



المستهلك وأساليب توعيته في العقد

- دراسة مقارنة -

الباحث- فراس جبار كريم

جامعة كربلاء/ كلية القانون

الخلاصة :-

لقد قسمنا بحثنا الموسوم (المستهلك وأساليب توعيته في العقد {دراسة مقارنة}) إلى مقدمة ومبحثين وخاتمة .

هدفت هذه الدراسة في المبحث الأول إلى الوقوف على إشكالية تحديد مفهوم المستهلك في التشريع والفقهاء مقسميه على مطلبين، في المطلب الأول قد تم اعتماد المنهج التحليلي المقارن في إعدادها ، فعمد الباحث إلى تحليل عدد من النصوص القانونية ، الواردة في عدد من التشريعات العربية والأجنبية ، للوقوف على توجهاتها حول الموضوع ، وفي الثاني تم استنباط الشروط الواجب توافرها لإصباح صفة المستهلك . وعالجنا في المبحث الثاني ، أساليب توعية المستهلك ، فتناولنا في المطلب الأول الأساليب التقليدية ، والتي هي شكلية العقد ، ومنح المستهلك فرصة للتفكير والتدبر ، وفي الثاني الأساليب الحديثة وهي لا تعدو عن اثنين ، هما دور جمعيات حماية المستهلك، وإقرار تشريعات خاصة لحماية المستهلك .

الكلمات المفتاحية: المستهلك، اساليب، العقد، المفهوم ، القانون، جمعيات

Abstract:-

We have divided our marked (consumer awareness methods in the contract {comparative study} to the front and two sections and a conclusion.

This study aimed at the first research to identify problematic defining the concept of consumer legislation and jurisprudence Mksmah on two requirements, in the first requirement has been approved analytical method comparative prepared, resorted researcher to analyze a number of legal texts, contained in a number of Arab legislation and foreign, to stand orientations on the subject, and in the second was to devise conditions to be met for the consumer recipe pigments.

And dealt with in the second section, methods of consumer awareness, Vtnolna in the first requirement traditional methods, which are formal contract, and give the consumer an opportunity to think and reflect, and in the second modern methods which are only about two, two role consumer protection associations, and the adoption of special legislation to protect the consumer.

The key words: Consumer, methods, contract, understood, law, associations



المقدمة :-

مفهوم المستهلك بوصفه مصطلحا قانونيا ظهر متأخرا ، لكنه بدأ يحتل منذ السبعينيات من القرن الماضي ، مركزا مهما في الفكر القانوني ، ولا يهتم رجل القانون بواقعة الاستهلاك المادي للسلعة أو الخدمة ، بقدر اهتمامه بالتصرفات القانونية التي يجريها الأشخاص للحصول على هذه السلعة أو الخدمة ، والغاية التي تم من اجلها إجراء هذه التصرفات .

ولهذا يسعى رجل القانون إلى حماية المستهلك في صحته وماله ، والعمل على إقامة علاقات عقدية متوازنة ، كلما وجد أن احد طرفيها اضعف من نظيره ، ووجد أن نظرية الالتزام لا تكفي لحمايته بصورة كافية وفعالة .

لذلك نجد أن غالبية التشريعات الحديثة تولي عناية كبيرة بحماية المستهلك ، عن طريق تشريع قواعد خاصة ذات صفة أمرة من النظام العام ، وتشتمل هذه القواعد على مجموعة وسائل قانونية ، تهدف إلى حماية المستهلك في المجالات الاستهلاكية المختلفة.

يستدعي هذا البحث ، تحديد مفهوم المستهلك ، لأنه يترتب على ذلك معرفة نطاق تطبيق النصوص الخاصة بحمايته ، وبيان أساليب توعيته في العقد ، غير أن تحديد هذا المفهوم في الواقع ليس أمرا يسيرا ، ليس فقط في القانون المقارن لاختلاف السياسات التشريعية والاقتصادية بين الشعوب والدول ، بل في نطاق النظام القانوني في البلد الواحد أيضا ، فعند وجود نص قانوني يعرف المستهلك ، يقوم القضاء ويسانده جانب من الفقه ، بالعمل على تفسيره بطريقة واسعة أو ضيقة من اجل زيادة الشريحة المشمولة بالحماية أو تضيقها ، أدى هذا النهج في كثير من الأحيان إلى غموض مفهوم المستهلك.

فمن اجل الوقوف على المفهوم الاصوب والأدق للمستهلك ، بحيث يأتي متطابقا مع الغاية التي وضعت من اجلها قواعد خاصة بحمايته ، لا بد من بيان موقف التشريع والفقه منه ، وبيان الشروط الواجب توافرها لاكتساب صفة المستهلك .

وان المخاطر التي يتعرض لها المستهلك كثيرة ، ولكن أهمها حسب نظرنا ، حينما يتجه إلى إبرام عقد من العقود ولا يتمتع بالخبرة الفنية أو القانونية الكافية ، وهو ما يؤدي إلى تعاقدته على شيء قد يضره نظرا لعدم إلمامه بخواصه أو بكيفية استخدامه ، أو بقبوله بشروط تعد مجحفة بحقه ، فإما أن تحرمه من مزايا يكون له أن يتمتع بها أو تكبله بالتزامات ثقيلة ، فكان لا بد من حل لهذه المشكلة متمثلا بضرورة توعيته ولفت نظره إلى خطورة ما سيقدم عليه .

وعليه ستكون هذه الدراسة مقارنة بين النظام القانوني العراقي والمصري والفرنسي ، وتحليلية لبعض نصوص القوانين الخاصة بحماية المستهلك ، منها قانون حماية المستهلك العراقي رقم (١) لسنة ٢٠١٠ ، وقانون حماية المستهلك المصري رقم (٦٧) لسنة ٢٠٠٦ ، وقانون الاستهلاك الفرنسي رقم (٦٤٩) لسنة ١٩٩٣ ، والإشارة إلى بعض قوانين الدول العربية ذات العلاقة بحماية المستهلك .

وعليه سيتم تقسيم هذا البحث على مبحثين ، يسبقهما مقدمة ، فنتناول في الأول : المفهوم القانوني للمستهلك ، مقسميه على مطلبين ، نتناول في الأول تعريف المستهلك ، وفي الثاني الشروط الواجب توافرها لاكتساب صفة المستهلك ، وفي المبحث الثاني نعالج فيه أساليب توعية المستهلك ، مقسميه على مطلبين ، الأول الأساليب التقليدية ، وفي الثاني الأساليب الحديثة ، وفي النهاية نخلص إلى أهم ما توصل إليه البحث بخاتمة موجزة .

المبحث الأول/ المفهوم القانوني للمستهلك



يدخل المستهلك في علاقات مع الأشخاص الطبيعيين أو المعنويين ، من اجل الحصول على السلعة أو الخدمة التي يرغب في الحصول عليها .
وقد تنطوي هذه العلاقة على اختلال في التوازن بين المستهلك باعتباره طرف ضعيف والمهني المحترف كطرف قوي فيها ، وجود هذا النوع من العلاقات غير المتوازنة يستدعي إبراز أو تحديد من هو المستهلك ، وبيان الشروط الواجب توافرها لاكتساب هذه الصفة ، وهذا ما سيتم تناوله في المبحث في مطلبين ، نتناول في الأول تعريف المستهلك ، ونخصص الثاني في الشروط الواجب توافرها لاكتساب صفة المستهلك .

المطلب الأول/ تعريف المستهلك

يعد مصطلح المستهلك والاستهلاك بشكل عام من المصطلحات الحديثة العهد بالنسبة إلى لغة القانون ، لأنهما محل اهتمام رجال الاقتصاد بحسب الأصل ، ونظرا لدخول هذه المصطلحات في المجال القانوني ، فإن رجال القانون اضطروا إلى تحديد معناها القانوني مستوحين إياه من المفهوم الاقتصادي.(١)

فظهر هذا المصطلح متأخرا بوصفه مصطلحا قانونيا ، لكنه بدأ يحتل مركزا مهما في الفكر القانوني ، ولا يهتم رجال القانون ، بواقعة الاستهلاك المادي للسلعة أو الخدمة ، بقدر اهتمامهم بالتصرفات القانونية التي يجريها الأشخاص ، للحصول على هذه السلعة أو الخدمة ، والغاية التي من أجلها إجراء هذه التصرفات.(٢)

فإن حاجة الأشخاص إلى السلع والخدمات تدفعهم إلى التعاقد مع محترفين يمتنون ببيع هذه السلع ، وتقديم هذه الخدمات ، سواء أكانوا منتجين أو موزعين أم معلنين أم بائعين مهنيين ، وتلك حاجة وجدت مع وجود الإنسان الذي أصبحت حمايته بوصفه مستهلكا من أهم الواجبات الأساسية للدول (٣) فأنا جميعا مستهلكون ، وكلنا نحتاج إلى شراء أو استئجار السلع والخدمات بشكل دوري ومستمر ، ويمكن أن نكون تحت رحمة المنتج أو البائع المهني بين لحظة وأخرى ، ومن هنا تبرز أهمية معرفة ما المقصود بالمستهلك ؟ ولكي نتعرف عليه ، لا بد من تعريفه ، وسيكون ذلك من خلال فرعين ، نتناول في الأول موقف التشريع من المستهلك ، وفي الثاني موقف الفقه من المستهلك .

الفرع الأول/ موقف التشريع من تعريف المستهلك

تتفق جميع التشريعات من حيث المبدأ على إصباح صفة المستهلك على الأشخاص الطبيعيين الذين يتصرفون لغايات غير مهنية ، إلا أنها تختلف بعد ذلك حول إصباح هذه الصفة على الأشخاص المعنويين ، وعلى المهنيين الذين يتصرفون خارج إطار تخصصهم إلى ثلاثة اتجاهات : اتجاه يؤيد اعتبار هؤلاء مستهلكين سواء بشكل صريح أو ضمني ، واتجاه يعارض ذلك ، واتجاه ثالث أخير يتسم موقفه بالغموض ، فلم يعبر عن إجازة أو رفض لشمول هؤلاء ضمن مفهوم المستهلك ، وستعرض إلى هذه الاتجاهات الثلاثة بالفقرات الآتية .

أولا : الاتجاه المؤيد :

تشير غالبية التشريعات ، بصورة صريحة أو ضمنية ، إلى إصباح صفة المستهلك على الأشخاص المعنويين إلى جانب الأشخاص الطبيعيين ، لكن بشرط أن يجروا التصرف خارج إطار نشاطهم المهني ، ومن بين التشريعات التي نصت صراحة على ذلك ، قانون حماية المستهلك العراقي رقم (١) لسنة ٢٠١٠ ، الذي عرف المستهلك في الفقرة خامسا من المادة الأولى بقوله (المستهلك : الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يتزود بسلعة أو خدمة بقصد الإفادة منها) .(٤)



وأشار قانون حماية المستهلك اللبناني رقم ٦٥٩ الصادر عام ٢٠٠٤ في مادته الثانية إلى تعريف المستهلك بأنه (الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يشتري خدمة أو سلعة أو يستأجرها أو يستعملها أو يستفيد منها ، وذلك لأغراض غير مرتبطة مباشرة بنشاطه المهني) .

بموجب هذين النصين ، يمكن إصباح صفة المستهلك على الأشخاص الطبيعيين والمعنويين على حد سواء ، بشرط أن يجرؤا التصرف لأغراض ليس لها ارتباط بممارسة نشاطهم المهني ، ويبدو أن هذا الشرط واضحا بالنسبة لقانون حماية المستهلك اللبناني من خلال عبارته (وذلك لأغراض غير مرتبطة بنشاطه المهني) وهذا ما لم نجده واضحا في قانون حماية المستهلك العراقي ، بحيث نجد عبارة (بقصد الإفادة منها) ، عبارة عامة ومطلقة أي الإفادة من السلعة أو الخدمة بكافة المجالات والأنشطة - وان كانت نشاطات تدخل في الاختصاص المهني .

يبدو لأول وهلة أن هذا الكلام سليم ، لكن نجد أن المشرع العراقي قد تلافى هذا اللبس من خلال إعطائه تعريفا للمجهز في الفقرة سادسا من نفس المادة بأنه (المجهز : كل شخص طبيعي أو معنوي منتج أو مستورد أو مصدر أو موزع أو بائع سلعة أو مقدم خدمة سواء أكان أصيلا أم وسيطا أم وكيل) . نجد من خلال إيراد النص المذكور من قبل المشرع العراقي من خلال تعريفه للمجهز ، قد قيد الإطلاق الذي جاء في تعريفه للمستهلك ، بأنه ليس كل شخص هو مستهلك ، بل لا بد أن يتصف بصفات محددة ، وبالتالي الذي يمارس هذه الممارسات- التي أشارت إليها الفقرة سادسا من هذا القانون- فإنه لا يدخل في مفهوم المستهلك سواء أكان شخص طبيعي أو معنوي .

أما بالنسبة للمهني ، فيتم تصنيفه في عداد المستهلكين أو المهنيين ، حسب الوقائع الخاصة بكل قضية ، وذلك بالبحث عن مدى وجود ارتباط مباشر بين موضوع التصرف وممارسة النشاط المهني ، فإذا وجد مثل هذا الارتباط ، استتبع رفض اعتبار المهني مستهلكا ، أما إذا انتفى هذا الارتباط ، فيمكن اعتبار المهني مستهلكا. (٥)

ويمكن ضرب المثال الأتي على هذه الحالة ، فالخياط الذي يشتري القماش لصنيع الملابس ، لا يعد مستهلكا بسبب وجود ارتباط مباشر بين موضوع التصرف وهو شراء القماش وممارسة النشاط المهني المتمثل بصنيع الملابس ، أما إذا قام الشخص ذاته بشراء ملابس لأولاده من السوق ، فيعد في هذه الحالة مستهلكا ، نظرا لعدم توافر ارتباط مباشر بين شراء الملابس وعمل الخياطة .

ومن بين التشريعات التي تشير ضمنا إلى مفهوم المستهلك ، بوصفه شخصا معنويا ، قانون حماية المستهلك التونسي رقم ١٧ لسنة ١٩٩٢ ، حيث عرف المستهلك في الفقرة (أ- د) من الفصل الثاني بأنه (كل من يشتري منتوجا لاستعماله لغرض الاستهلاك) . (٦)

فمفهوم المستهلك الوارد في هذه المادة ، يتسم بالإطلاق مما يثير إشكالا من ناحيتين ، الأولى ما المقصود من تعبير (كل من يشتري) ؟ هل يقتصر على الشخص الطبيعي فقط ، ام هل يتسع لشمّل الشخص المعنوي ؟ للإجابة عن هذه الإشكالية ، يتم تطبيق القاعدة التي تفيد أن المطلق يجري على إطلاقه حتى يأتي دليل يقيد ، وعليه أن هذا التعبير يشير إلى الأشخاص الطبيعيين والمعنويين على حد سواء ، والإشكالية الثانية: ما المقصود بتعبير (لغرض الاستهلاك) ، فعملية الاستهلاك لا تعني بحد ذاتها شيئا ، فالجميع يشتري المنتجات لغرض الاستهلاك ، سواء أكانوا أشخاصا طبيعيين أو معنويين ، لأغراض مهنية أو غير مهنية . ولكن نعتقد أن المقصود من هذا التعبير هو المستهلك النهائي للمنتج فقط ، والدليل عليه من نفس القانون ، حيث أشار المشرع التونسي في الفقرة (٢- ب) من نفس الفصل ، عندما عرف المزود بأنه (صانع المنتج وموزعه ومصدره وكل متدخل آخر في سلسلة الإنتاج ومسالك التوزيع والتسويق) .

فيتين من خلال النص ، أن المشرع التونسي لو أراد إطلاق تعريف المستهلك ، لما أورد تعريفا مستقلا للمزود ، وعليه يمكن القول أن المشرع التونسي قد شمل في تعريفه للمستهلك الأشخاص



الطبيعيين والمعنويين على حد سواء ، إلا انه اشترط بشكل ضمني أن تتم عملية الشراء لتلبية حاجات خاصة غير مهنية .

نخلص من كل ذلك ، إلى أن مجموع النصوص السابقة توحى بأن مفهوم المستهلك يتسع من حيث المبدأ ، سواء بالنص صراحة أو ضمنا ، ليشمل الأشخاص الطبيعيين والمعنويين على حد سواء ، فالضابط الوحيد في إصباح صفة المستهلك على الشخص المعنوي هو خروج موضوع التصرف عن ممارسة النشاط المهني ، وهذا ما أورده القانون اللبناني بشكل صريح ، بينما يفهم ذلك ضمنا من نصوص القوانين الأخرى سابقة الذكر ، ومن بينها قانون حماية المستهلك العراقي ، حيث جاءت هذه النصوص مطلقة في تحديد مفهوم المستهلك (٧) ، فهذا الإطلاق ينطوي على درجة كبيرة من الخطورة ، لأن ذلك يؤدي إلى هدم الفواصل بين القواعد الخاصة بحماية المستهلك والقواعد العامة ، ويتعارض من جهة أخرى مع الحكمة من تشريع قوانين حماية المستهلك وهي تعنى بحماية الأخير باعتباره الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية التي تربطه بالمهني ، فإذا اعتبرنا جميع الأشخاص مستهلكين ، فكيف يمكن حماية المستهلك باعتباره الطرف الضعيف ؟ لكن رغم هذا الإطلاق نعتقد أن إيراد تعريف (المهني - المزود- المورد) في نصوص القانون ، كان استبعاد المهنيين الذين يتعاقدون لأغراض مهنية من تعريف المستهلك وألا لما كان هنالك حاجة لإيراد هذا التعريف ، بل الاكتفاء بتعريف المستهلك فقط .
أما بالنسبة للمهني ، فنرى من مجموع النصوص انه غير مستبعد بصورة آلية من نطاق الحماية المقررة للمستهلك ، وإنما يتم تقرير الحماية أو رفضها تبعا للغرض من الاستهلاك ، فإذا كان إجراء التصرف قد تم لأغراض مهنية فلا يعد مستهلكا ، أما إذا تم إجراءه لأغراض غير مهنية ، فلا ضير من اعتباره مستهلكا .

ثانيا : الاتجاه المعارض :

يرفض هذا الاتجاه كليا ، على خلاف الاتجاه السابق ،إصباح صفة المستهلك على الأشخاص المعنويين والمهنيين ، ويقصر هذه الصفة على الأشخاص الطبيعيين الذين يتصرفون لغايات ذاتية أو عائلية تحديدا .

وتبنى المشرع الأوربي هذا الاتجاه ، وذلك بالنص صراحة في العديد من التوجيهات الأوربية ، على قصر مفهوم المستهلك على الأشخاص الطبيعيين ، واشترط أيضا أن يتصرف هؤلاء لأغراض ذاتية أو عائلية ، فمن بين هذه التوجيهات التي اعتنقت هذا الاتجاه ، التوجيه الأوربي رقم ٩٧-٧ المتعلق بحماية المستهلكين في العقود التي تتم عن بعد الصادر بتاريخ ١٩٩٧/٥/٢٠ ، إذ أشار في مادته (٢-٢) بمناسبة تعريفه للمستهلك بأنه (كل شخص طبيعي يتصرف لغايات لا تدخل في إطار نشاطه المهني) .
في الحين أورد تعريفا مناقضا للمزود في الفقرة الثالثة من نفس المادة بأنه (كل شخص طبيعي أو معنوي يتصرف في إطار نشاطه المهني) .

وأورد المشرع الأوربي تعريفات متعددة للمستهلك في موضوعات أخرى ، لكنها تحمل جميعا ذات المعنى تقريبا ، وتظهر مدى تمسكه بالمفهوم الضيق للمستهلك. (٨)

ومن بين التشريعات العربية التي تبنت هذا الاتجاه ، قانون حماية المستهلك المصري رقم (٦٧) لسنة ٢٠٠٦ ، ولكن بصورة ضمنية ، إذ عرف المستهلك في الفقرة الثالثة من المادة الأولى بأنه (كل شخص تقدم إليه أحد المنتجات لإشباع احتياجاته الشخصية أو العائلية أو يجري التصرف أو يجري التعامل أو التعاقد معه بهذا الخصوص) ، فعبارة (لإشباع احتياجاته الشخصية أو العائلية) تشير ضمنا وبشكل مؤكد إلى المستهلك بوصفه شخصا طبيعيا على وجه الحصر ، نظرا لعدم انطباق هذا الشرط على الشخص المعنوي ، كما يشير ذات المصطلح أيضا إلى عدم انطباق مفهوم المستهلك على المهني الذي يتصرف لغايات مهنية حتى خارج إطار تخصصه ، إذ يجب لاعتبار الشخص مستهلكا أن يتم التصرف فقط لإشباع احتياجات شخصية أو عائلية ، وليس لغاية مهنية .



ثالثا : الاتجاه الغامض:

يتسم موقف هذا الاتجاه بالغموض ، تجاه شمول مفهوم المستهلك للأشخاص المعنويين والمهنيين الذين يتعاقدون خارج إطار تخصصهم ، فلا يعبر صراحة أو ضمنا عن قبول أو رفض بهذا الخصوص ، ومن بين التشريعات التي تبنت هذا الاتجاه القوانين الفرنسية الخاصة بحماية المستهلكين وعقود الاستهلاك. (٩)

فمفهوم المستهلك يشوبه الغموض في القانون الفرنسي من كل جانب ، فمن خلال استقراء نصوص قانون الاستهلاك الفرنسي لا يستطيع احد التأكيد على أخذه بالمفهوم الضيق أو الواسع للمستهلك ، نظرا لاشتماله على عدة تعريفات متناقضة له .

فعلى سبيل المثال عرف مشروع قانون الاستهلاك الفرنسي لسنة ١٩٩٣ المستهلكين بأنهم (الأشخاص الذين يحصلون ، أو يستعملون المنقولات، أو الخدمات للاستعمال غير المزود). ورغم ذلك صدر القانون في صيغته النهائية خاليًا من أي تعريف للمستهلك، ولكن يمكن أن نستشف هذا الغموض في مفهوم المستهلك من خلال نص المادة (١٣٢-١-١) منه، عندما عرفت الشروط التعسفية بقولها (في العقود المبرمة بين المهنيين وغير المهنيين والمستهلكين ، تعتبر شروط مجحفة ، الشروط التي لها غرض أو أثر في خلق ، الاختلال الكبير بين حقوق والتزامات طرفي العقد على حساب غير المهنية أو المستهلكين). (١٠)

ويتلخص سبب هذا الغموض في عدم اعتماد المشرع الفرنسي معيارا واحدا في تعريفه للمستهلك، فأحيانا يحيل إلى فئة من الأشخاص ، وأحيانا يحيل إلى فئة من التصرفات ، وأحيانا أخرى إلى الاثنين معا . فبعض النصوص تعرف المستهلك تعريفا واسعا جدا، بحيث تشمل الحماية جميع الأشخاص الطبيعيين ، كما في موضوعي محاربة المديونية الزائدة والرهن، بينما تشير النصوص الخاصة بالشروط التعسفية إلى العقود المبرمة بين مهني وغير مهني أو مستهلك ، فبالإضافة إلى عدم تعريف النص لمصطلحي المستهلك والمهني إلا أن كلمة غير المهني بقيت لغزا فلا نعرف أن كان لها مدلول خاص ام هو مجرد إسهاب في التعبير. (١١)

ولعل سبب هذا الغموض يعود إلى أن نصوص قانون الاستهلاك الفرنسي لم تشرع دفعة واحدة ، وإنما جاءت على مراحل متتالية ، فكل نص جاء بتعريف مستقل للمستهلك ولكن دون النظر إلى تناسق النصوص جميعا . ويفسر البعض هذا الغموض أو التناقض بأنه ليس إلا انعكاسا للزوايا المختلفة التي ينظر فيها إلى العلاقة ما بين النظرية العامة للعقد وقانون الاستهلاك ، والتي لم يرسم المشرع الفرنسي حدودها بعد. (١٢)

الفرع الثاني/ موقف الفقه من تعريف المستهلك

لا يوجد خلاف في الفقه حول إصباح صفة المستهلك ، من حيث المبدأ على الأشخاص الطبيعيين الذين يتصرفون لتلبية حاجاتهم الذاتية والعائلية من السلع والخدمات ، في المقابل حصل الخلاف حول إصباح هذه الصفة على الأشخاص المعنويين والمهنيين الذين يتعاقدون في إطار نشاطاتهم المهنية ولكن في غير تخصصهم.

فيما يتعلق بشمول مفهوم المستهلك للأشخاص المعنويين ، ظهر اتجاهان فقهيان، يرى الأول ضرورة الأخذ بالمفهوم الضيق للمستهلك ، وحصره في الأشخاص الطبيعيين تحديدا ، في حين يرى الثاني ضرورة الأخذ بالمفهوم الواسع للمستهلك ، فسيتم البحث عن هذين الاتجاهين بالاتي :



أولاً : المفهوم الضيق للمستهلك :

إن شمول الأشخاص المعنويين والمهنيين وان كانوا يتصرفون خارج نطاق تخصصهم بقواعد حماية المستهلك ، يخالف الحكمة التي شرع من اجلها قانون حماية المستهلك ، كونه يتمثل في مجموعة من التدابير التي تهدف إلى السماح للشخص الطبيعي بإعطاء رضا حر مستتير. (١٢)

وعليه يرى الفقيه الفرنسي (ريمو) انه يجب الاعتماد في تعريف المستهلك على الغاية من التصرف ، بحيث يعرف المستهلك بأنه (شخص طبيعي يحصل أو يمكن أن يحصل على أشياء استهلاكية أو خدمات من نفس الطبيعة ، لغرض منفرد هو إشباع حاجاته الشخصية أو العائلية ، مع استبعاد المشاريع والمهن الحرة من ذلك) . (١٣)

كما اخذ جانب من الفقه بهذا المفهوم للمستهلك فعرفه (كل شخص يقوم بإبرام تصرفات قانونية من اجل الحصول على مال أو خدمة بهدف إشباع حاجاته الاستهلاكية الشخصية أو العائلية) (١٤) ، وتم تعريفه أيضا بأنه (كل من يحصل على السلعة أو الخدمة بقصد إشباع حاجاته الشخصية أو العائلية ، وليس لغرض مهني أو تجاري) . (١٥)

وبهذا المعنى يتطابق المفهوم القانوني للمستهلك في مفهومه الضيق مع المفهوم الاقتصادي له ، فطبقا للمفهوم الاقتصادي يختلف المستهلك عن كل من المنتج والموزع ، في أن كلا منهما يمارس نشاطات إنتاج وتوزيع الثروة والخدمات ، ومن ثم فان تعاقداتهم تكون لأغراض غير مهنية. (١٦) والهدف من استبعاد من يتعاقد لأغراض مهنية من الحماية المقررة للمستهلك ، فأساس هذه الحماية يكمن في أن العلاقة بين المستهلك والمهني المحترف ، علاقة غير متكافئة بسبب الافتقار للتخصص الفني ، وهذا الضعف من جانب المستهلك هو الذي دفع الفقه إلى تطوير الكثير من القواعد القانونية لحمايته ، ومعالجة اختلال التوازن العقدي ، بل انه قرر أن مثل هذه القواعد تمثل النظام العام في جانبه الاجتماعي الذي يعد مظهرا من مظاهر النظام الاقتصادي ، وان وجود مثل هذه القواعد ضرورة لا غنى عنها لمعالجة المساوي المتولدة عن مبدأ الحرية التعاقدية. (١٧)

ثانيا : المفهوم الواسع للمستهلك .

يرى هذا الاتجاه من الفقه ضرورة الأخذ بالمفهوم الواسع للمستهلك ، وذلك من اجل مد نطاق الحماية إلى اكبر شريحة ممكنة من الأشخاص ، فلا شيء يمنع من شمول قواعد حماية المستهلك لبعض المهنيين الذين يتعاقدون في إطار نشاطهم المهني ، ولكن في غير تخصصاتهم لتوافق ذلك مع مقتضيات العدالة العقدية المبنية على أساس تحقيق التوازن العقدي ، وهي مسألة تتعلق بظروف كل متعاقد ، ومدى تعرضه للخطر بصرف النظر عن صفته مستهلكا عاديا أو مهنيا .

ومن هذا المنطلق يعرف المستهلك بأنه (من يتعاقد بهدف استعمال أو استخدام مال أو خدمة ، سواء لاستعماله الشخصي أو المهني) . (١٨)

ويعرف أيضا بأنه (كل شخص يتعاقد على استعمال مال أو خدمة لغرض الاستهلاك سواء لاستعماله الشخصي أو لاستعماله في حرفته) . (١٩)

أي بمعنى من تنتهي إليه دورة السلعة اياً كان الغرض من استعمالها شخصيا أو مهنيا ، لذا يستبعد من هذا المفهوم من يشتري لأجل بيعه ثانيا .

ويجد أصحاب وجهة النظر هذه في المادة (٣٥) من قانون ١٠ / كانون الثاني / ١٩٧٨ الخاص بحماية المستهلكين سندا لهم (٢٠) ، فهذه المادة جاء بها أن نصوص هذا القانون المتعلقة بالشروط التعسفية تخص العقود المبرمة بين المهنيين وغير المهنيين أو المستهلكين ، ويستتبط هذا الفقه من صياغة هذه المادة أن المشرع حين استخدم مصطلح غير المهنيين مع الإبقاء على مصطلح المستهلك ، فانه قصد به امتداد الحماية إلى من تؤهله مهنته وتخصصه للوقوف موقف الخبير العالم في مواجهة المهني الذي يبرم معه عقدا من عقود الاستهلاك .



لذا فان التاجر حين يشتري أثاث محله ، والصانع حين يشتري معدات مصنعه يعتبران من غير المهنيين بالنسبة للبائع المحترف للأثاث أو للآلات .

فمن خلال هذين الاتجاهين السابقين ، ظهر اتجاه ثالث يحاول التوفيق بينهما ، متبعا مسلكا وسطا ، بما يحقق التوازن بين الاتجاهين ، هو تقرير حماية المهني غير المختص في جميع الأحوال والظروف ، واستبعاده من نطاق الحماية بصورة آلية ، إذ يتم إدخال المهني ضمن مفهوم المستهلك إذا كان ينقصه الاختصاص القانوني والفني تجاه مهني آخر مختص ، في المقابل يتم استبعاده من هذا المفهوم إذا تبين انه مختص ، أو كان بإمكانه الاستعلام بنفسه بالنظر إلى البناء القانوني لشركته ، فلا يعقل مثلا تقرير حماية شركة ضخمة من الشروط التعسفية في مواجهة أحد صغار الحرفيين ، بحجة انه كان ينقصها الاختصاص الفني والقانوني في موضوع العقد . (٢١)

نخلص من كل ما تقدم ، من خلال النظر إلى الاتجاهات الثلاثة ، فنرى مدى صعوبة إصباح صفة المستهلك على المهني الذي يتعاقد في إطار مهنته ولكن في غير تخصصه ، لان كلا منها يستند إلى مبررات معقولة ومقتعة ، فالإتجاه الأول الذي يتبنى المفهوم الضيق للمستهلك يرى بان السياسة التشريعية الهادفة إلى حماية المستهلكين كان منطقتها هو حماية الطرف الضعيف في العقد الذي هو الشخص العادي الذي يبرم التصرفات القانونية بهدف إشباع الحاجات الشخصية أو العائلية ، أما موقف المهني حينما يبرم تصرفات قانونية بهدف خدمة أغراضه المهنية أو التجارية ، فان عدم تخصصه لا يعني ضعفه ، فهو من ناحية ليس ضعيفا ، فيستطيع أن يلجأ لخبير يعوضه عن نقص خبرته طالما أن ما يبرره من تصرفات بالمهنة أو التجارة . (٢٢)

أما الإتجاه الثاني ، الذي تبني المفهوم الواسع للمستهلك ، فانه يستند بمقتضيات العدالة العقدية كدعامة أساسية لحماية هؤلاء المهنيين الذين يتعاقدون خارج نطاق تخصصهم ، لكنه يتجاهل في المقابل الحكمة من تشريع قانون حماية المستهلك ، والمتمثلة في السعي إلى إعادة التوازن إلى العقد ، كلما جاء هذا الاختلال العقدي مجافيا لمصلحة المستهلك فقط ، ويتم كأصل عام تقدير هذا الاختلال اعتمادا على درجة جهل المستهلك مقارنة بنظيره المهني .

أما الرأي الثالث ، ففي اعتقاد الباحث هو الاصول والأقرب إلى منطق العدالة ، فهو يجيز من حيث المبدأ حماية المهني غير المختص بموجب قواعد حماية المستهلك ، إذا كانت ظروف التعاقد تدل بصورة مؤكدة وفعلية على انه أضعف في المعرفة والاختصاص بمحل العقد من نظيره المهني ، وهذا يتوافق مع منطق العدالة العقدية والتوازن العقدي ، لكن لا بد من وضع ضابطين لهذه الحماية ، تجنباً للتعسف والتحايل على القانون ، فالضابط الأول استبعاد المهني غير المختص من نطاق الحماية المقررة للمستهلك ، إذا تبين انه كان قادرا على الاستعلام بنفسه ، أو كان بإمكانه اللجوء إلى مستشاريه القانونيين لحماية نفسه ، ويتم تقدير ذلك بناء على معيار موضوعي يتلخص من شكل وبناء شركة أو مؤسسة المهني ، فكلما كانت الشركة أضخم وأكبر صعب تقرير حمايته ، وكلما صغرت زادت فرص حمايته بموجب القواعد الاستهلاكية .

وأما الضابط الثاني فانه لا يجوز تقرير حماية المهني حتى لو لم يكن مختصا في مواجهة شركة صغيرة أو محترف صغير بالنظر إلى القوة الاقتصادية والإدارية ، وإلا لأصبح قانون حماية المستهلك وسيلة القوي في مواجهة الضعيف ، علما بان الحكمة -كما اشرنا سابقا - من تشريع هكذا قوانين تتمثل في حماية الضعيف في مواجهة القوي .



المطلب الثاني/ الشروط الواجب توافرها لاكتساب صفة المستهلك

يتضح مما تقدم ذكره من تعريف المستهلك تشريعا وفقها ، أن هنالك جملة من الشروط لا بد من توافرها في الشخص لأجل اعتباره مستهلكا ، وهذه الشروط ستكون محور هذا البحث في هذا المطلب :

الفرع الأول/ أن يكون الهدف من وراء التعاقد الاستعمال الشخصي أو العائلي

يعتبر هذا الشرط من الشروط الجوهرية التي لا بد من توافرها لاعتبار الشخص مستهلكا، فالمستهلك عندما يعمد إلى استهلاك السلعة متى كانت قابلة للاستهلاك الفوري أو التي يستعملها عندما يكون استهلاكها يتم على التراخي (٢٣) فلا بد أن يكون هدفه في كلتا الحالتين هدف شخصي ، بمعنى آخر أن يكون غرضه من وراء الحصول على السلعة أو الخدمة هو الاستعمال الشخصي لها وليس لغرض مهني ، فإذا أبرم المستهلك مع المهني عقد بيع ، فإن هدفه من وراء ذلك يجب أن يكون الحصول على الشيء المباع محل العقد للاستعمال الشخصي أو العائلي ، وإذا أبرم عقد قرض يكون هدفه الحصول على المال لاستعماله في غرض غير مهني . (٢٤)

وطالما كان الهدف من وراء الاستهلاك هو إشباع الحاجات الشخصية أو العائلية للمستهلك، يظل الأخير مشمول بالحماية التي توفرها له النصوص التشريعية بالنظر إلى صفة الضعف الملازمة له في تعاقداته مع المهني . (٢٥)

الفرع الثاني/ أن يكون محل العقد المبرم السلع والخدمات

لم يخلو أي تعريف للمستهلك من ذكر اصطلاح السلعة أو الخدمة ، فالسلعة تعرّف بأنها (كل منتج صناعي أو زراعي أو تحويلي أو نصف مصنع أو مادة أولية أو أي منتج آخر ويمكن حسابه أو تقديره بالعدد أو الوزن أو الكيل أو القياس يكون معداً للاستهلاك) . (٢٦)

فكل سلعة تكون مستخدمة من جانب المستهلك في إطار هدف غير مهني يمكن أن تكون محلا للعقد الاستهلاكي ، ولا يعني كون هذه السلعة استهلاكية أنها تستخدم لمرة واحدة ، فيمكن للمستهلك أن يشتري سيارة لأغراضه الشخصية ، أو أن يشتري أدوات منزلية تستخدم لعدة مرات لأغراضه العائلية أو الشخصية .

أما الخدمة فتعرّف بأنها (العمل أو النشاط الذي تقدمه أي جهة لقاء أجر أو بدونه بقصد الانتفاع منه) . (٢٧)

ويلاحظ من تعريف الخدمة ، بان الخدمة التي تكون محلا للعقد الاستهلاكي ، تشمل كل الخدمات التي تقدم إلى المستهلك مقابل أدائه الأجر أو بدونه ، وقد تكون هذه الخدمات ذات طبيعة مادية مثل الخدمات التي تؤديها شركات النظافة للمستهلك ، أو تكون خدمات ذات طبيعة ثقافية ، كتلك الخدمات التي تؤديها المكاتب الهندسية أو الاستشارات القانونية ، أو خدمات ذات طبيعة مالية كالتأمين والقرض ، ولعل الاختلاف في طبيعة الاداءات والخدمات التي تقدم للمستهلك يرجع إلى أن عقود الاستهلاك من العقود غير المسماة . (٢٨)

الفرع الثالث/ أن يكون المستهلك طرفا في عقد الاستهلاك

يكمن هذا الشرط في أن الشخص ممكن أن يكتسب وصف المستهلك ، وذلك في حالة إذا كان العقد الذي يجهزه بالبضائع والخدمات عقد استهلاكي أو لا وان يكون هو طرفا فيه ثانيا ، إذ أن ابرز سمة من سمات العقود الاستهلاكية ، أن يكون احد أطرافها مستهلك لا تتوافر لديه الخبرة والمقدرة التي تمكنه من الإحاطة بمقومات الشيء محل التعاقد . (٢٩)

وبذلك تخرج من عقود الاستهلاك العقود التي يكون كل أطرافها من التجار أو المهنيين ، فعقد البيع يصدق عليه صفة عقد الاستهلاك إذا كان المتعاقد مع البائع وهو المشتري له صفة المستهلك ، وبالرغم



من اكتساب وصف المستهلك يؤخذ بنظر الاعتبار إلا أن العقود التي يكون كلا من طرفيها مستهلكين لا تعد من عقود الاستهلاك ، فعلى سبيل المثال إذا تم إبرام عقد بيع بين اثنين مستهلكين بناء على إعلانات صغيرة بين الأفراد ، فهذا العقد لا يمكن اعتباره عقد استهلاكي لكون الطرف الآخر فيه ليس مهنيا . لذا لا يمكن أن يوصف بأنه عقد استهلاكي حيث لا توجد هذه الحالات في عقود الاستهلاك التي تتميز بوجود طرف ضعيف فيها ، يستوجب الحماية لصفة الضعف الملازمة له ، فإذا وجد المستهلك في علاقة متكافئة مع مستهلك آخر ، فلا يستفيد بالحماية المقررة بالنصوص القانونية التي تحمي المستهلك كطرف ضعيف في العقد.(٣٠)

الفرع الرابع/ إن يكون المستهلك طرفا نهائيا في عملية الإنتاج

بالنظر إلى هذا الشرط هو كون المستهلك طرف نهائي في عملية الإنتاج ، نلاحظ أن عملية الإنتاج تمر بمراحل متعددة ، ويأتي دور المستهلك في المرحلة الأخيرة من مراحل الإنتاج المتمثلة بسلسلة توزيع السلع والخدمات التي يحصل عليها لغرض إشباع حاجاته الشخصية ، وتبعاً لذلك فإنه لا يعتبر من يقوم بشراء أشياء من أجل إعادة بيعها مستهلكاً ، والذي يؤيد ذلك قانون التجارة العراقي رقم (٣٠) لسنة ١٩٨٤ .(٣١) ، إذ اعتبر هذا القانون الشراء من أجل البيع عملاً تجارياً وبالتالي لا يكون الغرض من وراء ذلك تحقيق غرض شخصي ، بل لغرض تحقيق الربح ، وتبعاً لذلك يكون تداول السلعة مستمراً ولا يعتبر المشتري في هذه الحالة مستهلكاً ، ويصدق نفس الشيء على استئجار المنقولات بقصد تأجيرها مرة أخرى .(٣٢)

الفرع الخامس/ أن يكون المستهلك قد أبرم العقد أثناء عمله ، ورفض الخضوع للإذعان

لقد قرر هذا الشرط وفقاً لقانون نصوص العقد الجائرة (٣٣) ، إذ يشبه هذا القانون عقود الاستهلاك بعقود الإذعان . فمثلاً على ذلك عقد النقل حيث عد من عقود الإذعان وان كان من قبيل العقود الرضائية الأصل ، إلا أنه في الغالب يحدث أن يضع الناقل شروط محددة في تذكرة النقل مقدماً ولا يقبل المناقشة فيها ، بحيث لا يكون للمتعاقد الآخر أن يناقش هذه الشروط ، وإنما تنحصر إرادته في أن يقبل العقد أو يرفضه برمته .

وإذا كان الشخص من أجل أن يكتسب وصف مستهلك ليس له أن يبرم عقد متعلق بعمله ، فإن هذا الأمر يكون بالإمكان بالنسبة للطرف القوي ، لذلك فإن تعريف مصطلح المستهلك لن يعتمد فقط على صفة الطرف الضعيف في العقد (المستهلك) ، بل أيضاً على تحديد مسلك الطرف القوي .(٣٤) يتبين مما تقدم ضرورة توافر صفة المستهلك في عقد الاستهلاك على أن تنتفي هذه الصفة عن المتعاقد الآخر حتى يمكن تطبيق النصوص القانونية التي تحمي المستهلك كطرف ضعيف في مواجهة طرف قوي وهو التاجر أو المهني ، حيث أن التفاوت في القوى هو الذي يجعل من المستهلك طرفاً مذعناً وجديراً بالحماية.(٣٥)

المبحث الثاني/ أساليب توعية المستهلك

إن الحديث عن توعية المستهلك ، هو حديث عن نظام قانوني جديد أصلاً ، إذ هو روح قانونية خاصة مطبقة على جسد من القواعد موضوعه العلاقات الاقتصادية ليس من جهة مصدر القانون ، ولكن من جهة ما تستلزم العلاقات الاقتصادية تطبيقه على مختلف القواعد . وقد تنوعت أساليب التوعية ، فمنها ما هو تقليدي ، ومنها ما هو معاصر ، فكان لا بد من تسليط الأضواء عليهما ، فنقسم هذا المبحث على مطلبين ، نتناول في الأول الأساليب التقليدية، وفي الثاني الأساليب الحديثة وعلى النحو الآتي :



المطلب الأول/ الأساليب التقليدية

تصور وجود قواعد قانونية جديدة لتوعية المستهلك لا يعني إهمال النظام القانوني التقليدي لها ، ولأجل ذلك فإننا سنستعرض الأساليب التي اتبعتها هذا النظام التقليدي في سبيل توعية المستهلك وهي لا تخرج عن أسلوبين ، الأول تطلب شكلية معينة في العقد ، والثاني منح المستهلك فرصة للتفكير والتدبر ، مقسميه على فرعين وحسب الآتي :

الفرع الأول/ شكلية العقد

إن معالجة الشكلية في العقد تتوقف على معالجة أمرين ، سيتم التطرق إليهما بالآتي :

أولاً : تطلب الكتابة في العقد

حينما يتطلب المشرع الكتابة لإثبات المبالغ التي تزيد عن حد معين ، فإنه يوفر في ذات الوقت الوسيلة التي تسمح للمستهلك بالإطلاع على العقود التي يبرمها مع المنتج أو الموزع أو البائع. (٣٦) وبهذه الوسيلة فإن المستهلك يمكنه أن يقدم على إبرام العقد الذي يعده البائع مسبقاً ، وهو على علم بكل الشروط والأوضاع التي يتم التعاقد وفقاً لها .

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

ويذهب رأي فقهي بان تدخل المشرع وجمعيات حماية المستهلكين بهدف تمثيل مصالح المشتري باعتباره الطرف الضعيف ، يصبح هو الحل الأمثل في إصلاح هذا الاختلال بين إرادات وخبرة المتعاقدين ، ويضيف أيضاً ، بان الصورة المثلى لهذا التدخل هي إعداد عقود البيع النموذجية وإلزام البائعين بها . (٣٧)

ثانياً : تطلب إثبات بيانات معينة في العقد

بالإضافة إلى تطلب الكتابة في العقد كوسيلة للإثبات ، فإن القانون قد يستلزم كتابة بيانات معينة في العقد بهدف توعية المستهلك ، وقد تعرض المشرع العراقي في المادة (١٥٠)(٣٨) من القانون المدني العراقي لتحديد مضمون العقد ، ولكنه لم يلزم الأطراف بذكر جميع البيانات التي من شأنها حماية الطرف الضعيف اقتصادياً أو الأقل خبرة من التورط في التعاقد على سلعة أو خدمة لا تخدم الغرض الذي كان يهدف إليه بهذا التعاقد .

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

فعلى سبيل المثال ، نجد أن المشرع الفرنسي في القانون الخاص بالبناء والإسكان يوجب الكتابة في عقود شراء الشقق في المباني تحت الإنشاء ، ويستلزم ذكر البيانات الخاصة بوصف العقار والمبالغ الإضافية المحتمل مطالبة المشتري بها ، والبيان الخاص بموعد تسليم العقار والضمانات الخاصة بإتمام الأعمال ، ويرتب المشرع على عدم احترام هذه القواعد الشكلية بطلان العقد ، ومما لاشك فيه أن هدف المشرع من هذه الشكلية هو توعية المستهلك بحقوقه وحدود التزامات الطرف الآخر في العقود التي يؤدي عدم العلم بالتفاصيل الفنية فيها إلى الاصطدام مع الطرف الآخر بسبب إمكان تسليم مساحات أقل من المتفق عليها ، أو المطالبة بمبالغ أكثر من المذكورة في العقد في ضوء ما يسمح به العرف وتقضي به أصول المهنة التي لا يعلم المشتري عنها شيئاً .

كذلك فإن المادة الخامسة من القانون الصادر في ١٣ / يوليو / ١٩٧٩ ، والخاص بعقود القرض المخصصة لشراء العقارات ، تستلزم إعطاء المقترض نسخة مكتوبة من عقد القرض قبل إبرام العقد



بفترة كافية ، كما تستلزم المادة (٣١) من ذات القانون كتابة بعض البيانات الهامة في تلك العقود المكتوبة ومن أهمها ، الشرط الخاص الذي يمنح المقترض حق الرجوع عن عقد القرض حتى بعد التوقيع عليه خلال مدة معينة.

كما إن القانون الخاص بإيجار الأماكن الصادر عام ١٩٨٦ ، يستلزم كتابة العقد ، وان يتضمن العقد المكتوب عدة شروط تهدف إلى تنوير إرادة المستأجر بحقوقه والتزاماته ، فالعقد يجب أن يحدد بشكل واضح تاريخ بدء العقد ومدته ووصف المكان المؤجر بالتفصيل ومبلغ الإيجار على وجه التحديد مع بيان كيفية سداد الأجرة ، بالإضافة إلى نظام معين لتحديد العقد بما يتضمنه ذلك من تعديل لشروطه (٣٩) ويتضح لنا مما تقدم ، أن رغبة المشرع في توعية المستهلك أدى إلى الاعتراف بأهمية دور عودة الشكلية في العقود ، والدليل هو قوة الجزاءات التي يربتها المشرع على عدم احترام هذه الشكلية ، فبالإضافة إلى البطلان النسبي (٤٠) ، نجد أن المشرع ينص على عقوبات جنائية على إخفاء بعض البيانات الهامة التي استلزم المشرع ذكرها .

الفرع الثاني/ منح المستهلك فرصة التفكير والتدبر

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

ولكي يمكن تجنب هذه النتائج فان المشرع الفرنسي ، على سبيل المثال قد تدخل تدخل محدودا بصدد بعض الأنواع ذات الأهمية الخاصة من العقود ، فجعل مدة محددة يعتقد بكفايتها ليدرس المستهلك العقد خلالها .

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

وقد ورد في المادة الرابعة من ذات القانون ، تأكيدا لحماية المستهلك عدم أحقية البائع في تلقي أية دفعات نقدية من المستهلك قبل انقضاء الفرصة المعطاة إلى المستهلك كي يفكر ويتدبر أمر العقد فيها ولا يؤثر في حق المستهلك في الرجوع عن العقد ، وان يكون البائع قد سلمه المبيع قبل انقضاء مهلة التفكير المشار إليها .

وأما في عقود الإقراض ، فقد تدخل المشرع الفرنسي بالقانون رقم (١٠) لسنة ١٩٧٨ الخاص بحماية المستهلكين لتنظيم علاقة المقترض بالمقرض ، فورد في المادة الخامسة التزام المقرض بالإبقاء على العرض المقدم إلى طالب الإقراض ١٥ يوما ، وبالتالي لا يستطيع المقرض أن يعدل عن إيجابه في هذه الفترة التي يسمح للمقترض بدراسة عقد القرض فيها في روية وهدوء ، لان قبوله وتوقيعه يؤيدان إلى انعقاد العقد بالشروط الواردة فيه ، وبالرغم من أهمية هذه الحماية إلا أن المشرع لم يكتف بها ، بل منح المقترض فرصة للعدول عن العقد بعد التوقيع مانحا إياه مهلة تفكير وتدبر مقدارها سبعة أيام تبدأ من تاريخ قبول العرض المقدم من المقترض ، ومما لاشك فيه أن تحديد مهلة التفكير والتدبر التالية على توقيع العقد يجب أن تختلف باختلاف العقود من حيث الطبيعة ، ومن حيث الصعوبة التي يمكن أن تقابل المستهلك ، في تقييم مزايا العقد وعيوبه ، فنتجت هذه الصعوبة على سبيل المثال في عقد القرض من



ارتباطه تحويل شراء سلعة ما ، لهذا نجد أن مدة مهلة التفكير في عقد القرض المخصص لشراء عقارات في القانون الفرنسي هي ثلاثون يوماً سابقة على توقيع العقد ، منها عشرة أيام تبدأ من تأريخ تقديم العرض من الجهة المقرضة ولا يمكن إبرام العقد خلالها ثم عشرون يوماً التالية عليها يستطيع المقترض توقيع العقد خلالها (المادة ١/٧ من قانون ١٩٧٩ الخاص بالإقراض العقاري الفرنسي) .

وأما في مجال الطبيعة القانونية لمهلة التفكير ، فقد ذهب بعض الفقه إلى أن حق العدول في الصور السابقة من التشريعات هو إعطاء الحق للمستهلك لفسخ العقد بإرادته المنفردة ، مما يمثل اعتداء على مبدأ استقلال الإرادة في العقود (٤١) ، غير أن اتجاهاً فقهيها هاما ، ويبدو هو الراجح ، يعتقد بان مهلة التفكير ليست إلا إرجاء لإبرام العقد حتى ينقضي ، والأمر لا خلاف عليه حينما تكون هذه المهلة معطاة قبل التوقيع على العقد ، وأما بعد التوقيع على العقد فإن المشرع حينما يفرض هذه المهلة يكون قد أضافها باعتبارها شرطاً يرتبط بتحقيقه انعقاد العقد ، ومما يؤكد ذلك ، أن هذه المهلة هي التي تحدد رضا المستهلك وبالتالي فإن انقضاء فترة التفكير قرينة قانونية على صدور الإرادة النهائية التي تؤدي إلى ارتباط من صدرت عنه بالطرف الآخر ، ولا يمكن التمسك بان التوقيع (٤٢) يقيد تلك القرينة القانونية التي فرضها المشرع ليسمح بصدور إرادة مستنيرة وواعية بالعقد . (٤٣)

وبذلك فإن عدول المستهلك عن العقد حتى بعد توقيعه عليه قبل انقضاء هذه المهلة لا يتعارض مع القوة الملزمة للعقد حيث أن العقد كما أوضحنا لا ينعقد قانوناً إلا بانقضاء هذه المهلة.

اتضح لنا من كل ما تقدم ، بان فعالية منح فترة من الوقت للمستهلك حتى يتدبر العقد ويتفكر في بنوده في مهلة وروية وفي المقابل يتيح له أيضا استشارة من يريد استشارته من معارفه أو من أصحاب الخبرة ، ولعل توقيعات العملاء تحت ضغط الحاجة وفي ظل إجادتهم لحسن العرض مع التهوين من شأن الشروط المجحفة والمصاعب التي قد يلقاها المستهلك أثناء تنفيذ العقد . لكن هذه الفعالية لا تقتضي تعميم هذه المهلة على كل العقود ، ولكن يكفي أن يتدخل المشرع بالنص عليها بصدد العقود التي تستلزم تلك الحماية مع تحديد مدتها ووضع الضوابط لها بما تقتضيه كل حالة وفقا لظروف التعامل .

المطلب الثاني/ الأساليب الحديثة في توعية المستهلك

لم يكتف القانون الوضعي بعرض أو تطوير الوسائل التقليدية الهادفة إلى توعية المستهلك وتنوير إرادته قبل أن يقدم على إبرام العقود ، لذلك فإن المشرع مدفوعا بمحاولات فقهية بارزة قد اتجه إلى أساليب قانونية معاصرة تؤدي إلى تحقيق قدر أكبر من توعية المستهلك وتنوير إرادته حماية له بوصفه الطرف الضعيف في العقد ، وهي لا تخرج عن أسلوبين أولهما : جمعيات حماية المستهلك وثانيهما : إقرار تشريعات خاصة تعنى بحماية المستهلك ، وبهذا سيتم تقسيم المطلب على فرعين وعلى النحو الآتي:

الفرع الأول/ دور جمعيات حماية المستهلكين في توعية المستهلك

تنشأ جمعيات حماية المستهلكين بصفة أصلية بناء على رغبة المستهلكين أنفسهم ، لكن الدولة قد تتدخل بنفسها فتنشأ من جانبها مؤسسات تهدف لحماية المستهلكين . (٤٤)

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

ونجد في دولة كفرنسا أن جمعيات المستهلكين هذه كثيرة ومتعددة الأنواع ، ولعل أهم هذه الجمعيات الفرنسية الاتحاد الفيدرالي للمستهلكين واختصاره U.F.C وقد تأسس عام ١٩٥١ ، والاتحاد الوطني للجمعيات التعاونية للمستهلكين واختصاره F.N.C.C والمختبر التعاوني (٤٥) ، هذا وقد أجاز



قانون التعاون العراقي رقم (١٥) لسنة ١٩٩٢ في مادته الثانية تأسيس جمعيات تعاونية ، وذلك لخدمة المجتمع من خلال العمل الجماعي التعاوني الطوعي في المجالات الاقتصادية والاجتماعية ، وبهدف التوسع في النشاط التعاوني ليأخذ دوره المطلوب في البناء الاقتصادي والاجتماعي ويستجيب للحاجات الملحة للجماهير .

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

وتبدو أهداف هذه الجمعيات على وجه العموم كما يلي :

- ١- خلق الوعي العام لدى المستهلك حول السلع والخدمات وعلاقتها بصحته وسلامته.
 - ٢- إرشاد المستهلك إلى سبل التأكد من ملائمة المواد الاستهلاكية .
 - ٣- إجراء الاستطلاعات والأبحاث وإعداد الدراسات المقارنة للسلع والخدمات الاستهلاكية ، وذلك من حيث جودتها وصلاحيتها للاستعمال البشري وأسعار عرضها .
- ويؤدي وجود جمعيات المستهلكين والأجهزة الإدارية المختصة بحماية المستهلكين إلى إمكان توفر قدر من المعلومات عن السلع والخدمات التي يرغب المستهلك في التعاقد بشأنها .
- وتقوم هذه الجمعيات بطبع دوريات من الصحف أو المجالات المتخصصة بهدف إعطاء المشتركين فيها من المستهلكين كافة المعلومات والبيانات عن خصائص السلع والخدمات المطروحة في الأسواق . ولا غرابة أن هذه الصحافة هي نقيض الدعاية والإعلان التي يقوم بها التجار لان القائمين عليها هم المستهلكون ، وبالتالي فهي عرض موضوعي للسلع والخدمات بخصائصها وإمكانيتها ، بالإضافة إلى ما يجب التحذير منه من مخاطر بعض السلع أو عيوبها التي تظهر حين الاستخدام .(٤٦)

الفرع الثاني/ إقرار تشريعات خاصة بحماية المستهلكين

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

ويعتبر إقرار مثل هذه التشريعات وسيلة عصرية لتوعية المستهلك ، وذلك حينما يطلع عليه ، بما يتناسب وظروف الواقع الاقتصادي والاجتماعي والقانوني والفكري في كل دولة على حدة . ولا نزمع بطبيعة الحال أن نعرض أنموذجا لمثل هذا التشريع ، وإنما نود أن نتعرض للمبادئ العامة التي يمكن الاستهداء بها عند وضعه بشكل يتلاءم مع الأهداف التي وضع من أجلها ومن بينها توعية المستهلك مقتدين في ذلك بالنظم التشريعية الحديثة .(٤٧)

ونجد من خلال استقراء قانون حماية المستهلك العراقي رقم (١) لسنة ٢٠١٠ ، انه يتكون من سبعة فصول حيث جاء عنوان الفصل الأول التعاريف والأهداف ونطاق السريان ، والفصل الثاني مجلس حماية المستهلك ، وفي الفصل الثالث حقوق المستهلك والفصل الرابع واجبات المجهز والمعلن والفصل الخامس المحظورات ، والفصل السادس العقوبات ، والفصل السابع أحكام عامة .

ولم يعالج من بين نصوصه أساليب توعية المستهلك ما قد يقع به من شروط تعسفية تضر بمصالحه ، وتزيد من مزايا واضعها ، ومن هذا المنطلق نرى أن يتضمن التشريع المقترح في العراق مبداء عاما يتيح للقضاء تقويم مدى التوازن الذي يحققه العقد ، وإعادة النظر في شروطه في الحالات التي يظهر فيها اختلال التوازن بين الالتزامات المترتبة عليه ، ويعد الاعتداد بعدم التعادل بين الالتزامات المترتبة على العقد أو حصول المنتج أو الحرفي وهو الطرف الأكثر خبرة أو قدرة على مزايا مبالغ فيها في مواجهة



المستهلك مرجحاً لتوفر صفة التعسف في العقد في مجمله أو في الشروط التي تؤدي إلى تحقق هذا الاختلال ، كذلك يعد استغلال عدم خبرة المستهلك قرينة على توفر صفة التعسف في شروط العقد . ويمكن كذلك تطلب أن تكون الشروط الواردة في عقود الاستهلاك معقولة وعادلة على أن يترك للقضاء سلطة تقدير مدى العدالة والمعقولة في ضوء ظروف التعاقد وصفة المتعاقدين ، ويؤخذ في الاعتبار مركز كل من أطراف التعاقد وقدرتهم على التفاوض والمقدرة الاقتصادية والخبرة الفنية والدراية القانونية لكل منهم .

وعليه يقترح الباحث تعريف أساليب توعية المستهلك على إنها (الوسائل القانونية التي تهدف إلى حماية المستهلك في العقد وتبصيره به لكي لا يقع ضحية جور وتعسف الطرف الآخر، بتضمين العقد بعض الشروط التي تحقق مزايا مفردة لواضعها وفي المقابل تلحق ضرر بالمستهلك). ويستلزم كذلك لتوعية المستهلك اعتماد نظام القوائم السوداء الذي استقرت عليه معظم التشريعات المعاصرة المتوجهة لحماية المستهلكين .

ومن أجل وضع هذه القوائم يكون من الأفضل أن يقوم المشرع بإدراج الشروط التي تعد تعسفية بطبيعتها في نصوص التشريع ذاته ، مع تحويل لجنة مختصة بإعداد المقترحات اللازمة لمتابعة استكمال هذه القائمة بحيث تصدر قرارات تحتوي على الشروط التي يظهرها واقع التعامل وتفرضها متغيراته . ومن المفترض أن تحتوي القائمة السوداء على الشروط التي تعد تعسفية بطبيعتها، ويمكن استناداً إلى هذه إما اشتراط عدم إيراد هذه الشروط أصلاً في العقود محل التشريع ، أو أن يصبح ورودها في القائمة قرينة على جعلها شروطاً تعسفية ، وفي هذا الفرض الأخير فإن عبء الإثبات يقع على المحترف أو المنتج الذي يقوم بتنظيم العقد ، فعليه أن يثبت عكس هذه القرينة ، وعدم توفر وصف التعسف في هذه الشروط ، فإذا لم يتمكن منظم العقد من نفي وصف التعسف في الشرط فيمكن النص على سلطة قاضي الموضوع في استبعاد هذه الشروط من تلقاء نفسه باعتبارها باطلة .

الخاتمة.

نخلص في نهاية هذا البحث إلى ما توصلنا إليه من نتائج وتوصيات :

النتائج :

أولاً: أن تحديد مفهوم المستهلك ، هو أمرٌ في غاية الصعوبة والتعقيد ، نظراً لعدم وجود تعريف موحد له في التشريع والفقهاء ، بل لا يوجد حتى معيار واحد متفق عليه يمكن اعتماده لتحديد هذا المفهوم . ثانياً: لم نجد بين طيات هذا البحث إشارة إلى تعريف مصطلح (أساليب توعية المستهلك) سواء كان ذلك في التشريع أو الفقهاء ، وإنما وجدنا هذه الأساليب بين طيات نصوص القوانين التي تعنى بحماية المستهلك بغية تحقيق الحماية الفعالة للمستهلك باعتباره الطرف الضعيف في العقد ، وعليه يمكن إيراد تعريف لها على إنها (الوسائل القانونية التي تهدف إلى حماية المستهلك في العقد وتبصيره به لكي لا يقع ضحية جور وتعسف الطرف الآخر ، بتضمين العقد بعض الشروط التي تحقق مزايا مفردة لواضعها وفي المقابل تلحق ضرر بالمستهلك).

ثالثاً: بدأ لنا من خلال البحث أن هنالك اتجاهين في الفقه بصدد تقديم تصوير واقعي لتوعية إرادة المستهلك، أولهما: يتوسل بالأساليب التقليدية كشكلية العقد، ومنح المستهلك فرصة للتفكير والتدبر ويرى إنها كافية لتحقيق هذا الهدف. وثانيهما: الاتجاه نحو الأساليب الحديثة أو المعاصرة تشتمل على أنماط جديدة من القواعد كجمعيات حماية المستهلكين ، وإقرار تشريعات خاصة بحماية المستهلك ويرى إنها الكفيلة لتحقيق ذات الهدف .

رابعاً: وليس معنى إيجاد قواعد جديدة ، هو وضع يمكن المستهلك من إعاقة النشاط الاقتصادي ، إذ يجب أن نضع بالحسبان ابتداءً أن المستهلك ليس قاصراً ، فالمستهلك هو شخص بالغ رشيد ، كما أن عليه أن يبذل من جانبه الجهود الحثيثة لدرء الضرر عن نفسه.



وفي كل الأحوال يجب إلا نتصور أن المستهلك والحرفي من طبقتين مختلفتين في المجتمع ، فكاننا مستهلكون .

التوصيات :

أولاً: من خلال استقراء نصوص قانون حماية المستهلك العراقي رقم (١) لسنة ٢٠١٠، نجده لم يتضمن بين نصوصه صراحة على أساليب توعية المستهلك ، وما هي تلك الأساليب ، وما أثارها ، مما يجعل المهمة صعبة أمام الفقه والقضاء لاستخلاص هذه الأساليب ، ومن هنا ندعو المشرع العراقي الموقر إلى النص صراحة على هذه الأساليب وبيان أثارها ، لغرض توعية وتبصير المستهلك بما يدور حوله من بنود وشروط العقد التي قد تزيد من أعباءه و في المقابل تزيد من حقوق ومزايا الطرف الآخر .

ثانياً: توصلنا من خلال البحث ، بأن أساليب توعية المستهلك تتركز بشكل كبير على ما يتضمنه العقد من بنود وشروط تخل بتحقيق توازنه ، وذلك من أجل تنوير وتبصير إرادة المستهلك بهذه الشروط بغية تحقيق الحماية الفعالة له ، فمن هذا المنطلق يقترح الباحث أن يأخذ المشرع العراقي الموقر بنظام القائمة ، ويضمنها بعض الشروط التي توصف بأنها تعسفية ، إذ نجد أن هذا النظام قد استقرت عليه معظم التشريعات المعاصرة المتوجهة لحماية المستهلكين .

ثالثاً : كما هو معلوم لما للقضاء من دور فعال في تحقيق الحماية المرجوة للطرف الضعيف في العقد بمساندة المشرع له في هذه المهمة ، لذا نوصي المشرع العراقي إلى توسيع سلطة القضاء التقديرية ، من خلال تضمين التشريع المقترح مبدءاً عاماً يتيح للقضاء تقويم مدى التوازن الذي يحققه العقد ، وإعادة النظر في شروطه في الحالات التي يظهر فيها اختلال التوازن بين الحقوق والالتزامات المترتبة عليه .

الهوامش.

- (١) د. حسن عبد الباسط جمعي ، حماية المستهلك ، الحماية الخاصة لرضا المستهلك في عقود الاستهلاك ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ١٩٩٦ ، ص ٨.
- (٢) د. يوسف شندي ، المفهوم القانوني للمستهلك ، دراسة تحليلية مقارنة ، بحث منشور في مجلة الشريعة والقانون، يصدرها مجلس النشر العلمي ، كلية القانون ، جامعة الإمارات العربية المتحدة ، السنة ٢٤ ، العدد ٤٤ ، ذو القعدة ١٤٣١ هـ ، أكتوبر ٢٠١٠ م ، ص ١٤٣ .
- (٣) أمانح رحيم أحمد ، حماية المستهلك في نطاق العقد ، دراسة تحليلية مقارنة ، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر ، ط ١ ، بيروت ، ٢٠١٠ ، ص ١٩ .
- (٤) أشار إلى نفس هذا التعريف ، قانون حماية المستهلك العماني رقم (٨١) لسنة ٢٠٠٢ ، في مادته الأولى ، إذ عرفته بأنه (..... كل شخص طبيعي أو معنوي يشتري سلعة أو خدمة أو يستفيد من أي منهما) .

- (٥) د. يوسف شندي ، مصدر سابق ، ص ١٤٣ .
- (٦) أشار إلى نفس هذا التعريف قانون حماية المستهلك الفلسطيني رقم (٢١) لسنة ٢٠٠٥ في المادة الأولى بقولها (..... المستهلك: كل من يشتري أو يستفيد من سلعة أو خدمة.....) .
- (٧) ينظر: الفقرة خامسا من المادة الأولى من قانون حماية المستهلك العراقي رقم (١) لسنة ٢٠١٠ .
- (٨) أخذت العديد من التوجيهات الأوروبية بالمفهوم الضيق للمستهلك منها على سبيل المثال : التوجيه الأوربي الصادر بتاريخ ٢٠٠٠/٦/٨ المتعلق بالتجارة الالكترونية ، والتوجيه المتعلق بحماية المستهلكين في العقود التفاوضية التي تتم خارج المنشأة التجارية الصادر بتاريخ ١٩٨٥/١٢/٢٠ ، والتوجه الصادر بتاريخ ١٩٨٦/١٢/٢٢ المتعلق بالقروض الاستهلاكية ، والتوجيه المتعلق بالشروط التعسفية في العقود المبرمة مع المستهلكين الصادر بتاريخ ١٩٩٣/٤/٥ ، والتوجيه



- *****
- المتعلق بالتجارة عن بعد للخدمات المالية الصادر بتاريخ ٢٣/٩/٢٠٠٢، والتوجيه المتعلق بالممارسات التجارية غير النزيهة الصادر بتاريخ ١١/٥/٢٠٠٥. أشار إلى هذه التوجيهات ، د. يوسف شندي ، مصدر سابق ، ص ١٥٢ ، هامش (٤) .
- (٩) انظر على سبيل المثال المادة ٣- ٣١١ L المتعلقة بالقروض الاستهلاكية إذ استبعدت الفقرة الثالثة من نطاق تطبيقها العمليات المخصصة لتمويل حاجات مرتبطة بالنشاط المهني ، والقروض الممنوحة للأشخاص المعنويين الخاضعة للقانون العام . والمادة ٢٢-١٢١ L الخاصة بالبيع المنزلية ، إذ استبعدت من نطاق تطبيقها البيوع العمليات الأخرى التي تكون لها علاقة مباشرة بالنشاط المهني . للمزيد من التفصيل ، ينظر : د. يوسف شندي ، مصدر سابق ، ص ١٥٣ - ١٥٦ .
- (١٠) انظر: نص المادة (١٣٢-١-L) باللغة الفرنسية :
- (Dans les contrats conclus entre professionnels et non-professionnels ou consommateurs, sont abusives les clauses qui ont pour objet ou pour effet de créer, au détriment du non-professionnel ou du consommateur, un déséquilibre significatif entre les droits et obligations des parties au contrat).
- (11) D. Bosco, Le droit de retractation- d un aspect des rapports du droit de la consommation et du droit commun des contrats , Memoire du DEA, Aix- Marseille 1999, p. 47.
- أشار إليه : د. يوسف شندي ، مصدر سابق ، ص ١٥٥ .
- (١٢) د. يوسف شندي ، مصدر سابق ، ص ١٦٢ - ١٦٣ .
- (13) G. Raymond, obs. Sous cass. Civ. Ire, 10juillet. 1996, contrats conc. Consom. 1996. p.17.
- أشار إليه : د. حسن عبد الباسط جميعي ، مصدر سابق ، ص ١٣ .
- (١٤) د. خالد عبد الفتاح محمد خليل ، حماية المستهلك في القانون الدولي الخاص ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ٢٠٠٢ ، ص ١٦ .
- (١٥) سليمان براك دايج الجميلي ، الشروط التعسفية في العقود ، أطروحة دكتوراه مقدمة إلى مجلس كلية الحقوق ، جامعة النهريين ، ٢٠٠٣ ، ص ٤٤ .
- (١٦) موفق حماد عبد ، التزام البائع المحترف بضمان السلامة ، دراسة مقارنة ، رسالة ماجستير ، مقدمة إلى مجلس كلية الحقوق ، جامعة النهريين ، ٢٠٠٦ ، ص ٢٨ .
- (17) J. P. Pizzio,L, introduction de la notion de consommateur . en droit francais , D. 1982. P . 91.
- (١٨) د. السيد محمد السيد عمران ، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد ، دراسة مقارنة ، منشأة المعارف ، الإسكندرية ، ١٩٨٦ ، ص ٨ .
- (١٩) ينظر : د. حسن عبد الباسط جميعي ، مصدر سابق ، ص ١١ .
- (٢٠) د. يوسف شندي ، مصدر سابق ، ص ١٦٥ .
- (٢١) د. حسن عبد الباسط جميعي ، مصدر سابق ، ص ١٢ .
- (٢٢) رنا علي كاظم الزبيدي ، عدول المستهلك عن العقد ، رسالة ماجستير ، مقدمة إلى مجلس كلية الحقوق ، جامعة النهريين ، ٢٠٠٨ ، ص ٢١ .
- (٢٣) د. خالد عبد الفتاح محمد خليل ، مصدر سابق ، ص ١٧ .
- (٢٤) د. عامر قاسم احمد ، الحماية القانونية للمستهلك ، دراسة في القانون المدني والمقارن ، أطروحة دكتوراه ، مقدمة إلى مجلس كلية القانون ، جامعة بغداد ، ١٩٩٨ ، ص ٥ .



- *****
- (٢٥) انظر : الفقرة ثانيا من المادة الأولى ، من قانون حماية المستهلك العراقي رقم (١) لسنة ٢٠١٠ .
- (٢٦) وأيضا : الفقرة ثالثا من نفس المادة السابقة من قانون حماية المستهلك العراقي.
- (٢٧) د. عامر قاسم احمد ، مصدر سابق ، ص ٥ .
- (٢٨) رنا علي كاظم الزبيدي ، مصدر سابق ، ص ٢٣ .
- (٢٩) د. خالد عبد الفتاح محمد خليل ، مصدر سابق ، ص ٢١ .
- (٣٠) ينظر : نص المادة الخامسة من قانون التجارة العراقي النافذ رقم (٣٠) لسنة ١٩٨٤ .
- (٣١) د. خالد عبد الفتاح محمد خليل ، مصدر سابق ، ص ١٩ .
- (٣٢) صدر قانون نصوص العقد الجائرة في انكلترا في عام ١٩٧٧ بخصوص محاربة الشروط المرهقة المتمثلة في شروط الإغفاء والشروط الاستثنائية المرهقة والمجرفة في عقود المستهلك والعقود التجارية .
- (٣٣) د. نادية محمد معوض ، شرط الإغفاء في العقود التجارية وعقود المستهلكين ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ص ٧٧ .
- (٣٤) د. خالد عبد الفتاح محمد خليل ، مصدر سابق ، ص ٢١ .
- (٣٥) انظر : المادة (٧٧) من قانون الإثبات العراقي النافذ رقم (١٠٧) لسنة ١٩٧٩ ، التي تجعل هذه القيمة (٥٠٠٠) .
- (٣٦) د. حسن عبد الباسط جمعي ، مصدر سابق ، ص ٤١ .
- (٣٧) إذ صرحت هذه المادة بالاتي (١- يجب تنفيذ العقد طبقاً لما اشتمل عليه وبطريقة تتفق مع ما يوجبه حسن النية. ٢- ولا يقتصر العقد على الزام المتعاقد بما ورد فيه، ولكن يتناول ايضاً ما هو من مستلزماته وفقاً للقانون والعرف والعدالة بحسب طبيعة الالتزام) .
- (٣٨) أشار إلى هذه التشريعات : د. حسن عبد الباسط جمعي ، مصدر سابق ، ص ٤١ - ٤٢ .
- (٣٩) هذا في القوانين التي أخذت بنظرية البطلان النسبي والتي تقابلها نظرية العقد الموقوف في القانون المدني العراقي .
- (40) Ferrier, les dispositions d'ordre public visant à préserver la réflexion des contractants, D, 1980, P. 177, Ghestin, le content, L.G.D.J.1980,p. 456.
شكل من أشكال التعبير عن الإرادة .
- (41) Pizzio, un rapport legislative en matière de protection du consentement, RTDC, 1979,P.66.
- (٤٢) ومن أمثلة ذلك في الدول العربية : الأسواق المركزية في العراق ، المؤسسات الاستهلاكية المدنية والعسكرية في الأردن ، الجمعيات الاستهلاكية في ليبيا ، وهي جمعيات تقدم السلع الغذائية للمستهلكين بأسعار مدعومة . للتفصيل ينظر : د. عامر احمد القيسي ، تطور القانون الوضعي في أساليب توعية المستهلك ، بحث منشور في مجلة كلية الحقوق ، جامعة النهرين ، مجلد ٩ ، العدد ١٧ ، ٢٠٠٦ ، ص ١٢٥-١٢٦ .
- (٤٣) نجد أن التشريع العراقي نص على مثل هكذا أجهزة تعنى بالدفاع عن حقوق المستهلك إلى جانب جمعيات حماية المستهلك ، إذ أطلق عليه مجلس حماية المستهلك ، ينظر المادة (٤ - ٥) من قانون حماية المستهلك العراقي رقم (١) لسنة ٢٠١٠ .
- (٤٤) ونجد في الوقت الحاضر بعض البرامج التلفزيونية في بعض القنوات الفضائية تضطلع بهذه المهمة الكبيرة مما يعطيها بعدا عالميا تتخطى الحدود الوطنية .
- (٤٥) منها على سبيل المثال لا الحصر .



التشريع الألماني المتخصص في مقاومة الشروط التعسفية في ٩ / ديسمبر / ١٩٧٦ ، القانون الكندي لحماية المستهلك في ١٩٧٦ ، والقانون الانكليزي الخاص بالشروط المحففة في العقد في عام ١٩٧٧ ، وقانون الاستهلاك الفرنسي رقم (٧٨) في ١٠ / يناير / ١٩٧٨ .

المصادر.

المراجع العربية :

- ١- د. السيد محمد السيد عمران ، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد ، دراسة مقارنة ، منشأة المعارف ، الإسكندرية ، ١٩٨٦ .
- ٢- أمّانج رحيم أحمد ، حماية المستهلك في نطاق العقد ، دراسة تحليلية مقارنة ، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر ، ط١ ، بيروت ، ٢٠١٠ .
- ٣- د. حسن عبد الباسط جمعي ، حماية المستهلك ، الحماية الخاصة لرضا المستهلك في عقود الاستهلاك ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ١٩٩٦ .
- ٤- د. خالد عبد الفتاح محمد خليل ، حماية المستهلك في القانون الدولي الخاص ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ٢٠٠٢ .
- ٥- رنا علي كاظم الزبيدي ، عدول المستهلك عن العقد ، رسالة ماجستير ، مقدمة إلى مجلس كلية الحقوق ، جامعة النهريين ، ٢٠٠٨ .
- ٦- سليمان براك دايج الجميلي ، الشروط التعسفية في العقود ، أطروحة دكتوراه مقدمة إلى مجلس كلية الحقوق ، جامعة النهريين ، ٢٠٠٣ .
- ٧- د. عامر قاسم احمد ، الحماية القانونية للمستهلك ، دراسة في القانون المدني والمقارن ، أطروحة دكتوراه ، مقدمة إلى مجلس كلية القانون ، جامعة بغداد ، ١٩٩٨ .
- ٨- د. عامر احمد القيسي ، تطور القانون الوضعي في أساليب توعية المستهلك ، بحث منشور في مجلة كلية الحقوق ، جامعة النهريين ، مجلد ٩ ، العدد ١٧ ، ٢٠٠٦ .
- ٩- موفق حماد عبد ، التزام البائع المحترف بضمان السلامة ، دراسة مقارنة ، رسالة ماجستير ، مقدمة إلى مجلس كلية الحقوق ، جامعة النهريين ، ٢٠٠٦ .
- ١٠- د. نادية محمد معوض ، شرط الإعفاء في العقود التجارية وعقود المستهلكين ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ٢٠٠١ .
- ١١- د. يوسف شندي ، المفهوم القانوني للمستهلك ، دراسة تحليلية مقارنة ، بحث منشور في مجلة الشريعة والقانون ، يصدرها مجلس النشر العلمي ، كلية القانون ، جامعة الإمارات العربية المتحدة ، السنة ٢٤ ، العدد ٤ ، ذو القعدة ١٤٣١ هـ ، أكتوبر ٢٠١٠ م .

القوانين :

القوانين العراقية :

- ١٢- القانون المدني العراقي رقم (٤٠) لسنة ١٩٥١ .
- ١٣- قانون التجارة العراقي رقم (٣٠) لسنة ١٩٨٤ .
- ١٤- قانون الإثبات العراقي النافذ رقم (١٠٧) لسنة ١٩٧٩ .
- ١٥- قانون حماية المستهلك العراقي رقم (١) لسنة ٢٠١٠ .

القوانين العربية والأجنبية :



- ١٦- قانون حماية المستهلك العماني رقم (٨١) لسنة ٢٠٠٢ .
١٧ - قانون حماية المستهلك اللبناني رقم (٦٥٩) لسنة ٢٠٠٥ .
١٨ - قانون حماية المستهلك الفلسطيني رقم (٢١) لسنة ٢٠٠٥ .
١٩ - قانون حماية المستهلك المصري رقم (٦٧) لسنة ٢٠٠٦ .
٢٠ - القوانين الفرنسية الخاصة بحماية المستهلكين ، متاحة على الموقع الالكتروني الأتي :
[www. Legi france. Qouv.fr](http://www.Legi france. Qouv.fr).

المصادر الأجنبية :

- (1) Ferrier, les dispositions d'ordre public visant à préserver la réflexion des contractants, D, 1980.
- (2) Ghestin, le contrat, L.G.D.J.1980.
- (3) J. P. Pizzio, L, introduction de la notion consommateur de. en droit français , D. 1982.
- (4) Pizzio, un rapport législatif en matière de protection du consentement, RTDC, 1979.