القانون.

(٤) الفقرة (أولاً. ب) من المادة (٦) من قانون حماية المستهلك العراقي المشار إليه سابقاً.

(٥) الفقرة (أولاً) من المادة (٧) من نفس القانون.

تثبيت البيانات والمواصفات والمكونات الكاملة للمنتج وخاصة المعلومات الكافية المتعلقة بإستعماله وبدء وإنتهاء
الصلاحية وبلد المنشأ (...)).

ثانياً: أن يكون الإعلام واضحاً

وقد تضمنت العديد من القوانين شرط وضوح الإعلام, ومنها القانون اللبناني حيث نص بالقول (يجب تزويد
المستهلك, بمعلومات واضحة وصريحة...تتناول...كيفية إستعمال السلعة)^(١).

والقانون اليمني جاء فيه أنه (على المزود لدى عرض سلعة للتداول الالتزام بأن يضع على غلاف أو عبوة السلعة
بحسب طبيعة السلعة بطاقة... واضحة ومقروءة ومفهومة المعنى وبشكل بارز وبطريقة يتعذر إزالتها, وتتضمن هذه
البطاقة... كيفية الإستعمال...)^(٢).

أما القانون العراقي لم يذكر شرط وضوح إعلام المستهلك بإستعمال السلع ضمن حقوق المستهلك حتى بكلمة واحدة,
ونص بالقول (الحق للمستهلك في الحصول على المعلومات الكاملة عن مواصفات السلع والتعرف على الطرق
السليمة لإستعمالها...)^(٣).

رأينا:

نرى أن القانون اليمني قد نظم شرط وضوح إعلام المستهلك بإستعمال السلع بأفضل الوجه, إذ أنه قد أوجب أن
يستجمع هذا الشرط عدداً من العناصر كالخط البارز وسهل القراءة وغيرها, كما أن وضوح الإعلام يستلزم أيضاً بقاء
المعلومات بالوضوح دون زوالها أو إزالتها إلى أطول وقت ممكن, ولذلك نوصي على المشرع العراقي إلى إضافة فقرة
أخرى الى المادة (٦.أولاً) على غرار النص اليمني, وبهذا الشكل يُمنح المستهلك الحق في الحصول على المعلومات
الواضحة, والفقرة المقترحة هي: ((ان تكون المعلومات الواردة في الفقرة (ب) من هذا البند مكتوبة واضحة على
السلعة ذاتها أو على غلافها أو عبوتها أو علبتها أو في كتالوجها, على أن تكون بخط بارز, ومفهومة المعنى, سهل
القراءة, وعلى أن يتعذر زوالها أو إزالتها)).

ثالثاً: أن يكون الإعلام غير مضللة للمستهلك

أن يكون في إعلام المستهلك الصدق والدقة, أي الا يتضمن الإعلام تصريحات أو بيانات أو تشكيلات يمكن ان
يؤدي الى تضليل المستهلك بشأن السلع, وعنصر التضليل يكمن في كون المعلومات المقدمة تخلق لبساً وغموضاً في
ذهن المستهلك يؤدي به الى الغلط في طبيعة السلع أو في مميزاتها أو ما يمكن ان تعود عليه منفعة بإقتنائها يدفعه
الى الشراء^(٤). وفي ذلك نص القانون العراقي على حظر ارتكاب جريمة التضليل من قبل المجهز والمعلن^(١).

(١) المادة (٥٢) من قانون حماية المستهلك اللبناني المشار إليه سابقاً.

(٢) الفقرة (أ) من المادة (٦) من قانون حماية المستهلك اليمني رقم (٤٦) لسنة ٢٠٠٨.

(٣) الفقرة (أولاً. ب) من المادة (٦) من قانون حماية المستهلك العراقي المشار إليه سابقاً.

(٤) د. بقنيش عثمان وطالبة الدكتوراه صديقي منال, حماية المستهلك الإلكتروني من التضليل الإعلاني, بحث منشور في مجلة القانون

الدولي والتنمية, المجلد (٩), العدد (١), جامعة عبدالحميد ابن باديس, الجزائر, ٢٠٢١, ص ٣٠٣.

رابعاً: أن يكون إعلام المستهلك باللغة الوطنية

إن اللغة هي وسيلة مهمة يفهم بها المستهلك^(٢) المعلومات المتعلقة بإستعمال السلع, ولذلك أوجبت الكثير من القوانين إدراج المعلومات المتعلقة بالسلعة أو بإستعمالها باللغة الوطنية, وعلى ذلك ينبغي أن تُكتب المعلومات باللغة الوطنية للمستهلك وإلا فلا يستفيد المستهلك من المعلومات وبالتالي لا يكون قادراً على إستعمالها بالطرق السليمة حتى وإن كانت واضحة وبارزة, لأن المعلومات اذا كانت مكتوبة بغير اللغة الوطنية للمستهلك ولا يفهمها المستهلك كأن المعلومات ليست مكتوبة, وبالتالي لا يتحقق نهائياً إعلام المستهلك بإستعمال السلع بالطرق السليمة, وهذا ما جعل أغلب القوانين الخاصة بحماية المستهلك توجب إدراج المعلومات باللغة الوطنية^(٣).

خامساً: أن يكون الإعلام متضمناً التحذيرات أو الأخطار المتعلقة بإستعمال السلع وقد ألزمت غالبية القوانين المجهز أو المزود عند إعلام المستهلك بإستعمال السلع بأن يقوم بتبنيه إلى التحذيرات أو الأخطار المتعلقة بها, ومنها القانون الإماراتي يقول (... يلتزم المزود... بأن يلصق... بطاقة تتضمن... قواعد إستعمالها ومخاطرها...)^(٤), والقانون اللبناني قضى بأنه (الحق بالإستحصال على معلومات... تتعلق بالسلعة... وطرق إستعمالها والأخطار...)^(٥), وكذلك القانون العراقي قد حظر على المجهز والمعلن بيع أو شراء أو عرض أو الإعلان عن (أي سلع لم يدون على أغلفتها أو عليها... التحذيرات (إن وجدت)...) ^(٦).

رأينا:

ومما تقدم يتضح لنا ان مصطلح الأخطار قد ورد مطلقاً في القانوني الإماراتي واللبناني, وهذا يعني وجوب إعلام المستهلك بالأخطار أو المخاطر بالنسبة لإستعمال كافة السلع, أما القانون العراقي قد أورد مصطلح التحذيرات على وجه مقيد بعبارة (التحذيرات إن وجدت), وهذه العبارة تقتصر على بعض السلع دون البعض الآخر, عليه فإننا نؤيد من إقتراح إتيان مصطلح التحذيرات في النص العراقي مطلقاً وبالنسبة لكافة السلع^(٧), لكي لا تكون أية فتحة أمام المجهز أو المعلن لإفلاته من مسؤولية عدم إصاق التحذيرات بالسلع.

وجدير بالذكر أن القانون العراقي والقوانين المقارنة . الى حد بحثنا فيها . لم تشر إلى ما يخص خلفية التحذيرات ولونها, إلا أننا نرى ضرورة وضع الخلفية للتحذيرات بلون وأن تُكتب التحذيرات بلون آخر بحيث يجذب إنتباه المستهلك مباشرة من نظرتة الأولى الى أخطار إستعمال السلع. وعليه فنقترح تعديل الفقرة (ثالثاً . ب) من المادة (٩)

(١) الفقرة (أولاً) من المادة (٩) من قانون حماية المستهلك العراقي.

(٢) د. قارة سليمان محمد خليل, إلتزام البائع بإعلام المستهلك في عقد البيع الإلكتروني, بحث منشور في المجلة الجزائرية للقانون البحري والنقل, العدد (١), ٢٠١٤, ص ٢٤٤ و٢٤٥.

(٣) المادة (٦, أولاً . ب) من القانون العراقي والمادة (٧) من القانون الإماراتي. والمادة (٥) من القانون المصري المذكورة آنفاً.

(٤) المادة (٧) من قانون حماية المستهلك الإماراتي.

(٥) المادة (٣) من قانون حماية المستهلك اللبناني.

(٦) الفقرة (ثالثاً . ب) من المادة (٩) من قانون حماية المستهلك العراقي.

(٧) د. ناصر خليل جلال و د. سميرة عبدالله مصطفى, مصدر سابق, ص ١٦٨.

ليصبح النص على النحو الآتي: ((أي سلع لم يدون على أغلفتها أو عليها... أو المحاذير الناجمة عن إستعمالها وتاريخ بدء وإنتهاء الصلاحية على أن يكون لون خلفية المحاذير الأحمر ولون الخط الذي تُكتب المحاذير به الأبيض)).

ومما سبق يظهر لنا أن إعلام المستهلك بإستعمال لسلع يعتبر من الحق القانوني للمستهلك وفق المادة (٦/أولاً . ب)، وفي الوقت نفسه هو من الواجب القانوني على المجهز والمعلن الواردين في المادة (١/سادساً وسابعاً) وفق المادة (٧/أولاً) من قانون حماية المستهلك العراقي بل وحظرت المادة (٩) من القانون نفسه مجموعة من الأفعال والتي معظمها متعلقة بمعلومات السلع ومواصفاتها وبالتالي يجب على المجهز والمعلن الإلتزام بما ورد فيها لتمكين المستهلك من التعرف على السلع وعلى ما يحيط بها من المعلومات، وبخلاف ذلك تتحقق جريمة عدم إعلام المستهلك بإستعمال السلع في حالة إمتناع المجهز والمعلن عن الإعلام المذكور، والجريمة هذه تتمثل بعدم توافر أي شرط من الشروط سالفة الذكر لإعلام المستهلك أو عدم حصول المستهلك على الإعلام إضافة الى الأركان المتطلبية قانوناً لوقوع الجرائم بشكل عام، وهذا هو ما يقتضي منا بيان الأحكام القانونية لجريمة عدم إعلام المستهلك بإستعمال السلع والتي تأتي في المبحث التالي.

المبحث الثاني

الأحكام القانونية لجريمة عدم إعلام المستهلك بإستعمال السلع

سنقسم هذا المبحث الى مطلبين، نخصص المطلب الأول لبيان أركان الجريمة والمصلحة المعتبرة بالحماية فيها، ونفرد المطلب الثاني للتكلم عن عقوبة الجريمة وكما يلي.

المطلب الأول

أركان جريمة عدم إعلام المستهلك بإستعمال السلع ومصلحته المعتبرة بالحماية الجنائية فيها

يتطلب تحقق جريمة عدم إعلام المستهلك بإستعمال السلع توافر أركان خاصة وعامة لها، فبالنسبة للأركان الخاصة هي التي تتمثل بتحقيق صفة المجهز أو المعلن في الجاني وكذلك وجود صفة السلعة في محل الجريمة، وأن القانون العراقي قد عرف وحصر كل من المجهز والمعلن والسلعة بأن المجهز هو (كل شخص طبيعي أو معنوي منتج أو مستورد أو مصدر أو موزع أو بائع سلعة أو مقدم خدمة سواء أكان أصيلاً أم وسيطاً أم وكيلاً)^(١)، والمعلن هو (كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بالإعلان عن سلعة أو خدمة أو الترويج له بذاته أو بوساطة غيره باستخدام أي وسيلة من وسائل الإعلان)^(٢)، والسلعة هي (كل منتج صناعي أو زراعي أو تحويلي أو نصف مصنع أو مادة أولية أو أي منتج آخر ويمكن حسابه أو تقديره بالعدد أو الوزن أو الكيل أو القياس يكون معداً للإستهلاك)^(٣).

(١) الفقرة (سادساً) من المادة (١) من قانون حماية المستهلك العراقي.

(٢) الفقرة (سابعاً) من نفس المادة ونفس القانون.

(٣) الفقرة (ثانياً) من نفس المادة ومن نفس القانون.

أما الأركان العامة للجريمة المذكورة هي التي تتكون من الركنين المادي والمعنوي، ففيما يتعلق بالركن المادي للجريمة عموماً فقد عرفه القانون العراقي بأنه (سلوك إجرامي بإرتكاب فعل جرمه القانون أو الإمتناع عن فعل أمر به القانون)^(١)، أي أنه يتحقق سواء بسلوك إيجابي أو سلبي، وغالباً ما تكون له ثلاثة عناصر تتمثل بالسلوك الإجرامي والنتيجة الإجرامية والعلاقة السببية بينهما، أما الركن المادي للجريمة التي بقصدنا في هذا المبحث فإنه يقع بسلوك سلبي وهو عدم قيام المجهز أو المعلن بتثبيت المعلومات الضرورية على السلع والمتمثل بعدم توفر شرط من شروط إعلام المستهلك والتي مذكورة في المطلب الثاني من المبحث السابق.

ومن ذلك يتضح ان جريمة عدم إعلام المستهلك هي من جرائم الخطر^(٢)، إذ أنها تحدث بمجرد الإمتناع عن تثبيت البيانات والمعلومات المتعلقة بالسلع وفق الشروط القانونية المذكورة سابقاً وهو السلوك الإجرامي وينتج عنه الخطر على مصالح المستهلك دون تحقق النتيجة الجرمية الضارة المادية على المستهلك (المجني عليه) فعلاً وإنما المصلحة القانونية للمستهلك (الفرد أو المجتمع) تتعرض للخطر، ذلك أن القانون قد أوجب على المجهز والمعلن تثبيت البيانات والمواصفات والمكونات الكاملة للسلع والتأكد منها دون إشتراط وقوع ضرر بالمستهلك، وبذلك تتحقق جريمة عدم إعلام المستهلك بإستعمال السلع بمجرد عدم قيام المجهز والمعلن بتثبيت المعلومات الضرورية للسلع أو الإمتناع عن التأكد من تثبيتها.

وفيما يتعلق بالنتيجة الجرمية في هذه الجريمة فإنها تظهر من خلال تحقق خطر على مصلحة المستهلك المحمية بالقانون، بينما العلاقة السببية فإنها تتوافر عندما ينتج الخطر عن إمتناع المجهز والمعلن عن تثبيت معلومات السلع أو التأكد منها.

وحرى بالذكر أنه لا يتصور الشروع في جرائم الخطر، لأنها تقع تامةً بمجرد إرتكاب السلوك الإجرامي وينتج الخطر عن السلوك دون نتيجة ضارة مادية وإلا فلا تقع، بمعنى أنها تتحقق بمجرد إرتكاب السلوك الإجرامي لها وبهذا تتوافر عناصر الركن المادي الثلاثة (السلوك الإجرامي والنتيجة الجرمية والعلاقة السببية بينهما) غير أن نتيجتها الجرمية غير مادية ولملموسة وإنما مجرد هي الخطر، أما الشروع في الجريمة جريمة ناقصة، ذلك نظراً لعدم تحقق النتيجة الجرمية فيها لأسباب لا دخل لإرادة الجاني فيها رغم إرتكابه السلوك الإجرامي^(٣).

وفيما يتعلق بالركن المعنوي فإن الجريمة محل هذا المبحث هي كالأصل جريمة عمدية ويتطلب قيامها وجود القصد الجنائي العام لدى الجاني والذي لا بد لتحقيقه من تحقق عنصرين، هما العلم والإرادة.

(١) المادة (٢٨) من قانون العقوبات العراقي رقم (١١١) لسنة ١٩٦٩ المعدل.

(٢) هي الجرائم التامة التي تقع بمجرد إرتكاب سلوكها الإجرامي وينشأ عنه الخطر كنتيجة دون حدوث نتيجتها الجرمية الضارة المباشرة بشكل مادي ملموس.

(٣) المادة (٣٠) من قانون العقوبات العراقي.

فالعلم بالجريمة عموماً يعني ان يكون الجاني عالماً بأن الفعل الذي يرتكبه هو سلوك إجرامي قانوناً كما يجب أن يعلم بترتب النتيجة الجرمية على فعله^(١)، وبالنسبة للجريمة محل هذا المبحث فإنه ينبغي كون المعلن عالماً بأن إمتناعه عن تثبيت معلومات إستعمال السلع وفق ما سبق بيانه من الشروط هو جريمة وأن يكون عالماً بالخطر على مصلحة المستهلك والذي يترتب كنتيجة إجرامية غير مادية للإمتناع.

أما الإرادة كالعنصر الآخر للركن المعنوي فيقصد بها أن تتجه إرادة الجاني الى ارتكاب السلوك الإجرامي ويريد حدوث النتيجة الإجرامية لهذا السلوك علماً أن هذه الإرادة يجب أن تكون مختارة ومدركة^(٢)، وهذا يعني أن تتصرف إرادة المعلن أو المعلن الى الإمتناع عن تثبيت معلومات إستعمال السلع، كما أنه يريد حصول الخطر على مصلحة المستهلك.

وجدير بالقول وبالنسبة للمصالح المحمية أن هناك حقوق أو مصالح للمستهلك يعتبر المشرع أنها جديرة بالحماية الجنائية في جريمة عدم إعلام المستهلك بالمعلومات عن السلع، منها مصلحته في التعاقد بإرادة صحيحة لإختيار السلع وعدم ترتب خطر أو ضرر عن السلع على صحته وسلامته الجسدية، كما يحمي القانون مصلحة المستهلك المالية وثقته في المعاملات التجارية، ومن أجل توافر هذه المصالح فقد ألزم القانون المعلن والمعلن بإعلام المستهلك بإستعمال السلع بالشكل الذي يضمن تحقق جميع شروط الإعلام والمذكورة في المبحث السابق.

فمن حيث الإرادة الصحيحة، تتحقق بقيام المعلن أو المعلن بتقديم المعلومات الى المستهلك التي يحتاج اليها في تحديد قراره النهائي بالتعاقد على السلع من عدمه بإرادة صحيحة غير مشوبة بعيب تمكنه من الإختيار الواعي، مما يتطلب أن تكون المعلومات محل هذا الحق دقيقة وكاملة فيما يتعلق بطبيعة السلع ومحاذير إستعمالها وفق الشروط المذكورة سابقاً^(٣)، وعلى أساس ذلك فقد نص القانون العراقي والمقارن على حماية إرادة المستهلك وحرية إختياره للسلع^(٤).

ومن حيث حماية صحة المستهلك وسلامته الجسدية، فإنها تعتبر من المصالح المحمية في إطار جريمة عدم إعلام المستهلك بالمعلومات الكافية والوافية عن السلع، وذلك لتوفير الحماية له من السلع التي تعرض صحته أو سلامته الجسدية للخطر، كأن يقوم المعلن أو المعلن بالعرض أو الإعلان لسلع قد تشتمل على مواد تترتب عليها خطر أو ضرر على المستهلك، كالإعلان عن سلع تدخل في تركيبها مواد كيميائية أو مواد حافظة دون إعلام المستهلك بذلك،

(١) د. علي حسين الخلف ود. سلطان عبدالقادر الشاوي، المبادئ العامة في قانون العقوبات، العاتك لصناعة الكتاب بالقاهرة، توزيعه من المكتبة القانونية ببغداد، ص ٣٤٠.

(٢) نفس المصدر، ص ٣٣٩.

(٣) د. غازي حنون خلف وناطق محمد جبر، جريمة الإعلان المضلل، بحث منشور في مجلة القانون للدراسات والبحوث القانونية، العدد (١٧)، كلية القانون، جامعة البصرة، ٢٠١٩، ص ١٤٠.

(٤) الفقرة (رابعاً) من المادة (٦) من قانون حماية المستهلك العراقي المشار إليه سابقاً. والفقرة (٣) من المادة (٢) من قانون حماية المستهلك المصري المشار إليه سابقاً.

أو الإعلان عن نوع من الأجهزة الكهربائية بأنها تتوافر فيها جميع شروط الأمان في حين أنها خالية من تلك الشروط^(١). وهذا هو ما يعرض صحة المستهلك وسلامته الجسدية للخطر، ولأهمية هذه المصلحة فقد نصت القوانين على حمايتها بصورة صريحة أو ضمنية^(٢).

وفي حماية مصلحة المستهلك المالية، فتتمثل هذه الحماية في تمكين المستهلك من الإنتفاع بالسلع التي يحصل عليها مقابل ما أنفقه من أموال وبشكل يوازي ما دفعه مقابل حصوله على تلك السلع^(٣)، وذلك يتحقق عندما يكون المستهلك عالماً بالمعلومات عن السلع بكافة جوانبها وإلا فتهدر أمواله كلها أو بعضها من خلال تعاقدته على سلعة لم يكن قد علم بطبيعتها ومكوناتها وجودتها وغير ذلك، وهذا يعني أنه لو تم إعلام المستهلك بالسلعة إعلاماً صحيحاً لما تعاقد عليها إذا تراءى له أن السلعة لا تفيده أو تضر به من خلال عنصر من عناصرها، ومن ذلك يتضح أن رغبة شراء السلعة لدى المستهلك يدور مع تثبيت المعلومات المتعلقة بالسلعة وبالتالي يكون إنفاقه على السلعة صحيحاً وقانونياً وتبعاً لذلك لا يوجد إعتداء سواء كان خطراً أو ضرراً على مصلحته المالية إذا قام المجهز أو المعلن بإعلامه بالسلع وما يحيطها من المعلومات الضرورية لإستعمالها وفق الشروط القانونية.

وعلى أساس ذلك فقد أكدت القوانين على حماية المصلحة المالية للمستهلك عن طريق تثبيت المعلومات الصحيحة والواضحة عن السلع^(٤).

وبالنسبة لحماية مصلحة ثقة المستهلك في المعاملات التجارية، فإنه عندما يشوب أي غموض المعاملات التجارية فإن ذلك يؤدي الى زعزعة الثقة فيها مما ينعكس سلباً على الواقع الإقتصادي في المجتمع وما يسببه من ركود في عملية الإنتاج والإستهلاك بسبب إنعدام الثقة في التعامل التجاري، ولذلك فإن القانون يحمي أيضاً هذه المصلحة من خلال تجريم عدم إعلام المستهلك بالسلع وفق القانون، نظراً لأن هذا الإعلام يسهم في إستقرار المعاملات التجارية وخلق الثقة في التعامل بين المستهلك والمجهز أو المعلن^(٥).

المطلب الثاني

عقوبة جريمة عدم إعلام المستهلك بإستعمال السلع

إن المقصود بالعقوبة هي جزاء يوقع وفقاً لقانون محدد على من يقترف جريمة شريطة ان تكون مناسبة مع جسامة الجريمة والشخص الجاني إعمالاً لمبادئ العدالة^(٦)، إذ تُستخدم لدرء خطر الجريمة حمايةً للمجتمع ضدها وردع

(١) د. غازي حنون خلف وناطق محمد جبر، مصدر سابق، ص ١٤٤.

(٢) المادة (٣) من قانون حماية المستهلك اللبناني. والفقرة (١) من المادة (٢) من قانون حماية المستهلك المصري. والفقرة (أ.أ) من المادة (٦) من قانون حماية المستهلك العراقي.

(٣) د. غازي حنون خلف وناطق محمد جبر، المصدر السابق، ص ١٤٥.

(٤) الفقرة (أ.أ) من المادة (٦) من قانون حماية المستهلك العراقي. والفقرة (٢) من المادة (٢) من قانون حماية المستهلك المصري.

(٥) د. غازي حنون خلف وناطق محمد جبر، مصدر سابق، ص ١٤٦.

(٦) د. عبدالكريم نصار، أساسيات علم الإجرام والعقاب، الطبعة الأولى، الناشر جامعة جيهان الخاصة، اربيل، العراق، ٢٠١١، ص ١٣٣ و ١٥٧.

الآخرين عن التفكير بإرتكابها^(١), ويرى البعض ان العقوبة تختلف من حيث شدتها وخفتها من مجتمع لآخر باختلاف ظروفهم الإجتماعية ومستواهم الثقافية, وأدرك الكثير من الباحثين في علوم الإجتماع والقانون ضرورة العقاب في المجتمعات كافة لحمايةهم من الجرائم^(٢).

فإذا وقعت جريمة عدم إعلام المستهلك بإستعمال السلع بكافة شروطها القانونية وأركانها المذكورة سابقاً فتترتب المسؤولية الجنائية على الجاني مما يتطلب العقاب عليه بإحدى العقوبات المنصوص عليها في قانون حماية المستهلك, ومما لا شك فيه أن هدف فرض العقوبة, إضافة الى تحقيق العدالة والردع العام, هو لحماية مصالح المجني عليه سواء كان الفرد أو المجتمع, وفي نطاق بحثنا هذا هو لحماية مصالح المستهلك.

ومع أننا قد أشرنا فيما سبق إلى جريمة عدم إعلام المستهلك بالمعلومات المتعلقة بالسلع, إلا ان تحديد الجريمة لا يكفي لحماية المستهلك الجنائية بل لا بد من ان يقرر المشرع عقوبة تناسب الجريمة بما يؤدي إلى الحماية بالمستوى المطلوب, وإستجابةً لذلك فإن هناك من القانون المقارن والخاص بحماية المستهلك فهو يقرر الى حد ما عقوبة مناسبة عن إخلال المجهز أو المعلن بالالتزام إعلام المستهلك بإستعمال السلع, ومن ذلك كقانون حماية المستهلك اليمني والذي يعاقب جريمة إمتناع المجهز أو المعلن عن إعلام المستهلك بطريقة إستعمال السلع بالحبس مدة لا تقل عن سنة, مع نشر الحكم الصادر بالإدانة على نفقة المحكوم عليه في صحيفتين يوميتين واسعتي الإنتشار, وفي حالة تكرار المخالفة تضاعف العقوبة^(٣), ففي هذا النص يبدو أن أخفض الحد الأدنى لعقوبة الحبس هو سنة واحدة, إضافة الى أنه قد قرر نشر حكم الإدانة, كما أنه قد شدد العقوبة في حالة تكرار الجريمة.

أما بالنسبة للقانون العراقي فإنه يكون قد خفض الحد الأدنى لعقوبة الحبس الى ثلاثة أشهر بالقول (... لا تقل عن ثلاثة أشهر...) دون إتيان الحكم فيه بنشر الحكم أو التشديد^(٤), بمعنى أنه في حالة إرتكاب جريمة الإمتناع عن إعلام المستهلك بإستعمال السلع فإنه يكون بإمكان القاضي أن ينزل عقوبة الحبس الى ثلاثة أشهر فضلاً عن أنه ليس له أن يحكم بنشر الحكم بالإدانة أو تشديد العقوبة.

رأينا:

بمقارنة النصوص القانونية أعلاه نجد ان المشرع العراقي قد انتهج سياسة عقابية لينة, لأن ثلاثة أشهر من الحبس قليل إزاء ما ينشأ من أخطار على مصالح المستهلك, كما ان الغرامة كذلك قليلة ولا سيما بالنسبة للشركات الكبرى بحيث نرى أنها لا تردعها بشكل ما لا تعود إلى إرتكاب جريمة أخرى, أي ان العقوبة بنوعيهما غالباً ما لا تنسجم مع الواقع العملي في العراق, كما أنه يلاحظ أن عناصر جريمة عدم إعلام المستهلك وشروطها متناثرة بين بعض المواد

(١) د. عدنان الدوري, علم العقاب ومعاملة المذنبين, الطبعة الأولى, ذات السلاسل للطباعة والنشر والتوزيع, الكويت, ١٩٨٩, ص ٩٠.

(٢) د. نبيل سمالوطي, علم إجتماع العقاب, الجزء الأول, الطبعة الأولى, دار الشروق, جدة. المملكة العربية السعودية, ١٩٨٣, ص ١٠٣ و ١١١.

(٣) المادة (٣٤) من قانون حماية المستهلك اليمني.

(٤) الفقرة (أولاً) من المادة (١٠) من قانون حماية المستهلك العراقي.

مما أدى الى إختلاف عقوباتها بحيث تنطوي بعض العناصر تحت طائلة المادتين (٨,٧) وهي تعتبر من جرائم المخالفات وتتص الفقرة الثانية من المادة (١٠) على عقوباتها, والبعض الآخر تحتويه المادة (٩) وأنها من جرائم الجرح جاءت عقوباتها في الفقرة الأولى من المادة (١٠).

وعلى أساس ذلك, يمكن القول بأن موقف القانون اليمني أكثر واقعيًا, إذ ان مدة عقوبة الحبس فيه تبدأ من سنة, أي أقلها سنة, كما أنه يوجب في نفس الوقت نشر الحكم الصادر بالإدانة كعقوبة تكميلية, وفي حالة العود تضاعف العقوبة.

وبالنظر الى واقعنا الذي يستوجب تشديد العقوبات, وكذلك من أجل توحيد عقوبات جميع العناصر والشروط التي تتكون منها جريمة عدم إعلام المستهلك بإستعمال السلع والذي يسهل تطبيق أحكام القانون من قبل القاضي, فنوصي على المشرع العراقي بإضافة فقرة أخرى في الفصل الخاص بالعقوبات من قانون حماية المستهلك ينص على النحو الآتي: ((يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن سنة وبالغرامة المحددة قانونا كل من خالف الأحكام المتعلقة بإعلام المستهلك بإستعمال السلع من هذا القانون, مع غلق محله لمدة ثلاثة أشهر ونشر الحكم الصادر بالإدانة على نفقة المحكوم عليه في صحيفتين يوميتين واسعتي الإنتشار, وفي حالة تكرار الجريمة تضاعف العقوبة)).

إضافة الى كل ما تقدم, فإنه جدير بالذكر . بموجب القواعد العامة . أن نوع الجريمة يُحدد بمقدار العقوبة المقررة قانونا لها, أي أن معيار تحديد نوع الجريمة هو مقدار عقوبتها القانونية, ودليل ذلك هو أن القانون قد نص على جريمة الجحفة بأنها هي المعاقب عليها بالحبس أكثر من ثلاثة أشهر الى خمس سنوات أو بالغرامة^(١). وجريمة المخالفة هي المعاقب عليها بالحبس لمدة أربع وعشرين ساعة الى ثلاثة أشهر أو بالغرامة المحددة قانونا^(٢).

ويفهم من ذلك, أن مدة عقوبة الحبس في جريمة الجرح تبدأ بعد ثلاثة أشهر وليس من ثلاثة أشهر, لأن مدة ثلاثة أشهر هي عقوبة جريمة المخالفة وليس عقوبة الجحفة كما هو واضح وصريح في المادتين (٢٦ و ٢٧) من قانون العقوبات العراقي. أما اذا رجعنا الى الفصل الخاص بالعقوبات من قانون حماية المستهلك العراقي لاحظنا أن المشرع قد وقع في خلط من حيث مدة عقوبة الحبس بين الجحفة والمخالفة.

وذلك لأن المشرع قد نص في فقرة على أنه (يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن (٣) ثلاثة أشهر..... كل من خالف أحكام المادة (٩).....) وفي فقرة أخرى على أنه (يعاقب بالحبس مدة لا تزيد على (٣) ثلاثة أشهر..... كل من خالف أحكام المادة (٨,٧).....)^(٣).

وبنظرنا الى هاتين الفقرتين يتبين لنا أن قصد المشرع هو إعتبار الجرائم الواردة في الفقرة الأولى وهي الجرائم المنصوص عليها في المادة (٩) من القانون من جرائم الجرح, والجرائم الواردة في الفقرة الثانية والتي تتضمنها المادتان (٨,٧) من جرائم المخالفات, ولكن يلاحظ أن عقوبة الحبس لمدة (٣) ثلاثة أشهر مشترك بين الفقرتين, أي

(١) المادة (٢٦) من قانون العقوبات العراقي المشار إليه سابقا.

(٢) المادة (٢٧) من القانون نفسه.

(٣) الفقرتان (أولا وثانيا) من المادة (١٠) من قانون حماية المستهلك العراقي.

بين الجرح والمخالفات, لأن الفقرة الأولى تقول (لا تقل عن ثلاثة أشهر), وذلك يعني جواز الحكم بثلاثة أشهر, والفقرة الثانية جاءت فيها عبارة (لا تزيد على ثلاثة أشهر), وهذا يوحي أيضاً بإمكان الحكم بثلاثة أشهر, وهذا هو ما يناقض معيار تحديد أنواع الجرائم من حيث الجسامة والمشار إليه أعلاه, وعلى ذلك فإذا حكم القاضي, وفق قانون حماية المستهلك, على الجاني بعقوبة الحبس لمدة ثلاثة أشهر فلا يمكن التعرف على ما إذا كانت جريمته جنحة أو مخالفة, أو بمعنى آخر أنه في حالة الحكم على الجاني بالحبس لمدة ثلاثة أشهر فإنه يمكن أن تعتبر جريمته جنحة تارة ومخالفة تارة أخرى, وذلك بكل تأكيد مما يؤثر على السابقة القضائية للجاني, لأن وجود سابقة المخالفة له أفضل من سابقة الجنحة.

وطالما أن قانون حماية المستهلك كقانون عقابي خاص هو نفسه الذي حدد مقدار عقوبات الجرائم التي ترتكب ضد المستهلك وقانون العقوبات هو قانون عقابي عام بالنسبة لقانون حماية المستهلك, لذلك فإنه لا يمكن الرجوع الى قانون العقوبات والإعتماد على معايير في هذا الصدد من أجل تحديد مقدار العقوبات والتمييز بين جرائم الجرح والمخالفات المنصوص عليها في قانون حماية المستهلك, وعدم الإستطاعة من الرجوع هذا هو عملاً بمبدأ (الخاص يقيد العام), حيث أن قانون حماية المستهلك يقيد قانون العقوبات.

وذلك كله يجعلنا ندعو المشرع الى التدخل التشريعي في المادة (١٠) أولاً) وتثبيت كلمة (تزيد) عن كلمة (لا تقل) فيها, وذلك في سبيل التمييز بين جرائم الجرح والمخالفات بناءً على تحديد مقدار عقوباتها بشكل صحيح وبالتالي تلافي الخلط الواقع بين الفقرتين (أولاً وثانياً) من المادة (١٠) من قانون حماية المستهلك.

ومن جهة أخرى وبالنسبة لمبلغ الغرامة الواردة في الفقرة الثانية من المادة (١٠) فإنه لا يتفق مع المبالغ التي نص عليها قانون تعديل الغرامات الواردة بقانون العقوبات العراقي رقم (١١١) لسنة ١٩٦٩ المعدل والقوانين الخاصة الأخرى رقم (٦) لسنة ٢٠٠٨, إذ أن قانون تعديل الغرامات قد حدد مبلغ الغرامة لجرائم المخالفات بمقدار يبدأ من (٥٠٠٠٠) خمسين ألف دينار الى (٢٠٠٠٠٠) مئتي ألف دينار^(١), في حين أن الفقرة الثانية من المادة (١٠) من قانون حماية المستهلك قد نص على مبلغ الغرامة للمخالفات مقداره لا يزيد عن (١٠٠٠٠٠٠) مليون دينار, ولكن مع ذلك وعلى الرغم من وجود التعارض بين القانونين في مبلغ الغرامة للمخالفات فإنه لا يحتاج الى حمل المشرع على تعديل أحدهما, ذلك لأن وبالنظر الى الغرامات فإن قانون تعديل الغرامات يعتبر قانوناً خاصاً وقانون حماية المستهلك قانوناً عاماً, ففي هذه الحالة يلجأ القاضي الى قانون تعديل الغرامات لتطبيق أحكامه فيما يتعلق بالغرامات على أساس مبدأ (الخاص يقيد العام).

الخاتمة

وفي ختام هذه الدراسة توصلنا الى جملة من الإستنتاجات والتوصيات فنوجزها في النقاط الآتية:
أولاً: الإستنتاجات

(١) الفقرة (أ) من المادة (٢) من القانون.

١. منح المشرع العراقي خصوصية متميزة لتاريخ بدء وإنتهاء الصلاحية وبلد المنشأ وغيرها ما عدا المعلومات الضرورية لطرق إستعمال السلع, ولكن هناك سلع خطيرة استعمال كالكلور ومبيد الحشرات وبالتالي أن معلومات إستعمالها هي الأهم بكثير من تاريخ الصلاحية وبلد المنشأ.
٢. مهما نص القانون العراقي على حق المستهلك في الحصول على المعلومات المتعلقة بطرق إستعمال السلع, لكنه لم ينص على بعض عناصر هذه المعلومات, مثل كتابتها بخط بارز, مفهوم المعنى, سهل القراءة, تعذر زوالها أو إزالتها.
٣. نص القانون على إعلام المستهلك بالتحذيرات, ولكنه لم ينص على تنظيم خلفية التحذيرات ولونها.
٤. يتطلب تحقق جريمة عدم إعلام المستهلك بإستعمال السلع توافر أركان خاصة وعامة لها, فبالنسبة للأركان الخاصة هي التي تتمثل بتحقيق صفة المجهز أو المعلن في الجاني وكذلك وجود صفة السلعة في محل الجريمة, أما الأركان العامة للجريمة المذكورة هي التي تتكون من الركنين المادي والمعنوي.
٥. هناك حقوق أو مصالح للمستهلك يعتبر المشرع أنها جديرة بالحماية الجنائية في جريمة عدم إعلام المستهلك بالمعلومات عن السلع, منها مصلحته في التعاقد بإرادة صحيحة لإختيار السلع وعدم ترتب خطر أو ضرر عن السلع على صحته وسلامته الجسدية, كما يحمي القانون مصلحة المستهلك المالية وثقته في المعاملات التجارية.
٦. عاقب القانون العراقي جريمة عدم إعلام المستهلك بإستعمال السلع, إلا ان العقوبة قليلة مقارنة بالأخطار التي تترتب عنها على مصالح المستهلك والمتمثلة بصحته وسلامته الجسدية وأمواله وثقته في المعاملات التجارية.

ثانياً: التوصيات

نوصي على المشرع بما يأتي:

١. تعديل الفقرة (١) من المادة (٧) بإضافة عبارة (وخاصة المعلومات الكافية المتعلقة بإستعماله) لها, لتصبح الفقرة هكذا ((التأكد من تثبيت البيانات والمواصفات والمكونات الكاملة للمنتج وخاصة المعلومات الكافية المتعلقة بإستعماله وبدء وإنتهاء الصلاحية وبلد المنشأ...)).
٢. زيادة فقرة إلى المادة (٦ . أولاً) والفقرة المُزادة هي: ((المعلومات الواردة في الفقرة (ب) من هذا البند بأن تكون مكتوبة واضحة على السلعة ذاتها أو على غلافها أو عبوتها أو عليها أو في كتالوجها, على أن تكون بخط بارز, ومفهوم المعنى, سهل القراءة, وعلى أن يتعذر زوالها أو إزالتها)).
٣. تعديل الفقرة (ثالثاً . ب) من المادة (٩) لتصبح الفقرة على النحو الآتي: ((أي سلع لم يدون على أغلفتها أو عليها أو عبوتها أو في كتالوجها... أو المحاذير الناجمة عن إستعمالها وتاريخ بدء وإنتهاء الصلاحية على أن يكون لون خلفية المحاذير الأحمر ولون الخط الذي تُكتب المحاذير به الأبيض)).

٤. إضافة فقرة أخرى في الفصل الخاص بالعقوبات من قانون حماية المستهلك ينص على النحو الآتي: ((يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن سنة وبالغرامة المحددة قانوناً كل من خالف الأحكام المتعلقة بإعلام المستهلك بإستعمال السلع من هذا القانون، مع غلق محله لمدة ثلاثة أشهر ونشر الحكم الصادر بالإدانة على نفقة المحكوم عليه في صحيفتين يوميتين واسعتي الإنتشار، وفي حالة تكرار الجريمة تضاعف العقوبة)).
٥. التدخل في المادة (١٠. أولاً) وتثبيت كلمة (تزيد) عن كلمة (لا تقل) فيها.

قائمة المصادر

أولاً: الكتب

١. د. عبدالكريم نصار، أساسيات علم الإجرام والعقاب، الطبعة الأولى، الناشر جامعة جيهان الخاصة، اربيل . العراق، ٢٠١١.
٢. د. عبدالمنعم موسى ابراهيم، حماية المستهلك، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت . لبنان، ٢٠٠٧.
٣. د. عدنان الثوري، علم العقاب ومعاملة المذنبين، الطبعة الأولى، ذات السلاسل للطباعة والنشر والتوزيع، الكويت، ١٩٨٩.
٤. د. على حسين الخلف ود.سلطان عبدالقادر الشاوي، المبادئ العامة في قانون العقوبات، العاتك لصناعة الكتاب بالقاهرة، توزيعه من المكتبة القانونية ببغداد، بدون سنة النشر.
٥. د. نبيل سمالوطي، علم إجتماع العقاب، الجزء الأول، الطبعة الأولى، دار الشروق، جدة . المملكة العربية السعودية، ١٩٨٣.

ثانياً: البحوث العلمية

١. د. بقنيش عثمان وطالبة الدكتوراه صديقي منال، حماية المستهلك الإلكتروني من التضييل الإعلان، بحث منشور في مجلة القانون الدولي والتنمية، المجلد (٩)، العدد (١)، جامعة عبدالحميد ابن باديس، الجزائر، ٢٠٢١.
٢. د. غازي حنون خلف وناطق محمد جبر، جريمة الإعلان المضلل، بحث منشور في مجلة القانون للدراسات والبحوث القانونية، العدد(١٧)، كلية القانون . جامعة البصرة، ٢٠١٩.
٣. د. قارة سليمان محمد خليل، إلتزام البائع بإعلام المستهلك في عقد البيع الإلكتروني، بحث منشور في المجلة الجزائرية للقانون البحري والنقل، العدد (١)، ٢٠١٤.
٤. د. ناصر خليل جلال و د. سميرة عبدالله مصطفى، قراءة نقدية لنطاق الحماية المدنية في قانون حماية المستهلك العراقي، بحث منشور في مجلة جامعة الشارقة، المجلد (١٢)، العدد (١)، العراق، ٢٠١٥.

رابعاً: القوانين

١. قانون حماية المستهلك العراقي رقم (١) لسنة ٢٠١٠.
٢. قانون حماية المستهلك الإماراتي رقم (٢٤) لسنة ٢٠٠٦.
٣. قانون حماية المستهلك الجزائري رقم (٠٣ . ٠٩) لسنة ٢٠٠٩.

٤. قانون حماية المستهلك اللبناني رقم (٦٥٩) لسنة ٢٠٠٥.
٥. قانون حماية المستهلك المصري رقم (١٨١) لسنة ٢٠١٨.
٦. قانون حماية المستهلك اليمني رقم (٤٦) لسنة ٢٠٠٨.
٧. قانون العقوبات العراقي رقم (١١١) لسنة ١٩٦٩ المعدل.
٨. قانون تعديل الغرامات الواردة بقانون العقوبات العراقي رقم (١١١) لسنة ١٩٦٩ المعدل والقوانين الخاصة الأخرى رقم (٦) لسنة ٢٠٠٨.