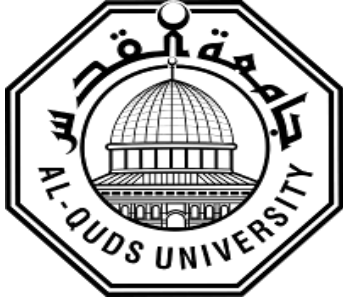




عمادة الدراسات العليا
جامعة القدس

حماية المستهلك في ظل القانون الفلسطيني والقانون المقارن

روان نضال عبد المحي ققيشة

رسالة ماجستير

القدس - فلسطين

1440هـ / 2018 م

حماية المستهلك في ظل القانون الفلسطيني والقانون المقارن

إعداد

روان نضال عبد المحي ققيشة

بكالوريوس حقوق - جامعة القدس / أبو ديس - فلسطين

المشرف : د. أنور أبو عيشه

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات درجة الماجستير في القانون العام من
كلية الحقوق/ عمادة الدراسات العليا / جامعة القدس.

القدس - فلسطين

1440هـ / 2018 م



جامعة القدس
عمادة الدراسات العليا
برنامج ماجستير قانون

إجازة الرسالة
حماية المستهلك في ظل القانون الفلسطيني والقانون المقارن

اسم الطالبة: روان نضال عبد المحي قفيشة
الرقم الجامعي: 21211360
المشرف: د. أنور أبو عيشه

نوقشت هذه الرسالة وأجيزت بتاريخ من لجنة المناقشة المدرجة أسماؤهم وتوقيعهم:

1. رئيس لجنة المناقشة: د. أنور أبو عيشه
 2. ممتحناً داخلياً:
 3. ممتحناً خارجياً:
- التوقيع:.....
التوقيع:.....
التوقيع:.....

القدس / فلسطين

1440هـ - 2018 م

الإهداء

إلى منارة العلم والإمام المصطفى إلى الأمي الذي علم المتعلمين إلى سيد الخلق إلى رسولنا
الكريم سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم
إلى سندي وقوتي وملاذي بعد الله
إلى من آثرني على نفسه
إلى من علمني علم الحياة ابي الغالي
إلى حكمتيوعلمي
إلى أدبيوحلمي
إلى طريقي المستقيم
إلى ينبوع الصبر والتفاؤل والأمل
إلى كل من في الوجود بعد الله ورسوله أُمي الغالية
بكل الحب.. إلى رفيقة دربي
إلى من سارت معي نحو الحلم.. خطوة بخطوة زوجي العزيز
إلى فلذة كبدي و ملاكي الصغير ابني باسل

إلى من حبهم يجري في عروقي ويلهج بذكرهم فؤادي إلى أخواتي وأخواني حماهم الله
جميعا وسدد خطاهم

إلى من علمونا حروفا من ذهب وكلمات من درر وعبارات من أسمى وأجلى عبارات في
العلم إلى من صاغوا لنا علمهم حروفا ومن فكرهم منارة تنير لنا سيرة العلم والنجاح إلى
أساتذتنا الكرام

الباحثة: روان قفيشة

إقرار

أقر أنا معد هذه الرسالة أنها قدمت لجامعة القدس لنيل درجة الماجستير، وأنها نتيجة أبحاثي الخاصة بإستثناء ما تم الإشارة له حيثما ورد، وأن هذه الرسالة أو أي جزء منها لم يقدم لنيل أية درجة عليا لأي جامعة أو معهد آخر.

الاسم: روان نضال عبد المحي قفيشة

التاريخ:

التوقيع:

الشكر والعرفان

كلمات الثناء لا توفيك حقك ، شكراً لك من أعماق قلبي على عطائك الدائم

الى استاذي الفاضل الدكتور انور ابو عيشة

والذي شملني بالاشراف والتوجيه و المتابعة ولولاه ما رأيت هذه الرسالة النور مع كل الاحترام والتقدير.

الى جامعتي العزيزة جامعة القدس... واساتذتي الافاضل ادامهم الله جميعا نبراسا للعلم والعلماء.

المخلص:

اولت التشريعات الحديثة في موضوع حماية المستهلك ، فالمستهلك يمثل الطرف الضعيف في العملية التعاقدية ، و حدث ان القواعد العامة في القانون المدني لم تشمل و تتسع لفرض الحماية المرجوة فقد سارعت التشريعات الحديثة لوضع قوانين تكفل الحماية للمستهلك في مراحل انعقاد العقد على اختلافها سواء في مرحلة ما قبل ابرام العقد و اثناء ابرام العقد و مرحلة ما بعد ابرام العقد .

و قد تم دراسة التطور التاريخي لنشوء حماية المستهلك و تعريف المستهلك و المزود اضافة الى الاهمية القانونية بتوفير الحماية القانونية للمستهلك و تأثيره على المجتمع مما دفعني لدراسة موضوع حماية المستهلك و بيان حقوقه و التزامات المزود او المنتج او التاجر و ما هي الابعاد القانونية في حال الاخلال بالعقد اضافة الى وسائل حماية المستهلك .

فقد تم دراسة حماية المستهلك في مرحلة ما قبل انعقاد العقد و التي بها تم بيان كيفية حماية المستهلك في مرحلة التفاوض و ما الاثر القانوني المترتب في حال قطع المفاوضات اضافة الى الحماية القانونية للمستهلك من الاعلان التجاري ذلك للاهمية المطلقة حيث ان الاعلان التجاري يؤثر بشكل كبير على جمهور المستهلكين في اقتناء السلع ، كذلك حق المستهلك في الاعلام و التبصير من خلال تحديد شخصية المزود و وصف الخدمة او المنتج اضافة الى بيان خصائص السلعة .

اما الفصل الثاني فقد تم فيه بيان حماية المستهلك اثناء انعقاد العقد وذلك من خلال توضيح الحماية القانونية للمستهلك و الضمانات التي كفلها القانون له، كالتوسع بعقود الاذعان لتشمل الكثير من العقود في حال فقدت التفاوض بين طرفي العقد، فاذا خلال العقد من التفاوض فيكون المستهلك امام عقد اذعان ، اما في حال المفاوضة و امكانية تعديل الشروط فانه لا كون عقد اذعان .

اضافة الى ذلك فقد تم دراسة الحماية الجزائية للمستهلك، فقد جرمت التشريعات على اختلافها الجرائم التي تقع على المستهلك و ذلك بفرض عقوبات جزائية على المزود او المنتج او المورد، اضافة الى ذلك فقد حظرت التشريعات الحديثة و جرمت موضع التعاقد مع شخص وهمي و رتبت على ذلك عقوبات تختلف باختلاف الحالة التي تكون كم توسع المشرع بتجريم الاعلان التجاري الكاذب او المضلل اضافة الى تجريم الاحتيال .

و في الفصل الاخير فقد تم دراسة حماية المستهلك في مرحلة ما بعد انعقاد العقد، ذلك ان التشريعات الحديثة لم تغفل عن فرض الحماية للمستهلك بالاعلام و و حقه بالعدول اضافة الى حقه في اللجوء الى جمعيات حماية المستهلك .
انتهت الدراسة بالخاتمة و التي شملت النتائج و التوصيات .

Summary

Recent legislation has been introduced in the field of consumer protection , the consumer is the weak party in the contractual process, And urged that the general rules in the civil law did not include and expand to impose the desired protection has been speeded up modern legislation to develop laws to protect the consumer in the stages of the contract of different, both at the pre-conclusion of the contract and during the conclusion of the contract and the post-conclusion of the contract.

The historical development of consumer protection, the definition of consumers and suppliers, as well as the legal importance of providing legal protection to the consumer and its impact on society , Which led me to study the subject of consumer protection and statement of rights and obligations of the supplier or producer or merchant and what are the legal dimensions in case of breach of contract in addition to consumer protection means.

Consumer protection was examined at the pre-contract stage, which showed how to protect the consumer at the stage of differentiation and the legal effect of cutting off the negotiations In addition to the legal protection of the consumer of commercial advertising, it is of absolute importance as commercial advertising significantly affects the consumer audience in the acquisition of goods , As well as the right of the consumer in the media and insight through the identification of the personality of the supplier and description of the service or product in addition to the statement of characteristics of the commodity.

The second chapter deals with consumer protection during the contract by clarifying the legal protection of the consumer and the guarantees guaranteed by law to him Such as expanding the contracts of compliance to include many contracts in the event of lost negotiations between the parties to the contract, if during the contract of negotiation, the consumer will be in a contract of compliance , In the case of negotiations and the possibility of modifying the conditions, it is not a contract of acquiescence.

In addition, the criminal protection of the consumer has been studied. The various legislations have been criminalized by the crimes against the consumer by imposing penal sanctions on the supplier, producer or supplier, In addition, the criminal protection of the consumer has been studied. The various legislations have been criminalized by the crimes against the consumer by imposing penal sanctions on the supplier,

producer or supplier, In addition, modern legislation has banned and criminalized the subject of contracting with a fictional person and arranged for different penalties depending on the situation in which the legislator expands the criminalization of a false or misleading commercial declaration in addition to criminalizing fraud.

In the last chapter, consumer protection was studied in the post-contract period, since modern legislation did not overlook the imposition of consumer protection by the media and the right to change, in addition to the right to resort to consumer protection associations.

The study concluded with a conclusion, which included the results and recommendations.

المقدمة:

عن رفاعه بن رافع قال «: خرجت مع النبي - صلى الله عليه وسلم - إلى المصلى فرأى الناس يتبايعون، فقال: يا معشر التجار فاستجابوا ورفعوا أعناقهم وأبصارهم إليه، فقال: إن التجار بيعثون يوم القيامة فجارًا إلا من اتقى الله وبر وصدق ».

شغل موضوع حماية المستهلك حيز منذ القدم فقد اهتمت الشريعة الإسلامية في حمايته ذلك أن إمكانية استغلال المستهلك كانت وما زالت قائمة منذ زمن وذلك بما يعانيه المستهلك من الغش و الاستغلال لفترات طويلة من خلال السلع والمنتجات المقدمة له والتي تكون في ظاهرها سلع تهدف الى سد حاجاته ورغباته ولكن تهدف في طياتها الى تحقيق اكبر قدر من الربح واستغلال المستهلك ولكن استغلال التجار أو المزود أو المنتج ساهم في تنبه الكثير من الأفراد والجماعات والهيئات الرسمية و غير الرسمية الى الاستغلال المجحف الذي يعاني منه المستهلك، وما ينتج و عن هذا الاستغلال من ضرر يلحق بالمستهلك فظهرت حركات مدافعة عن حقوق المستهلك كرد فعل للإهمال والقصور في متابعة حقوقه و طغيان هيمنة المنتجين على النشاط التسويقي؛ فتعتبر هذه المؤسسات هيئات تتصدى للدفاع عن حقوق المستهلك أمام الفاعلين المهيمنين على العملية التسويقية.

تكمن في إن حماية جميع البشر مستهلكين، ويحتاجون الى سلع و منتجات لسد حاجياتهم و متطلباتهم، وذلك لان الطبيعة البشرية والاستمرارية في الحياة تتطلب ذلك ولتطور هذه الحاجيات على مر العصور والزمن و لتوسعها أصبح من الضروري وجود قواعد وأنظمة تحكم و تنظم هذه التعاملات لحماية المستهلكين حيث تتطلب أساسيات.

إشكالية الدراسة:

1. وتكمن الاشكالية الرئيسية لهذه الدراسة مدى فعالية القواعد و الاليات القانونية الوقائية و لحماية المستهلك في ظل قانون حماية المستهلك الفلسطيني لسنة 2005 .

أهداف الدراسة:

1. دراسة مفهوم المستهلك و المنتج و المزود والفرق بينهم.

2. معرفة حاجة المستهلك للحماية في كافة مراحل انعقاد العقد مدى الحماية القانونية التي يفرضها قانون حماية المستهلك الفلسطيني للمستهلك.
3. التعرف على حقوق المستهلك في كافة مراحل التعاقد ومعرفة مبررات وأسباب حماية المستهلك.
4. معرفة الفروق ما بين الحماية القانونية للمستهلك في ظل القانون الفلسطيني والقانون الفرنسي.
5. التعرف على الدور الرقابي للجهات ذات العلاقة في حماية المستهلك، ومعرفة أهمية جمعيات حماية المستهلك في التدخل لحل المشاكل القائمة بين المنتج والمستهلك.
6. التعرف على الوسائل القانونية المتاحة لحماية المستهلك عند حدوث نزاع بشأن العقد محليا.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في أن لها علاقة في حياة الناس فالعلاقات التجارية قائمة على التعامل بين المنتج والتاجر من جهة والتاجر من جهة والمستهلك من جهة أخرى وينبغي أن تكون العلاقة قائمة على أسس من العدل وعدم الاستغلال أو الخداع أو التضليل ذلك أن المستهلك هو الجانب الضعيف منها حيث يعرض للاستغلال و الخداع و التضليل من قبل المهني فكان لابد لهذا الطرف الضعيف (المستهلك) من حمايته بوضع تشريعات قانونية لتحقيق أمنه من حيث الصحة أو من حيث المعاملات المالية و ترفع عنه الحيف و الاستغلال والخداع والتضليل.

كما تتبع أهمية الدراسة من ما يلي:

- تسارع التطور الحاصل في مجال التعاقد الذي يشكل المستهلك طرفه الرئيسي، بحيث أصبح المستهلك رهينة شروط المزود عند تعاقدته من أجل شراء سلعة، أو خدمه معينة .
- حاجة المستهلك إلى الحماية في التعاقد تتبع أيضاً من كون المستهلك الطرف الأقل خبرة ودراية في المعاملات التجارية ، والأقل قوة في المعادلة الاقتصادية .
- ضرورة توعية المستهلك الفلسطيني بأحكام قانون حماية المستهلك رقم 21 لسنة 2005 ودور الهيئات الرسمية والجمعيات في حماية المستهلك.
- صعوبة قدرة الفرد على التمييز بسبب التطورات التقنية الكثيفة والمتلاحقة.

منهجية الدراسة:

- تم الاعتماد في إعداد هذه الدراسة على منهج الوصف التحليلي.
- كذلك تم الاعتماد في هذه الدراسة أيضا على المنهج المقارن .

محددات الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على بعض القوانين العربية وعلى الأخص:

- قانون حماية المستهلك الفلسطيني رقم 21 لسنة 2005 .
- قانون حماية المستهلك الفرنسي رقم 949 لسنة 1993 .
- قانون حماية المستهلك في لبنان رقم 659 الصادر في 4 شباط 2005 .
- قانون حماية المستهلك في سوريا رقم 2 لسنة 2008 و المعدل بالمرسوم التشريعي رقم 27 للعام 2013 .
- قانون حماية المستهلك في مصر رقم 67 لسنة 2006 و لائحته التنفيذية .
- قانون حماية المستهلك في سلطنة عمان رقم 81 لسنة 2002 .
- قانون حماية المستهلك في قطر رقم 8 لسنة 2008 و المعدل بمرسوم بقانون رقم 14 لسنة 2011 .
- قانون حماية المستهلك في الامارات رقم 24 لسنة 2006 .
- قانون حماية المستهلك في العراق رقم 1 لسنة 2010 .
- قانون حماية المستهلك في المغرب رقم 101103 لسنة 2011
- قانون حماية المستهلك في الجزائر 09-03 لسنة 2009
- قانون حماية المستهلك في اليمن رقم 46 لسنة 2008 .
- تم الاعتماد على المؤلفات المنشورة باللغة العربية في ذات الموضوع .

الدراسات السابقة:

1. حماية المستهلك أثناء تكوين العقد-2002 - دراسة مقارنة - مع دراسة تحليلية و تطبيقية للنصوص الخاصة بحماية المستهلك - الدكتور محمد السيد عمران ويبحث الكتاب في الشروط الشخصية للتعاقد و الشروط الموضوعية والحماية الإجرائية للمستهلك عند العقد .
2. الحماية القانونية للمستهلك -2002- دراسة في القانون المدني و المقارن الدكتور عامر قاسم احمد القيسي و يقارن الكتاب بين حماية المستهلك في ظل المبادئ التقليدية و حماية المستهلك في ظل مبادئ معاصرة .
3. الحماية المدنية للمستهلك -1994- الدكتور احمد محمد الرفاعي و ركز الباحث في مفهوم الأطراف المتعاقدة و الحماية ازاء الشروط التي تتضمن تعسفا دون البحث في حماية المستهلك قبل العقد و بعده .
4. حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني -2008- دراسة مقارنة - هي عبارة عن رسالة ماجستير في القانون قدمت في جامعة النجاح الوطنية وبحثت الدراسة في حماية المستهلك في مراحل إبرام العقد .
5. دراسة (كميل)-2014- بعنوان: "حماية المستهلك في التعاقد عبر شبكة الانترنت - دراسة مقارنة". ينهض هذا البحث بمعالجة أهم الإشكالات المتعلقة بأثر ثورة تكنولوجيا المعلومات على المستهلك وبيان الأسباب التي تبرر حمايته،وتناول أيضا التدابير التي وضعها المشرع الفلسطيني وغيره من التشريعات المقارنة لحماية المستهلك سواء في القواعد العامة التقليدية وبيان مدى كفايتها لحماية المستهلك عبر شبكة الانترنت،وكذلك في القواعد الخاصة بالمعاملات الالكترونية، وذلك في المرحلة السابقة على التعاقد أو في مرحلة تنفيذ العقد.
6. دراسة (العجمي 2011) بعنوان: " الحماية المدنية للمستهلك في العقد الالكتروني". وبحثت هذه الدراسة حماية المستهلك في العقد الالكتروني مدنيا بأسلوب مقارن بين القانون الأردني والكويتي والمصري والتونسي إضافة الى بعض المسائل التي وردت في قانون الاستهلاك الفرنسي وذلك من خلال خمسة فصول.
7. دراسة (العبد 2009) بعنوان: "الحماية المدنية والجنائية للمستهلك عبر شبكة الانترنت" ركزت هذه الدراسة على ما توفره التشريعات الحديثة من حماية قانونية للمستهلك، وكانت نتائج هذه الدراسة أن الولايات المتحدة الأمريكية من اكثر دول العالم اولت عناية لمكافحة الجرائم

المعلوماتية كذلك بينت مدى حرص المجلس الأوروبي على التصدي للاستخدام غير المشروع لشبكات المعلومات.

خطة الدراسة:

ترى الباحثة أن دراسة موضوع حماية المستهلك في التعاقد انه سيتم دراسته من خلال ثلاث فصول فاولا المقدمة و من ثم ملخص البحث و بعد ذلك التمهيد و الذي شمل بيان ظهور حماية المستهلك عبر الازمان و تم دراسة مفهوم عقد الاستهلاك و خصائصه و من ثم تحديد اطرافه و دراسة التعريف الضيق والواسع للمستهلك وتعريفه في القانون الفلسطيني والفرنسي و تعريف المزود وتمييزه عن البائع ، حيث جاء الفصل الأول بعنوان ماهية حماية المستهلك قبل إبرام العقد و قسم الى مبحثين: المبحث الأول: حماية المستهلك في مرحلة التفاوض أما المبحث الثاني: حق المستهلك بالإعلام والتبصير ، ومن ثم تم دراسة حماية المستهلك في مرحلة إبرام العقد في الفصل الثاني و تم تقسيمه الى مبحثين المبحث الأول: الحماية المدنية في مرحلة إبرام العقد وحق المستهلك في الإعلام والتبصير في المبحث الثاني وفي الفصل الثالث تم دراسة حماية المستهلك بعد إبرام العقد وتم فيه دراسة حق المستهلك في النظرية العامة للعقد في المبحث الأول حق المستهلك بالأمان والتعويض في المبحث الثاني إضافة الى الخاتمة التي شملت ملخص الدراسة والنتائج وأخيرا التوصيات .

التمهيد :

يقاس تطور الشعوب بالعديد من الأمور منها الرفاهية والتطور الاقتصادي، وأيضا بمدى تحسن أوضاع طبقاتها الاجتماعية والثقافية وتوفير الأمن الاجتماعي والخدماتي والغذائي لجمهور المستهلكين.

فقد أولت التشريعات أهمية وصلت إلى حد تخصيصها لقوانين وأنظمة مستقلة تضمن لها مظاهر الحماية ضد تجاوزات وتعسفات المهنيين الذين يستغلون تفوقهم الاقتصادي وخبرتهم المهنية للإيقاع بالأطراف الضعيفة في مختلف المراحل التعاقدية وذلك لإضفاء الحماية القانونية لجمهور المستهلكين.

التطور الذي أدى الى ظهور حقوق المستهلك على الحالة التي عليها اليوم و ذلك وفق تسلسل تاريخي ماضي في القدم بدا من حضارة الفراعنة قبل الميلاد و ما اضيفته الشريعة الاسلامية في القرن السابع الميلاد و ما اضيفته الشريعة الاسلامية في السابع الميلاد للحضارة الانسانية من رعاية لحقوق المستهلك المادية و المعنوية ،ثم تطور هذا الحق من خلال المجتمعات الحديثة التي اعطت دفعة اكثر قوة للحقوق المستهلكين من خلال كفاح حركات المستهلك ،خاصة مع الثورة الصناعية التي واكبتها هذا الضغط و عوامل اخرى جعل مختلف تشريعات العالم تؤسس لأول مرة قوانين خاصة بحماية المستهلك .

و اذا كان المشرع في العصور الحديثة لم ينتبه لفكرة حماية المستهلك الا فترة الحربين العالميتين اثناء الازمة الاقتصادية التي اجتاحت العالم نتيجة زيادة مطالب الناس و عجز الانتاج عن الوفاء بهذه المطالب الامر الذي أدى الى ارتفاع الاسعار وفرض قيود اقتصادية للحد من ارتفاعها ،فان هذه الحماية ترجع الى عقود سحيقة ممغته في القدم تفوتت فيها مدى تدخل المشرع تبعا للتغيرات الاقتصادية و الاجتماعية و السياسية في كل عصر من هذه العصور فكان اهتمام هذه المجتمعات القديم بارساء قواعد من تنظيم سلوك الافراد فيما بينهم رفع سيطرت الاقوياء على الضعيف و كان من بين تلك القواعد تلك التي تتعلق بحماية المستهلك بالمفهوم الحديث .

عند الفراعنة قانون (1330) قبل الميلاد قوانين الملك (حور حجب) من اهم القوانين الجنائية الاقتصادية ،حيث نجد في المادة الثامنة من هذا القانون لجريمة الخاصة بالمفتشين عديمي

الذمة المتواظئين مع محصلي الضرائب و المادة تاعاشرة التي تنص على الجريمة الخاصة بجمع ضرائب الحبوب ¹.

و قد استمر العمل في هذا القانون في مصر في العصر الروماني حتى عام 2012 قبل الميلاد و من نصوص هذا التشريع الخاصة بحماية المستهلك انه حدد السعر القانوني للقائدة فلا يجوز اشتراط فائدة سنوية اكثر من ثلث راس المال كما لا يجوز المطالبة باكثر من ضعف الدين مهمه طالت المدة ،و حرمت الفائدة المركبة ².

اما في الطرق القديمة :

بدات هذه الحماية باصدار "قانون اورنمو" الذي اصدره الملك اورنو و يعد هذا القانون اقدم قانون مكتشف حتى الان ليس في الطرق فحسب بل في تاريخ العالم ايضا انه سبق شريعة حمورابي بثلاثة قرون ³.

احتوى هذا القانون على مواد تتعلق بالموازين و النفقة و التاميم الاجتماعي و لغاء المكوس و كذلك التعويض المادي و يعتبر اول قانون تكلم عن التعويض بدلا عن النقص .

ثم قانون اوركاجينا (2355) قبل الميلاد ثم قانون اشفونا (1950) قبل الميلاد ، عالج اسعار بعض السلع و التعويض و من ثم قانون حمورابي ⁴.

اما الشريعة الاسلامية فقد احاط التشريع الاسلامي عقود البيع باحكام و ضوابط و قواعد تذل امام البائع سبيل الحصول على المال بالطرق السليمة و المشروعه التي تحمي المشرع من الغش و الغبن و الاحتكار .

فقد حرم التطفيف في الكيل و الميزان و حرم الغش التجاري و اقر مراقبة الاعمال التجارية في الفقه الاسلامي عن طريق نظام الحسبة (الاشراف على المرافق العامة و تنظيم عقاب للمذنبين) و هذه ما تعرف بوظيفة النيابة العامة و الشرطة (الامر بالمعروف و النهي عن المنكر) .

التطور التاريخي لحماية المستهلك في المجتمعات الحديثة :

¹ لبيب ، باهور ، اثار التاريخ الروماني، مجموعات من القوانين المصرية،مجلة القانون و الاقتصاد ، 1941،ص11 .

² المتعال ، زكريا ، تاريخ النظم السياسية و الاقتصادية ، 1939،ص229 .

³ العبودي ، عباس ، تاريخ القانون ، مديرية دار الكتاب و الطباعة و النشر ، 1988، ص96 .

⁴ علي خلف ، احمد ، الحماية الجنائية للمستهلك في القانون المصري و القانون الفرنسي و الشريعة الاسلامية ، دار الجامعة الجديدة للنشر ، 2005، ص23 .

- ظهور حماية المستهلك في الولايات المتحدة :
 - تعتبر الولايات المتحدة الامريكية السباق في الدعوة لحماية المستهلك باعتباره الحلقة الاضعف (رسالة الرئيس الامريكي جون كيندي) عام (1964) و التي احتوت علة قوانين تحمي المستهلك في امريكا فقانون 882 "قانون الغش و الخداع " و قانون (1980) م الذي ينظم صناعة الاغذية المحلية و وضع المواصفات القياسية اللازمة لحماية المستهلك و وفي سنة 1927 انشأت ادارة الاغذية و الدواء و اصبحت هي المتولى تنظيم التشريع ، و التي نجحت عام 1930 في الاتصال بوزارة الزراعة لوضع المعايير الخاصة بجودة الانتاج المحلية¹.
 - تطور حركة حماية المستهلك في اوروبا "
- الاهتمام الاوروبي بالمستهلك جاء مطلع عام 1927 ،وذلك و ذلك في شبه توصية في قمة باريس لزعماء دول و حكومات السوق ،و حيث حدد مجلس وزراء السوق سنة 1975 برنامج لحماية المستهلكين و تم الاعلان فيه عن الحقوق الاساسية للمستهلك .
- اضافة الى هذه الحقوق الاساسية التي افردتها دول المجموعة الاوروبية نسقت فيما بين النظم و التشريعات و النظم الداخلية لحماية المستهلك عن طريق سن تشريعات موحدة التي وضعت لها برنامجا خاصا سنة 1975 م² .
- حيث قامت الدول الاوروبية بعدها باصدار تشريعات متخصصة في مقاومة التعسف ضد المستهلك ،فاصدرت المانيا تشريع اتحادي يتعلق بمقاومة الشروط التعسفية ضد المستهلك الواردة ضمن الشروط العامة في العقود النموذجية "عقود الازعان" و ذلك بتاريخ 1976/1/9م ، ثم صدر في انجلترا قانون خاص بالشروط المجحفة بالعقد ،ثم صدر القانون الفرنسي رقم 23/78 المؤرخ بتاريخ 1989/1/10 ، تلاه في في "لكسمبورج" صدور قانون خاص بالحماية القانونية للمستهلك بتاريخ 1983/8/25 ،ثم قانون حماية المستهلك بتاريخ 1984/6/16م ،في البرتغال صدر قانون 85/446 بتاريخ 1985/10/25م ، يهدف الى حماية المستهلك ،و في هولندا صدر قانون حماية

¹ بوالي، محمد ،حماية المستهلك في القانون المقارن (دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي) ،دار الكتاب الحديث ،الجزائر ،2006 ، ص 39.

المستهلك بتاريخ 1987/6/18 ، ثم بلجيكا حيث صدر قانون تنظيم ممارسة و اعلام المستهلكين بتاريخ 1991/1/14 م .

اما في فرنسا فقد بدأت جمعيات حماية المستهلك في الظهور بشكل ملحوظ و بضغط منها تدخل المشرع الفرنسي باصدار قانون التتجه التجاري و الحرفي بتاريخ 1973/12/27 م ، و الذي نص في المادة الاولى على ان : "التجارة و الحرفة من اجل ترشيد و تحقيق رغبة المستهلك سواء من حيث السعر او النوعية او الخدمة و المنتجات المعروضة ¹ .

شهد التشريع الفرنسي في الفترة السابقة على ظهور قانون الاستهلاك بعض القوانين التي تقي بطريق غير مباشر بحماية المنتج او المتدخل في عملية تداول المنتجات ، منها القانون الصادر عام 1905 و الذي بموجبه يفرض عقوبات على خداع او غش السلعة ، و بدورها ساهمت الحكومة بانشاء هيئات عديدة متخصصة ، منها المعهد الوطني للاستهلاك او المجلس الوطني للاستهلاك ، و منذ منتصف السبعينات انشأت وزارة الاستهلاك (للاستهلاك) تحت ضغط المستهلكين .

و في 1978/1/10 صدر قانون بشأن حماية و اعلام المستهلكو الذينص فيه المشرع الفرنسي نظام الحماية الى المنتجات و الخدمات التي تخص المستهلك ، و كذلك القانون الصادر في 1982/1/10 و الذي تضمن عدة نصوص في مجالات مختلفة لحماية المستهلك .

و بعدها صدر مرسوم 1984/12/7 و الذي حل محل المرسوم الصادر في سنة 1972 ، و المتضمن وضع البطاقات و البيانات على المنتجات الغذائية ثم تلاه الامر الصادر في 1986/2/1 المتعلق بحرية الاسعار و المنافسة و الذي يتضمن عدة نصوص بشأن المستهلك ، و بعدها القرار الصادر في 1987/12/3 الذي حل محل القرار الصادر في 1971 المتعلق بتنظيم كيفية اعلام المستهلكين كما اعطى لجمعيات حماية المستهلك

¹ ابراهيم ، عبد المنعم ، حمناية المستهلك ، دراسة مقارنة ، منشورات الحلبي الحقوقية ، 2007، ص47 .

باللجوء الى القضاء للدفاع عن المصالح المشتركة للمستهلكين بموجب القانون الصادر في 1988¹.

و قد توج المشرع الفرنسي كل هذه المجهودات في مدونة الاستهلاك سنة 1993 التي جمعت كل القواعد الخاصة بحماية المستهلك المتفرقة بعدة قوانين .

مفهوم المستهلك:

تتعدد التعريفات و تختلف بشأن تحديد من هو المستهلك و هذا ادى لاختلاف المجال الذي يراد له شغله هذا الاخير لما يترتب عليه من اثار اقتصادية و قانونية و رجال الدين يعرفه حسب الزاوية التي ينظر للمستهلك من خلالها .
فكيف تعامل معه الفقه و الاجتهاد القضائي مع مفهوم الاستهلاك و كيف حدد المشرع الفلسطيني مفهوم المستهلك ؟

انتقل الخلاف الفقهي حول تحديد مفهوم المستهلك الى القضاء
- نجد محكمة النقض الفرنسية ، قد ثبتت في بعض الاحكام الاتجاه الموسع لفكرة المستهلك ، حيث اتجهت الى اضافة صفة المستهلك على الشخص المعنوي ، و قد قضت باعتبار احد الشركات التجارية العاملة في مجال العقارات من قبيل المستهلكين ، على اساس ان تعاقدتها كان خارج مجال تخصصها ، و ذلك بطرق الاستفادة من نصوص قانون حماية المستهلك في مواجهة المستهلك الشروط التعسفية الصادر في سنة 1978 .
للإحاطة بمفهوم المستهلك عند الفقه والقضاء سيتم دراسة مفهوم المستهلك الضيق في الفقرة الأولى على أن يتم دراسة المفهوم الواسع للمستهلك في الفقرة الثانية .

أولاً: المفهوم الضيق للمستهلك:

عرف أصحاب المفهوم الضيق المستهلك بأنه كل من يقوم باستعمال السلع و الخدمات لاشباع حاجاته الشخصية ، و حاجات من يعولهم و ليس بهدف اعادة بيعها او تحويلها ، او استخدامها في نطاق نشاطه المهني ،

لذا بموجب هذا التعريف فانه يجب توافر شرطين :

¹ حمد الله ، محمد ، مختارات من كتاب قانون الاستهلاك الفرنسي ، القاهرة ، دار النهضة العربية ، 2000، ص34-35 .

1 ان يكون المستهلك قد حصل على السلعة او المنتج او الخدمة لغرضه الشخصي او العائلي .

2 ان يكون محل عقد الاستهلاك منتجا او خدمة .

المفهوم الواسع للمستهلك:

ان مفهوم المستهلك وفق المفهوم الواسع كل من يبرم تصرفا قانونيا من اجل استخدام المال او الخدمة في اغراضه الشخصية او المهنية .

فقد ذهب هذا الإتجاه إلى التوسع في مفهوم المستهلك ليشمل كل شخص يتعاقد بهدف الإستهلاك، وقد وسع من هذا المفهوم ليشمل التصرفات ذات الهدف المهني، فالشخص الذي يشتري حاسوب لمكتبه ومن أجل إحتياجاته المهنية لا يدخل في التعريف الضيق للمستهلك وإنما يشمل الإتجاه الموسع لهذا المفهوم¹.

ف بالإضافة إلى المهنيين الذين تشملهم الحماية القانونية لقانون الإستهلاك ، هناك المدخرون الذين يحتجزون جزء من دخلهم النقدي ولا يستهلكون فهل يشمل قانون الإستهلاك هذه الفئة ؟ في هذا الإطار أجابنا الفقه حينما ذهب إلى عدم تشبيه المدخرين بالمستهلكين، كما ذهبت لجنة تنقيح قانون الإستهلاك الفرنسي إلى أن الأشخاص الذين يودعون مدخراتهم لا يمكن أن تشملهم كلمة مستهلك وذلك على الرغم من أنهم في حاجة لحماية معينة² .

فقد اعتبر الإتجاه الموسع - في الفقه والقضاء - أن فكرة "المستهلك" هو نفسه "غير المهني"؛ أي إذا تعاقد مهني لأجل مهنته ولكن في مجال خارج عن تخصصه و أخذ هذا الإتجاه بمعيار عدم الاختصاص (أ) ومعيار العلاقة المباشرة (ب)³.

أولا :عدم الاختصاص:

لا يتعارض معيار عدم الاختصاص من حيث المبدأ مع معيار الغاية من التصرف الذي يهدف إلى حماية المستهلك عندما يجري التصرف من أجل إشباع حاجاته الذاتية أو العائلية، لأن

¹ - محمود ، كيلاني عبد الراضي ، مفهوم المستهلك كأساس لتحديد نطاق تطبيق تقنين الإستهلاك الفرنسي ، المؤتمر السنوي التاسع لكلية حقوق المنصورة ، مصر ، والذي عقد في الفترة من 29 / 30 مارس 2005 ، ص 6 ، نقلاً عن إبراهيم ، خالد ممدوح ، حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية ، المرجع سابق ، ص 23 .

² محمود ، عيدا لله ذيب ، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني ، مرجع سابق ، ص 12 .

³ الرفاعي ، احمد محمد ، الحماية المدنية للمستهلك ازاء المضمون العقدي ، مرجع سابق ، ص 27 .

المستهلك يتمتع في جميع الأحوال والظروف بقريضة قاطعة على عدم الاختصاص، لكنه يسعى على العكس، إلى توسيع مفهوم المستهلك ليسع نطاق الحماية القانونية بعض المهنيين الذين يتصرفون بمناسبة نشاطهم المهني، ولكن في غير تخصصاتهم فلذلك استحوذ معيار عدم الاختصاص على انتباه القاضي الفرنسي، الذي أظهر ميله أحيانا إلى فكرة التوسيع لانسامه بالعدالة ففي أحد قراراتها، قضت محكمة النقض الفرنسية بتاريخ 28 ابريل سنة 1987 قبول نصوص الحماية ضد الشروط التعسفية لمصلحة شركة للعقارات فقد قامت هذه الشركة بإبرام عقد كان مضمونه إنشاء جهاز إنذار وفق نشاطها التجاري و قد سببت حكمها على أن هذه الشركة في هذه الحالة على الرغم من أنها تباشر نشاطها المهني إلا أن تركيب أجهزة الإنذار هي لأداء نشاط يعد خارجا عن اختصاصها المهني الدقيق فالشركة في هذه الحالة تتماثل و فكرة المستهلك قليل الخبرة¹.

ثانيا: معيار الارتباط المباشر:

يتحدد مشمول الارتباط المباشر في تحقيق الرابطة التي تقترب بين التصرف القانوني الذي يتم وبين المهنة التي تمارس ففي تطبيق قضائي رفعت شركة متخصصة في بيع الأواني الزجاجية ضد المتعهد بتوريد المياه فقد اشتعلت نيران في الشركة بسبب صب مادة منصهرة لإناء زجاجي في حالة الذوبان ولم تفلح الشركة في مقاومة النيران بسبب انقطاع المياه و كان عقد التوريد يتضمن شرطا يعفي المتعهد من كل مسؤولية فأقام المتعهد دعوى اسند فيها على شرط الإعفاء من المسؤولية المدرج في العقد فما كان من الشركة إلا أن تمسكت بحقها في رفع الدعوى وطلب إبطال هذا الشرط التعسفي بوصفها مستهلكا وفقا لمعيار الارتباط المباشر وقد تم وصف الشركة قانونيا مستهلكا تتمتع بالحماية القانونية وفقا لقانون حماية المستهلك و من ثم مقاضاة المتعهد وذلك بإبطال الشرط التعسفي وجاء تسبيب الحكم بان هنالك ثمت رابطة تفرق بين عقد التوريد والمهنة التي تمارسها هذه الشركة ذلك أن هذه الشركة وهي في نطاق ممارستها العادية لنشاطها الصناعي تستهلك كميات كبيرة من المياه².

كيف عرفت التشريعات المقارنة المستهلك ؟

¹ Malinvaud·ph·R.com DALLOOZ-VO.Profession·et j lacaste·J.Savatier P49 ، مشار إليه ، عمران ، محمد ، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد ، الإسكندرية : منشأة المعارف ، 1996 ، ص 21 .

² دراسة منشورة عبر شبكة الإنترنت بعنوان حماية المستهلك المستهلك من الشروط التعسفية التعسفية، منير البصري - احمد المنصوري السبت 2017/9/16 الساعة 20:20 ، <http://droitcivil.over-blog.com/article-5144927.html>

اولا " المفهوم التشريعي للمستهلك ؟

ثانيا : المفهوم الفقهي للمستهلك ؟

نجد ان الاراء قد اختلفت في التعريف الفقهي للمستهلك :

1 - **المنهج الواسع** : و الذي عرف المستهلك بانه كل شخص يتعاقد بهدف الاستهلاك "استعمال او استخدام مال او خدمة لاستعماله المهني او الشخصي "

2- **المنهج الضيق** : كل شخص يتعاقد بقصد اشباع حاجاته الشخصية او العائلية للاستخدام الشخصي دون المهني .

اللافت من هذين المنهجين ان التشريعات تكاد تتحاز الى المنهج الفقهي الضيق لمفهوم المستهلك.

و يمكن القول بان المستهلك هو الشخص الذي يتعاقد من اجل الحصول على ما يلزمه من سلع و خدمات لاسخدامها في غير مجال نشاطه المهني .

و هذا التعريف الذي اعتمدته المادة (5) الفقرة (1) من معاهدة روما لسنة 1980 في شأن القانون الواجب التطبيق على الالتزامات التعاقدية التي تنص على انه " تنطبق هذه المعاهدة على العقود الدولية المبرمة لغرض توريد سلع مادية منقولة او خدمات لشخص (المستهلك) لاستخدام يعتبر غريبا عن نشاطه المهني .

و قد اعتمدت محكمة العدل الاوروبية هذا التعريف للمستهلك النهائي و الذي يشترك لتمنعه بقواعد الحماية ان يكون تصرفه لغرض مستقل تماما عن حاجات نشاطه التجاري او المهني .

و في تعديل حديث لاتفاقية روما و تحديدا المادة (6) من التشريع الاوروبي رقم (593) لسنة 2998 الصادر عن البرلمان الاوروبي و المجلس الاوروبي ، ثم تعريف عقد الاستهلاك بانه العقد المبرم بين شخص طبيعي (المستهلك) من جهة من اجل الحصول على ما يلزمه من سلع و خدمات لغرض خارج نطاق تجارته او مهنته مع شخص اخر (المهني/المحترف) الذي يمارس نشاطه كمهني محترف لغرض تجارته او مهنته .

- **المشرع المصري** عرف المستهلك بانه : كل شخص تقدم اليه احد المنتجات لاشباع احتياجاته الشخصية او العائلية او جرى التعامل او التعاقد معه بهذا الخصوص .

نلاحظ من هذا التعريف ان المشرع المصري ركز على الغرض من التعاقد و هو قضاء الحاجيات الشخصية للمستهلك و افراد أسرته ، علاوة انه اشار الى ان من يتعاقد بشأن نشاطه المهني لا يعد مستهلكا و بالتالي يستبعد من نطاق الحماية التي يكفلها القانون للمستهلكين .

ويعد هذا المفهوم الضيق للمستهلك مفهوما منتقدا ، لان في استبعاد المتعاقد عن شراء سلعة او خدمة او منتج لحاجات نشاطه المهني يعد امرا لا يقوم على مبرر واضح ، فمثل هذا المتعاقد يتوفر بالنسبة له ايضا الحكمة من الحماية التي فرضها القانون ، ما دام يتعاقد ضمن اطار يخرج عن مجال تخصصه .

المفهوم التشريعي للمستهلك :

المشرع الاماراتي عرف المستهلك : كل من يحصل على سلعة او خدمة بمقابل او بدون مقابل اشباعا لحاجاته الشخصية او حاجات الاخرين .

المشرع العماني عرف المستهلك : كل شخص طبيعي او معنوي يشتري سلعة او خدمة او يستفيد من أي منها .

يلاحظ ان المشرع العماني حاول تقادي الانتقادات الموجه الى القوانين التي حصرت صفة المستهلك بمن يشتري سلعة او خدمة ليضيف كل من يستفيد من هذه السلعة او الخدمة و يعتبر مستهلكا .

المشرع القطري : بدوره حاول تقادي الانتقادات الموجه الى القوانين التي تحصر صفة المستهلك بمن يشتري سلعة او خدمة ،حيث عرف القانون القطري المستهلك بانه : كل من يحصل على سلعة او خدمة بمقابل او بدون مقابل ، اشباعا لحاجاته الشخصية او حاجات الاخرين او يجري التعامل او التعاقد بشأنها .

المشرع المغربي : عرف المستهلك بانه : كل شخص طبيعي او معنوي يفتني او يستعلم لتلبية حاجياته المهنية منتوجات او سلع او خدمات معدة لاستعماله الشخصي او العائلي.

يلاحظ ان القانون المغربي و رغبة منه في حماية اكبر عدد من المستهلكين ابتعد عن استخدام صفة المشتري لاصباغها على المستهلك ، و استعمل بدلا عن ذلك صفة الاقتناء او الاستعمال لمنتجات او خدمات .

المشرع اليمني عرف المستهلك : بانه كل شخص طبيعي او اعتباري يشتري سلعة او خدمة او يستأجرها او يستعملها او يستفيد منها للاستهلاك او الاستخدام .

هذا التعريف يشير الى عدم حصر صفة المستهلك بالمشتري فقط و حتى المستفيد منها .
ام في الاردن : عرف المستهلك بانه مشتري السلعة او الخدمة لغرض الاستهلاك ، و الذي بموجبه يعتبر كل مستفيد من السلعة او الخدمة مستهلكا ايضا .

مما تقدم فاننا نستطيع ان نجل ان المستهلك قد يكون شخصا طبيعيا او معنويا ، و هو الذي يشتري او يستعمل سلعة او خدمة لغايات اشباع حاجاته الشخصية او حاجات غيره ، و هو الشخص الذي يفتقد الى الخبرة او المعلومات الضرورية حول السلعة او الخدمة محل الاستهلاك بالمقارنة مع من يقدم هذه السلعة او الخدمة و هو المهني او المحترف .

ما هو مفهوم المستهلك في القانون الفلسطيني؟؟؟

عرف قانون حماية المستهلك الفلسطيني¹ رقم (21) لسنة 2005 في المادة الأولى منه " المستهلك: كل من يشتري أو يستفيد من سلعة أو خدمة كما و عرف السلعة بأنها كل منتج صناعي أو زراعي أو نصف مصنع و أية مادة أخرى تعتبرها الوزارة سلعة لغايات تطبيق أحكام هذا القانون ". أما تعريف قانون حماية المستهلك للخدمة فقد نصت الأولى من نفس القانون على أنها " كل عمل يتمثل بنشاط تقني أو حرفي أو مادي تقدمه أية جهة متخصصة مقابل اجر متفق عليه أو محدد بموجب تسعيرة معلنه "².

نفهم من تعريف المستهلك أعلاه أنه لا يتفق وسياق نصوص ذات القانون، ذلك أن المستهلك المراد حمايته في القانون هو الشخص الذي يحتل المركز الأخير في العملية الاقتصادية أو الشخص الذي تنتهي عنده عملية التداول، والتي تبين أن من أهداف القانون حماية حقوق المستهلك في الحصول على سلع وخدمات تتفق مع التعليمات الفنية الإلزامية، وتأمين شفافية

¹ نشر هذا القانون في الصفحة 29 في جريدة الوقائع الرسمية الفلسطينية العدد 63 بتاريخ 2006/4/27

² قانون حماية المستهلك الفلسطيني ، المادة 1 ، مرجع سابق .

المعاملات الإقتصادية التي يكون المستهلك طرفاً فيها، أنها تميز بين المعاملات الإقتصادية التي يكون المستهلك طرفاً فيها كمستهلك، وأخرى لا يكون طرفاً فيها، إذن ليس كل مشتري مستهلك¹.

يستنتج من نصوص قانون حماية المستهلك الفلسطيني أنه إعتد المفهوم الضيق، حيث أن الحماية يجب أن تتوفر للمستهلك و الذي هو احد طرفي عقد الاستهلاك الذي يسعى لإشباع حاجاته الشخصية والعائلية، أما المزود وإن كان يسعى للتعاقد خارج نطاق تخصصه، فلا تشملته القواعد المنصوص عليها لحماية المستهلك بسبب إكتسابه للخبرة والدراية، وأنه أقدر على الدفاع عن مصالحه التعاقدية من المستهلك المنصوص عليه في المعيار المقيد، لكن يرى الباحث انه نظرا لصغر حجم المنشآت الفلسطينية، وطبيعتها العائلية، والظروف الصعبة التي تمر بها المناطق الفلسطينية، فإنه يفضل أن يتم إعتداد المفهوم الموسع للمستهلك الذي يشمل المعاملات التجارية بين المنتجين أنفسهم ، فالمزود الذين نسعى لحمايتهم في فلسطين هو الذي يقوم بإبرام التصرفات القانونية التي تخدم مهنته، ولكنها خارج نطاق تخصصه، مما يؤدي إلى توفير الحماية لعدد كبير من الأشخاص المتعاقدين من خلال القواعد التي تضمنها قانون حماية المستهلك الفلسطيني لسنة 2005، فالتاجر حين يشتري أثاث محله والصانع حين يشتري معدات مصنعه يجب ان يعتبروا وصف المستهلك في مواجهة البائع المحترف للأثاث أو الآلات².

من هو المزود ؟

و على غرار ما قمنا به من عرض لتعريف المستهلك في بعض التشريعات العربية نعرض هنا تعريف المهني /المحترف في بعض التشريعات ،لما في ذلك من فائدة تتصل بمعرفة هذه الاتجاهات في هذا الاطار ،خاصة في ظل تعدد المسميات لهذا المهني فبعض التشريعات تطلق عليه مسمى "المورد" و بعضها "الحائز" و غيرها "المزود" و كذلك "المتدخل في عملية الاستهلاك".

¹ عمر، غسان: التطور التشريعي للقواعد المنظمة لحماية المستهلك. (دراسة غير منشورة). جامعة النجاح الوطنية ، فلسطين ، 2007 ، ص 9 .

² معهد أبحاث السياسات الإقتصادية الفلسطيني (ماس): مراجعة نقدية لمشروع قانون حماية المستهلك الفلسطيني 1 فلسطين. 2004. ص 22

-المشرع المصري عرف المهني/المحترف تحت مسمى "المورد" : كل شخص يقوم بتقديم خدمة او بانتاج او استيراد او توزيع او عرض او تداول او الاتجار في احد المنتدجات او التعامل عليها .

وقد عرف قانون حماية المستهلك الفلسطيني رقم 21 لسنة 2005 في المادة الأولى منه المزود بأنه " الشخص الذي يمارس بإسمه، أو لحساب الغير نشاطاً يتمثل في توزيع، أو تداول، أو تصنيع، أو تأجير السلع، أو تقديم الخدمات "، ولفظ شخص هنا ينصرف إلى كل من الشخص الطبيعي والمعنوي، بينما عرف القانون حماية المستهلك المصري رقم 67 لسنة 2006 في المادة الأولى منه المورد بأنه " كل شخص يقوم بتقديم خدمة أو بإنتاج أو إستيراد أو توزيع أو عرض أو تداول أو الإتجار في إحدى المنتجات أو التعامل عليها، وذلك بهدف تقديمها إلى المستهلك، أو التعاقد، أو التعامل معه عليها بأية طريقة من الطرق "¹، ونجد أن هناك إختلاف طفيف بين كل من تعريف المزود في كل من القانونيين الفلسطيني والمصري، فالفلسطيني أطلق على المزود لفظ المزود، أما قانون حماية المستهلك المصري فقد أطلق عليه لفظ المورد، كذلك فإن قانون حماية المستهلك الفلسطيني جاء على ذكر أن الشخص المزود يمكن أن يمارس النشاط بإسمه، أو بإسم الغير، بينما أغفل المشرع المصري هذا الجانب.

فالطرف الثاني في التعاقد والذي يتمثل بالمزود يسعى إلى التعاقد مع المستهلك، وبالتالي يقع على عاتقه العديد من الإلتزامات منها: تزويد المستهلك بالمعلومات الجوهرية المتعلقة بالسلع والمنتجات قبل إبرام العقد، وإلتزامه بضمان سلامة المستهلك، وضمان العيوب الخفية.

هذا وذهب جانب من شراح القانون الى تعريف المزود بأنه الشخص الذي يتعاقد أثناء مباشرة حرفته المعتادة، دون النظر عما إذا كانت هذه الحرفة تجارية أو مزودة أو صناعية أو بأنه هو الشخص الذي تتوفر لديه المعلومات والبيانات فنية أو زراعية، كما عرفه آخرون والمعرفة التي تسمح له بالتعاقد على بيئة ودراية، مما يمنع دون حاجته إلى حماية خاصة مثل المستهلك.

أما القانون الجديد لحماية المستهلك الفرنسي فقد نصت المادة الثانية على ان المستهلك هو كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني أو يستعمل لتلبية حاجيات غير المهنية منتجات أو سلعاً أو خدمات معدة لاستعماله الشخصي.

¹ قانون حماية المستهلك الفلسطيني رقم 21 لسنة 2005 ، مرجع سابق.

وعرف المزود من ذات القانون كل شخص طبيعي او معنوي يتصرف في إطار نشاط مهني او
تجار¹.

¹ القانون الجديد لحماية المستهلك ، رقم 31.08 المتعلق بتحديد تدابير لحماية المستهلك ، طبعة عربية فرنسية ، دار النشر ، مطبعة
المعارف الجديدة ، الرباط ، 2011.

الفصل الأول

حماية المستهلك في مرحلة ما قبل إبرام العقد

تعتبر المرحلة السابقة على إبرام العقد من المراحل المهمة بالنسبة للمستهلك و التي بها يحدد فيما اذا يرغب بإبرام العقد ام لا ، لذا توجب على المشرع العمل على وضع اسس لكفالة حماية من أي تعسف او استغلال يمكن ان يتعرض له المستهلك عن طريق المزود او التاجر او المنتج ، لذا سارعت الانظمة و القوانين لحياته عن طريق وضع ضوابط و فرض التزامات على المزود او المنتج او التاجر و ترتيب حقوق للمستهلك و ذلك بسن القوانين و انظمة تكفل هذه الحماية .

إن المستهلك في المعاملات التجارية هو الطرف الضعيف دون شك وهذا ما أجمعت عليه التشريعات والقوانين الوضعية وآراء الفقهاء لذلك ومن مقتضيات العدالة يتوجب بان يتمتع المستهلك بحماية خاصة، لذا سارت التشريعات الحديثة بنهج يختلف نهج التشريعات التقليدية التي كانت و ترتب حقوق والتزامات على طرفي عقد الاستهلاك عند إبرام العقد أو حدوث الواقعة أو التصرف القانوني فان المشرع الحديث ونظرا للتطورات الحاصلة وتفاوت القوى بين طرفي العقد (المزود المستهلك) جعله يمنح حماية قانونية لهذا الأخير قبل إبرام العقد أي في مرحلة التفاوض.

فدراسة موضوع حماية المستهلك في مرحلة ما قبل إبرام العقد يتطلب دراسة أوجه حماية المستهلك في مرحلة التفاوض (المبحث الأول) وحق المستهلك في الإعلام والتبصر (المبحث الثاني) .

المبحث الأول: حماية المستهلك في مرحلة التفاوض.

تعتبر مرحلة التفاوض، هي ذاتها المرحلة السابقة على إبرام عقد الاستهلاك من المراحل المهمة والأخطر على الإطلاق، لأنها المرحلة التي تحديد معظم إلتزامات وحقوق طرفي العقد والتي تتسم بعدم وضوحها مما يؤدي الى نشوء مشكلات قانونية عديدة¹، فمرحلة التفاوض سببت وما زالت تسبب العديد من الإشكالات القانونية في عدة مجالات؛ سواء من ناحية الإخلال بالإلتزامات السابق تحديدها في هذه المرحلة، أو بنطاق ونوع المسؤولية المدنية التي تنشأ على الطرف المخل بالتزاماته بالعقد، في حالة عدم بلوغ الغاية من المفاوضات وهي إبرام العقد المنشود². ومن ابرز المشكلات القانونية الشائعة التي تواجه طرفي العقد وأكثرها وقوعا في الحياة العملية، هي مشكلة قطع مفاوضات العقد بسوء النية أو دون سبب جدي، أو مسوغ قانوني أو مبرر مشروع، لكن يتبادر هنا تساؤل هي طبيعة المسؤولية القانونية التي تترتب على قطع المفاوضات وعدم استكمالها ؟

من الشروط الجوهرية التي رتبها القانون يجب أن تقتزن بمرحلة المفاوضات شرطا حسن النية حيث أن هذا الشرط يعتبر من الأمور الجوهرية و المهمة ، ذلك أنه مطلباً أساسياً لنجاح عملية التفاوض، لذلك اوجب المشرع أن تتسم المفاوضات في عقود الاستهلاك بالصدق والأمانة عند التعامل بالبيانات والمعلومات المتبادلة بين الأطراف وهو ما يطلق عليه الفقه (مبدأ حسن النية قبل التعاقد)³، وهناك مبدأ تأخذ به غالبية النظم القانونية في العالم⁴، لذا سيتم دراسة حماية المستهلك في موضوع الإعلان التجاري والشروط الواجب توافرها في الإعلان التجاري.

المطلب الأول: حماية المستهلك من الإعلان التجاري.

إن التطورات المتلاحقة التي يشهدها العالم و المستخدمة في ترويج البضائع وتسويقها والتي تهدف الى دفع المستهلك لشراء السلع و اقتنائها و كان من أهم الطرق التي استخدمها المزود أو المنتج أو التاجر في ترويج المنتجات هي الإعلانات التجارية والتي تعتبر من الوسائل الحديثة التي جاء ظهورها كنتاج للتطور الصناعي و الرأسمالي ، و التي يهدف من خلالها المروجون إلى

¹ العامري ، خالد ، كيف تجري مفاوضات ناجحة ، دار الفاروق للنشر ، مصر ، 2000 ، ص44

² احمد ،خالد جمال ، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 2003 ، ص32 .

³ د.إبراهيم، خالد ممدوح ، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني ، مرجع سابق ، ص94 ، و د.عبد الباقي، عمر محمد، الحماية العقدية للمستهلك ، دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون " منشأة المعارف ، الإسكندرية ، الطبعة الثانية ، 2008 ، ص33 .

⁴ محمود ، عبد الله ذيب ، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني ، مرجع سابق ، ص27.

التأثير على رغبات وميول وقيم المستهلكين وجذبهم وتوجيههم نحو استهلاك منتجات أو خدمات معينة.

أن التنوع و الانتشار الالكتروني الهائل و الحاصل في الآونة الأخيرة قد منح قوة وتأثير فعال للإعلانات التجارية، و التي يتم عرضها و بثها ونشرها بالطرق المرئية والمسموعة والمقروءة على اختلافها .

فقد أصبحت الإعلانات التجارية في الوقت الحاضر من أهم مصادر الدخل للوسائل الإعلامية وخاصة أن هناك كثير من هذه الوسائل الإعلامية أصبحت تعتمد بشكل مباشر على الإعلانات التجارية المطروحة لديها والتي غالبا ما يكون استمرارها مرهوناً بمقدار مساحاتها الإعلانية .

فالإعلان التجاري ما هو إلا فعل أو تصرف يهدف بشكل أساسي الى التأثير النفسي على جمهور المستهلكين ، باقتناء سلع أو خدمات معينة، وهذا ما يرنو إليه المزود مع عدم اهتمامه بالوسيلة المستخدمة في الترويج سواء أكانت هذه الوسيلة المستخدمة وسيلة إلكترونية أو وسيلة تقليدية ¹ لذلك سندرس مفهوم الإعلان التجاري الموجه والطبيعة القانونية للإعلان التجاري الموجه الى المستهلك.

الفرع الأول: مفهوم الإعلان التجاري الموجه الى المستهلك:

يعرف الإعلان بأنه " أي فعل او وسيلة يستخدمها المزود أو التاجر أو المنتج تهدف الى التأثير على جمهور المستهلكين بهدف تحقيق غايات تجارية " ² و يعرف كذلك الإعلان " انه مجموعة من الجهود الشخصية المستخدمة للفت انتباه أنظار المستهلك الى سلعة معينة أو خدمة بقصد حثهم على شرائها أو طلبها تكون عبارة عن أنشطه مختلفة كالنشر أو الرسائل الإعلانية المرئية أو المسموعة" ³.

لكن النهج العصري الحديث لا يقوم بتعريف المصطلحات القانونية ذلك لان الأحكام هي جزء من التعريف و أن التعريف يقيد النص و هذا ما سار على نهجه المشرع الفلسطيني حيث انه لم يعرف الإعلان في قانون حماية المستهلك الفلسطيني رقم 21 لسنة 2005 ولكنه عرف المعلن

¹ خليل ، خالد عبد الفتاح محمد، حماية المستهلك في القانون الدولي الخاص ، جامعة المنصورة كلية الحقوق ، الطبعة الاولى ، مصر ، 2002 ، ص 12 .

² خالد ممدوح ، حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية ، مرجع سابق ، ص 81 .

³ العربي ، عمرو درويش سيد، الحماية الجنائية للمستهلك من غش الأغذية ، محاولة لإقامة نظرية عامة ، رسالة دكتوراه كلية الحقوق جامعة عين شمس، ١٤٢٥هـ - ٢٠٠٤م ، ص 56 .

في المادة الأولى من القانون المذكور بأنه " كل مزود يقوم بإعلان منتجاته بمختلف وسائل الدعاية و الإعلان ¹ عند قراءة نص المادة السابقة فان المشرع الفلسطيني لم يقم بتحديد ما هي وسائل الإعلان إنما ترك أمرها دون تحديد وهي في جميع الأحوال متعددة ومتنوعة ولا يمكن حصرها .

اما المشرع الفرنسي فانه لم يعرف بشكل محدد وواضح للإعلان لكن جاء تعريفه في المادة الثالثة من القانون رقم 79 - 1150 الصادر 1979/12/29 بشأن حماية اللافتات المعلقة على الجدار كما يلي: " يعتبر كل إعلان أو نقش يهدف الى إعلان الجمهور وجذب انتباهه سواء أكان نقشا أو نموذجا أو صورة " ².

أما التشريعات الأوروبية فقد عرفت الإعلان " انه احد أشكال الاتصال في المجالات التجارية أو الصناعية أو الحرفية أو المهنية و التي تسعى الى تشجيع اقتناء سلعة او خدمة معينة ورد هذا التعريف عام 1984 للتقريب بين تشريعات الدول الأوروبية المشتركة " ³.

ويعرف جانب من الفقه " بأنه عبارة عن مجموعة من الجهود غير الشخصية التي تهدف الى توجيه انتباه أفراد المجتمع الى السلعة أو خدمة محددة لحثها على شرائها أو طلبها " ⁴ أو هي عبارة عن أنواع الأنشطة المختلفة التي يتم من خلالها نشر أو إذاعة الرسائل الإعلانية المرئية أو المسموعة على أفراد المجتمع بهدف حثهم على شراء السلعة أو الخدمة المعلن عنها " ⁵ وبقراءة التعريفات السابقة نلاحظ بان الفقه ركز في التعريف على أن الإعلان هو أي مجهود أو أي وسيلة تستخدم لحث المستهلك لاقتناء سلعة أو منتج .

من التعريفات السابقة يمكن تعريف الإعلان بأنه هو أي فعل أو تصرف يسعى الى التأثير النفسي على جمهور المستهلكين لإقناعهم بمزايا سلعة أو خدمة النظر على الوسيلة المستخدمة في ذلك الإعلان.

¹ فتحي، حسين، حدود حماية مشروعية الإعلانات التجارية لحماية المتجر و المستهلك ، مرجع سابق ، 2007 ، ص 81 .

² خالد ، إبراهيم ، ممدوح ، حماية المستهلك في المعاملات الالكترونية (دراسة مقارنة) ، مرجع سابق ، ص 88 .

³ العجمي ، فلاح ، فهد ، الحماية المدنية للمستهلك في العقد الالكتروني ، كلية الإعلام ، جامعة الشرط الأوسط ، 2011 ، ص 64 .

⁴ نقلا عن كميل ، طارق ، حماية المستهلك في التعاقد عبر شبكة الانترنت ، دراسة مقارنة ، كلية الحقوق ، الجامعة العربية الأمريكية ، مجلة الجامعة العربية الأمريكية للبحوث ، المجلد 0 ، العدد 0 ، 2009 ، ص 75 .

⁵ نقلا عن صالح ، نائل عبد الرحمن ، حماية المستهلك في التشريع الأردني ، الطبعة الأولى ، دار الثقافة للنشر و التوزيع ، الأردن ، 1991 ، ص 57 .

لكن هناك من يفرق بين الإعلان التجاري و الدعاية التجارية إذ يرون أن الدعاية التجارية هي مجموعة من الوسائل التكنولوجية المتطورة التي يستخدمها المعلن و التي من شأنها أن تؤثر على المستهلك وتدفعه الى التعاقد¹ أما الإعلان فهو إحدى الوسائل التقليدية المستخدمة لتعريف الجمهور بالسلع المعروضة في السوق² إلا أن البعض من الفقهاء يذهب الى القول بأنه لا يوجد فرق بين الدعاية التجارية و الإعلان التجاري فهي وسائل يستعملها المهني لحفز المستهلك على الإقبال على السلعة³.

الفرع الثاني: الطبيعة القانونية للإعلان الموجه للمستهلك.

هل يعتبر الإعلان الموجه الى المستهلك إيجاباً ؟ أم دعوة للتفاوض ؟ أو التعاقد ؟

تتطلب دراسة الطبيعة القانونية للإعلان التفريق بين شقين الاول الإعلان المتضمن شروط جوهرية وأساسية للتعاقد والإعلان الذي لا يحتوي شروطاً جوهرية ذلك ان الإعلان الذي يتضمن في متنته شروطاً أساسية و جوهرية للتعاقد يكون إيجاباً، أما الثاني فهو الإعلان الذي لا يحتوي على الشروط الأساسية للتعاقد و تكون شروطه غير واضحة و غير محددة ، فمفهوم الإعلان لا يعد إيجاباً و إنما دعوة إلى التفاوض⁴.

على ذلك يعتبر العرض الواضح و المحدد وفق شروط واضحة و أساسية وجوهرية في العقد والموجه الى الجمهور إيجاباً، وبعبارة أخرى فانه يكون مجرد دعوة للتعاقد⁵ أي انه يجب إن يعبر الإعلان عن إرادة باتة ونهائية في التعاقد بمعنى أن تتجه نية المعلن الى إبرام العقد في الحال إذا ما التقى به قبول مطابق إذا تطابق مضمون الإعلان مع شروط الإيجاب إضافة الى

¹ عبد ، وفق حماد ، الحماية المدنية للمستهلك في التجارة الالكترونية ، منشورات زين الحقوقية ، بيروت ، ٢٠١١ ، ص 97 .
² فواز ، صالح ، الموسوعة القانونية المتخصصة ، المفاوضات (مرحلة ما قبل التعاقد) ، المجلد السابع ، هيئة الموسوعة العربية ، ط ١ ، دمشق ، ٢٠١١ ، ص 102 .
³ يوسف ، زاهية حورية ، (حماية المستهلك مدنيا من الإعلان التجاري الكاذب أو المضلل) المجلة الجزائرية للعلوم القانونية و الاقتصادية و السياسية عدد 04 ، كلية الحقوق ، جامعة الجزائر ، 2010 ، ص 188 .
⁴ علوان ، رامي محمد: التعبير عن الإرادة عن طريق الإنترنت وإثبات التعاقد الإلكتروني ، مجلة الحقوق ، جامعة الكويت ، السنة السادسة والعشرون ، العدد الرابع ، ديسمبر 2002 ، ص 246 ، و عثمان ، وفاء مصطفى محمد: توازن المصالح في تكوين عقد البيع الدولي للبضائع وفقاً لاتفاقية فيينا لعام 1980 ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، جامعة القاهرة ، مصر ، 2005 ، ص 23 .
⁵ يفرق السنهوري رحمه الله ، بين النشرات التي توزع على الجمهور و التي ترسل الى الأشخاص بأسمائهم بعنوانينهم الخاصة و يرى أن هذه تعتبر إيجاباً صحيحاً ، أما تلك التي توزع على الجمهور للتقدم بالإيجاب و لكن لا يجوز لصاحب المتجر أن يرفض القبول بعد أن دعا الى شراء سلعة إلا إذا استند في ذلك الى أسباب مشروعة (السنهوري) م 4 ص 47 و 48 ، نقض مدني 1974/3/12 مجموعة أحكام النقض 800-492-25 .

شرط خلو الإيجاب أي لبس أو غموض ومحددا بشكل كامل¹ ، وهنا يكون ملزما بالشروط التي وردت فيه .

اشتراط أغلبية التشريعات والقوانين التي تم دراستها والمتعلقة بالإعلان أن يكون الإعلان المعروض إعلانا محددا وواضحا حتى يعتبر إيجابا كعرض الثمن مثلا، أما عندما يكون الإعلان غير محدد بشكل نافي للجهالة إنما يدفع الى الشك فلا يعتبر إيجابا و إنما دعوة للتفاوض وهذا ما جاء في " المادة 94 من القانون المدني الأردني حيث نصت على انه أ- يعتبر عرض بيان ثمنها إيجابا. ب- أما النشر و الإعلان و بيان الأسعار الجاري التعامل بها و كل بيان آخر متعلق بعرض أو بطلبات موجه للجمهور أو الأفراد فلا يعتبر عند الشك إيجابا إنما دعوة للتفاوض ".

لم يغفل المشرع الفلسطيني عن بيان الطبيعة القانونية للإعلان التجاري الموجه الى المستهلك فقد نص على ان الاعلان الموجه الى المستهلك لا يعتبر ايجابا انما دعوة للتفاوض او التعاقد و اشتراط لذلك ان لا يتضمن الاعلان الشروط الجوهرية للتعاقد فعرض السلع في المحال التجارية دون بيان اسعارها لا يعتبر ايجابا انما دعوة للتفاوض اما في حال عرض السلعة م ثمنها فانه و هذه الحال ايجابا 000000.

مما سبق فان الإعلان التجاري قد يأخذ شكلين مختلفين حسب طريقة عرضه الى جمهور المستهلكين فإذا تضمن الإعلان الشروط الأساسية والجوهرية للتعاقد أي تضمن عرض السلع والخدمات و الثمن فان هذا العرض يعتبر إيجابا² و إلا فانه مجرد دعوة للتفاوض.

المطلب الثاني: الشروط الواجب توافرها في الإعلان التجاري.

نظمت الأنظمة والقوانين الشروط الواجب توافرها في الإعلان التجاري بشكل انه اذ تجاوز الإعلان التجاري الحدود المرسومة له بالقانون ويصبح بذلك فعلا مخالفا للقانون ويترتب على المعلن مسؤوليته لذا فقد فرض المشرع أن يكون الإعلان التجاري مستند الى قاعدتين أساسيتين، الأولى تتعلق بإشترط وضوح الإعلان، أما القاعدة الثانية التي هي منع الإعلان المضلل³.

¹ القيسي، عامر ، الحماية القانونية للمستهلك – دراسة في القانون المدني والمقارن، منشورات الدار العلمية الدولية ودار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان-الأردن ، 2002، ص52.

² برهان، سمير، أبرام العقد في التجارة الإلكترونية" المنظمة العربية للتنمية الإدارية، الطبعة الأولى، 2007 مصر ، ص 66 .

³ إبراهيم، خالد، ممدوح، حماية المستهلك في المعاملات الالكترونية، مرجع سابق ، ص 93

الفرع الأول: اشتراط وضوح الإعلان التجاري.

إن شرط وضوح الإعلان هو احد الضمانات التي كفلها القانون لحماية جمهور المستهلكين عند تلقيهم الخدمات أو السلع المعروضة لهم ويقصد بوضوح الإعلان هو إن يتضمن الإعلان البيانات الكافية للسلعة أو الخدمة المقدمة للمستهلكين والتي من شأنها خلق تفكير واضح وواع يعمل على تكوين إرادة واعية مستنيرة لدى المستهلك وهو بصدد الإقبال على التعاقد¹ فالإعلان يجب أن يكون واضحاً وغير غامض ، بحيث يتم تزويد المستهلك بمعلومات واضحة عن المنتج ، أو الخدمة المعروضة بما يسمح للمستهلك بإعطاء الموافقة على التعاقد عن وعي وإدراك كاملين².

اشتراط قانون حماية المستهلك الفلسطيني رقم 21 لسنة 2005 وضوح الإعلان الموجه الى جمهور المستهلكين، وشدد على شرط دقة المعلومات الواردة له وأن لا تكون مغلوطة او مضللة وحمل مسؤولية على من يقوم بأي ادعاء أو الإيهام أن السلعة تتمتع بشهادة الجودة، أو إخفاء أية مادة أو سلعة مخزونة لدى المنتج عن أي شخص يريد شراءها دون سبب مشروع³، كما شدد المشرع و رتب مسؤولية لكل من يحاول خداع ، أو شرع في أن يخدع المتعاقد بحقيقة المنتجات أو طبيعتها أو صفاتها الجوهرية، أو ما تحتويه من عناصر خطرة، وبوجه عام العناصر الداخلة في تركيبها ، أو بعدد المنتجات أو مقدارها أو مقاسها أو وزنها أو طاقتها، أو بنوع المنتجات أو أصلها أو مصدرها في الأحوال التي تعتبر فيها بموجب الإتفاق سبباً أساسياً في التعاقد⁴، كما وعاقب القانون كل من يصنع أو يبيع أو يعرض للبيع أية مواد أو سلع مما تستعمل في الغش مع علمه بذلك، و من يحرض على إستعمالها بواسطة نشرات أو مطبوعات أو معلقات أو إعلانات أو تعليمات أخرى⁵.

مما سبق أن المشرع الفلسطيني قد أولى أهمية و عناية بحماية المستهلك من خلال إلزام المزود بإعلامه وتبصيره بمعلومات واضحة عن المنتج أو الخدمة المعروضة، بحيث لا يكون هناك

¹ نص المادة 164 من مجلة الأحكام العدلية.

² دراسة في العقود التجارية الدولية للدكتور محمود سمير الشرقاوي منشورة عبر شبكة الإنترنت <http://www.abegs.org/sites/Research/DocLib1/%D8%AA%> الاثنين ، 2017/10/2 الساعة 5:00

³ قانون حماية المستهلك الفلسطيني رقم 21 لسنة 2005 ، مرجع سابق .

⁴ نصوص المواد 2، 7، 8، من قانون حماية المستهلك الفلسطيني رقم 21 لسنة 2005

⁵ نصوص المواد 27، 28، 29، 30، 31 من قانون حماية المستهلك الفلسطيني رقم 21 لسنة 2005

خداع أو تغيير، كما ألزم المشرع الفلسطيني المزود بأن يتمتع عن الإعلان أو التسويق للمنتجات والخدمات التي تلحق ضرراً بصحة الإنسان .

الفرع الثاني: أن لا يكون الإعلان كاذباً أو مضللاً.

تتطلب حماية المستهلك في مواجهة الإعلانات وضوح الإعلان ، وألا يتضمن بيانات تضلل المستهلك بهدف غشه وخداعه ، أي ألا يكون مضللاً له. واشتراط الوضوح في الإعلان يعني أن يكون لا لبس فيه، ويسمح للمستهلك إعطاء الموافقة على التعاقد عن وعي و إدراك مستديرين للسلعة المعروضة .¹

أمّا فيما يتعلق بالإعلان الكاذب أو المضلل أي المتضمن بيانات تضلل المستهلك وتهدف إلى وخداعه و تضليله فقد حظرت مختلف التشريعات المقارنة استخدام أي وسيلة من شأنها أن تؤثر على إرادة المستهلك بشكل يؤدي إلى تكوين معلومات مغلوطة بعناصر وأوصاف جوهرية في السلعة أو الخدمة المقدمة ، وهذا ما أكدته المادة (15) من قانون حماية المستهلك الفلسطيني، حيث نصت على أنه "على كل من يقوم بالترويج والإعلان للمنتجات أن يراعي توافق ما يعلن عنه، وواقع مواصفات المنتجات المعلن عنها ، ويجب ألا ينطوي ذلك الإعلان على خداع أو تضليل للمستهلك" ، وبهذا ألزم المشرع الفلسطيني البائع والمهني والمزود بوجوب التزامه بإعلان واضح ولا يتضمن الإعلان التجاري أي معلومات أو بيانات من شأنها خداع المستهلك أو تضليله ، ولم يقف الأمر عند هذا الحد وإنما رتب المشرع الفلسطيني عنده الإخلال أي من المهني أو المزود أو المنتج بهذا الالتزام عقوبة السجن لمدة لا تزيد عن ثلاث سنوات، أو بغرامة لا تتجاوز ثلاثة آلاف دينار أردني أو ما يعادلها بالعملة المتداولة قانوناً، أو بكليتا العقوبتين، وذلك حسب نص المادة (28) من قانون حماية المستهلك الفلسطيني.²

¹ العامري ، خالد ، كيف تجري مفاوضات ناجحة ، دار الفاروق للنشر ، الأردن، 2000 ، ص 66 . و احمد ، خالد جمال ، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ٢٠٠٣ ، ص 76 .

² لقد اشترط المشرع الفلسطيني في قانون حماية المستهلك ضرورة حصول المستهلك على المعلومات الصحيحة عن المنتجات التي يريد شرائها أو استخدامها ، وقد أكدت المادة (17) من نفس القانون على ضرورة إعلان السعر بالعملة المتداولة على وحدة البيع المعروضة

ولكن ما هي معايير التضليل و الخداع ؟ نعلم أن هذا عيب من عيوب الرضا يصفه القانون بالتدليس فما هو التدليس ؟

يعرف الفقه الفرنسي التدليس بأنه استعمال شخص طرقاً احتيالية لإيقاع آخر في غلط يدفعه الى التعاقد ويكون ذلك في أن يستعمل احد المتعاقدين طرقاً احتيالية ومناورات خادعه تؤدي الى إيقاع العاقد و إيقاعه في الغلط .

ويعرفه الفقه الإسلامي كل عمل يؤدي الى كتمان عيوب الشيء وإخفائها وإظهاره على خلاف الواقع ولولاه لما أقدم المتعاقد على التعاقد .

مما سبق فان استعمال الطرق الاحتيالية التي تؤدي بالمستهلك إلى التعاقد ، تتيح له في حال إصابته بضرر جراء الإعلان المضلل أن يستفيد من الحماية المدنية المقررة في القواعد العامة حيث تتمثل هذه الحماية بدعوى التدليس التي يرفعها المستهلك بوصفه متعاقداً مطالباً بفسخ العقد وفقاً لقواعد المسؤولية التعاقدية أو التقصيرية، كما يجوز للمستهلك أن يرفع دعوى تنفيذ الإلتزام التعاقدي مطالباً المعلن بتسليمه مبيعاً من ذات خصائص الشيء المعلن عنه، وان أغلب التشريعات الحديثة أقرت وسائل وقائية هدفت إلى منع التضليل والخداع في الإعلان، كشرط حصول المستهلك على معلومات صحيحة عن المنتجات التي يشتريها، وتجريم الإعلان المضلل، ساعد في توفير حماية وقائية للمستهلك¹.

للمستهلك بشكل مباشر. وكذلك فرض المشرع المصري على كل مورد ومعلن إمداد المستهلك بالمعلومات الصحيحة عن خصائص وطبيعة المنتج محل التعاقد، وكذلك قانون حماية المستهلك اللبناني لسنة 2004 في المادة الرابعة منه، والقانون التونسي المتعلق بالمبادلات والتجارة الإلكترونية رقم (83 لسنة 2000 وذلك في الفصل 25 منه).
¹ فتحي، حسين: حدود مشروعية الإعلانات التجارية لحماية المتجر والمستهلك. بدون ناشر. ص 1991. ص 14. نقلاً عن إبراهيم، خالد ممدوح: حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية. مرجع سابق. ص 81

المبحث الثاني: حق المستهلك في الإعلام و التبصير.

قبل قيام المستهلك بإبرام أي عقد هناك ثمة معلومات يجب على مقدم الخدمة أو المزود الإدلاء بها للمستهلك وهذا ما يطلق عليه الالتزام بالتبصير السابق على إجراء المعاملة¹ وهذه المعلومات تتعلق بشخصية المزود من جهة، ومن جهة أخرى تتعلق بالمنتج أو الخدمة لذلك يلتزم التاجر في حال رغب المستهلك بشراء سلعة بتمكينه من الاطلاع على جميع البيانات التي تخص السلعة فهو ملزم بتمكين المستهلك بجميع البيانات التي تخص السلعة وذلك لإتمام العقد فيجب أن يكون العرض مقدم بوضوح ودقة ولا بد من ظهور جميع البيانات الإلزامية الخاصة بالتعاقد مع العرض المقدم وقد أكد قانون حماية المستهلك الفلسطيني وقانون حماية المستهلك الفرنسي بالإضافة الى اللوائح الأوروبية ضرورة تحديد شخصية المزود مع توضيح البيانات الخاصة بالسلعة أو الخدمة فمن هو المزود ؟

المطلب الأول: حق المستهلك في الإعلام عن المزود.

إن تحديد شخصية المهني أو المزود أمر يضيف الاطمئنان للمستهلك خاصة إذا كان هذا الاسم محل اعتبار فتوجد أسماء تجارية لأشخاص وشركات سمعه محلية و دولية تجعل من المستهلك يثق في معاملاتها ومحتوى المعاملات الوقعة على تعاملها لذا لا بد من تحديد اسم المهني بدقة وبصفة دائمة مع المقر الاجتماعي للشركة أو الشخص أو المهني أو رقم هاتفه وبريده الالكتروني ورقم تعريف المؤسسة لذا سندرس المقصود بالالتزام بالإعلام و تحديد شخصية المزود.

الفرع الأول: المقصود بالالتزام بالإعلام.

يعرف الحق بالإعلام بأنه: التزام المزود أو المنتج بوضع المستهلك في مأمن ضد مخاطر المنتج المسلم له سواء أكانت سلعة أو خدمة و هو أن يقوم المزود أو المنتج ببيان جميع المخاطر والمضار التي تكون مرتبطة بالسلعة أو الخدمة أو المنتج المقدم له².

¹ يقصد بعلم البائع ليس فقط العلم بالبيانات والمعلومات للمنتج محل التعاقد، وإنما العلم بأهميتها وبدورها المؤثر والفعال¹ في تكوين رضا المستهلك. المهدي، نزيه محمد الصادق: الالتزام قبل التعاقد بالإدلاء بالبيانات المتعلقة بالعقد أنواع. مرجع سابق. ص 252. أبو عرابي، غازي: الالتزام بالإعلام قبل التعاقد عبر شبكة الإنترنت، مرجع سابق، ص. 572 و موسى، مصطفى أبو مندور: دور العلم بالبيانات عند تكوين العلاقة العقدية. الطبعة الأولى. مصر: دار النهضة العربية. 2000. ص 100

² عمران، محمد ، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد،الدار الجامعية ، مصر ، دون طبعة ، 2003 ، ص 81 .

والالتزام بالإعلام يجد تبريرا له في سلامة العقود، أي أن الالتزام بالإعلام ضروري لسلامة العقود في ظل التوازن العقدي¹ بين المتعاقدين في العلم نظرا لوضوح التفوق الذي يحظى به احد المتعاقدين بمعرفته بمزايا وعيوب المنتج إزاء الطرف الآخر مما يعرض الطرف الضعيف الى تعسف الطرف الآخر لأنه لا يعرف عن المنتج إلا ما أراد المزود إعلامه به ويتميز التفاوت بعلم احدهما بكافة ظروف العقد، وتفاصيله الأمر الذي يمكنه من استعمال وسائل التحايل والدعاية المبالغ فيها والتي تشكل ضغطا كبيرا على المستهلك يدفعه لشراء سلع ومنتجات مختلفة، و التعاقد على خدمات بسرعة كبيرة ويجد نفسه في النهاية ملتزما بالالتزامات لا يعلم أبعاد الحقيقة².

فالمبادئ العامة في القانون توجب حسن النية والاستقامة في التعامل، بحيث يكون كل طرف في العقد على بينة تامة بما التزم وبما وعد به وأن ما وعد به مطابق لما ينتظره من منفعة تؤدي الى اعتبار الكتمان تعزيرا إذا كان قد حصل بغية إيقاع الطرف الآخر فيه وجعله يتعاقد فالتعزيز هو أن يخدع احد العاقدين الآخر بوسائل احتيالية قوليه أو فعلية تحمله على الرضا بما لم يكن ليرضى به بغيرها³.

وقد اتخذ الالتزام بإعلام المستهلك على مستوى القانون المدني شكلا سلبيا، هو الواجب بعدم الخداع الذي يمكن إبطال العقد بسببه وفقا للمادتين (126,127) من القانون المدني الفرنسي غير أن القضاء هنالك وجد أن هذه الحالة لا توفر حماية حقيقية للمستهلك لان بطلان العقد للتدليس يفترض أن يكون العقد من العقود الهامة وعقد الاستهلاك هو عقد ما زال في طور التكوين لذلك فان فنية وسائل القانون المدني لا تضيي الحماية للمستهلك في هذه العقود⁴.

وتبرز أهمية الالتزام بالإعلام بالنسبة للمتعاقدين الضعيف والذي لا يكفي التزام المزود بالامتناع عن خداعه لحمايته بل لا بد أن يضاف الى ذلك التزام هذا المزود بتزويد المستهلك بالمعلومات الضرورية واللازمة لتكوين رضائه البات فالالتزام بالإعلام قبل التعاقد يهدف الى تنوير وتبصير المستهلك.

¹ التوازن العقدي : هو عبارة عن لبنة أساسية في بناء العدالة التعاقدية وتهذيب الإرادة حتى تستقيم بوظيفتها ولا تكون أداة هيمنة إستغلال ومن ثم حماية الطرف الضعيف في العقد. لكن في نفس الوقت لا يمكن للتوازن العقدي كفيد على الإرادة أن يكون عائقا أمام الحرية التعاقدية بمنع الإرادة من الانطلاق والنشاط والإبداع طالما كانت تعمل في كنف النظام العام وفي إطار احترام العدالة كمعطى أساسي ترتكز عليه العقود .

² إبراهيم ، خالد ممدوح ، إبرام العقد الإلكتروني ، دراسة مقارنة ، دار الفكر العربي ، مرجع سابق ، 2006 ، ص 98 .

³ إبراهيم ، خالد ممدوح ، إبرام العقد الإلكتروني ، دراسة مقارنة ، دار الفكر العربي ، مرجع سابق ، 2006 ، ص 65 .

⁴ عمران السيد ، محمد ، حماية المستهلك إثناء تكوين العقد ،الدار الجامعية ، مرجع سابق ، ص 81

إضافة الى ذلك فان المشرع الفرنسي وفي متن القانون الجديد لحماية المستهلك اوجب نص في المادة الخامسة منه على يجب ان يكون الإعلام بالسعر والتعريف إجباريا إضافة الى نص المادة السادسة من ذات القانون المتضمن تحديد مضمون السلع و شكلها بشكل تنظيمي¹.

الفرع الثاني: تحديد شخصية المزود أو المهني.

أن بيان شخصية المزود للمستهلك أمر ضروري ذلك لأن يكون على بينة من أمره، فيتوفر عنصر الأمان في التعاقد، بالإضافة إلى أهمية ذلك في تحديد مركز المستهلك القانوني، ووضوح إلتزاماته ومدى إمكانية تنفيذها²

هذا وقد تناول قانون الإستهلاك الفرنسي والتوجيه الأوروبي الصادر في 20 مايو/ 4 موضوع تحديد شخصية المزود، بحيث قررا تحديد هذه الشخصية من خلال التمييز بين ثلاث حالات لمكان الموقع عبر شبكة الإنترنت: وهي حالة وجود الموقع في شبكة الإنترنت في فرنسا، والحالة الثانية خاصة بمواقع الدول الأعضاء في الإتحاد الأوروبي، والحالة الثالثة بشأن المواقع الالكترونية الواقعة في البلاد الأجنبية أي خارج أوروبا³.

وقد جاء في قانون حماية المستهلك الفلسطيني⁴ في المادة 21 "على المزود أن يبين بوضوح أسمه الحقيقي وعلامته التجارية المسجلة على السلع المطروحة للتداول في الأسواق، وكافة المعلومات المطلوبة في بطاقة البيان " فتحدد شخصية التاجر لا تتعلق فقط بإسم التاجر وعنوانه ، بل بالعلامة التجارية⁵، وضرورة وضوحها بحيث لا تتشابه مع علامات تجارية أخرى، وبالتالي يقع الغش من قبل المورد أو المزود .

¹ القيسي قاسم ، عامر ، الحماية القانونية للمستهلك ، مرجع سابق ، ص 58 .

² منصور، محمد حسين: أحكام البيع التقليدية والإلكترونية والولاية وحماية المستهلك ، دار الفكر الجامعي ، اسكندرية ، 2006 ص 148

³ فيما يتعلق بالمواقع الخاصة في فرنسا يجب أن تتضمن المنشأة وأرقام الهواتف الخاصة بها وعنوان الشركة ومقرها الاجتماعي وسجلها التجاري والفواتير الخاصة بها والأسعار والوثائق الإعلانية ، وأن تكون جميع مراسلاتها موقعة باسمها ، أما في مواقع إحدى الدول الأعضاء فقد قرر التوجيه الأوروبي الصادر في 20 مايو أيار 1997 التزاماً مشدداً ، حيث يقع على عاتق المورد بإعلام المستهلك في الوقت المناسب بالبيانات الخاصة بشخصية المورد وعنوانه وكذلك بيان العنوان الجغرافي للمؤسسة التي يمكن للمستهلك أن يحصل منها على طلباته، وقد أشار التوجيه الأوروبي فيما يخص المواقع الموجودة في دولة أجنبية إلى ضرورة الرجوع إلى القوانين الوطنية لتلك الدول؛ لتفادي مشكلة تنازع القوانين ، للمزيد راجع د. إبراهيم، خالد ممدوح، مرجع سابق، ص 107. ود. خلفي، عبد الرحمن، مرجع سابق.

⁴ المادة 50 من مشروع قانون المبادلات والتجارة الإلكترونية الفلسطيني لسنة 2003

⁵ يقصد بالعلامة التجارية " أية علامة استعملت أو كان في النية إستعمالها على أية بضائع أو فيما تعلق بها الدلالة على أن 3 تلك البضائع تخص صاحب العلامة بحكم صنعها أو إنتاجها أو الشهادة أو الاتجار أو عرضها للبيع "، وهذا ما جاء في المادة الثانية من قانون العلامات التجارية الأردني رقم 33 لسنة 1952 المنشور في الصفحة 243 من العدد الجريدة الرسمية رقم 1110 بتاريخ 1/6/1952) وتجب الإشارة إلى أن قانون العلامات التجارية لسنة 1952 المعدل بموجب نظام معدل لنظام العلامات التجارية لعام 1999 لم يحصر العلامة التجارية فقط في السلعة بل أضاف الخدمة أيضاً، كذلك هناك عدل آخر ورقمه 37 لسنة 2000 المنشور على الصفحة 3442 من عدد الجريدة الرسمية رقم 4453 بتاريخ 31/8/2000 إلا أن هذا التعديل لم يعرف العلامة التجارية). أنظر أيضاً المادة 2 من قانون العلامات التجارية الفلسطيني رقم 35 لسنة 1938 المنشور في جريدة الوقائع الفلسطينية بتاريخ 21 / 1 / 1938 ، والمادة 2 قانون

كما وألزم المشرع الفلسطيني مقدم الخدمة بتقديم الرخصة التي تبين أهليته في تقديم الخدمة المراد التعاقد بشأنها، وكذلك بيان كافة المعلومات التي تحدد شخصيته بوضوح كاسمه الحقيقي وعلامته التجارية المسجلة على السلع المطروحة في الأسواق .

هذا و قد جاء في قرارات لمحكمة التمييز الأردنية وبالتالي يقع الغش من قبل المورد أو المزود منها القرار رقم 85 / 1996 والذي ينص على أن "المقصود من منع تسجيل علامة تجارية تشابه علامة أخرى تخص شخصا آخر هو حماية الجمهور المستهلك لتلك البضاعة أو المادة ، وعليه ولما كان تسجيل علامة تتعلق بدواء للإستعمال البشري ، فإن إستعمالها محصور بين الطبيب والصيدلي وهما أصحاب الإختصاص وكل منهما مسئول في حدود مهنته فلا مجال للقول بأن أي تشابه على فرض وجوده بين العلامة RUXID والعلامة RULID يؤدي إلى غش المستهلك للدواء¹.

كذلك نص قانون حماية المستهلك الفلسطيني على ضرورة أن يضع التاجر على جميع المراسلات والمستندات والمحركات ، سواء الورقية أو الإلكترونية، البيانات والمعلومات التي من شأنها تحديد شخصيته ، وبيانات قيده في السجل التجاري، وعلامته التجارية إن وجدت حيث جاء في نص المادة 21 من القانون المذكور " على المورد أن يضع التاجر على جميع المراسلات والمستندات والمحركات التي تصدر عنه في تعامله أو تعاقد مع المستهلك - بما في ذلك المحركات والمستندات الإلكترونية - البيانات التي من شأنها تحديد شخصيته، وخاصة بيانات قيده في السجل الخاص بنشاطه وعلامته التجارية إن وجدت².

العلامات التجارية التونسية المنشور في العدد 36 من الجريد الرسمية لسنة 2001 بتاريخ في 17 / 4 / 2001 ، والمادة 1 قانون العلامات التجارية البحريني رقم (10) لسنة 1991 المنشور في الجريد الرسمية بتاريخ 25 / 3 / 1991 ، والمادة 2 قانون العلامات التجارية الإماراتي رقم (37) لسنة 1992 المنشور في الجريدة الرسمية في عام 1992 ، للمزيد أنظر: الشرقاوي، محمد سمير: القانون التجاري. الجزء الأول. الطبعة الأولى. بيروت: دار النهضة العربية. 1982. ص529. مبارك، محمود أحمد عبد الحميد: العلامة التجارية وطرق حمايتها وفق القوانين النافذة في فلسطين. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة النجاح الوطنية. فلسطين. 2006. ص 38 وما بعدها.

¹ الخميس 2017/1/17 الساعة 22:20 <http://qanoun.com/law/courts/details.asp>

² نص المادة 21 ، قانون حماية المستهلك الفلسطيني رقم 21 لسنة 2005 .

المطلب الثاني: وصف المنتج أو السلعة.

أن الهدف من تقرير التزام المنتج أو المزود من وصف المنتج أو السلعة هو تنوير إرادة المستهلك قبل إبرام العقد؛ كي يكون على بينة وعلم عن مدى ملائمة العقد المراد إبرامه، لإشباع حاجاته التي يرمي إليها¹، وبالتالي فإنه إضافة إلى كون المعلومات صادقة وكافية، فهي أيضاً يجب أن تكون ذات طبيعة جوهريّة، أي أن تكون شاملة لكل ما من شأنه أن يؤثر في قرار المستهلك حول الدخول في العقد، وبالتالي فإنه يقع على عاتق المزود أو المهني ليس تقديم البيانات والمعلومات فقط، وإنما يلتزم بإعلام المستهلك بكل بيان يهمه معرفته ويؤدي في حال علمه به إلى أن يغير رأيه في التعاقد، و تقديم المعلومات والبيانات كافة بكل شفافية وأمانه، تطبيقاً لمبدأ حسن النية الذي يسود العقود كافة، وعند إخلاله بهذا الإلتزام بتقديمه معلومات أو بيانات غير صحيحة دفعت المستهلك إلى التعاقد، يترتب على ذلك جعل إرادة المستهلك معيبة وعندها يكون من حقه المطالبة بفسخ العقد أو المطالبة بإبطاله؛ نتيجة وقوعه في غلط أو تدليس².

الفرع الأول: إعطاء البيانات الأساسية عن السلعة.

وينصب محل التزام المهني بالإعلام قبل التعاقد بتقديم معلومات وبيانات حول مضمون وتفصيلات العقد المراد إبرامه مع المستهلك، وعملت مختلف التشريعات المقارنة على إلزام المهني أو المزود بتقديم المعلومات الأساسية عن السلعة أو الخدمة المعروضة بوضوح تام للمستهلك؛ كي يكون على دراية تامة بما سيقدم عليه. ولكن التساؤل هنا، ما هي طبيعة المعلومات الواجب على المزود أو المهني تقديمها إلى المستهلك، وعن طبيعة الجزاء المترتب على المهني أو المزود في حال إخلاله بهذا الإلتزام؟

أن الهدف من تقرير هذا الإلتزام هو تنوير إرادة المستهلك قبل إبرام العقد؛ كي يكون على بينة وعلم عن مدى ملائمة العقد المزمع إبرامه، لإشباع حاجاته التي يرمي إليها، فإنه إضافة إلى كون المعلومات صادقة وكافية، فهي أيضاً يجب أن تكون ذات طبيعة جوهريّة، أي أن تكون شاملة لكل ما من شأنه أن يؤثر في قرار المستهلك حول العقد، وبالتالي فإنه يقع على عاتق المزود أو

¹ فتحي، حسين: حدود مشروعية الإعلانات التجارية لحماية المتجر والمستهلك. بدون ناشر. ص 1991. ص 14. نقلاً عن إبراهيم، خالد ممدوح: حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية. مرجع سابق. ص 81.

² سلطان، أنور: مصادر الإلتزام في القانون المدني الأردني، دراسة مقارنة بالفقه الإسلامي، دار الثقافة والنشر والتوزيع، 2005، ص 88.

المهني ليس بتقديم البيانات والمعلومات فقط، و إنما يلتزم بإعلام المستهلك بكل بيان يهمه معرفته ويؤدي في حال علمه به إلى أن يغير رأيه في التعاقد.

إن المزود أو التاجر أو المهني ملزم بتقديم المعلومات والبيانات كافة بكل شفافية وأمانه ، تطبيقاً لمبدأ حسن النية الذي يسود العقود كافة ، وعند إخلاله بتقديم معلومات أو بيانات غير صحيحة تكون سبب في دفع المستهلك إلى التعاقد ، يترتب على ذلك جعل إرادة المستهلك معيبة وعندها يكون من حقه المطالبة بفسخ العقد أو المطالبة بإبطاله ؛ نتيجة وقوعه في غلط أو تدليس¹.

والتزام المهني بتقديم المعلومات والبيانات لا يقف عند حد تقديم البيانات المتعلقة بالأوصاف القانونية والمادية والجوهرية لسلعة أو لخدمة ما، وإنما يمتد ليشمل إعلام المستهلك بطريقة أو كيفية استخدام السلعة، فتقديم تلك المعلومات لها أهمية خاصة في ظل التطور التكنولوجي الذي أصبح يدخل في إنتاج السلع وتقديم الخدمات، الأمر الذي يجعل المستهلك العادي عاجزاً عن الإحاطة بكل ما هو جديد في مجالات التكنولوجيا الحديثة، هذا ويجعل من المستهلك غير قادر على استخدام المنتج بالطريقة المثلى، فضلاً عن أن استعمال السلعة أو الخدمة محل التعاقد قد ينطوي على خطورة ما، وهذا يلزم المهني بإحاطة المستهلك بمصادر تلك الخطورة وأبعادها وطرق تلافيها ؛ لحمايته من الأضرار التي قد يتعرض لها².

وكذلك ألزم المشرع الفلسطيني مقدم الخدمة بتقديم الرخصة التي تبين أهليته في تقديم الخدمة المراد التعاقد بشأنها ، وكذلك بيان كافة المعلومات التي تحدد شخصيته بوضوح كاسمه الحقيقي وعلامته التجارية المسجلة على السلع المطروحة في الأسواق، كما ألزم المشرع المصري في المادة الرابعة من قانون حماية المستهلك التاجر بضرورة وضع البيانات والمعلومات التي تحدد شخصيته وبيانات قيده في السجل التجاري وعلامته التجارية إن وجدت على جميع المراسلات والمحركات سواء الورقية أو الإلكترونية³.

¹ المهدي، نزيه محمد الصادق: الالتزام قبل التعاقد بالإدلاء بالبيانات المتعلقة بالعقد أنواع العقود. الطبعة الأولى. مصر: دار النهضة العربية. 1982 ص 88

² العبيدي، علي هادي، العقود المسماة البيع والإيجار"، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2005 ، عمان ص66.

³ الدايم، حسني محمود: العقود الإحتكارية بين الفقه الاسلامي و القانون المدني ، الطبعة الأولى ، دار الفكر الجامعي ، مصر ، 2008 ، ص55 .

إضافة الى ذلك فان المشرع الفرنسي و في متن القانون الجديد لحماية المستهلك اوجب نص في المادة الخامسة منه على يجب ان يكون الإعلام بالسعر و التعريف إجباريا إضافة الى نص المادة السادسة من ذات القانون المتضمن تحديد مضمون السلع و شكلها بشكل تنظيمي¹.

الفرع الثاني: اشتراط الإعلام باللغة الوطنية للمستهلك.

أما فيما يتعلق باللغة المستخدمة في تقديم المعلومات نجد أن مختلف التشريعات المقارنة اشترطت ضرورة أن يتم إعلام المستهلك باللغة الوطنية، كي يكون على بينة ودراية ومعرفة بطبيعة العقد المراد إبرامه ومضمونه لذلك نجد في الكثير من المواد الطبية والالكترونية المستوردة معلومات بعدة لغات.

ولكن هناك خصوصية تتمتع بها شبكة الإنترنت، وهي أنها ذات طابع دولي، وهي غير محصورة بدولة ما فقط، وإنما تعد سوقاً عالميةً مفتوحةً أمام الجميع، وهذه الخصوصية تثير مسألتين الأولى: أن هناك العديد من الشركات التي تعمل على عرض السلع والخدمات من خلال تلك الشبكة وبلغات مختلفة، وبما أن اللغة الإنجليزية هي اللغة الشائع استخدامها عالمياً، فإنه يستحسن لو أن كان التشريعات المقارنة نصت على ضرورة أن تصاحبها ترجمة إلى اللغة الوطنية لأي دولة، بحيث تصبح المعلومة المقدمة واضحة ومفهومة وغير غامضة. أما المسألة الثانية فهي أنه لا بد من إعلام المستهلك في علاقاته التعاقدية الدولية أن العقد الذي يبرمه عقد ذو طابع دولي، حتى يكون على بينة بطبيعة العلاقة التي يعد طرفاً فيها. وتعد هذه المسألة ضرورة لحماية المستهلك، إذ أن القانون الواجب تطبيقه قد يتم اشتراطه كبند كبقية بنود العقد، وبالتالي يجب إحاطته بهذا الشرط؛ كي لا يتفاجأ بتطبيق قانون يختلف عن نظامه القانوني².

يتبين مما تقدم أن التزام المزود أو المهني بإعلام المستهلك قبل التعاقد يعد من الواجبات التي لا غنى عنها لصحة العقد، سواء التقليدي أو الإلكتروني، مع مراعاة أن العقود الالكترونية تفرض على المهني أو المزود التزاماً إضافياً بتقديم المعلومات إلكترونياً بشكل يسمح للمستهلك بعلم كامل بالسلعة أو الخدمة، وذلك لعدم إمكانية قيامه بمعينة المبيع معينة مادية قبل التعاقد³.

¹ العامري ، خالد ، كيف تجري مفاوضات ناجحة ، مرجع سابق ، ص 78 .

² المهدي، معتز نزيه محمد الصادق ، الإلتزام قبل التعاقد بالإدلاء بالبيانات المتعلقة بالعقد أنواع العقود ، مرجع سابق ، ص 77

³ أحمد، محمد أبو سيد، حماية المستهلك في الفقه الإسلامي. الطبعة الأولى. لبنان. دار الكتب العلمية، 2004 ، ص 82.

الفصل الثاني:

حماية المستهلك في مرحلة إبرام العقد

قبل دراسة موضوع حماية المستهلك في مرحلة إبرام العقد لابد بداية من بيان مفهوم الإيجاب و القبول هو العرض المقدم الى جمهور المستهلكين بصفة عامة و ليش بصفة خاصة و يكون معروض بشكل واضح و صريح ، اما القبول فقد عرفته مجلة الاحكام العدلية "ثاني كلام يصرو من احد المتعاقدين من اجل انشاء التصرف و به يتم العقد"¹، فالقبول هو هو التعبير عن الارادة و اقترانه بالإيجاب بشكل واضح و صريح .

لذلك توجب على المشرع فرض الحماية القانونية لحماية المستهلك حيث ان اغلب عقود الاستهلاك التي تبرم لا تتوافر فيها مفاوضة أو مساومة و لا يكون للمستهلك الحق بتعديل الشروط التي يفرضها عليه المزود أو المهني أو التاجر وهذا ما استدعي الحاجة الى فرض الحماية القانونية من خلال سن تشريعات لحماية المستهلك أثناء إبرام العقد وذلك بفرض الحماية المدنية (المبحث الأول) و الحماية الجزائية للمستهلك (المبحث الثاني).

¹ المادة 102 ، مجلة الاحكام العدلية .

المبحث الأول: الحماية المدنية للمستهلك في مرحلة إبرام العقد.

عند دراسة الحماية المدنية للمستهلك في مرحلة إبرام العقد لابد بديتا توضيح مفهومي الإيجاب و القبول فيعرف الإيجاب بأنه العرض الجازم للتعاقد وفق شروط معينة يجب أن يكون صريحا، أما القبول فقد عرفته مجلة الأحكام العدلية بأنه ثاني كلام يصدر من أحد العاقدين من أجل إنشاء التصرف و به يتم العقد¹.

نصت القواعد العامة في القانون المدني على الالتزامات المفروضة على أطراف العقد من حيث الرضا و عيوبه و قد عرفت المادة (90) مدني أردني على أن الرضا عبارة عن ارتباط الإيجاب بالقبول مع مراعاة ما يقرره القانون فوق ذلك من أوضاع معينة لانعقاد العقد و بالمقابل إذا لم يكن الرضا صحيحا وصادرا ممن هو أهل له ومنزها عن العيوب التي تشوب الإرادة إن ذلك يعطي الطرف الذي تعيب إرادته إن يطلب إبطال العقد².

وهذا يشترط في عقد الاستهلاك وفقا لقواعد القانون المدني كما هو الحال في كافة العقود ارتباط إرادتين " إيجاب و قبول " بحيث يصل هذا القبول الى علم الشخص الذي صدر عنه الإيجاب والقبول للإحكام المنصوص عليها في المواد 90-107 من القانون المدني الأردني وفي كافة الأحوال يجب لانعقاد عقد المستهلك اتفاق الطرفين على المحل و الثمن³.

في الواقع لقد سلك التجار والمنتجون عدة طرق للإعلان عن السلع التي يرغبون في بيعها فهل هذه الأساليب تشكل إيجاب من جانبهم ؟ وهل هذا الإيجاب ملزما للتجار والمنتجين الذين لهم الحق في رفض التعامل مع المستهلك التي يقابل إيجابهم بالقبول ؟ وفي حالة ما إذا كانت هنالك شروط تعسفية ضمنها التاجر أو المنتج مع الإيجاب الصادر عنه فإلى أي مدى يمكن حماية المستهلك من هذه الشروط عند قبوله للتعاقد لذلك سنحاول الإجابة عن هذه التساؤلات من خلال دراسة حق المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية (المطلب الأول) ومدى توافر الإذعان في عقود الاستهلاك (المطلب الثاني).

¹ نص المادة 102 من مجلة الأحكام العدلية

² نص المادة 90 ، القانون المدني الأردني لسنة 1976 ، مرجع سابق .

³ (القانون المدني الأردني لسنة 1976 ، مرجع سابق .

المطلب الأول: حق المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية.

تعد الشروط التعسفية أكثر مظاهر عدم التوازن في العقود و يتجلى ذلك واضحا في نطاق عقود الاستهلاك إذ أن المكنة الاقتصادية التي يتمتع بها المحترف كما تتجلى فيها أوضح صور ضعف المستهلك الاقتصادي .

ونظرا لما يشكله هذا الوضع من خطورة على وظيفة العقد الاقتصادية والاجتماعية بوصفه وسيلة للمبادلات وطريقة لتسيير المعاملات سارعت التشريعات والقوانين سواء الوطنية أو المقارنة للحد منها بكافة الوسائل¹

فأقرت في سبيل ذلك حق رقابة شروط التعاقد للقانون والإدارة وفسحت المجال أما القضاء للتدخل في العلاقات العقدية في نطاق العملية الاستهلاكية مرتبة في ذلك مجموعة من الجزاءات المدنية والجنائية.

إن المبدأ العام في العلاقات التعاقدية هو التراضي إلا أن مع تطور الأوضاع الاقتصادية والتفاوت في المراكز المالية بين الأطراف دفع احدهم لإملاء شروطه على الطرف الآخر دون مناقشة وهذا النوع أطلق من العقود أطلق عليها اصطلاح عقود الإذعان والتي يمكن تضمينها أحكاما تلحق ضررا كبيرا بالمستهلكين² الأمر الذي استدعى التدخل لحمايتهم من الشروط التعسفية التي تتضمنها لذا بيان مفهوم وعناصر الشرط التعسفي وأنواع الشروط التعسفية.

الفرع الأول: مفهوم وعناصر الشرط التعسفي.

حظي تعريف الشروط التعسفية باهتمام كبير من قبل الفقهاء حيث عرفه البعض بأنه الشرط الذي يعرض على غير المهني أو على المستهلك من قبل المهني نتيجة التعسف في استعمال هذا الأخير لسلطته الاقتصادية بغرض الحصول على ميزة مجحفة³، ويرى آخرون على أن المقصود بالشرط التعسفي في مفهوم القانون ذلك الشرط الذي ينشأ بسبب التعسف ويسمح بوقوع هذا التعسف و يمكن القول أن الشروط التعسفية ترد خاصة في عقود الإذعان أو العقود النمطية،

¹ المهدي، نزيه محمد الصادق: الإلتزام قبل التعاقد بالإدلاء بالبيانات المتعلقة بالعقد أنواع العقود. الطبعة الأولى. مصر: دار النهضة العربية. 1982، ص 77 .

² الملحم، أحمد عبد الرحمن: نماذج العقود ووسائل مواجهة الشروط المجحفة فيها، العدد الأول والثاني، مجلة الحقوق، جامعة الكويت، 1992، ص 86

³ حمد الله، محمد حمد الله: حماية المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية في عقود الإستهلاك. الطبعة الأولى. مصر: دار 1 الفكر العربي. 1997. ص 38- 39

التي يتولى إعدادها مسبقاً مختصون يتمتعون بالتفوق الإقتصادي والكفاءة الفنية تبدو وفقاً للقواعد العامة شروطاً عادية لا تنال من سلامة الرضا ، ولكنها في حقيقتها مجحفة ظالمة ، ترهق المتعاقد وتثقل من التزامه¹. فإذا كانت جل القوانين الحالية تهدف إلى حماية المستهلك من الشروط التعسفية أو للتخفيف من حدتها فإنها تواجه صعوبة في تحديدها ورصد مختلف مظاهرها وتجلياتها ، وفي هذا المسار فقد نصت المادة 23 من قانون حماية المستهلك الفلسطيني على أنه " يجوز للمجلس أن يراجع مدى معقولية وعدالة الشروط الواردة في عقود الاستهلاك والعقود النموذجية ، وأن يوصى إلى الوزير أو الجهة التي تصدر عنها هذه العقود إزالة الشروط التي ترى أنها مجحفة بحق المستهلك أو يطلب إعادة النظر بها، على أن يصدر مجلس الوزراء نظاماً يحدد معايير لتقدير البنود التي يمكن اعتبارها تعسفية في عقود الاستهلاك".²

عرف المشرع الفرنسي في البداية الشرط التعسفي في المادة "35" من القانون رقم (78-23) الصادر في 10/1/1978 المتعلق بإعلام وحماية المستهلك للسلع والخدمات، بأنه: « في العقود المبرمة بين مهنيين وغير مهنيين أو مستهلكين يمكن أن تكون محرمة ، محددة أو منظمة ... الشروط المتعلقة ب... حينما تبدو هذه الشروط أنها مفروضة على غير المهنيين أو المستهلكين بواسطة تعسف النفوذ الاقتصادي للطرف الآخر والذي يمنح لهذا الأخير ميزة فاحشة³ ثم أعاد المشرع الفرنسي تعريف الشروط التعسفية في قانون الاستهلاك لسنة 1995 بموجب المادة 1/132 من القانون رقم (95-96) الصادر في 1/2/1995 و التي تنص على أنه: « في العقود المبرمة مابين المحترفين وغير المحترفين أو المستهلكين، تكون تعسفية الشروط التي يحدث موضوعها أو آثارها إضراراً بغير المحترف أو المستهلك، عدم توازن ظاهر بين حقوق والتزامات أطراف العقد.

¹ المطيري، مساعد زيد عبد الله: الحماية المدنية للمستهلك في القانونين المصري والكويتي، (رسالة دكتوراه منشورة)، جامعة عين شمس، مصر، 2007، ص 46.

² نص المادة 23 ، قانون حماية المستهلك الفلسطيني ، مرجع سابق .

³ د.الباقي ، عبد عمر ، الحماية العقدية للمستهلك ، مرجع سابق ، ص 85 .

وبهذا يكون المشرع الفرنسي قد أثار مسألة تعريف الشرط التعسفي حيث كان الاتجاه يتمثل قبل صدور هذا القانون في ترك تحديد التعريف للقضاء لكن هذا الخيار قد استبعد لأنه "كان يستلزم عدة سنين لأجل أن تأخذ محكمة النقض موقفا إزاء كل شرط أو نموذج من الشروط".¹

ووفقا لموسوم تنفيذي صادر في هذا الصدد و الذي اعتبر فيه شرطا تعسفيا الشرط الذي محله أو أثره يؤكد إذعان غير المهني أو المستهلك لاشتراطات عقدية غير مدرجه في المحرر الذي يوقعه وكذلك الشرط الذي محله أو أثره يلغي أو ينقض حق غير المهني أو المستهلك في التعويض في حالة عدم وفاء المهني بالالتزامات أيا كانت ² .

من دراسة التعريفات السابقة نجد أن هنالك شروطا متعددة تحدد في مجملها مميزات الشرط التعسفي :

1- ألا يكون خاضعا للمفاوضة الفردية

2- أن يترتب عن الشرط عدم توازن أو تكافئ بين الحقوق والالتزامات الناشئة عن العلاقة التعاقدية.

3- أن يكون الشرط مكتوبا بصفة مسبقة دون أن يكون للمستهلك أي تأثير في محتوى العقد.

الفرع الثاني: معايير الشروط التعسفية.

تضمنت قواعد القانون المدني معيارا تقليديا يستهدي به القاضي لإصدار حكمه يكون الشرط المدرج في عقد إذعان تعسفيا أم لا وهو معيار العدالة وإن هذا المعيار يؤدي الى تضارب الأحكام القضائية لاختلاف الشعور بالعدالة من قاضي لآخر وهو ما يهدد استقرار المعاملات ³ لكن القواعد المعاصرة لحماية المستهلك من الشروط التعسفية أدت الى ظهور معايير يتحدد وفقا كون الشرط المدرج في عقد استهلاك أو إذعان تعسفيا من عدمه.

¹ مادة 1 مرسوم 24 مارس 1978 الصادر بتطبيق القانون 10 يناير 1978 إلا أن هذه المادة قد ألغيت من قبل مجلس الدولة الفرنسي في 3 ديسمبر 1980 و كان سبب الإلغاء هو تجاوز الحكومة لسلطاتها و ذلك لتجريمها الشروط الواردة بطرق الإحالة و هذا ما لا يدخل في اختصاصها ، انظر ص 138 .

² مادة 2 من مرسوم 24 مارس لسنة 1987 ، مرجع سابق .

³ عبد ، أحمد سامي ، الحماية القانونية للمستهلك من الغش التجاري ، رسالة ماجستير مقدمة إلى كلية القانون ، جامعة بابل ، 2010 ، ص86

ففي البداية أتى المشرع الفرنسي بمعايير و ذلك بموجب نص المادة 35 من قانون 10 جانفي 1978¹ الواردة في الفصل الرابع و المتعلق بالشروط التعسفية التي نصت انه تعتبر تعسفية الشروط التي يبدو أنها مفروضة على غير المهني أو المستهلك بواسطة تعسف النفوذ الاقتصادي من الطرف الآخر و يعطي لهذا الأخير ميزة فاحشة

يظهر من خلال هذه المادة معياريين يجب تطلبهما لاعتبار الشرط تعسفيا احدهما اقتصادي وهو تعسف النفوذ الاقتصادي والآخر معيار الميزة المفرطة أو الفاحشة التي حصل عليها المهني.

لكن المشرع الفرنسي في سنة 1993² لم يأخذ بالمعياريين السابقين إنما اخذ بمعيار جديد معيار " الإخلال الظاهر بالتوازن "³ بموجب المادة 1-132 من قانون الاستهلاك المذكور.

وتتجلى أهمية تحديد المعايير التي تعتبر بموجبها الشرط تعسفيا من عدمه في التمكن من تقديم حماية أفضل للمستهلك من جهة و من جهة ثانية فان أهمية ذلك تكمن في توحيد أحكام القضاء تجنباً للمساس باستقرار المعاملات.

المطلب الثاني: مدى توافر الإذعان في عقد الاستهلاك.

إن المبدأ العام في العلاقات التعاقدية هو التراضي، إلا أن تطور الأوضاع الاقتصادية والتفاوت في المراكز المالية بين هذه الأطراف، أدى الى دفع أحد الاطراف لإملاء شروطه على الطرف الآخر دون مناقشته، وهذا النوع من العقود أطلق عليها إصطلاح عقود الإذعان، وهو ما ورد في القوانين المدنية التي تدور تناولته لمبادئ القانونية التقليدية، أما المبادئ القانونية الحديثة فقد أضافت في هذا المجال حماية إضافية للمستهلك، وهذا ما سيتم دراسته بالإضافة إلى ما يدور في فلك عقود الإذعان كالشروط التعسفية والعقود النموذجية والشروط النموذجية.

الفرع الأول: عقد الإذعان.

لم يجمع الفقهاء على تعريف واحد لعقد الإذعان، بل تباينت تعاريفهم بشأنه، يعرفه الأستاذ Saleills أنه " تغليب محض لإرادة واحدة ، تتصرف بصورة منفردة وتملي قانونها ليس على

¹ قانون 10 جانفي ، نص المادة 35 ، قانون إعلام و حماية المستهلك للسلع و الخدمات ، سنة 1978.

² القيسي ، عامر قاسم ، الحماية القانونية للمستهلك، مرجع سابق ، ص52.

³ الزقرد ، احمد السعيد ، نحو نظرية عامة لصياغة العقود ، بحث منشور في مجلة الحقوق ، جامعة الكويت ، العدد الثالث ، السنة الخامسة ، 2001 ، ص 36 .

فرد محدد بل على مجموعة غير محددة ، وتفرضها مسبقا ومن جانب واحد " ، فتعريف Saleills تعرض لكون عقد الإذعان مجرد إرادة تملي شروطها على إرادة أخرى، الأفراد غير محددين، دون أن يذكر محتوى العقد¹.

أما الأستاذ Berlioz George عرفه على أنه: "العقد الذي تم تحديد محتواه التعاقدية كليا أو جزئيا، بصفة مجردة وعامة قبل المرحلة التعاقدية " ، أما الأستاذ عبد المنعم فرج الصدة يعرفه على أنه: "العقد الذي يسلم فيه القابل بشروط مقررة يضعها الموجب، و لا يقبل مناقشة فيها، وذلك فيما يتعلق بسلعة أو مرفق ضروري ، تكون محل احتكار قانوني أو فعلي، أو تكون المنافسة محدودة النطاق بشأنها² . "ويعد تعريف الأستاذ عبد المنعم فرج الصدة أبرز تعريف فقهي عربي يمكن الاعتماد به في ظل القوانين المدنية العربية ، إذ يصف هذا العقد بأنه القابل فيه سيسلم بالمحتوى التعاقدية الذي يضعه الموجب ولا يقبل مناقشة فيه ، كما يذكر الموضوع (المحل) الذي يرد عليه الانعقاد ، كتعلقه بسلعة ضرورية يكون محل احتكار قانوني أو فعلي، أو تكون المنافسة محدودة النطاق في شأنه ، وبذلك يكون قد أعطى صفات هذا العقد ومميزاته، ومما يلاحظ على هذه التعريفات أنها اشترطت عنصر الاحتكار في عقود الإذعان وبالتالي فهي تأخذ بمفهوم واسع لعقود الإذعان .

فعقد الإذعان هو العقد الذي يقدم احد أطرافه لجمهور المستهلكين مشروع عقد لمن شاء أن يقبله أو يرفضه دون مناقشة أحكامه. و هذا هو الإيجاب الموجه للجمهور كل قابل بحيث يمكن أن يصادفه أي قبول بشرط أن يصادفه كما هو فالمقابل (المستهلك) له أن يقبل الإيجاب أو يتركه وليس له أن يعدله³. في هذا الاتجاه نصت 104 من القانون الأردني على أن " القبول في عقود الإذعان يقتصر على مجرد التسليم بشروط مقررة يضعها الموجب و لا يقبل مناقشته فيها "⁴. ومن الأمثلة على هذه العقود عقد النقل حيث لا تناقش أجرة البضائع التي توجبها شركات النقل أو السكة الحديدية و عقود التأمين والاقتراض من البنوك و البيوع في المخازن الكبيرة التي تباع بسعر محدد لا يقبل التغيير ففي مثل هذه العقود وغيرها لا يستوي الطرفان وعادة يضع احدهما التعاقد في صور لائحة أو صورة عقد محرر سلفا و معروض على المستهلكين فلا يكون أمام

¹ سليمة ، أحمد جباوي ، آليات حماية المستهلك من التعسف التعاقدية، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، كلية الحقوق، 2011، ص 28.

² الصدة ، فرج ، نظرية العقد في قوانين البلاد العربية، دار النهضة العربية للطباعة والنشر و التوزيع ، مصر، 1974، ص 134.

³ عبد الغفار ، انس محمد ، آليات مواجهة الشروط التعسفية في عقود الإذعان، دراسة مقارنة بين القانون المدني والفقه الإسلامي، دار الكتاب القانونية، مصر، 2013، ص 18.

⁴ الهواري، أحمد ، حماية العاقد الضعيف في القانون الدولي الخاص. الطبعة الأولى. مصر: دار النهضة العربية. 2000. ص 44

من يريد التعاقد مع الطرف إلا أن ينضم الى هذا العقد كطرف ثان و يذعن لما فيه من شروط لأنه يتعامل مع محتكر لسلعة لمرفق أساسي لا غنى عنه إطلاقاً¹.

وبعد أن لفتت عقود الإذعان أنظار الفقهاء والقضاة إلى التفاوت الكبير بين طرفي العقد وما أدى إليه من ظلم، بين طرفي العقد اجمعوا على ضرورة التدخل لحماية الطرف المذعن في هذا النوع من العقود².

وهذا ما أخذت به التشريعات المختلفة بعد ذلك ويأتي هذا التدخل، بوسيلتين: الأولى عن طريق إقرار أحكام عامة تنطبق على كل عقود الإذعان وذلك من خلال منح القاضي سلطة تقديرية واسعة في تعديل عقود الإذعان تعديل أو إلغاء الشروط التعسفية، بالإضافة إلى إدخال استثناء على القاعدة العامة في التفسير يوجب على القاضي تفسير العبارات الغامضة الواردة في عقود الإذعان لمصلحة الطرف المذعن³. أما الوسيلة الثانية فتأتي عن طريق تنظيم المشرع لأهم عقود الإذعان بتشريعات خاصة مثل عقود التأمين وعقد النقل وعقود الاشتراك في الخدمات العامة⁴.

الفرع الثاني: العقد النموذجي.

تعرف العقود النموذجية على أنها عبارة عن مجموعة من الشروط يتفق عليها تجار سلعة معينة في منطقة جغرافية معينة ويلتزمون بإرادتهم الحرة بإتباعها فيما يبرمونه من صفقات تتعلق بهذه السلعة⁵.

وتحرر هذه الشروط عادة من نماذج مختلفة يراعى في كل نموذج منها ظروف، تجار السلعة في منطقة معينة ويختار المتعاقدان النموذج الذي يتفق و ظروفهم الخاصة قد انتشرت هذه العقود في العقد الحاضر حتى أصبحت تشمل أنواعا عديدة من السلع و تغطي مناطق جغرافية

¹ صافي، عبد الحق ، عقد البيع ، دراسة في قانون الالتزامات والعقود في القوانين الخاصة ، مطبعة النجاح ، ط 1 ، المغرب، 1998. ص 38.

² الشنطي ، سهى نمر ، التنظيم القانوني الإستخدام الشروط النموذجية في العقود الإستهلاكية، (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة بيرزيت. فلسطين. 2008، ص44

³ الخدي ، نزهة ، الحماية المدنية للمستهلك من الشروط التعسفية "عقد البيع" أطروحة لنيل الدكتوراه في القانون الخاص ، جامعة محمد الخامس ، اكدال ، 2004-2005، ص 38 ..

⁴ جمعي ، حسن عبد الباسط ، أثر عدم التكافؤ بين المتعاقدين على شروط العقد، دار النهضة العربية، 1990، ص182

⁵ الشرقاوي، حمود سمير ، العقود التجارية الدولية "دراسة خاصة لعقد البيع الدولي للبضائع " ، دار النهضة العربية -القاهرة ، 2001 ، ص 15-37 .

شاسعة و مثالها العقود النموذجية التي وضعتها اللجنة الاقتصادية الأوروبية بشأن توريد الأدوات والآلات اللازمة لتجهيز المصانع.

غير أن من أهم العقود وأكثرها شهرة وتأثيرا على الصعيد الدولي هي عقود البيع النموذجية فقد قامت اللجنة الاقتصادية الأوروبية التابعة للأمم المتحدة بوضع العديد من العقود النموذجية لبضائع مختلفة وقد قسمت هذه العقود بالنسبة لموضوع السلعة التي تنظمها الى ثلاث طوائف وهي عقود المنتجات الصناعية التي تنظمها الى ثلاث طوائف وهي عقود المنتجات الزراعية وعقود المنتجات الطبيعية¹.

تعتبر العقود النموذجية وسيلة قانونية مرنة في توحيد أحكام البيع التي تحكم المعاملات الدولية لأنها تتفق وحاجات التجارة الدولية حيث أن انتشارها يعني انتشار الشروط التي تتضمنها وفي ذلك اطمئنان الأطراف الى أحكام يعرفونها مسبقا وهي بذلك خير وسيلة للتوحيد لان وضعها يراعي عادة حقائق الحياة العملية ويحاول رجال الاعمال البحث عن حلول للمشاكل العملية التي تصادفهم و مراعاة مطابقة هذه الحلول لاحتياجات التجارة الدولية و الدخول بالتالي في التفاصيل العملية التي يصعب على المشرع الدولي أو الوطني أن يواجهها أو يضع يده عليها كما أن طبيعة القاعدة التشريعية بما تتصف، به من عموميات لا يمكنها أن تواجه، جميع الحالات المتصور وقوعها عملا لذلك كانت العقود النموذجية التي وضعتها اللجنة الاقتصادية الأوروبية أكثر انسجاما للواقع العملي الذي يفيد شيوع استخدامها .

والعقود النموذجية ليست لها أية صفة إلزامية بل يتوقف نفاذها على اختيار الأطراف و تبنيهم لها بوضوح في تعاقداتهم أو الإحالة إليها صراحة ضمن نصوص العقد و لهم بداهة حق الإضافة والحذف والتعديل في بعض أحكامها.

إضافة الى ذلك تتمتع العقود النموذجية بالمرونة اللازمة لمواجهة معظم المشاكل التي يمكن أن تحدث عملا ويقبل رجال الأعمال عادة الوصول الى صيغة مناسبة للتعاقد تراعي مصالح مختلف الأطراف².

¹ إبراهيم، خالد ممدوح: المرجع السابق. ص 208 .

² الشرقاوي ، محمود سمير ، العقود التجارية الدولية "دراسة خاصة لعقد البيع الدولي "مرجع سابق ، ص 86 .

فهي تمثل القانون التجاري الدولي اليومي الحي الذي يعتمد عليه في إعداد التشريعات الموحدة وعلى الرغم من المزايا التي تم بيانها لإبرام العقود باعتبارها من أهم وسائل توحيد قانون التجارة الدولية إلا أنها تصادف مشاكل عملية عند محاولة وضع الشروط العامة لهذه العقود¹.

وعلى الرغم من أن الهيئات المعنية بوضع هذه الشروط تحاول أن تضع صيغا للعقود النموذجية تلائم احتياجات وتطلبات الحياة التجارية إلا أن هذه الصيغ توضع بنماذج مطولة وغامضة قد لا يتسنى لبعض المتعاقدين من الاطلاع عليها وإذا اطلعوا عليها يصعب فهمها إلا من قبل المتخصصين بالتجارة كما وأنها توضع من قبل جهات يراعى مصالحها عند وضعها وعدا عن ذلك فإن العقود النموذجية متعددة الصيغ حتى بالنسبة للموضوع الواحد وغالبا ما يؤدي الى إيجاد المتعاقدين في مواقف غير متوقعة أو مراكز غير متكافئة كما أن الصيغ التي كتبت بها لاختلاف الجهات التي أعدتها و الاختلاف في ترجمتها لأنها تكتب عادة بلغة واحدة.

ولغرض تلافي هذه الانتقادات يجب أن يراعى عند وضع الشروط العامة أو العقود النموذجية أن توضع بطريقة تضمن حماية مختلف المصالح المعنية².

¹ الشنطي، سهى ، نمر: التنظيم القانوني لإستخدام الشروط النموذجية في العقود الاستهلاكية، مرجع سابق، ص 41
² الملحم، أحمد عبد الرحمن: نماذج العقود ووسائل مواجهة الشروط المجحفة فيها ، بحث منشور في مجلة الحقوق الكويتية - السنة السادسة عشر - العدد الاول والثاني - 1992، ص 278.

المبحث الثاني: الحماية الجزائية للمستهلك في مرحلة إبرام العقد.

ان جل التشريعات المعاصرة تحرص على حماية المستهلك، حيث تم تجريم بعض الأفعال التي تعتبر اعتداءا عليه باعتباره الطرف الضعيف في التعاقد، ومن صور هذه الأفعال الجريمة الغش التجاري و الصناعي، وجريمة الإحتيال، بالإضافة إلى الصور الأخرى من الجرائم التي تمس المستهلك في عقود الاستهلاك .

تنوعت صور الحماية الجزائية للمستهلك في التعاقد بتعدد الجرائم الممارسة ضده، فهناك جرائم تتعلق في الغش التجاري والصناعي، وكذلك جرائم تتعلق بسرقة أرقام البطاقة الائتمانية الخاصة بالمستهلك، وجرائم التحايل والخداع ضد المستهلك في التعاقد لذلك سيتم دراسة تعريف الغش التجاري وأركان الغش التجاري.

المطلب الأول: الحماية الجزائية للمستهلك من جريمة الغش التجاري.

كان لتطور المجتمع أثراً كبيراً على تطور الجريمة بشكل سريع، فكان تطور الجريمة على مر التاريخ مرتبط بتطور المجتمع، حيث كان للتطور العلمي والتكنولوجي الأثر الكبير المنعكس على تطور الجريمة، فتكون بذلك الجريمة افراز من افرازات المجتمع التي تأثر عليه سلباً ، والتي يكون بها المرتكب والضحية عضوان في ذات المجتمع، فالجريمة هي محصلة للتطور التكنولوجي بالمجتمع، حيث يقوم بموجبها شخص باستخدام وسائل مختلفة للوصول إلى أهداف المرجوه بغض النظر عن الوسيلة المستخدمة¹.

إن التطور الذي يشهده العالم في الآونة الأخيرة أصبح تطوراً سريعاً يصاحبه مظاهراً سلبية متعددة والتي كان من أبرزها قيام الدولة بتشجيع القطاع الخاص، والحد من دورها الأمر الذي أتاح الفرصة أمام بعض الأفراد لإستغلال مناخ الحرية الاقتصادية الغير محاطة بضوابط وقواعد قانونية، لذا نهج الكثير من الأفراد باستعمال وسائل احتيال وغش دون تقدير أي نوع من أنواع الأضرار التي قد تلحق بأفراد المجتمع، وتسبب في وقوع المستهلك ضحية لهذا الغش اليومي المتبع، الذي يصعب تجنب الخطر الناتج عنه، مما دفع الأجهزة الحكومية والمؤسسات إلى ضرورة التنبؤ إلى ذلك الوضع، وذلك بتحفيظها بسن قوانين وأنظمة للحد من أوجه التحايل والغش المتبع².

¹ د. احمد ، محمد منصور ، جريمة الغش التجاري ، الجزء الاول ، بدون أسم مطبعة ، بدون سنة طبع ، القاهرة ، ص54.

² المساعد ، زكي خليل ، التسويق في المفهوم الشامل، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 1997، ص42 .

ولم تقتصر الأنشطة المتبعة من بعض الأفراد المنتجين أو التجار أو المزودين في مجال محدد بل امتدت لتشمل مجالات متعددة وذلك باستخدام أوجه جديدة من الغش والإحتيال مما ارتقى الغش التجاري وأصبح ظاهرة عالمية تستحق أن توليها المؤسسات الحكومية والأجهزة عناية خاصة، وذلك لمواجهة الغش المتبع.

مما سبق فإن جرائم الغش من الجرائم الخطرة و خاصة اذا تعلقت بالسع و المواد الغذائية حيث ان قانون الصحة الفلسطيني رقم 20 لسنة 2004 قد جرم أي فعل يترتب عليه غش و اوقع العقوبة على من مرتكبه، و قد شدد المشرع الفلسطيني في العقوبات في حال كانت السلع المغشوشة او المنتهية الصلاحية ضارة بصحة الانسان¹.

الفرع الأول: تعريف الغش التجاري.

تعددت مفاهيم الغش فهناك تعريف من الناحية اللغوية، وآخر من الناحية القانونية، إضافة إلى الجانب التجاري، وجميع هذه التعاريف مترادفة، والتي تصب نحو الجانب العقابي والجزائي المترتب عن الفعل المتبع، إلا وأنه يجدر الإشارة إلى الغش المتعمد، والغش غير المتعمد، نظراً لاختلاف العقوبة الجزائية المترتبة عنه، بالرغم من وحدة التأثير لهما على المستهلك من الأضرار التي تنتج عنه سواء من الناحية الاقتصادية أو الاجتماعية.

الغش من الناحية اللغوية: هو قيام أي شخص بتغيير واقع معين لسلعة أو منتج أو خدمة، وذلك بإظهارها بشكل مخالف للواقع في الحال الذي كان عليه².

الغش من الناحية القانونية: هو أي فعل يتوافر فيه القصد الجرمي، أي الركن المادي والمعنوي للجريمة، وذلك بقيام شخص أو فرد بتغيير خصائص لسلعة ما بشكل ينال من خصائصها الإنتاجية، بشرط عدم علم الطرف الآخر بذلك التغيير، سواء أكان الطرف الآخر شخص طبيعي أو معنوي³.

ويمكن تعريف الغش التجاري و الصناعي بما يلي: " كل فعل أو نشاط يهدف إلى تغيير خصائص معينة ومحددة لسلعة ما والتي يكون بنتيجة هذا الفعل الإنقاص من الفائدة المرجوة للسلعة أو الخدمة المقدمة مع عدم الاهتمام إلى الوسيلة المتبعة في سبيل تحقيق الغاية من

¹ نصوص المواد 27,81,82 من قانون الصحة العامة الفلسطيني رقم 20 لسنة 2004 .

² البكري، ثامر ، التسويق: أسس ومفاهيم معاصرة ، مرجع سابق ، ص55

³ المساعد ، زكي خليل ، التسويق في المفهوم الشامل، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 1997 ، ص 54 .

الغش، وعلى سبيل المثال قيام شخص بإحلال مواد بسلعة معينة أقل جودة مكان مواد أكثر جودة منها، مما يقلل من قيمة السلعة وغير ذلك من الوسائل التي لا يمكن أن تعد ولا تحصى¹.

فالغش التجاري هو الفعل المادي المنصب على سلعة والذي بموجبه قيام شخص بإخفاء حقيقة سلع وبضائع وخدمات بشكل مخالف للواقع، ف جرائم الغش في المواد الغذائية والطبية تكون متجهه للبضائع المعروضة، لا إلى متعاقد بذاته، فتقع هذه الجريمة إن لم يكن هنالك متعاقد، وإن لا تنتج نتيجة جرمية عنه².

الفرع الثاني: أركان الغش التجاري.

أولاً: الركن المادي: هو اطراد جماعة من الأفراد على سلوك معين بوقت محدد ومكان محدد بشرط تكرار هذا السلوك بشكل دائم ومستمر وبصفة عامة ومجردة بحيث يصبح هذا السلوك يخاطب الأشخاص بصفاتهم لا بذواتهم، ولا يعني ذلك أن يكون هذا السلوك مرتبطاً على كامل إقليم دولة، انما قد يكون عرفاً محلياً يخص جهة معينة، إضافة إلى أن يكون السلوك المتبع قديماً، ويعني ذلك أن يكون أفراد المجتمع قد اضطردوا على اتباعه منذ زمن طويل مما يمكن القول أنه أصبح مستقراً، وعنصر الاستقرار هنا ضروري بالعرف، إذ أن اتباع العرف بوقت معين والعدول عنه ينفي صفة الثبات، وللقاضي حرية التقدير بموجب السلطة التقديرية الممنوحة له بتقدير اذا ما كان الفعل المتبع عرفاً أم لا³.

فالركن المادي للجريمة: ما هو إلا عبارة عن قيام الجاني بترجمة فكرته الإجرامية على أرض الواقع بشكل ملموس سواء أكان النشاط الجرمي أو السلوك المتبع هو سلوك إيجابي أو سلبي، وبذلك يكون قد اعتدى على الحقوق والمصالح الذي يسعى المشرع إلى حمايتها، وبذلك يقوم الركن المادي على ثلاثة عناصر ألا وهي: السلوك الإجرامي: وهو فعل وامتناع يأتيه الجاني والنتيجة الإجرامية: والاعتداء يكون على مصلحة يحميها القانون، والعلاقة السببية: والتي لا بد من توافرها لإكمال البناء القانوني للجريمة، أي أن يكون هنالك سبب حدوث النتيجة سواء أكان

¹ القليوبي ، د/ سميحة ، غش الأغذية وحماية المستهلك، بحث لمؤتمر حماية المستهلك، القاهرة ، مارس 1993، ص 04.
² الطعن رقم 1740 لسنة 20 ق جلسة 1951/1/16 ، يكفي لتحقيق الغش أن يضاف إلى الشيء مادة غريبة و أن يكون من شأن إضافتها إليه أن تحدث به تغييراً يضعف من طبيعته أو يفقده بعض خواصه . و لا يهم تعيين المادة الغريبة التي استعملت في الغش إلا عندما تكون من المواد الضارة بالصحة التي يستدعي أمرها تغليظ العقاب على الوجه المبين في الفقرة الأخيرة من المادة الثانية من القانون رقم 48 لسنة 1941 أما عند تطبيق الفقرة الأولى من تلك المادة فلا يلزم.
³ محمود ، عبد الله حسين ، حماية المستهلك من الغش التجاري أو الصناعي، دار النهضة العربية القاهرة سنة 2002 ، ص 102 .

فعلاً سلبياً أو ايجابياً، وهذا ما استقر عليه الفقه وذلك لتسميته العلاقة أو الرابطة السببية بين السلوك المجرم والنتيجة الضارة، ويتوافر هذه العناصر تكون الجريمة أصبحت تامة.

ثانياً الركن المعنوي: وهو اعتقاد الناس وشعورهم بأن القواعد التي درجوا على اتباعها في زمن معين ومكان معين، هي قواعد ملزمة لا يمكن مخالفتها أو الخروج عنها، وذلك خشية من الجزاء أو النتيجة العقابية المترتبة عن خروجهم عنها، فإذا توافر هذان العنصران أصبح عرفاً، وبخلاف ذلك يبقى سلوكاً غير ملزم، لا يوجب الاعتداد به، أثناء تنظيم المعاملات بين الناس¹.

يتمثل الركن المعنوي للجريمة بالقصد الجنائي الذي يهدف إلى حث الجاني إلى ارتكاب جريمة مع علمه بأركانها، وبقصد تحقيق النتيجة الجرمية، ويجب أن يكون الجاني على علم ودراية تامة، بالفعل المتبع والنتيجة التي سوف تحدث، نتيجة لهذا العمل الإجرامي، كما ويشترط اكتمال الركن المعنوي أن يتمتع الجاني بإرادة حرة ، وإدراك تام للفعل الجرمي الذي سيقوم به².

إن قيام جريمة الغش التجاري تستلزم لقيامها وجود ركن القصد الجنائي الذي يتطلب به وجود عنصري العلم والإرادة، أي أن يكون الجاني على علم بأن الفعل الذي سيقوم به من شأنه أن يغير من خصائص السلع المعروضة، أو أن يكون على علم بأن السلع المعروضة لجمهور المستهلكين غير صالحة للاستعمال الآدمي³. أو أن يكون على علم بأن السلع المعروضة للبيع أو المبيعة مسمومة، أو مغشوشة، أو العلم بطبيعة المواد التي تستعمل في الغش واتجاه إرادته لغش المستهلك، كذلك هو الحال بالنسبة للجرائم المرتكبة من المتصرف ، أو المحاسب التي تستوجب تتوافر القصد الجنائي بعنصر هي أي العلم الإرادة بمعنى أن يعلم بأن الفعل الذي يقدم على إتيانه يغير من طبيعة المواد ، وانصراف إرادته لغش المجني عليه، وأن يعلم أن لحوم الحيوانات، والمواد التي قام بتوزيعها منتهية الصلاحية للاستهلاك وغايته، غش المجني عليه وبالنظر إلى السلوك الإجرامي، والمتمثل في الأفعال المادية لجريمة الغش، تعتبر هذه الأخيرة من الجرائم الوقتية لأنها تقع بمجرد ارتكاب فعل الغش؛ أي يلزم أن يكون القصد الجنائي معاصراً لوقت وقوع الفعل⁴.

¹ عمران ، السيد ، محمد السيد ، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد ،مرجع سابق ،ص 77 .

² د. عبيدات ، محمد إبراهيم ، سلوك المستهلك ط4-دار وائل للنشر ، الأردن -عمان ، 2004، ص 67 .

³ زين الدين ، فريد عبد الفتاح ، تخطيط ومراقبة الإنتاج مدخل إدارة الجودة ، دار الكتب المصرية، مصر ، 2000 ،ص 65 .

⁴ د. احمد ، منصور ، محمد ، -جريمة الغش التجاري ،مرجع سابق ،ص 69 .

والجرائم الوقتية هي الجرائم التي تتحقق لحظة القيام بالفعل، فيكون وقت ارتكاب هذه الجريمة محدد بهذا الزمن المعين.

أما جريمة العرض، أو الوضع للبيع، أو بيع مواد مغشوشة، أو تستعمل في الغش، فإنها تعتبر من الجرائم المستمرة، وهي تلك الجرائم التي تتحقق بارتكاب الجاني فعلاً، أو امتناعاً يمتد في الزمن مع استمرار فعل الجاني وتكراره طيلة هذه المدة بعد الفعل الأول¹.

وبذلك يتوافر القصد الجنائي في جريمة العرض، أو الوضع للبيع، أو بيع مواد مغشوشة، أو تستعمل في الغش، في أي وقت ما دامت حالة الاستمرار قائمة.

المطلب الثاني: حماية المستهلك من جريمة الاحتيال.

قد يلجأ المنتج أو الموزع عامداً لأجل الترويج لمنتجاته إلى الدعاية المضللة التي قد تتطوي في بعض الأحيان على مغالطات علمية بهدف تحقيق قدر كبير من الربح على حساب المستهلك الذي تخدعه هذه الدعاية لذلك سيتم دراسة تعريف جريمة الاحتيال وأركان وصور جريمة الاحتيال.

الفرع الأول: تعريف جريمة الاحتيال.

يعرف الاحتيال بأنه وسيلة من الوسائل التي تستخدم للاستيلاء على مال مملوك للغير بخداعه وحمله على تسليم ذلك المال² وعرف بأنه "استعمال الجاني وسيلة من وسائل التدليس المحددة على سبيل الحصر، وحمل المجني عليه بذلك على تسليم الجاني مالاً منقولاً للغير³.

لم يرد في قانون العقوبات الأردني تعريف للاحتيال وقد عرفه الفقه بأنه : الاستيلاء على مال مملوك للغير باستعمال وسائل الخداع التي تؤدي إلى إيقاع المجني عليه في الغلط فيقوم بتسليم المال الذي في حيازته، ويعرف الاحتيال أيضاً بأنه : هو توصل الشخص إلى تسليم أو نقل حيازة مال منقول مملوك للغير إلى حيازته أو حيازة شخص آخر وذلك باستعمال طرق احتيالية أو باتخاذ اسم كاذب أو حمل آخر على تسليم أو نقل حيازة سند موجد لدين أو إبراء⁴.

¹ - د. حسين ، نصيف محمد ، النظرية العامة في الحماية الجنائية للمستهلك ، مطبعة النسر الذهبي ، القاهرة ، 1998 ، ص44.
² حسني، محمود نجيب: جرائم الاعتداء على الأموال في قانون العقوبات اللبناني. بيروت: دار النهضة العربية. 1984. ص. 1984
³ عبد الستار، فوزية: القسم الخاص في قانون العقوبات. بيروت: دار النهضة العربية. 1982. ص164
⁴ مشهداني، محمد احمد: شرح قانون العقوبات القسم الخاص في القانون الوضعي و الشريعة الإسلامية. عمان: دار (1) الثقافة للنشر والتوزيع. 2001. ص 296

وعرفت محكمة التمييز الأردنية الاحتيال بأنه فعل الخداع من المحتال ليحمل المجني عليه ليسلمه ماله لكي يستولي عليه ، وهو ما كان ليقبل بهذا التصرف لو عرف الحقيقة¹.

أما في مشروع قانون العقوبات الفلسطيني فقد ورد في المادة (354) تعريف لجريمة الاحتيال والذي أطلق عليها مسمى النصب وهو " الحصول على مال مملوك للغير إما باستعمال طريقة احتيالية مدعمة بمظاهر خارجية من شأنها خداع المجني عليه في واقعة تنتمي إلى الماضي أو الحاضر، وإما باتخاذ اسم كاذب أو صفة غير صحيحة بما يحمله على الاعتقاد بصدق ما يدعيه الجاني وتسليم المال نتيجة لذلك".

أن اغلب التشريعات العربية لم تورد تعريفاً مجدداً لجريمة الاحتيال في متون قوانينها ، يتضح لنا أن الاحتيال يقع اعتداء على حق الملكية سواء المنقولة أو العقارية ، وحق الملكية كما هو معروف حق جامع مانع يخول المالك الحق في استعمال و استغلال الشيء في حدود القانون والتصرف فيه² ، لذلك فإن الاحتيال يسلب مالك الشيء كل السمات و المميزات والحقوق التي وفرها ومنحها القانون له ، فالاستيلاء على المال المملوك للغير احتيالياً يتضمن فعلاً جرمياً واعتداء على حق، و جانب اجتماعي نظمه القانون وكفل له الحماية القانونية ويهدد بالخطر الجانب الايجابي من الذمة المالية أي مجموع الحقوق الثابتة للمجني عليه.

والجاني في ارتكابه جريمة الاحتيال يصدر منه فعل يخدع به المجني عليه، ويصل بهذا الخداع إلى إيقاعه في الغلط فيقدم على التصرف الذي أوحى إليه وخلق لديه الاعتقاد انه في مصلحته أو مصلحة غيره، يؤدي هذا التصرف بالنتيجة إلى تسليم المال إلى المحتال فيستولي عليه بنية تملكه³.

الفرع الثاني: أركان و صور جريمة الاحتيال.

تعتبر جريمة الاحتيال من الجرائم الشائعة، وغالباً ما يختلط توصيف هذه الجريمة مع النزاع المدني بين الخصوم المستند إلى المسؤولية المدنية بشقيها التقصيرية والعقدية، وهو ما يجعل هذه الجريمة من الجرائم التي تحتاج إلى إعمال ذهني من قبل قاضي الموضوع للتحقق من توافر

¹ تمييز جزاء 85/134 ص 138 سنة 1986 ،مجموعة 3 رقم 256 ص 156 .

² العمروسي، أنور: الملكية وأسباب كسبها. ب.م. دار محمود للنشر والتوزيع ، 1999 ، القاهرة ، ص 46.

³ جعفر ، على محمد: قانون العقوبات القسم الخاص. بيروت: المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع. 2006 . ص 324

أركان هذه الجريمة وتمييزها عن النزاع المدني.¹

ولما كان من الثابت أن مقصد المشرع في التجريم يستلزم تحقق أركان واقعة الجريمة المستوجبة للعقوبة والظروف التي أحاطت بها تحققاً لا يدع مجالاً للشك بما يستفاد من هذه الوقائع دقة الاستدلال وسلامة المأخذ وتحقق المقصد التشريعي من تجريم فعل الاحتيال، فإن المشرع قد نص على أركان محددة وخاصة لهذه الجريمة تتلخص فيما يلي:

أولاً: الركن القانوني (الشرعي) :

وهو الركن الذي يقوم على قاعدة انه لا جريمة ولا عقوبة إلى نص، وفيما يتعلق بجريمة الاحتيال في قانون العقوبات رقم 16 لسنة 1960 نجد أن الركن القانوني يستمد وجوده وشرعية من نص المادة 417 من ذات القانون والتي يجب إعمال محتواها ومؤداها في سبيل الوصول إلى حكم يستند إلى إطار قانوني صحيح.²

ثانياً: الركن المادي : يعرف الركن المادي بأنه الفعل الجرمي المعاقب عليه والذي يؤدي إلى النتيجة الجرمية مع ضرورة توافر علاقة سببية تربط بين هذا الفعل والنتيجة المتحققة³، وبالنظر إلى نص المادة 417 من قانون العقوبات رقم 16 لسنة 60 نجد أن هذه المادة قد عرفت الاحتيال ووسائله بأنه حمل الغير على تسليمه مالاً منقولاً أو غير منقول أو أسناداً تتضمن تعهداً أو إبراء فاستولى عليها احتيالياً باستعمال طرق احتيالية من شأنها إيهام المجني عليه بوجود مشروع كاذب أو حادث أو أمر لا حقيقة له أو إحداث الأمل عند المجني عليه بحصول ربح وهمي أو بتسديد المبلغ الذي أخذ بطريق الاحتيال أو الإيهام بوجود سند دين غير صحيح أو سند مخالصة مزور، أو بالتصرف في مال منقول أو غير منقول وهو يعلم أن ليس له صفة للتصرف به ، أو باتخاذ اسم كاذب أو صفة غير صحيحة⁴.

ويتضح من هذه المادة أن الركن المادي لجريمة الاحتيال يشترط وجود وسائل تعتبر كل وسيلة منها إن تحققت ركناً مادياً صالحاً لتوافر شروط التجريم وهذه الوسائل وردت على سبيل الحصر

¹ الجبور، محمد: الجرائم الواقعة على الأموال في القانون العقوبات الأردني. عمان 1997. ص 54.

² نجم، محمد صبحي: قانون العقوبات النظرية العامة للجريمة. عمان: مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع. ط 3. 1996، ص 25 .

³ المعاني، عادل عبد إبراهيم: جرائم الاعتداء على الأموال في قانون العقوبات. عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع. ط 2. 1997 ،

ص 28

⁴ وزير، عبد العظيم مرسى: شرح قانون العقوبات. ب م. دار النهضة العربية. 1993، ص 44.

وهي وفق ما يستفاد من متن المادة 417 من قانون العقوبات تتمثل باستعمال طرق احتيالية أو تصرف الجاني في مال منقول أو غير منقول وهو يعلم أن ليس له صفة التصرف فيه أو اتخاذ اسم كاذب أو صفة غير صحيحة¹.

، ان وجود هذه الوسائل وحدها لا يعد سببا كافيا لتوافر الركن المادي، إذ إنّ من المتفق عليه فقها والمستقر في الاجتهاد القضائي أنه يشترط لقيام الطرق الاحتيالية كركن مادي من خلال الإتيان بأحد الوسائل الاحتيالية أن يدعم الجاني ادعاءاته أو أكاذيبه بأشياء خارجية تساعد على إلbasها ثوب الصدق وتؤدي الى إدخال الغفلة على المجني عليه وحمله على تسليم ماله وأن تكون هناك علاقة سببية بين طرق الاحتيال الذي لجأ إليه الجاني وبين الاستيلاء على مال الغير دون وجه حق وذلك باتصال الفعل بالنتيجة من خلال رابطة السببية².

وفي هذا تقول محكمة التمييز الأردنية في الطعن رقم 134 / 1985 أن الاحتيال هو فعل الخداع من المحتال ليحمل المجني عليه ليسلمه ماله لكي يستولي عليه، وأنّ المجني عليه ما كان ليقبل بهذا التصرف لو عرف الحقيقة وانه وإن كان الكذب المجرد عن عناصر خارجية لا يؤلف جريمة الاحتيال، لكن إذا استعان المحتال بشخص ثالث أو بظرف يدعم الكذب ليعطي الكذب قوة اقتناع ففي هذه الحالة يكون الفعل على هذه الصورة جريمة الاحتيال³.

ثالثا الركن المعنوي: يبدو جليا أن جريمة الاحتيال هي من الجرائم القصدية التي يشترط فيها توافر القصد الجنائي العام وهو علم وإرادة المتهم بارتكابه النشاط الجرمي بالإضافة إلى ضرورة توافر قصد جنائي خاص وهو انصراف نية الجاني الى الاستيلاء على جزء من ثروة الغير بدون حق باستعمال وسيلة احتيالية⁴

وفق ما جاءت به المادة 417 من قانون العقوبات النافذ حيث أنّ من المستقر قضاء وفق اجتهاد محكمة النقض المصرية في العديد من أحكامها ومنها الطعن (الطعن رقم 25947 لسنة 59 ق جلسة 20/3/1994 س 45 ص 412) الذي أشار إلى أنه "من المقرر أن مجرد الأقوال والادعاءات الكاذبة مهما بلغ قائلها في توكيد صحتها لا تكفي وحدها لتكوين الطرق الاحتيالية بل يجب لتحقيق هذه الطرق في جريمة النصب أن يكون الكذب مصحوباً بأعمال مادية أو مظاهر

¹ أبو عامر، محمد زكي: قانون العقوبات القسم الخاص. بيروت: الدار الجامعية. 1980، ص 41.
² بكر، عبد المهيمن: القسم الخاص في قانون العقوبات. القاهرة: دار النهضة العربية 1977، ص 54.
³ مدغمش، جمال عبد الغني: جريمة الاحتيال. عمان: المكتبة الذهبية. 2003، ص 67.
⁴ د. الباقي، عبد، عمر، -الحماية العقدية للمستهلك- منشأة المعارف-الإسكندرية- 2004، ص 66.

خارجية تحمل المجني عليه على الاعتقاد بصحته" وهذا ما أكدته محكمة التمييز الأردنية باعتبار ضرورة قيام المتهم بفعل إيجابي لتحقيق الركن المادي في الوسائل الاحتمالية حيث أشارت في الحكم رقم 42 / 1976 إلى أنه "يشترط في جريمة الاحتيال أن يأتي الجاني فعلا ايجابيا ينتحل به الاسم الكاذب أما لو اتخذ موقفا سلبيا بأن ترك الغير يعتقد في صفة ليست له أو اسما غير اسمه واستطاع الحصول بذلك على مبلغ من المال، فلا يتوافر بذلك ركن الجريمة ويكون من سلم المال قد فرط في حق نفسه" حيث يمكن القول أن الركن المعنوي لجريمة الاحتيال لا يتحقق دون وجود نية لدى الجاني بارتكاب فعل الاحتيال والاستيلاء على مال الغير دون وجه مع توافر علمه وإرادته بارتكاب الفعل الذي يجب أن يكون مصحوبا بأعمال مادية أو مظاهر خارجية تعزز القناعة بأن الجاني تتوافر لديه نية ارتكاب الفعل وإيهام المجني عليه للاستيلاء على أمواله¹.

¹- د. الباقي ، عبد ، الحماية العقدية للمستهلك، مرجع سابق، ص 68 .

حماية المستهلك في مرحلة تنفيذ العقد

عقب الانتهاء من مرحلة الإيجاب و القبول ما بين المستهلك و المزود ينتقل كلا اطراف الى المرحلة التي تليها و هي مرحلة تنفيذ العقد و التي تعتبر من المراحل المهمة لما ترتبه من حقوق و التزامات على اطراف العقد، هذه المرحلة تشمل حماية المستهلك من جانب حماية كفاءة حقوقه في مواجهة العيوب الخفية اضافة الى حماية بفرض التعويض على جانب المزود في حال اخلاله بالعقد .

فنطاق حماية المستهلك لا تقتصر في مرحلة إبرام العقد بل تتعداها الى مرحلة تنفيذ العقد ذلك أن المستهلك لا يعلم مدى صلاحية الغرض الذي يتوخاه من الخدمة أو السلعة التي يريد أن يقتنيها إلا بعد استلامها من المزود أو المنتج أو التاجر، لذلك فانه سيتم في هذا الفصل دراسة حق المستهلك في النظرية العامة للعقد في مرحلة إبرام العقد (المبحث الأول) وحق المستهلك في الأمان والتعويض (المبحث الثاني) .

المبحث الأول: حق المستهلك في النظرية العامة للعقد في مرحلة تنفيذ العقد.

يلتزم المزود بنقل ملكية المبيع إلى المستهلك ، ويشترط لإنتقال الملكية للمستهلك أن يكون المبيع معيناً بالذات، وأن يكون مملوكاً للبائع، وألا يعلق القانون أو الإتفاق إنتقال الملكية على القيام بعمل معين، كما يلتزم المزود بضمان العيوب الخفية التي لا يستطيع المستهلك معرفتها واكتشافها عند التعاقد، إضافة الى ضمان التعرض والإستحقاق، ذلك أن من حق المستهلك استلام مبيع مطابق لما إتفق عليه مع المزود ¹.

لعل أن أغلب العقود التي تتم بين المهني أو المزود والمستهلك سواء أكانت عقود تقليدية أو الكترونية هي عقود بيع وشراء تنصب على السلع أو تقديم الخدمات، حيث يكون هدف المستهلك من تلك العقود الحصول على منفعة الشيء المراد شراؤه أو الانتفاع به، وبالرجوع إلى النصوص القانونية التي نظمت عقد البيع فإنها ألقت على عاتق البائع العديد من الالتزامات التي تشكل في الوقت نفسه ضمانات للمستهلك، وهي مقررّة في عقود البيع كقاعدة عامة وبغض النظر عن آلية إبرامها ، ومن بين هذه الضمانات ، ضمان العيوب الخفية وضمان عدم التعرض والاستحقاق ².

المطلب الأول : التزامات المهني و حقوق المستهلك.

يهدف المستهلك عندما يبرم عقد ما أن يحصل على ملكية أو منفعة الشيء المباع أو الخدمة المقدمة من المزود أو التاجر أو المهني ويترتب على عاتق المزود الالتزام بتمكين المستهلك من ملكية الشيء أو الخدمة أو تمكينه من الانتفاع بهما على أكمل وجه إضافة الى التزامه بضمان المبيع أو الخدمة من حيث العيوب الخفية ضمان سلامة المستهلك من المنتجات المعينة، وكذلك تمكين المستهلك من رد الشيء أو الخدمة في حالة عدم مطابقتها للموصفات بنفس الآلية التي حصل المستهلك عليها ³. سندرس ضمان وتحديد العيب الخفي وضمان سلامة المنتجات المعيبة الفرع الثاني.

¹ حسن العامري، محمد ، الإعلان وحماية المستهلك ، القاهرة، العربى للنشر والتوزيع، 2007م ، ص 163

² الرفاعي، احمد ، الحماية المدنية للمستهلك إزاء المضمون العقدي ، مرجع سابق ، ص198

³ نزيه محمد صادق المهدي ،الالتزام قبل التعاقدى بالإدلاء بالبيانات المتعلقة بالعقد وتطبيقاته على بعض أنواع العقود، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٨٢، ص54

الفرع الأول: ضمان و تحديد العيب الخفي.

من الضمانات التي كفلها المشرع للمستهلك في عقود البيع سواء أكانت تقليدية أم الكترونية التزام البائع بضمان العيوب الخفية في المبيع، ويعد هذا الضمان وسيلة فعالة لحماية المستهلك من العيوب التي قد توجد في المبيع و تتال من صلاحية الانتفاع به على نحو تخالف الغرض من التعاقد، ولذلك اهتمت مختلف التشريعات المقارنة بتنظيم أحكام هذا الضمان ، فقد عرفت المادة الأولى من قانون حماية المستهلك الفلسطيني العيب بأنه "خطأ أو نقص من حيث الجودة والكمية والكفاءة أو عدم مطابقته للمعايير أو المقاييس التي يتوجب الالتزام بها بموجب القانون أو الأنظمة السارية المفعول فيما يتعلق بالمنتج"¹ يلاحظ أن المشرع الفلسطيني وضع تعريفاً واضحاً للعيب، إلا أنه اقتصر فقط على وجود العيب في المنتجات دون الخدمات، كما أن المشرع الفلسطيني ألحق بالعيب حالة عدم المطابقة للمعايير والمقاييس، حيث يقع على عاتق البائع الالتزام بتقديم سلعة مطابقة لما تم الاتفاق عليه .

فضمان العيب الخفي كفله المشرع في جميع البيوع سواء تلك التي ترد على منقول أو عقار أو سواء أكان المنتج جديداً أم مستعملاً ، كما أنه لا أهمية لصفة البائع سواء أكان محترفاً أم لا ؛ لقيام التزامه بالضمان ويشترط في العيب الذي يكون محلاً للضمان ضرورة توافر شروط معينة، وهي أن يكون العيب قديماً وخفياً ومؤثراً² وأن يكون معلوم من مشتري ، وعند توفر تلك الشروط فإنه ينشأ التزاما على عاتق البائع بضمان العيوب الخفية في المبيع يكون من حق المشتري حسب ما جاء في المادة 337 من مجلة الأحكام العدلية عدة خيارات ، إما فسخ العقد واسترداد الثمن أو قبول العقد على الرغم من وجود العيب الخفي في المبيع وبالثمن المتفق عليه دون أن يكون له الحق في تخفيض الثمن باستثناء الحالات التي يتعذر فيها إعادة الحال إلى ما كانت عليه عند التعاقد³ .

كما منح المشرع الأردني في المادة 513 من القانون المدني المشتري الحق في رد المبيع مع استعادة الثمن أو الاحتفاظ بالمبيع والرجوع بنقصان الثمن أو حبس الثمن، وقد اعتبرت المادة

¹ نص المادة 1 قانون حماية المستهلك الفلسطيني رقم 21 لسنة 2005

² محمود، عبد الله ذيب، (حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني. دراسة مقارنة" رسالة ماجستير، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين 2009، ص 112 .

³ نص المادة 337 مجلة الأحكام العدلية " القديم في البيع المطلق خيار العيب "

(164) من القانون المدني الفرنسي العيب الخفي الموجب المسؤولية البائع اتجاه المستهلك ينشأ نتيجة عدم صلاحية المبيع لاستعماله في الغرض المعدلة أو نتيجة نقص الفائدة المرجوة منه .

الفرع الثاني: ضمان سلامة المستهلك من المنتجات المعينة.

إن التزام المزود أو التاجر أو المهني بضمان سلامة المنتجات تعتبر من الأمور المهمة التي تقع على عاتقه إضافة الى أنها من الأمور التي تهم المستهلك بشكل كبير وخاصة عندما يتعلق موضوع السلع بالصحة ذلك أن هنالك من المنتجات تشكل خطراً كبيراً على صحة الإنسان وقد تؤدي الى كارثة حيث يشمل ذلك إمكانية ظهور عيب بالسلعة لحظة طرحها للتداول وبالتالي فإن ضمان سلامة المستهلك أصبح التزاماً جوهرياً على المزود .

وقد كفل قانون حماية المستهلك الفلسطيني ضمان سلامة المنتجات المعيبة في حالة إكتشاف أو علم بوجود عيب في منتج أو سلعة قد يشكل خطراً على صحة وسلامة المستهلك، حيث يجب على المزود أن يتخذ الإجراءات التالية:

1. إبلاغ الجهات المختصة، وإعلام الجمهور بواسطة وسائل الإعلام عن هذه العيوب، وتحذيره من المخاطر التي قد تنتج عنه.
2. سحب السلعة من الأسواق.
3. إسترداد السلع التي جرى بيعها أو تأجيرها وإعادة الثمن المدفوع.
4. -إستبدال السلع على نفقته الخاصة ، وإعادة الثمن المدفوع في حال تعذر إصلاحها.
5. التخلص منها بطرق صحيحة ، وغير مضرّة بالبيئة، وعلى نفقته الخاصة .

من خلال النص السابق فإنه يقع على عاتق المزود في حالة إكتشافه عيب في منتج أو سلعة قد يشكل خطراً على صحة وسلامة المستهلك بأن يبلغ الجهات المختصة، كقسم حماية المستهلك في وزارة الإقتصاد الوطني، بالإضافة إلى إعلام الجمهور بواسطة وسائل الإعلام عن هذه العيوب وتحذيره من المخاطر التي قد تنتج عنها، وسحب السلعة من الأسواق، وإسترداد السلع التي جرى بيعها، وإعادة الثمن المدفوع للمستهلك، وإن إتباع كافة الإجراءات السابقة لا يحول

دون رجوع المستهلك على المزود بالتعويض عن الأضرار التي تكون لحقت به بسبب استخدامه للمنتج المعيب¹.

فالمستهلك عند رغبته بالتعاقد بخصوص سلعة معينة بغاية شرائه لمنتج معين فإنه يبرم تعاقداً بشأنها، ولكن في أغلب الأحيان لا يقوم صانع المنتج بالتعاقد مع المستهلك بشكل مباشر إنما يقوم التاجر أو المزود بالتعاقد مع المستهلك ويسلمه السلعة المختارة من قبله وبالتالي فإنه لا توجد أية علاقة مباشرة تربط ما بين صانع المنتج والمستهلك ذلك أن الأخير قد تعاقد مع التاجر بشكل مباشر ومع ذلك فإن المشرع قد أجاز للمستهلك بالرجوع على منتج السلع على أساس المسؤولية التقصيرية، حيث أن مسؤولية صانع المنتج تقوم على أساس إخلاله بالإلتزام بالسلامة ، وأن قرينة الإخلال بالسلامة هذه لا تقبل إثبات العكس، فلا يكفي أن يثبت صانع المنتج عدم إخلاله بالسلامة إنما يتعين عليه إثبات أن وقوع الضرر يعود إلى سبب أجنبي عنه، كما يستطيع المستهلك أيضاً الرجوع على التاجر (المزود) على أساس المسؤولية العقدية، أو على أساس المسؤولية التقصيرية، فرجوع المستهلك على المنتج على أساس المسؤولية التقصيرية أمر جائز، حيث أن الأساس هو حدوث خطأ².

وقد اوجب المشرع الفلسطيني على المزود أو التاجر في حال تقديمهم السلع والخدمات لجمهور المستهلكين أن تكون سليمة وغير معيبة تضره بصحة الإنسان، وهذا ما جاءت به المواد 19203192، من مجلة الأحكام العدلية والتي نصت على أن السلع التي تسبب ضرراً على صحة الإنسان يجب أن يزال، بالإضافة إلى تحمل المزود لمسؤوليته من خلال الضمان ، وقصد المشرع بالضمان هو الضمان الذي يقع نتيجة وقوع الضرر بشكل مباشر في حالة كون المزود متسبب بوقوع الضرر من المزود ولا يشترط هنا التعمد، ويشترط التعمد في حال كون المزود متسبب بوقوع الضرر نتيجة خطأ أو إهمال بالسلعة أو أي سبب آخر³.

مما سبق فإن المشرع قد وسع المسؤولية المدنية التي تقع على المزود عن المنتجات والخدمات المعيبة وذلك لكفالة حماية المستهلك منها وخلق رادع لدى المنتج أو المزود أو التاجر⁴.

¹ النداوي ، ادم وهيب ، شرح القانون المدني (العقود المسماة في القانون المدني – البيع، والإيجار)، دار الثقافة والنشر والتوزيع، عمان – الأردن، 1999، ص63.

² دياب، اسعد ، ضمان عيوب المبيع الخفية، الطبعة الثالثة ، دار القراءة بيروت- 1403هـ/1983م، ص35.

³ سعد دياب، ضمان عيوب البيع الخفية، مرجع سابق 1983م ، ص126 .

⁴ الفتلاوي، صاحب عيب ، ضمان العيوب وتخلف المواصفات في عقد البيع، ط1، مكتبة الثقافة والنشر والتوزيع، 1417هـ/1997م، ص164.

المطلب الثاني: حق المستهلك بضمان التعرض والاستحقاق.

من الالتزامات التي تقع على عاتق البائع أو المزود أيضاً، هي ضمان عدم التعرض للمشتري في المبيع، ذلك ليتمكن المشتري من حيازة المبيع والانتفاع به انتفاعاً هادئاً، سواءً كان التعرض¹ مادياً أو قانونياً.

أما التعرض الصادر عن الغير، فإن البائع يلتزم بضمان التعرض القانوني² الصادر عن الغير فقط، دون ضمانه للتعرض المادي³، وكذلك لا يقتصر التزام البائع على ضمان التعرض الصادر عنه أو عن الغير، بل يلتزم بضمان استحقاق المبيع من يد المشتري، وتحديدًا في حال اكتساب الغير دعوى استحقاق المبيع له، فالاستحقاق للمبيع يعني: "حرمان المشتري من بعض أو كل حقوقه على المبيع، نتيجة نجاح الغير في منازعته للمشتري وكسبه على المبيع أي حق من الحقوق التي يعتبر ادعاؤها تعرضاً فقد يتعرض البائع للمشتري في المبيع، وقد يحدث التعرض من الغير للمشتري، فإن على البائع في هذه الحالة دفع تعرض الغير عن المشتري، فإذا نجح في ذلك فقد نفذ التزامه تنفيذاً عينياً وهو ما يعرف بضمان التعرض⁴.

في حال إثبات الغير استحقاقه للمبيع وعدم قدرة البائع عن دفع تعرض الغير للمشتري، فينبغي عليه تعويض المشتري عن الضرر الذي لحق به، نتيجة استحقاق المبيع من تحت يده، وهو ما يعرف بضمان استحقاق، فقد يحدث التعرض للمشتري في المبيع، سواءً كان التعرض من البائع أو الغير، إلا أنه لا يشترط أن يستحق المبيع من يد المشتري في هذه الحالة، وقد ينجح المعارض في إثبات استحقاقه للمبيع، مما يتوجب على البائع تعويض المشتري نتيجة ذلك⁵.

الفرع الأول: ضمان التعرض الشخصي.

عند تعرض البائع أو المزود للمشتري بأفعال تحول دون انتفاع المشتري بالسلعة أو المبيع انتفاعاً كلياً أو جزئياً أو من شأن تلك الأفعال حرمان المشتري من حيازة المبيع حيازةً هادئةً، فيترتب على البائع ضمان تعرضه سواءً كان تعرضاً مادياً كقيامه بمنع المشتري من الانتفاع بالمبيع، أو

¹ بالتعرض بشكل عام هو "ما يمنع المشتري حيازة المبيع، سواءً كان يهدده بنزع الملكية أم لا".

² التعرض القانوني: هو ادعاء البائع أو الغير حقاً على المبيع مع الحق الذي انتقل إلى المشتري بموجب عقد البيع.

³ التعرض المادي: فهو كل فعل مادي يقوم به البائع نفسه أو شخص ثالث، ويسمى الغير، يهدف إلى الإخلال بحيازة المشتري للمبيع.

⁴ هزيم، ربحي محمد احمد، ضمان التعرض والاستحقاق في عقد البيع دراسة مقارنة، رسالة ماجستير كلية الدراسات العليا في جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2007، ص 89.

⁵ د. الزعبي، محمد يوسف: العقود المسماة شرح عقد البيع في القانون الأردني. (مرجع سابق). ص 338.

تعرضاً قانونياً كقيام البائع بالادعاء بأن له حقاً على المبيع، يتعارض مع حق المشتري الذي انتقل إليه بموجب عقد البيع¹.

فالتعرض المادي: هو كل فعلٍ مادي يقوم به البائع يعكر أو يعيق حيازة المشتري للمبيع، دون استناده إلى حقٍ يدعيه فهو لا يستند إلى حقٍ يدعيه البائع على الشيء المبيع، وإنما يقوم البائع بإحدى الأفعال المادية، التي من شأنها حرمان المشتري من الانتفاع بالمبيع، بشكلٍ جزئي أو كلي، مثل قيام البائع بالاستمرار في استغلال الأرض التي باعها، فيعتبر فعل البائع هنا تعرضاً مادياً للمشتري، يوجب عليه الامتناع عن القيام بمثل تلك الأفعال، التي تعتبر تعرضاً من قبله فمن وجب عليه الضمان امتنع عليه التعرض².

أما في حال وجود اتفاق مبرم بين البائع والمشتري يفيد بأنه يحق للبائع الاستفادة من المبيع لفترة محددة من الزمن فانه لا يحق للمشتري التعرض للبائع ذلك انه تم الاتفاق فيما بينهم على ذلك و مثال ذلك انه في حال قيام البائع ببيع ارض والاتفاق على أن يقوم البائع بزراعة الأرض لفترة محددة بعد إبرام عقد البيع فإذا قام البائع باستغلال الأرض حسب الاتفاق فلا يعتبر تصرفه هنا تعرضاً مادياً، يلزمه بالضمان³.

إضافة الى التزام البائع بضمان تعرضه المادي، الذي لا يستند فيه إلى حق قانوني يدعيه على المبيع، فانه يلتزم البائع كذلك بعدم التعرض للمشتري في المبيع، حتى لو كان الفعل الذي قام به البائع لا يشكل خطأً، فإذا قام البائع ببيع محلٍ تجاري إلى المشتري، وجب عليه الامتناع عن فتح محلٍ مماثل، ومجاور للمحل الذي قام ببيعه، ليبيع فيه نفس السلع، وإذا قام بذلك فإنه يعتبر فعله تعرضاً مادياً للمشتري، ولكنك في حال قيام الغير بفتح محل تجاري مماثل له فانه لا يندرج تحت باب تعرض البائع للمشتري إنما، وإنما يدخل في باب المنافسة غير المشروعة، والتي تختلف أحكامها عن أحكام المبيع التعرض الصادر عن البائع⁴.

¹ ناصر، جاسم علي سالم: ضمان التعرض والاستحقاق في العقود دراسة مقارنة. الطبعة الأولى. مصر: دار النهضة العربية للنشر. 1990م، ص78

² أبو دلو، بدر محسن عواد: ضمان التعرض والاستحقاق في عقد البيع في القانون المدني الأردني. (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الأردنية. عمان. الأردن. 2000م، ص82

³ الفار، عبد القادر عبد السمیع: مصادر الالتزام. الطبعة الأولى. الأردن: مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع. 1999م، ص72.

⁴ الأحمد، محمد سليمان: المدخل لدراسة الضمان دراسة تحليلية مقارنة. الطبعة الأولى. الأردن: مكتبة الحامد للنشر والتوزيع. 2002م، ص55.

أما التعرض القانوني فيقوم عن قيام البائع بالادعاء بان له حق بالمبيع مما يشكل تعارضاً مع حق المشتري في ملكية هذا المبيع¹ فالتعرض القانوني يختلف عن التعرض المادي بأنه يكون من خلال منازعة المشتري بملكية المبيع ، فيما يكون التعرض المادي أفعالا مادية ، تعكر على المشتري حيازة المبيع بشكل هادئ .

فالحق الذي يدعيه البائع على المبيع، إما أن يكون حقاً عينياً، كأن يدعي أن له حق إرفاق أو حق مسيل على الشيء المبيع، كما قد يكون حقاً شخصياً يدعيه البائع على المبيع، كأن يدعي أنه مستأجر للعقار الذي باعه للمشتري، علماً أنه قام بببيع العقار إلى المشتري، خالياً من حقوق الغير عليه .

وقد اعتبر القانون المدني الأردني أن عقد بيع ملك الغير في حالة إجازته من المالك، يعتبر صحيحاً،² و جاء ذلك في نص المادة (551) : إذا أقر المالك البيع سرى العقد في حقه، وانقلب صحيحاً في حق المشتري، وينقلب صحيحاً في حق المشتري إذا آلت ملكية المبيع إلى البائع، بعد صدور العقد .

الفرع الثاني: ضمان تعرض الغير.

عند إبرام عقد البيع فإنه يترتب في ذمة أطرافه عدة التزامات ، منها التزام البائع بضمان التعرض الصادر عن الغير، ويضمن البائع تعرض الغير للمشتري في المبيع إذا كان التعرض قانونياً .

أما بالنسبة للتعرض المادي الصادر عن الغير، فإن البائع ملزماً بضمان ذلك التعرض، ويصل حد التزام البائع بضمان التعرض الصادر عن الغير، إلى دفع ذلك التعرض عن المشتري، فهو التزام بعمل يقوم به البائع، يتمثل بدفع التعرض الصادر عن الغير، وهذا بعكس التزام البائع بضمان تعرضه الشخصي، إذ يكون محل التزامه الامتناع عن أي عمل، أي الامتناع عن التعرض للمشتري في المبيع³.

¹ طلبه، أنور: نفاذ وانحلال البيع ، مرجع سابق ، ص134 .

² أبو دلو، بدر محسن عواد: ضمان التعرض والاستحقاق في عقد البيع في القانون المدني الأردني. (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الأردنية. عمان. الأردن. 2000م، ص 57 .

³ إبراهيم عبد الهادي، احمد إدارة المبيعات وحماية المستهلك، القاهرة، دار النهضة العربية، 1997م، ص212.

فالتزام البائع بضمان التعرض الصادر عن الغير، يكون في التعرض القانوني الصادر عن الغير فقط ، أما بالنسبة لتعرضه الشخصي للمشتري، فإن البائع يلتزم بضمان التعرض القانوني والمادي معا .

ويكون التزام البائع بضمان التعرض الصادر عن الغير، هو تحقيق نتيجة وليس بذل عناية، ولا يستطيع البائع التخلص من التزامه بالضمان، أن يدعي أنه بذل العناية اللازمة لدفع تعرض الغير عن المشتري، فإذا نجح البائع بدفع تعرض الغير، يكون قد نفذ التزامه تنفيذاً عينياً ، أما إذا لم يستطع دفع تعرض الغير عن المشتري، واستحق المبيع للغير بشكل كلي أو جزئي، وجب على البائع الضمان اتجاه المشتري، وذلك لما لحق المشتري من ضرر، نتيجةً لذلك التعرض، وهو ما يسمى بضمان الاستحقاق¹ .

هناك عدة خصائص يمتاز بها التزام البائع بضمان التعرض الصادر عن الغير، تميزه عن بقية الالتزامات الأخرى كنقل الملكية وتسليم المبيع ، وخصوصاً أن عقد البيع يرتب في ذمة أطرافه عدة التزامات متقابلة، ومن خصائص التزام البائع بضمان التعرض الصادر عن الغير ما يلي:

أولاً: التزام بتحقيق نتيجة:

يكون التزام البائع بضمان التعرض الصادر عن الغير هو تحقيق نتيجة ، فيتوجب عليه دفع تعرض الغير عن المشتري، حتى يتمكن المشتري من حيازة المبيع حيازة هادئة، دون تعرضٍ من أحد، فإذا قام الغير برفع دعوى استحقاق للمبيع على المشتري، فينبغي أن يطلب البائع إدخاله في تلك الدعوى، من أجل دفع تعرض الغير عن المشتري، فإذا نجح البائع بدفع ذلك التعرض، فإنه يكون قد نفذ التزامه تنفيذاً عينياً تجاه المشتري، وإذا لم يستطع البائع رفع دعوى التعرض واستحق المبيع للغير، بشكل كلي أو جزئي، وجب عليه الضمان تجاه المشتري . كما أن التزام البائع بضمان التعرض الصادر عن الغير، هو التزام بتحقيق نتيجة لا يعفى منه، أنه بذل العناية اللازمة لدفع ذلك التعرض عن المشتري، إلا أنه لم يفلح في ذلك².

¹ الدبو، إبراهيم فاضل يوسف: ضمان المنافع دراسة مقارنة للفقه الإسلامي والقانون المدني. الطبعة الأولى: دار البيارق للنشر ببيروت ودار عمار للنشر والتوزيع عمان. 1997م ، ص93 .

² إبراهيم ، خالد ممدوح ، حماية المستهلك في المعاملات الالكترونية ، مرجع سابق 101 .

ثانيا: عدم قابلية الالتزام للانقسام أو التجزئة:

يعتبر التزام البائع بضمان التعرض الصادر عن الغير، التزاماً غير قابلٍ للانقسام، وينبغي على البائع أن يدفع تعرض الغير عن المشتري، فإذا استحق المبيع للغير بشكلٍ جزئي، فإن البائع يلتزم بضمان ذلك الاستحقاق، فإذا تعدد البائعون للعين المبيعة، وادعى الغير أن له حقاً على جزءٍ من المبيع ، وجب على البائعين جميعاً دفع ذلك التعرض الصادر عن الغير، في المبيع كله وليس بجزءٍ منه وذلك لأن استحقاق جزءٍ من المبيع للغير، يعطي المشتري الحق في مطالبة البائعين بالضمان¹.

¹ طلبه، أنور: نفاذ وانحلال البيع ، مرجع سابق ، 2003م ، ص 88 .

المبحث الثاني: حق المستهلك في الأمان و التعويض.

يمكن في توفير الحماية للمستهلك كفالة حقه بالأمان و التعويض و ذلك من خلال توفير الحماية الصحية و الإقتصادية للمستهلك من خلال ضمان الجودة والأمان في السلع الاستهلاكية¹.

لذا تدخل المشرع من خلال سن ووضع تشريعات وإجراءات وقائية لضمان جودة المنتجات، لتنظيم تداول المنتجات الخطرة على حياة الإنسان وسلامة جسمه، والتي تسعى الى الحد ومنع ظهور منتجات ضارة أو خطيرة في الأسواق، بالإضافة خلق رادع لدى المزود (المنتج) وتحميله مسؤولية تعويض المستهلك عما يصيبه من ضرر.

المطلب الأول: الحق في الأمان.

إن سعي المزود أو التاجر أو المنتج الى الربح أدى الى خلق إهمال واستهتار بعض المنتجين في مراعاة المواصفات و المقاييس للسلع و أصبحوا لا يهتمون بمدى جودة السلع بقدر ما يعلون اهتمامهم بتحقيق أكبر قدر ممكن في تسويق السلع و جني الربح².

غدت المنتجات الغير مطابقة للمواصفات والمقاييس الخطرة من أهم المشاكل التي يصطدم بها المستهلك لما يمكن أن يواجهه المستهلك من خطر استخدام هذه المنتجات أو السلع³. ولما كانت حماية المستهلك من أهم الأمور التي تتحقق من خلال ضمان جودة السلع المقدمة وخلوها من الخطر فقد عنيت التشريعات المحلية والدولية بوضع المقاييس التي يجب أن تخضع لها السلع عند إنتاجها⁴.

الفرع الأول: الحماية في نطاق الجودة و الأسعار.

أصبحت من الأمور المهمة والضرورية توافر الحماية القانونية للمستهلك من ناحية جودة السلع أو الأسعار وذلك في ظل التسارع الحاصل في زيادة عدد المنتجات وطرق ترويجها وتسويقها التي تقود المستهلك الى شراء المنتجات فحماية المستهلك في مجال الجودة تعني ان السلع

¹ عمر، غسان: التطور التشريعي للقواعد المنظمة لحماية المستهلك ، مرجع سابق ، ص 77

² عبدالعال ، محمد حسين ، ضوابط الإحتجاج بالمستندات العقدية في القضاء الفرنسي. الطبعة الأولى. مصر: دار النهضة العربية.

1999 ص 36

³ الأحمد، محمد سليمان: المدخل لدراسة الضمان دراسة تحليلية مقارنة. الطبعة الأولى. الأردن: مكتبة الحامد للنشر والتوزيع.

2002م، ص 201

⁴ القيسي، عامر قاسم أحمد: الحماية القانونية للمستهلك ، مرجع سابق ، ص 127

المطروحة للاستهلاك يجب أن تكون مطابقة للمواصفات والمقاييس المحددة بالقانون ونتاج منتجات في ظروف مناسبة.

وقد سارعت الدول بوضع المواصفات القياسية للمنتجات ونظمت أحكامها وأوضحت المخالفات المتعلقة بها والعقوبات المقررة لذلك¹ ولأهمية المواصفات القياسية على المستويين الدولي والمحلي، أنشئت عدة منظمات دولية لوضع وتطوير المواصفات العالمية، إضافة الى بعض المنظمات الإقليمية².

عرفت المنظمة الدولية للتقييس (ISO) المواصفة القياسية بأنها " وثيقة معتمدة من سلطة معترف بها تم إعدادها بإتباع أساليب التقييس في مجال ما لتشمل مجموعة الاشتراطات التي ينبغي توافرها³. من التعريف السابق يتبين أن المواصفات القياسية تقوم على تحديد معايير الجودة والدقة والصلاحيات اللازمة للمنتجات والمواد لكي تحقق رغبات واحتياجات المستهلك⁴.

وتقوم المواصفات القياسية بتحديد شروط جودة المواد والسلع وتحديد الحد الأدنى المنصوص عليه بالمواصفات والمقاييس التي يجب أن تتمتع لضمان صلاحية المواد للاستعمال أو الاستهلاك بأمان ودون أي خطر على الصحة، إضافة الى مراقبة أسعار السلع والمنتجات المعروضة بالأسواق بحيث يجب أن تكون هذه السلع والمنتجات بأسعار مناسبة ومعقولة⁵.

الفرع الثاني: تنظيم الجودة و المواصفات القياسية في فلسطين.

حاز موضوع تنظيم جودة المنتجات والمواصفات القياسية على أهمية كبيرة و ذلك في سبيل تعزيز ثقة جمهور المستهلك بالمنتجات المحلية لذلك قام المشرع بسن المشرع الفلسطيني قانون المواصفات والمقاييس الفلسطيني رقم 6 لسنة 2000 و الذي بموجبه اوجب المشرع المزود أو المنتج أو التاجر بمواصفات و مقاييس محددة للسلع المطروحة في الأسواق تتوافق والتطورات الصناعية والعلمية المحلية والعالمية⁶.

¹ أبو دلو، بدر محسن عواد: ضمان التعرض والاستحقاق في عقد البيع في القانون المدني الأردني ، مرجع سابق ، ص 98.

² صادق، هشام: بحث قدم إلى المؤتمر الإقليمي حول تنمية الصناعات الوطنية وحماية المستهلك .صنعاء من 14 – 16 سبتمبر 2002

³ المطيري، مساعد زيد عبد الله: الحماية المدنية للمستهلك في القانونيين المصري والكويتي). رسالة دكتوراه منشورة). جامعة عين

شمس. مصر. 2007 ، ص 133

⁴ بوالدي، محمد ، حماية المستهلك في القانون المقارن دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي"، دار الكتاب الحديث، الجزائر ، 2006 ،

ص 185.

⁵ أحمد بدر، اسامة ، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني . الطبعة الأولى. مصر: دار الجامعة الجديدة للنشر، 2005م ، ص 212

⁶ إبراهيم عبد الهادي، احمد ، إدارة المبيعات وحماية المستهلك، القاهرة، دار النهضة العربية، 1997م، ص 173.

وبموجب هذا القانون فإن مؤسسة المواصفات و المقاييس هي المؤسسة المسؤولة والمكلفة بوضع مواصفات و مقاييس للسلع أي أنها هي الجهة المخولة بتحديد ما هي المواصفات التي يجب أن تتوفر في السلع المطروحة لتحقيق الحد المقبول من الجودة للحفاظ على صحة وسلامة المستهلك¹ فتقوم هذه المؤسسة بتحديد خصائص المنتج إضافة الى فحص المنتجات و التأكد من مدى مطابقتها الى للمعايير والمواصفات المحددة إضافة الى رفع مستوى جودة المنتجات إضافة الى توليها إعداد واعتماد المواصفات والمقاييس للسلع والمواد والخدمات، ومراجعتها وتعديلها واستبدالها ونشرها ، ووضع نظام وطني للمقاييس، وتوحيد وطرق المقاييس وتطويرها وضبط واعتماد مراجع و مقاييس وطنية لمعايرة أدوات المقاييس لدفعها أو ختمها، واعتماد مختبرات الفحص والإختبار لإجراء الفحوص والتحليل والإختبارات على السلع، إضافة الى توليها إصدار شهادات الجودة، وإعتماد بطاقات البيانات الخاصة بالسلع².

تقوم المؤسسة بإصدار أنظمة وتعليمات عندما تدعي الضرورة ذلك ولكن بعد التنسيق مع الوزير صاحب الاختصاص، وتكون الأنظمة والتعليمات التي تصدر عنها والمتعلقة بالمواصفات والمقاييس ملزمة للمزودين والتجار ويتوجب عليهم التقيد بها، وعدم مخالفتها كما يلتزم التجار بعدم استيراد اية سلعة غير مطابقة للمواصفات والمقاييس المعمول بها.

ولضمان حسن تطبيق أحكام القانون وخلق رادع للمزود أو التاجر، نص المشرع على مجموعة من العقوبات الجزائية التي تفرض على التاجر او المزود الذي يقوم بمخالفة احكام القانون كما خول المشرع الموظفين الذين يقومون بالإشراف والرقابة صفة الضبطية القضائية³.

ويعد هذا القانون خطوة هامة في وضع أسس سليمة لحماية المستهلك في فلسطين. إلا أن المشرع الفلسطيني أغفل النص على ضرورة وجود ممثل عن جمعية حماية المستهلك في مجلس المؤسسة المذكورة ، وذلك تماشياً مع المبادئ التوجيهية لحماية المستهلك الصادرة عن الجمعية العامة للأمم المتحدة، التي اوجبت إتاحة الفرصة لممثلي المستهلكين التعبير عن آرائهم عند اتخاذ القرارات ووضع السياسات التي تمس المستهلكين.

¹ محمود، عبد الله حسين ، حماية المستهلك من الغش التجاري أو الصناعي، دار النهضة العربية القاهرة سنة 2002م، ص64

² أسامة أحمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني ، مرجع سابق، ص 194 .

³ الخير، طارق ، حماية المستهلك ودورها في رفع مستوى الوعي الاستهلاكي لدى المواطن السوري، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد السابع عشر، العدد الأول، 2001م، ص202

المطلب الثاني : حق المستهلك في الاستعانة بهيئات لحمايته.

تقوم مؤسسات حماية المستهلك بدور مهم و فعال في مجال حماية المستهلك على الصعيدين الدول و المحلي من خلال مساهمتها في وضع الأنظمة و القوانين إضافة الى قيامها بتطبيق هذه القوانين وتنفيذها وإنفاذها، إضافة الى الدور الوقائي والعلاجي الذي تمارسه هذه المؤسسات بما يحقق مفهوم مكافحة الانتهاكات التي تمس بحقوق المستهلك لذا سيتم تحديد هيئات حماية المستهلك إضافة الى وظائفها.

الفرع الأول: تحديد هيئات حماية المستهلك.

تعددت مظاهر حماية المستهلك و ذلك للأهمية التي يتمتع نظرا لأهميته المستويين الدولي أو المحلي فقد تكون على شكل دوائر حكومية كقسم حماية المستهلك في وزارة الاقتصاد الوطني في فلسطين أو اتحادات دولية كالاتحاد العربي للمستهلك وقد تكون على شكل هيئات خاصة كجمعية حماية المستهلك أو على شكل مواقع الكترونية¹.

بتاريخ 4 نيسان من عام 1997 أقر المؤتمر العربي لحماية المستهلك المنعقد في مقر جامعة الدول العربية ، على تكوين اللجنة التأسيسية للإتحاد العربي لحماية المستهلك على ان يكون هذا الاتحاد غير حكومي .

في عام 1998 تم تأسيس الاتحاد العربي لحماية للمستهلك.

وعلى هامش المؤتمر الوطني الأول لحماية المستهلك والذي عقد بدعوة الذي عقد في عمان خلال الفترة من عام 1998 وبمشاركة مجموعة من جمعيات ومنظمات حماية المستهلك فقد تم تأسيس الاتحاد العربي للمستهلك الذي انضمت إليه الدول العربية.

يهدف الاتحاد العربي للمستهلك توفير الحماية للمستهلك من المنتجات التي قد تؤدي الى مخاطر على صحة وحياة المستهلك كما وانه يتوجب على المزود تزويد المستهلك بكافة المعلومات المتعلقة بالسلع المعروضة وكيفية استخدامها كما ويساهم هذا الاتحاد في الحد من الإعلانات المضللة التي تبت من خلال مختلف وسائل الإعلام .

كما ويعمل الاتحاد على تمثيل المستهلك من خلال وضع السياسات والقوانين التي تهدف الى تطوير المنتجات والخدمات وضمان جودتها كما ويعمل على حث الأقطار العربية على إنشاء

¹ أحمد بدر، أسامة ، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني .مرجع سابق ، ص 160 .

جمعيات أو منظمات لحماية المستهلك والتنسيق بين الجمعيات والمنظمات العربية المعنية بحماية المستهلك وتبادل حول السلع والخدمات المستوردة أو المنتجة محليا والتي تبين فسادها أو عدم جودتها أو كونها مقلدة و بذلك تتيح الفرصة للدول العربية من خبراتها و تجاربها ¹.

وفي هذا المضمار لم يغفل التشريع الفلسطيني عن الاهتمام بقضية حماية المستهلك وذلك من خلال إقرار الأنظمة و القوانين الهادفة الى حماية المستهلك، و ذلك من خلال حقه في الحصول على السلع المطابقة للمواصفات والمقاييس الفلسطينية، وحقه في بيئة نظيفة، وحقه في السلامة والحماية من أية مخاطر قد تتجم عن تلك السلع ².

وإدراكا لأهمية مؤسسات لحماية المستهلك بادرت وزارة الاقتصاد الوطني وبالتعاون مع القطاع الخاص الفلسطيني الى تأسيس وإنشاء جمعيات حماية المستهلك في مختلف محافظات الوطن، وذلك بالتعاون بين القطاعين العام والخاص ومؤسسات المجتمع المدني ³.

وقد ظهرت بعض الجمعيات المستقلة التي تعنى بحماية حقوق المستهلك في فلسطين، وهما جمعية حماية المستهلك ومقرها الخليل، والجمعية الثانية مقرها غزة، إلا أن هاتين الجمعيتين تعاني من صعوبات عديدة سواء من حيث الإمكانيات او المشاكل الاقتصادية نتيجة للإحتلال الإسرائيلي، إضافة الى عدم الإهتمام الكافي من الجهات الرسمية بهذه ⁴.

لكن بالرغم من الصعوبات التي تواجه هذه الجمعيات الفلسطينية فقد عملت السلطة الوطنية الفلسطينية جاهدة على لكفالة حماية المستهلك وذلك من خلال مراقبة السلع التي ترد إلى للتأكد من سلامتها وتبعاً لذلك عملت وزارة التموين على تشكيل المختبرات، وبناء كادر متخصص للرقابة على الأسواق.

وفي عام 2003 تم دمج وزارة التموين ضمن وزارة الاقتصاد الوطني و التي أصبح موضوع حماية المستهلك من المهام الرئيسية و تعمل الوزارة الاقتصاد على تطوير ومراجعة الأنظمة والقوانين المعمول بها ⁵.

¹ حجازي، عبد الفتاح بيومي ، التجارة الالكترونية وحمايتها القانونية، دار الفكر الجامعي الإسكندرية، 2002م، ص 68

² القليوبى، سميحة، غش الأغذية وحماية المستهلك، بحث لمؤتمر حماية المستهلك، القاهرة ، مرجع سابق ، ص 52

³ أحمد إبراهيم عبد الهادي، أحمد ، إدارة المبيعات وحماية المستهلك، القاهرة، دار النهضة العربية، 1997م، ص 98

⁴ إبراهيم عبد الهادي، أحمد ، إدارة المبيعات وحماية المستهلك، مرجع سابق ، ص 192.

⁵ عبد الفتاح حجازي، عبد الفتاح، التجارة الالكترونية وحمايتها القانونية، مرجع سابق ، ص 88

الفرع الثاني: وظائف هيئات حماية المستهلك.

تقوم جمعيات المستهلك بدور مهم في الحفاظ على حقوق المستهلك وذلك من خلال ربط قضايا المستهلك بظروف المجتمع وطاقاته ، وحيث الجهات ذات العلاقة لسن قوانين و تشريعات تقوم على حماية المستهلك إضافة الى نشر الوعي بين جمهور المستهلكين بوسائل الإعلام المختلفة . من الأهداف الرئيسية التي تعنى بها جمعيات حماية المستهلك العمل على إيجاد حالة مقبولة لحقوق المستهلكين من جهة و المزود أو التاجر من جهة أخرى وذلك تحت رعاية الأجهزة الحكومية المتخصصة التي وتقرر التشريعات المنظمة للعلاقة بين المستهلك و المزود ¹.

اما عن قسم حماية المستهلك في وزارة الإقتصاد الوطني في فلسطين² فانه يقوم بعدة أمور منها انه يعمل على الرقابة والتفتيش لمنع الغش والتدليس التجاري و ذلك عن طريق فحص السلع والتأكد من صلاحية استخدامها، وتقوم الوزارة بالفحص المخبري للسلع والتأكد من مدى مطابقة السلع المتواجدة في الأسواق للمواصفات الفلسطينية والتعليمات الفنية الإلزامية ذات العلاقة كم يقوم قسم حماية المستهلك بالرد على الشكاوى التي ترد إليه سواء من المستهلك أو من المزود و بالإضافة الى حل المشكلات التي تعرض لها .

وبناء على ما ذكر أعلاه تختص دائرة حماية المستهلك ووفقا للقانون بمباشرة المهام التالية :

- تنظيم عمل الأسواق من خلال الجولات التفقدية الدورية التي تجريها وتهدف بذلك الى الحد من الغش التجاري و ضبط المنتجات الفاسدة وغير الصالحة للاستخدام الآدمي والتحقق من سلامة المواد التموينية والسلع الإستهلاكية المعروضة للاستهلاك.
- القيام بزيات دورية للمنشآت والمحال التجارية وأماكن العرض وأخذ عينات من المنتجات المعروضة وفي حال وجود أي مخالفة تقوم دائرة حماية المستهلك بالحالة المخالفين الى الجهات القضائية ذات الاختصاص.
- عمل حملات تفتيش على الأسواق للتأكد من سلامة المنتجات ووجود بطاقة البيان للسلع حذر التداول بسلع المستوطنات.

¹ أحمد إبراهيم عبد الهادي، أحمد ، إدارة المبيعات وحماية المستهلك، مرجع سابق، 1997م، ص 112
² نصوص المواد 5,6، قانون حماية المستهلك الفلسطيني رقم 21 لسنة 2005 .

- المتابعة المستمرة واقتراح التوصيات بشأن التغييرات اللازمة في قوانين حماية المستهلك بما يضمن توفير مستوى مناسب من الحماية للمستهلك وفقاً للشروط المحلية والدولية¹.
- العمل على نشر التوعية والإرشاد وإعداد ورشات العمل واللقاءات والمحاضرات بمسانده أجهزة الإعلام المختلفة لدى جمهور المستهلكين والتركيز بشكل خاص على المنتجات التي تشكل خطراً على الأطفال.
- تلقي الشكاوي من جمهور المستهلكين ومتابعتها والتحقيق فيها والعمل على إيجاد حلول للشكاوي إضافة الى النظر في شكاوي المغالاة في الأسعار والاحتكار.
- إعداد تقارير دورية وشهرية وسنوية .
- التعاون مع المؤسسات والجمعيات ذات العلاقة والتي تعنى بحماية المستهلك بحيث تكون جميعها بأيدي فلسطينية ومراقبة المنتجات الفلسطينية من خلال تطبيق المواصفات والمقاييس وترويج المنتج الفلسطيني خارجياً وفتح أسواق جديدة².

¹ حسين محمود، عبد الله، 'حماية المستهلك من الغش التجاري أو الصناعي، دار النهضة العربية القاهرة سنة 2002م، ص120

² عبد الفتاح حجازي، عبد الفتاح، التجارة الالكترونية وحمايتها القانونية، دار الفكر الجامعي الإسكندرية، 2002م، ص 95

الخاتمة:

تمتعت حماية المستهلك باهتمام كبير على المستوى الوطني والعالمي، وذلك لأهميته الكبيرة وحساسيته بالنسبة لقطاعات اجتماعية واسعة (اقتصاد، قانون، إدارة)؛ كما أن هذا الاهتمام يعكس من جهة أخرى حجم التحديات الراهنة التي تواجه المجتمعات - خاصة العربية منها - بسبب الانتشار الاقتصادي المتعاظم، والتدفق الإعلامي والمعلوماتي الكبير.

تبين أن المستهلك الى حماية شاملة ومتعددة الأبعاد (صحية، أسرية، اجتماعية، تسويقية، إعلامية، معنوية.....)؛ إضافة الى ذلك فانه يتوجب على المستهلك أن يكون أول أشكال الحماية لنفسه، وذلك من خلال عدم تهافته على المنتجات إلا بالقدر الذي يحتاجه وضمن إمكانياته المالية، والتزامه بمبدأ ترشيد استهلاكه وعقلنة إنفاقه.

كما انه يتوجب على المستهلك ان يتمتع بالوعي في حماية نفسه من الأطراف الأخرى التي تشكل عناصر عملية التبادل، وذلك من خلال التأكد من صلاحية المنتجات من خلال التدقيق بالبيانات الموجودة على المنتج المعروض، إضافة الى الأخذ بعين الاعتبار موضوع الأسعار، أي انه يجب عليه تثقيف نفسه بالجوانب الصحية الوقائية، إضافة الى الجوانب التجارية والاقتصادية، وذلك بهدف حماية نفسه من الغش والخداع الذي يمكن أن يمارس عليه في هذا المجال.

إضافة إلى ذلك ضرورة وجود تعاون بين قوى المجتمع الرسمية والمدنية، وذلك لإحداث التغيير القانوني المطلوب والخاص بحماية جمهور المستهلك؛ كما وان المستهلك الفرد يمكن ان يعمل على المساعدة في المساهمة في نجاح حمايته؛ من خلال سلوكه اليومي في مراقبة السلع والتأكد من صلاحيتها للاستهلاك الادمي وفي حال وجود أي خطأ او مخالفة على المنتجات يجب على المستهلك تقديم الشكوى لدى جمعيات حماية المستهلك وهيئات الرقابة وذلك لأنه يشكل وسيلة ضغط على المنتج او المزود او التاجر، وهذا ما سيحدد مصير تطوير الاقتصاد؛ إذا المستهلك

هو الذي يحدث التوازن لأنه هو في النهاية من يختار ويدفع السعر، أما سكوته ووضعه سيؤدي إلى استمرار الفساد والغش وغلاء الأسعار.

ومن جهة أخرى يجب نشر الوعي بين جمهور المستهلكين بوسائل الإعلام المختلفة لتوعية جمهور المستهلكين وذلك لحمايتهم وحفظ حقوقهم، وهذا من أنجح أساليب الحماية وبسطها، وهذا يعني نقل المعلومات عن السلع والخدمات والأفكار للمواطنين لتعريفهم بتلك المنتجات وإقناعهم بقبول أو رفض ما تم الإعلان من حيث المكونات والطريقة الاستخدام والفائدة من استخدامه؛ أي يجب نشر الوعي والثقافة بين الجماهير التي يحتمل أن تنتفع من هذه المنتجات؛ يضاف إلى ذلك التعرف على وجهات نظر المستهلك، ولكي نضمن فعالية هذه الأساليب وتأثيرها فإن ذلك يعتمد أساساً على الفكر والتصميم الجيدين للرسالة الترويجية بالإضافة إلى الحملات الإعلانية المخططة.

النتائج والتوصيات

أولاً: النتائج

1. إن اكتساب المزود أو التاجر أو المنتج صفة المستهلك في بعض الحالات كان وصفاً غير دقيق وكان الأجدر اكتسابه لوصف المزود فقط وليس اعتباره مستهلكاً ذلك أن المستهلك هو الطرف الضعيف في العملية التعاقدية وبالتالي هو الأجدر بالحماية ذلك لأن المزود يتمتع بالخبرة والقوة في المعاملات الاقتصادية.
2. قد يكون الإعلان التجاري دعوة للتفاوض كما يمكن أن يكون إيجاباً ولكن الذي يحدد ما إذا كان إيجاباً أو دعوة للتفاوض هي طريقة الإعلان فإذا كان الإعلان متضمن الشروط الجوهرية والأساسية للتعاقد فإن هذا العرض يعتبر إيجاباً أما إذا كان الإعلان الموجه للمستهلك لا يحتوي على الشروط الأساسية للتعاقد فإن الإعلان لا يعتبر إيجاباً وإنما دعوة للتفاوض.
3. يتبلور حق المستهلك بالاعلام والتبصير من خلال تحديد شخصية المزود ووصف السلع المعروضة بشكل واضح، لأن جوهر هذه الفكرة اعلام المستهلك بمواصفات السلع لأن الاعلام بخصائص السلعة أو الخدمة قد تكون الباعث الرئيسي لدى المستهلك على التعاقد.
4. تعاني هيئات حماية المستهلك من عجز في تفعيل دورها، وهذا يعود الى الصعوبات التي تعاني منها نتيجة للتهميش الذي تعاني منه اضافة الى الدور المهم الذي يجب ان يمارسه للقضاء ولكنه في مغيب في هذا الجانب، حيث لا توجد محاسبة للمزودين الذي يضبط لديهم مواد فاسدة.
5. إن محدودية جمعيات حماية المستهلك والأجهزة الرقابية ذات الاختصاص قد أثرت بشكل سلبي على تقديم الخدمات لجمهور المستهلكين لذا لا بد من اعتماد آلية جديدة لذلك في ضوء التحديات المستقبلية.
6. إن وجود جهات حكومية في مجال حماية المستهلك وجمعيات حماية المستهلك لا يؤثر بمهام أي منهما ذلك لعدم وجود تعارض بين المهام المحددة للجهات الحكومية في مجال حماية المستهلك والمهام الخاصة بجمعية المستهلك وإن وجودهما هو لمصلحة المستهلك.

ثانياً : التوصيات

1. سن التشريعات والقوانين والأنظمة تتعلق بالرقابة على المنتجات والخدمات المقدمة للمستهلك و ذلك لضمان الحماية على السلامة الصحية للمستهلك.
2. اقترح على المشرع الفلسطيني تعديل مفهوم المستهلك ليصبح : كل من يشتري سلعة او خدمة لاستخدامه الشخصي او المزود بشرط ان يكون خارج نطاق تخصصه .
3. اقترح على المشرع الفلسطيني تعديل العيب في حماية المستهلك رقم 21 لسنة 2005 ليكون على النحو التالي : خطأ او نقص من حيث الجودة و الكمية و الكفاءة ، او عدم مطابقة للمعايير و المقاييس التي يتوجب الالتزام بها بموجب القانون او الانظمة السارية المفعول .
4. اقترح تفعيل دور مؤسسة حماية المستهلك لتصبح لها الحق بالجوء الى القضاء و تمثيل الحق العام .
5. العمل على تفعيل التعاون بين جمعية حماية المستهلك الفلسطيني وجمعيات حماية المستهلك في الدول العربية والدولية للاستفادة من تجاربها وخبراتها في مجال حماية المستهلك.
6. إعداد برامج توعية للمستهلك لخلق الوعي والإدراك حول السلع والخدمات المقدمة له والتي تتعلق بصحته وتنبيهه بمضار الدعايات والإعلانات التجارية المضللة.
7. تعزيز دور الرقابة في تقييم وفحص السلع المقدمة ومنح صلاحيات للجهات الرقابية لرقابة السلع.
8. معالجة النقص الواضح في مجال توعية المستهلك لدى الجهات الحكومية ذات العلاقة من خلال أحدث وسائل الإيصال.
9. سن التشريعات والقوانين بتجريم أي تجاوز او مخالفة او تضليل في المنتجات المقدمة الى المستهلك و ذلك بوضع عقوبات جزائية.

المصادر والمراجع:

❖ المصادر

أولاً: القوانين العربية

أ - القوانين المدنية

- مجلة الأحكام العدلية، الطبعة الأولى، الأردن : مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع 1999.
- قانون التجارة الأردني 12 لسنة 1966 المنشور في الجريدة الرسمية في الصفحة 472 العدد 1910 بتاريخ 30 / 3 / 1966 .
- القانون المدني الأردني رقم 43 لسنة 1976 المنشور في الصفحة 2 من العدد 2645 من الجريدة الرسمية بتاريخ 1 / 8 / 1976.
- قانون المخالفات المدنية الفلسطيني رقم 36 لسنة 1944 المنشور في جريدة الوقائع الفلسطينية في العدد 1380 ملحق رقم 28 ، بتاريخ 1 كانون الأول 1944.

ب - قوانين العقوبات

- قانون العقوبات الأردني رقم 16 لسنة 1960 المنشور في الصفحة 374 من العدد 1487 من الجريدة الرسمية بتاريخ 1960/5/1 .
- قانون حماية المستهلك المصري رقم 67 لسنة 2006 المنشور في جريدة في جريدة الوقائع المصرية في العدد 241 بتاريخ 2006/10/22 .

ج - قوانين حماية المستهلك

قانون حماية المستهلك الفلسطيني رقم 21 لسنة 2005 المنشور في جريدة الوقائع الفلسطينية

العدد 63 الصفحة في 29 بتاريخ 2006/4/27 .

قانون حماية المستهلك المصري رقم 67 لسنة 2006 المنشور في جريدة الوقائع

المصرية في العدد 241 بتاريخ 22 / 10 / 2006.

د - قوانين التجارة الإلكترونية

قانون العلامات التجارية الفلسطيني رقم 35 لسنة 1938 المنشور في جريدة الوقائع الفلسطينية

بتاريخ 21 / 1 / 1938.

هـ - قوانين العلامات التجارية

قانون العلامات التجارية الفلسطيني رقم 35 لسنة 1938 المنشور في جريدة الوقائع بتاريخ

1938/1/21 .

و - قوانين أخرى

قانون المصارف الفلسطيني رقم 2 لسنة 2002 المنشور في جريد الوقائع الفلسطينية العدد

الحادي و الأربعون، صدر في مدينة رام الله بتاريخ 2002/5/21 .

ثانياً: القوانين والتوجيهات الأجنبية

• القانون الجديد لحماية المستهلك ، رقم 31.08 المتعلق بتحديد تدابير لحماية المستهلك، طبعة

عربية فرنسية، دار النشر ، مطبعة المعارف الجديدة ، الرباط ، 2011.

ثالثاً: مشاريع القوانين

مشروع القانون المدني الفلسطيني.

مشروع قانون العقوبات الفلسطيني .

مشروع قانون المبادلات والتجارة الإلكترونية الفلسطيني لسنة 2003.

❖ المراجع

إبراهيم ، خالد ممدوح ، حماية المستهلك في المعاملات الالكترونية ، دراسة مقارنة ، الطبعة الأولى ، مصر ، الدار الجامعية ، 2007 .

إبراهيم عبد الهادي، احمد ، إدارة المبيعات وحماية المستهلك، القاهرة، دار النهضة العربية، 1997.

إبراهيم، خالد ممدوح، أمن المستهلك الإلكتروني، الطبعة الأولى، مصر ، الدار الجامعية، 2008.

أبو دلو، بدر محسن عواد، ضمان التعرض والاستحقاق في عقد البيع في القانون المدني الأردني ، رسالة ماجستير غير منشورة ، الجامعة الأردنية ، عمان- الأردن ، 2000.

أبو عامر، محمد زكي ، قانون العقوبات القسم الخاص ، بيروت ، الدار الجامعية ، 1980 .

احمد ، خالد جمال ، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد ، القاهرة ، دار النهضة العربية ، 2003 .

أحمد إبراهيم عبد الهادي، أحمد، إدارة المبيعات وحماية المستهلك، القاهرة ، دار النهضة العربية ، 1997.

أحمد بدر، أسامة، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، الطبعة الأولى، مصر، دار الجامعة الجديدة للنشر، 2005.

احمد، إبراهيم سيد، المستهلك في الفقه الإسلامي، الطبعة الأولى، لبنان ، دار الكتب العلمية، 2004 .

احمد، محمد منصور، جريمة الغش التجاري، الجزء الاول، بدون اسم مطبعة، بدون سنة طبع، القاهرة.

أحمد، محمد أبو سيد، حماية المستهلك في الفقه الإسلامي. الطبعة الأولى. لبنان. دار الكتب العلمية، 2004.

الأحمد، محمد سليمان، المدخل لدراسة الضمان دراسة تحليلية مقارنة. الطبعة الأولى. الأردن: مكتبة الحامد للنشر والتوزيع. 2002 .

الباقي، عبد عمر ، الحماية العقدية للمستهلك ، الاسكندرية ، منشأة المعارف ، 2004 .
برهان، سمير، أبرام العقد في التجارة الإلكترونية" المنظمة العربية للتنمية الإدارية، الطبعة الأولى، مصر، 2007 .

بكر، عبد المهيم، القسم الخاص في قانون العقوبات. القاهرة: دار النهضة العربية، 1977.
البكري ، ثامر، التسويق ، أسس ومفاهيم معاصرة ، عمان - الاردن، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، 2006 .

بوادلي، محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي ، الجزائر ، دار الكتاب الحديث ، 2006 .

التكروري ، عثمان ، الوجيز في شرح القانون التجاري الأردني. الجزء الأول. فلسطين .
التهامي، سامح عبد الواحد، التعاقد عبر الإنترنت، الطبعة الأولى ، مصر، دار الكتب القانونية ودار شتات للنشر والبرمجيات، 2008 .

الجبور، محمد، الجرائم الواقعة على الأموال في القانون العقوبات الأردني ، عمان ، دون ناشر، 1997 .

الجريدلي ، جمال زكي ، البيع الإلكتروني للسلع المقلدة عبر شبكة الإنترنت ، الطبعة الأولى ، مصر ، دار الفكر الجامعي ، 2008 .

جعفر، على محمد، قانون العقوبات القسم الخاص. بيروت: المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع. 2006.

جمعي ، حسن عبد الباسط، الحماية الخاصة لرضاء المستهلك في عقود الإستهلاك، مركز الدراسات القانونية والفنية لنظم الإستهلاك وحماية المستهلك بكلية الحقوق، جامعة القاهرة، 1996.

جمعي، حسن عبد الباسط، أثر عدم التكافؤ بين المتعاقدين على شروط العقد، دار النهضة العربية، 1990.

جمعي، حسن عبد الباسط، الحماية الخاصة لرضاء المستهلك في عقود الإستهلاك ، مركز الدراسات القانونية والفنية لنظم الإستهلاك وحماية المستهلك، كلية الحقوق، جامعة القاهرة ، 1996 .

حجازي، عبد الفتاح بيومي، التجارة الالكترونية وحمايتها القانونية، دار الفكر الجامعي الإسكندرية، 2002.

حسن العامري، محمد ، الإعلان وحماية المستهلك، القاهرة ، العربي للنشر والتوزيع ، 2007.

حسني ، محمود نجيب ، جرائم الاعتداء على الأموال في قانون العقوبات اللبناني ، بيروت، دار النهضة العربية، 1984 .

حسين ، نضيف محمد ، النظرية العامة في الحماية الجنائية للمستهلك ، مطبعة النسر الذهبي ، القاهرة، 1998.

حسين محمود، عبد الله ، حماية المستهلك من الغش التجاري أو الصناعي ، القاهرة ، دار النهضة العربية ، 2002 .

حمد الله ، محمد حمد الله ، حماية المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك، دراسة مقارنة ، الطبعة الأولى ، دراسة مقارنة ، مصر، دار الفكر العربي ، 1997. الخدي ، نزهة ، الحماية المدنية للمستهلك من الشروط التعسفية "عقد البيع" أطروحة لنيل الدكتوراه في القانون الخاص ، جامعة محمد الخامس ، اكдал ، 2005.

الخدي، نزهة ، الحماية المدنية للمستهلك من الشروط التعسفية "عقد البيع" أطروحة لنيل الدكتوراه في القانون الخاص، جامعة محمد الخامس ، اكдал، المغرب، 2005.

خليل ، خالد عبد الفتاح محمد، حماية المستهلك في القانون الدولي الخاص ، مصر، جامعة المنصورة كلية الحقوق ، الطبعة الاولى ، 2002 .

الخير، طارق، حماية المستهلك ودورها في رفع مستوى الوعي الاستهلاكي لدى المواطن السوري ، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية ، المجلد السابع عشر، العدد الأول، 2001.

الدايم، حسني محمود، العقود الإحتكارية بين الفقه الاسلامي والقانون المدني ، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي ، مصر ، 2008.

الدبو، إبراهيم فاضل يوسف، ضمان المنافع دراسة مقارنة للفقه الإسلامي والقانون المدني، الطبعة الأولى، عمان، دار البيارق للنشر بيروت ودار عمار للنشر والتوزيع، 1997.

دياب، اسعد، ضمان عيوب المبيع الخفية، الطبعة الثالثة، دار القراءة بيروت ، 1983.

- ربحي محمد احمد هزيم، ضمان التعرض و الاستحقاق في عقد البيع دراسة مقارنة ، رسالة ماجستير كلية الدراسات العليا في جامعة النجاح الوطنية ، فلسطين، 2007.
- الرفاعي ، احمد محمد ، الحماية المدنية للمستهلك ازاء المضمون العقدي ، القاهرة ، دار النهضة العربية ، 1994.
- الزقرد، احمد السعيد، نحو نظرية عامة لصياغة العقود ، بحث منشور في مجلة الحقوق ، جامعة الكويت ، العدد الثالث ، السنة الخامسة ، 2001 .
- سعيد، هناء عبد الحليم ، الإعلان ، القاهرة ، الشركة العربية للنشر والتوزيع ، 1992 .
- سلطان، أنور، مصادر الإلتزام في القانون المدني الأردني، دراسة مقارنة بالفقه الاسلامي ، دار الثقافة والنشر والتوزيع، 2005 .
- سليمة، أحمد يحيوي، آليات حماية المستهلك من التعسف التعاقدية، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، كلية الحقوق، 2011.
- الشحات، احمد يوسف، لأزمات المالية في الأسواق الناشئة، القاهرة، دارالنهضة العربية، 2005.
- الشرقاوى، حمود سمير ، العقود التجارية الدولية "دراسة خاصة لعقد البيع الدولي للبضائع " ، دار النهضة العربية -القاهرة.
- الشنطي، سهى نمر، التنظيم القانوني الإستخدام الشروط النموذجية في العقود الإستهلاكية،(رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة بيرزيت. فلسطين. 2008 .
- صادق، هشام، بحث قدم إلى المؤتمر الإقليمي حول تنمية الصناعات الوطنية وحماية المستهلك، صنعاء من 14 - 16 سبتمبر 2002 .
- صافي، عبد الحق، عقد البيع ، دراسة في قانون الالتزامات والعقود في القوانين الخاصة، مطبعة النجاح، ط 1 ،المغرب،1998.

- صالح ، نائل عبد الرحمن، **حماية المستهلك في التشريع الأردني** ، الطبعة الأولى، الاردن ، دار الثقافة للنشر و التوزيع ، 1991 .
- الصدّة، فرج ، **نظرية العقد في قوانين البلاد العربية**، دار النهضة العربية للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، 1974.
- طلبة، أنور، **دعوى التعويض**، الطبعة الأولى ، مصر: المكتب الجامعي الحديث للنشر، 2005.
- طلبة ، أنور، **نفاذ وإنحلال البيع** ، مصر، دار الكتب القانونية للنشر والتوزيع ، 2003 .
- طلبة، أنور، **نفاذ وإنحلال البيع**، د.ط. مصر: دار الكتب القانونية للنشر والتوزيع. 2003.
- العامري ، خالد ، **كيف تجري مفاوضات ناجحة** ، دار الفاروق للنشر ، الأردن، 2000 .
- العاني، عادل عبد إبراهيم ، **جرائم الاعتداء على الأموال في قانون العقوبات**، عمان، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، الطبعة الثانية الثانية ، 1997 .
- عبد ، أحمد سامي، **الحماية القانونية للمستهلك من الغش التجاري**، رسالة ماجستير مقدمة إلى كلية القانون-جامعة بابل - 2010 .
- عبد ، وفق حماد، **الحماية المدنية للمستهلك في التجارة الالكترونية** ، بيروت، منشورات زين الحقوقية، 2011.
- عبد الباقي، عمر محمد، **الحماية العقدية للمستهلك**، دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون" منشأة المعارف ، الإسكندرية ، الطبعة الثانية ، 2008 .
- عبد الستار، فوزية، **القسم الخاص في قانون العقوبات**. بيروت: دار النهضة العربية، 1982.
- عبد العال، محمد حسين، **ضوابط الإحتجاج بالمستندات العقدية في القضاء الفرنسي**، الطبعة الأولى، مصر، دار النهضة العربية ، 1999 .

عبد الغفار، انس محمد، آليات مواجهة الشروط التعسفية في عقود الإذعان، دراسة مقارنة بين القانون المدني والفقہ الإسلامي، دار الكتاب القانونية، مصر، 2013.

عبد الفتاح حجازي، عبد الفتاح، التجارة الالكترونية وحمايتها القانونية، دار الفكر الجامعي الإسكندرية، 2002 .

عبد الفضيل، محمد أحمد ، الحماية المدنية للمستهلك، القاهرة، دار الجامعة الجديدة.

عبدالعال، محمد حسين ، ضوابط الإحتجاج بالمستندات العقدية في القضاء الفرنسي. الطبعة الأولى. مصر: دار النهضة العربية. 1999 .

عبيدات ، محمد إبراهيم، - سلوك المستهلك - ط4- دار وائل للنشر ، الاردن - عمان، 2004.

عبيدات، محمد ، دراسات التطور التاريخي لحركة حماية المستهلك، الاردن، مجلة حماية المستهلك، العدد الرابع ، 1995 .

العبيدي، علي هادي، العقود المسماة البيع والإيجار"، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2005.

عثمان ، وفاء مصطفى محمد، توازن المصالح في تكوين عقد البيع الدولي للبضائع وفقا لاتفاقية فيينا لعام 1980 ، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، مصر .

عثمان، حسين فتحي، حدود مشروعية الإعلانات التجارية لحماية المتجر والمستهلك، مجلة مصر المعاصرة، القاهرة، السنة الثالثة والثمانون، العدد 427 ، يناير 1992 .

العجال، لمياء، الحماية الفردية والجماعية للمستهلك، مذكرة ماجستير (غير منشورة) في القانون، كلية الحقوق والعلوم الإدارية ، جامعة الجزائر، 2002 .

- العجمي ، فلاح ، فهد ، الحماية المدنية للمستهلك في العقد الإلكتروني ، رسالة ماجستير القانون الخاص ، كلية الإعلام ، جامعة الشرط الأوسط ، 2011 .
- العربي، عمرو درويش سيد، الحماية الجنائية للمستهلك من غش الأغذية ، محاولة لإقامة نظرية عامة ، رسالة دكتوراه ، كلية الحقوق جامعة عين شمس، 2004.
- علوان ، رامي محمد ، التعبير عن الإرادة عن طريق الإنترنت وإثبات التعاقد الإلكتروني ، مجلة الحقوق، جامعة الكويت ، السنة السادسة و العشرون ، العدد الرابع ، ديسمبر 2002 .
- عمر، غسان، التطور التشريعي للقواعد المنظمة لحماية المستهلك، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة النجاح الوطنية ، فلسطين ، 2007 .
- عمران ، محمد ، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد ، الإسكندرية ، منشأة المعارف ، 1996 .
- العمروسي، أنور، الملكية وأسباب كسبها ، دار محمود للنشر والتوزيع ، القاهرة، 1999 .
- الفار، عبد القادر عبد السميع، مصادر الالتزام. الطبعة الأولى. الأردن: مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، 1999.
- الفار، عبد القادر عبد السميع، مصادر الالتزام، مصادر الحق الشخصي في القانون المدني، الطبعة الثانية، الأردن، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع ، 2004.
- فتحي، حسين، حدود حماية مشروعية الإعلانات التجارية لحماية المتجر والمستهلك. دون ناشر، دون تاريخ.
- الفتلاوي، صاحب عبيد ، ضمان العيوب وتخلف المواصفات في عقد البيع، الطبعة الاولى ، مكتبة الثقافة والنشر والتوزيع، 1997 .
- فواز، صالح ، الموسوعة القانونية المتخصصة، المفاوضات (مرحلة ما قبل التعاقد)، المجلد السابع ، هيئة الموسوعة العربية ، الطبعة الاولى ، دمشق ، 2011 .

القليوبي ، سميحة، غش الأغذية وحماية المستهلك، بحث لمؤتمر حماية المستهلك، القاهرة ، مارس 1993.

القيسي، عامر قاسم ، الحماية القانونية المستهلك ، عمان ، الدار العلمية الدولية ودار الثقافة ، 2002.

كميل ، طارق ، حماية المستهلك في التعاقد عبر شبكة الانترنت ، دراسة مقارنة، كلية الحقوق، الجامعة العربية الأمريكية ، مجلة الجامعة العربية الأمريكية للبحوث، 2009 .

لوكوود، جورجين، ترجمة العامري، خالد، كيف تجري مفاوضات ناجحة، القاهرة، دار الفاروق للنشر، 2000.

محمود، عبد الله ذيب ، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، دراسة مقارنة رسالة ماجستير، جامعة النجاح الوطنية ، فلسطين، 2009 .

محمود، عبد الله ذيب ، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني ، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة النجاح الوطنية ، نابلس فلسطين ، 2009 .

محمود، كيلاني عبد الراضي ، مفهوم المستهلك كأساس لتحديد نطاق تطبيق تقنين الإستهلاك الفرنسي ، المؤتمر السنوي التاسع لكلية حقوق المنصورة ، مصر ، والذي عقد في الفترة من 29 / 30 مارس 2005 .

محمود، عبد الله حسين، حماية المستهلك من الغش التجاري أو الصناعي ، دار النهضة العربية القاهرة ، 2002.

مدغمش، جمال عبد الغني ، جريمة الاحتيال، دراسة فقهية قضائية موازنة، عمان ، المكتبة الذهبية ، 2003 .

المساعد، زكي خليل ، التسويق في المفهوم الشامل، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 1997.

مشهداني، محمد احمد، شرح قانون العقوبات القسم الخاص في القانون الوضعي والشرعية الإسلامية. عمان: دار (1) الثقافة للنشر والتوزيع، 2001.

المطيري، مساعد زيد عبد الله ، الحماية المدنية للمستهلك في القانونيين المصري والكويتي، (رسالة دكتوراه منشورة)، جامعة عين شمس، مصر، 2007.

المطيري، مساعد زيد عبدالله ، الحماية المدنية للمستهلك في القانونيين المصري والكويتي) . رسالة دكتوراه منشورة). جامعة عين شمس. مصر، 2007.

المعاني، عادل عبد إبراهيم، جرائم الاعتداء على الأموال في قانون العقوبات. عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع. ط2.

الملحم، أحمد عبد الرحمن: نماذج العقود ووسائل مواجهة الشروط المجحفة فيها ، بحث منشور، مجلة الحقوق الكويتية - السنة السادسة عشر - العدد الاول والثاني - 1992 .

الملحم، أحمد عبد الرحمن، نماذج العقود ووسائل مواجهة الشروط المجحفة فيها، العدد الأول والثاني، مجلة الحقوق، جامعة الكويت، 1992.

منصور، محمد حسين، أحكام البيع التقليدية والالكترونية والدولية وحماية المستهلك، دار الفكر الجامعي، اسكندرية ، 2006.

المهدي، معتز نزيه محمد الصادق، الالتزام قبل التعاقد بالإدلاء بالبيانات المتعلقة بالعقد وتطبيقاته على بعض أنواع العقود ، دار النهضة العربية، القاهرة 1982.

ناصر، جاسم علي سالم، ضمان التعرض والاستحقاق في العقود دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، مصر، دار النهضة العربية للنشر ، 1990 .

- ناصر، جاسم علي سالم، **ضمان التعرض والاستحقاق في العقود دراسة مقارنة**. الطبعة الأولى . مصر: دار النهضة العربية للنشر، 1990.
- نجم، محمد صبحي ، **قانون العقوبات النظرية العامة للجريمة** ، عمان ، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع ، الطبعة الثالثة، 1996 .
- النداوي، ادم وهيب ، **شرح القانون المدني (العقود المسماة في القانون المدني – البيع والإيجار)** ، دار الثقافة والنشر والتوزيع، عمان – الأردن ، 1999 .
- هزيم ، ربحي محمد احمد، **ضمان التعرض والاستحقاق في عقد البيع دراسة مقارنة** ، رسالة ماجستير كلية الدراسات العليا في جامعة النجاح الوطنية ، فلسطين ، 2007.
- الهواري، أحمد، **حماية العاقد الضعيف في القانون الدولي الخاص**. الطبعة الأولى. مصر: دار النهضة العربية. 2000.
- وزير، عبد العظيم مرسي ، **شرح قانون العقوبات** ، دار النهضة العربية ، 1993 .
- ياملكي، أكرم ، **القانون التجاري دراسة مقارنة**، الطبعة الأولى، الأردن، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، 1998 .
- يوسف، زاهية حورية ، **(حماية المستهلك مدنيا من الإعلان التجاري الكاذب أو المضلل)** المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، العدد الرابع، كلية الحقوق ، جامعة الجزائر، 2010 .

المواقع الإلكترونية:

محمود، كيلاني عبد الراضي: مفهوم المستهلك كأساس لتحديد نطاق تطبيق تقنين الإستهلاك الفرنسي، المؤتمر السنوي 2 التاسع لكلية حقوق المنصورة. مصر. والذي عقد في الفترة من 29 / 30 مارس 2005.

دراسة منشورة عبر شبكة الإنترنت بعنوان حماية المستهلك المستهلك من الشروط التعسفية ،
منير البصري - احمد المنصوري السبت 2017/9/16 الساعة 20:20 ،
<http://droitcivil.over-blog.com/article-5144927.html> .

دراسة منشورة عبر شبكة الإنترنت الخميس 2017/3/13 الساعة 00:22
[ht.ArabLawNet/org.arablawnet.org](http://www.arablawnet.org)

دراسة في العقود التجارية الدولية للدكتور محمود سمير الشقاوي منشورة عبر شبكة الإنترنت
<http://www.abegs.org/sites/Research/DocLib1/%D8%AA%>

فهرس المحتويات

إقرار	أ
الشكر والعرفان	ب
الملخص:	ت
المقدمة:	1
إشكالية الدراسة:	1
أهداف الدراسة:	1
أهمية الدراسة:	2
منهجية الدراسة:	3
محددات الدراسة:	3
الدراسات السابقة:	4
خطة الدراسة:	6
التمهيد:	7
مفهوم المستهلك:	11
أولاً: المفهوم الضيق للمستهلك:	11
المفهوم الواسع للمستهلك:	12
أولاً :عدم الاختصاص:	12
الفصل الأول	20
حماية المستهلك في مرحلة ما قبل إبرام العقد.....	20
المبحث الأول: حماية المستهلك في مرحلة التفاوض	21
المطلب الأول: حماية المستهلك من الإعلان التجاري.....	21
الفرع الأول: مفهوم الإعلان التجاري الموجه الى المستهلك:	22
الفرع الثاني: الطبيعة القانونية للإعلان الموجه للمستهلك	24
المطلب الثاني: الشروط الواجب توافرها في الإعلان التجاري	25
الفرع الأول: اشتراط وضوح الإعلان التجاري.....	26
المبحث الثاني: حق المستهلك في الإعلام و التبصير.....	29

المطلب الأول: حق المستهلك في الإعلام عن المزود.....	29
الفرع الأول: المقصود بالالتزام بالإعلام.....	29
الفرع الثاني: تحديد شخصية المزود أو المهني.....	31
المطلب الثاني: وصف المنتج أو السلعة.....	33
الفرع الأول: إعطاء البيانات الأساسية عن السلعة.....	33
الفرع الثاني: اشتراط الإعلام باللغة الوطنية للمستهلك.....	35
حماية المستهلك في مرحلة إبرام العقد.....	36
المبحث الأول: الحماية المدنية للمستهلك في مرحلة إبرام العقد.....	37
المطلب الأول: حق المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية.....	38
الفرع الأول: مفهوم وعناصر الشرط التعسفي.....	38
الفرع الثاني: معايير الشروط التعسفية.....	40
المطلب الثاني: مدى توافر الإذعان في عقد الاستهلاك.....	41
الفرع الأول: عقد الإذعان.....	41
الفرع الثاني: العقد النموذجي.....	43
المبحث الثاني: الحماية الجزائية للمستهلك في مرحلة إبرام العقد.....	46
المطلب الأول: الحماية الجزائية للمستهلك من جريمة الغش التجاري.....	46
الفرع الأول: تعريف الغش التجاري.....	47
الفرع الثاني: أركان الغش التجاري.....	48
المطلب الثاني: حماية المستهلك من جريمة الاحتيال.....	50
الفرع الأول: تعريف جريمة الاحتيال.....	50
الفرع الثاني: أركان و صور جريمة الاحتيال.....	51
أولاً: الركن القانوني (الشرعي) :.....	52
حماية المستهلك في مرحلة تنفيذ العقد.....	55
المبحث الأول: حق المستهلك في النظرية العامة للعقد في مرحلة تنفيذ العقد.....	56
المطلب الأول : التزامات المهني و حقوق المستهلك.....	56
الفرع الأول: ضمان و تحديد العيب الخفي.....	57

58	الفرع الثاني: ضمان سلامة المستهلك من المنتجات المعينة.
60	المطلب الثاني: حق المستهلك بضمن التعرض والاستحقاق.
60	الفرع الأول: ضمان التعرض الشخصي.
62	الفرع الثاني: ضمان تعرض الغير.
65	المبحث الثاني: حق المستهلك في الأمان و التعويض.
65	المطلب الأول: الحق في الأمان.
65	الفرع الأول: الحماية في نطاق الجودة و الأسعار.
66	الفرع الثاني: تنظيم الجودة و المواصفات القياسية في فلسطين.
68	المطلب الثاني : حق المستهلك في الاستعانة بهيئات لحمايته.
68	الفرع الأول: تحديد هيئات حماية المستهلك.
70	الفرع الثاني: وظائف هيئات حماية المستهلك.
72	الخاتمة:
74	النتائج والتوصيات.
74	أولاً: النتائج.
75	ثانياً : التوصيات.
76	المصادر والمراجع: