

الفصل الرابع

ضمان حقوق المستهلك وحمايتها من الممارسات التجارية غير المشروعة

إن أساس ضمان حماية المستهلك هو عدم التأثير في رضا المستهلك بشكل أو بآخر، وهذا الرضا في الإرادة لا يمكن أن يتحصل بدون أن تتوفر الشفافية والمصادقية في التعامل معه من قبل المزود التجاري، لذلك نجد أن قانون حماية المستهلك ركز على إلزام المزود التجاري بإعلام المستهلك بكافة المعلومات المتعلقة بالتعاقد، بدءاً من السعر وانتهاءً إلى التسليم والوفاء بالاتفاق.

ولضمان صون حقوق المستهلك بات لزاماً إنشاء الهيئات الإدارية التي ينطو إليها تنفيذ قانون حماية المستهلك، والتي من خلالها يمكن مراقبة تلك الممارسة المنافية للقانون، كهيئة حماية المستهلك في سلطنة عمان والتي تم إنشاؤها بالمرسوم السلطاني رقم (٢٦/٢٠١١).

وتبعاً لذلك، سوف نخصص المبحث الأول بالقواعد القانونية التي تحمي المستهلك من الإضرار بإرادته وتأثير عليها بصور غير مشروعة، وذلك من خلال ضرورة إمداد المستهلك بكافة البيانات الضرورية المتعلقة بالسلعة أو الخدمة المقدمة له، كما نتعرف على حقه في العدول وأساس ذلك الحق، وفي مبحث ثاني نتعرف على الهيئات الإدارية المناطة بحمايته، ومعرفة مدى تدخل الدولة في تحديد الأسعار.

المبحث الأول: عدم الإضرار بإرادة المستهلك عند التعاقد

يعد رضا المستهلك ركناً جوهرياً في صحة التعاقد، لذا فإن قانون حماية المستهلك جاء لضمان سلامة رضا المستهلك وعدم التأثير بها بممارسة تجارية تخرج عن قواعد الشفافية في التعامل مع المستهلك،

ويظهر هذا التصدي القانوني لهذه الممارسة من خلال إلزام المزود التجاري بإعلام المستهلك بالبيانات الخاصة بمحل التعاقد.

وحتى لو توافر شرط الرضا لدى المستهلك فإن ذلك لا يمنعه من العدول عن التعاقد لمبررات واقعية أو قانونية، وهو حق يحد من الممارسات التجارية غير المشروعة، ويصعب عملية التلاعب في كافة التعاملات مع المستهلك.

في هذا المبحث نتطرق في مطلب أول إلى أهمية إمداد المستهلك بالمعلومات عن السلعة والخدمة المقدمة له، وفي مطلب ثانٍ نتناول حق المستهلك بالعدول.

المطلب الأول: إمداد المستهلك بالمعلومات الصحيحة عن السلعة أو الخدمة

إن نراه العمل التجاري تتمحور في أسلوبه تعاطيه مع المستهلك والتي تعتمد على الثقة المتبادلة بين الطرفين، ولا يتصور هذا الأمر إلا من خلال المصادقية التامة عند التعامل معه بإعلامه إعلاماً صريحاً ووافياً لكل ما يتعلق بالسلعة المراد بيعها أو الخدمة المراد تقديمها.

من خلال هذا المطلب سنتعرف إلى مفهوم الإعلام بالمعلومات عن السلعة أو الخدمة (الفرع الأول)، وكذلك أثر إخلال المزود بالالتزام بالإعلام (الفرع الثاني).

الفرع الأول: الإعلام بالمعلومات عن السلعة أو الخدمة

يعتبر الإعلام ببيانات أي سلعة معروضة للبيع أو خدمة أمراً لا يمكن من دونه تحقيق شرط الرضا لدى المستهلك، حيث أن رضا المستهلك يعتمد بشكل كبير جداً للمعلومات الواردة حول السلعة أو الخدمة المعروضة، وهي تؤكد من جانب آخر مصداقية واحترافية المزود التجاري في عرض منتجاته

من خلال جذب المستهلك إليها بواسطة معلومات واضحة عنها، وفي هذا الفرع نتطرق إلى مفهوم الإعلام، ووجوبه قانوناً.

أولاً: مفهوم الإعلام عن معلومات السلع والخدمات

يعرف الإعلام التجاري بمسمى الإشهار والتي أخذت به بعض التشريعات العربية كالقانون الجزائري رقم ٠٤-٠٢ المحدد لقواعد الممارسات التجارية، في حين أن المشرع العماني استخدم مصطلح الإعلان المتصل بأعمال الدعاية، إلا أنه لم يعرف الإعلان التجاري وإنما اكتفى بتعريف الإعلان المظلل، وقد عرف المعلن على أنه: "كل شخص طبيعي أو اعتباري يعلن عن سلعة أو خدمة باستخدام مختلف وسائل الدعاية والإعلان".

ويختلف مفهوم الإعلان التجاري عن الإعلام بالمنتج والذي نحن في صدد بحثه، فالأول يراد به الدعاية وإيصال المنتج لأكبر شريحة من المستهلكين، في حين أن الإعلام يشير إلى بيانات ومعلومات جوهرية تخص المنتج بشكل أساسي والذي بدوره لا يمكن معرفة مزايا المنتج وخصائصه وكذلك سعره. وقد تناولت الشريعة الإسلامية مفهوم الإعلام بمكونات العقد فيلزم البائع بإعلام المشتري بكل ما يتعلق بمحل البيع، فقد قال رسول الله صلى الله عليه وسلم، "المسلم أخو المسلم فلا يحل لمسلم باع من أخيه بيعاً يعلم فيه عيباً إلا بينه له" (الأخرس، ٢٠١٢). وأيضاً قوله صلى الله عليه وسلم: "لا يحل لأحد يبيع شيئاً إلا بين ما فيه ولا يحل لأحد يعلم ذلك إلا بينه"،

ويعرفه البعض (العمروسي، ٢٠١٢) بأنه كل ما يمكن إبلاغه للمستهلك قبل أي تعاقد وبعده

في أحوال معينة، ويعرف الالتزام بالإعلام بأنه الواجب الضمني الذي أوجده القضاء والذي بمقتضاه

يلتزم الطرف الأكثر تخصصا والأفضل معرفة بإبلاغ الطرف الآخر بالبيانات المتعلقة بموضوع العقد (مغيب، ٢٠٠٠).

من التعريفين يتبين أنهما استخدما لفظ إبلاغ، وهو لفظ عام لم يحدد نوع البيانات التي يجب إبلاغ المستهلك بها، كما أن التعريف الثاني جاء أكثر وضوحا من حيث أصل هذا الالتزام بربطه بالقضاء.

ويمكن تعريف الالتزام بالإعلام على أنه تزويد المستهلك بكافة البيانات والمعلومات حول السلعة أو الخدمة المعروضة للبيع بشكل يضمن سلامة رضا المستهلك.

ثانيا: وجوب الإعلام قانونا

أكد قانون المعاملات المدنية العماني رقم (٢٠١٣/٢٩) على وجوب أن يكون المبيع معلوما عند المشتري علما نافيا للجهالة الفاحشة وذلك ببيان أحواله وأوصافه المميزة له فإذا كان المبيع حاضرا تكفي الإشارة إليه.

أما قانون حماية المستهلك رقم ٢٠١٤/٦٦، فقد نص على أنه: "يلتزم كل من المزود والمعلن بإمداد المستهلك بمعلومات صحيحة عن السلعة أو الخدمة، وفي جميع الأحوال يجب على المزود أن يبين باللغة العربية وبشكل ظاهر على السلعة المعلومات الخاصة بالسعر والوزن وتاريخ الإنتاج وانتهاء الصلاحية واسم المادة ومكوناتها وبلد المنشأ ورقم المواصفة، وغيرها من البيانات التي تحددها اللائحة، ويجوز كتابة المعلومات المشار إليها بلغة أخرى بالإضافة إلى اللغة العربية، وتحدد اللائحة السلع التي لا يمكن كتابة البيانات عليها".

ويتضح من هذا النص أن المشرع العماني ربط الالتزام بالإعلام بالمزود والمعلن في آن واحد، وهو ما يسبب خلطاً بين ضوابط الإعلان التجاري والالتزام بالإعلام كما سبق تفنيده في الفقرة الأولى من هذا الفرع، إذ أن المعلن لا يتوجب عليه بيان كافة المعلومات الخاصة بالسلعة وإنما يشترط في الإعلان الشفافية والمصادقية وعدم التظليل بالمستهلك، وأهم البيانات التي اشترط المشرع إيصالها هو السعر، فهو عنصر جوهري في البيع، فالسعر هو وسيلة تنافسية يستخدمها المزود التجارية لجذب المستهلكين ولا يمكن ذلك إلا من خلال الإفصاح عن السعر، وهو أمر يتعلق بمصادقية البائع، وأيضاً من أجل كسب رضا المستهلك فلا يتعرض لخداع أو تدليس حول السعر الحقيقي للمنتج (مباركة، ٢٠٠١).

ثالثاً: صور الإعلام عن السلعة أو الخدمة

لم يعدد قانون المعاملات المدنية العماني ماهية البيانات التي يجب على البائع أن يقدمها للمشتري وإنما اكتفى ببيان أحواله وأوصافه المميزة له، إلا أن قانون حماية المستهلك وخاصة في اللائحة التنفيذية بين ماهية الأوصاف والمعلومات الضرورية الواجب الالتزام بتزويدها للمستهلك.

١- الإعلام بسعر السلعة أو الخدمة

نصت المادة (١٩) من قانون حماية المستهلك على ضرورة بيان السعر، وفصلت ذلك اللائحة التنفيذية للقانون بحيث يكون السعر مبيناً على السلع ذاتها، أو غلافها، أو وعائها، مع أهمية إبراز هذا السعر بشكل واضح يسهل التعرف عليه، ووضع قائمة بأسعار السلع والخدمات المعمول بها في مكان بارز في أماكن الإقامة والمطاعم والمقاهي والمحلات المماثلة، متضمنة مقدار الضريبة إن وجدت، على أن تكون اللغة العربية إحدى اللغات التي تكتب بها.

ويفهم من ذلك أن السعر يجب أن يكون واضحا سواء بالكتابة أو مكان وضعه، فلا يمكن أن تكون الكتابة غير واضحة كأن تكون في حجم صغير أو بلغة أخرى ليست لغة أهل البلد وهي اللغة العربية، وفي ذلك حماية كبيرة للمستهلك، ويستطيع أن يعرف السعر الحقيقي دون أي لبس.

٢- الإعلام ببيانات السلعة

اشترط المشرع العماني على المزود التجاري أن بين كافة التفاصيل الخاصة بالسلع كمصدرها ووزنها وطبيعتها ونوعها وتركيباتها وعناصرها، هذا من جانب المكونات، كما اشترط على ضرورة التعريف بطريقة الاستخدام والاحتياطات الواجب اتخاذها عند الاستعمال. إلا أن المشرع استثنى بعض السلع من كتابة البيانات عليها، وذلك نظرا لعدم إمكانية الكتابة عليها أو على عبواتها، ولم يترك تقدير ذلك على المستهلك، بل نص عليها على سبيل الحصر، وهي كالتالي:

- الأسماك الطازجة
- المنتجات الزراعية الطازجة
- السلع ذات الأحجام الصغيرة التي تقل مساحة أكبر سطح لها عن (١٠) سم، على أن تكتب بياناتها على العبوة الحاوية لها.
- الذهب والفضة.
- الصناعات الحرفية.
- أدوات الخياطة، وملحقاتها.
- الطابوق والرمل، وغيرها من المواد الإنشائية.

- الأدوات وألواني المتزلية.

- الأدوات القرطاسية.

- المواد الغذائية التي تباع بشكل مفرد كالمكسرات والحلويات.

- المواشي واللحوم الطازجة.

- ألعاب الأطفال.

ومن الملاحظ أن بعض السلع لا يمنع الكتابة بها، وهذا ما أدركه المشرع العماني والذي أورد ملاحظة على الملحق أعلاه، نصت على الآتي: "في حال البيع بالتجزئة يجب أن توضع البيانات على بطاقة العرض أو بالقرب منها مباشرة، ويحظر بيع السلع التي يقل وزنها عن (٢٠) عشرين جراما مفردة". ونرى أن المشرع لم يوفق في ضم ألعاب الأطفال ضمن القائمة أعلاه لإمكانية كتابة بياناتها حيث أن تلك البيانات يمكن أن تشير إلى سلامة استخدام تلك الألعاب وعدم اشتراطها يعطي للمزودين الفرصة لبيع سلع غير صالحة للاستخدام ولا يمكن التثبت منه لعدم وجود تلك البيانات الضرورية.

الفرع الثاني: أثر إخلال المزود بإعلام المستهلك بالمعلومات

إن عدم الالتزام بتزويد المستهلك بأسعار السلع والخدمات والبيانات الخاصة بها، يترتب عليه أثر بالنسبة للمزود من ناحية المسؤولية المدنية، وكذلك العقوبات الجزائية.

أولا: الأثر في الجانب المدني

إن إخلال المزود بواجب إعلام المستهلك بأسعار ومعلومات ما يعرضه من سلع أو خدمات تجعله أمام مسؤولية مدنية لجبر الضرر الذي سببه للمستهلكين نتيجة هذا الإخلال، وينطبق الأمر كذلك في حال الالتزام بالإعلام ولكن في صورة كاذبة وغير صحيحة ويقصد فيها التدليس على المستهلك.

ونكون هنا أمام تدليس مدني يترتب عليه بطلان أي تعاقد (السنهوري، ٢٠٠٠)، فبمجرد كتمان الحقيقة عن المستهلك أو إخفاء معلومات بشأنها أن تدفع المستهلك للتعاقد ولولاها لما تعاقد، وإذا ذكر في عقد البيع أن المشتري عالم بالمبيع علما كافيا فلا يحق له طلب إبطال العقد لعدم العلم إلا إذا أثبت أن البائع غرر به وهذا ما أكدته المادة (٣٧٥) من قانون المعاملات المدنية.

ويرتبط الإعلام بالأسعار في صون حق المستهلك وحرية الاختيار، فعدم إعلامه بالأسعار يفوت عليه فرصة مقارنة الأسعار، والتي من خلال تلك المقارنة يتمتع بحقه الكامل في اختيار ما يناسبه وفقا للسعر، وكذلك الأمر بالنسبة للمواصفات والشروط المتصلة بالعقد أو السعلة والخدمات.

ويرى البعض (بوليعة، ٢٠٠٠) بطلان العقد في حال لم يذكر فيه السعر أو المواصفات والاشتراطات التي نص عليها قانون حماية المستهلك لمخالفته للقواعد العامة، كما أن قواعد القانون المدني واضحة في هذا الجانب من حيث أن ما يؤثر على سلامة الرضا لدى المستهلك وعدم علمه الكافي يبطل التعاقد، وأكد ذلك قانون المعاملات المدنية العماني حينما نص في المادة (٣٥٦) على أنه: "يجب أن يكون المبيع معلوما عند المشتري علما نافيا للجهالة الفاحشة وذلك ببيان أحواله وأوصافه المميزة له فإذا كان المبيع حاضرا تكفي الإشارة إليه".

ويترك تقدير الجهالة الفاحشة للقضاء، إلا أن قواعد قانون حماية المستهلك بين المعلومات التي يجب ورودها في السلع محل التعاقد وبمجرد عدم وضعها يعتبر إخلال من قبل المزود بالتزام الإعلام، مما يستدعي مخالفته وما يترتب على ذلك من أثر مدني، كحق مطالبة المستهلك بتعويض مادي عن الضرر الذي لحق بها نتيجة هذا الإخلال.

ثانياً: الأثر في الجانب الجزائي

يرتب قانون حماية المستهلك على عدم التزام المزود بالإعلام عقوبة جزائية، فقد ألزمت المادة (١٩) المزود بالإعلام ، وذلك بالنص على أنه: " يلتزم كل من المزود والمعلن بإمداد المستهلك بمعلومات صحيحة عن السلعة أو الخدمة، وفي جميع الأحوال يجب على المزود أن يبين باللغة العربية وبشكل ظاهر على السلعة المعلومات الخاصة بالسعر والوزن وتاريخ الإنتاج وانتهاء الصلاحية واسم المادة ومكوناتها وبلد المنشأ ورقم المواصفة، وغيرها من البيانات التي تحددها اللائحة، ويجوز كتابة المعلومات المشار إليها بلغة أخرى بالإضافة إلى اللغة العربية، وتحدد اللائحة السلع التي لا يمكن كتابة البيانات عليها. الالتزام بالإعلام ورتب على مخالفتها"، يوفي حال مخالفة هذا النص يتعرض المخالف لعقوبة جزائية قررتها المادة (٣٨) من القانون: " يعاقب كل من يخالف حكم أي من المواد (٣، ٥، ١٩، ٢١، ٢٢، ٢٣، ٢٩، ٣٠) من هذا القانون، بالسجن مدة لا تقل عن (١٠) عشرة أيام، ولا تزيد على (١) سنة، وبغرامة لا تقل عن (١٠٠) مائة ريال عماني، ولا تزيد على (٢٠٠٠) ألفي ريال عماني، أو بإحدى هاتين العقوبتين".

ويثور التساؤل حول عبء إثبات هذا الجرم، فالمستهلك ربما يمكن له أن يثبت عدم وضع الأسعار على السلع أو عرض قائمة بأسعار الخدمات، ولكنه لا يملك القدرة على إثبات المواصفات الفنية للمنتج، أو كتمان بعض المعلومات أو عدم صحتها، ويرى البعض (الدين، ٢٠١٨) أن عبء الإثبات كاستثناء يقع على عاتق المزود كونه الأقدر على ذلك لما يتمتع به من اعترافية تمكنه من الوصول للمعلومات الصحيحة وإثباتها أمام القضاء.

ومع وجود هيئة عامة تُعنى بحماية المستهلك من خلال تطبيق قانون حماية المستهلك، فلها من أجل التحقق من سلامة الأوضاع في السوق مراقبة ومتابعة الأسعار ومطابقة المواصفات للسلع

والخدمات، من خلال إرسال عينات للفحص والتأكد من مصداقية المعلومات الواردة في السلع، ومن ثم معاقبة المخالف، وهي حماية واسعة للمستهلك فلا يضطر لإثبات وجود الخطأ، وهو ينسجم مع المادة (١١) من القانون التي تنص على أنه " : للهيئة في سبيل ممارسة اختصاصاتها أن تطلب فحص السلعة في أحد المختبرات الحكومية أو غيرها من المختبرات المعتمدة كلما اقتضت المصلحة العامة، وذلك على النحو الذي تبينه اللائحة، ويتحمل المزود نفقة الفحص إذا تبين عدم صلاحيتها".

المطلب الثاني: حق العدول للمستهلك في مواجهة الممارسة التجارية غير المشروعة

يعد الحق في العدول عن التعاقد بالنسبة للمستهلك ضماناً قانونية له، وتجعله في وضع قوي أمام المزود، الذي قد يلجأ إلى استخدام أسلوب الدعاية والإعلان المفرط في إقناع المستهلك للتعاقد، وبالتالي فإن الحق في العدول تعتبر أحد آليات الحماية القانونية التي لجأ إليها المشرع العماني بهدف توفير حماية فعالة للمستهلك.

ويبدو أن هذا الحق يؤثر بشكل واضح على مبدأ القوة الملزمة للعقد، ولذلك كان لابد من إيراد بعض القيود التي من شأنها تنظيم هذا الحق وضبطه حتى لا يصبح حجر عثرة للاستقرار العقدي وكذا الأوضاع الاقتصادية المستقرة (صالح و عبد الحميد، ٢٠١٨).

وفي هذا المطلب سنتطرق إلى تعريف الحق في العدول، وخصائصه (الفرع الأول)، والضوابط المقيدة لحق العدول (الفرع الثاني)، والحق المدني (الفرع الثالث).

الفرع الأول: تعريف الحق في العدول وخصائصه وأساسه القانوني

لبيان ماهية هذا الحق والخصائص التي تميز طبيعته الخاصة، نتناول تعريف مفهوم الحق في العدول

وخصائصه والأساس القانوني له على النحو الآتي:

أولاً: ماهية الحق في العدول وأساسه القانوني

يعرف البعض (التميمي، ٢٠١٠) الحق في العدول عن التعاقد، بأنه: "ميزة قانونية أعطاها المشرع للمستهلك في الرجوع عن التعاقد بعد إبرام العقد صحيحاً، من دون أن تترتب على ذلك مسؤولية المستهلك عن حق الرجوع أو مسؤولية تعويض المتعاقد الآخر عما يصيبه من أضرار بسبب الرجوع". ويفهم من خلال هذا التعريف أن العدول هو وسيلة قانونية يستطيع بمقتضاها المستهلك إعادة النظر في العقد الذي ساهم بإرادته في إبرامه عن طريق الرجوع فيه بإرادته المنفردة دون أدنى مسؤولية تقع على عاتقه.

كما يعرفه آخرون (مبروك، ٢٠٠٨) بأنه حق يترتب للمستهلك خلال مدة معينة من تاريخ التسليم في الخيار بين رد المبيع غير المطابق واستبداله بآخر مطابق أو إعادته واسترداد الثمن دون أن يتحمل باي نفقات تكلفة إضافية، ويتبين من هذا التعريف أن هذه الحق لا يقوم إلا في عدم صحة المبيع أو وجود عيب فيه كعدم المطابقة، حيث يلزم المستهلك بالتالي إلى إبداء أسباب العدول.

ويتجه البعض إلى القول أن هذا الحق يتمثل بالتخلي عن عقد لم يبرم نهائياً، وإنما مازال في طور التكوين، فالأمر لا يتعلق بتنفيذ العقد وإنما بتكوينه وإبرامه، بحيث، ويجعله لا يتم العقد في هذه الحالة بمجرد تبادل الرضا بين طرفيه إذ يحتاج لرضا آخر يقوّيه قادراً على إبرام العقد (الليل، ١٩٩٤)، مما يحول دون انعقاده بصورة فورية ونهائية (شندي، ٢٠١٠).

ولم يعرف المشرع العماني كغالبية التشريعات الحق في العدول، ولكن بين صوره كما هو الواقع في المادة (١٦) من قانون حماية المستهلك والتي نصت على: "للمستهلك خلال (١٥) خمسة عشر يوماً من تاريخ تسلمه أي سلعة - باستثناء السلع الاستهلاكية القابلة للتلف السريع - الحق في استبدالها أو إعادتها واسترداد قيمتها دون أي تكلفة إضافية إذا شاب السلعة عيب، أو كانت غير مطابقة

للمواصفات القياسية أو الغرض الذي تم التعاقد من أجله، شريطة تقديم ما يثبت شراءها من المزود، وعلى ألا يكون العيب ناتجا عن سوء استعمال المستهلك للسلعة. وتبين اللائحة نوعية السلع التي تنطبق عليها أحكام هذه المادة".

وقد اشترطت هذه المادة الحق في العدول على وجود عيب في السلعة، أو كانت غير مطابقة للمواصفات القياسية أو الغرض الذي تم التعاقد من أجله، وبالتالي يكون تعريف الحق في العدول وفق ذلك النص هو حق المستهلك في الاستبدال أو إعادة واسترداد الثمن دون أي تكلفة إضافية في حال شأب السلعة عيب، أو كانت غير مطابقة للمواصفات القياسية أو الغرض الذي تم التعاقد من أجله، وفي مدة لا تزيد عن (١٥) يوما، ونرى أن هذا التعريف للحق لا يتناسب وأهمية التوسع في نطاق حماية المستهلك وإيجاد ضمانات له في العدول، وكان من الأجدي أن يمنح هذا الحق في كل الأحوال نظرا لبعض الإغراءات التي تقدمها بعض السلع التي يعرضها المزودون، وإن منح المستهلك هذه الوسيلة ليس لهدم العلاقة التعاقدية بين طرفيها، وإنما حماية سلامة الرضا لدى المستهلك كونه الطرف الضعيف في هذه المنظومة التجارية.

كما نصت المادة (٢٥) على أنه: "يلتزم المزود باسترجاع السلعة ورد قيمتها أو إبدالها أو إصلاحها دون مقابل، في حال اكتشاف المستهلك عيبا فيها"

كما تطرق المشرع العماني في اللائحة التنفيذية (٢٠١٧/٧٧) لقانون حماية المستهلك في المادة (٢٠) منها على الشروط التي تبطل التعاقد مع المستهلك، وتحديدًا في البند (١٠) منه، والتي اعتبرت بطلان اشتراط عدم استرداد المستهلك للثمن في حال عدوله عن الخدمة، والمستغرب في هذا النص أنه قصر البطلان على الخدمات دون السلع دون أي مقتضى قانوني، ونرى أن يشمل ذلك السلع، كما أنها سمحت للمزود خصم مبلغ لا يجاوز (٣%) من قيمة الخدمة في حالة عدول المستهلك عن الخدمة،

وهو أمر فيه خلط بين الحق في العدول للمستهلك وبين العدول في العقود المرتبطة بالعربون، فضلا انه هذا الأمر يخضع للقواعد العامة وإرادة الطرفين فليس هناك مبرر لهذه الجوازية الذي منحها المشرع للمزود.

ثانيا: خصائص الحق في العدول

يتميز الحق في العدول وفق قانون حماية المستهلك عن الأسباب الأخرى المبطللة للعقد بعدة

خصائص نذكرها على النحو الآتي:

- يتميز حق العدول عن إنهاء العقد بإرادة منفردة لأحد المتعاقدين، أنه حق لواحد من طرفي العقد وليس كليهما، فهو حق للمستهلك وليس المزود؛ كونه من تقع عليه الحماية، كما أن الإنهاء بإرادة منفردة ليس له أثر رجعي بينما الحق في العدول يهدف إلى إعادة المتعاقدين إلى الحالة التي كانا عليها قبل توقيع العقد (بنامي، ٢٠١٦/٢٠١٥).
- حق العدول من النظام العام، فلا يجوز التنازل عنه مسبقا، وأي اتفاق أو شرط يمنع أو يحد المستهلك من استعماله يعد باطلا، حيث أن مثل هذا الشرط يبين سوء النية لدى المزود وذلك بعلمه وجود احتمالية إرجاع سلعته لأي سبب كان (الزقرد، ١٩٩٥).
- إلا أنه ووفق قانون حماية المستهلك العماني فإن هذا الحق يسقط بعد مضي (١٥) يوما من تسلمه السلعة.
- الحق في العدول لا يرتب أية تكلفة مالية على المستهلك، وهذا ما يميزه عن العدول في العقود التي تشترط تقديم العربون، فالمستهلك في حق العدول لا يتحمل أية آثار قانونية، أما في حال الرجوع عن العقد الذي يشترط وجود دفع عربون مسبق، يعرض المستهلك إلى فقدان هذا العربون، فضلا على أن القواعد

المنظمة لحق المستهلك في العدول هي قواعد آمرة لا يجوز الاتفاق على مخالفتها، في حين أن النصوص المنظمة للبيع بالعربون تعتبر من قبيل القواعد المكملّة التي يجوز الاتفاق على مخالفتها (أبو عمرو، ٢٠١٦). في حين حددت فترة زمنية لاستعمال الحق في العدول في قانون حماية المستهلك، فإن قانون المعاملات المدنية العماني في المادة (٨٤) حيث اعتبرت ي دفع العربون دليلا على أن العقد أصبح باتا لا يجوز العدول عنه إلا إذا قضى الاتفاق أو العرف بغير ذلك.

الفرع الثاني: الضوابط المقيدة لحق العدول

إن الحق في العدول وإن كان يضفي حماية للمستهلك إلا أنها لا تكون مطلق بحيث يعدل عن تعاقداته بدون أي قيد أو شرط، لذا ندرس في هذا الفرع شروط ممارسة الحق بالعدول، كما نتطرق إلى أثر ممارسة هذا الحق.

أولاً: شروط ممارسة الحق في العدول

١- المدة القانونية للعدول

تعطي غالبية التشريعات مدة قانونية يسمح للمستهلك أن يعدل عن تعاقدته خلالها، فهو شرط يُلزم المستهلك باتباعه، فلا يمكن أن يطالب بالعدول وقد مضت المدة القانونية التي تسمح بذلك، ويتضح هذا الشرط جلياً في قانون حماية المستهلك رقم ٢٠١٤/٦٦، في المادة (١٦)، إذ سمح للمستهلك مهلة (١٥) يوماً للعدول.

ويراد بهذا التقييد المحافظة على توازن العقد، وكذلك المحافظة على مصالح الأطراف المتعاقدة، وهو ليس حق مطلق بل ربط بمد زمنية قصيرة نوعاً ما حتى لا يقع العبء على أحد الطرفين دون الآخر (زعيبي، ٢٠١٣).

وقد صدر التوجيه الأوروبي رقم (٨٣-٢٠١١) ليعطي مدة زمنية للعدول وهي (١٤) يوما يبدأ احتسابها من تاريخ التسليم وهذا ما سار عليه التشريع الفرنسي في المادة (٢١٠) من القانون (٢٠١٥/٩٩٠) الصادر بتاريخ ٦ أغسطس ٢٠١٥م، المتعلق بقانون الاستهلاك، وهي مدة مناسبة معقولة يمكن أن يراجع فيها المستهلك المزود ويتفق معه على استبدال السلعة أو رد ثمنها.

ولم يحدد المشرع العماني على من يقع عبء إثبات موعد الاستلام التي تحسب من بعدها مدة ممارسة حق العدول، وفي هذه الحالة ينظر في القواعد العامة لإثبات ذلك، وهي أن المدعي هو من عليه إثبات تاريخ تسلم المبيع (خالد، ٢٠١٠: ٢)، ويمكن إثبات ذلك في فاتورة الشراء، ولكن في حال امتنع المزود من تسليم الفاتورة للمستهلك يكون خالف قانون حماية المستهلك وفق حكم المادة (٢٤) والذي نص على أنه: "يلتزم المزود بتسليم المستهلك وثيقة أو فاتورة مدونة باللغة العربية وبخط واضح يسهل قراءته تثبت شراءه السلعة أو تلقيه الخدمة، ويجب أن تتضمن الفاتورة البيانات الأساسية الخاصة بالسلعة أو الخدمة، وذلك على النحو الذي تحدده اللائحة، ويجوز أن تكون تلك البيانات مدونة بلغة أخرى أو أكثر بالإضافة إلى اللغة العربية، ويجوز النص على الضمان في فاتورة الشراء، أو في وثيقة مستقلة".

يفهم من ذلك أن عبء إثبات تاريخ التسليم تقع على المستهلك في حال تسلم فعلا فاتورة الشراء إلا في حالة نكران المزود ذلك، وأنه سلم المستهلك فاتورة، فيتحول عبء الإثبات وفق القواعد المدنية العامة على المستهلك، وتؤكد اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك رقم ٢٠١٧/٧٧ في المادة (١٥) في البند الرابع أن على المستهلك تقديم ما يثبت شراءه السلعة من المزود.

٢- السلع المستثناة من ممارسة حق العدول فيها

لا يستطيع المستهلك التمسك بحق العدول في بعض السلع التي حددها قانون حماية المستهلك، حيث نص على أن: "للمستهلك خلال (١٥) خمسة عشر يوما من تاريخ تسلمه أي سلعة - باستثناء السلع الاستهلاكية القابلة للتلف السريع - الحق في استبدالها أو إعادتها واسترداد قيمتها دون أي تكلفة إضافية..."، وعليه فإن السلع القابلة للتلف لا يمكن ممارسة حق العدول بشأنها.

ولم يحدد المشرع تلك السلع القابلة للتلف، بل أنه حدد السلع التي تخضع لحكم هذه المادة، إذ ربطها بالسلع المشمولة بالضمان، وهي إشارة غير مباشرة على أن هذه السلع هي سلع غير قابلة للتلف بطبيعتها كالمواد الغذائية.

٣- أن يشوب السلعة عيب أو كانت غير مطابقة للمواصفات القياسية أو الغرض الذي تم التعاقد من أجله

لم يميز المشرع العماني للمستهلك استخدام حق العدول بدون إبداء الأسباب، بل اشترط توافر ثلاثة أسباب تميز للمستهلك ممارسة هذا الحق، ومن هنا يفهم أسباب ربط المشرع السلع التي يمكن ممارسة هذا الحق معها بالسلع المشمولة بالضمان، كون أن موجبات الضمان تتطلب وجود سبب لاستخدامه، وهذا ما نراه غير منصف بالنسبة للمستهلك، حيث ترك الأمر للمزود في حال أرفق ضمن سياساته إرجاع السلع بدون إبداء الأسباب.

بل أن المشرع العماني أوقع عبء إثبات وجود العيب على المستهلك رغم صعوبة ذلك في بعض الحالات، وهذا ما يفهم من نص المادة (١٨): "يجوز للمستهلك أن يثبت وجود أي عيب في السلعة بكافة طرق الإثبات"، وإن كان من ظاهر النص يشير المشرع إلى جواز إثبات المستهلك

العيب في السلعة، وهو أمر بديهي لا يستدعي النص فيه كونه من القواعد العامة، ولكن يفهم من النص كذلك أن عبء الإثبات يقع على المستهلك، وربما راعى المشرع استعمال صياغة ألطف في مخاطبة المستهلك بجواز إثبات العيب، كحق، ولكن في الواقع قد قصد إلزام المستهلك بالإثبات.

ثانياً: الأثر القانوني لممارسة الحق في العدول

إن ممارسة هذا الحق يترتب عليه آثار قانونية على طرفي التعاقد، ويحل من التزاماتهم اتجاه بعضهم البعض، ويصبح العقد كأن لم يكن (عبد الباقي، ٢٠٠٤)، وبالرغم أن العدول يصدر من طرف المستهلك إلا أن أثره يمتد للطرفين بحيث ينشئ التزامات لكليهما.

فمجرد أن يعدل المستهلك عن التعاقد، يقع على المزود عبء استرجاع السلعة من المستهلك وفق نص المادة (٢٥) من قانون حماية المستهلك، في حين من المتعارف عليه أن المستهلك هو من يلزم برد السلعة للمزود وتمكينه من استلامها منه، وذلك خلال مدة معينة، على أن تكون هذه السلعة في نفس الحالة التي أستمها فيها جديدة دون أن يحدث فيها تغيرات أو عيوب نتيجة تجريبه أو استعماله لها ويستلم ثمنها بعد ذلك أو استبدالها (رسول، ٢٠١٦).

إلا أن هذا الطرح يصعب تطبيقه حرفياً بالنسبة للمستهلك، خاصة وأن قانون حماية المستهلك في المادة (٢٥) نص على أنه: "يلتزم المزود باسترجاع السلعة ورد قيمتها أو إبدالها أو إصلاحها دون مقابل، في حال اكتشاف المستهلك عيباً فيها". واكتشاف العيب يتطلب استخدام السلعة لمعرفة وجود العيب خاصة وأن القانون الزم المستهلك إثبات وجود عيب مما قد يؤثر ذلك على حالة السلعة، وفي كل الأحوال إذا ظهر هناك عيب بات المزود ملزماً بالرد أو الاستبدال أو الإصلاح.

ولا يقرر المشرع العماني أية تكاليف يدفعها المستهلك نظير عدوله، فهو يمارس حقه بدون أن

يدفع مقابل لذلك، بخلاف ما جاء في بعض التشريعات كالتشريع الإنجليزي الذي يفرض على المستهلك ممارسة العدول دفع مبلغ يقدر بـ ٥٠% من ثمن السلعة، ويهدف المشرع الإنجليزي من ذلك حماية مصالح المزود التجاري من جهة، ومن جهة أخرى الحيلولة من إسراف المستهلك في استخدام هذا الحق، وأعطى المشرع للمحكمة سلطة تقديرية في تقليل هذه النسبة في حال أن ممارسة العدول له ما يبرره (زعي، ٢٠١٣)، ويثار هذا المقابل الذي يدفعه المستهلك للتاجر في أحوال لا توجد مبررات للرد وهذا الأمر الذي لم ينص عليه المشرع العماني من أساسه، إذ يشترط كما سبق أن ذكرنا وجود عيب أو غير مطابقة للمواصفات القياسية أو الغرض الذي تم التعاقد من أجله.

المبحث الثاني: دور الهيئات الإدارية في حماية المستهلك من الممارسات التجارية غير المشروعة

في ظل وجود قانون لحماية المستهلك، يلزم الأمر وجود أجهزة إدارية تعنى بتنفيذ القانون وتطبيقه على الحالات التي يخاطبها القانون، وتولي سلطنة عمان اهتماما في هذا الجانب من خلال إنشاء أجهزة إدارية تضطلع بهذا الدور مع وجود جهاز قضائي يمثل المستهلك في الادعاء العام ورفعها للمحكمة المختصة.

في هذا المبحث نتطرق إلى هذه الأجهزة العامة، ومعرفة أدوارها في حماية المستهلك في مطلب أول، وفي مطلب ثاني ندرس تدخل الدولة في تحديد الأسعار كأحد أهم الأدوار التي تؤثر على المستهلك بحقه في الاختيار بشكل مباشر.

المطلب الأول: الهيئات الإدارية في حماية المستهلك

للهيئات والمؤسسات الإدارية المكنة القانونية في حماية المستهلك من خلال رقابتها السابقة على

حركة السوق والتأكد من توافر السلع وسلامتها بالنسبة للمستهلك، وكذلك رقابة لاحقة تتمثل بتوقيع العقوبات والجزاءات الإدارية على كل من يخالف قانون حماية المستهلك والقوانين واللوائح الأخرى ذات الصلة بحماية المستهلك.

نقسم هذا المطلب إلى فرعين اثنين، ففي الفرع الأول نبحث عن دور هيئة حماية المستهلك في صون حقوق هذا الأخير، والتأكد من سلامة تنفيذ القانون كونها الجهة التي بشكل خاص ومباشر تضطلع بحماية المستهلك، أما الفرع الثاني سنبحث فيه عن أدوار الأجهزة الإدارية والمدنية الأخرى التي تعنى بحماية المستهلك كذلك.

الفرع الأول: هيئة حماية المستهلك

أنشأت هيئة حماية المستهلك بموجب المرسوم السلطاني رقم (٢٠١١/٢٦)، ليناط به حماية جمهور المستهلكين من تقلبات الأسعار ومن الغش التجاري بكافة أنواعه، وهي تعتبر نقلة نوعية في تاريخ حماية المستهلك في سلطنة عمان بعد أن كانت يختص بالحماية دائرة صغيرة في وزارة التجارة لتصبح اليوم هيئة مستقلة إدارياً ومالياً، ولا شك أن المشرع يهدف من استقلالية هذا الجهاز الهام إلى إضفاء حماية فعلية للمستهلك وألا تكون هناك أي تأثيرات على تحقيق مصالحه، وإمكانية تمثيلها أمام كافة الجهات بشكل مستقل ونزيه.

ثم صدر قانون حماية المستهلك الجديد في عام ٢٠١٤م، رفقة قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار، لتتكامل المنظومة القانونية في السلطنة، في حين ما زالت غالبية الدول تعطي هذه المسؤولية في عاتق دوائر داخل مؤسساتها الوزارية متعددة المسؤوليات، لذا فقد أحسنت السلطة التشريعية في

إنشاء هيئة مستقلة ذات كوادر متخصصة في صون وحماية حقوق المستهلك أمام جشع التجار المتصاعد مع التحولات الاقتصادية المختلفة في العالم بأكمله.

كما صدر قانون تنظيم الهيئة العامة لحماية المستهلك بموجب المرسوم السلطاني رقم (٢٠٠١/٥٣)، وتهدف الهيئة إلى تحقيق الآتي:

- ١- العمل على حماية المستهلك من تقلبات الأسعار.
 - ٢- مراقبة أسعار السلع والخدمات في الأسواق والحد من ارتفاعها.
 - ٣- ضمان تحقيق قواعد حرية المستهلك في الاختيار والمساواة والمعاملة العادلة والأمانة والمصادقية.
 - ٤- تنمية الوعي العام لدى المستهلك واستخدام الوسائل العلمية السليمة لنشرها على أسس صحيحة ومتوازنة لدى جميع فئات المجتمع.
 - ٥- إيجاد حلول سريعة لشكاوى المستهلكين.
 - ٦- مكافحة الغش التجاري والتقليد ومحاربة الاحتكار.
 - ٧- تشجيع إنشاء جمعيات لحماية المستهلك والعمل على دعمها.
- كما حدد قانون تنظيم هيئة حماية المستهلك مهام هذه الهيئة، إذ تباشر الهيئة في سبيل تحقيق أهدافها الاختصاصات الآتية:

- ١- العمل على استقرار الأسعار في الأسواق واتخاذ الإجراءات المناسبة لتحقيق ذلك.
- ٢ -توعية المستهلك بماهية الإعلانات المضللة ودور الهيئة في محاربتها.
- ٣- تلقي الشكاوى من المستهلكين والجمعيات والتحقيق فيها، والعمل على إيجاد الحلول المناسبة لها.
- ٤- المتابعة المستمرة للنشاط التجاري ومراقبة حركة السلع والخدمات والتأكد من توافر السلع الأساسية.
- ٥- العمل على تشجيع المنافسة ومحاربة الغش التجاري والاحتكار المضر بالاقتصاد الوطني.

- ٦- وضع الخطط وبرامج العمل لحماية حقوق المستهلك وتعزيزها وتنميتها.
 - ٧- دراسة الاقتراحات والتوصيات التي ترد إلى الهيئة فيما يتصل بحقوق المستهلك.
 - ٨- إعداد البحوث والدراسات المتعلقة بحماية المستهلك.
 - ٩- اقتراح النظم والقواعد المناسبة لتنظيم الأسواق.
 - ١٠- العمل على تطبيق القوانين واللوائح المتعلقة بحماية المستهلك.
 - ١١- تمثيل السلطنة في المؤتمرات والاجتماعات الإقليمية والدولية ذات الصلة باختصاصاتها.
- وتبعاً لذلك، يتبين مدى اهتمام المشرع العماني في إضفاء حماية متكاملة للمستهلكين وصون حقوقهم من خلال التشريعات وإنشاء هذه الهيئة التي نظمت اختصاصاتها بصور واضحة، ولضمان هذه الاستقلالية في حماية المستهلك فقد صدر مرسوم سلطاني رقم ٢ / ٢٠١٨ بإنشاء مركز حماية المنافسة ومنع الاحتكار وإصدار نظامه، وبالتالي يستقل استقلال كاملاً عن هيئة حماية المستهلك، ليكون تركيز هذه الأخيرة حول أية ممارسات مباشرة تؤثر على المستهلك، كأعمال غش التجاري والتظليل في أعمال الدعاية وغيرها، في حين يقوم المركز على غل يد المؤسسات التجارية من الممارسات غير المشروعة والتي من خلالها تؤثر على السوق التنافسي والإضرار بالمستهلك بطريقة غير مباشرة.
- ولتتمكن الهيئة من تنفيذ مهامها بأتم وجه، فقد صدر قرار وزارة العدل: قرار وزاري رقم ٢٠٧ / ٢٠١٧ بتحويل صفة الضبطية القضائية لبعض موظفي الهيئة العامة لحماية المستهلك وذلك لتمكينهم من تطبيق أحكام قانون حماية المستهلك المشار واللوائح والقرارات الصادرة تنفيذاً لأحكامه.

الفرع الثاني: الأجهزة الإدارية والمدنية الأخرى التي تعنى بحماية المستهلك

بالرغم من وجود هيئة مستقلة تعنى بحماية المستهلك كما سبق وذكرنا ففي الفرع الأول من

هذا المطلب، هناك كذلك جهتين لا تقلان أهمية في حماية المستهلك، فالأولى تعنى بسلامة

الغذاء الذي يتناوله المستهلك، وجهة أخرى تدخل ضمن المجتمع المدني لها دورها الفعال في حماية المستهلك.

أولاً: دور مركز سلامة وجودة الغذاء

أنشأ مركز سلامة وجودة الغذاء بموجب المرسوم السلطاني رقم (٢٤/٢٠١٩) ويهدف إلى تأمين صحة وسلامة وجودة الغذاء من خلال الالتزام بالمواصفات والمعايير المعتمدة لسلامة وجودة الغذاء، وتعزيز البناء التشريعي والمؤسسي لمنظومة الرقابة، وتطوير إجراء التحاليل المخبرية على المواد الغذائية والمياه، وتبعا لهذا المرسوم يشرف المركز على مختلف أنشطة الرقابة والتفتيش على المواد الغذائية والمنتجات الزراعية داخل السلطنة وعبر المنافذ الحدودية، كذلك إبراز دور الرقابة والزيارات الميدانية من خلال تكثيف حملات الرقابة والتفتيش من قبل المفتشين الصحيين.

كما تتمثل اختصاصات المركز في تنفيذ السياسات والخطط والبرامج المتعلقة بإدارة سلامة وجودة الغذاء ومتابعتها، وتطبيق قانون سلامة الغذاء الصادر بالمرسوم السلطاني رقم (٨٤/٢٠٠٨) ولائحته التنفيذية الصادرة بموجب القرار الوزاري رقم (٢/٢٠١٠)، إضافة إلى وضع وتحديث التشريعات واللوائح والمواصفات والمقاييس المتعلقة بضمان سلامة وجودة الأغذية وفق المعايير الدولية المعتمدة، كذلك وضع الآليات المناسبة لضمان تنفيذ سياسة سلامة وجودة الغذاء في مختلف مراحل تداوله، ومنع الغش التجاري بالتعاون والتنسيق مع الجهات المعنية.

ويشرف المركز على مختلف أنشطة الرقابة الغذائية والبيطرية والمنتجات الزراعية بكافة أماكن إنتاجها وتخزينها ونقلها وتداولها في السلطنة وعلى المنافذ الحدودية المختلفة، إلى جانب إجراء التحاليل

المختبرية على المواد الغذائية والمياه واتخاذ الإجراءات اللازمة بشأنها، وإجراء البحوث والدراسات العلمية المختلفة في مجالي الأغذية والمياه، بالإضافة إلى إصدار تراخيص أنشطة المنشآت الغذائية وسيارات نقل المواد الغذائية، وإصدار البطاقات الصحية لتداول الأغذية، واعتماد المختبرات الخاصة العاملة في مجال تحاليل الأغذية والمياه والإشراف عليها، وإصدار تصاريح الإعلانات والحملات الترويجية والفعاليات المتعلقة بالأغذية، ووضع وتنفيذ الخطط وبرامج التدريب والتأهيل لموظفي المركز، وتنفيذ الأنشطة والفعاليات التوعوية في مجال سلامة وجودة الغذاء وحماية الصحة العامة وتبادل المعلومات والتجارب والخبرات مع المنظمات والهيئات الإقليمية والدولية المعنية بسلامة وجودة الغذاء.

ثانياً: دور الجمعية العمانية لحماية المستهلك

أشهرت الجمعية العمانية لحماية المستهلك وفق القرار الوزاري رقم (١٣٣ / ٢٠٠٣)، وبموجبه تختص الجمعية بالآتي:

- ١- العمل على خلق الوعي العام لدى المستهلك حول نوعية السلع والخدمات وعلاقتها بصحته وسلامته وتنقيفه بنشر الوعي الاستهلاكي بالنسبة لجودة السلعة وملاءمتها.
- ٢- إرشاد المستهلك إلى سبل التأكد من ملائمة وصلاحية المواد الاستهلاكية للاستعمال وبخاصة الأغذية والأدوية والتيقن من أنها غير ممنوعة في بلد المنشأ لسبب يتعلق بصحة المستهلك وسلامته.
- ٣- دراسة مشاكل المستهلك وتحديدّها والعمل مع الجهات ذات الاختصاص سواء الرسمية أو الأهلية والمؤسسات العلمية لتحليلها وإيجاد الحلول المناسبة لها.
- ٤- تلقي الشكاوى المستهلكين ودراستها واقتراح الحلول المناسبة لها ورفعها للجهات المختصة.

- ٥- توعية المستهلك بما هي الدعايات والإعلانات المضللة وبأساليب الغش والتحايل أينما وجدت وكيفية تجنب مضارها.
- ٦- مراقبة مطابقة السلع للمواصفات والمقاييس المعتمدة من الجهات المختصة والتأكد من الجودة والأمان وإعداد الدراسات المقارنة للسلع والخدمات الاستهلاكية من حيث جودتها وطريقة حفظها وصلاحياتها للاستعمال وأسعار عرضها ووضع المعلومات الصحيحة على البطاقات الإعلامية.
- ٧- مقاومة الغش في نوعية السلع وجودتها والتلاعب في الأسعار ومحاربة الغلاء والاحتكار وإرشاد المستهلك وتوعيته بالطرق المشروعة والتعاون والتنسيق مع الجهات في هذا الشأن.
- ٨- نشر نتائج الدراسات والمعلومات التي تتوصل إليها الجمعية بما يتيح للمستهلك الاطلاع عليها والاستفادة منها والاسترشاد بها في اختيار حاجاته الاستهلاكية.
- ٩- إصدار التشرات وإقامة المحاضرات وحلقات الدراسة ذات الصلة بحماية المستهلك.
- ١٠- معاونة الجهات الحكومية والأهلية ذات الصلة بمحصول المستهلك وخاصة تلك المعنية بإعداد المواصفات القياسية ومراجعة الأسعار ومراقبة المواد وكافة السلع الاستهلاكية ومتابعة صلاحيتها.
- ١١- تقديم المقترحات الخاصة بتطبيق النظم والتشريعات المتعلقة بحماية المستهلك.
- ١٢- المشاركة في اجتماعات المنظمات والمؤتمرات العربية والدولية الخاصة بحماية المستهلك والتعاون مع مختلف المؤسسات المحلية والعربية والدولية في هذا الشأن.
- ولكل ما سبق، فإن الأدوار المتشابهة نوعا ما بين كافة الجهات المذكورة قد تسبب لبسا في اختصاصات كل جهة على حدة، لذلك فإن الأمر يتطلب تضافر الجهود بين كافة الجهات وان تكون بينهم عملية تكاملية من اجل تحقيق هدف واحد وهو حماية المستهلك.

المطلب الثاني: تدخل الدولة في تحديد أسعار السلع

إن الوضع الراهن في الأسواق العالمية التي تشجع نظام السوق الحر، وتدعم مبدأ حرية الأسعار يحد من تدخلات الدول في تحديد الأسعار باعتباره منافيا لمبادئ التجارة الحرة وحرية الأسعار، إلا هناك أحوال قد تسمح التشريعات الوطنية من تدخل الدولة في تنظيم الأسعار، ولبيان ذلك نبحت في الفرع الأول مجال تدخل الدولة في تحديد أسعار السلع، كما ندرس صور هذا التدخل في الفرع الثاني.

الفرع الأول: مجال تدخل الدولة في تحديد أسعار السلع

قد تتدخل الدولة وفق أنظمتها الداخلية ووفق أوضاع سوقها المحلي في ضبط الأسعار خاصة عند تضخمها بصورة تضر بمصالح الاقتصاد وكذلك المستهلك، نبينه على النحو التالي:

أولاً: تدخل الدولة بصورة مباشرة وفردية

بالإطلاع على المرسوم السلطاني رقم (٢٠١١/٥٣) نجد أن أحد أهداف الهيئة الرئيسية هو مراقبة أسعار السلع والخدمات في الأسواق والحد من ارتفاعها، ولكي يتحقق هذا الهدف فقد أعطى المرسوم للهيئة سلطة مباشرة العمل على استقرار الأسعار في الأسواق واتخاذ الإجراءات المناسبة لتحقيق ذلك، وقد صدر بموجبه القرار رقم (٢٠١١/١٢) والذي يحضر على المزود رفع سعر أي سلعة إلا بعد موافقة هيئة حماية المستهلك.

وقد بينت المادة الثانية من ذات القرار آلية تقديم طلب رفع السعر وذلك كالآتي: "يقدم طلب رفع سعر السلعة أو الخدمة إلى المديرية العامة لمعلومات ودراسات السوق بالهيئة العامة لحماية المستهلك مرفقا به المستندات المبينة للآتي:

١- نوع السلعة أو الخدمة وسعرها في السلطنة وقت تقديم الطلب.

٢- سعر السلعة أو الخدمة في الدول المجاورة التي تحددها الهيئة.

٣- معدل الزيادة في سعر السلعة أو الخدمة.

٤- الأسباب المبررة لرفع سعر السلعة أو الخدمة.

٥- سعر صرف العملة الأجنبية ذات الصلة وقت استيراد السلعة."

تبعاً لهذا القرار تكون الهيئة تدخلت تدخل ظاهرياً للتحكم في أسعار السلع بحيث أن تحديد السلع من خلال رفعها لا يكون دون موافقة الهيئة، وهذا القرار لم يرتضي مجلس الوزراء العماني مما حدا به إلى تعديله بصدور قرار المجلس في جلسته رقم (٢٠١٤/٧) بتعديل القرار أعلاه، وإقرار قائمة السلع الأساسية والضرورية التي يحظر رفعها.

ويظهر مبرر هذا الرفض من قبل مجلس الوزراء لقرار هيئة حماية المستهلك في شمول القرار كافة السلع والخدمات، وبالتالي قرر قصرها على السلع الضرورية دون الخدمات، وبموجبه صدر قرار آخر من الهيئة يلغي القرار الأول، حيث اقتصر القرار الجديد رقم (٢٠١٤/٣٩٢) في حظر رفع أسعار السلع الأساسية والضرورية المعتمدة من مجلس الوزراء، إلا بعد موافقة الهيئة.

واحتوت قائمة السلع الأساسية الخاضعة لحكم القرار أعلاه على ٢٣ سلعة ضرورية، إلا أن هذا القرار كذلك تم تأجيل تنفيذه بعد أن أصدر ديوان البلاط السلطاني بتاريخ ٢٥/٥/٢٠١٤م، بيانا تضمن انه في إطار الحرص السامي لحضرة صاحب الجلالة السلطان قابوس بن سعيد المعظم — حفظه الله ورعاه— على تلمس ومتابعة احتياجات أبناء شعبه الوفي واستجابة من لدن جلالته -أعزه الله- لما أبداه مجلس الشورى من اقتراح بشأن قرار الهيئة العامة لحماية المستهلك الصادر بتاريخ ١٥/٦/٢٠١٤م

م حول حظر رفع أسعار بعض السلع الأساسية، فقد تفضل -أبقاه الله- وأمر بتأجيل تطبيق القرار المذكور لحين صدور القوانين الاقتصادية المرتبطة بتنظيم السوق (قانون حماية المستهلك — قانون الوكالات التجارية — قانون المنافسة ومنع الاحتكار).

يفهم من البيان أن هناك مطالبة شعبية تمثلت في مجلس الشورى والذي لا تتفق مع توجه مجلس الوزراء في تطبيق القرار وقصره على سلع أساسية، وحيث انه هذا التوجيهات من لدن سلطان عمان لم تلغ القرار المعدل بناء على قرار مجلس الوزراء المشار إليه، وإنما جاءت بتأجيل تطبيق القرار المذكور لحين صدور القوانين الاقتصادية المرتبطة بتنظيم، وبموجب هذا التوجيهات صدر قرار يوقف العمل بقرار الهيئة رقم (٣٩٢/٢٠١٤).

وبالرغم من صدور قانون حماية المستهلك بالمرسوم السلطاني رقم ٢٠١٤/٦٦ وقانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار بالمرسوم السلطاني رقم ٢٠١٤/٦٧، وكذلك صدرت تعديلات على قانون الوكالات التجارية بالمرسوم السلطاني رقم ٢٠١٤/٣٤، والذي ارتبط بصدورهم إنهاء التأجيل للقرار رقم (٣٩٢/٢٠١٤)، إلا أنه وحتى تاريخ إعداد هذه الدراسة، لم يتغير الوضع القانوني بالنسبة لقرار حظر رفع الأسعار، وهو امر غير مستساغ قانوناً، كما أنه يخالف التوجيهات السامية، خاصة وأنه لا توجيهات لاحقة للاستمرار في التأجيل، وهو أمر يجب معالجته قانوناً بعد بحث مستفيض في القوانين المذكورة سابقاً، والأوضاع الاقتصادية في السلطنة.

ثانياً: تدخل الدولة بطريقة غير مباشرة في استقرار الأسعار

حظر قانون حماية المنافسة أي شكل من أشكال الاحتكار التي تؤثر في الأسعار سواء بالتخفيض

أو الارتفاع، ويتحقق وضع التكتل الاحتكاري في السوق المعنية متى قام شخصان أو أكثر بأي من الآتي:

١ - اتباع سلوك موحد، أو سياسة مشتركة في السوق المعنية بين الأشخاص كتحديد الأسعار، أو فرض أسعار إعادة البيع، أو استخدام لتسعير بأقل من التكلفة، أو اتباع أسلوب التسعير الافتراضي، أو تقسيم السوق المعنية لحصص ومنع المنتجات البديلة من الدخول إلى السوق المعنية.

٢ - غياب المنافسة أو الحد منها أو إضعافها بين الأشخاص.

٣ - وجود روابط اقتصادية بين المنتجات المعنية، التي تمكنهم من العمل على نحو مستقل عن منافسهم والمستهلكين.

وتعرف اللائحة التنفيذية لقانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار رقم (٢٠٢١/١٨) التكتل الاحتكاري بأنه "قدرة شخصين أو مجموعة أشخاص يعملون معا بشكل مباشر، أو غير مباشر على التحكم في السوق المعنية وتقييد المنافسة"، كما نصت اللائحة التنفيذية على: "يجب على الوزارة - عند دراسة الطلب، وقبل اتخاذ قرار بشأنه - التأكد من أن الاستثناء سيؤدي إلى خفض التكاليف الأساسية، وحماية، ونفع المستهلك، وذلك بمراعاة الآتي: ٦ - التأثير المحتمل للاستثناء على أسعار المنتجات في السوق المعنية."

وبالتالي يكون تدخل الوزارة بالرفض لأي طلب تركيز اقتصادي قد يحتمل معه تأثيرا لأسعار المنتجات في السوق المحلي، كما أن اللائحة تصدت لأي هيمنة في السوق ينتج عنه تأثير سلبي في أسعار المنتجات، واعتبرت أنه مجرد قدرة الشخص على إحداث تأثير على أسعار المنتجات، أو على حجم المعروض منها في السوق المعنية، مع عدم قدرة المنافسين له على الحد من التأثير على الأسعار، أو حجم المعروض من المنتجات في السوق المعنية، خلال فترة زمنية معينة، هيمنة غير مشروعة.

وبالتالي فإن تقدير الهيمنة ومشروعيتها يتطلب معرفة مدى قدرة الشخص سواء كان طبيعياً أو

اعتبارياً على إحداث تأثير في سعر، أو كمية المنتجات أو الخدمات في السوق المعنية على نحو مستقل عن منافسيه خلال فترة زمنية معينة بحسب المادة (٥) من اللائحة.

ويؤكد قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار على وضع القيود اللازمة لرفع الأسعار، فقد حضر على المهيمن في السوق فرض قيود على توريد المنتج بهدف إيجاد نقص مصطنع في توافره لزيادة الأسعار، أو شراء أو تخزين أو إتلاف سلع بقصد رفع الأسعار أو منع انخفاضها، أو من خلال التمييز دون مبرر موضوعي بين العملاء في العقود المتماثلة في أسعار المنتجات أو شروط البيع أو الشراء الخاصة بها.

كما أن قانون الوكالات التجارية الصادر بالمرسوم السلطاني رقم (٧٧/٢٦) وتعديلاته الصادرة بالمرسوم السلطاني رقم (٢٠١٤/٣٤) قد سمحت لمجلس الوزراء في حالة وجود هيمنة على أنواع محددة من السلع والخدمات التي تؤثر سلباً على عملية العرض والطلب، وتؤدي إلى ارتفاع غير مبرر للأسعار، أن يحدد عدد الوكالات المسموح بها لكل وكيل وأنواعها، بناءً على توصية الجهات المعنية بالمنافسة ومنع الاحتكار.

كل هذه النصوص يفهم منها صراحة التدخل غير المباشر للدولة في التأثير على أسعار المنتجات في السوق المحلي، بغرض حماية المنافسة وكذلك تمكين المستهلك من حرية الاختيار في سوق سليم لا تشوبه التكتلات الاحتكارية وغيرها من الوسائل المحضورة التي تؤثر سلباً على الأسعار.

الفرع الثاني: حالات تدخل الدولة في تحديد أسعار السلع

في ظروف معينة يمكن للدولة أن تتدخل بشكل صريح في تحديد الأسعار، بالصورة التي يسمح فيها القانون هذا التدخل، لغاية حماية المستهلك وعجزه عن شراء احتياجاته نتيجة ارتفاع أسعار السلع

والخدمات، وفق الحالات التالية:

أولاً: وقت الأزمات

إذا كان الأصل هو حرية الأسعار فإن المادة (٩) من قانون حماية المستهلك رقم ٢٠١٤/٦٦ أوردت قيذا على ذلك كتدبير وقائي مؤقت فقد نصت: " في حال ظهور أزمة أو جائحة طبيعية أو ظروف استثنائية أو وضعية خاصة غير عادية للسوق تترتب عليها زيادة غير طبيعية في الأسعار، يجب على رئيس المجلس بعد موافقة المجلس اتخاذ إجراءات وقتية لتحجيم تلك الزيادة بعد موافقة مجلس الوزراء".

يفهم من هذا النص أن التدخل في تحديد الأسعار هو إجراء مؤقت، ينتهي بانتهاء المسبب لتلك الزيادة، سواء كان نتيجة أزمة أو جائحة طبيعية كانتشار الأوبئة أو ظروف استثنائية كحالات الحروب، أو وضعية خاصة غير عادية للسوق.

وقد بينت اللائحة التنفيذية للقانون رقم ٢٠١٧/٧٧ الإجراءات التي تتم وفق المادة المذكورة، حيث نصت على أن: " يجب على رئيس المجلس؛ وبعد موافقة المجلس ومجلس الوزراء في حال حدوث حالة من الحالات المنصوص عليها في المادة (٤) من القانون اتخاذ إجراءات وقتية لوقف الزيادة المستمرة في الأسعار، أو تقليصها أو خفضها، ويصدر بها قرار، يحدد فيه شروط تداول السلع والخدمات، وأسعارها، وفترة سريانه، ويجوز تمديد فترة سريان القرار الفترة أو فترات أخرى، وبذات الإجراءات، في حالة استمرار الظروف والحالات المنصوص عليها في المادة (٤) من القانون".

أما عن كيفية تقدير تلك الزيادة، فقد نصت المادة (٨) من اللائحة على: " يجب على رئيس

المجلس عند تقدير الزيادة غير الطبيعية في الأسعار، وفقاً لأحكام

المادة (٤) من القانون، أن يستند على الأسس الآتية:

١. عدم توافر السلعة.
 ٢. نسبة التضخم في السلطنة.
 ٣. سعر السلعة أو الخدمة في الفترات السابقة.
 ٤. المستوى العام للأسعار في السلطنة وفي الدول المجاورة.
 ٥. سعر السلعة أو الخدمة في السلطنة وفي الدول المجاورة.
 ٦. معدل نسبة الزيادة في سعر السلعة أو الخدمة.
 ٧. قيمة صرف العملة الأجنبية وقت استيراد السلعة أو المواد الأولية.
 ٨. شكاوى المستهلكين إلى الهيئة.
 ٩. ارتفاع الأسعار في بلد المنشأ.
 ١٠. ارتفاع تكاليف الشحن والنقل.
 ١١. ارتفاع أسعار الطاقة.
 ١٢. مدى وجود منافسة أو احتكار حسب القوانين المعمول بها.
- إن فرض هذا التدخل المباشر للدولة في تحجيم الأسعار ما هو إلا لأجل حماية المستهلك من استغلال المزودين ذو الطابع الاحتكاري أو المهيمنين في السوق لفرض أسعار فاحشة، أو حتى التقليل من عرض السلعة بهدف رفع السعر في تلك الظروف الاستثنائية ليحقق أكبر ربح ممكن على حساب المستهلكين خلال فترة الأزمات (الشريف، ٢٠٠٤).

ولم يعطي المشرع العماني مدة زمنية محددة يمكن بعدها تمديد قرارات التحجيم في الأسعار، وإنما ترك ذلك للسلطة التقديرية للمجلس، وفق استمرارية الظروف الاستثنائية المسببة لذلك من عدمه، وأحسن المشرع في ذلك حيث أن منح الدولة سلطة كاملة في تقدير المدة اللازمة للتدخل في تحجيم الأسعار وتأطيره في حالة الارتفاع المفرط وغير المبرر من قبل المزودين، هو يعكس اهتمام المشرع بحماية المستهلك والذي من خلاله تنجح الأسواق وتسير بعجلة متواترة نحو الاقتصاد الحر الحقيقي وليس المعتمد على الهيمنة والاحتكار.

ثانياً: تدخل الدولة بشكل غير مباشر

تستطيع الدولة بطريقة مباشرة وغير مباشرة من التدخل للتأثير على الأسعار وضمان استقرارها بالشكل الذي يعين المستهلك على الشراء خاصة السلع الأساسية، وقد أنشأت الهيئة العامة للمخازن والاحتياطي الغذائي بالمرسوم السلطاني رقم (٨٠/٦٢) وتعديلاته بالمرسوم رقم (٨٦/٨٩)، والتي تعني بإعداد وتنفيذ استراتيجية الأمن الغذائي، ورفع تقارير دورية إلى مجلس الوزراء بشأنها، وت تطوير السياسات والتشريعات الوطنية المرتبطة بقطاعات الأمن الغذائي في السلطنة.

وقد صدر نظام الهيئة وفق المرسوم رقم (٢٠١٧/٣)، والذي بموجبه تحصل الهيئة على سلطة التدخل من أجل الحفاظ على توافر السلع واستقرار أسعارها وذلك من خلال تخزين السلع والمواد الغذائية الأساسية، ورفع تقارير دورية إلى مجلس الوزراء بشأن مستوى المخزون، ووضع نظام لحركة المخزون السلي لحفظه في حالة جيدة وتدويره وتعويضه بصفة مستمرة وللهيئة في هذا الشأن التنسيق مع القطاع الخاص، على ألا يقل المخزون السلي عن الحد الأدنى الذي يقره مجلس الوزراء.

كل ذلك، وبطريقة غير مباشرة يمكن للدولة من خلال الهيئة التأثير على حركة السلع في السوق

المحلي، وبالتالي زيادة المعروض لتخفيض السلع أو العكس حسب معطيات السوق وحاجاته.

ويبرز هذا التدخل من خلال دعم الحكومة للشركات التي لديها حصة من أسهمها، ويقدر قيمة الدعم لشركة المطاحن العمانية عام ٢٠١٩ بـ (٢,٦) مليون ريال عماني، وهذا بلا شك يؤثر إيجاباً في استقرار الأسعار والحيلولة دون ارتفاعها نتيجة المؤثرات العالمية في المواد الخام والطلب المضطرب فيها (أثير اللالكترونية، ٢٠١٩).

كما يمكن للدولة التدخل من خلال الاتفاقات مع مزودي الخدمة لتخفيض أسعارها كما حدث مع شركة المطاحن العمانية حينما أعلنت رفع أسعار الأعلاف الحيوانية بسبب ارتفاع أسعار المواد الخام في سوق الحبوب الدولي، في إعلانها رقم (ش.م.ع/٠٩٤/٢٠٢١م) بتاريخ ١٨ يناير ٢٠٢١، فقد اجتمعت وزارة الثروة الزراعية والسمكية وموارد المياه بحضور رئيس هيئة حماية المستهلك، بممثل شركة المطاحن العماني لمناقشة الارتفاع العالمي لأسعار الحبوب مما أدى إلى ارتفاع حاد في أسعار الأعلاف عالمياً ومحلياً الأمر الذي أثر على مربّي الثروة الحيوانية، وتم الاتفاق مع شركة المطاحن العمانية بإعادة أسعار الأعلاف المركزة إلى ما كانت عليه قبل الرفع، وتخفيض الزيادة الحاصلة في أسعار أعلاف الدواجن بنسبة ٥٠% (الفارسي، ٢٠٢٢).

كما يمكن للدولة التدخل في تسقيف الأسعار، من خلال تحديد السعر الأعلى عند الاستهلاك وكذلك هوامش الربح القصوى عند الإنتاج والاستيراد وعند التوزيع بالجملة أو التجزئة، ويحدد ذلك السقف سعري دون إمكانية تجاوزه، وفي حالة ما إذا كانت تكاليف الإنتاج التي تدخل في تركيبة السعر مرتفعة، فأصبح السعر الحقيقي تجاوز السعر المسقف الذي حددته الدولة يبقى المزود التجاري ملزماً بالسعر المسقف وذلك بموجب وثيقة تسمى تركيبة الأسعار، توضح واقع السعر المكون والذي

على المزود أن يقدمه للجهات المختصة (ناجي، ١٩٨٢).

وفي هذا الإطار، وعلى سبيل المثال أصدرت وزارة الصحة العمانية قرارا وزاريا رقم

(٢٠١٧/٧٤م) بتاريخ ١٦/٤/٢٠١٧م بتعديل القرار الوزاري رقم (٨٦ / ٢٠٠٠) في شأن تسجيل

شركات الأدوية ومنتجاتها وتسعير هذه المنتجات يقضي بتعديل سعر بيع الدواء للجمهور، بحيث يكون

على أساس سعر ميناء الوصول والذي تقره اللجنة الفنية، مضافا إليه هامش ربح بنسبة ٤٥% مقسمة

على النحو الآتي: ١٩% للوكيل (تاجر الجملة) و ٢٦% للصيدلية (البائع بالتجزئة).

وينص قانون تنظيم مزاولة مهنة الصيدلة والمؤسسات الصيدلانية الصادر بالمرسوم السلطاني رقم

(٢٠١٥/٣٥) على أن: "تحدد اللائحة الشروط والإجراءات اللازمة لتسجيل شركات الأدوية ومنتجاتها

وتسعير تلك المنتجات، وتسجيل شركات الأدوية العشبية ومنتجاتها وما يماثلها، وتسجيل شركات

المستلزمات الطبية ومنتجاتها"، وتعطى اللجنة الفنية بوزارة الصحة المنصوص عليها في المادة (٢٧) من

القانون السلطة في تسعير الأدوية وفقا لضوابط محددة، وذلك بحسب اللائحة التنفيذية لقانون تنظيم

مزاولة مهنة الصيدلة والمؤسسات الصيدلانية رقم ١١٣/٢٠٢٠، حيث تلزم شركات الأدوية أو

موزعيها على تقديم شهادة أسعار متضمنة الآتي:

أ - تكلفة التصنيع، وسعر الجملة، وسعر البيع بالتجزئة، في بلد المنشأ.

ب - سعر التصدير المقترح للسلطنة بالدولار الأمريكي.

ج - سعر التصدير إلى دول مجلس التعاون لدول الخليج العربية، والدول الأخرى المسوق فيها

الدواء.

د - صورة ضوئية لسعر الدواء في مراجع الأسعار الرسمية - إن وجد.