

الحماية القانونية للمستهلك

القسم الأول

أمل شلبي*

تعد قضية حماية المستهلك من القضايا الشديدة الأهمية ، ونظرا لأهمية هذه القضية فقد اتجهت معظم الدول إلى إصدار القوانين والتشريعات التي تهدف إلى توفير الحماية للمستهلك ، وكان من بين هذه الدول جمهورية مصر العربية ، حيث صدر فيها القانون رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ بشأن حماية المستهلك .

وتنقسم هذه الدراسة إلى قسمين ، يركز القسم الأول على دراسة الأسس العامة لحماية المستهلك ، سواء أكان ذلك من خلال التعرف على من هو المستهلك المطلوب حمايته وكذلك من هو المهني المطلوب الحماية منه ، كذلك التعرف على واجبات وحقوق كل طرف منهما في توفير هذه الحماية ، كما يركز على معرفة الجهات المعنية بحماية المستهلك وذلك من خلال التعرف على السلطات والاختصاصات الممنوحة لهذه الجهات في سبيل توفير الحماية للمستهلك . أما القسم الثاني فيتعرض لكيفية حماية المستهلك من الإعلانات التجارية الكاذبة والمضللة وكذلك حمايته من الغش التجاري .

مقدمة

يعد موضوع حماية المستهلك من الموضوعات المهمة، وعلى الرغم من تناول العديد من علماء القانون والاقتصاد لهذا الموضوع بالدراسة ، وأنه ما زال على رأس الموضوعات الشديدة الأهمية ، خاصة في الوقت الحالي بعد التحولات الكبرى للعولمة وتحرير الأسواق وتطور وسائل الاتصالات والتنوع الهائل في السلع والخدمات التي لم تكن معروفة من قبل للمستهلك كالأغذية ومستحضرات * أستاذ القانون التجاري المساعد ، كلية الاقتصاد والإدارة ، جامعة الملك عبد العزيز ، المملكة العربية السعودية .

المجلة الجنائية القومية ، المجلد الرابع والخمسون ، العدد الأول ، مارس ٢٠١١ .

التجميل والمنتجات الطبية والأجهزة المنزلية والحاسبات ووسائل الاتصال الحديثة^(١)، ولم يقف التطور العلمى عند هذا الحد، بل مازال يفرز العديد من السلع والخدمات الجديدة كل يوم .

كان لهذا التطور العلمى أثره الكبير على أساليب توزيع هذه السلع والخدمات ، حيث ظهرت آليات جديدة ومتنوعة فى تسويق هذه المنتجات^(٢) ، من ذلك :

١ تم استخدام بعض المهنيين والبائعين طرقاً ذات طابع تدليسى ؛ لإغراء المستهلكين وإقناعهم بشراء هذه المنتجات ، حيث أصبحت ظاهرة البيع بالنازل ظاهرة مألوفة فى الكثير من الدول ، إذ يتوجه هؤلاء البائعون إلى منازل المستهلكين حاملين معهم منتجاتهم، ويسوقونها من خلال أساليب تصل إلى حد الخداع فى كثير من الأحيان .

٢ تم لجوء الشركات الصناعية والموزعين والتجار إلى الإعلان عن منتجاتهم ، سواء أكان هذا الإعلان عن طريق التليفزيون أم فى الصحف والمجلات أم عن طريق الإنترنت^(٣) ، وغالبا ما تحتوى هذه الإعلانات على بيانات ومعلومات كاذبة تضلل المستهلك ، وتؤثر على قراره بشراء هذه المنتجات^(٤) .

٣ فصل عملية الإنتاج عن التوزيع والتسويق، حيث أفرز التطور التكنولوجى وجود شركات كبيرة متخصصة فى توزيع المنتجات وتسويقها ، فتوزع هذه الشركات المنتجات على تجار الجملة مرفقا بها بعض الوثائق التى توضح نوع السلعة ودولة المنشأ وكيفية استخدامها والمخاطر الناشئة عن سوء الاستخدام وكيفية تلافى ذلك ، وهو ما أدى إلى فصل المستهلك عن المنتج^(٥) ، فأصبحت عملية الشراء لا تحتاج إلى متخصص لفحصها، وإنما تعتمد كليةً على هذه البيانات والمعلومات المدونة على هذه المنتجات^(٦) .

٤تم كما ترتب على هذا التطور التكنولوجى ظهور صور جديدة من التعاقد لم تكن معروفة من قبل كالبيع عن طريق التليفون أو الإنترنت . فبعد أن كان التعاقد يتم بين البائع والمشتري فى مجلس انعقاد واحد، وهو ما يمكن المشتري من رؤية السلعة محل التعاقد وفحصها ومساومة البائع على ثمنها، أصبح التعاقد يتم بين غائبين عبر التليفون أو الإنترنت حيث يعبر المشتري فقط عن رغبته فى قبول أو رفض هذه السلعة وفق شروط البائع .

فكان لهذا التطور أثره الكبير على الطريقة التقليدية لإبرام العقود ، فلم يعد الإيجاب موجهاً إلى شخص معين ، بل أصبح الإيجاب عاماً موجهاً إلى عدد غير محدد من الأشخاص ، هذا من ناحية (٧) ، ومن ناحية أخرى كان له أثره على طبيعة التعاقد ، فلم يعد التعاقد بين البائع والمشتري بطريق المساومة التى تؤدى إلى التعاقد وفق مبدأ حرية التعاقد ، بل أصبحت هناك عقود مطبوعة تتضمن شروط البائع التى تتماشى مع مصلحته الاقتصادية والتى غالباً ما ينجح فى فرض شروطها على المستهلك .

وقد ترتب على عدم المساواة بين البائع والمشتري وجود خلل فى التوازن العقدى بينهما، حيث أصبح المشتري طرفاً ضعيفاً فى العقد ، فالبائع يفرض شروطه وفق مصلحته - التى قد تصل فى أغلب الأحيان إلى حد الإذعان - والمشتري يحتاج إلى هذه المنتجات ، وهو ما يضطره فى النهاية إلى قبول هذه الشروط والتعاقد لشراء هذه المنتجات .

وإذا كانت القواعد العامة قد قررت حق المشتري فى اللجوء إلى القضاء لمطالبة البائع بتنفيذ التزاماته التعاقدية أو تعويض الأضرار التى أصابته وفقاً لأحكام المسؤولية العقدية ، فإن الواقع العملى أثبت صعوبة هذه الوسيلة ؛ إما لأنها تحمل المشتري نفقات باهظة فى الغالب تتجاوز قيمة السلعة أو الخدمة التى

اشتراها^(٨) ، وإما لطول أمد التقاضى نظراً لكثرة المنازعات القضائية المنظورة أمام المحاكم ، وإما لعدم وجود قواعد قانونية خاصة تنظم حماية المستهلك . وهذا ما استلزم معه تدخل الدولة^(٩) ؛ لتوفير الحماية للمستهلكين بوصفهم الطرف الأهم فى السوق إذ يعدون محور العملية الاقتصادية^(١٠) ، ويوصفهم الطرف الأضعف فى التعاقد نظراً لقلّة خبرتهم ودرائتهم فى المعاملات التجارية^(١١) ، وذلك من خلال سن التشريعات والقواعد القانونية التى توفر الحماية للمستهلك وإحكام الرقابة والإشراف على آليات السوق ، خاصة أن توفير الحماية للمستهلك بات إحدى العلامات المهمة والوثيقة الصلة بالتنمية الاقتصادية والاجتماعية فى ظل نظام الاقتصاد الحر^(١٢) .

مفهوم حماية المستهلك

ترتبط كلمة حماية Protection فى معناها بضمان الحقوق^(١٣) ، وهذا الضمان يتحقق من خلال القانون ؛ لذا كان لابد من وضع القواعد القانونية التى تكفل ضمان حماية المستهلك .

وقد تعددت تعريفات حماية المستهلك بقدر تعدد المداخل الفكرية التى عالجت هذا المفهوم^(١٤) ، وإن كانت كل هذه التعريفات تهدف إلى معنى واحد هو توفير الأمان الشامل للمستهلك ؛ تحقيقاً لمقومات الحد الأدنى من الحياة الكريمة^(١٥) ، وذلك من خلال تعظيم قدراته فى التصدى للممارسات الضارة بمصالحه ، واتخاذ الإجراءات الكفيلة التى توفر له الحماية^(١٦) .

والمقصود بحماية المستهلك فى هذه الدراسة مجموعة القواعد والإجراءات التى تهدف إلى منع الضرر والأذى عن المستهلك ، وكذلك ضمان حصوله على حقوقه قبل البائعين^(١٧) .

أهمية الدراسة

تعد قضية حماية المستهلك قضية حيوية ليس للمستهلكين فقط ، وإنما للتقدم والنمو الاقتصادي عامةً ، وذلك لأنه مع بداية القرن العشرين تطورت الصناعة تطوراً كبيراً ومعقداً وهو ما أدى إلى تغير نمط الاستهلاك لدى المستهلكين، فتحولوا من المنتجات الطبيعية البسيطة إلى أنواع أخرى جديدة من المنتجات لم تكن معروفة من قبل ، وهي منتجات معقدة وخطيرة ، وقد أدى هذا إلى زيادة الغش وخداع المستهلكين ، وهو ما استلزم ضرورة حماية المستهلك ، هذا من ناحية ، ومن ناحية أخرى فإن المستهلك يؤدي دوراً مهماً في نمو اقتصاد أى دولة ، ذلك أن الاقتصاد في تطوره يمر بمراحل ثلاث هي الإنتاج والتوزيع والاستهلاك . إذن فالمستهلك هو أحد العناصر الرئيسة للمنظومة الاقتصادية، لذلك فلا بد لأى دولة تهتم بحماية اقتصادها أن تولي اهتماماً وعناية بحماية المستهلك .

والحقيقة أن الاهتمام بحماية المستهلك قد مر بتطورات كبيرة ابتداءً من مطلع القرن العشرين ، وقد بدأ هذا الاهتمام بقيادة المنظمات والأجهزة غير الحكومية في الدفاع عن حقوق المستهلك والمطالبة بحمايته من عسف المنتجين والتجار في تعاملاتهم معه ، وقد زاد هذا الاهتمام بعد إعلان الرئيس الأمريكى الراحل جون كيندى فى عام ١٩٦٢ ، ثم تأكد هذا الاهتمام بإصدار هيئة الأمم المتحدة الإرشادات التوجيهية لحقوق المستهلك والمطالبة بحمايته . ولعل كل هذا الاهتمام بحماية المستهلك يرجع إلى أن هذه الحماية أصبحت ترجمة فعلية للمفهوم المعاصر لحقوق الإنسان ، حيث تعد هدفاً يسعى الإنسان إلى تحقيقه فى جميع المجالات وفى ظل كل الظروف ، فلم تعد حقوق الإنسان تقتصر على الحقوق الفكرية والسياسية فقط، بل أصبحت أيضاً تشمل الحقوق الاقتصادية

والاجتماعية^(١٨)، بل إن حماية المستهلك أصبحت من الحقوق الأساسية والأولية للمواطن، ومن ثم فلا بد من إيجاد طريقة تحدد وتنظم العلاقات بين المستهلك والمهني^(١٩) .

وإذا كانت حماية المستهلك تعنى حمايته فى نفسه وبدنه بتجريد السلع والخدمات المقدمة له من عناصر الخطر أيا كان نوعها ، كما تعنى حمايته فى ماله ، وذلك بتوفير السلع والخدمات المناسبة له والقادرة على إشباع احتياجاته، فإن الأمر يستلزم تثقيف المستهلك وتوعيته بحقوقه حتى يستطيع المطالبة بها ولكى يكون له دور فاعل فى حماية نفسه فى تعاملاته مع التجار والمنتجين . إلا أنه نظراً لضعف المستهلك الفرد فكان لابد من تضافر جميع جهود المجتمع للدفاع عن المستهلك والحفاظ على حقوقه ؛ لذلك برز الدور الإيجابى لجهود المجتمع المدنى فى هذا المجال ، حيث أنشئت جمعيات حماية المستهلك ، وعن طريقها تحولت التصرفات الفردية للمستهلكين إلى تصرفات جماعية مؤثرة وفعالة . وعلى الرغم من أهمية الدور الذى تؤديه هذه الجمعيات فى سبيل تحقيق الحماية للمستهلكين ، فإن تحقيق حماية فعالة لهم مرهون فى النهاية بدور الدولة بمختلف سلطاتها وقطاعاتها فى هذا الشأن ، ذلك لأن الدولة بما لها من سلطات تشريعية وتنفيذية وقضائية وبما لها من إدارات ومؤسسات يمكن أن تجعل تحقيق هذه الحماية أمراً ميسوراً، ولا يتم ذلك إلا بالتزام الجميع بهدف حماية المستهلك من ناحية ، وجعل ذلك فلسفة واتجاهاً عاماً يحكم ويوجه كل أعمالهم من ناحية أخرى^(٢٠) .

ومن ثم حرصت أغلب الدول على إصدار تشريعات وقوانين تهدف إلى توفير الحماية للمستهلك . وكان من بين هذه الدول جمهورية مصر العربية ، حيث صدر فيها القانون رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ بشأن حماية المستهلك ، كما صدرت

اللائحة التنفيذية لهذا القانون^(٢١) . ويأتى إصدار المشرع المصرى لقانون حماية المستهلك ضمن إصداره لمنظومة من القوانين الاقتصادية ، كقانون تنظيم المنافسة ومنع الاحتكار بهدف ضبط الأسواق من التلاعب فيها ومنع الغش والتضليل ، بهدف حماية المواطن عامةً والحفاظ على الاقتصاد الوطنى ، ويأتى ذلك استجابة للتحويلات العالمية الكبرى للعولمة وتحرير التجارة الدولية وتطوير وسائل الاتصال فى العالم .

تقسيم الدراسة

تنقسم دراستنا إلى قسمين رئيسيين :
القسم الأول : الأسس العامة لحماية المستهلك .
القسم الثانى * : حماية المستهلك من الخداع .

القسم الأول : الأسس العامة لحماية المستهلك

إن حماية المستهلك تهدف إلى إيجاد التوازن بين البائع والمشتري ، وذلك بحفظ حقوق كل طرف منهما . ولما كان الواقع العملى يؤكد عدم وجود هذا التوازن فى العلاقة نظراً لكون المشتري يحتل المركز الضعيف فيها ، إما لحاجته إلى هذه المنتجات التى يحوزها البائع ، وإما لعدم خبرته وعلمه بكل ما يحيط بهذه المنتجات مما يسهل معه غشه ، لذلك حرصت القواعد القانونية على توفير الحماية للمستهلك عند تعامله مع المهنى أياً كان موزعاً أو منتجاً أو تاجراً ، ومن ثم كان من المهم معرفة من المستهلك المراد حمايته ، ومن المهنى المطلوب الحماية منه ، كذلك لابد من التعرف على الجهات المعنية بحماية المستهلك وما دور هذه الجهات فى تحقيق الحماية للمستهلك ؟ وهو ما سنتناوله بالدراسة فى هذا القسم .

* سينشر هذا القسم الثانى فى عدد يوليو ٢٠١١ .

أولاً: تعريف المستهلك وحقوقه والتزامات المهني

إذا كانت معظم التشريعات والأنظمة القانونية فى العالم قد حرصت على توفير الحماية للمستهلك بوصفه الطرف الضعيف فى العلاقة التعاقدية التى تربطه بالمهني ، فإنه يثور التساؤل عن : من المستهلك المراد حمايته ومن المهني المطلوب الحماية منه ، وما حقوق المستهلك الواجب حمايتها ، وما الالتزامات التى فرضها القانون على عاتق المهني ؟ وهو ما سنتناوله بالدراسة فيما يلي :

١- تعريف المستهلك والمهني

ثار جدل كبير فى الفقه والقضاء حول تحديد من المستهلك الذى يستحق حماية القانون، حيث تعددت التعريفات ما بين مضيق لمفهوم المستهلك ومن ثم يضيق نطاق الأشخاص الذين تشملهم حماية القانون وبين موسع لهذا المفهوم ومن ثم يتسع نطاق الأشخاص الذين تشملهم الحماية. وعلى الرغم من هذا الخلاف الكبير فإن كل هذه التعريفات تكاد تجمع فى النهاية على أن المستهلك يحصل على السلع والخدمات بقصد إشباع حاجاته الشخصية أو العائلية ، وليس لغرض مهني أو تجارى^(٢٢). ومن خلال هذا التعريف يتضح أن المستهلك الذى تشمله حماية القانون لابد فيه من توافر الشروط التالية :

أتم أن يكون الهدف من الاستهلاك غير مهني

أن يكون الهدف من وراء حصول المستهلك على السلع أو الخدمات هو الاستعمال الخاص، وليس لأغراض مهنته أو تجارته^(٢٣). وعلى هذا يعد مستهلكا ويستحق حماية القانون من يحصل على الشئ المبيع لاستعماله الشخصى أو العائلى مثل شراء المواد الغذائية والملبس وغيرها ، وكذلك من يبرم عقد تأمين أو عقد قرض

لغرض غير مهني ، كإبرام المستهلك لعقد قرض لشراء سيارة لاستعماله الشخصي أو مسكن للسكن فيه وغير ذلك .

بتم أن يكون محل الاستهلاك سلعة أو خدمة

استقر علماء الاقتصاد على أن كل الأموال تصلح لأن تكون محلاً لعقد الاستهلاك متى كان شراؤها أو استعمالها لغرض غير مهني^(٢٤) . وعلى ذلك فإن عقد الاستهلاك يشمل كل السلع التي يشتريها أو يستعملها المستهلك لغرض غير مهني ، بصرف النظر عن كون هذه السلع تقبل الاستعمال المتكرر أو لا ، ومن ثم يدخل في عقد الاستهلاك الأغذية والأدوية والأجهزة المنزلية ، وكذلك شراء أو تأجير المستهلك عقاراً للسكن فيه^(٢٥) .

كما يشمل عقد الاستهلاك كل الخدمات التي تقدم للمستهلك مقابل أدائه لمبلغ نقدي . فقد تكون هذه الخدمات ذات طابع مادي ، كخدمات صيانة السيارات ، أو قد تكون ذات طابع مالي ، كعقد القرض أو التأمين ، وقد تكون ذات طابع ثقافي ، كالاستشارات القانونية وغيرها من العقود ، طالما كان الغرض منها غير مهني .

جتم أن يكون المستهلك آخر طرف تصل إليه السلعة أو الخدمة

أى أنه لكي يعد مستهلكاً تشمله حماية القانون فلا بد أن يكون آخر طرف تصل إليه السلعة أو الخدمة ؛ ذلك لأن دورة الإنتاج تبدأ أولاً بعملية الإنتاج داخل المصنع ثم تنتقل إلى مرحلة التداول في السوق من تاجر الجملة إلى تاجر التجزئة حتى وصولها في النهاية إلى مرحلة الاستهلاك ، حيث وصول السلعة أو الخدمة إلى يد المستهلك الذي يحصل عليها ، بهدف إشباع احتياجاته الشخصية أو العائلية .

وعلى ذلك لا يعد مستهلكا من يبادر بشراء السلع أو الخدمات بقصد إعادة بيعها أو تأجيرها^(٢٦)؛ لأن عملية استهلاك السلعة أو الخدمة تنتفى هنا، وإنما يكون شراء هذه السلعة أو الخدمة للتجارة فيها وتحقيق الربح، وهو ما يجعل مرحلة التداول مستمرة .

دئم أن تتوافر صفة المستهلك في أحد طرفي عقد الاستهلاك

لما كان هدف القواعد القانونية إيجاد التوازن في العلاقة بين البائع والمشتري، على أساس أن البائع شخص محترف ، على دراية كاملة بالسوق والمنتجات من النواحي كافة ومن ثم يصعب غشه أو وقوعه تحت ضغط ، بعكس المشتري الذي هو الطرف الضعيف في العلاقة والأقل خبرة ودراية ، بالإضافة إلى حاجته الملحة إلى هذه السلع والخدمات محل التعاقد؛ لذلك تصدت القواعد القانونية المختلفة إلى حماية المستهلك بوصفه الطرف الضعيف ، وحتى يستفيد المستهلك من هذه الحماية فلا بد أن يكون أحد طرفي العقد مستهلكا والطرف الآخر مهنيا .

ومن ثم فإنه لا يعد من عقود الاستهلاك العقود التي يكون كل أطرافها من التجار أو المهنيين^(٢٧) . ويعد عقد البيع عقد استهلاك إذا كان المشتري مستهلكا بالشروط السابقة ، وكذلك عقد التأمين يكون عقد استهلاك إذا كان المؤمن عليه أو طالب التأمين مستهلكا بالشروط السابقة .

كما لا يعد العقد من عقود الاستهلاك إذا كان طرفاه من المستهلكين^(٢٨)، مثل العقود التي تتم بين اثنين مستهلكين ، بناءً على إعلانات صغيرة بين الأفراد^(٢٩)، مثل الإعلانات التي تتم داخل المصالح الحكومية، وذلك لعدم وجود خلل في التوازن في القوى بين أطراف العقد، ومبرر لتدخل المشرع لحماية أحدهما .

وتثبت صفة المستهلك لكل من الشخص الطبيعي والشخص المعنوي حسب
الرأى الراجح من الفقه والقضاء^(٣٠) ، ما دام يحصل على السلع والخدمات
لغرض غير مهني، كالجمعيات والنقابات التي لا تهدف إلى تحقيق الربح .
ومن خلال ما سبق نستطيع أن نعرف المستهلك بأنه كل شخص طبيعي
أو معنوي يتعاقد مع مهني؛ للحصول على السلع والخدمات ، بقصد استعماله
الشخصي أو العائلي، وليس لغرض مهني .

تعريف المهني

من خلال ما عرضنا له فيما سبق لمفهوم المستهلك يتضح أن المهني هو الطرف
الثاني في عقد الاستهلاك ، فإذا كان المستهلك يتعاقد في إطار نشاطه
الشخصي فإن المهني يتعاقد في إطار نشاطه التجاري أو الصناعي. وإذا كان
المستهلك يتعاقد لشراء السلع والخدمات بهدف إشباع حاجاته الشخصية أو
العائلية فإن المهني يتعاقد بهدف تحقيق الربح ، ومن ثم يضمن المهني العقد
جميع البنود والشروط التي تكون في مصلحته والتي تمكنه من تحقيق هذا الربح
المنشود ، وهو ما ينفى عنه صفة الضعف المقترنة بالمستهلك ، ومن ثم تنتفى
حاجته للحماية القانونية أسوة بالمستهلك .

ويعرف المهني بأنه "الشخص الذي يتصرف من أجل احتياجاته
المهنية"^(٣١)، ويعتمد هذا التعريف على طبيعة النشاط الذي يمارسه المهني، فهو
التاجر الذي يشتري البضائع، بهدف إعادة بيعها، وهو الصانع الذي يشتري
الأدوات والمعدات اللازمة لسير صناعته ، وهو البنك الذي يمنح القروض
والائتمان لعملائه ... وهكذا .

والمهني قد يكون شخصاً طبيعياً كالتاجر أو الصانع ، وقد يكون شخصاً معنوياً^(٣٢) يمارس نشاطاً صناعياً أو تجارياً أو زراعياً ، الهدف منه الحصول على الربح ، كالمصانع والشركات والبنوك .

ومن خلال ما سبق نستطيع أن نقرر أن معيار التمييز بين المستهلك والمهني يكمن في النشاط الذي يتعاقد بشأنه كل منهما والهدف من وراء هذا التعاقد ، ومن ثم يمكن القول إن المهني لا يتمتع بالحماية القانونية أسوة بالمستهلك ؛ لأنه لا يقف في موقف ضعف كالمستهلك ، لكن يثور التساؤل حول المهني الذي يتعاقد خارج نطاق تخصصه ، لأغراض مهنته ، كشرء الطبيب لبعض المعدات الطبية اللازمة لعيادته أو إبرام أحد المزارعين لعقد تأمين على نشاطه الزراعي^(٣٣) .

ففي الحالات السابقة وإن كان الذي أبرم العقد هو شخص مهني ولأغراض مهنته فإن هذا العقد كان خارج نطاق اختصاصه الذي يعلمه ، ومن ثم فهو لا يعلم عنه شيئاً كالمستهلك وهو ما يسهل معه خداعه وغشه ، وهو ما يجعله في موقف ضعيف ، فالطبيب مثلاً وإن كان متخصصاً في مهنته ويعلمها حق المعرفة فإنه غير متخصص في هذه المعدات الطبية التي صنعها مهندسون متخصصون في هذا المجال . فهل يعد المهني الذي يتعاقد خارج نطاق تخصصه مستهلكاً؟ والحقيقة أنه قد ثار خلاف كبير في الفقه والقضاء ما بين مضيق وموسع لمفهوم المستهلك ، بحيث يشمل المهني الذي يتعاقد خارج نطاق تخصصه . وبصرف النظر عن هذا الخلاف فإننا نؤيد الاتجاه الذي يرى بأن يشمل تعريف المستهلك الذي يتعاقد خارج نطاق تخصصه ، وذلك لأن المبرر الذي جعل القانون يشمل المستهلك بحمايته هو اختلال التوازن في العلاقة التعاقدية بينه وبين المهني الناشئة عن جهل المستهلك وعدم علمه بهذه السلعة أو الخدمة وهو ما يجعله في

موقف ضعف ، وهذا الموقف هو نفسه الذى يكون فيه المهنى الذى يتعاقد خارج نطاق تخصصه وإن كان يتعاقد لأغراض مهنته وهو ما يستلزم أن يشمل القانون بحمايته .

وقد قضت محكمة النقض الفرنسية بأن مفهوم المستهلك يتسع ليشمل المهنى الذى يتعاقد خارج نطاق اختصاصه، وذلك فى دعوى تتعلق بشراء شركة تجارية للتوكيلات العقارية جهاز إنذار لحماية محلها بوصف الشركة مستهلكا نظرا لأن هذه الشركة تعاقدت خارج نشاطها المهنى الخاص بالتوكيلات العقارية (٣٤) .

٢- حقوق المستهلك والتزامات المهنى

تعرفنا فيما سبق على من المستهلك المراد حمايته ، ولكى نعرف كيفية الحماية التى فرضها القانون لهذا المستهلك ، فإنه يتبادر إلى الذهن تساؤل عن ما حقوق المستهلك التى فرض القانون حمايتها، وما دور المستهلك فى ذلك ، وما الالتزامات والواجبات التى فرضها القانون على المهنى فى سبيل تحقيق ذلك؟

أ - حقوق المستهلك ودوره فى حماية نفسه

قررت النظم المختلفة التدخل بوضع التشريعات والقواعد التى تكفل حماية المستهلك والحفاظ على حقوقه نظرا لأنه الطرف الضعيف فى العلاقة التعاقدية التى تربطه بالمهنى ، سواء أكان منتجا أم معلنا أم تاجرا ؛ لذلك يجب الوقوف على هذه الحقوق التى كفل القانون حمايتها ، كما يجب التعرف على دور المستهلك نفسه فى تحقيق هذه الحماية ، إذ إنه لا يمكن أن يقف مكتوف اليدين منتظرا الحماية القانونية دون أى تدخل منه ، وهو ما سنتعرف عليه فيما يلى :

حقوق المستهلك

إن حماية المستهلك ليست بالفكرة التي تضرب بجذورها فى أعماق التاريخ ، ولكنها فكرة حديثة فرضها التطور الاقتصادى والاجتماعى والسياسى والثقافى العالمى . وكانت الولايات المتحدة الأمريكية من أولى الدول التى بدأ فيها المستهلكون التكتل دفاعا عن حقوقهم ومصالحهم ، حيث أنشئت جمعية البحث الاستهلاكى فى عام ١٩٢٩ ثم أنشئ اتحاد المستهلكين عام ١٩٣٦ وزاد اهتمام المجتمع الأمريكى بحماية المستهلك بعد الحرب العالمية الثانية^(٣٥) . كما اهتمت الدولة الأمريكية نفسها بحماية المستهلك وبدأت فى تقنين حقوقه ، وغدت هذه الحقوق موضوعا قوميا جديرا باهتمامها، حيث كان الإعلان الشهير للرئيس الأمريكى الراحل جون كيندى والخاص بحقوق المستهلك فى ١٥ مارس ١٩٦٢ - الذى قدم للكونجرس الأمريكى وتم إقراره قانوناً فيما بعد - بمنزلة مرجع فى تحديد حقوق المستهلك على نطاق عالمى. وقد تضمن الإعلان تحديد أربعة حقوق أساسية للمستهلك هى^(٣٦) :

١ تم الحق فى الأمان . ٢ تم الحق فى المعرفة . ٣ تم الحق فى الاختيار . ٤ تم الحق فى أن يستمع إلى آرائه .

وقد عد إعلان كيندى مرجعا لجمعيات حماية المستهلك فى العالم ، حيث تعاونت فى تكوين اتحاد دولى أطلق عليه المنظمة الدولية لاتحاد المستهلكين لخمؤسسة أهلية غير ساعية للربح تضم ٢٢٠ جمعية فى ١١٥ دولة . وقد أضافت المنظمة أربعة حقوق أخرى لإعلان كيندى وهى :

١ تم الحق فى إشباع الاحتياجات الأساسية . ٢ تم الحق فى التعويض . ٣ تم الحق فى التعليم (التثقيف) .

٤ تم الحق فى بيئة صحية (الحياة فى بيئة سليمة) . وقد اعتمدت الجمعية العامة

للأمم المتحدة هذه المبادئ بإجماع الآراء فى ٩ أبريل ١٩٨٥^(٣٧) بهدف وضع وتعزيز سياسات وتشريعات حماية المستهلك ، وكانت مصر قد صدقت على هذه المبادئ فى عام ١٩٩٥^(٣٨). وتحت مظلة هذه الحقوق تمارس منظمات حماية المستهلك وجمعياته أنشطتها فى جميع أنحاء العالم .

دور المستهلك فى تحقيق حمايته

إن قضية حماية المستهلك قضية معقدة ، ولكى تكون هذه الحماية فعالة فإنه لا يجب الاعتماد على دور الدولة وحدها فى ذلك ، بل يجب أن يكون للمستهلك نفسه دور فاعل فى عملية الحماية^(٣٩) ، وذلك باتخاذ مواقف إيجابية حيال هذا الأمر ، سواء أكان ذلك قبل عملية الشراء أم أثناءها أم بعد الشراء نفسه .

قبل عملية الشراء

فى هذه المرحلة يجب على المستهلك ألا يتسرع فى عملية الشراء حتى يتأكد أن السلعة أو الخدمة المعروضة تلبى احتياجاته . كما يجب على المستهلك الاستعلام عن السلعة أو الخدمة المعروضة للبيع وأنه موضح عليها جميع البيانات التى نص عليها القانون ، سواء أكانت هذه البيانات متعلقة بالسلعة نفسها ، كاسم السلعة وتاريخ الإنتاج والصلاحية والسعر ، أم كانت هذه البيانات متعلقة بالمنتج أو المورد نفسه ، كرقم السجل التجارى والعلامة التجارية ، على أن تكون جميع هذه البيانات مكتوبة باللغة العربية وبشكل واضح لا لبس فيه^(٤٠). كما يجب على المستهلك مراعاة الحذر والحيطة وعدم التعامل إلا مع الشركات والتجار الذين لهم مقر معلوم ، وعدم التعامل من خلال التليفون لموردين ليس لهم مقر معلوم ، وخاصة ما يعرف بظاهرة البيع بالتجوال على الأبواب .

أثناء عملية الشراء

إذا قرر المستهلك شراء سلعة أو خدمة ما فعليه أن يقارن سعرها بمثيلاتها الموجودة بالسوق ، كما يجب عليه الاهتمام بالحصول على معلومات كافية حول شهادة الضمان ، مثل فترة الضمان وتاريخ البدء وتاريخ الانتهاء ، الأجزاء التي يشملها الضمان ، وهل يشمل جميع الأعطال أو لا ، وما تكاليف الصيانة ، وهل هناك شروط تسقط الضمان ؟ كما يجب عليه التأكد من توافر مراكز الصيانة أو خدمة العملاء للسلعة أو الخدمة المطلوبة بالقرب من محل إقامته ، والتأكد من أن هذه المراكز معتمدة من قبل الوكيل أو المصنع .

كما يجب التأكيد على حرص المستهلك على التمسك بالحصول على فاتورة من البائع ، وأن تكون هذه الفاتورة دون تحميله بأية أعباء إضافية ، ويجب عليه الاحتفاظ بهذه الفاتورة ؛ لأنها ستكون الأساس لحل أى مشكلة تنشأ بينه وبين البائع، كما يجب على المشتري الانتباه إلى أن الفاتورة تختلف عن بيان المشتريات الذى قد يصدره له البائع ، إذ حدد القانون البيانات التى يجب أن تتضمنها الفاتورة ، كاسم البائع واسم محله التجارى وتاريخ التعامل والتمن والمواصفات الكمية والنوعية للسلعة . أما إذا كان البيع بالتقسيط فيجب أن تتضمن الفاتورة بيانات ، كإجمالى مبلغ التقسيط للسلعة والسعر الفعلى للفائدة السنوية وتاريخ بدء حساب الفائدة وعدد الأقساط وقيمة كل قسط ومدة التقسيط^(٤١) .

بعد الشراء

إذا كانت السلعة أو الخدمة المشتراه يشوبها عيب أو كانت غير مطابقة للمواصفات أو الغرض الذى تم التعاقد عليه ، فمن حق المشتري استبدالها أو إعادتها خلال أربعة عشر يوماً من تاريخ الشراء وذلك دون أى خصم من الثمن

المدفوع ، ويتم الاستبدال فى كل السلع ما عدا السلعة التى لا تستبدل لأسباب صحية^(٤٢) .

وعامة يجب على المستهلك إبلاغ جهاز حماية المستهلك أو جمعيات حمايته بأى سلبيات أو مشكلات تعترضه، سواء أتمثلت فى تضليله أم غشه ، وذلك حتى يتسنى لهذه الجهات اتخاذ اللازم .

ب- التزامات المهني

أشرنا فيما سبق لعدم وجود توازن فى العلاقة بين المستهلك والمهني، الذى مرده عدم المساواة بينهما فى المعرفة، ففى الوقت الذى يحيط فيه المهني بجميع المعلومات الخاصة بالسلعة أو الخدمة المعروضة فى السوق بحكم عمله، فإن المستهلك غير قادر على معرفة هذه المعلومات حتى يتسنى له الوقوف على مميزات كل سلعة أو خدمة ومدى إشباعها لاحتياجاته ، ومن ثم اتخاذ قراره بالتعاقد من عدمه .

وعلى هذا حرص المشرع المصرى على فرض عدة التزامات على عاتق المهني، سواء أكان منتجا أم مستوردا أم موردا أم معلنا، كما وضع القواعد والإجراءات ؛ لتنظيم مدى التزام المهني بهذه الالتزامات ومراقبته ، أن هذه الالتزامات توصف بأنها التزامات إجبارية ؛ لأنها مقترنة بجزاءات عقابية فى حالة الإخلال بها^(٤٣) .

كما أن أغلب هذه الالتزامات تدور حول التزام المهني بالإعلام ، سواء أكان هذا الإعلام عن بيانات السلعة نفسها أم البيانات الخاصة بالمهني ذاته . ويرجع ذلك إلى أن الالتزام بالإعلام يعد إحدى الركائز الأساسية لأى سياسة توضع لحماية المستهلك^(٤٤) . ويجد هذا الالتزام أساسه فى نص المادة ٤١٩ من

القانون المدنى ، حيث جعل المشرع فى هذه المادة علم المشتري بالمبيع علما كافيا شرطا لصحة رضا المشتري وإلا كان العقد قابلا للإبطال ؛ لوقوع المشتري فى غلط فى إحدى الصفات الجوهرية للمبيع .

وأنه على الرغم من اقتراب شرط علم المشتري بالمبيع الوارد فى القانون المدنى فى المفهوم مع التزام المهنى بالإعلام الوارد بقانون حماية المستهلك ، فإنه يبقى أن التزام المهنى بالإعلام والإخبار أكثر شمولاً واتساعاً^(٤٥)، وهو ماسنعرض له بالتفصيل .

التزام المهنى بالإعلام والإخبار عن بيانات السلعة أو الخدمة

أوجبت المادة (٣) من القانون رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ على المهنى أن يضع على السلعة أو الخدمة جميع البيانات التى استلزمها القانون ، وأن تكتب هذه البيانات باللغة العربية بوضوح ، كما تولت اللائحة التنفيذية لهذا القانون تحديد هذه البيانات الواجب كتابتها على السلعة أو الخدمة^(٤٦)، وكذلك تحديد طريقة الكتابة، إذ أجازت أن تكتب هذه البيانات بأكثر من لغة ، على أن تكون اللغة العربية إحداها^(٤٧)، ويرجع ذلك لعاملين رئيسيين ، الأول هو تمكين جميع المستهلكين بمعرفة بيانات هذه السلعة أو الخدمة بوضوح ، خاصة أن اللغة العربية هى اللغة الرسمية للدولة وأنه لا يفترض علم جميع المواطنين باللغات الأخرى غير العربية ، أما الثانى فقد يرجع إلى رغبة المشرع فى الحفاظ على اللغة العربية وحمايتها من غزو المصطلحات والتسميات الأجنبية .

وحددت المادة ١١ من اللائحة التنفيذية لهذا القانون البيانات الواجب كتابتها على السلعة أو الخدمة^(٤٨) ، ومما لا شك فيه أن إلزام المهنى بكتابة هذه البيانات على السلعة أو الخدمة المعروضة للبيع يخلق نوعاً من التوازن فى المعرفة بين المستهلك والمهنى ، وهو ما يحقق المصالح المشروعة للمستهلك وتمكينه من

اتخاذ قرار الشراء من عدمه . وعلى الرغم من أن هذه البيانات إجبارية فقد أوضحت اللائحة أنه يجوز بقرار من الوزير المختص تحديد المنتجات التي يكتفى فيها ببيان أو أكثر من هذه البيانات .

التزام المهني بالإعلام والإخبار عن البيانات المتعلقة به

لم يكتف المشرع بإلزام المهني بالإعلام والإخبار عن السلعة أو الخدمة المطروحة بالأسواق ، بل ألزمه أيضاً بواجب الإعلام والإخبار عن البيانات الخاصة به هو نفسه، حيث ألزمه بأن يضع على جميع مراسلاته ومستندات ومحرراته التي يصدرها في تعاملاته مع المستهلك البيانات التي تحدد شخصيته^(٤٩).

والحقيقة أن إلزام المشرع للمهني بذكر البيانات المتعلقة به لا يرجع فقط إلى رغبة المشرع في تمكين المستهلك من معرفة جميع المعلومات الخاصة بالطرف الآخر الذي يتعاقد معه ، ولكن يرجع أيضاً إلى إمكان ملاحقة المهني ومساءلته، خاصة أن المشرع قد أقر المسؤولية الجنائية للأشخاص الاعتبارية في جرائم غش الأغذية^(٥٠).

والواقع أن إلزام المشرع للمورد، سواء أكان شخصاً طبيعياً أم معنوياً بذكر اسمه وعنوانه ورقم سجله التجارى وغير ذلك من البيانات يثير في الذهن تساؤلاً، مؤداه : هل المشرع باشرطه ذكر هذه البيانات قد سمح للمستهلك بالرجوع بدعوى مباشرة على هذا المورد ، حتى إن كان خارج مصر ، أى أن المستهلك لم يتعاقد معه مباشرة ، وهو ما لم ينص عليه المشرع صراحة .

الالتزامات الأخرى على عاتق المهني

فرض المشرع المصرى على عاتق المهني عدداً من الالتزامات الأخرى ، وهى :

بيانات السلامة وطريقة الاستخدام

استقر الرأي^(٥١) منذ وقت طويل على إلزام المنتج أو الصانع بإخبار المستهلك بطريقة استعمال السلعة استعمالاً صحيحاً، وفق الغرض المخصصة له ، حتى يتمكن من الانتفاع بها على الوجه الأكمل، ويتجنب مخاطر الاستعمال الخاطيء الذى قد يؤدي إلى أضرار ، أو أن يشير إلى الاحتياطات الضرورية للاستعمال ، وقد قنن المشرع المصرى هذا الالتزام، حيث نص فى المادة رقم ١٣ من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك على أنه "فى الأحوال التى يمكن أن يؤدي فيها استخدام المنتج إلى الإضرار بصحة وسلامة المستهلك يلتزم المنتج بأن يبين الطريقة الصحيحة لاستخدام المنتج وكيفية الوقاية من الأضرار المحتملة وكيفية علاجها فى حالة حدوثها".

ومن خلال النص السابق نجد أن المشرع المصرى يلقى بهذا الالتزام على عاتق المنتج ، وليس البائع أو المعلن ، ويرجع ذلك إلى أن البائع أو المعلن فى أغلب الأحوال ليس هو صانع السلعة ، بل هو يعيد بيعها فى حركة التداول التجارى للسلع والخدمات . ونجد أيضاً أنه لم يتكلم من بعيد أو قريب عن إلزام البائع أو المعلن بهذا الالتزام، وهو ما لا يستقيم معه هذا الالتزام فى كل الأحوال ، خاصة إذا كان هذا البائع أو المعلن محترفاً ومختصاً بهذا النوع من السلع، ومن ثم يمكنه نقل هذه المعلومات وتوضيحها للمستهلك .

إلزام المهني بتقديم فاتورة للمستهلك إذا طلبها

ألزم المشرع المهني بأن يقدم للمستهلك فاتورة - إذا طلب المستهلك ذلك - تثبت التعامل أو التعاقد معه ، على أن تكون هذه الفاتورة دون أى نفقات أو تكاليف أخرى تقع على عاتق المستهلك ، سواء أكانت مالية أم غير مالية^(٥٢) ، وكان المشرع حريصاً على ذكر لفظ "فاتورة" وذلك بتحديد البيانات الواردة فيها حتى يسد على التجار كل باب للالتفاف حول هذا الالتزام، فيقدم التاجر للمستهلك

بيان مشتريات ، وذلك لأن بيان المشتريات يختلف عن الفاتورة^(٥٣).

إلزام المهني بعدم خداع المستهلك أو تضليله

حيث ألزم المشرع المهني بالامتناع عن كل سلوك أو فعل يؤدي إلى خلق انطباع غير حقيقي أو مضلل لدى المستهلك ، أو يؤدي إلى وقوعه في غلط^(٥٤) ، وهو ما سنعرض له بالتفصيل لاحقاً .

إلزام المهني بالإبلاغ عن العيوب

ألقى المشرع المصرى على عاتق المهني التزاما فى غاية الأهمية، إذ ألزمه بالإبلاغ عن العيوب التي قد يكتشفها أو يعلم بها فى المنتج الذى يتعامل فيه^(٥٥)، ويعد هذا إلزاما من المشرع للمهني بالإفصاح عن العيوب ، وحدد المشرع كيفية هذا الإفصاح وإجراءاته ، إذ قرر بأن يكون هذا الإفصاح أو التبليغ إلى جهاز حماية المستهلك ، وذلك من خلال المهني أو من ينوب عنه ، كما أوجب أن يكون هذا الإفصاح على نموذج رسمى معد لذلك^(٥٦).

ولم يكتف المشرع بذلك فقط ، بل شدد هذا الالتزام الوارد على عاتق المهني إذا كان هذا العيب من شأنه أن يؤدي إلى الإضرار بصحة المستهلك وسلامته^(٥٧) عيب أو التعامل فيه بأى شكل من الأشكال ، ليس هذا فقط ، بل ألزمه أيضاً بأن يحذر المستهلكين من هذا العيب ، وذلك بتحذيره لهم وطلبه عدم استخدام هذا المنتج ، ويتم هذا الإعلان والتحذير من خلال النشر فى الصحف اليومية أو بالاتصال المباشر بالمستهلكين فى الأحوال التى تسمح فيها طبيعة تداول المنتج بذلك .

إلزام المهني بإبدال السلعة المعيبة أو رد قيمتها

منح المشرع المستهلك حق طلب استبدال السلعة التى اشتراها أو إعادتها مع

استرداد قيمتها، إذا وجد بها عيباً أو كانت غير مطابقة للمواصفات أو الغرض الذى تم التعاقد عليه من أجله ، وإذا طلب ذلك فى خلال أربعة عشر يوماً من تسلمه لهذه السلعة ، وفى المقابل ألزم المهنى بقبول طلب المستهلك بإبدال هذه السلعة أو استعادتها مع رد قيمتها ، دون أن يحمل المستهلك باى نفقات أو تكاليف إضافية^(٥٨).

وإن إلزام المشرع للمهني بذلك الالتزام يعد انتصاراً للدفاع عن المستهلك من قبل المشرع فى التغلب على السياسة التى سادت لفترة طويلة من جانب التجار فى أن البضاعة المباعة لا ترد ولا تستبدل .

ثانياً: الجهات المعنية بحماية المستهلك

لا شك أن تحقيق حماية المستهلك مرهون بدور الدولة بمختلف سلطاتها ووزارتها فى هذا الشأن ، وقد زاد اهتمام الدولة فى الآونة الأخيرة بحماية المستهلك ، ويظهر ذلك من خلال ما صدر من قرارات وقوانين تهدف إلى حماية المستهلك من الغش والاستغلال ، بالإضافة إلى اهتمام الدولة بتشجيع الجهود الأهلية^(٥٩) ، للعمل فى هذا المجال ، حيث إن الحكومة بمفردها لا تستطيع توفير الحماية الكاملة للمستهلك دون تعاون الجهود الأهلية ، خاصة بعد التحولات الاقتصادية المهمة التى حدثت فى نهاية القرن الماضى وتحول مصر إلى اقتصاد السوق الحر وما نتج عن ذلك من وجود سوق مفتوح وغير مقيد وتدفقات سلعية مستمرة متعددة المصادر ، وكذلك الزيادة المطردة والمستمرة فى المشروعات الخاصة العاملة فى مجالات توفير السلع والخدمات ، وهو ما يعنى عدم قدرة أجهزة الرقابة الرسمية على الانتشار الكافى فى جميع أنحاء الدولة - من حيث الفاعلية والقدرات والإمكانات - ومن هنا ظهرت الحاجة لأهمية وجود جمعيات حماية

المستهلك بوصفها جهات غير رسمية ؛ كى تدعم الرقابة وتقدم المساعدة الفعالة للأجهزة الرسمية فى التعاون فى مجالات حماية المستهلك ، وهو ما سنتناوله بالدراسة فيما يلى :

١- دور الجهات غير الرسمية فى حماية المستهلك

تتمثل الجهات غير الحكومية فى جمعيات حماية المستهلك ، وقد بدأت جمعيات حماية المستهلك تظهر- على المستوى العالمى- منذ بدايات القرن الماضى وبالتحديد فى الولايات المتحدة الأمريكية، حيث أنشئ اتحاد المستهلكين الأمريكيين فى عام ١٩٣٦، ثم زاد اهتمام المجتمع الأمريكى بحماية المستهلك بعد خطاب الرئيس الأمريكى الراحل جون كيندى عام ١٩٦٢، وزاد الاهتمام العالمى بحماية المستهلك مع قيام الجمعية العامة للأمم المتحدة بإجماع الآراء عام ١٩٨٥ باعتماد المبادئ التوجيهية لحماية المستهلك .

أما فى مصر فبرغم أن الجمعيات الأهلية قد نشأت منذ بدايات القرن الماضى، فقد كانت ذات طبيعة خيرية تركز على الرعاية والإغاثة ، فى حين يعد النشاط الأهلى فى مجال حماية المستهلك حديث النشأة لظروف اقتصادية واجتماعية عديدة^(٦٠)، ونشأت جمعيات حماية المستهلك أساساً بناءً على رغبة المستهلكين أنفسهم ، وكان من أوليات هذه الجمعيات الجمعية العامة لحماية المستهلكين والترشيد الاستهلاكى التى نشأت عام ١٩٨٣^(٦١)، ثم تلى ذلك إنشاء العديد من الجمعيات العاملة فى مجال حماية المستهلك وهى جمعيات لا تهدف إلى تحقيق الربح وإنما تهدف إلى تنسيق الجهود والخبرة ، لتوفير الوسائل المختلفة للدفاع عن مصالح المستهلكين^(٦٢).

وتقوم جمعيات حماية المستهلك بالعمل المباشر على حماية مصالح المستهلك فى مواجهة أصحاب المشروعات والمهنيين الذين يعرضون مصالح

المستهلكين للخطر^(٦٣)، وذلك من خلال دراسة السوق ومتابعة المستهلك وتوجيهه للأسعار وتنبيهه لحالات الغش والمغالاة، ويذكر أن تلك المنظمات والجمعيات الوطنية قد تعاونت مع المنظمات الدولية العاملة فى مجال حماية المستهلك ، وذلك من خلال برامج التعاون الدولى ، حيث ساعدت هذه المنظمات الدولية الجمعيات والمنظمات المصرية على تقويتها وتزويدها بالمهارات والأدوات اللازمة ، بالإضافة إلى تقديم الدعم المالى الذى ساعدها على اجتذاب أعضاء جدد وتطوير مجال عمل مؤهل فى مجال حماية المستهلك^(٦٤) .

وظائف جمعيات حماية المستهلك واختصاصاتها

حددت المادة ٢٣ من القانون رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ الوظائف والاختصاصات المنوط بجمعيات حماية المستهلك القيام بها، وهى :

- × حق مباشرة الدعاوى التى تتعلق بمصالح المستهلكين أو التدخل فيها ، ويعد هذا إقراراً من المشرع لحق الجمعيات فى الادعاء نيابة عن المستهلك .
- × عمل مسح ومقارنة لأسعار المنتجات وجودتها والتأكد من صحة البيانات الخاصة بها التى تحدد محتواها وإبلاغ الأجهزة المعنية بما يقع من مخالفات فى هذا الشأن .
- × تقديم معلومات للجهات الحكومية المختصة عن المشاكل المتعلقة بحقوق المستهلكين ومصالحهم وتقديم مقترحات علاجها .
- × تلقى شكاوى المستهلكين والتحقق منها والعمل على إزالة أسبابها .
- × معاونة المستهلكين الذين وقع عليهم ضرر من جراء استخدام سلعة أو شرائها أو تلقى خدمة فى تقديم الشكاوى للجهات المختصة ، ومنها جهاز

حماية المستهلك واتخاذ الإجراءات القانونية اللازمة لحماية حقوقهم ومصالحهم .

× الإسهام فى نشر ثقافة حقوق المستهلك وتوعية المواطنين بحقوقهم وإنشاء قواعد للبيانات اللازمة لأداء اختصاصاتها .

كما حظر المشرع على جمعيات حماية المستهلك والاتحاد النوعى لهذه الجمعيات تلقى المنح أو الهبات أو التبرعات من الموردين أو المعلنين .

المعوقات والعقبات التى تواجه جمعيات حماية المستهلك فى أداء عملها^(٦٥)

حدد الخبراء والمختصون مجموعة من العقبات والمشكلات التى تواجه جمعيات حماية المستهلك فى أداء عملها، وهى :

- × التواصل مع الجماهير .
- × انخفاض وعى المستهلكين بحقوقهم .
- × افتقاد الثقة والمصدقية .
- × ضعف التغطية الإعلامية والتعاون مع أجهزة الإعلام .
- × قلة الاعتماد على تكنولوجيا المعلومات .

٢- دور الجهات الرسمية فى حماية المستهلك

لا يكفى توعية المواطن وتعريفه بحقوقه أو حتى تضافر جهود المجتمع المدنى؛ لتحقيق الحماية المنشودة للمستهلك فى مواجهة التجار والمنتجين ، وإنما لابد من تدخل الدولة بجميع أجهزتها المعنية لضبط الأسواق وضبط الممارسات الخاطئة من قبل بعض التجار ؛ لتحقيق أكبر قدر ممكن من التوازن فى العلاقة بين التاجر والمستهلك ، بغرض تحقيق الحماية لهذا المستهلك ، بوصفه الطرف الضعيف فى العلاقة العقدية .

وإذا كان المشرع المصرى قد تدخل بوضع النصوص والقواعد التى تكفل تحقيق هذه الحماية للمستهلك ، فإن هذه النصوص والقواعد لابد لها من وجود قوة فعالة ؛ لتنفيذها والضرب بشدة على أيدي الخارجين عليها، وهو ما نص عليه المشرع المصرى فى القانون رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ ، حيث أناط بجهاز حماية المستهلك^(٦٦) سلطة حماية المستهلك وصون مصالحه ، وحدد اختصاصات هذا الجهاز وتشكيله وآلية العمل به .

اختصاصات الجهاز

حدد المشرع اختصاصات الجهاز فى المادة ١٢ من قانون حماية المستهلك، وهى:

- × وضع الخطط وبرامج العمل لحماية حقوق المستهلك وتعزيزها وتنميتها ووسائل تحقيق ذلك .

- × تلقى الشكاوى من المستهلكين والجمعيات والتحقيق فيها .

- × التنسيق مع أجهزة الدولة المختلفة ؛ لتطبيق أحكام هذا القانون على النحو الذى تحدده اللائحة التنفيذية ، وتلتزم هذه الأجهزة بتقديم البيانات والمشورة الفنية التى يطلبها الجهاز ، وذلك فيما يتعلق بشكاوى المستهلكين والجمعيات .

- × دراسة الاقتراحات والتوصيات التى ترد إلى الجهاز فيما يتصل بحقوق المستهلك وإعداد البحوث والدراسات الخاصة بها .

ومن خلال الاختصاصات السابقة يتضح أن المشرع لم يجعل الجهاز جهة رقابة وتحقيق فى تلقى شكاوى المستهلكين ، وإنما وسع من اختصاصاته إذ جعله جهة تهتم بعمل البحوث والدراسات حول أفضل الحلول الممكنة لحماية المستهلك ، ومما لا شك فيه أن دراسات الجهاز وتوصياته تمثل معينا مهماً

لمعايير حماية المستهلك .

تشكيل الجهاز

حدد المشرع تشكيل الجهاز^(٦٧) ، حيث قرر بأن يتولى إدارة الجهاز مجلس إدارة يتكون من رئيس متفرغ وأربعة عشر عضوا . وتكون مدة العضوية بمجلس الإدارة ثلاث سنوات قابلة للتجديد مرة واحدة ، وأن يتضمن قرار تشكيل المجلس تعيين نائب للرئيس باللوائح والنظم الحكومية المنصوص عليها فى أى قانون آخر، كما حددت اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك اختصاصات مجلس إدارة الجهاز ورئيسه^(٦٨).

كما خصت اللائحة رئيس مجلس إدارة الجهاز ببعض الاختصاصات ، إذ قررت أن يختص^(٦٩) :

- × بالتنسيق مع الأجهزة النظيرة فى الدول الأخرى بالنسبة للأمور ذات الاهتمام المشترك ، على أن يعرض ما يتصل بذلك على مجلس الإدارة .
- × إعداد تقرير سنوى عن أنشطة الجهاز ، وخطته المستقبلية ومقترحاته وعرضه على مجلس الإدارة لاعتماده .
- × ترشيح المدير التنفيذى للجهاز وعرض الترشيح على مجلس الإدارة ؛ لإصدار قرار تعيينه .
- × الإشراف على وضع الخطط وبرامج العمل اللازمة لحماية المستهلك وتعزيز تلك الحماية وتنميتها .
- × الإشراف على الدراسات التى يعدها الجهاز فى شأن الاقتراحات والتوصيات التى ترد إليه وتكون متصلة بحماية حقوق المستهلك وإعداد البحوث اللازمة

لذلك .

× التصالح مع المتهمين، قبل صدور حكم بات فى الدعوى الجنائية، مقابل أداء مبلغ لا يقل عن عشرة آلاف جنيه ، على أن يعرض على مجلس الإدارة تقرير دورى بحالات التصالح وأسباب قبوله ومبرراته .

وإن هذه الفقرة تستدعى التوقف عندها قليلا، إذ من خلال النص السابق جعل المشرع من سلطة رئيس الجهاز أن يقرر التصالح مع أحد المتهمين قبل صدور حكم فى الدعوى الجنائية ، ويترتب على هذا التصالح انقضاء الدعوى الجنائية، إذ لم يحدد النص ما ضوابط هذا التصالح ، وإنما جعل الأمر برمته منوطا برئيس الجهاز فقط ، دون استشارة أعضاء مجلس إدارة الجهاز ، إذ لم يلزم رئيس الجهاز بتقديم تقرير دورى عن حالات التصالح وأسبابه ومبرراته .

آلية العمل بالجهاز

اهتم المشرع بتحديد آلية العمل بالجهاز ، سواء أكان ذلك من حيث اجتماعات مجلس الإدارة وتنظيم العمل به أم من حيث إجراءات فحص الشكاوى التى تقدم من المستهلكين وكيفية التصرف فى هذه الشكاوى .

اجتماعات مجلس الإدارة وتنظيم العمل به

قرر المشرع^(٧٠) أن تتم اجتماعات مجلس إدارة جهاز حماية المستهلك بناء على دعوة من رئيس المجلس أو نائبه ، أو بناء على طلب ثلثى أعضاء المجلس يقدم إلى رئيس المجلس . وأن يجتمع المجلس مرة واحدة على الأقل كل شهر، وكلما دعت الضرورة . وحتى تكون اجتماعات المجلس صحيحة فلا بد من حضور تسعة أعضاء على الأقل ، وتصدر الأصوات بالأغلبية المطلقة للحاضرين فى الاجتماع،

وإذا تساوت الأصوات ترجح الكفة التي منها الرئيس ، كما قرر المشرع بأنه لايجوز لأى عضو فى المجلس أن يشارك فى المداولات أو التصويت فى أى حالة تعرض على المجلس يكون له أو لمن يمثله فيها مصلحة أو خصومة أو بينه وبين أحد أطرافها صلة قرابة إلى الدرجة الرابعة أو يكون قد مثل أو يمثّل أحد الأطراف المعنية ، وللمجلس أن يدعو لحضور اجتماعاته من يرى الاستعانة به من المتخصصين ، وذلك دون أن يكون له صوت معدود عند التصويت^(٧١).

كما أرسى المشرع مبدأ مهماً وهو مبدأ مجانية الشكاوى التي يتقدم بها المستهلكون إلى الجهاز ، إذ قرر ألا يتقاضى جهاز حماية المستهلك أى مقابل عن الشكاوى التي يتلقاها من المستهلك ولا عما يتخذه من إجراءات حيالها، كما قرر أنه لا يجوز للعاملين بالجهاز الحصول على حوافز أو مكافآت من حصيلة الغرامات أو حصيلة الهبات أو المنح والإعانات .

واهتم المشرع كذلك بأن يكون للجهاز مدير تنفيذى متفرغ ، وأوكل مهمة إصدار قرار تعيينه وتحديد اختصاصاته ومعاملته المالية إلى مجلس إدارة الجهاز، بناء على ترشيح من رئيس المجلس^(٧٢).

كما وضع المشرع حكماً مهماً، حيث حظر على العاملين بالجهاز إفشاء المعلومات والبيانات ومصادرهما المتعلقة بالحالات الخاصة بتطبيق أحكام هذا القانون التي يتم تقديمها أو تداولها أثناء فحص هذه الحالات واتخاذ الإجراءات وإصدار القرارات الخاصة بها. ولا يجوز استخدام هذه المعلومات والبيانات ومصادرهما لغير الأغراض التي قدمت من أجلها. ولم يكتفِ المشرع بذلك، بل حظر أيضاً على العاملين بالجهاز القيام بأى عمل لمدة عامين من تاريخ تركهم العمل بالجهاز لدى الأشخاص الذين خضعوا للفحص أو الخاضعين له فى ذلك التاريخ^(٧٣). ويرجع سبب إدراج هذا النص إلى رغبة المشرع فى الحفاظ على

سرية المعلومات المتعلقة بالحالات المعروضة على الجهاز من ناحية ، وإلى رغبة
المشرع فى عدم إلحاق الضرر بالمنتجين أو المعلنين الخاضعين للتحقيق من ناحية
أخرى .

كما قرر المشرع عقوبة من يخالف حظر نشر المعلومات والبيانات السرية
بغرامة لا تقل عن خمسة آلاف جنيه ، ولا تتجاوز مائة ألف جنيه ، وفى حالة
العود تضاعف الغرامة بحديها^(٧٤)، كما منح المشرع العاملين بالجهاز الذين
يصدر بتحديدهم قرار من وزير العدل بالاتفاق مع الوزير المختص بناء على
اقتراح مجلس إدارة الجهاز صفة الضبطية القضائية فى تطبيق أحكام هذا
القانون ، ويكون لهؤلاء العاملين الحق فى الاطلاع على الدفاتر والمستندات
والحصول على المعلومات والبيانات اللازمة ؛ لفحص الحالات المعروضة على
الجهاز من أية جهة حكومية أو غير حكومية^(٧٥). كذلك قرر المشرع أن تكون
القرارات الصادرة عن الجهاز تطبيقاً لأحكام هذا القانون قرارات نهائية ، ويكون
الطعن عليها مباشرة أمام محكمة القضاء الإدارى^(٧٦).

الشكاوى والتصرف فيها

حدد المشرع صاحب الحق فى تقديم الشكاوى لجهاز حماية المستهلك بأنه هو
المستهلك نفسه وجمعيات حماية المستهلك^(٧٧). كما قرر المشرع أن يكون للجهاز
حق الالتفات عن الشكاوى غير المستوفاة للبيانات والمستندات المطلوبة، كذلك
للجهاز تلقى شكاوى المستهلكين بأى طريقة يراها مناسبة ؛ لتحقيق حماية فاعلة
للمستهلكين ، وذلك للتيسير عليهم فى المطالبة بحقوقهم ودفع الضرر عنهم، وفى
سبيل ذلك حرص الجهاز على أن تكون من ضمن طرق استقبال الشكاوى
الاتصالات التليفونية .

ويتولى جهاز حماية المستهلك فحص الشكاوى المقدمة إليه ، سواء أكانت من المستهلكين أم جمعيات حماية المستهلك ، وفقا للإجراءات المبينة فى اللائحة التنفيذية لهذا القانون^(٧٨).

وبعد إتمام إجراءات فحص الشكاوى تُعد الإدارة المختصة تقريراً بالرأى على رئيس مجلس إدارة الجهاز وما اتخذه من إجراءات حياله ، وذلك فى موعد لا يتجاوز سبعة أيام من تلقيه التقرير^(٧٩) . ولرئيس مجلس إدارة الجهاز بعد النظر فى التقرير أن يصدر قرارا مسببا بإحالة الشكاوى إلى الجهات المختصة أو بحفظها، أو بإجراء مزيد من الفحص ؛ بمعرفة الإدارة المختصة بالجهاز ، ويخطر ذوو الشأن بقرار الحفظ^(٨٠) .

أما فى حالة ثبوت المخالفة ، فيكلف مجلس الإدارة المخالف بتعديل أوضاعه وإزالة المخالفة فورا أو خلال فترة زمنية يحددها المجلس . ويتولى المدير التنفيذى للمجلس إخطار المخالف بهذا التكليف بموجب كتاب موصى عليه مصحوب بعلم الوصول .

أما إذا كانت المخالفة من شأنها أن يترتب عليها وقوع ضرر، بصحة المستهلك أو سلامته ، فللمجلس أن يصدر قرارا بوقف تقديم الخدمة أو التحفظ على السلعة محل المخالفة لحين انتهاء الفحص أو صدور حكم فى شأنها^(٨١) .

المراجع

- ١ - الصعدي ، عبد الله عبد العزيز ، حماية المستهلك في اقتصاد السوق ، ندوة حماية المستهلك في الشريعة والقانون التي نظمتها كلية الشريعة والقانون بجامعة الإمارات العربية المتحدة في الفترة من ٦-٧ ديسمبر ١٩٩٨ ، ص ٢ .
- ٢ - على ، جابر محجوب ، ضمان سلامة المستهلك عن الأضرار الناشئة عن عيوب المنتجات الصناعية المعيبة ، مجلة الحقوق ، الكويت ، ع ٣ ، السنة ٢٠ ، سبتمبر ١٩٩٦ ، ص ٢٠٧ .
- ٣ - الشامي ، جاسم على سالم ، الحماية القانونية المدنية للمشتري في البيوع التي تتم عن طريق التلفزيون ، ندوة حماية المستهلك في الشريعة والقانون التي نظمتها كلية الشريعة والقانون بجامعة الإمارات العربية المتحدة في الفترة من ٦-٧ ديسمبر ١٩٩٨ ، ص ١ .
- ٤ - الصعدي ، عبد الله عبد العزيز ، مرجع سابق ، ص ٣ .
- ٥ - على ، جابر محجوب ، مرجع سابق ، ص ٢٠٨ .
- ٦ - أبو قرين ، أحمد عبد العال ، نحو قانون لحماية المستهلك ، كلية العلوم الإدارية ، جامعة الملك سعود ، مركز البحوث ، ١٩٩٣ ، ص ٢-٣ .
- ٧ - الصعدي ، عبد الله عبد العزيز ، مرجع سابق ، ص ٣ .
- ٨ - عمران ، السيد محمد السيد ، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد ، دراسة مقارنة مع دراسة تحليلية وتطبيقية للنصوص الخاصة بحماية المستهلك ، الإسكندرية ، منشأة المعارف ، ١٩٨٦ ، ص ١٤ .
- ٩ - استجابة لهذه المتطلبات فقد أصدر المشرع المصري قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ ، منشور في الجريدة الرسمية ، ع ٢٠ مكرر ، في ٢٠/٥/٢٠٠٦ .
- ١٠ - رسلان ، أنور أحمد ، الحماية التشريعية للمستهلك ، ندوة حماية المستهلك في الشريعة والقانون التي نظمتها كلية الشريعة والقانون بجامعة الإمارات العربية المتحدة في الفترة من ٦-٧ ديسمبر ١٩٩٨ ، ص ٣ .
- ١١ - جميعي ، حسن عبد الباسط ، حماية المستهلك في مصر مقارنة بأوضاع الحماية في دول السوق الأوروبية والشرق الأوسط ، القاهرة ، دار أخبار اليوم ، ١٩٩٦ ، ص ١٣ .
- ١٢ - عبد العزيز ، عبد العزيز محمود ، حماية المستهلك بين النظرية والتطبيق ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ٢٠٠٨ ، ص ٣٥ .
- ١٣ - الصعدي ، عبد الله عبد العزيز ، مرجع سابق ، ص ٢ .
- ١٤ - محمد ، ليلي يحيى سيد ، فعاليات برامج المنظمات غير الحكومية العام في مجال حماية المستهلك ، رسالة ماجستير مقدمة إلى كلية الخدمة الاجتماعية ، جامعة حلوان ، ٢٠٠٧ ، ص ٢٩ .
- ١٥ - رسلان ، أنور أحمد ، مرجع سابق ، ص ٣ .
- ١٦ - النمر ، أبو العلا على ، المشكلات العلمية والقانونية في التجارة الإلكترونية ، رسالة دكتوراه

- مقدمة إلى كلية الحقوق ، جامعة عين شمس ، ٢٠٠٧ ، ص ٩ .
- ١٧- قورة ، عادل ، *الحماية التشريعية للمستهلك في مصر* ، القاهرة ، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية ، ١٩٩٩ ، ص ٧ .
- ١٨- رسلان ، أنور أحمد ، مرجع سابق ، ص ٢ .
- ١٩- Adams, Robert & Others, *Critical Practice in Social Work*, New York, Plagrave, 2002, p. 41.
- ٢٠- خلف ، أحمد محمد محمود ، *الحماية الجنائية للمستهلك* ، الإسكندرية ، دار الجامعة الجديدة ، ٢٠٠٥ ، ص ٥٠٨ .
- ٢١- *الوقائع المصرية* ، عدد ٢٧١ (تابع) ، ٣٠ نوفمبر ٢٠٠٦ .
- ٢٢- تصدى المشرع المصرى لتعريف المستهلك بأنه " كل شخص تقدم إليه المنتجات لإشباع احتياجاته الشخصية أو العائلية أو يجرى التعامل أو التعاقد معه بهذا الخصوص " م (١) من القانون رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ .
- ٢٣- Segal, Elizabeth A. & Others, *An Introduction to the Profession*, USA, Thomson, 2004, p. 243.
Teder, Malcom & Shears, Peter, *Consumer Law*, Pitman Publishing, Fourth Edition, 1996, p.198-
- عمران ، السيد محمد ، مرجع سابق ، ص ٨ ؛ جميعى ، حسن عبد الباسط ، مرجع سابق ، ص ١٥ .
- ٢٤- Durning, Alan Thein, *How Much is Enough? The Consumer Society and the Future of the Earth*, New York, London, W W. Norton & Company, 1992, p. 49.
- ٢٥- حمد الله ، حمد الله محمد ، *حماية المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية في عقد الاستهلاك* ، القاهرة ، دار الفكر العربى ، ١٩٩٧ ، ص ١٤ .
- ٢٦- رسلان ، أنور أحمد ، مرجع سابق ، ص ٣ .
- ويؤيد ذلك ما ذهب إليه المشرع المصرى فى نص المادة (٤) من قانون التجارة رقم ١٧ لسنة ١٩٩٩ ، إذ نص على أنه "يعد عملا تجاريا أ- شراء المنقولات أيا كان نوعها بقصد بيعها أو تأجيرها".
- ٢٧- Jacoby, *La consummation et la formation du contract en droit Québécois*, tra- vau de l'association Henri Cabitant, 1973, p. 71.
- ٢٨- Jacoby, op. cit., p. 72.
- ٢٩- خليل ، خالد عبد الفتاح محمد ، *حماية المستهلك فى القانون الدولى الخاص*، الإسكندرية ، دار الجامعة الجديدة للنشر ، ٢٠٠٩ ، ص ٢٢ .

- 30- Auloy, J.C. et Steimetz, F., *Droit de la consommation*, 3 edit., 1992, p. 255.
- 31- Auloy, J.C. et Steimetz, F., op. cit., p. 6.
- 32- Auloy, J. C. et Steimetz, F., op. cit., p. 7.
- 33- حمد الله ، حمد الله محمد ، مرجع سابق ، ص ٢٧ .
- 34- J.C.P. 1987, II, 20893.
- 35- خلف ، أحمد محمد محمود ، مرجع سابق ، ص ٥٠٨ .
- 36- حيث جاء فيه : They are the Largest Economic Group, Affecting and Affected by Almost Every Public and Private Economic Decision. Yet They are the Only Important Group <http://www.consumers international.org>
- 37- <http://www.un.org>
- 38- Consumer Protection Under a Liberalized Trade System in Selected Countries of the E S W A Region, New York, United Nations, 2000, p. 1.
- 39- يؤكد البعض على ضرورة حماية المستهلك من نفسه ، وذلك عن طريق توجيه الاستهلاك وتغيير نمط استهلاكه ، وذلك من خلال وضع برامج توعية توجه للمستهلكين محدودى الدخل ، من أجل تغيير نمط استهلاكهم وتشجيعهم على السلع الأساسية والضرورية والتقليل من السلع الكمالية . يوسف ، هبة محمد حسن ، *اتجاهات المستهلك المصرى نحو فاعلية الإعلان التحريرى* ، دراسة تحليلية ميدانية ، رسالة ماجستير مقدمة إلى كلية الإعلام ، جامعة ٦ أكتوبر، ٢٠٠٨ ، ص ١٤٥ .
- ٤٠- م ١١ ، ١٢ ، ١٣ ، ١٤ من اللائحة التنفيذية للقانون رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ .
- ٤١- م ٥ من ق رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ ، وم ١٥ من اللائحة التنفيذية لهذا القانون .
- ٤٢- م ٨ من ق رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ .
- ٤٣- م ٢٤ من ق رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ .
- ٤٤- بودالى ، محمد ، *حماية المستهلك فى القانون المقارن ، دراسة مقارنة مع القانون الفرنسى* ، دار الكتاب الحديث ، ٢٠٠٦ ، ص ٦١ .
- ٤٥- سرور ، محمد شكرى ، *مسئولية المنتج* ، القاهرة ، دار الفكر العربى ، ١٩٨٣ ، ص ٢٤ .
- ٤٦- م ١١ من اللائحة التنفيذية للقانون رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ .
- ٤٧- م ١٣ من اللائحة التنفيذية للقانون رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ . إذ نصت هذه المادة "على المنتج أو المستورد - بحسب الأحوال - أن يضع البيانات التى يلزمه القانون وهذه اللائحة بوضعها وذلك بشكل ظاهر وواضح تسهل قراءتها، وعلى النحو الذى يتحقق به الغرض من وضع تلك البيانات حسب طبيعة كل منتج وطريقة الإعلان عنه أو عرضه أو التعاقد عليه وذلك كله وفقا للمواصفات القياسية المصرية ، مع مراعاة ما يأتى : ١- أن تكتب البيانات باللغة العربية، ويجوز

كتابتها بلغتين أو أكثر على أن تكون إحداها اللغة العربية . ٢- أن تكتب البيانات بطريقة يتعذر إزالتها".

٤٨- حيث نصت هذه المادة على "على المنتج أو المستورد - بحسب الأحوال - أن يضع على المنتج كل أو بعض البيانات التالية وذلك حسب طبيعة كل منتج وطريقة الإعلان عنه أو عرضه أو التعاقد عليه وذلك كله وفقا للمواصفات القياسية المصرية : ١- اسم السلعة . ٢- بلد المنشأ".

٤٩- م ١٤ من اللائحة التنفيذية للقانون رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ .

٥٠- م ٦ مكرر من قانون قمع الغش والتدليس .

٥١- Overstake, J.F., *La responsabilité du fabricant de produit dangereux*, RTD, 1972, p. 493.

٥٢- م ١٥ من اللائحة التنفيذية للقانون رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ .

٥٣- وقد حدد المشرع معالم هذه الفاتورة حيث استلزم أن تتضمن البيانات الآتية : ١- اسم المورد واسم محله التجارى . ٢- تاريخ التعامل أو التعاقد على المنتج . ٣- تم من المنتج . ٤- نوع المنتج وصفاته الجوهرية . م ١٥ من اللائحة التنفيذية للقانون رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ .

٥٤- م ٦ من ق رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦، وم ١٦، ١٧، ١٨ من اللائحة التنفيذية لهذا القانون .

٥٥- م ١٩ من اللائحة التنفيذية للقانون رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ .

٥٦- حدد المشرع البيانات الواجب أن يتضمنها هذا النموذج وهى : ١- اسم المبلغ وصفته ولقبه وجنسيته وعنوانه وموطنه المختار فى جمهورية مصر العربية ، فإذا كان التبليغ قد تم بواسطة من ينوب عن المبلغ فيذكر اسمه ولقبه وعنوانه ، مع إرفاق سند موثق بالوكالة . ٢- بيان المنتج أو المنتجات المبلغ عنها . ٣- اسم المنتج وعنوانه . ٤- تاريخ اكتشاف المبلغ للعييب أو علمه به

٥٧- م ٢٠ من اللائحة التنفيذية للقانون رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ .

٥٨- م ٨ من ق رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ .

٥٩- لطفى ، شريف ، حماية المستهلك فى اقتصاد السوق ، ورقة عمل مقدمة فى ندوة *الجرائم الاقتصادية/المستحدثه* ، القاهرة ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، ١٩٩٣ ، ص ٣ .

٦٠- جميعى ، حسن عبد الباسط ، مرجع سابق ، ص ٥٠ .

٦١- عبد العزيز ، عبد العزيز محمود ، مرجع سابق ، ص ٨ .

٦٢- جميعى ، حسن عبد الباسط ، *حماية المستهلك الخاصة لرضا المستهلكين فى عقود الاستهلاك* ، القاهرة ، دار النهضة العربية ، ١٩٩٦ ، ص ٣٧ .

٦٣- حمد الله ، حمد الله محمد ، مرجع سابق ، ص ١١١ .

٦٤- United Nations, op. cit., p. 14.

٦٥- يوسف ، هبة محمد حسن ، مرجع سابق ، ص ص ١٦٠-١٦١ .

٦٦- م ١٢ من ق رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ حيث نصت على أن تجينشاً لتطبيق أحكام هذا القانون جهاز يسمى "جهاز حماية المستهلك" يهدف إلى حماية المستهلك وصون مصالحه.....".

٦٧- حيث نصت المادة ١٣ من القانون رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ على أن " يكون للجهاز مجلس إدارة يصدر بتشكيله قرار من الوزير المختص بتطبيق أحكام هذا القانون يتكون من خمسة عشر عضواً، على النحو التالي : رئيس متفرغ من ذوى الخبرة الواسعة باختصاصات الجهاز وأعماله - عضوان يمثلان الوزارة المختصة بالتجارة والصناعة - أحد نواب رئيس مجلس الدولة يتم اختياره طبقاً للقانون المنظم لمجلس الدولة - أربعة أعضاء يمثلون الجمعيات يختارهم الوزير المختص بتطبيق أحكام هذا القانون بناء على ترشيح مجالس إدارته.....تج.٦٨- قررت المادة ٢٦ بأن يختص مجلس إدارة جهاز حماية المستهلك بما يلي : قبول الهبات والمنح والإعانات وأية موارد أخرى تقدم إلى الجهاز، وذلك بما لا يتعارض مع أهدافه - وضع اللوائح المتعلقة بتنظيم العمل فى الجهاز ، وبالشئون المالية والإدارية للعاملين فيه، دون التقيد بالقواعد والنظم الحكومية للعاملين المدنيين بالدولة ورفعها للوزير المختص لإصدارها.....".

٦٩- م ٢٨ من اللائحة التنفيذية للقانون رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ .

٧٠- م ١٤ من ق رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ .

٧١- اهتم المشرع أيضاً بأن يكون للجهاز ميزانية مستقلة، وحدد أن تتكون موارد الجهاز المالية من :
١- الاعتمادات التى تخصص للجهاز فى الموازنة العامة للدولة . ٢- الهبات والمنح والإعانات وأية موارد أخرى يقرر الجهاز قبولها بأغلبية ثلثى أعضائه على الأقل، وبما لا يتعارض مع أهداف الجهاز . ٣- ما تخصصه الدولة للجهاز من هبات أو منح أو إعانات، مما تقرر اتفاقية دولية توجيهه إلى مجالات حقوق المستهلك . م ٢٠ من ق رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ .

٧٢- م ١٥ من ق رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ .

٧٣- م ١٨ من ق رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ .

٧٤- م ٢٤ من ق رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ .

٧٥- م ٢١ من ق رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ .

٧٦- م ٢٢ من ق رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ .

٧٧- م ٢٩ من اللائحة التنفيذية للقانون رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ . كما استلزم المشرع فى هذه الشكاوى أن تكون مكتوبة ومشفوعة بالبيانات والمستندات التالية : ١- اسم مقدم الشكاوى وعنوانه وعمله وصفته ومصالحته فى تقديمها والمستندات المؤيدة لذلك . ٢- اسم المشكو فى حقه وعنوانه وطبيعة نشاطه . ٣- نوع المخالفة محل الشكاوى..... م ٢٩ من اللائحة التنفيذية للقانون رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ .

٧٨- المواد من ٣٢- ٤١ من اللائحة التنفيذية للقانون رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ .

٧٩- م ٤٢ من اللائحة التنفيذية للقانون رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ .

٨٠- م ٤٣ من اللائحة التنفيذية للقانون رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ .

٨١- م ٤٤ من اللائحة ، و م ١٩ من القانون رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ .

Abstract

CONSUMER LEGAL PROTECTION

Aml Shalaby

consumer protection is considered a very important issue, therefore most countries issued laws and legislation for this protection. Egypt issued the law No 67 of year 2006 for this purpose. The present study is divided into two parts. The first one focused on general principles of consumer protection. The second deals with consumer protection from the misleading advertising and commercial fraud.