

حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة

Consumer protection Under free competition

د. تيانتي مريم^(*)

أستاذة محاضرة قسم ب

معهد الحقوق والعلوم السياسية

المركز الجامعي مغنية

الملخص :

أصبح الاهتمام بالمستهلك والبحث عن إمكانية جذب السمة التي يبحث عنها كل محترف في النشاط الاقتصادي، و ذلك باستعمال العديد من الوسائل الحديثة في جلب و إغراء هذا الأخير نظرا للتنافس الشديد الموجود بين المتدخلين الاقتصاديين. فالمنافسة في تقديم شتى السلع و الخدمات أمام الاختيار الواسع في قبول العرض جلب العديد من العيوب التي ظهرت في شكل ممارسات منافية لقواعد التجارة ومخالفة لقواعد المنافسة النزيهة، الأمر الذي لابد من التصدي له بكافة الوسائل و العمل على استصدار قوانين تجرم و تعاقب مثل هذه الأفعال و الممارسات.

الكلمات المفتاحية : المستهلك – المنافسة الحرة - المهني – الممارسات اللامشروعة

Abstract:

Concern for the consumer and the search for the possibility of attracting him has become the trait that every professional economic activity is looking for, using many modern means to attract and lure the latter due to the intense competition that exists between the economic interveners.

The competition in the provision of various goods and services in the face of the wide choice in accepting the offer brought many defects that appeared in the form of practices contrary to the rules of trade and in violation of the rules of fair competition practices .

Keywords: consumer - free competition - professional - illegal practices

* - المؤلف المرسل : د. تيانتي مريم

مقدمة:

تعتبر المنافسة من متطلبات الاقتصاد الحر وركيزة لتفعيل الإصلاحات الاقتصادية لذلك كلن يجب على كل دولة تتبع اقتصاد السوق ، تكريس مبدأ المنافسة حتى تخلق بيئة تنافسية فعالة و لا يتحقق ذلك إلا إذا التزم جميع الأشخاص الذين يمارسون نشاطا اقتصاديا في السوق بأحكام قانون المنافسة ، فقد يلجأ المتعاملون الاقتصاديون تحت تأثير المنافسة إلى مضاعفة قوتهم الاقتصادية و ذلك باللجوء إلى وسائل تنافى مع قواعد المنافسة الحرة ، الأمر الذي ينعكس بالسلب على السوق عامة و على المستهلك خاصة¹.

فتحرير السوق جعل من المنتجات المتنوعة تغزو الأسواق بهدف إشباع حاجيات المستهلك غير أن هذا الأخير أصبح معرضا للخطر نتيجة لوجود سلع قد تمس بصحته و سلامته و ماله هذا من جهة و من جهة أخرى نتيجة المناورات و التلاعبات من قبل فئة التجار الذين يهدفون إلى تحقيق الربح السريع بعيدا عن كل روح تنافسية شريفة .

وبهذا أصبح المستهلك محور اهتمام لدى المحترفين في النشاط الاقتصادي لجذبه بكافة الوسائل مع الإشارة إلى أن هذا المصطلح جديد في القانون الجزائري ظهر بظهور التشريعات الجديدة كالقانون رقم 02²/89 الذي ألغاه القانون 03³/09 الذي عدله القانون 09/18⁴.

ووفقا لما سبق ذكره نطرح تساؤلنا إلى أي مدى ساهمت هذه القوانين في تفعيل حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة ؟ و بصيغة أوضح أين تظهر حماية المستهلك في ظل انفتاح السوق من تلاعب المحترفين؟ وللإجابة على هذه الإشكالية تناولت ما يلي:

المبحث الأول: مكانة المستهلك في ظل المنافسة الحرة

إن التحولات الاقتصادية التي يشهدها العالم أثرت كثيرا على المجتمع باعتباره المستهلك بكل ما يصنع و ينتج و يسوق، وللجزائر نصيب في هذا التحول إذ أن هذه الأخيرة توجهت نحو الاقتصاد الحر⁵ الذي دفع إلى الاهتمام بحماية المستهلك من خلال

نصوص قانونية. وعليه نتاولنا في المطلب الاول أطراف العلاقة الاستهلاكية ، وفي المطلب الثاني حقوق المستهلك في ظل المنافسة الحرة.

المطلب الأول: أطراف العلاقة التعاقدية

تختلف عقود الاستهلاك عن غيرها من العقود الأخرى إذ أن هذه الأخيرة تبرم بين أطراف متساوية من حيث الالتزامات والإمكانات و تكون خاضعة للإرادة الحرة للطرفين، في الحين نجد أن العملية الاستهلاكية المبرمة بين المستهلك و المحترف غير متوازنة نظرا لما لهذا الأخير من قوة اقتصادية تمكنه من التأثير و السيطرة على المستهلك، مما يستوجب تدخل السلطات العامة بقواعد جديدة أمرة تكون لنصوصها هدف وقائي لمنع وقوع الجرائم و كذا قواعد قمعية تعاقب مخالفيها.

الفرع الأول: المستهلك

مفهوم المستهلك في المجال القانوني يختل عنا في المجال الاقتصادي ، فالقانون لا يعبأ بفعل الاستهلاك في حد ذاته ، وإنما يهتم بالتصرف القانوني الذي يأتيه الشخص القانوني بإرادته بهدف إشباع احتياجاته الذاتية أو العائلية من السلع والخدمات⁶ .
وقد عرف المشرع الجزائري المستهلك في المادة 03 من القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش بأنه : كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي ، من أجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به.

الفرع الثاني: المهني

الطرف الثاني في العلاقة الاستهلاكية هو ذلك المهني، إذ تعددت واختلفت التعاريف التي قيلت بشأنه، وذلك يعود لعدة أسباب، لكن السبب الرئيسي يعود إلى تأثير نظرية المستهلك على نظرية المهني، إذ الأخذ بالمفهوم الموسع للمستهلك قد يؤدي أحيانا إلى غياب صفة المهني في الشخص المتعاقد، الأمر الذي دفع بنا إلى ضرورة تحديد مفهوم للمهني لمعرفة الحدود التي يجب أن يمارس فيها نشاطه و كذا الالتزامات التي تقع عليه⁷ .

نصت المادة 8/03 من القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش أنه: "المتدخل" كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتجات الاستهلاكية".

وأيضاً المادة 2/03 من القانون رقم 12/08 المتعلق بالمنافسة على أن: "المؤسسة كل شخص طبيعى أو معنوي أيا كانت طبيعته يمارس بصفة دائمة، نشاطات الإنتاج أو التوزيع أو الخدمات أو الاستيراد".

أما المادة 2/03 من القانون رقم 2/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية فإنها تنص على أنه: "العون الاقتصادي كل منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم خدمات أيا كانت صفته القانونية، يمارس نشاطه في القانون المهني العادي أو بقصد تحقيق الغاية التي تأسس من أجلها".

و عليه و من خلال التعاريف الواردة في المواد السالفة الذكر نقول أن المهني هو ذلك الشخص الذي يتعاقد في مباشرته لمهنته أو هو الشخص الطبيعى أو المعنوي الذي يزاول نشاطا صناعيا أو تجاريا أو حرفيا أو زراعيا، و سواء كان هذا الشخص المعنوي شخصا عاما أو خاصا⁸.

الفرع الثالث: المحل في عقد الاستهلاك

تعتبر المنتجات بمثابة الركن الثالث في عقد الاستهلاك، حيث يتم إبرام عقد الاستهلاك بين المستهلك و المهني قصد الحصول على منتجات طبقا للاتفاق المبرم فيما بينهما، فمعرفة أنواع المنتجات ليس الهدف منها هو حصرها و إنما يكتسي ذلك أهمية لتحديد مجال تطبيق قانون حماية المستهلك من حيث الموضوع.

بالرجوع إلى المادة 02 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش فإنها تنص على أنه: "تطبق أحكام هذا القانون على كل سلعة أو خدمة معروضة للاستهلاك بمقابل أو مجاًناً وعلى كل متدخل وفي جميع مراحل عملية العرض للاستهلاك". فمما لاشك فيه أن المنتجات قد تكون سلعا أو خدمات. و عليه فإنها تكون موضوع معاملة بين المستهلك و المهني كل سلعة أو خدمة محل عرض للاستهلاك سواء كانت بمقابل أو مجاًناً تتوفر على مجموع الخصائص التقنية المرتبطة بصحة و سلامة المستهلك.

المطلب الثاني: حقوق المستهلك في ظل المنافسة الحرة

رغم تأثير المنافسة على السوق الاقتصادية إلا أن أغلب التشريعات القانونية على رأسها قانون الاستهلاك حمت حقوقا للمستهلك تتمثل في حماية الصحة و السلامة (الفرع الأول) و حماية المصالح الاقتصادية (الفرع الثاني) و أيضا حماية الإرادة التعاقدية له (الفرع الثالث).

الفرع الأول: حماية الصحة وسلامة المستهلك

يحتل هذا المجال قدرا من الأهمية بالنظر إلى طبيعة المصلحة المحمية، خاصة في ضوء التطور الصناعي و التكنولوجيا الذي صاحب إنتاج السلع و تقديم الخدمات، فقد اختفى إلى حد ما ذلك النموذج المبسط للسلعة، و التي كانت تتكون من بعض المواد الطبيعية أو الخامات الأولية، فقد أدى استخدام المواد الكيميائية و الإشعاعية و الأنظمة الكهربائية و الميكانيكية إلى تعرض صحة الإنسان و سلامته لقدر أكبر من الخطر⁹ إن الالتزام بحماية صحة المستهلك يترتب عليه قيام المحترف أو الأشخاص المؤهلين بمهمة الحماية و ذلك بتصرفات قانونية أو أعمال مادية من شأنها أن تؤدي إلى حماية صحة المستهلك و ترقيتها، فيمكن أن يكون القانون كمصدر للالتزام في هذه الحالة وذلك عندما يلزم أحد الأطراف خاصة المحترف بواجب حماية صحة المستهلك من خلال اتخاذ جميع الإجراءات و الاحتياطات اللازمة لذلك، كما يمكن أن يكون مصدر الالتزام بالحماية لصحة العقد، إذا كانت هناك علاقة تعاقدية بين المحترف و المستهلك (عقد تقديم خدمة، بيع سلعة...) ¹⁰.

الفرع الثاني: حماية المصالح الاقتصادية للمستهلك

يقصد بذلك - بوجه عام - تمكين المستهلك من الحصول على الفائدة المثلى من مواردهم المالية، و حمايتهم من الممارسات التي تضر بمصالحهم الاقتصادية، فالمستهلك كأثر لإقباله على التعاقد يهدف إلى حيازة السلعة والانتفاع بها على نحو يوازي - على الأقل - ما سدده مقابل ذلك، و الذي من المفترض أن يكون لأجزائه ما يناظرها من عناصر السلعة، و قدرها و جودتها، و متانتها، و مطابقتها للمواصفات، و ملاءمتها للغرض المخصص من أجله، و خلوها من العيوب... الخ ¹¹.

إلى جانب المنافسة في السوق، فإن مراقبة الأسعار ونزاهة الممارسات التجارية لها علاقة مباشرة في حماية المصالح الاقتصادية للمستهلك خاصة وأن هذا الأخير يتأثر مباشرة في حال وقوع أحد الأفعال التي سيتم الإشارة إليها مما يقلل لديه فرص الاختيار بين السلع وكذا خضوعه لضغوطات تضعف من قدراته الشرائية. فمثل هذه الأمور قد تزيد اضطرابا في السوق حيث قد يكون في هذه الحالة عرضا كافيا في السوق لكن نظرا لغلاء الأسعار أو لعدم جودة السلع تحجم المستهلك عن الشراء مما يعني حدوث تكديس السلع.

الفرع الثالث: حماية الإرادة التعاقدية للمستهلك

المشرع الجزائري مثله مثل التشريعات المختلفة الأخرى تبين له أن المستهلك يحتاج إلى حماية خاصة تكمل الحماية التي تقررها القواعد العامة في نظرية العقد و في المسؤولية عن الفعل الضار، فالقانون يحمي رضا المستهلك كمتعاقد و لا يعتبر رضاه صحيحاً إلا إذا كان خالياً من العيوب، فكل من الغلط و التدليس و الإكراه و الاستغلال يجعل العقد قابلاً للإبطال، كما أن المشرع جعل من العقد شريعة المتعاقدين فلا يجوز لمن يتعاقد مع المستهلك و لا لهذا الأخير نقضه و لا تعديله إلا باتفاق الطرفين أو للأسباب التي يقررها القانون و يجب تنفيذه طبقاً لما أشتمل عليه و بحسن نية¹²، إلا أنه هناك من يعتبر أن مبدأ سلطان الإرادة لا يمكن الاعتماد عليه في عقود الاستهلاك و ذلك راجع إلى عدة اعتبارات أهمها يكمن في أن المستهلك هو الطرف الضعيف في العلاقة العقدية سواء من الناحية الفنية لجهله بمكونات السلع و تركيباتها أو من الناحية الاقتصادية حيث يصعب عليه مقارنة المحترف نظراً لمركزه القوي و أنه غالباً ما يكون الطرف الذي يملئ شروط العقد ويفرضها على المتعاقد معه (المستهلك) الأمر الذي دفع بالمشرع إلى إعطاء للقاضي صلاحيات واسعة في التدخل لوضع حد لتعسف المحترف وكذا تعديل بنود العقود و الالتزامات الناشئة عنها بما تقضيه العدالة، حيث تنص المادة 110 من التقنين المدني الجزائري أنه "إذا تم العقد بطريقة الإذعان، وكان قد تضمن شروطاً تعسفية، جاز للقاضي أن يعدل هذه الشروط أو أن يعفي الطرف المذعن منها، وذلك وفقاً لما تقضي به العدالة و يقع باطلاً كل اتفاق على خلاف ذلك." كما أنه منع إدراج الشروط التعسفية الواردة في المادة 29 من القانون رقم 0204 بالرغم من أن هذه الشروط جاءت على سبيل المثال لا على سبيل الحصر، و أشارت المادة 30 من نفس القانون إلى أنه "يهدف حماية مصالح المستهلك وحقوقه، يمكن تحديد العناصر الأساسية للعقود عن طريق التنظيم، و كذا منع العمل في مختلف أنواع العقود، ببعض الشروط التي تعتبر تعسفية"¹³.

حماية الإرادة التعاقدية للمستهلك باعتبارها مصدراً للتعبير عن الرغبة في التعاقد، يجب أن يتكامل لها عناصر قوتها من الحرية والوعي والسلامة، فيجب أن تتحرر هذه من أية ضغوط خارجية تدفعها إلى التعاقد دون رغبة حقيقية ومثال ذلك نذكر الإعلانات التجارية وما لها من وسائل قوية في الإقناع وأساليب تزيد من الإغراء خاصة في بعض أنواع البيوع والتي أصبح فيها المحترف هو من يلجأ إلى المستهلك و في بيته و هو ما يطلق عليه البيع

بالمنزل، فأمام هذا الوضع الذي أصبح يتطور يوما بعد يوم نتيجة لتعقيد الحياة وتشعب المعاملات الاقتصادية بين المستهلك و المحترف أدى بالمشرع بوضع قواعد قانونية سواء في قواعد التقنين المدني أو في القوانين الخاصة تهدف إلى حماية الإرادة التعاقدية للمستهلك سواء عند تكوين العقد أو أثناء تنفيذ العقد.

المبحث الثاني: الالتزامات المفروضة على المحترف

تتوقف حماية المستهلك على مدى احترام المحترف للالتزامات الملقاة عليه، حيث يكون هذا الأخير ملزما باحترام كافة تقاليد المهنة التي يزاولها، فالاهتمام بحماية المستهلك قد يأخذ عدة أشكال. فمن الالتزامات الملقاة على عاتق المحترف الإعلام و الضمان (المطلب الأول) احترام إجراءات وضع المنتج للاستهلاك (المطلب الثاني).

المطلب الأول: التزام المحترف بالإعلام و الضمان

وفيه نتناول الالتزام بالإعلام في الفرع الأول و الالتزام بالضمان في الفرع الثاني.

الفرع الأول: التزام المحترف بالإعلام

ألزمت المادة 17 من قانون رقم 03 - 09 إعلام المستهلك و ذلك بغرض إقامة التوازن وبتأكيد المشرع على ضرورة إعلام المتدخل للمستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج ينبغي معرفة مضمونه ، ثم تبين كيفية إعلام المستهلك بخصائص المنتجات.

أولا . تعريف الالتزام بالإعلام

كما عرفه المشرع بموجب المادة 17 من قانون رقم 03 - 09 على أنه " :يجب على المتدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم وضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة " ، فيتشابه الإشهار الذي يعد نوعا من أنواع الإعلام مع الالتزام بالإعلام، و لكن يكمن الفرق بينهما في كون الإشهار يهدف إلى ترويج و جلب الزبائن فقط ، فعادة ما لا يتصف بالموضوعية كونه يركز على إبراز مزايا المنتجات فقط ، بينما ما يحتاجه المستهلك هو إعلام موضوعي بعيد عن التأثير على رضاه، لأن غير ذلك قد يجعل هذا الأخير معيب¹⁴ ، فالإعلام الحسن الذي يتلقاه المستهلك يجعله يطمئن للمنتجات المعروضة في السوق فيؤدي ذلك إلى تكرار عملية الاقتناء فقد يصل إلى حد الولاء للمنتج ، نظرا لتوافق هذا الإعلام مع رضاه المستهلك مما يؤدي لإشباع حاجاته¹⁵.

ثانيا . مضمون الالتزام بالإعلام

شدد المشرع على المحترف من خلال نص المادة 17 السالفة الذكر، بأن يقوم بإعلام المستهلك بكافة المعلومات المتعلقة بالمنتج ويفهم منها أن كل معلومة سواء تعلقت بكيفية الاستخدام أو مواصفاتها القانونية أو طبيعتها و منشئها أو مميزاتها. كذلك الاحتياطات اللازمة عند الاستعمال و تاريخ نهاية الصلاحية...الخ، فلا بد من أن يدلي بها المحترف في مجاله لصالح المستهلك وإلا كان مسؤولا عن إخلال بواجب الإعلام بكل منتج.

ثالثا . الإعلام بالوسم

تنص المادة 03 فقرة 4 من قانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على أن "الوسم كل البيانات أو الكتابات أو الإشارات أو العلامات أو المميزات أو الصور أو التماثيل أو الرموز المرتبطة بسلعة، تظهر على كل غلاف أو وثيقة أو لافتة أو سمة أو ملصقة أو بطاقة أو ختم أو معلقة مرفقة أو دالة على طبيعة منتج مهما كان شكلها أو سندها، بغض النظر عن طريقة وضعها."

فنجد أن المشرع الجزائري يلزم المهني كونه محترف بضرورة وسم المنتج خاصة تلك التي تكون محل استهلاك يومي و مستمر من طرف المستهلك خاصة تلك المواد الغذائية نظرا لإمكانية تعرض المستهلك لعدة مخاطر صحية الأمر الذي يجعل وسمها أكثر من ضروري و ذلك دفعا لكل خطر قد يلحق منها.

الفرع الثاني:الالتزام بالضمان و الخدمة ما بعد البيع

ويعتبر من الحقوق القانونية للمستهلك و يكون من دون مصاريف إضافية، و يطبق على كل منتج سواء كان جهازا أو أداة أو آلة أو مركبة أو أي مادة تجهيزية و يمكن أن يمتد إلى الخدمات و هو ما نصت عليه المادة 13 من القانون 03/09¹⁶، ولتحقيق هذا الحق خلال المعينة للضمان يجب أن تنفذ شروطه في حالة ظهور عيب بالمنتج و المتمثلة في استبدال المنتج بمنتج آخر أو إرجاعه و استرداد ثمنه ، أو طلب تصليحه على حساب المتدخل ، أو استرداد المبالغ التي يكون قد سددها مقابل الخدمة عند عدم مطابقتها بشكل سليم ،وحسب نص المادة 16 من القانون 03/09 فإنه:"في إطار خدمة ما بعد البيع و بعد انقضاء فترة الضمان المحددة يتعين على المتدخل المعني ضمان صيانة و تصليح المنتج المعروض في السوق.

المطلب الثاني : التزام المحترف باحترام إجراءات وضع المنتج للاستهلاك

إضافة إلى إلزامية الإعلام فقد أوجب المشرع على المحترف احترام إجراءات وضع المنتج للاستهلاك بما يتناسب مع التنظيم المعمول به في هذا المجال من بداية الإنتاج إلى غاية تقديم المنتج للاستهلاك، هذا وإن كانت طبيعة المنتج تستلزم القيام بتقديم تحذيرات إضافية إلى جانب الإعلام فعلى المحترف أن يبادر لذلك وإلا كان مسؤولاً عن كل ما ينجم من أضرار للمستهلك.

الفرع الأول: الالتزام بالمطابقة

يعتبر من أهم الالتزامات التي تقع على عاتق المحترف عند تولي مهمة الإنتاج فبعدما كنا في ظل القانون المدني نتحدث عن المطابقة للمحل المتفق عليه من طرف المتعاقدين، أصبحنا في ظل أحكام قانون حماية المستهلك و قمع الغش نتحدث عن المطابقة للمواصفات القانونية و القياسية قصد توفير الجودة العالية في المنتجات و منافسة المنتجات العالمية¹⁷.

فيجب أن تتوفر المقاييس و المواصفات القانونية في كل منتج أو خدمة موجهة للاستهلاك حيث تنص المادة 10 فقرة 01 من القانون رقم 09/03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش على أنه "يتعين على كل متدخل احترام إلزامية أمن المنتج الذي يضعه للاستهلاك فيما يخص: مميزاته و تركيبه و تغليفه و شروط تجميعه و صيانتة". أما المقاييس تعرف على أنها الوثائق التي تبين خصائص المنتج أو الخدمة، هدفها الأساسي المطابقة المشروعة للمنتجات و الخدمات، في حين يعد الأمن مظهر لهذه المطابقة. و يتوقف احترام المقاييس على مدى خضوعها للرقابة المستمرة من قبل الهيئات المكلفة بمراقبة الجودة و النوعية و تلك المتعلقة بقمع الغش أثناء مرحلة الإنتاج لأن هذه المرحلة تُعد نقطة الانطلاق لأغلب النقائص المسجلة فيما يتعلق بجودة السلعة المراد تسويقها.

الفرع الثاني: الالتزام بالتحذير واتخاذ الاحتياطات

بالإضافة إلى التزام المحترف بوضع منتج مطابق للمواصفات و معترف به نتيجة حصوله على شهادة المطابقة فإنه لا يمنع ذلك من وجود التزامات أخرى على عاتقه تفرض عليه ضرورة احترامها نظرا لما قد ينجم عن إغفالها وإهمالها من عواقب وخيمة على المستهلك، فوضع المنتج للاستهلاك قد يقتضي تبيان الطريقة الايجابية لاستعماله، كما

يتعين على المحترف أن يبذل كل ما بوسعه وطبقا لإمكاناته أن يقوم بتحذير المستهلك على كل ما ينطوي عليه المنتج أو السلعة من أخطار وكيفية الوقاية منها وتجنبها، إذ غالبا ما يكون التحذير لصيقا بواجب الإعلام و إن كان كل منهما (واجب الإعلام وواجب التحذير) مستقل عن الآخر وهذا يتضح من خلال اختلاف المنتج، إذ هناك من السلع ما تقضي عند اقتنائها من طرف المستهلك أن يعلمه المحترف بكيفية استعمالها وكذلك التحذير منها نظرا لبعض الخصوصيات التي تتكون منها، في الحين نجد بعض السلع يكفي واجب الإعلام لتبيان كيفية الاستعمال دون التحذير منها كالمواد الغذائية مثلا .

فالتحذير يجب أن يكون:

أ - واضحا.

ب - كاملا (شاملا).

ج - ظاهرا.

د - لاصقا بالمنتج.

كذلك فإنه يتعين على المحترف أن يقوم باتخاذ جملة من الاحتياطات اللازمة لمنع الإضرار بالمستهلك و من أجل دفع كل مساس قد يلحق ضررا بالمنتج أو الخدمة، و نذكر منها:

أ - اتخاذ احتياطات في تصميم السلعة وتصنيعها.

ب - اتخاذ احتياطات لدى تعبئة السلعة.

ج - اتخاذ احتياطات لدى تغليف السلعة بما يتناسب مع طبيعتها وشكلها.

د - اتخاذ احتياطات لدى تسليم السلعة.

الخاتمة:

و خلاصة لما تناولناه في هذه الورقة البحثية يمكن أن نقول أن للمستهلك أهمية بالغة عند المشرع الجزائري و التي تظهر من خلال الحقوق التي منحها له من خلال التشريعات المختلفة و أيضا للالتزامات التي فرضها على المحترفين.

ففي ظل المنافسة الحرة يظل المستهلك هو الضحية الأولى و الأساسية و لمحاولة التقليل من الأضرار التي قد تصيب المستهلك نقترح ما يلي:

- اكتساب المستهلك للثقافة الاستهلاكية الصحية و الذي يكون من خلال التوعية التي تقوم بها الدولة و بمختلف الوسائل المتاحة.

- إدراك المستهلك لحقوقه و الدفاع عنها يمنع من تجاوزات المتدخلين في السوق.
- تفعيل دور الهيئات الرقابية بالأخص جمعية حماية المستهلك في الدفاع عنه و قمع الغش في ظل واقع السوق .

هوامش الدراسة :

- ¹ . علاش وفاء ، حماية المستهلك من المنافسة الغير مشروعة في ظل القانون 05/10 المتعلق بالمنافسة مذكرة ماستر، كلية الحقوق، جامعة ألكلي محند اولحاج ، البويرة ، 2013 ، ص 02 .
- ² . القانون رقم 02/89 المؤرخ في 7 فبراير 1989، المتضمن القواعد العامة لحماية المستهلك، الجريدة الرسمية رقم 06 الصادرة في 1989.
- ³ . القانون رقم 03/ 09 المؤرخ في 29 صفر 1430 الموافق 25 فبراير 2009 و المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش.
- ⁴ . القانون رقم 09/18 المؤرخ في 25 رمضان 1439 الموافق 10 يونيو 2018، الجريدة الرسمية 35.
- ⁵ . ارزقي زبير ، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة ، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري تبزي وزو، 2011 ، ص 07.
- ⁶ . عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2008 ، ص 17.
- ⁷ . ارزقي زبير ، المرجع السابق، ص 47 .
- ⁸ . جرعود الباقوت، عقد البيع و حماية المستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة الماجستير في القانون فرع العقود و المسؤولية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2001. 2002 ، ص 28.
- ⁹ . عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص 44.
- ¹⁰ . علي علي سليمان، النظرية العامة للالتزام -مصادر الالتزام في القانون المدني الجزائري -الطبعة الثالثة ديوان . المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1993، ص 8.
- ¹¹ . عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص 54.
- ¹² . موالك بخته ، الحماية الجنائية للمستهلك في التشريع الجزائري، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، عدد 02، 1999، ص 27.
- ¹³ . ارزقي زبير ، المرجع السابق، ص 33.
- ¹⁴ . ريموش فرحات ، " الالتزام بالإعلام " ، رسالة دكتوراه ، كلية الحقوق بن عكنون ، 2012 ص 206 .
- ¹⁵ . نوري منير، " سلوك المستهلك المعاصر "، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2013، ص 314 .
- ¹⁶ . بوهنتالة أمال ، قواعد حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة ، جامعة باتنة ، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية العدد الثمن ، جانفي ، 2016 ، ص 101 .
- ¹⁷ . ارزقي زبير ، المرجع السابق، ص 134.