

نحو مقاربة تشاركية لحماية وترشيد سلوك المستهلك بين الفقه الإسلامي
والقانوني؛ الجمعية الوطنية لحماية المستهلك ومديرية التجارة لولاية باقة
أنموذجا

**Towards a participatory approach to protect and rationalize
consumer behavior between Islamic and legal jurisprudence: The
National Consumer Protection Association and the Trade
Directorate of the State of Patna Model**

تاريخ القبول: 2023/05/31

تاريخ الإرسال: 2023/01/29

والضرر يزال تمثل الإطار الفقهي العام الذي
يحقق حماية وترشيد المستهلك بالرقابة
الدأية والمؤسسية. إلى جانب الآليات الحديثة
وخاصة: التشريع، المواصفات القياسية،
الرقابة الحكومية، المجتمع المدني،
والقضاء. وضرورة تفعيل الدور المحوري
لمصلحة قمع الغش من خلال الحملات
التحسيسية والخرجات الميدانية، إلى جانب
الجمعية الوطنية لحماية المستهلك بتنشيط
حملات المقاطعة لرفع مستوى الوعي
الاستهلاكي.

الكلمات المفتاحية: الآليات؛ المستهلك؛

الفقه؛ القانون؛ حماية.

Abstract:

Consumer protection is a term that combines jurisprudence, economics and law. Together, these releases seek to protect it against the producer and the seller. The study aims to analysis the accessibility of common mechanisms for its protection, and what is the role of modern watchdogs? Results

بويلي سكيينة*
Sakina BOUYELLI
جامعة باقة 1 - الجزائر
University of Batna1- Algeria
sakina.bouyelli@univ-batna.dz

ملخص:

إن حماية المستهلك اصطلاح يجمع بين
الفقه والاقتصاد والقانون، تسعى هذه
الإطلاقات مجتمعة إلى حمايته في مواجهة
المنتج والبائع، وتهدف الدراسة إلى تحليل
إمكانية الوصول لآليات مشتركة لحمايته،
وما دور أجهزة الرقابة الحديثة؟ وتم التوصل
إلى نتائج منها: قواعد لا ضرر ولا ضرار،

*- المؤلف المراسل.

have been reached: no harm, no harm, and damage remains the general jurisprudence framework that protects and rationalizes consumers' self and institutional control. Besides modern mechanisms, especially: legislation, standards, government oversight, civil society, and the judiciary. The need to play a pivotal role in favors

of the suppression of fraud through sensitization campaigns and field grades, together with the National Consumer Protection Association, by activating the province's

campaigns to raise consumer awareness

Keywords: mechanisms; consumer; jurisprudence; The law; Protection.

مقدمة:

يشكل المستهلك في كل الأنظمة الاقتصادية محور العملية الإنتاجية، فمن خلال مبدأ سيادة المستهلك ومؤثر خياراته الاستهلاكية يتم توجيه موارد ومقدرات المجتمع. ونظرا لارتباط العملية التسويقية به فلا بد من مراعاة مصالحه وتعظيم استفادته من السلع والخدمات من جانبي النوعية والسعر. وعليه تسعى القوانين والتشريعات لحماية المستهلك وترشيد سلوكه، ويهدف البحث إلى إبراز رعاية الفقه الإسلامي له وأسبقيته في حماية حقوقه إلى جانب الأنظمة الحديثة، فإن الآليات التي تتبناها المؤسسات الرسمية ومنظمات المجتمع المدني وخاصة الجمعيات قائمة على مقارنة إيجابية تضمن تقديم السلع والخدمات وفق معايير الجودة والنوعية وبأسعار تنافسية. ولتحقيق ذلك فإن الإطار القانوني يشكل الركيزة الأساسية باستصدار قوانين وتشريعات تأخذ صفة الإلزامية والردع تجسيدا لشعار وضع المشتري على قدم المساواة مع البائع. وقد تم تقسيم البحث إلى ثلاثة محاور أساسية. المحور الأول: تعريف المستهلك وحمايته، المحور الثاني: آليات حماية المستهلك وترشيد سلوكه في الفقه الإسلامي، والمحور الثالث: تحليل دور الجمعية الوطنية لحماية المستهلك ومديرية التجارة لولاية باتنة.

- الإشكالية: من خلال ما سبق يمكن طرح الإشكالية التالية: ما هي آليات حماية وترشيد سلوك المستهلك في الفقه والقانون؟ وما مدى إمكانية تحقيق التكامل بينهما لتعظيم مصلحة المستهلك وضمان حقوقه من خلال التوعية والإرشاد والردع؟

المحور الأول: تعريف المستهلك وحمايته**أولاً: تعريف المستهلك**

1- لغة: اسم فاعل من استهلك، وهو مستعمل (مستهلك) الآلات خلاف المنتج⁽¹⁾ و"استهلك في كذا: جهد نفسه فيه، والمال ونحوه؛ أنفقه أو أهلكه. ويقال: استهلك ما عنده من طعام أو متاع"⁽²⁾ و"الاستهلاك مصدر هلك بمعنى أنفق وأنفذ"⁽³⁾.

2- اصطلاحاً:

أ- بالمفهوم العام: كل فرد في المجتمع يسعى لإشباع حاجاته من السلع والخدمات، سواء وصل مرحلة الشراء الفعلي (التعاقد) أو لا.

ب- بالمفهوم القانوني: "في إطار نظرية العقد في القانون المدني ينظر للمستهلك باعتباره الطرف الضعيف في العقد يحتاج حماية قانونية. حيث يعد عقد البيع أهم وسيلة قانونية يلجأ إليها المستهلك لإشباع حاجاته دون نية إعادة البيع لتحقيق الأرباح"⁽⁴⁾.

وعرفه مؤتمر حماية المستهلك المنعقد في القاهرة 1982م بأنه "مركز جمع الأنشطة القانونية التي أوجدها كمشريك في النظام الاقتصادي، وبين المنتجين والموزعين"⁽⁵⁾.

ج- في القانون الجزائري:⁽⁶⁾ لم يشر المشرع الجزائري إلى لفظ المستهلك إلا في القانون 89-02 المؤرخ 7 فبراير 1989م المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك والملغى بقانون 09-03 المؤرخ في 25 فيفري 2009م المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش. حيث نصت المادة 94 منه أنه تلغى أحكام القانون رقم 89-02. وصدر ذلك في الجريدة الرسمية للجمهورية رقم 15 ص 23.

وجاء في المادة 3 من القانون 04-02 المؤرخ 23 يونيو 2004م المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمّم أنّ المستهلك: كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا قدّمت للبيع، أو يستفيد من خدمات عرضت ومجرّدة من كلّ طابع مهني. وجاء تعريف المستهلك في المادة 03 الفقرة 02 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك بأنه: كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجاناً سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجاته الشخصية، أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به.



ثانيا: ترشيد سلوك المستهلك

1- تعريف سلوكه: هي مجموعة الأفعال الصادرة عنه للحصول على السلع والخدمات لإشباع حاجاته، ويشمل ذلك مجمل القرارات السابقة لعملية الاقتناء. وهو "التصرف الذي يبرزه في البحث عن السلع والخدمات والأفكار التي يتوقع منها إشباع حاجاته حسب إمكاناته الشرائية" (7).

2- ترشيده: إن الرشد الاقتصادي بمفهومه العام في الاقتصاد الإسلامي يعتبر حقيقة عملية من خلال ضوابط الاستهلاك في الإسلام، "حيث إن مبدأ الرشادة يعني مجموع الدوافع العقلانية والمنطقية والقيمية التي توجه كيفية تخصيص الأفراد لجزء من دخولهم للإنفاق للوفاء بمتطلباتهم. فاستهداف المسلم المستهلك للتوازن والاعتدال هو من الرشد الاقتصادي" (8).

ثالثا: حماية المستهلك

1- بالمفهوم العام: بقصد بذلك مجموع السياسات والآليات التي تحقق نجاح الاستهلاك بفعالية عالية كونه العنصر الرئيس في السوق الذي يتوقف عليه إتمام الدورة الاقتصادية.

2- بالمفهوم القانوني: "ضمان الأمان للشخص المستهلك بمنظومة قانونية تكفل الحد الأدنى من الحقوق الصحية والاقتصادية والاجتماعية والتعاقدية" (9). ويتحقق ذلك من خلال توفير المعلومات الضرورية التي تساعد على اتخاذ القرارات الاستهلاكية الرشيدة بالتوظيف الأمثل لموارده، وحمايته من المنتجات المضرة لصحته سواء كان الضرر واضحا يعرفه أو خافيا غير مطلع عليه.

"إن حماية المستهلك تمثل الجهود المنظمة والمستمرة لكل من المستهلكين والأجهزة الحكومية وغير الحكومية للدفاع عن حقوق ومصالح المستهلك اتجاه المؤسسات الإنتاجية والخدمية" (10).

المحور الثاني: آليات حماية المستهلك وترشيد سلوكه في الفقه الإسلامي

أولاً: القواعد الفقهية

يتضمن الاقتصاد الإسلامي جملة من القواعد الفقهية لحماية المستهلك في إطار تطبيق القواعد العامة للعقود والمعاملات وهي:

- 1- **قاعدة لا ضرر ولا ضرار:** ومفادها أن الضرر مرفوع بحكم الشرع، وليس للإنسان أن يحدث ضرراً لنفسه ولا لغيره ولا أن يقابل الضرر بمثله. وتتجلى القاعدة في مجال الاستهلاك من خلال كون التاجر المسلم منافساً شريفاً يتجنب الاحتكار والمضاربة، ويلتزم بمعايير الجودة، ولا يبيع على بيع أخيه، ولا ينتج ولا يبيع ولا يستهلك إلا طيباً بتوسط واعتدال وفق ضوابط الشرع وبتفعيل الرقابة الذاتية.
- 2- **الضرر يزال:** يتعين على المكلف إزالة ما صدر عنه من ضرر؛ وهي قاعدة تتعلق بدفع المفسد التي تلحق المستهلك في جوانب عدة منها: الرد بالعيب، والخيارات، والتسعير... الخ.

- 3- **الخارج بالضمان:** وفي مجال حماية المستهلك يبرز رد السلعة المعيبة كأهم تطبيقات القاعدة، "فالخارج تابع للأصل فإذا كان الملك حاصلًا فيه شرعاً فمنافعه تابعة سواء طرأ بعد ذلك استحقاق أو لا. فإن طرأ كان كانتقال الملك على الاستئناف" (11).

ثانياً: الرقابة الذاتية والمؤسسية

- 1- **الرقابة الذاتية:** وتحقق القوامة في الاستهلاك، وهي: سلوك طريق الوسطية والاعتدال بين طريقين نهى عنهما الشرع. والاقتصاد في الاصطلاح الفقهي منزلة بين منزلتين: بين الإسراف والتقتير. وهنا تبرز أهمية الرقابة الذاتية الناجمة عن الالتزام الشرعي باستشعار الرقابة الإلهية والتقيّد الطوعي الإرادي بأحكام وضوابط الدورة الاقتصادية ومنها الاستهلاك.

- 2- **الرقابة المؤسسية:** تعتبر الحسبة من أهم مؤسسات النظام الاقتصادي الإسلامي ولها دور في حماية المستهلك من نفسه بغرس الجوانب العقدية فيه وتوجيه سلوكه نحو التوازن والاعتدال. فإذا صار السلوك الاستهلاكي رشيداً فإن ذلك يحمي المستهلك من

نفسه ومن التاجر والمنتج⁽¹²⁾

"فالحسبة أحد الأجهزة الرقابية المختصة بتنفيذ السياسة الاقتصادية للدولة، فهي تحدّد في ضوء النظرية الاقتصادية مجالي الإنتاج والتبادل؛ أي أن تكون مواصفات السلع والخدمات موضع رقابة المحتسب داخل المصنع وعند التداول. وأن تكون ممارسات المنتجين والمتاجرين والمستهلكين موضع متابعة تماشيا مع السلوك الاجتماعي المطلوب شرعا لتجسيد أبعاد الاستخلاف بضوابطه ومحدداته"⁽¹³⁾.

المحور الثالث: آليات حماية المستهلك في القوانين الوضعية

أولا: الآليات الحديثة لحماية المستهلك

يحظى المستهلك باهتمام ورعاية في ظلّ القوانين الوضعية في كلّ دول العالم، ومن بين آليات تحقيق ذلك:

1- التشريع: إنّ التشريعات والنصوص القانونية وسيلة فعّالة، وتتناول كلّ ما له علاقة بتنظيم العلاقات الاقتصادية والتجارية والضريبية وغيرها مما له صلة بمصلحة المستهلك.

2- المواصفات القياسية: "إنّ إصدار مواصفات فنية قياسية للسلع والخدمات المحلية والمستوردة أمر حيويّ لحماية المستهلك، وكذلك لانتظام ونموّ المعاملات الاقتصادية"⁽¹⁴⁾.

3- أجهزة الرقابة الحكومية: تضع الدّول الحديثة أجهزة رقابية متخصصة بصلاحيات واسعة تتمتع بصفة الضبطية القضائية للمراقبة والتدخل من خلال خيارات متعددة من بينها مصلحتي قمع الغش والسياسات التجارية على مستوى مديريات التجارة بالجزائر مثلا.

4- المجتمع المدني: تعتبر التّنظيمات والجمعيات المعتمدة وفق الأنظمة والتشريعات المطبّقة في كلّ بلد آليات مهمّة كقنوات تواصل وحلقات ربط مع المستهلكين، إذ تقوم بالتوعية والتوجيه من أجل الترشيد والحماية. وتمارس مهامها ضمن المبادئ التوجيهية المعممة من قبل إدارة الشؤون الدولية الاقتصادية والاجتماعية لهيئة الأمم المتحدة.

5- القضاء: تكفل القوانين للمستهلك حق رفع دعوى للمطالبة بحقوقه وذلك في سياق تحقيق هدف القانون في حفظ النظام العام وإرساء العدالة وتحمل المسؤولية، لأنَّ اللجوء للتقاضي من الحقوق العامة التي يكفلها الدستور في نطاق الحريات العامة. "وقد دعا القرار الصادر عن الجمعية العامة للأمم المتحدة الحكومات إلى ضرورة وضع التدابير القانونية أو الإدارية لتمكين المستهلك أو المنظمات ذات العلاقة للحصول على تعويض عن طريق إجراءات رسمية تكون سريعة ورخيصة التكاليف وميسرة" (15)

ثانيا: المبادئ التوجيهية للأمم المتحدة

"تعد مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك التي اعتمدها الجمعية العامة في قرارها 186/70 المؤرخ 22 ديسمبر 2015م أهم الأدوات ذات الصلة لتحقيق هذا الغرض. وتمثل ثقة المستهلك عاملا بالغ الأهمية للنمو والتنمية. فحمايته ترمي لتمكينه من الدفاع عن حقوقه والقيام بخيارات مستنيرة ومستدامة، كما تمكن من إنفاذ القانون في مواجهة التجار، وتوفير سبلا للتسويات والانتصاف في سياق المنازعات" (16)

ووفقا لدليل الأونكتاد فإن حماية المستهلك تعالج التفاوض المتأصلة في العلاقة بين المستهلك والمورد مثل القدرة التفاوضية والمعرفة وغيره من. وعليه سنت الدول قوانين تتضمن دساتير وطنية تقر هذه الحقوق مثل: الكفاءة الاقتصادية، حقوق الأفراد، عدالة التوزيع، الحق في التنمية، مع القيام من خلال تدخل الدولة بضمان تصرف الموردین بمسؤولية وحصول المستهلكين المتضررين على التعويض على سبيل الانتصاف" (17)

وعليه فإن هذه المبادئ تمثل "مجموعة قيمية تحدد الخصائص الرئيسية لفعالية تشريعات حماية المستهلك ومؤسسات الإنفاذ ونظم جبر الضرر، وتتيح مساعدة الدول الأعضاء على إعداد وإنفاذ القوانين والقواعد والأنظمة الوطنية والإقليمية الملائمة لظروفها الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، وكذلك تعزيز التعاون الدولي في مجال الإنفاذ وتبادل الخبرات لحماية المستهلكين" (18)

وكانت الجمعية العامة اعتمدت المبادئ التوجيهية أول مرة في القرار 248/39 المؤرخ 16 أفريل 1985م، ثم وسع المجلس الاقتصادي والاجتماعي من نطاقها في 26 جوان 1994م في القرار E/999/INF/2/Add وقامت الجمعية بتتبعه في القرار 186/70



المؤرخ 22 ديسمبر 2015م.

المحور الرابع: تحليل دور الجمعية الوطنية لحماية المستهلك، ومديرية التجارة - باتنة أولاً: الجمعية الوطنية

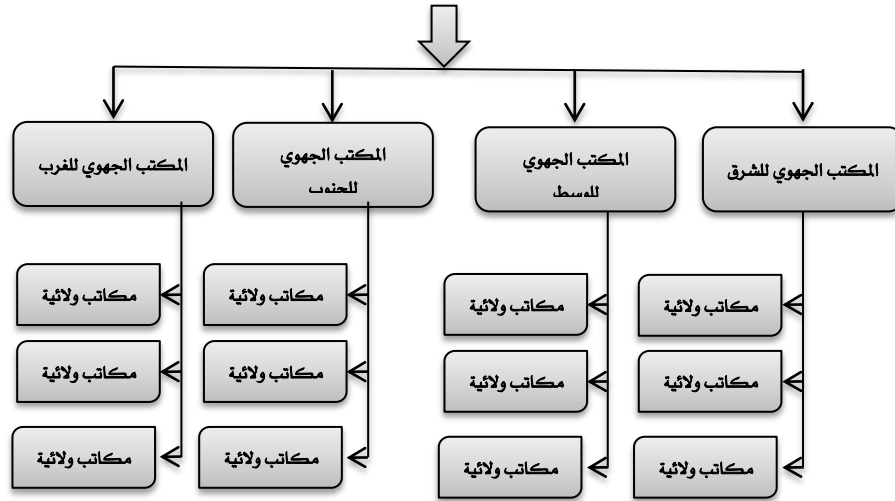
ورد تنظيم عمل الجمعيات في القانون 12/06 المؤرخ 12-01-2012م، وقد عرف القانون 03-09 لحماية المستهلك في الفصل 7 المادة 21 منه جمعية حماية المستهلك بأنها: كل جمعية منشأة طبقاً للقانون تهدف لضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه وتحسيسه وتوجيهه وتمثيله. ويمكن أن يعترف لها بالمنفعة العمومية ضمن الشروط المنصوص عليها في التشريع والتنظيم الساري المفعول. وأضافت المادة 22 أنه يمكن أن تستفيد من المساعدة القضائية إذا كانت تتمتع بصفة المنفعة العمومية، والمادة 23 أنه: عندما يتعرض مستهلك أو عدة مستهلكين لأضرار فردية تسبب فيها نفس المتدخل وذات أصل مشترك يمكن للجمعيات أن تتأسس كطرف مدني.

1- تعريف المنظمة⁽¹⁹⁾: هي منظمة وطنية غير حكومية، غير سياسية وغير ربحية، معتمدة تحت رقم 2015/35 وهي واحدة من الجمعيات الأكثر نشاطاً في مجال حماية المستهلك وخاصة من حيث التوعية والإرشاد.

2- أهدافها: - تحسيس وتوعية المستهلك - الدفاع عن مصالحه المادية والمعنوية - العمل على ترقية جودة المواد الاستهلاكية والخدمات - تقليل حالات الغش في المنتوجات والخدمات ومواجهتها - ضمان محيط صحي وسليم لحياة المستهلك.

3- اللجان: المنظمة تضم أعضاء بعدة مهارات مجتمعين في لجان مختلفة وفقاً لتخصصاتهم حتى يتسنى للجميع تقديم الإضافة في المعرفة والخبرة. وتتمثل في: اللجنة الإعلامية، لجنة الصحة، اللجنة التقنية واللجنة القانونية.

4-هيكلتها:



5- تمثيل المنظمة في الهيئات: تملك المنظمة ممثلين عنها في:

- المعهد الوطني للتقييس من خلال: لجنة وسم حلال - لجنة وسم في خدمتكم.
- لجنة البنود التَّعْصُفِيَّة.
- اللُّجْنة الوزارِيَّة المشتركة لوزارة التَّجَارَة وجمعِيَّات حماية المستهلك.
- مجالس الشَّعْب المهنيَّة للفلاحة.
- اللُّجان الولائيَّة الخاصَّة بالقضايا الاستهلاكيَّة.

6- دورها من خلال حملات المقاطعة:

أ- تعريف المقاطعة:

- لغة: "المقاطعة من مصدر قطع ومعناه: الهجران ضدَّ الوصل، وتهاجر القوم إذا تصارموا"⁽²⁰⁾. "والقاف والطاء أصل صحيح واحد يدل على صرم وإبانة شيء من شيء"⁽²¹⁾.

- اصطلاحاً: المقاطعة إمَّا داخليَّة عندما يتقرَّر ممارستها من قبل فرد أو جماعة داخل البلد، وهي في هذا تخضع للقانون الداخلي للدولة التي تمارس في إقليمها المقاطعة. وإذا كانت ضدَّ فرد أو جماعة خارج البلاد، أو كانت موجَّهة ضدَّ بلد آخر تصبح مقاطعة دوليَّة وبالتالي تخضع للقانون الدولي العام. والمقصود بالدراسة هنا هي

المقاطعة الدأخلية غير الحكوميه، وهي عمليه توعويه تقودها منظمات المجتمع المدني مثل الجمعيه الوطنيه لحماية المستهلك.

والهدف من المقاطعة هو ترشيد عادة الاستهلاك المفرط، حماية الصحه العامه للمستهلكين، إقناع المستهلك وتنميه الوعي لديه بهدف الوصول به إلى مرحلة الرشد الاقتصادي، والتأثير على اختياراته مع تغيير سلم تفضيلاته بما يحقق مصالحه.

ب-حكمها: تعتبر المقاطعة من الأساليب المعروفة منذ القديم وهي من المسائل المدرجة في المصالح المرسله التي سكت الشارع عنها. والمقرر عند علماء الشريعة في حكم المقاطعة الاقتصادية أن الأصل في المعاملات الإباحة ما لم يرد دليل على التحريم وعلى هذا يكون حكمها الإباحة. ولكن قد يتغير الحكم بناء على تحقيق المصالح ودرا المفسد فتعربها الأحكام الخمسة.

ج- نماذج من حملات المقاطعة: قادت المنظمه حملات مقاطعة من أجل حماية وترشيد سلوك المستهلك؛ وهي كالتالي:

-حملة مقاطعة السمك 15 أفريل 2015م.

-حملة مقاطعة الدواجن: خليه (دعه) يربي الريش 04 أوت 2018م.

-حملة مقاطعة الموز: خليه للشواوا (أتركه للقرده) 24 نوفمبر 2018م.

-حملة دعها ترتاح لمقاطعة متعامل الهاتف النقال أوردو 2019م.

-حملة دعها يفسس لمقاطعة البيض 2021م

الحملة	الهدف	نسبة الاستجابة	النتائج	الضغوطات
حملة مقاطعة السمك	خفض الأسعار	حوالي 10%	انخفاض ظريفي للأسعار	تهجم النقابة الخاصة بصيد السمك
حملة مقاطعة الدجاج	خفض الأسعار	حوالي 30%	انخفاض الأسعار	ضغوطات صغار المربيين وتم تعليق الحملة لعدم الاضرار بفئة صغار المربيين
حملة مقاطعة الموز	خفض الأسعار	حوالي 25%	نـزول الأسعار	/
حملة مقاطعة	تحسين خدمات	حوالي 15 %	/	حملة تبليغات كبيرة على

شركة الاتصالات	المتعامل أوردو		صفحة المنظمة
حملة مقاطعة البيض	حفض الأسعار	20%	/

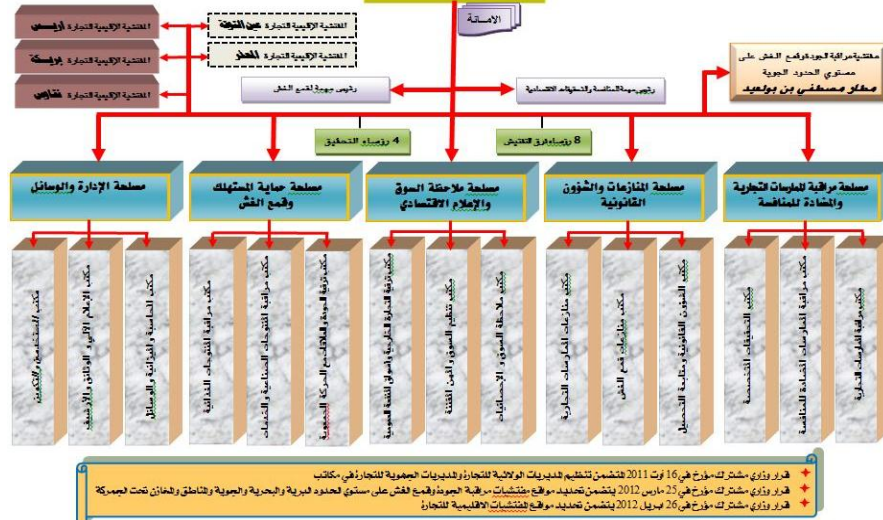
المصدر: المعلومات المتعلقة بالمنظمة تم الحصول عليها من رئيس المنظمة. نوفمبر 2022م.

والملاحظ أنَّ المنظمة قادت حملات لمقاطعة أربع سلع استهلاكية في مقابل خدمة واحدة خلال ست سنوات، وكانت نسبة الاستجابة ضئيلة ومتقاربة في كلِّ الحملات بما يبرز صعوبة العملية ميدانياً وقلة التفاعل الشعبي بسبب ضعف الوعي الاستهلاكي من جانب وعدم اطلاع المستهلك على حقوقه وإدراكه لدور الجمعية في التوعية والتوجيه. كما يسجل أيضاً تعرض المنظمة للضغط في حملات مقاطعة السمك والدجاج وخدمة الهاتف من أجل التراجع رغم كونها هيئة رسمية معتمدة وفق قوانين الجمهورية وتتمتع بسلطة الضبطية القضائية، وهنا يجدر التساؤل عن دور هذه الجمعيات والإجراءات المتخذة في هذه الحالة حرصاً على مصلحة المستهلك غير الاضطرار لتعليق الحملة.

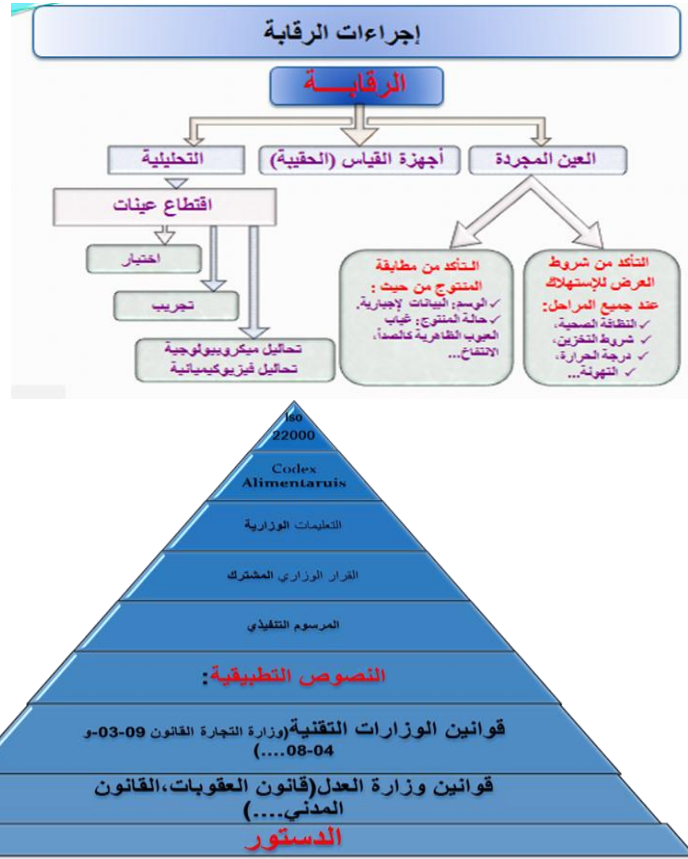
ثانياً: مديرية التجارة - باتنة⁽²²⁾

تنص المادة 3 على أنه: تتمثل مهام المديرية الولائية للتجارة في تنفيذ السياسات الوطنية المقررة في ميادين التجارة الخارجية والمنافسة والجودة وحماية المستهلك وتنظيم النشاطات التجارية والمهن المقتنة والرقابة الاقتصادية وقمع الغش.

مدير التجارة



ويتمثل نشاط المصلحة في حماية المستهلك في المجالات المحددة قانوناً وهي: مجموع مراحل الإنتاج والاستيراد والتخزين والنقل والتوزيع بالجملة والتجزئة وفق القانون 09-03. وورد في الباب الثاني المواد 4-5-6-7-8 إلزامية النظافة والنظافة الصحية للمواد الغذائية وسلامتها. والمواد 9-10 إلزامية أمن المنتجات. والمواد 11-12 إلزامية المطابقة. والمواد 13-14-15-16 إلزامية الضمان وخدمة ما بعد البيع. والمواد 17-18 إلزامية إعلام المستهلك. و19-20 المصالح المادية والمعنوية للمستهلكين.



3- حصيلة مصلحة حماية المستهلك وقمع الغش (مراقبة النوعية) لسنة 2021م:

أ- العمل التّحسيسّي:

- إحصاءات الثلاثي الأوّل:

الجدول رقم (1): تطوّرات نشاط المصلحة-الثلاثي الأوّل 2021م

المتعاملون الاقتصاديون:			
المتعاملون	الموضوع	العدد	التاريخ
360	متعاملو التغذية العامة	12	جانفي
1300	موالين	13	فيفري
320	مخابز + مواد التغذية العامة	08	مارس
1980	/	33	المجموع

المستهلكون			
التاريخ	العدد	الموضوع	المتعاملون
حانفي	12	إجراءات تقادي كورونا	2001
فيفري	13	منشورات للموالين وزائري أسواق المواشي	3001
مارس	12	التلوث البلاستيكي+ اقتناء واستعمال المنتجات البلاستيكية للملاسة المواد الغذائية	0001
المجموع	37	/	3500

المؤسسات التربوية:						
التاريخ	العدد	الموضوع	المتعاملون			
			المؤسسات		التلاميذ	
			متوسط	ثانوي	متوسط	ثانوي
جانفي	02	الاختناق بغاز أحادي أكسيد الكربون + تدابير الوقاية من كورونا	01	01	105	110

مراكز التكوين المهني والتمهين:				
التاريخ	العدد	الموضوع	المتعاملون	
			المؤسسات	المتريصون
جانفي	02	الاختناق بغاز أحادي أكسيد الكربون + تدابير الوقاية من كورونا	01	75

قطاع التعليم العالي:				
التاريخ	الجامعات	الموضوع	الطلبة	العمال
مارس	01	الطرق الصحية السليمة لاستعمال البلاستيك	845	40

مطاعم المؤسسات التربوية						
التاريخ	العدد	الموضوع	المطاعم		الفئة / عمال	
			ابتدائي	متوسط	ابتدائي	متوسط
جانفي، فيفري، مارس	07	التسممات الغذائية + بروتوكول كورونا	21	01	210	10

مطاعم مراكز التكوين المهني والتمهين				
التاريخ	العدد	الموضوع	المطاعم	الفئة / العمال
جانفي، مارس، فيفري	03	التسممات الغذائية + بروتوكول كورونا	06	60

المؤسسات الإطعمية لقطاع التعليم العالي:					
التاريخ	العدد	الموضوع	الإقامات	الفئة	
				عمال	طلبة
جانفي، فيفري	05	التسممات الغذائية + بروتوكول كورونا	12	300	00
مارس	01	مكافحة التلوث البلاستيكي + طرق استعماله	01	40	845
المجموع	06	/	13	340	845

دور الحضانة:				
التاريخ	العدد	الموضوع	الحضانات	الفئة / العمال
فيفري	04	التسممات الغذائية + بروتوكول كورونا	12	180

الوسائل الإعلامية ومواقع الإنترنت				
المواقع الالكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي		الحصص الإذاعية		
العدد	التاريخ	الموضوع	العدد	التاريخ
07	مارس	التسممات الغذائية + بروتوكول كورونا	04	جانفي، فيفري، مارس

المصدر: إعداد الباحثة بناء على المعلومات المقدمة من مصلحة حماية المستهلك وقمع الغش (مراقبة النوعية) مديرية التجارة - باتنة-

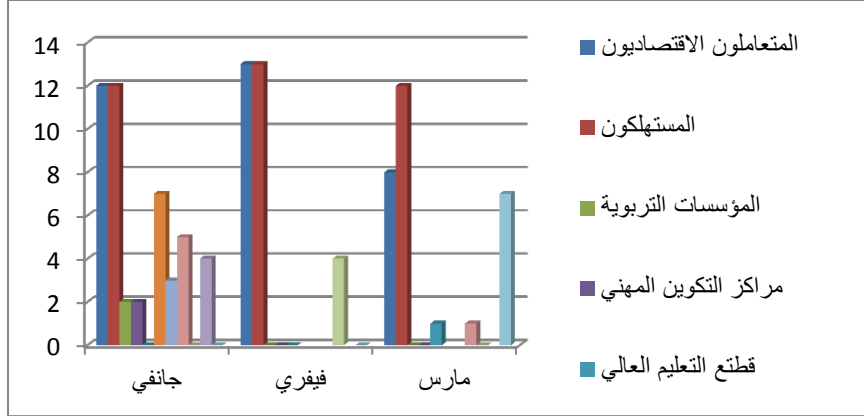
1. المتعاملون الاقتصاديون: بلغ عدد تدخلات مصلحة حماية المستهلك وقمع الغش في شهر جانفي 12 تدخلا على شكل حملة تحسيسية مسّت 360 متعاملا في التغذية العامة حيث تم إصدار 360 منشورا يتعلّق بالوقاية من فيروس كورونا، فيما تم إصدار 1300 منشورا من نفس النوع شهر فيفري موجّه للموالين، وشهر مارس شهد 08 حملات مسّت المخابز ومحلات مواد التغذية العامة التي يبلغ عددها 320، وإصدار 320 منشورا تتعلّق بالتلوّث البلاستيكي واقتناء واستعمال المنتجات البلاستيكية لملاسة المواد الغذائية.

2. المستهلكون: بلغ عدد تدخلات شهر جانفي 12 على شكل حملة تحسيسية حول إجراءات تفادي كورونا مسّت 1200 مستهلك، تم إصدار 360 منشورا للوقاية، فيما تم إصدار 1300 منشور من نفس النوع شهر فيفري موجّه للموالين وزائر بأسواق المواشي ب 13 تدخلا، أما شهر مارس فقد شهد 12 حملة تحسيسية حول التلوّث البلاستيكي واقتناء واستعمال المنتجات البلاستيكية لملاسة المواد الغذائية فتم إصدار 1000 منشورا بنفس الموضوع.

3. المؤسسات التربوية: سجّلت المصلحة تدخلين في متوسطة وثانوية واحدة، حيث بلغ عدد التلاميذ المستفيدين 105 تلميذا في الطّور المتوسّط و110 تلميذا في الثّانوي حول الاختناق بغاز أحادي أكسيد الكربون وتدابير الوقاية من كورونا.

4. مراكز التكوين المهني والتّمهين: تمّ في شهر جانفي تدخلين في مؤسسة واحدة حول الاختناق بغاز أحادي أكسيد الكربون وتدابير الوقاية من كورونا لفائدة 75 متريّضا.

5. قطاع التعليم العالي: في شهر مارس شهد قطاع التعليم العالي حملة تحسيسية حول الطرق الصحية السليمة لاستعمال البلاستيك، فتمّ التدّخل في جامعة واحدة وبلغ عدد المستفيدين 548 طالبا و40 عاملا.
6. مطاعم المؤسسات التربوية: سجلت 07 تدخّلات في مطاعم المؤسسات التربوية، وبلغ عدد المستفيدين من الحملة حول التسمّات الغذائية وبرتوكول كورونا 210 عاملا في الابتدائي و10 عمال في المتوسط.
7. مطاعم مراكز التكوين المهني والتّهمين: تمّت 03 تدخّلات في مطاعم مراكز التّكوين المهني والتّهمين، وبلغ عدد المستفيدين من هذه الحملة التحسيسية حول التسمّات الغذائية وبرتوكول كورونا 60 عاملا موزعين عبر 6 مطاعم.
8. المؤسسات الإطعمية لقطاع التعليم العالي: خلال جانفي وفبري أجريت 05 تدخّلات حول التسمّات الغذائية وبرتوكول كورونا على مستوى 12 إقامة ومسّ التدّخل 300 عامل، وفي شهر مارس تمّ التدّخل في إقامة واحدة وبلغ عدد العمّال المستفيدين 40 عاملا و845 طالبا، وخصّصت لمكافحة التلوث البلاستيكي والطرق السليمة لاستعماله.
9. دور الحضانة: تمّت 04 تدخّلات وبلغ عدد المستفيدين 180 عاملا موزعين عبر 12 حضانة. وكان محورها التسمّات الغذائية وبرتوكول كورونا.
10. الوسائل الإعلامية ومواقع الأنترنت: تمّ عبر الحصص الإذاعية إجراء 04 تدخّلات حول التسمّات الغذائية وبرتوكول كورونا، في حين تمّ التدّخل عبر المواقع الإلكترونية بما قدره 07 تدخّلات خلال شهر مارس.
- الشكل رقم (1): تطورات نشاط مصلحة حماية المستهلك وقمع الغش - باتنة-الثلاثي الأول 2021م



المصدر: من إعداد الباحثة

- احصاءات الثلاثي الثاني:

الجدول رقم (2): تطورات نشاط المصلحة-الثلاثي الثاني 2021م

المتعاملون الاقتصاديون:				
التاريخ	العدد	المتعاملون	الموضوع	المنشورات
أفريل	10	320	المواد الغذائية + الخبز + الخضر والفواكه.	320 عرض المنتجات خارج المحلات
أفريل / ماي	20	2037	مخابز حلويات + تغذية عامة + مطاعم	2037 للتسممات الغذائية. 2037 مكافحة تبيذير الخبز 2037 تقليص استهلاك السكر والملح والمواد الدسمة
أفريل	02	48	مطاعم الرحمة	48 التسممات الغذائية. 48 مكافحة تبيذير الخبز 48 تقليص استهلاك السكر والملح والمواد الدسمة
جوان	04	90	مخابز + حلويات تغذية عامة + مطاعم + خردوات + خضر وفواكه + خطر الفيضانات	90 لحد التجار على المساهمة في نظافة المحيط وعدم رمي النفايات أمام المحلات
المجموع	36	2495	/	/

المستهلكون			
التاريخ	العدد	الموضوع	المتعاملون
أفريل / ماي جوان	02	الاستهلاك العقلاني للمواد الغذائية + كورونا	1520
ماي	10	خدمة الزبون - التعدي على شبكة الكهرباء والغاز.	150
ماي	10	التجارة غير الشرعية + كورونا	75
أفريل	10	الاستهلاك العقلاني للمواد الغذائية + كورونا	150
ماي	10	طرق نقل وحفظ المواد الغذائية سريعة التلف	15
المجموع	34	/	2074

المؤسسات التربوية:						
التاريخ	العدد	الموضوع	المتعاملون			
			المؤسسات		التلاميذ	
			متوسط	ثانوي	متوسط	ثانوي
أفريل	01	بروتوكول كورونا +الاستهلاك العقلاني	00	01	00	250

مراكز التكوين المهني والتمهين:				
التاريخ	العدد	الموضوع	المتعاملون	
			المؤسسات	المتربين
ماي	01	بروتوكول كورونا +الاستهلاك العقلاني	01	56

قطاع التعليم العالي:				
التاريخ	العدد	الموضوع	المؤسسات	العمال
ماي	06	بروتوكول كورونا +الاستهلاك العقلاني	05	1500

المؤسسات الإطعمية لقطاع التعليم العالي:					
التاريخ	العدد	الموضوع	الاقامات	الفئة	
				عمال	طلبة
ماي	04	التسممات الغذائية + بروتوكول كورونا	04	125	00

دور الحضانة:				
التاريخ	العدد	الموضوع	الحضانات	الأطفال
جوان	01	التسممات الغذائية + بروتوكول كورونا	05	40

المصدر: إعداد الباحثة بناء على المعلومات المقدمة من مصلحة حماية المستهلك وقمع الغش (مراقبة النوعية) مديرية التجارة - باتنة-

1. المتعاملون الاقتصاديون: بلغ عدد تدخّلات المصلحة شهر أفريل 10 على شكل حملة تحسيسية مسّت 320 متعاملاً في المواد الغذائية والخبز والخضر والفواكه، وتم إصدار 320 منشورا يتعلّق بعرض المنتوجات خارج المحلات، فيما تمّ معاينة 2037 مخبزة للحلويات والتغذية العامة ومطاعم، وإصدار 2037 منشورا تتعلّق ب: التسممات الغذائية، مكافحة تبذير الخبز، تقليص استهلاك السكر والملح والموادّ الدسمة. وفي شهر أفريل تمّت معاينة 48 مطعماً للرّحمة لنفس الموضوع، وشهر جوان تدخّلت 04 مرات بمعدّل 90 متعاملاً في المخابز والحلويات، التغذية العامة والمطاعم، خردوات، خضر وفواكه. لحتّ الثّجار على المساهمة في نظافة المحيط وعدم رمي النّفايات أمام المحلات.

2. المستهلكون: سجّل 34 تدخّلاً على شكل حملات تحسيسية حول إجراءات تفادي كورونا مسّت 2074 مستهلكاً، وإصدار 1849 منشورا للوقاية من التسممات الغذائية ومكافحة تبذير الخبز وتقليص استهلاك السكر والملح والموادّ الدسمة، فيما تمّ إصدار 75 منشورا حول أضرار اقتناء الموادّ الصيدلانية من المواقع الالكترونية، وأصدرت 150 مطوية متعلّقة بالوسم وشهادة الضّمان.

3. المؤسسات التربوية: قامت في شهر أفريل بتدخّل واحد وبلغ عدد التّلاميذ المستفيدين من الحملة 250 تلميذاً في الطّور الثّانوي حول بروتوكول كورونا

والاستهلاك العقلاني.

4. مراكز التكوين المهني والتأهيل: سجلت المصلحة شهر ماي تدخلًا واحدًا في مؤسسة واحدة وبلغ عدد المترشحين المستفيدين من هذه الحملة التحسيسية 56.

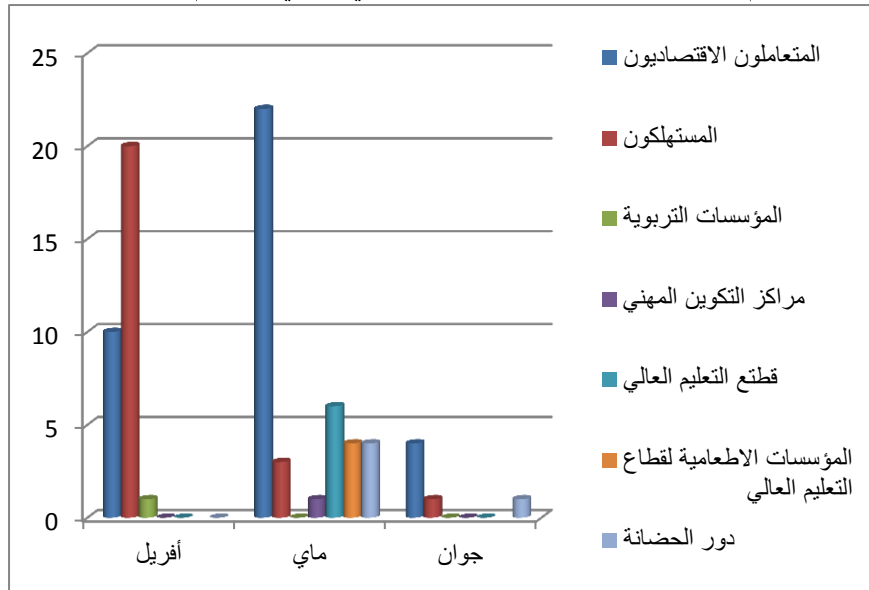
5. قطاع التعليم العالي: في شهر ماي تمّ التدخل في 05 جامعات وبلغ عدد المستفيدين من هذه الحملة التحسيسية 1500 عامل.

6. المؤسسات الإطعمية لقطاع التعليم العالي: أجرت شهر ماي 04 تدخلات حول التسمات الغذائية وبروتوكول كورونا على مستوى 04 إقامات ومسّ التدخل 125 عاملاً.

7. دور الحضنة: قامت بتدخل واحد، وبلغ عدد المستفيدين من هذه الحملة التحسيسية حول التسمات الغذائية وبروتوكول كورونا 40 طفلاً موزعين عبر 04 حضانات.

وهذا ما يوضحه الشكل الموالي:

الشكل رقم (2): تطورات نشاط المصلحة-الثلاثي الثاني 2021م



المصدر: من إعداد الباحثة .

-إحصاءات الثلاثي الثالث:

الجدول رقم (3): تطورات نشاط المصلحة-الثلاثي الثالث 2021م

المتعاملون الاقتصاديون:			
المتعاملون	الموضوع	العدد	التاريخ
1840	مكافحة تبذير الخبز+ تقليص استهلاك السكر والملح والمواد الدسمة +بروتوكول كورونا	21	جويلية / أوت
167	كورونا/إشهار الأسعار+ مطابقة المعايير+ مراعاة القدرة الشرائية للمستهلكين	04	سبتمبر
2007	/	25	المجموع

المستهلكون			
المتعاملون	الموضوع	العدد	التاريخ
1113	تقليص استهلاك السكر والملح والمواد الدسمة + كورونا	21	جويلية /أوت
605	الوعي الصحي+ التلقيح ضد كورونا/مطابقة المعايير+ مراعاة القدرة الشرائية	04	سبتمبر
1718	/	25	المجموع

المؤسسات الإطعمية لقطاع التعليم العالي:					
الفئة	الجامعات	الاقامات	الموضوع	العدد	التاريخ
عمال					
240	02	06	مكافحة تبذير الخبز+ تقليص استهلاك السكر والملح والمواد الدسمة +بروتوكول كورونا	01	جويلية

دور الحضنة:				
عمال	الحضانات	الموضوع	العدد	التاريخ
65	14	التسممات الغذائية + بروتوكول كورونا	04	سبتمبر

الوسائل الإعلامية ومواقع الأنترنت				
المواقع الالكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي		الحصص الإذاعية		
التاريخ	العدد	الموضوع	التاريخ	العدد
جويلية	30	التسممات الغذائية + الوقاية من كورونا/إرشادات علمية بمناسبة عيد الأضحى	/	/
أوت	40	التسممات الغذائية + الوقاية من كورونا+ احترام سلسلة التبريد - مكافحة عرض المنتجات خارج المحلات/ نصائح للمتعاملين والمواطنين في ظل الاستئناف الجزئي للأنشطة التجارية	/	/
سبتمبر	10	مراكز استقبال الطفولة الصغيرة	/	/

المصدر: إعداد الباحثة بناء على المعلومات المقدمة من طرف مصلحة حماية المستهلك وقمع الغش (مراقبة النوعية) مديرية التجارة - باتنة-

1. المتعاملون الاقتصاديون: بلغ عدد تدخّلات المصلحة 25 تدخّلاً على شكل حملة تحسيسية مسّت 2007 متعاملاً.

2. المستهلكون: سجّلت المصلحة 25 تدخّلاً حول تقليص استهلاك السكر والملح والمواد الدسمة، كورونا، الوعي الصحي، التلقيح ضدّ كورونا، ومطابقة المعايير مع مراعاة القدرة الشرائية. ومسّت 1718 مستهلكاً.

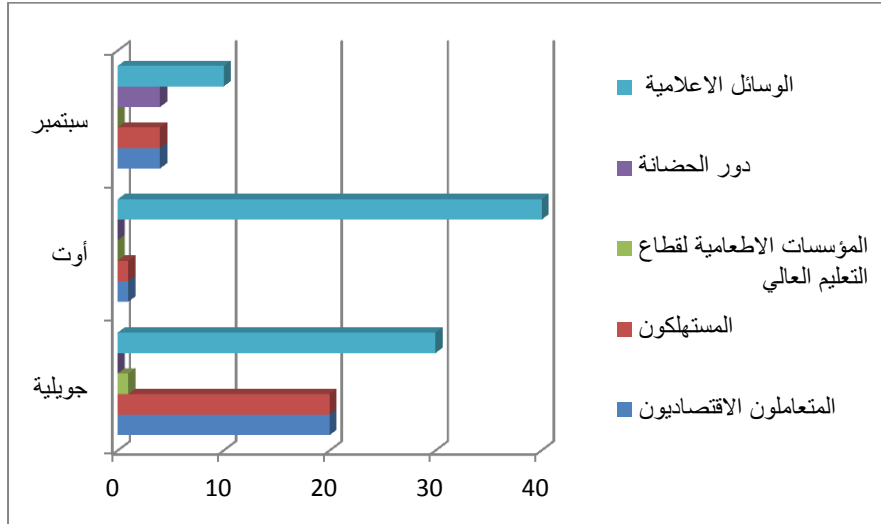
3. المؤسسات الإطعمية لقطاع التعليم العالي: شهر جويلية شهد تدخّلاً واحداً حول التسممات الغذائية وبرتوكول كورونا على مستوى 06 إقامات وجامعتين، ومسّ هذا التدخّل 240 عاملاً.

4. دور الحضانة: بلغ عدد التدخّلات 04 في شهر سبتمبر، وبلغ عدد المستفيدين منها حول التسممات الغذائية وبرتوكول كورونا 65 طفلاً موزعين عبر 14 حضانة.

5. الوسائل الإعلامية ومواقع الأنترنت: قامت المصلحة بـ 80 تدخّلاً عبر الحصص الإذاعية.

وهذا ما يوضحه الشكل الموالي:

الشكل رقم (3): تطورات نشاط المصلحة-الثلاثي الثالث 2021م



المصدر: إعداد الباحثة

- إحصاءات الثلاثي الرابع:

الجدول رقم (4): تطورات نشاط المصلحة-الثلاثي الرابع 2021م

المتعاملون الاقتصاديون:			
التاريخ	العدد	الموضوع	المتعاملون
أكتوبر	07	الأجهزة الكهرو منزلية + حريق الصيانة + أجهزة التدفئة	140
نوفمبر	08	- تجار الجملة لمواد التغذية للإنسان + المياه والمشروبات الغازية غير الكحولية	5430
ديسمبر	02	- تجار الحلويات والمرطبات: شروط التحضير والبيع + إجراءات - احترام بروتوكول كورونا	32
المجموع	17	/	915

المستهلكون			
التاريخ	العدد	الموضوع	المتعاملون
ديسمبر	11	الاختناق بغاز أحادي أكسيد الكربون / التسممات الغازية + الاستهلاك العقلاني للطاقة	866

نحو مقارنة تشاركية لحماية وترشيد سلوك المستهلك ... بولي سكيمة

المؤسسات التربوية:					
التاريخ	العدد	الموضوع	المؤسسات		
			ابتدائي	متوسط	ثانوي
أكتوبر، نوفمبر، ديسمبر	21	التسممات الغذائية في الوسط المدرسي	08	07	06

مراكز التكوين المهني والتمهين:				
التاريخ	العدد	الموضوع	المتعاملون	
			المؤسسات	المتريصين
نوفمبر، ديسمبر	02	التسممات الغذائية	02	140

قطاع التعليم العالي:				
التاريخ	الجامعات	الموضوع	الطلبة	العمال
ديسمبر	01	النصوص القانونية وطرق الرقابة النوعية	60	/

مطاعم المؤسسات التربوية					
التاريخ	العدد	الموضوع	المطاعم		الفئة / عمال
			ابتدائي	متوسط	متوسط
أكتوبر، نوفمبر	06	التسممات الغذائية + بروتوكول كورونا	21	02	/

المؤسسات الإطعمية لقطاع التعليم العالي:					
التاريخ	العدد	الموضوع	الاقامات	الجامعات	الفئة
					عمال / طلبة
أكتوبر، نوفمبر	04	التسممات الغذائية + بروتوكول كورونا	07	02	240
ديسمبر	01	مخاطر الاختناق بالغاز	01	/	25
المجموع	05	/	08	02	265

دور الحضانة:				
التاريخ	العدد	الموضوع	الحضانات	الفئة / العمال
نوفمبر	02	التسممات الغذائية + بروتوكول كورونا	06	54

الوسائل الإعلامية ومواقع الإنترنت				
الحصص الإذاعية		المواقع الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي		
التاريخ	العدد	الموضوع	التاريخ	العدد
ديسمبر	02	- شهادة الضمان عند اقتناء الأجهزة الكهرومنزلية - الشروط الصحية لتحضير وعرض الحلويات والمرطبات	/	04

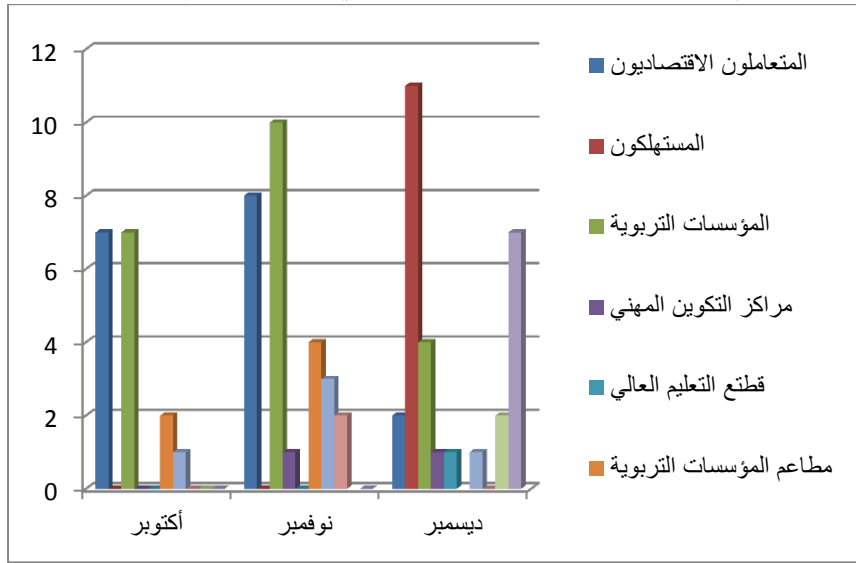
المصدر: من إعداد الباحثة بناء على المعلومات المقدمة من طرف مصلحة حماية المستهلك وقمع الغش (مراقبة النوعية) مديرية التجارة - باتنة-

1. المتعاملون الاقتصاديون: بلغ عدد تدخلات المصلحة شهر أكتوبر 07 مسّت 140 متعاملا، وتمّ إصدار 280 منشورا يتعلّق بطرق الوقاية من الحوادث المنزليّة وإعلام المستهلك، وتمّ الاتصال ب 5430 متعاملا من تجّار الجملة لموادّ التغذية للإنسان والمياه والمشروبات الغازيّة غير الكحوليّة شهر نوفمبر بما قدره 08 تدخلات، أما شهر ديسمبر فقد شهد 02 حملات تحسيسيّة مسّت تجّار الحلويات والمرطّبات، المخابز وتجارة التّجزئة للتغذية العامّة التي يبلغ عددها 32.
2. المستهلكون: قامت المصلحة شهر ديسمبر ب 11 تدخّلا حول الاختناق بغاز أحادي أكسيد الكربون، التّسممات الغازيّة والاستهلاك العقلاني للطّاقة مسّت 866 مستهلكا.
3. المؤسسات التربوية: سجل 21 تدخّلا مقسّما إلى: 08 ابتدائيّات، 07 متوسطّات و06 ثانويّات، حول التّسممات الغذائيّة في الوسط المدرسي.
4. مراكز التّكوين المهني والتّمهين: سجّل شهري نوفمبر وديسمبر تدخّلين في مؤسستين وبلغ عدد المتربّصين المستفيدين من الحملة حول التّسممات الغذائيّة 140 متربّصا.
5. قطاع التّعليم العالي: في شهر ديسمبر تدخّلت المصلحة بحملة تحسيسيّة حول النّصوص القانونيّة وطرق الرّقابة النّوعية في جامعة واحدة، وبلغ عدد المستفيدين 60 طالبا.
6. مطاعم المؤسسات التربوية: تمّ إجراء 06 تدخلات وبلغ عدد المستفيدين من الحملة التحسيسيّة حول التسممات الغذائيّة وبرتوكول كورونا 21 مطعما في الابتدائي و02 في المتوسّط.
7. المؤسسات الإطعاميّة لقطاع التّعليم العالي: شهد شهرا أكتوبر ونوفمبر 04 تدخلات حول التّسممات الغذائيّة وبرتوكول كورونا على مستوى 07 إقامات وجامعتين، ومسّ التدخل 240 عاملا، أمّا في شهر ديسمبر فتّم التّدخل في إقامة واحدة، حيث بلغ عدد العمّال المستفيدين من هذه الحملة 25 عاملا و642 طالبا، واختصّت هذه الحملة بمخاطر الاختناق بالغاز.
8. دور الحضانة: أجري 02 تدخل حول التّسممات الغذائيّة وبرتوكول كورونا،

وبلغ عدد المستفيدين 54 عاملاً مؤزعين عبر 06 حضانات.

9. الوسائل الإعلامية ومواقع الأنترنت: تدخلت المصلحة عبر الحصص الإذاعية 02 تدخل حول التسممات الغذائية وبروتوكول كورونا في شهر ديسمبر، في حين تمّ التدخل عبر المواقع الإلكترونية بما قدره 04 تدخلات لنفس الفترة. وهذا ما يوضّحه الشكل الموالي:

الشكل رقم (4): تطورات نشاط المصلحة-الثلاثي الرابع 2021م



المصدر: إعداد الباحثة .

ب- الخرجات الميدانية 2021م: ورد في المادة 3 أنّه: يقوم الأعوان المذكورون في المادة 15 من القانون 02-89 برقابة المنتوجات والخدمات عن طريق المعاينات المباشرة والفحوص البصريّة، وبواسطة أجهزة المكايل والمقاييس. وبالتدقيق أو بأخذ عينات. وتنصّ المادة 40 من القانون 03-09 على أنّه لإجراء التّحاليل أو الاختبارات أو التّجارب تقتطع ثلاث عينات متجانسة وممثلة للحصّة موضوع الرّقابة وتشمّع. ترسل العيّنة الأولى إلى لمخبر المؤهل بموجب القانون. وتشكّل العيّنة الثّانية والثّالثة عيّنتين شاهديتين، واحدة تحتفظ بها مصالح الرّقابة التي قامت بالاقتطاع والأخرى يحتفظ بها المتدخل المعني وتستعمل في حالة إجراء الخبرة.

1. التّدخلات:

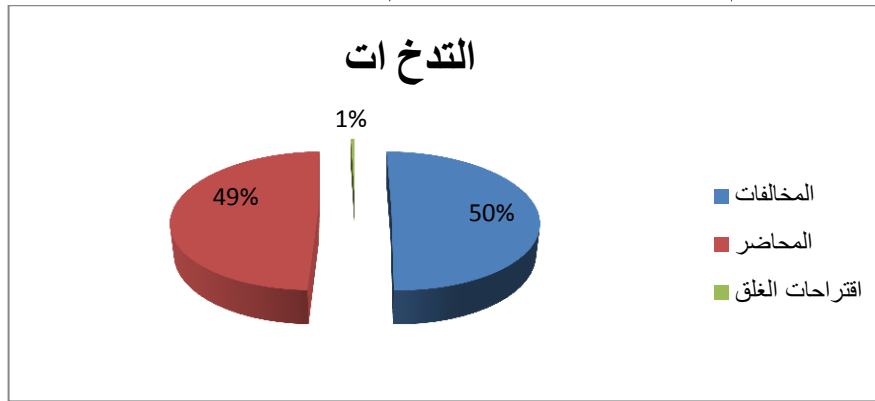
الجدول رقم (5): تدخلات المصلحة - 2021م

التدخلات	المخالفات	المحاضر	اقتراحات الغلق
11664	1170	1141	11

المصدر: إعداد الباحثة بناء على المعلومات المقدمة من مصلحة حماية المستهلك وقمع الغش (مراقبة النوعية) مديرية التجارة - باتنة-

خلال سنة 2021م بلغ عدد تدخلات المصلحة 11664 تدخلا، حيث تم إصدار 1170 مخالفة بنسبة 50% من إجمالي العمليات، وفتح 1141 محضرا بنسبة 49%، كما تم اقتراح غلق 11 من المؤسسات التي شملتها الخرجات بنسبة 1% فقط. والشكل الموالي يوضح ذلك:

الشكل رقم (5): تدخلات المصلحة - 2021م



المصدر: إعداد الباحثة .

2. عمليات السحب:

الجدول رقم (6): عمليات السحب - 2021م

عمليات الحجز	السحب النهائي مع إعادة التوجيه		السحب النهائي مع الاتلاف	
	القيمة	الكمية	القيمة	الكمية
220	18.3025طن	356331.00دج	17.1323طن	11345972.63دج

المصدر: إعداد الباحثة بناء على المعلومات المقدمة من مصلحة حماية المستهلك وقمع الغش (مراقبة النوعية) مديرية التجارة - باتنة-

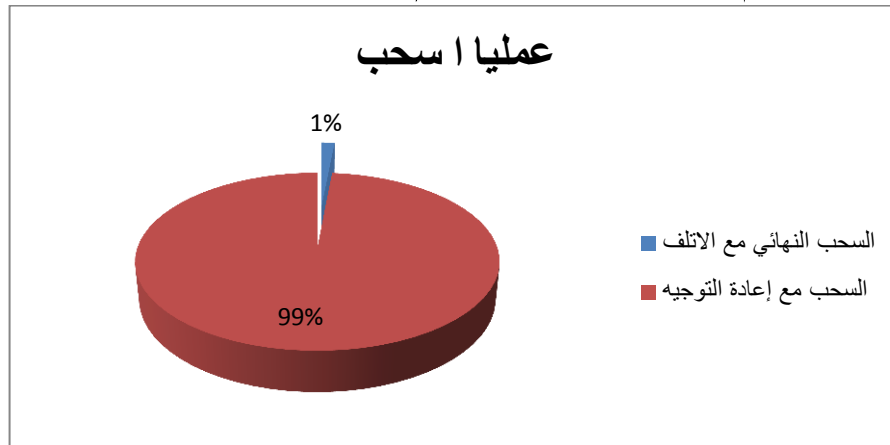
أجرت المصلحة للفترة المدروسة عدّة عمليات سحب فبلغت قيمة المسحوبات المتلفة



كونها غير صالحة للاستهلاك 11345972.63 دج بنسبة 1 %، في حين بلغت قيمة المحجوزات مع إعادة التوجيه 356331.00 دج بنسبة 99% وهنا يتم إعادة توجيه السلع المحجوزة للاستهلاك من خلال توزيعها على جهات أخرى للاستفادة منها كونها صالحة للاستهلاك مثل الهلال الأحمر الجزائري، دور المسنين، مؤسسات الرعاية الاجتماعية للطفولة مثلاً وغيرها، وتمت 220 عملية حجز في المؤسسات التي شملتها الخرجات.

والشكل الموالي يوضح ذلك:

الشكل رقم (6): عمليات السحب - 2021م



المصدر: من إعداد الباحثة

3. عمليات الاقتطاع:

الجدول رقم (7): عمليات الاقتطاع

عدد العمليات		عدد الاقتطاع	
المكروبيولوجية	الفيزوكيميائية	القطاع الصناعي	القطاع الغذائي
125	116	06	285

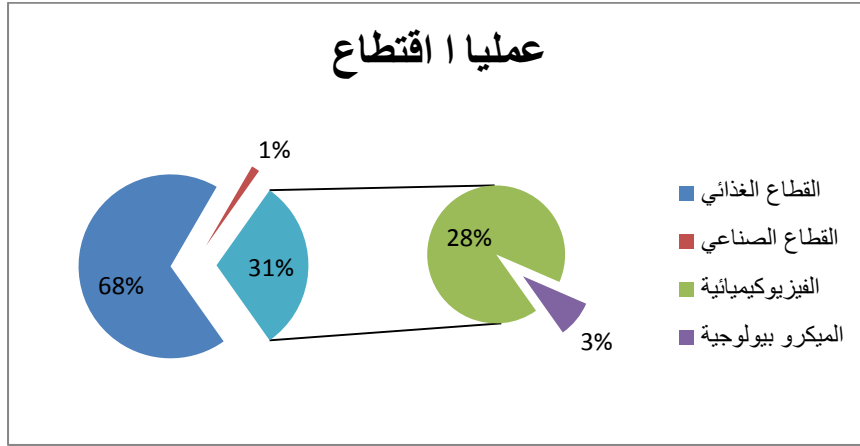
المصدر: إعداد الباحثة بناء على المعلومات المقدمة من مصلحة حماية المستهلك وقمع

الغش (مراقبة النوعية) مديرية التجارة - باتنة-

خلال سنة 2021م بلغ عدد عمليات الاقتطاع 28 في القطاع الغذائي بنسبة 68 % من مجموع الاقتطاعات، و06 في القطاع الصناعي بنسبة ضئيلة جدا وهي 1% فقط، كما

بلغ عدد العمليات الفيزيوكيميائية 116 بنسبة 28% مقابل 125 ميكروبيولوجية بنسبة 3% حيث بلغ عدد العينات المطابقة 90 عينة مقابل 35 مطابقة في هذه الأخيرة. والشكل الموالي يوضح ذلك:

الشكل رقم (7): عمليات الاقتطاع- 2021م



المصدر: إعداد الباحثة

خاتمة:

في ختام هذا الموضوع الموسوم ب: نحو مقارنة تشاركية لحماية وترشيد سلوك المستهلك بين الفقه والقانون: الجمعية الوطنية لحماية المستهلك ومديرية التجارة لولاية باقة أنموذجا

تمّ التوصل إلى النتائج والتوصيات التالية:

أولاً- النتائج:

1- يحظى المستهلك باهتمام ورعاية فائقة في الفقه الإسلامي إذ تشكل القواعد الفقهية الأساسية في التشريع السماوي المستند في ترشيد سلوكه وحمايته في مواجهة المنتج والبائع، فقاعدة الضرر يزال ولا ضرر ولا ضرار تجسد مبدأ حفظ حق المستهلك ورفع الضرر عنه.

2- تسعى التشريعات القانونية في كل الدول لتطبيق توجيهات الأمم المتحدة، ومنها القانون الجزائري لحماية المستهلك وضمان حقوقه، ومن الآليات المطبقة في ذلك: التشريعات، تحديد المواصفات القياسية، إشراك المجتمع المدني مثل الجمعيات،

والقضاء.

3- يضمن القانون رقم 09-03 حماية المستهلك، وتسعى مديريات التجارة لتحقيق ذلك وخاصة من خلال مصلحة مكافحة الغش ومراقبة النوعية من خلال ممارسة العمل التحسيس والقيام بالخرجات الميدانية للمعينة والاقتطاع وإصدار قرارات الإلتلاف والغلق.

4- تساهم منظمات المجتمع المدني في رفع مستوى الوعي الاستهلاكي وترشيد سلوك المستهلك من خلال نشر ثقافة المقاطعة كأسلوب حضاري لخفض الأسعار. فالسلع إنما ترخص بالترك. وللجمعية الوطنية لحماية المستهلك عدة تجارب في ذلك لكن انخفاض الوعي وقلة التواصل والإعلام قلل من نسبة الاستجابة، إضافة إلى ممارسة الضغوط والترهيب من قبل كبار المنتجين للسلع المحلية ومحتكري استيراد السلع الأجنبية.

ثانيا- التوصيات:

1- وجوب تحقيق التكامل الوظيفي بين مؤسسات الرقابة الإسلامية ممثلة في الحسبة والخطاب الديني وبين المؤسسات الحديثة مثل مديريات التجارة والمنظمة الوطنية لحماية المستهلك من أجل النوعية والتوجيه لتحقيق الرشد الاقتصادي للمستهلك. والإعلام بأنواعه المقروء والسمعي البصري، والاستثمار الفعال في وسائل ووسائط التواصل الاجتماعي لإرشاد المستهلك وتوعيته بحقوقه وقنوات التبليغ عمّن يضر بمصالحه.

2- ضرورة الصرامة في تطبيق القوانين الردعية في مواجهة المنتج والموزع والبائع كل على مستواه لمنع الإضرار بمصلحة المستهلك، فسلطة الردع على مستوى مديرية التجارة مقتصر فقط على مصلحة السياسات التجارية في حين تبقى مصلحة مكافحة الغش ومراقبة النوعية توعوية توجيهية للإرشاد والتوجيه فقط مع أنها المصلحة الأكثر احتكاكا بالمنتج والمستهلك معا وفي منحها سلطة الضبطية القضائية تفعيل أكثر لدورها واستثمار في مردوديتها العملية.

3- العمل على التحيين الدائم والمستمر لمنظومة القوانين والتشريعات ومواكبة الحزم التوجيهية الصادرة عن الأمم المتحدة مع تكييفها بما يتناسب مع خصوصية

المجتمع وسلوكيات المستهلك للوصول إلى أكبر شريحة ممكنة لرفع مؤشر الوعي الاستهلاكي من حيث قرارا الشراء بناء على النوعية والسعر، ومن حيث غرس ثقافة المقاطعة كآلية عقابية للمنتج والمحتكر. وهذا عين الرشد الاقتصادي القائم على عقلانية الاختيار التي تحقق مشروعية الإشباع.

الهوامش والمراجع:

- (1) - أحمد مختار عمر. معجم اللغة العربية المعاصرة. الرياض. عالم الكتب. 2008م. ج3/ 2359، ص00.
- (2) - إبراهيم مصطفى وآخرون. المعجم الوسيط. مصر. دار الدعوة. 2003. باب الهاء. ج2/ ص991.
- (3) - ابن منظور. لسان العرب. بيروت. دار صادر. 1998. ج10/ ص505.
- (4) - ليث الربيعي. دور مركز بحوث السوق ومنظمات المجتمع المدني في حماية المستهلك. مجلة دراسات قانونية. بغداد. 2002. العدد4.
- (5) - مرفت عبد المنعم. الحماية الجنائية للمستهلك. القاهرة. 1996م. ص4.
- (6) - القانون 04- 02 المؤرخ 2004/6/23 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسة التجارية. الجريدة الرسمية. العدد41 مؤرخة 2004/6/27. 2004م.
- القانون 09- 03 المؤرخ 2009/2/25. المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش. الجريدة الرسمية. العدد15 مؤرخة 2009/3/8.
- (7) - بشير الفلاح. المعجم الشامل. لبنان. دار الكتاب العربي. 1998م. ص12. بتصرف.
- (8) - بوفاري عبد الحميد - زقون محمد دور الاقتصاد الإسلامي في ترشيد السلوك الاقتصادي. دط. مصر. 2019م. ص14.
- (9) - معروف عبد القادر. الآليات القانونية لحماية المستهلك. 2016. مصر. دار الكتب. ص64- 65.
- (10) - مليكة طيب. إدراك المستهلك الجزائري للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات المصنعة للمنتجات الغذائية.. مجلة العلوم الاقتصادية العدد12. 2014م. ص93. بتصرف.
- (11) - الشاطبي. الموافقات. دار ابن عفان. ط1. 1997م. ص246.
- (12) - دارعو عز الدين. حماية المستهلك في الفكر الاقتصادي الإسلامي. الملتقى الوطني3. ضرورة الانتقال وتحديات الحماية. 2018م. المركز الجامعي ميلة.
- (13) - فاضل الحسب. الحسبة.. مجلة التنمية الإدارية. العدد4. 1987م. ص28.
- (14) - شريف لطفي.. حماية المستهلك في اقتصاد السوق. القاهرة. دار الشروق. 1994م. ص19.
- (15) - صياد الصادق. حماية المستهلك في ظل القانون 03/09. 2013م. مصر. دار الكتاب. ص151.
- (16) - <https://sustainable.development.un.org/resource/28/11/2022.09:30>

- (17) - الأونكتاد. دليل الأونكتاد المنقح لحماية المستهلك.. 2017م.
- (18) - قرار الجمعية العامة 189/70 المؤرخ 22 ديسمبر 2015م.
- (19) - بيانات الجمعية الوطنية لحماية المستهلك. عن رئيس الجمعية. نوفمبر 2022م.
- (20) - ابن منظور. لسان العرب. مصدر سابق. ج 8/ص 279. مادة: ق. ط. ع.
- (21) - ابن فارس. مقاييس اللغة. مصر. دار الكتاب العربي. 1997م. ج 5/ص 101. مادة: ق. ط. ع.
- (22) - الجريدة الرسمية. العدد 4- 2011م. ص 7.