

الفصل الرابع:

دراسة نموذجية لجمعية
حماية المستهلك وسلوك
المستهلك بمستغانم

مبحث 1- دراسة نموذجية لجمعية حماية المستهلك بمدينة مستغانم.

1-1. مفهوم جمعيات حماية المستهلك :

تعتبر الجمعيات لحماية المستهلك حركات اجتماعات ذات طابع تحسيسي واجتماعي وذات أغراض غير ربحية تهتم بنشر ثقافة الاستهلاك السليمة في أوساط المجتمع، تتكفل بالدفاع عن المصالح المادية و المعنوية الصحية للمستهلك ترفع اهتماماتهم و رغباتهم إلى المتعاملين وتطلعهم وشكواهم إلى الإدارة المعنية و إلى العدالة. (مثال عن الجمعيات بفرنسا ، أمريكا) كما تسعى إلى خلق حوار بين المستهلك و المتعاملين المنتخبين وكذا الإدارة من أجل تباين حقوق وواجبات كل طرف وتشترك مهام هذه الجمعيات مع جهات رسمية أخرى من شأنها تعزيز مفهوم حماية المستهلك و فرضه في المجتمع .

ظهرت جمعيات حماية المستهلك في الجزائر أوائل تسعينيات القرن الماضي، بموجب السند القانوني والتنظيمي المتمثل في القانون الشهير 90/31 المتعلق بتكوين الجمعيات، ونصت المادة 19 من القانون المذكور على تمكين الجمعيات في إطار التشريع المعمول به، من إصدار نشرات وتوزيعها، مجلات ووثائق إعلامية وكراسات لها علاقة بهدفها.

وجرى تعريف جمعيات حماية المستهلك على أنها "منظمات حيادية تطوعية ذات طابع اجتماعي وأغراض غير مربحة، لا علاقة لها بالدولة يؤسسها نشطاء المجتمع من كافة فئاته الاجتماعية، والعلمية من متخصصين واتحادات ونقابات، وغرف تجارية وصناعية، وورد أيضاً في ديباجة القانون الأنف ذكره أن جميعيات من هذا النوع، تهتم بنشر ثقافة الاستهلاك السليم في أوساط المجتمع، وتكفل بالدفاع عن المصالح المادية والمعنوية للمستهلكين، ترفع اهتماماتهم ورغباتهم إلى المتعاملين، وتطلعهم وشكواهم إلى الإدارة المعنية أو إلى القضاء، كما تسعى إلى خلق تواصل دائم بين المستهلكين والمتعاملين، والمنتخبين وكذا الإدارة من أجل تبيان حقوق وواجبات كل طرف.

كما حدّد القانون 89/02 القواعد العامة لحماية المستهلك، وجاء في المادة 23،

أنه يمكن لجمعيات حماية المستهلكين أن تقوم بدراسات وإجراءات خبرات مرتبطة بالاستهلاك

على نفقتها ، وتحت مسؤوليتها

1-1-1..السند القانوني للجمعيات غير الحكومية:¹

القانون 31/90 المتعلق بتكوين الجمعيات و خاصة المادة 19 التي تنص على أنه يمكن للجمعية إصدار و توزيع في إطار التشريع المعمول به نشریات مجلات ووثائق إعلامية و كراسات لها علاقة بمهدفها.

القانون 89/02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك و خاصة المادة 23 وحيث تنص على أنه يمكن لجمعيات حماية المستهلكين أن تقوم بدراسات و إجراءات خبرات مرتبطة بالاستهلاك على نفقتها و تحت مسؤولياتها.

توصيات ورشة العمل حول إستراتيجية عمل جمعيات حماية المستهلك الذي انعقد في مارس الماضي 2006 بعنابه حيث تنص على ضرورة التعاون مع المختصين من أجل إيجاد منظومة تربية، إعلامية، ثقافية ملائمة في المجال الاستهلاك تكون نابعة من قيم الشعب الجزائري بما في ذلك تاريخه وحضارته ولأن حماية المستهلك هي من مسؤولية عدة جهات حكومية أو غير حكومية .

1-1-2..الأسباب المباشرة لهذه الجمعيات:

-أكثر من 5000 حالة تسمم غذائي مسجلة ومحصاة سنويا لدى مصالح وزارة الصحة، بالإضافة إلى الحالات المسجلة لدى العيادات الخاصة وكذا الأطباء الخواص من دون أن تدخل في عملية الإحصاء رغم مطالبتنا في الكثير من المناسبات بضرورة إحصاء هذه الحالات لدى هذه المصالح من خلال إجبار هذه الأخيرة على التسجيل لدى مديرية الصحة التابعة لولاياتهم.

بالإضافة إلى الحالات التي تعالج ذاتيا من خلال شراء العقاقير والأدوية بدون وصفة لدى الصيدليات ، إذ يمكن للرقم المعلن أن يتضاعف من جراء ذلك.

¹ [http:// www.mincommerce.gov.dz /séminaire/semintoxalim/assintoxalim.htm](http://www.mincommerce.gov.dz/séminaire/semintoxalim/assintoxalim.htm)

juillet 2007

إعداد حريز زكي " رئيس الفيدرالية الجزائرية للمستهلكين،

- انتشار العادات السيئة في تداول الأغذية بداية من الإنتاج أو الاستيراد - المعالجة - شروط الحفظ والتخزين - التوزيع - النقل - التحضير.
- ضعف ثقافة الاستهلاك في أوساط المجتمع الجزائري.
- الغش التجاري.
- تراجع في مستوى الصحة العمومية للمواطنين وكذا معدل الحياة.
- ضعف الإنتاجية في المؤسسات وكذا بالنسبة للتحصيل الدراسي لدى الطلبة.
- إهمال الخزينة العمومية بأعباء إضافية؛ ناهيك عن إهمال جيب المستهلك بتكاليف الأدوية وكذا المدة الضائعة التي يقضيها في المعالجة؛ حيث قدرت جامعة الدول العربية مؤخرا قيمة الغش التجاري الحاصل في الدول العربية بـ 25 مليار دولار سنويا إذ نستطيع أن نتصور على الأقل ما قيمته 2 مليار دولار بالنسبة للجزائر.¹
- وكنقطة استدلالية، يعاني 85 في المائة من الجزائريين من سوء التغذية نتيجة تدهور قدرتهم الشرائية بنسبة تفوق 55 في المائة خلال الـ 20 سنة الماضية، بينهم حوالي مليوني طفل جزائري يفتقرون لأبسط أنواع التغذية الضرورية لسنهم، مثل الخبز والحليب والجبن، وطبعاً تبدى هنا نقاط ظل عن موقع جمعيات حماية المستهلك من كل هذا، وسط إقرار 72 في المائة من الجزائريين بعجزهم عن مواكبة موجة الغلاء الفاحش، واعتراف 77 في المائة بأنهم لم يشتروا اللحم أو الفاكهة منذ سنوات، في صورة تعكس ضحالة الوضع المزري للمستهلكين، بفعل استئراء ظواهر المضاربة والاحتكار والانتهازية والسلع المقلدة، والسوق الموازية وما ولدته من ارتفاعات متلاحقة للأسعار، بينما تمتنع السلطات عن الاعتراف الفعلي بحقوق المستهلكين وإصدار القوانين والتشريعات التي توفر لهم الحماية.²
- وما زاد من تفاقم أضرار الاستهلاك و الاهتمام بحماية المستهلك في السنوات القليلة الماضية التي شاهد المستهلك من خلالها انفتاح السوق على مختلف السلع و توسع الأسواق المحلية و الموازية

¹ [http:// www.mincommerce.gov.dz /séminaire/semintoxalim/assintoxalim.htm](http://www.mincommerce.gov.dz/séminaire/semintoxalim/assintoxalim.htm)

إعداد حريز زكي " رئيس الفيدرالية الجزائرية للمستهلكين، جويلية 2007

² <http://www.elaph.com/ElaphWeb/Economics/2008/4/319954.htm> GMT 10:00:00 2008 09
avril

وخاصة تلك التي اكتسبت مكانة و قبولاً كبيراً للمتعاملين معها رغم ما تحويه من أخطار الاستهلاك والتجاوزات المختلفة كما هو الحال في سنة 2007/2003 .

فالمتابع لما مرّ بالجزائر من محطات على المستويين الاجتماعي والتجاري وغيرهما، يلمس أنّ النتائج لا تزال دون التطلعات، إذ تبرز مختلف الأزمات المعيشية التي عصفت بالبلاد على مدار الـ18 سنة المنقضية والتي لها علاقة بغياب جمعيات حماية المستهلك، فمنذ فضيحة اللحوم الفاسدة أواسط التسعينيات مروراً بالزيادات الجنونية في أسعار المواد الاستهلاكية من الخبز إلى الزيت وتوابعهما، وصولاً إلى مهزلة لحوم الحمير التي جرى تسويقها محلياً في مناسبتين (2003 و2007)، اتضح جلياً للعيان أنّ تلك الجمعيات كانت بمثابة الحاضر/الغائب ولم تنهض بالحد الأدنى من أدوارها المنصوص عليها قانونياً، وهو ما جعل عموم الجزائريين لا يؤمنون بهذه الجمعيات ويستغربون لتخلفها عن التجاوب مع مشكلاتهم ورهاناتهم في مجال جودة السلع الاستهلاكية ومنطقية أسعارها ومساعدة المستهلكين على اختيار ما يناسبهم، بجانب تمكينهم من حقهم في التغذية وسائر الخدمات اللازمة، من تثقيف المستهلكين إلى حمايتهم.

ولذلك فإن دراستنا الميدانية حول تفسير أسباب غياب هذه الجمعيات وعلاقة هذا الغياب بإستراتيجية الاتصال التي تتبعها لترقية الثقافة الاستهلاكية بالجزائر في خضم ما توفره لها السلطات الجزائرية في جانب القواعد القانونية المتوفرة والتي تضبط نشاطات جمعيات حماية المستهلك وبذلك فإن الدراسة حاولت التوصل إلى واقع الثقافة الاستهلاكية و إلى معوقات ترقيتها .

- وقد ساهمت الجهات الرسمية في تعديلات متعددة محاولة في تكيف المنظومة التشريعية والقانونين المتعلقة بحماية المستهلك لتي دخلت صنف حاجيات وزارة التجارة سنة 1982 و أصبحت مهمة مراقبة الجودة وقمع الغش وحماية المستهلك من المهام الأساسية لمصالح وزارة التجارة¹.

- ومع بداية سنة 1989 تم إصدار القانون رقم 89-02 المؤرخ في 1989/02/07 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك الذي كرس المبادئ الأساسية لمراقبة جودة المنتجات و الخدمات المعروضة لاستهلاك و قمع مختلف أنواع الغش في السلع و الخدمات

¹ <http://www.mincommerce.gov.dz/fichiers/ficheass.pdf>

وبالتالي حماية المستهلك تشمل المبادئ الأساسية التي ينص عليها هذا القانون و لمعرفة تفاصيل ذلك ارجع إلى الملاحق أو الموقع الإلكتروني لوزارة التجارة¹.

1-1-3. الجهات المسؤولة عن حماية المستهلك :

تعدد الجهات المسؤولة عن حماية المستهلك بين العامة و الأهلية، و تعتبر الحكومة و ما تصدره من تشريعات و قوانين من أهم الجهات التي تعنى بحماية المستهلك و بصورة عامة فإن أهم ثلاثة جهات تعنى بحماية المستهلك هي الآتي :

-الحكومة و يتفرع منها :

- الأجهزة التشريعية و القانونية (تعنى بسن القوانين الخاصة بحماية المستهلك).
 - الأجهزة الإشرافية و الرقابية (تعنى بمراقبة السلوك التسويقي و مواطن الإخلال بحقوق حماية المستهلك).
 - الأجهزة القضائية (تتولى الفصل في القضايا المتعلقة بحماية المستهلك).
- التنظيمات والجمعيات الأهلية المعنية بحماية المستهلك (مثل لجان حماية المستهلك الموجودة في كثير من الدول والتي تختلف فعاليتها باختلاف الثقافة القانونية و الاجتماعية السائدة في المجتمع).
- مؤسسات ووسائل الإعلام المختلفة: لوسائل الإعلام دور هام في مجال حماية المستهلك، فهي تضطلع بدور تكاملي مع بقية الجهات إذ تتولى مهمة توعية و تثقيف الجمهور بالجهود و القوانين و التشريعات المتعلقة بحماية المستهلك و التي تشرف عليها الجهات الحكومية والخاصة، لأنه لا يكفي وضع القوانين والتشريعات دون أن يعلم الأفراد بها وبتطبيقها وبالتالي اعتمادها في حماية أنفسهم من الاستغلال وممارسة حقوقهم كمستهلكين .

¹ <http://www.mincommerce.gov.dz/seminaire/protcons.pdf>2008/04/20

1-2. التعريف بنموذج البحث - جمعية حماية المستهلك -

1-2-1- تاريخ الجمعية:

تحاول الجمعية منذ 1999 أن تجد لها مكانة في المحيط الذي تحاول أن تنشط به من خلال البحث عن تاريخ نشاطها توضح لنا أنها عملت و نشطت عبر فترات متقطعة و ذلك يظهر من خلال تاريخ الإعتمادات الذي حصلوا عليه بتواريخ مختلفة .

-الاعتماد الأول: 99 /35 بتاريخ 24/07/99.

- الاعتماد الثاني:

* حصلت عليه الجمعية يوم 15 جويلية 2006 ،تحصلت على اعتماد من طرف الوزارة تحت رقم 2006/56.¹

* المقر الهيكلي للجمعية غير مستقل لأنه عبارة عن مقر الغرفة التجارية و الصناعية بمبنى الظهري وسط مدينة مستغانم . (centre ville) ،(chambre de commerce).

الجمعية هي جمعية غير ربحية و غير حكومية إلا أنها تتلقى الدعم المالي من الوزارة تنط هذه الجمعية بمساندة أعضائها و الذي يصل عددهم إلى 17 شخص كل حسب إمكانيته و سلطته وأعضائها هم:

عاملين بالصحافة، الإذاعة إدارة، محامين موظفين... الخ .

وترجع محدودية نشاطات الجمعية إلى قلة الإمكانيات المتوفرة لديها و التي لا تسمح بنشاطات دائمة للاتصال بالمستهلك النهائي مباشرة .

تنقسم هذه الجمعية إلى ستة مصالح كل حسب تخصصه .

المصلحة الأولى : الإدارة و التسيير و تضم أعضاء من عاملين بالإدارة و التسيير

والصحافة ، إداريين ، عاملين بالعمران .

المصلحة الثانية : البيئة و الصحة أعضاءها من القطاع الصحي .

¹ بن خدومة عبد الكريم - رئيس جمعية حماية المستهلك - أبريل ، ماي ، جوان 2006.

1-2-2- من أهداف جمعية حماية المستهلك :

*خلق صفة الشرعية لنشاطاتها هي التي تسمح لها بحقيق مهامها المتمثلة في حماية المستهلك.

*خلق مصداقية التعامل مع المتعامل الاقتصادي الجزائري الذي هو بحاجة إلى مساندة كبيرة حتى يرتقي منتوجه إلى المواصفات العالمية التي يمكن أن يدخل ضمنها المنافسة المتكافئة مع المنتجات الأجنبية و يتم ذلك حسب رئيس الجمعية عن طريق البحوث العلمية و التقنية التي تساهم في تطوير الصناعة بالجزائر.

*خلق ممثل في غرفة التجارة و الصناعة للمصنع الجزائري ليعمل مع جمعية حماية المستهلك¹ و كذا خلق ممثل آخر للمصنع الجزائري في الجانب الإداري (الإدارة) حتى يتفادى هذا المصنع مشكلة العرقلة الإدارية المرحلة التي قد تختفي في ظل المنافسة التريهة و المتكافئة بين المصنعين سواء الجزائريين أو بين المصنع الجزائري و المصنع الأجنبي تحاول الجمعية الاتجاه أكثر بمجهودها إلى المستهلك المصنع و الذي يعمل على الشراء بهدف إنتاج سلع أو منتجات..... الخ أكثر من المستهلك النهائي .

*يصعب على الجمعية أن تقوم بنشاطات للاتصال بالمستهلك النهائي بسبب قلة الإمكانيات المتوفرة، بالإضافة إلى أن أهم أهدافها تتمثل في ترقية الاقتصاد الوطني من خلال ترقية المنتج الجزائري حتى يدخل ضمن المنافسة المتكافئة مع غيره من المنتجات المعروضة في الأسواق والقادمة من خارج الحدود الجزائرية .

حسب ما جاء في المرسوم الوزاري و تصريح رئيس الجمعية فتطور حركات جمعيات المستهلك في الجزائر ارتبطت مع سعي الجزائر إلى الانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة OMC والتي من احد شروطها هي أن تخصص الدولة بمهام المراقبة للتعاملات التجارية لهذا السوق المفتوح بدل من وضع قواعد التسيير، لأن اقتصاد السوق المفتوح و الحر يعمل بمنطق المتعامل الحر و المستهلك الحر أي ضمان حرية انتقال السلع و الاستثمارات التي تتمثل للمنافسة بين ما هو محلي و أجنبي والتي تشترك فيها الدولة من خلال عملية ضبط القواعد التجارية و المراقبة

¹ بن خدومة عبد الكريم - رئيس جمعية حماية المستهلك - أبريل ، ماي ، جوان 2006.

ويتدخل ضمن هذه العملية كل من ممثل للمستهلكين كجمعيات حماية المستهلك و ممثل للمتعاثل الاقصادي وهذه الأطراف تعتبر العناصر المعنية بقواعد التجارة و ضبطها و مراقبتها على حسب اختصاصه لفائدة حماية المستهلك.

- من أهداف هذه الجمعية و التي تعمل على تحقيقها محاولة الدخول في شراكة مع الدولة (être partenaire) و ليس أن تبقى الدولة في مقام (Associer)

- حماية المستهلك أثناء فعل الشراء من الغش و التزييف.

- الدفاع عن حقوق المستهلك لا يتوقف على الذهاب إلى الميدان و رصد المواد التي انتهت صلاحيتها و فقط أي التي تؤدي إلى التسمم و المس بصحة هذا المستهلك حسب رئيس الجمعية هذه تعتبر مهام مديرية مراقبة الأسعار الجودة التي من مهامها مراقبة الأسعار و الجودة و الغش.

- حماية المستهلك من الضرر المعنوي حيث أن هذه الجمعية و حسب رئيسها فإن حتى المشرع الجزائري يبقى عاجزا أحيانا و غير قادر على أخذ قرار ضد التجاوزات فالدولة تعتبر أيضا مستهلكة و يمكن أن تتعرض لأضرار معينة من خلال شرائها لبعض المعدات غير صالحة و التي يترتب عنها مشكلات بسبب عدم اكتساب الخبرة و الكفاءات و التقنيات اللازمة لمراقبة هذه المعدات و بغياب خبراء جزائريين قادرين على كشف الأخطاء و السلبيات في هذه المعدات و التكنولوجيات الحديثة و ذلك سيؤدي إلى احتمال مضا عف للإضرار الصحية و المادية لدى المستهلكين المعنيين بذلك .

ومنه فأن الضرر المعنوي و المادي سيصيب الفرد و المجتمع و السلطة المستهلكة لهذه المعدات أو السلع و المنتجات فم من تقاضي هنا ؟ لذلك فإن التغيرات و التطورات الحاصلة من الاقتصاد العالمي و من التطور التكنولوجي قد ساهمت في زيادة الاهتمام بواقع الاستهلاك و أخطاره على المستهلك .

ومن ذلك فإن مفهوم المستهلك فعلا هو معقد و متداخل بين هيئات مختلفة و يتطلب مجهودات سواء اجتماعيا ، قانونيا حتى يتم اكتشاف الطرق و القواعد اللازمة لحماية المستهلك الجزائري لما يتوافق و طبيعة ثقافته .

من بين الوسائل تستعملها الجمعية للاتصال بالمستهلكين مباشرة ما يلي:¹

- دورات تحسيسية
- ملتقيات
- برنامج إذاعي خاص بحماية المستهلك
- مقالات بالجرائد. (نظر إلى الملاحق)
- عمليات تحسيسية على مستوى الثانويات بالولاية و دوائرها، فمن يبين العمليات التحسيسية هي النشاطات التي مست 24 ثانوية بالولاية المقر و الدوائر المجاورة كعين تادلس و سيدي علي الخ و ذلك بهدف التعريف بالجمعية و قواعدها و مبادئها وكذا التحسيس بأعمالها .
- العمل أيضا على أساس محاولة ضم السوق الموازي الذي يغلب على الأسواق الجزائرية لطابع السوق الذي يحترم قواعد حماية المستهلك عبر مختلف دورة حياة المنتج.
- وقد صرح رئيس الجمعية بان 875 مليار سنتيم هي ميزانية هذه الأسواق الموازية المنتشرة في التراب الوطني لأنها أسواق لا تمثل لقانون حماية المستهلك و رغم ذلك فهي تمتلك مكانة اجتماعية ووجود فعلي ، مثل سوق مدينة جديدة بوهران و التي تتواجد فيها مختلف المنتجات وكذا سوق عين الصفراء المتواجدة بوسط مدينة مستغانم وهي أسواق لا تتوافق ومبادئ قانون حماية المستهلك لما تشهده من تجاوزات ومخالفات خاصة في طريقة عرض السلع، إلا أنها تعتبر من المرافق العامة التي اكتسبت مصداقية ووجود على مستوى التراب الوطني من حيث كثافة المستهلكين المتوافدين عليها .
- من مهامه الجمعية أيضا هو العمل على تشجيع التصنيع المحلي ذو الصيغة القانونية و ذلك بتشجيع النشاط الصناعي و الاقتصادي على المستوى المحلي.
- محاولة معرفة مصدر المنتج من أهداف أصحاب الجمعية لأن ذلك يساعد على زيادة الوعي للمستهلك و ترقية ثقافته الاستهلاكية نحو السلع التي تسبب لهم أضرار .

¹ بن خدومة عبد الكريم - رئيس جمعية حماية المستهلك - أبريل ، ماي ، جوان 2006.

ومنه فإن ما شاهده السوق الجزائري من قلة الإنتاج و عدم الاكتفاء الذاتي حتى على مستوى المنتجات الفلاحية فكيف يمكن لهذه الجمعيات أن تحقق مهامها بعيدا عن مساندة المشرع الجزائري و كذا المستهلكين ؟ و خير مثال عن ذلك مشكلة البطاطا وقلة إنتاجها و التي أدت إلى ضرورة استيرادها في السنوات القليلة الماضية .

إن قلة هذه الجمعيات ومحدودية إمكانياتها بالإضافة إلى واقع السوق الجزائري و انخفاض القدرة الشرائية هو الدافع إلى هذه الدراسات و حسب المعطيات الموجودة و التي تؤكد على أن الجزائر في سيرها إلى الإنضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة OMC هل يمكن للمستهلك الجزائري أن يكتسب ثقافة و معايير تساعد في الحماية و الوقاية من أضرار الاستهلاك .

تهدف جمعية حماية المستهلك إلى: العمل على تعديل القانون 02/89 الصادر في 1989/02/07 والذي يحدد قواعد حماية المستهلك و المبادئ التي يعمل عليها هذا القانون لما يتماشى و يتكيف والمتغيرات والمستجدات التي أفرزها العولمة الاقتصادية و افتتاح السوق واقتصاد السوق الخ.

تعمل جمعية حماية المستهلك ليومنا هذا على تعديل القوانين و التشريعات حتى تتمكن من تحقيق الحماية و الوقاية من أضرار الاستهلاك.¹

- تحديد المهام و الأهداف الأساسية المتعلقة بحماية المستهلك
- تدعيم قواعد و مبادئ قمع وردع الغش
- تغطية النقائص على مستوى الجانب القانوني الذي يحدد حماية المستهلك أي سد الثغرات القانونية.
- تجاوز وخطي كل ما يعرقل تطبيق و تأخير تحقيق حماية المستهلك وفقا للقوانين المعمول بها عالميا.
- محاولة ضمان جودة السلع و الخدمات وما يصاحبه من توزيع و نقل و حفظ و مراقبة لمختلف المنتجات و السلع و الخدمات المتواجدة في التراب الوطني تحت لواء مراسيم

¹ بن خدومة عبد الكريم - رئيس جمعية حماية المستهلك - أبريل ، ماي ، جوان 2006.

وقوانين تضمن حماية للمستهلك و للهيئة التي تتدخل من اجل ضمان هذه الحماية للمستهلك.

- تكمن حماية صحة و آمن المستهلك من خلال ضبط المعايير و القواعد التي تحقق ذلك ومن خلال جهات معينة محددة و مضبوطة بعيدا عن الغموض الذي يسمح بالتجاوزات والمخالفات، فما ضمه قانون 02/89 يحوي نقاط لا تتماشى و المتغيرات التي فرضها الاقتصاد العالمي و إفرازاته على الدول النامية كالجائر و لم تعد التعديلات القانونية لوحدها كافية بما تحمله من تناقضات في التطبيق و لما تواجهه أثناء اصطدامها مع الواقع وثقافة المجتمع كافية لضمان حماية فعلية للمستهلك.

- ضمان مختلف التدخلات والإجراءات وتسهيلها على مستوى الجهات التي المعنية بها والتي تعمل على تحقيق و ضمان حماية للمستهلك.

إن ما تهدف إليه الجمعية هو تحديد الجهات التي تعني بحماية المستهلك و ضمان حقوقه كل حسب اختصاصاته حتى لا يضيع المستهلك. فكيف يمكن الدخول و الانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة في ظل روابط حماية ضعيفة و لا تضمن حماية فعلية صحية و مادية ومعنوية للمستهلك إزاء المنتجات و السلع و الخدمات سواء حصل عليها بمقابل مادي أولا (بجانا).

وذلك إن ما تحاول تحقيقه هذه الجمعية في أيطار برنامجها المتعلق بقمع و ردع الغش والاحتكار في أيطار برنامج يستقطب وزارة التجارة من حيث وضع قواعد و معايير و مواد تتماشى و التحديث و العولمة ضد التجارة الغير شرعية و المخالفات الناتجة في ظل الاقتصاد العلمي و إفرازاته على اقتصاد الجزائري من انفتاح و استقطاب لمختلف السلع و المنتجات والخدمات الأجنبية .

ولذلك فهذا البرنامج الذي يحاول شرح قواعد ومعايير وضبط للجهات والصلاحيات لكل طرف مسئول عن حماية المستهلك اتجاه المنتجات السلع و الخدمات عبر مختلف مراحل حياتها (إنتاج، استيراد، حفظ، توزيع، نقل، عرض) و تسويقها في المجتمع الجزائري فهذه الخطوات تسمح بضمان فعلي للإنضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة OMC وفي شروط حماية للمستهلك تمثل للمعايير العالمية .

- ضمان حماية وأمن لصحة المستهلك من خلال ضمان مراقبة و تحديد في نقل البضائع لتفادي التجاوزات التقنية و بالتالي ضمان حماية فعلية للمستهلك في هذا الجانب سواء حماية مادية معنوية و صحية.
- ولذلك فمما تهد إليه جمعيات حماية المستهلك و من بينها الجمعية التي تنشط بمدينة مستغاثم هو ضمان حماية فعلية ضد مختلف ما يهدد أمن و صحة و سلامة المستهلك نحو أي منتج أو سلعة أو خدمة و مهما كانت طبيعتها.
- من بين أهدافها أيضا هو اكتساب وجود قانوني اجتماعي يضمن حماية و منافع للمستهلك يجعل منها جمعية تعمل بجودة و فعالية و تكون تحت تصرف الجمهور ولا يتم ذلك إلا من خلال تحديد لصلاحيات الجمعيات التي تسمح لها بتمثيل المستهلك والدفاع عن مصالحه أمام القضاء الجزائري و ذلك من خلال المراقبة و المتابعة و التقييم لكل ما يتعلق بالقضايا المختلفة لحماية المستهلك صحيا و اقتصاديا من التجاوزات و الأضرار التي تهدد المستهلك.
- ما تهدف إليه جمعيات حماية المستهلك هو ضبط القوانين الخاصة بحماية المستهلك أي تحديد مبادئها و تطبيقاتها و حدودها لتفادي التجاوزات و المخالفات التي تؤدي إلى أخطار الاستهلاك .
- وفي ظل ذلك فهل للمستهلك الجزائري ثقافة استهلاكية تستند إلى القوانين و هل سلوكه الاستهلاكي يمثل إلى القواعد القانونية والمعايير العلمية ؟ وهل يمتلك المستهلك الجزائري طابع التعامل مع الحركات الجمعوية و هل ينظر إليها كعنصر قادر على مساعدته و ضمان حماية له من المخالفات و التجاوزات الحاصلة أمام حقوقه؟
- ومنه فهل إستراتيجية عمل هذه الجمعيات التي تعني بحماية المستهلك قادرة على ترقية الثقافة الاستهلاكية في ظل واقع الاستهلاك بالجزائر؟
- ومن بين الأهداف التي سطرها الجمعية أيضا ما يلي :¹

¹ بن خدومة عبد الكريم - رئيس جمعية حماية المستهلك - أفريل ، ماي ، جوان 2006.

- تحديد المقاييس الدولية المعمول بها سواء من جهة المراقبة أو الدراسات و تحديد تقنيات الردع و المراقبة التي تحقق حماية المستهلك وذلك بالاستفادة من تجارب الدول المتقدمة والتي حققت بها جمعيات حماية المستهلك تقدما من حيث فرض مبادئ الحماية من أضرار الاستهلاك خاصة صحيا و ماديا.
- تحديد مبادئ و أساسيات الحماية و ليس توزيعها وتشتيتها لدرجة عدم فعاليتها بسبب صعوبة ضبط الجهات المقصرة في توفير مبادئ الحماية من أضرار الاستهلاك.
- من الأسئلة التي تأخذها الجمعية مثلا الفراغ القانوني في مجال الحجز الاحتياطي للسلع والذي مدته الزمنية غير محددة مما يعرض المستهلك المصنع إلى خسائر مادية في حالة استمرار الحجز المؤقت و الاحتياطي إلى أن يتحدد نوع الحجز و الذي تحدده المعايير والمخابر المسئولة عن التحليل و الدراسة و المراقبة والتي تمثل للمعايير العلمية حتى لا تقع الدولة أو المستهلك الجزائري بسبب قلة الخبرات أو التقنيات التكنولوجية إلى أضرار الاستهلاك .
- مطالبة المصدر الجزائري أو الأجنبي بتكثيف المنتج لما يلاءم ثقافة الشرائح و الفئات البشرية الجزائرية و ليس لما يتوافق مع مصدر المجتمع و الوجهة التي أنتجت هذه السلع .
- يعتبر هذا المشروع و الذي حسب رئيس جمعية حماية المستهلك مشرو ع منطقي وموضوعي و تطبيقية يدفع بالاقتصاد الجزائري إلى اتجاه آخر يضمن للمستهلك حماية وامن و سلامة في ظل انفتاح السوق و اقتصاد السوق الحر الذي يتبع سياسة التدفق الهائل للسلع المحلية و الأجنبية إلى الأسواق .
- ومن الظواهر التي تدعوا أيضا للتحوف هو انتشار الأسواق الموازية و التجارة الغير قانونية والتي تنتشر في كل مكان حيث ما نلاحظه من عرض لمختلف السلع و خاصة مواد التجميل والتنظيف يدعوا إلى الملح لأنه في حالة أصيب مستعمل هذه المنتجات بضرر صحي أو مادي فلا يمكن معاقبة المتسبب لأنه لا يوجد عقد يضمن للمستهلك حقوقه قانونيا و يحدد من خلاله هوية المتسبب في ذاك الضرر و هذا ما يفسر سلوكيات المبحوثين العنيفة أحيانا و اللاعقلانية اتجاه البائعين إذ تري الجمعية أن هذه الظواهر و معالجاتها ترجع إلى السلطات الولائية كالشرطة .
- فممن المهام و الأهداف الكبرى لجمعيات حماية المستهلك بمدينة مستغانم هي إزالة هذا الغموض وتكثيف قانون حماية المستهلك لما يتماشى مع هذه الظواهر و التي تتطلب ضبط

وتحديد الصلاحيات و المهام والمصالح لكل جهة معنية بحماية المستهلك الجزائري أي مختلف العمليات التي تهدف إلى قمع وردع الغش و ذلك من خلال أيضا ضبط و تحديد مخاطر معينة تكون تقاريرها معترف بها و قابلة لتحقيق الحماية القانونية للمستهلك الجزائري ضد التجاوزات و المخالفات التي تصيب المنتج عبر مراحل إنتاجه .

تعمل جمعيات حماية المستهلك بالجزائر أيضا على إنشاء الوكالة الوطنية للوقاية من أخطار الاستهلاك و حسب مشروع هذه الجمعيات فإن تطبيق قانون حماية المستهلك الذي من شأنه تحقيق حماية للمستهلك يتم في 115 مادة قانونية¹ يجب أن تظم في طياتها مختلف التفاصيل والتحليل و الدراسات و بالتالي مختلف القواعد و المعايير لتي تضمن ردع مختلف التجاوزات التي تجعل من الفرد ضحية أمام أخطار الاستهلاك.

وبالتالي يجب أن يكون هناك إعلام عن مختلف الخدمات و السلع و المنتجات و بدقة وتفصيل حتى لا يكون هذا المستهلك عرضة للغش و الخداع اتجاه ما يستهلك من سلع منتشرة في المحيط الذي يعيش فيه لكن غالبا لا يعرف مصدرها و مدى امتثالها للمواصفات السليمة والصحية خاصة اتجاه السلع الجديدة التي انتشرت بالأسواق الجزائرية.

ولذلك فهي تهدف إلى اكتساب صلاحية معينة تضمن لها مكانة وفعالية تسمح لها قانونيا بتمثيل المستهلك من خلال التقارير التي تقدمها باسمها و باعتمادها كجمعية ممثلة للمستهلك الجزائري تحت لواء القوانين المعمول بها عالميا و ذلك لن يتحقق إلا من خلال ما يقدمه المشرع الجزائري من صلاحيات معينة تسمح لها بالعمل و بالمشاركة الفعلية التي تحقق حماية فعلية للمستهلك و ليس حماية شكلية لأن حماية المستهلك ليست من اختصاص وزارة أو هيئة واحدة معينة، بل تتداخل مهام وزارات و جهات متعددة كعمل الجمارك مصالح الشرطة مصالح مراقبة السعر و الجودة و هيئات أخرى مختلفة، لذلك فإن الظروف الحالية و الثغرات القانونية في القانون 02/89 و بالإضافة إلى المخالفات المتعددة بسبب عدم تحديد و ضبط الصلاحيات لكل جهة معينة خاصة من جانب تطبيق الوظائف و المهام التي تحدد العقوبات التي من شأنها تحقيق الردع الفعلي لكل ما يحدث أضرار الاستهلاك أدى إلى ظواهر متعددة كانتشار البائعين الغير شرعيين

¹ بن خدومة عبد الكريم - رئيس جمعية حماية المستهلك - أبريل ، ماي ، جوان 2006.

في وسط المدن كما هو الحال بوسط مدينة مستغنام وبموازاة الأسواق المتمركزة بوسط المدينة كعرض السلع في الأرصفة من مواد غذائية و التي تحمل في طياتها خطورة على صحة وسلامة المستهلك سواء أمنيا أو صحيا معنويا، فالعارض للسلع غير معروف قانونيا لأنه عبارة عن بائع متنقل ولا يملك عقد يوضح أنه المسئول عن السلبات التي قد تحصل سواء على صحة أو سلامة المستهلك.

- العمل على اكتساب صفة الوسيط الفعلي بين المستهلك الجزائري و السلطات الجزائرية وذلك في أطر إستراتيجية لا تعتمد على الاتصال الدائم بالمستهلك النهائي.
- فهل يمكن أن تحقق الجمعية أهدافها المتمثلة في تحقيق حماية للمستهلك بواسطة العمل أكثر على إحداث تعديلات على القوانين مقابل تواصل محدود مع المستهلك النهائي ؟
- يعتبر غياب الإعلام عن واقع الاستهلاك وأضراره من آليات مقاومة التغيير فنقل الواقع ومشكلاته باستخدام مختلف القنوات التي تضمن تواصل وتفاعل بين الجمعية والمستهلكين (مستغنام) يعتبر من عناصر الإرشاد و التوعية في المجتمع .
- عدم وجود مقر مستقل للجمعية يعتبر من العناصر التي تعيق إمكانية وجودها الاجتماعي و تفاعلها مع المستهلك بمدينة مستغنام لان الاتصال هو الذي يحقق التفاعل بين الطرفين . ففي قلة الاتصال و الإعلام الموجه و الهادف إلى زيادة الوعي لدى المستهلكين اتجاه السلوك الاستهلاكي العقلاني الذي لا يؤثر سلبا على الجانب الصحي و المادي، وخاصة مع غياب القاعدة القانونية لدى المستهلكين حول قانون حماية المستهلك و الذي وضحته الاستمارة من خلال السؤال الأخير والذي يتعلق بمدى معرفة المستهلك الجزائري بقانون حماية المستهلك؟
- بالإضافة إلى محاولة رصد واقع الثقافة الاستهلاكية والمعايير التي يعتمد عليها في اختيار السلع و الخدمات التي قد تهدد صحته و سلامته في حالة سوء استخدامها بالإضافة إلى محاولة رصد طبيعة و واقع الأسواق التي اكتسبت مكانة لدى المستهلك و لا تحترم في كثير من الأحيان تهدد صحيا وماديا وأمنيا لسلامة المستهلك وخاصة ما نلاحظه من مشاجرات و سرقة في هذه الأسواق.

يقي المشروع الذي تهدف إليه حركات جمعيات حماية المستهلك مشروع ملح وضروري في ظل انفتاح الأسواق الجزائرية وما تعرفه من تدفق هائل للسلع بسبب التغيرات الاقتصادية والاجتماعية التي مست السوق الجزائري وكذا واقع الاستهلاك الذي أصبح بحاجة إلى استراتيجيات تهدف إلى زيادة الوعي نحو أضرار الاستهلاك من حيث الجانب القانوني والاقتصادي والصحي بدرجة ملحّة لأن واقع الثقافة الاستهلاكية يدعوا إلى التساؤل عن مدى اضطرار المستهلك الجزائري إلى قبول مثل هذه الأسواق و اقتناء السلع منها رغم الطريقة الغير سليمة لعرض المنتجات بها كعرض الخبز و الحليب في الطرقات و في أماكن غير نظيفة كبعض الأسواق وما تشهده من طرق عرض للخضر والفواكه و السمك و الدجاج في ظروف وشروط غير صحية.

سنحاول توضيح المخاوف من خلال ما سنتوصل إليه في تحليل النتائج المتحصل عليها من أسئلة الاستمارة التي حاولنا من خلالها رصد واقع الثقافة الاستهلاكية وعلاقة المستهلك بوسائل الإعلام لكي نتوصل إلى ما إن كانت الجمعية تعتمد على نفس القنوات التي يعتمد عليها المستهلك في الحصول على المعلومات الخاصة بما يستهلكونه بالإضافة إلى محاولة معرفة معوقات ترقية الثقافة الاستهلاكية بالجزائر.