

الفصل الأول

مفهوم حماية المستهلك والممارسات التجارية غير المشروعة

تمهيد:

بحكم أننا جميعا مستهلكون، ورغبة في إشباع احتياجاتنا من السلع والخدمات، لذا بات من الضروري سن التشريعات والقوانين التي تحمي حق المستهلك في تحقيق هذه الرغبة دون أي تدخل يمنع أو ينقص من حقوقه تلك، وهذا هو محور الاستهلاك الإنساني الذي أكدته الاقتصاديات جاردتر آكلي (١٩٨٠) بقوله: "الاستهلاك هو الحصول على إشباع مادي أو نفسي من استخدام أو ملكية السلع والخدمات الاستهلاكية وليس مجرد شرائها فقط".

في مقابل حقوق المستهلك تأتي التزامات على عاتق المزود لتقديم السلع والخدمات بشكل تضمن معه إشباع حاجة المستهلك دون أي ضرر وإلا نال الجزاء على مخالفة ذلك. ولا يعتبر ذلك تقييدا للحرية التي يتمتع بها المزودون التجاريون التي كفلتها لهم منظمة التجارة العالمية، والاتفاقات الأخرى المعتمدة. بمناسبة الملاحق لها (ابراهيم أحمد خليفة، ٢٠٠٦).

وباعتبار أن بحثنا هذا يدور حول حماية المستهلك من الممارسات التجارية غير المشروعة، ارتأينا كمدخل لموضوع أطروحتنا التطرق في فصل أول للتعريف على مفهوم المستهلك والممارسات التجارية غير المشروعة وتمييزها عن غيرها من الممارسات.

وعليه قسمنا هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث نتطرق في المبحث الأول إلى التطور التشريعي لحماية المستهلك من الممارسات التجارية غير المشروعة، وفي مبحث ثان نشرح مفهوم المستهلك وما يتصل به من تعريف للمزود التجاري والسلع والخدمات، وفي المبحث الثالث نتطرق إلى توضيح مفهوم الممارسات غير المشروعة.

المبحث الأول: التطور التشريعي لحماية المستهلك من الممارسات التجارية غير المشروعة

قد لا تكون الأطر التشريعية واضحة خلال الحضارات القديمة ولم تبلور فكرة حماية المستهلك في صورتها الاقتصادية الحالية إلا بعد أن اجتاحت الثورات الاقتصادية العالم الحديث وما استتبعها من تأثير نتيجة الحربين العالميتين اللتين أدت إلى نقص كبير في الإنتاج مقابل الطلب العالي من المستهلكين والذي بدوره أدى إلى تضخم الأسعار، جعل من تدخل الحكومة لفرض قيود اقتصادية لا مفر منه للمحافظة على توازن السوق.

كان التركيز في الأزمنة السابقة على عمل تنظيم يحمي التاجر القوي من جيروته اتجاه المستهلك البسيط وعلى ضوء ذلك وضعت الأسس المناسبة للحماية، في حين تطورت القوانين في العصر الحديث والتي كرست مبدأ حماية المستهلك من أية ممارسات تجارية تنقص أو تلغي حقوقه وهو ما نتطرق إليه في هذا المبحث في مطلب أول، وفي مطلب ثان نتحدث عن التطور التشريعي في حماية المستهلك من تلك الممارسات غير المشروعة في الدول العربية وسلطنة عمان وما آلت إليه الأوضاع القانونية اليوم.

المطلب الأول: التطور التشريعي لحماية المستهلك من الممارسات التجارية غير المشروعة في الشريعة

الإسلامية والقوانين الوضعية

إن التشريعات الخاصة بحماية المستهلك مرت بمراحل تاريخية تضمنتها للحضارات القديمة والمجتمعات الحديثة في قوانين وضعية، كما أضافت الشريعة الإسلامية للحضارة الإنسانية القانون الشرعي التي اتخذت الدراسات الحديثة المقارنة بين القانون الوضعي والقانون الشرعي الذي ارتضاه جل علاه على عباده.

لم نجد في الشريعة الإسلامية مصطلح "حماية المستهلك" في استعمال الفقهاء، فمصطلح الحماية لا يتجاوز في الوصف عن القاصر أو الضعيف العاجز الذي تجب فيه الحماية، في حين أن المستهلك يفترض فيه البلوغ وتمام العقل وكمال الأهلية وحر الإرادة فيما يستهلكه من سلع أو خدمات، وبالتالي فإن لفظ الحماية قد لا تطبق عليه، إلا أن الفقهاء حددوا الأفعال التي تسبب ضررا بالمستهلكين، ومنها جاء تقريرهم بشأن تلك الأفعال بإطلاق الأحكام عليها كالغش في البيع والتعاقد، ويدخل فيها الاحتيال والخديعة والتدليس والتطيف، وأكدوا على أهمية الأمانة في التعاملات التجارية وتحري الصدق والبعد عن الغبن في بيع السلع، سواء كان بالوعظ والإرشاد أو من خلال تطبيق نظام الحسبة لردع من تسول نفسه مخالفة تلك الأحكام وينشر راحة البال للمستهلكين (الكيسي، ١٩٩٨).

ويختلف هذا الأمر بالنسبة للقوانين الوضعية القديمة والحديثة حيث أن مصطلح حماية المستهلك جاء صريحا وواضحا بسن قوانين تنظم العلاقة بين المستهلك والتاجر، وتطور الأمر إلى أن أعطي المستهلك حقوقا يلتزم التاجر بتحقيقها له وعدم المساس بها.

في هذا المطلب نتطرق في فرعين اثنين إلى حماية المستهلك في الشريعة الإسلامية وكذلك في

القوانين الوضعية قديما وحديثا.

الفرع الأول: حماية المستهلك في الشريعة الإسلامية

تتميز الشريعة الإسلامية عن القانون الوضعي بكماله وسموها ودوامها وهو مالا تتمتع به

القوانين الوضعية، فالقانون الشرعي أتى من عند الله عز وجل والله جلت قدرته له صفات الكمال

والسمو والدوام فهي تابعة منه في المزايا (عبدالقادر، ١٩٨٦).

وجاءت الشريعة كي تحفظ للناس حقوقهم وتنظم حياتهم، وكل الناس يتصفون بالاستهلاك

فتشملها الرعاية والحماية، كما يستلزم الشريعة أن تحفظ حياة الإنسان من إيقاع الضرر بها أيا كان

شكل الضرر، وهو ما يعرف بالكليات الخمس: المحافظة على الدين والنفس والنسل (خلف أ.)، الحماية

الجنائية للمستهلك في القانون المصري والفرنسي والشريعة الإسلامية (دراسة مقارنة)، (٢٠٠٥).

وجاء التشريع الإسلامي بأحكام وضوابط وقواعد تبين للتاجر مشروعية ما يقوم به من أعمال

البيع والمتاجرة المشروعة، وتحمي المشتري من الوقوع في مغبة الغش والغبن والاحتكار، ومن هذا

التأسيس نتطرق لبعض أحكام الشريعة الإسلامية التي تضيف الحماية للمستهلك وفق الآتي:

أولاً: أحكام لبعض الممارسات المنهي عنها

أ-الكذب في الوصف

إن قيام البائع بإعطاء سلعته وصفا كاذبا بنية ترغيب المشتري بالشراء هو امر منهي عنه في الإسلام،

فعن رسول الله صلى الله عليه وسلم قال: "إن التجار هم الفجار، قال رجل: ياني الله ألم يحل الله البيع،

قال "إنهم يقولون فيكذبون ويحلفون فيأثمون" (الحديث. الذهبي. المذهب في اختصار السنن الكبرى للبيهقي: ج. ٤: #٤٢٠٣).

ب- الغش في الميزان

إن إنقاص الميزان بطريقة أو بأخرى مما يؤثر على صحة الوزن في السلعة وبالتالي خداع الناس والحصول منهم على مقابل غير مشروع هو أمر محرم تحريماً قاطعاً في التشريع الإسلامي، ويؤكد ذلك قوله تعالى: ﴿وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ الَّذِينَ إِذَا اكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ﴾ (القرآن: المطففين ٨٣: ١: ٣).

كما روي أنه: "لما قدم الرسول صلى الله عليه وسلم المدينة كانوا من أخبث الناس كيلاً فانزل الله "وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ" فأحسنوا الكيل بعد ذلك". (الحديث: النسائي. عبدالله بن عباس: #١١٦٥٤)

ج- الاحتكار

يعرف الاحتكار بأنه "حبس مال أو منفعة أو عمل، والامتناع عن بيعه وبذله حتى يغلو سعره غلاء فاحشاً غير معتاد، بسبب قلته، أو انعدامه في مظانه، مع شدة حاجة الناس أو الدولة أو الحيوان" (الدرديني، ١٩٩٢).

ووردت أحاديث عدة تحرم الاحتكار، فقد قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: "لا يَحْتَكِرْ إِلَّا خَاطِئٌ" (الحديث: صحيح مسلم. باب تحريم الاحتكار في الأقوات: #٣١١٤) وعن رسول الله صلى الله عليه وسلم أنه قال: "من دخل في شيء من أسعار المسلمين ليغليه عليهم كان حقا على الله أن يقعه به" (الحديث: الطبراني في الكبير: باب ما أسند المقداد بن الأسود: #١٦٢٦٩).

د- إخفاء العيوب:

كما لم يجز الشرع أن يكتُم البائع عيباً في سلعته بغرض خداع المشتري وحثه للشراء وهو يعلم أن المشتري ما كان ليشترى سلعته لو علم بعيبها، فالإسلام يحرم الغرر في المعاملة وكتمان العيب، ويقول ابن قدامة: "ولا يحل للبائع تدليل سلعته ولا كتمان عيبها" (الدردير، بدون سنة طبع).

ثانياً: مراقبة الأسواق في الفقه الإسلامي

قد عرف في الفقه الإسلامي نظام الحسبة كأحد الآليات التي يتخذها الحاكم في مراقبة المعاملات التجارية ولحماية الناس من الغش والخداع.

وتعرف الحسبة في اللغة تعني الأجر كقولك احتسبت الأجر على الله فالاحتساب طلب الأجر (منظور، ٢٠٠٥)، ومصطلحاً تعني: "الأمر بالمعروف إذا ظهر تركه، ونهي عن المنكر إذا ظهر فعله" - فهو نظام إسلامي يعني بمراقبة كل ما يتعلق بالخدمات ومعاقبة من يذنب في ذلك، وهو ما يشبه أجهزة الرقابة الحالية كالشرطة والادعاء العام وأجهزة الرقابة المالية في الدول.

وهنا نجد أن الحسبة فكرة تقوم على الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، ونجد أن هذا الالتزام بنظام الحسبة يقوم به موظف مختص يسمى آنذاك بالمحتسب، والمتطوع بالحسبة إذا قام بها بدون تكليف (الدسوقي، ١٩٦٢). فالمحتسب يتفقد حاجات الناس وأطعمتهم فيحجمهم من الغش في التجارة ويضمن خلو السوق مما يفسد هذه الحاجة سواء في الغذاء وغيرها من الاحتياجات، ويظهر ذلك في تنظيم الأسواق بحيث لا تظلم في البيوع عامة المستهلكين.

ونلاحظ اهتمام الرسول صلى الله عليه وسلم بتطبيق أحكام الإسلام في الأسواق بتعيينه عمر بن الخطاب رضي الله عنه مراقباً لسوق مكة وسعيد بن سعيد بن العاص رضي الله عنه مراقباً على سوق

المدينة، وهو أمر يستقيم مع حكمة المشرع الله عز وجل التي تتوافق ما أن الدين المعاملة والأخلاق الحسنة بين الناس تاجرا كان أو مستهلك (موسى، ٢٠١٣).

ومع الفتوحات الإسلامية وانتعاش حركة التجارة والصناعة وظهرت أهمية مراقبة الأسواق من كافة المتعاملين في تلك الأسواق من تجار وصانعين ومشتريين وتوسع الرقعة الإسلامية وتداخل الأجناس في التجارة باتت مضاعفة نظام الحسبة أمرا ملحاً.

وفي العصر الأموي والعباسي بات نظام الحسبة ولاية مستقلة مثله مثل ولاية القضاء وولاية المظالم، فتم وضع القواعد الخاصة به وحدت بشكل واضح اختصاصاته، ومنح استقلال تاماً في سلطته وهو ما يظهر بوضوح في التطبيقات العملية لهذا النظام (حياة، ٢٠٠٨).

من خلال ما سبق ذكره يتأكد الاهتمام الكبير الذي أولاه الإسلام بالمستهلك في حمايته من جشع التجار، فوضع القواعد التي تقيه التصرفات والممارسات التجارية المضرة بها سواء في ماله أو بدنه.

الفرع الثاني: التطور التاريخي في حماية المستهلك في القوانين الوضعية قديماً وحديثاً

أولت التشريعات الذي وضعها البشر في الحضارات القديمة وكذلك المجتمعات الحديثة اهتماماً بارزاً في حماية المستهلك من الممارسات التجارية التي تضر بحقوقه، ونتطرق في البحث عن تلك التشريعات في الحضارات القديمة، ومن ثم الحديث عن تطور التشريعات الموضوعية في العصر الحديث:

أولاً: حماية المستهلك في الحضارات القديمة

أ- عند الفراعنة: تبين الآثار الحديثة التي اكتشفها علماء الآثار وغيرها من ومختلف الدراسات التاريخية لحضارة الفراعنة، مدى الاهتمام الكبير في ذلك العصر باعتبار أن الإنسان له حقوق في حياته الاجتماعية والاقتصادية بكونه مستهلك وفق المفهوم الحالي، حيث يعود ظهور التشريع في مصر القديمة

إلى القرن الخمسين قبل الميلاد حينها عرفت مصر الكتابة، ويعتبر القانون الذي أصدره الملك "توت" إله القانون كأول تدوين للقوانين المصرية، فللملك سلطة إلهية وتشريعية عام ٤٢٤١ قبل الميلاد، وأهم ما وصل إلينا من القوانين المصرية قانون "حور محب" الصادرة في ١٣٣٠ (ق.م)، وهو أحد أهم القوانين الجنائية الاقتصادية بمفهومها اليوم، ففي المادة الثامنة من هذا القانون الجريمة الخاصة بالمفتشين عديمي الذمة المتواطئين مع محصلي الضرائب، بالإضافة إلى المادة العاشرة منه على الجريمة الخاصة بجمع ضرائب الحبوب (ليب، ١٩٤١).

وقد استمر العمل بهذا القانون في مصر في العصر البطلمي والروماني حتى عام ٢٠١٢ (ق.م)، واحتوى هذا التشريع بعض النصوص الخاصة بحماية المستهلك حيث حدد السعر القانوني للفائدة إذ لا يجوز أن يشترط أن تكون هناك فائدة سنوية تزيد من ثلث رأس المال، فضلا عن عدم شرعية المطالبة بأكثر من ضعف الدين ولو كان لمدة طويلة، وبالتالي حرمت الفائدة المركبة (عبدالمتعال، ١٩٣٥).

ب- بلاد الرافدين: أصدر الملك "أرغو" قانونا أسماه باسمه، وهو يعتبر واحد من أقدم القوانين المكتشفة في تاريخ العالم، حيث أنه سبق شريعة حمورابي بثلاثة قرون (العبودي، ١٩٨٨)، تضمن هذا القانون على نصوص تتعلق بالتأمين الاجتماعي وبالموازن والنقود بالإضافة إلى التعويض المادي، ويعتبر أول قانون تتطرق إلى التعويض بدلا من القصاص (خلف أ.، ٢٠٠٥)، واستمر سريان هذا القانون حتى جاء قانون "أورو كاجينا" حوالي سنة ٢٣٥٥ (ق.م)، حيث وردت فيه نصوص إصلاحية تعد من أقدم الإصلاحات الاقتصادية، وفي ١٩٥٠ (ق.م)، جاء الملك "بلالاما" حيث أصدر قانون "أشنونا" وفيه تعامل مع مسائل قانونية متفرقة من أهمها تحديد أسعار بعض السلع والإيجار والقرض (العبودي، ١٩٨٨).

أما قانون "حمورابي" الذي أصدره الملك حمورابي وهو واحد من ملوك الأسرة البابلية الأولى والذي حكم مدة ٣٤ سنة، ويعتبر هذا القانون من أكثر القوانين شهرة من القوانين المتعلقة بالحضارات القديمة حيث يتغلب على قانون الألواح الاثني عشر الروماني بالرغم من سابقة نشوئه بما يزيد عن اثني عشر قرناً (خلف أ.، ٢٠٠٥). حيث أنه اهتم بالتنظيم الاقتصادي بشكل متميز لتحديد أثمان السلع، بالإضافة إلى أتعاب الأطباء والجراحين، وأجور البنائين والنجارين والبحارين والرعاة والعملة (يكن، ١٩٦٩).

ج- الإغريقين: كان للإغريقين اهتمام بتنظيم شؤون السوق وحماية المستهلك، حيث نجد في تقنين دراكون الذي يعتقد أنه وضع حوالي عام ٦٢١ (ق.م)، لصيغة القواعد القانونية في نصوص مدونة خوفاً من احتكارها في أيدي الأشراف وحتى تتحقق بذلك المساواة (المغربي، ١٩٩٦).

كما أصدر الملك صولون حاكم مدينة أثينا عام ٦٠٠ (ق.م) تقنيناً من أجل حماية المستهلك نتيجة الأحوال الاقتصادية التي تعصف بالبلاد آنذاك، ويظهر تأثيره في صياغة القانون بالقانون المصري وقت زيارته لمصر عام ٥٥٩ قبل الميلاد، فاقترض من القانون المصري بعض الأحكام مما تضمنته قوانين بوخريس، وتميزت تشريعاته بأنها ساوت بين شرائح المجتمع المختلفة، كما وضع نظام المقاييس (خلف أ.، ٢٠٠٥)، وقد حدد هذا القانون سعر الفائدة كما حرم الربا الفاحش (حسن، ٢٠٠٣).

د- الرومان: كان للرومان اهتمام ملحوظ في تنظيم التجارة وتوقيع العقوبات لمن يخالفها، فالقانون الروماني قديماً أورد نصوصاً تتعلق باستيراد الحبوب وتجارتها، وأيضاً ارتفاع الأسعار والتموين، وأورد عقوبات شديدة ضد من يخالف التسعيرة المحددة والأنظمة المتعلقة بتجارة الحبوب والتموين واستيراد السلع وتصديرها، وكثير من المخالفات التي تتعلق المتعاملين التجاريين، وتلك العقوبات تمثلت

في المنع من مزاوله التجارة والإبعاد، ومصادرة الذمة المالية والغرامة، والأشغال الشاقة، وقد تصل إلى الإعدام في بعض الحالات (بجاني، ١٩٨٤).

وتميز الرومان في أنهم قاموا باستحداث وظيفة لمراقبة الأسواق والأسعار لموظف مختص أسموه بالمحتسب أو حاكم السوق وذلك بقصد تنظيم تموين البلاد بالسلع الغذائية ومنع الاحتكار والحد من ارتفاع الأسعار (خلف أ.، ٢٠٠٥)، ومن أهم تلك القوانين التي كرس هذا الجانب مدونة الألواح الاثني عشر التي صدرت في مدينة روما عام ٤٥ قبل الميلاد (طالب، ٢٠٠٧).

وهذا الاهتمام بحماية المستهلك في العصور الرومانية جلي فيما أصدره الحكام من أنظمة، فالامبراطور "جيسنتيان" قضى بوجوب فسخ العقد إذا احتوى على غبن فاحش، أما الامبراطور "دقلديانوس" فقد أصدر بيانا لتحديد أسعار السلع، والإمبراطور "شارلمان" أمر بوضع حد أقصى لأسعار المحاصيل، ومنع الاحتكار ويعاقب كل تاجر يقوم ببيع السلع الأساسية بأسعار تزيد عن سعرها الطبيعي (المغربي، ١٩٩٦).

ثانيا: حماية المستهلك في المجتمعات الحديثة

إن التقدم الاقتصادي والصناعي للمجتمع وما تبعه من تطور في المجال التكنولوجي رفع معدل الزيادة في القدرة الإنتاجية للأعمال التجارية، سواء كانت خدمات أو سلع، كما تغيرت طرق التسويق التجاري لتلك المنتجات وأصبحت أكثر انتشارا وبأسلوب مغاير مما لم تعهد الحضارات القديمة، فالتسويق بالإعلانات زادت من إقبال المستهلكين لشراء السلع في نطاق واسع، وهو ما أدى إلى ضرورة حتمية لتدخل الدول في سن التشريعات لحماية المستهلك من أي تجاوزات أو ممارسات تؤثر على إرادة المستهلك وحرية الاختيار.

وقبل أن تصدر تلك التشريعات كانت للحركات المجتمعية المتمثلة في الجمعيات دور في الإسراع من سن القوانين المنظمة للأسواق وبالخصوص حماية المستهلك، خاصة في أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية، وذلك كالآتي:

أ- التطور التشريعي في الولايات المتحدة الأمريكية:

سبقت الولايات المتحدة الأمريكية العالم الحديث اعتبار المستهلك ذو أهمية في المجموعة الاقتصادية ويستحق الحماية، وقد وجه الرئيس الأمريكي "جون كيندي" رسالته إلى الكونغرس بتاريخ ١٥ مارس ١٩٦٢م، والتي حث على ضرورة وضع قوانين إضافية تعني بحماية المستهلك وتمكن الحكومة الفدرالية من بسط حمايتها له وفق القانون، وقد تضمنت الرسالة حقوق جديدة للمستهلك منها الحق في الإعلام، وحق الأمان والحق في الاختيار، وحقه في إيصال صوته للجهات المسؤولة (بودالي، ٢٠٠٦). وكما سبق وأن أشرنا إلى أن التطور الاقتصادي والثورة الصناعية في العصر الحديث وزيادة الإنتاج بشكل ملحوظ وكبير أدى إلى شعور المجتمع بالضعف أمام هذه القوى الاقتصادية والصناعية وباتت المطالبات واضحة لإرساء القوانين الذي تحميه كونه الحلقة الأضعف في المنظومة الاقتصادية (فوزي، ٢٠٠٥).

ولا يعني ذلك أن الولايات المتحدة لم تكن لديها القوانين المنظمة في هذا الخصوص، وإنما تنشرت بعض الأنظمة والقوانين بشكل منفرد وبطريقة غير مباشرة، فنجد أن قانون ١٨٨٢م، تناول الخداع والغش، ثم صدر قانون ١٨٩٠م الذي نظم صناعة الأغذية المحلية وحدد المواصفات القياسية من أجل حماية المستهلك، كما أنشأت إدارة الأغذية والدواء في سنة ١٩٢٧م وكانت الإدارة التي يناد

بها وضع التشريعات الخاصة بمنتجات الأغذية، ففي عام ١٩٣٠م تم الاتفاق مع وزارة الصناعة لتحديد معايير قياسية لجودة المنتجات المحلية.

واستمر الاهتمام في الولايات المتحدة الأمريكية بعد رسالة الرئيس "كيندي" بكل ما يتعلق بحماية المستهلك، ومع مطلع السبعينات من القرن العشرين الماضي، برز حركه المستهلك بقيادة "رالف نادر" وهو مشهور على مستوى الولايات المتحدة الأمريكية بل وعلى مستوى عالمي بنضاله من أجل حماية المستهلك، فمن خلال مجموعته تم إعداد قائمة واسعة تتضمن حقوق المستهلكين، حيث أضيفت ستة حقوق أخرى ليصل عدد الحقوق إلى عشرة (بودالي، ٢٠٠٦).

وواقع اليوم في الولايات المتحدة الأمريكية فإن تنفيذ حماية المستهلك يتم من خلال خليط من القوانين واللوائح الفيدرالية وقوانين الولايات، وبعض القوانين الفيدرالية تشمل قوانين حماية المستهلك، وقانون لجنة التجارة الفيدرالية ("قانون FTC")، ونظام "Dodd-Frank Wall Street" الإصلاحى وقانون حماية المستهلك، وقانون غرام ليتش بيلي "قانون GLB"، وقانون المصادقية في الإقراض "TILA"، وقانون الإبلاغ عن الائتمان العادل "FCRA"، وقانون ممارسات تحصيل الديون العادلة "FDCPA"، والائتمان المتساوي، وقانون الفرص، وقانون منع سرقة الهوية والافتراض، وقانون حماية خصوصية الأطفال على الإنترنت "COPPA"، وقانون حماية المستهلك عبر الهاتف "TCPA"، وقانون حماية خصوصية الفيديو "VPPA"، وقانون سلامة المنتج "CPSA" والقانون الفيدرالي للأغذية والأدوية ومستحضرات التجميل "FD&C"، بالإضافة إلى ذلك، فإن معظم الولايات تقر بمطالبات الضرر بموجب القانون العام، واعتمدت قوانين تحظر الأعمال والديون غير العادلة أو الخادعة، وقد قامت بعض الولايات أيضاً بسن قوانين الخصوصية. ولعل أشهر الأمثلة هي ولاية "إلينوي" التي شرعت

قانون خصوصية المعلومات الحيوية "BIPA"، وقانون خصوصية المستهلك في كاليفورنيا "CCPA"، وقد نفذ هذا الأخير اعتباراً من ١ يناير ٢٠٢٠م (Meredith Slawe, 2021).

ب- التطور التشريعي في أوروبا: في النصف الأول من القرن العشرين المنصرم، لم تشهد أوروبا تشريعاً خاصاً بحماية المستهلك أو اهتماماً مباشراً به، ونحلت الساحة من الجمعيات أو الحركات الشعبية للمطالبة بسن قوانين تحمي علاقته بالمحترفين أو المزودين التجاريين، حتى مع إنشاء السوق الأوروبية بموجب معاهدة روما سنة ١٩٥٧م، إلا أنه ومع مطلع عام ١٩٧٢م، برز الاهتمام بالمستهلكين من خلال التوصية التي صدرت في قمة باريس لزعماء دول وحكومات السوق، ففي سنة ١٩٧٥م أصدر مجلس وزراء السوق برنامج لحماية المستهلك، وأعنت من خلاله الحقوق الأساسية التي يتمتع بها.

وبعد مداولات طويلة، ومحاولة التنسيق بين دول القارة، في إيجاد سبل موحدة لحماية المستهلك، خاصة مع بزوغ قوانين مختلفة تتعلق بحماية المستهلك من هنا وهناك، وفق التطورات الناشئة في كل دولة على حدة، الأمر الذي شهد معه (الإعلان الأوروبي لحماية المستهلك) في عام ١٩٧٣م (نكاس، ١٩٨٩).

التشريع الفرنسي كانت له تجربة في سابقة في إنشاء قانون عام ١٩٠٥م، يعنى بفرض العقوبات على الخداع أو الغش في السلعة (بحري، ٢٠١٤)، أي أن حماية المستهلك تأتي بطريقة غير مباشرة، ولحق ذلك ظهور الجمعيات التي تعنى بحماية المستهلك، وكان لها الأثر المنشود بالضغط على المشرع الفرنسي والذي بدور أصدر قانون التوجيه التجاري والحرفي في عام ١٩٧٣م، وقد نص في مادته الأولى

على أن: "التجارة والحرفة من أجل ترشيد وتحقيق رغبة المستهلك سواء من حيث السعر أو النوعية للخدمات والمنتجات المعروضة" (ساسي، ٢٠٠٥).

كما صدر قانون ١٠ يناير لسنة ١٩٧٨م تضمنت نصوصا تحمي المستهلكين من مخاطر الائتمان وشروط الإذعان، ومن ثم صدر قانون ١٧ يناير لسنة ١٩٩٢م والذي تضمن بعض النصوص التي تعنى بحماية المستهلك (بحري، ٢٠١٤).

أما الحكومة الإنجليزية فقد اهتمت منذ القرن الرابع عشر بالرقابة على أعمال الغش والخداع، ووقتها صدر قانون العلامات التجارية، وفي سنة ١٨٧٨م صدر قانون المقاييس والمكاييل، وكلها تمس حقوق المستهلك وإن كان بطريقة غير مباشرة كما نعرفها اليوم، واستمر هذا التطور التشريعي بعيدا عن حماية المستهلك بشكل مباشر حيث أصدر المشرع الإنجليزي قانون المواصفات التجارية سنة ١٩٦٨م متضمنا الشروط اللازمة لتوافرها عند إنتاج السلع والخدمات وان تبرز فيها المعلومات طباعة كالوزن الإجمالي، والمقاسات أو الأحجام والمكونات التفصيلية التي تدخل في صناعتها، كما وردت فيه نصوص تعاقب محترف يخالف المواصفات المدونة على السلعة وتعتبر جريمة يعاقب عليها القانون، وفي عام ١٩٧٢م صدر قانون يمنع الغش والخداع في تدوين أو الإشارة إلى الدولة الموردة ذات السمعة الجيدة في الإنتاج بخلاف الواقع، ليأتي هذا القانون ليفرض على البائع تحديد اسم الدولة المستورد منها المنتج، وتوالت القوانين بعد ذلك ففي سنة ١٩٧٤م صدر قانون الائتمان الاستهلاكي، كما صدر قانون سلامة المستهلك في سنة ١٩٧٨م، ثم قانون حماية المستهلك في سنة ١٩٨٧م، وقانون سلامة الأغذية في سنة ١٩٩٠م (بحري، ٢٠١٤).

ج-التطور التشريعي على الصعيد الدولي: مع زيادة الوعي من الكل بأهمية سن التشريعات لحماية المستهلك؛ باعتبار أن المستهلك في مركز الضعيف في مواجهة المزودين التجاريين، جعل وجود قوانين تحمي حقوق المستهلك أمرا ملحا وغير قابل للتأجيل.

ولما للجمعيات الخاصة بحماية المستهلك الدور الفعال في الضغط على الحكومات من أجل سن القوانين التي تحمي المستهلك، فقد قام رئيس اتحاد المستهلكين في الولايات المتحدة الأمريكية بمبادرة إنشاء أول منظمة دولية تسمى "المنظمة الدولية للمستهلكين لمختلف الدول"، وذلك في أبريل عام ١٩٦٠م (العيد، ٢٠٠٩). وتتمتع هذه المنظمة بوضع مستشار لدى المجلس الاقتصادي والاجتماعي لمنظمة الأمم المتحدة؛ ومنظمة الأمم المتحدة للثقافة والعلوم "اليونسكو" ومنظمة التغذية العالمية "الفاو"، ويشكل أعضاء هذه المنظمة من مجلس يتكون من خمسة عشر عضو وتكون أهدافها متركزة على حماية مصالح المستهلك (بودلي، ٢٠٠٦).

وفي منتصف السبعينات أعلن المجلس الاقتصادي والاجتماعي للأمم المتحدة أن لحماية المستهلك دور هام في التنمية الاقتصادية والاجتماعية؛ وبعد دراسة مستفيضة حول المؤسسات والتشريعات الخاصة بحماية المستهلك لدى الدول الأعضاء؛ وتقدم شتى المقترحات لتقدم الحكومات رؤيتها التشريعية مما يخدم مصالح المستهلكين تم صياغة مسودة مجموعة من المبادئ التوجيهية العامة لحماية المستهلك، ونوقش مشروع المبادئ المقدم للمجلس انتهى باعتمادها سنة ١٩٨٥م، وهي، ليصدر قرار الجمعية العامة رقم ٣٩/٣٤٨ باعتبارها تمثل مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك.

وحتت المنظمة الدول الأعضاء على سرعة سن التشريعات الخاصة بحماية المستهلك وضمان عدم المساس بحقوقهم خاصة فيما يتعلق بحرية الاختيار، والتشجيع على تأسيس الجمعيات والمنظمات لحماية المستهلكين وتخدم مصالحهم (ابراهيم ع.، ٢٠٠٧).

المطلب الثاني: التطور التشريعي لحماية المستهلك من الممارسات التجارية غير المشروعة في الدول العربية

وسلطنة عمان

بعد التطور الذي شهده العالم في بسط الحماية للمستهلك وإعلان حقوقه، وبعد انضمام الدول العربية للمنظمات الدولية، ومع تسارع وتيرة التجارة العالمية ودخولها إلى الوطن العربي مع تزايد وتوسع في المنتجات المقدمة للمستهلكين، بات على المشرع العربي لزاما التدخل وسن القوانين التي تضمن للمستهلك حقوقه، وفي هذا المطلب نتطرق في فرعين اثنين إلى التطور التشريعي لحماية المستهلك من الممارسات التجارية غير المشروعة في الدول العربية وسلطنة عمان.

الفرع الأول: التطور التشريعي لحماية المستهلك من الممارسات التجارية غير المشروعة في الدول العربية

سعى المشرع العربي نحو سن قوانين تحمي المستهلك من أية ممارسات يقوم بها التاجر من شأنها المساس بحقوقه، ونبيناؤل البحث في التطور التشريعي لحماية المستهلك في كل من الجزائر ومصر:

أ- التطور التشريعي لحماية المستهلك في الجزائر: شهدت الجزائر مراحل عدة تبرز فيها اهتمام المشرع بوجود حماية للمستهلكين، بداية لم تكن الجزائر تولي اهتماما خاصا بسن قانون خاص يتعلق بالمستهلك ولم تمض في اتباع ما شملته القوانين الفرنسية آنذاك في حماية المستهلك عندما أصدرت الجزائر قانونا يبقف على سريان القوانين الفرنسية باستثناء ما يتعارض مع القوانين الوطنية سنة ١٩٦٢م، لعل السبب يعود إلى عدم توافق الفكر الليبرالي لدى الحكومة الفرنسية والنهج الاشتراكي الذي تتبعه الجزائر مما أثر في تأسيس نظم اقتصادية متوافقة، وإن كانت فرنسا في ذلك الوقت لم تتخذ خطوات في سن قوانين تحمي المستهلك بشكل مباشر (بودالي، ٢٠٠٦).

ومع وجود القانوني المدني الجزائري فإن المستهلك يمكن أن يدفع الضرر عنه من خلال هذا القانون، فقد ورد في القانون المدني الجزائري كغيرها من القوانين المدنية ما يتعلق بنظريات عيوب الإرادة والعيوب الخفية، وأيضا ما يتعلق بالمسؤولية التقصيرية والمسؤولية العقدية التي تفرض على البائع الالتزام بينود العقد وعدم الإخلال به (حنين، ٢٠١٢).

وقد صدرت لاحقا عدة أوامر قانونية تعرض للخادع والغش في المنتج واعتبرته جريمة يعاقب عليها وفقا للأمر رقم ١٥٦/٦٦ في عام ١٩٦٦، تلاه الأمر رقم ٦٥/٧٦ في عام ١٩٧٥ الذي يفرض على المتعاملين التجاريين بإعلام المستهلك عن منشأ المنتج، ثم صدر قرار وزاري يعطي العامل الحماية القانونية لقدرته الشرائية (موالك، ١٩٩٩).

وكان أول بزوغ القانون تضمن قواعد عامة لحماية المستهلك في الجزائر في عام ١٩٨٩م، حين صدر القانون رقم ٠٢/٨٩، وقد تضمن القانون جميع المبادئ الأساسية لحقوق المستهلك المتعلقة بالالتزام العام بالسلامة الصحية، وتطابق المنتج بالمواصفات والمقاييس المعتمدة، وضمان المنتوجات، والإعلام والأمن الاقتصادي (قش، ٢٠٠٨).

وسمح القانون للمستهلكين أن يقيم الجمعيات الخاصة بحمايته وتمثيل مصالحه أمام القضاء، والدفاع عن حقوقه، كما أعطيت صلاحيات رقابية على أعمال التجار لحماية المستهلك من أية ممارسات تعتدي على حقوق المستهلك، وتضمن القانون العديد من القواعد العامة لحماية المستهلك، وأولى اهتماما بجودة ما يقدم له، وذلك بتضمينه نصوصا تتعلق بالمقاييس والشروط والمعايير الواجب مراعاتها في عملية الإنتاج، وكذلك في عرض السلع والخدمات، وحدد من جانب آخر المؤسسات التي تعمل على ضمان تنفيذ هذا القانون ومتابعتهم والتأكد من تطبيق القانون بالشكل السليم (سعداوي،

(٢٠٠٩).

إن التوجه التي انتهجته الجزائر في نظامها الاقتصادي وانتقالها إلى نظام السوق، يتطلب سن القوانين التي تمد يد العون للمستهلك أمام الحركة الاقتصادية الهائلة التي يشهدها العالم، وتزايد حجم المنتوجات، وتنوع الخدمات المقدمة له، جعل المشرع الجزائري يتدخل في سن تلك القوانين، بإصدار مراسيم تنفيذية تكمل القواعد العامة لحماية المستهلك، منها المرسوم التنفيذي رقم ٢٦٦/٩٠ المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات والمرسوم التنفيذي رقم ٦٥/٩٢ الخاص برقابة المطابقة للمنتوجات المصنوعة محليا أو المستوردة، كما صدر قانون حرية الأسعار رقم ١٢/٨٩، وبعدها صدر القانون رقم ٠٣/٠٩ بشأن حماية المستهلك والذي ألغى أحكام القانون رقم ٠٢/٠٩ (موالك، ١٩٩٩).

ب- التطور التشريعي لحماية المستهلك في مصر:

ظهرت أول التشريعات التي تعنى بالسوق وحماية المستهلك من التحكم بالأسعار عندما أصدر محافظ القاهرة عقوبات لمن يقوم بعمليات الاحتكار وبالتالي اعتباره فعلا مجرما، وكان ذلك في عام ١٨٣٠م، وتمثلت العقوبات في الضرب بالسياط والجلد والحبس والأعمال الشاقة (خلف أ.، ٢٠٠٥). وأعقبه في سنة ١٨٨٣ قانون العقوبات المصري الذي احتوى في طياته نصا يعاقب على فعل الغش في التجارة، وتواصل القانون تأكيد عقوبة الغش في قانون سنة ١٩٠٤، وكذلك قانون العقوبات المصري رقم ٥٨ لسنة ١٩٣٧ الذي ضم المادة ٢٦٦ التي تعاقب على الغش والمادة ٣٤٧ التي تعاقب على الغش في المواد الذهبية والفضية، إلا أنه صدر لاحقا قانون رقم ٤٨ لسنة ١٩٤١ ليلغي القانون السابق ويؤكد على تجريم الغش والتدليس (عبيد، ١٩٦٨)، وفي عام ١٩٦٦ أصدر المشرع المصري قانون لمراقبة الأغذية وتنظيم تداولها، وبتعديل صدر في عام ١٩٨٠ تم تجريم الأغذية غير المطابقة للمواصفات أو غير صالحة للاستعمال الآدمي، بسبب كونها مغشوشة أو فاسدة أو أنها تضر بالصحة، أو أنها مخزنة في أماكن غير صحية.

ثم جاءت نكسة ٦٧، والتي تعرف كذلك بنكسة حزيران الذي شهدت وقتها صراعا بين بعض الدول العربية وإسرائيل (بدر وحمدي، ٢٠١٧)، حينها أصدر الرئيس المصري القرار رقم ١٣٣٧ لسنة ١٩٦٧ بإعلان حالة الطوارئ، ونتيجة لذلك فقد كانت أحد الأوامر التي تهم المستهلك بإحالة جرائم التمييز المنصوص عليها في المرسوم بقانون رقم ٩٥ لسنة ١٩٤٥، وجرائم التسعير المنصوص عليها في المرسوم بقانون رقم ١٦٣ لسنة ١٩٥٠ إلى محاكم أمن الدولة، وبعد عدة سنوات صدر الأمر رقم ٥ لسنة ١٩٧٣ في ١٨ أبريل سنة ١٩٧٣ الذي والذي فرض وجود رقابة على القطاع العام والجمعيات التعاونية الاستهلاكية باعتبار الجرائم المرتكبة في حقها جرائم تموينية، وتضمن الأمر محاربة السوق السوداء كما ركز على وجوب توزيع السلع لحماية المستهلك، وبعد عدة أوامر تهم المستهلك صدر قانون حماية المستهلك المصري رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ الذي نشر في الجريدة الرسمية العدد ٢٠ مكرر ٤ ٢١ ربيع الآخر سنة ١٤٢٧ هـ الموافق ١٩ مايو سنة ٢٠٠٦، الذي نص على العمل به بعد ثلاثة أشهر من اليوم التالي لتاريخ نشره، حيث نص في مادته (٢) على أن يكون الوزير المختص بشؤون التجارة والصناعة الوزير المختص بتطبيق أحكام القانون “، كما نص في المادة (٣) على أن تصدر اللائحة التنفيذية لقانون بقرار من الوزير المختص بشؤون التجارة والصناعة " (الصبحي، ٢٠١٨).

الفرع الثاني: التطور التشريعي لحماية المستهلك من الممارسات التجارية غير المشروعة في سلطنة عمان

لم تكن هناك قواعد موحدة تعنى بحماية المستهلك في سلطنة عمان، منذ تأسست عمان الحديثة بقيادة السلطان الراحل قابوس بن سعيد في عام ١٩٧٠م حتى عام ٢٠٠٢م عندما صدر أول قانون خاص بحماية المستهلك بشكل مباشر.

وخلال تلك الفترة توزعت المواد القانونية التي تضيفي بعض الحماية للمستهلك في عدد من القوانين، فقد صدر قانون حماية البيانات (المؤشرات) الجغرافية الصادر بموجب المرسوم السلطاني رقم ٢٠٠٠/٤٠ بتاريخ ٢١ مايو ٢٠٠٠ م ، تضمن نصا غير مباشر يضيفي حماية غير مباشرة للمستهلك وفق نص المادة(٢) : " للسلطات المختصة وللأشخاص الطبيعيين أو مجموعة ذات مصلحة من المنتجين أو المستهلكين لأي منتجات طبيعية أو زراعية أو صناعية أو حرفية لها سمة أو سمعة مميزة ترجع إلى منشئها الجغرافي ، ولكل من يتاجر فيها الحق في التمتع بالحماية المقررة في هذا القانون".

كما لم تكن هناك قوانين تعنى بحماية المستهلك من الاحتكار، حيث أن قانون الوكالات التجارية الصادر بموجب المرسوم السلطاني رقم ٧٧/٢٦، رغم سابقة صدوره لم يمنع من وجود الوكالات الحصرية للمنتجات المقدمة للمستهلك والذي من شأنه أن يخلق أي نوع من الاحتكار الضار بالنظام الاقتصادي المحلي أو في الممارسات الاحتكارية التي تمس حقوق المستهلك، إلا أنه أوجد نصوصا تتعلق بحق المستهلك في توفر السلع الضرورية وتقديمات الضمانات عليها، وذلك في المادة (٩) حيث نصت: " على الوكلاء أن يوفرُوا للمستهلكين في جميع الأحوال:

(أ) كافة الضمانات التي يقدمها المنتجون والموردون الأصليون للسلع التي يتولى الوكلاء توزيعها أو الترويج لها. (ب) قطع الغيار اللازمة لإصلاح السيارات والآلات والمحركات والأجهزة الكهربائية والإلكترونية وجميع المعدات الميكانيكية التي تشملها الوكالة التجارية. (ج) ورش الإصلاح اللازمة في شأن السلع المشار إليها في الفقرة السابقة."

إلا أنه تضمن نصوصا قد تدعم الاحتكار في البلاد، على سبيل المثال المادة (١٤) من القانون حيث نصت على أنه: " يجوز لمجلس الوزراء بناء على توصية وزير التجارة والصناعة أن يحدد عدد

الوكالات المسموح بها لكل وكيل وأنواعها وكذلك عدد الوكالات المسموح بها في السلطنة أو مناطقها المختلفة عن كل نوع من أنواع السلع أو الخدمات. كما يجوز للوزارة بعد موافقة مجلس الوزراء استيراد بعض المواد التموينية بواسطتها أو بواسطة تجار تعهد لهم بذلك في حالات الضرورة دون التقيد بقواعد وأحكام هذا القانون".

وقد جاء قانون الوكالات التجارية المعدل بموجب المرسوم السلطاني رقم ٣٤ / ٢٠١٤، ليلغي تلك النصوص، ويسمح لكافة الموردين والتجار الحق في الحصول على الوكالة لأي منتج وفقا لشروط محددة في القانون.

وفي ذات العام صدر قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار بموجب المرسوم السلطاني رقم ٢٠١٤/٦٧، لتصبح كافة الممارسات الاحتكارية التي تضر بالمستهلك غير مشروعة قانونا وتفرض العقوبات ضد من يرتكبها، حيث يهدف هذا القانون إلى تنظيم حرية ممارسة النشاط الاقتصادي، وترسيخ مبدأ قواعد السوق وحرية الأسعار، على النحو الذي لا يؤدي إلى تقييد المنافسة الحرة، أو منعها أو الإضرار بها.

وقد جاءت المادة التاسعة من هذا القانون لتغطي بعض الجوانب التي تضر بالسوق بشكل مباشر وبالمستهلك بطريقة غير مباشرة، وقد نصت على: "يحظر إبرام أي اتفاق أو عقد داخل السلطنة أو خارجها أو إجراء أي تدبير أو ممارسة، سواء أكانت مكتوبة أم شفوية، صريحة كانت أم ضمنية، تهدف إلى منع المنافسة أو الحد منها أو إضعافها، وعلى الأخص ما يأتي:

أ-تحديد الأسعار والخصومات وشروط البيع أو الشراء أو أداء الخدمة.

ب-تحديد كميات الإنتاج أو الحد من تدفقها إلى السوق أو إخراجها منه بصفة كلية أو جزئية،

وذلك بإخفائها أو تخزينها أو الامتناع عن التعامل بها.

ج-التأثير على المتعاملين في السوق بتوفير كميات من المنتجات بشكل مفاجئ يؤدي تداولها أو أداؤها إلى أسعار غير حقيقية.

د-اقتسام أي سوق قائم أو محتمل للمنتجات على أساس جغرافي أو استهلاكي أو نوعية العملاء أو على أساس موسمي أو فترات زمنية أو على أساس السلع.

هـ-منع أو عرقلة أو وقف ممارسة أي شخص لنشاطه الاقتصادي أو التجاري في السوق.

و-التعامل أو رفض التعامل مع أشخاص محددين بعينهم.

ز-الامتناع عن التعامل بالمنتج في السوق، سواء بالبيع أو الشراء مع شخص أو أشخاص معينين.

ح-تعليق إبرام أي تصرف على شرط قبول التزامات تكون بطبيعتها أو بموجب الاستخدام التجاري غير مرتبطة بمحل التعامل الأصلي أو الاتفاق.

ط-التواطؤ في المزايدات أو المناقصات بين الأشخاص، أو وضع نصوص في شروط المناقصات مثل إدراج العلامة التجارية للسلعة أو تحديد صنفها".

أما قانون حماية المستهلك الذي صدر في عام ٢٠٠٢ كانت تنقصه العقوبات الرادعة، كما أنه لم يعطي الجهة الرقابة أن تفرض أية جزاءات حيال المخالفين، ولم تزد قيمة الغرامة كعقوبة جزائية عن مبلغ خمسة آلاف ريال عماني، ولكون أن الكثير من المخالفات تكون ذات جسامه بالغة على المستهلك، فقد صدر قانون حماية المستهلك الجديد في عام ٢٠١٤. بموجب المرسوم السلطاني رقم ٢٠١٤/٦٦ لتصل أقصى عقوبة فيه إلى ٥٠ ألف ريال عماني، كما تضمنت جزاءات إدارية تفرضها المؤسسة الرقابية وهي هيئة حماية المستهلك، أضفى حماية فعلية للمستهلك.

كما صدر قرار المجلس الأعلى لمجلس التعاون لدول الخليج العربية في دورته (٣٧) السابعة والثلاثين المنعقدة في الرياض في شهر ديسمبر ٢٠١٦م باعتماد القانون (النظام) الموحد لمكافحة الغش التجاري لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية، والذي على ضوئه صدر المرسوم السلطاني رقم ٢٠٢١/٥٤ بتطبيق القانون (النظام) الموحد لمكافحة الغش التجاري لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية، متضمنا نصوصا مفصلة حول تجريم تداول السلع المغشوشة والفاصلة، وبلغت فيه عقوبة الغرامة فيه إلى حد ١٠٠ ألف ريال عماني، وذلك وفق المادة (١١) و (١٢) حيث نصت هذه الأخيرة على: "يعاقب بالسجن مدة لا تزيد على (٣) ثلاث سنوات، وبغرامة لا تقل عن (١٠٠٠٠) عشرة آلاف ريال عماني، ولا تزيد على (١٠٠٠٠٠) مائة ألف ريال عماني، أو بإحدى هاتين العقوبتين إذا اقترن فعل الغش أو الخداع في البضاعة - أو الشروع فيهما - باستعمال موازين أو مكييل أو مقاييس أو أختام أو ملصقات أو آلات فحص مزيفة أو مختلفة أو باستعمال طرق ووسائل من شأنها جعل عملية وزن المنتج أو كياله أو قياسه أو فحصه غير صحيحة، أو كانت البضائع المغشوشة أو الفاسدة أو المواد المستعملة في غشها ضارة بصحة وسلامة الإنسان، أو الحيوان".

وأرى أن المشرع العماني وصل بالقوانين الخاصة بحماية المستهلك لدرجة كبيرة من التطور والوعي في أهمية بسط هذه الحماية، بل وأن تأسيس هيئة مستقلة يناط بها حماية المستهلك لدليل على حجم التطور التي بلغته سلطنة عمان في تشريعاتها، تفوقت فيها على بعض دول العالم المتقدمة في هذا المجال، وقد حصدت جوائز عالميا في مستوى الخدمات التي تقدمها للمستهلك (هيئة حماية المستهلك،

(٢٠١٣).

المبحث الثاني: مفهوم المستهلك

إن أهمية إيجاد تعريف جامع وشامل للمستهلك يكمن في تيسير تطبيق القوانين التي سنت لحماية، وحيث أن المفهوم الاقتصادي للمستهلك جاء أكثر اتفاقاً منه في الفقه والتشريعات المنظمة له إلا أن معرفة أن مصطلح المستهلك هو في الأصل مصطلح اقتصادي يجعل من صعوبة تعريفه قانوناً أمر بديها (حمود بودالي، ٢٠٠٣).

في هذا المبحث سنتطرق إلى معرفة مفهوم المستهلك بشكل عام سواء تلك التي عرفها الاقتصاديون أو القانونيون أو التي حددتها الاتفاقات الدولية، ومن ثم نتطرق إلى تعريفه بشكل خاص في القانون العماني مع معرفة تطور نشأته في سلطنة عمان.

المطلب الأول: التعريف القانوني والاقتصادي للمستهلك

للفقه دور بارز في تعريف المستهلك والذي على أساسه توضع القوانين المنوطة بحمايته، ولكن نجد أن بعض التعريفات جاءت مضيقاً للمفهوم العام للمستهلك وأخرى موسعه له، وفق معايير لها ما يبررها لدى أنصار كل تعريف، ويبدو أن الاختلاف في التعريف راجع إلى اعتبار ما إذا كان المهني يعد مستهلكاً أو غير مستهلك (موفق حماد عبد، ٢٠١١).

ونتطرق إلى كل من التعريفين أعلاه مع تناول مفهوم المستهلك في الاتفاقيات الدولية المعنية

بحمايته وذلك في ثلاثة فروع كما يلي:

الفرع الأول: التعريف الضيق للمستهلك

ضيق البعض من مفهوم المستهلك بحصره على من يتعاقد بهدف إشباع حاجته الشخصية أو

الأسرية، وبالتالي يخرج عن هذا التعريف فئة المهنيين والتجار والمزودين من اكتساب الحماية القانونية طالما أن تعاقدهم كان لأجل التجارة أو المهنة (محمد أحمد خلف، ٢٠٠٨)، مما يخرج معه كذلك الشخص المعنوي الذي لا يمكن أن يتصف بذات الوصف الذي يتمتع به الشخص الطبيعي.

إن أنصار هذا الاتجاه يمثلون أغلبية الفقه بحيث يتجه إلى تبني المفهوم الضيق ويكون فيه مستهلكاً كل من يقوم بالتصرفات القانونية اللازمة لإشباع حاجاته الشخصية والعائلية، ويخرج من ذلك كل من يبرم التصرفات لأغراض المهنة أو الحرفة. (عمران أ.، ١٩٨٦)

كما ذهب البعض إلى تعريف المستهلك وفقاً للاتجاه الضيق بأنه: "كل شخص يقوم بعمليات الاستهلاك - إبرام التصرفات - التي تمكنه من الحصول على المنتجات والخدمات، من أجل إشباع رغباته الشخصية أو العائلي". (جميعي ع.، ١٩٩١م)

نفهم من ذلك أن المستهلك هو كل شخص طبيعي يحصل على السلع والخدمات سواء بالبيع أو التأجير أو القرض أو التأمين وغيره، ويدخل ضمن مفهوم المستهلك من يستعمل تلك السلع والخدمات لغرض غير مهني فقط لأجل إشباع احتياجاته الخاصة له ولأسرته دون أن يرمي إلى التربح من خلال التجارة وخلافه.

يتبين من خلال التعريفات السابقة، أن هذا الاتجاه ضيق من مفهوم المستهلك وجعل هذه الصفة تلحق بمن يتحقق فيه شرطان:

الشرط الأول: أن يكون المستهلك قد تحصل على المنتج أو الخدمة للغرض الشخصي أو العائلي.

الشرط الثاني: أن يكون محل عقد الاستهلاك منتجاً أو خدمة.

ووفقاً لهذا الاتجاه لا يكتسب صفة المستهلك من يتعاقد لأغراض مهنية أو يقتني مالاً أو خدمة

لغرض مزدوج. (بودالي، ٢٠٠٦م)

ولقد ساق أنصار هذا الاتجاه عدة حجج من أجل استبعاد المحترف من الحماية، منها أن المحترف الذي يتصرف من أجل حاجات مهنته سيكون أكثر تحفيزاً من الشخص الذي يتصرف لغرض خاص، وبالتالي سيحسن الدفاع عن نفسه، وإذا تصادف وجود محترف في وضعية ضعف، فإن ذلك يستدعي حمايته بقواعد خاصة، لا بقواعد قانون الاستهلاك، ويدوا هذا الاتجاه المقيد لفكرة المستهلك هو الأقرب في رأي معظم الفقهاء إلى بيان ذاتية المستهلك، فضلاً عن تميزه بالبساطة والدقة القانونية وعدم إثارته للشكوك مما ييسر مسألة تطبيقه بما يوفره من أمان لدى المستهلك.

(الرفاعي، ١٩٩٤م)

كما يبرر من يأخذ بهذا الاتجاه تضيقه لمفهوم المستهلك هو أن المستهلك هو الطرف الضعيف في المعادلة الإنتاجية وبالتالي هو من يحتاج إلى الحماية أكثر من غيره ممن يمكنهم الاكتفاء بالقوانين الأخرى الحامية لنظم التجارة والتعاقد والعمل والمهن كونهم تجار أو مهنيين، هذا من جهة ومن جهة أخرى فإن المهني أو التاجر لديه في الغالب الخبرة الكافية في التعاقد واختيار السلع أو الخدمات المناسبة مما يبعده من خطر الخداع أو التدليس بعكس المستهلك العادي الضعيف الذي قد يقع في شرك هذا النوع من التلاعب في السلع أو الخدمات المعروضة (خالد موسى توني، ٢٠٠٧).

وعلى هذا الرأي يكون الفارق في تعريف المستهلك هو عدم توجه المستهلك نحو شراء سلع أو خدمات من أجل خدمة متطلبات مهنته أو تجارته وإنما تقتصر فحسب على احتياجاته الشخصية من تلك السلع والخدمات.

الفرع الثاني: التعريف الواسع للمستهلك

يتجه فريق من الفقهاء إلى التوسع في المقصود بالمستهلك، بحيث يشمل كل من يبرم تصرفاً

قانونيا من أجل استخدام المال أو الخدمة في أغراضه الشخصية أو في أغراضه المهنية، ويهدف هؤلاء إلى مد نطاق الحماية القانونية إلى المهني حينما يقوم بإبرام تصرفات تخدم مهنته، كما هو الحال بالنسبة للطبيب الذي يشتري المعدات الطبية أو التاجر عندما يشتري أثاث معمله، بل هناك من أنصار هذا الاتجاه من دعا إلى جعل مصطلح المستهلك مرادفا لكلمة مواطن، وذلك بالنظر إلى المصلحة، فمصلحة المستهلك تكون حينما تنشأ علاقة تبادلية بين المواطنين والعديد من المؤسسات ومختلف أنواع الأعمال الأخرى داخل المجتمع، لقد انتقد أنصار الاتجاه الموسع دعاة التضييق في مفهوم المستهلك ففي نظرهم كل شخص يتعاقد بهدف الاستهلاك، أي من أجل استعمال الأموال والخدمات سواء كان ذلك للاستعمال الشخصي أو المهني، بشرط عدم إعادة البيع للأموال أو الخدمات لأنه في هذه الحالة لا تتحقق فرضية الاستعمال أو الاستخدام. (ليندة، ٢٠٠٨)

فحسب هذا الاتجاه إذا تحقق شرط الاستخدام أو الاستعمال للمنتوج أو الخدمة عد الشخص مستهلكا سواء كان مهنيا أو غير مهني.

وقد عاب أنصار الاتجاه المضيق هذا التوسع غير المبرر في نطاق قانون الاستهلاك لأن من شأن هذا التوسع أن يجعل حدود قانون الاستهلاك غير مضبوطة بشكل دقيق، فإذا اعتبرنا المهنيين الذين يتصرفون خارج نطاق اختصاصهم مستهلكين فيجب بطريقة مماثلة تشبيه المستهلكين الذين يتصرفون داخل دائرة اختصاصهم بالمهنيين، كما أن التوسع في مفهوم المستهلك مناقض للحكمة من وضع قانون خاص بحماية المستهلك بوصفه الطرف الضعيف. (عمران ١، ١٩٨٦)

يفهم من كل ذلك أن أساس هذا التعريف هو عدم إعطاء الغرض من الاستهلاك أية اعتبار في العملية الاستهلاكية لوصفه مستهلكا، بمعنى أنه مهما كان الغرض من استهلاك السلعة أو الانتفاع من

الخدمة لأجل حاجة شخصية أو مهنية أو تجارية فإن قواعد الحماية ستغطي هذا المستهلك وتحفظ حقوقه.

وعليه فإن التوسع في تعريف المستهلك على النحو المذكور أعلاه يجعل من الشخص المعنوي والشخص الطبيعي في مستوى واحد، وتحت غطاء الحماية المدنية والجزائية للمستهلك، فالشركات مثلا التي تشتري بعض الأجهزة اللازمة لتوفير الجو المناسب للعمل كالمصاييح وخلافه تعتبر مستهلكا وفق هذا الرأي، وكذلك الكهربائي -على سبيل المثال - الذي يقوم بشراء أجهزة معينة من أجل إعاقته على أداء عمله يعتبر مستهلكا

إن عدم التوسع في التعريف بالنسبة للتاجر الذي يقوم بشراء سلع بغرض إعادة بيعها، كونه لا يقوم هنا مقام المستهلك، وإنما ناقلا للسلعة منه إلى غيره بالشراء أو بأية وسيلة كانت دون أن يقوم باستعمالها بشكل مباشر، ويعكس ما برره أصحاب الاتجاه المضيق لمفهوم المستهلك بشأن الخبرة الفنية للسلع والخدمات، فإن أصحاب الاتجاه الموسع يرون كذلك في المستهلكين الحرفيين والمهنيين عدم القدرة الفنية على معرفة مضامين السلع والخدمات المقتناة، فيظل طرفا ضعيفا أمام التعاقدات التي يقوم بها من أجل عملية الاستهلاك تلك مهما كان الغرض منها.

إن مفهوم المستهلك وفق هذا التوجه بالغ في توسعه مما يجعل قانون حماية المستهلك فضفاضاً في تحديد الأشخاص الذي يقوم بحمايتهم، وبات معه التفريق بين التاجر والمستهلك أمر صعباً، ويضعهم في نطاق واحد أمام القانون، وهو أمر غير عادل من وجهة نظري، وأن الاكتفاء بالمستهلكين المهنيين الذين يشترون أو يتعاقدون من أجل الحصول على سلع تخدم مهنتهم والتي هي خارجة عن معرفتهم الفنية بما أجدر بالحماية وفق قانون حماية المستهلك دون الأعمال التجارية الأخرى كشراء الأخشاب بالنسبة للنجار أو من يقوم بأعمال النجارة والتي تدخل ضمن صميم أعمالهم وخبرتهم، والتي تنتفي معه

عدم الدراية بمكونات تلك السلع، فضلاً أن ثمة قوانين أخرى تحمي هذه الفئة من العلاقات والمعاملات التجارية يمكن أن تستظل بها.

المطلب الثاني: مفهوم المستهلك في التشريع العماني والاتفاقات الدولية

يعتبر المستهلك هو الطرف الأصيل لاستهلاك السلع في الأسواق، وفقد تم تعريفه وفق التشريع الوطني والاتفاقات الدولية، وبناءً على ذلك يقتضي تقسيم المطلب إلى فرعين كالتالي:

الفرع الأول: مفهوم المستهلك في التشريع العماني

صدر قانون حماية المستهلك عام ٢٠٠٢ فيما كان الوضع قبل ذلك تحت مظلة وزارة التجارة والصناعة حيث كان مفهوم حماية المستهلك يلقي خطأً من الرعاية دون أن تكون هناك عقوبات مقررّة. عام ١٩٩٥ أنشئ قسم للتفتيش بتداخل معه مهام أخرى كالتفتيش على المواصفات والمقاييس عام ٢٠٠١ ثم إنشاء قسم حماية المستهلك يعني فقط بالرقابة على مجالات حماية المستهلك واستمر الوضع إلى أن تم إنشاء الهيئة العامة لحماية المستهلك بالمرسوم السلطاني رقم ٢٦ لعام ٢٠١١ كهيئة مستقلة مالياً وإدارياً استقلالاً كاملاً.

قد ورد تعريف المستهلك في القانون العماني الذي اعتبر أنه هو كل شخص طبيعي أو معنوي يشتري سلعة أو خدمة أو يستفيد من أي منهما، حيث عرفه في المادة (١) (المادة (١))، قانون حماية المستهلك العماني: "المستهلك: كل شخص طبيعي أو اعتباري يحصل على سلعة أو يتلقى خدمة بمقابل أو بدون مقابل".

يتضح من التعريف أن المشرع العماني جعل وصف المستهلك مطلقاً على الشخص الطبيعي المتمثل في الأفراد، والاعتباري في المادة (٤٨) من قانون المعاملات المدنية العماني المتمثل في المؤسسات

والشركات دون تمييز، ويكون الغرض والدافع من الاستهلاك الحصول على سلعة أو تلقي خدمة، سواء أكانت بمقابل أم بدون مقابل، فيعتبر تعريف عام وموسع، حيث يشمل العديد من الأشخاص الذين من الممكن اعتبارهم مستهلكين حسب هذا المفهوم، إلا أن هذا النوع من التوسع يؤدي إلى الغموض واتساع دائرة الحماية، وذلك على النحو الآتي:

- المستهلك هو الذي يقوم بشراء المنتج أو الخدمة لاستخدامه الشخصي أو استخدام عائلته.
- المستهلك هو الذي يقوم بشراء السلع، المواد، المعدات، أو تلقي الخدمات التي تمكنه من تنفيذ أهدافه وخططه واستراتيجياته، والهدف من ذلك هو إعادة توزيعها، تحويلها، أو إنتاجها، يرجع السبب لعدم تحديد النطاق كئائياً. (نوافلة، ٢٠١٩)

وبالنظر في النص الوارد في القانون العماني لعريف المستهلك، والوقوف على الألفاظ بعينها، فإنه يشمل جميع الفئات، أي على الشخص الطبيعي أو المعنوي، الذي يقتني سلعة أو يتلقى خدمة لسد حاجاته الشخصية أو العائلية، كما يشمل لأغراض حرفته أو تجارته، وذلك ليشمل بالحماية جميع الأشخاص المتعاقدين، الذين يتصرفون لأغراض شخصية أو مهنية، حيث لم يبين الغرض من التصرف. ويظهر جلياً في هذا الصدد أن هناك العديد من المهتمين بالقانون انتقدوا هذا التعريف، فالبعض يرى أنه من المفترض تحديد الشريحة التي تنصب عليهم الحماية بالضبط، حيث إن المشرع العماني تجاهل إيضاح المستهلك الفعلي، ولم يترك مجالاً لإخراج المهني من مظلة الحماية المعدة للمستهلك. (البريكي، ٢٠١٧)

إذا كان الشخص العادي-المهني يبرم العقد لأغراض شخصية أو عائلية، فإن الأمر لا خلاف فيه يدخل في نطاق الحماية باعتباره مستهلكاً، إلا أن الاختلاف يرد في حالة إبرام المهني لعقد الاستهلاك لأغراض مهنية، فيجب التفريق بين:

- إذا كانت السلعة/ الخدمة (المادة (١)، قانون حماية المستهلك العماني) تدخل في اختصاصه المهني بشكل مباشر، فإن التعاقد يخرج من نطاق الحماية.

- إذا كانت السلعة/ الخدمة تسهم بشكل غير مباشر في ممارسة نشاطه المهني، فإن التعاقد يكون مشمولاً بالحماية. (الجوالي، ٢٠١٣)

يوجد للمستهلك عدة حقوق نص عليها القانون متمثلة في المادة (١٤)، قانون حماية المستهلك وهي كالآتي:

١. الحق في الحصول على المعلومات الصحيحة عن السلعة التي يشتريها أو يستخدمها، أو الخدمة التي يتلقاها.

٢. الحق في الاختيار الحر حين انتقائه أي سلعة أو تلقيه أي خدمة.

٣. الحق في ضمان جودة السلعة والخدمة والحصول عليهما بالسعر المعلن.

٤. الحق في كل ما يضمن له صحته وسلامته عند حصوله على أي سلعة أو تلقيه أي خدمة، وعدم إلحاق الضرر به عند استعماله العادي لهذه السلعة أو الخدمة.

٥. الحق في اقتضاء تعويض عادل عن الضرر الذي يلحق به وبأمواله بسبب حصوله أو استعماله العادي للسلعة أو تلقيه الخدمة.

٦. الحق في تمثيل مصالحه عند إعداد السياسات الخاصة بحماية المستهلك.

٧. الحق في احترام القيم الدينية والعادات والتقاليد للمستهلك عند تزويده بأي سلعة أو تلقيه أي خدمة.

٨. للمستهلك الحق في الحصول على فاتورة باللغة العربية تثبت شراء السلعة أو تلقيه الخدمة،

ويجب أن تتضمن الفاتورة البيانات الأساسية الخاصة بالسلعة أو الخدمة وغيرها من البيانات التي تحددها اللائحة وفق المادة (١٥)، قانون حماية المستهلك.

الفرع الثاني: مفهوم حماية المستهلك في الاتفاقات الدولية

إن عقد الاستهلاك قد يكون مجال اهتمام وطني، كما يمكن أن يكون مجال حماية دولية وفق ما جاءت به العديد من الاتفاقيات، والمواثيق الدولية خاصة إذا اعتبرنا أن الاستهلاك أهم الحقوق المكفولة للإنسان، وأيضاً أمام ذبوع لاستعمال الإنترنت وتحديثات العولمة، وأمام تعاظم الجهود الدولية في مجال حماية المستهلك خاصة مع زيادة مشكلات حماية المستهلك، ساهم بشكل كبير في ظهور المنظمات الدولية؛ وفي هذا الصدد قام رئيس اتحاد المستهلكين في الولايات المتحدة الأمريكية بمبادرة إنشاء أول منظمة دولية تسمى "المنظمة الدولية للمستهلكين" في أبريل عام ١٩٦١م، وقد بلغ عدد الأعضاء أكثر من مائة دولة، وأكثر من مائتي عضو. وتنتمى هذه المنظمة بوضع مستشار لدى المجلس الاقتصادي والاجتماعي لمنظمة الأمم المتحدة الأمريكية، ومنظمة الأمم المتحدة للثقافة والعلوم " UNCECO " ومنظمة التغذية العالمية " FAO " ويدير هذه المنظمة مجلس يتكون من خمسة عشر عضواً، لها أهداف تنصب في حماية مصالح المستهلك المادية والمعنوية. (العبد حداد، ٢٠٠٩)

قد أعلن المجلس الاقتصادي والاجتماعي التابع للأمم المتحدة أن هناك علاقة تكامل بين حماية المستهلك والتنمية الاقتصادية ففي سنة ١٩٧٧م طلب هذا المجلس من الأمين العام للأمم المتحدة إعداد دراسة عن المؤسسات والنصوص المتعلقة بحماية حقوق المستهلك لدى الدول الأعضاء، وفي عام ١٩٨١م طلب المجلس مرة ثانية إعداد وتحضير مسودة تضم جملة المبادئ الهادفة لحماية المستهلك، إلى أن وصل

الأمر إلى اعتماد هذه المبادئ سنة ١٩٨٥ تحت ما يسمى "مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية

المستهلك

، من أهم متضمنات هذه الوثيقة ما يلي:

- حماية حقوق الكاملة للمستهلكين في كل الدول.
- حماية صحة وسلامة المستهلك من كل المخاطر الماسة به.
- تأسيس جمعيات ومنظمة للمستهلكين حتى يتسنى لها المشاركة في حماية المستهلك حماية فعالة.
- أما التعاون بين الحكومات على المستوى الإقليمي فيجب الاهتمام بالتالي:
 - استحداث آليات لتبادل المعلومات المتعلقة بالسياسات والتدابير المتخذة في مجال حماية المستهلك.
 - التعاون في برامج وتنقيف المستهلك ووضع برامج مشتركة والمشاركة في وضع القوانين والأنظمة والتعاون لتحسين شروط تقديم السلع الأساسية إلى المستهلك مع مراعاة السعر والجودة.
 - ولتأمين حماية فعالة للمستهلك تم إبرام المعاهدات والاتفاقيات الدولية، حيث يتبين كالتالي:
 - اتفاقية فيينا لعام ١٩٦٤م، والتي تناولت حماية المشترين في إطار عقود البيع الدولية الواردة على منقولات مادية.
 - اتفاقية لاهاي لسنة ١٩٧٥م، والتي تضع الضوابط المشكلة لحماية المستهلكين في مجال البيوع الدولية التي ترد على السلع والبضائع.

على الصعيد العربي فإن المنظومة الخليجية المتمثل في مجلس التعاون العربية نمحض عنها إنشاء هيئة المقاييس والمواصفات الخليجية، وإنشاء المركز الدولي لحماية المستهلك بالإمارات العربية المتحدة، وتم عقد المؤتمر الدولي لحماية المستهلك في فبراير ٢٠٠٠م. (موسى عبدالمعتم ابراهيم، ٢٠٠٧)

بالإضافة إلى صدور القانون الموحد لمكافحة الغش التجاري لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية في عام ٢٠١٨م.

المبحث الثالث: مفهوم الممارسات التجارية غير المشروعة

تمهيد وتقسيم:

إن حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك تقتضي أن تتحرك بكل حرية في السوق بمعنى أن يختار من السلع ما يشاء وبالكمية التي يريد دون أن يكون خاضعا لأي ضغط من طرف تاجر آخر يفرض عليه شراء بعض الأنواع من السلع التي لا يريدونها المستهلك، أو أنه ليس بحاجة لها أو يفرض عليه كمية سواء بالزيادة أو بالنقصان.

وعليه سيتم تقسيم البحث إلى مطلبين كالتالي:

المطلب الأول: مفهوم الممارسات التجارية غير المشروعة

للحديث عن المقصود بالممارسات التجارية غير المشروعة، يقتضي بداية التعرف على الممارسات التجارية في صورتها الإيجابية، ثم التطرق إلى مفهوم الممارسات التجارية غير المشروعة، وعليه يقتضي تقسيم المطلب إلى فرعين كالتالي:

الفرع الأول: المقصود بالممارسات التجارية

لم يعرف المشرع العماني المقصود بالممارسات التجارية رغم تنظيمها ضمن القانون التجارية العماني تحت مصطلح الأعمال التجارية والمقصود بها هي الأعمال التي يقوم بها الشخص بقصد المضاربة ولو كان غير تاجر.

وبالرجوع إلى التشريع الفرنسي يتبين أنه قد أغفل هو الآخر الممارسات التجارية مكتفية بالإحالة الضمنية لما جاء به التوجيه الأوروبي الصادر بتاريخ ٢٠٠٥/٥/١١م والخاص بالممارسات التجارية غير التزيهة الصادر عن المحترفين في مواجهة المستهلكين، والذي عرف الممارسات التجارية ضمن المادة الثانية في الفقرة الرابعة منها: " الممارسات التجارية هي كل فعل، إغفال، تصرف، سعي أو اتصال ذو طابع تجاري بما فيما ذلك الإشهار والتسويق، صادر من طرف المحترف ذو علاقة مباشرة بالترويج، البيع أو تزويد المستهلك بمنتج".

يتضح من خلال هذه المادة أن الممارسات التجارية قد جاء واسعاً للغاية حيث يشكل كل فعل أو تصرف يهدف المزود من خلاله إلى ترويج وبيع منتجاته ومنه استقطاب المستهلك وجعله يقبل على طلب المنتج والتعاقد بغية الحصول عليه.

كما تضمن هذا التعريف عبارات عامة تصب كلها ضمن نفس الهدف وهو القيام بتصرفات تجارية الهدف يسعى المزود من خلالها إلى جعل المستهلك يقبل على التعاقد بغية الحصول على المنتج. (العيد حداد، ٢٠٠٩)

وبالتمعن في مختلف الأفعال والتصرفات المشكلة للممارسات التجارية والمشار إليها ضمن التعريف السابق، فقد تتخذ صورتين اثنتين أحدهما إيجابية والأخرى سلبية، فالأفعال الإيجابية فيقصد بها

مختلف الأفعال التي يهدف المزود بموجبه إلى جلب المستهلك للتعاقد، أما فيما يتعلق بالأفعال السلبية فهي تتمثل في الامتناع عن القيام بعمل أو إغفال ذكر معلومات من شأنها تغيير رأي المستهلك وقراره حول التعاقد، وهذا على غرار حالة إغفال ذكر معلومات جوهرية في العقد إذا علم بها المستهلك أعرض وتراجع عن إبرام العقد.

وعليه فإن الممارسات التجارية يتسع ليشمل كل فعل إيجابي أو سلبي يهدف المزود من خلاله إلى استدراج المستهلك وترغيبه في التعاقد.

كما يتضح أيضاً أن تعريف الممارسات التجارية قد حصر نطاق العلاقة ما بين المهني من جهة والمستهلك من جهة أخرى، كما أن مفهوم الممارسات التجارية قد يتسع ليشمل كذلك الممارسات التي يقوم بها المزودين في مواجهة باقي المتدخلين في السوق بحسب المادة (١) من قانون حماية المستهلك العماني، ويرجع سبب حصر نطاق العلاقة في تعريف الممارسات التجارية إلى اعتبار أن التوجيه الأوروبي الذي تضمن هذا التعريف قد جاء خاصاً بحماية المستهلكين دون المزودين، ولهذا اكتفى بتعريف الممارسات التجارية من زاوية واحدة فقط، ورغم حصر نطاق أطراف العلاقة عند تعريف الممارسات التجارية فإن هذا المفهوم يتسع ليشمل كل التصرفات التي يقوم بها المزودين في مواجهة بعضهم البعض سواء بهدف الترويج للبضائع ومنه استقطاب الاقتصادي باقي المزودين للتعاقد معه أو من خلال القيام بأفعال وتصرفات هدفها المساس بمصالح المنافسين.

وقد أورد قانون التجارة الممارسات التجارية المشروعة في المادة (٩) منه كشراء السلع وغيرها من المنقولات المادية وغير المادية بقصد بيعها بربح ما سواء بيعت على حالتها أم بعد تصنيعها أو تحويلها، كما تناولت المادة كذلك شراء السلع وغيرها من المنقولات سواء المادية وغير المادية بقصد تأجيرها والبيع أو الإيجار أو إعادة التأجير للسلع التي تم شراؤها أو المستأجرة.

الفرع الثاني: المقصود بالممارسات التجارية غير المشروعة

إن حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك تقتضي أن تتحرك بكل حرية في السوق بمعنى أن يختار من السلع ما يشاء و بالكمية التي يريدونها دون أن يكون خاضعا إلى ضغط من طرف تاجر آخر يفرض عليه شراء بعض الأنواع من السلع التي يريدونها المستهلك، أو أنه ليس بحاجة لها أو يفرض عليه كمية سواء بالزيادة أو بالنقصان، و بالمفهوم الواسع للممارسات التجارية غير المشروعة، هي كل فعل يتعدى و يتجاوز القانون ، وهي كل مخالفة و كل تحايل أو خداع يمارسه التجار و المزودين بقصد الربح و التدليس على الغير، ضف إلى ذلك استعمال مواصفات غير قانونية في الأماكن المعدة للتجار، إلا أنه لم يعرف المشرع العماني المقصود بالممارسات التجارية غير المشروعة، فقد اكتفى بسردها وفق أعمال محظورة على المزود القيام بها في اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك الصادرة بقرار رقم ٢٠١٧/٧٧ م.

وقد قسم المشرع العماني الممارسات غير المشروعة بناءً على الضرر الملحق بصاحب المصلحة سواء كان السوق أو المستهلك ويتبين بالتالي:

١- الممارسات التجارية غير المشروعة المؤثرة على السوق

يوجد بعض الممارسات التي تؤثر بشكل ملحوظ على السوق، بخلاف ما نص عليه القانون، مثل أن يتم إبرام أو عقد داخل السلطنة أو خارجها أو القيام بأي تدبير أو ممارسة بغض النظر سواء أكانت مكتوبة أو شفوية، والهدف من وراء ذلك احتكار عدة تصرفات يقصد بها الاستيراد أو الإنتاج أو التوزيع أو البيع أو الشراء لأي سلعة في السوق، أو التداول عليها، أو القيام بأي تصرف احتكاري يؤثر على السوق مثلما نصت المادة (٨) من قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار .

كما اعتبرت المادة (٩) من ذات القانون بعض التصرفات غير مشروعة ومؤثرة على السوق بقصد منع المنافسة أو الحد منها، فقد حظر المشرع الاتفاق على تحديد الأسعار، وكذلك تحديد كميات الإنتاج بالشكل الذي يحد من تدفقها إلى السوق أو من خلال إخفائها أو تخزينها أو الامتناع عن التعامل بها.

ووفق قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار يعد التأثير على المتعاملين في السوق بتوفير كميات من المنتجات بشكل مفاجئ يؤدي تداولها أو أداؤها إلى أسعار غير حقيقية أمراً محظوراً، إضافة لأنه لا يجوز للشخص الذي يتمتع بوضع مهيمن القيام بأي ممارسة من شأنها الإخلال بالمنافسة أو الحد منها أو منعها، كالقيام ببيع المنتج بسعر أقل من التكلفة الفعلية بهدف عرقلة الأشخاص المتنافسين من دخول السوق أو إقصائهم منه أو تعريضهم لخسائر بشكل يصعب معه الاستمرار في أنشطتهم أو الحد من توريد المنتج من خلال فرض قيود تهدف لإيجاد نقص مصطنع في توافره لزيادة الأسعار. كما لم يجز القانون وضع اشتراطات خاصة على عمليات البيع أو الشراء أو على التعامل مع شخص آخر، من خلال وضعه في مركز تنافسي ضعيف بالمقارنة إلى الأشخاص المتنافسة، وعدم التعامل مع شخص آخر دون مسوغ، وذلك بهدف الحد من دخوله السوق أو إخراجه منه، وكذلك وضع اشتراط لبيع أو توريد سلعة أو تقديم خدمة بشرط شراء سلعة أو أداء خدمة أخرى من الشخص نفسه أو شخص آخر.

٢- الممارسات التجارية غير المشروعة المؤثرة على المستهلك

بعض التصرفات والممارسات التجارية تؤثر بشكل سلبي على شخص المستهلك واستخدامه للسلع المتوفرة في السوق، أو احتكارها عن السوق، ومثال تلك الممارسات وفق المادة (١٩) من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك:

- تداول سلع مغشوشة، أو فاسدة، أو مقلدة، أو غير مصرح بتداولها، أو ممارسة أو محاولة ممارسة الغش، أو الدعاية لها، أو التدليس، لاستعمال هذه السلعة وذلك عن طريق استخدام إعلانات، أو مطبوعات، أو نشرات.
- تسليم المستهلك سلعة غير التي تم الاتفاق بشأنها، أو تسليمه كمية منها بخلاف ما اتفق عليه، أو القيام بخدمة مغايرة لما اتفق عليه.
- عدم الإعلان عن أي خطر فور اكتشافه يؤثر على السلامة عند استعمال أي سلعة أو تقديم خدمة، عدم توفير السلعة عند حلول ميعاد تسليمها، أو عدم القيام بالخدمة المتفق عليها.
- استعمال عدة طرق محظورة مثل (موازين أو مكييل أو مقاييس أو دمغات أو أختام أو آلات فحص غير سليمة أو مغشوشة، استعمال طرق أو وسائل من شأنها جعل وزن أو كيل أو قياس أو فحص السلعة غير صحيحة، إعطاء أو استعمال شهادات، أو بيانات تكون مدلسة، أو مزورة، أو خاطئة، أو الإيهام خلافاً للواقع، عدم بيان شروط البيع وكيفية استعمال الأجهزة الكهربائية، والميكانيكية، والإلكترونية، زيادة الأسعار عند ظهور أزمة أو جائحة طبيعية أو ظروف استثنائية أو وضعية خاصة، تقاضي ثمن السلعة أعلى من الثمن المعلن عنه)
- عدم إفصاح المزود للمستهلك أن السلعة مستعملة، أو أن بها عيباً، وكذلك عدم وضع الأسعار على السلعة، أو الخدمة المقدمة.
- الانتقاص من حقوق المستهلك، ومن التزامات المزود.
- لا يجوز وضع شروط يتضمن إعفاء المزود من مسؤوليته المدنية تجاه المستهلك، سواء وردت في نماذج العقود، أو وثائق، أو مستندات، أو فواتير الشراء، فتعد هذه الشروط باطلة.

المطلب الثاني: تمييز الممارسات التجارية غير المشروعة عن غيرها من الممارسات التجارية الأخرى

قد يحدث بعض التداخل بين مفهوم الممارسات التجارية غير المشروعة مع مفهوم بعض الممارسات الأخرى المشابهة لها على غرار مفهوم المنافسة غير المشروعة، وبناء على ذلك سيتم تقسيم المطلب إلى فرعين كالتالي:

الفرع الأول: التفرقة بين الممارسات التجارية غير المشروعة والممارسات المقيدة لحرية المنافسة

لم يرد المشرع العماني مصطلح الممارسات المقيدة لحرية المنافسة، فيعتبر هذا المصطلح حديث الاستعمال، وهناك إمكانية تداخل مفهوم الممارسات التجارية غير المشروعة، يعتبر الممارسات المقيدة لحرية المنافسة مفهوماً يندرج تحت مفهوم المنافسة غير المشروعة حيص يعتبر أحد صورها، حيث أورد الفقهاء الفرنسيين ثلاثة أنواع للمنافسة غير المشروعة وهي؛ الممارسات المخالفة لشرعية المنافسة، الممارسات المقيدة لحرية المنافسة والممارسات التجارية غير المشروعة الضارة بالمستهلكين. (غروبج، ٢٠١٨)

ويقصد بالممارسات المخالفة لشرعية المنافسة هي تلك الممارسات التجارية غير المشروعة المخالفة للعادات والأعراف التجارية المشروعة، والتي من خلالها يتعدى عون اقتصادي على مصالح باقي المتنافسين في السوق، وهذا على غرار القيام بممارسات يهدف المزود من خلالها إلى تشويه سمعة المنافس أو إحداث خلل في تنظيم المؤسسة.

وفيما يتعلق بالممارسات المقيدة للمنافسة فهي تتمثل في الممارسات التجارية التي تنشأ عن العلاقات التعاقدية بين المزودين، فتمس بمصالح المتنافسين وبشرعية المنافسة في السوق.

وهذه الممارسات التي أوردتها المشرع في قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار ضمن مفهوم

الممارسات المحظورة، وعليه سيتم التوضيح وفق الآتي:

١- الاتفاقات المحظورة

وفق المادة (٨) قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار حيث نصت على أنه: "يحظر إبرام أي

اتفاق أو عقد داخل السلطنة أو خارجها أو إجراء أي تدابير، سواء أكانت مكتوبة أم شفوية، بهدف

احتكار استيراد أو إنتاج أو توزيع أو بيع أو شراء أي سلعة أو تداولها أو القيام بأي تصرف احتكاري يؤثر على السوق".

يتضح من خلال هذا النص أن الداعي من منع المشرع هذه الممارسات هو إخلالها بقواعد

المنافسة، حيث يعتبر الاحتكار عمل من الأعمار غير المشروعة التي حظرها القانون التي من شأنها الإخلال بالمنافسة المشروعة.

إضافة لما ورد في نص المادة (٩) من ذات القانون على أنه: "يحظر إبرام أي اتفاق أو عقد داخل

السلطنة أو خارجها أو إجراء أي تدبير أو ممارسة، سواء أكانت مكتوبة أم شفوية، صريحة كانت أم

ضمنية، تهدف إلى منع المنافسة أو الحد منها أو إضعافها، وعلى الأخص ما يأتي....."

يتضح من خلال هذا النص أن الغاية من منع المشرع هذه الممارسة هو إخلال بقواعد المنافسة،

وقد فعل صواباً المشرع بتحديد الممارسات المحظورة التي من شأنها تؤثر على المنافسة بالمنع أو الحد منها أو عرقلتها.

وإن المقصود بمساس الاتفاق بقواعد المنافسة هو عدم مشروعيتها من هذه الناحية، مع الإشارة

إلى أن عدم المشروعية هذه، إنما تقدر وفقاً لقواعد المنافسة، وعليه فإن أطراف الاتفاق قد تراعي فيه

الأنظمة الداخلية للمؤسسات المعنية، وكذا المواثيق النقابية أو المهنية الخاضعة لها الأطراف المتفقة ومع ذلك يكون هذا الاتفاق غير مشروع إذا كان يهدف مباشرة إلى المساس بالمنافسة أو يمكن أن يؤثر عليها أو يحد منها، وإن كان لا يهدف مباشرة إلى ذلك. (البريكي، ٢٠١٧)

٢- إثبات الاتفاق المحظور

يتعين ومن أجل وضع حد للاتفاقات أو الممارسات أو الأعمال المدبرة غير المشروعة إثبات وجودها فعلاً. وفي الواقع فإن إثباتها قد يتم عن طريق الدليل المادي، وذلك مثلاً في حالة وجود اتفاق مكتوب يكون بذاته دليلاً واضحاً على القيام بهذه الممارسة. غير أنه وبما أن هذا الدليل قلما يتوافر، إذ أن الأطراف المعنية عادة ما تلجأ إلى الاتفاق بطريقة أخرى، فإنه يمكن الأخذ بجملة القرائن الجدية، والتي يعود للسلطة المختصة وحدها تقدير مدى دلالتها القاطعة على وجود مثل هذه الممارسات. أما عن عبء الإثبات، فإنه يخضع بذلك للقواعد العامة التي تقضي- في هذا الصدد- أنه يقع على المدعي أو المتضرر من هذه الممارسة وبمختلف الوسائل. (غروبج، ٢٠١٨)

٣- مضمون الاتفاق المحظور

إذا كان المشرع قد اعتبر كل الاتفاقات الماسة بالمنافسة هي اتفاقات غير مشروعة وتشكل مخالفة لقواعد المنافسة، مهما كانت الكيفية (ابراهيم م.، ٢٠٠٧)، فإنه قد جاء أيضاً وضمن نص المادة الثامنة والتاسعة على أوجه خاصة لما يمكن أن تهدف إليه هذه الاتفاقات، كاحتكار استيراد أو إنتاج أو توزيع أو بيع أو شراء أي سلعة أو تداولها أو القيام بأي تصرف احتكاري يؤثر على السوق، وكذلك التأثير على المتعاملين في السوق بحيث يتم توفير كميات من المنتجات بشكل مفاجئ يؤدي تداولها أو

أدائها إلى أسعار غير حقيقية. ويحظر القانون تعليق إبرام أي تصرف على شرط محدد كقبول التزامات تكون بطبيعتها غير مرتبطة بمحل التعامل الأصلي أو الاتفاق، والتواطؤ في المزايدات أو المناقصات بين الأشخاص، كوضع نصوص في شروط المناقصات مثل إدراج العلامة التجارية للسلعة أو تحديد صنفها.

٣- التعسف في وضع الهيمنة

تعتبر حالة التعسف في وضعية الهيمنة من التصرفات المحظورة، ولقد تم منع هذه الممارسة المقيدة للمنافسة بموجب المادة العاشرة حيث نصت على أنه: "يحظر على الشخص الذي يتمتع بوضع مهيمن القيام بأي ممارسة من شأنها الإخلال بالمنافسة أو الحد منها أو منعها... " إن قراءة هذا النص توحى بأنه لا بد من تحقق بعض الشروط من أجل قيام ممارسة التعسف في وضعية الهيمنة، إن قيام ممارسة التعسف في وضعية الهيمنة على السوق، يقتضي أولاً: وجود هيمنة من قبل مؤسسة على سوق ما، وثانياً استغلال هذه الوضعية بشكل تعسفي من شأنه عرقلة المنافسة أو الحد منها. وتتمثل هذه الشروط بالآتي:

١- وجود وضعية هيمنة للمؤسسة على السوق

قد تولى المشرع تعريف المقصود بالهيمنة حيث عرفها أنها: قدرة شخص أو مجموعة أشخاص يعملون معاً بشكل مباشر أو غير مباشر في التحكم أو في التأثير على السوق المعنية، ومن ذلك الاستحواذ على نسبة تتجاوز (٣٥٪) خمسة وثلاثين بالمائة من حجم تلك السوق، وذلك وفق المادة (١) من قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار.

إن وضعية الهيمنة أو القوة الاقتصادية للمؤسسة يمكن أن تبرز في عدة صيغ ولعل من أهمها وضعية الاحتكار، رغم أنها تدل لا محالة عن وجود وضعية هيمنة، فإنها ليست الوحيدة التي تتحقق بها

هذه الوضعية، فقد تلجأ المؤسسة إلى تركيز سلطتها الاقتصادية في السوق ويكون ذلك عن طريق عامل كمي يتعلق بالجزء من السوق الذي تهيمن عليه المؤسسة، وآخر كيفي يتعلق بدرجة تقدم المؤسسة.

٢- الاستغلال التعسفي لوضعية الهيمنة

إذا كانت وضعية الهيمنة هي تلك السلطة الاقتصادية لمؤسسة ما، فإن هذه الوضعية المجردة ليست في حد ذاتها مخالفة تستوجب العقوبة، ذلك أنه من غير المتصور إلحاق العقوبة بمؤسسة ما، تملك من الكفاءة الاقتصادية ما يجعلها تتجاوز بكثير غيرها من المتعاملين، وتتفوق إلى درجة تجعلها في وضعية هيمنة على السوق، لوضعية الهيمنة الذي يؤدي لامحالة إلى التأثير على درجة المنافسة في السوق المعني وترتيباً على ذلك، فإن ما يشكل مخالفة في قانون المنافسة هو الاستغلال التعسفي، وقد نصت على ذلك المادة العاشرة.

الفرع الثاني: التفرقة بين الممارسات التجارية غير المشروعة والممارسات التعاقدية التعسفية

يتم التعاقد وفق حرية نقاش ومساومة، الإرادة الكاملة لإتمام التعاقد، إلا أن بعض العقود تخرج عن هذه القاعدة، حيث يضع أحد المتعاقدين شروطاً مسبقة ولا يكون أمام الطرف الآخر إلا قبولها أو رفضها كاملة، فقد حدد المشرع القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، فقد اعتبر المشرع تلك الشروط باطلة، تعتبر الممارسات التعاقدية التعسفية عبارة عن بنود وشروط تعسفية في العقود بين المستهلك والبائع، حيث نصت المادة (٢٠) من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك على أنه: "يعد باطلاً كل شرط من شأنه إعفاء المزود من مسؤوليته المدنية تجاه المستهلك، وأي شرط من الشروط

الآتية، سواء وردت في نماذج عقود، أو وثائق، أو مستندات، أو فواتير الشراء، أو ملاحظات، أو إعلانات، أو مذكرات تتعلق بالعمل التجاري.....".

وعليه فإن المشرع قد اعتبر كل شرط تعسفي متضمن لممارسة تجارية فيحد منها أو يؤثر عليها بطريقة عكسية وسلبية باطلاً، وقد كان النص شاملاً لجميع التصرفات التي تشتمل شرط كهذا، فإنه قد يتواجد في العقود أو الوثائق أو المستندات، أو فواتير الشراء، الملاحظات، الإعلانات، مذكرات تتعلق بالعمل التجاري.

ومن أمثلة التصرفات التي تشتمل على شرط تعسفي على النحو الآتي:

- وضع عبارة "البضاعة المباعة لا ترد ولا تستبدل"
- تحديد فترة زمنية لإرجاع السلعة أقل من المحدد قانوناً.
- عدم استرداد المستهلك الثمن عند إعادته للسلع المباعة.
- توجيه المستهلك للتعامل مع شركاء تمويل أو تأمين بعينها.
- وضع شرط بتسليم المزود لكامل الثمن قبل تسليمه السلعة.
- أن يقتصر الضمان على السلعة نفسها.
- عدم مسؤولية المزود عن السلعة في أثناء فترة الصيانة.
- عدم استرداد المستهلك للثمن في حال عدوله عن الخدمة.

إضافة لأنه قد يوجد شروط تعسفية تؤثر على السوق عن طريق الحد من المنافسة أو عرقلتها،

ومثال ذلك ما جاءت به المادة (١٠) من قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار حيث نصت في فقرتها

الثالثة على أنه: "فرض اشتراطات خاصة على عمليات البيع أو الشراء أو على التعامل مع شخص آخر

على نحو يضعه في مركز تنافسي ضعيف بالنسبة إلى الأشخاص المتنافسة"، و الفقرة الخامسة من نفس

المادة : " اشترط بيع أو توريد سلعة أو تقديم خدمة بشرط شراء سلعة أو أداء خدمة أخرى من الشخص نفسه أو شخص آخر"، والفقرة الحادية عشر منها: " الاشرط على متعاملين ألا يتيحوا لشخص منافس استخدام ما يحتاجه من مرافقهم أو خدماتهم رغم أن إتاحة هذا الاستخدام ممكن اقتصاديا".